責任編輯：伍麗微　版面設計：謝錦輝

傳真：2873 2453　電郵：feature@wenweipo.com
本版逢周一刊出

創意好生活系列（二）

編按：文化創意產業是一個地方的軟實力資產，它的價值，可體現在創意產品上，也可以延展到生活態度與精神價值層面。恰巧今年「台灣月」帶來一班台灣小農及文創者，展示他們由創意生發出的生活美學。本系列將深入台灣與本地文創產業的各個區塊，探討兩地的文創現狀、生活方式，及年輕人如何善用創意實現夢想和表達其生活態度。

從價值到產值 台灣文創的泥土香

上個月中，2012台灣國際文化創意產業博覽會在台北世貿南港展覽館舉行，從生活用品的新設計到傳統品牌的再創新，展示出台灣文創的方方面面。月末，台灣「微光生活綠市集」在尖沙咀文化中心外的露天廣場上露面，造型精緻又有原始味道的手作品、充滿情感的二手雜貨舖、從愛護地球理念出發的手工皂、將設計與公平貿易原則相結合的本土品牌……每個創意背後都透出微光，那是台灣獨特的人文溫情。

走訪文博會時，記者曾專訪台灣「文化部」部長龍應台，問龍應台台灣文創的最大特色是甚麼？她說，其實就是一種泥土的感覺。那種貼近泥土的情感與價值，也正是香港可向台灣借鑒的地方。　文、攝：香港文匯報記者 尉瑋

■台灣「文化部」部長龍應台。

■台灣領導人馬英九在文創博覽會開幕式上發言。

■可愛的貓咪鳳梨酥讓人忍不住買多幾盒。

■阿原肥皂崇尚自然與人情味。

■文創博覽會中可以見到原住民的手工作品。

龍應台說，香港與台灣，在文化創意產業方面有很多值得互相學習的地方，其中一種台灣有而香港比較缺的特點，就是「泥土的感覺」。「台灣的生活方式和思維內容都比較貼近泥土。」她舉了一個例子，某次她在台東邂逅了一家小店，裡面所賣的帽子漂亮得不得了，一點不輸給巴黎香榭麗舍大街上的時裝店。做帽子的女孩原來是一個外科醫生，辭掉工作回到家鄉開了這麼一家小店，原本用來縫心臟的手，現在縫起了帽子，怡然自得。「泥土在台灣的文化創意產業中是很重要的元素，泥土會給你很大的感動力量。」龍應台說，「但是台灣一定要和香港學的，是它的工業精神。從泥土出來的創意和情感，是價值，但是怎麼把這價值變成產值並進入市場，需要在中間打造非常多的產業鏈，這種產業鏈需要管理、數據、市場調查、行銷手段……這些香港比台灣要強很多。」

沒有完善的產業鏈，文創經營者也許永遠只能在花東開家小店，希望像英國那樣將文創產業的產值變成其GDP中的一大板塊，也只能是遙遠的夢想。對龍應台來說，年輕人選擇開間特色小店，過自在的慢生活，這是他們的個人選擇，但政府要做的，是提供可能性，讓他們可以選擇投入更大的項目中，讓價值有機會轉化為產值。

阿原肥皂的成功

將泥土的價值轉化為產值，台灣著名的本土品牌「阿原肥皂」大概就是最好的例子。2005年，阿原肥皂的創辦人江榮原創辦阿原工作室，開始以台灣草藥為素材自製手工肥皂。剛開始的一年多時間，工作室面臨如何向社會推廣手工皂的難題，幾乎是舉債度日。在他的堅持之下，阿原肥皂逐漸建立口碑，工作室不斷擴大規模，2007年，阿原更在陽明山公園內開闢了自家農場，採用自然耕種法，為肥皂提供新鮮的草藥原料；2008年更成立藥草研發中心，進一步提升產品。120萬元新台幣開始的小工作室，今天已發展成產值逾6億元新台幣的產業。對自身核心價值「關懷自然，珍視人情味」的堅持，加上對包裝設計、行銷手段、品牌形象的精確掌握，成就了阿原的成功故事。

「他賣的就是泥土，是感覺，然後是一種返璞歸真的生活方式。」龍應台說，文博會剛開幕，就已有來自德國的買家向她詢問，表示對阿原的產品印象深刻。而位於銅鑼灣的香港誠品中，也設有阿原的專櫃，開業初期常常被逛書店的人圍得水洩不通，工作人員忙進忙出不斷補貨，簡單天然的「泥土味」也打動了無數香港人呢。

