

爭鳴年代

The Decades to Contend

1970 與 1980 年代香港平面設計歷史

A History of Hong Kong Graphic Design in 1970s & 1980s

《爭鳴年代》

The Decades to Contend

研究計劃 Research Project

1970–1980 年代香港平面設計歷史研究

Report on ‘Hong Kong Graphic Design History in 1970s - 1980s’

本研究計劃由「爭鳴年代」項目總監與 Art Space Art Planning Consultant Limited 執行。

This research project was executed by the Project Director of ‘The Decades to Contend’ and Art Space Art Planning Consultant Limited

展覽 Exhibition

爭鳴年代—1970 與 1980 年代香港平面設計歷史

The Decades to Contend – A History of Hong Kong Graphic Design in 1970s & 1980s

日期：2017 年 2 月 10 日至 4 月 17 日

Date: 10 February to 17 April 2017

由康樂及文化事務署主辦，香港文化博物館策劃

Presented by the Leisure and Cultural Services Department,
organised by Hong Kong Heritage Museum

序

《爭鳴年代》是以 2015 年完成的《1970—1980 年代香港平面設計歷史研究報告》（以下簡稱：《研究報告》）為藍本編輯，內容以於 1970 年代至 1980 年代的香港平面設計發展歷程為敘述主軸，輔以人物訪問和作品實物圖片，以簡潔的手法讓觀眾了解研究成果，以冀展現當年的創作與行業生態。

回顧一連串設計業的基礎建設，可知香港整體設計於 1970 年代的崛起並非偶然。如香港理工大學設計學院的前身成立於 1964 年；香港貿易發展局成立於 1966 年；香港工業總會於 1968 年成立香港設計委員會；大一藝術設計學院在 1970 年建校；香港設計師協會亦於 1972 年成立。這些設計機構不但大力推動香港設計騰飛，更促成了行業走向專業化，它們的誕生除了反映政府的支持，也全賴當時有遠見有實力的社會人士大力主催而成，其中也包括了當代設計師。

除基礎建設外，香港經濟在 1960 年代開始起飛，蓬勃發展的商業和消費品市場亦為香港廣告業和平面設計的發展提供有利條件。此外，香港逐步躋身國際城市之列，吸引不少海內外人才投入本地的創意產業，表表者莫過於石漢瑞博士、斐冠文先生和施養德先生，而在本地受訓出身的新秀如靳埭強博士、張樹新先生、余奉祖先生、陳幼堅先生及韓秉華先生等亦相繼冒起，再加上在海外受訓的海歸派如關慕洽先生、何中強先生等等，為 1970 年代帶來大量的優秀平面設計創作。基於不同的出身背景和客戶需求，各位設計前輩對中西文化融合有不同切入點和理解，從而開創了一股具多元性、包容性和實驗性的創作氛圍，孕育了一個「百花齊放，百家爭鳴」的年代！這個美好的年代不單為設計後輩開拓了廣闊的創作空間，也在大中華地區奠定了中國現代平面設計的發展道路。

上述的《研究報告》，當中共有 49 篇人物訪問，除了一眾香港設計前輩，也包括了多名當時大中華地區與香港有密切接觸的設計師、教育工作者和推動者，希望能由第三者的角度完整呈現當年香港平面設計的發展特色及對其他地區的影響。

今天香港社會熱議中的本地文化，設計界或許是時候重溫香港本地創意文化的由來——它是由甚麼年代、甚麼事和甚麼人建構出來的，雖然這對於大部分年輕一輩來說都是陌生的，但是這股多元、包容及實驗性的創作文化，已經潛移默化地影響一代又一代的設計人。

劉小康

《1970—1980 年代香港平面設計歷史研究報告》首席研究員及《爭鳴年代》項目總監

前言

歷史的出現絕非偶然，如佛家云，必有其因，也亦會因其當下的出現及存在而導致隨後的果。

歷史的點，能讓我們更為集中及清晰地理解某個特定時空範疇內的變化，而這個範疇的變化又會互為牽動，促使其他範疇的變化，結連成為相互凝望的線；這些歷史的線，縱橫交錯所匯聚而成的版塊，是我們當下所認識的、更為具體的歷史面觀。然而，面觀還是平面的。或許，對照同時期其他的面觀一起參考，我們所看到的歷史面貌才更立體。是故，我們在編輯時，基於原文本

《1970—1980 年代香港平面設計歷史研究報告》（2015）的豐富資料，我們將報告內容劃分、整理為三個大的時代章節，並在這三個章節前，搜羅一些與其同時代相呼應的文化、政治及歷史情境的資料：情境回帶（一）、（二）及（三），好讓讀者在閱讀那些引人入勝的設計業發展歷史時，可以從更為宏觀與立體的情境角度，思考這段歷史的形成及意義。

回看，風起雲湧的歷史洪流裡，香港設計從無到有，到往後仔細的分工，最終獲致舉世的成功，其關鍵是香港當時社會上下一心，設計界同儕齊心協力，各人都努力把他們最好的，展現人前，不落人後。這是齊心協力，百家爭鳴，良性競爭的典範年代。

香港設計今已享譽國際，然而相關設計業發展的研究、文獻紀錄，以至有關現象的分析，卻相對缺乏，這不單有礙業界內部的傳承，甚至是行業對外的推廣，最終或因為「無從稽考」而變得青黃不接，使前賢多年努力所建立的優勢，或會因而漸次流失。

閱讀歷史的意義，重要的，不只於緬懷過去，倒反而是它給予不同年代的人們一個機會停下來，回望，走過的路，細味，當中的成敗，思考，往後，如何規劃，有所根據地，重新整裝，開步，繼續前行。編輯《爭鳴年代》的時候，「共勉」二字，感觸尤深。

林曉東

《爭鳴年代—1970 與 1980 年代香港平面設計歷史》

編輯

目錄

序：5

前言：7

目錄：8

情境回帶 1970 年代前：11

第一章香港設計的開始：17

設計行業名稱與結構的演變：18

行業名稱的轉變：19

行業結構的轉變：21

設計的普及與傳播：26

香港早期的設計人才及設計教育：26

日本大阪萬國博覽會：28

土生土長的香港設計：31

競成貿易行有限公司：引入外國設計書籍的中介：34

情境回帶 1970 年代至 1980 年代前：35

第二章 1970 年代與 1980 年代的香港設計：43

Design for Design for Design (by Dr. Matthew Turner): 44

香港圖像設計先驅——石漢瑞與靳埭強（撰文：劉小康）：52

石漢瑞的對比：54

靳埭強的中庸：55

石與靳的字體運用：57

影響一代設計師：59

東西融合的第三路徑：61

陳幼堅：東情西韻：61

施養德：不羈但積極進取的出版業奇才：63

插圖與設計：70

早期香港插畫的發展：70

《Illustrator》雜誌所牽起的美日風潮：71

插圖社的源起：72

插圖社與《號外》：74

插圖社與日本文化：75

插畫會的源起：76

插圖界的本地派—阮大勇：77

插圖界的本地派—廖仕強：79

商業攝影與設計：81

早期的外籍攝影人才：82

留學西方及日本的本地攝影師：83

時裝攝影：86

食物攝影：88

專業沖印技術—Robert Lam Colour：90

攝影的跨界創作：91

字體設計：93

手間美術字：94

蔡啟仁的圖像字體：95

照相植字：96

內文字體設計：97

香港設計師協會：香港設計專業的確立：99

成立初期：100

1970 年代後期：102

1980 年代：103

1980 年代後期至 1990 年代初：104

情境回帶 1980 年代：107

第三章香港設計與其他地區的互動與交流：111

香港設計對中國設計的啟蒙：113

中國廣州美術學院的設計交流：113

廣州美術學院重視與香港的設計交流：115

北戴河的設計講座：116

中國北京中央工藝美術學院的交流：117

謝克到中央工藝美術學院留學：122

中國包裝進出口總公司廣東省分公司的角色：123

黃勵與《包裝與設計》：124

王序與《設計交流》：125

影響—現代設計在中國的散播：126

香港與其他地區的設計交流：130

與日本的設計交流：130

與台灣的設計交流：132

後記：134

附錄

(I) The Decades to Contend – Hong Kong Graphic Design in 1970s & 1980s (English Summary): 136

(II) 設計為設計而為的設計 ‘Design for Design for Design’ 中譯：178

(III) 香港設計紀事年表 (1937-1989)：188

(IV) 49 位受訪者／單位訪問節錄：208

參考書目：298

鳴謝：302

情境回帶 1

1970 年代前

普普藝術的興起

普普藝術（Pop Art）一詞先在英國開始，後在美國盛行。

當時美國正值執世界政治、經濟之牛耳，年輕藝術家開始試圖擺脫歐陸文化包袱，以建立真正的美國本土化藝術。其思維的基點是建立在坦率、直接與粗俗的自信上，內容則是反映大眾對物質的消費經驗。²

當中藝術家安迪華荷（Andy Warhol）最為人所認識。他早期的作品，經常運用攝影影像，將一些名人的肖像，單獨或重複的，以絲印方式複製到畫布上，有時還會隨意的塗上一層顏料，營造出一種引人暇思的特別效果。代表作品有他於 1962 年所創作的《瑪麗蓮夢露》及《金寶湯罐頭》系列等。這種以流行文化作為創作核心的藝術風氣，也深深地影響了香港設計師，例如「插圖社」的成員，他們也曾以普普藝術的風格，創作了一系列以日常生活作題材、色彩繽紛鮮艷的插圖作品。

美國搖滾音樂

二戰後出生的嬰兒潮世代，對於定義 1960 年代的特性和精神，扮演著一個無可爭辯的重要角色。美國歷史上也很少有像 1960 年代那麼具爭議性，期間發生了豬灣事件（1961）、約翰甘迺迪（John F. Kennedy）總統遇刺（1963）、馬丁路德·金（Martin Luther King, Jr.）博士遭暗殺（1968）、黑人民權運動，以及反越戰運動等連串撼動世人的社會事件。這個時期的流行音樂，尤其是搖滾音樂，其「反文化」的特色，在政治與文化事件中，發揮了翻天覆地的影響；當時年青一代，被視為搖滾音樂的世代。

比爾·哈利（Bill Haley）的《Rock Around the Clock》（1954）的作功，廣泛被認同是「搖滾時代」的分水嶺，然而最為世人熟悉的，還是聲線磁性、臉龐俊俏的「搖滾樂之王」埃爾維斯·皮禮士利（Elvis A. Presley）。

英國披頭四樂隊流行音樂

披頭四樂隊（The Beatles）是一支 1960 年在英國利物浦組成的搖滾樂隊，樂隊成員包括：約翰連儂（John W. Lennon）、保羅·麥卡尼（Paul McCartney）、喬治·夏里遜（George Harrison）和靈高·史達（Ringo Starr）。披頭四樂隊的影響不僅限於搖滾樂，他們甚至對整個西方文化都產生了無法估量的巨大影響。⁶

1964 年 6 月 8 日樂隊曾訪港（是次靈高·史達因抱恙沒有隨隊，由詹美·力高（Jammie Nicol）頂替）⁷，6 月 9 日在尖沙咀樂宮戲院演出兩場⁸受到歌迷熱烈歡迎。披頭四樂隊深遠地影響、帶動本地樂隊及流行音樂往後的發展。⁹

香港大會堂啟用

香港大會堂於 1962 年落成啟用（圖 1.1），是香港第一個為市民而建的多用途文娛中心，對往後香港文化及藝術具有舉足輕重的影響。

大會堂坐落於中環愛丁堡廣場的臨海填海區，佔地 11,000 平方米，於 2009 年被列為一級歷史建築。大會堂的主要設施位於低座，包括以擁有出色音響效果而聞名的音樂廳，深受專業劇團喜愛的劇院，以及可以遠眺維多利亞港景色的展覽廳；高座則設有演奏廳、展覽館¹⁰和會議室等小型設施，適合舉辦各類型小規模的活動。¹¹

香港大會堂被譽為本地最重要的文化藝術場地之一，見證了不少文化盛事，亦是本港文化發展的寫照。多項標誌文化發展新里程的活動，例如早期的香港節（1969）、第一屆香港藝術節（1973）、第一屆亞洲藝術節（1976）（圖 1.2）、第一屆香港國際電影節（1977），以及第一屆國際綜藝合家歡（1982），均在大會堂隆重揭幕。¹²

電視廣播有限公司（無綫電視）啟播

電視廣播有限公司，坊間通稱：無綫電視，於 1967 年 11 月 19 日正式啟播，由時任港督戴麟趾爵士主持開幕儀式。無綫電視是香港第一家提供免費電視娛樂節目的電視台，香港及澳門同時可以收看，¹³是香港大眾文化的重要組成部分。「追劇」、「返屋企睇住電視食飯」及「歡樂今宵」，曾是那些年香港人的集體回憶。

文化大革命

文化大革命，全稱「無產階級文化大革命」，簡稱「文革」，是一場於 1966 年 5 月至 1976 年 10 月期間，由毛澤東親自發動和領導，¹⁴在中華人民共和國境內所發生的政治運動。文革期間，強調「鬥」、「批」、「改」，大規模急風暴雨式群眾性鬥爭，大量政府機構及學校遭受衝擊破壞，傳統文化如文學作品和古建築均受到攻擊、破壞，不少知識份子、幹部，以及平民百姓被排斥「下放」、或在「批鬥」中無辜被害，社會發展陷於癱瘓。1981 年 6 月 27 日，中國共產黨於第十一屆六中全會內發表了《關於建國以來黨的若干歷史問題的決議》，決議內清楚否決了文化大革命的做法，並確定毛澤東晚年犯了錯誤，需為文革負主要責任。¹⁵

香港六七暴動

1967 年 5 月 6 日，香港政府防暴隊與新蒲崗人造花廠進行工潮的工人發生衝突，有多名工人被毆傷及被捕，引發香港左派陣營抗議，其後更發動一連串衝擊政府的行動。當時參與及支持者稱它為「反英抗暴」，是一場在文化大革命的影響下，展開對抗政府的暴動。¹⁶由最初的罷工、罷市，發展至後來的暗殺、

炸彈放置和槍戰。期間，警員取消休假候命，多次與暴徒對峙，作出驅散、鎮壓和拘捕行動。暴動期間，最少造成 51 人死亡（包括十名警員），832 人受傷（包括 212 名警員），1,936 人被檢控。事件涉及 1,167 個炸彈。¹⁷

六七暴動是香港發展其中一個重要的分水嶺。六七暴動前，政府高層與基層華人欠缺溝通，社區設施欠奉，教育及社會福利政策並不完善，警察貪污問題嚴重。這導致一般年輕人因不滿政府，容易受親共左派招攬，踏上與政府對抗之路。六七暴動後，政府開始了解穩定基層民心的重要性，於是制定一連串改善民生的政策。例如興建公共房屋，成立廉政公署（1974），以及其後實施九年免費教育（1978），¹⁹ 這為 1970 年代的經濟起飛，以及 1980 年代黃金時代奠下了基礎。

香港週及香港節

六七暴動之後，政府為穩定人心，致力改善施政，推行多項籠絡人心的措施，例如由香港工業總會牽頭舉辦的香港週（1967）及香港節（1969、1971 和 1973）（圖 1.3、圖 1.4、圖 1.5）²⁰ 等大型文娛活動，希望藉此增強社會的凝聚力。

《華僑日報》1969 年 5 月 5 日社論題為「支持香港節的舉行」，形容香港節是「香港有史以來單純為市民而設的最具野心而最多采多姿的娛樂節目」。當時兩名主要籌辦人香港節事務主任黎保德、中央節目委員會主席沙利士（時任市政局主席）說舉辦香港節只是為市民提供「一星期的真正娛樂」，以「色、聲、動、參加、介入及影響」為口號，務求全民介入參與，是強調不談政治……

另外，我們現在經常熱議的「香港精神」，也並非新鮮事情：

同年（1969）7 月 1 日《華僑日報》另一則有關香港節的社論，題為「香港節創造香港精神」，就開宗明義鼓吹建立「香港意識」。這社論認為香港的成就其實比其他小國尤佳，唯一欠缺的就是香港精神。

那麼要建立「香港精神」有何秘訣，「香港精神」又是什麼？當年的社論有此回應：一、所有市民對香港要有歸屬感，只有這樣才會愛護香港，以及努力為她發展未來；二、由於特殊的政治及地理環境，香港可綜合東西文化之優點，發展成一個獨特的香港文化；三、表揚勤苦奮鬥、節約生活之美德；四、表揚仁愛和平，對外與各國和平共處，對內穩定社會；五、力求進取，使市民生活及社會一切建設進步；六、在信仰及思想自由的前提下，致力鞏固治安，維護秩序；七、不重空談，力求在實事求是的原則下，達到官民一致合作，逆境中共同解決所有困難……。²¹

自此，香港人開始尋找既有別於西方，也不純屬中國的路向。東西合璧、又或是不中不西，成為當時社會大眾追尋香港身份的開始。

- ¹ 《現代藝術》(2002)，Cory Bell 著，武夫譯，頁 88。
- ² 《安迪·沃荷的普普人生》(2010)，Andy Warhol 著，盧慈穎譯，頁 27。
- ³ 《現代藝術的故事》(2003)，Norbert Lynton 著，楊松鋒譯，頁 294。
- ⁴ 「社會學對於反文化的主流解釋是，反文化是由中產階級的年輕白人所組成，他們對母文化『控制』社會的方式感到幻滅，也不願被納入社會力量的機制中。」參見《流行音樂的文化》(2004)，Andy Bennett 著，孫憶南譯，頁 45。
- ⁵ 《Popular Music: Topics, Trends & Trajectories》(2012)，Tara Brabazon 著，頁 141。
- ⁶ 《搖滾聖經》(2013)，李宏杰編著，頁 144。
- ⁷ 《South China Morning Post》(南華早報)：〈Lifestyle/POPMUSIC：WhenTheBeatlescametoHongKong〉，Charley Lanyon 著，2013 年 7 月 29 日。
- ⁸ The Beatles Bible 網頁
- ⁹ 《蘋果日報》：〈【香港 Beatles】泰迪羅賓 x Nowhere Boys 為披頭四兄弟情感動〉，2016 年 10 月 8 日。
- ¹⁰ 1962 年高座頂樓兩層設有香港博物美術館，是香港藝術館和香港歷史博物館的前身，與現時高座展館設於七樓的租用設施不同。參見康樂及文化事務署香港藝術館網頁：〈細說當年〉
- ¹¹ 康樂及文化事務署香港大會堂網頁
- ¹² 康樂及文化事務署香港大會堂網頁
- ¹³ 《第一個十五年—電視廣播有限公司十五週年畫集》(1982)，電視廣播有限公司編著；原刊物並無編輯頁碼，故頁數不詳。
- ¹⁴ 《文化大革命重要文件選編》(1966-1976)，香港專上學生聯會編；原刊物並無編輯頁碼，故頁數不詳。
- ¹⁵ 《當代中國國情與政治制度》(2007)，余非著，頁 39。
- ¹⁶ 《香港六七暴動內情》(2000)：〈引言：改寫香港歷史的六七暴動〉，張家偉著，頁 1-10。
- ¹⁷ 《香港六七暴動內情》(2000)：附錄〈五、左派暴動數字一覽〉，張家偉著，頁 309-310。

¹⁸ 《香港六七暴動內情》（2000）：第十六章，〈壁壘分明：中英官員與六七暴動參與者的回憶與反思〉，張家偉著，頁 149。

¹⁹ 《香港六七暴動內情》（2000）：第十二章，〈六七暴動的影響〉，張家偉著，頁 122-132。

²⁰ 「香港節『節徽』的意義及來源，是從香港的市花洋紫荊改繪而成……將花瓣一扭，再加上一個圓圈就成了一個『大皮球』……皮球的英文為 **Ball**，廣東話譯作『波』，『餐舞會』亦是『波』。英文一句『IT'S A BALL』，『好玩』也……香港節的用意讓大眾玩玩，給人一些歡樂的時光……想起了『波』，就想起了跳躍、遊戲、跳舞、開心，歡樂。『波』又富於彈力，掙出去，又彈回來；無論按壓捻捏，馬上又回復原狀。此象徵香港之韌力，適應力。香港人有信心，有毅力，必能克服困難。以上是香港節波的官式意義。如果你喜歡，亦可以加上一些意義，例如『面面俱圓』，『永不倒下』等。」載於《香港節影集 1971》（1972），周鼎、楊靜之及麥柱發編。

²¹ 《信報》財經新聞特稿：〈香港節與香港精神（昔日國際都會系列·十）〉，沈旭暉、張玉珍、周臻樞著，2009 年 1 月 7 日。

圖 1.1 香港大會堂（1962）。圖片由政府新聞處提供。

1313

圖 1.2 「第五屆亞洲藝術節」宣傳海報（1980），靳埭強作品。圖片由靳埭強提供。

圖 1.3 「第一屆香港節」宣傳標誌（1969），許敬雅（Arthur Hacker）作品。圖片由政府檔案處歷史檔案館提供。

圖 1.4 「第三屆香港節」紀念郵票（1973），靳埭強作品。圖片由靳埭強提供。

圖 1.5 「第三屆香港節」宣傳海報（1973）。「香港節」標誌由許敬雅（Arthur Hacker）設計。圖片由政府檔案處歷史檔案館提供。

第一章

香港設計的開始

設計行業名稱與結構的演變

在 21 世紀的今天，「香港設計」無疑是一個屢獲殊榮，享譽國際的「品牌」，業界人才輩出，是本地創意產業的中流砥柱，然而在 1960 年代，香港社會對何謂設計、以至何謂設計行業卻仍一無所知。就如人稱香港設計界之父的靳埭強所言：「1960 年代根本沒有所謂的設計；當時沒有設計師，也沒有人從事設計這行業。」²²

1961 年來港被喻為香港設計之父的石漢瑞（Henry Steiner），初來香港擔任美術指導時年僅二十七歲，本來只打算逗留此地九個月的他，沒想到最終竟定居這裡，不久更在此地創立他的圖語設計有限公司（Graphic Communication Limited，即今石漢瑞設計公司（Steiner & Co.）），正式為香港設計專業開啟了新的一頁。

隨著香港經濟在 1960 及 1970 年代起飛，在透過促進大眾消費、累積財富的資本主義市場中，「設計」這新興行業，能夠為各式各樣消費品包裝、增值，以至達到促銷效果，相關服務需求，亦因此而隨之上升，行業自此變得蓬勃。

馬端納（Matthew Turner，後改漢名：田邁修），1981 年至 1994 年期間在香港理工學院（現香港理工大學）任教，教授設計理論，在其 1988 年策劃的展覽「香港製造：香港外銷產品設計史 1900-1960」（圖 1.6）的場刊內指出，香港因處於珠江三角洲地區，受惠於清乾隆年間制定以廣州為唯一對外開放的通商口岸，除了刺激了與航運相關的行業發展外，亦促進生產以外銷為主的產品出口，當中包括工業及手工業等各類成品，所以香港工業在開埠初期，其實已處於一個萌芽狀態。

隨著二次大戰結束，以及 1950 年代中國政情的變化，為數不少的國內資金及人口因著各種理由湧進香港，促使 1960 及 1970 年代香港大量的工廠設立及勞動人口增長。受惠歐美發達國家經濟高速發展及成本考慮，他們逐漸把其勞工密集的工序或工業，轉移至其他正在發展中的地區，香港工業因時制宜，乘勢得以蓬勃發展。香港開始進入製造業蓬勃發展的興盛時期。經濟增長帶動行業需求，為產品建立形象及促銷的人才需求愈見明顯。然而，當時「設計」並非一門專業，而是只被視作廣告業、出版業和包裝業等的美術創作部分而已。

行業名稱的轉變

行業名稱的轉變，是見證設計業發展的重要指標。

在 1960 至 1980 年代，由傳統的稱呼如「圖案」、「裝潢」、「商業設計」等，輾

轉演變至「平面設計」，及後亦曾使用「傳達設計」（現已很少使用這中文名稱），名稱的轉變不但反映了行業在不同時期擔當的社會功能產生的變化，更凸顯了平面設計的專業化歷程。

設計本是西方產物，起初是為產品加添簡單而漂亮的包裝以達到促銷效果。在 1960 年代，香港與內地都不存在設計行業，甚至對「設計」一詞沒甚概念。早於 1960 年代初來港的設計師戴凱勒（Dale Keller），曾憶述：「在 1960 年代初，香港人的詞彙裡還沒有設計一詞呢！只有裝修或室內裝修等名稱」。²³

1969 年，時任羅富國教育學院講師（亦為香港工業學院兼職講師）的林漢超於一個電台節目受訪時，一開始就被主持人問及關於「工業及商業設計」與「商業管理」的分別。由此可見，我們今天所理解「設計」一詞的概念，在 1960 年代當時尚未普及。

此外，一些坊間畫院或藝專，如香港麗精美術學院、萬國藝術專科學校、九龍美術專科學校、香港美術專科學校及嶺海藝術專科學校等，其教學都以純藝術為主，偶爾亦有開設「商業美術」課程，都只是講授手繪商品插圖和美術字等課題。²⁵

另一在 1960 年代中常見的稱號是「美術設計」。²⁶ 當時如在廣告公司任職設計工作的職銜便是「美術設計主任」，這可普遍見於當時一些報紙招聘廣告及報導。另外，一些日本設計師的著作，如大智浩的《美術設計的基礎》及馬場雄二的《美術設計的點線面》的中譯版，²⁷ 均採用「美術設計」一詞，可看出「美術設計」在當時擁有一定的認受性。

香港設計教育先驅王無邪，在 1969 年把他在香港中文大學校外進修設計課程執教時所用的筆記資料結集，出版《平面設計原理》（圖 1.7）一書，使「平面設計」一詞正式在香港學界及出版界亮相，一錘定音，並沿用至今。

香港社會學家呂大樂在接受本研究訪問時曾指出，面對日常生活，每個國家每種文化，均一定會尋求各自的方法來解決問題，在「設計」這詞語及概念出現之前，社會並不是沒有「設計」的存在。直至 1970 年代，當香港社會經濟活動的複雜性開始提高，產品的宣傳與廣告增加，人們才開始意識到有關的轉變。可見「設計」一詞的冒起，與社會整體的變化緊緊扣連，象徵資本主義社會模式發展日漸成熟的香港，設計行業已踏入了專業性的年代。

行業結構的轉變

香港的製造業早於 19 世紀後期已開始萌芽，如於 1898 年，本地化妝品製造商廣生行，已出品著名的「雙妹嚶」品牌（圖 1.8），並且其後在全中國設有分店，成為獨特且著名的香港品牌。

此外，隨著香港人口急劇增長，創立於 1949 年的香港最大塑膠製品生產商星光實業有限公司，亦推出「紅 A」品牌（圖 1.9）的工業容器及家庭用品。二次大戰後，香港工業生產的局面起了變化，香港經濟結構經歷第一次轉型——由轉口港蛻變為工業化城市。各式工業及商務組織，包括香港中華廠商聯合會、香港工業總會、香港貿易發展局、香港生產力促進局等，都在當時香港社會環境急劇演變的背景下先後成立，帶動起香港工業與經濟發展，從而使產品及包裝設計等範疇逐漸獲香港廠商重視。

1960 年代初期，香港設計業尚未成形，基本上沒有正式的設計公司，從事相關創作的人才主要任職百貨公司、廣告公司或印刷廠等的美術部門，且他們也不將自己視為「設計師」。正如於 1961 年由海外來港發展的平面設計師石漢瑞在接受本研究訪問時形容，當時香港有人為說明書製作封面，有人拍攝廣告黑白照片，但這些人並不知道設計師是一個專業。設計人才本身缺乏相關概念，與當時整體社會對「設計」缺乏認知有關。

1960 年代是香港工業發展正盛的時期，帶動包裝業興起，包裝廠的設計部成為培訓人才的重要領域。1960 年代中期至 1970 年代初，本地開始出現正式的設計公司，但大部分由外國人開設，例如石漢瑞的圖語設計有限公司就是本地第一批以設計為專業的公司。石漢瑞出生於奧地利，1961 年首次來港，出任《The Asia Magazine》（亞洲雜誌）（圖 1.10）的美術指導，直至 1964 年成立圖語設計有限公司。圖語設計可說是培育了不少本地設計人才的基地，例如在 1970 年代中創立形意設計有限公司的韓秉華，就曾任職圖語設計公司達九年之久。韓秉華在接受本研究訪問時表示從石漢瑞身上學到了對設計的嚴謹態度和廣闊的創作思維。

六七暴動過後，商業市場在 1970 年代進入穩步發展，廣告業和印刷業同樣變得興旺。不少任職這些行業的創作人才眼見機會處處，同行之間的交流相當活躍。例如從事廣告出身的雷志良，他在本研究訪問中憶述，在大一藝術設計學院²⁹校長呂立勛的推薦下，轉投到徐佩傳的紀歷有限公司（CLIC Limited），後來又在徐克導演的邀請下，從事電影業的設計創作。

