

跟着国宝去研学



北大红楼是一座具有光荣革命传统的近代建筑，是李大钊、陈独秀等党的创始人开展革命活动的重要场所。这里是新文化运动的中心和五四运动的策源地，是我国最早传播马克思主义思想的主阵地，也是中国共产党在北京早期革命活动的历史见证地。

2021年，依托北大红楼旧址，中国共产党早期北京革命活动纪念馆（以下简称“纪念馆”）正式成立。目前纪念馆设有北大红楼馆区和蒙藏学校旧址馆区，形成一馆两址的规模，分别设有“光辉伟业 红色序章——北大红楼与中国共产党早期北京革命活动主题展”“中华一脉 同心筑梦——中国共产党民族工作光辉历程和伟大成就主题展”。2023年，北京市委宣传部、市委教育工委联合发起“京”彩文化·青春绽放行动计划。作为该计划中“红色行”项目的承办单位之一，纪念馆精心策划了“觉醒年代”研学行——首都高校力量参与红色文化主题研学。自2023年启动以来，研学活动以课题为锚、足迹为脉、夏日为约、知行合一，形成“四步合力”，引领首都高校学子回望峥嵘岁月，赓续红色血脉。

课题为锚，汇聚高校合力

2023年6月，以李大钊先生“守常”为名的研究院在北大红楼揭牌，成为研学活动的坚实平台。纪念馆联合北京大学、清华大学、北京师范大学、中央民族大学等7所高校，围绕“北大红楼与伟大建党精神研究”“马克思主义与中华优秀传统文化相通性研究”“马克思主义在中国早期传播相关史料研究”“《新青年》等期刊研究”等课题，举办开题会、线上读书研讨会以及实地调研等活动，带领青年学子在思维碰撞与理论研讨中接受并坚定理想信念。

足迹为脉，凝聚片区合力

知为行之始，行为知之成。2024年，纪念馆作为三大红色文化主题片区中的建党主题片区牵头单位，联动对接31处与北京早期建党相关的重要旧址，推出“青年毛泽东的北京革命足迹”“真理传播之路”等红色主题研学。在红色地图上，以北大红楼为原点，连接第一个由少数民族党员组建的党支部所在地——蒙藏学校旧址，李大钊、陈独秀讲学地——北大二院旧址，早期共产党人开展秘密活动地——陶然亭慈悲庵等，串联起从北大红楼到中法大学旧址的真理传播之路。研学行活动吸引了高校千余名师生参与，学子们走进蒙藏学校旧址，在“中华民族共同体”主题展览中感悟民族工作的辉煌成就；穿梭于北大红楼、陶然亭慈悲庵、《新青年》编辑部旧址等地，在沉浸式体验中重温先驱足迹，感受历史的厚重与时代的共振……令人欣喜的是，许多高校学生通过参与研学活动，成为北大红楼“新青年”志愿讲解员，用青春力量让红色基因焕发新活力。

夏日为约，贯通理论与实践合力

纪念馆连续两年推出“觉醒年代”研学行暑期计

百年回响 薪火相传

——记中国共产党早期北京革命活动纪念馆“觉醒年代”研学行活动

陈畅 谢尹楠

划，鼓励带动学子们探寻红色记忆。2025年暑期计划主要聚焦李大钊先生的“言”与“行”：聆听李大钊先生的孙女李乐群女士讲述“革命家风”、党史专家侯且岸教授讲授“马克思主义在中国的早期传播”等，8场深情又深刻的党史学习教育，让“铁肩担道义”的精神更加可感可知、有温度；同时精心设计“追寻李大钊先生北京足迹”City Walk研学，除大学生外，百余名中小學生也报名参与活动，追随先辈足迹。从北大红楼到北京李大钊故居，通过精心设计的研学手册与实景课程，让红色基因植根于大中小學生的心中，完成一堂“行走的大思政课”。北京大学的唐溢同学感慨道：“红楼巍巍，精神永续，它矗立的不仅是历史的丰碑，更是照亮我们这一代人前行的永恒灯塔，时刻提醒着我们肩负起属于这个时代的文化使命。”北京市第一六六中学的李芃焜同学说：“看到李大钊同志就义前不惧死亡的精神，看到《狱中自述》原稿上斑驳的血迹，一股热血直冲胸膛，革命先烈不怕牺牲，一生为国，他们是我们的榜样，给了我们无穷的力量。”每次的研学活动如一场跨越时空的对话，既是对先烈的缅怀，也是对红色基因生动而坚定的弘扬和传承。

