

河南博物院出品的“失传的宝物”系列考古盲盒，目前整体销量超过 26 万件，销售额达 2100 万元。

在三星堆盲盒走红之前，这款河南博物院出品的“失传的宝物”系列考古盲盒在网上已经引起了极大的关注。

根据豫博官方介绍，盲盒内的藏物设置成“传说”“史诗”“传承”三个等级——青铜器、元宝、铜佛、铜鉴、银牌等“微缩文物”被藏进土中，等待买家自己动手用迷你版的洛阳铲一点一点去挖掘藏在其中的惊喜。

“十二生肖兽首印章”“大将军虎符”“武则天金简”“杜岭方鼎”等各种“宝物”都有可能从该款“考古盲盒”里被挖到。运气实在差一点的，还可以收获一抔来自洛阳北邙充满千年古都文化气息的土壤。

这款考古盲盒有多火爆？自 2020 年 12 月推出后，5 天线上销售额超 50 万元，紧急补货的 600 个盲盒也在 35 秒内被抢光。目前整体销量超过 26 万件，销售额达 2100 万元。值得一提的是，这还是在线下每人限购 3 个，线上需要预订的情况下完成的销售额。不仅如此，考古盲盒的大火也直接带动了河南博物院其他文创产品的热销，让其文创成交额屡创新高。

类似的考古盲盒还有秦始皇帝陵博物院的“兵马俑考古盲盒”。这款盲盒同样由塑封土块、洛阳铲、毛刷，以及扬名中外的缩小版兵马俑组成。小小的一只拿在手上，仿

佛能够触摸到厚重可亲的历史脉络，领略到金戈铁马的大秦雄风。

山东大学文化产业研究院副院长邵明华早前在接受媒体采访时表示，一方面，考古盲盒呈现的互动性沉浸式文化体验非常重要；另一

下图：兵马俑考古盲盒。



方面，近年来部分小说和影视剧也激发了大众对考古的好奇心，“再叠加盲盒概念带来的趣味性和神秘性，人们本身对考古盲盒这个新生‘物种’就呈现出极高的期待值”。而简化还原的挖掘过程，也让大家足不出户就能体验到“发现历史”的惊喜感、代入感和满足感。

手握袖珍版“考古神器”洛阳铲，小心翼翼地“勘探挖掘”，再用小毛刷拂去泥土，让“失传的宝物”面世……当一个文创产品拥有如此多“优点”，走红是再正常不过了。

文化底蕴让人上头

豫博考古盲盒如此成功，其他博物馆也没闲着。

近几年，故宫始终占据博物馆文创的 C 位，在文创领域数次掀起热潮，在盲盒的开发中，先后推出“猫祥瑞”与明清人物“宫廷宝贝”两个系列盲盒，引领博物馆文创盲盒热潮。

今年“沉睡三千年，一醒惊天下”三星堆博物馆紧随其后，继懂巴适生活的祈福神官盲盒、会变脸喝茶的川蜀小堆盲盒、爱敲鼓打碟的青铜摇滚盲盒之后，在夏日炎炎之际还与时俱进地推出了“青铜纵目面具”冰淇淋盲盒，买到绿色铜味还是棕色土味可全凭运气。

三星堆博物馆宣传负责人林维告诉《新民周刊》，三星堆系列盲盒主要致力于把三星堆文物的神秘特色，与现代气息相结合，使文物更具生活色彩。

而陕西历史博物馆推出的青铜小分队盲盒，《国家宝藏》文创产