

中国传媒大学主办
总第18期 (双月刊)

傳 媒 博 物



新聞聯播

XINWEN LIANBO
CCTV.COM

北京广播学院1983年度应届毕业生合影留念 1983年7月27日

中國人民
廣播誕生地

一九四〇年十二月三十日

延安新华广播电台在此开

周是

动力间和机房。播音室設

在河对岸的一孔土窑洞里

2017 / 01

高校博物馆又添生力军

清华大学艺术博物馆



建筑

建筑师马里奥·博塔
以人为本、先进、合理、适用
科学性和艺术性
为老年人、残疾人提供无障碍设施
总建筑面积 30000 平方米

藏品

书画类藏品一千四百余组件
篆刻类藏品四千六百余组件
陶瓷类藏品两千七百余组件
家具类藏品一百四十余组件
青铜器、综合类艺术品的八千余组件

公共教育

“艺博清华”讲坛
“手作之美”创意坊
“多相辉映”影像项目
兼顾学术性、思想性和艺术性
学术讲座、互动参与、动手实践
打造清华大学艺术社区生态

地址

清华大学艺术博物馆
北京市海淀区清华园1号
清华大学校内，主楼东侧
开放时间9:00—17:00 (16:30停止入馆)
周一闭馆 (法定节假日除外)



Sep/9.11

展览时间
2016.9.11—2016.12.9
2016.12.20—2017.3.19
博物馆一层展厅



Sep/9.11

展览时间
2016.9.11—2016.12.10
博物馆二层4号展厅



Sep/9.11

展览时间
2016.9.11—2016.12.10
博物馆三层展厅



Sep/9.11

展览时间
2016.9.11—2017.3.10
博物馆四层14号展厅



Sep/9.11

展览时间
2016.9.11起 常设展
博物馆四层



Sep/9.11

展览时间
2016.9.11起 常设展
博物馆四层



Sep/9.11

展览时间
2016.9.11—2017.3.10
博物馆四层8号展厅



Sep/9.11

展览时间
2016.9.11—2017.3.10
博物馆四层7号展厅

博物馆与有争议的历史

文 / 传媒博物馆

国际博物馆协会于1977年确定5月18日为国际博物馆日，并从1992年开始，每年确定一个主题，号召全世界的博物馆围绕当年的主题进行庆祝。自1992年以来，国际博物馆日共有25个主题，依次为“博物馆与环境”；“博物馆与土著居民”；“走进博物馆幕后”；“响应与责任”；“为明天而收集今天”；“与文物的非法贩运、交易行为作斗争”；“发现的快乐”；“致力于社会和平与和睦的博物馆”；“博物馆：建设社区”；“博物馆与全球化”；“博物馆与朋友”；“博物馆与无形遗产”；“博物馆，沟通文化的桥梁”；“博物馆与青少年”；“博物馆和共同的遗产”；“博物馆：促进社会变化的力量”；“博物馆与旅游”；“博物馆致力于社会和谐”；“博物馆与记忆”；“处于变革世界中的博物馆：新挑战、新启示”；“博物馆（记忆+创造力）=社会变革”；“博物馆藏品架起沟通的桥梁”；“博物馆致力于社会的可持续发展”；“博物馆与文化景观”。从历年主题的发展来看，这些主题的公布更加明确了在一定阶段内博物馆的发展目标和方向。

2017年国际博物馆日的主题是：“博物馆与有争议的历史：博物馆讲述难以言说的历史 (Museums and Contested histories: Saying the unspeakable in museums)”。今

年的主题关注博物馆的角色，博物馆如何使社会受益，成为推进人类和平共处的枢纽。该主题同时强调了，接受有争议的历史是展望未来的第一步。通过选择“博物馆讲述难以言说的历史”这一主题，2017年国际博物馆日着眼于探讨：作为伴随人类发展而固有的有争议的历史，如何理解其中难懂的方方面面。同时，该主题鼓励博物馆发挥积极作用，通过其调节，以多元化的观点和平讲述历史。

最近，中国国家博物馆有一个热度很高的展览“大英博物馆100件文物中的世界史”，展览借助大英博物馆丰富藏品中精选出的100件（套）文物，以一种独特的方式——借助文物的视角——遨游世界。这个展览不仅彰显了“以物述史”的独特魅力，而且启迪我们思考自身与人类造物之间微妙的关系。在这个展览中，有一个不能回避的问题，即有争议的历史，其中既包括文物归属的争议，也包括对已知的文明及历史上曾经出现的文明的不同阐释，博物馆如何对待这些争议？这个展览做出一个尝试性的回答：作为人类的共同遗产，展览平等地看待人类曾经存在和当代仍然存在的各个文明，去认识不同文明间的碰撞和影响、借鉴和互补，更多的去寻找和思考不同文明的共性，力图发现每个文明自身的价值及其对人类历史的贡献。

联系方式

地址：北京市朝阳区定福庄东街一号

中国传媒大学传媒博物馆

电话：010-65783696转803

传真：010-65783703

邮编：100024

E-mail: cmbwg@cuc.edu.cn

卷首语

02 博物馆与有争议的历史

专题

03 国家文物事业发展“十三五”规划

文博资讯

24 “春风带来草原情”——内蒙古包头博物馆巡展
移师嘉定博物馆

25 “汉景帝阳陵出土文物特展”在徐州开展

26 “客家探秘——福建三明客家民俗展”开展

27 “‘我’从远古走来——周口店遗址文物展”在
遵义市博物馆开展

28 “曹操宗族墓群文字砖拓片全国巡展”走进中国
文字博物馆

高校博物馆动态

29 “2017中国当代学院水彩名家邀请展”开幕

30 墙内外——北京大学平粮台考古队2016年社区
考古展

31 《罗马条约》60周年纪念日活动之“更紧密的联
盟”巡回展览钱馆开展

32 “可持续发展与我们的食物”主题研讨会在钱学
森图书馆举行

33 从酒神赞歌到阿卡迪亚：马库斯·吕佩尔茨作
品展在清华艺博开幕

文博访谈录

34 安来顺：愿中国博物馆更好地利用国际平台

传媒史话

40 民国时期国人对电视的认知

博物馆建设

48 博物馆文化创意产品开发的特征

57 共享艺术的快乐：中国美术馆志愿者工作十年回
顾

专题研究

63 广东省收音机工业发展史

68 经典老唱片，赏藏两相宜

传媒新视野

72 传媒新视野：互联网IP浪潮下的“博物馆文创”

CHINA
MUSEUMS

国家文物事业发展“十三五”规划

前言

文物承载灿烂文明，传承历史文化，维系民族精神，是国家的“金色名片”，是中华文明源远流长和生生不息的实物见证，是传承弘扬中华优秀传统文化的历史根脉，是加强社会主义精神文明建设的深厚滋养，是推动经济社会发展的优势资源。保护文物功在当代、利在千秋。加强文物保护利用，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，对于坚定文化自信、增强中华民族凝聚力、满足人民群众精神文化需求、促进文明交流互鉴、实现中华民族伟大复兴中国梦具有重要意义。

“十二五”以来，在党中央、国务院的坚强领导下，在中央国家机关相关部门和地方党委、政府的大力支持下，在广大文物工作者的共同努力下，我国文物事业取得显著成就。全社会保护文物的共识初步形成，各级党委、政府落实保护责任，相关部门齐抓共管，社会力量积极参与，文物的价值和作用得到广泛认同。文物

资源家底基本廓清，文物保护对象和范围更加拓展，第三次全国文物普查圆满完成，第一次全国可移动文物普查全面推进；不可移动文物 766722 处，文物藏品 4138.9 万件/套；全国重点文物保护单位 4296 处；世界遗产 50 项，跃居世界第二，其中世界文化遗产 35 项、世界文化和自然遗产 4 项。文物保存状况有效改善，承德避暑山庄及周围寺庙、大足石刻千手观音造像、延安革命旧址群等文物保护修缮重点工程顺利完成，抗战文物和传统村落保护展示全面提速，水下文化遗产、大遗址保护及国家考古遗址公园建设取得突破，城乡建设中文物考古和抢救保护协同推进，可移动文物保护修复有序开展。博物馆建设蓬勃发展，全国博物馆总数达到 4692 家，其中国有博物馆 3582 家、非国有博物馆 1110 家，免费开放博物馆 4013 家，全国平均 29 万人拥有 1 家博物馆。文物法律制度体系基本形成，《文物保护法》启动修订，《博物馆条例》公布实施，文物执法督察和联合执法力度逐步加大，依法

行政能力和宏观管理水平有效提升。文物工作保障体系日渐完善，文物保护投入大幅递增，文物科技支撑能力明显增强，文物博物馆机构稳步增长，文物博物馆人才培养力度持续加大。文物对外交流合作长足发展，文物进出境管理持续加强，流失海外中国文物追索返还取得新成果。文物保护成果更多惠及人民群众，文物事业对经济社会发展的贡献持续增长，全社会依法保护文物的意识不断增强。文物事业呈现出前所未有的良好态势，面临着前所未有的发展机遇。

“十三五”时期，是全面建成小康社会的决胜阶段，也是文物事业改革发展的关键时期。随着经济社会快

速发展，文物保护利用的任务更加艰巨，文物工作责任更加重大，文物资源在推动经济社会发展中的积极作用有待进一步发挥，文物事业治理能力和治理水平有待进一步提高。各级文物部门必须牢固树立政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识，不辱使命，守土尽责，抓住机遇，奋发有为，全面推进文物工作迈上新台阶。

根据《中华人民共和国文物保护法》《博物馆条例》《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，编制本规划。

一、总体要求

（一）指导思想

高举中国特色社会主义伟大旗帜，全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话特别是关于文物工作重要指示批示精神，紧紧围绕“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念和保护文物也

是政绩的科学理念，贯彻执行《中华人民共和国文物保护法》《博物馆条例》和“保护为主、抢救第一、合理利用、加强管理”的文物工作方针，全面落实《国务院关于加强文物工作的指导意见》《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》，统筹好文物保护与经济社会发展，切实加大文物保护力度，推进文物合理适度利用，使文物保护成果更多惠及人民群众，广泛动员社会力量参与，切实做到在保护中发展、在发展中保

护，努力走出一条符合国情的文物保护利用之路，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴中国梦作出更大贡献。

（二）发展目标

到2020年，文物资源和保存状况基本摸清，全国重点文物保护单位、省级文物保护单位保存状况良好，市县级文物保护单位保存状况明显改善，尚未核定公布为文物保护单位的不可移动文物保护措施得到落实；馆藏文物预防性保护进一步加强，珍贵文物较多的博物馆藏品保存环境全部达标；文物保护的科技含量和装备水平进一步提高，文物展示利用手段和形式实现突破；博物馆体系日臻完善，馆藏文物展示利用效率明显提升，文物单位文化创意产品体系逐步形成，有条件的文物保护单位实现对外开放，公共文化服务功能和社会教育作用更加彰显；文物法律制度体系基本

完备，文物保护利用理论架构基本确立，文物行业标准体系和诚信体系基本形成；文博人才队伍结构不断优化，专业水平明显提升；文物执法督察体系基本建立，文物行政执法力量得到加强，文物安全责任体系更加健全，文物安全形势明显好转；文物市场活跃有序，文物收藏者的合法权益得到有效保护，文物进出境监管和文物鉴定服务日趋完备；社会力量广泛参与文物保护利用格局基本形成，文物保护成果更多惠及人民群众，文物事业的社会影响力进一步提升，文物工作在传承中华优秀传统文化、弘扬社会主义核心价值观、推动中华文化走出去、提高国民素质和社会文明程度中的重要作用进一步发挥，文物工作在促进经济发展、推动社会进步、坚定文化自信、拓展中外人文交流中的积极作用进一步增强。

二、切实加大文物保护力度

坚持分类指导，突出重点，加强基础，实现由注重抢救性保护向抢救性与预防性保护并重转变，由注重文物本体保护向文物本体与周边环境、文化生态的整体保护转变，确保文物安全。

（一）加强不可移动文物保护

夯实不可移动文物基础工作。建立全国重点文物保护单位保护管理状况评估制度，发布年度评估报告。开展工业遗产、农业遗产和水利遗产普查和保护，加强新中国成立以来的人文

物保护。开展第八批全国重点文物保护单位的推荐和遴选，落实市县级文物保护单位“四有”工作，完善尚未核定公布为文物保护单位的不可移动文物保护措施。加强文物保护单位保护规划编制、公布和实施，推动将文物保护规划相关内容纳入城乡规划。全国重点文物保护单位和省级文物保护单位“四有”工作完成率达到100%，全国重点文物保护单位和省级文物保护单位文物保护工程合格率达到100%。

提升考古在文物保护中的基础性地位和作用。开展“考古中国”重大研究工程，对古文化遗址有重点地进行系统考古发掘，不断加深对中华文明悠久历史和宝贵价值的认识。继续重视基本建设考古，做好北京城市副中心考古和文物保护工作。研究建立文物影响评估制度，推动地下文物埋藏区的认定与公布。全面推进大遗址保护利用，实施国家考古遗址公园建设工程，推动考古、保护、研究与展示、利用的良性循环。

加强革命文物保护。实施革命文物保护利用工程，全面提升革命文物保护展示水平。编制革命文物保护利用规划，加强革命文物和革命文献史料的调查、征集、研究工作，做好馆藏革命文物的清理、定级、建账和建档工作。加强革命文物的安全防范设施建设，完善馆藏革命文物监测调控设施，改善革命文物的藏品保管和陈

列展览条件。

实施文物保护重点工程。加强濒危文物抢救保护，简化项目审批，开辟绿色通道。加强长城保护。开展山西古建筑、江西海昏侯墓保护等一批具有重大影响和示范效应的文物保护重点项目，开展西藏、四省藏区和新疆文物保护、近现代代表性建筑保护、西部地区石窟保护展示工程。建立京津冀文物保护协同机制，实施冬奥会区域文物保护展示工程，推进京张铁路整体保护利用示范项目。推动文物预防性保护常态化、标准化，出台日常养护、岁修、巡查和监测工作规范。指导古建筑密集区开展古建筑养护工程试点和古建筑保护利用综合试点。

加强新型城镇化和新农村建设中的文物保护。完善历史文化名城、村镇、街区申报和管理制度，加强历史文化名城、村镇、街区和传统村落整体格局和历史风貌的保护，实施古村落古民居保护工程。

加强水下文化遗产保护。开展西沙群岛、南沙群岛及沿海重点海域水下文化遗产调查和水下考古发掘保护项目，划定一批水下文化遗产保护区。推进南海I号、丹东I号等考古发掘和保护展示项目，实施海上丝绸之路文物保护工程。提升水下文化遗产保护装备水平，建成国家水下文化遗产保护南海基地。

加强世界文化遗产申报、保护和



管理。坚持有利于突出中华文明历史文化价值、有利于体现中华民族精神追求、有利于向世人展示全面真实的古代中国和现代中国的工作原则，加强中国世界文化遗产预备名单动态管理，推进花山岩画文化景观、鼓浪屿历史国际社区、古泉州（刺桐）史迹、良渚遗址、海上丝绸之路保护与申遗工作，推动陆上丝绸之路其他廊道申遗。加强长城、大运河、“丝绸之路：长安——天山廊道的路网”沿线文物保护。完成世界文化遗产保护管理规划编制和世界文化遗产基础数据库建设，完善世界文化遗产保护状况监测和报告制度。

（二）加强可移动文物保护

全面完成第一次全国可移动文物普查，公布普查数据和普查成果，实行国有可移动文物身份证制度，建立全国国有可移动文物资源库。

加强可移动文物修复。制定文物病害程度和健康状况分析评估标准，实施馆藏珍贵文物保护修复工程，重点开展纺织品、漆木器、书画、青铜器等易损文物抢救修复工作。建立国家、省、市三级可移动文物保护修复平台，提升馆藏文物保护基础设施和专业装备水平。

加强馆藏文物预防性保护。出台馆藏文物日常养护技术标准和管理规范，制定博物馆库房标准，实施馆藏文物保存条件达标和标准化库房建设

工程。在文物收藏较为集中的博物馆，建设文物保存环境监测平台、环境调控系统和专有装置，实现国家一、二级博物馆文物保存环境全部达标。在地震多发地区，开展馆藏文物防震设施建设。实施馆藏革命文物预防性保护工程，改善馆藏革命文物保存环境。

（三）加强文物安全

创新文物安全监管模式。推动将文物安全纳入地方政府绩效考核或社会治安综合治理体系，层层落实文物安全责任。制修订文物安全监管工作规范、文物博物馆单位应急管理规范和安全保卫人员岗位职责，推动文物安全监管规范化、标准化。

提升文物安全监管能力。制定全国重点文物保护单位安全风险评估规范，开展文物被盗、被破坏和火灾风险评估，建立全国重点文物保护单位文物安全数据库，推广文物博物馆单位安全防范系统远程监管、文物建筑消防物联网监控和文物安全监管人员田野文物智能巡检，基本形成人防、物防、技防相结合的文物安全防护体系。

提高文物安全防范水平。实施文物平安工程，健全文物安全防护标准，推广文物博物馆单位防火防盗防破坏先进技术和专有装备，加强文物博物馆单位安全防护设施建设。



专栏一

文物保护工程

1. 长城保护计划：构建“政府主导、社会参与、惠及民生”的长城保护体系，编制实施长城保护总体规划和省级长城保护规划，实施一批长城抢险加固、保护修缮、设施建设和综合展示工程，新建一批长城保护展示示范区。健全长城保护管理制度，推动组建国家级长城保护研究中心，开展长城保护宣传教育活动。

2. 革命文物保护利用工程：建立革命文物资源目录和大数据库，推进革命旧址保护修缮三年行动计划和馆藏革命文物修复计划，实施一批具有重大影响和示范意义的革命旧址保护展示项目，抢救修复濒危、易损馆藏革命文物；推广赣南等原中央苏区革命旧址整体保护经验，实施鄂豫皖大别山区革命文物保护展示项目，继续加强抗战文物保护展示；加强对革命文物的研究阐释，改进提升革命文物陈列展示水平，推出一批弘扬革命精神、彰显社会主义核心价值观的革命文物专题展览，做到见人、见物、见精神。实施“长征——红色记忆工程”，编制长征文化线路保护总体规划，加强长征文物保护展示，打造长征红色旅游精品线路，助力革命老区脱贫攻坚行动和经济社会发展。

3. “考古中国”重大研究工程：以良渚等遗址为重点，深入研究展现早期中华文明的多元一体格局；以殷墟等遗址为重点，深化夏商周考古工作，揭示早期中国整体面貌；以河套地区聚落与社会、长江中上游文明进程、长江下游区域文明模式研究为重点，推进区域文明化进程研究。实施良渚、殷墟、石峁、二里头、三星堆、秦始皇陵、景德镇御窑、圆明园等遗址展示提升工程，建成一批遗址博物馆和国家考古遗址公园。

4. 海上丝绸之路文物保护工程：开展海上丝绸之路史迹调查，基本

掌握西沙海域文物遗存状况，加强明清海防设施、窑址、海岛文物调查研究，推进东海、黄海、渤海及内水重点区域水下文化遗产调查，实施一批海上丝绸之路文物保护修缮、展示提升和环境整治项目。

5. 西部地区石窟保护展示工程：加强四川、重庆、甘肃等石窟寺石刻保护展示，实施石窟稳定性评估、石窟本体及载体加固治理、窟檐保护性设施建设项目，形成西南地区和西北地区石窟展示廊道。

6. 西藏、四省藏区和新疆重点文物保护工程：实施西藏重点文物保护工程和青海、四川、云南、甘肃藏区全国重点文物保护单位及省级文物保护单位保护工程，传承藏族传统营造技艺；实施新疆重点文物保护工程，加强新疆生产建设兵团辖区文物特别是军垦文物保护。

7. 古建筑和传统村落保护工程：继续实施山西古建筑、曲阜孔府孔庙孔林、武当山古建筑群、沈阳故宫等古建筑保护利用工程，推出一批精品工程。完成 270 处全国重点文物保护单位和省级文物保护单位集中成片传统村落整体保护利用项目。

8. 近现代代表性建筑保护展示提升工程：制定近现代文物建筑保护利用导则和养护规程，实施上海、广州、青岛等近现代文物建筑综合保护和京张铁路、中东铁路历史建筑整体保护工程，基本完成全国重点文物保护单位中工业遗产、名人故居保护修缮项目，提升近现代代表性建筑的保护管理和展示利用水平。

9. 水利遗产保护工程：健全水利遗产保护管理制度，制定水利遗产保护的技术标准和工作规范，开展水利遗产保护、监测、管理和展示、利用研究，实施一批重要水利遗产保护利用示范项目，加强水利遗产保护宣传教育。

10. 馆藏珍贵文物保护修复工程：完成 5 万件馆藏珍贵文物的病害分析与健康评估工作，完成 4 万件馆藏珍贵文物及重要出土文物、出水文物的保护修复工作，建立馆藏文物保护修复基础资料数据库。

11. 馆藏文物保存条件达标和标准化库房建设工程：完成 150 家博物馆及重要文物收藏单位的馆藏文物保存条件达标建设项目；完成 10 万件珍贵文物柜架囊匣配置工作；完成省级博物馆库房标准化改造，实现新建地市级博物馆库房达标；完成处于全国 7 度抗震设防区国家一、二、

三级博物馆珍贵文物的防震加固设施建设。

12. 文物平安工程：实施全国重点文物保护单位中高风险古遗址、古墓葬、石窟寺防盗技术设施建设，高风险古城镇、传统村落、古建筑群防火技术设施建设和高风险古建筑防雷技术设施建设。完成 1000 处第六批、第七批全国重点文物保护单位防火防盗设施建设，基本建成规模较大、风险较高的全国重点文物保护单位安全防护体系。

