

CITYMAGAZINE

號外

DESIGN *post*

CITY DRIVEN BY DESIGN

DESIGN PARTNER:

hk^c
Hong Kong Design Centre
香港設計中心

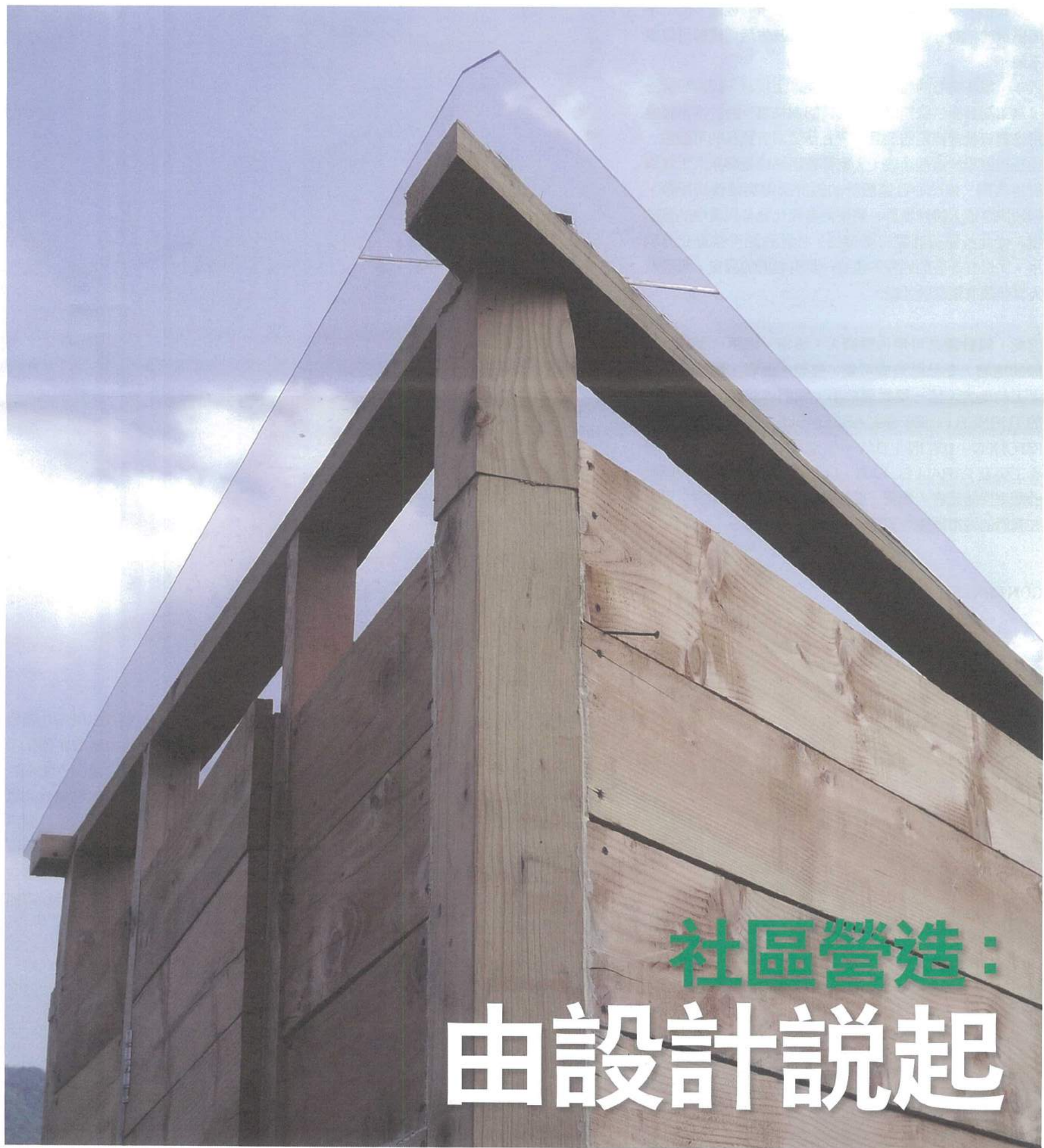
號外雜誌與香港設計中心聯成設計伙伴，旨在加強於設計及文化領域合作，共同推動香港設計發展。

PROGRAMME PARTNER:

bodw / BARCELONA
INSPIRES
DESIGN

cityhowwhy

特刊隨第 473 期 (2016 年 2 月號)《號外》雜誌附送



社區營造：
由設計說起

設計我所愛的社區

Text by Alice Leung

「社區設計」或「社區營造」一詞近年在民間盛行，這個自 1960 年左右已經出現的名詞，當時所指的含意跟現在大有不同——舊時為開拓新市鎮，除了規劃市民的住宅居所之外，更會連帶可供居民集結、解決日常生活所需的衣、食、住、行網絡一同計劃，譬如興建社區中心，設置大型購物商場、公園、圖書館等，如此社區設計可能傾向公式化，亦未必可一式一樣地套用至所有社區，因為不同區份的年齡分布、教育水平、入息及生活習慣都可以很不同。

近年，很多有心的設計師開始重視本土視野，認為設計除了為工商界提供服務以外，其實回到初衷，設計本來就是用來解決社會課題的工具，令社會發展有更多的可能性。或許提到設計這個領域，大家都會認為這是專業人士才夠資格參與，但熱心社區設計的設計師則突破傳統藩籬，帶領民眾進入設計世界，將使用者轉化為參與其中的策劃者，從此社區設計變得更有機，社區資源可被更充分利用，民眾在參與的過程中也進一步對社區的歷史、景觀及人文發展有更深的認識。

因此，設計原來可用作重構人、城市、鄉鎮、大自然之間的連結，令社區變成可愛、有型、溫暖、親切得令人愛上的地方。這一期封面故事，我們專訪了來自利物浦的 TURNER PRIZE 得主 ASSEMBLE，還有 CONFLICT KITCHEN、100 IN 1 DAY，香港代表 MUDWORK、青春工藝及 PARALLEL LAB，以及台灣都市酵母的社區設計個案帶給讀者，希望「建設美好社區」這個願望，可以在我們的城市裡遍地開花。

CONTENTS

COVER STORY	
02	社區營造：由設計說起
06	在地實驗 還看香港
08	設計變成酵母 在台北社區中發酵
YOUNG POWER	
09	徐逸昇 ANGUS TSUI
10	王文匯：《WRAP UP》
SPECIAL	
11	別忽略它 / 他 / 她們
INSPIRATION	
15	ALPOD：疊出未來的樓城想象
16	「別走那麼快」棚仔藝術展
FEATURE	
18	設計大師 RICHARD SAPPER 逝世
EVENT	
20	設計及創新科技博覽 澎湃創作力
21	THE GRIDS

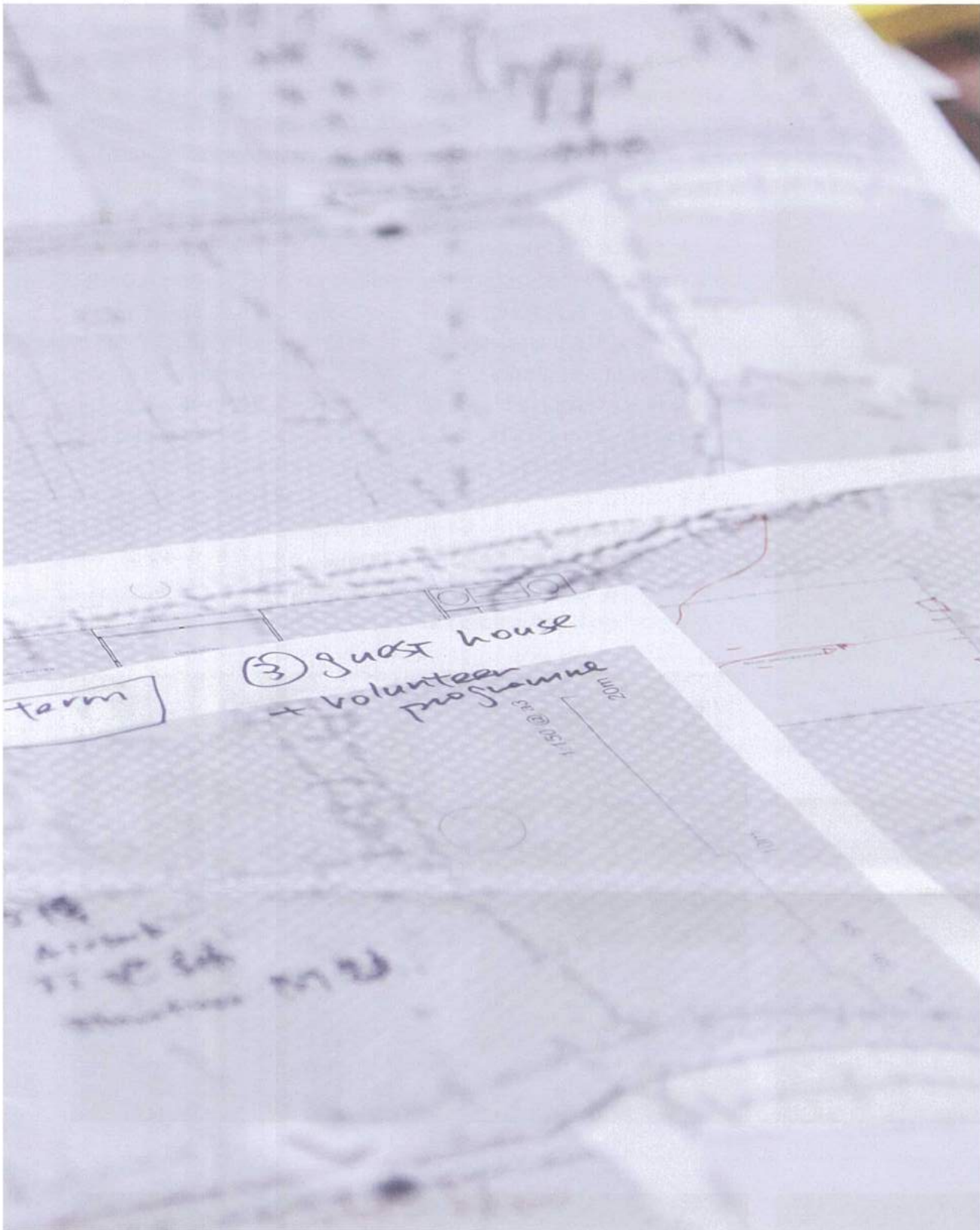
COVER STORY

社區營造： 由設計說起



Text by yauu Photo courtesy of MAD ASIA

近年在創意及藝文界別，社區設計及社區藝術大行其道，大抵源於對現世城市化粗暴發展的反芻，重新思考 / 重視個體在社會發展中的角色，官方資源的易取亦催化了這種浪漫的取向。去年年末英國殿堂級藝術獎 TURNER PRIZE，頒發給工作紮根於社區的建築及設計工作室 ASSEMBLE STUDIO，更是為這類努力蓋下了權威性的圖章，令社區設計及社區藝術的討論燃點至巔峰。但反觀香港，近年社區中紛雜接踵而至的活動、安放各式各樣設計及藝術品，又有多少能夠產生真正意義上與社區的連結，與街道、街坊同呼同吸？趁當紅炸子雞 ASSEMBLE 最近連番來港，或許這真正是一個合適時機，為過去的社區努力作個總結，從世界、台灣及香港各類項目紛陳的模式中，找出一些值得擁抱的經驗智慧，作為前行的力量和底氣。



建築：ASSEMBLE 的凝聚哲學

多得點石成金的 TURNER PRIZE，英國建築及設計工作室 ASSEMBLE 從入圍開始便爆紅，得獎更是將他們的聲望推至高峰。這不但因為是 TURNER PRIZE 三十一年來首次頒給「非藝術家」（最狹義的說法），也同時刷新了首次頒給組合、及最年輕得主（平均年齡只有 26 - 29 歲）等記錄。而 ASSEMBLE 憑其開放性參與的社區設計得獎，更表達了一種建制 / 主流對「POWER TO THE PEOPLE！」愈來愈認同的姿態（事實上這不單是 TURNER PRIZE 零的突破，建築界奧斯卡 PRITZKER PRIZE 也剛剛無獨有偶地頒給著重參與式設計的智利建築師 ALEJANDRO ARAVENA）。而香港也在這股潮流中亦步亦趨。去年底的设计营商周 (BODW)，即邀請了 ASSEMBLE 來港作為講者，分享了他們最名聞遐邇的 GRANBY FOUR STREETS 等項目，講述他們如何在利物浦一個被官方遺棄的社區，與抗爭逾十年的居民及公民組織一起翻新該區的房屋（共十間）。ASSEMBLE 以「RESOURCEFULNESS」和「DIY」來形容該區居民的特質，而他們只是將這些特質，透過不同的活動發揮出來，如提供技能訓練、工作機會等以復興該區經濟。

