

CHINA ARCHITECTURAL HERITAGE

中国建筑文化遗产 19

遗产守望背景下的探新之旅

“重走刘敦桢古建之路徽州行暨第三届建筑师与文学艺术家交流会”纪略

A New Exploration Based on the Heritage Preservation
—The Sidelights of "Retracing Liu Dunzhen's Road of Ancient Architecture in
Huizhou and the 3rd Intercommunication of Architects and Literati"



中国建筑文化遗产

19

遗产守望背景下的探新之旅

『重走刘敦桢古建之路徽州行暨第三届建筑师与文学艺术家交流会』纪略

单霁翔

名誉主编

金磊

主编

图书在版编目 (CIP) 数据

遗产守望背景下的探新之旅：“重走刘敦桢古建之路
徽州行暨第三届建筑师与文学艺术家交流会”纪略/金磊
主编. —天津：天津大学出版社，2016.12

(中国建筑文化遗产)

ISBN 978-7-5618-5747-2

I. ①遗… II. ①金… III. ①建筑文化—文化遗
产—保护—中国—文集 IV. ①TU-092

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第302793号

策划编辑 韩振平
责任编辑 张明硕
装帧设计 董秋岑 杨文英
谷明杰 蒋东明 谷英卉

出版发行 天津大学出版社
地 址 天津市卫津路92号天津大学内 (邮编：300072)
电 话 022-27403647
网 址 publish.tju.edu.cn
印 刷 北京华联印刷有限公司
经 销 全国各地新华书店
开 本 235mm × 305mm
印 张 13.5
字 数 537千
版 次 2016年12月第1版
印 次 2016年12月第1次
定 价 98.00元

西方建筑理论与中国近代建筑史研讨会暨 汪坦先生诞辰100周年纪念会 在清华大学隆重召开

2016年5月14日是我国著名建筑教育家、建筑理论家、建筑史学家汪坦先生100周年诞辰，清华大学建筑学院举办了“西方建筑理论与中国近代建筑史研讨会暨汪坦先生诞辰100周年纪念会”等系列活动，来自清华大学、同济大学、天津大学、东南大学、深圳大学、大连理工大学的百余名建筑院校的师生，全国多家建筑设计规划研究单位的建筑师以及汪先生的家人、弟子和生前的同事、好友参加了纪念会。与会者共同缅怀汪坦先生在建筑教育、建筑理论研究、建筑传媒发展等多个领域所作出的贡献，并就如何继承和发展汪坦先生留下的宝贵遗产进行了深度交流与研讨。（李沉文/图）



CHINA ARCHITECTURAL HERITAGE

中国建筑文化遗产 19

遗产守望背景下的探新之旅

“重走刘敦桢古建之路徽州行暨第三届建筑师与文学艺术家交流会” 纪略

A New Exploration Based on the Heritage Preservation—The Sidelights of "Retracing Liu Dunzhen's Road of Ancient Architecture in Huizhou and the 3rd Intercommunication of Architects and Literati"

Instructor State Administration of Cultural Heritage
指导单位 国家文物局

Sponsor ACBI Group
主编单位 宝佳集团
Committee of Traditional Architecture and Gardens of Chinese Society of Cultural Relics
中国文物学会传统建筑园林委员会
Tianjin University Press
天津大学出版社
Institute of Urban Planning and Development of Peking University
北京大学城市规划与发展研究所
Architectural Culture Investigation Team
建筑文化考察组

Co-Sponsor Research Center of Mass Communication for China Architecture, ACBI Group
承编单位 宝佳集团中国建筑传媒中心

Academic Advisor 吴良镛 周干峙 单霁翔 罗哲文 冯骥才 傅熹年 马国馨 张锦秋 杨永生
学术顾问 刘叙杰 何镜堂 程泰宁 彭一刚 戴复东 郑时龄 邹德慈 王小东 楼庆西
阮仪三 路秉杰 窦以德 刘景樑 费麟 邹德依 何玉如 柴裴义 孙大章
唐玉恩 傅清远 王其亨 王贵祥 罗健敏

Honorary Editor-in-Chief
名誉主编 单霁翔

Editor-in-Chief
主编 金磊

Director of the Editorial Board & Expert Committee
编辑委员会及专家委员会主任 单霁翔

Deputy Director of the Editorial Board & Expert Committee
编辑委员会及专家委员会副主任 高志 伍江 路红 龚良 刘涓 陈同滨 杨欢 金磊

Editorial Board & Expert Committee
编辑委员会及专家委员会委员
丁 垚 马震聪 王时伟 王宝林 王建国 尹 冰 尹海林 方 海 丘小雪
叶 青 史 津 朱小地 朱文一 庄惟敏 吕 舟 刘 军 刘伯英 刘克成
刘若梅 刘临安 刘 涓 刘燕辉 孙宗列 汪孝安 余啸峰 金磊 陈 薇
邵韦平 吴志强 李华东 李 沉 李秉奇 张树俊 杨 瑛 张玉坤 张伶伶
张 颀 屈培青 舒 平 周 恺 周学鹰 孟建民 郑曙暘 胡 越 洪再生
洪铁城 赵元超 赵 敏 侯卫东 贾 琚 徐 锋 徐苏斌 徐维平 倪 阳
桂学文 寇 勤 殷力欣 郭卫兵 郭 玲 郭 旃 钱 方 龚 良 崔 彤
崔 勇 崔 愷 曹兵武 梅洪元 傅绍辉 温玉清 韩振平 赖德霖
熊中元 薄宏涛 薛 明 耿 威 马 晓

