

博物馆联盟：基于亚文化视角的现状观察与建设原则

Museum Alliances: Observation on Their Developments from the Perspective of Subculture

杨 瑾

Yang Jin

(陕西师范大学历史文化学院, 西安, 710119)

(School of History and Civilization, Shaanxi Normal University, Xi'an, 710119)

内容提要：博物馆联盟是一种亚文化现象，指以共同的文化宗旨为纽带，地区内部、跨地区乃至跨国联合并致力于传承弘扬文化且各馆之间可以平等交流的非营利性组织，具有延展个体博物馆及其主流文化的二次元构建作用。我国目前出现较多博物馆联盟，它们顺应社会发展形势，种类多样；但也存在重组建、轻运营等问题。基于亚文化的创新性建设与可持续发展策略应包括有序发展、绩效评估、学术引领、跨界融合、数字引领、强基固本、内部创新驱动七个原则。

关键词：博物馆 博物馆联盟 亚文化

Abstract: As a subcultural phenomenon, museum alliance refers to the non-profit organization aiming to create various links between museums or among museums and other institutes regionally or trans-regionally for the purpose of better collectively fulfilling museum mission and tremendous promotion of museum running standards. Focusing on the key problems of current development of museum alliances, the author uses the subculture theory to make a further argument on the seven principles of China museum alliances building and functioning.

Key Words: Museum; museum alliances; subculture

成立博物馆联盟（官方和非官方）是首先在欧洲出现的、博物馆界的创新性实践^①，随后推广到世界各地，旨在“相互支持，共享员工和其他资源，如培

训、设施、管理、藏品与市场等”^[1]。尽管我国较早也有类似做法，但真正成为一种普遍现象是在2008年博物馆免费开放之后。2016年10月国家文物局发布的

① 创新做法包括博物馆联盟、连锁博物馆和超级明星博物馆。联盟在欧洲许多城市推出“旅游卡”或博物馆联票，如西班牙马德里博物馆的“马德里卡”、法国巴黎博物馆联票制等。李传、Pau Rausell Koster：《博物馆创新研究：理论框架与欧洲实践》，《区域文化产业研究2》，云南大学出版社，2016年，第36页。

《关于促进文物合理利用的若干意见》中“支持博物馆间通过博物馆联盟、对口帮扶、总分馆制等，形成博物馆藏品资源共享平台”，促进博物馆事业发展，带动区域经济文化发展。在我国当前实践中，有些“协会”“学会”“专委会”等也发挥类似作用^①，本文仅梳理那些以“××博物馆联盟”为名者，透过亚文化视角讨论其得失及未来发展路径。

一、涌现：博物馆联盟发展现状

博物馆联盟属于一种松散型和自愿性馆际合作体系，在我国的发展大致经历了三个阶段。第一阶段为2008年1月中宣部等四部门联合下发《关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知》（中宣发〔2008〕2号）之后至2016年。期间，国家文物局定期开展博物馆定级与运行评估^②。第一阶段对中国博物馆多层次发展影响深远。截至目前，我国一、二、三级博物馆总数达到1224家，占全国博物馆总数22.1%。其中一级博物馆204家、二级博物馆455家、三级博物馆565家。第二阶段为2016—2019年。2016年10月国家文物局发布《关于促进文物合理利用的若干意见》（文物政发〔2016〕21号）支持博物馆之间建立联盟，随即出现了地区内部、跨地区馆际之间结盟的热潮。第三阶段为自2019年新冠疫情之后至今。基于后疫情时代社会经济发展现状，出现了数字联盟、网络联盟等形式。此外，《关于推进博物馆改革发展的指导意见》也是助力剂。

本文通过对各地文物部门与博物馆网站、政府网站及其他网络平台检索，按照层级属性整理出以下八大类，可能挂一漏万，望方家海涵。

国际性博物馆联盟共10个。分布于北京、南京、西安、宁波等对外交流前沿城市。主题包括友好城市、丝绸之路、文化艺术、金砖国家等，多为配合外交活动或国际学术前沿而建立，中国国家博物馆参与了其中的3个，体现了龙头大馆的重要地位。大唐西市博物馆作为非国有博物馆在丝绸之路交流互鉴中作用凸显。此外，尚有筹建中的世界反法西斯博物馆联盟^[2]、世界二战题材类博物馆联盟^[3]等。

