



文 創 誌

#05 /2015 05

小澳門，大舞台：  
表演藝術的產業前景



文創人對談

舞台上的「澳門特產」——  
李宇樑對澳門話劇的創作與展望

文創盛事

澳門文學節：從「書寫澳門」開始

文創數字在說話

亞洲各地齊拼文創GDP

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

澳門藝術節是本澳每年五月的重頭戲，幾十個表演和展覽吸引不少本澳甚至是海外觀眾專誠來澳觀賞。在這個藝術處處的月份，我們在「文創焦點」探討不同類型的表演藝術團體在澳門的生存空間；而歷史悠久的曉角話劇研進社創辦人之一李宇樑，也會在「文創人對談」中分享他對本澳表演藝術發展的一些觀察。

在「文創數字在說話」一欄中，我們會分析亞洲文創產業的 GDP，從而獲得一些發展這個產業的啟示。

澳門文學節雖已在三月份完結，但其精彩節目絕對值得我們在「文創盛事」中回顧。而澳門文學應何去何從和如何推廣，也是值得我們深思的。

我們的七位博客，舊雨新知，繼續為大家帶來精彩的點子和經驗。

總編輯  
李展鵬

## 目錄

04..... **文創焦點**  
小澳門，大舞台：表演藝術的產業前景

16..... **文創人對談**  
舞台上的「澳門特產」——  
李宇樑對澳門話劇的創作與展望

20..... **文創盛事**  
澳門文學節：從「書寫澳門」開始

24..... **文創數字在說話**  
亞洲各地齊拼文創 GDP

28..... **文創好日子**

30..... **文創博客**  
梁倩瑜－從創作人到藝評人  
林子恩－文創路上的阿里巴巴  
何家政－澳門的電影土壤  
李峻一一創作的靈感與學習  
呂珠玲－酒吧學堂  
葉孝忠－風格上海  
林琪香－日本的小雜誌

## 小澳門，大舞台： 表演藝術的產業前景

澳門是彈丸之地，但一年就有幾千場次各類表演藝術任觀眾選擇，當中有由財團營辦的大規模演出，也有大大小小由本地藝術家操刀的表演節目。無論是商業團體還是受資助的藝術團體，在表演藝術產業中也面對挑戰和機遇。今期我們請來澳門威尼斯人度假村、曉角話劇研進社和點象藝術協會三個背景和運作方式迥異的組織，一窺本澳表演藝術的產業前景。

馬志高

許國權

鄺華歡



## 澳門的大型綜藝表演

澳門威尼斯人度假村酒店於三月時上演著名百老匯音樂劇《貓》，九日共 13 場的表演，約 20 萬張門票賣出超過九成，未計觀眾帶來的其他住宿、飲食、賭博等收益，單是表演售票足以為公司帶來盈利。

威尼斯人乘勝追擊，將於六月上演另一齣百老匯音樂劇《美女與野獸》，上演期長達一個半月，威尼斯人金沙中國市場發展部高級副總裁馬志高矢志將美國百老匯搬到澳門，他說：「音樂劇的好處是老幼咸宜，像《美女與野獸》這迪士尼故事一定吸引小孩，大人又可以欣賞歌舞表演。音樂劇的魅力一向不分地域，由美國橫跨到澳門都能吸引人。」

馬志高指金沙有一個團隊在世界各地物色有潛質的娛樂表演，例如新加坡濱海灣金沙上演的百老匯音樂劇《獅子王》大受歡迎，讓他們明白音樂劇在亞洲大有市場，於是團隊會邀請正巡迴演出的音樂劇劇團。

威尼斯人決定是否舉辦某個娛樂表演，關鍵之一是盈利預測，除了該節目的知名度外，背後還牽涉一盤精密的計算，馬志高說：「如果一場巡迴表演近期也在香港表演，那邀請他們來澳就不划算了；又例如某段日子在鄰近區域特別多盛事，普通觀眾會否在短期內花那麼多錢購買不同的門票呢，這些我們都要審慎考慮。」

威尼斯人在許多人眼中是娛樂場，但它有個容納 1,800 人的威尼斯人劇場和 15,000 人的金光綜藝館，舉辦過許多國際盛事，由國際巨星滾石樂隊和蕾哈娜、亞洲紅星陳奕迅和少女時代，到深圳、費城交響樂團聯手舉辦的音樂會，連西洋拳賽都成了它們的舉辦活動。

馬志高指出色的表演不單為威尼斯人帶來收入，也令那個地方成為全球焦點，他說：「以前澳洲是一個盛事國家，許多人會專程飛去看某一場表演。而威尼斯人去年舉辦滾石樂隊演唱會，許多歐美國家的人會專程飛到澳門來觀

賞，將澳門提升為世界旅遊休閒中心，是娛樂盛事的樞紐。」

馬志高不願披露財政數字，只說威尼斯人近年舉辦的活動，單靠售賣門票已錄得盈利。不過威尼斯人也不是一直如此一帆風順，他們於 2008 年重金禮聘世界知名的太陽劇團長駐演出劇目《Zaia》，但因入座率太低而令酒店蝕本，原本十年的合約於 2012 年提早結束。有說因為以中國式的雜技演出配合西方的包裝在外國享有盛名，但在澳門卻未能得到遊客青睞，畢竟，來澳的旅客以內地客最多，雜技表演在內地見怪不怪。馬志高說：「那是我們的學習過程，美加觀眾和亞洲觀眾的口味可以很不同，當時我們的門票定得很高，把本地人拒諸門外，現在我們的節目定價都較低，要同時吸引遊客和本地人，一個城市的盛事才會持久。」

相反，威尼斯人的競爭對手澳門新濠天地，自 2010 年推出《水舞間》以來，已成為澳門最受

威尼斯人金沙中國市場發展部高級副總裁馬志高說：「音樂劇的魅力一向不分地域，由美國橫跨到澳門都能吸引人。」

圖 / 周煒



歡迎的表演項目。根據新濠國際發展有限公司 2014 年的業績公告，《水舞間》至 2014 年已上演超過 1,500 場次，吸引超過 250 萬名觀眾。

到底《水舞間》有多成功？文化評論人李展鵬打了個有趣的比喻：「去年香港三月落冰雹，有一個商場的玻璃天幕懷疑爆裂，豪雨直入商場，不少人就以『水舞間』去形容這個情景，可見這個表演節目在華語旅客中深入人心。」

李展鵬指出，《水舞間》無論在創作和營銷方面也做得十分出色。「製作團隊一開始就做到劇目本地化，而不是把一個外國劇目直接搬過來澳門演，劇中有很多引起華人共鳴的元素和角色。當然，水中表演的美感和緊張刺激的形體動作，看得叫人賞心悅目也是不可或缺的成功因素。在營銷方面，主辦單位請來鄭秀文唱《水舞間》的主題曲，眼光很獨到，這個舉動證明表演藝術某程度上要作出本地化才有出路。」



1. 2.

