

2023年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利78周年，中国人民抗日战争纪念馆(简称“抗战馆”)为讲好世界反法西斯战争东方主战场的故事，特组织团组赴马来西亚寻求合作办展，并征集有关华侨支援祖国抗战的相关史料。在寻求合作办展和征集史料中，抗战馆始终坚持打造特色赴外展览，深挖海外抗战史料思想内涵，生动讲好中国故事，传播中国声音。与此同时，积极总结工作方法、积累相关经验，发挥好纪念馆对外宣传平台作用。

2023年11月6日至10日，抗战馆一行6人赴马来西亚槟城州寻访华侨抗战历史。先后走访了槟城战争博物馆、韩江传媒大学学院、韩江华人文化馆、马来西亚理科大学、华侨抗战殉职职工暨罹难同胞纪念碑、钟灵中学、槟城阅报社孙中山纪念馆等，详细了解槟城在二战时期因日本侵略所遭受的苦难与抗争，同时更加深入掌握槟城华人为中国人民抗日战争胜利作出的不可磨灭的贡献。

精心筹划 建立健全赴外交流筹备机制

策划赴外团组的过程中，抗战馆调动全馆相关业务部门及专业人员，建立健全交流筹备机制。理顺赴外工作相关流程，明确筹备的时间节点，有序推进赴外交流各项工作。

全程跟踪指导——党委负责

机制。赴外过程中，通过建立全程跟踪指导机制，挑选赴外团组成员，确保任务圆满完成。在赴外前召开专题党委会议，对团组任务和计划进行深入研究，明确工作方向。召开行前教育专题工作会，强调相关外事规定、赴外记录和注意事项。团组回国后，第一时间召开专题汇报会，馆党委详细听取报告，并进行集中点评。

重要事项上报——科学决策机制。此次赴外工作中，重要事项逐级上报的科学决策机制发挥了重要作用。赴外团组在筹备过程中，第一时间将各类重要事项请示报告北京市委宣传部和市外办，以确保得到上级主管部门以及业务指导部门的及时反馈，掌握抗战馆工作进度，并予以专业指导。科学决策机制的建立，使馆方在面临复杂情况时能够及时向相关主管部门请示，并迅速作出调整，确保了赴外工作的高效推进。

赴外工作公示——群众监督机制。建立健全赴外工作公示的群众监督机制，确保赴外工作的透明和公开。赴外前，通过团组人员公示的方式，使馆内员工能够了解赴外团组的具体情况。赴外后，一方面通过公示赴外报告，及时通报团组详细日程安排和成果；另一方面编写专题宣传信息，在抗战馆官微和网站上进行公开报道，通过这两种公示的方法健全了群众监督机制。

江门市博物馆：

构建华侨华人文化交流合作优质平台

高东辉

实现中华民族伟大复兴，需要海内外中华儿女共同努力。把广大海外侨胞和归侨侨眷紧密团结起来，发挥他们在中华民族伟大复兴中的积极作用，是党和国家的一项重要工作。作为广东省江门市深入推进“侨都赋能”工程取得的重要成果之一，江门市博物馆新馆——中国侨都华侨华人博物馆(简称“侨博馆”)于2023年1月正式面向公众开放。自开放以来，侨博馆获得社会各界一致好评，有力展现了江门市打造华侨华人文化交流合作重要平台的担当作为。

策划优质展览展陈 创新传承五邑华侨文化

团结统一的中华民族是海内外中华儿女共同的根，博大精深的中华文化是海内外中华儿女共同的魂，实现中华民族伟大复兴是海内外中华儿女共同的梦。侨博馆位于广东省江门市蓬江区五邑华侨广场内，由华侨广场展览中心改建而成，建筑面积约1.7万平方米。“根在侨乡——江门华侨华人历史陈列”展览是其固定陈列，面积约5110平方米，参观展线约1200米，展出展品约1200件(套)。展览由“远赴重洋”“拼搏海外”“融通中外”“推翻帝制”“铸就丰碑”“追求光明”“中华儿女大团结”七个部分组成，以“世界华侨、华侨世界”为定位，以华侨华人参与构建人类命运共同体为主要内容，全面展示广大华侨华人在不同历史时期为祖籍国和侨居国作出的杰出贡献。基于展示内容艺术化、动态化、文物陈列活态化等创新点，“根在侨乡——江门华侨华人历史陈列”入选2023年广东省弘扬社会主义核心价值观主题展览推介名单。

