



博物馆创新支持服务路径探索

Exploration About Innovative Path of Museums

陈 晖

Chen Hui

(西湖博物馆总馆, 杭州, 310002)

(West Lake Museum, Hangzhou, 310002)

内容提要: 博物馆孵化器的出现为博物馆增添了新的功能。博物馆通过形成孵化器、创新中心、联合办公、加速器等新功能,发挥了社会公益的作用。本文通过多家国外实际案例的分析,总结归纳出国外创新中心、联合办公空间、孵化器、加速器等四种模式,并将其与国内现阶段博物馆空间支持、孵化支持、跨行业支持三种创新支持服务模式进行对比分析,分析博物馆创新支持服务发展的态势,并对国内博物馆创新支持体系的路径建设提出建议。

关键词: 孵化器 加速器 联合办公 创新中心 博物馆

Abstract: The emergence of museum incubator adds a new function of museum. The museum has achieved public benefit effect by forming new functions such as incubator, innovation center, co-working and accelerator. Through the analysis of several actual cases, this paper sums up four foreign patterns, such as innovation center, the co-working space, incubator, accelerator, and three domestic patterns, such as space support, incubator support, cross-industry support. By comparing domestic and foreign models, the development trend of museum innovation support service is analyzed, some suggestions are put forward on the path construction of innovation support system for domestic museums.

Key Words: Incubator; accelerator; co-working; innovation center; museum

1959年全球第一家企业孵化器“贝特维亚工业中心”在美国纽约成立,1987年我国第一家企业孵化器在武汉建立,此后,国内外孵化器快速发展,逐步形成了众创空间、孵化器、加速器等多种创新支持服务体系。科技化浪潮改变的不仅仅是创业领域的创新,同样也改变着博物馆的创新手段。

2014年,纽约新当代艺术博物馆(New Museum of Contemporary Art, New York City)建造了全球首个非营利性文化孵化器NEW INC^[1],将孵化创新企业与博物馆相结合,解决了传统博物馆创新所面临的综合学科技术问题、协作与文化交融性矛盾、技术类创新需求等问题。博物馆创新中心的建设从面

向未来的角度为企业创业创新活动提供教育支持，为适宜博物馆的技术开拓提供可能，同样符合博物馆发展需求与历史使命。

2019年1月，广东省智慧博物馆科技协同创新中心项目的启动，标志着国内智慧博物馆科技协同创新中心在我国的首次实践。中国博物馆进一步突破其现有功能，向社会性教育与创新支持探索方向发展，国外日益成熟的创业苗圃、孵化器、加速器、众创空间等博物馆创新创业支持系统在我国也将成为一种崭新的实践方式。

一、国外博物馆创新支持服务分类

现有的国外博物馆创新支持服务根据具体创新支持的内容、方式等特征，可分为创新中心、联合办公空间、孵化器、加速器四种模式（表1）。其中空间租赁是最为基础的支持方式，法国当代艺术中心（France Contemporary Art Center）、东南当代艺术中心（Southeastern Center for Contemporary Art）、英国国立维多利亚与艾尔伯特博物馆、林登·贝恩斯·约翰逊图书馆和博物馆（Lyndon Baines Johnson Library and Museum）、加德纳博物馆（Gardner Museum）等博物馆尝试了该方式。除了提供办公空间以外，各个博物馆在创新支持方面根据自身特色给予企业或者工作者个性化的支持，例如在社会关系方面有着得天独厚优势的博物馆为企业拓展赢得丰富社会捐助的渠道，艺术类博物馆观众与志愿者的创意为在孵企业提供了更多新鲜创意素材等。因此，博物馆对于创新支持的尝试首先应基于博物馆自身优势，做出合理选择。

1. 创新中心模式

创新中心是紧密结合博物馆自身的宗旨与愿景，以研究和支持性工作为核心内部创新空间。它的关键特点在于以博物馆内部工作团队或直接代理机构为核心，采用稳定的内部管理方式链接外部工作人员和企业的团队。以长期空间支持为基础，以其他服务为补充。当下，“实验、研究、技术、合

