

科技馆公益性与经营性及其关系研究

古 荒¹ 宗 棕¹ 王一鸣² 王路昊² 高秋芳²

(清华大学科技与社会研究中心, 北京 100084)¹ (清华大学深圳研究生院, 深圳 518055)²

[摘 要] 分析了科技馆“公益性”与“经营性”的关系, 简要介绍了“科技馆公益性与经营性及其关系研究”课题的调研概况, 分享了调研获得的科技馆在经营性探索上的优秀经验, 提出了促进我国科技馆公益性与经营性结合发展的对策建议。

[关键词] 科技馆 公益性 经营性

[中图分类号] G6 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-8357(2012)S2-0005-06

A Study on the Relationship of Science and Technology Museum’s Public Benefit and Making Profit

Gu Huang¹ Zong Zong¹ Wang Yiming² Wang Luhao² Gao Qiufang²

(Centre for Science, Technology and Society of Tsinghua University, Beijing 100084)¹

(Graduate School at Shenzhen, Tsinghua University, Shenzhen 518055)²

Abstract: Firstly, the relationship of science and technology museum’s public benefit and making profit is analyzed. Then a brief introduction to the surveys of the program of “a study on the relationship of science and technology museum’s public benefit and making profit” is given. Some strategies to promote the combination of science and technology museum’s public benefit and making profit are discussed.

Keywords: science and technology museum; public benefit; making profit

CLC Numbers: G6 **Document Code:** A **Article ID:** 1673-8357(2012)S2-0005-06

科技馆作为最重要的科普基础设施之一, 2020年)》(以下简称《纲要》)与《科普基础
是《全民科学素质行动计划纲要(2006—2010— 设施发展规划(2008—2010—2015年)》(以下

收稿日期: 2011-12-22

作者简介: 古 荒, 清华大学科技与社会研究中心博士研究生, 主要研究方向为科技传播与普及、文化产业,

Email: gu-h06@mails.tsinghua.edu.cn;

宗 棕, 清华大学科技与社会研究中心博士研究生, 主要研究方向为科技传播与普及, Email: z_zong@163.com;

王一鸣, 清华大学深圳研究生院博士研究生, 主要研究方向为科技政策, Email: wang-ym10@mails.tsinghua.edu.cn;

王路昊, 清华大学深圳研究生院博士研究生, 主要研究方向为科技政策, Email: wanglh10@mails.tsinghua.edu.cn;

高秋芳, 清华大学深圳研究生院硕士研究生, 主要研究方向为科技传播与普及, Email: gaoqiufang@sina.com。

简称《规划》)聚焦的重点工程。《纲要》^[1]在强调科普基础设施需“突出社会公益性”的同时,鼓励“社会力量”“参与经营科普场馆”。《规划》^[2]明确提倡“公益性和经营性相结合”。但在现实中,科技馆的“公益性”与“经营性”的关系则往往没有理顺,科技馆还存在科普产品研发能力有待提高、可持续发展能力尚待加强、对于政府拨款过分依赖等问题;我国科技馆公益性与经营性结合运营的实践探索和理论都才刚刚起步。

课题组立足《纲要》、《规划》的基本要求,在文献分析的基础上,选取中国科技馆、天津科技馆、上海科技馆、广东科学中心、芜湖科技馆、苏州社区科普场馆进行案例调研并加以梳理分析,尝试厘清科技馆公益性与经营性的关系,并探索二者结合运营的机制,以提升科技馆“造血”与可持续发展的能力,为推动科技馆的发展及能力的提升提供理论依据及决策参考。

1 公益性与经营性的关系

“公益”一词在五四运动后方才出现,其意是“公共利益”,与其对应的英文是“public welfare”,是指有关社会公众的福祉和利益。公益性组织,一般是指那些非政府的、不把利润最大化当作首要目标,且以社会公益事业为主要追求目标的社会组织。早先的公益组织主要从事人道主义救援和贫民救济活动,很多公益组织起源于慈善机构。

“经营”一词的基本词义为“筹划经管、组织计划”,目前往往与企业的营利活动联系使用,与其较为对应的英文有“operate”、“manage”等,通常指根据企业的资源状况和所处的市场竞争环境对企业长期发展进行战略性规划和部署、制定企业的远景目标和方针的战略层次活动。在古代,“经营”的使用则更为广泛,如《诗·大雅·江汉》:“江汉汤汤,武夫洸洸。经营四方,告成于王。”其中的“经营”意指“规划营治”;又如《后汉书·冯衍传下》:“疆理九野,经营五山,眇然有思

