

“杂交水稻之父——袁隆平”策展札记

孙中华

党的二十大报告指出：“全方位夯实粮食安全根基……确保中国人的饭碗牢牢端在自己手中。”袁隆平作为中国杂交水稻研究领域的开创者和带头人，共和国勋章获得者，为保障我国粮食安全和减少世界饥饿作出了巨大贡献。目前，国内尚无有全面系统的展览对其进行宣传和推介，故隆平水稻博物馆策划此展览恰逢其时。

策展路径

袁隆平院士作为中国当代最伟大的农业科学家，隆平水稻博物馆原有的陈列主要围绕袁隆平院士“禾下乘凉梦和杂交水稻覆盖全球梦”进行叙事，通过杂交水稻科研技术路径，从三系配套到两系法、再到超级稻和耐盐碱稻来展开，主要阐述的是以袁隆平院士为代表的中国农业科学家群体为解决中国粮食安全和减少世界饥饿所做出的杰出贡献，展览偏向于科普。对袁隆平院士身上折射的科学家精神反映少，更没有大量实物来支撑。策划一个怎样的展览能准确地表达袁隆平院士的科学家精神，更好地契合时代需求，避免人物生平陈列四平八稳的窠臼，是策展人首先要解决的问题。

一是组建多学科策展团队。由隆平水稻博物馆馆长牵头，聘请湖南省博物院、湖南师范大学、湖南杂交水稻研究中心专家、袁隆平院士秘书、宣传部门领导参与的策展团队，经过反复讨论论证，最终确定展览主题为“杂交水稻之父——袁隆平”。展览分为四部分：第一部分“梦想起航”介绍袁隆平立志学农的内生动力和外部影响；第二部分和第三部分阐述袁隆平的“禾下乘凉梦”及“杂交水稻覆盖全球梦”两个梦想，展示袁隆平在杂交水稻研究领域的突出贡献及杂交水稻在缓解世界粮食短缺问题上的中国智慧；第四部分“人民楷模”，解读袁隆平作为一名杰出农业科学家平凡而伟大的崇高风范。

二是精准的策展定位。经过反复论证及意识形态审查，最终从三个方面确定展览的定位：一是国内首个全视角阐释袁隆平身上折射的科学家精神展览；二是国内首个全系统介绍杂交水稻造福全人类，构建人类命运共同体的展览；三是国内首个全方位展示袁隆平业绩的展览。

三是文本和设计充分融合。在文本框架初步出来后，通过招标方式确定艺术设计团队，一起参与陈列文本的讨论，充分听取艺术设计人员的意见，并根据展厅空间分布和流线确定文本内容的编排及详略，从而确保文本策划和艺术呈现有机结合。

四是展览亮点。展览致力于让文物说话，讲好中国故事。习近平总书记强调“我们对袁隆平同志的最好纪念



袁隆平“共和国勋章”时所穿衬衫（一级文物）

念，就是学习他热爱党、热爱祖国、热爱人民，信念坚定、矢志不渝，勇于创新，朴实无华的高贵品质，学习他以祖国和人民需要为己任，以奉献祖国和人民为目标，一辈子躬耕田野，脚踏实地把科技论文写在祖国大地上的崇高风范。这一评价凝心聚魂，从而汇聚起中华民族伟大复兴的磅礴力量。本次展览展出实物116件，其中珍贵文物27件。展出一级文物有“袁隆平写给常德津市沔阳农场农科所所长湛海丰的书信”和2019年9月29日袁隆平荣获共和国勋章授勋时穿的白色金利来衬衫；二级文物有袁隆平使用过的小提琴等；三级文物有袁隆平从西南农学院（现西南大学）带去安江农校的行李箱等。

一是契合时代需求。中国特色社会主义新时代，需要从袁隆平等杰出科学家身上汲取勇攀高峰、敢为人先的创新精神力量，不断攻克一批种业领域“卡脖子”技术难关，筑牢中国粮食安全根基。二是突出时代主题。展览通过大量文物实物与文稿系统展示袁隆平在杂交水稻研究及其推广应用方面所做出的突出贡献，彰显其科学家精神，并借助杂交水稻这一世界级名片，向海内外观众讲好中国故事、传播好中国声音。三是注重突破传统。展览突破传统人物展览单一的叙事策略，以编年+专题为体例，生平以编年体叙事，业绩以专题形式，注重事件的完整性，个别重要内容适当展开。同时，改变单一主体的叙事角度，融入主人公第一人称视角。

