

战地银花忆烽火 红色金融映初心

“灼灼初心——江西红色货币历史展”策展札记

刘小花

在艰苦卓绝的苏区岁月,江西红色货币是中国共产党领导的红色政权的经济生命线,是创造性开展红色金融活动的智慧结晶,为支援革命战争、发展苏区经济、巩固红色政权发挥了重要作用。为展示江西红色金融事业上的创新实践,南昌八一起义纪念馆精心策划了“灼灼初心——江西红色货币历史展”。本次展览通过珍贵的红色货币实物、历史照片和文献资料,讲述了江西红色货币的光辉历程,生动反映中国共产党“不负人民”的永恒初心。

展览主题角度新颖

江西红色货币题材的展览并不少见,如何呈现一个不一样的红色货币展?为此,策展团队对已有的红色货币展进行了系统梳理,并认真查阅了《中国革命根据地货币》《中央苏区货币文物图鉴》《江西红色金融记忆》等专业书籍。在此基础上,策展团队将展览定位为江西苏区红色政权货币,时间限定为苏区时期,红色货币只选取货币和有价证券(债券、股票)。

展览定位明确后,采取何种叙事方式,如何提炼展览主题,这些是策展团队进一步思考的工作。在展览叙事方式上,策展团队存在着两种争论。一种是横向的方式,即按照江西红色货币史的发展脉络为序,展示红色货币破土萌芽、快速发展、统一规范、撤离转移的过程。这种展览叙事方式脉络清晰,缺点是创新不足,容易落入俗套;另一种是纵向的叙事方式,即以货币历史、铸造工艺、金融人物、精神内涵等各个不同剖面来展示江西红色货币的特点。经过多次讨论、碰撞,团队决定创新采用纵向的叙事方式,不仅要讲清江西红色货币发展历程,更要凸显共产党人在金融事业上的匠心独具,及其背后折射出的精神力量。

在展览主题提炼上,策展团队也是反复讨

论,答案还得从历史和文物中去寻找。为此,策展人员在前期了解与研究的基础上,再次投入到红色货币历史及文物内涵的研读中。纵观红色货币的发展历程,共产党一心为民,实行各种为民惠民的金融政策,发展苏区经济,活跃群众生活。闽浙赣苏区在发行战争公债券中,明确规定80%作为决战经费,10%作为开展经济建设之用,10%用于救济避难的革命群众。更令人动容的是,革命战争年代,苏区群众在极其艰苦的条件下,倾尽所有支持金融事业,冒着生命危险保存苏票,为中国革命胜利作出巨大贡献和牺牲。革命胜利后,中国共产党信守承诺,兑付群众手中保留的苏票(苏区时发行的股票、战争公债券、经济建设公债券等),这充分体现了共产党“不负人民”的不变初心。

基于此,策展团队将展览主题确定为“灼灼初心”,突出展示中国共产党在金融事业历经千锤百炼,但始终初心不改。围绕主题,策展团队在内容上进行重新编排。展览分为四个部分,第一部分“艰辛历程”全面回顾了江西红色金融从无到有,历经破土萌芽、快速发展、统一规范、撤离转移的艰辛过程;第二部分“匠心独具”,讲述了红色金融工作者的艰苦奋斗、殚精竭虑,在实践中不断提升造币的技术和工艺,诠释真正“工匠精神”的金融先驱们;第三部分“货币斗争”,展示了中国共产党深入开展驱逐杂钞劣币和反假币斗争,严厉打击扰乱苏维埃金融秩序的反革命行为,为规范金融秩序和促进苏区经济建设构筑了稳固基石;第四部分“初心不忘”,重点展示了新中国成立后,党和人民政府信守承诺,组织收兑苏票的感人故事。

