

博物馆的未来：寻找与公众的结合点

曹燕

2021年“5·18国际博物馆日”活动聚焦的主题为“博物馆的未来：恢复与重塑”，探讨疫情防控常态化的背景下，博物馆面向未来应如何应对多重挑战，及时调整完善自身功能定位，积极探索博物馆发展的新方向、新模式、新方案。从有限展厅到广阔天地，博物馆需要不断寻找与公众的结合点，创造更多价值。

重塑价值

“国际博物馆日不是单纯世界的活动，也是博物馆界和社会公众交流分享的一个平台。在这个平台之上，公众了解博物馆、走进博物馆、喜欢上博物馆、与博物馆产生互动。通过博物馆日的活动，业界也倾听公众的需求，提升博物馆服务社会的能力，提升博物馆服务社会的水平。”国际博物馆协会(ICOM)副主席安来顺说。

今年国际博物馆日的主题内涵，在安来顺看来，“关键词在于‘重塑’，内涵丰富，也可以把它理解为‘重构’，博物馆面向未来需要重新再构想、再出发、再行动，创造出更多的社会价值、公共价值。”

4月13日，联合国教科文组织发布新冠肺炎疫情期间全球10.4万家博物馆现状的报告——《2021年世界博物馆报告》。报告以87个会员国今年3月开展的在线调查所得数据为基

础，分析得出的结论是全球博物馆在疫情暴发一年之后依然十分脆弱。2020年，各博物馆平均闭馆155天。自2021年初以来，许多博物馆不得不再次关闭，这使得参观人数与2019年相比平均下降70%，收入减少40%-60%。

基于此，“重塑”显得更加重要。博物馆在经过疫情后，对自身定位要提出重新思考和价值定位。“博物馆需要更加密切和社会公众精神福祉之间的关系、与现代科技的深度融合、与教育的深度融合，为地方社会经济的综合发展提供来自文化方面的辐射力甚至是驱动力。”安来顺认为，这也是在博物馆和社会公众之间创造出一种新型的文化对话模式。

关注教育

随着新科技的不断注入和观众需求与品位的不断提升，博物馆越来越展现出夺目的人文光彩。博物馆旅游进入快速发展期，观众更加注重深层次的体验和博物馆的教育意义。2020年，教育部、国家文物局联合发布了《关于利用博物馆资源开展中小学教育活动的意见》，其中特别强调博物馆教育资源的开发应用，更进一步突出了博物馆教育的重要性。

收藏在博物馆里的文物、陈列在大地上的遗产、书写在古籍里的文字都可以成为教书育人的丰富资源。2020年，由北京市委教育工委、市教

委与故宫博物院等举办“见字如面·对话故宫”书信交流活动，国家典籍博物馆开设的研学项目通过引导学生制作花草纸团扇进而了解古代造纸技艺，广东省博物馆针对中小学生在开展“行走古驿道”活动……这些都是博物馆与学校教育、综合实践有机结合的探索。

一些博物馆在探索中已经形成了一套教育体系。据了解，故宫博物院目前已形成多样完善的课程体系，开发了馆校合作系列课程，覆盖了包括幼儿园、小学六个年级、初一、初二、高一、高二、大学等12个年龄段。

西安博物院副院长王锋钧认为，在公众教育的方式上，传统的陈列式展览和说教式讲解已不适应信息时代大众的需求。需要探索更亲民、更现代、更有趣味的文艺化方式让历史文化走近公众，配合好大中小学对学生的课外教育，满足国民探求知识、启迪智慧和陶冶情操的自我素质提升需求。

生动的感知体验和深度的交流互动，是线下场馆教育无法被“云观展”所替代的独特之处，这也让人们在博物馆的线下场景持有更高期待，越来越多的博物馆成为研学主题游的现场。安来顺认为，着眼于从参观者的感知入手，以讲故事的方式，使其获得一种鲜活的体验，辅以高科技打造的场景，可以营造出线上活动无法替代的线下博物馆教育情境。

融入社区

中国目前有约5500个博物馆，明星博物馆还是少数，基层博物馆是大多数。安来顺说，“对于大多数的基层博物馆而言，需要提升和社区之间的融合关系，加强与当地民众的美好生活和精神福祉的结合，让博物馆成为一种民众的精神文化生活必需品。最根本的就是找到博物馆和大众的连接点。这样，人们会从精神和物质上去支持博物馆，这也区别于财政‘输血’。”在他看来，博物馆和社区之间的关系是——你中有我，我中有你。

