

行政院所屬各機關出國報告

(出國類別：展覽)

2012 香港設計暨創新科技博覽會 暨香港文創通路參訪 出國報告

服務機關：文化部

姓名職稱：林康民 專員

派赴地區：香港

出國期間：102 年 12 月 3 日至 8 日

報告日期：102 年 2 月 8 日

目 錄

壹、前言與考察行程	1
貳、「2012 香港設計暨創新科技博覽會」簡介	5
一、展會背景—香港設計年	5
二、「2012 香港設計暨創新科技博覽會」之規劃與成果	7
三、「2012 香港設計暨創新科技博覽會」參觀重點與展會特色	9
參、台灣館參展情形	18
一、我國參展廠商與產品簡述	18
二、參展情形	21
肆、拜會通路及參訪	25
伍、參訪賽馬會藝術創意中心	36
陸、其他參訪	39
柒、觀摩及參訪心得	42
捌、建議事項	46
參考資料	49

	16:30-17:30	參觀 City Super、連卡佛等通路店面	海港城
12/5 (三)	11:10-12:30	拜會通路：永安百貨	香港上環德輔道中 211 號 永安中心
	12:00-13:30	參訪上環周邊設計商店-Homeless 等	上環、中環周邊
	13:30-20:00	進場佈置	展覽會場
	20:00-22:30	展覽廠商與通路商交流餐會	十八溪粵菜館 (港灣道 1 號萬麗海景酒店 8 樓)
12/6 (四)	9:00-10:00	大會開幕典禮	展覽會場
	11:00-12:00	本區記者茶會與媒體採訪	
	09:30-19:00	參觀展會	
	18:00-19:30	參加香港設計中心頒獎典禮	
12/7 (五)	10:00-11:30	參訪賽馬會創意藝術中心 (與台港策進會參訪營 商周團會合前往)	九龍石硤尾白田街 30 號
	13:30-19:00	參觀展會及參觀營商周活動	展覽會場
	18:00-22:00	參加貿發局晚宴	
12/8 (六)	09:30-10:30	接待台港策進會參訪團 參觀 Fresh Taiwan 館	展覽會場
	10:30-15:00	參觀營商周展會	

貳、「2012 香港設計暨創新科技博覽會」簡介

一、展會背景—香港設計年

近年來乘著中國大陸和其他亞洲地區經濟增長以及重視文化創意經濟之世界趨勢，香港憑藉其高度國際化與做為區域經貿港埠之環境，益發重視創新專業能為香港同時帶來社會文化與經濟能量之提升，香港政府與民間更積極推動香港成為亞洲創以之都，並視設計、建築、廣告、數位娛樂、電影動漫等為香港具有優勢的創意產業領域。為推動香港創意產業及擴充香港做為國際創意

13-14/10/2012、 20-21/10/2012	設計市集 2012
10/2012~12/2012	2012 聯校禁毒時裝設計比賽
10/2012~11/2012	設計教育與創業會議
1/11/2012~15/11/2012	Nurturing Interior Design Talents
3/11/2012~31/12/2012	亞洲色彩
7/12/2012~9/11/2012	香港眼鏡展(第十四屆香港眼鏡設計比賽)
22/11/2012	亞太區室內設計大獎 2012 頒獎典禮與晚宴
30/11/2012~16/12/2012	設計遊
2/11/2012~2/1/2013	創意生態
2/12/2012~5/12/2012	NODEM 2012 Future Culture: Tangible Heritage Design Cross Media
3/12/2012~8/12/2012	設計營商周
6-7/12/2012	香港設計中心大獎頒獎典禮及晚宴
6/12/2012~4/3/2012	German Design Standards—From Bauhaus to Globalization
6/12/2012~8/12/2012	設計暨創新科技博覽會
12/2012	香港時裝設計力量匯聚 FASHIONALLEY.COM 登場

二、「2012 香港設計暨創新科技博覽會」之規劃與成果

「香港設計暨創新科技博覽會」係由香港貿發局主辦，由香港設計中心及香港科技園公司協辦，迄今(2012 年)已辦理 8 屆，展場位於香港會議展覽中心展覽廳，1 樓 A-C 區規劃為貿易館，3 樓 D-E 區規劃為創意館，前者係專業商貿區，後者則以教育及展示功能為主。兩館規劃之主題及入場方式列表如下：

展區	主題規劃	開放參觀方式
貿易館	● 設計與品牌	前兩天僅供專業人士登記後始得佩戴入
	● 環球創意	場證入參觀
	● 綠色科技及環保方案	最後 1 天則開放 18 歲以上人士入場
	● 創新及應用科技	
	● 知識產權貿易與研發	
	● 新媒體	



動線標示



動線標示

依香港貿發局網站發佈的報告，參展之國家地區包括中國、香港、丹麥、日本、韓國、澳門、菲律賓、瑞士、德國、台灣及荷蘭等，丹麥及台灣均為首次參展；計有 351 家廠商參展，香港以外地區參展廠商數計 113 家，幾佔 3 成，其中本屆「夥伴國」丹麥最多，計 45 家，其次為韓國 31 家、台灣 12 家及德國 9 家。3 天展覽活動中，貿易館吸引了 14,785 名專業人士參觀，其中香港以外地區的參觀者計 6,313 人，佔 4 成 2，並以亞洲地區 5,889 人最多，佔 9 成 3，來自歐洲者計 183 人，來自美洲者計 174 人、澳洲及太平洋群島則有 53 人；連同創意館參觀人次，共 39,247 人次（包括業內及公眾人士）參觀。