1960 至 1970 年代，電視逐漸普及、雜誌數目急增（例如施養德的出版王國，在全盛時期一個月發行 32 本雜誌）³⁰，廣告不再局限於 1960 年代的報紙廣告，更包括電視和雜誌廣告，這不但令廣告形式開始變得多元化，更刺激了對設計人才的需求。廣告業不但為設計人才創造就業機會，業內的職位分工和升遷制度為設計人才提供向上流動機會，成為他們發揮才能的動力。

當時廣告業職位由低至高，大概包括貼圖員（Paste-up Artist）、繪圖員（Visualiser）、設計師（Designer）、高級設計師（Senior Designer）、美術指導（Art Director）、創作總監（Creative Director）等等。1970 年代插圖師廖仕強

在 3A 廣告公司工作時期，任職設計師，余奉祖³¹ 是美術指導。另一插圖師阮大勇在本研究訪問中指出，他最初入職格蘭廣告公司（Grant Advertising Limited）時，負責起稿工作，稱為草圖員（Layout Artist），任職九年，最後升至美術指導。

「美術指導」一職是 1970 年代才出現，它的出現反映了設計行業的專業化程度有所提高。攝影師辜滄石接受本研究訪問時憶述當年情況：「連服飾統籌（Fashion Coordinator）也是一個新名字。美術指導也是。在電影行業裡，「美術指導」這個字一開始是被人鄙視的。人們認為，一有這個職位，就會阻慢了工作進度……那是人們在對美術方面沒有要求的情況下的看法。現在重點卻是對美術有要求，社會水平提升了，所以會對美術也有所要求。」

1970 至 1980 年代，香港設計界已人才濟濟，設計公司亦漸趨穩健成熟。其中英國平面設計師羅浩淦（Robert Walter Hookham）於 1972 年成立 Format Limited 設計公司，以提供高質素設計和優質服務而聞名，是香港設計業界的先驅之一。1970 年代由外籍人士創立的設計公司還包括 Grapho Limited、Nick Jesse Design Associates Limited 和 PPA Design Limited 等。基於設計人才的組成背景，早期的香港設計風格不免被西方思潮所領導。

與此同時，一批戰後嬰兒潮世代、回流海歸的畢業生也開始在港從事設計，當中更有部分自立門戶。其中較知名的是德國留學回來的鍾培正，他於 1967 年創辦了恆美商業設計有限公司（Graphic Atelier Limited）。隨後，相繼有更多設計人才回流香港並自行創業，例如紀歷有限公司的徐佩傳。這批回流畢業生所開設的設計公司，進一步孕育了本地的設計人才，而這些本地設計師日後同樣自立門戶，例如 1968 年獲賞識進入恆美工作的靳埭強，後來便與恆美幾位同事合夥創業，與張樹新在 1976 年共同成立新思域設計製作公司（SS Design & Production，1988 年易名為靳埭強設計有限公司（Kan Tai Keung Design & Associates Limited），即現今靳劉高創意策略（KL&K Creative Strategies）的前身）。其後如黃海濤、何中強³² 及斐冠文（Kumar Pereira）等亦曾受聘於恆美。在 1980 年代創立何中強設計顧問行（William Ho Design Associates Limited）的何中強，更視靳埭強為啟蒙導師。

以下是分別曾在圖語設計有限公司、恆美商業設計有限公司、新思域設計製作公司工作的部分設計師名單，足證這些公司對 1970 和 1980 年代平面設計發展起舉足輕重的影響。

圖表（I）

圖語設計有限公司創辦人：石漢瑞

關慕洽

鮑皓昕
韓秉華
古正言
鄧昭瑩
湯宏華
張再厲
區賢浩
張偉航
斐冠文
梁福權
何弢
蔡楚堅

恆美商業設計有限公司創辦人：鍾培正

斐冠文
莫杰祥
張樹生
靳埭強
張樹新
盧兆熹
黃海濤
吳榮轉
雷健堃
辜昭平
蘇澄源
何中強

新思域設計製作公司創辦人：靳埭強、張樹新

劉敏雄
李細超
林美源
劉小康
余志光
易達華
周素卿
官天佑
張啟華
區德誠*
何家超*

*於「新思域設計製作公司」1988 年易名為「靳埭強設計有限公司」後加入。

基本上 1970 年代開始，至 1980 年代初，香港經濟出現第二次結構性轉型，從製造業基地向經濟多元化發展，經濟發展更加迅速。

香港工業生產從過往低檔次的「勞動密集型」，向高檔次的「技術密集型」逐步轉變，這些新興工業包括電器、電子、玩具、鐘錶等。香港社會的生活質素也起了基本的變化。例如在 1960 年代時仍屬奢侈品的電視機，到 1970 年代初全港七成家庭均已擁有。因此，無論在產業要求和滿足市民生活基本所需方面，香港社會對設計的要求也大大提升。

1970 年代後期至 1980 年代，不少設計師自立門戶，令平面設計業的生態更為多姿多彩。隨著行業發展年月增加，設計人才由以前的跨界別創作模式，轉成更專注於個別創作領域，行業內的分工開始變得明顯。以專做雜誌出版的公司為例，其作品的專業程度足以作為行內學習參考，例子有由 Emphasis Media Limited 的斐冠文和 Peter Wong 主理的國泰航空機艙雜誌《Discovery》，其設計已足以媲美國際水平。

由香港經濟結構轉型與經濟發展騰飛帶動的設計行業，於 1960 至 1980 年代逐漸由依附於企業的美術部門獨立出來，成為專業設計公司，而每所設計公司本身，亦孕育了一代又一代的設計專業人才。早期他們吸納西方的設計概念，又逐漸以自身的中國、亞洲文化背景為創作養份，構成了獨特的香港設計面貌，再滋養了香港的視覺語言，成為建構香港身份的重要元素。

1960 至 1980 年代，因著經濟發展的節奏、設計人才的往來、培訓制度的配合、業內組織的興起、藝文發展的孕育，以及國際交流的開通等，香港設計業的生態不斷變化，到了 1980 年代可說是百花齊放，進入了穩步成長的黃金時期。

設計的普及與傳播

香港的平面設計行業在 1960 年代到 1970 年代初期，仍然處於萌芽階段，普羅大眾缺乏對「設計」的認識，而與設計相關的正統教育制度亦未完全發展和普及，導致本地的設計人才數目非常有限。經濟發展所產生的多元人才需求亦因本地專才不足，促使香港當時引進了數量相當多的外籍創意人才來港從事設計工作或創業。³³

香港早期的設計人才及設計教育

當中的外籍設計師包括貿易發展局設計部首任主管 B. J. Navetta（他亦是香港設計師協會的創會主席）、政府新聞處藝術／創作總監許敬雅（Arthur Hacker，1967-74 年任藝術總監；1974-89 年任創作總監）、於 1970 年代任職於貿發局設

計部的郭樂山（Marshall Corazza）以及於半島酒店設計部任職的陳思樂（Peter Chancellor，1971 年抵港）。另外，美籍奧地利裔設計師石漢瑞更早於 1961 年便到香港，初期擔任《The Asia Magazine》（見圖 1.10，頁 20）的美術指導，後於 1964 年成立圖語設計有限公司。其公司也一直有與外籍人才合作，如攝影師 JohnNye、設計師斐冠文等等。

在本地平面設計公司方面，較為人所知的，有於德國留學回港的鍾培正所創辦的恆美商業有限設計公司。這批早期的外籍設計師，或從海外學成歸來所帶來了西方的設計思維（如鍾培正曾在德國學習包浩斯設計理念），成為了影響後代香港設計師的一個重要元素。

在設計教育方面，王無邪從 1961 到 1965 年分別於美國的哥倫布藝術設計學院（Columbus College of Art and Design）及馬利蘭藝術學院（Maryland Institute College of Art）進修藝術及設計，回港後受聘於香港中文大學校外進修部，並為該校策劃了一個兩年制的藝術設計文憑課程。畢業於此課程的靳埭強、呂立勛、張樹生、張樹新及韓秉華等人則成為了本地第一批受過正統訓練的設計師。及後，從 1974 年開始，王無邪受香港理工學院設計課程創辦人夏德飛（John Hadfield）邀請，策劃理工學院夜校設計課程。王無邪在接受本研究訪問時憶述，他在從事設計教育的這段期間，引入他在美國所學到的西方設計基礎知識，並重新構思教育課程。他於 1969 年出版了以德國包浩斯學院的基礎美學課程為參考的教學著作《平面設計原理》（見圖 1.7，頁 18），這部著作影響了超過兩代的香港設計師，當中包括靳埭強、呂立勛，以及修讀他們設計課程的學生。

圖表（II）

王無邪的中文設計教學著作：

《平面設計原理》（圖 1.7，頁 18）

1969 年 8 月

香港中文大學校外進修部、市政局香港博物美術館（香港）

《平面設計原理》（圖 1.11，頁 24）

1974 年 7 月

雄獅圖書（台灣）

《立體設計原理》（圖 1.12）

1980 年 6 月

雄獅圖書（台灣）

《平面設計基礎》（與梁巨廷合著）（圖 1.13）

1982 年 11 月

商務印書館（香港）

在有關 1970 年代香港平面設計史的文獻內，甚少提及這段時期，大眾（包括日後成為設計師的人）是透過什麼渠道接觸設計相關的資訊。

在那段時期，一些國際盛事如日本大阪萬國博覽會（或稱日本大阪世界博覽會，下簡稱大阪萬博），以及各類媒體及中介等，在推動及傳播設計文化或知識上，起了重要的影響。

日本大阪萬國博覽會

香港在 1960 年代經歷工業平穩發展的時期，適逢 1970 年日本於大阪舉行首個在亞洲的世界博覽會，大阪萬博是繼 1964 年日本舉辦東京奧運會後，另一個最大的國家項目，吸引大量來自世界各地的建築師、設計師、藝術家參與。是次舉世矚目的盛事，也為香港提供一個邁向國際、自我宣傳的平台（圖 1.14）。

當時鍾培正的恆美商業設計有限公司參與了香港館（圖 1.15）的字體設計、陳列設計和印刷品設計工作。而時任該公司的設計師靳埭強透過這個契機，參加了香港館的雕塑設計比賽及制服設計比賽，並且分別贏得冠軍（圖 1.16）。然而，因為種種其他因素，靳埭強的雕塑設計作品最終並未被選為香港館的展示品，最後由該比賽的亞軍，藝術家文樓的作品代表參展（圖 1.17）。³⁴而制服比賽的冠軍作品則於 1969 年的香港時裝節展出。靳埭強於 1970 年春天得到其所屬公司的資助，獲得前往大阪萬博觀摩的機會。

作為第一身體驗者，靳埭強坦言在大阪萬博的所見所聞，擴闊了他的視野；他在接受本研究訪問時憶述：「……每個場館都很精彩，各國地方都拿出最好的設計、產品及藝術。例如美國普普藝術的羅依李奇·登斯坦（Roy Lichtenstein）和安迪·華荷（Andy Warhol），都是裝置而不是印刷，是我第一次看到藝術家的真跡。此外，在整個籌備的過程，看到的資訊、海報，以及參觀博覽館，對我影響很大。」

大阪萬博的項目管理工作包括宣傳是由電通廣告公司負責，在香港本地的宣傳渠道主要是報章廣告³⁵及招牌廣告。³⁶當時適逢香港經濟剛剛起步，一般大眾仍未有足夠的經濟能力到國外旅遊，所以香港的大部分人都是透過報章、雜

誌、書籍或電視等媒體得到有關大阪萬博的資訊。

在 1968 年到 1969 年間，香港中英文報章亦有廣泛報導大阪萬博的消息，³⁷ 而當中的中文報導，絕大部分都是與香港館的籌備過程有關，其中包括香港館的建設及設計比賽，如制服設計、雕塑設計及壁畫設計比賽（壁畫比賽當選作品的設計者是當時香港大學建築系學生陳鴻宇和廖錦泰）。部分刊登於《香港工商日報》及《華僑日報》的報導內文相同，更可看出這些相關消息是經過電通廣告公司（或其在香港之委託公司）統一發佈的。而英文報章所刊登的相關新聞，由於對象包括外籍人士在內，他們喜好涉獵的範疇更為廣闊，故內容更顯多元化，除了報導香港館有關進度外，亦時有報導有關外國的情況。

到 1970 年大阪萬博正式揭幕，更多的報導湧現，普遍香港市民都能夠得知有關大阪萬博大概的狀況，尤其是香港館從籌建到落成，與及其相關設計比賽的詳細情況。這些報導在宣揚設計方面，以至後來作為文獻研究等，都起了十分重要的作用。

除了報章報導之外，與大阪萬博相關的出版刊物更是向讀者傳播相關消息（甚至影響讀者）的一個重要來源。設計師韓秉華、插圖社成員莫康孫等人亦是透過大阪萬博的相關出版刊物得悉有關盛況。莫康孫接受本研究訪問時形容：看完（大阪萬博的書）讓我大開眼界，像開了另一扇窗一樣，發現世界是那麼多姿多彩。裡面的內容跟書的設計都很漂亮，從那時開始知道『設計』這個名詞和概念。」

另一位當時仍留學日本，後回港從事商業攝影的蔡經仁，同樣抱著擴闊視野的想法參觀過大阪萬博。蔡經仁在接受本研究訪問時提及一些場館細節：「如我們第一個想進去的是美國館，看月球，看那個人飛上天，就是看那個太空艙」，此外亦提及一些與大阪萬博相關的宣傳情況，例如他觀察到當時的日本火車車廂內，貼滿了相關宣傳海報等等。

大阪萬博在影響很多人的同時，其活動本身亦創造了很多機會給予設計師、藝術家的作品展示於全世界的觀眾面前。靳埭強設計的制服、陳鴻宇及廖錦泰的壁畫就是其中例證。另一有趣的例子是施養德，他在接受本研究訪問時提及對大阪萬博原不甚關注，然而在偶然的機會下，他接到廣告公司的工作，要求為活動繪畫幾幅香港風景圖，並掛在大阪萬博的香港館內。

可以肯定的是，大阪萬博所展示的建築、藝術、設計及文化等等都為關注者帶來潛意識的影響。這些影響也許不單只出現在設計思維方面，在廣泛的層面上，提升了大眾對設計的關注。

對設計師的影響而言，王無邪等人引入的西方設計教育在技術知識上影響了無數香港設計師，而大阪萬博則擴闊了設計師的視野及其對設計的想像。

土生土長的香港設計

上述的大阪萬博只是市民透過報章接觸設計的其中一個例證。事實上，1970年代至1980年代期間，報章裡亦不乏其他有關設計的新聞。於1972年成立的香港設計師協會相關的消息亦曾獲多次刊載，讓讀者得悉它的最新動向，例如組織的創立、展覽、交流活動等等。偶爾亦有設計師發表對設計的意見，如對新硬幣的看法等等，這些都有助提升大眾對設計的認識及關注程度，同時亦能據此了解設計行業的性質。

英文報章如《South China Morning Post》（南華早報）會刊登更多藝術、設計等新聞，一些規模較小的設計比賽，如「The Henry Steiner Design Scholarship」

（石漢瑞設計獎學金），是為大學平面設計三年級學生而設的獎項。據第一屆得獎者雷葆文憶述，該獎從第二屆起，得獎者將會受聘於石漢瑞的圖語設計有限公司，像這樣的資料都有被刊載出來。³⁸

從此，設計師個人，也經常得到在報紙上曝光的機會。以香港最為知名的三位設計師石漢瑞、靳埭強及陳幼堅為例，從1970年到1989年間，連同英文報紙報導在內，約共有200多則報導，雖然當中有部分報導跟設計並無直接關係（例如部分有關靳埭強的報導是以藝術為主題），然而透過報導增加個人知名度，亦有助提升讀者對設計行業發展的關注。

另外，本研究發現於1970年代期間，有部分雜誌曾刊載設計相關的內容。雜誌《文學與美術》（後改稱《文美月刊》）便是一例。這雜誌於1976年2月創刊（於1978年3月結束）（圖1.18），設計師靳埭強自創刊號開始，便在這份雙月刊內撰寫有關設計行業的專欄文章。他的專欄內容涵蓋了設計工作的各方面，如海報設計、郵票設計、商標設計，甚至亦曾討論市面普遍的設計質素。

圖表（III）

靳埭強在《文學與美術》／《文美月刊》撰寫的專欄主題及刊登資料如下：

1976年2月設計與設計工作

1976年4月我怎樣設計兔年郵票

1976年6月從雜誌設計談編排設計的原理

1976年8月怎樣設計海報

1977年4月（更名為《文美月刊》）不要污染視覺環境

1977年5月由一張廣告咭片談起

1977 年 8 月「理工夜班設計展覽」有感

1977 年 9 月包裝的設計

1977 年 12 月從年咭設計談起

1978 年 3 月談商標設計的工作經驗

靳埭強的這系列文章，有可能是香港首個介紹設計的專欄，但同時亦顯示出當時設計行業仍未為大眾所熟悉。

競成貿易行有限公司：引入外國設計書籍的中介

相對於本地設計雜誌的缺乏，外國的設計雜誌及年鑑等出版刊物在設計業界則大為流行，而且也是最重要的設計傳播渠道之一。然而當時這些外國設計雜誌在港的售賣點只有在少數的英文書店，如辰衝書店或 Kelly and Walsh。最早有設計刊物訂閱的是在尖沙咀的樓上書店智源書局，除售賣最吸引的《IDEA》等設計雜誌外，還有設計水平甚高的《波蘭》畫報。

適逢設計行業發展剛起步，出現設計資訊供不應求的情況。競成貿易行有限公司創辦人陳達人看準這一商機，於是設立公司，大量引入設計書籍，如瑞士的《Graphis》、美國的《Communication Arts》、日本的《流行通信》及《IDEA》等等，並直接聯絡、接觸設計公司，推銷這類型書籍。此舉使設計師大為受益，除了設計公司會收藏設計書籍作工作參考用途外，這些書籍亦使香港設計師同步得到當時外國設計資訊，而能夠與國際設計潮流接軌。

外國設計書籍的引進，同時也令一些修讀設計的學生獲益，擴闊他們視野。設計師雷志良接受本研究訪問時，總結當時在競成貿易行有限公司在香港擔當設計資訊傳播渠道的重要性，他憶述：「當時有很多講座，很多（設計）書籍。我最記得的一家書店叫競成（競成貿易行有限公司）……它提供了很多好書給我。當年我們還沒有條件去外國，也沒有渠道訂書。當時辰衝書店的書價錢貴得驚人，訂書也要三星期，還有一家叫智源書局，而嚴以敬的（全達書局）則是賣台灣書的，所以唯有靠競成。」

設計師蔡啟仁接受本研究訪問時憶述亦證明了競成貿易行有限公司對設計師的重要性，他表示：「我是每個月到競成圖書公司直接訂書，記憶中我在設計生涯買書有超過一百萬元。我有訂《流行通信》、《IDEA》、教畫插圖的，還有一些散買的書，到現在（這些書刊）還保存得很好。我也有訂台灣雜誌《雄獅美術》。競成有一位羅先生，他送書到設計公司送了幾十年，所有設計公司的興衰史他都瞭如指掌。」

²² 《設計，我地話》（2012），佟鎮南及梁興仁編，頁 53。

²³ 《XPRESS》：〈1960年代：外籍設計師的時代〉，小北著，1999年1月，第一期，頁33；此節錄原轉載自《雅趣》雜誌，1987年6月號，頁數不詳。

²⁴ 《工業教育指南：介紹香港工業學院及摩理臣山工業學校》，香港電台編著，頁72。

²⁵ 《二十一世紀雙月刊》：〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，2013年2月號，總第135期，頁87。

²⁶ 《華僑日報》：〈本港小廣告在美出風頭，商業美術雜誌用作封面〉，1965年10月31日，第2張頁2。

²⁷ 兩本著作均在1960年代末在台灣推出中譯版本，由王秀雄翻譯。

²⁸ 韓秉華於香港中文大學校外進修部第二屆設計文憑課程畢業，成績優異。曾任職圖語設計多年，於1970年代中創辦形意設計公司，曾任香港設計師協會主席、國際平面設計社團協會（ICOGRADA）副主席。曾獲「香港十大傑出青年」、「香港藝術家年獎」之「設計師年獎」等。參見《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》（2012），〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，註解35，頁12。

²⁹ 大一藝術設計學院於1970年成立，最初只提供夜間課程，現已由數十學員發展至三千多學員，是香港最具規模的藝術與設計私立教育學院。參見《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》（2012）：〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，註解28，頁12。

³⁰ 《施養德上半場》，施養德著，頁29-39及65-66。

³¹ 余奉祖1973年畢業於香港理工學院工業及商業設計系；1975年成立自己的設計公司巨漢臣設計事務所（Creation House）。曾獲本港及海外設計獎達二百餘項，更先後兩次獲頒總督工業設計獎。他為香港設計師協會創會資深會員。參見《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》（2012），〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，註解34，頁12。

³² 何中強，何中強設計顧問行董事及總設計師，1972年以全校首名成績，畢業於香港大一藝術設計學院，後深造及畢業於英國倫敦聖馬丁藝術學院。1973至75年任恆美商業設計有限公司設計師，1975至77年任Dale Kella & Associates總設計師及1977年開始任富麗華洲際酒店之美術總監至1982年自組公司。參見《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》（2012），〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，註解33，頁12。

³³ 如香港工業總會曾於1961年聘請了6位美國設計師來港工作。

³⁴ 《時代青年》，1978 年 4 月 30 日，102 期，頁 18-19。

³⁵ 據官方統計報告，於 1966 年至 1968 年間，共出現七則相關報章廣告，
《Japan World Exposition, Osaka, 1970: Official Report(Vol.3)》，Osaka: Japan
Association for the 1970 World Exposition。

³⁶ 據官方統計報告，於 1967 年 3 月 1 日到 1969 年 2 月 28 日出現，《Japan
World Exposition, Osaka, 1970: Official Report (Vol.3)》，Osaka: Japan Association
for the 1970 World Exposition。

³⁷ 根據資料統計，於 1968 年到 1969 年間，共有逾 50 則大阪萬博相關的中文
報章報導（此統計僅包括《香港工商日報》、《華僑日報》及《大公報》）。英文
報章報導更有逾 400 則，分別來自《South China Morning Post》（南華早報）、
《South China Sunday Post-Herald》（南華星期日日報—先驅版）及《The Hong
Kong Telegraph》（香港電訊報）。

³⁸ 《South China Morning Post》（南華早報）：〈Winner of Design Award〉，1975 年
1 月 17 日，頁 5。

圖 1.6 「香港製造：香港外銷產品設計史 1900—1960 展覽」宣傳海報（1988），
田邁修策劃。圖片由香港文化博物館提供。

圖 1.7 《平面設計原理》（1969），王無邪著，香港中文大學校外進修部、市政局
香港博物美術館（香港）出版。由靳埭強提供實物拍攝。

圖 1.8 「廣生行有限公司」明信片插圖，關蕙農作品。由劉小康提供實物拍攝。

圖 1.9 「紅 A」品牌商標。設計年份及設計師資料不詳。圖片由星光實業有限公
司授權轉載。

圖 1.10 《The Asia Magazine》（亞洲雜誌），1962 年 1 月號。由石漢瑞擔任美術
指導。圖片由石漢瑞提供。

圖 1.11 《平面設計原理》（1974），王無邪著，雄獅圖書（台灣）出版。由靳埭
強提供實物拍攝，雄獅圖書股份有限公司授權轉載。

圖 1.12 《立體設計原理》（1980），王無邪著，雄獅圖書（台灣）出版。由靳埭
強提供實物拍攝，雄獅圖書股份有限公司授權轉載。

圖 1.13 《平面設計基礎》（1982），王無邪、梁巨廷著，商務印書館（香港）出
版。由靳埭強提供實物拍攝，商務印書館（香港）有限公司授權轉載。

圖 1.14 「日本大阪萬國博覽會」香港館宣傳刊物（1970）。圖片轉載自《靳埭強

平面設計師之設計歷程》。

圖 1.15 日本大阪萬國博覽會香港館會場（1970）。圖片由政府新聞處提供。

圖 1.16 《香港工商日報》報導，1969 年 1 月 15 日。圖片由何鴻毅家族提供及授權轉載。

圖 1.17 藝術家文樓，正在為日本大阪萬國博覽會香港館焊製他的雕塑作品（1969）。圖片由政府新聞處提供。

圖 1.18 《文學與美術》（後改稱《文美月刊》），1976 年 2 月創刊（1978 年 3 月結束）。由劉小康提供實物拍攝。

情境回帶 2

1970 年代至 1980 年代前

「香港製造」—為外國品牌代工生產

「香港製造」(Made in Hong Kong)，曾幾何時是這邊陲小島面向世界的品牌，是本地製造業產量及品質並重的保證，是 1970 至 1980 年代香港人自豪的根據。然而這份榮耀由盛至衰，依據的都絕非偶然，而是一連串時、地及人的配合。

1945 年，二次世界大戰結束，百廢待興，其時香港的政治環境相對周邊地區穩定，致使中國內地的工業家南來，引進資金和技術在香港設廠投資；大量內地移民因國內的紛亂而逃至香港，衍生強大的廉價勞動力；韓戰令貿易資金流向香港製造業；歐美市場對外開放等，都為此地提供有利條件，促使香港成為當時世界其中一個重要的輕工業生產基地，吸引四方資金匯集。

1960 年代，香港已是東亞地區輕工業製品的出口中心。著名美國公司如美泰兒 (Mattel)、孩之寶 (Hasbro) 等等，持續向香港玩具廠落訂單，奠定了香港成為東亞玩具王國的地位。此外，賀曼 (Hallmark)、沃爾瑪 (Walmart) 等大型零售商，亦在亞洲成立採購辦事處，由本港廠商按照指定設計和樣式，生產他們需要的貨品。

1970 年代，更多外國品牌委約本港廠商代工生產，例如製衣、電子、塑膠、鐘錶等製造業。因應歐美客戶對高品質的要求，本地廠商因而必須提升他們工廠的管理和生產水平，以符合外國公司的品質標準，這間接提升整體香港工業的操作水平，是本地製造業的高峰。³⁹ 在「香港製造」的全盛時期，促進了香港各式各樣專業設計的發展，當中包括產品設計、平面設計、包裝設計、時裝設計及商業攝影等。

1970 年代後期，中國實施改革開放政策，本地生產商有見內地生產成本低廉，開始北移；1980 年代，香港的中、小型公司相繼遷廠進入內地新開發的經濟特區，香港為外國品牌代工生產的角色，漸次由內地所取代；「香港製造」的光芒，自此漸漸被「中國製造」的強勢崛起所取代。

1970 及 1980 年代香港電影

1970 年代免費電視普及，不同類型的電視節目、廣告擴闊了香港人對世界、甚至對自身存在的想像，這也促進「夢工場」電影工業蓬勃的發展。

傳統電影工業的焦點，都落在荷李活電影的製作上，直至由嘉禾電影（香港）有限公司製作、李小龍編導及主演的《唐山大兄》（1971）（圖 2.1）以俐落的「中國真功夫」重塑中國人嶄新的形象，令世人眼前一亮，成功把功夫片帶到

國際舞台，並把香港電影推上一個新的高峰。然而此時香港電影仍以國語片為主導。

隨後由楚原導演的《七十二家房客》（1973），以及翌年由許冠文自編、自導、自演的《鬼馬雙星》，兩齣粵語片獲得空前亮麗的票房成績，確立了粵語片成為往後香港電影業發展的主流；直至 1977 年，香港粵語片的產量再次超越國語片，⁴⁰ 粵語片此時才算正式復甦。部分香港人從這些本地製作的粵語片當中，找到了生活、語言的歸屬感，以及自我的身份認同，使香港電影有了一層新的意義。

1970、80 年代的交接，一群曾於電視台工作，從而取得實際編導經驗的年青人，後轉投電影業發展的新生力量，促使「新浪潮」電影的出現，是香港電影發展的另一個新里程。

當中包括徐克的《蝶變》（1979），許鞍華的《瘋劫》（1979）、《投奔怒海》（1982）、《傾城之戀》（1984），方育平的《父子情》（1981）、《半邊人》（1983），譚家明的《烈火青春》（1982），嚴浩的《似水流年》（1984），麥當雄的《省港旗兵》（1984），以及冼杞然的《兄弟》（1986）等。⁴¹ 部分電影如徐克的《蝶變》，嚴浩的《似水流年》等，其後更獲選入二十世紀中文電影一百強。

