

C²

文 創 誌

#13 / 2016 02



百 花 齊 放 的 娛 樂 製 作 業

文創人見解

林子恩專訪：設計路漫漫

文創盛事

打造澳門品牌活動——拉丁城區幻彩大巡遊

品牌故事

從音樂、平面設計到時裝——Worker Playground本土型格時尚體驗



#13
/2016 02

文 創 誌

編輯：

《C²文創誌》編輯委員會

電郵：

c2magazine.macau@gmail.com

製作：

佰家文化創意發展有限公司

出版：

澳門特別行政區政府文化局

編者語

農曆新年快將來臨，今期我們首先為大家送上，正是一個傳播歡樂的行業——娛樂製作。影視製作和娛樂事業可說是相輔相成，在本土打響名堂的驚映娛樂和微辣創作，為本澳觀眾製作了不少優質節目，他們會率先在文創焦點分享這條創意與商業並存的道路是如何走出來，又如何走下去。

踏入2016年，《C²文創誌》除了會以雙月刊的形式發行，還增加了新的欄目——文創人見解和品牌故事。前者我們請來業界的達人分享對行業的看法，打響頭炮的正是著名設計師林子恩；後者則報導本澳知名的文創品牌，從它們的成功經驗剖析如何在業內獨闢蹊徑，Worker Playground正是二月號的主角。

此外，文創盛事報導了去年盛大的拉丁城區幻彩大巡遊，而我們的七位博客，也繼續為大家送上精彩內容。

猴年將至，我們感謝所有讀者在過去一年對我們的支持，在此祝大家萬事如意，新年快樂！

《C²文創誌》編輯委員會



目錄

- 002..... **文創焦點**
百花齊放的娛樂製作業
- 008..... **文創人見解**
林子恩專訪：設計路漫漫
- 010..... **文創盛事**
打造澳門品牌活動—
拉丁城區幻彩大巡遊
- 012..... **品牌故事**
從音樂、平面設計到時裝—
Worker Playground本土型格時尚體驗
- 014..... **文創好日子**
- 016..... **文創博客**
鄧曉炯—文創就在生活裡
何家政—本土電影與電影中的本土特色
林逸欣—注意！英國藝文界從業調查報告出爐
葉孝忠—曼谷的文創熱點
林琪香—菓子是怎樣造成的
鍾妮—漫說四格
張少鵬—管樂藝術多元結合

百花齊放的

娛樂製作業

隨著娛樂事業的開拓，澳門的製作公司亦愈來愈多，有些更漸見規模，短短幾年間已製作出一些甚有水準的節目或短片。在澳門搞製作，並將節目普及入屋，容易嗎？驚映娛樂和微辣創作兩家不同類型的製作公司，為你道出箇中的甜酸苦辣。

文/ 梁雄業 圖/ 由受訪者提供及洗偉軒@Calvan Sin Production



• 余宗軒於四年前開始電視節目拍攝工作，到今天已發展出業務多元的驚映娛樂製作有限公司。



驚映娛樂：走向全方位娛樂發展

驚映娛樂由余宗軒及其團隊於2013年創辦，以製作影像起家，及後業務擴展至藝人培育、宣傳、活動策劃、平面设计等，成為澳門新興的全方位娛樂策展公司。「兩年多的努力，現在回想，當初想得太簡單了，幸好今天重上軌道，一切得來不易。」余宗軒說。

余宗軒在澳洲讀電影，2012年畢業後回澳門從事拍攝，加入自由工作者行列。當時澳門本地相應人才缺乏，一個教育電視的錄像製作已有十多萬元收入，余宗軒亦受惠於當時的環境，賺得公司開業的第一桶金，本想著把當時的客戶轉介至公司即可上軌道，怎料那才是難關的開始。

余宗軒說：「澳門環境特殊，人才少地方小市場更小，當自由工作者時沒有看見的市場問題，開立公司後就一一浮現。澳門普遍大眾對自家製的娛樂影視節目興趣不高，人力資源、媒體等亦相繼乏力，令娛樂產業在澳門較難得到發展。」

推出藝人計劃，開拓本地偶像路向

面對這樣的環境，驚映一開業，余宗軒就決定推出藝人計劃，以開拓宣傳面向。

「澳門喜歡唱歌的人有很多，每年亦會個別出碟分享歌曲，但就沒有認真希望成為職業歌手，其實相當可惜。澳門的商業機構普遍也沒有以藝人歌手作市場推廣的概念，令發展起來更困難。但澳門人很有趣的，覺得藝人若曾在外打天下，如小肥和陳慧敏等，回澳就能成為明星，故目前我們亦與香港方面接洽，希望我們的藝人能夠到外地工作。」

余宗軒表示，目前已與香港公司合作宣傳，以本地藝人

代言香港的品牌，以培育跨平台的全能藝人，到時回到澳門就能有較多人認識，亦會在商業市場有更大的叫價力。

驚映娛樂最近更簽下本地學界籃球明星羅協銘，希望吸納本地年輕人市場，開闢本地偶像路向。「其實體育藝能本是一體，都是娛樂發展項目，本質上可一同規劃，港台等地均有很多學界運動員轉戰藝能界的例子，目前羅協銘在理工就讀體育系學士，亦有打本澳的職業聯賽，更是本澳罕見具有粉絲的籃球員，正好符合我們的年青人發展意向。」

余宗軒指，澳門目前的商業品牌項目大多為香港的分銷商，波鞋、運動服裝等的宣傳都會使用香港明星代言，其實對澳門的宣傳不太直接。故余宗軒希望為羅協銘建立好形象後，可以與香港方面接洽，一同為品牌代言。

建設宣傳平台，打入主流媒體

談到資訊傳播，余宗軒最初為人所識就是為本澳社團學聯拍攝的學界網絡資訊節目《菁莘360》，箇中因著節目與主持人的清新風格，以至學界的輕鬆資訊，大受年青人歡迎，亦令余宗軒得悉網絡媒體的重要性。

「澳門與外地其中一個最大的差別，就是沒有好的資訊傳播平台，藝人怎樣也好，就是沒有渠道被人認識。得媒體得天下，所以我一回澳後就開始籌劃網絡傳播工作，現在得以收獲不少年青觀眾目光，亦證明當日的決定正確。」余宗軒道。

雖然網絡平台日漸普及，余宗軒的網絡營銷亦上軌道，但他反而漸覺傳統媒體始終有不可磨滅的作用。

「澳門人普遍覺得，若藝人沒有上過主流媒體如電視

台報紙等，即沒有機會不時看見，就會覺得你是小眾，是沒有認真做這回事。網絡是很好的輔助宣傳工具，可以幫你開拓年青人以及經常瀏覽網站的人士的注目，但之後要突破瓶頸，要進入大眾市場，始終要到傳統媒體上。」故余宗軒指驚映經常會在交通工具上作廣告，亦會在澳門日報等傳統媒體宣傳，務求令大眾更貼近公司動向。

向全世界招攬人才

余宗軒又指，澳門人才，不論台前幕後，均有一定實力，與香港等地比較在本質上不會落後，但因實戰經驗不足，別人每次製作跨平台大show，獲得不少國際交流時，本地人才的視野就更為不足。加上本澳人才大多流向公務及博彩業，令人才更難在影視行業扎根。為解決此問題，余宗軒選擇外求，向全世界尋求合適人才。

「目前我們的設計師僱自台灣，只因在本澳以僱用初畢業人士的薪金，在台已能聘請資深製作人員，可以選的話當然想請本地人，但現實方向實在不行。」

余宗軒又表示，目前由於拍攝等科技普及，門檻甚低，人人拿起電話就能充任攝影師，可幸的是當有突發工作，找臨時工相對較易，但要付出的，卻是更難培育資深人才。

「現在年輕人大多不想受制於人，個個都想做自由工作者，自己能規劃工作固然很自由，但失去的卻是身處公司的那種慢慢向上爬、向前輩偷師學習的時光，亦沒有機會投入團體創作。目前可自行解決細小工作，但到大show時，就沒法進一步了，加上現在市面這麼多競爭，即使商業機構增

多，做自由職業亦已沒法像我當年那樣多工作。」余宗軒亦補充，他沒有想說服大眾不做自由工作者轉投企業，只是希望投入影視行業的朋友們想清楚，在選擇之前，有沒有認清自身特長，以及將來希望要走的路。

