

暑期 博物馆热 持续升温折射了什么

场馆入口处观众队伍蜿蜒曲折排成长龙,展厅内人头攒动……今年暑期,不少博物馆成了众多游客和市民的“网红打卡地”,人气火爆,参观一票难求。

过去显得有些高冷的博物馆,为何持续升温?“博物馆热”会成为“一阵风”吗?记者对此进行了采访。

“博物馆热”持续升温

近日,记者来到西安碑林博物馆。刚开馆不久,已有大量观众在门口排队等待参观,展厅内挤满了来自各地的游客。11岁的马悦宸由外婆刘琴陪着参观。“我觉得对孩子来说,参观博物馆是个很好的暑假学习方式。”刘琴说,一个博物馆就是一部文明史,多看看博物馆可以让孩子从小就在心里埋下文化的种子。

“这几周,河南博物院几乎天天满员,观众每天在1.2万人次以上,是2019年同期的近两倍。”河南博物院院长马萧林说。

“我们每天早上8点放出七天后的预约,一般几个小时后就约满了。”苏州博物馆副馆长孙明利说,苏州博物馆通过安排员工加班等方式延长闭馆时间至晚上9点,尽可能满足观众的参观需求。

“‘博物馆热’已成为一种文化现象,我们也切实感受到了这种热度。”山东博物馆馆长刘延常介绍,山东博物馆近期日接待量均在1万人次以上,7月中旬以来的周六、周日则达2万人次,大幅超过上半年平均每日5700余人次的接待量。

刘延常说,为更好地服务观众,山东博物馆每天安排业务骨干轮流到各展厅开展讲解;还设立“馆长讲解日”,每周二上午选派一名馆领导进行讲解,让观众更好地了解文物和文物背后的故事。下一步,还将举办“博物馆之夜”活动,让暑期的中学生有更多机会走进博物馆。

随着“博物馆热”的兴起,一些博物馆还发展了丰富的文博创意产业。

“今年暑期,南京博物院推出10大类共一千余件文创产品,其中南博院藏文物系列笔记本、南博院藏文物系列金属书签等尤受欢迎,最高时单品一天可以售出一千多件。”南京博物院文创部负责人田甜介绍。

“博物馆热”缘何兴起

记者调研发现,“博物馆热”的兴起,是多重因素带动的结果,并非偶然。

——公众对中华优秀传统文化的兴趣日趋浓厚,文化需求更加旺盛。

“我是文博爱好者,去各地旅游,一定会去看看当地的博物馆。置身于博物馆里,仿佛走入历史深处,来到先人真实生活的环境中,可以感受到他们的温度和气息。他们的音容笑貌、喜怒哀乐通过那些真实的器物表达出来,历史仿佛活了起来。”在山东济南某公司工作的于少晶说,“我个人最喜欢观看史前、商周直至秦汉时期的文物,因为我一直对于人类起源、对于在我们生活的这块土地上如何形成了对我们影响至今的文明历史充满好奇心。”

“知来处,明去处。”博物馆是连接过去、现在、未来的桥梁,一件件文物承载着千百年的历史沧桑,抽象、模糊的历史从而变得具体生动。浙江大学考古学研究所所长林留根说,在“博物馆热”的背后,是公众与传统文化的深度交融。随着经济社会的发展,我们正在见证中华优秀传统文化的复兴,越来越多的人希望通过参观博物馆深入了解博大精深的中华文明,了解中华民族的历史底蕴及其创新伟力。

马萧林说,博物馆近年对文物的研究不断深入,挖掘当中更容易被观众理解和接受的传统文化元素,将其与现代时尚潮流有效结合,形式、内容都更加有趣,让传统文化不再枯燥,以满足公众日益增长的文化需求。

——青少年“研学热”带动了“博物馆热”。

今年夏天“研学热”不断升温,研学旅行成为不少中小学生学习生活的重要内容。在研学旅行中,一般都会安排参观博物馆。

“现在我接待的全是青少年团,夏令营、亲子游、研学团是主力军,参观博物馆是一项主要活动。”西安碑林博物馆内,导游张琳对记者说,早在今年4月份,接团日程就已经排到了8月份。

每天下班前,辽宁省博物馆副馆长董宝厚都要看看当天的观众统计。“孩子的数量特别大,占暑期观众的30%以上,有的是随家人来的,有的是学校组织的。”董宝厚说,“我们很重视培养青少年对文博知识的兴趣,除了推出流动宣展车走进全省各地校园,在策展时也注重融入与青少年的互动体验。”