42

香港電影業自此有屬於自身的電影製作班底，並逐漸建立了一套香港專屬的電影語言。

香港電影業蓬勃，催生其後可配合電影業發展的設計及美術人才。

粵語流行曲與本地意識

香港以廣東人為多數，主流都說粵語。然而當時的流行文化，例如電影及流行歌曲，普遍仍是國語或英語，粵語卻非主流。香港人的身份認同，彷彿都得外借。

直至 1967 年電視廣播有限公司（無綫電視）啟播，電視文化迅速普及；當時無綫電視透過其長篇連續劇，在同一時段，可接觸逾二百萬香港觀眾，這幾乎相等於當時香港人口的一半。

1974 年無綫電視劇主題曲《啼笑因緣》，普遍認為是香港粵語流行曲的開始；這首由顧嘉輝作曲，葉紹德（1930-2009）填詞，仙杜拉主唱的粵語歌曲，有說是香港流行音樂的分水嶺。這首主題曲藉當時電視廣播的推廣，獲得空前成功，街頭巷尾人人朗朗上口。它的成功，並非偶然，回看其中一個重要因素，是香港開始形成了強烈的本地意識，開始尋找屬於自身的語言。

這種香港人開始尋找自我及本地身份的認同，在許冠傑 1970 年代所創作的粵語流行曲得到更具體的體現。在那時仍以英文歌曲及國語流行曲為主流的香港樂壇，許冠傑由主唱英文歌曲改唱粵語流行曲，並嘗試自行作曲及填寫歌詞，大多為小市民發聲，創當時潮流之先，受到當時香港人廣泛愛戴及認同。

一如香港資深填詞人盧國沾在《歌星與歌》雜誌創刊號（1980）曾這樣描述：

如果將來有人要為粵語流行曲寫歷史，請記得把許冠傑寫上英雄榜首。

香港著名作曲家及填詞人黃霑（黃湛森）（1941-2004）這樣形容許冠傑的歌聲：

咬字清脆，有如說話，而唱法有種很平易近人的草根味道，令廣東聽眾聽來份外親切。他在短句逗的時候，加了個很輕的「呀」進去，像「為兩餐乜都肯制（呀）前世」，「做老千梗好搵過（呀）皇帝」，或「贏輸（都）冇時定」句中加個「都」字。這是很典型的粵曲唱法，但因為整套聲音（total sound）的感覺是現代，摩登的，所以只覺得他唱得親切，而不覺得他「土」。

黃霑更以許冠傑《鬼馬雙星》（1974）中段「副歌」的四句歌詞，道出他拿捏粵語流行曲歌詞的精練：

「人生如賭博，贏輸冇時定。贏咗得餐笑，輸光唔駛慳」，短短二十個字，已經把香港人的普遍心態道盡。港人積極、樂觀，但又很有點無奈的拼搏精神，就用這寥寥數語中，全部概括，意簡言賅，而且活潑生動。

有說許冠傑的歌詞「稍嫌粗俗」，但黃霑認為：

許氏歌詞優勝之處，正在其通俗。他描寫的是香港草根階層心聲，用的是這階層慣用的口語詞彙……但為低下階層寫心聲，不用他們的語言，用什麼？⁴³

香港粵語流行曲其時的興起，迅速成為新一代的文化焦點，更曾領導周邊地區，例如東南亞、甚至至國內部分城市及地方的娛樂潮流，一時無兩，盛況空前。香港粵語流行曲自此再不單是香港人的流行曲，更是反映民生境況、民心所趨、嚮往繁華盛世的同義詞，是以說粵語為主的香港人，曾幾何時、或直到現在，存留心中的一份驕傲。

香港粵語流行曲全盛時期，黑膠唱片封套、唱片本身，其後鐳射唱片的包裝，都曾是一眾香港設計師們展現他們破格設計、獨特創意的示範平台。

香港第一次中文運動促使中文成為法定語文—推動本地設計的發展

中文，在香港一個以華人為主要人口的社會，在殖民管治年代的一段頗長時期，卻淪為旁支，並非法定語言。

第一次中文運動，始於 1967 年 9 月，新界鄉議局提請政府將中文列為官方語文一事；香港中文大學學生迅即回應，於同年 10 月 17 日的《崇基、新亞、聯合學生報聯刊》（即《中大學生報》前身）第一期中，發表社論題為：〈中文必須盡早被列為官方語文〉，啟動其後一連串由學生發動、爭取中文成為法定語文的「抗爭」。

最初政府對這些來自民間聲音，採取的態度是置若罔聞，然而各院校學生為此不斷撰寫文章，學界亦為此舉辦了多場研討會；各大專院校聯合組成「中文運動聯席會」，香港大學學生會成立「中文運動工作委員會」；到後來發動萬人簽名運動，並發信向英國官員、英國國會議員請願等行動。政府此時已意識到事態嚴重，為怕社會再次引發動盪，其後宣佈成立「公事上使用中文問題研究委員會」。

「公事上使用中文問題研究委員會」於 1971 年正式建議港府使用中英文為法定語文，並得到採納。1974 年，政府正式把中文列為法定語文。第一次中文運動結束。

這次中文運動，對香港別具意義是因為：

第一代在香港成長的社會精英開啟了和平社會運動的模式和意識形態……以民間連結、簽名運動、和平抗爭等等運動方式，走政策倡議和社會改良的道路，往後社會運動的文法，都自（這次）中文運動始。⁴⁵

中文的法定地位確立後，設計語言不再像過往獨以英文為尊，中文的使用得到新的肯定和重視，中英文並用的設計自此漸漸通行，中文字體設計和相關的設計市場，在香港得以蓬勃發展。這亦有助隨後香港與周邊地區，例如台灣及日本的字體設計交流。

中國改革開放開始

中華人民共和國政府自 1949 年成立後，萬象更新，然而其後一浪接一浪的政治運動，卻使廣大人民疲於奔命；文革十年更令整體社會發展陷於停頓。

1976 年，隨四人幫倒台，文革結束。鄧小平（1904-1997）復出政治舞台。

1978 年 12 月 18 日至 22 日，中國共產黨的十一屆三中全會在北京舉行。這次全會徹底否定「兩個凡是」的方針：停止使用「以階級鬥爭為綱」的口號；形成以鄧小平為核心的黨中央領導集體。全會並作出了實行改革開放的新決策，「以經濟建設為中心」，中國自此實行對外開放的歷史性轉變。

1979 年 7 月 15 日，中共中央、國務院批轉廣東省委、福建省委關於對外經濟活動實行特殊政策和靈活措施的報告，決定在深圳、珠海、汕頭和廈門試辦特

區。

1980年5月16日，中共中央、國務院批轉《廣東、福建兩省會議紀要》，正式將「特區」定名為「經濟特區」。

改革開放之初，中國在缺少對外經濟交往經驗、國內法律體系不健全的形勢下，設立經濟特區為國內的進一步改革和開放、擴大對外經濟交流起到了極為重要的作用。⁴⁷

中國改革開放政策的實施，令過往長時期閉關自守的中國，重新回到世界的舞台；中國不再重蹈意識形態鬥爭的內耗，而是把這股能量集中於經濟建設，使潛藏已久的市場力量得以有效釋放和發展。

中國隨後各方面的長足發展，讓世人驚艷側目，一切都源於改革開放政策的落實和貫徹執行。

香港設計學界早於1970年代末，乘改革開放之初的機遇，透過組織教育代表團隊，積極把他們從世界各地學習到的設計知識和理論、市場經驗等帶回國內，與官方機構、專上學院進行建設性的學術交流與分享，為日後中國設計的發展作出貢獻。

呂壽琨與香港新水墨運動

香港在殖民管治時期，地緣及政治特殊，這裡既承傳了中國傳統文化，亦不斷接收西方現代思潮的衝擊。如何融合中西，發展屬於香港的獨特藝術語言，一直是香港文化、藝術界所關心的課題。

香港大會堂自1960年代啟用後，香港藝術的話語權，開始由殖民管治下所影響的取向，回歸至本地文化認同；各方開始搜尋、建立屬於香港本地藝術的特色，其中「新水墨運動」不論內涵及表象都領當時藝術探究之先，令人耳目一新，旋即成為當時「香港藝術」討論的焦點。呂壽琨（1919-1975）是這次「新水墨運動」中重要的領航員。

呂壽琨，1948年移居香港，以他對國畫堅實的認識，他在這裡開放的環境條件中，不斷吸收西方藝術思潮的養份，期間不斷作出求新的嘗試。

他提倡「師古」—學習傳統，以及「師造化」—透過觀察自然，兩者的互助互補，作為他藝術理論的基礎。有別國畫臨摹的傳統，呂壽琨喜愛寫生，在1957至1960年間，曾在香港完成大量風景寫生作品。

1950年代後期，呂壽琨將中國傳統的道、釋哲學思想，糅合西方現代藝術中簡約的藝術元素，創立了他的禪畫（圖2.2）系列，這是成功融合中西，並展現獨特藝術語言的典範例子。

1960 至 1970 年代，呂壽琨積極從事藝術活動和教育工作。當年受到呂壽琨突破「國畫」界限所啟導的追隨者，當中包括譚志成、徐子雄、梁巨廷、周綠雲、潘振華、張樹新、張樹生及靳埭強等人，今天都已是香港藝壇和設計界中，廣為人熟悉的中流砥柱了。⁴⁸

呂壽琨與香港新水墨運動，是少數能在香港成功落地生根、茁壯成長、影響既廣且遠的本地藝術思潮。

³⁹ 香港記憶 (Hong Kong Memory): 〈香港戰後工業發展〉, 網頁。

⁴⁰ 香港中文大學教育學院, 歷史資源網, 香港史, 考察資料: 《電影與歷史教學》, 鍾家俊著, 頁 8, 網頁。

⁴¹ 香港中文大學教育學院, 歷史資源網, 香港史, 考察資料: 《電影與歷史教學》, 鍾家俊著, 頁 8-9, 網頁。

⁴² 《亞洲週刊》, 第十三卷, 第五十期, 頁 50-60。

⁴³ 香港大學學術庫, 《粵語流行曲的發展與興衰: 香港流行音樂研究 1949-1997》(2003): 〈第四章《我係我》時代 (1974-1983)〉, 黃湛森 (黃霑) 著, 頁 92、106、115 及 117-118。

⁴⁴ 香港電台, 網上神州五十年: 〈一九七零至一九七九年香港學生運動〉, 網頁。

⁴⁵ 獨立媒體, 《中文之為大學理想》: 〈民族、反殖與改良的糾纏: 第一次中文運動〉, 李敏剛著, 網頁。

⁴⁶ 「兩個凡是」即指「凡是毛主席作出的決策, 我們都堅決維護; 凡是毛主席的指示, 我們都始終不渝地遵循」。這是粉碎「四人幫」後, 華國鋒提出和推行的方針。參見《雲南行政學院學報》: 〈如何理解毛澤東思想: 撥亂反正時期鄧小平準確把握毛澤東思想的理論貢獻〉, 葉劍鋒著, 2013 年第 4 期, 頁 92。

⁴⁷ 《國際商務財會》: 〈中國改革開放 30 年最具影響力的 30 件大事〉, 2008 年第 12 期, 「中國改革開放 30 年經濟百人榜」課題組, 頁 71-75。

⁴⁸ 香港政府一覽通, 康樂及文化事務署, 香港藝術館, 新聞公報: 〈藝術館展示呂壽琨逾百名作〉, 2002 年 11 月 21 日。網頁。

圖 2.1 《唐山大兄》電影海報 (1971), 李小龍主演。圖片由星空華文傳媒電影有限公司 (香港) 授權轉載。

圖 2.2 禪畫 (1970), 呂壽琨作品, 水墨設色紙本。香港藝術館藏。圖片由香港

藝術館提供。

第二章

1970 年代與 1980 年代的香港設計

Design for Design for Design

By Dr. Matthew Turner

“I’m changing, rearranging, changing everything around me,” sang the Wynners in 1969, opening the nostalgic soundtrack to Hong Kong in the Seventies.

It would be a decade of startling change. Bruce Lee burst onto the big screen. Ultraman flew into homes on ‘wireless’ television. Ronald McDonald sailed the harbour on a giant hamburger. Dazzlingly white public estates, schools, swimming pools, country parks and new towns sprang up as the government launched a raft of progressive social legislation on housing, labour, education, corruption, language and localisation. As Central’s skyline thrust upwards, and as groundbreaking projects from the Cross-Harbour Tunnel to the MTR rearranged the city in the image of an international metropolis, so its population also came to recognise themselves in a new likeness: that of the ‘Hong Kong people’.

The soundtrack to the Seventies changed fast. Cover versions of Mandarin or English songs no longer matched Hong Kong’s mood of feisty, homegrown confidence. Singing in colloquial Cantonese Sam Hui led a new Cantopop phenomenon that resonated with local lifestyles and the quicksilver dreams of advertisements. Public expenditure spiraled, land prices soared, stocks boomed and in just ten years a city of cheap manufactures became a centre of international finance. By the end of the decade even Cantopop was briefly eclipsed as Hong Kong’s first locally born generation headed for the scandalous hedonism of Lan Kwai Fong’s Disco Disco.

From the beginning of the Seventies Hong Kong’s tough, post-war years of crisis and haphazard survival quite suddenly gave way to an era of progressive planning and design. “Our design for an improved industrial design in Hong Kong becomes also our design for greater prosperity for our people,” Sir Chung Sze-yuen had proclaimed on the eve of this decade of change. Such rhetoric — modernising and at the same time paternalistic — would soon propel him to senior Chinese member of the local Legislature and, by the end of the decade, to Hong Kong’s Senior Executive Councillor.

To be a student of design in Seventies Hong Kong was to be at the forefront of all these imaginaries of change, planning and modernisation. Those who would later rise to the peak of their profession, such as Freeman Lau, now look back to a time when

design education was about more than techniques or qualifications but about ideals, individuality, creativity, breaking the rules, challenging orthodoxy and giving free play to the imagination. Playing exceptionally hard, some of the best designers had to repeat their studies while others, such as Stanley Wong or Wong Kar-wai, left their courses early to forge new careers in advertising, film and the arts. All remember Seventies design education, whether at the universities' extra-mural programmes, education colleges, technical institutes or the new Polytechnic, as a time of exhausting excitement. Thrown into a mix of expatriate and local staff who had recently returned from overseas studies, and in the company of professional practitioners, contemporary artists and even philosophers, design students were inspired to change everything around them.

Nostalgia is rose-tinted. Hong Kong in the Seventies remained colonial governance that contained local culture within an authoritarian, if westernised framework. At the beginning of the decade Alan Fitch, architect of Hong Kong's City Hall, caught this tension in his design for the city's pavilion at the 1970 Osaka Expo. The rigging and sails of Chinese junks were designed to rise above, then to disappear again within the body of a sleek, modernist structure. By the end of the decade the graphic designer Kan Tai-keung visualised the same paradox in an iconic poster for a festival of martial arts films. All the spinning imagery, lurid primaries and multiple frames of local comic book art were celebrated here — yet at the same time defused, muted and disciplined within a western graphic grid.

Even so, posters and pavilions offered more persuasive visions of Hong Kong's future than official publications with cautious titles such as *A Better Tomorrow* or *The Community: A Growing Awareness*. The old analogy of the city to a big company, managed by a chief executive, in whose profits loyal employees might share, was already a stale metaphor. By comparison the rhetoric of 'design for design for design' as the road to economic and social progress proved far more alluring. Students soon learned the beguiling mantra that modern design was far, far more than surface appearance. Design encompassed not only production and marketing but could pioneer new directions in commerce and culture, and ultimately change society. Envisaged as a process of continual change and improvement, this was an ideal well suited to Hong Kong's constant state of 'becoming' — for the improvised city-state's existence remained precarious, its destiny still uncertain.

Since the birth of Modernism there were many who believed that design could change the world. "Architecture or revolution — revolution is avoidable," Le Corbusier had intoned, and the message was not lost on Hong Kong that had witnessed revolutionary

famine and turmoil just across the border. In the political vacuum of the city however, social change was cast in the mould of what would later come to be called ‘Asian Values’: as modernisation without democratisation. Well-designed goods, it was argued, lead to greater industrial wealth, which support well-designed public projects, which in turn lead to a prosperous and stable society. Revolution — or design. In a city that was a byword for imitation this was an innovative idea that would not only shape Hong Kong but influence other emerging Asian economies including, spectacularly, China itself. As Deng Xiaoping is once said to have quipped, “China could do with a few more Hong Kongs.” Tellingly, the model would outlast even the city’s colonial governance era.

So what follows is not a history of the iconic graphics, products, fashions and interiors created by a generation of local and locally based designers who burst onto the Hong Kong scene during the Seventies. Other writers will interpret the sources, impact and legacy of this rich visual and history in more depth elsewhere. Neither is this a cultural history of Hong Kong during a decade that many now see as its rough-hewn golden age. Rather, this will be a brief sketch of how a powerful, if flawed ideal of design came to be established at the turn of the Seventies by officials, official organisations and, above all, by educational institutions. It is the story of how an earlier tradition of modern Chinese design came to be overturned, how a distinctive rhetoric of design promotion gained ascendancy, and how it all eventually unravelled.

The story has its beginnings in the global politics of the Cold War. As part of the United States’ policy of Communist containment a trade embargo had been forced on Hong Kong, cutting its commercial links to China. Yet even as America severed Hong Kong’s economic lifeblood it opened its own markets to Hong Kong goods, kick-starting a boom in local manufacturing to Western specification and design. While the local élite still yearned for a return to entrepôt trade it was clear to many officials that only industry could salvage the economy and provide employment to a refugee-swollen population. Officials, however, had no leverage over this flourishing sector. The venerable and largely Cantonese Chinese Manufacturers’ Association represented local factories, yet the Association traditionally looked to Empire and Asian markets rather than to the West.

In 1960 the Government therefore instituted a new body, a Federation of Hong Kong Industries, to exert influence by proxy. Comprised mostly of British shipping interests and Shanghainese tycoons closely aligned to Western interests the organisation groomed many of its members for senior roles in the administration. None of this appealed to the majority of small factory owners. Campaigns encouraging a wholesale

‘trading-up’ of industry from low-cost copying to original, international brands did not impress manufacturers, since it would have meant entering absolutely smaller markets where competition was intense. A subtly argued campaign for ‘diversification’ also failed to translate slogans into action because it was unclear whether industries, markets or products should be diversified, or whether factory owners could see any realistic alternatives. For this reason the Federation’s campaign increasingly turned to ‘design promotion’, which was held to be essentially a Western innovation. As a boost to the Federation’s strategy Hong Kong’s Governor convened an unusual meeting in 1966 between its members and the British society photographer Lord Snowden whose wife, Princess Margaret, had arrived to open the new Ocean Terminal.

From this meeting Hong Kong’s official discourse on design became culturally polarised. Inspired by a brush with minor royalty the Governor determined that Chinese ‘art style’ was superficial prettiness, and therefore quite unsuited to the needs of modern manufacturing for Western markets. What happened next gave this divisive discourse a sharp political edge. For in response to a rising tide of political unrest following the 1966 ‘Star Ferry Riot’, factory strikes against exploitative working conditions, demonstrations for democracy and, far more deadly, the overspill of the Cultural Revolution onto the streets in 1967, the Federation was tasked with organising a palliative ‘Hong Kong Week’. This was to project modern, Western images of ‘Progress’, ‘Belonging’ and of the ‘Community as One’ through entertainments, carnival floats, television in the park and fashion shows. Against a background of bombs and riots the Federation revived a fanciful slogan portraying Hong Kong as a ‘shop window of democracy’ and boasting local designers ‘at the forefront of fashion.’ In the event, the textile and garment trades were not trusted to deliver the desired Western window dressing, so all designers and models were imported from overseas. Still, the spectacle of ‘original Hong Kong design’ from Paris and ‘mini-mini cheongsams’ from America proved surprisingly appealing to a public wearied by a tense summer of political violence.

The success of Hong Kong Week, followed in quick succession by an extravagant Festival of Hong Kong in 1969 and the triumphant Expo 1970 achieved the Federation’s target to sideline the ‘bazaar style’ of the Chinese Manufacturers’ Association. Many factories hedged their bets by joining both organisations, yet still showed little interest in the Federation’s missionary zeal to bring them Western design. For manufacturers were already well served by experienced Chinese designers and commercial artists who had studied on the Mainland or in Hong Kong’s many private art schools.

Chinese design would be therefore the Federation's next target. That China possessed design was of course unthinkable, yet a distinctive tradition had developed during the chaotic century of China's modernisation in cities such as Guangzhou and Shanghai. As a fertile combination of indigenous styles blended with international influences from Taisho Japan to German Expressionism, modern Chinese design had been widely taught in the major academies. During the 1950s a number of graduates from these courses, some of whom had also studied in Japan, France or America, established professional practices and private schools of design in Hong Kong. They included Cheng Ho's International Art Academy, Chan Hoi-ying's Academy of Fine Arts and, from 1959, a four-year design programme at New Asia College taught by Lai Yuk-hay, Tao Ho and King Chia-lun. By the Seventies this tradition had withered. Cheng Ho had been deported for Communist sympathies, Tao Ho became the first recipient of the Federation-administered Governor's Award for Design and New Asia's programme was closed to make way for a new, and more westernised design school at the future Polytechnic.

How did the import of Western design strike established Chinese practitioners? King Chia-lun offered an oblique comment in a photo-montage of 1967. Here, a mannequin's spindly legs (perhaps the dummy in Hong Kong's 'shop window of democracy') support a commercial American body of Lucky Strike cigarettes, with a regal British head on top. It was well known that the eponymous Princess Margaret of the montage was married to Lord Snowden, the Governor's inspiration for importing 'original Hong Kong' design from the West during the Festival of Fashions. Yet she appears to speak a newspaper headline, "Hong Kong Not Fashion Minded", suggesting that British hypocrisy was not lost on all observers. King, the last design tutor to be appointed to New Asia before Chinese University closed the programme, then turned his back on design (he held an MFA from Chicago) in order to cultivate Chinese aesthetics.

While the Federation could now project design promotion with more confidence the majority of local factory owners remained unenthusiastic. Their success was built on copying samples provided by overseas buyers, not on diversification, trading-up or originality. Officials, too, expressed reservations. "Design will always have to come from America, England or Germany if we are to keep our markets there," admitted the Department of Commerce and Industry, opening a 1968 'Seminar on Design'. Still, education could play its part if, like compradors, "trained designers here can produce designs to match specifications from abroad". Recalling the early Seventies, the head of a lively design department in a teacher training college conceded that: "We used these words like 'creativity' and 'individuality' in our prospectus, but what was really

wanted were designers who could translate the ideas of foreign buyers”.

For this reason education offered the greatest scope for the Federation’s ideals of design promotion, for here it was given a free hand to pursue rather more than training (which, by the end of the decade would fall under the Vocational Training Council) but the loftier goal of creativity: “We should encourage young people to be original in thinking, rather than encourage the orthodox”, Chung Sze-yuen maintained, because “this builds creative minds, and creativity is what Hong Kong badly needs.” By now Chairman of the Federation, Chung had quickly assumed key roles in shaping a new design department in the Polytechnic he had himself initiated, as well as a new Design Council, Governor’s Award for Design, Design Centre and, by 1970, a Packaging Council. The first award for packaging was given to Taikoo Sugar, submitted by the British company Swire and the Austrian- American designer Henry Steiner.

Homegrown creativity went on display in 1971 at the first show of graduates from what would soon become the Polytechnic Design School. Publicity was extensive and the press carried many full-colour spreads. The students’ imitation of Western products and middle-class lifestyles, culled from overseas magazines, made a convincing impression, as did the appearance of some of the graduates. Publicity focused almost exclusively on female industrial designers in white mini-dresses, posing on white glass fibre chairs.

Imitation? It was not lost on the department’s first head, John Hadfield, that copying Western models was exactly what the new school of design was meant to overcome. If diversification and trading-up through originality was the aim, and the development of distinctive brand identities for international export was the objective, then something was lacking. Where in Hong Kong could fresh sources of originality be found? Since his arrival Hadfield had taken a keen interest in Oriental arts and he now sought out tutors to enrich Western studio practice with a touch of Chinese culture. Naturally, there could be no return to the ‘superficial prettiness’ of bird and flower painting; still less the commercial practices of ‘bad’ modern Chinese design. The dilemma was how to contrive a ‘good’ modern Chinese design?

A solution was close at hand. A decade earlier Lai Yuk-hay had identified similarities between the calligraphic exercises of Itten’s Vorkurs at the Weimar Bahauss and contemporary abstract works by Hong Kong artists such as Lui Shou-kwan. Building on these insights he devised a ‘design fundamentals’ course for the programme at New Asia that combined elements of both Chinese and Western pedagogy. But as this programme was closed to make way for the Polytechnic’s design school it was necessary to seek out a very different figure: Wucius Wong.

Although less given to improvisation or expression, Wong's formula to combine Bauhaus teaching with a Chinese aesthetic was not unlike that devised by Lai Yuk-hay. Dismissing the sentimental delicacy of 'professional' Chinese painting he identified in the spare, monochrome ink-wash painting and calligraphy of the Chinese 'literati' the same principles as those informing modern Western products and⁴⁸graphics. During an era of exchanges between American abstract artists and Chinese painters, the extension of an East-West dialogue to design proved compelling.

In 1970 Wong had spent a year visiting art and design institutes in America. On his return to take up a post at the Polytechnic he produced a series of student handbooks with didactic titles such as *The Principles of Two-Dimensional Design*, and *The Principles of Three-Dimensional Design*. To root out 'bad' Chinese handbooks of commercial design, such as the eclectic series published Nam Shan Art Books, the pages of his slim volumes were a severe parade of point, line and plane that contained a number of Chinese character forms and compositional motifs. In this way, Wucius Wong formulated a 'good' Chinese design with modernist credentials to augment Western design education. During the Seventies, his influence on educationalists, curators, designers and a whole generation of design students would be profound. Chinese design had been 'traded up'.

So by the beginning of the Seventies all the Federation's plans for design promotion had been realised. Hong Kong Week had demonstrated the popular appeal of westernised images of progress and prosperity; Expo 1970 had secured the Federation's leadership over the Chinese Manufacturers Association; ideals of originality and creativity had been entrenched in Hong Kong education; and 'bad' Chinese design had been displaced by 'good' Chinese design.

What could possibly go wrong?

If there was a weakness to the industrial strength rhetoric of 'design for design for design' it was its inflexibility. From the Sixties to the Nineties the same speeches, articulated with the same convictions and exhortations, were repeated with little change until they became platitudes. For example, at the Federation's 1966 meeting with Lord Snowden it was asserted that: "The days when Hong Kong could rely on overseas buyers are numbered... However in recent times industry is in the process of trading up which also means a greater emergence of brand names which will in turn demand much greater attention to original Hong Kong design." More than twenty years later the 1988 Polytechnic design prospectus would repeat the claim: "Over the last twenty years Hong Kong's manufacturers have produced goods based on ideas and designs originated elsewhere... Recently however, Hong Kong producers have

had to consider very seriously the need for original design”.

One consequence of such a durable discourse was that Hong Kong design never had a history. Having established that there was no Chinese design to speak of before manufacturers discovered Western originality, the moment of this discovery was then moved forward, decade by decade, until the end of the century. As history collapsed into cliché the rhetoric of Seventies design promotion also began to unravel in the face of overwhelming changes within Hong Kong’s economy, politics and culture.⁴⁹ Economically, the end of the Seventies experienced the beginning of Hong Kong’s rapid deindustrialisation. The opening of China’s Special Economic Zones attracted local manufacturers to shift production across the border, transferring their successful practice of producing low-cost goods to the specification and design of overseas importers. As domestic industry dwindled so the Federation’s influence declined, and other bodies stepped in to adapt design promotion to new realities. Rebranded as ‘strategic innovation’ and later as ‘creative industries’ to boost the city’s service economy, the content of promotional speeches remained largely the same: trade up; diversify; originate; create prosperity for all. But the platitudes had lost their thrall, hollowed out by repetition and by-passed by the stupefying wealth amassed by China in assembling designs from overseas. Even the glamour of ‘creativity’ was tarnished. Facing troubled business leaders in 2003, in the wake of the Asian financial crisis, the SARS epidemic and unprecedented public demonstrations against the policies of HKSAR’s first Chief Executive, the only advice officials could offer was to: “be creative!”

Politically, the inconclusive discussions over Hong Kong’s future during the Seventies would soon give way to a swift decolonisation as the Handover approached. Long-suppressed demands for democracy and autonomy were pitched against postcolonial administrations whose officials cleaved to Asian values of stability and prosperity. In the wake of this conflict there could be no return to the Seventies formula of ‘modernisation without democratisation’. Despite exuberant promotion of the creative industries and the construction of impressively large infrastructure and cultural projects, Hong Kong became an increasingly unequal society with shameful pockets of poverty. This was the end of the road for the ideal of design as a route to reciprocal economic and social development. Once again, the language of the Seventies design promotion was updated, its interventionist principles rebranded in the form of environmental concern or as social innovation, but by now the void behind the rhetoric was transparent.

