

河南博物院：「为一座馆赴一座城」



游客在河南博物院参观。
新华社记者 李嘉南 摄

1

【博物馆故事】

“为一座馆赴一座城”，在互联网上有忠实的粉丝如此介绍河南博物院。很多游客来到河南郑州，行程中重要一项就是到河南博物院“打卡”。

安阳殷墟出土的妇好鸂鶒尊、“青铜时代的绝唱”莲鹤方壶、饱含楚风神韵的云纹铜禁……大量珍贵文物勾勒文明经纬，引人流连。

八千多年前的骨笛、五千多年前的陶埙、两千多年前的编钟编磬、一千多年前的歌舞乐俑……一件件音乐文物

经由沉浸式、场景化的演绎相继“苏醒”，奏响经典古曲与新编乐章。

河南博物院经常一票难求，仅2025年春节假期8天，累计接待游客10.15万人次。

以河南登封元代古观星台为原型设计的主展馆内，出土于中原大地的珍贵文物以“史”为线、以“中”为魂、以“都”为珠，尽展万年文化史、五千多年文明史，实证中华文明源远流长、绵延不绝。

高新科技的应用，在河南博物院同样随处可见。社会教育体验厅内，最新落地的《唐宫夜宴》XR(扩展现实)大空间沉浸展，让观众得以“穿越”千年，与李白共览大唐盛世。

文创商店里游客摩肩接踵。从风靡全网的“考古盲盒”，到琳琅满目的文物冰箱贴，从口味独特的“四神瓦当”冰激凌，到既美观又实用的发夹、马面裙，河南博物院文创矩阵不断迭代，在口袋里、舌尖上、服饰间搭建起

中华传统文化的“移动展厅”。

以年轻化表达重构文化IP、以科技赋能拓宽传播边界，2024年博物馆馆长论坛上，河南博物院文创营销案例获评“2024全国博物馆融合发展创新案例”。

在河南博物院副院长史自强看来，河南博物院不断找寻传统文化与现代生活的“最大公约数”，让文物走出展柜、让文化焕然新生，真正融入大众日常生活。日前，他接受了新华社记者的采访。

2

【对话馆长】

记者：河南博物院有哪些特色看点？

史自强：河南博物院创建于1927年，是我国成立较早的博物馆之一，馆藏文物数量多、类别丰富、时代连贯，尤以史前文物、商周青铜器、历代陶瓷器、玉器及石刻最具特色。现有《泱泱华夏 择中建都》大型基本陈列和《中原古代石刻艺术展》《丹淅吉金——中原楚国青铜艺术》等系列专题展览。

除静态展陈外，河南博物院探索音乐文物陈列活化的特殊形式，成立华夏古乐团并推出音乐文物复原展演，带给观众“可以聆听的历史”。

记者：河南博物院的很多文创产品因何受到追捧？

史自强：在我看来，河南博物院的文创产品之所以能频频出圈，就在于我们在追求创新与市场接受度的同时，确保文创产品不失文化底蕴，也就是“根在文物，活在当下”。这就确保了文创产品不是简单的符号挪用，而是文化DNA的活化再生。

以“豫博文创”品牌为统领，河南博物院已推出“豫来遇潮”“非遗来潮”“饕餮食集”“博物雅堂”等系列产品品牌，并打造出仕女乐队、东汉绿釉陶狗等一系列深受观众喜爱的文创IP，成为文博文创创新势力。2024年博物院文创总营收近6700万元，创历年来最高纪录。

记者：河南博物院有哪些“跨界”创新？

史自强：河南博物院推出过众多创意活动。例如，与河南本土特色餐饮品牌联名举办了“菜市场的博物馆”，让文物跳出展柜，以接地气的方式融入菜市场，吸引了大批年轻人前来“打卡”。

我们推出了“行走河南·读懂中国”“博物馆奇妙游”等主题研学路线，年均开展相关主题活动3000多场次。

此外，我们还推出“一起考古吧”小程序，吸引了超2.7亿人次参与，体验“指尖上的考古现场”；发布妇好鸂鶒尊、莲鹤方壶、云纹铜禁等文创数字藏品，上线即被“秒光”……这些创意活动不仅丰富了河南博物院的IP内涵，更推动了文博事业的可持续发展。

记者：您如何评价各地掀起的“博物馆热”？

史自强：“博物馆热”背后，是中华优秀传统文化愈发深入人心，社会公众对精品文化消费的新需求和对精神文化生活的新一轮期待空前高涨，需要有更多传统文化产品创新传播。

作为公共文化服务体系的重要组成部分，博物馆是保护和传承人类文明的重要殿堂，是传承弘扬中华优秀传统文化的重要场所。在当前文化需求更加多样化、文化消费更需场景化的大背景下，博物馆要维持热度，就要不断守正创新推动事业发展，将中华优秀传统文化转化为可感、可触、可体验的生动故事，让文物活起来、让文化“潮”起来。

(新华社)



社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐
自由 平等 公正 法治
爱国 敬业 诚信 友善

保护未成年人身心健康 是我们共同的责任

