

即時發布

香港故宮文化博物館與周大福珠寶集團簽訂合作協議 推出「古往『金』來」中國黃金工藝與文化傳承教育項目

旨在培養年青人對中國黃金藝術的關注和欣賞，傳承中國傳統黃金工藝

(2024年10月3日——香港) 香港故宮文化博物館(博物館)與周大福珠寶集團(周大福珠寶)簽訂合作協議，由周大福珠寶向博物館提供港幣1,000萬元資助，推出為期五年(2024 – 2029)的「古往『金』來」中國黃金工藝與文化傳承教育項目(「古往『金』來」教育項目)，展示中國在該領域取得的超凡藝術及技術成就，共同傳承中華優秀文化。

「古往『金』來」教育項目啟動儀式今天於博物館舉行，主禮嘉賓包括香港特別行政區政府政務司副司長卓永興、中央人民政府駐香港特別行政區聯絡辦公室宣傳文體部副部長林柵、香港故宮文化博物館董事局副主席曾德成、周大福珠寶集團副主席鄭志雯、西九文化區管理局行政總裁馮程淑儀、周大福珠寶集團董事總經理黃紹基，以及香港故宮文化博物館館長吳志華博士。啟動儀式上的另一個重點是香港故宮文化博物館副研究員黃煒均博士，會透過博物館藏品講述中國黃金工藝的發展，而周大福珠寶集團的中國商品管理部總經理韋劍鋒，則分享中國黃金珠寶工藝和製作技術的創新。

「古往『金』來」教育項目旨在向年輕一代推廣中國黃金工藝的發展、歷史、藝術特色及文化價值，提升他們對中國黃金藝術的欣賞能力，從而傳承中華文化，培養民族自豪感。項目預計將有至少50,000人受惠，未來五年將以黃金工藝、金器設計、文化交流等作主題，透過一系列活動和學習資源，展現中國黃金工藝的數千年歷史。包括：

- **大師班講座**：聚焦中國黃金工藝的發展歷程，深入探討當代工匠及設計師對古代工藝和設計的承傳、改良與應用。
- **黃金工藝工作坊**：講解金屬材料的特性及中國黃金工藝的特色，並教授黃金工藝的基本技巧，引導參加者以創新設計演繹傳統文化，親手完成金藝作品。
- **內地考察團**：透過到訪內地黃金產業園區，深入認識黃金產業如何結合先進科技尋求創新，並與黃金工藝大師交流學習。
- **學習資源**：為不同年齡層的學生設計相應的學習資源，介紹黃金工藝的特色和鑑賞技巧，引導學生賞析金器的造型和紋飾設計，讓他們從中了解背後的文化意義。此外本項目亦會推出線上體驗遊戲，讓大家寓學習於遊戲。

香港特別行政區政府政務司副司長卓永興表示：「國家『十四五規劃綱要』明確支持香港發展成為中外文化藝術交流中心。我們其中一個重要使命，就是推廣、傳承和弘揚中華文化，以提升市民的文化自信和國民身分認同。香港故宮文化博物館是實現香港成為中外文化藝術交流中心的重要平台，當中珍貴的藏品是讓公眾體驗中華文化的最佳資源。黃金工藝產業在中國源遠流長、造詣也達到極高水平。以黃金工藝產業為切入點作文化教育，既提升公眾對中國歷史、文化及藝術的認識和興趣，亦有助培育下一代成為中華文化的傳承者，提升文化產業的內涵。」

香港故宮文化博物館館長吳志華博士表示：「香港故宮文化博物館擁有世界最重要的中國古代金器博物館收藏之一，這些珍貴金器除了於不同展覽展出外，還用於學術研究及文物教育等重要工作。承蒙周大福珠寶慷慨贊助，與本館首度合作推出為期五年的「古往『金』來」教育項目，此舉大大豐富本館相關教育資源。我們將聯手策劃一系列活動，鼓勵大眾尤其是年輕一代積極探索中華文化的巨大寶庫，並且將中國輝煌璀璨的黃金工藝發揚光大。」

周大福珠寶集團副主席鄭志雯表示：「周大福珠寶集團獲香港故宮文化博物館寄予信任，我們深感榮幸。我們冀透過這個為期五年的教育項目，培養年輕一代在珠寶製作和設計上的技能，以及對中國藝術的創造力和自豪感。是次合作象徵著雙方對保護具有中華歷史底蘊的文化遺產抱有堅定決心。適逢周大福珠寶成立 95 周年，是次雙方首度攜手合作，標誌著一個重要的里程碑，同時可讓我們用珠寶向世界展示中國之美和實現弘揚中國傳統文化的承諾。」

活動當天，周大福珠寶展示了超過 30 件黃金工藝珍品，這些珍品用上了包括鑿刻、纒絲、錘揲等傳統黃金工藝的技術，讓參與活動人士感受中國優秀工藝的極致。其中，根據故宮博物院館藏文物「象牙雕龍舟」設計的「足金群仙祝壽圖龍船」，榮獲由中國工藝美術協會頒發的「百花杯」中國工藝美術精品獎金獎。這件珍品由 128 個組件進行裝嵌而成，採用了花絲、鏤空、批鑿等多項工藝，從整體到細節皆盡顯工匠的巧思妙構和純熟技藝。其他精選黃金工藝珍品的詳細資料請參閱附件。

「古往『金』來」教育項目的詳情及報名方法將適時於香港故宮文化博物館的網站公布。

圖片說明



一眾主禮嘉賓於香港故宮文化博物館出席
「古往『金』來」中國黃金工藝與文化傳承教育項目啟動儀式

(左起)

