

附件 2

博物馆运行评估标准

1. 范围

本标准规定了对定级博物馆开展运行评估所使用的指标和评价方法。

本标准适用于博物馆行业组织针对定级博物馆开展的博物馆运行评估工作。

文物主管部门、博物馆行业组织针对未定级博物馆开展运行评估工作可参照本标准确定的指标和方法进行。

2. 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

《国家基本公共服务标准(2021年版)》(发改社会〔2021〕443号)

GA 27-2002 《文物系统博物馆风险等级和安全防护级别的规定》

GB/T 17775-2003 《旅游景区质量等级的划分与评定》

GB/T 22528-2008 《文物保护单位开放服务规范》

WW/T 0020-2008 《文物藏品档案规范》

GB/T 23863-2009 《博物馆照明设计规范》

GB/T 23862-2009 《文物运输包装规范》

GB/T 28227.2-2011 《文化服务质量管理体系实施指南 第2部分：室内博物馆》

GB/T 16571-2012 《博物馆和文物保护单位安全防范系统要求》

GB/T 30234-2013 《文物展品标牌》

WW/T 0017-2013 《馆藏文物登录规范》

JGJ 66-2015 《博物馆建筑设计规范》

GB/T 36721-2018 《博物馆开放服务规范》

WW/T 0088-2018 《博物馆展览内容设计规范》

WW/T 0089-2018 《博物馆陈列展览形式设计与施工规范》

WW/T 0092-2018 《博物馆运行评估指标》

GB/T 22239-2019 《信息安全技术 网络安全等级保护基本要求》

《博物馆定级评估标准(2019年12月)》(文物博发〔2020〕2号)

3. 术语和定义

3.1 博物馆

以教育、研究和欣赏为目的，收藏、保护并向公众展示人类活动和自然环境的见证物，经登记管理机关依法登记的非营利组织。

3.2 定级博物馆

依据《博物馆定级评估办法》参加博物馆定级评估并取得“一、二、三级博物馆”质量等级的博物馆。

3.3 博物馆运行评估

由博物馆行业组织负责实施，以考察、评价、监督为主要目的，针对定级博物馆在特定期间的运行状况及运行目标实现程度的评价活动，是针对定级博物馆运行质量的监督检

查和复核，旨在通过评估客观反映博物馆在评估周期内的运行状况，建立科学的博物馆激励约束机制，以评促建，引导和促进定级博物馆向规范化、专业化、社会化和现代化方向发展。

3.4 评估机构

由博物馆行业组织组建，负责实施博物馆运行评估活动的专业机构。

3.5 评估专家

由博物馆行业组织建立评估专家库并随机抽选产生，参加博物馆运行评估工作的专家。

3.6 评估对象

取得相应等级三年以上的国家一、二、三级博物馆，均应参加运行评估。未定级博物馆的运行评估工作可参照《博物馆运行评估办法》确定的原则和程序组织实施。

3.7 定性评估

博物馆运行评估的工作环节之一，由评估专家依据评估对象提供的申报材料，综合判断评估对象规范管理、服务产出、社会评价等方面的运行状况，并进行定性评分。

3.8 定量评估

博物馆运行评估的工作环节之一，由评估机构针对评估对象规范管理、服务产出、社会评价等方面可以量化的数据指标进行汇总统计和比对核查，通过计算形成定量评分。

3.9 博物馆理事会

是依照国家法律法规、政府有关政策和本单位章程开展工作的博物馆的决策和监督机构。

3.10 藏品

以收藏、研究、展示、教育、传播为目的，由博物馆永久收藏的，具有历史、艺术、科学等价值的文物、标本、资料、模型等的总称。

3.11 博物馆年度报告

博物馆按照文物主管部门或上级部门有关规范性文件或行业标准要求，每年度定期编制，发布本馆上一年度基本信息、资源信息、活动信息等，向管理机关、主要捐赠人和社会公众公开披露的报告文件。

3.12 代表性科研成果

博物馆在评估周期内开展科研活动取得的最具代表性的一项学术成果。可以是获奖科研项目（科研工作）、著作、科普读物、教材、论文、研究型展览大纲和批准专利等（不包括一般性展览大纲等日常工作或项目），必须由博物馆单位（包括博物馆下属机构）或博物馆在职职工署名。

3.13 基本陈列

基于博物馆类型和定位，以本馆藏品为主体，以相关学术理论为基础的常设性陈列。依托文物保护单位设立的博物馆，对古迹遗址的保护展示或在文物建筑中的原状陈列可作为基本陈列参与评分。

3.14 代表性临时展览

博物馆在评估周期内举办，由本馆负责策展，内容及形式自主设计并组织展示的，最能够代表本馆展览策划、设计水平的一项临时性展览，所用展品可不局限于本馆藏品。

3.15 代表性教育活动

博物馆在评估周期内举办，由本馆负责策划，结合馆藏资源或陈列展览内容，面向大中小学生、家庭亲子或社区公众等受众群体推出的一项主题性、品牌性教育活动、教育课程、研学旅行活动、流动博物馆活动等。

3.16 代表性文创产品

博物馆依托本馆藏品、展览文化元素，在评估周期内自主研发、具有独立品牌价值并投放市场，取得良好社会、经济效益的一项标志性文创产品或系列产品。

3.17 线上数字化体验产品

博物馆依托互联网以及微博、微信、网络视频平台等新媒体形式，针对网络受众推出的云展览、云讲解、云教育（云课程）、短视频、高清直播、虚拟展厅、沉浸式体验等具有知识性、教育性、互动性的网络应用程序、内容产品或线上活动。

4. 评估原则

4.1 依法评估

根据《中华人民共和国文物保护法》《中华人民共和国公共文化服务保障法》《博物馆条例》等有关法律法规规定，博物馆运行评估工作由博物馆行业组织实施，按照“以评促建、以评促改”的评估目标，在博物馆行业全面贯彻新发展理念的有关要求，引导、规范定级博物馆的发展方向。

4.2 分级指导

博物馆运行评估将根据国家一、二、三级博物馆的不同功能定位和发展方向，科学确定不同等级博物馆的评估指标权重，体现运行评估工作中的分级指导、科学管理。

4.3 动态管理

博物馆运行评估，既可对定级博物馆自身的年度运行状况进行纵向对比，也可对同一级别博物馆在评估周期内的运行状况进行横向对比。对不符合相应等级标准的，降低或取消等级，从而实现定级博物馆的动态管理，不断健全博物馆分级管理体系。

4.4 数质并重

评估指标包含定性评估和定量评估两个部分，兼顾博物馆不同领域、不同业务工作、不同指标项的数量增长与质量提升，通过定性和定量两类指标的综合评价，相互校验、补充，保障运行评估结果的科学、完整、准确。

4.5 公平公正

在评估工作中，使用统一的评价体系对不同博物馆进行评价，公平对待各级各类博物馆；在评估方法上，定性评估、定量评估和综合评议相结合，在评估过程中存在重大分歧时，可进行现场核实，切实保证评估工作的公平公正。

5. 评估指标框架

5.1 总体要求

博物馆运行评估指标分为三级，评估的主要内容包括：规范管理、服务产出和社会评价三个方面，评估的方式包括：定性评估和定量评估两类，另外设置若干附加项。每级指标下均设有定性和定量两类考察要点。评估采取百分制计分，满分为100分。

5.2 规范管理

“规范管理”指标主要对博物馆的管理情况进行评估，

具体分为“组织管理”“藏品管理”“开放管理”和“安全管理”四个二级指标。“规范管理”的指标权重为25%。

5.2.1 组织管理

本指标权重为4%，在定性评估中设立“法人治理”“制度规划”和“队伍建设”三个三级指标，在定量评估中不设三级指标。

5.2.2 藏品管理

本指标权重为10%，在定性评估中设立“藏品征集”“藏品登录”“藏品保管”和“藏品保护”四个三级指标，在定量评估中不设三级指标。

5.2.3 开放管理

本指标权重为5%，在定性评估中设立“信息公开”和“参观服务”两个三级指标，在定量评估中不设三级指标。

5.2.4 安全管理

本指标权重为6%，在定性评估中设立“意识形态安全”“藏品安全”“公共安全”和“信息安全”四个三级指标，在定量评估中不设三级指标。

5.3 服务产出

“服务产出”指标对博物馆主要业务功能的效率和质量进行评估。具体分为“科学研究”“陈列展览”“教育服务”和“文化传播”四个二级指标。“服务产出”的指标权重为55%。