作”是多个创新中心的模式的关键词，数字化技术、VR等技术手段是研究热点。

印第安纳波利斯艺术博物馆（Indianapolis Museum of Art）的创新中心Newfields Lab能够为文化领域提供软件开发服务，通过专业的网站设计、定制软件的项目，为各家博物馆提供所需要的网络支持，同样，以这些项目为纽带，可以为自身和社会培养相关更多专业领域的人才。托莱多艺术博物馆（Toledo Art Museum）的视觉专业中心也在视觉艺术教育方面具有社会和经济价值，通过其专业领域的科研与探索，链接了相关企业、市场。

2. 联合办公空间模式

澳大利亚移动影像中心（Australian Centre for the Moving Image）联合办公空间、新奥尔良当代艺术中心（Contemporary Arts Center New Orleans）办公空间（The Shop/Eskew+Dumez+Ripple）是联合办公空间的典型。博物馆将自身的馆舍或周边空间以空间租赁的形式提供给企业。这种联合办公空间模式类似于创业苗圃，博物馆能够从企业处获得租金（租金低廉，也有部分博物馆会减免租金），并与企业一同办公。共同空间帮助博物馆团队与创新团队相互“融合”，在固有的办公区域外，创新团队往往可以使用博物馆实验室等技术支持，以及影像数据、信息数据等资源支持，同时，也能够非办公区域一同交流，例如共同用餐、休息等。这有助于企业了解博物馆的需求，能够研发出适合文化产业需求的产品，在售卖的时候也能够获得博物馆相关品牌加持。对博物馆而言，创新团队的活力和创意也能激发博物馆团队的创造力，研发的新技术和新产品可以优先在博物馆使用。这种模式的核心在于“空间融合，没有直接管理关系”，关系较为松散。

新奥尔良当代艺术中心的办公空间为创新团队提供了3700余平方米的协作式办公空间：包括69间办公室、7间配有尖端设施的会议室，以及休闲空间，保障了创新团队舒适而优质的办公区域。澳大利亚移动影像中心的办公空间则占地2000平方米，



表1 国外博物馆创新支持服务模式案例对比^①

	创新中心	联合办公空间	孵化器	加速器
案例名称	Newfields Lab	ACMI X	NEW INC	Mahuki
所属馆	印第安纳波利斯艺术博物馆	澳大利亚移动影像中心	纽约新当代艺术博物馆	新西兰国家博物馆
成立时间	2011年	2016年	2014年	2016年
营利情况	通过后端和前端软件设计和开发等项目营利	租金收入	非营利	签署6%股权作为参与费
联合办公	独立空间	在同一开放式办公楼层工作	独立空间	企业有独立的办公空间，并可展示自己的品牌标识
融资模式	财政给予一定的资金支持，企业通过为博物馆提供服务获取资金报酬	空间租赁	混合融资模式，参与者的费用支付60%的运营成本，慈善支持支付其余40% ^[3]	财政支持，商业服务提供商的实物赞助，企业股权
是否有种子基金	无	无	无	上一周期中为每支队伍提供20万新西兰元
入驻时长	长期	未作要求	1年孵化期	每年执行一项四到六个月驻地创业计划
导师制	无	无	为新公司配备一年专职导师（多为行政人士），同时每周可以与其他项目专职导师以及兼职导师交流	专家和收藏家作为导师
运营方式	由设计师、开发人员和数字策略师组成的团队，属于嵌入文化机构的代理机构	通过推介会议等社交活动让联合办公空间中的不同机构彼此合作，互相结识	建立福利社区（入驻企业之间的技术、资源分享，毕业企业提供技术、资源等支持） 促进专业成长（通过举办工作会议、研讨会、客座讲座等帮助企业成长）	博物馆的参观者会提供给企业一些产品使用建议，同时，博物馆会组织路演、推介会介绍项目给潜在客户
空间功能	固定办公空间	占地2000平方米，可容纳60个座位	占地约743平方米的专用办公空间、非正式的聚集区、两间会议室、一间40座的放映室、基础模型实验室以及其他必需设施	占地320平方米的办公空间，为40位企业家在工作中提供支持
收费	内设机构，无其他费用	两种会员模式： 行业会员（每月30美元）+每日39美元租金 永久会员（每月600美元）+长期办公桌	按每年的计划总成本划分，具体有所不同 每月150美元（每人）+150美元启动费 新公司：首年1800美元 补助：每月50美元（每人）+150美元入会费	每个项目不同，需缴纳部分股权
合作方	无	无	与Nokia Bell Labs合作“艺术与技术实验（EAT）驻留计划” Knight foundation基金会 Simons Foundation基金会 Science sandbox项目 Rhizome	新西兰政府机构卡拉汉创新（Callaghan Innovation） 德勤（Deloitte）会计师事务所 Morrison Kent律师事务所

