



邳州市博物馆文创。 本报记者 张瑾 摄

展柜里活起来 生活中火起来

本报记者 张瑾

创意 方寸之间讲好故事

徐州博物馆年接待游客量 200 万人左右，暑假期间几乎天天满员。“这里馆藏着自新石器时代至明清时代的文物，其中尤以汉代文物最具特色，形成完整陈列体系。”一楼大厅里，导游们向游客讲起徐州汉文化文物，言语间满是自豪。

今年的 5·18 国际博物馆日活动启动仪式上，徐州博物馆发布了 5 个系列 20 余件文创新品。玉器是汉代的顶级“奢侈品”，仿制的西汉勾连涡纹玉卮和高足和田青黄玉杯，其创意皆来自楚王珍爱之物。华容道冰箱贴将传统排兵布阵的华容道与馆藏 S 形玉龙佩图案相结合，文创设计匠心独运。

徐州汉兵马俑博物馆位于汉文化景区，是建在狮子山楚王陵兵马俑陪葬坑之上的遗址博物馆。博物馆一楼的文创和体验区，游客在此选购汉文化特色文创产品，体验汉代射艺，试穿仿制甲胄，在轻松互动中穿越两千年的大汉文化。

徐州市汉文化风景园林管理处开发部副部长张爽介绍，景区与徐州汉符文旅产业发展有限公司合作开发文创，今年新推出的汉甲棒球帽与汉甲雨衣，创意灵感源于古代甲胄，设计简洁实用。还有铺首织袜，图案出自狮子山楚王陵的兽面铺首衔环，寓意“步步生风，守住财富”，构思精巧。

在龟山景区文创商店，按 1 比 1 复原的楚王刘注的龟钮银印复制品及冰箱贴备受青睐，营业员每每讲起这枚银印的考古价值与失而复得的传奇故事，总是滔滔不绝。而那方刻有楚王“劝退”盗墓者文字的“第百上石”塞石，也被制成冰箱贴等文创产品，成为传播龟山汉墓故事的鲜活载体。

“龟山汉墓是徐州唯一一座墓主人身份确凿的楚王大墓。”龟山景区管理中心主任杨钊介绍，“龟山景区文创商店依托龟山汉墓文物资源，推出 16 大品类、300 余款文创产品，上半年全新研发上新文创 25 款。1—7 月龟山景区文创营业收入 513.58 万元，同比增长 46.22%。”

纳玛象门齿化石是展陈于邳州市博物馆一楼大厅的镇馆之宝。该馆打造“邳博文创”品牌，最火爆的当数“杏运小象”系列——“杏”源于邳州银杏，“运”指代运河，“小象”寓意“幸运”，灵感来自纳玛象象牙化石。

邳州市博物馆馆长程卫谈到，博物馆对馆藏重点文物进行转化，结合当代生活需求与审美偏好进行创意转化，至今已推出“螺光璃影”“礼乐重生”“邳州风物”等 10 余个系列、200 余款文创产品，既实现了文化价值的生活化传播，也探索出了文物活化利用的市场化路径。城市文化认同感与品牌美誉度持续提升。

运营 IP 授权拓展“文创+”

博物馆文创产业的繁荣发展，并非偶然。其核心引擎在于“IP 授权+合作经营”模式的成熟。

拥有徐州顶级的馆藏文物，徐州博物馆文化创意部副主任刘洋介绍，2026 年以来，徐州博物馆创新文创产业发展路径，构建“IP 授权+合作经营”文创发展模式，联动社会资源打造“彭城博物”“汉字工坊”等多元线下业态，开发 10 个大类、近百款系列特色文创产品，玉衣冰箱贴、汉韵流光琉璃杯、必胜锦鲤毛线挂件等产品市场反响热烈，上半年文创销售突破 1000 万元。