5.3.1 科学研究

本指标权重为15%，在定性评估中设立“科研产出”和“科研服务”两个三级指标，在定量评估中不设三级指标。

5.3.2 陈列展览

本指标权重为 15%，在定性评估中设立“基本陈列”和“临时展览”两个三级指标，在定量评估中不设三级指标。

5.3.3 教育服务

本指标权重为 15%，在定性评估中设立“讲解服务”“教育活动”和“公益鉴定”三个三级指标，在定量评估中不设三级指标。

5.3.4 文化传播

本指标权重为 10%，在定性评估中设立“馆际协作”“国际交流”“数字传播”和“文创经营”四个三级指标，在定量评估中不设三级指标。

5.4 社会评价

“社会评价”指标通过观众、媒体和社会反馈的信息情况对博物馆的社会服务产出的效果进行评估。具体分为“观众反馈”和“社会影响”两个二级指标。“社会评价”的指标权重为 20%。

5.4.1 观众反馈

本指标权重为 12%，在定性评估中设立“观众结构”和“观众满意度”两个三级指标，在定量评估中不设三级指标。

5.4.2 社会影响

本指标权重为 8%，在定性评估中设立“社会关注度”“奖励与荣誉”和“公众参与”三个三级指标，在定量评估中不设三级指标。

5.5 附加项

附加项共分为“特色加分项”和“警示减分项”两类。

5.5.1 特色加分项

指对特色化、个性化发展创新表现突出的博物馆给予加分，参评博物馆如在藏品保护修复、科研、陈列展览、教育、文化传播方面实施有特色化、个性化发展创新项目，在全国范围内对博物馆行业形成重大引领示范作用的，可增加附加分，并计入总得分。评估时，由评估专家根据参评博物馆申报的项目材料，结合博物馆事业改革发展的有关要求具体确定加分额度。单个特色项目加分不超过3分；参评博物馆累计加分不超过6分，累计附加分后博物馆总得分最高不超过100分。在评估实践中，对特色加分应从严掌握，给予特色加分的单位最多不超过参评单位总数的10%。

结合博物馆事业改革发展的有关要求，特色加分的重点方向主要包括：

a) 博物馆、纪念馆服务国家重大战略、重大文化工程，加强资源整合与协同创新方面开展的特色化、个性化发展创新项目；

b) 博物馆、纪念馆落实中央和国家有关部门关于博物馆改革发展的政策要求，创新体制机制，释放发展活力方面开展的特色化、个性化发展创新项目；

c) 博物馆、纪念馆在弘扬社会主义核心价值观，传承弘扬中华优秀传统文化、继承革命文化和发展社会主义先进文化，推动文物资源创造性转化、创新性发展方面开展的特色化、个性化发展创新项目；

d) 博物馆、纪念馆在开展国际合作，推进文明交流互鉴，向国际社会讲好中国故事、讲好中国共产党的故事，提

升中华文化国际传播能力，扩大中华文化国际影响力方面开展的特色化、个性化发展创新项目。

5.5.2 警示减分项

指对藏品管理、安全管理方面有重大违规行为或事故的博物馆予以处罚，旨在促使博物馆重视藏品管理、安全管理相关工作。警示减分项随藏品管理、安全管理项下有关三级指标设立，一旦发生指标项确定的违规行为或事故，关联的二级指标全项不得分。警示减分项的具体考察内容包括：

a) 评估周期内未有效落实意识形态工作责任制，发生负面舆情或其他意识形态问题（关联指标：安全管理—意识形态安全），发生重大舆情或其他重大意识形态问题的，涉及安全管理二级指标项（6分）不得分。

b) 评估周期内违规收藏有来源不明或者来源不合法的藏品（关联指标：藏品管理—藏品征集）。

c) 馆藏文物借用或交换，未依法履行备案或报批程序（关联指标：藏品管理—藏品登录）。

d) 未能依法合规处置文物（关联指标：藏品管理—藏品保管）。

e) 评估周期内发生藏品安全事故（关联指标：藏品管理—藏品保管、安全管理—藏品安全），发生重大安全事故的，涉及藏品管理（10分）和安全管理（6分）两个二级指标项共计16分全部扣除。

f) 评估周期内发生观众安全责任事故（关联指标：安全管理—公共安全）。

g) 革命纪念类博物馆及陈列展览内容未履行相关审批

手续（关联指标：安全管理—意识形态安全，其他类型博物馆不作考察）。

5.6 指标权重

为落实分级指导的评估原则，评估中一、二、三级博物馆各一、二级指标的权重相同，定性评估中的三级指标和定量指标的权重不同，一、二、三级博物馆定量指标所占权重分别为 20%，30%，40%。具体权重安排详见表 1：博物馆运行评估指标体系框架及权重分布。

表 1：博物馆运行评估指标体系框架及权重分布

指标名称			指标权重			
一级指标	二级指标	三级指标	一级博物馆	二级博物馆	三级博物馆	
规范管理 25	组织管理 4	法人治理	1	1	0.5	
		制度规划	1.5	1	1	
		队伍建设	1	1	1	
		定量指标	0.5	1	1.5	
	藏品管理 10	藏品征集	2	2	2	
		藏品登录	2	2	2	
		藏品保管	2	2	2	
		藏品保护	3	2	1	
		定量指标	1	2	3	
	开放管理 5	信息公开	2	1.5	0.5	
		参观服务	2	1.5	1.5	
		定量指标	1	2	3	
	安全管理 6	意识形态安全	1	1	1	
		藏品安全	2	2	2	
		公共安全	1.5	1	1	
		信息安全	1	1	0.5	
		定量指标	0.5	1	1.5	
	服务产出 55	科学研究 15	科研产出	9	7	5
			科研服务	3	5	6

指标名称			指标权重			
一级指标	二级指标	三级指标	一级博物馆	二级博物馆	三级博物馆	
	陈列展览 15	定量指标	3	3	4	
		基本陈列	4	5	5	
		临时展览	8	6	4	
	教育服务 15	定量指标	3	4	6	
		讲解服务	2	3	3	
		教育活动	10	6	5	
		公益鉴定	1	1	1	
	文化传播 10	定量指标	2	5	6	
		馆际协作	2	2	1	
		国际交流	2	1	1	
		数字传播	3	3	2	
		文创经营	1	1	1	
	社会评价 20	观众反馈 12	定量指标	2	3	5
			观众结构	4	3	2
			观众满意度	4	4	4
社会影响 8		定量指标	4	5	6	
		社会关注度	3	2	2	
		奖励与荣誉	1	1	1	
		公众参与	1	1	1	
定量指标	3	4	4			
特色加分项	根据参评博物馆申报的改革创新与特色发展项目材料给分，单个特色项目加分不超过3分；参评博物馆累计加分不超过6分，累计附加分后博物馆总得分最高不超过100分。					
警示减分项	一旦发生指标项确定的违规行为或事故，所关联的二级指标全项不得分。					

6. 评估流程与方法

6.1 评估流程

博物馆运行评估流程包括：定性评估、定量评估、现场考察和综合评议。

6.2 定性评估

定性评估由随机抽选产生的评估专家通过评估系统在线审阅评估对象提交的申报材料，对照本标准确定的评估指标、考察要点和附录 A 确定的各考察要点原始分值进行记名打分和排序，形成定性评估分值。定性评估按评估指标分组进行，每项考察要点需要经过不少于 3 位评估专家分别评分，将各评估专家的评分以二级指标为单位进行汇总并按照简单算术平均进行计算，再根据评估指标的权重值还原形成该二级指标的定性评估得分。定性评估得分的具体计算方法，详见附录 B。

6.3 定量评估

定量评估通过汇总评估申报书中的有关量化数据或评估中收集采集的相关数据，运用专门的统计计算系统进行处理。计时时，首先根据本标准确定的评估指标、考察要点和附录 A 确定的各考察要点原始分值，按照不同级别博物馆的评估数据分别计算各考察要点分值，然后以二级指标为单位进行汇总，并根据评估指标的权重值还原形成该二级指标的定量评估得分。定量评估得分的具体计算方法，详见附录 B。

6.4 现场考察

在定性评估、定量评估过程中，评估机构可以委托评估专家和评估检查员组成考察小组，对参评博物馆进行现场考察，通过检查环境、查阅档案、听取汇报、交流座谈、实地暗访的形式核实相关评估材料的真实性、完整性，撰写现场考察报告，并可对前期形成的评估得分提出修订建议。

