

博物馆数字化建设与新媒体运营 ——以湖南省博物馆为例

米芮仪、董希平

摘要: 本文研究了数字化博物馆建设和新媒体运营的现状, 以湖南省博物馆为例, 对其基本内容进行了讨论。首先, 本文以湖南省博物馆为例, 对其数字化博物馆建设和新媒体运营的现状进行了深入分析。在数字化博物馆方面, 本文探讨了湖南省博物馆以官网为战略基地的数字化博物馆在线等项目的建设情况和应用效果。在新媒体运营方面, 本文重点分析了湖南省博物馆在以微信公众号为代表的新媒体平台上的运营策略和实践经验, 并对其存在的问题和挑战进行了分析, 为相关机构提供了有价值的经验和启示, 同时也为推进数字化博物馆建设和新媒体运用的发展做出了积极的贡献。

关键词: 数字化、博物馆、新媒体、融合互动

作者: 米芮仪, 中国传媒大学人文学院广播电视硕士, 研究方向为艺术管理学、文化传播学。邮箱: alleria_2023@qq.com;
董希平, 中国传媒大学人文学院教授, 博士生导师, 文学系主任。研究领域为中国古代文学, 词学, 文创设计与写作。邮箱: dongxiping@hotmail.com。

Title: Analyzing the Construction of Digital Museums and the Application of New Media -- A Case Study of Hunan Provincial Museum

Abstract: This paper provides an in-depth analysis of the digital museum construction and new media operations at the Hunan Provincial Museum. It examines the development and impact of the museum's online digital presence, with a focus on its official website as a strategic foundation. Additionally, the study explores the museum's strategies and practical experiences in managing

new media platforms, particularly its WeChat public account. It also identifies and discusses the challenges and issues currently faced in these areas.

Keywords: digital museum, application of new media, current situation thinking

Author: Mi Ruiyi, holds a master's degree in radio and television from the School of Humanities of Communication University of China. Her research interests include arts management and cultural communication. Email: alleria_2023@qq.com; Dong Xiping, Professor at the School of Humanities at Communication University of China, doctoral supervisor, and Head of the Department of Literature. Research fields include ancient Chinese literature, poetry, cultural creative design and writing. E-mail: dongxiping@hotmail.com.

前言

随着中国特色社会主义经济建设水平逐步提高，中国特色社会主义文化的坚实基础——博物馆、博物院等机构对于满足人民群众日益增长的精神需求发挥着越来越大的功用。2022年全国文物工作会议确立的“保护第一、加强管理、挖掘价值、有效利用、让文物活起来”新时代文物工作方针¹。“让文物活起来”成为是博物馆的一项重要课题。博物馆需要通过推进“互联网+博物馆”，利用数字化、网络化展示手段，将新技术与文化创意相结合，以此来讲好文物故事，扩博物馆的传播力、影响力。

来自国际博物馆协会的报告显示，2020年采用线上展示藏品、展览和直播的博物馆增加了约15%。数字技术和博物馆正产生着前所未有的联系。而湖南省博物馆早在2016年就提出了一个建设共有、共建、共享博物馆的战略规划，计划要在2020年之前完善博物馆的信息体系，把智慧博物馆的整体框架体系搭建成。²正

1 张静（编辑）：《文物活起来 推进文物数字化展示》，《中国文化报》，2023年。网址：https://www.mct.gov.cn/preview/special/2023lh/9684/202303/t20230307_940283.htm。取用日期：2020年12月25日。

2 段晓明：《湖南省博物馆的智慧经验》，《龙华网直播文字》，2019年。网址：https://www.sohu.com/a/338250014_120066051。取用日期：2020年