盘活小微闲置空间，把小空间做出大文章。徐州博物馆二楼“天工汉玉”展厅外，一间不足 20 平方米的闲置角落，被改造为“抱一文创”授权专营店，将玉器文物元素微缩于串饰、挂件之中。2026 年上半年，这间不起眼的小店竟创下 230 万元销售额，堪称全馆文创销售的“黑马”。

“数字科技，也为文化传播拓宽了新赛道。”刘洋说，徐州博物馆在支付宝鲸探平台分两期上线大汉风华“一琢一塑·皆入风雅”系列数字文创产品，累计实现销售额 104 万元，打破文博传播圈层，为文物活化、文化创新开辟全新路径。

具有革命性的“破壁”还在继续。7 月 18 日，全市首个“地铁+博物馆”文创新业态在地铁彭城广场站落地。这一举措让文化服务从“场馆专属”变为“通勤日常”。“无边际博物馆”的理念，将千年汉韵送进了城市最繁华的枢纽。

拥有国家一级文物 17 件（套）的邳州市博物馆，在江苏县级博物馆中处于第一方阵。邳州市博物馆馆长程卫介绍，从 2025 年起，邳州市博物馆以机制创新激发活力，与邳州市交通运输控股集团供应链有限公司合作开发文创产品，打造“邳博文创”品牌，把邳州历史文化与当代生活美学巧妙融合。

在合作中，邳州市博物馆深度参与设计团队文物高精度三维扫描、纹理复刻、纹样提取与元素解构全流程，对每一处文化元素的运用进行专业审核，确保不偏离文物历史原貌。强化学术内容支撑，组织文博专业人员解读文物背后的历史背景、工艺特点与文化价值，为设计创作提供全程学术指导。

据官方数据，自 2025 年 5 月邳州市博物馆文创中心运营、12 月桃花岛公园“树下见”文创门店开业以来，已累计实现营业额 53.1 万元。这两处官方文创实体店以及旅游旺季在艾山风景区等重要景点开展的流动展销，成为传播邳州历史文化的重要窗口。

进阶 如何出品更多爆款

尽管成绩斐然，但徐州文创并非高枕无忧：馆藏转化深度不足，标志性爆款仍需培育；阵地覆盖有限，尚未全面嵌入全市重点文旅节点；融合发展不深，“参观—体验—消费”闭环未完全打通。

这不仅是某家博物馆的困惑，也是全市博物馆文创需要直面的挑战。当玉龙雪糕成为“标配”，如何避免同质化？当“杏运小象”走红时，后续 IP 如何持续造血？记者在采访中感受到，相较于故宫、敦煌等头部 IP，徐州汉文化的叙事体系仍偏于碎片化，尚未形成如同“故宫猫”或“敦煌飞天”般具有强辨识度的超级符号矩阵。

破局之道，贵在行动。以赛促创，让创意从图纸走向货架。6 月 13 日是文化和自然遗产日，在徐州首届民间艺术文旅推介活动中，徐州文旅发布了 2026 年度“彭城造物·共创七里”徐州文创大赛成果。大赛共征集设计图作品 467 件，网络票选平台总访问量近 50 万。宝相花纹手鞠球，创造性地融入了汉代的莲纹、柿蒂纹，丝丝缕缕传递吉祥圆满。汉兵马俑风扇将风扇整体设计成 Q 版汉俑的造型，不仅圆润可爱，还能够随时送来一丝凉爽。

面对“文化味、艺术感、年轻态、烟火气、国际范”文创新需求，邳州市博物馆已绘就下一步蓝图：深化馆藏 IP 开发，聚焦爆款培育与节庆礼盒、实用好物等产品层级完善；拓展线下经营阵地，推动文创与展览、社教、研学深度联动，打通“参观—体验—消费”全链条。

文化创意产品是让优秀文化资源“活起来”、提升文化产业发展水平的重要载体。由博物馆领衔的徐州文创走红市场，为城市文化生动“代言”。此次全省博物馆文创联盟的成立，着力打破行业与区域壁垒，贯通上下游资源，志在构建立足江苏、辐射全国、放眼全球的文创产业新格局。这一顶层设计，也为徐州博物馆系统文创的迭代升级提供了强劲助力。

