

观众游览服务

旅游公共管理

旅游综合保障

社群关系优化

故宫 服务

THE PALACE MUSEUM SERVICES

北京旅游学会◎编著

Compiled by
Beijing Tourism Society



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

故宫 服务

THE PALACE MUSEUM SERVICES

北京旅游学会◎编著

Compiled by
Beijing Tourism Society



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

故宫服务 / 北京旅游学会编著. -- 北京 : 社会科学文献出版社, 2017. 10

ISBN 978 - 7 - 5201 - 1263 - 5

I. ①故… II. ①北… III. ①故宫 - 旅游服务 - 服务模式 - 研究 IV. ①K928.74

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 202378 号

故宫服务

编 著 / 北京旅游学会

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 任文武

责任编辑 / 杨 雪 杜文婕

出 版 / 社会科学文献出版社·区域与发展出版中心 (010) 59367143

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 22.25 字 数: 315 千字

版 次 / 2017 年 10 月第 1 版 2017 年 10 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 1263 - 5

定 价 / 78.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

推广故宫服务经验，依法提升首都 旅游公共服务

（代序一）

引导和保障景区构建以人为本、公平普惠、功能完备、运转高效的公共服务体系，是旅游行政部门依法保障观众权益和景区发展的重要体现，是落实北京旅游发展战略和新发展理念的必然要求，是旅游产业推进供给侧结构性改革的重要任务。北京市旅游发展委员会历来重视旅游公共服务工作，积极推动全市旅游景区公共服务设施改造提升和各类软性公共服务的发展，优化旅游环境。

故宫博物院的原状古建、馆藏文物、展览种类、展示规模及其文化内涵在全国均首屈一指。故宫博物院既是国家级重点文物保护单位，又是对外开放的旅游接待单位，身兼文物管理和 service 观众等职能。其公共服务的标准、能力、质量和水平发挥着行业发展和优质服务风向标的作用，将对国家形象、政府满意度和市场影响力产生重大的影响。

近年来，故宫博物院在推进公共服务建设的工作中，坚持以新发展理念为引领，以首都北京的美誉度和中外观众的满意度为出发点和落脚点，不断创新展览内容和展示手段，优化环境，提升服务功能，勇于探索构建全方位、多途径的新型发展模式。故宫博物院的许多工作在全国乃至国际上走在了行业前列，破解了一些管理服务中的难题，在创新性研究实践中实现了超越发展，积累了丰富的研究成果和实践经验，开创了具有故宫特色的、具有时代特点的公共服务建设发展生态。“故宫服

编辑部 主任：李尊敬

副主任：徐菊凤 方忠权 呼建梅 王 伟

成 员：（以姓氏笔画为序）

于 壮 王开广 王 磊 杜莉玫 陈秋速 郑宇峰

推广故宫服务经验，依法提升首都 旅游公共服务

（代序一）

引导和保障景区构建以人为本、公平普惠、功能完备、运转高效的公共服务体系，是旅游行政部门依法保障观众权益和景区发展的重要体现，是落实北京旅游发展战略和新发展理念的必然要求，是旅游产业推进供给侧结构性改革的重要任务。北京市旅游发展委员会历来重视旅游公共服务工作，积极推动全市旅游景区公共服务设施改造提升和各类软性公共服务的发展，优化旅游环境。

故宫博物院的原状古建、馆藏文物、展览种类、展示规模及其文化内涵在全国均首屈一指。故宫博物院既是国家级重点文物保护单位，又是对外开放的旅游接待单位，身兼文物管理和 service 观众等职能。其公共服务标准、能力、质量和水平发挥着行业发展和优质服务风向标的作用，将对国家形象、政府满意度和市场影响力产生重大的影响。

近年来，故宫博物院在推进公共服务建设的工作中，坚持以新发展理念为引领，以首都北京的美誉度和中外观众的满意度为出发点和落脚点，不断创新展览内容和展示手段，优化环境，提升服务功能，勇于探索构建全方位、多途径的新型发展模式。故宫博物院的许多工作在全国乃至国际上走在了行业前列，破解了一些管理服务中的难题，在创新性研究实践中实现了超越发展，积累了丰富的研究成果和实践经验，开创了具有故宫特色的、具有时代特点的公共服务建设发展生态。“故宫服