三、「2012 香港設計暨創新科技博覽會」參觀重點與展會特色

謹就觀察所得，概述「Fresh Taiwan」以外有關參展單位及內容值得參考的部分，並以之說明本展會的特色：

（一）韓國的「AT&D Korea / Design for Kids」展區：

樣品均以透明的壓克力展櫃陳列，展櫃裡均有設計師或廠商的簡介，聯絡資訊則置於展櫃外側供意者取閱，攤位則統一設服務諮詢處。依服務處的標示說明，2013 年香港國際授權展將展示更多香港原創的卡通圖像，顯示本次「卡通及人物設計廊」的參展也具有為 2013 年香港國際授權展的前置行銷意味。此外，本展會設有「知識產權貿易及研發區」，提供知識產權商家推廣其專業的配套服務。除大會設的知識產權營商區免費提供諮詢服務外，參與的包括香港發明協會、香港工業總會、香港聯合知識產權交易所有限公司、香港知識產權交易所有限公司、世界智慧財產權組織、香港產業創新設計中心有限公司、《中國知識產權》雜誌、香港城市大學（知識移轉處）、香港大學（技術轉移處）、環球邦信知識產權有限公司等 10 餘家專業廠商、機構及律師事務所。由於台灣部分文創產業有發展授權的需要，香港相關授權產業的發展情形應值得再加瞭解。



卡通授權服務台



卡通授權展示櫃

(三)「丹麥設計社會」主題展

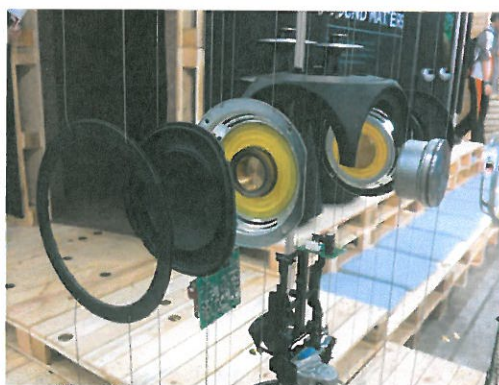
與香港設計暨創新科技博覽會同時舉行的「香港營商周」活動係由香港設計中心主辦，2012 年以丹麥為夥伴國，邀請許多重量級的丹麥設計界人士到港參加多場國際論壇，論述丹麥將設計織入城市、文化與經濟的思維及策略，吸引了許多專業與設計愛好者的參與，並成為本屆展會活動中一大焦點。在展覽會議中心三樓的論壇對面，即香港設計暨創

大(Sound Matters)」的理念，以及拆解喇叭為裝置藝術等多重結合工藝與科技的展示法，為當代的視聽時代提出進入高優質影音環境的門道；還有以「Democratic Fashion」則呈現多樣服裝時尚設計品牌等。

- 「Urban Innovation」展區：展示「Copenhagen Solutions」和「Compact Living」兩個展項，前者以創造單車友善環境、能源處理及都市更新為目標及內涵，說明丹麥可向外輸出社會設計願景與相關措施。後者則係聯結香港理工大學與丹麥皇家美術學院、丹麥設計學院等設計力的跨國合作項目，由丹麥學生為地狹人稠的香港進行居住設計規劃，香港學生則為多水環境的丹麥設計浮力城市，雙方透過網路交流設計，再於香港營商周期間會面，就彼此的設計進行修正、調整。設計的成果則印製為小冊（如 *Compact Living—A Danish Design Student's View on the Compact Hong Kong Home*，於展會中出及發送。



明基公司人員與丹麥家具商洽談



丹麥館拆解音響藝術-sound matters



丹麥館展示設計理念發展史



丹麥館展示設計理念發展史

江三角洲地區及香港市場。2012 年該計畫陸續參加了 9 月的北京設計週、10 月在廣州辦理的廣東展、11 月在上海的 D-Week、設計百分百、世博會辦的上海設計城市活動、12 月的香港設計營商周及廣州設計周等系列活動。本次在香港展出的主題為 “Dutch Design: Smart and Social Design”，相關的活動還包括 Dutch Design on the move，展出 7 家荷蘭優質設計廠商的產品；由台夫特科技大學（Delft University of Technology）與香港設計中心合作策展的 “The Porous City” 展，該展啟造 9 座由樂高組合及呈示空間結構變化的高樓，讓參觀的民眾與學生可以從中發現建築設計的趣味。此外，荷蘭本次參展還特別首度發行了以中英文雙語版的 *Connecting the Dots* 雜誌，以「南方中國」專題報導包括香港營商週及廣州設計週相關活動、荷蘭政府開發國際設計市場的政策，以及中國與荷蘭設計師的專訪等，以深化荷蘭與中國設計的關係。由此亦可見香港與中國大陸設計界在國際市場與國際合作等方面，多面經營的幅度與深度。



