

C<sup>2</sup>

文 創 誌

#06 / 2015 06

澳 門

文 創

空 間

文創人對談

時尚新秀——鄭敏靜談本地時裝設計

文創盛事

澳門書展何去何從？

世界正文創

法國時裝電影告訴我們：

莫忘創作初衷

總編輯：  
李展鵬

副總編輯：  
邵楓寧

葡文編輯：  
José Oliveira

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

澳門無論是工商住樓宇，租金近年也高得令人吃不消。對於剛起步的文創產業來說，要令文創團體有個安定的「瓦遮頭」專心發展，絕非易事。今期我們請來三位不同業界，分享他們如何在寸金尺土的澳門開拓文創空間。

要在文創產業中打開一片自己的天空，除了要有足夠的空間讓人專心創作和經營外，決心也是不可或缺的。時裝設計師鄭敏靜年紀輕輕，已在時裝界打出名堂，憑的不只是天份，還有後天的努力。在「文創人對談」中，她與我們分享了她的成長和經驗，十分勵志。

講到時裝，當然不能不提法國的時裝產業。近年有多齣電影就是以法國知名時裝品牌和設計師為主角，可見其時裝產業已不只是奢侈品，更是一種軟實力，以文化藝術為包裝傾銷至全世界。「世界正文創」會就這個現象作深入探討。

此外，今期的「文創盛事」，我們會回顧春季書香文化節，而七位博客也繼續為您帶來各地最新文創資訊。

總編輯

李展鵬

## 目錄

04..... **文創焦點**  
澳門的文創空間——樓市高企，文創業界如何安身立命？

18..... **文創人對談**  
時尚新秀——鄭敏靜談本地時裝設計

20..... **文創盛事**  
澳門書展何去何從？

22..... **世界正文創**  
法國時裝電影告訴我們：  
莫忘創作初衷

24..... **文創好日子**

26..... **文創博客**  
鄧曉炯—大時代  
林玉鳳—不一樣的街道風景  
何家政—電影的文化與產業  
羅宇正—澳門本土出版謎縱  
張蘊之—除了做商場，台灣的產業遺產還有別的出路嗎？  
包子逸—移動的饗宴：新世紀的紐約派對  
林琪香—日本的地方振興計劃

## 澳門的文創空間—— 樓市高企，文創業界如何安身立命？

澳門博彩業縱然放緩，但樓市依然暢旺。根據統計暨普查局的數據，2014年工業樓宇平均每平方米樓價為54,250元，較2013年的33,721元，按年上升61%。面對節節上升的樓價，還有未受到管制的租務市場，一般市民和小企業也叫苦連天，更何況是文創藝術團體？無論是創作還是創業，也需要合理的空間才能談健康發展。這次我們請來三個不同範疇的文創業界，探索它們在寸金尺土的澳門何去何從。

鄭志達

李俊傑

林子恩



## 現場音樂協會： 自置工廈單位，無後顧之憂

「工廈活化措施」自 2011 年推出至今，成功個案不多，卻令工業單位市場交易升幅不斷，直接影響不少賴以為基地的文創團體。熱愛打 Band 的鄭志達就曾經歷因租金高昂被迫大屋搬細屋，痛定思痛下，終決心以公司名義購入位於美副將大馬路一個工廈單位，打造 live house（現場音樂表演空間），讓樂隊有棲身之處進行練習的同時，又可邀請海外樂隊演出，提供固定的場地給樂迷看演出。

鄭志達是澳門現場音樂協會理事長，也是本地樂隊 L.A.V.Y. 的主音。2008 年，他與一班熱衷音樂的朋友成立現場音樂協會，在中區美副將大馬路附近以每月 13,000 元租用一個約 6,000 呎的工廈單位。Live house 需要的裝潢和裝備不算不惜工本，但也絕不馬虎，隔音、燈光、舞台、音響一應俱全，還設有展覽空間。可是，至 2012 年，由於業主要收回單位轉手出售，協會無奈離場。鄭

志達回想說：「起初業主曾叫我不租，以 380 萬買下，但當時未有這筆資本，還是選擇租用。當單位出售轉手時，從小道消息得知，單位以 1,500 萬元成交！四年間樓價升幅難以預計。此後，我就決意要自置場地，不再租，搬過這一次已經怕！」

搬遷後，協會損失相當慘重，只有部分器材和桌椅可以再用，其他設備不能重用。他們用了約一年半時間才在附近覓得新的落腳點，並購下一個 1,500 呎的工廈單位，比起初時的 6,000 呎空間顯然大減。鄭志達說：「新的地方雖小，但設備依舊要做足，尤其隔音，這筆投資不能省。」

現場音樂協會現在沒有搬遷和租金壓力，算是平穩發展。鄭志達稱，「安居樂業」對 Band 友們同樣重要。「澳門有很多音樂搞手和樂隊渴求表演場地，但官方的場地多為正規表演場地，難以配合部分音效需求獨

特的搖滾和重金屬音樂的演出。相比之下，live house 用途就更多變，可以搞類似噪音的重金屬音樂，又可以讓樂手持一支木結他在一盞射燈下完成獨奏。不過，對音樂人來說，最重要是有固定的表演場地，流離漂泊可能與 Band 仔形象很配合，但他們不希望過這樣的演出生活。」

鄭志達對樂隊音樂的熱誠不但表現在硬件設備的投資，在經營上他亦花盡心思。他稱澳門的樂手有很好的演奏技巧，作曲填詞不輸給專業樂隊，但卻不積極做活動宣傳或市場推廣。「我們可以讓樂隊免費租用場地，但不容許樂隊不做宣傳。試過有一次演出，把工作人員也算在內，觀眾總共只有小貓幾隻，這樣就浪費了所有心血。」

因此，現場音樂協會會為每個使用協會會址演出的樂隊購買一定數量的門票，以示重視和對演出的期待。目前協會致力推廣使用其

現場立樂協會理事長鄭志達：「對音樂人來說，最重要是有固定的表演場地，流離漂泊可能與 Band 仔形象很配合，但他們不希望過這樣的演出生活。」

圖 / 梁雄業





現場音樂協會把會址打造成live house，讓本地樂隊有棲身之處，又可邀請海外樂隊演出。

圖 / 由受訪者提供

## 戲劇農莊： 迫遷與財困之苦

並非所有文創藝術團體也能如現場音樂協會般，可負擔自置物業，它們的困境可想而知。由來自香港的李俊傑和幾位本澳的表演藝術工作者於 2000 年共同創立的戲劇農莊就是一例。

戲劇農莊可說是澳門少數專業全職劇團。劇團創立的目的，是希望澳門的戲劇藝術人才能得到全職的健康發展。但劇團創辦至今，雖然團友、觀眾人數不斷上升，但經營壓力和租金也同樣只升不跌，令劇團今天的處境相當困苦。執筆之際，它們正在網上發起「贊助澳門戲劇農莊發展行動」，試圖為劇團開源。

「保養、管理、人工都需要資源，這些我們仍應付得了，但經營劇團所需要的場地，包括演出、排練和存放道具的空間，以至全職人員辦公室，在澳門卻嚴重不足，我們實在束手無策。」李俊傑說，劇團成立 15 年來

