

四秩春秋
润古建
一方戏台
连古今

——天津戏剧博物馆建馆四十年特色发展实践

徐宁



山门正立面



藻井戏台



古建音乐季

2026年，天津戏剧博物馆迎来建馆40周年。自1986年正式开放以来，这座依托全国重点文物保护单位广东会馆建立的中国第一家专题性戏剧博物馆，探索出一条“小而精”的特色发展之路。40年来，天津戏剧博物馆始终秉持“古建活化利用、文化惠民润城”的宗旨，在文物保护、陈列展览、社会教育、活化利用、对外交流等方面持续发力，让百年古建与戏曲艺术交相辉映，成为津派文化传承创新的重要窗口。

建馆与修缮

天津戏剧博物馆依托广东会馆建立。广东会馆始建于清光绪二十九年（1903），历时四年于光绪三十三年（1907）竣工，由时任天津海关道唐绍仪、怡和洋行买办梁炎卿等人倡议，旅津广东客商共同集资九万两白银建成。广东会馆是天津现存规模最大、保存最完整的清代会馆建筑，也是我国会馆建筑的重要实例。现存建筑由拜师堂、戏楼等组成，整体呈四合院布局，外围青砖灰瓦，风格兼容南北特色；建筑布局、勾连搭屋顶、磨砖对缝等做法尽显北方工艺的质朴大气，硬山屋顶、月梁、曲梁、石柱、红砖铺地体现南方做法的精巧细腻。

1985年，广东会馆修复并在此基础上成立了全国第一家集戏剧文物与史料征集、保管、研究、展览、宣传于一体的专题性戏剧博物馆。1986年元旦，天津戏剧博物馆正式对社会开放，邓颖超同志题写馆名，曹禺同志担任名誉馆长。2001年，广东会馆（天津戏剧博物馆）被公布为全国重点文物保护单位。

为维护广东会馆的核心价值，在国家文物局、天津市文物局的支持和指导下，广东会馆历经多次修缮。2020年进行了近40年来较大规模的又一次修缮，遵照不改变文物原状、不破坏文物价值和“最小干预”的原则，重点对屋顶防水、外闪墙体、大木构架、油饰彩画等悉心修缮，最大程度保留文物历史信息。2024年文化和自然遗产日，“尽缮尽美 津韵新辉——天津广东会馆修缮工程成果展”开展，全面展示了修缮保护成效。

匠艺与记忆

走进天津戏剧博物馆，古建本身就是一件珍贵的文物。主体建筑古典式戏楼以空间跨度大、设计巧妙、装饰精美而著称，是厅堂式戏场建筑的杰出代表。戏楼呈典型四合院布局，纵向跨度约19米，横向约18米，远超简支木结构14米的理论跨度极限。横向主梁下皮高度达8.7米，空间开阔，舞台口不设立柱，观众可从三面观看演出。舞台上方便重达数吨的“鸡笼式”藻井由细木构件榫接而成，螺旋而上，造型繁复美观，兼具拢音之效，堪称一绝。

戏楼内的木雕、砖雕精美绝伦。舞台正面镶嵌巨幅《天官赐福》木雕，天官、童子、松柏、蝙蝠等构成活泼协调的画面。戏台四周的华板帽子和悬空垂莲柱以浮雕龙风彩云或圆雕狮子绣球装饰，包厢栏板、隔扇门窗雕刻凤穿牡丹、松鼠葡萄、四季花卉等图案，技艺精细，栩栩如生。看台分楼上、楼下两层，坐席分散座和包厢，均能清晰观赏与聆听。

这座戏楼不仅是建筑艺术的殿堂，更承载着丰厚的文化记忆。梅兰芳、谭富英、尚小云等戏曲大师曾在此登台；1912年孙中山先生两次在此发表演讲；1919年邓颖超与天津爱国女界同志会为募捐难民在此演出话剧；1925年天津总工会在此成立。