三、全面提升博物馆发展质量

博物馆是保护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。中国各类博物馆不仅是中国历史的保存者和记录者，也是当代中国人民为实现中华民族伟大复兴中国梦而奋斗的见证者和参与者。贯彻落实好《博物馆条例》，优化博物馆结构，丰富博物馆藏品，促进博物馆文化创意产品开发，提升博物馆公共服务功能和社会教育水平，建设现代博物馆体系。

（一）优化博物馆建设布局

到 2020 年，主体多元、结构优化、特色鲜明、富有活力的博物馆体系基本形成，全国博物馆公共文化服务人群覆盖率达到每 25 万人拥有 1 家博物馆，观众人数达到 8 亿人次/年。推动公布《博物馆建设标准》。

加强标志国家及地方文明形象的重点博物馆建设，支持故宫博物院、中国国家博物馆等建设世界一流博物馆。完善中央地方共建国家级博物馆工作机制，推进上海博物馆、河南博物院、湖南省博物馆、湖北省博物馆、西藏博物馆等改扩建和功能提升工程。加快二里头遗址博物馆、国家自然博物馆、国家设计博物馆、国家人类学博物馆、当代艺术博物馆等专题博物馆建设，推进生态博物馆、社区博物馆和工业遗产博物馆建设，形成一批具有鲜明主题和地域特色的博物馆群体。加强市县博物馆建设，支持革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区博物馆建设，实施边疆地区博物馆建设工程。

（二）完善博物馆管理机制

完善博物馆藏品管理、陈列展览、

科学研究、公共服务和社会教育机制，健全博物馆藏品和展览备案制度，建立博物馆综合评价体系，推进博物馆理事会制度建设，公布《国有博物馆章程范本》，修订《博物馆评估办法》。支持非国有博物馆发展，完善非国有博物馆法人治理结构，健全非国有博物馆准入退出制度，修订《非国有博物馆章程示范文本》，实施非国有博物馆发展质量提升工程。

（三）提升博物馆教育质量

完善博物馆免费开放工作机制，建立博物馆免费开放绩效评估管理制度，探索对免费开放博物馆实行动态管理，将更多博物馆纳入各级财政支持的免费开放范围，促进博物馆公共文化服务标准化、均等化。改善博物馆服务设施和接待条件，拓展博物馆文化休闲功能，发挥博物馆的文化中心和研究中心作用。健全博物馆陈列展览质量标准和评价体系，建立国家

一级博物馆与市县级博物馆借展、联展、巡展合作机制。加强流动博物馆建设，推动展览陈列进乡村、进社区、进学校、进军营、进企业。强化文教结合，完善博物馆青少年教育功能，定期开展博物馆中小学生学习教育活动，推出一批博物馆教育精品项目和示范活动。

（四）加强博物馆藏品管理

完善博物馆藏品征集标准，拓展博物馆藏品征集领域和途径，充实基层博物馆藏品数量和类型。加强近现代文物征集，注重民俗文物、民族文物和非物质文化遗产征集，实施经济社会发展变迁物证征藏工程。健全文物藏品档案管理制度，建立全国可移动文物藏品信息备案系统，形成博物馆藏品资源共享和馆际交流机制，推进考古机构依法向博物馆移交考古发掘的出土文物和出水文物。

1. 博物馆青少年教育功能提升工程：全国国有博物馆为中小学生学习讲解服务 10 万小时以上 / 年，每家博物馆开展中小学生学习讲解服务或教育活动 4 次以上 / 年。建立博物馆青少年教育项目库，制作博物馆青少年教育精品课程 100 个以上。开展博物馆教育示范点建设，建立馆校合作机制，创建与学校教学相结合的博物馆青少年教育示范项目品牌。

2. 边疆地区博物馆建设工程：实施新疆、西藏、云南、广西、内蒙古、黑龙江、吉林、辽宁等省级博物馆改造提升工程，建成一批反映边疆历史及多民族融合发展的边疆博物馆，全面提高边疆地区博物馆的藏品保存和陈列展示水平。

3. 非国有博物馆发展质量提升工程：将非国有博物馆纳入博物馆质量评价体系，开展非国有博物馆定级评估，加强非国有博物馆藏品管理、保护修复、公共服务和教育设施建设。推进国有博物馆对口帮扶非国有博物馆，加强对非国有博物馆的专业指导、技术扶持和人才培养。支持非国有博物馆开展社会教育活动，推出 100 项非国有博物馆精品展览或教育活动，促进将符合条件的非国有博物馆纳入政府公共文化服务采购范围。

4. 经济社会发展变迁物证征藏工程：开展新中国成立以来反映国家重点建设成就、区域经济发展、社会生产生活方式变迁的重要实物调查与征藏，制定入藏门类、标准和规范，重点充实基层博物馆藏品资源，新增经济社会发展变迁物证藏品达到 10 万件以上。

四、多措并举让文物活起来

坚持保护为主、保用结合，坚持创造性转化和创新性发展，大力拓展文物合理适度利用的有效途径，传承中华优秀传统文化，培育社会主义核心价值观，让历史说话，让文物活起来，讲好中国故事，提升中华文化国

际影响力，让宝贵遗产世代传承、焕发新的光彩，用文明力量助推发展进步。

（一）发挥社会教育功能，弘扬中华优秀传统文化

专栏二 博物馆建设工程

实施国家记忆工程，建设全民共识的国家精神标识。实施“互联网+中华文明”三年行动计划，激活中华优秀传统文化的生命力和影响力。推进山东曲阜优秀传统文化传承发展示范区、甘肃华夏文明传承创新区建设，加强北京历史文化名城保护。编纂出版《中国文物志》。

(二) 彰显文物资源优势，促进经济社会发展

创新文物合理利用模式。推动文物保护利用与新型城镇化和新农村建设相结合，与脱贫攻坚和经济发展相结合，与美丽中国建设相结合，延续历史文脉，建设人文城市，打造特色小镇和美丽乡村。促进文物保护单位开放利用，推动有条件的行政机关、企事业单位、社会团体、军队管理使用的文物保护单位定期或部分对公众开放。分类分级制定文物景区游客承载量标准，培育以博物馆和文物保护单位为载体的体验旅游、研学旅行、休闲旅游精品线路。

促进文化创意产品开发。贯彻落实国务院办公厅转发文化部、国家发展改革委、财政部、国家文物局《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》，出台《博物馆商业经营活动管理办法》，开展文物单位文化创意产品开发试点和经验推广。研究制定社会力量参与文物保护利用规范性文件。实施“互联网+中华文明”三年行动计划，支持各地方力量利

用文物资源开发文化创意产品，推出一批具有示范带动作用的文化创意产品开发项目和优秀企业。到2020年，打造50个博物馆文化创意产品品牌，建成10个博物馆文化创意产品研发基地，文化创意产品年销售额1000万元以上的文物单位和企业超过50家，其中年销售额2000万元以上的超过20家。扩大文物资源开放，实施全国可移动文物资源共享工程。

(三) 鼓励民间合法收藏文物，提升社会文物管理服务水平

开展民间文物收藏情况调研，组织鼓励民间合法收藏文物相关课题研究，建立健全鼓励民间合法收藏文物的政策措施，印发《文物拍卖管理办法》，研究制定《文物市场管理办法》，规范文物经营活动，引导民间收藏行为。完善文物经营资质审批和文物拍卖标的审核备案制度，加强文物市场和网上文物交易监管，完善联合监管机制。建立文物经营主体信用信息公示系统和违法失信“黑名单”管理制度。编制文物鉴定规程和民间收藏文物鉴定指导意见，支持培育各类合格主体开展民间文物鉴定业务，规范文物鉴定活动。制定涉案文物鉴定管理办法、技术标准和操作规范，涉案文物鉴定机构达到35个，每个省(自治区、直辖市)至少拥有1个涉案文物鉴定机构。推广科技手段在文物鉴定中的应用。

加强文物进出境管理。完善文物

进出境审核信息管理系统，推广文物身份电子标识，实现文物进出境审核管理信息化标准化。加强协同监管，加强对自贸区、保税区的文物进出境管理服务，加大打击文物走私力度。优化文物进出境审核机构布局，文物进出境责任鉴定员达到260人。开展流失海外中国文物调查研究，推动流失文物追索返还取得新成果。

(四) 拓展文物对外交流合作，建设“一带一路”文化遗产长廊

加强与文化遗产国际组织的深度合作，提高文化遗产国际公约履约水平。扩大与各国政府间文物交流互动，推动与更多国家签署防止盗窃盗掘和

非法进出境文物的双边协定，构建稳定、多维的政府间文物合作网络。增进与“一带一路”沿线国家及文化遗产国际组织的交流合作，建设“一带一路”文化遗产长廊。加强中华文物对外交流合作，推出一批具有中国内涵、国际表达、创意融合的对外文物展览，引进一批高水平来华文物展览。统筹开展援外文物保护工程和境外合作考古项目，推出一批中国文物保护理论成果和实践案例，实施中华文物走出去精品工程。加强与香港、澳门、台湾在文物领域的交流合作，促进港澳台同胞共享中华优秀传统文化遗产。

专栏三 文物合理利用工程

1. 国家记忆工程：依托文物建筑、文化典籍、国家档案等，通过体现中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的代表性文物，分类分批实施国家历史、文化、艺术、科学记忆工程及国家记忆数字化保存行动计划，建设全民共识的国家精神标识。
2. “互联网+中华文明”三年行动计划：坚持政府积极引导、社会

共同参与，推动互联网的创新成果与中华优秀传统文化的传承、创新与发展深度融合，充分发挥市场作用，通过观念创新、技术创新和模式创新，推动文物信息资源开放共享，推进文物信息资源、内容、产品、渠道、消费全链条设计，丰富文化供给，促进文化消费，进一步发挥文物资源在培育社会主义核心价值观、构建中华优秀传统文化传承体系和公共文化服务体系中的独特作用。推进文物信息资源开放共享，调动文物博物馆单位用活文物资源的积极性，激发企业创新主体活力，完善业态发展支撑体系，形成一批具有示范性、带动性和影响力的融合型文化产品和服务品牌，有力促进大众创新、万众创业。

3. 全国可移动文物资源共享工程：运用第一次全国可移动文物普查数字化成果，建立可移动文物资源共享机制。公布文物藏品信息达到100万件以上，向社会公众提供查询服务。

4. “一带一路”文化遗产长廊建设工程：编制实施“一带一路”沿线文化遗产保护利用规划，推进陆上丝绸之路扩展项目、海上丝绸之路的保护与申遗工作，加强“丝绸之路：长安——天山廊道的路网”跨国协作与文物保护，开展丝绸之路“南亚廊道”研究。构建“一带一路”文化遗产双边、多边交流机制和合作平台，实施“一带一路”沿线国家援外文物保护工程和合作考古、科技保护、文物展览项目，促进民心相通，增进深度认知。举办“丝绸之路文化遗产”主题研讨会、高级别论坛和陆上、海上丝绸之路文物交流展。

5. 中华文物走出去精品工程：充分利用党和国家领导人重要对外活动契机，抓住重大节庆、重大事件、重要会议、重要节展赛事的时间节点和国家文化年、文化节系列活动，向世界推介更多具有中国特色、凸显中国精神、蕴含中国智慧的文物精品展览，扩大文物出展国家和地区。全方位拓展文物对外交流合作渠道平台，大力创新方法手段，在重点国家实现突破，在周边国家巩固扩大，在非洲、拉美等地区扩大覆盖范围，打造一批文物对外交流合作品牌。将中华文化走出去融入文物对外援助工作，继续推进援助柬埔寨、乌兹别克斯坦、尼泊尔、缅甸等文物保护工程，做好境外联合考古项目。举办面向港澳台青少年的历史文化研习营活动，组织赴港澳台文物展览，保持与台湾文化遗产领域机制性交流。

五、加强文物科技创新

构建以技术创新为核心、以组织创新为支撑、以制度创新为保障的文物行业创新体系，支撑引领文物事业科学发展。

（一）提高技术预测预见能力，加强基础科学技术前沿研究

加强文物保护基础理论研究和学科建设，重点开展文物领域技术预测、预见的方法研究，规划文物科技发展战略、重点领域和行动计划，制定技术路线图。开展文物价值综合研究、文物本体材料及制作工艺、文物病害、保护材料与文物本体作用机制等应用基础研究，重点推进以应用基础研究为先导的技术创新。支持文物风险识别、评估预警和处置的理论、方法和模型前沿研究。

（二）加强共性关键技术攻关，加快文物保护装备建设

开展考古调查与发掘专用技术、无损分析检测和多技术协同探测技术研发，构建考古现场保护体系。开展文物风险评估技术与方法、风险处置关键技术和出水文物、土遗址、壁画、石窟寺等成套保护技术及生物病害综合防治技术研发。开展书画、纺织品、陶质彩绘文物传统修复工艺与现代科

技相结合的共性关键技术研究，文物保护材料性能和保护效果评价方法研究，木结构建筑和历代书画传统工艺谱系研究。以博物馆和大遗址为对象，开展智慧博物馆技术支撑体系研究。深化“制造商+用户”、“产品+服务”发展模式，加强企业与文博科研单位、用户单位的合作，推进文物博物馆专有装备研发、推广应用、替代升级，形成文物保护装备产品系列。制定文物保护装备产品标准，建设国家文物保护装备产业基地。

（三）加快急需标准制定，推进文物信息化建设

加强文物术语与编码等基础标准的制修订，加强文物数字资源采集、加工、存储、传输、交换、服务等通用标准的制修订，加强文物价值评估、风险管理、保护技术等技术标准和管理标准的制修订，完善标准复审制度，完成50项以上行业技术标准的制修订工作。推进单位（实验室）标准、地方标准建设，开展团体标准试点。强化文物标准宣传贯彻，开展标准化示范试点。全面推进文物保护、利用、管理、研究信息化整合共享工作，建设国家文物大数据库，建成国家文物主管部门综合行政管理平台，完善文

物部门政务公共服务系统，实现文物信息互联互通与数据资源共享共建。

（四）推广文物科技成果，构建多元化科研组织

促进文物科技成果的推广应用，开展文物科技成果的效果和适用评估，建立文物科技转移和成果扩散机制，发布重点文物科技成果转化项目指南。依托国家文物局重点科研基地及工作站、科技创新联盟，

实施文物保护科技示范工程。鼓励社会科技资源参与文物科技创新，加强资源共享、风险共担、优势互补的战略合作，建立实体研发组织与虚拟研发组织相结合的新型文物科技创新组织模式。建成 30 个国家文物局重点科研基地、5 个以上文物行业科技协同创新平台。培育国家文物局重点科研基地进入国家级研发基地序列，完善文物科技项目、科技成果和科研机构评价制度。

专栏四

文物科技创新应用工程

1. 文物保护科技示范工程：依托不可移动文物保护工程和可移动文物修复项目，围绕土遗址、彩塑壁画、石质文物、陶质彩绘文物、出水文物、竹木漆器、纺织品、纸质文物和馆藏文物保存环境监测调控、馆藏文物防震、遗产地风险预控等方面，实施 20 项以上文物保护科技示范项目。

2. 智慧博物馆建设工程：运用物联网、大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，研发智慧博物馆技术支撑体系、知识组织和“五觉”虚拟体验技术，建设智慧博物馆云数据中心、公共服务支撑平台和业务

管理支撑平台，形成智慧博物馆标准、安全和技术支撑体系。建设智慧故宫、智慧敦煌、智慧秦始皇陵博物院。

3. 文物保护装备应用示范工程：研发水下考古机器人搭载平台、文物数字化装备和智能感知终端、智慧博物馆装备、文物素材再造设备和系统等前沿技术，形成一批拥有自主知识产权的文物保护装备。促进文物预防性保护、文物安全、文物运输、文物管理等专有装备应用。建设装备企业和文博科研、用户单位相结合的文物保护装备产业基地和应用示范区。

六、加强文物法治建设

坚持制度先行，完善文物法律制度，健全文物政策措施，落实文物行政执法主体责任，增强文物法律意识，提升文物法治水平。

（一）完善法律制度，加强文物普法宣传

加快形成系统完备、科学规范、运行有效的文物法律制度体系。落实《国家文物局贯彻落实〈法治政府建设实施纲要（2015 - 2020 年）〉实施方案》，推动《文物保护法》和《水下文物保护管理条例》修订工作，制定一批配合文物法律法规实施的部门规章及规范性文件，做好文物行政法规、部门规章和规范性文件清理工作。开展文物系统“七五”普法工作，深化文物法律进机关、进乡村、进社

区、进学校、进企业、进单位主题活动。加强文物普法宣传员队伍建设，鼓励社会力量参与文物法治宣传工作，促进文物法治理念深入人心。

（二）坚持依法行政，深化文物行政审批制度改革

深入推进文物领域“放管服”改革，简政放权，转变职能，优化文物行政审批流程，更新文物行政审批事项服务指南，加强事中事后监管。推行文物行政许可标准化和“双随机一公开”监管方式，完善“一单两库一细则”。推进文物行政审批事项的标准化、规范化，实现文物行政审批事项在标准上规范、程序上简约、管理上精细、时限上明确。进一步明确文物部门的职责定位和发展定位，进一

步规范文物部门的权力清单和责任清单。推进文物部门决策、执行、管理、服务、结果公开和重点领域信息公开。

(三) 加大层级监督, 强化文物行政执法督察

完善国家文物督察制度。构建“国省督察、市县执法、社会监督、科技支撑”的文物执法督察体系, 依法督察地方政府履行文物保护职责情况, 依法督办重大文物违法案件和文物安全事故。公开曝光一批重大文物违法案件和文物安全事故, 对影响恶劣的, 及时约谈地方政府负责人。开展文物法人违法案件三年整治专项行动和长城执法专项督察, 重大文物违法案件查处率达到 100%。

充实文物行政执法力量。优化省级以上文物执法督察力量配置, 落实市县文物行政执法职能, 实现省市县文物行政执法主体全覆盖。完善文物行政执法责任制, 开展省级文物执法效能评估。建立全国文物行政执法人员动态管理系统, 建立岗位培训制度, 提高文物行政执法人员素质。

规范文物行政执法程序。健全文物行政处罚裁量权基准制度, 建立文物行政执法全过程记录制度, 规范文物行政执法行为。建立文物违法案件分级处置、重大案件挂牌督办和约谈通报曝光机制。推广说服教育、劝导示范、行政指导等非强制性执法手段。健全文物行政执法和刑事司法衔接机

制, 完善文物案件通报、移送标准和程序。

提升文物行政执法能力。强化科技、装备在文物行政执法领域的应用, 实施文物行政执法能力提升工程。发挥国家文物局文物违法举报中心作用, 建好用好“12359”文物违法举报热线, 建立文物违法社会监督员制度, 形成文物执法领域志愿服务机制。

(四) 加强联合执法, 打击文物违法犯罪行为

发挥全国文物安全工作部际联席会议的协调作用, 落实“两高”文物犯罪司法解释, 完善联合打击和防范文物犯罪长效机制。提升全国文物犯罪信息中心的实战作用。开展打击文物犯罪专项行动和文物建筑火灾隐患整治专项行动, 有效遏制重大文物犯罪案件和文物火灾事故高发势头。完善多部门联合执法机制, 强化水下文化遗产执法合作, 开展多领域联合行政执法行动。

(五) 严格责任追究, 健全文物违法行为惩戒机制

地方政府、有关部门和单位因不依法履行职责、决策失误、失职渎职导致文物遭受破坏、失盗、失火并造成一定损失的, 要依法依规追究有关人员的责任; 涉嫌犯罪的, 移送司法机关处理。建立文物保护责任终身追究制, 对负有责任的领导干部, 不论是否已调离、提拔或者退休, 都必须

严肃追责。建立健全文物保护工程勘察设计、施工、监理、技术审核质量负责制, 对违反国家法律法规和技术标准, 造成文物和国家财产遭受重大

损失的, 依法追究相关单位和人员的责任。建立健全文物领域守法信用记录制度, 完善守法诚信行为褒奖机制和违法失信行为惩戒机制。

专栏五 文物法治建设工程

1. 文物行政执法能力提升工程: 建成全国重点文物保护单位执法监督管理系统, 开展全国重点文物保护单位执法监督在线巡查试点和执法终端建设试点, 建设全国文物行政执法监管平台。开展不可移动文物执法遥感监测, 抽查 100 个县域单元, 对其文物消失或违法情况进行监测。推动 5 个文物资源密集城市建立文物安全保护志愿服务队伍, 指导文物资源密集市县建立文物违法社会监督员制度。
2. 文物宣传传播能力提升工程: 围绕文物法律、重大政策、重要节庆、重要事件、典型案例和重要考古发现、文物保护利用重点工程、执法督察行动开展主题宣传系列活动。做好国际博物馆日全国主会场、中国文化遗产日主场城市活动。加强文物普法宣传, 加大文物新闻发布力度, 开展文物网络舆情监测。打造文物系统网络新媒体矩阵, 开设文化遗产公开课, 建设文物传播专家库和资源库。

七、完善规划保障措施

加大政策引导，强化资金保障，加强队伍建设，为文物事业改革发展提供有力支撑。

（一）出台政策举措，完善文物保护管理制度

建立国家文物登录制度。健全文物认定、登录标准，规范文物调查、申报、登记、定级、公布程序，建设国家文物登录中心。研究制定不可移动文物降级撤销和馆藏文物退出机制，推进文物信息资源社会共享。

健全文物保护工程质量监督管理体系，加强文物保护工程检查指导，推动第三方机构参与文物保护工程质量和效果评估，提高文物保护工程质量。制修订《文物保护工程管理办法》《文物保护工程招标投标管理办法》《古建筑修缮工程施工规程》《近现代建筑保养维护工程技术规程》。

研究制定文物保护补偿办法。探索对文物资源密集区的财政支持方式，在土地置换、容积率补偿等方面给予政策倾斜。表彰向国家捐献文物、捐赠文物保护资金及其他支持文物保护的行为。

