

# 为城市“C位”代言

## ——我市以“博物馆+”激活文化传承新动能

文 / 本报记者 张瑾  
图 / 本报记者 刘冰 孙井贤

刚刚过去的暑期，“博物馆热潮”持续高温，多地博物馆门票预约一空、人头攒动。在这股文化热潮中，徐州作为两汉文化发祥地、“双拥”模范城，正以崭新的姿态站上文化传承与创新的前沿。

我市的两座“国家一级馆”——徐州博物馆和淮海战役纪念馆，近年经过升级改造、体量扩容、技术赋能与业态拓展，以“博物馆+”战略推动博物馆从传统的收藏、展示机构，转型为集教育、休闲、旅游、创意于一体的城市文化会客厅，为新时代文化传承注入强劲动能。

据徐州市文广旅局提供的数据，2025年1月至8月，全市A级景区游客接待量为4452.87万人次，同比增长9.98%；全市A级景区游客消费金额142.78亿元，同比增长12.53%；全市银联文旅消费金额217.13亿元，同比增长21.45%。



在徐州博物馆举办的七夕活动。



在乾隆行宫举办的非遗市集。



淮海战役纪念馆。



“中流砥柱”“正义审判”抗战主题图片展在淮塔园林开展。

### 焕新展陈 让文物“活”出历史温度

徐州博物馆常设“古彭千秋”“大气气象”“天工汉玉”“金戈铁马”“汉家烟火”“俑秀凝华”六大展览，系统展示从新石器时代至明清的徐州历史文明。尤其是金缕玉衣、金带扣、玉卮等国家级文物，不仅是镇馆之宝，更是汉代工艺与礼仪文明的杰出代表。

9月6日，在“苏超”第十一轮南京队与徐州队对决当天，徐报集团在徐州博物馆举办了一场别开生面的“文博斗宝”活动，通过融媒体直播，让徐州狮子山楚王陵金缕玉衣与南京博物院馆藏的徐州土山汉墓银缕玉衣隔空“对话”，吸引众多网友在线观看。

“此次活动，借足球赛热度，让大家看到不同地域文化的历史关联和交融之美。”徐州博物馆志愿讲解员郝心耀感慨道，以“苏超”为名的博物馆读城活动，不仅提升了博物馆的公众参与度，也为地域文化交流搭建了新平台。

在淮海战役纪念馆，“十人桥”场景复原区成为游客必到的“打卡点”。多媒体光影交织间，模拟4摄氏度冷水的装置旁，一块块与当年同重量的木板搭成“桥梁”，游客伸手触摸，

便能瞬间感知到1948年的寒冬中，10名战士跳入冰冷河水、以身体为“桥腿”护送500多名战友渡河的壮烈。

“很难想象战士们是怎么坚持把战友送过河的。”一位来自河南永城的中学生在触摸装置后打了个寒战。这种“可触、可及、可感”的沉浸式体验，正是现代博物馆创新展陈的缩影。

在博物馆火爆“出圈”的今天，深入挖掘史料、打造特色产品、铸魂育人是文博工作的重要方向。博物馆不再是静止的陈列空间，而是可以通过技术、叙事与互动，让原本“躺”在展柜里的历史变得鲜活。许多暑期来徐“遛娃”的游客由衷感慨，“在博物馆获得的知识比书本更有力量”。

硬件提升离不开政府支持。据徐州市文广旅局提供的数据，近年来，徐州市财政局持续投入资金支持徐州博物馆软硬件升级，拨付博物馆改扩建工程3200万元、智慧博物馆建设经费80万元。2019年，徐州市级财政拨款1.3亿元对淮海战役纪念馆展陈进行升级改造，2024年又拨付100余万元对纪念馆两个临时展厅进行提升。这些资金为博物馆的布局焕新和功能完善提供了坚实保障。

### 精品特展 让文化“走”进大众视野

除了常设展览，临时特展已成为博物馆吸引观众、拓展影响的重要手段。徐州博物馆与淮海战役纪念馆依托馆藏与研究优势，结合时事热点，推出多个现象级特展，为市民游客带来一次次文化盛宴，成为拉动文旅消费的新引擎。

2025年元旦，“吉金万里——三星堆暨巴蜀青铜文明特展”在徐州博物馆开展。此为江苏省首次引进三星堆精品文物，展出来自四川广汉三星堆博物馆、成都金沙遗址博物馆等机构的青铜器、玉器、金器等精品文物102件（套）。“早就对三星堆的‘神秘面具’好奇了，这次在家门口就能看到，太值了！”展览持续100天，吸引观众18万人次，好评如潮。

这个暑期，“山堂水殿云深处——云冈石窟艺术特展”再接再厉，开展首周日均接待量突破5000人次。展览汇聚山西、河南、甘肃3省9家文博机构的120余件文物与数字化复原展品，结合LBE VR大空间技术，打造出可穿梭其中的虚拟石窟长廊，让观众仿佛置身于1500年前的平城石窟之中。“每一次历史回眸，都是一次精神洗礼。”在淮海战役纪念馆

馆北临展厅，“决胜密码——淮海战役文物史料展”暑期迎来数十万人次参观。作为淮海战役纪念馆2025年度第一个原创展览，展览打破传统叙事模式，采用专题化、模块化形式，通过200余份史料、47件精选馆藏文物、40余件展品的陈列展示、24个互动展项，让文物“亮”起来，史料“活”起来、展览“动”起来。

