让文物焕今朝，让传承有力量：宏瑞文博集团

第十一届“中国博物馆及相关产品与技术博览会”11月11日至13日将在海南海口启幕，600余家博物馆及企业，万千文博同仁齐聚，“高质量发展的博物馆：科技赋能 联结未来”的主题，正勾勒出中国文博事业的时代轮廓。宏瑞文博集团股份有限公司（以下简称“宏瑞文博”）携全产业链成果亮相8号馆A区8A03特展位，以17年深耕，为文博事业高质量发展贡献力量。

以使命为锚，与时代同行的文博力量

宏瑞文博创始于2009年，总部位于长沙经开区，是一家专业从事文物保护、传承、利用、生态共建的国家级高新技术企业，湖南省专精特新“小巨人”企业。

17年深耕，宏瑞文博成长为智能文物库房一体化建设与馆藏文物一体化保护的先行者。集团设立11大主品牌，布局长沙、宁波、北京三大生产基地，构建起涵盖文物库房一体化建设、文物预防性保护、文物数字化保护、文物征集、文物修复、文创开发、人才培训等在内的15项完整业务矩阵，致力于为文博机构提供系统化解决方案，推动文博行业高质量发展。

作为文物保护行业国家标准制定的参与者，宏瑞文博已为全国1000多家文博单位提供优质产品与服务。从一橦库房门，到全产业链的覆盖，宏瑞文博以产业先行者之姿，持续带动行业增长，推动生态共建。

以品牌为脉，保护·传承·利用11大主品牌全链覆盖

如果说集团是支撑的骨骼，那么11大主品牌便是流淌其间的血脉。围绕“保护、传承、利用”三大主线，宏瑞文博集团构筑起覆盖文物全生命周期的品牌矩阵。

保护：匠心护古，永续物华

宏瑞文博：给文物一个安全舒适的家

宏瑞文博创领了文物库房门与数智展柜的发展，提出文保装备一站式服务理念；是国内较早提出并实现智能文物库房一体化建设的文保公司，并具备文物安全“三防”工程施工资质和专业队伍，为文物构筑起第一道安全屏障。

艺修阁：可移动文物修复与仿复制的“三甲专科医院”

艺修阁是湖南第一家通过全资子公司取得全门类可移动文物修复资质的企业，拥有覆盖全门类全材质文物检测分析、保护修复、复仿制服务的专业能力，也是文物修复人才培养的摇篮，自主研发的修复装备在业内备受好评，“传统技艺+现代科技”融合，让受损文物重焕光彩。

华成古建：持有不可移动文物保护施工一级资质

已完成百余项不可移动文物保护修缮工程，持有文物保护施工一级及建筑、装饰等多项专业资质，致力于按原形制、原结构、原工艺修缮，不改变文物原状；恪守文物保护的安全性、完整性、真实性原则，精缮千年古迹，赓续华夏文脉。

国文征：权威、专业、合规、高效的馆藏文物征集平台

深耕博物馆馆藏文物增补与评级赛道，聚焦综合馆和行业馆核心刚需，精准解决大部分博物馆馆藏基数不足、展陈品类单一、特色专题空白、评级缺量缺质、精品藏品稀缺五大痛点，与湖南省收藏协会强强联合，共同打造权威、专业、合规、高效的文物征集平台。

传承：薪火相传，让记忆接续

文保圈：文物保护领域全媒体公益平台

文保圈是文物保护领域全媒体公益平台，提供信息咨询、新闻发布、活动宣传等服务，传播政策解读、学术动态、前沿科技、行业交流等资讯，提高公众对文物保护的关注度和参与度。让行业资讯被看见，让公众参与被点燃。

文博人：赋能博物馆标准化建设与人才职业化成长

深耕文博专业人才培养，聚焦博物馆人才技能培训、场馆定级评级咨询、单位定制化课程开发三大核心业务，打造“培训+咨询+定制”一站式服务体系，赋能中小文博场馆标准化建设、人才职业化成长与服务品质升级。