广泛动员社会参与。出台城乡群众自治组织保护管理使用尚未核定公

布为文物保护单位的不可移动文物的指导意见。推广政府和社会资本合作（PPP）模式，拓宽社会资金进入文物保护利用渠道。研究制定文物保护志愿者管理制度，培育文物行业社会组织。

（二）拓宽投入渠道，提高文物保护资金使用效益

增强文物保护中央财政专项资金的导向性，发布专项资金年度项目申报指南，对革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区予以倾斜，对重大项目、重点工程和重大政策实施予以保障。

加强文物保护资金规范管理。制定《文物保护项目预算编制规范》《馆藏文物修复计价清单》，进一步完善支出标准体系。建设文物保护中央财政专项资金管理平台，健全中央财政和地方财政文物保护投入绩效考评制度，完善第三方评估机制，加大重点文物保护工程项目专项资金使用情况的监督、管理、评估和验收，制定《国家重点文物保护专项补助经费绩效管理暂行办法（试行）》《国家重点文物保护专项补助资金项目财务验收管理办法》。

落实省级和市县级文物保护单位保护资金投入。拓宽社会资金进入文物保护利用渠道，发挥文物保护基金平台作用，探索开发文物保护保险产品，为非国有不可移动文物保护维修提供资金支持。

（三）提高人才素质，增强文物保护管理能力

继续推进文博人才培养“金鼎工程”，实施高层次文博行业人才提升计划，将高层次文博人才引进和培养纳入国家“千人计划”、“万人计划”和文化名家暨“四个一批”人才项目。加强对急需专业技术人才、技能型人才和复合型管理人才的培养，加大跨行业、跨部门文博人才培养力度。

加强文博人才培养基地建设，完善文博人才培养体系，对经济欠发达地区基层文博单位人员培训予以倾斜。强化“以修代培”，推动文博人才培养与不可移动文物保护工程、可移动文物修复项目、传统村落保护项目相结合。研究制定文博行业职业教育指导意见，将文物传统工艺的保护传承纳入职业教育，推动职业院校与文博企事业单位的产学研协同创新平台建设。研究制定文博行业相关职业标准，完善专业技术人才、技能型人才职业能力评价和人才考核评价体系。完善全国文博网络学院，实现文物行业网络培训全覆盖。

专栏六

文物人才培养工程

1. 文博人才培养“金鼎工程”：举办文物领域培训项目达到300个以上，培养各类文博人才达到1.8万人次以上；实施“以修代培”项目20个以上。实施文物行业领军人才计划，在文物重点领域培养领军人才20名以上；实施专业技术人才培育计划，举办专业技术培训班10个以

上/年；加强技能型人才培养，新增文物保护修复人才700名以上；实施文博人才扶贫计划，举办贫困地区文物专业技术和管理人员培训班30个以上。

2. 民间匠人传统工艺传承工程：开展文物保护传统工艺人才调查，加强传统工艺、工匠研究与保护，支持民间匠人参与文物保护工程项目实施，推动传统工艺纳入高等院校、职业院校教学内容，建设以传统工艺传承保护为核心的产学研协同创新平台。

八、形成规划实施合力

各级文物部门要加强对本规划实施的组织、协调和督导，地方文物部门要结合实际制定地方规划和年度计划。完善规划实施机制，坚持规划管理的目标导向与问题导向相结合，对重大工程、重大项目、重大政策和重要任务进行细化落地、落实责任主体、明确进度安排，确保如期完成。加强财政预算与规划实施的衔接协调，推动各级财政加强对规划实施的保障作用。充分发挥各级党委政府、社会各

界参与文物保护利用的积极性、主动性和创造性，共同推动规划顺利实施，努力形成全社会群策群力、共建共享的生动局面。

国家文物主管部门要建立规划执行情况监测、评估和督查机制，开展规划实施的年度监测，组织规划实施的中期评估和期末评估，把监测评估结果作为改进文物工作和加强绩效考核的重要依据。

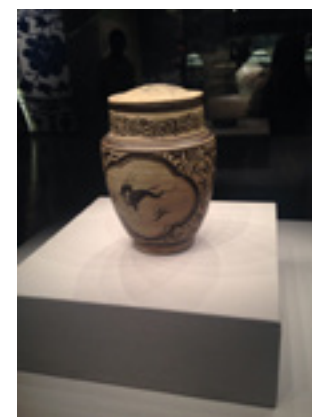
“春风带来草原情”——内蒙古包头博物馆巡展移师嘉定博物馆

“草原古韵 塞外风情——内蒙古包头博物馆馆藏文物精品展”于2017年2月24日在上海嘉定博物馆开展，4月19日结束。



本展览是由内蒙古包头博物馆和嘉定博物馆联袂主办的具有浓郁民族特色和塞外风情的精品文物展。

展览分为“包头历史文物”“蒙古族文物”“藏传佛教唐卡”和“内蒙古古代岩画拓片”四个单元，共展出文物80余件（套）。展品以独具特色的蒙元游牧文化，精美神秘的藏传佛教唐卡，粗犷原始的岩画拓片图案和文化底蕴深厚的历史文物，彰显了塞外包头独特的历史文化底蕴和别



具一格的草原民族风情，真实地再现了草原各民族融合进步，共同发展的历史变迁，描摹了一幅草原文化与农耕文化交相碰撞、熠熠生辉的壮丽篇章。该展览为嘉定观众奉上了一份内容丰富，特色鲜明的文化大餐。



本次展览是内蒙古包头博物馆赴全国巡展的第52站。

（来源：内蒙古包头博物馆官网）

“汉景帝阳陵出土文物特展” 在徐州开展

展期：2017年2月25日
——2017年5月25日
地点：徐州博物馆

为加强省际文化交流与合作，充分发挥博物馆社会服务功能，让馆藏文物“活起来”，弘扬中华民族优秀传统文化，由汉景帝阳陵博物院与徐州博物馆联合举办的“汉景帝阳陵出土文物特展”，经过双方工作人员协同布展，于2月25日在徐州博物馆（徐州市文物考古研究所）顺利开展。



本次特展参展文物120件(组)，其中一级文物6件；二级文物37件；三级文物33件，种类有“着衣式”

裸体陶俑、陶塑动物俑、生产生活器具、建筑材料等，较为全面地体现了汉景帝时期帝王陵墓的丧葬制度和文 化习俗，反映了西汉文景时期的社会生活和精神风貌。

徐州，古称“彭城”，是西汉开国皇帝汉高祖刘邦的故乡，刘姓楚王的王城，汉文化遗存丰富，周围有多座汉代楚王墓分布，是江苏省乃至全国汉文化重镇。徐州博物馆是一家综合性博物馆，馆藏文物丰富，藏品体系完整，尤以汉代文物最具特色。本次特展免费公众开放，开展期间徐州电视台、徐州电台、《徐州日报》等当地主流媒体及网络社交媒体进行了专题报道。特展的成功举办，对推进区域文化交流，弘扬优秀传统文化，宣传陕西丰富的文物资源和保护成果，将起到积极的促进作用。

布展期间，汉景帝阳陵博物院工作人员与徐州博物馆陈列、保管、社会教育等部室同仁进行了业务交流，对进一步加强馆际交流与合作进行了协商和探讨。2017年10月，徐州博物馆馆藏汉代诸侯王墓出土文物将到汉景帝阳陵博物院进行为期三个月的展览。

(来源：汉景帝阳陵博物院官网)

“客家探秘——福建三明客家民俗展”开展

展期：2017年3月4日
——2017年5月4日
地点：齐齐哈尔市
博物馆

“客家探秘”——福建三明客家祖地民俗文物展，于3月4日在齐齐哈尔市博物馆开展，这是齐齐哈尔市博物馆2017年“云南普洱茶马文化风情展”后的第二个外地交流展。届时齐齐哈尔市博物馆的“中国科学考古奠基人——梁思永展览”将赴福建三明展出，展期各为两个月。

展览撷取一百多件套服饰、银器、木雕、竹编、剪纸等实物精品，是客家人生活经验与智慧的结晶，让观众感受客家文化的独特魅力，了解、探知客家人的乡土乡情。



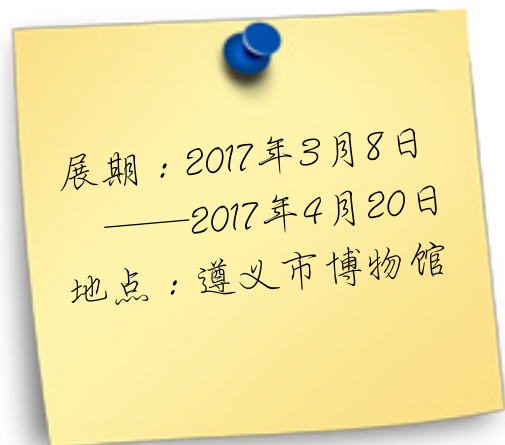
三明地处福建省西北部山区，二十万年前就有古人类繁衍生息，汉晋以后，中原汉族百姓逐渐南迁闽赣交界地域，与闽越等少数民族相融合，宋明时期形成了以汉族为主体的客家民系。由于特殊的历史地位，三明成为海内外宗亲公认的客家祖地，民俗文化 底蕴深厚而多姿多彩。



齐齐哈尔市博物馆本着“走出去，带回来”的发展理念，将本土历史文化“推”出去的同时又将外地文化“带”回来，文化交流、文化共享，让老百姓不出远门，在自己的家门口就能观赏到丰富多彩的外地展览，让原本一成不变的固定展览“活起来”、“流动起来”，切实发挥博物馆服务社会、服务百姓的功能。

(来源：齐齐哈尔市博物馆官网)

“‘我’从远古走来——周口店遗址文物展”在遵义市博物馆开展



3月8日，“‘我’从远古走来——周口店遗址文物展”在遵义市博物馆开展。展期为2017年3月8日——2017年4月20日。

当天上午，在遵义市博物馆举行了开展仪式。遵义市文化广电新闻出版局副局长、市文物局局长李世军，遵义市博物馆馆长李良福，周口店遗



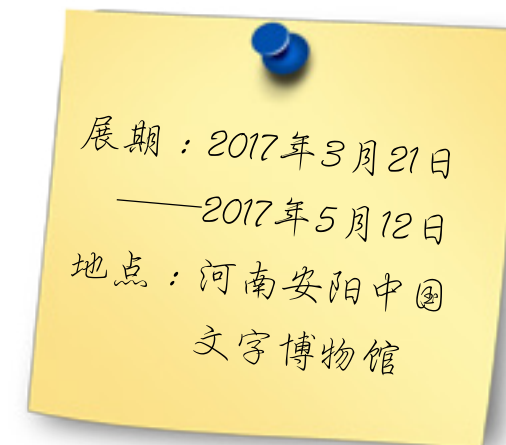
址博物馆副馆长隗建华出席开展仪式并致辞。

展览展出了周口店遗址博物馆精选出的“北京人”及山顶洞人头骨模型、复原像、各类史前动植物遗存等143件（组）。通过辅助展板、化石展示、多媒体演示等手段，向观众展示了周口店遗址的发现、发掘、研究及化石的丢失、寻找等内容。为了让文物“活”起来，现场设置了沙盘幻象、VR远古幻境等科技展项，观众可以更加直观、生动地了解“北京人”制作石器、用火、狩猎以及山顶洞人捕鱼的场景。同时，邀请观众一起参与“模型制作”、“钻木取火”等科普互动活动，亲身体验远古人类的生活方式，增进当地市民对远古人类文明演化发展的了解。

此展览的举办让深邃久远的古人类文化和悠久灿烂的遵义文化交融，不仅是弘扬中华优秀传统文化、践行“文化强区”战略的一项重要举措，也是文化交流合作的重要成果。通过展览，丰富当地民众的精神文化生活，让远古人类文化更好地继承和发扬。

（来源：周口店北京人遗址博物馆官网）

“曹操宗族墓群文字砖拓片全国巡展”走进中国文字博物馆



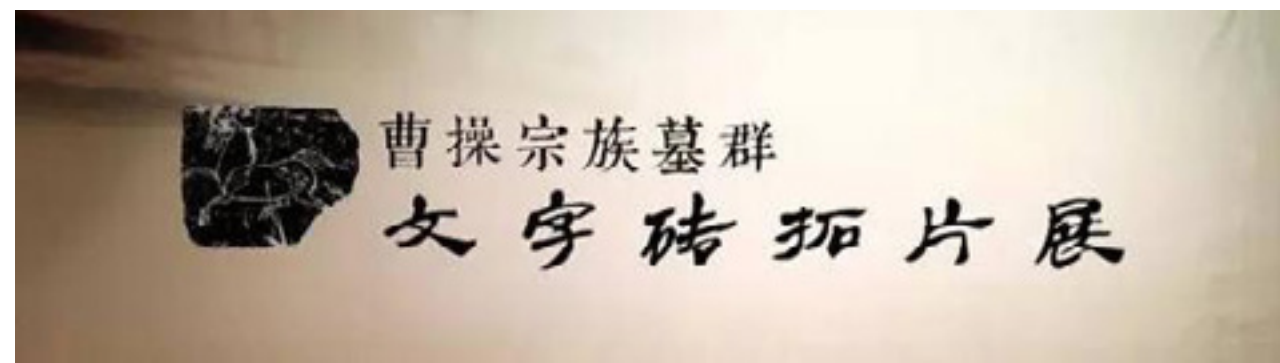
为延续城市历史文脉，弘扬优秀传统文化，进一步推动亳州文物事业的交流发展，由亳州市文化旅游局、亳州市博物馆联盟联合主办的“曹操宗族墓群文字砖拓片展”将于3月21日在河南安阳中国文字博物馆正式展出。



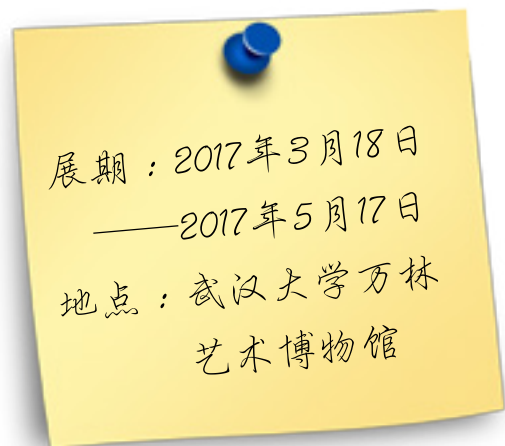
本届拓片展，依托“曹操”为主题、以亳州博物馆馆藏大量珍贵汉文字砖为主线，汇集展出了最具代表性的151幅精品文字砖、画像砖拓片，另外，此次安阳巡展又新增了曹腾墓等墓室大型画像石共13块，展品真实再现了古代书法艺术和绘画艺术的神韵，有着重要的历史价值和艺术价值。

这是亳州博物馆继2016年西安碑林博物馆巡展之后又一次大规模的汉文字砖拓片巡展活动，致力于把亳州的优秀文化“送”出去，鼓励和动员更多公众参与到博物馆文化体验之中。该展无论是拓片内容包含的信息量还是展出拓片的数量在国内均是罕见，将在古砖的研究以及金石学领域产生很大的影响。同时，活动也拉开了亳州、安阳两地历史文化交流的序幕，将推动两地文博事业的共同发展。

（来源：亳州市博物馆官网）



“2017中国当代学院水彩名家邀请展”开幕



院名家举办艺术展，是大学艺术博物馆的题中应有之义，当今中国水彩画快速发展，而且越来越兴盛，尤其是近二三十年，水彩画家群体越来越大，水平越来越高，在国际上的地位也越来越重要，产生了一大批优秀的水彩画家。他们敏锐地抓住了水彩画在当今中国发展的可能性，并不断发展深化，这种深化集中体现在水彩画学术性的开掘和探索上。本次展览希望通过水彩这一画种的具体透视，使观众了解这门作为技艺的视觉艺术形式绘画，并由此进一步去了解其他视觉艺术形式，提升观众审美素养，从而实现大学博物馆艺术普及和审美教育的目的。

本次展览持续至5月7日。

(来源：武汉大学万林艺术博物馆官网)

在武汉大学最美的樱花季里，“2017中国当代学院水彩名家邀请展”在万林艺术博物馆展出。3月18日下午两点，展览开幕式在万林艺术博物馆一楼举行。

武汉大学人文社科资深教授刘纲纪先生，武汉大学副校长舒红兵院士，长江大学校长谢红星，湖北省美术家协会秘书长、策展人刘春冰先生，湖北省美术学院副院长、展览学术主持刘茂平教授、本次展览的参展画家，以及武汉地区有关美术馆馆长、有关高校美术院系的领导和师生代表出席本次开幕活动，开幕式由万林艺术博物馆馆长许永健主持。

本次展览，万林艺术博物馆邀请十位来自全国的学院派水彩名家参展，共展出水彩画作品100幅。为学

墙内外——北京大学平粮台考古队2016年社区考古展

平粮台古城遗址是1988年颁布的第三批全国重点文物保护单位。自上世纪80年代起，遗址所在地基本形成了以围墙护遗址的遗产保护模式。墙内考古工地，墙外当地村落——考古与社区的距离，亦近亦远。

2016年9月，北京大学考古文博学院的同学们来到了平粮台遗址，在此进行了四个多月的田野考古实习。学习和实践考古的过程中，我们开始思考——专业所作所学究竟与当下有何关系？我们又能为“考古”与“社区”的联系做些什么？



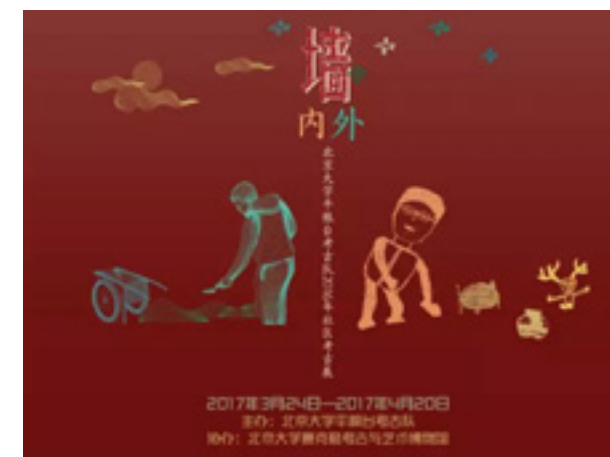
“墙内外——北京大学平粮台考古队2016年社区考古展”便是我们对于这些思考付诸的行动之一。通过图片、手工作品等形式，此展将向您揭示这场名为“社区考古”的实验如何影响了围墙内外的人们。它是“平粮台社区考古项目”的最后一个篇章，也是对这一次“公众考古实验”的完



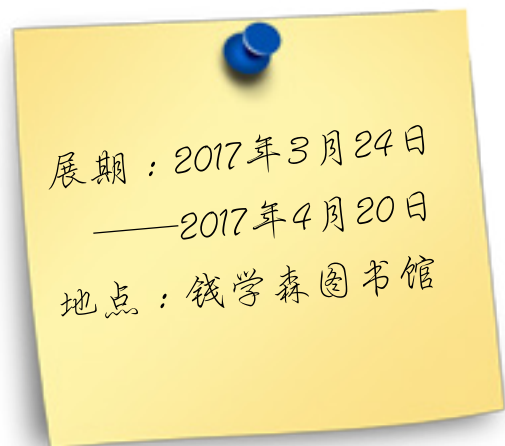
整呈现。与之前在遗址上开展的社区考古活动一样，此次展览也由考古文博学院在校学生组织完成。

这是怎样一次寻常而又非常的田野实习？围墙内外究竟产生了怎样的互动？我们和他们又因此发生了哪些改变？期待您来探索答案。

(来源：北京大学赛克勒考古与艺术博物馆官网)



《罗马条约》60周年纪念日活动之“更紧密的联盟”巡回展览钱馆开展



欧洲联盟历史档案馆
欧洲大学研究所

合作方:

欧洲联盟理事会
欧洲联盟委员会
欧洲议会

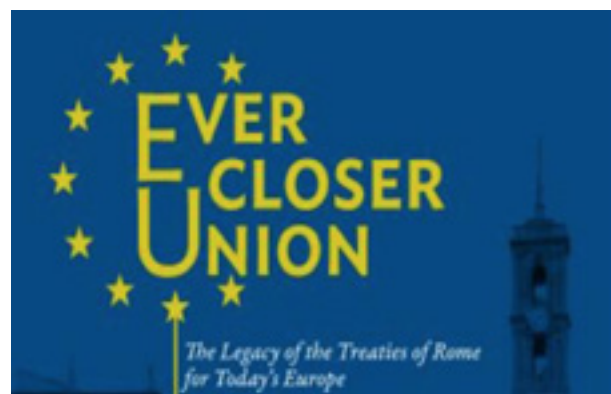
轮值主席国意大利部长理事会欧洲政策部

意大利外交部
ANSA 通讯社

科学委员会:

Federico Romero 教授 (欧洲大学研究所) 与 Antonio Varsori (帕多瓦大学)

(来源: 钱学森图书馆官网)

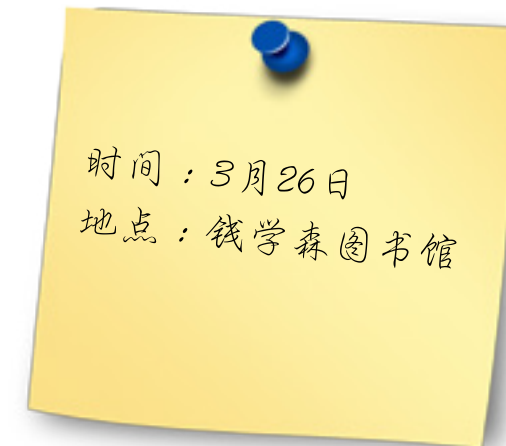


2017年适逢《罗马条约》签署六十周年,本次展览为相关纪念活动中的一项,通过档案、图像等资料,展示欧洲一体化的历史进程,与观众共同回顾《罗马条约》的历史意义并探讨欧盟的未来走向。