“展览里的文物不是冰冷的物件，而是革命先辈用鲜血和生命写就的‘史书’。”淮塔管理中心社会教育科科长高聪介绍，该展已入选国家文物局、中央网信办2025年度“博物馆里读中国——弘扬中华优秀传统文化、培育社会主义核心价值观”100个主题展览推介项目。

政策和资金是博物馆发展的“双引擎”。据悉，2024年9月，徐州市财政局联合市文广旅局出台推进市直博物馆高水平开放高质量发展七条措施，徐州成为全省首个落实省级博物馆高质量发展政策的地级市。2024年，市财政局累计拨付5468.89万元支持博物馆高质量发展。政策的红利让博物馆有底气引进更高质量的展览，让文化传播的半径不断延伸。



淮海战役精品文物展走进上海中共一大纪念馆。受访单位供图



徐州博物馆特展现场。

### 文创破圈 让传承“融”入日常生活

“以前来博物馆就为看展品，现在总要带几件文创回去。”在徐州博物馆“抱一文创”商店内，大学生小陈手持一枚汉玉纹饰书签对记者说。店内，从“汉家霓裳”主题的饰品到融入汉画像石图案的文具，从憨态可掬的文物冰箱贴到玉龙佩毛茸挂件，每一件产品都透着浓郁的地方文化特色，吸引游客纷纷选购。

徐州博物馆的文创开发走的是“IP授权+业态创新”的路径：博物馆调整原有的租赁式运营模式，采取产品设计授权与销售收入分成的方式，激活设计团队与市场终端的活力。“公司研发团队每天都要进行头脑风暴，徐州博物馆明星文物成为大家的创意源泉，年轻态的设计产品，很容易触动年轻人的心弦。”文华锦礼设计总监孙涛介绍。

目前，“汉风驿站”主题邮局、“汉字工坊”体验店、“汉家霓裳”体验馆等多元业态已陆续落地徐州博物馆内外，乾隆行宫景区还引入乾隆御茶、非遗文创市集等项目，形成“观展+体验+消费”闭环。

2024年，徐州博物馆文创及相关经营收入2380万元，其中IP授权收入306.76万元，成为拉动文化消费的新引擎。今年1月至7月，全馆文创经营业态销售额1146万元，同比增长146%，授权收入197.3万元，同比增长45%。其中，以“用年轻的方式收藏厚重的历史”为命题，徐州博物馆今年在支付宝“鲸探”平台发售数字文创3期，实现授权收入24.8万元。

淮海战役纪念馆则聚焦红色文创开发，通过知识产权授权推出Logo定制纪念章、文创卡套盒等产品。2024年上半年，已销售纪念章2612枚、卡套盒710个，文创收入38.35万元。

“我给孩子买了一套纪念章，我想让孩子从小就记住这段历史。”游客马先生拿着刚买的纪念章说。

据悉，淮塔管理中心正在与专业文化公司接洽，计划联合契合的文化公司，开发更多具有实用性与纪念性的红色文创产品，扩大红色文创品牌影响力。

值得一提的是，徐州还明确规定，博物馆文创净收益的70%用于事业发展，30%用于人员激励，这种“激励与发展并重”的机制，让文创团队更有干劲。徐州的博物馆文创，正成为输出文化产品、促进文化消费、推动文旅融合发展的生力军。

### 文化下沉 让精神“扎”进基层土壤

博物馆的价值不仅在于馆舍之内，更在于能否走出高墙、融入社会。徐州两家一级馆积极推动跨界融合，通过巡展、研学、数字推送等方式，将文化服务送至老百姓的身边。

顺应文旅融合发展趋势，徐州博物馆秉持“打开围墙、开门办馆”理念，依托汉文化资源，开展“汉字研学”“汉服体验”“汉画进校园进社区”等活动，让青少年在互动中感受传统文化魅力。徐州博物馆还与徐州医科大学第二临床医学院、中国矿业大学孙越崎学院、空军勤务学院等单位建立合作共建关系，让在徐大学生深刻领悟徐州地区在中国历史与文化发展中的重要地位与独特贡献。

“铭记历史不是为了沉溺过去，而是为了带着力量走向未来。”7月30日，在奎屯市图书馆开展的“人民的胜利——淮海战役历史图片展”上，淮海战役纪念馆讲解员王婷为奎屯市民作了精彩讲解。今年3月，为落实“沉下来、走出去”的要求，淮海战役纪念馆启动该项目，带着主题展览、专题党课、红色故事走进校园、警营、军营、机关、社区，已定制近40场活动。

国家文物局发布的2024年我国博物馆事业发展数据显示，截至2024年底，全国备案博物馆接待观众14.9亿人次，平均每人一年去过一次博物馆；二是2024年举办陈列展览4万余个，平均每家博物馆一年举办3个以上的展览。去博物馆看展，已成为大众精神文化生活的重要组成部分。

从场馆内的创新展陈，到场馆外的文化延伸，徐州以“博物馆+”的思维，打破时空限制，让文化遗产从“馆舍天地”走向“大千世界”。2024年，徐州博物馆接待游客近200万人次，外省游客占比超74%；2025年上半年，淮海战役纪念馆的文化直通车、现场教学等项目非税收入突破100万元。这些数据的背后，是徐州对文化传承的坚守与创新的生动实践。

如今，徐州的博物馆热潮仍在持续。这座城市用行动证明，当历史与科技相遇、文化与生活交融，博物馆不仅能成为城市的“文化名片”，更能成为激活文化自信、推动文旅高质量发展的“动力引擎”。