已搬了四次會址，其中有的是因為政府收回場地，亦有因為業主加租被迫離開，總之就是沒法安頓下來。

李俊傑憶述，2007 年的時候因租金問題，劇團已處於倒閉邊緣，幸好得到社會各界和香港戲劇界前輩鍾景輝聯名支持，終獲澳門基金會資助，得以繼續經營，並租下現今飛通工業大廈的新會址。但好景不常，去年剛遞交申請資助的報告書後，業主突然宣佈加租一倍，令劇團再度陷入財困。

面對一而再出現的場地問題，換着別人可能早已放棄，但李俊傑卻始終堅持。「目前我已沒有受薪，節流之餘要開源，在外承辦多些製作，在內則把場地在不需要的時候租給別人排練。但劇作的費用就不能省，畢竟我們是專業劇團。」

要為劇團甚至是戲劇界開拓更多空間並非易

事，李俊傑認為，戲劇農莊現在的首要任務就是要發展觀眾量。他說：「我們一直承辦中學的戲劇藝術普及活動，從中學開始讓年輕人了解戲劇，才能擴大觀眾群，目前也已逐漸取得成效，而這也為劇團帶來穩定的經費。」

此外，戲劇農莊最近公演的自家製音樂劇《戀愛輕飄飄》叫好叫座，不少年輕人成為座上客。李俊傑說：「我們能夠做的，就是繼續推動本土戲劇藝術，爭取大眾支持，劇團才有機會繼續發展。現在我也就只想到這些了，再不行的話，我亦沒辦法。即使最後戲劇農莊因經費問題要倒閉，到時若有人為此傷心，我就心滿意足了。」

戲劇農莊行政總監李俊傑指出，目前劇團處於開源節流的狀況，但不會因此而減少戲劇的製作費用。

圖 / 梁雄業





戲劇農莊承辦中學的戲劇藝術普及活動，是劇團的穩定收入來源之一。

圖 / 梁雄業

## 跨界合作： 澳門佳作 X 咀香園

現場音樂協會和戲劇農莊都落戶工廈，而設計公司澳門佳作卻獨辟蹊徑，在人流暢旺的氹仔官也街營辦文創商店官也墟，而且已成為名店。

老闆林子恩說：「現在澳門的文創氣氛可是最好的時候呢。」

林子恩曾旅居加拿大研習設計，2006年回澳創立澳門佳作，並與澳門手信界巨頭咀香園合作，於官也街合辦官也墟，以文創方式包裝手信進行銷售，即澳門佳作與30多名本地藝術家合作設計和銷售產品，而咀香園則提供貨品。看似風馬牛不相及的手信以及文創產業，在林子恩的手上，得到全新發展。

「澳門真的很有趣，地方雖小，卻新舊中西甚麼都有，絕對是培育文創人才的好地方。」林子恩道：「澳門只有五十多萬市民，

但因着博彩業發展，每年到訪的遊客數量就達到三千多萬，只要作品創作得好，不愁沒有生意，所以我便最終選擇落戶於此。」因這個信念，林子恩決意找尋同為經營旅客生意的公司合作，手信業就成為最佳選擇。

「一開始時很苦呢，逐家逐戶敲門要求合作，也沒有回音，畢竟在傳統行業上動土，沒有很多手信店願意。」林子恩憶述當日創辦官也墟的苦況，但很幸運，當時咀香園老闆亦表示希望為澳門文創產業出力，同意租出兩個倉庫予林子恩嘗試，其中一個就是今天的官也墟。「現在亦叫有一點成績，算是沒有辜負咀香園的期望。」

官也墟發展至今，已漸成氹仔的知名景點，但林子恩坦言，官也墟雖然聞名，會因着設計精美而購買手信的人並不算多，但這結果亦是意料之內：「現在只是投資期，之後的業務可多呢。」林子恩指出，官也墟是各界

認識澳門佳作的渠道，生意亦會隨之而來。

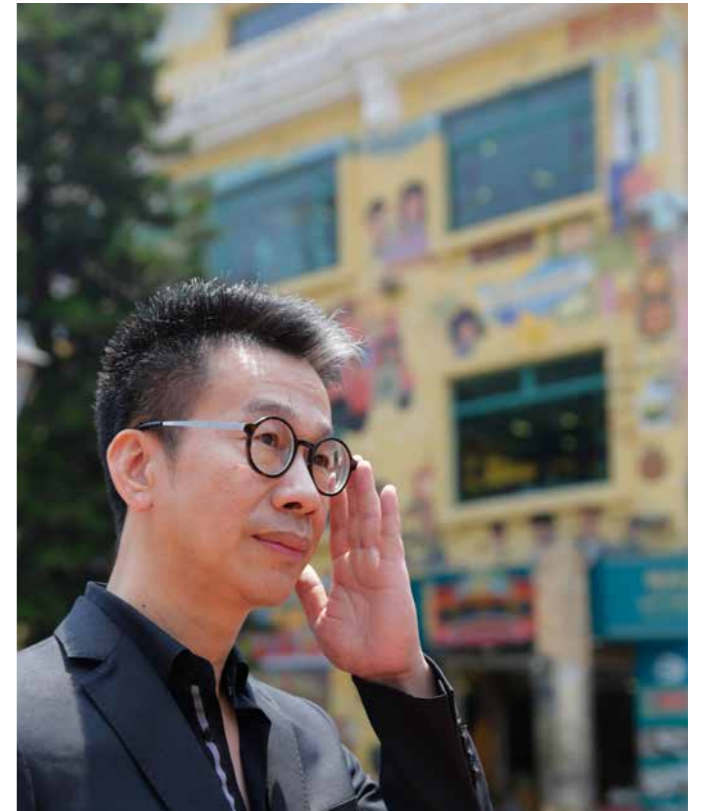
「官也墟對我來說實不為一個賺錢之地，而更像是一個向世界展示我的設計意念的平台，現在已漸見成效，不少本地酒店亦會慕名要求為其設計其品牌及房間陳設。賺錢與否，不是衡量一間公司優劣的必然要素，現在人客因着官也墟而認識我，就是一種成功。至於怎樣運用這知名度去繼續經營，就是商業秘密了。」

既然澳門的文創土壤如此美好，但為何文創產業卻發展如此緩慢？林子恩有這樣的見解：「現在澳門的文創發展空間真的很好，只要你有才能，政府就會幫助你，但就是好得會令人迷失。」

林子恩說，澳門現時投身經營文創的人，大多單人匹馬，做些小手工之類，沒有慎密的經營或商業理念，作品再出色亦難以有所作

澳門佳作創辦人林子恩：「澳門只有五十多萬市民，但因着博彩業發展，每年到訪的遊客數量就達到三千多萬，只要作品創作得好，不愁沒有生意。」

圖 / 周煒







1 2  
3 4

1-4 澳門佳作  
與澳門手信界巨  
頭咀香園合作，  
於官也街合辦官  
也墟，在傳統手  
信中加入文創  
元素。

圖 / 周焯



鄭敏靜是獲得文化局「2013 時裝設計樣版製作補助計劃」資助的時裝設計師之一

圖 / 周焯



## 時尚新秀—— 鄭敏靜談本地時裝設計

婚紗禮服設計師鄭敏靜，年僅 27 歲，就已創立自家品牌「Chantelle.C」，其作品更在服裝展上大放異彩。這位獲得文化局「2013 時裝設計樣版製作補助計劃」補助的設計師，與我們暢談目前澳門時裝業的狀況。

