即時发布

香港故宫文化博物馆与周大福珠宝集团签订合作协议 推出「古往『金』来」中国黄金工艺与文化传承教育项目

旨在培养年青人对中国黄金艺术的关注和欣赏，传承中国传统黄金工艺

（2024 年 10 月 3 日——香港）香港故宫文化博物馆（博物馆）与周大福珠宝集团（周大福珠宝）签订合作协议，由周大福珠宝向博物馆提供港币 1,000 万元资助，推出为期五年（2024 – 2029）的「古往『金』来」中国黄金工艺与文化传承教育项目（「古往『金』来」教育项目），展示中国在该领域取得的超凡艺术及技术成就，共同传承中华优秀文化。

「古往『金』来」教育项目启动仪式今天于博物馆举行，主礼嘉宾包括香港特别行政区政府政务司副司长卓永兴、中央人民政府驻香港特别行政区联络办公室宣传文体部副部长林枡、香港故宫文化博物馆董事局副主席曾德成、周大福珠宝集团副主席郑志雯、西九文化区管理局行政总裁冯程淑仪、周大福珠宝集团董事总经理黄绍基，以及香港故宫文化博物馆馆长吴志华博士。启动仪式上的另一个重点是香港故宫文化博物馆副研究员黄炜均博士，会透过博物馆藏品讲述中国黄金工艺的发展，而周大福珠宝集团的中国商品管理部总经理韦剑锋，则分享中国黄金珠宝工艺和制作技术的创新。

「古往『金』来」教育项目旨在向年轻一代推广中国黄金工艺的发展、历史、艺术特色及文化价值，提升他们对中国黄金艺术的欣赏能力，从而传承中华文化，培养民族自豪感。项目预计将有至少 50,000 人受惠，未来五年将以黄金工艺、金器设计、文化交流等作主题，透过一系列活动和学习资源，展现中国黄金工艺的数千年历史。包括：

- **大师班讲座**：聚焦中国黄金工艺的发展历程，深入探讨当代工匠及设计师对古代工艺和设计的承传、改良与应用。
- **黄金工艺工作坊**：讲解金属材料的特性及中国黄金工艺的特色，并教授黄金工艺的基本技巧，引导参加者以创新设计演绎传统文化，亲手完成金艺作品。
- **内地考察团**：透过到访内地黄金产业园区，深入认识黄金产业如何结合先进科技寻求创新，并与黄金工艺大师交流学习。
- **学习资源**：为不同年龄层的学生设计相应的学习资源，介绍黄金工艺的特色和鉴赏技巧，引导学生赏析金器的造型和纹饰设计，让他们从中了解背后的文化意义。此外本项目亦会推出线上体验游戏，让大家寓学习于游戏。

香港特别行政区政府政务司副司长卓永兴表示：「国家『十四五规划纲要』明确支持香港发展成为中外文化艺术交流中心。我们其中一个重要使命，就是推广、传承和弘扬中华文化，以提升市民的文化自信和国民身分认同。香港故宫文化博物馆是实现香港成为中外文化艺术交流中心的重要平台，当中珍贵的藏品是让公众体验中华文化的最佳资源。黄金工艺产业在中国源远流长、造诣也达到极高水平。以黄金工艺产业为切入点作文化教育，既提升公众对中国历史、文化及艺术的认识和兴趣，亦有助培育下一代成为中华文化的传承者，提升文化产业的内涵。」

香港故宫文化博物馆馆长吴志华博士表示：「香港故宫文化博物馆拥有世界最重要的中国古代金器博物馆收藏之一，这些珍贵金器除了于不同展览展出外，还用于学术研究及文物教育等重要工作。承蒙周大福珠宝慷慨赞助，与本馆首度合作推出为期五年的「古往『金』来」教育项目，此举大大丰富本馆相关教育资源。我们将连手策划一系列活动，鼓励大众尤其是年轻一代积极探索中华文化的巨大宝库，并且将中国辉煌璀璨的黄金工艺发扬光大。」

周大福珠宝集团副主席郑志雯表示：「周大福珠宝集团获香港故宫文化博物馆寄予信任，我们深感荣幸。我们冀透过这个为期五年的教育项目，培养年轻一代在珠宝制作和设计上的技能，以及对中国艺术的创造力和自豪感。是次合作象征着双方对保护具有中华历史底蕴的文化遗产抱有坚定决心。适逢周大福珠宝成立 95 周年，是次双方首度携手合作，标志着一个重要的里程碑，同时可让我们用珠宝向世界展示中国之美和实现弘扬中国传统文化的承诺。」

活动当天，周大福珠宝展示了超过 30 件黄金工艺珍品，这些珍品用上了包括錾刻、累丝、锤揲等传统黄金工艺的技术，让参与活动人士感受中国优秀工艺的极致。其中，根据故宫博物院馆藏文物「象牙雕龙舟」设计的「足金群仙祝寿图龙船」，荣获由中国工艺美术协会颁发的「百花杯」中国工艺美术精品奖金奖。这件珍品由 128 个组件进行装嵌而成，采用了花丝、镂空、批凿等多项工艺，从整体到细节皆尽显工匠的巧思妙构和纯熟技艺。其他精选黄金工艺珍品的详细数据请参阅附件。

