

豫博新春献礼 中国故事响彻全球

徐蕾 杨铁然 李靓雯

2025 年新春,河南博物院开展多样活动,与各方携手合作,推动传统文化与现代社会深度融合,助推中华文化“出海”,讲好中国故事,秀出中国风采,共同将中国文化推向世界舞台的中央。

豫博文创点亮非遗新春

“汉风古韵扬四海,华夏新声动五洲。”在申遗成功后的首个春节,一场名为“新春有礼·一起过节”的中国文创新春海外推广活动在全球多地热烈展开。活动于 2025 年 1 月中旬启动,持续至元宵节,海外传播覆盖美国华盛顿、阿联酋迪拜、肯尼亚内罗毕、西班牙格拉纳达、沙特阿拉伯利雅得等 113 个国家和地区。

在本次活动中,河南博物院精心筹备,依托其深厚的文化底蕴,借助“华服来潮”系列的多款马面裙,向世界讲述新时代中国故事。河南博物院“华服来潮”系列马面裙巧妙融合了现代新中式风格与古代服饰、文物等多种元素,不仅展示了多种中国文物的独特纹饰与审美品位,更将东方美学千年的沉淀以现代方式呈现给全球观众。

其中,步步生莲新中式马面裙,从莲鹤方壶中汲取灵感,融合传统与现代花纹,运用纺织金工艺在裙摆织暗纹,呈现仙鹤立莲瓣间的纹样,寓意吉祥如意、步步生福;芦花雁影马面裙,以清代边寿民《芦雁通屏展》为灵感,选用卷银纱面料,借助传统印刷技艺精准还原画中芦花雁影,寓意着岁月静好、平安顺遂;四神纳吉马面裙,取材西汉《四神云气图》,运用仿妆花工艺,结合特制印染技术,展现青龙、白虎、朱雀、玄武四神与云气交织的神秘纹样,寓意四方守护、福泽绵长。这三款马面裙,以其独特的设计与文化内涵,让世界各地的人们通过文创产品深刻感受到中国古代文化的博大精深与独特魅力。

文明因多样而交流,因交流而互鉴,因互鉴而发展。中华民族自古秉持“开放包容、兼收并蓄”的态度,在全球化的今天,不同文化之间的交流互鉴愈发活跃。在阿联酋迪拜,专业模特试穿中国传统服饰马面裙,向观众展示东方服饰之美。在美国华盛顿,主持人在镜头前惊喜地观览着这些匠心独运的文创产品,和家人共享这份来自东方的心意。在肯尼亚内罗毕的阳光下,主持人在直播中将这份来自东方的惊喜传递给万千网友,直播间内欢声笑语,外国朋友在体验过程中惊叹:“中国文化太深邃了,每个细节都有故事!”他们用汉语祝福道:“蛇年大吉,新春快乐”。这些承载着深厚中国文化底蕴和东方美学韵味的展品飘洋过海,为全球友人送去浓浓的中国年味儿。

华夏古乐奏响东方旋律

2 月 6 日,中国常驻联合国教科文组织代表团与河南卫视共同举办了《我们的春节》晚会。这是自 2024 年 12 月春节特试穿中国传统服饰马面裙,向观众展示东方服饰之美。在美国华盛顿,主持人在镜头前惊喜地观览着这些匠心独运的文创产品,和家人共享这份来自东方的心意。在肯尼亚内罗毕的阳光下,主持人在直播中将这份来自东方的惊喜传递给万千网友,直播间内欢声笑语,外国朋友在体验过程中惊叹:“中国文化太深邃了,每个细节都有故事!”他们用汉语祝福道:“蛇年大吉,新春快乐”。这些承载着深厚中国文化底蕴和东方美学韵味的展品飘洋过海,为全球友人送去浓浓的中国年味儿。



华夏古乐团在联合国教科文组织总部演出

祝活动,成为春节文化走向世界的又一重要里程碑。来自世界各地 70 多个国家驻联合国教科文组织的大使、国际友人以及 600 余名观众,共同参加了这场融合传统文化与现代创意的视听盛宴。

河南博物院华夏古乐团应邀在此次活动中演出,将中国历史好声音奏响在世界大舞台上。华夏古乐团于 2000 年成立,在 24 年的时间里,携千年古乐走遍了美国、意大利、澳大利亚、土耳其、卢森堡、韩国、日本、新加坡、中国香港、中国澳门等 20 多个国家与地区,此次法国之行,也将成为乐团对外交流的又一重要事件。