^① 数据来源于各博物馆的网站。

企业以日付或者月付的形式向博物馆租赁办公室；博物馆可以收取租金，并通过推介会等形式，加强企业和博物馆的联系，增加企业通过博物馆中艺术家、工作人员、参观者的社会关系等获得投资、市场等支持的可能性。

3. 孵化器模式

孵化器模式的首次尝试要数纽约新当代艺术博物馆的“新公司”，这种模式属于文化产业孵化器，一般也具有公益性孵化器属性。与联合办公空间模式不同，在孵化器模式下，博物馆与创业团队不仅是房东与租户的关系，而且是导师与学生的关系。除基础支持外，通过国际化的视野、会员制的模式、“导师制”的实行以及博物馆资源的加持，能够为企业发展提供更丰富的服务内容，具有专业性、公益性和创新性三个特点，与一般孵化器相比，博物馆孵化器所孵化的企业的绩效表现更为突出。同时，博物馆也会在相互交流中得到发展。该孵化器中企业需要通过筛选方能入驻，项目团队入驻后可以获得40%的融资，解决了企业初生阶段的资金难题，同时，还会为企业配备导师，导师是创业领域或专业领域的专家，部分来自博物馆，也有来自高校、企业的专业人士，他们能够引导企业解决创业中出现的市场、销售、会计、法务等诸多问题，同时，博物馆会举办校友会（参加者多是通过孵化器成功孵化企业的负责人等）分享经验、解答难题、对接渠道等，也会举办其他对接交流活动，帮助企业对接各种资源。

4. 加速器模式

加速器与孵化器的不同在于它所服务的企业已度过生存危机，转入需要进一步发展的阶段，企业与博物馆共生是加速器模式的关键特点（图1）。博物馆可以获得企业丰富的资源和技术；对企业而言，在博物馆中可以对接相关项目，获得确保生存的基础资金，也可避免实践与研究的脱节。加速器和孵化器相比往往更重视收益，有较为固定的周期，且时间较短，路演常常作为企业毕业的标志，

