

以「定」为鉴——抗美援朝纪念馆革命文物定级的实践与思考

魏坤

抗美援朝文物定级以精神价值为重心，依托军事与历史双重专业准则，凸显跨国性、集体性及专项认定特性，在革命文物定级中属于典型代表类型。本文重点分析其三点创新举措：建立“精神价值独立评价体系”、实施“科技手段与专家评审双轨验证机制”、制定“专题纪念馆专属定级流程”，旨在为同类纪念馆提供参考。

定级之本：锚定价值坐标，破解保护困局

抗美援朝纪念馆文物定级工作以《中华人民共和国文物保护法》《文物藏品定级标准》《近现代一级文物藏品定级标准（试行）》为核心依据，构建融合历史、艺术、科学三维价值的评估体系。这一体系如同精准坐标仪，为每件文物标定历史分量、稀缺程度与核心价值，是文物“立传建档”的关键环节，也为后续保护利用提供根本遵循。

抗美援朝纪念馆馆藏文物构成多材质系统性体系，全面呈现战场作战、后勤保障、宣传动员、后方支援等抗美援朝历史图景。近年来，纪念馆通过多渠道持续征集文物，收获了一批志愿军首长、著名战斗英雄、支前模范等与抗美援朝历史相关的重要革命文物，不仅填补了馆藏空白，更涵盖战场作战、后方支前、外交往来、国际友谊等多个维度，成为抗美援朝时期的珍贵历史见证。其中部分志愿军首长、著名战斗英雄的文物存世量极少，具有不可替代的稀缺价值。

随着馆藏文物逐年递增，传统“全面覆盖式”管理模式的局限逐渐凸显：珍贵文物与一般文物保护资源分配失衡，核心历史信息载体修复优先级模糊，研究与展示重点缺乏明确导向。文物保护模式从“全面覆盖”向“精准重点保障”转型。如新征文物“袁玉纯女士使用的上海帆船缝纫机”，未定级前仅作一般文物保存，获评一级文物后，其承载的“母亲以毕生积蓄购置设备支援前线”的史实内涵，成为诠释“军民同心”精神的核心物证。

定级之路：构建定级流程，筑牢科学根基

纪念馆定级工作以严谨流程为支撑，构建起一套“三维建档—初步筛选—专家评审—分级备案—动态监测”的五阶闭环体系。

定级初始阶段，馆藏文物管理人员建立涵盖本体信息、历史背景、保存状况的三维档案，重点核查文物来源（是否为捐赠所得、是否具备原始档案支持等）与历史信息含量（如文字、图案、工艺等承载的历史线索），同时运用数字化技术记录材质成分、病害状况等数据，为后续评估夯实基础。在此基础上，由具备副高级以上职称或10年以上抗美援朝文物保管、抗美援朝历史研究专业人员组成的初选文物鉴定专家组，依据历史意义、精神内涵、稀缺性三方面开展初步筛选，区分珍贵文物候选对象与普通文物，并标记具有特殊价值或存疑的文物。准备工作完成后，由省级文物行政管理部门组织文物鉴定、党史、军史、军事技术等领域专家开展正式鉴定。专家团队采用实物验证、文献佐证、技术检测相结合的综合方法，结合抗美援朝文物特殊性进行集体研讨，形成初步鉴定结论；对存在争议的文物启动二次复核程序。依据评审结果，为文物标注等级并匹配相应保护措施与展示规范，按程序将二级、三级革命文物上报辽宁省文物局备案，一级革命文物则推荐至国家文物局审批。与此同时，纪念馆建立文物定级数据库及动态监测体系，为未来文物价值重估预留接口。