副主编 韩振平 殷力欣 文 激 (特聘) 赖德霖 (海外) 李 沉
运营总监 韩振平 苗 淼
主编助理 苗 淼
编辑部主任 苗 淼
编辑部副主任 朱有恒 董晨曦
文字编辑 苗 青 张明硕 郭 颖 苗 淼 朱有恒 刘安琪 (特约)
美术总监 董晨曦
美术编辑 董晨曦 董秋岑 谷英卉 金维忻 (实习)
英文编辑 陈 颖 苗 淼
英文审定 姜 凯
图片总监 陈 鹤
网络主管 朱有恒
责任校审 高希庚 苗 青 张明硕

98项近现代经典建筑入选“中国20世纪建筑遗产”名录——

“致敬百年建筑经典：首届中国20世纪建筑遗产项目发布暨中国20世纪建筑思想学术研讨会”在京举行

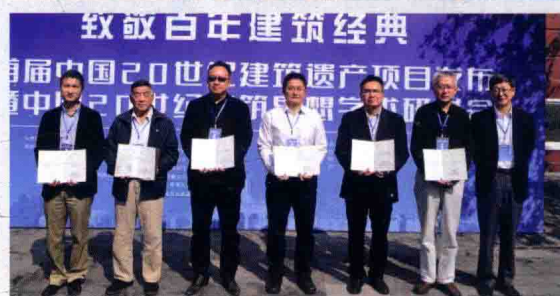
2016年9月29日，在新中国诞生67周年前夕，在故宫博物院1914年所建宝蕴楼广场上，中国文物学会、中国建筑学会隆重举办了“致敬百年建筑经典：首届中国20世纪建筑遗产项目发布暨中国20世纪建筑思想学术研讨会”。来自全国文博界、文化界、城市建筑界、出版传媒界的专家学者，20世纪建筑遗产入选项目代表，高校师生共计200余人出席了会议，共同见证由中国文物学会、中国建筑学会联合公布的“首批中国20世纪建筑遗产”名录。参会的主要领导、专家有：国家文物局副局长顾玉才，中国文物学会会长单霁翔，两院院士吴良镛，中国建筑学会理事长修龙，中国工程院院士马国馨、张锦秋、孟建民，全国工程勘察设计大师刘景樑、柴裴义、汪大绥、庄惟敏、周恺、张宇等。本次会议由中国文物学会、中国建筑学会联合主办，中国文物学会20世纪建筑遗产委员会、北京市建筑设计研究院有限公司、中国建筑设计研究院、上海现代建筑设计（集团）有限公司、天津市建筑设计院、天津大学建筑设计规划研究总院、中国建筑西北设计研究院有限公司、中国建筑西南设计研究院有限公司、广州市设计院、天津华汇工程建筑设计有限公司、加拿大宝佳国际建筑师有限公司联合承办，《中国建筑文化遗产》《建筑评论》编辑部承编，中国文物学会20世纪建筑遗产委员会副会长、秘书长金磊任主持人。

中国工程院院士孟建民在大会上宣读了98项“首批中国20世纪建筑遗产名录”，随后多个入选项目代表上台，接受由中国文物学会、中国建筑学会联合颁发的“中国20世纪建筑遗产”铭牌及证书。入选项目的设计机构代表、建筑师家属代表也在会上发言，畅谈感受。中国文物学会20世纪建筑遗产委员会副会长高志宣读了《中国20世纪建筑遗产保护与发展建议书》。作为发布活动的最后环节，受单霁翔会长、马国馨院士的委托，金磊秘书长宣布第二届中国20世纪建筑遗产项目的评选认定工作正式启动。本次活动的亮点如下。

其一，在新中国历史上中国文物学会、中国建筑学会第一次强强联合，在经典20世纪建筑作品的推介上跨界性地迈出第一步；其二，面世的《中国20世纪建筑遗产名录（第一卷）》（天津大学出版社2016年9月第1版）尽可能全面地梳理了中国近现代建筑作品的脉络，展示了时代的整体建筑风貌，还阐述了20世纪优秀中国建筑师的集体与个人建筑史；其三，通过入选建筑与建筑师展示了何为20世纪建筑的特殊意义，何为中国业界乃至社会应敬畏的20世纪建筑遗产，何为各级政府与社会应正确投入保护之力的策略与措施；其四，会议提出的《中国20世纪建筑遗产保护与发展建议书》的六个要点不仅提升了对标志性建筑的认知，而且提升了“20世纪事件建筑学”的广泛认知度。

本次会议的详细报道见《中国建筑文化遗产 20》。

（苗淼整理）



中国20世纪建筑遗产需要深度传播

金磊

2016年2月中信出版社出版的《思虑20世纪——托尼·朱特思想自传》一书作为历史与思想性专著在国内知识界有一定影响，联系20世纪建筑遗产保护工作深读此书能够不断产生新的思想。如作者通过交谈将深刻的话题轻松化，并复活了20世纪的历史、社会、政治、文化思想及思想家，伴随着对那些被遗忘的观念之重访和对时尚思潮的仔细检视，20世纪大千世界的轮廓得以浮现。因此我在阅读它时不认为其是一本关于过去之书，而是一本为21世纪指明新径的申辩之书，是有传统与当代双重考量价值之书，我尤其佩服它是用“传记”引出思想史的有价值的著作。中国20世纪的建筑大家，印在业界内心的当属已故建筑学编审杨永生等在2005年推出的建筑文化普及读物《建筑五宗师》中提到的五位大家：吕彦直（1894—1929年）、刘敦桢（1897—1968年）、童雋（1900—1983年）、梁思成（1901—1972年）、杨廷宝（1901—1982年），他们是20世纪经典建筑作品的设计者，也是用现代方法研究、传承中国建筑思想的教育家，他们的理念弥足珍贵的，他们是我们应敬仰并记住的先师。历史是伟人的传记，无论我们承认与否，任何一个或沉闷幽暗或光明自由的历史时期，皆离不开伟人的精神之光。刚刚揭晓的首批中国20世纪建筑遗产项目名录不仅是为了建筑记忆，更是为了为建筑创作奉献心智的建筑大家。