知行合一，构建成果合力

红色研学步履不停，研学成果同样喜人。围绕研学行活动，纪念馆将学术研究与社会教育深度融合，不断丰富延伸活动内容，先后举办“觉醒年代”研学行——首届北大红楼学术活动周、“觉醒年代”研学行暨2024年北大红楼学术活动季，邀请专家学者、文博学者开展专题讲座和学术交流，青年学子可以与权威专家深度沟通学习，加深对课题的理解，在与历史的对话中深化认知，让学术之光照亮红色传承之路。此外，还举办了“南北共携手 薪火同传承——青年毛泽东革命足迹京湘对话活动”，形成了一次跨越时空的青春接力。经过两年多的深耕，活动收获丰硕研学成果，出版了《新青年觉醒年代研学行专号》《在北大红楼听讲座（第一辑、第二辑）》《新青年红色地图》《首届北大红楼与伟大建党精神研讨会论文集》《北大红楼日志》等书籍，在纪念馆研究人员、党史专家及研学团队高校青年教师的带领下，研学行活动的团队师生共完成40余篇学术论文，其中21篇发表于《人民周刊》。

2025年9月，央视《新闻联播》文化中国·校馆弦歌活动对“觉醒年代”研学行活动进行了报道，引起社会广泛关注。12月，“觉醒年代”研学行——首都高校力量参与红色文化主题研学项目入选第二届文化遗产研学十佳案例和十佳线路宣传展示活动“十佳研学线路”。

“觉醒年代”研学行，是一场青年与历史的双向奔赴。未来，纪念馆将继续深化创新，凝聚更多力量，让高校青年在感悟先辈求索与奋斗的精神谱系中，锚定信仰坐标，自觉投身于传承先辈遗志、担当历史使命的时代洪流，重温觉醒年代，让这场青春的红色之旅在新时代薪火相传、生生不息。

（作者单位：中国共产党早期北京革命活动纪念馆）

本版责编：何薇 甘婷婷 王龙霄

以文创为桥 促文旅相融

——邯郸市博物馆文创赋能文旅融合的实践探索

徐国栋

在国家大力推动文旅融合发展与文化强国建设的时代背景下，博物馆文创已成为连接文化资源与旅游消费的关键纽带。近年来，邯郸市博物馆投身文创开发，在活化馆藏、服务文旅融合方面积极探索实践，在文创领域实现从无到有、从单一到多元的发展。

文创赋能文旅的初步探索与成效

在产品开发上，邯郸市博物馆文创团队梳理馆藏资源，聚焦邯郸特色文化符号，打破以往以书签、冰箱贴为主的单一品类局限，将文创产品延伸至文化家居、服饰配饰、教育娱乐等多个领域。一方面，依托馆藏文物资源开发出多款冰箱贴、化妆镜、家居摆件等；另一方面，紧扣邯郸文化特色，推出成语主题笔记本、胶带、拼图、扑克牌等，还将响堂山石窟的忍冬纹、飞天图案融入丝巾、化妆镜等生活用品，实现“历史文物+地域文化”双驱动的文创开发路径。

2023年5月，邯郸市博物馆与优质第三方文创企业合作，打造“邯博文创”品牌及文创商店。经过两年深耕，300余款自主设计文创陆续亮相。这些文创不再是冰冷的文物复制品，而是兼具文化底蕴、创新巧思与实用价值的消费佳品，让游客“把文物带回家”的愿望成为现实。2024年8月，“邯博文创”火爆出圈，一度成为博物馆文创热点。

在渠道拓展上，邯郸市博物馆积极突破馆内展示局限，推动文创走进成语文创旗舰店、部分酒店乃至公交车等场景，既展现了文创产品特色，又扩大了邯郸历史文化的传播半径。

文旅融合语境下文创发展所遇困境

在文旅融合的发展进程中，邯郸市博物馆文创虽获得一定成效，但也面临一些难题亟待解决。

一是产品差异化不足，文化内涵挖掘不够。邯郸拥有赵文化、曹魏文化、北朝文化等绵延千年的独特文脉，这本是文创产品的核心竞争力，但目前不少文创仍扎堆于个别文物本身的特点，对文物背后的历史故事与文化内涵缺乏深度解读和创意转化。以馆内著名的战国青铜马文物为例，其承载的赵国手工业水平与政治文化风貌尚未被充分挖掘，现有相关文创仍停留在复刻与图案印制产品的初级阶段，未能通过场景化、互动式设计传递文物的时代价值。反观陕西历史博物馆“唐妞”系列，以唐代仕女俑为原型打造卡通形象，并延伸出动画、绘本、沉浸式剧本杀等多元产品，实现与消费者的深度情感联结。邯郸市博物馆文创在文化提炼与创意表达上，与这类成功案例差距明显，还难以形成独特品牌记忆点。

二是产品链条不完善，文旅协同性不足。上游环节，博物馆缺乏专业文创研发团队，产品研发缺乏系统性规划，难以持续稳定输出创意；同时与本地手工业企业、生产厂家合作较少，生产多外包至外地，既增加了成本与物流周期，又错过了将磁州窑工艺、黑陶工艺、草编工艺等本土技艺融入文创的机会。下游环节，销售渠道较为单一，仍以馆内实体店为主，未能与广府古城、邯郸道等热门景区及特色街区有效对接，无法借助旅游场景的高客流量实现产品推广与销售。

