



构建体育“迪斯尼”世界

——对上海体育博物馆体验式运营模式的设想

高 瑜, 王 果

摘 要: 结合体验经济时代的特征, 总结分析上海体育博物馆和迪斯尼乐园的相似之处, 借鉴国外知名体育博物馆体验式运营的模式, 并结合上海的城市特点, 对上海体育博物馆的运营模式进行体验式策划, 提出打造体育迪斯尼世界的设想, 为上海体育博物馆的运营模式提供建议。

关键词: 上海; 体育; 博物馆; 运营模式

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-1207(2012)02-0024-08

Establishing a Sports "Disney" World

--- on the Experiential Operational Mode of Shanghai Sports Museum

GAO Yu, WANG Guo

(Shanghai University of Finance and Economics ., Shanghai 200433, China)

Abstract: Based on the characteristics of experiential economic times, the paper sums up the similarities of Shanghai Sports Museum and Disney World. It introduces the experiential operational modes of some well-known foreign sports museums and suggests using experiential programming for the operational mode of the soon-to-be-built Shanghai Sports Museum. It puts forward the measures for the museum based on the characteristics of Shanghai and the idea of building a sports Disney World.

Key words: Shanghai; sports; museum; operational mod

21 世纪是体验经济的时代, 作为为社会和社会发展服务、向公众开放的永久性机构, 体育博物馆的运营管理必然受到时代背景的影响。现代体育博物馆需要顺应时代要求进行改革, 需要给体育文化一个舒适的温床, 以便能吸引更多参与者参与到对体育文化的欣赏与思考中。上海是我国近代体育的发祥地, 而上海要建设“国际体育知名城市”, 上海体育博物馆运营的成功与否对上海建设“国际体育知名城市”有举足轻重的作用。于2011年年底建成的上海体育博物馆将充分展示上海体育的起源和发展历程, 将成为全市人民, 特别是青少年进行爱国主义教育的基地之一, 成为国内外游客喜爱的有影响力的文化场所之一。为了适应上海对体育博物馆建设的目标, 其建设理念必须跟得上体验经济时代的步伐, 在建设中有针对性地强化上海体育博物馆体验经济意识, 把上海体育博物馆建成体育“迪斯尼世界”, 拓宽且丰富上海体育博物馆多元化的发展内涵。

体育迪斯尼世界是指顺应体验经济时代人民群众注重个人体验的需求, 尤其是对高品位、高层次体育娱乐的需求, 借鉴迪斯尼乐园的成功运营模式, 充分运用上海体育博物馆内的主要资源、摆脱以往的“千展一面”的状况, 在传统展览的基础上精心加入体验的元素, 从事体育博物文化产品的展览运营与服务, 通过创造、提供和出售体验, 让参观者在参观过程中有所感受, 带给他们快乐、和谐、愉悦的体验, 使其留下深刻印象, 精神需求得到最大满足, 沉浸在精心营造的体育世界中。

1 研究方法

1.1 文献资料法

查阅大量有体育博物馆的书籍、文献、报告等资料, 了解国内外关于本研究的现状。

1.2 数理统计法

采集最新上海体育博物馆和国内外体育博物馆现状、上海体育设施、非物质文化遗产相关资料, 进行提炼, 统计。

1.3 调查法

通过走访上海博物馆、河南博物馆等, 进行对我国博物馆展览方式进行实际调查。

2 体育博物馆运营模式研究

2.1 博物馆运营模式

纵观已有的相关研究, 大多数学者都对博物馆运营模式进行了不同方面的阐述, 从视角上看: 对中外博物馆运营模式的研究已经涵盖了功能定位、管理、设计理念、经营方式、品牌打造、服务水平、展览设计等方面, 几乎是面面俱到, 这为博物馆研究提供了不少宝贵的意见。

此外, 从领域上来说: 体育博物馆作为博物馆在体育领域的分支, 体育博物馆具有以下性质: 藏品、研究、陈列和开放。在内容上有奥林匹克也有民族民间体育, 有古代也有现代体育; 在形式上是集保藏文物、图书、档案、进

收稿日期: 2012-01-27

基金项目: 2011 年上海市体育社会科学、决策咨询课题 (TYSKYJ2011104)

第一作者简介: 高 瑜, 男, 讲师。主要研究方向: 体育人文社会学。

作者单位: 上海财经大学 体育教学部, 上海 200433



行编辑、出版、研究体育文化的综合体。在功能上是一个通过传播体育文化向公众进行社会教育的机构,又是一个公众娱乐、休闲、社交、浏览的场所。由体育博物馆的性质可知体育博物馆的运营应重感知、重体验,作为体育领域博物馆,与其他博物馆相比,就必然存在它在运营模式上的与众不同之处。