1. 自 2010 年推出  
《水舞間》以來，  
已成為澳門最受歡迎的  
表演項目。

圖 / Melco Crown  
Entertainment  
Limited

2. 百老匯音樂劇  
《貓》在澳門九日  
上演 13 場，賣出約  
20 萬張門票，成績  
斐然。

圖 / 金沙中國

## 曉角話劇研進社： 願當戲劇界的平台

大財團如威尼斯人和澳門新濠天地有能力養活一個甚至數個大型表演團體。那一般的民間藝術家，又有何發展空間呢？

成立於 1975 年的曉角話劇研進社（下稱「曉角」），是澳門歷史最悠久的民辦劇團之一。起步起得早，最大的優勢，就是有令不少新劇團也羨慕的自置物業。

其藝術總監、人稱「大鳥」的許國權說：「十多年前，澳門經濟環境很差，廠商北上發展，曉角趁樓價低籌集資金購買一個在北區的工廈單位作為會址。幸好當時買下了，否則今天無容身之地，又何來談劇場發展？」

的確，在樓價高企下，最基本的劇團綵排場地傷盡戲劇界的腦筋。曉角就這方面而言，在澳門算是「資源豐富」了。前年單位的供款結束，曉角就推出回饋計劃給一些經濟有困難的新晉劇團，每年提供兩個免場租名額，藉以支持新一代的戲劇人。

大鳥說：「在租金壓力下，許多劇團每兩年左右就可能要換地點。就算地點有了，人手又是一個難題，不論資深或新興的劇團，都面臨藝術行政人員嚴重不足的問題。如果好的劇得不到宣傳，入場觀眾不足，演員難以全職投入，惡性循環就不斷發生。」

經過 40 年的發展，曉角目前有約 70 位團員，但全部都不是受薪員工，全團只有製作和財政工作由全職員工負責，有時演員也會分擔宣傳跑腿的工作。曉角並沒有朝職業劇團的方向走，大鳥形容，曉角是「一班有心人兼職搞劇團」。他說：「曉角更適合作為平台。」

此話何解？曉角許多資深團員都有正職，有些更是已「上岸」的老前輩，並不需要「跑數」似的一劇接一劇去做，以維持一個團的營運經費。相反，近年有不少從海外戲劇學校畢業歸來的年青人籌組劇團，就是以全職劇團模式去運作，自負盈虧。

「由於我們都是兼職的，白天劇團的會址就可租借給有需要的劇團去進行創作和排練，共享資源就是當平台的其中一個功能。此外，我們有構思除了現時劇團團隊外，會再設新的劇團，即分為一團和二團，一團是現有的兼職演員，新的二團可以是全職劇團，目標是三年內可以成事。也就是說，曉角未來的角色是大型的戲劇平台，下設專職劇團、藝術中心或推廣其他文創活動。」

好的作品和戲劇人才，需要肯定，獎項是其中之一。在不少國家和地區，表演藝術界別都有一些獎項，對得獎者來說除了是得到業界的肯定外，還有很實際的用途，就是獎金及得獎銜頭有助藝術家往海外深造，甚至令劇作有機會往外地演出。澳門有可能設立戲劇年度獎項嗎？大鳥稱目前澳門業界對此意見各半。

「獎項可以增加在媒體的曝光率，同時又可能會傷和氣造成是非，所以業界商討多年仍

曉角話劇研進社  
藝術總監「大鳥」許國權  
-  
圖 / 由受訪者  
提供





《肺人》是曉角話劇研進社獲得空前成功的作品

圖 / 曉角話劇研進社

## 點象藝術協會： 慢工出細貨

曉角是立足本土的劇團，那 2008 年成立的點象藝術協會（下稱「點象」）就有衝出澳門，邁向國際的野心。它們每年都有作品受邀到外地演出，而且即使創作仍以劇場為主，但也加入不少新穎的跨媒體元素，每個創作積極地作不同的嘗試。如其深受好評的《玩·風景》，就結合了水墨、意象、形體和劇場，前年受邀到非洲佛得角的 Mindelact 國際藝術節中演出；而這個作品連同音樂劇場《墓所事事》及微型物件劇場《格子爬格子》三個澳門原創節目，更於去年的英國愛丁堡藝穗節連演四周，大獲好評。

點象的製作很破格，跟澳門的傳統表演藝術不一樣，說得好聽是清新有創意，不好聽是小眾。對此，點象行政總監鄭華歡自有他的看法。

「產業化不等於大眾化。大眾化又未必是通俗的。若然表演藝術的觀眾只能是少數，那

我們就要集合全世界的小眾。」鄭華歡認為，視覺藝術或劇場從不是大眾玩意，澳門的表演藝術要發展，就要走出去。

點象的許多骨幹成員也是在外頭學有所成，回流澳門發展的藝術家。這個集音樂、服裝、佈景創作人才和設計師的團體，擅長跨界藝術創作，講究作品的持續發展。鄭華歡相信，作品有生命，所以需要時間成長。但在澳門，令作品成長是有難度的。

「澳門好奇怪，演出通常兩三場就把劇封箱。其它地區不是這樣的，他們會用一年時間去發展和建立一個好作品。」所以，點象也選擇慢工出細貨，一年只有一兩個作品。但不是每個藝團也有這種「奢侈的機會」。政府對藝術團體的資助通常要求每年有一定的創作量。簡單一句，就是有新作品，才有資源。鄭華歡不否認，政府近年投放在表演藝術的資源較以往多，但作品的質素卻不成

正比。演員一齣接一齣的演，舞台換完一個又一個，來不及深化作品就要趕下場。鄭華歡覺得，這其實是「跑數」。演員要跑、創作要跑，就連觀眾也要陪著跑，最後大家重量不重質。

「若然一年只做兩個作品，表現才能更加精良。演員要演出機會去鍛鍊，演得多才能深入理解角色。」以點象最出色的作品《玩·風景》為例，至今發展到第七個版本，而且是每年會到國外演出的其中一個作品。

鄭華歡補充：「澳門的劇場觀眾就只有這麼多，要找三萬人入場，難如登天。但若將眼光放到其它地區，比如去台北找 3,000 人入場，廣州 5,000 人，還有去北京，那就是我提過的，要集合全世界的小眾。」

鄭華歡指出，觀眾量的競爭並非來自本地劇團之間，而是劇場与其它娛樂節目的競爭。

「若然表演藝術的觀眾只能是少數，那我們就要集合全世界的小眾。」點象行政總監鄭華歡說。

圖 / 周焯



曉角話劇研進社創辦人李宇樑：「澳門觀眾仍有很大開拓空間，問題是沒有人去做市場調查。因為現在的戲劇不以觀眾為中心，不理觀眾，觀眾自然就不理你。」

圖 / 周煒



## 舞台上的「澳門特產」—— 李宇樑對澳門話劇的創作與展望

李宇樑可說是澳門話劇界元老，他是有 40 年歷史的曉角話劇研進社創辦人之一，多年來創作了數十部劇本及小說，現為澳門演藝學院戲劇學校校長。對於本地劇場的發展，他有話要說。

P：文化評論人李展鵬 L：劇作家李宇樑

P：能否舉出你所創作的、印象最深刻的劇作？

L：《怒民》，是 1980 年代初的劇，以當年澳門的偷渡潮為背景。這齣劇在盧九花園預演，觀看的葡國學者及官員深受感動，起立鼓掌。事後卻有很多團體認為不應該公演，他們認為該劇暴露了中國偷渡慘況。最後只能妥協，換了一個相對溫和的劇本，儘管我認為這齣劇講的是事實，反映的是人性的衝突，並不涉及任何政治立場。

P：在「曉角」成立之初，你所寫的反社會時事的劇作，在澳門是否比較少？

L：不只是這類劇作，就連當時的戲劇界本身也比較沉寂，尚未有活躍的戲劇團

體。我們的劇團命名為「曉角」，就是為了在死寂的本地劇壇吹起號角。曉角成立至今，有兩個堅持，一是堅持賣票，不送票，這是對戲劇人的尊重。二是堅持原創，並以本地社會議題為主，這是因為成立當時，澳門社會很封閉，取得資訊的渠道比較少，而且當時澳門社會有很多衝擊，例如移民潮、龍的行動、越南難民等，創作題材就自然集中在這方面。

