

National Museum of China
Annual Report on Social Service

2019

中国国家博物馆
社会服务报告

/ 目录	3
Contents	
/ 序言	4
Foreword	
1 / 认真办好展览，努力提供更多优质公共文化产品	6
Organizing Exhibitions to Provide Better Cultural Products for the Public	
2 / 改进观众服务，坚持把以人民为中心的价值理念落到实处	15
Improving Visitor Services to Focus on People-Centered Values	
3 / 拓展社教服务，深入挖掘国博展览的价值内涵	19
Expanding Education Service to Explore the Richness of Exhibitions	
4 / 服务文博同行，切实履行好国家大馆职责使命	24
Providing More Museum Services to Fulfill the National Museum's Mission	
5 / 创新传播方式，帮助更多公众全面了解国博活动	28
Updating Communication Channels to Better Connect the Public	
6 / 深化国际交流，为促进文明交流互鉴贡献力量	34
Strengthening International Cooperation to Facilitate Exchanges and Mutual Learning among Civilizations	
7 / 未来展望	37
Future Outlook	
附录 / 2019 年度中国国家博物馆数据报告	38
Appendix / 2019 National Museum of China Data Report	

中国国家博物馆是国家最高历史文化艺术殿堂，负有珍藏民族集体记忆、传承国家文化基因、促进文明交流互鉴的重要职责，在增强文化自信、建设文化强国中发挥着重要作用。在过去的一年中，中国国家博物馆坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻习近平总书记关于文博工作的系列重要指示精神，自觉践行以人民为中心的发展思想，不断深化供给侧结构性改革，持续增加公共文化产品供给，优化社会服务流程，提升社会服务水平，在推动解决人民日益增长的美好生活需要和公共文化事业发展不平衡不充分的发展之间的矛盾方面做出了新的探索，也取得了一些新的进展。

为方便社会公众更好了解中国国家博物馆的社会服务情况，听取意见建议，加强沟通交流，进一步改进工作，我们组织编写了这本中国国家博物馆社会服务报告（2019），分六个方面系统回顾了过去一年中国国家博物馆的主要社会服务活动，直观呈现社会责任的履职情况，同时也专门分析了工作中存在的不足以及未来的努力方向。这是中国国家博物馆第一次推出年度社会服务报告，今后这将作为一项制度，逐年坚持下去。真诚欢迎各位读者不吝赐教，批评指正。

中国国家博物馆馆长 王春法

中国国家博物馆是代表国家收藏、研究、展示、阐释能够充分反映中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化代表性物证的最高机构，是国家最高历史文化艺术殿堂和文化客厅。党的十八大以来，习近平总书记先后 5 次参观中国国家博物馆并发表重要讲话，提出殷切期望。特别是 2012 年 11 月 29 日，习近平总书记率领十八届中央政治局常委来到中国国家博物馆参观“复兴之路”基本陈列，发出实现中华民族伟大复兴中国梦的伟大号召，中国特色社会主义新时代在这里扬帆启程。2019 年，中国国家博物馆坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面深化改革，深耕主责主业，充分发挥头雁作用，多措并举提升展陈水平、优化观众体验、提高服务质量，社会服务能力不断迈上新台阶。



1 认真办好展览 努力提供更多优质公共文化产品

展览是博物馆最重要的公共文化服务产品，策展能力是博物馆的核心竞争力。2019年，中国国家博物馆奋力开拓创新，不断提升展陈水平，努力以优质的展览满足人民群众多层次精神文化需求，增强文化自信，弘扬中国精神，传播中国价值，凝聚中国力量。全年共推出不同类型展览63个，其中新办展览47个，已形成以基本陈列为基础、专题展览为骨干、临时展览为支撑的立体化展览体系。

一、积极承办重大主题展览

全力保障“伟大的变革——庆祝改革开放40周年大型展览”。按照中央整体部署，根据展览工作需要，中国国家博物馆把一层全部9个展厅以及西大厅总共将近2万平方米的



党和国家领导人习近平、栗战书、汪洋、王沪宁、赵乐际、韩正、王岐山等在中国国家博物馆参观“伟大的变革——庆祝改革开放40周年大型展览”

室内超大空间全部腾空，用作展览场地。展览充分展示了改革开放 40 年来发生的伟大变迁，自 2018 年 11 月 14 日正式对公众开放至 2019 年 3 月 20 日闭幕，共接待观众超过 423 万人次，日均 4.8 万人次，最高达到近 7 万人次，创造了中国国家博物馆单日接待最高记录。先后接待党政军机关、企事业单位、院所高校、社区群众等团体万余批次，国际政要 20 余位，现场留言 312 万字，网上展馆点击浏览总量达 4.033 亿次，营造了浓厚的社会氛围，掀起了庆祝改革开放 40 周年的热潮。展览在全面生动展示中国道路、中国智慧、中国方案，传播中国声音方面发挥了独特作用。

圆满承办“大美亚细亚——亚洲文明展”。作为亚洲文明对话大会的主打展览，展览通过汇集 49 个国家的 400 多件珍贵展品，使观众尽享来自各国的文物和展品之美，聆听不同文明之间的对话，有助于增进亚洲各国友谊、促进民心相通，更好地弘扬亚洲文明成果、增强亚洲文化自信。2019 年 5 月 15 日亚洲文明对话大会开幕前夕，习近平主席同出席大会开幕式的外方领导人在大会现场共同参观文物展。此次展览是中国国家博物馆近年来承办的体量最大的国际交流展览之一，是我国首次举办亚

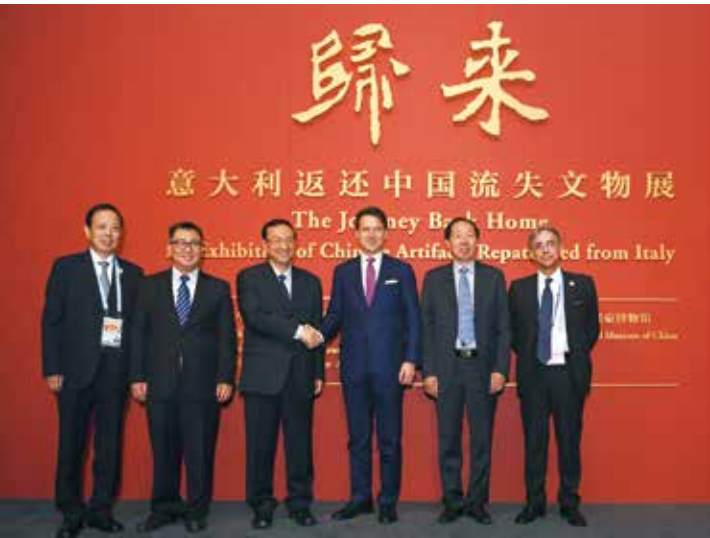
中国国家博物馆“大美亚细亚——亚洲文明展”展厅



洲大家庭共同参与合作的重大主题展览。据不完全统计，展览共接待现场观众累计达 21.7 万人次，接待多国国家元首在内的外宾近 400 人次，大量观众慕名从全国各地来国博“打卡”参观。与此同时，作为亚洲文明展的配套展览，中国国家博物馆自主策划了“殊方共享——丝绸之路国家博物馆文物精品展”，联合俄罗斯国家历史博物馆等 12 个国家的国家级博物馆共同打造丝绸之路文物精品展，展出 13 个国家的 234 件（套）历史文物，全景式展现了陆上丝绸之路和海上丝绸之路上的文明交流，进一步推动世界各国认同“丝路精神”，为促进“一带一路”文化建设增添了新的内涵。这两大主题展览是中国国家博物馆充分发挥国家文化客厅作用，积极推进中国特色大国外交、文化外交，服务国家重大决策部署的具体举措。

二、成功推出系列主题展览

围绕海外流失文物从颠沛散失到盛世重光的漫长历程，配合举办“归来——意大利返还中国流失文物展”



意大利总理孔特在意大利驻华大使谢国谊的陪同下专程来到中国国家博物馆参观“归来——意大利返还中国流失文物展”

