



「樣品製造」收集用剩的布料。



「樣品製造」的設計以「拼布」為主。



Niko的牆飾設計是獲2017年「DFA香港青年設計才俊獎」的作品之一。

受訪者提供

注重環保 精通不同物料 設計才俊將社會價值注入作品

符士汶：整合基層婦女、智障人士到設計團隊

每間設計公司的物料庫每年堆滿不同樣板，在更新不斷的市場潮流下被淘汰。但其實大多品質上乘、不乏著名時裝品牌的布料。Sam是合夥人之一的「樣品製造」(Made in Sample)就主打用回收布料以「拼布」(patchwork)製作百家布家品。除了環保外，她還同時展開她的社區設計實踐，將家品的車縫工作發給一群退休婦女。經過調整工序後，她更成功把庇護工場的智慧人士整合到製作團隊中，不但開發了弱勢社群的勞動力，更優化了工作流程、減省了成本開支。「其實那些退休女工有紡織廠的經驗，反而教會很多我們不懂的流水作業生產技術。」Sam謙虛地說。



「樣品製造」聘請退休婦女、智障人士，為社區弱勢發聲。

Sam的社區設計理念在大學時期逐漸形成。一年級，老師讓她理解到一位設計師的責任。二年級，她參與為內地偏遠農村修建便橋的「無止橋」計劃。大學畢業後她在設計公司工作，當中也有一些關注社區的項目。後來公司結業，知道現時的合夥人羅治軒有一個社區項目，覺得很有意義，於是加入。「當時只是一個project，沒想到發展成一間公司。只是後來參加一些社區活動後又認識了更多布廠、牆紙廠，收集了更多原材料，17年初時正式開始量產。」

這些布料、牆紙經過一番悉心拼貼後，變成了枕套、袋、銀包、電腦套、書套及筆套等，並在實體店如設計市集、「香港·設計廊」及網店等地方出售。

大品牌剝削以外的另類可能

Sam不諱言，她未必能與大品牌直接競爭，但自己的產品多了一份大品牌沒有的社會價值和責任。「我們也會學習他們一些營運模式、追蹤潮流走勢，在拼布上能和他們一樣按市場需求做出不同系列如日系、北歐簡約系、奢華系的產品。但生產成本的確比它們高。但它們維持低成本靠的是剝削外判工人，我們走的是相反方向，專門聘請一些弱勢基層。」

另外，她又坦言設計業的創業路並不平坦。「租貴是很大問題，也不可能租用共享工作間，因為放不下生產物料。而且香港在環保風氣上落後。香港人覺得回收的東西不乾淨，其實是誤解。相反外國人比較能開放，懂得欣賞二手貨。而且外國搞up-cycling能成為國家品牌，連政府也買他們的產品用。但香港卻沒有走出國際的品牌，政府也

對香港本土設計前景樂觀

不過，Sam對於市場前景依然感到樂觀，並希望用獎金在日本實習，將海外經驗帶回香港的時候也可以走向國際。「我們不只是小手作，而是大型生產線，也不只是面向香港市場，更想走進世界各地，也的確有外國人在網上購買我們的產品。不過我發現香港人也慢慢願意支持本地品牌，開始接受二手貨，例如二手時裝近期就很盛行，相信在不遠將來會有更多類似我們的品牌出現。」

站在設計師的角度，Sam也認為會有多年輕設計師願意投身具社會價值的设计項目。「有些同屆畢業的同學做室內設計，做了兩年人工已有兩萬，自己的收入肯定趕不上他們，但在「樣品製造」得到的滿足感卻是無價。設計師不要愛掙錢，不要「跑數」，很多年輕設計師打了幾年工後也會選擇追逐自己的設計夢。」



符士汶重視設計中的社會責任。

近年文創產品盛行，設計市集成行成市，有些更發展成本地品牌，將興趣變成事業。這些產品在賺錢的同時，也注重社會責任，關注環保及弱勢社群，創立另一種更具社會價值的經營模式。品牌「樣品製造」的年輕在職設計師符士汶(Sam)和「Design EAT」品牌設計師梁康勤(Niko)就是當中佼佼者，兩人早前更獲香港設計中心主辦的「DFA香港青年設計才俊獎」，各得50萬港元贊助，赴海外著名設計公司工作和學習，在未來繼續用設計改善社會。

文、攝 香港文匯報記者 陳添浚

梁康勤：講究生活細節和環保

Niko則選擇將設計融入生活細節，尤其是飲食。香港人生活節奏急速，最愛吃快餐，忽略了對生活細節的欣賞。Niko的「Design EAT」項目就是透過設計一系列精緻小巧、紋理獨特的陶瓷餐具，開拓大眾對於另類生活的想像。「我參考了日本的飲食器皿及其優雅、講究的飲食文化，不過這次我不是用來放日本食物，而是配合煮健康素食的朋友，餐具的紋理也是自創，例如方格、紙摺效果，具玩味效果和個人風格，充滿驚喜。」Niko如是說。



梁康勤與素食廚師合作，創造另類飲食體驗。

倡參考歐洲設計模式

Niko在荷蘭設計學校讀書，精通不同物料如玻璃、木材、石膏、紙，但最善於以陶瓷創作，喜歡創作具實驗性的設計品。除了在外國讀書，她也曾在日本有田幸樂窯德水瓷廠、內地景德鎮、荷蘭、芬蘭等地工作，她認為相比香港，其他地方尤其是歐洲人都較注重在生活中加入設計元素，並重視環保。Niko指：「歐洲自18世紀就盛行沙龍文化，因此對生活較有追求。而且他們也很注重環保，例如北歐芬蘭木傢具公司Nikari整間舖的電力都是來自水力發電，木材全部來自本土可再生的樹木。這方面香港要急起直追。」