6.5 综合评议

综合评议以专家组会议形式进行，由评估专家集中审议通过对定性评估、定量评估结果加权计算形成的初步评估成

绩，听取评估机构和评估专家的工作报告，在集中讨论、评议的基础上，通过记名表决，形成最终评估成绩。

6.6 原始分值

为了方便定性评估和定量评估环节的评分和统计工作，在各二级指标下设定性评估和定量评估原始分，每个二级指标的定性评估和定量评估原始分均为 100 分，按照不同权重，分配至每个三级指标和考察要点，在评分计分中使用。根据一、二、三级博物馆在定性评估中的三级指标和定量指标上的权重差异，不同级别博物馆各考察要点的原始分值也有所差异，具体分值安排，详见附录 A。

6.7 评估成绩

各评估对象的最终评估成绩根据各二级指标的定性评估得分、定量评估得分，按照一定比重系数加权汇总计算形成。评估成绩实行百分制计分，满分 100 分，具体计算方法，详见附录 B。

6.8 评估结果

国家一、二、三级博物馆分别得分 80（含）分、75（含）分、70（含）分以上，评估结果为“优秀”；分别得分 80 分以下 60（含）分以上、75 分以下 55（含）分以上、70 分以下 50（含）分以上，评估结果为“合格”；60 分以下 50（含）分以上、55 分以下 45（含）分以上、50 分以下 40（含）分以上，评估结果为“基本合格”；分别得分 50 分、45 分、40 分以下，评估结果为“不合格”。

6.9 相关要求

每次博物馆运行评估的时间周期、参与范围、工作安排、申报文件格式、数据采集和评分规则等以评估机构拟定的评估方案和评估通知为准，评估数据的统计时间区间应与评估

周期一致，评估指标中部分数据的统计方法，可以参见 WW/T 0092-2018 附录 D 的有关要求。

7. 定性评估指标及考察要点

7.1 规范管理

7.1.1 组织管理

a) 法人治理：主要考察博物馆推进法人治理结构，健全决策、执行和监督机制情况。具体考察内容包括：

——理事会或其他形式决策机构组成人员情况；

——理事会或其他形式决策机构履行职责，以及博物馆对于理事会相关决议、建议执行采纳情况；

——监事会或其他形式监督机构组建、运行情况。

b) 制度规划：主要考察博物馆建立健全组织管理制度情况。具体考察内容包括：

——博物馆章程制定执行情况；

——博物馆中长期发展规划编制、执行情况；

——博物馆内部管理制度体系建设、完善、更新情况。

c) 队伍建设：主要考察博物馆人才队伍建设情况。具体考察内容包括：

——博物馆管理人才、专业技能人才、研究人才、创新型人才的配备及培养情况；

——高水平创新团队及拔尖人才培养情况；

——博物馆根据不同岗位要求，开展分级分类培训，提升队伍整体素质能力情况。

7.1.2 藏品管理

a) 藏品征集：主要考察博物馆依法依规充实馆藏资源情况。具体考察内容包括：

——博物馆藏品征集规划和年度计划制订、执行情况；

——博物馆新征集藏品对于完善收藏体系，满足展示、研究等方面的价值意义；

——博物馆征藏党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、中华民族发展史、经济社会发展变迁物证以及流失海外中国文物的情况。

b) 藏品登录：主要考察藏品档案建设及文物登录备案情况。具体考察内容包括：

——博物馆新搜集藏品依法建立藏品账目及档案的情况；

——单独设置文物档案，并区分文物等级的情况；

注：无文物类藏品的博物馆可参照评分。

——建立藏品数据库或藏品信息管理系统，健全藏品登录机制，采集登录藏品信息的情况；

——文物信息在主管文物部门备案的情况。

注：无文物类藏品的博物馆可参照评分。

c) 藏品保管：主要考察藏品库房及保管装具配置及提用、运输等管理活动情况。具体考察内容包括：

——藏品库房管理及藏品保护装具配备情况；

——温度、湿度、光照等藏品保存、展示环境指标控制情况；

——藏品入库、上架、提用、运输等操作执行及工作记录情况。

d) 藏品保护：主要考察藏品预防性保护、修复及日常养护情况（包括依托文物保护单位设立的博物馆开展的文物保护建筑修缮情况）。具体考察内容包括：

——开展藏品预防性保护，针对文物常见多发病害病理开展研究和防治情况；

——针对珍贵濒危文物、材质脆弱文物、文物保护单位建筑的保护修复情况；

——藏品养护工作情况。

7.1.3 开放管理

a) 信息公开：主要考察博物馆年报编制、发布和日常信息公开情况。具体考察内容包括：

——近三年博物馆年报编制、发布情况；

——博物馆向文物主管部门报送年报信息情况；

——通过博物馆网站等媒体平台，面向社会公示本馆管理、运行和公共文化服务工作情况。

b) 参观服务：主要考察博物馆为到馆观众提供参观全过程服务和开放服务设施管理运行情况。具体考察内容包括：

——博物馆全年向社会开放情况；

——博物馆执行免费开放政策或对特殊人群免费、优惠开放情况；

——新增或更新的观众休息设施、卫生设施、文创产品销售服务设施、餐饮服务设施以及老年人、残疾人、婴幼儿等特殊人群服务设施配备情况；

——落实国家节能减排、绿色发展相关要求，积极推动博物馆基础设施、设备节能化改造和低耗能运行，助推碳达峰、碳中和重大战略实施的情况；

——通过互联网、新媒体为公众提供各类在线服务的情况；

——采取有效措施解决老年人运用智能技术困难问题的情况；

——有效落实常态化疫情防控工作要求为开放服务提供保障的情况。

7.1.4 安全管理

a) 意识形态安全：主要考察博物馆认真贯彻落实党中央关于意识形态工作的决策部署开展各项相关工作的情况。

具体考察内容包括：

——坚持正确方向，党建与业务相融合情况；

——博物馆落实意识形态工作责任制，健全并落实各级主体责任，将意识形态工作纳入工作规划、计划和重要议事日程，纳入领导班子和成员目标管理的情况；

——博物馆加强意识形态阵地建设，在展陈、教育、传播、文创、信息发布等各项工作中严把政治导向，按要求履行活动报告、审批程序，加强内容审核管理的情况；

——博物馆强化意识形态风险防控，开展工作人员教育培训，健全舆情监测、研判、回应机制，制订、执行意识形态安全应急预案，及时开展舆情处置和舆论引导工作，防范化解意识形态领域安全风险的情况。

b) 藏品安全：主要考察博物馆藏品安全风险防控情况。具体考察内容包括：

——按照 GA 27-2002、GB/T 16571-2012 及相关标准要求，在库房和展厅内，配备保障藏品安全的设备、设施情况；

——对藏品安全保障设备、设施的检查、维护情况；

——对珍贵文物和易损藏品的特殊保管情况。

c) 公共安全：主要考察博物馆公共安全保障情况。具体考察内容包括：

——博物馆安保人员配备和日常管理工作情况；

——按照 GA 27-2002、GB/T 16571-2012 及相关标准有关要求，在开放区域内，配备保障公共安全的消防、安防设施设备情况；

- 对消防安全设备设施的使用情况；
- 博物馆针对突发事件的预防措施、应急预案、善后处置措施准备情况；
- 定期组织开展消防、安防演练情况；
- 属地公安、消防部门对博物馆安保工作的检查、验收情况。

d) 信息安全：主要考察博物馆信息系统建设、信息安全保护能力有关情况。具体考察内容包括：

- 博物馆信息系统架构与用户权限管理体系建设情况；
- 博物馆信息安全保护、数据资源管理制度制订和执行情况；
- 博物馆信息安全管理配备和日常工作情况；
- 参照 GB/T 22239-2019 及相关标准有关要求，落实信息系统安全等级保护有关情况。

7.2 服务产出

7.2.1 科学研究

a) 科研产出：主要考察博物馆在科学研究、学术研究、考古发掘等方面取得成果（包括但不限于：针对藏品价值认知、藏品保护、藏品科学管理和藏品利用有关的研究成果；与陈列展览有关的理论和方法研究成果；与社会教育有关的原理和方法研究成果；与观众心理、观众行为、观众调查方法等有关的研究成果；与博物馆管理有关的研究成果；与博物馆主题文化有关的研究成果；具有考古资质的博物馆开展考古发掘项目的成果）。具体考察内容包括：