然而针对体育博物馆在体验经济时代怎样与时代相结

合,进行体验式运营的研究却没有系统性的阐述,也很少从理论的高度进行系统、规律性的论述。

2.2 国内外知名体育博物馆的运营模式的借鉴

国外很多知名的体育博物馆采用体验式运营模式,并取得了很多的效果。表1列出部分知名体育馆的体验式运营的运营特色。

表1 国外知名体育博物馆的体验式运营模式列表

Table 1 Experiential Operational Modes of Some Well-known Foreign Sports Museums

体育博物馆名称	体验式运营特色
温哥华体育博物馆	设有特别“参与陈列室”,利用现代科技手段,为参观者提供跑步、投掷、攀登和划船等项目的亲自运动的机会。
新英格兰体育博物馆	有20个展区,体育名人用木雕刻,还设有许多互动式展品,观众可亲身体验运动魅力。地下室还藏有数以千计的纪念品。专门为盲人准备的特别展品。
国际游泳名人堂	有两个50m标准池,及游泳池、教学池和游泳峡沟各一个,可进行训练、游泳、跳水、水球和花样游泳比赛的世界级的游泳表演场所,拥有博物馆和艺术陈列室。1995年起还举行一年一度名人入堂仪式和邀请赛活动。
国际体操名人堂	展厅中设有健美肌海滩/高空运动厅,展示开展的蹦床比赛、翻跟头、高空运动和爬绳等多种娱乐活动项目内容。
美国俄亥俄州的职业橄榄球名人堂	藏有铜制名人半身像、相片和私人物品。展出美国橄榄球联盟历史及职业橄榄球运动服的演变、反映橄榄球运动事件的展品、可视资料和录像,有选择功能的滑动机械让你亲身参与、体验橄榄运动。

资料来源:世界体育博物馆览胜

总之,随着经济结构的变化和市场经济的发展,体育博物馆应在原有的模式基础上顺应体验经济时代的需求,树立体验式运营的新观念,大力推进博物馆的文化产业建设。唯其如此,博物馆才能走上一条可持续的良性发展的健康道路。

3 上海构建体验式体育博物馆——体育“迪斯尼”世界的构想

3.1 体验式体育博物馆内涵、特征

将体验经济的概念引入到体育博物馆设计中,就形成了体验式博物馆的概念,即体育博物馆根据参观者的态度、兴趣、嗜好、情绪、知识和教育,把展品作为“道具”,服务作为“舞台”,环境作为“布景”,追求的是一种探索、一种感受、一种挑战,体验的是独特的展览方式和人的精神与展览的和谐统一,强调在随时随地感受和与历史文物“为所欲为”的交互中进行新的生命思考。体验式博物馆达到了人与物的和谐共存让人远离都市的喧嚣、缓解现代生活的压力,它既能学有所得又能娱乐身心。体验式博物馆有以下特点。

3.1.1 彰显个性

当前,个性化成为一股潮流,参观者愈来愈追求能够表达个人价值、性格、审美情趣的东西,体验是参观者参观博物馆时的内心的感受,“千展一面”是博物馆的“癌症”,体育博物馆要吸引参观者,就必须体现较强的个性化。博物馆以丰富多彩的特色展示、精心独特的展览空间才能凸显其与众不同,给予参观者独特的体验。

3.1.2 追求互动交流

人们的积极主动的参与比被动观察学到的东西更多。体验式体育博物馆就是要以个性化的、互动的方式进行设计吸引参观者的参与,在体验中,顾客处于主体地位,通过亲

身参与,可以强化对体育的认知,获得深刻的感受。互动过程,也是博物馆和顾客之间的学习过程,通过与顾客的接触,博物馆可以深层次、全面地了解顾客,深度地洞察顾客如何体验博物馆的展览和服务,从而创造出高峰体验。

3.1.3 蕴含情感

在展品和服务越来越精细化的今天,消费者更关注展览设计的象征意义和展览环境所营造的氛围。展览设计体验强调的是顾客心理所发生的变化,要触动他们的内心世界,目的在于创造喜好的体验,从而对展览留下深刻的印象。展览厅内外环境的和谐搭配为参观者完美的情感体验提供了空间保证。

3.1.4 创造快乐

快乐是人类最原始的体验之一,人们天生都愿意寻求欢乐而避免痛苦,几乎没有人会排斥促使其开怀大笑的快乐瞬间。迪斯尼乐园为何会让人们流连忘返?因为在那里可以寻求无穷的乐趣。体育博物馆体验就要通过精心设计的展览服务来吸引人们在其营造的体育迪斯尼世界中来参观游玩,在“玩”的过程中达到心神愉悦。

3.2 上海的体育环境

在从国内中心城市到“服务全国、面向世界”的知名世界城市的定位转变的大背景下,作为发展主战略的重要组成部分之一的上海体育事业,也获得了稳定和谐的政治、经济、社会环境。在上海市政府统领性的部署和规划下,上海体育的发展目标在进行着有序地升级。

3.3 上海构建体验式体育博物馆的可行性

3.3.1 目前国内博物馆现状

表2列出了目前中国正在建设的体育类博物馆的现状。



表2 目前中国正在建设的体育类博物馆
Table II Sports Museums being Built in China

名称	建成年份	建筑面积	设施	展示	活动
陕西体育博物馆	2011年以后	3 067 m ²	西北地区首座体育博物馆，也是我省为数不多的行业博物馆。	陕西古代体育展区、陕西近代体育展区、陕西现代体育展区、体育精品展区、“十二五”体育发展规划展区和奥运互动主题展区等六大展区。	以体育精神教育青少年；联系中小学校，积极参与第二课堂建设实施工作；围绕科学发发展观，广泛开展体育科普知识推广工作；开展对外进行体育博物馆交流，推动陕西体育文化走向世界。
广州羽毛球博物馆	2011年以后	8 000 m ²		第一个是展示区，展示内容包括世界羽毛球历史、发展与现状介绍，广州羽协历年来保存的史料、广州羽毛球发展所取得的成绩等；第二个是互动区，展出各国内外大赛的奖杯与奖牌，第三个是商品区，来自世界各地的商家可以展出最新的羽毛球运动用品。 上海及周边地区出土的体育文物。古代民族传统体育器具（舞龙、舞狮、龙舟、风筝等），民间武术器械、古代兵器、拳谱等，古围棋、象棋和棋谱，体育典籍，体育绘画、壁画、年画、陶瓷，民间工艺品，体育名家照片等物品。	参观者不仅可以与这些珍贵的奖杯奖牌合影，更可以现场测试自己的扣球速度，挑战当今世界羽球第一速度326km/h，这是由广东籍男双世界冠军傅海峰创造的。
上海体育博物馆	2011年底				

