

區區有故事之新蒲崗

少了工廠 多了工作坊的新蒲崗

創多功能「Factory」 「廠二代」尋新生

■新舊建築交錯的新蒲崗，已不再是單一工業區。

人類是很愛給這個世界下定義的一種生物，不僅要定義人事物，甚至連地區也難逃這種「被定義」。新蒲崗，黃大仙區東南部的商貿區，名稱來源於原址的蒲崗村，過往這裏一片荒蕪，但隨着舊啟德機場的落成，則轉變成為大型工業區，命名為「新蒲崗」。

由於過往在城市發展的進程中，新蒲崗的工業發展、貿易表現繁盛，港人往往將該地「定義」成工業區，在搜索玩樂的香港好去處時，並不將其納入考量範圍。但事實上，若你真的願意步入新蒲崗，心無旁騖地置身其中，你便能赫然發現，周圍林立的大廈有着數不清的港味招牌，傳統本地品牌的名字隨處可拾，懷舊小食滿街飄香，匆忙路過的工廠人連行色都帶着香港氣息，抬頭看看，獅子山便在雲間驟現，這難道不是一幅難能可貴、飽含生命力的香港眾生相嗎？

採、攝：香港文匯報記者 胡茜、張岳悅

一場突如其來的全球疫情，打亂了我們的生活常態。視光學用語「20/20視野」是指在20英尺距離下量度得出的正常視力，今年香港設計中心主辦的第三屆「BODW（設計營商高峰會）城區活動」，便以「後疫情時代的20/20視野」為主題，透過200多場設計創意節活動與大眾一起找尋自己最佳的20/20視野，為社會而設計。香港設計中心項目總監林美華對於選擇新蒲崗作為是次開展活動的主要地點，她說道：「新蒲崗其實在大家心目中不太『新』，但現在它的當中確實是有很多新的東西，藉助設計的力量，社區轉變的力量，去帶動這個地區的發展，不再掙扎於自己的定位，也帶給市民新的觀感。」



林美華望藉助設計的力量帶動新蒲崗發展。

林美華認為，在香港這片土地上，沒有什麼是絕對永恆的，這個城市代表的就是一種創新、發展和不斷地改變。「但是在發展的同時，也要去看它本身存在的意義和魅力。」她說道。新蒲崗既能夠在香港的土地上、歷史的進程中佔有屬於它自己特色的一席之地，便必然有它存在的因由，而這個小小的因由，便是一顆種子，「BODW城區活動」就是由這顆小種子慢慢生根發芽，長出奪目的鮮花。

「The Factory」 化原廠址為活動空間

Jenny的父輩曾於大角咀及九龍塘開設機器廠，至1968年遷至甫時新開發且鄰近啟德機場的工業區新蒲崗，而這裏也成為他們發展的轉折點——由生產塑膠花機、織冷衫機等機器，轉做捲髮器、直髮夾等女性頭髮用品。Jenny的童年記憶，與新蒲崗這片土地緊密相連。她猶記得上世紀八十年代初，這裏曾煥發着屬於工廠區的勃然生機，午膳與放工時間，大有街化身為包羅萬有的市集，工人們的爽朗笑聲與小食攤檔的吆喝聲久久迴蕩，熱鬧而溫馨。蒲崗村道公園球場時不時舉辦一場各工廠之間的聯誼賽，小小的她猶記得叔伯們或於球場上揮汗如雨，或於看台上大口暢飲，散落一地的啤酒罐也成為她腦海中的鮮活片段……

當香港的製造業隨着時代而逐漸褪色，Jenny的父親於上世紀八十年代開始北上深



「The Factory」內舉辦當鋪招牌工作坊。

圳拓展業務，並逐漸將所有的生產搬至深圳廠區，位於新蒲崗的原廠址部分留存為office，部分化身為「The Factory」多功能活動空間，可租賃供聚會、烹飪、文化交流、藝術創作及展覽等用途，這是Jenny與兩個哥哥先後接管公司後的新構作，亦成為新蒲崗煥新的新方向——寬敞空間配合先進設備，遺留歲月痕跡的牆柱，與現代工業風裝潢巧妙融合……工廠之中，自有乾坤。