全国性博物馆联盟共21个。分布于北京、上海、杭州、广州、南京等地，涉猎民俗、地学、高校、古窑址、中医药、会计（审计）、茶叶、体育、印刷、饮食、高校艺术、纺织、科举、电影、工业、水利、新四军、长征等主题，涉及面广，题材多元^③，革命类博物馆结盟成为新趋势。

不同层次区域的博物馆联盟共10个。如湖南长株潭各市、山东胶东五市等城市之间联盟，还有四川南部各市、杭州运河地区各市之间联盟，以及南京都市圈、济南省会都市圈、淮海经济区、南通环濠河等不同圈层的博物馆联盟，四川、山东、湖南、江苏等地比较活跃。2019年3个，2021年3个，显示出省市圈区域合作新趋势。

跨省博物馆联盟共14个。2011年1个，2017年2个，2018年4个，2019年1个，2020年3个，2021年3个，涵盖东北地区、西南地区、京津冀地区、西北五省区、长三角、珠三角、黄河流域、长江流域等地，与我国大区域经济协同创新发展的规划相一致。

省级博物馆联盟共22个。涉及内蒙古、安徽、陕西、山西、河南、江西、甘肃、黑龙江、贵州、山东、青海、江苏、湖北13省（自治区），大多成立于2018—2019年间，与各省（自治区）博物馆发

① 我国当前的情况与国际类似，美国博物馆联盟即由“美国博物馆协会”更名而来，其他如法国国立博物馆联盟、英国博物馆联盟。

中共中央宣传部政策法规研究室编：《外国文化法律汇编第2卷 公共文化服务法律下》，学习出版社，2015年，第930—932页。

② 除了评估组的评估报告之外，研究性文章还有2013年《中国博物馆》的5篇文章，专门讨论博物馆评估。另见冯毅：《基于完善博物馆评估体系的行业博物馆发展思考》，《东南文化》2019年第2期；中国博物馆协会秘书处：《以定级评估工作为契机，推动博物馆事业高质量发展——第四批全国博物馆定级评估结果及数据分析》，《中国博物馆》2020年第4期。

③ 如拟建的中国留学博物馆联盟，见苗丹国、管秀兰、陈伟：《创建国家级“中国留学博物馆”的时代需求和可行性研究》，《江苏师范大学学报》哲学社会科学版，2017年第1期。

展形势紧密相关且反映热点和重点工作，如教育、文创等，多由省级博物馆牵头组织。

市级博物馆联盟共26个。分布于上海、北京、陕西、安徽、吉林、辽宁、山东等地，还有佳木斯市博物馆联盟、金华市博物馆联盟、陇中博物馆联盟、南京“红动钟山”博物馆联盟和安庆市博物馆展览联盟等。

区级博物馆联盟共9个。分布于上海、哈尔滨、北京等地，尤以上海为最，这一地区区级管理部门参与度高，似与城镇发展过程中管理区域重新划分有关。

其他类型的博物馆联盟共12个。包括纪念馆、非国有博物馆、客家文化、汉字、自然博物馆、艺术、商店、红色文创等，创建单位有中国国家博物馆、福建博物院、四川博物院、浙江省博物馆、中国文字博物馆等。

二、聚合： 我国博物馆联盟的亚文化特征与意义

亚文化（subculture）是一种与主流文化相对应的集体文化、次文化或副文化，其基础的价值观与主文化相同，但带有某一区域或某个集体所特有的观念和生活方式，在某一区域或集体中，其影响力有时比主文化更大，生成一种可以辨别的身份和群体性的特殊精神风貌和气质。就博物馆而言，亚文化群体表现为一种必要的“相对自发的”但又是内部调节的文化集团，通过必要的差异来把握其复杂整体^[4]，通过价值认同、理解而建立一种超越个体的新型联盟；通过群体话语来影响个体博物馆。博物馆联盟的亚文化特征主要体现在以下几点。