未來與發展

兩年的發展，驚映娛樂已安然度過投資期，今年可望收成，娛樂場如美高梅等亦是驚映的穩定客戶，在澳發展已不成問題。但余宗軒卻表示往後一年才是公司的真正起點。「澳門是我們的一個起點，要先打好，得到本地認同，成為澳門知名的品牌，我們才能向世界推銷自己，走出國際。」

余宗軒指，澳門雖然尚有空間發展，但始終人口少地域小，要真正擴展，還是需要與國際合作。故未來發展重點將會落在市場推廣方面，不只本地，希望更多境外人士亦能接觸驚映的作品及藝人。他亦希望投資微電影或引入外地演唱會等，讓本地人享受更多元化的視聽娛樂，能使本地人才得到與國際團隊接觸的機會。

余宗軒指，澳門各間娛樂公司亦有看見此趨勢，但亦明白若單打獨鬥則沒有足夠資源與鄰近地區競爭，故年前已成立澳門演藝人協會，過去的2015年更舉行雲集本澳七間娛樂公司歌手的《SIM澳門流行音樂節》，希望以聚合的方法讓世界看見澳門，各間公司亦因合作機會獲人所認識，收雙贏之效。

「縱然澳門近年賭收下跌，但整體的商業建構仍有很大市場，有危才有機，澳門娛樂產業一定有得做。」余宗軒說。



• 六毫子 (左) 和 Jacky (右) 是微辣創作的創辦人



微辣創作：本地的網絡短片先鋒

微辣創作兩年前由網絡崛起，成立之初本以搞笑先行，豈料大受歡迎，專頁關注人數已超過14萬，最近更開始為商業機構拍攝宣傳片，興趣賺錢雙軌並行。兩名創辦人六毫子及Jacky表明，今天的成功只作為一起步，未來希望走出澳門，讓世界都能認識微辣創作。

微辣創作兩名創辦人，六毫子(陸志豪)及Jacky(李偉麟)，均為九十後的年青人，六毫子是一名業餘魔術師，Jacky則為業餘導演，六毫子主要度橋，Jacky則將之化成現實。成立之初本只望發展志趣，沒有商業考量，只想忠於自己。

「記得當年只為有趣，拍攝了一自資MV《想當年》，短片上載兩周已達極大迴響，箇中的兒時玩具、初戀，以至錯失回望，香港的網民亦大讚，因此為我們的創作打好名堂。」Jacky說。

笑之任務：用創作傳播快樂

承著走紅網絡的餘威，微辣創作終告成立，並以「快樂的調味」為口號，開始以拍攝九秒的搞笑短片為首要工作。「到目前為止，我們最大的任務還是傳播快樂，搞笑是一種，亦是我們最多人讚的短片類型，但我們覺得快樂尚有很

多走向，溫馨是一種，發人深省亦是，故我們亦有嘗試不同的片種，令觀眾感受不同層面的快樂。」

六毫子又指，澳門本土人士大多較為保守，尺度不能很大，整蠱等搞笑方式恐怕會惹人不滿，故純粹輕鬆搞笑的短片，正好適合本地人的口味，亦為澳門更添歡笑。

最近微辣的短片更以固定演員拍攝，希望演員得以更為入屋，亦讓大眾一眼便看出是微辣創作。

「現在主要拍攝的演員有五位，是以經理人形式簽約的，類似鄰埠的網絡紅人。拍攝的話演員是沒有薪金的，只會給車馬費。因為我們是合作的形式，每次上載影片均會tag回我們的演員，演員們自能得到人氣，我們公司亦得以繼續營運，可說是雙贏的方案。」但六毫子亦表明，目前的演員以至幕後的工作人員其實遠遠未夠人手，幸好澳門圈子較窄，找朋友搭膊頭亦較容易，微辣才得以順利運作。「可以的話，希望一天拍十條片的，但人手以至創意就要更大需求了。」六毫子說。

網絡機遇無限

目前的微辣短片，均以網絡平台，如Facebook、Instagram，以至內地的微博等發佈。這



• 驚映娛樂的廣告作品





• 微辣創作的指攝花絮



樣著力經營網絡形象，只因六毫子與Jacky均明言，傳統媒體已日漸式微，未來網絡將會是資訊傳播的一個主流。

「網絡是目前都市人接收資訊的重要來源，我們亦是因此而起家的，外地有很多像youtuber這樣的人，使用網絡資源是大勢所趨。」但六毫子亦表示，因著網絡便利，得以在短時間內接觸很多觀眾，性價比是很高，但亦會引來很多不負責任的批評。

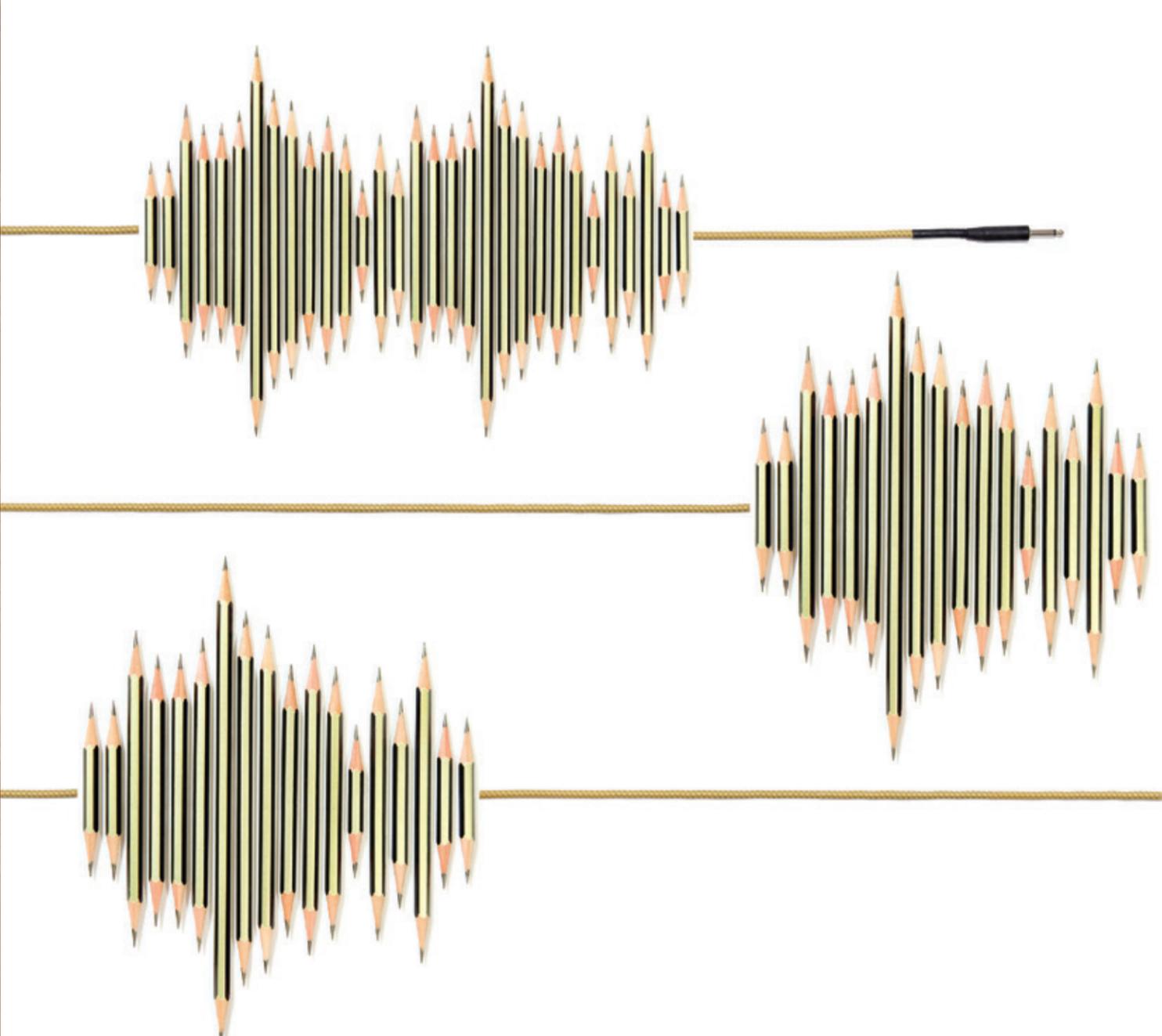
「其實營運專頁是很大壓力的，因為每每上載一條片，別人罵你很容易，留個言就可以了。要順應觀眾需求，還是服從自身創作，怎樣與觀眾溝通，是很有學問的事。」Jacky說。