此次巡回展览中的档案文件和图像,来自于欧洲联盟、意大利外交部历史档案馆和 ANSA 通讯社。展览将会有 4 个部分和 14 个展览板。

组织方:

“可持续发展与我们的食物”主题研讨会会在钱学森图书馆举行



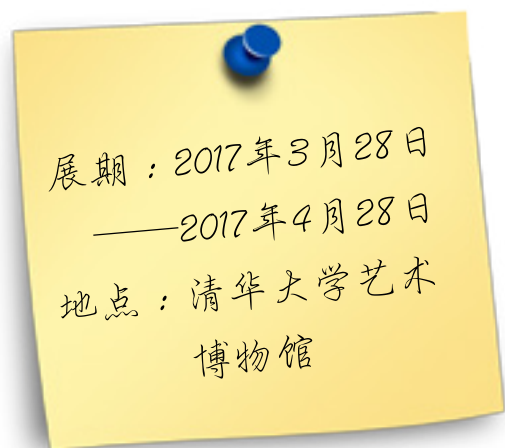
3月26日下午,“可持续发展与我们的食物”、“减少食物浪费”中国青少年环保创意赛暨挑战赛(上海赛区)系列活动的第一场“可持续发展与我们的食物”主题研讨会在钱学森图书馆 B13 报告厅举行。来自联合国环境署的蒋南青博士、鄢文静女士、中国青少年环境论坛秘书长刘燕丽女士、绿色光年环保服务中心理事长倪欢女士以及上海交通大学钱学森图书馆执行馆长张凯等出席本次研讨会,与现场青少年观众一起探讨“可持续发展与我们的食物”这一主题,提升青少年环保意识,激发他们更多环保创意。

本次研讨会还发布了钱学森图书馆与绿色光年一同策划的“重走学森路”暑期夏令营项目,该项目将于 4 月下旬正式在钱学森图书馆与绿色光年的官方微信平台正式发布报名公告。

“可持续发展与我们的食物”、“减少食物浪费”中国青少年环保创意赛暨挑战赛(上海赛区)将在接下来的两个月时间内在全市范围内征集创意作品和课题方案。所有参赛作品将经过专家团队的筛选和评审,于 6 月 5 日世界环境日评选出优秀选手和作品,并在 2017 年全国主论坛上展示和最终评选。活动获奖者将获得由联合国环境署和欧盟 Refresh 项目所颁发的奖品、证书等奖励,部分优秀获奖者作品还将被邀请到联合国环境署总部举办的世界青少年环保交流活动中进行展示。

(来源: 钱学森图书馆官网)

从酒神赞歌到阿卡迪亚：马库斯·吕佩尔茨作品展在清华艺博开幕



20世纪七、八十年代，他与巴塞利兹、伊门多夫、彭克、基弗等人共同催生的“新表现主义”，有力地改变了西方当代艺术史的“地形图”，之后也对中国的当代艺术产生了不可小觑的影响。此次由清华大学艺术博物馆主办的“从酒神赞歌到阿卡迪亚：马库斯·吕佩尔茨作品展”，为人们提供了一次近距离感受西方大师作品的珍贵机会。

展览简介：

展览涵盖吕佩尔茨自1968年至今各阶段的代表作品共计104件，包括88件架上绘画和16件雕塑作品。

“酒神赞歌”系列是吕佩尔茨早期重要的绘画作品，代表着激情与狂热，而“阿卡迪亚”系列是他近十年的创作，是一种美好想象的乌托邦，从“酒神赞歌”到“阿卡迪亚”，既是吕佩尔茨个人艺术发展的演变与升华，也是对当代社会和人性的美好期盼。这种饱含哲思的艺术创作风格一直延续至吕佩尔茨近年的创作，同时也启发我们以卓越的想象力去构筑人类未来的“阿卡迪亚”。

艺术家简介：

马库斯·吕佩尔茨（1941-）是德国新表现主义的代表人物之一。在

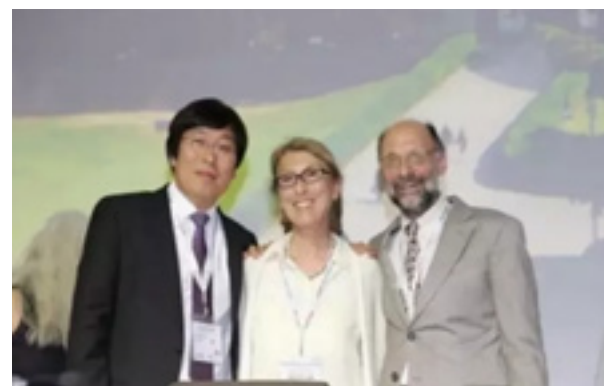


（来源：清华大学艺术博物馆官网）

安来顺：愿中国博物馆更好地利用国际平台

文/Y & City

意大利米兰时间7月9日下午，国际博协第24届大会选举委员会正式公布新一届国际博协执行委员会（ICOM Executive Board）选举结果，中国博物馆协会副理事长兼秘书长安来顺博士高票当选国际博协副主席，本届任期至2019年。他是国际博协70年来第二位进入最高领导层的亚洲人，上一次印度人高斯当选主席是在24年前。



土耳其的苏埃·阿克索伊（中）当选主席，中国的安来顺（左）和意大利的阿尔贝托·加兰迪尼（右）当选副主席，世界五大洲的其他11名代表当选为执委

在全球性博物馆专业组织最高管理层中拥有话语权，是一个国家综合实力的象征，也是一个国家博物馆事业得到广泛认可的具体体现。对此，

安来顺先生坦言，作为一名中国博物馆人，以强大的国家地位和蓬勃发展的博物馆事业为后盾而进入国际博协最高领导层，他感到更多的是压力和责任。如何更好地为中国博物馆界服务，为近36000名国际博协会员服务，将成为其本届任期内的首要任务。

本期弘博名家采访了安来顺先生，请他谈谈博物馆间的国际交流情况、中国博物馆与国际博协互动情况、以及国际博协未来工作计划，一起关注全球视野下的中国博物馆发展。

与国际博协合作共事30年

弘博网（以下简称弘）：您在国际博协工作了30年，一直从事中国博物馆国际合作的相关事务，您能以自己的经历为线索简单回顾下这些年来国际博协的发展情况吗？

安来顺（以下简称安）：1984年，我从南开大学毕业后，进入中国博协秘书处工作。1986年开始，作为博协外事主管与国际博协进行联系，至今已经30年。

我先简单介绍一下国际博协的发

展历程及中国博物馆的参与情况：

1946年11月，联合国教科文组织大会在巴黎召开，欧洲和北美的博物馆馆长发起成立国际博物馆协会。中国虽然没有代表参与此次会议，但作为发起国之一，也发电报表示支持国际博协的成立。

1974年6月，国际博物馆协会于哥本哈根召开第11届会议，将博物馆定义为“是一个不追求营利，为社会和社会发展服务的公开的永久机构。它把收集、保存、研究有关人类及其环境见证物当作自己的基本职责，以便展出，公诸于众，提供学习、教育、欣赏的机会。”

1982年，中国博物馆学会（2010年更名为中国博物馆协会）成立，次年就参加了第13届国际博协大会，建立了国际博协中国国家委员会，成为国际博协团体会员。

2010年11月，第22届国际博协大会在上海举办。

2013年7月，由国际博协、国际博协中国国家委员会和故宫博物院合作建立的国际博协培训中心（北京）在故宫博物院成立，这是迄今为止国际博协举办的唯一培训中心。

我个人的博物馆职业生涯也与国际博协紧密相伴：

1986年起，我开始从事博物馆的国际合作事务，相继参与协调了一系列国际博协专业委员会以及亚太地

区联盟在中国和其他亚洲国家举行的合作项目，例如博物馆学、博物馆安全、区域博物馆、人员培训等国际研讨培训，以及四次亚太地区联盟大会。

在此期间也担任过国际博协的一些职务，例如1989-2010年任国际博协博物馆学委员会理事、副主席，2005-2010年任国际博协跨文化事务委员会委员，2013年以来任国际博协财政与资源分配委员会委员，2014年以来任《国际博物馆》全球版编委等。特别是2010年，在国际博协第22届大会上当选为国际博协执委，2013年第23届大会连选连任。我很荣幸，中国博物馆事业国际化水平的日益提升，为我本人提供了不少为中国乃至国际博物馆领域服务的机会。

国际话语权源于国家影响力

弘：您与国际博协共同工作了30年，本次能够高票当选国际博协副主席离不开您个人的积累和努力，除此之外还有没有其他原因呢？

安：在几乎所有场合我都在强调，我个人之所以能够在国际博协中发挥一些作用，虽有作为一名博物馆人的努力，但这个博物馆人的前面始终有两个大字，那就是“中国”。一切都离不开这个前提。这不是唱高调，而是客观现实。就我此次当选而言，主要是以下因素促成的。

首先是国家的崛起，这是任何一个国际组织都必须承认的事实。客观而言，如果国际博协没有了中国的参与，它就很难成为一个真正意义的国际组织。例如本次米兰国际博协大会，不论是大会主旨发言，还是专业委员会的会议，大家都在不断地提到“中国”和中国的博物馆，包括诺贝尔文学奖得主土耳其作家帕慕克（Orhan Pamuk）、世界知名艺术家克里斯多（Christo）等人的主旨发言中都反复提到中国。

第二是近年来中国博物馆事业的快速发展。国际博物馆界的共识是，近十几年来中国博物馆的发展速度是世界上任何一个国家都无法比拟的，尽管我们在数量快速增长中也遇到了一些新的课题。我记得前年，在国际知识界具有广泛知名度的杂志《经济学人》（The Economist）就刊发文章《中国博物馆的勃兴》，专门报道了中国博物馆的发展情况。虽然西方人观察中国博物馆有他们的角度，但所共同的是，中国的博物馆事业已经引起了越来越多的国际关注。



《经济学人》的报道

第三是中国博物馆国际合作的深度和广度在不断地拓展。这方面可以谈得内容很多，但仅从近年来国际博协框架内的合作而言，有三个例子颇具代表性：

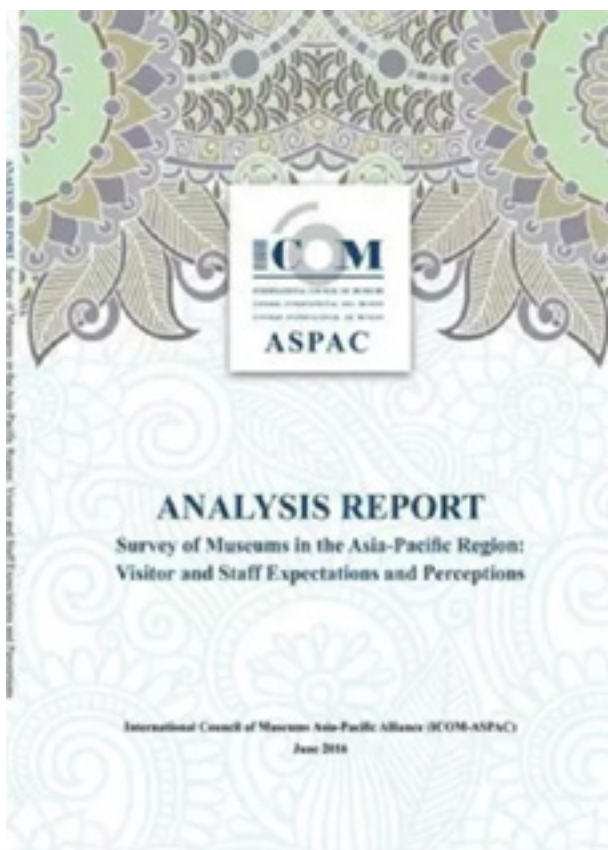
一是2010年第22届国际博协上海大会所取得的全面成功，它不但被认为是历届国际博协大会的一个标杆，更重要的是打开了中国博物馆与国际博协交流合作的全新窗口，为中国博物馆在各领域开展国际交流带来了前所未有的机遇。

二是由国际博协、国际博协中国国家委员会（中国博物馆协会）、故宫博物院共同建立的国际博协培训中心。该培训中心自2013年7月1日在故宫博物院成立以来，已连续举办六期培训班，其中去年还把培训办到了非洲，来自50多个发展中国家的200多名学员从中受益，不但提高了我国中青年博物馆专业人员的知识水平和业务能力，而且为世界其他发展中国家的博物馆提供了学习交流的机会，为国际博物馆发展做出了自己的贡献。

三是担任国际博协亚太地区联盟主席国推动本地区博物馆的发展。2010至2016年，中国担任国际博协亚太联盟国主席国。六年中，亚太地区联盟不仅研究欧美博物馆发达国家的情况，而且引导本地区各国博物馆从自身的社会、经济和文化实际出发，探索亚太地区博物馆的特色发展

之路，得到了本地区各国博物馆的积极响应。六年中召开的三次亚太地区大会无一不在聚焦亚太博物馆。

特别值得一提的是，国际博协中国国家委员会牵头、联合亚太地区十几个国家、历时近四年，完成了首个“亚太地区博物馆发展现状与需求”调查项目。该项目成果成为亚太国家制定博物馆政策和开展相关学术研究重要的基础性数据。项目的《分析报告》第三版也就是最终版本，也在米兰大会期间正式发布，引起了广泛关注。



《亚太地区博物馆调查报告》

中国博物馆参加国际博协活动潜力很大

弘：请您简单为我们介绍下国际博协中国国家委员会（中国博物馆协会）如何推动我国博物馆参加国际博协活动的情况好吗？

安：截至 2015 年，国际博协共拥有来自世界五大洲的团体和个人会员 36678 名，是全世界博物馆最权威、最有影响力的平台。它致力于促进国际博物馆界的专业化发展，推动各国博物馆和博物馆不同专业领域的交流合作，提高博物馆的运行管理水平，应对国际文化遗产和博物馆面临的挑战，建立和维护博物馆的职业道德准则。国际博协通过其三年一届的大会、30 多个专业委员会多样化多层次的学术业务交流、编辑出版《国际博物馆》杂志和其它线上学术资源、制定颁布各类博物馆专业标准规范等途径，使广大会员在学术和专业上受益。同时，国际博协会员可以免费或优惠进入世界上绝大多数博物馆，与各国博物馆同行面对面交流。

以上这些内容，对树立中国博物馆、中国博物馆人自身形象，向国际同行学习先进理念、共享专业成果，进而推动中国博物馆专业化发展具有不可忽视的作用。

我国 1983 年正式加入国际博协并建立了中国国家委员会，与中国博物馆协会合署办公。目前，中国仅有 244 名团体或个人会员，这与我国博物馆日益增长的对外交流需求的距离还是很大的。这可能是由两方面原因

造成的，一方面是大家对国际博协的情况，特别是加入国际博协究竟能带来哪些具体的专业利益还不是特别了解，需要加大宣传推广力度；另一方面，是语言沟通交流方面所存在的障碍，因为国际博协的官方语言是英语、法语和西班牙语，无论是会议还是文件，汉语资源太少，一定程度上限制了交流的质量。近几年来，中国博协已组织专门力量翻译了一批国际博协专业文件，但总体数量还是偏少。

国际博协中国国家委员会非常希望更多中国博物馆机构和博物馆专业人员能成为国际博协会员，那些遵守《国际博协章程》和遵守《国际博协博物馆职业道德准则》的博物馆机构及其管理者和专业人士，经国际博协中国国家委员会推荐、国际博协核准即可加入国际博协，在程序上不存在任何障碍，中国博协秘书处也将保证提供相应的咨询和服务。

努力让改变从京都开始

弘：当选为国际博协执委会副主席之后，您未来的工作计划又是怎样的？对解决交流上的障碍有何打算？

安：首先从努力缓解语言沟通障碍这个具体的工作做起。如前面谈到的，国际博协三种官方语言，对大多数中国博物馆同行来说是有一定困难的，所以让汉语在国际博协得到尽可能多地使用，是我的重要工作。这件

事需要一个过程，但我愿为此不断努力。

第一步是要从 2019 年在京都召开的国际博协大会做起，至少要让这次大会的主旨报告、重要的专业委员会会议上开通一个汉语频道，要让三年一届的大会减少因为沟通带来的障碍，让中国博物馆同行可以更好的参与进去。



中国共有近 200 名博物馆人参加了第 24 届国际博协大会，会议期间，他们参加了区域博物馆、博物馆安全、纪念馆、登记著录、展览交流、博物馆学、博物馆数字化等国际博协不同专业委员会的会议，发表学术论文数十篇，与国际同行分享来自中国博物馆的研究成果和实践经验，部分人员还分别被不同专业委员会选举为副主席或理事。图为国际博协主席汉斯·马丁·辛兹在中国博物馆展位交流。

第二步是继续协调各方资源，翻译国际博协的专业文件以及重要资料。这个工作我们一直都在做，但是在一个数字化时代，每天都有海量信息更新，有各种各样的会议在不断地召开，如何让这些最新信息、专业文件以及学术会议报告能够及时地通过汉语传递给中国博物馆的同行，还是

有很长一段路要走。

第三步也是我的一个愿望，就是经过不懈的努力，最终让汉语成为国际博协重要场合的工作语言，因为这样会极大的降低我们博物馆同行的交流障碍。最终的目标是让汉语也成为国际博协的官方语言。当然，这还需要我们一步一步的去努力，我相信，从京都开始，会让大家看到一些改变。

作为国际博协全体会员选举出来的管理者，我也会坚守自己对各国会员所承担的责任。我会努力推动国际博协变得更加包容、更加多元。因为我个人认为，国际博协有一些先天的不足，无论是从会员的分布，还是整体的文化模式，都显得有些过于欧洲中心了，从博物馆的理念到实践体系，欧美博物馆都占有明显的优势地位。国际博协是一个国际组织，它需要不同文化背景的会员发出多元的声音，比如我们东方的哲学与智慧，就应该得到更充分的认知。

另外，国际博协越来越多的吸收了新兴国家的会员，那些经历后殖民时代的博物馆，如何帮助当地民众找

到自己的文化认同，重建文化自信，博物馆承担了重要的社会责任。而这些社会责任的实现，依靠殖民时代留下的博物馆体系，是很难实现的。新兴国家博物馆欲帮助人民找到自己的文化之根，最终还要靠他们自己，而国际博协在这方面应当成为积极地推动者。作为一名来自发展中国家的博物馆人，要在这方面发声、努力。

结语：目前，快速发展的中国博物馆事业在前进中还有不少难题需要破解，但专业化是大势所趋。博物馆人会更加专业，整个行业也会更加专业。而无论是博物馆机构的专业化，还是博物人的专业化，都离不开交流、对话与合作，都离不开研究、学习和借鉴其他国家的经验。而国际博协正是这样一个交流、对话、合作、共享的重要平台，愿中国博物馆能更好地利用好这个平台。

摘自：弘博网

民国时期国人对电视的认知

文 / 谢鼎新

内容提要：

在现有的电视史研究中，都是以1958年北京电视台（中央电视台的前身）成立为中国电视史的起点，在此之前国人对电视的认知如何还是个盲点。本文试图跨过这道时间之界，考察一下民国时期国人关于电视的认知状况，以期把对电视的认识和研究推进一步，使广播电视学科建设更加完整。从总体上观照民国时期国人对电视的认知是从三个方面展开：即科学技术方面、电影方面和新闻传播方面。有关电视认知还体现出两个特点：一是处在初级阶段，传播范围有限；二是有关文献多为转述，以一般性介绍及译文为主。

（一）

电视（Television）的名称来自希腊语，是由“远处”（tele）和视图（vision）两层意思组合而成。1900年，法国科技工作者康斯坦丁·伯斯基（Constantin Perskyi）在巴黎国际电子大会上首先使用这个英文名称。经历百年来的发展，电视伴随技术的进步及数字化、网络化的日新月异，及时而又形象地把气象万千又风云多变的世界展现在世人的面前，电视已成为当今世界维系人们生活的重要媒介。

当今中国是个电视人口大国，电视的覆盖率已超过百分之九十。然而，电视在中国又经历了怎样的发展历程？又将如何演变，是电视研究者

尤其是电视史学方面研究者的关注问题。在现已出版的多种广播电视史著作中，如《中国电视史》（郭镇之著，中国人民大学出版社，1991年7月出版），以及目前国内影响较大、较系统、权威的两部关于广播电视发展史的专著，《中华人民共和国广播电视简史》（徐光春主编，中国广播电视出版社，2003年6月出版）和《中国广播电视通史》（赵玉明主编，北京广播学院出版社，2004年1月出版），对于电视在中国的起点都是以1958年北京电视台（中央电视台的前身）成立为源头，展开电视史研究。这里隐含的史学观是把电视作为一种大众传播媒介、作为一种新闻事业或机构加以整体化考察，以此为主线来



1928 G.E. Scanning Disk Television Set (closed-open)

(c) TVhistory.TV Library

梳理电视史。但是，在此之前电视技术、电视传播现象无疑都已存在着，而 1958 年前人们对电视的认知如何还是个盲点。

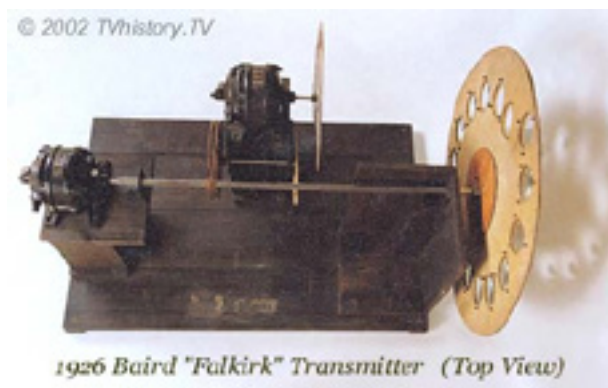
电视在中国的发展经历了一个渐进的过程，其中凝聚着科技工作者的长期不懈的努力；同时，前辈的新闻学研究者也在以超前的、开放的眼光，关注着世界领域电视传播技术的运用及对新闻事业的影响。而民国时期有关电视的介绍、接触，构成中国电视发展史链条上重要的一环，于后来的电视事业的发展进行了铺垫，于后来人们对电视的认识都存在着因果联系。基于此，本文试图跨过电视研究中的 1958 年时间之界，从一个更长的历史时段、更宽泛的历史视界来溯源探寻，考察一下民国时期国人关于电视的认知，以期对电视的认识和电视的研究推进进一步，使广播电视学科建设更加完整。

