



日均参观上千人 周末异常火爆

# 失恋博物馆

## 两家成了网红打卡胜地?

专家:不能只卖情怀,应注入新元素

失恋是几乎每个人都会遇到的情况,但是如何利用这个情感IP,达到最大共鸣,从而产生商业价值,这其中就有很多门道。记者了解到,5月底,宁波有两个失恋博物馆几乎同时开业,形成打擂台的形势,而且两家生意都不错。

□记者 毛雷君 文/摄



资料图片

### 现象

## 失恋博物馆成为热门话题

5月底,宁波有两家失恋博物馆几乎同时开业,在朋友圈形成一波热潮。一个位于天一广场,另外一个位于宏泰商业广场。

记者了解到,天一广场的失恋博物馆5月30日开业,宏泰广场的失恋博物馆5月28日开业,而且都是通过网络售票,票价也几乎一样,都是19.9元。为此,记者亲身体验了两家失恋博物馆。

天一广场的那家位于一个美食广场的4楼,人口不大,面积约300平方米,里面呈现迷宫状态,布置了很多和失恋相关的物品、留言和一些装置艺术,用不同的布帘隔开,让人有一种曲径通幽的感觉。里面还有一间相对封闭的视频室,专门用来播放有关失恋的影视作品。这里的最大特点是,有很多留言区,墙上密密麻麻地写满各种感慨和留言,还有上千张贴纸,书写着不同的心情。密集的展品,配上忧伤的音乐,很容易让人陷入失恋的惆怅心情中。

而位于宏泰广场的那家失恋博物馆,门店相对宽广了不少。虽然面积和天一广场的那家店差不多,但布局更加宽敞,但互动区相对少了些。这里的大体布局基本上是失恋物品的展示,相关信息的发布等。但这里有一个星空屋,里面到处都是玻璃,随着灯光的变化,会让人产生一种置身太空的感觉,所以也成了很多年轻人的打卡胜地,不少人跑来拍摄小视频,上传网络和社交媒体。

记者了解到,这两家店之前都是通过网络进行前期宣传。目前,周末的时候,生意还不错,高峰期日均参观人数都在上千人。据他们初步统计,开业到现在,参观人数分别都已经达到了数千人次。

### 传播

## 失恋展览的模式并不少见

其实,关于失恋的展览已经不是什么新鲜事情,宁波的南部商务区之前已经连续举办了3届失恋展览,但是并没有完全商业化。而这种以失恋博物馆模式举办的,也是从外地复制过来的。

记者了解到,这种用失恋情感作为卖点的展览或博物馆,最早开始于北京。后来有不少文化传播公司看到了其中的商业利益,开始纷纷复制或效仿这种模式,在全国各地开花。

宁波两家失恋博物馆属于两个不同的运营团队来操作。天一馆的负责人小李是一个90后,他告诉记者,他们采用的是合伙人的方式,最早一家失恋博物馆是在南京,后来在全国其他城市都开馆,也就是最近一年的事情。

宏泰广场店的负责人朱先生告诉记者,他们公司总部位于成都,是全国连锁的,在北京上海等地都有开设,号称是全国唯一一家长期认真运营失恋博物馆的团队。“虽然很多东西都是征集来的,但是很多博物馆都是没有授权的,而我们是授权的。”朱先生表示,现在感情IP很流行,成为网络爆点,很多团队都在运行,但也存在抄袭创意等问题,市场还是比较混乱的。他们希望可以认真地做下去,和参观者能有一个良性的长久的互动。

记者也了解到,天一馆的失恋博物馆,将在现有基础上,开辟星空馆等新的项目,打算做长期的展览。而宏泰广场店也同样有长期开馆的打算。记者在大众点评上看到,这两家门店名字分别为“宁波失恋博物馆旗舰店”(宏泰广场)和“宁波失恋博物馆”(天一广场)。

### 专家

## 情感IP更多地体现社会意义

针对宁波几乎同时开出两家失恋博物馆的现象,相关专家也发表了自己的看法。

宁波市滨海城市文化研究院副院长朱友君告诉记者,世界上第一家失恋博物馆——克罗地亚的亚萨格勒布博物馆于2006年诞生,已经遍布近30个国家和地区。基于共情效应和同理心,每一位进馆观众会被情感带入,产生对照自省的思绪。然而,做好失恋博物馆,平衡好私人信息与公众获知之间的距离,也并非易事。同时,更需把握法律和伦理的尺度,注重隐私和版权保护。既避免过分炒作他人失恋过往,减少过重商业性,也要加大受捐赠原始物品的查实和可追溯机制,规避恶意曝光、捏造等报复行为,不能撕开过去伤口或造成他人困扰。失恋不能等于失心和失策,共同把某一情感阶段维护好描述好。

而浙江万里学院社会学者郭鉴老师则认为,失恋这种情感IP疗伤性比较强,也有一定猎奇性。它更多表现在这样背景下的社会学价值:中国人在效率就是金钱的口号下拼搏了四十年,艰苦奋斗努力赚钱依然是每个人生活的主旋律,给大家一个放松的机会。只不过这种形式是需要个体生命有所参与的,这种消费是在消费过程中,用他人的洒浇自己心中的气愤或愁闷。

宁波旧物收藏馆的负责人陈大树觉得,这种形式的博物馆不能只靠售卖情怀和新鲜感,而是要更加用心去经营,摸索出一条值得推广的商业模式,有源源不断的新鲜内容注入,让参观者有所思考。



天一广场上的失恋博物馆