

# “打开”故宫的新方式

事实证明，有“四爷”的地方，就有粉丝，以雍正为主角的微信，都轻松突破 10 万+。如何把粉丝转化成购买力，却是新课题。

□ 撰稿 | 小芭

“十一”黄金周，看景变成了“看人”？《石渠宝笈》特展，客流爆满，排队 6 小时？故宫博物院官方微信“故宫淘宝”告诉你：打开故宫的方式有很多种，宅在家里也会有惊喜收获。

## 被“玩坏”的雍正帝

在国际博物馆馆长高峰论坛上，故宫博物院院长单霁翔曾表示，博物馆应该思考自身如何能和公众生活有更大的联系，让更多人愿意走进博物馆。但如今走进博物馆有很多种方式——博物馆的网站、文创产品、APP、微信等都可以是虚拟现实的博物馆空间。

故宫博物院是国内第一个把“互联网+”做得如此让人喜闻乐见的官方博物馆。虽说近日大红大紫的《石渠宝笈》特展的背后大 boss 是乾隆帝，不过故宫官微“故宫淘宝”一直坚持不懈调侃的却是他的父皇雍正帝。“故宫淘宝”第一次进入公众视线，被广为转发、奔走相告的帖子就是以雍正帝的“行乐图”为主题的。

还记得那张举着剪刀手对你眨着小眼睛的雍正图吗？是的，“故宫淘宝”推出的是 gif 动态版的萌萌哒的“行乐图”。雍正本就是 cosplay 先驱，他在“行乐图”里面扮隐士、扮诗人、扮喇嘛，甚至还穿着洋装戴上巴洛克假发，这组图本身就已让人兴趣盎然。“故宫淘宝”显然不满足于此，他们让这些动起来。你要穿着汉服扮隐士弹琴，他给你做上弹琴动作还奉送摇头晃脑，下面的批注是：“我们做朋友吧。”“抱歉，联想孤单一些。”你要穿上蒙古装束射大雕，他给你一个动态射箭，外带天上飞过的……额，那是孔雀吗；你要扮蓑笠翁“独钓寒江雪”，他给你一出 10 秒钟后的鱼儿上钩；你要穿洋装打虎，他把老虎动态化，伸出爪子挥舞……于是，这个清朝历史上最严苛的皇帝，就这样被“萌化”了。

由于此条微信《雍正：感觉自己萌萌哒》太过火热，“故宫淘宝”从此走上编排清帝及嫔妃们的不归路，其中又数因穿越小说而闻名天下的“四爷”首当其冲。当然咯，他老爹康熙、他儿子乾隆、他老婆钮祜禄氏也时不时出镜一下。事实证明，有“四爷”的地方，就有粉丝，以雍正为主角的微信，都轻松突破 10 万+。如何把粉丝转化成购买力，却是新课题。

今年 6 月的时候，“故宫淘宝”发了一条“四爷”和年羹尧“相爱相杀”的微信，也非常火爆。“四爷”一如既往的霸道总裁路线，年羹尧也是年少勇猛外加权倾朝野，然后一幕幕都是皇上对臣子的深情宠爱，一对强强 cp 塑造完成。当然最终结果大伙都知道，“一切都是谎言”，君要臣死臣不得不死。这时的“故宫淘宝”已不像去年发布“萌萌哒雍正”时那样单纯吸引眼球，他们也想试试粉丝经济，看看阅读数能否转化为真金白银，所以帖子最后隆重推出的是印有雍正批写奏折原文的折扇。比如“朕亦甚想你”、“朕生平不负人”等等，看着还挺高大上。

或许是效果不错，国庆前夕，“故宫淘宝”又推出一条微信《都是倔强的男子》，据说粉丝追捧，阅读量超过 60 万。说的是啥呢？关于父子两个对待眼镜的故事。文风照例幽默吐槽式，不过里面却还有不少考证掌故，比如雍正喜欢眼镜到了“按十二时辰做近视眼镜十二副，再哪个时辰看得多的，重做六副”这样偏执的程度，水晶、玻璃、茶晶、墨晶……等等各种材料都做成了眼镜，谁让人家是皇帝呢，然而并没有用。大概是这种偏执惹得儿子乾隆完全与他背道而驰，不戴，就是不戴！早年眼睛好也就算了，晚年老花了他还是坚持不戴眼镜，他还作诗明志：“借物为明非善策，蝇头弗见究何妨。”我是老大我怕谁，皇帝就是任性啊！让所有粉丝以为“故宫淘宝”这是要推销他们家的衍生产品眼镜了，谁知并不是，而是皇帝狩猎便签夹盆栽——说着都拗口。

据说现在“营销文”就爱走牛头不对马嘴的路子，最后那一笔叫峰回路转意外之喜不按常理出牌。总之，“故宫淘宝”又潮了一把。