务”作为旅游公共服务的标志性符号，具有里程碑意义。

以服务为立法思维的《北京市旅游条例》已于8月1日正式实施了。北京作为国家首都和历史文化名城，具有独特的文化旅游资源优势。旅游业在强化首都核心功能和展示“国际一流和谐宜居之都”形象等城市战略上发挥的作用明显。为充分弘扬和传承首都的历史文化，《北京市旅游条例》分别从发掘旅游资源的文化内涵、世界文化遗产景区实行讲解员管理制度等多方面对强化首都核心功能，提升旅游文化内涵进行了制度设计。《北京市旅游条例》还专章和专节就旅游公共服务和景区相关问题做出规定，这是旅游公共服务建设发展的根本依据、方向指引和难得的契机。《故宫服务》一书适时出版，描述了故宫博物院以观众需求为导向，按照博物馆的建设发展原则和旅游市场运行发展规律，紧密结合首都发展战略和旅游的功能性产业特点，抓住不同时期的发展重点，把供给侧结构性改革贯穿始终。同时，故宫勇于承担并践行社会责任，在服务社会、文物保护、助力文化外交、普惠民众、服务残弱、热心公益等工作上的成就有目共睹。此外，故宫在创新服务模式的同时，注重引导和鼓励观众践行文明旅游，这与《北京市旅游条例》的精神和北京市旅游委的一贯倡导相一致。希望全市旅游景区抓住历史机遇，把学习借鉴故宫经验与贯彻《北京市旅游条例》结合起来，加大旅游公共服务建设工作力度，依法保障观众权益和自身发展，倡导文明旅游，促进行业繁荣。

我相信，在观众、市民、行业和政府共同努力、共同推动下，北京旅游公共服务将更加优质，北京旅游的满意度将不断提升，北京“国际一流和谐宜居之都”建设将进一步加强。

北京市旅游发展委员会党组书记、主任：宋宇

2017年8月

故宫博物院的表情

——让故宫文化资源走进人们现实生活

（代序二）

500 多年来，明清 24 位皇帝在紫禁城处理朝政和生活。自 1925 年 10 月 10 日故宫博物院建立起，故宫便成为公共文化服务场所和旅游胜地，民众得以进入这个几百年来被称为“禁宫”的地方。不久前，故宫博物院和腾讯合作，面向青年学生组织故宫表情包设计大赛。参赛者对故宫、故宫文化应该是什么样的进行了充分的想象，他们设计出的故宫经典 IP 系列表情包上线一个月使用量达 7000 万次。于是，我联想故宫博物院面对观众应该是什么样的表情，总结出了八种。

第一个表情，诚心，就是要有爱心。故宫一直不缺观众，但这并不代表我们可以对观众冷眼相待，相反，我们需要更多的换位思考和推己及人。长期以来，观众进入故宫之前有一个很长的准备阶段，售票、检票、安检、存包等都集中在午门区域，挤作一团，观众要花一个多小时才能进入故宫。为改变此种状况，我们开始整治端门广场，清理小商铺、低俗展览，并修缮一些建筑物用作售票处。我们开放了 32 个售票窗口，向社会承诺并做到了 95% 的观众 3 分钟之内买到票（客流高峰时不超过 15 分钟）。之后，我们又启动午门环境整治工作，将安检从门洞内前移至午门外，增加了 18 个安检通道，观众通行顺畅。过去，购票观众从午门两边的门洞进入，中间的门洞是嘉宾通道，这不但造成观众不满，也不利于疏导人流。现在观众可以从任一门洞进入。购票、检票、安检等服



务软硬件水平提升后，15 分钟内观众即可进入故宫开启“旅程”。

过去，整个端门广场没有一把凳子、椅子，人们围绕树坑席地而坐。为确保观众尊严，我们定制了 200 把椅子，围绕 56 棵树定制了树凳，现在端门广场能容纳 1200 人休息。经研究，女士洗手间数量应是男士洗手间的 2.6 倍以上，于是我们在旺季临时调整男女洗手间比例，大大缩短了排队时间。

“石渠宝笈特展”让我们再次体会到要想观众之所想、急观众之所急。该展吸引了 17 万观众，形成“故宫跑”现象。我们采取紧急应对措施，提前 30 分钟开馆，组织观众分组入场，“故宫跑”现象消除了，观展秩序井然。此次展览盛况空前，几千人排队，平均每人排队 6 小时，但不管多久，观众都坚持要看到展览。于是，我们承诺，最后一个观众参观结束才关门。其间，最晚的闭馆时间是凌晨 4:00。受观众的观展热情感染，我们还在深夜向依然在排队的观众免费提供热水和方便面。

