

- ● 葉子僑 / CoLab 區區肥皂
- ● 傳統書法 / 中文字體
- ● 舊香港交通工具車票 / 船票
- ● 九龍皇帝書法現象
- ● 石漢瑞 平面設計
- ● Victor Cheung Viction:ary
- 又一山人《紅白藍》系列
- 舊香港旅遊書冊 / 印刷品
- 舊式產品包裝設計
- 陳幼堅 聖安娜餅屋包裝設計
- 香港商標設計
- 靳埭強 文化海報設計
- 劉智聰 舊課本展示館

# 平面 | 出版

# 源於生活

平面設計與生活的關係，密不可分，如影隨形。餐廳的菜牌、各種商標、霓虹光管招牌上的書法、設計精巧又富於手感的車票和各種商標都是設計。透過創作把思維結合符號、圖片和文字等，以視覺作為溝通和表現的方式，平面設計的概念和美學不能二分。

美觀而有效的平面設計，能幫助我們辨認商店和建築物、在都市中尋找路徑，或是認識一個品牌。好的設計師還有助於提升工業水平，教育群眾掌握專業知識，深入民心的設計甚至能感動人心，啟發公眾參與設計、重新發掘本地文化。上世紀五、六十年代西方的設計文化和理念開始進入香港，並成為香港設計的專業基礎，幾代香港專業設計師，努力地透過設計記錄一個時代，將本地文化個性帶到國際舞台。

從 1969 年許敬雅（Arthur Hacker）任職政府新聞處創作總監時，以「西瓜波」作為香港節的標誌；到靳埭強用上古錢作為中國銀行商標；1993 年軟硬天師的唱片，更把曾灶財的書法字活用在唱片封套上。從中國文化到市井生活，香港平面設計的取材與應用多元豐富，強烈而清晰地樹立具本地特色的視覺語言和個性，見證世界在進步，設計改善生活。

每一件「好香港」的設計，背後都有一個香港故事。作為中西匯聚之地，奧地利出生的設計師石漢瑞（Henry Steiner）是最早立足香港的西方設計師，選擇香港作為他的家園和創作基地。當時香港漸漸冒起成為東方的國際資本市場，

他為公共機構和上市公司設計的年報，他把專業設計引入香港，他把東方元素通過現代設計手段呈現，對本地設計師影響至今依然深遠。陳幼堅形容：「Steiner 能掌握每家企業集團的使命和價值的精髓，再以地道的方式、簡單有力的設計傳達客戶的訊息。他是最令人敬佩的、影響深的設計師。」

八十年代，中西合璧的語言符號在香港設計界已運用成熟，中國元素和西方時尚融合重構的特色，令香港平面設計領前於亞洲地區；九十年代更出現了一批全新風格的設計師，百花齊放。但自千禧年代電腦開始普及，本地平面設計的風格逐漸

變得全西方化、全日本化、全電腦化，創意也變得單一化。有了電腦的協助，許多人瞬間就變成技巧純熟的設計師。然而「世界是平的」趨勢，令環球設計界變得風格類同而缺乏新穎獨特、植根本地生活與文化的創意思維。

藉著這次展覽，希望讓大家知道何謂「好香港」的劃時代設計，讓香港創意在專業領域和潛移默化的層面繼續啟發香港人，讓「設計改變生活，生活啟發設計。」



# 葉子僑/ CoLab

## 區區肥皂

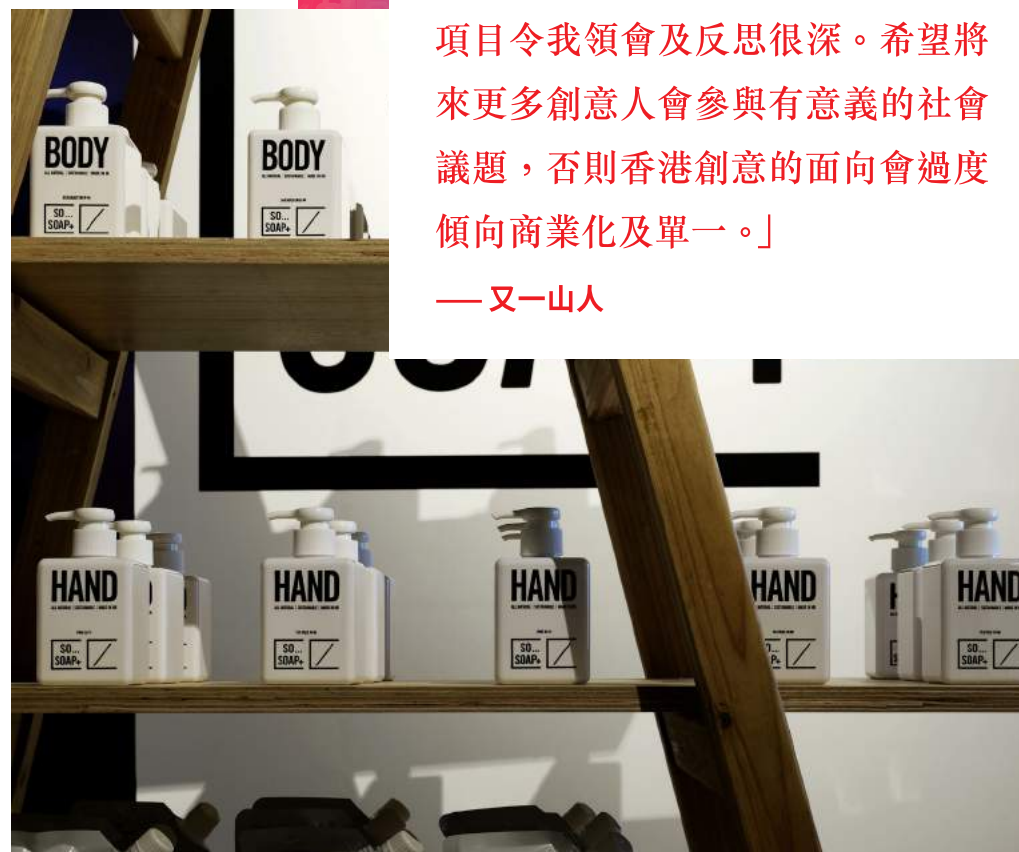
區區肥皂是一個以社區為本的環保社會企業，主要製造和售賣天然肥皂液產品。葉子僑（Bella）是一位母親，製作天然肥皂。她與設計師林偉雄及余志光合作，共同建立和營運品牌。於是，區區肥皂誕生了。

區區肥皂，是 100% 香港生產的有機肥皂，由香港各區的肥皂師製造。自 2010 年在大埔區招募第一批肥皂師，區區肥皂致力以積極行動應對社會和環境問題。從產品配方到膠瓶回收，以至肥皂師的彈性工作時間，都是區區肥皂為了推廣永續生活所作的種種努力。肥皂是日用必需品，使用由天然物製作的肥皂，對環境和皮膚都有益處。區區肥皂是一個釋放社區潛力、從而解決社會問題的成功案例。



「So...Soap+ 的設計由 CoLAB 的余志光和林偉雄主理，這個社會企業項目令我領會及反思很深。希望將來更多創意人會參與有意義的社會議題，否則香港創意的面向會過度傾向商業化及單一。」

——又一山人



# 傳統書法/中文字體



「在傳統酒樓看見的手寫字，相當富人情味，和藹可親。」

—— 陳幼堅



90 年代之前，電腦還未普及，手寫毛筆字在香港隨處可見。70 至 80 年代的遊客對香港的印象，無疑是彌敦道兩旁縱橫交錯的各式大型霓虹光管招牌。而霓虹光管招牌上的文字，是按照老師傅用紙筆墨寫好的書法製作而成的。商鋪和霓虹光管招牌大多採用北魏楷書，取其剛健有力而又容易閱讀，因而主導了香港的城市景觀。

酒樓職工每晚在告示牌上，書寫客人的名字，以及所訂房間或宴會廳的名稱。宴會的菜單自然也是手寫的。小巴車頭的標板，有毛筆字標明目的地和車費。書法家華戈（馮兆華）曾為無數電影書寫過片名及題字。見於不同場合、不同風格的手寫中文書體，是香港所承傳的重要藝術和文化遺產。每種流行一時的字體，都能側寫出香港的經濟和社會歷史。

近年，不少人士在積極保存或推動手寫中文書體。叁語設計的字體設計師陳濬人發展一套「香港北魏真書體」，在手寫書法和電腦字體之間搭建橋樑。另外，香港的路牌在採用標準化的中文字形之前，由在囚人士製作的路牌，用上舊時香港人習慣寫的異體字，俗稱為「監獄體」。這些路牌字體吸引了不少人注意，視之為具有歷史和設計價值的工藝品，在社交網絡上已展開一個將「監獄體」活化成電腦字款的計劃。



# 好香港





# 舊香港交通工具車票/船票

當儲值智能卡仍未通行，香港的巴士、電車、纜車及小輪的紙質車票是一種小巧又實用的設計，當中的字體、圖像、顏色、成本和選材都經過細意考量。香港電車的車票，印上了電車軌岔路的商標，簡潔而具線條美，這個商標由 70 年代沿用至今年 5 月。



「舊車票帶來很多回憶，是過去生活的憑證。我很欣賞號碼和字體在細小的車票上精緻的排版。」—— 陳幼堅

# 九龍皇帝書法現象



「曾灶財的書法塗鴉是香港本土文化生態的重大寶藏。不少設計師亦紛紛藉着這個文化現象去發揮創意，可見地道元素的發揮、可塑性及感染力之大。」

——又一山人

九龍皇帝曾灶財打游擊式的在香港各個大街小巷寫書法，這行為令他逐漸成為香港一個不差於表達自我的人物。由最初單純認為是一種強迫症行為，到採取另一角度去欣賞他那我行我素的塗鴉書法。曾灶財的書法，在無意識和集體記憶的層次，喚起我們一種原始而不受約束的慾望：表達自我的衝動。

作為香港的集體記憶，曾灶財的塗鴉書法激發了一個嶄新的創意設計生態。軟硬天師 1993 年推出的音樂專輯，唱片封面設計採用了曾灶財的書法，演示了字體如何作為一種最有效的設計方式，傳達出社群的認同感和親切感。本地生活品牌「住好啲」亦推出一個加入了曾氏書法的寢具及家具產品系列。1997 年正值香港回歸中國，時裝設計師鄧達智用印上九龍皇帝書法的布料設計了一系列時裝，引發話題。2007 年，又一山人結合紅白藍及曾灶財書法創作的海報，表達對香港的祈望。歷年來不少「皇帝」書體成為眾多設計師之創作靈感，近期的 AXA 安盛香港街馬就是一個好例子。



# 石漢瑞

## 平面設計

石漢瑞 (Henry Steiner) 被譽為「香港平面設計之父」，早於 1964 年在香港成立設計事務所。在當時的香港，設計是新穎事物，石漢瑞在奧地利出生，於美國受教育，沒有被本地根深蒂固的傳統所困，亦跳出人們對香港的固有看法。當在重塑一個品牌的過程中，他能充分掌握企業的歷史和業務，並以簡潔、優雅的設計扼要有效地以視覺傳意，從而賦予品牌現代的外觀和感覺。

石漢瑞的功力，在於他擅於把日常生活的精髓，通過設計轉化成視覺語言，並以中西合璧，引發香港市民的共鳴，並成為國際社會上的香港文化象徵。

不論是標誌、品牌還是年報，石漢瑞以地道的風味傳達客戶訊息，提升了香港企業的設計水平至國際前列位置。The I Club 是一個當時極富前瞻性地以藝術文化打造品味生活的時尚會所。石漢瑞為 The I Club 創造多款字體演繹及設計系統應用，至今仍為人津津樂道。作為一個超前於時代的社交場所，The I Club 將當代藝術重新定位，並定義為品味生活的一部分。就如所有設計先鋒一樣，石漢瑞影響了許多創作人以至普羅大眾。

「雖然大家未必認識『石漢瑞』這個中文名字，但 Henry Steiner 就無人不知。他是香港第一代設計師，將平面設計帶到一個專業和受人尊重的層次。」

—— 陳幼堅

# Victor Cheung

## Viction:ary



2001 年成立的 Viction:ary，是一個專門發行設計書籍的出版社。建基香港，放眼國際，Viction:ary 促進跨文化對話，推廣優質、當前及原創的作品，以新鮮的角度探索設計。它出版的每一本書都是獨特的；一本「典型」的 Viction:ary 出版物，會就一個設計的課題，搜羅大量世界各地的案例，就面向、取態和實踐等方面進行探討。Viction:ary 優秀的編輯和設計水平，不但培養了一群忠實的讀者，更一再被國際傳媒和知名書商推介。





# 又一山人

## 《紅白藍》系列

香港是一個港口城市，高度流動性與靈活便捷，一直是香港生活模式。低調而耐用的紅白藍 = 塑膠袋，是香港人辛勤工作、有耐力和靈活變通的象徵。

又一山人運用紅白藍物料創作了「香港建築」系列，去推廣香港正面積極的精神。透過運用紅白藍物料的招牌顏色和材質，又一山人以當代手法進行創作，促使香港人去辨識，在變幻的汪洋中，甚麼才是正面而不變的。

自 2000 年起，又一山人一直無處不在地透過展覽跟香港互動與對話。在這個背景下，紅白藍跨進了文化的大門，演化成一個本土設計現象：新生精神康復會與又一山人合作，推出用作支持庇護工場的紅白藍個人配飾系列；往後許冠傑亦在演唱會中穿上紅白藍的服裝，展現香港的精神。



# 舊香港旅遊書冊/印刷品



「香港旅遊發展局曾經推出過一系列旅遊書，沒有花巧的設計和包裝，但當中有一些以有趣的排版、淺白而豐富的視覺語言呈現香港。」—— 陳幼堅

香港旅遊協會（香港旅遊發展局的前身）出版了一系列向遊客推廣香港的書籍。當時，以歐洲遊客為主，亞洲和中國大陸遊客只佔少數，這些小書、小冊子和單張主要以西方遊客為對象，靈巧地將風土人情、旅遊資訊、掌故傳聞、宣傳推廣等共冶一爐，務求說服遊客多留一天。一如市場推廣品，攝影發揮了重要的作用，吸引遊客前往景點和地標，並協助他們在市內辨認方位、尋找道路。出版物中有不少實用的資訊和誘人的廣告，這讓人覺察到：1949 年前落後於上海的香港，它的服務業已經急速發展。值得一提的是香港的夜生活，它打破禁忌的程度，即使今天看來仍覺得非常大膽前衛；在當時的華人社群之中，那是最為開放的社會氣候。



# 舊式產品包裝設計

從前，香港每個華人家庭都有至少一個金屬製的月餅盒，收納着飾物配件、紀念品、零錢，甚至是一疊疊的鈔票。產品包裝和產品本身，同樣歷史悠久。今天，不少老牌產品仍沿用舊式的包裝，突顯老字號多年來深得信賴和口碑。

舊式包裝雖然並非出自我們今天所理解的「專業」設計師，但舊式的設計有一種「手工」的文創感覺，不止於令品牌和產品有所識別，更反映了一種既實用又吸引的美學。以奇華月餅的包裝為例，印在鐵罐和紙盒上的嫦娥，早成為家傳戶曉的象徵。陳意齋的糕餅錫盒印有中英文美術字體，以美輪美奐的包裝，吸引人期待盒內的美食。

「奇華、恆香、陳意齋等包裝盒總令你回想起童年。當時未有專業平面設計師，可能是印刷廠找技工或插圖師徒手畫的版面湊合起來做包裝，卻一致呈現一種『好香港』的視覺風格。」—— 陳幼堅



# 陳幼堅

## 聖安娜餅屋包裝設計



1982 年，設計師陳幼堅為香港西餅蛋糕的品牌形象，通過一系列廣告及包裝設計注入了一個嶄新意念。聖安娜餅屋的包裝盒設計，採用當時被視為非主流食品包裝色調的深藍色（後來演變成紫色）為背景，把一枝獨秀的馬蹄蘭襯托得份外典雅，給盒中的餅食披上一層低調但矜貴的外衣。馬蹄蘭是南非的特色花卉，在 80 年代的香港十分罕見，陳幼堅以其獨特的品質，象徵品牌高貴時尚的形象。自聖安娜在跑馬地開設首家餅店，並推出鋪天蓋地的報章和電視廣告後，迅速備受注目，馬蹄蘭餅盒亦被不少同業模仿，並打開八、九十年代高檔西餅店的市場。

「我選 Alan 設計的聖安娜餅盒，因為我對這套包裝設計印象非常深刻，兩支馬蹄蘭、一條大斜線，感覺有別於其他的西餅盒。直到現在，仍沒有另一個香港西餅盒設計能超越它。」

——又一山人



# 香港商標設計

標誌有助鞏固企業及品牌的形象與地位，它們隨處可見，已經成為香港人生活中不可或缺的一部分。標誌的設計，反映企業跟顧客的關係。本展覽展示了一些深入民心的優秀標誌設計。

1963 年開業的希爾頓酒店，標誌由石漢瑞設計。酒店外牆的大型標誌，彷彿在提醒剛到中環的遊客：這裡就是香港的市中心，而這座國際時尚的酒店，已經準備好接待為了商務或者觀光而來的客人。標誌的雙 H 設計，亦成為酒店的典型視覺象徵。

香港節於 1969 年、1971 年和 1973 年舉辦，其標誌由政府新聞處藝術總監 Arthur Hacker 設計，是一個白色球體上印有旋動的紅色條紋，形象鮮明，富於節日色彩。對成長於那個年代的香港人來說，這個球體標誌令人聯想到當年的至愛：紅白間條塑膠球，俗稱「西瓜波」，並喚起一份熟悉的童趣。設計師從生活汲取養分，為抽象的標誌注入時代活力，更易取得大眾的共鳴。

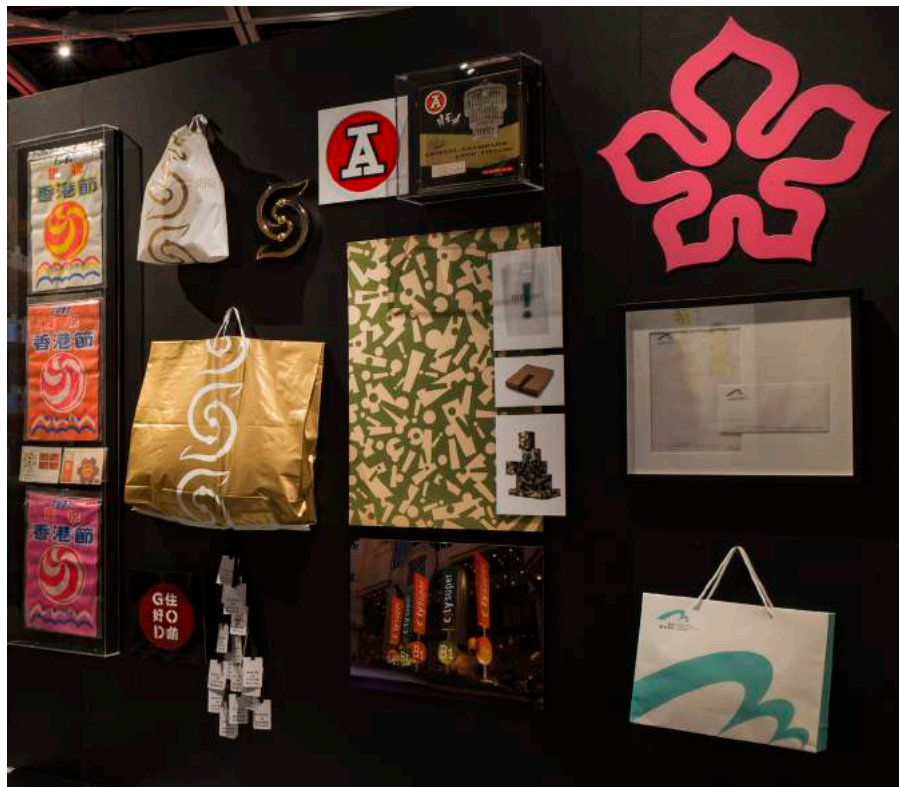
作為香港首個管理市政和公園的政府機構，市政局以市花洋紫荊作為標誌。設計師靳埭強選用為人熟悉的洋紫荊，令人感到親切及沒有距離感。

靳埭強於 1980 年設計的中國銀行標誌，取材自一枚中國圓形方孔的古錢造型，巧妙地結合「中」字，簡約及具時代感，為融貫東西方理念的經典設計。

City'super 於 1996 年成立的，委託陳幼堅設計標誌，其特別之處在於標誌中簡潔地置入了一個感嘆號：追求選擇和質素的顧客，正在驚嘆於不一樣的購物體驗。

位於大嶼山的香港國際機場於 1998 年啟用，機場大樓由 Norman Foster 設計，輪廓獨特，易於辨認。陳幼堅亦以其建築外形創作，勾劃出機場標誌性的樓頂作為標誌設計。圖案的流暢線條，又令人聯想起飛機升降的飛行軌跡。

「眾裡尋它的十一個 logo 當中，各式各式。我最愛電話公司的橙色圓 logo。圈中的 T 字母代表 Telephone，也令人聯想起通訊電線的桿在太陽前面，和電話的響鈴，具多重意義。」——又一山人



# 靳埭强

# 文化海報設計

靳埭強是一位藝術家、設計師、書法家和教育家；最為人稱道的是，他將中國美學運用於當代設計，顯得游刃有餘而活力充沛。這一套納入了中式意象和水墨畫筆觸的海報，無疑是當代及中國風並存的作品。海報上的字體，亦令人聯想起水墨畫中的題字。然而，海報的現代感和素淨感，反映了靳埭強要在 21 世紀中發揚中國傳統的志向。他的水墨畫筆觸，灰階和漸變色的處理一絲不苟，已成為他一套流利的設計語言。靳埭強又將水墨與攝影、字體和圖像結合，通過嫺熟和大膽的視覺藝術探索，把東西文化碰擊的潛力完全釋放出來。這一系列跨年代的創作影響大部份新一代設計師，並賦予華人設計的方向和靈感。

「前輩靳埭強是香港第一代華人設計師，他堅持將中國或東方傳統美學當代化，以現代設計融合東西方文化，為香港設計開闢一條新路向，亦影響新一代設計師對東方設計的詮釋與定位。」

## ——又一山人





# 劉智聰

## 舊課本展示館

課本可以是一面鏡子，映照出我們過去的學習歲月，我們如何受教育、如何長大成人。重新閱讀、再次學習舊課本的文字和插圖，會引發一些關於社會化、教育和書籍設計的有趣問題。劉智聰是一位攝影師、美術指導和多媒體藝術家，他收集了一批幼稚園和小學的舊課本及相關物件，現在仍在積極收集。除了展出舊課本收藏，他亦會舉行工作坊。



# 攝影

● 陳幼堅之選  
● 又一山人之選

- ● 《號外》雜誌封面
- ● 何藩 / 邱良 / 黃貴權 早期香港攝影大師
- ● 蘇嘉進 景觀攝影
- ● 影樓人像攝影
- ● 王家衛 / 張叔平 / 杜可風 / 夏永康 (團隊) 電影美學
- ● 余偉建 新聞紀實攝影
- ● 《300 家》攝影作品
- ● 李家昇《圖本俳句》系列
- ● Michael Wolf 城市景觀攝影
- ● 黃永熹 / 毛澤西 / 鄭智聰 唱片封面攝影
- ● 邱良 / 李家昇 / 劉文邦 香港攝影文化推廣



你知道，香港曾被喻為「沙龍王國」嗎？

香港的攝影歷史起源甚早。1839 年法國政府率先宣佈攝影術的發明，幾年之後的 1845 年，香港就有了首家人像攝影室。

同時，香港攝影史與殖民地歷史可以說密不可分，英國佔領香港當日，就是香港攝影史的起點。殖民地政府引入了大批英美僑民，隨之而來是西方的先進技術，由於外籍人士聚居的緣故，很快就吸引了商業人像攝影師來到此地招攬生意，並在卑利街設立了首家照相館。

早期在香港的攝影師都是外籍人士，1860 年前後就有華人攝影師的踪影，最著名的有黎阿芳開設的「華芳」照相館，其風景及人像照片均受中外稱譽。直到上世紀二十年代末三十年代初，西方的先進技術引入香港，藝術攝影也漸漸活躍起來：除了有攝影團體成立，更有年度攝影比賽。到了五十年代，香港的攝影家人數愈來愈多，而且在國際攝影展獲無數，令這彈丸之地成為「沙龍王國」。

這個位處中國東南沿岸的小漁村，重此得以接觸西方攝影——以及當時尖新的影像技術。初時，外國攝影師主導了香港攝影界，

1937 年香港攝影學會的成立，為本地的中產攝影愛好者提供了發表作品的平台，攝影亦由高檔消遣推廣至普羅大眾。五六十年代，香港本地攝影人才輩出，寫實與畫意共融的攝影代表有何藩、黃貴權等；紀實攝影師邱良和新聞攝影師陳橋，自發記錄了 60 年代香港各階層的生活百態；1989 年加入《美聯社》的余偉建，以攝影揭露了香港繁華背後少數族裔和在職貧窮階層的生活困境。《號外》時尚而型格的雜誌封面，為讀者帶來思潮衝擊。一代又一代的攝影師相繼接棒，為香港這個急速變遷的城市，留下歷史性的定格。

跟平面設計一樣，攝影也是從本土日常生活起步的。年輕攝影師蘇嘉進，以攝影展現香港鮮為一知卻極其迷人的一面。陳幼堅說：「他上山下海去拍攝我們香港的自然地貌，很值得敬佩。」

七十至八十年代，香港經濟起飛令商業攝影市場蓬勃發展，為了讓「香港製造」的產品能打入海外市場，專業的產品攝影、娛樂事業、廣告和印刷業均培育了有才華和具創意的攝影師，整個行業迸發生命力。設計、藝術與攝影環環緊扣，為香港創意工業奠定了穩固的基礎。除此之外，攝影界亦透過出版和活動，積極推動攝影文化和本地攝影師，從八十年代邱良的《攝影藝術》雜誌、到九十年代李家昇發起前衛攝影刊物《女那禾多》，以至近年 Asia One Books 出版的香港攝影師系列作品集，都是民間推動文化保存與研究的例子。

九十年代的唱片封面與廣告，掀起一股都市美學的潮流；王家衛、張叔平、杜可風和夏永康共同打造的電影美學直至如今仍魅力懾人；影樓作為攝影與社會的接合點，見證了大眾對攝影的演變和需求，香港國際攝影節策劃的《300 家》展覽，沈嘉豪與黃啟裕更加跳出了攝影師個人的視角，以策展形式演示香港家庭日益複雜的人文關係。年輕攝影師蘇嘉進，以攝影展現香港鮮為一知卻極其迷人的一面；德籍攝影師 Michael Wolf 則捕捉了香港獨特的高密度建築，各人均在唯美傳統以外，對城市景觀賦予不同的視角與思維。

如今，在自主的年代，科技讓每個人都可以隨手抓拍，按下快門、數碼修圖時，我們有沒有好好思考過正在拍攝什麼、記錄什麼？在「好香港 好香港」展覽中挑選的攝影作品，都在我們過往生活中留下足跡，卻無論黑白或色彩背後，定格的只是影像，創意卻跳出了框框，在當代虛擬的世界，值得我們深思與重新聚焦。

# 見證不斷變化的城市

# 《號外》

## 雜誌封面

四十多年來，始創於 1976 年的《號外》雜誌一直是香港中產文化界的中流砥柱，至今仍常被引用為 80 年代香港戰後中產階級冒起的象徵符號。其深度的訪問及獨到的文學與電影評論，帶領着香港的生活時尚與文化思潮。雜誌封面更是不遑多讓，曾經由攝影大師如梁家泰、鄧鉅榮、形象設計師劉天蘭及知名美術指導張叔平等人集體創作成為一代經典。能榮登封面的幾乎都是影視巨星，亦偶有新晉藝人和另類達人。林青霞、張國榮及關之琳的封面，至今仍令人難忘。雜誌封面的風格，較早期雜誌界其他對手，來得大膽前衛，創造出一種獨特的時裝潮流和生活美學。該雜誌八、九十年代的封面，可稱得上是香港文化黃金時期的象徵。

「我跟很多設計師都很期待每期的《號外》封面，有時看到某一期封面特別有型，更會咬牙切齒，恨不得自己有份參與呢。」—— 陳幼堅





The image shows a museum or gallery exhibition. On the left, a wall is covered with a grid of 'City Extra' magazine covers from the 1980s and 1990s. In the center, two large digital screens display magazine covers: the left one features a man in a red jacket and glasses, and the right one features a silhouette of a man. To the right, a vertical white pillar is labeled '攝影 PHOTOGRAPHY' and '何藩 Fan Ho'. Further right, a wall is dedicated to Fan Ho's photography, with several framed black and white photos and a large vertical text '何藩 Fan Ho'. The floor is covered with a patterned rug, and the ceiling has track lighting.

「八、九十年代的《號外》是年青創意及文化人必看的雜誌。內容以外，封面的美學及攝影，每每給人驚喜。我和很多設計師一樣，每逢月初便會到報紙檔看最新一期的《號外》封面，看哪個明星或名人被《號外》重新賦予新的形象。」——又一山人



# 何藩/邱良/黃貴權

## 早期香港攝影大師



何藩在國際和亞洲攝影界享負盛名，尤以五、六十年代香港城市人像與地景攝影著名。十八歲從上海移居香港後開始穿梭大街小巷，捕捉社會人文景象。儘管當時城市混亂不堪，何藩總能從亂景中抽取決定性的一刻，創造出一幅幅極具詩意的影像，是當年香港畫意攝影的佼佼者。何氏眼光獨到，加上出色的黑房技術，令他的作品在國際沙龍、展覽和比賽中獲到評審青睞。

「西環的馬路、晨早初現的稀薄陽光，在何藩的照片中，我尋回兒時與父親一起到西環果欄買水果的情景。」—— 陳幼堅

另一方面，已故攝影師邱良自六十年代開始，拍攝香港各階層生活實況。他的街頭攝影，直感地紀錄了急促發展中的香港，鏡頭尤其偏向勞動階層，有時營營役役，有時忙裡偷閒。在熙來攘往的街頭，邱良捕捉一、兩個平和靜默的瞬間，構圖直接而不造作。何、邱二人通過攝影為「老香港」留下了不少美好的影像。

一開始攝影只是黃貴權調劑工作的興趣，卻改變了黃氏的從醫生涯。黃貴權活躍於六、七十年代，他遊走於城隅，從屋邨、街角、田野捕捉香港日常生活的畫面。他的作品充滿唯美主義色彩，構圖奪目、畫意盎然，為他贏得本地及國際攝影界多個殊榮。



# 蘇嘉進

## 景觀攝影

蘇嘉進既是攝影師，也是旅行家，周遊列國捕捉各地迷人的景致。他的景觀攝影及星軌攝影精彩奪目，縮時攝影的技巧更為他贏得不少網上的追隨者。他最為人熟悉的作品是 4K 高解析的縮時短片《Seen By My Eyes》。每個鏡頭由過千張相片組成，幾小時被縮短成幾秒，放大了星空與雲層本來難以覺察的微小變化。雲朵滑過山嶺，晨星淡出之際，海上旭日初升，蘇嘉進展現出繁華香港不為人知的自然風貌。

「兩三年前在一次偶然的機會下遇見 Francis So，才知道他是那麼年輕，後來更發現他是一個『影痴』！我很佩服他上山下海，涉獵了香港人從沒有見過的香港景觀及角度。」

——又一山人



# 影樓人像攝影

「我記得每次拍學生相之前，母親總會給我剪一個很醜的髮型，拍完還要貼在校簿上，所以我對影樓攝影沒什麼好感 ...



不過，相框的確是非常好看，壓凸、盪金印刷，那種工藝猶如英國皇室的信紙一樣漂亮。」

—— 陳幼堅

戰後的香港，攝影逐漸普及，但相機仍然是奢侈品。很多家庭若想留影，都會特意到夏蓮、尖尖、可人、美姿華、大華、長虹照相館等專業影樓。拍照猶如每年的親子活動，動輒用上幾小時，有時甚至大半天。照片成為一種紀念，讓家長永久留下子女的童真。然而隨着技術進步，人人口袋中都有一部相機，影樓也隨之式微，取而代之的是高效率的婚紗攝影。大眾對商業影樓的需求，由家庭照轉為婚紗照。芝柏、現代經典等婚紗影樓，為求塑造新人最完美的婚照，提供多款背景，以配合不同造型，更大膽引入時裝廣告式、創新自然的形象化妝和拍攝手法，徹底改變影樓攝影的面貌。影樓作為攝影與社會的接合點，見證了大眾對攝影的不斷演變和需求。



# 王家衛/張叔平/杜可風/夏永康 (團隊)

## 電影美學



王家衛、張叔平、杜可風和夏永康四人，每一位都是在自身行業獨當一面的大人物。四人合力打造多套享譽國際的經典類型電影作品，包括《春光乍洩》、《花樣年華》及《2046》。國際電影大師王家衛富個人風格的敘事手法，讓其執導的電影在國際間屢獲殊榮；張叔平是美術和服裝設計魔術師，不少電影和演唱會都出自他手筆；杜可風的用鏡在行內以至世界電影舞台都別樹一格；而夏永康由九十年代開始，就為《i-D》和《Vogue Italia》等國際知名時尚雜誌拍攝；四人合作無間，王家衛執導、張叔平當美指、杜可風掌鏡、夏永康拍劇照及平面設計，各展所長，炮製出一幕又一幕電影經典橋段。《花樣年華》中梁朝偉與張曼玉在梯間曖昧對望的一幕，如今已烙印在觀眾的腦海之中。

「選擇四人一同入選，是因為電影的世界，導演指揮演員，在美指設計的場景中演出，以燈光營造氣氛，並通過攝影說故事，是一個很特別的組合，共同構成一種電影美學。」—— 陳幼堅

# 余偉建

## 新聞紀實攝影

美聯社資深新聞攝影師余偉建在其三十年攝影生涯中，紀錄了不少亞太區歷史大事。1989 年加入美聯社，余偉建曾拍攝無數香港專題，包括香港「麥難民」及劏房住戶等圖片故事，深刻揭露活在社會邊緣的族群，展示香港繁華背後的不平等與不公義，讓世界各地讀者更深入了解香港的人文狀況。他又曾花上六年時間記錄香港近年填海的步伐加快、整個海岸時刻在變化的紀實攝影「消失中的海岸線」。

「在眾多紀實攝影師中，我不得不提余建偉。從他入行以來，無論是工作需要面對一些社會個案，或是自發性主動參與的攝影創作，他對攝影滿腔熱情及投入依然無減。」——又一山人





# 《300家》攝影展



在《300家》攝影展覽中，策展人沈嘉豪與黃啟裕嘗試為「家」下一個定義。展覽為2013年度香港國際攝影節焦點項目，邀請了12組當代攝影師及藝術家以自己的方式詮釋主題。所拍攝的300個家庭中，有再婚家庭、同性婚姻、跨種族婚姻、流浪漢、武館中的師徒、寄養家庭以至獨居老人，揭示現代家庭多元化的人文關係，挑戰傳統對家庭的單一理解，拼砌出一幅全方位的香港家庭寫照。

參與攝影師包括：急急子 + 沈嘉豪、陳巧真、李錦棠、梁家泰、練錦順、黎頌霖 + 鄭秋瑜、麥兆豐、鄭瑋玲、謝至德、謝明莊、又一山人、余偉建。

# 李家昇

## 《圖本俳句》系列



影像媒體創作人李家昇除了營辦當代攝影雜誌《女那禾多》，本身也是一位多產的商業及藝術攝影師。其影像並非只作紀錄，更蘊含藝術家對媒介的思考。他拍照也寫詩，作品經常集兩種媒體於一身，猶如「圖本俳句」，文字具體準確，影像抽象自由。李家昇的混合媒介藝術，串連文字、插畫與攝影，進而探索兩者曖昧互動間的意義浮動。他又在作品中實驗意象的重疊及非定點透視，可說是本地當代攝影的始祖之一。1989年，他獲香港藝術家聯盟頒發藝術家年獎，而1999年獲香港藝術發展局之視藝發展獎學金。

「我沒有看過其他攝影師如此天馬行空地展現影像、插畫與文字。年輕時接觸李家昇的作品，十分喜歡閱讀他層次豐富的視覺影像，將生活、藝術、歷史結合在一起，是非常獨特和具突破性的視覺創作。」——又一山人



# Michael Wolf

## 城市景觀攝影

德籍攝影師 Michael Wolf 擅長從生活細節中抽取一個城市的特質。在《Hong Kong Corner Houses》系列中，他承繼了德國杜塞爾夫學派先驅 Becher 夫婦的風格，完整地拍攝在香港舊區各處的「角樓」建築。他的作品既是攝影藝術，也可以視為對這種五、六十年代建築的城市研究。在《Architecture of Density》中，他進一步呈現他對香港的剖析，以長鏡頭拍攝密密麻麻的高樓，將其轉化成一種近乎抽象的構圖，層層疊疊的平民蝸居、街頭巷尾的景色（他甚至拍過神主牌系列），這些香港人熟悉的畫面，他用超現實的手法拍攝出令人窒息的壓迫感，引來很大的迴響。Wolf 的作品在全球多個城市展出，將香港的面貌展現於全球觀眾眼前。



# 黃永熹/毛澤西/鄭智聰

## 唱片封面攝影



黃永熹是行內備受矚目的攝影師，善於運用富戲劇張力的燈光。從八十年代的葉德嫻、林子祥到九十年代的黃耀明，歌手的真性情通過他的鏡頭生動呈現。他曾拍攝多個唱片封面及演唱會海報，楊千嬅、陳奕迅等一線歌手都是他經常合作的對象。

毛澤西是另一位香港著名的時尚及廣告攝影師，曾為梅艷芳、林憶蓮及關淑儀等多位歌手拍攝專輯封面。他與許願為林憶蓮拍攝的一系列封面，在九十年代成為獨步一時的都市美學。他不單從事拍攝，也參與整體唱片概念的創作。在《逃離鋼筋森林》大碟中，毛澤西將林憶蓮在馬尼拉拍攝的肖像，配上他自行拍攝的歐洲景致，勾劃出林憶蓮突出的現代都市女性形象，令林憶蓮的唱片，從形象到音樂路線，更加立體及富魅力。

已故近代時尚攝影師鄭智聰，行內幾乎無人不知。一系列超特寫影視明星人像是他的成名作。2003年，鄭智聰開設個人影樓，為多位明星擔任攝影工作，如唱片封套等，曾與周迅、陳奕迅、陳冠希、舒淇及章子怡等藝人合作，其造型照作品更散見於多本本地及海外時裝雜誌。從鄭氏的作品中，可以感受到其大膽風格及對攝影無止境的熱誠。無論是拍攝唱片封面或商業攝影作品，皆極富個人魅力。

「在商業攝影的層面上，我選了不同年代攝影師拍攝的唱片封套，包括早期曾合作的黃永熹、毛澤西、及已故的 JC。在唱片業很蓬勃的年代，三位攝影師與很多出色的歌手及平面設計師合作，共同創作無數令人難忘的唱片封套。」——又一山人



# 邱良/李家昇/劉文邦

## 香港攝影文化推廣

攝影起初在殖民時期的香港是一種屬於精英的嗜好，大眾對攝影幾乎完全沒有興趣。多得邱良及李家昇等早期的攝影家發行攝影雜誌，推廣香港攝影師的作品，好讓更多觀眾認識攝影。邱良在 1980 年之後擔任《攝影藝術》月刊（後改名《攝影畫報》）的總編輯。

《攝影藝術》在四十年間，以深入分析及攝影師訪問，印證中港攝影的蛻變。1985 年開始，李家昇的專欄便進駐《攝影畫報》，以副刊的形式出現。李家昇九十年代營辦的雜誌《女那禾多》則主力報導當代概念攝影。雜誌又設投稿制度，不定期刊登新晉攝影師的作品。李家昇更創辦當時香港首間及唯一的攝影畫廊 OP Gallery，而 OP Print Program (1994-99) 及旗下的 OP Editions 策展計劃，透過 8x10 的照片，在香港引入照片收藏的學術知識及概念。

到了千禧年代，劉文邦於 2007 年創立 Asia One Books，策劃及出版包括香港攝影師系列等多本攝影集，又於 2009 年開設攝影書專門店 AO:The Photo Book Center。2012 年 AO Vertical 藝術空間成立，將世界攝影師的作品帶來香港。



# 時裝

● 陳幼堅之選  
● 又一山人之選

- ● 長衫當代設計
- ● David Sheekwan
- ● Esprit 興發街分店 (1983 — 1990 年代初)
- ● 馬郭志清 時裝王國
- ● Ragence Lam
- ● Kim Robinson / 李振華 / 馬桂燦 / 羅少奇  
髮型設計
- ● 七十年代後香港「超模」
- Dinshaw Balsara / 林偉 / Kevin Orpin 時裝攝影
- 「源」《Dao》系列
- 黎堅惠 八十至千禧年代時裝文化推廣



# 由山寨走向國際

戰後香港湧現各式創意工業，時裝和電影行業最先起步，在國際打響名堂。

三十年代，香港的製衣業多屬家庭式山寨經營，唐樓的騎樓已是一個小型製衣廠。上世紀五十年代，大量內地移民湧入，為香港紡織和製衣業提供大量資金、技術和勞動力。當時殖民地政府已經視製衣業為重要的經濟驅動力，服裝出口為香港賺取可觀的外匯。

後來多國向香港實行貿易保護主義，限制成衣配額，香港廠商不得不往價值鏈上游發展。六十年代末期，香港貿易發展局開始向海外推廣香港的成衣出品，本地時裝業開始重視原創設計，生產各種人造纖維如尼龍、混紡等新物料，並展開結合設計與生產的一條龍發展方向。「先敬羅衣後敬人」是社會新價值，唐裝衫褲被西服逐漸取代，永安、先施等大百貨公司湧現，工展會有不少如鱷魚恤、金利來等製衣廠商參與，1966年貿易發展局成立，作為本港打入國際市場的推手。

經濟和社會條件造就，也要有高瞻遠矚的先驅者去冒險拓荒。七十年代，唐書琨和林國輝兩位業界先鋒，對一代香港時裝設計師影響深遠。前者引進巴黎和紐約累積的經驗，更積極提攜後進，培養出後來獨當一面的知名設計師馬偉

明和張叔平。林國輝是首批在時裝世界冒出頭來的香港設計師，他對不同物料與中國概念進行大膽的實驗，在行業一再取得重大的突破。

香港是東西文化匯聚的地方，上海灘 (Shanghai Tang)、源 (Blanc de Chine) 等品牌，成功把長衫和其他中國元素服飾現代化，把東方獨特的內涵活現於潮流文化當中。本地潮流先驅馬郭志清 (Joyce Ma) 獨力把不少歐洲和日本新銳時裝品牌引進香港，以教母姿態教導一代中產學懂穿着品味。她的 Joyce Boutique 猶如時裝殿堂，並注入新的生活潮流。此外，八、九十年代年輕時尚「潮人」的聖殿，還有銅鑼灣興發街 Esprit。