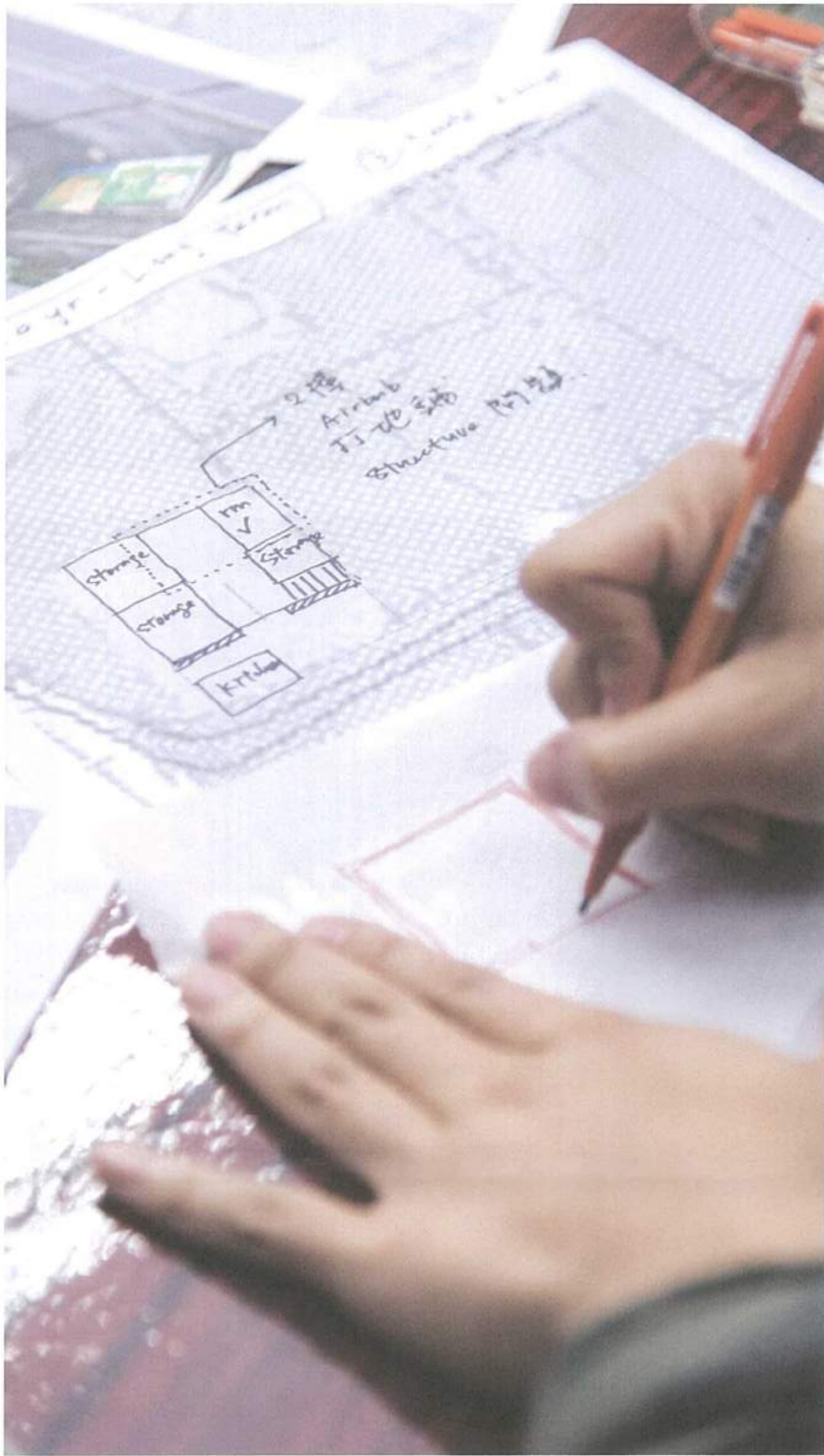
在坪嶺實踐

而在 1 月末，ASSEMBLE 再次來港，由成員 JAMES BINNING 及 MATHEW LEUNG 作代表，不但作為 MAD FORUM 的開幕講者，更參與 MAD SCHOOL，身體力行到受新界東北發展計劃影響的粉嶺坪嶺，與村民、HOUR 25 的建築師，及一眾關注城鄉發展的人士及學生，一起「萬丈高樓從地起」，將坪嶺導賞中心進行大改造。

這既是分享，對 ASSEMBLE 來說也可能是一種挑戰。首先語言不通便是一大難關，但二人均表示對此嘗試感到興奮。「我們會來這裡不是偶然，與利物浦項目 (GRANBY FOUR STREETS) 一樣，這裡的人也希望改善他們的處境，有『行動』的強烈慾望。五十多人聚在一起討論他們的將來，這是一件令人興奮的事。」

有一些貼士給參與者及村民嗎？「雖然工作坊的時間很短，但我們總是可以 THINK BIG，策略愈廣愈遠愈好；不單是聆聽，也實際的『DO SOMETHING』，讓對方知道：我們是認真來做些什麼的。」他們強調，別擺出一副專家嘴臉來指點其他人，而是設身處地，為對方帶來一種 GIFT、一種 GESTURE。筆者好奇，他們拒絕領正式建築師牌照，是否也是這份謙遜的一種表態。「沒有牌照，令我們在介紹時有點難以形容自己的工作（不過得獎後連帶工作量大增，應該也就沒有這煩惱？）；但這也賦予一種彈性，『身份』會帶來一種定見，人們會期待你提供一定的服務，令自己 ISOLATED。但 ASSEMBLE 並不是一般意義上的建築師；事實上，我們這做法正好深化『到底建築師是什麼』的討論。」





別介意侵入社區

當談及參與式設計或社區設計，我們總會聯想起「平等」、「無分你我」等字眼，但二人卻戳破了此幻象，表明他們作為他者，意見不會總是與村民的期望一致，但二人卻表示這種 INVASIVE (入侵性)，在某程度上是需要的。

MAT 說：「吊詭之處在於，我們總不能做到直接與『COMMUNITY』對話，而是『COMMUNITY』中的某個代表；我們怎樣才知道已掌握了他們真正的心聲？因此我們的模式，不是 BOTTOM-UP，也不是 TOP-DOWN，而是 SOMETHING IN BETWEEN。最重要是找出 RIGHT LEVEL OF INVOLVEMENT AND AUTHORSHIP。」這也體現於他們在坪壘工作坊的做法。話說其中一個環節，是 JAMES 和 MAT 會 SIT IN 坪壘參與者的討論，及聆聽他們初步提出的方案。JAMES 甫坐下，第一句說話便是：「好，這裡誰是話事人？」態度半開玩笑，卻也立即引出人接話，推快進度；同時間也隱然告訴大家：不論是怎樣形式的「合作」和「協商」，當中也不能沒有牽

頭者。

隨著討論推進，更多的時候，JAMES 和 MAT 只是作為聆聽者，或偶然發問幾句了解更多坪壘村的狀況，或參與者的想法，再在適當的時候，找出亮點並鼓勵大家「發大嚟做」——村民的「寶藏」是火龍嗎？何不直接懸掛在村口大門作為路標和招徠？村民喜歡唱卡拉OK，那可以為此劃出更多空間，但要小心雨天防水問題……文首提及的普立茲獎新任得主、智利建築師 ALEJANDRO ARAVENA 曾說：「IF THERE ARE ANY POWER IN ARCHITECTURE, THAT'S THE POWER OF SYNTHESIS」，而這種想法，似乎也可套用到 ASSEMBLE 的理念之上。ASSEMBLE 從名字便表明，他們是一個聚合、凝集的組織。十四、五個年輕人聚在一起，開拓建築的可能性。在他們手上，遊樂場可以是由孩子構思動手創作，也可以是戰後時期野獸派風格的無傷害「軟綿綿」版本；成見、定型對他們毫無用處，也期待在他們的參與後，坪壘會有怎樣的新面貌。

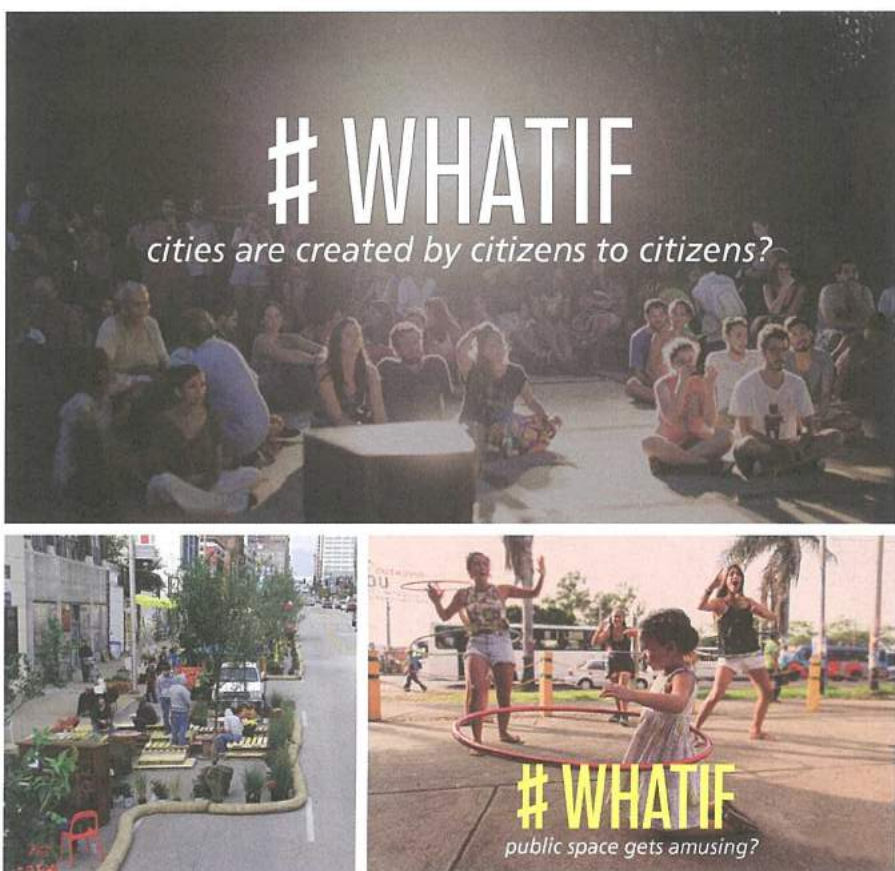


公民自決的人海戰術：100 IN 1 DAY

一個人的力量可能很有限，但若是一百個人聯手，或許便可以為城市帶來一些實質的改變。畢竟中國人有云，人多好辦事。但哥倫比亞人 DAVID SERNA ZULUGANA 及 DIEGO CUADROS ROJAS 心目中的願景，竟比這更具野心的「妄想」行為——在一日之內，發動一百件令城市變得更好的“INTERVENTION”，令人人也有機會實現他們心目中的理想城市。但事實是這並不是妄想，早在 2011 年，便由一班大學生在哥倫比亞首都波哥大發動，迴響之大，現今已發展成為一個全球性運動，吸引美洲、歐洲及非洲超過二十個城市仿效。這便是 100 IN 1 DAY 行動。在這一天，夢想中的一切均變成可能：街上充滿街頭藝術，孩子拿粉筆美化石屎路，牆上掛上用膠水樽串連起來的自製垂直盆栽，物盡其用之餘也為城市帶來一點綠意；反動一點的，直接在馬路上畫上特定區域，立即成

為政府遲遲未給予的單車徑（或許香港也可效法一下）。不同城市的 100 IN 1 DAY 精神雖然統一，但在不同城市也會有不同變奏，如在加拿大多倫多便有少女拿毯子到沙灘做瑜伽，或是單純的懸掛橫額，叫人寫上願望；在丹麥哥本哈根，人們則將平日的泊車位變成街道上的遊樂場……簡單直接的活動宗旨，即可憑藉主意多多的個體而拼發出無限變奏和創意。過程中亦無形中增加了參與者對城市的歸屬感，及訴求「改變」的意識，以由下而上的創新，代替傳統由上而下的規劃；而這些行動也像是最直接而具體的「上書」，告訴政府市民的需要和願望。不知道香港版的 100 IN 1 DAY 會在什麼時候到來？

HOOK: WWW.100IN1DAY.COM



後霸權的飲食與紛爭：CONFLICT KITCHEN



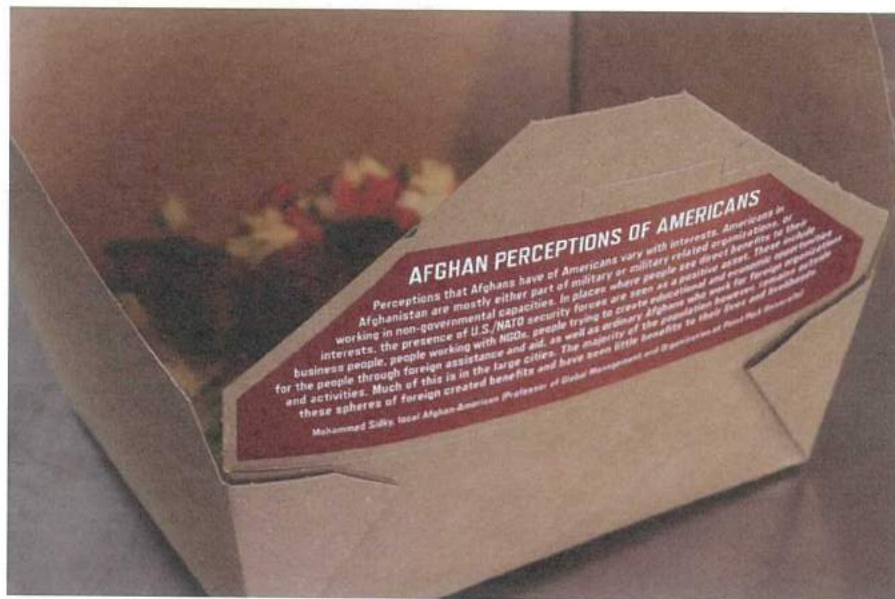
媒介霸權可說是傳播理論的基本課，以美國為首的西方媒介，如何透過傳媒發放以自身文化為中心的訊息；有意或無意間，改變或收窄了國民對世界的認知。又或以烏拉圭思哲 EDUARDO GALEANO 在《鏡子》中說的一句最能總結這種情況：歐洲是照著鏡子看世界的。鏡子以外，什麼也看不到。

