



穿汉服参观周博的小朋友

核心阅读

今年国庆假期,到周口市博物馆(以下简称周博)“打卡”的观众人数呈“井喷”态势,10月2日更是突破5000余人次,创下该馆历史新高。此后虽然阴雨连绵,但也阻挡不住观众纷至沓来与本地文物亲密接触的热情。一波又一波的客流,令该馆馆长周建山直呼“没想到”。

2022年是周博对公众免费开放的第11个年头,回看成长历程,参观人数暴涨不是倏然而至,而是厚积薄发。习近平指出,博物馆不仅是“保护和传承人类文明的重要殿堂”,更是“一所大学校”。周博站在新征程的起点,在新理念和新创意的加持下,在服务本区域的基础上力求突破,为“道德名城、魅力周口”增添不一样的光彩。

周口市博物馆

共融促推广 创意开新路

□记者 乔小纳 文图

A 文物“说话”内引外联促共融推广

这十年,在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,我国博物馆事业发展取得历史性成就。周博紧抓良好历史机遇,加强文化交流,用丰富的馆藏文物搭建起外界与周口文化沟通的桥梁。今年以来,周博馆藏文物频频“出圈”。5月,鹿邑太清宫长子口墓出土的西周“析子孙”方鼎仿制品,走进河南·戏剧幻城参展“麦田里的博物馆”;6月,馆藏以鸟为图腾的东夷文化代表器物“青铜鸮形提梁卣”,登上泰山风景名胜区管委会制作的爱鸟宣传片《飞悦四季来泰山》;8月,馆藏楚越文化的代表器物“战国错金越王不光剑”,赴浙江省博物馆参加《“越颂——中华文物中的浙江传奇”特展》;9月8日,由中国邮政制作的《虎文物》特种邮票正式发行。此套邮票共6枚,第五枚邮票即是周博馆藏的“金·磁州窑白釉褐花卧虎枕”,是1978年7月商水农民翻土时发现的。枕体呈卧虎状,枕面为腰圆形,前高后低,大平底。整器以虎身为枕身,以黑彩绘出虎头形象和虎身条状斑纹,虎鼻为两气孔,形象生动活泼。周口文物走出去,为讲好周口故事、传播周口声音、弘扬周口文化发挥了积极作用。

B 理念升级 创“研学+文创”发展新路

2022年暑假期间,参加周博研学活动的孩子们发现,不仅现场活动丰富多样,还能带走一套唐张公艺百忍图赞碑拓印教学包。“把文物带回家”,周博的做法迅速在家长群体中流传开来。在他们的强烈要求下,原定只办一期的暑期研学活动最终办了三期。

唐张公艺百忍图赞碑由明代万历年间商水知县张德崇精心制作,起初镶嵌在商水文庙的墙壁上,周博落成后被征集入馆。虽历经400多年风雨,但碑上字迹仍清晰可见,上部雕刻着“唐张公艺百忍图赞”8个大字,下部则是由100个忍字组成的圆形图案,“忍”字排列别具匠心。

“百忍图”的故事在我国相传已久,碑刻的“主人公”张公艺生于北齐承先二年(578年),卒于唐仪凤元年(676年),郛州寿张(今河南省濮阳市台前县)人。其治家有方,一家九世同堂,三百多口人的大家族,在他的精心治理下,和睦礼让,繁荣昌盛。唐高宗泰山封禅归来亲至其家,向他询问治家秘诀,张公艺书写了100个“忍”字呈上,深得唐高宗赞许。千年以来,这个故事被历代人民传为美谈,是新时代家庭家教家风建设的珍贵历史文化资源。2021年年底,河南博物院提取该碑“忍”字元素,推出文创产品拓印盲盒、“忍·尺”,并邀请周建山连线直播间进行线上解读,迅速引起网友关注,获得一致好评。

“研学+文创”模式是周博因地制宜出来的新路。据周博社教部主任梁军阳介绍,由于观众以本地人为主,与一二线城市相比,周口的差异在于人们的消费观念处在转型期,如何吸引越来越多的“回

头客”是周博重点要解决的问题。针对此,周博首先整合优势,把过去零散开展的研学项目系统化,在原有项目“千字韵文润童心”入选2021年度河南省研学实践教育特色课程的基础上,进一步对节日传统活动进行升级加工,加强对“小小讲解员”的招募和培训等,把研学项目品牌化作为吸引观众流量的基础。锦上添花,优势巩固,与研学项目相配套的文创产品很快出现在周博的开发之列。“我们对文创产品的理解是‘能产生社会教育效应’的产品。暑假我们做了把研学与文创相结合的有益尝试,也见证了周口本地市民对此类活动的迫切需求。明年我们准备扩大研学规模,让更多人感受周博魅力。”梁军阳说。

除了传拓碑,教学包“天夏粮仓”微型藤编即将作为新成员加入周博研学活动,其原型为入选“2020年全国十大考古新发现”的淮阳时庄遗址夏代粮仓遗迹。

C 创意驱动 从润物无声到多元体验的激活

习近平强调:“要让更多文物和文化遗产活起来,营造传承中华文明的浓厚社会氛围。”伴随着社会各界对文旅文创产业的关注,周博多次开展头脑风暴,在让文物“活”起来上下足功夫。9月1日,第九届“中国博物馆及相关产品与技术博览会”(“博博会”)在河南郑州举行,周博作为周口国有博物馆代表亮相展区。与4年前仅有几个临时打印的3D模型不同,今年周博底气十足,携“三皇”月饼、“百忍图赞碑”传拓体验盲盒、青釉剔花杯、豆青釉梅兰同春小屏风、忍·尺、忍·扇等文创产品在展区吸粉,观众纷至打卡。这些意趣盎然的文化产品,来自周博旗下注册商标的文创品牌“弘周礼”。今年年初,文创店刚刚成立,是周博进入“文创元年”的标志。通过对精品特色文物的创新演绎,周博以宣传“道德名城、魅力周口”的文化定位为起点,与时俱进展现周博风采,获取年轻人的心。

除了创立“弘周礼”,周博还充分利用抖音等短视频平台进行线

上推广,国庆期间的“博物馆穿越”活动,引得人们纷纷穿着汉服前往打卡。线上热闹,线下不歇。周博工作人员集思广益,把馆藏的明朝天顺五年诰命圣旨进行“改造”,开展“奉旨打卡”活动。观众在“圣旨”上盖上反映不同周口文化元素的印章,体验参观周博留下的美好记忆。

2022年国际博物馆日的主题是“博物馆的力量”。对于周博来说,作为连接过去、现在和未来的桥梁,她蕴含着文明传承的力量;作为豫东大地一颗冉冉升起的文化明珠,她拥有鉴古知今的智慧和力量;作为“羲皇故都、老子故里”的载体,她承载着宛丘之上的记忆力量。

在现代展览体验式、场景化、强互动、重科技、网络互联化的发展趋势下,周博从来不因起步晚而踌躇不前,她敢于尝试的勇气、力争突破的决心,书写了多少迎难而上的力量故事,带着魅力周口的期望和年轻一代的期望,向更好的未来走去。①6