故經營網絡耗費的心力之大，亦令六毫子及Jacky兩人沒有空餘時間擔任正職。公司早年經費均由六毫子的業餘魔術表演以及Jacky當自由工作者的拍攝收入支撐，但由於辦公室營運動輒每月超過五萬，微辣創作再優秀亦難以為計。幸好網絡的盛行，亦令微辣得到新生機。

「就是最近經朋友介紹接下的一個商業工作，為一會展項目拍攝宣傳片，並放到我們的平台推廣。目前手頭上的商業片有五條，不會太多，因為都希望資方能與我們的搞笑風格配合，不會刻意的硬性宣傳，平衡自身風格與商業才是最重要。」六毫子道。

談到目前最大困境，六毫子表示，現在拍攝短片仍脫不開朋友搭朋友的合作方式，若要與商業掛鉤，就要打造制度，怎樣計錢、要用多少時間製片等都要有清晰考量，未來才能站穩住腳。

可六毫子和Jacky亦明白今天縱在澳門機遇處處，要真正突圍，始終要走出國際，讓世界認識微辣創作。「未來的創作路向仍會以搞笑為主，澳門本土情懷亦不變，但會希望加入不單只澳門人才能欣賞的部分，如最近亦與香港的網絡女神杜小喬合作，令香港方面亦能關注微辣。未來短片或將會以多點動作取代語言，更有可能加入不同種族的角色，讓微辣的短片變成澳門接觸世界的品牌。」六毫子及Jacky兩人道。



2016

原創歌曲專輯製作補助計劃

Programa de Subsídios à Produção de Álbuns de Canções Originais

Subsidy Programme for the Production of Original Song Albums

澳門特別行政區政府文化局
INSTITUTO CULTURAL do Governo da R.A.E. de Macau

申請日期 / Período de Candidatura / Application Period :

2016.01.05 - 03.04

查詢電話 / Telefone / Inquiry : 2892 4040

詳情瀏覽 / Informações / Further Information :
www.icm.gov.mo/dpicc/sps www.macaucci.com/sps

本計劃旨在培育更多本地音樂創、製作人才，推動本地音樂行業發展，透過對原創歌曲專輯製作及宣傳工作的支持，鼓勵音樂人製作及發表更多優秀作品，為開拓市場作好準備。

Este Programa de Subsídios visa fomentar talentos musicais locais nas áreas da criação e da produção musicais, bem como estimular o desenvolvimento da indústria musical local. Através do apoio à produção e promoção de álbuns de canções originais, o IC pretende incentivar os talentos musicais locais a produzir e lançar as suas obras excelentes, a fim de estabelecer as bases para o desenvolvimento do mercado.
The Programme aims to cultivate more talented local music creators and producers and promote the development of Macao's music industry. Through providing support on the production and promotion of the original song albums, IC hopes to encourage musicians to produce and release more outstanding works and lay the groundwork for market development.



中文



Português

澳門文化創意產業系列補助計劃
Série de Programas de Subsídios para as Indústrias Culturais e Criativas de Macau
Subsidy Programme Series for Macao's Cultural and Creative Industries

林子恩專訪： 設計路漫漫

文/ 楊嘉欣 圖/ 彭泰@In's Creation、林子恩



「我搞文創事業每天都在燒錢，但現在正是推動文創的最好時機。」澳門佳作行政總裁林子恩說道。特區政府推出文化產業基金兩年以來，紛紛吸引年輕人入行，林子恩喜見本地文創氛圍漸成氣候，並語重心長地勉勵新一代用心耕耘，成功之路沒有捷徑。

• 林子恩說：「今天如果不搞文創旅遊商品，專心經營商業設計會輕鬆得多，但仍走在這條路上是因為我做得開心。」

七十年代時，林子恩不理父親反對拜師學藝，進入廣告公司當學徒，當時廣告設計的實際工作就是「招牌佬」，寫得一手美術字獲企業賞識，就可畫商品海報，做招牌大字，沒有電腦軟件沒有課本，師傅傳授的技藝、美感、比例、佈局就是標準，徒手畫一個標準正方形，可能花一年時間鍛煉，造就了林子恩的書法、油畫、素描等百般武藝於一身。「當時畫得靚，寫字靚，就是好設計師。我的年代商業廣告沒有設計費的概念，今時今日稍有進步，但仍然意識薄弱。」

科技發展一日千里，昔日用十年功力才可完成的手藝，今天一個按鈕就完成，林子恩稱，這一代的設計師很幸福，網上可搜尋到大量豐富資源，設計工具數碼化更是讓作品天馬行空，分工也更加細緻，但亦有令人憂慮的地方。

「科技太方便的弊病，是未成熟的設計師構思創作時很少自己動腦筋，只是在互聯網平台上用關鍵字搜尋素材，這樣很容易受其他人的設計影響。」

林子恩又指，這一代的字體設計更加千變萬化，設計師喜歡把一個字的結構拆散，並加入不同元素。「不同年代自會發展出不同的設計風格和美感，這年代的設計師享有豐富的材料和工具，但小心不要被工具所束縛，工具進步了，人的思維也要進步，新與舊可以互補共融。」

2009年至2014年間，林子恩組織本地藝術家先後開設多間店舖售賣創意旅遊產品，其中氹仔官也墟更成本地文創地標之一，所有項目都是他自己尋找企業合作，沒有申請政府任何文創資助。林子恩稱，多年來當局邀請外地團隊來澳舉辦光影活動、藝術巡遊等從中訓練本地人才累積經驗，讓年輕人有機會入行。「在我的年代沒有人認識甚麼是設計，全靠自己一手一腳學習和摸索，現在有基金資助，有平台，年青人要學會

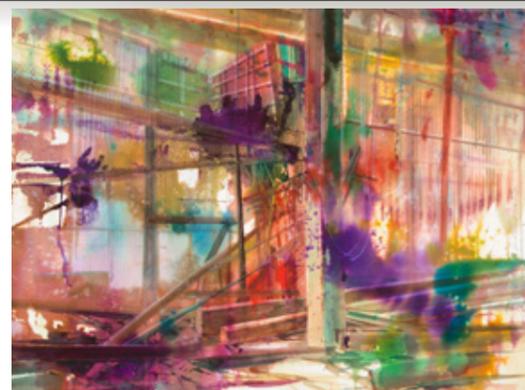
珍惜。」林子恩聽過不少年輕人因申請不到文產基金資助而抱怨，他認為文創產業最重要是有商機，計劃書如缺乏營商思維就只是做興趣班，難以獲得資助。他說：「藝術是要付上心血和時間、在同行中鶴立雞群、能感動外行人願意買你的商品才是真正有能力的藝術家，但很多人卻誤解以為獲得政府資助就是成功。」

林子恩堅持每件商品標有設計師的名字，這是對設計師的基本尊重。他批評政府現行的採購制度沒有尊重設計業，招標時要求各投標公司詳細做好計劃書，包括設計圖、製作方案及預算等，落選的公司卻沒有一分一毫的回報。「吃一碗雲吞麵，就算不好吃也要付錢，為何設計公司趕份標書出來，一旦落選就甚麼回報也沒有？這樣的做法會令其他企業有樣學樣，令設計行業萎縮。」林子恩是加拿大安省註冊設計師協會成員，當地有法律規定協會成員不可以免費參與投標，保障設計師的基本權益，他認為澳門應參考相關做法。

林子恩認為政府有多種渠道讓年輕人參與公共項目的設計，例如街道美化，或是有設計項目公開招標時，在網上平台公開招募年輕人自由投稿，並保留三成預算作為投標公司的成本回報，這還可體現公平參與。

身兼多個文創組織核心成員的林子恩笑稱：「本澳文創商品仍未打響名堂，加上成本高企，今天如果我不搞文創旅遊商品，專心經營商業設計會輕鬆得多，但仍走在這條路上是因為我做得開心。」林子恩相信文創氛圍是推動產業發展的關鍵。

他說：「同一瓶水，放在百貨公司與超市，前者的售價肯定較高，因為百貨公司凝聚了高檔次的品牌形象。」澳門佳作的成功沒有令林子恩停下腳步，他坦言只有零星幾間文創店做出成績算不得甚麼，將澳門各文創領域凝聚成地區性文化品牌，令全城充滿文創氛圍，產業才有生存空間。