法国巴黎当地时间晚 7 时,“中华第一笛”贾湖骨笛(复制品)在联合国教科文组织总部 1 号大厅悠扬响起……信阳楚墓出土的 2500 年前的复原音乐文物漆绘锦瑟,以及中国传统乐器琴、琵琶、竹笛、中国大鼓等演奏的《春节序曲》,揭开了晚会的序幕。

河南博物院华夏古乐团特意为此次活动重新编创了《春节序曲》:用 8000 年的贾湖骨笛作为引子,象征着中华文明的源远流长,为贴合己巳蛇年的文化特点,在乐曲中间加入了传统器乐合奏《金蛇狂舞》的变奏,三段式结构层层推进,让中国春节的独特魅力与热闹氛围感染现场的每一位观众。这次晚会上,华夏古乐团首次与驻法青年古筝演奏家彭静旋合作;与青年演奏家刘雯雯合作带来的《百鸟朝凤》,以热情欢快的旋律与百鸟和鸣之声,表现了春节生机勃勃的景象。

华夏古乐团还在著名的巴黎圣母院广场进行了音乐快闪活动。精致的古装复原妆造、热闹非凡的《春节序曲》让巴黎民众近距离感受到中华文明的丰富与多姿。与著名歌唱家雷佳一起唱响最能代表中国神韵的歌曲《茉莉花》,展现了中华文明清新与优雅审美意境。

河南博物院在活动中取得的成绩得到了广泛认可。中国文创新春海外推广活动的成功举办,不仅让海外观众感受到了中国传统文化的魅力,也为中华文化的传播提供了新的思路和方法。

在新时代,河南博物院将继续探索更多创新路径,发展文博行业的新质生产力,开发更具互动性和沉浸感的文创产品,紧跟时代步伐,持续加大在文化创新和传播方面的投入,为中国文化的海外传播贡献更多力量。

综 合

1 月 22 日至 2 月 12 日,由江苏省文化和旅游厅主办的“数见苏韵·家门口看大展”环省行活动(第六站)在常州博物馆成功举办。这场历时 20 天、横跨春节的文化盛宴,以“优质文化资源直达基层”为主题,通过“省市联动+科技赋能”模式,打造出“文化传播有深度、观展体验有温度”的展览新范式。展览设置“见物、见展、见证、见面”四大板块,将顶级文物资源、前沿科技与创意设计相结合,成功构建了“展、学、游、购”一体化的文旅新场景,实现了历史文化遗产与当代生活的创新对话。

本次展览共接待观众超 23.8 万人次,日均超 1.2 万人次,单日峰值达 20098 人次,创下常州博物馆临时展览客流新纪录,成为江苏文旅融合高质量发展的鲜活样本。

多维传播,掀起全民文化热潮

常州博物馆构建起“线上+线下”的立体传播矩阵,以创新策略助力展览出圈。线上,提前推出精美预热海报与吸睛短视频,点燃观众期待。开展后,深度报道持续跟进,深挖文物背后的故事内涵,同时,积极引导互动话题,鼓励观众分享观展感受,让讨论热度持续攀升。展览期间,与新华社、学习强国等权威媒体深度联动;开展首日,新华云直播吸引 38.7 万人次观看;新华社专题报道《跟着“国宝”文物走基层》点击量达 50.4 万次;学习强国常州平台也发布了《文旅迎春 | 常州博物馆:家门口看大展 品春节“文化味”》视频,将展览亮点和观展热潮生动地呈现给观众。线下,在常州第一高楼现代传媒大厦、市中心邮电大楼以及博物馆外墙面,大幅海报强势亮相,以展览特色文物为核心,融合传统文化元素,用精美的画面、醒目的文字吸引路人视线,不仅提升了展览影响力,也成为城市中一道独特的文化景观。

常州博物馆充分发挥新媒体矩阵优势,通过官方抖音、视频号等平台发布 23 条展览相关视频,累计播放量 113.34 万次;微信、微博推送 59 条图文信息,总阅读量 52.18 万次。值得注意的是,观众在社交平台上的自发分享成为展览“破圈”的关键。在微博、小红书等平台上,“家门口看大展”“常州博物馆”等相关话题阅读量持续攀升,热度不减。从详尽的观展攻略、深度的文物解读,到热门的文创产品推荐,网友们展开了全方位、多维度的互动讨论。这种“官方引导+观众自发”的双向传播模