（一）主要特征

1. 重构性

在属性上，与单个博物馆不同的是，博物馆联盟是博物馆之间或博物馆与其他机构之间以共同宗旨为纽带、以平等自由方式自愿组成的松散的、非营利性联合体^[5]。地域上，并不限于某一具体区域，可以跨地区、跨国建立联盟。管理上，藏品分属各博物馆及相关机构，彼此互不干涉。

博物馆联盟大多没有统一文化品牌，即使以地域划分的博物馆联盟，各馆及相关机构也没有隶属关系^[6]。在某一联盟内部，合作形式有固定型和临时型^[7]，与“博物馆群”“连锁博物馆”明显不同^[8]，但有连锁运营的潜能^[9]。

2. 认同性

博物馆联盟是一种基于“博物馆”身份认同的策略性联盟，参与范围比较宽泛，以博物馆为主体，包括高校、科研院所与企业等，可分为地域认同型联盟、使命认同型联盟、文化认同型联盟。地域认同型联盟即联盟建立在对本机构在某一区域内的身份认同的基础上，使命认同型联盟即联盟内的博物馆愿意携手实现某一愿景；文化认同型联盟即联盟内的机构同位于某一文化带上或共同拥有某一文化传统。同一博物馆可同时加入不同类型的博物馆联盟。

3. 时代性

博物馆联盟的创建动机普遍带有鲜明的时代特征。包括响应国家号召、落实会议精神、配合重大纪念性事件、满足考评指标、完成各级项目配套等。主导单位或机构包括各地各级政府、博物馆的所在行业或组织，多见数个博物馆联合发起，偶有某一博物馆发起。

联盟多有章程、协议等，并组织各种活动，旨在搭建平台（沟通、交流、创新），整合资源。活动包括召集研讨会，借用藏品，举办巡回展览、业务培训，将联盟内的学术成果结集出版等。一些联盟有独特的形象标识。

各类联盟多创建于2016年后，这与社会经济的发展密切相关。

（二）建立博物馆联盟的意义

总的来说，博物馆联盟对完善优化各地博物馆体系、促进全国博物馆整体、均衡、协同发展具有积极意义：在既有的以中央地方共建国家级博物馆为龙头，以国家一、二、三级博物馆和重点行业博

物馆为骨干，以国有博物馆为主体，以民办博物馆为补充的博物馆体系之外，创造出基于博物馆群体性“共同经验”的新形态。

1. 充分反映了博物馆行业发展的热点和重点

目前建成的博物馆联盟除方便了馆际间的藏品调配外，还在教育^[10]、文创、展览等方面发挥作用。展览在某一联盟内巡回，延长了展览的生命周期，增强博物馆的社会、经济影响和溢出效应。

“提供了不同模式的组织、财务、研究、营运与策展经验的机会，鼓励专业实践和道德规范的发展……对于更广泛的社会公众利益而言，可促进讨论跨文化议题和差异欣赏，以及促进濒危遗产维护行动的协调和合作。”^[11]

2. 开创了助力博物馆发展的新格局，反映了不同地区社会经济文化环境的新特征

联盟构成既有横向、又有纵向，最基层博物馆也能参与不同层级联盟体系。博物馆联盟由内而外地，以博物馆为主体，不断拓展，形成了利益相关者广泛参与的多支脉复合网状结构。在现有博物馆结构体系基础上，重新构建了博物馆发展新格局，例如，高校类博物馆联盟比较活跃，有北京高校博物馆联盟、京津冀高校博物馆联盟等。

总体上，东南沿海经济发达地区博物馆联盟的数量和种类明显多于西部地区，且发展形态比较成熟，如上海地区的博物馆联盟。

3. 回应了国家当前发展的新规划和建设新目标

不同类型、不同区域间博物馆联盟的建立回应了黄河、大运河、长城、长江、长征等主题文化带的建设，以及京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设、长三角一体化发展、黄河流域生态保护和高质量发展等国家战略。

