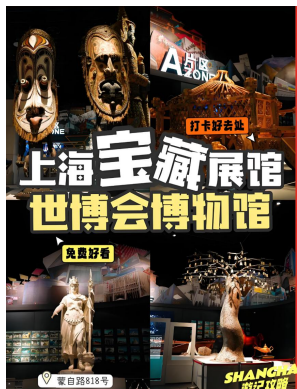


博物馆打卡，何以让“Z世代”着迷

2025年06月08日 02:21 来源：工人日报



当下，随着“博物馆热”持续升温，逛博物馆已成为深受人们喜爱的一种生活方式。走进博物馆的观众中，“Z世代”年轻人不在少数。以河南博物院为例，刚过去的端午假期，共接待观众3.73万余人次，其中18至35岁人群占比最大，达到59%；由于恰逢儿童节，18岁以下的观众数量大幅增长，达到全部观众的14%，较2024年同期增长7%。

在年轻人的参与下，一些有趣味性的博物馆新玩法被解锁：沉浸式妆造、AR赋能逛展、文创产品跨界联动……在各大社交平台上，越来越多的年轻人通过“参与式”打卡分享并传播在博物馆收获的新体验，“博物馆打卡”相关笔记超千万条。

从博物馆本身来看，随着各地对文博基础设施投入持续加大，许多博物馆的空间设计、展陈手法和互动装置都发生了显著变化。例如，最近甘肃省博物馆以馆藏国宝级文物铜奔马为原型，打造“绿马和朋友们之家”主题空间，让这一经典IP走进会客厅、书房等6个主题区域，观众可以沉浸式体验“文物的现代生活”。这些硬件的升级，不仅提升了观展体验的科技感和趣味性，也为年轻人提供了打卡、拍照、分享的新场景，吸引他们走进博物馆，拉近与历史的距离。

而更能引发年轻人共鸣的，还在于博物馆提供的“情绪价值”与文化体验。今年4月，河南洛阳博物馆一对北魏时期的牵手女陶俑走红，不少网友也以闺蜜牵手的姿势身着汉服晒出了同款打卡的照片，引发短视频平台“和千年闺蜜拍同款”话题。

景德镇中国陶瓷博物馆的沉思罗汉变为“无语菩萨”、三星堆青铜面具表情丰富戳中“萌点”、陕西历史博物馆的唐彩绘陶俑仿佛“受了委屈”……近年来，许多博物馆文物陆续以表情包的形式“出圈”，配上文字更显轻松幽默，成为“Z世代”表达情绪的符号。社交媒体上，年轻人晒文物“二创”层出不穷，一个个“文物标本”变成了创意激发器、时光穿越门，并迅速在社交媒体上发酵，进一步吸引更多年轻人走进展厅。

与此同时，博物馆文创团队也通过线上线下联动调研，不断迭代产品和服务，从年轻人的展览喜好出发，开发出越来越多富有 IP 魅力的文创产品和主题活动。一些精美的文创产品，还因其美学价值成为“社交货币”，引发年轻人打卡“晒同款”。国家博物馆推出的凤冠造型冰箱贴，自推出后仅 8 个月销量就突破百万件，衍生产品系列销售额破亿元，成为国博文创史上的现象级爆款。这一成功案例背后，恰恰体现了博物馆对年轻人观展心理的精准洞察。

当然，博物馆在贴近年轻人喜好，挖掘文物内涵、创新呈现方式的同时，也要注意避免过度娱乐化、营销化。因此，博物馆在把文化表达变得更潮流、把文博展览变为新时尚的同时，也要注意尊重文物原貌、尊重其历史价值，让年轻人参与“打卡”的同时，不仅仅停留在表面的拍照打卡，也要助力中华优秀传统文化的创造性转化与传播，实现博物馆与年轻人文化需求的双向奔赴。

单词：	jiěsuǒ 解 锁	zhuāngzào 妆 造	kuàjiè 跨 界	tóurù 投 入
	zhǎnchén 展 陈	yìngjiàn 硬 件	chénsī 沉 思	wěiqū 委 屈
	jīfā 激 发	fājiào 发 酵	diédài 迭 代	dòngchá 洞 察

讨论：1. 你有没有参观过博物馆？你觉得博物馆的展览方式和你想象中的有什么不同？

2. 对你来说，什么样的博物馆最有意思？

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/cul/2025/06-08/10428631.shtml>

音声 URL：<http://ttn.co.jp/sound/text/files202507241753348535.mp3>