

辽博如何从“深闺”走向“顶流”？

本报记者 朱忠鹤 文并摄

内容提要

从曾经的“文物仓库”到如今的“文化客厅”，从“养在深闺人未识”到“圈粉无数”，近年来，辽宁省博物馆异军突起，无论是精品展览，还是文创产品，爆款不断，“打飞机来辽博看大展”的观众越来越多。这一变化并非偶然，而是一场围绕“观众”展开的全方位、立体化的变革带来的。



节假日排队进辽博已是常态。



“万马奔腾”展上展出的镇馆之宝——双马镫。



一名少年正在辽博展厅内临摹。



策展人在特展预展现场为媒体导赏。



备受观众喜爱的玉猪龙荷包蛋。

从“文物展”到“文化展”

4月6日晚7时，随着清明小长假的结束，辽博告别最后一位离馆观众，更新后的统计数据也显示，整个假期，走进辽博的观众人数又实现同比增长。

这样的上升曲线，同样出现在今年的元旦、春节、中小学寒假期间。多年改革创新，特别是最近一年来所采取的一系列改革措施，正在辽博显现出越来越大的变化。

这个假期，象征着力量与希望的“万马奔腾——丙午马年生肖文物展”成为吸引全国各地观众的一场重要展览。

对策展人周颖而言，马年生肖意义特别，因为这是她做过的第十二场生肖展览。“从第一届半年展到如今的马年展，这12年，不仅是我个人的成长，更见证了辽博策展思路的巨大转变——从单纯的‘文物展’，慢慢变成了有温度、有脉络、有体验的‘文化展’。”周颖说。

12年前，辽博首次推出生肖文物展。“那时候条件简单，全程靠展板撑场面。”周颖回忆，后来，展览思路越来越清晰，展览手段越来越丰富。今年的生肖马年，除了看展、现场互动外，辽博还围绕生肖展推出一系列研学活动，让展览形式更加丰富多彩。

连续12年生肖展的变化只是辽博近年策展思路变化的一个缩影。从“聚焦单一文物”到“呈现文化脉络”，从“文物为中心”到“观众为中心”，让展览不再是文物的简单堆砌，而是有温度、有故事、有脉络的文化呈现。

事实上，从“文物展”到“文化展”的跨越，并非辽博个例，而是近年来全球博物馆行业发展的主流。辽博主动对标世界及国内先进博物馆的策展理念，积极学习借鉴其创新思路与实践方法，摒弃“重文物、轻解读”“重陈列、轻体验”的传统思维，才有了策展改革的明确方向和坚定决心。

这种思路的转变，在辽博近年来推出的展览中体现得淋漓尽致。刚刚结束的“诗画中国——中国绘画的诗意之境”大型特展，就是最典型的例子。

这场展览整合了辽博馆藏与全国十余家文博机构的115件(组)珍贵文物，没有单纯按年代陈列，而是通过“雅颂丹青”“桃源问津”“浣花诗影”等十余个叙事单元，将古诗的文学意境与绘画的视觉美感深度融合，引导观众不仅“看画”，更在“读诗”，沉浸式感受诗画同源的中华美学传统。策展人、辽博副馆长董宝厚说：“我们希望通过这样的策划，让观众感受到的不仅是文物的艺术价值，更是背后的文化内涵。”

这场展在辽宁、放眼全国的文化特展获得外界广泛好评。业内专家评价其“打破传统陈列桎梏，以叙事单元为桥，让诗画同源的中华美学变得可感可触”。不少观展观众表示，展览跳出文物陈列的局限，将古诗意境与绘画美感深度融合，既能赏文物之美，又能品文化之韵，沉浸式体验感十足。还有文化学者点评，这场展览不仅是辽博学习先进经验、深耕文化传播的生动实践，更以创新形式传承中华优秀传统文化，为国内文博展览提供了可借鉴的思路，彰显了新时代博物馆的文化担当。

