

# 博物馆特展的宣传策略与实施效果分析

王晓莉

阿拉善博物馆

**摘要：**博物馆特展作为连接历史与现代、文化与公众的桥梁，其宣传方式的选择和实施效果直接影响到展览的成功与否。由此，本文提出了四个宣传策略：整合数字媒体以覆盖更广泛的观众群体、加强与教育机构的合作以提高展览的教育价值、通过创意营销内容吸引公众的注意力以及利用宣传活动提升展览的社会影响力。通过这些策略的实施，特展在观众数量的增加、社交媒体互动的提升、教育影响的加深以及品牌形象的持续提升等方面取得了显著成效。

**关键词：**博物馆特展；宣传策略；实施效果

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2022.09.111

## 一、引言

博物馆特展在当今文化传播和教育中扮演着越来越重要的角色。它们不仅是展示珍贵文物、艺术品的平台，更是传递知识、启发思考的场所。然而，随着信息时代的到来，观众的获取信息方式和文化消费习惯发生了根本性变化，这对博物馆特展的宣传提出了新的挑战和要求。为了有效地吸引和教育公众，提升特展的影响力，博物馆必须采取创新的宣传策略，同时确保宣传的真实性和目标的明确性。基于此，本文旨在探索博物馆特展宣传的有效策略及其实施效果，以期为未来的展览宣传提供指导和参考。

## 二、博物馆特展的宣传原则

### 1. 目标明确原则

目标明确原则是博物馆特展宣传的基石，它要求宣传活动必须基于清晰和具体的目标。这一原则强调了目标设定在整个宣传活动中的核心地位，目的是确保所有宣传活动都能朝着既定的方向前进，有效地达到预期的效果。目标明确原则意味着在宣传活动开始之前，必须对特展想要传达的信息、希望吸引的观众类型以及最终希望实现的影响进行仔细考虑和明确界定。这个原则的核心在于对博物馆特展宣传目标的深入理解和精确定义，包括了解目标观众的需求和偏好、明确展览的主题和信息以及确定宣传活动的主要目的。这种明确性不仅有助于优化资源的分配，确保宣传活动的有效性，而且也是衡量宣传成效的关键标准。

### 2. 真实性原则

真实性原则要求博物馆特展的宣传内容必须是真实、准确的，不能夸大或歪曲展览的内容和价值。这一原则的核心在于建立和维护公众对博物馆品牌和特展内容的信任。只有当宣传材料反映了展览的真实情况时，观众才能够获得真实的体验和正确的信息，这对于提升观众满意度和促进文化教育的目标至关重要。真实性原

则不仅关乎信息的准确传达，也涉及对博物馆声誉的长期维护。一旦公众发现宣传内容与实际展览不符，不仅会对当前的特展产生负面影响，还会损害到博物馆的长期信誉和公众形象。因此，遵循真实性原则是博物馆宣传工作的道德底线，是赢得公众信任和尊重的基础。此外，真实性原则也鼓励博物馆展示其独特性和特色，通过真实地呈现展览内容，展现博物馆的学术价值和文化深度。这种真实性不仅能够吸引更广泛的观众，也能够促进观众对展览主题的深入理解和思考，从而提高特展的文化影响力和教育价值。

### 3. 创新性原则

创新性原则强调在博物馆特展宣传中应运用新颖的方法和思路，以吸引公众的注意力和兴趣。在信息爆炸的时代背景下，传统的宣传方式往往难以突破信息过载的壁垒，而创新性的宣传策略则能够提供新鲜的视角和体验，有效地捕获目标观众的注意力。创新性原则不仅体现在使用新媒体和技术手段进行宣传上，也包括在宣传内容和形式上的创新。这要求博物馆在策划宣传活动时，充分考虑如何结合特展的主题和特色，创造独特的宣传点和视角，从而区别于其他展览的宣传。通过创新，博物馆能够提供与众不同的观展体验，增强特展的吸引力和话题性。创新性原则的实施，不仅有助于扩大特展的影响力，也是博物馆适应快速变化的文化消费市场，维持其文化机构地位和影响力的重要策略。通过不断地创新探索，博物馆能够更好地与公众沟通，促进文化的传播和交流。