(二)

20 世纪 20 年代，电视完成了实验阶段的工作，三四十年代整个世界

电视业初露曙光，对于外面世界的这一变化，民国时期的人们也投去了关注的目光，对电视有了初步的认识。据文献资料记载，《科学》杂志在 1927 年 6 月出版的第六期“杂俎”栏目（信息综合与汇集意，作者注）中发表了无署名、题为《电视之进步》一文，提到“各种传递方法史上成功之最伟大者，电视居其一；乃在纽约之培儿实验室（Bell Laboratory）中，费几多人人之心血，受埃爱武斯（Hert E.Ives）博士之指导而抵于成。今岁四月七日，美国电话电报公司试之于纽约与华盛顿间，成功颇著，此其第一次也。”“吾人在接受幕上所见者，犹如二吋半影之见于美国日报紫色副刊然……吾人在纽约得观华盛顿一演说家之面貌，业经实验告成者也。”文章约 1200 字，其中主要涉及电视基本技术与原理，提到了仪器装置为钾薄片的真空泡，能感受光线而生电流，以及电视影像是由五十个蒙眼小点排列而成等。这是目前为止发现的在中国最早介绍电视的文章。

20 世纪上半叶的民国时期人们对电视的认知，显然与当今社会电视



1926 Baird 'Falkirk' Transmitter (Top View)

业高度发达，电视普及到家庭的时代有显著不同。从广播电视发展史的视角考察，当时的先行者在这一新兴而又陌生的领域，做了与时代相适应的开拓性工作，这些都构成了一种历史与文化的传承关系，不应被忽略。另一方面，电视的出现和发展不是孤立的现象，而是有赖于诸多的发明以及这些发明社会化后所构成的组织系统的共同孵化培育。本文试图从科学技术方面、电影方面和新闻传播方面梳理、还原早期电视在中国的经历，分析国人对电视认知的路径和特点。

首先，电视的产生是科学技术进步的产物，因此，国人对电视的认识最早是从技术方面切入的。当时由学界从国外引进，在有限的范围传播、研究，在书本中、在大学讲堂上和实验室里国人对电视有了一定的概念，然而，电视究竟是何物并没有几个国人见识过。我国著名机电工程学家南京中央大学理学院杨简初教授（1901~1996），曾于 1932 年得到当时中央研究院院长蔡元培先生的支持，主持过电视原理样机的实验工作，1934 年样机完成了摄取、传输、接受、还原图像等环节，研制获得成功。

《中国无线电》1933 年第一卷第一至第六期，在“长篇”栏目中连载六篇赵真觉的《电视学》文章，主要从技术角度论述，其中谈到“无线电话活动影戏之发明，乃电视学之一大

1939 RCA TRK-9



(c) TVhistory.TV Library

进步也……无线电影戏（Television film），实优胜于无线电传真（Living Image）”，明确把 Television 与电视联系在一起，在题为“其他各国之电视首创者”的第十一章中提到：“美国电话电报公司，虽曾与 1927 年 4 月实成华盛顿与纽约间之有线与无线电视……电视术虽盛成于美国，但同期法（指标准技术制式，作者注）之未成功，故尚未见诸商业化。”

《科学》杂志于 1934 年的第二期、第三期、第四期、第五期共四期的“其他栏目”中长篇连载叶鹿祥的“电视学浅说”一文，详细介绍了电视信号的发射与接收的技术原理，其中有大量的图示，还配有电视实验时期“美国总统柯立芝氏肖影”（卡尔文·柯立芝为美国历史上第三十位总统，在任时间 1923 年至 1929

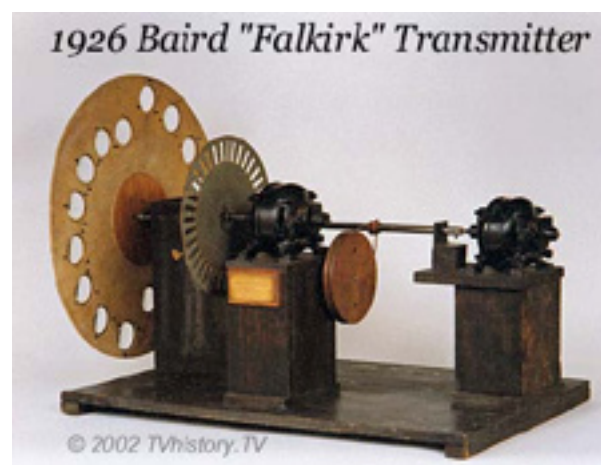
年，作者注)的“无线电照相”。就管理体制而言，民国时期有关国家电讯、通信、无线电广播等的基础设施规划建设、政策法规之类的事项，由“交通部”负责。在“交通部电政司同人公益会”出版的《电信杂志》(1933~1937)的专业期刊上，有这类文章发表，如陈德生的《电视的原理》，文中还配有(A)广播、(B)电视两幅示意图，比较说明被传物的声音、形象如何通过技术手段转换成电信号、无线电浪(即电波)传播，再通过仪器设备还原、接收。

其次，通过电影方面观照电视。电影的发展历史无论在国外还是在中国都早于电视，并且形成了相对成熟的学科研究。因两者在声画传播方面的同一关系，所以，世界各国后来发展起来的电视业，与电影业有天然的血缘联系，并从电影的理论、观念、

技术、人才等方面获得强力支持。

上个世纪30年代前后中国电影业发展迅速，有完整的电影制作力量、运行机制，初步形成一定的市场规模，并对国外如美国好莱坞电影保持密切关注和联系。电影的功能某种程度上讲是面对现实的窘境，提供给人们精神上的一种抚慰剂，同时又是一种产业。所以，国人对电影情有独钟，在当时中等以上的城市电影院陆续建立，越来越多的人有机会目睹到电影，对电影的研究也在同步展开，相对而言国人对电影的认知度较高。因电影和电视传播方式存在诸多相似之处，一些研究电影的人士，在研究电影的同时也关注国外新兴的电视的发展，并介绍到国内来。

金陵大学影音专修科主办、孙明经主编的《电影与播音》，曾提出其办刊定位有四个方面“电影与播音之技术及施教方法、各种传播文化最有效之新工具、各省及国外电化教育实施近况、中央及地方推行电教之政策法规令”(见刊物封底的“本刊专门介绍”)。该刊曾发表了署名罗无念的译文《电视向电影的挑战》，文中提到：“灿烂辉煌之巨幅剧院投映电视，五色缤纷之家庭电视影像，二百英里之长距离电视播送，予电影业以刺激与竞争……由目下电视技术之进展观之，其在最近及将来对于电影界之影响实不容漠视。现在所成就之电视足与十六毫米商业电影比拟。”



文章认为技术问题已经解决了，电视业的发展下一步主要是经济上和体制上的突破，而“电视商业化后，至少大城都市之居民可任意选择及享受有声有像有色之广播节目。电影业无疑的将受严重影响。但电视业未始不能利用电影为其本身谋利益。如剧院巨幅电视可同时在一都市内多处剧院放映，而以电缆传影，且不受无线电法规之限制，电视节目需随时翻新，电视广播台需播送大量之电影，于影片之量与质之要求均将大为增加，电视之发展为对电影之挑战，挑战之结果，将使两者皆获惊人之进步，而供人类之享用。”文中对电视与电影关系的认识，现在看来是一种常态和事实，需要提醒的是其原文发表于1941年，译文发表于1942年，这种分析超前而又准确地把握到了新兴的电视业传播特点和发展规律。

另外，孙明经先生在《金陵大学五十五周年纪念展》(1943年)一文中也提出了“电视为电影的将来”，“电视为明日之电影”的见解。现今在中国诸多电视台的“电影频道”

影视剧的播出，都反映出两者的密切关系，验证了当时的预言。据孙建三先生的统计，在全部《电影与播音》刊物中，前后共发表电视的各类文章及封面28篇。《电影与播音》能保持如此专业水准及前沿性、学理性实属难能可贵，给中国电视史也留下一笔丰富而又珍贵的史料。

再有，从新闻传播的方面。在媒介的发展史上，无线电广播技术即通过电波向更远、更广的地区传送声音的技术，20世纪20年代，经过科学家的努力日趋成熟，并在世界各地开花结果具有指标意义的就是广播电台开办。世界上第一座经过正式批准的电台美国KDKA电台在1920年11月诞生，中国最早的电台也于1923年由美国人奥斯邦引进到上海。广播快速、便捷、跨越时空的传播，与新闻报道迅速、准确等要求有内在的一致性，广播的发展在新闻传播领域找到自己安身立命的场所，成为新闻传播事业的一个有机组成部分，新闻传播也因此进入了电子传播时代。传送



影像和声音的电视出现某种意义上讲是声音的广播的延伸和拓展，是广播技术进步的必然结果，所以，有广播社会归属模式在前，电视一出现，人们便将其纳入新闻传播领域，关注和期待这个媒介家族的“新生儿”。

早期有影响的新闻学研究者任白涛在 1941 年出版《综合新闻学》著作的其第三卷“采访技术和通信方法”的第七章“现代的高速度通信机关及其作用”中，将“电视”与“电报”、“广播”等并列专题进行了讨论。书中详细介绍了“电视之父——白阿德”（John L. Baird）的生平和发明的经历，介绍了电视的原理。提到当时电视发展现状：近两三年西方各国都在积极从事电视的广播实验，但直接的射程都不出乎数十公里的范围。“又电视广播事业，目下同新闻事业的关系，似乎尚浅，但是今日的新闻业者和从事新闻学的研究者，都应用积极的目光，注视它的发展。因为电视的远程播送，一旦成功，在新闻事业上——特别是在采访上——定要发生很大的变化。”到了 1946 年，电视自身的发展，新闻传播的专业化程度更强，国人对电视的认识有了新的进展。胡道静在《新闻史上的新时代》书中介绍到：“由于无线电传影技术的发明到了成熟的阶段，贡献给新闻事业以更新颖及形象化的传递方法，战后的新闻事业必然要以全新的姿态在‘电波世界’



中出现。”书中从媒介演变的角度宏观地勾勒了新闻事业发展的历史脉络：“一般谈新闻事业史的，都习惯于‘口头新闻’、‘手写新闻’、‘印刷新闻’的三个进化阶段的说法。但自第一次世界大战以后，新闻事业已跃进到另一个新阶段，即入于‘广播新闻’时代；而自第二次世界大战以后，又探向再一个新世纪，要成为‘电视新闻的时代了’”。作者具体分析了视觉内容与电视产生的关系：“从口头新闻到广播新闻，记者所报告给听众和读者的，一律是‘叙述’的而非‘形象’的；但是新闻的产生，当然是形象的。”因为，有了摄影术和照相铜板制法出现了“新闻照片”把“形象的新闻”提供给读者，但照片是静止的，至“新闻电影”有了活动形象提供，但与报纸可以在家阅读不同须到影戏院里看，而且“时效”上有缺憾，电视的出现解决了这些问

题，“人类史上的‘天眼’，至此乃告实现”。

作上述分析之后，作者将“形象新闻”的发展过程以列表的形式概括：新闻照片 新闻电影 有声新闻 电影电视 无线电传写真文中在分析电视新闻在形象化方面优势的同时，作者注意到了“‘电视新闻’虽还没有正式出现，但是我人必须要准备迎接这新闻史的新时代来临了！”可贵的是从信息传播的接收角度，书中还分析到了“‘电视新闻’的唯一缺点，就是和广播新闻一样：不能够保留下来。”这里反映出对电视媒介传播方式与规律的认识把握有预见性，抓住了问题的核心。

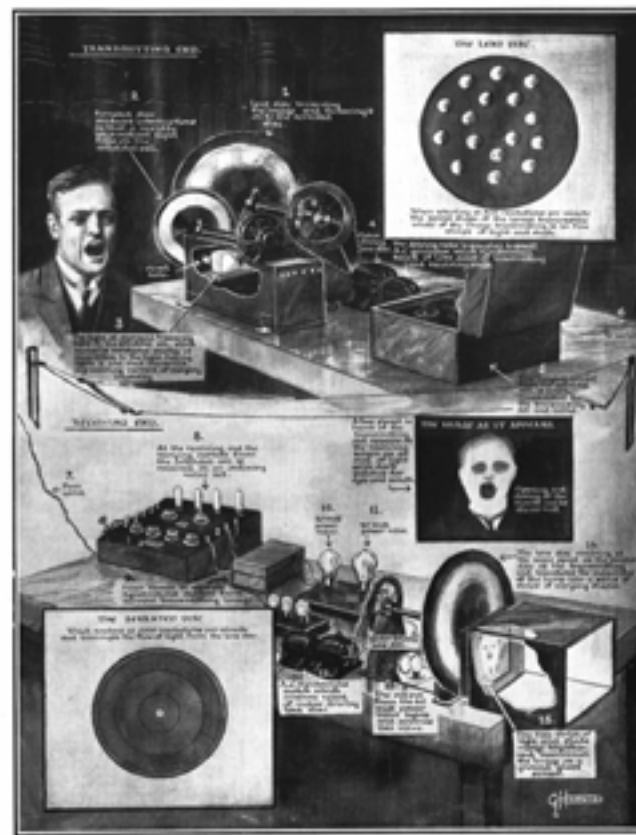
据文献资料记载，这一时期国人还提出过办电视台的设想。1947 年孙明经先生在《中国文化大革命中的小实验——金陵大学影音事业概述》一文中，把视听技术的进步上升到文化革命的水平，在谈到办好金陵大学理学院“电影与播音部”教学实验电台《大学之声》时提到：

“改进《大学之声》节目，征集更多的教授同学参与这项活动。联系全国性及国际性广播网，促进国际文化交流。除了播音之外，我们还希望播影（Television）”。另外，国民党政府广播当局曾提出过建立电视台，何贻谋在《广播与电视》提到“早在民国三十六年，中央广播事业管理处就准备兴办电视”。

而温世光的《中国广播电视发展史》表述为“至于电视广播电台，亦于民国 37 年（1948）进行选购，筹装京沪，设再假以一两年时的日，必能呈现于国人眼前。”后因时局的变化此事不了了之。这里关于建立电视台的论述显得简单，没有具体的实施方案，也没有电视台作为一个机构的人、财、物的落实情况，但毕竟证明了当时有人在思考开办电视台的问题。

（三）

就有关文献的考察，钩稽出所涉及的电视史内容，从总体上观照民国时期国人对电视的认知有两个特点：





第一，人们认知处在初级阶段，电视知识的传播范围有限，到电视对大众的普及尚有相当的一段路程要走。对电视关注的人群主要集中在知识阶层，他们为数不多且本身也是刚刚接触，作为电视引进者、探索者许多有艰辛的工作要做。如最核心的“电视”(Television)相关术语的使用还不统一，如有“无线电声影机”、“电传话影机”，“无线电传电影”、“无线电传影戏”等。语言符号尚不统一，具体对象又付之阙如，导致人们对电视的认识还是一个不甚清晰的概念，毕竟没有现实生活中的实物与传播对应，电视远没有达到广播给国人的具体感受所带来的那种认知的程度。因此，所留下来的文献资料即少又散，从某种意义上讲，这与以往电视史的研究对民国这段历史关注不足不无联系。

第二，对电视认知的有关文献多以介绍性的译文为主体，属于转述的，基本属于隔“洋”观火式的，于本土直接的作用不大。如国外的某项科技突破使电视图像更清晰的信息，陈敦文译文《战后的电视》(1945年)提到电视发展存在困难，标准有争议，其中还介绍了电视系统的功能可以用来监控生产及工作过程，它在美国也还没有真正实施，而对当时的中国无疑更是带有科幻色彩。值得注意的是孔祥鹄在《科学》杂志1928年第三期发表了题为《参观电传话影机

记实》的长文，以第一人称为叙事主体，详细记录了参观时间、地点，描述了演示的内容、过程等，并多次使用“电视”一词，为早期的亲眼目睹过电视及介绍电视者之一。

从一般意义上讲，作为一种新媒体，作为具有自己生命表现形式的中国电视，出现在20世纪50年代后期。包括民国时期在内的此前电视在中国的经历是中国电视孕育的历史，它们同样构成中国电视史发展演变的重要环节，早期研究者作为电视知识的“盗火者”，照亮了后来电视的发展之路。过去人们的认识与选择影响了现在，现在人们的认识与选择将决定着未来，因此，只有当清楚地了解电视从哪里来，才能更好地把握它该向哪里去，从学术的立场考察，这是广播电视发展史研究的生命价值和魅力所在。

(本文得到中国传媒大学赵玉明教授的指导，在此深表谢意。)

作者单位：安徽大学新闻传播学院副教授
中国传媒大学博士生

摘自：《新闻与传播研究》，2006年第2期

博物馆文化创意产品开发的特征、问题及对策

文 / 何晓雷

内容提要：

随着中国创意产业的快速发展，博物馆行业深度进入文化创意产业领域，成为文化产业结构中的重要一环。推动博物馆文化创意产品的开发，既是推进博物馆体制改革和机制创新的有效路径，又是助推区域文化创意产业发展的有效手段。我国博物馆行业需要审视自身生存环境和发展需求的变化，积极引入市场化机制，借助文化创意产品开发的契机，学习发达国家经验，实施规模化、品牌化战略，建立完善的管理体制和运行模式。

关键词：

博物馆文化创意产品开发问题对策

近年来，我国博物馆事业持续快速发展，社会影响和社会效益不断增强。随着博物馆免费开放政策的深入实施，社会公众对博物馆多样化产品和服务的需求日益增长，博物馆通过研发文化创意产品，提供多元服务，拓展、丰富博物馆文化传播渠道和功能，推动博物馆体制机制创新和可持续发展。

一、博物馆文化创意产品开发的主要特征

我国《博物馆条例》第2条确立了博物馆的公共属性和公益目的，即博物馆属于以教育、研究和欣赏为目

的，收藏、保护并向公众展示人类活动和自然环境的见证物，经登记管理机关依法登记的非营利组织[1]。这一原则也充分体现了具有经营性质的博物馆文化创意产品的特征。具体来看，主要包括以下两方面：一是博物馆文化创意产品具有文化产品的精神劳动的物质化和价值化的一般属性，主要体现为创新性、广泛性、持久性和思想性。二是博物馆文化创意产品作为依托博物馆资源而衍生出来的文化产品，具有资源独特性、人文价值增值性、宗旨导向性、文化传播性、艺术创作性及反哺公益性等特殊属性。因此，立足博物馆资源，服从博物馆宗旨，反哺博物馆发展是博物馆经营开发活



动的三个基本原则，构成博物馆文化创意产品的明显特征。近年来，随着文化体制机制改革逐步深入，国内一些博物馆在文化创意产品开发方面积极探索、大胆实践，开发规模不断扩大，发展速度明显加快，积累了一些成功经验，呈现出以下特征。

一是博物馆文化创意产品开发经营模式呈现多元化发展。随着市场的发展，国内博物馆文化创意产品开发由传统单一的经营模式向多样化模式转变，形成以下格局：（1）场地出租和职工承包经营模式。一般经营规模较小，产品相对单一，多为中西部地区和中小型博物馆所采用。（2）内部经营模式。由博物馆组建经营管理部门，建立独立经营服务网点，如国家博物馆、北京恭王府博物馆、秦始皇帝陵博物院。（3）内部经营和公司运作混合型模式。成都武侯祠博物馆由产业发展部经营 11 个纪念品商店，另外与民营资本合作成立公司，经营锦里文化特色街。（4）公司运作模式。一些资金相对雄厚的博物馆将产业部分与公益性事业相剥离，成



立隶属于博物馆的公司实体，如上海博物馆、湖南省博物馆。（5）博物馆整体公司运作模式。多为非国有博物馆采用。

二是博物馆文化创意产品的品牌影响力和社会知名度显著提高。博物馆注重依托特色资源和文化要素，加强产品设计，自主研发和知识产权保护意识不断提高，逐步培育出一批知名品牌。故宫博物院“故宫”和“紫禁城”被列入驰名商标名册表，该院设计、开发文化创意产品 8683 种，产生“朝珠耳机”、“故宫娃娃”等系列明星产品。湖北省博物馆注册了以编钟造型为主的“天籁”商标和以馆藏国宝“曾侯乙编钟”为主要内容的“曾侯乙编钟乐舞”商标。湖南省博物馆开发的拥有自主知识产权的马王堆养生枕系列产品、苏州博物馆开发的“国宝味道之秘色瓷莲花碗曲奇”、“文衡山先生手植藤种子”等深受消费者青睐。2016 年苏州博物馆部分文化创意产品走出国门，在德国法兰克福 Paperworld 办公用品展上亮相，获得普遍好评。



三是文化创意产品与旅游市场结合日益紧密。一些博物馆利用资源和人才优势，与影视、出版、广告等产业部门联合，增加博物馆文化创意产品在社会文化产品中的份额，扩大博物馆的社会影响力。如湖南省博物馆与湖南卫视、湖南经视合作推出《博物馆翻箱底》电视专题栏目，在名牌节目上宣传推广博物馆的精品特展和相关产品，与影视公司合作推出《大汉悲歌》电视连续剧。北京恭王府博物馆、中国丝绸博物馆等通过加强与旅游部门协作，建立起博物馆文化创意产品的营销渠道和网络，产生较好效益。

