

博物馆咨询委员会
二零二零年十月九日第七次会议

讨论摘要

1. 康乐及文化事务署博物馆及相关办事处的二零一九至二零年度周年管理报告

- 1.1 委员备悉康乐及文化事务署（康文署）博物馆及相关办事处的二零一九至二零财政年度周年管理报告的内容，并大体赞赏康文署博物馆尽管经历2019冠状病毒病疫情带来的挑战，仍然能取得佳绩。委员就周年管理报告的内容，提出以下建议：

推广康文署博物馆的市场策略

- (a) 在社交媒体上一并宣传康文署博物馆，以发挥更大影响力和协同效应；
- (b) 加大力度在社交媒体上制作数码内容；
- (c) 在举行展览前在社交媒体播放预览影片，以吸引更多参观者；以及
- (d) 从普罗大众的角度出发，评估在不同平台推广节目的成效。

康文署博物馆的展览、教育及推广活动

- (e) 在不同的康文署博物馆就本地社群有兴趣的共同主题合作举办展览；
- (f) 预先向学校提供节目计划，使学校能把合适的节目加入学校计划内；以及
- (g) 在不同的康文署博物馆举办融合科学知识或以有关公众日常生活的科学为主题的展览。

与外界的合作

- (h) 与教育局合作，利用康文署博物馆过往举办的展览和节目的资料制作教材；以及
- (i) 邀请担任由康文署博物馆举办的讲座的演讲者为《香港博物馆期刊》撰文。

康文署博物馆的人手和财政资源

- (j) 因应2019冠状病毒病疫情，投放更多资源发展康文署博物馆的社交媒体；
- (k) 把用于康文署博物馆翻新和扩建项目上的资源维持在合理水平；以及

信息科技在康文署博物馆的应用

- (l) 检视和加强社交媒体的策略，利用专业数码市场推广系统记录用户活动的大数据；
 - (m) 举办网上讲座以接触更广泛的观众，以及安排博物馆馆长透过网上平台介绍重要和具代表性的藏品；
 - (n) 长远而言，以混合模式策划节目；
 - (o) 推出奖励计划鼓励儿童参加网上博物馆活动；以及
 - (p) 因应情况变化建立短期的数码策略和制定二至三年在康文署博物馆发展和宣传数码服务的中期计划。
- 1.2 委员亦查询相对低的宣传开支、延长在香港历史博物馆（历史博物馆）举行的『「工」不可没——香港工业传奇』专题展览的展期的可能性、2019冠状病毒病疫情对与海外和内地博物馆合作的影响和相关的应变计划、目前博物馆与教育界合作的详情和历史博物馆举办的「未来馆长培训班」的资料。
- 1.3 康文署代表响应委员的建议表示社交媒体平台和吉祥物会被用作宣传康文署的服务。康文署会整合过往开立和营运社交媒体平台的经验并细阅委员的建议，以制定策略，务求取得更好的成果。香港文化博物馆和香港艺术馆均曾分别举办融合艺术和历史元素的展览。康文署会考虑加强与教育界的合作，亦会研究提升信息科技在博物馆服务和网上节目的应用。以博物馆藏品的教育、艺术和历史价值作评估较为可取。

2. 在康乐及文化事务署设立科学推广组

2.1 委员备悉科学推广组的成立并提出以下建议：

- (a) 与不同的政府决策局和部门、博物馆及办事处合作，以致协同效应，更有效地向公众推广科学与科技；
- (b) 聚焦于现行科学教育的学校课程纲要以外的范畴，并研究学生对科学的兴趣和态度；以及

(c) 把科学推广组清晰地定位为在博物馆服务框架内专注于推广科学的小组。

2.2 委员备悉科学推广组成立的目的是在博物馆外推动小区参与和向很少参观博物馆的市民推广科学文化。科学推广组不能取代学校的科学教育，而会透过新颖的方法培养和引起市民，特别是年青人，对日常科学的好奇心和兴趣。

3. 常设专责委员会的报告

3.1 委员备悉二零一九年六月至二零二零年八月期间博物馆咨询委员会辖下艺术专责委员会、历史专责委员会及科学专责委员会会议的主要讨论事项。