

百年香港設計

撰 林雪虹

背景

十九世紀三十年代初，中國的對外貿易繁盛。當時主要的進口貨有棉、羊毛製品和鐘錶等；雖然清廷把販賣鴉片列作違法，並早於 1800 年下詔禁止以任何方式輸入鴉片，但鴉片依然躋身主要進口貨的行列。中國的出口貨則主要包括茶葉、絲綢、瓷器和銀器等，洋商鍾情於這些貨品，一來因其具實用價值，二來為了當時西方正刮起以中式設計為時尚的「中國風」。

1793 年，英國馬戛爾尼使團試圖游說清廷放寬對英國產品的貿易限制，但徒勞無功，惟這事卻被英國的製造商說成是「中國人不懂欣賞高質量的西洋產品」。在歐文·瓊斯（Owen Jones）的裝飾藝術全書《裝飾入門》（*Grammar of Ornament*, 1856）內，中國的設計更被形容為「毫無想像力」，無法臻於「藝術的完美境界」。¹論到香港產品的工藝時，作者評價為「倘若模仿外來製品的設計」，也算是能夠生產出尚可接受的東西。²

儘管如此，香港於 1842 年成為英國殖民地後，一直是重要的貿易港。自 1949 年共產黨執政後，香港更從華南一個地方港口躍升為樞紐中心，吸納了南下定居的工業家、商家和工匠，當中以上海人居多。毗鄰珠江三角洲，香港這個自由港吸引各國商家；而成為英國殖民地後，英國的商家也就順理成章佔盡優勢。英國對香港出口貨的需求龐大；因應市場所需而變化的設計加上低廉成本便成了香港早期設計的一大特色。

珠江三角洲的傳統及上海的影響時尚（一九〇〇年至一九三〇年代）

從十八世紀的佛山陶瓷、十九世紀的廣東木刻，又或是二十世紀的香港銀器，我們都能從中看到珠三角地區的傳統設計特色：採取因應市場所需而變化的策略。珠三角地區的文化傳統源於華南，又自清朝起已開放與世界各地通商；這片富饒的三角洲匯聚了迥異的中外思想，令當地居民精於適應不同的文化，不會墨守成規，能夠把握新的機遇，靈活應變。

香港設計的鼻祖，就是那些一個世紀前憑著銀器、雨傘、化妝品和籐器家具等產品的設計和包裝而享負盛名的珠三角工匠。宏興製造廠公司、梁蘇記、廣生

¹ 編者按：歐文·瓊斯的原文為“...the Chinese are totally unimaginative, and all their works are accordingly wanting in the highest grace of art”，轉載自馬端納，《香港製造：香港外銷產品設計史 1900-1960》，香港博物館編製（香港：香港市政局，1988），頁 15。馬端納（Matthew Turner）又譯田邁修，下同。

² 編者按：馬端納原文為“Hong Kong workmanship was capable of producing acceptable work if, however, ‘copied are made of designs furnished from abroad’”，文中並沒有明言引用自何人的話同註 1。

行、九龍籐器等公司以及數以百計規模較小的工廠，他們的設計都依循著一種在珠江三角洲一帶盛行了整個世紀的中國製造模式，其特點在於大量生產和以人手加工，明確以出口為主導，並且採取適應市場需要的設計策略。隨著外國商人把新產品引入香港，香港早期的工廠成為了把世界各地的設計提煉成中國風格的出口大熔爐。

田邁修 (Matthew Turner) 1993 年的研究³發掘出更多有關香港設計鼻祖們鮮為人知的故事。舉例說，追溯關氏家族的歷史，就等於追溯本地的平面設計史。1845 年移居香港的廣東肖像畫畫家關作霖，在肖像畫市場中舉足輕重；而他的後人關蕙農則被譽為「月份牌王」⁴，其設計的商業海報在此期間幾乎壟斷了整個本地海報和印刷市場。他更把彩色石印技術引入中國，並創立亞洲五彩石印局為廣生行等客戶設計廣告海報。

除了廣東的設計師外，在二十世紀三十年代，香港也吸引了不少上海製造商和他們的設計師到來，他們為本地的時裝和平面設計帶來了新的大都會風韻。來港的人當中，包括第二代「月份牌王」張日鸞。他的兒子張一民乃戰後首位設計風格由中式轉變為西式的本地設計師，他並在 1962 年成為贏得香港設計獎項的第一人。⁵

從三十年代上海公司在香港設立分行到上海淪陷後，不少上海藝術家和設計師來港定居。二十世紀初國共內戰過後上海企業家紛紛南來，香港的设计一再受到上海的影響，也通過上海而受到歐洲裝飾藝術的影響。除了平面設計外，上海也為香港的時裝和家居設計注入新的元素；一種反映當時繁華都會生活品味的中國時尚感。

