



童涵春堂致力传播中医药文化

“5·18 国际博物馆日”系列活动侧记

徐佳华 卢冬虎



5月18日,主题为“博物馆与文化景观”的世界公众的文化大餐“国际博物馆日”拉开序幕。被上海市文物局列为上海99家重点博物馆陈列馆之一的童涵春堂中药博物馆,着力搭建博物馆与公众沟通与互动的平台,注重公众对博物馆活动的参与度与认知度,开展了丰富多彩的博物馆宣传普及活动。

搭互动沟通平台 便民服务真伪鉴别

5月1日至5月30日重磅推出“童涵春堂地道药材展”特别展览,特辟一楼展区展出精制饮片二十余种,让参观者看一看,闻一闻地道药材原生态实物,普及地道药材的性味、功效、服用方法等专业知识和鉴别方法。“童涵春堂地道药材展”与“一楼”上海首届野山人参节”展区实现融通,参观者在体验童涵春堂地道药材的同时,通过对野山人参实物展品的说明和耳濡目染,直观了解到“野生山参、特级野

山参、野山参”的区别,能够初步掌握野山参的鉴别、保存、服用方法等。在博物馆入口处,我们又设置了喜闻乐见的互动体验活动——“名贵药材真伪鉴别”,由中药饮片公司质量授权人、执业药师沈建萍为市民提供名贵中药材真伪免费鉴别的便民服务。

在参观中学习,在体验中感悟,来到童涵春堂中药博物馆,稀世珍宝药材、传承而来的图档案和实物,将上海开埠以来的医药发展简史浓缩展现,与可爱超萌的人参娃娃来个合影,晒到朋友圈立马引来点赞无数;参观中也不能忘了关心父母的身体,在童涵春堂国医馆让名老中医给家人把把脉,膏方、浸酒方、茶饮方、药膳方,带回的不仅仅是地道药材,更是对家人满满的关爱之情;一楼供奉的神农氏、药王孙思邈,一朵灵芝或是一束清香,在神像前虔诚地许下“健康平安”的心愿,为家人和自己都请上个开光福袋将祈福密密缝制在内随身常伴;冬虫夏草、川贝母、猪苓、西红花

真伪鉴别,铁皮枫斗、紫皮枫斗、水草枫斗、刚级枫斗专业知识普及,惠及公众的便民服务,对小朋友来说,更是一次文教活动的熏陶。如果参观还没尽心或是传统药材携带不便,没关系,齐全的中药颗粒剂只需像速溶咖啡那样冲泡即可,或是留下联系方式,你的专属保健良方精心打包快递送达。

推出博物馆之夜 外国友人慕名参观

童涵春堂中药博物馆按照市局要求还推出“博物馆之夜”活动,将博物馆开放时间延长至晚上21:00。活动期间,每一位扫码“童涵春堂中药博物馆”晒照“文化上海”的参观者可获赠5·18博物馆日纪念品帆布环保袋。很多市民慕名纷纷踏至,互动体验活动反响很好,老百姓啧啧称赞,博物馆留言簿写得满满,该活动得到了上海市文物局领导的肯定和赞赏。5月18日童涵春堂中药博物馆接待561人次,较去年同期410人次同

比增长36.8%。

5·18活动期间,公众和老百姓点赞最多的是“名贵药材真伪鉴别”互动体验项目。首批预约参加博物馆活动的光明小学,在“名贵药材鉴别”现场提出的问题很有深度,公司质量授权人、首席执业药师沈建萍老师则耐心的为大家一一解答真伪药材的鉴别方法,“真的冬虫夏草共八对足,中间四对足明显而且虫体环纹也明显,伪冬虫夏草则四对足和环纹都很模糊……”,市民游客们一旁围观,认真听讲,纷纷翘起大拇指赞道“涨知识了!”今年“国际博物馆日”为周三工作日,除了馆校预约参观的学生和外国旅游团队以外,还有对中医中药几近狂热的领事馆外国友人,自带翻译慕名参观;有全国名中医裘沛然的病人专程从郊区赶来参观并体验名老中医的望闻问切;有在童涵春堂名医馆治疗了两次鼻炎就明显好转的小姑娘思从闵行赶来参观,感知感恩中医中药的博大精深。

志愿者快乐服务 传播中医药商旅文

童涵春堂中药博物馆处于寸土如金的豫园旅游地区,尽管博物馆面积不大,但每日宾客如云,声名远扬。博物馆坚持实行免费开放,自2010年11月7日博物馆落成开馆以来,已累计接待海内外宾客31万余人次。

童涵春堂中药博物馆在正常开放的同时,每年都积极面向社会开展形式多样、喜闻乐见的“博物馆健康之旅”活动,如“5·18国际博物馆日主题特展”、“养生知识讲座”、“中国药材枫斗文化展”、“上海首届野山人参节”、“中

医膏方制作工艺展”、“非遗项目中药泛丸展”、“中药保健香囊制作实践活动”、“传统包药和中药称量(戥称)基本操作学习实践活动”等。

越来越多的中小学校将童涵春堂中药博物馆作为学生的科普教育实践基地开展学习交流,黄浦区第一中心小学、四川南路小学、光明小学率先签订了《博物馆之友协议书》,已累计分批组织1000余名学生参加博物馆历年的各类活动,馆校合作累计参观达到39批次。2016年4月,四川南路小学举行授旗仪式,特别授予童涵春堂中药博物馆“教育因你更精彩,携手共育下一代”锦旗。此外,一些国内、国际旅行社也纷纷与童涵春堂中药博物馆签订《合作协议》,推出“学生团中医中药行”旅游参观线路,每逢周六或周日预约组团参观。童涵春堂中药博物馆则提前为学生们安排专业讲解服务和实践活动现场指导。

