

常博新“夜”态 彰显城市活力

程颖 姚律

8月19日,常州博物馆(以下简称常博)开展的“小小化石修复师”体验活动名额,一推出便被迅速预订一空,极为火爆。

近年来,“夜游博物馆”成为文旅融合发展中的新业态,博物馆夜场模式呈现出多元趋势:独特的文化体验、丰富的创意活动以及个性化服务,深层次挖掘博物馆在夜间经济中的文化内涵,让博物馆成为文旅经济新的消费增长点,推动文化增值。

那么,日益更新的“常州奇妙夜”,在2023年的暑期,又带来了哪些惊喜呢?

价值引“夜”,让“博物馆热”持续升温

博物馆是保护和传承人类文明的重要场所,连接过去、现在、未来的一道桥梁,也是一座城市发展的“文化中枢”。作为承载着历史记忆、文化传承的博物馆,更是人们修身养性、陶冶情操的好去处,它致力于让民族文化润养社会,让文化惠民走向纵深。

事实上,去博物馆“超值”。首先,博物馆看展成为新的娱乐休闲方式,更多市民选择走进博物馆,尤其在暑期等节假日期间,公众参观博物馆的需求激增。以常博为例,每年暑期,参观游客是平日的三至四倍。在这里,他们穿越时空,与历史对话、和文物沟通,感知深厚历史、感悟文化魅力。

今年暑期,常博在周末推出“常博奇妙夜”,上线的内容更是目不暇接:镇馆之宝“朱漆嵌金莲瓣式人物花卉纹奩”限时亮相,原创“国宝营业中”情境式历史文化展演、种类繁多的文创周边集体上新、特制“宠粉”惊喜接二连三推出,让常博人气爆棚;同时,馆内一至三层展览阵地全线开放,包括“寻宝探微——崔贵海先生捐赠藏品展”“中国雕版印刷展”“华镜流光——常州博物馆藏铜镜精粹展”三大特展,两大基本陈列、两个专题陈列精彩亮相,让这个夏天的“常博热”持续升温。

尤其今年7月14日起,常博实施延时开放,市民只需分时段实名预约即可入馆参观,60周岁以上老人只需刷身份证“一证入馆”。这场博物馆和市民共赴的文博盛宴,不仅加深了公众对城市的认同感,还让博物馆融入城市文化生态;其次,作为“城市行走”中的必选项之一,逛博物馆可以一边接受知识、获取灵感,一边放松身心、看展式社交,尤其是暮色四合时,告别白天的忙碌,属于自己的夜晚才刚刚开始;在环境好、氛围佳、文化味浓的常博,感受丰富多元的“新”夜”态带来的文化熏陶,让文化更有吸引力,发展更具动力,城市更有活力。

随着人民群众不断提高的精神文化需求,人们开始走进博物馆感知美好,“博物馆游”越来越热。这也成为博物馆事业发展的直接动力。博物馆融入城市生活,以润物细无声的方式进入公众精神世界,尽显文博价值。



“常博奇妙夜”现场 虞锁荣摄

融合助“夜”,市民成为文博“弄潮儿”

为了把文博“流量”变为文旅“留量”,常州博物馆开始“整活”。

展览上“云”、“云端”赏宝、“云上”学习,广泛提升数字化体验服务,推出线上课程、直播、教育等产品,用图文、视频普及各类文物、科普知识……常博不断创新叙事方式,用自己的“个性语言”,以更为潮流的方式“活”起来。尤其当科技融入博物馆建设中,融合了先进技术的常博展品“动”了起来,观展方式也“新”了起来:3D投影技术让静态的文物开始流动;智能语音讲解让市民“听”赏文物;智能照明系统根据展品特性以“最优解”展示文物。传统文化有了现代表达,拉近了常博与公众之间的距离,吸引更多民众走入博物馆。

同时,常博通过社交媒体“花式宣传”,积极“圈粉”。通过抖音、微博和视频号等新媒体平台,不仅为市民提供可视化的文博资讯,还根据不同账号的社交属性,与“粉丝”网友们进行亲切互动,将传统文化融入泛娱乐化,不断拓展。

看似“整活”,实则“拿捏”的常博以实力出圈。据数据显示,截至8月20日,市民在常州门户网站发布常博相关帖文近百篇,分享图片近万张,辐射受众近10万人次,“常博热”“常州博物馆”“常博奇妙夜”等关键词频上热搜。

当然,常博的“破圈效应”,更是验证了文化IP的强大生命力。公众对文化的认同,催生精神消费的升级,博物馆不断强化自身文化IP,用一种全新的思维方式实现社会效益与经济