## 三、博物馆特展的宣传策略

### 1. 整合数字媒体

在当今的数字时代，整合数字媒体成为博物馆特展宣传不可或缺的策略。为此，博物馆需要通过一系列创新和互动的方式，使特展宣传在众多信息中脱颖而出，达到预期的宣传效果。首先，博物馆可以通过社交媒

体平台，如微信、微博、抖音等，发布特展相关的信息和内容。这些平台具有强大的传播能力和广泛的用户基础，能够帮助博物馆迅速扩大特展的覆盖范围。在社交媒体上，博物馆不仅可以发布传统的宣传信息，如展览日期、展出内容等，还可以通过发布幕后制作过程、艺术家访谈、观众反馈等内容，增加互动性和参与感，吸引更多的关注和兴趣。其次，博物馆还可以利用数字媒体技术创造互动体验，如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等，提供在线虚拟参观，使观众能够在不受地理限制的情况下预览特展内容，激发他们的好奇心和参观欲望。<sup>[1]</sup>再次，博物馆可以开发和利用专属的移动应用程序或特展专页，提供详细的展览信息、在线讲解服务以及互动问答等功能。这些应用程序和专页不仅为观众提供了便捷的信息获取渠道，也为博物馆收集观众反馈和参展数据提供了平台，有助于博物馆更好地了解观众需求，优化未来的展览安排和宣传策略。最后，电子邮件营销也是整合数字媒体策略中的一个重要组成部分。通过建立邮件订阅列表，博物馆可以定期向订阅者发送特展预告、最新动态和特别活动等信息，保持与观众的持续沟通和联系。

### 2. 加强教育合作

加强教育合作是博物馆特展宣传的另一个关键策略，旨在通过与教育机构的合作，深化特展的教育影响力，拓宽观众群体。一方面，博物馆可以与学校及其他教育机构建立合作关系，共同开发教学计划和课程项目，将特展内容融入学生的学习过程中。例如，博物馆可以提供专门的教育套件或资源包，包括特展的背景资料、文物、展品解读等，供教师在课堂教学中使用。此外，博物馆还可以举办教师培训研讨会，帮助教师更好地利用特展资源进行教学，激发学生的学习兴趣 and 创造力。另一方面，博物馆还可以通过组织学生参观、专题讲座、工作坊等活动，直接将教育带入特展现场，使学生能够亲身体验和学习，也为学生提供交流、亲手实践的机会，使学习过程更加生动和实在。

### 3. 创意营销内容

创意营销内容是提高博物馆特展宣传效果的关键策略，它依赖于独特、吸引人的内容创意，以区别于常规的信息传播，捕获公众的注意力。这种策略要求博物馆从特展的核心主题和目标观众出发，开发创新和富有吸引力的营销材料。首先，视频营销是创意内容策略中的强有力工具。博物馆可以制作关于特展的幕后故事、艺术家访谈、作品解读等主题的短视频，来展示展览内容。同时，视频内容可以在各大社交媒体平台和视频分享网站上发布，利用这些平台的广泛覆盖和强大的分享

功能，迅速扩散影响力。<sup>[2]</sup>其次，图像也是传达创意营销内容的重要媒介。创意图像，如特展主题的创意海报、艺术作品的高质量摄影图像，以及与展览内容相关的信息图表等，都可以作为吸引观众的视觉元素。这些图像不仅可以用于社交媒体的推广，还可以作为博物馆网站、电子邮件营销和其他数字平台的宣传材料，增加宣传内容的吸引力和记忆点。最后，互动应用和游戏化元素的引入，也是创意营销内容策略的一部分。例如，博物馆可以开发与特展主题相关的互动应用或在线游戏，让观众在参与游戏的同时了解展览内容。

