



《我在故宫修文物》剧照。



投身故宫文保的事业。

《我在故宫修文物》是故宫 90 周年的献礼纪录片，3 集的剧情设置也是围绕着故宫工匠们为了准备大庆而修文物的故事。在故宫博物院的全力支持下，《我在故宫修文物》摄制组破例进驻这个中国最为保密、最为神秘的文物修复单位——故宫博物院文保科技部拍摄。这部纪录片历经 5 年的项目调研，4 个月不间断的纪实拍摄，总长三集，每集展现几类关系密切的文物修复和性情各不相同的修复大师。

这部纪录片把工匠精神这件严肃的事讲得细腻、温软且富有人情味。因而播出之后迅速出圈，广受好评，特别是引起年轻人的极大热情。在这部纪录片中，第一次完整呈现世界级的中国文物修复过程和技术，展现文物的原始状态和收藏状态；第一次近距离展现文物修复专家的内心世界和日常生活；第一次完整梳理中国文物修复的历史源流；第一次通过对文物修复领域“庙堂”与“江湖”互动，展现传统中国四大阶层“士农工商”中唯一传承有序的“工”的阶层的传承密码，以及他们的信仰与变革。

纪录片《我在故宫修文物》让无数工匠和文保工作者成为了网红，而《国家宝藏》更是将明星阵容与国宝故事相结合，引发了观众的广泛关注。

2017 年 12 月 3 日，由中央广播电视总台、央视纪录国际传媒有限公司制作的文博探索节目《国家宝藏》在央视播出。张国立担任 001 号讲解员，那英演唱《国家宝藏》

主题曲《一眼千年》，吸引了众多观众的目光。

向年轻人系统地介绍文物，往往被视为一种知识灌输，效果并不好。年轻人热衷于追星，爱好的是时尚潮流。博物馆里的文物是老古董，与年轻人格格不入。“单霁翔们”不这样看问题，他们觉得不应该将历史文物与年轻时尚对立起来。年轻人对这些文物不感兴趣，是因为推广传播的人没有找到合适的方式方法。只要找对了方式方法，年轻人一定会亲近文物，走进博物馆！

在这个推广传播的过程中，媒体传播肯定是很重要的一环。2017 年，在紫禁城兴建 600 年之际，故宫博物院联合八大国家级重点博物馆以《国家宝藏》为题举办了一次盛大的特展——每个博物馆只选出一件宝藏入主特展，《国家宝藏》节目据此制作。

《国家宝藏》制作人兼总导演于蕾最初只是确定了传统文化内容选题的大范围。她发现西方国家的博物馆经常会看到幼儿园的小朋友在里面学画画、上历史课，青年人在博物馆里约会，甚至父母带着孩子在博物馆里露营，人们与博物馆非常亲近，而中国大众的文化生活与博物馆是有距离的，其中的一个主要原因是语态问题，“我国博物馆给受众讲解文物的表达不那么有趣，令大家感觉文物封在博物馆里，与自己没什么关系。但实际上，博物馆里面的故事非常有意思”。于蕾的想法与故宫等相关博物馆机构一拍即合，以故宫为首的全国各家博物馆都积极参与到这档文博探索节目中来。

节目形式新颖，内容寓教于乐，轻松又不失严肃，