沒有想過，飲食，也可能是改變這種傳播模式的開始。來自美國的藝術家 JON RUBIN 和 DAWN WELESKI，正是有感大家能透過媒體目光所認知的，實在太少——與美國有外交糾紛的國家：阿富汗、伊朗、巴勒斯坦、古巴……這些被妖魔化國度的人民的真實生活、情感和文化，在媒體上呈現了多少？CONFLICT KITCHEN 的出現，便是一個透過飲食擴闊認知的渠道。在 CONFLICT KITCHEN 買一個雜菜石頭飯，包裝紙上印有密密麻麻的字，由脫北者告訴你北韓人因糧食不足，而被逼當一個餓肚子的素食者；又或者加沙地區的人們，如何由自給自足種植菜蔬，變為戰火中無地可耕，入口乾糧。每當有新的主題國家，主理人均會親自走訪當地，走進當地人的廚房，既收集菜單，也收集由食物構成的日常故事。收集回來的故事，除了會成為食物包裝上的資訊，也會舉辦交流會、電影放映會、烹飪教室等。

由一開始的藝術教室，CONFLICT KITCHEN

慢慢發展成為一星期開足七日、有盈餘的真正意義上的餐廳，及社區中的一份子。但過程中也不是沒有難關，突如其來的輿論攻擊便是其一。當 2014 年尾以巴勒斯坦為主題國家時，便引來傳媒及保守猶太組織的批評，認為是反以色列行為。當時 JON RUBIN 回應指：「當提及巴勒斯坦一方的觀點時，便自動被演繹為反以色列，無疑是嚴重地簡化事件。」他指，巴勒斯坦人長期在媒體中被去人性化，無視其文化及人民感受。事實上，以古巴、北韓等為對象時便是「促進理解」，提及巴勒斯坦時卻即時被斷章取義的情緒化行為，也恰巧是一反面教材，再一次證明 CONFLICT KITCHEN 這類以軟性力量促進溝通的組織，其存在之必要。

HOOK: CONFLICTKITCHEN.ORG



在地實驗 還看香港

Text by yauu Photo courtesy of interviewees

社區設計講求「接地氣」，也就是不可離地，才會真正發揮改善社區的作用。同時地，又得顧及城市美學，要兩者兼得就要靠設計者功夫到家，但最重要還是得到居民認同，親身參與，令設計初心得以普及開去。

擔泥 MUDWORK：藝術家建的旱廁



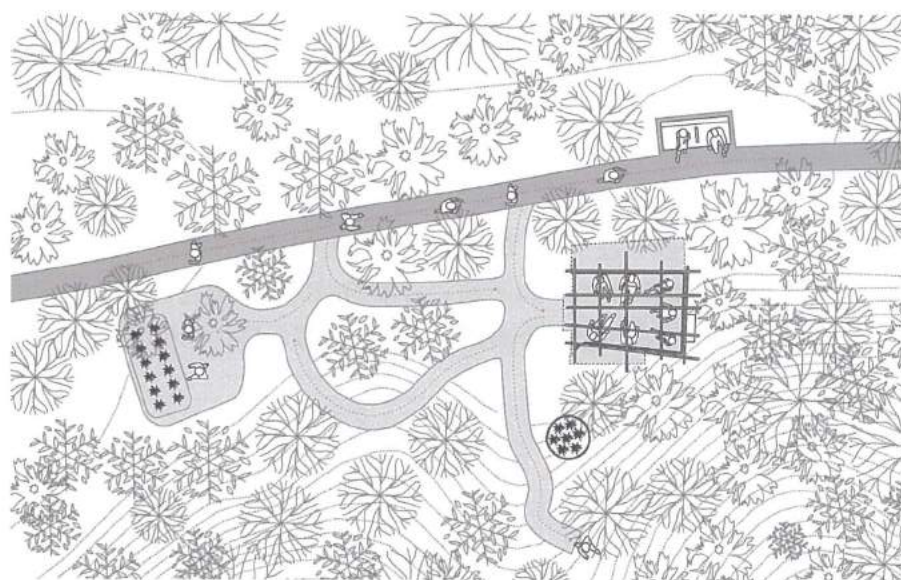
或許不少人都到過由菜園村抗爭衍生的「生活館」：一群年輕人、藝文工作者在錦田的農田與山野間實驗城市耕種的可能，但聽上去多自由及浪漫的實踐，均離不開日常生理的真實需要——排泄。藝術家夫妻檔吳家俊（阿喜）和鍾惠恩，近年搬到錦田生活，認識了生活館中人，知道他們的訪客若要大小解，無單車的話要徒步二十分鐘來回村口公廁，於是便想到為生活館及附近的農夫建一所旱廁——既是解決實際生活需要的場所，也是一件藝術作品。想到後便坐言起行，立即聯同另一位藝術家張景威（REDS），建一所旱廁吧。「跟農鄉生活一樣，旱廁所代表的不應是落後、簡陋或臨時，更應代表永續的生活態度。」他們如此說。由資料搜集開始，他們與用家交談，了解他們對旱廁有怎樣的期待與需要：要空氣流通，便有了煙囪；怎樣的位置才方便使用？他們最後選了農田邊陲的一塊三角形地段，因此旱廁也建成三角錐體的形態；旱廁建在平台上，加上窗口，讓用家可在制高點飽覽附近風景，一改平日骯髒狹促的感覺。最重要的是，生

活館全人希望旱廁能輔助他們實踐永續循環——能夠從中收集液體肥料（也就是尿），容易拿出、儲放、再使用。於是他們在精心裝點的金色廁板（作為一種現代化的藝術象徵）下，擺放了一個塑膠筒；收集所得的肥料用來種植香草，收成的香草又添上芝士蒜頭果鹽胡椒攪勻，成為獨一無二的「旱廁醬」；真正將城市化單向消耗/排放的模式，轉化為一個完整的自然循環系統。

雖然旱廁暫時還是只此一家，但已播下廣傳的種子，最近香港大學建築系便以生活館旱廁為參考，在大江埔建了一所旱廁，在建築質量及化糞技術上均有所提煉；或許這便正如阿喜所說，當你介入社區基建時，自然會觸發一些事發生。「我們希望從民間開始考慮，在地的思考用家需要什麼。傳統的 ART FORM 如雕塑、繪畫與市民有距離；所謂功能性，在於我們站在該處，思考那裡要出現一個怎樣的東西才有意思；提供實際功能予對象的時候，其實也幫助了他們進入該件藝術品。」



PARALLEL LAB：山友需要怎樣的涼亭？



將軍澳有座鴨仔山，一座平平無奇，香港隨處可見的小山，卻每天有不少居民上山晨運，政府原先佇立的設施滿足不了山友的需求，他們便根據自己需要慢慢在山上搭建出涼棚、樓梯、農圃等社區設施，自得其樂；在政府眼中的僭建物，他們用上時卻最稱心舒適。但後來可想像的發展，自然是招來政府的清拆。當區的社工後來聯同建築組合 PARALLEL LAB、理工大學設計學院，與居民一起開會，以工作坊形式討論怎樣才既適合居民需要，又符合建築法規、安全性等要求。

因部份山友不懂文字，設計師發展出一套以視覺為主的圖像工具，讓山友表達對行山徑及山上設施的意見。PARALLEL LAB 根據山友意見提出了涼亭設計的新方案，並向區議會及民政事務署行動推銷，過程

中山友及社工也一直參與其中。自 14 年開始，經過年多時間的拉鋸，可惜方案最終還是拉倒收場，但 PARALLEL LAB 成員之一，建築師 CAROLINE WÜTHRICH 仍然認為一切均是值得：「讓用家參與設計，不但能凝聚社群，市民更會在捍衛設計的過程中形成歸屬感。」她們將鴨仔山山友的故事結集成展覽及書本，向公眾介紹山友們不斷在被拆、再重建的拉鋸中所展現的韌力和智慧，叫人反思設計和政策的本質，是應該由專家／官方主導，還是由下而上的過程？書本亦提供網上版本，讓更多人了解鴨仔山的故事。

HOOK: [HTTP://ISSUU.COM/PARALLELLAB/DOCS/THE_PEOPLE_OF_DUCKLING_HILL_IN_HONG](http://ISSUU.COM/PARALLELLAB/DOCS/THE_PEOPLE_OF_DUCKLING_HILL_IN_HONG)

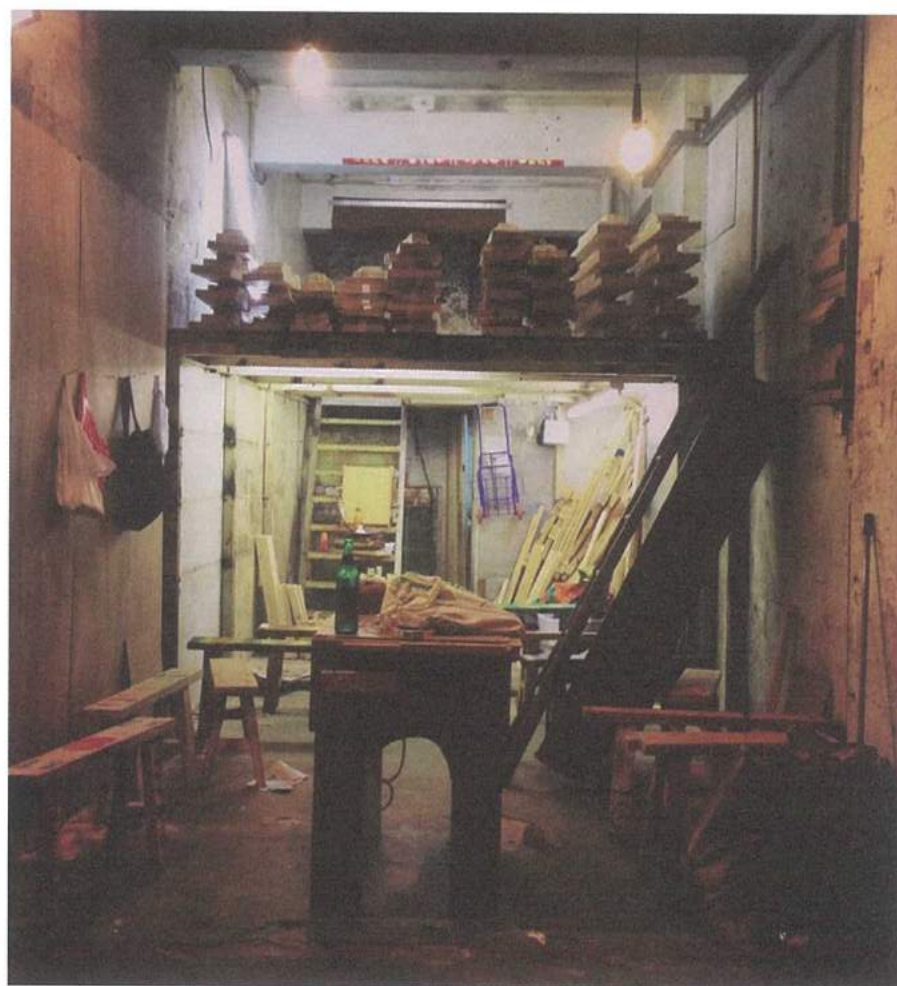
青春工藝：共活社區新模式

主理人 HIM LO 一開始便表明他辦「青春工藝」（下稱青春）的目的——研究不同介入社區的模式。這要從他過往的社區工作經驗說起：在大機構處取得 FUNDING，在社區中佔有一個特定空間，辦展覽、音樂會，卻慢慢發現這種不是從街坊需要出發的活動，加上空間沒有商業功能，街坊也自然的「拮行拮過」，距離由此而生。因此在青春，不是由他們主動走去接觸街坊，而是與附近的人一起生活。「我們與其他商戶一樣，要收支平衡才可繼續交租（靠的是開工作坊辦活動）：大家的身份平等，店的師傅也每天在店舖工作，與附近街坊建立一種真正的關係。」這不是社區營造，而是他們本身便是社區的一部份。

青春的「業務」可以分為兩部份：第一是聘請富經驗手藝的老師傅駐場，再由年輕人學師傅承工藝；第二部份便是將工藝與社區發生關係——像 HIM 說的，「八成時間學藝，兩成時間思考工藝如何與現今社會接軌。」始終一直在說的工藝失傳危機，便是因為它在日常生活中被淘汰。例子有青春的車衫姐姐與從日本學做紙樣回流的徒弟，認識了附近茶餐廳員工，眼見員工

