

智游天下

春约国博：赴五千年文化之约，赏大美中国



周康王时期 青铜驹

宋彩绘木雕观音菩萨头像

文旅集萃

宁夏文旅推介会 走进武汉

日前，以“青春漠漠·宁夏等你来”为主题的2024宁夏旅游推介会走进武汉，深入推介文旅资源，拓展客源市场，加强与宁夏、湖北两地文旅合作交流。

推介会上，宁夏回族自治区文化和旅游厅、中卫市旅游和文化体育广电局通过精心制作的视频、优美的舞蹈表演、引人入胜的沉浸式话剧等多种展示形式，向与会嘉宾生动地展示了宁夏大漠星河的壮丽景色、长河落日的唯美画面，以及丰富多彩的文旅资源和产品。中旅（宁夏）沙坡头景区、金沙岛、寺口子等知名景区以及特色项目运营商的文旅推介官纷纷登台亮相，将宁夏独特的沙漠体验、大漠星空、丝路绿洲等特色文旅资源逐一展现，让嘉宾们仿佛置身于那片神奇的土地之上。

此外，活动现场还特地为湖北嘉宾呈现了一场充满宁夏风情的文艺演出，让嘉宾们亲身感受到了宁夏深厚的文化底蕴和独特的艺术魅力。为了回馈湖北游客的厚爱与支持，中卫市特别推出了“引客入卫”旅游奖励政策，旨在吸引更多旅游从业者和游客前往宁夏，共同领略这片土地上的无限风光。

（谢蛟）

文旅情报

“云游独龙江”智慧文旅平台发布会在怒江举行

近日，由云南怒江傈僳族自治州文化和旅游局、中国联通云南省分公司、怒江文化旅游集团主办，贡山独龙族怒族自治县独龙江乡人民政府、中国联通怒江州分公司承办的“云游独龙江”智慧文旅平台发布会在怒江州泸水市举行。

本次活动以“秘境怒江 户外天堂”为主题，中国联通云南省分公司与贡山县独龙江乡合作，共同打造了“云游独龙江”智慧文旅平台。

据介绍，此次“云游独龙江”智慧文旅平台以大数据、人工智能、云计算、虚拟现实、增强现实等新一代信息技术为支撑，以轻量化载体小程序为入口，涵盖了热门攻略、民俗文化、VR云游、酒店住宿等功能，提供了专业权威的文旅资讯、个性化的产品服务，同时为广大游客提供“吃、住、行、游、购、娱”等方面的智慧旅游服务，实现了一个二维码畅游独龙江，全面构建“科技革命+文旅”的旅游新模式。

（连云）

把博物馆文创带回家

这两年以博物馆为首的景区文创持续出圈，吸引了越来越多的游客用“买买买”的方式为一趟旅行收官。那些有颜、有趣、有品的物件，承载的不仅是一段旅行的专属回忆，也倾注了景区景点独特的文化内涵和符号意义。传统文化精髓借由文创这一载体“飞入寻常百姓家”，在越发个性化、生活化的设计潮流之下，逐渐融入了衣食住行的日常生活。

■ 木易

相信很多人和我一样，每到到一个地方旅游都必逛这个地方的博物馆。这样不仅能让我们了解这座城市的历史文化，还能收获各种心仪的文创产品。而这几年各地博物馆的文创产品也着实既有文化审美趣味又十分接地气，非常值得拥有。

国家博物馆：黄公望《溪山雨意图》托特包

那天在国博看展到广播提醒关门时间，匆忙来到文创产品区，一眼就看上一款有水墨画图案的棕色托特包。包的白色帆布内里上是秀美的书法，感觉它完全长在了我的审美点上。没来得及仔细研究就70元拿下。路上拍照问对书画颇有研究的于老师，她说：“画是黄公望的《溪山雨意图》，字像是乾隆皇帝的。”那天我们俩对包包的“考古”也算一段趣事。

《溪山雨意图》是由元代画家黄公望创作的纸本墨笔画卷，现收藏于中国国家博物馆。这款托特包有棕色和绿色两款，是杜邦纸+帆布的材质，防水、耐脏、扛造，内里两侧是绘画与书法的结合，国风感满满！