• 林子恩的作品之一——路環舊船廠
• 林子恩設計的生肖郵品



打造澳門品牌活動— 拉丁城區

藝術的熱情不會受地點與空間侷限，可無限擴展與自由延伸。2015年澳門拉丁城區幻彩大巡遊隊伍繼續穿梭於澳門歷史城區的小路小巷，推廣「愛·和平·文化共融」的理念，為歷史城區添上無限活力。

連續五年舉辦的澳門拉丁城區幻彩大巡遊，已成為本地藝術品牌活動，而巡遊行進期間的交通、人流疏導以及前期的隊伍評選、節目設計等，當局均需克服重重挑戰。

文化局局長吳衛鳴稱：「回想五年前構思活動時，與其他部門和團體絞盡腦汁，大至巡遊路線、小至活動紀念品設計，克服了很多困難，但每解決一個問題，團隊就前進多一步。」

富有拉丁文化風情的歷史城區建築，結合中西共融的文化氛圍，造就了矚目的巡遊盛事。吳衛鳴說：「過去澳門與拉丁語系國家（特別是葡萄牙）的交流經驗是成功舉辦大巡遊的關鍵之一。一般人覺得葡萄牙、西班牙人做事慢條斯理，但他們的創作力非常豐富。這個活動一方面可對外宣傳澳門歷史城區之美，另一方面是訓練本地年輕人更具國際視野和累積經驗。我相信這類盛事有助推動服裝製作、藝術演出等成為日後文化產業的基礎。」

每年巡遊尾聲的重頭戲，是在塔石廣場舉行的回歸慶典，過往出現過巨型木偶、懸浮半空的巨型氣球等令人印象深刻的舞台設計。吳衛鳴表示，雖然塔石廣場接近民居，卻不會因場地的規範而限制了創意，整個巡遊路線亦

是另一個呈現創意的舞台，例如在大三巴、戀愛巷、花王堂水池等放置各式各樣有趣裝置，在居民日常生活空間中展示藝術創意。

今次巡遊有近60隊表演團體參演，其中43隊來自本地，總表演人數近1,500人。本地藝團演出涵蓋粵劇、默劇、戲劇、魔術、音樂、武術、民族舞及東方舞等範疇。

其中蔚青舞蹈團在五屆巡遊亦有派出團員參加。舞團團長兼藝術總監郭蔚青說：「今年我們繼續走中國風路線，是一支古時楚國用作祭祀的舞蹈，以配合我們傳統舞蹈團的特色，學員們以至觀眾對我們的表演都感到相當興奮。」郭蔚青指，今次參加巡遊的主要為十五、六歲的學員，希望他們得到大眾面前表演的機會。又指多年來參與拉丁巡遊，讓市民得以近距離欣賞蔚青舞蹈團的精彩演出，亦收到不俗的宣傳之效。

「過去有試過請來意大利的專業人士為我們排舞，團員們獲益良多；今年回歸自由創作亦不錯，但未來或可再次引入外地人才，令我們的學員能與外地得到更多交流。」郭蔚青說。

此外，成立於1995年的LDG舞團，亦是每年



• 各藝團綵排花絮

幻彩大巡遊

也有參與巡遊的單位。舞團由Mini（陳麗興）一手創辦，為澳門第一間以街舞為主的舞蹈工作室，近年韓國MV舞的教學亦大受年青男女歡迎。

Mini說：「我們今年仍以學員最擅長的New Jazz為表演項目，並身穿中國服裝、手執畫有澳門世界文化遺產的扇子作一造型，向遊人展露澳門的特色所在。」

總體來說，Mini表示今年巡遊的準備工作非常出色，最後舞台表演時歌曲的數量縱然很多，亦能一一準確地在表演團體出場時播放。但Mini亦表示，由於今屆因天雨關係，綵排的時間表常有改動，故下屆或可作更多預備，以讓表演者更為放心。

• 蔚青舞蹈團團長兼藝術總監郭蔚青說：「過去有試過請來意大利的專業人士為我們排舞，團員們獲益良多。」



• 拉丁城區幻彩大巡遊已成了澳門最矚目的文創盛事

電單車皮褸和棒球褸是男士服裝不變的經典，亦是本地品牌Worker Playground每季collection必備單品，創意總監鄭志達將工人球場、水陸兩用機等昔日澳門人事物融入設計概念，在他眼中，每個時代的集體回憶，有如皮褸一樣，穿得愈舊愈有味道。

從音樂★平面設計到時裝 — Worker Playground 本土型格時尚體驗

Worker Playground於2012年誕生，以美式街頭風格為藍本，融入澳門地道文化元素，品牌的命名源於鄭志達對澳門工人球場的一份情懷。他說：「那片波地可勾起八十年代男生們的集體回憶，當時澳門最火熱的就是棒球褸。」

這就是鄭志達以棒球褸及電單車外套作為起家之作的的原因。Worker Playground成立至今與本地及台灣樂隊合作過，又為音樂人恭頌良訂製服裝。訪問期間，鄭志達拿出了一件寫有「黑青台」的電單車皮褸，帶有濃濃的幫派味道，原來自小在北區木屋長大的鄭志達，對澳門南北區的生活形態有深刻體會。

「當時的黑沙環、青洲、台山有很多黑社會，而南區則充滿殖民地色彩，因此啟發我以南北區作為分界線，南區系列以紳士休閒為主，北區系列則走街頭幫會風格。」

鄭志達是Harley-Davidson發燒友，但他的創意從不侷限在機車文化，在他手上連Nose Art（機頭藝術：軍人在軍機機頭位置彩繪的視覺藝術，用以傳達思鄉之情。）都可以玩出澳門味道。話說五十年代澳門對外交通以飛機為主，曾有一架名為「澳門小姐」的水陸兩用機啟航不久後被騎劫，是開埠以來首宗劫機案。鄭志達則以Nose Art風格繪畫一個美女躺在機身上，將看似平凡的皮褸與民航史中的「澳門小姐」相呼應。

鄭志達在音樂及平面設計領域具多年經驗，但面對服裝製造卻是初哥，他花了三年時間逐一摸索服裝業的生產流程、建立人脈、篩選廠家和招攬設計團隊。現時他的團隊中有年資超過20年的服裝業「老行尊」，這就是Worker Playground能保持質量和著重細節的原因。鄭志達坦言：「做紙樣、選料、計算比例等眾多工序不可能一人完成，尋找好的師傅是關鍵，不要因一兩次碰釘就放棄，要進到圈子裡面認真去找，我們合作的師傅要十分掌握整個製作流程，十分清楚設計師的想法，最好是長期合作的伙伴。」

成立品牌後，Worker Playground很順利地開設了第一間門市，但營運了一段時間後就面對另一些考驗 — 如何測

試市場口味、如何管理倉儲，零售又是另一門課。門市經營一年多後結業，卻令Worker Playground衍生出另一種銷售模式。2008年全球經濟不景氣，部分時裝品牌為了節省成本，利用pop-up shop的形式販賣商品，例如用大型貨櫃車當作店面或展示空間，短期內在不同地點出現。Worker Playground今年起進駐銀河百老匯大街，以流動攤檔形式測試市場口味，其後鄭志達將流動攤檔改造成更符合品牌風格的神秘黑箱，現已成為品牌的象徵。

在網購蓬勃的年代，實體店經營的挑戰愈來愈大，鄭志達決定主力以pop-up shop的形式發展，目前除了北京三里屯，亦正與成都的服裝品牌商討合作。「網購的興起衝擊了傳統購物模式，以pop-up shop展示商品除了減低成本，亦能加強品牌的親和力，店面太潮反而令顧客不敢接觸你。」鄭志達說道。

雖然是本地品牌，Worker Playground的消費群卻是側重內地市場，鄭志達慨嘆，文創項目的對象不會鎖定澳門人，因為本地人對文創態度冷漠，缺乏支持，他相信部分原因可能是澳門長期受鄰近地區的媒體影響，娛樂消遣、潮流文化都以周邊地區為指標，難以對本土文化產生認同。

鄭志達曾申請文創產業方面的資助，但由於遞交申請時的計劃書為實體店，現已轉營為pop-up shop，實際獲批的資助金額較他原先申請的有很大落差，他認為文化創意是不斷變化的產業，審批部門需要與時共進，不可以太死板。從事設計行業近20年，鄭志達稱，政府部門是廣告設計業的大客戶，可惜除了個別負責文化藝術部門外，大部分對視覺藝術的發展認知相對落後，因而制約了設計師的創意，他又認為本地文創人士較多屬業餘性質，靠好友撐場，希望當局推動文創產業時避免賣花讚花香，想辦法追趕國際文創產業發展的步伐。



