



C<sup>2</sup>



文 創 誌  
#29 /2018 10

本 澳「初 創」



如 何  
立 足



【 文 創 放 大 鏡 】

奧彼達——融合多元澳門  
元素的鐘錶品牌

【 品 牌 故 事 】

Cliffs Studio——用作品證明  
實力的3D多媒體製作新力軍

【 走 過 文 創 大 地 】

Walk in Hong Kong 導賞團  
——展現城市文化趣味



文 創 誌  
#29 /2018 10

編輯

《C<sup>2</sup>文創誌》編輯委員會

電郵

c2magazine.macau@gmail.com

製作

讀娛樂製作有限公司

出版

澳門特別行政區政府文化局

本刊發表的文章觀點及內容屬於作者及受訪者的意見，並不代表澳門特別行政區政府文化局的立場。

## 編者語

澳門文化創意產業發展迅速，各界對文創領域所投放的資源亦有所增加，為本地文創市場造就了良好的創業環境及基礎。因此，文創領域的初創企業如雨後春筍般冒起，本期「文創焦點」專訪微辣、加路雞及 Barra Studio三間初創公司的幾位負責人，分享他們的創業之道，同時探討本地初創企業立足市場的經驗。

澳門國際品牌名店琳瑯滿目，但能彰顯本土特色的品牌卻不多。「文創放大鏡」邀請鐘錶新秀奧彼達創辦人司徒作存，解讀如何打造一款充滿澳門元素的本土鐘錶品牌；近年不少3D多媒體製作新力軍突起，Cliffs Studio是當中的代表，成立短短三年，不僅得到客戶青睞，還獲得多個設計獎項認可，創始人張智斌將在「品牌故事」介紹品牌的發展歷程；「活現香港」(Walk in Hong Kong)為旅客提供深入探索香港文化的導賞服務，經營者陳智遠與鄧彥心將現身「走過文創大地」，分享組織此類文化活動的看法。

七位海內外專欄作者繼續於今期「文創博客」撰文，分享他們對文創發展的精彩發現和獨特見解。

《C<sup>2</sup>文創誌》編輯委員會

## 目錄

02

### 文創焦點

本澳「初創」如何立足？

16

### 文創放大鏡

奧彼達——融合多元澳門元素的鐘錶品牌

20

### 品牌故事

Cliffs Studio——用作品證明實力的3D多媒體製作新力軍

24

### 走過文創大地

Walk in Hong Kong 導賞團——展現城市文化趣味

28

### 文創好日子

30

### 文創博客

盧子英——夏日炎炎，動畫精選

徐欣羨——淺談電影監製工作

林小雯——被淹沒的時代——紐約藝術速寫

袁紹珊——厭世、喪、毒雞湯：另類的療癒式創作

林琪香——小出版與小書店

葉孝忠——老北京的新面貌

譚智泉——「手談」在台北藝術節



本澳「初創」

## 如何立足？

近年，本澳文創領域的初創企業如雨後春筍般冒起，當中不乏優秀的案例。本期《C<sup>2</sup>文創誌》邀請到微辣、加路雞及Barra Studio三間本土初創文產企業負責人分享經驗，看看他們如何立足市場，在澳門闖出自己的一片天。

文 / Hazel Ma  
圖 / Wong Chi Kin、黃建平及受訪者提供

### 公司小檔案

成立年份：2013年 | 公司員工數目：逾80人 | 創業資金：\$5,000

業務範圍：廣告製作及推廣、藝人管理、文化展演、活動策劃、創意產品等；

網址：weilamanner.com

# 微 辣

## 發展多元業務，打造全面娛樂品牌



• 微辣創辦人陸志豪

「微辣」透過影音作品，通過各大網絡平台，以搞笑風格致力為觀眾創造最有趣的娛樂體驗。在澳門土生土長的創辦人陸志豪（綽號「六毫子」）透露，微辣現已在香港成立公司，港澳兩地的團隊規模現超過100人。他認為未來廣告生意，將集中於Google和Facebook等互聯網大平台身上，因此他們不可能只靠廣告獲利，需要開拓更多的營利模式，把網上的點擊率變成利潤。

## 變現網上點擊率

廣告是大多媒體的核心業務，然而，微辣的業務範圍已不限於製作廣告，而是將業務進行多元化延伸，尤其是線下的業務，比如零售業、餐飲業等較大眾化的商業方向，跟不同的品牌進行跨界合作，囊括手信、食品零售，餐飲等等，緊貼大眾化需求。六毫子正籌備建立屬於微辣的火鍋店、便利店、速剪店等。

同時，微辣抓緊網紅經濟的機遇，全力打造旗下藝人的網紅實體店。六毫子表示：「根據不同藝人的個人發展特點，開設不同類型的網紅店，例如公司藝人Tina給大家很喜歡吃的印象，將會善用她作為吃貨的知名度做生招牌，打造相應的餐飲品牌，將微辣特色滲透至不同行業。」現在，微辣把自己定位成內容的生產公司，希望把內容延伸，孵化更多角色和身份，逐步把數十萬的粉絲及點擊量逐漸轉化為廣告以外的收益，成為一個多元化的本土娛樂品牌。

## 嶄新管理模式

作為初創企業，六毫子認為管理是最大難題，為此微辣簡化整個公司架構，即使業務眾多也能易於溝通管理。此外，微辣大多藝人及員工包括創辦人都是年輕新生代，因此公司主要採用的是無為而治，汰弱留強的方針。他認為現今社會，機會俯拾皆是，最重要的是大家能夠找到自己的價值。六毫子坦言：「有人的地方就有問題，只可說世界很簡單，人類太複雜。我希望讓他們聚集在微辣，不是靠命令，是夢想和價值觀。」他更引述前新加坡總理李光耀的說法：「管理就像放風箏一樣，有時候是要放手。」





### 與 藝 人 合 理 的 利 潤 分 配

六毫子挑選人才，自有其一套方法。他說跟人接觸，便可以了解他是否具有幽默的特質：「搞笑是天生的，又或是你的人生當中經過了一些事情而令你有所啟發。甚麼是搞笑？其實就是無厘頭，不斷用另一角度去看事情，不正常的做事。」

微辣現時和藝人以合約形式或時薪合作，合約藝人每月有保證金作為底薪，確保其基本生活需要，每個工作會有佣金，利潤以五五分成，相較於一些規模較大的公司，剛入職的藝人一般只能以九一分賬，算是十分慷慨。六毫子認為，當藝人得到更多，才會有前進的動力，可以共同進步發展。

### 政 府 支 援 發 揮 作 用

即使微辣在文創市場發展漸趨成熟，現在每月亦面對龐大支出，尤其是高昂的香港人力資源成本。六毫子認為澳門政府對初創企業的支援不錯，有中小企貸款、文化產業基金、科技發展基金等，適合不同需要。他表示，澳門市場小，主流大企業大多會選擇來自香港或台灣的文創商品和服務，因此，這些支援確實能令他們在起始階段發揮作用，加速企業成長。

六毫子坦言他們獲得不少文產基金的資助，因此他們也必須努力爭取成績。他認為在僅有免費網絡平台的情況下，他們的團隊即使與港澳粵語的短視頻比較也算不錯，曾獲得「今日頭條」頒發的「金秒獎」。今天，他們處於本地行內領導地位，也總算問心無愧。



• 微辣旗下擁有多位網紅IP



• 公司發展多元線下業務



### 公司小檔案

成立年份：2013年 | 公司員工數目：三人 | 創業資金：\$5,000

業務範圍：文化產品設計、活動策劃、會展服務；

網址：www.facebook.com/galosorsorsorte

# 加路雞

## 原創吉祥物，以嘉年華活動增強影響力



• 加路雞創辦人關維利

加路 (Galo)，是葡文中公雞的意思。而代表澳葡文化的旅遊吉祥物加路雞，是由澳門年輕設計師 Wesley (關維利) 以中葡文化為基礎，結合本地元素而創作。過往 Wesley 曾舉辦過作品展，以及藉由此吉祥物推廣大小不同的活動。

近一年更是十分活躍，推出了數個主題嘉年華，是本地原創吉祥物的代表作。

• 加路雞參與主題嘉年華活動



### 踏上創業之路

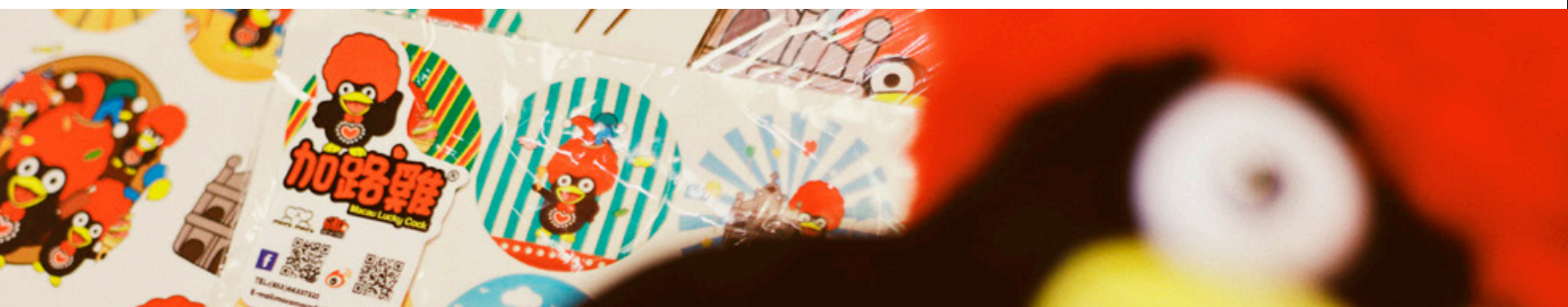
Wesley 在 20 歲時常參加銷售課程，了解到版權可以創造收入，因而萌生了創業的念頭。從入讀澳門理工學院修讀設計前的一年起，他每年都創作嶄新的創意商品，經營本地年宵花市，甚至進駐香港年宵市場，在馬年更吸引了香港特首林鄭月娥光顧。

