



撐下去 只因仍有夢 (二)

# 本土青年設計師

## 在創意與現實間尋找自己

有件很吊詭的事，是當大家想到和香港同樣作為旅遊勝地的日本泰國時，除了東京銀座、芭提雅海景，也一定會想到讓人為之驚豔的日本設計和泰國古靈精怪的TVC，但很少會有人在想到香港時，覺得設計也是香港的特色之一。這在本土青年設計師施永恆等人看來相當不可理解——平面設計在香港廣泛應用，香港遍地是食肆商舖，哪怕一間不起眼小餐廳的招牌，也會牽涉設計的思維、branding的概念在其中——然而在城市節奏如此迅疾的香港，卻很少有人會將一間只有幾個卡位的小餐廳招牌built up為品牌。其實有一批本土青年設計師不會甘心，他們仍各自努力，在養活自己的同時沒有放棄探索set up香港人品牌的設計之路，希望香港設計衝出國際。

■文：香港文匯報記者 賈選凝 攝：韓小玲

因為職業原因，施永恆喜歡泰國TVC中讓人很過癮的故事設計，喜歡日本那種在一張白紙上花好多時間點幾點，效果出來就極奪目的空間設計。但香港呢？或許因為香港集合了太多不同文化，反而少有一樣具標誌性的設計從普通商業運用範疇中跳脫出來。在放眼望去遍佈大集團的香港，專注做品牌設計的人卻很少。而他想做的，卻恰恰是set up一條自己的品牌設計之路。為了這夢想，大半年前他冒生活不穩的危險，放棄高薪從大公司出來，做freelance設計師，和拍檔一起摸索着在商業夾縫中堅持設計創意的夢想之路。

其實剛畢業的時候，施永恆對design並沒有什麼概念，他坦言自己讀design時不是真的很喜歡這一行，只想找一門手藝，更談不上對行業的憧憬。他的第一份工作做雜誌設計，很辛苦，一周四五晚通宵工作司空見慣，但看着自己手中完成的「作品」，他開始在這份工作中找到了滿足感，也開始了解究竟設計是什麼，以及這個大範疇下細分的平面、廣告、品牌……

直到慢慢接觸到logo，他發現自己對設計logo的興趣比較大，就轉工去了一間做branding的公司，這份工作，也是他到目前為止的最後一份全職工作。

「起初以為自己一進品牌公司，就會獨立做一單project，但結果當然不是，頭兩年都是幫創意總監做事，慢慢才開始有機會自己不斷去嘗試新東西。」也正是因為想繼續嘗試新東西，施永恆在大半年前，結束了這份從事將近七年、收入職位都相當穩定的工作，和幾個拍檔一起，獨立接散件，成為freelance設計師。

### 為理想放棄收入穩定好職位

他覺得在branding公司的工作，因為做得太久，看似工作經驗積累不少，但視野卻不夠廣闊。他想出來看更多的東西，於是大膽地走出來，希望豐富自己履歷表上的經歷，並學到更多。施永恆說：「舊公司focus在商場的牌子，但我更想接觸更多其他像是fashion、product的範疇。」出來做了大半年freelance，他並不排除自己之後會再找工作，再找的目的，也是想再豐富自己的經驗。

他想給自己兩年時間，用之前累積的品牌經驗，再加上自己explore不同範疇的經歷，最終自己set up一間實實在在的設計公司，有自己的團隊，專門focus品牌設計。

做freelance既然也是做品牌，那和舊工作到底有何分別？施永恆說：「在於面對的設計行業更加廣闊。過去做商場是做很detail的東西，甚至會emotional一些，因為顧客買東西時很看這個brand和他有無聯繫，但換到fashion品牌，就和商場品牌很不同，設計師要很清楚行業的details，要知道客人喜歡什麼布料，但我恰恰缺乏這一類認知。」

其實他也不是一開始就覺得自己該創業，只因為在任何一間大公司做事，畢竟都有頗多掣肘。每間都有自己的營運模式，設計師可能自己想大膽些，但commercial的綜合考量卻會讓人發揮空間沒那麼大，但他認為，如果自己可以掌握清晰目標又有能力說服客人，品牌設計這條路，就會走得更廣闊些。

現實層面來說，施永恆現在賺的錢，比過去少了足足大半。「因為我本身在舊公司的position是art director，所以收入比較可觀也穩定，但做freelance就不同，可能你一兩個月接不到一單job，接到一單又做上幾個月。另一方面找客源也很困難。我和拍檔一起去，甚至離開香港去大陸找，但找到的job很可能只有很少薪酬。」