珍贵文物深入阐释

本次展览最大亮点是文物的珍贵性、完整性、故事性,堪称江西红色政权货币的饕餮盛宴。展览共精选了珍贵文物134件(套),包括纸币、

硬币、战争公债券、经济建设公债券、股票。这些红色货币带着岁月的痕迹,历经时光沉淀,默默地诉说着中国共产党在革命战争年代的创新精神和卓越智慧。

在挑选红色货币的时候,颇费了一番功夫。一是文物的代表性。涵盖中央苏区、闽浙赣苏区、湘鄂赣苏区、湘赣苏区,包括井冈山造币厂、江西工农银行、赣东北苏维埃银行、湘鄂赣省工农银行、湘赣省工农银行、万载县工农兵银行以及中华苏维埃共和国国家银行等金融机构发行的货币。二是文物的故事性。侧重选取故事性强的红色货币,如1930年11月江西工农银行发行的“暂借”壹角券。因成立之初,银行来不及印刷新纸币,于是把缴获的“吉安辅助纸币券一角票”加盖“江西工农银行暂借发行券”与五角星赤色通用图印,在背面加盖“江西省苏维埃政府财政部”方印,临时充当红军钞票,流通市面。发行通告时指出,江西工农银行纸币印好后将收回该券。3个月月后,江西工农银行如期回收该券。这枚红色货币是战争年代发行的一枚特殊货币,也是共产党信守承诺的生动写照。三是文物的珍贵性。此次展出的许多珍贵货币为首次展出,且都是成套、成系列,如井冈山“工”字银元币,1931年5月赣东北特区苏维埃银行银圆伍角券,中华苏维埃共和国国家银行伍分、壹角、贰角、伍角、壹圆银圆券以及硬币一分、伍分及银圆贰角;中华苏维埃共和国经济建设债券伍角、壹圆、贰圆、叁圆、伍圆等。

为打造观赏性、知识性于一体的展览,策展团队对每件文物都进行了详细解读,标注有发行机构、图案、价值等知识要点。同时,对各银行机构、重要历史事件与人物故事等进行拓展,让观众在欣赏红色货币的同时,对每件藏品的历史背景、藏品信息以及文物价值有一个比较全面的认识和了解。此外,为了让观众可以更准确地认识苏区货币实物的真假,展览还专门提供了一组高



仿苏区货币,供观众鉴别比对。

展览宣传多维立体

在展览宣传推广阶段,策展团队跨部门联动,推出了一系列宣传活动。在展览预热阶段,通过视频、海报、微信推文等多种方式,全方位介绍展览内容,吸引观众来馆参观。展览开幕后,陆续推出“赤币鉴珍——公益鉴定活动”、直播导览、专家导览专场活动,举办“你所不知道的苏维埃国家银行”等学术讲座,为展览持续增加热度。

为增强展览互动性,策展团队特意搭建“苏维埃国家银行”互动打卡点,观众可以现场体验当年银行人员的工作场景。“回归”历史原景,让游客有机会近距离触摸历史,产生共鸣。展览期间,还举办了“货币拓印”“教你识货币”等各类社教活动,以多样化的形式,对展览内容进行了多维度诠释和解读,给观众以寓教于乐的观展体验。

此次展览,采取线上宣传和线下推广相结合,利用微信、微博、借助主流媒体平台开展全方位的传播,取得了良好的宣传效果。开展以来,展览吸引新华网、人民日报、江西日报、江西新闻等主流媒体关注报道,引发了一波观展热潮。

“社会+”办展模式的生动实践

近年来,为破解馆藏文物数量和题材受限等

难题,南昌八一起义纪念馆在展览策划过程中秉持“开门办展”的理念,积极调动社会力量参与到文物征集、展览策划、宣教传播等过程中,探索了一条“社会+”革命文物办展模式,并入选第三届(2021)全国革命文物保护利用“十佳案例”。此次展览,也是南昌八一起义纪念馆借助红色收藏家的学术成果和珍贵藏品,完整展示江西红色政权货币史的一次大胆尝试,是创新“社会+”办展模式的再次实践。

本次展览的红色货币,大部分由收藏家徐安民先生提供。徐安民长期从事红色货币收藏,在国家级、省级专刊上发表颇具影响力的《江西地方纸币的几次重大发现》《浅议井冈山“工”字银元》等研究文章30余篇。在展览策划过程中,团队与徐安民密切合作,共同策划。从展览内容、主题确定、文物选取、历史细节等方面,都进行过反复探讨,力求把展览办成一次藏品丰富、内容饱满、观众喜爱的红色货币展。