近年文創產業興起，Wesley 亦因勢利導，希望創造代表澳門的吉祥物，並以此建立長期品牌。五年前，他在紀念品店看到葡國雞，便認為它最能代表中葡文化和歷史，因此便以此為基礎創造加路雞，並改良發展至今。

### 無懼帳面虧損

展覽是創意企業以較低成本推銷商品的方式。Wesley 起初憑藉政府向會展公司的資助，從藝術展到玩樂達人展，幾乎參加了所有展覽活動。現在，他漸漸學會了更有效地運用資源，只挑選人流較旺的展覽參與，並開始設計遊戲，以獎品形式送出吉祥物，加深品牌形象並提高其地位。

隨着參展機會增加，Wesley 建立了他的人際網絡，舉辦更多大型活動，例如與漁人碼頭美食展合作，於羅馬廣場設 25 個加路雞遊戲攤位，提供充氣城堡予小朋友玩樂。雖然未必每宗展覽或嘉年華活動都能賺取利潤，但 Wesley 更看重品牌價值的提升，因此即使是帳面虧損的交易，他也樂意用心做好。





## 雞 覓 場 地 與 人 才

品牌現時尚未達到收支平衡，而舉辦主題派對、出租充氣加路雞品牌的城堡等遊戲設備，是加路雞品牌的營收主要來源。加路雞的派對需求頗大，亦有助顧客認識品牌，如即將在10月舉行加路雞的私人兒童派對，預計共有百多人參加，規模十足。

遊樂園需要大型場地舉辦活動，可惜澳門潛在地點較少，只有漁人碼頭、旅遊塔前地等。Wesley認為與其他公共場地合作較為困難：「政府的公共場地的申請難度較高，所以我們仍未嘗試接洽，而大型度假村酒店則較屬意國際大型品牌。」因此，每年只有一至兩次舉辦大型活動的機會。此外，人力資源對加路雞而言也是一大困難。在澳門擅長動畫、具經驗且又了解卡通的人才極少，而他們的薪資負擔對初創企業來說也相當高。



• 充滿中葡文化特色的加路雞公仔

## 整 合 銷 售 通 路

除活動外，Wesley亦以加路雞元素創作產品，如貼紙、拼圖、文具及行李箱都是漁人碼頭第一屆加路雞遊樂園的活動獎品。未來他希望多創作生活用品，增強品牌的影響力。然而品質控制本身，卻成了加路雞所面臨的挑戰：「我們生產的量太少，大多數內地廠商都拒絕我們的訂單，價格亦高。即使如此，批量生產時1,000隻公仔中只有600隻品質較好。因此我們甚至要考慮廠商的狀況，採用刺繡等降低工序難度，減少錯誤機會，亦必須專程找內地同事檢查品質。」

零售商目前對品牌並不了解，因此較少向加路雞直接進貨。商品較多是在書店、精品店及書報攤等寄賣抽成。對此，Wesley希望開拓更多銷售渠道，於遊客區加設貨架，令加路雞產品陳列更有系統，並與手信店合作推出產品，乃至最終開設本土專門店：「經營專門店是我的夢想，但考慮到舖租及品牌知名度，現在尚未是合適時機。」他認為卡通非生活必需品，對經營者來說有存貨風險，必須先讓市場認識，細心經營為上。



• 創作不同類型的產品，增強品牌影響力。



公司小檔案

成立年份：2017年 | 公司員工數目：三人 | 創業資金：\$50,000  
 業務範圍：AR擴增實境內容創作、3D立體建模、互動設計；  
 網址：www.facebook.com/BarraStudio.mo

# Barra Studio:

## 把握比賽機遇，發展AR創意科技



• 左起：湯穎豪 (Felix)、蔣家文 (Kammy)、梁嘉俊 (Alex)。

AR (擴增實境) 是指在現實環境中增加的虛擬內容，現已在業界掀起風潮。參與者只需打開手機即可投入擬幻似真的體驗。Barra Studio由95後年輕人蔣家文 (Kammy) 及兩位拍檔梁嘉俊 (Alex)、湯穎豪 (Felix) 合作建立，屬學生創業公司。公司專注於AR內容創作，尤其是三維立體建模及AR互動設計。

Kammy是澳門大學的畢業生，2017年暑假藉參與經濟局主辦青年創業創新大賽的契機，與兩位同屆主修計算機科學系的拍檔結緣，並獲得季軍。對前途充滿未知的他們，在畢業後踏上創業之路。三人擅長的領域各有不同，Alex是設計師，Felix專攻科技，而Kammy則掌管創意和商業，這也決定了公司的三大發展方向：創意、科技及設計。

## 發揮自身優勢

「AR內容特式在於結合虛實元素。我們可以透過AR技術來加強現實物件，利用虛擬內容說故事，例如我們看到的只有大三巴牌坊，而AR技術則可以讓觀眾透視大三巴背後的完整教堂；又例如我們可以在現實存在的精美菜式周圍，加上動畫襯托，豐富美食的內容。」Kammy舉例說明。Barra Studio擁有自家技術，也在不同設計範疇均有所涉獵，但仍嘗試在設計中融入AR技術，發揮自身優勢。

Barra AR互動營銷平台是Barra Studio持續開發和投資的重要項目，囊括不同行業，可以簡化用戶在市場營銷方面操作。平台讓AR為品牌說故事，助他們透過平台讓顧客得到更多體驗。另外，他們致力透過內容設計締造不同體驗，如利用AR Menu產品項目讓顧客看到跟真實食物具有極高相似度的餐單。目前他們的項目已在本澳餐廳Sky 21發佈，但仍處於實驗階段，暫未正式投入市場。



• 設計AR Menu-與真實食物具有高相似度的餐單

## 創業比賽經驗豐富

三人自上年9月至今年5月為止，基本上已參加了澳門舉辦的所有創業比賽。Kammy表示，比較不同地區的創業比賽，本澳的創業比賽有三大特色：獎金豐富、參加人數相對少，而且由於創業者資歷較淺，競爭較小。此外，澳門創業比賽的顧問服務、辦公室空間，及至行政程序等其他服務配套充足，因此他十分鼓勵初創公司參加不同比賽，累積經驗。

然而，他也認為澳門明確的定位和專注於旅遊、博彩及會展的先天條件，限制了創業的範疇。因此，像Barra這樣的科技創意公司，欠缺本地資金支持持續發展，在澳門可謂寥寥無幾，在市場應用上也必須向上述產業靠攏。創業者也往往需要往外尋求優質投資。





### 深耕細作

如同不少其他初創業者一樣，屬於學生創業的Barra Studio起始時經驗不足，對領域認識不深，因此他們必須不斷補足對創業管理的認知，如政經形勢、金融、實務經驗、人力資源管理及公司戰略等。

國際AR產業尚處於探索階段，而Barra Studio亦和其他同業一樣，不停地探索AR的可能性以及潛在的發展領域。他們在製作3D建模—即將原有現實物件（如食物）變成3D物件，亦面對不少困難。Kammy坦言：「公司現時仍處於開拓期，未有長期盈利項目，即使得到各方評審的一致讚好，但在戰略、技術及整個商業運作上，仍有待深耕細作。」

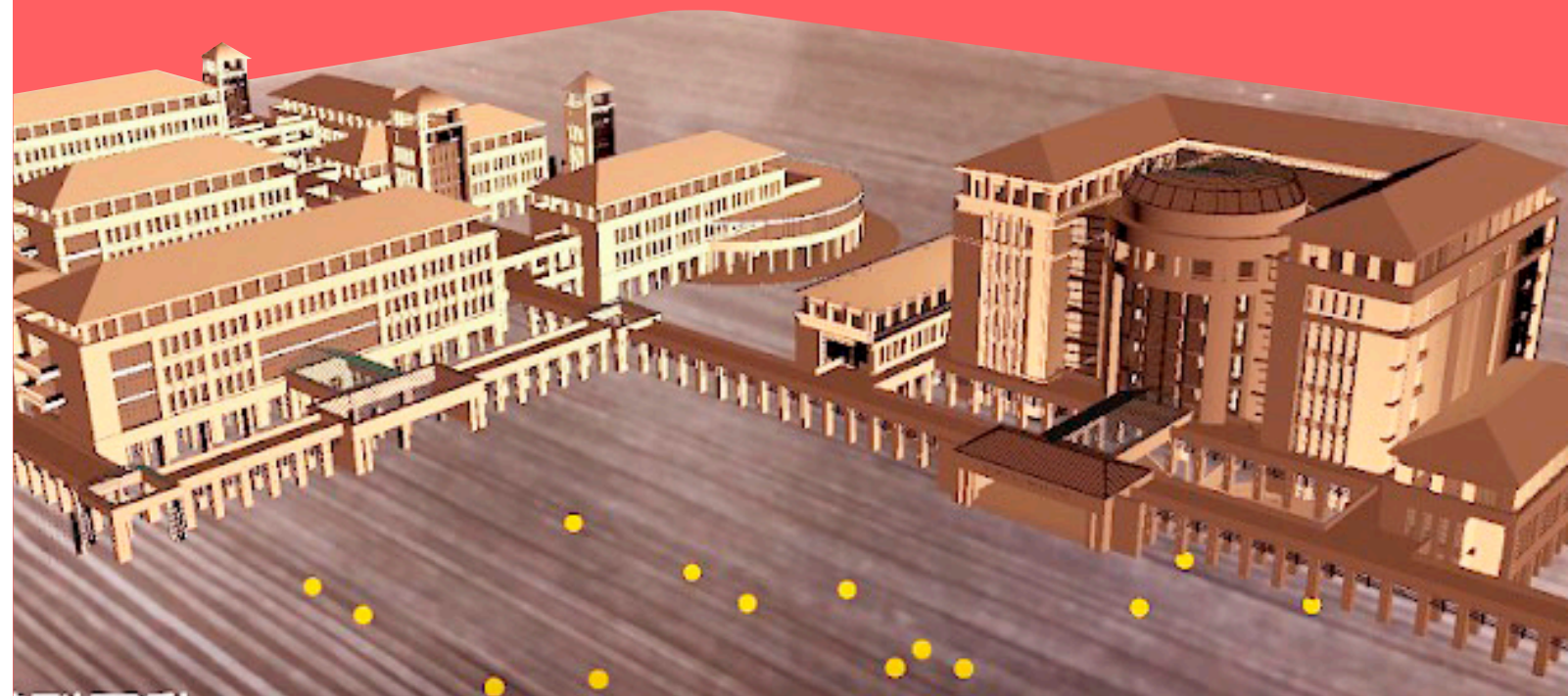


### 未來有待探索

目前，Barra Studio仍未能達到收支平衡，創業比賽的資金收入，也難以長期維持。幸好，市場對AR的接受程度比預期中高，Kammy亦為此感到驚喜。但技術能否商業化，至今尚屬未知數。