Culturally, the ideal of ‘community belonging’ fabricated in the wake of the Sixties

riots would soon become an unruly creed of Hong Kong identity in later decades, trumping the attractions of Western modernism and Chinese patriotism alike. As the Handover approached there was a brief outburst of chic nostalgia for early Hong Kong design such as Two Girls Brand cosmetics or Shanghai Tang cheongsams. From this point, the precepts of ‘good’ design, whether Chinese or Western, could be gleefully inverted in celebrations of popular local icons such as the red, white and blue striped plastic bag. As the new century dawned, Western modernism looked shabby, eroded by waves of pop, punk, pomo and retro, its power dimmed by the shift in world markets to the East. Perhaps the Chinese Manufacturers Association had not been so wrong in looking to Asia. Once more, the rhetoric of Seventies design promotion and education was refreshed. Victor Lo, who was to assume much the same influence as Chung Sze-yuen once held over the institutes and official bodies of Hong Kong design, now advocated an ‘Asian’ perspective. Mission and vision statements of the Polytechnic Design School quickly included the aim to “harness the legacy and dynamism of Asian cultures,” even if this was largely understood to mean China. Students however remained fixated on opportunities closer to home.

In Hong Kong, as elsewhere, the currency of business school clichés in design schools, and the scramble for skills, higher qualifications and well-paid positions left little room for idealism, prompting many who studied in the Seventies to fear a narrowing of design education towards a single, commercial point: the principles of one-dimensional design.

Many in Hong Kong now look back wistfully to a time when design was a matter of conviction as well as commerce, when it could express the aspirations of society as well as the rhetoric of officials. If there is a focus for nostalgia in Hong Kong now it is no longer for some distant, Oriental chic but for the homegrown assertiveness of the Seventies. It is a nostalgia expressed not only by a generation who were students at the time but by a generation of students too young to remember the Handover or Tiananmen – let alone the Wynners – yet who still dream of rearranging and changing everything around them.

香港圖像設計先驅—石漢瑞與靳埭強

撰文：劉小康

行走在香港的大街小巷，映入眼簾的視覺語言中，總不乏滙豐銀行（HSBC）（圖 2.3）和中國銀行（圖 2.4）的商標。滙豐銀行的紅白對角商標，簡潔尖銳，注重張力與對比，展現出擴張性的海洋文化；中國銀行的商標雖也是採用紅白二色，但卻用較內斂的暗紅色，且外圓內方，展現的卻是中庸之道的中國文化思想。兩個商標兩種設計語言、兩種文化特色背後，是兩位影響香港一代視覺文化的設計先驅—石漢瑞博士與靳埭強博士。

石漢瑞，1934 年生於奧地利維也納，五歲時隨家遷往美國紐約，並於當地成長。1955 年於紐約市立大學（The City University of New York）的亨特學院（Hunter College）畢業，繼而在耶魯大學（Yale University）跟隨平面設計大師保羅蘭德（Paul Rand，1914-1996）學習平面設計，學到設計該注重意念及對比感，並取得平面設計碩士，以及在巴黎索邦（IV）大學（Université Paris-Sorbonne (Paris IV)）取得獎學金，進行為期兩年的學習。石漢瑞深受達達主義、超現實主義及形象的吸引，且一直迷戀東方藝術文化，及至 1961 年來港，為香港第一份彩色周末副刊《The Asia Magazine》（亞洲雜誌）擔任美術指導，本來只打算逗留九個月的他，沒想到最後竟定居香港，並創建圖語設計有限公司，終使其作品對太平洋圈設計構成重大且深遠的影響。

至於靳埭強，則於 1942 年生於廣東番禺，十一歲前一直跟身為著名工藝師的祖父靳耀生一起生活。由於祖父從事彩繪陶塑和畫壁畫工作，也替人設計庭園，且家中擺設古畫、畫卷和陶瓷，靳埭強從小耳濡目染、觀摹學習，並得到祖父提點，栽培了他的藝術底蘊。1957 年，靳埭強中學修業年屆十五歲，與父母團聚移居香港，其父是一名裁縫，由於家境不富裕，靳埭強只能輟學當上裁縫學徒，經歷十年裁縫生涯，卻為他日後的設計工作打下基礎。任職裁縫期間，靳埭強已跟隨身為水彩畫名家的伯父靳微天學習繪畫，及至 1967 年始在香港中文大學校外進修部攻讀設計課程，師從兼容中西藝術文化之長的香港著名畫家王無邪和現代水墨畫家呂壽琨。靳埭強沒想過這三個月的設計課程，竟讓他展開了一發不可收拾的設計師生涯，他於同年獲當時香港最大的玉屋百貨公司聘任設計師一職，輾轉至 1976 年他與張樹新合組新思域設計製作公司，成為從香港開始將中國文化、思維以嶄新言語表徵出來的先驅，對大中華地區構成巨大的影響。

觀乎二人背景，一來自西方，一來自中國，最終落戶香港，是香港作為中西文化大熔爐最具代表性的展現。時代讓他們在香港巧遇，二人依循各自身後的文化背景，發展出各異的設計系統，不是代表兩個陣營，而是展現不同文化淵源的兩種切入點。石漢瑞擁有一名門正宗的學歷背景，以國際設計語言演繹中國文化，用西方人角度找到亞洲趣味，靳埭強則在中國人文化中找到簡約、容易明

白、與生活有關的現代趣味，體現於設計中，終使二人成為 1960 至 1970 年代香港設計發展關鍵時期的兩大圖像設計先驅，影響及後設計業的整體脈絡，甚至開拓了亞洲整體的設計語言。

要知道上世紀香港戰後 1950 年代受西方思潮影響，外國流行文化，例如美國新聞處在香港也十分活躍，包括設立圖書館、舉辦畫展等，其視覺文化對香港帶來衝擊。而香港在 1967 年經歷六七暴動後，政府著力改善施政、打擊貪污，製造有利的經濟因素以減輕政治壓力，並於 1969 年始舉辦香港節，安撫民心。隨著經濟發展而蓬勃起來的設計事業，其設計語言當然是構成香港文化內涵的重要部分，石漢瑞與靳埭強兩位大師，在當中厥功至偉。

石漢瑞的對比

石漢瑞在設計滙豐銀行商標時善用對比，這其實是他設計風格的一大特色。

1970 年代後期始，香港上海滙豐銀行逐漸成為國際金融重心，但傳統圖形的商標未見突出，適逢其會，石漢瑞設計公司在 1979 年與滙豐簽訂顧問合約，所設計的名為 **Hexagon**（六角形）的標誌，以簡單的幾何圖形構成，可解讀為東方與西方，北方與南方的連結，並創造一個較短的名稱「**Hongkong Bank**」作為品牌的一部分。這簡潔、對角、尖銳的商標，在全世界而言也是劃時代的設計，因為那年頭的設計多採用圓潤、綢邊、收口的圖案，故滙豐銀行的商標可說是很「冒險」的設計，這「險」卻呈現出完整的關係，展現積極性，也象徵了西方的海洋文化，具擴張性，需要到處征服才可繼續生存。由此亦見石漢瑞的文化背景與設計風格，注重對比、張力和比較。

除滙豐銀行外，自 1970 至 1980 年代始，石漢瑞為香港許多重要企業打造了具代表性和象徵意義的形象，他的客戶名單包括：香港電話公司、香港置地、香港旅遊協會、香港貿易發展局、香港賽馬會、九廣鐵路、地鐵公司、牛奶公司（圖 2.5）、《遠東經濟評論》雜誌、香港上海大酒店、怡和集團、瑞興公司、惠康（圖 2.6）、大新銀行、免稅商店 **DSF** 集團、希爾頓酒店等等。基本上可以說，石漢瑞為香港這商業社會在國際上打造了代表香港的形象。

於歐洲出生，在美洲長大，落戶亞洲，於香港生活，他習慣探究生活環境，分析符號意義，香港文化帶給他新的價值、新的視覺風格和可以運用的新符號，他以新視野重新演繹及轉化香港的文化，用對比、比較的方法展現了中西文化的差異。

石漢瑞曾說跨文化的設計，需要對各種文化及其符號敏感和理解，認知東西方文化的忌諱（例如藍和白在西方是力量和祥和的象徵，而在中國文化卻代表死亡和葬禮），及其文化的內涵後，才能知道兩種文化中甚麼形象可以互相配合。他認為隨便地畫一個古怪的東方符號，是不能產生一個持久的商標，所以他強調要對本地文化和公司歷史與個性進行深入研究。

石漢瑞受聘於滙豐銀行，獲得豐富的研究資源，故多年來他為滙豐銀行設計的年報，均是比較中西文化的傑作，以 1980 年滙豐銀行的年報（圖 2.7）為例，一半是藍色背景下的紅蘋果，一半是紅色背景下的白珍珠，兩者並列對比，簡單扼要地象徵了紐約與香港這兩大金融中心。而同年年報中，另一幅將一半中國戲曲演員紅色臉譜，與一半藍天下美國自由女神像面孔並置的設計，也是其運用對比手法展現中西文化差異的經典之作。

石漢瑞喜愛收集十七到十九世紀的江戶印刷品，也收藏二十世紀初到日佔時期的舊上海海報，這些印刷品也不時被他挪用到設計創作上，將之與用攝影機拍攝的現代畫面做對比，這種用分裂形象的手法進行中西古今的比較，從他在 1961 至 1963 年間為《The Asia Magazine》（圖 2.8）設計的圖案中已可見一斑。分裂形象是指以極端的視覺對比形式（即結合兩種不相干的元素），而形成的一種新圖像。此外，石漢瑞亦運用置換手法，即以一種文化的形象（如米老鼠），在另一種文化中代表一種概念（中國生肖之鼠年），來說他的中西文化故事。

靳埭強的中庸

石漢瑞觀察東西方文化差異，用成熟、具學術性的國際設計語言，以對比方法說出故事，而靳埭強的設計風格卻倒過來，用東方文化，像書法，融合於現代設計中，他也用對比，但不在於展現強烈差異，而是產生一種並存的感覺，運用文化生活中的各種具象徵意義的器物、文化符號，加上現代色彩，創作出共融味道較強的作品。

中國銀行商標的設計，首先的切入點是中國文化器物、文字和思想，靳埭強運用了中國古錢幣的圖案，並且置入現代書體的「中」字，創作出外圓內方的商標圖案，表達中國人中庸之道的哲學理念和外圓內方的做人態度，並展現了天圓地方，尊敬天地的陸地文化。這融匯古今的中國銀行商標，簡潔易明，既蘊藏傳統智慧，亦是時代的產品。雖然是希望創作出具中國特色的設計，但靳埭強不會以中國書法字體直接當作商標，卻以不一樣的西方演繹手法，表達中國傳統文化的內涵。

這與靳埭強主要師承王無邪的基礎設計理論與觀念不無關係。王無邪曾在美國研習藝術與設計，其設計理論源於包浩斯美學，以簡潔的幾何形狀、理性的骨格秩序與嚴謹的構成觀念，成為有力的現代美學系統，而靳埭強自幼浸淫在中國文化藝術及美學中，自然能得心應手地運用西方設計手法展現中國文化。靳埭強曾說過，他從不斷的反思中，嘗試以時代的觸覺與自身環境的體現，努力超越潮流，創造自己的時尚。

石漢瑞的影響力展現在香港的商業層面，而靳埭強則更多於文化設計層面構成影響力。

靳埭強設計事業的轉捩點始於 1970 年，他為大阪萬國博覽會香港館作平面設計，其創作引起了香港甚至亞洲設計界的高度關注，亦經媒體廣泛報道獲普遍香港市民注視。他於 1978 至 1982 年間擔任香港設計師協會主編並設計年刊（圖 2.9）；1987 至 1998 年為香港郵政設計十二肖系列郵票，取材中國傳統刺繡工藝；1970 年代末至 1990 年代曾為亞洲藝術節設計海報（圖 2.10）及印刷品，用上眾多中國傳統器物，如毛筆、中國樂器、古扇、紙傘、新年攢盒及戲曲臉譜等等，建立起具個人風格的設計語言。靳埭強並不滿足於使設計達到高度的實用功能，而常要求自己肩負文化的使命，以文化為本位，創造能提高物質與精神生活的設計。由於他服務的是香港本地市場，故對中國人的生活和文化的要具深切的了解，而民間藝術是最能反映大眾生活文化的媒介，加上香港受西風影響，一種東西融匯，現代化民俗風格設計就應運而生。靳埭強依據自己的文化、傳統，思考如何去更新，賦予舊事舊物現代的生命，嘗試以中國民俗藝術的多彩元素融和在創作裡，求取現代化中國設計的新面貌，這亦是香港文化的本質和特色。

中國民間工藝製作的各種器物，盛載著深厚的文化底蘊，故靳埭強用以作為他設計的元素，對於當時已被西方文化影響，且對中國內地一知半解的香港社會，帶來具衝擊性的視覺效果。雖然石漢瑞也有用中國傳統器物如毛筆、印章、臉譜等去說故事，但他主要是用作並置式的東西方器物對比，與靳埭強以西方設計語言，去盛載中國器物內容的融合手法不一樣。這種運用器物的手法，亦可稱為現成法，即運用現成的資源，如筷子套或者字體的攝影藝術作品等，放置於新創作的設計作品中。不過，由於二人近乎同時期在香港設計界擔任龍頭角色，故亦不排除二人的設計風格有互相影響的可能。

石與靳的字體運用

此外，從字體設計與運用方面，亦可透析兩位大師兩種切入設計的手法——石漢瑞用國際設計語言演繹中國文化；靳埭強用中國文化體現現代設計。

石漢瑞在《The Asia Magazine》中，就有以現代字體的「新」字，及中國書法的「舊」字，上下分裂並置構成的對比圖案（圖 2.11），這種可稱之謂引用的技法，是提取中國圖像或書法來產生一種基於心理對比的效果。此外，他又用會歧義的方法，把中國書法的筆法或字體結合到拉丁字母中，他為地下鐵路公司 1989 年年報（圖 2.12）創作的設計，就是此技法的最佳例子，他設計了中國書法與英文字並置的「ten」字，其中，英文字母「t」，就巧妙地用中國書法「十」字出現，一語相關。

至於靳埭強，由於他被中國藝術文化包圍的成長背景，故他對漢字的認知，不僅是一種語言符號，更是一種藝術語言，當中尤以書法為重點。1970 年代前，香港很多設計以英文為主，及至 1960 年代末至 1970 年代初，香港學界發起「中文運動」，爭取中文合法化，要求中文享有官方語言地位，使中文漸受尊

重，中英文並用的設計才漸通行。靳埭強在設計的文字編排實踐中，吸收英文所長，希望能以洋為中用，漢字造型方面，則希望可達到古今兼容、承傳創新，他喜愛將意念注入文字之中，傳遞情意，亦不忘嘗試把傳統文字賦予現代感情。以 1983 年他為一畫會設計的會展海報（圖 2.13）為例，用上半中國書法寫的「一」字，與下半用現代字體寫的部分結合成為簡體「画」字，既可突出「一畫會」的名字，亦達到古今兼容的效果。

靳埭強後期的創作，更從中國傳統文化中器物的運用，轉變為以書法、水墨為主，當然這是受到他老師、二十世紀中國著名藝術家呂壽琨的影響。呂壽琨自幼臨摹歷代著名國畫大師傑作，後從西方藝術獲取靈感，認為抽象是自由獨立的絕對個人智慧之顯現，每一筆觸直接地將藝術家胸中逸氣抒發出來，其作品還結合了道家和佛家禪宗的哲學。觀乎靳埭強的書畫作品，甚具呂壽琨現代水墨的影子，最終到 1990 年代，靳埭強將器物與水墨效果合二為一，構成靳埭強設計發展的脈絡。他的《山水風雲》（圖 2.14），四張混合器物 and 書法的漢字海報，在台灣引起極大的迴響，後來更在中國內地影響了許多後來設計師的設計風格。

影響一代設計師

由上述討論可見，兩位各有風格的香港設計大師：石漢瑞與靳埭強，如何受到各自背景的影響，設計出不同風格，並展現各自文化特色的作品，他們二人在香港設計歷史發展的重要階段，創作出很有代表性的設計，影響了香港往後及亞洲許多其他地區的設計路向。石漢瑞的影響力尤其展現在國際性商業設計上，影響了香港商業設計的風格；而靳埭強於大阪萬國博覽會始受傳媒及公眾注視，影響了香港文化產業的設計風格，肯定了香港本地設計師的出現，增加公眾對香港文化身份的自我認同。

這種影響力的擴散，除了是二人的設計成為很好的範例，其他設計師們，除觀摩效法他們好的作品外，更透過進入二人開設的公司任職，深入地改寫了新一代設計師的思維與格調。

石漢瑞在社會上的國際性商業案例做得出色，備受國際注視，甚至吸引人才回流與他工作，所以石漢瑞的追隨者多是海外歸來的設計師，例如韓秉華就追隨了石漢瑞一段很長的時間，另外可羅列並現已成名的設計師還包括鄧昭瑩⁴⁹、區賢浩⁵⁰及張偉航等等。

而靳埭強除了聘任香港新進設計師如劉小康、余志光、易達華、林偉雄等外，他還非常重視年輕一代的設計教育工作，他投身設計行業才不過三年，便於 1970 年與香港設計師呂立勛等人共同創立了香港第一所設計學院「大一藝術設計學院」，開辦時裝設計、室內與環境設計等各類專業文憑課程，及後於 1980 年又與藝術家及設計教育家王無邪、韓秉華等人創辦「香港正形設計學校」（圖

2.15)，⁵¹ 為有志於美術設計或藝術方面的青年提供學習及進修機會。而受教於他的學生們，亦馬上投入設計行業，促使上世紀七、八十年代每幾年就可新生一代設計師，為本地設計的蓬勃發展提供足夠養份，故受他影響的設計師甚多。

上述部分設計師後來也各自開設了自己的設計公司，並將從石漢瑞與靳埭強那裡學習得來的對比並置、器物運用、字體設計、中西融合等風格的影響，持續深化下去。

此外，早於 1970 年代，靳埭強已開始了既是畫家亦是設計師的身份，可謂創風氣之先，雖然「跨界」這名詞在那年代還未出現，但卻已在香港盛行，許多香港設計師會做藝術創作，亦有許多香港藝術家嘗試做設計，從靳埭強這一輩開始，多元性的創作便構成了香港風格。

香港文化特色是東西並存古今兼具，既是極端西化的現代城市，卻又保留了很多中國傳統文化，香港人可以早上到教堂唸聖詩，夜晚回家拜祖先，使之與中國內地甚或台灣不同。

石漢瑞與靳埭強兩位設計大師，前者由西方視野出發在香港巧遇亞洲文化，後者由中國文化出發在香港巧遇現代設計；前者以設計語言展現中西文化特色，成為香港社會視覺語言的重要組成部分，後者從中國文化為起點透過現代設計，構成香港文化的重要內涵；二人起點不一，卻殊途同歸，為香港以至亞洲開拓出設計的新方向，給大中華地區參照如何能將自身獨特的文化與設計融合。他們二人就在香港這個城市 1960 至 1980 年代這重要的文化建成時期，透過用國際設計語言演繹中國文化，與用中國文化體現現代設計的兩條設計路線，將香港設計，帶進國際社會的設計舞台，述說香港的故事，這故事，既是來自於西方，也是來自於中國。

⁴⁹ 鄧昭瑩，加拿大多倫多市約克大學美術系學士。曾在美國一所著名的雜誌社任職為助理美術總監。1982 年回到香港，前後任職於圖語設計，著名雜誌社 *Emphasis International* 及偉達公眾關係顧問公司。1990 年創辦了鄧昭瑩設計公司（*Lillian Tang Design Ltd*）。參見《香港新設計十五人展》（1994）場刊，葉偉珊編輯，原刊物並無編輯頁碼，故頁數不詳。

⁵⁰ 區賢浩，1974 年往美國加州藝術學院攻讀平面設計，並獲得美國雅曼信獎學金。1980 年回港，任職於圖語設計公司。1983 年創辦區賢浩設計師事務所。其作品曾在香港設計師協會主辦的比賽中，屢獲獎項。是首位奪得「國際海報沙龍展」最高榮譽薩維拿大獎的華人設計師，曾出任香港設計師協會主席。參見《香港新設計十五人展》（1994）場刊，葉偉珊編輯，原刊物並無編輯頁碼，故頁數不詳，及《香港設計傳承跨越——靳埭強七十豐年展》（2012），〈香港設計見

聞與反思》，靳埭強著，註解 51，頁 15。

⁵¹ 香港正形設計學校於 1980 年成立，創校校董包括藝術家及設計教育家靳埭強、鍾文勇、梁巨廷、伍或男、張樹新、黃海濤、韓秉華及吳文炳，2010 年校董則包括王無邪、靳埭強、韓秉華、黃海濤、梁巨廷、蘇敏儀及王緯彬。參見《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》(2012)，〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，註解 42，頁 13。

圖 2.3 滙豐銀行標誌 (1983)，石漢瑞作品。圖片由石漢瑞提供。

圖 2.4 中國銀行標誌 (1986)，靳埭強作品。圖片由中銀香港授權轉載。

圖 2.5 牛奶公司雪糕杯設計 (1982)，石漢瑞作品。圖片由雀巢香港有限公司授權轉載。

圖 2.6 惠康超級市場形象設計 (1982)，石漢瑞作品。圖片由牛奶公司集團授權轉載。

圖 2.7 《滙豐銀行年報》封面 (1980)，石漢瑞作品。圖片由滙豐銀行歷史檔案部授權轉載。Reproduced with the permission of HSBC holdings plc.

圖 2.8 《The Asia Magazine》(亞洲雜誌) 封面 (1960 年代初)，石漢瑞作品。圖片由石漢瑞提供。

圖 2.9 《香港設計師協會年獎年鑒》(1978)，靳埭強及張樹新作品。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.10 「第三屆亞洲藝術節」宣傳海報 (1978)，靳埭強作品。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.11 《The Asia Magazine》(亞洲雜誌) 封面 (1960 年代初)，石漢瑞作品。圖片由石漢瑞提供。

圖 2.12 《地下鐵路公司年報》封面 (1989)，石漢瑞作品。圖片由香港鐵路有限公司提供。

圖 2.13 「一畫會」展覽宣傳海報 (1983)，靳埭強作品。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.14 台灣印象海報展：「漢字的感情」—《山水風雲》(1995)，靳埭強作品。圖片由靳埭強提供。

圖 2.15 香港正形設計學校標誌 (1980)，靳埭強作品。圖片由靳埭強提供。

東西融合的第三路徑

陳幼堅：東情西韻

在 1970 和 1980 年代，東西文化融合之所以成為主流的創作風格，除了石漢瑞和靳埭強分別在企業商標形象和文化藝術的成就外，陳幼堅可謂開拓了第三種路徑，就是把中西結合的設計語言引進商業營銷的範疇，進一步增強這種具香港特色的設計語言的應用和普及。

陳幼堅是大一藝術設計學院的第一屆學生，為期兩年的課程修讀了十個月。他於 1970 年代曾在多間 4A 廣告公司工作，第一間是格蘭廣告公司，之後轉過三間廣告公司，曾跟隨當時知名的外籍創意總監兼攝影師 Kevin Orpin 學習，後來進入堂煌廣告公司擔任首席美術總監。

1980 年，他自立門戶，跟太太共同創立達爾訊廣告公司，六年後再成立陳幼堅設計公司。

在 1970 年代，商業營銷的設計工作多由廣告公司負責，平面設計師甚少參與，例如唱片封套這類娛樂事業的商品只會由廣告公司操刀。當陳幼堅由廣告公司轉型至平面設計範疇，這種情況明顯有所改變。由於長時間浸淫於廣告公司的環境，他較能敏銳地體察顧客的需求，所以能創作出具強烈商業觸覺的設計。這種以商業目標為本的設計思維，自然而然把商業性注入平面設計創作。自 2000 年起，陳幼堅從品牌推廣和市場策略進一步貫徹至視覺識別、包裝及產品設計、室內設計及藝術顧問，為品牌建立全方位及鮮明的形象面向消費者。他擅於將市場策略融於設計創作，達到改善品牌及企業形象，並將商品突破市場定位的框架。

由於當時商業社會由外國人主導，加上陳幼堅出身於外國人聚集的廣告圈，因此他慣於在作品中加入大量西方人眼中的東方元素，其融通古今，掌握中西文化脈搏的設計風格備受推崇，並且以其構思巧妙的設計觀，達到中外雅俗共賞的境界。他對百多年前的中國外銷商品深感興趣，如油畫、瓷器、銀器等並納作收藏品一部分。這些以中國生活文化作為題材的貿易品以西方設計造型呈現，並啟發他的創作靈感。

這類風格他稱為「東情西韻」。多年來，他獨特的設計風範深受大眾歡迎，成為年青一代的學習藍本及典範，外界更推崇他為打破東西文化隔膜的設計大師。這些中國元素有別於石漢瑞和靳埭強二人作品中的風格，陳幼堅的作品更多反映從西方角度想像的東方文化。不過，陳幼堅的作品十分注重視覺衝擊，風格較為華麗，成功吸引當時商業市場的注視。另外，廣告公司的訓練也培養了他在完成作品時具較高的精細度。

其中一個重要的例子是陳幼堅為 Canton Disco 做的一系列視覺形象產品（圖

2.16)。學者 D. J. Huppatz 曾詳細分析此系列作品的視覺元素，並形容它的字體風格為「有裝飾性、色彩豐富，極像裝飾派藝術（Art Deco）風格。」⁵²

Canton Disco 系列作品，廣受好評，曾被另一作家 Hilary Binks 稱為「1980 年代香港最潮流的的士高」。⁵³ 而在其海報上選用英文而非中文的決定，更顯示出陳幼堅的作品是面向外國人社群或是喜愛西方風格的香港人。

陳幼堅透過運用西方人眼中投射的中國元素，在中西元素交匯上另闢創作路徑，把這種具香港特色的東西融合風格擴展至商業世界，令 1980 年代的香港平面設計業發展得更為繁盛。近年，他更將廣告市場策略、平面及室內設計和藝術融為一體，開拓嶄新的品牌策略風格。

施養德：不羈但積極進取的出版業奇才

施養德五歲從福建來港，大部分童年在香港與母親度過；16 歲時離開香港，去菲律賓跟家族經營建築材料鋼鐵公司的爸爸生活；⁵⁴ 20 歲離開菲律賓回港。

如何形容、描述施養德？

說他是一位藝術家？的確，據施養德接受本研究訪問時憶述，他年青時曾在很短的時間裡讓菲律賓最著名的畫廊 Luz Gallery 給他舉辦展覽。他也曾在香港生活遇上困境時，想過為英美煙草有限公司畫過行貨月曆畫（圖 2.17），這卻令他遇上了格蘭廣告公司的創作總監 Andrew Simpson，藉著他的引薦，其後為香港旅遊協會在 1970 年的日本大阪萬國博覽會的香港館中畫了四幅畫（圖 2.18）。

說他是一位文化人？如果是，他一定不是一位愛空談的文化人，而是一位積極進取的行動型文化人，因為全盛時期他擁有 32 本雜誌（圖 2.19）（圖 2.20）！

在他營運云云眾多的雜誌當中，1977 年 10 月 15 日《清秀雜誌》（Elegance）（圖 2.21）的出版，是施養德的出版事業的里程碑。

《清秀雜誌》的故事，由香港電視廣播有限公司製作的長篇電視劇《家變》開始。《家變》當時在翡翠台黃金時間播放，收看的家庭觀眾估計達 240 萬人！

事情發生在某個秋天的黃昏，電視熒光幕上那位經營《清秀雜誌》的洛琳（由汪明荃飾演），她在職場上自信、強悍、不服輸的專業女性形象，吸引了施養德的注意，他靈機一觸，馬上籌劃一個出版計劃。他於翌日早上，便親自跑到政府報刊註冊處，為「清秀雜誌」這四個字註冊。當時，坊間很多人以為是電視台的宣傳技倆，不當以為真，直至《清秀雜誌》出現在香港、九龍及新界各處的報攤上時，竟出現了搶購情況！《清秀雜誌》不但為香港高級女性雜誌打開了市場，更為香港中文雜誌媒介樹立了新的標準。當時《清秀雜誌》只得 48 頁，零售 3 元，銷售卻達 35,000 本，那是當時一項紀錄，而這個紀錄，相信到

目前，香港的女性雜誌都仍未能打破！《清秀雜誌》的出現，為香港現代女性奠定了「專業女性」的新形象，由始，每一位香港女士都可以憧憬，自己會是下一位洛琳！事實《清秀雜誌》就曾先後出現過三位真實版的洛琳，三位出色的女編輯：蔣芸、謝慧玲及劉天梅。⁵⁶