市场热度印证了文化消费的深层潜力远未释放。江苏师范大学商学院文化产业管理系主任张培奇强调：“流量是试金石，转化是分水岭。徐州文创的课题，不止于‘破圈’的一鸣惊人，更在于‘常青’的久久为功。”

本报讯（记者 张瑾）8 月 16 日下午，网络文学视听转化座谈会在江苏师范大学召开。本次活动汇聚全国知名专家学者、头部数字文化企业代表，以及徐州高校、本土数字文化企业、市作协代表共 30 余人。活动由中国作家协会网络文学中心、徐州市委宣传部主办，徐州市文学艺术界联合会、江苏师范大学文学院承办。

座谈会聚焦落实“汉文化网络文学专题创作扶持计划”，旨在打通汉文化主题网络文学从原创孵化到影视、动漫、微短剧、有声剧等视听业态的转化全链条，着力构建“创作—评估—孵化—转化—传播”一体化工作机制。网络文学承载着新大众文艺的未来，作家创作要真正反映时代变化，学者研究要与时俱进，业界人员要把握时代大势。徐州网络文学创作及视听转化方面基础较好，应依托自身文化优势、后发优势和区位优势，突出差异化竞争，全力打造区域网络视听产业中心。

今年 7 月，江苏师范大学文学院与南京师范大学文学院签订实施“新质中文”跨校教学共同体建设计划，探索 AI 时代中文专业转型发展之路。江苏师范大学校长杜增吉表示，江苏师范大学将继续发挥学科、平台、人才优势，抢抓“新质中文”“数字人文”赛道和机遇，高标准建好网络文学学院，积极构建政府、高校、行业企业协同联动、资源互通、合作共赢的长效协作机制。

座谈会上，阅文集团剖析了当下 IP 转化的发展趋势；红果短剧头部创作团队“白羊工作室”分享了 AI 剧本创作要点；江苏淮海科技城介绍了产业定位和发展理念，从企业集聚、人才培养、生态打造、项目带动等方面展示了园区前景、合作空间；江苏新领路传媒有限公司介绍了网文轻量化视听转化、原创剧本孵化、视听产品海内外发行情况；江苏师范大学网络文学院分享了面向“新质中文”的学院建设与实践成果。

在自由交流环节，学者们梳理了从网文到短剧的发展进程，分析了网络文学视听转化的精品化趋势。徐州本地数字文化企业负责人、网络作家代表踊跃发言，围绕网络文学视听转化过程中的堵点难点与创新增长点展开深入研讨。与会人员一致认为，徐州汉文化资源为网络文学提供了深厚的叙事根基，借助影视、动漫、微短剧等视听形态，将更好地贴近大众，在双向赋能中焕发时代新彩。

2026 年“圆梦行动”开启

本报讯（记者 刘浚豪）记者从团市委获悉，日前 2026 年“圆梦行动”全面启动，首批资助学生信息已录入“徐州青年卡”平台，即日起至 8 月 30 日面向社会各界开放线上认领，为低收入家庭本科新生提供就学资助。

据介绍，本次“圆梦行动”资助对象为 2026 年参加高考、考取全日制普通高等院校本科的低收入家庭高中毕业生。民办高校、预科、预升本学生以及国家定向、军校、师范、委培等免费大学生不在资助范围内。资助标准为每人 5000 元，用于帮助低收入家庭准大一新生顺利入学。

认领采取线上的方式进行。爱心人士可登录“徐州青年卡”小程序，选择资助对象完成认领。计划资助 5 人及以上的爱心企业和个人，可直接与徐州市希望工程办公室联系。资助 10 人及以上的，可举办小型捐赠仪式。所有参与捐赠的爱心企业及个人均可获得爱心捐赠证书。

