

“凡星”何以闪耀？

——中国好人用善举照亮时代星河

◎ 本报记者 王磊 向真 李林珏 袁矛

1月23日，在长江之畔的四川宜宾李庄古镇，随着新一批“中国好人榜”名单的揭晓，139名身边好人光荣上榜。

什么是中国好人？他们来自田野巷陌、市井街头。他们并非生而英勇，只是在平凡岁月里选择了坚守与担当；他们没有惊天动地的壮举，却以日复一日的微光，照亮他人前路、温暖社会角落。

上榜好人中，有坚守护学岗二十余载，守护孩子平安的“交警爷爷”陈孟军；有在寒江中奋力托举救援，用生命完成人生“最后一单”的外卖员刘应强；有信守承诺三十八载，为乡邻健康护航的乡村医生叶永红；有扎根太行山深处13年，把“穷山沟”变成“聚宝盆”的村支书陈春芳；有以柔弱肩膀扛起四代三个家庭重担的自媒体博主王皎……

这份榜单回应的不仅仅是“何为好人？”的追问，更是“美好生活何以构成”的时代画卷。

“周爷爷，恭喜您被评选为中国好人啦！”

1月23日，当记者拨通92岁的长津湖战役老兵周全弟电话，把这个喜讯告诉他时，电话那头的他激动地说：“感谢啦！只要心脏还在跳动，我就会为党和国家、为教育下一代，继续‘冲锋’。”

长津湖战役，是周全弟心底最深的印记。在著名的长津湖战役中，时任中国人民志愿军第26军77师231团1营2连战士的周全弟为隐蔽行踪，在雪地上不眠不休潜伏了三天三夜，双手双腿严重冻伤，为了保住他的性命，医生不得不将他的双手从前臂处、双腿从大腿根部截除。身体残缺，精神却始终挺立。他主动加入四川省革命伤残军人休养院“爱国主义传统教育接待组”（后更名为老战士宣讲团），几十年来足迹遍及学校、军营、社区，开展宣讲近千场，让英雄的故事在新时代生生不息。

从战火纷飞的革命年代，到昂扬奋进的新时代，奉献的火焰从未熄灭。甘肃省酒泉市金塔县农技干部冒国伟用自己的方式，书写着属

于这个时代的“冲锋”篇章。

“看到农民增收的笑脸，就是我最大的满足。”这是冒国伟的肺腑之言。他扎根基层十余载，以科技赋能农业，将青春挥洒在戈壁绿洲。他引进优质新品种，创新推广“一改三变”“沙培”等前沿农业技术，实践沙漠西瓜“两免三减”栽培模式，推动拱棚一年多茬种植和节水滴灌等关键技术落地。为了打消农户疑虑，他常年驻守沙漠园区，白天示范操作，夜晚入户指导，手把手传授技术，助力棚均单茬收益达3万元，昔日荒滩蜕变为AAA级农旅产业园。

崇高一词，不仅属于历史转折处的英雄和时代浪尖上的先锋，也属于像李学艺这样胸存勇毅、挺身而出的义士。

2025年8月1日18时许，国铁北京局邯郸机务段机车乘务员李学艺，在邯郸市邯山区滏阳河北张庄村段锻炼时，突闻河中来传呼救声。他循声飞奔，发现一名女子在湍急的河水中挣扎，不远处还有两名儿童正扒着漂浮物随水浮沉。

李学艺没有丝毫犹豫，纵身跃入河中，将女子拖至岸边，又立即返身下水，先后两次往返激流，将两名孩子逐一救起。其中一名孩子被水流冲离岸边后再次遇险，李学艺强忍体力透支，持浮力棒再次冲入河中，最终将孩子安全救回。

救人后，李学艺筋疲力尽地瘫坐在地上，确认三人脱离危险后悄然起身，离开了现场，直至落水者登门送锦旗致谢，同事才知晓他的英勇事迹。面对赞誉，他平静地说：“换谁都会这么做，我只担心自己体力不够。”

三江交汇，回响不绝。“中国好人榜”正让那些源自巷陌烟火的“微光”，走出尘世角落，汇入时代星河。从“聆听好人故事”到“认同好人价值”，从“感动瞬间”到“行动自觉”，每一次对好人事迹的传颂，都是一次价值观的传递与扎根。愿这些平凡而闪耀的故事，如江水不息，持续激荡起更多人内心深处向善的涟漪；愿崇德尚义之风，如江风拂岸，温暖你我。

山西省80个新型“城市文化客厅”投用

本报讯(康少琼)“原以为高铁车站附近的新型公共文化空间只能看看书，没想到遇到一个感受新颖的‘能量补给站’。”1月20日，在山西省太原市图书馆南站·国贸T6分馆里，一派静谧温馨。从临汾前来太原转乘的旅客张梅在这里一边阅读一边休息。“我在‘数智人’大屏上和‘图小龙’对话，用VR沉浸科普平台浏览‘中国传统文化馆’，不知不觉中，等待转乘的时间就过去了。”