公司目前正在努力尋找投資和個案，持續提升AR技術和製作能力等基礎建設，並在策略上不斷調整，尋找合理的商業模式，務求持續地營運和盈利。未來他們更希望將技術推廣，盡量協助企業或機構創作品樣本（demo），既可成為作品集的一部分，同時亦可以讓市場看到AR的可能性。

• Barra Studio協助澳門大學創作AR樣本





文 | Jasper Hou

圖 | Wong Chi Kin、黃建平及受訪者提供

# 奧彼達

融合多元澳門  
元素的鐘錶品牌



澳門國際品牌名店琳瑯滿目，但能彰顯澳門文化特色的本土鐘錶品牌卻寥寥可數。司徒作存 (Andy Szeto) 一直關注本地文創事業的發展，更打造了多個不同的平台及品牌孵化中心，作為「文創推手」的他認為澳門是個充滿文化底蘊、幸運及激情的地方，同時又是一個高速發展的國際旅遊城市，如果要用一種產品去演繹澳門這片獨特的土地，他相信只有時尚鐘錶才能將其完美詮釋。因此，他於2016年創立ALMEIDA RIBEIRO (奧彼達) 鐘錶品牌。

## 港澳團隊聯合打造



• 幸運之輪系列

2002年大學畢業後，Andy便開展自己的創業生涯。在創業的16年裡，Andy在文化創意產業上花了不少功夫。他表示：「2004年開始做文創，曾到不同的地區進行學習和交流，我認為澳門要發展文創需要凝聚文創的力量和氛圍，這是澳門文創發展的基本。」到目前為止Andy在澳門打造了十個文創空間項目，匯聚不少優秀的本土文化創意力量，亦為奧彼達的面世打下基礎。

「ALMEIDA RIBEIRO」是澳門最繁華地段「新馬路」的葡文，品牌名字的靈感源自於Andy希望能生產出具有澳門味道的時尚手錶。因此，他堅持使用本地設計師，相信只有他們才能真正帶出澳門元素。Andy說：「我在集團旗下的澳門品牌孵化中心挑選出優秀的本地設計師，同時邀請香港的專業鐘錶工業人才，共同組建成奧彼達團隊，全力打造這個具備澳門特色的鐘錶品牌。」

## 每個人都可擁有的優質鐘錶品牌

從品牌籌備到產品推出市場歷經兩年多的時間，經過數次設計及打版的修改，才看見產品的雛形。最終奧彼達在今年8月正式推出市場，Andy談到：「首期我們會推出三個系列，分別是融合了澳門博彩元素的幸運之輪系列及撲克王系列，前者內置俄羅斯輪盤的設計，後者則加入撲克牌的數字圖案元素；還有格林披治系列，以賽車方向盤以及賽道進行錶盤設計，令人無時無刻都能感受得到賽車場的速度與激情。」



• 今年8月品牌正式推出市場

奧彼達鐘錶的零件和模板的工具，均在外國訂購。Andy表示：「產品的機芯及零件購買自瑞士和日本。澳門目前缺乏鐘錶製造廠，因此我們跟香港的鐘錶廠合作，製造和組裝產品。Andy希望產品推出市場後，每位市民和遊客都可以相對親民的價格擁有一隻充滿澳門特色而且質量上乘的腕錶。他表示：「首期推出系列產品，根據不同機芯和部件，售價約2,000澳門元起，當中撲克王系列採用的是機械機芯，價格較高，約4,900澳門元。這樣的售價比市面上同等質量的腕錶要實惠不少。」

## 多渠道銷售及推廣模式

談及在品牌宣傳及推廣，Andy表示：「從今年8月中旬開始，我們對品牌投放大範圍的廣告，除了在澳門投放十塊戶外廣告牌，覆蓋全澳各區的人流熱點，亦會在互聯網平台進行線上推廣。同時，品牌計劃作為贊助方，贊助不同類型的文化活動，還會冠名電影作品的製作，通過各種不同的渠道去宣傳奧彼達鐘錶品牌。」

在銷售渠道方面，奧彼達會跟澳門不同旅遊區的鐘錶行合作，以寄賣的形式進行銷售，還會與內地知名網上銷售平台如微信商城、微信小程序及小紅書等進行合作，開拓線上銷售渠道。未來，待品牌產品的系列和數量足夠豐富後，Andy還計劃在新馬路、關閘及金光大道等人流較多的觀光熱點開設品牌的實體專門店。

## 立足澳門開拓內地及國際市場

Andy會先讓品牌在澳門站穩腳根，待本地和遊客市場成熟後，再通過發展互聯網銷售平台打入內地、香港及東南亞市場。Andy認為：「在內地，我們還會開拓不同的區域代理，逐步打開內地市場。產品方面，未來還會推出新馬路系列及澳門世遺系列，而目前在策劃中的其他八個糅合澳門特色的系列產品，日後亦將會陸續推出。」



# Cliffs Studio

## 用作品證明實力的3D多媒體製作新力軍

以往提及澳門3D多媒體製作或許尚有空白，但近年卻有不少新力軍突起，為澳門3D多媒體製作行業注入新鮮血液，Cliffs Studio便是當中的代表。成立短短時間，就累積了不少獎項的認可，獲獎作品更在意大利展出。到底這個以「懸崖」命名的新銳公司如何用作品證明實力？創辦人張智斌 (Ben Cheong) 將為我們分享。

### 源於興趣，創於理想

作為Cliffs Studio的創辦人，Ben早在中學時期已經接觸多媒體影像設計，然而，畢業後初入社會，Ben卻發現當時澳門多媒體製作產業尚在起步階段，真正適合澳門3D多媒體創作工作者的就業機會相對較少。這讓他堅定了自主創業的念頭——如果能夠成功，也許能為更多和他一樣喜愛3D多媒體製作的本澳青年提供工作機會。

Cliffs Studio於2015年6月創辦，至今已有三年發展歷程。Ben分享到，當時將公司命名為「Cliffs」，正是因為它代表着懸崖峭壁的寓意。他說：「懸崖不是意味着危險，而是代表着挑戰與攀登。我們希望每個作品都能突破常規，不停向『死線』發起挑戰，追求更好更強。」

• 品牌創辦人Ben熱衷多媒體設計

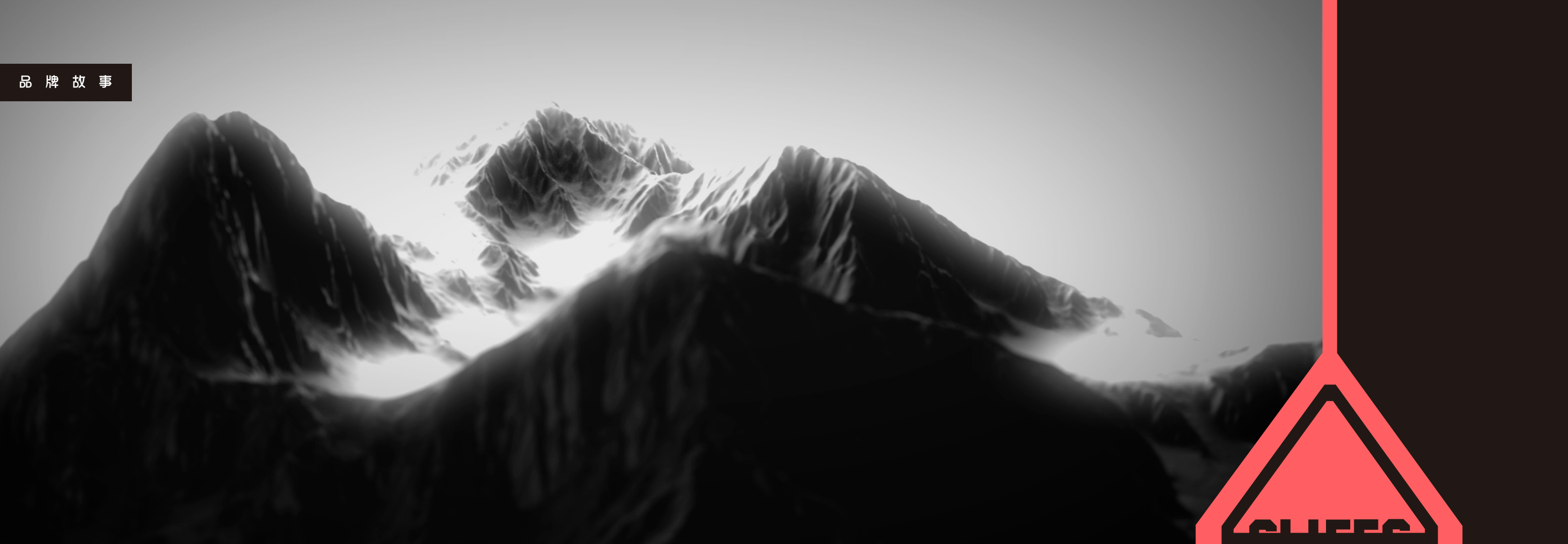


### 品牌，應該用作品說話

Cliffs Studio擅長使用動態圖像 (Motion Graphic) 製作動畫，以大膽創新、形象鮮明的手法呈現其3D創作，讓靜態平面設計的元素動態化，有華麗的轉場，用圖像說故事，此類創作能更生動地將內容呈現，特別適用於宣傳及推廣，炫目的手法容易吸引觀眾的眼球，引起關注。然而，每每接到新的項目，便需要由構思劇本開始、再思考拍攝手法及動態媒體的使用技術，一兩分鐘的短片製作起來基本需要一至兩個月，有些難度更高的效果更需要花上半年的時間作測試模擬和渲染，例如動力學、爆破、水和火等特效。