是因为在这一特殊时期，探讨湖南省博物馆数字化与新媒体运用等基本方面，具有承上启下的特别意义。

新传媒产业联盟秘书长王斌定义新媒体为“以数字信息技术为基础，以互动传播为特点、具有创新形态的媒体”。³ 新媒体指将除去传统媒体（纸媒、广播、电视等）以外的所有新兴的媒体。新媒体突破了单一传播主体的局限性，使博物馆展览由单向传播走向双向传播，传播力度和辐射范围有了本质的提升。近年来，各大博物馆逐渐在微信和微博等平台发展和完善其艺术传播的基本内容，以求不断拉近与公众的距离。

一、湖南省博物馆的数字化建设

数字化博物馆是一种以数字技术及其资源为主要基础支撑的新的博物馆表现形态。它是可以脱离实体博物馆而存在的，是有别于实体博物馆的一种新的形态。⁴ 湖南省数字化博物馆的重要建设阵地主要集中在官方网站和 APP 两个板块上，文章主要以官网作为呈现湖南省数字化博物馆发展的基本视点。湖南省数字化博物馆建设已经迈入了标准化建设发展的新进程，数字化博物馆基本框架的搭建已初具规模，官方网站对博物馆藏品有明确的一级、二分类，但是仍具有譬如信息立体化未建全、综合展示成果较少、交互性较弱等一系列问题。

（一）博物馆内部藏品信息收录与检索

博物馆、博物院基本上所有的展览都是依托在其藏品上的，其展览最初的策划与架构也并非是完全基于空中楼阁的想象，而是来源于策展人、策展部门对于藏品的了解和在此基础上进行的资源整合。藏品是展览创意产生的基本点，而展览创意是对藏品的再读和再生。因此展览策划的落脚点最终还是要要在藏品上，而关于藏品最

11月20日。

- 3 李艳峰：《新媒体时代电视媒体的转型升级策略研究》，《今传媒》，2017年08月31日09:14。网址：<http://media.people.com.cn/n1/2017/0831/c414067-29506558.html>。取用日期：2020年11月20日。
- 4 《湖南省博物馆数字化与文物保护调查问卷[工作人员版]》，2019年。取用日期：2020年11月28日。

应引起重视的部分则应是藏品信息的收录与检索。

在初期策划一个原创展览进行头脑风暴、确定展品范围时一定要进行的一项工作就是检索大量的藏品信息，而藏品信息的收录与其检索方式则是关系到这项工作是否能够进行、完成的程度和速度的一个重要的先决条件。

现在湖南省博物馆藏品信息收录的工作属于藏品保管部管辖的范畴，而藏品部日常专职负责这项工作的人员（不包涵实习生在内）仅有一人，显然湖南省博物馆对于此处人员的分配是不足的。

藏品信息的收录基本全在一台置放在藏品管理部的电脑里，这无疑给藏品信息的检索带来了不便。进行藏品信息检索的人员除了进行藏品信息检索的人员除了需要办理审批手续之外，还必须到藏品管理部规定的设备上搜寻资料，而其设备从录入藏品之初就未曾更新换代过，可想其带给检索之人的不便程度。除此之外，还有一些藏品信息被收录在一些文献、图录资料之中，其中有一些资料因为出版年岁距今有一定距离而考古信息又在不断地更新，因而有一定的滞后性，并且这些纸质资料是无法囊括湖南省博物馆所有的藏品，大部分资料只选择其中有代表性的，或是以前展出过的、正在展出的藏品进行展示，难以让策展小组、策展部门从新的角度出发来策划展览。

（二）博物馆展品信息的立体化处理程度

博物馆展品信息的立体化处理，通过对展品图像的数字 3D 建模的形式使展品图像能更清晰地展现展品实物内外、各个局部的细节⁵。文章从展品图像、展品内容注解、专题内容的涵盖三方面来综合评断。

一般情况下，博物院官网线上分类，被划分为“基本陈列”和“临时展览”中的展品会有 1 张的展品图像的展示，只有 100-300 字的展品信息的基本的文字介绍，且一个展览只会挑选出 5-8 件展品做介绍，其它展览中的展品和博物院的库藏藏品没有以任何形式进行展现。针对这些展品的信息处理，可以先初步地像陕西历史博物馆一样让这些展品以 EXCEL 的形式展现，展示 1 张图像并