如果说“诗画中国”展体现了辽博“文化展”的宏观思路，那么焕新开放的“古代辽宁”之“辽金时期”展厅，则彰显了其展览的精细化。历经一年筹备改造，这个展厅从内容设计、展陈手段到空间布局，进行了全方位升级，成为辽博精细化办展的标杆。

更让观众惊喜的是展陈技术的升级。展厅全面更换了行业领先的低反光玻璃，有效降低反光率，减少环境光线干扰，让观众能清晰欣赏展品的细节，仿佛与文物“零距离”对话。

“以前看辽金时期的文物，玻璃反光特别严重，想看细节都要找角度。现在不一样了，文物的纹理、色彩都看得清清楚楚，能感受到古人的匠心。”辽宁师范大学在校学生常全月经常到辽博参观，她对辽金展厅的焕新赞不绝口。

策展思路的迭代升级，终会收获实打实的丰硕成果。全国博物馆十大陈列展览精品推介活动，被誉为文博界的“奥斯卡奖”，是国内博物馆陈列展览领域的最高荣誉，彰显行业顶尖水准。秉持着从“文物展”到“文化展”的策展理念革新，辽博在该奖项中屡获殊荣——连续6年入围“全国博物馆十大陈列展览精品”终评，累计斩获精品奖2次、优胜奖2次、国际合作入围奖2次。同时，2025年获得东北地区唯一一个全国一级博物馆运行评估“优秀”等次，并入选国家文物局首届“全国文物事业高质量发展案例”，用实力印证了策展思路转型的成效。

从延时服务到全方位服务

“终于不用急着赶在下午4点半前离馆了。”清明小长假，来自吉林省吉林市的观众张名源，结束了一天在辽博的参观，看了看手机，正好18时30分。作为辽博的常客，他对假期延时开放的举措称赞不已。

张名源的便利，源于辽博以“小切口”撬动“大发展”的改革——延时开放。2025年10月以来，辽博领会《推动省直博物馆高质量发展若干政策措施》文件精神，借鉴江苏等地博物馆改革经验，制定实施方案，率先在全省实施寒暑假周一不闭馆，并结合北方地区季节特点，推出针对性的延时策略。

“我们发现，很多观众因为工作、学习繁忙，只能在晚上或周末有空，但传统的开放时间很难满足他们的需求。”“参观时间错位”是很多人逛博物馆的痛点。辽宁省公共文化服务中心副主任、辽宁省博物馆馆长王筱雯说，延时开放不是简单的“延长开放时间”，而是精准对接公众需求，让文化服务更有温度。

从2025年“十一”国庆中秋假期开始，辽博在节假日和寒暑假期间持续实施延时开放，2026年清明节假期更是推出差异化延时策略：4月4日至5日延长开放2小时，开放时间为19:00；4月6日延长开放1小时，开放时间为18:00。延时开放期间，辽博还打造了沉浸式夜游、夜间文创市集、夜间特展导赏等特色活动，让晚间观展更

具体体验感。

沈阳市民李建国，带着孙子连续3天打卡辽博的夜间展览。“延长开放时间让我有更多时间陪伴孩子探索博物馆的奥秘，闭馆前还能和《魏国夫人游春图》来个‘包场’细致参观，这种体验太好了。”李建国笑着说，以前带孩子来，总觉得时间太紧张，匆匆忙忙看不完，现在能慢慢逛、细细品，孩子也能真正学到东西。

数据不会说谎：延时开放首周，晚间参观人数较2025年同期有显著增长；今年元旦期间，辽博接待观众4.6万人次，同比增长85.1%；春节期间接待观众14.67万人次，同比增长26.01%。这些数据，印证了延时服务的受欢迎程度，也彰显了辽博“以观众为中心”的服务理念。

