



香港故宫文化博物馆馆长吴志华(右)为“书香中国万里行·香港站”采访团成员讲解馆内展品。

香港故宫文化博物馆：

荟萃中外文化精华 推动文明交流互鉴

□本报记者 米瑗琪 文/摄

近处是繁华的街景，远处是茫茫的南海。在维多利亚港畔，香港故宫文化博物馆面朝大海矗立，传统美学与现代艺术巧妙交融，成为香港中外文化交流的新地标。“香港故宫文化博物馆的3个中庭与户外空间相连，让观众在欣赏文化展品之余，还可以走到露台，饱览西九文化区、香港岛天际线、大屿山的亮丽景致，很多观众都会在这里拍照打卡。”香港故宫文化博物馆馆长吴志华向“书香中国万里行·香港站”采访团成员介绍道。

步入博物馆，仿佛穿行于千年时光隧道，真切感受着中华传统文化与现代化、国际化的香港之间发生的奇妙“化学反应”。这正符合香港故宫文化博物馆所承载的愿景——背靠祖国、扎根香港，贯穿古今、联通中外。香港故宫文化博物馆不仅承担着展示与传承中华优秀传统文化的使命，更以海纳百川的气度，荟萃中外文化精华，成为连接过去与未来、本土与国际的文化桥梁。

设计布展独具匠心 传统美学与现代艺术交融

“建设香港故宫文化博物馆，原因之一是香港市民对故宫文物和相关展览有很高的热情。从2007年开始，基本上每年都会都有故宫博物院的文物到香港来展出，每次都会吸引大量香港市民前去参观。”吴志华表示，正是在这样的基础上，西九文化区管理局和故宫博物院在2016年共同决定在香港西九文化区建设香港故宫文化博物馆。

2022年7月3日，香港故宫文化博物馆正式对公众开放。

吴志华介绍，香港故宫文化博物馆从设计之初，就以中国传统建筑、中国艺术与香港城市景观三大元素为灵感，在传承中国传统建筑美学的基础上，创造性地展现出古今融和之美，呼应故宫建筑文化的设计细节。

远观香港故宫文化博物馆，“上宽下聚、顶虚底实”，仿似中国古代艺术文物的建筑外形。走进博物馆，大量细节呼应紫禁城的景致，让观众身临其境。中轴线的概念，在博物馆中也有所体现。参照紫禁城中轴空间平面递进的布局，博物馆设计了3个面向不同方位的中庭空间，以垂直递进的布局贯穿整座大楼，同时巧妙地将在9个展厅安排在不同楼层中。这些独具匠心的设计，是对紫禁城建筑进行现代化的演绎和香港风格的表达。

吴志华介绍，开馆之初，顾恺之《洛神赋图》(北宋摹本)、清白玉盘龙组“大神受命之宝”、北宋定窑白釉孩儿枕……900多件精选藏品从北京故宫博物院跨越千里，亮相香港展厅，向中外观众讲述着中国的悠久历史和灿烂文化。开馆至今，香港故宫文化博物馆举办了“紫禁万象——建筑、典藏与文化传承”“凝土为器——故宫博物院珍藏陶瓷”等展览，用贴近时代的策展方式，吸引了广大香港市民关注。“我们设置的专题展览‘紫禁一日——清代宫廷生活’，以时间为脉络、不同空间为场景，让观众了解清代宫廷的生活点滴，从中加深对中华优秀传统文化的了解。”吴志华说。

博物馆是保护和传承人类文明的重要场所。香港故宫文化博物馆以文物为基础，以建筑为传承，努力做好中华文化的“宣传者”，以香港视角重新诠释故宫文化，为观众带来一场穿越古今的

文化漫游。

推动中外文化深度对话 在博物馆里遇见世界

“太精美了!”在展厅9里，观众们对着一件件带有浓郁“中国风”的红色外套发出连连赞叹。这是一件18世纪法国男性贵族穿着的红色半长丝绸外套，但从服装的布料样式到颜色图案，无不透着浓郁的中国元素。吴志华说：“当时中法之间已有贸易往来和文化交流，很多服装都参考了中国元素。”

