

文/羊城晚报记者 周欣怡 朱绍杰 图/主办方提供

随着国宝级长卷《七十龙媒图》在文保工作者的双手中徐徐展开,1月21日,“鲜衣怒马少年时——骏马题材作品贺岁特展”在广州艺术博物院(广州美术馆)启幕,并于1月22日正式对公众开放。

该展览荟萃院藏及借展的历代骏马题材精品52件套,展出张穆、徐悲鸿、高剑父等名家名作,时间跨度从明代至当代,涵盖中国画、油画、雕塑、影像等多种艺术形式。

展览由广州艺术博物院(以下简称“艺博院”)主办,广州雕塑院协办,华南农业大学紫荆马协会提供学术支持。展期将持续至3月22日。

“本次展览以‘马与少年’的双重视角为线索,深入探讨驯马与成长之间的同构隐喻。”广州艺术博物院院长罗奇表示,希望这些穿越时空的骏马,能让观众感受到如旭日初升般的少年意气,体悟中华民族不断向上、永远向前的生命力量。

### 镇院之宝,传递“龙马精神”

中国画里的骏马,是中国人精神气象的生动写照。

展览展出一件重量级珍品——明代广东籍画家张穆的《七十龙媒图》。这件国家一级文物,长卷纵长0.252米,横长10米,是艺博院的“镇院之宝”之一。

此卷创作于康熙二十一年(1682年),是张穆七十四岁高龄时应“公叔世兄”之请所绘,也是他传世所有马主题作品里,年代最晚、最为成熟的一件珍品。画卷描绘70匹骏马,姿态各异,或雷同,或奔跑,或翻滚,或嘶鸣,以笔墨生动捕捉骏马在天地间的各种动态。

张穆画马的特点在于“得马之态”。他生于明末,入清后以遗民自居,终身不做官。画中骏马桀骜不驯、昂首挺立的神态,正是画家本人不屈精神与孤高情怀的写照。此卷不仅是艺术杰作,亦是明清之际文人风骨的精神丰碑。

展厅现场,还有中国现代美术奠基人徐悲鸿的《饮马图》与《奔马图》动静相宜,分别捕捉骏马饮水的静谧瞬间与四蹄腾跃的飞奔之姿。岭南画派创始人之一高剑父的《马》融汇中西,笔法苍劲;杨善深的《白马》则形神兼备,拙朴生趣。

### 梳理历史,多角度解读“马文化”

展览特邀广州雕塑院呈现雕塑作品中的马之力量,如院长陆增康的雕塑作品《驰骋》以极简线条捕捉动势。现场还有多件影像作品拓展马的意象维度,如导演卓澜的《驭风之日》、摄影艺术家东哈达的《鲜衣怒马少年时》,及《林子思·属马》等。

展览从文学、历史、博物学等多角度

解读马文化。展厅入口以《诗经·鲁颂·聃》开篇,展示古人依毛色对马匹的精细分类;通过梳理“相马术”发展及“汉武帝远征大宛求汗血宝马”等历史故事,揭示马匹在古代国家战略中的核心地位。

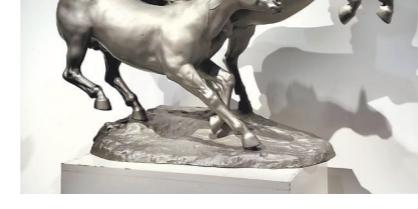
本次展览还推出一组六张主题宣传海报。海报以《七十龙媒图》中形态各异的骏马为灵感,分别搭配牡丹红、

