



水沫書店、公益坊和城市考古

周立民



1977年版《上海行號圖錄》中的公益坊地段（在老靶子路、四川北路和海寧路中間）。作者供圖

一九二八年夏天，三個虛歲才二十四歲的年輕人相聚在上海虹口的公園坊，他們討論的不是從軍當英雄，也不是經商發大財，而是辦刊物、開書店、做出版，這是「燒錢」的事業，可是，沒有什麼能擋住年輕人的雄心勃勃：

終於有一天，燦波對望舒說：「我們自己辦一個刊物罷，寫了文章沒有地方發表，只好自己發表。」經過一二天的商量之後，決定了辦一個像《莽原》一樣的小刊物。刊物的內容呢？燦波說：「沒有一定。有什麼文章就登什麼文章。」於是他給刊物定了個名稱：《無軌列車》，並且自己畫了個封面。

過不了幾天，燦波又說：「我們索性開一個書店罷，自己來印一些喜愛的書。」望舒說：「開一個書店？誰做老闆？」燦波說：「我。」望舒說：「你？你預備多少資本？」燦波說：「沒有問題，幾千塊錢，我可以拿出。」這樣就在四川北路，西寶興路口出現了一家「第一線書店」，這個招牌也是劉燦波寫的，自左至右橫寫的，黑地白字的宋體美術字。（施鵬存：《我們經營過三個書店》，《沙上的腳跡》，遼寧教育出版社1995年3月版）

「燦波」，今天人們更熟悉的名字是劉吶鷗，新感覺派小說家，家裏是台南的地主，據說有六百公頃的土地；雨巷詩人戴望舒，曾在香港生活過，不用多介紹；寫這篇文章的人施鵬存，最初的身份是小說家。時隔半個多世紀，施鵬存維妙維肖的描繪，我覺得勝過很多民國影視劇的爛編劇。那些狗血劇涉及民國青年，要麼是握著拳頭大喊口號的愣頭青，要麼

就是見了女孩子身子扭扭扭念著抒情詩的娘娘腔。其實，那時很有一些滿腔熱情卻並不喊口號、說做就做，哪怕失敗也痴心不改的年輕人。

辦書店，虹口三劍客施鵬存們毫無經驗，僅三四個月就在警察的攪擾下關門大吉。劉吶鷗從家裏拿來的錢還沒有折騰光，「接下去是籌備開第二個書店，定名『水沫書店』。這回不設門市部了，採取出版社的形式。我們在北四川路海寧路口公益坊內租了一幢單開間二樓的石庫門房屋。樓上前間是辦公室，後間給兩個中學生做臥室。這兩個中學生專做跑腿的事，買紙，聯繫印刷所。沒有出差任務，就當初校校對員。樓下前間是營業室，兼堆存印書紙。請了一個寧波人崔龍泉，當老師傅，做負責重出差的工作。他是謝旦如介紹來的，剛結婚，想把新娘從寧波帶出來。我們就把樓下後間給他們倆做臥室，他的新娘林翠給我們管伙食。」（同前）

當年，老靶子路（今武進路）是華界與租界的分界線，挨著這條路的公益坊恰在租界這邊，這次他們不用擔心警察找事了。水沫書店的內部布局，施鵬存的文章中這兩段文字，已經說得很清楚了，我最早讀到此文還是在北方一個海濱城市，對上世紀二三十年代上海的文化氛圍充滿嚮往。如今來上海已二十多年，到公益坊也不是什麼難事，不知為什麼卻始終未來過，直到它被拆遷，留下永久的遺憾，所謂「錯過」才是人生的隱含主題。與此同時，越來越多的人卻加入了Citywalk（城市漫步）的行列，他們穿街走巷，翻開城市的封面，在字裏行間發掘城市沉埋已久的記憶。前幾年，還

有人提出「海派城市考古」，初聽起來，我覺得有點奇怪。「考古」二字似乎更應該跟西安、洛陽、開封這樣的城市聯繫起來，到唐代作為地名的「上海」都不存在呢，考什麼古啊。我對上海這種文化渴望的欠缺曾報之一笑。然而，由專業人士到民間大眾，從政府提倡到百姓自發，從一條樓到一條街，又一座橋直到某個標誌物，這些「考古學家」們漫步城市不斷挖掘出了一件件令人驚喜的寶物。從寫微博發新舊對比的照片，到開公號寫考證文章，再到拍視頻掃街，或帶着一隊人馬沿街直播……他們不啻呼風喚雨，卻用和風細雨潤澤了過去僵硬的城市歷史。再加上上海近年來的城市更新，街區舒適了，大量老建築也在修復甚至還向公眾開放了，城市變得「可閱讀」了。這與民眾的熱情遙相呼應，Citywalk勢不可擋，城市考古不亦樂乎。

