

# 十年擺攤 將文創品牌帶到國際舞台

■2013年，Campobag與薰衣草森林跨界合作，首次在森林擺攤。

■創辦人之一陳小麥。



■Campobag也試過帶手作人到重慶擺攤。

近年手作文化興起，大大小小的市集如雨後春筍般散落在城市每個角落，急速的香港人偶爾也放慢腳步，感受市集的悠閒時光。市集的出現，改變了城市蒼白的面孔，逛商場以外，原來還有其他選擇。但除此以外，市集之於你，還有其他意義嗎？「我們擺的不是攤，是人生。」這是Campobag的一句slogan，也是創辦人陳小麥的生活哲學。這個台灣女生，從2005年開始擺攤，後來更將興趣發展為事業，創辦Campobag，持續舉辦創意市集活動，並將台灣文創人帶到世界各地，讓文創不止是一個動聽的詞語，更成為一個可以賴以為生的產業。

## 台灣

人將創意市集稱為擺攤，一塊布，一個行李箱，哪裡都可以擺。「我們那時做CAMPO生活藝術狂歡節，只是覺得好玩、有趣。」那時還沒有Campobag這個平台，而小麥只是大學生，台灣沒有創意市集這回事，「我們算是早期開始做的人。」在辦活動的過程中，小麥慢慢發現台灣有很多文創人，他們欠缺一個展示作品的舞台，而在2005到2008年間，創作人除了持續在市集活動曝光外，更藉著這股文創潮流，慢慢為人所知，發展出各自的品牌。小麥看見其中的商機，在2008年成立Campobag公司，朝商業路線出發，讓文創人依循途徑，將興趣延伸為事業。因而台灣創意市集發展至今，已相當成熟，設計人、手作人將之當成是入門，試水溫的渠道，「來創意市集的人各式各樣，那是一個有趣的空間，很多想創業的人都從市集開始，慢慢地市集也變成一個不僅是來逛逛玩玩的地方，而是創業者的一個門路。」

### 原創精神

從最初的辦活動，到成立公司，再在大稻埕設實體店，Campobag以提供服務為主，為創作者牽線，帶他們到處擺攤、交流，讓創作者迅速融入圈子裡，打通銷售渠道。「我們目前以拓展海外市場為主，帶領品牌朝國際發展。」小麥透露，Campobag這幾年已經在台灣舉辦了幾百場活動，也試過帶他們到海外，發現原來海外的代理商對他們的作品很有興趣，「這些品牌真的很有實力，也確實能夠接軌國際。」過程中，創作人可以近距離接觸顧客，聽到他們的聲音，並知道品牌在海外市場的反應及消費者的喜好。根據小麥的觀察，目前進入創意市集的創作者主要有兩種，第一種是個人或學生為主，他們從興趣出發，以做一些手作品為樂，他們也沒有周詳的創業計劃；另外一種是有公司有店舖的創業者，他們藉由市集這個平台，去跟不同的人交流，並且在開發新產品後先到那邊試水溫，了解消費者的接受度，如果消費者喜歡的話，回去就量產並做大規模的銷售。「創意市集已經成為一個交流的場合，而不純粹是



■Campobag是一個平台，不時組織擺攤活動，更將台灣文創帶到倫敦。



■對小麥和顏璋志來說，出外擺攤不止是擺擺逛逛，更是一種文化交流，是台灣文創與世界接軌的窗口。

個買賣的地方。」這也是台灣與香港市集的分別。當市集文化在台灣已經扎根十年，其氛圍、模式逐漸為人接受，而消費者經歷過如此之多的市集禮禮後，對它的期望也不再停留在買賣上。「大家會期望看到一些有趣、有理念的品牌，並想跟負責人聊聊天、了解他們為何會做這個作品。」這也是Campobag為何強調原創精神，無論是量產的東西，還是手作、限量的東西，都以原創為主。