• 棒球褸及電單車外套，是Worker Playground男士服裝每季的必備「戰衣」。

• 鄭志達成立Worker Playground，源於對澳門工人球場的一份情懷。

文創好日子

2016原創歌曲專輯製作補助計劃

申請日期：2016年1月5日至3月4日

收件時間：星期一至星期四9am至1pm，2:30pm至5:45pm；
星期五9am至1pm，2:30pm至5:30pm

申請地點：澳門南灣大馬路567號大西洋銀行大廈12樓A-D座
澳門特別行政區政府文化局
文化創意產業促進廳

活動內容：計劃旨在培育更多本地音樂創、製作人才，推動本地音樂行業發展，透過對原創歌曲專輯的製作及宣傳工作提供支持，鼓勵音樂人製作及發表更多優秀作品，為開拓市場作好準備。

主辦單位：澳門特別行政區政府文化局

網址：www.icm.gov.mo/dpicc/sps；www.macaucci.com/sps

原創歌曲專輯製作補助計劃

Programa de Subsídios à Produção de Álbuns de Canções Originais

Subsidy Programme for the Production of Original Song Albums

申請日期 Application Period
Período de Candidatura 1.05-3.04 2016

第44屆香港藝術節

日期：2016年2月19日至3月20日

時間：查看活動網址

地點：香港

票務：查看活動網址

活動內容：本屆藝術節超過1,400位來自海外及本地的藝術家演出，皇家莎士比亞劇團的「王與國」系列、米克洛夫斯基芭蕾舞團的《睡美人》、芬茲·帕斯卡劇團的《真相奇幻坊》、布里斯托爾老域劇團及英國國家劇院的《簡愛》、無界限雜技團的《大動作》、粵劇《李太白》等精彩節目在預售門票期間已大受歡迎。藝術節亦為觀眾提供一系列電影、大師班、文化導賞遊、工作坊、藝人談及後台參觀等加料活動。

主辦單位：香港藝術節委員會

網址：www.hk.artsfestival.org/tc



第六屆「我心中的澳門」全球華文散文大賽徵稿

徵稿期間：2015年5月11日至
2016年2月29日

收件方式：電郵至ieinfo@fm.org.mo

活動內容：凡於徵稿期間於澳門及海內外各種華文報刊刊載、抒寫澳門現實和歷史或澳門故事的散文，由作者或報刊編輯部通過電子郵件投稿至大賽辦公室均屬參賽作品。字數2,000字至4,000字。

主辦單位：澳門基金會

網址：www.fmac.org.mo/activity/activity_Content_4062



分離的樂章——奧地利百年繪畫展1860-1960

日期：2016年1月30日至4月3日

時間：星期二至星期日10am至7pm

地點：澳門藝術博物館

票務：成人為澳門幣5元，學生證持有人為澳門幣2元

活動內容：彙集奧地利19至20世紀的代表性畫家，包括畫史巨作《The Kiss》的作者克利姆特（Gustav Klimt）、享負盛名的席勒（Egon Schiele）、奧斯卡（Oskar Kokoschka）等重量級名家。近一百幅大師真跡，呈現奧地利繪畫從萌芽到成熟最精彩的一百年。

主辦單位：澳門藝術博物館

網址：www.mam.gov.mo



《課室》

日期：2016年2月26日至3月6日

時間：場次每日不同，查看活動網址。

地點：戲劇農莊（慕拉士大馬路飛通工業大廈第二期13樓C座）

票務：澳門幣120元

活動內容：不兒戲創作劇團的靈氣劇團之作，在課室內的一宗懸案，兩個死者與N個殺人犯，愈無處可逃愈接近真相，愈接近死亡……

主辦單位：不兒戲創作劇團

網址：www.facebook.com/不兒戲創作劇團-1486231218349752



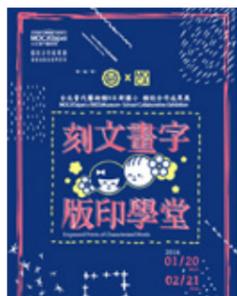
《搏壹博——澳門青年藝術家選拔》徵件活動

報名截止日期：2016年5月1日前於網絡報名

活動內容：今年的『壹計畫』特別創設《搏壹博——澳門青年藝術家選拔》徵件活動，以鼓勵優秀之年輕藝術創作者勇於表現。有意參加者需投稿尺吋為壹號、三號及五號、不限媒材的作品共五張。獲選作品將參加2016年11月《台北國際藝術博覽會ART TAIPEI》之壹計畫七週年特別企畫活動「壹號七十二變」及其他後續活動。報名將於2016年4月展開，5月1日前於網絡完成報名即可參選。

主辦單位：澳門視覺藝術產業協會及台灣書劍傳奇藝文事業有限公司

網址：arttaipei.com/information.asp?id=1079



【刻文畫字版印學堂】——台北當代藝術館×日新國小館校合作成果展

日期：2016年1月20日至2月21日

時間：星期二至星期日10am-6pm

地點：台北當代藝術館活動大廳

票務：免費

活動內容：當代館與日新國小合作的藝教課程，邀請藝術家林仁信合作，以「文字與生活」為主軸，結合版畫創作和街區探訪，激發學生對版畫創作想像和興趣，使學生自然且深刻地從生活環境中認識文字之美。

主辦單位：台北當代藝術館

網址：www.mocatapei.org.tw



台灣國際藝術節TIFA 2016

日期：2016年2月25日至4月17日

時間：查看活動網址

地點：台灣

活動內容：2016TIFA以「聲歷奇境·與世界更接近」作為系列主題，從聲音出發的想像，超越形式與界限，淋漓盡致地發揮劇場魅力，實現無垠的創意和可能。舞蹈、音樂、劇場等，從古典到現代，世界音樂、原住民古調或是南管琴音都將一一呈現在台灣最重要的一場全方位藝術洗禮盛會。

主辦單位：台灣國家兩廳院

網址：tifa.npac-ntch.org/2016/tw



曉角Long Run劇場系列《二月廿九》

日期：2016年2月29日至3月13日
(3月2、3、7、8日休演)

時間：8pm

地點：澳門舊法院大樓黑盒劇場

票務：澳門幣150元

活動內容：生於2月29日的老婆婆「四年一度」的生辰，一早整裝待發，準備迎接兒孫的到賀，可是熱情的期待最終還是被「忙碌」冷卻了，也許慶生之名只是一個藉口，好待兒女能有一個到來探望自己的理由。

主辦單位：曉角話劇研進社

網址：www.hiukoktheatre.com



《瘋狂約會美麗都》——爵士電影音樂會

日期：2016年3月9日

時間：8pm

地點：澳門文化中心綜合劇院

票務：澳門幣250元，澳門幣200元，澳門幣150元，澳門幣100元

活動內容：加拿大電影配樂名家及結他手班華·夏希斯（Benoît Charest），將率領「美麗都真糟糕樂團」，帶來洋溢懷舊樂風的搖擺爵士夜，與故事主人翁經歷被黑幫綁架，被帶到大城市美麗都的冒險歷程。

主辦單位：澳門文化中心

網址：www.ccm.gov.mo/Event.aspx/Detail/6775



鄧曉炯

寫作人、文化評論人，曾獲澳門文學獎、澳門中篇小說獎，出版作品包括：小說集《浮城》、《刺客》、《迷魂》及評論集《有感爾發》，其中《刺客》、《迷魂》等小說被翻譯英、葡文出版，過往亦涉足戲劇創作，作品包括：兒童劇《魔法寶石》、《反斗西遊記》，澳門民間傳說系列《石獅子》、《許願靈猴》及改編劇本《女帝奇英傳》（梁羽生）等。



何家政

拍板視覺藝術團監事長，《堂口故事1》參與導演之一，亦參與策劃《堂口故事2——愛情在城》及《堂口故事3——心亂疑城》。其中《堂口故事2》獲得葡萄牙AVANCA國際電影節國際長片特別表揚獎，並獲邀參與日本東京及大阪之影展。