观众给我们提意见最多的有两点。一是进故宫后找不着北，虽有很多标识，但需要时看不到。因此，我们制作了 450 块标识牌，并重新布局，同时增加电子标识，随时更换信息，让观众更方便快捷地找到目的地。二是宫殿内太黑，看不清。没有安装照明设备是由于故宫为木结构建筑，引入电源有安全隐患，藏品也承受不了长期照射。但经 3 年研究，我们利用 LED 技术攻克了难关，点亮了紫禁城，原状陈列的魅力尽显。

第二个表情，清心，就是要有美好的感受。我们用 3 年时间进行环境整治，变杂乱无章为清新整洁。例如，清理室外石刻构件，并在东华门下建立石刻构件保护展示区。清理 20 世纪 80 年代建第一期地下文物库房时腾出的 1500 个箱子，建立 3 个大型箱子库房，腾出上百个房间。更艰巨的是清理临时建筑。故宫有 59 栋彩钢房，共 3600 平方米，这种建筑建造快但不阻燃。另外还有临时建筑 11800 平方米。我们现在正克服种种困难，逐步拆除，最终要达成的目标是，紫禁城里只有古代建筑和经过联合国教科文组织批准恢复的部分古代形制建筑，没有任何影响环境和安全的现代建筑，以此把壮美的紫禁城完整地交给下一个 600 年。

20 世纪 70 年代初，故宫地面改善后变成了柏油、沥青地面，后来挖沟又以水泥做填补，坑坑洼洼。现在我们用 3 年时间把故宫博物院里所有的水泥地面、沥青地面都改为传统建材的地面，并且将井盖与地面做平，拆除电线杆，制作了 300 个宫灯，既安全又符合故宫文化氛围，我们希望人们到故宫博物院看到的是绿地、蓝天、红墙和黄瓦的美景。

第三个表情，安心，就是安全。公共文化服务设施应该是一个安全的地方，为确保故宫古建筑、文物和观众的安全，我们仍在不懈努力。首先，自 2013 年 5 月 18 日起实施禁烟措施以来，《故宫博物院禁止吸烟规定》中明确规定，故宫职工不得在紫禁城内吸烟，吸烟须到紫禁城外专设的吸烟区。同时，对于观众，我们发出了不吸烟的文明参观倡议，并在路线中对吸烟行为进行劝阻。其次，自 2013 年 8 月 15 日起，故宫博物院实施禁带火种参观故宫措施，在安检时进行严格排查。再次，从每周一下午闭馆逐步过渡到每周一全日闭馆（节假日和暑期除外），为文物赢得休息时间，为提升开放环境和接待观众做足准备。最后，为了落实国家旅游局关于景区最大承载量的规定，自 2015 年 6 月 13 日起故宫实施每日 8 万人限流及实名制购票措施。故宫的观众每年都在持续增长，2002 年突破 700 万人次，2012 年突破 1500 万人次，文化遗产保护和观众的安全工作充满挑战。同时，故宫观众流量呈现出“两针一峰”的特点，也就是五一、十一、暑期的观众流量远远高于其他时间段，旺季观众数量远远超过淡季观众数量。上海 2015 年年初的踩踏事件再次为我们敲响安全警钟，限流势在必行。我们吸取了 2008 年限流失败的经验教训，在此次限流措施实施前期做了长时间的宣传，让大众周知并争取到了他们的理解，执行时我们有详细的预案，与驻院武警中队等建立了联动机制。限流工作非常成功，当大屏幕票量显示为 0 的时候，售票窗口顺利关闭，事先网络购票的观众持有效身份证件继续入院，即便每年人数最多的 10 月 2 日亦如此。为了均衡淡旺季客流，我们还在淡季推出针对教师、环卫工人、司乘人员等特定人群的主题免费开放日。



同时，我们还在实施国务院批准立项的全国重点文保项目——“平安故宫”工程，包括北院区建设、地下文物库房改造、基础设施改造、世界文化遗产监测、故宫安全防范新系统、院藏文物防震、院藏文物科技修复保护7个子项目。