5 廖建国：《彝族博物馆的数字化建设现状与发展研究》，《内江师范学院学报》，2020年，35(03),131-13

附有基本的展品名称和库存的信息介绍；然后在此基础上规划 1-3 张的展品图像的展示，以及基本的展品信息和 100-300 字的详解。对于“馆藏精品”，则是同“普通藏品”的线上展出形式大同小异，增加了对藏品基本展品信息的概述（如图 1），并增附有 300-500 字的详解。为辅助观众对于藏品的进一步理解，可以为展品进行专题内容的规划并撰写发布配图的短文解说。专题规划的内容，可以分为两类，一类更倾向于普通观者，会讲述一些与藏品有关的较为浅显的背景知识（如图 2）；另一类则更包含一些专业的知识，由博物馆内部相关研究人员撰写，总体上来说涵盖的内容更多，对其所面向的观众层次考虑得更充分（如图 3）。陕西历史博物馆则只规划了“每周一品”这一个版块，当然其所能覆盖的面也就相对较少一些。

图 1

名称：鎏金翼兽纹带五足铜炉台
 质地：铜鎏金
 时代：唐
 尺寸：口径37.3厘米，高11.5厘米。
 重量：6150克
 来源：1958年7月西安火车站广场出土

资料来源：自陕西历史博物馆官网（截止 2020.10 为止）

图 2

众神世界——馆藏神兽铜镜选介

李慧君/撰文 星期二，一月 14, 2020

新浪微博 微信

前言简介

神兽镜是指以高浮雕手法纹饰西王母等神人、龙虎灵禽等神兽的一类古代铜镜，最早出现在东汉中期，流行于东汉末至三国，一直延续到南北朝。根据纹饰内容和构图，神兽镜可分为环状乳神兽镜、对置式神兽镜、画纹带神兽镜、重列式神兽镜等类型。神兽镜工艺繁复，构思精巧，思想内涵深厚，在中国铜镜发展史上占据极其重要的地位。

资料来源：湖南省博物馆官网（截止 2020.10 为止）

图 3



资料来源：湖南省博物馆官网（截止 2020.10 为止）

二、湖南省博物馆的新媒体运营

博物馆的新媒体运营，指借助新媒体平台——以微博、微信、短视频、APP 和 H5 等新媒体为传播渠道，对博物馆价值和博物馆文化进行品牌宣传和公共关系。⁶ 在各类新媒体之中，微信公众号的应用在湖南省博物馆展览信息的传播中占据重要位置。因此选用微信公众号作为新媒体平台的代表，对其现状及存在问题进行阐述。

（一）博物馆新媒体运营概况

总体上来讲，湖南省博物馆新媒体的影响力较小，以微博举例，湖南省官博仅有 37.1 万流量，平均一条微博的阅读量在 1 万左右，微博转发、评论、点赞数量绝大部分都没有超过 100。从博物馆自身品牌的打造和博物馆与公众的关系两方面来分析，湖南省博物馆无如同故宫博物院那样鲜明的特色和风格，博物馆自身的品

6 曾耀农，徐脉沐：《基于营销视角的湖南省博物馆新媒体推广策略研究》，《未来传播》，2019, 26(04), 37-42。

牌形象还未真正树立起来；且其受众与湖南省博物馆微信号的互动量较少，也严重拉低了其传播力，影响了博物馆与公众的关系。针对其调研样本（2018年-2020年内的共92篇文章）内的全部文章，湖南省博物馆微信公众号都开设了留言功能，并在其中设置了“精选留言”的功能，但是约占比80%的文章没有完全开通这一功能，导致其发生的原因可能在于平台运营的工作人员对受众的不重视和留言指出过文章内容的问题。