和“回归之路——新中国成立 70 周年流失文物回归成果展”。其中，“归来——意大利返还中国流失文物展”是落实习近平总书记关于意大利返还中国流失文物指示精神的重要展览，从 3 月 23 日习近平主席郑重宣布“我们要为这批文物办一个展览”，到 4 月 11 日文物从意大利运抵北京，再到 4 月 24 日展览隆重召开，中国国家博物馆仅用一个月的时间，完成文物运输、清理、鉴定、展览策划、布展施工等一系列工作。展览展出 700 余件意大利返还中国的文物艺术品，为研究中国历史相关时期的生产生活场景、精神文化面貌、文明发展进程等提供了实物见证。展览社会反响强烈，开幕后 2 个月展期内共接待观众 20 余万人次，包括众多国际政要、驻华大使和国际友人近 400 人次前来参观，特别是意大利总理孔特在习近平主席亲自推荐下，专程来到中国国家博物馆参观展览，对悠久灿烂的中华文明表示钦慕。“回归之路——新中国成立 70 周年流失文物回归成果展”是我国首次对流失文物追索返还工作成就进行全景式展览，全面展现 70 年来我国流失文物回归工作的不凡历程与丰硕成果。展览文物年代跨度之久、品类之全、价值之重、参与单位之多，均为过去所少有，公众熟悉的《五牛图》、《伯远帖》、圆明园兽首、秦公晋侯青铜器等重磅回归文物悉数亮相，见证了中华民族从站起来、富起来到强起来的伟大历程，极大增强了广大观众热爱祖国、不懈奋进的家国情怀和进取意识。

隆重举办庆祝新中国成立 70 周年展系列主题展览。为献礼新中国 70 华诞，不忘初心，牢记使命，深刻缅怀革命先辈浴血奋战的峥嵘岁月，让人们牢记红色政权是从哪里来的、新中国是怎么建立起来的，中国国家博物馆在国庆前后推出系列主题展览。其中，“屹立东方——



广大观众踊跃参观中国国家博物馆“屹立东方——馆藏经典美术作品展”

馆藏经典美术作品展”重磅推出包括董希文《开国大典》《百万雄师下江南》、石鲁《转战陕北》等经典美术作品和1949年开国大典时升起的中华人民共和国第一面五星红旗、开国大典上使用的话筒、礼炮等与“新中国成立”相关的珍贵文物，集中展示了中国革命从星火燎原到开国大典的不朽史诗。与中国归国华侨联合会联合策划“行远同梦——华侨华人与新中国特展”，通过一件件文物展示华侨华人与新中国70年风雨同舟的奋斗历程，激发海内外中华儿女万众一心携手共筑中国梦的豪情壮志。

三、持续优化和改进专题展览

全年举办9个专题展览，特别是新增“中国古代佛造像艺术”“中国古代书画”“国色初光——甘肃彩陶艺术展”3个专题展览，努力做到内容通俗化、展陈多元化、空间合理化、灯光专业化。重新设计“中国古代佛造像”展陈形式，采用在龕柜内单独嵌灯照明的方式，将原来外露展出部分文物放入展柜，中心展柜构成展线流向，使中国古代佛造像艺术体系表现得更为全面，充分彰显中国国家博物馆在藏品方面的特色。举办“中国古代书画”展，以时间为主线，遴选宋元名家稀世之作和明清各派

代表作品 52 件展出，并将定期进行展品轮换、改陈设计，让馆藏书画不断走出库房、走上展线，实现展览常展常新。积极响应习近平总书记在黄河流域生态保护和高质量发展座谈会上强调“保护、传承、弘扬黄河文化”的要求，联合甘肃省文物局、甘肃省博物馆等 15 家甘肃省文博单位，共同举办“国色初光——甘肃彩陶艺术”专题展览，展出约 200 件（套）精美史前彩陶，充分展示了黄河流域史前文明的沉厚、悠久与辉煌、灿烂。特别需要强调的是，为讲好距今 3,000 年稀有青铜“虎鎣”从英国回归故事，专门策划推出“虎鎣：新时代·新命运”专题特展，深挖文物内涵，以单一文物为核心，辅以数字展示手段，以一件文物的流失和回归来彰显中华民族从积贫积弱到民族复兴的时代巨变，希望藉此引导社会各界进一步关注中国流失文物追索返还工作，进一步激发民族自豪感和自信心，坚定全体人民为振兴中华、实现中华民族伟大复兴中国梦而奋斗的信心和决心。

四、举办系列精品临时展览

着眼为广大观众提供更多文化精品，2019 年新举办 47 个临时展览，逐步形成重大主题展、历史文化展、精品文物展、考古发现展、地域文化展、科技创新展、经典美术展、国际交流展 8 大展览系列。主动策划并重点推出“证古泽今——甲骨文文化展”“隻立千古——红楼梦文化展”和“高山景行——孔子文化展”三大历史文化展，在社会上引起强烈反响。响应习近平总书记关于甲骨文研究工作的重要指示精神，在纪念甲骨文发现 120 周年之际，联合中央有关部门共同举办“证古泽今——甲骨文文化展”，首次通过近 190 件甲骨、青铜、玉石、书籍实物构成的叙事链条，重温甲骨文背后的商周文明，



在纪念甲骨文发现一百二十周年之际，“证古泽今——甲骨文文化展”在中国国家博物馆隆重开幕

致敬甲骨学者们的卓越成就，使甲骨文中传承的文化基因为广大群众所感知，并成为精神生活的盛筵。深入挖掘中国优秀传统文化，举办“隻立千古——《红楼梦》文化展”，通过来自国内 20 多家文博单位的近 600 件套文物、文献和艺术品，全景式描绘出《红楼梦》这座文学高峰的时代背景、创作历程和丰富内涵，展示《红楼梦》的巨大社会文化影响，努力丰富人民大众的精神文化生活。在孔子诞辰 2570 周年之际，为进一步坚定文化自信、传承中华文脉，以古人之规矩，开自己之生面，策划推出“高山景行——孔子文化展”，通过集中展示不同时期与孔子相关的 240 余件（套），共 700 余件珍贵文物、珍稀古籍以及艺术品，首次系统展示孔子思想形成、发展以及传承演变历程，为观众深入了解儒家学说对中华文明形成并延续发展几千年而从未中断、对形成和维护中国团结统一的政治局面、对形成和巩固中国多民族和合一体的大家庭、对形成和丰富中华民族精神所发挥重要作用而奉献的一场文化盛宴。3,000 多年前的甲骨文，2,000 多年前的孔子，200 多年前的《红楼梦》，三大历史文化展荟萃一堂，从不同维度解读中国人的文化密码，

增强中国人的文化自信。

积极回应社会观众的多样化需求，努力构建立体化展览体系。联合地方考古文博机构，共同举办“和合共生——临漳邺城佛造像展”“周风遗韵——陕西刘家洼考古成果展”等考古发现展，联合策划“文华衡水——河北衡水文化展”等地域文化展，展览结构进一步优化。成功举办“丹心铸魂——吴为山雕塑艺术展”“盛世欢歌——许鸿飞雕塑艺术展”“守正求新——韩天衡艺术展”等一系列经典美术展，全面反映当代著名艺术家近年来在主题创作与艺术探索方面的成就，以思想精深、艺术精湛、制作精良的经典美术精品彰显中国特色、中国风格、中国气派。策划推出“艺道长青——石鲁百年艺术展”“烽火艺途——武石捐赠作品展”“时代新章——国家博物馆工艺美术作品邀请展”等，集中展现中华文化的审美立场和价值理念。在展览策划中将设计语言与新技术有机融合，举办“第五届艺术与科学国际作品展”“心灵的畅想——梵高艺术沉浸式体验”等科技创新展，充分运用VR/AR、全息投影等新技术手段优化文物动态展示效果，增强展览的互动性和趣味性。

五、大力推进巡展工作

积极策划推动展览和馆藏文物流动，推进公共文化服务均等化。适应地方观众偏好和需求，在河北、深圳、山东等地举办“笔墨文心五百年——中国国家博物馆藏明清书画展”“吉金铸史——青铜器里的古代中国”“生命之灵——非洲雕刻艺术精品展”等展览。为讲好中国故事，展示包括港澳台同胞和海外侨胞在内的中华儿女为祖国现代化建设不懈奋斗的进取精神和感人情怀，7月2日在香港历史博物馆举办的“现代化之路——共和国