— 文創就在生活裡 —

如果有這方面的統計數據的話，也許「文創」可以列入近年本地出現頻率最高、最熱門的詞彙之列，不管是媒體版面還是社團活動，相信大家見到這個詞語的機會絕不在少。因此，相信不少人也像我一樣，在內心浮現出一個大大的問號——「文創」究竟是甚麼？哪些被計入其中，哪些又不算？

早前在台灣的一次意外經歷，卻讓我對此有了不一樣的感悟。我們一家人去阿里山旅行，來到旅程尾聲下山之際，民宿主人幫我們約了一位當地司機，開車送我們下山，順便也遊覽一番。溼冷的天氣加上彎繞的山路容易讓人疲乏，半途中，司機提議帶我們去一家特別的咖啡店看看。這座咖啡店位於山邊，臨山而闢的一片空地是戶外座區，對面一大片的咖啡種植區，就是屬於店家的。一走進咖啡店，就看見掛滿牆壁、堆滿地上的各種牌匾，都是當地農會主辦的比賽中的彪炳成績，攀談下才慢慢了解到，店主兩兄妹都是當地的鄒族人，他們自種咖啡，烘培後供應各地咖啡商，自己也開了這家小小的咖啡

店。而我們來到的時候，店長哥哥正在櫃檯後苦思冥想——他在重新包裝設計咖啡店的CI（編者註：Corporate Identity），從產品包裝、店員圍裙到餐桌菜單。他說，台灣的咖啡店很多，怎樣要做到和別人不一樣？「所以要從文化裡找，去找屬於自己的東西」，他從自己所屬的部落開始，在自己的品牌中融入鄒族的文化元素，從顏色搭配到圖騰標識，建立起自己的特色，創造出自己的風格。

雖然這家咖啡店只是我們旅程中的短短一站，卻給我帶來了頗大感悟：原來所謂「文創」，就在生活裡——這對鄒族兄妹，從咖啡豆的種植、烘培到貿易，其產品質量必然不錯，這從滿屋的獲獎牌匾、搶購一空的訂單（我們造訪當日哥哥還在抱怨說庫存的咖啡豆已賣光，因此只能供店內沖泡，客人想買豆子也沒貨了）就不難看出，而當產品（或服務）立住腳之後，如何從芸芸對手中突圍，就要靠文化和創意的力量了。故「文創」不完全是無中

生有，真正的文創，其實要從生活裡扎根，才能生長出層層疊疊的枝蔓、綻放出奇光異彩的花朵來，一家咖啡館、一間茶餐廳、甚至一家麵包店、一間糖水舖也都可以很「文創」，但有一個前提是：不管哪行哪業，只有先專心做好自己的產品和服務，本固源生，在出色的產品或服務之上，文創則為之提供故事和想像，兩者互為滋養，共同茁壯。因此，「文創」的核心其實不是形式而是態度：不管是生產者還是消費者，大家對生活有要求，不苟且，不馬虎，人們尊重彼此差異，願意打破權威，鼓勵創新思考，有了這樣的態度，我們的生活本身不就是一種「文創」嗎？



— 本土電影與電影中的本土特色 —

近年文創產業在澳門蓬勃發展，許多年青人開創出屬於自己的事業，同時亦使澳門人開始思考「澳門特色」是甚麼？或是「澳門的本土性」在哪裡？甚至「有不少專家就針對澳門的情況，提出各種有趣的建議：既然我們找不到澳門的定位，何不向世界徵集『澳門是甚麼』的方案？……設立全球研究中心，『養一批腦』，開出好的條件，吸引世界各地的高手前來。」*或許有人認為如果本土的藝術家能把具有本土特色的作品行銷出去，這是「最理想」的一種文創狀態；如果本土藝術家做不到，那就讓外地的藝術家來做，讓別人發掘出澳門的特色，然後賣出去，這是「次一等」的文創狀態。然而，在商業的世界裡，具有甚麼特色都不重要的，重要的只有能賣/不能賣、能賣給誰/能賣多少。



如果從相對的角度出發，或許沒有了「外地」就無法確認出何謂「本土」。去年在澳門上映了一部本土電影《沙漏愛情》和兩部與澳門有關的香港電影：《燈塔下的戀人》及《十月初五的月光》，三者同樣以澳門作為拍攝地，題材和故事背景亦來自澳門，重要的是三者都以「愛情」作為主軸，但對土本澳門人而言，三者有輕微的分別：《沙漏愛情》是本土電影；其餘兩部電影不是本土電影卻充滿了本土特色。當中《沙》的主人翁對於城市急促發展的感受最為突出，這也是許多澳門人的感受，其中年輕人對於前途發展的去留問題，也是許多本土年輕人面對的現實問題，相對其餘兩者是較具有「本土性」，在澳門本土的票房和口碑都不俗，而可貴的是《沙》在內地和香港都有戲院上映，是一次寶貴的本土電影實踐經驗。但正如之前提到，在商業世界裡，重要的並不在於本土性，《十月初五的月光》是15年前同名香港電視劇的續編，本身已經累積了一定觀眾，早已深入人心，男女主角的知名度亦是三部電影中最高的，對不同年齡層的觀眾都具有一定吸引力，票房亦是三部電影中

最好的，電影某程度上亦拍出了澳門的特色，至少並不僅僅局限於舊城區或世遺景點取景，但該電影的重點並不在於「澳門特色」，而是集中在男女主角的愛情結局，「澳門」這個「元素」是電影其中一項陪襯，可說是恰如其分。

在澳門發展文創的初期，有許多人抱著這種「理想文創狀態」：只要澳門人能找尋到澳門的定位和特色，然後努力創造出具有澳門特色的文創商品或影視產品，然後再努力的行銷出去，然後再看看市場反應再作調整。但現在許多人都有所轉變，漸漸發現單靠「澳門特色」這項商品的差異性，並非行銷上的一個好噱頭或賣點，除非像法國巴黎一樣，只要想起巴黎就會給人一種浪漫的聯想（現在可能會想起恐襲），但去過巴黎的朋友都說那裡到處塞滿遊客，其實沒有想像中的那麼浪漫。但這個「想像中的浪漫」才是重點，努力改變人們對澳門的想像，可能是努力發掘澳門特色之外的另一個發展方向，在商業的世界裡並不存在「本土特色」，只有「符合市場需求的」、「能作為噱頭的」本土特色。

*註：見《集思廣益：澳門文化產業論壇》<http://www.c2magazine.mo/news/events/3866/>



林逸欣

畢業於倫敦大學亞非學院 (SOAS)，現為文字工作者，旅居英倫地區。曾參與維多利亞與艾爾伯特博物館和大英博物館的中國繪畫展覽籌辦。亦擔任倫敦佳士得藝術學院的中國藝術課程講師，並為數家華文藝術雜誌之海外特約撰述。



葉孝忠

熱愛設計、旅遊和生活中美好事物，為眾多媒體撰寫旅遊和設計文章。前《孤獨星球》中國專案組出版人，並出版多本旅遊及設計書籍，包括《設計上海》、《亞洲風格時代》、《慢行。不丹》、《緬甸。逆旅行》等，目前為北京遊譜Apps首席內容官。

注意！英國藝文界從業調查報告出爐

根據2015年的調查報告《增產英國：文化、創意與成長》(Enriching Britain: Culture, Creativity and Growth)指出，英國的文創產業在其經濟發展裡佔有5%的貢獻，總計產值高達769億英鎊。然而近期受到上級政府的財務緊縮影響，不僅造成人民社會福利減少、高等教育學費增加，連地區藝文部門預算都呈現持續刪減，這些每況愈下的情勢都讓藝文人士對於業界前途感到憂心忡忡。因此一間立足於東倫敦名為「創意」(CREATE)的民間組織，便結合巴比肯(Barbican)、衛報(The Guardian)、倫敦大學金匠學院(Goldsmiths, University of London)和英國藝術展覽8(British Art Show 8)等機構團體，共同發起一項調研計劃名為「驚慌！」(Panic!)。透過採訪英國各方的藝文從業人員，以及舉辦為期十天的討論活動，希望能藉此讓大眾了解當今藝文產業的環境現況，以便尋求來日的順利發展。

調查報告

這份調查報告是在2015年的9月至10月間進行，受訪人數來自英國境內，共達2,539人。這些人士的工作環境包括博物館、藝廊和圖書館；表演和音樂界以及視覺藝術圈。最後主辦單位發現以下的數據結果，頗值得令

