

国际博物馆日

北京汽车博物馆 融合多元文化助力消费惠民

5月18日是一年一度的国际博物馆日,今年博物馆日的主题是“致力于平等的博物馆:多元和包容”。每年的这一天全球博物馆都会精心策划展览并组织丰富多彩的文化教育活动,邀请人们走进博物馆,以加强公众对博物馆事业的了解。

习近平总书记谈及文物保护工作时强调:“让文物说话、把历史智慧告诉人们,激发我们的民族自豪感和自信心。”这是博物馆的历史使命。2017年,北京汽车博物馆在发展的过程中总结并发出了“多元文化让博物馆更有温度”的声音,也凭借创新的多元文化发展被评为2019年全国最具创新力博物馆。汽车文化、科普文化、旅游文化、城市文化、爱国主义教育文化、国际交流文化等多元文化交融汇合,充盈着温度,让北京汽车博物馆不只是一个一般意义上的文化设施,更是大众的精神家园,滋养心灵,提升自豪感和自信心。

匠心铸魂, 开发多样化多层次的文创产品, 讲好中国故事

博物馆的文创产品,是推动博物馆与旅游产业融合发展的有效连接点,北京汽车博物馆将展览、藏品、科普等各项基础业务进行综合利用,充分发挥文物及藏品的文化效益,开发文化衍生品,讲好汽车故事,推动博物馆可持续发展,让汽车文化走进人们生活。

文创走进生活。北京汽车博物馆积极发挥博物馆效能,以文创产品推介为切入点,将藏品所蕴含的文化底蕴以及博物馆所要传递的文化内涵反映到文化创意产品中,并融入人们的生活,相继设计开发了“车型演变”、“车字图”、“汽车之梦”等多款系列文创产品,受到人们的喜爱。其中“车型演变”系列文创产品多次入选“北京礼物”并获得优秀奖,提升了博物馆的影响力。

随着汽车技术的不断进步以及人们审美观念和欣赏能力的不断提高,汽车造型也由最初的马车型向多种多样的流线型演变。“车型演变”系列文创产品展示了世界汽车外形的发展史。汽车是人类文明的结晶,也是人类自由移动的一个梦,“汽车之梦”系列,无论是年少还是年长,对车的情怀都是不变的,改革开放四十载,中国人圆了跨越半个世纪的中国汽车梦。该系列产品将中国汽车梦分为3大板块,分别为少年梦、奋斗梦、重拾青春梦。

一起来印吧。在博物馆二层的“一起来印吧”将成为观众体验和分享博大精深的中国印文化的好去处,近百种“大众篆刻——汽车印记”印章将呈现在观众面前,整个印吧空间营造的热情而灵动、经典而古雅。通过让大众了解中国优秀传统文化“印文化”的前世今生,让观众通过对大众篆刻理念的学习理解,实现中华优秀传统文化和现代科技的文化元素的结合,衍生出更新更美的文创品,实现线上线下“一起印吧”互动的文化课,传播汽博IP,让大众篆刻艺术走入大众生活。

再生设计之汽车回收再利用创意设计大赛。秉持“万物皆可成为艺术”的理念,北京汽车博物馆为艺术造型、汽车设计和创意爱好者搭建一个无限发挥创造力、想象力的活动平台。可以利用废弃的汽车废旧零配件作为创作原料,将汽车文化元素、科普教育及文创元素与汽车产业有机融合,进行艺术创意设计和加工改造,创造新的艺术造型组合。这些废金属与雕塑完美地融合在一起,不但宣传了环保理念,将它们摆放在场馆中,也增添了艺术气息。



▲文化创意产品。



▲近百种“大众篆刻——汽车印记”印章。



▲利用废弃汽车废旧零配件作为创作原料设计的作品。

今年,围绕国际博物馆日“平等、多元和包容”这一主题,5月18日当天,北京汽车博物馆正式启动了“2020汽博馆汽车文化惠民消费季”系列汽车文化活动。活动以促进汽车文化消费升级为目标,整合优质社会资源,联动各线上平台,以文化促消费,以科普讲服务,将汽车文化、汽车科普和消费、服务融合发展,形成汽博馆IP,增强影响力,实现线上更广泛的宣传推广,营造“多元和包容”的博物馆体验氛围,“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”,满足人民对美好生活的多元化需求。

以文培元,弘扬经典文化助力消费惠民,进一步满足人民需求



▲北京汽车博物馆党组书记、馆长杨蕊致辞。



▲北京地区博物馆形象大使陈锋老师致辞。

4月29日,国家发展改革委等11个部门联合印发《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》,要求各地区、各有关部门切实加强组织领导,明确责任分工,积极主动履职,积极营造有利于汽车消费的市场环境。

北京汽车博物馆利用博物馆的文化事业转变文化产业需求,培育消费增长新动能,丰富汽博馆夜间经济消费新模式,更好履行博物馆社会责任与价值,做好促进消费稳增长,优化消费市场供给等相关工作。在2020年5月至12月期间,举办“汽博馆汽车文化惠民消费季”系列活动。系列活动包括:世界汽车运动百年专题展、汽车工业人物展、汽车养生堂、赛车嘉年华和夜间文化消费等。这是将汽车流通与相关行业多元文化交流融合的盛会,也是汽车文化创新成果的集中展示。

汽车文化惠民消费大集。根据中国汽车流通协会发布的报告显示,汽车行业经销商的线上直播占比在春节前仅有1%,而这个数据春节后便一路飞升至49%。更有车企预测,其销量在未来5年将会有25%来自线上。

