

国家文物局
国家发展和改革委员会
科学技术部
工业和信息化部
财政部

文物博函〔2016〕1944号

国家文物局、国家发展和改革委员会、
科学技术部、工业和信息化部、财政部
关于印发《“互联网+中华文明”三年行动计划》
的通知

各省、自治区、直辖市、新疆生产建设兵团文物局（文化厅）、
发展改革委、科技厅（委、局）、工业和信息化主管部门、财政
厅（局）：

为贯彻落实国务院《关于进一步加强文物工作的指导意见》

(国发〔2016〕17号)和《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》(国发〔2015〕40号),国家文物局、国家发展和改革委员会、科学技术部、工业和信息化部、财政部共同编制了《“互联网+中华文明”三年行动计划》。现印发给你们,请结合实际,认真抓好贯彻落实。

附件:《“互联网+中华文明”三年行动计划》



附件

“互联网+中华文明”三年行动计划

文化遗产承载灿烂文明，传承历史文化，维系民族精神，是国家的“金色名片”。为贯彻习近平总书记关于文化遗产保护的系列重要论述精神，落实国务院《关于进一步加强文物工作的指导意见》（国发〔2016〕17号）和《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》（国发〔2015〕40号），把互联网的创新成果与中华优秀传统文化的传承、创新与发展深度融合，深入挖掘和拓展文物蕴含的历史、艺术、科学价值和时代精神，彰显中华文明的独特魅力，丰富文化供给，促进文化消费，特制定“互联网+中华文明”三年行动计划。

一、总体要求

（一）总体思路

深入贯彻落实习近平总书记系列重要讲话精神，牢固树立“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念，以有利于全社会参与文物保护、有利于提供多样化的文化产品与服务、有利于中华文明的传播与弘扬为原则，坚持政府积极引导、社会共同参与，充分发挥市场作用，通过观念创新、技术创新和模式创新，推动文物信息资源开放共享，推进文物信息资源、内容、产品、渠道、消费全链条设计，不断丰富文化产品和服务，进一步发挥文物在培育弘扬社会主义核心价值观、构建中华优秀传统文化传承体系和公共文化服务体系中的独特作用。

（二）发展目标

到 2019 年末，初步构建文物信息资源开放共享体系，基本形成授权经营、知识产权保护等规则规范；树立一批具有示范性、带动性和影响力的融合型文化产品和品牌；培养一批高素质人才，培育一批具有核心竞争力的文博单位和骨干企业；初步建立政府引导、社会参与、开放协作、创新活跃的业态环境，扩展文物资源的社会服务功能，为满足人民群众多层次、多形式、多样化的精神文化需求，促进文化繁荣和经济社会发展做出新的贡献。

二、主要任务

（一）推进文物信息资源开放共享

建立文物资源信息名录公开机制，首批向社会公开 1 万处文物保护单位 and 100 万件（组）国有可移动文物名录和基础信息，并逐步推进文物资源信息公开的广度和深度。加强统筹协调，出台相关政策和标准规范，推进文物大数据平台建设，实现优质资源共享。

支持文物博物馆单位有序开放文物资源信息，将资源信息开放、信息内容挖掘创新、信息产品提供等纳入文物博物馆单位评估定级标准和绩效考核范围。

专栏 1

文物大数据平台：优先整合全国不可移动文物普查、可移动文物普查、以及文物价值创新挖掘工程和文物数字化展示利用工程的成果，研究统筹建立文物大数据平台；逐步推动建设跨部门、跨区域、跨行业“物理分散、逻辑互联、全国一体、

交互共享”的云平台。建立文物资源信息采集、加工、存储、传输、交换系列标准，对文物信息资源进行分级分类，实现文物信息资源科学化、规范化管理和应用。鼓励各类第三方服务提供商、“双创”企业（个人）与文物博物馆单位合作，参与平台建设或基于云平台提供各种应用服务，提供文物图形图像、音视频、三维模型等数字资源，丰富文物知识、创意设计素材库，创作基于文物资源的影视、游戏、音乐、出版、商标以及计算机软件等数字产品，从事文物实体的数字化发行与信息网络传播推广，以及基于知识产权技术保护手段与网络的授权交易技术平台，以实现文物信息资源共享、利用、挖掘、创新的云服务。