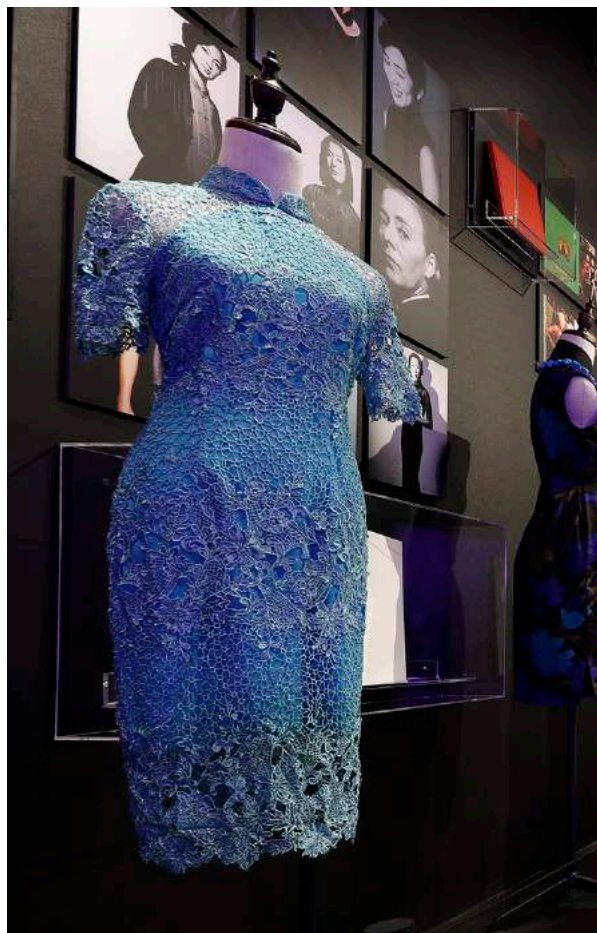
時裝界的魅力往往能透過一班「代言人」和幕後英雄充分演繹，環環相扣。這些時尚達人有模特兒、歌手、演員、設計師、裁縫、髮型師、美術指導、攝影師、化妝師和他們的助手們等等，都是時尚魅力的製造者。

為「好香港 好香港」甄選作品和人物時，我們特別希望藉作品刻畫重要時間線，重新展現時裝令包括我們在內的香港人感到興奮和著迷。不論是在鎂光燈下展露風華，還是在幕後匠心設計，充滿熱誠的時裝界人士不斷注入新力量，讓這圈子更添色彩、璀璨奪目。

# 長衫當代設計

長衫（或稱旗袍）是民國時期各階層女性的流行服裝。90 年代以後，穿著長衫的風氣已不復往年。長衫雖然不是完全被遺忘，不過只限於在一兩個特別的場合才穿著。通過「上海灘」營造的懷舊風潮，鄧永鏘爵士成功復興了長衫和中國服，向那一段上海黃金歲月致敬。在 90 年代創立的「源」(Blanc de Chine)，由最初的設計工作室發展成零售品牌，把傳統中國服飾轉化成高級時裝。

設計師鑽研當年舊上海長衫的圖案和款式，設計出重現經典風華長衫晚裝；成衣系列方面，則加入新穎的元素，把古老長衫變成時尚裝束。美術指導張叔平的電影美學和觸覺，當中懷舊與長衫是重要的組成部分。在 2015 年由專業女性組成的長衫薈，透過舉辦工作坊、講座、田野考察和社交活動，推廣穿著長衫的傳統，對長衫的復興作出貢獻。



「長衫給予華人獨特的 Look，希望可以把長衫文化保存下去。以張叔平為例，他把長衫的美學觀念透徹地演繹在王家衛的電影世界，將長衫帶進另一個創作境界。」

——又一山人





# David Sheekwan



長成衣加工業對七十年代的香港尤為重要。相比製造業，當年設計對香港大眾來說還未受廣泛認識。唐書琨在時尚之都巴黎和紐約的時裝界和家居品味領域都累積了經驗，回港發展並在香港和紐約開設他個人品牌的時裝店 David Sheekwan。他的設計崇尚簡約，但在細節和用料上卻花了不少心思。

他的品牌提供男裝和女裝羊毛毛衣，質地厚密，手感柔軟，而唐書琨也曾為潘迪華投資、本地首個中文音樂劇《白孃孃》擔任服裝設計。他的品牌在中環畢打街的專門店為顧客提供一個一絲不苟的購物經驗，當年不少時裝愛好者都以能夠擁有他設計的衣服而感到自豪。唐書琨多年前對香港時裝設計發展的眼光十分準確，香港時裝業享受和國際接軌的天時，靠近生產線的地利，以及擁有創意人才的人和，發展迅速。近年已退休的他大隱隱於廣東中山的畫室閉門創作，成功樹立了唐式水墨畫風。

「David Sheekwan 品牌通過高格調的時裝及畢打行的專門店，展現高層次的簡約美學。記得當時我雖然不穿羊毛冷衫，但我都以擁有它的衣服為榮。」—— 陳幼堅

# Esprit 興發街分店

(1983-1990 年代初)

位於銅鑼灣興發街的時裝品牌 Esprit 的分店是年輕「潮人」朝聖的地方。Esprit 在九十年代有幾紅？從軟硬天師有句歌詞「永遠懷念興發街嗰間 Esprit」可見一斑。Esprit 由 Doug Tompkins 夫婦創立，八十年代時由邢李煥帶到香港。著名的興發街分店除了添購衣著服飾之外，還會以店內的視覺佈置作為潮流生活的參考指標。Esprit 每數天就由引入新穎貨品，為每次購物帶來新的衝擊。分店由日本設計師倉俣史朗設計。倉俣不僅擅於運用工業物料於設計當中，亦以異想天開的造型與色彩聞名。《號外》雜誌設計一系列封面的創意團隊 Illustration Workshop 其中一位主要成員 Philip Kwok，當年是 Esprit 的美術和形象指導。

「銅鑼灣興發街的 Esprit 是當年轟動香港的概念店，Shiro Kuramata 的前衛設計絕對是引領當代時裝、家居、生活時尚潮流的指標。」—— 陳幼堅





# 馬郭志清

## 時裝王國



馬郭志清 (Joyce Ma) 本身就是一個名牌。這位時尚界的先驅影響了、甚或教導了一代香港人如何穿著得優雅而富於玩味。她也是香港交易所上市的時裝集團 Joyce Boutique 的創辦人及前行政總裁，亦是香港望族郭沛勳家族的第四代後人。1970 年，她在中環東方文華酒店裡開第一間 JOYCE Boutique，陸續買入 Giorgio Armani、Donna Karan、Dolce & Gabbana、Jil Sander、Romeo Gigli、Sonia Rykiel、Yohji Yamamoto 等 200 多個世界時裝名牌的代理權。她的時裝殿堂，除了帶領時裝潮流之外，她本尊更洞察先機，與胞妹郭志怡合作，成功地把生活時尚發展成為商機。例如 Joyce Cafe 開創了時尚餐飲潮流，Joyce Flowers 則為香港引入法式花店。Joyce 清集高雅品味、商業機敏和潮流前瞻於一身，時至今日，我們仍感受到她的影響力。

「差不多每位在八、九十年代追求時尚品味的人都會定期去 Joyce Boutique『朝聖』，以 Joyce Ma 精選的服裝飾物配搭作為指標。」——又一山人





「七零年我在太子行廣告公司打工，對衣着非常講究，當時月薪不足一千元，所以每次都等至最後減價才買入，這間店就是 Joyce Ma 在中環永安百貨內的 Diamond 7 Boutique，我買了第一件時尚大樓，其後發展成為 Joyce Boutique。Joyce Ma 這個傳奇人物將時尚美學、生活哲學進入香港，為獨一無二又具影響力的人物，絕對是『Very Very Hong Kong』。」

—— 陳幼堅



# Ragence Lam

在英國皇家藝術學院修讀設計的林國輝，善用非一般的物料，並從傳統藝術形式中找尋靈感。他是香港的先鋒時裝設計師，而且是跨文化和通過時裝，為東西文化融合賦予實質內容和意義的先驅。累積了大膽、前衛的創新經驗，他發展出一種多姿多采、微妙、不易過時的風格。他探索如何以時裝演繹中國傳統文化。有別於那些東方主義和中式裝飾風格的設計，林國輝把中華文化的精髓轉化成時尚的形象。在崇尚文化融合在香港，林氏的服裝設計無疑豐富了人們的日常生活，令時裝變得更堪玩味。



「八十年代時已經覺得 Ragence Lam 的設計很前衛，打破傳統和商業的框框，是創作人應有的態度。今天回顧他的創作，依然震撼，足見他的作品名不虛傳。」—— 陳幼堅



# Kim Robinson/李振華/馬桂燦/羅少奇

## 髮型設計

髮型設計是改變儀容的重要一環，也是一門高深藝術。由當年單純為上海太太而設的高檔服務，香港髮型行業至今已轉化成本港經濟的重要一環，支援著時裝、設計、演藝及電影等行業，而它本身也是一個發展成熟的獨立產業。四位殿堂級髮師—Kim Robinson、李振華、馬桂燦和羅少奇，改變了香港的髮型設計的前途。

Kim Robinson 在澳州出生和長大，先後在 Vidal Sassoon 和 Alexandre de Paris 兩所髮型學院中，接受他形容為「老式學校」的培訓。Kim Robinson 不會盲目跟風，非常注重和客人溝通，以便了解他們的個性，盡量展現每位客人的獨特氣質。他得到明星級客人的信賴，已故英國皇妃戴安娜公主、兩岸三地無數影視紅星如林青霞、蕭芳芳、鞏俐、張曼玉和林憶蓮等都是他的顧客。Kim Robinson 的髮型設計特別是他的招牌「乾剪」和染髮技術，自 80 年代起對香港同業影響深遠，他亦於 1999 年參與創辦 Salon Esprit，並在香港和新加坡開設個人髮廊和學校。

李振華和馬桂燦是香港土生土長的星級髮型師，他們設計的髮型大膽而創新，令一般香港人體會到髮型設計的無限潛力和可能性。二人均為香港的娛樂事業作出持久貢獻，並積極訓練新一代本地髮型師，帶領香港髮型設計業維持在高水平前行。

羅少奇入讀 Vidal Sassoon 髮型學院之前，是一名海員。他後來在同一所學院任教，並成為了三藩市 Vidal Sassoon 首位華裔技術總監。他在香港、北京和美國開設了自己的連鎖髮廊，訓練了不少髮型師。近年，羅少奇積極在大中華及亞洲地區推廣髮型設計專業，並致力培育新一代人才。熱愛爵士、靈歌和放克樂的羅少奇，也是一位著名業餘唱片騎師。





# 七十年代後香港「超模」

對時裝界來說，模特兒必不可少。香港的開放和雙語文化、鄰近不少亞洲大市場的地利，都使香港成為超級模特兒的聚居地，為本地時裝工業生色不少，其中以柴文意 (Paulona Chai)，古嘉露 (Carroll Gordon)，劉娟娟 (Ellen Liu)，馬詩慧 (Janet Ma)，文麗賢 (Judy Mann)，琦琦 (Qi Qi)，陳楓儀 (Tina Viola) 最受矚目。



# Dinshaw Balsara / 林偉 / Kevin Orpin

## 時裝攝影



「在我任職廣告公司的十年間，其中一位老闆是以攝影做創作的總監 Kevin Orpin。我們接過不少時裝項目，從他身上我學到鏡頭內的美學大有不同，一張照片可以蘊含千言萬語。」—— 陳幼堅

在 70 年代，香港經濟開始騰飛，傳媒生態朝氣蓬勃，加上對市場推廣的熱切需求，造就了一班技術高超的攝影師，其中不少為時裝工業立下重大功勞。Dinshaw Balsara 又名 Balsi，是一位敏銳、一絲不苟的攝影師。由 60 年代入行起到 80 年代，他一直是香港炙手可熱的商業攝影師，他的作品包括製作費高昂的廣告、富豪和名人肖像、時裝表演和酒店宣傳攝影等。

林偉是香港公認的首席華人商業和時裝攝影師，自七十年代起幫助不少產品打入世界市場。他亦以拍攝名人著稱，拍攝對象包括美國總統列根和米高積遜。他在香港和東京設有照片沖印公司，所沖印的巨幅照片在行內有口皆碑，講求質素。

澳洲籍攝影師 Kevin Orpin 是七十和八十年代舉足輕重的攝影師。他本身出任廣告公司的美術總監，在設計與美學上的造詣深厚，這從他的攝影作品中可見一斑。事實上，他將優秀攝影引進廣告業——為 Puma 主理的廣告等，為後繼的攝影師奠定了前所未有的視覺標準。



# 「源」

## 《Dao》系列

創立於 1986 年的「源」(Blanc de Chine) 設計靈感源自中國傳統服飾。它一向不賣廣告，只靠客戶的口碑去推廣它摩登與傳統合璧的時裝。Dao 有「生命之道」的含意，把傳統衣物如肚兜重新演繹，以一整幅名貴布料構成。平面的布料，穿在立體的女性胴體上，體現了服裝設計對於流麗與簡樸的永恆追求。

「『源』的《Dao》系列在一塊布近乎沒裁剪的情況下，透過傳統智慧及優雅的物料，演繹出當代東方女性的魅力，此設計方向很值得今天創作人借鏡。」

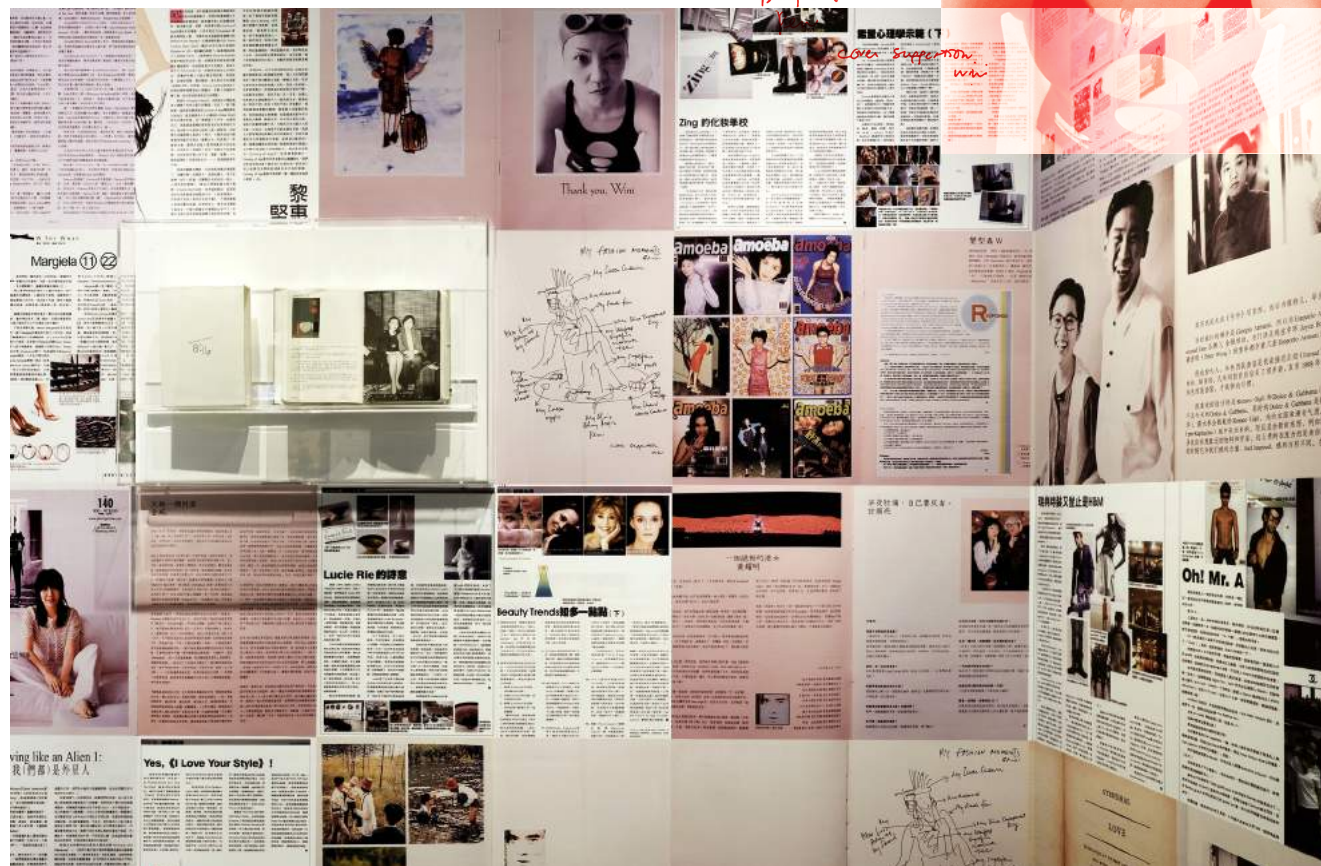
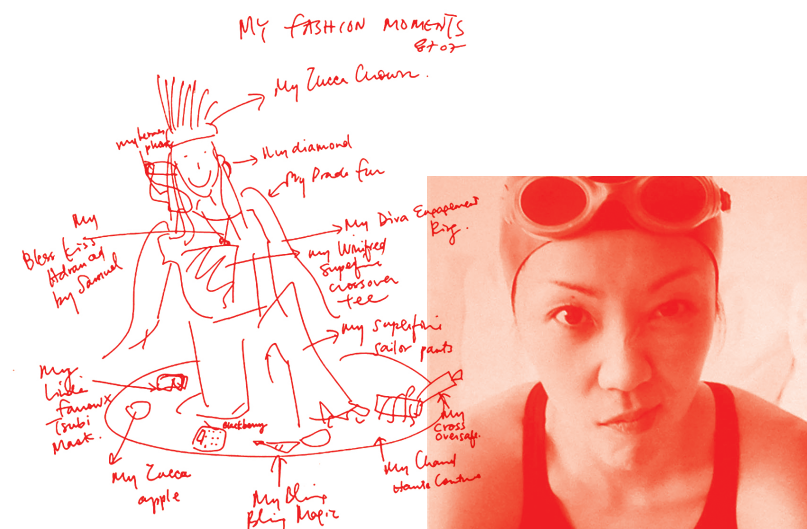
——又一山人



# 黎堅惠

## 八十至千禧年代時裝文化推廣

黎堅惠以敏銳的筆觸評論時裝、流行文化、音樂、風格和形象，是這些方面備受推崇的顧問。她相繼擔任《號外》的編輯和時裝雜誌《Amoeba》的總編輯，亦有「時尚教母」之稱。在自拍文化流行之前，她已經每天 selfie 自己穿著的服飾，持續多年不斷。透過工作和生活實踐，她把時裝提升至文化的層面。她亦任職電台唱片騎師和專欄作家，絕對是一位對時裝充滿熱情的跨媒體文化專家。





# 產品 | 玩具

- 陳瑞麟 產品設計
- 搪瓷家品
- 劉建文 《花園人》系列
- 霓虹光管招牌
- 八達通
- TWEMCO時鐘
- 六、七十年代銀行錢罌
- 雞蛋仔模具
- 電車
- 蔣震 西瓜波
- 周潤賞 卡式錄音帶儲存架
- 嘀嗒球
- 李華 紅白藍膠袋
- 紅A牌塑膠燈罩

# 創塑城市的見證

衍生自戰後香港工業蓬勃起飛的每件產品及玩具設計，實際上濃縮了一本本香港經濟發展史，留心研究會發現藏在物件中的香港精神。

大家普遍以為，各種創意產品都是出自受過專業訓練的設計師？其實香港早年看似平凡的經典設計，不少是來自敢於創新的工業家手筆，或啟發自民間智慧。簡單如一個紅白間條的塑膠玩具球，就是「注塑機大王」蔣震旗下研發的港產名物，因為成功開發了一次過注射兩種不同膠料的技術，他製造出討人喜愛的「西瓜波」。另一產自香港的卡式錄音帶儲存架，源自新興公司的老闆周潤賞，因為香港寸金呎土的實際考慮，當年他設計了有系統地把卡式錄音帶疊在一起，還可以旋轉的儲藏盒，結果產品風行全世界，佔據一代人的家居。

玩具設計或生活用品看似平凡，卻蘊含了香港工業家的智慧與先見。

塑膠品耐用而價廉，正好迎合戰後貧困社會的需要。上世紀六十年代，星光實業以「紅 A」品牌開始大量生產一系列輕便實用而大受歡迎的家庭用品，包括當年制水時期必需的六加侖膠水桶，一家大小拿著水桶到樓下等水車，成了當時市民生活日常；駱駝牌和金錢牌推出了一系列搪瓷暖壺，價格廉宜而保溫性能特高。內地移民湧入，為香港提供大量廉價勞動力，支撐起製衣、電子、塑膠、鐘錶等勞動密集型工業，曾經養活多少家庭，成為一代香港人的共同回憶。

曾經，「香港製造」是國際馳名的優質、高水準和信譽標誌。例如 TWEMCO 自動翻頁時鐘，象徵香港電子產品精湛和準繩的工業技術。紅白藍膠袋的原創人李華以軍人背囊為藍本，把日本發明的膠布縫製成攜帶重物的膠袋，令手提包受重又耐用，是又一山人最推崇的「香港名物」。

在荷李活電影宣揚下，香港被喻為「霓虹之都」。大街兩旁映照香港繁華的霓虹光管招牌，自五十年代起成為視覺語言，最早融入香港城市景觀。是次展覽標誌的一部分就是取材自霓虹光管的造型，組成「好香港好香港」的字型設計。

陳幼堅直言：「對外國人來說，香港最大特色必然是霓虹招牌。很多第一次來港的遊客也會特意漫遊彌敦道，欣賞滿街霓虹光芒中的超現實夜景，它象徵着香港歷史中永不磨滅的回憶。」

香港早期的產品設計大多環繞於生產和代工裝配，但 1997 年推出的電子儲值卡八達通，利用無線射頻識別系統技術，做到一觸付款，為繁忙的城市人帶來無限方便。這項由香港發揚光大的技術現已被全球多個城市採用，「以人為本」就是工業及產品設計的宗旨和重點，便捷、講效率、人性化，也就是香港製造的精神與生活文化的精髓。

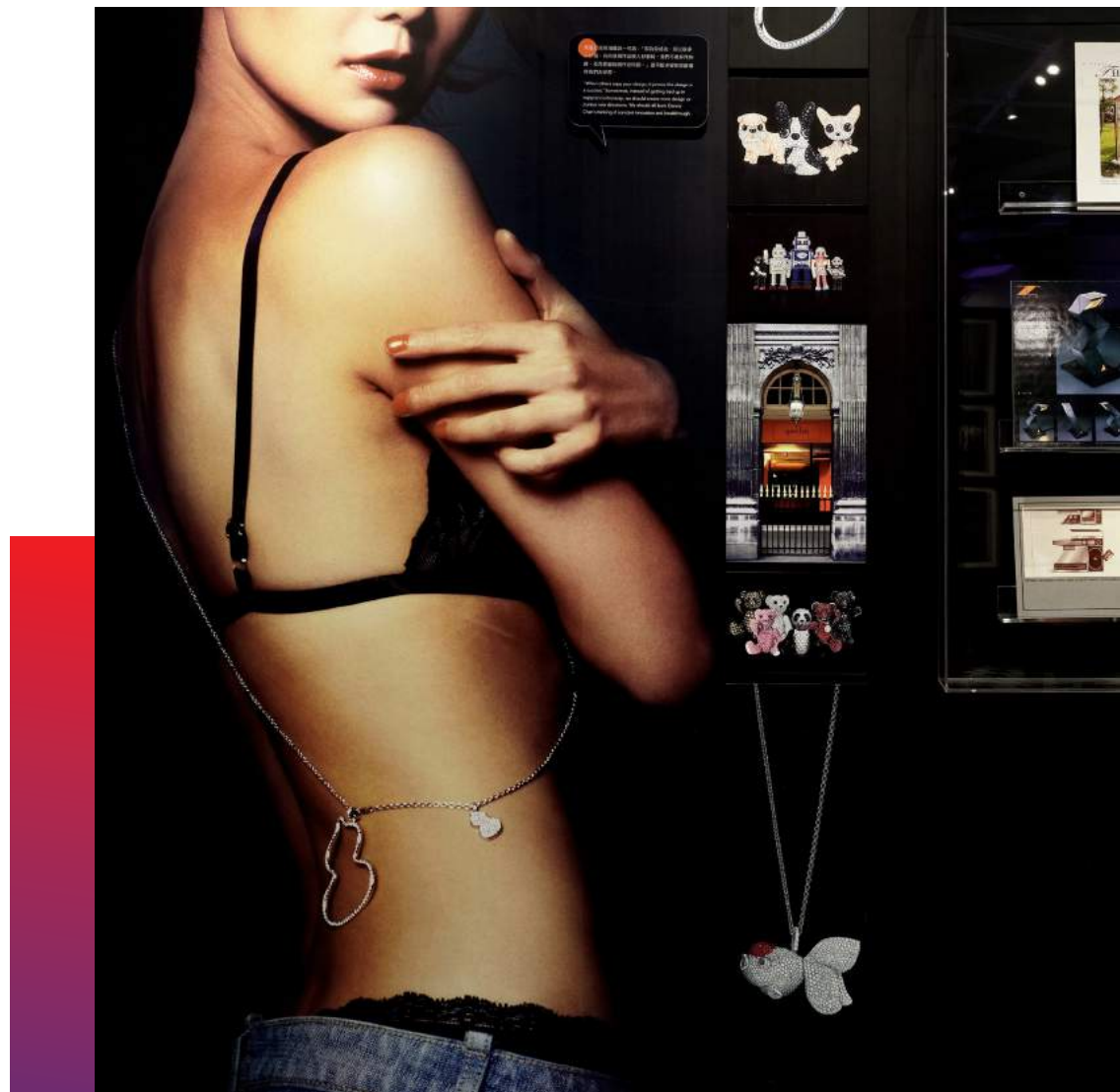


# 陳瑞麟

## 產品設計

本地設計師陳瑞麟在行內享負盛名，涉足產品及珠寶設計。他年輕時曾為著名產品設計師島峻建次工作，期間逐漸建立個人風格。陳氏首件個人設計作品 Z Lite 枱燈由幾何部件組成，可扭成不同造型，外觀百變時尚，推出時備受設計界推崇。陳其後於 1989 年創辦個人設計工作室 Longford，為飛利浦等家品品牌擔任設計顧問。1997 年香港回歸後，陳瑞麟前往絲綢之路進行了一次旅行。敦煌石窟中的壁畫、雕像等文化遺產，給他帶來了很大的震撼與靈感。除了自家時鐘品牌 Timestone，他又與同是產品設計師的妻子黃美瑜推出 Living Gear 一系列造型趣致的家品。

2004 年陳瑞麟在巴黎與法國企業家 Guillaume Brochard 創立自家高級珠寶品牌 Qeelin。他將對中國文化的熱情與法國精湛工藝和獨特品味結合，創作出一系列時尚又富意境的首飾。自張曼玉在康城影展上佩戴了他所設計的葫蘆首飾，品牌更一夜成名。2013 年，Qeelin 加入全球經營服裝及配飾等奢侈品國際上市公司開雲集團旗下。



「我最欣賞陳瑞麟說一句話：『因為你成功，所以很多人抄襲。有時發現作品被人抄襲時，我們不應多作糾纏，反而要繼續創作及向前。』這不斷求變的思維值得我們去學習。」——又一山人

# 搪瓷家品



在二十世紀中期塑膠製品大行其道之前，搪瓷是十分常見的工業和生活物料。搪瓷，香港人俗稱燒青，曾用於眾多日常用品如飯壺、暖水壺、痰罐、面盆及漱口盅等。搪瓷本是皇室工藝，後應用於民間，技術將搪瓷燒在金屬表面的塗層，防止生鏽侵蝕，亦令表面更為光滑。搪瓷產品當中，又以益豐搪瓷廠出品的金錢牌熱水瓶最為人所熟悉。董吉甫成立的益豐搪瓷公司，戰後曾多次參與工展會，其產品鮮艷奪目的圖案深受市民歡迎，亦是早期設有專業設計部門的工廠。



# 劉建文

## 《花園人》系列

被喻為「香港 Figure 教父」的劉建文一手帶起街頭搪膠模型的潮流，把有型的街頭文化轉化為藝術家。自 1998 年為《東 TOUCH》雜誌繪製漫畫《花園人》後，他創作了一系列設計模型公仔，並帶到世界各地展出。經典的《花園人》系列的角色層出不窮，穿著時髦前衛，每一個都象徵了街頭文化追求的理想形象，包括籃球員、塗鴉藝術家、說唱歌手、滑板好手等。眾多模型角色當中，有完全虛構的人物，也有劉氏曾經在工作上合作為他帶來靈感的人物例如攝影師 Terry Richardson 及香港樂隊組合 LMF。劉建文的作品受到不少國際注目，他曾與 Colette, Sony 及 Nike 等時尚品牌合作設計產品。他的作品源自 hip-hop 和滑板文化，在亞洲的次文化引領風潮，結合街頭與藝術。



「設計界有一個我又愛又恨的人，他叫『劉米高』。我很想和他合作設計公仔。他設計的『花園人』很獨特，聽聞公仔穿著的服裝亦是由他本人製作，十分細緻。透過這些模型公仔，他將香港一代人的街頭文化呈現給全世界。」—— 陳幼堅

# 霓虹光管招牌



1898 年科學家發現當氖氣注入通電的真空管，便會發出燦爛的紅光。自此，霓虹光管蔓延各大城市的大街小巷。霓虹光管首現於 1910 年代的巴黎歌劇院，及至 1950 年起，為香港的城市夜空添上萬紫千紅。每一個霓虹燈廣告牌都要求工匠花上長時間親自設計，並以精巧的手藝去完成。霓虹工匠須要將筆直的玻璃管屈曲成複雜的字體，繼而抽真空、上色粉及注入氖氣。中國光管廣告公司、南華霓虹燈電器廠有限公司及遠東光管有限公司在過去數十年來所製作的霓虹燈，體現了香港的都市繁華，海外甚至稱香港為「霓虹之城」。

「對外國人來說，香港最大的特色必然是霓虹招牌。很多第一次到香港的遊客，也會特意到彌敦道欣賞霓虹招牌，它象徵着一種永不褪色的風景。」—— 陳幼堅



# 八達通

八達通於 1997 年推出，當時主要作為支付地鐵車費的儲值卡，時至今日已經滲透至香港人生活的每一個細節。不論是支付車費，還是在便利店購買零食，八達通的無線射頻識別系統技術，讓用家以「咁卡」方式付款，給香港人帶來無限方便。八達通為世界上最早發展以及最成功的電子貨幣，普及程度亦為世界最高，為全球多個國家及地區發展電子貨幣系統的典範及參考物件。八達通創建了一個大型非接觸式智能卡收費系統，開啟了電子付款的新時代，現時已經被全球多個城市採用。





# TWEMCO時鐘



成立於 1956 年的港產的 TWEMCO 是世界唯一專門製作手工自動翻頁時鐘的生產商，此香港品牌有超過 60 年的歷史，設計簡約歷久常新。有別於一般時鐘，它獨具動感，而且內外品質兼備。翻頁時鐘非常精準，時間誤差每月不多於 0.5 秒，每個月亦會自動調整日數，甚至閏年的二月都無需人手調節。TWEMCO 代表了香港製造業黃金時期的精湛工藝，世界各地需要準確時間的場所和設施，包括銀行機構及政府部門都選用該公司的產品，不少旅客都會慕名來講買翻頁鐘，特別是台灣人。最近 TWEMCO 更與英國設計品牌 Established & Sons 及又一山人進行合作，推出特別系列。



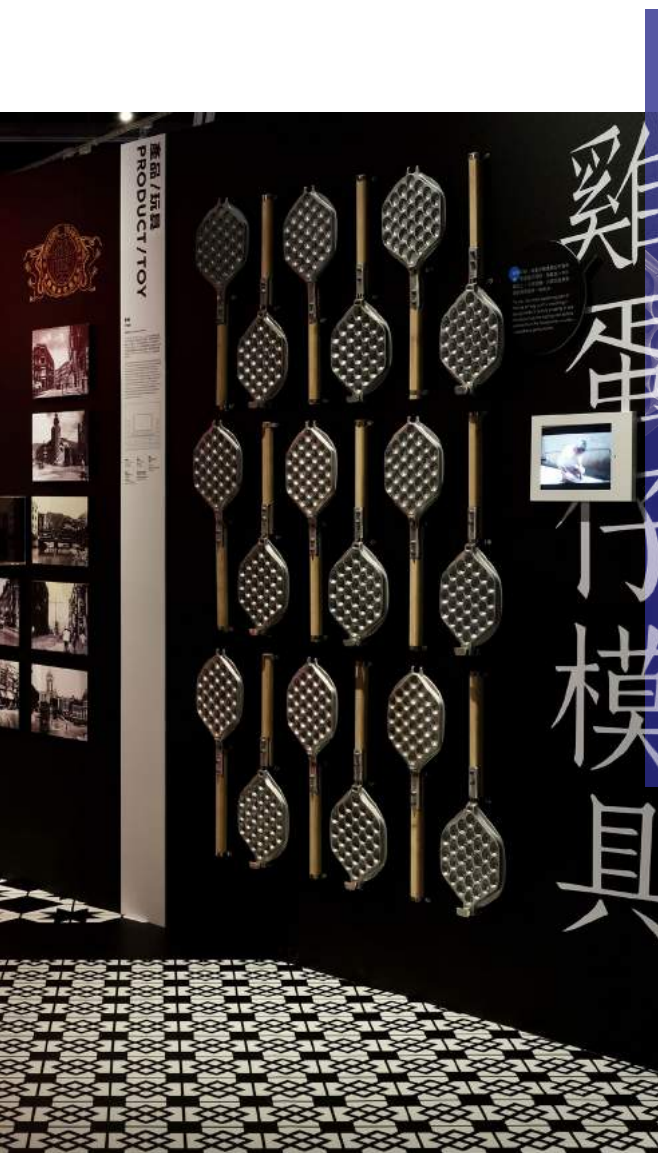
## 六、七十年代銀行錢罌

六七十年代香港銀行業界為吸引小朋友開立戶口，紛紛推出錢罌作招徠，「豬仔錢罌」喚起港人收藏利是錢，儲得「第一桶金」的童年回憶。匯豐、恒生、渣打等銀行均推出不同造型的錢罌，掀起一場宣傳戰。當中以匯豐銀行六十年代推出的紅色舊總行錢罌最為經典和受歡迎，今已被炒至過萬港元一個。匯豐其後陸續推出不同版本的錢罌：七十年代有過仿真獅子銅像及卡通版獅子銅像的設計，八十年代則是銀行六角形的標誌，及至新總行大樓的形狀。這些錢罌更從紀念品轉化為香港人的集體回憶，也反映香港走過繁華近百年的儲蓄文化。



「從前銀行為了吸引小朋友養成儲錢的習慣推出很多特色的錢罌。那些錢罌對於我來說，不只是物件，他們見證了六十年代到現在生活和社會的演變。」—— 陳幼堅

# 雞蛋仔模具



雞蛋仔是香港獨特的街頭美食，在《2016 年米芝蓮街頭美食指南》榜上有名。雞蛋仔的歷史可追溯至 50 年代，當時為了減少浪費食物，雜貨店會將裂了殼不能賣的雞蛋，混合麵粉、牛油及其他食材做成麵糊，倒入不同的模具製作雞蛋仔。傳統雞蛋仔以炭火炮製，廚師在蜂巢狀的鐵板上淋上麵糊平均受熱後，麵糊逐漸成形，成為一粒粒外脆內軟的街頭美食。雞蛋仔能夠成為街知巷聞的美食，不能不提到雞蛋仔模具。關於雞蛋仔的形狀坊間有不同的說法。有指因為當時蛋是奢侈品，做麵糊時不一定會加入蛋，為了彌補才把模具做成雞蛋的形狀。另一個解釋指，因為小販通常會同時售賣俗稱「格仔餅」的華夫餅和雞蛋仔，顆粒狀的雞蛋仔大抵是傳統歐式華夫餅的地道版本。無論如何，雞蛋仔模具雖設計簡單，卻令最普通不過的麵糊成為本地招牌美食，甚至躍升世界舞台，目前歐美多國都有雞蛋仔的踪影。

「對我來說，雞蛋仔最重要的不是味道，而是製作過程。看着蛋汁倒在鐵板上，不停旋轉，與其說是煮食，這個過程更像一場表演。」—— 陳幼堅



# 電車

提起「叮叮」，香港人一定知道那是港島的名物，電車在 1904 年投入服務，是香港歷史僅次香港纜車悠久的機動公共交通工具之一，每日平均接載 18 萬人次的乘客，亦是全球現存唯一全數採用雙層電車的電車系統。

二十世紀初，香港島人口急升，人力車及馬車等舊式交通工具再不能應付日漸增加的交通需求，於是港英政府開始發展公共交通工具。為人熟悉的電車在 1903 年開始建造，1904 年正式通車。1912 年之後電車開始在香港製造。當時六條電車路線覆蓋堅尼地城至筲箕灣，接載乘客徐徐穿越港島街道。電車作為最古老的公共交通工具，已成為香港的歷史印記。



# 蔣震

## 西瓜波



西瓜波的紅白間條是不少五十至七十年代香港人的童年回憶，在校園操場上必有它的踪影。西瓜波是著名工業家、人稱「注塑機大王」蔣震於1959年的發明。當年成功研發利用注塑機，一次注入兩種不同膠料，於是便生產了這當時最潮款式。西瓜波最初的製成品只有拳頭般大，由於物料很輕，且相對便宜、不怕摔壞校內設施，故此當年在學校大受歡迎，成為港人童年玩具的經典。這不起眼的紅白塑膠球標誌了香港早期設計簡約、價廉和大眾化的特色。於1969年舉辦的「香港節」也用上西瓜波作為標誌，不過，現時已經停產，要搵一個紅白西瓜波，並不容易。

「西瓜波看似很簡單及普通，但如何在生產過程當中將兩種顏色的物料混合在一起，變成紅白圖案，是一種突破性技術，值得香港人引以為榮。」——又一山人



# 周潤賞

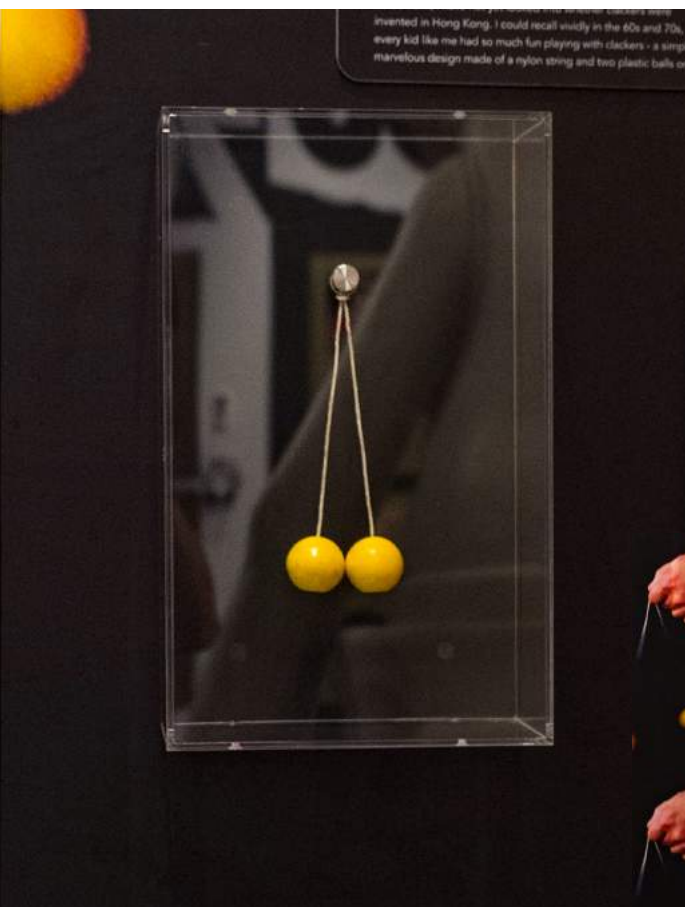
## 卡式錄音帶儲存架

七八十年代，隨着可攜式音樂播放器開始普及，卡式錄音帶成為港人生活的一部分。歌星以卡式錄音帶推出新作，大眾會帶同可攜式音箱在郊遊或派對上播放音樂。當時一位工業家—新興音響用品有限公司的周潤賞先生，留意到大眾對收納卡式錄音帶的需要，設計了專門收納卡式帶的層架。此層架呈立方體形狀，其間隔尺寸完美配合卡式帶大小，四面均設有間隔並可旋轉，方便瀏覽及整齊存放卡式帶。產品發明後瞬即風行全球，成為每一位音樂發燒友家中必不可少的生活用品。

「曾幾何時我們很喜歡將卡式錄音帶放入錄音機播放音樂，更會錄製個人化的『精選』。而工業家周潤賞先生設計可以系統地收藏卡式錄音帶的儲存架，不但實用，更風行全香港及世界。」——又一山人



# 嘀嗒球



「坦白說，我並沒有考究  
嘀嗒球是否香港的發明，  
但是小時候人人都非常投  
入去玩嘀嗒球。一個簡單  
而神奇設計，只憑一條尼  
龍繩及兩個膠球，足以帶  
給六、七十年代小孩無比  
的喜悅。」——又一山人



六十年代，香港人大多家境貧困，因此兒童玩具都是樸素、簡單、廉宜，或以順手撿來的材料自行製作。戰後香港塑膠業蓬勃，刮起一股價廉塑膠製玩具的風潮。「嘀嗒球」是當時流行的小玩意，在一條繩子的兩端各繫上一個硬膠球，玩家拿着繩子的中段上下擺動，硬膠球隨之上下跳動，劃出半圓形的軌道，並互相破撞產生「嘀嗒嘀嗒」的巨大聲響。六十年代的玩具雖然設計大多極為簡約、毫無包裝，卻能夠為一代孩童帶來無限歡樂。



# 李華

## 紅白藍膠袋

紅白藍膠袋絕對是香港經典中的經典，甚至海外大品牌都曾借鏡來推出潮物。

紅白藍膠袋由三色的塑膠布縫紉而成，物料堅韌防水早在六十年代就用於建築地盤保護大廈以風雨及泥沙。紅白藍膠袋布料本是日本發明，但膠袋的設計卻是香港人的構思。多年來在深水埗賣帆布的李華以軍人背囊為藍本，在膠袋上再縫上兩條膠帶令手提包受重又耐用，是非常聰明的設計。七八十年代香港經濟起飛，不少港人會以尼龍膠袋運送物資回鄉贈予內地親友。紅白藍膠袋成為當時港人堅毅和勤奮的寫照，深深滲入香港文化之中。

香港回歸後，港人在身份認同的議題上，經常以紅白藍膠袋代表香港精神。2004年，「歌神」許冠傑在演唱會時亦以紅白藍膠袋改裝成舞衣，更將小型紅白藍膠袋當贈品派發，將紅白藍膠袋熱潮推向高峰。

