



编辑 和岳 美编 李燕 责校 杨志强 电话:64101949 bbtzbs@163.com

乘风“十五”  
北京的领与先

【编者按】新质生产力加速成长、产业升级步履铿锵、首都功能不断提升……“十四五”时期，我们见证了北京高质量发展的坚实步伐。带着超5.2万亿地区生产总值的底气，这座城市开启了“十五”的新征程。值此2026北京“两会”之际，我们推出“乘风‘十五’北京的领与先”系列专题报道，聚焦北京在科技创新、产业跃升、城市治理、民生改善等各个领域的先行探索与引领实践，擘画高质量发展新图景的思路与举措。

# 让IP活起来 北京博物馆之城破圈

北京“博物馆之城”建设不断向纵深推进，在实现场馆数量全国领跑的“量变”后，正加速迈入以质量提升为核心的“质变”关键期。如今，以东四胡同博物馆为代表的一批小众主题博物馆，凭借独特IP、特色展陈及深度体验悄然“出圈”，吸引大量游客参观。这仅是北京各类博物馆进化的一个缩影。

北京各类博物馆通过开发定制化游览、植入高科技打造沉浸式场景，加快探索可持续的商业化路径，正主动深度融入城市发展肌理，联动周边商业、文旅等多元业态，高效推动文化资源向消费活力转化。在文化赋能城市经济高质量发展的趋势下，北京博物馆已突破传统的收藏展示功能，正成长为拉动消费升级、驱动城市经济发展的重要新引擎。

## 可感知的记忆

穿行于复原的胡同四合院场景间，“90后”王盈仿佛一步踏回了童年。曾在胡同里长大的她，对老北京胡同始终怀有一份特殊的眷恋。得知东四地区开设了一家胡同博物馆后，她特意前来参观。“看到东四胡同博物馆里的场景，好像真的回到了记忆里的‘老北京’，回到了自己的童年时代。”王盈感慨道。

走进东四胡同博物馆，传统三进四合院的规整布局徐徐展开。实物陈列、影像资料与场景还原，共同复现出胡同生活的原真风貌。当那些老照片映入眼帘，熟悉的鸽哨与吆喝声在耳畔响起，王盈的思绪瞬间被拉回二十余年前——那时她正站在胡同里，仰头望着成群的鸽子掠过天空，对远方充满稚嫩的憧憬。

东四胡同博物馆主理人陈天舒介绍，馆内展陈特别注重提炼胡同生活中富有情感共鸣与时代印记的元素，并将其转化为可感知的体验。在声音与影像部分，博物馆收录了如鸽哨、儿童游戏嬉闹、风琴摇曳之声及游商叫卖等生

活音景，这些声响能瞬间唤起参观者对于旧日胡同生活的联想与好奇。

截至2025年8月底，北京共有246座备案博物馆和56座类博物馆，数量居全国城市之首。

其实，在北京丰富多元的博物馆群落中，东四胡同博物馆这样的主题博物馆并不在少数。近年来，北京二锅头酒博物馆、雨燕博物馆、空竹博物馆等“小而美”且具有主题特色的博物馆逐渐“出圈”，受到众多游客的青睐。红星企业相关负责人表示，北京二锅头酒博物馆系统展示了北京二锅头酒传统酿造技艺的起源、传承、创新与发展历程，打造了“历史文化展示+传统技艺体验+智能化车间参观”三位一体模式供游客体验。各家主题博物馆正在串联起古都文化与京味文化，让市民游客在游览参观中触摸北京的历史与文化。随着主题博物馆数量的增加，北京博物馆生态正悄然重塑，多元化、多层次的博物馆生态体系日趋完善。

## “文化+”赋能消费升级

在文化IP的加持下，北京的博物馆生态正呈现出向专业化、个性化方向深度发展的态势，迈进了由数量扩张转向追求质量提升的新阶段。与此同时，各博物馆也积极融入城市肌理，通过与周边商业、旅游等业态联动，与相邻历史景点、街区串联成线，将深厚的文化氛围转化为可持续的消费场景，助力文商旅体展融合发展。

在与周边业态融合方面，秋童表示，北京国际消费中心城市的核心是“消费升级”，而文化消费是升级的关键赛道。近年来，遇见博物馆打造了“文化+商业”的消费闭环，联动周边多元的业态推出“艺术联票”，并带动周边商业客流提升超过30%。聚焦文旅路线，博物馆针对本地市民和Citywalk人群，推出“夜间文化路线”，并开放夜间展览等，让博物馆成为“周末微度假”的新场景。

“艺术馆在运营中正进行多元尝试，融合周边业态，以吸引更多广泛的观众群体。”启皓中心董事总经理齐宁解释道，启皓中心本身融合了写字楼、酒店、公寓与艺术馆等多种业态，因此在推动文商旅体展融合发展方面具有天然优势，而艺术馆在其中承担着连接与转化的角色。接下来，启皓艺术馆将注重与本地特色资源相结合，例如联动亮马河水岸经济，以及与周边多元业态相互赋能，更好地服务周边社区，实现文化与生活的有机融合，进一步提升区域消费。

