

从小众爱好圈子到大众旅游市场 文博游释放连接古今的多元魅力

■中国城市报记者 张亚欣

当中国旅游日遇上国际博物馆日，文博游持续升温，引领文旅新潮流。

今年5月19日是第15个中国旅游日，前一天的5月18日则恰逢国际博物馆日。近年来，随着“博物馆热”的持续升温，以文博为主题的特色旅游成为文旅消费市场的新亮点。从北京故宫博物院到四川广汉三星堆遗址，从省级大馆到小众专题博物馆，越来越多的游客选择在旅行中感受历史文化的魅力，推动文博游从小众爱好圈子走向大众旅游市场。

为一座馆赴一座城

当下，文博游受到更多游客的青睐，不少博物馆和相关展览经常人气爆满。途牛数据显示，北京、南京、西安、成都、咸阳、郑州、长沙、武汉、苏州、扬州等目的地是文博游用户的热门选择。

奥优国际董事长张玥在接受中国城市记者采访时表示，文博游人气火爆，很多人为一座馆赴一座城，一方面是由于博物馆在展览内容、展示方式、互动体验等方面不断改进和创新，变得更加有趣、有吸引力；另一方面，随着生活水平的提高，人们对精神文化的需求也越来越高，而博物馆作为文化传承和传播的重要场所，自然成为人们追求充裕精神生活的重要选择。

“社交媒体的传播力亦不可小觑。”广州市南朝有限公司

司副总经理吴狄嘉在接受中国城市记者采访时称，网红博物馆和文物通过短视频、直播等形式迅速走红，吸引了大量游客的关注。

文化的传播由展内延伸到展外，社交平台的传播让静态文物有了不一样的活化方式。梳着同样的双髻，脸上点缀着腮红，洛阳博物馆内这对仅有17厘米、来自北魏时期的彩绘陶牵手女俑原本在林立的人俑文物中并不突出。然而，不久前，这对牵手千年的陶俑被“闺蜜感情”连接到了现代，一下子成为洛阳博物馆最热门的打卡点位之一。短视频平台上，“和千年闺蜜拍同款”等话题视频播放量破1亿次，评论区既有学者科普古代服饰演变过程，也有不少游客晒出自己的“闺蜜照”。

马蜂窝数据显示，洛阳博物馆文物牵手女陶俑，吸引许多女性游客结伴前往打卡，带动洛阳博物馆热度增长91%。

“城市文化品牌的塑造在文博游热潮中也发挥了重要作用。多地政府将博物馆作为城市文化名片，通过政策扶持和资源整合，提升了博物馆的吸引力和影响力。”吴狄嘉说。

“江南佳丽地，金陵帝王州。”江苏南京被誉为六朝古都，历史文化底蕴深厚。在明孝陵博物馆穿汉服做花灯，在云锦博物馆看大花楼织机织出寸锦寸金，在大报恩寺遗址博物馆照一照24面不同朝代的龙纹镜……据统计，南京市备案博物馆数量达80座，其中国家等级博物馆15座。而

目前该市也正在积极有序推进博物馆建设，构建门类齐全、形式多样的博物馆集群，努力打造有影响力的“博物馆之城”。

越来越多的年轻人 爱上文博游

博物馆热持续升温，年轻游客成为文博游的主力军。

据统计，2024年全国博物馆全年接待观众超14亿人次，相较于2023年的12.9亿人次再创新高。其中，年轻人的占比相对较高。以中国国家博物馆为例，2023年和2024年进馆参观的35岁以下年轻观众占比均超过60%。

途牛数据显示，不少00后游客成为文博游的忠实爱好者，相关出游需求增长显著。在“特种兵式”旅游的热潮下，打卡当地博物馆、购买特色文创成为众多年轻游客的热门选项。

“年轻人爱上文博游，离不开个性化消费形式及沉浸式体验的‘加持’。”中国工艺美术学会非遗工委副秘书长、微博非遗智库专家李媛媛在接受中国城市记者采访时分析，一方面，多元时代消费进入了个性化时代，比如博物馆文创的限量盲盒模式，既符合年轻游客的消费个性，又传递了一种文化认同。另一方面，数字技术和跨界合作契合年轻人对“赛博文化”的兴趣，比如数字化展现历史文化、文物魅力的展览，以及博物馆与电竞、影视之间的跨界联动等。