身着汉服的孩子们夜游常博 朱福俊摄

效益的相互赋能。在“常博奇妙夜”的延时开放活动中,常博与武进锡剧团、华音民乐团强强联合,扩大了常博的文化影响力,以馆藏特色资源为基础,以文化为核心要素,实现博物馆、文化创意、旅游消费等融合发展。

活动富“夜”,让文化融入日常生活

随着夜幕降临,常博更加热闹。场馆入口处观展队伍排成长龙,馆内人头攒动,围绕“常博奇妙夜”为主题的文艺展演、讲座沙龙、趣味课程等活动轮番开展,精彩纷呈。

今年暑期,“博物馆热”持续升温,常博延长开放时间,以丰富多样的夜间演出和体验活动,搭建绚烂多彩的文化盛宴,成为“点亮”城市文化的流量密码。据统计,暑期常博共接待观众31.81万人次,与2022年同比观众量增长14.9%,其中夜间延时开放14天接待观众10.77万人次,同比增长40.71%。常博的延时开放不仅迎合大众需求,更是一种城市文化形象的建构,文化氛围的塑造。

作为春秋时期著名的政治家、思想家、道德实践家,季札无疑是中华文明史上礼仪和诚信的代表人物。一生写下三百首诗的北宋文学家苏东坡,更是留给后人无穷精神力量,他14次来常州并终老于此的经历,使其与常州结下不解之缘。今年暑期,两位历史文化名人穿越古今“鲜活”而来,亮相常博“典籍里的龙城”系列活动,一展龙城名士之风,引领常州市民于历史文化中感受风雅。

傍晚时分,青少年们纷纷身着汉服,组成文化夜游小分队。宝妈刘女士也全程听得津津有味:“看到常博的‘典籍里的龙城’活动我立马就给孩子报了名,平时我们在家也给孩子讲中国传统文化,但还是博物馆的老师专业,讲得也更有意思。”

常博设置的情节式解说和特色体验项目,使观众从旁观者变为故事的一部分,观众主动介入和探索,重塑文旅体验。沉浸式文博游的出现,是文化活化展示、具象化传播、创新性表达的生动注解。

同时,常博原创“国宝营业中”情境式历史文化展演首次亮相。展演用拟人化的手法将文物“复活”,“专业讲解+情境演绎+汉服走秀”集中展示了常博馆藏多件珍贵文物,让观众在了解文物的同时,沉浸式、多维度感受文物背后的历史与文化。十二节人面纹大玉琮、托博山炉侍女画像砖、持剑武士画像砖、长沙窑胡童步打球俑、南宋朱漆嵌金莲瓣式人物花卉纹奩、镶嵌宝石螭蟠发簪、“荆川削”铭铜镜……每一件文物的拟人化演绎都十分生动形象,让观众沉浸其中。

汉服展演掀起的常博热潮,是古风经济的嫁接和博物馆文化营销碰撞出的新赛道。在这里,文化自信和创意填充文旅内容、丰富文旅内涵、激活文旅市场,使文旅生态演化有了更多可能性。研学游、趣味课程、科普夏令营等全方位、全龄段的社教活动走出了博物馆品牌形象。

华灯初上,点点星光让人安静的氛围里,常博夜读、手绘一把团扇、听所闻南田的往事是一种文艺的消夏模式,更是可及的生活方式。

当戏曲遇见三国
传播新时代的中国声音

李思樟 谢佳倩



作为颇具影响力的三国遗迹博物馆,成都武侯祠博物馆于7月26日推出年度原创特展“龙吟希声——三国戏曲艺术展”。此次展览联合故宫博物院、首都博物馆、梅兰芳纪念馆、苏州戏曲博物馆、粤剧艺术博物馆、成都市京剧研究院、成都市川剧研究院、成都体育学院8家文博单位,汇集戏曲相关珍品110件(套),是国内首次全面展示三国戏曲历史与艺术的精品文物展览。

跨界融合

三国文化与戏曲艺术的破圈碰撞

成都武侯祠,肇始于公元223年,是中国唯一一座君臣合祀祠庙和最负盛名的刘备、诸葛亮及蜀汉英雄纪念地,馆内现存清代塑像47尊,衣纹服饰以明代为主,深受戏曲元素影响。此次恰逢第31届世界大学生夏季运动会在成都举办,博物馆以展为媒,将三国文化与戏曲艺术结合,充分发挥了文化工作“聚人心、暖民心、强信心”的独特作用,给观众摆开一桌传统文化与当代艺术的双重视觉盛宴。

