



沉浸式微党课



讲解员为少先队员们讲解

解文物之语

承精神之光

——抗美援朝纪念馆提升讲解服务质量的生动实践

史春庆

近年来，在红色旅游热潮下，观众对讲解服务的需求已从“听得见”转向“听得进”“听得深”。纪念馆讲解工作既要满足观众对历史知识的深度需求，又要增强讲解的感染力和互动性；既要兼顾不同年龄、职业群体的接受特点，又要适应数字化时代的信息传播方式。面对“参观热”带来的机遇与挑战，抗美援朝纪念馆以深耕史实厚度筑牢讲解根基，以创新表达形式为核心，积极探索创新路径，努力实现从“数量增长”到“质量提升”的转变，让红色历史在新时代焕发更加鲜活的生命力。

深入研究，定制多元讲解。深入研究抗美援朝历史，通过查阅历史资料、向战史专家请教、拜访老志愿军战士，力求精准把握每一场战役的关键细节，每一位英雄的传奇经历。在扎实的研究成果的基础上，深入洞察不同受众群体的特点与需求，量身定制个性化的讲解内容。针对学生群体，巧妙融入生动有趣的故事和互动环节，充分激发他们的爱国热情；针对党员干部，则以“决策智慧”“信仰力量”为主线，结合战役地图沙盘推演，深化党性教育；面对老年群体，则着重唤起他们那个时代的深刻记忆，强化情感连接；面对专家群体，则侧重于深入阐述历史背景、战略意义及深远影响等专业知识内容，展现讲解的深度与专业性。截至目前，已打造军人版、专家版、政务接待版、学生版等多样化讲解词；同时根据讲解时长的不同，精心制定40分钟、50分钟、60分钟3种版本讲解词，确保讲解节奏合理，内容丰富且重点突出，为观众带来更加优质、高效的讲解服务体验。

多元学习，全方位充电赋能。强化学习，组织讲解员及时跟进学习党的创新理论，不断提升讲解员的政治站位，确保讲解工作始终沿着正确的政治方向稳步前行。依托馆内品牌讲坛——“英华山讲堂”，邀请馆内外党史、战史专家进行授课，全面提升知识储备与专业素养，让讲解内容更具深度与专业性。严格执行每日早会制度，对讲解员业务细节进行精细化打磨。从普通话发音、语调把控、气息运用，到站姿、走姿等仪仗仪态等，进行系统且细致的训练，力求为观众呈现出良好的职业形象与专业风范。此外，创新采用“老带新”跟随讲解方式，由资深讲解员及时发现并纠正新上岗讲解员讲解中存在的问题，确保讲解内容的思想性和正确性。

深度挖掘，厚植讲解内涵。组建专家团队对馆藏文物、档案、口述史料进行系统性梳理、阐释，构建起“英雄人物”“战役细节”“家国情怀”三维叙事体系，实现从历史重现到精神价值的深度挖掘。以特级英雄黄继光展区为例，讲解内容既呈现其用胸膛堵住敌人枪眼的壮烈场景，更延伸至英雄母亲刘兰芳在长子牺牲后，毅然将小儿子黄继恕送往往前的家国大义，同时聚焦“黄继光连”——这支传承英雄血脉的空降兵劲旅，通过讲述他们在汶川抗震救灾中续写新时代英雄故事，将一面战旗、一封家书背后的精神谱系具象化为跨越时空的信仰接力。这种“文物实证—人物故事—精神传承”的链式叙事，让历史从史实还原升华为精神解码，让观众在英雄血脉的赓续中感知信仰的力量。近年来，不断丰富和拓展讲解词10余万字，让观众透过一件件珍贵文物，真切触摸到历史的温度，深刻感悟伟大抗美援朝精神的磅礴力量。

