

打造文旅 IP 推动博物馆美术馆成“顶流”



2024年上海两会期间,《新闻晨报》曾向文化领域的代表与委员发问:以《繁花》火热开年后,上海文化还能翻出啥花头经?

接下来的整整一年时间,不断涌现的文化IP以强势流量回答了这个问题:上海博物馆的“星耀中国:三星堆·金沙古蜀文明展”上半年率先掀起“文博热”,暑期登场的“金字塔之巅:古埃及文明大展”以超125万人次的观众数量,成为创下多项全球记录的现象级展览;中华艺术宫(上海美术馆)以海派艺术、传统文化为主线,带来了大受好评的“中国式风景——林风眠吴冠中艺术大展”“何以敦煌”敦煌艺术大展;而浦东美术馆的“卡拉瓦乔与巴洛克奇迹”“对话透纳:崇高的回响”,传递出来自世界艺术的声音……多种多样的展览,让市民与游客一再感慨,在上海,你总能感受到穿越时空的文化与艺术力量。

新年伊始,我们依然想问:目不暇接的一年之后,会玩的上海如何继续跨界串联,继续推动博物馆、美术馆走向大众,创造新的精神享受和消费热点?

各类大展“卷”出精彩

爱逛展的观众知道,上海是一座不缺优质文博艺术内容的城市;而业内人士的话说,每年上海推出的一系列优质文化艺术展览,都是“卷”出来的。

据《上海市博物馆在地贡献度蓝皮书(2023年)》数据,截至2023年底,上海全市备案博物馆达到165座,每15.1万人拥有一座馆,每38.4平方公里就有一座馆。“2024上海美术馆发展主题日”公布的数据则显示,截至2023年底,上海市美术馆名录共收录了100家美术馆,其中25家被评定为“星级美术馆”。正是依托于数量众多、实力雄厚的场馆,市民和海内外观众得以不断见到精彩纷呈的高质量内容。

以上海博物馆2024年的两大出圈展览——“星耀中国:三星堆·金沙古蜀文明展”和“金字塔之巅:古埃及文明大展”为例,两者的共性离不开“高规格”“大规模”这样的关键词。市民李瑶认为,两大展览都拿出了必看的“好东西”,“足不出‘沪’就能看到顶级文物,很吸引人”。

或者说,在连续多年、多系列精彩展览的铺垫之后,2024年申城的展览热有其必然性。上海市政协委员、上海市美术家协会副主席陈翔认为,这一年,展览内容五花八门,涉及人类古代文明、中华优秀传统文化、近现代转型时期的艺术名家等不同选题,真正发挥出了各大博物馆、美术馆应有的社会作用,“无论是策展的思路,展现的方式,还是展览的宣传,整体都非常好,形成了一种百花齐放的局面,非常好地满足了大家精神文化上的消费”。

此言非虚,除了吸引最多目光的“顶流IP”外,更多优质展览也润物细无声地实现了学术成果落地、文化



精神引领。以2024年7月在刘海粟美术馆亮相的“从上海出发——百年中国油画掠影”展览为例,其不仅是中华艺术宫(上海美术馆)同期举办的“第十四届全国美术作品展览油画作品展”的延伸,也进一步回顾了上海作为百年中国油画主要发祥地的地位,“观众可以同时看到中国油画从最初到今天的发展脉络,也能全面看到当代油画的最新成就,这让我觉得特别有意义”,陈翔说。

文创消费连接当下

有高质量内容为基础,2024年申城展览中多姿多彩的文创消费与跨界“整活”,亦是助推展览出圈的关键因素。“金字塔之巅:古埃及文明大展”举办期间,超过7成的观众专程从外省市及海外赶赴上海。在这

里,他们遇见了让人爱不释手的上千种文创衍生品,遇到了带着猫咪逛展的博物馆奇“喵”夜、观众集体跨年的“众神的派对”迎新奇妙夜以及“上博号”主题游轮“从尼罗河到黄浦江”、“开往古埃及”2号线上博地铁专列等一系列跨界场景体验。

“我觉得埃及展真的很‘会玩’”,李瑶表示,看展也是一种社交方式,她的很多朋友都是从外地携家带口专门来沪,“一起买文创,一起去打卡,这种氛围很特别”。而上海博物馆副馆长李峰也曾在受访时告诉《新闻晨报》,古埃及文明大展的文创开发,力求抓住时下热点,争取年轻人的喜爱,“我们对文创设计师的要求是,你开发的产品,你自己想买吗?你自己想买的,一定也会受到观众的欢迎”。

换句话说,“会玩”的本质,是策展方与文博艺术场馆始终试图拓展展览外延、服务当下人们生活的努力。在2024年12月举办的M20+全球顶尖博物馆大会上,上海市人大代表、上海博物馆馆长褚晓波就强调,上海博物馆一直在思考的是“收藏过去的博物馆如何服务当下,让历史之光映照未来”。而公开数据显示,古埃及文明大展的文创销售额已突破1.5亿元,除了馆内的文创商店,位于淮海路864号的“金字塔之巅@淮海”也常常是人头攒动,为市民和游客带来了一站式商旅文展的全新体验场景。

