



2015年4月17日，东京都美术馆《大英博物馆展》开幕式。

前往想观赏的某一件或几件展品。除高科技导游系统外，卢浮宫还为每件展品提供了高清图片，即使参观者人多拥挤，游客们也可清晰地观赏达芬奇的《蒙娜丽莎》。卢浮宫还运用3D模拟技术展现《胜利女神像》，游客无需佩戴特制眼镜即可观赏。2013年，卢浮宫又推出了可供下载的智能手机和iPad应用程序，包括3DS音频游览程序的智能手机版。

2014年，俄罗斯冬宫博物馆发布两款俄英双语智能手机客户端——“冬宫博物馆”与“1小时音频导游”，可以帮助游客在没有导游的情况下游览冬宫，而且不会迷路。如今，包括中文在内的其他亚洲语言的APP也应运而生，号称“确保300万件展品信息全部纳入程序中”，似乎是所有顶级博物馆中APP展品信息最全的一家。

美国大都会博物馆是推特上最具影响力的博物馆。这要归功于2012年大都会聘请了首席数字官（Chief Digital Officer）斯瑞·斯瑞尼瓦桑（Sree Sreenivasan）。这位哥伦比亚新闻学院数字新闻系教授深谙互联网时代的传播之道，在大都会带领一个

70人的团队。目前大都会博物馆线上访问量达到4000万人次，斯瑞尼瓦桑计划在2020年大都会博物馆150周年纪念之际提升至10亿人次的访问量，为他们讲述关于博物馆100多万件藏品的100多万个故事。

斯瑞尼瓦桑表示，大都会博物馆不再是过去的大都会，而是一个有生命的、鲜活的博物馆，它收藏、征集新的艺术品，还见证了当代艺术的诞生。大都会为观众提供了包括iPad素描在内的上千种免费课程，包括邮件营销、社交媒体、网站、媒体实验室、互动展厅、视频游览、移动设备开发、视频和在线出版。此外，大都会利用了iBeacon（低功耗蓝牙技术）、Oculus Rift（一款为电子游戏设计的头戴式显示器）和谷歌眼镜等最新科技，并于2014年发布Met应用程序，被苹果评为苹果商店最佳新APP。

科技进步为博物馆带来了新的发展机遇，正如卢浮宫副馆长、数字化发展部门主任艾格尼斯·阿尔凡达瑞所说：“如果一个博物馆不能在各个运作层面使用新技术，就将坐失良机。”