除《清秀雜誌》之外，《號外》雜誌也曾是施養德手中起死回生的傳奇例子。據施養德在本研究訪問中談及，他曾先後出手救《號外》「三」次之多。雖說他與《號外》結緣是由一場官非開始，卻由此引入他對該雜誌進行一連串的商业改革。其中最為人印象深刻的是把該雜誌的版面加大了，因為他覺得這樣「誇張」版面的雜誌放在報攤，誰也「一見難忘」。他說這個構思，是來自他在美國看過安迪·華荷所出版的《Interview》雜誌。其後，因著岑建勳的關係，劉天蘭和她的好友張叔平也加入了《號外》。由於《號外》改成大型版面（圖 2.22），每一個可能的設計都是一次表演，一般的廣告客戶都很樂意嘗試。⁵⁷

另一本美得令人忘不了的雜誌，可算是《artention》（藝覺）（圖 2.23）了。這一本雜誌的誕生，是基於他與 Maximilian Ma（馬墉傑，香港著名鑽石商人）的合作。他們兩人同樣熱愛藝術，同樣希望有一本屬於香港，當中包括視覺、音樂、話劇、表演等綜合藝術的雜誌刊物出版。當時 Maximilian Ma 是一個話劇團的團長，推動藝術不遺餘力。施養德說決定出版這本吃力不討好的雜誌，是他繼他與文樓出版《美術季刊》後，另一件可愛的傻事！⁵⁸

他出版不同種類的「高級消閑雜誌」，為當時社會製造了一個蓬勃的消費氛圍，亦為香港不同界別的設計師，例如平面、攝影、插畫等設計專業人材，營造了可供展示他們設計或藝術才華的平台。他也藉著他所營辦的眾多及不同種類的雜誌，嘗試把時尚、品味「本地化」及「普及化」，為香港出版及設計業界所作出的影響，奠定了他出類拔萃及不可取代的地位。

⁵⁸ 《施養德上半場》，施養德著，頁 29。

⁵² 〈Designer Nostalgia in Hong Kong〉，Design Issues，Vol.25（2）（2009），D. J. Huppatz 著，頁 17-22。

⁵³ 〈Designer Nostalgia in Hong Kong〉，Design Issues，Vol.25（2）（2009），D. J. Huppatz 著，頁 18。

⁵⁴ 《施養德上半場》，施養德著，頁 93-96。

⁵⁵ 《施養德上半場》，施養德著，頁 8-10。

⁵⁶ 《施養德上半場》，施養德著，頁 13-18。

⁵⁷ 《施養德上半場》，施養德著，頁 45-47。

圖 2.16 Canton Disco 形象設計系列（1984），陳幼堅作品。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.17 英美煙草的宣傳海報（年份不詳），施養德作品。圖片由施養德提供。

圖 2.18 日本大阪萬國博覽會香港館中四大香港風景畫之一（1970），施養德作品。圖片由施養德提供。

圖 2.19 施養德名片小冊子，介紹 32 本雜誌的首版（1990）。圖片由施養德提供。

圖 2.20 施養德名片小冊子，介紹 32 本雜誌的第二版（1992 年後版本）。圖片由施養德提供。

圖 2.21 《清秀雜誌》1977 年 10 月版，第二次再版。圖片由施養德提供。

圖 2.22 《號外》1982 年 4 月號，已採用特大的 11 吋闊乘 17 吋高的版面。圖片由施養德提供。

圖 2.23 《artention》（藝覺）第二期（雙月刊），1988 年 9 月出版。圖片由施養德提供。

圖 2.24 廣生行有限公司宣傳品（年份不詳），關蕙農作品。由劉小康提供實物拍攝。

插圖與設計

早期香港插畫的發展

1905 年，被喻為「月份牌王」的關蕙農（1878-1956）移居香港，集廣告創作人、平面設計師、印刷師多職於一身，其繪畫的仕女構成了早期的香港插圖印象（圖 2.24），及後不少香港插畫師亦承襲了這風格。惟第二次世界大戰爆發，香港經歷日本侵華歲月，設計及插圖的發展亦暫告中斷。

攝影技術在香港尚未臻成熟階段的 1960 及 1970 年代，畫插圖是主要的設計途徑，當時人們運用插畫的美術範疇，主要包括廣告（以報紙廣告為主）、雜誌封面和內文美術、電影海報、售樓書以及政府宣傳刊物等。在那個年代，不是所有從事設計的人都知道何謂插圖，他們把繪畫等同插圖，但兩者在創作的本質上有落差，插圖師是在消化推廣內容、領悟推廣主題後，再決定表達的形式，有其功能性的一面，但當時的插畫師普遍缺乏設計訓練，只懂畫畫，僅有少數人受過西方的設計訓練。在 1970 年代之前，江啟明是當時較出名的插畫界前輩。

1970 年代中，隨著市場對插圖需求的增加，本地院校先後開設相應的人才培訓課程。1974 年，靳埭強首先在大一藝術設計學院創辦插圖文憑課程，是本地首個同類型課程。他後來又在集一畫廊開設的設計課程繼續辦插圖文憑班。1979 年，他又在當時香港理工學院夜間高級文憑課程中教授插圖學科。這些課程所培育的學生，大大推動了香港現代插圖的興起與演變。

《Illustrator》雜誌所牽起的美日風潮

當代藝術源於西方思潮，香港插圖界的發展初期同樣深受外國風格影響，主要是美國，另外就是日本。

1970 年代由美國帶起了一個重要的趨勢，就是由傳統插畫過渡至現代插畫。以前所謂傳統的插畫是指寫實地把物件繪畫出來，例如拿著汽水、拿著香煙，沒甚麼裝飾性的東西，構圖也沒特別考究，總之就是把物件繪畫出來，例如香港的月份牌。及至 1970 年代初，在美國和日本興起了現代插畫，這種插畫的風格，正如插畫會成員周少康接受本研究訪問時所指：「畫的手法會比較平面，佈局也比較大膽。」

《Illustrator》是 1970 年代香港最出名的外國設計雜誌之一，分別在美國和日本發行，在香港有售。美國版《Illustrator》搜羅了《Time》（時代雜誌）、荷里活電影，唱片封面等；日本版有按部就班式教授繪畫插圖的環節，每次推介一名設計師，由蒐集資料到起稿，用攝影機把不同步驟記錄下來，供讀者參考，以便模仿學習。

當時深受香港年輕插畫師喜愛的外國插畫家，有美國的諾曼洛·克威爾（Norman Rockwell, 1894-1978），如周少康形容：「他是傳統的那種，他很有風格，功力很堅實，他現在的畫作已經是天價，不再是插畫，已經是拍賣行的大師作品，美國兩個大導演佐治·魯卡斯（George Lucas）和史提芬史匹堡（Steven Spielberg）都專買他的畫。史提芬·史匹堡不單專買諾曼·洛克威爾，還特地把他的珍藏捐贈給其家屬，開設一個諾曼洛克威爾專屬的博物館。」

諾曼·洛克威爾之後有鮑勃·皮克（Bob Peak, 1927-1992），周少康說：「他的成名作是《My Fair Lady》（窈窕淑女），整張都是粉紅色的，造型不是寫實，幾條黑線就搞定。他接著又畫了很多作品，例如《Star Trek》（星空奇遇記），還有《Apocalypse Now》（現代啟示錄）等，全部大片都是鮑勃皮克畫的。日本方面則有空山基。」

插圖社的源起

《Illustrator》雜誌當時相當昂貴，每期售價 100 港元，而一般插畫師的月薪大約只有 2000 元。雖然價格不菲，但還未是互聯網的年代，這類外國設計刊物的確是年輕插畫師探索國外設計世界的主要渠道，也有助他們探索和建立個人作品風格。在 1970 年代，最受外國風格影響的代表，不得不數 1975 至 1976 年間，那幾位分別在「大一」及「集一」學習的學生所創立的插圖社，他們包括郭立熹、吳鋒濠、蘇澄源、黃健豪、莫康孫、李錦輝、張新耀和關海元（注：辜昭平亦為創社成員之一，唯不久後退出。張新耀和關海元則於 1976 年加入。）

這批年輕人，在「大一」藝術設計學院的插圖課程中大開眼界，對插圖創作充滿熱誠。他們本來打算合力創辦一本名為《Graphic》的雜誌，但由於缺乏文字人才，最後未能成功，故此轉而商討成立一間公司或團體，目的在於推動插圖創作。最終，插圖社在 1975 年成立，首個會址位於北角。他們以經營公司的思維營運插圖社，並以插圖社名義接洽工作，如成員之一莫康孫表示，他將工作酬勞的 35% 投入回饋插圖社。

在 1960 年代，探討通俗文化與藝術之間關連的普普藝術興起，其影響力遍及英美，造就了許多當代藝術家。學習英美風格的香港設計界，自然亦受其影響。

插圖社是首批採納普普藝術創作風格的設計群體，他們創作的海報（圖 2.25）、明信片（圖 2.26）、插圖，其用色、視覺風格、圖案內容等均有運用普普藝術的視覺元素，例如將中國文化大革命期間的圖案改變用色重新創作，這手法啟發了當時香港不少年輕設計師，使插圖社及其創作在香港設計界起了深遠的影響。

插圖社是摹擬西方風格最突出的一群年輕插圖師，成員莫康孫接受本研究訪問也坦承當時的西方思潮對插圖社有明顯的影響：「插圖社西化是無可厚非的。當年的年輕人都會經過一些潮流衝擊，就像你不穿牛仔褲就不像年輕人一樣。」

另外，他們與日本設計界的交往也相當頻繁，莫康孫指出：「關於日本的影響，是很早期的。當時日本有一些年輕平面設計師、時裝設計師都喜歡過來探訪我們。香港當時很流行看日本雜誌，例如是《流行通信》和《Popeye》等雜誌都有來訪問。經過一傳十、十傳百，就有很多日本人上門來訪問，有很多交流。整體來說，為甚麼我們會喜歡日本的事物，一來日本是東方國家，有很多中文漢字、中國的元素。我們會思考為甚麼日本的設計、文化、排字都這麼精細，反觀我們的中文雜誌、排版，以及櫥窗陳列就很保守，是個文化衝擊。當時由於我和蘇澄源各自早結婚；其他人就比較遲或是沒結婚，所以他們比較自由，有假期就會去日本。」可見，除了當時盛行的西方藝術風格，本地插圖師對日本文化的好奇和嚮往，也啟發和衝擊了他們的創作思維。

插圖社與《號外》

1979 年，插圖社主動提出參與《號外》的封面拍攝和版面設計，當中的設計風格成為了業界經典。

陳冠中在《遲來的設計意識》中提到：「這對《號外》以至當時的一般本地雜誌來說都是大手筆，沒有義工的協助可能真的負擔不起。7 月號的封面和時裝特輯，插圖社眾人擔任美術指導兼版式設計，帶來的團隊是：模特兒余嘉文（Grace Yu）、攝影師梁家泰、服裝統籌師譚燕玉（Vivienne Tam）及髮型師 Simon Wong。現在回望，1979 年的五期插圖社封面和時裝大片都是超前的香港設計經典（圖 2.27）。插圖社的成員，平常在髮型、衣著、氣質、行為、工作和生活空間，各方面都充滿設計感，走在時尚的最前端，好像他們是為了設計而活著的，在近距離接觸後，對我衝擊很大，讓我真正感受到一個設計新時代的來臨，為這份遲來的醒覺，我要感激插圖社的朋友。」⁶⁰

雜誌封面上「號外」二字，是創會成員之一黃健豪當時親手繪間，由 1979 年 7 月號（第 34 期）起採用，至 2018 年 4 月號（第 499 期）為止。

插圖社與日本文化

身處 1970 年代，實際上插圖社成員普遍受日本文化影響，莫康孫在本研究訪問直言他們喜歡日本事物，一來因為同樣是東方國家，文化中兼納中文和中國元素；二來因為日本精細的設計和出版特色造成了文化衝擊，與中國特色形成強烈對比。如前述，當時部分成員每逢假期便到日本遊覽，而他們與日本設計界亦有頻繁交流。例如當時日本一些年輕平面設計、時裝設計師會來港探訪他們，更有當時在香港流行的日本雜誌例如《流行通信》、《Popeye》等邀約訪

間，從而引起更多日本人的注意，甚至親自到訪。日本文化除了對他們的創作生涯產生衝擊，亦影響了部分成員的個人發展。

例如成員之一的關海元，1976 年於理工畢業後曾任職兩年平面設計及插圖工作，及後在大型時裝連鎖店 Toppo 負責櫥窗設計，更被派去日本學藝，除櫥窗佈置外，亦見識到日本的裝修、包裝、廣告、服務行業。回港數年後，他於 1980 年在銅鑼灣開設專門引進日本服裝品牌的小型時裝店 Charcoal，並因介紹眾多日本品牌到港而聞名。

另外，一些曾參與插圖社的創作人才也受到日本文化的感染，例如紀歷有限公司創辦人徐佩傳的弟弟徐佩侃，當時他醉心攝影，熱衷參與插圖社的活動。現在他是著名的廣告電影導演，作品包括鐵達時的廣告系列。

由於成員往後籌謀各自的發展前路，成立二十年的插圖社在 1995 年曲終人散。經過多年創作生涯，這些成員在 1990 年代已在各個創作領域有明確發展方向，部分在日後更加取得出色的成就。解散後，例如郭立熹擔任 Esprit 的形象指導，之後轉攻飲食業，在時代廣場開設金飯碗餐廳；蘇澄源進入 BBDO 廣告公司；吳鋒濠成為知名廣告導演，常與黃健豪合作，並多次獲獎；李錦輝移民加拿大，繼續從事設計；張新耀從事電影美術指導，作品包括《宋家皇朝》；莫康孫在廣告公司擔任設計總監，現時是麥肯（McCann）廣告公司上海分公司的創意顧問。

插畫會的源起

1970 年代，插圖社以外有另一由本地插圖師組成的團體，名為插畫會。雖然兩者無論在規模與性質上均有不同，但同樣結連了一班插圖愛好者，發揮凝聚業界人才的作用。插畫會其中的代表人物包括周少康和謝克。

1979 年，一班剛讀畢理工插圖課程的學生，在藝術中心租用了一個課室，目的是定期一起畫畫和聊天。他們也邀請理工以外的其他畫畫愛好者一起加入，例如梁春澤和呂務平。呂務平現已移民新加坡，但仍然畫畫，還沒退休。當時插畫會成員大約有十五、六人，其中有幾個都在無線電視廣播有限公司任職設計師，包括周少康、謝克和胡建華。靳埭強的堂妹靳夢麗也是成員之一，其他成員包括張秀華、梁春澤、鄭舜玲及黃釗泉，大部分都是靳埭強的學生。

1980 年，周少康參觀了插圖社的第二次展覽「Super Vision Show」（超視覺展），對他們甚為欣賞，並表示：「當時覺得他們的風格很引人入勝，很前衛。現在已經不時興『前衛』這詞語，當時他們把香港整個設計、插畫的風氣推得很高，很貼近美國、歐洲市場，因為他們做很多時裝的東西，我當時去旅行，在美國看到的跟他們做的也一樣。」同年，插畫會舉行了第一次展覽「插畫會首展」，但他們並不像插圖社那樣以公司形式運作，而是純粹靠各人掏腰包自資

舉辦。這次展覽得到了不少廣告公司的青睞，部分成員更因而被邀請參與製作廣告公司的故事圖板等。他們在 1983 年舉行了第二次展覽「展示—插畫會」（圖 2.28），之後由於資金所限，插畫會便解散了。

插圖界的本地派—阮大勇

插圖界在 1970 年代的發展大概分作兩大派，一派以模仿與承襲外國風格見稱，例如一眾師承於大一藝術設計學院導師的插圖社成員，雖然這班導師例如靳埭強等致力在作品中添加中國民俗元素，但他們所採用的西方教學材料，潛移默化地薰陶了那一代的設計學生；另一派則是以阮大勇為代表的本地派。阮大勇以繪畫電影海報成名，他也是少數由內地來港發展而獲得成功的插圖畫家之一。

與學院派插圖師有所不同，阮大勇從沒在學校受過正式設計訓練，首次進入廣告公司畫畫之前，曾從事紗布批發等行業。1966 年，他機緣巧合下經介紹進入當時數一數二的廣告公司格蘭廣告公司，由起稿員做起，基於他有畫畫底子，所以很快便能適應。阮大勇當時主要的工作包括繪畫電視廣告分鏡和單張圖畫，他直言較喜歡後者，這可能也是他日後專注於電影海報設計的原因。任職格蘭廣告公司九年期間，他最後升任至美術指導，但由於不愛應酬，獲公司准許不需負責對外接洽工作，工作內容近乎等同繪圖員一職。

1975 年，格蘭廣告公司被收購，阮大勇隨即轉至另一 4A 廣告公司 JWT 工作。同年，阮大勇開始接兼職工作，主要是插圖設計、電影海報和雜誌封面。他的第一幅電影海報是 1975 年的《天才與白痴》（圖 2.29），由於其繪畫風格正好配合電影的惹笑主題，此海報使他一炮而紅，促成這次合作的是養德堂的老闆施養德。施養德稱，海報的風格經他和阮大勇商討，但更取決於阮大勇的設計意識，他接受本研究訪問時說：「我沒有去影響他。聰明的話，甚麼都不用說，就看看名字，《天才與白痴》，就知道是一部喜劇。」他十分欣賞阮大勇，形容「他這個人很好，作品無論是寫實或是漫畫的，他都是我見過的插畫師裡，最好的一個。」阮大勇隨後採用相同風格，為另外兩部同樣由許冠文執導的喜劇電影繪畫海報，分別是《半斤八兩》（1976）（圖 2.30）和《賣身契》（1978）。這幾部電影帶動了香港粵語喜劇的潮流，阮大勇的海報設計則為香港電影海報開創了嶄新的本地風格。

在電腦及攝影軟件於設計上的應用還未普及的年代，繪畫是設計電影海報的主要方式。阮大勇就主要靠參考劇照進行創作，他在本研究訪問中表示：「我就根據我的需要和劇情看劇照，主要是看演員的表情來找合適的草圖，身體的部分就大多是編造出來的，頭則根據劇照。寫實的電影會畫得較寫實，卡通的就畫得卡通一些。」

1975 至 1981 年可謂是阮大勇設計電影海報的高峰期，有關兼職工作全部是經

金公主電影發行公司接洽。由於當時海報可算是電影宣傳的主要媒介，加上沒有電腦和互聯網，大部分成年人和年輕人均把電影視為主要娛樂，所以當年每部電影的海報印刷量高達一、二萬張，遠多於今日的一、二百張。

1981 年，阮大勇離開 JWT 轉投電影公司新藝城，繼續電影海報設計工作。除此之外，設計雜誌封面是阮大勇當時另一主要的創作範疇。1984 年創刊的雙周漫畫《玉郎漫畫》的封面（圖 2.31），由第一期到最後一期都是邀請他設計。另一本他有份設計封面的雜誌是 1980 年代的亞洲新聞評論雜誌《Far East Economic Review》（遠東經濟評論）。

無論是電影海報或雜誌封面，阮大勇都展現出獨特的香港風格，但他在摸索插圖風格過程中同樣受西方風格影響。例如，他曾提及《天才與白痴》海報的風格時，形容那是吸收西方作品後的成果：「我進廣告公司後接觸了很多西方的廣告書，不知不覺吸收了很多的東西，我沒有刻意模仿甚麼人，但那些廣告書對我工作上幫助很大，很自然的。」在回顧香港設計的發展因素時，他又坦言他的插圖風格多吸收自西方的廣告書。相信阮大勇所指的廣告書，當中最主要是世界各地的廣告年鑑。

有人認為他的作品貼近著名日本插圖畫家空山基的風格，但阮大勇自言更鍾情西方文化。「我有點抗拒日本的東西。我覺得日本風格很精細的那些也許比西方好，可能跟民族性有關係，但若說到新的、有創造力的東西，始終是西方的比較優秀。日本也不過是受西方影響，我不學日本的，應該向源頭學習。」

插圖界的本地派—廖仕強

另一位同樣崇尚西方風格多於日本的本地派插圖師是廖仕強，他接受本研究訪問時稱：「我個人是比較受到美國的影響，日本就比較少，因為我不喜歡日本的風格，我認為美國的比較正規。美國的《Illustrator》我每年都買，日本的《Illustrator》我從來不買，我認為日本人用色較古怪，可能有些民族特色在裡面。」馬克·英格列殊（Mark English）、鮑勃·皮克和比爾·巴契（Bill Butcher）是當時廖仕強最崇拜的西方插圖師，他更會仿效他們的畫作。「我當時最喜歡馬克·英格列殊、鮑勃·皮克和比爾·巴契，畫的東西很準，連江啟明也比不上他們。他們畫的明暗度很準確，香港在這方面仍有改進空間。」

廖仕強與阮大勇另一共同點是沒有受過正式的設計訓練，他靠著參考外國設計雜誌學習設計技巧，入行全憑個人參加比賽所得的獎項。廖仕強憶述：「我在比賽拿了很多獎項，但我沒有學過設計，就拿國畫、書法等獎項當作履歷。我不惜工本買書，例如是當時最新的《Illustrator》。當時我在廣告公司學師，名為國際廣告公司，現在已經沒有了。我面試時，他們看到我的獎項，覺得我很能幹，很快就讓我負責一些工作。」

廖仕強除了不斷參加比賽，亦十分勤快地接兼職工作，從事設計不但是他的興趣，更是他脫貧的重要途徑。為了滿足客戶需要，廖仕強的創作通常以客戶的要求為依歸，因此個人風格不算鮮明，他在本研究訪問中稱：「那時候只是為餬口而已。當時我拿著《Illustrator》或其他書，按照要求去畫。熟練以後，就跟美術指導合作，他說用哪種方式表達，我就會去畫。」雖然他在作品中滲入中式風格，但他在演繹手法上捨棄了傳統中國民俗風格，選擇了國際化的形式，背後同樣受市場主導因素作為考慮。他認為當時中國還未起飛，所以決定用這種形式表達來迎合其他人的審美觀。因此，廖仕強可謂沒有特定的繪畫風格，卻因此在接洽工作上十分吃得開。

雖然廖仕強並沒有致力建立鮮明的個人創作風格，但他對本地元素有強烈的意識（圖 2.32）。他認為：「1970 年代是香港剛起飛的年代。看看 1970 年代的流行曲就能了解多些，例如是許冠傑的歌，我不是特別喜歡，但當作為設計師，就要對這些事物有所感覺。我認為流行曲的觸覺可以互相參考，當時需要有本地意識。即使我的畫風像美國，始終會有香港的元素在裡面，在流行曲就表達得很清晰。香港人開始對自己有信心，能把身邊的東西拿來炫耀，設計跟插畫也是一樣。當時就像是小孩的成長階段，5 歲到 15 歲的階段，很多水準都不行，但是變化最大的時期。1990 年代以後，變化就不大，但是設計的另一個層面，美術指導對設計會有很清晰的概念，反觀 1970 及 1980 年代還是不清晰，我們要常常隨機應變，能掌握他們的要求就可以了，不需要拿出專業的東西。」

商業攝影與設計

在 1970 年代初期，香港仍未有商業攝影，攝影師辜滄石接受本研究訪問時形容那年頭時說：「當時是沒有職業攝影的。在我讀書的年代（注：他於 1976 至 1978 年間在日本修讀攝影），日本有職業攝影，但香港沒有。」他指出當時流行沙龍攝影，很多人經此途徑進入攝影之門，支援了香港攝影的發展。他認為沒有沙龍的話，香港就沒有今日的攝影。因為沙龍攝影提供了一個平台讓人去了解攝影，並界定了香港攝影日後的路向。然而，在攝影仍未成為主流平面設計形式的時期，當時的攝影師已懂得將攝影與設計掛鉤，就如 1970 年代首批本地攝影師之一汪恩賜於本研究訪問中所言：「相機只是工具，你去拍攝也是要構思的，融合設計師的構思，而不是只看草圖。」

隨著攝影技術的普及，攝影遂代替了手繪成為平面設計裡最重要的元素之一，早期由日本留學回港的辜滄石在本研究訪問中這樣描述這個過渡時期：「在 1970 到 1980 年代的時候，日本流行用噴槍。那時候，攝影還未那麼蓬勃，就是噴畫的流行時代。就是這段時候，設計師開始選擇用攝影去取代噴畫。那就決定影一支火柴，收費 100 元又好，300 元又好，這就是當時攝影的生意。逐漸攝影取代了手繪，因為手繪所需時間較長。」在創作過程中，攝影師的職責

並非在於記錄物件，而是透過相片呈現物件和人物的不同面貌，達至突出其市場價值的作用，此謂之商業攝影。商機令攝影師有了市場價值，因此 1970 和 1980 年代不少攝影師都從事商業攝影，並以此為其專業定位。

1970 年代香港經濟起飛，帶動廣告業和設計業的興起，隨之衍生了對攝影人才的需求。然而在 1960 年代末和 1970 年代早期，本地攝影人才匱乏，行業內基本上由外籍攝影師和其開設的公司壟斷。隨後，一批本地攝影師海外留學歸來，他們部分自立門戶，部分加入廣告公司，行業開始變得蓬勃。直至 1980 年代，由於技術逐漸得到認同，行業地位和聲譽日隆，更多本地人才嘗試創業，自成一家，呈現百花齊放的景象。另外，1980 和 1990 年代先進攝影器材的普及，令本地攝影人才不受硬件不足的限制，創作出達到國際水平的作品。

相比插圖，當時攝影行業更加強調分工，例如擅長拍攝食物的攝影師不會被邀請拍攝時裝，相反亦然。1970 至 1980 年代，香港經濟迅速發展，其中以製造業最為蓬勃，大部分攝影師以拍攝時裝或實體商品為主，例如時裝攝影或食物攝影。

早期的外籍攝影人才

1970 年代早期，活躍於香港攝影界的大部分是外籍人士，例如澳洲的 Kevin Orpin（圖 2.33）、印度的 Dinshaw Balsara（1938-1988）（圖 2.34）、丹麥的 Benno Gross（1953-2004）（圖 2.35）、英國的 Peter Cook 和 Richard Blight 等。如攝影師辜滄石在本研究訪問中形容：「這些外國攝影師在當時是主控了香港的廣告市場。」他們大多於 1970 年代在香港開設廣告或設計公司，早期主要吸納外籍攝影師，而攝影師梁家泰則稱：「那時他們有他們的圈子，那時他們認識的廣告公司創作總監等都是外國人，那時中國人都不懂得這方面，所以他們（外國人）在這行有優勢。」不過，隨著本地攝影培訓課程的出現，有志從事攝影的人增加，這些公司也開始聘用本地人。

這些外籍人才一方面帶來了攝影技術，同時也培養了一批早期的華人攝影師，鞏固了他們的攝影技術基礎。攝影師李家昇在接受本研究訪問時曾提及，近十年流行的塑膠相機例如 Lomo，攝影師 Kevin Orpin 在那個年代已經開始使用。以拍攝食物成名的汪恩賜特別提到 Kevin Orpin 對他的影響：「我在 Kevin Orpin 那裡也算是學到很多東西，即看到他如何去拍攝人，原來他是用盡方法去達到他的想法，去要求那個模特兒做出那些表情。我就不行，即我看到就抓破頭。我是去了大半年，去看到很多東西，學到很多東西，他也教了我很多東西。」Kevin Orpin 擅於拍攝時裝，他在 1970 年代開設的攝影工作室，曾聘請陳幼堅做助手，後來則由汪恩賜接替。而 Dinshaw Balsara 是當時唯一來自印度的攝影大師，專長是拍攝時裝專題集（Editorial Photography）。

由於地利因素，1970 年代很多澳洲籍創意人才到鄰近的東南亞國家尋找機會，

加上新加坡、吉隆坡和香港正處於創意工業的起飛階段，自然成為他們往海外發展的首選地方。攝影師林偉接受研究訪問時稱：「當時有人聽到美國公司會來香港開業，有工作便有人來。那時澳洲人給人的印象是有創意和聰明的。澳洲跟美洲、歐洲，英國跟美國，紐約跟洛杉磯，都是緊密聯繫的，因為大家同聲同氣。」

留學西方及日本的本地攝影師

1960 年代末至 1970 年代初期，外籍攝影師雄霸本地攝影界，少有華人攝影師能夠自立門戶，但直至一批留學海外的學生回流，情況開始有所改變。當時西方和日本無論是攝影作品水準抑或人才培訓課程，皆處於世界領先地位，兩地成為學生海外學習和進修的首選。這批香港學生回流後，部分隨即自立門戶，如留學美國的徐佩傳、留學法國的梁家泰和留學日本的辜滄石、蔡經仁等。