- 博物馆在科学研究、学术研究方面综合实力，以及开展科研活动和取得成果（包括但不限于：发表学术论文、

出版学术专著、承担科研项目、考古发掘项目、课题、获得专利、参与制订标准)的总体水平;

——代表性研究成果的学术价值、应用价值、创新价值情况;

——代表性研究成果影响力和获奖情况。

b) 科研服务: 主要考察博物馆为高等学校、科研院所、社会团体和馆外研究者进行研究提供服务情况。具体考察内容包括:

——面向其他博物馆、高等学校、科研院所开放藏品和学术研究资料, 为专业研究者提供研究便利的情况;

——博物馆发挥本馆藏品、学术资源优势, 与高等学校、科研院所等单位合作开展学术研究、承担科研项目、考古发掘项目、举办学术活动的情况;

——与高等学校、科研院所联合建立、运营实验室、研究室、科研基地、科研工作站的情况。

7.2.2 陈列展览

a) 基本陈列: 主要考察博物馆基本陈列体系建设和现有基本陈列的数量、水平。依托文物保护单位设立的博物馆, 对古迹遗址的保护展示或在文物建筑中的原状陈列可纳入基本陈列评分范畴。具体考察内容包括:

——博物馆基本陈列体系建设, 以及现有基本陈列的总体质量情况;

——基本陈列中展品、展项更新、充实的频率与幅度(原状陈列不考察此项);

——基本陈列文化品牌的社会认知、认可度, 以及获得奖励、推介的情况。

b) 临时展览: 主要考察博物馆临时展览体系建设和评

估周期内举办临时展览的数量和水平。具体考察内容包括：

——博物馆临时展览体系建设，以及评估周期内举办临时展览的总体质量情况；

——代表性临时展览主题定位与博物馆定位的契合程度；

——代表性临时展览的内容策划水平，以及学术性、思想性情况；

——代表性临时展览形式设计水平，以及陈列主题和思想内容情况；

——代表性临时展览运用辅助展品和现代信息技术手段提升文化传播水平的情况；

——代表性临时展览文化品牌社会认知、认可度，以及获得奖励、推介的情况。

7.2.3 教育服务

a) 讲解服务：主要考察博物馆讲解队伍建设和服务能力，面向公众开展讲解导览服务的情况。具体考察内容包括：

——讲解队伍建设和服务能力情况；

——日常公益性讲解导览服务情况；

——馆长、专家导览等特色化讲解导览服务情况；

——智慧导览服务情况。

b) 教育活动：主要考察博物馆自主策划、实施各类品牌、特色教育活动（包括馆内教育活动、特色教育课程、研学旅行活动、流动博物馆活动等）的质量和水平。具体考察内容包括：

——博物馆教育活动规划编制与实施的总体情况；

——接待青少年群体利用博物馆资源，组织开展爱国主义、革命传统、中华优秀传统文化、生态文明、国家安全、

“大思政课”等主题的研学实践教育活动的情况；

——博物馆与当地各类学校联系，签订馆校共建协议，开展博物馆进校园活动的情况；

——博物馆根据青少年群体认知规律和学校教育教学需求，结合传统节日、纪念日等，组织开展各类经常性教育课程、教育活动的质量水平；

——代表性教育活动的质量水平；

——代表性教育活动面向学校、社区等群体和互联网平台推广情况，以及大中小學生、社区公众、网络受众的参与情况；

——代表性教育活动品牌创建及其社会认知、认可度。

c) 公益鉴定：主要考察博物馆开展公益鉴定服务的情况。具体考察内容包括：

——博物馆公益鉴定服务制度、规划的编制情况；

——博物馆公益鉴定服务实施的总体情况，如鉴定文物的类别，社会认知、认可度，服务推广情况。

7.2.4 文化传播

a) 馆际协作：主要考察向国内其他博物馆输出文化资源，面向中小博物馆、非国有博物馆开展对口帮扶、馆际协作的情况。具体考察内容包括：

——向国内其他博物馆输出展览、展品的综合质量水平；

——举办国内学术研讨活动等文化交流活动的综合质量水平；

——面向中小博物馆、非国有博物馆开展对口帮扶、馆际协作情况；

——实施“博物馆+”战略，与教育、科技、旅游、商业、传媒、设计等各类社会机构开展跨界合作情况。

b) 国际交流：主要考察博物馆与国（境）外博物馆、文化机构开展文化交流，组织实施国际交流展览、学术交流活动的情况。具体考察内容包括：

- 独立或参与举办进出境展览的综合质量水平；
- 举办国际学术研讨活动的综合质量水平；
- 参加国际学术交流活动的总体情况；
- 组织开展或参与文物保护、考古、科研等领域国际合作项目的情况。

c) 数字传播：主要考察发挥自身文化资源优势，加强与融媒体合作，创新线上数字化体验产品和服务，发展云展览、云讲解、云教育（云课程）、短视频、高清直播、虚拟展厅、沉浸式体验等，构建线上线下融合的博物馆传播体系的情况。具体考察内容包括：

- 为便于社会利用藏品资源，在本馆官方网站等渠道开放查询、展示藏品数据信息和高清影像的情况；
- 与融媒体平台合作，针对网络受众推出的云展览、云讲解、云教育（云课程）、短视频、高清直播、虚拟展厅、沉浸式体验等各类线上数字化体验产品的情况；
- 代表性线上数字化体验产品的质量水平。

d) 文创经营：主要考察博物馆通过授权等手段开发文创产品，建立文创品牌，推动文化传播的情况。具体考察内容包括：

- 博物馆通过授权等手段开发文创产品的种类、特色以及获得经济、社会效益的情况；
- 代表性文创产品质量水平；
- 代表性文创产品的品牌创建及其社会认知、认可度。

7.3 社会评价

7.3.1 观众反馈

a) 观众结构：主要考察博物馆接待的观众数量及构成情况。具体考察内容包括：

——博物馆年均接待观众数量规模与博物馆接待能力相适应情况；

——博物馆观众构成与博物馆文化主题相适应情况。

b) 观众满意度：主要考察观众对博物馆的展览、环境、服务等方面作出的总体评价情况。具体考察内容包括：

——博物馆观众调查制度建设与调查工作开展情况；

——近期观众调查反映的观众满意度情况；

——观众对博物馆的展览、环境、服务等方面作出的总体评价。

7.3.2 社会影响

a) 社会关注度：主要考察公众、媒体等对博物馆的关注程度。具体考察内容包括：

——互联网公开数据显示的博物馆公众关注程度情况；

——互联网公开数据显示的博物馆媒体关注程度情况。

b) 奖励与荣誉：主要考察博物馆获得党委、政府或社会团体的表彰奖励情况。具体考察内容包括：

——评估周期内，党委、政府或社会组织授予博物馆的组织荣誉与奖励情况；

——评估周期内，党委、政府或社会组织授予博物馆员工的个人荣誉与奖励情况。

c) 公众参与：主要考察博物馆与公众建立联系、获得支持的情况。具体考察内容包括：

——“博物馆之友”活动组织开展情况；

——博物馆志愿者组织建设与服务工作情况；

——博物馆接受社会捐助情况。

8. 定量评估指标及考察要点

8.1 规范管理

8.1.1 组织管理

a) 召开理事会次数：评估周期内，博物馆理事会召开会议的次数，以次为单位（未成立理事会的，本项数据为0）；

b) 新增制度数量：评估周期内，博物馆新增制订或重新修订发布的各类制度文件总数，以项为单位；

c) 副高级职称、正高级职称人员总数：评估周期末，本馆在职人员中，具有高级专业技术资格（职称）的专业技术人员数量，以人为单位；

d) 平均从业年限：本馆专业技术人员从事博物馆工作的平均年限。

e) 出国（境）进修（培训）人员：评估周期内，在国（境）外进修或培训与博物馆业务相关的博物馆在职人员（含访问学者），其中“进修”持续时间须在1个月（含）以上，“培训”须在1周（含）以上，以人为单位；

f) 国内进修（培训）人员：评估周期内，在国内高等学校、科研机构、社会团体、其他机构进修或培训与博物馆业务相关的博物馆在职人员（含访问学者），其中“进修”持续时间须在1个月（含）以上，“培训”须在1周（含）以上，以人为单位。