征集与保护

建馆之初，天津戏剧博物馆即将史料文物征集确立为立馆之本。数十年来，通过社会征集、民间收购、名家捐赠等渠道，馆藏体系渐成规模，涵盖戏装、道具、唱片、戏单、书画、老照片、名人函件等多门类。戏装方面，清官升平署的“八仙衣”“喜神衣”“三星衣”为镇馆之宝，马连良改制的紫蟒、金少山的绿靠、尚小云的“守旧”等名家演出实物相继入藏。书画方面，王瑶卿、梅兰芳、荀慧生、李叔同等名家作品均有所藏。音像文献方面，“中国戏剧音像文库”珍藏百代公司为谭鑫培、梅兰芳等录制的早期唱片，戏单则记录着孙菊仙、梅兰芳等名家在此登台的盛况，见证戏楼作为津门戏曲码头的辉煌。社会各界踊跃捐赠，市民曾无偿捐出父辈使用过的京剧乐器。在持续征集的同时，博物馆启动馆藏可移动文物预防性保护项目，通过环境监测与调控建立健全保护体系，为这座“活的中国戏剧史”的永续传承筑牢根基。

依托馆藏特色，不断策划推出系列原创展览。“物·华年——天津戏剧博物馆建馆40周年文物精品展”精选历代金簪、清官戏装、名家书画等近60件馆藏精品，展示征集保护成果。“弓弦之韵——京胡文化展”汇集孙佐臣为谭鑫培伴奏用琴、徐兰沅为华芳伴奏琴等百余把京胡，辅以演出、讲座和沉浸式戏剧，挖掘京胡艺术内涵。“早期京剧名伶演出名录图文展”依托老戏单与历史报刊记录，集中呈现百年戏楼的名伶足迹。

展览先后在昌都博物馆和镇江博物馆巡回展出。展览以“沾上·伶韵·皮黄腔”天津京剧往事为主题，配合专题讲座与戏曲体验活动，让两地观众近距离感受天津戏曲文化。

作为天津市学校美育实践基地，天津戏剧博物馆积极与教育部门联动，打造沉浸式传统文化课堂。联合南开区教育局举办学校文艺展演戏剧节，吸引全区50余所中小学的80余支队伍、600余名师生参与。天津市少年儿童活动中心合唱团走进博物馆，开展非遗研学实践。“传统文化进校园”系列活动同步推进，与多所中小学签署馆校共建协议。同时深化高校合作，与天津大学建筑学院共建建筑历史与遗产保护科普基地暨研学基地；与天津师范大学音乐与影视学院共建大学生社会实践基地；与天津仁爱

文物新生 时代交响

——陕西历史博物馆IP创意活化与创新路径

步雁 廉钰 杨傲

博物馆作为文明传承的重要载体，正经历从“藏品中心”向“观众中心”、从“展示场所”向“生活场景”、从“公益机构”向“文创生态构建者”的三重转型。文创不再是博物馆的“配套服务”，而是文化传播、公共教育、资源盘活与价值再生的载体。陕西历史博物馆作为中央地方共建国家级重点博物馆之一、对外传播的重要窗口，面对新时代文化新消费、数字技术革新与国潮文化崛起等机遇，以IP化、品牌化、场景化、数字化为方向，构建覆盖研发、生产、授权、运营、传播的全产业链生态，让文物“走出展柜、走进生活”。

时代语境，活化博物馆IP

文化战略维度：文物活化是文化自信的具象表达。博物馆IP活化本质上是对文化符号的现代转译、时代重构与宣传传播，通过设计语言、消费场景、数字技术，将历史文化转化重构为可感知、可触摸、可消费的当代产品，让文物背后的思想观念、人文精神、道德规范与当代生活对话，增强文化认同、民族自信与家国情怀。

产业经济维度：文创成为文旅融合新引擎。随着公众消费结构变化，文化消费从刚需消费转向品质消费、审美消费、精神消费。博物馆文创凭借文化稀缺性、情感共鸣性、符号独特性，成为文旅消费领域的高附加值赛道。文创已成为拉动文旅消费、促进就业、推动地方经济转型升级的重要力量。

