

为文化强省注入生生不息的“三国智慧”

——一座千年祠庙的当代启示录

当2025年武侯祠成都大庙会119万游客的喧闹声散去,半年666.77万参观人次的数字沉淀下来,这座千年祠庙的当代蜕变路径愈发清晰。在四川省委《关于推进文化和旅游深度融合发展 做大做强文化旅游业的决定》、成都市委《关于推进文旅体深度融合发展 加快建设世界文化旅游名城和国际消费中心城市的决定》指引下,成都武侯祠博物馆(以下简称“武侯祠”)以学术为基、创意为翼、科技为桥,交出了一份文旅融合创新的亮眼答卷。这不仅是数据的跃升,更是一场关于传统文化如何穿透时空、激活当代人心的生动实践,为文化强省建设提供了可资借鉴的“三国智慧”。

学术筑基:解码文化基因的密码

在成都武侯祠博物馆内,一本名为《全国三国文化遗址调查报告(蜀汉故地卷)》的学术著作静静陈列。这份覆盖7省市840余处遗址地的学术成果,正是武侯祠工作人员们十年磨一剑的结晶,更是武侯祠创新实践的坚实底座。

真正的文化传承,始于对文化本源의深刻理解与系统梳理。武侯祠的实践揭示:博物馆的角色正从“文物守护者”向“文化价值开掘者”转变。文物、遗址的价值远不止于历史与珍稀,其蕴含的经济价值、社会价值、情感价值,唯有通过扎实的学术研究才能被精准识别、有效释放。让专业学术团队深度参与文化传承利用的全链条——从文创开发、社会教育到活动策划——确保了创新的专业性与文化根脉的纯正。

学术的深度如何转化为大众的共鸣?2024“成都礼物”铜奖“孔明祈福香薰灯”和现象级爆款文创“文武双全”毛绒公仔给出了答案——成功的文创背后站立着严谨的学术支撑和精准的文化符号提炼。2024年超50万件、3440万元的文创销售佳绩,正是学术IP向市场价值高效转化的有力证明。这印证了一个核心逻辑:学术是文化

创新的源头活水,是产业转化的核心驱动力。

展教活化:让学术成果可感可及

学术研究的深厚积淀,唯有通过生动鲜活的载体,方能真正触达公众心灵,实现文化价值的最大化传播。武侯祠深谙此道,精心构建了“展陈+社教”双轮驱动的活化体系,充分发挥博物馆的展示传播与公共教育职能,将严谨的学术成果转化为可感、可知、可参与的文化体验。

在展陈领域,武侯祠以常设展奠定深度,特展激发广度,共同织就一幅立体的文化图景。“明良千古——刘备与诸葛亮君臣合展”“名垂宇宙——诸葛亮遗存精选系列展”“祠庙千秋——成都武侯祠历史文化主题展”三大常设展,系统梳理刘备君臣佳话、诸葛亮遗存及祠庙千年历史,为观众提供了理解三国精神内核的权威基石。“礼蕴天地 和合致美——文物里的东方生活美学展”入选国家文物局、中央网信办联合开展的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”主题展览推介项目,“三元及第——家国之梦与华夏文明传承展”则巧妙链接三国元素与家国理想,诠释中华优秀传统文化的深邃内涵与永恒魅力,使三国智慧成为大众洞悉更广阔华夏文明的一扇窗口。

社会教育,尤其是“三国匠造所”品牌,则成为连接学术研究与公众美育、激活文化传承生命力的核心枢纽。自2014年创立以来,该系列公益社教活动便秉承三国文化艺术革故鼎新的精神,创新性地将三国历史基因与蛋壳彩绘、脸谱绘制、剪纸、皮影、竹艺、扇面书画等丰富的非遗技艺相融合,实现了德育实践、美育熏陶与文化传播的深度交融,活动覆盖全龄层,点燃了公众尤其是青少年对传统文化的热情与认同感。“三国匠造所”的影响力与日俱增。其直接参与者已逾万人,惠及公众超十万,更将三国文化的种子播撒至海外,走进摩洛哥拉巴特中国文化中心,亮相日本神户“三国志祭”,其卓越的教育理念与实践价值,赢得了业界高度认可,斩获包括由中国博物馆协会颁发的“最佳教育展示案例”等多项国家级荣誉,并入围“文博社教案例宣传展示活动”优质案例,成为博物馆教育领域的标杆之一。