乐讲解：像滴滴代驾一样简单预约真人讲解

乐讲解是文博行业垂直化网约人工讲解服务平台，以持证讲解员资源、按需即时匹配、沉浸式人工精讲为核心，让游客预约真人讲解像预约滴滴代驾一样简单。覆盖预约、质控、派单、培训、认证全流程，面向场馆、讲解员、游客三方服务，破解讲解员不足、流动性大、淡旺季人力失衡等痛点。

利用：让文物焕新，携文化出圈

芒果寻宝：让文物故事被亿万人看见，把流量变成客流

芒果寻宝依托内容策划与传播优势，专注文博资源活化利用与传播综合方案，形成“活化利用+创新传播”双轮驱动，服务涵盖定制课程、社教、绘本、文创、主题微展、剧本游、数字互动、研学等。依托双国奖IP《跟着国宝去研学》《国宝守护少年》及全媒体矩阵，助力文物故事广泛传播，把流量变成客流。

缘文创：文创全流程一站式解决方案

专注文博场馆文创全流程一站式解决方案，精准匹配场馆资源体量、预算与运营现状，轻量化落地文创项目，解决文创无体系、无产品、缺流量、难变现的痛点，打造场馆专属原创文创。已为上百家博物馆开发专属文创，多项作品斩获省级文创奖项。

宏博涵：文博领域知识产权与IP代理服务

专注文博领域知识产权与IP代理的专业机构，深耕文博赛道知识产权全链条业务，深度理解文物IP、馆藏元素、文创成果、文保技术的保护诉求，帮助文博机构厘清IP权属、规避侵权风险、保护创新成果，规范IP开发与商业化运营，助力文博IP合规活化、长效价值转化。

服务联盟·聚势共赢

文博服务联盟：文博行业首家售后服务联盟平台

由全国各地专业文博上下游企业组成的文博行业首家售后、维修、维保服务联盟平台，提供极速响应、价格实惠、标准作业、全类服务和100%满意为目标的专业服务，网点遍布全国，贴近客户零距离服务，彻底解决文博单位售后不及时、费用高、服务难等行业痛点。

以实力立信，读懂选择我们的理由

品牌矩阵之外，决定一份托付能否安心的，是诚信的厚度与荣誉的成色。17年来，宏瑞文博把资质、技术、人才、市场、口碑层层夯实，将“选择我们”的理由，写进每一个细节。

资质门槛——合规放心的第一道保障

资质是门槛，更是责任。全链条合规，让每一次托付都有据可依、安心无忧。

近40项体系认证、20项许可资质，覆盖质量管理、环境管理、职业健康安全、信息技术服务、信息安全等管理体系；持有不可移动文物保护施工一级、可移动文物修复等关键资质，兼具古建筑、装修、智能、安防、消防、机电等系列施工资质及安全生产许可证，皆是扎实的准入背书。

技术之精——用标准定义行业话语权

技术不止于领先，更在于定义规则。与标准制定者同行，即与行业最前沿同行。

150余项专利及著作权，作为行业标准制定参与团队，参与会审国标《博物馆库房设施设备标准》，参与起草团体标准《藏品风险管理——原则与指南》，多位技术人才担任全国专业标准化技术委员会委员等职务。