目前，侨博馆收藏华侨实物4万多件(套)，包括侨批(银信)、华侨护照等馆藏精品。这些珍贵文物从多方面反映了五邑华侨华人艰难而辉煌的创业史和丰富深厚的五邑华侨文化。在不断完善固定陈列的同时，侨博馆积极引进国内优秀展览，盘活博物馆临展厅，丰富观众精神文化生活。例如，在梁启超先生150周年诞辰之际，引进清华大学“栋梁——一代建筑宗师梁思成学术文献展”，吸引全国各地的观众前来参观；2023年11月，侨博馆与国家图书馆共同举办“千年回眸——敦煌文献展”专题展览，首次将敦煌文化引入江门。

团组分工合作——内部责任机制。团组正式成立后，根据每位成员的专业背景和工作经验制定明确的分工方案，形成有效责任机制。赴外团长负责整体计划，确保各项工作顺利完成。研究部组员详细了解日本侵占马来西亚和华侨支援祖国抗战的历史，为团组提供学术支持；文物部组员负责做好文物史料的挖掘，并积极搜集相关征集线索；推广部组员承担视频、照片资料整理工作，以及后续宣传报道工作；陈列部组员了解赴外地博物馆的展览设计和陈列形式，协商互办展览事宜；交流部组员前期负责行程安排，并做好翻译及后续赴外报告等相关工作。通过明确的团内责任机制提高效率，让每位组员在具体工作中能够充分发挥自身优势，真正做到“事事有回应，件件有落实”。

会员单位联络——平台协同机制。在赴外工作中，抗战馆充分发挥国际二战博物馆协会(简称“二战博协”)平台作用，通过会员单位的密切合作，实现平台协同机制。在筹备赴外的过程中，赴外团组通过电话、邮件等方式与槟城战争博物馆积极联络，共同商讨行程安排。通过平台协同，成功搭建有序而高效的联络机制，使得赴外团组在槟城的访问能够得到更好的支持和协助。会员单位联络的平台协同机制不仅体现了二战博协在推动国际交流合作中的积极作用，也为抗战馆在海外交流中提供了更为顺畅和广泛的渠道，为双方合作奠定了坚实的基础。

驻外机构协助——外事沟通机制。在筹备赴外初期，抗战馆主动与中国驻外领事馆取得联系。其间，通过持续的沟通工作，抗战馆与中国驻槟城总领事馆建立了良好的合作，其在为槟城的访问提供了有力支持，实现了外事工作的高效推进并使得各项任务圆满完成。

认真总结 提升赴外考察团组业务水平

通过本次赴外工作，抗战馆在马来西亚文物史料征集、博物馆(纪念馆)宣传推广、合作互办展览、学术文化交流等方面取得了较大进展。

拓展了合作办展途径。在与槟城战争博物馆的深入交流中，双方不仅增进了相互了解，更是达成了互办展览的深入合作意向，今后两馆将结合各自独特馆藏，共同策划、互办相关抗战历史题材的展览，共同铭记和回顾两国人民抵御日本帝国主义的烽火岁月，进一步增强中国和马来西亚两国人民的了解，加深两国人民的友谊。在与槟城阅报社孙中山纪念馆的深入交流中，赴外团组与对方初步达成了合作协议，共同策划并举办南侨职工展览，展现华侨职工支援祖国抗战的英勇事迹。

扩大了国际二战博物馆协会影响，赴外团组充分发挥二战博协的平台作用，积极加强与成员单位的交流互访。不仅为抗战馆与槟城战争博物馆间的合作提供了新的契机，更有助于拓展协会内成员单位之间的合作关系。如槟城战争博物馆希望抗战馆提供有关展览说明条、讲解词等方面的中文翻译服务，这标志着协会内部合作正在不断突破领域限制，朝着更加多元化发展，为二战博协搭建了更加丰富的合作平台。