P：為何會對話劇創作有興趣？

L：小時候，我在上學路上，很喜歡自言自語，一人分飾多角，又喜歡聽廣播劇。小學二年級，我找弟妹一同存下早餐錢，到戲院三個人一個座位看電影，看完我就在腦海中解構電影，重新創作。

後來有一次弟弟長期不吃早餐，餓暈了，我就沒有再找他湊錢了。錢不夠，於是興趣就轉為到萬有書店看二手書，主要看魯迅、老舍等人的作品。因此，我真正的興趣是寫小說，並經常投稿到澳門日報，卻不曾刊登過。直到讀完中學，就轉而寫舞台劇，作品才找到發表的空間。

P：為澳門創作戲劇的念頭，是不是早就在心中？

L：我的很多作品基本上緊貼澳門，講澳門回歸的有《天龍八部》的改編劇，因為喬峰對應了澳門人的身份問題。《沙丘之旅》也是改編自小說，藉此思考鄉土情懷。這兩部都是小說改編作品，但我都就能否與澳門發生關聯上，重新創作。其實我也是因為自己是澳門人才去以澳門的視角寫劇。

P：如何看最近澳門劇場界的發展？

L：百花齊放。很多年青人在外面受專業訓練回來，學術、創作環境好，資訊也容易取得。社會大氣候、文化政策對他們也有利。但另一方面，現在的劇場人，尤其是自由工作者，因為生存環境使然，多勞多得，必須要不斷地出 show 排戲，好像我們以往因為有正職收入，業餘從事劇場工作，容許停下來兩三個月去思考和創作，對他們來說就很奢侈了。所以現在澳門的原創劇本產量較少。現在的創作人不看書，主要是因為現代人生活節奏太快，來不及消化文字，寧願看電影。劇本都只看有甚麼賣座、得獎的外國劇本，直接在澳門演，對創作沒有思考、沒有取捨，不去理會劇作與澳門本身有無關聯。這是很大的隱憂。

中產階層需要甚麼？追求娛樂，尋找能引起他們共鳴的話題。然而目前的戲劇，尚未引起觀眾的共鳴。

1991 年的改編劇《天龍八部》，於澳門回歸前探索澳門人的身份問題。

圖 / 受訪者提供



李宇樑的創作劇目之一《老九的玩偶》，於2013年在新加坡上演。

圖 / 受訪者提供

P：澳門劇場產業化的前景如何？

劇，尚未引起觀眾的共鳴。

L：前景是有的，問題是如何製造條件。創意產業需要賣座，必須考慮觀眾的口味。澳門觀眾仍有很大開拓空間，問題是沒有人去做市場調查。因為現在的戲劇不以觀眾為中心，不理觀眾，觀眾自然就不理你。如果有一天我們的觀眾是中產階層，戲劇市場就成熟了。中產消費力強，影響力大。戲劇能影響他們，他們就能影響社會，從而製造出互動。中產階層需要甚麼？追求娛樂，尋找能引起他們共鳴的話題。然而目前的戲

P：你認為現在澳門戲劇產業仍缺少甚麼環節？

L：能夠開拓商業市場的生態環境。例如正式的場地。而且人才仍未夠全面，有的是技術人員，創作人員仍比較少，演員也不夠。本地學生報考外地戲劇學校較難，受語言、身高等因素所限。而且，一個城市必須有自己原創戲劇，否則別人為甚麼要看你？稱得上為澳門戲劇的，就必須要有澳門自身的特色和感情。■



澳門文學節副總監白艾德：「我們希望讓外地作家透過文學節認識澳門，從而『書寫澳門』，並留下與澳門有關的文學著作。」

圖 / 周焯



## 澳門文學節： 從「書寫澳門」開始

不少人感到好奇，澳門是以中文為主要創作的城市，怎麼澳門文學節的主辦單位是一份葡文報紙《句號報》？澳門文學節副總監白艾德回想道：「2011年與文學節總監白嘉度開始構想這個文學節時，我們觀察到不論在中國、葡國或巴西，都沒有一個文學節能為葡文及中文作家及藝術家提供交流平台。」

看中了澳門中葡文化交融的特色，於是在2012年首次舉辦澳門文學節，是全球首個聚集華語與葡語系國家文化藝術工作者的交流盛會。白艾德表示：「除了本地作家一直寫澳門相關文學外，其它地區的作家在文學上對澳門的注視度都偏低。我們希望讓外地作家透過這個文學節認識澳門及其文化，從而『書寫澳門』，並留下與澳門有關的文學著作。」

澳門文學節除了傳統的座談會、展覽和讀詩會等，還包括一些流行文化元素，如音樂會、視覺藝術、電影和話劇，一方面讓文學

走出嚴肅的刻板印象，另一方面也為文學節增添「節慶」氣氛。本屆嘉賓內地小說家顏歌認為澳門文學節極具開放性，一些節目如搖滾音樂會，以及首次接觸到葡語作家，對她來說都是一種新體驗。

已舉辦了四屆的澳門文學節，相比過往的三屆而言，白艾德總結出以下三點突破和收穫：「首先，我們與學校和兒童文學作家合作，舉辦『文學節走進校園活動系列』，首次將兒童讀者納入我們的活動當中；其次，這一屆我們獲得很多傳媒支持，尤其是香港傳媒對文學節作出廣泛的報導；第三，以舊法院作為文學節的活動基地，讓更多人『看得見』這個節。」

可是，在澳門這個賭城和旅遊形象過於鮮明的小城辦文學節，相對其它吸引遊客為主的小城辦文學節，相對其它吸引遊客為主的節慶活動，政府對「文學節」的重視度相對低。白艾德表示：「政府舉辦過或贊助過比

文學節的預算更充裕的活動，但其對社會的影響或最後的成果所帶出的意義卻不如文學節般重要。」

2012年，第一屆澳門文學節以《句號報》純私人機構形式舉辦，政府批出的經費只有30萬澳門幣。自第二屆起，澳門特別行政區政府文化局加入為協辦單位，政府在經費上的支持大幅提高。到今年，文化局及澳門基金會，以及社會文化司和旅遊局等單位合共撥出澳門幣145萬，加上其它私人企業的贊助，這一年的經費合共約澳門幣270萬。白艾德透露，比起最初辦文學節時的虧本狀況，這一年已經接近收支平衡了。

這一屆澳門文學節陣容鼎盛，有王安憶、許鞍華、黃碧雲、慕容雪村等知名華語作家和電影人，以及葡語系作家 Ondjaki、Francisco José Viegas、Maria do Rosário Pedreira 及 João Botelho 等。可是節目表卻

澳門作家鄧曉炯與澳門大學學生分享寫作心得

圖 / The Script Road | Tatiana Lages



一直偏遲公佈，白艾德解釋：「文學節的策劃和執行團隊很小，而且大部分都是兼職，加上文學節規模愈來愈大，人力資源的安排有一定難度。而所有宣傳品和印刷品都是三種語言（中、葡、英）俱備，我們也不願放棄其中一種語言，因此，所需的時間也變成了三倍。」他補充，明年的目標希望能在二月初對外公佈嘉賓名單及節目表，讓更多人知道和參與這項每年三月舉辦的文學盛事。