在博物馆和社区不断的互动过程中，当地的文化潜能可以得到进一步的挖掘和释放。而且，在文化、科技赋能的时代，博物馆也是创新发展的动力源头之一，博物馆不再单纯是学习教育的场所，在传播知识的同时，也可以满足观众的审美享受，培养观众的生活情趣，以及满足公众休闲娱乐、放松身心的需求。

“博物馆不仅是物理空间，更是一个人文空间。让人们在这里重新相聚，交流分享。这对激发城市活力、增强文化的凝聚力非常重要。”安来顺说。博物馆是城市的基因库，一头连着历史，一头关连着城市的未来，发挥着“以文化人”“以文化城”的重要作用。不断提升博物馆与居民的沟通交流，这个过程也是居民认识自身、获得身份认同感和归属感的过程。

苏州：“百馆之城”“最江南”

邵子君

近日，“下江南——故宫博物院藏乾隆时期文物展”在苏州吴中博物馆举办，展览精选的故宫博物院所藏与乾隆皇帝密切相关的宫廷文物116件(套)中，有60余件与苏州息息相关，这些文物在展现清代苏州织造的独特工艺的同时，也承载了乾隆六巡江南的文化记忆。展览期间，该馆还联动诚品书店开展“乾隆@江南悦读沙龙”活动，邀请公众走进博物馆与书店，开启一段与乾隆有关的江南之旅。不仅如此，今年国际博物馆日，吴中博物馆还将举办“启幕江南——草鞋山遗址与环太湖地区史前文明展”，进一步展现江南文化。

吴中博物馆只是苏州文博场馆展现江南文化的一个缩影。近年来，苏州蓬勃发展的文博事业、文博经济已经为打响“苏州最江南”文化品牌奠定了重要的基础。

政策引领 加快高质量发展

作为首批国家历史文化名城，苏州市委、市政府始终高度重视文博场馆建设，将其作为彰显江南文化特色、建设文化强市的重要抓手。2012年，苏州《十大文化工程方案》首次提出“博物馆城市建设推进工程”；2018年，《苏州市委市政府关于文化繁荣兴盛三年行动计划》提出“用三年时间使全市博物馆总量达到100家左右”的目标；同年，在《勇当“两个标杆”落实“四个突出”建设“四个名城”十二项三年行动计划》中再次提出，力争在“十三五”末实现每13万人拥有1家博物馆。此外，苏州还在2013年出台了《苏州市民办博物馆扶持办法》及实施细则，提供了6批次近1800万元的扶持资金补充到非国有博物馆的建设发展中。

政策引领下，苏州文博场馆建设工作成绩显著。苏州市政府发布的“十三五”期间博物馆运营报告显示，截至2020年底，苏州已建成开放博物馆102家，其中，博物馆56座、纪念馆17座、陈列馆18座、美术馆11座。更为直观的一个数据是，苏州市区常住人口中每10万人已拥有博物馆1.2家。

与此同时，博物馆的质量也同步提升。苏州博物馆在2018年国家一级博物馆运行评估中排名全国第三，是唯一一家跻身“优秀”等级的地市级博物馆；常熟博物馆是江苏省内首家成为国家一级馆的县级市博物馆；苏州生肖邮票博物馆是江苏首批成为国家等级馆的非国有博物馆……从高密度到高质量，苏州的博物馆均已走在前列。

各美其美 彰显江南文化

吴中博物馆面向运河，馆内空间设计引用苏州园林移步换景之艺，开馆后举办了“吴门吾景”特展，就此开启江南系列展览。该馆副馆长陈小玲介绍，吴中博物馆还有吴文化博物馆之名，最初定位便考虑到了江南文化的传播，如今，江南文化成了该馆的一块金字招牌，粉墙黛瓦中，由内而外均深藏江南文化底蕴。

展馆设计和展览只是文博场馆彰显江南文化的冰山一角。提及江南，那昆曲、评弹之音也让人难以忘怀，而苏州恰好也有这样一座博物馆，集昆曲、评弹等各类吴语系曲艺于一体，成为江南曲艺文化的“大观园”。苏州戏曲博物馆副馆长浦海涅介绍，苏州戏曲博物馆设有中国昆曲博物馆、中国苏州评弹博物馆两馆，作为专业艺术博