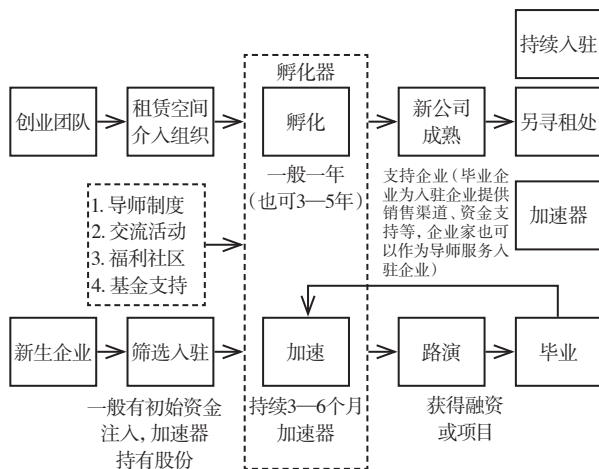


图1 孵化器与加速器的运行流程对比

持续时间一般少于1年。新西兰国家博物馆的Mahuki是具有加速器属性的典型案例^[2]，博物馆通过与入驻项目或者企业签署协议，帮助企业发展。进入加速阶段的项目往往已经初步成型，多是具有良好发展态势的数字文化项目，但项目组期待突破小企业的弊端，成长为大型企业。博物馆会与每一个项目组单独沟通，确认项目或企业的规划，并且为其提供所需的各种条件，帮助企业突破发展的瓶颈，与此同时，博物馆也会获得6%的股权，企业的发展会给博物馆带来直接的经济效益，博物馆在孵化独角兽后，能够获得颇丰的收益^[4]。

综上，根据国外现有博物馆创新支持服务来看，创新中心是最为常见的方式，部分博物馆具有独到的技术与资源，能够为社会提供具有经济效益的服务，同时也能通过自身独特的文化价值实现社会价值；而在另外三种模式中，博物馆更倾向从经济收益的角度去考量运作。

二、国内博物馆的创新支持服务

由于我国博物馆多数为国家事业单位，尚未尝试经营性的博物馆孵化器。即便如此，创新和科技的重要地位依然在我国博物馆中渐显端倪。2019年1月，广东省博物馆、广州欧科信息技术股份有限公司、上海大学、深圳大学、广东启智文化遗产保护研究院联合启动广东省智慧博物馆科技协同创新中



心项目；2020年10月，洛阳博物馆牵手杭州海康威视数字技术股份有限公司，设立“数智博物馆创新研究中心”。这些计划和措施的开展是我国博物馆创新支持服务体系建设的开端。

与国外场地租赁为基础的创新支持不同，我国的创新支持服务体系是基于科技企业力量与博物馆需求的结合，是公益性的科技服务。同时，“数智博物馆创新研究中心”具有共同科研的属性，但博物馆人员与科技人员都各自属于自身机构，而非将企业嵌入博物馆。与国外相比，我国博物馆基本没有获利需求，主要是基于场馆科技需求，因此在创新上更纯粹。同时，由于博物馆的需求已经确定，对企业并非从无到有进行培养，更多的是选择成熟的企业进行优化合作。

根据国内的实践情况，初步将现有的国内创新支持服务体系分为空间支持、孵化支持、跨行业支持。

1. 空间支持服务体系

该服务体系类似于联合办公体系，与国外博物馆案例不同，我国多数博物馆是国有事业单位，一定程度上受制度制约，难以自主决定空间是否出租。常见的出租模式有：博物馆内小空间的商业出租，博物馆集群中办公空间的出租。

博物馆内的空间出租多用于小型商业、文创中心、科研中心。以杭州部分博物馆为例，杭州苏东坡纪念馆中有小型文创售卖处，杭州唐云艺术馆也将部分空间出租给文化创意公司。在出租过程中，企业与博物馆各部门交流较少，往往是空间的简单叠加。作为博物馆的空间伙伴，公司往往直接位于场馆核心处，但因为多是小型公司，竞争力和可持续发展能力较为薄弱。博物馆集群是指某一区域中有多家博物馆，形成了旅游区、创新街区等各种形式的空间集群，在这一区域内，企业能够得到以办公空间为主的支持，同时也能获得一定集群形成的发展优势。以杭州梦想小镇为例，该街区中有章太炎故居、余杭四无粮仓陈列馆等博物馆，同时有互联网创业企业1080余家，形成了租赁为基础，孵化、加速为一体的区块化支持体系；但该体系中博