2016年4月4日，“建筑界丙申公祭黄帝陵暨《天地之间：张锦秋建筑思想集成研究》首发式”在西安举行，作为该书的策划者，我始终认为这本书的价值不仅仅是为张锦秋院士梳理可集成的建筑思想，更在于探索一个成功的为20世纪中国建筑作出贡献的当代建筑师的设计思想轨迹。回想2009年我们在策划主编《建筑中国六十年》系列时，一边展示中国建筑的魅力，一边探索了中国建筑在技术与文化上超越西方建筑的可能性。同年5月14日系清华大学汪坦教授的百年诞辰，《中国建筑文化遗产》编辑部派人员参加了研讨纪念会，这又是一个为大师、为先贤的20世纪建筑思想的纪念。同年5月12日《人民日报》刊发故宫博物院院长单霁翔先生名为《大匠无名》的长篇佳作，我感受最深的莫过于他梳理了故宫1949年、1973年、2005年的三次大修，最可贵的是单院长描述了世代传承的“工匠精神”，故宫大修至今沿用百年不变的工具“滑轮组”，真正地遵循“原材料、原工艺、原结构、原形制”。尽管这些做法并不适用于20世纪建筑遗产修缮，但它弥足珍贵，是可贵的技术与精神。对于故宫文创单霁翔十条经验的第一条表述为，以公众的需求为导向，做实用性强的东西。他特别强调，要将“工匠精神”发扬光大，要使之变成今天的“文创中国”新品等。

值得注意学者与工匠之间的问题是研究早期欧洲科技史无法绕开的话题，在亚里士多德的体系中有知识、实践知识、技术的区分，在中世纪有自由技艺和机械技艺的区分。到了近代这些内容有变化，如在1952年美国大都会博物馆举办的文艺复兴研讨会上，潘诺夫斯基（Edwin Panofsky）发表了题为《艺术家、科学家和天才：对文艺复兴黎明的注释》的文章，文章指出，与中世纪的工匠不同，从15世纪开始，一批高级匠师开始写技术著作及科学论文，开始填平学者与工匠之间的鸿沟。今日，中国“工匠精神”待重光，建筑师、评论家乃至建筑开发建设者都肩负着改掉“速度为王”的陋习之任，要真正学会何以精耕细作才能尊重文化且回报社会。建筑创作如此，文博建筑修缮更离不开情怀的坚守与不懈的提振匠作精神。

2016年10月

A Profound Propagation of Chinese Architectural Heritage of the 20th Century

Jin Lei

In February, 2016, China CITIC Press published *Thinking the Twentieth Century—an Autobiography of Tony Judt's Thought*, which, as a historical and ideological monograph, exerted an influence in the intellectual circles in China. And relating it to the protection of architectural heritage in the 20th century, reading it with intension could constantly bring out all kinds of new ideas. With his review to the forlorn concepts and his careful inspections on the vogue trend of thought, the author had sketched the kaleidoscope of the world in the 20th century in a conversational style to lighten the weighty topics and to let alive the thinkers and their thoughts of history, society, politics and culture. When I read it, I no longer regard it as a book about the past but a justification of the new paths in the 21st century—a book of dual considerations of both the past and present. And I was particularly amazed by the valuable work for its way of "biography" in introducing the history of thought. The greatest architects in the 20th century in China should be those who were mentioned in the *Five Masters of Architecture*, a series of architectural culture popularization readings published in 2005 by the deceased architectonic editor, Mr. Yang Yongsheng etc. These five masters among whom, the youngest should have been 115 years old by now, if they still had been alive, were Lü Yanzhi (1894-1929), Liu Dunzhen (1897-1968), Tong Jun (1900-1983), Liang Sicheng (1901-1972) and Yang Tingbao (1901-1982). Their concepts are still precious for either design of the classic buildings in the 20th century or their teachings of inheriting China's architectural thoughts by means of modern study and research.

It is noteworthy that the issues between scholars and craftsmen have been a topic inevitable in researching early European scientific history. In Aristotelianism, there were differentiations of knowledge, practical knowledge and technology, in the Middle Ages, there were differentiations of hand crafts and mechanical crafts. Such differentiations changed in modern times. For example, Edwin Panofsky published his article titled *Artists, Scientists and Talents—Comments on Dawn of the Renaissance*, at the Forum of Studies on the Renaissance at Metropolitan Museum of Art in the US in 1952, in which he pointed out that different from the craftsmen in the Middle Ages, starting from the 15th century, some high-grade masters began to write technical works and scientific documents to fill up the wide gaps between scholars and craftsmen. Today, the craftsman's spirit in China needs to be re-brightened to urge the architects, critics and constructors to get rid of bad habit of speed pursuing and to learn truly to respect the culture and to pay back society with fine work. The craftsman's spirit is not only for the architectural creation but also for the renovation of museological relics, which is standing fast with persistence and perseverance.