在 1970 年代以前，華人社會仍然背負著被日本侵略的歷史包袱，留學日本的仍會被斥責為漢奸。直至 1970 年，日本的大阪萬博改變了當時一代香港人對日本的印象，除了留學日本不再背上漢奸之名，日本的流行文化也開始滲入香港社會的各個範疇，例如是服飾潮流和設計風格，形成一股巨大的東洋風。辜滄石在本研究訪問中說：「印象改變了後，我們的包袱就輕了很多，去那邊讀書就不會再被罵漢奸。還有因為日本所賣的衣服尺寸，都是採用亞洲人尺碼，所以所有人去完日本回來，都買到適合的衣服。東洋風就是這樣開始興起。自然地，香港的設計師就覺得東洋美學很有獨特性，值得發展。」從那時開始，日本順理成章地成為了香港人留學海外的選擇之一。

大阪萬博不但淡化了香港社會部分華人的仇日情緒，也讓辜滄石留意到兩地社會對設計重視程度的差別，他接受本研究訪問時指出：「日本的廣告和設計，在整體的包裝上是很強的。我在日本時，感覺到設計在一些生活裡細微地方的存在，例如賣栗子等等的小食品，它都可以做到該做的事，包括標誌（Logo）、信頭（Letterhead）、紙袋等都可以做到很精美。這就反映到一件事：如果當地設計不普及，那這麼小的生意又怎能僱用到好像陳幼堅這麼有名氣的人去為你設計呢？日本設計的品味對我來說也是十分精美，完全可以媲美一些大師級作品。這就讓我覺得設計的普及情況已經到可以培養出優秀設計師、攝影師的程度。」這道出了 1970 年代香港與日本的設計業發展存在明顯距離。

雖然當時攝影市場由外籍人才主導，但因為本地人才匱乏，人們對回流學生同樣趨之若鶩。1972 年，徐佩傳在美國藝術中心設計學院（Art Center College of Design）完成課程後，便與另外兩位同學和大哥合作開立紀歷有限公司，接洽室內設計、圖像設計和攝影三個範疇的工作。他接受本研究訪問時憶述當時的市道：「當時香港很少有一群新浪潮的人，從外國讀設計回來。我們一宣布開公司時都頗轟動，很多人慕名而來，包括當時新世界地產商的標誌是由我們設計，但他們不知道還記不記得是我們做的。那是個很奇怪的年代，你說自己是

甚麼，就是甚麼。」1970年代，本地市場可謂求才若渴，具外國技術裝備的年輕人特別吃香，工作機會垂手可得，曾短時間留學法國及英國的林偉在本研究訪問中亦講及也有相同的經驗：「1971年，當時香港才開始發展，見我是個從外國回流的，有一點西方的見聞，當時仍是年輕的攝影師。就這樣便很多事做起來了。」語言是這批回流學生的另一優勢。1976年回流後馬上創業的梁家泰，面對當時以外國人為主的創作圈子，認為接觸外國客人完全沒有溝通上的困難。徐佩傳也同意，懂英文對於他們接觸外國客人十分有用，他形容在當時的商業世界，懂英文是一種能力，更將人分隔在不同的社會圈子。

徐佩傳和拍檔成立的紀歷有限公司成為了培育新人的搖籃，例如專門於食物拍攝界的攝影師汪恩賜便是在加入紀歷有限公司當助手後，向徐拜師學藝四年，然後才自立門戶。他也曾聘用插圖社的成員黃健豪和蘇澄源。另外，紀歷有限公司曾參與政府的宣傳計劃，例如1974年的清潔香港運動。徐佩傳也曾與設計大師石漢瑞合作拍攝，例如香港置地（Hongkong Land）、怡和洋行（Jardine Matheson）等攝影作品就是由他操刀。

1976年讀畢法國攝影課程的梁家泰，回港後隨即開設攝影工作室，從事了六年廣告攝影。他參與了不少本地雜誌的拍攝工作，例如他夥同插圖社為正值改革的《號外》創作了十多期的封面（圖2.36）。另一本他有份參與的雜誌是《Discovery》，當時與他合作的美術總監是Peter Wong。後來他被香港同行推薦參與拍攝新加坡建國二十周年的紀念相集，隨後其作品又被多次刊登於《國家地理雜誌》和《紐約時報》，自此他便開展了1980年代紀實攝影的專業。

1974年，辜滄石在日本完成攝影課程後，便回港自立門戶，在人脈和機緣下為成衣品牌Bang Bang拍攝時裝照片。除了為時裝品牌拍照，他曾與不同設計師和雜誌合作，例如轉型前的《號外》，以及施養德創立的《artention》和《清秀雜誌》，辜滄石接受本研究訪問時憶述：「我也與張叔平為《號外》拍攝過，在細書的時期……當時我也有為施養德的《artention》和《清秀雜誌》等等雜誌拍照。他是出版界鉅子，但當時是另外一位攝影師當中介，介紹我去工作。那位攝影師是我的好朋友，叫蔡經仁。他和我是日本同一間學校畢業的，是我的師弟。」

蔡經仁1978年由日本回流，起初主要拍攝汽車，後來也曾與多名設計師合作，包括施養德、余奉祖和陳幼堅等。

這批由海外畢業回流的攝影人才逐漸摸索出各自擅長的創作範疇，在行業內建立了口碑，見證了1970及1980年代香港攝影界的急速發展和興旺，也成為了其中的中流砥柱。除了自立門戶、與廣告界和雜誌社合作外，他們亦積極參與本地攝影課程的教育工作，對培訓早期本地攝影人才甚具貢獻。例如梁家泰和高志強曾在理工學院教授攝影，據汪恩賜在本研究訪問中憶述：「其實在那個年

代，高志強和泰叔（梁家泰）也很有代表性的，特別是高志強。因為高志強他教攝影的，他又有很多徒弟，又十分願意教授別人，和他做攝影活動做得很好的，他是很投入的，他和泰叔也是。他們現在做香港攝影節，做得很成功。這些就是我們那個年代很有代表性的人物。」

時裝攝影

1970 年代初，時裝攝影的範疇主要指為雜誌拍攝時裝廣告或封面硬照。在 1970 年代前，本地鮮有這方面的人才，外國攝影師主導了當時的本地時裝攝影市場，其中代表人物有澳洲人 Kevin Orpin 和印度人 Dinshaw Balsara。最早冒起的本地時裝攝影師是林偉。「那時香港攝影師不多，只有我一個本地人，其他多是西方人，漸漸我在人際網絡上佔了優勢。」這是林偉接受本研究訪問時所憶述的 1970 年代人才局面。

雖然 1970 年代後期不少本地攝影師陸續湧現，但擅長時裝攝影的不多。林偉分析：「當時香港很多人想做攝影師，但在溝通方面不是他們的專長。所以很多香港攝影師影鐘、影眼鏡、影酒都可以，但影人像，尤其是國際性的人物，他們就不可以了。他們連自己都未處理好自己，莫說是別人了。我初初都有這樣的局限，但是經過一輪觀察、訓練、評估自己應怎樣做，之後便可以了。」

1970 年代正值本地經濟起飛，商業市場活躍，無論是商戶或媒體，皆願意大灑金錢在產品宣傳的創作上，為攝影師提供了充裕的拍攝資源和發揮空間。林偉舉例說：「就算簡簡單單去影一包煙，都可以支持我整隊人去三藩市十日八日，好可怕的。」由於資源充足，創作隊伍的分工也很仔細。以室內拍攝為例，拍攝隊伍包括攝影師、髮型師、化妝師、統籌人員、雜誌編輯、秘書和助理。由林偉操刀的時裝品牌有 Joyce、Levi's 和連卡佛等。

1974 年，辜滄石在日本修畢攝影，回港自立門戶後第一份工作便是當時的時裝品牌 Bang Bang，隨後他更包辦了大部分牛仔褲品牌例如 Texwood 的拍攝工作，從此躋身時裝攝影行列。

1970 年代不少外國雜誌開始進駐香港，例如《Vogue》，及後至 1980 年代間，本地時裝雜誌更呈百花齊放景象，包括《Jessica》、貿發局的《Apparel》及《Enterprise》（企業）、施養德出版王國旗下的《artention》和《清秀雜誌》等，加上國際品牌進駐香港，市場對攝影人才的需求更加殷切。辜滄石在蔡經仁引薦下，為《artention》和《清秀雜誌》拍攝照片。他在本研究訪問中形容當時的創作要求十分嚴謹和認真，「例如影《artention》時，它的背景是用一張仿古畫做，是匹布來的，那就真的要找人畫。那時就真的這麼著重去做一件事。那時連衣服、帽的顏色都要染、漂、噴等等，所有道具都要盡量和那背景的畫很接近，然後我們才去拍攝。」梁家泰則於本研究訪問時自言懂得在拍攝時會預先兼顧排版的需要，「做雜誌會一路拍一路想：這是開放性鏡頭，這是特寫鏡

頭，這是全版鏡頭，跨頁鏡頭。」這類時裝攝影師與雜誌社之間的合作，不但滿足了 1970 年代出版業的人手需求，更提升了本地雜誌的美術水平。

食物攝影

自 1970 年代起，汪恩賜便一直是香港食物攝影界的領航人物，他不僅擅長拍攝食物，後來更加晉身食物造型行列（圖 2.37），可謂將拍攝食物這種創作進一步昇華。

汪恩賜沒有出外留學，1970 年代初在一大一藝術設計學院修讀設計課程後，很快發現自己並不適合從事平面設計。他在碰運氣的情況下進入了徐佩傳師父的紀歷設計有限公司，並拜徐為師，學藝四年。雖然出身平面設計專業，但他的設計知識對掌握攝影技巧相當有幫助。例如他在紀歷設計有限公司見識了徐佩傳與石漢瑞如何擺設攝影物件，為畫面構圖，令他吸收了很多拍攝方法。當時雖然連回家睡覺的機會也沒有，但汪恩賜十分享受。離開紀歷設計有限公司後，汪恩賜曾擔任時裝攝影大師 Kevin Orpin 的助手，但由於他並非有志於時裝拍攝，半年後又退了出來，開始自立門戶。當時缺乏華人攝影師，汪恩賜憑著為銅鑼灣食街拍攝的相片，贏得設計師協會的比賽金獎後，隨即被定型為拍攝食物的專業攝影師。

1989 年，汪恩賜在美國修讀為期三個星期的食物造型課程，令他大開眼界。他接受本研究訪問時稱：「譬如，去拍攝一杯凍飲，我還未修讀那課程之前，如想要有點水珠，很冷的感覺，很自然想到噴些水上去。但原來不行的，你用水噴上去，水會不夠漂亮的……原來，在玻璃杯加一層塗層，再噴水上去，水就一滴一滴圓得很立體，半球體的伏在上面。」（圖 2.38）除了掌握拍攝食物的技術之外，他更認識到飲食文化對食物攝影的重要性，他認為這些是設計創作上不可或缺的一環。

為了將學成的拍攝食物技術發揮在中式食物上，汪恩賜回港後甚至去學做中菜、西菜、麵包和點心，在本研究訪問中他憶述：「為何我要學這些東西。譬如，做蝦餃，那個師父為何能掐到那個皮這麼漂亮，他如何混合那些粉，皮如何能夠很透明，這些我都需要知道的。要做一個叉燒包出來，如何是美，原來他們告訴我，爆開三條線的叫漂亮。」這些做法和知識都是當時從未有人嘗試的東西，卻為專業的香港食物攝影打下了堅實的基礎。

專業沖印技術—Robert Lam Color

相片沖印是攝影創作的最後而關鍵的一環，不過香港在林偉專業沖印（Robert Lam Color）出現之前，這過程需要一至三天，最後的成品質量也參差不齊。汪恩賜這樣形容林偉開創的沖印技術（圖 2.39）對整個商業攝影的貢獻：「以前香港沒有專業沖印店，沒有這個字眼的。Robert Lam Color 這個專業沖印店出現之後，別人就覺得，我們的東西應該找一些專業的人去沖印。即專業沖印店這個

字以前是沒有的，全部都是叫沖印公司那樣，Peter Cho 那樣本地化的。那 Robert Lam Color 帶了這個概念，原來沖印店是要專業的，是要做到最高效果、最好的。」換言之，林偉開創的專業沖印服務令沖印相片變成了一種高度專業的服務。

林偉在早期工作生涯期間曾有三、四年時間在 Wallace Harper 附屬廣告公司學攝影，同時也掌握了黑房沖印技術。後來又轉至巴黎和英國尋找名師學攝影。回港後，為多本雜誌拍攝時裝，例如是貿易發展局的《Apparel》及《Enterprise》等，更逐漸在業內建立口碑。

1970 年代後期，林偉自立門戶，由於本身懂得黑房沖印技術，逐漸衍生了開設專業沖印服務的念頭，他在本研究訪問中稱：「以前沖印相片需要好幾天的時間。我們則只需要 1 小時，專業的相都可以 1 小時沖印，那就不要把事情弄得這樣神秘。如果你接了一張相回來，明早才慢條斯理去處理，自然就需要 24 小時，甚至是 3 天呢！以前我們僱用坊間曬相公司，因為客人要即時曬好，我們願意付對方雙倍人工，但那些師傅會不高興，說：『有錢好叻咩！』才不是呢，那是工作需要！那時我便想，我要自己開一間能 1 小時做好沖印的公司。」就是這樣，他在香港開創了 1 小時專業沖印服務，為相片沖印行業開闢了新的一頁。

攝影的跨界創作

本地攝影界在 1970 及 1980 年代強調拍攝種類的分工，同時也出現了跨界創作，其中一例就是 1980 年代李家昇將藝術元素融入商業攝影，發展另類攝影風格。李家昇早期並非從事攝影，他在 1960 年代是從事出版和寫作，早於 1970 年已和朋友關夢南共同出版《秋螢詩刊》。1970 年代他在大一藝術設計學院讀完設計課程，慢慢專注於攝影。由於有文字工作的背景，加上設計課程的訓練，他嘗試摸索另類攝影風格，把藝術理念融入攝影。他在本研究訪問中稱：「那時候我開始想做自己的東西，創辦了一間公司，叫 Photo Illustration Bank，用攝影去做一些說明性的工作。那時候的想法是這樣。我做的事其實受很多東西影響，插圖是一個影響、過往文字的影響，我也喜歡看廣告的文案，那部分的創意也會影響到我做的意象。」

1984 年，李家昇開始替《攝影畫報》寫專欄，六年間由撰寫拍攝經歷轉為書寫個人在攝影上的看法。1986 年他同時開始了幫邱良編的《攝影藝術》每月寫專欄，他不但負責為這兩份刊物撰文，也提供版面設計，由於他一向對出版有興趣，因此萌生辦攝影刊物的念頭，最終在 1992 年 1 月創辦《娜移》雜誌。

除了在攝影創作中融入藝術元素，他的跨界合作還包括與設計以外的界別合作，例如他和詩人也斯做過《書與城市》的封面。同時，他又替也斯的書撰文，而也斯也在自己的文章中羅列了李家昇的作品。

在 1970 年代的本地攝影界，翁維銓是另一積極從事多元創作的例子。他於 1960 年代在美國藝術中心設計學院修讀攝影，回港後不斷與各類藝術範疇的人合作，做了許多攝影以外的工作。1960 年代香港工業騰飛，不少工廠致力發展自己的品牌，帶動設計業的發展，翁維銓為當時製造不鏽鋼餐具的莊士集團設計目錄，攝影和設計皆由他一手包辦。1974 年，他和何弢一起舉辦有關空氣和水質污染的藝術展覽「Man and His Environment」（人與他的環境）（圖 2.40），透過藝術展覽進行公眾教育。他也有份參與貿發局雜誌《Enterprise》和《Apparel》的設計和攝影工作。另外，翁維銓為了當時尖沙咀火車站的拆卸，在同年創作了他在香港唯一的攝影特輯《總站·終結》。這些反映了香港攝影師與設計師關心的範疇廣泛，亦促使了他們進行跨界創作。其中翁維銓的《秋水圖意》，其攝影融合陳子慧的書法，亦是以設計手法顯現藝術的一例。

從 1970 到 1980 年代，一批海外留學回流的攝影師為本地攝影業帶來了新景象，令行業進入了 1980 年代的黃金時代。梁家泰接受本研究訪問時形容道：「差不多 10 年時間，我 1976 年回來，那時沒太多人做攝影，大約 10 年左右，1986、1987 年左右，那時成立了香港專業攝影師公會，那時入會已經有 80 至 90 人。但我 1976 年認識的、知道的，都只有十多個，很多人從外國回來，高志強從加拿大回來，辜滄石從日本回來，蔡經仁從日本回來，有很多新的概念、技術。」從 1970 年代後期開始，愈來愈多設計師選擇運用攝影元素。隨著攝影技術日漸進步，這直接提升了整體設計的質素，例如余奉祖為 1975 年及 1976 年香港設計師協會年獎製作的年鑒便獲得廣泛認可（圖 2.41）。而攝影界的成熟則促使界別分工的情況，這有助日後的人才培養。

1987 年創立的香港專業攝影師公會，透過舉行專業性會議、展覽、比賽等推動香港的專業攝影，加強攝影界與不同界別的交流。其時，香港攝影師已做到既專業又跨界，成為左右香港設計行業發展的力量。

字體設計

字體作為美術設計的元素之一，在 1970 年代設計行業興起的階段，對大部分香港人而言仍然很陌生，就如柯熾堅在本研究訪問中所言：

「1970 年代中至 1980 年代初的時候，很多人連聽也沒聽過中文字體設計這個行業。」隨著 1970 年代中文報章雜誌的興盛以及中文合法化政策的實施，本地市場和政府對中文字體需求大增，加上設計人才的努力，字體設計逐漸被認識，香港也成為了中文字體設計的重要基地。

字體在本地設計的應用，始於 1960 年代的廣告水牌，然後是刊物封面的標題設計，再到報紙雜誌的專用字體，最後到現今普及使用的電腦文書字體。1970 年代初地鐵的系統化標示促成植字技術的完善，進一步提升本地字體設計的應用和發展，加速了行業步進成熟的階段。

由於中文與日文在一定程度上相通，與其他設計範疇相比，兩地在字體設計上的交流更為頻繁，相互影響程度更為深遠。日本字體設計的發展基礎不但早於香港，而且當地設計人才的技術基礎相當紮實，從而具備跨界創作能力。另外，1970年代起日本的設計比賽、設計雜誌和設計公司等成為本地字體設計人才學習的重要場所，令他們無論在創作風格抑或技術層面，皆與日本同業有不同程度的互動。

在 1970 至 1980 年代的平面設計業發展中，字體設計經歷多個階段，由人手繪間美術字、圖像字體設計、照相植字到電腦植字，行業不但隨著科技發展漸具規模，而且由學徒式的民間手藝進化為正式培訓制度下的專業設計範疇，在二、三十年間孕育了不少本地人才。及至 1980 年代電腦植字，香港的字體設計已走向高度專業化，如廖仕強就自立門戶開設電腦公司從事字體設計生意。他更和生意拍檔結合了電腦技術和設計兩項專長，承辦了字體設計的工作。他接受本研究訪問時憶述：「一個合夥人專門搞電腦，他接觸到 Monotype（蒙納字體），我們是一間設計公司，有一流設計師作推銷。Monotype 覺得我們設計跟電腦都沒有問題，就讓我們試試看。一套字體十幾萬元，我們要做幾十套字體。工作不是這麼簡單，我們還要代理排版機，電腦中文排版，是當時劃時代的產品……一套字體有 7000 個字，一個字 100 元，做十套就有七百萬，是很大的生意。我請了一大伙人做美工圖。我是顧問式的，後來做不來，要請人專門做字體設計。」

手間美術字

當植字技術尚未出現，字體設計全靠人手繪製，即以手繪方式把字逐個畫出來，此稱為「間字」（圖 2.42）。當時，即使是大型廣告公司，都是以人手方式完成字體創作的工序，例如郭炳權曾經在幸運廣告公司參與間字工作，他在本研究訪問中稱：「因為我們當時做貼圖工作，是沒有電腦的。貼圖那些工作全部都是中國人做，是在大一藝術設計學院那裡請來的。你試想想，國泰航空公司飛遍全球，雖然那時還未真正全球，但好多廣告要做，東南亞的廣告要做，全都用手做的。當時我們間字都是用粉紙的，現在已好殘舊。先打格子，然後用鴨咀筆，墨汁做的……做這些字時，有一個 3 吋乘 3 吋的格子去間字，然後用那時的針筆全墨上線。是怎樣上線的呢？我可以給你看看。通常我們首先起一個鉛筆稿，然後用支針筆上墨線。」

蔡啟仁⁶¹可說是在香港從事間字工作的先驅之一。他從 1960 年代開始做字體設計。師從陳球安，做出版社工作，負責封面間字。在做學徒的階段，他主要的工作之一就是間字。他接受本研究訪問時憶述：「當時還沒有字粒的，就要間字。師傅就給我看舊書，一邊看一邊問，其後陳球安只要間字都會叫我做，從而鍛鍊我字體設計的基礎。」除了向陳球安學藝，蔡啟仁又進入嶺海藝專進修，進一步學習間字等技術，例如跟梁風和黃祺開畫網線、逼壓、用針筆。

手間美術字是最早期的字體設計創作，而盧兆熹認為中文的字體設計，最早或可追溯至古代狀元考科舉時的手稿。而他對字體設計的興趣，還源於對書法的興趣。盧兆熹對書法的研究成為他設計字體和從事間字所需要的美學底子。由於 1970 及 1980 年代廣告公司需要大量人手繪畫字體，盧兆熹成為了當時專做間字的人，他於本研究訪問表示：「差不多去每一間廣告公司我都是專門做字。在 1970 年代尾至 1980 年代初，好多廣告公司都不是採用植字的，都是寫字的，那時很花時間寫字。」不過，雖然盧兆熹深受中國書法薰陶，但他同樣會參考外國設計雜誌，例如日本的《IDEA》和美國的《Communication Arts》，他稱之為吸收外國營養。

由於懂得間字的人不多，加上電腦未普及的年代，需要全人手製作，所以從事間字的人收入十分可觀。陳天禹是 1970 年代名氣最大的間字師傅之一，他創作的其中一款字體更被稱為「陳天禹體」，成為其他同行臨摹的字體，郭炳權就是其中一個，他提及：「當時我們跟他學，他很厲害，收 10 元一個字。我們當時 2 毫錢一斤米，他就收 10 元一個字！我收費沒這麼貴，只收 5 元一個。」

蔡啟仁的圖像字體

字體作為設計元素之一，其表現方式亦會左右設計的整體質素。尤其是「展示字體」或「圖像字體」。而香港獨特的歷史背景令香港設計出現中英文並用或用符號造成的字體設計。設計師蔡啟仁在這一方面尤其突出。

蔡啟仁在 1960 年代初已跟隨陳球安學習間字，1960 年代後期入讀嶺海藝術專科學校，隨後進入大一藝術設計學院修讀靳埭強的插圖班。他擅長將圖像和文字結合進行創作（圖 2.43），其實是深受日本設計師的影響。他接受本研究訪問時可以一口氣羅列 1970 年代日本的字體設計師以及他們的專長：「龜倉雄策在圖案和文字設計都有涉獵。空山基是噴畫藝術家，很受年輕人愛戴，他畫的機械人，特別是女機械人線條很美，其後也有畫昆蟲。永井一正用字體創造出很多畫和藝術作品。木村勝就是設計試驗性包裝，最初他創作很多用方盒做的仿真實物：剝得開的香蕉、切得開的西瓜等。進藤洋子是用毛筆徒手寫美術書法。五十嵐威暢是數字的雕刻家。杉浦康平也非常有名。」

他在 1970 年代甚至經常參加日本的字體設計比賽，與日本同行競爭。「在大概 1976、1977、1978 年，我經常參加日本的字體設計比賽。當時我的創意只要慢了一步，就會被人先設計出來，心有不甘。所以就算沒有人找我設計，我自己都會做，然後拿去參加比賽……而且有這兩個對手（馬場雄二、中川憲造），中川憲造做很多標誌跟廣告。這兩個無形的對手迫使我設計了很多字體。」

蔡啟仁曾創作「博藝體」，是隸書和幼黑體的結合。另外，中知書院的標誌也是由他設計，並曾獲《大中華傑出設計大獎》。他採用感歎號和問號創作此標誌，意念是：「任何學問都令你驚訝，讓你去尋求，產生疑問。」

照相植字

隨著科技的發展，1970 年代末手繪美術字逐漸式微，在活版鉛字粒印刷過渡至電子印刷期間，出現了照相植字。這種技術即文字是通過照相的辦法得到膠片，然後再把它貼到有圖像的菲林上去完成圖文合一，這就是照相植字。這種方法初期受到攝影技術所限，仍然要靠間字師傅重新把字繪畫出來，這種工序稱為線條畫。郭炳權是其中一個擅長線條畫的人。直至 1980 年代，攝影技術有所改善，照相植字才完全取代了人手間字。

當時的植字版全部來自日本，由於日本中文字的寫法和中文有差異，所以引入香港後需要重新修改。柯熾堅接受本研究訪問時表示：「字版在日本引入，當時兩岸三地完全沒有照相植字，大概是因為政治動蕩的緣故，1930 至 1950 年的字體發展差不多都是空白、停頓的。內部很多原因，完全沒有發展過。當時所謂的上海造字廠，一廠、八廠等，全部都是畫字模，然後放大縮小，他們當時已經有跳級的了，有些是畫字模然後變成生鐵字粒，有些字模留下來，日後有電腦的時候，就變成第一代電腦字了。」

地鐵在 1970 年代通車前，展開了大規模的標示和字體設計，當時正是應用照相植字技術的時期。有參與製作地鐵標示系統的柯熾堅舉例說：「『深水埗』三個字、『旺角』兩個字（圖 2.44）。那時我們部門資源充足，自己有個 PMT（俗稱「咪紙」）機。現在已經沒有，年輕一輩不會知道。當時礙於字的質素關係，不能把字放太大。我們計算所得，最大可以放到五十級而不會變形，超過五十級就開始變形，因為鏡頭不能太大，棱角也沒有原來那麼銳利。但五十級的字仍然不足一吋，用 PMT 修整，然後再放大，要重覆做幾次，修整好曲線和筆畫，改回我們心目中的設計。字是這樣演變出來的，需要費很多功夫。」

1980 年代後期，電腦技術逐漸普及，並應用在字體設計創作上，照相植字時代宣告結束。由那時期開始，香港才正式擁有整套完整的中文字體設計。

內文字體設計

在設計層面，中文字體的應用分為標題字與內文字兩種。在創作上，字體設計師一般兩類字體都會設計，而且做法相同，不過內文字用的是同一字款的幼體版。雖然叫作內文字，但內文字通常應用於報紙雜誌廣告，並非真的用於書本的內文。除了標題字與內文字，有另一種負責設計招牌字體的人，這種招牌字稱為「書法字」，由「寫家」負責。例如，廖創興銀行的招牌由歐建公操刀，余仁生的招牌則由謝熙撰寫。然而，這類書法家並不精於內文字設計，所以當時也有專門從事內文字設計的人，盧兆熹指出內文字很少由書法家寫，而是多數由設計行內專攻小文字的人寫。

在手繪美術字時代，人們對內文字的需求源於美術上的要求。又由於字數較多，所以手工成本相當高。到了電腦造字時代，為一種字體製作完整的字庫，

仍然分開標題字和內文字去考慮，不過一套包括繁簡字的標題字字庫，已約有一萬個字，可見內文字花的心思就更巨大。

到了 1980 年代後期，進入電腦造字時期，內文字體的設計不僅應用於報紙雜誌廣告，也開始應用於報紙文章的字體。柯熾堅於 1989 年研發的「儷宋」（圖 2.45）和「儷黑」兩套字便是為了《信報》創作。而「儷宋」更可能是世界上第一套繁體漢字外框字，他接受本研究訪問中憶述：「當時這兩種字體是有一定目標的，專門給《信報》採用。」

《信報》是第一家採用電子排版的報紙，用外框字，用電腦軟件排版、做印刷。出了報紙以後，反應有讚有彈。很多人覺得沒有報紙的味道，不同於華僑日報、星島日報的標準，字變得整齊、清晰，就變得不像報紙。」「儷宋」也兼顧到香港特有「中英混排」的特色。柯熾堅就曾指出，當出現這種情況時，就要自訂中英排列的數據去確保兩者風格一致。

在各種設計元素中，字體是最為不受注目的一項。柯熾堅指出，香港的字體設計業於 1980 年代初期才起步，現在「字體設計在設計這個行業，在香港始終沒有什麼位置或者尊重。」⁶³