70年”，希望通过展览让香港观众特别是青少年深入理解新中国不平凡的现代化之路，进一步激发家国情怀，有效凝聚起为实现中华民族伟大复兴的中国梦而努力奋斗的磅礴力量。在展期间平均每日接待观众 1200 余人次，受到中央领导同志充分肯定，成为国家文物局 2019 年“弘扬优秀传统文化、培育社会主义核心价值观”主题展览重点推介项目，10 月 1 日起再次在湖北省博物馆举办该展览。

六、积极探索“展览扶贫”新模式

深入贯彻落实习近平总书记关于“精准扶贫”的重要思想，倡导践行“展览扶贫”理念，携手湖南省文物局、湘西龙山县人民政府共同举办“小城故事——湖南龙山里耶秦简文化展”；联合甘肃省各地文博机构举办“丝路孔道——甘肃文物菁华展”；与新疆维吾尔自治区博物馆共同举办“万里同风——新疆文物精品展”等。通过承担展览策划、设计、制作工作任务和投入资金、减免场租等多种形式对以上展览进行帮扶，全年“展览扶贫”项目累计投入资金 4,000 万元，为决胜脱贫攻坚贡献了应有之力。

2 改进观众服务 坚持把以人民为中心的价值理念 落到实处

2019年，中国国家博物馆顺应民心、尊重民意、关注民情，及时回应人民群众需求，不断推出改善观众服务举措，提升观众参观体验，以“我将无我，不负人民”的境界把以人民为中心落到实处。全年共开放285天，在采取严格观众限流措施的情况下，入馆观众参观量仍然达到739万人次。

一、优化公众参观接待工作

根据“到国博过个文化年”的真诚呼唤，2019年春节期间推出多个“过大年”精彩展览，引起观众热情关注。春节小长假6天时间内，接待观众358,020人次，单日参观最高近7万人次，创历史新高。为保持良好秩序，中国国家博物馆提前做好应急预案，及时开辟西北两通道分流减压，增设老幼快速通道，简化安检流程，确保观众能够在20分钟内入馆参观。在馆西北通道入口搭建人工服务窗口，为老年人、残疾人、持护照或港澳通行证、台胞证观众办理现场登记，并及时为已预约但电子凭证丢失或身份证消磁的观众办理核验补发凭证等，极大方便群众参观。

二、实施全员预约参观

为方便群众入馆参观，进一步提升观展体验，2019年4月10日开始实行入馆限流措施，施行全员预约机制（分时段），每天额定人数为3万人。根据观众反馈，不断优化预约系统，系统上线后观众对全员分时段预约

的接受程度越来越高，网络预约率从最初的 18% 上升到 60% 以上。提前进行网上预约的观众，每人仅需 6-10 秒便可完成现场核验，基本实现预约观众入馆参观不排队，从根本上解决了观众参观排队时间长、入馆手续繁琐的“老大难”问题。

三、推出周末延时闭馆活动

2019 年，北京接连推出“夜经济 13 条”“冬日夜经济 7 条”等举措，点亮京城夜经济。为方便外地观众和上班族参观需要，支持服务首都发展夜间经济需要，推动文化旅游融合发展，中国国家博物馆从暑假起每周日开放夜场，10 月开始调整为每周六开放夜场，延时闭馆成为常态化运营。与多数博物馆延时开放不同的是，延时期间服务规模、服务质量保持与白天一致，观展体验明显提升。全年共开设夜场 17 次，接待观众达 47,434 人次。



中国国家博物馆推出
周末延时闭馆活动

四、改善餐饮休息服务

深入挖掘国博空间潜力，将原先散落在馆内的食品销售柜台进行重新整合，规划布置出将近 2,000 多平方米的室内空间，升级改造为观众饮食区及咖啡厅，可容纳 600 余名观众同时就餐，有效满足观众饮食需求。在各层设置 19 台食品和饮料自动售卖机，为观众提供便利。进入冬季后，及时增加暖箱为观众提供热饮，让前来参观的观众感受到中国国家博物馆的温暖。主动为老年人、孕妇、婴幼儿等特殊群体提供更加优质贴心的服务，旺季增设休息座椅、爱心坐垫以及免费轮椅等人性化服务。设身处地为观众着想，建造母婴室等公共设施，赢得游客妈妈们“来自国博的温柔”的称赞。

五、推行精细服务

积极提供语音导览、信息咨询、免费轮椅和童车、失物招领、便民医护、寻人广播受理投诉建议等人性化服务项目，2019 年共向观众出租手机导览约 10,000 台，提供线上智慧语音导览 25,000 余次。着力推进云客服热线服务业务的升级，现可同时为 30 人提供热线服务，是 2018 年服务规模的 10 倍，实现非人工投诉电话受理。2019 年共接听资讯、建议、失物招领等事宜的人工、非人工热线电话 79,592 通，较去年同期上涨 15.4%。为满足观众网上支付需求，2019 年 5 月后相继开通微信、支付宝支付业务，将存包服务、自助售卖机销售、展览门票收款等业务连入商户收款平台，并制作支付二维码，方便来馆参观群众进行线上线下支付。配套积极推进增值税电子发票上线工作，方便观众在馆内消费后快速准

确取得相应票据。

六、确保观众和场馆安全

牢固树立大安全观，不断强化安检力度，在日常工作中做好值守和巡查，发现隐患及时处置，严把进入进车关，严格依法依规实施安检，将危险品拒之门外。全年共检查箱包 1,346,931 个，检查车辆 21,840 余次，妥善处置观众闯岗、砸展柜、翻越护栏、充电宝自燃等突发事件 60 余起，查出禁限带物品 4,384 件、违禁物品 182 件、打火机 100 万余个，有效保障了观众安全和场馆安全。圆满完成庆祝改革开放 40 周年、春节、“两会”、庆祝新中国成立 70 周年等重要时间节点的安保工作。加强展厅监管工作，及时发现情况，第一时间有效处理解决，做好礼貌制止观众拍打展柜、触摸展品、大声喧哗、追跑打闹、脱鞋躺卧等不文明参观行为，营造良好的参观环境。

3 拓展社教服务 深入挖掘国博展览的价值内涵

2019年，中国国家博物馆不断深化社会教育服务，提高服务质量，创新服务方式，强化多样化讲解，针对不同人群推出新的教育活动，拓展了博物馆教育方式方法，有效传播了科学文化知识，广泛开展了社会主义核心价值观宣传教育，将博物馆打造成深受群众广泛认可与欢迎的一所大学校。

一、优化讲解工作

着眼满足不同需求，认真做好社会讲解工作，为观众提供丰富的课程服务。全年提供讲解、课程服务13,150批次24,820小时，惠及观众约50万人次，包含青少年观众约22万人次。其中，提供专职讲解服务5,662批次11,324小时，志愿讲解服务4,248批次8,516小时；为来馆进行学习的中学生观众提供国博课程服务3,000批次4,500小时，接待上课学生人数近10万人次；为儿童、青少年、成年、老年、特殊人群、港澳台同胞、华人华侨等群体提供分众主题课程服务240批次480小时。为方便广大观众了解教育活动的相关内容，积极运营“国家博物馆公共教育”公众号，全年推送文章50余篇，方便广大群众获取教育活动相关信息。不断增加临时展览公益讲解，公益讲解覆盖面从基本陈列拓展到所有重要临时展览，实现临时展览公益讲解全覆盖。积极提供“虎踞：新时代·新命运”“殊方共享——丝绸之路国家博物馆文物精品展”“隻立千古——红楼梦文化展”“周

风遗韵——陕西刘家洼考古成果展”等 20 多个临展的讲解服务。将原定每个开放日各一场的三大基本陈列公益讲解增加到每个开放日各两场。为方便观众获取公益讲解咨询，每周通过国博官网、官方微博、微信公众号等平台发布公益讲解时间表。