赤璋色、天水碧、齐紫、桃红、明黄六种中国传统色彩进行设计,将在广州市内各大地铁站亮相。

此外,本次展览的平行展——“少年与马”穗杭馆校合作美育成果展,将于1月23日在广州艺术博物院四楼儿童艺术体验中心开幕,展期亦至3月22日。



《驰骋》陆增康 铸不锈钢 广州雕塑院



《驰骋》陆增康 铸不锈钢 广州雕塑院

### 高质量研学产品摆脱“走马观花”模式

近日,以“教育赋能与消费拉动双核驱动”为核心定位,广东省文化和旅游厅、省教育厅、省科技厅、省工业和信息化厅等多部门联合启动了2026“寒假游学到广东”寒假游学品牌,系统激活广东红色、科创、产业、文化与文博等领域的多元游学资源,让游学产品从“单一课程”向“教育+消费”深度融合的“体验套餐”转型,推动研学产业从分散体验向全链条生态升级。

1月9日,参与2026“寒假游学到广东”之“红色铸魂周”的广州学生钟同学,在惠州市东江纵队纪念馆历史长廊前感慨:“之前对东江纵队的认知只停留在课本上,这次亲身体验让我真切感受到革命先辈的不易。”据了解,该活动吸引约100人参与,研学现场互动也精准呼应了市场核心需求。学生们通过聆听历史、探寻行军路径、学习急救技巧、模拟伤员救助等“看、听、做”一体化体验,深化了对红色历史的认知。不少家长表示,这种摆脱“走马观花”的模式,能让孩子在深度参与中感悟历史、汲取力量,是家庭对高质量研学产品需求的直观体现。

1月17日,2026“寒假游学到广东”之“科创实践周”在广东省大湾区集成电路与系统应用研究院启动。活动以“芯片的烹饪方法”为创意切入点,将复杂的芯片制造流程拆解为“选料、腌制、

炖煮、塑形”四大步骤。游学导师结合“东坡肉烹饪”的生活场景,配合实物展示与动画演示,让芯片“诞生过程”的奥秘生动呈现在大家面前。当同学们走进“博士课堂”,无不将数十亿甚至上千亿个微型元件“搭建”在一粒砂大小硅片上,堪称人类微观工程巅峰之作的集成电路叹为观止。

“寒假游学到广东”的火爆,是广东寒假研学文旅市场需求旺盛的缩影。作为“粤享暖冬 乐游广东”消费季重点活动,“寒假游学到广东”凭借气候、资源与服务优势,成为全国青少年冬季研学优选方向。

广东省研学旅行协会常务副会长、秘书长张萌透露,研学在当下文旅消费中的占比持续攀升。“协会调研显示,全省21个地级市布局1100多家研学基地(营地);2025年新入会会员近300家,覆盖多领域,足见市场对研学前景的看好。”他强调,资源供给是基础,满足家长与学生对“真研学”的升级需求,才是广东研学产业增长的核心动力。

此外,有业界分析认为,广东研学游走红是文旅消费升级与素质教育需求释放的叠加结果。其产品优势在于不满足于资源静态展示,而是通过不同主题转化为动态课程,兼顾教育价值与消费激活。

此前在广州举行的2026“寒假游学到广东”启动仪式,吸引了近2000名全国行业代表参与。活动现场,广东省研学旅行协会与多省研学协会签订客源输送协议。如果说前述已经开启的“红色铸魂周”“科创实践周”火爆是市场热度的前端呈现,那么“1+2+3+4+5”框架体系的发布,则是广东研学高质量发展的核心支撑,标志着产业从零散化向体系化、品牌化迭代。

这一框架以“教育属性与消费拉动并重”为核心。张萌对此详细解读:“1个核心IP‘粤游学·暖冬知行季’打

### 如何破解“游而不学”? 推动“旅游+”转向“教育+”

破了产品各自为战格局,形成统一品牌;“2”重价值推动产品从“单一课程”向“体验套餐”转型,串联“吃住行游购娱”全链条。”具体而言,“3”级基地网络构建“标杆型+特色型+配套型”模式,10家标杆基地、40家特色基地与12家配套基地优化资源配置,形成梯度服务;“4”维产品矩阵与“5”大主题周则构成内容核心。