Niko自言沒有商業頭腦，一開始也沒

想過賺錢，不過她會視任何商業項目為一個推動自己設計理念的踏板。「沒想到我的『Design EAT』在『香港百貨市集』售賣時反應很好，所以之後也增加了產量。除了展覽，我現在還將產品放在Facebook或Instagram的網店、手作市集等地售賣。」

提到自己得獎後的計劃，她指自己已着手研究用可循環再造的玻璃設計，並希望用獎金到瑞典IKEA工作。「希望自己未來可以嘗試在廠房生產。現在我只是做小規模的文創產品，但如果想滿足大眾需要、提高大眾生活質素、創造生活價值的設計產品，就必須走入量產的工序。而且IKEA也有很多關注環保的設計方針，值得香港設計公司借鏡。」Niko謂。



Niko的「Design EAT」設計中以窩夫碟最受歡迎。

梁康勤現於香港兆基創意書院任教設計課。



Team 21 在 Logitech G 的組別奪冠。



Team 20 在茶木組別奪冠。



Team 15 在 ASANA 組別奪冠。

為企業帶來新啟發 學生展現商科潛力爭當「市場達人」

香港作為商業之都，市場營銷 (Marketing) 一直是商業上重要一環。加上 Marketing 講究創意點子，需要應對日新月異的社會環境，一直是愛走出框框、尋找新鮮感的年輕學子憧憬的行業。為了使學生有機會到商業世界實戰，香港城市大學市場營銷學系聯同幾大企業舉辦「傑出學生市場顧問」計劃，給予學生「實戰」機會，為企業制定營銷策略，達至雙贏。本年度計劃吸引了多個知名企業及品牌參與，包括：羅技香港、ASANA Global Group、拜耳醫療保健、Alex Tham等。學生會按不同企業需求，針對不同層面受眾進行市場研究，從而訂立可實踐的專業行銷策略，為企業帶來新啟發，共有十二隊獲獎隊伍。

比賽是學生分成各組為企業制定最好的營銷策略，競爭冠軍寶座，展現出香港商科學生的無限潛力。冠軍是 Team 15 的林姿麗、譚泳愉、任泳恩、戴詠琪及楊晴因，他們針對香港作為出生率低的長壽城市，人口老化問題嚴

重，根據市場調查結果向主理「銀髮族」美容生意的 ASANA 提出加強「家人共享」的概念，並向 ASANA 提議數個社群活動如微電影和「自豪舞台展現真我」等而贏得該組別的冠軍。

得獎同學向記者表示，一開始她們被抽到負責為 ASANA 提供市場策略時，也感到有點無從入手。她們指：「因為不太熟悉該公司。我們作為年輕人，也較少和長者溝通。」不過，透過焦點小組 (focus-group) 和問卷調查，她們漸漸收集到那些長者對 ASANA 舉辦的社群活動的滿意程度。在焦點小組與長者對答時，她們也靈活變通，應用了一些課堂上沒有教授的技巧，體現了實戰的意義。「和長者對話時，發現不能把一套概念應用在不同人身上。與不同的長者對話時要投其所好，先開話家常，有時甚至提及他們的孫兒，拉近大家之間的距離。」她們說。她們又表示 marketing 是一個很有活力的行業，變化很快，不會停下來，充滿挑戰性。

善用大數據分析市場

隨著大數據年代來臨，近年世界各地不少城市均着重資訊及通訊科技的發展，新一代「市場專才」如能善用數據及有良好分析力，可提供精準的市場營銷策略，對企業未來發展有着龐大益處。

得獎隊伍 Team 21 的郭諾詩、鄧欣兒、連睿懿、汪佳旋、陸曉中及王詩琦就憑藉大數據分析進行用家研究，幫助 Logitech G 針對近年最火熱的「電競」E-Sports 市場提出一系列吸引用家購買進階 E-Sports 遊戲設備的市場策略。得獎學生指：「透過分析大數據，我們能了解市場趨勢和消費者行為，繼而預測和評估市場的未來發展，再作準確的營銷策略建議。但是，隨著實時大數據的不斷流入，成功關鍵在於企業或商務人員能否快速，甚至高速處理數據，否則其分析結果可能跟現況出現落差，影

響決策準確性。」他們發現朋友推薦是用家購買高階設備很大的誘因，於是提出忠誠系統，如成功引薦朋友購買產品，就能賺取優惠積分。最後，他們又指，近年 marketing 愈來愈電子化，是次替「電競」產品公司實戰正好讓他們提前做好準備。

營銷策略著重點地變通

隨著 Foodie 文化興起，台灣品牌茶木也在香港立足，更推出冷泡茶茶包。Team 20 的陳詠琳、李雪瑩、霍熹楠、凌漪澄、李海兒及司徒晶冰就着重在市場推廣時加入年輕、貼地的教育元素，成功突圍而出。「我們發現作為茶包主要顧客的女性，不認為冷泡茶是健康飲品。所以在推廣過程中，必須重點介紹冷泡茶的益處及其功效。為了加強教育效果，我們創作了一系列容易引起共鳴、潮流化的口號。」她們認為課堂上的 marketing 知識有莫大裨益，不過實戰上也要懂得變通。她們指出：「例如我們把收集得來的市場調查數據輸入到電腦統計系統分析的技巧就是來自課堂。但我們在 Megabox 收集數據時，發現有些問題的設置過於繁複，收集得到的結果不理想，甚至影響回答者回答的意慾。因此我們臨場決定刪減一些問題，最後終於得到有用的數據。」

文、攝：陳添浚