香港與荷蘭合作的多孔城市建築設計展



香港理工大學設計學院展區

- 開展特許經營業務的要點及成功案例
- 青年創業家成功之道
- 創業創新及「新裝」迎商機
- 創業融資及支援服務
- 最新媒體與行銷秘笈



香港展論壇活動



大講堂裡七八百人聆聽營商周論壇大師講座



丹麥講者談設計 DNA



營商周論壇大師講座



營商周論壇的廚具演化史主題展



廚具演化史主題展 2

	活、精緻質感與綠色環保概念，傳承台灣商人經營寶號的誠信理念，堅持品牌精神和創造出又棒又好的嚴選商品。	篆刻印章結合杯子的概念，兼具藝術性與實用性，透過書法印章的應用，展現台灣藝術文化的豐富。
四、瀛海國際股份有限公司	瀛海國際成立於 2004 年，產品行銷至歐、美、日、韓等 30 餘國，是臺灣第一家集研發、設計、生產與行銷矽材生活用品的公司，並於 2010 年開始以” La Mare” 發展自有品牌。產品通過 LFGB、FDA 和法國食品容器高標準檢驗，目前聚焦在” 矽” 複合材料的開發，2010 年成功開發出矽材與玻璃、陶、磁、不鏽鋼、鐵之複合技術，成為全球唯一擁有將矽材複合材料運用於直火上的生產技術公司。	 延續中國傳統茶壺文化的精神並注入現代人對生活品味的要求，以永續環保愛地球為產品設計精髓，開創一個「新盛氣時代」。
五、桔禾創意整合有限公司	桔禾創意期望在設計產業中創立 Unique Idea 的產品設計風格，希望能讓消費者體認到工業設計帶來的全新感受，在產品設計中提煉出獨特的功能與美學；秉持著 Unique Idea 的原創精神，設立以創意導向為主的精神為客戶研發產品的專業設計公司，藉著創造獨具一格(Unique)的產品創意為客戶開創市場商機。	 HeartoUSB 暖手器使用 USB 充電後可重複使用，環保加分。兩段式溫度切換，依個人需要調整溫度，熱度可維持 3-5 小時。
六、人家概念有限公司	HOMER®致力於清新自然、創意與持久的產品，著重材料本質，彰顯人類造物的精神，並以傳統工藝及微量現代科技元素深入到產品生命中，重塑人類生活原本的樣貌。唯物品一直存有風格、功能、情感及意義，才不會成為被棄置的垃圾，我們稱為藝術環保-ArtEco。	 板凳椅，這張單人座椅也可變成兩張板凳，或是桌几；解決需要準備多張座椅收納問題。

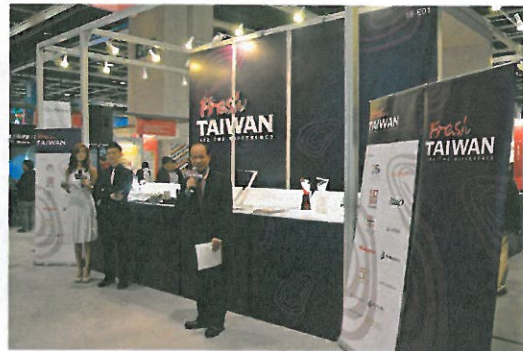
二、參展情形

101 年「文化創意產業國際拓展計畫」海外各場次之參展均以「Fresh Taiwan-See the difference」為主題設館，為配合本次香港展的科技特性及參展的照明類產品，本屆香港展之參展另以 Flash! Flash! 為副主題，呈現台灣閃亮的設計美學。展場委由桔禾創意整合有限公司設計布置。為吸引香港媒體注意，另委由香港在地的公關公司 Winavia PR Communications Ltd. 協助辦理台灣館開幕茶會及邀約當地媒體。12 月 5 日下午即先行與公關公司進行彩排，茶會台灣館於 12 月 6 日開幕日 11 時舉行開幕茶會，除由職與台闖中心董事長林榮泰分別代表主辦單位及執行單位致辭外，亦邀請香港名士陶傑擔任開幕貴賓，淺談其與台灣的淵源及台灣的文創氛圍，並以融合中華文化的感性文辭，向媒體一一介紹參展廠商與產品的特色。明基有達集團的王千睿設計長及獲本屆香港設計中心主辦亞洲設計大獎的唯光科技公司黃趙光總經理均代表廠商致辭。隨後則由媒體自由採訪 10 家參展廠商，。本次開幕茶會，香港光華中心李應平主任、張萬成秘書、台北經濟文化辦事處駐香港辦事處陳光丕組長、香港貿、發局葉澤恩助理總裁、朱耀昌總經理、謝沅珊主任、外貿協會台北貿易中心孫志誠主任、凌文華經理、台創中心林榮泰董事長、張光民執行長、香港通路商林麥集團的陳君勉副總裁等均蒞臨展場參觀並為台灣參展廠商打氣。參與茶會進行參觀及採訪的媒體，除隨行的遠見雜誌洪綾襄小姐外，還有香港知識產權新聞網、南華傳媒、星島日報、新晚報、設計雙月刊、中央通訊社、AXIS、Hong Kong Walker、中國新聞社香港分社、動腦雜誌、New Page、New Monday、亞洲電視公司、藝術地圖、今日家居、雅舍雜誌、中外要聞新聞社、南華傳媒、美聯社等計 20 家媒體，後續的媒體露出則有 30 餘則。