2007年1月，法國高檔品牌路易威登亦推出一款與紅白藍膠袋設計如出一轍的手挽袋，似向香港製造致敬。

「在云云眾多舊產品之中，我一定要表揚李華先生原創的紅白藍膠袋，雖然他不是專業設計師出生，但他構思的紅白藍膠袋被每家每戶廣泛使用，絕對是影響香港生活的好設計。」——又一山人



# 紅A牌塑膠燈罩



PRODUCT/TOY 產品/玩具 | VERY HONG KONG VERY HONG KONG



紅A牌是星光實業有限公司出產的塑膠製家庭用品品牌，名字來自品牌標誌的紅底白A字，在1949年創立的一系列香港名牌膠質產品，更以「上等質素，紅A做到」標榜100%香港製造為口號。五十年代末，香港戰後人口生活貧困，紅A價廉物美、貼心耐用的產品廣受歡迎，標誌着早年香港工業設計的黃金時期。過千件的紅A品牌產品每一件都與香港歷史息息相關。例如制水用的塑膠大水桶、紅色燈罩則成為香港人生活中密不可分的物品，它的簡約線條，加上紅色亮面，時至今日在香港街市和雜貨店，仍然隨處可見。



- 最經典華語金曲
- Clockenflap 音樂及藝術節
- 何利利 / 商業電台《有誰共鳴》音樂節目
- 香港樂隊浪潮
- 許冠傑 粵語流行音樂
- 左永然《音樂一週》
- Kowloon Hong Kong
- 羅大佑 / 林夕《皇后大道東》
- 潘迪華《白孃孃》音樂劇
- 軟硬天師 音樂 / 廣播創作
- 唐滌生 / 仙鳳鳴劇團《帝女花之香夭》
- 電視劇主題曲

- 香港之聲
- 尹光 / 朱咪咪 / 夏金城 粵語市井歌曲
- 林夕 / 黃偉文 / 周耀輝 / 潘源良 / 周禮茂 / 林振強  
八十年代後粵語流行曲歌詞
- 黃霑 曲詞創作
- 俞琤 / 丁小菲《天各一方》

- 陳幼堅之選
- 又一山人之選

# 音樂

# 香港的時代曲

音樂是無處不在又最富感染力的媒界，是香港人精神生活不可缺少的部分，更是時代的印記。又一山人甚至形容，我們每個人都是香港樂壇一份子，一首《獅子山下》承載着香港人感情寄託和共同精神價值。

「Kowloon, Kowloon, Hong Kong. We Like Hong Kong, That's the place for you.」這首招牌夜店歌曲，唱出上世紀五、六十年代香港華洋共處的特色，無意間成為香港一代的對外的廣告歌。六十年代是披頭四的天下，香港年輕人為樂隊痴迷，衍生「Teddy Robin & The Playboys」與「Joe Junior & The Side-Effects」等是本地樂隊的先驅。後起之秀的溫拿，演唱了許多廣東話版本的英文歌，將西方音樂帶入華語社群。另一邊廂，劇作家唐滌生編撰粵劇《帝女花》，幾十年間傳唱不絕，令香港與粵劇結下不解之緣。戰後的香港樂壇，是西洋音樂與廣東粵曲並存的時代，充分體現香港東西文化融匯的歷史背景。

進入七十年代，粵語流行曲浪潮席捲香港。廣東歌的崛起得來不易，有賴一班創意無限的作曲和作詞人起革命，最膾炙人口肯定是黃霑和顧家輝這對黃金組合。此外，電視文化適時出現，電視劇主題曲唱得街知巷聞，將之帶入樂壇主流，由七十年代的《鱷魚淚》、《小李飛刀》；八十年代的《上海灘》、《難為正邪定分界》；九十年代的《愛恨纏綿》、《人在邊緣》，晚晚聽起前奏已識唱。同時，「歌神」許冠傑創作一首接一首幽默又動聽的熱播歌曲。他用最地道的歌詞，唱出香港草根百態，《打雀英雄傳》、《學生哥》、《半斤百兩》，都是陪伴香港人成長的立體旋律。

俞琤所率領的商業電台，大大推崇及鞏固了粵語流行曲的地位。作為本地第一代的商業電台唱片騎師，她一生事業與香港流行樂壇彼此交織。商業電台又是培訓樂壇創作人才和新秀的基地，包括以出位見稱的軟硬天師林海峰和葛民輝，在改編歌當道的時候，她創立的叱吒樂壇流行榜推動本地創作音樂。

八、九十年代是粵語流行樂壇百花齊放的時期，作詞人林夕、黃偉文與周禮茂等，創作出可媲美文學作品的絢麗歌詞；徐小鳳、鄧麗君、羅文、梅艷芳、張學友、張國榮與王菲等巨星，為香港人唱盡悲喜交雜的時代曲。八十年代末，樂隊熱潮冷卻，**Beyond** 的搖滾精神卻一支獨秀。羅大佑作曲、林夕填詞的《皇后大道東》道出香港人在回歸過渡時期的焦慮。九十年代 K 歌盛行，廣東 **disco** 快歌、**hip hop** 平分春色，千禧後獨立音樂、唱作人冒起和樂隊熱潮回歸，炮製網絡時代的響亮音符。又一山人斷然相信，羅文的《獅子山下》是香港金曲之中的金曲。「這首歌伴隨香港人度過艱辛和歷史時刻，不同程度上，載負著香港人的感情寄託。《獅子山下》已成為香港的集體回憶。」

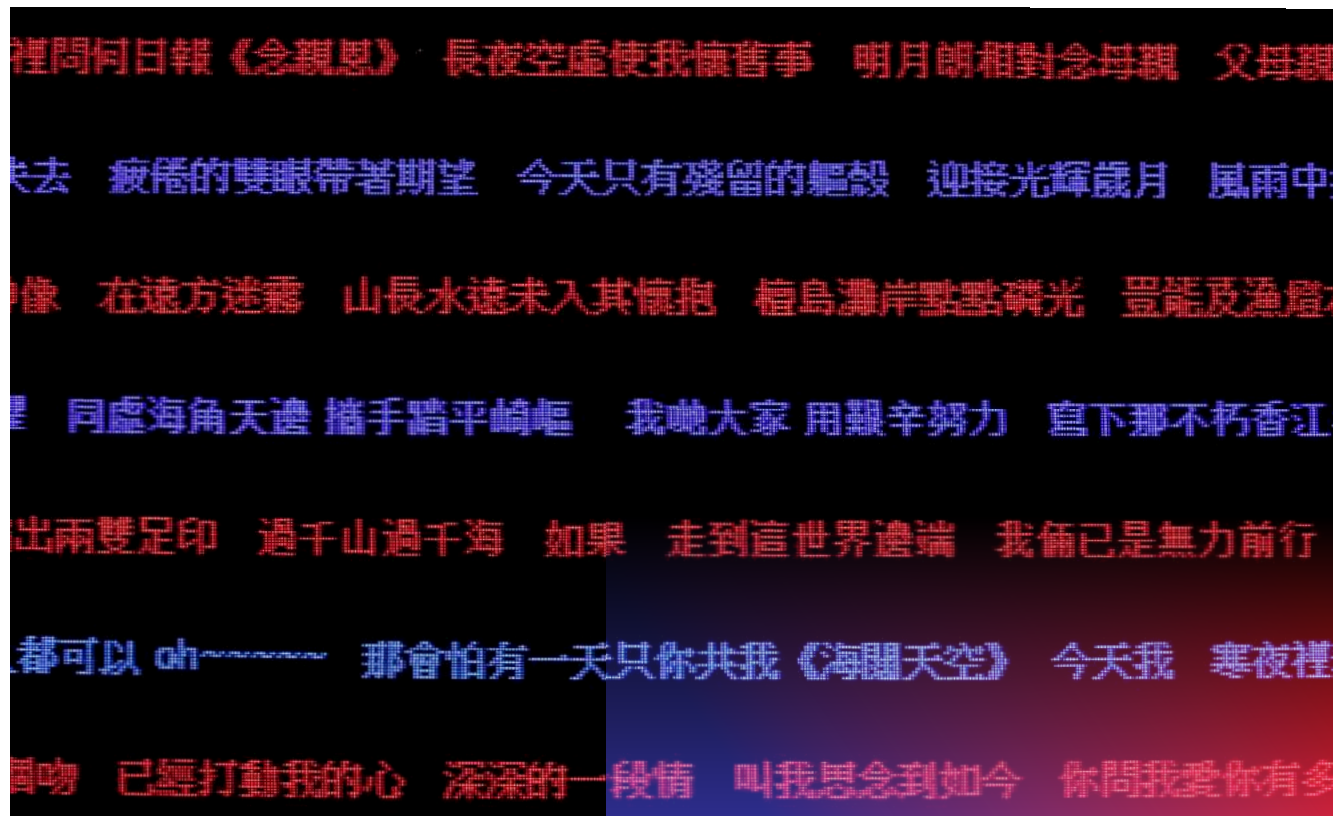
每逢踏入一段歷史新里程，港人都會以歌曲自我勉勵，就讓「好香港」重溫「好香港」。我哋大家，用艱辛努力寫下那，不朽香江名句。當下你的時代曲會是哪一首？



# 最經典華語金曲

一代又一代的作曲家、詞人和樂壇巨星，將香港的城市記憶，蘊藏於音符與字裡行間，幻化為一首首劃時代的華語金曲。本地傳奇樂隊 Beyond 的主音黃家駒，受到曼德拉賠上青春自由，對抗種族隔離的啟發，以一曲《光輝歲月》向這位民權英雄致敬。廿多年後的今日，無論在演唱會還是遊行集會，港人都會高唱《光輝歲月》以抒發對自由人權的追求。《獅子山下》啟發同舟共濟、共渡難關的香港精神，讓獅子山下的香港人找到一份歸屬感。粵語金曲當然少不了動人情歌，張學友主唱的《每天愛你多一些》和張國榮的《為你鍾情》中演繹的浪漫情感，更是示愛的必然之選。

「香港金曲之中的金曲，我一定會選《獅子山下》。羅文一唱《獅子山下》，大家的心就會酸一酸。歷史上每逢一個新的里程碑，香港人都會以《獅子山下》互相勉勵。這首歌見證香港人成長密不可分的一部分。」——又一山人



# 最經典華語金曲 | The Best Timeless Chinese Song

如風 是你讓我找到根蒂 不願離開 只願留低 情是永不枯萎 而每過一天 每一天  
接受 以後同用我的姓 對我講一聲 I do I do 願意一世讓我高興 為你鍾情 傾我至誠  
孝道 唯獨我離別 無法慰親旁 輕彈曲韻夢中送 長夜空虛枕冷夜半泣 遙路遠碧海示我  
來 問誰又能做到 可否不分虛實 願這土地裡 不分你我高低 繽紛色彩閃出的美  
遠方迷霧 山長水遠未入其懷抱 點點磷光 豈能及漁燈在彼邦 俯首低問何時  
崎嶇 我哋大家 用艱辛努力 香港江名句 放開彼此心中矛盾 理想一起去追  
山過千海 如果 走到這世界邊 無力前 跟我一起飛去 一世伴你同路去  
背棄了理想 誰人都可以 那會怕有一 背棄了理想 誰人都可以 那會怕有一  
你有多深 我愛你有幾分 我的情 也真 月亮代表我的心 你問我愛你有多





# Clockenflap音樂及藝術節



Clockenflap 是個一年一度香港最大型的戶外音樂及藝術節。始於 2003 年，香港維多利亞公園曾每年舉行 Rockit 音樂節，但卻因當時受到各方的打壓如噪音投訴，令音樂節最終於 2006 年結束。從 2008 年起，這個節日規模逐漸擴大，由一個周末下午的表演，發展成今天為期數日的音樂盛事，當中包括本地及外地的音樂人和唱片騎師，大部份亦曾在世界各地的音樂節演出過。活動中帶給參與者不同樂種、街頭藝術、藝術裝置和舞蹈表演等，為入場觀眾提供一個既愉快又創意澎湃的表演藝術體驗。一個城市的健康發展，有賴適當培育創意的土壤，Clockenflap 正為香港栽種創意，鼓勵各種藝術表達方式以及新銳創作萌芽。

# 何利利/商業電台

## 《有誰共鳴》音樂節目

《有誰共鳴》是商業電台的節目，最初由何利利主持，節目邀請來自社會不同界別的名人擔任嘉賓主持，分享正面及啟發性的個人故事。當中有時任財政司司長曾俊華，笑談年少組樂隊的故事，也有初創企業創辦人分享自己的理念。每個動人故事，都會由嘉賓選上一首最愛的歌曲作結，然後選擇一間指定的慈善機構，讓聽眾可在節目播出後，透過發短訊捐出善款。一個半小時的電台節目，讓嘉賓與聽眾在大氣電波之中找到共鳴，讓有心之人交流互動、共襄善舉，幫助其他生命，重新喚起香港久遺的人情溫暖。



「聽到別人選出自己最喜愛的歌，然後講出歌曲對自己成長的意義，每次聽我都有眼淚在心裡流的感覺。」—— 陳幼堅

「《有誰共鳴》有別於其他我聽過的電台節目，以嘉賓親自主持的深情分享為主，歌曲由嘉賓選播，每集都是一個由心出發的獨特旅程，使節目保持長青，實在是廣播界的小奇蹟。」

—— 又一山人





# 香港樂隊浪潮

香港戰後崇尚西方文化，六十年代披頭四人氣捲席全球，並於 1964 年來港宣傳，香港年青人緊追樂隊潮流，紛紛自組成樂隊。第一個華人樂隊 Teddy Robin & The Playboys 開創了本地樂隊熱潮。隨後 Joe Junior & The Side-Effects、許冠傑的 The Lotus 等數十支樂隊，推出過百張唱片。初期樂隊以翻唱英文金曲為主。到了七十年代，溫拿等樂隊漸以廣東話重譯英文歌如《L.O.V.E》、《Sha La La La》。這些後來成為膾炙人口的金曲，作詞人黃霑應記一功。與此同時，新晉歌手陳潔靈與歌手葉振棠在新特樂樂隊擔任主音。雖然樂隊只推出了五張專輯，卻翻唱了不少水準極高的騷靈歌曲，更獲邀到亞洲各地、甚至意大利演出。當時新特樂樂隊，與溫拿和玉石樂隊鼎足而立，是本地流行樂壇最受歡迎組合。

八十年代末樂隊熱潮漸散，Beyond 卻仍一支獨秀。1990 年，黃家駒在曼德拉出獄之時，寫成《光輝歲月》，以音樂向這位南非人權鬥士致敬，唱出真正的搖滾精神。另一邊廂，新的另類樂隊承勢崛起。另類流行二人組達明一派，在歌曲中展現回歸前，港人無奈惶恐的心情。達明一派的《十個救火的少年》描寫青年人之間對爭取民主意興闌珊，聲音漸漸消去的沮喪與絕望，本

地嘻哈始祖 LMF 大懶堂 1993 年出道，寫過不少粵語饒舌的經典，以粗口入詞，主唱 MC 仁以充滿怒氣的獨特歌喉唱，出對社會問題的不滿，批判低俗的傳媒文化，歌唱自由與公義。其後又出現 24 味這隊 Rapcore 地下樂隊，強勁的節奏加上全人朗朗上口的歌詞，是本地饒舌的後起之秀。

及後二千年代，香港又見樂隊新浪潮，Rubberband、觸執毛、Kolor、Supper Moment、Dear Jane、Mr. 等新秀延續 Beyond 的搖滾精神。Rubberband 歌曲風格多變，以熱血搖滾的節拍鼓勵樂迷以堅忍面對困難。2005 年出道的獨立樂隊觸執毛，作品跨越 Jazz、Funk、Bossa Nova、Hip-Hop 等多個音樂類型，第一張唱片《There's Rock & Roll In Chyna》推出後一度打入美國 Billboard 排行榜。在 2008 年獲《Time Out Hong Kong》評為「香港的 20 大音樂人」，令沉寂一時的香港樂隊再次受到大眾注目。



# 許冠傑

## 粵語流行音樂



「思想鬥爭一段時間，雖然 Sam Hui 生活哲理那部分的歌曲，是我最喜歡的，但最終都割愛放下。考慮到是次展覽主題是『好香港』，特地揀選許冠傑香港地道的歌：打麻雀、學生哥、我們怎樣『搵食』半斤八兩……這些都很立體地展現香港精神，正正是我們生活上發人心省或者好『到肉』地講出香港百態。」——又一山人

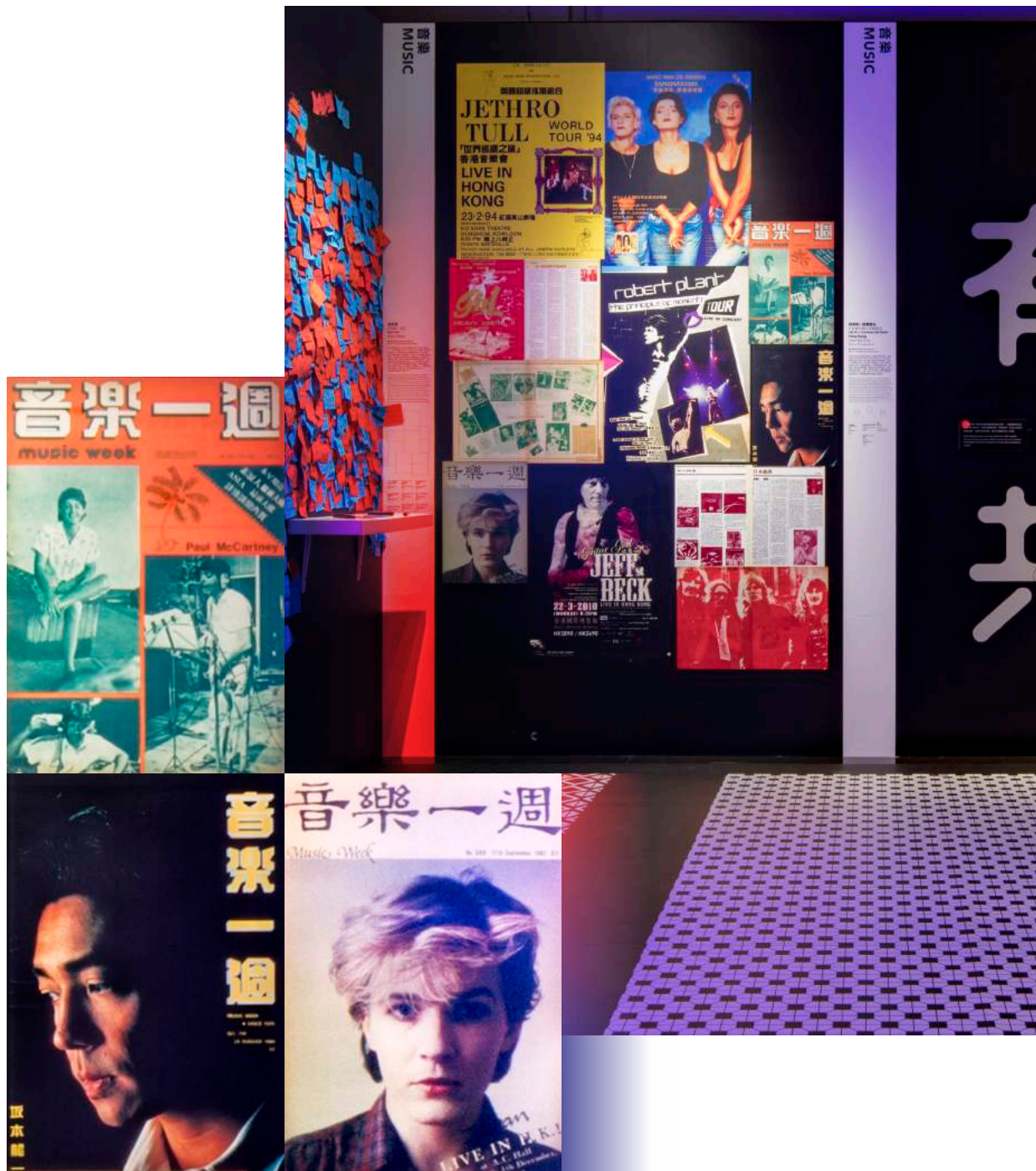
許冠傑被譽為粵語流行音樂「歌神」，編寫不少七十年代廣受普羅大眾歡迎的流行曲經典。七十年代香港百業待興、經濟起飛，許冠傑唱出一眾打工仔的辛酸。許冠傑文學修養高，與創作拍檔黎彼得透過平實通俗的歌詞，道出人生哲理，開創了廣東話流行曲市場。1976 年推出的大碟《半斤八兩》，令他奪得第一屆金唱片頒獎禮銷量最高的冠軍。他擅長將香港民間小調，除了《半斤八兩》外，他的其他作品歌詞淺易，在當時深受草根階層歡迎，如《打雀英雄傳》、《尖沙咀 Susie》、《制水歌》等歌曲等，與西方搖滾音樂巧妙結合，為香港星斗市民舒解悶鬱，鼓勵社會以毅力同心積極面對生活挑戰，反映出香港社會的核心價值，皆令人回味。他亦是一位喜劇能手，許氏三兄弟共同創作電影劇本及主題曲，電影與音樂相輔相成深入民心。今天，許冠傑的歌曲仍代表著一份香港精神。



# 左永然

## 《音樂一週》

人稱 Sam Jor 的左永然是香港第一本流行音樂雜誌《音樂一週》的創辦人之一，亦是其靈魂人物。在 1975 年他以一己熱情，聯同朋友出版雜誌，介紹最新和最佳的國際樂壇資訊，甚至有關於歌手、樂隊和製作人的獨家第一手資料。在互聯網未被普及的年代，《音樂一週》是香港的「樂與怒聖經」。雜誌社也成為了唱片店，而左永然也會提供他精選的音樂推介，也是樂與怒和另類音樂發燒友的聖地。在大型連鎖唱片店出現之前，左永然自中學時期開始收集的唱片、雜誌和書籍，成為了香港流行歌手、唱片騎師、音樂製作人、音樂愛好者的共同寶庫。在世界流行文化資訊還比較少的年代，向聽眾讀者推廣西方音樂文化。



# Kowloon Hong Kong



「Kowloon, Kowloon Hong Kong, we like Hong Kong, that's the place for you!」一句於香港殖民地時代家傳戶曉的經典歌詞。歌曲寫於五、六十年代中西文化開始共融的香港，並於幾十年間，曾獲不同歌手演繹。最初版本由菲律賓籍夜總會樂團「夜明珠合唱團」主唱 Mistra Reyes 作曲，後來由葡籍作曲家 Alforiso S. Garcia 重新填上英文歌詞，並由中英混血女歌手 Irene Ryder 演繹。歌星潘迪華也曾以此首本名曲走埠，向外宣傳香港的旅遊業而成名。到了七十年代，香港流行曲組合鍾珍妮、鍾安妮姐妹花在大碟中翻唱歌曲後街知巷聞，一直傳唱至今，成為東西文化薈萃又一佳例。



# 羅大佑/林夕

## 《皇后大道東》

九十年代由羅大佑作曲、林夕作詞的《皇后大道東》，一針見血地寫出香港在九七回歸前社會的焦慮。林夕以各種隱喻隱晦道出社會對香港回歸後將來的疑慮，是少數觸及政治話題的流行曲。一句「有個貴族朋友在硬幣背後」揭示香港與英殖歷史難分難解；「知己一聲拜拜遠去這都市」提到回歸前的移民潮。歌曲名字《皇后大道東》除了代表著香港主要的幹道外，同時亦是前新華社香港分社的所在地，是當時港人向中國內地政府表達訴求的遊行集會地點之一。因此羅大佑以一首歌道盡中、港、英三方曖昧不清的關係，以及香港未知的將來，為當時香港譜出一首微妙的時代頌歌。



# 潘迪華

## 《白孃孃》音樂劇



《白孃孃》是一個以國語演出，以《白蛇傳》為大綱的香港首部大型舞台音樂劇。《白孃孃》由上海出生的著名歌星潘迪華出資一百萬港元，身兼主演、監製的，在 1972 年首演，共公演了 60 場；並在 1974 年重演 13 場。現今家傳戶曉的名字，包括作曲家顧嘉輝、作詞家黃霑、戲劇大師盧景文（及後成為香港演藝學院校長）都有參與該劇的創作。劇中歌曲《愛你變成害你》更成為國語流行曲的長青經典。這部音樂劇是前衛和劃時代的作品，劇中不少歌曲，已經有多年後電視連續劇主題曲的影子。



# 軟硬天師

## 音樂/廣播創作

林海峰和葛民輝兩位軟硬天師，透過他們在節目中的創新破格，成為影響了一代香港人的電台主持。他們的節目別開生面，和聽眾在電話中擦出火花、開惡搞先河，連交通情況報告經過葛民輝的生鬼演繹，也變得與別不同，更創造了「馬路天使」這個角色。二人主持電台節目有《軟硬癲台》、《老人院時間》、《軟硬今朝》等。軟硬其後創作和表演廣東話 Rap、唱歌，擔任電視節目司儀、綜藝節目主持、喜劇演員，又參演電影和廣告。軟硬擅長以廣東話俚語創作，並在喜劇和歌曲加入流行文化元素而馳名。他們的電話惡搞環節，是即興表演藝術的傑作，至今仍然讓人印象深刻。1995年，二人停止以組合身分出現，而該組合旁述之廣告大多數於商業電台播出，直至在2006年，軟硬天師再度以組合形式進行一連串合作計劃。



「軟硬絕對稱得上是廣播界的一個經典，林海峰與葛民輝拍擋，一軟一硬，突破傳統電台主持的框框。當年的整蠱電話環節風靡全港年青人，我清楚記得當時在廣告公司，整個美術部門都將工作放下來，就是為了專注聽這電台節目。」——又一山人

# 唐滌生/仙鳳鳴劇團

## 《帝女花之香夭》



粵劇雖則未如流行曲般普及，但《帝女花之香夭》哀怨的曲韻，幾乎每個香港人都能朗朗上口。他能糅合文學與電影藝術，為粵劇藝術的發展，做出了不少貢獻，創作出海量的作品。粵劇《帝女花》由劇作家唐滌生改編自崑曲，講述明末長平公主與駙馬周世顯，在改朝換代間的悲慘遭遇。「落花滿天蔽月光，借一杯附薦鳳台上」標誌着兩人殉國的一幕，兩句歌詞已經成了香港人的集體回憶，1968年，更被「東方貓王」鄭君綿改成貼地的「落街無錢買麵包」，更加入屋。

唐滌生編撰的劇本，最先在1957年由仙鳳鳴劇團演出，結合舞台表演、樂團演奏及演唱技巧，粵劇團將中國史詩演活於觀眾眼前。幾十年間，劇本經歷不同版本，包括1960年灌錄的唱片版本，以及2006年雛鳳鳴劇團的演出版本。1959年唐滌生魂斷於新作《再世紅梅記》利舞臺首演，20年間共寫了446個劇本，也就是說他平均一年寫20多個劇本。



# 電視劇主題曲

電視劇與粵語樂壇的發展可謂密不可分。在早期「電視送飯」的年代，粵語流行曲經典，多為電視劇主題曲。第一屆十大中文金曲十首得獎歌曲之中，六首是電視劇主題曲，足見當時電視劇對粵語流行樂壇的深遠影響，電視劇與主題曲有着一種共生的關係。一首好的主題曲能在短短數分鐘、劇集播出前營造出故事氣氛，而粵語流行曲乘着電視劇熱潮，在家家戶戶每晚播放得以「入屋」，被傳唱得街知巷聞，也因此打破過去香港人視廣東流行曲相比主流英語及國語歌曲下較不入流的刻板印象。

無綫電視 1974 年製作香港史上第一首電視劇主題曲《啼笑姻緣》，其後黃霑、顧嘉輝、黎小田及盧國沾等詞曲大師，為無綫及麗的電視（後易名亞洲電視）劇集寫下多首經典名曲如《狂潮》《鱷魚淚》《小李飛刀》《倚天屠龍記》等。音樂糅合粵曲小調與流行曲風，配以詩意又警世的歌詞，譜出一首首富人生哲理的時代曲。電視劇主題曲主唱者不少一曲成名，造就出不少樂壇中流砥柱如羅文、張德蘭、汪明荃和鄭少秋等，粵語流行曲樂壇因而逐漸成形。



# 香港之聲

「像媽媽的聲音一樣，有另一種聲音對我來說特別親切，就是這批香港歌手，每次聽他們唱歌猶如跟親人對話一樣。」

—— 陳幼堅



七十至九十年代是香港樂壇的黃金時期，當時人才輩出，徐小鳳的磁性低音、鄧麗君的甜美歌韻、梅艷芳與張國榮的中性魅力、張學友天荒地老的情歌、王菲的前衛唱腔，讓香港人難以言喻的情感有了寄托。香港樂壇所以輝煌，一方面是因為香港本地新的唱片公司紛紛成立，與跨國唱片公司在香港的唱片市場競爭更為激烈，一方面香港無數歌手紛紛借各種新秀歌唱大賽露頭，為日漸沈悶的香港樂壇注入新血。他們的歌聲、他們的金曲與風格，成為香港文化的重要部分，刻印於港人的集體回憶。無論身在何地，只要聽到他們的歌聲，都會喚起香港人以至全球華人對一個時代的嚮往，一個城市的追憶。

「熟悉的歌聲伴隨着，是生活各種的回憶及經歷。一聽到香港歌手獨特的歌聲，我都感受良多。無論在哪裡聽到他們的歌聲，我都會立刻回想起我的家——香港。」

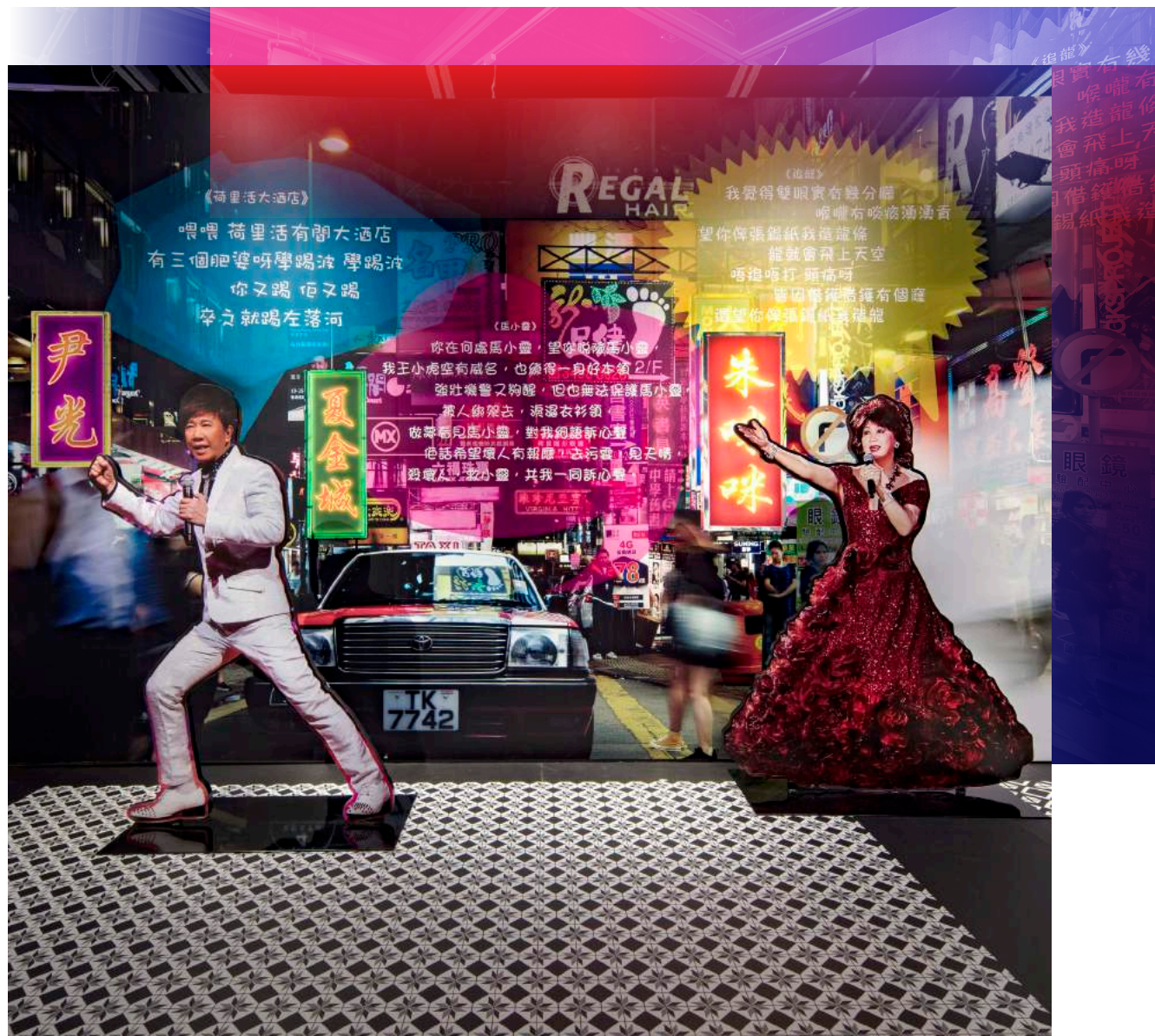
—— 又一山人



# 尹光/朱咪咪/夏金城

## 粵語市井歌曲

七、八十年代在當流行偶像及樂隊稱霸樂壇的同時，另一波來自不同背景的歌手在街頭崛起，多年來屹立不倒。從越南逃難來港，因作品在街頭被翻唱而成名的「廟街歌王」尹光唱出不少小市民的心聲。《荷里活大酒店》曲風另類惹笑，歌詞市井粗俗，極具本土文化特色。2002年一曲《少理阿爸》紅遍全港的士高及夜場。其他市井歌手如活躍於電視界的喜劇演員朱咪咪，以及任職的士司機的業餘唱作歌手夏金城。他以獨特唱腔演繹出《馬小靈》等本土通俗「口水歌」，贏得一眾忠實歌迷，也是香港樂壇的另一風景。



# 林夕/黃偉文/周耀輝/潘源良/周禮茂/林振強

## 八十年代後粵語流行曲歌詞



粵語樂壇經典歌曲不絕，除了因為歌手的完美演繹外，也有賴一眾優秀作詞人，為旋律注入靈魂。林夕、黃偉文與周耀輝三位為近代最多產之作詞人，他們的作品幾乎稱霸千禧前後的香港樂壇。林夕創作量驚人，他為王菲、張國榮、陳奕迅等歌手創作了超過 3000 首歌詞。林夕喜歡將中國文學及禪學融入歌詞中。《紅豆》、《追》、《任我行》三首不同年代的歌曲，在林夕筆下輕描淡寫，道出人類複雜的情感與生活哲學。

黃偉文的歌詞作品富現代感，與多位歌手交情甚深的他，擅於以各人的性格和故事融入情歌，創作出《可惜我是水瓶座》、《勞斯萊斯》等傳唱得街知巷聞的名曲。他的歌詞啜核之餘富人生哲理，例如為陳奕迅寫的《陀飛輪》，就深入寫出對人生追逐時間與名利的反思。周耀輝則以另類歌詞著稱，八十年代出道的他，寫下了

不少人生態度與社會批判的「非情歌」。他為麥浚龍寫下了《柔弱的角》及《雌雄同體》等作品的歌詞題材前衛，更像是當代詩歌。談到「非情歌」，不能不提詞人潘源良，他一直提倡流行曲不應只流於男女情愛，也可以回應現實社會議題。《十個救火的少年》及《我心如雷》便是本地「非情歌」的經典之作。

曾任商業二台創作總監的周禮茂，八十年代為女歌手葉德嫻作詞，自此踏進詞壇。他為不少歌手如林憶蓮、關淑怡等寫過多首經典情歌如《沒有你還是愛你》及《纏綿星光下》。他常以借喻和隱晦的表達手法來描繪女性在情愛關係的種種心情。另一位擅於描繪女性心事的作詞人是林振強，他為葉倩文、劉美君等一眾時代女歌手寫下多首膾炙人口的金曲。梅艷芳的《緋聞中的女人》與劉美君《事後》刻畫女性在情愛中的各種慾望，擺脫了一般香港女星予人溫馴的形象。



林振強

詞：林振強 曲：林振強 唱：陳百強

日出光滿天 路邊有一間旅店  
名後梅 店中只有涼風  
找不到光輝明天  
但店主把我牽 並告知這間乃快樂店  
人步進永不想再搬遷  
怎知我挺起肩  
抬頭望：我要踏上路途 我要為我自豪  
我要摘星 不做俘虜  
不怕路千山 亦無介意 面容滿是塵土  
漫步再去踏上路途 我要為我自豪  
我要摘星 不做俘虜  
星遠望似高 卻未算高  
我定能摘到

日出耀長路 日光過山跨嶺射到  
如像我不願停下腳步  
一心與風鬥悠長路  
我要踏上路途 我要為我自豪  
我要摘星 不做俘虜  
不怕路千山 亦無介意 面容滿是塵土  
人疲倦也要踏上路途 我要為我自豪  
我要摘星 不做俘虜  
星遠望似高 卻未算高  
我定能摘到 我定能摘到

林振強

潘源良

詞：林振強 曲：林振強 唱：陳百強

一張空了 無人坐的凳 仍令我再不禁地行  
曾在過道的以前 這凳子裡 父親仿似巨人  
輕細給誰背 磨殘了的凳 無奈竟裡只有遺憶  
在過道的以前 我子很美 父親很少皺紋  
端望着空凳 離我能 再度和他促膝而坐  
端望着空凳 離我能 為何想講的從前不說清楚  
曾懶說半句我愛他 懶說半句我愛他  
過去我說我是要娶 今天發覺最愛他  
呼叫永遠也愛他

願我叫喊只得一張空凳  
端望着空凳 離我能 再度和他促膝而坐  
端望着空凳 離我能 為何想講的從前不說清楚  
啞……

曾懶說半句我愛他 懶說半句我愛他  
過去我說我是要娶  
今天發覺最愛他 呼叫永遠也愛他  
願我叫喊只得一張空凳  
端望着空凳 離我能 再度和他促膝而坐  
端望着空凳 離我能 為何想講的從前不說清楚  
啞……

周耀輝

詞：周耀輝 曲：周耀輝 唱：陳百強

在世間尋覓愛侶 尋獲了但求共歷  
然而共處半生都過去 我倆像又逢街  
別了地原為了你 留住愛亦留住罪  
誰料伴你的心今已碎 卻有她在夢裡

為何離別了 卻願再相擁  
為何能共對 又平添似水  
問如何下去 為何情不對  
何謂愛 其實最愛只有誰

任每天如常過去 空歡緒在寒風吹  
誰人是我最一生中最愛 答案可是絕對

為何離別了 卻願再相擁  
為何能共對 又平添似水  
問如何下去 為何情不對  
何謂愛 其實最愛只有誰

為何離別了 卻願再相擁  
為何能共對 又平添似水  
問如何下去 為何情不對  
何謂愛 誰讓我找到愛的證據

潘源良

周耀輝

詞：周耀輝 曲：周耀輝 唱：陳百強

本應相愛 本應相親 命運註定同行卻未能  
捨不得不要 巴不得一世 離離相親離離人

匆匆一世 深深一吻 就此以後無從愛人  
若只得今晚 可偷偷走近 却又懂得天機

愛你就算將我入永遠黑暗  
但這一剎眼 多麼像實無用再見尋

浮沉在世 快樂循環又理心 但願愛得最動人  
一宵的愛 一生的印 儘管最後如同過路人  
捨不得不要 巴不得一世 離離相親離離人

離離相親離離人  
一宵的愛 一生的印 儘管最後如同過路人  
捨不得不要 巴不得一世 離離相親離離人

周耀輝

周禮茂

詞：周耀輝 曲：周耀輝 唱：陳百強

披上藍色羽衣

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
總我對家滿眼眼光

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
承載鋼鐵一般堅壯

愛上是他 是他他給我滿屋快樂 是那份美麗的感覺  
愛我是他什麼是他不理上滾那幕 忘記他是他不知愛

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
柔軟心腸的哭聲

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
如烈日般灼人的事

愛上是他 是他他給我滿屋快樂 是那份美麗的感覺  
愛我是他什麼是他不理上滾那幕 忘記他是他不知愛

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
柔軟心腸的哭聲

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
如烈日般灼人的事

愛上是他 是他他給我滿屋快樂 是那份美麗的感覺  
愛我是他什麼是他不理上滾那幕 忘記他是他不知愛

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
柔軟心腸的哭聲

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
如烈日般灼人的事

愛上是他 是他他給我滿屋快樂 是那份美麗的感覺  
愛我是他什麼是他不理上滾那幕 忘記他是他不知愛

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
柔軟心腸的哭聲

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
如烈日般灼人的事

愛上是他 是他他給我滿屋快樂 是那份美麗的感覺  
愛我是他什麼是他不理上滾那幕 忘記他是他不知愛

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
柔軟心腸的哭聲

忘記 他是那模樣 只記得那模樣  
如烈日般灼人的事

愛上是他 是他他給我滿屋快樂 是那份美麗的感覺  
愛我是他什麼是他不理上滾那幕 忘記他是他不知愛

周禮茂

詞：周禮茂 曲：周禮茂 唱：陳百強

傷心傷心傷心 傷心我已結痂 無從修補  
天崩地裂了 傷心時候 我已覺海闊天空 無從可修補  
佔到過你過時 誰能忘我紅紅 今生怎麼在  
天空裡飛翔 離你遠了 沒我沒你全無相事 沒我沒你全無相事

