

不断“上新”的博物馆 有看头！



成都博物馆外景。

核心阅读

推出高品质公益展览,探索社会化合作办展模式,构建产学研一体化开发的文创产品生产链,举办各类活动丰富市民文化生活……近年来,四川成都博物馆通过深化改革创新,提供高质量文化供给,增强了市民的获得感、幸福感。

一大早,刚吃过饭,四川成都市民郑雅玲就赶往成都博物馆。

馆外观众排成长队,大家都是来看新展览的。从“目光交织——法兰西艺术院中法院士艺术特展”到“大器无量——谢无量的学艺人生”,再到“书怀无量——全国著名书法家谢无量诗书法展”,今年10月,成都博物馆三展齐开,国庆期间吸引观众近15万人次。“精致的雕塑、绚丽的油画、朴拙的书法,让我感受到艺术在不同文化中的和谐交融。”看过展览,郑雅玲直呼“大饱眼福”,当场表示要“二刷”。

一座博物馆如何走进百姓生活?怎样给市民带来文化获得感、幸福感?近日,记者深入成都博物馆探访。

市场化运营,推出高品质展览

要论四川热门打卡点,成都博物馆绝对榜上有名。40多家文博机构支持、珍贵文物占九成、超140万人次观展……馆内举办的“汉字中国——方正之间的中华文明”特展,吸引观众纷至沓来。

成都博物馆何以如此火热?2022年,成都市五部门联合出台了《成都博物馆深化体制机制改革实施方案》,根据不同博物馆的特点“量身定制”,为博物馆文化惠民提供政策机制保障。“通过构建事业单位、企业、志愿者和其他社会力量四方合作关系,我们探索了一条‘事业孵化产业,产业反哺事业’的新路。”成都博物馆馆长任舸说。

辛弃疾仅存的墨迹《去国帖》、陕西扶风庄白一号窖藏出土的史墙盘、藏于甘肃省镇原县博物馆的秦二十六年铜诏版……一场大展,两年筹备,225件关于汉字的文物汇聚成都博物馆。

成都博物馆策划研究部主任魏敏说,展览是连接历史和当下的桥梁。近年来,他们努力将中华优秀传统文化的内涵与年轻化的表现形式相结合,让中华优秀传统文化走进更多年轻观众心中。

在持续推出高品质公益展览的同时,成都博物馆也在积极探索社会化合作办展模式。2022年,“百年无极——意大利国家现当代美术馆藏艺术大师真迹展”吸引观众30万人次,展览收入近千万元。艺术爱好者张霓正是观众之一,开展第二天她就赶来,“展品丰富,性价比高,没想到在家门口也能看到梵高真迹。”

博物馆通过提供高质量文化供给,既能提升城市文化气质,还能增强观众黏性。“通过市场化方式举办展览,有助于吸引社会文化企业

参与到高质量文化产品的培育中来,满足观众差异化、特色化的需求。”任舸介绍。

“风华万象——16—20世纪典藏珍品艺术展”吸引13万人打卡,围绕展览开发的文创产品达600余款;“寻踪美洲豹——墨西哥古代文明展”新展预告一经发出,观众纷纷留言“一定要来”。如今,通过优化策展人制度,“辉煌成都”“多彩文明”“艺术典藏”三大主题系列展览组成的“成博展览季”已成为成都博物馆的优质展览品牌。

互动式体验,“大文创”反哺文博发展

当文物遇见潮玩,会碰撞出什么样的火花?在成都博物馆文创区内,缩小版的汉代陶说唱俑摆件、以馆藏青铜器和城市花卉为主题的“花与器”系列香氛、录写天府汉碑“蚕头燕尾”汉隶文字的纸品文具……各式各样的文创产品琳琅满目。