為增進參展廠商與在地通路的關係，台創中心安排於 12 月 5 日晚間於萬麗海景酒店 8 樓的十八溪粵菜館舉辦交流餐會，除參展廠商代表外，在地通路品家家品的謝肇琦副總經理、陳虹憬經理、麥迪照明科技(香港)的郭銳經理、林



開幕茶會職代表致詞



台創林榮泰董事長致詞



台灣館開幕記者會的記者陣仗



記者會全體廠商與貴賓合影(後排右二為光華中心李應平主任)

他展區以一般科技業與設計公司的商品為主，因此吸引的採購者亦趨於中高價位有關，至高價位商品則效益較有限。

肆、拜會及參訪通路

本次行程中，拜會通路係排在展會開幕前兩天辦理，計拜會香港誠品書店、品家家品、全威國際、永安百貨、Clitysuper、Homeless 等通路，另也參訪香港設計中心與香港創新中心，瞭解香港在扶植設計產業及發展設計方面的相關作為，對業者也有擴大認知的效益。

一、香港誠品書店銅鑼灣店

本次參訪香港誠品書店由該店市場拓展負責人林督凱經理接待及導覽。香港誠品書店於 2012 年 8 月於銅鑼灣希慎大樓 8-10 樓開幕，總面積超過 4 萬平方呎，每日進店消費者近千人，陸客約佔兩成，營業至今其營業額已逼近誠品信義店的成績。除展售 10 萬種、23 萬冊圖書及影音商品外，該店亦引進台灣的家具、家飾、香氛、風格佩飾品牌，包括天仁名茶、阿原肥皂、品家家品、阿爾卑斯花園、王德傳茶莊、ACCESS Wine、10/10 Hope、m0851、dienes silver 等，各進駐名店的設計均經協調取得共識。另 10 樓的風格文具館已有展售唯光科技、兩個八月、桔禾等公司的商品及明基友達 Qis Design 燈具，讀者也常在消費商品後外帶天仁名茶，大樓商辦的員工也常於午休或下班後台灣圖書、文創商品及整體的美學空間氛圍與功能設計引進香港，可謂已為香港帶來對台灣文化的想像與期待。林督凱經理表示，未來誠品將陸續於九龍及新界地區開店，但初期仍將以書店為主，文創商品的分配比重將不會太大。



品家家品謝肇琦副總裁介紹該公司的營運



品家家品也代理台灣文創品

三、香港创新中心 Inno Center

本次參訪由該中心 Irene Li 經理介紹及導覽。香港創新中心的母公司為成立於 2001 年的香港科技園公司，2006 年在香港政府的「設計智優計畫」下推動成立香港创新中心。該中心在概念上大致是以設計產業為聚落的科學園區，宗旨為與香港科技園公司及香港科技公司策略合作，推動業界及商界更廣泛應用創新設計以提升價值。該中心座落於九龍塘達之路，與香港設計中心分享使用大樓空間。其營運主要係專為創意設計產業(尤其是中小企業)提供一站式服務，並提供空間供相關創意產業以優惠租金進駐，创新中心也主動尋找國際品牌進駐，進駐的廠商可使用创新中心提供的各項研發設施、資訊、專業輔導、法律諮詢，以及近用中心與科學園區、大學等豐富研發資源相關連結資源，並得以藉群聚效應激發創意能量並發展創意事業及合作方案。

目前創新中心的租戶計有 79 家，包括產品設計(9 家)、多媒體/電影(8 家)、建築藝術及室內設計(15 家)、視覺及媒體藝術(9 家)、設計教學(1 家)、建築及室內設計(零售，1 家)、品牌及包裝(8 家)、設計師協會(2 家)等，徐克的電影工作室也是其中之一。本次參訪由创新中心引介參觀了進駐中心的盧永強創作事務所及 Cybertecture 公司。盧永強設計師曾獲包括香港設計中心亞洲最具影響力設計獎在內的多個國際獎項，也積極參與港澳地區的設計教育，並曾為香港貿發局邀請來台進行產業交流。其事務所成立於 2006 年，有約 10 位設計師，業務

四、香港設計中心

(一)概要及工作內容

香港設計中心係由香港相關設計產業共同推動成立於 2002 年的非營利機構，其宗旨包括(1)推廣及表揚傑出的設計、(2)提倡廣泛並策略地應用設計為社會與企業創造價值、以及(3)教育與設計相關的專業人士與社會大眾，俾其加強透過設計與創意思維，獲得持續發展。該中心現任董事會主席(董事長)為羅仲榮，行政總裁為利德裕博士。經費來源包括來自政府的資助、計畫項目收入、贊助/捐款及其他收入，2011 年全部收入為 5,038 萬元港幣（其中政府資助 4,073 萬元港幣，計畫項目收入為 542 萬元），總支出則為 5103 萬元港幣，赤字達 65 萬元港幣。主要的工作包括：