台灣有各式各樣的市集，有二手的、有古着的、有懷舊的，百花齊放。「說真的，我們當初從興趣出發，不覺得市集能夠養活自己，甚至成為一個職業。但十年過去，我們也發現台灣在亞洲地區做文創這一塊是蠻領先的，最主要的原因是早起步，而台灣也鼓勵青年創業，加上大學裡有很多設計類的科系，這也造就了創意市集的蓬勃發展。」Campobag之外，社區組織、大學、商場都辦市集，這也讓小麥思索要如何文創路上走下去。

如何辦市集，辦甚麼樣的市集，還有甚麼可能，這些問題是創辦者需要思考的，反之，創作人也隨時間不斷成長，像原創品牌Foufou，2005年成立，創辦人是一對姐妹，她們以一個咧嘴開懷的兔子為主角，開發出各式各樣的產品，如今已經是十個人的企業公司，「他們十年前哪知道今日會變成一家公司呀！」

### 不斷轉型

「這是一種青年的自覺。」小麥如此形容，青年人有選擇權，不一定非要營營役役做個上班族，反而可以規劃自己的人生。

從2005年萌芽，市集潮流在2008年到達高峰，開始滑落，然後「駐地型」市集又捲起一陣風。所謂的駐地型市集是指華山、天母這種常態、固定的場地，他們每周都舉辦市集。最新一波是百貨公司也加入「戰場」，他們會在周年慶典或節日時，邀請創作人進駐櫃位，可能一個月或45天換一次。「能夠經歷這幾波轉型、存活下來的，都是挺有實力的品牌。」而這些品牌也成為各個企業競爭選約的對象，選擇進駐哪些地方，也是一個抉擇。

像Foufou、有空5mins這些品牌，便選擇了誠品這個平台。「誠品的櫃位有包底抽成的條款，一個月需要基本的業績，業績要抽成等，沒有實力的話很難生存下來。」

小麥補充道，創作人除了持續在市集上曝光外，更要選擇適合自己風格的市集，「小品牌需要不斷研發、改善自己的產品，讓它變得更好。很多人當初是因為興趣而做，但你想，今天你要做一百次、一千次，你還會覺得好玩、有趣嗎？如果你還想要繼續發展，那代表你真的很愛這件事，認真朝品牌這件事發展。」

### 接軌國際

香港創意市集並不少，但從創意市集走向品牌經營的創業者並不多，這與實際環境有關，空間不足、租金昂貴已打沉大部分人，再加上香港手作人大多沒有品牌概念，從興趣出發，也僅停留在興趣的層面上，不能進一步發展。「現在的香港就像2005年的台灣，一切才剛剛起步。」因為辦活動，小麥不時來往

港澳兩地，她解釋台灣文創的蓬勃是用十年時間累積出來的，「松煙也是這一兩年才出現，但它有一些突破，保留了很多地方讓這些中小型品牌進去設櫃，所以看上去像大型擺攤一樣，但大家又有自己的個性跟風格，裡面甚至可以辦工作坊，這也是近兩年累積出來的。」過去台灣的百貨公司僅邀請大品牌設櫃，小品牌都淪為活動的一部分，香港的情況也如此，目前只能靜待，看是否有企業願意支持、扶持文創業。另外，香港也欠缺如Campobag這樣的平台持續地為創作人牽線。Campobag至今舉辦過的海外擺攤活動多不勝數，澳門、新加坡、日本，甚至倫敦，都有其蹤跡。創辦人之一的顏璋志，為了不讓海外行成為有名無實的活動，甚至花了一年時間去當地學習、認識當地人，充分準備好、建立好關係後，才安排台灣創作者過去，跟當地創作人交流。最振奮的是，確實有不少台灣品牌受青睞，打進海外市場，像由詩人許赫、孟少創立的角立出版社，其出版的詩集在台灣不是賣得很好，但新加坡一間華文書店卻把他們的書買斷；另外一個品牌日出小姐，澳門博物館也直接跟他們訂購手抄紙名片；而ILLUK也跟英國的插畫師持續合作。

對於小麥來說，台灣文創人最大的特色就是擅於述說自己的故事與理念。下期記者將選來四個台灣品牌，分享其創立品牌的經歷，且看他們如何述說各自的故事。



■小麥於大稻埕設實體店，擺設各家文創產品。

## 東邊西

文：余綺平

# 二戰時的印度人

二戰結束七十周年，各國以不同形式舉辦紀念活動。英國一位印度裔女作家最近趁機出書，指出當時印度在英國殖民管治下，替英國賣命打仗，戰後，英政府卻完全漠視他們所作的犧牲和貢獻。