（二）调动文物博物馆单位用活文物资源的积极性

充分发挥文物博物馆单位在文物藏品资源、学术研究、人才队伍、形象品牌等方面的优势，加强与社会力量的合作，建立优势互补、互利共赢的合作机制，促进文物的合理利用和中华文明的传播弘扬。

加强文物基础价值挖掘工作。开展文物资源的知识挖掘和信息组织，确保专业性和科学性，为后续产品开发和领域融合提供基础支撑。

加强文物数字化展示利用。通过数据汇集、分析和加工，建立面向应用的文物信息资源库和陈列展览专题信息资源库，持续推动文物信息资源盘活存量，做优增量，做大总量。

依法建立文物博物馆单位文物信息资源和品牌资源的授权机制并在部分地区先行先试，通过总体授权、单独授权、专项授权等，将资源优势转变为市场优势。严格区分社会公益服务与商

业授权委托。

依托文物博物馆单位场馆空间优势，重点关注公共文化服务领域需求，积极开发和引入与文物博物馆单位功能定位相适应的产品、技术、装备等，不断丰富产品供给渠道。

通过文化创意产品开发所取得的事业收入、经营收入和其他收入等按规定纳入本单位预算统一管理，可用于加强公益文化服务、藏品征集、继续投入文化创意产品开发、对符合规定的人员予以绩效奖励等。

专栏 2

1. 文物价值挖掘创新：支持文物博物馆单位与高等院校、科研院所和相关企业合作，针对体现中华文明独特魅力的典型性文物，开展多视角、多维度、多层次的价值挖掘，阐述文物背后的故事，突出文物的历史、艺术和科学价值，加强文物间关联性和系统性研究，为后续产品研发、领域融合等提供更具专业性和科学性的文物信息资源。鼓励社会力量与文物博物馆单位合作，开展文物价值挖掘创新，分类进行文博知识产权分析研究和应用前景的市场评估。

2. 文物数字化展示利用：推进文物博物馆单位通过独立开展、项目合作或购买服务等方式，针对国家重点文物保护单位、馆藏珍贵文物、精品陈列展览，利用遥感测绘技术、三维扫描/建模技术、高清影像采集技术等，采集和整合数字化信息，搭建面向应用的文物资源数据库和陈列展览专题数据库，开发数字体验文化产品；鼓励有条件的文物博物馆开展智慧博物馆工作。鼓励大型互联网企业综合运用物联网、云计算、大数据和移动互联网等新技术手段，提供文物信息资源深度开发利用服务。

（三）激发企业创新主体活力

充分发挥企业在技术、人才、渠道、资金和体制机制灵活等方面的优势和创新主体作用，支持企业与文物博物馆单位通力合作，通过内容创新、技术创新、管理创新、模式创新和业态创新，发展融合型文化产品。

鼓励各类市场主体，以市场需求为导向，以互联网创新成果为支撑，依托文物信息资源，重点开展互联网+文物教育、文物文创、文物素材再造、文物动漫游戏、文物旅游，以及渠道拓展与聚合等工作，形成一批具有广泛影响和普遍示范效应的优秀产品与服务，有力促进大众创新、万众创业。

形成“互联网+中华文明”优秀产品。重点围绕文明源流、国学经典、传统美德、艺术欣赏、古代科技、古代建筑、乡土民俗、红色记忆、“一带一路”和文保知识等主题，以及人民群众喜闻乐见的其他题材，进行创作、创新、创造，让文物可见、可感、可亲，讲述好中国故事、传播好中国声音。

重点培育骨干型企业，丰富产品内容、完善产品形态、拓展产品渠道，形成一批有影响、有品牌、有竞争力的领军企业或企业集团；支持中小企业向“专、精、特、新”方向发展，强化特色产品、特色经营、特色服务，形成中小企业集群。

鼓励跨行业、跨领域的企业与文博单位间、企业间、文博单位间的合作，如专题研讨、培训、洽谈、会展、推介等活动，鼓励文物博物馆单位、企业、第三方服务机构等不同主体之间的信息互换、双向学习、观念更新，着力打破行业间的“竖井”，形成融合互动的“通渠”。充分发挥不同市场主体的自身优势，推

