



# 90后策展人雷浩：让传统“活”在当下

□ 文/图 刘学 于新新

7月2日，聊城古城区的青石板路被阳光晒得微微发烫，街巷间偶尔传来几声蝉鸣。拐过几道弯，一间临街的工作室掩映在绿荫之下，门脸不大，推门而入，却别有洞天——素白的墙壁上挂着几幅展陈设计草图，书架上堆满文博典籍与地方志，角落里几件以葫芦、光岳楼为造型的文创作品安静陈列，透着一种从容而克制的审美。这间工作室的主人，是34岁的策展人雷浩。

初见雷浩，他身材魁梧，戴着一副黑框眼镜，言谈举止比同龄人多了几分沉稳。说起“策展人”这个身份，他摆摆手笑了：“这样称呼也行，反正就是干些与文化、文博沾边的事儿。”他的语气轻描淡写，可聊起这些年经手的项目，眼神里全是藏不住的热爱。

作为团队负责人，雷浩有着清晰的工作思路和细致的工作计划。在项目执行中，他表现出强烈的责任心与工作热情，注重团队协作与跨部门的资源整合，擅长通过流程化管理和节点控制确保项目落地。

近年来，他带领团队先后完成了一系列重点展陈项目，涵盖马本斋纪念馆、苏村阻击战纪念馆等红色场馆，高唐县博物馆、韩静霆美术馆、辛守庆美术馆、程辛木美术馆等地方文化展馆，以及印象阳谷直播电商展厅、高新小镇党建基地等新型文化空间。其中，马本斋纪念馆项目通过场景还原与多媒体技术结合，系统展示了回民支队的抗战历史，获得了参观者的一致好评；印象阳谷直播电商展厅创新采用“文化展示+电商运营”双功能设计，日均接待访客200余人次。

在雷浩看来，展览大致分为固定陈列和临时展览两类，策展的首要任务是确立主题，继而围绕主题调动各类元素，协助展品作者完成情绪上的重构。工作流程上，先立项搭建骨架，再填充“血肉”，即确定实物资料。他认为，不同年代的主题展览，节奏把握各有侧重：历史题材需吃透相关背景与来龙去脉，摄影展则要捕捉作品所传递的情感



▲雷浩团队布置的展览 ▶雷浩在工作室

表达。

谈及不久前操刀的一场名家摄影展，雷浩记忆犹新。摄影作品以俯瞰视角拍摄正在被挖掘的矿山山顶，画面呈现出荒野般的粗粝感。面对这样的主题，雷浩感受到，自然不再作为纯粹的背景存在，而成为被切割、挖掘、填充与重组的材料，矿山如同翻开的伤口，引发观者对“我们如何参与风景生成”的深层追问。“在深刻理解摄影展内容后，布展的二次创作思路便逐渐清晰。”他说。

在为某博物馆筹备临时展览时，团队遭遇了工期紧张的局面——从接手到完成仅有十天时间。雷浩带领团队成员日夜加班，同时随时与各方沟通对接，确保不留任何瑕疵。而在为一家地方博物馆重新布展过程中，遇到古建领

域的专业知识盲区，他主动向专家请教，彻夜钻研，直至彻底学懂弄通。“唯有热爱与真诚，才是对事业最好的致敬。”雷浩说。几年来，他参与制作的展览，累计服务游客超过30万人次。

在做好展览主业的同时，雷浩还注册了自己的文化品牌，围绕城市记忆、非遗、生活美学、数字文创四个方向展开创作。他拿起一款颇受年轻人喜爱的“屁葫芦”文创作品介绍道，该作品以聊城葫芦为基本造型，融入年轻人偏爱的色彩与元素，契合当下情绪价值需求；而团队研制的冷饮则以光岳楼为造型，同样深受游客欢迎。此外，雷浩坚持每年进行技术研发和传统工艺改良，其文创作品多次在国家级、省级专业比赛中获奖。

“我理解的文化创新，是让传统以



符合时代需求的方式延续。”雷浩说，“如今走进展厅的观众越来越多，人们的文化品位日益提升，我也必须不断提高审美能力和策展水平，保持旺盛的创作热情。或许观众们看过的某场展览，就出自我的团队之手呢。”

聊城晚报 公益广告

## 不听不信不贪恋 构筑反诈“心”防线