（二）博物馆微信公众号的服务功能

博物馆、博物院为进一步提升其社会服务的能力，建立了微信公众号等新媒体平台来辅助实行这一职能。博物馆、博物院微信公众号的主要服务功能一般会被规划在其一级菜单中，主要有参观须知（包含开放时间、交通地理等内容）、参观预约讲解服务（包含展厅分布地图导航、导览器租赁等功能）、便民服务（包含餐饮休息、咨询服务等）三大板块。在陕西历史博物馆需要继续完善博物院免费开放机制的情况下，在微信公众号开放门票预约的游客服务成为深化免费开放的必行之举。

湖南省博物馆和陕西历史博物馆的参观门票的官方预约通道均为其微信公众号平台。就分析其预约条目的醒目程度和方便程度来说，陕西历史博物馆更胜一筹。陕西历史博物馆的预约服务显示在微信平台的一级菜单“我要预约”，而湖南省博物馆则显示在二级菜单“门票预约”、“活动预约”中。在预约方面，二者都能够在当门票或活动预约已满时给出类“今日预约已满”等的提示，且可以提前2天到3天的时间进行预约，为观展者制定游览计划提供了参考，同时也为博物馆在疫情期间有序运营提供了保障，面对不同的用户需求提供多种预约购票方式的选择，但实际操作上比较复杂，涉及到第三方平台，比如说有可能需要跳转到美团等小程序、APP中才能最终完成购票的流程对于一些中老年人有一定难度，可能需要在年轻人的帮助下才能顺利预约购票。

图 4：湖南省博物馆票务预约页面



(资料来源：湖南省博物馆官微)

图 5：陕西历史博物馆票务预约页面



(资料来源：陕历博官微) (截止 2020.10 为止)

语音导览功能是另一在微信公众号平台“上座率”最高的功能，其通过语音的方式讲解展品的相关信息，使用户在博物馆观看和学习的过程中能够完全投入，以达到沉浸式体验的效果。湖南省博物馆和陕西历史博物馆的微信帐号都设置了语音导览这一功能，并将其放置在了二级菜单“参观服务”和“我要预约”之中。参观者只需要点击菜单中的导览选项，或者扫描藏品提供的二维码等其他信息，即可得到完整且准确的藏品解说⁷。在为参观者提供优质的讲解服务的同时，提高了效率，降低了人工（人工讲解）和机器（讲解机器）的成本。湖南省博物馆立足社会使命，坚持以观众为中心，以需求为导向，积极探索多类社会教育形式与方法，在博物

7 陈伊歆：《国家级重点博物馆微信公众号传播研究》，2019年。

馆社会教育实践的道路上又迈出了坚实的一步。

三、博物馆展览策展中数字化博物馆 与新媒体运营的发展趋势探讨

在博物馆展览策展中，数字化博物馆和新媒体运营已成为博物馆提升展览吸引力和观众参与度的重要手段之一。数字化博物馆可以为观众提供更加丰富、深入的文化体验，而新媒体则可以扩大博物馆的影响范围和提高观众参与度。

数字化博物馆和新媒体运营的发展趋势越来越向着与观众参与度、参观体验和互动性更加紧密相连的方向发展。这些新的展示手段和工具将为博物馆创造更加多样化、丰富化的展览形式，提升博物馆展览的吸引力和参与度，也将带来更多的挑战和机遇。

（一）博物馆数字化博物馆未来可能的发展趋向

1、藏品简单数字化

这里所提及的“博物馆藏品的简单数字化”的概念不等同于所谓的“数字博物馆”的概念，前者只是后者所囊括的工程中需要进行的一部分前期准备的工作，也就是先对传统介质的图像、文字和科学数据等多媒体信息进行收集、简单的加工、保存和管理⁸。不同于对于博物院藏品的传统管理模式，对内进行藏品的简单数字化建设需要一套新的组织方式，可参考如下管理办法组织建设：