鄭：時裝設計師鄭敏靜 邵：《C<sup>2</sup> 文創誌》副總編輯邵楓靈

邵：在眾多服裝設計中，為甚麼你會選擇做婚紗、禮服設計？

鄭：大概是小時候畫畫，就很喜歡繪畫婚紗禮服吧。

邵：那你又是怎樣開始參與一些電影、廣告的服裝和美術設計？

鄭：我曾在香港公開大學修讀有關服裝設計的文憑課程，就覺得服裝和形象是互相配合的，因而也特意修讀了特技化妝，即因應角色需要而作的化妝。那時我同時任職於澳門一間娛樂場，負責他們拍攝的 MV 的特技化妝，因而認識了一位香港製片，因此香港的廣告公司就開始找我幫忙。

鄭：電影和廣告行業每每需要各種稀奇古怪的服裝道具，有沒有一些有趣的案子可和我們分享？

鄭：最近我成為了荷里活電影《Now you see me 2》的服裝組的一員。有一次導演想為一件綠色的旗袍配一對一樣顏色的跳舞鞋，於是我們要即場裁製一對綠色的芭蕾舞鞋，並在兩小時內起貨，是一次很有挑戰性又有趣的經歷。

邵：你覺得荷里活的團隊和你在港澳合作過的有何分別？

鄭：最大分別是他們的分工極細。港澳的團隊通常只有一個服裝指導、一個助手、一個服裝管理，就這幾個人跟進一齣電

影的服裝。但荷里活的團隊，光是香港的分隊，就有八個人負責工作了。

邵：你覺得澳門人對時裝的看法如何？

鄭：澳門人較難接受新事物，很多人往往跟着香港和其他地方的潮流走，很少會自己推一種潮流出來。

邵：那你在澳門開展時裝設計的職業生涯會否有困難？

鄭：以前澳門設計師總被人看低一線，覺得收費應該要較其他地方的設計師便宜。所以我很想努力去證明自己，不想連澳門人也看不起澳門人。近一兩年情況似乎好轉了，而且現在政府也支持時裝業



1

2

1. 鄭敏靜的作品在 2014 年的澳門服裝節中亮相

2. 鄭敏靜的設計主要走歐式禮服路線

圖 / 受訪者提供

上年我參與了一個 15 萬的資助計劃，加上部分自資，用以設計婚紗禮服。這一批作品行過一場時裝秀後，銷售不俗，一些名媛想我為她們度身訂造，將我這一批風格上較為年輕的衣服，修改成適合她們年齡的款式。



的發展。

邵：能夠分享一下近年的工作經歷嗎？

鄭：上年我參與了一個 15 萬的資助計劃（編按：即文化局「時裝設計樣版製作補助計劃」），加上部分自資，用以設計婚紗禮服。這一批作品行過一場時裝秀後，銷售不俗，一些名媛想我為她們度身訂造，將我這一批風格上較為年輕的衣服，修改成適合她們年齡的款式。

邵：哪一種客人較多？

鄭：婚紗的話，當然就是指向快要結婚的女士。但我知道這個市場較窄，於是嘗試轉向禮服。然而澳門人較少機會穿得那

麼隆重，所以也會設計一些半正式的洋裝如 Cocktail Dress，這樣就較為為本地人所接受。其實近年有很多大集團在澳門舉行派對和宴會，人們自然重視衣着，也會開始留意本地時裝。

邵：那澳門時裝有甚麼特色呢？

鄭：不同的設計師各有特色。我有朋友專做休閒男裝，也有專攻少女系、休閒風的，我則是走歐式禮服路線。澳門設計師雖然少，但也算是百花齊放。

邵：你覺得澳門的時裝業前景如何？

鄭：我覺得會愈來愈好。政府支持文創產業，音樂、戲劇、電影、時裝，眾多產

業相輔相成，大家可以在一條產業鏈上共同進步。電影需要服裝，本地歌手、舞台劇演員也愈來愈需要澳門的設計。

星光書店總經理邵朝暉稱，每年的銷量以春季書展最理想。

圖 / 周煒



## 澳門書展何去何從？

澳門地方雖小，一年就有三場書展，但規模相當小。面對周邊地區如香港和台灣的書展搞得有聲有色，澳門的書展未來要改革以保持競爭力，已是在所不免了。

澳門的三場書展分別在春、夏、秋三季舉行。春季的「書香文化節」是每年最早舉辦的書展，負責統籌的星光書店總經理邵朝暉稱，每年的銷量以春季書展最理想，所謂一年之計在於春，讀者去書展的衝勁會較大，看看該年有沒有新書；而夏季書展，很容易與香港書展撞期，影響新書抵澳，經常要等香港書展完結才有書可以送到澳門，同時澳門讀者為了先睹為快會選擇到香港書展購書，令夏季書展銷路有一定打擊。至於秋季，邵朝暉稱周邊影響較小，故相對平穩。

2015年的春季「書香文化節」已在三月底

至四月初舉行，適逢復活節假期，邵朝暉指今年的人流理想，生意額較去年增加兩成。他指出：「以往營業額平均每天約四萬元，今年平均是五萬多元。我每日都有留意人流和讀者類型，今年以親子和年輕人為主要讀者群，近年政府在學校推動閱讀，這季書展年輕人增多，相信與閱讀計劃的帶動有關。書展中約20%是新面孔的年輕人，不是見慣的熟客。」

邵朝暉稱，最大消費群是親子，而繪本是今年的重點銷售書籍，至少25%的書攤都在售賣繪本，精美的設計和畫功不但吸引兒童讀者，連成人都會駐足一看。國外繪本非常精美，台灣出版商看準其在華語市場的潛能，大量翻譯歐洲繪本，當中以法國、意大利等最受歡迎。在這次書展中，一個家庭平均會買四至六本繪本，買得上一兩千



1 2

1. 邵朝暉指澳門的夏季書展很容易與香港書展撞期，對夏季書展銷路有一定打擊。  
圖為香港書展。

圖 / Paparazzi

2. 今年春季的「書香文化節」一隅

圖 / 周煒

元已是大客。邵朝暉稱：「過去，一個家庭買五六千元書籍並不為奇，但近兩年已很少見了。我們有想過不同方法吸引顧客，例如在書展期間與作家合辦新書發佈活動、邀請本地手作人在現場與小朋友做手作、Cosplay 或結合網上遊戲等，全都試過，但總覺得與澳門書展格調不合，所以沒有持續舉辦。」邵朝暉指出，他辦書展，是為了讓讀者有機會集中購買書籍和與作家交流，可能令人覺得有「土氣」，但他仍堅持書展要保留書卷味這份理念。

至於澳門書展未來應如何發展，遊走過港台三地書展的澳門作家李爾（鄧曉炯）作了一個三地的比較，有些地方澳門或許可以借

鏡。他指出：「台灣文學及出版資源較豐厚，香港商業化較強，澳門書展則偏向打折銷書，而且一年內舉辦幾個書展，定位不是太清晰。」

「澳門市場小，文化資源分散，要辦好一個書展，澳門需要思考是否要結合藝術，如電影、音樂、戲劇，辦一個不限於買賣書籍的書展。比如說，我們能否辦一個全世界最小而最美的書展？澳門要做到大而全面的難度很高，不如試試小而美，定位以 niche market 為主，結合澳門特色，辦一個放眼全亞洲甚至全球的獨立書展。」李爾建議道。

辦書展，是為了讓讀者有機會集中購買書籍和與作家交流，可能令人覺得有「土氣」，但他仍堅持書展要保留書卷味這份理念。

《我和Dior的華麗邂逅》劇照  
-  
圖 / Dogwoof Ltd.



