成都三和老爷车博物馆 2022 年工作计划

博物馆项目自 2015 年开始运营至今，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。虽然受疫情影响，人流量减少，但是我们积极发展新媒体运营，不断丰富宣传方式，让游客足不出户也能游览博物馆。在接下来的 2022 年里，我们将针对以往的不足与社会环境的变化，作出相应提升与重点工作的计划，以推动博物馆不断发展，稳步前进。

2022 年博物馆计划切实做好以下工作：

1. 继续提高博物馆客流量和运营产值，深入开发场馆租赁的客户资源，通过建立协作小组稳抓线上营销，提高将线上营销的质量；
2. 充分利用旅游目的地资源，研究旅游、研学等市场趋势，确定商业合作模式；
3. 提升服务质量和游客体验，让游客在参观过程中有获得感和互动体验的乐趣；
4. 场馆主题活动 IP 继续进行培育，例如经典车巡游活动、复古市集活动、亲子教育类活动、人文社科类活动等。
5. 加强与省内大中专院校、中小学等学校的合作，加强成渝地区的汽车文化教育沟通与合作，共同进行项目开发、人才培养、教育类活动开展等。
6. 继续加强博物馆品牌推广与营销，开发经典车巡游 IP 项目、政府合作类项目等，利用好政府资源，积极参与市、区活动，进一步提升博物馆影响力，将博物馆打造成为川内重要文化旅游景点。
7. 文创产品开发专项打造，初步形成体系与规模。
8. 继续加强团队文化建设，打造核心团队，提高人工效能，实现团队相对稳定。

9.随着老爷车翻新公司并入博物馆，这极大完善了项目的产业链条，形成了以博物馆为基础，以文旅公司、文化公司、翻新公司、贸易公司为产业延展的综合性项目。接下来，各分子公司要积极做好配合，文旅公司继续做好博物馆场馆运营，积极开发服务产品，提升游客游览体验感，同时打造极具竞争力的文创和旅游产品；文化公司要深度挖掘老爷车的商业价值，开发多样化的活动及 IP，做好新媒体的运营工作，打造线上博物馆，扩大我馆藏品的宣传途径；翻新公司作为整个项目的技术支撑，在提升项目国内外影响力的基础上，要继续拓宽国内外老爷车修复业务渠道；贸易公司在实现藏品进出口的前提下，为未来老爷车销售贸易努力突破政策壁垒，在政策开放之后率先抢占市场。

最后，整个博物馆项目将呈现一条集老爷车收藏展示、展览、租赁、修复、旅游、销售贸易、周边产品开发及大型活动开展等业务内容的产业链条。

到 2022 年末，项目基本完成主要产品及商业模式的开发，博物馆基本陈列较成熟，阶段性临展及主题活动也有效补充博物馆参观内容，外部商业租赁及文创产品均已形成品牌化打造，并基本完成推广工作。除此之外，博物馆会继续大力提升三和老爷车博物馆的知名度和社会影响力，搭建和完善三和汽车文化旅游产业的架构和运营体系（软件+硬件），关注和利用国家大力发展文化产业的相关政策红利，保障产业效益逐年提升，推动产业进入良性运转轨道，实现整体盈亏平衡。

成都三和老爷车博物馆

2021 年 10 月 7 日