在广东整合推出的60个特色产品中,涵盖了江门中微子实验室、广汽埃安等优质资源,“红色铸魂周”“科创实践周”“产业认知周”“文化浸润周”“博物馆游学

周”等五大主题周也形成衔接有序的寒假研学全季,满足多元需求。

张萌表示,体系落地离不开规范化支撑:“广东省研学旅行协会作为全国首家省级研学协会,处于行业引领地位,在标准制定、人才培养上先行一步,为体系化布局筑牢根基,叠加政府加持,进一步放大全国影响力。”

据了解,广东研学产品迭代始终围绕“真研学”核心,破解“游而不学”痛点,强化课程属性,推动产品从“旅游+”向“教育+”转型,确保每一次研学都有明确教育目标,让学生真正受益。这一

理念也与参与启动仪式的中国科学院院士唐本忠、中国教育学会副会长吴颖民观点高度契合,共同指向高质量研学生态。

广东省文化和旅游厅有关负责人表示,广东坐拥深厚的岭南文化底蕴、活跃的科技创新生态与完备的现代产业体系,为“教育”与“旅游”的深度融合提供了丰沃土壤。“寒假游学到广东”活动通过突出岭南文化特色与沉浸式场景体验,力求串起“吃住行游购娱”全链条,在满足青少年求知需求的同时,能有效激发文旅消费新潜力。



2026“寒假游学到广东”之“红色铸魂周”现场

周”等五大主题周也形成衔接有序的寒假研

学全季,满足多元需求。

张萌表示,体系落地离不开规范化支撑:

“广东省研学旅行协会作为全国首家省级研学协会,处于行业引领地位,在标准制定、人才培养上先行一步,为体系化布局筑牢根基,叠加政府加

“鲜衣怒马少年时——骏马题材作品贺岁特展”在广州艺博院启幕

# 70匹骏马同时入画会怎样?



《七十龙媒图》局部 明 张穆 纸本水墨 广州艺术博物院藏

### 《“马”上有福》小游戏上线羊城派博物馆频道

展览启幕之际,羊城晚报报业集团与广州艺术博物院联合推出线上小游戏《“马”上有福》,同步上线羊城派博物馆频道。只要登录羊城派APP,点开博物馆频道,便能看到小游戏界面,点击“立即抽卡”即可开启集福之旅,抽取融入中国传统色彩知识的马年主题福卡。

游戏中抽取的六张马年主题福卡,参照了展览海报所使用的六种中国传统色彩,不仅蕴含着“蓝图大展”

“金玉满堂”“紫气

东来”等吉祥祝

福,还融入相应的

中国传统色彩知

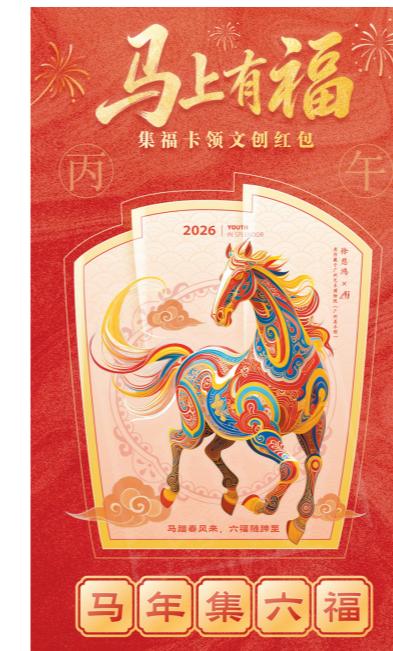
识,让参与者在互

动中理解中国色

彩美学背后的文

化内涵。

《“马”上有



扫码进入小游戏

福”游戏的主海报则以徐悲鸿《奔马图》为灵感,融合传统年画艺术风格进行AI创新设计,既有大师笔墨神韵,又充满喜庆祥和的节日气息。

羊城派新用户均将获得3次初始抽卡机会。此外,每成功分享一次即可额外增加1次机会,福气会在传递中不断积累。集齐“六福”后,用户即可解锁文创红包(代金券)奖励,用于选购广州艺术博物院精品文创。