科技赋能:时空折叠的文化桥梁

今年暑假,武侯祠诸葛亮殿前,戴着AR眼镜的研学学生为空中自动拆解重组的斗拱结构

欢呼。这全国首个室外AR导览系统,以及24小时在线的AI数智人“小诸葛”,标志着武侯祠新技术的突破与智慧应用的深化。科技的本质,在于它成为折叠时空、拉近古今的桥梁,让晦涩的历史变得可感、可触、可对话。

科技赋能能正深度重构文博体验的边界。2025武侯祠成都大庙会期间,实体官灯幻化为数字空间,动态六角官灯、祈福祥运树、新春三国人物表演营造出沉浸式三国年味;《诫子书》《蜀相》跃然“数字红墙”,金字漂浮,传统韵味在光影中流淌;《武侯奇“庙”夜》主题情景剧,以8块LED屏联动裸眼3D多媒体数字内容,融合歌舞、杂技、戏曲等多种艺术形式,将蜀汉的市井烟火、官闹夜宴、沙场点兵生动复活。

科技不是炫技的噱头,而是让文化“活”在当下的必需媒介。展望未来,武侯祠计划运用建筑投影、AR探索引导重现赤壁烽火,利用全息投影、人机交互、AR合影让诸葛亮的羽扇纶巾在水雾间“复活”。构建包含三国AR照相馆、小喜神智慧福盗等核心场景的线上线下体验体系,其深意在于:以“数实结合”重塑文化呈现方式,让千年智慧可亲可近。

产业裂变:从符号消费到场景革命

在武侯祠锦里街区,“00后”女孩为抽到“盲粒”限定版赵云徽章而雀跃。这些以新颖形式承载三国IP的小物件,是文创市场的新宠,助力今年“五一”假期武侯祠文创销售额达137.51万元,同比激增50%。然而,武侯祠的产业棋局早已超越单品销售。

《锦里文化旅游街区商业空间业态管理办法》等文件的出台,标志着更深层次的产业变革——从售卖文化符号,升级为营造沉浸式文化消费场景与生活方式。端午假期,锦里变身开放式“剧场”,民俗巡游、情景古风歌舞、近景戏剧、古琴吟唱、杂技等沉浸式演出,让游客在行走中“穿越”时空,流连忘返。

锦里的价值,在于其独特的地理原真性、文化真实性和历史延续性。未来,武侯祠将运用“点穴式”策略,在关键节点布局:三国主题演艺、“餐饮+演艺”融合业态、“文创+研学”IP展馆、“科技+潮玩”沉浸体验。同时,优化业态结构,重点打造蓉城老字号美食创意街区,重塑“成都美食第一街”的金字招牌。其核心目标,是通过业态的有机更新与场景的深度营造,让锦里焕发持久魅力,实现文旅产业的质效升级。



锦里文化旅游街区



“三元及第”展览



武侯祠成都大庙会“国际小喜神”



武侯祠人头攒动

全域传播:在地表达与世界回响

当2025大庙会上的“国际小喜神”穿梭于35个国际美食展位;当“千里走三国——三国遗存文旅路线精选展”等展览在日本、泰国等地巡展;当锦里被英美媒体誉为“全球最美街道”……武侯祠的国际化图景徐徐展开。这背后,是其深远的战略布局:立足本土文化精髓,面向全球市场,构建“在地国际表达、对外多维传播”的全域、全季、全龄、全时发展新格局。

传播力即影响力。央视上半年13次聚焦,大庙会获近100家媒体720篇(次)报道,博物馆自媒体公众号关注人数达226.9万(年增34.8万),数据印证了其强劲势头。“三国匠造所”系列课程走进摩洛哥中国文化中心,三国文化主题讲座与“千里走三国——三国遗存文旅路线精选展”在日本成功举办,标志着三国文化的国际全业态格局正在形成。

文化“走出去”的深度,取决于学术“走进来”的厚度。下一步,武侯祠将依托“全国三国文化研究中心”资源,落实《四川省建设三国文化世界旅游目的地三年行动计划》,加强国际科研合作与智库建设,以链式协同构建“文旅+”国际全业态矩阵。让三国智慧成为世界理解中国文化的又一扇窗。

千年基石:惠陵古柏的当代注脚

屹立在苍劲的千年古柏下的武侯祠,发展逻辑不言自明:如同古柏深扎大地、枝干遒劲、冠盖如云,传统文化的当代新生,必以学术为坚实根基,以创意为伸展之翼,以科技为通达之桥。武侯祠的实践,生动诠释了保护、研究、展示、开发、利用、推广“六位一体”的融合发展之道。

学术的深度,决定了文化传承的厚度与产业延伸的广度;科技的赋能,则让古老智慧跨越时空阻隔,实现全球范围的共鸣。这座千年祠庙的蜕变深刻启示:传统文化复兴绝非简单的“旧瓶装新酒”,而是要构建一个生生不息的文化生态循环系统。每一份严谨的研究,都是与历史的深度对话;每一次成功的创新,都是文化基因在当代的精彩表达。