在我国社会经济发展大语境下，博物馆以联盟为手段，整合、协同、促进不同层级、不同属性、不同类型博物馆更好地为社会发展提供优质服务。如黄河流域博物馆联盟就是为响应习近平总书记关

于黄河流域生态保护和高质量发展国家战略的具体举措而建立的。

4. 迸发出集群式的学术影响力

博物馆联盟的成立大会暨学术研讨会，一般按年份召开年会并发表会议报道、综述或出版会议论文集。

有些博物馆联盟活动较多，如西南博物馆联盟、“8+”纪念馆联盟每年围绕一个主题在国内外不间断开展主题展览、出版书籍、举办讲座等，加强社会互动，引起广泛关注。有些博物馆联盟研究成果较多，如科举类博物馆联盟出版了《科举学论丛》；客家文化博物馆联盟依托《客家文博》，发表学术成果；京津冀长三角珠三角博物馆联盟已举办四届高峰论坛。

（三）博物馆联盟发展中存在的问题

首先，联盟发展中存在重建设、轻运营的现象。联盟成立时轰轰烈烈，但后劲不足，后续碌碌无为；个别出现“空壳”现象，作用发挥有限。有些联盟受体制机制掣肘，不利于培育特色。文博机构等基本依赖财政运行，因此常因循保守，联盟趋于同质化。其次，重复性建设，造成资源分散浪费。某一博物馆往往负责或参与多个联盟，同类联盟多处建设，而未能充分考虑如何利用不同层级、不同模式、不同维度的联盟。最后，联盟的建立与发展多锦上添花雪中送炭：如历次博物馆评估显示，博物馆行业存在科研短板，但尚未见研究类联盟，及藏品开放和数字化方面的联盟出现。

三、裂变：

亚文化视角下博物馆联盟建设与发展原则

博物馆联盟作为亚文化现象，在博物馆与社会关系方面形成一种与博物馆主文化根本利益一致、高度整合的文化。二者是相互关联的主次关系，相辅相成，而非割裂对抗。

（一）博物馆联盟建设原则

1. 同构性原则

博物馆联盟建设应以地理、层级和行政管理属性为参照，在构成要素和组织结构方面以圈层为基础，呈现原系统与衍生系统之间的同构性关系。

2. 异构性原则

博物馆联盟在形态、性质、结构和价值观方面应呈现出明显异于“在一个时期中产生主要影响、代表主要趋势、占据文化整体的主要部分的主文化”^[12]的特征，更多体现博物馆群体的核心关切（focal concern）；以松散形态、自愿性质、弹性结构和集体价值观念塑造出一种清晰而连贯的身份和结构；且以独特的行为准则、核心关切以及集合空间聚拢起来较为清晰的边界，形成相对稳定的博物馆“亚文化”。

（二）博物馆联盟发展原则

作为一种亚文化现象，博物馆联盟是博物馆面临诸多制约时，寻找出口的策略；也是一种创新性协调发展的方式。在特定语境下比博物馆主文化更具亲和力和吸引力。笔者认为，博物馆联盟整体建设及其与个体博物馆之间关系方面应坚持以下七个原则。

1. 整体建设方面的五个原则

整体建设旨在让单个博物馆及合作伙伴在新的包容性形态中碰撞、交融，形成个体与集体共生互赢格局，进而迸发出更强大的社会服务能力。

（1）有序发展原则。打破行业管理壁垒，实现跨界融合、馆地共建、跨省结对、对口帮扶。打破自然地理间隔，实现东西部博物馆协同发展。扶持特色领域，如建立工业遗产、乡土建筑、文化线路、文化景观等新型文化遗产类博物馆联盟，重点建设数字博物馆联盟等。

（2）绩效评估原则。促进联盟释放动能，尤其是那些目标明确的国际型、全国性、跨区域联盟。避免建立时一哄而上，发展时碌碌无为。鉴于目前各类联盟不断增多，建议中国博物馆协会成立博物