第15次中国近代建筑史学术年会 在大连旅顺口举行

第15次中国近代建筑史学术年会于2016年7月16日至19日在大连外国语大学举行。清华大学、大连旅顺口区政府、大连外国语大学、解放军理工大学、天津大学、东南大学、同济大学、哈尔滨工业大学、华南理工大学、上海交通大学、昆明理工大学等单位的专家、领导共200余人参加了活动。与会专家围绕军事史视角下的近代建筑与城市研究、近代建筑技术考察与研究、近代城市与建筑考察研究及保护、近代建筑类型与特征、近代建筑史料考辨、建筑理论研究、建筑活动与近代建筑教育研究等专题进行了交流和探讨，并对中国近代建筑史研究现状、未来的发展，特别是一些重要技术问题进行了讨论。在研讨活动后，与会者对旅顺地区的近代建筑进行了考察。（李沉文/图）



目 录

Jin Lei 金磊		A Profound Propagation of Chinese Architectural Heritage of the 20th Century 中国20世纪建筑遗产需要深度传播
Shan Jixiang 单霁翔	2	Bring Home the Culture of the Imperial Palace —Cultural and Creative Products Stepping into People's Life 把故宫文化带回家 ——走进人们生活的故宫文化创意产品
Jin Lei 金磊	14	Research and Practice on Assessment of 20th-Century Chinese Architectural Heritage 中国20世纪建筑遗产项目认定的研究与实践
Li Chen 李沉	26	Remember the Sages Inherit the Thoughts —Sidelights of Mr. Wang Tan's Centenary Birthday Celebration 缅怀先贤 传承思想 ——汪坦先生百年诞辰纪念活动侧记
Ma Guoxin 马国馨	30	Teacher Wang and Architectural Aesthetics 汪师和建筑美学
Wang Zhenmei 汪镇美	34	My Father Wang Tan's Story 父亲汪坦的故事
Zhang Fuhe 张复合	38	Mr. Wang Tan: the Founder of the Research on Chinese Modern Architecture History 汪坦先生：中国近代建筑史研究的奠基人
Cui Yong 崔勇	42	Academic Life and Historical Contribution of Mr. Yang Hongxun, the Founder of Archeology of Architecture 建筑考古学奠基人杨鸿勋的学术人生及历史贡献
Jiang Bowei 江柏炜	50	Research on Architectural History under the Historical View of Science: Professor Yang Hongxun's Academic Contribution 科学史观下的建筑史学研究：杨鸿勋教授的学术贡献

The Contribution of Yang Hongxun to Landscape Architecture Theory —Reread <i>A Treatise on the Garden of Jiangnan</i> 杨鸿勋对园林理论的贡献 ——再读《江南园林论》	58	Liu Tingfeng 刘庭风
The Research Process of the Past Scholars Like Mr. Liu Dunzhen et al. of the Society for Research in Chinese Architecture —Commemorating the 60th Anniversary of the Publication of Liu Dunzhen's <i>Chinese Housing Survey</i> 刘敦桢先生等中国营造学社先贤的民居建筑研究历程 ——写在刘敦桢先生的《中国住宅概说》问世六十周年之际	64	Yin Lixin 殷力欣
Study on Living Spaces in Yuanmingyuan 圆明三园起居空间探析	76	Jia Jun 贾珺
The Details of History —Buddhist Connotation and Architectural Style of Main Hall of Fengguo Temple in Yi County 历史的细节 ——义县奉国寺大殿的佛教内涵与建筑形式	88	Geng Wei 耿威
The Mourning Portrait, the Temptation from the Ancestral Images 邈真，来自祖先图像的诱惑	96	Zheng Yi 郑弋
On Implementing Path to 3D Data Visualization of the Cultural Heritage of the Palace Museum —The Relationship between Literal Translation and Liberal Translation 论故宫文化遗产三维数据可视化的实施路径 ——直译与意译的关系	102	Huang Moqiao 黄墨樵
The Creation of Sun Yat-Sen Memorial Space —A Study Centred on the Axis of Modern Guangzhou 中山纪念空间的营造 ——以广州近代城市中轴线为中心的考察	110	Xu Nan, Luo Chen 徐楠 罗忱

目 录

Yin Lixin 殷力欣	130	On Contributions of Mr. Liang Sicheng after the Establishment of PRC —Discussing with Mr. Yang Hongxun 梁思成先生在共和国时期的贡献 ——兼与杨鸿勋先生商榷
Cui Yong 崔勇	136	A Brief Account of Laws and Regulations on the Protection of Cultural Relics before the Establishment of PRC 中华人民共和国成立前的文物保护法律法规述略
CAH Editorial Office CAH编辑部	144	A New Exploration Based on the Heritage Preservation —The Sidelights of “Retracing Liu Dunzhen’s Road of Ancient Architecture in Huizhou and the 3rd Intercommunication of Architects and Literati” 遗产守望背景下的探新之旅 ——“重走刘敦桢古建之路徽州行暨第三届建筑师与文学艺术家交流会” 纪略
Liu Xujie 刘叙杰	166	The Notes of Investigation on the Ancient Buildings in Xinning, Hunan (V) 湖南新宁古建筑考察纪行（五）
Guo Ling 郭玲	184	Be Neighbors with the Republic of China —Buildings of the Republic of China on Yihe Road, Nanjing 与民国做邻居 ——南京颐和路民国建筑群
CAH Editorial Office CAH编辑部	188	Overview of American Museum Culture —Discussion on the 15th Anniversary of “9.11” Attacks and American “9.11” Memorial Museum 美国博物馆文化纵览 ——兼议“9.11”事件15周年及美国“9.11”纪念博物馆
CAH Editorial Office CAH编辑部	198	General Review of Recent Developments in China Architectural Heritage 中国建筑文化遗产产业内动态综述



20世纪美国纽约所建住区室外防火楼梯一览（摄影/金磊）

Bring Home the Culture of the Imperial Palace —Cultural and Creative Products Stepping into People's Life 把故宫文化带回家 ——走进人们生活的故宫文化创意产品