## 法國時裝電影告訴我們： 莫忘創作初衷

年屆 80 歲的羅蘭姐，拍攝法國時裝品牌聖羅蘭 YSL Beauté「Pop Up Your Lips」收集唇印活動廣告。白髮蒼蒼的羅蘭姐穿着一身樽領黑衣，戴上黑色粗框眼鏡，用手執香煙的媚態展示手中的 YSL 唇膏，風韻猶存這四個字她示範得活靈活現。這個「羅蘭 x 聖羅蘭」crossover 大獲好評，廣告照在網上瘋傳。

聖羅蘭總是不斷創造話題，就算創辦人聖羅蘭去世七年，仍然是藝術界的神話，短短四年內竟有關於他的一部紀錄片和兩部傳記電影。先是 2010 年法國藝術家 Pierre Thoretton 的紀錄片《瘋狂的愛》，描述聖羅蘭和他的終身伴侶 Pierre Bergé 之間長達 50 年的愛情；到去年甚至鬧出電影雙胞胎，年初先有 Jalil Lespert 執導的《聖羅蘭》，數月後又有 Bertrand Bonello 執導、在康城影展首映的《時裝巨人的狂情歲月》。

這篇文不是影評，也不是要檢閱時裝，我們只是好奇聖羅蘭怎能由時裝界的傳奇再成

電影界的題材，而且還是長做長有。其實說到底因為聖羅蘭從不把自己只視為時裝設計師，而是創造一門藝術，就像聖羅蘭的愛人 Pierre Bergé 說的：「時尚不是門藝術，卻需要藝術家存在，聖羅蘭就是那位偉大的藝術家。」

電影以時裝界取材，靚衫和靚人當然吸引觀眾，但總還要有與別不同的橋段。一般時裝設計師把作品當成一盤生意，最多就是賺錢和蝕錢的轉折，但藝術家卻是傾盡自己的生命態度融入作品之中，像聖羅蘭是同性戀者，既有男人的豪邁，也有女人的嫵媚，他把男人的西褲套裝、狩獵外套和燕尾服引進到女裝領域。他在時裝界起革命，這才撐得起一齣電影。

不過由時裝界晉身其他藝術領域的也不只聖羅蘭一個。另一齣以時裝設計師取材的電影包括今年由 Frédéric Tcheng 執導的《我和Dior的華麗邂逅》，紀錄以設計男裝起家的

Raf Simons，首次為 Dior 跨領域嘗試設計女裝，更要負起高級訂製服的艱巨任務，但電影最後想描繪的還是設計師的那一團火。

而一位令人尊敬的時裝設計師也不會只以賺錢為目標，還要真正發揮自己的創意。像法國著名時裝品牌 agnès b. 被視為法國時裝界的簡約宗師，創辦人 Agnès Troublé 早年在美國生活時愛上犯罪電影，從此積極參與電影活動，例如為法國電影配音、長期贊助各大影展，又在時裝分店內張貼電影海報，甚至監製過數十齣電影，去年執導了她第一部電影《我的名字是……》，與台灣金馬影展聯合舉辦慈善首映。

說到底，文創產業從來不只以賺錢為起點，而是不忘初衷地以創作熱情為依歸，一個品牌的建立源於創辦人的精神價值，可惜總是有不明所以的人本末倒置，以搖錢能力去肯定一項文創產業，根本是由外行人管內行人。

一般時裝設計師把作品當成一盤生意，最多就是賺錢和蝕錢的轉折，但藝術家卻是傾盡自己的生命態度融入作品之中。

1  
2

1. Le Smoking 系列是聖羅蘭的經典，把男裝引進到女裝領域，在時裝界起革命。

-  
圖 / David Hilowitz

2. 《聖羅蘭》劇照

-  
圖 / The Weinstein Company





2015 時裝設計樣板製作補助計劃

申請日期：2015年6月9日至8月7日
收件時間：週一至週五 9:30am 至 12:30pm, 3pm 至 5pm
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：以發放補助金形式，支持本澳時裝設計師進行樣板製作及宣傳品製作，推動時裝設計師訂訂可行及完善的營銷規劃，促進開展商業活動或參與海內外的時裝展銷活動，持續推進本地時裝設計行業發展。

主辦單位：澳門特別行政區政府文化局
網址：www.icm.gov.mo | www.macaucci.com



Fancy Market 音樂跳蚤市集

日期：2015年6月7日
地點：澳門氹仔舊城區客商街 31 號 Fancy Café
費用：免費

活動內容：咖啡店與時裝店兩個跨界別單位合作，舉辦另類小型音樂跳蚤市集，文青們的必到場合，搜羅到古著、皮革、別樹一格的衣著，同時與三五知己在周末享受手沖咖啡，現場將有澳門歌手程文政、Angus chao@Scamper 的 live 音樂演出，把 Café-Market-Music 融為一體！

主辦單位：Fancy Café、古著市集
網址：www.facebook.com/events/1845708918986758/permalink/1849067358650914



第二屆香港書本藝術節

日期：2015年6月6日至6月14日
地點：不定點
票務：每場票價不一

活動內容：第二屆香港書本藝術節以「書語有時」為題，今屆增添書本藝術作品公開徵件募集活動，徵集活動由海外及本地資深藝術家作評審，同時為本地書本藝術家提供交流展示平台，讓大家聆聽屬於你們的書語。

主辦單位：香港迷你書協會
網址：www.miniaturebook.org.hk



敦煌舞蹈詩劇《沙途》

日期：2015年6月21日
時間：8pm
票務：澳門幣 150 元、100 元、80 元
地點：澳門文化中心綜合劇院

活動內容：作品糅合傳統與當代中國舞蹈，以全新編創的劇本、舞蹈、音樂，結合光影影像，帶領觀眾進入如詩如歌的故事，尋覓隔世之緣，揭開敦煌壁畫的神秘面紗，投入舞蹈世界的雅趣和美。

主辦單位：澳門英姿舞團
網址：iengchidance.wordpress.com



寂然講座：複述與創造：黃碧雲《烈女圖》與《烈佬傳》閱讀分享

日期：2015年6月6日
時間：3pm 至 5pm
地點：澳門連勝街 47 號藝文空間
票務：免費

活動內容：哪些文學作品對底層、邊緣人、小人物的描寫最令人難忘？本地小說作家寂然將在講座中打開他的閱讀寶庫，以香港著名作家黃碧雲的兩部小說《烈女圖》和《烈佬傳》為例揭開神秘面紗。

