

# 提升美术馆的专业影响力和社会美誉度

黄隽

## 坚持“两创” 铸就辉煌

习近平总书记给中国美术馆的老专家老艺术家回信强调：“在高质量收藏、高水平利用、高品质服务上下功夫”。党的十八大以来，我国美术馆事业总体呈现繁荣发展的良好局面。据文化和旅游部统计，美术馆的数量从2013年的337家增加到2022年的718家，展览数量从2013年的4539次增加到2022年的7544次，年度参观人次从2013年的2914万增加到2022年的3589万。随着美术馆数量与质量全面提升，展览、典藏、研究及公共教育和服务功能持续完善，美术馆相关文化消费也呈现上升趋势。深入研究这一现象，梳理总结经验，有助于拓展新时代美术馆发展新路径，充分释放美术馆文化消费潜能。

### 优质展览、优质项目 增添文旅融合新动能

当下，美术馆的边界不断拓展，逐渐与旅游、科技、传媒、设计等领域融合，越来越多的美术馆走进社区、走向乡村，与周边环境构建起深层互动关系，通过生活艺术化和艺术生活化，深化文旅融合，赋能大众美育。

在城市，一座优秀的美术馆不仅是文化体验新空间、大众心灵栖息地，更在打造城市特色文化品牌方面发挥着独特作用。

入选第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区名单的上海市徐汇区西岸美术馆大道，汇集多家美术馆。这些各具特色的艺术空间串连成线，丰富了市民和游客的文化旅游消费的形式与体验，促进夜间文旅经济，赋能区域文旅融合发展。作为深圳“新时代重大文化设施”项目，今年11月6日正式开馆的深圳美术馆(新馆)，同时推出8个开馆展供市民免费参观。新建成的深圳美术馆不仅是一家专业艺术机构，也是一个立体的城市休闲空间。场馆内的艺术图书馆、艺术书店、艺术衍生品店、志愿者服务空间，以及特殊人群服务等丰富配套将陆续推出，持续拉近艺术与公众的距离，以艺术的方式激发城市活力。

各地美术馆参与举办的大型双年展，同样正在从一种文化现象转化为城市文化品牌建设的重要方式。比如，“共生世界——2022济南国际双年展”在山东美术馆、济南市美术馆等公共文化空间一经展出，便吸引大量观众“打卡”，一些观众专程从外地赶赴泉城观展。这样的高品质展览，既在大众与城市之间建立起艺术连接，更对城市文化品牌塑造产生积极作用。与有条件的单位共建共享，利用工业遗存、创意园区、交通枢纽、商业综合体等公共空间举办美术展览和活动，也是美术馆拓展和延伸文化服务、推动文旅融合发展的有效方式。例如，中华艺术宫携优秀原作在上海地铁南京东路站举办“新海派·新力量——中华艺术宫青年艺术家推介展”，使艺术融入人们日常生活，培养了更多美术馆的潜在观众。

在乡村，越来越多的美术馆把乡土文化融入自身建设，成为促进乡村文化振兴的重要抓手。

作为中国历史文化名村，山西省吕梁市临县孙家沟村2019年改造出窑洞式乡村艺术馆，并陆续签约美院写生基地近10家。艺术馆的创建，不仅使孙家沟的古窑洞建筑群陆续得到修缮和利用，也在城市和乡村之间打开一条艺术通道，成为广大美术工作者关注孙家沟、书写大美吕梁的重要桥梁，为乡村文化建设注入动力。伴随艺术馆的发展，村民的物质生活和精神生活也更加丰富，村容村貌也愈发美丽，吸引许多艺术家和游客前来创作、参观。

近年来，不少艺术节等项目纷纷将举办地设在乡间田野，使乡村成为“没有屋顶的美术馆”，大大拓展了美术馆的外延，也走出一条农文旅融合新路径。在江西省景德镇市浮梁县臧湾乡寒溪村史子园自然村，团队依托“艺术在浮梁”项目，邀请艺术家充分利用田间地头的闲置空间、废弃民居开展创作，以多元艺术形式展现村庄的历史文化与乡土生活。生长在田野大地上的“美