今年适逢中法建交60周年，香港故宫文化博物馆与巴黎装饰艺术博物馆日前联合举办的“法国百年时尚——巴黎装饰艺术博物馆服饰与珠宝珍藏，1770—1910年”特展正在展厅9展出，近400件18世纪末至20世纪初精美绝伦的法国服装、珠宝与配饰，让不少观众实实在在领略了一把法国文明的浪漫和魅力。

“香港故宫文化博物馆配合国家‘十四五’规划，助力香港打造中外文化艺术交流中心。”吴志华说，希望观众来到这里，不仅可以看到中国珍贵文物，也能欣赏到外国艺术，感受中外文化荟萃之美。

香港故宫文化博物馆不仅是中华文化的“宣传者”，更是推动中外文化艺术交流的“联系人”。除了积极向世界推广中华文化，香港故宫文化博物馆还将继续做好“引进来”的工作，推动中外文化的深度对话与文明互鉴。“希望通过博物馆，讲好文物故事、中国故事，拉近中华优秀传统文化与全球受众的距离，让香港故宫文化博物馆成为联通内地与世界的关键枢纽。”吴志华如是表达其愿景。

各美其美，美美与共。吴志华表示，香港故宫文化博物馆将把握住香港的特色和优势，积极携手国际一流的艺术与文化机构，共同策划一系列具有国际影响力的展览及高端学术论坛，以此践行博物馆的立馆理念——弘扬中华优秀传统文化，推动中外文化交流。

吴志华说：“我们致力于构建一座双向沟通的桥梁，不仅能与众多国际博物馆建立合作伙伴关系，还紧密联结内地的文化机构，共同推动中外艺术文化的交融互鉴。通过广泛合作，我们将中华优秀传统文化推向世界舞台，以独特的文化魅力吸引全球观众的目光，让中国故事与世界共鸣。”

创新形式讲好文物故事 提升观众的互动体验

《中国新闻出版广电报》记者在现场看到，通过以人为本的布展策划、出神入化的多媒体互动装置，香港故宫

文化博物馆极大地丰富了观众的观展体验。

“我们希望以当代及全球视野讲述中国传统文化的故事，促进中华文化与全球观众的交流。因此，我们在展览中融合了多媒体技术的创新形式，如投影映射、沉浸式音频体验、高清视频展示、数码展品以及互动装置，为观众打造了一场多维度、沉浸式的文物探索之旅。”吴志华说，展览的设计表达凸显了香港特色，不仅保留了传统的文字解说，更将声音艺术与视觉影像紧密结合，以生动的方式讲述文物背后的故事，让每一件展品都能以更加鲜活、立体的姿态展现在观众面前。

比如，正在展出的“香港赛马会呈献系列：圆明园——清代皇家园居文化”特展，香港故宫文化博物馆利用多媒体技术，重现圆明园昔日风光。在展示遗址出土雕花构件的区域，借助虚拟投影技术，重现圆明园从繁华到消逝的历程，现场观感十分震撼。

传统发展的生命力在于创新。吴志华认为，通过跨界创新的方法，观众更容易产生共鸣。“馆内设有‘香港赛马会呈献系列：山林山城——游历旧园新景’展厅，邀请了香港当代多媒体与跨界艺术家、策展人，运用现代视角与手法，对园林设计哲学进行创造性解读与演绎。”吴志华阐释道。

买个文创带回家已经成为逛博物馆的标配，在香港故宫文化博物馆同样如此。参观完展览后，不少观众会来到“ART EXPRESS by 商务印书馆”礼品店。

记者观察到，礼品店以“皇帝的多宝格”为设计理念，布局六大分区，不仅销售香港故宫文化博物馆文创产品系列，更精心搜罗来自世界各地与故宫博物院及展览相关精品、纪念品及书籍。“文创产品作为文化的创新性延伸，正引领着艺术融入日常生活的潮流。观众从这里购买了喜爱的文创产品带回家，可以将更多文化价值扩散传播到生活中的各个领域。”吴志华认为，好的文创产品能够成为博物馆之旅的点睛之笔，不仅为传统文化赋予新的生命力，还能激发观众对文博场馆的兴趣。