創意產業很新潮？

在文創博覽會中，也隨處可聞「泥土香」。現場所見，文化產業的體現內容，既有各種新穎的生活類產品、依賴高科技研發的新物料，也有從傳統產業中生發而出的新創意——百年老店的鳳梨酥換上嶄新的包裝設計，一樣成為最新潮的伴手禮。「我們總以為創意產業是當代的創新詞彙，其實在古老的時候，種葡萄的人會把它釀成酒，變成各種品牌，變成一種生活方式、美食方式，葡萄不是一個最古老的文化創意產業嗎？我們的豆腐和醬油，也正在那裡等着我們的創意去開發。」開幕式上，龍應台如此說。

台灣領導人馬英九也表示，創意產業不僅可以存在於傳統產業的分類中，也可以存在於農業與漁業之中，就拿鯉魚來作例子，一條鯉魚不論怎麼烹調價值也有限，但位於雲林的一家公司，可以通過生物科技與其他技巧，養殖出客戶希望的顏色和斑紋的錦鯉，價值立刻增加幾千倍。「文創產業是很重要的創造價值的產業。」馬英九說，「只有開放的社會才有足夠奔放的創意，只有在自由的社會中才能夠有大膽的想像。台灣正是這樣的地方。」

文創產業　大就是好？

現在各地政府都大力推廣文化創意產業，內地的一些大城市，由政府領頭，每年都有數個耗資驚人的文化大項目「上馬」。但文化產業是否只局限在如何打造大型文化區或打造精品文藝項目等「大」搞作上呢？未必。台灣的經驗告訴我們，小巷弄中自然生長起來的特色文化與創意生活方式，一樣可以為社會注入鮮活的力量。在台灣文創博覽會中，不僅可以看到走出台灣、已在國際上打響名號的文創品牌，如法藍瓷或琉璃工房，更可以看到許多年輕人所帶來的創意產品。這些聚集了年輕創作者的小工作室，平時往往藏身於台灣的各個小街中——永康街與龍泉街所組成的康青龍文化區，聚集了小藝埕、民藝埕、林柳新紀念偶戲博物館等藝文空間的大稻埕老街區……吸引了許多背包客前往散步「尋寶」，每個轉角似乎都有驚喜。正如馬英九所說，這些規模不大但非常有創意的小店散發出迷人的光芒，是台灣觀光業發展的一大功臣。

文創產業不同於傳統的製造業，不只是製造產品那麼簡單。創意的生發需要相對寬鬆的環境，需要自在的空氣與自由的表達權力。文創產業也不僅僅局限在藝術、數碼、設計行業中，在未來的社會中，它可以成為為任何產業加分加值的重要元素。香港有着完善的商業系統與產業鏈，如何將此優勢運用在文創產業上，又如何打造更寬鬆的社會環境，「歡迎」每一個好點子的產生和自由生長，將是政府需要仔細考慮的課題。

創意趴趴走

文：伍麗微　攝(部分)：黃偉邦

創意可以無處不在，其表現方式也可以五花八門。在來香港參展「微光生活綠市集」的經營者身上，就不乏這樣的有趣故事。

小夫妻的人文空間

從高雄的大公司回到鄉野間，從舊貨市集到二手商店，從「有的沒的」到不能沒有，這是吳瑞文花了六年時間親手打造的文創空間。她說店裡的東西很多都無法歸類，所以就叫做「有的沒的二手雜貨店」。

前三年，她把自己用不到或沒用過的東西轉換給別人，後來愈做愈大，親戚朋友都把東西拿出來，她的店成為一個二手平台，物件換來換去，沒用的東西總有人需要。後三年，女主人懷孕了，二手店的環境過於雜亂，不適合孩子，她逐步轉型，慢慢轉為一家手作坊，收集各地客人、原住民朋友、手作人的作品。

「我希望通過商店，大家可以認識花蓮的人、才華和生活。」

將平民美學貫徹到底，無論是手作品，還是再生作品、自然產品，都可以走進生活，親近大家，讓人有天然、舒服的感覺。因此，女主人也很挑剔，放在店裡賣的東西必須也是很大地、很生活、很樸實的東西，如手工包、漂流木作品、種子創作等，一切都以友善環境為前提。

「我們的店不適合放bling bling的東西，襯托不了，會對不起人家。」

經過精心的挑選，店裡所有的物品都散發出相同的味道，徜徉其中，時光停住了。

從最初的以物易物到現在成為提供空間予創作者的文創平台，甚至融合不同的創作，衍生出一個獨特的品牌，女主人說，來到這裡就是要做自己想做的，生活雖然很忙，但過得充實，忙得開心，心靈很飽滿。

