

# 文博游火热 何以成为新常态

■王琦

刚过去的“端午”假期，文博场馆热度持续走高。杭州博物馆的“战国水晶杯”、良渚博物院的“玉琮”、浙江省博物馆的“双鸟朝阳纹象牙蝶形器”……一件件“镇馆之宝”前，围满了参观的游客。看一个馆，品一座城。近年来，文博游热度一路攀升，“镇馆之宝”更是成为流量密码。

文博游从昔日的“小众爱好”跃升为热门旅游方式，这一现象背后，是文化消费的深刻变革，也是时代精神的生动体现。

文博游的火热，首先源于年轻一代文化自信的蓬勃生长。过去，旅行中的“打卡”行为，往往是为了证明自己到过某个地方，在社交平台上留下“存在感”。然而，如今的年轻人不再满足于这种浅层次的体验。他们成长于国家日益强盛的时代，对中华文化的认同感和自豪感与日俱增。当他们站在文物前，不再只是匆匆一瞥、拍张照片，而是渴望深入了解其背后的工艺、历史和文化内涵。这种从“我看过”到“我学过”的转变，反映出年

轻人对知识的强烈渴望和对文化传承的自觉担当。他们希望通过文博游，获得知识的增量和情感的共鸣，让旅行成为一次心灵的滋养和精神的升华。

文博游的持续升温，也离不开博物馆自身的创新与变革。曾经，博物馆在人们眼中是“高冷”的存在，文物被锁在玻璃柜中，与观众之间存在着无形的距离。但如今，博物馆主动打破这种隔阂，通过沉浸式数字展、深度讲解、互动体验等多元手段，让文物“活”起来、“开口说话”。在天一阁博物院，观众可以驻足翻阅电子屏上《治河总考》的细密文字，聆听讲解员讲述背后的藏书故事和古人的治河智慧。这种创新的展示方式，让观众不再是被动地观看，而是主动地参与和探索，极大提升了参观的体验感和趣味性。当游客发现“原来文物可以这样看”，从“拍照”到“读宝”的转化便自然发生，文博游的吸引力也因此大大增强。

文博游的火热，还契合了当下旅行核心诉求的转变。《2026中国文旅新玩法报告》指出，体验感、参与感与

情绪价值成为旅行核心诉求，人文类玩法占比达40%。在快节奏的现代生活中，人们越来越渴望在旅行中寻找内心的宁静和精神的寄托。文博游正好满足了这一需求，它让人们能够穿越时空，与历史对话，感受中华文明的博大精深。在博物馆里，人们可以放下外界的喧嚣和浮躁，沉浸在文物的世界中，获得一种独特的情绪价值和情感满足。这种满足感，是任何物质享受都无法替代的，它让人们更加深刻地认识到自己的文化根源和民族身份，增强了民族凝聚力和文化归属感，进一步坚定了历史自信、文化自信。

文博游的火热是供需两端共同作用的结果。年轻一代的文化自信为文博游提供了广阔的市场需求，博物馆的创新变革为文博游提供了优质的产品供给。二者同频共振，让文博游成为可持续的文化消费新常态。随着文化和旅游的深度融合与持续创新，文博游将绽放出更加绚烂的光彩，为人们带来更多丰富的文化体验和情感享受。

# 假繁荣与真传承： 非遗热背后的真伪传承之辨

■刘昌玉

早在21世纪初，我国就启动了非物质文化遗产保护系统性工程，确立了“保护为主、抢救第一、合理利用、传承发展”的方针，并颁布了《中华人民共和国非物质文化遗产法》，彰显了在非遗保护与发展上的国家意志和宏伟蓝图。经过20余年的努力，我国已建立较为完备的非遗保护传承体系，特别是建立起国家级非物质文化遗产代表性项目名录，确立了1500多项国家级非物质文化遗产代表性项目名录和国家、省、市、县四级非物质文化遗产代表性项目名录体系，保护工作取得了丰硕成果。

前期的保护到现在的多渠道传播，一时间国潮风和非遗热占据了大大小小各种屏幕，成为人们争相热议的话题，这显然是一种良好的现象与趋势。从抢救、保护到合理利用，农耕时代的文明成果又走入现代生活，为人们的生活增光添彩，也成为充分展现中华文化深厚底蕴与独特魅力的重要窗口。但热闹的背后，问题也不容忽视。