人注意與加以省思。首先針對那些年薪超過5萬英鎊的訪問者，他們相信透過努力工作、個人資質和企圖心，便可獲得地位與高薪。然而年薪低於5萬的人士，卻認為其關鍵無關你知道多少而是在於你認識甚麼人。其次大部分的白人不認為少數有色人種在工作場合時，會因其膚色關係而受到阻礙。還有儘管圈內工作人員多為女性，但就資薪結構來說仍是遠低於男性同僚。另外該報告還顯示出在76%的回應者裡，其雙親至少有一位是來自中產階級。且超過88%的人士表示在過去生涯中，都曾或多或少做過無薪工作。這反映出想要進入藝文產業的新一代年輕人，起初若沒有家庭的財務幫助和生活支持，其實是會遭遇到不少困難。

辯論主題：藝術、音樂與表演

除了公佈一連串的數據報告之外，主辦單位也藉此籌劃一系列的辯論活動，其形式包括藝術展覽、音樂發表與電影放映，試圖引起政府機關和民間大眾的關注。其中討論問題有：今日的流行文化

界是否提供年輕藝術家一個參與機會？出身背景和社會階級的中產單一化，是否限制藝文圈的來日發展？面對多元全球化的經濟市場，該如何有效營運公司組織？多元不同的從業人力，是否能夠為業界帶來更多新興氣象和成功案例？作為全球文創要地的倫敦，是否正在失去它的獨特地位與豐富資源？尤其對於來自全球各地而到倫敦求藝的年輕學子，是否還能夠從中獲取創新新知並加以回饋社會？綜觀這項從業調查報告，其論述涵蓋社會階級、種族膚色和年齡性別等重要議題，不僅反映當今英國藝文界的職場面貌，更尖銳指出其中的隱憂問題所在。最後主辦團體冀透過數據報告的公佈，能促使大夥進行反思與改善工作。特別為那些將來想要進入文創行業的年輕人們，打造出一個公平且多元的理想環境。



曼谷的文創熱點

單看名字，原以為這裡過去是果醬廠，但設計師的理念，正如爵士樂隊的即興表演一樣，希望以空間為催化劑，激發出更多的創意火花。環境能對人產生影響，生活在整齊劃一的空間裡，人的思想會被安逸及效率所禁錮嗎？在迷宮裡生活，才會有發現的驚喜和探索的衝動吧。

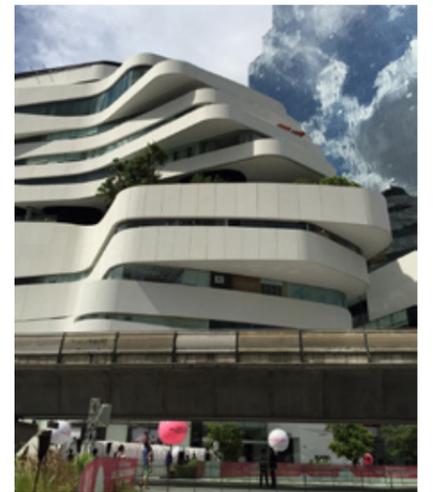
The Jam Factory的交通不算方便，但抵達的過程可以很好玩，在湄南河希爾頓酒店邊上的小碼頭可搭乘平民跨河擺渡前往。這裡原是被閒置的工廠和倉庫，據說過去是生產電池的工廠，泰國知名建築師Duangrit Bunnag在尋找新辦公地址意外發現了這片凋零和荒蕪。他保留了廠房的結構、庭院裡舒展的老榕樹、盤纏糾結的老根及歲月所調製的斑駁。改造成辦公室的期間，點子不斷湧現，空間裡就有了餐館、咖啡館、書店及設計精品店等。私人經營的文創事業，因為老闆的個人品味及能力，往往更有個性和野性。或許多少有經營的壓力，因此The Jam Factory開張不久，就舉辦了不少有趣的藝文活動、創意市集等，引來了關注的人潮，也成了曼谷潮男潮女的根據地。

想瞭解泰國新銳設計師的最新靈感，The Jam Factory的設計精品

店能提供一些線索。店內擺賣了不少年輕設計師的創意，除了傢俱之外，還有各種生活用品及雜貨，不妨留意Thinkk Studio、Studio 248、Labrador等年輕品牌的作品，這些年曼谷的家居設計已經逐漸擺脫了顯眼的民族特色，設計越來越國際化。當地設計師告訴我：年輕設計師都在海外留學，吸收的養分截然不同，回到泰國後，針對本土的實際情況做出調整，弱化了本地色彩，加強了現代性，不少產品帶有日式及北歐風格，也更容易獲得全球市場的認同。曼谷人的居住空間越來越小，因此傢俱設計更強調簡約和實用性，體型也相應縮小了。此設計風格的轉化，頗受新馬港台人士的青睞，不少新加坡人也會專程到曼谷添置傢俱，一些亞洲的傢俱店，也開始引入泰國傢俱。

由於曼谷市區發展快速卻缺乏規劃，因此優質的公共空間短缺，在曼谷逛街往往就是等於逛百貨商場。這些商業化氣息濃厚的場所，算是當地人的公共空間。曼谷不缺大型的購物商場，而且個性和定位鮮明。這幾年曼谷也湧現了不少強調設計風格的購物商廈，裡頭同時設有不少的本土設計精品店，對扶持本地設計師不遺餘力。去年開張的Emquartier更是曼谷的

話題之作，這家造型奇特充滿流線條的購物中心，由立足紐約的Lesser建築事務所設計，為綠意匱乏的市容佈置了不少空中花園及綠地，據說比一般的購物中心多了一倍的綠化空間。除了頂級精品店之外，還特設本土設計師的專賣店，比如Qurator就為本土服裝設計師提供了不少販售空間，個人最喜歡Another Story精品店，位於商場的四樓，精選了全球各地超過230種品牌的雜貨，其中約70種為本土設計，包括傢俱、生活用品、文具和服飾等，網羅了當地新銳設計師的產品，喜歡設計小物的旅行者能在這裡淘到不少廉價物美並便於攜帶的日常用品，也能感受泰國最新鮮的創意力量。





林琪香

旅客，賣文人，現居日本。曾於《明日風尚》、《ELLE Decoration》及《CREAM》雜誌任編輯，現替雜誌寫設計、生活、旅遊等文章討生活。最近開始寫書，首本著作為《好日。京都》。



鍾妮

本職為會計師，亦為多個澳門動漫團體的成員。九十年代初起應邀於《澳門日報》上發表小說、漫畫及插畫作品，後期負責漫畫編劇。近年主要工作有主編「漫畫天地工作室」旗下漫畫書誌《MIND²》，及參與籌組「澳門動漫聯盟」項目「澳門動漫博覽會」等。

菓子是怎样造成的

「那都是草嗎？」看著遠處那翠綠的屋頂我不自覺地驚呼了出來。本來只打算來滋賀縣近江八幡隨便逛逛，隨便在觀光案內所拿到地圖，隨便挑了一個看不出所以然的地點，沒想到就來到一片綠野田園中。田園間穿插著小路，小路盡頭是一幢偌大的木房子。木房子一頭綠油油，天然的青綠，原來整個草坪被貼上去了，草坪中還排列著小窗，看上去活像是童書故事裡的森林小屋。

這裡是正宗的糖果屋，由和菓子生產商Taneya經營的場所La Collina，建築物的設計師是以製作樹屋而廣被世界各地媒體討論的藤森照信。建築物的二樓是咖啡廳，一樓則是Taneya旗下品牌的和洋菓子賣場及工房。甜品師在顧客面前忙東忙西，你可以邊嗅著陣陣的奶油與蛋香，邊看年輪蛋糕一層層的長厚，然後被抹上薄薄的糖衣，又或者到另一邊去，看一個個銅鑼燒在你面前成形，再給堆上滿滿紅豆餡。那些通常只會讓人看到衣冠整齊一面的菓子們，此時都與你坦誠相對，告訴你它們的由來。

Taneya希望透過La Collina，將人、菓子與自然緊密連結起來。菓子是怎樣製成的，製成菓子的麵粉及稻米等又是如何由農人們在大自然的惠澤之下栽種出來的——菓子雖華麗，它的根本卻是質樸的土地。La Collina