四是博物馆发展活力明显增强、市场不断扩大。博物馆通过文化创意产品开发获得经济利益，补充国家财政投入的不足，更好地支持了博物馆事业的稳定运营。如故宫博物院文化产品开发，涵盖文化创意产品研发、数字故宫展示、图书出版等多个层面，2015 年院内销售额达 1.6 亿。中国国家博物馆的文化产品涵盖丝织品、家居产品、电子产品、儿童文具等十余类 3000 余种。我国文化旅游



消费和文化创意产品需求旺盛。博物馆文化创意产品文化内涵丰富、品位高雅、工艺精美，深受国内外游客喜爱，市场潜力巨大。上海博物馆、陕西历史博物馆等开发的“国礼”、“省礼”，已成为政府部门外事礼品往来的首选。2015 年故宫博物院淘宝聚上 1500 个“御前侍卫手机座”、4500 个“八旗不倒翁娃娃”数小时内就售罄，一天成交达 1.6 万单。国家博物馆 2015 年文化创意产品销售数量达 27 万件。

五是国有博物馆文化创意产品开发快速增长，产品的传播功能得到拓展和延伸。近年来我国非国有博物馆快速发展，从 2010 年的 456 家增长到 2015 年的 1110 家，成长为博物馆文化创意产品开发的新力量。中国京剧戏服博物馆得到上海市政府的大力支持，与当地旅游部门合作，开发经营文化产品。南通蓝印花布艺术馆采取“前展馆后作坊”的经营模式，馆藏蓝印花布纹样近 4000 件，出版纹样 1000 多件，已开发出服装、鞋帽、壁挂等 10 余个系列 500 多种与现代生活相结合的产品，赢得市场份额。



博物馆文化创意产品让观众把博物馆记忆带回家，延伸和拓展了博物馆文化传播和教育的社会功能。南京博物院、陕西历史博物馆、首都博物馆、中国丝绸博物馆等开发的丝巾、领带、袖扣、首饰盒、时尚包袋、出版物涉及日常生活多个领域，通过加载在文化创意产品上的各种要素，积极推广传播中华优秀传统文化。2016年首都博物馆举办的《五色炫曜——南昌汉代海昏侯国考古成果展》，参观人数超过40万人次。配合该展开发的文化创意产品囊括文具用品、家居装饰、服装箱包、日用百货、书籍画册、高档礼品、食品，在第十二届中国（深圳）国际文化产业博览交易会展出，获得各方好评。

二、博物馆文化创意产品开发存在的问题

虽然全国博物馆在文化创意产品开发方面发展较快，但与国际先进博物馆文化创意产品收入能满足博物馆20%至30%运营支出比例相比，仍然有很大差距，同时还存在一些文博单位观念滞后、文化创意产品开发积



极性较低，产品结构单

一，部分产品缺乏创意设计，特色不够鲜明，相关市场发育还不够成熟等问题，集中表现在以下几个方面。

首先，博物馆文化创意产品开发的全国规划滞后，缺乏总体布局。政府部门重视推进的力度还不够，在全国博物馆文化创意产品开发方面缺少顶层设计和统筹规划，缺乏统一的全国产业布局和协调机制，呈现出东部与中、西部发展不平衡的状况。全国博物馆文化创意产品开发总产值近半数来自东部博物馆；中部博物馆文化创意产品开发整体水平又强于西部。11个中央地方共建博物馆2015年文化创意产品收入平均为1100万元，而最少的省级馆青海省博物馆则不足5万元。就同一区域来看，呈现出核心城市与地方县、市发展不平衡的问题。文化创意产品开发较好的博物馆大多处于省会城市，地市级城市极少，县级城市几乎没有。

其次，相关的认识滞后，缺乏理论研究和专业人才。一些文物行政管理部门对开发文化创意产品的重要性认识不够。有的博物馆认为文化产品服务处于可有可无的副业地位，有的怕被批评向钱看而不敢为，还有的发展活力和动力不足，害怕承担经营风险。部分单位甚至担心开发文化创意产品增加经营收入会导致财政相应缩减投入。目前中国博物馆学的专著中，对文化产品开发研究过少，缺乏理论



指导和经验总结。大部分博物馆从事文化创意产品开发的管理人员以前从事的是博物馆传统业务，缺少市场营销管理理念和经验。而研发设计人员大多缺少对文化产品依托的馆藏品内涵的深刻领悟，开发出来的产品往往形似而神不似，缺少了独特的历史人文魅力和感染力，在文化创意产品的人文和科技附加值上大打折扣。



再次，政策与配套措施支持力度不够，开发能力和创新意识不足。博物馆文化创意产品开发还面临一定的体制机制障碍。一是国有博物馆在文化体制改革项目中绝大多数划分为公益一类，改革方向是要强化其公益职能。博物馆开展文化创意产品等经营活动具有政策风险，影响发展积极性。二是财政投入机制不健全。现有博物馆免费开放补助经费和各级财政保障运行经费均没有将文化创意产品开发列入预算支出，开发文化创意产品没有明确的经费渠道。三是文化产业鼓励措施未覆盖博物馆文化创意产品开发。推进文化产业发展的相关政策措施，如文化产业发展专项资金支持、文化企业税收减免、贷款贴息、出口

退税，文化创意产业扶持政策等，均没有将博物馆文化创意产品开发纳入其中。四是收入分配和激励机制不足。根据事业单位财政收支两条线政策，国有博物馆文化创意产品销售所得全部上缴财政，不能直接用于博物馆各项开支。文化创意产品研发在人员配备、经营成果分配等方面缺乏支持，难以吸引社会资本投入。我国文物博物馆资源丰富但开发创新能力不强。众多博物馆对文化产品所依托的博物馆资源没有吃透，全国缺乏统一博物馆文化创意产业规划和布局，开发的广度、深度和力度都不够，导致产品单一，低水平开发。很多仅是简单制作明信片、徽章、文物仿制品和图书、音像制品等，既缺乏创意，也缺乏设计，产品实用性、艺术性欠缺。



三、加快博物馆文化创意产品开发的对策建议

博物馆文化创意产品的开发经营是一项综合性的系统工程，涉及到政府、社会等各个方面。我国博物馆文化创意产品开发尚处于起步阶段，在理念、资金、开发渠道、营销方式等方面还存在诸多亟待解决的问题。我

国博物馆行业需要审视自身生存环境和发展需求的变化,积极引入市场化机制,借助文化创意产品开发的契机,学习发达国家经验,实施规模化、品牌化战略,建立完善的管理体制和运行模式。可以通过以下途径,进一步推动博物馆文化创意产品开发工作。



(一) 充分认识新形势下博物馆文化创意产品开发的重要意义,并形成行业共识

依托文化文物单位馆藏文化资源,开发各类文化创意产品,是推动中华文化创造性转化和创新性发展、使中国梦和社会主义核心价值观更加深入人心的重要途径,是推动中华文化走向世界、提升国家文化软实力的重要渠道,是丰富人民群众精神文化生活、满足多样化消费需求的重要手段,是增强文化文物单位服务能力、提升服务水平、丰富服务内容的必然要求,对推动优秀传统文化与当代文化相适应、与现代社会相协调,推陈出新、以文化人,具有重要意义。”[2] 博物馆文化创意产品开发作为全国文化产业的重要门类,是满足人民群众多样化精神文化需求、促进社会主义

文化大发展大繁荣的重要途径,是推动经济结构调整、转变经济发展方式的重要着力点,是推动中华文化走出去的重要力量。同时,博物馆文化创意产品开发是博物馆实现自身社会功能和价值的需要,有助于促进博物馆体制机制的改革,是实现博物馆可持续发展的内在要求,并将培养一批既熟悉博物馆业务工作,又擅长博物馆经营与行销的新型综合性人才。

(二) 学习借鉴发达国家博物馆文化创意产品的开发经验

西方发达国家的文化创意产品相关政策和实践,为我国探索多元化发展,多渠道吸收社会资金参与支持博物馆发展提供了良好借鉴。美国博物馆资金除政府拨款外,主要有三个来源:基金会、企业和个人。早在 20 世纪中期美国就已开始发展博物馆文化产业,文化产品的开发是其中一项主要内容。[3] 美国大都会博物馆 2015 年总收入为 2.77 亿美元,其中经营收入多达 1.00 亿,成为推动文化教育的主要延伸机构和重要经费来源。史密森是世界最大的博物馆群,共包括 18 个各种类型的博物馆。虽然博物馆的入场是免费的,但电影票、食物和小装饰品、纪念品等销售快速增长,几乎是史密森无限定用途基金数目的一半。[4]

法国旅游业的快速发展促进了人文景观和历史遗产文化价值的提高和传播。1993 年初改制后卢浮宫取得

了“自主经营权”,但所有权仍归国家。卢浮宫每年门票收入为 8000 万欧元,但每年的经营、修缮费用却达 5.6 亿欧元,这些差额只能靠政府财政和商业开发解决。[5] 卢浮宫博物馆开辟了网上商店专门经营以油画复制品、珠宝配饰、丝巾配饰、耳环项链、工艺品等为主的博物馆文化商品,用于补充政府拨款不足之部分。



英国政府将博物馆行业列入文化产业振兴发展范围。博物馆开设商店出售文化产品以获得经济利益,也可以扩大博物馆的社会影响力,这已经成为一种常例。英国 V&A 博物馆长期经营着三个固定商店,同时还根据临时展览的内容增设临时商店。馆内商品不仅包括文物复制品、图片、画册,还包括大量加入了博物馆藏品文化元素设计制作的生活用品,现实元素十分突出。目前,该博物馆的产品开发合作人已有 85 个之多,分布在英国、欧洲大陆、北美和日本等地,V&A 品牌的影响力也随之蔓延到世界各地。[6] 该馆为更有效地经营和管理博物馆文化产业,由其董事会组

建成立了维多利亚和艾尔伯特有限公司。该公司全部利润上缴博物馆,并享有国家的免税待遇,主要经营范围为零售业务、颁发许可证、邮购业务、场地出租和出版业务。[7]

韩国《文化内容产业振兴基本法》将文物列为文化产业的一个重要门类,统计厅的文化产业统计指标中也包括了博物馆行业。韩国成立了文化产业振兴院这一行政机构,专门负责文化产业发展。2007 年该院与国立故宫博物馆等 4 个机关签署了有关公共文化内容著作权委托管理的 MOU 协议。韩国国立民俗博物馆、国立中央图书馆等 15 个公共机关参与了振兴院的著作权委托管理,通过此次 MOU 协议,振兴院将信托管理及流通 19 个公共机关的 19000 件著作物。

(三) 加快研制相关法规政策,优化政策环境

1. 加强规划,建立健全考评和激励机制。一是结合各地经济社会发展状况,将博物馆文化创意产品开发纳入地区文化发展总体规划中,确定产品研发方向,实现长期规划与短期计划的有效结合,促进博物馆文化创意产品开发的可持续发展。二是政府有关主管部门应将博物馆文化创意产品开发纳入博物馆行业管理体系,列入博物馆评估定级指标体系、年度工作任务和考核目标体系,作为衡量博物馆工作成效的重要因素。三是完善分配激励机制和创造条件参与市场竞



争。在政策上比照激励科技人员创新创业有关政策，探索建立合理的利润分配机制和绩效工资制度。允许博物馆文化创意产品开发经营收入部分用于管理、研发等方面的人才激励。

2. 实施规模化品牌化战略。一是走品牌战略经营道路。加快推进产品研发，开发出充分体现博物馆资源所蕴含的文化要素，拥有独立自主知识产权，适应市场需求的多品种、多层次的博物馆文化创意产品；积极引导、大力支持企业实施品牌战略，做好商标注册、专利申请和原产地保护等工作；搭建电子网络销售服务平台，实现网络化经营管理和服务；开展全国博物馆文化创意产品展评活动，提高优秀产品知名度；积极组织推荐企业参加中国驰名商标、中国名牌产品和国家免检产品的评选工作，打造在国际国内有较大影响力的博物馆文化创意产品优秀品牌。二是要选择博物馆文化创意产品开发企业实行重点扶持。在资金和政策上给予大力支持，着力培育起点高、实力强、规模大、代表未来发展方向的博物馆文化创意产品开发龙头企业，建设一批规模化发展的示范基地，发挥带动和辐射作用。

3. 制定相关政策吸引社会力量参与。一是在对博物馆文化创意产品进行分类分级的基础上，实行税收优惠政策。博物馆文化创意产品开发企业在注册资金缴付、出资方式、筹建

登记制度等方面，可以享受国家关于发展文化产业和服务业的有关优惠政策，如对企业免征营业税和所得税。二是建立博物馆文化创意产品开发扶持基金。扶持基金可由政府部门从文化产业发展基金等相关经费中列支一部分、财政部门筹集一部分，专项用于博物馆文化创意产品研发、奖励和宣传促销，用于扶持特色突出、市场前景较好、带动作用强的重点研发、生产项目的贷款贴息补助。三是鼓励投融资主体的多元化。可以允许博物馆以其知识产权作为股份，与外来资本对文化产品进行股份制开发。创造条件扶持有带动效应的企业发行债券或进入证券市场融资，以资源换资金，运用“政府推动、市场运作”的模式，拓宽融资渠道。各级金融机构应积极扶持博物馆文化创意产品开发，加大对企业的信贷资金投放力度，创新针对博物馆文化创意产品产业链的金融产品，放宽抵押担保条件，简化贷款手续，提高贷款审批效率。四是加强市场监管，规范市场运行。要加强对博物馆文化创意产品知识产权的保护，严厉查处和制裁非法经营行为，建立博物馆文化创意产品质量监督机制，制定产品市场准入制度；加大市场监督管理，维持公平、公正的市场秩序；加强跟踪服务，健全消费者维权体系，切实保护消费者权益。

4. 培育壮大文化创意产品开发人才队伍。根据业务发展和专业调整

的要求，积极引进经营管理急需人才，完善人才结构。加强对现有人员的培养，健全业务培训和继续教育制度，促进职工知识、技能更新，增强市场应变能力，适应业务发展需要。重点培养博物馆文化创意产品开发领域的领军人物、创新人才、专业技术人才和经营管理人才。

5. 加强体制内与体制外合作，构建专业性产业链。一是组建全国博物馆文化创意产品行业协会，实现博物馆之间在文化产品开发经营方面的联系沟通，优势互补，形成合力。二是组建博物馆商店联盟，采用产品代工、代销等方式进行馆际合作，既能开发地方市场，又能推动博物馆行业的整体进步；建立以省级及以上综合博物馆为龙头的区域博物馆网络和以国家一级博物馆为龙头的全国博物馆网络，发挥综合性大馆的示范带动作用，联合中、小型博物馆，有效整合区域资源，进行整体系统的规划，形成群体优势。三是加强博物馆与企业的合作。通过与生产性企业合作，利用多渠道、多形式的社会资本，弥补经费不足；利用企业在经营管理、服务等方面的优势，弥补博物馆在经营方面的经验劣势；利用旅游企业宣传产品，拉动销售，拓宽营销渠道。

注释：

[1] 根据国际博物馆协会《博物馆职业道德》（2004年第二十届全体大会第四次修订）：博物馆是为社会和社会发展服务的非营利的常设机构，对公众开放。

[2] 《国务院办公厅转发文化部等部门关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》（国办发[2016]36号）。

[3][4] 《博物馆的创意经济》，<http://www.ccmdu.com>，文化发展论坛，2010年3月25日。

[5] 张艺军：《博物馆与文化产业发展研究》，武汉，武汉大学硕士学位论文，2005年。

[6] 陆建松、厉樱姿：《我国博物馆展示教育和开放服务现状、问题和对策思考》，《东南文化》，2012年第2期。

[7] 郑奕：《博物馆呼唤文化产业开发》，《中国文物报》，2007年8月24日。

作者单位：武汉大学国家文化发展研究院
博士生

摘自：《学习与实践》2016年第12期



共享艺术的快乐：中国美术馆志愿者工作十年回顾

文 / 杨应时

中国美术馆是以收藏、研究和展示 20 世纪以来的中国美术为重点的国家级视觉艺术博物馆，是文化部直属的公益性文化事业单位。经过 50 多年的发展，中国美术馆已经成为美术界和社会公众心目中的最高国家美术殿堂。2006 年以来，中国美术馆积极进取、勇于探索，创建了志愿者队伍，以努力提高文化志愿服务和管理水平，并结合重要展览精心组织相关培训，使志愿者队伍承担起大量的展览导赏和其他公共教育服务工作，得到了社会各界的一致好评。



“共享艺术的快乐”是中国美术馆志愿者队伍的口号，也是中国美术馆志愿者工作十年来努力的方向。十年来，中国美术馆以“共享艺术的快乐”为志愿服务理念，让志愿者在学习和培训中享受艺术的快乐、在志愿

服务中与观众共享艺术的快乐，并把“共享艺术的快乐”贯穿于志愿者队伍建设的全过程。志愿者在美术馆与社会公众之间架起一座举足轻重的桥梁，成为美术馆里最美丽的一道风景线。他们默默奉献，乐此不疲，全心全意地为观众提供优质的义务导赏和其它服务，秉持的是对艺术的真心热爱和无私奉献的精神。十年来，广大志愿者朋友参与到了中国美术馆几乎所有方面的公共教育工作之中，并发挥着积极的作用，成为真正深受观众欢迎的“艺术传播者”。这种具有真情实感的艺术传播魅力触动了观众的情感，丰富了观众的生活，净化了观众的心灵。携手十年，中国美术馆一直将志愿者当成同事、家人，充分尊重，平等对待，彼此之间的情感愈加深厚。根据每位志愿者的特长、兴趣和能力，中国美术馆知人善用地为他们安排合适的工作。中国美术馆同样关注志愿者的价值实现，关怀和鼓励志愿者表现自己的才能，获得自我实现和精神层面的慰藉与升华。

鉴于中国美术馆在文化志愿者服务和管理工作上的成绩，中国美术馆



在 2013 年被文化部评为“全国文化志愿服务组织工作先进单位”，中国美术馆志愿队伍也被评为“全国美术馆优秀志愿者队伍”，参加文化部“大地深情”活动的馆藏艺术讲座被评为“文化志愿者基层服务年示范项目”。中国美术馆志愿者庄则平、叶振寰在 2013 年和 2014 年先后被文化部评为“优秀文化志愿者”，庄则平并作为代表出席在厦门举行的全国文化志愿服务工作现场经验交流会，发表了精彩感言。中国美术馆公共教育部副主任杨应时在 2013 年被文化部聘为“国家公共文化服务体系建设专家委员会委员”，并在 2014 年被文化部评为“全国文化志愿服务工作优秀个人”。2016 年，在中宣部、中组部、中央文明办联合在全国开展的宣传推选志愿者服务“四个 100”活动中，中国美术馆文化志愿服务队被评选为“最佳志愿服务组织”，这是文化部推荐的唯一一家参选组织，并作为先进典型代表应邀参加了在北京举办的全国学雷锋志愿服务工作推进会，接受表彰和奖励。中国美术馆开展志愿者工作已经整整十个春秋。我们共同

经历了探索的艰辛，体味了成长的快乐，一切都值得珍惜，值得纪念。作为对十年工作的回顾和总结，我们今年推出了“共享艺术的快乐：中国美术馆志愿者工作十年”图片文献展和“美术馆文化志愿服务与管理”研讨会等系列活动。以下，笔者拟分三个方面梳理中国美术馆志愿者工作十年来的探索。

一、志愿者服务

在中国美术馆活跃着一支来自社会各界的文化志愿者队伍。这支队伍于 2006 年 3 月建立，由公共教育部管理，目前每年人数稳定在一百二十余人，年龄跨越老中青三代，服务专业化水平不断提升。中国美术馆志愿者招募频率为每年 1—2 次，累计已经 18 批次，累计人数 600 人。十年来，志愿者每年流失率为 20%—30%，需要通过招募不断更新和增补人员。在志愿者性别比例上，女性占绝大多数，约 90%，男性比例约 10%。在志愿者年龄比例上，20—40 岁人数占约 40%，40—60 岁人数占 55%。在任职状况上，在职人员比例为 47.5%，退休人员比例为 45.8%。在学历状况上，大学学历比例为 62.5%，研究生学历比例为 37.5%。在服务分工上，义务导赏人员比例为 90%，其他服务人员比例为 10%。近年来，参与教育活动策划实施的人员比例有所提升。中国美术馆志愿者队伍结合重要展览，常



年提供面向成人、少儿和外宾等展厅的义务导赏等服务，承担了大量的公共教育活动，并组织实施及其它服务工作，充分体现了美术馆公共教育的公益性。近年来，中国美术馆志愿者每年服务观众约十万人次，服务内容不断丰富，范围涉及展厅导赏、教育活动实施、新闻宣传、外语翻译、摄影设计、资料整理等美术馆工作的诸多方面。近十年来，志愿者参与导赏服务的有约六十个重要的艺术展览，如：“从延安走来”美术作品展、国际新媒体艺术三年展、“丹青中国梦”馆藏大展、“与时代同行——中国美术馆建馆 50 周年藏品大展”、纪念中国人民抗日战争胜利和世界反法西斯战争胜利 70 周年美术作品展、“中华民族大团结”美术作品展等，广大志愿者们一次次全身心地投入、激情满怀地开展导赏服务，义无反顾地播撒审美的种子。服务观众当中既有社区干部居民，也有单位职工、部队官兵，上至白发苍苍的离退休老人，下至活泼可爱的中小学生。中国美术馆还推出了“小小志愿者讲解服务”，选拔部分优秀的小学生，他们经过系



