

“狮城青年说”第三十期

策划:李 颖 曹 杰 撰文:张智超 视频:谷俊玮 许泽光 沧青工作室

我们是家乡文化宣传员

自信的城市 自信的人

■ 知 言

历史文化遗产是前人智慧的积淀，更是一座城市的根和魂。沧州历史文化底蕴深厚，是一座拥有1500多年历史的文化古城。一提到这里，很多人马上就能想到铁狮子、武术和杂技……这些文化元素就像名片一样，向世人展示着这座城市的独有魅力。

成为一座散发着独有魅力的城市，需要讲好城市文化故事，更需要结合历

史传承和区域文化，打造属于自己的城市精神和城市内涵。就像铁狮子是沧州的名片，武术是沧州的名片，火锅鸡、羊肠子也是如此，当我们把这一张张文化名片聚合在一起，那就是沧州的底蕴、沧州人的乡愁。

文化底蕴是一座城市骨子里的自信，对于生活在这里的人来说，也是如此。值得高兴的是，越来越多的青年加

入到宣传沧州文化的行列中来。他们用年轻人的方式和视角，串联起城市文化故事，丰富文化展示载体，不仅向人们展示着他们对沧州的情感，也让更多人对沧州有了更深的归属感和认同感，让这座城市有了更浓厚的家的味道。

做家乡文化的宣传员，源于对家乡的热爱，更源于对家乡文化的自信和责无旁贷的责任感。我们为这些青年点

赞，在他们的努力下，更多人知道了沧州、了解了沧州。他们也让更多人意识到，沧州不仅仅是一座拥有深厚历史的古城，更是一座充满朝气的希望之城。

自信的城市最美，自信的城市也更有未来。期待有更多人加入到宣传家乡文化的行列中来，为城市发展添砖加瓦。

主持人说

新闻主角说

用蓬勃青春 讲沧州历史

苏荟洁 30岁
沧州博物馆宣教部副主任

今年“十一”期间，沧州博物馆推出了9枚非遗印章，加上之前推出的12枚文物印章，不知道大家都集齐了没有？

今年以来，沧州博物馆根据馆藏设计推出了多款文创产品，有文物印章、文物护照、儿童画文物背包、解谜卡、答题卡、福签……共计7大类、近30种单品。这些文创产品，都是由我们沧州博物馆宣教部的工作人员设计完成的。

设计文创产品的初衷，其实就是想要更好地讲述沧州历史。因为我们始终认为，博物馆是宣传城市的窗口，不管对当地百姓，还是外地游客，博物馆都是展现城市文化底蕴的集中地。也正因此，我们一直希望能用年轻人的方式，讲述沧州的文化和历史，让文物变得更有趣。

今年春节，我们设计推出了16款文创福签，这也是沧州博物馆的第一批文创产品。为此，我们下了很大功夫——先是选定吉祥祝词，再在众多馆藏中寻找能与之匹配的文物。比如，成语“年年有余”配的是刻划双鱼纹盘，成语“高枕无忧”配的是磁州窑绿釉莲鹤纹腰圆形大陶枕……春节期间，我们以抽福签的形式向参观者免费发放，有的人为了集齐所有文创福签，整个春节假期，每天都来馆参观。

有了这次成功尝试，我们开始着手设计更多更符合文物原貌和更有参与感的文创产品，其中最值得一提的就是文物印章。

我们从4月初着手设计样稿。把立体实物搬到平面并不容易，在为国家一级文物错金豹镇设计印章时，由于文物本身纹饰过于复杂，光样稿就改了10多版。紧赶慢赶，在国际博物馆日这天，一口气推出了10款文物印章、两本文物护照等多款文创产品。

文物印章和文物护照一经亮相，就吸引了参观者的兴趣。一连一个多星期，“博物馆打卡盖章”在抖音同城



热度排行榜上都排在前三名。为了盖章，有人专程从县里甚至北京、天津赶过来，经常是开馆时间还没到，博物馆大门口就排起了长龙。那段时间，单日参观人数最多能达到3600多人，是平时的3倍多。我们一天能盖出36000多个印章，印油早晨装满，到中午就用光了。

除了开发文创产品，我们每个月还至少举办一次主题活动，其中有相当一部分是以传统文化为主题的。比如到了中秋节、元宵节，我们就会结合节日主题在馆藏中寻找与之相关的文物，让观众在参观过程中加深对馆藏的印象，也加深对传统节日的认知。