专业团队——交付能力的最硬底牌

研发、实施、服务，每一环的托底能力源自团队专业实力。

专家团队：十余位外聘签约专家顾问，百余位外协专家智库，博导领衔专项研发团队；

研发团队：超百人研发团队、数千万研发经费，高级职称近20人、中级职称30余人，10余位博士、硕士领衔，专项责任工程师近20人；

服务团队：全国驻点专属顾问式服务骨干60余人，各类持证专业技术人才100余人，超100人交付中心与万人行业联盟。

以择立信——1000余家文博单位的共同选择

每一次托付，都是一次信任的累积。

已服务1000余家文博单位，一级博物馆服务覆盖40%以上，已服务90%以上的省级博物馆；是二三级博物馆的重要选择。

荣誉之实——口碑与声誉的沉淀

每一份信任，皆有来处；每一次选择，皆有回响。

集团累计获得100余项荣誉，其中40余项全国机构评定、20余项省级荣誉、10余项市级荣誉；担任10余项全国行业协会职务；获多家媒体专题报道。

以生态为翼，全链整合的价值

一纵一横，皆成气象。纵向，从文物库房、数字化保护、展陈、修复仿制，到研学、文创、传播，贯通文物保护、传承、利用全链条；横向，资质、技术、人才、市场、荣誉层层夯实，构筑起难以复制的综合实力。

宏瑞文博集团以“共建文物保护传承利用服务产业生态圈”为使命，把单个环节的深耕，汇成系统方案的整体交付；把一次次被选择，沉淀为行业的信任坐标。保护夯基、传承铸魂、利用激活——这不是一句口号，而是一个覆盖文物全生命周期的闭环，一份经千余家单位共同验证的答案。

（宏瑞文博集团股份有限公司）



宏瑞文博集团全产业链品牌矩阵



“文保装备一站式服务”主要装备


“乐讲解”为游客提供讲解服务

博物馆数字化如何走深走实：从“建项目”到“做体系”

智慧导览、数字展厅、线上展览、AR、AI等技术不断进入博物馆，当前，数字化已经从“要不要做”进入“怎么做深、怎么做实”的新阶段。

行业快速发展，一些问题也逐渐显现：有的项目重建设、轻运营，设备上线之后缺乏持续内容更新；有的重技术、轻内容，展示形式越来越丰富，观众却未必真正愿意使用；还有的数字化建设彼此割裂，采集、管理、展示、教育之间缺少有效衔接。这些现象说明，博物馆数字化真正要解决的，并不是“有没有数字技术”，而是数字技术能否真正进入博物馆的业务体系，转化为持续的文化生产和公共服务能力。

从近年来的行业实践看，数字化要走深走实，至少需要完成三个转变：从数据采集走向知识建构，从技术工具走向文化服务，从项目建设走向长效运营。

从数据采集走向知识建构，让数字资源真正成为博物馆的“家底”

数据是博物馆数字化的基础。通过三维激光扫描、结构光扫描、摄影测量、高清影像等技术，文物的形制、纹饰、工艺等信息可以转化为可计算、可传播、可持续利用的数字资源。但采集本身并不是终点，如果数据不能进一步进入研究、展示、教育和传播体系，数字化仍然容易停留在“存下来”的阶段。

某博物院建成的可移动文物数字化保护利用项目，科技赋能密切了博物馆与观众之间的联系。参与项目建设的苏州和云观博数字科技有限公司（以下简称“云观博”），并没有把数字化局限在文物采集环节，而是围绕文物资源、管理、利用和教育四个方向进行整体建设，将采集、管理、展示和教育贯通起来。

某博物馆的数字化实践，进一步体现了数字资源向知识服务转化的过程，该馆通过智慧数字云课堂、《画说哈密》AR历史百科绘本等形式，让馆藏文物的数字资源进一步转化为青少年可以理解和使用的教育内容，使博物馆服务突破了展厅和地域的限制。

数字化的价值不在于“采了多少数据”，而在于能不能让数据持续产生新的知识、新的内容和新的公共文化服务。博物馆数字化的第一个转变，应是从“数据资产”进一步走向“知识资产”。

从技术工具走向文化服务，让技术真正服务于观众

数据是数字化的底座，观众体验是检验数字化成效的重要尺度。今天的观众已经不满足于简单地“听讲解”，更希望知道一件文物是什么、为什么重要，也希望能够根据自己的兴趣继续追问。对于儿童、青少年、专业观众以及不同年龄层的普通观众而言，他们需要的内容深度和表达方式也并不相同。

这正是AI、AR等技术真正能够发挥作用的地方。AI眼镜智能导览，是这一方向的典型探索。该项目的数字内容建设由云观博参与，围绕文物建立分层内容体系和专属文博知识库，使AI不再只是一个“讲解工具”，而成为连接文物知识与观众需求的入口。