於是，像水沫書店這樣原來局限於專業研究領域的事情也都漸向大眾擴散開來，有人還清楚，公益坊裏當年還有南強書局、辛墾書店。施鵬存先生回憶，最初只有戴望舒一人守在書店，吶鷗老闆每天上午來算賬、交代個事情就走人。後來戴望舒一個人實在吃力，施鵬存和杜衡才放下手頭工作全身心加入進來。他們的夫人也來了，兩家在東橫浜路大興坊租了一幢房子。大興坊就在雲里隔壁，當時魯迅、茅盾、柔石、馮雪峰都住在那裏，他們自然也都成為水沫書店的作者。出入書店的還有胡也頻、徐霞村和穆時英……多年後，施鵬存曾有詩記這小書店的一時風光：「編排校印事躬親，何似臨安陳道人。紙墨精良裝幀好，麻沙俗本愧前塵。」他為此詩所寫的註稱：「水

沫書店為同性出版社，經營三年，出版書四十餘種，一切編輯，校對，發行事，皆吶鷗，望舒與我三人分任之。所出書皆用道林紙印，封面請錢君匋設計，在當時出版物中，稱為精好。」（《浮生雜詠·五十六》，《沙上的腳跡》）倘若不做一番城市考古，誰會想到在那些冰冷的鋼筋水泥森林中還藏著年輕人的文學夢，老舊的街區裏也有這座城市神采奕奕的面孔呢。

七日談

（上海篇）

「坐觀東西」展覽 以明式傢具為核心

「型格香港系列II——坐觀東西：晏如居明式傢具與百年椅戲」（下稱：「坐觀東西」）昨日在香港文化博物館舉辦開幕典禮。是次展覽是弘揚中華文化系列活動之一，由香港設計師及藝術家劉小康客席策展，以香港收藏家、「晏如居」主人劉柱柏所藏的9組明式傢具為核心，結合17組香港文化博物館典藏藝術座椅及現代設計代表作，聚焦明式傢具作為中國文化符號的深遠影響，及其在當代設計中的持續對話與轉化。



大公報記者 顏 珉



▲嘉賓出席「坐觀東西」展覽開幕典禮。

康文署副署長（文化）譚美兒在開幕典禮上表示，明式傢具承載深厚的中國傳統設計智慧，用料考究、線條簡約、造型雅緻，盡顯中國工匠精神。是次展覽透過古今對照、中西互鑒的獨特視角，體現當代設計師如何從中國文化傳統中得到啟迪，甚至借用環保物料和黑科技，賦予傳統工藝嶄新的時代內涵。

並置展示現代設計

今次展覽的展品縱貫古今，工藝層面涵蓋中國傳統榫卯結構，以及現代的立體打印製作技術。材質則從珍貴的黃花梨，拓展至當代環保再生素材的研發與實踐探索。重點展品包括珍貴黃花梨製成的素圈椅，線條洗練而典雅，造型展現天圓地方的意念。

同時，策展人劉小康亦精選一系列現代傢具設計作品與傳統傢具並置展

示。在黃花梨素圈椅旁，可以看到由丹麥近代設計師漢斯·韋格納的經典之作《CH24 | 叉骨椅》。劉小康表示，「明式傢具對上世紀三四十年代的西方設計產生了明顯影響，漢斯·韋格納設計的叉骨椅就深受明式圈椅的啟發。」

劉小康表示，「在17、18世紀的歐洲，法國和英國的皇室層流行一股『中國風』，當時西方人並未實地考察中國，他們主要通過瓷器、書畫甚至是茶葉包裝上的圖案來想像東方的生活場景。基於此，西方的設計師製作了許多並非正宗中式、卻充滿異域幻想的傢具。」

此外，在不同的明式傢具展品旁，亦陳列多位香港設計師與藝術家的創意之作，包括藝術家黃宏達以3D列印技術創作的《金花映日》花几，配上傳統浮雕花卉圖案，象徵財富與和諧；設計師單芷琪、梁肇麟以中國傳統圓鼓槓造