▲深圳美术馆(新馆)外景。新华社记者 毛思倩摄

术馆”和艺术作品，吸引了大量游客，村里也慢慢有了餐厅、民宿等，带动百余名村民就业，过去一年使村庄增收近百万元。

无论在城市还是乡村，优质展览与艺术项目都使美术馆与大众产生更为广泛的情感和价值链接，进而产生新型文化业态和文化消费，为当地文旅深度融合发展带来新动能。

### 艺术商店、艺术餐厅 满足文化消费新需求

为更好满足大众对创意性、知识性文化消费的需求，美术馆不断提升配套服务质量，成为供人们休闲放松、开展社交、独处思考的复合型文化消费空间。

富有创意、设计别致的艺术商店，是美术馆延伸公共教育职能、提供文化服务的重要场所。艺术商店中的文化创意产品，不同于一般商店中的商品，而是美术馆藏品的形象化身，以及美术馆文化理念、艺术特色的高度浓缩。通过近距离接触文化创意产品，能够满足观众在美术馆中产生的好奇心。如今，不少美术馆采取合作、授权、独立开发等方式，丰富优质文化创意产品供给，培育文化创意品牌。譬如，深圳市关山月美术馆自2017年起便策划了重点文创项目“山月文创·艺术东西”，组建文创小组，推出“山外有山”卧香器、“山月文房”系列礼盒、“山月情”系列首饰等，让大众将“美术馆”带回家，推动艺术普及。该馆还连续举办三届“深圳印记——艺术文创在深圳”展览，跳出本馆文创设计的“小圈子”，促进美术馆发展与城市文化建设、设计创新互促共融。

艺术图书阅览区、艺术书店等配套服务设施，同样承担着艺术推广、社会美育的重要功能。由于艺术图书专业性较强，一般书店往往储备不足。美术馆作为艺术爱好者的聚集地，通过集中展示和销售展览画册、与本馆藏品相关的艺术图书等，不仅可以满足部分人群的专业化阅读需求，也丰富了参观者的体验，引导人们产生兴趣、获取知识、深化思考和创新创造。像北京画院美术馆的“积学书屋”，以北京画院出版图书为主，另有中国书画、美术史论等专题出版物，使人们可以在这里拓展学习和欣赏艺术的维度，也为美术馆宣传、运营加力提速。

当美术馆在专业艺术展馆之外开辟出供大众休闲、社交、娱乐的新空间，提供更高品质的休憩、餐饮等便民服务便成为应有之举。不少美术馆设置独立休闲餐饮区域，甚至推出与艺术作品视觉审美元素相关联的特色套餐，乃至打造独立品牌的艺术餐厅、茶室、咖啡店，使观众在疲劳时能够坐下来，在亲切、舒适、美好的环境中，体验美学与美食的碰撞。中国美术馆的文创中心内便设有咖啡店，环境宽敞明亮，窗外便是美术馆建筑与雕塑作品，观众可以在放松的状态中获得美的享受。既精致又轻量化的综合休闲餐饮区域，是美术馆发展中产



▲中国美术馆文创中心内景。本报记者 蒋雨师摄

力量——在上海地铁南京东路站举办的“新海派·新力量——中华艺术宫青年艺术家推介展”现场。中华艺术宫供图



▲北京画院美术馆“积学书屋”内景。北京画院美术馆供图



生的新业态，反映出新一代消费者从物质消费向体验消费的转型。在体验消费中，人们不再满足于仅获得感官层面的享受，而是更加追求个性化、仪式感、高品质的文化体验，这是美术馆发展的机遇，也是挑战。

对于观众而言，无论是在展厅，还是在艺术商店、综合休闲餐饮区域，其获得的体验都是美术馆体验的重要组成部分。进一步加强对各区域功能、各类文化产品的提质升级，以润物细无声的柔性服务，在快节奏的工作生活中，为观众打造一处放松身心的港湾，满足人们的文化消费需求，不仅有利于提升美术馆的专业影响力和社会美誉度，还有利于增强美术馆自身的“造血功能”。

如今，美术馆正成为融艺术欣赏、研究学习、休闲社交等功能于一体的公共文化空间，跨学科、跨领域、跨媒体的互动更加频繁。越来越多的美术馆也在依托数字技术，不断拓展新业态、新场景，推出云展览、云教育等数字文化产品和服务，为满足大众的数字文化消费需求提供支撑。未来，把握文化发展新趋势，增加高质量文化产品和服务供给，有助于进一步增强人们的文化获得感、幸福感，激发美术馆创新创造活力。

(作者为中国人民大学教授) 版式设计:赵偃汝

# 美术

## 美在乡村 走进中国民间文化艺术之乡

淄博花灯

## 璀璨灯火照亮文化记忆

肖家鑫

历史悠久的淄博花灯流光溢彩，为生活增添不少亮色，更承载着人们的美好期望。

一支铅笔、一个画本、一张板凳，在山东省淄博市张店区一家灯企中，74岁的张向仁坐在花灯制作车间一角，顷刻间便勾勒出心中构思已久的花灯草图。作为国家级非物质文化遗产项目元宵节(淄博花灯会)代表性传承人，与花灯相伴几十年来，像这样的图样，他绘制了数千张，而且形态各异。这座城市源远流长的文脉，早已被镌刻进一盏盏花灯中。

“淄博花灯最早可追溯到姜太公封齐。后来家家户户挂红灯祈平安，渐成民俗。清代，花灯随着博山陶瓷琉璃业和周村丝绸业的兴起而大盛，主要有博山花灯和周村花灯两大系列。”张向仁说，“淄博花灯的最大特色是‘花灯会’。花灯会除了炫目多彩、寓意吉祥的花灯，还有民俗扮玩、民间戏曲、游园活动等，观者如潮，热闹非凡。”