对于其网络交互平台的搭建，博物馆可以依托其信息网络部门对藏品数字化管理系统进行研发，在此基础上可以与博物馆建立良好往来的相关科技公司进行对接，帮助其攻克技术难题。藏品数字化管理平台的搭建位为其简单数字化提供了物质保障，而藏品信息采集才是其建设的坚实基础。根据藏品部提供的现有的藏品信息的电子存档进行进一步的信息更新和整理，并保证其收录资料的准确性和时效性。除此之外，博物馆员工针对展品展开的各项工作（举办临时展览等），也应被纳入藏品信息采集的工作之中。湖南省博物馆馆长段晓明在2019中国国际智能产业博览会智慧文博高峰论坛

8 杨向明：《数字博物馆及其相关问题》，《中原文物》，2006年，(01): 93-96。

坛中谈到：“博物馆的所有员工既应该是数据资源的生产者、提供者，也应该是资源数据的使用者和管理者”⁹。关于博物院工作人员日常使用和管理的問題，工作人员登入内部网站或多用户联通系统即可查询博物馆藏品数据信息，可针对不同层级和部门的人员中设置登入权，获得直属上级（院长、部长、副部长）的审批即可获得准入资格。

针对在展览策划的传统团队中数据管理人员缺失的问题，且以目前的在职培训不足以在短时间内完全解决数据管理人员不足的问题，因此现下应暂时从信息网络部借调一部分工作人员完成该工作，待博物院秋招时招聘通信、电信、网络设备等专业毕业的数据管理工程师的工作人员接手。

博物馆藏品的简单数字化有利于减轻藏品保管部门进行藏品管理的工作人员的的工作强度，提高陈列展览部门临时展览策划的前期工作的效率，有利于部门与部门之间的分工与写作，加快博物院信息一体化的进程，有助于达成国家文物局“文物调查及数据库管理系统建设”项目的要求。

2. 数字化博物馆建设

除了对内进行藏品的简单数字化建设以外，在各省市倡导对外共享文化资源、共推文化建设的国内大环境下，建设以博物馆官网为依托的数字化博物馆，乃至至于智慧型博物馆是当今博物院信息系统转型升级的必要举措。

博物馆首先要做的是需要进一步推动博物馆的核心业务发展，在这些核心业务的推动基础上来进行数字化博物馆的建设——搭建好资源数据大平台，在资源数据大平台的基础上，做好对外的智慧服务系统和对内的智慧管理系统两大系统。在推进实体博物馆建设时，同步推进数字化博物馆的建设，最终建成一个可供游客完全潜入式操作、与实际所处场景位置相呼应的虚拟世界。数字化资源不再只是文字与图片，而是文字、图片、VR、H5等多种符号资源的综合展示，网站采用的是包含有后台数据库和应用程序的动态网

9 段晓明：《湖南省博物馆的智慧经验》，《龙华网直播文字》，2019年。
网址：https://www.sohu.com/a/338250014_120066051。取用日期：2020年11月20日。

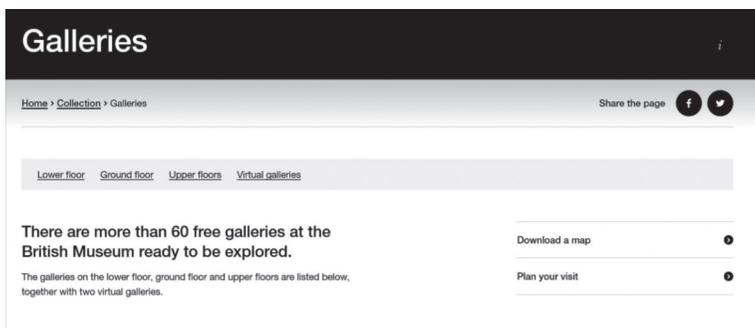
页，网站的交互性好。¹⁰

2019年移动通信开启了5G时代。5G技术也必然会在未来应用到博物馆信息化的领域之中，其中数字化博物馆的建设是5G与博物馆联通的重中之重。包括湖南省博物馆在内的国内各大博物馆应当紧握技术发展的强力脉搏，乘借信息化、数字化东风，使博物馆的智慧化更上层楼，强化博物馆的服务能力、传播能力与影响力。这无疑会提升博物馆科技创新能力，为博物馆信息化的发展注入新动力，助推文化和科技融合发展提供了全新的思路与方案。