二、深化馆校合作

2019 年，中国国家博物馆积极探索推进馆校合作，在模式创新、内容提升、范围拓展等方面积极探索实践。多次组织教育专家、文博专家修订完善“四个一”课程的开发及教案编写，印制《认知》学习手册，到 2019 年末已有近 10 万本学习手册发放学生使用。同时，积极配合北京市教委“四个一”主题教学活动，推动国博展览与主题教育相结合，“归来——意大利返还中国流失文物展”期间接待北京市各区学生观众共计 3 万多人，通过回归文物让学生感受到祖国近现代以来的历史变迁。拓宽合作内容，设立中国国家博物馆教育实践基地，实施长期战略合作，共同探索和构建可向全国推广的中学



北京市中小学生对到中国国家博物馆参观“伟大的变革——庆祝改革开放 40 周年大型展览”

馆校合作模式。与有关高校建立“学习班”合作模式，定期组织学生来馆参观“复兴之路”展览，学习革命文化及社会主义先进文化；开展主题讲座进校园活动，将新中国外交、国防建设专题讲解送到国防大学国际防务学院，为外国军官架起了深入了解中国故事的桥梁。

三、大力推进分众教育服务

面向亲子家庭观众、成年观众、社区以及残障群体开发实施丰富多彩的社会教育活动。每周提供至少4场次公益教育活动，课程内容涵盖历史、科技、绘画、音乐、舞蹈、瓷器、青铜器、文字、航天航空、国防建设等方面，全年累计举办教育活动近3,000场次，惠及观众约13万人次。针对“汉世雄风——纪念满城汉墓考古发掘50周年特展”，开发了面向儿童、青少年和成人全年龄段覆盖的教育活动；在“国际博物馆日”，将“瓷器制作”体验活动送到社区老年群体身边；在“世界自闭症日”，为东城区特殊教育学校的聋哑学生和自闭症学生送上了“古代的汉字”“俭以养德话扑满”博物馆课程等，突破了教育活动的常规受众，扩大了受益群体。促进文化

中国国家博物馆员工为北京市东城区韶九社区居民送上“国际博物馆日”特别活动





中国国家博物馆与中国地质博物馆联合举办面向海峡两岸青少年“历史中的文字”研学营

传承,与中国儿童少年基金会“护航计划”联合开展“‘复兴之路’文化使者”研学营,与中国地质博物馆联合组织面向海峡两岸青少年的“历史中的文字”主题研学活动,与中国华夏文化遗产基金会联合开展“小灯泡”文博公益研学项目等,在河北兴隆遗址开办青少年公共考古夏令营,引导和培养他们树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观。依托“大美亚细亚——亚洲文明展”“古代中国”“友好往来 历史见证——党和国家领导人外交活动受赠礼品展外交礼品展”等展览,开发了“古今中外丝路行”系列课程,培育孩子们的文化自信、民族自豪和世界眼光。

四、办好国博讲堂

着眼回应观众关注的热点话题,全年举办国博讲堂52场,先后推出“考古学人”“国博展览”等系列讲座,涉及考古、艺术、历史等领域,邀请孙机、刘庆柱、扬之水、吴为山、于赓哲等学术名家举办开堂讲授,分享自己的成果,向社会普及历史文博知识,引导人们树立正确的历史观、国家观、民族观、文化观。平均每场吸引听众

中国国家博物馆国博
讲堂讲座现场



近 300 人，社会反响热烈，已逐渐成为文博界有较大影响力的学术品牌，《光明日报》《澎湃新闻》等媒体先后多次推介国博讲堂学者的演讲稿。

五、积极发挥志愿者作用

弘扬志愿服务精神，引导培育壮大志愿服务队伍，充分发挥志愿者在公共文化服务事业中的积极作用，志愿讲解覆盖基本陈列和专题展览，2019 年提供志愿讲解服务共计 4,248 场，总讲解时间数 8,516 小时，开馆日平均每日服务场次 17.4 场，平均每日总时长约 34.9 小时，平均每次服务约 2 小时。2019 年春节和改革开放 40 周年展览展期间，先后有 120 余位国博志愿者参与到维持展厅秩序和导引服务的工作中，服务天数 46 天，服务时长 3,192 小时，有效满足了更多观众的参观需求。

4 服务文博同行 切实履行好国家大馆职责使命

2019年，中国国家博物馆牢记使命担当，积极发挥行业头雁作用，按照“不求所藏、但求所展，开放合作、互利共赢”的工作理念，积极主动加大与文博同行间的密切联系，合力破解新时代中国博物馆发展中的重点难点问题，努力让文物活起来，更让其中蕴藏的精神鲜活起来，推动文博事业高质量发展。

一、加快公布馆藏文物信息

为满足社会文物信息资源需求，遵循“开门办馆”的理念，在深入研究的基础上陆续公开藏品总目信息，推进文物资源数字化共享，为社会提供更方便的渠道了解中国国家博物馆藏品基本情况。2019年《中国国家博物馆藏品总目》（第二期）正式上线，新增47万件（套）藏品信息可供公众浏览，累计公开馆藏已超过78万件（套），整理出16MB以上文物高清影像约47万张，调取文物高清图像7,000余张，为文史研究者、文化单位出版书籍、开展研究、举办展览活动等提供支持。

二、积极支持同行展览

落实习近平总书记关于让文物活起来的重要指示精神，根据“不求所藏、但求所展，开放合作、互利共赢”的工作理念，进一步加大与其他文博机构藏品互借合作力度。2019年共向21家单位出借藏品232件（套），为37家单位提供藏品查询服务，多次支持地方文博机构举办展览，受到广泛欢迎。

2019 年中国国家博物馆外借藏品的展览列表

1	寻秦 —— 秦早期文化特展
2	山宗·水源·路之冲 —— 一带一路中的青海展
3	燕文化展
4	天下龙泉 —— 龙泉青瓷与全球化特展
5	丝绸之路上的文化交流 —— 吐蕃宫廷艺术展
6	山西地方窑陶瓷精品展
7	云自在 —— 高云作品展
8	彩陶·中华 —— 中国五千年前的融合与统一
9	淬励求实, 以真为师 —— 潘世勋的速写与油画
10	伟大历程 辉煌成就 —— 庆祝中华人民共和国成立 70 周年大型成就展
11	大美亚细亚 —— 亚洲文明展
12	中俄建交 70 周年油画艺术展览及高峰论坛
13	平天下 —— 秦的统一展
14	无界 —— 海上丝绸之路
15	为新中国造型 —— 周令钊百岁寿辰艺术展
16	中华优秀传统文化典籍保护传承大展
17	中国画卷 —— 新中国成立以来全国美术名作展
18	战地黄花 —— 武石同志书画作品展
19	英雄的鲜血染红了它 —— 革命先驱遗书展
20	藏传佛教活佛转世专题展
21	三国志 —— 文化主题特展

三、加大文物图片授权力度

促进馆藏文物资源活化利用，社会公众可以通过正规渠道获得中国国家博物馆馆藏文物数据的使用权。2019 年向政府机关、文化机构、出版社、学者、文物捐赠者或其亲属办理馆藏文物数据使用授权共计 101 次，涉及文物高清图像数据、三维数据和视频数据共计 2,270 项，用于图书出版、展览、影视制作、文物复制、学术研究等用途。其中包括服务国家清史纂修工程《清史·图录卷》、中国文物志编纂委员会办公室《中国文物志·可移动文物》等大型出版项目，北京市档案馆“和平解放 70 周年展览”、故宫博物院“天下龙泉——龙泉青瓷与全球化特展”等多项展览活动，西丰西岔沟出土遗物考古报告等学术研究，共青团中央使用油画作品《五四运动》等影视制作。

四、进一步拓展院所高校合作空间

充分发挥行业头雁作用，成功举办首届“中国博物馆五十人论坛”“新时代的博物馆管理”学术研讨活动等十余次重要学术活动。牵头成立“博物馆学名词审定委员会”，创办《博物馆管理》刊物，学术引领力和行业头雁作用不断提升。与清华大学、上海交通大学、复旦大学、浙江大学、兰州大学、北京科技大学、山东工艺美术学院、华为技术有限公司等院所高校和企业建立战略合作关系，在学术研究和业务开展方面进行深入合作。与清华大学共同主办“第五届艺术与科学国际作品展暨学术研讨会”，围绕“人工智能时代的艺术与科学融合”主题开展学术交流。作为中国梦启航之地，举办“深化中国梦研究宣传教育”主题研讨会，与复旦大学、浙江大学、兰州大学三所高校联合开展中国梦相关课题