- **為營商注入設計：**鼓勵企業善用設計思維作為創造價值的要素，以及提升設計知識及商業營運方略。
- **孕育「設計企業家」：**增強設計師在業務管理、計畫管理、品牌建立、市場推廣和傳訊及財務管理等方面的企業營運能力。
- **建立網絡：**促成商界與從事設計相關專業人士之交流與建立夥伴關係。
- **加強社會對設計的認知與參與：**透過辦理社會共融、專業發展與青少年設計認知、設計獎項與展覽等活動，向大眾推廣創意文化在設計及創新的價值。
- **設計獎項嘉許成就：**辦理香港設計中心大獎，獎項包括亞洲最具影響力設計大獎、設計領袖大獎、世界傑出華人設計師、香港青年設計才俊大獎、亞洲最具影響力設計學生大獎等。
- **藉創意及創新提升香港為設計之都：**透過舉辦各類設計相關活動並鼓勵參與、推廣設計精神及設計教育、以及建立夥伴合作關係及網絡，推動香港設計相關行業及創意生態。

根據上述目標，香港創意設計中心依對象之不同，規劃設計其營運及活動計畫，概要如下：

港辦理公司登記。未來 PMQ 也規劃「設計師駐坊計畫」，邀請各國設計師訪港短住，與在地業界交流，提高在地設計師知名度。PMQ 另規劃於前中央書院的遺址開闢「中央書院遺址體驗館」，連同 600 平方米的多功能會堂「智方」(i-Cube)、其下 1,000 平方米的活動空間，以及新增的露台等開放空間，共同營造展覽與休憩空間。香港設計中心預計 PMQ 每年可吸引 5,000 名創意人才到訪交流，及 50 萬人次參訪消費。

(三)創業育成計畫(Design Incubation Programme, DIP)

「創業育成計畫」係為扶植設計產業創業起步的計畫，受補助的設計師在兩年內可獲得多達 50 萬元港幣的育成經費，用來支付辦公室租金、營運、推廣、發展、管理及教育訓練等項之費用。該計畫 2005 年由香港科學園區啟動，自 2012 年 5 月由香港設計中心接手續辦。經審核通過為受育成者可以進駐香港都設計中心兩年，第一年租金免費，第二年租金優惠 50%，香港設計中心並提供有關營運、行銷管理與發展等之財務及相關營運知識之諮詢及協助，各工作室並得使用中心提供的圖書館、會議空間、影音室及其他研發設備。進駐營運的兩年期間，香港設計中心將進行 3 次質化與量化績效指標審查，如前兩次未通過審查，設計中心得要求於三個月內進行第再審或要求退出計畫。DIP 計畫實施以來，已成功培育 63 家設計企業。目前進駐的育成產業計 42 家，包括品牌與包裝類 6 家、時裝設計類 6 家、珠寶設計類 1 家、媒體與傳播類 2 家、產品設計類 17 家、視覺與媒體藝術類 6 家，及其他類 4 家。DIP 計畫與 PMQ 計畫之間有逐層推近的關係，未來 PMQ 正式營運後，由 DIP 育成的業者可望也能進入更為競爭的 PMQ，繼續形成更成熟的產業聚落。參訪時，參展的台灣廠商也逐一向香港設計中心人員自我介紹及介紹公司與產品概況，並就育成的體系問題進行交流。

紹，並進一步給予每位參訪廠商銷售的對象、通路的鋪點等具體建議，廠商咸感受益。茲摘述內容如下²：

- 威力盟電子：檯燈的設計非常高雅大方，建議可以以頂級商務飯店作為銷售對象，於旅館用品展覽中展出是不錯的選擇。
- 桔禾：暖暖包等產品非常創新可愛，目前於香港僅於 citysuper 中販售通路銷售點過少，無法累積銷售量，建議透過貿協駐港之寧經理與萬寧、屈臣氏等通路洽談，同時藉由這些通路鋪貨進軍大陸市場。
- 唯光科技：行動電源等產品時尚精美，有興趣透過旗下電子產品通路經銷寄賣。
- 三環：產品大有可為，特別是在物流產業會有很大的需求量，建議可先與全威國際合作後，將轉介紹至 DHL、安麗等合作廠商。
- 瀛海：如何建立消費者對於「矽膠」產品的安心感，是該公司產品應該要突破的首要問題。
- 人家概念：產品非常雅緻，但也非常挑人喜歡，可走客製化訂製市場。
- 飛想：Traveler 充電版 LED 檯燈應強調庭院、陽台等休閒的室外閱讀場景於行銷宣傳；Mr. Scarf 移動桌燈則建議能取得相關卡通授權，並將其設計於電池蓋上以吸引更多的消費者青睞。
- 寶號國際：商品很有特色，通路上的建議可以朝高級飯店、高級企業禮品的通路方向洽談(例如：香港半島酒店、四季酒店…等)。
- 兩個八月：建議跑馬旋轉杯組可以鎖定下午茶休閒市場，可先免費提供給店家適用，建立口碑之後，再於店家中寄賣，增加商品曝光量與銷售額。
- QisDesign：明碁應有財力可以成立 QisDesign 的專賣店，與海生館合作對品牌的助益不大，建議再尋找高級品牌結盟，可考慮進駐上海恆隆廣場、北京新光天地等高檔精品百貨。