在文學節的嘉賓名單中，澳門本地作家的比例卻偏少。澳門作家林玉鳳表示：「文學節主辦方每年都積極邀約本地作家參與，可是由於落實的時間太遲，而澳門沒有全職作家，大家都有正職，太短時間的通知，也就減低了本地作家的參與度。另外，本地華語作家與葡語作家之間多少存在溝通上的隔閡，加上作家之間的交流也需要充足的時間提前閱讀對方的作品。再者，外地作家並不容易認識澳門本土作品，尤其是非華語作家

不懂中文，而本地中文作品缺乏譯本，難以供外語作家閱讀並與本地作家交流。」

不過，澳門文學節一直不忘推廣「書寫澳門」的宗旨。除了邀請一眾華語及葡語作家以澳門為背景或主題進行文學創作外，也致力透過文學節向外推廣本澳作家及其作品。這一屆，主辦單位便為鄧曉炯的作品《刺客》翻譯成三個語言版本，包括英、葡和簡體中文版。一眾海內外作家所書寫澳門的部分文學作品亦結集成《三規》短篇小說詩文集，包括中、葡、英翻譯本。該書除了在澳門發行，也以電子書形式發行，以便讓外地讀者有更多機會接觸澳門文學。

澳門文學節，是全球首個聚集華語與葡語系國家文化藝術工作者的交流盛會。



香港作家黃碧雲的小說《末日酒店》，以澳門為背景，並化身成小劇場在澳門文學節中上演。

圖 / The Script Road | Tatiana Lages



這次文學節首次將兒童讀者納入活動當中。

圖 / The Script Road | Tatiana Lages

電影工業是香港銳意振興的創意產業之一

圖 / SilkTork



## 亞洲各地齊拼文創 GDP

文創產業在許多國家的經濟發展中，已佔非常重要的一席位。這一期，我們會探討南韓、台灣和香港三地的文創產業的經濟貢獻。



流行音樂K-POP正在成為南韓最有實力的創意產業之一

圖 / Eva Rinaldi

南韓已成為亞洲的文化輸出大國，其創意產業的發展模式也爭相被各國研究。根據南韓文化部發佈的《2010文創產業統計》和《2011年第一季文創產業動向分析報告書》的數據顯示，從附加價值率來看，2009年南韓的創意產業中，遊戲比重最高，佔50.89%，表示其收益性最佳，其次是知識資訊、出版和動漫。附加價值率最低的是電影，其次是廣告。但澳門大學社會科學學院助理院長林玉鳳推測：「音樂的排序在未來將因K-POP而有所更動。而在眾多文創產業中，遊戲一直是一枝獨秀；知識資訊與包含電子書的出版和動漫，這些都是與網路資訊、數位等領域相關的產業，可以推知未來文創產業的發展趨勢，將繼續朝網路資訊與數位科技等方向進行。」

在台灣，政府在2009年重新定位「文化創

意產業」為六項關鍵新興產業之一。根據台灣文建會2009年發佈的《創意台灣—文化創意產業發展方案行動計畫98-102年》的數據顯示，2002年台灣文化創意產業營業額為新台幣4,353億元，2007年為6,329億元，增加1,976億元，2002至2007年年平均成長率為7.78%，較台灣同期GDP年平均成長率3.7%為高。在附加價值方面：2002年台灣文化創意產業附加價值為2,311億元，2007年預估為3,354億元，增加1,043億元，2002年至2007年的年平均成長率為7.73%。

至於香港，根據香港政府統計處進行的「經濟活動按年統計調查」的數據顯示，在2010年，文化及創意產業的增加價值較2009年上升22.8%至777億港元。文化及創意產業的增長動力相比同期間名義本地生產總值9.8%的升幅明顯較快。文化及創意產業的增加價值

相對於本地生產總值的百分比由2009年4.1%上升至2010年的4.6%。就長期的發展趨勢來看，文化及創意產業的增加價值在2005年至2010年這段期間的平均每年升幅為8.3%，相對名義本地生產總值在同期4.6%的平均每年升幅明顯較快。文化及創意產業的增加價值相對於本地生產總值的百分比，亦由2005年的3.8%上升至2010年的4.6%，反映文化及創意產業的經濟貢獻不斷提升。

林玉鳳表示：「從以上數據來看，澳門的鄰近地區在文創發展方面取得不錯的成績，顯示了在知識經濟時代，『文化國力』已成為衡量國家競爭力的重要指標，創意產業的商業價值及其塑造國家形象的『軟實力』，在今日日益顯重要。」

## 南韓 2007 年—2009 年文創產業附加價值

(單位：百萬韓元，%)

產業	2007 年			2008 年			2009 年			比重
	賣出額	附加價值	附加價值率	賣出額	附加價值	附加價值率	賣出額	附加價值	附加價值率	
出版	21595539	8949107	41.44%	21052936	8972761	42.62%	20609123	8736207	42.39%	30.6%
漫畫	7616868	282052	37.03%	723286	282600	39.21%	739094	290833	39.36%	1%
遊戲	5143600	2487445	48.36%	5604700	2808000	50.1%	6580600	3348867	50.89%	11.7%
電影	3183301	880819	27.67%	2885572	349442	12.11%	3306672	1087895	32.9%	3.8%
動漫	311166	122506	39.37%	404760	167287	41.33%	418570	175213	41.86%	0.6%
電視	10534374	4267646	40.51%	11685533	3870377	32.57%	12768963	5165349	40.45%	18.1%
影像獨立製作社	-	-	-	727411	295838	40.67%	796175	328343	41.24%	1.1%
廣告	9434625	4002168	42.42%	9311635	4062666	43.63%	9186878	3445079	37.5%	12.1%
角色	5115639	1801217	35.21%	5098713	1956376	38.37%	5358272	2202786	41.11%	7.7%
知識資訊	4297341	1729680	40.25%	4777330	1946438	41.12%	5255185	2237658	42.58%	7.8%
文創內容服務	1679800	642524	38.25%	1866100	731698	39.21%	2036362	802734	39.42%	2.8%
合計	64414776	25952873	40.29%	66012641	26113290	39.56%	6900472	28515387	41.33%	100%

\* 附加價值率 = (附加價值 / 賣出額) x 100%

資料來源：《2010 年文創產業統計》、《2011 年第一季文創產業動向分析報告》(南韓文化部)



台灣十分重視創意產業，許多廢棄設施經改造後變成了創意園區。

圖 / Chongkian

# 文創好日子



## MIFVF2015 · 澳門國際電影及錄像展 2015 — 「澳門製造」

日期：2015年5月12日至5月16日  
時間：不定期  
地點：澳門文化中心  
票務：澳門幣60元

**活動內容：**澳門國際電影及錄像展的「澳門製造」壓軸在5月舉行，放映公開徵集入圍的優秀作品，更會有MIFVF的委約本地作品，合共26齣本地作品，展示本土創作力量，將帶領觀眾來一趟本土深度遊，跟著電影工作者的步伐，一起在我們的城市發掘故事。同期會舉行一系列的工作坊、講座和導演對談等活動，讓眼睛和心靈一同旅行。

主辦單位：澳門文化中心  
網址：[www.ccm.gov.mo/Event.aspx/-1](http://www.ccm.gov.mo/Event.aspx/-1)



## 2015 澳門文化產業論壇

日期：2015年5月17日至2015年5月20日  
地點：澳門科學館  
時間：9:30am  
票務：免費（出席者需事前電郵留位：[mciforum@ccea.org.mo](mailto:mciforum@ccea.org.mo)）

