

科技类博物馆经营性收入的理论与实证研究

谢屹¹ 李林海² 温亚利¹ 王成巍³

(北京林业大学经济管理学院, 北京 100083)¹ (北京自然博物馆, 北京 100050)²
(中国科协农村专业技术服务中心, 北京 100029)³

[摘要] 优化经营性收入有助于加强科技类博物馆建设、推动科普基础设施建设、促进国家科普能力建设。基于对科技类博物馆经营性收入的界定, 运用实地调研获取的一手数据, 分析了科技类博物馆经营性收入的现状, 进而探析了经营性收入获取中存在的问题及其成因, 最后提出优化经营性收入的对策建议。

[关键词] 科技类博物馆 经营性收入 现状 成因 对策

[中图分类号] G26 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-8357(2012)S2-0011-06

A Theoretic and Empirical Study on Management of the Profit of Science and Technology Museums

Xie Yi¹ Li Linhai² Wen Yali¹ Wang Chengwei³

(School of Economics and Management, Beijing Forestry University, Beijing 100083)¹
(Beijing Museum of Natural History, Beijing 100050)²
(Agricultural Technology Service Center of China Association for Science and Technology, Beijing 100029)³

Abstract: Management of the benefit of science and technology museums will strengthen the construction of museums, reinforce the development of infrastructure and promote national popular science capacity. Based on defining management the benefit of science and technology museums, this paper makes a data analysis on current situation, and then discusses causes of the problems. Finally, countermeasures are put forward.

Keywords: science and technology museums; management of the benefit; current situation; causes; countermeasure

CLC Numbers: G26 **Document Code:** A **Article ID:** 1673-8357(2012)S2-0011-06

科技类博物馆是以面向社会公众开展科普教育为主要功能, 主要展示自然科学和工程技术科学及农业科学、医学科学等内容的博物馆, 包括科学馆 (科学中心)、自然博物馆、

收稿日期: 2011-12-22

作者简介: 谢屹, 北京林业大学经济管理学院副教授, 研究方向为公共政策、资源经济与政策, Email: yi.xie@bjfu.edu.cn;
李林海, 助理研究员, 北京自然博物馆办公室副主任, 研究方向为生态保护研究与管理, Email: lilinhai7704@163.com;
温亚利, 教授, 北京林业大学经济管理学院科研院长, 研究方向为资源经济与政策, Email: wenyali2003@163.com;
王成巍, 中国科协农村专业技术服务中心助理研究员, 研究方向为科普理论与实践, Email: wangchengwei@cast.org.cn.

天文馆、工程技术博物馆等^[1]。据不完全统计,我国现有科技类博物馆 721 家,进入了快速发展的机遇期^[2]。随着《全民科学素质行动计划纲要(2006—2010—2020 年)》^[3]、《科普基础设施发展规划(2008—2010—2015 年)》^[4]和《全民科学素质行动计划纲要实施方案(2011—2015 年)》^[5]的陆续发布,加强科技类博物馆能力建设成为推动提升科普公共服务能力的关键内容。当前,科技类博物馆普遍面临资金投入总量严重不足,“盖得起、养不起”等问题,制约其进一步发挥好为推进国家科普公共服务能力建设、提高公民科学素质服务的功能^[2,6]。本文基于对经营性收入的概念界定,运用实地调研获取的一手数据,从获取途径、占总收入比重、用途等方面分析了经营性收入的现状,进而分析了经营性收入实现过程中存在的问题和成因,最后提出了优化经营性收入的对策建议,以推动科技类博物馆的健康发展。

1 科技类博物馆经营性收入概念界定

在现有的科普理论研究和科普管理实践中,对科技类博物馆经营性收入都缺乏统一和明确的界定,相关系统研究也较为缺乏。20 世纪 80 年代初期,国内理论工作者开始了对博物馆经济问题的研究^[7]。随着博物馆数量的快速增长,科技类博物馆的财政收入、公益性收入和非公益性收入等相关研究日益活跃,经营性收入逐渐被视作相对于财政投入的博物馆其他收入^[6,8,9]。在科普管理实践中,经营性收入的相关概念可见于相关的规定或文件中。文化部、财政部、国家工商局于 1987 年共同发布实施了《文化事业单位开展有偿服务和经营活动的暂行办法》(文计字[87]第 94 号),规定了文化事业单位可开展的有偿服务和经济活动种类。1997 年,财政部颁布实施了《事业单位会计准则(试行)》(财预字[1997]286 号),将经营收入界定为事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算的营利性活动取得的收入,也是与事业收入相对应的一种收入。《全民科学素质行动计划纲要(2006—2010—2020