省文物专家鉴定环节，重点聚焦志愿军高级将领相关文物、重大战役见证物、具有广泛社会影响的支前实物等类别，确保定级对象与抗美援朝核心史实紧密关联。对存疑文物，专家组启动专题考证，补充口述史料与文献比对工作，进一步提升定级准确性。整个定级过程坚守“价值优先、史实确凿、宁缺毋滥”原则，力求定级结果经得起历史检验，切实强化革命文物的叙事能力与教育功能。例如，在此次定级中，1951年中国人民志愿军第38军112师李增琪谱曲的《胜利山》歌曲手稿存在争议，如手稿的真实性（是否为原始状态、有无后期修补或篡改痕迹）、创作主体（是否为李增琪）、创作时间与背景（是否为1951年中国人民志愿军第38军112师时期创作）等，于是启动二次复核程序，经专家组反复论证后，该件手稿被评为三级文物。同时，科技检测证实手稿为原始状态，无后期修补或篡改痕迹，墨迹与纸张老化程度均符合年代特征，进一步佐证其真实性。手稿承载的情感力量跨越时空，至今仍能引发强烈共鸣，彰显出革命文物特有的精神感召力。此次定级不仅是对文物本体价值的权威确认，更是对抗美援朝历史记忆的系统

性强化，通过科学、严谨、可追溯的评定流程，为文物展陈、研究、传播工作提供了坚实依据。

定级之魂：聚焦精神传承，凸显专属特质

抗美援朝文物定级的特殊性，在于以精神传承价值为核心导向，同时强化国际史证属性与材质差异化评估，与常规文物定级侧重点有所不同。为实现通用标准与专属需求的有机融合，抗美援朝纪念馆将文物的“历史价值”细化为“国内史证价值+国际史证价值”，以突出抗美援朝战争跨国作战、国际援助的特质；同时在“艺术价值”评估中补充“战地创作独特性”维度，兼顾战地文物在特殊创作环境下的精神表达。

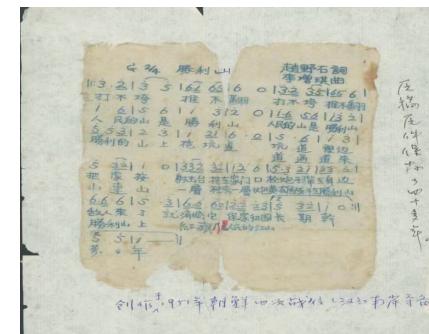
此外，还将精神传承价值列为独立一级评估指标，重点衡量文物对爱国主义、革命英雄主义等抗美援朝精神的承载度，以及对集体作战、后勤支援等历史记忆的呈现力；在历史价值评估维度中融入国际史证价值，突出抗美援朝战争的特质。同时，针对战地文物多为铁质、纸质、纺织材质且易损耗的特点，定级摒弃“重外观完整、轻信息留存”，以核心历史信息保留度为关键依据，避免因文物锈蚀、破损而低估其核心价值。

从定级实践成果来看，多件文物的定级结果充分印证了这一评估导向的科学性：

中国人民志愿军模范司机单永和的安全行车5万公里奖牌，由原二级文物升级为一级文物，评定核心依据是其突出的精神传承价值。该奖牌是“美军绞杀战”期间志愿军后勤保障的硬核实证，5万公里的行车纪录是同期司机平均里程的3倍，生动诠释了志愿军运输线的“钢铁韧性”，对后勤支援精神的承载度极高。



中国人民志愿军模范司机单永和的安全行车5万公里奖牌



中国人民志愿军第38军112师李增琪谱曲的《胜利山》歌曲手稿

袁玉纯支前使用的上海帆船缝纫机，被评为一级文物，关键在于其对“军民同心”精神的深度诠释。这件文物是东北民众支援前线的鲜活见证，“母亲以棺材本购置缝纫机支援前线”的事迹，深刻彰显了爱国主义精神中的集体记忆。

1954年黄继光母亲邓芳芝给志愿军胡长哲的回信，入藏即获评一级文物，源于其对精神传承价值的直接承载。这封跨越时空的书信中，“牺牲值得”字句直击对英雄的尊崇与家国情怀，是革命英雄主义精神的生动载体。