汽博馆不断探索文化融合新业态与汽车行业营销的新模式,推动文化消费的新格局,通过举办消费大集,开展多品牌、多类别、多车型线上线下联合互动营销集市,以线上线下融合的方式推广,从直播入手,给消费者提供更多认识品牌文化、了解品牌的渠道,再配合便捷的选车、购车、用车全营销链服务,让线上线下多层次开花,以汽车文化促进汽车消费,惠及民众,服务民众,满足群众的多元化需求。

世界汽车运动百年专题展。通过讲故事的方法,多维度展现汽车运动



▲“赛车嘉年华”科普教育活动。

▲汽车文化惠民消费大集活动现场车型展示。

百余年历史的壮阔风貌。展览分为探索与萌芽、勃兴与博弈、传递与变革三个部分,以时间为轴,以世界汽车运动大事记时间轴为主要内容。此外,展览还将通过场景互动、多媒体、VR体验等多种方式,向观众展现中国汽车运动与世界互通共融的故事。

藏品维保研究成果服务于民。推出“汽车养生堂”车辆美容及保养项目,将围绕藏品的车辆养护、科学节水洗车的保养标准转化为私家车保养标准,传播正确用车养车概念和方法,传播生活中的科学用车、科学养护等汽车科普知识,让车主能更科学地用车、爱车。

“赛车嘉年华”科普教育活动。整合优质社会教育资源,丰富和拓展特色汽车文化活动内容,将基于展区固定展项内容开发展品导赏、艺术创作、展区寻宝、直播课堂等线上线下特色教育项目和开放服务。



汽修行业的代表人物、北京市十大能工巧匠、全国五一劳动奖章、首都楷模、全国劳模模范魏俊强来到直播现场,为观众分享汽车维护保养技巧。

创新交互方式,打造紧贴新时代轨迹的“网红”旅游目的地

随着互联网和手机媒介的广泛应用,新媒体逐步成为社会生活中重要的传播方式,为博物馆文化传播开辟了新的空间和路径。闭馆期间,北京汽车博物馆灵活转变传播思路,挖掘汽车历史文化价值、汽车科普常识等,通过网站、公众号、微博、移动客户端等渠道为社会公众提供喜闻乐见的线上传播方式,借助多元文化新媒体平台,带领观众足不出户学习丰富的汽车知识,了解藏品背后的历史文化,拉近与观众的距离。



▲5·18国际博物馆日,北京汽车博物馆党组书记、馆长杨蕊来到直播现场,为观众讲解汽车文化。

“云”逛馆成为新时尚。与中央广播电视总台推出的综合性视听新媒体旗舰平台“央视频”进行深度合作,推出“云游博物馆”直播活动;4月30日作为搜狐视频第三家入驻的政务微博以“一小时带你逛50辆藏品车”为主题开展首场直播活动,包括全网用户的下拉弹窗推送、首页焦点图等,直播同时在线用户377529,粉丝从0增长至4048。积极参与与国家文物局、北京市文物局的云逛博物馆活动,通过线上直播带领观众足不出户逛汽博,参与“云博物馆公益直播”,通过“博物馆在移动5G公益项目”,与中国博物馆协会&中国移动咪咕圈圈、易讯等平台合作,于2月26日至3月1日每日12:30开展半小时网络直播活动,开设“扫一扫·共同抗疫”“画说战‘疫’”“疫情科普”“疫情地图”等板块,通过云导览、云看展向群众科普疫情防护、居家健身等知识。截至目前,累计观看200万余人次。

多维联动社会媒体。积极对接新华社,劳动节前在新华社、新华网刊登“云赏车”,阅读量达到近50万次,并在新华头条英文版刊登。与北京日报记者深度探讨策划,4月10日在《北京晚报》整版刊登“闭馆不停工,博物馆不轻松”并得到多个媒体转发。北京汽车博物馆在特殊时期,从实际出发,快速响应,积极应对,联合汽车之家Young频道,从科普内容、VR看馆、线上直播、联合活动等方面进行深度合作,积极筹划并开辟了《云看北京汽车博物馆》项目,涉及全景展示、线上直播、科普帖子,将线下冰冷的场馆搬到了线上,让年轻用户群体足不出户即可了解汽车知识、汽车历史和汽车文化。截止到4月30日,云直播栏目已经成功直播了六期,从发动机知识到汽车安全配置,从汽车变迁发展史到汽车运动的来龙去脉,吸引了众多青少年用户的青睐,在线观看人数达到了50多万,弹幕互动4万多条,占据了汽车之家当天直播栏目的榜三,多次入选汽车之家直播优秀栏目推荐。



今年是“十三五”收官之年,也是我国在百年未有之大变局、为实现中华民族伟大复兴开始着手制定“十四五”发展规划的关键一年,在这样一个伟大的新时代,汽博馆将尝试更多元的跨界融合。伴随着复工复产政策落实,北京汽车博物馆将积极响应博物馆主动融入社会经济文化发展大局,服务文明城市创建,推动文旅融合发展、促进文化消费,以文化促消费,以科普讲服务的号召,继续秉承“开门办馆,融入社会”的办馆理念,进一步探索文化、科技、教育、旅游等方面的融合发展新模式,促进文化事业、文化产业及区域消费市场复苏。让人、车、社会、生活更加和谐、更加美好!