

北京地区中医药博物馆发展现状与对策研究*

沈思远¹ 张涵宇² 葛泽恺³ 杜若桑¹

(1 首都医科大学中医药学院 北京 100069; 2 首都医科大学生物医学工程学院 北京 100069;

3 首都医科大学附属北京朝阳医院 北京 100020)

摘要: 中医药博物馆是文化传承与创新的重要场所,承担着活化千年医学智慧、推动现代转化的任务。北京作为全国文化中心,拥有御药典籍、燕京医学流派等丰富资源,应当形成中医药文化传承的首都范式。通过实地走访和文献调研发现,北京地区中医药博物馆面临诸多困难:展品雷同导致观众第一印象不深;阐释体系不完善,公众难以深入了解中医药文化;专业人才不足制约了数字化建设,也使科普教育活动难以提升质量和效果;文创产品单一,商业运营模式不够成熟,在一定程度上削弱了博物馆的自身造血能力,也影响了文化传播的可持续发展。针对上述问题,提出一系列优化策略:依据各馆特色,打造不同主题展区,提升展示效果;加强燕京医学研究,整合资源,突出地域特色;依托高校培养复合型人才,强化人才支撑;深挖中医药文化元素,开发多元化文创产品,构建场景化营销网络,增强经济实力。上述对策能够推动北京地区中医药博物馆实现高质量、可持续发展,拓宽中医药文化传承的广度,加深其深度,为其持续注入新活力。

关键词: 中医药博物馆;北京;发展策略;中医药文化

中图分类号:G646

doi:10.3969/j.issn.1003-305X.2026.08.068

Current status and countermeasures for the development of traditional Chinese medicine museums in Beijing*

SHEN Siyuan¹, ZHANG Hanyu², GE Zekai³, DU Ruosang¹

(1 School of Traditional Chinese Medicine, Capital Medical University, Beijing 100069, China;

2 School of Biomedical Engineering, Capital Medical University, Beijing 100069, China;

3 Beijing Chaoyang Hospital, Capital Medical University, Beijing 100020, China)

Abstract: Traditional Chinese medicine (TCM) museums are important venues for cultural inheritance and innovation, undertaking the task of revitalizing millennia-old medical wisdom and promoting its modern transformation. As the national cultural center, Beijing possesses rich resources such as imperial medical classics and the Yanjing medical schools, and should develop a capital model for the inheritance of TCM culture. However, field visits and literature reviews reveal that TCM museums in Beijing face many difficulties. The similarity of exhibits makes it difficult for visitors to form a strong first impression; an incomplete interpretive system prevents the public from gaining an in-depth understanding of TCM culture; the shortage of professionals restricts digital development and makes it difficult to improve the quality and effectiveness of popular science education activities; and the lack of diversity in cultural and creative products, together with an immature commercial operation model, weakens the museums' capacity for self-sustained development to some extent and affects the sustainability of cultural communication. In response to these problems, this paper proposes a series of optimization strategies, including developing thematic exhibition areas according to the

沈思远,男,在读本科生

#通信作者:杜若桑,女,博士,副教授,E-mail:20150046@ccmu.edu.cn

*基金项目:北京市社会科学基金青年项目(No. 23LSC010)

characteristics of different museums to improve display effects, strengthening research on Yanjing medicine and integrating resources to highlight regional characteristics, relying on universities to cultivate interdisciplinary professionals and strengthen talent support, and further exploring TCM cultural elements to develop diversified cultural and creative products and build scenario-based marketing networks so as to enhance economic strength. These countermeasures can promote the high-quality and sustainable development of TCM museums in Beijing, broaden and deepen the inheritance of TCM culture, and continuously inject new vitality into it.

Keywords: traditional Chinese medicine museums; Beijing; development strategies; traditional Chinese medicine culture

《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》^[1]中明确提出,加强中医药博物馆建设、挖掘阐释中医药经典元素等举措,为其发展提供了政策支撑。北京正积极推进“博物馆之城”建设,规划到2035年博物馆总数超460座,为中医药博物馆预留了广阔空间。

目前学术界对中医药博物馆的关注度逐步提升。通过截至2026年2月24日的相关文献检索发现,现有研究多聚焦于全国宏观发展路径或具体博物馆的个案分析^[2-3],尚无针对北京地区中医药博物馆群体的系统性调研。北京作为全国文化中心,其中医药博物馆的发展状况、面临的共性与个性问题,以及如何利用首都资源优势实现整体提升,亟待深入研究。