单霁翔* (Shan Jixiang)

摘要: 当今社会是一个高度信息化的社会,文化产品要取得社会效益与经济效益的双赢,不仅需要创意好、品质好,还需要策划好、营销好,需要缩短传统文化与现代生活之间的距离。从说教式的灌输转变为感染式的对话,是故宫博物院迈向世界一流博物馆的必要。文化创意产品所具有的实用性和体验性是其他教育传播手段的有力补充。故宫博物院通过不断探索与不懈努力,推动了故宫文化创意产品研发和营销的持续发展。归纳起来,故宫博物院在发展文化创意产业方面获得了十点体会,也是故宫文化创意产品研发遵循的十项原则。

关键词: 社会公众需求,藏品研究,文化创意研发,弘扬中华文化

Abstract: We are now living in a highly informationalized society. The win-win situation of cultural products in social and economic efficiency requires not only good originality and good quality, but also good planning, good marketing and a shortened distance between traditional culture and modern life. Replacing homiletic infusion with infectious dialogue is a proper turning of the Palace Museum towards world-class museum. Practicability and embodiment of cultural and creative products is effective supplement of educational communication means. The Palace Museum has kept carrying on the development and marketing of cultural and creative products of the Imperial Palace with non-stopping exploration and unremitting effort. In conclusion, the Palace Museum has obtained 10 points of comprehensions on the development of cultural and creative products, which are also 10 principles of the research and development of its new cultural and creative products.

Keywords: Requirements of the public, Study of collection, Research and development of cultural creativity, Carry forward Chinese culture

几年来,故宫博物院通过不断的探索与不懈的努力,推动了故宫文化创意产品研发和营销的持续发展。归纳起来,故宫博物院在发展文化创意产业方面获得了十点体会,也是故宫文化创意产品研发遵循的十项原则(图1~图3)。

1. 以社会公众需求为导向

故宫博物院既是一座世界著名的综合博物馆,也是世界文化遗产。故宫博物院每年接待1500万游客,面对着世界上结构最复杂的游客群体,中外游客不同的文化需求决定了故宫文化创意产品研发的多样性。如何有针对性地研发出不同结构、不同层次、不同表达的文化创意产品,满足不同观众群体的差异化诉求,丰富广大民众的精神和物质生活,一直以来都是故宫文化创意产品研发和营销的重要课题。

以往故宫文化产品注重历史性、知识性、艺术性,但是由于缺少趣味性、实用性、互动性而缺乏吸引力,与大量社会民众消费群体,特别是年轻人的购买诉求存在较大距离。同时,一般性的旅游纪念品已经很难满足游客不断增长的期望。因此,必须在注重产品的文化属性的同时,强调创意性及功能性。通过游客期

* 故宫博物院院长,中国文物学会会长。

望与文化创意产品升级的互动,使人们真实感受和正确理解故宫博物院所传递的文化信息。

当今社会是一个高度信息化的社会,文化产品要取得社会效益与经济效益的双赢,不仅需要创意好、品质好,还需要策划好、营销好,需要缩短传统文化与现代生活之间的距离。从说教式的灌输转变为感染式的对话,是故宫博物院迈向世界一流博物馆的必要转型。文化创意产品所具有的实用性和体验性是其他教育传播手段的有力补充。

近年来,故宫博物院更加注重研究人们的生存方式和生存状况,例如了解和分析人们在日常生活中喜爱哪些文化元素,了解和分析人们在以什么方式和手段接受文化信息,了解和分析人们如何度过每日的“碎片化”时间,了解和分析不同年龄段游客的差异化文化需求。在广泛进行社会公众需求调查的基础上,确定文化创意产品研发和营销策略,即以社会公众需求为导向,增强文化创意产品的趣味性和实用性,设计生活化且包含中华优秀传统文化元素的文化创意产品,从而让故宫文化融入人们的日常生活之中,让更多日常生活用品拥有文化价值,通过文化创意产品的提升广大民众的生活品质,让博物馆更加轻松、生动、亲切地发挥文化影响力。

让文物藏品更好地融入人们的日常生活之中,发挥其文化价值是博物馆的追求。由此故宫博物院确定了使故宫文化通过文化创意产品的形式进入现代生活的研发思路。例如故宫娃娃系列,因具有趣味性而受到少年游客的喜爱,手机壳、电脑包、鼠标垫、U盘等因具有实用性而持续热销。

2014年9月,故宫博物院推出时尚文化创意产品“朝珠耳机”,迅速引起了广泛的关注,也带动了故宫淘宝网络店铺的销售,并且在“第六届博物馆及相关产品与技术博览会”上荣获了“文创产品优秀奖”。这件文化创意产品的研发思路便是功能、时尚与文化的结合。耳机是现代人不可或缺的功能性产品,特别是年轻人,其购买耳机不仅是为了获得耳机的使用功能,更希望通过佩戴耳机体现自己的个性,因此将耳机的功能性与朝珠这一文化载体相结合所产生的文化创意立即引发了大众,特别是年轻人对故宫文化创意产品的关注,进而在使用过程中产生了对故宫文化的兴趣。

一直以来,故宫博物院不仅承担着妥善保管、保护珍贵文化遗产的责任,而且为弘扬民族精神,促进民族文化的繁荣,一直致力于用新颖的展示形式和技术手段展示文化遗产,服务于广大游客和社会公众。今天,人们的生活、工作、学习越来越离不开网络,博物馆也是网络生态环境中必不可少的组成部分。因此,故宫博物院初步搭建起以官方网站为核心和主入口,由网站群、App应用、多媒体数据资源等构成的,线上、线下互通互联的一站式聚合平台。