——一些博物馆运用新技术、新理念呈现展品吸引观众。

新石器时期的骨笛,春秋时期的楚国青铜编钟……在河南博物院,观众除了可以在展厅观看这些珍贵文物,还可以走进音乐厅,直观地、沉浸式地感受古代乐器发出的声音和魅力。河南博物院华夏古乐团用根据文物复制出来的乐器,不仅演奏古代音乐,还演奏现代流行音乐。

3D投影技术让静态的展品动了起来;AR智能导览眼镜让观众能通过语音指令、视觉识别观赏文物;智能照明系统根据展品特性,以最佳的方式展示文物……新技术的应用,拉近了博物馆展柜中的文物与公众之间的距离。

“策划展览时,我们尽可能把深藏库房的精品文物拿到展厅去,使更多的人有机会亲眼看到;通过不断更新内容增强观众的黏性,让观众每次进入博物馆都能有新的看点。”刘延常说。

如何更好满足观众参观需求

“今后,越来越多的人会把参观博物馆当成一种习惯、一种生活方式。”刘延常说。

当前一些热门博物馆过于拥挤、一票难求,如何更好满足观众的参观需求?

“有更多的游客关注和走进博物馆,这让我们深感欣慰。但参观博物馆也不是人越多越好。如果观众过于拥挤,就很难在舒适的环境中欣赏展品,而且还可能导致展厅空气湿度等条件的波动,对文物状态保持造成一定压力。”孙明利说。

孙明利建议,热门博物馆可考虑采用按小时预约入场、延长开放时间、举办网上“云展览”等方式,让观众有更好的参观体验,保持博物馆秩序,保证文物安全。

针对一些“黄牛”倒卖博

物馆门票等行为,业内专家建议,文博机构可采取智能验证、限制单人最大预约量等技术手段;同时,与公安部门加强合作,建立“黑名单”制度,打击恶意抢票、囤票等行为。

山东成武县博物馆收藏有东汉蔡邕书碑刻等珍贵文物。馆长郭立说,除了那些热门博物馆,数量众多、独具特色的小众博物馆,可通过创新策展方式、传播渠道,吸引更多对特定主题感兴趣的观众,提升“能见度”。

“未来的文博机构还有更多空间可以探索。”河北博物院社会教育部主任刘卫华说,比如,建设残疾人友好型博物馆,让更多的人无障碍走进博物馆;与媒体联合策划推出更多与社会深度互动的活动,充分发挥博物馆的文化传播作用和文化影响力。

业内人士建议,公众不宜把博物馆当成景点和游乐场,不必从众心理去“打卡”;在参观博物馆前宜提前做好功课,以便在观展时有更深的体悟;对一些热门博物馆,尽量在暑期高峰后再前往参观。

新华社记者(据新华社北京电)



▲ 8月23日,游客在秦始皇兵马俑博物馆一号坑遗址参观。
新华社记者 张博文 摄

► 8月28日,参观者在中国园林博物馆参观“极境——走进青藏高原”展。
新华社记者 尹栋逸 摄



8月27日,游客在甘肃省敦煌市博物馆参观。新华社发(张晓亮 摄)

“最火暑期游”多了“体”力活

今夏高温,高不过大众出游的热情。在有着“最火暑期游”之称的这个夏天,顶着炎炎烈日,多地游客激增,研学火爆,“人从众”模式横扫各大旅游城市。

三年疫情之后,出游成为一种刚需的释放。由于旅游过于火爆,不少人感叹,出行是个体力活儿,但记者在北京、江苏等多地调研发现,随着旅游和健康观念的转变,今年暑期游确实含“体”量飙升,时尚体育项目如冲浪、滑雪、户外拓展成为休闲度假、亲子研学的一支新力量。

旅游变度假 含“体”量飙升

走进无锡融创茂商业中心的热雪奇迹滑雪场,第一感受是人多,既有热门熟路的老客,也有组团体验的新手。热雪奇迹总经理祝笛则用“两高一低”来概括他眼中的变化:“这几年趁着北京冬奥会的东风,南方滑雪的人明显多了,在我们看来,一是愿意自己买装备滑雪的比例提高了,这意味着他们成为了常客和真正的爱好者;二是外地游客比例提高了,现在我们70%以上都是非无锡客户,集中在江浙沪车程两小时的地方;三是门票在收入占比中降低到了六成左右,越来越多人会购买我们的课程。”

买装备、买课、异地游——如今,这是不少体育爱好者参与体育休闲游的标配。徐州姑娘张慧说:“今年‘特种兵式旅游’不少,但基本上都是跨越山和大海,去看人山人海,我和很多朋友都不喜欢。”她则和朋友一起,选择到海南好好休了个假,体验了很多时尚运动,还学会了冲浪,收获的是健康肤色和放松的好心情。