时尚演绎

历代精品戏曲文物的当代解读

“三国戏”即是以三国历史、逸闻、杂谈等为原型创作的戏曲。历代的戏曲文物蕴含着丰富的历史文化信息,此次展出的故宫博物院藏《清人戏剧图册》《鼎峙春秋》以及多套清廷戏服、首都博物馆藏《马连良《空城计》戏服》、梅兰芳纪念馆藏《同光十三绝》《梅兰芳《洛神》戏服》等也是西南地区首次展出。

展览分别从“案下”即“三国戏”的历史及流变、“台前”即典型“三国戏”剧目及“幕后”即“三国戏”的角色妆造及武器道具,多维度对三国戏曲进行了分解。打破了传统戏曲展览惯用的全静态展示,将展品、文字、多媒体、艺术场景相结合,体现剧目或博弈或浪漫或荡气回肠的戏曲氛围。

除了展品和艺术展项,场景打造也是展览亮点之一。在策展过程中,跨学科引入舞台设计美学,采用了叙事戏剧现实主义方法,将现实程式化舞台分裂为许多分离断片,以分别代表历史记忆的文物与当代社会属性的材料结合,让观众产生联想。这种“间离”手法打断了剧情和角色表演的延

续性,触动观众对三国戏曲的意义进行深刻思考。

传承经典

助力中国式现代化“文博+”高质量发展

成都武侯祠博物馆以戏曲为裳,以雅致为集,推出了一系列公众教育主题活动。“三国匠造所之戏装雅集”品牌活动,汇集“川剧演出”“川剧化妆”“戏服打卡”“戏曲手工画”等戏曲文化体验项目,邀请川剧演员向青少年群体介绍戏曲文化,增加戏曲与观众的互动连接。此外,融入AR元素,策划推出“博物馆闯关夺‘宝’”主题活动,在博物馆内精选多个夺宝打卡点,制作精美的闯关地图,面向观众发出博物馆闯关夺“宝”挑战,让公众在趣味互动中深度探索博物馆。

线上活动同样精彩。将《闻见·武侯祠》第三季专题片的镜头聚焦于馆内的清代彩绘人物塑像和三国戏曲艺术,配合展览的趣味H5互动体验、快闪视频,以“纪实+短视频”的形式让观众足不出户了解展览特色。

致敬经典

向世界传递中国传统价值观

“文艺的民族特性体现了一个民族的文化辨识度”。三国戏曲生动展现了国人“忠义”“良善”的价值观念和“和平”“共生”的远大理想,涵养着国人共同的精神家园,在世界文艺领域确立了大国气派、中国风范。

社会大发展时期,中华优秀传统文化正不断与当代审美需求结合。新一代博物馆人以丰富多彩的“中国故事、中国形象”为基底,将社会主义核心价值观生动活落地体现在各类文化活动策划创作中,为实现中华民族伟大复兴做出博物馆人的贡献。

以文旅融合促进文物活化利用

——广州博物馆《消失的名菜》新书推介

李明晖

让文物活起来,促文旅深度融合,这是近年来文旅行业发展的重点关注问题,也是博物馆传承与弘扬中华优秀传统文化的重要课题。广州博物馆积极响应,精心提炼“食在广州”的城市文化符号,基于对馆藏民国菜单、菜谱、食品广告等文物的研究,携手本地餐饮巨头中国大酒店对民国传统粤菜进行还原、重塑和创新,打造“消失的名菜”文物活化利用和文旅融合项目。

该项目自推出以来社会反响热烈,打破了文化项目依靠政府扶持方能生存的局面。在这样的背景下,广州博物馆对“消失的名菜”项目的研究和实践成果作系统整理和提炼升华,撰写《消失的名菜》一书,于近日正式出版发行,并亮相2023年南国书香节暨羊城书展,与公众共享博物馆文物活化利用的最新成果,与文博界共同探讨文旅融合的新趋势、新路径。

书籍引子部分“缘起:从老菜单里引发的思考”阐释了“消失的名菜”理念诞生。菜单和菜谱是承载社会经济状况、政治氛围、民情风俗变迁、饮食文化流变等内涵的媒介,拥有深厚的历史价值。多年来,广州博物馆致力于民国老菜单、老菜谱的征集、整理、研究和利用工作。饮食是一种感官体验复杂立体的物质文化,依托博物馆传统平面化的陈列社教方式进行公众推广显然无法达到最佳效果。乘2020年文旅融合迅速发展的春风,广州博物馆转变文物利用和阐释方式,创新性与本地餐饮旅游机构跨界合作,推出“消失的名菜”项目,实现文物从静态展示到活化利用,从纸上到餐桌上的转化,让文物真正融入公众的日常生活中。