同期,广州艺术博物院围绕马年主题推出的一系列特色文创产品,均将在羊城派客户端博物馆频道上线。其中“观色:艺博日历(丙午年·2026)”是遵照“天干地支”传统历法,以干支为骨、节气为脉,融入传统“五行五色”的知识介绍。广州艺术博物院的会员中心文创“马上得福”新年利是封、幸运马蹄铁系列首饰、瑞马呈祥(沉香)也即将在线推出。

大湾区暖冬里,有许多“好玩”的课堂

# “岭南研学游”成“文化新广货”

文/羊城晚报记者 黎存根 图/广东省文化和旅游厅提供

“怎样将数十亿甚至上千亿个微型元件‘搭建’在一粒砂大小硅片上?”

“为什么要深度感悟红色历史,汲取向上的力量?”

近日,在广东的冬日暖阳下,参加2026“寒假游学到广东”游学活动的同学们顺利找到了答案。

当北方寒意浓浓,岭南依旧暖意融融。随着全国大中小学陆续进入寒假、多地迎来降雪,来自各地的青少年学生则移步南下,开启新一轮“游广东、学知识、长本领、享暖冬”的岭南研学之旅。

今年,广东寒假研学文旅市场持续升温,这是市场需求升级与行业迭代的必然结果,广东研学仍在以规范化、品牌化姿态领跑全国。

### “寒假游学到广东”与“广货行天下”双向赋能

2026年开年以来,“广货行天下”是最火的促消费活动之一,“寒假游学到广东”也正悄然成为展示和传播“广货”魅力的新载体。

这一转变并非偶然,而是植根于广东雄厚的经济、科技与文化硬实力,形成了“资源禀赋—产业支撑—市场需求”的良性循环。

广东“科创探秘”类研学产品,不仅提升了内容的专业性与稀缺性,也让学生在沉浸式体验中直观感知“广货”的技术含量与品质保障。这种“所见即所得”的教育方式,比传统广告更具说服力,也更契合当代家庭对素质教育的需求。

广府、潮汕、客家三大民系文化,以及醒狮、英歌舞等非遗项目,被有机融入“文化寻根”课程。如广东省博物馆“驿路同游”项目多年带领学生行走南粤古驿道,正是文化传承与教育实践融合的典范。这种有温度、有故事的内容,增强了研学的情感共鸣与文化厚度。

贵州省研学旅行协会会长刘黔表示,作为省外机构对广东研学的兴趣,主要集中在大湾区先进制造业与岭南特色文化等为核心的特色研学产品上。

配套保障也在持续完善。一位专注研学旅游的机构负责人告诉记者,2025年下半年以来,广东不少星级酒店主动推出研学专属价格,部分优惠

折扣很高;叠加2026“请到广东过大年”文化和旅游消费惠民活动,“政府补贴+商户让利”有效降低了参与门槛,吸引大量省外客源。更值得关注的是,研学正与区域发展形成联动——如韶关华南研学基地活化红色资源,既打造优质产品,又助力乡村振兴,实现社会效益与经济效益双赢。

尤为关键的是,“寒假游学到广东”与“广货行天下”形成双向赋能:前者提供场景化传播路径,后者反哺流量与品牌势能。广东在全国多地投放“请到广东过大年”的文旅宣传,也同步为寒假研学引流;跨区域客源输送协议则打通“研学引流—消费转化—品牌传播”闭环。这不仅是营销创新,更是广东产业生态与文化生态协同输出的体现,未来有望向全国输出兼具科技硬实力与文化软实力的“广东范本”。

**祝福广场**  
爱的表白·幸福宣言·生日祝福  
锦洪广告:020-87566523,13622244208

**结婚启事**  
新郎马允锋与新娘方丹丹于  
2026年1月23日正式结为夫妇。  
特此登报,敬告亲友,亦作留念。