物馆的起到的作用较小，博物馆与企业之间的交流和共进作用并不明显。

2. 孵化支持服务体系

我国孵化支持服务体系与国外差异明显。第一，以孵化为名称的项目主要是以加速、共创为核心，孵化中心主要推介成熟的企业。以北京文博衍生品创新孵化中心为例，该中心于2018年9月正式成立，主要以比赛、文博会推介等形式为文创企业搭建平台，与参与活动企业最终达成合作的是网易（杭州）网络有限公司、维达集团等成熟品牌公司，孵化的是项目，而非是新生企业。第二，是文博行业的联合孵化，并非以单一博物馆的优势或特点为依托进行的孵化。单一博物馆项目以招标为主，罕见路演等活动。部分文博会具有一定的路演性质，与以企业项目为核心的路演不同的是，国内路演以文博场馆为核心，对接有兴趣的企业。以2020年第三届长三角文化产业博览会为例，来自沪、苏、浙、皖50余家文博场馆相互交流，并对接相关企业、厂家，以行业性的联合发展为主。第三，大学博物馆更易实现孵化器效果。大学博物馆更加重视学生创业需求，因此具有更完整的孵化功能。例如北京交通大学机械博物馆与咖啡馆联合，为学生创业提供空间，学校通过“机械博物馆主题咖啡吧创业实训项目大赛”等方式来引导学生参与，教师和学校也会通过各种渠道为大学生创业项目孵化提供支持，最终实现了博物馆孵化器功能。

国内博物馆孵化中心对初创企业的支持不够，博物馆更愿意将自身的文创服务项目授权给成熟技术的企业，往往是由有到优的加速，缺少从“0”到“1”的突破，对文博产业创新和产业资源对接起到的积极作用和对新生企业的孵化作用要弱于国外博物馆。学校博物馆孵化器与大多数的综合博物馆、行业博物馆还是有一定的不同，更像是学生创业活动的新切入点。

3. 跨行业支持服务体系

该体系是我国的特色，区域联动或行业联动

的模式与国外个体化为主的服务不同，区域政府的整体支持更具有服务体系的特点。以广东省智慧博物馆科技协同创新中心项目为例，它并非直接助力具体创新创业企业的成长与加速，而是服务于文化遗产保护领域的科技创新，其帮扶体系涉及更广泛的科研机构。除了科研活动以外也通过跨行业的活动，为企业、个人在版权保护、企业发展等方面提供支持。除形成协同中心的方式，跨行业的文创比赛、交流会等方式也能够激发创业热情，扶持小型创业团队的生存：如创意视频大赛、博物馆概念方案设计竞赛等比赛类目，都将比赛从单纯的文创领域拓展到更广阔的博物馆创新领域，为更多企业提供更多发展空间。

这种体系有独特的优势，跨行业创新项目常由主管部门、行业协会、部分大型博物馆等牵头，兼具专业性和广泛性。不仅面向企业或单个项目，还能够拓展至设计机构、院校、相关行业从业者等不同群体，在挖掘创新人才与新生代企业的同时，帮助大众与专业人员进一步关注博物馆创新领域。

跨行业的支持从协同中心的角度来说，多头的复杂关系无疑增加了管理难度。政府牵头方便管理但缺乏灵活性，博物馆牵头又难免缺少领导力。而比赛等方式即便提供了流量、奖金或者一定的项目支持，新生企业和项目在面对博物馆领域仍面临更多挑战，阶段性的帮助并不具有长期性和延续性。

三种服务体系都有着自身特色（表2），更强调合作企业对博物馆的智力支持作用，而企业在为博物馆服务的过程中，也提高了自身的知名度。

宏观角度来看，我国相关支持体系还处于萌芽阶段。对个体博物馆来说，小型创新研究中心的挂牌是即将燃起的星星之火，终将形成燎原之势。机构改革的过程中文旅融合中心、文创部、技术部、多媒体网宣中心等部门承载起文创、新媒体运营等博物馆创新功能。不少博物馆成立了新部门，并借助项目外包的方式借力。吸收相关人才以及外包服务的形式能够助力博物馆创新活动的持续性发展；但由于人员既定，新思维和新模式往往不易形成。以文创领域为例，作为长尾市场的文创领域^[5]，由于博物馆授权体系的不完善，离开渠道商后，单个博物馆、新生企业难成规模效应，致使这一领域即便有体系支持，依然难以出现优质新生机构。与之相比，以项目为核心的跨行业支持作为颇具中国特色的一种支持体系，它往往以某一机构牵头，能够调动区域范围内的创新支持力量来促进文旅融合发展，结合了一省、一市的力量，因此对品牌项目、人才培养、企业支持、项目推广、资源引进等方面能够起到党政统筹、部门联动，促进产业协同、社会参与的作用。在这种模式的支持下，能够从政策的角度把握创新大方向^[6]。当然，这种方式也有缺陷，即它对于初生企业的发展而言，支持力度还较薄弱。