從大英帝國製造到香港製造（一九三〇年代至六〇年代）

跟英國和日本的情況有別，香港工業界並非一步步的從重工業過渡至消費品製造業，或從本地市場過渡至以出口為主導。與新加坡和台灣的情況相似，香港跳過了多個傳統發展階段，並憑著這種優勢，在二十世紀初成為出口消費品的製造中心。

1932 年簽訂的渥太華協議 (The Ottawa Agreements) 容許英國殖民地之間自由進行貿易。儘管這應是有利於英國之舉，但香港的製造商卻可能是整個英帝國裡唯一得益於龐大零關稅區的廠家。當時，英國製造商眼見國內消費者捨棄英國貨而選擇廉價的香港產品，都紛紛投訴自己面對著不公平競爭。

除英國外，香港的製造業也迅速拓展到馬來西亞、印度和一些非洲國家，這些地區加上東南亞，構成了香港產品的主要市場。一直到二十世紀六十年代，香

³ 編者按：即田邁修於 1993 年之英國皇家藝術學院哲學博士論文“Ersatz Design: Interactions between Chinese and Western Design in Hong Kong 1950s-1960s”。

⁴ 月份牌是早期的商品宣傳海報，由於海報上印上年曆，故稱為月份牌。

⁵ 編者按：疑為張一民於 1958 年獲得之世界性郵票設計比賽紀念郵票設計第一名。該設計並於 1962 年 5 月 4 日發行為「香港郵票發行百年紀念」郵票。

港出口了大量以「大英帝國製造」(Empire Made) 為標記的塑膠玩具、搪瓷製品(等消費產品)。

渥太華協議簽訂後，香港產品設計的先驅也相繼出現，當中益豐搪瓷董事范甲和合眾五金的設計師兼董事鄭可都為香港開拓亞洲、中東和非洲的新市場作出不少貢獻。在本港，香港中華廠商聯合會一些大受歡迎並在商業上甚為成功的展覽，展品便是由范甲參與設計，而鄭可則在九龍塘開設了自家的設計工作室和設計學校。

事實上，香港的工業革命早在三十年代已經成形，較普遍認為的時間要早二十年。當時，「設計」一詞已泛見於廣告、市場推廣、製品生產、時裝和室內工程等領域。到了六十年代，隨著多個英國殖民地相繼獨立，「大英帝國製造」的標記已不能再用，「香港製造」(Made in Hong Kong) 的標記逐漸取而代之。

五十年代，因韓戰而觸發的貿易禁運反而促使香港製造業在二次大戰後的幾十年間蓬勃發展起來。香港向來採取勞工密集、以出口為主導和因應市場所需而設計產品的策略，這種策略因塑膠的使用和紡織業的發展而更添動力。但這時因要滿足新興美國市場的需要，往往按照買家要求的規格進行生產，設計的質素便下降了。在沒有適當培育設計人才的情況下，這時期的香港設計進入了純粹抄襲的年代，令「香港製造」等同廉價產品的代名詞，中式設計巧妙細緻的傳統已不復見。

另一方面，在六十年代，香港工業總會致力把香港的經濟重心與營商思維從中國和亞洲市場轉移至歐美市場，並積極對外推廣香港是現代化的西式經濟體系。當時，香港很多知名設計師都是由香港工業總會邀請來港的外國人，其中包括美籍的石漢瑞(Henry Steiner)、島崎健次、戴凱勒(Dale Keller)、郭樂山(Marshall Corazza)等。

改革開放政策的影響(一九七〇年代至九〇年代)

至七十年代，香港被稱為亞洲經濟四小龍之一，成衣、玩具、塑膠製品、珠寶鐘錶等的出口貨值大幅上升。在七十年代初，中國成為聯合國成員，重返世界舞台，香港因而擔當起聯繫中國內地與世界各地貿易關係的重要角色，這為香港的經濟發展帶來了一個新紀元。

雖然香港在七十年代日益繁榮，而且西式設計在經濟和營商思維上取得成功，不過，日式設計的成功例子促使一些本地設計師探索中國傳統在當代設計中所佔的位置。當中，靳埭強開始把中國水墨技巧融入西式設計之中，為現代中式設計帶來新面貌。陳幼堅則以民間藝術作設計嘗試，並以東西融會的設計理念而著稱。踏入八十年代，他們對中國傳統的探索開始為劉小康和李永銓等新一代設計畢業生帶來啟發。

隨著歐美社會的生活水平逐漸提升，顧客的要求也愈來愈高。為此，香港的傳統工業開始採用新的經營模式，轉向高質量和高增值的生產程序。七、八十年

代，香港製造的成衣、玩具、電子產品、珠寶鐘錶等暢銷全球。一九七九年，中國實施改革開放政策，香港與珠江三角洲出現了嶄新的合作模式，為香港九十年代的工業發展進一步奠下基礎。