动分领域组建“互联网+中华文明”创新联盟，促进各类创新要素集聚，形成核心竞争力。引导技术创新、产品创新和渠道创新，鼓励技术入股、融资租赁和生产性服务等模式创新。

专栏3

1. 互联网+文物教育：针对不同年龄、不同区域青少年特点，研究提炼文物博物馆资源与教育的有机结合点，利用网络与多媒体技术表现形式丰富多样、信息获取方便快捷等优势，鼓励通过社会力量开发数字化、网络化的文物教育课程及其他教学资源。利用现有的远程教育终端系统、广播电视、互联网视频平台，以及学校与博物馆网站系统，增加中小学教育的文物博物馆音像录播教学和网络互动教学。把博物馆历史实践、艺术欣赏教育引入学校，鼓励通过 VR/AR 技术虚拟历史场景和重要历史文物 3D 打印实践教学等新形式、新技术，激发学生对文物历史的兴趣爱好。开发系列文物博物馆教育教学专用 APP，提供文物全息欣赏、虚拟触摸和历史事件沉浸式体验，增强用户主体交互体验，直观感知文物的历史、艺术和科学价值。支持利用网络传播、社交媒体、VR 平台及其他主流网络平台，提供面向公众的历史文化教育内容。鼓励文物博物馆单位、学校、青少年活动中心与有实力的技术服务提供商共同实施。

2. 互联网+文物文创产品：鼓励社会力量与文物博物馆单位深度合作，或通过网络众筹、众包等方式，针对文物博物馆单位具有代表性的文物与博物馆藏品资源，广泛应用多种载体和表现形式，开发兼具艺术性、趣味性和实用性，满足现代生

活需求的文化创意系列产品，打造文化创意品牌。鼓励建立大数据分析系统，分析多样化的客户选题需求，进行文化创意产品个性化定制和定向销售。

3. 互联网+文物素材创新：鼓励工业企业、设计机构、高等院校、科研院所与文博单位建立多种形式的合作机制。构建面向设计服务的文物素材库和知识库，实现开放式的远程虚拟设计服务和定向服务。在传统制造业、战略性新兴产业、现代服务业等重点领域，推进文物素材再造和相关设计服务产业化、专业化、集约化、品牌化发展。培育一批创意设计特色企业，研发一批选题创意新颖、特色突出、形式活泼的文物素材再造设计产品与服务，提高工业设计产业发展水平和服务水平。

4. 互联网+文物动漫游戏：充分挖掘我国文物和优秀传统文化资源，深入对接网络创意和科技元素，结合国家重大战略、重点工作和社会公众需求，重点发展表达中国特色、中国风格、中国气派的原创动漫、游戏、影视产品及衍生产品开发和服务，推进内容创作、音乐创作、形象设计、节目制作、版权交易创新发展。借助国内大型互联网平台在用户资源、知识产权、运营能力和技术创新等方面的优势，引导传统动漫和游戏企业打破固有的“黑盒子”创作模式，形成连接文物信息资源授权单位、动漫游戏生产机构与网络用户三方的开放共创方式，吸引网民参与互动体验，促进形成比较完整的文物网络动漫游戏生产体系、市场体系和传播体系。鼓励举办基于文物和优秀传统文化内容为主题的网络原创动漫游戏作品大赛、动漫产品研发

交流会、动漫读书会、动漫音乐节，扩大影响力和知名度。

5. 互联网+文物旅游：促进文物与旅游相结合，以文化提升旅游的内涵，以旅游扩大中华文明的传播。积极培育以文物为内容、旅游为载体、线上与线下相结合的融合发展新模式，丰富游客多层次、多角度现场与非现场深度体验。鼓励具备条件的文物博物馆单位与相关机构合作，研究设立虚拟展厅和数字体验中心，利用 3S、3D/4D、VR/AR、激光成像和全息投影等技术，围绕文物本体及其历史环境等重要元素，开发以智能终端平台或现场展示平台为承载的文物旅游数字化产品系列。鼓励国内大型互联网企业与文物博物馆单位合作，提供基于地图服务的文物博物馆旅游线路规划、虚拟展示、智慧导览、参观预约及个性化服务，满足旅游参观前、中、后三个阶段的不同体验要求；利用大数据挖掘分析手段，拓展游、购、娱、食、住、行等服务，优化文物旅游产品供给水平。