難自負一笑 過去記憶只得一秒 活在這刻難解  
活著就真有感覺 我已感到這世界 難解這今生的事

但好我虛弱的體魄 有否難解實地 怎可去後  
若是我到不了這事 我心中的每個字 何能說給你

其實你非難地 沒有理全無相事 還有不說話的事

難自負一笑 過去記憶只得一秒 活在這刻難解  
活著就真有感覺 我已感到這世界 難解這今生的事

但好我虛弱的體魄 有否難解實地 怎可去後  
若是我到不了這事 我心中的每個字 何能說給你

其實你非難地 沒有理全無相事 還有不說話的事

難自負一笑 過去記憶只得一秒 活在這刻難解  
活著就真有感覺 我已感到這世界 難解這今生的事

但好我虛弱的體魄 有否難解實地 怎可去後  
若是我到不了這事 我心中的每個字 何能說給你

其實你非難地 沒有理全無相事 還有不說話的事

難自負一笑 過去記憶只得一秒 活在這刻難解  
活著就真有感覺 我已感到這世界 難解這今生的事

但好我虛弱的體魄 有否難解實地 怎可去後  
若是我到不了這事 我心中的每個字 何能說給你

其實你非難地 沒有理全無相事 還有不說話的事

難自負一笑 過去記憶只得一秒 活在這刻難解  
活著就真有感覺 我已感到這世界 難解這今生的事

但好我虛弱的體魄 有否難解實地 怎可去後  
若是我到不了這事 我心中的每個字 何能說給你

其實你非難地 沒有理全無相事 還有不說話的事

難自負一笑 過去記憶只得一秒 活在這刻難解  
活著就真有感覺 我已感到這世界 難解這今生的事

但好我虛弱的體魄 有否難解實地 怎可去後  
若是我到不了這事 我心中的每個字 何能說給你

其實你非難地 沒有理全無相事 還有不說話的事

難自負一笑 過去記憶只得一秒 活在這刻難解  
活著就真有感覺 我已感到這世界 難解這今生的事

但好我虛弱的體魄 有否難解實地 怎可去後  
若是我到不了這事 我心中的每個字 何能說給你

其實你非難地 沒有理全無相事 還有不說話的事

難自負一笑 過去記憶只得一秒 活在這刻難解  
活著就真有感覺 我已感到這世界 難解這今生的事

但好我虛弱的體魄 有否難解實地 怎可去後  
若是我到不了這事 我心中的每個字 何能說給你

其實你非難地 沒有理全無相事 還有不說話的事

難自負一笑 過去記憶只得一秒 活在這刻難解  
活著就真有感覺 我已感到這世界 難解這今生的事

但好我虛弱的體魄 有否難解實地 怎可去後  
若是我到不了這事 我心中的每個字 何能說給你

其實你非難地 沒有理全無相事 還有不說話的事



# 黃霑

## 曲詞創作

「從七、八十年代任職廣告界以來，我的眼睛和耳朵就從來沒有離開過他。他的感染力、爽朗敢言、無邊界的創意，可以說是前無古人，後無來者，現在再找不到像他一般才華橫溢的人。」—— 陳幼堅

有「鬼才」之稱的黃霑多才多藝，不論做主持、寫專欄、寫小說、寫劇本、寫詩樣樣皆精，當中又以他的詞曲最為人所稱頌。他的歌詞作品超過 2000 首，包括《獅子山下》、《上海灘》及《笑傲江湖》的電影主題曲《滄海一聲笑》，首首都是經典中的經典。黃霑的文學修養極高，能順手捻來文言、白話、方言三種文體作詞。他的詞作題材廣泛，文情豪邁，寫武俠、家國情懷尤其得心應手。他與顧家輝合作無間，二人一個作詞、一個譜曲，共同編寫了大量七、八十年代香港影視和廣東流行歌曲，創作出無數經典。





# 俞琤/丁小菲

## 《天各一方》

俞琤於七十年代初加入商業電台擔任唱片騎師，八十年代時聯同另外十二位電台紅人合力推出唱片《6 啤半》，編寫了《天各一方》這首經典廣東流行曲，她亦是多才媒體創作人，也是香港的「金牌司儀」之一。《天各一方》的原曲來自 1977 年美國電視劇《Aspen》的插曲，俞琤為它填上廣東歌詞，當中長達兩分鐘的獨白最教人難忘。「你有你嘅生活，我繼續我嘅忙碌」俞琤親自朗讀獨白，表達不少港人與至親分隔兩地的內心掙扎與無奈。俞琤動人的獨白，以及曾路得的歌聲，讓《天各一方》至今仍廣被翻唱和引用。

「現場聽俞琤唱這首歌好幾次，她的讀白演繹有一種與眾不同的美。讀白淡淡然地道出香港人你有你忙、我有我忙，在街遇上點頭後都不知說什麼的無奈，是『好香港』寫照的一首歌。」——又一山人



# 電影

● 香港國際電影節/香港電影金像獎

● 陳可辛 導演/監製生涯

● 周星馳 《少林足球》

● 劉偉強/麥兆輝/莊文強 《無間道》

● 李小龍 功夫哲學

● 李翰祥 電影美學

● 新藝城 七人小組

● 吳回 《十兄弟》

● 徐克 電影創作風格

● 王家衛 敘事風格

● 陳果 香港題材電影

● 鄭丹瑞/陳嘉上 《小男人週記》系列

● 方育平 《美國心》

● 許鞍華 《女人四十》/《桃姐》

● 許冠文 《半斤八兩》

● 彭浩翔 《志明與春嬌》系列

● 杜琪峯 《PTU》

● 黃進/陳楚珩 《一念無明》

● 王家衛 《重慶森林》

● 爾冬陞 《癲佬正傳》

● 陳幼堅之選

● 又一山人之選



# 香港有個荷里活

香港素有「東方荷李活」之美譽，港產片一度風靡亞洲，甚至反過來影響荷里活。「李小龍」三個字世界無人不曉，他的武術哲學影響至今。2002年《無間道》被畢彼特（Brad Pitt）重拍成荷里活版電影《無間道風雲》（2006），在奧斯卡金像獎屢獲殊榮，為港產片蜚聲國際立下里程碑。

由黑白到特藝彩色，由邵氏的雄霸市場、市場百花齊放到盛極而衰，又一山人有感而發：「電影龍頭像邵氏、嘉禾、新藝城相繼崛起與消退，不同流派與年青新浪潮後浪推前浪，都非常有代表性。」陳幼堅欣賞李翰祥的電影美學，以小道具建構大故事，開史詩式宮闈片、歷史片、黃梅調甚至風月電影的熱潮，還有1980年代新藝城七人組，在小小的「奮鬥房」開創了一個電影時代。

邵逸夫的電影王國是香港本地電影史重要的基石。1958至1980年間邵氏兄弟出品逾800部電影，由喜劇、文藝片、功夫片到古裝劇。七十年代，邵氏的《七十二家房客》大收旺場，

及後嘉禾出品的許氏兄弟喜劇包括《半斤八兩》也風靡全港，締造了香港喜劇的黃金時代。

鄭丹瑞的《小男人週記》創作於香港經濟繁榮的八十年代，點題女性進入職場從而經濟獨立，男女關係的轉變，三十年後再拍續集仍然引發話題。九十年代中期，電視出身的杜琪峯與幾位編劇精英組成銀河映像，拍出耳目一新的港式警匪片，包括2003年的《PTU》，在主流電影中別樹一格。

《最佳拍檔》和《家有囍事》是香港喜劇黃金時代的代表作，九十年代周星馳，以他最地道的「無厘頭」笑料開拓了最本土味濃的香港新喜劇形式甚至電影語言，2001年的《少林足球》以更成熟的演繹征服世界。另一方面，導演徐克創作出多變奇幻的武俠動作片，並塑造特立獨行的英雄形象。千禧年代以後，新一波的警匪片冒起，《無間道》以懸疑和心理戰術引人入勝，標誌着警匪片一個重要的轉捩點，甚至打出國際。

王家衛和陳可辛的文藝和愛情片改寫了九十年代的香港電影的講故事模式。王家衛放棄了傳統的流水作業式製片，致力於磨練他的電影風格，運用音樂、角色、剪接和美術指導，打造標誌性的敘事風格。陳可辛則以愛情片探討性別認同、九七過渡期焦慮等議題，巧妙地捕捉了香港荒涼的城市美學，更為人稱道是他開創的「泛亞洲」製片模式，為香港電影工業開拓新出路。

近年，香港電影數目和票房大不如前，但電影界後浪推前浪，在艱難中仍製作出非凡的電影。彭浩翔的《志明與春嬌》富生活感的對白和精選的場景，加強電影的寫實感，探討現代關係和都市變遷，結果能續集再續集。黃進以200萬元低成本拍攝《一念無明》，通過一個家庭悲劇批判社會大眾對精神病患的無知和漠視。

由黑白到特藝彩色，由邵氏的雄霸市場，到經濟起飛後製片公司的百花齊放，香港電影能夠幾歷風浪，獲得國際間的認可，有賴香港電影人才的創新和奉獻精神。香港國際電影節和香港電影金像獎，前者把世界各地的優質電影帶到香港；後者對業界幕前幕後優秀電影人的貢獻予以肯定，都是香港影壇不可缺席的部分。

# 香港國際電影節及香港電影金像獎

出色的電影需要出色的觀眾。香港國際電影節 (HKIFF) 和香港電影金像獎，一直是本地電影業的兩大支柱。香港國際電影節是亞洲其中一個歷史最悠久、最享負盛名的電影專業交流平台，活動旨於推廣豐富多元的電影文化。電影節每年在全港 10 多個主要文化場地，放映來自 50 多個國家、超過 250 部作品，把世界各地的優質電影帶到香港。另一方面，電影節又向世界各地的影業界人士及電影觀眾展示亞太區的電影作品，以加強他們對亞洲、香港及中國電影文化的欣賞。為了發掘電影人材，電影節安排首映各種類型的中國電影，亦展示亞洲的傑作。香港國際電影節曾製作及首映亞洲得獎導演的短片專輯，這批得獎導演包括許鞍華、黑澤清、蔡明亮等。影迷不但可以觀看世界級電影，更可與頂尖的電影人直接對話、參觀展覽，以及出席電影節的慶祝派對。

香港電影金像獎創立於 1982 年，以嘉許每年香港及亞太區傑出的電影作品及從業員。金像獎董事局由香港電影商協會、香港電影燈光協會等 13 個本港電影專業機構組成，得獎者由來自這些機構的登記選民選出，以確保得獎者都是最最優秀的。因此，挑選結果往往能準確反映香港的電影業水平。一年一度的金像獎，給予得獎者一個曝光機會，並促進電影專業發展，推動香港電影文化。

STANLEY: 過去 40 年，香港國際電影節為香港影迷帶來最當代及前衛的世界及本地電影。當中世界主流或非主流的電影，都令香港觀眾打開眼界，對照我們香港城市的電影創作，及思考香港今天的位置及方向。

而香港電影金像獎不但對電影圈同業是一種嘉許及肯定，亦潛移默化地影響普羅大眾，跟着金像獎的成績單，以多個角度去欣賞及學習電影的價值，對香港電影推動的影響深遠。



「過去 40 年，香港國際電影節為香港影迷帶來最當代及前衛的世界及本地電影。當中世界主流或非主流的電影，都令香港觀眾打開眼界，對照我們香港城市的電影創作，及思考香港今天的位置及方向。而香港電影像獎不但對電影圈同業是一種嘉許及肯定，亦潛移默化地影響普羅大眾，跟着金像獎的成績單，以多個角度去欣賞及學習電影的價值，對香港電影推動的影響深遠。」

—— 又一山人



# 陳可辛

導演/監製生涯



陳可辛執導了許多套詩意盎然的都市愛情電影，例如《金枝玉葉》、《甜蜜蜜》、《如果·愛》等等。由張國榮和袁詠儀主演的 90 年代經典《金枝玉葉》，講述一個變裝成男人以接近偶像的女歌迷，最終戀上偶像男友的故事。陳可辛能夠利用性別的曖昧，而且相當逼真地處理了一段假同性戀的關係——在當是相當前衛的。電影很成功，即時獲得影評人的讚賞。在《甜蜜蜜》中，陳可辛透過兩位新移民的愛情故事作為切入點，在臨近主權移交之際重新審視香港，《甜蜜蜜》得到香港電影金像獎最佳電影等九項大獎，陳可辛亦憑此片成為最佳導演。

2017 年 6 月，美國電影藝術與科學學院正式宣佈陳可辛成為“2017 年奧斯卡”新成員。

「陳可辛是少數可以駕馭商業和藝術的導演，能夠在兩者之間取得極佳的平衡。他的作品多元，不論導演或監製的崗位，都一直保持雅俗共賞的高水準，是一位全能的電影人。」—— 陳幼堅

# 周星馳

## 《少林足球》

如果說 70 年代是許氏兄弟諷刺喜劇的年代，那麼 90 年代的喜劇之王，必定是以「無厘頭」笑料和打鬧幽默見稱的周星馳了。周星馳在他首次執導的電影——2001 年的《少林足球》，延續他的獨特的喜劇風格。其中一幕，黃一飛與周星馳兩師兄弟穿著少林僧衣，手拿結他以濃厚鄉音唱出「少林功夫醒」；另外一幕，是周星馳勸阻趙薇加入危險賽事：「你快點回火星吧，地球是很危險的」。這些都是香港電影史上令人難忘的鏡頭，甚至成為了一種文化現象，啟發了不同媒體中別具創意的滑稽模仿。周星馳的電影都是圍繞小人物的英雄故事，往往隱晦地指涉本土的流行文化，《少林足球》也不例外。足球主題和跨張的軀體特徵，令人聯想到日本卡通片《足球小將》和古老的武俠片，兩者都是幾代香港人的至愛，令電影格外能夠吸引那些熟悉香港生活的觀眾。

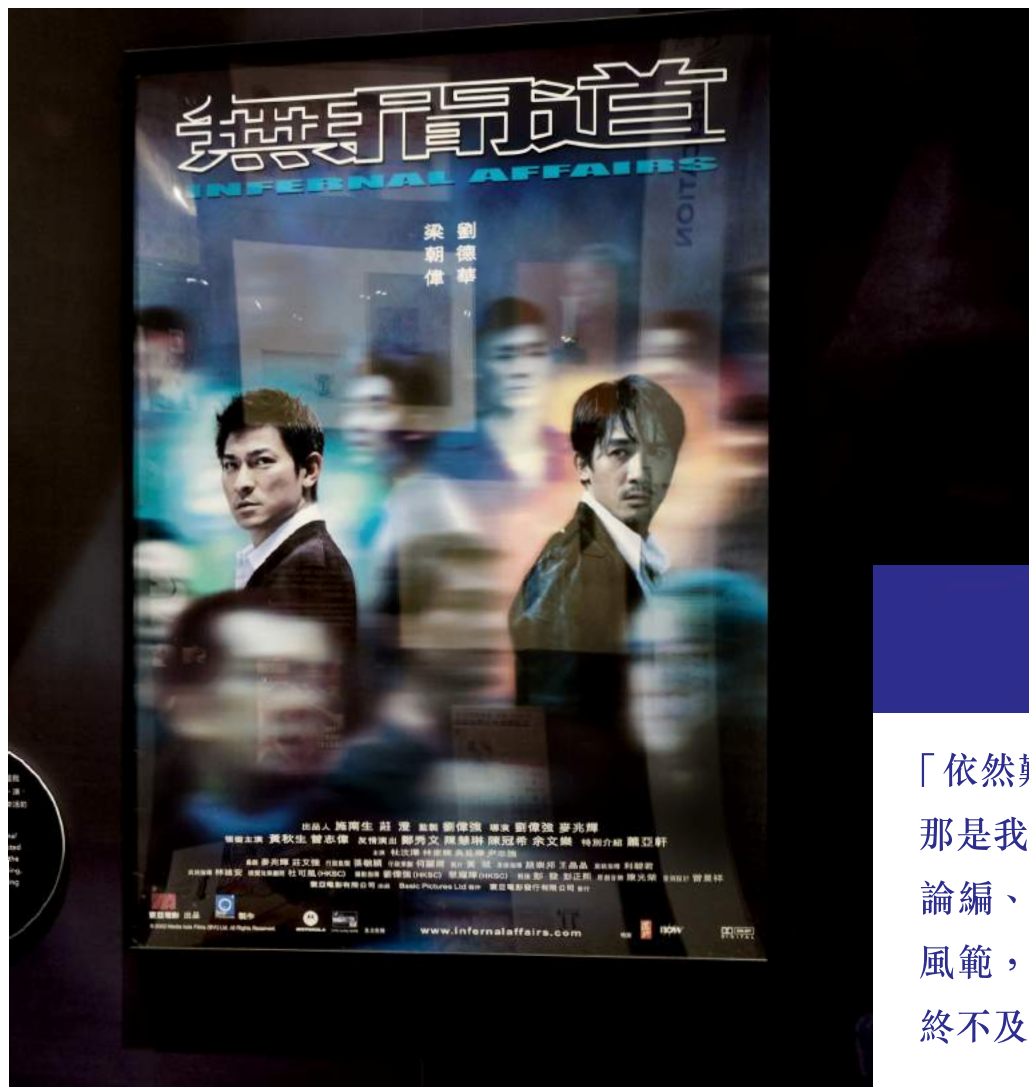
「低俗與高招可以是一線之差，周星馳在《少林足球》便絕妙地把可以好 cheap 的元素，把控成一部完全唔 cheap 的作品。這部電影提醒我創作商業設計的指標：通過最日常的點滴，提升大眾生活品味。」—— 陳幼堅





# 劉偉強/麥兆輝/莊文強

## 《無間道》



《無間道》系列是香港 2000 年代開創性的警匪片，它的敘事細節最受讚賞。這是由劉偉強和麥兆輝執導的三部曲，故事講述一個在黑幫卧底警察和一個為黑社會做事的督察。電影摒棄傳統警匪片的動作場面，轉而經營建基於心理懸疑的故事情節。《無間道》演員陣容有最當紅的明星，包括梁朝偉、劉德華和黃秋生等。電影極受歡迎，更加令劇中「三年之後又三年」的對白成為文化參照。電影後來被畢彼特 (Brad Pitt) 的電影公司買下版權，重拍成荷里活版電影《無間道風雲》(The Departed)。持平而論，《無間道》為其後的香港警匪片奠定了一塊里程碑，也令港產片重新備受國際關注。

「依然難忘在戲院第一次看《無間道》的激動心情…那是我第一次感受到如此『好香港』的本地電影，不論編、導、演、攝影、剪接等，都有荷李活製作的風範，即使後來荷李活的改編版本叫好又叫座，始終不及香港版看得『到肉』！」—— 陳幼堅

# 李小龍

## 功夫哲學

「像水一樣吧！我的朋友。」李小龍不止於一位武術大師，大學主修哲學的他本身具備了當哲學家的智慧。李小龍 1940 年出生於美國三藩市，當時他父母跟隨粵劇戲班在當地演出。他童年在香港度過。13 歲起追隨詠春大師葉問習武，自此終身鑽研武術，並在美國開設武館，傳授他所創立的武術哲學截拳道。李小龍是一位哲學家、武術家，也參演戲劇，在美國電視劇集《青蜂俠》中演活了加藤一角。70 年代初，他回港接拍電影《唐山大兄》、《精武門》、《猛龍過江》等幾齣武打名作。他的黃色連身衣與雙截棍，贏得了文化標誌的地位，意味著亞洲的卓越。李小龍成為中國功夫的代名詞。他說：「像水一樣吧！」是提醒世人，須因應處境靈活地面對挑戰。李小龍雖然生命短暫，但他宣揚的哲學在武術及文化方面，在世界各地影響相當深遠。

「李小龍年少時反叛大膽，到美國交流時沒有被西方文化牽着走，反而在東方哲學與西方制度的衝擊之下產生出一套新語言。他創立的截拳道，對我來說就是一種“Crossover”，這種態度影響了我的創作思維。」—— 陳幼堅





# 李翰祥

## 電影美學



華人導演李翰祥最著名的是他的史詩片及風月片。他最成功的電影《大軍閥》，由許冠文、狄娜主演，有好些挑逗的裸露鏡頭。李氏 1926 年在中國大陸出生，曾在北京修習西洋畫，酷愛中國文學，尤其愛讀《金瓶梅》和《聊齋誌異》。他從文學和繪畫汲取靈感，執導了《金瓶雙艷》及《倩女幽魂》。他善於場面調度，無論是皇宮抑軍閥府第，都能夠營造出宏偉的氣勢，並通過攝製藝術或者神奇的布景，傳遞出歷史事件的史詩感。李翰祥精通美術指導，道具方面一絲不苟，甚至會在場景佈置真古董，以小道具去建構大故事，他曾多次獲得亞洲影展、金馬獎等。

「李翰祥的電影打開我欣賞中國古典美的大門，特別是他對宮廷片所營造的空間及道具相當講究，加深我對中國文化的嚮往，潛移默化地影響我的設計路向。」

—— 陳幼堅

# 新藝城七人小組

由黃百鳴、石天、麥嘉等幾個電影發燒友於 1980 年創立新藝城影業有限公司，是 70 至 80 年代香港流行大片的最權威的製作公司。隨著經濟起飛，電影業在 80 年代興旺起來，黃百鳴看到市場對娛樂的需求逐步上升。首五年黃百鳴保持小規模的製作，由他撰寫劇本，再由交由一個人才小組（當時名為「奮鬥房」）加以潤飾，組員包括徐克、曾志偉、泰迪羅賓等等，當中不少人今天已成為業界鉅子。由創業作《滑稽時代》(1980) 開始，到第八部《最佳拍檔》(1982) 都節節勝利，票房逾二千七百萬，證明以娛樂觀眾為首要目標，採用集體監製模式、互相度橋和踢橋的劇本創作，有利於推陳出新、開創新視角。

緊湊的製作和嚴格的刻本篩選，令新藝城能夠持續製作出像《鬼馬雙星》及《監獄風雲》等出色的電影，奠定了流行大片工廠的地位。其後，隨著公司的拓展，原初的成員紛紛自立門戶從事獨立的電影項目，最為人所知的是徐克的《英雄本色》。它也曾與很多今天已赫赫有名的導演，像吳宇森及林嶺東等合作，給予新晉導演難得發揮機會。新藝城無疑是香港電影人才的搖籃。



「新藝城七人小組，集行政、監製、編劇、演戲、音樂等不同專業背景，各自都獨當一面，在『奮鬥房』的緊密合作與腦碰撞當中，燃燒青春同時併發出光芒四射的創作火花！佩服他們的劇本創作獨門『方程式』，跨界別的 team work 啟發我集各家之大成的力量。」—— 陳幼堅



# 吳回

## 《十兄弟》



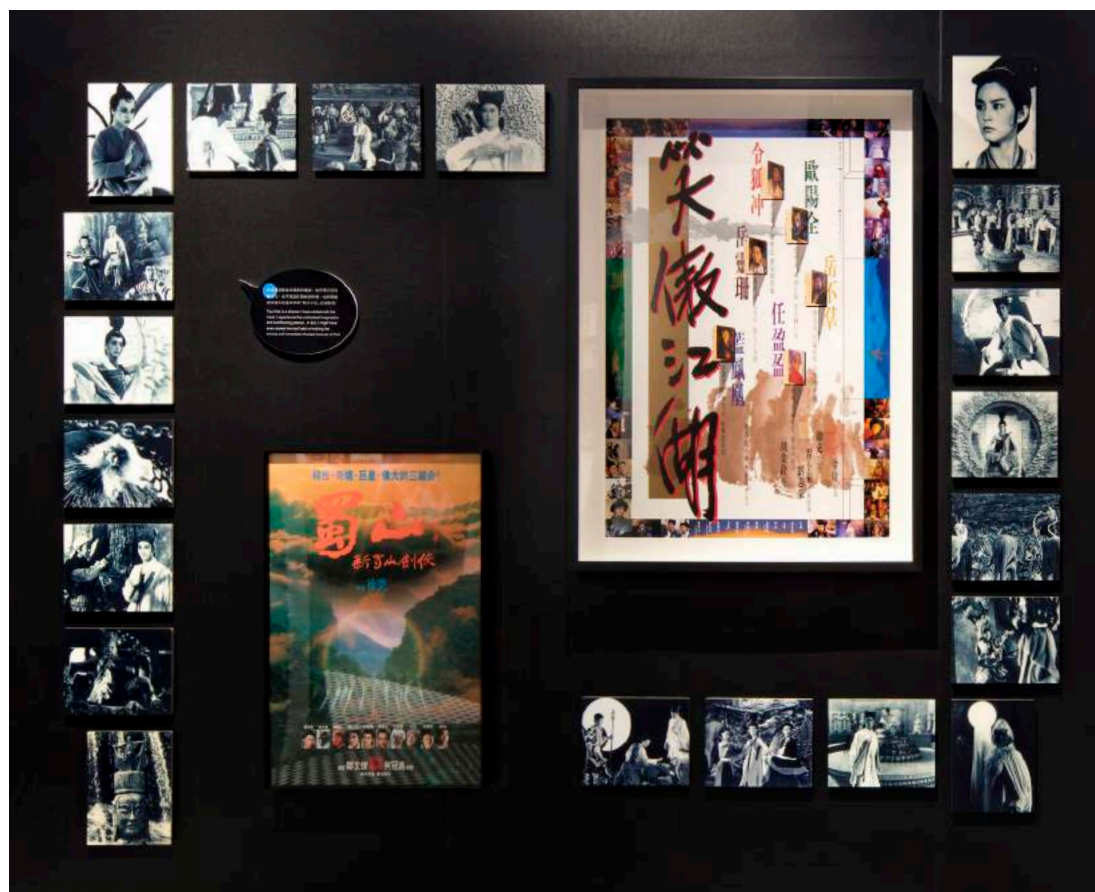
《十兄弟》是一個中國神話故事，故事圍繞一對夫婦生了十兄弟，每一個都擁有一種超人能力。1959年被導演吳回把這個故事拍成粵語片，講述團結好人對抗壞人，宣揚「團結就是力量」的古老道德。為了在螢幕上演活這些超人能力，吳回採用原始的電影特技及趣怪配樂，製作成一部卡通感十足的合家歡電影，大受歡迎。《十兄弟》成為許多成長於60年代的廣東人的童年回憶。十兄弟的花名是那麼順口，很自然轉化為廣東話俚語。

「《十兄弟》當中很粗糙的特技，開啟了童年時我的幻想之門。對我來說它就是香港版的《星球大戰》，我依然不時幻想，順風耳是否真有其人？」—— 陳幼堅

# 徐克

## 電影創作風格

導演徐克是第二波電影新浪潮的關鍵人物，他是導演、編劇、監製又是演員，並憑藉天馬行空的思想，把動作片提升至另一層次。徐克憑藉《蝶變》一片展露頭角，他沒有走把危險動作不斷升級的套路，轉而在特別效果和剪接方面進行顛覆與創新。《倩女幽魂》展示了徐克無比的創意，他以電腦成像（CGI）效果和特技，創造出一個神仙妖怪和馭劍英雄的奇幻世界。他也重視於經營角色和服裝方面的設計，例如在《黃飛鴻》(1991) 和《七劍》(2005) 的主人公，是中國英雄和經典文學的楷模。他的角色特立獨行、正義、謙遜、不為利誘，代表了中國的道德理想。徐克通過特技、特別效果和剪接進行動作設計，進一步表現那些多重性格的角色超常的體魄。他的作品贏得多項殊榮，例如金馬獎的最佳導演。



「徐克是與我合作最多的導演。他天馬行空的創作力，永不滿足於現狀的熱情，也許間接感染我形成後來常常『朝令夕改』的壞習慣！」—— 陳幼堅



# 王家衛

## 敘事風格



90年代，當警匪片和笑片主導了香港電影，王家衛領導了藝術電影的新浪潮。執導《阿飛正傳》(1990)、《重慶森林》(1994)、《花樣年華》(2000)，王家衛以過人的美指風格與鏡頭運用，取得觀眾的支持。《花樣年華》以精緻的鏡頭處理和華麗的視覺效果，嫻熟地營造浪漫的渴求和瞬間的浪漫。梯間相遇一幕以緊張不安的弦樂作前奏，兩位主角彼此凝視交換眼神，這情景深深印記在無數觀眾的記憶中。王家衛以荒涼的城市美學，把大城市的迷失方向的愛情封存起來。可以跟他的獨特敘事手法相提並論的，是李屏賓與杜可風精湛而富於動感的攝製藝術，同樣令人印象深刻。2017年，王家衛於法國里昂盧米埃爾電影節榮獲盧米埃爾大獎，是首位香港導演奪得此項殊榮。

「王家衛用電影訴說香港，像是沒有故事的故事，需從字裡行間抽絲剝繭，每個人在他的電影建構自己的情感，這種抽離又私密的連結，令人難以離開他的電影世界。」—— 陳幼堅

# 陳果

## 香港題材電影

陳果是香港電影導演和獨立電影製作人，其作品大多碰觸社會、政治與歷史爭議等等敏感題材。當中，「九七三部曲」（《香港製造》、《去年煙花特別多》、《細路祥》）最令人印象深刻，絕對是香港電影的經典之作。1981 年進入電影圈，從基層做起，在各個崗位歷練。1996 年，他以有限的 50 萬元資金拍成《香港製造》，被稱為「九七三部曲」首部，講述古惑仔男主角在公屋長大、讀書不成、被父母拋棄、身邊好友先後死去。他的內心掙扎引發對九七後的憂慮，而這正是香港人普遍的心情，電影堪稱是 20 世紀末香港獨立製片傳奇。《香港製造》的成本低得出奇，素人演員，五人團隊，以過期膠片拍攝……，卻贏來東西方國際認許，成功地刀仔鋸大樹。

「說到為『香港』題目執着和堅持，在眾多香港電影人當中，我相信陳果認第二沒有人敢認第一。他徹頭徹尾沒有離開過他想探討的生命觀和社會價值。他的作品是香港的面貌，是極少數關注人文色彩的電影創作，是『好香港』的電影。」

——又一山人



# 鄭丹瑞/陳嘉上

## 《小男人週記》系列

「《小男人周記》是香港少數跨媒體平台的創作，從電台廣播開始，到後期的漫畫小說、電影、及近期的舞台劇，鄭丹瑞親自演繹的小男人角色梁寬一直受大眾歡迎。小男人生活的節奏和抉擇，是很多香港男人的心聲，引起我好大的共鳴，也深深感受到香港男人的無奈。」

——又一山人

《小男人週記》原是鄭丹瑞打創作的電台廣播劇，寫於香港經濟繁榮的黃金時代。劇情記述一個在大都會工作的小男人如何自處。鄭丹瑞飾演的男主角一一數說身邊的大小事情：愛情、親情和工作。故事馬上大受歡迎，後來改編成小說、電影和舞台劇。中文片名的「小男人」，點出了 80 至 90 年代香港經濟轉型，女性進入職場從而經濟獨立，男性於是變得不安與自卑。除了不幽默的獨白，片中還有中英夾雜的對白，並提及很多品牌的名字，反映了日益優裕的中產階級生活。此一中產怪客喜劇系列，讓觀眾從中觀察到，那個年代在性別、人際關係和社會身分方面的變化。2017 年初，《小男人週記 3 之吾家有喜》上映，鄭裕玲特別聲音演出，電影是小男人週記的三十週年紀念作品。

# 方育平

## 《美國心》

好的剪接能夠給予最簡單的故事深度和意涵，方育平的《美國心》便是一例。故事講述兩夫妻的私人感情生活。敘事形式而言，這齣電影可謂純粹的實驗性。方育平顛覆了連續的故事線，取而代之的是碎片式的敘述。看似隨意剪接的鏡頭，卻拼貼出他倆愛情生活的多個面向。晚飯時的日常對話建構了故事的背景，而驗孕與墮胎片段則暴露了二人關係的陰暗面。導演也選用紀實片段，穿插於電影劇情之間，模糊了現實與戲劇的分界。他採用新人演員，進一步加強現實感，引導觀眾投入兩夫妻猶豫離婚抑或移民的兩難心態。《美國心》對敘事手法的大膽探索，在香港電影史上可謂絕無僅有。

「方育平在移民潮的年代，以半紀錄片劇情片的形式去探討香港人關注的移民問題，對我來說是一個前瞻性的嘗試。」

——又一山人



# 許鞍華

《女人四十》 / 《桃姐》

「許鞍華對女人心底的描述、刻劃和讚美，在兩部電影完全不同的年代背景，以不同的角色，深刻表現出典型香港女性的生活及價值觀。兩位女主角跟導演之默契及發揮，突顯這位香港出色女導演之功架及價值。」

— 又一山人

香港著名女導演許鞍華，是香港新浪潮電影的重要領軍人物，擅長拍攝浸泡於社會良知和時代變遷的群像劇。早年作品《女人四十》圍繞一個家庭主婦的生活；她一面照顧家人，一面在工廠工作，錯綜複雜地平衡家庭與工作。電影生動地描繪了香港職業女性的忍耐與堅強。她與老爺、丈夫和兒子這三位家中重要男性的互動，給觀眾呈現一個家庭的溫情與焦慮。

《桃姐》亦秉承了許鞍華對女性角色的描寫。故事改編自真人真事，圍繞傭人桃姐與小主人 Roger 之間的感情和尊敬。桃姐中風之後，兩人的關係作 180 度轉變，Roger 倒過來照顧桃姐。通過 Roger 的仁慈和二人密切的關係，許鞍華邀請觀眾重新審視：在個人主義日益嚴重的社會中，中國傳統人倫關係的價值。葉德嫻飾演桃姐令人讚嘆的演技，加上她與劉德華在鏡頭前的默契，令電影更引人入勝。

# 許冠文

## 《半斤八兩》

70年代，許氏兄弟的喜劇風靡全港，而《半斤八兩》無疑是他們的巔峰之作。由許冠文自編自導自演的《半斤八兩》，間歇地在爆發從容不迫的幽默對話，以絕妙的手法掌控喜劇的時機。電影片頭鬧市捉逐一幕，足以說明許氏如何嫺熟地運用視覺元素。在整段蒙太奇中，一雙穿著爛鞋的毛腿，跟蹤一雙穿著時款鬆糕鞋的玉腿；主角尚未露面，單靠一組鏡頭就已經營造出喜劇氣氛。三位主角——吝嗇老闆、醒目的烏龍人和行衰運的蠢人——都是現實生活人物的誇張版，香港觀眾隨時會在辦公室遇上。

「許氏兄弟創作的幽默喜劇橋段，細節都是從我們生活自然而出的，《半斤八兩》是親切又落地的經典。我相信許冠文拿着麵粉篩“澎”出一點一點於面上的那個畫面，七十年代接觸電影的人都不會忘記。」

——又一山人





# 彭浩翔

## 《志明與春嬌》系列



以香港實行室內全面禁煙為背景，《志明與春嬌》描寫兩位都市煙民男女，機緣巧因在後巷吸煙而相識，繼而墮入愛河的故事，因為故事親民，每個人也許都或多或少經歷著志明春嬌的故影子。一句「抽的不是煙，是寂寞。」引起無數心露脆弱的都市男女共鳴。電影穿插了香港生活的特徵——便利店、卡拉 OK 和後巷等等年輕人經常出沒的地方。這齣愛情喜劇最精彩之處，是精警的對白中夾雜著地道的俚語和的狡猾的影射，大大地加強了故事的可信性，因為觀眾很容易認同電影中某一個角色，可能是廣告人志明，或者是賣化粧品的春嬌。彭浩翔和麥曦茵樸實無華的劇本，沒有淪為淡而無味的愛情喜劇，卻成就一套引人入勝的探討現代關係的電影。

「我特別欣賞《志明與春嬌》，因為它呈現一種真，是我們今天生活街頭可見，以及年青人對生活、對人的態度和表達，特別嘉許女主角講粗口的真情演繹。」

——又一山人

# 杜琪峯

## 《PTU》

90年代中期，杜琪峰與幾位編劇精英組成了銀河映像。這家電影製作公司為人稱道的是，以低成本拍出非常創新而編劇一流的警匪片。2003年上映的《PTU》延續了銀河標誌性的風格，可謂千禧年代不可多得大師級作品。影片由一名警長被黑社會襲擊後遺失配槍開始，繼而同僚徹夜為其尋回失槍。當誰是「好人」、誰是「壞人」的分界逐漸模糊，情節變得錯綜複雜，促使觀眾質疑他們的動機。《PTU》不以傳統的槍林彈雨場面吸引觀眾，反而將焦點放在角色間的情義。電影充滿杜琪峰式的黑色幽默和對人的心靈的風格化描寫，無疑是他更為嫻熟的成功之作。

「杜 SIR 很多電影題材都很落地，我特別欣賞《PTU》，電影中會見到我們熟悉的地方、熟悉的角色，令人產生共鳴。情節帶著黑色幽默，兵兵賊賊一夜之間在觀塘如何找回失槍的故事，幕幕扣人心弦。」

——又一山人



# 黃進/陳楚珩

## 《一念無明》

「我們都知道什麼是抑鬱症、自閉症，但未必會有切身體會。《一念無明》立體呈現了精神病患者一家人的關係；電影在社會製造了很大迴響，讓這個社會問題得到正視。」

— 又一山人

《一念無明》改編自真人真事，講述一名患有狂躁抑鬱症的兒子誤殺母親的前因後果。它把觀眾帶到一個有狂躁鬱症成員的家庭，去經歷當中大起大落的情緒變化，從而揭示香港人一直對精神病的無知和漠視。板間房擠迫的居住理境，以及狂躁抑鬱症患者不為社會接受的沮喪，造成了令人窒息的社會現實，並與身處的社群互相碰撞。反映出香港人居住環境的惡劣，加上劇情細緻描寫出主角不被社會理解的無力感，帶出香港無論在居住空間還是人情冷暖的壓逼，讓不少香港觀眾從電影中找到共鳴。戲中演員演技備受青睞，余文樂和曾志偉無懈可擊的表演十分關鍵，余演活了一個被精神病撕裂的男子，而曾則演活了一個藥石亂投的失敗父親。這齣辛酸而引人矚目的電影，以 200 萬港元低成本，於 16 日內完成拍攝，卻成功地喚醒社會的同理心。

# 王家衛

## 《重慶森林》

《重慶森林》往往被認為是其中一部定義香港新浪潮電影的作品。電影描述香港這個石屎森林中，兩段似有關連其實並不相干的愛情關係。王家衛的電影一向沒有清晰的主線和明確的結局。他在《重慶森林》中實驗拍攝風格和敘事手法，追逐場景中震顫的手搖鏡頭，帶領觀眾感受浮華卻又令人困惑的城市景觀。兩段次要情節重頭至尾交織在一起，但兩段關係其實沒有交集，只是同一時間在同一個城市發生而已。這種詩意的處理，強調了城市生活特有的孤獨。香港雖然住著幾百萬人，但人們卻渴望一種更深入的連繫，期待有人能取走那埋藏於心底隱隱作痛的孤獨。整齣電影猶如一首影像化的詩歌，酸楚地訴說城市中的渴望和愛情，也許最適合用戲中的一句獨白總結：「每天你都有機會和別人擦肩而過，你也許對他一無所知，不過也許有一天他會成為你的朋友或者知己……」。

「王家衛與團隊好精準地拿捏到當時香港式生活的憧憬、迷惘或逃避，與香港城市進行各種層面的拼圖式對話。當電影中王菲搖頭哼唱 California Dreaming 的場景給人留下深刻印象，彷彿代表着香港人醉生夢死的年代，仍存在一種對未來美好及單純的嚮往。」

— 又一山人



# 爾冬陞

## 《癲佬正傳》

「周潤發、梁朝偉在螢光幕面前扮演癲佬，栩栩如生，強化或者顛覆我們生活中對精神病等社會話題的認知。更值得一提的是，整套電影無論導演、編劇、演員及道具都有超水準表現，唯獨黃仁達以這部電影奪得電影金像獎的最佳美術獎。我認為這是對從事電影美術指導的一個鼓舞，亦意味着成功的美術指導不一定是好艷麗、或好雕琢的美學，亦可以如實地反映大眾及低下階層的生活寫照。」

— 又一山人

1986 年首映的《癲佬正傳》，是爾冬陞的導演處女作。故事圍繞馮粹帆所飾演的社工，付出時間去幫助三個精神病人。這齣開創性的電影，是少數觸及禁忌題材，描寫精神病人的困境。香港社會敵視精神病人，加上政府支援不足、公眾的無知、聳人聽聞的傳媒報導，進一步把精神病人邊緣化，延誤了他們亟需的治療，致令可以醫治的疾病釀成毛骨悚然的悲劇。電影中揭示了社會工作者的困難，和三位「癲佬」日漸衰頹的命運。《癲佬正傳》是一闕社會哀歌，批判社會、政府、傳媒對「癲佬」的虐待，如令成為香港人的集體回憶。

新天星碼頭啓用  
受影響的人們  
除了搭客多走一段路外  
還對章報數生意造成減少

# 空間設計

- ● 張智強《百變家居》
- ● 當代藝術展覽空間
- ● Thomas Heatherwick 太古廣場優化計劃
- ● 陸羽茶室
- ● 半島酒店大堂
- ● 蕭永豐 / Joe D'urso / Jeffrey Deitch The I Club
- ● 鄧永鏘 策劃的空間
- 珍寶海鮮舫

- 利舞臺
- 陳幼堅 1010旗艦店 (2001 — 2010)
- John Pawson  
國泰航空香港貴賓室(1995 — 1998)
- 鄺勵德 中環天星碼頭(1958 — 2006)
- 楊志超 星巴克咖啡洗衣街分店



空間記憶在我們腦海猶如一張感知地圖。皇后和天星碼頭、同德大押、囍帖街到嘉樂商場，急速的清拆與重建節奏，同時粉碎了我們對社區的歸屬感，空餘點滴過眼雲煙。香港巨型商場的密集程度冠絕全球，在倒模式商場迷路是日常，而有香港味的空間卻一直在流失，令城市變得陌生。

本地設計並不是一味去舊圖新，或者單純緬懷過去，借助設計消費「仿真」的懷舊感，無論是商場、咖啡店或餐廳，在不同年代透過不同人的創意，展現經營者的靈魂、情感與理念，令空間與人連結溝通。香港雖是個彈丸之地，但過往出自著名建築師和設計師手筆的空間多不勝數，啟發不少後來者，只是不少近年具地道特色的優秀設計在香港被埋沒了，新的話題設計又愈來愈少。

曾於八十年代成功把當代藝術和文化融匯於會所空間的中環潮人殿堂 The I Club、高雅而長青的半島酒店大堂、古色古香如嶺南美術館的陸羽茶室、以歐洲歌劇院為藍本、內部輔以中式裝飾的利舞臺、富麗堂皇的珍寶海鮮舫、鄧永鏘將東西品味和美學以他獨特的眼光結合而打造的多個高格調的空間設計。

當然還有 2011 年由英國設計師 Thomas Heatherwick 為太古廣場，以「有機」作為主題而策劃的空間改造計劃，成功將之昇華至休憩與品味兼容的的高檔購物熱點。

設計師在構思每一個場景均會遇到不同的制肘，需運用創意消弭問題與局限，將其轉化成人性化的方案。張智強的「百變家居」就是一個好例子：他讓蝸居變出 24 種包括睡眠、生活、娛樂和工作等不同用途的空間，善用香港寸金呎土創造宜居的空間，為居住問題提供解決方案之餘，也建立香港獨特的設計方向。

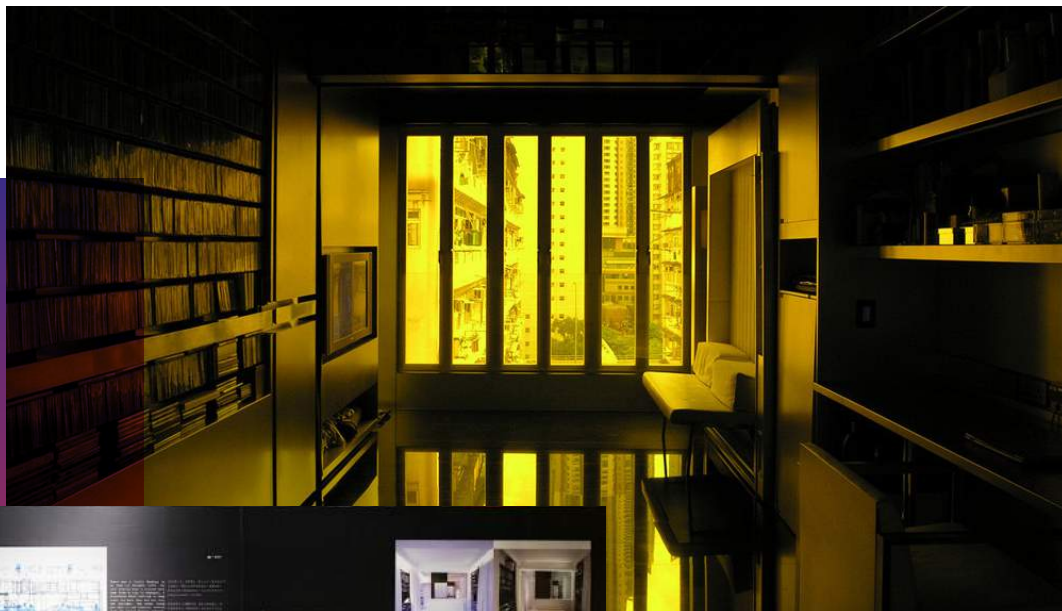
極簡主義大師 John Pawson 設計的國泰航空貴賓室，每一個轉角、接縫、燈光、材料都經過嚴謹斟酌，與機場的建築互相配合，尤其是與 Norman Foster 設計的機場客運大樓的弧形拱頂配合得天衣無縫，是既簡潔又實用的代表作。展覽亦包括一系列近年落成的藝術空間。國際畫廊魚貫落戶香港，藝術場地漸漸打破「白盒子」的範式，建立具個性又靈活的空間，成為普羅大眾的休閒場所。

空間為都市人提供不同的生活體驗，令每個人生活不會同質化。香港空間狹小、限制多多，空間設計所需的創意特別多，也特別講求功能性，經典設計往往成為其他人口密集城市的範例。經得起時間考驗的空間，象徵香港的身份與個性。

# 消失的場景

# 張智強

## 《百變家居》



《百變家居》影片吸引了接近 100 萬人次在 YouTube 觀看，以及超過 1,000 人前往參觀張智強的家居。他本身是建築師和室內設計師，打從 1976 年，他與家人已經在這幢建於六十年代的唐樓居住，他不以 344 呎的蝸居為局限，利用滑動的面板，做出 24 種以上功能的變形空間佈局。他對小巧空間的靈活駕馭，享譽國際建築界。其蝸居於 1998 年及 2007 年的改造尤其巨大，見證了由 14 歲至 36 歲及 45 歲的需要、生活方式和設計風格的變化，成為一種香港獨有的蝸居生活態度。



「凡事應該以多角度思考，我相信一切都蘊含着無限的可能性。正如 Gary Chang 在狹小的空間中探索出生活的另類可能，創作了變形金剛，成為世界矚目的香港特色家居案例。以香港自身條件和特色出發，正是香港設計師應去思考的方向。」——又一山人



# 當代藝術展覽空間

香港近年在全球藝術與文化舞台上日漸得到肯定，吸引國際畫廊、藝術機構、拍賣行及藝術展會先後進駐，成為亞洲地區的重要據點。由於香港地價和租金高昂，大部分當代藝術空間在面積及地理位置上作出不同的選擇和取捨，並打破傳統「白盒子」的範式。

亞洲協會香港中心將金鐘前英軍軍營軍火庫活化成為展覽館和演講廳，一組「之」字形的行人天橋，把依山而建的新建及歷史建築連接起來；聚焦當代攝影的刺點畫廊則取黃竹坑工廈挑高樓底的優點，刻意保留及突顯工業元素；而馬凌畫廊、貝浩登畫廊、立木畫廊和 Simon Lee 畫廊這四間進駐中環鬧市的國際畫廊，面積雖然較歐美總部細小，由本地及國際設計事務所主理的空間，各具個性而又靈活多變，每次展覽都予藝術愛好者耳目一新的藝術體驗。



「過去十年，香港的藝術氛圍越漸濃厚，Art Basel 的出現令更多的藝術項目湧來香港，再加上大量國際畫廊進駐，例如 Gagosian、White Cube、Lehmann Maupin 及 Simon Lee 等 ...