为了向广大游客和社会民众提供便捷、全面的博物馆数字资讯,形成具有在线讨论、分享、沟通等功能的“数字故宫社区”,2015年故宫博物院完成了官方网站的改版,强化了英文网站,增加了针对青少年网站的内容,同时举办网上博物馆展览,使社会公众可以更加方便地了解故宫文化,进而喜爱故宫文化。

2. 以藏品研究成果为基础

博物馆文化创意产品的研发应该立足于博物馆自身的文化,在融合博物馆文化元素的基础上进行再挖掘和再创造,其根本目的是促进文化传播。故宫博物院经过七年的馆藏文物清理,25大类180余万件(套)精美绝伦的文物藏品得以呈现,使人们感到震撼,迸发出灵感,也成为文化创意产品研发最宝贵的文化资源。同时,故宫博物院拥有众多专家学者,故宫研究院的建立进一步整合了学术科研力量,为故宫文化创意产品研发奠定了良好的基础。

故宫文化创意团队通过对文物藏品全面了解和深入研究,不断推出真正具有故宫文化特色内涵的文



图1 故宫文化创意产品活动签约仪式



图2 故宫端门



图3 单霁翔院长接待美国奥巴马总统夫人

文化创意产品。在对院藏文物进行清理与研究的基础上，故宫博物院还举办了“故宫人最喜爱的文物评选活动”，从文化创意产品研发的角度，在院藏文物范围内推选出故宫人最喜爱的百件文物，并出版了图书《故宫人最喜爱的文物——故宫百宝》，这项活动也为后续的文化创意产品研发奠定了基础。

在深入挖掘故宫文物资源的过程中，文化创意产品的研发人员经常邀请文物专家进行专项指导，深入梳理和解读文物藏品的内涵，合理提取关联的文化元素，为文化创意研发寻找正确的方向。在故宫博物院专家们的帮助下，选取出故宫特色最为鲜明，兼具文化价值、艺术价值与情感价值的文物元素。例如“海水江崖”系列产品设计元素提取自寓意“社稷永固、江山一统”的织绣龙袍以及永乐宣德青花瓷器藏品。

文化创意产品研发应结合故宫文物藏品的文化元素，体现故宫鲜明的文化特征，强调故宫文化创意的专属性格。例如“动意盎然”系列领带设计元素源自院藏的郎世宁绘画作品《弘历射猎图像轴》中飞奔的白色骏马，图案形象姿态豪放、动态盎然，产品有浅灰、浅橘、蓝绿和紫灰四种颜色，融合了现代人对色彩的审美追求。

在文化创意产品研发方面，故宫博物院逐步加大了对非物质文化遗产的保护传承力度。“故宫笔记·工艺珍赏”系列选取故宫文物藏品中具有代表性的明代、清代大漆嵌螺钿家具各一件作为封面设计元素。“琼树灵花”黑螺钿笔记本的设计元素，源自明代黑漆嵌螺钿花鸟纹架子床，这件家具形貌古朴，床身嵌有硬螺钿，所用团花、牡丹、连理树及花蝶的图案意为富贵团圆、家庭美满。“万寿”红螺钿笔记本的设计元素，源于清代红漆嵌螺钿寿字纹炕桌，这件炕桌主题为“万寿”，桌面刻有一百二十个“寿”字，古人以寿者多为盛世太平之象，“万寿”炕桌符合清代康乾盛世的祥瑞之象。

2013年5月，配合国际博物馆日，iPad应用胤禩美人图正式发布，这是故宫博物院首次尝试研发制作App。与其他博物馆不同，故宫博物院第一次并不是推出一个“大而全”的全面介绍或具有导览功能的App，而是以知名度比较高的“十二美人”绘画藏品为对象，唤起人们对“故宫是个博物馆”的关注。这个应用基于院内书画、家具、瓷器、宫廷生活、历史等领域专家现有的研究成果，将被剥离出原有使用环境的部分院藏器物还原到陈设中，向人们介绍这些器物的实际功用，以图中所绘场景为基础进行情境构建，引导人们读懂画中所蕴含的丰富信息，帮助人们在更深层次上欣赏藏品。

3. 以文化创意研发为支撑

近年来，国家的文化政策逐步完善，鼓励博物馆大力发展文化创意产业，故宫博物院的文化创意工作也在随之改变，从旅游纪念品迅速向文化创意产品过渡。今天，故宫文化创意产品的定位是“根植于传统文化，紧扣流行文化元素”，因为只有社会大众乐于享用的产品才是好的文化创意产品，将传统文化与现代生活相结合，才能有效缩短消费者与博物馆文化的距离（图4、图5）。

创意是文化产品发展的核心要素，故宫博物院的文化创意产品深入挖掘院藏文物的内涵，在注重文化深度的同时，注重统一产品的整体格调。一方面力求把握传统文化脉络，另一方面注重探索现代表达方式，以求故宫文化创意的多元呈现，使故宫文化创意产品兼具历史性、艺术性、知识性、实用性、故事性、趣味性，不拘泥于以往临摹复制的文化产品类型，涌现出越来越多运用现代技术形式的新型文化创意产品。

在文化创意产品的研发过程中，具有丰富经验的设计团队非常重要，研发部门将所选取的文物藏品元素详细介绍给设计团队，包括文物藏品的历史渊源、文化寓意、昔日的使用者及背后的故事等，使设计团队充分领会文物藏品所蕴含的底蕴，了解研发对象与传统文化的紧密关联，让文物藏品的气质与文化创意产品的气质有效结合。这样的文化创意产品才具有故宫文化的特别性格，并应根据不同的需求形成多样化的设计方案。

