

創作人實踐靈感 轉化心思成事業

由零碎的靈感轉化成設計概念，繼而研發成為商品，當中需要的不只想像力，還得經歷實踐階段，親嚐當中辛酸，撐不住的就得在市場中消失。在新一代的創作人裡，創辦品牌B.Duck的設計師許夏林和畫出獨特風格的漫畫與繪本文地，憑創意和實踐成功在大眾心中佔一席位，現在兩人分別各有展覽展出成名至今的作品，筆者特地訪問他們，趁機回味他們在成功歷程中的甜和酸吧。

文、攝：盧寶迪



■服飾質素也講究，肩位的貓頭具立體感，燈光下有閃爍效果。



■許夏林在2004年創辦B.Duck品牌。



■品牌中的經典：浴室收音機。

著重玩味 開拓市場

把創意轉化為產業，雖說顧及市場需求，也不是一味拚命地為別人而忙碌，在當中加點趣味或許更能令設計者和購物者皆大歡喜，商品遠銷外國及內地的本地品牌B.Duck的成立，就是源於創辦人、本地設計師許夏林（Eddie Hui）的「最緊要好玩」態度，亦成為B.Duck的概念：All about playful。

B.Duck全名是Bathing Duck，許夏林把傳統小朋友在洗澡時玩的浮水小鴨，創造出一系列趣致可愛兼具多樣功能的生活用品，現時更在「香港·設計廊」舉辦名為「B.Duck—All About Playful」的展覽，展出B.Duck新舊經典造型，當然包括風靡歐日的經典作品「B.Duck浴室收音機」，並首次展示鴨蛋枱燈、電子磅等產品的製作手稿。

旗下的生活用品走可愛路線，Eddie說是基於市場需求的考慮。早在創作B.Duck之前，許夏林於01年已成立公司Semk Products Ltd，設計和銷售各式精品到歐洲等多個國家，累積的經驗為新創品牌奠下基礎，亦使他在09年北上開闢內地市場。至今他在內地有82個舖位，連同本地6間舖，合共88個銷售點。許夏林在增加銷售點的同時，亦嘗試跟不同品牌作跨界合作，包括李寧、Esprit等，為自己建立的品牌加添變化和擴大接觸顧客的層面。

從錯誤中學習

許夏林在擴大品牌的版圖上，雖然以往已有與其他品牌合作的營商經驗，但在09年進軍內地於北京立足時也曾遭敗仗，他笑說在那次慘痛經歷中「交了不少學費」。「都當作是從錯誤中學習吧，如在北京錯選舖址，那裡人流不夠，蝕得很多。」他之後得到香港貿易發展局的專業意見，包括當地資料如銷售數據和人流評估等，並在開舖前做足準備功夫。

「實地考察，看看那裡商場的情況。那次經驗使我明白到，選舖位時，要作人流評估和計算那裡的人均收入中位數，而人流暢旺、消費力高就最適合。現時B.Duck已進駐深圳、杭州萬象城，那裡近寫字樓及地鐵出入口，銷售情況較佳。」因應網絡年代的時勢，許夏林說會花時間發展在淘寶網，現在不少人在網上購物，尤其是80後。

面對內地時有發生商品抄襲的侵權行為，許夏林則以「快」來抗衡。「公司有30多個設計師，不斷設計新產品，推出夠快，加上有兩間廠互相配合，在維持質素的同時，加快步伐推出新產品，使其他人難以抄襲，而且抄襲的質素始終比較差。」



■鴨蛋枱燈（中）實用兼趣致。



■新出產品之一的電子磅。



■錢箱美觀，也可當作擺設。



■新出純銀的首飾十分精緻。



■文地與QOD合作，把專門店化成趣致衣櫥。



■磁石貼雖是新出產品，但保留了文地手繪味道。

跨界創作 擴展版圖



■文地自2000年起開始畫漫畫及着手繪本創作，並把創作角色轉化成商品。

創意加上心思，商場冰冷一角也變得活潑繽紛，繪本文地憑筆下角色「活化」商場就是一個例子。愛貓的她向來以簡單線條，繪畫出引起共鳴的生活感受，畫盡貓事、男女情事和辦公室大小事。這次她與潮流品牌QOD合作，以「Cats in the Wardrobe」為主題，把pop-up store（專門店）轉變成猶如貓咪玩樂的大衣櫥，新鮮出爐的有磁石貼、iPhone電話套、三貓純銀首飾，包含各個角色的鎖匙扣等，都甚具吸引力，文地也說這比以往合作形式時售賣一兩款產品要多。

訪問期間正值文地忙於籌備暑假推出新書的事宜，也因為她自今年起全職投入自己的創作，擁護者看到她更多創作陸續出場。其實文地自2000年開始繪畫打工心情及生活感受，作品曾於不同報章雜誌及網站刊載，在平面及電子媒體都有她的專欄，2006年推出第一本以男女貓同居為題材的繪本《他牠牠的床》，至今已出版了10本書。

「出版新書、推出產品，去年接洽其他品牌產品作跨界合作，日間上班，晚上搞創作，睡眠不足，實在太累。」加上她想在自己的創作上多加發揮，包括她的愛情同居系列、網上漫畫專欄及以貓為主題的漫畫，所以決定自今年開始，抽身離開雜誌工作，全職投入自己的創作天地。她還說會在今年推出以貓為主角的書，以照片串連整個故事，並加入格仔漫畫。