8.1.2 藏品管理

a) 年度新增藏品数：评估周期内，博物馆通过购买、接受捐赠、依法交换等法律、行政法规规定的方式取得并已建档的藏品数量，以件（套）为单位。自然科学类博物馆自主研发制作并长久保存的标本、模型、辅助展品视同于藏品。

b) 新增备案登录藏品数量：评估周期内，通过藏品管理信息系统，新增登录数据或建立数字化藏品档案的藏品数量，或向属地文物主管部门备案藏品档案的藏品数量，以件（套）为单位。

c) 修复文物数：评估周期内，博物馆修复的本馆藏品数，包括本馆自己修复和委托其他单位修复的藏品，以件（套）为单位。遗址类博物馆对本馆范围内不可移动文物的保护修复工作可以视为藏品修复工作。

d) 修复本馆文物数：评估周期内，博物馆独立自主修复的本馆藏品数，不包括委托其他单位修复的藏品，以件（套）为单位。遗址类博物馆对本馆范围内不可移动文物的保护修复工作可以视为藏品修复工作。

e) 采集藏品三维影像数据量：评估周期内，采集保存文物三维影像信息，并应用于推广和传播的文物藏品数量，以件（套）为单位。

f) 库房面积：评估周期末，博物馆拥有藏品库房的实际面积，有多处馆舍的，可以合并计算，以平方米为单位。

8.1.3 开放管理

a) 全年开放天数：评估周期内，博物馆全年对外开放天数，以天为单位。

b) 在线服务总量：评估周期内，博物馆通过互联网、新媒体为公众提供参观预约、虚拟展示、藏品赏析、资料分享、咨询答疑、文化产品营销、互动联系等在线服务的人次总量，以人次为单位。

8.1.4 安全管理

a) 安保人员数：评估周期末，博物馆在职的安保人员，包括专职保卫干部和外聘的保安人员，以人为单位。

b) 安全演练次数：评估周期内，博物馆组织开展有记录的安防、消防演练的次数，以次为单位。

8.2 服务产出

8.2.1 科学研究

a) 科研项目数：评估周期内，博物馆承担的各类科研项目总数（含考古发掘项目），以立项年度为准，以项为单位。

b) 省部级（含）以上研究项目：包含国际合作研究项目、国家级项目以及其他省级（含）以上项目。其中，国际合作研究项目指与博物馆自身业务相关且具有协议的项目；国家级项目指博物馆承担的中央各部委、国家自然科学基金、国家社会科学基金、国家艺术基金项目；其他省级（含）以上项目指各省、自治区、直辖市政府委托项目，以项为单位。

c) 出版物数：评估周期内，博物馆编辑出版的各类出版物总数，以册为单位。其中学术专著（译著、编著）、教材、研究性图录、科普读物可根据 WW/T0092-2018 附录 D 规定的科研产出数量换算倍数关系加倍计数。

d) 发表论文数：评估周期内，博物馆工作人员在各类期刊、刊物上发表的学术论文总数，以篇为单位。其中在核心期刊发表学术论文可根据 WW/T 0092-2018 附录 D 规定的科研产出数量换算倍数关系加倍计数。

e) 获得专利数：评估周期内，博物馆获得专利行政部门正式批准，取得专利证书，专利权归属本馆的专利项目数量，以项为单位。

f) 参与编制标准数：评估周期内，博物馆参与编制国家、行业、地方标准的数量，以项为单位。

8.2.2 陈列展览

a) 基本陈列（含原状陈列）数：评估周期内，博物馆内开放的常设基本陈列数量，包括在文物建筑中举办的原状陈列，按照陈列项目统计，以个为单位。

b) 馆内原创临时展览数：评估周期内，博物馆利用本馆资源，本馆负责策展，内容及形式自主设计并组织展示，在本馆内自主举办的临时展览数量，按照展览项目统计，以个为单位。

c) 馆际合作展览数：评估周期内，博物馆与其他国内博物馆或相关机构联合策划举办的临时展览数量（单纯出借文物参展不在此列）。

8.2.3 教育服务

a) 讲解队伍人数：评估周期末，博物馆讲解队伍中的专职讲解员和志愿者讲解员人数，以人为单位。

b) 人工讲解服务人次：评估周期内，博物馆人工讲解年服务的观众数量，以人次为单位。

c) 智慧导览设备终端数：评估周期末，博物馆拥有的智慧导览设备终端数，以台为单位。

d) 智慧导览设备服务人次：评估周期内，博物馆智慧导览设备年服务的观众数量，以人次为单位。

e) 线下教育活动数：评估周期内，博物馆线下策划举办的课程、讲座、研学活动、进校园活动等各类教育活动场次数，以场为单位。

f) 青少年教育课程数：评估周期内，结合大中小学生学习认知规律和学校教育教学需要研发博物馆教育课程的品类数量，按照课程门类统计，同类课程多次开展，按一课统计，以课为单位。

g) 共建学校数量：评估周期内，博物馆与当地各类学

校联系，签订馆校共建协议或举办馆校互动活动的合作学校数量，以校为单位。

h) 学校教育服务次数：评估周期内，接待各类大中小学校利用博物馆资源，组织开展爱国主义、革命传统、中华优秀传统文化、生态文明、国家安全、“大思政课”等主题的研学实践教育、教学活动的次数，以次为单位。

i) 培训师资人数：评估周期内，博物馆与各类学校合作通过教师研习、双师课堂、短期培训、联合教研等方式，联合培养博物馆教育培训师资人数，以人为单位。

j) 教育活动参与人数：评估周期内，博物馆接纳观众进行社会实践、教育活动的人次总数，以人次为单位。

k) 鉴定场次：评估周期内，博物馆策划举办的公益鉴定服务场次数，以场为单位。

l) 鉴定数量：评估周期内，博物馆开展公益鉴定服务时鉴定的文物数量，以件为单位。

8.2.4 文化传播

a) 输出展览数：评估周期内，博物馆将本馆原创展览向国内输出的临时展览的次数，不包括本馆提供展品参加展览的情况，按展览场次统计，以次为单位。

b) 入境展览数：评估周期内，博物馆由国外、境外博物馆或相关机构引进的展览数量，按照展览项目统计，以个为单位。

c) 出境展览数：评估周期内，博物馆向国外、境外博物馆或相关机构输出的出境展览数量，按照展览项目统计，以个为单位。

d) 国内学术研讨活动次数：评估周期内，博物馆主办或承办的主题与博物馆业务相关的学术论坛、研讨会、座谈

会、在线对话等国内各类学术研讨活动，以次为单位。

e) 国际学术研讨活动次数：评估周期内，博物馆主办或承办的主题与博物馆业务相关，有国外、境外机构或个人参加的学术论坛、研讨会、座谈会、在线对话等各类双边、多边国际学术研讨活动，以次为单位。

f) 文化创意产品数：评估周期内，博物馆依托馆藏文化资源，新开发并上市销售的文化创意产品种类数量，包括由博物馆自主或委托、授权企业或与企业合作开发、销售的文化创意产品种类，以类为单位。

g) 文化创意产品销售收入：评估周期内，博物馆自主或委托、授权企业销售博物馆文创产品取得的收入总额，以元为单位。

h) 公开藏品信息数量：评估周期内，博物馆在网站、官方微信、官方微博等渠道公开未经陈列展览展出的藏品数量，以件（套）为单位。公开的文物藏品应当有年代、来源以及历史、艺术、科学等价值方面的介绍；其他类型藏品应有必要的介绍。

i) 线上数字化体验产品数量：评估周期内由博物馆开发并上线运行的云展览、云讲解、云教育（云课程）、短视频、高清直播、虚拟展厅、沉浸式体验等线上数字化体验产品或在线活动数量，以项为单位。

j) 线上数字化体验产品浏览量：评估周期内由博物馆开发并上线运行的云展览、云讲解、云教育（云课程）、短视频、高清直播、虚拟展厅、沉浸式体验等线上数字化体验产品或在线活动总浏览量，以次为单位。