大部分博物馆官网整体上是缺少与观众从展览中获取的信息交互的渠道，网站在前后两版中与观众只通过在二级菜单设置了“留言板”来进行信息交互。在解决展览本身与观众的交互的问题上，需要坚实的技术支撑，可以将新兴的5G技术应用到博物馆信息化的领域之中，乘借信息化、数字化的东风，使博物馆的智慧化更上层楼，不只是仅以图片、文字展示展品，更能以3D建模的方式让展品的信息实现一体化、多维化，让展品以更生动的形式面向观众。在针对与用户信息交互的机制的问题上，可以参考国外的博物馆、美术馆官方网站的建设。让博物院能够为不同需求的人群提供不同的选择，比如说大英博物馆的官网，能够在“Galleries”的选项中为观众提供大英博物馆内60个免费展厅的信息和地址，在此基础上能够根据用户浏览网站的个人倾向推送出更适合该用户的展览，并且提供导航地图和恰当的每个展厅游览时间的估算，方便观众制订自己的游览计划；而费城美术馆的官网则通过了解美术馆观众游览时间的差异化来制定不同的游览规划建议，如图6所示，如果观众只有几个小时的时间他们可以优先选择观看哪些展览（官方网站有提供日历，可以点击日历上的日期查看当日的展览）和哪里是适宜拍照的景点，并且建议他们可以将照片发在各种公共媒体上，让观众感受到来自美术馆的人文关怀的同时，让他们感觉好像美术馆为每一个观众量身定做游览美术馆的信息一样，还可以为博物馆带来私域或者公域流量，宣传塑造美术馆的品牌形象。

10 廖建国：《彝族博物馆的数字化建设现状与发展研究》，《内江师范学院学报》，2020年，35(03), 131-13。

图 3-1



大英博物馆官网 (www.britishmuseum.org) gallery 页面截图
(截止 2020.10 为止)

图 6

If you only have a few hours



Go on a tour of the collection with folks in the know. Tours are offered daily and are free with admission. See the calendar for upcoming tours.



Head to the Great Stair Hall and get a selfie with our gilded beauty, *Diana*. Give us your best shot: share your visit on Facebook, Twitter, or Instagram and tag us @philamuseum.

资料来源：费城美术馆官网 (<https://www.philamuseum.org>) 主页面
(截止 2020.10 为止)

(二) 注重基础数据采集，部门之间共享与协同

技术专业团队只是一种对数字化博物馆建设的技术支撑，而数据才是基础。博物馆的所有员工既应该是数据资源的生产者、提供者，也应该是资源数据的使用者和管理者。把数据的采集利用和数据库的建设维护放到了每一个部门和每一个岗位的通用工作内容里面，并且将这些数据集合起来放在同一个平台上，以便于部门之间的合作与协同。在此基础上，要提升全馆的协作共建意识，建立数据的长效采集机制。

（三）博物馆微信公众号的运用与改进

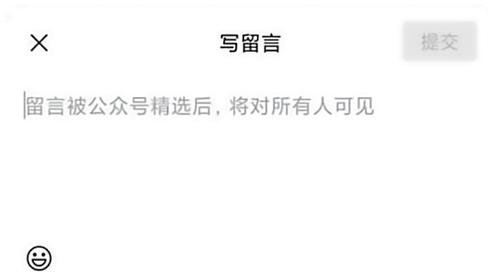
1. 在公众号消息会话与用户进行日常互动

博物馆可做以下改进：用户关注公众号以后，能够回复信息给用户，诸如“欢迎关注湖南省博物馆微信公众号，点击以下链接可预约门票”等信息。用户的行为会触发事件推送，某些事件推送是支持公众号据此发送客服消息的；可以在一些特定指令下回复用户，如用户发“你好”，也可回“您好”；在需要对用户发送门票预约成功的通知时，博物馆公众号可以用特定内容模板，主动向用户发送消息。