最吸睛的当数“镇水神兽希希”石犀盲盒。盲盒以镇馆之宝天府石犀为原型设计,赋予犀牛不同元素,憨萌可爱。随意拆开一个盲盒,也许会开出青花瓷纹样的“盖碗牛”,还可能出现“火锅牛”“芙蓉牛”。这套颇受游客喜爱的成都博物馆“爆款文创”,也是“这礼是成都”文创设计大赛的金奖作品。

5年前,为了激发创造活力,成都博物馆主办的“这礼是成都”文创设计大赛应运而生,面向全球征集作品。评选出的优秀作品,成都博物馆会与商家联名开发文创产品,构建起产学研一体化开发的文创产品生产链。“今年年初,第五届‘这礼是成都’文化创意产品设计大赛征稿消息发出后,收到了3200多份参赛作品。”成都博物馆文化创意与事业部工作人员李思钰介绍。

除盲盒外,90后插画师玉商还以石犀为基础,采用成都本地方言创作了石犀“闷墩儿”,将历史元素与城市文化有机结合,绘制出系列漫画作品。

“今年我们启动了‘闷墩儿绘本’项目,打算策划系列漫画绘本产品。天府石犀出土于2012年11月,我们计划将每年11月设为‘石犀月’。”李思钰说,这只石犀已成为成都博物馆最具辨识度的IP之一。2023年,成都博物馆完成了28个系列知识产权登记,研发文创产品1500余款,文创产品总销量105万余件,销售额超过3500万元。

深化文化体制机制改革,成都为博物馆的“造血”功能注入新活力。眼下,成都博物馆已

将科研成果转化、IP授权、特展运营和国有资产投资等相关收益按规定纳入预算统一管理,用于丰富公益文化服务、藏品征集、文创研发及相关人员绩效激励。“‘大文创’的相关收益,也能反哺馆内文物保护、藏品体系完善与策展活动,落实按贡献分配机制,更能激发创新热情。”任舸说。

社会性参与,博物馆与城市共同成长

“皮影戏是一种以兽皮或纸板做成的剪影来表演故事的民间戏剧……”周末,成都博物馆皮影展厅里,11岁的“红领巾小小宣讲员”范轶然面对观众,落落大方,将皮影戏的来龙去脉娓娓道来。

2017年,成都市少工委办公室与成都博物馆共同推出“红领巾小小宣讲员”常态化社教活动,不仅设置了专属的博物馆、展览及讲解礼仪培训课程,还为孩子们量身打造了讲解词。“红领巾宣讲员是志愿服务的一部分。”成都博物馆社教部副主任余靖说,“孩子们不仅能在服务公众的过程中感悟志愿精神。”

除讲解外,如果周末有空闲时间,范轶然还会参加成都博物馆的各种活动。为了创新社教实践,2020年9月,成都博物馆首创“周末儿童博物馆”。从历史民俗主题的“乐游天府”,到自然生态主题的“春天的约会”,再到艺术相关的“博物育美”……不同主题的活动让小朋友们在体验中加深对相关知识的理解。“今年暑期,我们举办了近80场‘周末儿童博物馆’活动,不少家庭几乎每周都来。”余靖介绍。

前阵子,在成都市成华区杉板桥社区,一场“这里是成都”主题活动吸引不少居民驻足。架好展板,摆上展陈,成都博物馆讲解员结合实物,将当地的文化知识娓娓道来。“住了这么多年,头一回知道东郊工业基地的那段历史。”社区居民李雪梅说,这样的活动既能丰富文化生活,还可以加深大家对历史知识的了解。

流动展览走出去,把博物馆“搬”到百姓家门口。通过展板讲解、专题讲座、互动手工等形式,“天府文化进社区”活动不断赢得社区居民好评。此外,成都博物馆还和成渝地区40余家文博单位联动,馆校合作,持续开展“巴蜀文化进校园”活动。

连接公众、持续赋能,成都博物馆正与城市同呼吸、共生长,徜徉其中,市民文化生活的获得感、幸福感也越来越足。

来源《人民日报》