主辦單位：足跡
網址：www.facebook.com/events/1639168872961143



「李受徑：當我變成你」藝術展

日期：2015年6月9日至8月2日
時間：8pm
票務：新台幣 50 元
地點：台北當代藝術館一樓展場

活動內容：李受徑 (Yeesoogyung, 1963-)，是活躍於國際當代藝壇的韓國女藝術家。「當我變成你」包括與明華園歌仔戲演員合作演出《當我變成你》，以台灣已故畫家劉其偉為楷模的《向大師學習》，以及台灣社會大眾為對話基礎的《完美雕像》等，都是「對話→轉移→衍化→創新」這個藝術觀念和創作實踐的多樣成果。

主辦單位：台北當代藝術館
網址：www.mocataipei.org.tw/index.php/2012-01-12-03-36-46/upcoming-exhibitions/1521-when-i-become-you-yeesoogyung-in-taipei



城市記憶—新海上絲綢之路—台灣區澳門當代插畫比賽

遞交日期：2015年5月1日至6月15日
遞交方法：於 Facebook 搜索「新海上絲綢之路—台灣區澳門當代插畫比賽」活動專頁下載報名表 goo.gl/3MUTNK，或把作品和報名表發送至 mtuyouth.macau@gmail.com

活動內容：是次插畫比賽包括「航海與貿易」、「海洋民俗與信仰」、「海洋神話與傳說」、「海洋探險與考古」、「海港城市」五個競賽主題，通過徵集東亞地區具有代表性的海港城市的原創性插畫作品，探索、追尋海洋文化的歷史步履和博大精深的內涵，同時揭示人類在創造海洋文化過程中搏擊風浪，選出的作品會於 9 月 28 日至 10 月 1 日期間展出。

主辦單位：澳門閩台總商會
網址：www.facebook.com/events/571903909579588



團團團 X 黑目鳥劇團《一人無方》

日期：2015年6月5日至14日(12場演出)
時間：2015年6月6、7、13、14日(3pm); 2015年6月5、6、7、9、10、11、12、13日(8pm)
票務：港幣 180 元、160 元
地點：香港牛池灣文娛中心文娛廳

活動內容：這是一個衝擊觀眾淚腺的失戀自作業劇場，故事中的她，失戀了。她，搬遷到一個不到 50 呎的單位。她，在方格內無方法無方向，所以她發狂發呆發晒，經歷了一個人的高低起伏又哭又笑，過程中自憐自責然後抽身觀察，慢慢接受現實再次面對自己。

主辦單位：團團團和、黑目鳥劇團
網址：www.wholetheatre.com | www.blackbirdtheatre.hk



《關我事》—澳門社會議題藝術作品展

日期：2015年5月30日至7月26日
時間：12pm 至 7pm (逢星期二休息)
地點：牛房倉庫
票務：免費

活動內容：關心社會，是現代公民的義務與責任，藝術家作為社會的一份子，也責無旁貸。《關我事》藝術作品展邀請了 20 位本澳藝術家，透過創作表達對社會的關心。展覽希望能透過藝術作品與觀眾交流，引發公眾關懷社會現象的討論，藝術是橋樑，成為溝通的載體。

網址：www.oxwarehouse.blogspot.com



澳門時裝匯演之袖珍展

日期：2015年5月15日至8月9日
時間：10am 至 8pm (逢星期一休息)
票務：免費
地點：澳門時尚廊

活動內容：袖珍展靈感來自 20 世紀 40 年代的巴黎迷你時尚展覽，展品以袖珍版本呈現，追求美學設計或製作上玲瓏精巧的技術，本澳 12 位活躍時裝界的中堅分子與後起新秀，各展出兩件精品服裝，以迷你的 1/2 袖珍人形公仔裁縫服裝，展示創意與手藝。

主辦單位：澳門特別行政區政府文化局、生產力暨科技轉移中心
網址：macaofashiongallery.com



## 文 / 鄧曉炯

喜歡閱讀，鍾情寫作，創作涵蓋小說、劇本、藝文評論等不同領域，曾獲澳門文學獎、澳門中篇小說獎等文學獎項，編創之舞台劇曾於上海世博會、澳門藝術節及港澳等地公演。

# 大時代

最近股市暢旺，連TVB也要重播《大時代》應景。說起來，有單「娛樂+財經」新聞，筆者很想在此分享一下：話說女明星趙薇去年底斥資約30億（港幣，下同）買入19.3億股阿里影業（1060）股份，每股平均作價1.60元，以撰稿當日成交價每股4元估算，短短一季內獲利已近50億之巨！當然，股價飛漲受多方因素影響，但也確實包含了投資者對內地「網絡影視產業」的巨大期望——阿里影業去年三月被阿里巴巴收購後，今年復牌後提出新戰略方向：將整合娛樂內容的融資、製作、行銷及發行，進一步擴展公司的影視娛樂版圖。

這單新聞倒是令我想起了Netflix：早前連國家領導人也在談論、最近大家忙著追最新一季的美劇《紙牌屋》（House of Cards），就是線上影音服務商Netflix從播放平台轉型製作平台後的叫好叫座之作（因獲利甚豐，據說Netflix已決定開始大規模自製影集）。Netflix打破傳統的電視頻道服務模式——透過網絡播出、觀看平台和時間由觀眾自己決定（支援多種觀看工具，播放形式有別於傳統的一次一集而是將13集一次過推出，讓觀眾按個人觀賞節奏來選擇，可以一口氣追完也可慢慢追看），完全切合網絡使用者的習慣和模式；還有更重要的是將「大數據」思維引入製作過程：透過了解觀眾對題材、演員、內容的喜好，加上第三方收視統計、地理位置、收看裝置及時段，社媒分享取態等，形成龐大的數據系統並加以分析。

這些實時數據分析令製作方在播映期甚至在製作前就能得知觀眾對產品的喜好，全然有別以往傳統電視台或院線要等到播放後透過調查才能得知。

互聯網正為影視業（也逐漸延伸至動漫、音樂、出版等其他文化產業領域）帶來越來越明顯、具體、深入的轉變，從配送渠道到製作生產，甚至影響故事角色的選擇、劇本創作的過程。Netflix作為從「渠道」上升至「源頭」的案例，其軌跡看在中國同業眼裡，大家都在一邊借鑑一邊摸索適合中國現實的發展模式。事實上，我們接受媒體資訊、觀看影視節目的習慣，近年也發生了很大改變，互聯網深遠地影響了人們溝通、娛樂、消費的概念和方式，不管你是創作人、投資者，還是普通的讀者和觀眾，其實都身在其中，受其影響。今天，互聯網自發明以來，正逐漸完成從「量變」到「質變」的轉化過程，如果說互聯網以前還只限於高科技產品和年青人群體的話，那它今天的使用群體和應用領域正慢慢拉闊到上至退休老人，下至學步幼兒，從買書看戲到上學看病，無所不在。互聯網早已不僅是推銷或配送產品的渠道，更逐漸變成產品的一部分，滲入我們生活的各個領域。所以說，我們其實正處於一個大時代轉角——不管是文化的、經濟的，甚至政治的領域，將見證一場「大時代」新劇上演。



