

# 西周铜当卢“撞脸”潮玩 Labubu

洛阳博物馆文物走红



近日,洛阳博物馆二楼展厅内,一件名为“铜当卢”的青铜器展品成为游客争相打卡的新宠,其圆脸高耳的轮廓,与当下全球火爆的潮玩Labubu惊人相似,不少网友表示“老祖宗审美超前几千年”。

从“牵手闺蜜俑”引发汉服打卡热潮,到“招财猫陶鬲斗”因神似卡通吉祥物走红,再到铜当卢与Labubu玩偶“古今撞脸”引发网络围观……近年来,洛阳各大博物馆文物频繁以意想不到的“显眼包”姿态闯入公众视野,成为流量密码。

## ■文物与潮玩“撞脸”,引发网络围观

近日,有网友发帖称,在洛阳博物馆内发现一件青铜器展品,因其外形酷似最近大火的Labubu玩偶,便拍照分享到了社交平台上。

这张照片立即引发大量网友关注,“一旦接受了这个设定就回不去了”“老祖宗的审美简直太超前了”等评论得到数万点赞。

记者在洛阳博物馆看到,这件青铜器文物名为铜当卢,年代为西周,目前正在洛阳博物馆与洛阳市考古研究院联合举办的“瞻彼洛矣——洛阳东周历史文明展”上展出,并与另一件东周时期铜当卢摆放在一起进行对比展示。

资料显示,该文物出土于洛阳北窑机瓦厂一带,高18.4厘米,宽7.5厘米,中间为圆形泡,上端尖角,下端长方形泡,呈“锈蚀”状态。当卢是古代非常重

要的马饰之一,不仅可以作为面具使用,起到一定的防护效果,也可以作为装饰使用,使马更美观华贵的同时,凸显出马主人身份地位的高贵。

在网络围观现场,许多人在评论区晒出自己收藏的“古今撞脸”照片,网友们在“大饱眼福”的同时,也感叹“华夏文明还是太全面了!”

与此同时,洛阳文旅部门也与网友积极互动,大力推介各个博物馆中的“老祖宗严选”。活泼有趣的互动引发不少网友点赞:“好好好!就是要这样多多宣传。”

## ■“显眼包”文物频现,折射古今共鸣

今年以来,文物变身“显眼包”引发网络围观,意外成为博物馆流量密码的案例在洛阳频现。

本月初,汉魏洛阳故城遗址博物馆启动试运行,其间,展厅一件西晋时期的陶鬲斗,因支架顶部的虎形小兽酷似现代招财猫而受到关注,被网友赋予“招财鼻祖”的昵称,吸引大量游客专程探访。

几个月前,洛阳博物馆那对17厘米高的北魏“彩绘陶牵手女俑”同样引发了网友围观。她们梳着双髻,点着朱砂,双手相牵并肩而立,被年轻网友亲切地称为“千年前的闺蜜”。

一时间,博物馆内汉服爱好者云集,争相模仿陶俑姿态合影留念,“与两千年前的姐妹淘相遇”成为社交平台热门话题。博物馆也迅速响应,调整展陈将其移至独立展位,优化参观动线;文创企业则嗅到商机,推出“陶俑同款妆造”服务,复刻其发髻与花钿妆容。

不难发现,这些文物的意外走红,核心在于其造型、神态或图案与现代流行元素、审美趣味产生了奇妙的“共鸣点”。一件件静默千年的藏品,因这份跨越时空的审美连接,瞬间成为吸引年轻群体的“顶流”。

“这种现象深刻反映了文化传播方式的变革和年轻一代文化消费需求的升级。”洛阳市文物局博物馆科科长阎桦说。近两年春节、国庆、五一等假期,洛阳文博场所的年轻游客占比已突破七成。他们不再满足于传统的单向知

识接收,更渴望主动探索、深度互动和社交分享。

## ■数字赋能“破圈”,拥抱流量更需坚守根本

文物意外走红,也离不开博物馆主动拥抱时代、寻求“破壁”的积极尝试。面对观众年轻化的显著趋势,数字化转型成为关键突破口。

自今年“5·18国际博物馆日”起,洛阳博物馆在支付宝生活频道推出了“洛博夜游记”系列直播节目。其间,在“教你20分钟化成唐朝网红”的直播活动中,服饰史学专家与化妆师联手复原唐代妆容,累计吸引超50万网友在线观看,网友调侃:“只讲历史文化可能瞌睡,但要说博物馆教化妆,那我可不困了。”

在隋唐大运河文化博物馆、二里头夏都遗址博物馆等场馆,游客可以轻松触摸数字展柜屏幕,与千年文物现场互动;沉浸式光影展、AR导览等技术的应用,让文物故事讲述得更生动、更可感,大大提升了游客的参与度。

眼下,博物馆拥抱互联网已成共识。然而,如何在吸引眼球与坚守专业之间找到平衡点,成为文博界必须面对的课题。

对此,汉魏洛阳故城遗址博物馆馆长慕鹏表示:“博物馆可以拥有‘网红’气质,但绝不能丢弃专业属性。我们拥抱流量,更要善于引导和驾驭流量,使其真正服务于文化传播的核心使命。”