两年间粤地饮食文化 滋养文旅品牌项目萌芽 书籍第一章为“溯源:博物馆里的广州味道”,结合博物馆文物,系统梳理粤地饮食文化两千余年的发展历史。秦汉时期,北来秦人引入与本地迥异的饮食习俗和烹饪技艺,形成南北交融的“南味”。唐宋时期,大量北来人口南迁和海上贸易的持续繁荣,岭南饮食发展进入新阶段,逐渐拥有“南京”之名。明清时期,广州发展成为珠江三角洲乃至全中国的经济中心,饮食向精细化和品牌化进一步发展。近代,“食在广州”的金字招牌享誉中外,粤菜臻于鼎盛,与鲁菜、川菜和苏菜一起跻身近代中国四大菜系,形成了中西并蓄、南北并举的特色,从中折射出广州包容开放、中西交融的城市精神,为本土文旅项目品牌的萌发和滋养提供土壤。

多维度解读文物历史信息 奠定文旅项目研究基础 书籍第二章为“在地,食在广州的近代往事”,梳理了近代广州饮食文化的相关史料,综合运用了民国报刊物价表、民国广州工人生活的调查报告、鲁迅等人的日记、粤菜名宿许衡的原典等,对老菜单进行释读。“茶楼酒楼大不同”一节,讨论广州近代茶楼业和酒楼业饮食业态的发展变迁。“老广吃饭的仪式感”一节,讨论近代广州饮食的仪程和筵席的规制制式。“一块钱在民国广州,你可以吃到什么?”一节探讨民国广州各层次餐饮消费物价。“起名名,

大讲究”一节则探讨粤菜名规律的规律,如同音字近音字避讳,注重世俗生活的好意头等,还有融入了英文音译生造词的特点,较为全面地展示了近年来广州博物馆对老菜单和老菜谱的研究成果,奠定了“消失的名菜”的复原基础。

再现传统粤菜的还原重塑 细剖文旅项目运作过程 第三章是“寻味:从纸面到餐桌”,整体回顾“消失的名菜”项目从接洽到落地执行的全过程,挖掘每一道菜品背后的历史内涵和复原过程中的故事。本章节最为有价值的部分,一是基本将“粤点泰斗”陈勋等五位项目顾问的访谈内容记录下来融入行文之中,解答了传统粤菜因何消失的问题,保留了许多传统粤菜的基本知识、制作经验和掌故。二是将广州博物馆和中国大酒店主创团队从前期筹备、顾问咨询、研发试验到最终成品的全过程尽可能地保留下来,图文并茂地详细记载了一些失传已久的烹饪技法和制作窍门,如“煎明火碌”采用的“剪虾七步法”、“金银鸡蛋糕”如何形成稳定分明的金银两层、“古法脆皮糯米鸡”颈部下端开口起鸡皮的绝技等。菜式背后的历史故事得到系统挖掘,如“江南百花鸡”“汾酒牛肉”“扬州炒饭”的由来等。

提炼与升华 从文化项目到文旅品牌 第四章是“情味:菜单中的广州精神”,从民国菜单、老菜谱以及粤菜发展源流出发,提炼升华粤菜里所折射出的广州城市精神和性格。第五章是“融合:从名楼菜单中读懂广州”,将广州博物馆在文旅融合品牌打造方面的实践经验提升到理论思考上来。“消失的名菜”项目在展示呈现和社会推广上积极探索新方法和新路径,“消失的名菜”系列的首发仪式,均采用在历史文化建筑遗址及博物馆场馆中以“文化+美食”的形式进行展演展示。“消失的点心”社教活动则在镇海楼下,明城墙边,老电车内进行品鉴,为公众提供在博物馆里“吃”文物的独特体验。凭借深厚的内涵底蕴,“消失的名菜”成为2021年第130届中国进出口商品交易会接待重要来宾的主题宴席。第六届“读懂中国”国际会议主题筵席,亮相2022年广州举行的中华美食荟暨粤港澳大湾区、全中国、全世界展现粤菜文化创新和融合的魅力。

形式和内容的完美结合 《消失的名菜》更添传播力 《消失的名菜》装帧设计成线装书的样式,模拟民国菜谱;书中涉及的菜单均采用宣纸加毛笔字呈现,让人仿佛亲自触摸民国菜单,颇有身临其境之感。最值得称道的是“二京果”“五柳石斑”“仙翁奶露”三个菜式的图片运用了感香油墨,让读者不但可以阅读文字,还可以闻到淡淡的不同食物之味,形式与内容的高度契合让该书在文旅书籍领域颇具竞争力。

“消失的名菜”文化品牌从博物馆的文物和文献中萌发,在“文化+旅游+美食”的加持下走向市场,最后再通过编著书籍的方式加以理论升华。抛砖引玉,广州博物馆《消失的名菜》一书的出版,期待为文博界提供以文旅融合促进文物活化利用的新思考。