本研究综合运用实地走访调研与文献资料收集等方法,对北京地区11所中医药博物馆的展览面积、藏品数量、科普活动、数字化应用等基本情况进行系统梳理,旨在客观呈现北京地区中医药博物馆的整体发展图景,深入剖析其面临的共性困境,并结合北京的地域特色与资源优势,提出具有针对性和可行性的优化策略,以期在北京地区中医药博物馆的高质量、可持续发展提供参考,并为国内其他地区同类博物馆的建设提供借鉴^[4-6]。

1 北京地区中医药博物馆现状

1.1 数量与分类

北京地区现有11所中医药博物馆,按运营管理主体可分为政府类、高校及科研院所类、企业类三种类型。政府类博物馆包括:国家中医药博物馆(未建成)、北京丰台中医药博物馆、北京天元中医药博物馆、北京中药炮制技术博物馆;高校及科研院所类包括:北京中医药大学中医药博物馆、中国中医科学院中国医史博物馆、中国中医科学院针灸博物馆;企业类包括:北京御生堂中医药博物馆、北京广誉远中医药历史文化博物馆、北京同仁堂中

药博物馆、北京东壁堂中医药博物馆。

1.2 各馆基本情况

在政府类博物馆中,国家中医药博物馆由国家中医药管理局主管,定位为国家级中医药文化展示平台,目前正处于规划建设阶段。据其官方网站信息,该馆拟选址于北京市朝阳区,规划建筑面积约6.5万平方米,建成后将承担全国中医药文物典籍的保护研究与统筹协调职能。北京丰台中医药博物馆展览面积约2400平方米,立足社区,开展居民健康宣传活动;北京天元中医药博物馆展览面积900余平方米,藏品达12882件,近三年年均科普活动约11场,以亲子社教活动为特色;北京中药炮制技术博物馆展览面积780平方米,藏品300余件,年均科普活动19场,积极开展“博物馆进校园”项目。

在高校及科研院所类博物馆中,北京中医药大学中医药博物馆展览面积2300平方米,藏品6777件,年均科普活动25场,提供中医诊疗咨询与体验服务,其开发的AR软件曾获行业奖项;中国医史博物馆展览面积800平方米,藏品2100件,年均科普活动8场,定期举办“中医药探源溯流大讲堂”;中国中医科学院针灸博物馆展览面积48平方米,展出藏品100余件,目前仅接待专业团体及用于内部交流,尚未对公众开放。

在企业类博物馆中,北京御生堂中医药博物馆藏品9900件,年均科普活动8场,并推出了中医药科普系列视频;北京广誉远中医药历史文化博物馆展览面积800平方米,藏品600余件,采用“国医馆+国药堂+博物馆”一体化运营模式;北京同仁堂中医药博物馆展览面积700平方米,藏品1000余件,主要展示企业历史文化;北京东壁堂中医药博物馆藏品400件,年均科普活动16场,以研学旅行为主要特色。

目前,除国家中医药博物馆外,其余10馆均未定级,缺乏高等级博物馆。这一现状反映出北京地

区中医药博物馆的整体建设水平有待提升。

1.3 文化传播活动

目前全市11所中医药博物馆构建了涵盖教育、企业、社区等多维度的展示矩阵,在文化传承与科普教育方面发挥了基础性作用。超过80%的博物馆积极与社区或学校合作开展体验活动,其中有传统工艺实践类,例如,北京天元中医药博物馆举办的“春节趣制艾草锤,共享喜乐亲子情”活动;也有科普讲座类活动,如北京中药炮制技术博物馆走进多所学校开设科普课堂等。

1.4 数字化与新媒体应用

部分博物馆开始尝试运用虚拟现实(virtual reality, VR)与增强现实(augmented reality, AR)技术提升展示效果,如同仁堂博物馆利用相关技术展示针灸铜人,北京中医药大学中医药博物馆开发的AR软件曾获行业奖项。但在人工智能(artificial intelligence, AI)应用方面,调研中尚未见到成熟的案例。例如,用AI生成虚拟解说、实现智能交互应答、构建自适应学习系统等,这些应用尚属空白。整体数字化水平仍处于起步阶段,与大型综合性博物馆差距明显,尚难满足公众对沉浸式、交互式数字体验的需求。

1.5 相关资源的整合情况

北京地区中医药博物馆的发展,除依赖自身馆藏外,亦需依托对全市相关文化资源的有效整合。目前,博物馆和外部资源机构之间还没有建立起稳定的合作机制。例如,故宫博物院等综合性历史博物馆收藏的清代御药房档案、太医院器具等,大多被置于历史叙事框架中,其医学价值未得到专业阐释。