短短時間團隊的發展已經小有成就，不但參與了多間大型企業的多媒體影像製作，更獲得不少國內、外設計獎項的認可。當中在A'國際設計大獎賽 (A' Design Award & Competition) 中獲獎的作品更在意大利進行一個月的展出。Ben表示：「客戶開始看重3D設計，由於目前團隊人數較少，我們很少主動開拓客戶，但希望通過用優秀的作品積累口碑，讓我們逐漸得到客戶的關注與認同。」





### 不斷摸索，突破困難

Ben形容3D多媒體設計是一個需要大量新想法的產業，同時也能帶動數位行銷。本地的視覺設計和鄰近地區相比，還有一段不小的差距，目前Motion design 仍未受到本地客戶足夠的重視，Cliffs 團隊希望能做出一些改變。Ben表示：「小團隊的營運並不容易。首先團隊的人力有限，目前只有兩人負責設計。這亦意味着澳門3D多媒體製作的人才缺口問題嚴重。」



• Ben遠赴意大利領獎

他坦言：「受制於資金問題及人力不足，我們往往要身兼多職，對公司的營運難免會兼顧不周，有時為了保證作品的品質，需要花大量時間去研究技術上的難題，從而導致無暇顧及市場開拓，僅僅依靠社交平台進行宣傳。而為了更專注於3D影像技術的開發和研究，平面類設計的項目我們通過外判出去做，這部分的費用也成為了除人工、租金之外的一大成本。」



• Cliffs Studio榮獲被譽為歐洲設計界的奧斯卡A'Design獎項

### 珍惜機會，堅持初心

提及對澳門3D多媒體設計行業發展的看法，Ben認為：「澳門整體的3D製作發展是積極向前，畢竟科技和網絡發展不斷擴大，動態影像設計範圍亦不斷擴大。」但對於尚在起步階段的3D製作領域，Ben仍然希望愈來愈多喜愛3D多媒體設計的年輕人能夠加入，壯大行業發展。Ben認為：「要珍惜每個機會，在這個用作品說話的行業中，將每次商業合作當成一次創作的機會。澳門市場的3D製作技術並未普及，我們作為從業員要專注創作，做好質量，才有機會獲得更多客戶的認可。」



• Cliffs Studio的作品生動具創意，深受大眾及客戶喜愛。



## Walk in Hong Kong 導賞團

### 展現城市文化趣味



• Paul與導賞旅客講解香港的歷史文化

提供文化導賞團服務的「活現香港」(Walk in Hong Kong)，由陳智遠 (Paul) 與鄧彥心 (Olivia) 共同管理，導賞團開發不同的文化旅行路線，帶領旅客深入香港，探索一般旅遊團較少踏足的地方。每條路線具有不同的主題，如夜遊廟街、探訪深水埗草根生活、深入港人家庭，寶麗來電影之旅等讓參與者了解更多地道文化，感受真正的香港味道。

### 以不同角度探索行業發展

Walk in Hong Kong在2013年8月成立，目前踏入成立五週年，Paul表示：「成立初衷是因為自己很享受發掘城市的文化底蘊，而當時香港旅遊業界也缺乏這類型文化導賞為主的路線，同時香港旅遊團的質量問題、宰客新聞也不斷曝光，我當時都覺得是時候要改變這種現象，想通過一個企業規範化管理的模式，打造一支有質素的文化導賞團隊，改變當時香港的旅遊業態。」

目前管理團隊的核心成員有五到六人，但卻沒有一人是從傳統旅遊業出身，Paul本身讀法律，又在政府部門工作過幾年，他認為要創新旅遊業的項目需要一些具有不同知識背景的成員加入，可以從不同的角度去探索這個行業的發展，「我們幾個創辦人有作家、傳媒人、歷史建築研究學者，還有影評人，我們能開發到不同深度的主題路線，在一定程度上亦得益於團隊成員的背景。」



• Walk in Hong Kong創辦人Paul和Olivia



• 導賞團為旅客展示香港街道的歷史變遷



- Walk in Hong Kong為香港學生提供戶外拓展活動課程



## 積極推廣 發展多元業務

對於品牌曝光，活動除了在社交平台進行推廣外，Paul認為一個文化品牌要用內容吸引受眾，「因為我們不斷推出富有文化趣味的路線，並且每條路線具有獨特的文化見解，成立以來不斷獲得媒體機構採訪報導，具有不同專業背景的成員亦時常受邀到媒體平台分享對文化體驗的感受。這些文化媒體的正面宣傳，也是一種以文化內容為主導的曝光途徑。」

發展至今，Walk in Hong Kong的業務範圍不只限於組織旅客參與文化導賞活動，團隊開始發掘並開發其他活動形式，他們更不乏客戶上門尋求合作。Olivia表示：「在品牌發展的第三年，我們已經接到不少戶外拓展活動的項目邀請，客戶包括政府部門、大專院校、上市公司、酒店等，促進了公司業務的多樣性。」

## 系統培訓導賞員

導賞團的賣點在於「深入、本土、地道」，一般二至三小時，價格由港幣300元至650元不等。經統計，目前參與導賞旅客的文化底蘊和學歷相當高，有大學生、文化創作人、甚至教授學者等。而參與者除了香港本地人，大多來自歐美地區，然後就是新加坡，所以對導賞員的要求也相對較高。Olivia談道：「導賞員的篩選和培訓我們落足功夫。除了對其語文、英文表達能力、說話技巧都有較高要求外，他們是否有足夠內涵，自身的個性及文化修養也是我們看重的方面。通過面試的導賞員就會被安排到Walk in Hong Kong設立的培訓學院進行系統性培訓，通過後方可成為正式的導賞員。我希望導賞員所具備的知識和質素能給所有參與者一定的啟發和獨特見解。」

## 文化旅遊具備商業性才能持續發展

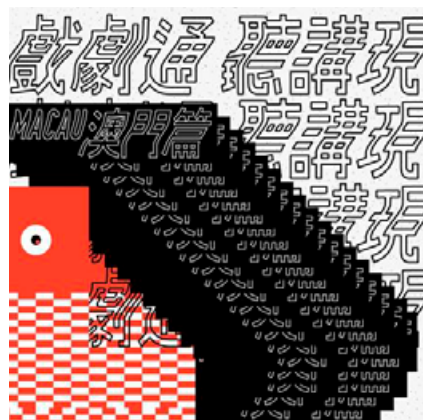
Paul坦言香港舊建築普遍比較短命難敵地產霸權，很多歷史老舖現在也消失了，「我們希望將最有價值的一面展現出來，但構成香港最有價值的歷史記憶卻十分脆弱。」未來Paul將規劃把文化導賞項目輻射到文物古跡保育、文化創意行業等其他領域，打造出與不同行業機構共同合作發展的產業模式。

同時，Paul亦表示：「政府機構和非牟利組織都會經常舉辦免費的導賞活動，這本身有利於推廣地區文化，但推廣工作需要『兩條腿』發展，一個單純依靠公帑去維持的項目，當資助消失整個項目便連根拔起。只有將文化與旅遊產業融合並形成一種商業模式，才能把遊客市場帶入文化旅行這個新領域，亦能使城市文化透過旅遊業得以持續發展。」



- 通過拓展活動讓市民和學生深入了解香港歷史文化





**戲劇通——聽講現代劇場這件事**

日期：2018年9月16日至12月16日  
 報名：bit.ly/theatrepass1  
 內容簡介：澳門劇場文化學會與國際演藝評論家協會（香港分會）首度攜手策劃及舉辦，長達九個月的系列戲劇講座，第一階段包括「西方戲劇十講」及「澳門劇場史及評論書寫」兩部分。活動適合藝評人、劇場工作者、藝術行政人員及劇場愛好者參與。  
 主辦單位：澳門劇場文化學會  
 網址：www.facebook.com/mtc.macaouthatre



**第三屆「6075澳門酒店藝術博覽會」**

日期：2018年10月11日至14日  
 時間：11:00-20:00  
 地點：麗景灣藝術酒店（澳門氹仔史伯泰海軍將軍馬路二號）  
 票務：查閱節目表  
 內容簡介：本屆博覽會將延續歷屆的「特別項目」，與藝術院校合作，推介青年藝術家，是次與中國人民大學藝術學院跨媒介藝術工作室及香港菁英會合作，呈現青年藝術家作品，促進學術交流。本屆將繼續設立「何鴻燊博士基金會藝術獎項」，以支持及鼓勵具潛力藝術家的發展及創作之路。  
 主辦單位：超盈文化創意產業協會  
 網址：www.chiuyengculture.com