战地银花忆烽火,红色金融映初心。在追寻中铭记红色货币的光辉历程,共同见证共产党人的如磐初心。回顾展览的策划过程,策展团队群策群力,精雕细琢,虽然辛苦,但更多的是收获与感动,特别是看到展览设置的观众互动留言簿中,写满了观众们情真意切的参观感受,这无疑是激励策展团队持续深入探索展览形式,丰富展览内容,不断为社会公众推出高质量的精品展览的无穷动力。

从“吴王夫差毛绒剑”的走红 看博物馆文创的内容创新与发展

许哲



以过去形态存在,也可以通过“设计”这个通道与每一代人产生新的连接。苏博文创在用自己的主线风格阐述传统文化之余,可开辟出一条顺应时代发展的支线,它与当代风潮、新世代审美相结合,以更年轻的表述方式来传递文化价值。

吴王夫差毛绒剑经设计,打样到正式发售历经约4个月的时间,于2022年12月中旬在苏州博物馆线下艺术品商店开售。它的“出圈”是在今年春节大年初五,抖音上一条使用吴王夫差毛绒剑创作的短视频在当天意外获得了数万点赞,许多网友在视频下方留言想要获得同款文创。我们发现后迅速响应,跟进创作了数条趣味短视频,也在抖音店铺上架了相关产品。同时,我们也关注到在网友创作的短视频下方,频频出现希望夫差剑与湖北省博物馆越王勾践剑联动的留言。从今年2月开始,我们积极与湖北省博接洽合作事宜,双方一拍即合,于是与吴王夫差毛绒剑“梦幻联动”的越王勾践毛绒剑在今年国际博物馆日面世。

除越王勾践毛绒剑外,我们在今年陆续推出了不同尺寸、功能,针对不同人群的吴王夫差剑系列文创,涵盖配饰、首饰、日用杂货等品类。截至10月6日,该系列文创销售额累计488万余元,成为今年苏博文创产品中最为热销的新品系列。在热销的同时,苏州博物馆馆藏文物吴王夫差剑也被传播得更广、更深入人心。吴王夫差剑借展在外,我们在文创自媒体后台收到过这样的咨询:“现在苏博西馆展出的是吴王余昧剑,什么时候能看到吴王夫差剑呀?”可见观众不仅喜爱这件文创,也期望去展厅近距离了解作为灵感来源的文物。

热销文创背后的文化解读

在2022年秋冬季产品选题会上出现吴王夫差毛绒剑的提案,不仅是因为想进行毛绒类产品的尝试,且在文物主题的选择上也有所考量。吴王夫差剑是苏州博物馆西馆的“镇馆之宝”之一,也是我们文创开发的重点文物之一。过往曾针对它开发推出雨伞、金属开瓶器、冰箱贴等文创,风格偏向文物自带的硬朗气息。此次选择用毛绒产品去演绎冷兵器,也是想通过冲突的手法,用轻松、柔和的方式唤起大家去追寻春秋时期那一段风云变幻的历史。

苏州这座城市,在成为理想的“人间天堂”之前,在历史变局之中有过风格迥异的段落。春秋时期这段激荡的岁月,凭借洳淞武力,吴国从“蛮夷之邦”一度成为称霸诸侯的强国,其中精良的武器是决定战争胜负不可忽视的因素。在吴王重金赏之下,吴国工匠铸造剑,剑一时成风。《庄子·刻意篇》中写道:“夫干(吴)越之剑者,柙而藏之,不敢用也,宝之至也。”反映出吴地所铸之剑的珍贵。苏州博物馆馆藏吴王夫差剑正是其中翘楚,尽管深埋地下2500余年,仍然剑气凛冽,锋利异常。剑身十字铭文,剑首同心圆纹清晰可见,通体不乏已失传的铸造技艺,令人惊叹当时工匠的巧手。

在设计吴王夫差毛绒剑时,我们希望能呈现出原物上一些突出的工艺特点,即造型上保留剑锋之下微收的线条感;色彩上呈现青铜剑氧化后的铜绿色泽;剑格正反不同的纹饰处,通过绣花工艺,用丝线呈现出原本镶嵌绿松石的光泽感;剑鞘用额外布料缝制,增加立体感;剑身铭文、剑首同心圆纹亦用绣花表现,细节满满。

可以说吴王夫差毛绒剑在主题挖掘和品类选择上都不体现苏博文创的主调性,然而这场刻意为之的挑战,获得了意外出圈的惊喜,用这种独特方式唤起大众对历史上的苏州另一番景象的认知,也是挑战的意义所在。