3.3.2 建设体验式体育“迪斯尼”博物馆的可能性

对比国内体育博物馆现状和中外体育博物馆陈列展览状况，可知体验式博物馆已成为现代博物馆发展的大趋势。

(1) 进入21世纪后的这几年来，由于科技的发展，人们审美观念注重自身感受意识的提高，博物馆展示设计不断摆脱传统的羁绊，注入新的内涵，已经意识到将体验的元素引入博物馆的重要性，体验式的体育博物馆可通过真实情景再现、互动式活动等多种展览活动起到让观众把博物馆带回家的效果。

(2) 以往观众在博物馆主要是看展览、听解说，展品旁通常放着“请勿动手”的牌子。现在在许多博物馆中“请勿动手”改为“请君触摸”，观众可以充分利用各种感官，对展品作全方位的了解和欣赏。由单纯的视觉发展到视觉、听觉、触觉甚至味觉等全方位感知展品。

(3) 博物馆的交往活动向博物馆建筑提出了新的要求，带来了新的变化。在以往的博物馆分区中，管理与研究是“内务”部分，是观众的禁地。而在体验式体育博物馆中，可向专业学者和对展品兴趣浓厚的人开放以前被认为是观众禁区的后勤，研究部分和库藏部分，为他们提供更为详尽的资料和周到的咨询服务，甚至一同进行试验、示范、演示和讨论等活动。体验式体育博物馆还可向观众开放展品修复室等工作间，让观众不仅对展品，而且对博物馆的工作有所了解。

3.3.3 人们对体验式博物馆的需求

我们的一切经济活动都应是为了满足消费者的需求，随着消费者的需求向体验型的变化，消费体验的个性化也就必然成为体验发展的根本动力。“千展一面”、“墙上的书

本”是体育博物馆的“癌症”。

如今的人们参观博物馆，不是为了单纯地欣赏展品并获取展品本身所反映的知识，更重要的是通过体育参观获得一种体育文化体验。体育博物馆实质上是体育文化体验的场所，通过创新陈列表现手法，营造感人的氛围环境来使观众获得深刻的参观体验。观众在参观体育博物馆时通过体验式的展示方式对展品情感性、审美性、象征性、符号性等进行把握，在获得展品信息的同时，也获得一种文化的体验和精神的满足。

3.3.4 迪斯尼乐园和体验式体育博物馆的相通之处

3.3.4.1 走的是文化之路

迪斯尼实质上推广的是文化产业。美国式的追求新鲜刺激，兼顾受众娱乐的产业。背后有深厚的文化背景，美国式的个人成功故事，不断讲述的是自由、民主、以个人为中心的成功故事。不断翻新故事内容，辅以可爱的卡通、动物形象，从心理、视觉和体验的角度冲击受众，不断激起游客的购买欲。

体育博览馆拥有着中华上下五千年的丰富的体育文化资源，广纳体育文化的精华，正是顺应中华民族体育文化传承发展的需要，成为联系过去、现在和未来的纽带和桥梁，承担着体育文化传承载体的重要角色，承担着进行体育文化教育、传播、体验、研究的的重任。

3.3.4.2 迪斯尼满足人们不断追求新奇、娱乐身心的心理

不断建造新的游乐设施，不仅满足孩子的求新欲望，兼顾家庭，青年人等各个受众群体的需求，把欢乐、休闲带给每一位游客，从而最大限度地推广自身的价值，获得最大效益。



现代体育博物馆在将保管、展示、社会教育作为博物馆最基本的三大职能的基础上又增加了“休闲娱乐”功能。大部分的观众参观博物馆的目的不是走马观花地简单了解一下博物馆及其展览,而是要进去“休闲娱乐”,获得一种其他情况下难得的文化和鉴赏体验。

4 上海体育博物馆体验式运营模式的设计

4.1 设计理念

4.1.1 功能定位

“高品位、历史性、现代化、全景式”是上海体育博物馆的定位。综合体验式体育博物馆应有彰显个性、追求互动交流、蕴含情感、创造快乐的特点,上海体育博物馆应有以下的功能体现。

4.1.1.1 收藏展览功能

博物馆的社会职能在其发展初期主要是收藏和研究,然而除了传统的管内展览外,还可开展“共享一片蓝天——上海博物馆体育文化共享活动”,活动主要面向上海郊区的中小学生和社区群众,活动内容包括:第一,由上海体育博物馆组织,定期免费接送郊区的观众来馆参观,宣传上海的体育史文化;第二,送展下乡,以各种形式到郊区开展巡展活动。