研究，合作策划相关展览。与上海交通大学签订战略合作协议，共建文博智库、博物馆科技创新平台，联合培养博物馆学、人工智能、文化产业管理等专业的创新型人才，共同打造“国博文化”出版品牌，研发以双方品牌、文化为主题的特色文化创意产品。与北京科技大学进行战略合作，在科学技术史、文物修复、科技考古等领域开展合作。与山东工艺美术学院签署战略合作协议，开展民族民间工艺收藏与研究，共建文物鉴赏与修复高水平研究平台，研发适应社会需求的文化创意产品。与兰州大学、甘肃省文物考古研究所签署并交换“陇东地区周秦文明研究”项目合作协议。与华为技术有限公司签署战略合作协议，在数字化、5G 等领域开展合作，丰富博物馆线上、线下展示，将华为的技术优势与“智慧国博”建设互相结合，打造智慧国博建设标准和体系。与新疆、河北、江苏、山西、陕西等地方考古机构联合开展考古合作，其中山西绛县西吴壁遗址的发掘成果，是对近年来夏、商考古工作的重大突破，对研究早期国家的产生与发展有着不可替代的作用。与塔里木大学联合建立考古基地，通过“文化润疆”和深化馆校合作把习近平总书记关于新疆发展的重要指示精神落到实处。积极探索扩大合作范围，与中国社会科学院、国防大学等建立合作，接收研究生来馆实习。

5 创新传播方式 帮助更多公众全面了解国博活动

2019年，中国国家博物馆不断创新传播手段和传播方式，采用多样方式加强媒体间合作，打造立体化传播格局，对新时代中国国家博物馆改革发展的新气象新作为进行全方位报道，不断提高线上线下文化传播可及性有效性共享性，推动文化资源进一步面向大众广泛传播。

一、加大主流媒体报道力度

2019全年，中国国家博物馆围绕重大活动、重点展览举办新闻发布会60场。组织人民日报、新华社、中央广播电视总台（《新闻联播》《朝闻天下》《焦点访谈》《新闻1+1》《文化十分》《文化大观园》）、北京电视台、凤凰卫视等媒体采访拍摄约80次，达到2018年的两倍，引导主流媒体深入报道各项工作成效，充分展现中国国



与央视联合策划的
“今天是你的生日”
中国国家博物馆国庆
快闪活动引起关注

与央视联合策划的
“今天是你的生日”
中国国家博物馆国庆
快闪活动引起关注



家博物馆新时代新气象新作为。在“虎踞：新时代·新命运”展览中，与《人民日报》共同策划推出虎踞回归故事的长图“在这里，我已等你千年”，在人民日报微信号上线 1.5 小时阅读量即突破 10 万，中国国家博物馆自媒体平台也同步转发和配合推介展览，极大地激发了观众爱国热情。在“归来——意大利返还中国流失文物展”中，与央视科教频道联合推出《2019 中国记忆》，为“国宝归来”互动 H5 提供精美文物图片和知识问答，经新媒体端口推出后获得 200 万人次点赞，在第 25 届中国纪录片学术盛典上荣获“最佳网络人气作品”奖。在全球博物馆馆长论坛举办期间，调动、支撑 50 家媒体约 70 名记者高度关注、深入采访，对央视新闻和中国国际电视台等重点媒体按需供给，共形成网络新闻 1,369 篇，报刊 59 篇，论坛文章 119 篇，博客 11 篇，微信 289 篇，微博 69 条。论坛的成功举行，受到《人民日报》、新华社、《人民日报海外版》、《光明日报》等主流媒体报道关注，

央视新闻频道在黄金时段滚动播放报道。与中央电视台联合出品的《今天是你的生日》国庆短片，在新中国成立 70 周年来临之际唱响，首发视频浏览量 3,880 万次，超话阅读逾 6 亿次，位列抖音“正能量”热度榜的第二位，评论区频现“激动人心”“看哭了”等网友共鸣，形成现象级新媒体传播事件。

二、构建立体化传播体系

为推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，传承弘扬革命文化、社会主义先进文化，增强文化自信，自主策划推出具有影响力的文化传播活动 3 项。精心打造“地铁 1 号线国博专列”，全车共六节车厢，前五节车厢以代表性馆藏文物元素装饰，串联起中华 5000 多年的璀璨文明，并选取部分精彩网友留言，让普通观众以这种特别的形式参与到“国博专列”之中。乘客通过支付宝 AR 扫描文物图片，就可以让文物“活”起来，“说”出自己的故事。“国博专列”第一次实现了将 5000 年中华文明在专列天花板上“一贯到底”，把中华民族的历史长卷送到地铁乘客眼前，让国博真正成为深入大众、人民的国家博物馆。与北京大兴国际机场联手，完成北京大兴国际机场中国国家博物馆文化墙策划设计，在国际进港区域打造古代青铜器、古代瓷器、古代绘画及古代佛造像四个展区的“文化中国”长廊，将国博馆藏精品以“图片展”的形式进行展示，向世界传播中国传统文化，让大兴机场不仅成为客运、物流集散中心，更成为文化、艺术的展示集中区。摄制中国国家博物馆全新形象片和《国博 24 小时》纪录片，用镜头语言向人民群众充分展现了中国国家博物馆在新时代的新气象新作为，让公众了解到一场场文化盛宴的背后国博人的坚守与付

中国国家博物馆在北京精心打造“地铁1号线国博专列”



出。此外，为更好满足观众多方面需要，提升国博传播能力，对官方网站进行全新改版。2019年4月8日国博中文PC新版官网上线，新版网站按照国博职责定位重新设定了栏目布局，突出了主责主业，按照新的展览体系对展览栏目进行调整，在研究栏目中展现馆内科研板块新理念新业绩，并新增了征集、文创、学习、视频等栏目及国际联络等板块。在2019年度文化和旅游部网站群监测工作中，国博官网以96.2的分数在34家文旅部直属单位中名列第一，且业务服务、互动交流、网络安全指标均居单项指标首位。

三、充分发挥新媒体作用

公众在哪里，国博线上文化传播就延伸向哪里。为满足不同群体需要，重点加强学习强国平台“国家博物馆”强国号、“国家博物馆”官方新浪微博、“国家博物馆”官方微信服务号、“国博君”官方微信订阅号以及官方抖音号“国家博物馆”5个新媒体账号运营。其中，中国国家博物馆在学习强国平台2019年共发文255篇；官方

新浪微博粉丝数量逾 470 万，年度阅读总量逾 3.3 亿；官方抖音号粉丝数为 104.4 万，累计播放次数 1,171 万；官方微信订阅号“国博君”粉丝数量 7.5 万，年度增幅 3.5 万，2019 年度推送 245 次，累计阅读总量 239.6 万；官方微信服务号“国家博物馆”关注数 135 万，仍在稳步上升，2019 年共发布推送 137 篇，涵盖了公告、展讯、征集、公共教育、文创、文保、考古等多个类别。其中，11 月 29 日推送的信息阅读量超 25.5 万次，12 月 21 日推出的“红楼梦文化展”阅读量达 23.8 万次，“时代新章——国家博物馆工艺美术作品邀请展”“大美亚细亚——亚洲文明展”，以及部分公告如中国国家博物馆暑期延时开放等的博文，阅读量也超过 10 万次。在融媒传播中，注重与社会公众的推介交流，多次举办互动活动，如“伟大的变革——庆祝改革开放 40 周年大型展览”100 名观众晒图留言、“归来——意大利返还中国流失文物展”留言、元宵节制灯谜、5.18 国际博物馆日征集图片等。在中国文物信息咨询中心和新浪微博共同主办的“2019 约会博物馆”文博新媒体论坛上，中国国家博物馆官方微博被评为“2019 年度文博十大影响力官微”。