四是展览亮点。展览致力于让文物说话，讲好中国故事。习近平总书记强调“我们对袁隆平同志的最好纪念

展览亮点

展览致力于让文物说话，讲好中国故事。习近平总书记强调“我们对袁隆平同志的最好纪念



“杂交水稻之父——袁隆平”展览序厅

二是突出时代主题。展览通过大量文物实物与文稿系统展示袁隆平在杂交水稻研究及其推广应用方面所做出的突出贡献，彰显其科学家精神，并借助杂交水稻这一世界级名片，向海内外观众讲好中国故事、传播好中国声音。三是注重突破传统。展览突破传统人物展览单一的叙事策略，以编年+专题为体例，生平以编年体叙事，业绩以专题形式，注重事件的完整性，个别重要内容适当展开。同时，改变单一主体的叙事角度，融入主人公第一人称视角。

展览呈现

展览设计紧扣“杂交水稻之父——袁隆平”主题，以第一人称视角向观众阐述袁隆平“禾下乘凉梦和杂交水稻覆盖全球梦”，讲述好新时代以袁隆平为代表的科学家不断创新、勇攀高峰的故事，讲述好杂交水稻造福全人类的故事，通过以物化人，以事感人，以情动人，充分运用现代化的展示手段，达到启迪人、教育人的目的。展陈风格与袁隆平精神特质朴实无华高度契合，用实物说话，合理利用展板、场景、多媒体、灯光、托台托架等手段，优化空间布局，让展品活起来，使陈列

弘扬中华优秀传统文化 培育社会主义核心价值观
主题展览推介项目策展手记

如何在“爆款”之后“长红”？

——探索文物“活”起来的新路径

郭雪梅

让文物活起来，就是让沉睡在博物馆库房的藏品苏醒过来，让它们能够在公众面前有更多展示的机会。从杯子、本子、钥匙扣，到考古盲盒、数字藏品、原创动漫、舞台演出等衍生品……近年来，博物馆依托馆藏资源开发各种文化创意产品，在推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的同时，满足着人们高品质的文化消费需求。新媒体催生了“网红爆款”，“出圈”“顶流”等成为博物馆研发产品的成功标志。“日历大战”“月饼大战”“雪糕大战”等现象展示了文创产品火爆后在业界起到引领示范作用，同时加剧了文创产品“同质化”。如何在博物馆版图上特色化“活”起来，打破“爆款”周期，实现“长红”，笔者在实际文创工作中总结反思，试图探索文物“活起来”的新路径。

借势热点，融入品牌建设

“真正的品牌的特点是能得到消费者的主动关注。”2021年5·18国际博物馆日，秦始皇帝陵博物院推出的以兵马俑为原型、用3D形象体现秦文化元素的文创产品——“俑”气雪糕，一经面世就意外走红。2021年5月19日，中央电视台《主播说联播》栏目中，《新闻联播》主持人对兵马俑创意雪糕作了专题点评。“俑”往直前和一帆风顺系列报道，在微信上的阅读量突破3.4亿人次；受到中国新闻网、光明网、陕西日报等20余家媒体的宣传报道。

借势热点进行公益宣传，“每卖出一根雪糕有0.5元进入兵马俑文物保护基金”，深化文创研发的初衷，带来经济效益与社会效益的双重“溢价”，提升秦始皇帝陵博物院的品牌价值；借势热点进行博物院文创子品牌探索，逐步打造食品类专属品牌，从内容到形态对品牌进行延伸，进一步挖掘“秦文化”和“中国故事”。

挖掘内核，集中系列开发

爆款“出圈”后出现市场跟风、效仿等同质



“兵马俑×泰迪”系列产品主题展示

化竞争状况，决定其在市场长红的关键因素是产品的“性格”。找准产品自身的定位，打造文创品牌系列，是延续热度、持续在竞争中获胜的法宝。比如大英博物馆馆藏著名文物“罗塞塔石碑”在官网商店可查询到70多种不同的衍生产品，其中除了较传统的资料书、复制品摆件，还包括各种服装、文具、首饰、杯子，以及充电宝、U盘、镇纸、巧克力、布偶玩具等。河南博物院考古盲盒出圈后，以“系统化”理念开发产品，网络显示盲盒家族已开发24款盲盒；持续2年在包装、产品、营销等方式动态跟进盲盒产品，在观众心中留下深刻印象。塑造有个性、有温度的IP形象，集中开发，形成品牌系列，精准立足于使自己在市场无可取代的细分领域，产品价值将得到大幅度提升，并在同功能的其他同类竞品中“一骑绝尘”，实现长远发展和影响力传播。