**「時尚薈萃」期限店**

日期：2018年7月3日至12月30日  
 時間：10:00-20:00（逢星期一休館）  
 地點：澳門時尚廊（澳門聖祿祇街47號）  
 內容簡介：澳門時尚廊貫徹推動澳門時裝設計行業發展，繼續推出「期限店」，在限定期間內展示及銷售本地原創服飾產品，以助本地時裝設計師開拓產品市場及商機。是次參展期限店的六個時裝品牌包括 AXOXYOXO、GELÉE、MACON、SOUL、Worker Playground及ZICS。  
 主辦單位：澳門特別行政區政府文化局、澳門生產力暨科技轉移中心  
 網址：www.macaofashiongallery.com



**第二屆金沙澳門時裝週**

日期：2018年10月18日至24日  
 地點：四季名店、威尼斯人購物中心、巴黎人購物中心及金沙廣場  
 票務：免費入場  
 內容簡介：是次盛會展現澳門金沙購物城邦旗下包括四季名店、威尼斯人購物中心、巴黎人購物中心及金沙廣場的多個頂級奢華及生活時尚品牌，並將設有時裝展和其他特別活動，讓時尚界從業者及公眾盡享。另一重點項目則是澳門本地設計師羅偉傑之時裝展覽。  
 主辦單位：金沙中國有限公司  
 網址：tc.sandsresortsmacao.com/smfw



**塔石藝墟**

日期：2018年11月16日至18日，11月23日至25日  
 地點：塔石廣場  
 時間：17:00-22:00（星期五），15:00-22:00（星期六及日）  
 票務：免費  
 內容簡介：是次塔石藝墟將設約220個攤位，讓本地及外地文創單位展示銷售自家文創品牌及產品，活動現場同時舉辦多場創意工作坊及音樂演出。是次藝墟的另一焦點活動是邀請到貓王收音機創始人曾德鈞主講，從文藝的創意發明匠人，到創業成功的企業家，這一次，他帶著眾籌成功案例，講述「造就聲音文化符號」的故事。  
 主辦單位：澳門特別行政區政府文化局  
 網址：www.facebook.com/MacaoCraftMarket



**爛鬼樓巡禮 x mush.Room市集**

日期：2018年10月6日至7日，10月27日至28日  
 地點：澳門關前正街  
 時間：14:00-20:00（6-7/10），16:00-22:00（27-28/10）  
 內容簡介：時裝店mush.Room首次於室外舉辦市集，地點位於澳門關前街，是「爛鬼樓巡禮」的活動之一。集結澳門、香港、內地、台灣、日本等二十多個單位的創意服飾和精品。內容豐富，保證驚喜。  
 網址：www.facebook.com/events/2310097515686260



**凱斯·哈林迷宮之旅（澳門站）**

日期：2018年9月28日至12月31日  
 報名：澳門威尼斯人金光會展館F  
 時間：13:00-21:00  
 票務：\$150  
 內容簡介：全球首個以Keith Haring（凱斯·哈林）為主題的迷宮！結合3D迷宮、裝置藝術及紀念品售賣區的好玩有趣體驗，藉著展覽除了宣揚當代Pop Art大師凱斯·哈林愛與平等的精神外，從中了解他的傳奇一生。  
 主辦單位：棋人娛樂製作有限公司、太陽城娛樂演唱會、澳門設計中心、開麗娛樂經紀有限公司  
 網址：www.facebook.com/keithharingmazemacao



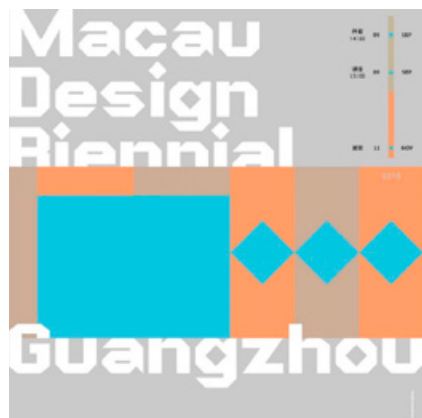
**Clockenflap香港音樂及藝術節2018**

日期：2018年11月9日至11日  
 地點：中環海濱活動空間（香港中環龍和道9號）  
 時間：17:00-23:00（11月9日），12:00-23:00（11月10日至11日）  
 票務：查閱節目表  
 內容簡介：香港最盛大的音樂及藝術節Clockenflap 2018首輪音樂陣容正式出爐！樂迷引頸以待的矚目名單包括紐約傳奇Post-Punk大團INTERPOL、美國R&B新人王KHALID、前Talking Heads主音，音樂文化界巨匠DAVID BYRNE及台灣唱作女神安溥等等，聯同其他分量十足的音樂單位，多元而星光熠熠的陣容將在中環海濱傾力演出，為廣大樂迷帶來精彩的周末。  
 主辦單位：Clockenflap  
 網址：www.clockenflap.com



**香港國際黑盒劇場節**

日期：2018年10月11日至11月2日  
 地點：香港話劇團黑盒劇場（香港上環皇后大道中345號上環文娛中心8/F）  
 時間：查閱節目表  
 票務：查閱節目表  
 內容簡介：本屆黑盒劇場節帶來四齣來自不同地方、力量澎湃的演出，讓觀眾體驗當代劇場的無盡可能。今屆以「尋常見·見尋常」為題，邀請於當代劇場別樹一格的藝術家分享他們的作品，透過他們獨特的視角和創作方式，帶領觀眾遊走於真實與虛構之中，從不同角度探討周遭世界，挑戰觀眾的底線、認知和習性。  
 主辦單位：香港話劇團  
 網址：www.hkrep.com/hkibbf



**第11屆澳門設計雙年展優秀作品巡迴展（廣州站）**

日期：2018年9月8日至11月11日  
 地點：廣州三樂文創書屋（廣州市番禺區漢溪大道290號保利大都匯A2）  
 時間：10:00-22:00  
 票務：免費入場  
 內容簡介：澳門設計師協會自1994年起創辦澳門設計雙年展，至今已舉行了11屆，為海峽兩岸暨港澳地區極具代表性的設計盛事。繼澳門站的成功展出後，雙年展將在廣州和上海舉行優秀作品巡迴展，廣州站來到了三樂文創書屋，集中展示海報及出版物得獎作品。  
 主辦單位：澳門特別行政區政府文化局、澳門藝術博物館、澳門設計師協會  
 網址：www.macaudesignbiennial.com



### 盧子英



資深動畫人，1977年開始獨立動畫創作，作品連獲四屆香港獨立短片展動畫組冠軍並升格為評審。翌年加入香港電台電視部擔任動畫師直至1993年止。近年主力推動香港動畫文化創意產業及策劃動漫展覽，最近擔任「香港台灣動畫50年大展」策展人。現任香港動畫業及文化協會秘書長。

每年夏季，都有不少以青少年兒童為對象的活動，暑假嘛！

除了展覽和一些親子活動，近年香港有兩個於夏季舉行，

以兒童為對象的電影節，搞得不錯，頗值得介紹。

由康樂及文化事務處主辦的「國際兒童及青少年合家歡」已有多年歷史，規模頗大，今年就有13部長片及3個動畫短片節目，於多個政府場地放映，展期超過一個月。13部長片中有一半是動畫，有新有舊，我特別高興的是他們選映了美國動畫《大鐵人》(The Iron Giant)，這部由Brad Bird執導的長片是一部「隱世經典」，99年公開時並未有在港公映，其中包括發行及宣傳策略等問題，相隔幾年之後推出影碟，動畫迷才如獲至寶，可惜已未能於大銀幕上欣賞。直至2015年，Brad Bird已成為了知名大導，《大鐵人》的班底也再有機會重組，更特別加入了新製的片段，推出了完全版，這部經典再次重現大銀幕，而今次放映的正是這個版本，雖然只有兩場，也足以止一止渴。



《大鐵人》以50年代美蘇冷戰時期的美國小鎮為背景，描述一個由外太空掉到地球的巨大機械人與一個小男孩的真摯友情的建立，以2D及3D動畫方式製作，美術、設計以至動作的設計都好有個性，有別於一般主流美國動畫，雖然是十多年前之作，如今欣賞仍足以令人讚嘆，好厲害呢！

## 夏日炎炎， 動畫精選

另一個影展名為「香港國際兒童電影節」，今年只是第二屆，於7月底至8月初於商業影院內舉行，由於主辦單位包括商業電影的發行商，放映的作品也有機會公映，但整個影展的設計很有心思，除了小展覽，和商場合作，舉行一些工作坊外，每場放映後都請來不同專業人士如導演，演員或動畫師與現場觀眾分享觀後感！

我也有參與其中一部作品的分享，那就是愛爾蘭動畫長片《持家小木蘭》(The Breadwinner)女導演Nora Twomey的作品，獲獎無數！我個人十分鍾愛這部很有意義的動畫，故此自薦參加分享，果然是一個難得的經驗，最難忘的是來自一個四歲小女孩的問題，

她問道：「為甚麼世界上會有戰爭？」這個問題你又會如何回答呢？

《持家小木蘭》改編自兒童文學，描述11歲亞富汗女孩於塔利班暴政下的真實經歷，由於當地規定女孩不可單獨上街，女孩父親又在獄中，為維持生計，她只有剪短頭髮作男裝打扮，並且經歷了一段危險又充滿想像力的旅程。作品不但展現了戰爭的可怕，同時呈現了世界上還有很多不公平的制度，由於以動畫去表現，可以讓年少的觀眾接觸到這些話題，從而作出適當的教育及評論，很有意義。當然最重要的是，這部動畫的製作手法很有心思，將阿富汗的傳統美術得以發揮，故事以兩種動畫技巧製作，最後兩條線二合為一，也是影片的高潮所在。