圍裙不合用，便幫他們度身縫製一條合身形、又方便插筆的圍裙；又有一次幫車房員工縫製工作服，過程中叫他們除了「不想污糟」，重新思考自己的需要。「要傳承工藝，便一定要它在生活中重新 ACTIVE、FUNCTIONAL；但其實工藝也可以是一種抗爭，讓人擺脫成規，夠膽去諗生活的可能，這會是改變香港的第一步。」

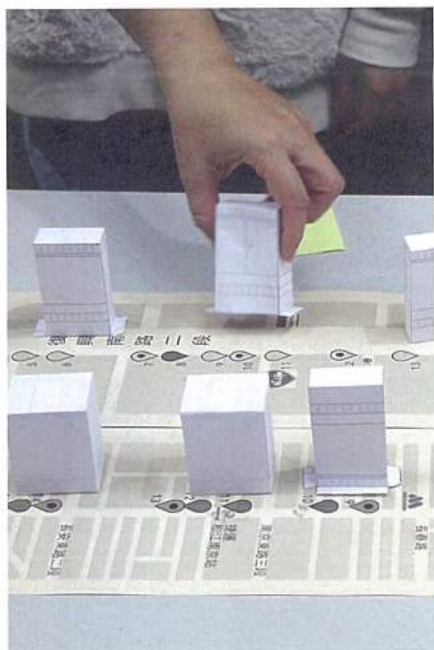
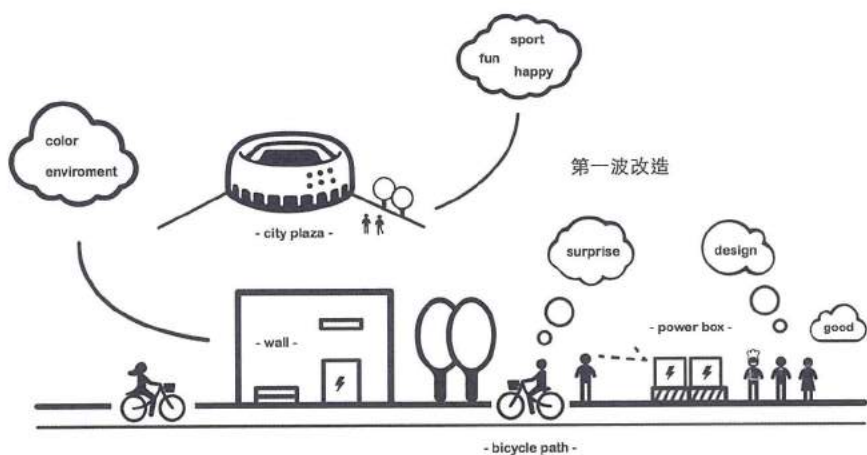
未來進行中的項目還有兩個木工徒弟，一個為十三街流連的南亞裔人士作的「流動 HANG OUT 車」，可倚可坐可推走，以取代平日在街上鋪坐的綿被；還有深水埗對出天橋的露宿者們，為他們打造更舒適的家。只要青春一天仍做到收支平衡，師傅徒弟們的社區實驗仍會隨他們的在地生活延續下去。



設計變成酵母 在台北社區中發酵

Text by Alice Leung Photo Courtesy of 都市酵母

來自台北的水越設計，在 2006 年提出了一個名叫「都市酵母」的計劃，讓潛藏民眾身體裡的「設計魂」化成酵母，打開五感，參與一場又一場充滿未知又好玩的社區設計活動，以不同於日常的視角去觀察自己居住的城市，就會發現，街邊的變電箱看起來好大好醜，街市裡密密麻麻的檔攤原來各自有其景觀秩序，就是這些微小事物，促使都市酵母發揮他們的小宇宙。



酵母有什麼特性？有親手做過麵包的人都會知道：它多變、對環境變化絕對敏感，每種酵母遇上不同 PH 值、溫度、含氧度等等，可以產生出非常多樣的發酵結果。一如都市酵母團隊，裡面不只有設計師，更結合了民眾、學者專家、都市改造者、項目投資者及政府的參與，一邊參考國際都市景觀設計個案之外，也講求在地的需要及可行性，以「台灣角度，台灣創意」將環境美學意識在城市不同的角落裡發酵，目的只有一個：令所有人愛上自己的居住地。

自己變電箱自己畫

台北被選為 2016 世界設計之都 (WORLD DESIGN CAPITAL)，不少在地設計相關活動都自去年起密集式進行，「臺北城市生活景觀改造計劃」甫推出就成為矚目熱話，更獲台北市政府文化局支持。當中最具啟發性的「變電箱新生」計劃，就是針對街道上那些毫不起眼但體積很大的變電箱，單在台北市就有 9 千多個，你無法挪移或減少它，就惟有將它變靚啲，令它融入都市景觀。「台北城市景觀缺乏整合規劃，一段道路由數個單位各自管理，目前從整體色彩、材質運用、動線到政府部門間的訊息溝通都需要改善。例如變電箱的色彩，過去是塗鴉思維，現在我們以環境色彩來思考，並讓民眾參與整個設計流程，可以作為環境教育的一環。」都市酵母的 AGUA 說。

原來，當地變電箱除了原有的綠色，不少網友發現還有很多都繪有畫風奇異的山水

畫，它的存在已經直接影響大家的審美觀了。作為設計單位的都市酵母覺得，並不是隨便塗個好看的圖畫就可以了事，於是他們以設計科系及一般民眾 3:1 的人數，組成「城市變電箱新生團隊」，向參加者教授及討論何謂「環境色」，試圖以色彩教育去改變城市整體美感。團隊曾參考過國外例子如 USA DISNEYLAND ESPLANADE，園方將路燈與路面上相同色彩，令遊人的動線 (TRAFFIC FLOW) 鮮明易讀；此外，其實街道色彩與民眾安全都有緊密關係，例如威尼斯港灣旁的圍欄，則故意繫上與建築物對比的顏色，視覺上的突兀感可減低行人不小心落水的危險。有了這些研究及在地實驗，團隊期待不久的將來可以再進行更 ADVANCE 的街道美化設計。

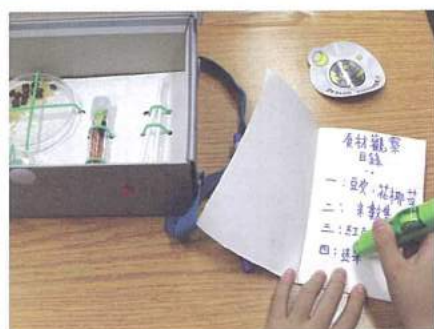
向菜市場學習

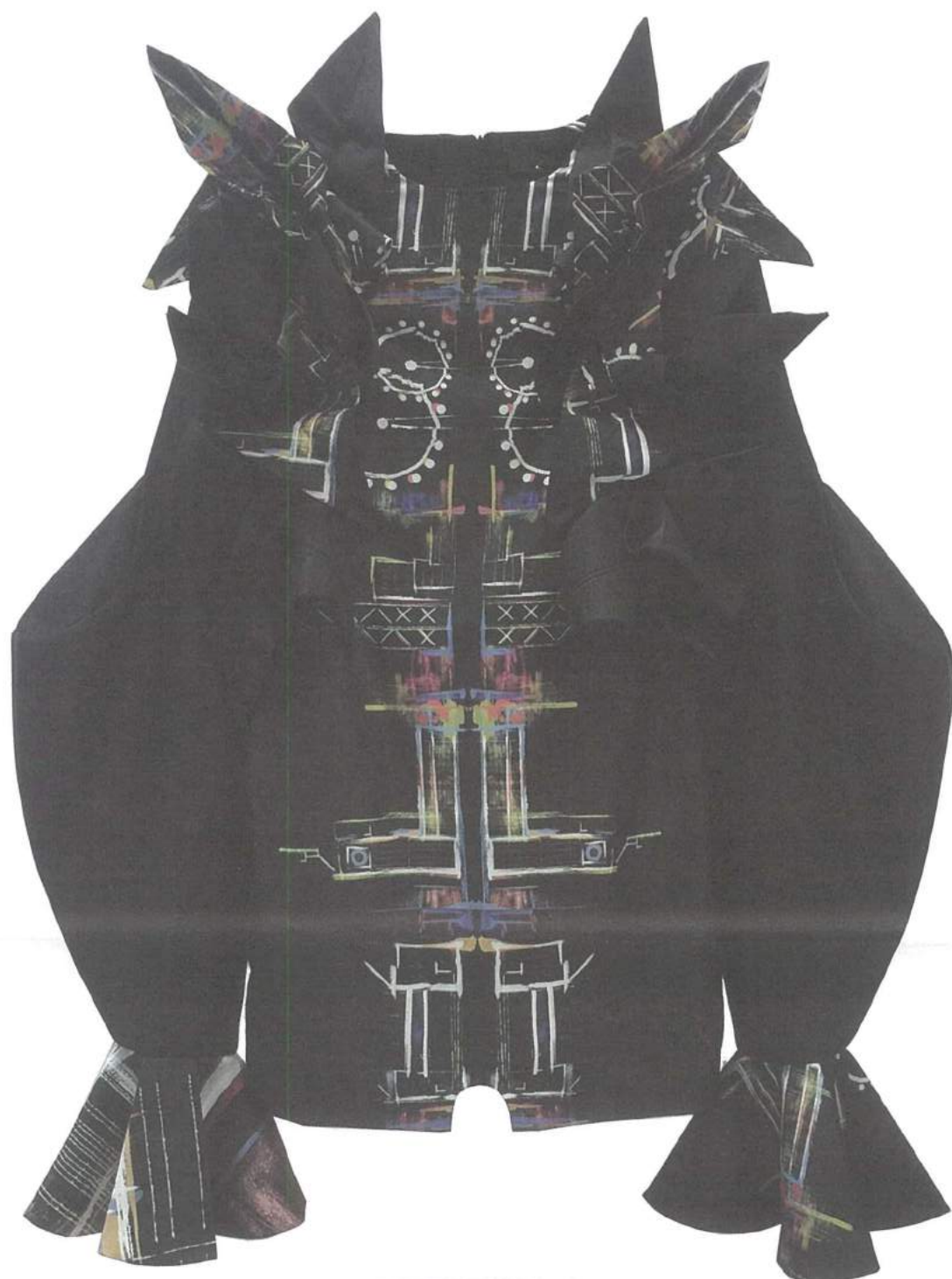
在香港，傳統街市開始買少見少，加上領展（舊「領匯」）以大蝦細橫行發展，恐怕將來除了 CITYSUPER 以及好似 CITYSUPER 的街市之外，下一代要參觀街市就要去博物館了。其實台灣菜市場面對同樣情況，年輕人不去街市去超市，如何在時代巨輪下留住傳統？都市酵母就與幾個當地設計團隊聯手推出「市場小學計劃」，進行相關研究，把焦點放在菜市場對地方文化的影響，找出各地區菜市場的獨特性及裡面發生的消費行為，發現菜市場本身已是一個充滿生活知識的教育場所，可以讓小學生了解自己飲食文化、食物色彩教育、工具學、食材故事等，又可與攤販互動交流，學習與人溝通及傳意。

團隊於是將菜市場變成一間小學，找來當地 IKEA 改造攤販舖面，令這個項目的試點，已有 80 年歷史的新富以及東三水街市場，以煥然一新的格局面向社區；團隊又設計一系列「小學生市場學」課程，教他們分辨食材，認識肉攤魚販使用的刀具，更有手工班讓學生將「生牛排」布料變成午休小睡枕，令筆者最感興趣的，就是有攤販老闆會慷慨分享經營之道！完全顛覆大家對菜市場的既有印象，亦令平日拍晒烏蠅的菜市場有新氣息，誰說教育必須要呆在課室正襟危坐？

「自己 XX 自己 X」

「這幾年，台灣民眾對於公共議題意識逐漸覺醒，年輕人對於議題的參與是踴躍的，我們的做法是與民眾一起設計、探討並持續開拓對於生活的想像，同時也與公共部門合作推廣。」AGUA 補充，「都市酵母」成立當初曾提出生物多樣性的概念，認為都市不應該只以人出發，而是將自然環境以及生態一起擁抱，於是創作了「與動物一起下午茶」、「微型生態感應源 島嶼瓢蟲紀」、「貼近都市的新方法 草地新居實驗」等項目，希望多元多樣性社區的發展可以提供更多想像與實驗，民眾與萬物學習的環境，這才是「人本社區」的設計應該考慮到的最基本要素。近年「自己 XX 自己 X」已成為每一個台灣人掛在口邊的句型，這種微小又美麗的民間力量，就是醞釀出美好都市所需要的酵母了。