三是营销模式传统，数字化传播力度欠缺。当下年轻群体已成为文旅消费主力军，他们更青睐通过短视频、直播等数字化渠道获取产品信息，但邯郸市博物馆文创仍以传统营销模式为主，数字化传播短板明显，难以触达核心消费群体，导致产品市场覆盖面较窄，影响力受限。

文创赋能文旅融合的优化升级路径

基于邯郸市博物馆文创实践中所遇到的现实困境，可从深度挖掘文化内涵、完善产品链和数字化营销三方面发



力，进一步探索优化文创发展，更好赋能邯郸文旅融合事业。

深挖地域特色，构建差异化文创体系。邯郸市博物馆应立足本土历史文化根基，以“文化解码和创意转化”为核心打造特色文创。一方面，组建涵盖历史学者、文物专家、设计师、市场分析师的专业研发团队，系统梳理馆藏文物，深挖其背后的文化内核。比如围绕馆藏重要文物“汉代金银涂乘舆大爵酒樽”，提炼汉代的酒礼和祥瑞文化，以及当时的工艺美术等元素，开发兼具实用性与文化性的系列文创产品；围绕邯郸成语“胡服骑射”，提炼其中蕴含的“变革和进取”精神，开发沉浸式剧本杀、互动益智玩具、“胡服”元素服饰等系列文创，将抽象文化转化为可体验的具象产品。另一方面，推动产品品类多元化，针对不同需求开发产品：面向日常需求推出邯郸历史地图笔记本、文物纹样钢笔等办公用品；面向纪念需求打造刻字文物微缩模型、景点文创礼盒等定制产品；面向文化体验需求，联合本地老粗布印染、编织非遗项目，开发非遗文创摆件及手作体验课程，满足游客多样的文化需求。

完善产品链条，打造“文旅商”协同格局。全链条布局文创事业，构建多方协同发展模式。上游加强与优质文创企业、本地手工业企业合作，建立“博物馆和企业”联合研发生产机制，既降低生产成本，又传承本土技艺；同时搭建产学研基地，吸引专业人才注入创意活力。下游拓展“博物馆门店+旅游场景+线上平台”全域销售渠道，在广府古城、邯郸道等景区和商圈设文创专柜，在本地酒店放置展示架；同步在淘宝、京东开设官方旗舰店，在抖音、小红书开通直播账号，邀请本地文旅达人带货，实现线上线下联动销售。此外，与旅行社、酒店合作推出融合产品，设计“文化探秘之旅”线路，将博物馆参观与文创手作体验结合，形成文旅商一体化消费闭环。

创新数字营销，提升文创传播影响力。构建多元化数字化营销体系，强化文创传播力。优化官方网站文创展示页面，增设3D展示功能，方便大众线上查看产品细节；组建专业新媒体团队，在社交平台发布“文物变文创”短视频、“文创开箱”直播、“邯博文化小课堂”图文等内容，以趣味内容吸引用户关注。同时也可借鉴“数字故宫”经验，开发“数字文创展厅”，利用VR/AR技术让用户沉浸式了解文创设计理念与历史背景；开发文创主题互动小游戏，以优惠券、积分激励用户参与，增强用户黏性。此外，还可搭建用户互动反馈平台，通过公众号、社群征集文创设计方案、调研消费需求，根据反馈优化产品与营销策略，实现精准化运营。

博物馆文创是激活文旅融合的重要引擎。打造出兼具文化内涵与市场竞争力的文创体系，既能提升邯郸市博物馆自身的文化传播力，又可为邯郸建设文化强市、打造特色文旅目的地提供有力支撑。未来，随着文创产品与服务模式的持续创新，必将为邯郸文旅事业高质量发展注入全新动能。

【本文系邯郸市2025年度哲学社会科学规划课题“博物馆文创赋能文旅融合研究”（项目编号：XW2025149）的研究成果 作者单位：邯郸市博物馆】



根据汉代双鱼纹铜洗开发的“余”生富贵冰箱贴



根据邯郸丛台开发的积木摆件

Advertisement for SIGONGtech (文博时空科技(北京)有限公司). The ad features the company logo, a list of services including museum exhibitions, digital media, and smart museums, and contact information for various locations. It highlights 37 years of experience, 384 technologies, and 1363 projects.

Advertisement for Huarui Lighting (华瑞照明). The ad promotes professional lighting solutions for museums and exhibitions, featuring a QR code and contact details for Guangdong Huarui Lighting Technology Co., Ltd.

Advertisement for King Kerry (北京金开宇). The ad focuses on smart logistics and technology for museum transport and protection, including a QR code and contact information for King Kerry International Freight Agency.