

# 文旅融合背景下博物馆旅游体验提升路径

张 伟

济南大学 山东 济南 250002

**【摘要】**：在国家大力推动文化和旅游深度融合的时代浪潮下，文化遗产活化利用与旅游产业提质升级已然形成密不可分的发展格局。而肩负着文脉传承与文化普及使命的博物馆，也彻底跳出了单一文物保管的传统定位，逐步蜕变为大众青睐的文旅打卡胜地。步入全民旅游新阶段，消费者的出游诉求发生根本性转变，不再满足于走马观花式的浅层参观，反而更青睐能带来感官沉浸、双向互动与精神共鸣的深度文化体验。这也让博物馆旅游顺势崛起，成为拉动文旅消费的全新增长点。可放眼当前国内博物馆旅游发展现状，各类现实问题依旧凸显，无论是呆板滞后的展陈模式、浅尝辄止的文化阐释，还是匮乏的互动环节、千篇一律的文创周边，亦或是不够完善的智慧服务体系，都无法适配游客多样化的体验期待，导致海量文博资源的内在价值难以真正挖掘释放。正因如此，紧扣文旅融合核心导向，钻研博物馆旅游体验的升级策略、打通体验堵点、盘活文博资源，既是实现博物馆可持续发展的关键抓手，也是助推文旅融合走深走实的必然选择。

**【关键词】**：文旅融合；博物馆；旅游体验

DOI:10.12417/3041-0630.26.04.084

## 1 引言

在物质生活水平提升与精神文化需求增加的当下，旅游模式正经历从传统观光游览至文化深度体验的转变。游客的诉求早已超越单纯游览，转向对目的地文化内涵的深度探寻及独特文化体验的渴求。

博物馆作为承载地方文化和传承历史文脉的文化场所，其旅游属性被不断激活，成为文旅融合发展的重要平台。博物馆旅游集文化传播与休闲娱乐于一体，不仅能满足游客对文化知识的求知需求，更是促进文化活态传承，增加旅游产品供给的有效手段之一。<sup>[1]</sup>

当前，游客对旅游体验的需求逐渐从浅层观光向深度文化体验转变，这对博物馆旅游体验打造提出了新的更高要求。在此背景下，探究博物馆旅游体验的提升路径，对充分发挥博物馆的文旅融合价值、增强博物馆旅游吸引力、推动博物馆旅游高质量发展具有重要的现实意义。

## 2 相关理论概述

### 2.1 体验经济

诞生于20世纪90年代的体验经济，是紧跟农业、工业与服务经济之后的全新经济范式，它摒弃了以往以商品或基础服务为核心的供给逻辑，转而将个性化体验视作核心价值载体，立足于消费者的多元诉求，搭建兼具参与性、感知性和专属感的沉浸式场景，以此推动消费层级实现质的飞跃；这一理论彻

底扭转了商家单向输出、消费者被动接受的传统格局，格外注重受众的自主参与度、内心情感共鸣以及长效记忆感知，同时依托场景搭建、互动环节设计实现供需双方的价值共建，让体验具备了独属性、共情性和延展性特质，而在文旅产业赛道中，体验经济更是颠覆了传统走马观花式的观光游览模式，为博物馆旅游的优化升级筑牢了理论根基，推动场馆摆脱单纯文物展示的固有定位，朝着沉浸式文化体验空间转型，也为场馆细化展陈布局、提升服务质量、创新文旅产品设计、贴合游客深层次文化体验诉求指明了实践路径。<sup>[2]</sup>

### 2.2 文旅融合

文旅融合作为推动产业提质增效的重要发展模式，核心在于实现文化事业与旅游行业的深度渗透、协同共进，它坚守文化赋能旅游、旅游弘扬文化的核心思路，用深厚的文化底蕴为旅游产业筑牢精神内核，借助旅游场景为文化传播拓宽落地渠道，进而达成两大领域资源共享、业态互促、价值共赢的良性格局，这种融合绝非形式上的简单拼凑，而是依托机制革新、资源整合、产品创新、市场拓展等多维度的深度联动，既能盘活沉睡的文化资源、丰富旅游产品的内在底蕴，又能破解旅游市场同质化困局、助力文化遗产实现活态传承，对博物馆这类文博场所来说，文旅融合更是打破传统运营桎梏、拓展休闲游览功能的核心遵循，督促场馆立足自身特色馆藏资源，研发专属文旅产品、升级游客游览感受，让静态文物焕发生机活力，最终实现文物保护与旅游发展的双向增益，为全域文旅产业的高质量前行注入持久动力。<sup>[3]</sup>