年)》和《科普基础设施发展规划(2008—2010—2015 年)》将经营性作为与公益性的相对概念提出。

科技类博物馆经营性收入的概念界定关系到该领域的理论研究能否深入开展,以及理论研究能否服务好管理实践。鉴于经营性收入隶属于经济学范畴,本文试图基于现有的理论研究成果与管理实践要求,结合现行的经济社会和体制机制因素,从科普服务供给、需求的内在经济关系角度开展概念界定工作。在科普实践中,科普服务的供给和需求主体多样,形成的经济关系复杂(如图 1)。在供给方角度,科技类博物馆代表政府履行科普服务供给职能,并从政府得到全部或部分服务成本补助;当只能从政府获取部分服务成本补助时,科普服务从公共产品转变为准公共产品,科技类博物馆的运行需依赖其他的收入,诸如向需求方出售商品等。需求方则由社会公众、经济组织和非经济组织等市场主体组成,其中社会公众是政府科普服务的主要对象;在获取科普服务时,需求方只需支付部分费用或者免费获取科普服务,通常此部分费用体现为门票支出。然而,当市场主体向科技类博物馆进行捐赠时,由于捐赠的无偿性,供需双方的关系具有单向性。

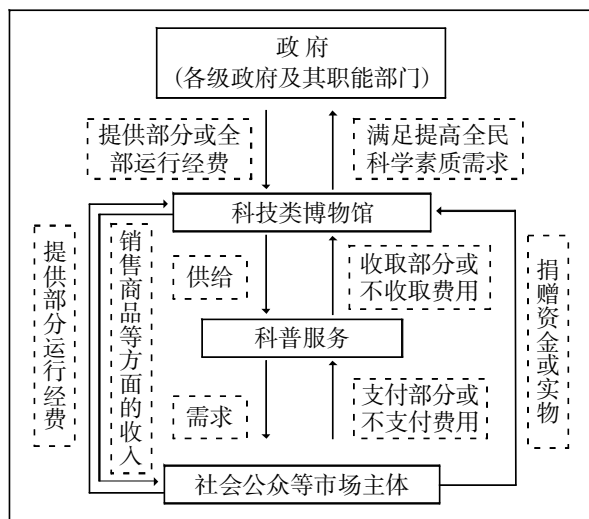


图 1 科普服务供给和需求主体关系结构图

在科技类博物馆获取的收入中,除了政府财政投入之外,其余收入都来自于市场;前者通常取决于政府规定的财政补助标准,而后者

则受影响于博物馆的市场经营和开拓状况。为此,本研究将科技类博物馆的经营收入界定为非来自政府财政投入的所有收入,包括提供服务和销售商品收入、投资收入、社会公众或组织捐赠收入等多种来源渠道。

2 科技类博物馆经营性收入的实现状况

为确定科技类博物馆经营性收入的现状,本研究以中国农业博物馆、国家动物博物馆、北京自然博物馆、上海科技馆、天津自然博物馆、青海省科技馆、宁夏科技馆、浙江省嘉兴科技馆等场馆作为研究案例,获取了一手资料,以分析经营性收入来源途径、占总收入的比重和用途等客观情况。

2.1 科技类博物馆经营性收入的来源途径

调研表明,案例科技类博物馆的经营性收入主要来自于以下途径:一是场馆门票销售,二是影院门票销售,三是餐饮服务以及咖啡厅等休闲服务,四是商品销售(包括纪念品、图书、音像制品销售),五是场地和房屋租赁费,六是设备设施出租,七是组织和举办临时展览,八是组织和承办会议,九是接受社会捐赠(主要指通过设立基金会接受社会捐赠,十是投资收入),十一是广告、标本制作等其他收入。虽然对于国家动物博物馆、上海科技馆而言,门票销售占经营性收入的比重较大,但商品销售却是获取经营收入最普遍的途径(所有案例博物馆中,只有1家场馆因新馆刚建成、未开放而没有商品销售收入);其次为设备设施出租,主要为导览讲解器、展品等;第三为组织和举办临时展览,此项经营收入几乎适用于所有的自然博物馆;影院收入位居第四,共5家拥有影院的案例博物馆可以获得来自销售电影票的经营收入;场馆门票和餐饮服务收入并列第五;之后为场地和房屋租赁及其他途径;位居最后的为投资收入、举办会议和接受社会捐赠,仅有上海科技馆一家有上述收入。就社会捐赠而言,其余案例博物馆并非完全没有接受社会捐赠,只是所接受的捐赠较为零散,难以成为固定和稳定的收入来源。值得一提的是,上海科技馆于2001年成立了“上

