

# 让文化流量变为产业增量

泉州乘上“博物馆热”的东风,通过举办大型活动、开发特色文创、开展体验项目等举措,打造文化消费催生经济增长新范式

□融媒体记者 林铨柔 文/图

2024年,我国博物馆全年接待观众突破14亿人次,较上年新增1亿人次;2025年暑期全国博物馆接待观众3.04亿人次,较2024年同期接待观众增加796万人次,同比增长2.6%,创历史新高。

随着“博物馆热”持续升温,泉州各大博物馆携手文旅企业与相关部门,积极探索“破圈”新路径,通过举办大型文博活动、推出互动体验项目、开发特色文创产品、延长场馆开放时间等举措,深度融合文化与旅游,在满足消费者游览体验需求的同时,也为经济增长注入了强劲的文化动能。

## 文博盛宴 吸引八方来客

“刺桐海海‘最中国·文博市集’2025世遗泉州专场”是泉州迄今为止规模最大、阵容最强的文博盛会,吸引了众多市民游客

12月12日,“丝路对话 世遗创享”遗产活化交流活动在泉州海外交通史博物馆举行。来自摩洛哥、突尼斯、马来西亚等国代表,故宫博物院、中国国家博物馆、陕西历史博物馆、甘肃省博物馆等知名文博机构的专家学者,以及文化遗产保护与活化领域的实践者,围绕“保护遗产、传承文明、共促发展”展开深入对话,凝聚广泛共识。

同日,“丝路对话 世遗创享”遗产活化交流活动联动《中国国家地理》杂志社打造的“刺桐海海‘最中国·文博市集’2025世遗泉州专场”在海交馆拉开帷幕,活动持续至12月14日。



以泉州福船为原型开发的文创产品备受消费者喜爱

本次文博市集汇聚国内近60家文博机构和非遗文创品牌,集中呈现超过1000种文博、非遗文创产品,是泉州迄今为止规模最大、阵容最强的文博盛会,旨在通过“文创+非遗+交流”的沉浸式模式,推动遗产活化与文明对话。

14日下午,记者来到海交馆,看到众多市民和游客穿梭在各个展位间,或手持冰箱贴、玩偶等各地文创,或与摊主咨询攀谈,或拿着盖章本排队盖章。“我家小孩对历史很感兴趣,很喜欢逛博物馆,而且是个集章爱好者。但我们时间和预算有限,一年只能去几个城市旅游,所以前阵子听说这个市集集合了故宫、三星堆博物馆、陕西历史博物馆这些国内有名的博物馆,还能盖章,就觉得一定得带他来。今天刚下写字课我们就过来了。”市民张女士告诉记者,她的孩子正在排队盖章,“刚刚给他买了几个纪念品,虽然和实地参观完再购买体验不太一样,但也还挺不错的”。记者在现场看到,许多摊位上仅剩两三种产品,库存数量也不多。多位博物馆文创负责人表示,市民游客对跨地域文创和文化互动的热情远超前期预判,首日推出的限定款产品刚一开售便被抢购一空。

甘肃省博物馆馆长史册在交流活动中提出,贴近时代与年轻人审美是文创成功的关键。该馆的彩陶娃系列、丝绸之路生活套装等产品不仅屡受好评,更让越来越多人通过文创认识甘博、走近甘肃历史。“文创的最终目的,是让文物走进千家万户,让历史融入现代人的美好生活。”

事实上,这已经不是泉州第一次举办大型文博活动。2024年4月,“何以中国白——最中国·文博市集”在德化举行,汇聚了全国40余家特色博物馆、文博机构及非遗品牌,招徕大批省内外消费者前往,对博物馆宣传、城市文旅融合、商圈引流等均起到了推动作用;今年5月,泉州又举行了“泉承古意 博绽新光”2025年“5·18国际博物馆日”系列活动,组织公益文物鉴定咨询、非遗体验项目、对外主题展览,以多样化的体验吸引不同年龄层的受众走进博物馆。此外,泉州市文旅局还推出了多条“世遗泉州·博物馆漫游路线”,进一步为市民游客提供指引。

## 文创开发 延长消费链路

越来越多根植于泉州文物、历史典故与非遗技艺的文创产品应运而生,受到消费者热捧

文博市集上,几款由泉州海交馆推出的文创产品吸引了不少市民游客驻足,泉州本地文创品牌的摊位前更是挤满了挑选的人。随着世遗泉州不断出圈和博物馆热度持续发酵,越来越多根植于泉州文物、历史典故与非遗技艺的文创产品应运而生,以其深刻内涵、美观造型或实用功能收获消费者的喜爱,同时进一步放大了泉州的文化影响力,让博物馆热与文创热形成良性循环。