中医药包括各民族医药,北京地区也有藏医、蒙医等民族医学传承。但调研发现,北京地区中医药博物馆对民族医药的展示明显不足。只有中国医史博物馆设有民族医学史展厅,展出藏医、蒙医等文献和器物,但规模不大。其余博物馆都没有系统涉及民族医药内容。此外,一些民族文化类博物馆虽藏有民族医药资源,展览却多从民族学角度布置,未能突出其诊疗方法及现代应用价值。

2 北京地区中医药博物馆的发展障碍

2.1 展品展示同质化,文化初体验吸引力不足

观众对中医药的初次印象,很大程度上取决于首次参观体验。然而,不少博物馆展陈大同小异,多为实物配以文字说明,未能挖掘医药器具、药材标本、医学古籍等藏品的独特价值。这种浅表化的展示难

以吸引观众,使文化传播在起步阶段即遇到阻碍。

2.2 资源阐释体系不完善,深度认知环节存在障碍

燕京医学是北京本地形成的中医学术流派,由宫廷医学、四大名医、医教研名家三个脉络组成。这是北京在医学领域的一张名片。其学术脉络应当成为阐释重点,但各机构之间缺少研究合作,大量宫廷医案和名医手稿没有系统整理,这在一定程度上限制了展览的深度。故宫等非专题馆藏的中医药文物,大多按照历史学的方式展出,医学价值没有被准确呈现出来。这些因素使得公众难以真正了解燕京医派。

2.3 专业人才短缺,数字化与互动体验支撑薄弱

中医药博物馆在数字化建设中,缺少既懂中医药又懂数字技术的人才^[7-8]。擅长策划科普活动的人才也不足。要解决这个问题,需要从两个方面入手:①培养内部人才;②通过多学科合作整合外部力量,将中医药内容与数字技术有效结合,以回应观众对数字化体验的期待。

2.4 文创产品单一,文化消费与传播链条断裂

文创产品能连接博物馆与日常生活,推动文化价值二次传播。现在中医药博物馆的文创大多是书签、明信片等常见物品,没有利用中医药特有的文化元素。例如,香囊只印了图案,没有体现养生文化。相比之下,故宫的日历、养生系列和甘肃省博物馆的黄芪、百合玩偶都取得了良好的市场反响。这些案例表明,深度挖掘文化资源并加以创新表达,方能实现创造性转化,对中医药文创开发有借鉴意义。运营方面,销售渠道基本只限于馆内零售,没有充分利用电商平台。在推广方面,缺少精准营销和品牌建设,文创产品难以打通文化传播的“最后一公里”,博物馆的文化影响力和经济回报能力也被削弱。

3 北京地区中医药博物馆的发展对策

3.1 以空间与科技为媒,构建沉浸式观展初体验

解决展品雷同和第一印象吸引力不足的问题,关键在于使各馆的物理空间与展示内容形成差异。北京有不同类型的博物馆:高校博物馆强在学术研究,企业博物馆有深厚的品牌文化。如果都用同一种展陈模式,就无法发挥各自的长处。因此,各馆应根据自身资源特点进行主题空间定位,以提升吸引力。这并非一定要高投入,关键是转变展陈思路,深挖自身特色。

例如,高校和科研院所的博物馆可以突出教学

科研优势,设“中医药理论与学科史”主题展区,系统展示学术来源和成果;侧重社区服务的政府类博物馆,可以建“社区健康与公共服务”展区,提供体质辨识、养生讲座等贴近生活的服务;企业博物馆可以依托品牌历史,深挖品牌IP,开发沉浸式数字叙事和非遗技艺活态展演,将静态陈列升级为文化体验场景。

空间重构后,动态展陈和分众传播是保持吸引力的关键。静态展览容易使人产生疲劳感。通过定期更换内容和跨界合作,能够带来新鲜感。例如,配合季节、节日推出低成本的策展活动,或者与艺术、科技领域合作办跨界展览。分众传播的目标是给不同人群提供差异化内容,提升体验深度。现在智能导览技术已经普及,为不同观众推送个性化内容的技术已相当成熟。面向青少年群体可以开发AR绘本、闯关游戏;面向老年群体可以提供八段锦动作捕捉教学;面向外国观众可以制作多语种微纪录片。通过空间差异和动态体验,从物理和心理上重塑观众的第一印象,为后续深入认知打基础。

