博物馆文创产品频频“出圈”的背后

“誓要拿下‘绿马’”“等了20多天终于到了”……今年夏天，甘肃省博物馆的文创产品——铜奔马毛绒玩具“马踏飞燕”一炮而红，一周内销量约2万件，线上线下店铺都被买空。

从雪糕到盲盒，从小夜灯到立体书……暑假期间，不少博物馆迎来参观高峰，博物馆文创产品也频频“出圈”，屡屡掀起消费热潮。

6月28日在甘肃省博物馆文创商店拍摄的铜奔马主题文创摆件。 新华社发

频频“出圈”，颇受年轻人青睐

暑假期间，敦煌博物馆文创产品销量增长约30%，最受欢迎的畅销品包括香囊、香水、文件夹、门禁卡等。自7月初至今，甘肃省博物馆累计线上销售“绿马”玩偶和挂件5万多件。

近年来，“博物馆热”已成为一种现象，博物馆文创开发也呈现井喷态势，新模式、新玩法层出不穷。北京师范大学文化创新与传播研究院发布的中国文博文创消费调研报告显示，最受欢迎的三类文创产品为创意美食、饰品配件、家居摆件。

苏州博物馆文化创意部主任、中国博物馆协会文创专业委员会副秘书长蒋菡也从身边的显著变化感受到文创热的升温。近5年，苏州博物馆平均每年有130余款产品上新。

国家文物局数据显示，据不完全统计，2020年度全国博物馆文化创意产品开发种类超过12.4万种，实际收入超11亿元。各类市场主体与博物馆合作的深度与广度逐步增强，由最初的展陈设计施工扩展至博物馆规划运营、教育研学、媒体传播、文创开发、营销推广等各领域，为满足公众多元化、高品质文化需求奠定基础。

值得注意的是，在青睐文创、爱上传统的群体中，相当大一部分是年轻人。

中国文博文创消费调研报告显示，1990年后出生的消费者占比超过53%，其中“95后”占比达30%。在年轻人聚集的社交网站上，也经常能见到各种博物馆文创推荐清单。

业内人士认为，消费者更注重文创产品的“美、趣、品”。作为观众与展览之间的桥梁，文创产品可以传递历史上特定时空里的审美情趣和内涵文化，拓展文化影响力。

有哪些“出圈”密码

走入人们生活的博物馆文创究竟蕴藏哪些“出圈”密码？

“文是根本，创是生命。”不少业内人士表示，“出圈”的文创品，大都建立在对文化内涵的准确把握与创意的考究打磨上。

苏州博物馆的爆款文创产品“文徵明手植紫藤种子”，源于吴中才子文徵明亲手所植的紫藤。蒋菡说，很多人买回去后会“返图”，这一产品也便有了穿越古今、延续文脉的独特生命力。

挖掘产品背后的文化价值，结合当下社会语境，以独具匠心的思想表达带给人们情感共鸣，是成功的文创产品普遍具有的特点。

甘肃省博物馆文创中心市场总监王海柔说，“马踏飞燕”的设计团队在保留文物原型自身特点的同时，注入大胆创意，对铜奔马正面昂首嘶鸣的形象做了卡通化、丑萌化的幽默处理，符合年轻人的审美趣味，拉近了文物与大众的距离。

很多博物馆的文创产品不仅具有功能性、实用性，还更重视美学价值。

河南博物院的玉佩造型棒棒糖，造型逼真、纹路清晰，颜色也有做旧处理，让不少小朋友“舍不得吃”；殷墟博物馆的“网红”雪糕，受到业内人士、游客的热捧；敦煌研究院与腾讯联手推出的“敦煌诗巾”，可以让用户通过小程序DIY，提炼不同壁画主题元素，设计既展现敦煌之美、又独属自己的丝巾。

专家表示，近年来也有越来越多博物馆组建文创孵化专业团队，不断提升设计、工艺、市场营销能力，产品质量更受市场认可。

湖南博物院院长段晓明表示，博物馆文创产品走红的背后，一方面反映着人民群众对美好生活的向往、公众对中华优秀传统文化的认同，另一方面也反映出博物馆资源的有序开放，令文物资源正在成为许多行业创新创造的灵感源泉，服务于经济社会发展。

如何持续扩圈

博物馆文创热也仍需更多“冷思考”。有“文创迷”吐槽称，一些博物馆的文创产品或流于媚俗，或因同质化引起审美疲劳。有的文创产品质量堪忧，表面光鲜，但没用几次就会坏。

文化和旅游部、国家文物局等8部门联合印发的关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施强调，要把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一，避免过度商业化、娱乐化。

业内人士认为，博物馆文创的开发要注重对标志性文化元素的准确提取，避免因新潮设计而产生廉价的消费质感、丧失文化品格。博物馆文创同质化背后是文创产品开发的阶段性瓶颈问题：不少博物馆的重要藏品已被开发过一轮，后续需解决创意枯竭问题，挖掘新的内容、提升产品质量。