此外，我们还推出了逛馆猜谜活动，参观者在服务台领取答题卡后，便可在展厅里寻找答案，增加了参观的趣味性；我们还紧跟潮流元素和热门话题，策划、制作、拍摄了《都来讲文物》系列视频节目，用年轻人喜欢的方式介绍文物，节目在沧州博物馆的微信公众号和抖音账号上推出后，广受好评。仅2020年，《都来讲文物》就斩获了6个省级奖项。

形式多样的文创产品和丰富多彩的主题活动，让观众透过橱窗感受到了文物自带的温度和城市的厚重。青釉堆贴花龙柄壶、错金豹镇、三彩刻宝相花纹盘……这些珍贵馆藏正被越来越多的人津津乐道。今年“五一”期间，博物馆单日到馆人次突破9000，是沧州博物馆历史之最。



苏荟洁(右一)为观众作讲解



滨河社区组织孩子学习感受医药文化。

沧州博物馆的文创产品受到市民欢迎。

为了让互动式表演更加完善,魏宏宽(左一)与演职人员日夜坚守。

“十一”期间,互动式表演成为南川老街一景。



狮城青年说

沧州日报
共青团沧州市委
联合主办

扫描二维码
点击屏幕下端“青年说”
观看嘉宾视频

你问我说

◎魏宏宽——

记者：请以旅游从业者的角度谈谈沧州变化？

魏宏宽：这些年，沧州各方面发展都很快，尤其是文旅行业。我2000年投身旅游业，其间一直组织沧州游客到外地游玩，到去年底，接待过的外地来沧旅行团满打满算也就5个。可如今不一样了，光是今年“十一”期间，与我们公司接洽的省内外旅行社考察团就有20多个，他们在游览了沧州众多景区之后，纷纷竖起大拇指，并提出了合作意向。被沧州所吸引的，不光有外地旅行社考察团，还有一批又一批的外地游客。今年以来，光是我们公司就接待了10余批共计1000多位外地来沧游客。

◎安育琛——

记者：听说通过组织文化活动，社区工作比以前更好开展了？

安育琛：确实如此。丰富多彩的文化活

动，不光让社区居民增长了见识、了解了家乡，也大大拉近了社区与居民的关系。如今，居民都非常支持社区工作，积极参加志愿服务活动，并组成了一支“110”式社区志愿服务队——随叫随到。在滨河社区，居民经常能看到社区志愿者的身影。邻里间闹矛盾，有志愿者调解；社区缺人手，有志愿者帮忙……社区变成了一个和谐大家庭。

◎苏荟洁——

记者：宣传沧州文化、讲述沧州历史，这份工作给你带来了哪些改变？

苏荟洁：说实话，在参加工作前，我对历史知识的了解非常有限，甚至对博物馆都非常陌生，一度认为只有考古专家和历史学家才会经常光顾这里。而如今，每到一座城市，当地博物馆都是我必去的地方。博物馆不应只是馆藏文物的安身之处，更应是人们了解一座城市和终身学习的殿堂。

非遗进社区 文化润民心

安育琛 34岁
运河区滨河社区党总支委员、居委会副主任

滨河社区自成立以来，始终注重传播传统文化，并设立了马振领非遗工作室。马振领老师是市级非物质文化遗产竹刻艺术和刻纸艺术的代表性传承人。这些年，到了节假日，我们常会邀请他来为辖区居民传授刻纸和竹刻技艺。

2020年，我来到滨河社区工作，一上班就接到一项“艰巨”的任务——组织辖区居民开展非遗进社区活动。

说实话，在那之前，我从未组织过这类活动，对非遗也没什么了解，单纯地以为非遗是那些手艺人、老师傅的事情，和老百姓没啥关系。所以接到任务时，我头都大了，特别担心没有人来。

让我感到意外的是，举办活动的消息刚一发到居民微信群，报名参加的人便主动开始接龙，不到半天时间，报名就满员了，参与者有老人、有青年，也有孩子。

一次又一次的活动，打破了我对非遗的认识，让我慢慢爱上了这些沧州本土的非遗项目，也让我对家乡有了更深的了解和认识。

每次举办非遗进社区活动，我们都会事先和马振领老师商议出一个主题。课堂上，他传授非遗技艺，我们则利用间隙讲解一些与主题相关的历史文化知识。比如，朗吟楼、南川楼落成时，马老师指导参与者为两座楼刻剪影，我们就讲朗吟楼、南川楼的前世今生……