场景构建，增强观众体验

将关注点从“物”转移到“人”上来，完成静态产品向动态产品的升级转变，增强观众的情感体验，使得爆款IP更具有生命力和辨识度。比如，秦始皇帝陵博物院与秦韵珍藏联名开发的系列产品，以主题场景陈设，营造身临其境的购物体验环境，通过感官体验引发丰富的联想，加强观众的体验，让产品更具深入人心的趣味性。加强品牌跨界联名，借助社会热点，进

驻商场、网店，甚至“漂洋过海”，以“立体化”理念让文物走出博物馆，让博物院变得更生动、与社会联系更紧密，更贴近普通大众的文化需求，真正让博物馆从馆舍天地走向大千世界。

传媒矩阵，构建互动体系

随时间推移，爆款关注度会逐步回落。馆方应自主推介，通过计划性、多元性、创新性等不同投放策略来延续爆款宣传向品牌传播的升级。

在馆方微博、微信、抖音等线上社交平台设立“文创频道”，以软文形式进行文化推广和情感营销，尤其借元旦、春节、国际博物馆日等节点，配合限量款文化礼盒推送节日背后的文物故事和传统习俗，于无形中植入爆款产品的情感关怀和文化价值。

要关注爆款相关者的参与分享。关注观众粉丝参与，通过在微信微信平台制造热门话题、不定期推出转发抽奖、淘宝抖音等平台直播展示、讲解文创产品等互动活动，刺激用户的购买欲望。比如，元旦期间，秦始皇帝陵博物院为持续加热“秦秦”形象，在官方微信公众号上开展2023新春福利大派送“秦秦”定制礼盒活动，在观众心中留下深刻印象。塑造有个性、有温度的IP形象，集中开发，形成品牌系列，精准立足于使自己在市场无可取代的细分领域，产品价值将得到大幅度提升，并在同功能的其他同类竞品中“一骑绝尘”，实现长远发展和影响力传播。

强化意识，保护知识产权

文创产业是以知识产权为核心的提供精神产品和服务的产业，其发展依赖于创意保护和知识产权，核心价值在于文化创意的生成。保护知识产权，有利于从源头减少“山寨品”或抄袭。在知识产权保护方面，随着文物与历史从博物院的展厅走进人们的生活，秦始皇帝陵博物院的文创开发形式也逐渐从传统的单一文创产品走向文创知识产权产业链发展，拥有完整的IP授权管理、数字藏品授权管理体系，以及具体的文创产品操作指引。秦陵博物院文创产业发展比较重视授权标识与产权归属。要求在文创产品的包装、宣传网页上标识与博物院及其藏品图像的关系，提前做好知识产权保护。开启辐射防仿贴的试运行工作，有助于把控博物院之外场地的文创产品质量与销量，同时降低爆款产品的假冒伪劣，利用现代科技手段，做好知识产权保护工作。

从“爆款”到“长红”是文创产品由“单品衍生”向“品牌融合”的过渡。以“共建、共享、共赢”的理念，串联设计构思、品牌系列、情境体验、数字传媒、观众互动、法律服务等多个方面，完成“符号直译”的表皮到“意境诠释”的整合，是本文搜索的特色化“活”起来路径。“长红”即持续吸引眼球、持续创新，这不仅是每款文创产品的追求目标，更是每位文创工作者踔厉奋发的不竭动力。

涉外史迹与首都城市意象

高咏梅

作为历史文化名城，北京有3000余年建城史、800余年建都史，是政治、经济、军事、文化的中心，在中西文化交流中发挥了重要作用。元朝时期，中亚的手工艺技术、医学、天文学、数学、音乐和歌舞等传入中国。明朝末年，西方人利玛窦、庞迪我、汤若望等先后来到北京，与中国士大夫徐光启、李士藻等译介西学，讲授教教，开西学传播之先河。清朝，西方的科技、数学、天文等方面知识进一步得到传播。这些对外交往历史留下了涉及教育、科技、文化、医疗等多方面的史迹，是中西方交流的见证，也是古都历史文化名城的有机组成部分。

北京现存的涉外史迹

根据北京市文物局官网数据统计，在8批全国重点文物保护单位和9批北京市级文物保护单位名单中，北京的不可移动文物保护单位555处，即世界文化遗产7处，全国重点文物保护单位138处，市级文物保护单位410处。