澳門的動畫迷這個夏天其實也不寂寞，於戀愛·電影館舉行的「夏日世界動畫祭」剛開始，所選的都是精品中的精品，剛提及的《持家小木蘭》會以《戰火下的小花》這個譯名放映，另外兩部定格動畫《犬之島》及《不正常麗莎》都是百看不厭的，而最吸引的是今敏的專輯。已故日本動畫導演今敏作品不多，但留下來的都是傑作，這次一次過放映他執導的四部長片，是認識這位動畫巨人的最好時機，而且還有專題講座。

總之，夏天最佳活動就是看動畫了！



徐欣羨



電影導演，2012年憑紀錄片《櫃裡孩》獲得「2012澳門國際電影及錄像展」評審大獎，並獲邀在亞洲及歐洲多個影展放映。其後赴香港演藝學院修讀電影製作碩士課程，畢業作品《小學雞大電影》入圍2013年「香港亞洲電影節」。紀錄片《荒蕪中栽花》獲得「2014澳門國際電影及錄像展」評審推介獎。近期作品《骨妹》獲選為「第一屆澳門國際影展」競賽影片，獲得「澳門觀眾大獎」，亦獲「第36屆香港電影金像獎」兩項提名。

電影監製對很多人來說是個很陌生的名詞，

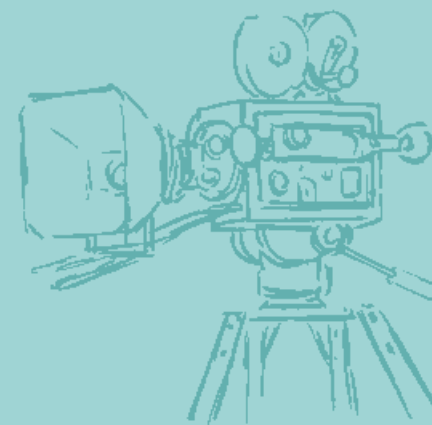
正如之前所說，

監製在澳門是少之又少，

但偏偏這是電影裡最重要的崗位之一。

電影監製其中一項比較為人熟知的工作就是找資金。「搵錢」這項工作，聽起來就不簡單。要找到老闆去談投資，這就牽涉到監製本身的資歷問題，如果本身並沒有甚麼人脈，第一步就很難踏出去，所以這是一個有門檻的崗位。再來大家都知道，電影是一項高風險的投資，有時候以為結果會很好，但出來觀眾不賣帳，導致票房慘淡；然而有些時候，大家都沒甚麼期待，不過最後票房長紅，所以是很難預測準確結果。觀眾的口味隨時在變，可變的因素又很多，就算做再多的資料搜集，沒人能保證怎樣的電影一定會大賣。因此，對很多人來說，電影投資就像賭博，監製要怎樣說服投資人拿出一大筆資金出來去投資這高風險的項目，的確需要技巧。就算是找到一些對電影投資有經驗的投資人，但監製還是要說服投資人信任整個製作團隊能承擔電影的製作，而且出來的作品還會令人滿意，變相其實是為整個團隊作一種擔保。當然，除了資金外，贊助等的合作也是需要靠監製拉攏，以甚麼作為回報的籌碼也是一種學問。然後不管是投資或贊助，這會否影響到創作本身，會否破壞了整部電影，都是監製必需要判斷的事情。

## 淺談電影監製工作



找到資金後，電影監製的第二項任務是怎樣運用這筆錢。控制好成本，讓製作費不「爆煲」當然重要，但同時錢花在哪裡值得，花在哪裡浪費，監製對此也是要瞭如指掌。要處理得當，首先當然要了解市場價格，否則就會容易導致花費冤枉錢。在行業裡，有些監製是出了名能省錢，在他／她監製下絕不超支，但這是否代表就是一流的監製呢？舉例來說，如果有一個場景花費達幾十萬，在預算不足的情況下，最直接的方法當然是叫導演和創作團隊放棄該場景，換成價格較低廉的場景拍攝。但是在電影製作上，如果導演覺得這場景很值得，也許他／她會寧願要這個場景而在其他地方省錢，所以監製除了控制資金成本外，對整部電影創作都應該有深入的了解，共同參與去判斷這些場景是否值得，從而把資金周轉過來解決這個場景問題。有人會想，要省錢很簡單，只要甚麼東西都換成比較廉價的就好了，不過在電影製作上，這樣做很多時候就會跟電影的質量造成衝突，監製需無時無刻去平衡兩者的關係，令電影質量有保證之餘又可以控制在預算之內。

最理想的監製當然是了解導演的創作，又能找到資金，可是這樣的監製很難遇上。我自己很幸運，遇到過很好的監製，在很了解我的創作下，先幫我找最適合的團隊合作，不一定是很大牌或很有名，但是都能跟我配合得到，而且是讓我的創作更上一層樓的團隊。不少新導演第一次拍長片的時候，貿然用一些很厲害的團隊，但在沒相處過的情況下，合作上可能會出現不少磨擦，結果作品出來沒有加分反而扣分。再者，在電影製作的過程，我的監製也一直從旁給出意見或幫我們解決不少問題，分擔我們在製作上所遇到的考驗，這是十分難得的。

只是當我們又談回原點，澳門本土電影的問題是大家都不相信本土電影能回本，所以從第一步澳門的監製工作就已經處處碰釘，要能好好在這個事業上發展，需要更大的考驗。



林小雯



藝術策展人及自由作家，曾於美國、北京及澳門等地從事文化藝術策劃工作。本科於北京大學修讀中文及藝術學（文化產業管理）雙學位，畢業後任職於澳門特區政府文化局，曾設計及實施涵蓋時裝設計、電影、流行音樂等範疇之推動計劃。2016年赴美留學，取得紐約大學藝術行政碩士學位。現於紐約市文化局公共藝術部門從事策展及行政管理。

紐約的時代廣場沒有黑夜。

只待夜幕降臨，時代廣場上五花八門的廣告幕牆便紛紛展現出爭妍鬥麗的姿態，在這個世界的十字路口上，每一片以分秒計費的廣告屏幕，連同廣場上每一個奇裝異服的街頭藝人，都極盡所能地賣弄着聲色。廣告娛樂、文化藝術，一時間變得難分難解。

正是在這樣一個早已擁擠不已的廣場上，夏日裡不知哪天開始，忽又平添了一座巨型的木製裝置，長得既像是海洋生物的骨骼，又像是深海沉船的殘骸。一根根安靜地朝着天空生長的木枝架，以及裝置前方若有所思的女身雕像，與周遭的斑斕和喧鬧形成強烈的對比，路經的途人都不其然為之仰視。

藝術家把這個裝置稱作「甦醒」(Wake)。船首的女身是一座真實雕塑的複製品，原版的雕塑用於裝飾一艘19世紀的美國船艦，名為「夜鶯號」(USS Nightingale)。這「夜鶯」指的是19世紀美國一位紅極一時的歌劇明星詹妮·林德(Jenny Lind)，由於擁有動人的聲線，來自瑞典的她被人們稱作「瑞典夜鶯」(Swedish Nightingale)。

19世紀的美國，航海貿易帶動了紐約經濟的迅速發展，飛剪式帆船(clipper ship)的啟航成為經濟和技術發展的指標。也在其時，文化娛樂的需求遞增，詹妮·林德成為了美國大眾爭相追捧的名人。於是，1851年，當一艘新型飛剪式帆船被投入使用，美國人便給她賦予了「夜鶯號」的名字。令人意想不到的，「夜鶯號」的故事並沒有就此終止，這艘船艦後來被用作運載黑奴，諷刺地成為美國黑暗發展史的一部分；她又在美國南北戰爭中被使用，戰後被用作北極勘探和商業貿易，直到1893年沉沒——「夜鶯號」和她所書寫的時代，一同被北大西洋的海水所淹沒。



## 被淹沒的時代——紐約藝術速寫



• 紐約時代廣場，攝自本文作者，2018年夏。

19世紀的美國，航海貿易帶動了紐約經濟的迅速發展，飛剪式帆船(clipper ship)的啟航成為經濟和技術發展的指標。也在其時，文化娛樂的需求遞增，詹妮·林德成為了美國大眾爭相追捧的名人。於是，1851年，當一艘新型飛剪式帆船被投入使用，美國人便給她賦予了「夜鶯號」的名字。令人意想不到的，「夜鶯號」的故事並沒有就此終止，這艘船艦後來被用作運載黑奴，諷刺地成為美國黑暗發展史的一部分；她又在美國南北戰爭中被使用，戰後被用作北極勘探和商業貿易，直到1893年沉沒——「夜鶯號」和她所書寫的時代，一同被北大西洋的海水所淹沒。

藝術家想通過他的藝術裝置，召喚一個被淹沒的時代。但他的野心還不止於此，「甦醒」不過是他作品的一半，在另一半的作品中，他設想着讓沉沒的「夜鶯號」再次「啟航」(Unmoored)。藝術家和科技巨頭合作，開發了一款手機應用程式。程式啟動後，通過手機對準「夜鶯號」的殘骸，會突然發現船艦被一點點修復還原。當鳴笛響起，「夜鶯號」便再次啟航，航行在時代廣場的上空，並和從四面八方而來的船艦交匯——這次，被淹沒的，是一整個時代廣場。