另外，龙凤纹系列的圆筒包也很好看，它的设计灵感来源于《舞人龙凤纹锦》。花纹中龙、舞人、凤、麟各种元素混合，生动活泼，适合年轻女孩。

湖南博物院：“仙鹿登山”金色书签伴好读

去年在湖南省博物院买了做工精美、飘逸而灵动的金色金属书签送女友，也给自己留了两枚。每当翻开一页书，看见仙鹿跃然于纸上，朵朵缭绕字里行间，那一刻读书的美妙就翻倍了。那次还买了湘绣茶布，小小的一块，出差旅行带上它，喝茶、拍照两不误。

铜镜有吉祥的寓意，湘博的几款铜镜当伴手礼也不错。最火的就是花鸟镜了，上面有葵花、莲叶和飞鸟的图案，做工很精细，拿在手里很有质感，好看又不贵。其他几款是双鸾双喜纹、蹴鞠铜镜、钱纹鼎形铜镜，还有带手柄的飞天牡丹纹，都很好看。

南京博物院：“芙蓉石螭耳炉”冰箱贴惹人爱

南京博物院的文创产品中数一数二的要数“小粉”冰箱贴了。它的原型是乾隆时期的文物“芙蓉石螭耳炉”，通体都是用芙蓉石雕刻而成，晶莹剔透，盖炉的腹部和盖顶都雕刻了螭纹，从不同角度、不同光线看都能收获不一样的美感。

错银铜牛灯、如意云纹金盘和南博的镇馆之宝“金蝉玉叶”这几款实物都非常值得一看，也都有对应的冰箱贴。尤其是“金蝉玉叶”，栩栩如生的金蝉悠然地坐落在玉叶上面，两者相互衬托，就像件精美的艺术品。

苏州博物馆：“吴王夫差剑”受欢迎

据说从苏州博物馆文创区空手走出来的人不多，因为这里精致好玩的文创产品太多了，逛完很不

造像艺术：彩绘木雕观音菩萨像，凝聚宋代美学精神

记得前段时间我在国博看展后发了九宫格，当时我一眼就被居中的色彩斑斓且精致优雅的头像吸引了。这次我步入《中国古代佛像造像》展厅一眼就认出了“她”——宋代彩绘木雕观音菩萨头像。

目测将近一人高的菩萨头像兀立在大厅中央，她面庞丰润、神态慈祥，戴着贴金花蔓冠，冠正中安置阿弥陀佛坐像，极具庄重高雅之美。我围绕着头像左三圈右三圈拍照，无限喜悦在心头。

在菩萨头像之后，同样让我震撼的还有宋代彩绘木雕观音菩萨坐像。她头戴高花冠，身披帔帛，胸饰璎珞，下着长裙。右手持莲花，左腿下垂，足踏山石。长袍色彩鲜艳，覆座垂地。裙腰腰带，腰带饰宝珠花并自然垂落。造像雕刻流畅，造型飘逸脱俗，庄严中蕴含沉静之美，体现出宋代的美学风神。

以往当我们提到雕塑之美的时候，总会想到古希腊的“大力士”“思想者”等，其实我国古代木雕之美、彩绘之媚才是艺术的巅峰之作。中国艺术遵守的是自然之道，擅长把握自然之物，顺势而为，化为己用。当西方艺术孜孜以求于比例、和谐、透视等技术规则时，中国工匠尊重木材的特性，遵循着自然生命规律，在“天人合一”的状态下，自然而然地创造出独特的东方艺术。