薪酬再少，有機會，施永恆還是會全力以赴去做。他坦言眼下的收入負擔自己生存其實是不夠的，自己也因為之前有積蓄，才夠膽這樣辭職，目前生存也靠積蓄加上freelance收入才行。但因為過了太久的穩定生活，他想要給自己一個更有新鮮感、更刺激的生活——即使回過頭去看這個決定，也不後悔。

「香港的freelance設計師其實不多的，實質放棄職位和收入，畢竟不是那麼多人願意。」施永恆自己，也不是一開始就下決心辭職，他說自己考慮了一年多才做決定，考慮的同時也在儲錢，備定錢，安下心之後作出決定。

他說：「在freelance這個範疇中，我會接觸到不同客人，其中分別在於做full time你不用整天去找客人，面對客人，freelance則要讓自己有從不同渠道source客人的經驗。也有可能我未來還是會回去做全職，但目的是了解不同公司的運作方法和經營模式，最終目標都還是為了豐富自己經驗。幫自己達成更長遠的夢。」

### 原則上只接「能保證香港質素的work」

做freelance設計師，最辛苦是去找客人，很多時候，施永恆和他的拍檔要去大陸，飛過去本身已有成本，加上又人生路不熟，有時也會吃虧會被騙。「譬如你去大陸做presentation要準備很多東西，但做完充分準

■青年設計師施永恆  
信堅持就是勝利。



備去了之後發現，那可能根本和你想的完全不同。其實在香港也會遇到類似的事，我曾經幫一間設計公司freelance做logo，講好價錢兩個月做完之後，對方說客人不滿意，但又用了這個logo，只是薪酬減一半。」

各種苦況他其實都試過，有時收不到錢，有時收不回尾數，freelance賺錢本身不多，自己也不太會花時間用盡各種方法去追討回錢。所以各種碰壁當豐富資歷。

客源方面，有的是朋友介紹，有的是自己以前的舊客，或者舊客的客人，接到的job則大都是平面logo。「我們幾個人有不同經驗，像我拍檔是做廣告出身，我做商場，我們也會找機會遠離香港去嘗試。」香港背靠中國市場，中國設計行業發展得很快，但同時水平參差，所以服務的客戶是怎樣的眼光和品味，直接影響作品的質素。

施永恆和他的拍檔們不抗拒去內地發展，但原則是「要接一些能保證香港質素的work」。他說：「因為畢竟完善自己的創意才是我最大的目標，那向這個目標邁進的過程，我要吸收很多不同訊息，包括不同公司的運作、市場、客人的不同性格，同樣一套方法也不可能走遍中國，所以這是個豐富自己經驗的過程。」

而香港本土的情況是，大商場的品牌設計千篇一律，小的餐廳又不願意浪費錢和精力去做branding，有點兩頭不到岸的感覺，所以施永恆這樣的年輕人，很清楚思維不能局限在香港，他們知道要向外去探索。

### 太快太商業的氛圍會扼殺年輕創意

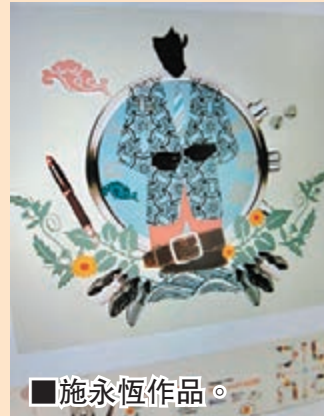
一樣東西做得足夠久就會變成專家，施永恆則想做個品牌專家。但他不想做那種商場品牌專家，前途雖然看似ok，但做出自己的辨識度，對他而言更重要。「就算branding這行，大家都有不同手法去做，而我想用自己的手法去做。所以收入和自己想要的滿足感，這兩方面需要平衡。」

這條尋求平衡的路，也正是他目前在摸索的路。「暫時接到的可能都不是特別完整的一件大的job，但做成了，也有滿足感。不過我想把滿足感再set高些，畢竟自己又真的喜歡branding這條路。」

他更認為，年輕設計師其實出來做事不難，只要解決財政問題，如今設計軟件易用、資訊發達、互聯網上可以搜尋到一切最新資訊，只是易學難精，要做出真正專業的東西仍然不容易。

施永恆認為，圈中很多人其實都有理想，只是社會環境的因素令他們難以發揮，太快太商業的整體氛圍，會扼殺很多年輕人的創意。「對比一下日本，他們的很多設計，就未必是一眼能看出奧妙的，所以就很有趣。但香港太多千篇一律的廣告，不像日本對設計有執着，又有整個社會足夠的氣氛和軟件配套。」