加强走访交流，汲取红色力量。进一步厚植红色底蕴，提升讲解质效。积极开展走访交流，多渠道汲取红色力量。选派优秀讲解员前往延安革命纪念馆、井冈山革命纪念馆、西柏坡革命纪念馆等红色圣地，深入学习先进的讲解理念与方法，通过与当地讲解员的交流互动，查找自身不足，补齐业务短板，推动业务能力实现新的突破。讲解员们还拜访抗战英雄韩德彩、“当代保尔”朱彦夫、“时代楷模”孙景坤等健在的志愿军老战士600余名。老英雄们饱含深情的回忆和讲述，使讲解员们心灵受到洗礼，深刻领悟抗美援朝精神的伟大与崇高，进一步增强了职业荣誉感与责任感。讲解员将这些宝贵经历融

入讲解中，使讲解更具深度与感染力，举手投足间都传递着对英雄的敬仰与对历史的尊重。

推动馆校联动，构建思政教育新格局。作为教育部首批“大思政课”实践教学基地，抗美援朝纪念馆积极与高校和中小学开展合作。按照“大学讲抗美援朝精神传承、中学讲抗美援朝历史、小学讲抗美援朝故事”的思路，与东北大学、辽宁大学等近20所高校（院）建立合作关系，联合开展课题研究，为广大师生的研学实践提供便利。同时，与当地教育部门建立共建机制，与43所中小学合作开展主题宣讲及特色展览进校园、研学小课堂、红色故事宣讲大赛和为观众作志愿讲解等活动，让抗美援朝历史和抗美援朝精神深入大中小学校园。“烽火文物新生命 红色基因永传承”情景互动课堂项目入选2024年全国文博社教宣传展示活动百项创新案例，“荣光传颂 信念之炬”抗美援朝文物与思政教育融合课堂入选2024年度以革命文物为主题的“大思政课”优质资源建设推介精品项目名单。

构建传播体系，打造宣讲品牌。构建“线上+线下”立体传播矩阵，推出线上3D云参观服务，让观众足不出户便可“云游”纪念馆。利用抗美援朝纪念馆微信公众号、抖音号等线上平台，开拓宣讲渠道。网友在观看老兵采访视频后留言“隔着屏幕也能感受到历史的温度”。深度挖掘抗美援朝历史所蕴含的思想内涵、思政元素和时代价值，用鲜活党课将其中所承载的精神与信仰力量生动地呈现出来。鼓励讲解员积极参与情景互动式党课、微党课的创作与讲演，成功打造《上甘岭——中华民族的精神高地》《丰碑——抗美援朝战场上的纪律模范》等抗美援朝精品红色党课品牌。这些精品课程不仅在馆内大放异彩，还走出纪念馆，走进机关、大学、党校，甚至远赴新疆，线上线下宣讲百余场，不仅丰富了宣教形式，也为红色文化的传承与发展注入了新的活力。

强化考核，激发竞争活力。为激励讲解员在竞争中成长，纪念馆精心构建了一套科学合理、严谨规范的考核体系，对讲解员实施定级考核与动态管理，将考核分值量化，并与绩效工资紧密挂钩，充分调动讲解员的积极性。考核内容涵盖命题讲解、自选讲解及专业知识笔试，同时将日常表现、行为规范、观众满意度测评、参赛获奖情况和新媒体传播效果纳入评价标准，推动讲解服务从“标准化输出”向“精品化呈现”迭代。依据考核结果，将讲解员评定为一级、二级、三级。在浓厚的竞争氛围中，讲解员们相互学习、你追我赶，不断提升讲解技巧、充实知识储备，齐心协力为弘扬伟大抗美援朝精神贡献力量。

以赛促学，实战中淬炼提升。积极为讲解员搭建成长平台，推荐他们参加各类高规格赛事，鼓励在实战比拼中磨砺技艺，实现讲解水平的飞跃式提升。在比赛中，讲解员从激情讲述英雄故事，到深刻剖析精神内涵，再到结合当下时代背景阐述精神传承，每一次宣讲都是对业务能力的检验与提升。近年来，纪念馆选派的讲解员在众多大赛中取得优异成绩，在中共中央宣传部、文化和旅游部主办的第二届、第四届全国红色故事讲解员大赛，中国博物馆协会主办的“庆祝中国共产党成立100周年全国博物馆讲解大赛”等多项赛事中表现突出。优秀讲解员发挥示范引领作用，带动整个团队讲解水平大幅提升，营造了积极向上的学习氛围。近日，抗美援朝纪念馆被全国妇联授予“2024年度”“全国三八红旗集体”荣誉称号。