目前，苏博在馆舍建筑、明清才子、苏州非遗及馆内典藏四大选题的基础上，不断寻找新切入点，衍生各种创意。如唐寅创意茶泡袋装茶包、青瓷莲花杯、灵感来源于贝聿铭设计的建筑纸花瓶等，都颇受欢迎。

业内人士分析，博物馆文创在为博物馆带来经济效益的同时，收益也可投入到馆内展品的日常保护与修缮，形成良性循环。博物馆文创发展工作仍处于培育阶段，要加强行业监管，加大文创侵权赔偿和打击力度，完善原创和产权保护机制。

敦煌研究院融媒体中心负责人杜鹃表示，数字文博产品仍需不断完善功能、充实内容，通过“文化+科技”的全面融合发展，让文物真正活起来，更好体现文物的历史、文化、审美、科技、时代价值。

新华社“新华视点”记者 （新华社北京8月23日电）

关机不断电 电表悄悄走

——防止待机能耗成『隐藏的浪费』

家里的电器没使用，电表却在悄悄走，很多人还不知道，这个现象就是待机能耗。记者近日采访发现，我国待机能耗浪费现象较为普遍，而公众对这一浪费的认识严重不足，须防止待机能耗成“隐藏的浪费”。

离家一月走了十度电 待机能耗浪费现象需重视

李先生的工作需要常年出差，不久前他发现家里即使没人、电器全关，也会每月走约十度电，几次检查都没能找到原因，于是联系了电力部门上门检查。原来，是家中的中央空调在“作怪”，虽然每次出门李先生都会把空调关上，但通电待机的中央空调仍会产生不小的待机能耗。

没有运行使用却仍连着电源，由此带来的电耗被称为待机能耗。与电器在使用中产生的有效能耗不同，待机能耗基本是一种能源浪费，而且往往是一种不易被发现的“隐藏的浪费”。

记者随机走访了十余户家庭，发现待机能耗浪费的情况较为普遍。除一两户老年家庭外，多数家庭的电视机、机顶盒都只用遥控器关掉，并没有关掉开关或切断电源；空调、油烟机、洗衣机这些常用家电都是全年通电待机状态。记者还发现，过半家庭的电热水器、小厨宝都是24小时运行，即便人不在家时也不会关掉。

国网山西省电力公司太原供电公司客户经理杨佳伟告诉记者，据他观察，很多家庭都不会留意到待机状态下的电力消耗。“比如说空调，北方大部分家庭除了夏季其他时间很少使用，但是很少有人会把插销拔掉，有的人不知道这样还会耗电，有的人知道，但是不在意。”

待机能耗积少成多 总量巨大

受访人士指出，待机能耗难以被察觉，是因为这是一种“积少成多”的浪费。杨佳伟告诉记者，以一部待机功率12W的路由器为例，如果按每日待机时间15小时计算，那么一个路由器一天的待机能耗是0.18度电，看起来好像不多，但一年下来就要耗费65.7度电。“两三年的待机耗电量算下来，就够再买一部路由器了。”

为估算待机能耗总量，记者进行了多方采访。海尔空气产业性能研究所所长王飞表示，其团队曾对常见家用电器待机能耗做过测算，将一户家庭的空调、洗衣机、电视、微波炉、电饭煲五类电器进行计算，待机功率在12W到15W，待机能耗大约是3到5天一度电，即每天0.2度到0.33度电。

国网山西省电力公司电力科学研究院高级工程师张敏为记者做了简单测算。将城镇家庭常见的电视机、机顶盒、路由器等12种电器计算在内，一户家庭每天的待机能耗约0.86度电。如果将一直运行却未使用的电热水器、小厨宝加入，一户家庭每日浪费的能耗可达到1.52度电。

记者还邀请了多位长年上户服务的电力客户经理进行估算，反馈结果显示，每户日待机能耗量在0.3度到1度电之间。

综合来看，即便按照每户日待机能耗0.2度电计算，一个500万人口的城市(按190万家庭户计)，全年待机能耗近1.39亿度电。

亟待遏制不必要的待机能耗浪费

受访专家指出，在当前电力供需形势持续偏紧的情况下，遏制待机能耗浪费有着现实性和紧迫性。减少不必要的待机能耗浪费，能够减少煤炭消费，降低碳排放，还可以降低基础负荷，缓解用电高峰期的负荷压力。

“待机能耗带来的电费花销不大，容易被用户忽视。”张敏表示，但对无意义、不必要、不产生价值的待机能耗浪费要坚决遏制。

太原理工大学电气与动力工程学院教授韩肖清建议，加大相关节能技术的研发、应用和推广。“技术革新是有效降低待机能耗的重要途径，应鼓励科研院所、企业开发出更多低待机耗电技术，并推动相关技术的应用推广。”

王飞说，我国的能效标识制度对推动企业降低产品待机能耗起到了积极作用，但当前各类新的电器产品层出不穷，对于那些市场成熟度较高且待机能耗较大的新产品，应当及时纳入国家强制性准入标准，引导其节能发展。

中国家用电器研究院生活电器检测中心副总工程师张兆明表示，对于企业宣传的节能指标，在市场监管部门加大监督抽查的同时，还可充分发挥第三方检测机构的作用，对以待机功率为代表的能效、节能等指标进行客观评价，起到监督、激励作用。