志愿军孙景坤的一级战士荣誉勋章，入藏即被评定为一级文物，核心是对“战斗英雄”精神的双重印证。勋章铭文“1951年东北军区颁”实证其战场功绩，而孙景坤“战斗英雄”与“致富带头人”的身份叠加，更强化了革命英雄主义精神的传承力度。

617部5中队1连6班特等功喜报，获评二级文物，因其精神传承价值聚焦于集体作战记忆。作为志愿军集体立功制度的权威遗存，喜报附带军级评功委员会批复文件，形成完整荣誉链条，呈现出集体作战的制度记忆。

此次抗美援朝纪念馆革命文物定级工作得到辽宁省文物局正式批复，新增398套珍贵革命文物，至此纪念馆馆藏珍贵革命文物总量达1223套/1964件（其中一级73套/76件、二级231套/298件、三级919套/1590件），系统明确了馆藏文物的价值层级，奠定了文物保护的精准坐标，实现了从“摸清底数”到“价值赋能”的升级。为红色专题馆建立“精神价值评估细则”等制度（如战地文物定级应优先考量信息留存度而非外观完整性），为革命文物“激活遗产”提供了参考借鉴。未来，抗美援朝纪念馆将持续推动定级成果深度融入“收藏—研究—教育”全链条，通过完善动态监测机制、结合新增史料丰富文物价值内涵，为革命文物保护展示利用提供坚实支撑，让革命文物的历史温度与精神力量在永续传承中绽放时代光芒。

[作者单位：抗美援朝纪念馆（丹东市抗美援朝研究中心）]



辽宁省文物局专家团队在抗美援朝纪念馆开展文物评估定级工作

以文润心 服务惠民

——重庆中国三峡博物馆2025年公共服务实践与探索

邱晓玲

2025年，重庆中国三峡博物馆（以下简称三峡博物馆）立足巴渝文化沃土，秉持“文化为民、服务无界”理念，在开放服务、社教品牌打造、校馆共建、专业人才培养等方面多点发力，全年接待观众近400万人次，同比增长8.69%；开展各类社教活动415场次，惠及公众超170万人次，让博物馆成为传承文明、服务社会的重要公共文化空间。

精耕开放服务，筑牢惠民根基

优质服务是博物馆的立身之本。三峡博物馆聚焦观众需求，不断优化服务供给，让文化体验更具温度。全年提供人工讲解21708场，其中免费讲解3703场，志愿者累计服务3212小时，用专业细致的服务赢得观众广泛好评。重新设计展厅平面图，更新电梯及楼层索引图，完善展馆内外标识标牌89块，在人流量大的区域增设安全标识32处，让参观路线更清晰；对展厅设施设备开展常态化巡检维护，全年处理电子设备故障64次，修复展柜展墙等设施237处，确保展陈效果最佳；升级“壮丽三峡”展厅多媒体系统，更换“重庆大轰炸”观众厅座椅套，为观众营造干净舒适安全的参观环境。

节假日期间，博物馆推出特色服务举措提升体验感。在“五一”“十一”等客流高峰期，设置涂鸦打卡墙，开放8款限量主题印章，随机赠送特色文创产品，让参观更具互动性与纪念意义。在重阳节精心策划“饰饰如意，九秋同庆”主题活动，通过传统工艺体验、民俗文化讲解等形式，吸引200余名老年观众参与，成为“我们的节日”系列品牌中深受好评的特色项目。在春节期间推出“新春文化系列展——灵蛇起舞·喜迎春”“贞石千秋——巴蜀碑铭展”，展出115件（套）蛇文化相关馆藏及巴蜀历代碑刻精品，让观众在博物馆里感受传统年味儿。

创新社教品牌，激活文化生命力

依托丰富馆藏资源，三峡博物馆打造多

元化社教品牌矩阵，让文化传播更具活力。“中华文物我来讲”讲解比赛已成为重庆极具影响力的语言类赛事，今年第三届时以“弘扬抗战精神，传承长江文化”为主题，吸引全市41个区县13万名中小学生参与。通过对文物的观察，撰写并讲述文物背后的故事，培育中小学生的文化自信。