讲解员把文物背后的故事激活了，让我真切感受到志愿军的精神力量！”“以前觉得历史是课本里的文字，今天听到‘冰雕连’战士的故事，热泪根本止不住。”……观众在抗美援朝纪念馆留言簿上的感言，道出了他们的心声，观众的真挚反馈，成为纪念馆以优质讲解活化红色历史、传承精神血脉的生动注脚。这些来自观众的声音，激励着纪念馆继续以高质量讲解服务为纽带，让抗美援朝精神跨越时空，直抵人心，在新时代绽放更加耀眼的光芒。

作为中国古代持续时间最长的人才选拔制度，科举制度自隋唐至清末绵延1300余年，不仅塑造了“学而优则仕”的文化传统，其公平取士的理念更成为人类政治文明的重要遗产。在秦淮河畔的江南贡院遗址上，一座专题博物馆正以创新方式续写着这段历史的新篇章。

青砖灰瓦铭刻千年文脉

秦淮河的粼粼波光，映照着岸边曾见证无数士子寒窗苦读的明清楼阁。日前，南京中国科举博物馆迎来开馆八周年纪念。农历乙巳蛇年春节，馆内推出“灵蛇献瑞”特展与非遗体验活动。记者探访发现，自地下四层盘旋上升的锥形展厅，以渐进式空间序列还原科举“层层选拔”的艰辛历程。展柜中泛黄的殿试答卷、清代二品锦鸡纹补子，与镌刻两万余名考生名录的碑石，共同勾勒出一部跨越千年的立体科考图景。据《贡院碑刻》记载，这座中国古代最大科举考场鼎盛时期拥有20644间号舍，如今当游客抚触展厅智能屏上的虚拟号舍，光影流转间，历史文献中的青砖墨卷已然重构为可交互的文化记忆。

“这座博物馆本身就是最生动的历史教材。”志愿者王老师指着展厅内交错叠映的玻璃幕墙介绍道。顺着王老师的指引，记者注意到展厅另一侧——一卷泛黄的殿试策论前，几位观众正凝神驻足。来自苏州的中学历史教师李女士俯身贴近展柜玻璃，感叹道：“这些实物比教科书更震撼，特别是看到考生用蝇头小楷写的策论，更能理解‘十年寒窗’的分量。”

春节双展献上文化贺岁礼

步入博物馆负一层，“文脉永续 走向复兴——阿拉善岩画拓片题跋展”采用“考古拓印+当代题跋”的模式，考古团队对代表性岩画进行科学拓印，艺术家则在拓片空白处创作书法与水墨题跋，通过岩刻符号与现代笔触的视觉对话，展现传统文化创造性转化的实践路径。展览同期举办“博物馆差异化发展路径分享会”，参会代表结合该展案例，围绕中小型博物馆特色定位、低成本数字化应用等议题展开交流，并分享了各自在特色塑造、文化传播、观众服务等方面的实践经验。

继续下行至负四层，空间纵深与生肖文化达成奇妙共振，别有一番天地。2025乙巳蛇年，中国文物报社、南京中国科举博物馆以及生肖文化传播联盟等数十家文博机构，精心策划了“灵蛇献瑞——乙巳蛇年全球生肖文化大联展”，从生肖文化、自然、历史、民俗等维度，全面展现蛇在中国文化中的丰富内涵。数百帧灵蛇题材的文物艺术品映像在春节期

间向公众展出。展厅内，柔和的灯光与古朴的色彩相得益彰，营造出神秘与祥瑞的文化空间。南京中国科举博物馆副馆长吴怡介绍说：“这是我们首次在馆内负四层公共空间展出，将展览巧妙地融入博物馆建筑空间，增添了浓厚的春节氛围，期待为观众呈现独特的文化体验。”来自杭州的游客陈先生感慨道：“没想到蛇在传统文化中既有祥瑞寓意，还关联着女娲造人的创世神话，完全颠覆了我对生肖的认知。”