8.3 社会评价

8.3.1 观众反馈

a) 年度观众总数：评估周期内，博物馆接待的观众总数，拥有多处馆舍的，观众人数可以合并计算，以人次为单位。

b) 临时展览参观人数：评估周期内，博物馆临时展览参观人数，以人次为单位。

c) 未成年观众人数：评估周期内，博物馆接待的 18 岁以下未成年观众数，以人次为单位。

d) 国（境）外观众人数：评估周期内，博物馆接待国外以及台、港、澳观众数量，以人次为单位。

e) 免费参观人数：评估周期内，博物馆观众总数中免费接待观众总人数，以人次为单位。

f) 受控参观人数：评估周期内，遇重大突发公共卫生事件或自然灾害等不可抗力情况下，博物馆在有关部门限定范围内接待观众总人数，以人次为单位。

8.3.2 社会影响

a) 网站综合浏览量：博物馆网站年度综合浏览量，以次为单位统计。

b) 新媒体关注量：评估周期末，博物馆各新媒体帐号关注人数总和，以人为单位统计。

c) 新媒体访问量：评估周期内，博物馆各新媒体帐号浏览总量，以次为单位统计。

d) 主流媒体报道次数：地市级以上主流平面媒体、广播电视媒体、网络媒体专题报道博物馆及活动宣传内容的次数。

e) 部（省）级集体奖励：评估周期内，博物馆获得部委（省）级以上单位颁发的奖励或荣誉称号，以项为单位。

f) 部（省）级个人奖励：评估周期内，博物馆工作人

员获得部委（省）级以上单位颁发的奖励或荣誉称号，以项为单位。

g) 其他集体奖励：评估周期内，博物馆获得地市（厅）级以下单位颁发的各类奖励或荣誉称号，以项为单位。

h) 其他个人奖励：评估周期内，博物馆工作人员获得地市（厅）级以下单位颁发的各类奖励或荣誉称号，以项为单位。

i) 接受捐赠次数：评估周期内，博物馆接受各类社会捐助的次数，以次为单位。

j) 接受捐赠金额：评估周期内，博物馆接受各类社会捐助的总金额，以元为单位。

k) 志愿者人数：评估周期末，博物馆注册志愿者总人数，以人为单位。

附录 A

（规范性）

博物馆运行评估指标权重及考察要点

序号	指标层级	指标名称或考察要点	指标权重或原始分		
			一级	二级	三级
1	一级指标	规范管理	指标权重 25%		
1.1	二级指标	组织管理	指标权重 4%		
定性评估指标（原始分 100 分）					
1.1.1	三级指标	法人治理	29	34	20
		理事会或其他形式决策机构组成人员情况	9	12	6
		理事会或其他形式决策机构履行职责，以及博物馆对于理事会相关决议、建议执行采纳情况	10	11	7
		监事会或其他形式监督机构组建、运行情况	10	11	7
1.1.2	三级指标	制度规划	42	33	40
		博物馆章程制定执行情况	14	11	13
		博物馆中长期发展规划编制、执行情况	16	11	9
		博物馆内部管理制度体系建设、完善、更新情况	12	11	18
1.1.3	三级指标	队伍建设	29	33	40
		博物馆管理人才、专业技能人才、研究人才、创新型人才的配备及培养情况	9	11	13
		高水平创新团队及拔尖人才培养情况	10	11	13
		博物馆根据不同岗位要求，开展分级分类培训，提升队伍整体素质能力情况	10	11	14
定量评估指标（原始分 100 分）					
		召开理事会次数（基础分：1 次/分）	25	25	25
		新增制度数量（基础分：1 项/分）	25	25	25
		副高级职称、正高级职称人员总数（基础分：1 人/分）	20	20	20
		平均从业年限（基础分：1 年/分）	10	10	10
		出国（境）进修（培训）人员（基础分：1 人/分）	10	10	10
		国内进修（培训）人员（基础分：1 人/分）	10	10	10
1.2	二级指标	藏品管理	指标权重 10%		

定性评估指标（原始分 100 分）					
1.2.1	三级指标	藏品征集	22	25	28
		博物馆藏品征集规划和年度计划制订、执行情况	8	11	14
		博物馆新征集藏品对于完善收藏体系，满足展示、研究等方面的价值意义	8	8	8
		博物馆征藏党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、中华民族发展史、经济社会发展变迁物证以及流失海外中国文物的情况	6	6	6
1.2.2	三级指标	藏品登录	22	25	29
		博物馆新搜集藏品依法建立藏品账目及档案的情况	6	7	9
		单独设置文物档案，并区分文物等级的情况 (注：无文物类藏品的博物馆可参照评分)	6	7	8
		建立藏品数据库或藏品信息管理系统，健全藏品登录机制，采集登录藏品信息的情况	5	6	7
		文物信息在主管文物部门备案的情况 (注：无文物类藏品的博物馆可参照评分)	5	5	5
1.2.3	三级指标	藏品保管	22	25	29
		藏品库房管理及藏品保护装具配备情况	7	8	10
		温度、湿度、光照等藏品保存、展示环境指标控制情况	7	7	7
		藏品入库、上架、提用、运输等操作执行及工作记录情况	8	10	12
1.2.4	三级指标	藏品保护	34	25	14
		开展藏品预防性保护，针对文物常见多发病害病理开展研究和防治情况	10	7	3
		针对珍贵濒危文物、材质脆弱文物、文物保护单位的保护修复情况	10	7	3
		藏品养护工作情况	14	11	8
定量评估指标（原始分 100 分）					
		年度新增藏品数（基础分：1 件（套）/分）	20	20	20
		新增备案登录藏品数量（基础分：100 件（套）/分）	15	15	15
		修复文物数（基础分：1 件（套）/分）	15	15	15
		修复本馆文物数（基础分：1 件（套）/分）	15	15	15
		采集藏品三维影像数据量（基础分：100 件（套）/分）	15	15	15
		库房面积（基础分：100 平方米/分）	20	20	20
1.3	二级指标	开放管理	指标权重 5%		

定性评估指标（原始分 100 分）					
1.3.1	三级指标	信息公开	50	50	25
		近三年博物馆年报编制、发布情况	16	20	13
		博物馆向文物主管部门报送年报信息情况	17	15	6
		通过博物馆网站等媒体平台，面向社会公示本馆管理、运行和公共文化服务工作情况	17	15	6
1.3.2	三级指标	参观服务	50	50	75
		博物馆全年向社会开放情况	8	12	19
		博物馆执行免费开放政策或对特殊人群免费、优惠开放情况	7	9	14
		新增或更新的观众休息设施、卫生设施、文创产品销售服务设施、餐饮服务设施以及老年人、残疾人、婴幼儿等特殊人群服务设施配备情况	7	9	14
		落实节能减排、绿色发展的要求，推动博物馆基础设施、设备节能化改造和低耗能运行的情况	7	5	7
		通过互联网、新媒体为公众提供各类在线服务的情况	7	5	7
		采取有效措施解决老年人运用智能技术困难的情况	7	5	7
		落实常态化疫情防控工作要求为开放服务提供保障的情况	7	5	7
定量评估指标（原始分 100 分）					
		全年开放天数（基础分：10 天/分）	50	50	50
		在线服务总量（基础分：10000 人次/分）	50	50	50
1.4	二级指标	安全管理	指标权重 6%		
定性评估指标（原始分 100 分）					
1.4.1	三级指标	意识形态安全	18	20	22
		坚持正确方向，党建与业务相融合情况	5	5	5
		博物馆落实意识形态工作责任制，健全并落实各级主体责任，将意识形态工作纳入工作规划、计划和重要议事日程，纳入领导班子和成员目标管理的情况	5	5	6
		博物馆加强意识形态阵地建设，在展陈、教育、传播、文创、信息发布等各项工作中严把政治导向，按要求履行活动报告、审批程序，加强内容审核管理的情况	4	5	6
		博物馆强化意识形态风险防控，开展工作人员教育培训，健全舆情监测、研判、回应机制，制订、执行意识形态安全应急预案，及时开展舆情处置和舆论引导工作，	4	5	5