6. 渠道拓展与聚合：强化需求导向，科学分析文化消费需求，有针对性地拓展市场渠道，引领和培育新的文化消费。鼓励有条件的央地共建博物馆、国家一级博物馆、国家考古遗址公园、世界文化遗产地调动各方资源对商店、体验中心进行必要的改造升级，提升场景消费能力；鼓励有条件的单位在符合市场规律、进行科学规划和充分论证的前提下，在国内外旅游景点、重点商圈、城市大型综合体、交通枢纽等传统商业终端渠道开设专卖店或代售点，探索体验式交易模式；加强与大型电子商务平台合作，按地域和文化主题建立文化产品网络营销专区，支持文化产品提供商入驻，发展社交电商等网络营销新

模式，提升产品网络营销水平，鼓励开展跨境电子商务。同时，积极探索文博行业既有渠道、传统商业渠道、线上渠道的有机聚合，发展线上线下融合营销（O2O），实现全渠道覆盖。

（四）完善业态发展支撑体系

重点加强新技术新装备应用支撑体系、授权经营体系、双创空间体系等3大支撑体系建设，突破一批文物资源数字化、数字展示、网络传播等领域的核心关键技术和装备；探索建立基于文物信息资源、创意、产品、渠道和品牌的多层次授权经营体系；构建一批创新与创业相结合的双创空间，为创新创业者提供低成本、便利化、全要素的工作空间、网络空间、社交空间和资源共享空间，整合和调动更多创新要素，支撑文物信息资源合理利用新模式、新业态健康可持续发展。

专栏4

1. 新技术新装备应用支撑体系：充分运用物联网、云计算、大数据、移动互联等现代信息技术，推动新技术与新装备的研发与应用示范。重点支持文物价值挖掘、文物数字化、现代展陈、网络传播、智慧博物馆等方面的科技攻关，突破一批共性、关键、核心技术，在此基础上重点研发（含升级改造或二次开发）一批新技术、新工具和新装备，提高装备的适用性、安全性、可靠性和智能化水平。重点培育一批骨干创新型技术装备研发生产服务企业。

2. 授权经营体系：开展“互联网+中华文明”品牌经营与维护，探索建立基于文物信息资源、创意、产品、渠道和品牌的多层次授权体系。推动具备条件的文物博物馆单位依托本单位

文物信息资源，结合自身实际情况，采取合作共建、授权委托、独立开发等方式开展文物信息资源的开发利用工作。鼓励有实力的社会机构参与品牌资源授权经营。

3. 双创空间体系：加强与地方政府合作，遴选和培育建立一批“互联网+中华文明”双创空间，通过市场化机制、专业化服务和资本化运营途径构建服务平台，为“双创”企业（个人）与文博单位、科研机构、高校、社会团体等机构的对接牵线搭桥。鼓励有条件的地方采取相应政策措施，引导民间资本和社会力量参与，聚合优秀创意团队和创新人才，提供资金、技术、内容、渠道、金融等多方面支持，激发双创空间企业活力。

三、保障措施

（一）政策保障

注重原创价值、坚持创新驱动、突出示范引领，加快文物资源数字化进程，推进文物信息资源开放共享；充分挖掘文物信息资源价值，加强二次创作、创造，促进互联网应用创新，建立信息资源、文物知识、原创内容的产权保护政策，提升知识产权服务附加值；加大对创新创业团队支持力度，强化横向、纵向联合，形成协同育人、创业创新、成果转化、服务社会的“互联网+”新机制。

（二）经费支持

统筹利用现有资金渠道，发挥引导作用，重点对文物数字化和创新创业人才培养等给予必要支持；吸引社会资金以众筹、众包等市场化运作形式支持创新创业团队发展；积极开展与投资基金等金融机构合作。

（三）人才保障

坚持“以用为本、人才优先、创新机制、服务发展”的人才保障机制，重点培育文物与相关领域融合发展的高端复合型人才，开展战略规划、创意设计、科技创新、项目管理、资本运作等专业型人才的引进和培养，加强创业创新指导培训。鼓励和吸引互联网相关研究机构、高等院校、高新技术企业、文博单位等各领域高水平业务人才开展广泛合作，推动人才结构调整、提高人才质量，形成一批懂专业、有创意、善管理、有国际视野的优秀人才团队。

（四）机构保障

建立部际会商机制，国家文物局牵头负责，加强部门间的沟通协调，推动部门与部门间、中央与地方间、文博单位与企业间的协同与合作。组建专家咨询委员会，提供专业知识技术支撑。

公开形式：主动公开

国家文物局办公室秘书处

2016年11月29日印发

初校：刘清

终校：吴寒