徐逸昇 ANGUS TSUI

Text and Photo courtesy of HKDC

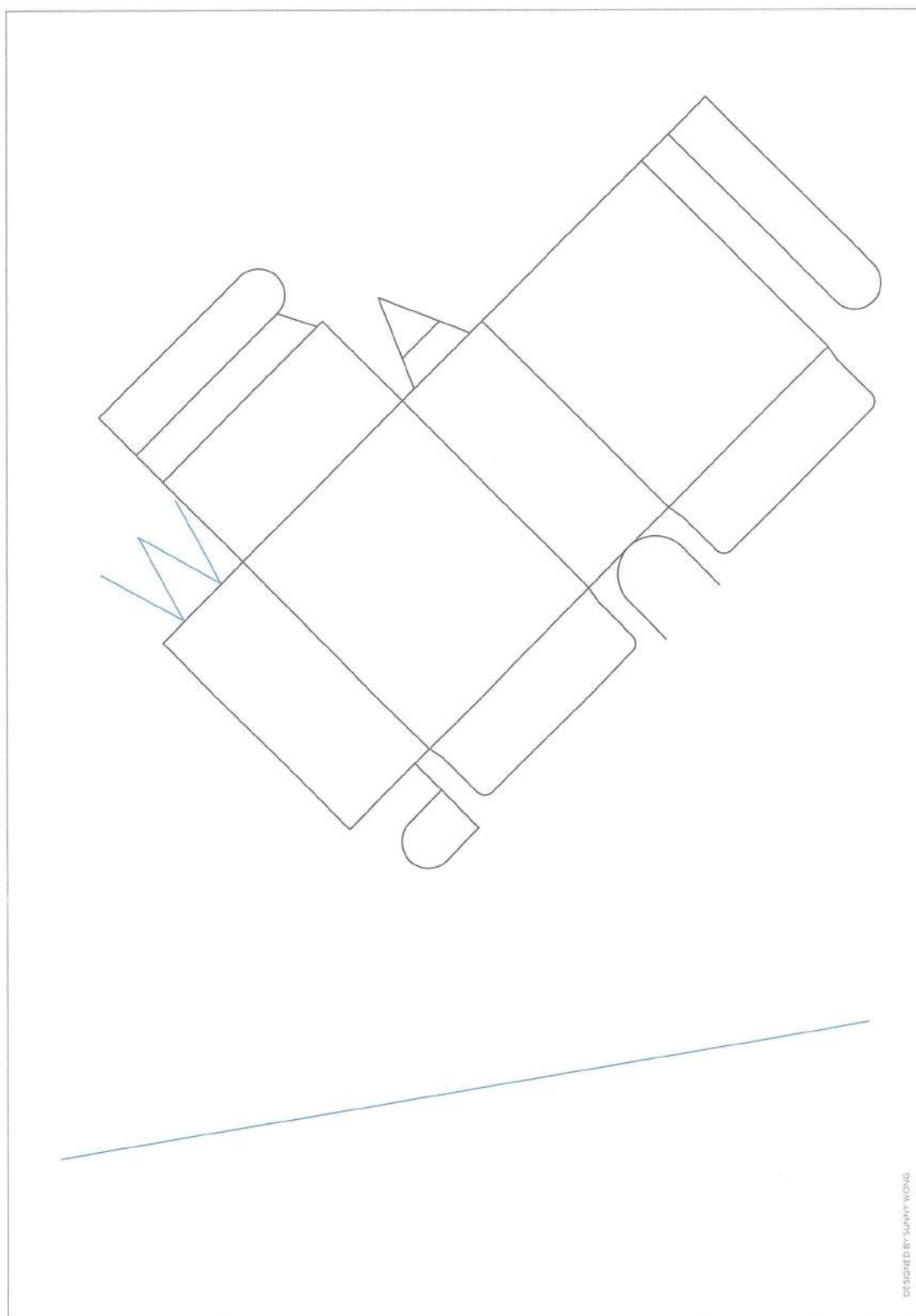
先後於香港知專設計學院 (HONG KONG DESIGN INSTITUTE) 及英國諾丁漢特倫特大學 (NOTTINGHAM TRENT UNIVERSITY) 修讀時裝設計，2014 年獲香港設計中心 (HONG KONG DESIGN CENTRE) 頒發「DFA 香港青年設計才俊獎」，並獲創意香港贊助，遠赴英國倫敦知名環保服裝設計師 ORSOLA DE CASTRO 創辦的 FROM SOMEWHERE，學習可持續發展時裝的製造技術。

ANGUS 熱衷於時裝設計，更關注時裝帶來的環保問題，除了發展個人品牌「ANGUS TSUI」外，定期與非牟利機構和業界舉辦環保展覽、講座及工作坊，推廣可持續發展理念。今年更進駐了聖雅各福群會賽馬會升級再造中心，務求令整個設計及生產過程合乎可持續發展的概念。

作品介紹

SOMEWHERE IN TIME, SS2016 COLLECTION 於香港與英國的時裝周發佈，強調兩地在文化元素上的結合，每件設計都突顯出其獨特的美學。為迎合春夏季節的來臨，選用了明亮的粉彩色系配搭不同建築圖案，巧妙勾畫兩地名勝建築的輪廓，在設計上更加入多種粉系色彩及布料去營造晝夜的層次，同時突顯女性的優美體態及輕盈感。透過注入品牌有著獨有的縫紉技巧及立體塑形，營造出複雜而流暢的形態，令系列充滿著設計與藝術的氛圍，帶有一種低調的奢華感。細節處理更有別於傳統剪裁，當中加入了各種環保元素，如升級再造及零廢棄技術，務求在帶給顧客創新設計的同時達至減廢保育。

YOUNG POWER



王文匯：《WRAP UP》

王文匯 (SUNNY)，80 後香港平面設計師。曾先後於靳與劉設計公司、CODESIGN LTD、陳幼堅設計公司及上海 WIEDEN + KENNEDY 工作，多年來不乏具影響力的設計。SUNNY 認為商業設計遠比想像中困難，其挑戰性在於設計美感、概念及市場推廣能力之間的平衡。為實踐 “WE DO WHAT MOST WANTED” 此信念，他建立了 STUDIOWMW，堅持做良心設計，並以完成品必須是客戶與我們最理想的成果為目標。除商業設計外，STUDIOWMW 亦參與各種文化活動的設計及推廣如：DETOUR、香港建築師學會、香港建築中心、香港藝術發展局、三聯書店、MAD 2016 等。

作品介紹

聆聽各個品牌故事，小至一張名片、大至一系列包裝設計、一份副刊、一場論壇無所不包，包裝之下，如何層層揭示品牌願景？

展覽詳情將稍後於《號外》FACEBOOK 專頁內公布，請大家密切留意。

SPECIAL

創意伙伴：

CITYMAGAZINE
號外

主要贊助：



主辦機構：



合辦機構：



別忽略 它/他/她們

Text by 迦南 Photo Courtesy of FHKDA

若你仍然認為設計是件奢侈的事，恐怕你還未觀察到設計與你日常生活之間那密不可分的關係，例如你每天喝水的杯子、辦公室的椅子、檯頭的煙灰缸等等。它們默默滲透於你的衣、食、住、行當中，讓你習慣它們的存在，甚至忽略它們。當有一天它們不復存在，你才被當頭棒喝，它們原來如此重要。

「第二屆深港設計雙年展」正是希望提醒大家細心看看時刻伴在身邊的種種設計，進而刺激大家對社會上更多不同設計的好奇心。整個雙年展的活動很難一下子記住所有，所以大會定下了六個貫穿一系列多元化活動的關鍵詞，於不同時段進行，分別是「STIMULATION 激發」、「INNOVATION 創新」、「EXPLORATION 探索」、「INSPIRATION 啟發」、「MANIFESTATION 展示」與「SITUATION 社情」。

今屆雙年展的重點項目將於今年9月至11月舉辦，但一個接一個的前哨活動早於去年11月至今年8月開始，這10個月將是首個關鍵詞「STIMULATION 激發」的 PERFECT TIMING，有一連串講座、工作坊、展覽、多媒體藝術等前哨活動，讓大家循序漸進地加深對設計的認識。承接著的是本年9月中至11月尾的其他關鍵詞的活動，除了有雙年展的開幕禮，還有深港設計品牌「雙城品未」以及其他精彩活動。

「雙城品未」相輔雙城

要記住一個品牌，我們通常是記住了它的名字、標誌或什麼專有的特色。「雙城品未」或許不是一個易記的名字，但只要你了解這品牌的特色和故事，就會發現這名字其實恰到好處。

深港兩地的文化特色、生活形態和城市脈絡不盡相同，在設計領域上合作起來，相信會有意想不到的火花。2014年「第一屆深港設計雙年展」中邀請來自香港和深圳的二十個產品／工業設計師，於前年9月至11月兩個月內，設計師與相關企業需要共同合作開發一款設計概念，並紀錄合作過程與孕育創意想法的歷程。他們的概念產品最後在「第一屆深港設計雙年展」的閉幕式展出。從紀錄內容中可了解兩地設計專才合作的產品設計概念及對於兩地合作的思考，正正可成為兩地設計界將來合作的借鏡。

在該次配對中，其中一個組合為印刷公司與工業設計公司，表面看來似乎風馬牛不相及的兩個單位。他們透過不斷溝通，了解兩地文化差異，與此同時發現創意產品市場大有擴張之勢。雖然各自的專長看似難以合作，但在雙方緊密聯繫及互相了解下，這樣的配對也能帶來別開生面的產品。合作過程中同時為兩地設計專才帶來啟發，於是總會才決定持續發展相關項目，並延伸成為深港獨有「雙城品未」品牌。在「第二屆深港設計雙年展」中，設計成品將於雙年展位於PMQ元創方的POP UP STORE展示並公開售賣予大眾。



「雙城品未」參與模式

香港設計總會誠邀兩地設計師參與是次項目，以下時間表給大家參考：

2016年

1月

「雙城品未」簡介會

2月上旬

公佈成功入選的設計師／企業

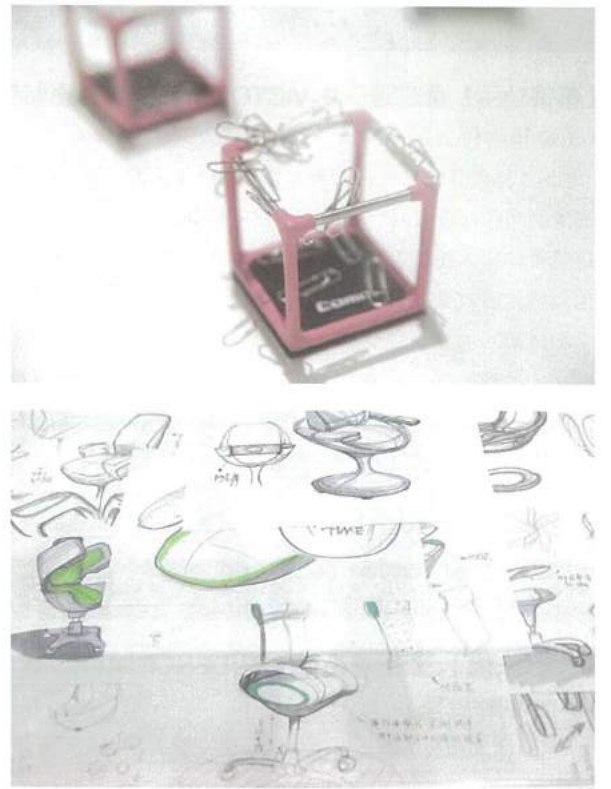
1月下旬

- 設計師遞交作品集
- 策展人細閱作品集並挑選合適設計師／企業

香港特別行政區政府僅為本項目提供資助，除此之外並無參與項目。在本刊物／活動內（或由項目小組成員）表達的任何意見、研究成果、結論或建議，均不代表香港特別行政區政府、商務及經濟發展局通訊及創意產業科、創意香港、創意智優計劃秘書處或創意智優計劃審核委員會的觀點。

「雙城品未」個案分享

以下是前年配對項目的其中一個設計案例，絕對能讓你感受「深港合作」的獨特之處。



兩個地域、兩種文化，碰撞起來將會有什麼事情發生？深圳的齊心集團股份有限公司與香港的明思產品設計，將他們對「深港合作」這主題的想像，形象化地寄寓於文具設計當中。

作為企業方的齊心，本身產品種類非常多，從桌上文具至辦公儀器皆有包攬，雖然「曾一度於選題過程中陷入困局」，但雙方最後選擇了大家都非常熟悉的萬字夾盒為主題，並對它加以設計及改造。

新的設計突破了傳統萬字夾盒的概念，傳統萬字夾盒大多為一個小盒子的形狀，但這個項目中設計的萬字夾盒，是一個以矽膠包著磁鐵的架子。萬字夾可自然地吸附著架子，讓用家隨手於桌面取得萬字夾。齊心及明思指，他們的設計希望以「空間」為題，呼應是次深港合作的展覽主題。這次展覽不單是兩個不同地域、文化的合作，更是兩種文化之間的碰撞和融合，從中產生一個更廣闊的創意空間。

新的設計備有立方體、三棱柱、三角錐體三種不同形態。負責設計的明思指，這個設計寄寓了他對深港合作的思考。在設計學上，三棱柱看似尖銳與矛盾、菱角很多，但它其實是個非常穩固的空間，立在桌上絕不易打翻。這就像看似充滿矛盾的深港關係。正立方體是個四方四方的空間，看似規規矩矩，但它其實是個可變的空間，既可以數

個堆疊一起造成不同形狀，又可用擲骰子的方式般在桌上吸起萬字夾。三角錐則象徵頂峰和尖端，比喻深港合作是個力求進步的過程，兩者攜手將創造出更好的產品設計。一個如此具寓意的設計，背後的合作體驗固然豐富。雙方都認為構思做什麼產品的過程是最困難的部份，「從8月第一次見面到九月底之間的多次溝通，我們都在不停推翻以前的議題，不斷討論到底做什麼產品才能體現這次合作的意義。」