观众佩戴AI眼镜后，可以看到文物背后的相关信息，并通过自然语言进行连续追问；系统还可以根据不同年龄段切换讲解内容，实现分龄适配、多语种讲解等功能。而支撑这种体验的，并非简单的AI模型，而是长期积累形成的文物知识底座，包括超过10万张展品识别图、5000余万字知识样本以及海量训练数据。

这背后体现出一个更重要的变化：AI进入博物馆，并不意味着给博物馆增加一个“AI功能”，而是要重新组织博物馆的知识，让知识能够以更加自然的方式与观众发生互动。技术只是手段，观众才是服务的原点。博物馆引入新技术时，与其追求“用了什么技术”，不如首先回答一个问题：它究竟解决了观众的什么问题？

从项目建设走向长效运营，让数字化真正“活起来”

博物馆数字化建设容易被忽视的问题是：项目建成以后怎么办？一次性的项目建设可以形成一个数字展厅、一套系统或者一批数字资源，但如果缺少后续内容更新、运营维护和观众服务，再先进的设备也可能逐渐失去生命力。

数字化真正走实，需要从“建设思维”走向“运营思维”。“光影河博”数字厅，正是这种模式的一种探索，云观博以投建与运营一体化的方式参与项目建设，以数字艺术沉浸体验为基础，在开放之后持续进行内容迭代和运营服务，使数字空间不只是“建成”，而是真正“用起来”。

类似的探索还体现在博物馆特展和文化消费场景中。在“从拙政园到长物志”特展中，云观博参与策展、票务、导览开发等环节，使数字技术不再只是展览中的一个单独模块，而是与展览组织、观众服务和文化消费形成连接。

博物馆数字化正在从单一项目逐渐走向一种新的运营方式，数字展览、研学空间、文创商店、沉浸式体验等新业态不断出现，但无论采用何种模式，都应坚持社会效益优先，让商业运营服务于文化传播，而不能让商业逻辑反过来削弱博物馆的文化属性。

数字化时代最终的竞争，在于长期能力。

博物馆数字化下一阶段面临的挑战，已经不只是技术问题。数据标准尚未完全统一、数字资源之间存在壁垒、既懂文博又懂技术的复合型人才不足、项目建设与后续运营之间缺乏有效衔接，这些问题都在影响数字化成果持续发挥效用。

破解这些问题，需要行业层面的协同发力：加快文物数据标准体系建设，推动数据资源跨机构、跨平台互通；加强既懂文博又懂技术的复合型人才培养；完善数字化项目运营评估机制，引导建设投入更多转向运营实效。

博物馆数字化正在从过去的“项目竞争”，逐渐转向内容能力、知识能力、技术能力和运营能力的综合竞争。云观博长期参与博物馆数字化实践，试图把这些环节连接起来。截至目前已服务全国600余家文博单位，与20余家省级博物馆建立合作关系，并在300余家博物馆落地研学教育体系，推出268套AR科普读物。从文物数字化保护，到智慧导览、AR教育，再到AI知识服务和数字化运营，云观博参与的这些项目实际上呈现了一个共同方向：数字化不应成为附着于博物馆之外的“技术包装”，而应逐渐融入博物馆自身的业务肌理。

数字化的“深”，不是技术越来越复杂，而是对文物价值和知识体系挖掘得越来越深；数字化的“实”，也不是设备越来越先进，而是技术真正转化为观众看得见、用得上、愿意持续使用的文化服务。

当数据能够沉淀为知识，技术能够转化为服务，项目能够变成长期运营，数字化才真正从“建起来”走向“活起来”。这既是博物馆数字化发展的方向，也是数字技术真正参与文化传承与创新的价值所在。

（苏州和云观博数字科技有限公司）


数字化项目


“光影河博”数字厅



博物馆AI、AR眼镜智能导览



手工坊



手工坊


“从拙政园到长物志”特展