

抗擊 新冠肺炎

新冠疫情令內地文化產業大受影響，包括故宮博物院、中國國家博物館在內的各地博物館相繼閉館，多項原定於春節期間舉辦的文化展覽也被迫取消。淘寶直播於2月23日開啟「雲」觀博物館的遊覽新形式，當天中國國家博物館、敦煌博物館、良渚博物院等8大博物館迎來1,000萬線上客流，相當於法國盧浮宮一年的客流量。截至到3月中，多個博物館的單日客流量合共仍達近300萬。

香港文匯報記者 俞畫 杭州報道

雲遊看藏品 火爆有得解

1晚客流等同6周博物館人流



良渚博物院鎮館之寶——良渚玉琮王。 浙江傳真



「雲春遊」開播首日，8大博物館迎來1,000萬線上客流，相當於法國盧浮宮一年的客流量。 浙江傳真



中國國家博物館的講解員正在淘寶直播中介紹展品。 浙江傳真

良渚博物院

生動主播有交流有禮送

良渚博物院在2月底已經以直播的方式重新「開館」，講解員施舟英和朱靜靜變身「主播」，開始以直播的形式循循善誘地向觀眾們講起了良渚文化的歷史。「講到陶器，我就要問一下小伙伴们了，現在世界上最早的陶器是在哪個遺址發掘出土的呢？」朱靜靜向網友們提出問題。一直跟隨「主播」聽講的網友們則不斷地給出自己的答案：浙江，北京，江西……

高峰期19萬人看直播

「我看到了正確答案，我要隨機截屏了。答案是江西上饒市仙人洞出土的陶器，距今已有兩萬年之久了。」像這樣的提問一直貫穿在整個直播中，隨機抽取的回答正確的網友會得到一本《良渚的陶器世界》繪本。一個多小時的直播很快在提問與回答中度過，後台數據顯示，在高峰時期，有19萬人湧入了直播室，觀看了良

渚博物院的直播講解，相當於線下博物館一個半月的客流量。

拉近鏡頭 比肉眼看清楚

關於陶器文物，講到最後一組時，鏡頭中的文物甚至都不能稱作為「陶器」，而是「破碎的殘片」。但是，鮮有人能夠想到，不起眼兒的殘片上竟然刻畫着珍貴的紋飾。遠看暗黑的殘片，隨着直播鏡頭慢慢拉近，蛇形的紋飾一點點在眼前顯現，愈來愈清晰，直播間評論隨之沸騰：「太近了！比去現場看的時候都清楚！」「這次直播給了我們一次轉型的機遇和探索。」羅曉群告訴記者，下一步良渚博物院會嘗試每月進行兩次直播，不僅向網友們介紹博物院的館藏珍品，還會「劇透」工作人員是怎麼整理、修復文物的過程，讓良渚文化更加細緻、深入地被人們所了解和喜愛。

蘇州博物館

植入文創產品 帶挈銷量增

無獨有偶，蘇州博物館也在直播中穿插了文創產品的銷售。「兩場『雲春遊』直播，共計吸引58萬人觀看，這相當於我們三個月的線下流量。」蘇州博物館文創部副主任蔣菡告訴記者，蘇州博物館原本在今年的3月至5月以及下半年都有要準備推出的展覽計劃，現在是否延期還未知，這對文物資源是一種浪費。

「受疫情影響，一線服務人員只能在家休息，基本工資可能還有，但獎金以及講解費等可能就沒了，此外我們的咖啡館、線下文創店以及博物館外沿街商舖都沒有收入了。」蔣菡如是解釋了蘇州博物館參加「雲直播」的理由。「用線上參觀的方式可以讓更多的人了解蘇博，這樣可以吸引大家在疫情過後到博物館來，從文創銷售角度也可以增加粉絲黏性。」

蔣菡透露，目前蘇州博物館線下文創店年收入約為2,000萬元（人民幣，下同），線上收入1,000萬元。「疫情期間線下部分的收入完全沒有了，導購只能等待召喚，受物流等因素的影響，線上文創產品的銷售也不好。」但在直播間進行銷售後，線上文創產品的銷售

一改頹勢。「我們在直播間裡把文創產品植入了進去，日銷量相比幾天前一下子漲了四倍。」

觀眾直播時留言增趣味

據了解，直播與現實參觀玩法不同，也是引人入勝之處。淘寶直播「雲春遊」項目組成員王民超告訴記者，直播中設有投票環節，可讓觀眾決定最想看哪個展館、哪些展品；日常觀展時，觀眾要盡量保持安靜，但直播時，觀眾大都可成「話癆」。數據顯示，熱門的博物館直播，觀眾平均每人發言6次。

比如，當蘇州博物館拿出其鎮館之寶「秘色瓷蓮花碗」時，有觀眾評論「這咖啡杯應該不便宜」。而當蘇博所珍藏的龍袍亮相時，又有網友要求「衣服上個鏈接」。這些有趣的互動，或給予博物館文創產品諸多啟發，而講解員的生動講解又無意中增強了其「帶貨」能力。「在2月23日的首播中，某博物館周邊產品的銷售額高達十幾萬元，大大超出了人們的預期。」王民超說。