由北京市文物局牵头编制的《北京博物馆之城建设发展规划(2023—2035)》(征求意见稿)明确，到2035年，全域活态博物馆基本形成，“两轴四区多点”示范引领作用更加彰显，实现每10万人拥有2座博物馆，各类博物馆(包括类博物馆文化空间)总数量超过460座；全市各区基本建成主题鲜明的重点文博区，博物馆对社会经济发展的贡献格局基本形成，成为全国文化中心建设的重要名片；一批博物馆文化新空间、博物馆商圈初步形成，一批“微博物馆”走进城市公共空间，博物馆对北京国际消费中心城市、全球数字经济标杆城市建设的贡献效应初步显现。

谈及高质量博物馆对北京发展的作用，中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举分析认为，首先，高质量的博物馆能够显著提升城市文化地标的密集度以及整个文化IP的品牌效应。其次，博物馆能为城市经济社会发展注入活力，尤其在拉动旅游、促进文旅融合方面作用突出，带动“吃住行游购娱”与文创产业链发展，并创造综合就业机会。再次，博物馆还有助于优化城市营商环境，浓厚的人文氛围与顶尖文物艺术资源增强了对高端人才的吸引力。此外，高质量博物馆也是推动国际化的重要桥梁，例如故宫博物院、中国国家博物馆等不仅是北京的文化窗口，更是吸引全球游客、学者与国际人文交流的关键枢纽。

北京商报记者 吴其芸

## 沉浸式体验与IP运营

在北京博物馆生态日趋变化的同时，不少主题博物馆也在探索自身的商业化运营之道。过去一段时间内，在展览门票之外，一些博物馆也在陆续基于自身IP推出文创产品，以谋求更多的经营收入，如今，沉浸式消费体验成为各家场馆积极深耕的板块。

作为一名穿梭于各大博物馆与艺术馆的探展博主，陈婷对北京的文化场馆生态有着细致的观察。她说道，北京拥有众多高水准、公益性很强的传统博物馆，与此同时，一些主题鲜明的小众主题场馆也常带来意外之喜，如今有不少博物馆在文创产品之外，还推出了众多沉浸式体验与服务。“相比于免费的大众博物馆，一些小众主题博物馆虽然收费，但是可以沉浸式体验到高质量的展览内容，我认为完全值得。”在她看来，这亦是博物馆探索商业化运营的体现。

北京展览馆集团副总经理杨倩表示，文创是北京展览馆的一大重要板块。如今，正在展出的“如是莫高”展览现场，除了设置文创销售区之外，还推出了咖啡快闪，单日销量近200杯，引发游客的打卡热潮。北京展览馆通过“多元业态联动+文创产品矩阵”，构建沉浸式消费场景，推动文化符号的生活化转化。

布局研学项目、开发定制游，正成为部分主题博物馆探索商业化运营的重要路径。陈天舒告诉北京商报记者，由于东四胡同博物馆本身具有公益性性质，因此并未收取门票，而是尝试以“活态利用”为思路，探索适度的商业化路

径。通过组织研学活动、承接企业团建等团体项目，让博物馆在空间使用上实现了公共性与服务性的结合。“定制游也是此类博物馆的一大特色，为团队游推出定制化的游览讲解、非遗手作体验以及下午茶等，满足游客沉浸式体验需求。”陈天舒还表示。

在打造沉浸式体验方面，少不了科技的加持。红星二锅头的两个博物馆，就引入了前沿技术。红星企业相关负责人介绍，博物馆采用幻影成像、互动触控屏、场景还原等展陈方式，实现文化展示、互动体验与商业转化的统一。2025年，博物馆接待游客超57万人次。

谈及北京博物馆的商业化未来，北京中创文旅文化产业集团董事长、遇见博物馆创始人秋童分析道，当前，游客的文化消费已经从“到此一游”转向“情感共鸣”，各博物馆需要设计更多可触摸、可参与、可分享的情绪触点，比如互动展项、主题体验区，让游客愿意为“体验感”买单，博物馆的商业化也将从“门票依赖”向“情绪消费”进行转型。

而在商业化探索的背后，主题博物馆更少不了IP的支撑。杨倩还坦言，北京展览馆通过深度活化文化IP，将商业化路径从“商品销售”拓展至“体验服务”，从而提升“商业化”的文化品格。



## · 记者手记 ·

### 走进有故事的博物馆

走进东四胡同博物馆，博物馆爱好者王盈的感慨代表了许多人的心声：“有故事、有主题的空间，才会让人愿意走进来。”这句话背后，折射出当下博物馆发展的一条清晰脉络——IP，正从一个抽象概念，转化为驱动博物馆走进公众视野、实现可持续运营的核心引擎。

曾经，博物馆的价值多寄托于馆藏与展陈；如今，IP成为其打破边界、连接公众的文化触点。东四胡同博物馆并非孤立存在，它根植于东四街道整体打造的“国风静巷”IP之中，将老北京胡同文化融入当代街区生活，使博物馆成为可体验、可沉浸的“文化

空间”。这种与地域肌理深度绑定的IP化实践，让历史不再是静止的展品，而转变为可参与、可延续的当代叙事。

博物馆IP不仅是一件藏品、一种文化符号，更代表着其核心的价值理念与叙事方式。在当下游客消费与精神需求日益多元的背景下，各类博物馆雨后春笋般面世，IP的打造与运营已成为各家博物馆发展的重要课题。如何借IP吸引公众走进来？又如何塑造出独具特色、可持续生长的文化标识？如何平衡商业开发与文化坚守？这些课题考验着每一家博物馆的远见与创造力。