统的专业培训，在家长的陪同下，利用周末休息时间义务为社会公众提供生动活泼的展厅讲解，得到各界观众的普遍好评。

中国美术馆尤其注重提升志愿者策划组织教育活动的的能力，近年来逐步培养了一支专业化的“志愿者教员”队伍，改变了以往“讲解员”背台词的传统形象。这些热爱艺术博物馆事业、理解艺术博物馆教育意义、懂得策划实施公共教育活动的志愿者，有效完成了教育活动的策划与实施，产生了良好的反响。志愿者们参与组织策划的教育活动包括：“艺术讲堂”名家讲座系列、“带你去看展览”“与艺术家对话”“艺术沙龙”“中国美术馆之夜”“大师讲大美”等面向成人的品牌教育活动；“我在中国美术馆画画儿”“我在中国美术馆上课”“艺术家教我来创作”“跨界体验夏令营”等富有创新性的品牌少儿教育活动；与学校、社区、机关团体合作开展的普及教育活动和社会公益活动，如打工子弟专场、艺术助残主题活动等。

除了策划、实施展厅导赏和教育活动，志愿者们还承担了新闻宣传、外语翻译、摄影设计、资料整理、值班记录等大量工作。此外，在文化部、中央文明办确定的“文化志愿者基层服务年”中，中国美术馆积极响应号召，组织刘曦林、殷双喜等专家作为文化志愿者远赴西北与东北地区举办面向基层的馆藏艺术讲座，深受好评。



为充分发挥美术馆的社会教育职能，中国美术馆公共教育部还依托本馆的丰富资源，积极探索开展实习生培养工作，将实习生培养纳入志愿者工作，并形成一定的特色。自 2009 年至今共为一百三十多位有志于从事艺术博物馆教育领域学习、研究和实践的海内外青年人士提供了实习机会。

广大志愿者在各项服务中付出了大量的精力和时间，为中国美术馆公共教育工作做出了巨大的贡献，在公共文化服务方面发挥了重要作用，真正成为联系中国美术馆与社会公众的纽带和桥梁。

二、志愿者队伍建设

近年来，中国美术馆着力建设专业化的志愿者队伍，倡导公益意识和奉献精神，开展展厅义务导赏和其他文化志愿服务。

中国美术馆公共教育部常年接受志愿者报名申请，并每年一次或两次组织招募考试。中国美术馆志愿者招募工作主要通过网上报名，在进行先期的筛选后，安排面试和笔试的环节。面试审核项目主要包括以下几个方面：热情、公益（20%）、服务时间（20%）、胜任度（20%）、专业背景（20%）、服务目的（10%）、沟通能力（10%）。笔试的主要目的在于了解应试志愿者的专业水准和整体素质，以便日后安排相关培训和工作。

为使对志愿者的管理更加专业化和规范化，中国美术馆制定并推出《中国美术馆志愿者章程》《中国美术馆志愿者管理办法》等相关章程文件。中国美术馆详细记录每位志愿者的具体资料，结合工作特点将志愿者分为 4 组——导赏组、服务组、教员组、值班组，并选出组长配合管理工作。志愿者服务内容的分派主要以工作需要为出发点，以充分发挥志愿者的作用、调动各自的长处和有效安排工作。导赏组主要承担展览的导赏工作。针对不同的服务对象，导赏组分为普通成人导赏、少儿导赏和外宾导赏等服务方向，服务组协助中国美术馆公共教育活动的实施。按照不同活动内容，服务组可分为摄影摄像、平面设计、档案整理、新闻报道、会务协助等服务方向，教员组辅助部分公共教育活动的策划与实施，值班组负责志愿者休息室值班、填写日志、记录值班情况及处理日常工作。



符合基本条件的考试合格者登记成为“中国美术馆见习志愿者”。“中国美术馆见习志愿者”须参加公共教



育部组织的基础培训后方可上岗。其中的见习志愿讲解人员还须参加讲解培训后方可上岗。见习志愿者的试用期为一年（见习期计入志愿服务年限），一年试用期满，工作时间和服务质量合格者可正式注册，登记成为“中国美术馆志愿者”；不合格者不予注册，并收回相关证件。

我们根据每位志愿者的服务时间和综合表现进行相应的年度考核、总结与表彰。年度考核主要考虑的标准及所占比例为：志愿者服务态度（20%）、完成的服务时间（60%）、特殊贡献（20%）。当然，我馆平时对志愿服务也提出严格的要求。例如，志愿者需准时认真完成志愿服务的工作，在志愿服务活动开展期间，平均每星期志愿服务时间应不少于4小时。为保障志愿服务工作的开展，我们也为志愿者提供了一些待遇条件。诸如：休息室（储物柜、洗手间、洗手池、桌椅、沙发、饮水机、空调、资料等）、学习资料、免费午餐、培训交流学习机会、馆内咖啡厅和书店优惠、特殊加班补助。

为了进一步吸引和稳定志愿者队伍以提高队伍的服务水平，从2010年起，我们结合志愿者的专业背景、工作经历以及志愿者们在服务中遇到的实际问题，特别策划了一系列的志愿者素质与技能培训课程，邀请富有经验的专业培训师和专家、学者讲授有关课程。培训计划包含多方面内容：

如志愿者与志愿者精神、快乐志愿者、朗读技巧与应用、讲解技巧、志愿者礼仪、志愿者心理、中外美术史、书法篆刻、艺术材料与创作、艺术博物馆教育等。中国美术馆在推出重要展览并开展志愿者义务导赏服务时，也邀请相关领域的专家学者、中外策展人、艺术家等结合展览举办系列培训和讲座，以增进志愿者们对展览的了解和熟悉，以便使他们更好地服务公众。平时，中国美术馆对于结合展览举办的各种面向公众的学术讲座和研讨交流活动也优先向志愿者开放。例如，我们曾邀请英国泰特美术馆的油画修复专家湛旭华女士主讲“欧洲油画欣赏——从技法艺术史看15—19世纪油画”，邀请美国哥伦比亚大学艺术教育专家朱蒂斯·伯顿（Judith M. Burton）教授主讲“数字时代的艺术与艺术教育”志愿者培训讲座，并曾组织“北京大学赛克勒博物馆之旅”“中央美术学院工作室之旅”“天津文博艺术之旅”等“走出去”的培训学习活动。

中国美术馆非常重视与国内外业界开展志愿者服务与管理方面的交流与分享。由中国美术馆策划并主办的2013“志愿者与美术馆公共文化服务”年会暨“美术馆志愿者管理”工作坊是我国美术馆界首次举办的志愿者服务与管理相关交流研讨活动。结合此次会议的筹备和组织，中国美术馆公共教育部还对国内美术馆志愿者

工作开展了调研，并形成《国内美术馆志愿者工作调研报告》。我们还与台湾美术馆、湖南省博物馆、关山月美术馆、天津美术馆等单位开展了志愿者工作交流。

中国美术馆并与中央民族大学等机构的专家学者合作，积极开展文化志愿者服务与管理相关研究，对中国美术馆志愿者开展相关调查访谈，整理中国美术馆志愿者工作的相关文献资料。中国美术馆还和中央文化管理干部学院合作开展关于公共文化机构志愿者服务与管理创新等方面的现场教学，对来自全国各地的文化管理干部进行培训，分享相关工作经验和成果。

2015年，在中国美术馆领导和广大志愿者朋友的支持下，中国美术馆公共教育部还推出了《中国美术馆志愿者园地》季刊，旨在交流志愿者工作、展示志愿者风采、弘扬志愿者精神、搭建美术馆与社会公众之间沟通的桥梁。

三、反思与展望

回首过去十年的发展，中国美术馆志愿者工作在三个方面已经逐步形成自身的特色与优势：第一，专业化建设。在志愿者队伍建设上，我们强调高素质和少而精，突出专业性，侧重教育服务。第二，人性化管理。我们将志愿者与员工平等相待，注重和志愿者的情感交流，并根据个人情况

安排相应的工作，做到知人善用。第三，体系化培训。面向志愿者的专业培训是中国美术馆的强项，我们不仅开展结合展览的培训，也推出系列志愿者素质与技能培训，以满足他们求知学习的需求，同时提升志愿者的专业素养和综合素质，以便使他们更好地开展志愿服务。

当然，在工作中我们也面临诸多新的困难与挑战：第一，志愿者队伍相对老龄化，急需考虑安全保险。第二，缺少走出去的交流机会，应该加强经费保障。第三，馆舍条件制约队伍扩展，建议扩大活动场地。第四，志愿服务内容相对具有局限性，有待探索拓展的可能性。

在第一个十年中，中国美术馆志愿者队伍用敬业的精神、专业的素养、热情的态度获得了社会的认可。第二个十年伊始，中国美术馆志愿者队伍昂首阔步，仍然走在不断向前的路上。我们将进一步总结经验，思考不足，继续改进工作，努力再创佳绩。在新的十年，我们期盼中国美术馆进一步提高专业化、国际化、现代化水平，积极开展和创新文化志愿服务，打造真正意义上的“为公众的美术馆”，让艺术走向公众，让公众亲近艺术！我志愿，我奉献，我快乐。祝愿志愿者精神无处不在！祝愿我们的社会更加和谐、美好！

摘自：《中国美术馆》2016年第五期

广东省收音机工业发展史

文 / 张太利

广东电子工业的起源与广播事业密切相关。建国前，广东既没有生产电子元器件的工业，也没有生产电子整机的工业，仅在广州等城市设有一些从事修理收音机的私人店铺。

广州解放之后，在接管国民党广播电台的基础上，先后于1949年底和1950年，建立了广州人民广播电台和广东人民广播电台。随着广播事业的发展，使用收音机的人越来越多，范围越来越广，无线电器材修造业不断增多。50年代初，广州、汕头等城市有几十家从事维修收音机和经营无线电器材的个体户，并有少数家庭作坊开始生产收音机的配件。1950年广东（州）人民广播电台服务部（广州广播设备厂前身）成立，从事广播器材的生产与维修。1954年，该服务部何英毅等人开发并批量生产直流电子管收音机，装备全省各地台风警报站、气象站。

1956年4月，在合作化高潮中，广州市将私人无线电修理店组建成广州曙光无线电修配生产合作社、广州南方无线电机生产合作社等；汕头市将德华、锦记、益光等13家私营电器、

无线电行和修理店组建为汕头市无线电生产修造合作社。同年12月，在广州市水电安装公司机电修配所无线电维修部的基础上，组建了广州无线电装修厂。这些合作社（厂）主要从事收音机、扩音机的修理，并开始试制收音机、扩音机。是年广州无线电装修厂和曙光无线电修配生产合作社分别开发出红棉牌、海鸥牌电子管五灯交流收音机。该机型是电子管台式机，用木三夹板做外壳，刷上防潮光漆，机芯支架用铁皮手工弯制，频率刻度片用玻璃片丝印制成，产品的结构、工艺复杂，体积大，生产效率低。



广州牌五灯机（国营广州无线电厂）

1957年3月，广州曙光无线电修配合作社开始小批量生产海鸥牌电子管交流收音机，当年生产181台。同月，汕头市无线电生产修造合作社和汕头良记蓄电池厂合并，成立地方国营汕头电工厂，转为全民所有制企

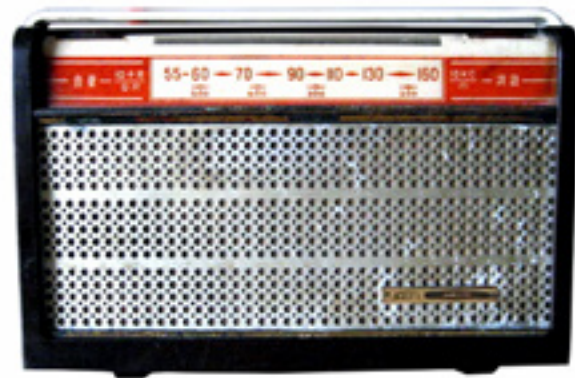
业，翌年改名为地方国营汕头无线电厂（1965年3月改名汕头超声电子仪器厂），当年生产电子管直流收音机227台，交直流收音机657台。

1958年5月广州无线电装修厂改名为地方国营广州无线电厂，隶属广州市机电工业局。同年6月，广州曙光无线电修配生产合作社改名为地方国营广州曙光无线电器厂（后改为广州曙光无线电厂），当年生产电子管收音机785台，扩音机442台。1959年，广州无线电厂开始生产红棉牌六灯电子管交流收音机，广州南方电机生产合作社（1964年该合作社的无线电车间与两个无线电修理门市部合并，成立广州南方无线电仪表生产合作社。1969年，南方无线电仪表生产合作社与广州无线电元件二社、七社及无线电机箱社合并，成立广州无线电合作一厂，1974年更名为南方无线电厂）开始生产南方牌电子管交流收音机。在1959年第二届全国收音机观摩评比中广州无线电厂生产的广州牌231型获四级收音机一等奖，261型获新产品（样机）一等奖。



红棉261-B

1963年，广州曙光无线电器厂由张畅岐、谭天华等科技人员经过半年多的努力研制出珠江牌SB3-1型来复式三管中波段晶体管收音机。该收音机体积小，重量轻，便于携带；其外壳用模具注塑而成，线路版用铜箔胶纸板制作，工艺简单，容易形成大批量生产，成为收音机市场的畅销产品。与此同时，元器件厂家也纷纷调整产品结构，转向开发低压小型化元器件，以满足晶体管收音机生产的需求。1964年10月珠江牌SB3-1型收音机在全国第四届收音机质量评比中获外观和性能一等奖。同年，SB3-1型的改进型产品SB3-2型开发成功，并投入批量生产。同时开始出口收音机，成为中南地区最早出口收音机的企业。此后广东省收音机逐步由电子管式向晶体管式过渡，并向小型化、袖珍化方向发展。



珠江SB3-1

为了扩大晶体管收音机的生产能力，提高整机装配效率，满足市场需求，广州曙光无线电厂对装配生产线首次进行技术改造，采用流水线装配工艺，把整机装配分成多个工序，然

后定员、定额、定材料，从而大大提高了装配速度和一次交验合格率。1965年，随着中周、扬声器等小体积的元器件投入生产，以及整机厂开发新产品能力的提高，该厂相继研制成功珠江牌 SB8-1 型和 SB6-1/2 型晶体管收音机并投入批量生产。SB8-1 型收音机是八管二波段超外差式晶体管收音机，采用双扬声器输出，音质好；体积按便携式设计，方便居家旅行。1965年5月，广州市委作为礼品赠给越南访华代表团贵宾。SB6-2 型收音机是六管单波段超外差收音机，体积小、重量轻、灵敏度高，很受顾客欢迎。

60年代中期，广州无线电厂（1965~1984年，曾使用国营南华机械厂厂名）相继开发成功金穗牌 6J3-1、7J3-1 型晶体管收音机。6J3-1 型晶体管收音机是超外差三波段台式收音机，输出功率较大。7J3-1 型晶体管收音机是超外差式三波段便携式收音机，采用单圈矩形天线，很有特色。



金穗6J3-1

1969年10月，全国电子工业工

作会议后，广东迅速出现了大办电子的热潮。从广州、汕头、佛山到湛江、梅县、江门、韶关、肇庆、惠阳、海南等市、地纷纷兴办电子工厂，收音机成为很多企业的主要产品。然而，在大办电子中，却出现了一哄而上的混乱局面，造成布点重复、品种单一、质量差、成本高，许多企业难以维持，被迫调整下马。



电视塔785-G3

1971年5月，广州曙光无线电厂生产的珠江牌 SB6-4 型晶体管收音机获全国收音机质量评比第二名。该机在1973年的全国评比中再次获奖。

1973年，广州南方无线电厂研制并批量生产的南方牌 6J1、7J2 型二波段超外差式晶体管收音机，灵敏度高、音质好、外形美观，并满足了

边远山区由于用中波接收困难，需用短波收听节目的要求。7J2 型二波段超外差式晶体管收音机生产时间长、批量大，是收音机市场的畅销品。1973~1981年，累计生产 48.08 万台。



珠江7J2-A

70年代以后，晶体管便携式收音机花色品种逐渐增多。为进一步满足顾客旅游和欣赏音乐的需要，新产品开发逐渐向一大一小方向发展。最具代表性的是70年代初广州曙光无线电厂研制成功的珠江牌 SB6-8 型袖珍式收音机，其外形小，灵敏度高，音质好，是国内市场的畅销品，也是广州曙光无线电厂首次推向国际市场的产品，曾大量出口东南亚等第三世界国家，1974~1987年累计生产 142.80 万多台。大台式较有代表性的是70年代后期开发的珠江牌



珠江SB6-8 1C

SB12-1 型三波段晶体管收音机，其最大输出（有效值）达到 12 瓦，曾在第四次全国收音机评比中获得最佳音

质奖。



珠江SB9-1



珠江SB7-4

1979年第七届全国收音机评比中，广东佛山无线电一厂钻石 7T1 型获四级袖珍机二等奖，1980年评为省优产品。1982年第八届全国收音机评比中，广州曙光无线电厂珠江 SB7-4B 型获 BC0.15 类（原三级便携机）三等奖。

改革开放以后，行业大量引进新技术、新产品，各音响整机厂纷纷开发产值高、利润大的收音机并批量生产，然而，收音机市场受到进口组装收录机的冲击，销量骤减。广州曙光无线电厂把珠江牌 SB6-8、SB7-4 型等物美价廉仍受顾客欢迎的机型转为发外加工，或转分厂生产，而其他牌子的收音机基本上停止生产。1979年，佛山无线电一厂用来料加

工赚取的工缴费引进国外收音机生产线，使广东的国产收音机质量和产量有很大的提高。1979年，全省收音机产量达到52.9万台。1981年，全省收音机产量达到194.52万台，电子管收音机已被晶体管式和集成电路式收音机所取代。1982年，由于收录机发展迅速，收音机产量降为56.7万台，1985年又下降为30.77万台。1986年，为满足出口市场的需要，广州曙光无线电厂开发出用一节大号电池作电源的新机型——珠江牌7T-1收音机。



南方NTS-2

1987年，收音机产量有所回升，达到76.29万台。收音机产量虽然

下降，但其性能、外观则有较大的改进，品种花色也有所增加，开始生产钟控收音机、汽车收音机等新产品。1987年，收音机生产企业有广州曙光无线电厂、广州南方无线电厂、广州南粤无线电厂（前身是1969年由广州无线电元件一社、五社、六社和广州无线电仪器四社合并而成立的广州无线电合作二厂，1974年改名为南粤无线电厂）、广州南海机器厂、广州无线电厂、深圳大鹏电子公司、深圳光明华侨电子公司、广东华南电子公司、深圳华利电子公司、深圳宝华电子公司、佛山无线电一厂、揭阳无线电元件二厂、肇庆风华电子厂、肇庆无线电厂、江门无线电三厂、阳江汽车电子厂、广州白云无线电厂、广州东升无线电厂、海南琼林电子公司、吴川无线电厂等。

摘自：广播爱好者论坛

广东省历年收音机产量统计表

年份	产量(万台)	年份	产量(万台)	年份	产量(万台)
1964	0.3	1972	5.34	1980	123.68
1965	1.54	1973	13.99	1981	194.52
1966	2.55	1974	21.60	1982	56.70
1967	3.44	1975	39.71	1983	60.43
1968	2.68	1976	46.73	1984	42.39
1969	9.21	1977	56.16	1985	30.77
1970	9.66	1978	58.60	1986	40.99
1971	6.08	1979	52.90	1987	76.29

经典老唱片，赏藏两相宜

文 / 吴伟忠

时下，老唱片收藏热正悄然升温，唱片发烧友的队伍也在逐步扩大。寻觅和欣赏老唱片已成为人们茶余饭后调节生活的一种新时尚。老唱片和老电影、老照片、老书刊及各种老器件相似，总能在不经意间勾起人们对尘封往事的追忆，想起那流金岁月的日日夜夜。

据报载，近期香港有一老者竟以1.2万元港元和5000港元的高价分别买下了两张20世纪30年代上海百代公司出品的78转的黑胶唱片，或许他追求的是一种怀旧，是了却一份几十年前的心愿，或许他看好的是老唱片的收藏价值和升值潜力。的确，老唱片潜在的升值因素使一些具有投资意识的人纷纷加入到唱片收藏领域中来。人们发现，这些老唱片，不仅可以赏玩，同时又能升值，还增添了几分情趣，几分高雅。

老唱片记录了民族文化艺术的发展脉络

唱片自诞生至今已有120多年的历史，自从有了唱片，古今中外艺术大师的声音才得以保留下来。19世纪末，英商谋得利琴行开始在上海推

销留声机及唱片；20世纪初，主营电影唱片的法国百代公司在上海设立分公司。从此，留声机在国内逐渐普及。



1921年上海百代公司改组为“东方百代”，并在贝当路（今上海华山路）设厂，直接在中国生产唱片。1934年，总部设在巴黎的“百代”因经营失利而关闭，全部资产由英商电器音乐实业公司代理，其在上海的工厂也改称为“英商上海电器音乐实业公司”。太平洋战争爆发后，该厂被日军接管，并由“日本蓄音器株式会社”代管，战后产权复由原公司收回。1949年，该公司退出上海，1952年改组为中国唱片厂，以后又先后改称上海唱片厂、

人民唱片厂，今为中国唱片公司上海分公司，成为中国历史上时间最长、规模最大、技术力量最强的音像制品企业。



老唱片记录了中华民族优秀文化艺术的发展脉络，尤其以黑胶唱片为最。黑胶唱片也称密纹唱片或LP唱片，因材料和厚度的差别，在灯光下观察，大多数为不透明的黑色，也有个别呈现半透明的茶褐色或彩色。最早的黑胶唱片为每分钟78转的单声道唱片，上世纪60年代后逐步发展为每分钟33转的双声道立体声唱片。黑胶唱片作为一种声音和音乐的载体几乎占据了整个20世纪，直到1984年CD诞生。黑胶生产线才逐渐被淘汰。