找準定位 多元發展

現時的工業，已不是如上世紀般踏實努力工作便可獲得高回報，Jenny認為，找準定位，順勢而為，才是工廠發展不輟的關鍵所在。她憶述2005年內地工廠如雨後春筍般湧現，2007年更多了港人北上開廠，在激烈的競爭下，三兄妹開會投票作出了轉型的決定，「若將貨就價，做大量中低價的產品，價格方面很難與寧波的工廠競爭，不如憑藉公司做多年出口歐美及日本貨品的優勢，轉變目標市場，做貴價、高質、量少的產品。而今時今日，只有主動去尋求更多更廣範疇的事情去做。」她說。

秉持這樣的信念，Jenny的眼光不再局限於頭髮類產品，而是自2008年起建公司研發團隊，與客戶共同研發新產品，包括

商標製造廠 舊情不改「革」新拓展



Adrienne的工廠持續轉型，生產皮具禮品。

很多時候，「廠二代」或「廠三代」的身份，會化為肩膀上沉甸甸的責任，對Adrienne而言，將壓力化為革新的動力，才是擔起這份責任的最佳方式。上世紀六十年代，她的爺爺開始於新蒲崗的工廠獨資經營商標製造廠，這小小的商標，傳承了三代人的心血。

Adrienne於2006年從加拿大回流香港，在香港製造業的衰落時期掌舵，舊情不改，堅守本地生產的陣地。

重回舊地，她記憶中的新蒲崗已然變了模樣——傳統工業舊區中，穿插着高檔住宅及寫字樓，好在昔日的老字號店舖和熟識

的街坊仍在，只是烙印了歲月的痕跡。重拾舊業，利用原有機器及物料的優勢，她決定在生產皮革商標的同時，順應市場需求設計製作皮具禮品及DIY手工作包，與其他工廠合作，構思皮革與其他物料結合化身為日常用具或藝術品的可能性，並積極通過網絡渠道推廣新產品。轉型與創新只爭朝夕，近年經歷中美貿易戰及疫情的打擊，Adrienne坦言工廠商標訂單驟減，已陷入半停工狀態，但新產品的研發和生產正方興未艾，「做得幾多幾多吧。」Adrienne的眉間，又多了幾分努力後面對現實的坦然。



Jenny認為現時發展工廠更應找準定位，順勢而為。

李家姊弟將招牌縮小，變成工藝品。



當鋪招牌化身文創產品。

「李漢港楷」 傳統招牌變文創產品

事實上，創意設計氣氛在近年開始瀰漫新蒲崗，毋庸置疑，創新、開拓已經成為這個地區目前的關鍵詞。招牌公司耀華製作室聯合文化社將舉辦一系列的設計展覽、故事分享、工作坊及導賞團等。耀華製作室的李家姊弟二人是實實在在的新蒲崗廠二代，上世紀八十年代，他們的父親便已經在新蒲崗駐紮開廠，姊弟倆稱：「雖然我們一家人並不是住在這裏，但生活在新蒲崗的時間絕對是一生中最長久的。」他們的父親一手創立的「李漢港楷」流傳甚廣，亦歷史悠久，這種粗體字看上去一目了然，最大的特色是一體成形，非常適合用於招牌。

很多店舖還保留傳統的「讀入舖」招牌。



然而，在時代的發展中，招牌工業愈來愈多元化，形式上也有了質的轉變，「我們在新蒲崗的時光實在是太長了，看到周圍的事物在這麼多年的時光下慢慢轉變，工廠消失，傳統手藝也逐漸變少。」李家姐姐Jacqueline認為看到一切在改變的時候，傷感是不能避免的，「但是社會是要往前改變、進步的，我們要學着去適應。」當物質的轉變已經從三三兩兩的人事成為整個社區的變化，李家兩位廠二代沒有固步自封，他們認為更新換代刻不容緩，「本身自己不會變的話，無論做哪一行都會被人淘汰。」Jacqueline說道。

順應時代改變是好事

如今李家姊弟已經將招牌文化改頭換面，保育傳統的同時亦將此文化創新，改變尺寸或利用不同的材質，使平常的、舊有的招牌變為一種文創產品。早已從父親手中接管了招牌工廠，開創工作室的Kin說：「我們從小都是



製作招牌起家的廠二代Kin和Jacqueline。



舊區的街坊與舖主間彼此熟悉。



街坊零食舖承載「廠二代」的童年回憶。