		防范化解意识形态领域安全风险的情况			
1.4.2	三级指标	藏品安全	37	40	45
		按照 GA27-2002、GB/T 16571-2012 及相关标准要求，在库房和展厅内，配备保障藏品安全的设备、设施情况	13	14	15
		对藏品安全保障设备、设施的检查、维护情况	13	14	15
		对珍贵文物和易损藏品的特殊保管情况	11	12	15
1.4.3	三级指标	公共安全	27	20	22
		博物馆安保人员配备和日常管理工作情况	5	4	4
		按照 GA27-2002、GB/T 16571-2012 及相关标准有关要求，在开放区域内，配备保障公共安全的消防、安防设施设备情况	5	4	4
		消防安全设备设施的使用情况	4	3	4
		博物馆针对突发事件的预防措施、应急预案、善后处置措施准备情况	5	4	4
		定期组织开展消防、安防演练情况	5	3	3
		属地公安、消防部门对博物馆安保工作的检查、验收情况	3	2	3
1.4.4	三级指标	信息安全	18	20	11
		博物馆信息系统架构与用户权限管理体系建设情况	5	5	3
		博物馆信息安全保护、数据资源管理制度制订和执行情况	5	5	3
		博物馆信息安全管理人員配备和日常工作情况	4	5	3
		参照 GB/T 22239-2019 及相关标准有关要求，落实信息系统安全等级保护有关情况	4	5	2
定量评估指标（原始分 100 分）					
		安保人员数（基础分：1 人/分）	60	60	60
		安全演练次数（基础分：1 次/分）	40	40	40
2	一级指标	服务产出	指标权重 55%		
2.1	二级指标	科学研究	指标权重 15%		
定性评估指标（原始分 100 分）					
2.1.1	三级指标	科研产出	75	58	45
		博物馆在科学研究、学术研究方面综合实力，以及开展科研活动和取得成果（包括但不限于：发表学术论文、出版学术专著、承担科研项目、考古发掘项目、课题、获得专利、参与制订标准）的总体水平	37	30	25
		代表性研究成果的学术价值、应用价值、创新价值情况	20	16	12
		代表性研究成果影响力和获奖情况	18	12	8

2.1.2	三级指标	科研服务	25	42	55
		面向其他博物馆、高等学校、科研院所开放藏品和学术研究资料，为专业研究者提供研究便利的情况	11	18	25
		博物馆发挥本馆藏品、学术资源优势，与高等学校、科研院所等单位合作开展学术研究、承担科研项目、考古发掘项目、举办学术活动的情况	7	12	15
		与高等学校、科研院所联合建立、运营实验室、研究室、科研基地、科研工作站的情况	7	12	15
定量评估指标（原始分 100 分）					
		科研项目数（基础分：1 项/分）	20	20	20
		省部级（含）以上研究项目（基础分：1 项/分）	20	20	20
		出版物数（基础分：1 册/分）	20	20	20
		发表论文数（基础分：1 篇/分）	20	20	20
		获得专利数（基础分：1 项/分）	10	10	10
		参与编制标准数（基础分：1 项/分）	10	10	10
2.2	二级指标	陈列展览	指标权重 15%		
定性评估指标（原始分 100 分）					
2.2.1	三级指标	基本陈列	33	45	56
		博物馆基本陈列体系建设，以及现有基本陈列的总体质量情况	14	19	24
		基本陈列中展品、展项更新、充实的频率与幅度（原状陈列不考察此项）	10	13	16
		基本陈列文化品牌的社会认知、认可度，以及获得奖励、推介的情况	9	13	16
2.2.2	三级指标	临时展览	67	55	44
		博物馆临时展览体系建设，以及评估周期内举办临时展览的总体质量情况	15	10	9
		代表性临时展览主题定位与博物馆定位的契合程度	11	9	7
		代表性临时展览的内容策划水平，以及学术性、思想性情况	11	9	7
		代表性临时展览形式设计水平，以及陈列主题和思想内容情况	10	9	7
		代表性临时展览运用辅助展品和现代信息技术手段提升文化传播水平的情况	10	9	7
		代表性临时展览文化品牌社会认知、认可度，以及获得奖励、推介的情况	10	9	7
定量评估指标（原始分 100 分）					
		基本陈列（含原状陈列）数（基础分：1 个	40	40	40

		/分)			
		馆内原创临时展览数 (基础分: 1 个/分)	30	30	30
		馆际合作展览数 (基础分: 1 个/分)	30	30	30
2.3	二级指标	教育服务	指标权重 15%		
定性评估指标 (原始分 100 分)					
2.3.1	三级指标	讲解服务	15	30	32
		讲解队伍建设和服务能力情况	4	9	8
		日常公益性讲解导览服务情况	4	7	8
		馆长、专家导览等特色化讲解导览服务情况	4	7	8
		智慧导览服务情况	3	7	8
2.3.2	三级指标	教育活动	77	60	58
		博物馆教育活动规划编制与实施的总体情况	10	8	8
		接待青少年群体利用博物馆资源, 组织开展爱国主义、革命传统、中华优秀传统文化、生态文明、国家安全、“大思政课”等主题的研学实践教育活动的情况	10	7	8
		博物馆与当地各类学校联系, 签订馆校共建协议, 开展博物馆进校园活动的情况	10	6	7
		博物馆根据青少年群体认知规律和学校教育教学需求, 结合传统节日、纪念日等, 组织开展各类经常性教育课程、教育活动的质量水平	10	9	8
		代表性教育活动的质量水平	17	13	13
		代表性教育活动面向学校、社区等群体和互联网平台推广情况, 以及大中小學生、社区公众、网络受众的参与情况	10	9	7
		代表性教育活动品牌创建及其社会认知、认可度	10	8	7
2.3.3	三级指标	公益鉴定	8	10	10
		博物馆公益鉴定服务制度、规划的编制情况	4	5	5
		博物馆公益鉴定服务实施的总体情况, 如鉴定文物的类别, 社会认知、认可度, 服务推广情况	4	5	5
定量评估指标 (原始分 100 分)					
		讲解队伍人数 (基础分: 1 人/分)	8	8	8
		人工讲解服务人次 (基础分: 100 人次/分)	8	8	8
		智慧导览设备终端数 (基础分: 1 台/分)	8	8	8
		智慧导览设备服务人次 (基础分: 1000 人次/分)	8	8	8
		线下教育活动数 (基础分: 1 场/分)	10	10	10

		青少年教育课程数（基础分：1课/分）	10	10	10
		共建学校数量（基础分：1校/分）	8	8	8
		学校教育服务次数（基础分：1次/分）	8	8	8
		培训师资人数（基础分：1人/分）	8	8	8
		教育活动参与人数（基础分：100人次/分）	8	8	8
		鉴定场次（基础分：1场/分）	8	8	8
		鉴定数量（基础分：1件/分）	8	8	8
2.4	二级指标	文化传播	指标权重 10%		
定性评估指标（原始分 100 分）					
2.4.1	三级指标	馆际协作	25	28	20
		向国内其他博物馆输出展览、展品的综合质量水平	6	8	6
		举办国内学术研讨等文化交流活动的综合质量水平	6	7	6
		面向中小博物馆、非国有博物馆开展对口帮扶、馆际协作情况	7	6	4
		实施“博物馆+”战略，与教育、科技、旅游、商业、传媒、设计等各类社会机构开展跨界合作情况	6	7	4
2.4.2	三级指标	国际交流	25	14	20
		独立或参与举办进出境展览的综合质量水平	7	4	6
		举办国际学术研讨活动的综合质量水平	6	4	5
		参加国际学术交流活动的总体情况	6	3	5
		组织开展或参与文物保护、考古、科研等领域国际合作项目的情况	6	3	4
2.4.3	三级指标	数字传播	37	43	40
		在本馆官方网站等渠道开放查询、展示藏品数据信息和高清影像的情况	9	9	11
		与融媒体平台合作，针对网络受众推出的云展览、云讲解、云教育（云课程）、短视频、高清直播、虚拟展厅、沉浸式体验等各类线上数字化体验产品的情况	13	15	14
		代表性线上数字化体验产品的质量水平	15	19	15
2.4.4	三级指标	文创经营	13	15	20
		博物馆通过授权等手段开发文创产品的种类、特色、以及获得经济、社会效益的情况	4	5	8
		代表性文创产品质量水平	5	5	6
		代表性文创产品的品牌创建及其社会认知、认可度	4	5	6
定量评估指标（原始分 100 分）					
		输出展览数（基础分：1次/分）	10	10	10