根据规划,武侯祠正着力打造更具吸引力的三国文化沉浸式体验项目,利用AR/MR技术重构历史现场。其愿景,是让严谨的学术研究与奔涌的数字浪潮在千年庭院里共舞,让深厚的文化基因与蓬勃的产业血脉在当下共振。武侯祠的创新实践,已然成为传统文化当代表达的典范样本,必将为四川2030年建成文化强省的战略宏图,注入源源不断、生生不息的“三国智慧”。

(供稿:成都武侯祠博物馆)

河北博物院深耕文化服务 点亮多彩暑期

贾希希 刘子怡

为深入落实国家文物局关于2025年暑期博物馆开放服务工作相关部署,更好满足群众精神文化需求,河北博物院结合实际采取系列措施,包括延长开放时间,强化安全保障、推出多元主题展览、开展专题教育活动等,为广大观众奉上精彩的暑期文化盛宴。暑期累计接待观众76.2万人次,比去年同期增长18.4%,其中省外观众占比40%,为区域文旅融合发展注入了强劲新动能。

举办多元主题展览,增加文化供给

河北博物院深入挖掘文物文化内涵,策划推出八大主题展览,涵盖历史文化、传统非遗、红色文化、自然科普等多个领域,主题鲜明、内容丰富、载体多样,成功吸引各年龄层的观众走进博物馆,感知中华优秀传统文化的脉搏。

“天下长安——唐代文物精品展”精选陕西、河北出土的220件(组)唐代代表性文物,为观众徐徐展开一幅长安人炽热活跃的生活画卷。“鲸奇世界”通过12件珍贵的鲸豚标本与51件仿真模型,运用多媒体展项、互动装置和艺术造景,打造适合全年龄段观众参观体验的通识科普展览。“文脉华章——冀藏古籍文化展”“华彩珍蓝——河北珐琅艺术展”等展览立足燕赵深厚地域文化特色,深度展现中华文明多元一体格局魅力,获观众一致好评。

“山河永固——晋冀鲁豫抗日根据地革命文物展”“河北抗战图片档案展”,通过珍贵实物与历史影像,追忆老一辈无产阶级革命家英勇奋斗的光辉历程,弘扬伟大的抗战精神、太行精神,获国家级官方媒体密集报道,社会反响热烈。

由河北博物院与马蒂斯·萨里安故居博物馆、衡水内画艺术博物馆联合策划的“画里画外中国韵——河北武强年画与衡水内画艺术展”也于暑期在亚美尼亚正式开幕。展览精选95件(套)代表性展品,从制作工艺、用途、类别等多视角展示河北非物质文化遗产,积极构筑对话交流的平台,推动中国与亚美尼亚两国的文明互鉴与艺术交流。

创新社会教育活动,提升服务品质

河北博物院持续深耕社会教育沃土,开拓创新服务模式,通过手工课堂、流动博物馆、专题研学等形式,开展15大项共228场教育活动,形式活、覆盖广、反响好,有效激发了社会公众探索历史、感知文明的浓厚兴趣。

积极响应京津冀协同发展策略,促进区域间博物馆行业的深度交流与合作,京、津、冀三地文物博物馆学会策划发起“溯源文化 探寻历史——京津冀博物馆联合教育项目”,今年暑期组织实施了以“抗战记忆·红色之旅”为主题的系列联合教育实践教育活动,以“研、学、游”结合的形式开展抗战主题教育实践,活动成果丰硕。

“雏鹰展翅 见证成长”2025年暑期大、中学生志愿服务圆满结营。经过面试、培训、考核等环节,43位学生志愿者成功上岗,参与暑期博物馆一线服务,其间提供“山河永固——晋冀鲁豫抗日根据地革命文物展”讲解服务837场,惠及观众1.1万人次,发放观众调查问卷1000余份,有效提升了青年学生的社会实践能力与服务意识。

致力于探索志愿服务创新,河北博物院系统化构建和管理团队、制定日常管理规范、加强讲解知识培训,全面提

升志愿者讲解员的专业素养与服务能力。暑期期间,223名注册志愿者活跃在观众咨询岗、讲解服务岗等岗位上,活跃在展厅内,为观众提供专业讲解9716场次,服务11.5万名观众,成为博物馆服务中不可或缺的一抹亮色。