中國杭幫菜博物館

仿古盛宴 推廣杭州飲食文化

面對疫情導致遊客量下跌，不少博物館紛紛各出奇招攬客，以美食為主題的博物館近期亦推多項團購業務，務求令遊客體驗到「視覺加味覺」的盛宴。

乾隆六下江南，曾留駐杭州遊遍西湖，品嚐杭州美食。作為目前中國最大的地方菜博物館，中國杭幫菜博物館坐落在南宋皇城大遺址旁的江畔生態公園內，館內分十個展區，將二十個歷史事件的場景復原，讓遊客感受杭州飲食文化的濃郁氣息。

團購價\$888 可打包回家

最為特別的是，了解完杭幫菜的文化，遊客朋友還可以在杭幫菜博物館味道餐廳品嚐地道的杭州美食。記者了解到，疫情期間，杭幫菜博物館推出了多項團購業務，包含西湖醋魚、龍井蝦仁、九曲茶雞、鮮肉小籠等六個冷菜、十個熱菜、兩份點心，家庭套餐僅售888元，更有售價328元的八菜一點心的小份團餐，適合打

包回家享用。近年來，隨着「讓文物活起來」的需求愈來愈旺盛，「好吃」的博物館漸成燎原之勢。例如，中國國家博物館的「鎮館之寶」——「四羊方尊」，是一件禁止出境的特級文物，但現在遊客們可以帶走「四羊方尊3D巧克力」，黑白巧克力融化在羊和尊的形象器皿中，寓意着吉祥與孝敬。

「頤和八景」都變成糕點

頤和園中有一處貴壽無極殿，是慈禧太后去聽鸚鵡戲之前喝茶吃點心的休息場所，如今這也成為頤和園文創美食的發祥地。其中最具特色的「頤和八景」，選取長廊、佛香閣、銅牛、十七孔橋、玉帶橋、石舫、文昌閣、貴壽無極殿等8處標誌性景觀，用不同餡料製成糕點。過去只有皇族才能享用的宮廷糕點，通過對傳統文化元素的繼承和發揚，進入尋常百姓家。



講解員朱靜靜變身「主播」，以走播的形式向觀眾們講起了良渚文化的歷史。 浙江傳真



小哥哥戴着口罩試戴紅圍巾。 浙江傳真



滿漢全席。 浙江傳真

「我們的直播安排在晚上7點進行，當晚6點所有的直播和講解人員就到位了，大家都挺志志的，畢竟也是第一次嘗試這樣的形式。」良渚博物院展覽教育部主任羅曉群笑着告訴記者，沒想到首播就「火」了。「直播僅僅開始15分鐘，就有12萬的網友擠進直播間，最高時段達到了19萬餘人在線，相當於線下博物館一個半月的客流量。」3月份隨着內地全面復工，參與人數有所下降，但單日客流量最高仍達17萬人，最少也有5萬多人。

位於浙江省杭州市餘杭區的良渚博物院，其前身是1994年開館的良渚文化博物館，新展覽館在2005年3月動工建設，2008年9月29日正式對外開放，是一座良渚文化專題類的考古學文化博物院。2019年7月6日，中國良渚古城遺址被獲准列入世界遺產名錄，標誌着中華五千年新石器時代文明得到國際社會認可。此後，不少歷史愛好者紛紛前往良渚博物院觀摩打卡，成為了良渚文化的忠實「鐵粉」。

如果沒有新型冠狀病毒的侵襲，按照原本的計劃，良渚博物院將在大年三十休館一天，大年初一即開館迎客，計劃從1月18日開始至1月30日每天推出不同的文化活動。然而隨着疫情的不斷蔓延，良渚博物院於1月23日發佈了《閉館公告》，決定從2020年1月24日起暫停對外開放，開館時間未定，原定的新春相關活動也被同步取消。想要了解良渚文化的觀眾只能通過官方微信公眾號在線觀看虛擬的全景展覽。

直播技術比賣貨要求高

2月16日，淘寶直播團隊與良渚博物院進行了接洽，希望邀請他們參與第一期的「雲春遊」，以直播的形式向網友們介紹博物院內的陳列和精品。「博物館的直播跟直播賣貨還不一樣，首先它得是『走播』，我們的講解員需要一邊在館內行走，一邊向觀眾們介紹陳列；其次，需要非常清晰的直播設備，因為館內藏品有許多細微的紋路，需要放大才能看到細節。」

在這樣的背景下，羅曉群決定將直播放在良渚博物院的第一展廳——「水鄉澤國」裡，這個展廳主要分四個單元，分別展示了五千年的「稻作農業」、「飯稻羹魚」、「陶器」、「房屋建築」、「玉器」等，講述了一個建立在濕地上王國的崛起與發展。「由於這次是一個博物館的聯播，許多博物館都會拿出精美的鎮館之寶來展示，所以我們打算劍走偏鋒，走文化闡述的路線。」

共423項展覽試行上線看

據國家文物局初步統計，截至3月17日，全國博物館春節期間共上線展覽423項，涉及歷史文物、革命文物、自然科學標本等多個門類的藏品和展品，涉及文物鑒賞、檔案查詢、歷史探索、文化學習等功能，全方位地滿足了大眾的求知慾與探索慾。



「雲春遊」客流數據

- ◆ 甘肅省博物館：27.08萬人次
- ◆ 中華航天博物館：28.53萬人次
- ◆ 西安碑林博物館：72.81萬人次
- ◆ 南京博物院：23.25萬人次
- ◆ 良渚博物院：36.45萬人次
- ◆ 蘇州博物館：33.62萬人次
- ◆ 敦煌研究院：15.71萬人次
- ◆ 三星堆博物館：16.07萬人次

註：截至3月中旬