4.1.1.2 教育、研发功能

在寒暑假招募学生做上海体育博物馆的导游,在每场讲解开始的时间,志愿者将等候于各展厅入口处,提供义务导览服务,便于游客参观上海体育博物馆。实施一些教育计划,体育文化讲座,邀请专家为郊区观众,特别是教师和学生免费举办各种体育文化讲座。如讲述上海体育史、体育文物、奖杯的背景,一方面满足了对学生体育知识的教育,另一方面也满足了体育爱好者的需求。举行体博征文比赛,丰富多彩的夏令营活动,开设相关的学生老师体育培训课程等,融知识性、趣味性、娱乐性于一体,达到寓教于乐的目的。

4.1.1.3 休闲娱乐功能

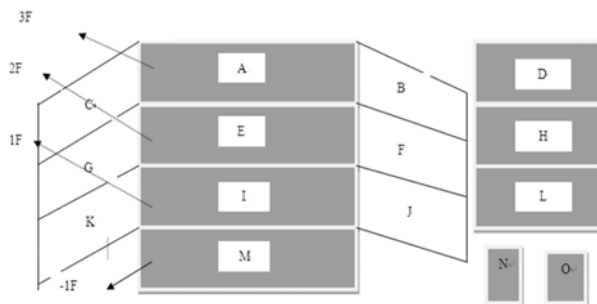
上海体育博物馆在沙龙活动中将充分展示上海体育的起源和历程,展出上海古代、近代和现代体育的精品,并与有影响的国际体育组织合作,展现部分项目的世界发展史,上海体育博物馆筹委会先后与国际乒联、NBA、英超、意甲等组织进行了接触,并取得了积极进展。上海国际乒联博物馆于2011年落户上海体育博物馆,标志着上海体育博物馆在国际合作方面取得了突破性的进展。此外在沙龙活动中,会员们还可在上海体博馆体验集体健身操、有氧器械、无氧器械、跑台、抱石、足球、羽毛球等运动。能通过赏心悦目的娱乐参与,消除疲劳,陶冶性情,焕发精神,以获得文化生活享受的满足,同时,这种愉悦的心情有助于消除观众的博物馆疲劳。

通过这些活动,实现城乡之间“体育文化信息教育资源共享”的发展目标,促进郊区地区体育精神文明的发展,使郊区的人民体验感受到上海体育博物馆浓厚的体育文化氛围。

4.1.2 设计内容

(1) 上海体育博物馆立体空间布局设想

本文对上海体育博物馆打造体育迪斯尼世界的设计框架如图1所示。



楼层	类别	区域	功能
3F	有藏品的开放区域	A	博弈馆
		B	杂技百戏
		C	艺术体操馆
		D	其他项目馆
2F		E	球类馆
		F	射击馆
		G	角抵馆
		H	武术馆
1F		E	夏奥运会馆
		J	冬奥会馆
		K	上海体育史馆
		L	中国体育史馆
-1F	有藏品的非完全开放区域	M	藏品库房、藏品保护实验室、文物摄影室、文物的装卸区
		N	域、展览准备工作间
	无藏品的非开放区域	O	行政管理和安全防护区域
辅助区域	无藏品的开放区域	0	全民健身、教育交流、公共服务和停车库区

图1 上海体育馆立体空间布局设想

Figure 1 Suggested 3D Space Layout of Shanghai Stadium

(2) 博物馆平面空间布局设想(图2)

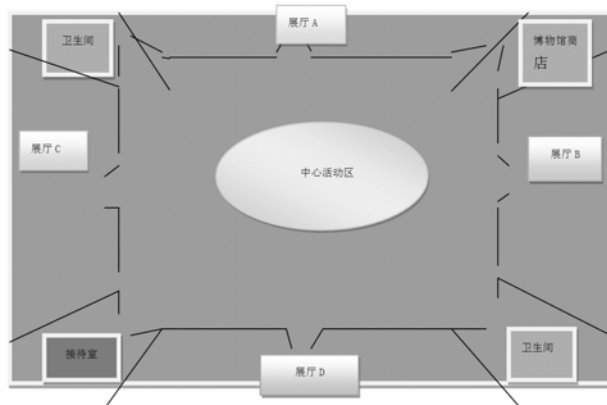


图2 上海体育博物馆平面空间布局

Figure 2 Plane Space Layout of Shanghai Sports Museum

(3) 上海体育博物馆展览设计构想框架 (图3)

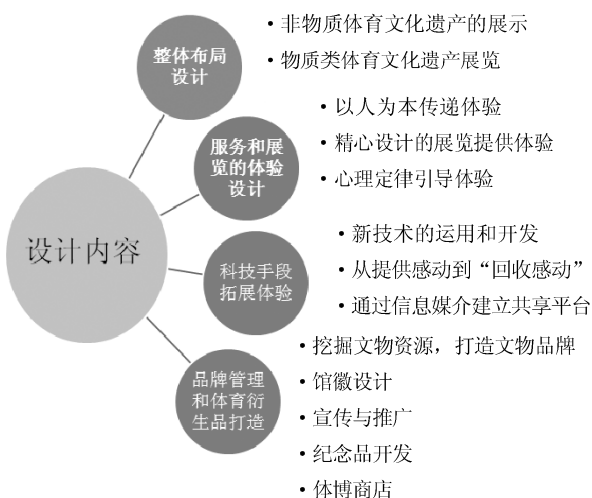


图3 上海体育博物馆展览设计构想框架

Figure 3 Suggested Exhibition Design Framework of Shanghai Sports Museum

4.2 体育博物馆的整体布局

上海体育博物馆体验式运营模式的主旨和设计理念是不仅要保证文物的安全,而是要运用调动各种陈列艺术语言和辅助手段,使观众从中体会到博物馆不再只是陈列展品的仓库,而是动态与静态结合、研究与体验共享的场所。进而更加清晰和深刻地理解体育文化和精神的内涵,从而充分展现上海体育博物馆“高品位、历史性、现代化、全景式”的定位。