表2 国内博物馆创新支持服务模式对比

	空间支持	孵化支持	跨行业支持
现有常见形式	馆内空间租赁、集群空间租赁	1. 博物馆作为孵化中心 2. 组织文博会等具有孵化功能的活动	协同创新中心、文创大赛
基础支持	办公空间	1. 提供空间、基础创业设施支持 2. 提供项目对接、推介支持	未提供
资金支持	未提供	可能提供社会外部资金支持，项目对接后有项目资金支持	项目、奖金支持
博物馆收益情况	1. 租金收益 2. 合作部分活动、文创产品	1. 借助外部力量，提升文化活动、文化产品研发的深度和广度 2. 相互交流，开拓创新思路 3. 对接企业、按时保质完成项目；为相关项目提供参考	1. 提升博物馆的社会影响力 2. 借助社会力量，实现协同创新



表3 国内外博物馆创新支持服务模式对比

	国外博物馆创新支持服务模式	国内博物馆创新支持服务模式
博物馆营利能力	入股模式的服务支持系统可以为博物馆带来更为可观的盈利和机会	以基本租金和项目合作费用为主，营利能力较弱
支持资金结构	基金会、行业支持、企业支持为主	政府资金支持为主
博物馆项目选择	不同博物馆关注的主题不同，会精心选择与本馆需求匹配的项目	基于博物馆具体需求进行选择
博物馆与企业合作模式	博物馆作为服务者为企业成长提供帮助	以项目为媒介，为企业、博物馆的发展提供帮助
支持活动	博物馆通过商业推介等形式促进行业、企业等交流，提供专业的创业服务	政府组织比赛、对接会等形式对项目进行支持，罕见专业创业服务支持，主要是为成熟项目寻求进一步发展提供机会

三、国内博物馆创新支持的建议

通过对国内外博物馆创新支持服务模式的梳理，二者在博物馆营利能力、支持资金机构、博物馆项目选择、与企业合作模式、支持活动各方面均存在较大差距，我国博物馆对新生企业和项目的扶植相对不足（表3）。因此，借鉴国外经验，笔者对国内博物馆创新支持有以下五点建议。

第一，要重视新生企业培育。大型企业具有品牌优势、生产成本低廉，在技术手段上也更加成熟；但新生企业更需要支持。而我国博物馆的创新支持还需要从萌芽企业、项目开始，尝试给予新生企业更多资源对接的机会。除了广撒网的文创比赛以外，也可以进一步增加公益性专业孵化器、加速器的建设来实现这一目标。

第二，应尝试实体与线上相结合的发展模式。随着疫情等公共卫生事件的发生，线上创新支持更加受到青睐，但是对于创新工作者而言，必要的现实交流能够更好地激发创造力。联合办公模式能够通过场地支持工作者的创新工作，同样线上服务能够在特殊情况下支持创新活动，也能够灵活方便地扩大支持对象。

第三，应建立特色创新支持中心。综合性博物馆在各种资源方面都比较丰厚，但是单打独斗的力量仍

然有限，如果能够结合现有的创新力量，形成综合性创新中心，能够将力量进一步统一。同时，特色化和个性化能够进一步提升创新支持的针对性，为不同需求的企业和个体带来更加专业的服务。例如具有制陶技术、茶叶播种技术等专业技术储备的行业博物馆，更能够为某一类企业提供针对性帮助，从而提升其技术创新能力，并助力行业发展。