加强文物活化应用,深化文化体验

河北博物院积极拓展文物活化利用与价值转化的新路径,聚焦文创研发、数字技术赋能及馆藏文物活化利用,推出多款文创产品,打造沉浸式互动场景,拓展云上数字资源平台,传播广、创意新、市场热,有力延展了博物馆的体验边界。

扎实推进文创产品开发,暑期新推出53款文博主题文创,并组织开发临时展览配套文创74款,倾力打造文化创意空间,撬动文旅消费需求。凭借其创新设计和潮流化表达,河北博物院成功吸引了年轻群体关注,品牌影响力持续升温。尤其在石家庄草莓音乐节期间,河北博物院单日接待量达2.4万人次,成为暑期文旅重要引流项目。

大力推动现代信息技术在文化体验场景中的集成应用,综合运用动作捕捉、VR虚拟现实等数字科技,让国宝“长信宫灯”等珍贵文物活起来。河北博物院推出的“数字艺术沉浸体验展”“数字艺术快闪展”等,视觉效果震撼、互动体验极强,是探索数字文化新场景的标志性案例。

暑期通过官方微信、微博、抖音等自媒体平台,河北博物院加强与央视及新闻客户端、新华网等各级媒体合作,积极构建融媒体宣传矩阵,开展主题采访等宣传报道活动,新媒体全平台累计发布信息2000余条,“缤纷”展“现”云享河博”“这么近,那么美,周末到河北——孙楠带粉丝游河北博物院”两场主题直播活动,浏览量超750万。

做好暑期安全保障,优化开放服务

河北博物院全力应对暑期客流高峰,同步强化安全保障并优化开放服务,实施延长开放时间、升级技防安防体系、强化防汛措施等组合举措,服务精、保障实、应对强,切实实现暑期安全稳定的参观环境。

7月至8月间,每日延长开放时间一小时,为观众提供更充裕的参观空间,同时大力增设公益讲解服务,暑期累计提供专业讲解828场次。持续优化场馆参观环境,并增设互动体验项目,显著提升了暑期的服务接待能力和观众满意度。

做好汛期安全防范,对各院区排水情况进行排查、整治,组织修订、完善防汛应急预案,补充储备防汛设备,开展防汛演练,加强人员值班值守。强化安保力量部署,组织一线安保人员开展危险品识别、应急处置及文明执勤培训,增加巡逻岗人员数量和频次。强化技术防范能力,及时完成安全、消防设备设施的维修维护,积极营造“人人关注安全、人人参与安全”的良好参观氛围。

暑期博物馆的参观热潮,充分展现了群众日益增长的高品质文化需求。河北博物院紧抓国家级重点博物馆共建机遇,立足暑期服务升级节点,不断拓展文化供给,深化服务效能,积极推动数字赋能,提升文物保护利用能力,不断丰富群众文化生活,为城市文化建设注入新活力。

(作者单位:河北博物院)

欢迎 订阅

2026年度 《中国文物报》

《中国文物报》由国家文物局主管,中国文物报社主办。坚持正确导向,服务大局,对文物事业进行全方位、宽领域、多角度、深层次的采访报道,宣传方针政策,透视热点问题,讲好文博故事,传播文博知识,已成为全国文博工作的权威信息源和交流平台,公众感知中华文明、汲取智慧力量的窗口阵地。

- 订阅方式
全国各地邮局可随时订阅,
邮局发行代号 1-151,
国内统一刊号 CN11-0170
- 定价
每周三期,每周二、四、六出版,每期对开八版,全年定价300元(含手机数字版)
- 联系方式
发行电话:010-84079040
地址:北京市东城区东直门内北小街2号楼 邮编:100007

中国文物报社聚焦主责主业改革发展,守正创新,初步形成一报两刊三个新媒体矩阵和多个系列品牌产品集群相辅相成相得益彰的中国文化遗产总体传播格局,正在打造具有较强传播力、引导力、影响力、公信力的中国文化遗产传播中心。一方面,推进传统媒体与新兴媒体深度融合发展,实施中华文物全媒体传播计划,从小传播走向大传播,建设以纸媒传播为核心的全媒体综合传播矩阵;另一方面,坚持内容为王,服务至上,以主业带动辅业,以辅业反哺主业,从小服务走向大服务,建设以内容服务为核心的全方位综合服务平台。如今已经初步构建云考古、云展览、云课堂、云讲解、云直播、云文创、云文旅等多种形态新型产品链,形成专刊特刊、教育培训、遴选推介、会议展览、规划咨询以及影视视听等多个系列品牌产品线,为全行业乃至全社会提供专业化细分化和大众化趣味化文化遗产传播服务。

现面向文博行业和相关领域长期征集合作伙伴和合作单位