如何让博物馆文创持续升温

消费趋势之下,产品力是核心 本土文化自信在近年不断被关注,“国风”“华流”逐渐成为主流。博物馆文创因其题材、某种程度上先天具备文化标杆的意义。对于消费者而言,博物馆文创的消费实质上是一种内容消费——博物馆文化资源被实体化赋予在产品载体上,因而令其具有强烈的民族性特征,拥有这件文创,也等于拥有了其所携带的文化价值。因此如何让文创持续升温,做好博物馆文创工作者而言,核心还是要挖好内容,做好产品。

学者菲利普·科特提出,产品的概念有五个层次,由内而外分别满足人们的不同需要。博物馆文创除了提供基本效能外,需要持续开发形式丰富,能够满足消费者期望,更能够给到附加价值的文创产品。吴王夫差剑系列产品因其具备治愈、陪伴等属性,能够给到大众情绪价值与分享价值,至少满足了消费者四个层次的需求,一定程度上成为它脱颖而出的原因。

利用好线下展示,线上互动等宣传渠道 在宣传推广上,一方面我们“扩”大了展示渠道。除苏州博物馆自营商店,我们因与湖北省博物馆的联动,让吴王夫差毛绒剑走进了湖北省博;我们还通过“一平米博物馆”快闪店,打造“吴越争霸”主题专柜,将文物复制品、文化内容与系列文创进行综合陈列,第一期在10月亮相“猫的天空之城”北戴河店;除此之外,今年我们还参加的诸多展会、市集也将吴王夫差剑系列文创作为主打之一进行展售。

另一方面,我们充分利用线上各平台发声。当下新媒体、社交平台用户广泛,且用户使用情境较为日常化,我们适应不同平台的传播风格主动发声。微信公众号分别针对吴王夫差剑文物本身、吴王夫差剑系列文创发布两条专题推文,用轻松但细致的笔调为大家讲述文物故事,文创亮点,小红书则灵活机动,根据上新节奏进行吴王夫差剑系列产品的持续发布,相关笔记的累计阅读量达100万余次,收藏点赞2万余次;除此以外,我们还受邀参加大型平台活动,例如5月的“淘宝造物节”,以及10月举办的“抖音美好奇妙夜”等,经由这些活动的曝光,借势发声。

博物馆文创的内容创新和发展,背后都需要懂“自己”,懂文化,懂市场,懂品牌的文创工作者们持续深耕,在工作机制、内容挖掘、产品塑造、营销推广等各个环节形成良性模式,不断拓宽行业视野,不断进行健康的商业化尝试,一点一滴推动文博文创行业的蓬勃发展。

沧州市博物馆的数字化建设和智能化展示发展路径

王晓娟

沧州市博物馆作为保管地方文物的场所和展陈地域文化的重要窗口,是沧州市人民政府投资兴建的省级社会公益事业重点项目,2018年被评为国家二级博物馆,是一座集文物收藏、文物展示、科学研究、宣传教育、文物考古于一体的区域性综合博物馆。馆藏文物5000余件,从新石器时代至现代出土、征集的各类文物,展示沧州历史、地域特色。

近年来,沧州市博物馆以数字化建设和智能化展示为重点,目前已初步建成以全景展示形式为主的五个实体展厅,以及历史文化数字资源库、沧州市博物馆藏品库、沧州特色文化数字资源库为一体的数字博物馆,在线展示部分馆藏精品,对满足市民文化生活生活起到了很好的补充作用。虽各方面建设不断提高,但在文物数字化保存管理利用方面仍存在诸多不足:

文物数字化采集工作进展缓慢。博物馆对文物的数据采集方式仍较为传统,数字资源类型单一。目前仅完成部分馆藏文物的摄影和传统信息采集工作,尚未系统进行馆藏文物高精度、多类型的数据采集。馆内保存的一、二、三级文物清单和文物图片在数据精细度、完整度方面均有所欠缺,亟须数字化保护,完整、全面记录藏品的一切信息和纹理信息,为文物建立数字标本数据。