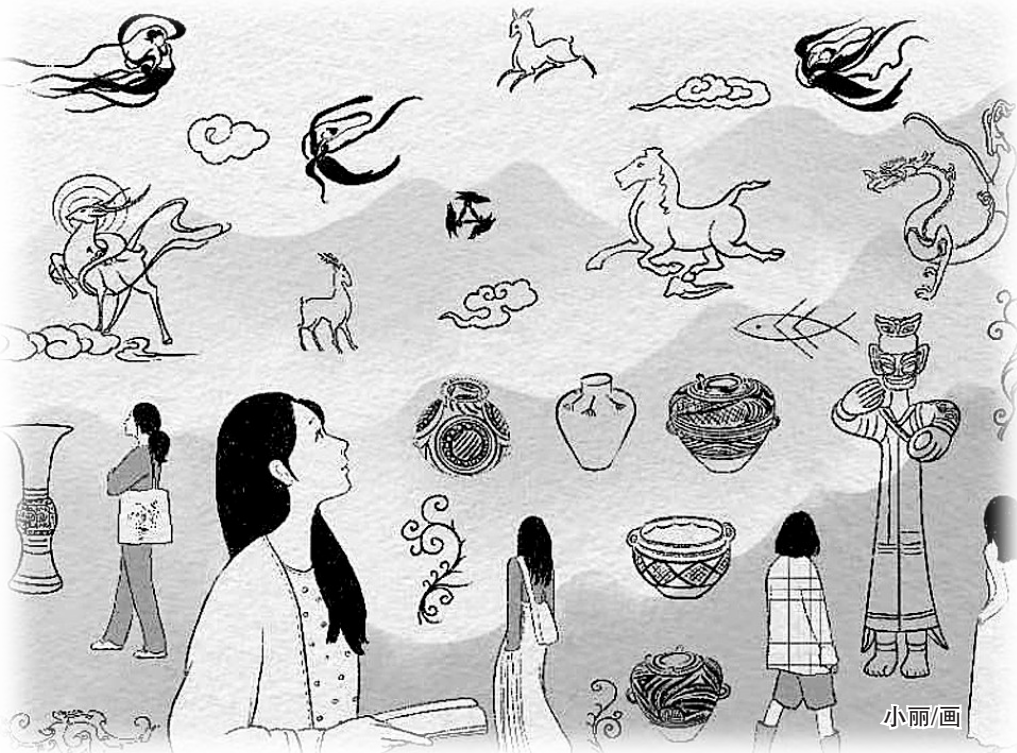
那天我在这个展厅徘徊很久，一看已是下午三点半。每次来国博看展必去咖啡厅坐坐，于是去点了一杯“中国国家博物馆”拉花的拿铁，坐在玻璃窗前慢慢品。

博大精深的中华文化绵延5000余年，既多元一体又开放包容，佛教文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分，其核心内容已经深深融入中华民族的文化基因之中。“中国古代佛像造像”展览试图通过馆藏的236件精美的佛像造像艺术品，勾勒中国古代佛像造像艺术发展历程，系统展示不同地区佛像造像的精彩造型和丰富内涵，助力中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展。

本次展览展出的佛像造像大多在佛教影响下创作于中国本土，还有部分是佛教高僧携带而来的古印度地区造像。在这些造像展品中，新疆出土的泥塑佛像庄严俊美，颇有中亚之风；山西云冈石窟的佛像、天龙山石窟的菩萨像、四川万佛寺的天王像等风格各异，突出反映了不同时期、不同地域造像体系的艺术偏好……这些佛像造像艺术精品凸显了中华民族生生不息、繁荣发展的非凡历程，具有强大的艺术感染力和生命力。

那天在闭馆前我还匆匆走过《中国古代书画·明清绘画中的山水行旅》《春作赋·思无涯》·王蒙文学创作70周年展》《中国国家博物馆馆藏英模蜡像展》等，可以用歌手手程璧的一句歌词概述这一天：我的心里是满满的。

如果五一假期有时间，推荐大家去国博接受“古风”的洗礼，除了《古代中国》大展，你还可以看到《中国古代瓷器展》《中国古代饮食文化展》《镜里千秋·中国古代铜镜文化》《中国古代服饰文化》等，同时沐浴现代科技的春风——《科技的力量》《屹立东方》……喜欢洞窟艺术的，可以买票沉浸式体验《华彩万象——石窟艺术》。



小丽/画

■ 胡杨 文/摄

“最美人间四月天”就要过去了，我还在心里盘算着“待办事项”：颐和园的春色还未赏、法源寺的丁香还没看……那天女友发来她在国博拍的“青铜雁尊”，立刻唤醒了我的国博情结。

不知从何时起，博物馆已经成为生活的一部分、旅行的一部分、学习的一部分。去博物馆是一种生活方式、一种学习方法，更是一个看世界的窗口。心动不如行动，就这样，4月25日成为我今年国博看展的“首秀”。

《古代中国》：何以中国，寻找你的答案

“如果只刷一个展，必须是国博的古代中国！”一个博物馆爱好者如是说。喜欢看展的朋友都记得2022年故宫重磅展览《何以中国》。此次国博《古代中国》可以说“有过之而无不及”。展览以王朝更迭为主要脉络，将历史分为远古、夏商西周、春秋战国、秦汉、三国两晋南北朝、隋唐五代、辽宋金元、明清八个部分，汇集展出文物珍品2000多件套，模型和地图500余件。