机制创新，协同文创开发多元模式

陕西历史博物馆立足博物馆公益属性与市场规律，构建自主研发、联合开发、合作授权三轨并行的开发体系，分工明确、优势互补，配套专业化运营主体，实现社会效益与经济效益双赢。

自主研发：坚守文化内核，把控价值导向。由博物馆文创团队独立完成资源挖掘、创意设计、工艺研发、品控管理，承担市场风险，保留完整知识产权。其核心优势在于精准把握文物历史内涵、艺术特征与精神内核，避免过度商业化、娱乐化解构，确保文化表达的严肃性与准确性。

联合开发：资源互补、风险共担、收益共享。博物馆提供IP资源、文化指导与场馆渠道，合作企业提供设计能力、生产供应链、市场渠道、资金投入。该模式降低博物馆研发与资金压力，借助企业市场化能力快速提升产品覆盖面，实现“文化+产业”双向赋能。

合作授权：轻资产运营，放大品牌价值。将馆藏文物IP、馆标、视觉系统等版权资源授权给优质头部企业，以品牌背书实现IP价值裂变，快速扩大文化影响力，形成“一次开发、多次授权、持续增值”的良性循环。

陕西历史博物馆始终坚持“文化为根、创意为魂、市场为用、教育为本”四大原则。尊重历史原貌，不歪曲、不戏说、不低俗化，同时以现代设计语言与生活场景重构文化符号。让产品融入知识传播，兼具美感与文化价值。

矩阵构建，六大核心激活文物价值

陕西历史博物馆构建了主题清晰、层级分明、互补协同的六大IP矩阵，实现从“产品开发”向“IP生态运营”的升级。

国宝印记——华夏重器：精品文物的时代转译。以一级文物为核心，挖掘文物的历史地位、艺术价值与精神内核，打造高辨识度、高附加值、高传播力的标杆产品。代表案例有“金饭碗”冰箱贴，以美好寓意与精巧设计成为现象级爆款，年销量突破20万件，成为年轻人求职、升学、祈福的“社交货币”；与剑南春推出“鎏金纪”联名酒品、与《万国觉醒》联动“万国志”数字内容，实现文化IP跨领域破圈，以国宝级IP树立品牌高度，彰显“古都明珠 华夏宝库”的定位。

花舞大唐——盛唐美学：审美IP的商业转化。依托何家村窖藏金银器，提炼盛唐纹饰、色彩、造型、审美，打造东方美学标杆IP，成为陕西历史博物馆文创销售市场影响力最大的核心IP。代表案例为与周大福合作的“盛世华彩——传承”贵金属系列，将文物纹饰与现代珠宝工艺融合，成为文博IP与商业品牌深度融合的典范；联合万仞堂推出“大唐茶宴”茶器系列，获2025中国特色旅游商品大赛金奖，实现“盛唐美学走进当代茶席”的场景革命。以盛唐文化契合国潮审美，打通高端礼品、日常家居、轻奢消费等多场景。

吉金中国——青铜文明：古老礼器的年轻化表达。聚焦青铜文明，以青铜纹样、器型、吉金文字为核心元素，平衡历



“大唐茶宴”系列文创

史厚重感与现代年轻化表达，打造兼具文化深度与传播活力的IP。代表案例为“魃仔”卡通IP、“宝馆青丝”系列抓夹，以轻量化、萌系化、实用化设计成为社交平台爆款，打破青铜器“严肃、高冷”的刻板印象。“凤凰腾达”咖啡杯获中国特色旅游商品大赛铜奖，实现古代酒器与当代咖啡文化的跨界融合，降低了青铜文化的接受门槛，触达年轻消费群体，实现传统文化“破圈传播”。