... 這些藝術空間呈現當代的藝術風格，既整潔且有世界性，令香港突然成為一個非常國際化的城市，確實是可喜可賀。」—— 陳幼堅



# Thomas Heatherwick

## 太古廣場優化計劃



©Wpcpey / CC BY-SA 4.0

「Thomas Heatherwick 的改造仿如神來之筆，他加上大量弧形的線條，令整個空間有一氣呵成的氣勢，讓人耳目一新。要將一個舊空間改造成如此，難度是非常之高；當然，太古的遠見是香港地產商要學習的一課。」—— 陳幼堅

在 2011 年，倫敦設計師 Thomas Heatherwick 重新設計太古廣場，成為其後落成的新商場指標。太古廣場自 1988 年開幕以來，一直是港島重要的高級休閒空間。翻新後精緻地運用天然木石、玻璃和黃銅等物料，以弧形和圓角，取代常用的方形、石屎物料；同時摒棄千篇一律的中庭和噴泉的商場設計，其活潑和流線型設計特色，在洗手間中充份體現，弧面的木質廁所門令人耳目一新。Heatherwick 也設計了一個嶄新的路標和定位系統，方便顧客尋路，成為商場一大特色。

# 陸羽茶室

二、三十年代興起的茶室，是香港名人交際的高級場所。1933 年於中環開業的陸羽茶室，是當年其中一間首屈一指的茶室，社會名流都會來這裏飲茶吃點心。同代的天香、雲來、有男、八仙均已結業，陸羽是舊茶室及經典粵菜的博物館。陸羽於七十年代遷至士丹利街現址，樓高三層，繼承早年嶺南一帶茶室的風格，字畫、擺設等極盡附庸風雅。茶室裝修亦參考了戰前上海租界的裝飾元素，窗簾、磨砂玻璃窗和門柄，都體現了世紀初裝飾派藝術的風格。

「在中環士丹利街的陸羽茶室，真真實實地承載着香港歷史的痕跡，如此豐富生活感及雅緻兼具的 Shanghai Art Deco Style 空間，是任何空間設計師都不能仿造或再造；世間只此一間！」

——又一山人







## 空間設計 SPACE

陸羽茶室  
Luk Yu Tea House

陸羽茶室是香港著名的茶室，由陸羽先生於1960年代創立。茶室位於中環皇后大道中，佔地三層，是當時香港最大的茶室之一。茶室的設計充滿了殖民地及民國時代風格，Art Deco 裝修和侍應穿著的傳統中國服裝，成為香港文化的重要一環。

陸羽茶室的設計，是當時香港建築師的傑作。茶室的設計，是當時香港建築師的傑作。茶室的設計，是當時香港建築師的傑作。

陸羽茶室的設計，是當時香港建築師的傑作。茶室的設計，是當時香港建築師的傑作。

「我到陸羽茶室飲茶有很多原因，首先是緬懷我的父親，以及六十年代他帶我去飲茶的場景：具溫馨狀態意境的卡位設計、充滿殖民及民國時代風格的 Art Deco 裝修和侍應穿著的傳統中國服裝。我覺得這種老香港的情懷是需要保存，而年輕一代也需要多接觸。」—— 陳幼堅

# 半島酒店大堂



香港半島酒店於 1994 年進行翻新工程，成功地在原有的新古典主義建築的背後，添加一座現代化大樓。酒店大堂及大堂下午茶，比建築本身更能象徵半島八十多年的品牌形象——永遠優雅。酒店大堂象牙色的牆身、哥德式圓柱頂上的素白人面像、現場音樂、手製傢俬等，還有刻意隱蔽的電燈，給這空間平添幾分戲劇色彩。半島對裝潢、傳統服務的堅持，保留了香港情懷，這也是歷代社交名流對半島忠誠的原因，也成為外國遊客來港 hightea、打卡的勝地。

「半島酒店大堂有一種很 Magical 的感覺，每一次坐下，過去的美好回憶都會頓時湧現眼前。這兒獨有的 High-tea 文化至今仍未有任何一間酒店能夠取代。」—— 陳幼堅



# 蕭永豐 / Joe D'urso / Jeffrey Deitch

## The I Club

由蕭永豐於1982年創辦，The I Club面積達58,000呎，是當時香港最大的私人會所之一。空間設計緊扣時代脈搏，當年香港缺乏藝術性的社交空間，負責室內設計的美國

設計師 Joe D'Urso 走在時間前端，簡約的室內設計令人耳目一新。燈光、設計師家具等細節皆一絲不苟，直至今天仍未被超越。而藝術策劃由來自紐約的藝術顧問 Jeffrey Deitch 主理，將當代藝術和文化融匯在會所設計之中，開幕時更邀得 Andy Warhol 出席，這亦是他唯一一次訪港。入口佈置成畫廊，展示當代繪畫及雕塑作品，簡約的樓梯引導賓客通往男、女賓分流的休閒區，設施包括餐廳、酒吧、桑拿、遊戲室、運動室等等。The I Club 為城中名流重新定義生活時尚。



「I Club 為當年香港時尚、文化生活定下新指標。無論是空間、藝術收藏，以至品牌形象都是劃時代的，更是香港首個融合西方當代藝術、文化與生活的空間。」

——又一山人



「1982 年香港出現了一個風雲際會的上流社會的場所 — I Club，那裡的环境讓人猶如置身紐約，室內環境充滿當代及前衛藝術。這在當時來說是十分超前、前所未有的。時至今日，香港仍未有同等質素的 I Club，而這種勇氣、前瞻性、對生活的態度是應該要繼續發展。」  
—— 陳幼堅





# 鄧永鏘

## 策劃的空間

「David Tang 把舊中國銀行數層改造成富有中國特色、先鋒氛圍的空間，並聯同漢雅軒張頌仁策劃會所內的藝術陣列，在世界舞台上示範了第一個中國版本的 Contemporary Art Space。」

——又一山人

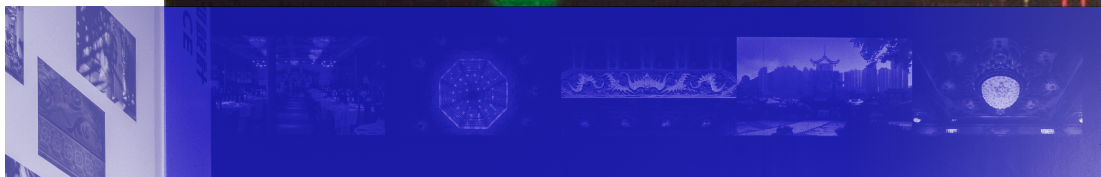
已故有「雪茄大王」之稱的鄧永鏘爵士，先後創辦多間高級會所、餐廳和雪茄會所並主理設計，營造品味與藝術並重的空間。1991 年他創辦的中國會，位於舊中國銀行大廈內，裝修風格與大樓裝飾派藝術的建築風格渾然一體。其獨特之處，正在於那活生生的老上海風華。會所擺設着不少古董、當代藝術、收藏品，亦是最早在中國內地以外展示中國當代藝術的場地之一，從此走向國際藝壇，是當代藝術史活生生的見證。

「鄧爵士是我心中敬佩的香港『英雄』，他開辦了中國會，將老上海的 Interior 帶來香港，將中國的傳統食物介紹給外國人，成為城中佳話。他也是一個很懂得享受的人，他將雪茄引入香港，開設了世界上最漂亮，又帶有懷舊風的一系列雪茄會所。想知道為何中國懷舊風裡又可以抽雪茄？我想大家應該要體會一下。」

—— 陳幼堅

# 珍寶海鮮舫

珍寶海鮮舫參照古代作為皇族行宮或平民客棧的畫舫設計，1976 年落成開業時，跟其他兩艘在香港仔海旁停泊的畫舫，構成了鼎足而三的「珍寶王國」。由於地理位置優越而造型獨特，它至今保留了傳統酒樓的寬敞大堂，適宜舉行任何大型宴會或活動，大堂的龍鳳裝飾最具標誌性。畫舫蜚聲國際，不時出現於香港明信片及旅遊刊物中，接待過不少外國巨星，甚至占士邦等荷李活巨片也到海鮮舫取景。



「珍寶海鮮坊對我來說，是一種經典，一種時間停頓的感覺。小時候去過，跟家人、朋友去過，到現在我的外國朋友來訪，我都會問：『介不介意一起去珍寶海鮮坊吃頓飯呢？』」

—— 陳幼堅





# 利舞臺



模仿歐洲大型劇院風格的利舞臺初建於1927年，並於70年代翻新，1991年拆卸，香港自此失去這個高級文娛表演場地。香港人慣稱利舞臺戲院，在古典柱式設計的屋頂下看電影和粵劇，欣賞音樂會殊為高級享受，它讓許多在那個年代從未出埠的香港人，第一次體驗到西式的表演場地，不僅裝修豪華，舞台設備也是超級先進，有圓形的旋轉舞台，屋頂有龍形浮雕。利舞臺曾經舉辦多場重要的電視直播節目，包括年度香港小姐競選、1976年度環球小姐競選等，見證流行文化多個重要時刻。1991年，利舞臺謝幕，原址拆卸重建現在的利舞臺廣場。



「因為利舞臺，我認識了華星的陳淑芬；因為華星，我認識了梅艷芳，認識了張國榮，認識了羅文，認識了成龍，認識了周華建，亦令我設計的可能性擴展到另一個領域。」

—— 陳幼堅

# 陳幼堅

## 1010 旗艦店 (2001-2010)

CSL1010 中環旗艦店，受倫敦泰特現代博物館的啟發，乍看以為是一間優雅的畫廊。客戶服務中心面積逾 5,000 呎，設計師陳幼堅重新設計品牌形象，打破一般客戶服務中心硬銷的壓力。陳幼堅與歐華爾顧問有限公司聯手主理室內設計，着重享受一個嶄新的生活時尚體驗，當中更展示以藝術家又一山人的 100 張生活紀實攝影作品。CSL1010 作為高科技電訊品牌，以一種最貼近生活的方式，加深人與人之間的聯繫。

「CSL's 1010 是我設計生涯中最好的客戶之一。十多年前，我提出在其空間內創造一個畫廊，放置逾百張來自 Stanley Wong 在各地旅遊和生活的照片。出乎意料地這個概念獲得接納！十多年後重溫，仍然有強烈的品牌個性。」—— 陳幼堅





# John Pawson

## 國泰航空香港貴賓室 (1995-1998)

「Minimalism 是一種非常難以拿捏的設計取向，但 John Pawson 卻運用自如，他設計的空間兼具規律和功能性之餘，又不失時尚感。而香港正正缺乏這種簡約風格、讓人喘息的空間。」——又一山人



英國建築及空間大師 John Pawson 於 1998 年設計的國泰航空貴賓室，是結合極簡主義風格與實用性的優秀作品。設計師充份了解乘客登機前的需要，將貴賓室設計成像家一樣的「個人生活空間」。透過選擇木材、花崗岩和鋁等物料，表現家居的柔和，同時展示高貴時尚的風格。低調厚重的黑色花崗岩，和 Norman Foster 設計的機場天幕代表的輕盈跳脫，配合得天衣無縫，令這個極簡主義的體驗變成一個感官與跳脫享受。

「Cathay Pacific Lounge 國泰航空機場貴賓候機室 - 這也許是世界上最漂亮的 Lounge 空間之一。在這裡，你會很容易錯過上機時間，因為實在太舒服了！」——陳幼堅

# 鄺勵德

## 中環天星碼頭 (1958-2006)

作為戰後香港的一個地標，落成於 1958 年的中環天星碼頭，鐘樓每十五分鐘準時報時，風雨不改。在海底隧道通車前，天星碼頭是重要公共交通運輸設施。碼頭的兩端呈半圓形，長而平直的線條都是流線型現代風格建築的特色。碼頭由香港政府建築署的前身工務局總建築師鄺勵德與助理建築師陳鴻業設計，其標誌鐘樓則為鄺勵德所建議，在視覺上增強平衡感。舊天星碼頭，與皇后碼頭及大會堂屹立於愛丁堡廣場上，見證香港歷史大事發生，2006 年拆卸，曾引起社會關注。



「天星碼頭的拆卸，令我好像失去一位老朋友。當年每一次搭船過海的時候，我都會驚嘆香港如此美麗，短短的幾分鐘船程至今仍教我難以忘懷。」—— 陳幼堅

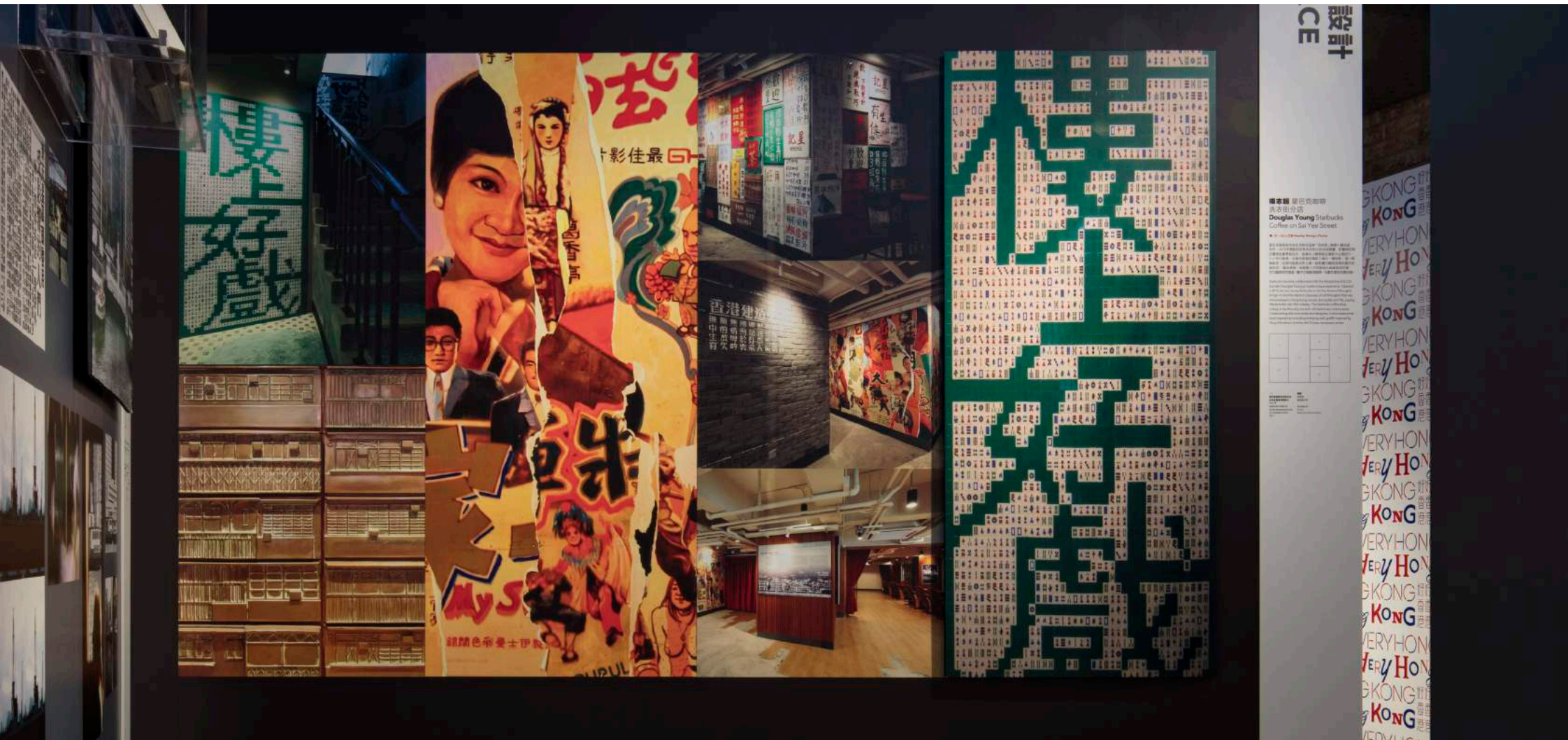




# 楊志超

## 星巴克咖啡洗衣街分店

星巴克兩度與本地生活時尚品牌「住好啲」創辦人楊志超合作。2012 年開設的旺角洗衣街分店佔地兩層，把舊時旺角的獨特街景帶到店內，裝潢令人聯想起在電影中出現的六、七十年代香港，也是向香港的電影工業的一種致敬。這一間咖啡店，也很可能是世界上唯一設有舊式戲院座椅的星巴克咖啡店。聯合香港一班創意人共同創造出麻雀砌成的牆、仿九龍皇帝的塗鴉、舊中文報紙海報等，均產生莫名的親切感。





# 建築

● 志蓮淨苑/南蓮園池

● 殖民時期建築

● Norman Foster 香港國際機場

● Herzog & de Meuron M+大樓

● 胡文虎 虎豹別墅

● 香港政府建築署 公共建築

● 木下一 康樂大廈

● 公和洋行 香港滙豐總行大廈 (1935-1981)

Norman Foster 香港滙豐總行大廈 (1985-)

● 貝聿銘 中銀大廈

● 黃祖棠 勵德邨

● Zaha Hadid 香港山頂項目建築群設計比賽優勝作品

● 鮑紹雄 香港體育館

● 關善明 香港演藝學院 (1981-2010)

● 鄔勵德/Gordon Brown/Alan Fitch/Ron Philips  
香港大會堂

● 鄔勵德 石硤尾徙置區

● 陳幼堅之選

● 又一山人之選



# 時代的遺產

建築反映一個城市的歷史與價值。香港百年築跡，每一件建築作品，凝住了歷史每個段落的吉光片羽。

英國殖民時期橫跨 1842 年至 1997 年，普羅大眾念茲在茲的殖民建築，聚焦在十九世紀至廿世紀初，以維多利亞時期、愛德華時期等英式建築特色為主。香港的英式建築一如其他亞洲殖民地，為了適應香港潮濕多雨的亞熱帶氣候，加入了遊廊和挑高的通風柵格等特色，例如 1919 年的中區警署總部大樓。1897 年落成的第二代香港會大樓是維多利亞時期的建築經典，是當時香港其中一座最後的文藝復興風格建築物，更被會員暱稱為「維多利亞時代的結婚蛋糕」。而 1937 年啟用的瑪利諾修院學校主樓（小學部），其自由新都鐸風格融合了多種不同的建築設計特色，包括裝飾派藝術、羅馬式、新喬治亞風格和哥德復興式。

早年英資建築事務所主導建築界。公和洋行（後來易名巴馬丹拿）當年是業界翹楚，紮根香港百年，是最好的歷史見證，1935 年的匯豐銀行總行、往後的康樂大廈都是其作品。第一代

華人設計師於三十至五十年代崛起，戰後中華復興建築風格一度盛行，胡文虎的虎豹別墅更是集中、西、南洋風格之大成。屋內意大利塗漆玻璃窗，天花可見印度及緬甸風格，而萬金油花園的虎塔及十八層地獄浮雕又充滿中國神話色彩。志蓮淨苑和南蓮園池組成的大型仿唐建築群，則為中式建築經典。

戰後建築不得不提香港公共房屋，解決民生需要，更成為海外公共房屋設計的指標。當時中國難民湧港，香港人口不斷增長，政府開始興建多個大型公共屋邨滿足社會住屋需要，為降低成本，公屋着重簡約、有效率地使用空間。「香港公屋之父」鄔勵德領導設計的石硤尾徙置區，是為香港公屋之楷模，造就五十年代首個獨立廚廁的屋邨，其「H」形設計亦被奉為經典。其後房協以他的名字命名勵德邨，向其致敬，那天井中空圓柱形建築，在港人心目中必列「好香港」建築。

政府建築署也為香港奠下不少地標，八十年代香港體育館劃時代倒金字塔設計，其超難度工程技術，聞名國際成為香港地標。近年政府亦設計出不少簡約、實用、人性化的建築。建築署團隊以高環保及成本效益為設計方針，打造不少令人煥然一新的公共設施。鑽石山火葬場充分糅合中國傳統文化於建築概念之中，以一道樓梯引領憑弔者由下而上，攀上開揚的景致，達到恭敬往者、撫慰存者的效果。2015 年竣工的保良局何壽南小學，更一反學校的刻板印象，白色和啡色的外牆，加上木造結構和垂直種植的壁面植物，締造一個促進學習氣氛的自然環境，重新定義公共建築的美學。

除了公共建築，商業建築同樣深受現代主義影響，講求簡潔幾何造型，摒棄多餘華麗的裝飾。維港兩岸遍佈建築大師的傑作，木下一設計的康樂大廈，其簡約線條、功能與美學兼備的圓窗皆一時無兩；貝聿銘取竹樹之形態，為中銀大廈注入節節上升的意涵。Norman Foster 設計的第四代匯豐總行建築技術高超，所有支撐結構位於外部，大大增加室內可用的空間。而香港國際機場，機場各處環保設計大大提高能源效益，空間更是經過精心設計，令遊客出入境流程更為順暢。

一座座香港地標，憑藉建築師的努力求新，塑造並見證香港都市的面貌改變、改善市民生活。不朽的建築亦須保育政策與時並進配合，讓這些文化遺產世代相傳。

# 志蓮淨苑 / 南蓮園池

志蓮淨苑建於 1934 年，重建工程於 1989 年展開，由寺院團隊與來自中國及日本的專家合作，重現中國唐朝木構建築，與後來興建的南蓮園池，形成一個大型的仿唐建築群。園內設展示館介紹中國古代木構建築中最重要的斗拱支撐技術和榫卯嵌接技術。這個宗教與藝術的建築結合的精品，設計和佈局均深藏與大自然和諧融合的文化內涵。其實昔日香港有不少富賈興建的名園，開放予公眾參觀，南蓮園池雖為佛門淨地，也填補了歷史的缺角，成為鬧市中的淨土。

「志蓮淨苑和南蓮園池對於身為佛教徒的我而言是至關重要的，志蓮淨苑和南蓮園池都是參照唐代建築風格去重建，富有濃厚的文化和歷史色彩 ...



而簡約的設計令廟宇更加莊嚴。我經常和年青人說，去南蓮園池走一趟，猶如上了一堂歷史課，能夠認識唐代的建築物之餘，也能在鬧市中忘卻繁囂、滌淨心靈。」

—— 又一山人



# 殖民時期建築



19 世紀至 20 世紀初的香港，像小歐洲，至今仍留下不少殖民時期建築，風格多變。1919 年完成的中區警署總部大樓，外牆中央刻有英皇佐治五世的簡寫「G」「R」，精緻的羅馬拱門、希臘式石柱，彰顯警署的莊嚴肅穆。1887 年落成的第二代香港會大樓是維多利亞時期的建築經典，是當時香港其中一座最後的文藝復興風格建築物，更被會員暱稱為「維多利亞時代的結婚蛋糕」。而 1937 年啟用的瑪利諾修院學校主樓（小學部），其自由新都鐸風格融合了多種不同的建築設計特色，包括裝飾派藝術、羅馬式、新喬治亞風格和哥德復興式。



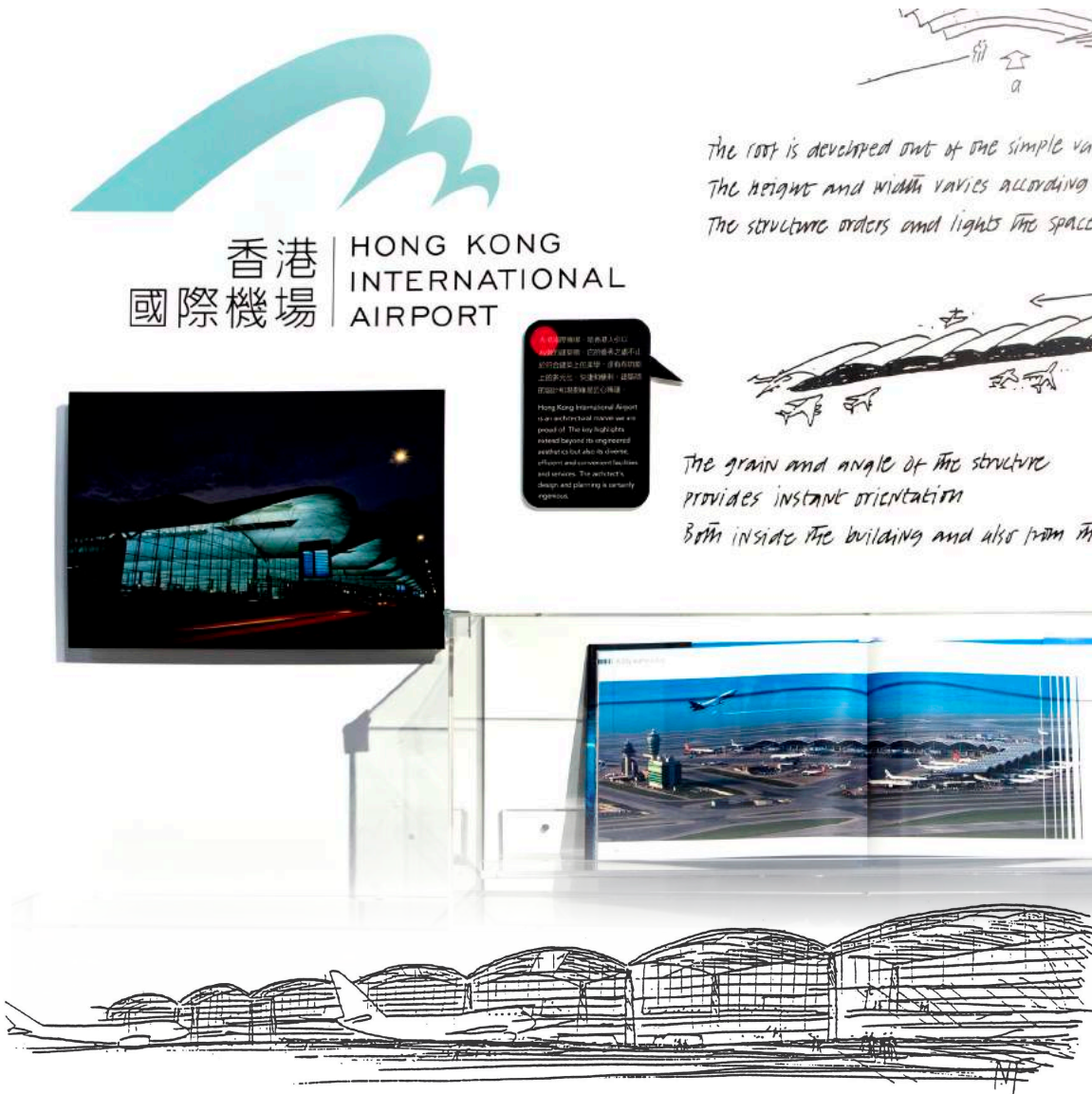
「早期遺留下來的英國殖民地式建築，見證着一段香港的歷史。只可惜香港的文物保育備受經濟及城市發展的衝擊，以致歷史建築在香港慢慢褪去。我希望大眾能夠在香港建築物發掘更多美學、人文及文化價值。」——又一山人





# Norman Foster

## 香港國際機場



香港國際機場於 1998 年竣工，佔地 1255 公頃，是回歸後最矚目的大型基建之一，至今收獲逾 40 個航空、旅遊及建築獎項，更成為大型機場的設計指標。設計團隊由英籍建築師 Lord Norman Foster 領軍，設計旨在讓旅客體驗一個舒適、簡約、實用、高效，並且令人心曠神怡的機場。建築以一號客運大樓的流線型天幕為標誌，配以巨幅玻璃幕牆，讓天然光灑遍 57 萬平方米的寬敞大堂。設計團隊特意選用隔音而節能的物料覆蓋天花。機場的空間佈局，亦令人流管理更為便捷，即使身處全球其中一個最繁忙的機場亦從不覺得擠迫和忙亂。

「香港國際機場，是香港人引以為傲的建築物，它的優秀之處不止於符合建築上的美學，還有在功能上的多元化、快捷和便利，建築師的設計和規劃確是匠心獨運。」——又一山人





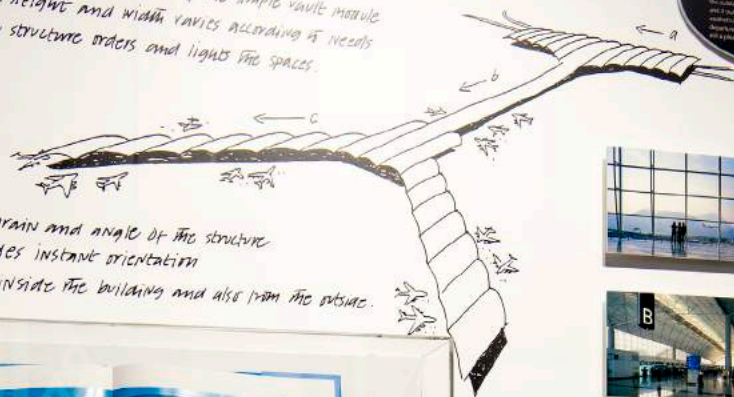
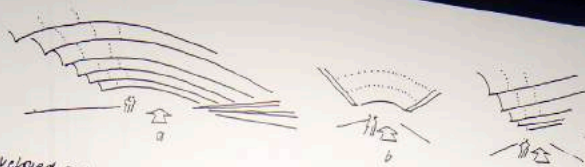
香港  
國際機場 | HONG KONG  
INTERNATIONAL  
AIRPORT



香港國際機場的屋頂設計，是建築師在考慮到機場的運作和旅客的需要後，所作出的一個重要決定。屋頂的設計不僅是為了保護機場的運作，更是為了創造一個獨特的建築景觀。

The roof is developed out of the simple vault module.  
The height and width varies according to needs.  
The structure orders and lights the spaces.

The grain and angle of the structure  
provides instant orientation  
both inside the building and also from the outside.

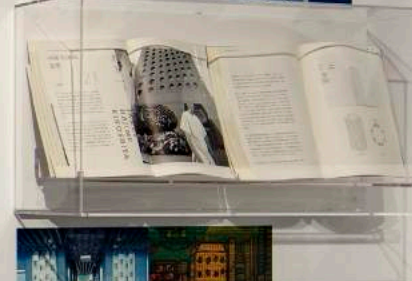


## 建築 ARCHITECTURE

香港國際機場的屋頂設計，是建築師在考慮到機場的運作和旅客的需要後，所作出的一個重要決定。屋頂的設計不僅是為了保護機場的運作，更是為了創造一個獨特的建築景觀。



Lord Norman Foster  
香港國際機場  
Norman Foster  
Hong Kong  
International Airport



「香港機場連續多年榮獲世界十大最佳機場之一真是實至名歸的，除了在建案上的美學，效率是我最欣賞它的地方。時至今日，從香港機場離港是一種愉快的體會。」—— 陳幼堅





# Herzog & de Meuron

## M+大樓

西九文化區即將竣工的 M+ 視覺文化博物館，讓瑞士建築事務所 Herzog & de Meuron 示範了符合當代意義的設計，包括如何同時兼顧活用空間、設施與功能，大樓內部格局複雜，地底更須與現有的鐵路幹線共用。它倒 T 字型的建築，由一座半透明的高樓和一個橫向的板樓組成。高樓內設有圖書館、資料庫、學習中心、博物館辦公室和餐廳等；橫向板樓則是 17,000 平方米的展覽空間、三間影院、演講廳、表演空間等，為視覺藝術與表演藝術提供世界一流的展示場地。大樓的外牆更可用作展出藝術家的流動影像作品。M+ 將會收藏和展出二十及廿一世紀，包括藝術、設計、建築、流動影像等多個領域的作品，進一步確立香港作為當代視覺文化樞紐的國際地位。

「看著西九的模型，我相信大家都很期待這個當代偉大的建築群出現，想盡快參與其中，想體會這個空間，更想知道它怎樣為香港帶來新的藝術、新希望。」—— 陳幼堅



# 胡文虎

## 虎豹別墅

長虎豹別墅是已故「萬金油大王」胡文虎於 1935 年所興建的私人別墅，現為一級歷史建築。這座宮殿般的別墅樓高四層，佔地 2,000 平方米，採用了二十世紀初流行的折衷主義建築風格，濃厚中國色彩的客廳，配上來自意大利的彩繪玻璃窗，還有華麗的雕刻和線腳。天花的金色十字紋飾，屬於印度和緬甸風格。大宅正門開出一扇月洞門，正對外邊一大片景致怡人的中式庭院。別墅旁的萬金油花園曾是香港旅遊景點，七層中國式塔樓「虎塔」和「十八層地獄」浮雕，是香港人獨特的集體回憶。

「虎豹別墅是一個令人又愛又恨的地方，因為每一次去都很害怕，尤其是古靈精怪的地獄組圖；但這亦曾是我的『拍拖勝地』，那時的女朋友住在大坑道，所以我經常邀約她在這兒約會。」—— 陳幼堅





# 香港政府建築署

## 公共建築



「Raymond Fung 一直帶領及啟發了幾代的政府建築師團隊默默耕耘，秉承着簡約主義，建成了濕地公園、火葬場、圖書館等公共設施。在沒有大財團的主導，沒爭議性的項目中，自然而然地形成了一套簡約的風格。透過沉實的設計呈現了淨化生活的體驗，原來我們的生活可以如此簡單。」

—— 又一山人

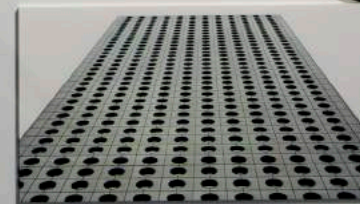
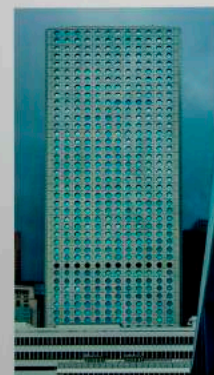
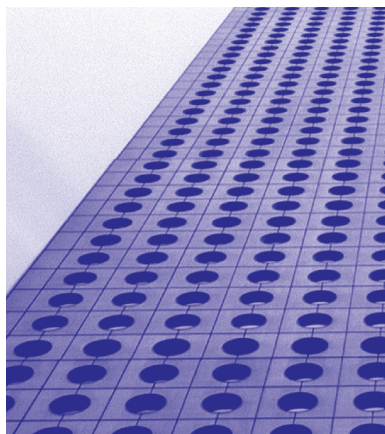
作為香港政府部門，建築署專門負責為政府建築物及政府資助興建之設施提供顧問及設計服務。部門團隊包括建築專業人員、工地職員及技術人員。近年建築署致力為香港締造更美好的生活環境，以高環保效益及成本效益為設計方針，創造不少破格及具前瞻性的綠色建築，獲獎無數，並讓市民大眾受惠。



# 木下一 康樂大廈

長康樂大廈是全港首幢摩天大廈，1972 年竣工，圓形窗戶極具標誌性。填海得來的大廈地皮，拍賣價格高達 2.58 億港元，是當時最昂貴的地段。它由巴馬丹拿公司合夥人木下一為置地公司設計。這座 52 層高的建築物，是現代主義建築佳作。大廈結構採用當時典型美國摩天大樓設計，外圍是結構壁，因而外牆上的圓形窗戶兼具功能與美學於一身，既可提供最大面積的採光，又能維持整體結構的承重力度。時至今日，這幢已易名為怡和大廈的經典建築，其原有馬賽克外牆已被鋁質幕牆式組件覆蓋，但它依然是香港都市地境不可或缺的一員，不少香港電影仍以此作拍攝背景。

「我認為康樂大廈也是一種經典，即使時隔多年，我每次經過依然覺得它很漂亮，不僅是那些圓點成為了標誌性的符號；在整個空間的結構上，讓人每次進去都有當代的感覺。」—— 陳幼堅





# 公和洋行

## 滙豐總行大廈 (1935-1981)

今日屹立于中環的滙豐銀行總行屬於該集團第四代總行。滙豐總行第一代 (1865 年) 及第二代 (1886 年) 屬於古典主義精品，第三代則選用更現代的芝加哥學院設計風格，石材則為花崗岩及進口雲石。第四代總行於 1985 年建成，由著名建築師 Lord Norman Foster 主理。Foster 大膽地將全部支撐結構搬到大廈外面，以增加室內可用空間，並建成樓底格外高聳的入口大堂，開放空間予公眾使用，落地玻璃幕牆令光線充分透入大堂和辦公室。每逢假日外傭聚集野餐的場面，與象徵滙豐的一對銅獅子，同為獨特的香港城市風景。

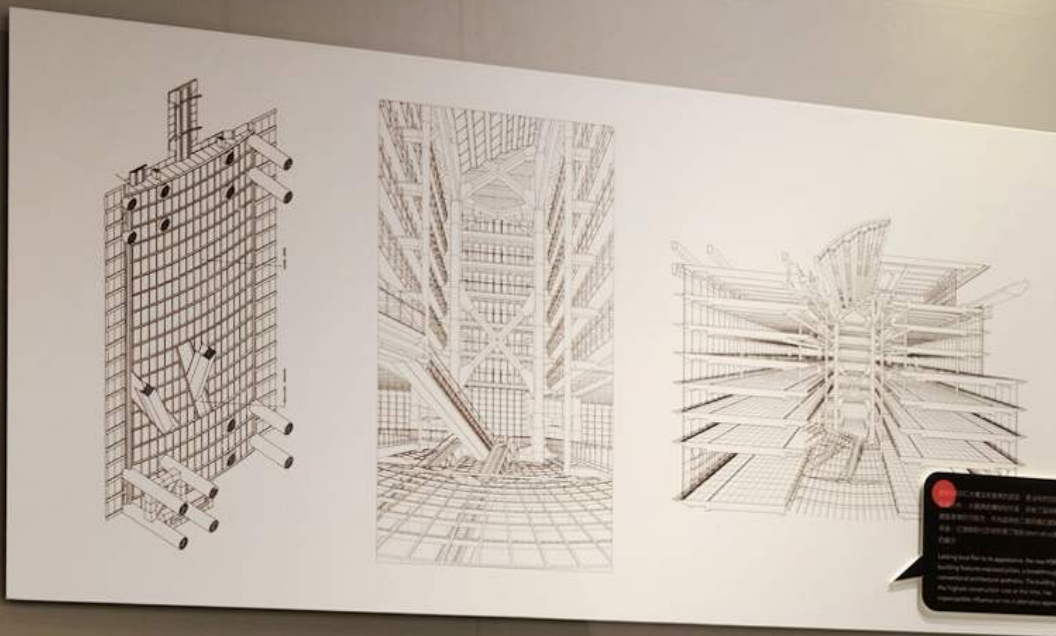
「新的 HSBC 大樓沒有香港的語言，更沒有附加的包裝外形，大膽將結構樑柱外露，突破了當時我們對建築美學的可能性，作為當時施工最昂貴的建築物來說，它潛移默化影地影響了我對 alternative 美學的觀念。」——又一山人

# Norman Foster

## 滙豐總行大廈 (1985-)







「對於如此具標誌性的建築物的新舊交替，對抗時間的洪潮屹立至今，真的令我嘖嘖稱奇。人在空間中遊走的感覺很微妙，仿如身處在一個藝術空間之中。記得小時候，爸媽帶我到舊匯豐銀行的銅獅前拍照，大堂的牆上畫了富有殖民地色彩壁畫及建築都獨一無二。」—— 陳幼堅