**活動內容：**首屆澳門文化產業論壇將本月下旬在本澳揭幕，主題是「區域協同與平台創新」，邀請了聯合國貿易發展署和來自內地、歐洲及兩岸等多個國家和地區專家學者，多角度探討開發文化資源，澳門自身如何利用得天獨厚的優勢發展文創產業；促進與珠三角地區的文創和藝術表演活動的融合，從而支援創意產業集聚，吸引及培育創意人才。

主辦單位：中華文化交流協會（澳門）、北京大學文化產業研究院



## 第 26 屆澳門藝術節

日期：2015年5月1日至5月31日  
時間：不定期  
地點：不定點  
票務：每場票價不一

**活動內容：**澳門藝術節是每年5月本地的一大藝術盛事，第26屆以「此時·彼語」為主題，寓意藝術節打破既有的藝術界限，讓不同藝術媒介彼此對話，呈現藝術多樣性。設有多場音樂會、舞蹈、劇場、戲曲及展覽節目，務求使每位觀眾都找到合適的藝術空間。此外，不同類型的延伸活動，從講座、演後分享會至工作坊，讓觀眾在欣賞節目之餘，與創作單位及團隊直接互動，了解他們的創作理念，與本屆澳門藝術節主題「此時·彼語」相呼應。

主辦單位：澳門特別行政區政府文化局  
網址：[www.icm.gov.mo/fam/26/cn/](http://www.icm.gov.mo/fam/26/cn/)



## 2015 台北新藝術博覽會

日期：2015年5月8日至5月11日  
時間：12pm至8pm  
（5月10日11am至7pm）  
地點：台北世貿展覽三館  
票務：新台幣100元

**活動內容：**「有藝術·很幸福」是第五屆台北新藝術博覽會的主題，來自全球62國家或地區、278位藝術家，約2,000件展覽作品，6成是藝術界的新面孔，不斷創新令博覽會成為藝術界與收藏家熱烈關注的焦點，去年以93.21%藝術家成交率打破全球藝博會紀錄，歷屆最受矚目、作品秒殺的慈善義賣活動「藝出慈悲」，慈善善款將贈給關懷扶助弱勢兒童與家庭的家扶基金會。

主辦單位：台灣國際當代藝術家協會  
網址：[www.arts.org.tw](http://www.arts.org.tw)



## 法國五月藝術節

日期：2015年5月1日至6月30日  
時間：不定期  
地點：不定點  
票務：每場票價不一

**活動內容：**法國五月2015主題為「源魅法國」，探討16世紀至今500年來，法國文化藝術如何建立獨特魅力，兩個月內超過120個節目。一般人對法國文化的印象是深厚的「古典」味，在「法國五月」，你将感受不斷突破，追求創新技藝、風格與論述的法國。港澳兩地的五月，充滿了法式搖擺誘人的爵士樂、探索生命的雕塑展、叫人稱奇的挖土機舞蹈等，多方位感受不一樣的法國文化。

主辦單位：法國駐香港及澳門總領事館  
網址：[www.frenchmay.com/programmes/event.aspx?name=Roots](http://www.frenchmay.com/programmes/event.aspx?name=Roots)



## 阿爾卑斯皇冠：列支敦士登秘藏瑰寶展

日期：2015年4月17日至8月31日  
時間：9am至5pm  
地點：台灣國立故宮博物院圖書文獻大樓一樓  
票務：新台幣250元  
（8月30日前預售票為160元）

**活動內容：**列支敦士登皇室是歐洲最古老的皇族之一，於1719年建國，在瑞士與奧地利兩國間的歐洲內陸小國，她是聯合國快樂指數排名全球第八的國家，並以「郵票王國」聞名。展覽獨家展出王室百餘件藝術精品，有「文藝復興三傑」的拉斐爾（Raphael）、巴洛克藝術巨匠魯本斯（Peter Paul Rubens）等大師傑作。精美收藏，猶如一部精彩的西洋藝術史。

主辦單位：台灣國立故宮博物院  
網址：[www.npm.gov.tw](http://www.npm.gov.tw)



## 2015 北藝大夏日學校

日期：2015年7月3日至7月12日  
（報名期：即日起至2015年5月31日）  
地點：台北藝術大學  
費用：新台幣18,800元至32,000元  
（按課程項目收費）

**活動內容：**臨近暑假夏令營選擇琳瑯滿目，音樂夏令營會否更吸引你呢？台北藝術大學特別開辦精彩而充實的遊學行程「台北藝術大學夏日學校 TNUA Summer School 2015」，對象是14至21歲的青少年學子，十天九夜的課程由校方的美術系、戲劇系、舞蹈系、傳統音樂系、新媒系、電影系及動畫系專業師資親自帶領學員開展專業藝術創作；學員住宿於風光明媚的校園，充滿美感體驗。

主辦單位：台北藝術大學  
網址：[aaa.tnua.edu.tw/class/p2.aspx?tid=39](http://aaa.tnua.edu.tw/class/p2.aspx?tid=39)



## 2015 第 11 屆中國（深圳）國際文化產業博覽交易會

日期：2015年5月14日至5月18日  
地點：深圳會展中心  
票務：免費（需在展會場外申請入場證）

**活動內容：**深圳文博會是內地國家級、國際化和綜合性的文化產業博覽交易會，涉及家具、手工藝、花卉、書畫等不同種類的藝術品或文創產品。港澳台地區的官方及民間組織亦有率團參與，透過交易會促進兩岸四地文創交流合作，創造龐大商機。

主辦單位：國家文化部、商務部、廣電總局、新聞出版總署、中國國際貿易促進委員會、廣東省人民政府及深圳市政府  
網址：[www.cnicif.com](http://www.cnicif.com)



## 澳門版畫三年展

徵件日期：2015年6月1日至6月30日  
展覽日期：2015年11月29日至2016年2月14日  
地點：澳門藝術博物館

**活動內容：**第二屆澳門版畫三年展，即日起向全球徵集作品，不限版種及製版技法，今屆再度由本澳資深版畫家王禎寶統籌，務求建立更完善的版畫交流平台，而金獎作品金額更特別提高至澳門幣25萬元，期望進一步鼓勵及吸引全球優秀作品參選。

主辦單位：澳門特別行政區政府文化局  
網址：[www.triennialmacau.com/](http://www.triennialmacau.com/)



## 南灣 C-Shop 文創地圖主題店開業

日期：2015年5月5日起  
時間：11am至8pm  
地點：澳門蘇亞利士博士大馬路

**活動內容：**文化局於南灣 C-Shop 開設以《澳門文創地圖》為主題的展銷店，展示及銷售逾百種入錄地圖之文創單位提供的本澳原創紀念品、服飾、家品、書籍、視覺藝術及本地藝文活動周邊產品等，同時設有藝文活動售票點，為入錄地圖的文創空間的展覽或演出等活動提供售票平台。

主辦單位：澳門特別行政區政府文化局  
網址：[www.facebook.com/MacaoCreativePavilion](http://www.facebook.com/MacaoCreativePavilion)