香港設計師協會：香港設計專業的確立

一門行業晉升成為一門專業，行業同儕之間為保障其行業質素，努力共同建立的專業團體至為關鍵。

香港設計由無到有，到茁壯成長，到成熟發展，得靠業界群策群力；其間讓我們見證了良性競爭、互動共勉的過程。

香港設計師協會由最初成立，除了外國設計人才的主力參與之外，石漢瑞及郭樂山等，更積極吸納從海外學成歸來的華人設計專才投身，這當中包括何弢、關慕洽⁶⁴等人，他們同樣為香港設計獨有的面貌奠定了基礎。及至 1980 年代，香港設計師協會轉為獨立營運，更多的交流活動在這時期進行，這時期，由本地設計院校培訓畢業的設計人才，亦越見成熟，各人開始在業界中嶄露頭角，他們當中如韓秉華、余奉祖、蔡啟仁及蘇敏儀⁶⁵等人，亦被邀請進入香港設計師協會委員會中作領導工作。此外，新一代海歸回來的年青設計師，如何中強、張在厲⁶⁶、鄧昭瑩、古正言⁶⁷、區賢浩等人，也踴躍參與香港設計師協會的會務；這些互動協作的元素，無疑為香港設計業日後的發展，注入了更強的動力。當然，曾參與設計教育推廣如靳埭強、Roy Tan 等人，他們所作出的努力，同樣備受肯定，不容忽視。

香港設計師協會於 1970 年代及 1980 年代的發展，部分歷程可從《香港設計師協會—廿年回顧展》場刊中略見一斑：

成立初期

香港設計師協會於 1972 年由香港工業總會的工業製品設計促進委員會發起成立（圖 2.46）。協會的宗旨：

- 提高設計行業的專業地位；
- 提高香港設計水準；
- 釐定與推行設計師專業的守則；
- 鼓勵各界提供設施供設計師未來發展所需；
- 推廣其他符合協會宗旨的活動。

當時香港設計師協會是首個由從事設計行業的專業設計師、學術界人士及行政人員組成的法定團體。協會的全權會員來自各個不同的設計行業包括展覽、時裝、平面、室內、首飾、包裝、商品、電視、電影和舞台設計。除全權會員外，亦有準會員、學生會員及機構會員。協會也舉辦如講座、研討會等其他的活動，為聯繫會員與大眾的關係，並向會員提供本地與海外設計行業的資料。

香港設計師協會的第一屆（1973/74）主席為 B. J. Navetta，副主席為石漢瑞。石漢瑞其後於第二屆（1974/75）及第三屆（1975/76）均擔任協會主席。

石漢瑞回憶在協會籌辦初期，他「最大的感覺是協會的中國籍會員不太活躍於協會的活動，如局外人一般；反觀現在，卻為協會的主要成員為中國人而感到欣慰。」

1975 年，香港設計師協會在石漢瑞的領導下，舉行了首屆圖畫展。展覽最初只限於平面及廣告設計。展覽有兩大目標：一是發掘設計師創作的天份；二是為具潛質的設計師提供一個向外界展出他們作品的機會。

是次展覽相當成功，各界反應良好，於是翌年再度舉辦。兩屆圖畫展共吸引四萬多人士參觀，為當時香港社會大眾了解這新興行業的發展，敞開了一扇新的門窗，亦為後來的「香港設計展」定立了楷模。

1970 年代後期

1977 年，香港設計師協會出版「設計七七」展覽年鑑；周志波為當時（1976/77 及 1977/78）兩屆主席，他說他為「協會能成功舉辦設計展，並出版年鑑（圖 2.47），為日後的工作提供了一個依循而感覺欣慰」。

另一位主席郭樂山（1978/79 年度主席），對協會的期望更為殷切，曾高瞻遠矚地指出「現今的設計行業已成國際化，協會的工作便應更加強與外界的接觸，

強化設計行業的力量，影響公眾的認知水平。現在的設計師應具備一個使命：為拯救地球盡一分力，如加強再造紙的運用，改善包裝設計，加入環保意識，嘗試糾正前人所遺留下來的過錯。這是一項極具挑戰性的工作，需要一群具魄力，具幹勁的新一代接班人的努力。」這個接近四十年前的期許，今天回看，仍然切身，仍然與生活息息相關。

1979 年，香港設計師協會更與日本字體協會攜手合辦「設計七九」展覽（圖 2.48），並出版《設計七九》的目錄；這個標誌性的展覽（圖 2.49），屬首個香港和日本設計師的聯展。是次展覽由日本竹尾公司⁶⁸及香港大德竹尾花紙有限公司⁶⁹贊助。

1980 年代

香港設計師協會踏入第一個十周年。何弢博士為協會 1982/84 及 1984/85 年度主席。於 1984 年舉行的「香港設計展」（圖 2.50），協會獲當時市政局的支持，於展覽上設立多個新獎項，其中包括：市政局設計大獎（頒予全場最優秀的作品）、設計師協會最佳創作獎（頒予全場最具設計獨創性的作品）及市政局設計獎（頒予每項類別的優勝者）。是次展覽共有 1040 件作品參賽，當中 218 件分別由 78 位設計師設計的作品入選展出。

靳埭強為 1986、1987 及 1988 年度主席。當他上任後，香港工業總會鑑於協會以往過大的財務負擔，提出協會脫離工業總會的建議。香港設計師協會遂於 1986 年正式成為獨立團體。憑著當時主席靳埭強及其他委員的努力，協會於 1986 年已付清所有債項，並有盈餘支持協會作其他定期的活動經費。

對於這段期間的轉變，靳埭強曾這樣描述：「任內最大的貢獻是使協會在財政及行政上取得獨立，並擴大會員及委員會會員人數，以及加強中文的運用。三年內的改革工作的確遇到不少困難，但目睹協會漸上軌道，卻又有無限的滿足感……作為協會主席，辛苦是必然的。只要一想到不應輕易放棄前人所作的成果時，便有一股無窮的力量推動或繼續為協會盡一分綿力。加上結合過去當委員及副主席的經驗，使我感到有責任把協會幹得更興旺，使之成為一個真正代表香港設計師的組織。」

靳埭強還補充說，他在任期間，積極關注社會上與設計及藝術有關的活動，希望透過評選工作、學術活動及公開言論，從而改變社會對藝術的冷漠感。這些「走入人群」的主張及具體行動，亦確切使香港設計師協會漸次受到廣泛關注。他還倡辦免費學生會員學術講座，使新一代增強對本地設計專業的認識。

在協會主席的領導下，每年一度的「香港設計展」亦有了新的安排。這些安排包括由每年一度改為每兩年一度舉辦展覽。

「設計八六展」和「設計八八展」成績均令人滿意，兩屆都邀請了海外評判，

參與評選工作，從近千件參選作品中，選出四百多件入選佳作。兩次均獲得香港大德竹尾花紙有限公司的協助，以及提供日本及美國的設計作品參展，並邀請海外設計師舉行講座。「設計八六展」其後更巡迴至中國廣州市展出，得獎作品亦在日本舉行的日本紙品展展出。

1980 年代後期至 1990 年代初

香港設計師協會於 1987 年首次舉辦名為「廿四品」的會員作品展，其後於 1989 年則舉辦另一次名為「方位二十二」的會員作品展。

1987 年，協會與香港大德竹尾花紙有限公司舉辦日曆設計比賽。比賽目的是鼓勵創作及靈活運用花紙的技巧。比賽的題目為「紙張乃設計之靈魂」。

此外，一個特別為學生而設，名為「設計與你、設計與我」的全日免費講座連續於 1987、1988 及 1989 三年舉行。

「設計八八展」亦再於中國廣州市展出。協會亦於日本大阪市大丸百貨公司展出會員海報展。

1989 年，協會其中一項重要活動，是與筆克香港有限公司，以及香港貿易發展局合辦四個獎學金計劃，選出四名香港學生並保送他們到美國芝加哥伊利諾理工大學（Illinois Institute of Technology）進修設計課程。

1990 年，「設計九〇展」年刊改為全彩色印刷；同年五名資深會員獲協會表揚。1991 年，「設計九〇展」在中國桂林市展出；另外，17 名香港設計師獲邀請到台灣的「設計觀摩、台灣香港」展覽中參展。

陳幼堅於 1991 年出任協會主席。他曾說：「二十世紀的設計是屬於亞洲的，我期望新一代的接班人能做得更好，透過舉辦更多的講座和展覽，使外界對香港的設計事業有更強的認識。」

圖表（IV）

香港設計師協會（1975-1992 年）頒予的設計獎項一覽表：

香港設計師協會展覽 參賽者數目 得獎者數目 類別 評審獎 金獎 銀獎 銅獎
卓越證書 優異證書

1975 首屆「圖畫展」 300 159 25 / 24 12 11 25 86

1976 第二屆「圖畫展」 / 120 24 / 10 17 11 22 60

1977 第三屆「設計七七」 300 149 26 / 17 26 30 29 44

1978 第四屆「設計七八」 / 98 20 / 9 14 22 27 7

1979 第五屆「設計七九」 / 95 14 / 8 9 7 11 60

1980 第六屆「設計八〇」 / 104 13 / 15 16 19 4 46

1982 第七屆「設計八二展」 / 81 13 / 5 7 12 14 43

1984 第八屆「香港設計展」 1040 218 10 / 1 市政局設計大獎 1 香港設計師協會獎 8 市政局最佳設計獎 32 176

1986 第九屆「設計八六展」 800 402 16 / 19 24 66 75 216

1988 第十屆「設計八八展」 1000 402 16 / 6 36 99 128 158

1990 第十一屆「設計九〇展」 1200 240 16 / 12 65 113 50 /

1992 第十二屆「設計九二展」 1500 233 21 6 8 27 44 65 83

⁵⁹ 鄭凱在接受本研究訪問時憶述：集一是一家畫廊，負責人為他本人，當年曾邀請靳埭強於晚間主持美術設計課程，後因畫廊停運而結束。

⁶⁰ 《事後：本土文化誌》（2007）：〈遲來的設計意識〉，陳冠中著，頁 86。

⁶¹ 何弢 1936 年生於上海，在香港長大。中學畢業後赴美國麻省於威廉斯大學修讀藝術、歷史、宗教和音樂，後往哈佛大學鑽研建築設計。1964 年獲建築碩士銜，同年返港執業。1986 年開設何弢設計事務所，主要作品包括香港藝術中心、加拿大世界博覽會香港館等。參見《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》（2012），〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，註解 16，頁 11。

⁶² 蔡啟仁 1950 年生於香港。1971 年在香港嶺海藝專畢業；1974 年在香港大一藝術設計學院設計系及 1975 年之首屆插圖課程畢業。1980 年創辦美意設計製作有限公司。1986 年獲選為香港藝術家聯盟頒發藝術家年獎。參見《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》（2012），〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，註解 37，頁 13。

⁶³ 《一九四九年後中國字體設計人：一字一生》（2009），廖潔連著，頁 136。

⁶⁴ 關慕洽於 1964 年紐約視覺藝術學院主修廣告美術設計，其後在紐約工作十年，1974 年回港任職達彼思廣告的高級美術總監。1977 年成立 DHL 設計部門；1983 年獨立成立關慕洽設計公司。他在美國和亞洲獲獎多項。參見《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》（2012），〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，註解 38，頁 13。

⁶⁵ 蘇敏儀是香港大一藝術設計學院第一屆畢業生。於 1970 年代中與韓秉華合創形意設計公司，獲獎多項。曾為香港正形設計學校校董及導師，現任香港現代女畫家協會主席及上海大學客席教授。參見《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》（2012），〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，註解 36，頁 13。

⁶⁶ 張在厲 1954 年出生於香港。1978 年畢業於安大略省藝術學院，主修傳理與設計。回港後，先後任職於圖語設計有限公司設計師及巴馬丹拿建築事務所高級平面設計師，1991 年成立 The Design Partners Ltd，從事本港及海外各大酒店之平面設計、商業機構之視覺形象計劃、建築平面設計等等，曾出任香港設計

師協會主席。參見《香港新設計十五人展》(1994)場刊，葉偉珊編輯。

⁶⁷ 古正言 1978 年畢業於三藩市的美國加州藝術學院並取得平面設計課程優異學位。於 1980 年回港，任職美術指導及設計行政主管之工作，1983 年他掌管滙豐銀行公關部的設計創作組，並屢獲多項本地及海外設計獎。曾出任香港設計師協會主席。亦是首位華人鈔票設計師，香港滙豐銀行的鈔票便是他設計的產物。參見《香港新設計十五人展》(1994)場刊，葉偉珊編輯，及《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》(2012)，〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，註解 48，頁 15。

⁶⁸ 日本竹尾公司，1899 年創立，開發和供應高級品質紙張，是紙張業的專業貿易公司。日本竹尾公司網頁

⁶⁹ 大德竹尾花紙有限公司是日本竹尾公司於 1984 年在香港成立的分公司。大德竹尾花紙有限公司網頁

圖 2.25 插圖社的海報作品 (1970 年代末)，刊載於插圖社展覽刊物。圖片由插圖社提供。

圖 2.26 插圖社明信片系列 (1970 年代末)，作者分別為：莫康孫 (上左)、黃健豪 (上右)、吳鋒濠 (中左)、郭立熹 (中右)、張新耀 (下左)、關海元 (下右)。由劉小康提供實物拍攝，插圖社授權轉載。

圖 2.27 《號外》1979 年 9 月號封面，由插圖社設計。由現代傳播有限公司提供實物拍攝及授權轉載。

圖 2.28 《展示—插畫會》畫冊作品 (1983)。由香港文化博物館提供實物拍攝，插畫會授權轉載。

圖 2.29 《天才與白痴》電影海報插圖 (1975)，阮大勇作品。圖片由阮大勇提供。

圖 2.30 《半斤八兩》電影海報插圖 (1976)，阮大勇作品。圖片由阮大勇提供。

圖 2.31 《玉郎漫畫》創刊號封面 (1984)，阮大勇作品。圖片由漫畫文化有限公司提供。

圖 2.32 《ChinaFocus》(中國焦點)封面插圖 (1980 年代)，廖仕強作品。由香港文化博物館提供實物拍攝，廖仕強授權轉載。

圖 2.33 Régine 購物袋，獲香港設計師協會年獎：包裝金獎 (1978)，Kevin Orpin 拍攝。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.34 Comtesse (伯爵夫人) 宣傳品，獲香港設計師協會年獎：銷售推廣品／直銷廣告金獎 (1975)，Dinshaw Balsara 拍攝。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.35 凱悅酒店出版刊物，獲香港設計師協會年獎：銷售推廣品封面金獎 (1975)，Benno Gross 拍攝。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.36 《號外》1979 年 12 月號封面，梁家泰拍攝。圖片由現代傳播有限公司提供。

圖 2.37 汪恩賜攝影作品(1970 年代)，圖片由汪恩賜提供。

圖 2.38 汪恩賜攝影作品(1970 年代)，圖片由汪恩賜提供。

圖 2.39 Robert Lam Color 專業沖印小冊子。圖片由 RobertLamColorPhotobition 提供。

圖 2.40 「Man and His Environment」(人與他的環境) 藝術展覽作品，翁維銓拍攝。圖片由香港藝術中心提供。

圖 2.41 《香港設計師協會年獎年鑒》封面 (1976)，余奉祖作品。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.42 盧兆熹美術字作品 (年份不詳)。圖片由盧兆熹提供。

圖 2.43 《字體與創作—蔡啟仁之基督教作品設計》封面 (1980)，蔡啟仁作品。圖片由蔡啟仁創意思維啟迪中心提供。

圖 2.44 地鐵標示系統的字體設計。圖片由香港鐵路有限公司提供。

圖 2.45 柯熾堅於 1989 年研發的「儷宋」字體。圖片由威鋒數位開發股份有限公司提供。

圖 2.46 香港設計師協會創會標誌 (1972)。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.47 1977 至 1980 年「香港設計展」年鑑。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.48 「設計七九」(1979)，香港與日本設計師聯展宣傳海報，五十嵐威暢及石漢瑞作品。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.49 「設計七九」展覽 (1979)，香港展覽會場。圖片由香港設計師協會提供。

圖 2.50 「香港設計展一九八四」宣傳海報 (1984)，關慧芹作品。圖片由香港設計師協會提供。

情境回帶 3

1980 年代

《中英聯合聲明》簽署及《基本法》的起草及頒布

1980 年代，對香港、對香港每一位市民影響深遠的兩件政治大事，莫過於中英就香港前途的談判，以及香港回歸祖國的安排。

1984 年 12 月 19 日中國總理趙紫陽和英國首相戴卓爾夫人，在中國共產黨中央顧問委員會主任鄧小平的見證下，於北京人民大會堂正式簽署《中華人民共和國政府和大不列顛及北愛爾蘭聯合王國政府關於香港問題的聯合聲明》（下稱《中英聯合聲明》）。

《中英聯合聲明》宣布，「中華人民共和國中央人民政府聲明決定於 1997 年 7 月 1 日對香港恢復行使主權，而英國政府也聲明同日將香港交還給中華人民共和國。」⁷⁰《中英聯合聲明》的簽訂，結束了當時香港人對香港前途的種種猜想。

為減輕中港兩地因意識形態、生活方式不同所帶來的衝擊，而引起香港市民對政權交接可能出現的不安，《中英聯合聲明》當中載明：

根據「一國兩制」的原則，香港特別行政區不會實行社會主義制度和政策，香港原有的資本主義制度和生活方式，保持五十年不變。

這些基本方針政策規定於《中華人民共和國香港特別行政區基本法》（下稱《基本法》）內。

1988 年 4 月，基本法起草委員會公布首份草案；基本法諮詢委員會隨即進行為期五個月的諮詢公眾工作。

第二份草案在 1989 年 2 月公布，諮詢工作則在 1989 年 10 月結束。

《基本法》連同香港特別行政區區旗和區徽圖案，於 1990 年 4 月 4 日經中華人民共和國第七屆全國人民代表大會通過，並頒布於 1997 年 7 月 1 日正式生效。

71

鄧小平南巡

1970 年代末中國改革開放政策實施，中國經濟出現長足發展。

1980 年代人民生活得到明顯改善，社會各界對民生以外的訴求，包括政治在內的討論開始變得熾熱。

1989 年六四事件後，中國共產黨中央就是否繼續改革開放出現意見分歧。六四

事件之後，保守勢力有急劇抬頭之勢，他們認為改革開放搞錯了，是走回資本主義道路上去。

倡導改革開放的資深共產黨領導人鄧小平，年屆八十七歲高齡，於 1992 年 1 月 18 日至 2 月 21 日，帶領全家老少，從北京乘火車專列出發，前往武昌、深圳、珠海、江西、上海等地考察，並沿途發表南巡講話。

期間鄧小平對外再次肯定「以經濟建設為中心」，「不堅持社會主義，不改革開放，不發展經濟，不改善人民生活，只能是死路一條。」

鄧小平同時指出，在市場經濟方面，可向亞洲四小龍，如香港、新加坡等這些做得好的地方學習。

鄧小平還說：「『右』可以葬送社會主義，『左』也可以葬送社會主義。大家（中國）要警惕右，但主要是防止『左』。」⁷²

鄧小平是次南巡，令國內的改革開放政策，再次受到肯定而得以持續，是中國近代經濟轉營另一個重要的關鍵。中港兩地多方面的交流，包括商務、文化、藝術及設計等，亦因而可進一步得到保障及發展，並持續至今。

⁷⁰ 香港特別行政區政府政制及內地事務局，《聯合聲明》網頁。

⁷¹ 香港特別行政區政府政制及內地事務局，《基本法》網頁。

⁷² 《鄧小平時代的中國（1989-1994）》（1996），高屹、繆德修主編，頁 1796-1813。

第三章

香港設計與其他地區的互動與交流

香港設計行業在 1970 年代發展迅速。

自王無邪於 1960 年代後期學成回港，從美國引入現代設計教育理論及系統後，1970 年代香港理工學院、大一藝術設計學院和香港正形設計學校等設計課程相繼推出，香港的設計課程漸趨普及，促使本地設計人才不斷湧現。

適逢 1978 年中國內地實行「對內改革、對外開放」政策，在經過多年門戶封閉後，內地極需引入外國先進的知識及經驗，從而邁向現代化。從歷史、文化及地理的角度而言，香港順理成章地成為中國與世界接軌的橋樑角色。在這情況下，香港設計界被邀請把現代設計概念引入中國。

在 1970 年代香港整體經濟欣欣向榮的狀況下，日漸成熟的本地設計界亦開始向外接觸及進行交流。1970 年日本舉行大阪萬國博覽會開始，日本文化開始對香港產生影響。設計方面亦是如此，很多香港設計師亦受日本設計影響，而日本設計師如龜倉雄策、橫尾忠則和田中一光等人，以及設計雜誌如《IDEA》、《流行通信》等等，都在香港設計界擁有甚高的知名度。日本與香港的交流始於 1970 年代末期，並集中於 1980 年代。雙方都曾舉辦過聯展，而期間亦曾有日本設計師訪港舉行講座。

台灣與香港的設計交流活動亦是集中在 1980 年代，而且主要是以個人性質進行。儘管因政治關係，港台交流次數跟中國及日本相對地少，香港設計界卻在實業運作方面對台灣設計有著領導作用。

在 1970 和 1980 年代這二十年間，中國內地、日本及台灣是香港設計界接觸最多的地方。香港的地理位置，政治環境相對開放，是與上述三個地區頻繁交流的重要原因。

香港設計對中國設計的啟蒙

從 1970 年代中期到 1980 年間，香港設計界有不同團體進入中國，並舉行各種設計交流活動。其中較為重要及矚目的分別是 1979 年王無邪和靳埭強帶領香港理工學院的部分導師到廣州美術學院教學，以及同年呂立勛帶領大一藝術設計學院的十數名導師前往北京中央工藝美術學院舉行設計講座。1981 年，香港正形設計學校組織了另一次交流活動，靳埭強任團長，聯同多位校董和老師再到廣州美術學院進行講學。在 1980 年代期間，兩地的交流活動亦有持續。同時，中國一些官方組織如中國包裝進出口總公司於 1980 年代開始與香港有生意往來，而旗下的設計雜誌《包裝與設計》，以及於 1980 年代後期出現的雜誌《設計交流》均有參與把外地的設計資訊帶進內地，肩負起交流的角色。

中國廣州美術學院的設計交流

早在上述幾個於 1970 年代末及 1980 年代初發生的設計交流活動前，藝術家鄭凱就已經開始非正式地把由他創立，靳埭強策劃的集一設計課程（圖 3.1）教材和學生習作，以及一些設計產品帶進中國。事情始於他在 1977 年⁷⁴前往湛江拜訪一名藝術家時，偶然遇到於廣州美術學院任教的尹定邦。據鄭凱接受本研究訪問時憶述：「我告訴他（尹定邦）內地比較落後，還把外面的情況告訴他。後來我在美國找一些外國人為中國產品設計的包裝，再讓他們看人家是這樣設計的，我們還把那些設計放在超級市場拍照，來讓他們比較一下他們的設計和別人的設計。中國當時物資很缺乏，紙也是像草紙一般，多好的質料也覺得是次貨。我們就給他們看，相互比較，讓他們看出不同來，他們覺得很新鮮。」尹定邦也在本研究訪問中描述他跟鄭凱談論現代設計的狀況：「他（鄭凱）一次拿一本（與設計有關的書籍）。這個人，做這個事情總是想著下一代人。他更把集一（設計課程）所有的教材和作業的幻燈片全都送給我。有次他上來，跟我說他想去石灣，要我陪他去。他包了一台車，我就陪他去。跟著他在車上就是跟我講，文字課是怎樣上的、構成課是怎樣上的、漫畫課是怎樣上的；就這樣一門一門課跟我解釋。回到廣州後他住在東方賓館，然後他叫我去。我就跟他住在同一房間，徹夜地談，我們談了好多個徹夜。」

尹定邦在接觸鄭凱所帶來的資料後，決定把現代設計概念納入廣州美術學院的教學之中，並就此諮詢當時學院的裝潢系主任高永堅。鄭凱經過尹定邦的介紹與高永堅見面，在得到他的支持後，決定在廣州美術學院舉行關於現代設計概念的講座。而為了招待來訪者，廣州美術學院、廣東美術家協會、中國包裝進出口總公司廣東省分公司、廣東省第一輕工公司及第二輕工公司籌出外匯券，並招待他們入住當地唯一的賓館—東方賓館。

由於當時任何交流活動都必須經官方批准，於是在 1979 年末，鄭凱透過關係接觸新華社，並以它的名義邀請數名香港設計界人士，由新華社美術社社長尹沛齡領導，設計教育家兼藝術家王無邪帶領，組成「香港設計師與教育工作者交流團」。其他成員包括靳埭強、林衍堂、韓秉華及梁巨廷等人。

該場講座有很多人出席，曾在場聽講座的余希洋在本研究訪問中形容：「他們有一個排練場，供芭蕾舞學生練習，是一個獨立的屋子，空間很大，可以容納一、二百個學生坐在裡面。現場一層層堆滿了，那個地方沒有一般教室的檯凳，全都要自己搬凳子過去的，坐得非常擁擠，後面的都要站著。」尹定邦則在本研究訪問中憶述交流當時的情況：「他們來到學校要辦展覽，我們有一個很舊很爛的陳列館，有個講室，但是沒有電。最後有電了，怎麼辦？不過他們事前已有準備。十個人，每人出幾十元，最後用六百元買了一部幻燈機。這是他們事前知道我們沒有那些設備……他們買了幻燈機，開始講設計的概念、歷史和構成……」。靳埭強亦曾於本研究訪問描述：「在這三天裡，上午跟下午都有

演講，大概一天有四場。我講了兩場關於設計概念和包裝設計，王無邪就以設計概念和設計教育為主，梁巨廷也是設計教育為主。演講內容都是引用香港的經驗跟例子。當中有一件很特殊的小插曲：第一天當我們準備好幻燈機、幻燈片，分配好演講順序時，卻突然停電。在沒有圖像輔助的情況下，王無邪就空槍上陣講了一課，接著我也講了一課，這兩課就只能講概念，到第二天電力恢復才播放幻燈片講案例。我每一個演講都會播放一百張幻燈片，所有講者的幻燈片大概有一千張……我們演講的內容譬如有王無邪的平面設計構成、立體設計構成、色彩設計構成這三大構成，都是我們教學的功課，王無邪和梁巨廷教的功課其後都編寫成書。」

講座完成後，香港設計師團把王無邪的著作《平面設計原理》和《立體設計原理》，還有包括幻燈機在內的所有教學資源送給廣州美術學院。這次交流活動的成功，亦引起了中國外貿部對現代設計的關注，並決定再次邀請香港設計師到北京附近的北戴河演講。

根據靳埭強的記述，從 1979 年到 1980 年代中期，他亦曾帶領香港正形設計學校及香港設計師協會的人到廣州美術學院交流。部分著名的香港設計師如陳幼堅等人，亦曾參與過這些交流活動。

廣州美術學院重視與香港的設計交流

1979 年，「香港設計師與教育工作者交流團」在廣州美術學院的講學活動後，尹定邦立即致力改革美術學院中的現代設計教育工作，又同時重視對境外的設計交流活動。1981 年，廣州美術學院再度邀請香港設計師舉行講座，香港正形設計學校的多位校董與導師講授各類設計專業和教育課題。當中包括有王序、王粵飛、張小平等數以百計觀眾。前後兩次學術交流活動，都由香港帶來有關「香港設計展」的豐富展品，令國內觀眾大開眼界。1981 年的展覽是香港正形設計學校策劃的「現在香港之設計」展覽，展示當年具代表性的香港設計師大量的優秀作品。這展覽先在東京展示，再巡迴到廣州和天津。香港正形設計學校的代表團，攜帶此批展板乘火車到天津，應邀出席全國包裝協會年會，並發表包裝設計、商標設計等專業報告。

1985 年，香港設計師協會的雙年展在香港舉行後，主席靳埭強再度應廣州美術學院邀請，帶領會員陳幼堅、譚鎮邦等進行學術交流活動，並將香港設計雙年展獲獎作品，聯同日本竹尾公司的紙品和美國紙品設計在廣州美術學院展覽館展出。這活動再次掀動廣州設計業界的重視，並將作品拍攝作參考資料。當年廣州美術學院的師資亦有所增強，靳埭強與陳幼堅的講座由王受之主持。據靳埭強說，他很欣賞王受之表現，亦樂見國內出現具國際視野的史論人才。

這數次香港與廣州美術學院的交流，顯示了中國南方在改革開放的機遇中，受惠人脈及地利之便，率先為中國打開面向世界的第一扇窗，旋即成為中國現代

設計教育發展的重要基地。

北戴河的設計講座

此次活動的組織人是鄭凱。據鄭凱在本研究訪問中描述，在廣州美術學院講課期間，有外貿部的人員到他入住的東方賓館拜訪，並表示想找他舉辦一個比較大型及有系統的設計講座，最後選擇了於北戴河舉辦。

於是鄭凱在 1980 年夏天，⁷⁵ 在北戴河舉行了一個為期大約兩星期的閉門講座。參與者是全國的美術學校的系主任和部分頂尖的年輕教師。而與鄭凱同行的有香港理工學院教授陳佩文、區艷璋、陳恩時、梁慕嫻等人，當時的主題是以包裝為主，梁慕嫻和陳佩文教授包裝，陳恩時負責市場和環保，鄭凱說明香港及世界的設計狀況，區艷璋和陳佩文的同事則打理各種事務。