2. 在文章、信息推送的过程中与用户进行互动

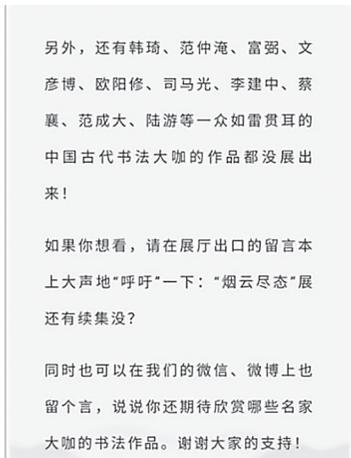
在博物院微信公众号开设留言功能的基础上，进一步全面开放“精选留言”的功能（如图7），且筛选尽量多符合文章内容、具有中国特色社会主义价值观的精选留言；初步计划官方回复率要达到50%并，能够积极地对选出的留言进行回复，尤其要着眼于解决用户在留言中提出的问题和意见。

图 7



资料来源：微信公众号精选留言界面

图 8



资料来源：湖南省博物馆微信公众号文章：“烟云尽态”啥意思？最接地气的官方解读来了！

在此基础上可以通过有奖调查问卷、有奖互动等方式，了解受众的喜好取向，以此吸引受众注意，促使受众产生反馈，为受众制造一些连接的机会。从博物院微信公众号用户标签建设、精准推荐入手，和博物院观众做好朋友，进行每月不少于1次的针对用户评论反馈形成的文章、信息推送。

从“讲好故事、持续交互、深度解读、福利刺激”入手，让品牌人格化，让品牌自己说话，全面提升用户感知。

3. 打造博物院专属的沟通平台

利用微信公众号架设博物院自己的公众互动平台，如图9所示，湖南博物馆打造的“小论坛”平台，形式类似于微信朋友圈，但是非用户好友也可在图文内容下进行评论，帮助用户之间沟通展览、展品的相关信息，也方便于博物院采集用户信息和用户反馈的展览信息。

图 9



资料来源：湖南省博物馆微信公众号“小论坛”页面

（三）与不同种类媒体平台合作，丰富推广途径

在我国为顺应世界“互联网+”发展趋势，充分发挥互联网的规模优势和应用优势的大环境下，充分挖掘我国优秀传统文化资源、深入对接网络创意成为了“互联网+中华文明”三年行动计划的重点实施内容之一，让博物馆、博物院能和动漫、游戏、影视及设计等领域融会交流，以扩展博物馆、博物院给类文化资源资源的社会服务功能，并满足人民群众多层次、多形式、多样化的精神文化需求。

博物馆目前开展合作的媒体平台较少，且达不到临时展览需要的宣传效果。博物馆如果能够与不同种类的媒体平台合作，有可能会改善这一问题。例如，博物院可以和淘宝（如左图 10，陕西历史博物馆天猫旗舰店所示）这类购物平台合作，为其文创产品开拓销路，与博物院品牌宣传、业务宣传相结合，体系化开展其服务宣传；或者是与“博物馆”这一形象相对贴近的知识类 APP 知乎、豆瓣这个纵类 APP 合作（如图 11，知乎与天津博物馆的合作所示，帮助打造智慧服务精品形象；也可以与电视台、视频平台