## 文 / 林玉鳳

澳門大學社會科學學院助理院長、詩人、時事評論人。

# 不一樣的街道風景

有「香港鬼才」之稱的已故填詞人黃霑離開我們已11年，其作品對華人的影響，至今仍未退減。最近幾個月，他好像突然「翻生」了。香港一個文化企業「活現香港」，於三月時推出「活現黃霑·重行深水埗」行街團，以黃霑的成長為切入點，娓娓道來獅子山下的變遷。

這個導賞團收費不菲，卻次次爆滿，可見這類集歷史、文化、藝術、社區和旅遊於一身的導賞團大有市場，在香港甚至是國外已大行其道。其獨到之處是，所遊覽的「景點」，並不是甚麼大山大水或宏偉建築，而是尋常弄巷，在街角、小店、屋邨等人們日復一日經過的地方，發掘它們的故事，累積成文化資產，再包裝成有趣味又有教育意義的產品。

在美國，就有旅行社把旅遊和自己最大的文化資產——電影——結合得更淋漓盡致。由荷里活而衍生出來，以電影為主題的旅行團已算是小兒科。在洛杉磯就有一間名為Dearly Departed Tours的旅行社，由電影變出更多有趣的產品，推出黑暗題材的旅行團，有荷里活巨星殞落之旅，探索名人生前的芳蹤和秘史；又有真人真事改編的謀殺和恐怖電影現場之旅；還有結合表演藝術元素（導遊不只是導遊，而且是一流的演員）的鬼故事之旅。他們有多成功？2012年，Dearly Departed Tours更進一步擴展其文化旅遊事業，在日落大道

上開設了自己的博物館Dearly Departed Gallery，展出與荷里活名人死亡有關的物品，並出售相關創意產品，如鬧鬼酒店的房間鎖匙扣就是熱賣產品。

再看看倫敦，旅行團好玩之餘更見社會關懷。五年前，有一群服務露宿者的義工想出新點子，動員甚至是培訓露宿者成為導賞員。的確，又有誰比以街道為家的人更熟悉街上的每個角落？Unseen Tours因而成立，由前露宿者帶你漫遊倫敦。你不是去看貧民區，這不是獵奇之旅，而是由卧虎藏龍的街友，以他們不一樣的視點，去發掘倫敦的街頭藝術和街頭智慧。而且整個運作模式顛覆了約定俗成的權力關係——由一無所有的人領導「有」的人，也拉近了這群平常我們甚少接觸的人與我們的距離。

至於澳門呢？除了博彩業，旅遊就是現今澳門最重要的產業，而且澳門仍保留不少老城區，整個歷史城區就載了四百多年的故事，理應俱備發展創意文化旅遊的條件。再看看以上幾個例子，它們都是不依靠任何資助，以自負盈虧的方式去運作的文化或社會企業，而成功的關鍵就是把一個地方的旅遊和文化資產結合，以別開生面的方式呈現出來。澳門近年天天在談文創，這幾個結合旅遊、創意甚至是社會關懷的例子，有一定的參考價值。



## 文 / 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。

# 電影的文化與產業

首先談一個故事，在一個盛產番茄的鄉村，當地的番茄非常美味，當地人用番茄做了不同菜色，美味的各式餸菜除了當地人喜歡，也漸漸吸引村外人和附近國家的人喜愛。漸漸地，除了種植番茄的農民外，當地或鄰近地區的廚師，紛紛利用美味的番茄製作不同產品，除了有沙律，還有番茄意大利粉、番茄曲奇、番茄月餅等等，逐漸形成了一種「番茄文化」；後來有些番茄農轉型為番茄批發商，也有些外來者加入成為批發商，這些外來批發商不懂種番茄，但他們很清楚大眾的消費習慣和心理。批發商透過各種市場調查和先進的大數據（Big Data）科技手段，完全掌握大眾的消費市場，更漸漸控制了番茄農的生產流程與產量，從而形成了堅強的「番茄產業鏈」，更有大量番茄相關的手機保護殼、番茄音樂與歌曲、番茄童話故事等等以番茄為主題的周邊產品，形成了龐大的「番茄產業」。雖然這些批發商從番茄產業中賺了錢，但他們沒有把賺來的資金投資到番茄農身上，沒有幫助他們改良種植番茄的技術，這些批發商把賺來的資金投資地產業和金融業，以求獲得更大的回報。漸漸地，地產和金融業的興起，使得種植番茄的農地越來越少，最後番茄農被迫離開了，番茄村也漸漸轉型成為一個金融城市。

從上述虛構的故事中，可以了解到文化與產業之間的微妙關係，在一般情況下先形成了文化，後再有產業的盛行，而重點是產業賺取的資源要回饋到產業的源頭，用以培養更多元化的人才與技術，令產業發展、升級或轉型。例如英國的流行音樂文化造就了極多元的

音樂產業；美國人喜歡看故事的文化，造就了小說出版業和劇情長片工業（簡稱電影業）；另外印度的電影工業（尤其歌舞片）亦很強盛，這更加與印度人喜歡載歌載舞的文化息息相關；泰國的靈異電影非常有味道，這與他們的倫理價值觀和文化背景有關；日本與韓國的電影更是百花齊放，題材非常多元化，這與兩國近代的政治經濟發展和面對外來文化衝擊有關。

理想的良性循環是：電影會強化在地文化，而在地文化亦會進一步鞏固電影業，當電影業發展至一定規模就會出現「電影產業鏈」，一種分工化、各施其職的合作系統。但要如何平衡產業鏈內的利益分配？以確保這個產業鏈不會出現內部矛盾、分化和互不合作的情況？這很重要，一個產業只有保持了良性循環才能不斷吸引有才華的人才加入。

觀察澳門現時的各行各業，並沒有太多行業能有效形成具規模的「產業鏈」，如果把電影（劇情長片）看作是新興行業，就更加未有形成氣候，但誰說產業鏈必定是龐然大物？找到適合自身發展的模式才最重要。本澳現時「微電影」（劇情或非劇情短片）非常多，在數量和質量上都不斷進步，而且逐漸形成了影像文化；而眾多拍攝者之間更加形成了小型網絡，互相支援、競爭、合作，形成了一個有機體。現在就要確保這是一個有良性循環的有機體，才有機會發展出有良性循環的電影文化與產業。



## 文 / 羅宇正

澳門人，獨立記者及編輯。2010年獲香港大學犯罪學碩士學位，研究主題是中國公安，同時十分關心澳門的文化及社會發展。與多間機構及院校合作從事編輯、翻譯及公關工作，包括香港大學、英國文化協會、商務印書館（香港）有限公司、三聯書店（香港）有限公司等。

# 澳門本土出版謎縱

前幾天和姑姑聊天，談起她好友凌稜女士的散文集《有情天地》出版了。姑姑既高興，又感慨，因為作者描寫上世紀四、五十年代澳門的人文風景和低下階層的生活令她憶起已逝世多年的母親，也就是我的祖母對她的教誨。澳門一直是個龍蛇混雜的小城，但祖母總是提醒她的孩子要尊重他人，不論其出身、職業。姑姑主動提起舊事，令我很驚喜，因為我們雖親，但很少談及她年少時的生活。

