



《南京照相馆》：民族的伤痛，铁证如山

底片记录历史的真相

□ 本报记者 师文静

1937年12月，日本侵略者攻陷南京后，对手无寸铁的百姓展开残忍的大屠杀，南京城遭遇了人类历史上的至暗时刻。

88年后的今天，电影《南京照相馆》以一家普通照相馆为叙事切口，再次凝视南京大屠杀这段令人痛心的历史。照相馆，原本是市井烟火的记录者，在敌人的血腥屠戮下，成为百姓舍命保护屠杀罪证的隐秘战场。平凡的百姓以斧头、药水、相机为“武器”作战，将染血的底片送出城，向全世界揭露日本侵略者在南京的罪行。普通人的人性之光和民族气节，穿越历史，与当下观众形成精神上的共振。

历史上，罗瑾、吴旋两位爱国青年冒着生命危险，守护拍下日军在南京屠杀行径的照片，让其成为南京审判战犯军事法庭上的“京字第一号证据”。《南京照相馆》以这段真实历史为依据，紧紧围绕记录日军罪行的照片和底片展开叙事，从小视角切入大历史。

照片是日军炫耀军国主义的工具。屠城日军配备随行摄影师，时时跟拍攻城、杀戮、施暴等照片，作为其军事侵略的“荣耀战绩”，又诱惑、胁迫百姓摆拍虚假“亲善照”，作为骗局，向世界隐瞒其滔天罪行。日军摄影师的镜头下，子弹穿过中国人的头颅、儿童被虐杀，还有臭名昭著的“百人斩比赛”。惨死百姓的鲜血染红了河流，日军摄影师竟然惋惜照片不能拍成彩色，这一行径令人愤慨。日军“罪恶拍摄”这条叙事线，深刻揭露了侵略者的残暴与非人性，揭露其试图篡改历史、美化历史的嘴脸。

底片记录历史的真相，是日军罪恶的铁证。电影的故事聚焦在南京贡院街上的吉祥照相馆，被迫冲洗照片的邮差苏柳昌、演员林毓秀、照相馆老板金承宗一家人，阴差阳错地聚在一起。作为普通老百姓，他们只想苟活下去，但是看到照片上日军的罪行，认清了其残暴本质后，冒死替换下底片，缝入每个人的衣服，无论谁最终活着出去，都能将日军屠杀百姓的铁证带出南京城。替日军冲洗底片，看似是他们“生的希望”，实则是“死亡陷阱”，等在前面的是日军摄影师的斩草除根。活下来的人，由恐惧转悲愤，从觉醒到反抗，迸发出惊人的智慧与勇气。苏柳昌勇敢与日军搏斗直至身亡；林毓秀幡然觉醒，以扮演过的穆桂英为荣耀，拒做汉奸；照相馆金老板以化学药水、斧头、相机为武器杀敌，每个人尽显英雄气节。影片让“相机底片”成为叙事的核心动力，驱动着剧情跌宕起伏、层层递进，也牵动着观众的心。

真实自有万钧之力。从砖石纹路到街巷风貌，从局部场景到全城格局，影片一块砖、一座房、一条街地还原了当时的南京城。影片中大量使用复刻的历史照片，包括日军残害我同胞的罪证照片、粉饰侵略的“亲善照”、报刊版面照等，以真实资料直击历史，带给观众的是更具冲击力的观影体验。影片的结尾，林毓秀按下快门，定格日军战犯被执行枪决的时刻，照片又成为捍卫尊严的子弹，也是对死者的告慰。记忆可能会削弱，日军罪证照片会铭刻历史。《南京照相馆》是电影，也以复刻历史资料的方式，记录侵略者的罪行，铁证如山地铭记了历史。



一座水塔的时代记忆

□ 本报记者 鲍福玉



青砖水塔

在济宁市兖州区新兖镇，一座矗立近七十年青砖水塔，经第四次全国文物普查工作，重新走进大众视野。这座高约20米的欧式风格水塔，不仅是兖州农业机械化起步的见证者，更凝结着中国和匈牙利两国的友好情谊，为近现代建筑遗产增添了一抹独特的历史亮色。