		入境展览数（基础分：1个/分）	10	10	10
		出境展览数（基础分：1个/分）	10	10	10
		国内学术研讨活动次数（基础分：1次/分）	10	10	10
		国际学术研讨活动次数（基础分：1次/分）	10	10	10
		文化创意产品数（基础分：1类/分）	10	10	10
		文化创意产品销售收入（基础分：10000元/分）	10	10	10
		公开藏品信息数量（基础分：100件（套）/分）	10	10	10
		线上数字化体验产品数量（基础分：1项/分）	10	10	10
		线上数字化体验产品浏览量（基础分：10000次/分）	10	10	10
3	一级指标	社会评价	指标权重 20%		
3.1	二级指标	观众反馈	指标权重 12%		
定性评估指标（原始分 100 分）					
3.1.1	三级指标	观众结构	50	43	33
		博物馆年均接待观众数量规模与博物馆接待能力相适应情况	25	22	17
		博物馆观众构成与博物馆文化主题相适应情况	25	21	16
3.1.2	三级指标	观众满意度	50	57	67
		博物馆观众调查制度建设与调查工作开展情况	10	9	13
		近期观众调查反映的观众调查满意度情况	22	29	32
		观众对博物馆的展览、环境、服务等方面作出的总体评价	18	19	22
定量评估指标（原始分 100 分）					
		年度观众总数（基础分：10000人次/分）	20	20	20
		临时展览参观人数（基础分：10000人次/分）	20	20	20
		未成年观众人数（基础分：10000人次/分）	15	15	15
		国（境）外观众人数（基础分：10000人次/分）	15	15	15
		免费参观人数（基础分：10000人次/分）	15	15	15
		受控参观人数（基础分：10000人次/分）	15	15	15
3.2	二级指标	社会影响	指标权重 8%		
定性评估指标（原始分 100 分）					
3.2.1	三级指标	社会关注度	60	50	50
		互联网公开数据显示的博物馆公众关注程度情况	30	25	25
		互联网公开数据显示的博物馆媒体关注程度情况	30	25	25

3.2.2	三级指标	奖励与荣誉	20	25	25
		评估周期内，党委、政府或社会组织授予博物馆的组织荣誉与奖励情况	10	13	13
		评估周期内，党委、政府或社会组织授予博物馆员工的个人荣誉与奖励情况	10	12	12
3.2.3	三级指标	公众参与	20	25	25
		“博物馆之友”活动组织开展情况	7	9	9
		博物馆志愿者组织建设与服务工作情况	7	8	8
		博物馆接受社会捐助情况	6	8	8
定量评估指标（原始分 100 分）					
		网站综合浏览量（基础分：10000 次/分）	10	10	10
		新媒体关注量（基础分：1000 人/分）	10	10	10
		新媒体访问量（基础分：10000 次/分）	10	10	10
		主流媒体报道次数（基础分：1 次/分）	10	10	10
		部（省）级集体奖励（基础分：1 项/分）	10	10	10
		部（省）级个人奖励（基础分：1 项/分）	10	10	10
		其他集体奖励（基础分：1 项/分）	5	5	5
		其他个人奖励（基础分：1 项/分）	5	5	5
		接受捐赠次数（基础分：1 次/分）	10	10	10
		接受捐赠金额（基础分：10000 元/分）	10	10	10
		志愿者人数（基础分：1 人/分）	10	10	10
4		附加项			
4.1		特色加分项 （单个特色项目加分不超过 3 分；参评博物馆累计加分不超过 6 分，累计附加分后博物馆总得分最高不超过 100 分。给予特色加分的单位最多不超过参评单位总数的 10%）			
		博物馆、纪念馆服务国家重大战略、重大文化工程，加强资源整合与协同创新方面开展的特色化、个性化发展创新项目			
		博物馆、纪念馆落实中央和国家有关部门关于博物馆改革发展的政策要求，创新体制机制，释放发展活力方面开展的特色化、个性化发展创新项目			
		博物馆、纪念馆在弘扬社会主义核心价值观，传承弘扬中华优秀传统文化、继承革命文化和发展社会主义先进文化，推动文物资源创造性转化、创新性发展方面开展的特色化、个性化发展创新项目			
		博物馆、纪念馆在开展国际合作，推进文明交流互鉴，向国际社会讲好中国故事、讲好中国共产党的故事，提升中华文化国			

		际传播能力，扩大中华文化国际影响力方面开展的特色化、个性化发展创新项目			
4.2		警示减分项			
		评估周期内未有效落实意识形态工作责任制，发生负面舆情或其他意识形态问题（关联指标：安全管理—意识形态安全）发生重大舆情或其他重大意识形态问题的，涉及安全管理二级指标项（6分）不得分			
		评估周期内违规收藏有来源不明或者来源不合法的藏品（关联指标：藏品管理—藏品征集）			
		馆藏文物借用或交换，未依法履行备案或报批程序（关联指标：藏品管理—藏品登录）			
		未能依法合规处置文物（关联指标：藏品管理—藏品保管）			
		评估周期内发生藏品安全事故（关联指标：藏品管理—藏品保管、安全管理—藏品安全）发生重大安全事故的，涉及藏品管理（10分）和安全管理（6分）两个二级指标项共计16分全部扣除。			
		评估周期内发生观众安全责任事故（关联指标：安全管理—公共安全）			
		革命纪念类博物馆及陈列展览内容未履行相关审批手续。（关联指标：安全管理—意识形态安全，其他类型博物馆不作考察）			

附录 B

(规范性)

评估评分计算统计方法

一、定性评估评分计算统计方法

(一) 计算二级指标定量相对得分

二级指标相对得分=各考察要点实际得分之和

(二) 计算二级指标相对平均分

二级指标相对平均分=各专家二级指标所评实际得分之和/专家人数

(三) 二级指标定性评估得分

二级指标定性评估得分=二级指标相对平均分×相应权重

二、定量评估评分计算统计方法

(一) 统计指标分类及程序

定量数据统计指标分为三级指标系统：一级指标、二级指标、考察要点。

计时时，首先计算各考察要点基础分，然后将基础分还原成相对分值，再综合计算二级指标的定量评估得分。

(二) 计算每个考察要点基础分

$$x_i = \chi_i \times M_i$$

x_i —某项考察要点分值

M_i —某项考察要点的基础分

χ_i —某项考察要点的调查数据

(三) 计算考察要点相对分值

1) 计算某项考察要点基础分 y_n

$$y_n = x_i$$

2) 计算考察要点相对分值 C_n

$$C_n = B \times [0.6 + 0.4 \times (y_n - A_n) / (A_{\max} - A_n)]$$

B —原始分权重值=考察要点原始分/二级定量指标原始分

y_n —某项考察要点基础分值

A_n —所有同级别参评博物馆该项考察要点的基础分平均值

A_{\max} —所有同级别参评博物馆该项考察要点的基础分最大值

(四) 计算二级指标相对得分 E_m

$$E_m = \sum C_n$$

C_n —某项考察要点相对分值

(五) 计算二级指标定量评估得分

二级指标定量评估得分=二级指标相对得分×相应权重

三、评估成绩

(一) 统计二级指标最终得分

博物馆运行评估最终得分的计算采用线性加权综合法，首先计算各二级指标最终得分：

$$y = \lambda_1 F_{\text{定性}} + \lambda_2 F_{\text{定量}}$$

y —最终评估得分值，

$F_{\text{定性}}$ —二级指标定性评估得分值，

$F_{\text{定量}}$ —二级指标定量评估得分值，

λ_1, λ_2 —常数，分别表示定性评估指标和定量评估指标的比重系数。

(二) 统计最终评估成绩

评估成绩=各二级指标最终得分之和+“特色加分项”得分—“警示减分项”得分

参考文献

- [1] 《中华人民共和国文物保护法》
- [2] 《中华人民共和国教育法》
- [3] 《中华人民共和国科学技术普及法》
- [4] 《中华人民共和国公共文化服务保障法》
- [5] 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》
- [6] 《博物馆条例》
- [7] 《新时代爱国主义教育实施纲要》
- [8] 《关于进一步加强文物工作的指导意见》
- [9] 《关于加强文物保护利用改革的若干意见》
- [10] 《“十四五”文物保护和科技创新规划》
- [11] 《关于推进博物馆改革发展的指导意见》
- [12] 《关于推动公共文化服务高质量发展的意见》
- [13] 《博物馆管理办法》
- [14] 《博物馆藏品管理办法》
- [15] 《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》
- [16] 《关于进一步做好公共博物馆、纪念馆免费开放工作的意见》
- [17] 《关于进一步加强文博事业单位人事管理工作的指导意见》
- [18] 《关于深化文物博物专业人员职称制度改革的指导

意见》

[19] 《关于促进民办博物馆发展的意见》

[20] 《关于进一步推动非国有博物馆发展的意见》

[21] 《中国文物、博物馆工作者职业道德准则》

[22] 《博物馆馆长专业资格条件（试行）》

[23] 《国际博物馆协会章程》

[24] 《国际博物馆协会博物馆职业道德准则》

[25] 《联合国教科文组织关于保护与促进博物馆和收藏及其多样性、社会角色的建议书》