# 貝聿銘

## 中銀大廈

中銀大廈高達 369 米，樓高 70 層，1990 年 5 月開幕時是全亞洲最高的建築，記錄很快被打破，但它的文化意涵比建築物本身更高。建築師貝聿銘一直致力從中國文化中發展出一套建築語言，中銀大廈正正是他的驕傲示範。

中銀大廈的外形，由四條高度不一的柱體組成，而每條柱體則由三角形幕牆密鋪而成。設計原型選自竹子生長的形態，寓意中國文化更新，猶如竹子節節上升。而每座三角錐體的頂端，以高達 7 層樓的斜面玻璃覆蓋，從室內眺望，維港美景一覽無遺。這幢外形不對稱的大樓，一直是香港最獨特的摩天大廈之一。

「由貝聿銘設計的中國銀行大廈，第一眼看上去是一幢 Contemporary 的三角形建築物，但背後代表節節上升的竹枝，蘊涵了傳統的中國元素，我認為這是一個成功的中西合璧個案。」

——又一山人



「中銀大廈的外形真的很漂亮，是貝聿銘的代表作！但我至今仍不解到底是如何以一個在風水學上具爭議性的三角形，說服客戶，而他卻成功做到了！」

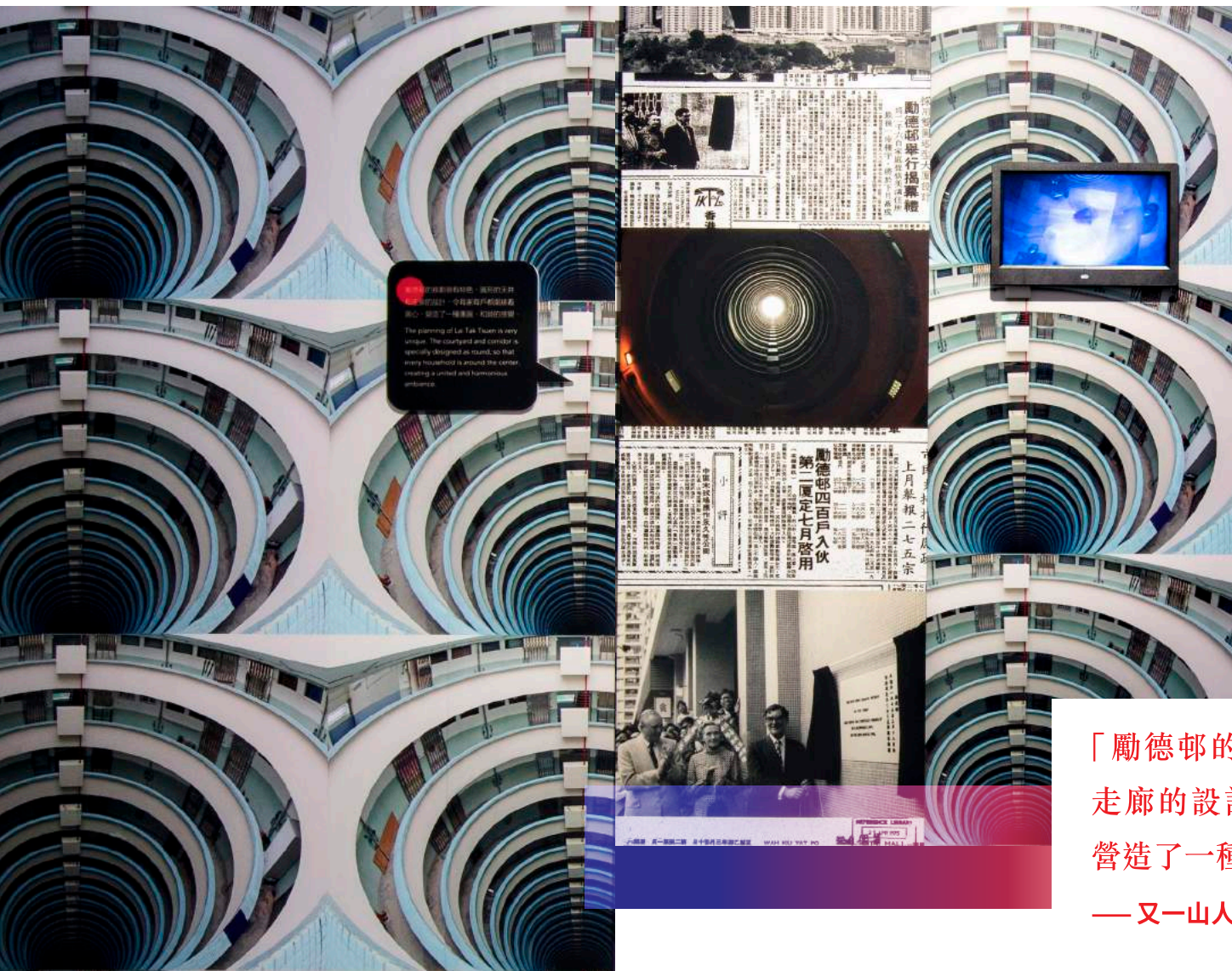
—— 陳幼堅





# 黃祖棠

## 勵德邨



早年香港房屋協會委託建築師合作設計公共房屋，讓基層家亦能擁有優質的居所，勵德邨是其中一個代表作。屋邨由黃祖棠建築師樓設計，以 1938 年來港任職工務局的英國建築師鄔勵德 (Michael Wright) 命名，以表揚他對香港住屋政策的貢獻。七十年代中入伙的勵德邨一共 8 座，每座 27 層。第 1 至第 4 座外型是圓柱體，中央天井的露台設計有利採光。從天井往上望，27 層樓疊成一圈圈令人眩目的同心圓，別具幾何趣味。第 5 至 8 座外型為長方體，高層住戶還可以觀賞到維多利亞港景色，在公共房屋當中算是罕見。

「勵德邨的規劃很有特色，圓形的天井和走廊的設計，令每家每戶都圍繞着圓心，營造了一種團圓、和睦的感覺。」

——又一山人



# Zaha Hadid

## 香港山頂項目建築群設計比賽優勝作品



「雖然很可惜 Zaha Hadid 的山頂項目建築群沒有正式實現，但是這個概念卻讓她舉世聞名，也為香港建築歷史增添一個傳奇、一個神話。」

——又一山人



已故伊拉克裔英國建築師 Zaha Hadid，構思出名前衛卻不少是難以實踐的，外號「弧線女王」。她在香港只留下一件作品——香港理工大學創新樓，但其實她曾於 1983 年香港山頂私人會所的設計比賽獲得冠軍，可惜項目因造價太高而流產。即使如此，這作品奠定她往後的設計風格，亦讓她蜚聲國際，此會所被視為她最重要的作品之一。Hadid 的設計概念以「人造花崗岩山嶺」為題，提出挖走山頂的一部分，再用採集到的石材在原地興建一個人工懸崖，會所由多個橫向的樓層組成，而外牆、地板和天花則以奇特的角度接合，模擬山頂地勢的險峻，堆疊出她標誌性的複雜線條。

# 鮑紹雄

## 香港體育館

香港體育館，俗稱紅館，見證香港八十年代演唱會輝煌盛世。它於 1983 年開幕，由建築署設計，當時建築署副署長鮑紹雄在開始施工期間擔任負責建築師，建築費多達港幣 1 億 4 千萬港元，是香港最早期建築在鐵路上蓋的工程。它那劃時代的建築細節：外形上闊下窄像倒金字塔，場內並無支柱，多層階梯平台向下收窄，務求以最少的面積蓋容納最多觀眾。中央地面可靈活調度作運動及演唱會場地，「四面台」讓 12,500 名觀眾得以從 360 度觀賞表演；有幸在紅館舉辦個人演唱會，已經成為歌手的當紅指標，有其象徵意義。





# 關善明

## 香港演藝學院 (1981-2010)



香港演藝學院是本地建築師關善明的代表作。他在 1981 年設計比賽中勝出的方案，克服並將地皮原來的缺點轉化和利用。學院地下遍佈各種排出大海的污水管道，只有兩塊三角形的地皮適合興建大樓，於是三角形便成為設計的主要元素。大樓外牆開出一系列幾何圖形的玻璃窗。大樓外部，一幅由藍色金屬管組裝而成的倒三角形幛幔斜靠著主樓，把校園打造成富動感的都市地標。這一組稜角突出的混凝土建築，設有多個高規格表演場地，年復一年孕育出一班本地演藝人才。2010 年外圍花園加建的香港賽馬會演藝劇院部分，打破了之前整體一氣呵成的美學處理。



# 鄔勵德 / Gordon Brown / Alan Fitch / Ron Philips

## 香港大會堂

戰後重建的第二代大會堂，開創了政府建築務實設計的先河。這幢座落於城市心臟地帶的一級歷史建築，1962 年落成，建築由高座、低座及兩座之間的紀念花園與迴廊組成，更與天星碼頭、皇后碼頭及它們之間的空地，形成一個市民活動的建築群連繫空間。大會堂是鄔勵德領導的項目之一，由香港大學建築系教授 Gordon Brown 設計草圖，詳細設計則為英國設計師 Alan Fitch 和 Ron Philips 主理。風格受到包浩斯學派影響，主力設計簡約實用的建築。大會堂低座外牆的花崗岩來自鑽石山石礦場，高座外牆則用上白水泥瓷磚，成本低廉卻不失優雅。



「在香港林立的建築物中，我最喜歡的當然是大會堂。在六、七十年代，陪着許多香港人一同成長。作為現代主義建築的代表作，大會堂的實而不華、恰如其分，它的內斂含蓄的美學是我情有獨鍾之原因。我很強調的是空間不止於形而外觀；美好的空間建築應能讓人置身其中，在空氣和光線之間仿佛也能感受到濃厚的人民色彩及精神。」

—— 又一山人



# 鄺勵德

## 石硤尾徙置區

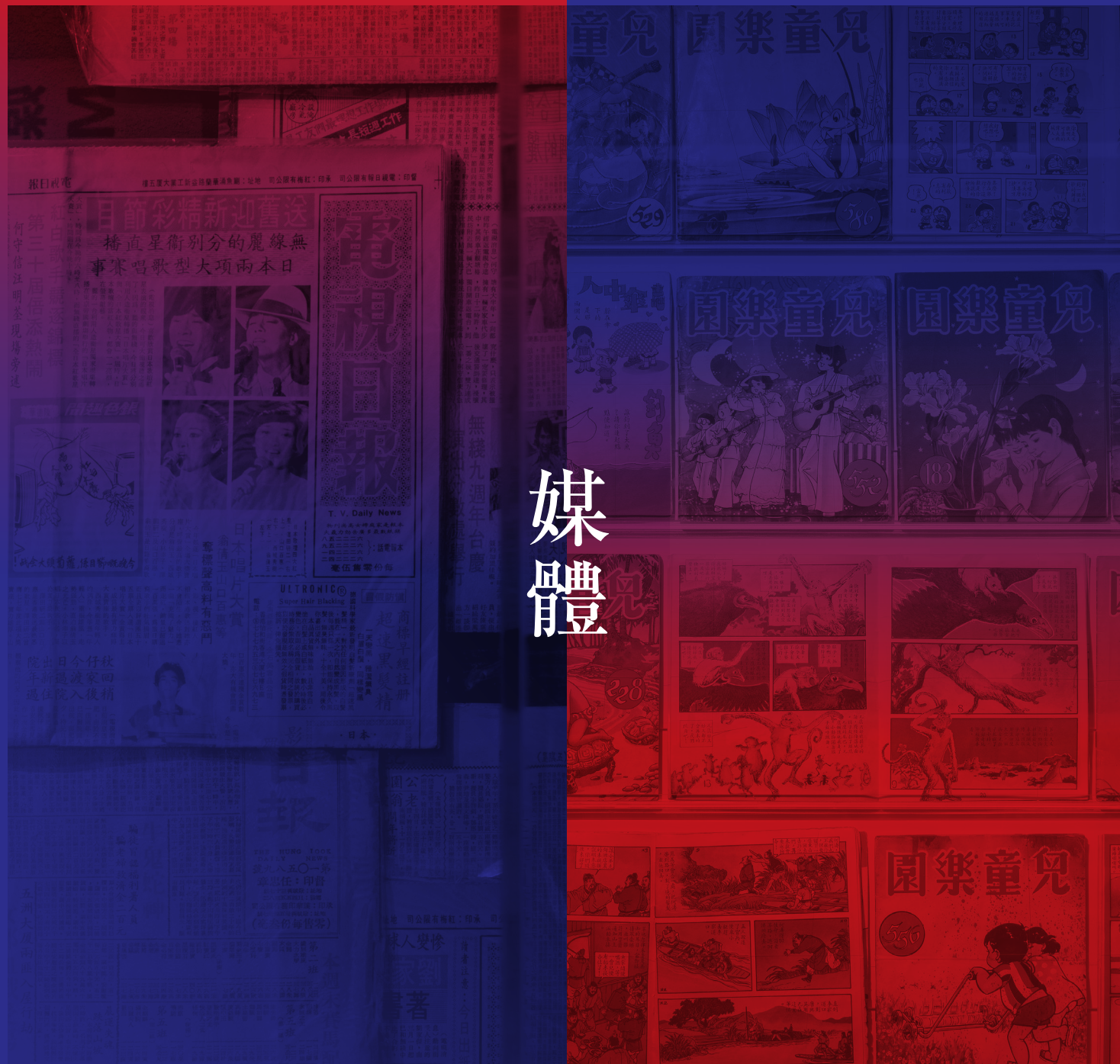


香港公屋政策的歷史，可追溯至 1953 年石硤尾木屋區大火，政府開始興建首個徙置區。1963 年竣工的美荷樓，是現時香港碩果僅存的「H」形樓房，又稱「工字型」的設計，亦是公屋設計的始祖。為盡快興建房屋安置災民，整幢建築以簡約直線為主，天台相連，單位內外都沒有多餘的修飾，以實用為賣點。住宅單位分成兩翼，連接兩翼的走廊設有公廁和洗滌設施，並在天台設課室、地下設商舖，以及為改善採光，爭取以玻璃窗代替木窗簾。事實證明，這種開放的佈局，有助培養睦鄰的關係，日後基層的生活亦得以大大改善。後來由鄺勵德主理的公共屋邨，更堅持獨立廚廁，被稱為「鄺勵德原則」，提倡保持私隱和尊嚴的生活空間，成為日後公共房屋的指標。



- ● 《兒童樂園》
- ● 《號外》
- ● 《飲食男女》
- ● 《主場新聞》/ 端傳媒》
- ● 《明報周刊》Book B
- ● 舊香港娛樂報章
- ● *Readymade Magazine*
- ● 《年青人周報》
- ● 俞琤 電台王國
- ● 施養德《養德堂》
- *Milk*
- 《華僑日報》
- *Cream*

- 陳幼堅之選
- 又一山人之選





# 潛移默化的價值觀

一個城市的發展必然有媒體，媒體被認為是現代社會的一面鏡，反映現狀，它同時引領風尚，經過不斷的潛移默化，影響我們對生活的價值觀。

香港作為亞洲早期東西文化薈萃之地，媒體發展相對也較成熟，不論是報業、電台還是電視都在香港遍地開花。早年香港普羅大眾的娛樂匱乏，閱讀報刊風氣盛行。戰前辦報門檻低，拿出少許資金便可辦報，報業百花齊放，隨着印刷技術演變越來越精彩，1925年創辦的《華僑日報》，歷史最悠久，記錄香港的歷史最為齊全。五、六十年代先有專攻娛樂新聞的小報搶佔報攤，當中《銀燈日報》及《明燈日報》以柯式彩印突圍而出，後又有《兒童樂園》透過漫畫與故事向兒童灌輸正確價值觀。不少港人童年是從羅冠樵所畫中秋節、過新年的場景，學習傳統習俗，並建立美學基礎。

七、八十年代經濟起飛，帶來自主媒體百花齊放，隨着香港社會大眾更渴求新資訊，商家需要廣告平台，主流娛樂雜誌以外，重視品味營造的刊物亦如雨後春筍，印證香港是個中西文化大熔爐。《盤古》和1972年創刊的《年青人週報》，內容涵蓋樂評、書評、文藝等，啟蒙一代年青人對文化的批判思考；而1976年由陳冠中等文化人創立的《號外》，深入探討高尚文化，展示國際都會應有的視野，其前衛的排版及攝影美學打造鮮明的優皮形象，被視為香港中產的符號；1968年創刊的《明報周刊》在八十年代後期轉型，開拓主打生活、社會和文化優質內容的「Book B」，又破天

荒現場報導巴黎時裝周，將品味帶進香港主流社會；《飲食男女》同時兼顧商業與美術，每期封面設計及排版皆不遜於設計刊物。廿一世紀集生活、潮流及設計資訊的代表，還有潮人麥浚翹創辦的潮流雜誌《Milk》和《Cream》，以及設計師 Amber Fu 和 Raymond Lee 主理的設計文化刊物《RMM》。

八十年代的「媒體人」代表人物，不得不提俞琤與施養德，兩位在各自領域默默耕耘，推動香港傳媒發展。俞琤一直致力將商業二台發展成本地音樂的廣播平台，對本地原創音樂的重視影響了整體香港樂壇的發展。施養德被喻為媒體狂人，八十年代曾一度同時出版三十多本雜誌，又引進了不少如《君子》、《Penthouse》等國外雜誌到香港。當時平均每一日都會有一本施養德的雜誌出版，他對紙媒的熱情，以至背後團隊的執行能力，在香港前所未見。

隨着互聯網普及與社交媒體崛起，迎來媒體全球化和民主化的新時代。互聯網成為傳統媒體必爭之地，另一邊廂網絡媒體與部落客冒起，當中《主場新聞》、《端傳媒》與《香港01》是香港網絡傳媒新秀。兩家傳媒摒棄傳統求快的作業模式，轉而著重評論及深度新聞報導，再藉着社交媒體宣傳的影響力，成為年輕一族接收新聞的新渠道。

# 《兒童樂園》

《兒童樂園》於 1953 年創刊，由香港插畫家羅冠樵等人創辦，這本最長壽的兒童刊物，參考日本益智兒童刊物《小學生》，整整發行了 42 年，共出版 1,006 期。全書彩色印刷，插畫台柱有主編羅冠樵和他的兩大徒弟郭禮明及李成法，為兒童播下中國畫美藝的基礎，同時讓兒童接觸中國歷史故事、民間故事及外國翻譯作品等，包括大家熟悉的日本漫畫《叮噹》。雜誌名副其實是兒童的樂園，早期雜誌只賣六毫，廣受兒童歡迎。能夠擁有一本《兒童樂園》，更是當時不少小孩子的生日願望。



「《兒童樂園》就是我夢想的『樂園』，亦勾起我的童年回憶：兒童節爸爸帶我去譚臣道鵲巢菜的總部買鵲巢菜換禮物、媽媽和我說故事。我很喜歡書中的插畫，尤其是羅冠樵所畫的中秋節和過新年的場景，他是一位很優秀的插畫家，後來亦是他率先將《多啦 A 夢》漫畫（時稱《叮噹》）引入香港。」—— 陳幼堅



# 《號外》



香港文化生活雜誌《號外》於 1976 年由陳冠中、丘世文、鄧小宇及胡君毅四位文化界翹楚創立，讀者群主要為中產人士及優皮一族。四人以紐約另類文化報《The Village Voice》為藍圖，第一期《號外》以小報開本發行新聞與藝術相關報道，八十年代初改版成為大家熟悉的特大雜誌開本，內容更為多元化，覆蓋時裝、室內設計、建築、視覺文化及飲食，不時掀起香港的文化與知識討論。而雜誌前衛的排版及視覺設計一時無兩，每期《號外》更邀請到城中巨星來拍攝封面，打造出席捲一時的時尚及生活美學，累積一群中產及文化精英階層的忠實讀者，至今仍大力推動香港的創意文化。

「我對《號外》交織著愛與恨。我很喜歡這本書，它的設計富有美學價值，而文章也非常 stylish；但討厭的是書中有一半的內容是我看不明白的，到底是他們在故作高深，抑或是我孤陋寡聞？到我三十多歲的時候才發現，原來文章是真的有層次，只是當時的我尚未達到它所謂的另一種 lifestyle。」—— 陳幼堅

# 《飲食男女》

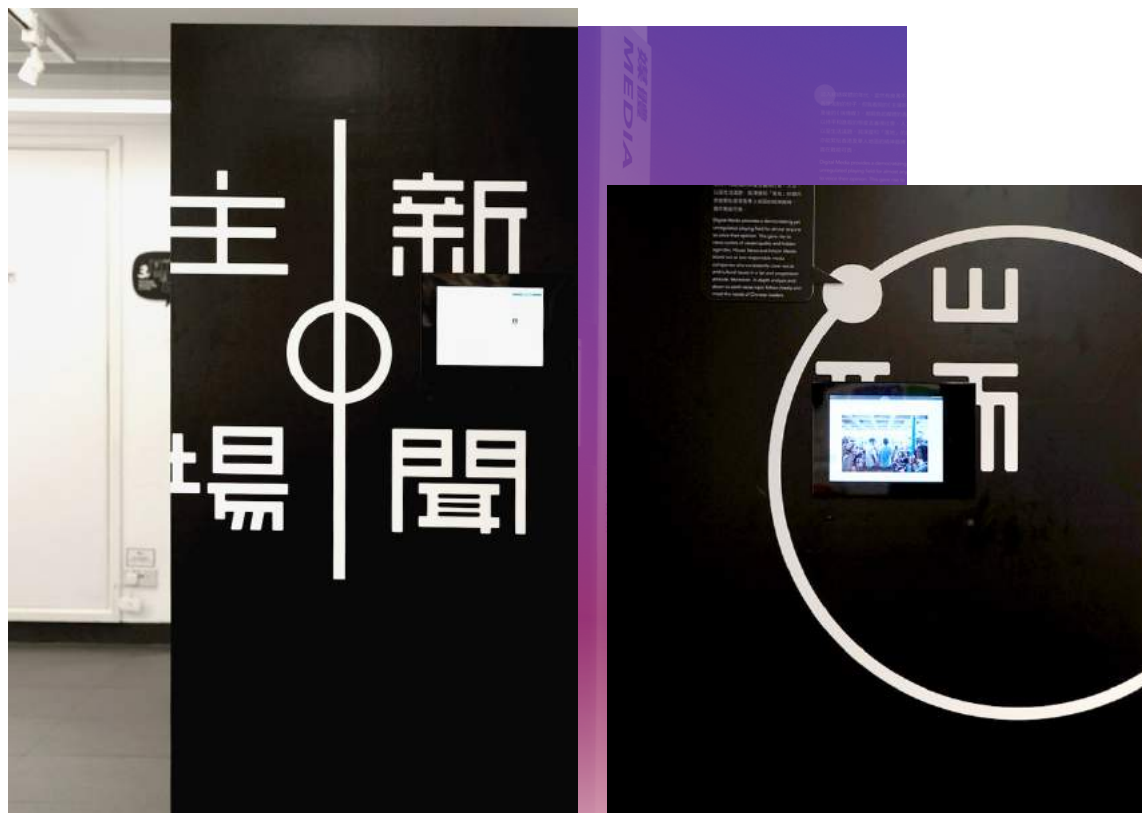
這本雜誌界的美食聖經，得力於壹傳媒甘於大灑金錢派人試食，奠定《飲食男女》的公信力。雜誌主要報導最新飲食及旅行資訊，並有深度飲食及旅遊專題，推介的餐廳更附上環境、味道等多款指標，供讀者參考。《飲食男女》請來星級廚師、餐廳負責人和品酒師撰寫專欄及食譜，讓讀者可從多角度探索飲食文化，以美侖美奐的排版更成為一代雜誌平面設計的指標。2017年八月，《飲食男女》的紙本版最近結束，也讓人懷念起它的美學價值，封面攝影受日本設計美學影響，配合溫暖的文字直抵人心。

「《飲食男女》這本雜誌真的令人又愛又恨，每一次閱讀都會令我垂涎三尺，發現香港原來有這麼多的美食，多得讓人永遠也追不上它的尋味步伐。雜誌的版面實在偶有驚喜，同樣值得回味！」—— 陳幼堅





# 《主場新聞》/《端傳媒》



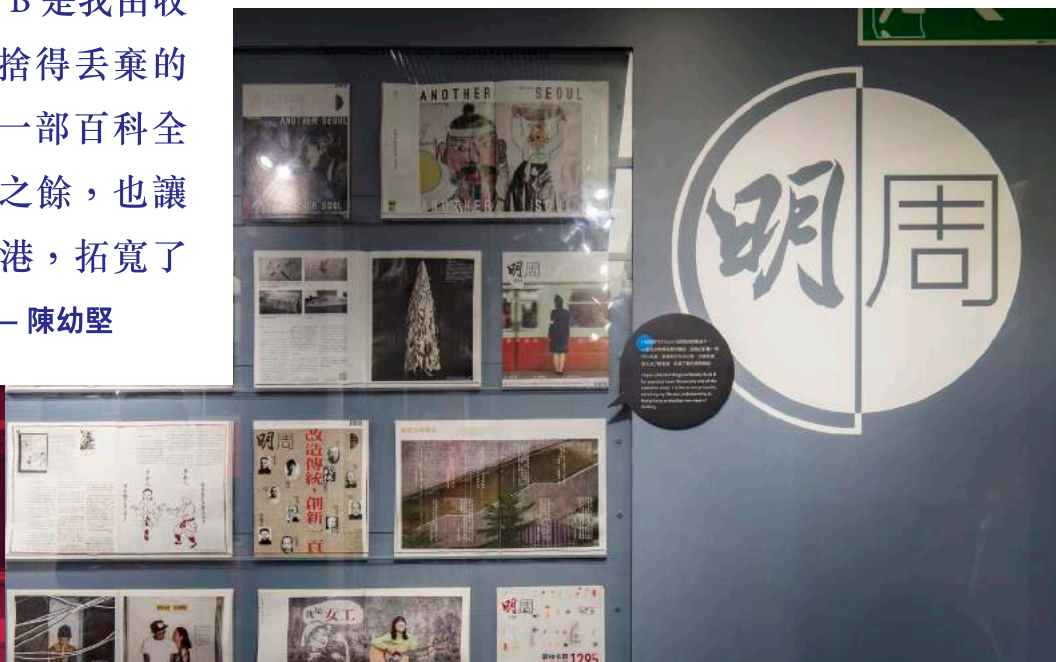
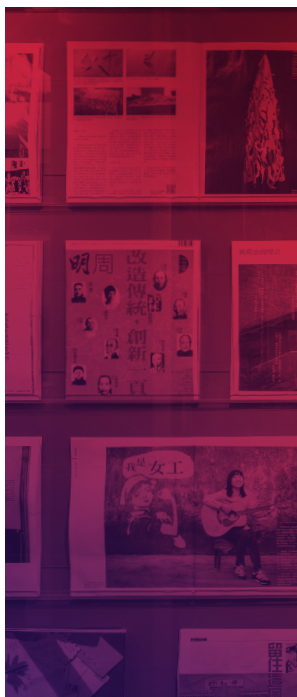
紙媒沒落，九十年代末衍生出大量網絡新聞自媒體，良莠不齊，力求創新的《主場新聞》及《端傳媒》在當中最為出色。《主場新聞》創立於2012年，開創集新聞、部落格及社會評論於一身的綜合新聞媒體，評論透過臉書發酵，間接造就了不少本地意見領袖。另一家本地網媒《端傳媒》汲取《紐約時報》轉型數碼新聞的經驗，善用線上資源，利用短片、地圖、手機互動介面、社交媒體等製作有質素的深度新聞，代表作緬甸大選。

「踏入網絡媒體的年代，當然有良莠不齊、各懷鬼胎的份子，但我看見的《主場新聞》及後的《端傳媒》，都肩負起媒體的責任，以持平和進取的態度去審視社會、人文，以至生活議題，其深度和『落地』的題目亦能緊貼香港及華人地區的精神脈搏，實在難能可貴。」——又一山人

# 《明報周刊》Book B

八十年代，《明報周刊》作為香港的招牌娛樂周刊，標榜「獨家」作為賣點。九十年代受到《壹週刊》及《東周刊》挑戰作出革新，擔任總編輯二十年的龍景昌將《明周》分為一書兩冊：Book A 繼續報導娛樂新聞，Book B 則由副總編輯黃寶玉，主打生活、文化、社會及藝術等相關內容。《明周》持續多年現場報導米蘭設計週及巴黎時裝週等國際設計界盛事，文字影象凌厲，每期封面故事均深入作全面探討，篇幅和深度為本地生活雜誌中少見，成功轉型為娛樂和品味兼備的刊物。

「《明報周刊》Book B 是我由收集至今，一本也未捨得丟棄的雜誌，因為它好像一部百科全書，豐富我的生活之餘，也讓我更深入地了解香港，拓寬了我的思想領域。」—— 陳幼堅



「龍景昌先生在娛樂時尚的《明報周刊》開拓了一條走生活品味路線的 Book B。我相信有看過 Book B 的人都會認同它的內容和生活意識形態是有別於坊間其他雜誌。有的人甚至會說『所有的 Book B 都不會丟掉』。由此可見，Book B 的內容確是舉足輕重。我曾有幸加入 Book B 的創作團隊，當時見到龍先生跟他的拍檔三三義無反顧地堅持他們的宗旨，確實令我佩服。」—— 又一山人



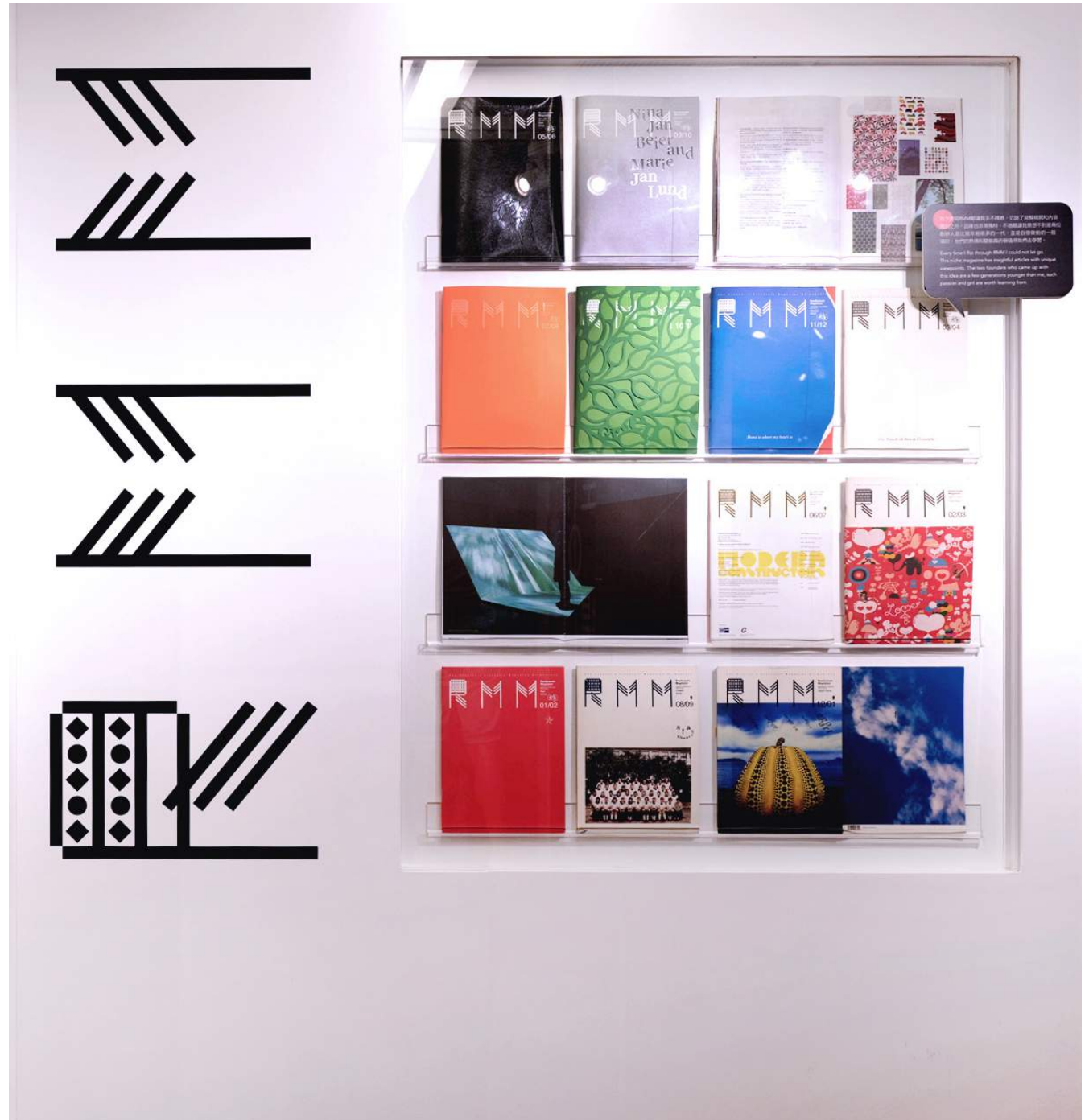
# 舊香港娛樂報章



早年香港辦報門檻較低，報業百花齊放，在六十年代，多份專攻娛樂新聞的報紙搶佔各大報攤，《銀燈日報》更是香港首份柯式彩印的小報。《銀燈日報》的彩色照片印刷清晰，更不時附送明星海報、照片及特刊，在當時成為歌迷爭相搶購的精品。至於《紅綠日報》，主打副刊的情色內容，連載小說《牛精良》香艷風流加上插畫繪影繪色，受到讀者追捧。直至七十年代報紙售價上漲，加上《明報》等主流報章開始重視影視版後，娛樂小報的熱潮才逐漸減退。直至1995年的「報紙減價戰」，《電視日報》由於銷量不佳，宣報停業。

# Readymade Magazine

香港獨立雜誌《RMM》於 2005 年創刊，在本地以免費形式發行，由設計師 Amber Fu 及 Raymond Lee 主理，一共出版了 13 期紙本雜誌。每期封面以環保紙張印刷，以近乎單色為主題設計，例如紅色的是中國特刊，藍色封面則以香港設計為主題。雜誌推薦來自世界各地的精彩作品，涵蓋平面及產品設計、攝影、視覺藝術等。雜誌內容還包括設計師專訪，介紹世界各地創作人的生活哲學。在設計和藝術界鼎鼎有名的人物，都皆接受《RMM》訪問，包括草間彌生、柳美和、艾未未等。《RMM》紙本停刊後，以不同形式繼續與大眾分享設計與文化資訊，包括繪本系列、網店及錄像話談等等。





# 《年青人周報》

「在六十年代，我讀書的時候很喜歡唱民歌，所以《年青人周報》就成為了我當時的精神食糧。」—— 陳幼堅



香港現代文藝風潮，1972 年《年青人周報》應記一功。在互聯網還未普及的那些年，它是莘莘學子主要的音樂、文化資訊來源。身兼電台工作的樂仕和 Chris Tong，創辦這本包含樂評、書評、文藝等資訊的雜誌，引入外國視野，並加入本地創作和評論，除了有賴星級專欄作家如作家李碧華、電視電台主持人毛孟靜、作詞人黎彼得等供稿外，《年青人周報》同時設讀者投稿園地，讓青年人暢所欲言，共同參與塑造本地青年文化，是一代香港文青的成長印記。

「70 年代的《年青人周報》走文化和音樂的路線，是當年大部分年青人的精神食糧，啟蒙了他們對文化的新思維。」—— 又一山人

# 俞琚

## 電台王國

俞琚以獨到的眼光及過人的膽識，令個人以至商業電台，特別是商業二台（即及後的叱咤 903），一躍成為九十年代文化現象。她 16 歲擔任商業電台第一代唱片騎師，主持「早晨老友記」，以出眾的口才和點慧的反應著稱；七十年代與蘇絲黃、曾路得、陳小寶及鍾保羅等共十三人合組「六啤半」，紅遍一時。八十年代出任商台總經理，2004 年擢升為副主席至 2015 年底。俞琚一直致力推動本地原創音樂，以「321 起飛」改革二台節目及創立叱咤樂壇流行榜，每周回顧粵語流行曲的最新走勢，推動本地樂壇的發展。其後更於 2008 年在水天圍創立社會企業天比高創作伙伴，透過協助天水圍的年輕人尋找出路，培育年青創作人才。2015 年，俞琚宣布退休離開商台，文化界紛紛表示：一個時代的終結。



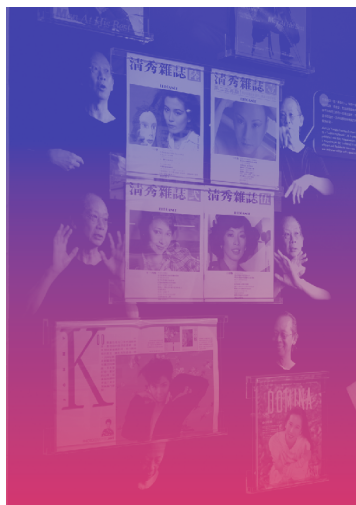
「俞琚，由商台的一位播音員，到促成推廣本地音樂的商業二台，為香港的樂壇帶來革命性的轉變。我相信她的創意、前瞻性，以及對香港樂壇的貢獻是值得大家欽佩。」  
——又一山人



# 施養德

## 《養德堂》

多才多藝的施養德是出版界的傳奇人物。他首本雜誌只用了一星期單人匹馬完成攝影、設計和編輯，於現實生活中炮製電視劇《家變》裏的道具雜誌《清秀》，更找來劇中女主角汪明荃拍攝封面。他其後創立了「養德堂出版公司」。80年代末，他與香港鑽石大王馬壩傑合力出版《藝覺》雜誌，每期請來名人重新演繹世界名畫。高峰時期，他在同一時間每月出版 32 本雜誌，從成人雜誌到高級文化刊物不等。他更將不少外國雜誌引入香港市場，並出版《君子》(Esquire)、《閣樓》(Penthouse) 及《瑪利嘉兒》(Marie Claire) 的中文版。



「施養德由一個『廣告狂人』變成一個『媒體出版』的狂人。他的品牌《養德堂》在高峰期曾每月出版超過三十本雜誌，即是說平均每天已經有一本雜誌面世，可想而知團隊的能動性和靈活性是多麼強大。我相信那股做紙媒的力量和熱情是前無古人，後無來者。」——又一山人

# Milk

《Milk》是時裝界潮流領導者之一麥浚翹在 2001 年創辦的時裝雜誌。它引領年輕潮流，潮拜當時大熱的街頭品牌如 Stussy 及 The Bathing Ape 等等。在讀者眼中，《Milk》等同「潮流」、「酷」的指標。為了迎合青年人的次文化，它致力成為一本另類刊物，傳播藝術與設計、街頭和流行文化，推介時尚精品。源於對日本雜誌製作的崇拜，並汲取了倫敦、洛杉磯、紐約等地街頭文化雜誌的經驗，《Milk》從內容到版面編排，都展現了獨特的設計和編輯角度，成功取得年輕人共鳴。

「《Milk》可算是我一位女朋友，每個星期都要見面，每晚都要糾纏，因為我曾經擔任過雜誌的專欄作家兩年。那時每個星期都要寫一篇文章，今天寫完，明天又要寫下一期，根本沒有停過下來。雖然過程非常懊惱，但卻十分開心，就像談戀愛一樣。」—— 陳幼堅





# 《華僑日報》

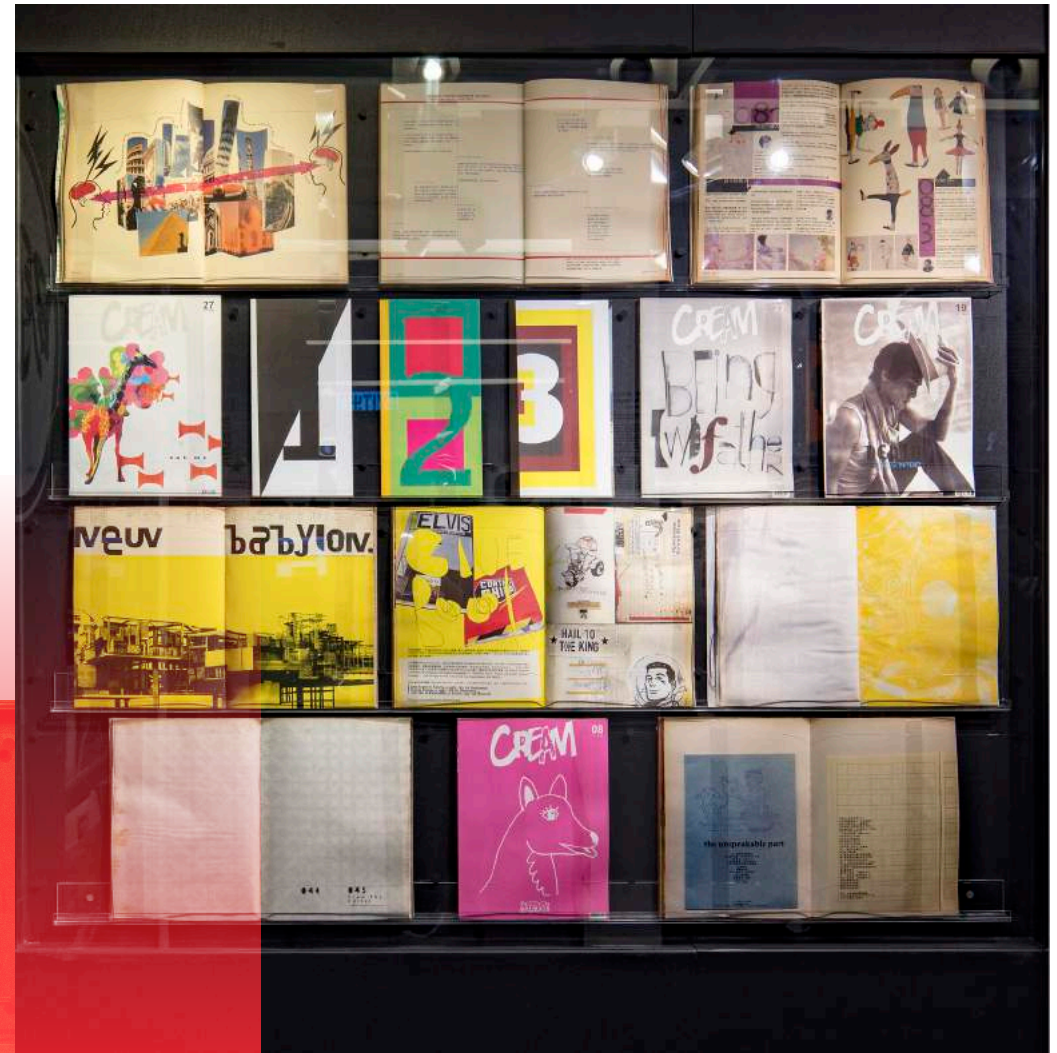


《華僑日報》創刊於 1925 年，直至 1995 年停刊，發行七十年，是香港歷史最悠久的華文報章，在香港報業史及華南報業史上，地位舉足輕重，也是研究香港掌故的重要文化遺產。報章前身為旅港華商總會所辦的《華商總會報》，由岑維休承購後，易名《華僑日報》以新聞為本，至二戰後初期已成香港第一中文大報，是本地現代報業的先河。它也是少數獲政府認可刊登憲報的刊物，故特別受商界視為重要的消息來源。其後接棒的岑才生，更與當時另外三大報章《工商日報》、《星島日報》和《南華早報》促成香港報業公會在 1954 年成立。