“青砖勾缝整齐，穹顶带着明显的欧式弧线，站在水塔下仰头看，能感受到那个年代特有的厚重与精致。”文物普查工作队队员回忆初见水塔时的场景，仍难掩兴奋。这座水塔藏于演武社区南侧的民居与厂房之间，历经近七十年风雨，主体结构依然稳固，青砖表面虽覆着岁月的斑驳，却依稀能辨认当年工匠们精心打磨的痕迹。

作为山东省第四次全国文物普查的重要新发现，水塔的“身份”很快被厘清：它建成于20世纪50年代末，是中匈友谊农业机器拖拉机站的配套设施。彼时，农业机械化是国家发展的重要课题。兖州地处鲁西南平原，自古便是农业重镇，为推动粮食生产与农业现代化，中匈友谊农业机器拖拉机站应运而生。水塔作为拖拉机站的“生命线”，不仅为厂区生产生活提供保障，也成为这片土地最早的“工业地标”之一。

兖州区第四次全国文物普查协调机制办公

室专家组成员宋猛介绍，水塔主体采用普通青砖砌筑，这种材质在当时的工业建筑中极为常见，既经济耐用，又便于就地取材。20米的高度在当时的兖州堪称“制高点”，其欧式风格的穹顶设计尤为特别——线条流畅，顶部装饰虽已简化，仍能看出匈牙利风格建筑的影子，与周围的中式民居形成鲜明对比，是那个年代中外技术交流的直观写照。

20世纪50年代末的兖州农村，还是“牛拉犁、人扛粮”的传统耕作模式，拖拉机站的到来，像一颗投入平静湖面的石子，激起了当地人对“现代化”的无限向往。该农机站的“老人”赵德双回忆，水塔是当地的一大景观，方圆几十里的老乡都赶过来参观，大家把这个水塔称为“匈牙利的水楼子”。

比起水楼子，人们对拖拉机和联合收割机更充满好奇。老辈人总念叨：头回见拖拉机那阵仗，耳朵差点被震聋。老远就听见“咚咚咚”的响声，像闷雷滚过田埂，一个铁壳子冒着黑烟闯过来，俩轮子比碾盘还大，碾过土道时震得地皮直颤。有人吓得直往后躲，可看着它拉着成山的麦捆还跑得起劲，又直拍大腿：“这玩意儿比十头犍牛还顶用！”而联合收割机，更是把人看呆了。那铁家伙前头张着大嘴，“突突”地往前提，麦秆麦头全被卷进去，二十亩地的麦子，抽袋烟的功夫就捋得溜光。后面的槽子里“哗啦啦”淌出麦粒，金灿灿的像道小瀑布。

那时候匈牙利专家与中国工人一起调试设备、交流技术。“翻译很少，有时遇到语言不通，就靠手势比画，外国专家手把手教我们修机器，连吃饭都要端着碗凑在一起。”赵德双回忆，水塔旁的空地上，时常举办技术交流会，中匈两国技术人员围着图纸讨论的场景，成了一代人的集体记忆。

山东拖拉机厂原副厂长张景生介绍，中匈友谊农业机器拖拉机站是20世纪50年代中匈两国技术合作的重点项目之一。水塔的存在，让“中匈友谊”四个字具象化。随着时代发展，拖拉机站完成了它的历史使命，成了后来的山东拖拉机厂，但水塔始终矗立在原地，见证了兖州农业从“靠天吃饭”到机械化耕作的跨越，也记录了中匈两国的真诚合作，成为比文字更鲜活的“历史教科书”。

“近现代建筑遗产是历史的‘活化石’，这座水塔填补了兖州地区中匈合作工业遗存的空白。”宋猛表示，这类建筑虽“年轻”，却承载着特定历史时期的社会经济、文化交流记忆，具有不可替代的价值。

目前，兖州区文物部门已将该水塔纳入重点保护范围，下一步将组织专业人员对其进行详细测绘、病害评估，并制订修缮保护方案。未来，这座老水塔或将以新的身份“重生”，继续讲述兖州大地上的农机记忆与中外友谊。

草根赛事

如何玩出新高度

□ 石念军



这个暑期，以潍坊、临沂、滨州、德州等地的足球、篮球比赛为代表，一场场草根赛事不仅拓展了体育消暑经济的新场景，也表明文体融合发展迈入新阶段。

你赶我“超”

日前，德州市首届篮球联赛“德BA”甫一揭幕，迅即引发当地群众的参与热情：场内，3000多名观众几乎坐满看台；场外，文旅产品推介、企业现场促销搭建新型消费平台，周边商铺的食品饮料热销。