征集了相关史料线索。在赴外团组深入走访



华侨抗战殉职职工暨罹难同胞纪念碑



槟城战争博物馆展厅一角

相关单位期间，特别注重积极征集抗战史料，旨在通过搜集珍贵的历史文献，为基本陈列改陈提供充实的文献史料支持。值得一提的是，在钟灵中学的实地走访中，我们成功取得了华侨将军陈青山的有关史料线索，这些史料线索一方面为充实基本陈列有关海外华侨抗战的内容延伸了新途径，另一方面为征集抗战历史的珍贵文物拓展了新渠道。

强化了学术文化交流。在与马来西亚理科大学人文学院、历史档案馆、图书馆档案处学术交流座谈中，了解其在抗战史领域的研究和收藏情况后，初步达成多项合作意向。双方将互派高级访问学者，开展有关课题共同研究等，推动双方抗战史领域的深度合作；此外，还与图书馆档案处就图片文献资源的共享达成初步合作意向，将为双方提供更广泛的研究史料。

近年来，抗战馆充分发挥纪念馆专业优势，在赴外合作办展及征集史料方面持续发力，通过展览语言、革命文物、展陈艺术讲好中国故事、传播好中国声音，并主动承担起对外民间交流的窗口和联系港澳台同胞以及海外侨胞的桥梁之责，广泛收集海内外有关抗日战争历史资料，弘扬伟大抗战精神。



淄博“博物馆之城”文创大集：

走出国有限帮扶 非国有馆发展新路径

孙思 赵冉

为推进山东省淄博市“博物馆之城”建设试点，探索国有博物馆帮扶非国有博物馆发展新路径，淄博市博物馆、淄博市博物馆学会于2023年6月在淄博陶瓷琉璃博物馆打造全省首家“博物馆之城”文创大集，推动国有和非国有博物馆协调发展、大中小型博物馆联合发展、区域内博物馆融合发展，走出一条总馆牵头、学会主导、国有馆搭台、非国有馆运营的博物馆集群共建共享共赢创新发展之路。

2021年10月，山东省委宣传部、省文化和旅游局等八部门印发《关于山东省博物馆改革发展的实施意见》，确定淄博为全省首批4个“博物馆之城”建设试点城市。淄博市委、市政府高度重视，先后出台多项促进博物馆发展的政策措施。目前，淄博市备案博物馆85家，包括国有博物馆27家、非国有博物馆58家，其中国家一级馆2家、二级馆3家、三级馆8家，全市博物馆事业呈现蓬勃发展的良好势头。2023年以来，“淄博烧烤”火爆出圈，淄博市博物馆积极承接大流量，打造淄博文化IP，各分馆游客数量均创历史新高。其中，淄博陶瓷琉璃博物馆接待游客日均万人以上，总量达180多万人，成为名副其实的网红打卡地和旅游目的地。

淄博市博物馆发挥博物馆学会的桥梁和纽带作用，在充分调研、广泛论证的基础上，确定借势国有博物馆大客流，在淄博陶瓷琉璃博物馆设立“博物馆之城”文创大集，为全市非国有博物馆提供展示、销售、宣传平台，推动共建共享共赢。

淄博“博物馆之城”文创大集于2023年6月20日开市，首批入驻淄博市文会陶瓷博物馆、山东百年课本博物馆、淄博市博山自然地质博物馆、临淄齐文化艺术博物馆、高青瓷窑古拓片博物馆等12家特色非国有博物馆。文创大集汇聚展示以陶瓷、琉璃产品为主体的各类特色文创，涵盖日用品、食品、文具、纪念章、饰品、非遗手工艺等门类百余种产品，满足了游客差异化、多样化需求。开市以来，博物馆打卡、文创产品销售火爆，实现销售额60多万元。

作为一个发展赋能平台，文创大集邀请全市非国有博物馆，精选优质文创集中销售，融汇淄博元素、本地特色，丰富了游客购物体验，改变了各博物馆文创销售单打独斗的局面，形成平台化、差异化运营新模式，为非国有博物馆减轻了负担、增加了收入，真正实现造血赋能。