4.2.1 非物质体育文化遗产的展示

随着文化遗产概念的不断扩延和保护非物质文化遗产呼声的日益高涨,博物馆原有的以“物”为展出内容的理念正在面临着新的挑战,将非物质文化遗产与物质文化遗产结合起来是博物馆发展的趋势。

上海其他类型的非物质类文化遗产很丰富,但是体育类的非物质文化遗产申报项目几乎没有,体育文化遗产是体育博物馆的核心,因此若想将上海体育博物馆打造成体验式的体育迪斯尼世界,必须进行一些措施使得非物质体育文化遗产得到更多的保护和传承。

(1) 丰富非物质文化遗产的展示种类

引进国内外其他地区的体育类非物质文化遗产,如在博物馆展示象征着达斡尔族鹰图腾的雕塑,正门的两侧各有3个曲棍球造型的立柱,正墙上反映达斡尔族放排、鹰猎、歌舞、打曲棍球等生产生活场景的大型铜制浮雕。展示曲棍球运动的历史、制作艺术、比赛规则和传统等。

还可在体育博物馆内设立龙舟展,与一年一度的“龙舟节”相呼应,在展厅进行扇子舞、太极拳和体操表演等。此外还包括如围棋、中国象棋、武术、南风扁鼓、舞龙舞狮等原汁原味的传承中华民族传统的体育项目。

(2) 活态展示策略

在上海体育博物馆内进行以传承人为核心的非物质文化遗产项目活态展示,一方面可向观众传播真实、原汁原味的非物质文化遗产,丰富博物馆内的活动;另一方面展示非物质文化遗产在当下的生存状态、形式和相关知识,达到寓教于乐的目的。在博物馆中以这样生动的形式表现丰富多彩的

活的事件、人物、艺术,如瑜伽、排舞、门球等时尚流行的外来体育文化,以及手杖操、海派秧歌、健身气功等自主创新的体育文化项目,恰是博物馆在保护和宣传非物质文化遗产中开拓性的尝试,在观众得到真切感受的同时实现博物馆展示的目的。

(3) 非物质文化遗产的固态收藏策略

由于某些艺术、观念、知识、技术形态的非物质遗产需要依托于“物质”而存在,没有特定载体的承载,这种非物质文化遗产也就不存在了。因此博物馆可借助于非物质遗产的载体,建立档案和信息数据库来达到展示无形文化遗产的目的。还可以通过利用博物馆的电子出版物,将文字、声音、图形、图像等信息以数字代码方式存储在磁、光、电等介质上,通过计算机或类似功能的设备“阅读”、使用并公开出版发行崭新的大众传播媒体。电子出版物的媒体形态有软磁盘(FD)、只读光盘(CD-ROM)、交互式光盘(CD-I)及网络出版物等。

(4) 非物质文化遗产展示和教育科研活动

上海体育博物馆可设立“海派体育展”从多层次、多角度展现非物质类体育文化遗产。博物馆可以在策展、教育及营销等人员的合作之下,与社区(包括社区内其它的文化机构、大学等)形成伙伴关系,比如,大学应该把非物质文化遗产的保护、研究和开发作为教学研究的课题,完成大学的非物质文化遗产教材的编写工作,为启动“文化遗产规划管理专业”本科教学做准备。

4.2.2 物质类体育文化遗产展览

(1) 在展览形式方面——“体验式博物馆”

上海体育博物馆可在以下几方面进行互动体验式展览。

A. 互动式展览——可远观亦可近玩焉,充分注重展品与观众之间的交流互动,贴近生活、贴近社会、贴近公众,增加展示的趣味性、体验性和互动性。

B. 多种展览形式——动静结合,让展品动起来,以其自然存在状态展示在观众面前,这不仅能增强展览的趣味性和娱乐性,而且更能使观众得到真实地感受、心理需求、参观动机、兴趣爱好等。

(2) 在陈列布局上——可体验的真实情景再现

体育博物馆展品展览应从只关注展品到关注展品及其背景环境,把展品置于一定的背景中来展示,使他的信息价值得到充分体现。这种陈列模式可以是一个景箱,也可以是一间精心布置的展厅,甚至一个大的室外展场。他留给观众一种身临其境的感觉。从某种意义上说,观众需要的是感官上的满足而不是智力上的。

然而在原真性的展览环境里,展品仍是“可远观而不可亵玩”。因此,上海体育博物馆在展览设计中可仿照米加先生所用的奇妙的设计手法,让“勿触摸”变成“请进入”,使观众更真切的体验。因而体验式博物馆对于儿童和受教育程度不高的观众也有好的传播效果,在博物馆追求观众效应和社会效应的今天发展迅猛。

(3) 展览空间——设计人性化

陈列展览的空间设计一定要以人为本,时刻为观众着想。有的博物馆展厅的展线特别长,又没有让观众坐下休息的地方,让人感到很累;也有的博物馆在形象设计上呆板僵硬,缺乏变化,这样就给观众造成视觉疲劳。设计人员应