陵云之意。”其中的“经营”是“周旋、往来”的意思。

通过词源分析可以看出,“公益”一词本身具有十分鲜明的“目的性”,即以“公共利益”为核心并不以营利为目的,而“经营”作为动词,本身并不带有十分明晰的目的,可指称多种活动,只是由于当前“经营”往往与以营利为目的的企业活动联系在一起使用,容易造成“经营”即是一种营利行为的习惯性联想。

基于上述考察,可将“经营”做两种理解:一是广义上的组织管理;二是与追求利益联系在一起的,具有目的性的“经营”,也就是狭义理解上的营利性经营。

从广义经营看,“经营”只是一种手段,与“公益”的目的并不相悖,并可根据二者的结合,形成“公益性经营”。从狭义经营说,“公益性”与“经营性”也不必然对立。如制药企业以营利为目的生产药品,却为公民的健康做出了重要的贡献。换言之,即使以营利为目的的行为,同样能够做到为公众谋取福利。对于科技馆而言,即使从事一些狭义“经营性”活动,只要在目的诉求中兼具“公益”的考量,那么也完全能够做到“经营”与“公益”的协调共赢,如科技馆以增加收入为目的开展餐饮开发、场地租赁、影院运营等活动。这些活动最直接的目的或许正是增加科技馆的收入,但却能够同时为公众提供更好的服务。与此同时,只要分配机制处理得当,增加的收入完全能够为进一步维护和发展科技馆提供更好的资金支持。当然,必须承认的是,如本末倒置地过度开展这类经营活动而忽视科技馆的“公益”本质,就存在削弱科技馆“公益性”的可能。可见,即使对“经营”做狭义解释,“经营”虽不能在目的上做到完全“公益”,却同样可以在结果上实现“公益”。

在探讨科普事业和科普产业的关系时,有学者做如下讨论:科普事业既不能“完全产业化”也不可能“完全公益化”……从科普事业科学发展的角度出发,应坚持一手抓公益性科普事业、一手抓经营性科普产业,双轮驱动,

两翼齐飞……^[3]

就科技馆“公益性”与“经营性”的关系而言,课题组有以下认识。

第一,需要认识到“公益性”、“经营性”之间并不存在不可调和的矛盾,二者都可为科技馆建设能力的提升以及公民科学素质的提高做出贡献。

第二,公益性是科技馆的本质属性。科技馆本质上是向全体社会成员提供公共科普服务的公益性单位,这是不容置疑的。

第三,无论从广义或狭义上理解“经营性”,恰当的“经营性”活动都能够提升科技馆的建设服务能力。主要表现在:首先,增加科技馆收入,弥补科技馆运营的成本空缺;其次,增强科普展品研发能力;最后,随着知识经济和信息时代的到来,人民群众对科学技术普及的需求更加多样化、复杂化、个性化,而“经营性”的引入将有助于科技馆向广大公众提供更具针对性、灵活性、选择性的科普乃至其他文化服务。

第四,如科技馆本末倒置地过度开展营利性经营,无疑会对“公益性”造成伤害。而“公益性”与“经营性”的平衡则取决于各方在思想观念上的认识、相关政策和法规的制定以及科技馆本身的管理运营等要素。

第五,在不损害科技馆“公益性”的前提下,应推动有条件、有能力的科技馆恰当地开展各类经营活动。

2 调研概况

为了探索科技馆公益性与经营性结合的运行机制,并针对现存的问题,形成有针对性、操作性的政策建议。课题组选择了5个不同类型的科技馆进行典型案例研究,具体包括中国科技馆(国家级)、上海科技馆(一线城市)、天津科技馆(省会、直辖市)、安徽芜湖科技馆(地市级)以及苏州社区科普场馆(地市级的小型科普场馆)。

根据调研分析,我国科技馆在“经营性”与“公益性”上存在以下一些现象:

第一,对什么是“经营性”没有一致的理解,观念认识较为模糊。

第二,由于没有统一的观念认识,对“经营性”的态度并不一致。

十分确切地衡量访谈对象对“经营性”的态度并不容易,课题组的判断更多地基于访谈对象在一些问题上的态度与反映。如在“如何看待经营性”问题上,有访谈对象对“经营性”问题并不排斥,表示支持,且十分乐意介绍相关探索;也有访谈对象提出了促进科技馆更好地开展“经营”的建议;还有访谈对象指出“只有成功的科技馆才能做得到开展经营”。课题组认为,上述表现反映了访谈对象在“经营性”问题上的态度是较为积极的;也有访谈对象不愿意就“经营性”问题发表过多的意见和看法,并着力与经营性划清界线,将科技馆的“公益性”与“经营性”对立起来。课题组认为,这些表现反映了访谈对象在“经营性”问题上的态度是较为谨慎的。