## 文 / 梁倩瑜

生於澳門，2014年獲香港浸會大學視覺藝術（藝術與文化）碩士學位。曾任2012及2013年台北藝穗節、香港藝穗民化節、澳門藝術節及澳門城市藝穗節藝評小組成員。

# 從創作人到藝評人

不久前，我遇見一個本地劇團道具製作的朋友，她問我有沒有看某齣本地劇場，她覺得上演後沒有聽到評論，如此靜局好奇怪。

靜局，她的用詞令我想到，一個欲求進步的藝術團體，其實很需要一些聲音。在藝術發展成熟的地方，評論者是不可或缺的角色，甚至能成為職業。評論人除了為藝術作品提供意見外，也增加了作品的曝光率及議題性。澳門因演出規模及次數的限制，劇評未必能起到增加票房的作用，而本地文章現在仍然集中在藝術性的評論為主，評論者也是業餘性質，甚至身兼多職。

創作與評論的出發點並不相同，我在參與澳門劇場文化學會的四年劇評計劃裡，參加了不少邀請華文地區的藝評人在澳門舉行的工作坊，也參與了本地及香港、台灣的藝評活動，從不同角度了解各地藝術評論的現況，也從中知道自己的角色。作為文學及視覺藝術創作人，開初我對劇場運作的認識也很缺乏，但也能夠較明白創作者面對的境況，好幾次觀看石頭公社的排練及演出，她們投入的樣子也使我很感動，但後來也必須面對另一個身份——作為藝評人的孤獨，燈下還需要客觀地寫下評論。同時，評論人的文章一出，責任也需負上，也要面臨評論被評論。但能引發不同意見的火花，對於分析一個作品尤其重要，對於帶動整個藝術氛圍的發展也是必要的。

如果主辦單位能重視藝評人的角色，這甚至能成為宣傳藝術作品的一環。雖然澳門官方主辦的活動如澳門藝術節及澳門城市藝穗節，均設有藝評人活動，但網上的更新及推廣也需由民間承辦單位負責，官方的投入程度和更新速度常常未如理想。這方面，可以參考台北藝穗節的做法。2012及2013年，我以「海外藝評人」的身份參與了台北藝穗節，在他們的官方網站裡，有一個為藝評人特設的專區，各地藝評人需於觀看節目後24小時內向主辦單位遞交短評及評分，主辦單位也會以最快的速度在網上更新，有時在晚上9時左右遞交短評，工作人員也會即時以親切的語氣回覆。所以在演出的第二天，就可以在網站以節目或作者分類的形式，看到每個演出的短評及評分。

從藝評活動中可觀察到，儘管有不少本地年輕藝評人曾發表評論，但因工作的關係，並不能保證有穩定的發表數量及質量。以我來說，雖然也明白藝評的重要，可是也常因不同類型的工作及創作而影響到參與的程度，而且藝評人往往既為節目的創作者或組織者，也難以處於一個相對獨立的角色。對於劇評活動的主辦方而言，這是計劃延續所面臨的困境，既希望評論者積累經驗，也需要新血的加入，同時也需要整個藝術圈的配合及回應，這種互動關係，需給予更多的重視。



## 文 / 林子恩

澳門佳作創辦人，在加拿大和澳門擁有逾30年的廣告及平面設計經驗，多年來致力實踐「從平凡創經典」的理念。

# 文創路上的阿里巴巴

2015年央視春晚，人們把目光落在微信「搖紅包」的新領域中，這個舉動是令中國央行也汗顏的，支付寶的優勢已受到威脅，他們要想辦法迎戰這個互聯互砌的市場，如不提升競爭力，很快就連淘寶以至阿里巴巴都會落伍。互聯網已經開始顛覆傳統產業，因此文創企業不能不考慮互聯網的影響。

## 市場推廣決定成敗

澳門文創的現況是人材缺乏、資源緊絀，有潛質的文創工作者只能單打獨鬥，沒有足夠的資金與營銷通路，使本來具有潛力的創意無法面對市場，在產業化前已奄奄一息，甚至胎死腹中。

文創發展單靠資金是行不通的，因為資金救不了過時的點子。政府在這方面的工作將會面臨一個極大考驗，因為每一個資助項目的成效如何，都是值得商榷的。很多時創意項目的成敗取決於市場的推廣方式，這是營運者的工作，並非政府的工作。政府要去挑選一些有長遠計劃的項目，這些被資助的項目要對產業化有正面幫助。澳門人愈來愈多抱怨，政府要再花幾多錢才能達到文創產業化的目標？正因為政府不應是市場的參與者，所以必須由市場及業界去完善計劃。我建議由多個不同的發展項目統一推動一個共同的核心價值，定能更勝一籌。

市場是殘酷的，只有優良產品才能站穩陣腳，澳門除了政府資金充裕之外，民間的實力仍然薄弱。感性地說，澳門資源應該留給澳門人，但理性來說，做生意要將眼光放得更遠，賭權開放後的澳門不就證明了這一點嗎？今天我們更有條件打造世界旅遊休閒中心，這就是良性競爭的好例子，市場是競技場，不能感情用事，

更不能守株待兔。

## 政府帶頭以身作則

政府如果要做好創意產業，首先要用行動支持及尊重業界，比如說，將設計的投標工作重新規劃。筆者作為設計公司的負責人，我極反對以免費提供設計稿作為參與投標的條件。設計是創作人的生財工具及尊嚴，現卻被這些行政方式推毀。

政府的標書通常要求投標時要提交最少三份設計稿，即每份設計只得三分一機會中標，其他兩份都是白做，好的設計往往因預算較高而輸掉投標，是何等荒謬之事！我們希望政府能夠列明預算上限，給投標者最基本的創作成本，讓參與者可自行決定是否值得投資時間，此舉才能真正將審批標準回歸到創作上。現在很多企業都是採用政府的模式，正是政府帶頭「做爛市」，令創作人用價錢互相踐踏，而不是用創意互相較量。

## 打造澳門的「文創阿里巴巴」

我們需要一個9.0版本的文創平台，由政府牽頭創建全新的文創商業網站，打造澳門的「文創阿里巴巴」，解決諸如跨境支付、電子銀行、網店執照、郵寄運費及稅務制度等技術障礙，由政府向全世界推廣這個平台，將文化展演、藝術收藏、創意設計及動漫影視的創意人才全面吸納在此，向世界送出一張張澳門的創意名片！

最後，我認為政府要全面發展文化普及教育，同時集中火力找出優秀人才或企業作為重點支援，因為只有「超班」的文創產品才能賣錢，才能打動觀眾開拓市場。



## 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。

## 澳門的電影土壤

關於澳門的電影發展，我認為可以分為三個部分。

一是電影的生產，這可以分為「商業性的電影生產」和「非商業的電影生產」。或許澳門要發展出一般定義的「商業電影」很難，但我們仍可朝這個方向邁進，這裡的「商業性」是指貼近大眾口味的電影、90分鐘長度、以公開售票形式上映的作品。「非商業性」是指相對個人化的作品，以「微電影」為代表。

二是電影的推廣，可分為「引進外地的多元電影」及「推廣澳門電影到外地」兩個部分。引進外地的非主流、非商業、「類藝術」電影，絕對有助擴大澳門本土觀眾的經驗，讓大眾在商業院線之外，有更多元的電影選擇，這有助澳門建構成為電影城市的願景。

另一方面，澳門的電影作品亦有必要走出澳門，讓外地人有機會了解澳門的生活文化，雖然目前的澳門電影未必可在外地的商業院線上映，但至少可以在其他領域播放，增進文化上的交流。

三是電影的教育，可分為「專業的電影教育」和「通識的電影教育」。前者是指大專院校的電影教育，對電影藝術作全面的專業教育，除了導演、演員、技術方面的教育之外，在編劇、發行、行銷、影展策劃、電影理論研究等的專業教育亦很重要。雖然目前澳門未能將單一項目成為行業，例如電影編劇在澳門未必能成為一個可糊口的工作，但讓大專學生在專業領域裡有廣泛的認識亦很重要。