馆联盟专业委员会，对其进行整体规划、管理与评估，确保其永续发展。联盟章程要有特色、有针对性，让各成员单位看到联盟发展的长期效益，并引进公众监督（批评问责）机制。

（3）学术引领原则。针对博物馆目前普遍存在的科研短板，联盟应有的放矢，加强科研。可采取创办刊物等方式来增强联盟的研究力量。如黄河流域博物馆联盟将学术研究作为一项主要业务^[13]，通过联合科研、出版著作等方式提升博物馆科研水平。甘肃省博物馆与高校艺术联盟就是国内首个博物馆、高校艺术院系和省级新媒体集团联合成立的学术型博物馆联盟^[14]。西南博物馆联盟合力打造系列叙事型、阐释型的原创展览，其中“盛筵——见证《史记》中的大西南”曾获第十六届全国博物馆十大陈列展览精品奖。黄河流域博物馆联盟近期筹划的大型研究性展览“黄河文明系列巡回展”也值得期待。

另外，目前对博物馆联盟本体的研究明显不足：缺乏对联盟建立动因的分析，且存在对联盟刻板化、绝对化、标签化的认识^[15]。

（4）跨界融合原则。一是与图书馆、科技馆、档案馆等建立联盟^[16-19]，“促进图书馆博物馆之间的合作从短暂的交易性契约转变为长期的平衡性契约，共同创造更大的协同价值”^[20]。或在协调创新语境下，挖掘与科技文化场馆联合的潜能^[21]。如全国茶博物馆联盟将茶界、文博界、旅游界、园林界、教育界、传媒界等充分融合。二是尝试托管制。通过理事会和执委会实施集团经营，在社会生产关系中激发博物馆的生产力^[22]。三是与企业联合。采用现代管理思维与数字模式，激发联盟新活力。如黄浦区博物馆联盟利用政府专项资金，组织成员单位与文创公司联合制作《黄浦区博物馆联盟手账本》^[23]。四是与国外一些联盟合作，如中国国家博物馆与南非迪宗博物馆共同参与金砖国家博物馆联盟^[24]，不断提高联盟的国际影响力。此外，在AI、大数据、区块链、云计算等高新科技支持下^[25]，进一步推进历史、艺术、科技、自然类博物馆及其周边企业的深度融合，力图从坐而论道式务虚松散联盟转化的创造生产力的合作矩阵。

(5) 数字引领原则。目前除了杭州市博物馆联盟、泉州网上博物馆联盟、北京高校博物馆联盟、金融博物馆联盟有官方网站外,未见其他博物馆联盟的专门网站^[26]。应加强联盟的数字平台构建,长期推进数字建设工程^①。

2. 联盟与个体博物馆关系方面,应遵循强基固本和内部创新驱动两个原则,通过双向赋能,激发个体博物馆活力,构建联盟的话语体系

(1) 强基固本原则。博物馆联盟属于“R&V非竞争性战略联盟合作模式”,R指现实资源,是传统经济中如产品、实物交易市场、宣传媒体等看得见的常规资源;V指虚拟资源,是知识经济中的数字网络类传媒资源,如网络、网络中的虚拟市场、交易平台、各类数字网络产品等。“R&V非竞争性战略联盟合作模式”是“基于交叉营销理论、体现双自主创新与产业协同思想”的商业模式创新、赢利模式创新与产业创新的经典,被欧洲人称为“1+1=11”^[27]。博物馆联盟应通过借力与合力方式弥补短板,巩固优势,进一步夯实博物馆高质量发展基础。除继续发挥陈列展览联盟、文化创意产品联盟、商店联盟、教育联盟作用外,还要重点扶持馆校合作的研究性联盟,加强藏品、受众等方面的研究。