张梅口中的“能量补给站”，正是2025年进行功能全面升级的太原市图书馆南站·国贸T6分馆。近500平方米的空间，藏书1.2万余册，舒适座椅、免费饮水充电设施一应俱全，仿佛一个“高级候车室”，但又不止于此。“我们在这里看作一个突破围墙的‘城市文化客厅’”。太原市图书馆馆外流通部主任张峰涛说，“不仅要能坐下来，更要能‘进入’和‘互动’。”

这样的“文化客厅”，如今在三晋大地已遍地开花。2025年，山西省将“新建一批新型公共文化空间”列为民生实事全力推进。山西省文旅厅与省财政厅联合制定《2025年山西省新型公共文化空间建设实施方案》，以政府主导、社会参与的模式，因地制宜打造了一批功能多元的公共文化“微枢纽”。截至2025年底，80个主题突出、各具特色、美誉度高的新型公共文化空间已全部建成并投入使用。

湖北武汉市 外卖骑手 化身急救第一响应人

本报讯(张竟恒 李爽)近日，在湖北省武汉市委社工部、武汉市卫生健康委员会的指导和江岸区委社工部、江岸区卫生健康局的协助下，武汉市急救中心联合淘宝闪购举办了“城市骑士·‘救’在身边”行动启动仪式暨2026年国家急救日倡议活动，共同探索“新就业群体+社会急救”的武汉模式。

“通过培训，每一位骑手都有潜力成为关键时刻的第一响应人。”武汉市急救中心主要负责人说，目前，武汉市已建成中心城区十分钟急救圈，通过系统化、常态化的急救培训，骑手们的流动优势可以转化为守护城市生命健康安全的应急优势，进一步织密城市的急救网络。

“我们每天都穿梭在城市的大街小巷，万一遇到突发情况，可以第一时间施救。”淘宝闪购骑手余国洋，经过急救导师的心肺复苏培训，与武汉市近200名外卖骑手一同解锁了新身份——“城市骑士”。未来他们将带着所学技能深入城市的毛细血管，在紧急时刻开展自救与互救，化身可流动的急救第一响应人。

为保障培训效果的持续与深入，急救站点与骑士驿站签署了“急救伙伴计划”结对协议。后期，武汉各急救站的医护人员将主动送教上门，开展点对点、常态化的急救技能培训，提升骑士们的急救技能水平。

活动现场同步公布了“城市骑士”守护计划，武汉市30余家医院将为“城市骑士”提供紧急救治绿色通道、就诊专用停车位、健康体检优惠、挂号费优惠等权益，彰显对新就业群体的暖心关怀。

善流奔涌 终成江海

(上接1版)

活动中，全国道德模范王家元、郭汉中，全国道德模范提名奖获得者樊建川等模范典型也来到现场，与中国好人代表互动交流，并为他们赠送“道德传家宝”——江安竹黄·竹编画。竹，象征着谦逊卓然、坚韧不拔的品格，与中国好人所彰显的美德高度契合。

每一位中国好人的故事，都是一堂生动的道德课，都蕴含着打动人心的力量。

四川大学文学与新闻学院教授、博士生导师蒋晓丽表示，中国好人的优秀品质，借由共情传播形成的涟漪效应，必将吸引更多人关注与响应。好人故事与价值传播，终将沉淀为全社会共同的道德记忆，成为推动社会发展进步的强大而坚韧的精神力量。

活动在主题曲《好人》的温暖旋律中缓缓落幕，新时代好少年手捧鲜花奔向舞台中央的好人代表，把最纯真的敬意献给这些平凡英雄。

中国好人，是华夏大地的温暖星河，是生生不息的向善力量，更是引领时代前行的精神坐标——他们，就闪耀在我们身边！

布依族文化活动迎新春

1月25日，贵州省毕节市黔西市的布依族文化活动在黔西市杜鵑街道乌骡坝社区举行。活动现场，进行手鼓、山歌、民族舞蹈等表演，市书法家协会到场义写春联，以文化活动的方式，迎接新春。图①为布依族群众在活动现场进行打手鼓表演。图②为市书法家给布依族群众义写春联。

周训超 摄

这座县级博物馆，如何成为山东文创“销冠”？

◎ 宫小昀



明代赵秉忠状元卷文创。

适配

青州博物馆立足稀缺文物资源，围绕“状元卷”“宜子孙”玉璧等镇馆之宝打造核心IP，以“少而精、迭代快”的策略形成消费记忆点，精准适配年轻消费需求

融合

博物馆以精品展览持续吸引客流，通过将文创商店定位为“展览的延伸”，构建沉浸式消费场景，实现“观展—购物”自然转化，大幅提升场景消费属性

联动

通过“事业单位+国有企业+社会资本”的PPP模式引入专业团队负责文创开发与运营，博物馆专注审核与监管，既降低风险又提升市场化能力

近年来博物馆热方兴未艾，文创消费随之水涨船高。据报道，2025年1月至10月，山东共有10家博物馆文创销售额突破千万元。其中，青州博物馆文创销售成绩亮眼，以3169万元文创销售额位列第一，同比增长44.6%。