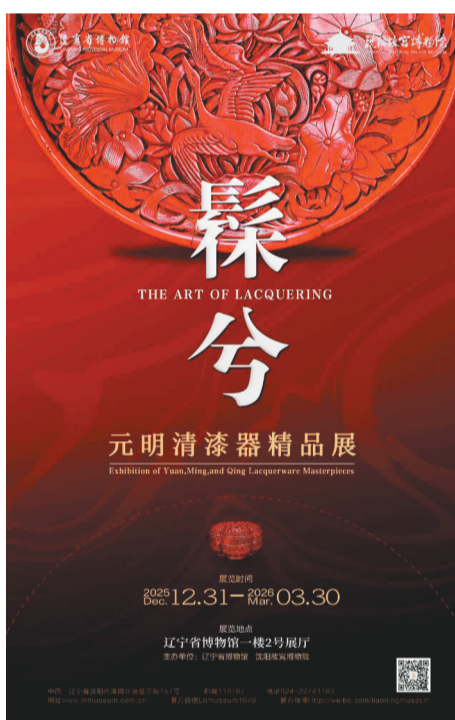
为了确保延时开放的服务质量，辽博做了充分准备：增加晚间安保力量、调整部分展厅照明、安排讲解员轮班，确保晚间参观体验与白天同等优质。“我们要求自己，不能只延长时间不提升服务，要让观众即使在晚上来，也能享受到贴心、周到的服务。”王筱雯说。

延时服务只是辽博全方位服务的一个缩影。近年来，辽博围绕“让观众看得舒心、逛得安心”，推出一系列便民举措，从细节处提升观众体验。

“以前来博物馆，要提前预约、排队安检，特别麻烦，有时候忘了预约就进不去。”

来自河北唐山的游客赵泽鑫第一次来辽博就感受到了便利，“现在实行免预约入馆、智能安检，不用排队，刷身份证就能进，节省了很多时间。”

除了免预约入馆和智能安检，辽博还



元明清漆器精品展海报。

优化了线下服务流程，同时，针对不同群体，辽博还推出了精准化、个性化服务。辽博还打破空间壁垒，推出“流动博物馆”，以“移动数字展厅”为载体，将馆藏精品和优质服务送到基层一线，让偏远地区群众也能近距离感受文物魅力。

“我们村里的孩子，以前从来没见过真正的文物，‘流动博物馆’来的时候，孩子们都特别兴奋，围着展品问个不停。”在北票红村天鹤湾景区，辽博的“流动博物馆”展车刚一驶入，就吸引了附近十里八村的村民围观，村民们拍手称赞之余说，这种基层服务，真正打通了文化普惠的“最后一公里”。

“文化场馆的开放时间和服务质量，反映了一座城市的文化温度。”辽宁社会科学院研究员、全国优秀社会科学普及专家张思宁评价道，辽博的延时服务和全方位服务，不仅延长了物理时间，更延长了文化服务半径，让更多人能够便捷地享受公共文化资源，也让辽博收获了观众的认可和喜爱。

这份认可，也体现在荣誉上：2025年，辽博成功上榜“微博年度心选博物馆”“大众点评最受欢迎博物馆”，分别位列第三和第七，品牌知名度和美誉度大幅提升。“观众的认可，是我们前进的最大动力。”王筱雯说，他们会继续优化服务，把“方便”留给观众，用温度留住人心。

从文化场馆到文化IP

今年春节假期，辽博观众餐厅推出的以馆藏文物——红山文化玉猪龙为原型的玉猪龙馒头火速出圈。这个白白胖胖、口感暄软的馒头，刚一出炉，就被抢购一空。

“以前觉得博物馆是‘高冷’的，逛完就结束了，现在不一样了，辽博的文创产品、联名活动，让我每天都能感受到博物馆的文化魅力。”沈阳的年轻人王萌萌，是辽博文创的忠实“粉丝”，她的手机壳、笔记本、丝巾，都是辽博的文创产品，“把文物元素戴在身上、用在身边，感觉特别有意义。”

