



“小而美”的博物馆为何突然大量走红？

刚刚过去的“五一”假期，多地曾“名不见经传”的博物馆迎来客流高峰。洛阳龙门博物馆接待游客总量达3.7万人次，接近二里头夏都遗址博物馆；湖北省云梦县博物馆迎来2.4万余人次观众；安徽楚文化博物馆更是接待了超7.7万人次。

在“文博热”背景下，一些中小博物馆凭自身特色成功“逆袭”成为“网红”。

“小而美”的博物馆火了

社交媒体上，有关“中小博物馆”“小众博物馆”的讨论和推荐热度走高。“拒绝人挤人”“免预约免排队”等关键词成为“流量密码”。

《2024 抖音博物馆年度数据报告》显示，这一年平台上的博物馆账号数较上年增长127个，新开通账号的博物馆大多在二三线城市，十堰市博物馆、洛阳博物馆等小城博物馆粉丝量迅速超过1万。

走红的中小博物馆，各有各的“美”：湖南桃江县博物馆坐落在景区内，享受到景区游客带来的红利，开放一年半不到，达25万人次参观；山西晋商博物院推出算盘创意手作、晋商密押破译、瓦当拓印等沉浸式体验，孩子们乐在其中；四川自贡盐业历史博物馆记录了自贡井盐文化的历史背景和技术进步……

和大馆相比，“出圈”的中小博物馆大多特色鲜明、多元活泼，让观众在短时间内快速了解一地一物的全貌。

“历史上看起来并不起眼的地方，却能在这里被细化成独属于岳阳的历史文化。”观众贾女士对参观湖南岳阳市博物馆的经历记忆犹新，“尤其是在岳阳楼部分，把‘滕子京谪守巴陵郡’的前因后果都解释得清清楚楚，让我了解了他之前干了什么、为什么被贬等这段历史。”

不做“百科全书”，只讲好本土故事；在安徽楚文化博物馆副馆长常远霞看来，中小博物馆就像历史拼图中的细节图，致力于挖掘本土历史文化资源，做好价值阐释。

推陈出新形成差异化竞争

有博物馆学家曾言：“博物馆不在于它拥有什么，而在于它以其有用的资源做了什么。”中小博物馆火起来的背后，离不开持续创新、用心经营。

——小切口策展别具匠心。上海观众李女士趁“五一”假期来到杭州市临平博物馆，参观“国色——中国传统色彩中的文化现象”展。她表示，展品虽不多，但每一件都精彩绝伦，古人的色彩应用展现出对自然和社会秩序的理解，让她对中国传统文化有了新的认识。

蓝釉爵杯陈列在静谧的时空窖藏、元代石刻融入徽派雕刻长廊……安徽徽州历史博物馆以“精品文物群”为重点，对特色文物进行针对性展陈，营造沉浸式的观展环境。

中小博物馆的馆藏特点让“一物一策”展陈开发成为可能。

——用新体验吸引观众。洛阳古墓博物馆近年由“冷门”变“爆款”，推出的“古墓探宝 妙游地宫”等沉浸式游览项目备受年轻人欢迎。

“观众在这里接触到的不是孤立的器物，而是完整的中国传统墓葬文化。这种体验，正是我们区别于其他博物馆的核心竞争力。”

分析走红原因，洛阳古墓博物馆副馆长张健文说。

对于中小博物馆来说，尽可能延长观众在馆时间十分重要，在提升线下体验的同时，促使观众进行社交媒体分享。

——文商旅结合，融入日常生活。为了提升“存在感”，增加博物馆与公众的接触，一些中小博物馆选择将特色展览融入商圈街区；还有公共商业空间引入小型博物馆，以提升其文化场域特色。

以古陶瓷与古灯具为特色的广东中山龙泉博物馆坐落于同名酒店中，为当地灯饰产业的发展增添了文化色彩；位于宁波海港城内的地质宝藏博物馆，实现了博物馆观众流量与商场消费者流量的双赢共促……博物馆与人们日常生活的联系越发紧密。

