



热梗+文创 |
历史也能很“潮”

无论是策展理念的更新、文创产品的开发,还是传播方式的创新,年轻一代都是不可忽视的推动力量。为了让传统文化更贴近年轻群体,一些博物馆加入网络热梗、流行语甚至以“表情包化”的表达方式介绍文物,让陈列变得“潮”起来。例如,山东博物馆商代亚丑钺配文“好累,但要微笑面对”“再不晚安,下巴变宽”,带着一种打工人的“班味儿”,引发观众共鸣;海南省博物馆的“譬如天工——中国古代文物中的科技奥秘”展览,用饼图表示不同武器含铜和锡的比例,用演示图分步骤展示悬空寺的建造技艺。接地气的传播方式,打破了传统博物馆“说教式”的叙述风格,让文物变得生动有趣。

博物馆文创也成为引流的重要引擎。甘肃省博物馆以“马踏飞燕”为原型设计的“绿马”公仔、苏州博物馆与湖北省博物馆联动出品的吴王夫差、越王勾践“毛绒剑”,逗趣可爱,治愈解压;河南博物院的“考古盲盒”、洛阳博物馆的3D纸雕便签盲盒,让游客把“带不走”的“文物”甚至“古城”连盒端走;安徽博物院的“一肚子墨水”以及山东青州博物馆“状元墨”“猩(náo)宝宝”等文创饮料,可以喝一口求个满腹诗书、才高八斗……这些文创产品不仅有文化内涵,还具趣味性和实用性。以“绿马”公仔为例,这款文创产品凭借其夸张且妙趣横生的表情设计迅速走红,不仅成为社交媒体上的爆款,更带动了馆博文创产品的销售额激增。优秀的文创产品不仅是文化传播的载体,更是架起社会公众与传统文化之间情感桥梁的重要纽带。通过创意表达,传统文化在新时代背景下焕发新的生命力。

在传播渠道上,许多博物馆积极利用抖音、淘宝、小红书、哔哩哔哩等网络平台扩大影响力。以在热播综艺《国家宝藏》中亮相的西安碑林博物馆讲解员白雪松为例,他通过淘宝直播用脱口秀的方式讲述文物故事,用各种押韵段子把严肃的碑刻文化说得生动有趣。秦始皇兵马俑博物馆的网红导游冰蛋(张斌)凭借讲陕西话和相声式的幽默成为网红。“秦始皇的一生可以用八个字概括:额(我)滴! 额滴! 都是额滴!”这样风趣的开场白瞬间拉近了游客与历史的距离,也显著提升了博物馆的关注度和文创产品的销量。

网红博物馆的流量密码,不仅包括热闹的活动或吸睛的文创,还在于它们在时代变迁中不断调整角色,适应新的社会需求。从“馆”走向“场”,从“讲述”转向“互动”,从“冷清”迈向“火热”,博物馆的功能正在从“收藏历史”向“收藏历史+创造记忆”转型。

(作者系海南工商职业学院
马克思主义学院副教授)

2025年“五一”假期,全国博物馆接待观众超过6049万人次,同比增长17%,创下历史新高。与此同时,一批网红博物馆火热出圈。例如,长沙简牍博物馆将“冷门绝学”转化为热门展览,洛阳古墓博物馆推出探墓体验项目聚集了大量人气,安徽博物院通过XR数字体验展厅等“博物馆+科技”的创新让古老文化焕发新生……随着越来越多的博物馆打破传统界限,采用新颖的展示技术,推出互动体验项目等,参观博物馆已成为一种全民参与的文化现象。博物馆不再是高冷的文化殿堂,而是融入大众生活、激发情感共鸣的“流量担当”。

网红博物馆的流量密码

■ 张慧



数字化复原的三星堆铜兽驮跪坐人顶尊铜像。本版图片均为资料图

高冷博物馆走红 | 特色是关键

在当今文化多元、信息爆炸的时代,博物馆早已不再是静默的文物陈列空间,而是成为知识与文化的传播者、社会审美的引领者、公众情感的连接点。除了一些综合性的巨无霸“长红”博物馆(如中国国家博物馆、故宫博物院等),新晋网红博物馆大致可分为历史类(如二里头夏都遗址博物馆、殷墟博物馆)、艺术类(如景德镇御窑博物院、秦腔博物馆)、自然科学类(如南京紫金山昆虫博物馆)、科技类(如上海展品世界科技馆)、其他专题类(如中国紫檀博物馆、中国印刷博物馆)等。每一座博物馆都承载着独特的价值与使命,它们能在数量庞大、风格各异的博物馆丛林中脱颖而出,并非易事。为了满足公众日益增长的文化需求,越来越多博物馆开始主动探索更具吸引力的展陈形式和叙事策略,锻造其独特的文化气质和不可替代的核心竞争力。

以往被贴上“冷门”标签的专题类博物馆,如今正频频出圈,成为文旅新宠。例如,太原北齐壁画博物馆,作为国内首个以墓葬壁画为主

题的遗址类博物馆,自开馆以来引发广泛关注;长沙简牍博物馆,通过故事化、情节化的方式解读晦涩的简牍文字,让观众更容易理解和接受;洛阳古墓博物馆则通过沉浸式剧本杀、主题音乐会等新颖形式,将冷清的地下古墓空间,转变为充满活力与吸引力的文化打卡地。它们的成功,源于对自身资源的深度挖掘与新颖呈现,在于能够提供差异化的文化体验——不是简单复制他人的路径,而是讲好属于自己的故事。

与此同时,越来越多的博物馆认识到,尽管常设展览奠定了基础,但特展和临展才是吸引观众反复到访的关键。苏州博物馆连续多年推出“女性系列特展”,精准契合其主要受众的兴趣,引发观展热潮;中国(海南)南海博物馆的“深蓝宝藏——南海西北陆坡一二号沉船考古成果特展”开展一年多来,凭借难得一见的古沉船出水文物,已吸引超过100万人次参观;浙江省博物馆每年策划数十场临展,为观众提供了丰富多样的选择。

数字赋能 | 让文物“活”起来

科技发展日新月异,数字化展示已成为博物馆吸引观众的重要手段。例如,湖南博物院运用AI技术,塑造了栩栩如生的辛追夫人3D数字人形象,使这位“东方睡美人”穿越千年时光,与现代观众展开一场跨越时空的对话;浙江省博物馆推出《富春山居图》人文数字陈列,通过环绕式的高清屏幕和动态影像,再现元代山水画卷的悠远意境,令观者仿若置身于那片诗意盎然的山水之间;上海博物馆则借助VR技术,将古埃及文明的神秘和辉煌生动呈现,让“消失的法老”出现在元宇宙空间。这些技术手段不仅增强了展览的表现力,也拉近了文物与观众的距离。可以说,虚拟现实

等数字技术正在重塑人们与文物之间的关系,让观众不再只是被动的观看者,而是沉浸式体验的参与者。

除了展示方式的革新,博物馆也在空间和时间上进行拓展。湖南博物院打造的“博物馆公园”,集文创、餐饮、互动体验等于一体,方便观众在参观后休憩交流。夜游博物馆成为新热点。苏州博物馆与拙政园合作推出的“拙政问雅·夜苏博”,结合园林美学与声光艺术,营造出诗意的夜文化场景。上海博物馆举办“众神的派对——古埃及文明大展迎新奇妙夜”活动,在夜间延续博物馆的热度,创下上博人民广场单日接待量新纪录。



山东青州博物馆“状元墨”文创饮料海报。



苏州博物馆、湖北省博物馆推出的吴王夫差、越王勾践“毛绒剑”。



湖南博物院发布的辛追夫人3D数字人形象。