王萌萌的感受，正是辽博从“文化场馆”到“文化IP”转型的生动写照。近年来，辽博打破博物馆的围墙，以“大文创”理念为引领，培育具有辽博辨识度的文化IP，让

文物从“博物馆里的展品”转变为“可触摸、可带走、可体验”的文化产品，融入大众日常生活。

“我们不想让辽博只停留在‘参观’的层面，我们希望让辽博的文化IP，走进千家万户，成为大家生活的一部分。”辽博文创部主任周颖秋介绍，辽博以馆藏文物为核心，深入提炼玉猪龙、金步摇、《魏国夫人游春图》等核心文化符号，再通过现代设计语言进行重构，让传统文化与现代生活精准对接。

为了打造优质文创产品，辽博与80余家文创企业、非遗传承人合作，推出了2000余种文创产品，其中不乏“爆款”。玉猪龙系列食品、《魏国夫人游春图》系列文创、簪花仕女系列手串等产品，一经推出就广受

欢迎，成为年轻人追捧的潮流单品。

除了自主研发，辽博还积极开展跨界合作，让文化IP更具活力。与中国电信合作，推出“唐宋风华”沉浸式主题展，运用全息投影、虚拟现实技术，让观众借助穹幕投影、裸眼3D技术，沉浸式走进《瑞鹤图》《魏国夫人游春图》等传世名画，从“远距离观赏”变为“沉浸式参与”；与辽宁歌舞团等机构创作排情境剧《古色·国宝辽宁》，国庆假期和寒假期期间驻场演出，场场爆满。

“作为辽宁人太骄傲了，这才是我们的文化自信，文旅新顶流！”观众张铭家带着儿子看完《辽博国宝奇遇记》后，激动地说，“把文物故事编成情景剧，既好看又有意义，让我对辽宁的历史文化有了更深刻

的了解。”

辽博还注重文创产业的社会责任，推进非遗进校园项目。我们与非遗传承人合作，培训残疾人学习传统手工艺，让他们通过自己的双手制作文创产品，实现就业增收。周颖秋介绍，这些非遗进校园项目，不仅承载着传统文化，更传递着温暖与希望，受到了社会各界的广泛好评。

作为全国首批文创试点单位，辽博还发挥示范引领作用，发起组建全省博物馆文创联盟，汇聚全省140余家博物馆、文化机构、文创企业及院校，打破“各自为战”的壁垒，推动全省文博文创“一盘棋”发展。

“联盟的核心目标就是搭建平台、整合资源，让辽宁文创成为一个响亮的集体品牌，让更多辽宁文化IP走出辽宁、走向全国。”王筱雯说。

除了文创产品，辽博通过融媒体矩阵，让文化IP触达更多人群。优化微信公众号、视频号、微博、抖音、小红书等新媒体平台运营，2025年发布原创内容2395条，打造出多个“爆款”传播作品，播放量达3527万次。在数字引流带动下，辽博的客源结构从东北周边省份，向北京、山东、江苏、浙江等文化消费潜力区域延伸。

“我是在抖音上刷到辽博的视频，被玉猪龙造型的虚拟数字人‘辽小博’吸引来的。”来自江苏苏州的游客吴女士说，“辽小博特别有趣，能语音互动，还能讲解文物知识，让我觉得博物馆不再高冷，也让我对辽博产生了浓厚的兴趣。”

辽博的IP打造，不仅提升了自身的影响力，也带动了相关产业的发展。2025年，辽博文创、特展等全口径营业收入8300万元，增加事业收入1900万元，均较2024年增长10%以上，为辽宁文化产业高质量发展注入了新动能。

“作为新中国第一家博物馆，辽博已经实现了从‘文物宝库’到‘文化客厅’与‘公共学堂’的功能跃升。”王筱雯说，“改革，是我们异军突起的法宝。”



观众放慢脚步，仔细观看辽博的“山海共融 和合共生——辽宁省铸牢中华民族共同体意识主题展”。