四、深化特色文创品牌传播

充分发挥藏品和展览的资源优势，不断丰富文创意设计类型，延伸文物内涵价值，开展文创自主研发，打造国博品牌，线上线下齐头并进，助力文物活起来，推动更多观众“把国博带回家”。2019 年全年共自主研发“国博衍艺”新品 230 余款，400 余个 SKU（款式），10 种文创类食品。馆藏 IP 授权业务涉及食品、服饰、洗护、文具、家居等品类的 14 个品牌。积极探索临时展览文创开发模式，以产品为载体，以馆藏文物为元素，选取有

代表性的器物、图案进行特色文创开发，将中国文化、国博元素与美食美器相结合，打造具有国博特色的明星产品。基于“云鬓珠翠——弗吉尼亚美术馆藏二十世纪珍宝艺术展”“证古泽今——甲骨文文化展”“高山景行——孔子文化展”“ 隻立千古——红楼梦文化展”等设计开发口袋本、文件夹、单肩包、首饰、遮阳伞、书立、镇纸等相关衍生品。在国博咖啡馆推出福禄寿喜财棒棒糖礼盒、四羊方尊巧克力、吉金之飧黄油曲奇、以馆藏文物图案为元素的咖啡等，广受观众好评。积极开展电商销售，2019 年天猫旗舰店访客人数达到 1,400 万人，客服接待服务人数突破 12 万人，成交订单数同期增长 30.4%。天猫平台总体服务评分保持在 4.9 分，远高于行业平均值。店铺层级从第 5 层级上升至第 7 层级（最高层级），店铺累计粉丝达 125 万，较上年同期增加 50 万，访客同期增长 108%。

6 深化国际交流 为促进文明交流互鉴贡献力量

2019年，中国国家博物馆充分发挥文化客厅作用，打造国际合作交流平台，深入开展国际博物馆信息交流 and 行业合作，积极承担国际义务，努力讲好中国故事，促进不同文明间交流互鉴，增进民心相通，推动共同构建人类命运共同体。

一、积极发挥文化客厅作用

中国国家博物馆多次承担国家重要外事活动，全年共接待外国来访团组 280 批次，4,398 人次，其中国际政要 24 人次，国际知名文博机构负责人 44 人次，包括中沙高级别联委会文化、科技和旅游分委会第三次会议，亚洲文明对话平行分论坛“文化旅游和人民交往”域外嘉宾会见参观活动、“中国—老挝旅游年”闭幕式等。1月16日，32个非洲国家和机构的驻华外交官共40余人来馆参观“伟大的变革——庆祝改革开放40周年大型展览”，切身感受中国40年改革开放的历史变迁。11月20日，国际儒学联合会的中外代表100余人到访中国国家博物馆参观“古代中国”和“复兴之路”两个展览，代表们被绵延不绝、博大精深的中华文明所震撼，为中国人民近代以来从落后走向繁荣复兴的不屈历程所折服，增进了对中华优秀传统文化里具有当代价值、世界意义文化精髓的认识和理解。

二、大力推动展览引进来走出去

为纪念中法建交 55 周年，2019 年 1 月，中国国家

博物馆与法国 HEART&crafts 公司共同主办的“新考工记——中法手工之美”展览。展览以中法传统手工艺的当代创新为主线，让观众置身神奇的艺术空间。2019 年 5 月，在中国国家博物馆与美国弗吉尼亚美术馆五年战略合作协议的框架下，两馆合作举办“云鬓珠翠——弗吉尼亚美术馆藏二十世纪珍宝艺术展”，弗吉尼亚美术馆将其珍藏的 123 件（套）让·史隆伯杰设计作品带到中国，携手中国国家博物馆精心遴选的 11 件（套）馆藏文物与观众见面，彰显多元文化之美，让更多观众欣赏到不同国家的文化艺术。与此同时，着眼促进文明交流互鉴，积极举办走出国门的展览，向澳大利亚、克罗地亚等国的国家博物馆推出“中国艺术的历史表达——来自中国国家博物馆的书法和绘画”“士人情怀——中国古代士大夫的人生追求和精神世界”等国际交流展，推动中华优秀传统文化走出去，讲好中国故事，传播好中国声音，获得了当地民众的欢迎。

“中国艺术的历史表达——来自中国国家博物馆的书法和绘画”展在澳大利亚国家博物馆开幕



三、积极开展对外交流合作

在习近平主席和阿联酋阿布扎比王储穆罕默德共同见证下，与阿联酋阿布扎比文化与旅游局签署合作谅解备忘录，开创中国国家博物馆与海湾国家交流合作先河。主动打造行业论坛品牌，倡导举办“全球博物馆馆长论坛”，与会全体代表签署《国博共识》，强化了对“和平合作、开放包容、互学互鉴、开放共赢”丝路精神的国际认同，促进了各国博物馆之间的理解与友谊，成功为全球博物馆搭建了崭新的合作平台，提升了中国话语的世界影响力。积极发挥“金砖国家博物馆联盟”“丝绸之路国际博物馆联盟”等平台作用，构建多层次立体化对外合作交流格局。与美国弗吉尼亚美术馆、法国阿拉伯世界中心、列支敦士登国家博物馆、阿曼国家博物馆、塞尔维亚国家博物馆等博物馆机构签署战略合作协议或备忘录，与韩国国立中央博物馆等多家境外博物馆开展人员互访和业务交流。积极推进与摩洛哥穆罕默德六世博物馆等文博机构的合作，共同合作筹划举办2020年中摩旅游文化年相关活动，着力增进两国在文化领域的交流，加深两国人民友好交往。持续深化国际考古交流合作，与蒙古国国家博物馆联合对蒙古国中央省车勒县石特尔墓地进行考古发掘，取得了丰硕成果。2019年11月，中国国家博物馆与德国驻华使馆联合主办“中德博物馆合作论坛”，推动中德博物馆深化交流合作。配合馆际合作交流，全年共派出出国（境）团组41个159人次，参加学术、合作、论坛等交流活动，涉及34个国家和地区。

7 未来展望

在看到进展的同时，我们也清醒地认识到，中国国家博物馆在提供社会服务方面仍然存在不足和短板，展览水平有待进一步提升，观展体验有待进一步优化，社会传播有待进一步加强，服务质量有待进一步改进，中华优秀传统文化的创造性转化创新性发展、让收藏在博物馆里的文物活起来、把中华文化的精神标识提炼出来展示出来等重大时代命题亟待加大力度深入探索。在未来的工作中，我们将毫不动摇地继续坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，增强意识、提高站位、优化质量、提高水平，切实发挥中国国家博物馆珍藏民族集体记忆、传承国家文化基因、促进文明交流互鉴的重要作用，自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，进一步深化供给侧结构性改革，努力在服务社会方面不断迈上新台阶：一是完善征藏体系，加大馆藏文物研究力度，提升自主策划能力和精品产出能力，推出更多自主策划、为人民群众所喜闻乐见的精品展览；二是坚持以人民为中心的价值导向，不断完善服务手段，创新服务方式，不断提高精细化管理水平和服务品质，提升观展体验；三是以藏品数字化展示为切入点，充分利用最新信息技术，进一步提升社会传播能力，延伸拓展周边产品，努力让文物活起来；四是充分发挥行业头雁作用，继续加强与高校、科研机构的合作，以国家大馆的责任担当服务文博行业；五是加大国际交流力度，推动更多展览“引进来”“走出去”，实质性开展对外文化交流合作，讲好中国故事，传播好中国声音，促进中外文明交流互鉴；六是牢固树立大安全观，时刻紧绷安全这根弦，打造平安国博。只有这样，我们才能不负韶华、奋发有为，真正实现一流展览、一流服务、一流队伍、一流管理，为建设社会主义文化强国、实现中华民族伟大复兴中国梦作出新的更大贡献！