这些年，我们还经常组织竹刻、标本制作等非遗项目的学习活动。此外，弘扬传统文化的工作，我们还做了很多。

沧州历史文化底蕴深厚，其中医药文化更是源远流长，战国



神医扁鹊、金元四大家之首刘完素、中西医汇通学派代表人物张锡纯……这些名医大家，都与沧州有着千丝万缕的联系。可以说，医药文化深深浸在沧州的

城市血脉之中。

今年，我们先后两次组织辖区居民和幼儿园孩子们，到沧州市食品药品检验所学习感受医药文化。通过活动，大家近距离观察中药材的生长过程，了解药理知识，领略中医的独特魅力，进一步激发了大家探索医药文化的浓厚兴趣。

这些年，像这样的文化活动，我们社区每年都会组织20余次。这些活动就像一块磁石，吸引着广大居民去主动学习了解沧州文化。平日里，有的居民看到我，会主动询问近期有没有活动安排。印象最深的是一位小朋友，在学会了给朗吟楼刻剪影之后，还特意去实地参观了一番，并在现场朗诵了一首古诗。

通过举办这些文化活动，居民对家乡文化有了更深的了解，也对家乡产生了更深的感情。对我来说，这就是最骄傲的事。

打出文化牌 引来八方客

魏宏宽 41岁
沧州沐之悦企业咨询管理有限公司负责人

本月初，南川老街正式开街，除了古色古香的街区和琳琅满目的商品之外，几位身着古装、分布于街区关键点的角色扮演人物，吸引了很多人的目光。扁鹊、纪晓岚、霍元甲、吕洞宾、石崇……这些人物或是沧州人，或与沧州有关。他们通过互动式表演，与游客一起完成相应的剧情或任务，让游客更好地感受南川老街的魅力。

这个互动式表演就是由我们策划并组织完成的。

8月中旬，我们接到表演任务，从开始策划到正式演出，一个多月时间里，我们每天都是早上六七点钟到岗，半夜才回家，饮食规律和睡眠规律都被打乱了。之所以这么拼，一方面是因为南川老街备受瞩目，另一方面这个任务也是我投身文旅策划行业后的第一场“战斗”。

我是从事旅游工作的。这些年，我在很多景区看到过互动式表演，比如迪士尼乐园的花车巡游、大唐不夜城的盛唐密盒……这些都为我们提供了很好的借鉴。但站在巨人的肩膀上，是幸福，也是枷锁。如何让南川老街的互动式表演更有沧州特色，成了我们考虑最多的事情。

沧州有着悠久的历史和文化，地处中心城区大运河文化带核心位置的南川老街，也是以老沧州运河街埠文化背景为依托。独有的文化就是最大的亮点，于是，我们有了一个绝好的创意——以沧州人或与沧州有关的人物为载体，为南川老街的游客们奉上一场属于沧州的古今对话。

我们翻阅了很多文献、地方志，又走访了多位本地学者，最终敲定了扁鹊、纪晓岚、霍元甲、石崇等6位有着较高知名度的人物。

在为每个人物创作剧本时，我们也下了一番苦功。剧本情节既要保证历史真实性，还不能与当下脱节，内容不宜太深又不能过于浅薄……

我们为每个角色都设定了相



应的互动游戏，比如当游客遇到纪晓岚，大家能在现场与他吟诗作对、听沧州老故事；遇到霍元甲，则能够通过学习指定的武术动作来赢取小奖品……

众多角色扮演人物中，最受欢迎的就要数石崇了。他是渤海南皮（今南皮县）人，是西晋大臣，被民间视作财神。所以，在挑选演员时，我们特意选择了一位亲和力强、身材略胖的演员，并为他设计了独有的互动情节——游客们只要说上几句祝福的话，就能拿到天官赐福小红包，里面的奖品都寓意满满、非常可爱。

除了这些，还有很多细节透着巧思。比如每位角色扮演人物的站位都很有讲究，像代表医药文化的扁鹊，就被安排在名医馆、国医堂附近与游客互动。

从大学时兼职当导游算起，我在旅游行业摸爬滚打已经23年了。过去很长一段时间里，我们总是从沧州发团，组织游客到外地旅行。不仅如此，过去人们一提到沧州，想到的就是“林冲发配地”。其实沧州有着丰富悠久的历史和文化，可深挖的内涵特别多，而且这些年沧州发展特别快，好玩的地方、值得逛的地方也越来越多，这些都是非常好的旅游资源。未来，我们会结合沧州本土文化策划更多文旅项目，吸引更多外地人来沧州观光游览。