面向高校学子，推出首届“文物青年说”重庆市大学生创意创作大赛，共收到48所高校的851件作品。如重庆政法大学团队创作的《跨越千年的对望》，将三峡博物馆中的“东汉红陶狗”与现代机器狗作为故事主角，红陶狗讲述“守——守薪火、守家园、守文化，机器狗回应“创——创桥梁、创轨道、创未来，让‘坚韧、忠勇、开放、争先’的重庆城市精神在古今对望中被看见、被听见，被延续”。该活动得到社会广泛关注，相关宣传点击量超10万人次，让青年创新力激活巴渝文化基因。

“百城千校行——诗行三峡”研学项目全年走进16所市内外学校，其中4月和11月分别跨越3000余公里走进新疆疏附县第一中学、乌鲁木齐第八中学和辽宁浑南二中等4所省外学校，通过专题讲座、流动展览、非遗互动等形式，为不同区域的学生带去三峡文化盛宴。

“听见博物馆的声音”博物馆之夜活动以“巴蜀文脉 川渝华章”为主题，通过非遗展演、专家讲座、夜间特展等环节，为近300名观众呈献文化盛宴，网络直播观看量超150万人次。此外，“展览遍渝州”项目全年将“贞石千秋——巴蜀碑铭展”“奋进新时代——馆藏革命文物图片展”9个展览送往12个区县巡展614场，开展各类教育活动142场，惠及观众43万余人次，让文化资源惠及更多基层群众。

深化馆校共建，拓展文化辐射力

三峡博物馆坚持“馆校协同、资源共享”理念，持续深化馆校合作，构建育人共同体。2025年新签约重庆城市管理职业学院、龙门

浩职业中学2所共建学校。与重庆工商职业学院的合作成效显著，6名大学生担任兼任讲解员，缓解了博物馆寒暑假和节假日讲解力量不足的问题；合作的在线课程《展览讲解》上线教育部智慧教育平台，虚拟仿真讲解实训项目登录智慧树网，累计选课人数超2万人次，实现了优质教育资源共享。“四共同四融入馆校共建大思政”获评重庆市新时代高校“大思政课”育人体系优秀案例二等奖。“趣博物馆”在巴蜀小学、重庆昕霖特殊儿童康复中心、重庆儿童艺术学校3所学校落地，通过儿童自主设计展线、征集展品、设计博物馆标识、布展等适配性设计，让校园博物馆更具特色，彰显教育无界的理念。

强化专业建设，提升服务硬实力

专业队伍是服务质量的核心保障。三峡博物馆多措并举加强人才培养，全面提升业务能力。举办首届三峡博物馆讲解员大赛，33名在岗讲解员全员参赛，邀请市内外专家开展2场专题讲座培训，推动讲解服务规范化、专业化发展。坚持讲解员晨会制度和定期考核制度，将考核结果与绩效挂钩，充分激发队伍活力。挖掘内部潜力，培训留学经历人员、新招聘讲解员及英语培训教师背景人员，英语讲解员增至5人，全年完成双语讲解近300场，圆满完成第二届亚联盟外国嘉宾的参观接待。11个教育项目获评相关荣誉，如“百城千校行——诗行三峡”获评第二届文化遗产研学“十佳研学项目”；《汉字中的历史文物——粮》获重庆科普微视频大赛一等奖。12人在市级以上讲解比赛中分别获一、二、三等奖，1人入选重庆市科学传播专家。

未来，重庆中国三峡博物馆将始终坚守文化使命，以更优质的服务、更丰富的活动、更创新的举措，让文物“活起来”，让文化“走出去”，真正成为传承巴渝文脉、培育文化自信、服务全民终身学习的精神家园，为讲好中国故事贡献三峡文博力量。

（作者单位：重庆中国三峡博物馆）

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，形成专利特刊、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

馆藏文物定级