从观众的角度出发,采用不同的展柜、光线、色彩、根据展品的高低、大小、疏密等情况科学合理陈列展品。良好的服务可有效地拉近博物馆与观众之间的距离,让观众愉快地参与博物馆的信息交流活动。总之,博物馆要从观众着想,以满足社会和观众的需要作为博物馆宣传教育工作的出发点。

4.3 体育博物馆的体验设计

4.3.1 以人为本——提供优质服务传递体验

上海体育博物馆可在以下方面通过提供优质服务来传递体验。

(1) 拥有一批高素质的工作人员

体博物馆的建设是一项十分繁琐、细致和高难度的工作,其发展需要大批既有扎实的博物馆学的功底又有较为深厚体育文化知识的复合型人才。这些复合型人才应具有团队精神、对艺术作品具有高超的鉴赏力,对体育博物馆前景具有前瞻性的判断力。能够制定严密的策划方案,使展览设计具有挑战性、超前性和可操作性,从而有助于提供优质服务来传递体验。

(2) 博物馆服务人员的仪容仪表要求

博物馆服务人员良好的仪表形象和专业的讲解会给人们留下美好的回忆,使人们在这里得到美的享受,同时也会使人们接受其宣传的东西,进而在一定程度上促进博物馆展览、教育、休闲娱乐功能的发挥。上海博物馆的工作人员在入职之前进行一段时间的礼仪培训,如邀请礼仪公司的教师,就接人待物、服务用语、服务规范等礼仪内容对工作人员进行培训。

(3) 展览准备要全面细致

如使用英、法、阿拉伯等几种主要语言做展览说明、讲解与回答问题;要兼顾到观众的游览、饮食、入厕与休息的需要,还要考虑特殊人群的需要;在上海体育博物馆门口设立绿色通道,使老年人、残疾人朋友可以不用排队等候,更加便捷地入馆参观。特设专职讲解员为残疾人提供服务;聘请哑语教师和志愿者,为需要特别服务的参观者提供帮助;专门制作供残疾人使用的参观导览图;如为盲人精心制作一些珍贵文物的精美复制品,使视力残疾的观众可以通过触摸感受体育文物,感知历史,让他们与展品零距离接触。这种触摸的观展方式形式新颖,对于视力残疾观众效果好,也更加周到地履行了无障碍观展的理念。

(4) 以“人文经济”的头脑经营博物馆

在上海体育博物馆开办的茶点室、棋牌室、咖啡厅、快餐供应点中不仅能够通过各类媒体展现上海体育博物馆特色,还应当融入具有各类体育项目特色的高附加值服务理念,使之丰富体育主题乐园的内涵。比如:建立博物馆合作伙伴、代销纪念品,并进一步开发和经销自己博物馆的特色纪念品,为观众提供便利。这样既捍卫了人文精神,又有利于实现博物馆的经济效益。

(5) 设立观众评估机制

上海体育博物馆通过观众评估可了解观众需求,使博物馆能够明确工作方向,确立合理的预期目标,并制定保障展览实施的工作方案。观众评估的方法有调查问卷和观众采访法等。

4.3.2 精心设计的展览——提供独特展览增强体验

迪斯尼虽然被称为娱乐帝国,但是在从大处着眼的同时,不忘从细节入手。在迪斯尼乐园里,售货员的目光必须与顾客的目光处于同一水平线上。如果客人是儿童,售货员还必须面带微笑地蹲下去,眼睛跟眼睛要保持一个高度,不要让儿童抬头和员工讲话,要微笑地把商品递到儿童手里。迪斯尼以人性化、精细化的服务,满足游客的各种需求,哪怕是最细微的地方,也一丝不苟,从而赢得了回头客。

同样,上海体育博物馆也应在以下方面做到精心设计。

(1) 展览设备、用具考究

每个展柜、每片玻璃,甚至使用的螺丝钉都要是高质量的,从形状到颜色都与展品相配、与环境协调,看上去既坚固耐用,又非常美观。

(2) 展示手段独特

每件展品都有自己的展示方法,做到与众不同。另外,展览环境优雅。展厅中地面、墙面、窗帘的式样和颜色都与展品协调一致,互相烘托,相互依存,构成一个完整、舒服的整体,但却到处散发着艺术的魅力。

(3) 展览内外环境和谐

上海体育博物馆作为体育文化场所,已不能再是单一的展厅,而应是多元化、多层次综合性的现代化体育博物馆,应是集休闲、娱乐、教育于一身的多功能的体育文化世界。博物馆环境与建筑的协调,寓教于乐,集知识性、趣味性、娱乐性于一体,是现代博物馆的发展方向,也是观众对现代博物馆的要求。

上海体育博物馆位于东方体育中心,这为其打造体育迪斯尼世界提供了得天独厚的周边场所环境。然而外部环境的美化是陈列展览的一个有力补充,在古老的体育文化氛围里,增添具有“海派”特色的园林文化的内容,一定程度上弥补了博物馆古老、沉重的感觉,使观众参展后在亭台楼阁、小桥流水、鸟语花香、绿树成荫的环境里欣赏一下大自然的美,缓解一下观展的视觉、听觉疲劳,有助于观展后的心情的逐渐放松。使观众在接受社会教育的同时,又领略了大自然给人们带来的惬意风光,又享受了现代博物馆给人们提供的优越条件,为上海体育博物馆打造体育迪斯尼世界创造了融洽的氛围。