² 本節有關王祿閻董事長對廠商的建議，援用台創中心執行本計畫的出國報告，p.19-20。

七、Homeless

Homeless 為香港新崛起的創意商品連鎖店，經銷超過 30 種以上歐美日港的創意商品。Homeless 首家店面於 2003 年於油麻地開張，目前有 7 家分店，其中兩店亦以複合式餐廳方式經營。本次參訪的是開於 2005 年位於歌賦街中的兩家店，店內也有台灣的“Jump from Paper”包包和 Dixon & Milife 等創意品牌商品，店內陳設其風格與台灣業者心目中的風格創意商店較為一致，參觀的廠商均紛紛出手採購禮贈品。參訪時，因該店聯絡人 John 適無法接待，由台創中心吳於軒組長另約會面，並將聯絡資訊轉知參展廠商，唯光科技等多家廠商亦於展後聯繫接洽通路採購事宜。



歌賦街中的 Homeless 旗艦店



Homeless 店中的 Jump from Paper 包包

八、c!ty'super

c!ty'super 百貨超市由西武創辦人石川正志成立，1996 年 12 月首家專門店於香港銅鑼灣時代廣場開幕，以高檔市場為主，主要售賣外國進口食品、文具商品、化妝護理用品及家庭用品等，目前大股東是 Lane Crawford。核心業務包括食品、生活用品及 cookedDeli 環球美食廣場，參訪中亦看到桔和創意的電暖器。此次該店蔡娟華經理由 10 家廠商中，挑選桔禾創意、唯光科技與瀛海國際 3 家廠商參與採購會議，會議中就 3 家廠商之 MOQ 與店頭 POP 陳

濟轉型為以金融為主，家庭式工廠紛紛撤退，山寨經濟隨之退入時代之末，工廠大廈遂人去樓空。至 21 世紀初，大多建物已然毀去，另造高樓。為保留記憶及創造地方文化，所餘一棟乃由香港賽馬會出資整建為藝術村形式的創意藝術中心，於 2008 年成立，供本地藝術家以優惠租金入駐，發展藝文展演活動及文創事業，中心則協助推廣。目前該創意藝術中心係由浸會大學成立公司經營，部分原初山寨經濟時代留下的生產機具亦予保留於樓梯間及辦公室，或改做為空間裝置藝術。或許也基於「石硤尾工廠大廈」原初與庶民生活的密切關係，如今的賽馬會創意藝術中心特別重視與社區的關係，目前，部分進駐中心的藝術家也擔任石硤尾區林立的中小學及社區的藝術教育工作。參訪時也適有老師帶學生來參觀，並對其他參觀者隨機做問卷調查。該處可謂見證了香港數十年的社會經濟與文化變遷，就文化史而言，該處的價值實不下於 PMQ。

藝術中心包括地下一樓及地上八樓，每個工作室在 300 平方呎以上，有意申請進駐的藝術家須提出計畫，經審查通過後進駐，並以兩年為期，並得經審查續約進駐。目前進駐中心的藝術家有近 130 家工作室，已全部租出，類型涵蓋繪畫、書法、雕刻、陶藝、玻璃藝術、裝置、攝影、錄像、中西音樂、樂器製造、舞蹈、戲劇、設計等各類，有些專業團體如影藝聯盟、動畫製作人協會、攝影記者協會、電影評論學會、雕塑學會、美術教育學會等也以之為辦公室，部分工作室也做小型文創商品供現場販售，藝術中心也辦理手創市集，協助推廣。進駐的藝術家多半都係另有工作，只有在晚上或有空的時間才出現在藝術村，白天時多半的工作室都閉門謝客，較活躍的藝術家會在門口仍留下有趣的聯絡訊息。本次參訪也經同意進入一家從事設計製作微形手工書的工作室，藝術家是目前仍在美術學校的學生，據說明，其產品的產值大致可以抵銷租金；另一家製作影片的工作室則已進駐了 4 年，工作所得也約略可以打平支出。另外，中心一樓、地下室、二樓中庭，以及中高樓層部分未加窗門隔間的空間供藝術展演。參訪時，展出的內容多係學校老



樓還在，不同的聲音唱出不同的生機



地下展室裡放映著身障孩子心中的維港天際

陸、其他參訪

本次參訪行程中，另於 12 月 5 日佈展後到接流餐會的空檔，在桔禾創益公司總監張翰寧先生的引介與導覽下參觀了兩處與文創聚落相關的所在——1881 Heritage 和 K11。此兩處雖不在排定的行程中，但都展現了在商業環抱之下的香港別有情境、教人驚豔的文創風景。茲併述如下：

一、1881 Heritage

位於九龍半島最南端尖沙嘴廣東道，面向維多利亞港的「1881 Heritage」原為英國殖民時期始建於 1881 年至 1884 年完成的維多利亞殖民式歷史建物，供做香港水警總部使用，除二戰期間充作佔領香港日軍總部外，水警總部一直使用至 1996 年止。目前該址主建物包括前水警總部之主樓、馬廐、時間塔球、九龍消防局及消防局宿舍等。因其建築樣式至為典雅、堂皇而深具歷史價值，且因面對維多利亞港，空間氣象絕佳，2003 年由長江實業集團以超過 3.52 億元取得開發權，並投入超過 10 億元港幣，歷經 6 年工程予以整建修復，開發為佔地 13 萬平方呎以古跡為主題並匯聚了 22 家國際名店、9 家高檔食府和 1 家特色酒店的複合文化空間。除各具特色的名店，該址保留了包括水警用以鳴砲供入港船隻對時定位的砲台、颱風訊號杆及複製的時間球機械裝置等部分歷史文物及部分老樹，文物旁均附導覽解說，也提供古味盎然的精美解說單張以及光碟供遊客認識該等文物與建物的作用與變遷。同時還撥出空間展示了香港巴蕾舞團與名伶的文物及圖像，與各特色名店之間形成古今輝映、極具協調感的關係，遊客進入該空間既能發思古幽情

