

感知文化里的中国

博物馆如何加速成长

刚刚过去的国庆、中秋假期，“博物馆热”持续升温。不少游客为了一座馆，奔赴一座城，各地博物馆也纷纷创新展陈方式、推出多彩活动、延长开放时间，回应群众需求。

从1905年建成第一座公共博物馆至今，我国博物馆事业已走过120年。岁月赋予了博物馆什么？历史的积淀，

文明的见证。博物馆又“进化”成了什么模样？滋养公众的“第二课堂”、融入生活的“博物馆+”……让我们从一座120岁的博物馆、一座馆城融合的“博物馆之城”、一个享誉中外的文化IP，透视我国博物馆事业迎来历史最好时期、加速成长的密码。

——编者

一个120岁博物馆的“返青”——

走进博物苑，开启“第二课堂”

本报记者 姚雪青

走进江苏南通博物苑，“江海古韵”展厅内，巨大的“煮海为盐”圆心展区里，观众沉浸在生动的现场讲解中。

“这些文物叫‘盘铁’，是古代煎盐的工具……”博物苑的“小小讲解员”、初中生戎玉正将古代煎盐过程细细道来。因为一次研学经历，戎玉爱上了文博，后来报名参加培训，成为志愿讲解员。

“研学游活动、‘小小讲解员’培训，都是对南通博物苑‘馆苑融合’理念的传承与创新，也是对学校教育的延伸与补充，让博物苑更好地成为滋养公众的‘第二课堂’。”南通博物苑党支部书记、主任杜嘉乐介绍，博物苑一直坚持融通室内展陈与室外实践，让更多人获得文化滋养。

120年前，教育家、实业家张謇在这里刻下我国博物馆最初的模样——融合中国式苑囿与近代博物馆理念实现“馆苑一体”，以“设为庠序学校以教，多识鸟兽草木之名”为宗旨。作为中国人开办的第一家公共博物馆，南通博物苑传承与创新并重。1988年，博物苑跻身第三批全国重点文物保护单位；2008年，入选首批国家一级博物馆；2021年，被授牌“全国爱国主义教育示范基地”。



▲江苏南通博物苑景色。
翟伟凯摄

一座“博物馆之城”的扩容——

在太原，随时可能遇见博物馆

本报记者 付明丽

有各级各类博物馆106座，每5.1万人拥有一座博物馆——山西太原，一座名副其实的“博物馆之城”。截至9月30日，太原市文物局直属文博场馆今年接待游客1024.33万人次，同比增长8.85%。国庆、中秋假期，太原市属文博场馆接待游客91.14万人次，同比增长2.29%。

太原历史悠久，去年开放的晋阳古城考古博物馆，成为不少人了解太原的“第一站”。晋阳古城考古博物馆是晋阳古城国家考古遗址公园的重要组成部分，各类文物在这里静静讲述着太原的历史。

“唐代壁画上竟然有‘剪刀手’！”博物馆展厅里，唐代郭行墓壁画是网红展品，壁画中的人物伸出两根手指“比耶”，吸引了不少观众。

“博物馆特色很鲜明，就是浓浓的考古味儿。”晋阳古城考古博物馆馆长赵涛说，博物馆将发掘现场“搬进”展厅，定期举办考古主题研学体验活动，今年暑期邀请12名专家义务讲解，力争让公众更好地感受考古的魅力。

如何立足丰富的文物资源，提升文博吸引力？科技手段让博物馆更智慧。

天龙山石窟数字博物馆，3D打印、电子屏让文物立体可感，还有沉浸式影院、全息影像等技术……文化魅力直达观众。

天龙山石窟始凿于东魏时期，是中国古代石窟艺术瑰宝。20世纪20年代，天龙山石窟的大部分精品文物流失海外。天龙山石窟博物馆历时6年，在海外30多座博物馆采集

100余件天龙山流失造像的三维数据，完成11个主要洞窟的数字复原，实现了大部分流失海外造像的数字化回归。博物馆推出的“美成天龙——天龙山石窟数字复原展”3次走出国门，向世界展现天龙山石窟艺术的瑰丽。

一座“博物馆之城”如何扩容？太原实施类博物馆培育计划，鼓励社会各界人士参与博物馆建设，65座类博物馆集中涌现。在太原城市记忆馆，二八大杠自行车、肥皂包装盒等2000多件展品，展现城市生长脉络和市民生活变迁。“馆内展品都是市民捐赠的，还在逐年增加。”太原城市记忆馆馆长黄珊说。

太原城市记忆馆是太原市首批类博物馆之一。近年来，太原致力打造群众身边“小而精”“小而美”的博物馆，这些博物馆分布在城市街头、乡村、校园、景区，行走太原，随时可能遇见博物馆。