美好的生活價值感染每一個客人，來店裡的人不算多，卻是來了又來的回頭客，回流率非常高。或許吸引人的不僅僅是物件的多元化及獨一無二，而是空間裡洋溢的平民氣息讓人眷戀不已。

■店舖女主人吳瑞文。

■有的沒的二手雜貨店

帶着夢想跑台灣

來自屏東的年輕人，與「麻」結緣，在嘉義擺了第一次地攤，自此以後，他便帶着工具材料，繞着台灣跑。不是純粹的手作人生活，不會死守在某個地方，沒有一個固定的銷售點，許光輔一直在移動，也一直在適應環境，以純手工創作換取旅費，遇上有趣的人或邀請，也樂於短暫停留教書。

不同於尋常人，許光輔有點特立獨行，大學畢業後念研究所，第三年念不下去便開始做手環、項鏈、鑰匙圈、水壺提繩，從嘉義「古墟23.5度創意市集」，到台東「鐵花村音樂聚落．慢市集」，他說他幾乎跑遍全台，每去到一個地方，都會參加當地的手作市集或農夫市集。

直到現在，他還沒畢業，還是一直跑來跑去。但他說自己一直很嚮往大自然的生活，從沒想過要過領薪水的打工日子，只想腳踏實地地生活。而這樣的生活很自由，既可以與環境共存，又可以做自己想做的事，對他來說，已經很滿足。

想當然，手作產量即使再高，擺再多的地攤也好，他賺不了大錢，但也餓不死。幸好，他的手作品相對來說比較簡樸，不用太多複雜的工具，一條麻繩、一些樹枝、一點玻璃石頭，就可以創作出美麗又實用的作品，所以他的手無時不刻地動着。

今年七月，他在東部鐵花村買了一塊布，每次擺地攤都穿着，不羈的舉動叫人驚嘆，但也貫徹他崇尚自然的美學價值。埋頭苦幹的他，覺得這是興趣，繩子在手，創作就很快樂。

■許光輔

■麻繩製成品。

帶着夢想，許光輔一直往前走，有時在山上教書，有時在市集遇上他，有時在流浪，他說，未來想找一塊地，做農夫或成為獵人，繼續無負擔地生活。

有夢，沒甚麼是不可能的。

JCCAC 自創市集　開文創風

香港近年來文創風愈吹愈盛，2010年，賽馬會創意藝術中心（JCCAC）開始舉辦市集。到現在，各式各樣的市集在香港湧現，如數碼港周末藝墟的「創意生活市集」、夢藝坊在旺角的天台定期舉行的「夢藝市集」、愉景灣的「農藝市集」等，不同的機構、團體提供場地，創作人得以互相交流，交織、碰撞出繽紛繁盛的創意氛圍。雖然如今展示創意的途徑愈來愈多，但很多手作人或文創者也表示，JCCAC的市集比較有規模，市集裡的創作品質素相對來說也比較高，大部分屬於原創或純手工創作，是大家極想參與其中的活動。

「JCCAC手作市集」可算開創了另一股文創熱潮，提供銷售和互動交流的平台，讓手作人與公眾分享原創作品。從一開始的小規模活動，到2011年成為中心每季舉辦的活動，攤位也從幾十個增加至現在約120個，一連兩天在周末（下午1時至7時）舉行，十分受公眾歡迎，每次進場人次約2萬人。

JCCAC項目及拓展經理蘇慧盈表示，「手作市集」重視作品在設計、用料和製作過程上的質素、原創性和對消費者的吸引力，此外亦注重平衡各類型貨品的展示。市集攤位所售賣的原創手作藝術品種類繁多，包括飾物、布藝、皮革、玻璃、陶瓷、手工皂、紙品等。也因為平台的開放性和多元化，及愈來愈具知名度，每次「手作市集」都有超額幾倍的申請，為公平起見，主辦單位以抽籤的形式決定參展單位。「我們知道現時有不同的機構舉辦類似市集或藝墟的活動，希望參加者可以通過這些不同的平台，有機會向公眾展示和銷售他們的原創手作藝術品。」

參加「JCCAC手作市集」的，也有不少是在JCCAC中擁有工作室的藝術單位，如HK Carbon、Dirty Paper 、COZY x Sandy Owl、The Polska Traveller等。如能堅持下去，JCCAC手作市集可望聚集更多的香港文創力量。

■手作市集。JCCAC提供