

首府博物馆文创上新 解锁千年文化底蕴

●本报记者李娟 文图



慈灯寺门匾冰箱贴



“马上好运”徽章

岁末年初,首府各大博物馆已备好“文化大礼”——一批马年主题文创集体上新,从发光冰箱贴到香薰套盒,从童趣徽章到实用香皂,让参观博物馆变成一场“把千年文化底蕴带回家”的惊喜之旅。

走进呼和浩特博物馆的文创空间,汉代青铜博山炉发光冰箱贴绝对是“C位担当”。巴掌大的物件里藏着巧思:器身仿豆形圆润饱满,炉盖复刻博山的层峦叠嶂,镂空还能透出暖光,点亮后宛如山间云雾流转,配上随赠的檀香丸,摆在桌面是雅致香薰,放入车内是天然扩香,古韵与实用结合得恰到好处。

“本来是陪孩子看展的,结果自己被圈粉了。”市民王女士拿着冰箱贴爱不释手,“把博物馆的文物变成生活里的小物件,太有意义了。”

同样吸睛的,还有刚上新的“马上好运”徽章,这款专为2026年丙午马年特别推出的文创,灵感源自呼和浩特博物馆楼顶那尊凌空奔腾的“大白马”雕塑。徽章上,白马昂首驰骋,脚踏翻涌祥云,姿态飘逸灵动,寓意“天马行空,福运随行”。设计团队更别出心裁地将背景巧妙融入内蒙古自治区出土的红山文化“中华第一龙”玉龙图腾,凝练出“龙马精神”这一文化意象,寄托着中华民族自古以来自强不息、奋进向上的精神品格。

不少年轻人一看到这款徽章就果断入手,“把这份好运和精气神戴在身上,新的一年更有干劲!”来自江苏的游客陈小姐一次性挑选了五枚,欣喜地说:“准备带回去送给家人和朋友,一枚徽章就是一份祝福。”

五塔寺博物馆的慈灯寺门匾冰箱贴则让清代古寺的风华有了新模样。这枚复刻自清雍正年间的门匾文创,精准还原了古匾的古朴文字与肃穆形制,方寸之间承载着金剛座舍利宝塔的百年过往。

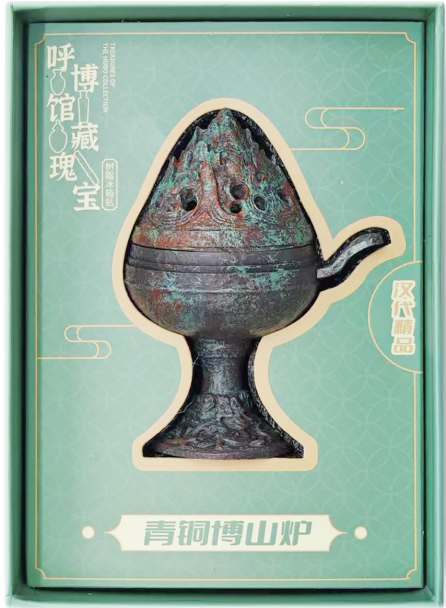
文创展柜前,几位外地游客正围着冰箱贴端详,来自福建的游客林先生一边比对手机里的五塔寺实景照片,一边和同伴感慨:“你看这字体和细节,跟寺里的门匾一模一样,带回去贴在冰箱上,每次看到都能想起这次呼和浩特之行。”“想带点有纪念意义的伴手礼,这个冰箱贴既有历史厚重感又精巧,太合适了!”来自天津的游客李先生一边拍照打卡,一边和同伴分享。工作人员笑着补充,这款冰箱贴最近成了外地游客青睐的“爆款”。

马年元素的文创更是戳中了不同人群的喜好。年轻人钟情“马上好运”文创套盒,打开就是满满的新年仪式感;女性偏爱“马到成功”沙棘马奶皂,天然成分搭配原创设计,实用又精致,来自四川的张女士一次买了十块,她说:“沙棘和马奶都是内蒙古的特色,送闺蜜、送同事都很不错。”小朋友们则围着马年徽章兴致盎然,选一枚别在衣服上,走路都带着小骄傲。“我家孩子平时不爱逛博物馆,这次是冲着马年徽章来的,还主动问起了马的文化寓意,算是意外收获。”市民张先生笑着说,上新的文创让孩子更喜欢博物馆了。

不管是外地游客还是本地市民,都在这些小物件里找到了自己喜欢的那一款。有人带着文创礼盒走亲访友,让千年文化成为拜年的“硬通货”;有人把冰箱贴贴满厨房,让生活的烟火气伴着历史的



汉代青铜博山炉发光冰箱贴



烧麦香裹旧时光:

老兴元烧麦馆里的青城记忆展馆

●本报记者杨永刚 文/图



各种老商标



骏马洗衣膏

在玉泉区的老兴元烧麦馆,热气里裹着别样的温度——刚蒸好的烧麦香气漫过展柜,与天鹅牌电视机的淡痕、迎春牌洗衣机磨旧的旋钮轻轻撞在一起。上世纪七八十年代呼和浩特市卷烟厂的“太阳”“千里山”“青城”烟标贴得整整齐齐,泛黄的工厂照片挂在墙侧……每一件老物件都能让食客感受到这座城市的工业荣光与市井温度。自今年国庆节起,这家烧麦馆里的“城市记忆微型展馆”就成了青城市民循着烟火气前来寻找回忆的打卡地。

