

- ● 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

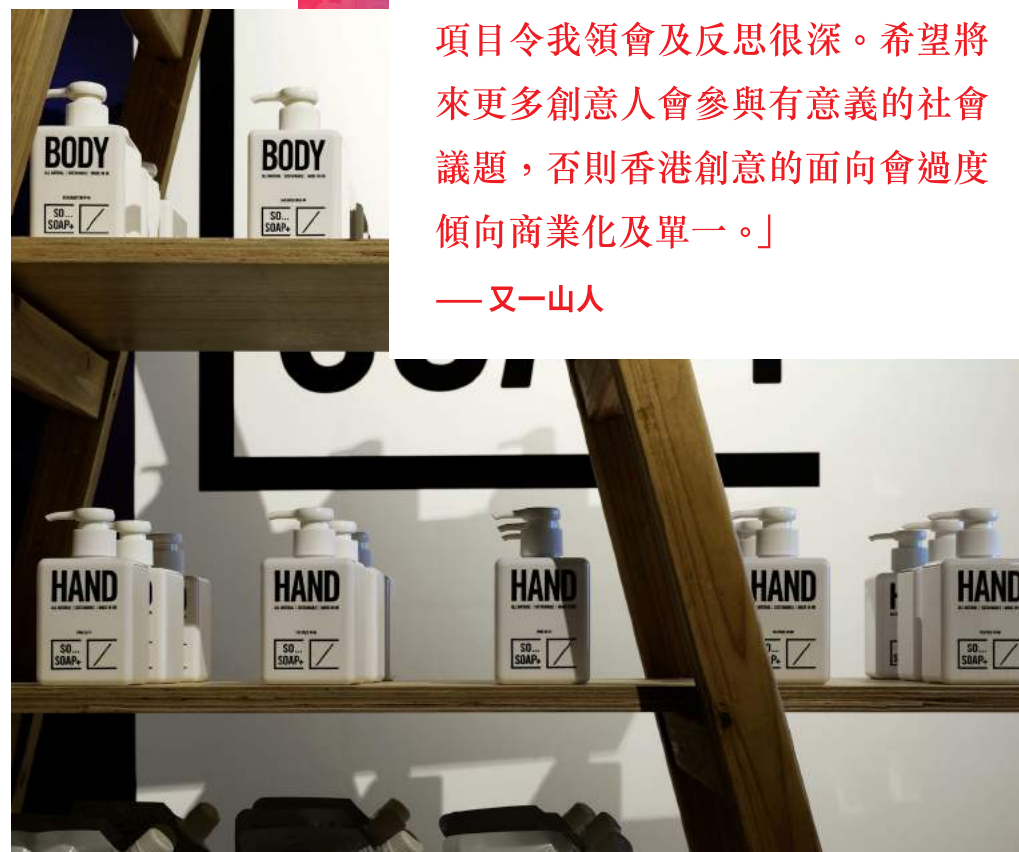
區區肥皂是一個以社區為本的環保社會企業，主要製造和售賣天然肥皂液產品。葉子僑（Bella）是一位母親，製作天然肥皂。她與設計師林偉雄及余志光合作，共同建立和營運品牌。於是，區區肥皂誕生了。

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。



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。

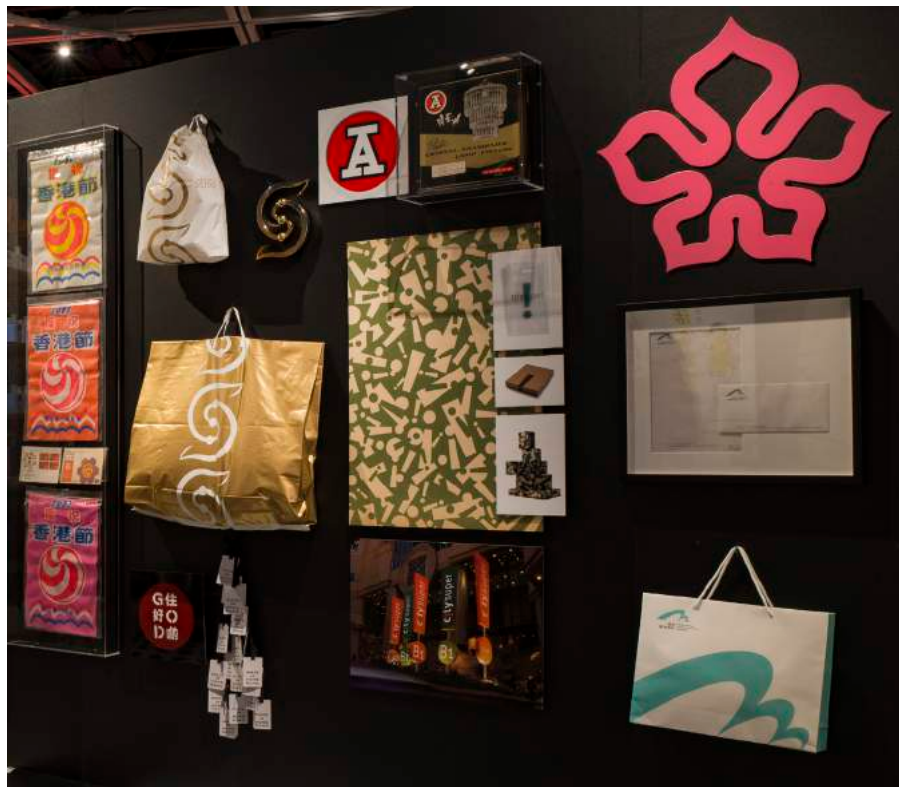
作為香港首個管理市政和公園的政府機構，市政局以市花洋紫荊作為標誌。設計師靳埭強選用為人熟悉的洋紫荊，令人感到親切及沒有距離感。

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



靳埭強

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。