第四个表情，匠心，就是工匠精神。故宫博物院保护不可移动文物和可移动文物，依靠现代科技，也依靠官式古建筑营造技艺、古字画装裱修复技艺、青铜器修复及复制技艺、古书画临摹复制技艺、古代钟表修复技艺等非物质文化遗产。而故宫人的匠心就体现在对于这些非物质文化遗产的弘扬和传承上。

故宫整体维修保护项目自2002年起实施，一直持续到2020年，是故宫有史以来最大规模的一次古建筑修缮。文物建筑的修缮要最大限度地保留历史信息，不改变文物原状。以正在持续推进的宁寿宫花园研究性保护项目为例，每一件文物都要原工艺原技术进行修复，要准确测绘，修复以后要能够丝毫不差地回到原来的位置。为了使用某些当时的材料有时候需要进行上百次的研发，而这些努力和所花费的时间，观众是看不到的。同时，古建筑研究性保护项目也急不来，需要慢工、细活，比如宁寿宫花园研究性保护项目，我们将用7年的时间来逐步完成。这些体现的就是工匠精神。

纪录片《我在故宫修文物》让大众认识了日复一日、年复一年，默默无闻工作的故宫文物修复师们。该片在年轻人，尤其是18岁到22岁的年轻人中引起很大反响。这些文物修复师如今工作在我们2016年年底建立的13000平方米的故宫文物医院里。之所以起名为文物医院，是想借此表达我们对文物修复工作的态度和科学精神。比如，当一件青铜器进入文物医院，并非立马上手开展治疗，应该对于它的时代、合金比例、有害锈的种类进行分析以后再进行治疗。未来，故宫文物医院将向公众开放，观众可以参观，可以同“文物医生”交流，可以了解文物修复的过程，这也是确保了人们对于文物保护的知情权、参与权、监督权。以上所体现出的严谨、开放、精益求精、与时俱进等精神，就是

故宫文物修复师的工匠精神所在。

第五个表情，称心。一个公共文化服务设施，倘若它不够开放、让观众屡吃“闭门羹”，那么它是不会让观众称心满意的。我们不断推进故宫整体维修保护项目，从而使故宫的开放范围逐年递增。20 世纪 30 年代初，故宫的开放范围仅有 30%，2014 年突破 52%，2015 年开放五大区域后达到 65%，2016 年开放断虹桥至隆宗门外等区域之后达到 76%。大面积、从来没有开放过的区域，今天已成为举办展览的场地，比如午门雁翅楼，其与午门展厅组成了世界上最大规模的展厅，迎接来自世界各国的优质展览。2015 年开放了西部区域，也就是“退休女性”的世界，故宫收藏的很多雕塑得以在慈宁宫（雕塑馆）的 5 个展厅面世。慈宁宫花园是紫禁城内的四大花园之一，2015 年首次对外开放。东华门过去存放书版，现在作为故宫博物院的古建筑馆开门迎客。故宫是世界最大规模的木结构建筑群，我们现有 4900 件古建筑藏品在此展示。我们还开放了午门雁翅楼至东华门的城墙，人们从城墙上俯瞰紫禁城建筑群，拥有了别样的视觉享受。我们还将宝蕴楼作为早期院史陈列的场所。2016 年箭亭南区域的开放也使观众的参观路线更加多元和合理便利。未来我们还将继续扩大开放面积，比如计划在延禧宫区域建立外国文物馆，展出故宫收藏的上万件精美外国文物；改造原用于堆料的南大库，进行明清家具仓储式展示。为此，我们需要做好两件工作，一是继续推进古建筑修缮工作，二是院领导带领一半员工搬出紫禁城。

第六个表情，开心。为了让人们能跨越时空的限制轻松便捷地获取故宫文化，我们在“互联网+文化”方面不断开拓进取。故宫博物院官网每天点击率在 100 万人次以上，新版官网也更具故宫特色，更利于大众检索和阅读。从 2015 年起我们开始提升英文网站和青少网站，目标是把英文网站做得更加完善，让世界各国观众及时了解故宫文化；把青少网站做得更活泼，通过向青少年讲述通俗有趣的故事，吸引他们多进博物馆。再有，举办网上展览，将过去举办过、正在展出的展览呈现在网络上，人们可以温故而知新，足不出户欣赏展览精华。