### 4. 做好宣传活动

宣传活动是博物馆特展宣传策略中的另一核心部分，它依赖于与媒体、行业合作伙伴和公众的有效沟通，以提升特展的知名度和形象。这一策略要求博物馆精心策划和执行一系列宣传活动，包括新闻发布会、媒体日、VIP预览会等，以及通过媒体关系管理，确保特展获得广泛和正面的报道。首先，新闻发布会是宣布特展开幕的重要活动。通过邀请媒体代表、艺术家、文化界人士及其他重要嘉宾参加，博物馆可以在特展开幕之初就为其造势，吸引公众和媒体的关注。在新闻发布会上，博物馆应该提供详细的展览信息，包括展览的主题、亮点、艺术家介绍等，以及展览期间的特别活动安排，以增加新闻报道的深度和广度。其次，媒体日是向媒体开放的特殊活动，通常在特展对公众开放之前举行。这一天，博物馆可以邀请新闻记者、博客作者、社交媒体影响者等媒体代表进行专场参观，提供专业的导览解说和深度访谈机会。通过与媒体代表的直接沟通，博物馆可以确保媒体报道的准确性和正面性，同时利用媒体的影响力扩大特展的宣传效果。再次VIP预览会是向特定人群，如赞助商、捐赠者、艺术家、文博界重要人士等提供的独家参观机会。这不仅是对他们支持的感谢，也是一种营造话题、增加特展影响力的方式。最后，通过有效的媒体关系管理，博物馆可以确保特展获得持续的关注和报道。这包括定期与媒体保持沟通，提供最新的展览资讯和有趣的幕后故事，以及在特展期间安排专题报道和深度访谈等，来建立和维护与媒体和公众的良好关系，为未来的特展宣传奠定坚实的基础。

## 四、博物馆特展宣传的效果

### 1. 观众数量不断增加

博物馆特展的宣传策略实施后，最直观和显著的效果之一便是观众数量的持续增加。首先，通过整合数字媒体和创意营销内容的策略，特展的信息能够迅速传播至更广泛的受众群体，吸引了大量原本不会主动访问博物馆的新观众。社交媒体平台的利用，尤其是通过短视

频、直播等形式，有效提升了特展的可见度和吸引力，让更多人得知展览信息并激发了他们的参观兴趣。其次，加强教育合作所带来的学校和学生团体的参与，也显著增加了观众数量。学校团体的参观不仅是一次外出学习的机会，也往往会吸引学生家庭在其他时间对博物馆进行家庭式访问，这种“二次传播”效应进一步扩大了特展的观众基础。最后，通过举办媒体日和VIP预览会等宣传活动，博物馆能够吸引包括媒体、艺术家、文化界人士在内的关键意见领袖参观特展。这些人士的正面评价和推荐，尤其是通过他们的社交网络分享，有助于提升特展的声誉和吸引力，进一步吸引更广泛的观众群体。

## 2. 社交媒体互动提升

通过实施精心策划的宣传策略，特别是整合数字媒体和创意营销内容，博物馆特展在社交媒体上的互动明显提升。首先，观众在社交媒体平台上对特展内容的点赞、评论和分享数量显著增加。通过发布吸引人的内容，如幕后故事、艺术家访谈、互动游戏等，博物馆成功地促进了观众的参与和讨论，增强了观众之间以及观众与博物馆之间的互动。<sup>[3]</sup>其次，社交媒体上的互动提升也体现在观众对特展的正面反馈和评价上。观众在参观后愿意在自己的社交网络上分享个人体验和推荐展览，这种“口碑营销”极大地提升了特展的公众形象，并吸引了更多潜在观众的注意。最后，博物馆通过社交媒体平台举办的线上活动，如有奖问答、主题挑战等，进一步增强了与观众的互动。这些活动不仅为观众提供了参与和表达意见的平台，也使博物馆能够收集到宝贵的观众反馈，为未来的展览和宣传提供指导。

