

# 热度之下湖北省博物馆的管理与服务实践

鲁黎 汪静文

近年来，随着社会对博物馆的关注不断提升，期待不断增强，博物馆在增强公共服务上也取得了显著进展。今年1月至10月，湖北省博物馆接待观众近480万人次，同比增长10.23%。为更好地满足人民群众日益增长的精神文化需求，湖北省博物馆积极探索实践，全面优化服务体验，发挥荆楚“文化中枢”和“文化客厅”作用的同时，也进一步激发了公众对文物保护与文化传承的热情。

## 贴近群众的博物馆服务：构建“三个维度+四个指标”

近年来，湖北省博物馆坚持以观众为中心的理念，不断优化机制，推出多项改进措施，制定了《湖北省博物馆三年发展计划（2023—2025年）》，构建出可量化、可考核的指标体系。该计划在传承力、影响力、创新力三个维度下，聚焦“总观众量、未成年观众量、境外观众量、文创开发力度”四个关键指标，让博物馆成为真正亲民、开放、互动的公共文化空间，为广大群众提供更多、更优质的文化产品，构建一个具有温度和人文关怀的公共文化空间。

## 精细化的管理实践：科技与人文双轮驱动

理念的转变最终要落实到管理的细节中。湖北省博物馆的管理创新，体现了“用科技解决效率问题，用人文解决温度问题”的双轮驱动思维。

预约系统“智慧”升级。面对“黄牛囤票”这一顽疾，博物馆没有停留在简单的事后打击，而是从系统设计源头进行封堵。新研发的智能门票预约系统，集成了先进的风控技术，能有效识别和拦截机器刷票行为。同时，近10种验票方式的兼容，以及英文预约通道的开设，不仅提升了入场效率，更体现了国际化服务的视野。尤为值得一提的是“候补功能”的引入，该功能借鉴于铁路售票系统，将因行程变动而释放的票源进行高效再分配，使得超过60%的候补需求得到满足，极大地减少了社会资源的浪费，体现了管理的柔性智慧。

绿色通道“人情”温度。数字化管理不能“一刀切”，博物馆为65周岁以上老年人、残疾人等特殊群体保留并优化了绿色通道。这一举措，守护了社会公平与人文关怀的底线，确保科技成果惠及每一位公民，避免了“数字鸿沟”成为文化参与的壁垒。

现场服务无缝化。博物馆人工智能导航、智慧停车、客流统计、语音咨询等系统，共同构成了一张看不见的“服务网”。这套系统能预见拥堵、引导分流、解答疑问，让科技的力量化为无处不在的便捷，确保观众能将注意力最大程度地集中在展品与文化本身，而非寻找与等待之中。

## 全方位的服务优化：打造沉浸式文化体验场

服务的优化，贯穿于观众从“想来——来了——还想来”的全过程。

空间动线结构性革新。随着湖北省博物馆三期扩建工程的完成，博物馆针对参观流线进行了“顶层设计”，将动线调整为南北门“两进两出”。这看似简单的改变，实则是基于大客流仿真模拟后得出的最优解，从根本上瓦解了瓶颈点，实现了客流的动态平衡与空间的高效利用。

配套功能场景化延伸。湖北省博物馆楚文化邮局、“湖博文创”旗舰店、“湖博食堂”的建成，将文化消费融入餐饮、购物、社交等生活场景，让观众“把博物馆的美好记忆带回家”。智能存包柜、团队通道、更新标识、升级编钟演奏厅、开设少儿体验馆……这些细节的完善，共同构建了一个安全、便捷、舒适、有趣的参观环境，使博物馆从一个单纯的观展地，转变为一个可以停留、探索、互动和社交

的“文化综合体”。

数字体验沉浸化。电影级VR体验项目《穿越青铜纪》，进一步深化了参观体验，让观众得以“触摸”编钟的纹饰，“走入”青铜的时代，实现了在实体展厅中无法获得的沉浸式认知，为文物“活起来”提供了新的技术路径。

## 宣传矩阵的构建与升级：从信息播报台到情感连接器

数字技术和移动互联网技术的发展为博物馆宣传提供了新的平台，拓展了博物馆知识传播路径。湖北省博物馆积极升级宣传模式，从单向度的“工作简报”升级为多维度的“情感连接”，全方位向公众展示荆楚独特的文化魅力。

平台多元化。博物馆构建起以微信、微博、抖音、视频号为核心的融媒体矩阵，并根据平台特性进行内容分众化投放。微信深度解读，微博即时互动，抖音与视频号则更侧重视觉冲击。超过600万的微信粉丝量和单条高达329万次的抖音视频播放量，证明了该内容策略的成功实践。

服务贴心化。宣传内容不再自说自话，而是紧紧围绕观众需求。一份详尽的参观指南、一条雨雪天的安全提醒等，拉近了与公众的心理距离。这种“关心你需要什么”的传播策略，将宣传部门从一个后台机构，变成了观众贴心的“线上客服”，极大地增强了用户黏性与品牌好感度。