通識的電影教育是指在中小學推廣電影教育，以電影媒體作為工具，擴闊中小學生的視野、增加對世界不同議題的興趣和判斷能力，透過電影了解人類的生存處境、體會人類共通的情感、幫助學生建構價值觀和世界觀。

雖然澳門目前尚未發展出具規模的電影業，但我們已經踏出了第一步，在初始階段就必需要建構起一個較為健康的電影環境，這對澳門電影往後的發展至關重要，這其中就需要結合三類人：電影製作人、電影研究者、電影觀眾。把三者緊緊拉在一起，這樣才有機會形成健全的電影生態環境。例如：當電影創作人製作了一個作品，如果本地觀眾不聞不問；電影評論或研究者都對本土電影毫無興趣，也無法從本土電影作品挖掘出文化價值，澳門的電影將無法健全地走下去。所謂「健全」是指本土電影除了擁有商業（娛樂）價值之外，還要有文化性和歷史性，能帶給人們啟發和反思。創作人、研究者和觀眾三者的有機結合就成為了有利本土電影發展的土壤，這樣才能種植出多元、創新又有內涵的電影品種。

政府對本土電影的支持比起十年前增加了許多，大眾對本土電影的關注也提高了不少，創作人不論在產量或質量都有所進步，但本澳仍然缺乏電影研究的專才，為本土作品賦予更深層的意義和價值，目前還無法為後人打開研究澳門電影歷史的大門。可知道一個全面的電影研究，能為後來的電影創作人提供參考、擴闊創作維度。後來的創作人知道了前人的創作脈絡，就會更明白未來的創作路要如何走下去，也不會一直重覆前人的錯誤。



## 文 / 李峻一

港澳著名作曲填詞人，曲詞雙修，作品超過300首，白羊座，為人坦白，有碗話碗，有碟話碟。

## 創作的靈感與學習

許多人問，音樂創作能不能教？當然能，筆者十年前已在香港教授流行音樂創作，最初在尖沙咀星光行，後來到伯樂音樂學院，教授作曲及填詞課程，在香港教學薪酬高，但舟車勞頓，而且扣除乘車搭船，一天時間已所餘無幾。今年開始也在澳門教授流行音樂創作，一來一回就輕鬆得多了。要報讀及學習此類課程（就以作曲課作例子好了），需有以下幾個準備：

- 一、需要有一定的樂理基礎，大概是皇家音樂學院五級左右。
- 二、起碼能演奏一種樂器，以鋼琴為最佳。
- 三、作曲的時候，別害羞；大部份學生都喜用樂器去創作，但我認為更好的創作工具，是自己的聲音，但許多學生都不願以哼唱方式創作，亞洲人的個性就是怕難為情。
- 四、能以開闊的心胸，聆聽大量不同類型的作品，否則譜寫的音樂類型會很狹窄。
- 五、要肯嘗試創作，真的，有些學生會津津有味地抄寫筆記，卻不願意親自去動手創作，這大概又是港澳填鴨式教育所造成的惡果。
- 六、擁有一部電腦，配備音樂軟件。

具備以上六點，大概你就可以報名上課了。有些人會有疑問，創作技巧是否一件無法傳授的事？有此懷疑，是由於我們看了太多關於

天才的小說和電影了，以為一切藝術家都是「天擇之人」；看過周星馳的《唐伯虎點秋香》，就以為一切名詩絕句，於才子而言都是不加思索就能出口成章；看過《莫札特傳》，就以為只要是天才，不用努力、隨手揮灑就可寫出傳世之作，似乎所謂創作才華是全天賜，無法學習也無法傳授，這其實是對創作非常大的誤解。當然，也確實有些藝術家沒受過專業培訓，也能創作出好作品，但這畢竟是少數，有讀過始終比沒讀過好，有讀過有學過，基礎較好，底子較厚，你的創作生命就會長久一些、穩固一些，重點是：沒有人能單靠靈感做一世創作的。

做創作行業，其實跟許多其他行業一樣，需要專業技能、豐富學識、還要努力不懈。不要神化創作行業，沒有天神以靈感之箭去刺激我們的腦袋，也沒有人可以無師自通、憑空創作一種前所未見的藝術品出來。大部分時候，我們都在學習及分析前人作品，加以改良或重組，尤其在創作生命的早期更是如此。莫札特的早期作品深受海頓影響，貝多芬早期的作品又深受莫札特影響，好的創作，許多時是在無數次嘗試、模仿、實踐、失敗之後，慢慢摸索出來的。曾認識幾位創作人，經常揚言要到外地旅行找尋創作靈感，但最後旅行是去了，創作則不見得增加。筆者愚見，與其出外地找尋靈感，不如在鋼琴前、書桌前埋頭苦幹、拼命學習，分析一下大師們的作品，又或者找個創作課程去讀，才是提升創作能力的有效方法，當然，這種方法不及出外旅行找靈感「有型」就是了。



## 文 / 呂珠玲

香港資深時事記者，熱愛旅遊，沉溺文字。

# 酒吧學堂

不久前的一個星期二，中環的71吧觥籌交錯，眾人目光聚焦在一位大學學者身上。香港中文大學新聞與傳播學院助理教授徐洛文正在演講「垂死的互聯網」，由巴黎的文化沙龍時代的第三空間講到互聯網的監視操控。聽眾點了一杯啤酒，有時提出一個問題，然後大家討論一番。

同一晚同一時間，浸會大學宗教及哲學系高級講師陳士齊也在上環 Room Bar 摸着酒杯，談起他鑽研多年的中西文化交匯課題。這個晚上，有十位大學學者在香港不同的酒吧邊飲酒邊演說，這個活動叫 Raising the Bar，源於美國紐約一群知識分子的創新意念。

大學一直被視為象牙塔，有人覺得知識反而製造社會階級，令經濟分歧更大，其實一直有學者主張把知識融入社區。哥倫比亞大學、紐約大學曾經為社區提供免費學堂，但要平凡子弟踏進最高學府也非易事，是自卑感作祟也好，是大學建築拒人千里也好，總之象牙塔仍然是象牙塔，跟民間有十萬八千里的距離。

於是一班經濟學家、作家、銀行家、演員和醫生發起 Raising the Bar 這個酒吧學堂，旨在將大學學者的智慧帶入社區，把高高在上的教育變成與眾同樂的流行文化，連原本深奧的學術題目也變得較生活化，主題由解剖學、葡萄牙怨曲、北韓問題等，應有盡有，每次活動40分鐘。酒吧的特色是有傾有講，因此觀眾可以隨便發問，隨便切磋。

Raising The Bar由美國哥倫比亞大學和紐約大學贊助，參加的人需要訂座，但分文不收，到時只需支付酒錢即可。去年四月，他們在一晚於紐約50間酒吧舉行了50個講座，觀眾共計6,000人，地點由最高級的酒窖到最地道的酒吧均有，並獲時尚雜誌《Time Out New York》贊助。

如今Raising The Bar已由紐約擴展至三藩市、香港和悉尼，組織者希望將來有天擴展到波士頓和倫敦，甚至在地鐵車廂舉辦游擊學堂，又想將酒吧變成學術工作坊，甚至讓這些酒吧學堂申請研究經費。