海科技馆基金会”,2005年更名为“上海科普教育发展基金会”,负责接受社会捐赠、审定上海科技馆重大决策事项、发挥资本运作和增值功能。

2.2 科技类博物馆经营性收入在总收入中的比重

与上文分析相一致,案例科技类博物馆的总收入由经营性收入和政府财政投入两部分组成。由于不同博物馆的经营性活动开展情况不同,经营性收入获取情况也存在差异,因此,经营性收入占总收入比重不尽相同。总体而言,经营性收入占总收入的比重较低,而政府直接和间接财政投入的比重更高。其中,青海科技馆因正在筹备开放新馆,当前所有收入都来自于财政投入;宁夏科技馆的财政投入占总收入比重为82%,而经营性收入为18%;北京自然博物馆和天津自然博物馆的经营性收入占总收入比重分别为20%和15%;国家动物博物馆、嘉兴科技馆、中国农业博物馆、上海科技馆的经营性收入占总收入比重均超过了50%,分别为80%、75%、70%和60%。在上述场馆中,宁夏科技馆、北京自然博物馆、天津自然博物馆、中国农业博物馆实行免费开放,原本属于非政府财政投入的门票收入被政府的财政补贴所替代。

2.3 经营性收入的主要用途

案例博物馆支出主要包括人员工资和福利、办公费、业务费、基础设施建设、设备费、修缮费、科普活动、科研活动、标本购置及其他费用,用于维持博物馆的正常运行,满足科普活动及相关的其他业务工作。比较而言,来自财政投入的收入用途较为固定,主要用于人员工资和福利、办公费、基础设施建设、科普活动、科研活动等方面;经营性收入的用途因博物馆的不同而存在较大区别。对于比重较大的博物馆而言,经营性收入用途多样,与财政投入具有同等甚至更为重要的作用;对于比重较小的博物馆而言,经营性收入只是财政收入的辅助,用途局限在支付临时工资等有限方面,且作用较小。在经营性收入的所有使用途径中,最为普遍的为办公费,共有5家场馆有此方面的支出;

其次为人员工资、科普活动和科研活动，均为 4 家场馆；第三为基础设施建设和标本购置，均为 2 家场馆；最后为修缮费、业务费及其他费用，只有 1 家场馆。对于不同博物馆而言，经营性收入用途的多少并不代表其重要性。诸如，嘉兴科技馆的经营性收入仅用于两个方面，而国家动物博物馆的经营性收入用途多样，但经营性收入对于两个博物馆的正常运行均具有重要作用。

3 科技类博物馆经营性收入获取存在的问题及成因

将科技类博物馆置身于经济社会中，对整个系统可以视作一个行业，而单个场馆可以视为一个个体。根据行为理论，个体行为通常取决于行为意愿和行为能力，从而共同影响行为表现。在此，本研究从行为意愿和行为能力两个层面和 5 个具体方面来探析经营收入获取中存在的问题及成因。

3.1 受现行政策和制度影响，缺乏获取经营性收入意愿

政策与制度对科技类博物馆的影响是直接的，体现在主管单位、财政投入比重、是否收取门票、单位属性等方面。在主管单位方面，国家动物博物馆最具典型性。作为隶属科研机构的下属单位，国家动物博物馆难以像其他隶属政府职能部门或下属机构的博物馆一样得到同样多的财政投入，从而对获取经营性收入的意愿强烈。宁夏科技馆、天津自然博物馆等场馆的财政投入比重较高，认为经营性收入重要性“一般”或者“不重要”，并缺乏经营性收入获取意愿。在门票方面，若免费开放的科技类博物馆得到的财政部分足以弥补免收门票带来的收入减少，其获取经营收入的意愿将相对较小，反之亦然。

3.2 受传统经营理念影响，缺乏获取经营性收入意愿

博物馆传统经营理念受制于计划经济体制，以国家投资、博物馆举行藏品保护与展示、相对封闭运作为主要特征^[10]。在所有案例博物馆中，只有上海科技馆等少数场馆表现

出了对获取经营性收入的重视，并积极地拓展经营性收入的获取途径。部分场馆提出，科技类博物馆不应该去开展经营性和获取经营性收入，以免影响公益性的实现。针对美国、法国等发达国家科普事业的研究表明，科技类博物馆及其相关领域中的公益性和经营性界限正在日益模糊^[11]。固守传统经营理念使得场馆管理者缺乏获取经营性收入意愿，也无法意识到获取经营性收入的意义远远大于收入本身。