第三,参观人数、展示效果与科技馆管理层对待科技馆经营性的态度往往呈正相关关系。

科技馆建设得越出色,其管理层对科技馆经营性尝试就会越支持。而前者与后者的关系很可能并非是简单的单向因果关系,而是相互影响、相互促进的关系。

第四,各科技馆对“经营性”问题的态度和认识不尽相同,但均自发地、不自觉地开展了一些经营性活动。总体而言,取得了较好的效果。

第五,基于科技馆公益性的根本性质,关于科技馆经营性尝试的担忧很大一部分来源于经营性的介入会对科技馆的公益性造成负面影响。在课题组的本次调研中,我们还未曾发现由于过分强调经营性而损害了科技馆公益性的现象。但通过资料收集,我们也注意到有极少数的地方科技馆由于运营经费紧张等问题,利用科技馆资源进行一些集市贸易经营。

总而言之,就当下的科技馆运营实践情况来看,推动科技馆“公益性”与“经营性”的恰当结合将有利于提升我国科技馆的“造血”

能力和可持续发展能力。要实现这一目标,还存在着一些观念上、体制上的壁垒。社会或已逐步认识到,公益性虽然是科技馆的基础,但经营性或或许同样必不可少:一是从《纲要》、《规划》中可以找到科技馆经营性的依据;二是国家《文化及其相关产业分类》^[4]将“博物馆”划入了文化产业的核心层,隶属第四大类“文化艺术服务”,也为科技馆尝试“公益”与“经营”的结合留下了探索空间。

3 各科技馆在公益性与经营性结合上的有益探索

3.1 科学商店、会务开发——典型案例:上海科技馆

上海科技馆科普商店围绕 10 个主题售卖科普纪念品,分别为人体博物馆、生物观察站、巧手益智屋、恐龙博物馆、科技图书馆、车模竞赛场、时尚礼品屋、标本制作室、航空观察站和主题展览纪念品。上海科技馆信息部主任顾洁燕介绍说:纪念品销售收入呈逐年上升趋势,观众对科普产品的承受金额在 60 至 200 元,但现在的实际消费才达到 25 元,所以科普纪念品仍有很大的开拓空间。此外,上海科技馆拥有规格较高的会务、展览和活动场地共计 16 个,可用于举办展览、会议、庆典晚宴、活动、媒体广告拍摄等多种用途。近年来,相继完成了 APEC 会议、六国峰会、奥巴马访华演讲会、亚行年会、非行年会、上海市市长国际企业家咨询年会、上海市各界人士中秋联欢会等一系列政府大型会务活动的服务工作。

3.2 与产业间的互动——典型案例:芜湖科技馆、中国科技馆

芜湖科技馆在建设过程中得到地方政府的大力支持,与此同时,也得到了大型企业的大力赞助,其中,深圳华强集团捐赠用地 30 多亩,深圳市永基房地产捐助 5 000 万元,奇瑞公司赞助 120 万元现金。在与企业的合作过程中,芜湖科技馆还实施了“场地换展品”的策略,展示了芜湖科技创新的新成果,企业和科技馆较好地达到了双赢的局面。

中国科技馆正尝试与企业合作,引入院线,通过 4 个全国先进的特效影院播放影片。白天 4 个影院播放科技短片,满足观众的科普需求;晚上则播放电影,适度经营,满足公众的文化乃至合理的娱乐需求。

3.3 与教育资源的互动——典型案例:中国科技馆

中国科技馆除注重与旅行社合作开发针对青少年群体的科普旅游外,还与学校开展了诸多方面的合作,如招募志愿者、组织中小學生夏令营(不收费)等。此外,中国科技馆目前正着手立项和中科院一起计划定向培养科技馆展览专业的研究生。此项计划将进入正式实施阶段。与学校、研究机构的合作不仅可以吸引学生参观,更有利于培养建设一支过硬的志愿者队伍,与此同时,如能与高校机构联合培养人才,无论对于科技馆的公益运营、经营开发还是展品研发生产,都将是非常有力的支持。与中科院联合培养研究生的计划值得全国其他有条件的科技馆加以尝试。总之,要进一步增强科技馆的可持续发展能力,加强与产学研之间的互动是一条有效途径。