### 3 当前博物馆旅游体验存在的主要问题

#### 3.1 展陈模式传统，内容表达缺乏吸引力

当前国内多数博物馆在展陈设计方面依旧采用传统模式，主要以文物与说明标签的组合形式进行简单排列，多按照历史时间线或器物分类简单排布，缺少系统性、叙事化的展示内容。讲解及说明文字过多依赖专业术语与学术表达，忽略普通游客的理解能力和习惯，缺乏故事化、生活化、场景化的展示内容。部分展览的主题不够明确，展品之间的联系不够紧密，未能形成连贯完整的文化叙事链条，游客难以迅速了解文物价值及历史脉络。这种展陈方式使参观者多停留在浅层浏览层面，对文物所蕴含的文化信息的理解不够深入，也难以体会文物所代表的人文温度，文化传播效果与旅游体验均相对不足。

#### 3.2 体验层次较浅，参与性与互动性不足

目前博物馆旅游体验仍以静态、被动式参观为主，体验层次较为浅薄，缺少动手操作、身临其境、破译秘密等沉浸式、参与式项目，难以有效激发游客的积极性与主动性。部分博物馆虽引入多媒体设施，但种类较少，主要以图片轮播、视频放映等形式进行基础展示，内容单一，重复率较高，无法实现视觉、听觉、触觉等全方位的体验。尤其是针对青少年、家庭游客等主要客群的个性化、趣味化需求考虑不够充分，互动体验项目相对较少。游客在参观过程中多以观看为主，深度参与和情感投入不足，参观停留感较弱，难以形成强烈的情感共鸣，整体旅游体验质量较差。

#### 3.3 服务体系不完善，全流程体验存在断点

博物馆服务体系建设较为落后，基础服务和智能化服务欠缺，导致整个参观过程存在明显体验断点。馆内导引标识不够清晰规范、智能化导览设备和数字化导览服务覆盖率较低，游客易在展厅内迷失方向，影响游览效率和游览顺畅感。休息区、饮水处、卫生间、母婴室、无障碍设施等基础设施分布不合理，数量配置不足，旅游旺季拥挤、等候等问题突出，大幅降低游览舒适性。线上服务功能较为单一，局限于门票预订与基本信息发布，缺乏对游客参观前指导，参观中智能辅助，参观后文化延伸一体化的服务。服务链条不完整、服务细节不到位等问题，使得游客高质量、便捷化、个性化的需求不能得到有效解决。

#### 3.4 文化资源转化不足，同质化现象明显

博物馆对文化资源的发掘和转化能力较弱，资源利用率不高，文创产品和教育活动开展处于较低层次。文创产品开发主要为文物图案进行简单的复制和粘贴，缺少创新设计理念、功能融合与文化再创作，产品实用价值、艺术价值和纪念价值不足，难以引起游客的购买欲望与收藏兴趣。教育活动形式较为

单一，内容缺乏新意，与游客需求结合不够紧密，难以吸引游客关注。同时，区域内博物馆发展方向趋于一致，展览内容、活动方式、产品种类高度相似，未能充分挖掘和展示地方历史文化特色，差异化品牌意识尚未树立。同质化发展使博物馆在文旅市场上缺乏竞争力，难以形成独特吸引力，制约博物馆旅游体验品质与可持续发展。

### 4 文旅融合背景下博物馆旅游体验提升路径

#### 4.1 创新展陈模式，增强内容表达吸引力

博物馆应将展陈方式革新作为核心举措，在文化叙事的基础上丰富展览内容表达方式，使展陈更有趣味性和感染力，让游客真正读懂文物、感受文化温度。首先，博物馆要摒弃传统“文物+标签”的一维展示方式，克服仅按时间线或种类排序的单一性，以重要文物为切入点，梳理其关联的历史事件及人物故事，用叙事的方式串联展品，以通俗语言代替复杂的学术用语，符合观众的思维方式；其次，博物馆要依据考古发掘资料与文献记载，复原文物使用环境，阐释其社会作用，打破“文物冰冷”的刻板印象，让游客在情节发展中理解文化意义、产生共情；此外，博物馆要明确展览主题，理清展览思路，推出小型化、精品化临时展览，聚焦贴近生活的主题，利用节日契机举办特色展览，围绕地方历史文化突出博物馆自身特色，以差异化内容化解同质化困局，增强文化传播的效果与游客体验感。

#### 4.2 深化体验层次，提升参与性与互动性

博物馆应注重提高观众参观体验，增加互动形式，丰富观众的参观体验，使观众从“被动观看”向“主动参与”转变，满足不同群体的个性化体验需求。<sup>[4]</sup>一方面，博物馆要改变以往静态展陈的单一模式，增加动手操作、模拟场景、解密探究等更深层次的参观项目，调动游客的积极性，解决体验层次浅薄的问题；另一方面，博物馆要改进多媒体展示方式，摒弃简单的图片展示、视频播放模式，结合数字技术打造多感官联动体验，避免内容同质化导致观众兴趣下降的现象；此外，博物馆要关注青少年、家庭游客等核心群体，在展览布置上设置儿童活动角、亲子互动区，针对性设计趣味化节目，使游客在深度参与中增强情感投入，提升参观停留时长，解决互动性不足、体验不佳的问题。