西方社會近年樂於在酒吧或咖啡館作學術交流，例如倫敦The Troubadour酒吧因為以詩會友而著名，在這兒會舉辦寫詩、讀詩和辯論會。倫敦大學學院跟Bright Club合作，由酒吧對研究員進行表演培訓，要他們在台上以生動幽默的方法演繹自己的學術研究結果，後來甚至在自然歷史博物館公諸同好，由此吸引更多人追求大專教育。英國科學協會也成立了SciBar，顧名思義就是在酒吧裡的科學學堂，讓大家在啤酒杯上交流科學研究。

其實香港以酒吧夜場舉辦學術分享也非沒有，但也只在一年一度的香港國際文學節，讓大名鼎鼎的外國作家在中環酒吧分享寫作心得，但始終無法成為恆常每周或每月一次的活動，更遑論成為香港人的生活方式。



## 文 / 葉孝忠

前《孤獨星球》中國專案組出版人，曾出版多本旅遊及設計書籍，包括《慢行。不丹》和《緬甸。逆旅行》等。

# 風格上海

記得十幾年前抵達上海的時候，上海人是不怎麼談設計的，但其實這座曾經被譽為遠東最繁華的城市，早在1930年代就引領了亞洲的設計潮流，當時的華美大樓展示著最新的世界潮流，近年來備受上海人追捧的烏達克在上海設計了不少具有現代主義風格的大樓，而年少的貝聿銘就是因為被國際大廈的設計所震撼，而決定要當建築師。我們熟悉的張愛玲不也是服裝設計師嗎？她就經常自己畫草圖，找布料，讓裁縫師為她縫製一套套只有她的氣質和才氣才撐得起的奇裝異服。

上海沉寂了大半個世紀，再次醒來，已經滿身塵埃，但畢竟是有底子的城市，很快的，這座城市又重演她最擅長的國際化角色。愛好設計的旅行者，肯定可以在上海得到滿足。

三月時返滬，朋友們都建議我到龍美術館（西岸館）逛逛。美術館的位置十分討好，位於黃浦江徐匯區的濱江公園內。悠悠綠意，汨汨流水，過去我經常在這裡跑步，因為難得在大上海能找到一個少人的地方。

龍美術館由富有爭議的中國富豪和收藏家劉益謙、王薇兩夫婦出資建造，館內擺滿了他們多年來收藏的中國當代藝術品，因此你能在館內看到現今中國叫價最高的藝術家的真跡。美術館由當今中國炙手可熱的大舍建築設計事務所操刀，建築師保留了園區內一條長約100米，當年用來運輸煤炭的粗獷建築物，加蓋的新建築物也採用

了大量赤裸裸的清水泥，呼應了工業遺產的設計主題。離這裡不遠的余德耀美術館也開張不久，余是印尼富商，透明輕盈的美術館擺放了他在世界各地收藏的當代藝術，眼尖的人會認出這簡約的盒子是日本著名建築師藤本壯介的作品。

市中心的靜安區，靠近張愛玲故居的地段，因為嘉里中心的落成，現在已經成了上海人潮的聚集地，香格里拉酒店的Calypso餐館供應地道的地中海菜，但餐館的設計肯定也令人過目不忘。東方木建築的結構，棟樑其實都是包裹着竹子外衣的建材，還採用了不少竹編的裝飾細節，十足江南的手藝。外牆和屋頂都採用了大量的玻璃，讓這建築更為通透和輕盈，天氣好的日子，所有的窗戶和屋頂都能打開，模糊了室外和室內的界限，夜晚亮燈時，它就像一個珠寶盒，靜靜發光，這是去年獲得普里茲克建築獎的日本建築大師坂茂所設計。

除了大師級的設計之外，上海的本土設計也呈現了生機勃勃的氣象，熱愛打扮也願意消費的上海人，自然是上海設計師的靈感和養分，我蠻喜歡城市山民的設計，樸素而飄逸，老闆是我在上海認識多年的朋友，經常到全國各地尋找獨特的布料和設計靈感，創作出具有隱約東方情調的服飾，另一個在商業上獲得更大成功的是王一揚打理的時裝品牌素然，已經能在上海和北京的購物中心內找到其連鎖店，他的作品重視剪裁，能不張揚的穿出張揚的氣息，這兩個上海設計師的作品一點都不浮誇，講究真材實料，在現在的中國實屬難得。



## 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》。

# 日本的小雜誌

カゲ書房是我在京都留學時最愛逛的書店之一，那時雜貨與唱片的區域並沒有特別吸引我，倒是近出入口的幾排書架，放了滿滿的日本國內雜誌，最教人流連忘返。

於香港時即使讀不懂日文，我仍愛看日本雜誌。自問對日本雜誌也所知甚豐，但在カゲ書房或是惠文社時才知道自己是井底之蛙。日本國內不少獨立雜誌，薄薄的一本，才數十頁的內容，通常只有A5大小，騎馬釘的裝幀，除了在這些獨立書店之內，似乎就很難找到了。

其中一本最廣為人知的，是由插畫家大橋步出版的《Arne》，在2009年已經停刊了。大橋步於2002年創辦《Arne》時也62歲了，那時她一心想找些藉口跟自己崇拜的人見面，於是決定獨資出版一本季刊。在創刊時，她就聲明只會出版30期。設定時限，是因為自己想做的還有很多，不想投放過多的精力與時間在同一件事上，適時放手，才有餘裕迎接生命中更多轉變與新事。

從一開始，《Arne》的攝影、排版等都是大橋步自己獨力負責。雖然擁有一雙繪畫巧手，然而對攝影卻非常陌生，於創刊時，她會見了設計大師柳宗理，拿的是一台小巧的傻瓜機，很不專業，但拍出來的照片反而有種從個人視點出發的親切感。雜誌還有談日常飲食與穿衣配搭的欄目，當然不是跟讀者討論時下流行，或是最近開張的餐廳，而是單純地講講自己喜歡的「衣服」——我用「衣服」，而不用「時裝」。比起款式設計，雜誌更強調衣服的材质及穿在身

上的感覺，很樸實，即使是COMME des GARÇONS的出品，也沒有凸顯品牌的意圖。大橋步後來還出版《大人のおしゃれ》（大人的時尚）雜誌，也針對50歲以上的人，推出了自己的服飾品牌，從一本小小的雜誌開始慢慢走出另一條道路來。

另一本我很喜歡的小雜誌是《Salvia》，一本只有32頁的手工藝雜誌。主編及創辦人Yurio Seki原職廣告創作，後來因為工作太繁重搞壞了身體，決定放棄穩定收入來換取休息時間，也專注於自己喜歡的事情。在那段休養期間，她繪畫了不少插畫，加上自小對手工藝感興趣，順理成章地創立了自己的工藝品品牌，並以自己繪畫的圖案作為品牌特色。Yurio Seki於2001年創立品牌「Salvia」，與日本的工藝師合作推出各種各樣的生活用品及衣飾。為此，她經常與工藝師接觸，到工場參觀，學習不同的工藝製作。看似平平無奇的材料在經過工藝師的手後，成為一件件賞心悅目的作品，這過程為她帶來的感動，並不是只看成品時可以感受到的，於是，她決定出版一本小巧的雜誌，篇幅不用多，足夠把這感動的過程記錄下來就好。這就是同名季刊《Salvia》於2006年時誕生的原因。

常聽說傳統的印刷媒體雜誌已死，將被網路媒體取代。不過看到這些小雜誌，要不是被印刷在紙上實難以感受其溫度。雜誌該不會死去的，特別是這些忠誠地面向創作者內心的雜誌，總有其生存的方式。