在张玥看来，当下的年轻人成长在一个信息爆炸的时代，对各种知识和文化有着强烈的好奇心和求知欲。而博物馆作为文化传承和传播的重要场所，能够满足他们的求知欲。再加上，博物馆等文化类场所还能提供各种互动体验活动，如亲子互动、文创产品销售等，也能吸引年轻人的参与。

在移动互联网和社交媒体平台的强力推动下，一件独特的文物、一个有趣的文创产品抑或是一条爆火的用户分享，都有可能成为博物馆走红的流量密码。李媛媛坦言，当下，年轻人已将传统文化视为潮流符号。文博单位及相关创作者稍一加工就可以拉近文物与生活的距离，产生出一种跨越时代的文化认知。

景德镇中国陶瓷博物馆的无语菩萨（沉思罗汉），以其独特的表情和姿态在网络上迅速走红，引发了众多“打工人”的共鸣与热议；南京城墙博物馆中刻有“刘德华”字样的城墙砖，吸引众多游客前去打卡；甘肃省博物馆推出的铜奔马文创“绿马跳跳”和“绿马奔奔”，以“丑萌”形象成为年轻人炙手可热的网红产品……这些现象不仅让博物馆在网络上获得了极高的关注度，更形成了“种草—打卡—二次传播”的闭环，进一步扩大了博物馆的影响力。

在贵州省黔西南布依族苗族自治州兴义市的黔西南州博物馆内，一群年轻人被大屏幕上表演流行说唱的特殊乐队所吸引。这支乐队由东

汉的抚琴俑、抚耳唱歌俑、吹乐俑、乐舞俑组成，欢快的曲调和有趣的歌词道出了黔西南州博物馆的历史，令人忍俊不禁。

该馆义务讲解员告诉中国城市报记者，这段富有创意的视频一经推出，就受到了很多年轻人的喜爱，为黔西南州博物馆强力“圈粉”。

文博行业持续探路 应对“成长的烦恼”

国家文物局数据显示，今年“五一”假期，全国博物馆接待观众超6049.19万人次，较2024年“五一”假期参观人数增加了879.87万，同比增长17%，创历史新高。

在不少业内人士看来，随着人们对文化需求的持续增长，以及文化消费市场的不断扩大，博物馆作为文化传承的重要载体，其旅游体验的火爆，或将成为长期态势。

不过，实际上，博物馆及文博游热也面临着不少挑战。吴狄嘉表示，如何满足游客日益增长的参观体验需求，提升服务质量，是博物馆亟须解决的问题。同时，数字化时代特征的凸显，对博物馆的信息化建设提出了更高要求。此外，如何在保持文化深度的同时，吸引更多年轻游客，也是博物馆需要思考的方向。

实际上，为适应新形势下的公众文化需求，国内文博行业正积极优化服务模式，比如陕西西安碑林博物馆、汉景帝阳陵博物院等多家博物馆宣布每周一至周日均正常开放，不再设闭馆日，为公众提供更充足的文化体验时间。

同时，文博传播载体及空间也在不断扩展创新。中国旅游研究院院长戴斌表示：“有一些突破了传统博物馆场景的展示空间很有时代意义，可以对相关模式进行持续的探索和尝试，比如‘机场+博物馆’等。”

对此，中国城市报记者注意到，西安咸阳国际机场T5航站楼里的西部机场博物馆已于今年2月向公众开放。这一占地6400平方米的文博新空间位于T5航站楼核心区域，号称“全球机场首家在地文物展示博物馆”，集中展示了近年来西安咸阳国际机场建设期间考古发掘出土的文物，吸引不少游客专程前来打卡。

北京大葆台遗址博物馆 新馆亮相

5月20日，北京大葆台遗址博物馆新馆全面对公众开放。开馆同时推出两大重磅展览：常设展览为“勃碣都会幽燕华章——西汉广阳国历史文化展”，首个临时展览为“汉风软华——马王堆生活艺术特展”。

大葆台遗址于1974年6月发现，是距今2000多年前西汉广阳王刘建及其王后的墓葬，凭借最高等级的墓葬形式“黄肠题凑”而蜚声海内外。

中国城市报记者 全亚军摄