更新文创理念，激发文创活力

滕州市博物馆紧跟新形势、新政策、新动态，把文创研发、文物修复、社教活动确定为博物馆发展的三大工作，将文创研发工作摆在更加突出的位置。“热”起来必先“活”起来，成立文创部门，主抓文创产品研发，从创意设计、授权生产、营销推广等多方面对文创进行专业化、系统性管理，为文创研发夯实基础、注入源头活水。利用丰富的馆藏文物资源、专业的策划机构、完备的展示设施，先后推出了20余大类、300多种文创产品。开发制作“国色初光”陶器系列、“赫赫青铜”青铜器系列、“玉见美好”玉器系列等极具传统文化内涵和地域文化特色的精品文创产品，打造了城市文化新名片，弥补了滕州市区中高端文创品牌的空白。

思想是行动的先导，博物馆文创只有先“动”起来才能够“火”起来，只有先“火”起来才能够“活”起来。通过举办“滕博有礼文创设计大赛”“我心中的博物馆”等各项创意设计，面向社会征集创意作品，吸引众多创意公司、设计公司以及各高校师生报名参加，激起文创高潮。“滕博有礼”双创基地在滕州市博物馆揭牌落地，先后与有关企业签署合作开发协议，实现文创成果的现实转化与深度开发。滕州市博物馆通过外出交流参展和参加文创大赛，积累经验，开拓眼界，带来了活力，也极大提升自身的文创研发水平和对地域文化的传播力、影响力。滕侯鼎系列摆件、面纹系列冰箱贴先后在山东省文创作品设计大赛中获奖。

实现内外联动，凝聚文创合力

地方中小博物馆在文创研发中通常缺少外部平台的强力支撑，内部缺乏既懂文物，又有文化创意，还能熟悉市场营销的复合型人才，造成文创工作的开展有心无力，甚至停滞不前的困局。为此，滕州市博物馆采用“与社会力量合作、特殊人才引进、馆内人才培养”的联动模式，凝聚博物馆文创合力，以期取得良好效果。与相关企业签订战略合作协议，保证文创产品不仅创意新颖，而且做工精良、质量上乘，合作共赢聚力发展，文创销售收入不断翻番。

引进滕州特殊人才、品牌能工巧匠、非遗传承人先后参与到文创产品研发当中，依托这些特殊人才，深度挖掘馆藏文物承载的文化内涵，不仅丰富了文创种类，更提升了文创产品的品质和美誉度，

千年贡院续文脉 八载秦淮焕新生

——走进南京中国科举博物馆

本报记者 李勤



南京中国科举博物馆

间向公众展出。展厅内，柔和的灯光与古朴的色彩相得益彰，营造出神秘与祥瑞的文化空间。南京中国科举博物馆副馆长吴怡介绍说：“这是我们首次在馆内负四层公共空间展出，将展览巧妙地融入博物馆建筑空间，增添了浓厚的春节氛围，期待为观众呈现独特的文化体验。”来自杭州的游客陈先生感慨道：“没想到蛇在传统文化中既有祥瑞寓意，还关联着女娲造人的创世神话，完全颠覆了我对生肖的认知。”

非遗课堂焕新传统年俗

在研学教室内，面塑传承人钱翠芳正指导孩子们将彩泥揉捏成盘柱灵蛇。七岁的朵朵为蛇首点染金粉，小心翼翼地给“金榜题名”纸卷嵌入蛇口。“孩子说这是智慧之蛇”，朵朵母亲举着手机记录创作过程时感慨，“生肖蛇街着科举金榜的创意，把文化记忆变成了能带回家的新年祝福。”

这是南京中国科举博物馆“非遗主题春节”的生动缩影。博物馆同期推出南京市非遗传承人高志红的“双钱吉祥如意结”课程。龙门广场上，百米画卷铺展，孩童们笔下的赶考书生与新春灯笼相映成趣。当身着襦衫的“士子”吟诵着《元日》诗穿梭于人群，明远楼下的舞狮队伍正踏着锣鼓点腾跃，投壶区传来的阵阵喝彩与空中飘散的中国结流苏，在冬日暖阳中织就一幅非遗活态传承的立体年画。