多位受访者还提出，应进一步强化群众节能知识和节约意识，同时也为培养节能习惯创造条件，引导群众养成节能生活方式。

新华社记者 马晓媛 李紫薇 马晓洁

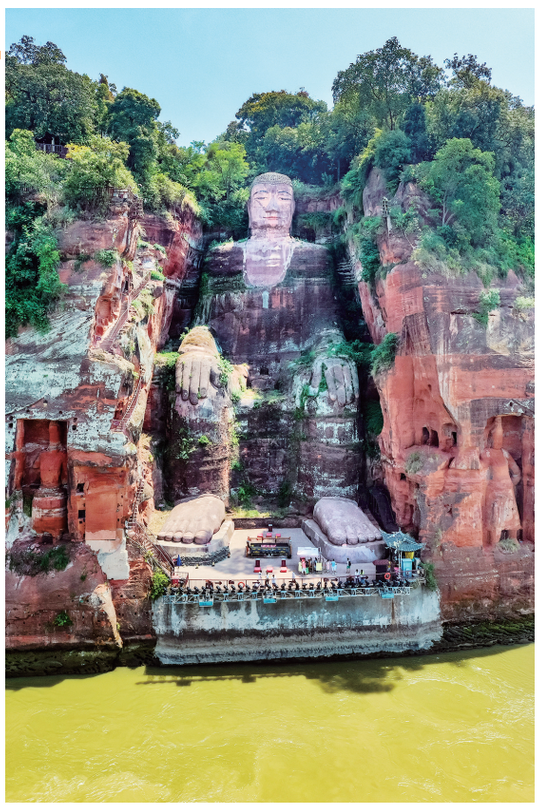
（据新华社太原8月23日电）

来源：百度

南方高温将逐步缓和 北方冷空气降水带来缓解作用

▶8月23日，上海玉湖制冰有限公司制冰师郑永庆（右）将冰块送至一家公司，冰块将被用于降低工作环境温度。

今年，上海多项高温数据创历史纪录，多日温度超40摄氏度。在部分不具备空调设施的地方，为保障劳动者权益，放置冰块成为常见的防暑降温方式。新华社记者来到制冰厂，记录冰块从制作、转运到使用的全过程，为读者呈现40摄氏度高温下的零度体验。 新华社记者 王翔 摄



▶这是8月23日拍摄的露出底座的乐山大佛（无人机照片）。

近期，持续高温晴热天气使四川省多地出现不同程度的旱情，长江上游的主要支流岷江、青衣江和大渡河三条水系的上游来水均少于往年同期，导致乐山大佛前方的三江汇流处水位持续降低，部分河床与江滩裸露，乐山大佛罕见露出底座。

新华社记者 沈伯韩 摄

据中央气象台预报，24日起，南方地区高温天气将逐步缓解。预计24日起，江汉、江淮高温将基本解除；26日起，四川盆地、江南高温范围将有所减小、强度减弱，部分地区解除。

6月13日以来，我国出现的区域性高温经历了3个阶段：6月13日至26日影响北方，南方为间歇性高温；7月5日至17日影响南方；经过短暂间歇，7月21日至今继续影响川渝、江南等地。截至目前，中央气象台已连续12天发布高温红色预警。受高温少雨天气影响，四川盆地至长江中下游一带出现中到重度气象干旱，局地特旱。

据中央气象台首席预报员陈涛介绍，影响高温的天气因素较多，如云、降水、冷空气等。未来几天北方冷空气总体趋于活跃，对南方地区高温缓解较为有利。初步预计，未来一周，南方地区高温天气整体上将有一定缓和，范围缩小、强度减弱。

“但各地区高温缓解的时间、程度有一定差异。”陈涛说，24日至25日，江汉、江淮高温天气率先得到缓解，但湖南、江西、浙江等地缓解的时间可能要到26日或27日以后。最晚得到缓解的地区为四川东部到重庆一带，可能要到29日至30日以后，高温天气才会有所缓和。

陈涛表示，除北方冷空气和降水对南方地区高温天气有一定缓解作用外，预计25日将要登陆的台风“马鞍”，其外围云系、分散的降水等对缓解江南南部等地高温也有一定作用。

中国气象局公共气象服务中心发布的高温中暑气象预报显示，23日至28日，四川、重庆部分地区仍将维持极易中暑等级，但江淮、江汉、江南大部高温中暑范围会逐步缩减、强度也会减弱。

气象专家提醒，在易中暑区域，尤其要提醒体质虚弱、有基础疾病的人群，以及户外工作人员、处于不通风的室内人员，积极做好防暑降温措施。同时，在外游玩要谨防溺水。

“虽然南方地区高温总体上呈缓和趋势，但不可能立马结束，转为凉爽的状态，它的缓解或解除需要一定的阶段性过程，未来一段时间的天气形势还是比较复杂。”陈涛说，由于副热带高压继续维持，未来一段时间，四川盆地到长江中下游这一带地区降水可能仍然偏少。

新华社记者 （新华社北京8月23日电）