展览搭配文创衍生品不是新鲜事,为何“文创热”在2024年的申城格外突出?一个显而易见的原因,是在“文体商旅展”融合发展的背景下,“展览+”有了更多新的业态与模式。而从观众审美与消费心理层面上分析,陈翔认为,文创产品承载着丰富的文化韵味与精神内涵,更是连接人们日常生活与展览内容的纽带。“很多展览当中的古代文明、传统艺

术成果距离今年已经非常遥远了,但文创产品却把这些文明与艺术重新活化,带回到我们的生活中,成为了我们生活的一部分。”

要火热也要细水长流

“谁能想到这只是一个区级博物馆的内容呢?”2024年,闵行区博物馆“相遇海昏侯——西汉刘贺墓精品文物展”“大汉未央——汉代王室精品文物展”等大展陆续出圈,让观众赞叹不已:小而美,也可以专而精。

当大大小小的文博与艺术场馆都在推陈出新,当展览与文创热潮全年未歇,申城各大文博与艺术场馆有压力,更有动力;如何持续为海内外观众带来新的亮点,创造更多文旅消费的新体验,是摆在它们面前共同的考题。

于是,2025年刚开年,更多好消息纷至沓来:上海博物馆全年预计举办20个特展,“龙腾中国:红山文化古国文明特展”“摩登华影:海派旗袍与百年时尚”“印象·派对:POLA美术馆藏印象派艺术大展”等提前引爆期待。中华艺术宫(上海美术馆)的“何谓海派·海上名家”艺术系列展——海上明月·纪念吴昌硕诞辰180周年艺术大展,以鲜明的主题性、艺术的评析性、文献的叙事性、学术的导向性引发巨大关注。而浦东美术馆除继续展出与英国泰特美术馆合作的“对话透纳:崇高的回响”外,也将迎来全球唯一一站的奥赛博物馆超级大展。

当然,在文化升级的大背景下,观众也在不断提出更高的要求、更多的期待。在多次看展的经历后,李瑶最困扰的是热门展览门票难抢,最遗憾的是越是爆款越是人流嘈杂,“我希望能更沉浸、更安静地看展品,有更多思考的空间”。

而站在中华艺术宫(上海美术馆)原馆长与画家的角度,陈翔认为,不同的展览适配不同的场景和空间,不妨打开思路,找准定位,让市场热火朝天,让欣赏细水长流。“很多观众追求打卡,追求拍照,那我们完全可以在风格相匹配的商场做限定展览,让更多市民和游客能够参与,覆盖面更广。同时,不同的场馆,尤其是美术馆,还是要沉下心来,找准自己的社会定位,站稳自己的学术立场和发展方向,围绕自己的主线梳理脉络、精心策展,给观众送上值得回味的‘大餐’,为社会美育做贡献。”

晨报记者 曾索狄 严峻峻



上海蓝天经济城

2016-2019 上海市著名商标

南翔游戏谷

◆ 游戏产业集聚区 ◆ 充足空间规划 ◆ 优质配套政策 ◆ 租金减免

联系电话: 18918526217 (朱先生)、13661404363 (张先生)



南翔·元谷 文体旅元宇宙生态区

◆ 南翔古镇新地标 ◆ 租金减免

联系电话: 13651936939 (金先生)

总部地址: 上海市嘉定区南翔镇银翔路655号

总部热线: 59129999, 59122222

渝水堂 高价收购

红木家具.老家具.字画.扇子.印章.像章.老服装.小人书.紫砂壶.玉器.瓷器.地址: 多伦路文化名人街182号(近四川北路) 热线电话: 65407260 13601926417 高经理 免费上门服务

绿洲 口碑好 成功率高

地址: 九江路619号1518室 免费电话: 310113000212598 由高级婚介师董老师全程服务到满意

C611 寻过平凡日子男年龄不限无房可女 63岁电力局退休丧偶薪丰丰满有女人味多套房(女付) 63337606

C612 总裁遗孀孤独无亲女中西医教授 73岁丧偶肤白独居徐汇 5/3 另有外滩景观房先夫留下不菲家产无后继男可托付终身男(女付) 53833358

C613 寻找爱的港湾貌美善良女军医 59岁未婚无亲女独居淮海路另多房出租父母留多家养老院工作繁忙深感力不从心觅可助我男(女付) 63337606

C614 心态平和女工程师 69岁丧偶无孩 3套房健康爱旅游退休金高孤独觅能照顾相伴爱好烧菜男过两人世界开销我来(女付) 53833358

C615 医德高超女手术外科医生退休 83岁丧偶显年轻多房寻恩爱(女付) 63337606

投放热线: 22895373

(新闻晨报)综合分类、遗失、注销各类声明广告

圆缘苑 诚信企业 成功率高

地址: 伊犁南路34号11层明珠公寓 王老保证号 913101068324487808

中老年免费相亲约会 热线 13636664886

女42岁未婚独居幼教温柔贤惠开朗大方寻善良男士不求你条件要真心男64岁丧偶电梯房懂体贴条件好无牵挂落叶归根我也愿接纳你品佳