式,不仅显著提升了展览的知名度,更成功推动传统文化以年轻化、时尚化的姿态走进大众视野。

“国宝”云聚,尽显江苏文脉底蕴

此次展览汇聚了南京博物院、扬州中国大运河博物馆、苏州博物馆及常州博物馆的 20 余件重量级文物,堪称江苏文博界的“顶流盛宴”。南京博物院的“芙蓉石螭螭耳盖炉”精美绝伦,不少人专程前来只为一睹它的真容,成为当之无愧的“人气之王”;南京博物院镇馆之宝“错银铜牛灯”以其 2000 年前的环保设计理念惊艳全场,展现了汉代工匠的非凡智慧;苏州博物馆的“饕餮纹玉杯”则以细腻的雕工,成为明代玉雕技艺的巅峰象征;而扬州中国大运河博物馆的“掐丝珐琅盛金太平有象熏炉”,以其繁复的珐琅彩绘与吉祥如意,成为观众争相打卡的焦点。此外,常州博物馆作为东道主,特别遴选了 5 件馆藏珍品,包括良渚文化十二节人面纹玉琮、北宋越窑青瓷镂空香熏等,彰显了常州作为江南文化重镇的历史底蕴。

展览通过各地的国宝级文物,共同绘制了一幅江苏文脉的壮丽画卷。这些文物不仅代表了各自时代的艺术成就和文化特色,更展现了江苏悠久的历史文脉和深厚的文化底蕴。观众在观展时,不仅能够领略到古代文明的独特魅力,也能够深刻感受到中华文化的博大精深和源远流长。

科技赋能,打造无边界博物馆新体验

展览突破传统展陈模式,以“数字展+珍贵文物+文创艺术”的融合形式,构建了一座“无边界博物馆”。通过裸眼 3D、AR 增强现实、VR 虚拟漫游、AI 数字人互动等前沿技术,打造沉浸式观展体验。观众可通过 AR 技术将静态文物转化为动态场景,如“错银铜牛灯”的烟雾净化功能以动画形式直观呈现,亦可通过虚拟互动魔墙自由探索文物细节,实现“零距离”鉴赏。展览使用 VR 技术创新性地将三家博物馆的历年特展数字化,并浓缩于常州博物馆空间内,形成“一展看遍江苏”的独特效果。这种虚实结合的策展方式,不仅突破了地域限制,更让观众感受到科技与人文碰撞的无限可能。

寓教于乐,开启文化传承新课堂

展览期间,常州博物馆共开展 585 场公益讲解,服务观众 2.5 万人次。生动有趣的讲解,不仅引导观众深入了解展



观众参观“数见苏韵·家门口看大展”

览内容,还让历史文化知识变得更加鲜活易懂。

此外,为进一步深化展览的教育功能,特别策划的“遇见苏韵”系列教育活动聚焦青少年教育需求,通过“汉光熠熠——古代照明”“黑·科技”“运河舟楫通南北”“走进《姑苏繁华图》”等 37 项特色教育项目,以沉浸式学习体验吸引 600 余人次深度参与。这些活动涵盖了历史、文化、艺术等多个领域,通过展教融合的模式,有效实现文化传播与教育实践的双向促进,形成展览资源与教育活动的良性互动机制。

文创破圈,文化消费持续升温

四大博物馆联袂推出的文创产品,以“潮流化、实用化”为设计理念,将文物元素融入日常用品,引发消费热潮。南京博物院的“小粉炉”系列冰箱贴、摆件、手编挂件,凭借萌趣造型迅速售罄,成为社交平台上的爆款单品;扬州中国大运河博物馆的“运河茶礼套装”以运河为包装灵感,茶香中氤氲着水韵江苏的千年文脉;苏州博物馆的“吴王夫差毛毡剑”胖嘟嘟、圆滚滚,深受年轻人喜爱,常州博物馆配合新春推出的以馆藏文物为原型的“乐绒绒”系列毛绒玩偶和被游客们戏称为“小绿炉”的越窑刻花卷草纹镂空香薰冰箱贴等引爆市场,成为名副其实的“断货王”。这些兼具审美与实用价值的文创,不仅让观众实现“把博物馆带回家”的愿望,更以创新设计激活了传统文化的当代生命力。

江苏,依水而生,因文而兴,这片沃土孕育了丰厚的历史底蕴与璀璨的文化瑰宝。此次“数见苏韵”展览,不仅是一场文物与科技的跨界盛宴,更是文旅融合的一次深度探索与创新实践,在这里,古老的文化遗产正借助现代科技的力量焕发新生。未来,常州博物馆将继续以创新为桨,以文化为舟,在历史的浩渺长河中扬帆远航,书写苏韵流芳的新篇章。

『数见苏韵』环省行常州站：文物演绎焕新彩 文旅融合谱新篇

姚律 陈雨萱

从“物理聚合”到“化学聚变”