作为一个发展赋能平台，通过文创大集，淄博市内国有与非国有博物馆之间交流互动更加紧密频繁，淄博市博物馆学会帮扶指导非国有博物馆更加快捷高效，市内博物馆与外地市博物馆联系沟通更加直接便捷，营造了“博物馆之城”建设的浓厚氛围。

作为一个展示宣传平台，入驻文创大集的非国有博物馆，借力国家一级博物馆网红打卡地、旅游目的地的平台优势，充分展示宣传自身特色，到馆游客数量不断增加，影响力、知名度不断提升。同时，作为展现淄博市博物馆事业高质量发展的一个窗口，入驻大集的博物馆各具特色，售卖的文创产品丰富多样，很好地展现了淄博市“博物馆之城”建设的丰硕成果。

围绕可持续发展和常态化运营，淄博市博物馆、淄博市博物馆学会将从管理优化、品牌塑造、区域协作三方面，不断提升文创大集品质，在以文塑旅、以旅彰文的实践中彰显博物馆力量。

一是完善文创大集各项规章制度，建立健全进出机制，根据销售情况适时调整文创品类，探索优化“国有+非国有”管理经营模式，加大“博物馆之城打卡图册”等精品文创开发力度，不断加大非国有博物馆的帮扶力度。

二是进一步发挥淄博市博物馆学会行业带动作用，利用淄博市非国有博物馆数量众多、门类齐全优势，与国内头部文创设计公司合作，集中开发二十四节气王村小米醋、周村烧饼“博物馆之城”专属礼盒、起凤田氏骨科异型膏药等一批独具特色、创新创意的品牌文创和城市伴手礼，打造淄博“博物馆之城”文创品牌，凝聚形成“博物馆之城”建设的强大动力。

三是利用淄博市滨连海岱、央居齐鲁的独特地理优势，联合兄弟地市博物馆，探索打造黄河流域“博物馆之城”文创大集、山东省“博物馆之城”试点城市文创大集、省会经济圈“博物馆之城”文化大集等一系列平台更高、效应更强的文创展销平台，合力营造“博物馆之城”文创大集IP，共同推动新时代博物馆事业高质量发展。

(上接5版)

提升讲解服务 建立激励机制 打造优质人才队伍

文博场馆用起来，让文物走出库房，生动展现历史文化，讲好城市故事，使博物馆成为感知和了解城市文化的会客厅。在文博场馆利用和文物活化上，人是第一要素。讲解员是文博场馆与公众之间的桥梁和纽带，是历史文化的传播者、时代精神的传递者、文物故事的解读人，肩负使命，任重道远。如何推进讲解员队伍专业化，很多地区的博物馆也进行了积极的探索。

讲解员队伍建设是博物馆建设的重要内容，合格的讲解员需要具备一定的历史知识、专业知识和良好的表达能力。广西先后出台《关于推进广西博物馆改革发展的实施意见》《广西壮族自治区红色旅游五好讲解员管理办法(暂行)》等文件，对提升博物馆教育和讲解服务水平，尤其是加强讲解员人才队伍建设等给予了大力支持。同时，当地通过以赛促训的方式，推动全区讲解员队伍建设。据了解，广西相继开展了广西文博十佳讲解员评选、全区博物馆讲解大赛、红色故事讲解员大赛等活动，涌现出一批素质过硬的优秀讲解员。

而川陕革命根据地博物馆将打造人才队伍作为关键抓手。该馆用团队引领人，针对讲解员流动性大的特殊现状，成立了巴中首支专业化红色故事宣讲队——川陕苏区映山红宣讲队，每月至少进行一次党史教育，每年至少开展一次外出学习，为人才制定个性化学习计划。同时，该馆坚持用实战培养人，鼓励职工“走出去”，参加全国、省(区)、市各类赛事，因此培养了不少优秀讲解员。除此之外，川陕革命根据地博物馆还制定了相应制度激励讲解员，详细制定了《讲解员管理办法》《讲解员评职称细则》等系列刚性制度规范。这些长效激励机制的建立，让青年讲解员的干劲更足了。