吴志华在采访中提到，香港故宫文化博物馆开馆至今，广受中外观众的喜欢与支持，目前已经接待了超过250万人次的观众，众多观众更是成为“回头客”，多次探访，流连忘返。“香港故宫文化博物馆将继续用轻盈的方式讲好厚重的故事，力求将博大精深的中华文明传播至更广阔的天地，不断拓展观众看世界的视角和维度。”谈及香港故宫文化博物馆未来的发展，吴志华坚定地表示。



观众在“圆明园——清代皇家园居文化”特展前驻足参观。

香港商务印书馆尖沙咀图书中心：

喧嚣市井中的一座世外桃源

□本报记者 米瑗琪 文/摄



▼“ART EXPRESS by 商务印书馆”礼品店的限定铜币机前，小朋友们将香港故宫文化博物馆建筑物及馆内藏品图案压在铜币上带回家留作纪念。



▲商务印书馆尖沙咀图书中心门店。

繁华的香港街头，大大小小的商铺林立。走在车水马龙的弥敦道上，迎面撞见一方墨绿色招牌，上面撰有5个白色典雅大字——商务印书馆，在周围诸多商店的鲜艳门牌中，以其宁静沉稳的气质，为喧嚣市井平添一缕书香。

走进商务印书馆尖沙咀图书中心，更像是走进了一座世外桃源，尽管外面喧哗吵闹，只要进入书店，便能拥有一隅静谧的世界。

记忆深处的百年书店

“在香港，应该很少人没读过商务印书馆的书。我在小学、中学时期使用的《学生字典》《现代汉语词典》都是商务印书馆出版的。”正在商务印书馆尖沙咀图书中心选书的香港市民张先生向《中国新闻出版广电报》记者说道。的确，对很多香港人来说，商务印书馆是植根在他们记忆中的书店。

今年是商务印书馆在香港成立110周年。百年商务，历经时代变迁。商务印书馆于1897年成立于上海，是中国现存历史最悠久的出版社之一。1914年，商务印书馆在香港开设分馆，自此开启深耕香港市场的百年发展史。1991年商务印书馆在尖东地区开设首家尖沙咀分馆，1999年入驻星光行，2007年搬到美丽华酒店，2010年迁至美丽华广场，2021年商务印书馆尖沙咀图书中心选址华源大厦。在尖沙咀区33年的时光里，商务印书馆与数代爱书人相伴成长，结下难解情缘。

顺着旋转楼梯拾级而上，温暖的灯光、柔和的店堂配色、木制的书架配置，让刚离开闹市又随即置身书店的人，有一种穿越之感。店内汇集超过5万种来自本地及全球的中英文图书和文化产品，并做了精细的分类，让每一位来到书店的读者都能高效便捷地找到所需图书。

联合新零售(香港)有限公司副总经理简珏纶介绍，书店还有一个特别的设计——两个主要通道的尽头各设一个大玻璃窗，读者可以一边挑书、看书，一边欣赏窗外景色，将城市繁华景观尽收眼底，感受别样的阅读体验。在简珏纶看来，书店是知识与文化的恒久载体，用心的装修和设计能够让读者拥有更舒适的阅读空间和更沉浸的阅读体验。

简珏纶介绍：“商务印书馆尖沙咀图书中心除了售书，每年还为本地多所学校举办书展，提供参观导赏等服务，并将阅读文化送进社区角落，满足不同读者的多元需求。”随着时间推移，商务印书馆尖沙咀图书中心不仅为香港本地市民提供阅读服务，还热情迎接世界各地游客，已逐渐成为尖沙咀的文化地标之一。