有一群人活跃在童涵春堂中药博物馆各个角落,他们无怨无悔,热情洋溢,快乐服务,他们就是无私奉献在博物馆第一线的公司党团员志愿者们,保证童涵春堂中药博物馆讲解接待活动规范有序运行开放。

童涵春堂以“名医、名药、名品、名店、名馆”为特色,实现医药融合,在日益同质化的竞争市场中做出品牌特色、产品特色,创造出“中医药商旅文”新业态新亮点。童涵春堂中药博物馆践行打造了一张“中华城市文化名片,有力的宣扬了童涵春堂”童叟无欺、涵和理中、春生万物、堂堂正正”企业文化,促进推动了童涵春堂中医药大健康产业发展,为中医中药走向国际发展服务。

“拉起兔子灯”

微信H5小游戏重拾元宵灯会儿时乐趣



2016豫园灯会是自豫园商城互联网部成立以来第一次经历豫园灯会,如何在微信公众号上做一波宣传成了整个互联网部的课题。最终大家把焦点聚集在操作简单、竞技性强,曾一度风靡朋友圈,能将“移动+社交”爆发出巨大能量的H5小游戏上,旨在做出用户喜爱的“广告”,在潜移默化中将品牌植入,让用户沉浸其中,因其有情、有趣而转发分享,最终达成有效的转化。

掌中玩转兔子灯

人是情感动物,从元宵灯会散发开来,在记忆中闪烁着光亮的是什么?是爸爸亲手制作、妈

母亲手点亮的那盏兔子灯。我牵着它和小伙伴追逐打闹,我牵着它走在豫园灯会的人海中。拉兔子灯赛跑赢得胜利而沾沾自喜的我,调皮捣蛋弄倒烧了兔子灯而大哭的我,一幕幕浮现在脑海。原来童年的那盏兔子灯,它一直亮着。于是,我们决定让大家在2016年的元宵节到豫园灯会,再次拉起童年的那盏兔子灯。

人是视觉动物,视觉效果是影响传播力度的因素之一。为了更好的展现2016豫园新春灯会的盛景,凸显豫园商圈的特色,H5小游戏画面的设计采用了实景漫画的风格,通过手绘的形式描绘想要体现的场景。标志性建筑九曲

桥被选为此次小游戏拉兔子灯的主场景,灯会各主题灯组及豫园商城旗下各知名品牌也被收入画面之中,五彩缤纷的视觉效果大大增强了游戏体验,让用户仿佛置身豫园新春灯会的现场。同时,九曲桥两边各种建筑与品牌的软性植入,有效提升了品牌的曝光度,也为与各品牌的合作预留了充分的空间。

朋友圈转发分享

用户进入游戏,通过保持手机平衡控制兔子灯在九曲桥上顺利前行,行进的过程中九曲桥两边展现的主题灯组,以及偶像、绿波廊、老庙、亚一、海上梨园、湖心亭、童涵春堂等知名品牌一一映入眼帘。当兔子灯前进超过500米即可获得抽奖机会赢取奖品,如不幸在此之前跌倒则会提示用户再接再厉。随着前进的速度越来越快,拉兔子灯的难度也越来越高,在奖品利诱与竞争心态的双重保障下,有效地促使用户多次参与游戏并转发分享,在朋友圈形成了强有力的二次传播。为了将参与互动的用户转化成微信公众号的粉丝,在奖品兑换的流程中设置了关注微信公众号的环

节,有效地促进了微信公众号的粉丝增长。

粉丝量大幅增加

在此次H5小游戏的奖品选择上,行业经验告诉我们数码类奖品如苹果系列及黄金类奖品最受用户的青睐,经过考虑最终决定优先选择我们自有的黄金珠宝产品作为大奖。阳光普照奖的奖品分别选择了不同等级的移动流量包及10元、20元的偶像门店礼品卡。移动流量以直接获得利益吸引用户完成兑换流程获得奖品,偶像门店礼品卡旨在提升品牌知名度的同时将用户引流进城、引流到店促进线下消费。最后,在H5小游戏的结尾处,为每一个参与的用户准备了豫园商城微店无门槛现金抵用券,用户可以在移动端直接跳转到豫园商城微店进行消费使用,为微店引流打下基础。

在活动期间发动了多个KOL、自媒体共同推广将宣传效果最大化。自2月18日至25日,H5小游戏上线8天时间,总PV达到近80000次,总UV达到近25000个,豫园商城订阅号完成了近20000的粉丝净增长量。

链接

何为H5



H5是指第5代HTML,所谓HTML是“超文本标记语言”的英文缩写。“超文本”是指页面内可以包含图片、链接,甚至音乐、程序等非文字元素。浏览器通过解码HTML把网页内容显示出来。H5让手机网页看上去更炫酷,功能更丰富多彩。基于H5的轻应用正在悄然催生出新的应用生态圈,成为业内津津乐道的“未来应用”。