“百代”等老牌公司唱片成经典

近年来，老唱片的市场规模、收藏人数都有较大的发展，价格较之十年前已有了相当大的涨幅。一些反映重要历史事件和名家唱段的老唱片更是被受藏家追捧，且价格不菲，其中尤以“百代”等老牌公司唱片成为收藏者之最爱。

老唱片收藏其实就是各种历史声音的收藏。清末、民国、新中国成立初期、大跃进、“文革”和改革开放之初等各个时期，包括名人的声音，如政治家、艺术家、历史人物、风云人物的演讲、发言稿以及各类器乐和声乐的老唱片都值得收藏。而“百代”等老牌公司早期的78转唱片无疑是收藏价值最高的。1921年上海的百代公司改组为“东方百代”，当年，聂耳、黎锦光、任光、冼星海等杰出音乐家均在此工作过，并留下了一批旷世孤品，如《义勇军进行曲》《渔光曲》《金蛇狂舞》《翠堤春晓》《昭君出塞》等唱片，具有极高的收藏价值，像30年代百代公司推出的《义勇军进行曲》的首版唱片早已成为难得一见的珍品。

早期的经典唱片现在虽已很难寻觅，但只要精心关注，有时仍能偶遇，若能用心挖掘必当有所斩获。从各地收藏市场搜集到的早期唱片来看，那个时期各唱片公司的录音已别具特色，如我国的国粹——京剧，其早期的声音就是靠唱片保存下来的，还有其他一些我国的传统有声资料，如评剧、梆子、粤曲、民间音乐；早期的民间曲艺，如相声、大鼓、琴书等等，也都有唱片可见，这些都属不可多得的老唱片收藏精品。

经典唱片倍受市场青睐

近年来，作为小众雅赏的老唱片逐渐向大众收藏方向发展，其收藏潜

力不断被挖掘，价格上涨得很快。如一张1934年出品的《金蛇狂舞》和《彩云追月》乐曲唱片，市场价大约在1.2万元和5000元左右。据悉前些年在上海国际商品拍卖有限公司主办的“海上岁月”拍卖会上，曾拍卖了一张孙中山先生的演讲唱片，成交价高达上万元。



目前，市面上的老唱片出品时间越早，品相越好，价格就越高，比如民国时期的老唱片，不少都能卖到700~1000元一张。而一些有领袖人物或明星声音的唱片则价值更高。比如“金嗓子”周璇等明星当年灌制的唱片，一般都被藏家视为珍品收藏，几千元一张都不一定能买到；上世纪40年代末、50年代初的领袖人物，有毛主席、周总理讲话声音的唱片及60和70年代出品的越剧唱片也很具有很高的收藏价值；此外，“文革”时期的唱片，现在的市场价也不低，数百元甚至上千元一张也不足为奇。

除了这些老唱片外，即便是上世纪八九十年代一些港澳歌星的流行歌曲唱片也有粉丝追捧，其价格也是一路看涨，如张学友的《真情流露》开

价1500元，还无现货；一些平常货，如梅艳芳、谭咏麟等歌星的唱片价格大约是50~70元；1998年，购买张国荣的第一张黑胶唱片《情人箭》，只需100港元，如今花2500元也不一定找到一张质量上乘的，十多年间价格竟翻了25倍。对于黑胶唱片来说，古典或绝版的价值最高。

老唱片收藏四要素

看一张老唱片的价值高低，首先要看它的出品年代。一般来说，时间越久远价值就越高。假如是清朝末年的老唱片，因为那时中国的唱片业才刚刚起步，唱片仅为皇宫贵族或商场巨贾所拥有，存世量非常稀少，故收藏价值就特别高；民国初期的一些名家精品也值得珍藏；“文革”是一个特殊的历史时期，“文革”唱片也可作为珍贵的文史资料进行收藏。

其次，题材也是老唱片能否升值的重要因素。普通的唱片价值并不是很高，现在市面上常可见一些售价不足百元的老唱片，在过去的几年间，价格上涨也不快。但一些题材好的老唱片升值就快得多，如周璇等明星当年灌制的唱片就倍受追捧。目前收藏市场较为热门的题材主要包括有领袖人物和明星声音的唱片等。

第三，必须挑存世量少的老唱片收藏。俗话说，物以稀为贵，老唱片收藏亦是如此。目前周璇、白光等民国时期名星灌制的唱片存量很少，价

格上涨得就快。曾有一位收藏家三年前从马来西亚花 2000 美元购买的由周璇灌制的《夜上海》，最近就有人愿出价 5000 美元来收购。

最后，版本因素也不容忽视。购买老唱片应选择最原始的版本，同时其他重要的版本也不能错过。原版是指一部作品的最初录音，制作成的唱片，相对重刻版和再版而言，它就像母版，收藏价值最高。再版的唱片可能做了局部的装帧修改，而重刻版则可能在录音的设置上或音乐的处理上都做过改变，则价值相对要低些。

老唱片保养有窍门

老唱片收藏不能单纯地成为“唱片仓库保管员”，即将收藏的唱片束之高阁，而是应该配置黑胶唱机。这种唱机在收藏市场上也能买到，价格也就在数百元左右，需注意的是，如果你希望成为一位“发烧友”的话，则需要自己配置唱头、唱臂和唱盘，以及添置扩音设备。

老唱片怕挤压、怕灰尘、易磨损，不宜保存，因此必须认真保养。老唱片尤其是黑胶唱片的放置场所应通风

或干燥，防止发霉，放置时应直放以防变形。要养成听完后擦拭唱片的习惯，让灰尘无机可乘，保养时可用碳纤维刷，此刷不会产生静电。当全部听完一次后须等六小时，才能听第二次。此举可防止唱针在唱片上播放时，因摩擦产生的热量软化唱片塑胶沟槽。在尚未完全冷却时马上听第二次，会让沟槽造成永久性的变形而无法恢复，此时灰尘进入唱片的塑胶材料中，则无法清除。听老唱片时应确定唱针调整无误，如果调得太重就会过分伤碟，太轻又会跳动，因此要把握好一个度。

老唱片因保存不当而发霉或变脏，则千万不能播放，因为霉菌和灰尘将在唱针与沟槽之间挤压，使音轨受伤。对于老唱片的清洗，有条件的可以买台洗唱片机，这样能一劳永逸。若手动清洗，应先用含少许中性洗洁精的纯净水打湿唱片，然后用尼龙面刷顺沟槽方向轻刷，用水冲干净后，拿棉布细细擦干，最后放入无尘室阴干。清洗后的唱片必须重新换上新的内套。



互联网IP浪潮下的“博物馆文创”

文 / 郑晓芬

2015 年以来，以 BAT 为首的互联网公司大举进军文化产业，以 IP 为核心的泛娱乐布局正逐渐成为中国文化产业的发展趋势。2016 年，一系列政策法规密集出台，鼓励文博创意产业发展，对传统文化优质 IP 资源觊觎已久的互联网巨头们，在完成游戏、动漫、影视等行业的 IP 布局后，终于把触角伸到文博行业。

2016 年 1 月 18 日，国博天猫旗舰店正式上线，旗舰店从整体规划、运营管理到宣传推广完全自主运营；3 月 1 日，国博与阿里巴巴达成战略合作，共同打造“文创中国”线上平台，开启文化精品设计、开发、销售平台，实现互联网 + 博物馆的合作新模式；6 月 13 日“文创中国”线下

运营中心正式落户上海自贸区，国博率先在“文创中国”平台上线 400 个文物 IP；6 月 29 日，故宫与阿里巴巴签署战略合作协议，故宫天猫旗舰店正式上线，双方合作内容主要包括票务、文创、出版三个版块；7 月 6 日，北京故宫博物院与腾讯达成战略合作，双方将在社交平台、泛娱乐及 VR/AR 等方面进行合作，深度挖掘故宫的 IP 价值。

故宫、国博与腾讯、阿里的合作，完全不同于博物馆以前任何一种对外合作，他们除了互联网、高科技的标签，其背后还隐藏着资本、创新和完全不同于博物馆的一种玩法和逻辑。

一、博物馆 IP+ 电商的跨界营销

6 月 27-29 日，苏州博物馆与



阿里巴巴联合推出“型走的历史”聚划算主题活动，“唐伯虎的字帖、贝聿铭的建筑、吴王夫差的古老青铜剑……”它们不再是躺在博物馆里冰冷的文物，而是从中提炼文化元素进行设计、融合古典美学与现代时尚，独具苏州博物馆特色的24款系列服饰，其中10款在聚划算首发。

苏州博物馆文创负责人蒋菡指出：“互联网平台对文创产品的传播作用很大，之前博物馆一直给人一种高冷的距离感，这次的跨界合作，希望以服装为载体，让更多年轻人对博物馆有更深刻的认知，重塑博物馆形象。”



苏州博物馆的文创产品吸引了众多的目光，淘宝官方网店三天点击量超过80万，并完成了2000多单的订单，多款文创产品线上售空断货。

“博物馆的文创产品市场化需要借助互联网电商平台，电商平台的专业与博物馆的文创资源强强联合，才能优势互补，互赢互利。”苏州博物馆馆长陈瑞近先生表示。

聚划算还曾与故宫淘宝合作，推出过故宫系列文创产品，在短短75分钟内售罄1500件御前侍卫手机座。聚划算为什么会跨界博物馆？聚划算平台上的用户消费能力越来越高，平台提供的产品中70%是精品，寻求跨界合作的目的是进行消费升级。与故宫、苏博等机构合作，一方面通过平民化的手段，把只能在博物馆看到的历史文化元素体现在日常生活用品中，为用户带来惊喜，取悦高端消费者；同时还可以吸收故宫和苏博的粉丝，对于品牌推广也有好处。

二、故宫携手腾讯强化超级文化IP

7月6日，故宫博物院与腾讯合作的消息刷爆了朋友圈。这是故宫又一次与互联网公司亲密接触。故宫博物院将开放一系列经典IP，与“NEXTIDEA 腾讯创新大赛”的两项赛事“表情设计”和“游戏创意”展开合作。作为腾讯与故宫长期合作的第一年，故宫此次开放的IP包括经典藏品《雍亲王题书堂深居图屏》、

《韩熙载夜宴图》(局部)、《海错图》(节选)、明朝皇帝画像，以及故宫数字文创《皇帝的一天》APP、《故宫大冒险》动态漫画中的卡通形象等。“让年轻人能够对故宫感兴趣是传统文化能够传承并有所创新的重要前提，所以我们也想做一些尝试，这次就开放了一系列经典IP，与腾讯创新大赛的两项赛事‘表情设计’和‘游戏创意’开展合作。”故宫资料信息部副主任苏怡表示。

承载合作的是QQ“企鹅原创开放平台”，该平台以表情设计为切入点，优秀设计师制作的表情和形象IP，将供所有QQ用户来购买和使用。今年10月，用户就能在社交平台上使用到故宫主题个性化表情。

出身贵族、自身社会化媒体营销能力和设计能力也都不俗的故宫，为何会选择与QQ合作，并将自己的IP与他人分享？“我们更关注的是要把北京故宫所蕴含和代表的优秀传统文化留给年轻人，留给未来。我们和腾讯合作，希望借助互联网和新技术的平台，把北京故宫所拥有的优秀文化资源分享给公众，把它们的内涵



用富有创意的方式普及开来、传递下去，并且培养更多热爱传统文化的青年人。”北京故宫博物院院长单霁翔说。

马化腾表示：“北京故宫本身就是世界级的超级IP。借助移动互联网，北京故宫已经迅速地吸引了新一代的年轻粉丝。展望未来，互联网的技术创新将助力故宫，产生更强的文化辐射力。我们希望联合故宫，帮助中国文化走向世界。”

自2012年起腾讯提出泛娱乐战略以来，QQ先后与不同系列IP合作，一直与年轻人保持高度的黏性，故宫与腾讯合作后，可以与8亿多QQ用户零距离接触，而这8亿多用户中有超过六成是90后。通过QQ表情的创意传播“激活”传统文化IP，并对推动中国数字文创产业的发展也有很大帮助。

据了解，北京故宫与腾讯的合作规划2016年会从表情包和小游戏的创作开始，2017年会推出基于北京故宫文化的大型游戏。从2017年下半年开始，北京故宫会介入到动漫和

文学的创作，也包括微电影的创作。

“随着社会的发展和技术的进步，我们自己对博物馆，对北京故宫的认识也在逐渐转变。博物馆不应该是冷酷的，如果只是把过去的文物冷冻在这里，文化可能就会变得固化，甚至僵化，我们应该把它们用起来。”北京故宫博物院资料信息部副主任苏怡接受媒体采访时表示。

从微博到淘宝店，从文化产品开发到 APP 与用户互动，故宫充分利用移动互联网时代的特点，通过网络营销以及内容周边开发，将 IP 背后厚重的文化历史变得“美味可口”，让年轻一代更容易接受。

三、国博联手阿里打造“文创中国”IP 平台

有感于“国博天猫”产品供应不足、设计和投资瓶颈，国博试水“互联网+博物馆”的方式，主动牵手阿里巴巴搭建“文创中国”线上平台，并与中国（上海）自由贸易试验区管理委员会签约战略合作协议，共同启动“文创中国”中国大区运营中心等项目，为“文创中国”线上平台提供全方位线下保障体系，让博物馆、企业与设计师都有机会参与其中，以促进中国博物馆文创产业的整体发展。

中国国家博物馆副馆长李六三表示：虽然国博每年有 670 万的观众，但是对于市场来说还是太小。在天猫上开了国博旗舰店，用户范围由 670

万扩大到数亿网民，突破了销售瓶颈。但是随之而来的是产品不够丰富，价位受产量的影响，可能也让消费者感觉到不是很物有所值。

“文创中国”是为博物馆的 IP 资源解决设计、投资、生产、销售、推广等问题的平台。“文创中国”平台包括“云设计中心”和“文创超市”两部分，面向全国文博单位开放，由文博机构提供馆藏文物 IP 授权，由



国博牵头将资源推介给国内外优秀的设计师，继而将设计方案与有实力的投资者对接，生产出的优质产品则直接在“文创中国”平台销售，各机构获得分成。

上海自贸区国际文化投资发展有限公司总经理胡环中表示，国博是国家首屈一指的文化核心资源，文创产品必须源于文化。而自贸试验区是一个贸易便利化的平台，从市场化的角度，从境内外沟通交流、产业沟通交流的角度，自贸试验区具有通道上的优势。“在文化产业化的过程当中，需要这种核心资源和市场的嫁接。”

涉及到具体的合作模式，国博经



营与开发部副主任蒋名未表示：“如果说与阿里巴巴的合作主要是将无形 IP 资源的转化流通渠道打通，那么与上海自贸区的合作则是为有形文创产品的运营提供保障。也就是说，线上的问题被阿里解决了，而所有的产品在线下则需要有仓储、物流、金融等方面的保障支持，这就需要人力与场地，需要打包上线、拣选包装、售后服务等，运营中心落户上海自贸区的优势非常明显，它的地理优势、国家政策的支持、通道服务等，以及人员、机构都非常专业，可以为博物馆提供完善的运营保障体系。”

作为一个开放的 IP 平台，其它的博物馆如何参与到“文创中国”中来？“合作流程即博物馆方面在梳理 IP 资源后，与国博签署 IP 资源授权开发协议，将 IP 资源分批次授权给国博，由国博下属全资企业与阿里巴巴进行对接提交 IP 资源，然后由‘阿里鱼·云设计中心’对接设计方与品牌商提供设计方案，由授权博物馆与国博一起审核设计方案，再由阿里负责招商生产，产品生产出来后再由阿里系销售平台引流销售，销售收益反

馈回来按约定进行多家分配。

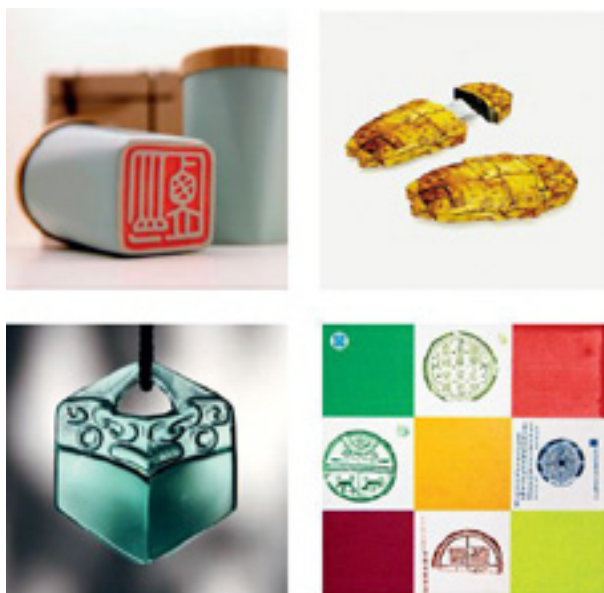
据悉，国博率先在“文创中国”平台上线了 400 个文物 IP，包含“国宝级”的错金银云纹青铜犀尊、大孟鼎等。目前，湖南博物馆已签约授权，中国美术馆、上海博物馆、南京博物院等也在积极响应。为确保“文创中国”平台出品更多的文创精品，国博将对设计师进行辅导，帮助他们了解文物内涵，而每一件文创产品在批量生产前，都需国博、阿里巴巴双方认可。

四、博物馆文创的互联网式革命？

故宫模式是否可以复制？国博的“文创中国”平台能否带领其它博物馆共同进步？这些问题还需要时间来证明。但是，可以肯定的是，传统的



博物馆总是要走上互联网之路。一项由皮尤研究中心基于对美国 1224 个博物馆机构进行在线调查而发布的一份“新媒体与博物馆观众参与”报告表明，社交网络的价值已经得到了艺术机构的普遍认可，并且已经渗透到博物馆等文化机构运作的方方面面，成为美国艺术领域不可或缺的组成部分。



“博物馆是带有中国文明标识的重要IP，故宫与阿里、腾讯的合作只是博物馆成为超级IP的开始。”新晖资本创始合伙人徐慧表示。

实际上，受西方博物馆运营规模的影响，百度与谷歌曾试图将中国的博物馆藏品文化资源打开，分别实施了百度数字博物馆和谷歌艺术计划项目，或是时机不成熟或是政策等方面的原因，最终没能引起国内博物馆的广泛参与。

然而，如今的整体环境已经大大改善。一方面，在国家相关政策的激励下，博物馆希望借助互联网和新技

术的平台，将其所拥有的优秀文化资源与公众分享，把传统文化的内涵用富有创意的方式普及并传递下去，从而培养更多爱传统文化的年轻人；另一方面，互联网公司希望能有更多IP资源，提升整体内容的文化品位，同时还可以借助故宫博物院和国博的强大品牌影响力和流量，提高竞争门槛。

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰教授就文化电商的新趋势课题演讲时表示，未来十年，电商产业将由目前的3.5万亿元飞增至20万亿元左右，预估文化电商产业将占其中的20%至25%。同时，文化电商的出现，可以逐步改变目前阶段传统电商附加值低的现状，是解决商家恶性降价竞争和平台假货泛滥的有效途径。由此可见，“未来几年，博物馆馆藏文化资源必定成为热门IP，互联网平台公司和内容生产对传统文化IP资源的争夺也会越来越激烈，争夺对象也会逐渐下沉，到时博物馆IP将成为香饽饽。”

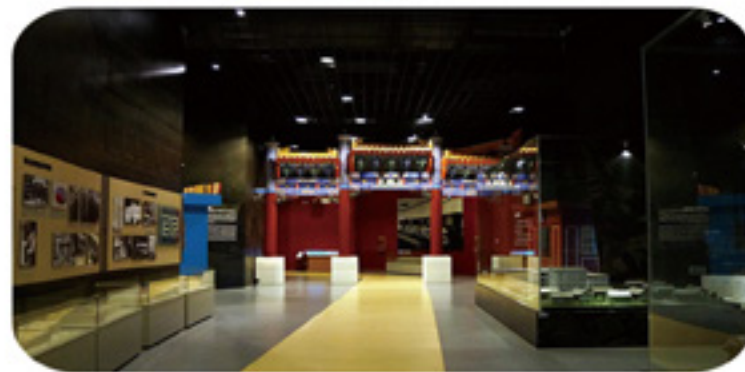
摘自：《商业文化》2016年第8期

北京通信电信博物馆

2008年7月开馆的北京通信电信博物馆是一座特色鲜明的专业博物馆，它隶属于中国联通北京分公司，博物馆通过文物、图片、视频、沙盘模型、场景复原、幻影成像、互动展品等展示方式，展示了北京地区电信行业130多年的发展历程和最新的通信技术应用。



通信电信博物馆展示面积有三千多平方米，设一个基本陈列展览和两个专题展览以及一个互动区。陈列内容包括电报、电话、微波、短波、应急通信、数据通信、卫星电话、移动通信、电信线路等内容。



基本陈列的主题是《北京电信事业史》，以三个单元十个展览组，介绍了从清代1883年电报进北京直到当代的通信电信史。博物馆共计展出500多件实物、600多张图片以及大量视频和互动产品。

此外，博物馆设有通信业务演示区，观众在此可以体验北京联通最新的业务技术，比如3G/4G移动通信的各种应用、视频会议、电话导航、视频监控、智慧城市、智慧家庭等等新技术新业务。



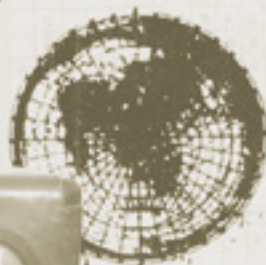
中國廣播電視

的控籃

王光英

廣播週報

北京電視台



第一集



發揚艱苦奮鬥的優良傳統為我國廣播電視事業培養更多人才

江澤民 一九九四年四月



傳媒博物

MEDIA MUSEUM

優秀人才
多播事出
學院四十年來
李方鳴
一九九四年六月



1983



校園組歌 · 松花江畔的晚霞



傳媒博物館
官方微信