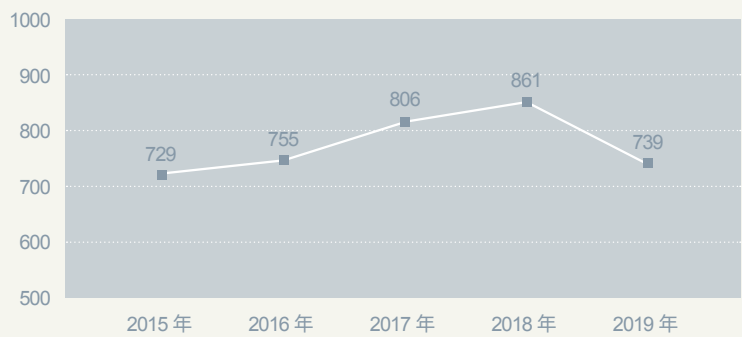
2019 年度中国国家博物馆数据报告 (2020 年 1 月)

2019 年度，中国国家博物馆聚焦主责主业，强化服务意识，创新管理服务手段，发挥国家文化客厅的作用，不断提高公共文化服务水平。

一、观众服务

2019 年，中国国家博物馆共开放 285 天，入馆观众参观量为 739 万人次。馆内观众参观数量少于 2018 年的主要原因在于，自 2019 年 4 月 10 日起，中国国家博物馆主动控制人数，施行全员分时段预约参观，每天预约人数为 3 万人。中国国家博物馆自暑期起采取周日延时闭馆，10 月开始实施周六开放夜场措施，全年开设夜场 17 次，接待观众 47,434 人次。

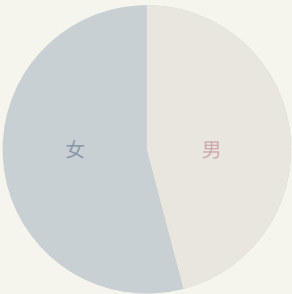
中国国家博物馆近五年观众参观总量（单位：万人）



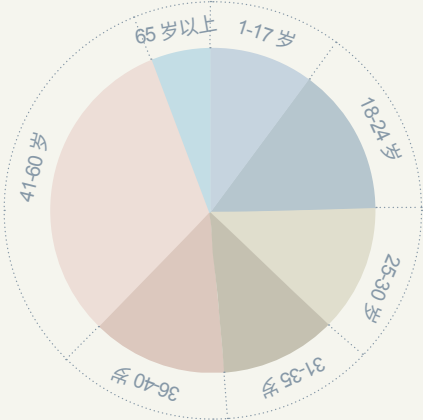
附
录

月度馆内观众统计数据显示：7月观众接待量最高，达到931,385人次，全年最大接待日出现在2月7日，达到68,027人次。全年男性观众3,106,417人次，占比46.85%，女性观众3,524,142人次，占比53.15%。17岁以下观众671,676人次，占比10.13%；18-24岁观众956,789人次，占比14.43%；25-30岁观众831,472人次，占比12.54%；31-35岁观众757,873人次，占比11.43%；36-40岁观众910,376人次，占比13.73%；41-64岁观众2,122,442人，占比32.01%；65岁以上观众379,931人次，占比5.73%。

性别结构统计

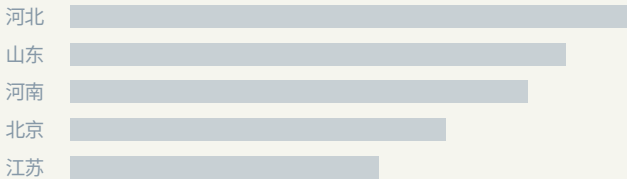


年龄分布统计



观众地域分布情况

全年河北籍观众到馆人数最多，为 629,240 人次，占比 9.49%；北京户籍观众 427,008 人次，占比 6.44%。外籍观众 86,201 人次，占比 1.30%。



为节省观众入馆时间，及时调整观众参观路线，每人仅需 6-10 秒便可完成现场核验。

二、安全保障

2019 年 8 月挂牌成立国博消防站，成为国内驻守在博物馆内的第一个消防站。加强安检力度，全年共检查箱包 1,346,931 个，检查车辆 21,840 余次，查出禁限带物品 4,384 件（易燃压力罐 3,547 瓶、水果刀 837 把）、违禁物品 182 件（电击器 7 个、自锁刀 43 把、鞭炮 85 个、摔炮 14 个、子弹壳 4 个、蝴蝶刀 3 把、防狼喷雾 18 个、甩棍 3 把、弹弓 4 个、护手 1 个）、打火机 100 万余个。全年共执行各级勤务保障任务 481 次。妥善处置观众用水杯砸展柜、翻越护栏、闯岗、充电宝在展厅自燃等突发事件 60 余起，涌现拾金不昧等好人好事 150 余次。

Appendix

中国国家博物馆

National Museum of China

三、陈列展览

2019 年，中国国家博物馆展出展览共计 63 个，其中新办展览 47 个。

2019 年中国国家博物馆新办展览一览表

专题展览			
序号	展览名称	开展日期	结束日期
1	中国古代佛造像	2019 年 12 月 12 日	长期
2	中国古代书画	2019 年 12 月 17 日	长期
3	国色初光 —— 甘肃彩陶艺术	2019 年 12 月 25 日	2021 年 1 月 3 日
临时展览			
序号	展览名称	开展日期	结束日期
4	虎贲：新时代·新命运	2019 年 1 月 29 日	2019 年 3 月 20 日
5	归来 —— 意大利返还中国流失文物展	2019 年 4 月 24 日	2019 年 6 月 30 日
6	大美亚细亚 —— 亚洲文明展	2019 年 5 月 14 日	2019 年 8 月 11 日
7	屹立东方 —— 馆藏经典美术作品展	2019 年 8 月 9 日	待定
8	回归之路 —— 新中国成立七十周年 流失文物回归成果展	2019 年 9 月 17 日	2019 年 11 月 17 日

(续表)

临时展览			
序号	展览名称	开展日期	结束日期
9	书影中的 70 年·新中国图书版本展	2019 年 10 月 9 日	2019 年 11 月 27 日
10	行远同梦 —— 华侨华人与新中国特展	2019 年 10 月 30 日	2019 年 11 月 29 日
11	亥岁祯祥 —— 2019 新年迎春书画展	2019 年 1 月 29 日	2019 年 3 月 3 日
12	海岱朝宗 —— 山东古代文物菁华	2019 年 4 月 19 日	2019 年 7 月 19 日
13	北京重大历史题材美术作品展	2019 年 4 月 22 日	2019 年 5 月 2 日
14	文华衡水 —— 河北衡水文化展	2019 年 4 月 23 日	2019 年 5 月 22 日
15	丹心铸魂 —— 吴为山雕塑艺术展	2019 年 4 月 23 日	2019 年 7 月 20 日
16	盛世欢歌 —— 许鸿飞雕塑展	2019 年 4 月 26 日	2019 年 5 月 24 日
17	境 —— 程泰宁建筑作品展	2019 年 5 月 11 日	2019 年 5 月 25 日
18	丝路孔道 —— 甘肃文物菁华展	2019 年 5 月 16 日	2019 年 8 月 18 日
19	海宇会同 —— 元代瓷器文化展	2019 年 5 月 21 日	2019 年 7 月 21 日
20	心灵的畅想 —— 梵高艺术沉浸式体验	2019 年 6 月 22 日	2019 年 10 月 8 日

(续表)

临时展览			
序号	展览名称	开展日期	结束日期
21	万里同风 ——新疆精品文物展	2019年7月9日	2019年10月27日
22	小城故事 ——湖南龙山里耶秦简文化展	2019年8月6日	2019年10月7日
23	和合共生 ——临漳邺城佛造像展	2019年8月6日	2019年10月27日
24	百年芳华 ——南开大学百年校庆展	2019年8月9日	2019年9月5日
25	时代新章 ——国家博物馆工艺美术作品邀请展	2019年8月20日	2019年10月10日
26	字载中华 ——中华精品字库工程成果展	2019年8月22日	2019年9月15日
27	烽火艺途 ——武石捐赠作品展	2019年8月27日	2019年10月13日
28	倾情山河·深耕时光 ——朱曜奎艺术展	2019年10月17日	2019年11月14日
29	证古泽今 ——甲骨文文化展	2019年10月22日	2020年1月5日
30	守正求新 ——韩天衡艺术展	2019年10月31日	2019年11月24日
31	“艺术与科学”第五届艺术与科学国际作品展暨学术研讨会	2019年11月3日	2019年11月30日
32	艺道长青 ——石鲁百年艺术展	2019年12月10日	2020年2月9日