将资源限制转化为创新动力

对于中小博物馆来说，馆藏文物数量和级别有限、号召力不足的问题客观存在。自2021年国家文物局明确提出实施中小博物馆提升计划以来，吉林、四川、河南等多地出台“大馆带小馆”等举措助力中小馆提质升级。

例如，青岛市城阳区博物馆先后引入陕西历史博物馆的陕西周秦汉唐文物精华展、敦煌研究院的敦煌石窟艺术特展等，不仅让中小博物馆分享到大展的影响力，也丰富了当地的文化体验。

有中小博物馆工作人员反映，由于人手不足，博物馆的语音导览、线上展览、互动屏、文创设计等均由本馆工作人员来操刀，整体水平有限。文物内涵阐释不充分、表达不生动等情况也较为普遍。

山东省青州市博物馆研究馆员王瑞霞建议，充分利用文博系统已退休或接近退休年龄的专业技术人员组成业务工作组，深入到中小博物馆，在一定时间内帮助中小博物馆提升业务能力。

中小博物馆的优势在于在地性。在积极向外借力同时，也要加强自身建设，探索更多合作模式，实现可持续发展。

徽州历史博物馆将“夜游”博物馆与现当代剧表演创新结合，举办两年便成为歙县文旅重要IP，旅游旺季日均接待游客超4000人次；“五一”假期河北定州博物馆文创产品购物店销售额较去年同期增长了216%……一些中小博物馆成为当地激活文旅消费的“破圈”密码，为旅游大产业蓬勃发展注入新动力。

沈阳市文博中心主任李声能认为，中小博物馆可以通过征集老物件、老照片等与当地生活、文化相关的藏品等方式，将散落在民间的有收藏价值的物品纳入展陈体系，盘活社会资源的同时加强与观众的情感联结。

专家指出，基层博物馆要勇于尝试，开拓思路，利用实地宣讲等方式开展基层社会教育活动，进社区、进学校，为广大公众提供层次多样的文化服务供给。

据新华社

博物馆正以可亲可近替代“高冷范儿”

18日是国际博物馆日，今年的主题是“快速变化社会中的博物馆未来”。近年来，博物馆正在积极适应变化，用可亲可近的吸引力替代“高冷范儿”，以新面貌、新气象让逛展融入百姓日常。

前不久的“五一”假期里，全国博物馆接待观众超6000万人次，创历史新高。一些大型博物馆门口经常排起长队，不少游客在旅游的行程中重点安排博物馆，甚至有人“为了一个馆奔赴一座城”。

博物馆的吸引力，源于以更多维的方式挖掘展品丰富的文化信息。博物馆不再是“冰冷的历史祭坛”，而是以符合普通人的认知、年轻人的喜好来讲述文物故事，让展览拥有新的活力。民俗展让人们穿越历史回顾古人生活、紫禁城与凡尔赛宫的联动反映17、18世纪的中法交往、敦煌主题特展将千年大漠传奇搬到现代都市人面前……各类鲜活的策展，使博物馆进入寻常生活。

不断创新的博物馆文创频频出圈，让观众“把文物带回家”。博物馆不仅是展示历史的平台和城市文旅流量的入口，也成为文化创意的源泉。近年来，博物馆开发的凤冠、藻井冰箱贴等出圈、破壁，将服章之美和古建精致融入日常。琳琅满目的文创产品反映了优秀传统文化的创造性转化、创新性发展，

也彰显了文化消费市场的活力和潜力。

此外，众多博物馆不断丰富传播方式，利用科技手段吸引更多观众。云逛展、直播讲解让人们避开摩肩接踵、一票难求的困境，足不出户就能对展览有所了解，实现与文明的邂逅。

博物馆记录过去，更映照未来，通过展览和活动阐释历史文化、呈现社会变迁、凝聚精神共识。社会快速变化，面对文化身份的守护、创新和重构等新任务，博物馆要坚定地守正创新，与时代同频共振，在积极改革中让历史文脉融入现代生活，为每个普通人提供丰沛的文明滋养。

辛华

中国精神文明网 中国广告协会

新时代文明E+公益广告 2023 作品

壮美如画

壮哉交通 美哉中华