如今，太原逐步建成了以国有博物馆为主体、行业博物馆为骨干、非国有博物馆为支撑、类博物馆为补充的现代博物馆体系。

博物馆数量、质量双提升，背后离不开政策支持。《太原市博物馆促进条例》《山西省支持新时代文物事业高质量发展的若干措施》相继实施，为“博物馆之城”建设带来更多动力。

太原市文物局党组书记、局长刘王伟说，下一步计划将太原府城、明太原县城等区域串点成线、连线成片，打造高质量博物馆集群，让更多人走进博物馆、了解历史文化。



▲游客在甘肃敦煌市莫高窟数字展示中心内的文创店选购文创产品。
张晓亮摄（影像中国）

一个世界级文化IP的炼成——

把敦煌文化“带回家”

本报记者 赵帅杰

国庆、中秋假期，甘肃敦煌市博物馆内人头攒动，镌刻丝路印记的胡人牵驼图模印砖、饱经沧桑的北凉石塔……丰富的展陈文物吸引着各地游客。

博物馆里看文物、感受历史，馆外，敦煌文化同样可感可知。三兔共耳图案丝巾、藻井纹样布袋，令游客爱不释手。天津游客张女士说：“原来‘敦煌’还能穿在身上，很时尚。”

博物馆里的文物之美，变成文化IP，丰富文化业态，走进人们的日常。

上午9点，博物馆不远处的敦煌印局刚刚开门就迎来不少游客。印章区里，一枚枚敦煌元素印章整齐排列，游客排着队，把精美图案钤印在集章册上。

“传统拓印较为单调，我们设置了滑轮、

再是简单的‘到此一游’，而是通过这种方式把敦煌文化‘带回家’。”

手工刺绣、冰箱贴，各类文创产品琳琅满目，去年9月起试运营的敦煌印局，已成为游客体验敦煌文化IP的打卡地。2016年，敦煌文旅集团就组建专业团队，推动敦煌文化IP的开发，从实物产品到沉浸式空间，打开方式不断创新。近些年，敦煌市联合相关单位，打造《又见敦煌》《乐动敦煌》等演艺剧目，拓展文化IP的新形态。

“博物馆不能‘高冷’，我们探索用IP讲述文物的故事内涵。”敦煌市博物馆馆长石明秀介绍，博物馆2019年正式推出文创产品，如今IP设计已拓展至服装配饰等8个品类，“敦煌风”不断出圈。

石明秀说：“保护敦煌文化，要让文物里的文化内涵流行起来，让更多年轻人真正爱上敦煌文化。”敦煌文化IP的影响力持续提升，敦煌市博物馆与知名品牌跨界联名、与综艺节目联合制作内容，让敦煌文化融入当下生活，更加熠熠生辉。

数字技术发展，助力文化“破壁”。今年5月，在敦煌举办的第四届文明交流互鉴对话会现场，塔吉克斯坦留学生米娜体验“寻境敦煌”项目，观赏文物细节，“太神奇了，戴上VR（虚拟现实）眼镜观赏壁画，看得清清楚楚。”

近年来，敦煌研究院推出数字敦煌开放素材库、“寻境敦煌——数字敦煌沉浸展”等数字项目，并推出不同语言的版本，满足全球观众的游览、研究与审美需求。

如今，敦煌文化IP正以多样形态“圈粉”海外：敦煌藻井纹样“敦煌诗巾”深受国外游客喜爱，“丝路宝藏 文明交响”敦煌石窟艺术巴黎特展受到关注，取材莫高窟壁画的舞剧《丝路花雨》已在40多个国家和地区巡演……

“持续提升敦煌文化IP的国际影响力，既要深入挖掘文化内核，也要搭建全球对话平台。”敦煌研究院文化创意研究中心副主任武琼芳说，未来将以更立体、更鲜活的方式展现敦煌文化的多元魅力。



▶游客在山西太原晋阳古城考古博物馆参观。
韩晓青摄

“十四五”时期

全国博物馆新增藏品
889.2万件/套

全国备案博物馆7046家

年接待观众近15亿人次

免费开放率91%以上

全国每年举办展览超4万个

教育活动超50万场次

数据来源：国家文物局

本版责编
智春丽 管璇悦 陈世涵
版式设计
张芳曼

本报长沙10月13日电（记者申智林）13日上午，长沙子弹库战国帛书第二、三卷《五行令》与《攻守占》划拨入藏仪式在湖南省博物馆举行。国家文物局将长沙子弹库战国帛书第二、三卷《五行令》与《攻守占》文物132件（组）划拨入藏湖南省博物馆。