3.2 以考据与整合为基础,打通深度认知环节

观众难以深入理解中医药文化,原因是学术研究薄弱,机构间资源整合不够。阐释工作流于表面,是因为研究不够深。目前,对燕京医学这一地方特色学术流派,研究还不充分,大量宫廷诊疗档案、民间验方手稿等珍贵遗产没有系统整理。建立跨机构的“燕京医学文献研究中心”可有效应对这一问题,该中心可依托北京中医药大学中医药博物馆等核心场馆,搭建虚拟平台或合作网络。通过定期召开学术会议、设立联合研究课题,整合中国中医科学院、故宫博物院、相关高校等的专家资源。研究成果可以用周期性学术考据展览、可视化数字内容、燕京医学文化行走路线等形式向公众传播,让学术研究真正服务于公众教育。

同时,建立跨机构的资源整合和联合策展机制也很重要。很多中医药文物分散藏在故宫博物院等非专题博物馆里,医学价值被掩盖,这是资源浪费。通过合作机制将这些分散的资源整合激活,无需增加实物收藏成本,就能大大丰富北京地区中医药文化的展示和叙事。成立“北京地区中医药文化遗产资源联盟”是推动跨机构合作的可行路径。联盟作为行业协作组织,可着力搭建中医药文物数字资源库,协调成员策划联合巡展。例如,和故宫博物院联合举办“宫廷医学与北京中医药”特展。此外,联盟还可以推动与民族文化宫博物馆合作,推

出“民族医药瑰宝”展览,把民族医学纳入展示范畴,完整呈现北京中医药的多元构成。同时,可以设计“北京中医药文化探寻”主题线路,把相关场馆连成网络,形成规模化的文化体验。依靠内部深挖研究和外部整合资源,可以为观众构建一个贯通古今、连接内外的知识体系,有效促进深度认知。

3.3 以人才与数字为翼,筑牢互动体验支撑

数字化和互动体验做得不好,归根结底是人才问题。解决这个问题需要内外结合:一方面,博物馆应与北京设有中医药专业的高校合作,定向培养既懂中医药又懂数字技术的复合型人才^[9];另一方面,引入多学科外部团队,以项目制整合技术力量。同时,博物馆应当系统吸收社会专业力量,建立志愿者认证晋升体系、知识库APP、服务积分制度,用来招募、培训志愿者并提供长效激励。如此,志愿者就能成为拓展教育服务的重要补充。这种内外结合的人才策略,能够支撑博物馆的可持续发展。

在充实人才队伍的基础上,应着力推进数字化与智慧服务的创新应用。数字技术可以解决实体文物易损坏、展出时受时空限制等问题,也能创造沉浸式体验,实现知识的深度交互。目前,文物高精度扫描、VR/AR开发、移动APP开发等技术已经很成熟。国内不少大型博物馆的成功经验可以借鉴。例如,用高精度扫描技术建立核心文物的数字基因库。对古代针灸铜人进行毫米级建模并开发沉浸式VR针灸教学系统。运用AI技术创建古代名医的虚拟形象,使名医复活并讲述医学思想。在此基础上,开发综合性的中医药博物馆服务APP,集成智能导览、数字孪生展示、研学预约、全域文化遗产地图等功能。更进一步,可建立观众画像分析系统,分析观众行为热力图来优化展线,分析消费数据来指导文创开发,用数据驱动运营优化^[10-13]。此外,成立北京地区中医药博物馆联盟,搭建文物共享云平台,设立联合科研基金,制定行业标准化指南。这可以通过馆际协作创新,提升全行业的规范水平和专业影响力。人才是博物馆现代化的基础,技术是提升水平的核心手段,二者协同,数字化设想方能切实落地,互动体验才能实现质的提升。

3.4 以文创与运营为桥,延伸文化消费链条

文创产品单一,文化消费链条不完整。扭转文创产品单一的局面,须从源头创新,深度挖掘中医药文化元素,转化为有市场号召力的文化IP(即可商业化开发的文化符号、故事或是形象载体)。中医药文化宝库中蕴含着丰富的IP资源,如经典方

剂、名医故事、养生理念、传统器具等。把这些文化符号和现代设计、科技、生活用品结合,是开发文创产品的成熟做法。可开发经典再造系列,将传统中医药元素融入现代生活;推出在地活化系列,将地方特色保健品升级为社区文化礼品;发行数字藏品系列,利用区块链技术推出具有收藏价值的数字文创产品,购买者能获得线下展览的专属权益。多元的IP矩阵能够覆盖不同消费群体,满足多样的文化消费需求^[14]。

