

“小而美”的博物馆为何突然大量走红?

□新华社“新华视点”记者 杨湛菲 刘美子 马晓洁

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”。



5月17日,游客在山东省青州博物馆拍摄展出的文物。
新华社 发(王继林 摄)

►► “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,

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‘滕子京滴守巴陵郡’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国说。

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

算力互联网,是一张什么网?

据新华社南昌5月17日电 17日,在江西南昌举行的2025世界电信与信息社会日纪念活动暨国际电信联盟160周年活动上,中国电信、中国移动、中国联通联合中国信息通信研究院发布的一个消息备受关注——正式启动算力互联网试验网建设。

何为算力互联网?这还得从算力说起。

算力,通俗讲就是对数据的处理能力。它看不见、摸不着,却时刻影响着你的生活,比如智能音箱响应用户指令、电子支付实时清算、在线购物个性化推荐、社交媒体平台的智能推荐等,背后都有算力支撑。

可以说,在数字经济时代,算力如同水、电、燃气等公共基础资源一样,走进千家万户、服务千行百业。

记者调研了解到,当下算力面临着较为突出的供需矛盾:一方面是人工智能、大数据、云计算等快速发展,对算力的需求呈指数级增长;另一方面则是算力资源分散、各厂商算力资源接口和协议不统一、跨区域和跨主体调度算力能力较弱等导致算力供给不足。

“为了让用户能随时、随地、随地接入算力资源,实现不同架构、不同主体、不同地域的算力资源互联显得尤为重要。”中国信通院副院长王志勤介绍,正是基于此,他们提出了算力互联网和算力互联网的思路。

具体而言,算力互联网是在现有互联网基础上,将分散在各地的算力资源汇聚在网上。与水、电、燃气流动到本地不同,算力互联网是将计算任务及其数据应用传输到合适的算力资源池,并返回计算结果。

业内人士打了一个形象的比喻:算力资源相当于人的心脏,算力互联网可以看成是经脉,它们共同为数字经济发展“供血”。

算力互联网又能给普通人带来什么?

在医疗领域,通过算力互联网支持的人工智能技术,医生可以更加准确地诊断疾病,制定个性化的治疗方案;在文娱领域,云渲染、云游戏等服务,通过算力互联网能够根据用户位置就近分发部署,提供流畅的服务体验……

“算力互联网的建设将加速消费级算力应用时代的到来,算力应用更加普惠、灵活、便捷。”栗蔚说。

未来,算力互联网建设的着力点在哪儿?栗蔚认为重点工作体现在三个方面:

——推动试验网落地,加快试验网在重点区域与行业部署,增强算力感知、供需匹配等互联调度能力,实现“一点接入,全算贯通”的用户体验。

——攻关关键技术,聚焦算力标识、调度、跨域传输等领域,加大科研与协同创新,构建技术标准体系。

——拓展行业应用,围绕人工智能、科学计算、工业计算等领域,挖掘算力调度新场景,推动算力互联网与医疗健康、教育科研、智能制造等行业深度融合。

新华社北京5月18日电

新华社记者 周圆 姚子云