對於設計業與製造業間的合作，齊心與明思都表示贊成。「合作必然能提升產品設計的原創水平，從而提升市場競爭力，再配合時代步伐去提升品牌形象，甚至有可能把業務拓展至較高利潤的產品市場。」兩者都認為這種合作尤其有利於現時的中國市場。「現在的中國製產品若不加入設計元素，還是一味的走低價路線，將逐漸失去生存空間。」他們表示，設計公司有的是創意，但沒有銷售渠道；製造業或品牌公司有時則是不太敢投入太多設計成本，導致產品的因循沒有市場。「如果大家能利用所長，互相發揮，才是最好的方法！」

每個個案的對象、脈絡、優勢、困難都不同，難以比較哪個合作更為成功，亦有些是無法成功合作的。但至少此項目能讓我們更多角度地理解和思考「深港合作」究竟是怎樣一回事？深圳和香港，在文化上能做到你中有我、

我中有你，又不至失去各自的特色嗎？從合作個案經驗中可見，若雙方願意放下固有渠道、看法，並耐心磨合、溝通，似乎比較容易成功。對於設計業界與製造業界的磨合，雙方可如何自我調節？製造業可如何擴大空間，接受不同設計意念？設計師可如何了解不同製作技術，從而爆發出更多創意火花、成就更多非凡設計？假若不是一個合作項目，而是一個商業合作，在資本或生產主導下，會否窒礙兩者相互學習和交流的空間？除了獨立設計師或已發展一段時間的設計公司外，深港合作對新晉設計師有何意義和得益？對兩地的創意產業市場將有何影響？這些思考都需要更多交流、更多經驗佐證、更多分享和記錄，讓業界整理、發展。希望更多深港交流的發生，讓兩地的設計、製造業界都能有所得益，繼續向前。

2月中旬至7月

設計：資料搜集、研發、設計及模型製作

9月17日

產品發佈

2月中旬

與策展人會面商討設計項目方向

8月上旬

設計成型並進行製作

9月17日至11月中

產品在不同地方售賣，
包括：PMQ 元創方及本地商場

如果說我們經常忽視生活上的設計，那我們更常忽略的是設計的創造者。「深港設計雙年展」——「STIMULATION 激發」的前哨活動將陸續為大眾介紹各路 DESIGN HERO，除了希望大家識英雄重英雄，更志在提升大家對設計的興趣和鑑賞能力。

11月 DESIGN HERO

【幕後功臣】黃宏達先生 VICTOR WONG (電影特效導演、跨媒體創作人)

《不能說的秘密》、《長江7號》、《黃飛鴻—英雄有夢》、《IRON MAN》和《FANTASTIC FOUR》這幾部電影看似沒有什麼關連，但若你仔細留意那些穿越時空的鬼馬角色，就會感受到角色背後有同一雙操控電腦特技的手。

這雙手的主人正是香港人黃宏達先生 (VICTOR WONG)。作為 11 月的 DESIGN HERO，他為雙年展打響了頭炮。當日他分享了在數碼創作的工作上種種經歷，特別在電影製作上的經驗。由零到完成的虛擬場景，當中涉及到資料搜集，與導演和演員的溝通，以及艱辛的後期製作。他堅毅的個性的確很適合於創意產業中工作。除了電影工作，他最近正鑽研水墨與媒體的結合，試圖以新時代的視覺探索聯繫及承傳水墨的文化精神與哲學理念。



1月 DESIGN HERO

【童心未泯】麥雅端小姐 PRUDENCE MAK (香港本土品牌 CHOCOLATE RAIN 創作總監)

「所有成年人都曾是孩子……可惜只有少數人記得。」安東尼·聖修伯《小王子》

電影《小王子》啟發成年人保持童心。香港本土品牌 CHOCOLATE RAIN 創作總監麥雅端小姐 (PRUDENCE MAK) 筆下那可愛的冬菇頭女孩 FATINA，正與《小王子》的故事不謀而合。剛於上月 15 日，PRUDENCE 在 PMQ 元創方舉辦了一場講座及工作坊，參加者在特製的 CHOCOLATE RAIN 畫卡上創造出屬於自己的故事和夢想的主角，鼓勵成年人也要時刻保持童心，對生活抱有熱誠憧憬。



2月 DESIGN HERO

【城市拾荒】姜永生先生 SAM KEUNG (創作人，創作指導，攝影指導，導演)
[I AM NOT PHOTOGRAPHER, I TAKE STORIES……NOT PHOTO]

「易拉架陣是香港街道的一大特色。整個活動式的運作，有著港人做事的影子——能屈能伸。」翻著姜永生先生 (SAM KEUNG) 的相集，一幕幕城市中被忽略的故事都在其鏡頭前徐徐上映。

或許因為我們受著時間巨輪的進逼，被逼向前走之際無暇思考城市的一二事，慢慢習慣對身邊事物變得冷酷。有見及此，SAM 希望籍著 2 月 27 日的工作坊，帶著大家在城市裡拾荒，引起大家反思「城市中之一草一木，都並非油然而生」。透過觀察城市街道內的點滴，探討人與城市間的互動，或親或離，發掘我們一直忽視的香港故事。有興趣參加攝影工作坊的讀者，可留意雙年展 FACEBOOK 專頁，或可電郵至 INFO@FHKDA.ORG 查詢詳情。



DOTTED TUNNEL

還記得於雙年展啟動儀式的 DOTTED TUNNEL 嗎？這個互動新媒體裝置由獲獎無數的新媒體設計師張瀚謙特別打造，在狹小的隧道中與參觀者互動，參觀者的動態會被裝置擷取並融入於裝置上的動態圖像中，別具心思。

為了迎接農曆新年，DOTTED TUNNEL 更增添了節日圖案，亦會不間斷地更新雙年展的資訊，讓大家都留意到最新消息。大家逛 PMQ 元創方之時，不妨前去試玩一下。



INSPIRATION

ALPOD: 疊出未來的樓城想象

Text by Siu Mei Photo courtesy of James Law

科技發展急速，2050年窗外望去會是怎樣的景色，難以想像。於九龍公園的港深城市\建築雙城雙年展今年以《2050 活在我城》為題，探討未來城市的可能，ALPOD 流動屋是其中的重點展品，一個銀色流線形設計的長方盒子，可以是家、辦公室、店舖，或是任何你所需的用途，走進去給你一點未來樓房的概念。

改變建築在一個城市的角色

ALPOD 全名是 THE ALUMINIUM POD，顧名思義與鋁有密不可分的关系，設計師 JAMES LAW 表示這次的設計最大的突破正是用上鋁，「鋁的好處很多，輕、DURABLE、環保。現在已有很多車和飛機都是由鋁造成，但屋就很少。亦因為鋁很輕，令 ALPOD 能有種互動性的 FUNCTION。一般的樓宇只能在固定地點，搬出搬入的只能是人，但城市改變不了，這樣看，城市很快就會退化，因為當環境不斷改變、居住人數突然增加，或用途需要改變時，傳統建築很難配合。」所以他們想出 ALPOD 的設計，可以組裝成不同形式的大廈，可以根據地方的需要改變，三四層高可以，像香港一般擁擠的地方要再起高些也沒問題。流動屋子可以繞圈成圓柱成大樓，也可以似一個屏風一樣全部望海，或是一個很 SLIM CUT 的形態。但不淨是要掛上大廈作高樓，他提到，外國很多人有地、大花園的，會買來作 HOBBY HOUSE，內置完好的廚房和洗手間，基本上可以立即使用，多方便。「我們想給用家一種獨立、民主的感覺，例如可以選擇住哪一個位置，高些或是低一些，和用上什麼顏色。用途方面，不論是自住、寫字樓、商店或是 STUDIO 都好，都能自己控制，這種互動性是現在建築物無法做到的。」

這樣一來建築不再是被動地局限於某一處地方，人類不需遷就房屋，搬家可把居所也一併搬去，多得鋁的輕巧外，也有關項目團隊的過往經驗。「這次的 PARTNERS 有 ALUHOUSE 的 ERIC KWONG (鄺海峰)，是用鋁的專才，和參與過很多 INNOVATIVE 建築項目的工程師，如北京鳥巢和悉尼歌劇院，ARUP 的 DR. ANDY LEE (李旭年博士)，我們想創造一種新的建築物給社會作試驗，看能否接受，ALPOD 可能改變建築在一個城市的角色。」

貼近自然的居所

走入 ALPOD，就是一個完全開放式的空間，450 呎沒有牆，沒有限制用途，只有 BUILT-IN 的洗手間和廚房。450 呎的大小怎樣定？「這比擬一個貨櫃箱的大小，造了出來以後發現都幾舒服。在城市中，一般人都無法 AFFORD 太大的空間，為了在有限空間設計內最 FLEXIBLE 和良好的生活感覺，開放式設計比傳統 450 呎以水泥間格要好。」而一向設計開 CYBERTECTURE 的 JAMES LAW 不忘加入了環保與科技的概念，「洗手間牆後有循環水的機器，水箱、發電機、電池均備有，令到這間屋能獨立些，不一定需要大電線或水喉入屋，即使把 ALPOD 放在郊外，一樣能自行處理很多資源。」就連房子本身都屬環保物質，五六十年後要是屋子要廢棄，鋁亦易於溶解再造。他一直相信最好的設計不在人為，而是大自然的設計，這也解釋了 ALPOD 的柔和感，其實是來自於貼近自然的流線型設計。「一朵花懂得隨著太陽的位置而改變生成的弧度，葉子會自動長成最適合捉緊太陽和雨水的大小。大自然這種很 SOPHISTICATED 的設計幾乎沒有方角，雖然人類未必做得到，我們要顧及生產和實用性，還是需要保持一點直

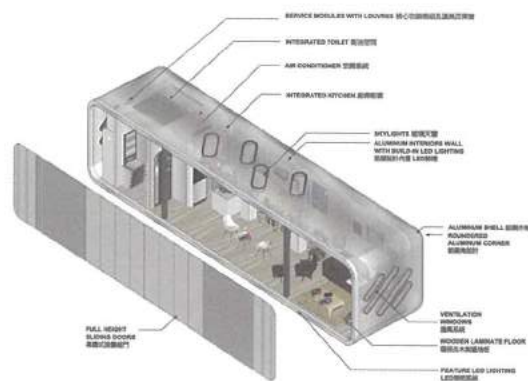


線，但我們盡量 BALANCE 兩件事，於是屋的外形和室內設計都磨去邊角，讓它 SOFTEN 少少，也令你覺得較安心安全。」

將概念化為真實

CYBERTECTURE 一字糅合 CYBER 和 ARCHITECTURE，啟發於 2000 年於九龍站迪生數碼世界 (DICKSON'S CYBEREXPRESS) 的購物中心項目。JAMES LAW 除了是該項目的建築師，也設計了商場背後所用的科技，當年有記者稱他的角色遠遠超出了傳統建築師所做的事，是「CYBERARCHITECT」。「我覺得很有趣，後來開公司也想循這個方向，但自稱 ARCHITECT，大家又會找你做傳統的建築師所做的事，就索性叫作 CYBERTECT。CYBERTECTURE 不單成為公司的名字，是一個 LABEL，也是 PHILOSOPHY，不停變化中，目的以建築做些新的事，將室內設計混合科技，做一個更好的空間給人。」就如 ALPOD，CYBERTECTURE 以未來作背景，概念新穎抽象，他形容比起設計師，有時更像一個發明家，「好的話不但有市場，更重要是能改變世界。這樣做當然有很大風險，無法估計市場的反應，可能太科幻、太 INNOVATIVE，

我們都試過這些 LESSONS，但仍然堅持勇敢些。STEVE JOBS 有一個哲理是他不會問人們需要什麼，他會創造一樣事出來令人感到有需要，我們有少許這樣的作風。不過純概念沒有 REAL THING 是沒有 IMPACT 的，大家不會相信。幸好這次有 PARTNERS 的支持，才能令概念成為真實，讓人看得見，嘗試接受。這也是我們工作最享受的一部份，努力改變市場，令環境更好。」今年 ALPOD 已預備好大量生產，要花多久的時間才能真正影響一個城市的建築傳統，無從得知，但起碼可以 DREAM BIG。經過尖沙咀，不妨到訪九龍公園，會發現在傳統高樓住宅的環繞下，ALPOD 更顯有趣對比，去感受一下將來樓城居房的可能。



港深城市\建築雙城雙年展
展期：11/12/2015 - 28/2/2016
展覽地點：九龍公園
ALPOD 開放時間：中午 12 時至下午 8 時

「別走那麼快」棚仔藝術展 陳刀與急急子 用設計對抗時代變遷

Text by 方太初 Photo by Kei So

設計與時間，至少有三重含義。一是好的設計，超越了時間；另一是設計反映著過去不同時代的美學觀念。時裝設計師陳刀與創作人急急子，同樣關注社區，有意以設計留住時間，甚或應該說，以設計回應未來。此話怎說？一切當從俗稱「棚仔」的深水埗欽州街小販市場說起，2015年年尾，政府重提要收回此一小販市場，陳刀召集一眾創作朋友舉行了三場「別走那麼快」棚仔藝術展，以設計抵擋快速變遷的城市時間，「這不只是回望，回望是停在這兒；我們更希望這是展望：下趟有舊區面對被逼遷、被發展我們知道可以怎樣參與、怎樣去制止這一切？」