在IP开发基础上,构建线上线下联动的场景化营销网络,是拉长文化消费链条的关键一步。单一、封闭的销售渠道限制了文创产品的市场触达。场景化营销能把文化消费从博物馆延伸到商圈、社区和线上,增加产品曝光和购买便利性。在博物馆实体店设置闻香识药等互动体验区,可以和展览内容紧密结合。已有不少文化机构尝试在有条件的城市高端商场开设品牌快闪店或体验店,这是拓展品牌影响力的有效方式。开发线上小程序、入驻电商平台,则是现代商业的常见做法。通过内容创新和渠道拓展,能够形成文化传播与商业收益的良性循环。这样,文创产品就可以真正将博物馆融入公众的日常生活,走完文化传播的“最后一公里”。

4 结语

北京地区中医药博物馆在中医药文化的传承、研究与普及中扮演着不可或缺的角色。然而,其当前发展正面临系统性挑战:展示同质化、阐释浅表化、人才短缺、文创单一等问题相互交织。

为摆脱上述困境,本文基于对北京地区11所中医药博物馆的调研,提出一套系统性的优化策略,并从合理性与可行性角度展开论证:依托空间与科技手段,通过差异化展陈和分众传播提升观众初次体验;立足学术考据与资源整合,深化燕京医学研究并推动跨机构合作,以打通深度认知路径;借助人才与数字技术,通过复合型人才培育、多学科合作强化和智慧化建设,为互动体验提供支撑;通过文创与场景化运营,开发IP矩阵并拓展营销网络,延伸文化消费链条^[15]。

通过这些策略的实施,北京地区中医药博物馆有望突破发展瓶颈,实现高质量、可持续的转型升级。这能为北京建设博物馆之城注入中医药文

化内涵。其探索形成的首都范式,也能为全国同类博物馆的发展提供参考。最终,可以为增强民族文化自信、提升国家文化软实力作出贡献。

参考文献:

- [1] 国家中医药管理局. “十四五”中医药文化弘扬工程实施方案[J]. 中国现代中药, 2023, 25(5): 1164.
- [2] 张其成, 张瑾瑜, 邹宇轩, 等. 中医药博物馆助推中医药文化传播路径探讨[J]. 中医杂志, 2024, 65(13): 1403-1407.
- [3] 刘喜梅. 全国政协委员张其成: 让中医药博物馆“活起来”[N]. 人民政协报, 2024-04-03(5).
- [4] 一图读懂《中医药文化传播行动实施方案(2021—2025年)》[J]. 中国现代中药, 2021, 23(7): 1312.
- [5] 关于促进中医药传承创新发展的实施方案[N]. 北京日报, 2021-04-07(6).
- [6] 桑滨生. 《中医药发展战略规划纲要(2016—2030年)》解读[J]. 世界科学技术-中医药现代化, 2016, 18(7): 1088-1092.
- [7] 宁凝, 王云贺, 徐冰, 等. 中医药博物馆中医药文化传播现状及对策[J]. 中医药导报, 2024, 30(7): 205-212.
- [8] 唐正. 中医药博物馆传播新招[J]. 文化产业, 2025(12): 76-78.
- [9] 鞠爱霞, 佟俐, 郭艳丽, 等. 中医药博物馆线上线下相结合教育模式的探索[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2023(21): 60-63.
- [10] 胡玥, 刘平. 新媒体时代中医药博物馆传播途径研究[J]. 中医药导报, 2020, 26(8): 63-68.
- [11] 李享, 蔡琼, 侯胜田. 新媒体时代中医药博物馆信息传播的问题与建议[J]. 中医教育, 2022, 41(2): 35-39.
- [12] 朱冰倩, 乔俊杰. 中医药博物馆数字技术应用的传播现状及策略[J]. 传媒论坛, 2025, 8(9): 47-49.
- [13] 张馨雨, 张宗明, 刘振, 等. 数字人文视域下江苏中医药文化资源开发利用的模式和路径研究: 以中医药博物馆为例[J]. 南京中医药大学学报(社会科学版), 2024, 25(2): 85-90.
- [14] 杨荣臣, 胡广芹, 宋晨鸽, 等. 以博物馆建设为载体推动中医药文化创造性转化、创新性发展调研情况分析[J]. 世界中西医结合杂志, 2024, 19(5): 1036-1040, 1046.
- [15] 张敏, 林心君. 中医药博物馆“深度融合式”展陈探析: 以中国药都中医药博物馆为例[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2025(8): 56-61.

(收稿日期: 2026-01-21)