- 香港故宮文化博物館館長 吳志華博士；
- 香港故宮文化博物館董事局副主席 曾德成；
- 中央人民政府駐香港特別行政區聯絡辦公室宣傳文體部副部長 林枏；
- 香港特別行政區政府政務司副司長 卓永興；
- 周大福珠寶集團副主席 鄭志雯；
- 西九文化區管理局行政總裁 馮程淑儀；
- 周大福珠寶集團董事總經理 黃紹基



一眾主禮嘉賓觀賞黃金工藝珍品「足金群仙祝壽圖龍船」



香港故宮文化博物館和周大福珠寶集團代表
於香港故宮文化博物館共同簽署

「古往『金』來」中國黃金工藝與文化傳承教育項目合作協議

(左起)

- 周大福珠寶集團副主席 鄭志雯；
- 周大福珠寶集團董事總經理 黃紹基；
- 香港故宮文化博物館館長 吳志華博士；
- 香港故宮文化博物館董事局副主席 曾德成

###

西九文化區網上購票途徑：

香港故宮文化博物館網站：<https://www.hkpm.org.hk>

西九文化區網站：<https://www.westk.hk>

「西九文化區」手機應用程式：



傳媒查詢

西九文化區管理局對外事務部

張蕙莉 (Ridley Cheung) +852 2200 3798

蔡軒楠 (Humphrey Tsoi) +852 2200 5347

李嘉茹 (Fiona Lee) +852 2200 0332

ridley.cheung@wkcd.a.hk

humphrey.tsoi@wkcd.a.hk

fiona.lee@wkcd.a.hk

愛德曼國際 (香港) 公關公司

魏樂軒 (Hinson Ngai) +852 2837 4772

陳摯諾 (Bowie Chan) +852 2837 4764

hinson.ngai@edelman.com

bowie.chan@edelman.com

周大福珠寶集團

陳綺雯 (Acky Chan) +852 3115 4403

盧倚嫻 (Joyee Lo) +852 3115 4401

ackychan@chowtaifook.com

joyeelo@chowtaifook.com

蘇杭財經

鄧偉忠 (Kenneth Tang) +852 9827 2880

劉旭霞 (Ada Lau) +852 9506 6017

kenneth.tang@jervoisfinance.com

ada.lau@jervoisfinance.com

關於香港故宮文化博物館

香港故宮文化博物館的目標是成為世界領先的博物館，推動中國文化藝術的研究和欣賞，並促進不同文明之間的對話。博物館是西九文化區管理局與故宮博物院的合作項目，由香港賽馬會慈善信託基金撥捐 35 億港元成立，並於 2023 至 2031 年期間支持其部分年度大型展覽及教育項目。

博物館以嶄新的策展手法，從香港角度出發，結合環球視野，展出故宮博物院和其他世界重要文化機構的珍藏。博物館將透過展覽、研究、教育和專業人員交流，建立全球合作夥伴，鞏固香港作為中外文化藝術交流中心的地位。博物館亦是香港社區的文化資源，提供活力充沛的平台，推動社區參與，鼓勵對話與合作，並增強文化創造力和跨領域合作。

Facebook : @hongkongpalacemuseum
Instagram : @hongkongpalacemuseum
LinkedIn : @Hong Kong Palace Museum
微信 : 香港故宮文化博物館



小紅書 : 香港故宮文化博物館

關於西九文化區

西九文化區是全球規模最大的文化項目之一，願景是為香港在濱臨維多利亞港、佔地 40 公頃的填海土地上，創造一個多姿多彩的新文化地帶。文化區內設有製作及舉辦世界級展覽、表演節目和文化藝術活動的各類劇場、演出空間和博物館；並將提供 23 公頃的公共空間，包括長達兩公里的海濱長廊。

<https://www.westk.hk>

關於周大福珠寶集團有限公司

周大福珠寶集團有限公司（「集團」；香港聯交所股份代號：1929）於 2011 年 12 月在香港聯合交易所主板上市。集團今年踏入 95 周年誌慶，在「引領珠寶行業，相伴世代人生」的願景推動下，昂首邁向新里程。

集團標誌性品牌「周大福」創立於 1929 年，透過別出心裁的設計和對細節的堅持，讓傳統成為經典。周大福珠寶集團承載著深厚的歷史底蘊及堅實的品牌信賴基礎，一直視弘揚傳統文化為己任，並透過匠心打造的精緻飾品，與廣泛的顧客建立深厚的情感聯繫，成就廣獲認同。集團對創新與工藝的恒久堅持是其取得成功的要素。時至今日，集團已成為了品質、價值和顧客滿意度的代名詞。

周大福珠寶集團作為行業領先的中國珠寶商，確信透過現代創新設計揉合傳統工藝，能創造出代代相傳的珠寶首飾。我們每個產品系列都經過巧妙構思、匠心製作，旨在述說不同顧客的故事，慶祝他們生命中每個特別時刻。我們將陪伴每一代的顧客一同成長，在他們追尋幸福的道路上提供激勵和啟發，把「周大福」的品牌故事和產品編織到顧客的生活脈絡當中。

集團擁有廣泛的產品、服務及銷售渠道，品牌組合包括旗艦品牌「周大福」及精心策劃的零售體驗，以及 HEARTS ON FIRE、ENZO、SOINLOVE 與 MONOLOGUE 等其他個性品牌。

集團致力通過提高盈利質量和推動更高價值的增長，為不同持分者創造可持續的長期價值。集團擁有龐大的零售網絡，包括遍布中國和全球多個地區的約 7,500 家門店，以及日益增長的電子商務業務。此外，集團亦正實施具針對性的線上線下策略，以加強在當前全渠道零售環境中的競爭力。