(2) 内部创新驱动原则。联盟建设应杜绝跟风式平庸,而是真正聚焦博物馆内部改革发展需求,体现差异化、个性化和特色化。上述有些联盟源自

外部激励,由地方文化旅游及文物部门支持与引导,如“响应号召”“落实指示或讲话精神”“配合活动”“庆祝事件”等,少有出自内需强力驱动、长期培育成熟的由内而外迸发出的创举。

四、结语

亚文化视角下的博物馆联盟是一个基于但超越任何个体博物馆“个体主义”的集体主义聚合体,通过涌现、聚合与裂变的进阶式过程,构筑起一个与实体博物馆体系相平行的非实体系统,形成一种与博物馆主文化并行的博物馆亚文化。它反映当下博物馆高质量发展的需求与博物馆及相关机构的认同感和归属感。博物馆联盟聚合博物馆发展与创新能量,在计划经济与市场经济、消费经济与文化经济错综交织背景下,通过聚类重构的方式,为独立的各成员构建一种群体情感身份识别与认同机制,通过媒介与协商的方式,弥合彼此差异(经济、文化、思维),帮助彼此在一个构建的共同体中与各种利益相关者进行互动,形成层次分明、覆盖面广的活力群体,致力于知识生产要素和(或)组织结构变革,增强抵御外界干扰的能力,使博物馆坚守宗旨,提高行业整体的话语权和社会贡献度。那些跨国的博物馆联盟则通过参与全球化媒介交流与竞争,构建新媒体渠道和新式话语体系,提升中国博物馆参与全球博物馆发展的能力。

① 2001年,国家教育部“现代远程教育网上公共资源建设——大学数字博物馆建设工程”和2007年“大学数字博物馆二期建设工程”分别资助29所大学博物馆进行数字化建设。见李慧竹、杨海燕:《互联网+时代高校博物馆面临的机遇和挑战》,《智慧文博》,中国传媒大学出版社,2017年,第231页。2006年教育部资助惠普公司、北京航空航天大学等单位开展中国数字博物馆建设项目,旨在创建一个涵盖100所高校博物馆藏品的数字博物馆联盟。采用D-Space系统储存博物馆数字化内容,使用Handle系统对博物馆资源进行唯一标识,同时用于定位可能存在于其他D-Space实例中的复制。北京、上海、湖北、黑龙江、山东等成立高校博物馆联盟也基于此框架。详见欧阳元新、熊璋:《物联网引论》,北京航空航天大学出版社,2016年,第210页。

