



河南卫视“元宵奇妙夜”。

秀和戏曲实景创演相结合，让戏曲变得年轻化。

文博综艺不断升级换代的当下，节目不仅挖掘介绍了中华民族的文化瑰宝，更增强了国人的文化自信。当然，文博类综艺井喷的同时，也难免有模仿和同质化的现象，流水线制作的内容，不仅带来节目的空心化，也让观众感到审美疲劳。而太过强调明星和新技术，则会让节目定位产生偏差。这些现象也需要从业者引起重视，做出改变。

文博理念深入人心

“江山留胜迹，我辈复登临。”文博综艺热播，开拓观众眼界的同时，也拉动着地方的文旅增长。

如取材自河南博物院文物的“唐宫小姐姐”的《唐宫夜宴》在网络爆红出圈后，圆润讨喜的“唐宫少女”为河南带来了海量关注，同系列的《元宵奇妙夜》《端午奇妙游》《中秋奇妙游》《重阳奇妙游》连续走红，更让河南热度不减。河南以文化元素吸引了众多游客，许多游客“为了一个馆，奔赴一座城”，官方数据显示，2024年，河南全年接待游客10.65亿人次，同比增长6.8%，实现旅游收入1.03万亿元，同比增长7.2%，旅游人次、

收入取得新突破。

文博综艺还实现了艺术与商业的完美互动，催生了崭新的文博IP衍生品。以明孝端皇后凤冠为灵感设计的原创凤冠冰箱贴，销量突破百万件，是大家最想拥有的文创产品之一。而冰箱贴爆款的出现，也带动了部分消费者对文物原型的热情，甚至进一步去了解明清部分的历史。此外，优质综艺节目还是中国文化走向世界的一张名片，通过IP输出、海外合作以及国际播出等途径，展示我国传统文化和传递社会价值。

随着文博综艺的不断更新，国人对于“文物保护”认识理念也在不断变化。文博领域的资深专家单霁翔就表示，中国已经从“文物保护”走向“文化遗产保护”。过去古董文玩重视物质要素，文物保护重视文化要素，而现在的文化遗产更重视精神要素；过去文物保护的往往是静态的古遗址、古墓葬、石窟寺庙，但是文化遗产保护强调要保护活态，如传统村落、江南水乡……“这不仅是一个保护和认识不断深化的过程，更是保护主体不断扩大的过程——文化遗产不是政府和文物部门专利，更应该是亿万民众共同的事业。”

相信未来随着更多文博综艺的涌现，社会公众会对文化遗产保护有新的认识、新的思考。■