科举文创演绎千年文韵

春节假期，南京中国科举博物馆文创商店人头攒动。各类文创产品琳琅满目，新春系列、建筑衍生系列、文物写真系列、书法祝福系列等多个品类，各具特色，兼具文化底蕴与创意趣味。新春系列的毛绒蛇挂件与坐垫萌趣亮相，巧妙融合生肖元素与科举文化。书法祝福系列融合传统书法、五彩织锦与金色配件，让游客在欣赏书法艺术的同时，也能感受到浓浓的年味。建筑衍生系列中的明远楼与魁星阁冰箱贴，将科举地标微缩于方寸之间，细腻的笔触勾勒

中小博物馆文创路径的探索和思考

——以滕州市博物馆文创为例

葛海洋



文创商店

增强了文创产品的观众喜爱度和市场受欢迎程度，获得了社会和市场的广泛认可。积极鼓励馆内职工参与文创研发，人人参与其中，人人都是文创能手，鼓励结合自身工作实际，设计独具地方特色、文物特色的文创产品，营造全员参与文创研发的良好氛围。

文物创意互通，打造文创精品

博物馆的文创产品应以中华优秀传统文化为源头，从中萃取丰厚的传统文化滋养，并以创意为核心，匠心打造博物馆文创精品，将文化与创意深度融合，以此为载体，最大范围内借助博物馆文创产品进行广泛传播，从而不断实现其传承与弘扬中华优秀传统文化的社会价值。滕州市博物馆以8000余件(套)文物为依托，深入挖掘文物背后的故事，将传统工艺与现代艺术设计相融合，研发出青铜器、玉器、陶器等材质的文创产品，既有传统文化的深度，也有历史的厚度，更有市场的契合度，深受市民喜欢。

匠心是磨磨精品，是推陈出新，也是坚守责任。匠心打造文创精品，在文创研发过程中，文创人员始终遵照科学保护、合理利用的原则，坚持开拓创新，秉承工匠精神，研发文创品牌。滕州市博物馆融入本地特有的文化符号和非遗文化元素，打造北辛文化陶器系列文创、鲁班工匠系列文创，将鲁班精神、墨子科技文化融入文创设计中，推出“匠心系列文创”，体现匠人精神的最高境界，也是匠心创造的杰出成果，填补高端文创产品的空白，成为滕州亮丽的文化名片，在弘扬鲁班“工匠精神”的大潮流下，亦成为市场抢手的收藏品。

创新研营模式，挖掘文创潜力

在自主研发、单独授权的同时，深入推进“一塔六馆”馆际合作，搭建博物馆文创商店联盟，以资源、人才、市场“共通、共建、共享”的研发方式，实现聚力共赢、抱团取暖的发展目的，弥补文创研发短板，整合优势资源，提高整体实力，强力拓展共性产品的知名度、影响力。博物馆文创商店联盟将致力于整合滕州文化资源，增强各场馆文创产品的营销点、面，扩大覆盖区域和接入更大的观众流量，进而实现更好的经济效益，为博物馆文创研发向更大规

出建筑神韵，承载着科举的辉煌历史。考生摆件系列生动展现古代考生风貌，或奋笔疾书，或凝神思索，栩栩如生，成为游客了解科举文化的重要载体。南京中国科举博物馆副馆长薛银告诉记者，博物馆还把科举文创带到了北京坊游园会市集和呼和浩特博物院文创创新空间，向全国游客传递科举文化。

全媒体矩阵打造文化新体验

南京中国科举博物馆构建全媒体传播矩阵，以“线上+直播”模式打造春节文化体验新场景。通过微信平台及时发布活动日程及深度解读，建立权威信息发布渠道；微博开设#科举博物馆里过大年#话题，实时分享活动照片与幕后花絮，让线上观众沉浸式感受节日氛围；在抖音平台参与中国文物报社发起的“文创年货·在博物馆逛动起来”系列活动，结合#文创年货#迎财神的全套装备等热点话题，发布创意短视频，展示传统文化与现代科技融合的文创产品，引发网友热议。不仅如此，南京中国科举博物馆还参与了上海文广东方卫视主办的“何以中国：博物馆里过大年”直播活动，覆盖中国文物报、哔哩哔哩、小红书、咪咕视频、中国青年报等48家媒体平台，300余万网友共同见证了这场“博物馆里的春晚”直播。

