

“小而美”的博物馆，为何突然大量走红？

5月18日是国际博物馆日。记者了解到，随着“文博热”“奔县游”的兴起，一些较具文化特色的中小博物馆频频“出圈”走红，成为文旅发展的新亮点。

刚刚过去不久的“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

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建文说。

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

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”博物馆与现代剧情表演创新结合，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。

(来源：新华社)



5月10日，游客在岳阳市博物馆参观（图源：新华社）

岭南论建

民生工程之“便利”首先是群众的便利

□ 钟梓骥

近日，广州西湾东路的一座人行天桥引起了网友热议。该天桥横跨广湛高铁工地，是周边居民日常通行的主要通道。因广湛高铁在该处位置是上下双层轨道，同时高铁的接触网等设施有高度要求，原人行天桥因高度不满足规范要求而被加高至近四五层楼高。高达90余级的陡峭台阶，让这座天桥成为市民口中的“百步天梯”。本应是方便居民通行的“便民纽带”，却异化成了“负担工程”。

天桥因高铁接触网高度要求而加高，看似符合工程规范，却忽视了“以人为本”的底层逻辑。令人费解的是，施工方在重建时未同步优化通行方案，电梯和无障碍通道的缺失让天桥加高给群众带来的不便被显著放大。高达90多级的天桥让路过的居民承受了不该有的负担，老年人需中途歇息三次，轮椅使用者更是被彻底阻隔。简单加高的天桥在技术上是“达标”了，可“便利”的对象从周边群众变成了天桥加高的设计单位。

近年来，广州正大力推广“15分钟生活圈”。西湾东路上的这一人行天桥，连接菜市场、学校与地铁站，本是典型的“15分钟生活圈”节点。然而，除了台阶过多，该天桥还存在扶手间距过大、无障碍通道缺失、照明不足等问题，暴露出设计者对使用场景的漠视。外卖骑手冒险骑行下坡、老人手提重物中途歇息的场景并不少见，这些都是天桥等公共设施从规划到落地中“最后一米”需要解决的痛点。

如何让民生工程最终服务好周边居民？设计单位需要多花些心思走进群众生活，真正了解民生需求，在规划设计过程中，不仅要满足技术规范，还要尽量贴合群众实际使用需求，不能贪图一时之“便利”而让民生工程沦为“面子工程”。

可喜的是，针对西湾东路人行天桥现有问题，荔湾区已启动专家调研与优化方案研究，与建设单位共同研究优化措施。相关单位能够及时倾听民意作出调整固然值得赞赏，但想要从根本上避免这类问题，还需要建立周边居民的常态化反馈机制。例如，可借鉴海珠区占道施工“市民协商会”模式，将天桥改造纳入社区议事议程，邀请居民代表、残障群体与设计单位共同参与设计论证。设计单位应当从单纯的执行者转变为与居民共同话事的“牵头人”，才能让民生工程真正便利群众。