

30天5万余人到馆，超1000篇小红书笔记发布，逾50万人次平台浏览量……作为宁波文化活动的重头戏，“趣文化馆”第三季自开展以来深受市民喜爱，在岁末年初，更是为宁波市文化馆带来一波持续攀高的流量。

“趣文化馆”是宁波市文化馆近年来倾力打造的品牌IP，致力于探索如何为年轻群体提供更具吸引力的文化服务。

2022年底，“趣文化馆”品牌IP全新推出，利用馆内空间策划打造了六大主题、十余项创意活动，该品牌活动成为“周周有展览、场场有体验、天天有流量”的“文化爆款”。

2023年，“趣文化馆”系列活动再次成为城市文化的一大亮点。该系列活动以展览为主线，各类创意活动为珠子，巧妙地串联起了民谣品鉴、电影导赏、龙门茶会、手碟体验、跨年派对等一系列新奇、有趣的艺术体验活动。

与当下流行的“夜校热”和“上香热”不同，“趣文化馆”将优秀传统文化与当下热点相融合，为年轻人提供了一个放松、解压、共情的体验平台。

“趣文化馆”系列活动自推出以来，一直以富有创意和深度的内容吸引大众，三季活动在全网的点击量超过500万人次，社交平台上的话题浏览量更是高达300万人次。同时，作为活动举办地的117艺术中心，观众人流量同比增长120%。

“趣文化馆”的魅力，在于它不仅是一个展示艺术活动的地方，更是一个让人们感受到城市有戏、城市有趣的场所。在这里，每一个参与者都能找到自己的兴趣点，与艺术产生共鸣，与城市建立情感连接。”宁波市文化馆相关负责人表示。



咖啡主题摄影展

“趣文化馆”，让宁波有戏又有趣

记者 廖惠兰 通讯员 郑志玥



跨年派对

场域增效

每位观众都是策划师

“嘘！那边正在打鼾的是我的奶奶。”5岁的圆圆是被奶奶带到天一广场逛街时偶然走进“趣文化馆”看展的小朋友。元旦假期的第一天，“趣文化馆”“躺赢”观影会迎来了一拨又一拨排队来体验“躺平”的观众。

展厅顶棚撑起巨大天幕，让观众在懒人沙发中无论以怎样“奇葩”的姿势，都能无障碍观看电影。在艺术展厅里看电影，已经不是“趣文化馆”第一次让人惊艳的创意活动了。这一切都源自“趣文化馆”强大的策划团队。宁波市文化馆以空间增效为核心，以场域思维为突破口，提出了“每一位观众都是策划师”的口号。

“趣文化馆”的策划团队邀请文化创意、展览策划、音乐制作、新媒体运营等各类艺术社团骨干，一起参与内容创意策划，同时充分调动社会力量，联合鲤鱼文旅、山房科技、很美文化、伶国风乐团、NICE DANCE STUDIO 舞蹈团等社会团体，推出展览、沙龙、培训等主题互动体验活动。其中作为主题展的王一冷插画展、咖啡主题摄影展和王小水羊毛毡作品

展，尤其受到广泛好评。

值得一提的是，“趣文化馆”还推出了令人耳目一新的玩法：去文化馆当“馆长”。这一创意灵感来自全国文化馆宣传周活动。

“针对文化馆存在感低、市民认知度不高的现状，我们决定反客为主，邀请有才华、有创意的艺术达人来担任‘馆长’一职。”“趣文化馆”项目负责人说。

王小水、夏宇航、赵冰玥、王微波四位首批上岗的“馆长”，给跃跃欲试者作了示范。王小水馆长在个人展上讲述了羊毛毡制作技艺的传承故事；夏宇航馆长带领宁波合唱团在鼓楼地铁站上演“快闪”；赵冰玥馆长将手碟培训课带到了展厅；王微波馆长则把“蝴蝶讲堂”搬到文化馆，向市民展示旗袍文化和越剧艺术的魅力……这种以观众为中心的策划思路，不仅让“趣文化馆”成了一个与众不同的文化体验空间，还吸引了更多年轻群体关注并参与到文化活动中来。



龙门茶会活动场景

社群解码

成为“懂你”的文化馆

作为一个只在市文化馆公众号发布预告信息的“低调”展览，“趣文化馆”第三季主题展——“东海寻鲸”王小水羊毛毡作品展的热度却不减。

“小红书上刷到了其他博主打卡的美图，展览主题很治愈，现场的布展也很出彩，我们也被吸引过来了。”正与朋友在展厅拍照的网友“派大星”说。

记者前天在展厅内随机采访了几位看展的观众，不少人表示是通过社交平台上的分享获取到展览信息的。

“这之前的王一冷插画展，不仅吸引了大量观众前来参观，还在网络上引发了广泛关注和讨

论，这也让我们看到了大众的需求。网友们的主动转发分享，也更坚定了我们主推潮流艺术KOL（意见领袖）的策展思路。”“趣文化馆”项目负责人说。

为了读懂当下年轻人的文化需求，宁波市文化馆以服务对象为策展突破口，以社群思维破解流量难题，亮出“懂你的文化懂你的馆”标签。

同时，网络人气潮流艺术家不断被引入117艺术中心，从王一冷到王小水，无论是作者还是作品本身，都有着自带社群粉丝的网红效应，这也成为宁波市文化馆成功破解流量难题的关键。