「古往『金』来」教育项目的详情及报名方法将适时于香港故宫文化博物馆的网站公布。

图片说明

一众主礼嘉宾于香港故宫文化博物馆出席
「古往『金』来」中国黄金工艺与文化传承教育项目启动仪式

（左起）

- 香港故宫文化博物馆馆长 吴志华博士；
- 香港故宫文化博物馆董事局副主席 曾德成；
- 中央人民政府驻香港特别行政区联络办公室宣传文体部副部长 林枬；
- 香港特别行政区政府政务司副司长 卓永兴；
- 周大福珠宝集团副主席 郑志雯；
- 西九文化区管理局行政总裁 冯程淑仪；
- 周大福珠宝集团董事总经理 黄绍基

一众主礼嘉宾观赏黄金工艺珍品「足金群仙祝寿图龙船」

香港故宫文化博物馆和周大福珠宝集团代表
于香港故宫文化博物馆共同签署
「古往『金』来」中国黄金工艺与文化传承教育项目合作协议

（左起）

- 周大福珠宝集团副主席 郑志雯；
- 周大福珠宝集团董事总经理 黄绍基；
- 香港故宫文化博物馆馆长 吴志华博士；
- 香港故宫文化博物馆董事局副主席 曾德成

###

西九文化区网上购票途径：

香港故宫文化博物馆网站：https://www.hkpm.org.hk

西九文化区网站：https://www.westk.hk

「西九文化区」手机应用程序：

传媒查询

西九文化区管理局对外事务部

张蕙莉（Ridley Cheung）	+852 2200 3798	ridley.cheung@wkcda.hk
蔡轩楠（Humphrey Tsoi）	+852 2200 5347	humphrey.tsoi@wkcda.hk
李嘉茹（Fiona Lee）	+852 2200 0332	fiona.lee@wkcda.hk

爱德曼国际（香港）公关公司

魏乐轩（Hinson Ngai）	+852 2837 4772	hinson.ngai@edelman.com
陈挚诺（Bowie Chan）	+852 2837 4764	bowie.chan@edelman.com

周大福珠宝集团

陈绮雯（Acky Chan）	+852 3115 4403	ackychan@chowtaifook.com
卢倚淇（Joyee Lo）	+852 3115 4401	joyeelo@chowtaifook.com

苏杭财经

邓伟忠（Kenneth Tang）	+852 9827 2880	kenneth.tang@jervoisfinance.com
刘旭霞（Ada Lau）	+852 9506 6017	ada.lau@jervoisfinance.com

关于香港故宫文化博物馆

香港故宫文化博物馆的目标是成为世界领先的博物馆，推动中国文化艺术的研究和欣赏，并促进不同文明之间的对话。博物馆是西九文化区管理局与故宫博物院的合作项目，由香港赛马会慈善信托基金拨捐 35 亿港元成立，并于 2023 至 2031 年期间支持其部分年度大型展览及教育项目。

博物馆以崭新的策展手法，从香港角度出发，结合环球视野，展出故宫博物院和其他世界重要文化机构的珍藏。博物馆将透过展览、研究、教育和专业人员交流，建立全球合作伙伴，巩固香港作为中外文化艺术交流中心的地位。博物馆亦是香港社区的文化资源，提供活力充沛的平台，推动社区参与，鼓励对话与合作，并增强文化创造力和跨领域合作。

Facebook：@hongkongpalacemuseum
Instagram：@hongkongpalacemuseum
LinkedIn：@Hong Kong Palace Museum
微信：香港故宫文化博物馆

小红书：香港故宫文化博物馆

关于西九文化区

西九文化区是全球规模最大的文化项目之一，愿景是为香港在滨临维多利亚港、占地 40 公顷的填海土地上，创造一个多姿多彩的新文化地带。文化区内设有制作及举办世界级展览、表演节目和文化艺术活动的各类剧场、演出空间和博物馆；并将提供 23 公顷的公共空间，包括长达两公里的海滨长廊。
https://www.westk.hk

关于周大福珠宝集团有限公司

周大福珠宝集团有限公司（「集团」；香港联交所股份代号：1929）于 2011 年 12 月在香港联合交易所主板上市。集团今年踏入 95 周年志庆，在「引领珠宝行业，相伴世代人生」的愿景推动下，昂首迈向新里程。

集团标志性品牌「周大福」创立于 1929 年，透过别出心裁的设计和对细节的坚持，让传统成为经典。周大福珠宝集团承载着深厚的历史底蕴及坚实的品牌信赖基础，一直视弘扬传统文化为己任，并透过匠心打造的精致饰品，与广泛的顾客建立深厚的情感联系，成就广获认同。集团对创新与工艺的恒久坚持是其取得成功的要素。时至今日，集团已成为了质量、价值和顾客满意度的代名词。

周大福珠宝集团作为行业领先的中国珠宝商，确信透过现代创新设计揉合传统工艺，能创造出代代相传的珠宝首饰。我们每个产品系列都经过巧妙构思、匠心制作，旨在述说不同顾客的故事，庆祝他们生命中每个特别时刻。我们将陪伴每一代的顾客一同成长，在他们追寻幸福的道路上提供激励和启发，把「周大福」的品牌故事和产品编织到顾客的生活脉络当中。

集团拥有广泛的产品、服务及销售渠道，品牌组合包括旗舰品牌「周大福」及精心策划的零售体验，以及 HEARTS ON FIRE、ENZO、SOINLOVE 与 MONOLOGUE 等其他个性品牌。

集团致力通过提高盈利质量和推动更高价值的增长，为不同持分者创造可持续的长期价值。集团拥有庞大的零售网络，包括遍布中国和全球多个地区的约 7,500 家门店，以及日益增长的电子商务业务。此外，集团亦正实施具针对性的线上线下策略，以加强在当前全渠道零售环境中的竞争力。