且看这样两类例子：知名商业品牌与紫檀、漆艺等中国传统手工艺开展合作，给予工匠追求极致的创作自由，一件工艺品可能需要历经上百道工序、耗时数月，但品牌商尊重工艺过程和传承人的创作主体性，使产品真正成为技艺的载体，并最终体现工艺本身的价值；而一些电商平台上标榜非遗技艺的文创产品，实则多为机器冲压、印刷或低劣仿制的工业品，却打着“手工”“非遗传承”的旗号进行营销，吸引大量消费者购买。当一件历时数月、由匠人亲手打磨的大漆茶具与一件仅印刷着传统纹样的快餐式包装盒在市场上共享“非遗”之名时，我们不禁要问：这场席卷而来的国潮风与非遗热，究竟是中华优秀传统文化的重现，还是对文化符号的浅层挪用？显然，非遗热的背后，亟需辨明何为假繁荣、何为真传承。

将传统手工艺进行符号化的廉价挪用，将代表民族历史、地方审美与族群记忆等复杂文化体系的非遗技艺仅仅简化为可快速识别、易于传播的视觉标签；当以市场效率和利润最大化为唯一标尺，用机器替代手工，电脑取代人脑，非遗的热闹则很容易演变为工业文明对传统技艺的“降维打击”，非遗的珍贵性被廉价消解，仅仅沦为快速吸引眼球的营销工具，其文化内涵和历史积淀被抛弃，传统手工艺所依托的“时间法则”也显得格格不入。真传承绝非非遗的机械复刻，而是在当代审美和技



凤翔泥塑(来源于民艺品牌“嘹爪嘞”)

术语境下对传统手工艺核心生命力的延续与激活，其根基首先在于对某项非遗材料、技艺与流程的坚守。漆器的自然阴干、黄酒的低温发酵、缂丝的通经断纬、宣纸的日光晾晒、陶瓷的窑火幻化，这些历经千百年锤炼的技艺体系是人与自然、物质与精神对话的独特语言，也是非遗的精粹所在。真传承的合作方不仅购买非遗产品，更要投资非遗传承主体这个“人”与非遗制作“时间”的价值，还要让消费者在终端的非遗产品消费中加强对技艺本身的认知，通过手工性感受到人与时间的温度，感受到地域文化和生活方式的精神价值。因此，真传承的本质是一场活态的、扎根当代生活的创造性转化，是让非遗在回应现代人审美需求与功能诉求中重获生命力。让刺绣不只是博物馆的展品，而是可穿在身上的美丽服饰；让昆曲不局限于文字记载，而成为可供选择的消费内容；让皮影戏不只是艺术介绍，而能成为小朋友耳熟能详的娱乐形式。

既不能将手工艺供奉于神坛束之高阁，也不能把它

们转化成快餐式消费品、利益至上。这里实际上涉及一个关键的、也是绕不开的问题，即如何处理好非遗与市场的关系。非遗技艺与产品既不能贱卖，也不能因手工生产周期长或稀缺性而过于昂贵，这就需要在传承与市场之间寻找动态平衡：不能过度商业化，也不简单否定商业化；不能过度依赖机器化生产，也不拒绝现代生产方式。而是要构建一个多元、可持续的生态系统，在诸如作为艺术品收藏、作为高端精品消费与作为文创衍生品体验等分层化方向发展，在效率与内涵式发展中寻求平衡。让传统手工艺的“功能性”在当代社会找到其不可替代的“位置点”——这个位置点不仅具有实用价值，更蕴含审美欣赏、情感慰藉与文化共鸣价值。当一件手工艺品因其独特性及其所承载的人类智慧与故事，成为现代人生活中不可或缺、富有精神意义的存在时，它便获得了真正的内生性生命力。

非遗的保护已经进入下半场，这些项目不能躺在保护名录中，也不能仅仅在某个时间节点走入校园、社区或编入教材，而要通过各种创造性转化融入当代人的日常生活，实现自我造血功能，才能实现可持续发展。如今的非遗热与国潮风是一面镜子，既映照出全党全军全国各族人民对自身文化根脉的深切渴望，也暴露了在商业浪潮中可能出现的浮躁与迷失。是被真正传承与活化，还是在消费主义浪潮中被异化掏空，沦为“假繁荣”？这真传承与假繁荣之辨的重要参考，在于是否注重了人、技艺与时间的回归，是否建立起一种关于“慢”的价值、手工的温度与文化深度的理解。如果说非遗技艺的产生凝聚着中华民族先人的智慧，那么如何化解其今天面临的“生存性”危机，则考验着今人的智慧。



《美术报》时评版  
2026年重点选题征稿中