(续表)

临时展览			
序号	展览名称	开展日期	结束日期
33	周风遗韵 —— 陕西刘家洼考古成果展	2019 年 12 月 13 日	2020 年 3 月 1 日
34	中国艺术研究院教育成果展	2019 年 12 月 15 日	2020 年 1 月 5 日
35	夔立千古 ——《红楼梦》文化展	2019 年 12 月 20 日	2020 年 3 月 19 日
36	高山景行 —— 孔子文化展	2019 年 12 月 27 日	2020 年 3 月 27 日
37	培根铸魂 —— 新中国成立 70 周年 70 人美术作品邀请展	2019 年 12 月 29 日	2020 年 2 月 9 日
38	新考工记 —— 中法手工之美	2019 年 1 月 12 日	2019 年 5 月 4 日
39	殊方共享 —— 丝绸之路国家博物馆文物 精品展	2019 年 4 月 11 日	2019 年 7 月 14 日
40	云鬓珠翠 —— 弗吉尼亚美术馆藏 二十世纪珍宝艺术展	2019 年 5 月 30 日	2019 年 9 月 1 日
馆外展览			
序号	展览名称	开展日期	结束日期
41	笔墨文心五百年 —— 中国国家博物馆藏明清书画展 (河北)	2019 年 1 月 16 日	2019 年 3 月 24 日

(续表)

馆外展览			
序号	展览名称	开展日期	结束日期
43	中国艺术的历史表达 ——来自中国国家博物馆的书法与绘画 (澳大利亚)	2019 年 4 月 4 日	2019 年 7 月 28 日
44	士人情怀 —— 中国古代士大夫的人生追求和精神世界 (克罗地亚)	2019 年 4 月 10 日	2019 年 6 月 9 日
45	生命之灵 —— 非洲雕刻艺术精品展 (山东)	2019 年 7 月 2 日	2019 年 9 月 15 日
46	现代化之路 —— 共和国七十年 (香港)	2019 年 7 月 2 日	2019 年 8 月 26 日
47	现代化之路 —— 共和国七十年 (湖北)	2019 年 10 月 1 日	2019 年 12 月 1 日

四、藏品征管

2019 年全年共征集文物 3,883 件套，包含潘建伟的“墨子号”量子科学实验卫星载荷及手稿、我国自主研发的首台扫描隧道显微镜 CSTM-9000 设备、“嫦娥四号”签名队旗及臂章、王继才文物、马可日记等近现当代国史文物（含图片）1,329 件套，吴为山雕塑作品、孙晓云书法作品等艺术品 244 件套，意大利归还文物、

泰兴号沉船瓷器等古代文物 991 件套，海外华侨华人文物、民国外交文献、“中缅印战区”及“飞虎队”文物和原版照片等外国文物 1,319 件套。截至 2019 年 12 月底，年度入库文物为 6,283 件套。进一步加强征集制度建设，7 月发布《中国国家博物馆近现当代国史文物征集实施细则（试行）》，12 月发布《中国国家博物馆藏品征集鉴定委员会管理办法（试行）》。

中国国家博物馆陆续公开藏品总目信息。2019 年《中国国家博物馆藏品总目》(第二期)正式上线，新增 47 万件(套)藏品信息可供公众浏览。至此，中国国家博物馆向社会公开的藏品信息已超过 78 万件(套)，达到全部馆藏数量的一半以上。与 2018 年第一期上线的藏品总目相比，此次公开的藏品信息数量更多，藏品类别更加丰富，既涵盖石器、玉器、陶器、铜器、铁器、金属、骨角、砖瓦、石刻、漆木、丝织品、印章、书画、徽章、杂项、碑帖、文献、民族文物、邮票、艺术品、纪念品等，还有多种近现代历史类、艺术类藏品，善本古籍、珍本书刊报、民国书刊报及特藏书刊等。开展藏品数据采集工作，一年来共采集文物高清照片 2,420 张，配合文物征集工作拍摄登编照片 3,700 张，采集并制作馆藏文物三维模型 890 个，整理文物高清影像约 47 万张。

五、科研活动

2019 年由中国国家博物馆主持的科研项目 143 项，其中国家社科基金 10 项(包括 1 项重大项目,1 项重点项目)，

国家艺术基金 1 项，省部级项目 29 项，博士后面上资助 3 项，馆级科研项目 100 项；参与各级各类科研项目 14 项，其中国家自然科学基金 1 项，国家社科基金 4 项，其他省部级科研项目 9 项。全年出版论著 39 部，展览图录 17 部，论文 324 篇。举办学术会议、国博讲堂等讲座 52 场，参加馆内外学术会议 281 人次。94 项科研成果获得奖励，包括国家级奖励 3 项，省部级奖励 6 项，馆级奖励 84 项，国际奖励 1 项。

六、社教传播

2019 年提供讲解、课程服务 13,150 批次 24,820 小时，惠及观众约 50 万人次，包含青少年观众约 22 万人次。其中，提供专职讲解服务 5,662 批次 11,324 小时，志愿讲解服务 4,248 批次 8,516 小时；为来馆进行学习的中学生观众提供国博课程服务 3,000 批次 4,500 小时，接待上课学生人数近 10 万人次；为儿童、青少年、成年、老年、特殊人群、港澳台同胞、华人华侨等群体提供分众主题课程服务 240 批次 480 小时。

2019 全年，中国国家博物馆围绕重大活动、重点展览举办新闻发布会 60 场。中国国家博物馆重点运营的新媒体发稿、阅读、粉丝量大幅攀升：官方微博粉丝数逾 470 万，2019 年阅读总量逾 3.3 亿；官方抖音视频作品 55 条，粉丝数 104.4 万，累计播放次数 1,171 万；官方微信服务号“国家博物馆”关注数 135 万。其中，“时代新章”“大美亚细亚”

以及部分公告如国博暑期延时开放等，阅读量超过 10 万次。11 月 29 日推送的“下，雪，啦！！！”阅读量超 25.5 万次。创新媒体合作模式，与中央广播电视总台等媒体强强联手，与央视联合策划的“今天是你的生日”国庆短片在新中国成立 70 周年来临之际唱响，首发视频浏览量 3,880 万次，超话阅读逾 6 亿次，讨论 192 万次。为打破传统传播格局，立体展示国博新形象，中国国家博物馆在北京地铁精心打造地铁专列“遇见国博——5000 多年中华文明在你眼前”，摄制国博全新形象片和“国博 24 小时”纪录片，获得广泛好评。

七、国际交流与合作

2019 年，中国国家博物馆接待外国来访团组 280 批次，其中国际政要 24 批次，国际知名文博机构负责人 44 批次。派出国（境）团组 41 个 159 人次，出访目的地涉及亚洲、非洲、欧洲、美洲、大洋洲的 34 个国家和地区。4 月，举办主题为“丝绸之路国家博物馆的功能与使命”的全球博物馆馆长论坛，来自五大洲 24 个国家的 40 余位国际一流博物馆馆长或代表、国内 50 余位博物馆馆长或代表以及相关专家学者出席该论坛。11 月，举办“中德博物馆合作论坛”，来自中德两国的 13 家知名博物馆及研究机构参与交流。12 月，召开丝绸之路国际博物馆联盟第二次执行理事会会议，丝绸之路国际博物馆联盟理事长、秘书长与国内外 8 家副理事长单位特邀嘉宾及相关代表出席会议。

八、文创开发

2019 年，中国国家博物馆自主研发“国博衍艺”文创产品 230 余款、文创类食品共计 10 种，其中包括国博日历、“大观园”系列产品、“甲骨文”系列产品、“以梦为马”系列产品、“天文图”系列产品、“元宵行乐图”系列产品、福禄寿喜财棒棒糖礼盒、四羊方尊巧克力（黑、白两款）、吉金之飡黄油曲奇、吉金之飡浮雕巧克力以及以馆藏乾隆御题诗如意为元素的如意糕和普洱贡茶等。馆藏 IP 授权业务涉及食品、服饰、洗护、文具、家居品类 14 个品牌，其中伊利、肯德基、Lily 等品牌授权成为经典授权案例。