如果說「甦醒」是在呼喚紐約城市歷史中的榮與辱，那麼手機混合現實的虛擬世界裡所暗喻的，卻是全球暖化影響下，這座城市的未來……委約藝術作品的機構僱來了導賞員，和佇足的途人談起了這些藝術創作的源委。有人在聽到那些歷史的解說後不禁百感交集，有人則純粹對虛擬影像嘖嘖稱奇；有些對全球暖化的問題憂心忡忡，也有人聯想到議題背後的政治角力而揮袖而去；有人想在裝置前方自拍留念，也有奔走了一整天的遊人，只想在基座上稍作休息。導賞員已經學會了，甚麼時候上前解說，甚麼時候只需要熱心地給途人按上攝影機的快門。

有一次，導賞員跟一個途人說完那一堆官方解說，那途人卻和她說，你知道嗎？藝術最好的地方在於，你不用給出任何的解說，它本身就已說明了一切。導賞員愈來愈能認同那人所說的話。到後來，當人們指着那裝置問她那是甚麼？導賞員會反問：「你覺得呢？」

袁紹珊



北京大學中文系及藝術系(影視編導)雙學士、多倫多大學東亞系及亞太研究雙碩士，研究方向為文學及電影。獲「美國亨利·魯斯基金會華語詩歌獎」等多個獎項，曾任美國佛蒙特創作中心駐村詩人，應邀出席葡萄牙等多個國際詩歌節，擔任澳門首部原創室內歌劇《香山夢梅》作詞人。在兩岸暨港澳地區出版過多部詩集。長期從事學術及出版工作，並為台港澳多家媒體撰寫專欄。

你不開心的時候會做甚麼？跑步？唱K？

不瞞你。我會狠狠看幾集《馬男波傑克》。

被喻為「電視史上最搞笑也最傷悲的喜劇動畫」、美劇《馬男波傑克》(BoJack Horseman)，在「魯蛇」文化當道的時代盡得人心。故事圍繞一個有童年陰影的荷里活過氣影星的崩壞日常，卻又赤裸裸反映出美國社會司空見慣的混亂(槍枝暴力、酗酒、性濫交、毒品泛濫等)。《馬男波傑克》融古怪、黑暗、吐槽於一爐，它毫無底線、全方位挖開人物大大小小的精神傷疤，甚至被網民視為「現代人的精神創傷病理手冊」。那些厭世、不仁、負能量爆棚的對白，深深戳中觀眾的新傷舊患。

近年「喪文化」聲勢浩大，喪無止境的美劇《破產姐妹》、英劇《梅爾羅斯》各有捧場客。被歸入「厭世代」的青年，早就對勵志語錄、正能量演講和網路雞湯文產生抗體，不願再粉飾美化生活的種種無奈、枉然、殘忍，樂於自嘲自揭個人不幸。網民直把「毒雞湯」當安眠藥，日曆印上「廢柴金句」，凡事消極的「佛系」標籤，也可被視為「喪文化」的小分隊。簡言之，「小確幸」正逐步被「小確喪」取代。



厭世、喪、毒雞湯：  
另類的療癒式創作

BOJACK  
HORSEMAN

虛無、悲觀，並非21世紀的特有產物，幾乎每個時代都滋生出風格各異的療癒式創作。以文學為例，19世紀末的所謂「世紀病」，催生了波特萊爾為代表的法國象徵主義文學，及後蔓延至葡萄牙，受影響者還包括澳門詩人庇山耶，繼而創作了極度苦悶的象徵主義傑作《滴漏》。存在主義文學先驅卡夫卡的《變形記》頹得荒謬，卻徹底改變了現代小說的走向；二戰後的悲觀和懷疑情緒，則直接把存在主義文學推向高潮。「頹廢美學」遠渡重洋傳入亞洲後，日本首當其衝，中國文學也不例外。20世紀初，創造社作家如郁達夫等受日本「私小說」影響，作品中大量出現「憂鬱症」等詞彙和陰翳格調，又進而啟發了上海「新感覺派」作家對病態美和頹喪感的重視。可見特定時代的特定情緒，往往星火燎原，無遠弗屆。

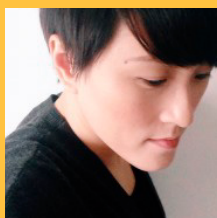
當代「喪文化」的特別之處在於，它不單是以毒攻毒、負負得正的自我消解，透過互聯網呼朋引伴的戲謔姿態，它更是光明磊落的文創商機。近年，坦言「我的人生是一連串的出醜」、日本「無賴派」文豪太宰治的作品在華文出版市場再度竄紅，「魯蛇代表」石川啄木的詩被重新發現，台灣「厭世系詩集」一本接一本大賣。「葛優躺」、「Bobby Hill」、「Sad Frog」、「蛋黃哥」表情包佔領了網絡世界，衍生出各類惡搞商品。飲食界也趕忙分一杯羹，日本UCC「負能量黑咖啡」、成都「沒希望酸奶」，透過揪心的文宣大出風頭；「你不是一無所有你還有病啊」烏龍茶、「前男友過得比我好」紅茶，讓打正旗號、以喪為傲的快閃式「喪茶店」生意火爆……

這時候不禁想問：文創產業到底在於化腐朽為神奇，從無用中創造持久的社會和文化價值；還是順應潮流當「快感供應商」，狠賺一筆就好？換句話說，面對「人生無意義」的「喪文化」，文創公司如何平衡道德倫理與商業營利？如果只顧後者，那憑甚麼能冠上「文創」的堂皇稱號呢？

「喪文化」的意義在於療癒與提醒——現代社會讓人無力又無助，我們其實沒有必要無時無刻假裝熱愛生活。偶爾安靜地喪一會兒，方能進行生存的大哉問；為負面情緒適時排洪，明天才有力氣輕裝上陣。正如馬男波傑克對諸事不順的人生毒舌一輪以後，還是給出了清醒的建議：「你現在唯一該做的，就是繼續生活。」販賣「喪文化」的時候，企業也有責任保持清醒——搞清楚自己是讓消費者含笑飲砒霜，還是在分發苦口的解藥。



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》。

小出版與小書店

最近找到一本很喜歡的詩集，名為《窓の韻》(中譯：《窗之韻》)，單薄的一本，內裡只有九首詩，來自不同詩人的作品，包括原民喜 (Tamiki Hara)、島崎藤村 (Toson Shimazaki) 等等。我對日本詩不太熟悉，只讀過種田山頭火及谷川俊太郎的，書中九位詩人全都陌生，然而仍然不減我對這詩集的喜愛。我的意思是，我很喜歡這「詩集」，而「詩」，不過是詩集的一部分而已。

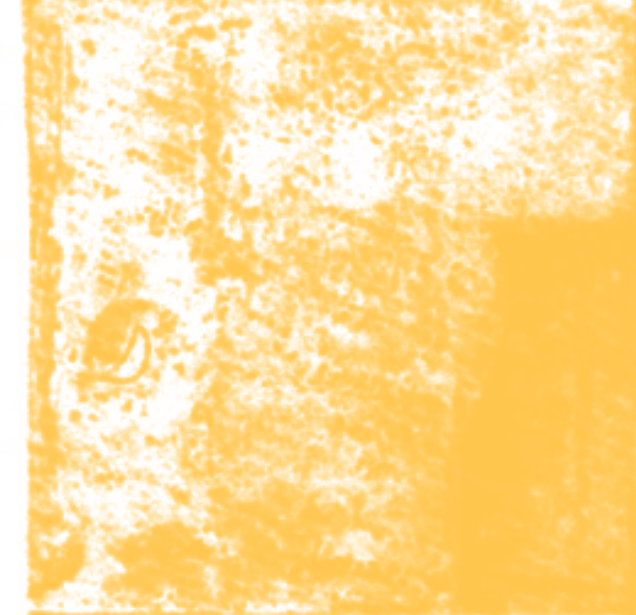
包裹着書封面的Glassine紙如同薄紗窗簾，翻開時沙沙作響，仿佛風吹樹葉策策鳴，一時間，以為窗外樹影婆娑。再往裡面翻，先向左掀一頁，再向右掀一頁，如同打一扇窗，窗後是詩的風景。書籍的裝幀與主題極為吻合，執在手裡時似乎已經能夠感受到詩的氣氛。

《窗之韻》的出版社名為Hioriyomi社，裡面只有一個員工，就是山元伸子 (Nobuko Yamamoto)。她是出版社的老闆，也是編輯、設計師、甚至是負責釘裝的製作部同事。Hioriyomi社一直以來都是以出版詩集為主，原為編輯的山元伸子自己定立每本書的主題，從詩山詩海之中，選來合適的作品，構思詩的表現方式，嘗試將詩內展現的意識與風景，透過設計、裝幀呈現出來。她多採用的是活版印刷，活字版的組合、印刷交給專門的公司處理，印刷好每一頁後，她再親自將之一本一本的釘裝、折疊，非常花時間與耐性。

在《窗之韻》中，她邀請了銅版畫家森雅代 (Masayo Mori) 合作，為每一首詩製作一張銅版畫。最後一幅為尾形龜之助 (Kamenosuke Ogata) 的詩作《午後的房間》配的圖，直接採用了銅版印刷，再直接貼在書籍之中。詩的中譯大致是：

桌上的碟子裡  
蘋果和蜜柑和香蕉 —— 和  
午後的  
房間內  
如啫喱般積聚在玻璃窗裡

一人 —— 房間的角落中  
一人在



簡單的詩作，如同一幅風景畫，安靜而孤獨。要是配圖把頁面填得太滿，大概就太熱鬧了，因此山元伸子及森雅代將配圖縮得極小，留下大量的餘白，詩作沉澱的氣氛表露無遺。或許正因為Hioriyomi社是一個人的出版社及製作公司，所以山元伸子有足夠的時間獨自沉澱她對詩的感覺，製作出如此看似輕盈卻深邃的詩集。