# Cream

創辦《Milk》的潮人麥浚翹在 2002 年創立姊妹時裝文化雜誌《Cream》。《Cream》以小眾雜誌自居，只在特定的書店發售。《Cream》介於時尚、文化與設計之間，是一本概念型的雜誌。每一期的《Cream》都是一件設計作品，給讀者帶來驚喜的同時，啟發他們思考都市生活方式。有別於《Milk》依賴廣告的商業定位，《Cream》更為自覺，着重對潮流和文化的反思。





- ● 廣告標語
- ● 廣告歌曲
- ● SUNDAY 廣告系列
- ● 為香港打氣廣告
- ● 朱家鼎 廣告美學
- ● 《漁民》匯豐銀行電視廣告
- ● 《垃圾蟲》清潔香港廣告系列
- ● 《長城鼓舞》電視廣告
- ● 《阿 May》和記天地線電視廣告系列
- ● 吳鋒濠 / 徐佩侃 / 侯仲賢 廣告片美學風格
- ● 《Red Hot Hits》宣傳片系列
- ● 《椅子》 / 《手搖四輪車》九廣鐵路電視廣告系列
- ● 《搭地下鐵路 話咁快就到》地下鐵路廣告系列
- ● 《九龍皇帝》藍威寶電視廣告
- ● 《新業主》 / 《過山車》  
愉景新城 / 海澄湖畔二段電視廣告
- ● 《慳得一蚊得一蚊》惠康電視廣告
- ● 《看出一點真 看出可觀人生》眼鏡 88 電視廣告系列

# 廣告

- 陳幼堅之選
- 又一山人之選

# 由硬銷 到呢 LIKE

經典廣告歷久常新，皆因某些畫面、對白、歌曲曾經入屋「洗腦」，何止風靡一時？簡直昇華為一代人的集體回憶和「民族誌」，記錄了民間消費行為和本地文化。「兩個就夠晒數」、「不在乎天長地久，只在乎曾經擁有」你仍然記憶猶新吧？

香港廣告業歷史，同時也是戰後大眾傳播和流行文化歷史。隨着經濟起飛、西方與日本的舶來商品湧港，不少跨國廣告商也看準這需求殷切的遠洋市場，把家鄉的成功廣告「複製」來港，廣告成為一種重要消費資訊。上世紀六、七十年代，電台大氣電波為大批從內地來港的新移民提供消費資訊，協助他們適應香港資本主義的生活形態。

優秀的廣告是社會的同化劑，透過琅琅上口的旋律、饒有趣味的故事、極富創意的口號和清楚醒目的訊息，影響價值觀和社會風氣。匯豐銀行藉漁民故事，成功宣揚香港堅毅精神和集團核心價值；「人頭馬一開，好事自然來」和「點止係汽水咁簡單」打造膾炙人口的推廣標語。當年也有不少優秀政府廣告令人難忘：香港勝在有「密密實實」的廉政公署；亂丟垃圾的「垃圾蟲」被葉麗儀唱通街；「今時今日咁嘅服務態度係未夠架」宣揚香港好客之道，影響香港人的價值觀，潛移默化一個時代。

八、九十年代「電視撈飯」的黃金歲月，目標觀眾就是連廣告也「照單全收」的香港普羅，大批經歷嬉皮士浪潮洗禮的放洋大學生回港投身廣告界，加上本地精英，聯手拼搏出既具國際視野又地道多元的輝煌廣告王國，展現出別樹一幟的東西色彩。千萬資源投入拍攝史詩式電影級廣告，鐵達時的淒美愛情故事系列、和記天地線「阿 May」廣告系列，展現嶄新電視廣告美學。

一個廣告流行與否，廣告歌能否「入屋」成為關鍵，不少知名的作詞人和作曲家都曾參與廣告創作，俘虜樂迷感情，也贏得市場。遠至 1980 年恆生銀行「溫故知新」主題曲：「小莫小於水滴，匯成大海汪洋；細莫細於沙粒，聚成大地四方」，到 1992 年橫掃樂壇的 Red Hot Hits 火熱動感廣告金曲，都是經典。

洋溢香港味和緊貼都市節奏的地道廣告最受歡迎，藍威寶曾經找來九龍皇帝曾灶財拍廣告、惠康在經濟低潮時利用「慳得一蚊得一蚊」招徠；地鐵向分秒必爭的都市人宣揚「搭地下鐵路，話咁快就到」；愉景新城的《新業主》電視廣告，反映不少港人對「上樓」的種種希冀與夢想。另類的經典可算是 1993 年九廣鐵路的疑似鬧鬼廣告，最後當然發現是一場虛驚。

工業化媒體時代，人們主要通過電視廣告、報刊雜誌、商業網站等獲取信息，現在大家是根據自己的喜好主動選擇關注的信息類型，廣告透過單一渠道硬銷的威力顯然被削弱，曾經如日中天的廣告行業，今天走到數碼世代，面對重重挑戰。但廣告始於是與社會難以分割的訊息載體，在以人為本的社交平台，它只是由硬銷、感性行銷轉型至個性呢 like 經濟體，有創意的點子將繼續發光發熱。



# 廣告標語

一句入屋的廣告標語得來不易，既要清楚醒目的訊息，亦要做到琅琅上口。廣告標語反映不同時代面貌，也展現廣東話的魅力，例如鬼才黃霑「人頭馬一開 好事自然來」背景為八十年代的經濟繁榮，他也為人口暴增的社會寫下「兩個就夠晒數」。紀文鳳寫的「點只汽水咁簡單」和「為你做足 100 分」也膾炙人口。「不在乎天長地久 只在乎曾經擁有」配合浪漫故事牽動廣告受眾的情感，「幸福要走多步」融入品牌名字和對生活想像，皆是廣告成功的關鍵。部分經典廣告標語包括：

益力多 與您並肩  
你今日飲咗未？  
滙豐銀行

點只汽水咁簡單  
維他奶

Arrive in Better Shape.  
國泰航空

WE ARE TEMPTATION 連卡佛

凡事可成真 兩個就夠晒數  
香港家庭計劃指導會

有陌生人的世界 佐丹奴

看出一點真  
只有真情起

## 人頭馬一開 好事自然來 / 人頭馬

這句廣東話口號鏗鏘有聲，道出在喜慶場合，一瓶香醇的法國名酒必不可少。這是香港八、九十年代經濟繁榮的寫照。把奢侈品等同於好生活、好日子，這樣的宣傳策略很奏效。

## 慳得一蚊得一蚊 / 惠康

廣告間接宣傳節儉，意味著到惠康購物便可省錢；它也發出一個強烈的社會訊息，讓人們反思：如何珍惜與家人相處的時光、以及生命中甚麼才是更重要。

## 兩個就夠晒數 / 香港家庭計劃指導會

另一個有助於改變香港社會的廣告，是香港家庭計劃指導會的「兩個就夠晒數」。它的歌詞：「兩個就夠晒數！兩個就夠晒數！生仔也好，生女也好，兩個已經夠晒數！」深入人心，潛移默化地影響着父母和準父母，幫助政府推動人口政策。

## 只要有夢想 凡事可成真 / 香港電訊

這個廣告中的兩大元素，分別是約翰連儂的經典名曲《Imagine》，以及「只要有夢想 凡事可成真」的口號；二者相輔相成，巧妙地把一間傳統的電訊公司的形象，提升為一間全面的資訊科技服務供應商。

## 點只汽水咁簡單 / 維他奶

「點只係汽水咁簡單！」這是維他奶廣告歌的副歌，琅琅上口，提醒觀眾：什麼令生活更有意義？由於缺少向世界市場推廣的優勢，維他奶這種本地出品的飲料，於是竭力爭取本土市場，把它塑造成香港人日常生活的必需品。對於廣東話地區的電視觀眾，這句口號已深深地打入腦海；時至今日，在香港和澳門的傳媒、流行文化和社交媒體中，「點只 X X 咁簡單！」已經成為一句潮語。

## 幸福要走多步 / 幸福醫藥

幸福醫藥在廣告中傳揚正面的社會訊息。廣告是一個母親的自白，訴說她的兒子患上痙攣，她擔心兒子比別人遜色，可是她並沒有放棄，最後她的兒子在母愛中長大，並在田徑場上奪得獎牌。

滙豐銀行

ter Shape.

# 就夠晒數

香港家庭計劃指導會

香港地下鐵路

世事無絕對  
只有真情趣

幸福要

幸福醫藥

慳得一蚊 得一蚊

為你做足100分 大家樂

鐵達時  
不在乎天長地久  
只在乎曾經擁有

鐵達時

feels like  
Sunday  
積少成多

走多步

生命有 TAK

保安

恒生銀行

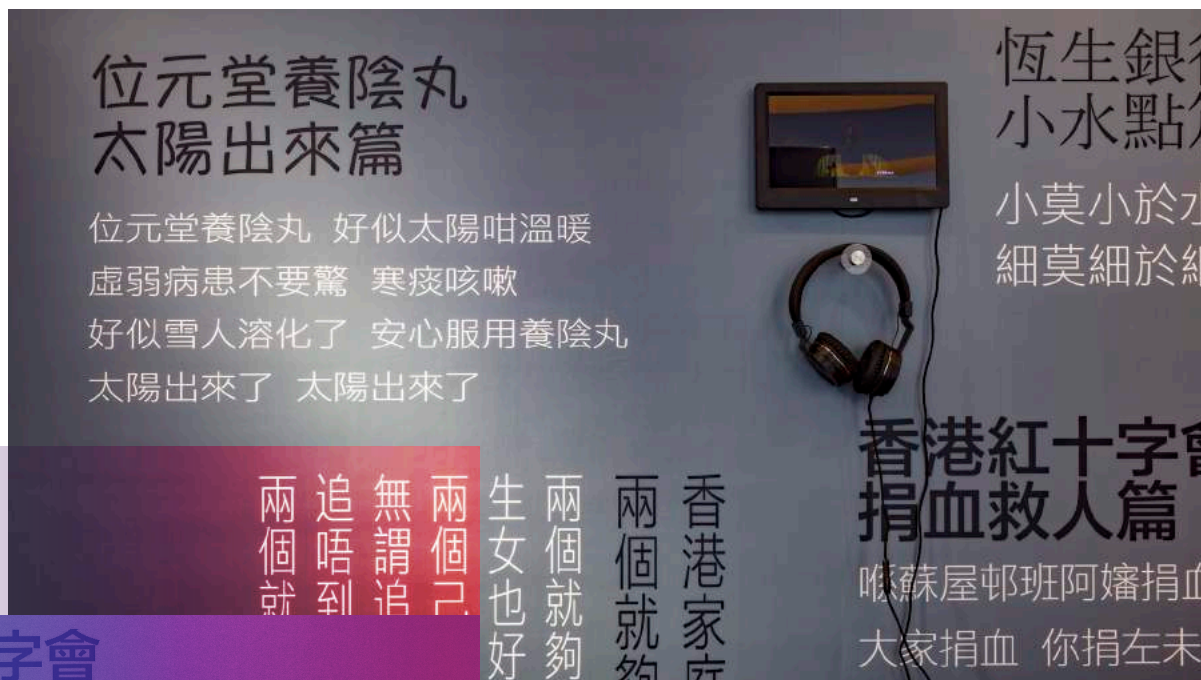
▲ 中國經濟發展，需要國際一體化環境的經濟政策，包括  
 國際化生產要素配置、國際化金融市場與服務、在生  
 產要素與服務國際化、國際化貿易一體化、國際化  
 貿易與服務國際化等。

As James Wang says, *China* is a sophisticated  
 region with strong innovation. These and *China*  
 trading partners always seek me profoundly, and will  
 become a part of my life. It is certainly the key to  
*China* achieving global success.

ADVERTISING 廣告 | VERY HONG KONG VERY HONG KONG



# 廣告歌曲



## 香港紅十字會 捐血救人篇

喺蘇屋邨班阿嬤捐血 老梁老何同老林都捐血  
大家捐血 你捐左未  
阿哥捐血 阿姐捐血 葉麗儀同埋老友都捐血  
大家捐血 齊齊同去  
無計富貴或貧庶都捐血 不分中外朋友  
軍中演奏隊都響應 紛紛都伸出隻手  
司機捐血 官紳捐血 大小生意佬都捐血

「在芸芸的廣告歌中，我選擇了小時候聽過的恆生銀行廣告歌——『小莫小於水滴，漸成大海汪洋』。它的可貴之處是成功在觀眾的腦海裡埋下一顆種子，而其中一顆在我。這首歌很有感染力，歌詞也饒有教育意味，積少成多，也許我自小節儉的習慣是因為這首歌而養成的。雖然它的誕生不是為了推銷品牌，而是配合一個校際問答遊戲節目，不過我卻很欣賞這首歌背後的意念和價值觀與社會緊緊相扣。」——又一山人

一個廣告流行與否，廣告歌能否「入屋」成為關鍵，不少知名的作曲家和作詞人都曾參與廣告創作，俘虜樂迷感情，也贏得市場掌聲。唱過「垃圾蟲」的葉麗儀，經典廣告歌多籊籊，包括 1980 年恆生銀行《溫故知新》主題曲：「小莫小於水滴，匯成大海汪洋；細莫細於沙粒，聚成大地四方」、「過馬路要小心」、「搭小巴去捐血」等。至九十年代，常有群星大堆頭演繹廣告歌，以 1992 年橫掃樂壇《Red Hot Hits 火熱動感》廣告金曲最為經典。

Sunday 電訊網絡是個國際直撥電話供應商，於 2004 年結業，至今仍懷念它一系列充滿黑色幽默的廣告。它的廣告最早於 1999 年出現，以史詩式的畫面及配樂，對早於 70 年代起步的國際直撥電話行業致敬。其後一系列滑稽短劇，情節和結局出人意料，務求吸引觀眾的眼球。廣告毫不顧忌地推銷 Sunday 的優惠收費，Sunday 女鬼一句「平到你驚」教人拍案叫絕。其中一些 Sunday 廣告，更對舊日的廣告片段和人物惡搞一番，創意非凡，打破當時廣告悶局。



「當年我為這間電訊公司命名為 Sunday 之後，我開心不已，因為能夠以一種生活的意識和形態去表達一種通訊的系統。DDB 廣告公司，亦是因為這個定位策略，產生了這系列與別不同、轟動一時的廣告。」—— 陳幼堅

# FOCUS: AGENCY OF THE YEAR AWARDS 2000

ASIAN AD CAMPAIGN OF THE YEAR

## A salute for Sunday; for maintaining its standard of excellence

CATWING  
AGENCY OF THE YEAR  
WOMEN'S SPORT  
ANTONY BREGIO

To describe the situation of the agency in the "pre-9/11" era, Bregio says, "We were not doing much business, and we were not doing much business."

One of the agency's first clients was a woman who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

agency" (EMMA, December 14, 1999). For Bregio, however, the year was both a triumph and a challenge. "We were not doing much business, and we were not doing much business."

The agency's first client was a woman who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

The strength of the situation was to be a major factor in the agency's success. "We were not doing much business, and we were not doing much business."

The agency's first client was a woman who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

For the leading agency...  
...the agency's first client was a woman who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

She was a former model who was a former model. She was a former model who was a former model.

December 18, 2000

ASIA'S MEDIA & MARKETING NEWSPAPER

www.asiafm.com/asia\_fm0004.asp

# China adspend on target for a bonanza year

It will take three phenomenal ad and broadcast campaigns, possibly one in each of the three major cities, to get China's advertising industry to spend as much as the U.S. in 2000, says a leading industry analyst.

But, says the analyst, the U.S. is not alone in this regard. "The U.S. is not alone in this regard," says the analyst, "because the U.S. is not alone in this regard." The analyst says that the U.S. is not alone in this regard.

The analyst says that the U.S. is not alone in this regard. "The U.S. is not alone in this regard," says the analyst, "because the U.S. is not alone in this regard." The analyst says that the U.S. is not alone in this regard.

The analyst says that the U.S. is not alone in this regard. "The U.S. is not alone in this regard," says the analyst, "because the U.S. is not alone in this regard." The analyst says that the U.S. is not alone in this regard.

The analyst says that the U.S. is not alone in this regard. "The U.S. is not alone in this regard," says the analyst, "because the U.S. is not alone in this regard." The analyst says that the U.S. is not alone in this regard.

The analyst says that the U.S. is not alone in this regard. "The U.S. is not alone in this regard," says the analyst, "because the U.S. is not alone in this regard." The analyst says that the U.S. is not alone in this regard.

The analyst says that the U.S. is not alone in this regard. "The U.S. is not alone in this regard," says the analyst, "because the U.S. is not alone in this regard." The analyst says that the U.S. is not alone in this regard.

The analyst says that the U.S. is not alone in this regard. "The U.S. is not alone in this regard," says the analyst, "because the U.S. is not alone in this regard." The analyst says that the U.S. is not alone in this regard.

The analyst says that the U.S. is not alone in this regard. "The U.S. is not alone in this regard," says the analyst, "because the U.S. is not alone in this regard." The analyst says that the U.S. is not alone in this regard.

The analyst says that the U.S. is not alone in this regard. "The U.S. is not alone in this regard," says the analyst, "because the U.S. is not alone in this regard." The analyst says that the U.S. is not alone in this regard.

## WINNERS AT A GLANCE

AGENCY OF THE YEAR  
ADVERTISER OF THE YEAR  
TV STATION OF THE YEAR  
RADIO STATION OF THE YEAR  
NEWSPAPER OF THE YEAR

RETAILER OF THE YEAR  
TV STATION OF THE YEAR  
RADIO STATION OF THE YEAR  
NEWSPAPER OF THE YEAR

AGENCY OF THE YEAR  
ADVERTISER OF THE YEAR  
TV STATION OF THE YEAR  
RADIO STATION OF THE YEAR  
NEWSPAPER OF THE YEAR

RETAILER OF THE YEAR  
TV STATION OF THE YEAR  
RADIO STATION OF THE YEAR  
NEWSPAPER OF THE YEAR

AGENCY OF THE YEAR  
ADVERTISER OF THE YEAR  
TV STATION OF THE YEAR  
RADIO STATION OF THE YEAR  
NEWSPAPER OF THE YEAR

RETAILER OF THE YEAR  
TV STATION OF THE YEAR  
RADIO STATION OF THE YEAR  
NEWSPAPER OF THE YEAR

AGENCY OF THE YEAR  
ADVERTISER OF THE YEAR  
TV STATION OF THE YEAR  
RADIO STATION OF THE YEAR  
NEWSPAPER OF THE YEAR

RETAILER OF THE YEAR  
TV STATION OF THE YEAR  
RADIO STATION OF THE YEAR  
NEWSPAPER OF THE YEAR

FROM LEFT: CHINESE ACADEMY OF FILM AWARDS, CHINESE FILM AWARDS, CHINESE FILM AWARDS, CHINESE FILM AWARDS

## CIA signs off 2000 with worldwide SIA account

The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account. The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account. The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account.

The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account. The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account. The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account.

The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account. The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account. The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account.

The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account. The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account. The CIA signs off 2000 with a worldwide SIA account.

## Season's Greetings

MEDIA will be with all its readers a Merry Christmas and a Happy New Year! This is the first edition of MEDIA for this year, the first issue will be published on January 1st.

## In this issue

Interview with CHINESE FILM AWARDS

How was President... 10

ROCKS Agency of the Year... 10

CHINESE FILM AWARDS... 10

CHINESE FILM AWARDS... 10

CHINESE FILM AWARDS... 10

This is the first issue of MEDIA for this year, the first issue will be published on January 1st. This is the first issue of MEDIA for this year, the first issue will be published on January 1st.



# 為香港打氣廣告



除了顯見的商業價值之外，廣告也會宣傳公共服務的訊息，例如適應環境、社會凝聚等等。在香港的困難時期，例如在沙士（非典型肺炎）肆虐時，不少廣告都傳播正面的社會訊息，鼓勵港人逆景自強不息，不要放棄。2002 年，香港經濟氣候欠佳，當時奧美（香港）廣告發起及構思製作《香港再造》計劃，邀請各大企業贊助，鼓勵港人化怨氣為力量，重建港人信心。

# 朱家鼎

## 廣告美學

朱家鼎 (Mike Chu) 是香港廣告界的傳奇，曾獲得無數廣告大獎。七十年代在美國加州藝術學院畢業後回港投身廣告業，1993 年他創立靈智廣告，後來於 1998 年與 The Ball Partnership 合併，他位居管理層而減少創作。他的作品包括 PUMA《Fly First Class》及鱷魚恤廣告，最為人稱道的必屬鐵達時《不在乎天長地久 只在乎曾經擁有》系列，大時代動盪的愛情故事配上史詩式電影拍攝風格及這經典口號，唯美的畫面成功突出產品精神，更令人反思現代愛情的各種觀念，至今仍為人稱頌。

「1978 年，我們曾經共事過一年多，他做 above-the-line 廣告；而我負責 below-the-line 平面，那時我們合作得相當愉快。他不只是一位好的創作人，也是一位商業奇才，他創造了一個新體系去呈現廣告，成功地將生活美學帶進廣告，創作了鐵達時、Puma、Crocodile 等膾炙人口的企劃。時至今日，他的廣告依然深深地烙印在大家的腦海之中。」—— 陳幼堅





# 《漁民》

## 滙豐銀行電視廣告



1994 至 1995 年間，滙豐銀行推出一個新廣告，內容是由一個漁民辛酸地憶述，他如何與香港一起，堅毅不屈渡過一個又一個難關，例如 1962 年的颱風溫黛襲港、六十年代的制水，1972 年六一八水災先後引起的山泥傾瀉及港島西半山區多幢大廈坍塌等。然後，他一語中的地說：「香港地搵唔搵到食，都係睇自己嚟啫。」廣告跟觀眾重溫香港大事，寓意迎難而上、能屈能伸的香港精神，而滙豐銀行一直是客戶的伙伴，陪伴共渡難關。

# 《垃圾蟲》

## 清潔香港廣告系列

許敬雅為香港政府服務 22 年貢獻良多，七十年代為配合清潔香港運動宣傳，時任政府新聞處創作總監的許敬雅，創作搗蛋卻又逗人喜愛的垃圾蟲，成為家傳戶曉的卡通角色。

一個大鼻子，一副賊匪眼罩，垃圾蟲奸角形象鮮明；每當牠亂丟垃圾後，一隊清潔小姐便會出場清理垃圾，並將垃圾蟲掉入垃圾桶，以進行公民教育，宣傳保持香港市區和郊野公園清潔的重要性。廣告訊息簡單直接，朗朗上口，亂拋垃圾被葉麗儀唱到街知巷聞，垃圾蟲在娛樂匱乏的年代，深受兒童歡迎，也達到教育的目的。



「垃圾蟲富娛樂性及視覺衝擊的形象，再加上阻嚇性的罰款，造就了這項宣傳運動的成功。因為垃圾蟲，香港變成一個很清潔的城市。」

——又一山人



# 《長城鼓舞》

## 電視廣告

隨著香港法例的修改，香煙廣告逐漸被取締。在禁令生效以前，廣告商大大得益於煙草業所投入的巨額推廣經費，並製作了不少場面震撼的大型廣告片；這在近年已經絕跡。賀歲廣告「長城鼓舞」，拍攝場地在長城、故宮和天壇這些中國歷史地標，數以百計的表演者跳着陝北傳統鼓舞，切合品牌豪情的形象。廣告片由吳鋒濠 (Louis Ng) 執導，它懾人心魄的攝影技藝，不亞於今天中國大陸的高成本電影大製作。



「嘩！這條廣告片播出的時候轟動全城！廣告拍得像電影一樣的氣派。」

—— 陳幼堅



# 《阿May》

## 和記天地線電視廣告系列



和記在九十年代初推出的第二代無線電話 (CT2) 一天地線，身為樂壇「四大天王」之一的黎明，身兼廣告主角及廣告歌主唱。這個英雄救美情節的廣告，意外地將阿 May 發展成如邦女郎般的長壽角色，定下知性又溫柔的時代女性形象。和記廣告系列橫跨 1993 年至 2005 年，不少人仍記得黎明和阿 May 的對白如「有緣嘅話我地會再見」「我係咪好任性？」「Just to say hi」。至於廣告主題曲以《哪有一天不想你》最深入民心。



# 《Red Hot Hits》

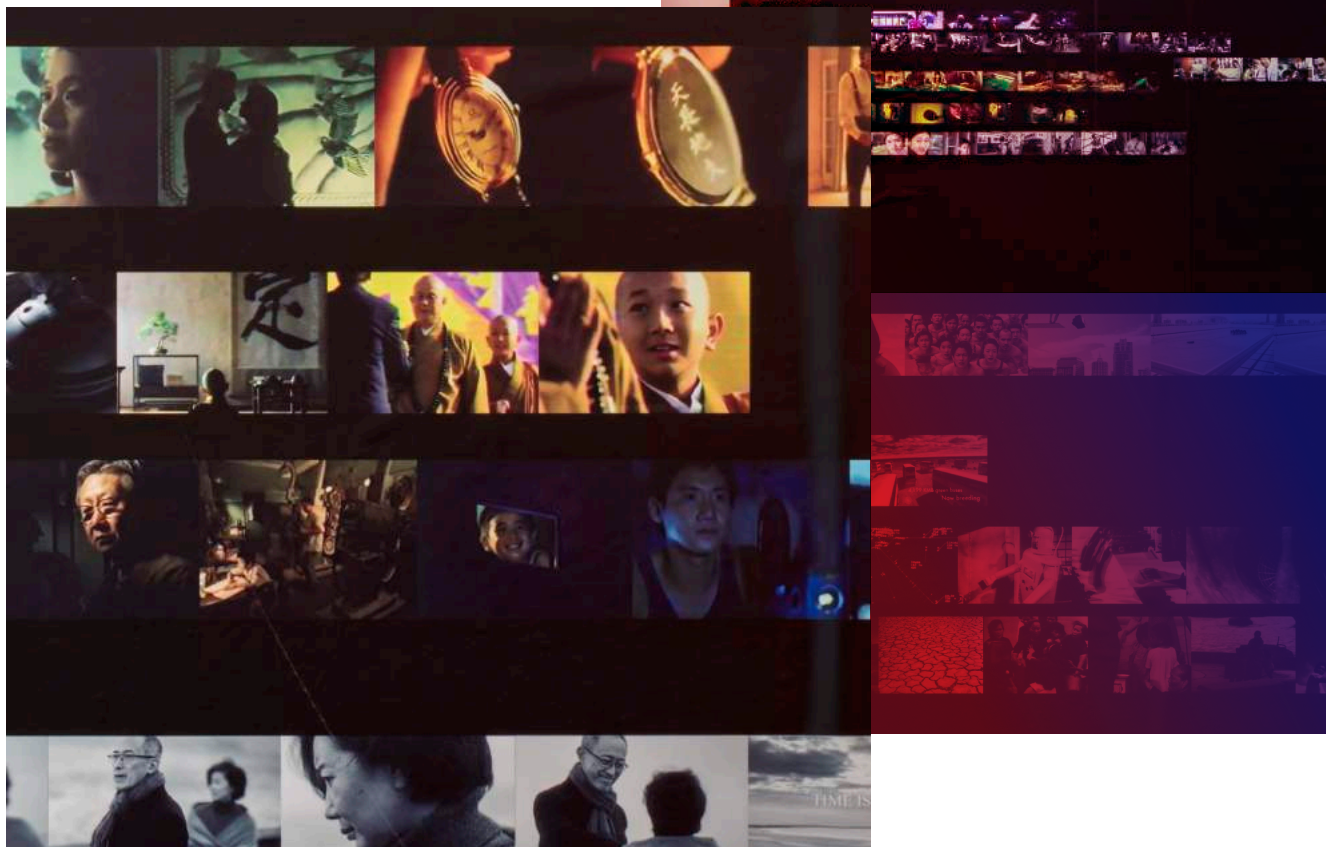
## 宣傳片系列

在 1992 年，品牌夥拍着華星娛樂，由旗下歌星，包括九十年代紅極一時的郭富城、鄭秀文、許志安和梁漢文，主唱流行音樂短片「Red Hot Hits : 火熱動感 La La La」。這個合作計劃成功地在年輕人圈子作推廣，也找來寶麗金、正東唱片公司合作，創作了「熱力節拍 Wou Bom Ba」、「打開天空」、「非常夏日」等多首卡拉 OK 金曲。草蜢、關淑怡、黎明、關淑怡、草蜢、張學友、王菲、陳慧琳、周慧敏、陳曉東、王馨平等，廣告見證香港樂壇輝煌的年代。

# 吳鋒濠 / 徐佩侃 / 侯仲賢

## 廣告片美學風格

導演是廣告的靈魂，香港稱得上廣告大師的，吳鋒濠當之無愧。他的公司 Film Factory，被《The Gunn Report》多次評為全球最優秀的電視廣告製作公司之一，他的影像色調灰暗、耽美，畫面顯示他對時尚的駕馭能力。另一位大師徐佩侃，他的鐵達時《天長地久》系列、陽光檸檬茶鄭伊健版本、部分《地鐵話咁快就到》系列，顯示他把廣告滲入細緻人情味及當作電影般敘事的超卓能力。而執導藍威寶曾灶財版和實惠傢俱廣告的侯仲賢，近年多個中港台廣告贏盡口碑，為破格影像的高手。





# 《椅子》/《手搖四輪車》

## 九廣鐵路視廣告系列

九廣鐵路於九十年代推出《椅子》、《手搖四輪車》電視廣告系列，廣告於國內拍攝，從小孩子主角的服飾、色調和配樂都刻意營造懷舊童趣。當時九廣鐵路仍未與地鐵合併，廣告最後一幕打出鐵路的未來願景及服務承諾，有別於精煉的廣告標語，文字如新詩，情感真摯。《椅子》以小孩們玩扮火車遊戲，寓意火車的美妙及承諾為乘客延續這份歡笑；《手搖四輪車》則借兩位小朋友手搖四輪車在火車軌上推進，寓意各出一分力，乘客聯絡小組積極回應乘客的意見。



# 《搭地下鐵路 話咁快就到》

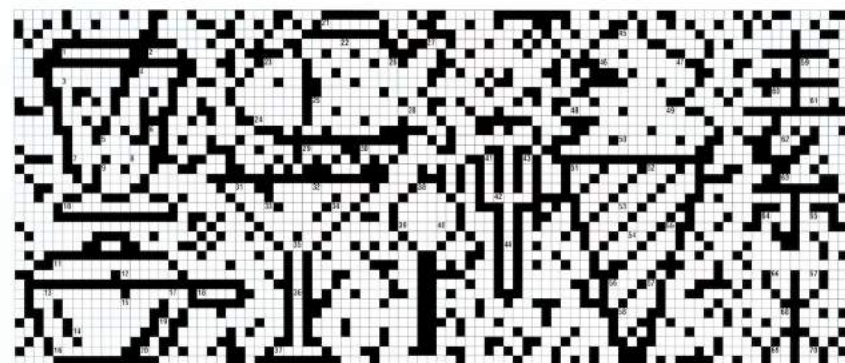
## 地下鐵路廣告系列



地鐵於 1979 年通車，當時車費比其他公共交通工具較高，相對的優勢就是其效率與速度，不受路面上紅燈或交通阻塞影響。在八十年代推出的《搭地下鐵路話咁快就到》廣告系列，其廣告標語「話咁快就到」深入人心，借用了廣東話俚語，代表香港都市急速的步伐，長遠成為香港人的集體回憶。一系列電視廣告片不但強調地鐵順通無阻及可靠的服務，更跟人們的日常生活交織在一起，例如黃大仙參拜、繁忙時間爭的士、打麻雀及紅磡海底隧道行車緩慢等情景。部分廣告滑稽誇張，結局出人意表，正中香港觀眾的笑穴，如一陣風把眾人吹走、估戲名及配上流行曲《一水隔天涯》等。另一廣告片，鏡頭影着一個車輪三十秒都不向前移動，以「悶」去刺激市民思考及選擇坐地鐵或其他交通工具。



影 磁 飛 鏢 古 鑽 朱 義 盛 耳 環 迴 立 體 聲 音 響 明 非  
 不 碟 鐵 的 玉 石 盆 景 高 爾 夫 球 棒 儲 義 打 清 比 洲  
 求 甲 機 確 電 戒 磨 泰 腳 室 內 無 線 電 話 字 古 堅 海  
 人 蔘 皮 涼 動 指 耳 藍 凳 毛 黑 龍 論 池 畫 機 董 尼 底  
 茸 雲 鞋 匹 牙 簽 筒 瓷 牛 公 色 真 鬚 想 筆 座 金 泳 泥  
 指 南 針 頭 刷 線 收 碗 墨 仔 皮 波 板 糖 買 魚 撈 衣 面  
 甲 白 底 印 花 恤 音 樂 盒 手 褲 斯 鞋 浴 缸 七 車 譜 膜  
 箱 葯 材 章 蜜 飛 機 恤 袋 招 財 貓 手 巾 仔 搭 米 就 得



橫直提示: 1-10 凍冰冰夏日妙品係乜? 21-30 生猛鮮美好味道係乜? 38-44 唔使筷子嘅大餐係乜? 59-65 清清淡淡益腸胃係乜?  
 11-20 靚笠笠地道風味係乜? 31-37 每逢知己份外嘅係乜? 45-58 香香滑滑凍甜品係乜? 66-70 無論想食乜, 搭 就得!

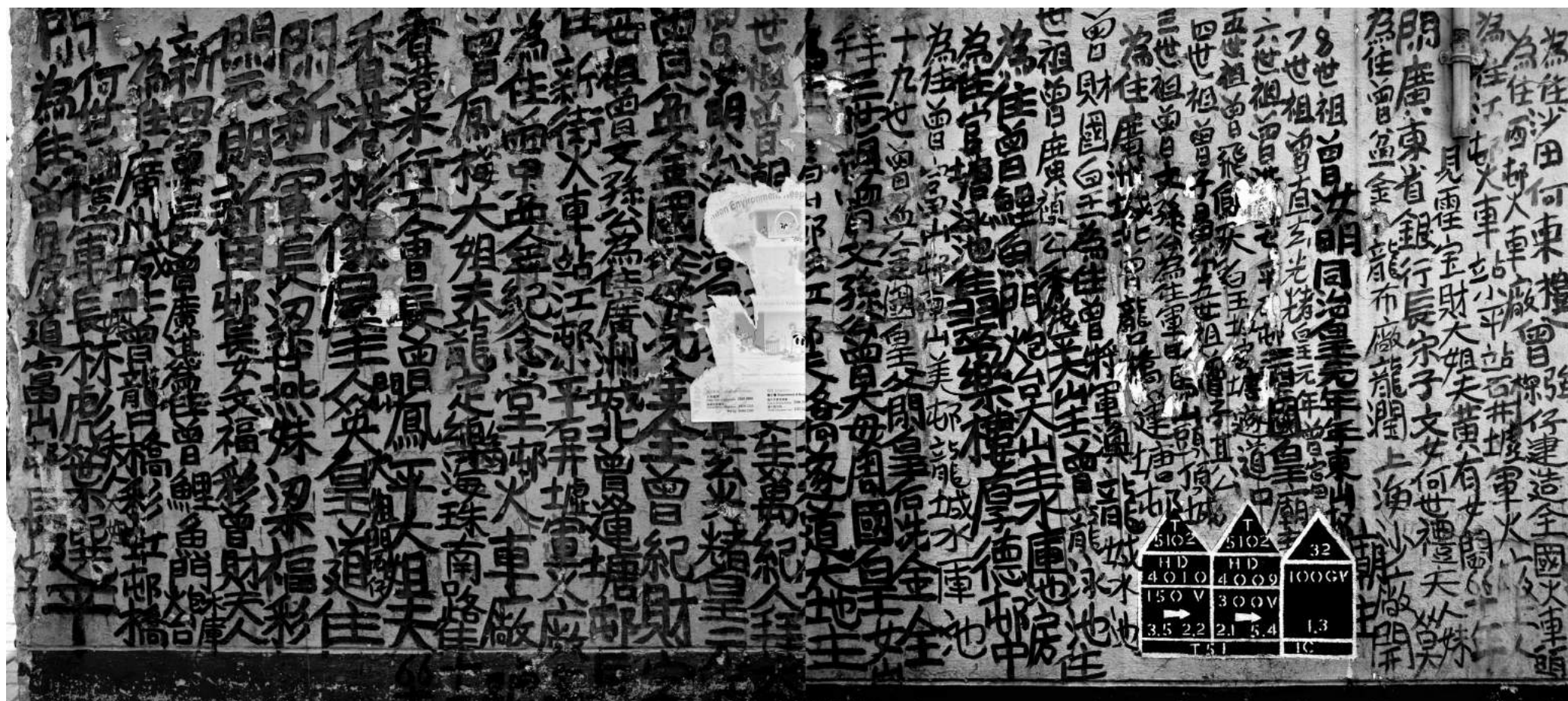
【忍】粵音隱 [jen<sup>2</sup>]。日引切，軫韻。強按住感情，不讓表現也。古語云：『是可忍也，孰不可忍也。』（例）忍耐，忍受，忍氣，忍酷熱，忍修路，忍紅燈，忍慢駛，忍塞車，忍無可忍。〇〇〇〇〇 米 搭地下鐵路 話咁快就到



# 《九龍皇帝》

## 藍威寶電視廣告

藍威寶是家居和工業用的多用途清潔劑，是港人信賴的本地品牌。2000 年請來九龍皇帝曾灶財這位代表香港精神的塗鴉代表為產品賣廣告，講述他如何清理自己的「污漬」，實在是神來之筆。廣告模仿紀錄片，拍攝曾灶財如常在港九街道遊走塗鴉，鏡頭一轉他拿著一瓶藍威寶擦走塗鴉，說出廣告對白「藍威寶，間屋幾大都洗到。你間屋，冇我咁大？」令人發笑。這廣告引起香港人的強烈共鳴，不但選角成功觸動觀眾的集體記憶，更因為廣告的結尾喚起了「香港是我家」的情懷。當時，不少皇帝墨寶被清掉，廣告成為悼念這位可愛傳奇人物的少數記錄，甚具時代意義。





# 《新業主》/《過山車》

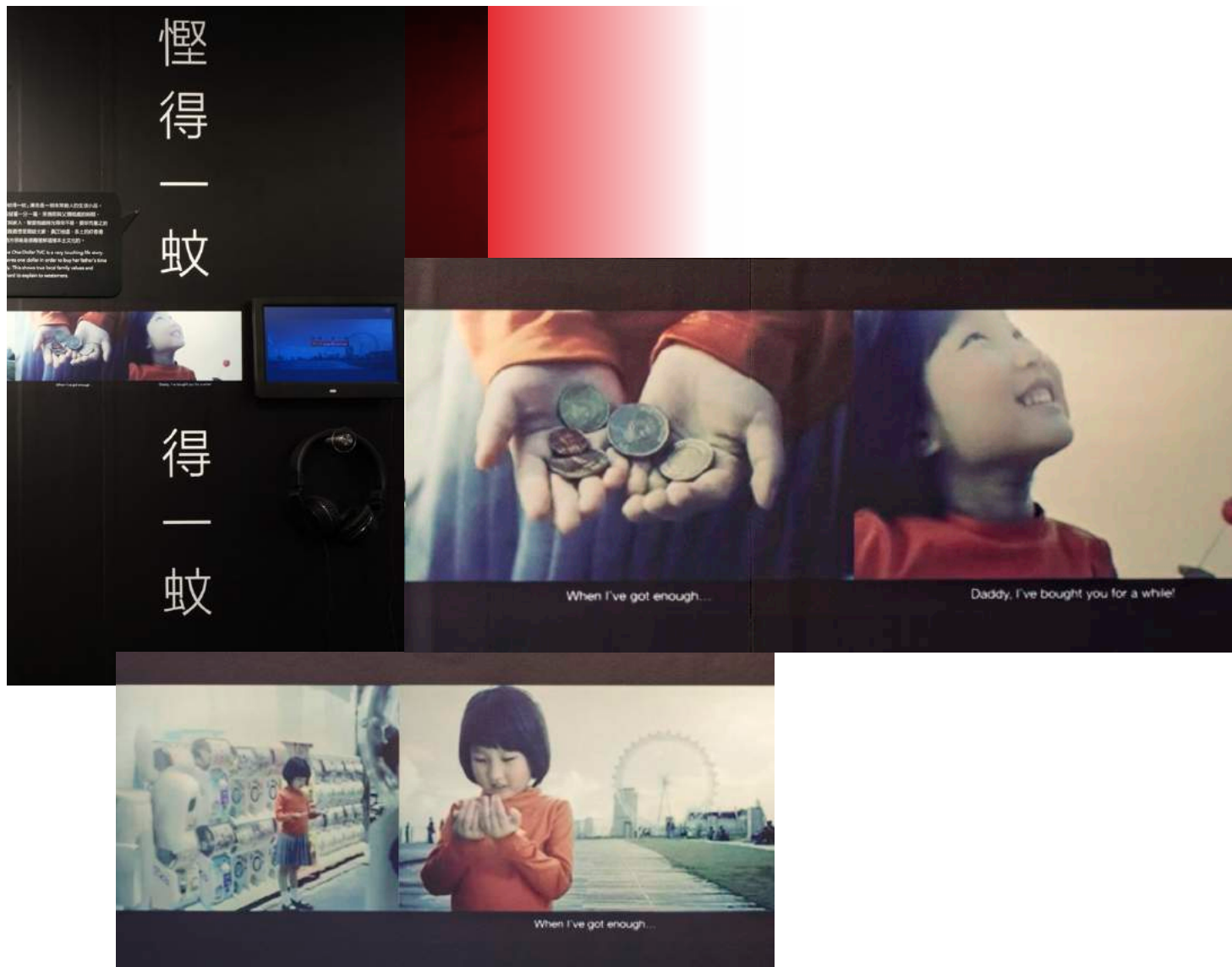
## 愉景新城/海澄湖畔二段電視廣告

九十年代末的愉景新城《新業主》廣告，有別於八十年代一般以時尚物質主義方向作樓盤推銷，手法更為成熟，以對新居的想像作開首，緊接含蓄地表達業主的喜悅，讓觀眾嚮往入住後的美好憧憬。2003 年的愉景灣海澄湖畔二段 Siena 廣告，更以微電影方式，為樓盤的市場推廣帶來了清新的元素。由兒童在露天廣闊的大地上遊玩為主軸，帶出人與人關係及家的重要性。這個生活時尚的市場推廣成為後來同類型樓盤電視廣告模仿的對象。