(哔哩哔哩等)达成合作,制作一些与博物馆相关的动画短片、纪录片等在播出(如图12,湖南省博物馆和湖南卫视联动所示),能够结合博物院关键时点以及内部运营场景常态化的宣传,塑造博物馆的品牌与口碑。在这一过程中通过市场的反应来选择推广的侧重方向,配合博物院观众年内满意度及关键感知测评。

图 10



资料来源:陕西历史博物馆天猫旗舰店页面截图

图 11



资料来源：为知乎与天津博物馆的合作广告图；

图 12



资料来源为湖南省博物馆和湖南卫视联动活动推文

结语

在国家大力发展博物馆事业、鼓励支持博物馆建设的大环境下¹¹，对博物馆应结合当前文化、社会建设的形式，从博物馆工作的陈列展览、公共教育推广等方面进行积极地思考与探索，结合2023年博物院发展的工作目标和工作计划，开展各项工作。

湖南省博物馆，在其展览艺术传播等方面，为建设开放多元的“大学校”作出了许多尝试和努力，并取得了一定的成功，但我们应清醒地认识到，湖南省博物馆博物馆数字化建设与新媒体运营仍处在其发展的初级阶段，湖南省博物馆展览策划仍要在数字化博物馆建设与新媒体运营等领域要继续进行投入和创新。作者在查阅了大量文献资料的基础上，在线上、线下，对湖南省博物馆进行了充分的调研，通过多种调研、研究方法综述湖南省博物馆数字化博物馆建设与新媒体运营发展现状，并为其提出具有可行性的发展建议以及可展望的发展趋势，使湖南省博物馆能够在完善博物馆建设的基础上更好地顺应大众传媒时代的潮流。在博物院数字化建设上，对内进行藏品信息数字化，建立藏品收录与检索的数字化系统；对外建成具有藏品信息立体化、展览信息私人定制化的官方网站。在新媒体运营管理上，借助微信公众号平台通过多种互动机制与公众进行交互；对外与各类平台合作，创新推送内容，丰富推广途径。让湖南省博物馆以更生动、更具吸引力的模样面向大众，更多样地传播其博物院文化，同时也期望能够为我国博物馆行业的整体发展提供借鉴与参考。

11 《关于贯彻执行〈博物馆条例〉的实施意见》，2019年。网址：http://www.ncha.gov.cn/art/2015/3/20/art_1809_117717.html。取用日期：2020年10月11日。

参考文献

1. 陈伊歆:《国家级重点博物馆微信公众号传播研究》,2019年。
2. 廖建国:《彝族博物馆的数字化建设现状与发展研究》,《内江师范学院学报》,2020年,35(03),131-13。
3. 杨向明:《数字博物馆及其相关问题》,《中原文物》,2006年,(01):93-96。
4. 赵方歆:《基于微信公众平台的国内广告类期刊品牌传播策略研究》,上海:华东理工大学,2016年。
5. 曾耀农,徐脉沐:《基于营销视角的湖南省博物馆新媒体推广策略研究》,《未来传播》.2019,26(04),37-42。
6. 段晓明:《湖南省博物馆的智慧经验》,《龙华网直播文字》,2019年。网址:https://www.sohu.com/a/338250014_120066051。取用日期:2020年11月20日。
7. 李艳峰:《新媒体时代电视媒体的转型升级策略研究》,《今传媒》,2017年08月31日09:14。网址:<http://media.people.com.cn/n1/2017/0831/c414067-29506558.html>。取用日期:2020年11月20日。
8. 张静(编辑):《文物活起来 推进文物数字化展示》,《中国文化报》,2023年。网址:https://www.mct.gov.cn/preview/special/2023lh/9684/202303/t20230307_940283.htm。取用日期:2020年12月25日。
9. 《关于贯彻执行〈博物馆条例〉的实施意见》,2019年。网址:http://www.ncha.gov.cn/art/2015/3/20/art_1809_117717.html。取用日期:2020年10月11日。
10. 《湖南省博物馆数字化与文物保护调查问卷[工作人员版]》,2019年。取用日期:2020年11月28日。