像金魚的城市，停留的短暫，遊走的善忘。
回憶只在這善忘的善忘。
活回因為都

要談時間與設計，甚或與創作，兩位受訪者當然有很多想法，他們一直談下去，倒從創意談到民間智慧，再談到怎樣留住城裡的舊物舊事，乃至如何尊重我們的地方，可見最終設計或創作，都是回到生活，回到我們與城裡其他人的關係。

物及其背後的故事

急急子在電台工作，她對不同媒介能留下什麼效果，有其敏感：「我每周訪問城市裡的人，用聲音將他們留住。聲音有趣，與拍片或寫作不同，聲音聽下去有親切感，有想像空間，你會想到底阿伯的樣子是怎樣的呢？這是實在的紀錄。書寫舊故事，則有多些自己想法與觀察放下去。而成了書本又更不同，書會留得更久。」

急急子本身就關注舊區與舊事物，她在白田村重建時，收起了12座華園茶餐廳的單邊卡位，以及3座姚成記的圓形實木枱等等，但物件對於她的意義，更重要的是當中的故事：「我較幸運，因為工作常常有機會接觸到很多不同的人，我會留下物件是因為認識物主，知道這些物件背後的故事。比如說姚成記的婆婆給了我他們的餐牌、石磨、暖水壺、黑色攪盤電話，還有她年輕時的針咭，那時做餐飲從業員要打針。」

把舊事物留下，最好的方法不是把它們都收回來，而是讓它們為更多人知道，並以恰當的方式流傳下去。但時間往前，很多東西不免會被淘汰，急急子就試過幫在中環永利街經營印務公司的李伯搞「活字畫工作坊」。

李伯從事印刷六十年，見證印刷對香港文化與經濟發展的影響。他的店內，仍保留活字粒和古老的印刷機。他的心願，是成立印刷文化館，與年輕人分享印刷與香港，印刷與他的故事，「工作坊由李伯口述本地印刷史開始，之後讓學員活用字粒技術印咭片。」

這些工作坊的收入全用作維持李伯小店的經營，後來急急子更促成在柴灣青年廣場設立「印·藝·廊」成立印刷文化館，讓李伯店內的活字粒和印刷機有好去處。「現



在一個月有兩次免費 WORKSHOP，是真正的保育字粒。」

惜物與民間智慧

一直聽他們說著，好奇他們怎麼會如此關注舊區與舊事。急急子說了一個關於時鐘的故事：白田邨姚成店開門時，急急子帶走了店內一隻圓鐘，這隻圓鐘的時、分針特別短；原來圓鐘壞過，婆婆的兒子為圓鐘配上新的時、分針，然後繼續用下去，直到關門這一天，送了給急急子帶走。「這是愛惜物件的民間智慧。我想起棚仔也有這樣一個鐘，上方有檔主自己的裝飾品。棚仔的檔主有共識，大家可以裝飾棚仔。裡邊的東西看似亂來、求其，但卻是有機的組合，與香港很多規劃出來很整齊的地區很不同。香港應該有多些讓大家亂來的地方。」急急子說。

陳刀同樣欣賞舊區的亂，比如說他給棚仔展覽命名為「別走那麼快」，背後有其深意。「這是雙關詞，既希望棚仔不要那麼快消失，也希望大家走進棚仔後，捐隆捐磚看久一點才走。」

棚仔裡確是充滿民間智慧，比如說急急子為展覽做的作品《種植棚仔》，就充份利用棚仔中的物件，其中的木托出自應利布業的凳仔：「這張凳仔原本椅腳壞了，應利的檔主何生用布條纏著椅腳，就能繼續用了。到辦這個展覽時，他就把這凳仔給了我們，我用了凳面，凳腳又在另一個藝術家手上成了另一件作品。」

急急子總被這些民間智慧吸引，她又說起有一次在大埔坪嶺，有村民教她在荒廢的田野中找珠子樹，「珠子樹，其實是野生薏仁，村民會用來穿珠子，是原始的飾物，但現在農田少了，野生薏仁也少了。這一種也是剛巧被村民發現。」

陳刀說其實這些民間智慧，就是用自己的能力去做到最好，用自己的專業去處理一件事，誰說固定椅腳一定要用螺絲呢，用布條綁實也一樣可以。「我們要相信自己的智慧。整個世界發展得太快，容納不下舊事物，很多東西未用舊就要換。」

拒絕單一價值觀

東西未舊就換，這其實關乎價值觀——什

麼為有用、甚麼為無用？我們的城市愈來愈單一化了，功能上的實用凌駕一切。但有時，就算只談實用，有用與否，當從整個歷史層面、時間維度去談，不是單單這一時一刻就能決定一件事物的價值。

棚仔就是這樣的實例，「棚仔因為1978年政府起地鐵而遷至欽州街，38年來都叫臨時小販市場。上世紀七、八十年代香港有很多山寨廠，他們會去棚仔買布，車衫車褲交給工廠。後來小型工業沒落，香港獨立設計師崛起。那時，利時、百利的店主都會去棚仔買布，棚仔容許購買少量布料，加上棚仔有很多貨尾、很多古靈精怪的布，很多設計師都能在這兒找到自己想要的東西。」急急子說。

陳刀就是得益於棚仔的其中一個本地設計師，但現在不只棚仔可能會消失，與其共生的本地設計業也一樣因為 FAST FASHION、大型連鎖時裝店而無從發展，「本地時裝有一期有很多本地品牌，但香港人不撐自己嘢，除了 FAST FASHION 外，淘寶、韓國時裝也打殘我們，韓國時裝，花巧些特別些，這也是香港時裝的特色，但香港人見識太多，睇唔上本地設計。」

慢一點吧香港人

面對急速發展的世界，問題就是這麼多，那最好的方法，大概就是由自己做起吧。快接近不惑之年的陳刀，近年主力做「SLOW DOWN」系列，利用被丟棄的過季貨品、餘料和布碎等進行可持續發展的 UP CYCLE 設計，由「SLOW DOWN GUANGZHOU」、「SLOW DOWN TOKYO」、「SLOW DOWN FAST FASHION」一直做下來。「我們有太多浪費了，明明你買這件衫時是很喜歡，但連 TAG 也未剪就不要了，點解呢？」

除了慢下來，忍不住問兩位創作人，香港人有什麼特點是別的地方沒有的，而又可以用來改變我們的現況？

陳刀就說起香港人最叻是度橋，所以他打算由 FASHION DESIGNER 轉為 CURATOR 的角色，他接下來會和順豐速運合作，在後者的實體店推廣香港獨立設計師的產品，既為對方打造年輕風格，亦趁機把香港獨立品牌帶到大眾的眼前。

「另外，我也在思考設計可以怎樣改變社會，有一次我看到一個患肌肉萎縮症的速遞員很努力的工作，後來又在旺角地鐵站見到兩隻腳萎縮了，用護膝包裹膝蓋行走的人，那護膝大概是他自己做的。我就想是否可以設計適合他們用的東西呢？」陳刀深信設計不止是為了賺錢，設計當然是解決問題，但解決誰的問題，有時一樣是重點。

急急子則認為香港人的特色是靈活，這種靈活不止體現在設計上，也體現在生活上，「很多人捐隆捐磚去找空間生存，比如中環街上的鐵皮檔，又比如樓梯舖、靠牆舖、小巷裡的理髮舖，他們把空間用得很靈活。像先前談到在永利街經營印務公司的李伯，現在舖位沒有了，但他仍在做生

意。因為中環以前有很多印刷舖，很多老闆沒租舖位做生意了，他們就幫有印刷機器的同行接生意，這樣雙方都可以生存。」急急子又提到現在很多年輕人，他們都在過著「半農半X」的人生，這「X」可以填上任何職業，有的人半農半教書、有的半農半開舖，每人都在生活的夾縫中找一個最舒適的位置。

與陳刀、急急子談了一遭，忽然不那麼悲觀了，因為很多人都在自己的位置上，努力地讓情況變得更好。



《種植棚仔》急急子

走近棚仔，便會看到一棵棵大葉榕。一次在棚仔內跟檔主做訪問時，看到樹影打在棚頂的帳篷，十分漂亮。大葉榕和棚仔的關係，讓我想到「共生」，它們與布檔一起成長幾十年，形成一個獨特、有趣、有生氣的環境，這種結合，在屋苑和商場都難以找到。這件作品，把植物和布料結合。植物來自深水埗的藥材舖，布料來自棚仔。每本用布料做成的小書，上面都有那間布檔的英文拼音名字，每個布檔都有自己特色的布料，翻開它，像翻開不同的故事。

白底粉藍粉紅花布來自寧記 (NING KEE)

黑白斜間布來自何記 (HO KEE)

紅花布來自明利 (MING LEE)

啡色格仔布來自黃記 (WONG)

橙色漸變布來自良記 (LEUNG)

紅綠厚花布來自鴻記 (HUNG KEE)

藍白禮間布來自大東 (TAI TUNG)

粉藍布來自應利 (YING LEE)

黃禮間厚布來自天榮行 (TIN WING)

波點布來自熾姐 (SHEUNG)

藍色西褲布來自祐輝 (YAU FAI)

灰色布來自生記 (SHENG KEE)



設計及創新科技博覽 澎湃創作力

Text by Joey Photo courtesy of HKTDC

第 11 屆「設計及創新科技博覽」(IDT EXPO) 於 12 月 3 至 5 日圓滿結束，來自 19 個國家及地區的創意匯聚於此。



初創企業新風貌

初創企業如雨後春筍般在各個城市紛紛成立，不約而同地帶來創新產品和服務。設於「貿易館」內的其中一個展區「創意與科技初創企業專區」展出一系列商業方案，涵蓋產品設計、品牌推廣策略、新媒體推廣、綠色科技等；集合了來自香港及世界各地共 100 家初創企業。

許多初創企業富有想像力，勇於顛覆人們對世界的想像，例如來自香港的智能眼鏡 MAD GLASS 就利用了 3D 打印技術，造出沒有螺絲及鉸鏈的型格眼鏡；眼鏡外型像一個藍牙裝置，體積細小卻原來配備了小型電腦及透明顯示幕，它運用「擴增實境」技術 (AUGMENTED REALITY, AR)，讓用家周遭的現實世界與數碼世界結合；MAD GLASS 擁有智能電話的所有功能並加入了語音識別及人臉識別技術，還有基於雲端的 AR 自動快速生成平台，此技

術能辨認面部表情，為用家帶來嶄新體驗，亦可供商界應用於營銷策略上收集大數據。

除了「創意與科技初創企業專區」外，「貿易館」亦設「環球發明專區」，以「創新科技」、「醫療與健康護理」、「智能家居與建築」及「綠色與優質生活」四大主題分類，展示超過 120 位來自各地的發明家的心血結晶。

香港創意力量

「創意館」今年邀得巴塞隆拿作夥伴城市，以「BARCELONA INSPIRES DESIGN」為主題，讓香港的業界也能感染巴塞隆拿奔放自由的創作力；FCBARCELONA、MANGO、ROCA、TOUS 等企業到場示範如何將創意應用商業層面，為品牌增值。來自日本的 KYOTO DESIGN ASSOCIATION 更帶來 KYOTO DESIGN AWARD 的得獎作品，其「和室」設計盡現日式傳統精神與現代家居的天作之合。

本地的創作力量亦不容忽視，今年「創意館」展出的本地設計師作品為近年最多，當中香港室內設計師協會以「十師傢俬」表達「香港精神」的概念，呈現多位名師風格各異的椅子創作。協會更聯同 8 位設計師以「URBAN OASIS」為題，創作一系列空間裝置，演繹石屏森林中的「創意綠洲」。跨界合作項目《框裡·框外》的啟發更來自搭棚這一門傳統建築技術，29 位本地設計師重新演繹「框裡」的城市設計以至「框外」的創意精神，利用被棄

置的棚竹及原為燈柱的舊杉木進行創作，呈現具本土人文關懷及富生命力的美。不同的單位也在「創意館」大放異彩，PHILIPS 與《號外》一同策劃「創新·體驗·想像 A JOURNEY OF INNOVATION」跨媒體展覽，邀請九位創作人突破自己一貫方法進行創作，刺激觀眾思維同時亦為創作人本身帶來啟發。

分享智慧果實

主辦單位舉行了一連串的研討會，讓創新的精神啟發每一位來賓。講者包括多位國際及本地大師，如意大利家品品牌 ALESSI 第四代傳人 LUCA ALESSI、GOOD DESIGN STORE 總經理 JUNKO GENNAMI、MANGO 社會企業責任總監 XAVIER CARBONELL、設計師李永銓 (TOMMY LI) 等；各人分享如何將設計及創新科技融入品牌策略及營銷；「TEDXHONGKONG」亦以「智」醒生活 (SMARTER) 為題進行研討會，分享穿戴式科技及智能家居的意念，不論是中小企還是個別參與者均獲益良多。

在智能科技當道的時代，創意才是最富價值的財富，創新設計和應用科技正是為產品和服務增值最有效的方法。今屆 IDT EXPO 匯聚了超過 430 家參展商，為歷來最多，參展商帶來最新的科技應用方案，亦讓公眾大開眼界，接觸到澎湃的本地創作力量。不要錯過下一屆「設計及創新科技博覽」(12 月 1 至 3 日)，體驗 2016 年夥伴城市芝加哥的創新設計及科技意念。