“太平村肖家家酒，乐岁弦歌户户灯。”300多年前，身为淄川人的蒲松龄就曾这样描写家乡元宵节户户挂花灯的盛况。花灯会的热闹根植在每个淄博人的记忆中，从长辈用几根竹条制成的小灯笼，到如今融合现代科技的大型车灯、与锣鼓音乐配合起舞的龙灯等，花灯照亮了淄博这座城市的文化记忆。

淄博花灯以“声、光、动、奇、秀、巧”著称。“它汲取南北两派之长并有着自己的创新，注重动感和故事性，题材涉猎古今又突出地域文化。”在淄博市非物质文化遗产保护中心负责人张雅娜看来，淄博花灯既要进行工艺和形式创新，更要坚守文化内涵。像博山花灯，材料以当地琉璃为主，添彩样式丰富，同时又十分注重宣传“孝文化”。周村花灯，以当地丝绸代替纸裱糊，采用彩绘、剪纸、书法等艺术手段加以装饰，内容以当地民俗故事、成语故事为主，佐以山水、花鸟等，灵巧秀气。其代表类型“走马灯”更富创新性，燃灯后物换景移、人马追逐的效果为花灯艺术增添不少神韵。

改革开放后，淄博花灯焕发别样光彩。有着百年工业发展史的淄博，制造企业云集，产业工人集聚，花灯技艺和现代制造业在此时碰撞出璀璨的光亮，声、光、电等多种现代要素逐步融入花灯技艺。“像花灯这样的非物质文化遗产，只有不断融入现代文明，才能获得持久的生命力。”张店区文化馆馆长邹雪萍感慨。

当下，在保留传统花灯特色和工艺基础上，不少手艺人向科技借力，通过运用现代光影技术、裸眼3D等科技手段，创造出不少兼具观赏性、互动性的作品。今年是癸卯兔年，张向仁特意设计了一组名为“兔子拔河”的动态花灯——10只可爱的小兔子分列两侧，身体一仰一俯，拉动着中间的大萝卜左右晃动。作品亮相新年的玉黛湖花灯会时，憨态可掬的造型、喜气洋洋的主题吸引不少游客特别是小孩子合影留念。

淄博花灯艺人的创造力远不止于此。2019年春节，灯王《猪猪贺岁》引人注目。灯组高18.6米，宽14.2米，可360度旋转，占地面积达300多平方米，由20多位能工巧匠耗时40多天制作而成，兼具传统美与现代美，极富视觉震撼。十二生

肖、聊斋志异、牛郎织女、八仙过海……如今，越来越多的传统文化主题，经花灯艺人的巧妙转化，在人们心中悄悄播撒下文化传承的种子。

与很多传统技艺一样，花灯文化要想发扬光大，必须探索一条新的产业化发展路径。近年来，张店区玉黛湖景区引入花灯元素打造了规模盛大的花灯会，有效解决北方冬季旅游“热不起来”的痛点。“我们现在通过‘花灯+’融合发展，不仅吸引了多家灯企来周边落户，还建成了淄博花灯会博览园，盘活了‘吃、住、行、游、购、娱’旅游资源。”景区负责人郝博说。

通过沉浸式的设计、实景式的搭建等方式，在传统文化与时尚潮流元素相结合中，玉黛湖花灯会已成为淄博市民最为期待的新春盛会。仅2023年春节期间，玉黛湖花灯会就吸引了约50万游客。

玉黛湖景区所在的湖田街道北焦宋村，这几年更是尝到了文旅融合的甜头。北焦宋村加强与玉黛湖景区合作，以“夜游经济”为突破口，推出了“花灯+旅游”“花灯+演艺”“花灯+美食”“花灯+小镇”“花灯+美丽乡村”等模式，将“小花灯”全面融入村集体经济发展中。张向仁也把自己的工作室放在了北焦宋村，定期举办培训班免费传授花灯制作技艺。52岁的徐依艾便是学徒之一。“花灯工艺复杂，一个人根本忙不过来，单是裱糊一项，也需好几个人分工配合才行。”徐依艾说，“现在我们村已经有70多个人在做花灯了，每人每月能赚四五千。”

如今，淄博花灯这块独特的文化品牌，成为淄博文旅一张“新名片”。淄博花灯还通过文化交流活动走向海外，多次应邀赴欧洲各地展出。“我设计的‘孔雀开屏’动态花灯被国外纸媒报道。很多外国人一边欣赏花灯一边称赞中国工匠精神。”回忆起参加外展的经历，张向仁倍感自豪。

璀璨的花灯不仅耀采技艺传承之路，更照亮了文旅融合之路，赋能现代生活。

▼山东省淄博市张店区玉黛湖花灯会一景。玉黛湖景区供图