未来，湖北省博物馆将继续围绕安全底线，通过强化隐患排查与应急机制，构建一条让文物安全、让观众安心的坚固防线；强化IP活化与生态构建，持续打造曾侯乙编钟、越王勾践剑等超级IP，提升博物馆影响力；通过“博物馆+”战略，与教育、旅游、演艺、数字创意等产业深度融合，继续推出如全息剧《遇见·勾践剑》等类型的文物活化新业态，让博物馆成为区域文化生态的构建者与引领者；继续推进总分馆制，通过支持云梦分馆、京山市博物馆等基层馆的建设，将以观众为导向的博物馆管理与服务理念向外辐射，带动区域文博事业协同发展，以期实现湖北文博的“春色满园”，让博物馆成为现代城市中不可或缺的、充满人文关怀的精神栖息地。

（作者单位：湖北省博物馆）

在当代博物馆的展览叙事体系中，女性主题仍是一片尚待深耕的领域。2022年，江西省博物馆以“瓷嫗——女性主题艺术展”为起点，正式开启了一场系统性的“她”视角探索。这不仅是对历史深处的精心回望，更是一次以展览为媒介，唤醒那些被岁月尘封的女性声音，让她们故事被看见、被倾听。

## 从“瓷嫗”到“金玉”：一幅日益丰满的女性史图景

瓷器，温润其质，坚韧其骨。“瓷嫗”展作为“女性主题”系列展的序章，以江西深厚的陶瓷艺术为叙事，唤醒器物中沉睡的“她”力量。从神话中的嫦娥、洛神，到青史留名的木兰、昭君，这些被反复传颂的女性形象与匠人的巧思在展览中悉数呈现，引导观众在参观体验中达到情感的共鸣与思想的回响。

由此展出发，江西省博物馆“女性主题”系列展的叙事版图不断拓展。“芳华——江南望族海派旗袍展”将目光投向近代。于一袭旗袍见岁月流转，于一隅方寸观时代风华，解读海派旗袍如何凝萃东方美学，成为西风东渐的见证与女性身体解放的无声宣言。展览在梳理旗袍的纹饰、质地与款式流变时揭示：这不仅是一部旗袍时尚史，更是女性以服饰为语言的勇敢表达。展示女性从开始向公共空间迈进一步，到最终汇聚为推动社会变革的崭新群像。

“芳华”展主要聚焦服饰，次年的“风尚与变革——近代百年中国女性生活形态掠影”则进一步丰富叙事。展览超越单一物象，借助服饰、日用品、报刊、影像等多元媒介，勾勒出女性从闺阁走向社会、从依附走向独立的百年历程，展现她们在婚姻、教育、职业与政治领域的全面参与，清晰呈现了女性个体命运与国家、民族命运的紧密交织。

2025年，系列展的叙事锚定了古代社会顶层，推出“金玉流光映伊人——明代王妃首饰珍品联展”，展示了明代巧夺天工、璀璨华美的金玉首饰。它们不仅是明代工艺巅峰的体现，更是品味、地位与权力的象征。展览透过王妃这一特殊群体，揭示了在严苛礼制下，女性如何借助物质文化建构身份。同时，从展品题材、纹饰与材质的流变中，亦折射出明代从“封蕃”到“禁蕃”的政治历程。展览清晰且立体地呈现了一幅从王府到宫闱、从物质到制度、从日常生活到精神世界的明代女性历史图景。

## 从方寸到天地：微观与宏观的叙事融合

江西省博物馆自2022年女性系列展推出以来，得到观众广泛关注。其深刻的文化影响力，源于一种独特的叙事美学——微观与宏观的精妙融合。

微观层面：展览引导观众沉浸于展品的细节深处，如从旗袍领口的设计变迁窥见女性的解放之路；从首饰的纹样细节解读吉祥如意；从首饰材质与工艺辨析森严的等级制度等。这种“于细微处见精神”的解读，让静默的文物焕发出鲜活的生命力，成为连接古今的情感纽带。

江西省博物馆女性主题系列展的文化叙事

# 以她之眸映照千年

杨卫 汤敏丽



瓷嫗——女性主题艺术展



芳华——江南望族海派旗袍展

宏观层面：展览的视野开阔，始终将女性命运置于经济与社会发展进步的洪流之中。如解读一件器物的变迁，一种风尚的流转，其背后呈现的是女性意识的觉醒、时代制度的变革，或是文明进程的推进。这种叙事策略，成功勾勒出一条从女性个体史、家庭史延伸至社会史、时代史的清晰脉络。