以本土赛事聚拢人气，以消费服务驱动变现。一个基于体育比赛，融入百姓生活的区域文体融合新消费场景完美呈现。

其实，这已经不是山东地方涌现出的第一个文体融合IP了。6月21日，滨州男子篮球联赛——“BBA”开赛；7月12日，“红色临沂 热血城超”首届红色沂蒙城市足球联赛、2025潍坊市足球超级杯赛（“V超”），在两地同日揭幕。

这些赛事的接踵出现具有强烈的“追热点”特征。“追热点”是移动互联网时代的流量捷径，也是各类平台账号运营成功的密码之一。“热点”代表被验证过的情绪共鸣点，是不需要再经试探的流量入口。面对声名鹊起的“苏超”——这个短时间内全网曝光量超过200亿次的超级热点，全国各地争相“抄作业”的现象说明，流量思维已经成为一种普遍的思维方式并深度影响着人们的行为方式。但“追热点”“抄作业”注定不单单是“蹭流量”，更重要的是寻求流量的接力乃至在持续的接力中实现超越和替代。

“抄”的陷阱

“抄”在很大程度上是一种路径依赖。综观“苏超”“村超”等IP的成功路径可以发现，单纯的“抄”或许会有一时的流量垂青，但断难形成持续的品牌影响。简单的路径依赖和急迫的赶超心态，无异于陷阱。

坦白地说，当“某超”遍地开花，创新乏力与简单复制的弊病已然多见。比如，某县赛事简单复制“水蜜桃队”命名，却未挖掘本地“桃文化”的历史脉络；啦啦队表演流于形式，与当地民俗缺乏关联。如此简单而表层的“文化贴标”现象，不仅导致审美疲劳，更会让人趋于无感。

重要的不是网红一时，而是可持续性发展的长红加持。客观而言，一度创造了580亿曝光量纪录的榕江“村超”，如今的热度已然式微；声名鹊起的“苏超”，能否摆脱“生如夏花”的命运，迄今仍是未知。

“某超”所代表的融合体育、文化与商业的文体融合模式，本质上是一种带有经济目的的模式创新实验。榕江“村超”当初之所以坚守球场无商业广告的底线，靠旅游衍生收益反哺赛事，大概就是出于这样一种考虑。当资本大规模涌入，比如常州赛区广告牌价格飙升至300万元，商业加持带来的异化风险，或许也会在不经意间动摇这场草根赛事的根基。显然，“抄作业”也要辩证地“抄”，不可盲目。

何以为“超”

作为山东首个地级市全域主客场制足球赛，“V超”揭幕战创下系列纪录：现场观赛人数突破3万人，网络直播累计观看量达120万人次，互动评论超过10万条。赛事相关话题在抖音、微博等平台不断发酵，俨然成为当地热度最高的同城话题。与此同时，“白浪河划界条约”“谁才是真正的肉火烧”等融入本土文化的衍生热梗，出现在当地主城区的户外大屏。结合线上线下的氛围营造，持续推高“V超”与本土生活的互动层次和融合程度。

一场本土足球赛，何以赢得如此关注度？显然，“某超”的真正价值不在于命名形式，而在于它超越比赛本身的丰富内涵。

首先，让普通人成为故事主角。“V超”赛场上，480名球员从快速道、烧烤摊、写字楼、蔬菜大棚里走出来，换上战袍就成了“城市英雄”。每个人都能在嘶吼中认领自己的主场。“谁行谁上”的全民参与模式让更多人有机会参与比赛，有一种切身的参与感和成就感。

其次，全面激活本土特色文化密码。一如潍坊当地的自我阐释：“V超”用最直白的命名，炸出了最深的地域魂——简单，才够狠；乡土，才够燃。类似“白浪河”“肉火烧”“风筝”等本土文化符号在赛场内外的频繁出现，成为生动注脚。

第三，将比赛融入城市主流生活。比如，“V超”构建“90分钟+”消费链，寿光赛场设15个乡镇特产展位、奎文区发放“球迷优惠券”、寒亭区开发“潍象宝宝”文创等行，实际都在强力推动比赛成为本土生活的主流热点。

玩的是体育，“超”的是文化。如果一定要给“某超”下一个定义——“某”代表具体的区域和项目，“超”则代表覆盖全域的规模、聚合全业的生态、融入文化的丰富。