北京现存的涉外史迹以建筑古迹为主，集中在东城区、西城区、海淀区，多为银行、医院、教堂、药店、绸布店、科技馆等。

北京天主教堂的历史可以追溯到元大都时期，来自欧洲的罗马天主教方济各会修士孟高维诺于1294年在北京修建了第一所天主教堂，此后，天主教得到元朝皇帝的宽容，在北京建立了许多教堂。1368年元朝灭亡后，教堂大多改作他用，存留下来的极少。明万历年间，以意大利籍传教士利玛窦为首的耶稣会传教士经澳门进入中国，将天主教和西方科学文化传入中国，同时向欧洲介绍中国古老文化，称得上是“西学东渐”的先行者。利玛窦获准在宣武门内兴建天主教堂，民间俗称“南堂”。

在建国门外交桥西南角，伫立着一座高合式的古建筑，它就是北京古观象台，始建于明正统七年（1442年），是明清时期的皇家天文台。如今，台顶上依然陈列着铸造于清代的8件大型青铜天文仪器，其中有一套6种大型天文仪器是掌管钦天监的比利时人南怀仁于清康熙十二年（1673年）主持建造的。这些天文仪器，在造型、花纹以及工艺等方面极具中国传统特色，而刻度、结构等方面，又体现了西欧的天文成果，是中西文化交流的见证。

贝家花园位于北京市海淀区北安河村，始建于民国时期，位于阳台山东麓，依山势而建，是一处中西合璧的私家花园，现为北京市文物保护单位，园主为法国人贝熙业。花园整体布局以欧洲古罗马城堡式结合中式建筑修建而成，全园由3组建筑布局而成。其北山腰半山台环中，建有两层五楹卷棚歇山顶楼一座，楼前有水池、藤架、喷泉等。南山坡上建有坐西朝东，歇山顶五楹厅堂一座，以及附属房屋数间。

京奉铁路正阳门东车站位于东城区西部前门大街东南侧，是近代北京规模最大、最为重要的火车站。车站始建于1903年，由英国人修建，以20世纪初英国的维多利亚风格为主。该车站位于正阳门东南侧的繁华地带，地理位置优越，是从城南入京的门户。自1916年北京环城铁路开通后，更是成了铁路线上的交通枢纽。新中国成立以后，1950年毛泽东、周恩来访苏回国，在此站下车。1959年北京火车站建成后，此站停用。车站旧址在1997年进行改建，建筑除北部基本保留外，其余进行了复建，2001年被北京市人民政府公布为北京市文物保护单位，2008年8月，辟为中国铁路博物馆——正阳门分馆。

中国协和医科大学的前身是协和医学院，再前身为北京协和医学堂，位于东单北大街路西。由英、美几个教会在1906年创办，1917年由美国洛克菲勒基金会投资，在东单三条胡同原豫王府奠基建新校

内容得到完美的空间表达和艺术呈现。

一是打造人文精神殿堂。展厅顶部用世界地图装饰，袁隆平走过的地方用灯光点亮，寓意“世界的袁隆平、为世界作出贡献的袁隆平”。序厅整体风格简约，用稻秆和艺术漆装饰部分墙面，塑造肌理感，部分墙面选用较为光滑与平整的材质，在视觉上形成对比，让观众走进展厅便走进袁隆平的精神世界、科学世界。

二是营造感人空间氛围。空间分为序厅、梦想启航、禾下乘凉梦、杂交水稻覆盖全球梦、人民楷模、尾厅六个区域，主要运用人文灰、禾田绿、丰收黄、土地棕四种色彩。将人文灰作为空间整体的叙述色调，映射袁隆平朴实无华的性格与有趣的灵魂，搭配禾田的绿色与土地的棕色，象征着袁隆平脚踏实地躬耕田野的一生。整体干净、朴实、简约的配色更符合袁隆平的精神底色，贴合他的人生经历与情感。各个空间在元素、色彩上具有关联，共同服务于展览主题，但又富于变化，各自独立，形成半开放式的空间。主展线内容采用顺时针的方式，满足观众人性化观展需求。