4.3.3 符合心理规律——升华体验

(1) 实现“扩增空间展示”

考虑到一般博物馆实体空间展示所缺乏的灵活性和虚拟空间展示中丢失情感等缺陷,可在上海体育博物馆实体空间中进行“扩增空间展示”。即将虚拟展示空间结合到上海体育博物馆实体展示空间中,利用混合现实技术、增强现实技术等加强观众在实体藏品浏览中的感受,扩展了博物馆的展示空间,提供了展品的全方位信息。如,在上海体育博物馆展示中使用区域定位系统可使参观者在展品面前进入虚拟空间,虚拟空间提供的展品信息是参观者在实体空间中无法得到的,参观者还可以根据自身的需要自主选择信息内容,这使展品的信息传递量得以扩增,而且提高了观众与展品之间的互动能力,充分发挥了数字化展品的再生文化价值,从而使展品对每一个参观者的信息传递形成了个性化的传递,为解决两种展示方式的不足提供了新的途径。



上海体育博物馆可通过“扩增空间展示”，将真实空间与虚拟信息空间整合，形成具有交互和导航特征的展示空间。“扩增空间展示”的数字智能导航系统显示实体展示空间里的参观者的运动轨迹，提供参观者需要和感兴趣的信息，即使参观者没有明确的要求，系统也会提供一个隐性信息的输入。当参观者在空间里自由参观时，系统根据参观者的位置自动计算出信息存储中的展品信息，引导参观者注意和停留在感兴趣的位置，同时系统会自动播放音频描述或视频描述。在参观者前往的沿线区域，系统不会激活沿线其它展品的信息，以保证参观者及时快捷地到达指定展区。例如，系统根据观众的要求，能够提供和展品相近似的产品的性能(与展品同时代、性能相似的产品)进行比对。

(2) 色彩搭配的心理体验

色彩能够表现感情，影响人的心理，这是一个无可辩驳的事实。色彩直接或间接地服务于展示主题文化，色彩的选择，关系着整个展示的风格和气氛，利用色彩的刺激原理来调动参观者的情绪为一种重要手段之一。千变万化的色彩搭配构成一个成功的色彩设计，来表现不同的主题。

4.4 科技手段拓展体验设计

4.4.1 新技术的运用和开发

网络技术的应用:对于非物质文化遗产，上海体育博物馆可通过网络技术提供给参观者更多元化、交互式的多媒体体验，增进在线使用者的交互式学习，如针对某个非物质文化遗产的开发，博物馆专门组织网络在线讨论等。

多媒体显示终端:目前新一代博物馆导览服务系统不仅提供语音导览，还能同时配备文字、影像以及动画等多媒体支持，观众可通过互动展区浏览多媒体信息内容，并与博物馆进行互动与交流(见图4)。

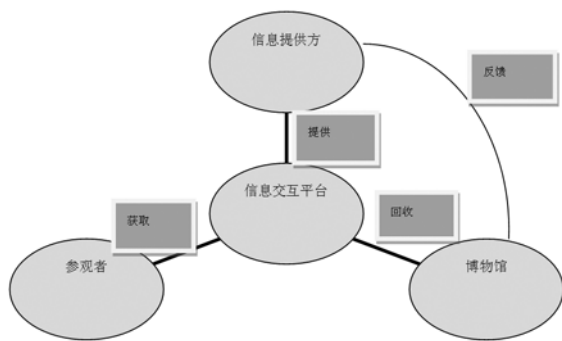


图4 信息交互平台效益分析图解

Figure 4 Benefit Analysis of the Information Interaction Platform

虚拟博物馆:虚拟博物馆则采用数字模拟物品及真实场景的三维模型展示实物和历史。虚拟博物馆对展示的物品大小没有任何限制，物体的三维模型可以无限期展示，没有物品被毁坏、被偷窃的危险。人们在虚拟博物馆中可以获得一种真实的体验。

4.4.2 从提供感动到“回收感动”——增强互动

现代科技的高速发展为博物馆展示的多样性提供了强有力的技术支持。与传统博物馆相比，现代博物馆的展示应更注重人与物的交流互动。而通过网络交流，人与人之

间不再陌生，人们可以在网络上畅所欲言，分享彼此的感动，结束只提供信息而不能得到回收的现状。在公共留言板上观众可以通过链接查看其他观者选择的作品，了解他人欣赏的作品是否与自己相同，是什么作品也感动了其他人……观众可以在互动过程中随时反馈，满足不同的要求。博物馆可以把观众这种鉴赏中的感动有形归结，了解观众的需求，或着把参观博物馆的个人感动记录下来，让观众“带走”博物馆，与家人共享文化遗产信息，从而延伸博物馆陈列展览的生命。

4.4.3 通过信息媒介建立共享平台

网络平台的加入，使得交流更具有广泛性、开放性和互动性。加强博物馆和公众的交互，使观众在有限的空间中分享更多更新的乐趣、体验和收获。在这个平台上观众可以通过作品点击排名，知晓什么作品最受关注，这种不在场的交流既满足了观众的好奇心，也使得观众从中获取一种鉴赏的认同感。

