

淄博陶瓷琉璃博物馆公示

2024 年管理、运行和公共文化服务工作情况

2024 年，是淄博陶瓷琉璃博物馆全力应对和服务大客流的一年，是深化内涵建设、服务品质提升的一年，也是社会贡献度、美誉度和影响力显著提升的一年。

重点工作开展情况

1. **大客流创造历史纪录。**全年累计接待服务观众 270 万人次，其中旅游团队 2460 个 16.2 万人次，创造单日客流 2.78 万人次、月度客流 47.1 万人次最高纪录，跻身国内高热度博物馆行列。

2. **服务提升年成效显著。**持续完善服务配套设施，上新城市形象宣传片，增设一大批标识标牌、售卖机、自助讲解器、长凳、公益广告，完成旅游厕所改造提升。认真落实省厅延时开放工作部署，入选全省公共文化场馆延时开放典型案例。积极推进国家级服务业标准化试点，初步搭建起国家级服务业标准化体系，顺利通过项目一期评估验收，游客投诉比上年减少 80% 以上。

3. **陈列展览效益突出。**先后策划举办“淄博软陶艺术展”“青岛个杯堂馆藏杯子文化展”“博物馆之城专题文化展”等 11 个特色展览，同步开展线上推广，吸引大批游客参观打卡。“有淄有爱生命艺彩”文化创意展入选全国文博社教百项创新案例，“瓷起风禾—山东博物馆调拨文物展”荣获全省博物馆陈列展览十大精品奖。

4. **讲解服务能力有效提升。**建成无线讲解设备自助服务驿站，完善多样化自助讲解方式，积极招募培训讲解服务志愿者，全年累计人工讲解 4730 场次，其中公益讲解 610 场次、公务讲解 1300 场次、收费讲解 2820 场次，累计服务观众 30 多万人次。

5. **社教研学深入开展。**坚持非遗文化与传统节日深度融合，常态化举办陶琉文化、非遗课堂等社教研学活动 105 多期，创新开展“博物馆里过大年”“百名摄影家采风陶琉馆”及大学生毕业作品展、汉服秀等特色社教活动，服务青少年 10 万多人次。与 6 所高校共建大学生实践基地，大学生参与场馆志愿服务 2000 多人次。

6. **文创产品销售火爆。**先后与小虾米软陶、齐州窑、金益德、石榴王、汉

青国瓷等合作单位举办联名活动，设计推出“龙龺龺”萌宠、“爱莲说”茶器、文创饼干等文创 30 余款，上新 MR 智能眼镜、升级版文创雪糕、沉浸式解谜游戏等特色文创。发售“战国琉璃珠”数字藏品，实现销售收入 15 万元，走出文物活化新路径。年内文创和旅游产品销售总收入突破 2000 万元，是 2023 年的 2 倍。

7. 上新“琉璃花园”新场景。聚焦琉璃主赛道，吸纳社会力量参与场馆建设运营，联合山东金祥琉璃公司建成“琉乡璃缘”打卡体验区，形成集展览展示、琉璃采摘、拍照打卡、串珠研学、产品展销等功能于一体的文化新业态，既把琉璃非遗文化引进博物馆，又为广大游客增添一处流光溢彩、美轮美奂的互动体验新场景。

8. 淄博火车站文创店建成运营。围绕打造“文化淄博”品牌，借势场馆网红效应，与青岛铁路局公安处淄博站派出所开展文化共建，在淄博火车站候车厅建成淄博陶瓷琉璃博物馆文创店，推动博物馆破圈发展，打造文化运营新业态，提升博物馆文化传播力，助力博物馆赋能经济社会发展全局。

9. 党建引领助力创先争优。淄博陶瓷琉璃博物馆党支部获评市直机关“百强战斗堡垒”，场馆先后荣获市级以上荣誉 15 项，其中省级以上荣誉 9 项，被授予全市“五一”劳动标兵单位、“学雷锋示范岗”。青年讲解员金慧先后荣获山东省博物馆讲解大赛金牌讲解员、第五届山东省红色旅游讲解员大赛一等奖。多款联名文创在中国旅游商品大赛、全省博物馆文创大赛获奖。

10. 陶琉文化传播力大幅提升。坚持开展公益文物鉴定、大师导赏、文化讲堂、“我们的节日”等文化惠民活动，与各类传统媒体、新媒体共建宣传矩阵。支付宝预约管理系统累计线上预约突破 435 万人次；公众号关注人数达到 48 万，较年初净增 25.2 万；微信小程序总用户达到 26.7 万，较年初净增 15 万。淄博陶瓷琉璃博物馆作为国家一级博物馆、国家 4A 级旅游景区，城市会客厅、网红打卡地、旅游目的地品牌越来越靓丽。