“在这里，妈妈！”进入展厅在周口店遗址场景模型前，一个六七岁的小男孩举着一本带图画的书指认橱窗里的“山顶洞人”喊道。我问年轻妈妈孩子手里拿的是什么书？她说是“中学历史书”，而孩子今年9月才上小学。人头攒动的展厅里挤满了学生、年轻人以及带着孩子来看展的父母。

展厅中央的庞然大物“虢季子白”青铜盘，周宣王时期，清道光年间陕西宝鸡出土。这是西周著名的青铜器之一，其铭文是一篇优美的韵文，可与《诗》之《采芣》《出车》《六月》《采芣》等篇所记史实相互印证，具有极高的史料价值。

同样在大厅中央兀立的“后母戊”青铜方鼎，商王武丁时期，妇好墓出土文物。它是目前已知中国古代最重的青铜器。相传于20世纪30年代出土于河南安阳武官村，早年流传经历颇为波折，曾多次躲过日本侵略者的掠夺。“后母戊鼎”因其腹壁铭文得名。鼎的造型方正，形体巨大，显得雄伟庄重。鼎身四壁沿边缘装饰饕餮纹，足部也装饰饕餮纹，鼎耳上部则装饰鱼纹，鼎耳外侧装饰虎食人纹。我一边看展一边在网上搜索“饕餮纹”是怎样的纹路。

“后母辛”青铜觥，妇好墓出土的珍贵青铜器之一，无论是历史价值、艺术价值和科技价值它都可谓商周青铜器的翘楚之作。

我们看古代中国展览，会在任何一个历史、考古、艺术展中看到“她”的影子，你会发现文物之间的联系，地域的关联，在偶然中发现历史犄角旮旯的秘密。

比如妇好墓。它是1928年以来殷墟宫殿宗庙区内最重要的考古发现之一，也是殷墟科学发掘以来发现的唯一保存完整的商代王室成员墓葬。妇好墓充分反映了商代高度发达的手工业制造水平，根据该墓的地层关系及大部分青铜器上的“妇好”铭文，考古学者认定墓主人为商王武丁的配偶——妇好。

人面鱼纹彩陶盆是新石器时代仰韶文化的典型代表。每当凝望它时，我们总会惊叹于人类的幼年时期竟会有这么丰富的想象力。红色的河水中，小鱼在欢快地追逐嬉戏。它们有的亲吻着孩子的耳朵、嘴巴，有的静静地趴在他的头上，有的在远处睁着好奇的大眼睛……

还有仰韶文化的鹰形陶鼎、马家窑文化的裸体浮雕彩陶壶、西周时期的“青铜雁尊”……每一件文物都是一本无字书，如果你想挖，就能通过“扫一扫”挖出更多的精彩。

“古代中国”以文物串联历史进程，展现中华文明绵延不绝的发展特点和各族人民共同缔造多民族国家的历史进程。



仙鹿登山书签

得每个都想带回家。很多人都喜欢“吴王夫差剑”系列的周边，从发卡、手机支架到玩偶、斜挎包都超级萌。

作为园林之城，当然少不了各种具有建筑特色的文创产品了，最推荐的就是各种冰箱贴，尤其是木质和刺绣的款式。还有小巧精致的瓷器冰箱贴和胸针，里面还可以插上小枝的干花，小瓷器胸针结合了部分苏绣的元素，镂空的小设计非常精致。

这两年以博物馆为首的景区文创持续出圈，吸引了越来越多的游客用“买买买”的方式为一趟旅行收官。那些有颜、有趣、有品的物件，承载的不仅是一段旅行的专属回忆，也倾注了景区景点独特的文化内涵和符号意义。

今天的文创商店，早已迈过了对书画瓷器进行简单复制粘贴的旅游纪念品阶段。通过捕捉年轻消费群体喜欢的符号、文化、语言，越来越多的文创产品找到了更具沉浸感与交互性的“打开方式”。传统文化精髓借由文创这一载体“飞入寻常百姓家”，在越发个性化、生活化的设计潮流之下，逐渐融入了衣食住行的日常生活。



金枝玉叶冰箱贴