故宫博物院的官方微博、微信公众号也吸引了很多忠实粉丝，“紫禁城的物候”栏目结合二十四节气以照片形式展现故宫景观和生物，深受粉丝喜爱，下雪天去故宫拍雪景也形成一种新的生活风尚。故宫系列 App 已经发布 9 部，风格迥异，制作精良，斩获国内外诸多奖项，形成“故宫出品，必属精品”的口碑。比如《皇帝的一天》App，是送给 9~11 岁孩子的礼物，让孩子们通过闯关了解小皇帝也是蛮拼的，早晨不到 5 点起床，然后背书、给皇太后请安、上早朝，之后才能吃饭，一天吃两顿，只能吃七成饱，还要背满文、汉文，吃完晚饭很早就睡觉了。《韩熙载夜宴图》App 还原了画中的歌舞、插花等技艺，让《韩熙载夜宴图》这幅古代名画充满立体感。《清代皇帝服饰》App 告诉人们皇帝的服饰其实和清宫戏里的不一样。还有《每日故宫》App，每天展示一件馆藏文物，长期累积后，用户将拥有自己的掌上故宫。

我们建成了一座全国最好的数字博物馆——故宫数字馆，它的所有展示项目都是深入挖掘藏品信息凝练出的原创内容。出于安全因素等考虑，观众不可能进入故宫每一个空间，于是数字地图应运而生，通过它观众可以进入不开放的空间，了解这些地方的历史和现状。还有“临摹”书法作品的项目，设备会给出“太棒了”“惨不忍睹”等评价。

总之，我们利用 3 年时间搭建起故宫数字社区，并将继续努力，不断用高新技术把故宫传统文化更快捷、更全面地传播给社会各界。

第七个表情，舒心。参观的过程应该是舒服的，特别是当下故宫开放面积越来越大，更要我们在观众们的休息时间提供更好的服务。过去餐饮区域集中在门洞，但这些地方都属于重要的不可移动文物，不应该商业化，同时门洞内冬冷夏热，也不利于观众的游览感受。于是我们重新谋划观众服务区的布局，去商业化，恢复历史景观。隆宗门、乾清门、御花园等处的餐饮区被撤出。隆宗门外设立了冰窖观众服务中心。这里一共有 4 座冰窖，100 多年来没有再储存过冰，而是一直作为仓库使用。成为观众服务中心后，观众可以在这极具文化氛围的区域用餐、饮茶、喝咖啡，享受、回味文化的静谧时光。在东长房，我们建立了故

宫文化创意体验馆，包括丝绸馆、御窑馆、影像馆、木艺馆、陶艺馆、生活馆、紫禁书院等，集中展销故宫特色文化创意产品，成为故宫博物院的最后一组展厅。儿童文化创意体验馆也于2016年儿童节开放，这有专门针对儿童研发的文创产品，孩子们可在此进行手工制作，还可把作品带回家。

故宫文创产品现已广为人知、深受欢迎。在此之前，我们的文创产品复制的较多，虽有十几个系列，但是趣味性、互动性不强。故宫商店里售卖的80%以上的产品都是从外引入的。我们用了3年的时间加强对故宫文创产品的研发，截至2016年年底已研发文创产品9160种，所有的故宫商店都销售自家的文创产品，满足人们把故宫文化带回家的要求。许多文创产品颇具巧思，被人们称为“脑洞大开”的产品，比如朝珠耳机、为儿童研发的拼装玩具、宫门箱包、藻井伞、十二美人伞、故宫猫系列，等等。《故宫日历》销量可喜，2015年印制了285000本，大众为收藏而争相购买。故宫文创产品也被作为国礼送给外国元首政要等，这是对中华优秀传统文化更深层次的传播。

第八个表情，热心，就是热心公益事业。近年来故宫博物院面向学生等群体的公众教育活动每年超过2万次，“故宫知识课堂”等教育活动经过十余年的发展完善，已经形成品牌，每年报名人数都超额。为了更好地开展公众教育，2016年年底故宫博物院在太和门广场西侧建立了教育中心，让更多的公众可以在更宽敞的空间享有更优质的教育项目。故宫教育团队将学校课程与故宫文化紧密结合，还为“动手教育”活动研发了免费的、统一化的教育材料包。这些教育材料包不仅在紫禁城内使用，它们还随故宫公众教育项目深入学校、社区，乃至海外，目前已在马耳他、新加坡、泰国等国家推广故宫公众教育项目。