3.4 地方性特色建构——典型案例:苏州社区科普场馆

苏州市基层科普场馆化整为零、入驻社区、贴近民生,通常以某一类科学知识为主题,开展科普工作,借助社区办公地点的优势,吸引来社区办事的居民主动学习科普知识。此外,苏州社区科普场馆十分重视与科研院所、企业的合作,节省了建馆成本,如“古代科技展示馆”的展品均由企业免费提供并定期维护,而这也扩大了企业的社会影响。

由于苏州社区科普场馆的规模限制,很难在纪念品、会务、展品研发等项目上做足文章,但社区科普场馆仍在经营上进行了有益的探索。一是立足地方性特色,结合社区居民在衣食住行上的不同需要开展科普教育活动,取得了良好的效果;二是“经营”不一定要增加收入,也可以是节约成本,如通过与企业、学校的多元合作获得科普展品以及人力资源等。

3.5 科技馆研发能力建设——典型案例：天津科技馆

天津科技馆在长期的实践探索中，逐步建立起了3个下属实体公司来辅助科技馆的运营。这3个实体公司是旭日旅行社、天津市科乐传播服务中心和天津市科艺展览设计中心。这些实体公司是自负盈亏的，天津科技馆不对它们进行专门的拨款。每年根据不同的情况，天津科技馆对它们征收一定的管理费。

虽然天津科技馆的3个实体公司每年能为科技馆创造的收入并不是太多，但这些探索对于科技馆建设具有积极意义。首先，实体公司虽然进行经营性探索，但仍以服务科普事业为己任。其次，实体公司发挥了企业经营在市场上的积极能动作用，分别在增加科技馆观众、促进科普商品展销、强化科普展品研发等方面为天津科技馆的发展做出了贡献。第三，实体公司自负盈亏，实际上分担了公益性科技馆从事经营活动的诸多“风险”。

3.6 选址是一项艺术——典型案例：芜湖科技馆、中国科技馆、苏州科技文化中心

与芜湖科技馆毗邻相望的是由深圳华强集团投资建成的主题公园“方特欢乐世界”。“方特欢乐世界”是一个以科技和幻想为主题的公园，在文化消费功能上与科技馆形成有效互补。中国科技馆则位居奥林匹克公园中心区，与鸟巢、水立方等奥运旅游景点自然形成了一条极佳的旅游路线，凝聚了人气、发挥了聚集效应。正在建设的苏州科技文化中心在功能布局上分为“科技中心”、“演艺影视中心”及“商业设施”3个部分，是一个依托优良环境，集吃喝、购、观、玩于一体的综合设施。从3个科技馆的选址经验看，要保证观众络绎不绝，科技馆在选址上需要充分考虑与周边旅游、文化乃至娱乐资源的互补与互动。

4 我国科技馆在公益性与经营性结合上存在的问题与对策建议

4.1 统一思想认识、加强政策引导

问题：政府在政策引导和支持方面发挥的

作用尚有待提高。要推动科技馆“公益性”与“经营性”的结合，首先要消除管理人员“不敢干”的顾虑。如将“公益”与“经营”简单对立起来，科技馆的工作人员便容易产生害怕上级主管单位问责的情绪。因此，政府和科技馆需形成较为统一的认识。是否支持科技馆进行“经营性”探索？如何引导科技馆进行“经营性”活动？诸如此类的问题，均有待解决。

对策：宜出台相关文件，明确对科技馆“公益性”与“经营性”结合的态度以及有关规定，统一各科技馆对经营行为的认识。

4.2 明确经营内容、拟定经营规范

问题：科技馆的经营性探索需要规范与制度上的支持。许多科技馆虽然有开展“经营性”探索的意愿，但是由于缺乏制度上的规范与支持，容易陷入“不会干”的困境。由于一定程度上缺乏明确的政策约束或条例规定，致使一些科技馆无法明确自己的权利与义务。科技馆有哪些权利、哪些义务？哪些活动应该由政府出资、哪些活动应该是自筹经费？门票价格权属于谁、如何随着社会的发展而变动、变动多少？类似这样的问题还缺乏统一的标准。因此，需要制定相关规范对此类问题加以澄清，如哪些经营行为是支持开展的？哪些经营活动是不宜过度开展的？政府和科技馆在相关行为中扮演的角色是什么以及有哪些权利与义务？等等。