作为县级博物馆，青州博物馆为何能在文创赛道上超越资源更优渥的市级馆、省级馆？在青州博物馆运营部负责人韩真冲看来，青州博物馆的脱颖而出并非偶然。立足馆藏深挖IP价值，以市场为导向创新文创运营，探索破解资金与人才瓶颈之法，县级馆同样能在文创赛道上实现“弯道超车”，让沉睡的文物真正活起来，实现文化传播与文创运营的良好循环。

少而精的核心文创IP运营

文创产品的热销，首先得益于青州深厚的历史底蕴，文物具有独特和稀缺性。作为古代“九州”之一，青州文化交融璀璨，不少游客为了一睹龙兴寺窖藏佛教造像的“东方微笑”和“千古一卷”明朝赵秉忠状元卷，纷纷来青州博物馆“打卡”，客流量一直居高不下。

IP开发方面，青州博物馆没有走“大而全”的路线，而是聚焦馆藏核心资源，打造不可替代的文化符号，并不断创新迭代。

状元卷作为青州博物馆的王牌IP，自带“祈福劝学”的文化寓意，其衍生品中销量最好的是纸质复刻品，共开发13款，覆盖折页款、卷轴款、一比一复刻以及缩小版等多种样式，去年销售2万余册。此外，

围绕“状元”元素，馆内还开发了文具、水杯、毛绒挂件、玩具、手提包等产品，2024年研发的“状元墨”文创饮料也销量不俗。馆内的明代铜鎏金凤冠冰箱贴已迭代至第二代，第一代已经售空。

这种将爆款文物做深做透的策略，避免了资源分散，让每个IP都能形成消费记忆点。

以精品展览构建场景消费

文创产品卖得好，归根结底是因为展览吸引力强。韩真冲表示，青州博物馆一直秉持着做好主责主业的原则，升级迭代展览内容。展陈设计营造沉浸感，文物挑选具有代表性，展览形式注重趣味性和互动感，使得展览持续圈粉。去年，“信美东方第一州——青州博物馆基本陈列”斩获第二十二届（2024年度）全国博物馆十大陈列展览精品奖，成为唯一斩获此奖的县级博物馆。“借着新馆开馆的热乎劲儿，对外宣传没有停歇，大流量带来文创消费热。”韩真冲说。

青州博物馆将文创商店定位为“展览的延伸”，通过动线设计使观众在参观完文物后，自然过渡到文创消费场景。全馆设置了8家主题不同的文创商店，如红丝石主题店、陶琉文创店、佛像主题店等，适配不同展区客流，让游客在参观场景中自然产生消费冲动。

“游客更倾向于购买青州博物馆自有文

创，场景消费属性极强。”韩真冲的观察印证了这种布局的合理性。2025年国庆假期，青州博物馆文创产品销售额接近300万元，成为全年销售峰值。

需求导向，创新文创运营机制

以往，作为公益一类事业单位的博物馆，往往主要承担展示馆藏、社会教育等基本公共文化服务职能，文创开发运营的积极性普遍不高。青州博物馆创新采用“事业单位+国有企业+社会资本”的运营模式，专事交由专人做，增强了运营能力、降低了自身运营风险。

2023年5月，采用PPP模式（政府与社会资本合作模式）的新馆正式开馆，新馆体量大、运营成本高，没有额外的财政资金支持，急需通过合理的市场化运作自给自足。青州博物馆新馆开馆后，积极引入社会力量破局，激活文创消费动能。

“在文创产品端，装修、设计研发、制作、人员等均由第三方团队负责，博物馆主要承担审核监管职责，确保产品贴合场馆风格与文化内核。”韩真冲表示，截至2025年底，博物馆已与30家企业签订合作协议，引入8家企业加盟开发文创项目，陆续打造了“青博有礼”文创中心、主题餐厅、状元咖、中式茶文化、自动售卖等35个配套服务项目，全方位满足游客“吃、娱、购”需求。2025年，青州博物馆文创收入已基本覆盖年度运营成本。

青州博物馆的文创发展之路，为县级博物馆提供了可复制的样本和思路。把文化资源优势转化为文化发展优势，需要精准把握文化消费逻辑、创新运营模式，将文化符号转化为生活美学，将历史文化融入当代生活，传统文化便获得了穿越时空的生命力。

(受访者供图)