2013年成立的故宫学院，至今已在苏州、西安、景德镇、深圳等六地建立分院，此外还有6个分院在筹建中。我们以此向全国传播故宫文化，同时也培养故宫讲师团人才队伍。

故宫博物院也在提升国际教育方面的影响力。两大国际组织——国



际博物馆协会和国际文物修护学会都把全球唯一的培训机构设在故宫。自 2013 年成立以来，国际博物馆协会国际博物馆培训中心已举办 8 期常规培训和 1 期非洲特别培训班，共有来自亚洲、非洲、欧洲、拉丁美洲和大洋洲 60 个国家的 280 名学员参与。国际文物修护学会培训中心已举办两届培训班，得到国际文物修护学会的高度肯定。

故宫博物院还在同更多的世界知名博物馆建立战略合作关系，与更多的教育机构联合培养人才，不断把故宫展览推向国际舞台，同时将世界知名博物馆展览吸引到故宫博物院来，比如从俄罗斯、法国、瑞典、西班牙等引进优质外展，惠及国内观众，满足其日益增长的精神文化需求。

2016 年故宫博物院举办了世界古代文明保护论坛，来自国际文物保护与修复研究中心、国际博物馆协会、国际古迹遗址理事会及埃及、希腊、印度、伊朗、伊拉克、意大利、墨西哥、中国的约 70 位文化与外交官员、考古学家、历史学家和博物馆工作者出席，并共同发起了《太和宣言》，携手应对世界文化遗产保护所面临的共同问题，联合探讨人类文明可持续传承的有效途径。2017 年该论坛邀请的国家将超过 20 个。

诚心、清心、安心、匠心、称心、开心、舒心、热心，是故宫博物院的 8 个表情，其本质体现的是故宫博物院人性化、以人为本的服务理念，目的是让故宫文化资源走进人们的现实生活，以此落实习近平总书记让文物活起来的重要指示，并向国内外观众提供故宫作为世界知名旅游胜地的高质量文化服务。

故宫博物院院长 单霁翔

2017 年 8 月

知行合一，将故宫服务发扬光大

（代序三）

近年来，我国博物馆事业蓬勃发展，截至 2015 年年底，全国登记在册的博物馆已达 4692 家，每年举办展览超过 2 万个，参观人数约 7 亿人次，博物馆在社会生活中的作用越来越突出。故宫博物院是中国博物馆的典范，也是世界五大博物馆之一，其在旅游公共服务体系建设方面积累了丰富的经验，对这些成绩进行系统梳理具有重大的现实意义。《故宫服务》就是对故宫公共服务实践经验的总结。本书是由北京市旅游发展委员会、故宫博物院、北京旅游学会、北京联合大学旅游学院共同组成的团队编写完成的。北京联合大学旅游学院创建于 1978 年，是我国最早建立的专门培养旅游管理高级人才的学院。学院拥有国家级实验教学示范中心、国家智慧旅游重点实验室等国家级教学平台。近年来，在科学研究、人才培养和服务经济社会发展方面取得了突出成绩，在 2016 ~ 2017 年全国 443 所开办旅游管理本科专业的高校中综合排名第 4。

本书从 20 个方面展示了故宫在公共服务方面取得的成绩，体现了故宫旅游公共服务以人为本的思想，以及故宫在不断提高馆藏文物利用率、注重提升“用户体验”等方面的特色，这些特色体现了习近平总书记多次强调的“要让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来”的要求。同时，通过总结故宫在旅游公共服务方面的经验，本书能为北京乃至全国旅游景区提高旅游



公共服务水平提供借鉴和范例。当然，故宫在公共服务方面取得的成绩远远不止这些，本书旨在突出主要的方面。

党的十八大以来，习近平总书记高度重视传承弘扬中华优秀传统文化，多次就博物馆和文物保护工作做出重要指示批示。习总书记指出，博物馆是保护和传承人类文明的重要殿堂，是连接过去、现在、未来的桥梁，在促进世界文明交流互鉴方面具有特殊作用。故宫博物院始终是这一思想的践行者。希望旅游学院研究团队进一步开展更广泛、更深入的研究，为推动博物馆事业及旅游业的可持续发展做出应有的贡献。

北京联合大学党委书记 韩宪洲

2017 年 8 月