#### 4.3 完善服务体系，打通全流程体验断点

博物馆应完善服务体系，改进服务方式，从整个参观过程出发，消除短板，提高服务的便利性、舒适性和精准性，为游客提供良好的旅游体验。首先，加强场馆导览服务，改善导览标识系统，增加智能化导览设备，如智能导览小程序、讲解机器人等，避免游客“迷路”“低效”，提高游览顺畅程度。其次，完善基础设施建设，在高峰时段增加休息区、饮水处、母

婴室、无障碍设施等，解决高峰期拥挤、等候问题，提高游客的舒适感；同时加大线上服务力度，突破购票、发布信息的局限，实现参观前规划引导、参观中智能辅助、参观后文化延伸的一体化服务，弥补服务的不足之处。此外，利用数字技术简化预约、入场、安检程序，及时更新并发布客流情况，使游客可享受到便捷服务，满足高质量、高效率、个性化的参观需求，解决服务落后的问题。

#### 4.4 强化资源转化，摆脱同质化发展困境

博物馆需强化文化资源的发掘与利用能力，走特色化道路，解决同质化难题，增强自身竞争力与文化旅游的独特性。首先，在文化资源方面需大力挖掘并充分利用，摒弃简单地将文物图片复制到文创产品上的形式，结合创意和实际需要进行合理设计，开发兼具文化价值、实用价值、艺术价值的文创产品，改变文化资源转化层面浅薄的现状。其次，博物馆要制定差异化服务体系，对不同群体给予个性化的服务，同时加强人员培养，提高工作人员的专业素质，包括策划、讲解和服务等各方面的水平，促进文化的有效传播，丰富体验内容。此外，博物馆应结合地方文化和历史，明确自身发展方向，避免与其他场馆趋同，将地域传说、非遗技艺融入展陈与服务，塑造差异化品牌形象，破解同质化困境，提升文旅辨识度与市场竞争力，推动博物馆旅游可持续发展。

#### 4.5 强化 IP 塑造与宣传，拓宽受众群体

场馆应结合独有的藏品特质与本土文化根基，打造具备专属辨识度的文旅 IP 品牌，深度挖掘文物承载的历史脉络与人文情怀，凝练具备记忆点的核心 IP 标识，摆脱千篇一律的同质化设计困境，让 IP 形象既契合大众审美偏好，又保留深厚的文化底色与传播优势，再围绕核心 IP 拓展主题展览、创意

文创、互动体验等多元业态，进一步加深大众对场馆品牌的认知印象，与此同时，打破传统线下宣传的固有壁垒，搭建多元化宣传矩阵，携手短视频、直播、社交平台等新兴媒介，推出文物科普短片、线上云逛展、馆藏故事拆解等轻量化传播内容，有效拉近文博场馆与普通民众之间的距离。

立足受众分层思维开展精细化运营，结合不同年龄群体的偏好差异定制传播策略，针对青少年群体打造寓教于乐的研学互动与科普内容，面向年轻消费群体营造潮流打卡场景、策划热点文博话题，为中老年群体优化线下讲解服务与文化普及形式，以此覆盖全年龄段游客的多元需求，与此同时积极推进跨领域合作联动，携手周边景区、高等院校、文创企业及文旅服务平台搭建资源共享体系，借助多方优势扩大宣传辐射范围，打破博物馆以往的小众传播局限，挖掘更多潜在客源，持续拓宽旅游受众边界，进一步提升场馆的文旅品牌影响力与实际到访量。

## 5 结论

文旅融合背景下，提高博物馆旅游体验是激发博物馆文旅价值、促使其可持续发展的根本手段，也是推进文化传播与旅游业相互融合的必然要求。博物馆旅游体验的优化并非单一环节的调整，而是从展览、体验、服务、资源转换等全方位的系统性升级，要以游客的需求为中心，解决传统发展中的问题。通过创新展陈模式、深化互动体验、完善全流程服务体系、强化文化资源转化与差异化发展，能有效提升博物馆旅游的体验感与吸引力，让游客深度感知文化内涵。未来博物馆需持续以文化为核心、以体验为导向，紧跟文旅融合发展趋势，不断优化运营策略，实现文化价值与旅游体验的协同提升，在文旅市场中打造独特的品牌竞争力。

## 参考文献：

- [1] 张宸玺.文旅融合背景下博物馆旅游发展路径研究——以驍国博物馆为例[J].旅游纵览,2025,(22):167-169.
- [2] 张世悦,袁晨恋,涂志初.文旅融合视域下具身认知的博物馆旅游体验设计研究[J].湖南包装,2025,40(04):158-161.
- [3] 冯秀环,赵天雨,冯一然.文旅融合背景下唐山工业类博物馆旅游发展优化对策研究[J].文物鉴定与鉴赏,2024,(23):52-55.
- [4] 王琳.基于文旅融合背景的博物馆旅游经济发展研究[J].西部旅游,2024,(10):109-111.