团市委相关负责人表示，梦想不因起点而设限，青春也总因守望而发光，希望更多爱心企业和个人参与认领，帮助这些需要帮助的学子点亮求学路。

这个七夕“职”等你来

本报讯（记者 马国明）8 月 19 日 17:30 至 20:30，2026 年“苏就美好·职引未来”百日千万招聘专项行动铜山区专场——“七夕有约·职为等你”人才夜市招聘会，将在徐州天赋广场负一楼中庭举行。

届时，50 余家铜山区优质企业将提供涵盖高端装备制造、新一代电子信息、绿色低碳能源、安全应急、数字经济、康养托育等领域的优质岗位 800 余个，岗位类型覆盖工程师、技术操作工、文员等，可满足

不同专业背景和职业规划的求职者需求。

本次活动旨在抢抓高校毕业生求职关键期，搭建用人单位与求职者精准对接平台，推动高质量充分就业。

此次活动将招聘场景从传统会场延伸至商业空间，以更年轻、更开放的方式拉近企业与人才之间的距离。求职者与企业招聘负责人面对面交流，一站式了解岗位要求、薪资待遇和职业发展路径。

湖畔寻缘 青春相遇

本报讯（记者 刘俊男）七夕佳期至，青春遇良缘。为持续优化青年人才服务体系，切实留住单身青年人才婚恋交友难题，更好留住青年、温暖人才、赋能城市发展，2026 年 8 月 16 日，由徐州市委人才办、徐州市妇女联合会、徐州报业传媒集团联合主办，徐州艺术馆承办的“幸福连线 才聚彭城——湖光夕遇”七夕青年人才爱情市集交友联谊会顺利举办。来自全市机关、企事业单位的 160 名单身青年人才欢聚湖畔，在雅致浪漫的氛围中邂逅美好、结缘相知。

本次活动坚持服务青年、聚力人才、公益赋能的理念。活动前期，全市妇联系统专项开展公益红娘专题培训，夯实婚恋服务专业力量。培训面向各县（市、区）妇联工作人员、资深公益红娘及市级招募的公益红娘开展，系统解读婚恋服务政策内容、公益红娘行为准则与服务规范；结合本次七夕交友活动组织现场观摩、实践案例实训，并搭建线上赋能交流平台，通过常态化案例分享、专家答疑、经验交流，持续提升全市公益红娘队伍专业化、规范化服务水平，为“幸福连线 才聚彭城”青年交友活动高质量开展夯实根基。

活动创新推出“爱情市集+流动 CP”交友模式，打破传统联谊的刻板形式，打造轻量化、沉浸式、文艺化的青年社交场景。现场设置干

花书签 DIY、七夕香囊手作、活字拓印、香薰蜡烛制作、同心串珠五大国风手作体验板块，每个板块配备专业指导老师与持证公益红娘驻点服务，引导青年嘉宾双人协作、互动交流，在沉浸式手作体验中拉近距离、增进默契。

为帮助青年打破社交壁垒，活动设置趣味线索打卡破冰环节，通过差异化趣味任务鼓励青年主动沟通、双向了解，有效化解社交拘谨。同时开设专属“三分钟轮转约会”环节，为青年人才提供一对一深度交流机会，让大家抛开标签、真诚沟通，深入了解彼此兴趣爱好、生活理念与职业追求，助力志趣相投的青年双向奔赴。公益红娘全程巡场护航，贴心引导腼腆青年主动交流，严守信息保密准则，提供专业、暖心、规范的牵线服务。

本次活动立足青年人才实际需求，以传统七夕文化为载体，融合国风美学、趣味互动与公益服务，既弘扬了中华优秀传统文化，也拓宽了我市单身青年人才交友渠道。下一步，市委人才办、市妇联将持续聚焦青年人才安居、交友、成长等核心需求，常态化开展多元化、高品质的青年联谊活动，不断完善青年人才暖心服务体系，持续营造爱才、惜才、留才的浓厚氛围，让更多青年人才扎根彭城、圆梦彭城、乐享彭城。