尚未实现数据精细化管理。馆藏文物保护管理处于传统经验管理模式,在文物数据精细化管理方面有待进一步优化。一是馆藏文物数字化管理进程相对滞后,未将文物清单及文物照片进行有效对应,文物资源管理较为分散,资源分类、检索率低;二是博物馆展示传播和宣传教育的数字资源缺乏统一管理,多媒体资源保存分散,限制了博物馆数字资源的高效共享利用。

智能化科技展示手段落后。随着时代进步,沧州市博物馆的传统展陈逐渐落后,参观模式单调,缺乏声光电智能化科技展示手段,不足以全方位展示文物的历史背景、用途特性、制作工艺等。观众互动参与感不足、沉浸式体验感不强,尤其在年轻群体中缺乏吸引力。

策展、布展缺乏大数据支撑。随着人民群众对精神文明生活越来越高的追求,人们也更加注重重文化休闲,博物馆成为广大民众的首选之地。面对来自不同知识结构、不同年龄的观众的不同需求,沧州市博物馆缺乏大数据的信息收集和数据分析,如在博物馆业务职能基础上利用大数据分析,对策展主题、内容、形式、参观路线等进行针对性设计。

在梳理数字化、智能化建设方面的短板后,沧州市博物馆明晰了下一步建设重点:**扎实推动文物数字化、智能化的软硬件建设。**目前,沧州市博物馆已向上级主管部门呈报了沧州市可移动文物保护项目计划,并通过专项经费申请,引进三维扫描仪、数码相机、X光扫描仪等数字技术设备和相关

人才,依托实力强、经验丰富的公司,建立起配套的软硬件。从馆藏文物中遴选出161件重点文物,作为第一批数字化的对象进行全面的数据采集及三维模型扫描,其中包含3件国家一级文物,分别是青釉贴花纹龙柄壶、带方座蹲狮、三彩刻宝相花纹盘;对书画文本类文物进行书画正射影像制作;对瓷器类文物制作文物展开图;墓志铭文物制作文物数字拓片;铜像类文物制作文物线划图。实现对文物细节信息真实、直观的记录和科学保存,为进一步的保护研究、展示利用及修复等工作夯实详细、准确、全面的数据基础。在建立三维模型库的基础上进行高精度3D打印,对重要文物进行还原和复制,便于文物载体的展出、外借、交流和进行第二次艺术创作,开发文创产品。结合科技大屏幕,通过3D打印与混合现实技术相结合,形成多模态交互方式,拉近观众与文物的距离,提高展示趣味性和互动体验功能。

建立文物资源物联网信息管理系统。物联网指的是利用射频识别、红外感应器、定位系统、扫描器等设备设施,让所有物品与互联网相连接,从而实现人与物之间的智能识别与互动。在博物馆领域,物联网技术主要应用在文物信息采集、文物定位管理、展厅环境监测、安全保卫、观众服务等方面。首先是藏品定位技术能够实现对于藏品位置的准确定位,对藏品存放位置和存放状态进行实时监控;其次是对藏品存放环境进行实时监测,实现对文物保存环境的智能调节。物联网技术还可以对藏品出入库人员进行一对一的管理,记录藏品出入库人员信息,提高藏品管理安全。并在信息管理系统中整合建立电子门禁和流量监测系统,博物馆智能导览系统和其他智能服务系统等,通过对大数据收集和分析,对观众的构成和喜好进行精细化分类,实现博物馆管理模式从“经验驱动”转向“数据驱动”,更高效地盘活和利用好馆藏文物资源,实现博物馆工作的精细化管理。

文物资源数字化建设与利用。文物数字化是基础,利用好数字化文物资源是目的。进一步加强网上数字博物馆建设,全方位展示沧州市博物馆馆藏珍贵文物和地域文化特点。利用文物数字化成果,基于线上博物馆和微信小程序,开展线上展览;针对老百姓喜欢的文物和考古工作,进行云展示、云直播,提高社会各界对沧州文博事业的关注度与参与热情,形成博物馆与群众的互动。关注群众感兴趣的文化现象,积极与各类博物馆合作,利用文物数字化传播的便利优势,结合重要节点节点开展主题多样、形式多样的线上展览。对于相关文物研究机构、文物研究者、文物爱好者,经审核可为其提供翔实的数字模型和数据,供研究使用,为文物研究打开一道方便之门,让更多人参与到文博事业中。