二、K11 Art Mall

2009 年 11 月開幕的香港 K11Art Mall 為位於尖沙嘴河內道精品百貨公司，但以其藝術設計之形象與內容，號稱為全球首個購物藝術館，目標是為週邊地區打造為藝術薈集、創意源源而生機蓬勃的蘇活區。該公司自視為藝術收藏者、展覽館、媒介及策展人，更是為在地青年藝術家創造福祉與成長的機制，除設有 K11 Design Store 販售各國設計精品外，也設置藝術基金會與“Star of K11”，密切與藝術家、藝術團體、藝術學校、藝術媒體緊密合作，時時運用店內空間展出藝術創作，中庭及各樓層均闢出空間陳設色彩豐富、喜劇性強或簡潔、沉思本質的多媒材空間裝置藝術，例如參觀時即看到該店與韓國知名藝術家與設計師崔正化合作，推出的粉紅飛天豬“Love Me!”、互動氣球“Life, Life”、以不同媒材表現同一主題的“Love Sweet Love”系列櫥窗展等作品，以堆疊而變化的方式呈現物質與商業的本質關連；還有 Maurice Bennett 用濃濃淡淡的烤吐司拼貼出持著手機微笑的蒙娜麗莎，諧仿當代藝術與生活的有機關係；該館還撥出部分原可供名店開店的店面空間供藝術家展出對當代公共議題的思維與創作。此外，該店還開闢藝術家俱樂部促進交流、開闢藝術家部落格，網羅及傳播藝術家的發聲；辦理設計市集，鼓勵手創與設計品的流動；還陸續推出 musiK11 週末音樂會，支持獨立音樂團體；結合藝術家彩繪公車……。該館辦理或支持各種藝術活動及計畫，均有精美印製設計感強烈的文宣，文宣品本身也視為香港文創高度發展的一部分。K11 的發展，同為企業參與藝術發展、支持文創的範例。對台灣文創設計產業而言，K11 應為另一個可以進一步接觸以打入香港的通路。

但本次展會也有若干不足的地方，如參展廠商、國際買家和參觀人潮都不算太多，參展品的屬性並不一致，定位上也不無參差。又即使是丹麥參展商亦認為香港汲汲於提升國際設計形象，香港營商周的論壇活動宣傳大過展會訊息，廠商參展的總體實質效益如何，尚待評估。參加香港展會應可考慮其他展會。

二、台灣館參展與拜會通路情形

(一)展館：本次參展仍以「Fresh Taiwan」建置台灣館，展品雖也有燈具、電器、木器及陶磁禮贈品等不同性質的品項，但總體上仍傾向於呈現台灣生活美學的情調，有其一致性，也為台灣形象有一定的加分作用。惟與周遭科技性較強的展品相較時，多少讓人覺得有所落差。紫色木造的展館固然吸睛，為燈具在中央設置的燈廊反而阻隔了左右兩邊的連繫，通透性顯然不足，兩側展櫃太深，與展品大小之間的空間比，未盡準確，就展攤設計言，還不算成功。

(二)展情：本次參展期間，參展廠商代表與台創中心同仁相處甚融洽，均能相互支援，形成戰友般的親密關係，一體感強烈，回台後還都有候續聯絡，也有廠商考量是否可能集中窗口，協助聯繫甚或統一代理，俾買家採購時能方便裝運，既增加銷售機會又簡降低成本。可見組團參加國外展會，另有其周邊效益，對台灣形成更優的文創基層環境，助益不小。另光華中心李應平主任及同仁親臨開幕茶會及交流餐會，還有台港策進會組團參觀營商周活動，亦經聯繫蒞臨參觀 Fresh Taiwan 展館，均對廠商鼓舞不小。

(三)通路：本次拜會的香港通路，雖然香誠品已滿載香港對台灣的期待，但其營運策略短期內將不致於擴充太多精品部份，已與誠品作供貨的台灣廠商或可考慮已更新品項的方式持續合作。全威國際和永安百貨所經銷營運的內容較不是精品檔次，但全威王董事長有廣闊通路資源，也提供給參展廠商諸多具體建議，部分廠商無疑已從中受益。全威國際在東南亞及南亞新

展文化的另一重要途徑。如政府本身未能標定目標，如香港設計中心一類的專業團體也應運用其專業往此方向思考。

(三)本次參訪中特別注意到「丹麥社計社會」的主題展中，丹麥設計師及策展人在設計哲學以及社會設計的部分表述得至為突出，同時也以發展史的進路說明丹麥設計不同階段的特色與關注點，在營商周論壇大廳的一隅另規劃展出西方廚房廚具百餘年來的發展史，沿著年代走一遭，對一項產業與產品，即能獲得架構性的初步認知。另香港在推動規劃 PMQ、賽馬會創意藝術中心和「1881 Heritage」等發展案時，都是既運用其歷史空間，也表達其歷史價值，並經由此與廣大民眾和消費者取得關聯，從而將發展案融入大眾的心魂。由此可見設計與歷史與哲學的關係至為緊密，歷史與思想藉設計的產品而彰顯，歷史與哲學也更是設計的內容，這應該也是台灣發展文創中亟須加以開發及把握的關鍵。