——“总分馆”机制创新激活城市博物馆新生态

南京市博物总馆



2014 年,汇聚了南京市博物馆、太平天国历史博物馆、六朝博物馆等 7 家市属博物馆整合组建的南京市博物总馆正式挂牌成立,创新运行南京博物馆“总分馆”机制。2015 年,国家文物局将“总分馆”机制写入全面提升博物馆陈列展览质量的指导意见。通过 10 年多的运营实践,围绕党的二十届三中全会提出的“分类推进文化事业单位深化内部改革”要求,持续探索机制创新,在单一法人制框架下构建“平台总馆、实体分馆、生态共生”的城市博物馆治理体系,实现城市博物馆特色化、差异化发展。“十四五”以来,总馆在内部良性运行上寻规律,在文化体验供给上重表达,在行业角逐竞争中展亮点,在助推城市能级上谋地位,以人文经济交融发展的生动实践助推南京“博物馆之城”建设。2024 年,全市博物馆接待客流量达 4300 万人次,总馆直属场馆客流量超 430 万人次,以量变求质变,书写自身高质量发展答卷。“总分馆”机制的溢出效应显著,为突破行业制约提供了新选项,以治理体系创新持续释放博物馆活力,有望成为“城市文化创新”的新引擎。

机制创新增强“内驱力”,总分一体协同发展

聚焦政策突破激发活力。在充分领会江苏省委宣传部等六部门联合印发《推动省直博物馆高水平开放高质量发展若干政策措施》文件精神的基础上,南京出台《关于市属公益一类博物馆优化服务激发活力若干政策措施》,通过延长开放时间、丰富服务供给、推动文创产品开发等措施,形成优质博物馆资源直达基层机制;优化收支管理模式,将文化创意

产品取得的净收益纳入财政专户管理,确保专款专用,按不超过净收益 30% 的标准增长单位绩效工资总量,并将激励范围拓展至编外优秀讲解员。做到靶向破解行业痛点精准施策、激发活力。

聚焦绩效管理完善内部分配。构建适配城市博物馆特征的组织绩效管理体系,用好好评指挥棒,整合不同类型的博物馆协同发展。一是设计博物馆观众满意度、人力资源效能等共性指标,结合各家博物馆的不同特征,突出差异化指标导向。二是兑现激励政策优化内部二次分配。拉开不同等次博物馆的奖励绩效工资额度,对在文化创意产品开发、展览策划、延迟开放等方面作出重要贡献的人员,实行倾斜奖励。2024 年度“组织绩效管理体系设计与实施”入选财政部管理会计优秀案例。

聚焦人才建设调动干事热情。总馆在管理幅度扩大、人员编制不增加的背景下,从调结构、建梯队、重实绩三维合力,推进人才队伍提质增效。一是构建“专家—博物馆—社会”共生生态,深化“专家治馆”机制。与南京大学、南京师范大学等高校签订“双聘协议”,聘任邵波、胡阿祥分别担任江宁织造博物馆、六朝博物馆馆长,兼“南京六朝文化研究中心”“南京明清文化研究中心”主任,在学术研究、展览教育、品牌塑造等方面带来新视角、新创意、新理念。二是健全“总分馆”干部轮岗交流长效机制。综合运用跨场馆、跨部门、重大任务期间弹性轮岗等多种形式,打造管理人才队伍与专业人才队伍并重的综合性博物馆人才队伍。三是推进专业技术岗位聘用制度改革,出台《南京市博物总馆专业技术人员绩效量化管理制度》,将业绩量化结果运用到事业单位工作人员考核、专业技术岗位晋升、薪酬管理工作中,提升绩效管理的精准度,充分调动工作人员的积极性。2020 年 7 月,地处南京长江路的 3 家博物馆率先推出延时开放服务,积极融入南京夜生活。2023 年暑假期间,六朝博物馆率先转变服务理念,在“希腊时代彩陶及普利亚艺术文化特展”期间,取消周一闭馆。《光明日报》发表评论文章,“南京六朝博物馆愿意周一开馆迎客,带了一个好头,也希望更多博物馆能跟进”。