“趣文化馆”第二季的咖啡主

题摄影展，是送给市民的一份礼物。随着宁波咖啡文化的兴起，市文化馆向社会广泛征集作品，最终精选了39位摄影爱好者的138幅作品参加展览，呈现了一场从市民角度出发咖啡主题摄影展。这些作品以咖啡为媒介，捕捉到了城市的温情与美好，让每一位参观者都能感受到在镜头中的那份独特的温柔。

展览中的作品出自路人之手，拍摄的对象是路人，看展的也是路人。这种平民化的艺术形式，让每个人都有机会成为城市文化的创作者和传播者。

不少观众在展览中惊喜地发现了自己的身影。“居然在展览里看到了我自己！”在展厅内跟“自己”合影的小韩，迫不及待地分享到朋友圈“呼朋唤友”。在开幕式上，市文化馆邀请来的书法家为观众写下“美式一杯，啥都没事”“咖啡哪有工作苦”等调侃语句，被网友戏称“宁波市文化馆，真的很懂”。



“东海寻鲸”王小水羊毛毡作品展



民谣分享会现场

价值赋能

让宁波有戏又有趣

“大众对于展览馆的需求已经不再满足于单一的展示空间，多重体验的展厅设计应运而生，它将多种媒介、技术和展示方式融合于一体，为观众带来更加丰富、多元的感官体验。”“趣文化馆”项目负责人说。

在当下快节奏的社会中，人们对文化活动的需求越发多样化。宁波市文化馆“趣文化馆”系列活动正是基于这一需求，突破传统场馆的局限，以多重沉浸式体验的方式，赋予公共文化空间全新的生命与活力。

“趣文化馆”品牌活动的推出，不仅是宁波市文化馆在公共文化服务领域的一次大胆创新，更是对年轻文艺群体需求的深度洞察和满足。

“趣文化馆”这次跨年期间的特别策划，又一次刷爆“路人缘”，3天参与人数突破8000人次。2023年12月30日，

“躺赢”观影会率先登场，这一独特的活动形式让人眼前一亮，吸引了众多路人驻足观赏。紧接着，第二天市文化馆打开展厅大门，借助天一广场热烈的跨年氛围，举办了一场全民参与的音乐派对，第三天，又举办了“你好，2024！”早安音乐会，为观众送上了2024年最早的祝福。

元旦这一系列活动的相关短视频和花絮，在网络上的总浏览量超70万人次，并引发了广泛的关注和讨论。许多观众留言：“颠覆了我对文化馆的传统认知，太好玩了！”“趣文化馆”项目负责人说。

“趣文化馆”第一季活动启动仪式上，围绕王一冷插画艺术展，117艺术中心展厅内同步推出遇见插画师签售会、“趣”咖啡快闪店、海娜画手绘体验等青年群体喜爱的互动活动；在“趣文化馆”第二季“手中的琴·心中的

光”刘东明民谣分享会上，刘东明带来了他的新书《大席宴》，117艺术中心秒变新书签售会和民谣演唱会现场；在“趣文化馆”第三季的“龙门茶会·冬至雅集”活动中，观众除了能欣赏民乐、评弹、昆曲等传统节目，还能体验茶道、插花艺术等项目。

在“趣文化馆”系列活动的推动下，展览、演艺、沙龙等多种形式的活动交织融合，让市民在欣赏艺术的同时，也能亲身参与其中。无论是插画展览、民乐演奏、国风舞蹈表演，还是设计师沙龙、新年非遗市集等，这种多重叠加的沉浸式体验方式，成功吸引了更多群体走进文化馆，并体验到不一样的“文化趣味”。“趣文化馆”项目也成功入选2023年中国文化馆年会案例，作为全国文化馆全民艺术普及范例亮相该年会。

“趣文化馆”系列活动以年轻群体的需求为方向，有效探索了“展览+演艺、展览+沙龙、展览+换装体验”等“展览+”的多元化活动形式，让观众停下来、留下来并分享出去，进一步提升了文化活动的吸引力和参与度，实现了文化馆产品服务和阵地空间的双提质。”市文化馆相关负责人说。

（本版图片由宁波市文化馆提供）