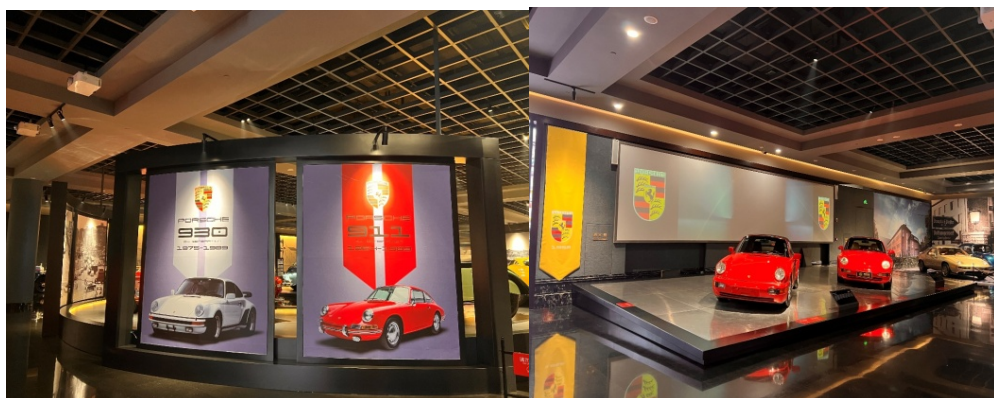


成都三和老爷车博物馆 2022 年度工作报告

在过去的 2022 年里，三和老爷车博物馆虽然受到了疫情的影响，人流量减少，但是博物馆一直秉承不断开发自我价值的观念，在开放服务、文创开发、展览及社教方面均做到了不断改进及提升。

在展览方面，我们新推出了《保时捷的发明与创造》、《见微知著-交通微历史》、《名动天下-名爵历史》、《中国汽车工业成就展》、大厅主展车和门厅四大展柜主题更新、法拉利过渡临展。同时，博物馆组织每月开展了汽车文化沙龙活动，定期进行讲解培训，每月组织了外部博物馆参观学习活动。最后，我们还完成了《三和老爷车博物馆展厅展陈标准》的制定，并通过与保洁公司沟通和加强管理提高了博物馆场馆清洁标准，完成了博物馆新建库房的标准建立和整顿，全年未出任何安全事故。



《保时捷的发明与创造》



《见微知著-交通微历史》



大厅马车主题区



法拉利过渡临展

在社教方面，2022 年，成都三和老爷车博物馆根据省科普基地的指导和要求，严格遵守相关制度，全年共计开放 273 天，共接待市民近 3.5 万人次，其中近 3800 人次为免费开放。其中，科普月、科普日、博物馆日期间均为免费开放，并在此期间举行形式多样的科普教育活动，让汽车博物馆走近社会公众。共举办各类活动 176 场次，合计参与人数 16559 人。其中科普教育类活动 51 场次，参与人数 2959 人次。其中，2022 年我馆获得成都高新区家校社企共育实践基地；成渝地区科普研学团体标准、成渝地区科普研学基（营）地称号。以汽车为出发点，不断更新开发科普课程，先后开展了馆内科普课程《做一天的小馆长》、《汽车小达人》、《萌探遇见博物馆》、《欢乐洗车行》，馆外联合开发课程《问天少年航空营》、《汉代出游指南》。



《萌探遇见博物馆》



《欢乐洗车行》

除了课程方面，在馆内活动体验上也进行了优化和更新，南瓜马车、汽车用品、车模彩绘、创意扭扭棒等，通过奇思妙想的设计，动手制作，既能激发创想，又能体验手工带来的乐趣。



奔跑吧南瓜车

车模彩绘

在市场宣传方面，2022 年 4 月起，由三和汽车文化旅游基地主办，四川省汽摩协会指导的「纵贯蓉城」，定于每周六上午 9 点，由 20 余台产自上世纪九十年代的车龄 15-30 年，有牌照、可上路的“情怀车”组成的车队，自三和老爷车博物馆出发，沿世界最长中轴线天府大道，经交子公园、双子塔、欧洲中心等城市新地标行至“天府绿心”兴隆湖湿地公园，带民众领略成都这座“公园城市”的闲适生活和惬意周末。同时将持续探索蓉城新地标，开发打卡新路线，并开放部分驾乘名额予公众参与——坐情怀老车，游最美成都。



《纵贯蓉城》

在文创开发方面，自 2019 年 4 月开展文创业务至今，已与四家博物馆（成都博物馆、金沙遗址博物馆、四川博物院、成都自然博物馆），两家第三方策展公司，天府艺术公园（天府美术馆、当代艺术馆）合计围绕 22 个展览建立了长期稳定的合作关系。目前包含我馆自身文创在内，已完成研发设计展览周边文创 24 个系列，逾 50 种品类，产品 sku 逾 600 个。手持“小毛哥”、“蜀川胜景”、“熊猫游”、“耍成都”等众多自有 IP。2022 年新开发文创产品 22 个，在售共 79 个，销售收入为 38.6 万元。



在商务活动方面，2022 年博物馆商务活动板块全年举办了 125 场活动，活动客流达 13680 人次，其中包括中古摄影派对、沃尔沃 XC40 交车仪式、兰博基尼疾速飞驰家庭日、高合客户迎新会、倍耐力成都媒体沟通会、合创 A06 新车发布会等。同时举办了多次主题活动，包括端午主题活动——尽情 FUN 粽•玩耍一“夏”、暑期档主题活动——拯救假期“大作战”、国庆节主题活动——盛世华诞 举国同庆等。

在服务方面，2022 年，三和老爷车博物馆在大众点评评分为 4.8，携程评分为 4.6（满分 5 分）。为提高游客体验感，博物馆着重以下几点的提升：1、增加多种购票渠道，方便游客可通过多种方式购票。2、发放游玩攻略，增强互动性和游客参观体验。3、发放博物馆探馆手册，增加趣味性，同时加深对博物馆知识的了解。4、陈列馆内安装导览指示系统，为游客指引游览路线。5、提供免费停车服务。6、提供免费行李寄存、婴儿车、轮椅等服务。7、提供休息区、阅读区及免费饮水服务。8、多渠道收集游客反馈，并结合反馈进行服务质量改善提升。



博物馆探馆手册和游玩攻略

结语

在 2022 年，博物馆获得了成渝地区科普研学基地，并且被新媒体平台汽车之家评为年

度最佳汽车知识奖。

2022 年，成都三和老爷车博物馆收入主要来源为经营收入与上级补助资金，共计 269 万余元。总支出主要包括项目支出，经营支出及工资支出，共计 316 万余元。