第四，应与创新机构融合。博物馆工作人员往往对创新比较陌生，与创新机构的合作能够帮助博物馆增添“创新基因”。以创新中心构建为例，可以尝试更多与创新机构互相融合机会与可能，让博物馆能够在创新的道路上走得更远。

第五，应提高资金自循环的能力。从发展的角度来看，三种形式的服务支持体系资金均没有能够形成足够的自循环，主要依赖于政策资金的支持。与国外相关服务体系相比较，我国服务体系没有成熟的获利途径，因此需要进一步扩大资金来源，从而推进服务体系的进一步发展。随着改革的加深，孵化器、加速器等方式或有助于提升相关企业和博物馆的造血能力。

国外博物馆创新中心、孵化器和加速器为我国博物馆创新提供了借鉴，这作为博物馆自我更新的途径，未尝不是一种可行的方式。也期待博物馆领域能够实现适合我国国情的博物馆创新支持体系，进一步实践博物馆的创新。

参考文献

- [1] NEW INC企业官方网站, <https://www.newinc.org/overview#professional-development>.
- [2] Mahuki企业官方网站, <https://www.mahuki.org>.
- [3] MURPHY O. Co-working spaces, accelerators and incubators: emerging forms of museum practice in an increasingly digital world[J]. Museum International, 2018, 70(1-2): 62-75.
- [4] DARREN P. Making ways for change: museums, disruptive technologies and organisational change[J]. Museum Management and Curatorship, 2008, 23(4): 333-351.
- [5] 清华大学经济研究院. 2019博物馆文创产品市场数据报告[J]. 公关世界, 2019(22): 20.
- [6] 程辉. 博物馆文创产业研究的现状、问题与方向[J]. 包装工程, 2019. 40(24): 65-71.

征 稿 启 事

本刊由中国科学院主管, 中国科技出版传媒股份有限公司(科学出版社)主办, 首都博物馆、天津博物馆、河北博物院协办, 面向国内外发行的国家级博物馆行业期刊。本刊主要有专题探索、理论研究、博物馆实践三大栏目, 主要涵盖与博物馆相关的以下学术研究成果: 博物馆学理论与博物馆史, 藏品征集与保管, 藏品修复与保护, 藏品研究, 展览与展评, 博物馆教育、宣传与文创, 博物馆管理、开放与安保, 博物馆建筑, 博物馆数字化与信息化, 与博物馆相关的历史与考古研究、古建筑和古遗址的保护与研究及其他相关研究成果。欢迎国内外作者惠赐稿件。

来稿请按照如下要求:

1. 稿件文字精练, 字数在5000—8000字。文前请附100—300字中英文提要, 5—7个关键词。
2. 稿件的文字、标点、年代、数字等书写方式均以国家新闻出版总署有关规定为准。
3. 使用图、表应简洁明了, 图和表中的文字请设定为可修改状态, 图片请尽量提供300dpi以上的清晰大图, 图、表请注明名称、来源。
4. 来稿须具有原创性, 未公开发表过; 文中引用部分, 均须做出明确标注或得到许可, 如有侵犯他人著作权问题, 后果由作者负责。
5. 译稿请事先征得翻译版权并在文后予以说明, 如出现著作权争议, 后果由译作者自负。
6. 请通过投审稿平台投稿(需word版本)。本刊实行专家盲审制度, 稿件正文中不宜出现任何个人信息。
7. 本刊请勿一稿多投, 并请自留原稿。如在6个月内未得到用稿通知, 请自行处理。稿件一经刊发即按照本刊付酬标准支付稿酬。同时本刊有权对网络媒体以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。该著作权使用费与本刊稿酬一并支付。

欢迎广大文博界同仁踊跃投稿。

本刊联系方式如下:

地址: 北京市东黄城根北街16号(100717)

编辑部电话: 010-64033878, 010-64030141(fax)

电子邮箱: bowuyuan@mail.sciencep.com

投审稿平台: www.scicloudcenter.com/MUSEUM