四、香港與台灣交換訊息—《art plus Taiwan》

由香港一行帶著若干刺激與訊息回台後，無意中注意到一本有報導 PMQ 訊息的雜誌《art plus Taiwan》，由此該刊係得知一份由獨立發行超過 10 年，發行量最大的香港藝文雜誌《藝術地圖 ART MAP》發行的台灣版。該刊在 2011 年 12 月首發，內容以報導港澳台三地的亦文活動與文創資訊為主，由之讀者可以同時知悉同一時期港台辦理的活動及彼此的觀點，例如 2013 年 2 月號集可看到有關香港設計中心 PMQ 申請進駐、頒發亞洲最具影響力設計大獎、賽馬會開辦設會創新設計院、香港藝術行動、音樂活動評論等訊息。讀之可以發現，該刊物做為三地搭建文化交流的平台，亦可視為各方將觸腳探入另一方文化土壤的灘頭堡，在文化交流和文化觀光方面都有正面積極的作用，未來走訪對岸時，便可更覺知地進入相關的場域。以《art plus》的說法，該刊「代表這時代我們需要的生活參照，從各城市差距中得到更大的啟發，分享相近觀點的樂趣，找出不同的生活意義，遠想彼此的文化底蘊，微觀各自的生活態度。」對擴大

- (四)本次參展時明基友達集團的副總及設計長王千睿為知名設計師，對媒體有相當吸引力，在接受媒體訪問時也發揮了相當的說故事的功能，未來參展時，仍宜設法邀到設計師，並將設計師形象推到台前。
- (五)本次台灣館通透性不足，未來參展時宜將通透性列為設計要項，並宜減少大面積木工施作，儘量減少過高的牆面與頂蓋，以突顯展品為主。廠商的簡介也可考慮以單張設計製作，以便於買家攜帶。
- (六)有鑒於產業發展史及設計哲學頗受國際展會注目，未來辦理文博會以策展人策辦相關主題展，也可以考量從史的觀點提煉出台灣的設計哲學，或表達個別產業/主題的變遷。
- (七)另在參觀本次香港展中，亦注意到參展的產品中如 3D 印刷技術、圖像壓印設備等有助於文創業者設計與生產樣品的機具，也頗受到參觀者的注目。展會現場展售場 3D 印刷技術的香港廠商同時代理德國、英國、日本、以色列等不同國家廠商的產品，反映了 3D 印刷技術在當代及未來的地位，值得關注，也應該引介國內的文創業者參考利用³。

二、中長期建議

- (一)有關跨國合作推動文創，由香港理工大學與丹麥皇家美術院等合作以互換立場為對方設計的「Compact Living」計畫，以及香港設計中心與荷蘭台夫特科技大學合作的「The Porous City」計畫，對培育未來跨國設計人力極有幫助，我國在此方面也需要尋找如何著力，才能將未來的底層資源加以擴大。但前提是跨機關的整合至關重要，或者，應讓未來的文創院或由台創設計中心與相關設計科系形成更緊密的聯繫，養成跨國培育人力的能量。
- (二)在國際鋪路的基礎工程之一是讓資訊可以在對方流通，讓彼方的民眾可以跨越藩籬認知此方的訊息，香港《藝術地圖》雜誌登陸台灣發行台灣版的

³ 2013 年 2 月出刊的《Shopping Design》雜誌 p.18，恰好也有篇策展人許毓仁報導〈3D 列印啟動工業革命〉，提到由於 3D 列印技術，設計師可以用低廉成本快速開發出產品模型，消費者在過程中也可參與共同設計，因之該技術開啟了設計師與消費者可以共創與共享利益的平台。

參考資料

1. Hong Kong Design Institute, *Design, No.4. 2012*
2. Hong Kong Design Center, *2012-2011 Annual Report: Design for Better Living*
3. 香港科技園, *Inno Center—The Design Excellence of Asia*
4. 香港設計中心, *給亞洲設計—亞洲最具影想響力設計大獎 2012*
5. Korea Institute of Design Promotion, *AT&D Korea 2012*
6. *Design Society Denmark-Partner BODW 2012 Hong Kong*
7. Danish Architecture Center, *Copenhagen Solutions—How Do We Create Green Growth While Improving Urban Living?*
8. *Compact Living—A Danish Design Student's View on The Compact Hong Kong Home*
9. Dutch Design Fashion Architecture, *Dutch Design Desk South China*
10. 台灣創意設計中心, 文化部 101 年專案計畫「文化創意產業國際拓展計畫—2012 香崗設計暨創新科技博覽會」出國報告
11. 長江實業集團, *The Story of 1881 Heritage (video)*
12. 《art plus TW》第 15 期, 2013 年 1 月
13. <http://www.hkdesigncentre.org>
14. <http://www.innocentre.org.hk>
15. <http://www.bodw.com>
16. <http://www.jccac.org.hk/>
17. <http://www.1881HERITAGE.COM>
18. <http://www.k11concepts.com>
19. <http://www.homeless.hk/>