“这是我们以海交馆镇馆之宝泉州宋船‘白豚号’为灵感设计的‘刺桐海海’,希望大家看到它就能想到见证古代海上丝绸之路辉煌历史的远洋福船。”工作人员介绍,这款白豚造型的毛绒玩具以红色为主色调,辅以白色、绿色、咖色和黑色,在四肢、头顶、尾巴处做了一些与福船图案类似的细节,包装上还印有“人生海海,白豚相伴。海角天涯,福往直前”的祝福语。一旁的“吉祥小恶魔”挂件则以元代泉州印度教寺的建筑构件遗存为灵感,将传统纹样与毛绒质感相结合,还设计了可以开合的翅膀,更有互动性。“这些珍贵的遗产遗存,也是海上丝绸之路多元文化交流互通的一个缩影,当中的艺术文化价值不言而喻。”设计团队表示:“现今将它与潮流文创进行结合,希望能用搞怪潮流的反差萌继续延续文物价值。”此外,海交馆还推出了众神之城一世遗泉州主题文创冰箱贴,全系列涵盖明代德化窑白釉观音坐像、元代基督教石挡垛、清代木雕妈祖坐像等8款盲盒,“表现了泉州不同信仰共融一城的独特气质”。

为了方便市民游客购买文创,泉州还在多个博物馆和景点投放了文创自助贩售机。去年10月,泉州海交馆自助贩售机上线“泉州:宋元中国的世界海洋商贸中心 22个世界遗产点冰箱贴”和泉州景点及传统风物纪念币;今年10月,“文宝好好玩”自助贩售机亮相府文庙、

天后宫、威远楼等地,结合各点位文化内涵,展示风格各异特色文创系列,如府文庙点位特别开发祈福牌文创产品、天后宫点位推出妈祖IP冰箱贴等;运营多年的中国闽台缘博物馆文创自助售卖机亦不断上新,现已覆盖闽台缘独家设计开发的打卡套盒、纪念章、巧克力等产品。

记者在走访中看到,当前市面上还有多款源自泉州文物的文创产品,例如复刻泉州福船神韵的祈愿福船粒积木,取材泉州市博物馆风狮爷石像的陶瓷灯具等。此外,相关领域还有大量创意构想待落地转化,市场潜力无限。

## 多元运营 实现流量长虹

泉州各博物馆采取系列优化举措,全方位提升运营活力与公众参与度

近几年,泉州发布了《泉州市市级文物和世界文化遗产保护专项资金管理办法》《泉州市文化旅游发展促进条例》等政策或条例,针对博物馆修建、运营、活化利用等多方面提供引导。与此同时,泉州各博物馆采取系列运营优化举措,通过开设特色展览、完善数字平台、推出研学项目等,全方位提升博物馆的运营活力与公众参与度。

特色展览方面,今年年中,泉州市博物馆、泉州海外交通史博物馆、德化县陶瓷博物馆、德化县德化窑遗产文化研究院携珍贵藏品在甘肃天水、张掖,浙江杭州,福建三明开启五场展览。“这是泉州博物馆首次同时在四地开启五场展览,主题串联了山海、陆海、河海。观众能够在这些展览中看到海上丝绸之路与陆上丝绸之路的交汇,大运河和千年刺桐港的呼应,以及山海协作进一步深化的实践成果。”泉州市博物馆馆长黄明珍介绍,2023年至今,泉州博物馆到外地办展的数量逐年增加,每年平均有10个场次的异地展落地。除了组团“出游”,例如“一白独秀 瓷韵同源——闽台陶瓷艺术精品展”“今朝更好看——中国近现代书画大师精品展”在内的精品特展也时常在泉州各博物馆上新,进一步丰富游览体验。

数字建设方面,泉州非遗馆设有融合数字化技术的“非遗手绘地图”,地图涵盖市级300多个非遗项目、100个传习所及1000个展示点。“如果你对某个非遗项目感兴趣,打开手绘地图就能导航至该项目的传习所,开启深度的文化探寻。”展馆相关负责人表示。泉州桥梁文化展示馆融合现代桥梁科技,通过实物模型、图文展板、多媒体互动、VR体验、沉浸式场景等多种现代化手段,将复杂的桥梁知识变得生动有趣、触手可及。

研学体验方面,闽台缘博物馆推出“行走的闽台缘——同心向前行”系列活动,带领市民游客体验非遗竹编、贴金画、闽台木偶艺术、干栏式建筑等特色文化,每期活动都吸引许多人报名。晋江市博物馆则持续完善“博物馆之友专家库”,开设《高甲戏响·丑角登场》等博物馆公开课,吸引大小戏迷前来体验,还将“文物有话说”系列活动从馆内延伸至金井、磁灶等地,进行实地探秘,开启别样的城市文化探索之旅。