不過好在他仍然足夠年輕，年輕的好處就是——想到就可以去做，可以不顧後果，也可以大膽揮灑創意。



### 年輕設計師渴求展示平台

人的工作薪金水平隨時代向前而提升是很正常的現象，但在平面設計師行業卻出現相反情況，施永恆指如果對比上一代設計前輩，不難發現，過去一個designer的薪金，要高過現在約一半。可能因為過去市場上designer少，競爭沒這麼大，目前香港多了designer，需要求工作機會，商業環境追求價平、快起貨的模式。很多設計師不是沒熱情，但根本沒有餘裕去思考創意，一味求快的環境卻抹殺了他們的創意空間。

施永恆認為理想的工作環境是找到自己喜歡的工作平台，而這個平台能給你相對多的空間去發揮創意，行內再定期有些提攜新秀的專業設計比賽，可以讓年輕人互相交流、看到別人的水平也啟發到自己。但目前這個行業中，缺少年輕人敢講出自己的需求，新人一時半刻又很難入到前輩那個圈子。

簡單來說，就是設計這個行業的凝聚力仍然不夠，也不像台灣那樣好像每個細部的門類，都能找到對口支持。施永恆和他的拍檔覺得香港的設計者注意力更多還是在於賺錢——但其實創意同樣和賺錢有關，只是有時人們眼光不夠長遠，風氣是一味求快，比較難以改善。

「很多創意設計未必可以即時賣得出，但做出來，會成為你的資歷，客人請你，有時候未必光看你手上要賣的東西，而是看你平時做的東西有沒有創意。有時有一單job聘用你去做，除了商業策略之外，還有一個是你個人的真正創意，不要因為自己的設計暫時sell不出就迫自己依附純粹商業模式走，因為如果那樣，你可能永遠跳不出來。一次sell不出還可以下次再sell。」

政府如果籌辦專門針對設計新秀的比賽，或許會起到改善作用。在施永恆看來：「我沒辦法去替政府決定說他們該怎樣搞比賽，但至少如果創造一些這樣的平台和機會給年輕設計師，讓他們有渠道表現才華，而不是純粹在商業市場上去表現，就已經會改善很多。」比賽之外，官辦展覽或許也是好的方式——不一定要拿獎的作品才拿出來展示，各種百無禁忌的創意，都可以有展示機會，才是良性循環。

而如今如火如荼的西九文化區內部，如果有個專門的品牌設計展示區，或許也可以帶動整個行業的交流，而不是像現在這樣，大家做的商業東西都差不多，創意部分則各自閉門造車，溝通機會很少。

施永恆說：「這樣的課題，我們這一代當然要盡力去思考去改變。」

### 為新人製造出頭機會

陳海明是施永恆的舊同事，也是他目前的工作拍檔。陳海明從廣告公司辭職之後，自己開立了THEDO公司，在觀塘的一間工業大廈中租了小小的office作為設計根據地。

幾個月志同道合的拍檔，對設計行業都有憧憬，也想各自完整自己的團隊，走一條set up品牌的路。

陳海明認為，政府對設計行業的支援，首先是可以透過比賽或其他方式，給新一代設計師曝光的機會，將大家焦點從幾十年前的上一代前輩轉移到新人身上。他說：「前兩年有個維港設計比賽，罕有

的獎金ok，有十幾萬，由一班業界不同範疇的專業人士做評審，最後也是一個年輕設計師拿獎。那類比賽就屬於真正能幫到新一代的。」

另一方面，政府也要帶頭，除了給錢，政府本身應該對一些公共設計有要求。而不是將價錢看得那麼重，永遠是價低者得，政府如果都這樣，那整個商界也會跟著這個方向去做。「好比做我marketing，那我老闆都不欣賞好東西只欣賞便宜東西，我也就跟著做咯。好東西做出來也沒人欣賞。」

始終香港政府中沒有art director這樣的人去決定哪些設計是好，哪些不好，變成大型的項目很容易給大公司去做。陳海明說：「其實前期可以搞一個有公信力的比賽，之後再讓設計師優化。要培養大家把設計當做一回事的觀念。否則設計的標準永遠只結連價錢。」

在他看來，香港的整體art sense雖然好過大陸和台灣、做事方式更專業，但孕育藝術的搖籃並不足夠。「泰國日本的很多設計，之所以出色，是因為設計背後都有藝術底蘊，藝術才是設計真正的搖籃。」

而香港的設計特色又是什麼？難道說什麼特色都包含一些就是我們的最大特色？



■陳海明與施永恆都希望建立自己品牌。