

People

博物館女館長 巧說故事吸年輕族

新角度添情感連繫 鼓勵觸摸古董家具

於 2014年初，一間樓高4層，主要放置前禹銘集團董事總經理馮耀輝的中國古董家具，及世界各地珠寶化粧盒、粉盒藏品的「兩依藏博物館」開幕。

兩年多過去，這所香港最大的私人博物館，已聞名於中國、英國等地，這絕對有賴馮耀輝之女、兩依藏博物館館長馮依凌的說故事技巧。

■本報記者 謝傲霜

港最大私人博物館 名聞中外

年僅30多歲，纖瘦優雅而打扮時尚的馮依凌，游走在具數百年歷史的中國古董家具之間，運用她從修讀文學學士及碩士獲得的敘述故事能力，將這些看似與時代脫節的私人藏品，推廣予年輕一代，及全世界對藝術感興趣的人士。

「在星期六的下午，一些20來30歲的年輕情侶，也會來訪我們博物館遊逛一兩個小時，他們可以去沙灘、去看戲，可以花這些時間做許多其他的事，但他們選擇了來這裏，這對我個人而言尤有滿足感。」

馮依凌說，過去對中國古董家具藝術感興趣的人，主要圍繞50至60歲的香港或內地男性，而將這種中國傳統藝術之美推廣予年輕一代，以及讓一些從未接觸過中國古董家具藝術的群眾對此產生興趣，是他們的創館目標之一。所以，可以說在某程度上，他們的創館目標已達到。

細述收藏家心聲 揭藏品價值

至於如何做到，馮依凌指要做到擴闊參觀者這一點，不能單單放個衣櫃，就會認為人們會來參觀，而是需要提供多樣化而且有趣的選項，用新的敘述方法講述同一個故事。雖然他們也有與不同的博物館及藝廊合作，並借來館藏，但他們自己的核心館藏卻恒常是同一堆，所以如何重新包裝就變得很重要。他們必須想方法，透

過新的論述，將之發放給可能已經看過該批展品的市場，持續讓客人們發掘到新的角度。

雖然兩依藏博物館並非商業機構，亦無任何盈利壓力，但這種能將市場已熟悉的物品重新包裝再次推廣的技巧，卻十分值得商業機構借鏡。

打破隔閡 不以高價嚇怕訪者

馮依凌指，由於她讀文學學士及碩士，所以對她而言，故事如何被敘述是十分重要，尤其是古董藝術品，人們來參觀時，他們並沒有很多相關知識，若要他們硬生生地接收許多資訊，例如藏品生產自那年份及用甚麼獨特木材之類，其實會有點困難，所以如果博物館能以故事的形式闡述，會有所幫助，這包括藏家為何選擇收藏這件物品、這物品在當時所代表的社會地位是甚麼

等，這樣參觀者才容易進入，並能開始明白這些藏品的價值，也讓他們更容易記得。

認識、記得之後，還要再進一步作情緒上的連繫。馮依凌說，雖然父親過去並無從事市場推廣，博物館的一切事務也交由她打理，但卻教了她兩件重要的事，其一是提醒她兩依藏博物館的基因是不以高價嚇怕參觀者。

她指雖然藏品可能十分昂貴，且獨一無二，但卻是由人製造，被人使用，人與物品之間，並無很大的距離，故也要教育到來參觀的人不要懼怕，因為若懼怕，人們在情緒層面就無法與之產生連繫。她認為參觀者較容易在知性上與藏品連繫，可是，若非情緒上的連繫，藏品就無法對人產生真正深刻的影響。

的而且確，要知道一件明清時代的黃花梨家具，在拍賣場上動輒以百萬甚至千萬港元計，一般市民固然會對之望而卻步，兩依藏博物館卻鼓勵預約到訪的參觀者可以觸摸這些家具，甚至坐在這些古董椅子上，就是為打破參觀者與展品的隔閡。



兩依藏博物館位處荷李活道，其收藏的中國古董家具，不少亦是數十年來於荷李活道的古董家具店購入。

(受訪者提供圖片)



兩依藏博物館館長馮依凌說，她的世代，人們普遍不會只有一個人生目標，但會為自己訂立目標，並做到最好，她說：「我是熱衷做博物館的，但不代表這就是我的餘生。」
(曾有為攝)

摸索觀眾喜好 最大挑戰

善於變通

馮依凌說，創館以來面對最大的挑戰，是估計不到觀眾究竟喜歡甚麼、會對甚麼感興趣。

例如去年的《維多利亞與艾伯特博物館之英國銀器珍藏》展，有些展品首次來亞洲展出，有些更首次離開英國，他們以為會具吸引力，但卻出乎他們意料地無法吸引到公眾的注目。

馮依凌說，遇到這些情況，就要想辦法變通，所以他們邀來蘇富比拍賣行的專家講解銀器投資；也邀來韓國年輕女設計師，針對可能對銀器設計感興趣，但卻不知從何入

手的年輕設計師作講解。

接受犯錯 從工作學習

面對無法估計的觀眾取向，或許與面對永遠波譎雲詭的股票市場一樣，父親教馮依凌的另一件重要事情，對她以及許多營商或投資者一定能夠派上用場。「他教我每日從工作中學習，你會犯錯，每個人也會犯錯，作為一個收藏家，他對自己在收藏過程中犯的錯不會感到羞恥，而是將之視為一個成為優秀藏家的學習過程。同樣，作為博物館負責人、管理者，你會犯錯，但只要能學習，這不失為一個成長的機會。」