盛世壁藏——唐代壁画：艺术瑰宝的沉浸式活化。以馆藏唐代壁画为核心资源，利用数字技术与空间设计，将平面壁画转化为可体验、可互动、可传播的立体内容，打造国内领先的壁画IP体系。代表案例为运用VR技术打造的“壁画那边是唐朝”大空间沉浸式体验项目，观众可“走进壁画”，感受唐代宫廷生活场景，实现从“观看壁画”到成为“参与者”的转变；开发壁画纹样丝巾、装饰画以及手工临摹产品等，让壁画艺术融入日常审美，以技术赋能稀缺艺术资源，构建“线上数字体验+线下实物互动”的闭环。

丝路瑰宝——丝路文化：文明互鉴的时代叙事。以丝绸之路文物为载体，紧扣“一带一路”倡议，打造文明交流、开放包容的文化IP，强化国际传播能力。代表案例为联合茶百道推出的“丝路奇旅”数字动画与联名饮品，以年轻化方式传播丝路精神；开发丝路主题文创、研学课程，推动人文交流与民心相通，立足国家战略，赋予IP国际视野，提升中华文化影响力。

华夏宝库——数字文创：文博资源的数字化生态。以数字化、平台化为方向，搭建线上数字文博平台，构建数字文创发行、研学、传播、交易生态，推动文物资源向数字资产转化。目前华夏宝库数字文博平台注册用户超119万人，发行数字文创51款，销售量近6万件。

六大IP形成金字塔结构，顶层IP为国宝印记、花舞大唐——树立品牌高度，支撑高端市场；中层IP为吉金中国、盛世壁藏、丝路瑰宝——丰富文化维度，覆盖细分人群；底层IP为华夏宝库——数字赋能，实现流量聚合与全域传播。各个IP相互支撑，共同构成审美多元、场景丰富、人群全覆盖的IP生态。

品牌授权，实现IP价值最大化

陕西历史博物馆以规范化、专业化、体系化授权机制，推动IP与优质头部品牌深度融合，形成“文博+产业”协同发展生态。

授权体系：全领域、多层次、严标准。授权品类涵盖珠宝首饰、美妆个护、食品饮料、家居日用、服装配饰、交通出行、文旅服务等多个领域，合作企业超30家，实现文物元素融入衣食住行多个场景。合作层级较为分明，有战略授权、主题授权、品类授权。严格准入机制，对合作企业的资质、设计能力、生产工艺、市场信誉进行全方位评估，拒绝低俗化、同质化、劣质化授权，维护博物馆品牌公信力。

授权价值：双向赋能，共生共赢。授权可以降低博物馆研发成本、快速扩大市场、提升品牌曝光度。对合作企业而言，可以获得稀缺文化IP赋能，提升产品附加值与品牌辨识度，实现差异化竞争。最终受益的是消费者，以更低成本、更多场景获得高品质文创，实现“把博物馆带回家”。

文物新生，文脉永续；时代交响，创意无限。陕西历史博物馆实现从“文物馆藏”到“文化IP”、从“单一产品”到“生态矩阵”、从“场馆服务”到“全域普惠”的跨越式发展。未来陕西历史博物馆将继续以守护文明、活化文物、服务人民、贡献时代为己任，不断推动文化与科技、创意、生活、产业深度融合，打造具有中国气派、东方美学、国际影响力的文博IP，让文物真正活在当下、服务当代、流传久远。

（作者单位：陕西历史博物馆）

图片报道



观众在太原北齐壁画博物馆内欣赏九原岗壁画及数字动画。

作为国内首座原址建设的壁画专题博物馆，该馆受到省内外游客、文史爱好者的青睐。馆内依托徐显秀墓原址，观众可在低照度环境下观赏墓道原址壁画真迹，同时借助VR设备、数字动画、互动展项，沉浸式读懂北朝社会风貌与中外文化交融的历史信息。壁画临摹、文物体验类项目等暑期活动，受到青少年群体欢迎。

据悉，该馆暑期日均接待观众3000余人次，客流已临近场馆最大承载量。馆方落实“限量、分时、错峰”要求，兼顾文物安全与公众观展体验，采取限流措施，并做好预约提示、公益讲解等配套服务。

（本报记者 续红明/摄）

三版、四版责编：续红明 王娟 李端