“来一两烧麦,泡一壶‘小叶搬砖’!”熟客的点单声落,一壶茶就端了上来——茉莉花茶混着青砖茶的香气,是老兴元人独有的“茶力”。烧麦馆经营者郭瑞是1986年出生的本土文化迷,满屋子的老物件都是他攒了多年的“宝贝”,他说:“呼和浩特当年工业门类很齐全,这些都是城市的根。”他把收藏的老物件、商标、票据、墙面等搬进烧麦馆,让每一件物品都在烟火气里延续着时代的温度。

盯着天鹅牌电视机的张先生说:“我家第一台电视机就是这个牌子!1984年我父亲从内蒙古电视机厂买的,14英寸的屏幕,一到晚上全院人挤在我家看《霍元甲》,我得早早搬小板凳占位置。现在想起那时候的热闹劲,依然觉得很温暖。”张先生指着“太阳”烟标说:“当年呼市卷烟厂的‘太阳’牌最抢手,我攒半个月工资买一条,揣在兜里逢人递一根,现在看见这标,还能想起车间里工友们递烟的样子。”

摸着迎春牌洗衣机旋钮的李女士笑道:“我结婚时陪嫁的就是一台这个牌子的双缸洗衣机,能洗能甩干,用了20年才换。”

看见跳蒙古族舞蹈图案饼干盒的刘女士回忆道:“这盒子我结婚时也有,当年我婆婆托人买的青城糕点,盒子留着用来装茶叶、糖果,后来搬家弄丢了,现在看见它,就想起我儿子偷摸从盒子里抓糖果的模样。”

展柜角的“玫瑰卫生香”和“日光灯镇流器”,藏着更细碎的生活气息。“卫生香是当年夏天的‘标配’,晚上点一支熏蚊子。”一位大爷说,他小时候总蹲在旁边看烟圈飘。镇流器也是呼市生产的,当年家里装日光灯都得配这“方盒子”,坏了要拿去五金店修。

郭瑞告诉记者,这些老物件里,不少是上世纪七八十年代“呼和浩特制造”的“明星”:天鹅牌电视机、迎春牌洗衣机当年不仅是本地的“抢手货”,更是全国叫得响的硬牌子,藏着青城工业的高光;“太阳”烟标、“青城糕点”包装,则裹着老呼市人的日常。在这儿吃烧麦,尝的是味道,咽的是情怀。

如今郭瑞的“城市记忆微型展馆”,让整条街的烧麦香里多了“回忆味”,食客们咬开烧麦,品的是自己的青春、父母那一代的烟火,是青城藏在岁月里的旧时光。

无烧麦不青城,而烧麦里裹着的,是这座城市的灵魂。郭瑞说,往后还要寻找更多有故事的老物件,让展馆成为青城记忆的“保存箱”。



老式柜和老物件



证件封皮



老式日用品

让文化之美浸润心田

●孙晶晶

冬日里的国家大剧院灯火璀璨,为期3个月的“大戏看北京”2025展演季正在进行中。本届展演季以“文艺展新姿 精品献人民”为主题,精品剧目荟萃,涵盖歌剧、话剧、芭蕾舞、戏曲等10余个门类,其中多部是“首次来华”“首次进京”演出。这场文化盛宴,不仅为中外艺术家搭建了高端交流展示的平台,也以高品质的艺术呈现为公众带去精神的滋养与美的享受。

随着物质生活水平不断提高,人们对精神文化生活的需求日益增长,对公共文化服务品质有了更高的期待。近年来,我国不断推动文化惠民,让广大群众在“家门口”就可以享受到优质文化资源。截至2024年底,全国共有公共图书馆3248个、群众文化机构近4.4万个、新型公共文化空间4万多个。越来越多的展演活动、文化场馆成为丰富精神文化生活的重要载体,更好满足了人们多样化、精细化、个性化的文化需求。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》对满足人民日益增长的精神文化需求作出部署,提出“坚持文化惠民,实施公共文化服务提质增效行动”。

在陕西、重庆等地,“一元剧场”让群众仅花一元钱就能欣赏到高品质演出,以“小投入”撬动了文化“大民生”。不少地方探索打造“非遗进社区”“古镇文化展演季”等活动,从中华优秀传统文化中汲取养分,将川剧变脸、蜀绣技艺、先年习俗等特色文化转化为惠民产品,既保护和传承了本土文脉,又丰富了群众生活。广播电视村村通、农家书屋、农村电影放映等工程稳步推进,让更多人得以享受更丰富、更“对味”的文化产品和服务,实现了文化惠民与乡村文明建设的同频共振。

人工智能、大数据等技术加速普及与应用,也推动了数字文化服务的创新发展。通过数字化手段,更多文化资源突破了时空限制,公众于指尖就可轻松触达。如此,丰富了文化产品的供给类型和供给方式,也进一步拓宽了人们文化生活的边界,推动了文化场景创新。例如,各地公共文化场馆纷纷打造线上展厅、“云端剧场”等,只需一部手机就能随时随地、沉浸式观赏博物馆的珍贵文物、美术馆的精品画作、剧院的经典演出。各类文化惠民云平台的普及,让群众可以在线预约“家门口”的文化活动、申领免费演出门票、反馈文化需求,实现文化服务“按需配送”,让“家门口”的文化供给更精准、更贴心。

未来,如何持续推动公共文化服务标准化、均等化?如何推动基层公共文化设施转型升级?如何让文化惠民活动覆盖更广泛人群?解答好这些问题,需要我们坚持问题导向,持续发力。坚持不懈提升公共文化服务水平,让越来越多的人享有更加充实、更为丰富、更高质量的精神文化生活,让优质文化资源以更加鲜活的方式点亮生活、滋养心灵。

(据《光明日报》)