3.3 受区域社会经济发展水平影响，缺乏获取经营性收入能力

区域社会经济因素对于经营性收入的影响体现在社会因素的影响和经济因素的影响两个不同层面。在社会因素方面，总人口中的青少年数量少、交通等基础设施差、公众文化素质低、文化生活场所多样，都将使得单个博物馆的经营收入获取能力下降。在经济因素方面，若所在地区的经济较为落后，公众仍关注于提高物质生活水平，将不利于博物馆获取经营性收入，尤其是不利于仍在收取门票的场馆获取经营收入。在案例博物馆中，经营性收入绝对值较高的场馆都分布在北京、上海等社会经济发展水平较高的地区。

3.4 受硬件设施影响，缺乏获取经营性收入能力

场馆等硬件条件影响到科技类博物馆可开展的经营活动种类和效果，从而影响经营收入的获取能力。经营活动开展较好的场馆通常具有展厅面积大，展厅结构布局合理，展品数量多、质量高、功能丰富，展览内容与形式新颖和独特等特征。其中，中国农业博物馆、上海科技博物馆的建筑面积均超过 50 000 平方米，且场馆面积超过 10 000 平方米；中国农业博物馆为唯一国家级农业专业博物馆，而上海科技馆拥有儿童科技园等展区，设计理念具有领先性。此外，就免费开放的场馆而言，如果拥有 3D、4D 等特效影院，那么经营收入占总收入的比重则相对较高。

3.5 受运行机制影响，缺乏获取经营性收入能力

运行机制包括人才保障、激励、监督等方面。美国、英国博物馆的发展成功经验表明了经营性人才的重要性^[12]，而我国多数科技类博

物馆并未意识到这一点,在引进人才的过程中往往偏重场馆运行管理、展品制作维护、展教等方面人才,缺乏专业经营性人才。与此同时,激励机制和监督机制不健全使得我国科技类博物馆普遍存在“干与不干”一个样、“干的好与不好”一个样。上述运行机制不健全使得我国科技类博物馆普遍缺乏经营活力与获取经营性收入的能力。

4 优化科技类博物馆经营性收入的对策建议

优化科技类博物馆经营性收入不仅是寻求收入途径的拓展,而且是在坚持公益性的前提下树立现代经营管理理念、完善制度、加强经营管理能力、寻求创新和健全体制,将获取经营性收入作为手段,缓解和消除场馆运行中面临的资金不足问题,从而更好地发挥科普公共服务功能。

4.1 更新理念,树立对经营收入的科学认识

现代经营管理理念已在经济社会各个领域牢固确立,共同成为经济组织和非经济组织发展的灵魂。科技类博物馆作为提供科普公共服务、提高公民科学素质的前沿阵地,更要坚持用现代的管理理念指导创新发展,在坚持将公益性作为科技类博物馆的根本属性的基础上,通过对管理人员进行经营管理理念培训、组织赴经营管理成果显著的场馆参观考察,引导树立科学的管理理念和对经营性收入的正确认识,并积极导入市场机制,实现科普服务模式与功能的创新,有效弥补财政投入的不足。

4.2 完善制度,规范经营性收入的来源途径

科技类博物馆获取经营收入应以不对其公益性构成负面影响为根本前提,为此,需要建立健全相关制度,明确经营收入的活动类型。根据与科普服务目的的关系,所有经营性收入来源途径可以分成3类:第一,具有强关联性,诸如特效影院、参与式和互动式展览、临展和巡展、科普文化产品销售等;第二,具有一般关联性,诸如纪念品销售、科普主题餐厅等;第三,弱关联性或是不具有关联性,诸如食品销售、游乐设施等。对于第一类,应给予

大力鼓励和政策支持;对于第二类,可视具体情况,给予部分鼓励和政策支持;对于第三类,要予以规范。

4.3 加强能力建设,构建经营性收入的基本保障

加强能力建设是科技类博物馆提高获取经营收入的基本保障。在硬件条件改善方面,应在广泛调研社会公众需求的基础上提高展品品质、优化展览设计、拓展展示功能、创新科普形式、提高场馆的使用效率等。在软件能力加强方面,应适时更新工作人员理念,重视经营型人才的引进,并通过完善激励和监督机制,促使经营型人才与现有的科研人员和其他工作人员开展富有成效的合作。无论是硬件条件的提升,还是软件能力的加强,都需要政府及其职能部门予以高度关注,同时也需要科技类博物馆管理人员积极参与。

