

“小而美”的博物馆为何大量走红？

刚刚过去的“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。

“历史上看起来并不不起眼的地方，却

能在这里被细化成独属于岳阳的历史文化。”观众贾女士对参观湖南岳阳市博物馆的经历记忆犹新，“尤其是在岳阳楼部分，把‘滕子京谪守巴陵郡’的前因后果都解释得清清楚楚，让我了解了他之前干了什么、为什么被贬等这段历史。”

不做“百科全书”，只讲好本土故事；在安徽楚文化博物馆副馆长常远霞看来，中小博物馆就像历史拼图中的细节图，致力于挖掘本土历史文化资源，做好价值阐释。

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安说。

对于中小博物馆来说，尽可能延长观众在馆时间十分重要，在提升线下体验的

同时，促使观众进行社交媒体分享。

——文商旅结合，融入日常生活。为了提升“存在感”，增加博物馆与公众的接触，一些中小博物馆选择将特色展览融入商圈街区；还有公共商业空间引入小型博物馆，以提升其文化场域特色。

以古陶瓷与古灯具为特色的广东中山龙泉博物馆坐落于同名酒店中，为当地灯饰产业的发展增添了文化色彩；位于宁波海港城内的地质宝藏博物馆，实现了博物馆观众流量与商场消费者流量的双赢共促……博物馆与人们日常生活的联系越发紧密。

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。

新华社北京5月18日电

小而美、专而精 中小博物馆破圈出彩

近年来，随着“文博热”“奔县游”的兴起，越来越多游客不再满足于传统热门景点，而是将目光投向更具文化特色的小众目的地。中小博物馆作为地方文化的承载者，正逐渐从“深闺”走向台前，成为文旅发展的新亮点。

中小博物馆的“小”既是限制，也是优势，其核心竞争力往往体现为“在地性”。随着大众旅游从“打卡式”向“沉浸式”转变，游客更希望了解地方历史、民俗和非遗。中小博物馆往往聚焦本地特色，如县域历史、传统工艺、红色文化等，恰好契合这一需求。

相关数据显示，在目前已备案的博物馆中，中小博物馆占比达到70%。与国家级、省级博物馆的宏大叙事不同，中小博物馆往往能够精准聚焦地方文化DNA，成为一方水土的文化镜像。比如苏州丝绸博物馆聚焦桑蚕文化，展示了从汉唐到明清的织锦、服饰等，反映了不同时期的丝织工艺和审美风尚；景德镇中国陶瓷博物馆系统诠释景德镇薪火相传、脉络完整的瓷业发展历程；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，展现了古代盐工的聪明智慧……这些博物馆的出圈无不证明，当中小博物馆并不盲目“贪大求全”，转而深耕本土文化矿藏时，反而能“以小博大”，建立起不可替代的文化辨识度。

在内容呈现上，从“小而美”到“专而精”的生存哲学，成为中小博物馆特色化、差异化发展的核心策略。如果说热门大馆是国宝荟萃之地，“小而美”的中小博物馆则蕴含更多历史细节，同样值得一观。

作为地方文化的重要守护者和传播者，它们如同文化的“毛细血管”，滋养守护着地方文化根脉，并通过创新传播，激活文化遗产的当代生命力。湖北云梦县博物馆拥有秦汉简牍、中华第一长文觚等珍贵文物。该馆在做强自身特色上下功夫，深挖文物内涵，开展秦简、木漆器等馆藏文物专项研究，深入探究其历史、文化、艺术价值；创新展陈形式，开发研学课程，并通过AI数字人等方式，为游客提供多元化服务。

随着文旅市场竞争的日益激烈，中小博物馆在创新发展之路上仍面临诸多挑战。譬如资金短缺、人才匮乏等问题，都限制了它们在展览策划、技术创新等方面的进步。一方面，各地政府应加大对中小博物馆的政策扶持和资金投入，鼓励其探索创新；另一方面，中小博物馆也应加强自身建设，整合文化资源，提升服务质量，紧扣专业性、特色性、学术性等，在“小而美”“专而精”的赛道潜心耕耘，形成自身独特的品牌效应。

方寸之间，博古通今。中小博物馆的破圈出彩，不仅是文旅产业的升级，更是文化自信的体现。它们或许没有“顶流”大馆的恢宏气势，却能以独特的地域文化、创新的展陈方式、亲民的互动体验，成为游客心中的宝藏目的地。未来，随着政策支持、科技赋能和运营模式的不断创新，中小博物馆有望焕发出更加耀眼的光彩，成为推动文旅产业高质量发展的新引擎。

新华社北京5月18日电