慕鹏认为,文博创新的根基必须深植于扎实的历史文化研究。创意表达、娱乐化传播都要以文物最核心的文化和艺术价值为根基,再巧妙地融入现代元素和表达方式。文物的每一次成功“出圈”,最终都应引导观众回归对文物本体价值的关注和对其历史文化的深度理解。

“年轻观众要的不是知识,更是‘情绪价值’与情感连接。”隋唐大运河文化博物馆副馆长曹琥表示,这股由“显眼包”文物点燃的文博热,其背后是国人尤其是年轻一代日益增长的文化自信。(来源:洛报融媒·洛阳网)



## @微语录

**@人民日报:**真正困住一个人的,并非外界的难题,往往是自己脑海中的思维定势。一件大事,或许很难一下子解决,但拆解成一件件可以完成的小事,也许就容易得多。

想要完成一场马拉松,不必一上来就盯着终点,可以先从每天跑步10分钟开始;想要学习专业知识,别被书本的厚度吓退,一天弄懂一个知识点也是胜利。

我们总是习惯性地看向远处目标,却忘了再远的路,只要方向明确,一步步走总能抵达。学会“转念”,把任务分解,专注当下,学会把大事“转”为小事,把难事“转”为易事,人生就会越来越顺。

**@本心:**爱情也好,婚姻也罢,都只是帮我们发现最对的自己,你有怎样的认知,就有怎样的爱情。

**@基因医学:**基因上好子弹,环境和扳机。

**@周梵:**一个人真正的改变,就是从承认自己的无力,愿意寻求帮助开始的。

(来源:本报综合)

## @微趣图



拾金者。(来源:卢军)

## @微笑话

**@岳秋童:**儿子指着胳膊上的小红点说:“妈妈,幼儿园有蚊子,你看,咬了我好几个包。”

妈妈拿来花露水,一边帮他涂一边说:“花露水可以解痒,还会发出特别的味道,蚊子闻了害怕,就不会咬你了。”

儿子听完,皱着眉头问:“妈妈,我还是很担心,万一它们捏着鼻子来咬我怎么办?”

**@肖承森:**老师:“你为什么上课不好好听讲,非要淘气呢?”

学生:“这节课听着没意思。”

老师:“你已经是小学生了,难道还不知道‘少壮不努力,老大徒伤悲’的含义吗?”

学生:“这句话的含义我懂,可是我是家里的老二啊!”

(来源:学习强国)

# 宁波—18米电扇街头热吹,网友评论——古有望梅止渴,今有望扇止暑

“救命!宁波热到发疯了?”“谢谢宁波,下次开个空调吧!”“隔着屏幕都感到凉意了!”近日,一段宁波鼓楼前大屏“挂”出巨型摆头电风扇,对着街头市民“摇头猛吹”的视频在社交平台刷屏。

在网友们拍摄分享的视频中可以看到,原本展示广告和城市风貌的大屏上,赫然出现一台夸张的摆头电风扇,风扇扇面几乎撑满整个屏幕,风叶猛转,还会左右规律摆动,仿佛真的正在将凉风送往街头。

路过的市民纷纷驻足,好奇地对大屏拍照,配合感受这一丝“凉意”。

记者了解到,把电风扇搬上大屏这一创意并非偶然。

大屏运营方宁波市升阳泰文化传媒有限公司相关负责人透露,近期宁波进入夏季,不少户外工作者顶着烈日坚守岗位,也有不少游客前往鼓楼游玩,大家都能感受到夏日的热力逼人。

“我们一直琢磨,这块大屏除了宣传外,能不能为市民和游客做点什么?”一次

偶然的创意玩法,灵感瞬间被点燃,“大屏又正好处在路口拐角,不如我们也在大屏上‘造风’,给大家带来一丝清凉的欢乐。”就这样,摆头电风扇的创意应运而生。

其实,这个大屏在六月毕业季已经凭借一组宁波地名谐音毕业祝福走红网络,“祝你们工资‘象山’一样高”“祝你们永远‘奉化’正茂”……这样的文案既展现了城市文化,让人直呼有梗,也吸引了众多网友前来打卡。

运营方表示,他们希望用这种充满网感的“整活”,邀请更多人走进宁波,感受这座城市的古今交融与鲜活魅力,“宁波不仅有鼓楼、天一阁、老外滩等承载历史底蕴的风景,也有年轻、活力、充满创意的一面。”

大屏和大电扇的这次联动吹散了街头热意,却热上了网络,不仅为运营方带来了流量,收到了类似“看到升阳泰我就觉得是热风”之类让人捧腹的评价,也让宁波获得了关注,网友评论说“一个正经



城市怎么能这么抽象,在开风扇和开空调之间选择了开大屏”“古有望梅止渴,今有望扇止暑”,宁波让人凉快又上头”。

记者发现近期山东潍坊、陕西西安、广东汕头、江苏无锡等多地都有户外大屏上线了电子版巨型风扇。

(来源:钱江晚报)

