

# 探寻中国国家博物馆“淡季不淡”的密码

据新华社电 12月的北京,清晨寒风瑟瑟。天光尚未大亮,中国国家博物馆北门外已排起长长的队伍,观众们等待第一时间入馆参观。

一般来说,工作日或寒暑假之外的时间,博物馆参观人数会比较少,是“淡季”。而国博馆内外的火热场景与“淡季”的预期形成鲜明对比。

近日,国博公布的一组数据印证了“淡季不淡、旺季更旺”的开放运营常态:截至11月28日,今年观众累计预约已超630万人次,平均每天接待观众2万余人,同比增长10%;暑期,每天有近160万人预约2.6万张门票,即便是在淡季,每天也有近52万人预约;国庆假期之后,10月8日至10月28日,参观人数达到34.9万人,同比增长10%。

好的展览是博物馆的“硬通货”。“古代中国”基本陈列是国博最受观众欢迎的展览,每年30个左右的临时展览也各具特色,持续释放吸引力。

工作日早上9点多,“明星展品”明孝端皇后九龙九凤冠的展柜前已蜿蜒排出十几米的队伍。这样的盛况也出现在国庆节前开放的“风展红旗如画——馆藏红色经典文物展”:参观人数较多时,观众们依次排队、秩序井然,与展出的国旗国徽合影。而11月初开展的“美的多元——古希腊的艺术与生活”更成为下半年的展览焦点之一,开放三周以来,已累计接待观众4.5万余人,东西方文明的碰撞吸引观众慕名参观。

爆款文创持续为展览提升热度。以“明孝端皇后九龙九凤冠”为原型设计的凤冠冰箱贴文创产品,一经推出就迅速成为现象级“爆款”产品。截至11月27日,其两款冰箱贴共计销售超53万件,成为国博近20年来当之无愧的“销冠”。无独有偶,“美的多元——古希腊的艺术与生活”开展10天就有10余款产品断货。

“文创产品的热销对更多人走进博物馆有一定带动作用。希望大家喜爱文创的同时关注文物、关注文物背后的历史。”中国国家博物馆经营开发部副主任廖



12月3日,观众在中国国家博物馆参观“风展红旗如画——馆藏红色经典文物展”。新华社记者金良快摄

飞说。博物馆不仅要体现历史高度,还要展现人文温度。从讲解展览到举办讲座,从博物馆研学到考古体验营,国博全年为观众提供大众化、特色化的社会教育服务。

记者在“古代中国”基本陈列遇到了北京市顺义区第八中学的研学团队。“这是我第一次来国博。在这里能够更亲近地感受到课本上图片展示的文物,增长了见识,也让我意识到要把我们的中华优秀传统文化发扬光大。”该校初二学生张竞文说。

今年以来,国博已为北京市6个区的中学生提供“古

代中国”研学教育服务千余场次,服务学生4万余名。中国国家博物馆相关负责人透露,今年截至目前,国博35岁以下年轻观众占比超六成,越来越多年轻人开始走进博物馆,从优秀文化中汲取力量。

明年,国博“复兴之路”基本陈列将全新改陈亮相,还筹划举办“安徽淮南武王墩大墓展”“上合国家文物联展”等国家展览,计划引进“意大利文物精品展”等国际展览项目。

“我们将持续加强文化供给力度,推动更多优质展览直达基层,更好满足人民群众文化需求。”这名负责人说。(记者杨湛菲)

**为中国人民谋幸福  
为中华民族谋复兴**

茂名市文明办 宣

**为中国人民谋幸福  
为中华民族谋复兴**

茂名市文明办 宣