截至2015年年底，故宫博物院共计研发文化创意产品8683种，获得相关领域的奖项数十种。故宫博物院的文化产品中创意研发精神无处不在，例如以“萌”为设计理念且充满故宫元素的“宫廷娃娃”家族系列产品以及以在紫禁城内生活的野猫为原型的“故宫猫”系列产品一经推出就受到了游客的青睐。

文化创意产品的设计元素应能够正确体现所代表的故宫文化内涵，揭示元素背后的文化故事，使人们易于接受。同时故宫文化创意产品应具有一定的功能性，文化内涵与使用功能相结合，使人们通过使用文



图4 故宫藻井



图5 藻井伞的设计

化创意产品更深刻地了解故宫的历史，从而达到传承故宫文化的目的。

“五福五代堂”紫砂茗壶套装将“五福”的概念运用到实用的紫砂茗壶中，将传统文化通过文化创意产品传播出去，为当今人们的生活注入历史的厚度。产品选用了院藏的乾隆时期“宜兴窑御题诗松树山石图壶”、嘉庆时期“宜兴窑杨彭年款飞鸿延年壶”、道光时期“宜兴窑汉瓦铭小壶”、咸丰时期“宜兴窑刻诗句圆壶”、清晚期“宜兴窑国良款提梁壶”的御用壶形，提取了壶形的神韵，简化了多余的装饰性元素，更加符合现代审美标准，并以乾隆皇帝御题的“五福五代堂”匾额命名，借意古人对于幸福的理解，对于长寿以及家族兴旺的期待，体现了古人生命哲学的最高境界。

故宫博物院积极举办各类文化创意产品设计大赛，广泛征集设计方案，并寻找优秀的加工企业，将设计方案转化为文化创意产品。2013年，故宫博物院举办了“紫禁城杯”故宫文化产品创意设计大赛，从参赛作品的原创性、艺术性、实用性、可操作性四个方面进行评选，评选出设计师特邀设计奖6名、金奖3名、银奖6名、铜奖9名、优秀奖30名。以获奖设计方案为依托，陆续研发了“藻井”伞、“宫门”箱包等文化创意产品，因具有较高的实用性、较好的品质，而获得顾客的好评。

故宫博物院还积极参与国内外各文化创意交流论坛、展览及博览会，例如博物馆及相关产品与技术博览会、中国（义乌）文化产品交易会、苏州文化创意设计产品交易博览会、杭州两岸文化创意论坛、海峡两岸（厦门）文化产业博览交易会、香港国际授权展等。这些文化创意交流活动一方面使故宫文化创意产品获得推广与传播，另一方面也为故宫文化创意产品的发展提供了难得的借鉴机会。

4. 以文化产品质量为前提

故宫文化创意产品应是文化精品。一件好的文化创意产品，需要具有深刻的思想内涵、新颖的表现形式、鲜明的艺术风格、独特的技术语言、精湛的制造工艺，为实现这些目标需要反复磨砺、完善。故宫博物院在确保每件文化产品都拥有故宫创意元素的同时，也不断加强对产品设计、生产、营销各个环节的把控，力争使每件产品均具有优异的质量。

在设计研发阶段，针对具体的文化创意提出设计思路，与合作单位的设计人员一同对文化创意产品进行深化设计，把控整个产品的设计过程。在产品设计初稿完成后，依据设计要求对产品设计方案进行评审，邀请业务部门的专家对产品设计进行把关，保证产品的文化属性。在设计方案通过后，联系生产企业对产品进行样品制作，再对样品进行二次评审，以保证最后的产品质量与设计方案相符。经过实践，故宫文化创意产品的研发模式运行效果良好，无论是创意设计还是生产质量均比以往有了很大提高，新产品研发数量更是倍增。

在故宫文化创意产品的生产转化阶段，同时联系设计团队和生产企业，探讨如何采用现代工艺呈现设计效果。同时，确定工艺细节、选取制作材料、平衡产品成本，经详细核算后，进入打样测试过程。样品打样常规在4次至5次以上，以精准把握细节、调整产品工艺、完善制造工序，达到最终的理想效果。从文化创意产品本身到包装盒、包装袋都要有统一的呈现，延续整体风格，确认完全达到设计效果和质量后，方可以进行规模批量化生产。一件文化创意产品往往需要历经数月磨合才终得出品。

在故宫文化创意产品的市场营销阶段，文化创意团队定期召开会议，总结产品研发中成功或失败的原因。每三个月还要进行一次检点调整，针对文化创意产品的营销情况以及受众情况开展分析，根据实际销售数据判断，如果属于畅销品，追加此类产品的生产计划，如果销售情况不是很理想，对产品的售价及销售渠道作出相应的调整，并为下一阶段新产品的创作提出研发思路。

在故宫文化创意产品出品的同时，及时整理产品文案，通过图文并茂的说明内容深度呈现文物渊源、文化内涵、工艺特征、使用方法等各方面的信息，使受众在使用的时候潜移默化地接受故宫文化的熏陶，以达到推广、普及传统文化的目的。

“福自天赐”香牌的主题符合传统文化中对福的理解，上天赐福，乃追求天人合一的中国人的理想愿景。在配方方面，所用香料极其考究，非道地香药不选。并且严格遵循传统工艺要求，择日择时，全部手工精制，每一个香牌从炮制、研磨、和香到成型需经数十道工艺，窖藏百日。所制成的香牌香气淡雅、温润持久，具有扶正祛邪、安神正魄、熏衣香体之功效，受到不少顾客的喜爱。