型，融入了現代參數化風格設計的《元椅》，呈現中國香港與海外設計師對中國傳統傢具的當代詮釋。

「樺木六柱拔步床」不僅是今次展覽內體型最大的展品，亦是收藏家劉柱柏最喜愛的展品。該展品完整重現床內自成一體的獨立閨房空間，帶領觀眾近距離感受古代世家女子的日常生活。劉柱柏表示，「『拔步床』是明代女士起居的核心空間，它在普通床前有一個封閉區域，內部配有檯子、櫃子等傢具，用於梳洗、如廁及收納，古代女子在此空間中完成大部分的日常活動。作為昂貴的嫁妝，『拔步床』不僅僅是一張床，更是一個滿足居住需求的完整私密空間。」

開幕禮主禮嘉賓還包括立法會議員、康文署博物館專家顧問劉智鵬，香港文化博物館總館長林國輝等。

圖片：主辦方提供

亮點展品（部分）

樺木六柱拔步床

18世紀末至19世紀初 樺木 晏如居收藏

此拔步床借用中國傳統建築以回廊連接房子的意念。此床設有可開合的屏板，既可通風透氣，又可以成為密閉空間。

CH24 | 叉骨椅

1949年 樺木、紙繩 漢斯·韋格納於1943年首次推出中國椅系列，歷經六年的轉化，誕生了線條更簡單、優美的叉骨椅。

漢斯·韋格納於1943年首次推出中國椅系列，歷經六年的轉化，誕生了線條更簡單、優美的叉骨椅。



黃花梨素圈椅

16世紀末至18世紀初 黃花梨 晏如居收藏

此圈椅以黃花梨製作，通體光素，不見雕飾，純以線條和木質肌理取勝，針線明式傢具簡約韻趣。



「坐觀東西」

日期：即日起至2027年4月12日
地點：香港文化博物館一樓聚賢廳
免費入場參觀



▲深圳文博會11號館全球文化貿易與時尚藝術館現場。

【大公報訊】記者李昌鴻深圳報道：第二十二屆中國（深圳）國際文化產業博覽交易會（文博會）於5月21日至25日在深圳國際會展中心舉行。大公報記者昨日在11號館全球文化貿易與時尚藝術館看到，來自中國、埃及、印度等國的眾多展商紛紛亮出自己獨具特色的文化產品。在跨境電商展區，廣東省人人體育旗下的潮玩產品出口歐美等地，累計銷售額超過10億元（人民幣，下同）。深圳華強方特集團特種電影和成套設備出口40多個國家和地區，包括美國、加拿大、意大利等。

多元文化產品齊聚深圳文博會

國家對外文化貿易基地顯示的數據顯示，2023年以來，中國文化和旅遊部聯合商務部命名13家貿易基地，文創產品和相關服務等累計對外貿易規模超2647.1億元，累計服務超過13170家企業出海，合作覆蓋對接超過136個國家和地區。下一步，文化和旅遊部將指導貿易基地進一步圍繞「信息支持、產權保護、法律援助、力量協同」發揮作用，推動中國文旅企業實現貿易基地高質量發展，更好助力文化強國、貿易強國建設。

每日近百外商到場採購

展會現場的深圳華強方特集團，是具備大型高科技文旅項目創意設計、研究開發、內容製作、施工建設、市場運營全產業鏈能力的企業，全國建成運營十多個特色品牌、四十多個高科技文旅項目及度假區，年遊客接待量連續兩年位列全球第二。華強方特先後完成了烏克蘭、尼日利亞等國的大型文旅項目的總體設計，並將大型高科技文旅項目整體輸出到中東，開拓了中國自主知識產權大型文旅項目整體輸出的先河，「方特」品牌成為本領域代表中國文化走出國門的標識性品牌。

昨日臨近中午時分，在國際會展中心南登陸大廳，兩列長長的外商採購隊伍，約有五六百人，正陸續進場洽談和採購。據引領外商採購的廣州一家會展公司負責人林小姐介紹，來自全球二十多個國家和地區的採購商齊聚一堂，包括中國香港、澳門，以及美國、俄羅斯、伊朗、巴基斯坦、印度、丹麥、摩洛哥等地的買家紛紛到場尋貨洽談。她稱，展會期間每天約有100名境外專業採購商到場，累計將會接待近千名境外買家到場採購。

一位來自丹麥的客戶稱，自己主要採購IT類產品，包括VR虛擬現實設備等，同時也對中國瓷器等傳統工藝品有一定興趣。部分巴基斯坦客戶的需求則聚焦於文化類產品，比如玩具和一些傳統的物件，還有中國產廚房用品。

圖片：大公報記者李昌鴻攝



▲展會中的AI玩偶吸引歐美買家。



▲前來採購中國文創產品的巴基斯坦客戶。