4.5 品牌管理和创新体育衍生品，提升体验价值

在所有零售网点和分销渠道对迪士尼进行统一的品牌管理是迪士尼消费品部在中国的首要工作重点。他们还结合系列产品特点和消费者需求，制定了按不同消费群体进行分类的策略如针对小女孩的“迪士尼公主”系列，特别针对年轻人的“迪士尼牛仔”和“迪士尼运动”等。

博物馆要以知识管理和信息化管理为手段，以“文化”为内涵，以“知识体验与文化休闲”为途径，全力打造博物馆品牌。

(1) 上海体育博物馆的品牌形象应该以体育文化为基石，一方面中国几千年的体育文化底蕴和积淀能够为上海博物馆的品牌形象提供有效的支撑，另一方面，上海中西合璧的体育文化彰显能够为上海体育博物馆的文化提供很好的补充和平衡，使得上海体育博物馆的文化形象更加丰满和完整。

(2) 上海体育博物馆的品牌形象应该针对不同的参观群体而有所侧重。上海体育博物馆对上海民众而言，是文化休闲、寓教于乐的好去处；对国内的游客而言，是景点旅游的有效补充；对国外的游客而言，上海体育博物馆是感受中国几千年体育文化、品味中国古老竞技精神的好场所。

(3) 体育博物馆的品牌形象应该由具体的硬件设施来提供物质保证，包括博物馆文物收藏、外部的整体感观和内部的精心装饰。

(4) 对博物馆进行品牌形象视觉设计。进行视觉设计，要树立“战略性”的设计思想，坚持“强烈的视觉冲击，精准的信息表达，独特的识别记忆”的设计原则。对博物馆的服务、设施等名称和标徽、标志、标识等内容系统规划，以“图片、索引、口号、标题”等形式，将景点的可视资源进行系统化、规范化和符号化。

5 结语

体验经济时代已经来临，建成的上海体育博物馆就必然要密切关注并且积极参与这种大环境的变化。现代博物馆不能仅仅停留在向参观者提供简单的教育性展览服务的层面，而应是为参观者提供真实的体验和享受，使参观者获得智力和感官的双重满足。作为“博物馆旅游”产业的供应方，上海



体育博物馆只有顺应时代发展的要求,及时调整自身运营管理模式,积极开展体验式服务,通过恰当的策略和手段满足参观者日益增加的体验需求,才能保证自身的生存和发展,并不断体现其作为上海体育文化产业一份子而存在的价值。

参考文献:

- [1] 徐晶. 我国历史博物馆体验式展示方式研究[D]. 中国优秀硕士学位论文全文数据库, 2006.
- [2] O'Neill.(2008). Mark Museums, professionalism and democracy [J]. *Cultural Trends*, Vol.17 Issue 4, p:289-307,19p,2 Illustrations, 1 Diagram.
- [3] (美)B. 约瑟夫. 派恩, 詹姆斯. H. 吉尔摩. 体验经济[M]. 北京: 机械工业出版社, 2002.
- [4] Bernd H.Schmitt.,David Rogers. 体验营销: 改变顾客生活方式[J]. 北大商业评论, 2006. (04):68-71
- [5] 阿尔. 托夫勒. 未来的冲击[M]. 北京: 中信出版社, 2006. 7
- [6] Vom Lehn,Dirk. (2010).Discovering 'Experience-ables': Socially including visually impaired people in art museums[J].*Journal of Marketing Management*, Vol. 26 Issue 7/8: p749-769.
- [7] 王菲. “回收感动”——博物馆功能的再思考与博物馆信息交互平台之构想[J]. 艺术与设计, 2009(09):45-49
- [8] 王军. 覃燕庆面向未来的体育博物馆——国际博物馆协会年会归来[J]. 体育文化导刊, 2004(01)
- [9] 胡柳. 古根海姆博物馆运营模式初探[J]. 商场现代化中旬刊, 2009(01)
- [10] 王沂, 李尚滨. 我国体育博物馆产业开发分析[J]. 体育文化导刊, 2008. (04):25-27
- [11] 龚向清. 办特色展览走创新之路——黄冈市博物馆展览初探[J]. 武汉文博, 2007(04):26-27.
- [12] 董松. 博物馆陈列艺术设计中的创造性思维[J]. 中国博物馆, 2007. (03)28-32
- [13] 马俊, 王晓光, 来雅琴. 博物馆展览设计色彩初探[J]. 博物馆研究, 2008 (104):50-52.
- [14] 何琦, 王军. 从人本主义学习论看博物馆的展览设计——来自现代欧洲博物馆的启示[J]. 科普研究, 2008(06):45-49.
- [15] 王军. 世界体育博物馆览胜[M]. 北京: 中华书局, 2011. 6
- [16] 尹晓峰. 上海体育发展的战略环境分析[J]. 体育科研, 2010, 31(01)
- [17] 严建强. 从展示评估出发: 专家判断与观众判断的双重实现[J]. 中国博物馆, 2008(02)
- [18] 汤青冶, 魏春雨. 原真·体验·互动——论鲍里斯·米加关于博物馆展览设计的理念[J]. 中外建筑, 2011(05)
- [19] 安长华. 谈新形势下博物馆展览工作[J]. 博物馆研究, 2007(04)
- [20] 赵玉莲, 袁国方, 王亚. 迪斯尼乐园——体验式营销的成功实践者[J]. 中国市场, 2008(09)
- [21] 李彩霞. 新形势下博物馆展览建设之我见[J]. 漯河职业技术学院学报, 2008, 7(6)

(责任编辑: 陈建萍)