如今的商务印书馆，除了尖沙咀图书中心这家旗舰店外，已经在全港的购物商场、大学等区域开设近20家书店，还在香港故宫文化博物馆内设置文化礼品店，已然与全港爱书人建立了更为深厚密切的关联。

业态创新觅得新风景

身处互联网时代，读者的阅读方式发生巨大转变，面对短视频的“攻城略地”和电子书的“包围包抄”，“百年老店”商务印书馆也在积极探索新思路，凭借业态创新觅得新风景。

为配合新时代零售行业发展，联合出版(集团)有限公司以三联书店、中华书局、商务印书馆的本港零售业务为基础，组建联合新零售(香港)有限公司，运营

遍布于全港的书店网络和网上平台。

2020年，联合新零售(香港)有限公司旗下文化阅读及电商平台“一本”正式上线，与香港三联书店、香港中华书局和香港商务印书馆近40家实体门市实现一体化运营，为全港100余万会员提供线上线下相结合的优质文化产品与文艺体验，致力于“让阅读，成为每一个人的生活习惯”，现已发展成为香港最具规模的文化电商平台。

在保留书展、讲座及研讨会等线下阅读推广活动的同时，商务印书馆也通过“一本”平台将部分业务转移至线上销售。商务印书馆尖沙咀图书中心在线下设立the CREDIT直播间，通过网络直播的方式让作者与读者直接沟通交流，以这种全新的方式，让更多年轻人感受到阅读的魅力。读者只需下载“一本”APP，即可在线观看不同文化节目，打破时间和地域限制，全天候接收新鲜丰富的文化信息。

联合新零售(香港)有限公司发起的“阅读一小时”阅读推广公益活动也在商务印书馆、三联书店、中华书局门市展开。“参与办法很简单，读者在书店服务台和店员说要参加这个活动，就会获得一个信封和贴纸。把手机装进信封，读者记下开始时间，就可以开始阅读了，等1小时后可以回服务台换取徽章。”简珏纶介绍。记者在现场看到，短短几十分钟内就有许多读者前来参与该活动。

创造人与书的美妙连接

“商务印书馆始终秉持‘昌明教育，弘扬文化’的使命，‘为读者找书，为书找读者’的责任，书店并不仅仅买卖图书及文创用品，更能见证书与人、人与人的相遇和相识。”简珏纶说。

商务印书馆尖沙咀图书中心内设艺文空间the PLACE，定期举办文学及艺术等跨界展览。记者在书店看到，艺文空间the PLACE正在举办的活动主题是“夏天”，橱窗中摆放了《开心放假》《学游泳不害怕》《天气其实不难懂》等相应主题图书。

此外，商务印书馆尖沙咀图书中心还开设了一间可容纳80至100人的活动空间the HUB，用于举办各类文化活动，这在寸土寸金的尖沙咀区更难难得。活动面向学生、白领、退休人士以及亲子家庭等不同群体，为个体之间面对面的交流分享提供平台。

在活动空间the HUB，由“一本”平台策划的“一本读书会”，广邀来自内地、港澳及海外的知名作家、艺术家及文化名人开展系列名家讲座，分享阅读及创作心得，为爱书人提供更加丰富多元的优质文化艺术产品和体验。同时，“一本读书会”还下设多个兴趣分支，定期在活动空间the HUB开展多形态读书活动。

适逢周末，商务印书馆尖沙咀图书中心会迎来主要阅读群体——大手牵小手的亲子读者，进入书店特设的Kiddyland童书区域，享受共读时光。在这里，小朋友可以在巨型绘本墙挑选喜爱的中英文绘本，还能够接触到各种新奇有趣的图书。“在这里，大小读者都能待上大半天。”简珏纶笑着说。

“在书店举办活动，并非单纯为了卖书，而是希望为读者提供一个交流互动的场所。在这个文化生活空间中，为人、人与人、人与人之间创造美妙的连接，这大抵就是书店存在的意义。”简珏纶说道。