当最后一抹夕阳掠过明远楼的飞檐，展厅内依然人影憧憧。八载耕耘，南京中国科举博物馆通过“研究筑基+传播赋能”策略成功激活千年文脉。自2017年开放以来，累计接待观众近800万人次，推出专题展览92场、社教活动3000余场次，发表学术论文百余篇，逐步构建起完整的科举文化研究展示体系。馆长冯家红表示：“我们以‘让历史说话，让文物活起来’为使命，不仅要在这里打造成南京的文化地标，更希望它成为中华文明与世界对话的一扇窗口。科举制度是中华文明对全球人才选拔体系的独特贡献，博物馆的实践证明了传统文化的当代价值——它不仅是历史的回响，更是未来的精神滋养。”从遗址保护到活态传承，从学术深耕到数字传播，南京中国科举博物馆用八年实践印证：传统文化通过现代表达，便能在创新中获得永续生机。



文化中国行

滕州市博物馆文创案例

模、更高品质迈进和馆内其他各项业务工作的开展提供有力支撑。

滕州市博物馆在文创开发之初，充分利用大数据、云计算等科技手段收集用户需求、喜好、建议和反馈信息，了解市场需求，使产品一经问世就符合广大消费者的喜好。借助“互联网+”新兴平台，极大缩减信息获取流程，优化文创产品生产、销售、反馈流程，实现研发者与消费者之间的有效对接，及时精准把握，不断升级、改良文创产品，满足消费者需求。借助互联网平台，将文创商品搬到淘宝、抖音、直播达人带货等销售平台，拓展销售渠道，销售收入逐年增加，销售额已破百万。

明确公益属性，拓宽文创功能

按照“把博物馆最后一个展厅打造成第一展厅”的文创理念，滕州市博物馆在打造展陈设计之初充分考虑游客的体验打卡购置点，将文创商店和展陈设计融为一体，设置文创体验购置区、山东老字号平台体验区、滕州市非遗体验购置区、咖啡饮品体验区，并和滕州市新华书店联合打造图书购置阅读区，不断丰富业态融合，打造新型体验购置模式。丰富文创产品构架，展销的文化创意产品种类多样，能够满足不同观众的多种需求，实现观众“把博物馆带回家”的愿望。

博物馆是社会教育的主阵地和第二课堂，要将博物馆文创融入研学社教，始终把研学社教活动作为文创研发的主阵地，努力扩大青少年文创研发的参与度，集思广益收集青少年对于文创的创意和意见建议，在深度和广度上不断融合，实现社会效益与经济效益的统一。滕州市博物馆结合馆藏器物的独特优势，创新利用虚拟现实、增强现实、互动影视等技术，设计研发了博物馆全景漫游、陶器虚拟制作、汉画地幕互动、孔子见老子剪纸动漫等数字化文化创意产品，不仅丰富孩子们的国学知识，增强了动手能力，也为文创研发注入活力、增添动力。

临时展览是博物馆重要的文化产品，也是对外联系交流的重要窗口，从展览策划之初，文创团队就与策展团队紧密协作，将文创与展览有机结合，有效转化文物资源，临展开展的同时跟进相关文创产品展示。滕州市博物馆对临展资源的受众进行提前研判，对开发的文创产品目标人群进行精准定位，进而针对性开发系列文创产品，针对女性开发实用的家居生活类产品，如植物香囊、胸针、丝巾、配饰等；针对学生开发学习用品类产品，如拼图、盖章卡、书签、棒棒糖等；也会开发深受大众喜爱的笔记本、冰箱贴、文创冰淇淋等。

博物馆文创的蓬勃兴盛为优秀传统文化的深度挖掘和社会影响力的厚度培植、广度拓展开辟了新的路径。在博物馆主动担当、积极作为的努力下，博物馆文创必将逐步突破体制、人才、资金、市场等瓶颈束缚，以更强大的力量，更多的文创精品，满足大众对于美好生活的期盼。