阿斯明·汗 (Yasmin Khan) 的新書《戰場上的印度人》(The Raj at War) 上月初出版，隨即引起社會爭議。《泰晤士報》評論文章認為，戰爭距今已很遙遠了，書中的論點，很難被英國現代年輕人接受。

二戰時，為英國打仗的印度人有二百五十萬名。他們南征北討，遠至非洲東北部厄立特里亞的山峰，追擊意大利軍，又長途跋涉去北非的地雷區推進，去伊拉克撲滅暴動，還有去緬甸。在緬甸這一場「被遺忘的戰爭」裡，印度人死傷枕藉，人數超過盟軍傷亡的總和。

印度許多城市，如加爾各答和東部海岸城市維沙卡帕特南，均遭日軍狂轟濫炸。《戰》書指出，印度「贏得許多獎章，卻失去了至愛親人。」為大英帝國戰爭的，何止印度？戰後，英國不會記起這些殖民地為宗主國所作出的犧牲。

印度獨立後第一任總理尼赫魯曾經指出，英國拒絕給予印度人自由（獨立），但印度士兵卻為英國的自由而戰死沙場，這一點，印度的國大黨黨員是接受不了的。《戰》書作者特別引用印度二戰英雄鮑斯 (Subhas Chandra Bose) 的事跡，去重組當年被遺忘的歷史。鮑斯率領四萬三千名印度國民軍，在緬甸境內血戰日軍。

一九四二年日軍侵入緬甸時，英軍乘船沿著「白線」撤退；印度兵則沿著「黑線」登陸迎戰；此一役，印度兵犧牲了八萬人。《戰》書透露，印度軍隊為了阻擋日軍的節節迫近，不得不破壞孟加拉拉立邦沿海的漁船和農作物供應。結果，導致一九四三年大饑荒時，印度餓死了逾一百萬人。

印度前總督威福威爾 (Lord Wavell) 指責英國政府「忽略」印度人，有時候，甚至是「敵視和蔑視」印度人。《戰》書說，印度軍人受到羞辱，似乎理所當然。例如，英國前首相邱吉爾曾頒令，英軍無須接受「棕色人」的支配，也無須向他們敬禮。



■1942年希特勒接見鮑斯。

不過，《星期日泰晤士報》書評文章認為，英國人處理此事的手法，的確確之惡劣。但印度人可曾想到，如果日本軍隊戰勝了，印度的命運更加不堪設想。

況且，印度人對二戰懷著複雜又矛盾的感情，她既是失敗國，也是戰勝國。過去七十年，她低頭面對二戰紀念日。

根據二零零五年拍攝的印度電影《鮑斯：被遺忘的英雄》(Bose: The Forgotten Hero) 裡，原職律師的鮑

斯，在反抗英國殖民統治運動中，與印度聖雄甘地齊名。他曾擔任印度國大黨主席，太平洋戰爭爆發，他創辦印度兵團，擔任印度國民軍最高司令官。在印人心目中，鮑斯是民族英雄。

但是，根據歷史記載，以鮑斯為首的印度民族主義者為了爭取獨立，以求從英國「解放」出來，曾經與日軍結盟。二戰時，印度兵團更加入了德軍，一九四二年鮑斯獲希特勒接見，有照片為證。

鮑斯只是一個投機分子。他認為，二戰時英國和德國之間的戰爭狀態，正是印度擺脫英國管治的好機會。所以，當德軍於一九四一年介入北非戰爭，俘虜大量英聯邦軍官兵時，裡面就有大批的印度戰俘。這些印度人順水推舟在納粹德國本土成立了印度軍團，加入德軍，導致後來希特勒接見鮑斯。

今年五月俄國紀念衛國戰爭勝利七十周年閱兵禮上，印度陸軍卻以戰勝國姿態接受檢閱。《戰》書作者是印度裔，她沒有以客觀立場去分析歷史。