

创下三项世界纪录 带动城市综合消费超350亿元 上博古埃及文明大展落幕



游客正在参观上博埃及展。

持续13个月、横跨两个炽热夏天的上海博物馆“金字塔之巅：古埃及文明大展”于昨日落幕。这场堪称“史诗级”的文化盛宴，以逾277万人次观众、逾7.6亿元展览总收入、逾300亿次全网曝光量，创下全球博物馆单个收费特展参观人数、总营收和传播总量的世界纪录，更以带动城市综合消费超过350亿元的溢出效应，为文旅商体展深度融合发展树立了新标杆。

青年报记者 郦亮

据上海博物馆昨日公布的数据，展览累计接待观众总数2777966人次，一举刷新全球博物馆单个收费特展参观人数的纪录。其中，近七成观众来自外省市，外埠观众中逾七成成为本次特展专程来沪。展览总营收超7.6亿元，其中门票收入超3.2亿元，文创活动及周边衍生产品收入超4.4亿元。展览共推出1200余款文创产品，销售总量超300万件，开展文创活动近500场，覆盖观众近30万人次。专业机构统计分析报告显示，埃及展拉动城市消费比例达1:48，带动城市综合消费超过350亿元，成为“一个展激活一座城”的生动写照。另因受展览持续火爆的带动，埃及旅游和文物部表示，埃及入境游中国游客数量同比增长65%。

文明因多样而交流，因交流而互鉴，因互鉴而发展。此次展览旨在打造见证中埃两国关系跨越式发展黄金时代的重要文化交流项目。展览超过95%的文物是首次来到亚洲，2020年全球十大考古发现之一——萨卡拉遗址的考古成果更是全球首次被大规模集中展示。展览以中国学者的研究成果为基础，通过通史与专题结合的方式展开独立叙事，为埃及学注入中国声音，并巧妙融入中国文物进行“文明对话”，展开中外文明互鉴的生动实践，让展览成为中外交流、增信释疑的文明使者，实现了真正意义上的“文明互鉴”。

展览最后一周，上海博物馆举办“168小时嘉年华”系列活动，邀请观众共度“博物馆不眠夜”，将展览热度推向顶峰。活动期间，除了展厅全天候开放，

上博还精心策划推出《金字塔在中国：古埃及文明大展炼成记》新书首发和分享会，该书已成为今年上海书展的“销冠”。

在展览闭幕之际，上海博物馆宣布将与埃及最高文物委员会联合开展埃及最早都城孟菲斯地区塞赫迈特神庙的考古发掘与研究项目。这一合作标志着中国考古队首次深度参与埃及最古老核心遗址的考古工作，是继“金字塔之巅”大展之后，中埃两国在文化遗产领域的又一里程碑式合作。

早在展览筹备期间，上海博物馆就已开始规划后续的合作考古事宜。2024年9月，上博派遣团队赴埃及考察，在短期内调查了十余个遗址点，最终与埃及最高文物委员会协商确定了孟菲斯核心区域的塞赫迈特神庙。近期，上博已获得埃及相关部门的审批，成为首个在该区域获得发掘许可的中国考古团队。本次联合考古项目将由上海博物馆副馆长陈杰担任领队，团队成员来自上海博物馆、北京大学等多个学术机构，计划于今年10月启程，首个发掘季预计持续约2个月。

孟菲斯是埃及历史上第一个首都。数千年来，孟菲斯古城深埋农田之下，发掘难度极大，近几十年才启动，是埃及考古工作的重中之重。塞赫迈特神庙的发掘，有助于揭示城市主神庙区的全貌。孟菲斯地区的考古调查和发掘，将追溯古埃及文明第一个大一统时代的形成和发展。上海博物馆将与埃及国家考古队长期合作，将发掘、展览、博物馆共建结合起来，开启一种崭新的合作模式。



猫咪雕像吸引了不少青年驻足合照。

本版摄影 青年报记者 常鑫(除署名外)



凌晨1点 在讲解员的带领下，孩子们聚精会神地盯着展品，父母也一同戴上耳机聆听解说。



凌晨2点 观众站在展柜前凝视文物。深夜的安静氛围，让他们能更细致地观察其中的色彩与纹理。



凌晨3点半 展厅人流迎来低谷，一名观众独自举起手机拍照。

青年报见习记者 王馨怡 摄