故宫博物院坚持由本院的数字产品研发团队策划推出App应用的内容。资料信息部是负责在线数字展示的团队，就像一个“数字编辑部”，精心选题，将专家的研究成果与游客感兴趣的题材密切结合起来，并且把专家的研究成果“翻译”成游客、特别是年轻游客乐于接受的形式，更加口语化，形象更亲和，不断拉近故宫博物院与广大游客的距离。所以游客说故宫的数字产品“萌萌哒”。

同时，坚持美术制作和程序开发的高水准。故宫博物院所选择的合作伙伴均是具有良好口碑、制作精良的研发团队，成员大多来自于中央美术学院、清华大学美术学院等著名高等院校，所设计的交互方式和绘制的画面精致考究。程序初步完成之后，苹果公司的团队会提出意见，在流畅度、互动形式等方面给出建议。正规军的内容、接地气的策划、高水准的制作成为故宫出品App的一贯风格，获得了“故宫出品，必属精品”的评价。

故宫出版社本着“个性化出版、品牌化经营、市场化运作”的原则，依托故宫的资源，形成了宫廷文化、文物艺术、明清历史三大板块。近年来，故宫出版社出版的图书社会影响力稳步提升。其中《故宫日历》销量逐年递增，成为了故宫出版社的响亮品牌。故宫出版社还进行了较

多的文化创意尝试。例如《紫禁城》杂志推出的“百年一梦”通过老照片与现代空间的比对，使人们产生了一种隔空联想，引发了良好的反响。如今故宫出版社立足故宫，在更为广阔的平台上为故宫博物院事业的发展服务，成为了在全国有一定影响力的出版社。

5. 以科学技术手段为引领

除实体产品之外，故宫文化创意产品的另一种形式是新媒体和数字化建设。为了使更多的观众了解故宫文化，故宫博物院不断研发优秀的数字文化创意产品，依托端门数字博物馆，让观众从整体上感受故宫文化的魅力，从细节上体味故宫文化的深度。实践证明，互联网与文化产业结合能够提升文化创意产品的内涵和品质，塑造文化品牌形象，提升文化市场占有率。

近年来，故宫博物院加快“数字故宫社区”建设，提升公众文化服务水平，广泛利用互联网平台推广故宫文化创意产品，扩大故宫文化传播。目前，“数字故宫社区”中的模块内容不断丰富，方式更便捷，传播更畅通，让传统文化有机地融入人们的生活。在移动互联网和移动终端大行其道的今天，人们随时随地可以通过平板电脑和手机获得故宫文化的信息，解读某件或某类文物藏品，这已经成为越来越多喜爱故宫文化的人们所熟悉和依赖的文化生活方式。

近年来，故宫博物院开始探索基于移动设备的服务及藏品介绍应用程序，为人们提供线上文化饕餮盛宴。目前，故宫博物院已经自主研发并上线了8款应用产品，取得了平均下载量上百万的显著成绩，促进了故宫文化的传播。例如韩熙载夜宴图App运用了大量科学技术手段，共有100个内容注释点、18段专家音视频导读和1篇后记，并由台北的汉唐乐府表演团体用非物质文化遗产南音演绎画中的乐舞，给观众以新鲜时尚的富媒体交互体验。

2015年上线的每日故宫App从故宫博物院的180余万件藏品中精心遴选，每日推出一款珍贵文物，通过网络发送给广大手机用户，从而通过新媒体让文化遗产融入人们当下的生活。越来越多的青少年从故宫App的开始接触并喜爱故宫文化。皇帝的一天App是故宫博物院专门为9岁至11岁的孩子研发的移动应用，其通过将具有趣味性、启发性的内容结合交互技术实现有效沟通，将中华优秀传统文化知识用更有趣的方式传达给孩子们，改变了一些影视剧对宫廷文化的误读。

在互联网经济快速发展、新媒体日益为年轻人所青睐的大环境下，如何通过互联网的助力实现故宫文化的传播；成为故宫文化创意需要考虑的重要问题。其中，故宫淘宝网络店铺的创立和发展成为运用电商和新媒体、与时俱进地传播故宫文化的新尝试。其作为故宫文化创意产品的营销窗口之一，从数千个产品中选择200种左右年轻人所喜爱的文化创意产品在网络上营销，分为故宫娃娃、生活潮品、文房书籍等板块。

在文化创意产品的宣传推广方面，故宫博物院充分利用微博、微信等社交平台以及故宫博物院官方网站，组织微话题，推出微展览，充分与人们开展交流互动。为了配合销售、推广，故宫淘宝网络营销还开设了与网店名称一致的微博和微信。故宫淘宝网络营销的微博拥有近30万粉丝，而且粉丝活跃度较高，微博的转发量很大。其微信也拥有数十万粉丝，进一步提高了故宫文化创意产品在社会公众中的知名度。

2015年1月1日故宫商城正式上线，将文化创意产品向社会推广发布。不同于故宫淘宝利用淘宝的平台进行产品销售，故宫商城是委托专业团队建立的网络销售平台，如果说故宫淘宝销售的产品是主要针对年轻人的文化创意产品，那么故宫商城所销售的产品更偏重创意与文化的结合。由故宫商城负责维护的微信、微博也与故宫淘宝的微信、微博在内容上具有差异，更偏重于对传统文化的宣传。

故宫博物院即将与阿里巴巴集团签署合作协议，在天猫和阿里旅行平台筹建故宫博物院旗舰店，建立宣传、展示故宫文化创意的新窗口，使故宫文化创意产品在深度和广度方面均有所发展（图6）。

6. 以营销环境改善为保障

文化创意产品要取得良好的社会效果，不仅要在产品质量上下功夫，还要着重塑造集产品、环境、文化内涵于一体的整体文化体验空间。近年来，故宫博物院对红墙内的古建筑区域开展了“去商业化”行