总的来说，我国博物馆一直致力于推动文物活起来，在一代又一代博物馆人的不懈努力下，文物的保护利用、价值阐释展示等呈现蓬勃生机与活力。当前，随着物质生活越来越丰富，群众对于精神文化的需求日益强烈，博物馆文物保护、利用、活化工作也面对诸多挑战与发展机遇。博物馆应顺应群众的实际需要，适时进行变革与创新，在对馆藏文物充分保护和研究的同时，充分发挥自身馆藏资源优势，深入挖掘博物馆在宣教、社教等方面的价值，打造过硬的讲解员人才队伍，真正让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来，丰富全社会历史文化滋养。



观众参观“根在侨乡——江门华侨华人历史陈列”

提升服务效能质量 打造特色活动品牌

当前，随着江门城市影响力的不断提升和公众对优秀传统文化兴趣的日趋浓厚，越来越多的人希望通过参观博物馆，深入了解厚重的华侨文化，“到侨博馆去”已成为江门市民一种生活新方式和新风尚。

作为展现江门城市形象的窗口单位，侨博馆积极树立担当城市文化形象代言人的责任意识，以观众为中心，塑造新形象。其具体工作：一是统一讲解员着装，规范佩戴证件，注重仪表仪容，树立良好形象；二是在保障安全的基础上，展示场景最大限度对公众开放，展示道具最大限度与公众互动，营造博物馆参观新体验；三是实行免费讲解制度，除提前预约之外，每天还定时提供志愿讲解服务；四是招募文博志愿者为公众提供志愿服务，配置免费饮水以及定制化休息座椅等服务设施；五是设置电子问卷调查、留言本等，广泛征集积极回应观众意见；六是根据馆藏文物特色，推出多款精美打卡印章，广受公众好评。

此外，侨博馆在活动研发以及宣传推广方面也勇于创新，先后开发了《易经致富》侨博馆实景大富翁游戏、易经游微信小程序，策划了5·18国际博物馆日活动周、博物馆之夜、馆校合作等248场丰富多彩的社会教育活动，参与人数达9万人次，取得了良好的效果并逐步发展成侨博馆的活动品牌。

“易经游博”是为侨博馆新馆开馆推出的线上

剧本游活动，深度融合侨博馆展览场景，以江门华侨历史为线索，通过解谜答题或收集文物线索，打造的“博物馆参观+社教”的博物馆游览沉浸式体验。截至2023年12月，“易经游博”微信小程序已累计近1.5万名用户；除此之外，还推出实景文创桌游《易经致富》。它以侨博馆“融通中外”实景为舞台，让玩家扮演多个侨乡人物角色，通过轻松趣味的游戏，在展览实景中还原并体验侨乡民众当年进行中外文化交流的活动场景。

同时，为顺应时代发展的新形式、新潮流，侨博馆积极研究新媒体的传播途径和特点，采用短视频和直播形式拓展宣传途径。开馆以来，先后创作了30个短视频，开展了18场直播。博物馆直播活动的观众人次呈现逐渐上升的趋势，带动江门市博物馆微信公众号新增粉丝5万人，游客自发通过媒体平台对侨博馆进行宣传，吸引了众多年轻人来馆“打卡”。

助交流展魅力 成长为江门市“城市会客厅”

作为江门推进文化强市建设、“侨都赋能”工程及打造华侨华人文化交流合作国家平台的重要载体，侨博馆自开放以来，随着良好口碑的传播，观众数量快速增长。截至去年12月，共接待观众超80万人次，其中日最高峰达6400人次。侨博馆的形象和口碑正在快速建立，未来参观人数将是一个可持续的增长过程。

当前，侨博馆已成为江门市“城市会客厅”以及重要的文化和旅游交流平台，在宣传江门侨乡历史文化，助力“侨都赋能”等方面起到了积极作用。例如，在2023华侨华人粤港澳大湾区大会期间，全球五大洲90多个国家和地区的700多名华侨华人代表到博物馆参观调研，一致认为侨博馆的建设，向全国乃至全世界打开了认识中国侨都的历史大门，展现了中国侨都的文化魅力。

侨博馆凸显了“中国侨都”的格局视野，是阐释华侨历史的综合性、高质量舞台。接下来，博物馆将进一步提升展陈的格局格调，让视野更开阔，侨味更浓厚，更加全面展现侨胞代代相传的赤诚爱国心。