资源整合提高“运营力”,社会一体共享发展

“组织优化”强化特色发展。深化“去中心化”的组织创新,总馆作为“中枢纽”不设实体馆,由 6 个职能部门组成,承担“战略规划、标准制定、资源统筹、平台搭建”角色;分馆作为“节点层”,直属分馆由 7 家市属博物馆组成,管理运营 8 处全国重点文物保护单位,其中 2 处处于“明孝陵”世界文化遗产点。“去中心化”的总分馆模式既保持“整体战略”的合力,又激发“千馆千面”的活力。截止 2024 年底,总馆藏品种总数 95161 件/套,其中珍贵文物 47327 件/套。搭建“藏品信息融合平台”打破各博物馆间文物藏品流动壁垒,构建总分馆展览体系,做到文物管理权与展示权分开,在“小而美”“小而专”“小而活”方面深耕细作。“再造胜利之舟——渡江胜利纪念馆基本陈列改造提升项目”入选全国革命文物保护利用十佳案例,“世界非物质文化遗产南京云锦艺术展”“江之永矣——江南地域早期文明特展”等入选“弘扬中华优秀传统文化、培育社会主义核心价值观”主题展览推介项目。

“三权分置”引进市场化经营,打造内外双循环的文博资源平台,以“一馆一策”的方式开展国有博物馆资产所有权、藏品归属权、开放运营权改革试点。一是建立协议分馆。向大报恩寺遗址博物馆、牛首山金陵佛教博物馆等分馆出借七宝阿育王塔、顶骨舍利、汤山葫芦产出土化石等文物藏品 200 余件/套,通过核心文物资源共享、联合策展和社教赋能,实现文化资源与旅游景区的深度融合。2023 年大报恩寺遗址博物馆晋升国家一级博物馆,2024 年协议分馆接待观众突破 700 万人次,创历史新高。二是开展文创艺等经营项目改革试点。与市文投集团合作推出“金陵·王府往事”互动戏曲园林实景演出,与市旅游集团合作推出博物馆奇妙夜——《甘宅雅韵》夜游项目,将博物馆夜游演艺项目的管理权与经营权分开,打造“夜之金陵”博物馆夜游系列产品。

“馆校合作”促进文教资源双向转化。2024 年总馆作为起草单位形成《南京市关于进一步利用博物馆资源做好中小学教育实施方案》,发挥博物馆作为学校教育“第二课堂”的重要作用,总馆与 20 多家中小学结对开展活动,送流动展览进校园,运用教育系统

线上平台,形成教育传播矩阵。六朝博物馆进入人教版七年级上册历史课本,“非遗周周学”“六朝青”博物馆课堂进社区(校园)志愿服务等 14 个社教项目入选国家级优秀案例,“梅园风范万青·致敬楷模勇作为”主题虚拟仿真实践教学、“书画经典中的党史”“南京城里的红色故事”等入选全国“大思政课”优质资源精品项目。

城馆共生提升“外拓力”,文旅一体融合发展

龙头效应牵引集群聚合。强化总馆的引领作用,通过以大带小、以老带新的方式,建设长江路、老城南、钟山博物馆三大博物馆集群聚落,合力塑造南京特色文化品牌,通过主题市集、研学等系列活动,促进聚落内博物馆资源流动、信息互通、品牌共享。2021 年,南京长江路入选文化和旅游部公布的首批国家级夜间文化和旅游消费集聚区。

创新打造文博宣传矩阵。整合城市博物馆宣传资源,创新宣传推介模式,打造信息发布、线上展览、宣传推介等功能为核心的“博物南京”传播矩阵平台。平台运行不到一年时间,粉丝量增长 40 万,宣发国家级、省级新闻报道 773 条,链接“区街议事厅”“开学第一课”等媒体节目,全面提升博物馆传播影响力,与城市发展同行。策划的“博物馆里过大年”入围 2023 年度中华文物新媒体传播精品推介项目,“新的融合——南北朝历史文化”“手捧灵蛇庆蛇年——非遗民俗贺新年”等主题展览登上央视。2024 年度总馆在中博热搜榜排名上升至 34 位,进入“百强热门博物馆地市馆”前 10 名。

焕新场景链接人文经济。盘活博物馆存量空间,立足于首批全国博物馆文化创意产品开发试点单位、江苏省非遗示范基地等,文商旅联动创新,推出博物馆新“夜”态,助力城市夜经济。打造“有美于斯”、六朝“见青山”文化休闲空间,开设“图益×博物南京”联名店,为观众提供更多休闲选择。以红楼梦 IP 擦亮“世界文学之都”标识,创新推出红学大讲堂、红楼书场及“大梦·红楼”主题数字沉浸空间三大项目。总馆文创产品年销售额可观,文创产品天猫店铺粉丝数超 10 万人。2023 年六朝博物馆入选首批 100 个“长三角人文经济典型案例”,获评 2023—2024 江苏文旅消费热力观察“热门新场景”。



“六朝青”进校园



“趣”学大历史社教活动



“希腊时代彩陶及普利亚艺术文化特展”开幕式



新的融合——南北朝历史文化特展



“500 娃娃学非遗”活动