## 3. 教育影响不断加深

通过实施精心设计的宣传策略，特别是加强教育合作和创意营销内容，博物馆特展在教育领域的影响显著加深。首先，博物馆与学校和教育机构的合作增强了特展的教育价值。通过提供定制的教育套件、组织专门的学校参观日和开发与展览主题相关的教学资源，博物馆成功地将特展内容融入学校课程，使学生能够在互动和参与的过程中学习和探索。这种教育合作不仅丰富了学生的学习体验，也促进了学生对艺术和文化的兴趣和理解。其次，通过社交媒体和数字平台的创意营销，特展能够吸引更广泛的年轻观众，并以更互动和吸引人的方式传达教育内容。例如，通过虚拟现实技术提供的在线虚拟展览、互动游戏和在线讲座等，使得远距离的学习者也能够享受到富有教育意义的文化体验。这些创新的教育形式不仅扩大了特展的受众范围，也加深了公众对展览主题和内容的理解和认识。最后，特展的宣传策略还鼓励了公众的参与和反馈，通过观众调研、反馈收集

和参与式活动（如观众导览、艺术家工作坊等），博物馆能够更好地了解观众的教育需求和兴趣，进一步优化和深化教育内容。这种双向的互动不仅提升了观众的学习体验，也促进了博物馆教育项目的持续改进和发展。

## 4. 品牌形象持续提升

首先，通过创意和高质量的宣传内容，博物馆成功地展示了其独特的文化价值和艺术审美，增强了公众对博物馆品牌的认知和好感。特展的高水平呈现和专业的宣传材料，如精美的展览海报、富有启发性的视频内容和高互动性的社交媒体活动，都有助于塑造博物馆作为文化教育机构的正面形象。<sup>[4]</sup>其次，通过宣传活动和媒体合作，博物馆的特展得到了广泛的报道和正面的评价，这不仅提升了特展的知名度，也增强了博物馆品牌的公众影响力。特别是与知名艺术家的合作、重大文化事件的成功举办等，都有效地提高了博物馆在文化领域的地位和声誉。最后，博物馆通过加强教育合作和社区参与，成功地建立了与公众的深厚联系，进一步提升了品牌形象。通过为不同年龄和背景的观众提供丰富多样的教育资源和参与机会，博物馆不仅展现了其对社会教育责任的承担，也增强了公众对博物馆品牌的信任和忠诚度。

## 结束语

综上所述，在探索博物馆特展宣传的过程中，本文深入了解了宣传的原则、策略以及由此产生的深远影响。通过目标明确、真实性和创新性原则的遵循，结合整合数字媒体、加强教育合作、创意营销内容和精心策划的宣传活动，博物馆成功地扩大了观众群体，提升了社交媒体的互动，加深了教育影响，并持续提高了品牌形象。这些成果不仅展示了有效宣传对于特展成功的关键作用，也为未来博物馆展览的宣传提供了宝贵的经验和启示，标志着文化传播和教育在当代社会中不断演化和成长脚步。

## 参考文献

- [1] 曹燕凤. 博物馆展览的宣传推广策略与实践探索[J]. 文化产业, 2023, (11): 82-84.
  - [2] 李宏坤. 浅谈博物馆特展文创产品的开发——以故宫文化展为例[A] 博物馆文创实践与研究[C]. 中国博物馆协会文创产品专业委员会, 中国博物馆协会文创产品专业委员会, 2022: 11.
  - [3] 董海鹏. 博物馆特展工作的创新与实践分析[J]. 艺术品鉴, 2020, (29): 116-117.
  - [4] 王媛媛. 艺术博物馆特展研究[D]. 中央美术学院, 2019.
- 作者简介: 王晓莉(1986-), 甘肃民勤县人; 阿拉善博物馆展陈部主任, 研究方向: 博物馆展览策划与文创开发。