4.4 积极创新,拓宽经营性收入的获取途径

作为科普公共服务平台和载体,科技类博物馆应加强以下三方面的创新,以拓宽经营性收入来源途径。一是创新经营活动类型。经营活动类型创新应服务于加强科普服务。在实践中,以加强科普服务为导向的经营活动拥有较大的创新空间,但却缺乏创新意识和能力。二是利用新技术、新媒体,创新经营活动方式方法,寻求经营性收入获取途径的网络化和数字化。三是拓展市场合作领域,寻求创新合作项目。

4.5 推动展教资源共享和场馆合作,提高经营性收入的实现效率

作为公益性事业单位,科技类博物馆提供的科普公共服务同样面临成本和收益的抉择与比较。在推动展教资源共享方面,可利用现代网络技术,组建特定行业内的科技类博物馆联盟,建立博物馆展品、展示内容、展示形式、场馆等关键信息的内部数据库,实现博物馆资源共享,避免资源重复开发造成的成本增加。在推动场馆合作方面,可探索跨行业的博物馆合作模式,取长补短,提高经营收益,诸如探索建立科技馆与文博馆的合作、利用科技馆游客数量多的优势与文博馆的技术优势开展传统手工制作等科普活动。

(下转第48页)

高的要求。

5.5 以主题统筹方式进行内容组织

这种模式结合了以上不同模式的特点，是一种更为综合的内容组织模式。它的特点之一一是设定特点的“主题”，以该主题统领内容、展项、环境等各种要素，并形成统一、完整、强烈的视觉体验和游览体验。另一个特点是不强调下面各个区域或板块以统一的线索进行组织，可以是学科的，可以是认知模式的，也可以是生活场所的。这种模式更具有灵活性和通用性，却不失统一性和整体性。

6 结语

由于时间和精力的限制，课题组对儿童科普展示策划内容组织模式的调研和分析还有不全面之处，我们将在未来的时间内继续关注儿

童科普展示的发展，希望本文能对我国儿童科普展示的研究开发工作有所帮助。

致谢 感谢中国科技馆朱幼文先生、合肥科技馆罗季峰先生、上海儿童博物馆吴惟力女士的鼎力协助。

参考文献

- [1] 乐俏俏. 体验在博物馆学习中的意义及其实现[D]. 杭州: 浙江大学, 2008.
- [2] 宋继敏. 现代科技条件下我国博物馆的教育[D]. 南京: 南京师范大学, 2008.
- [3] 王宏均. 中国博物馆学基础[M]. 修订版. 上海: 上海古籍出版社, 2001.
- [4] 苏东海. 博物馆的沉思[M]. 北京: 文物出版社, 1998.
- [5] 严建强. 博物馆的理论与实践[M]. 杭州: 浙江教育出版社, 1998.

.....
 (上接第 15 页)

参考文献

- [1] 谢莉娇, 徐善衍. 我国科技类博物馆发展的现状分析和问题思考[J]. 科普研究, 2010, 5(4): 35-40.
- [2] 我国科技类博物馆现状及发展对策研究课题组. 我国科技类博物馆现状调研报告[J]. 科普研究, 2009, 4(4): 36-40.
- [3] 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.
- [4] 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.
- [5] 国务院. 全民科学素质行动计划纲要实施方案 (2011—2015 年) [Z]. 2011.
- [6] 张巧玲. 科技类博物馆繁荣背后的四大症结[J]. 今日科苑, 2009 (21): 55-56.
- [7] 李金生. 博物馆产业化问题初探[D]. 济南: 山东大学, 2008.
- [8] 辛儒. 休闲经济背景下博物馆的经营与管理[J]. 河北大学学报(哲学社会科学版), 2006, 31(1): 139-142.
- [9] 苗润莲, 李梅. 我国科技类博物馆发展现状及几点建议[J]. 科普研究, 2010, 5(5): 55-59.
- [10] 孟庆金, 耿玉德. 现代博物馆经营理念创新研究[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2005, 26(1): 48-52.
- [11] 钱雪元. 市场驱动下的科技博物馆[J]. 科普研究, 2010, 5(5): 59-64.
- [12] 闵泉. 市场环境下的博物馆经营管理[J]. 中国博物馆, 2001 (2): 31-35.