对策：宜制定相关规范，明确科技馆经营行为的运营内容，规范科技馆在经营行为中的权利和义务。

4.3 建立经营分配机制

问题：需要确定相关分配机制。科技馆尝试经营性探索，通常会带来更多的收入。但由于分配机制不清，科技馆往往缺乏创新动力，容易造成“不愿干”的局面。因此，在分配机制不明确的前提下，科技馆的工作人员很难冒着可能面临的社会批评、上级问责等风险去做对自己没有明显利益的尝试与创新。因此，政府、科技馆的管理人员需要就如何分配经营性收入形成较为明确的规范，就国家、科技馆、

工作人员在分配体系中的位置加以确定。

对策：宜确立相关分配机制，明确国家、科技馆、参与人员在经营行为中的分配角色。针对不同类别的经营行为，分类确定分配体系。

4.4 明确财政拨款与经营收入的关系

问题：科技馆管理人员担心经营收入的增加将直接导致政府财政支持的减少。因此，财政拨款与经营收入的关系需要进一步确定，如经营收入增加，财政经费是否减少？诸如此类的问题尚需明确。

对策：应明确科技馆经营收入与财政拨款的关系。

4.5 制定优惠政策

问题：需要拟定相关优惠政策。对于有利于提升科普服务质量的经营行为如展品研发等，如何通过税收等杠杆来加强对科技馆的支持？对于不同类型的经营行为，在政策支持上有哪些差别？这些问题都有待进一步研究。

对策：制定优惠政策，对科技馆的经营行为进行分层、分类的支持。

4.6 制定科技馆“公益性”与“经营性”评估体系

问题：当前我国科技馆统计监测与考核评估体系尚不健全，缺少专业性、稳定性的考核标准，亦缺少责任考核。无论是要促进科技馆经营活动的良性发展，还是要防止科技馆出现过度经营而损害“公益”的情况，都有必要建立相关的监测评估指标，或是在已有的监测评估指标中加入相关要素，从而更好地监测、引导科技馆开展相关经营活动。

对策：建立关于科技馆公益性与经营性的评估体系，监测科技馆的运营状况。

4.7 加强基础理论探索

问题：科技馆经营性探索尚缺乏理论的系统指导。科技馆公益性与经营性结合问题的理论研究尚待深入，具有中国特色的科技馆建设理念与发展模式均有待形成。

对策：进一步加强科技馆理论研究的探索，为公益性与经营性的结合提供相关指导。

4.8 增强科技馆综合性人才供给

问题：科技馆经营性探索对工作人员的综合能力提出了更高的要求。

要进行“公益性”与“经营性”的结合探索，要求工作人员在具备科普专业知识的基础上具备相关的管理、营销能力。如何与时俱进地提高科技馆从业人员的综合素质、业务水平，值得关注。

对策：加强科技馆综合人才的培养。

4.9 增强科技馆与企业、学术界等社会力量的合作

问题：科技馆经营性探索需要加强与企业、学术界等单位的合作。经营探索要求科技馆与企业、学术界形成更为紧密的联系。如何鼓励更多的企业、学术单位加入到科技馆的建设与发展中去？如何从政策上给予相关单位一定的优惠？诸如此类的问题还有待研究。

对策：拟定相关政策，促进科技馆与企业、学术界加强联系。

4.10 凸显国家级、省级、地市级科技馆的经营特色

问题：国家级与有条件的省级科技馆，需在完善科技馆产品序列的同时，进一步在科普展品研发与展览设计等科技馆核心产品的供给上发挥引领作用。地市级与社区科技馆，需在完善科技馆产品序列的同时，进一步突出科技创新成果和产业创新成果等区域特色，在提升区域公民科学素质的同时，发挥宣传区域创新成果、服务区域经济发展等功能。

对策：国家级、省级、地市级科技馆需针对各自的特征，在产品经营重点上有所倾斜，在科普展教内容上有所侧重。

致谢 课题的顺利完成，离不开中国科协以及各科技馆相关同志的大力支持与帮助，特此致谢。

参考文献

- [1] 国务院. 全民科学素质行动计划纲要(2006—2010—2020年)[M]. 北京：人民出版社，2006.
- [2] 国家发展改革委，科技部，财政部，中国科协. 科普基础设施发展规划(2008—2010—2015年)[Z]. 2008.
- [3] 杨冠楠. 经营性科普产业的发展问题分析及对策研究——由科普教育基地现状引发的思考[J]. 科普研究，2010 (增刊)：15—19.
- [4] 国家统计局. 文化及相关产业分类[Z]. 2004.