物馆，戏曲博物馆除了常规展览外，常规情况下，每年会为到馆游客奉上近40场昆曲演出和超过350场评弹演出。

满足耳目之欲后，在苏州的博物馆之旅还未结束。周末来到苏州博物馆看展的张女士在该馆的文创店买了两本苏州博物馆丛书《苏式生活》和《苏式生活》两本，她告诉笔者，三四年前第一次来到苏州博物馆，是被其独一无二的园林式建筑吸引的，来过之后才发现，这里的一切都能满足她对江南的想象，而这里的文创，她每次来也都会买一两件。

苏州市文化广电和旅游局博物馆处处长钟芸菲表示，苏州博物馆在文创产品研发中始终坚持打造具有江南文化韵味、区域特色的文创产品，立足文物元素的创意转化和设计表达，讲出背后的文化故事，借助“吴门画派”的社会影响力，推出了“文衡山先生手植藤种子”“打道杯”“唐寅泡”等多款极具市场吸引力的产品。此外，苏州备案博物馆策划的多场社教活动，也都是围绕馆藏资源，集中体现了苏作、昆曲、评弹、拓碑等文化。

守正创新 赋能美好生活

在彰显江南文化的同时，作为社会教育的主阵地之一，苏州文博场馆的初心从未改变。钟芸菲表示，博物馆通常被认为是校园外的“第二课堂”，不同于学校，博物馆能提供一个个更为轻松的教育环境，同时，随着“终身学习”“终身教育”理念的提出与发展，馆校合作的新模式持续深化，博物馆的社会教育功能逐渐被放大，为传统文化与当代生活、科技结合搭建起更为开放的平台。

苏州博物馆于2017年确立“@苏博”体系，将各类教育活动按照形式、内容纳入该体系下，以建筑、展览、文物和苏州地域文化为立足点，将博物馆教育品牌与博物馆整体品牌紧密结合；苏州碑刻博物馆联合多家学校，开展现场讲座、作品展示、实地参观操作等活动，2020年该馆共开展“苏州碑刻技艺”体验144课时；吴中博物馆也计划设计更多研学课程，深化江南文化的传播力度……

钟芸菲表示，苏州的文博场馆打破了博物馆的场馆限制，坚持“引进来”“走出去”相结合，通过扶持多元化展陈形式，丰富消费业态，鼓励文博场馆积极策划组织引进内容新颖、品种多元、高品质展陈落户苏州，同时，引导文博单位走出苏州、走出博物馆界，打破空间限制，联合其他城市文博单位或是行业品牌进行跨界融合，更广泛、更深层次地输出江南文化。

在此背景下，通过不断探索跨界融合创新，苏州策划了“流动的博物馆专线”、博物馆城游小程序、“姑苏夏夜·博物馆千年”博物馆夜游等一系列新业态产品，推动文博产业与关联业态深度融合、协同发展。

据统计，“十三五”期间，苏州备案博物馆共接待游客3660多万人次，策划社教活动2441场；苏州博物馆、常熟博物馆等开放了公共讲座线上资源，总观看量近10万人次；全市博物馆共开展文创767种，销售额达1.03亿元。

如今，穿梭于苏州大大小小的博物馆之间，无论是集“江南文化”之大成的苏州博物馆，还是特色鲜明的苏州丝绸博物馆、苏州戏曲博物馆、苏州碑刻博物馆，亦或是翁同龢、柳亚子、吴晓邦等“名人馆”，从风景到人文，从现场体验到带回家收藏，这遍布苏州的百余博物馆，已成为江南文化最合适的叙述者与传播者。



全国万达广场携手敦煌博物馆等102座国内知名博物馆举办的“探见博物馆之旅”活动(兰州首站)日前在兰州揭幕，活动通过线上线下平台，开展系列国潮主题体验活动，增强文化消费体验。图为5月12日，甘肃兰州城关区万达广场内，市民参观敦煌博物馆馆藏文物及画作复制品，近距离感受敦煌文化。
中新社记者 高展 摄

螺蛳粉博物馆让游客爱上“柳州味道”

