

# 美术馆里涌动春日流量，“另类”赏花收获美好

春风拂过京城，热门公园的花树下人头攒动，想要拍一张“无人空镜”的照片绝非易事。越来越多的人不再满足于“摩肩接踵”式的看花，转而追求在春日美景中寻一处更舒适、更具文化味儿的赏花与社交空间。一些美术馆与艺术空间恰好承接了这股需求，以丰富多元的文化供给，将“赏花”延伸为“赏花+”，融入看展、市集、艺术生活节等形式，为市民的悦己消费提供了新的落脚点。

## 美术馆化身“赏花”新地标

这个春天，繁花“盛开”在中国美术馆的展厅内外。正在展出的“花开盛世——菏泽牡丹书画艺术展”，汇集了吴昌硕、齐白石、张大千等近现代大师及当代名家的103件牡丹题材佳作，构筑起跨越宋元至现代的牡丹艺术长廊。走出展厅，通往文创商店的路上玉兰满枝，观众在店中低头看书、喝咖啡，抬头则是满目美景，最后还能将精美的文创产品与盖满印章的笔记本一并带回家。

位于美术馆东侧的东美园更是春意盎然。作为“文化金三角”的重要公共空间，东美园将艺术雕塑点缀于花团锦簇之中，打造出无边界、花园式的开放美术馆。“这里的樱花太出片了，真是意外的惊喜！”市民李女士说道。她带着孩子在美术馆看完展后又打卡了东美园的樱花，并计划前往隆福寺逛市集，这条春日漫游路线，

不长，但有自然之美，有艺术之美，更有生活之美。

而在故宫附近的南池子美术馆，艺术与自然之美亦是紧密融合。水池假山错落有致，曲廊蜿蜒通幽。庭院中央，一株由亚克力装置构成的巨型桃花树夺人眼球，600片剪纸与2000公斤亚克力构件叠加出兼具传统意境与科技感的视觉奇观。62岁的王阿姨在此流连忘返，她感慨：“以前逛公园拍花年年都差不多，今年女儿带我们来美术馆，感觉像打开了一扇新门。”

## 艺术范儿打造不一样的春日体验

面对消费者日益增长的体验需求，不少艺术场馆的经营者以花为媒介，精心策划多元化的沉浸式生活场景。南池子美术馆在赏花季推出“花朝节”系列活动，邀请汉服社团扮成十二月花神，在回廊间与观众互动，夜间还有剪纸非遗传承

人为游客剪影，让传统文化在现代空间中焕发新生。

位于沙滩北街胡同深处的艺术空间“拾院”，则以其小而美的模式诠释了精品赏花的另一种可能。拾院从去年开始每年春天举办“花见”邻里艺术生活节，吸引了北京本地以及外地的众多生活美学和艺术设计品牌参与其中。“海棠花下的生活方式市集，突出策展式、沉浸感、场景力，可能是我们区别于常规市集的魅力吧。”主理人萱萱说道。3月28日，今年的艺术生活节如期而至，在一个半月内，艺术展览、音乐舞蹈分享、阅读沙龙、创意市集等数场活动轮番登场，将小小的院落打造成为春日里的文化生活聚场。

拾院严格实行预约制，将活动人数控制在20人以内，有时甚至仅6—8人。主理人萱萱介绍，“我们以体验感、细节和品质为标准，结合空间场域，适合多少人，就开放多少个名额。”这种小而美的模式吸引了

不少职业艺术家和专业艺术学院与拾院合作共创。“今年的艺术生活节，北京舞蹈学院的学生们会带来舞蹈疗愈和环境舞蹈作品，他们的创作就是以“花见”这个时空为灵感而生的，富有探索性和实验性。”

## 推动“春日流量”持久转化为“消费增量”

从中国美术馆的玉兰，到南池子美术馆的“桃花树”，再到拾院艺术空间的海棠，文化内容为消费场景增添了温度，消费行为也滋养着文化空间的持续生长。在中国文化产业协会沉浸式文旅产业专业委员会主任委员卜希霆看来，“赏花+”模式打破了传统观光的单一界限，通过场景化体验重构了消费逻辑。“当下许多人渴望具有松弛感的空间，美术馆通过引入赏花场景，打破了传统艺术殿堂严肃的‘白盒子’形象，转变为兼具生态美感与休闲功能的复合场域，让消费

者在品咖观展中获得了情感抚慰与精神松弛。”

“文旅产业正经历从‘门票经济’向‘全链价值’的转型。要真正将短暂的‘春日流量’转化为持久的‘消费增量’，需在深度与广度上持续深耕。”卜希霆说，一方面，可深化“科技+文旅”应用，以数字技术与实景花卉形成虚实相生的景观，拓展“夜间经济+文旅”维度，延长赏花周期，激发游客为新颖体验付费的意愿；另一方面，要讲好“花的故事”，提升文化附加值，避免“千地一面”的同质化困境。

目前，部分美术馆的文创产品还有待进一步丰富和完善，卜希霆建议有赏花资源的美术馆开发与赏花季深度绑定的限定版文创，如花卉主题香氛、艺术书签或数字藏品，让游客能“把春天带回家”，同时拓展插花、植物拓染等研学体验课程，通过“手作经济”进一步挖掘消费潜力。

（据《北京日报》）

·公益广告·



勿让言语成为伤人凶器

言论虽自由 发言需谨慎