除了長輩的分享，要了解澳門，閱讀是最好的方法，可是我讀過大部分有關澳門的歷史掌故或文學著作，大都由中國、香港、台灣，甚至海外的出版社出版，澳門本土出版的書籍曝光率很低，連近年比較具規模的《澳門知識叢書》系列也是澳門基金會和香港三聯書店合作出版，以單行本小書的形式介紹澳門的風土人情。

要找到澳門的本土出版物其實還不難，不過過程有些迂迴，大家得有偵探的好奇心和推理能力。說到書，就想到文學，那就由在三月舉行的第四屆澳門文學節開始吧。在互聯網搜尋器順利找到文學節的官方網站，有趣的是其主頁的導航列表中，有「新聞」、「節目表」、「特邀嘉賓」、「展覽」、「電影」、「音樂會」、「關於文學節」、「有用的信息」，卻獨缺了文學最基本的載體——書籍的介紹，況且網頁最後更新的時間是2015年2月，如果我沒有跑一趟葡文書局或追縱文學節的臉書，便不會知道文學節相關活動第三屆「雋文不朽」短篇小說比賽已有結果並結集成書（有中、英、葡三種版本）。

對了，葡文書局也能提供一些線索。在書局地下那層的盡頭有幾個高高的書櫃，放的都是有關澳門的出版物，其中不少是澳門文化局和澳門故事協會等機構的書籍。澳門故事協會在2005年成立，是一非牟利文學出版社團，主要出版詩集、散文、小說等；而文化局的書種繁多，文學、歷史、建築、應用科學、論文、期刊、食譜等應有盡有。文章開頭提到凌稜的《有情天地》就是其中之一，此書初版在1991年由星光出版社出版，而2015年新版則改由文化局出版，並歸入雙語的《中葡文學叢書》，該系列還有《賈梅士十四行詩100首》及《迷魂》（澳門小說家鄧曉炯所著，第一屆澳門中篇小說徵稿活動得獎作品）。

另一吸引我注意的書，是文化局在2013年出版的《碰撞與交流：澳門中央圖書館外文古籍提要》，作者李淑儀博士介紹了114本中央圖書館外文古籍，其中包括馬禮遜在澳門編撰和印製的《英華字典》（1822年版），要了解澳門出版史，這本書是不二之選。

要注意的是，文化局的出版物只在數家書店發售，讀者也可在公營展覽場地及博物館購買部份美術書籍。由於澳門的書店網絡並不發達，要獲得本地出版的最新訊息，只能夠勤上網，關注有關書店和協會及文化局的消息了。



## 文 / 張蘊之

自由文字工作者，台北藝術大學劇場藝術創作研究所、建築與文化資產研究所碩士。將旅行視為一種修行，在每一處陌生的異地，學習用不同的角度重新認識天、人、物、我的關係。著有：《澳洲不思議》、《吳哥深度導覽》、《孤獨星球Lonely Planet "IN" 系列：台灣》。

# 除了做商場， 台灣的產業遺產還有別的出路嗎？

台北的華山1914文化創意園區與松山文創園區，是台灣歷史建築以「文化創意產業」進行「再利用」的兩大巨頭，建築物本身都是日治時期的工廠。華山1914原本是酒廠，1990年代變成廢墟後，成為藝術家與表演藝術團體熱愛的展演空間，2000年前後收歸當局整頓管理，營運團隊幾經更迭，現已成為時尚餐廳與展覽的代名詞；松山文創園區本來是菸廠，簡稱「松菸」，荒置多年後，2011年搖身一變成了設計創意中心，同樣作為展覽空間提供各界租用。

古蹟與歷史建築的保存、再利用，存在著許多無可奈何。依 UNESCO 的標準，「保存要連活歷史一起保留」，最基本的就是「真實性」與「完整性」，這兩點是文化資產鑑定的初步原則。但台灣對於古蹟與歷史建築的保存是非常排斥的，只要一有風聲，哪裡要指定成古蹟，要不就突遭禮融，要不就連夜趕在審議程序之前挖成廢墟，破壞它的「完整性」。因為一旦被指定，就不可能拆除蓋大樓、炒地皮，若是位於城市精華地段，等於是讓賺錢的金雞下不了蛋，於是屋主只好帶頭「殺雞取卵」，毀屋保地。「華山」和「松菸」都位於臺北市的昂貴地段，經歷過拆除與保存的爭議風暴，好不容易保留了一部分建築物，但更珍貴的技術、文獻、機器、歷史、文化脈絡，卻全都清除殆盡，只剩具有懷舊風情的空殼廠房，

被改裝成一個個的招租單位，和商場的經營方式一樣，個別出租。

但是，不清空內容物改成商場，要怎麼賺取維護、營運的成本？難道都採取「凍結式保存」，弄成賺不了錢的博物館？承租的經營團隊也是滿腹苦水，老屋的維護成本很高，除了繳租金給業主，還要處理風化剝蝕、漏水、腐朽等種種問題，租給藝文活動展覽、演出、排練，開太高的租金，藝文團體又負擔不起。於是，只有付得起高租金的商鋪得以進駐，歷史脈絡、產業文化與傳承，都顧不上了，只求收支打平。

博物館是否真的賺不了錢？這要回歸博物館的獲利模式來思考，是否賺錢，不能用「博物館就是賠錢貨」一概而論，而是要看怎麼經營。產業遺產的保存與再利用，必須奠基於既有的文化脈絡，將活的歷史傳承下去，德國魯爾工業區（Metropolregion Ruhr）就是全球知名的成功案例。在魯爾，各區域、設施的再利用規劃，是以社區與都市發展的觀點，更宏觀的進行。所謂的「古蹟再利用」，絕對不是著眼於寥寥數棟建築物「清空之後怎麼賺錢」而已，必須依它的地緣位置、空間屬性、歷史紋理、鄰近居民的生活樣態與相互關係來評估，使代代子孫都能享受它的好處。



## 文 / 包子逸

曾獲台北文學獎、時報文學獎、林榮三文學獎、梁實秋文學獎。偏愛詩與散文，攝影與繪畫。熱衷於挖掘老東西與新鮮事。喜歡溫暖的幽默，常在荒謬中發現真理。希望能在熨熨的電影中跑龍套，替喜愛的歌手填詞。

# 移動的饗宴： 新世紀的紐約派對

輝煌的紐約夜生活，向來忠誠地反映當代的藝文脈動。

從有費茲傑羅背書的爵士年代開始，一直到輝煌的龐克搖滾與迪斯科年代，這個城市最好的文學、藝術與音樂創作，甚至撐起一整個世代的文化潮流，都能在文人雅士與叛逆小子的派對中看見端倪。隨著紐約地下搖滾聖地 CBGB 走入歷史，許多紐約客也湧起深刻的危機感：經典已成往事，21 世紀的紐約還能出奇制勝嗎？