的建築物外的田園，便是Taneya經營的農園，由近江八幡的農人以及大學生們一起管理。在名為「北之庄菜園」的農園裡，栽種著各種各樣的野菜及水果，偶爾還會看到鴨子在園內悠閒散步。在農園內見到鴨子，不免會聯想Taneya採用鴨子與稻米共生的「鴨間稻」栽種方法，但其實並不，蟲子與鳥兒於園內沒有任何工作，他們只需自由自在，讓來訪者感受到自然萬物共生。在較遠的一處，也確實有Taneya的稻田，跟北之庄菜園的農作物一樣，收成後，就是用來作為Taneya的菓子的原材料。

由於接二連三地爆發進口食物的安全問題，加上大量廉價進口食物引致本地農夫收入減少的問題日益嚴重，日本近年來地產地消的觀念越來越濃厚，由JA全國農協主理的農作物直銷所遍佈日本全國各個城市市鎮，直接售賣以該城農人栽種的食物。Taneya之所以經營La Collina，其實也是源自地產地消的觀念，只有這個方法，才能完全確保品牌製作的食品是安全的。La Collina在建設過程及經營過程之中，還回應了日本現時面對的其他問題。例如林業，由於生產量與使用量失去平衡，引致很多林木欠缺打

理甚至荒廢，建造La Collina時所以用的竹材，便是來自鄰近早已雜草叢生的竹林，並藉這機會將之整理。

對我們旅客來說，La Collina的重心似乎在那奪目的糖果屋，不過Taneya卻只視之為其中一環，跟它同樣重要的，還有「農藝」，以農為藝術、為技藝；耕種是農藝的一環，教育是更重要一環。2014年，Taneya與京都大學合力推行「森里海連環學計劃」，給予大學資源，在La Collina的所在，以森（八幡山及安土山等森林）、里（近江八幡等舊市街）及海（琵琶湖）為重點，進行人與自然生態共生的研究。

Taneya的菓子分店遍佈全國，看到他們投放資源在教育及研究上，不少人都讚嘆他們負起企業社會責任。不過Taneya的CEO山本昌仁卻明言自己很討厭「企業社會責任」這字眼，因為回饋社會，是理所當然的事，並不是甚麼責任。



漫說四格

澳門這三四年來，一些有別於傳統的「新世代四格漫畫」（姑且名之）悄悄在文創園地上萌芽，起初零星出現在社交網站，本地漫畫雜誌當然少不了邀請它們列席，又有動漫團體努力不懈地定期辦展發佈新作，然後，它們的足跡延伸至網絡媒體與各大報章，以專欄的身份亮相，最後，它們修煉成了實體書。

澳門近年的環境「氣候」，催生了漫畫創作，各種媒體順應趨勢，也樂意多撥篇幅刊登漫畫作品，基於各方面條件的制約，短小精悍，容易一揮而就的四格漫畫大量湧現，成為熱潮。

說這些新世四格有別於傳統，是因為它們畫面構圖大多與傳統四格的簡潔利落大異其趣，內容結構也一般不再恪守「起承轉合」的規矩。它們

往往色彩繽紛，線條細緻，個別還會採用類似長篇漫畫的技法，甚至運用繪圖軟件做出特殊視覺效果，務求吸睛；雖也盡力搞笑，但卻不一定有完整的故事性，即使有，也未必會鋪排出強烈的跌宕起伏，或來個爆炸性的結局，甚或只是羅列出一堆可愛的圖像；傳統四格所強調的環環緊扣，簡潔含蓄，寓意無窮，在它們身上不一定會發現。

評定一篇四格漫畫的水準，過去曾經有過這樣的說法：不看畫面，單看文字，倘若仍能正確理解整篇作品所要表達的意思，那麼它基本上就是一篇不合格的作品。如今，個別的創作者偏偏不理會傳統，喜歡在作品中放入長篇累牘的對白/旁述，幾乎變成極短篇漫畫，甚至本末倒置漫畫變插圖，總之不拘一格，反正有「四格」「漫畫」，就是「四格漫畫」了。

創作題材方面，新世代四格漫畫同樣發揮了天馬行空的創意。社會的變遷、經濟的發展、科技的進步、生

活空間與視野的拓展、價值觀與思維方式的改變，註定今人比起前輩來，在創作上必然有著更多的可能性與可觀性，上至政治時弊、民生議題，下至生活點滴、個人情感，甚至科技應用、文字符號，創作者敢想敢畫，順手拈來，都能玩個不亦樂乎。

至於漫畫與生俱來所具備的發聲的社會功能，較諸前輩，新世代受鄰近地區的影響更深，加之很大程度上擺脫了傳統發佈途徑的桎梏，沒有了顧忌與顧慮，在這方面自然來得更自由暢快，諷刺與批判來得更直白，絕不轉彎抹角。

在澳門，藝術創作從來就不與金錢掛鉤，漫畫更如是。創作就是因為喜歡，不必理會甚麼框框條條，讀者同樣來自新世代，彼此思想語言共通，溝通毫無障礙，四格漫畫就此隨心所欲按自己喜好的方式成長，傳統的讀者若拿著傳統的尺度去量，也許總會覺得不是那麼回事，但無論如何，大家能做的也只是認同時代總在前進，萬事萬物都總在變，逝去的不再回來，凡事抱著開放態度去看就是了。



HyCom澳門業餘漫畫社



張少鵬

專職大學學術研究工作，工餘藝術評論。德國埃爾福特大學維利·勃蘭特公共政策學院碩士，前德國埃爾福特愛樂室內樂團單簧管演奏員。欣賞古典音樂，亦為菜農中學管樂團指揮，透過實踐了解藝術與生活之間的關係。雖學無止境，仍喜愛閱讀。

— 管樂藝術多元結合 —

去年底，筆者有幸嘗試以編導的身份，夥拍曉角話劇研進社的楊彬共同創作劇本及執導，演出了由澳門管樂協會在澳門文化中心主辦的《電影音樂夢工場》。該次音樂會特別的地方在於集結了澳門數個藝術團體共同協作產生。融合了以管樂團吹奏的電影音樂、戲劇、肢體舞蹈及動畫的音樂會，在澳門相對較少。然而，音樂會與不同的藝術元素共同創作，對於管樂音樂的發展，明顯可見別具意義。由於時間緊迫，每一位參與者花了不少私人時間為音樂會的演出傾盡所能。

劇本創作的困難在於根據設定好的音樂框架下進行，故事必須穿插於管樂音樂之間。因此，我們以二次創作既有的電影故事情節作為撰寫劇本的手法——用一位主角穿插於十首電影音樂之中，每一首音樂都是主角的成長點滴，最終在貼近澳門時事熱話（主教山高樓阻檔事件）將整個故事拉回到澳門。

故事內容簡述如下：來自遠處被魔王毀滅的星球的最後一人阿甘（演奏《星球大戰》和《阿甘正傳》），在

學習的路上（《哈利波特》）、工作的路上（《職業特工隊》）及至最後走上黑道（《教父》）都處於失敗的境地。機緣巧合下在山中獲得雕兄教授武藝（《卧虎藏龍》），然後因為一直惦念以往喜歡的女同學，在雕兄的幫助下去到碼頭，乘船找尋愛人。在船上碰回青澀歲月的戀人阿麗，遺憾卻又因為船難而分開（《鐵達尼號》），在一曲小提琴與樂團共同演繹的曲目《舒特拉的名單》表現出了失去愛人的痛苦。來自外太空魔王的再次來臨，將澳門的高樓毀壞的同時亦要將阿甘抓獲（《加勒比海盜》）。最後，阿甘在明白到音樂的力量後，與一直以來的夥伴們與樂團共同演繹了《時光倒流七十年》，並且將魔王擊退，讓澳門留下了原有美麗的景色，高樓不見了，西望洋主教山依舊庇佑澳門的每一位市民。

在劇本創作直至成為一套可以勉強展示給觀眾欣賞的製作，當中必須包括一眾台前幕後參與者的努力。當眾多不同元素結集，包括

曉角、葛多（陳飛歷）、半島師奶、舞者梁奕琪、演員吳嘉偉等藝術工作者一同參與創作，所得出的結果是喜出望外。藝術創作的過程是困惑、時間耗費巨大的，慶幸的是，是次音樂會以票房證明了其吸引程度，入座率超過八成（沒有派票，除少量以邀請嘉賓的門票為贈票外）。澳門基金會的市民專場的確對表演藝術帶來了很大的支持，但是，長遠的發展仍然需要市場主導。現在澳門的表演藝術發展很大程度仍在政府資助的護蔭下發展，只有更多新的創意及藝術形式的互相交流及結合，才能吸引觀眾走入音樂廳、劇場，從而真正做到藝術普及。