孟萍

五一假期，不少旅行团、研学团沿着习总书记在广西考察的足迹，来到国家AAAA级景区——柳州螺蛳粉产业园，走进园中的企业和博物馆参观游览，了解螺蛳粉的相关知识。产业园内的螺蛳粉饮食文化博物馆成为大众热捧的打卡点。这个建成开放仅三年出头的年轻博物馆，靠抓住游客的胃成功“出圈”，成为柳州这座博物馆之城众多民间博物馆中的亮点。在该馆每年接待的9万多名游客中，不少人因此了解并爱上了螺蛳粉这款“柳州味道”。

挖掘“味道”背后的文化

近几年，螺蛳粉以独特的风味俘获了一大批国内外“吃货”的心，成为柳州一张重要的城市名片。

2012年起，柳州市政府各部门出台各项政策措施，扶持预包装螺蛳粉产业发展，柳州螺蛳粉产业园应运而生。柳州螺蛳粉协会会长倪锐阳创办的广西味之坊食品科技公司成为首批入驻园区的企业。

做螺蛳粉夜市起家的倪锐阳对柳州螺蛳粉的历史如数家珍。他说：“柳州人吃螺有25000年历史，柳江人穴居的白莲洞有捕捞螺蛳的遗迹。吃米粉也有七八百年了。但螺蛳汤和米粉的结合，不过40多年而已。”他回忆起1978年的时候，柳州夜市摊里有很多卖螺蛳的，也有很多卖切粉的。在箭盘路二号有个阿婆的粉店，临收摊有几个年轻人来吃粉，阿婆没有粉汤了，就向旁边的螺蛳摊主要了点螺蛳汤来拌，大家

一吃发现爽口又开胃，于是这种搭配就逐渐传开了。

一碗粉，一座城。深入挖掘和研究螺蛳粉文化，打造“自治区级非物质文化遗产代表性项目”，是柳州螺蛳粉能够“走出去”的关键。倪锐阳与政府部门的想法不谋而合，要兴建一座螺蛳粉主题博物馆。于是在柳州文化和旅游、商务等部门及鱼峰区政府的指导下，他的企业味之坊食品科技公司自筹资金在产业园区内历时两年半建成了螺蛳粉饮食文化博物馆。

螺蛳粉与旅游完美融合

2018年1月开业的螺蛳粉饮食文化博物馆分为展示区、生产区、演示区、体验区和购物区五个区域。展示区内分四个展区：探·螺蛳粉之源、观·螺蛳粉之路、品·螺蛳粉风味、谋·螺蛳粉大业。通过文字、声音、影像、物品、雕塑、艺术装置等形式，借助声光电等现代多媒体技术展示手段，让人们了解螺蛳粉的历史渊源、制作工艺、产业发展。体验区和购物区设置在一楼，体验区内分为DIY区和品尝区；购物区汇集了柳州各大螺蛳粉品牌。

柳州市民冯菲菲说：“我觉得这个博物馆很好，让我这个柳州人很感兴趣。我也会带外地的朋友来这边看看。”

螺蛳粉饮食文化博物馆与多家生产企业都聚集在产业园之内，形成了“前馆后厂”的良性互动。来自西安的任女士一直是螺蛳粉的“迷妹”，平时没少网购。参观完生产线的她在螺蛳粉货架前对各个品牌的口味如数家珍。在她的带动下，不少游客当场下单螺蛳粉，让厂家包邮到家。

现在，螺蛳粉饮食文化博物馆推出的螺蛳粉长桌宴成为柳州市重要接待和旅游团队的首选之一。一碗碗辣、爽、鲜、酸、烫的螺蛳粉，配上酥烂入味的田螺鸭脚煲，佐以时令瓜果，怎一个爽字了得。

柳州市文化广电和旅游局副局长曾飞云表示，几年来，柳州螺蛳粉饮食文化博物馆成为广西自治区级非物质文化遗产柳州螺蛳粉手工技艺保护性生产示范基地、柳州螺蛳粉文化宣传的重要平台，并与园区企业共同将产业园打造成为国家AAAA级旅游景区，成为集食品配套生产、电商物流配套、食品研发、工业旅游于一体的新型食品工业园，推动“柳州螺蛳粉+旅游”深度融合，走出了产业融合发展的新路子。