由以往看人家建立自己的角色及踏上商品化的路，到現在自己親身經歷，體驗付出努力不能缺少。「不能躲在一角，要經常出外逛逛，有時候也會跟朋友和舊同事吃飯，在facebook裡與讀者交流，有的更希望我能把她們的故事畫出來呢。」

靈感源於平日累積

在家工作，文地說有個常遇到的困難——面對家中誘惑要懂得自律：「在家的感覺，令我很容易懶。所以即使我養了3隻貓，當我在書房裡工作，便不會讓貓咪內進。看着牠們很舒服的樣子，令我也想偷懶呢。」

而她在以往工作上的鍛煉，在死線前拚命趕工完成工作雖然是辛苦，但她已習慣，尤其是在她背後有着忠實粉絲的支持。「讀者也是我的動力，要在星期一於網上發表的漫畫，若是遲了更新的話，讀者會傳訊息問我，令我星期日晚得趕工完成，這些回應都是我的精神支持。」

說到創作繪本，文地筆下的內容生活化，她說題材都是平日累積下來的。「我有本小簿子，一有靈感，立刻記下，否則回頭已忘記，這需要平時花點功夫，不能偷懶，很多東西不是突然冒出來的。留意身邊事物，即使喜歡畫畫，不只留意別的畫家或他們的畫作，更要跳出框框，留意其他範疇的事物。」

現在發表途徑多了，尤其是利用互聯網這個大平台，文地認為創新很重要，使人在眾多畫家的作品裡，認得出這是你的作品。「人人都畫，你不能抄襲別人，讀者是會認得出來的。你要有自己的風格，如說故事的風格。還有，就是故事背後的訊息，無論是令人反思，給人快樂或者表達黑暗面，這個元素很重要。」

擁有自己創作的書本和商品，成功與否，文地認為這難以下定論，反而自己覺得滿足與否更為重要。「我覺得現在很滿足。之前辭了正職，做自己想做的，我已滿足，即使明天要死也滿足。」

QOD x 文地 Pop-up Store
日期：即日起至6月12日
地點：尖沙咀海港城海運大廈3樓LCX

新資助出爐 助短片創作人海外「取經」

創作人嘔心瀝血，在緊絀資源下拍短片，若然獲邀外地參與影展或得獎，卻因資金不足而無法到海外交流，那實在太可惜，幸好現在終於有了一條途徑申請資助，說的是由香港藝術中心與創意香港聯手推出的「香港短片新里程」計劃，計劃將以資助形式協作本地優秀短片及動畫短片製作人參與國際短片展及比賽，擴闊其經驗與視野，為香港創作人才提供更多前往海外參與影展交流的機會。

創意香港總監廖永亮表示，這次為期1年的資助計劃斥資270萬，涵蓋78個本地及海外影展，讓創作人有機會到海外交流。「近年新興的短片業培育了不少人才，在一些重要的國際比賽中屢獲殊榮，因此創意香港決定為短片業參與海外短片展及比賽提供資助，讓本地短片有機會與世界各地的優秀短片同

場切磋，提升他們的國際知名度及視野，從而鼓勵更多本地短片創作，鞏固香港作為亞洲創意之都的地位。」

計劃涵蓋各地影展

香港藝術中心總幹事林淑儀表示，該先導計劃適用於2009年內或以後完成、片長不多於60分鐘的作品之版權獨家擁有者報名參加，申請者必須是年滿18歲或以上的香港永久居民，或者是在香港註冊的公司，其報名作品須於今年5月11日至2012年6月30日內獲邀參與指定之78個短片電影節或比賽影展其中一個。成功的申請者可獲一張經濟客位來回機票、三星酒店住宿及影展/比賽參展證費用的資助，每筆參展資助上限為港幣3萬。每部作品可獲最多兩

次資助合共總資助上限為港幣五萬。香港藝術中心高級節目經理鄺珮詩補充，這次計劃的審核期約6至8星期，而申請條款有其彈性，申請人可先行到出席影展，在2個月限期內再作申請。

曾到外國參與影展的青年電影導演麥曦茵和動畫組合「貓室」導演陳宇峰認為參與外地影展的經驗十分重要。陳宇峰說在參展期間不單可看到外地觀眾對自己作品的反應，跟自己的偶像見面和交流，更重要的是能夠從中觀摩來自不同地方的作品，給自己更多的啟發。而作品有份在台灣女性影展展演的麥曦茵表示，在過程中大開眼界，「看到不同年紀、來自不同國家

的人的作品，跟那些導演交流，對當時只有21歲的我是一個衝擊，刺激了我更想去創作。」她認為這些到海外交流的經驗，會影響到創作人之後有沒有動力繼續投入製作，分享自己的作品。

「香港短片新里程」計劃詳情可瀏覽：
www.nachk.com
文、攝：盧寶迪



■左起：香港藝術中心節目高級經理鄺珮詩、香港藝術中心總幹事林淑儀、創意香港總監廖永亮、動畫組合「貓室」導演陳宇峰及導演麥曦茵。