中國對外開放後，香港製造商不須面對經營高檔商品和製造原創品牌的壓力。憑著華南地區的廉價土地和勞動力，再加上廣東省的轉口業日益發達，香港再次在中國貿易中擔當起重要的角色。珠江三角洲的製造業向來採用大量生產和人手加工的模式，明確以出口為主導，並且採取適應市場需要的設計策略，這些珠三角地區的製造業傳統在此期間得以再一次蓬勃發展起來。

總括來說，八、九十年代是香港經濟轉型的重要時期。中國實施改革開放政策後，香港的工廠開始北移，增值服務則繼續由香港方面提供，財務與物流遂成了香港新的經濟支柱。一九九七年，英國把香港交還中國，自此之後，香港與內地的經濟聯繫更形緊密。這些機遇都為本地製造商和設計師帶來了新的挑戰。

踏入千禧年後的發展：由原件生產（OEM）到原創品牌生產模式（OBM）

今天的情況跟以前並不相同。過去十年，香港設計師已開始重新發現自身的文化，喚起公眾對一個世紀以來中國製品、玩具、海報和時裝等設計的欣賞。現今對香港特色的探索，早已令人多少懷緬起早年的設計，但過去很多設計產品已散失不少，對年輕設計師來說，連接今昔的重要橋樑似已崩塌。現時從本地十多所設計學院畢業的年輕設計師人數逾千，當中極少滿足於各種已有的風格，他們正在為環球市場和具鑑賞力的本地擁護者，尋求一些更深層次的東西。

事實上，本地設計早已對香港工商業貢獻良多，現在更獲認同在地區創意工業乃至國家層面上具有重要地位。在本地層面上，設計產品對消費者文化和城市環境的影響，已開始改變香港人的生活模式。在國家層面上，香港設計對中國製造業和貿易現代化進程的影響，已公認對地區發展（例如珠江三角洲）極其重要。在國際層面上，香港出口至世界各地的玩具、時裝和珠寶等製品種類繁多，馳名海外。本地設計師和品牌開始在世界市場中嶄露頭角。

另一方面，大部分香港製造商長久以來一直是原件生產商。進入二十一世紀，原件生產商把生產模式轉為原設計生產和原創品牌生產的數目顯著增加。工業界開始明白到，香港的產品不應單以價錢來與他人競爭；取而代之的是香港工業界正在建立自身的形象和品牌聲譽，並採取原創品牌生產和原設計生產的策略來提升競爭力。著名珠寶設計師羅啟妍對這種趨勢總結如下：

回顧過往經驗，我們知道一件產品的商品意味愈重，邊際利潤壓力便越大，品牌價值則愈低。為推進業界邁向下一個發展階段，我們必須鼓勵設計師、製造商和市場重現，發展，投資於創作。……香港和中國的設計業迄今已走過一段光輝發展旅程，今日已開始享受經濟成果。展望未來，我

們需要製造一些風格超然的品牌和閃耀國際市場的明星。⁶

總括來說，香港設計已擺脫了實用主義的理論及限制，並揉合各種不同風格的設計，使我們從中認識到其他地區的設計特色。香港設計師為自己尋根之餘，更帶起了一股響往昔日設計的懷舊熱潮，例如本地百貨商店住好啲 G.O.D 和上海灘。事實上，香港自經歷非典型肺炎肆虐及金融風暴後，特區政府希望透過改善營商環境，鼓勵投資及促進人才和創意的交流來開拓更多香港自己的品牌，為本地經濟注入新的元素。在一片倡議創意工業的人聲中，香港藝術家又可以扮演甚麼角色？

參考資料：

《香港設計徵集大行動》，（香港：香港文化博物館，1997）。

《家·春秋》展覽圖錄，（香港：香港文化博物館，2001）。

《花樣的年華·關蕙農家族捐贈文物展》展覽圖錄，（香港：香港文化博物館，2001）。

《商貿世代·香港貿易四十年》，（香港：香港貿易發展局，2007），毛詠仙、黃靜嫻、黃銘傑編。

《香港設計系列六：生活佩飾·珠寶演繹》，（香港：香港文化博物館，2008）。
馬端納（Matthew Turner）：《香港製造：香港外銷產品設計史，1900-1960》（香港：市政局，1988）。

Matthew Turner, "Ersatz Design: Interactions between Chinese and Western Design in Hong Kong 1950s-1960s", PhD thesis submitted to the Royal College of Art, London, U.K., 1993.

作者為香港文化博物館館長

⁶ 《香港設計系列六：生活佩飾·珠寶演繹》，（香港：香港文化博物館，2008），頁 12。