品牌之路越走越宽

打造柳州螺蛳粉品牌是柳州市委、市政府和螺蛳粉企业近年来一直努力在做的事。

螺蛳粉饮食文化博物馆为吸引更多全国各地游客的到来，大胆创新，根据本地特色，自创了多种小吃制作和体验项目，如现场研磨米粉、制作螺蛳粉、现场煮粉等，深受游客特别是研学团的欢迎。博物馆与园区企业还与各大院校联手，将理论与实践相结合，把课堂移到柳州螺蛳粉产业园。

如今，游客到柳州了解螺蛳粉有了更多选择。另一知名品牌螺霸王也建成了自己的产业园，推出螺蛳粉文化展览和体验线路。今年3月30日，柳州市文化广电和旅游局联合多部门举行2021年柳州市工业旅游精

品线路发布暨柳州螺蛳粉文化体验游首发仪式活动。活动推介了工业遗址游、工业研学游、工业文博游、螺蛳粉文化体验游等4个主题的5条工业旅游精品线路。其中特别推荐的螺蛳粉文化体验游主题线路，涵盖白莲洞洞穴科学博物馆、螺霸王螺蛳粉产业园、螺蛳粉饮食文化博物馆、柳州菜博物馆、窑埠古镇螺蛳街等重要景区(点)，充分挖掘了柳州螺蛳粉的历史渊源及文化内涵，也充分展示了柳州螺蛳粉产业发展和文化科技创新的最新成果。

沈仲亮

近年来，随着文化和旅游的深入融合发展，也由于《我在故宫修文物》《如果国宝会说话》《国家宝藏》等文博类节目的热播，引发“博物馆热”形成，并成为文旅消费升级的潮流样板。

相关数据显示，截至2019年底，全国备案的博物馆达到5535家，比前一年度增加181家。2019年，我国博物馆举办展览2.86万个、教育活动33.46万场、接待观众12.27亿人次。“十三五”期间，我国平均每天新增一家博物馆，达到25万人拥有一座博物馆。非国有博物馆达到1710家，增长趋势不断加快。

在助力文旅深度融合发展的过程中，博物馆一直被寄予厚望。在舆论场中，博物馆从文旅融合的“展示平台”，到“有效载体”“窗口”，再到“前沿阵地”，显示出层层叠加的期许。

显而易见，博物馆的游憩功能也一直是其题中之义。上个世纪90年

让“为一座馆，赴一座城”成为一种情结

代，连续召开的三届国际博物馆协会代表大会，都讨论了“博物馆与旅游”的议题，力图建立文博事业与旅游业共同发展的良好关系。

然而，当前博物馆事业在推进发展中也存在功能发挥不够完备、体制机制不够完善、发展定位不够清晰、经营管理手段不够丰富等问题。不少博物馆特别是自收自支的民营博物馆，需要适应新时代新需求，找准定位，从自身进行检视和反思，谋求新的发展。博物馆发展既要见“物”，也要见“人”。

面向未来的游憩功能，博物馆可以考虑与“吃、住、行、游、购、娱”旅游六要素进行科学合理的链接。例如，“吃”，可以将其特色文化元素融入餐饮当中，在合适区域配置咖啡厅、茶室、主题餐厅等，开发亲子套餐、研学套餐等；“住”，可以根据实际情况推出民宿博物馆、博物馆奇妙夜等体验项目，地点偏远或者市场探索弹性空间大的博物馆可以探索住宿业态；“行”，

可以优化内部游览线路甚至周边小交通，馆内积极配置无障碍通道、休息座椅、轮椅、婴儿车等；“游”，推出优质的讲解服务、导览服务，提升展览内容、策划水准，满足观众多种感官享受；“购”，大力打造、包装富有新意的文创产品、非遗衍生品等；“娱”，因馆制宜推出音乐会、沉浸式演出、游戏、动漫等，特别是充分借助数字技术、互联网技术、虚拟现实技术、人工智能技术等增强观众体验的趣味性和互动性。

事实上，故宫博物院、中国国家博物馆等国有博物馆，建川博物馆聚落、观复博物馆、大唐西市博物馆等一批民营博物馆，都已经做出一些较为成功的尝试，也积累了一些发展经验。未来，相关博物馆都需要立足自身实际，结合观众需求，积极打造极具自身特色的强大文旅IP，让“为一座馆，赴一座城”成为更多人的一种情结，生动书写出“以文塑旅，以旅彰文”的样章。