体育咨询公司关键之道创始人张庆认为,这反映了新一代消费者理念的变化,从“旅游”进化到“度假”,从“到此一游”进化到“深度参与”。

记者发现,类似融创茂等商业综合体,如今乐于引进运动休闲项目,融创茂里除了雪场,还包括水世界等。祝笛笑言:“在这里,可以一站式满足‘孩子玩乐、妈妈逛街、爸爸偷懒’的全家需求。”一位业内人士则认为,综合体以往最能引流的是餐饮、电影类,如今体育休闲类项目异军突起,正成为综合体引流的主力之一。

江苏省统计局和国家统计局江苏调查总队联合发布的2023年上半年江苏经济数据显示,1—5月,全省规模以上生活性服务业营业收入同比增长24%,其中体育服务增长34.6%。体育休闲游渐成热门,相关部门也顺势而为,江苏省体育局上线全省体育旅游电子地图,大力打造体育服务消费新场景。

研学中的体育经

暑期一到,中体·冠军部落国际营地运营负责人孙仁良就忙碌起来,一波波研学夏令营来到位于仪征市大铜山北侧的这个青少年户外运动基地,和体育来一场“约会”。

无独有偶,在京杭大运河支流的扬州市生态科技新城“七河八岛”上,帆船、赛艇、浆板等项目的研学夏令营也是

一批接一批。

北京家长王芳(化名)暑假为孩子选择了怀柔区的户外探险营,5天4晚的内容包括山野徒步、攀岩、皮划艇和浆板等多项运动,费用近7000元,但王芳觉得很值:“都是户外运动,孩子锻炼了身体,也学个体育技能。既解放了我们,也提供了我们没法教的东西,关键孩子也很开心。”

记者在采访中发现,体育类研学如今也在告别以往单一的军训式夏令营,多项目、体育文化的融入让孩子们更感兴趣。扬州航空馆将航空、体育、科技深度融合,体能训练营、飞行模拟体验、室内无人机电竞等项目都是孩子们的最爱。在江阴市海澜飞马水城,一座马文化博物馆令人流连忘返,在这里能近距离观看世界各大品种的马匹。“这匹马为什么那么矮?”“马儿为啥要舔东西?”不少孩子在这里化身“十万个为什么”,一路充满了好奇。

北京启德游学是较早从事青少年游学的业界头部公司。其事业部运营总监郭小娟介绍,今年开始,公司开始重视增加体育类游学,包括滑雪、户外徒步攀岩、帆船等。郭小娟觉得,体育类研学流行的背后,有国家政策的变化,更多是家长观念的转变。“体育是非常好的挫折教育和团队教育。很多家长意识到,通过体育让孩子掌握解决问题、与人沟通协作的能力,可能比学习文化知识更重要。”她还表示,目前青少年的情绪和心理问题也不容忽视,体育活动对身心健康有很大好处。

“全家一起来比赛”

过去一周,飞马水城始终人声鼎沸。潮童大赛和学青会马术盛装舞步预赛同期进行,和美乡村篮球联赛随后开打。一场场比赛的背后,是赛事经济不断拉动各类消费的红火场面。

比赛期间,飞马水城各大酒店一房难求。记者看到,商业综合体里餐饮红火,购物人流不断,连乘坐贡多拉游览船都要排队。“几项比赛加起来有几千人的规模,尤其是孩子的比赛,一家起码来一两个家长,餐饮娱乐购物各个板块都带起来了。”飞马水城一位负责人给记者算起了大账。

暑期是青少年比赛的高峰期,“全家一起来比赛”也成为这个暑期鲜明的旅游特色。中国青少年冰球联赛苏州赛区比赛7月举行,吸引了200多位外地球员参赛,这意味着200多个家庭举家出行。8岁的沈阳男孩毕希霖第一次来苏州,除了比赛,他还逛了园林,吃了美食,体验了一把江南特色。

江苏省体育局副局长刘彤说,各类赛事的举办不仅能增强老百姓对美好生活的体验感,还能切实拉动其他领域消费,江苏上半年举办全国以上赛事65场次,体育赛事对消费的拉动格外明显,如无锡马拉松就带动周边产业效益1.95亿元。

张庆认为,暑期青少年体育活动飙升的背后有天时地利人和。首先是解决了暑期孩子的去处,其次,“双减”政策遏制了学科类课外班,那么以运动为主要内容的暑期活动就成为必选项之一。同时,“80、90后”的家长更加注重孩子的素质教育,这也反映了育儿观念的变化。

新华社记者 王恒志 李 丽(据新华社南京电)

► 游客在华山北峰排队前行(8月10日摄,无人机照片)。
新华社记者 刘 潇 摄



▼ 近日,孩子们在湖南省永州市道县一篮球训练营进行篮球训练。
新华社发(蒋克青 摄)