三是塑造情感共鸣场景。根据袁隆平头顶烈日从14万株稻穗中寻找雄性不育株这一自述，将油画创作、场景布置、雕塑等多种艺术创作方式进行组合，为观众呈现袁隆平戴着草帽、拿着放大镜在六月份的烈日下，一株一株地观察水稻颖花的画面，身临其境感受杂交水稻科研的艰辛历程及成果的来之不易。通过稻香扑鼻、蛙声阵阵等艺术效果，放大的稻穗，运用虚实结合的空间语言打造“禾下乘凉”沉浸式场景，让观众在沉浸式观展中感受到杂交水稻之父——袁隆平早已离我们而去，但我们可以坐下来，感受他的梦想，享受他的恩泽。

四是创造国际语义空间。袁隆平不仅仅是中国的袁隆平，也是世界的袁隆平。围绕这个特点，运用国际化、现代化的设计语言，将袁隆平在不同时期的心路历程体现在对应的艺术场景中，将其勇攀高峰的科学精神及脚踏实地的逐梦精神流露于整个空间，突破人物类展览原有的叙事氛围与空间风格，整体打造符合现代审美语义空间。该展览获得了由国家文物局、中央精神文明建设办公室、中央网信办举办的2023年度“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。

舍，分两期建设，其中1917年至1925年建成14座楼房，设计皆由美国人负责，整体为砖混结构。新校舍建筑群的建筑材料主要是水泥和砖石，其内部的装修风格主要是西式的，建筑采用灰砖磨砖对缝，而墙体之上为灰殿式琉璃瓦大屋顶，中间加一道琉璃腰檐，下为汉白玉台基栏杆，模仿的是中国古代的建筑传统，被称之为“中西建筑形式的拼凑”。

1840年以后，中国逐步沦为半殖民地半封建社会，国家蒙辱、人民蒙难、文明蒙尘，中华民族遭受了前所未有的劫难。近代许多涉外史迹，都留下了侵略烙印。

城市意象

城市意象，即城市中移动元素和静止元素对生活在城市中的人的影响。城市记忆与城市特有的物质环境紧密联系在一起，城市整体生动的物质环境所产生的清晰的城市意象，亦可充当社会角色，构成城市居民社会交往活动的记忆符号和城市图景的重要材料。城市意象是“可读的”，人们通过视觉捕捉和认知城市特性的系列符号，如街区、教堂、寺院、道路等。城市意象是“安全的”，让人有“归乡”的感受和联想。城市意象是“跨文化的”，不同文化的人们之间可以借助它建立共情。

北京涉外史迹不仅记录了北京对外交往的历史，也对全球化时代积极塑造城市意象，推动人文城市的国际化和可持续发展方面具有深远意义。2011年11月2日，北京市公布了“北京精神”——“爱国、创新、包容、厚德”。与联合国人类居住地规划署提出的“包容性城市”概念相契合，包容性是北京国际形象和特征的重要的一个方面。

文物保护是一项功在后代的城市文脉“留痕”工作。2008年北京奥运会的举办，为北京涉外古迹的挖掘和利用提供了机会，为北京的国际化增添了动力。东城区、西城区和海淀区陆续开展维护、修复涉外古迹的工作。如西城区利玛窦等传教士墓地群及口字楼和山字楼、海淀区正福寺天主教堂、贝家花园、中国铁道博物馆、清华大学老校区建筑等的保护和对外开放，这些展示了“北京精神”的个案，为建设国际交往中心塑造了积极的城市意象。

进入新世纪后，特别是近十年，国际交往的领域越来越集中在城市管理和建设，加强城市精细化管理的同时，城市“包容和开放”的形象更加突显。涉外史迹也是有形的、无声的档案，帮助我们理解前人的文化和文明的运行方式。保护和利用这些古迹，有益于塑造城市的文化和身份认同，有利于展示更多元的城市文化和城市形象。

北京涉外史迹体现中华文明的包容性、和平性

用好北京涉外史迹，首先，能够提升北京国际交往中心的外交服务功能。利用文物的跨文化交往功能，扎实北京友城间的城市外交功能。结合中国与他的建交周年活动，开展国际交往的文旅游览线路，例如2024年是中法建交60周年，设计“中法友谊60年·北京城里的法国元素”文旅线路图。

其次，能够提高北京国际交往中心的城市吸引力。开展与文物古迹相关的学术会议等活动，亦可以设计特色文化旅游路线图，吸引国际学者、普通游客了解鲜活的中国和中国，进而通过他们向世界介绍北京和中国。例如设计“北京印象”和“北京与世界”系列中西文化交流文旅路线图，主题可以是“古都的洋建筑”“涉外史迹中的石舫旧事”“文化名人故居”等。