参考文献

- [1] 蒂莫西·阿姆布罗斯(Timothy Ambrose), 克里斯平·佩恩(Crispin Paine). 博物馆基础[M]. 郭卉, 译. 南京: 译林出版社, 2016.
- [2] 中国正筹备牵头建立世界反法西斯博物馆联盟[EB/OL]. (2014-3-15). <https://www.fmprc.gov.cn/ce/cohk/chn/xwdt/jzzh/t1137639.htm>.
- [3] 沈强. 倡议成立世界二战题材类博物馆联盟[EB/OL]. (2014-12-10). <http://www.scio.gov.cn/ztk/dtzt/2014/32190/32197/Document/1388167/1388167.htm>.
- [4] 约翰·克拉克, 斯图亚特·霍尔, 托尼·杰斐逊, 布雷恩·罗伯特, 胡疆锋, 译. 亚文化·文化和阶级[C]//首都师范大学文化研究院, 南京大学人文社会科学高级研究院. 文化研究: 第八辑. 北京: 社科文献出版社, 2009: 8.
- [5] 张露胜. 在经济全球化中博物馆联盟的发展研究[J]. 博物馆研究, 2019(2): 8-13.
- [6] 廖敦如. 地方博物馆群推动策略联盟发展整合行销之契机与困境: 以宜兰县博物馆群为例[J]. 科技博物, 2008(2).
- [7] 于颖. 论博物馆联盟在当代博物馆发展中的作用: 以沈阳故宫与其他博物馆合作展览为例[J]. 辽宁省博物馆馆刊, 2016(1): 245-249.
- [8] 甘永. 博物馆连锁模式研究及国内博物馆连锁前景分析[D]. 济南: 山东大学, 2016: 18-21.
- [9] DENNISON L, 赵容. 从博物馆到博物馆群: 古根海姆博物馆的历程[J]. 中国美术馆, 2007(2): 111-115.
- [10] 上海高校博物馆育人联盟. 夯实文化育人之基铺就文化育人之路: 上海高校发挥博物馆文化育人功能的探索[M]//王琳媛, 等. 解密高校博物馆: 全国高校博物馆文化育人发展研究报告. 上海: 上海交通大学出版社, 2016: 117-119.
- [11] STANBURY P. University museum and collections[A]//Museum International: University Museum. Paris: UNSCEO, 8(2000).
- [12] 黄瑞玲. 亚文化: 概念及其变迁[J]. 国外理论动态, 2013(3): 44-49.
- [13] 河南博物院. 黄河流域博物馆联盟章程[EB/OL]. (2020-1-17). http://www.chnmus.net/sitesources/hnsbyw/page_pc/bwzl/hhlybwglm/hhlybwymlzc/article88e1a42cb1be4fd09a7caa1e129e8fec.html.
- [14] 甘肃省博物馆. 甘肃省博物馆与高校艺术联盟在兰成立[EB/OL]. (2019-5-13). <http://www.gansumuseum.com/news/show-2346.html>.
- [15] 史为征. 论打造区域博物馆联盟品牌[C]//江苏省博物馆学会. 区域博物馆的文化遗产与创新: 江苏省博物馆学会2013学术年会论文集. 北京: 文物出版社, 2013: 52-55.
- [16] 李晓军. 江西省图书馆、博物馆、科技馆联盟构建可行性研究[J]. 图书馆研究, 2017(6): 46-49.
- [17] 李杨, 陆和建. 协同创新视阈下图书馆档案馆博物馆联盟建设探讨[J]. 图书馆建设, 2017(6): 82-86.
- [18] 刘乐坤, 刘晓芳. 协同创新视阈下图书馆档案馆博物馆联盟建设研究[J]. 办公室业务, 2019(19): 171.
- [19] 孟庆兰. 基于协同创新理念的职业院校图书馆、博物馆、校史馆联盟建设探讨[J]. 内蒙古科技与经济, 2019(4): 139-140.
- [20] 郑燃. 公共文化服务均等化视角下图书馆博物馆数字文化服务融合研究[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2019: 137.
- [21] 阮草, 谷明朗, 李响. 破除学科壁垒 构建联动机制: 中国科技文化馆联合体建设的国际比较研究[J]. 今日科苑, 2021(7): 41-52.
- [22] 朱晓东. 试论托管制博物馆联盟: 以杭州地区为例[M]//张建庭. 杭州文博. 杭州: 杭州出版社, 2006: 1-3.
- [23] 王娟. 政府为博物馆商业化运作服务的探索: 以上海市黄浦区博物馆联盟平台为例[C]//中国博物馆协会博物馆学专业委员会2017年“经济环境变化与博物馆应对”学术研讨会. 北京: 中国书店, 2017: 241-245.
- [24] 莫萨内·格特鲁德·西贝拉, 弗兰克·泰歌特. 挑战、机遇和任务: 聚焦南非迪宗博物馆联盟的藏品管理和展览转型[C]//王春法. 第一届金砖国家博物馆联盟大会暨学术论坛论文集. 北京: 朝华出版社, 2020: 128-135.
- [25] 白书升. 从“博物馆联盟”到“商业互吹”: 市场营销引领博物馆进入新时代[C]//中国博物馆协会博物馆学专业委员会. 中国博物馆协会博物馆学专业委员会2018年“理念·实践: 博物馆变迁”学术研讨会论文集. 北京: 中国书店, 2018: 364.
- [26] 鹿继敏. 大数据时代下博物馆联盟机制建设研究[J]. 创新科技, 2016(9): 95-96.
- [27] 朱珠珍, 赵燕燕. 浅谈非竞争性战略联盟合作模式在博物馆的应用与创新[J]. 茶叶, 2013, 39(2): 104-106.