像Hioriyomi社般的一人製作公司及出版社，於日本並不罕見，例如由書籍裝幀師都築晶繪 (Akie Tsuzuki) 開設的Postaldia、Hideyuki Saito創辦的Saicoro等。Saicoro的工作室裡甚至有一台活版印刷機，Hideyuki Saito一手包辦設計、印刷、裝幀等製作。

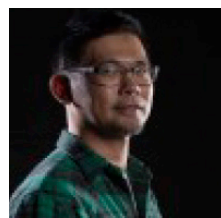
他們製作的書籍出版數量不多，像山元伸子的《窗之韻》就只製作了一百本。在大家都習慣了網購的時代裡，要讓這一百本在市面上流通，該不算困難。然而，會喜歡他們製作的書籍的人，大概都是對閱讀經驗、對手感有著莫明執著的人，得摸過書籍的真身，才能確定自己會否被感動。而作品如此精細，相信他們定不願讀者以網路上的圖片評價自己的書籍。能在書店中上架，是最完滿的出路。

我是在名古屋的On Reading書店中首次看到山元伸子製作的書籍的，On Reading是一家兼設藝廊的書店，空間不算大，但引入了不少獨立出版社製作的雜誌與小書。後來又在Colon Book遇上，那是一家由平面設計師湯淺哲也 (Tetsuya Yuasa) 及畫家湯淺景子 (Keiko Yuasa) 他們開設的書店，只在展覽活動期間才開放。聽說最近長野縣松本市的咖啡店兼書店禁日 (Shioribi) 也引入了。

這樣列出來，其實是想說明一件老掉牙齒的事實——這類型獨立出版的書籍，不管再有創意、再出色，要通過大型書店層層疊疊的公司架構，走上其書架，實在不是一件易事。而且大型書店要求的抽成，亦非這類小出版社所能應付的。小書店靈活的運作方式，為小出版社提供了很好的平台，讓獨立出版放在看得到、摸得到的地方。

零售平台其實也是發表創意的平台，  
當城市繁榮得只剩下大型連鎖零售店的時候，  
或許就代表了我們能在城內吸取的創意養分越來越枯竭了。

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。

抵達北京，一片晴空萬里，天竟然是藍色，有點意外，

是不是我對北京要求太低了，應該是常態的，

最基本的，卻成了奢望，

難怪這幾年來，有能力的，沒能力的朋友，

都選擇逃離京城，搬到雲南生活了。

曾經在北京生活八年，當時我經常誇張的和朋友說，在這裡過一條馬路都需要半天，路太寬，城市太大，北京不是為正常人所設計的；坐計程車又擔心堵車，約朋友見面，也做好遲到的準備，反正這座城市早已經為你預備了藉口。但這次的北京之行，讓我留下深刻印象，胡同經過改造，變得更適合閒晃了。

為了改善市容，北京開始整治「開牆打洞」。80年代，中國經濟改革開放初期，政府鼓勵下崗人民創業，於是胡同裡出現了各種小買賣。民房開了個洞，就能做小買賣，各省來的外來人口也群居在胡同裡，人一多各種敗壞就開始，現在為了將天子腳下的京城打造成宜居城市，唯有開始整治。

胡同裡的違章建築一一被取締，市井小店受到影響，被迫拆除，尚未高大上的「北漂」被嫌棄和驅逐。由於整個執行手法過於簡單粗暴，也引起不少人的不滿。確實，不少胡同變得更漂亮和整齊了，當地人的生活也有所改善，但會不會因此失去龍蛇混雜的氣息？面對複雜的問題，不太可能有兩全其美的方法，我還是安心的好好做一個遊客，在胡同的迷宮裡亂竄，這是我熟悉的北京，也是我最喜歡的北京。胡同裡多了不少精巧的咖啡館和民宿，設計風格大多帶有中式簡約，和上海的崇洋媚外不同，北京更有中國味。

## 老北京的新面貌



這次去北京，把不少時間留給了前門一帶的胡同，過去這裡亂糟糟的，充斥著廉價和遊客化的生活氣息。雖然大柵欄和琉璃廠一帶有不少的百年老店，周圍也有不少老胡同，但逛起來確實不怎麼稱心如意。前門這一區位於天安門和北京故宮的南邊，歷史悠久，一直是商貿聚集之地，有生意的地方，就有娛樂，因此過去青樓林立，大觀樓電影院也在這街區裡，影院名字也取得富有中國特色，不像上海老電影院的名字都頗為洋氣，這是北京，對自己身世和身份感到自豪的地方。

我和朋友約在前門的三里河，看見眼前景致有點不可思議，這不是我印象中的北京。一條早已經被掩埋的臭水溝，經過整治後，讓胡同片區裡多了水鄉風景。彎彎曲曲的小河道，順著老房子安靜的流淌，兩岸垂柳在風裡飄，掀起了初夏的尾巴，水上荷田新綻了夏荷，水裡錦鯉群群嬉鬧。街道、房子的圍牆，都鋪上了回收的老瓦片和青磚石，砌出了低調古樸的圖案，看得出有花心思的確，沒有醜的城市，只有懶惰的城市。

岸邊有不少簡樸的老房子，都一一經過了改造。路過「春風習習讀書會」，就算房子不搶眼，也會被房子的落地大窗所吸引。我貼近玻璃一窺究竟，房子裝修得十分簡約，幾個年輕人正在翻閱雜誌，似乎整個世界和他們無關。春風習習是中國第一家雜誌圖書館，收藏了四百多本來自世界各地的雜誌，其中一些還是絕版的雜誌。

讀書會背後的男人是劉若英的老公鍾小江，開這家閱讀館，是希望讓閱讀更有儀式感一點，有儀式是好的，讓一些已經不被重視的事物顯得更重要一點。閱讀這事，原本就應該如刷牙洗臉一樣正常和日常，添加了儀式感，會不會就淪為造作？但閱讀紙本書的人口銳減，為翻閱紙頁賦予一些儀式未嘗不失為刺激閱讀的方法，點一杯清茶，置一框風景，看一眼風景，你所能邂逅的世界不再只有眼前的小橋流水。



譚智泉



劇場導演，小城實驗劇團藝術總監，曾在上海及柏林居留及工作。近年作品包括《時先生與他的情人》、《肺人》。

## 「手談」在台北藝術節

今年3月初，本地編劇杜詠琪的劇場作品《手談坐隱》，獲今年台北市政府主辦的「台北藝術節」邀約，於8月初節內的共想吧 (Think Bar) 單元裡演出。以往本澳的劇團也曾多次到台演出，較為澳人熟悉的平台包括「台北藝穗節」及「關渡藝術節」等，其中「台北藝穗節」是最多本澳團體到台發表作品的地方，而「關渡藝術節」和「台北藝穗節」則需要通過策展人推介，或曾在其他亞洲地區首演過的創作，才有機會入選，所以以往本澳的作品都較少在這兩個平台上演。

可是這情況或許在將來會慢慢改變，原因是以往本澳的劇場創作能邀請海外策展人觀看的機會不多，所以一般本地團體的外地巡演計劃，都是主辦方自己尋找場地、籌集經費以及進行宣傳。但近年隨着「亞洲製作人平台」(Asian Producers' Platform) 多次在韓國、台灣、香港及澳門地區，進行以「跨國網絡及對話」作為主題的工作坊和會議，使得本地的劇團和創作人開始有更多的機會進入亞洲製作人的視野內，以及近年不論由官方主辦的「澳門藝術節」、「澳門城市藝穗節」，還是由民間主辦的「舞·當」、「劇場搏劇場BOK Festival」等，主辦方都特意在節內增加了讓海外製作人與本地主創互相交流的環節（當然還少不了觀摩演出以及分享意見）。像《手談坐隱》這個本地創作，就是於去年BOK Festival演出後，得以被本年「台北藝術節」的策展人鄧富權及藍貝芝現場邀約的作品。

不過除了有機會讓策展人親身觀看創作，作品能獲邀繼續前往外地演出的關鍵還有很多，譬如：演出的規模是否能以小團隊的方式重演（比較常見演職員人數約為五至八人）、作品的原創性是否足夠、演出的質量能否在重演中維持，以及製作人的策展方向與作品是否相容等等。

《手談坐隱》這個作品，

按編導杜詠琪的話，

是一部以思考社會運動意義作為

出發點的創作，由於其含有社會

批判性的這一特點，

使它在創作初期較其他作品難去

爭取到更多資源。

但幸好演出團體在這兩年間沒有因為

經費不足而放棄發展這個創作。

《手談坐隱》分別於2016年及2017年於足跡實驗劇場及舊法院黑盒劇場先後公演，

由一部25分鐘的短劇，發展成現今一個接近一個小時的演出。

關於策展方向與作品的相容性上，其實以社會批判性作為策展理念的平台，在亞洲的確不多。包括台北藝術節本身在歷屆的方向中，都是以劇場美學為主，繼而思考藝術和城市之間的關聯。但今年開始「台北藝術節」的策展人由新加坡資深劇場人鄧富權擔任，在策展方向上，帶來了有別於以往的一種面向群眾尋求反思「社會民主」的方向：「這是新的對話平台，不只是演出消費而且透過追蹤『表演』在近期社會運動、全球資本流動、文化移民及青年行動主義中的運作情況，直接面對群眾 (ASSEMBLY) 提出的挑戰。」(2018年台北藝術節策展論述·鄧富權)

由以上例子可見，一個地區除了積極引進國際精彩的節目到當地演出外，能促進新生代藝術創作發展，使他們的聲音傳送給全世界，也是文化建設的當務之急。台灣作為亞洲發展當代表演藝術的前沿地區，在不同的藝術平台上，突出了「多元」、「包容」、「自決」等當代藝術重要的概念。期待我們本地的藝術家，在積極參與海外演出的同時，不只是將演出帶到外地，而是能將我們最具文化特質的一面，在作品中呈現給海外的觀眾。