# 《慳得一蚊得一蚊》

## 惠康電視廣告



一個感人肺腑的廣告：小女孩發現爸爸每天離家上班，是為了養活一家，她因而決定每一次節省一元，目標是「買回」爸爸的時間，他們便可以有更多時間一起度過了。廣告間接宣傳節儉，意味著到惠康購物便可省錢；它也發出一個強烈的社會訊息，讓人們反思親情、人倫及生命的價值。廣告中的蘑菇頭小女孩路過富豪雪糕、遊戲機中心、金魚舖、摩天輪等地道香港場景，香港情懷濃得化不開，是港人共鳴的經典。



# 《看出一點真 看出可觀人生》

## 眼鏡88電視廣告系列

講故事是廣告的重要一環。這個眼鏡 88 廣告系列分為「姊弟篇」、「男朋友篇」、「女朋友篇」等，講述親情、緣份與感情。每篇主角憶述了一個重要的時刻：當他能夠看清楚他的每一位親朋，便會改變了對他／她的看法，從而改善彼此的關係。正是這些重要的時刻，說明了眼鏡 88 獨家經銷的眼鏡，質量的確有保證。畫面參考紀錄片的拍攝手法，配合深情獨白，含蓄且詩意地傳達產品精神。





# 漫畫 | 插畫

● 陳幼堅之選  
● 又一山人之選

- 阿虫 水彩畫作
- 歐陽應霽《我的天》系列
- 江記 / 乒乓 新一代獨立漫畫
- 李惠珍《13 点》
- 馬榮成《中華英雄》 / 《風雲》
- 王家禧 / 王澤《老夫子》
- 王司馬《牛仔》
- 黃玉郎《小流氓》 / 《龍虎門》
- 香港春卷 / 甲由 漫畫集
- 阮大勇 插畫創作
- 尊子 時事漫畫
- 董培新 武俠小說插圖
- 陳啟賢《行遊品》水彩系列
- 麥家碧 / 謝立文《麥嘜》
- 榮念曾《天天向上》



它是民間寫照、生活形態的描繪和社會觀察，當漫畫介入社會，再複雜的議題都能轉化為易消化的資訊，更成為一個城市特有的次文化。同時，漫畫也是一種個人化的藝術，盛載感情和對世情的體會，透過圖像與知音共鳴溝通。

讀者在漫畫中看到別的人生，進入作者天馬行空的幻想世界，與漫畫人物產生連繫與感情，延綿一代又一代。例如，六十年代長大的女孩子，會被李惠珍原創的漫畫人物十三點的不同造型感染，學習做一位獨立、樂觀、新潮的女性又不忘少女初心；在理髮店讀《老夫子》讀得津津有味，會幻想自己是王澤，和老夫子、秦先生、大番薯一夥兒，在街頭巷尾遇到種種「耐人尋味」的奇事。你或許會為尊子的時事漫畫義憤填膺，向陳啟賢的水彩人生報以一笑，會因《牛仔》純樸的父子情動容而流下眼淚。

近代中國的政治漫畫、諷刺時局的插圖、卡通等等，和現代中國的民族國家建立的歷史相當密切，由晚清開始，直到現在並無間斷，漫畫的歷史和重要性可見一斑。漫畫師和插畫師多年來在香港的創意工業拼搏，卻不時被打入「另類」和「非主流」行列，昔日甚至不被外界確認藝術家的地位。

上世紀六十年代起，武俠連環圖是港漫的經典門類，幾十年來都受到大中華讀者擁戴，畫出彩虹的大師不計其數，黃玉郎、馬榮成、上官小寶、董培新等各自以視覺美學呈現對中國武術和功夫的幻想，每個人都獨當一面，刺激漫畫界在不同時代出現嶄新畫風。

插圖方面，「海報師」阮大勇被喻為「畫時代」的教父，除了《玉郎漫畫》的封面，七十年代至九十年代初港產片黃金年代，許氏兄弟、洪金寶、成龍及新藝城出品的手繪電影海報，都是出於他的手筆，他總能把每個人物的神韻畫得栩栩如生，自成一派。2017年，許思維的記錄片《海報師》便以他為主角拍攝自傳，及後阮老師更於同年獲頒香港電影金像獎專業精神獎，算是時代對他的一個肯定。另一方面，阿虫的情，見於他的水彩，他的人生哲理與感悟躍然紙上，讓你心動、意動、情動。

踏入二十世紀的末期，香港的政治和時事漫畫百花齊放，不同政治立場的漫畫家在不同媒介以筆桿發聲，測試各界的底線。與此同時，因為網絡平台的普及，一班接受過平面藝術、動漫和插畫訓練的藝術新血紛紛加入，各自獻技與藉作品發聲。

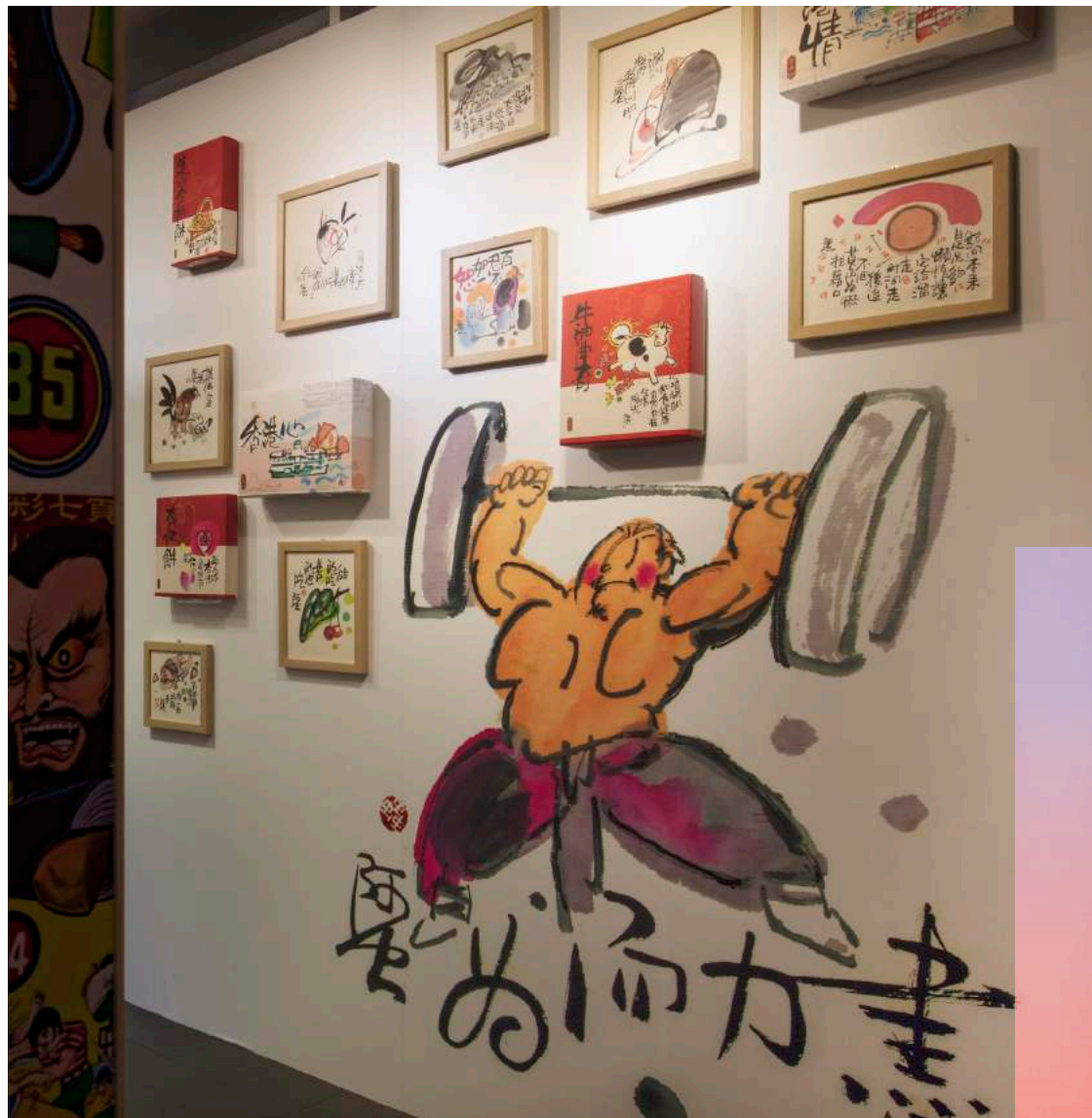
歐陽應霽是新一代漫畫家之一，畫風充滿都市感，他的四格漫畫以自己的生活為藍本，引起讀者共鳴。《麥嘜》連串香港歷史與時事，以本地情懷攻陷港人心。同時，獨立漫畫也如雨後春筍，《香港春卷》、《甲由》集結港漫力量掀新風，用藝術的手法呈現他們對社會的觀察，為不同群體聲音。不只是一個概念，而是公民意識的傳遞與實踐。

人生的經歷就像四格或六格漫畫，你永遠想像不到下一格有什麼發生，可能荒謬無稽，或許趣味盎然，那是香港最地道的一幕幕風景。

# 筆尖上的人生百態

# 阿虫

## 水彩畫作



嚴以敬（阿虫）年少時由廣州來港，體驗人生苦樂和見盡草根百態，19歲開始習畫，自謔「不能成龍，只好成虫」，1984年起以阿虫作筆名發表作品。他畫了20餘年政治漫畫，一天他頓悟人生的不完美，於是開始創作禪意水墨漫畫。阿虫的作品清脆利落，生活化又充滿哲理，鼓勵人們以幽默面對人生的挑戰和不如意事，凡事一笑置之、知足常樂。





# 歐陽應霽

## 《我的天》系列

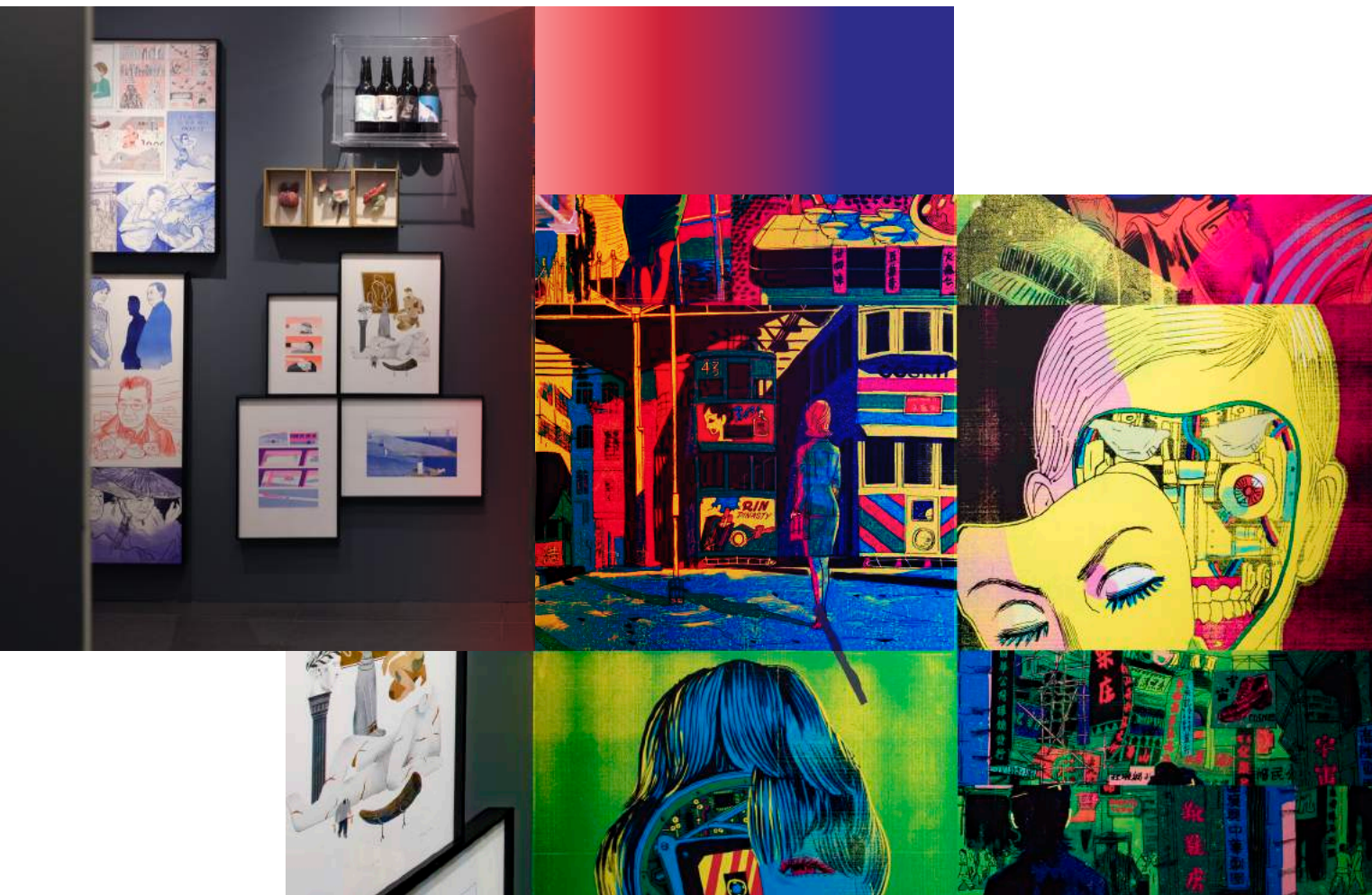
上世紀九十年代末，香港冒起一批由藝術和設計學院培育出來的漫畫家和插畫家，風格清新，百花齊放。當中，香港理工大學設計學院畢業後成為跨媒體創作人的歐陽應霽，他對漫畫的熱愛，源於他童年時追看《李小龍》和《小流氓》漫畫。他第一本漫畫集《連環途》是在香港《號外》雜誌發表的作品結集，後來的《我的天》紀錄日常生活的荒誕與無力，冷冽中帶着淡淡的詩意和哲理，呈現洞察世情的人生風景。歐陽應霽以多元化的敘事手法和角度，時而曖昧抽離，時而直接痛快，描繪出現代都市人的生活，讓讀者放空想像，逃離鋼筋森林。



「我尤為欣賞歐陽應霽《我的天》漫畫系列，小小的四格卻道出了現代人在生活和相處時的遭遇和無奈。他也啟發了許多新一代的漫畫人，以更豐富的生活題材，更多元化的手法去呈現他們的視野。」——又一山人

# 江記 / 乒乓

## 新一代獨立漫畫



作為香港新一代漫畫家和插畫家，這些年輕藝術家透過出版、展覽、比賽、和與其他跨媒體的藝術家合作，以及利用本地和海外的社交媒體進行推廣，建立出自家的藝術品牌。他們的畫風和題材跟他們的背景一樣，五花八門，十分精彩。其中，江記的《離騷幻覺》是一套集合科幻與歷史元素的動畫，講述來自戰國時期楚懷王和屈原乘坐九廣鐵路柴油火車來到香港。江記與九猴工作室、Penguin Lab 及 Zcratch 等三間動畫製作公司合作，製作經費來自「創意香港」及眾籌。《離騷幻覺》是純香港製造：香港題材、香港人才、香港資金，推出預告片段時已在文化界引起哄動。

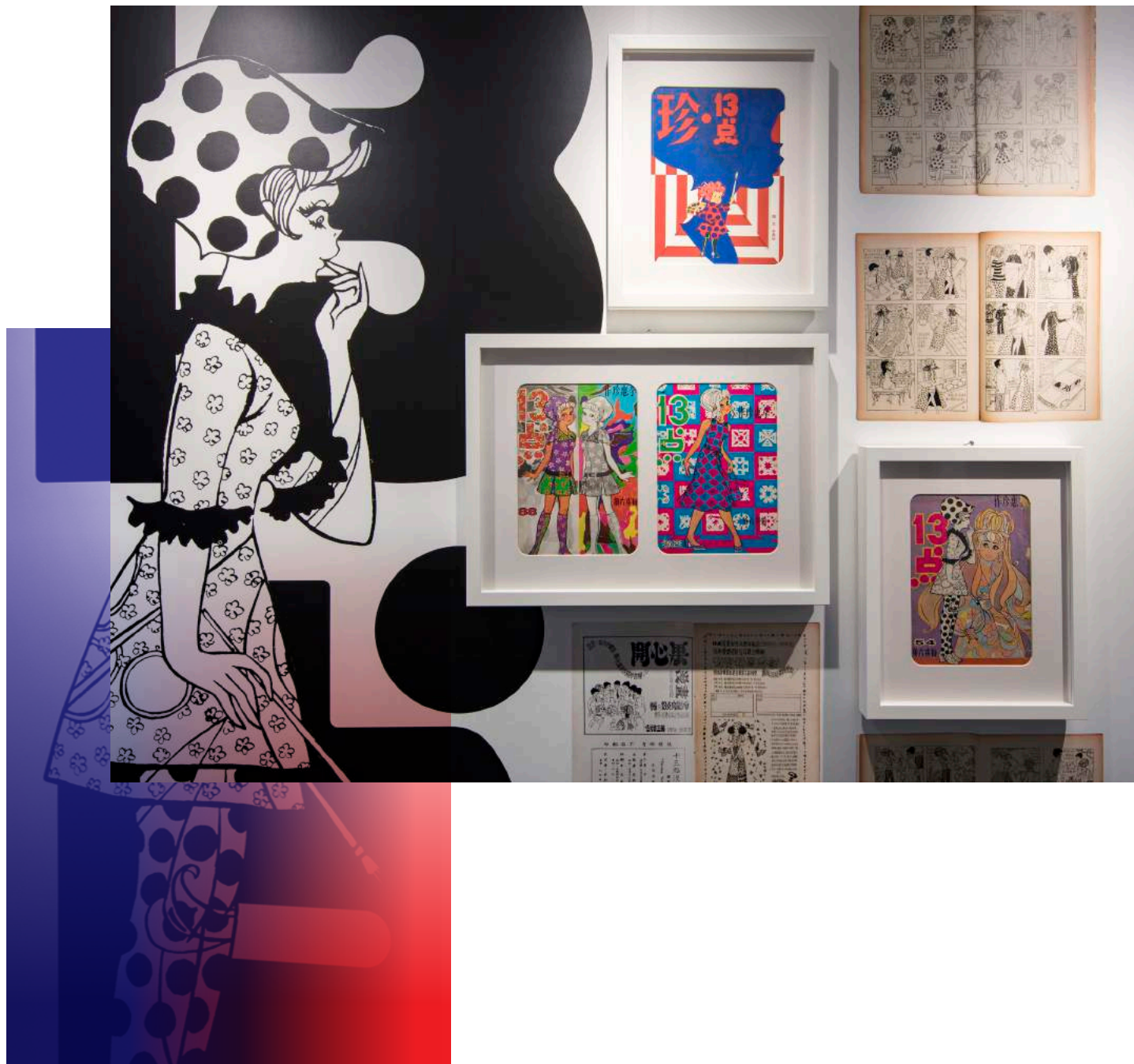
《乒乓》是一本獨立的漫畫和插畫選集，它搜羅香港新晉漫畫家和插畫家的作品。《乒乓》的源起受《春卷》影響，這些藝術家的創作帶有強烈的實驗性，集合力量建立獨立又具個性的聲音。



# 李惠珍

## 《13点》

李惠珍的《13点》漫畫雙週刊，六十至七十年代在香港和澳門深受少女歡迎。1965年，她創作了首部作品《花花小姐》，主角是一位花枝招展的女子。《13点》於翌年面世，備受讀者愛戴的主角13点，是十多歲的社交名媛，穿著最潮流的衣飾，統計達到1,728套。故事講述13点和她的朋友捲入驚心動魄的遭遇，於是她運用機智和社交手腕解決疑難。透過繪畫《13点》，李惠珍塑造了一個獨立、自主的年輕女性形象，也正是作者自己的寫照。七十年代末，李惠珍停刊《13点》，轉而為自資出版的兒童期刊，繪畫彩色兒童漫畫和插畫。





# 馬榮成

《中華英雄》 / 《風雲》 (1983-1990 年代初)



馬榮成是一位畫出彩虹的香港漫畫經典人物，自14歲入行，其寫實的畫風受日本漫畫影響甚深，他所編繪的漫畫系列《中華英雄》一炮而紅，當時青年人和打工仔每星期都趕到書報攤搶購最新一期《中華英雄》。馬榮成是首位舉辦個展的香港漫畫家，《風雲》系列更被認為是馬榮成的代表作。該漫畫精彩地融合武俠、科幻和神話，深深吸引讀者，成為香港至今銷量最高的漫畫。馬榮成的寫實風格和複雜的情節發展，重新定義香港的武俠漫畫；在今天的流行文化，仍充分發揮它的影響力。《中華英雄》與《風雲》曾改編成電視劇、電影、舞台劇、音樂劇等等。



# 王家禧 / 王澤

## 《老夫子》

風靡華人世界逾半個世紀的《老夫子》漫畫，是香港最長壽漫畫。2017 年過身的王家禧當年以長子之名「王澤」作筆名開始創作，如今恰恰也是這位第二代以真名接棒。城市生活的荒誕、市井百態，統統成為《老夫子》六格連環圖的靈感，王澤以風趣幽默的筆觸諷刺時弊，更練就雙手同時能作畫、寫字的絕活。

漫畫主角老夫子造型滑稽：穿上民初學者的長袍，戴上眼鏡，經常跟流連街頭的「飛仔」打架。老夫子和他的朋友大番薯和秦先生總是遇到耐人尋味的事，與香港一同生活及呼吸。一組《老夫子》連環圖是這樣的：老夫子在一個狹小的房間內讀書、進食、看電視和睡覺，房內所有的家具都可從牆壁上拉下來，用畢後重新收納。原來，早在數十年前，《老夫子》已準確地預測了今天香港人住蝸居的窘境，反映年輕人置業夢遙不可及。當人們感到世道炎涼，王澤的漫畫總是以笑回應。《老夫子》陪伴着香港七八十年代的青少年成長，也多次被拍成電視、電影、動畫及舞台劇。

而《老夫子》教人印象最深刻的標題，必屬「耐人尋味」。這標題令人難忘，在於它有（又或者其實沒有）好幾層的含意，令讀者感到玄妙。「耐人尋味」莫非想表達出人意表、一波三折的人生才更有趣味？老王澤曾透露其實是他想不到標題，才任君思索。



「每個漫畫故事背後的主人翁，他的所作所為、他的態度、未必是你或我。當然我不會見到一個活生生的老夫子做出這樣顛覆或者耐人尋味的事情，但是漫畫在我生命之中是持續性的，它不是看一次、看一集、看一段，它是不斷在你生活之中出現。《老夫子》不單是我們的精神食糧，也賦予了我們另一個看待生活的角度。」

——又一山人



# 王司馬

## 《牛仔》

漫畫人物牛仔的父親契爺，原本是漫畫書《老夫子》其中的一個配角。《明報》的創辦人金庸鼓勵他的員工王司馬（原名黃永興）把這個角色發展成連載漫畫，在《明報》刊登。

王司馬的兒子出生後，他受到啟發而專門以畫筆描寫父子之樂，牛仔這個角色也因而誕生。這個溫馨感人的漫畫以王司馬父子之情為題，四格漫畫中甚少有對話，細膩的感情透過圖像油然而生。



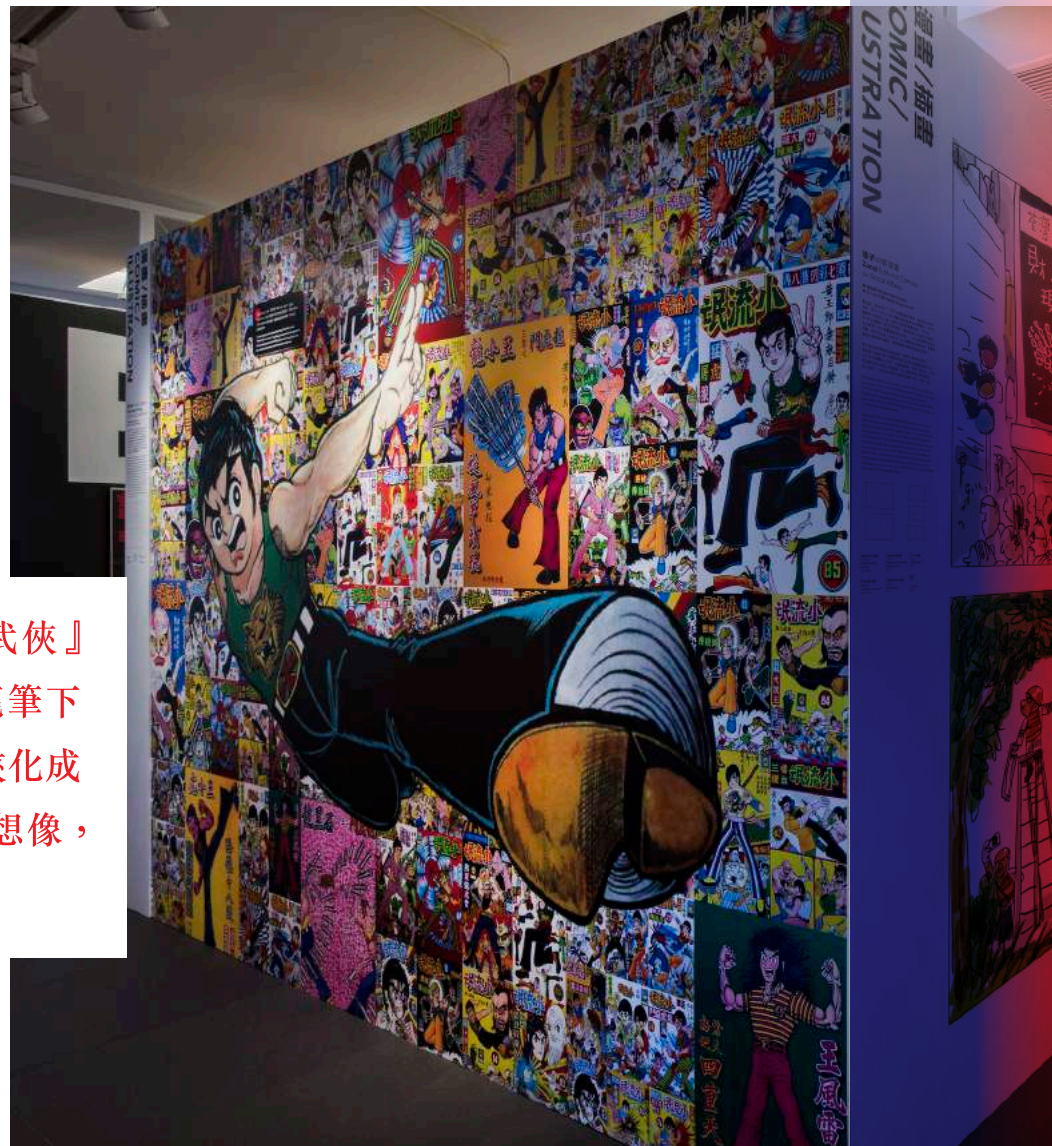


# 黃玉郎

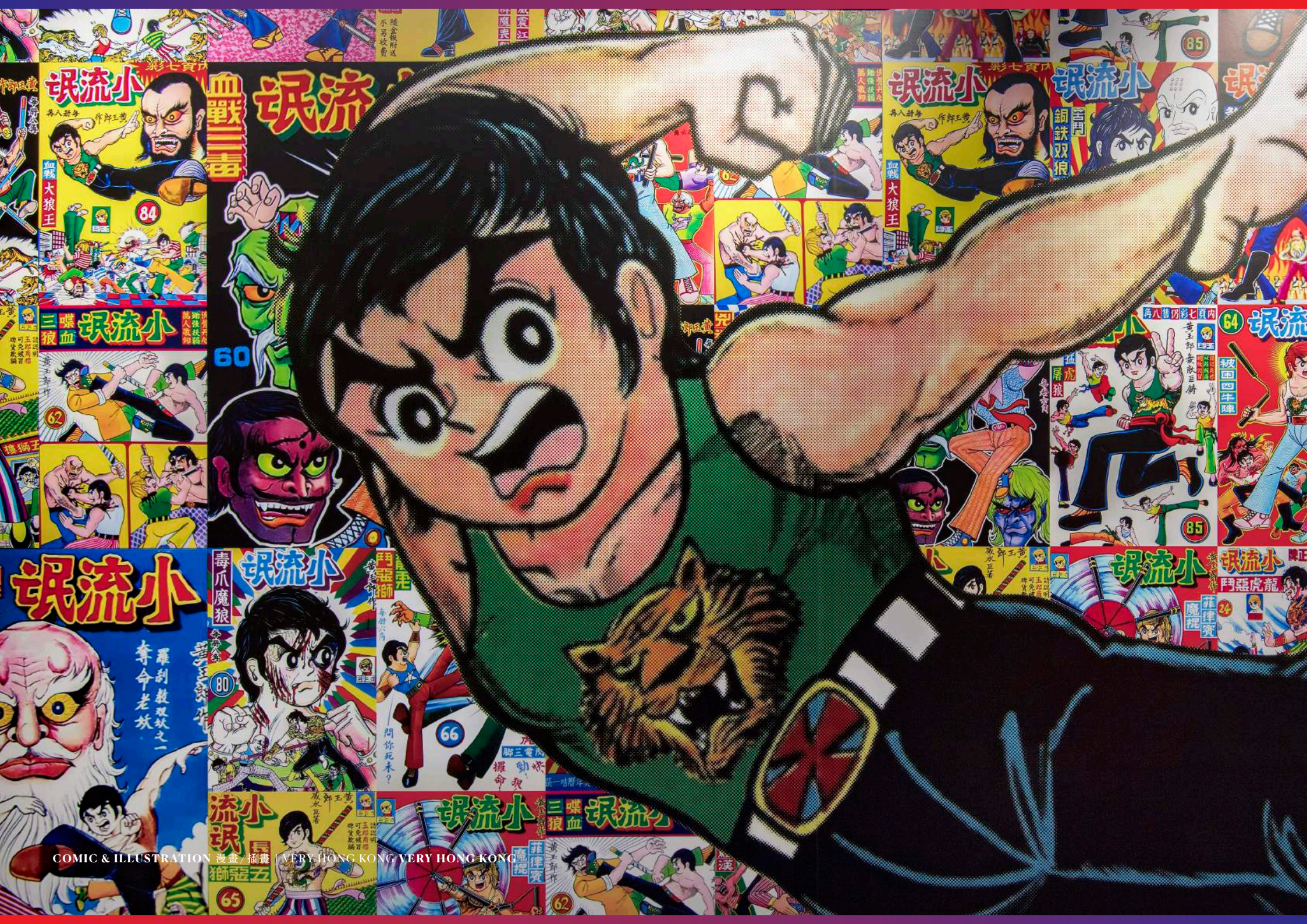
## 《小流氓》/《龍虎門》

要講香港打不死精神，黃玉郎絕對是「示範單位」。他 13 歲入行，窮小子推出集神怪與科幻於一身的處女作《笑畫世界》。到 1970 年創作《小流氓》（後易名《龍虎門》），渲染香港屋邨童黨暴力打出一片天。黃玉郎出版漫畫報，又把漫畫製作推向制度化，奉行師徒制度和流水作業的分工，畫出了 20 億元身家；1987 年卻遇上股災變得一無所有。1993 年東山再起，推出逆時代的《神兵玄奇》，為他帶來可觀財富。當印刷漫畫書變成夕陽工業，他進軍網上漫畫，年收以億元計，開創香港漫畫新紀元，他可算是香港精神的代表人物。

「外國有 Heavy Metal，而我們有『東方武俠』  
黃玉郎，這是很 fascinating。金庸、古龍筆下的  
武功招式是筆述的，而黃的漫畫將武俠化成  
畫框中的刀光劍影；將讀者從腦海中的想像，  
帶入精彩的漫畫世界中。」——又一山人









# 香港春卷/甲由

## 漫畫集

1998 年，歐陽應霽告別獨立作者的身份，建立了一個創作平台，編輯並出版漫畫季刊《甲由》，刊登兩岸三地漫畫家的作品。《甲由》曾與香港和瑞士的漫畫家和漫畫雜誌聯繫，在瑞士舉行展覽。2004 年，歐陽應霽、智海、小克、楊學德及蘇勳組成《香港春卷》，出版漫畫集，內容包含十個以英文字母 S 起首為題的故事，包括甜美 (sweet)、成功 (success)、慢 (slow)、柔軟 (soft)、悲傷 (sad)、憂愁 (sorrow)、情境悲戲 (situation tragedy) 等。五人以其專長的風格構思編寫，以香港的文化精神為出發點，重新定義香港的多元面貌。



《香港春卷》— 歐陽應霽 / 智海 / 小克 / 蘇勳 / 楊學德

《甲由》— 李雄 + a Maze Workshop / Amazing Twins / 歐陽應霽 / 陳志祥及阿吉 / 陳啟賢 / 陳聰 / 朱偉昇 / 何達鴻 / 張健偉 / 鄭硯允 / 何家超 / 何家輝 / John Ho / 徐玫怡 / 姜 / 古古 / 林玉蓮 / 劉莉莉 / 劉掬色 / 劉承曦 / 劉清平 / 李國泉 / 利志達 / 黎達達榮 / 張妙如 / 國志鳴 / 聶峻 / 神怪佬 / 湯勝年 / 王翊陽 / M Wong / 楊學德 / Maggie Yung / 翁啟航

# 阮大勇

## 插畫創作



「1970年，我的第一份工作是在格蘭廣告公司，當時我只是一名初級美術助理；而阮大勇卻是畫房的英雄人物，每當公司『救火』的時候他就會出現。那時我們製作很多廣告故事版，他畫畫的速度快如閃電，下筆如有神，他一天可以畫六七個Storyboard。」—— 陳幼堅

阮大勇屬於香港最早的一批插畫家，作品包括電影海報、廣告、漫畫雜誌封面、人物肖像、寫生和諷刺漫畫等等。1975年，阮大勇為許冠文和許冠傑主演的電影《天才與白痴》繪畫海報結緣，栩栩如生的肖像畫吸引觀眾入場觀賞電影，從此為廣為人識，被譽為「海報師」。阮大勇在廣告界從低做起，繪畫無師自通，繪出港產片的黃金時代，到1992年退而不休，仍然堅持創作的精神，值得新一代學習。而阮大勇最喜愛的作品，是一系列手繪李小龍電影海報，包括《猛龍過江》、《精武門》、《唐山大兄》，讓他揚名海外。



# 尊子

## 時事漫畫

黃紀鈞，筆名尊子，中文大學藝術系畢業，曾當過教師和記者，是上世紀八十至九十年代最著名的港產政治漫畫家，大部分重要的中港政治人物，都在他的漫畫裏出現過。1983年，《牛仔》漫畫的作者王司馬逝世，尊子接手在《明報》的專欄，從此展開了他以漫畫論時政的生涯。一如外國受歡迎的政治漫畫，尊子的作品一針見血，以大膽諷刺時弊見稱，他擅用諷喻和象徵，調侃時事，也讓讀者審視社會問題的癥結。

尊子透過他的單格和四格漫畫，諷刺社會現狀和民生，更啟發了無數年輕人繪畫他們自己的政治漫畫和諷刺小品，並在社交媒體與人分享，以藝術發聲。香港回歸前後，不明朗因素加深了香港人的憂慮，政治漫畫成為社會補充劑，老少咸宜，以緊貼時局的内容黑色幽默一番，引君一笑。



類煙中心



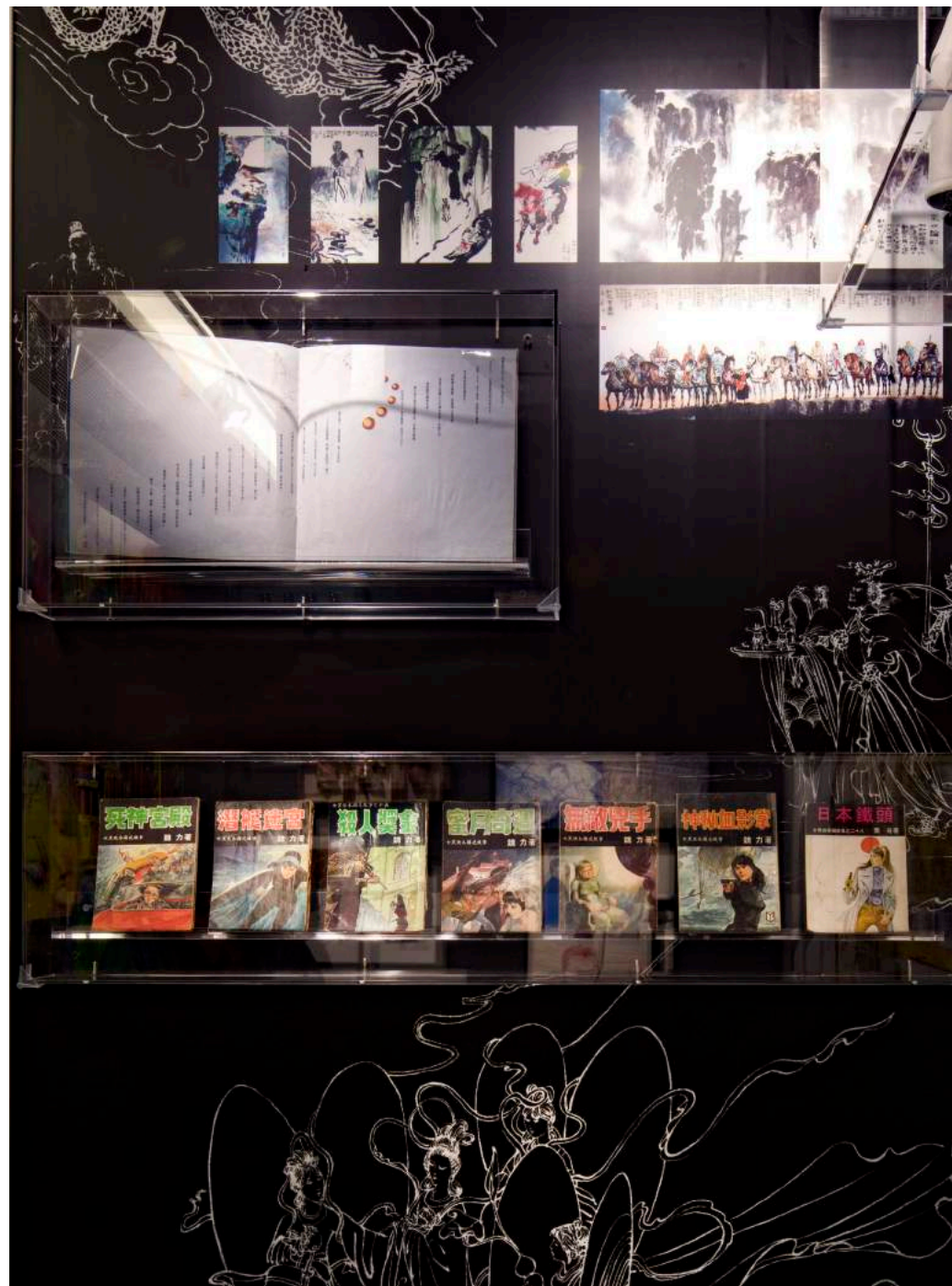
「單格的尊子漫畫，每日說一個社會議題，蘊含許多警世、發人深省的寓意，每每也為香港人忙碌的生活帶來 inspiration。」——又一山人

# 董培新

## 武俠小說插圖

董培新非常多才多藝，最為人所知的就是為金庸武俠小說繪畫的封面和插畫。他 15 歲從廣州來港後分別跟隨過兩位嶺南派畫家學畫，分別是高奇峰弟子蔡大可和楊善深。

17 歲時，他已經為大量武俠小說繪畫插圖。1961 年，他開始為電影公司「仙鶴港聯」當電影美術指導，設計和繪畫電影海報和其他電影宣傳品。七十年代開始在不同報章雜誌畫漫畫，以社會小人物的角度去針砭時弊，並在其職業生涯創作過至少有 30 餘萬張作品。八十年代末移民加拿大後，他開始為金庸的武俠小說繪畫大量水墨畫作，廣受好評，至今已畫了超過 130 幅，並曾在香港展出。近年，董培新開始為《紅樓夢》和《三國演義》等經典名著繪畫，他的作品雅俗共賞，是經典和流行文化的一條橋樑，也影響了香港不少跟隨其足跡的商業畫家。





# 陳啟賢

## 《行遊品》水彩系列



陳啟賢，洋名 K.Y.，從事插畫及視覺藝術 30 多年，作品類型廣泛，包括漫畫、藝術裝置、藝術評論和繪畫。畢業於香港理工大學的 K.Y.，亦曾於多間大專院校任教，積極培育新一代插畫師。

在香港大街小巷「行遊」，撿拾人家丟棄的紙皮箱，K.Y. 在紙皮箱上繪畫一系列的街景，而他的藝術跟商業化的包裝形成對比。這樣以市井配搭藝術，撿拾感覺，自投其中，把來自街頭的物品提煉，再歸於街頭。K.Y. 將水彩繪畫於來自街頭的實物之上，給予我們一種清新的城市體會。2005 年，K.Y. 舉行創作視覺藝術展《行遊品》。2009 年，K.Y. 和作家甄拔濤合力創作《鉛筆擦膠—城市魔幻繪本》，K.Y. 兩人的插畫和文字互相碰撞，擦出火花。



# 麥家碧 / 謝立文

## 《麥嘜》



麥家碧是另一位香港理工大學設計學院畢業的漫畫家。她與作家謝立文，創造了漫畫角色小豬麥嘜和他的表哥麥兜，以及他一班好朋友和家庭成員。《麥嘜》系列故事起初以「成年人童話」形式，在《明報周刊》的彩頁出現，後來創作成為適合兒童閱讀的題材，同時在《明報周刊》附送的《小明周》刊登。及至 1993 年，發展兒童雜誌《黃巴士》，麥嘜漫畫繼續連載，描述小豬在幼稚園的生活。麥嘜漫畫後來成為獨立出版的系列漫畫書。漫畫原以成年知識分子為對象，後來深受小朋友喜愛。麥家碧形容作品處於漫畫世界的「邊沿」，二人企圖以另類主題，給讀者推介清新的城市生活方式。漫畫的角色看似天真無邪，牽涉的社會議題其實非常嚴肅，後來更衍生成商品、電影等文化產物，成為蘊藏香港精神的本土名物。



# 榮念曾

## 《天天向上》

榮念曾在上世紀 70 年代末由美國返港，展開他畢生的藝術事業。他的作品類型廣泛，包括實驗電影、漫畫、藝術裝置、錄像、表演藝術和概念藝術。榮念曾在中國內地，驚訝地看見每家小學的牆壁上都會以大字塗上「天天向上」四個大字，他覺得這個詞語很有意思，因而借用作為他的漫畫系列名字，而漫畫中的小男孩，很自然也叫做「天天」。漫畫通常被認為是流行文化的產物，而新一代則視之講故事的方式。《天天向上》漫畫系列沒有文字，所有思考和對話框一概留白。榮念曾嘗試質疑和重新訂立漫畫的敘事方法，促使人們對於位置、空間、敘事框架和傳意結構等，重新思考屬於自己的角度，成為一種精神態度。