THE GRIDS

漫步「日」記裡

Text by 迦南 Photo courtesy of Alan Chan Design

最近不少來自世界各地的年輕藝術家進駐東京各類型的文創空間，例如由高中舊校舍翻新而成的千代田區 3331 藝術中心，即使只是短短一個月，濃郁文化氛圍所帶來的創作靈感與充裕的文創資源配套已足夠使他們滿載而歸。一個重視並樂於支持新秀藝術家的國度，就是這樣的魔力，能使藝術家發揮最極致的創造能力。若你想即時親身感受這股魔力，不用急著買機票去東京，可以先看看陳幼堅的《我的「日」記》(MY JAPLAN) 展覽。

陳幼堅的創作生涯與日本的關係可用千絲萬縷來形容。陳幼堅曾在 1991 年被邀請到東京舉辦個人展覽，是首位獲邀的香港藝術家。而早於 1986 年，陳幼堅已獲日本平面設計大師田中一光推薦，為香港貿易發展局在日本銀座西武百貨舉辦的「HELLO HONG KONG」設計一系列平面視覺系統及海報，因而奠定其在當地的設計里程碑。這次日本設計振興會邀請陳幼堅與香港 GOOD DESIGN STORE 合作舉辦《我的「日」記》展覽，展出陳幼堅從 1980 年至今有關日本的設計及藝術作品，以及與日本設計師共同合作的項目，讓你親眼目睹日本如何為他帶來源源不絕的靈感。

展覽以《我的「日」記》為名實在合適不過，因為一旦你走進展廳，就會發現每件展品都像日記裡一行又一行的字跡，密密麻麻的一筆一畫都滿載著回憶。日記是一件很私人的物件，其實設計和藝術品又何嘗不是呢？當你鼓起勇氣與人分享你的日記時，你必定很希望對方能身同感受，增加對你的了解。而陳幼堅之所以大方地與大家分享他的「日」記，就是為了讓香港年青一代的設計師能體會香港與日本設計歷史之間的聯繫。

除此之外，所有展品均會以照片的形式出版在一本共有 1152 頁的日記書裡，還會加插陳幼堅過往在日本各城市出差及旅遊的照片，讓每段經歷變得更形象化。你就像成為了陳幼堅的一位摯友，翻閱他於日本的一步一腳印，甚至忍不住很想跟隨他的足跡。不得不提的還有 MOLESKINE 為這次展覽特別製作了 MOLESKINE X ALAN CHAN 的限量版經典記事簿，封面上的銀色邊框和紅色圓圈象徵日本文化對陳幼堅無限的啟發，極具質感的白色浮雕圓圈代表他這 45 年來的生活點滴。



《號外》訂閱優惠

全年12期
原價 HK\$480
HK\$432

《號外》辦公室：香港仔黃竹坑道 21 號
環匯廣場 7 樓
訂閱電話：2250 8090
訂閱電郵：citymagazine@modernmedia.com.hk

www.facebook.com/cityhowwhy
weibo.com/cityhowwhy



FREE GIFT!
《號外》TOTE BAG
*數量有限，送完即止

KUBRICK PAGE ONE

《號外》四十周年
2016 年，《號外》踏入第 40 個年頭，將會從雜誌轉變為一個跨媒體、多面向的生活品味平台，透過網站、APP、社交媒體等新媒體平台，啟發大家對美好生活的追求和想像。我們以「TRUTH」為本年年度主題，帶領大家探索「TRUE PEOPLE, TRUE CITY, TRUE LIFE」，並以「觀察·關注·欣賞」的角度去細味生活和走進這個城市。我們將由今期起新增一個名為「HERITAGE」的欄目，以美術、設計、攝影、文學等不同範疇與大家重溫這 40 年來的《號外》精神。



唔食得的食物設計 —— 好樹設計

Text by Alice Leung Photo Courtesy of HKDC

常言道：「設計改變生活。」一個好的設計除了改變生活，再推進一步就是去反思生活，設計怎樣為尋常生活帶來質變，減少浪費，令資源得以持續？好樹設計所推廣的「食物設計」，是利用設計去賦予剩餘食物第二生命，讓人們在進食以外，思考食物的其他用途，也享受食物帶來味覺以外的體驗。他們的環保品牌「香港糧品」的代表作《錦鯉糧品》更是 2015 香港智營禮品設計大獎入選作品，以天然稻米及油脂製成肥皂，配以代表吉祥富貴的錦鯉造型，農曆新年非常應節之餘，亦希望透過產品連結社會、環境、食物和人的關係。



HOOK: [HTTP://RUN2TREE.COM](http://run2tree.com)

TOPIO BY CARMEN CHAN

Text by Alice Leung Photo Courtesy of HKDC

「LOOK DEEP INTO NATURE, AND THEN YOU WILL UNDERSTAND EVERYTHING BETTER.」珠寶設計師陳嘉文 (CARMEN CHAN) 以愛因斯坦名句介紹她的 TOPIO COLLECTION。「TOPIO」源自希臘文，意思是自然景致，CARMEN 以瞬間萬變的大自然作為她的創作繆思，整個系列以純銀鑲嵌各式天然寶石，包括珍珠母、珊瑚石、虎眼石、綠松石等，每一件飾物的天然紋理及質感，都像在訴說地球上千萬年關於深海、火山、雪地的傳說，啟發思考自然奧秘。

香港土生土長的 CARMEN 自言是個 DREAMER，夢的本質本來就是神秘多變，而且不求完美，所以講求個性自我，「LIVE TO BE IMPERFECT」亦是她的品牌宗旨。自家首飾品牌 CARMEN CHAN 自 2013 年創立至今短短兩年幾，其設計已受各地的時裝達人追捧，更於 2015 年獲連卡佛選為新品牌集結號新晉設計師，近年與國際品牌合作頻繁，客戶包括 YVES SAINT LAURENT、LONGCHAMP、JOYCE、BORGHESE 等。

HOOK: [HTTP://CARMENCHANJEWELRY.COM/](http://carmenchanjewelry.com/)
SITE: EDIT (中環荷李活道 67 號)

設計界的成績表 《給亞洲設計 —— DFA 設計獎 2015》



Text by Alice Leung Photo Courtesy of HKDC

如自問關注亞洲各地設計界發展，去年 BODW 的盛會一定讓你印象難忘，能夠現場聽到「DFA 亞洲最具影響力設計獎」的得獎者 GAVIN ARMSTRONG (LUCKY IRON FISH 創辦人) 以及南韓品牌 RE:CODE 兩位設計師親身分享一條蹣的誕生，如何一念之間為社會帶來改變，都是每一個設計師值得學習的。

每年由香港設計中心主辦的「DFA 設計獎」(DFA AWARDS)，絕對是亞洲設計業界最為矚目的一張成績表，十多年來嘉許過許多優秀的設計項目，表揚香港及亞洲區內的業界精英。其實近年為增強城市的「軟實力」，亞洲以至世界各國主要城市都落力推動本土文化創意產業，銳意投資到產業的硬件上，令更多年輕設計師可以入行一展所長，建立個人品牌。循「DFA 設計獎」多年來得獎單位可見，設計師除了以傑出意念服務工商品牌之外，不少人已開始思考以設計介入社會，創造有影響力、又能改變世界的設計。

時至今日，「DFA 設計獎」已發展為一個討論平台，為亞洲及國際設計師提供亞洲設計動向。《給亞洲設計——DFA 設計獎 2015》一書則為去年的「DFA 設計獎」作一個最完整的記錄，讀者除了可以深入認識各得獎作品及設計團隊外，書內更特設「評審訪談」專題，邀請來自本地、內地、台灣以及世界各地的國際評審，就不同地域的社會情況及設計界動向發表意見，讓大家可循各地的設計發展軌跡，探索「給亞洲設計」未來的動向和所追求的價值。

HOOK: [WWW.FACEBOOK.COM/HKDCLIBRARY](http://www.facebook.com/hkdclibrary)
VENUE: 九龍塘達之路 72 號創新中心二樓香港設計中心圖書館



人·個性·時裝



Text by 迦南 Photo Courtesy of Fashion Farm Foundation

今日香港絕對不乏識著衫之人，有些人有根據自己個性的一套時裝哲學，但也有些人喜歡多變的風格，呈現不一樣的自己。FASHION FARM FOUNDATION 一直專注推廣最懂香港人個性的本地時裝，FRIDAY 這個大型企劃於去年進行得如火如荼，「FRIDAY DRESS HONG KONG」的精神幾乎已鑽進每家每戶的衣櫃裡，讓你每次打開衣櫃都不忘這重要任務。既然去年成功得到如此多香港人身體力行的支持，今年當然還不是告一段落的時候。即將在五月上映的重頭戲已邀請到 25 位風

格各異的「FRIDAY'ER」齊齊現身，他們雖然從事截然不同的行業，但全身上下都與時裝行業脫不了關係，其中包括方健儀、湯駿業、梁文禮、專業教練 UTAH LEE (李婉芝)、香港當代藝術獎得主陳泓、獨立歌手唐藝、珠寶設計師 CARMEN CHAN，還有時裝系學生、廚師等不同身份的人。由他們穿上不同香港的時裝品牌，拍攝一系列街拍作品，完整無遺地呈現香港時裝怎樣貼切地融入各式各樣的生活。好的照片能訴說每個人獨特的個性，但屬於這 25 位主角與本地設計的故事，就必須由他們

各人親口敘述，當然大會不忘將他們所說的記錄下來與大家分享。就讓我們拭目以待，看看這 25 種人、25 種個性將會展現出如何多樣化的香港時裝。或許你能從中找到與你性情相近的人，又或許你會發現自己屬於第 26 種個性。而若你還沒有找到屬於自己的風格，為何不試試穿由本地設計師設計的時裝？也許這就是你堅定自己風格與態度的開始。

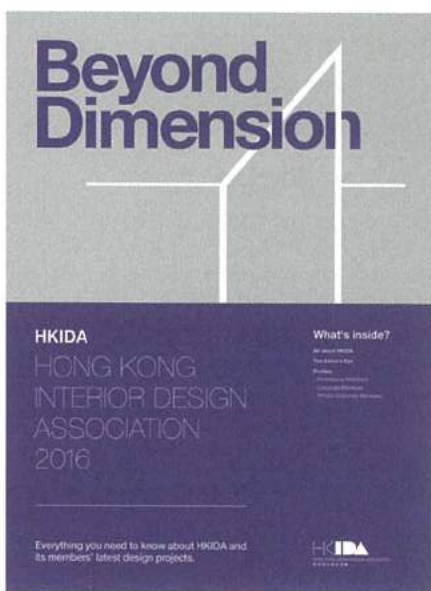
《號外》成為出版合作夥伴 香港室內設計協會會員名錄即將出版

Text by Alice Leung

相信不少人都曾有過這樣的經歷：想找一個符合專業資格又「啱咀形」的室內設計師為新居、或者新的業務去籌備策劃換上新裝的時候，總是苦無門徑，網上搜來一大堆資料卻無從入手。本地最具權威的室內設計團體——香港室內設計協會 (HKIDA) 由 2009 年起每年都會出版會員名錄，儼如業界內的「黃頁」，刊載該會會員的詳細資料供大眾查閱。《號外》一直積極推動本土設計及創意，本年則首次與 HKIDA 合作，成為出版合作夥伴，將會員名錄的內容及版面設計全面革新，務求與《號外》的生活、文化、美學風格連成一線。

會員名錄以雙語編製，方便各界客戶閱讀。為求更完美的內容，《號外》團隊更

與各室內設計師會員逐一採訪，並增設 EDITOR'S EYES 欄目，更立體及詳盡地介紹每一位會員的風格特色、專業資格及設計項目。此外，編輯團隊也精心加設「2015HKIDA 活動回顧」，報道過去一年由該會籌辦的各大業界活動及盛事，例如「亞太區室內設計大獎 (APIDA)」，國內外業界協作活動，會員聯繫活動，研究及教育項目介紹等，會員名錄的出版不但旨在推廣香港室內設計專業，提升大眾對本地設計師和創意設計的鑑賞力，促進本地和海外業內人士的溝通交流，更銳意成為業界內最具參考價值、最全面及最新的專業商務指南。



PUBLISHED BY CITY MAGAZINE
 PUBLISHER 程少偉
 MANAGING EDITOR ALICE LEUNG
 WRITERS YAUU、迦南、JOEY、SIN MEI、
 DESIGNED BY SING WONG
 SENIOR MARKETING EXECUTIVE CARRIE SIU

DESIGN PARTNER HONG KONG DESIGN CENTRE



SUPPORTED BY HONG KONG FEDERATION OF DESIGN ASSOCIATIONS



HONG KONG INTERIOR DESIGN ASSOCIATION



THE HONG KONG INSTITUTE OF ARCHITECTS



HONG KONG TRADE DEVELOPMENT COUNCIL









品牌個性有諸內，
如何一目了然形諸
外？平面設計師聆
聽各個品牌故事，
包裝之下，如何層
層揭示品牌願景？

展覽詳情將稍後於《號外》
FACEBOOK 專頁內公布，
請大家密切留意。

查詢：
2250 8072
CITYMAGAZINE@MODERNMEDIA.COM.HK

 cityhowwhy   cityhowwhy 

主辦：


號外DESIGN
CITY DRIVEN BY DESIGN

支持伙伴：


Hong Kong Design Centre
香港設計中心

《WRAP UP》
包裝設計展覽

王

文

淮