## 从展览到品牌：文化价值体系的建构与升华

江西省博物馆的“女性主题”系列展，成功突破了传统文物展“橱窗式”的陈列范式，实现了一场从“物”到“人”、从“审美”到“思辨”的升华。它通过物质文化的切片，生动诠释了女性在审美创造、社会参与和身份建构中的多元角色，为公众搭建起理解女性历史贡献的桥梁。

历经数载耕耘，“女性主题”系列展已从单一的展览策划，逐渐成长为江西省博物馆的一个日益成熟、备受期待的展览品牌，持续书写着关于女性发现、女性力量与女性价值的精彩篇章。

## 从回眸到远眺：马背上的崭新篇章

文化的探索永无止境。2026年，当时光的车轮驶入生肖马年，江西省博物馆女性系列展将再度扬帆，将目光投向广袤的北方草原，聚焦古代马上民族中的女性形象，推出“辽代女性主题文物展”。

即将展开的草原篇章，是对“女性主题”系列展的又一次深化与拓展。它将为观众呈现女性的力量从未被单一文化模式所限定——无论江南烟雨中的楼台，还是塞外辽阔的草原，“她”都以万千形态蓬勃生长。

江西省博物馆的“女性主题”系列展，如同一束温柔而坚定的光，将持续照亮历史叙事中那些被遗忘的角落。我们借“她”之眸，回望过去，坚定未来。

（作者单位：江西省博物馆）

# 欢迎 订阅

# 2026年度 《中国文物报》

《中国文物报》由国家文物局主管，中国文物报社主办。坚持正确导向，服务大局，对文物事业进行全方位、宽领域、多角度、深层次的采访报道，宣传方针政策，透视热点问题，讲好文博故事，传播文博知识，已成为全国文博工作的权威信息源和交流平台，公众感知中华文明、汲取智慧力量的窗口阵地。

- 订阅方式  
全国各地邮局可随时订阅，  
邮局发行代号 1-151，  
国内统一刊号 CN11-0170
- 定价  
每周三期，每周二、四、六出版，每期对开八版，全年定价300元（含手机数字版）
- 联系方式  
发行电话：010-84079040  
地址：北京市东城区东直门内北小街2号楼 邮编：100007

中国文物报社聚焦主责主业改革发展，守正创新，初步形成一报两刊三个新媒体矩阵和多个系列品牌产品集群相辅相成相得益彰的中国文化遗产总体传播格局，正在打造具有较强传播力、引导力、影响力、公信力的中国文化遗产传播中心。一方面，推进传统媒体与新兴媒体深度融合发展，实施中华文物全媒体传播计划，从小传播走向大传播，建设以纸媒传播为核心的全媒体综合传播矩阵；另一方面，坚持内容为王，服务至上，以主业带动辅业，以辅业反哺主业，从小服务走向大服务，建设以内容服务为核心的全方位综合服务平台。如今已经初步构建云考古、云展览、云课堂、云讲解、云直播、云文创、云文旅等多种形态新型产品链，形成专刊特刊、教育培训、遴选推介、会议展览、规划咨询以及影视视听等多个系列品牌产品线，为全行业乃至全社会提供专业化细分化和大众化趣味化文化遗产传播服务。

现面向文博行业和相关领域长期征集合作伙伴和合作单位

HUARUI LIGHT

华瑞照明

专业文博展陈照明方案提供商

中国人民革命军事博物馆/北京自然博物馆  
民族文化宫博物馆/上海公安博物馆  
上海中国航海博物馆/深圳改革开放展览馆  
天津国家海洋博物馆等近200家展馆

广东华瑞照明科技有限公司

Guangdong Huarui Lighting Technology Co., Ltd

广东省东莞市常平镇上下村路32号 | 15989927690  
www.gdhrzm.com | 359731986@qq.com

SIGONGtech

文博时空科技(北京)有限公司

SIGONGTECH

Time & Space Tech

上市企业

37年的经验

384项技术

1363项业绩

韩国大型文化产业上市公司  
(KOSDAQ 020710)

Technology & Creative

(株)时空科技公司 (SIGONGTECH)  
成立于1988年

拥有348项技术自主知识产权，打造专业级策划、设计、监理、多媒体制作、文物保护系统团队。

博物馆、美术馆、科技馆、自然馆、世博会、体验馆、纪念馆等各种领域

Business 业务范围

Address 地址

Contact 联系方式

文物展柜/收藏库/文物保护设备  
多媒体/动漫/语音导览系统  
博物馆/历史馆/美术馆  
科技馆/自然馆/体验馆  
展览馆/规划馆/纪念馆  
世博会/主题馆/智慧博物馆

北京市通州区中关村科技园  
金桥科技产业基地景盛南四街  
联想U谷中区83A楼

手机: 15811172422 18611760692  
电话: 010-5637-0185  
传真: 010-5637-0190  
客服: 010-5637-0196  
网址: www.wbsk.net.cn  
www.sigongtech.co.kr  
邮箱: wbskji@ina.com