喜歡刺激的老紐約對現在宛如迪士尼的時代廣場不敢恭維，對他們來說，那樣的紐約太「安全」，太溫馨也太中產階級。儘管紐約的文藝競技場依然嚴峻，但我能明白他們的疑慮，畢竟紐約向來狂野無懼，催生出許多前衛的藝術悍將。然而，極度出格的垮掉的一代（Beat Generation）凋零已久，當年雀爾喜飯店內落魄但才華洋溢的孩子們早各擁山頭，大家都在觀望，接下來還有什麼劃時代的文化盛世在等著我們。

網路世代崛起後，新生代的交流與發表模式產生劇變，紐約恐怕步入了真正「去中心」的「後現代」，人人都可以是大明星。

二十世紀末，紐約邊陲開始出現自立更生的 Rubulad 等次文化派對團體，隨後，2007 年創立的 Dances of Vice 引爆了更多神出鬼沒的地下派對組織——這波「另類主流」不再拘泥於固定的舞廳、時間與主題，對他們來說，每一次的盛大出場都是主題之夜，每一位參

與者都是主角，無法預測的派對時間和地點一律網路公告，是真正「移動的饗宴」（movable feast）。

過去，紐約的派對往往和少數知名俱樂部和名人緊密連結，紐約客大概不會忘記驚世駭俗的派對野獸 Club Kids 如何在各式派對獨領風騷，搖滾小子如何在東村的 CBGB 創造神話，安迪·沃荷、瑪丹娜與凱斯·哈林等輩又如何能在 Club 57、Mudd Club、Studio 54 與 Tunnel 等指標性的夜店相濡以沫、蓄積能量。

但這一切都過去了。

二十一世紀的紐約偏好創造屬於自己的「成名的十五分鐘」。文化的傳播，不再是「由上而下」、由文化明星和名店主導的遊戲，漸漸變成路人也能發光的有機共榮圈。

以 Dances of Vice 為例，他們是成功的有機社群，支援這個社群的成員來自網路、音樂、表演、特效、戲劇等多元的專業領域，購票進場的群眾也非等閒之輩，

使得每一次的聚會像異時空的電影拍攝現場，視覺與聽覺表演讓人忘記呼吸。短短數年間，其知名度讓它發展出模特兒、派對企劃、化妝品服飾的品牌支線，支援這個社群中的專業人才雨露均霑，也獲得一展長才的獲利機會。

這或許便是網路許諾給我們的新世界。在這個世界裡，沒有人是孤島，毋需馬首是瞻，只要有心，隨時隨地都是舞台。



2011 年開始，以 Dreamland Orchestra 主導的組織每逢夏日會在總督島舉辦連續兩日的爵士年代主題派對，現場彷彿可以遇見大亨蓋茲比。





## 文 / 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》。

# 日本的地方振興計劃

「再少子高齡化下去，國民健康保險金就會越來越貴了，因為會交保險金那一代人愈來愈少嘛。」漫天粉紅櫻花樹下，我的日本朋友居然談起這教人擔憂的事情來。

日本的人口老化問題實在令人困擾，除了國民健康保險的金額外，還有勞動人口、醫療、獨居老人等問題。另一個因為少子化衍生的問題，就是不少地區因為本來已為數不多的年輕人相繼離開，令這些區域的人口凋零，在老居民過世後，留下一家家空有業權卻無人打理的房子，一個曾經生氣勃勃的地方變得荒涼。要怎樣令到這些日漸黯然無光的地區再次活力充沛呢？近年來有不少組織都在思考這課題。

關於日本地方振興的計劃，最有名的大概就是位於四國的直島、豐島及犬島等連串的島嶼了。由福武總一郎（Soichiro Fukutake）帶領的公益財團法人福武財團，將瀨戶內海的多個小島，打造成為國際知名的藝術島嶼。安藤忠雄的多個建築作品，包括地中美術館、李禹煥美術館等等，草間彌生那站立在棄用碼頭的大南瓜，以及後來每三年舉辦一次的瀨戶內海藝術祭等，都吸引了世界各地的旅客。一些原居於日本其他城市的人，發現在此地能夠輕易與不同背景的人相遇，因而決定留下來，開設咖啡店或民宿。這些小島似乎一下子就活起來。

只是再完美的計劃也有一點遺憾。兩年前我因工作到訪同樣由福武

財團發展的犬島，當地一所原本可能會被拆卸的廢棄鍊鋼廠被改建成為藝術場所，那裡曾是當地居住的數十位長者兒時的遊樂場，充滿記憶的場所被保存下來自然值得慶幸，卻又因為成為了藝術場所，那些原來能自出自入的地方，突然門庭深鎖，彷彿自己的回憶突然被隔絕起來，居民不免有點失落。

最近讀了山崎亮的著作《社區設計》的中譯本，山崎亮先生是日本著名的社區設計師，書中記述的「家島專案」教我印象深刻。原本以採石為主要產業的家島，在基建工程減少後，產業日漸衰退，居民也越發減少。山崎亮指導學生來到島上，用島外人的眼睛發掘小島的美與特色，例如站在公路邊充當儲物櫃的廢棄冰箱，島民們習以為常，學生們卻充滿好奇。學生為家島製作的小冊及明信片，置於神戶及大阪等大學生常出沒的地方，不單增加了人們對家島的認識，也加深了島民對家島的愛。最教人感動的是，後來當地的阿姨們組成的NPO法人，以開發及銷售當地特產為主要工作，並將銷售的得益用作社區營造的活動上。小島的命運由小島的居民改變。

這不禁讓人想到一個問題，地方振興的基本，是指令一個地方再次繁榮起來呢？還是指令居住在這地方的人能擁有更具朝氣的生活？地方振興，面向的是土地，還是人民呢？當然，這些是沒有衝突的，只有比重的差異。不過，我想不管是地方振興或是經濟發展，都該是以大眾為本，若原居於當地的大眾沒有受惠的話，所有計劃都是徒勞。



2015

## 時裝設計樣版製作補助計劃

Programa de Subsídios à Criação de Amostras de Design de Moda  
Subsidy Programme for Fashion Design on Sample Making

對象 / Destinatário / Target: 澳門時裝設計人士 / Designers de Moda de Macau / Macao Fashion Designers

申請日期 / Período de Candidatura / Application Period:

查詢電話 / Telefone / Inquiry: 2892 4040

2015.06.09 - 08.07

詳情瀏覽 / Informações / Further Information:

www.icm.gov.mo/dpicc/sps www.macaucci.com/sps

本計劃以補助形式支持本澳時裝設計師製作樣版及宣傳品，  
鼓勵研發創新、開展商業活動或參與海內外的時裝展銷活動，推動本地時裝設計行業發展。

Este programa, sob a forma de subsídio, apoia os designers de moda locais na execução de amostras e materiais promocionais, tem como objectivo incentivar os mesmos a inovarem e a elaborarem planos de marketing, permitindo-lhes envolverem-se em actividades comerciais elou exposições de moda no Interior da China e no estrangeiro, a fim de impulsionar o desenvolvimento da indústria do design de moda de Macau.

This programme, in the form of subsidy, supports the local fashion designers for sample making and production of promotional materials. It aims to provoke the innovation of local fashion design, enable local fashion designers to get involved in commercial activities or participate in fashion marketing activities in China and overseas so as to promote the development of Macao fashion design industry.



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



澳門特別行政區政府文化局

INSTITUTO CULTURAL do Governo da R.A.E. de Macau