子弹库战国帛书是迄今为止发现的中国最早的、首个典籍意义上的帛书，共分三卷，以丝帛为载体，系统记录了先秦时期的天文历法、宇宙观及军事占卜等内容，也呈现了早期汉字字形笔迹与书写习惯，是研究天文学、军事学、文字学、文献学、书法史与思想史不可或缺珍贵实物资料。帛书于1942年在湖南长沙子弹库楚墓遭盗掘出土，1946年流散海外。今年5月，通过中美文物返还合作，《五行令》《攻守占》两卷成功归国。

据悉，帛书于9月10日运抵湖南省博物馆后，已完成14天环境适应观察，经无损评估后保存于恒温恒湿环境中。目前正组织专家团队科学论证微生物消杀方案，开展模拟实验，确保在彻底灭菌的同时不损伤帛书材质与墨迹。同时，馆内已完成全部帛书的标准化影像采集，并在一片未完全剥离的帛书上发现肉眼不可见的墨迹字样40余个。

两卷帛书入藏，将使湖南省博物馆得以结合其现藏的国内唯一一片子弹库帛书原物残片以及其他大量楚文物，构建更为系统、深入的楚文化研究、阐释与展示体系。接下来，湖南省博物馆将启动深度无损检测，运用科技手段对帛书进行科学修复与全面数字化存档；推进糟朽帛书信息重建与保护关键技术研究，并着力构建开放协同的平台，向全球学者、公众共享子弹库战国帛书最新研究成果。



▲10月13日在湖南省博物馆拍摄的部分长沙子弹库战国帛书。
新华社记者 陈振海摄

海外活跃用户约2亿人

中国网络文学吸引全球粉丝“追更”

本报记者 顾春 张博岚

不久前，以“新动力 新格局 新形态——AI赋能下的网文全球图景”为主题的2025中国国际网络文学周在浙江杭州举办。活动上发布的《中国网络文学国际传播报告（2025）》显示，中国网络文学海外活跃用户约2亿人，覆盖200多个国家和地区。

“韩国积累了庞大的中国网络文学粉丝，现在通过本土网络平台就能看中国网络文学，武侠、仙侠等题材小说拥有极高人气。”韩国译者朴努力说，“通过这次活动，我深切感受到日渐完善的中国网络文学海外传播体系，作为译者，我希望把中国不同地域的文化传递到韩国。”

截至2024年底，作品总量超3300万部；现实、科幻等题材结构多元发展……优质丰富的内容，是中国网络文学走向世界的坚实基础。

网文出海的重要引擎之一是迅速发展的人工智能技术，在线翻译成为海外传播的主要方式。不少中国网络文学平台设立海外站点，实现在线翻译，让全球粉丝实时“追更”。“面对海量的中国网络文学，我时常有‘选择困难’。于是我通过人工智能选择阅读内容。”法国元气阅读联合创始人查尔斯·德威有着“甜蜜的烦恼”。借助人工智能，读者能用语义识别、用户偏好建模等技术个性化选择作品。

西班牙作家萨尔瓦多·桑塔·普切介绍，西语世界读者对中国网文的玄幻、冒险故事非常感兴趣，希望有一个中国网络文学的西语阅读平台，为更多读者提供优质作品。

2024年，中国网络文学行业海外市场营收达到48.15亿元。亚洲是中国网络文学最为稳固的市场，读者数量约占全球的八成，市场份额超过全球总量的一半。

网文改编电视剧《司藤》因别具一格的中国风景和汉服出圈，被称赞为“典雅东方之美”；网文改编电视剧《长月烬明》融合的敦煌元素持续在泰国平台圈粉……“中国网络文学已实现生态出海。”中国作家协会网络文学中心主任何弘表示，早期网文出海以文本翻译为主，如今已进阶为IP多终端联动——影视改编、中外合作拍作品及海外本土化创作生态的构建，形成全球文化消费新景观。

国内平台积极布局海外微短剧市场，为网文出海开辟了新航道。“中国科技的发展，不断推动中国网络文学走向世界。电影、网剧和游戏都是推动中国文学走出去的很好的工具。”意大利汉学家、翻译家李莎说。

值得关注的还有经营模式的迁移。中国网络文学平台将付费阅读、作者签约与平台运营模式成功移植至海外，积极吸引本土作者创作。英国青年卡文在起点国际开始创作，将西方与东方的文化元素融合。像他一样，越来越多的海外网文作者正成为连接中西文化的桥梁。当前，网络文学海外本土作者已达130万人，海外本土创作作品已超200万部，海外创作生态已成规模。