據鄭凱憶述當時講座的狀況：「當時前面的兩、三排是睡覺的，都是領導，外行的領導，全部睡覺，每天都是這樣。後面的那些則很用功，當時沒有錄音器材，唯有用畫的，寫在筆記，我們一放映些什麼東西，他們都記下來。我們上、下午上課，晚上討論，討論的時候分開幾個導師跟他們進行。」

王序則於本研究訪問提及這講座期間的一段經歷：「這次會議為我帶來一個非常意外的收穫，當時香港有一家賣專業設計書的叫競成貿易行有限公司……那個老闆陳達人不知道從哪裡聽到了風聲，就自己過來了。那時候沒有人理睬他，於是我跟他說話，問他是什麼人，在這邊有什麼事。他說他是個代理，是銷售設計書、設計工具的。那我就明白了。於是我向公司申請，說我要外匯，我們的公司需要設計書和設計工具，要跟世界同步……」⁷⁶

中國北京中央工藝美術學院的交流

大一藝術設計學院校長呂立勛曾於 1979 年 4 月，帶同 16 名設計工作者組成「大一藝術設計學院代表團」到北京中央工藝美術學院（現為清華大學美術學院）舉辦一個小規模的展覽，展出近三百件香港的海報和包裝等設計。同行的有當時呂立勛的妻子李慧盈、郭孟浩、蔡啟仁、林信夫婦、雷葆文、李業堅、李維夫、馬諾、辜昭平、謝祠義、譚鎮邦等人。

設計師雷葆文在本研究訪問中透露上京的經過：「這一次去的是首都北京，當然很震撼，因為是很難得的機會。同團的一個團友帶了一百筒菲林，我不記得是誰了，什麼都不帶，只背著一大袋菲林，非常的重。我就帶了三十多筒菲林，小部分是陰片，大部分是幻燈片。當時還是要帶鏡頭的年代，兩個機身、三支鏡頭，所有人都背到肩膀側倒了一邊。還要衝鋒陷陣凌晨坐火車，過了深圳橋再乘坐國內的火車，要上了廣州才能坐飛機，凌晨四點打衝鋒般衝上火車。因為我們夠高，我們是從窗邊爬進火車裡的，因為門口那邊已經沒有辦法可以走過去。我們想要快人一步，就要在窗邊爬進去，再把行李帶進去，捉住其他人

的手抓他們進去，是這樣霸位的，好像逃難一樣。天剛亮的時候，四點鐘就爬上火車，等到六點鐘開車，上廣州的白雲機場坐飛機到北京。到北京已經是晚上，那時候不是住酒店，而是住中央工藝美術學院的宿舍，那裡有很多故事。抵埗以後是晚上七點多，沒有晚飯吃，因為已經過了晚飯時間，要別人特別煮麵給我們吃，煮完以後就回房間睡覺。宿舍沒有暖氣，非常的冷。」

除了展覽之外，在這兩個多星期的逗留裡，亦有舉行一些設計講座。例如 4 月 16 日，由呂立勛介紹大一藝術設計學院的情況，次日馬諾則負責廣告設計與美術的關係。後來蔡啟仁亦介紹中國文字的現代應用。呂立勛則是主要的講者，期間由林信幫忙翻譯。

由於是次交流反應熱烈，呂立勛便建議用一個月的時間進行更深入的設計講學，內容是關於包浩斯的構成主義。在得到中央工藝美術學院的支持及籌備後，呂立勛偕其妻子和林信夫婦於同年 10 月受到國家輕工業部的邀請，再度到訪該校，為期約一個月。

呂立勛亦記述了一些相關細節：「由 10 月 4 日至 28 日，不足一個月內將我在港編排一年半的課程，用授課及研討形式，灌輸給他們……授課內容包括平面、立體、包裝、色彩、攝影、海報、插圖等。每日上午 8 時 15 分開始，至中午 12 時，再午後 1 時半至 5 時，晚上 7 時至 9 時是幻燈片研討。我一共帶去四千多張燈片，主要是世界各地的生活環境、藝術、設計等，藉以啟發他們對現代設計之了解。聽課者為該學院裝潢設計系、工業設計系師生和北京的美術工作者，亦有來自各省的美術工作者，共百多人，除授課外，亦舉行多次研討會及個人演講會等。」⁷⁷

當時在場聽課的張歌明則在本研究訪問中憶述：「所以當時他（呂立勛）來就是介紹那個構成主義，大家都覺得比較新鮮，因為沒見過。它基本上是從理性的角度入手，告訴你一些基本的形態的構成，還有網格的組織什麼的，從平面到立體的這個過程。我印象裡，我們班一共有二十人，但是那間教室還比較大，後來坐得滿滿的；後來擠得每一個座位上都得坐了兩個人；出席者中有來自出版社的，我印象很多出版社的人，還有其他院校的人，好像知道了這個消息以後，都過來聽這個課。我不知道是學校請他們來還是他們自己來的，反正就是這個教室有兩排桌子，但中間還有一條空（通道），全都坐得滿滿的，整間教室都坐得滿滿的。反正大家都挺有興趣的，然後跟著每天晚上做作業。」

期間呂立勛曾對全校發表一個以「設計中國」為題的演講，⁷⁸ 趙天新接受本研究訪問時憶述演講內容（圖 3.2）：「（演講）沒有在課堂講的那麼具體、那麼有系統，他提出了一些比較宏觀的討論，比如中國的傳統、西方的包浩斯，怎麼去結合、去應用！然後他（呂立勛）提示說，有很多發展前景：廣告、包裝、字體，方方面面他都涉及到一些……」張小平亦曾於本研究訪問描述過他的印

象：「幻燈片好多……但當時我見，講座是關於『設計中國』，其實和中國的意義不大，反而跟設計的意義很大，即他講到在美國及其他地方拍了很多照片，在中間加入了自己對設計的認識，以及對其他發達國家的認識，拿來給我們看。甚至我印象好深的，是性商店內一些東西，當時中國不大開放，所以對這個的印象好深刻，還有櫥窗設計等。其實中國當時是完全封閉的，突然有人打開了窗，窗外是什麼不重要，就是出面五花八門，大家都未見過。」

經過這些交流活動，大一藝術設計學院和中央工藝美術學院建立起關係，在整個 1980 年代期間，兩校依然保持聯繫。另一方面，自大一藝術設計學院創立起，呂立勛一直認為大一需要有一個關於中國民俗藝術元素的課程，更曾於 1976 年舉辦「設計與民俗風格展覽」，於是呂立勛於 1981 年決定保送大一藝術設計學院畢業生謝克到中央工藝美術學院留學，以便學習有關中國民俗藝術的知識。

圖表（VI）

1970-1980 年代香港與中國內地早期的設計交流活動一覽：

年份	中國內地交流地點	香港代表機構／人物	中國接待機構／人物	交流內容
----	----------	-----------	-----------	------

1977 年（因研究資料和訪問記錄的說法有所出入，確實年份有待考證。）

廣州美術學院

鄭凱（集一畫廊負責人）

尹定邦（廣州美術學院教師）

鄭凱往湛江拜訪一位藝術家時，認識了當時於廣州美術學院任教的尹定邦。鄭凱其後把從香港搜集得來的設計書籍、外國設計師為中國產品設計的包裝設計，以及集一畫廊晚間所開設的設計課程的教材、作業和幻燈片等全送給尹定邦，作為廣州美術學院日後設計課程的參考材料。

1979 年 廣州美術學院

香港理工學院帶領「香港設計師與教育工作者交流團」：王無邪（團長）、靳埭強（副團長），以及香港理工學院導師林衍堂、韓秉華及梁巨廷等人。

尹沛齡（新華社美術社社長）

香港設計師與教育工作者交流團：舉行設計講座，內容包括：設計的概念、教育、歷史、設計三大構成及包裝等。此外，從香港帶來有關「香港設計展」的展品，作交流示範。

1979 年 北京中央工藝美術學院（即今清華大學美術學院）

大一藝術設計學院帶領「大一藝術設計學院代表團」：呂立勛、李慧盈、郭孟浩、蔡啟仁、林信夫婦、雷葆文、李業堅、李維夫、馬諾、辜昭平、謝祠義、譚鎮邦等人。

北京中央工藝美術學院

大一藝術設計學院代表團：舉行設計講座，內容關於包浩斯（Bauhaus）的構成主義，當中包括：平面設計、立體設計、包裝、色彩、攝影、海報、插圖等。又對全校發表一個以「設計中國」為題的演講，以及舉行一個小規模的展覽，展出近三百件香港的海報和包裝等設計，作交流示範。

1980 年（確實年份有待考證，僅確定是在廣州美術學院的交流後發生）

北戴河

鄭凱（活動組織人）率香港理工學院教授陳佩文、區艷璋、陳恩時、梁慕嫻等人。

外貿部邀請（據鄭凱憶述）北京包裝總公司組織（據王序憶述）

北戴河的設計講座：閉門講座形式進行，以包裝為主題的講座，內容包括：包裝、市場和環保、香港及世界的設計狀況等。

1981 年 廣州美術學院

香港正形設計學校：靳埭強（團長）及香港正形設計學校的多位校董與導師。

廣州美術學院

廣州美術學院再度邀請香港設計師舉行講座，講授各類設計專業和教育課題，亦將「現在香港之設計」展覽巡迴於廣州和天津展出。

1985 年 廣州美術學院

香港設計師協會：靳埭強、陳幼堅、譚鎮邦等人。

廣州美術學院

廣州美術學院邀請香港設計師協會進行學術交流活動。香港設計師協會將香港設計雙年展獲獎作品，聯同日本竹尾公司的紙品和美國紙品設計在廣州美術學院展覽館展出。

謝克到中央工藝美術學院留學

如前述，呂立勛提倡香港設計走向中國民俗化，擺脫歐美的框架，實現建立獨特香港風格。然而，據謝克所指，在 1970 年代，有關中國文化的事都已與香港斷絕，所以有關中國民俗的資料都非常貧乏，唯一能接觸到相關知識的途徑就是書籍，但大多數的都只是有關較為雛形的中國傳統裝飾藝術。後來呂立勛向中央工藝美術學院的老師和副院長介紹謝克，溝通後得知該學院會接受留學生，於是便提出申請。

謝克後來於 1981 年以留學生身份入讀中央工藝美術學院。因為身份和目的不同的關係（謝克學習中國裝飾性元素，其他本地學生則學習設計），謝克並不是經常和其他裝潢系學生一起上課。他和其他學生之間的交流也不在設計方面，他接受本研究訪問時憶述：「我曾經和他們講過關於用噴畫工具的課，因為他們資源很貧乏，什麼工具也沒有。而且他們覺得漸變色一定是用毛筆排筆做成，我們怎用噴筆呢？我連噴泵也帶了去，教他們噴些特別的效果。雖然他們在中央工藝美術學院讀設計，但心裡是希望畫畫的，只是入不了中央美院才去讀工藝。但我將這些告訴他們時，他們會覺得原來可以這樣做出一種現代感和特別效果。」

謝克的留學時間接近兩年，但其中約一年是到中國各地就中國民俗藝術元素進行取材。他在接受本研究訪問時說明：「我是很有計劃地跑的：兩個月去東北，兩個月去西北，即在絲綢之路那邊；兩個月去西南，即雲南那邊；然後兩個月去華東、杭州等……我去考察，一個人去新疆，去那邊看石窟藝術。當時我跟著一個 13 歲的『小巴冷』新疆少年嚮導，有一隻毛驢放行李，我自己行，行十幾公里。我告訴他想去庫車克孜爾石窟那裡，他便帶著我去，跟我住了一個星期，然後帶我回來。那時我隨行的裝束，好熱，但不用洗澡。那時我去新疆邊境軍區的地方，當時我不熟路。有個當過兵，並在工藝美術學院讀書的朋友，他就說：『謝克，我介紹我的部隊朋友給你，就在那裡可以幫到你考察。』但那個軍區很嚴，禁止任何人進入，而我是香港人，好危險。他說，你不可以說明你的身份。所以我要說我是廣東人，口音也差不多，衣著也差不多。而我實在需要一些人幫我。1970 至 1980 年代新疆人是反漢人的，暴動死很多人，那時好危險。所以（院長）張仃（1917-2010）常說，要很小心盯著我，我去這些地方，不要出錯……」

學成回港後，謝克回到大一藝術設計學院任教，並就此次實地取材的成果分別出版了《中國木版年畫》（1985）及《中國浮屠藝術》（1987）。⁸⁰

中國包裝進出口總公司廣東省分公司的角色

在改革開放初期，中國與外間建立聯繫的方法主要是透過官方組織。在國內力圖發展經濟的當時，一些沿岸地方如廣州便主要透過出口貿易發展經濟，同時

與外地交流以提升自身的知識和生產技術。

任職於中國包裝進出口總公司⁸¹ 廣東省分公司（下稱「廣東省包」）的黃勵曾在本研究訪問中提及過：「在 1980 年代時候，上面撥了一筆錢，除了買書，就是做展覽。當時做展覽時是很傻的。我們是找人帶錢到香港買各種各樣的包裝，帶回來擺展覽，他們都是到超級市場買東西，當時花了幾萬塊，都是用現金。因為買了太多東西，所以還送貨到他們住的酒店。回來後，佈置好展覽，然後就發通知，邀請全國人民參觀。這個發展階段很有趣。這類型的展覽做了兩次。當時我們像搬運工，搬著一箱箱產品到展場佈置，就在海珠廣場那邊，完成後就邀請市民來看，說是最新的國外包裝展覽。不是我們設計，也不知道是誰設計，只要看到好的設計，就拿回來展覽。後來請了陳幼堅過來，接觸的東西就更加多。」由此可見，當時香港，就地利之便，是早期中國內地設計師取材的主要地方。

黃勵與《包裝與設計》

另外，廣東省包在中港設計交流中扮演的重要角色更體現在其旗下出版的雜誌《包裝與設計》上。

除了一般的生意往來外，廣東省包亦有出版雜誌《包裝與裝潢》（後改稱《包裝與設計》）。《包裝與裝潢》於 1973 年創刊，初期僅供內部傳閱，是國內最早的专业設計期刊之一。其內容以包裝設計和平面設計為主，亦會介紹國內和國際的包裝設計、包裝技術資訊，以及聯繫國內外設計師。

黃勵在本研究訪問中憶述，在創刊初期因為缺乏稿源，「所以我們訂了很多書，包括《Print》、《Communication Arts》、《Graphis》等，我們全部都有。我們看到有哪個適合，沒有理會版權，就直接翻譯，然後放進去。當時求知若渴，大家都想多了解外面的情況，當時我們部門最高峰的時候，有一大堆翻譯，英語、俄語、日語。水準如何我不知道，他們都是老人家。日語翻譯的人本身是日本華僑，所以翻譯是沒有問題的，後來當然就有大學畢業生來做……後來就自己通過很多關係聯絡，找人幫忙，所以就形成了一個網絡。」

《包裝與設計》曾重點介紹香港設計師如靳埭強、陳幼堅及蔡啟仁等。除了介紹香港設計師外，此雜誌社也有派員到香港與設計師交流，以了解香港設計行業的狀況。如 1987 年，內地設計師王粵飛代表該雜誌到香港拜訪靳埭強、梁巨廷、韓秉華、蘇敏儀、陳幼堅、古正言、周志波及李家昇等人，期間亦有到訪靳埭強的設計公司去了解設計公司架構，並參觀了香港理工學院設計系、香港正形設計學校和李惠利工業學院設計系的上學狀況。⁸² 這印證了《包裝與設計》在對外交流及引進知識方面的參與非常積極活躍，並擔當著重要角色。

王序與《設計交流》

王序是另一位由廣東省包系統出來的人。自 1979 年於廣州美術學院畢業後，他回到廣東省包工作，隸屬於裝潢科。

王序在本研究訪問中提及早期在廣東省包工作時，已在第一個開放給外國人的展覽會中，認識香港競成貿易行有限公司（下稱「競成」）負責人陳達人，並主動積極向陳請教。其時，他們廣東省包有些設計用的物資有興趣向競成購買，王序更教導陳如何與北京總公司聯繫，促使雙方建立一個良好的合作關係。到往後撥款資源更為充足時，亦透過競成統籌、聯絡香港設計師回國內包括廣東在內的各省講授設計知識，競成亦會在這研討會中負責推介與會者什麼書籍或雜誌可作參考。籌辦這些設計推廣活動，在國內改革開放之初，對國內設計的發展，產生了積極且深遠的意義。

後來他在 1986 年被派遣到香港粵海集團，主要負責設計工作。同時他受指令，需要將世界最新的知識傳播給國內，這促使他在港期間創辦《設計交流》雜誌（圖 3.3）。

《設計交流》的所有工作皆由王序在工餘時間一手包辦，如寫作、編輯、割字和排版設計等。而在香港工作亦令他有機會拓展人脈，例如透過母公司廣東省包，他得以認識到大德竹尾花紙有限公司的負責人盧錦光，而他亦從《設計交流》第一期開始贊助紙張。後來，王序遇到編寫困難，同時間亦透過大德竹尾花紙有限公司認識了石漢瑞，於是王序第一次與對方見面，更邀請他做《設計交流》的顧問。石漢瑞於第四期開始替該雜誌擔任顧問。王序亦認同石漢瑞對《設計交流》的貢獻並在本研究訪問中解釋：「那時候石漢瑞的參與程度也蠻高的，他也會教我如何擺圖，如何分析圖像，色彩應該怎樣，特別是文字的處理。例如德國的文字是怎樣做的，他會試給我看。於是他就用德國一個很典型的字體做了一次示範給我看。又例如一張圖，原來是正的，放歪一點看看，再放歪一點看看怎樣。字句又是怎樣做的呢？他會給我看一個字句的處理，讓我看有有什麼問題。他教了我很多東西。」

據王序說明，正因為他需要向內地傳播最新設計知識的關係，所以在編寫《設計交流》時，他特意在每期裡介紹不同地方的設計師，盡可能把最多元化的設計帶入中國。例如第四期是關於美國西部設計，第五期是關於日本，然後依次序是倫敦、海外華人設計師、澳洲、德國及紐約。他在 1996 年回廣州發展後，繼續做了四期《設計交流》，總共十四期。

《設計交流》除了在內容上為中國設計界帶來衝擊外，雜誌本身的設計亦廣獲好評，並曾獲得紐約藝術指導俱樂部和香港設計師協會頒發的獎項。

影響—現代設計在中國的散播

在 1970 及 1980 年代的二十年間，香港與內地的設計界人士曾多次交流。而香

港設計界帶來的設計知識則對國內造成巨大衝擊及影響。其中本部分提及於 1979 年分別在北京及廣州舉行的設計交流對中國藝術設計教育有著巨大影響：香港設計界引入的現代設計基礎（或包浩斯理念）逐漸在中國各地傳播，後來更被納入中國高等院校的藝術設計教育教程之中。

在提及香港設計界把包浩斯理念帶入中國前，必須一提的是，在香港設計進入中國前，中國早已透過保送學生到外國留學的方式接觸外國工藝美術或現代設計。如前中央工藝美術學院教授祝大年（1916-1995）曾於 1930 年代赴日本學習陶瓷美術；而前中央工藝美術學院副院長龐薰琹（1906-1985）更早於 1925 年赴法國巴黎朱利恩繪畫研究所（Académie Julian）學習，期間便接觸到包浩斯理念。另一位接觸到包浩斯的是余秉楠，他曾在 1962 年到東德萊比錫留學，專攻字體設計。到 1970 年代，中國仍有派人到外國留學，如中央工藝美術學院派了柳冠中到德國史特加，以及蔡軍到挪威奧斯陸，無錫輕工業學院則派了吳靜芳和張福昌到日本。

雖然上述這批人皆有把現代設計的概念帶回中國，然而他們所主張的還是在工業、產品設計方面，吳靜芳和張福昌則開始在現代設計教育著手，但仍是在包裝設計方面，正如王受之在本研究訪問中所指，當時的平面設計則仍在「徘徊狀態」。

儘管如此，當時的人事環境，容許了這兩次交流順利舉行。首先是中央工藝美術學院方面，如上述所指，當時的副院長龐薰琹曾是法國留學生，對接受外國知識的態度較為開放，所以支持呂立勛帶團到校交流。廣州方面的情況亦類似，當時廣州美術學院副院長高永堅，曾師從鄭可（1906-1987），⁸³學習陶瓷藝術，從而間接接觸到包浩斯理念，對推動現代設計教育持開放態度。在學院領導的支持下，香港設計界團隊所帶來的現代設計理念便得以在中國內地散播種子，而且受到重視。

廣州美術學院在推動現代設計教育方面擔當了極其重要的角色，時任該學院裝潢系主任的尹定邦，在研究了王無邪及靳埭強等人帶來有關現代設計知識的幻燈片、和書籍後，整理出平面構成、色彩構成及立體構成的課程內容，並嘗試套用在廣州美術學院主辦的衛生部包裝設計培訓班中。後來他更到各地去舉行培訓班。尹定邦接受本研究訪問時稱：「全國差不多所有的美術院校都去教過，工科院校也教了幾十所。所有全國基層的協會，如上海、長沙、武漢、重慶、桂林、昆明、大連、瀋陽、濟南、北京、天津、杭州等等都去過，去無錫的次數最多。輕工部、維新部、交通部、染織部，他們舉行全國的培訓班，都是我們去教。」而在 1980 年代初期，高永堅更請王受之到學院進行設計史和設計理論研究，這部分則與尹定邦負責的構成部分相輔相成。王受之曾憶述在外講課的時候，以包浩斯為例子，聽眾的反應非常熱烈。他認為在 1980 年代，學生聽到包浩斯的改革，都熱血沸騰……短短四年內，全國主要院校、設計單位，都

受到這股他有參與推廣的現代設計宣傳活動的影響，為日後中國現代設計高速發展打開了一些傳統理念上的缺口。

與其餘兩個接觸現代設計的學院如中央工藝美術學院及無錫輕工業學院不同，前兩者有中央政府支持，在早期便能送學生出國留學，廣州美術學院只是地方院校，資源遠不及前者。然而，他們卻充分利用地理優勢，大力加強與香港的設計交流，從而補充自身不足。其中一個例子便是 1983 年廣州美術學院邀請香港理工學院的設計理論教授田邁修到校講課。後來亦通過這關係聯繫上理工的設計學院院長 Michael Farr，互相進行探訪。在 1984 年更透過由靳埭強擔任副主席的香港設計師協會，結識了德國文化部機構哥德學院的負責人，經過一輪協商和合作，終於在廣州美術學院舉辦了「德國設計 150 年展」，此為中國首次有關包浩斯的大型展覽。

廣州美術學院的一系列舉動——尤其是在國內各地舉辦構成學講座，成功在國內掀起一股構成熱。⁸⁴ 而學院在改革其設計教程的內容後，其工藝美術系也成為「當時國內最具特色、最前衛、最有影響的藝術設計教學之一」。⁸⁵ 據尹定邦所指，這些成果就是源自鄭凱、王無邪及其交流團所帶來的現代設計知識。

中央工藝美術學院方面，呂立勛和其團隊所帶來的知識引起了極大迴響，如王敏接受本研究訪問時所指：「當時內地的設計教育好像處於一個很弱的情況。在這個時候，大一設計學院呂立勛等人到中國宣傳他們的設計理念、設計教育理念，所以在內地影響特別大！這種衝擊是今天的人沒法想像的。因為內地在很長一段時間是一個封閉的狀況，包括中央工藝美術學院！當時的教學，它是延續了工藝美術的這樣的方法，主要是學圖案，當然這裡面後來也會加一點包裝的課，學包裝結構。但是這種教學理念跟今天我們談的是完全不一樣的，所以可以說是大一設計學院在當時內地名氣也很大、很響！因為它帶進了一個新的理念。」然而，此活動的後續影響及學院在推動現代設計的角色，則不如廣州美術學院般清晰。時任學院的裝潢系主任陳漢民在得知廣州美術學院的舉動後，便派了張荊分和宋世偉兩名學生到廣州跟尹定邦學習，並在學成後回到學院開設構成課程，前者教授色彩構成，後者則教平面構成。

因為種種原因，中央工藝美術學院未有在推動現代設計採取積極行動，而當時就讀於該學院的張小平在本研究訪問中也承認：「呂立勛那個播種播完便走，在這裡，是沒有任何延續的。最大的延續反是廣州美院。這應該是肯定的。完全像播完種便沒了事，像只是撒了一泡尿，到此一遊而已。原來人家在廣州開了花也沒有人知道，後來我們學校也吃了一驚。陳漢民當時在系內已很大責任，他可能也見到這一點，太傳統的，對於當時設計的影響力不足夠，所以他便派了兩個人去廣州美院。他自己解決不了，唯有取別人的。」不過，身為當時國內的頂尖學府之一，中央工藝美術學院仍是具有領導作用，張歌明接受本研究訪問時指出，該學院在設置課程上比國內其他學院走得更前，成為它們的跟從

對象：「直到現在，過去中央工藝美術學院的那些課程表，教學的方式，全國的那些學校都在學，好多學校都來我們這兒要那個課程表什麼的，他們建立課程都是從這過去的。所以，那個當時三大構成的這個課，就是平面構成、立體構成、色彩構成的那些課，之所以大家覺得重要，也跟那個工藝美院在上這個課有關係。」

香港跟中國在 1970 至 1980 年代間，曾有過多次設計交流活動，而最早期，亦最為重要的便是上述的兩次活動。外間對於兩次活動發生的先後次序和其影響的重要性都未有達成一致的共識。如張小平又在本研究訪問內指出：「在中國近代史來說，好多情況發生都在廣州落地，在北京結果；唯一這次有可能是在北京落地，在廣州開花，全國結果。」無論如何，香港設計界確實把現代設計帶到中國內地，啟蒙了國內美術院校對日後美術設計教育進行改革。

香港與其他地區的設計交流

與日本的設計交流

1970 年代的香港深受日本文化如電視劇、音樂等等的影響。作為當時亞洲的設計大國，日本一些著名設計師如龜倉雄策（1915-1997）、田中一光（1930-2002）、永井一正等人在香港設計界亦甚受關注。而一些日本雜誌如《流行通信》及《IDEA》也頗受香港設計師的歡迎。

日本與香港之間的设计交流活動始於 1970 年代初期，像日本著名設計師榮久庵憲司（1929-2015）便曾於 1972 年受邀到港舉行演講。在香港設計師協會成立後，兩地交流開始變得頻繁。其中最為重要的交流活動是於 1979 年舉辦的「Design'79 香港日本設計展」（圖 3.4），由香港設計師協會及日本字體設計協會合辦，並展出了兩地平面設計的代表作品。在該活動裡，日本字體設計協會主席五十嵐威暢及約 45 位會員出席活動，而香港則有 26 位設計師參展。據設計師靳埭強所指，是次活動促使兩地設計界互相觀摩，而且使得海外設計界開始關注香港設計。是次活動得到國際設計雜誌的報導，「這應是海外國際重要設計刊物專題推介香港設計的第一次，而且好事成雙。」⁸⁸

靳埭強接受本研究訪問時表示相當看重這個展覽的意義：「這個展覽可以說是 1970 年代香港跟外地設計界很重要的交流。雖然檔次並未達到國家最有代表性的人物，而是一班青年人，但也是有國際水準的交流，對我們來說已經很對等，因為當年香港的國際大師只有石漢瑞一個，而雖然我跟陳幼堅都有獲國際獎項，但在國際上仍未有名。」

在 1980 年代香港和日本的设计交流活動裡，來自日本的竹尾公司一直扮演著重要的橋樑角色。例如早在 1979 年，香港設計師協會及日本字體設計協會能夠合辦「Design'79 香港日本設計展」，便是由竹尾公司作為中介促成；在 1981 年竹

尾公司亦協辦香港正形設計學校策劃的「現在香港之設計展」在東京舉行，並與日本字體設計協會交流。正如據靳埭強事後憶述補充，「我們 1980 年創校（香港正形設計學校）時，在藝術中心辦了「design NOW Hong Kong」（現在香港之設計展）作為創校展覽，迴響不俗；由於跟紙行的聯繫和贊助，大德竹尾公司便建議我們把是次展覽帶去日本作設計交流。」

除此以外，日本竹尾公司的香港分公司大德竹尾花紙有限公司，亦致力把日本知名設計師引進香港設計界的視野。其中在 1986 年，經大德竹尾花紙有限公司的引薦，時任香港設計師協會主席的靳埭強邀請了杉浦康平訪港，並主講研討會。後來於 1989 年，日本竹尾公司舉辦年度紙本作品展，策劃人為原研哉，該展的其中一個主題是「香港之素材感」，並展出數名香港設計師的作品。為籌備該展，原研哉曾到香港作研究及拜訪靳埭強等人作交流。

當時負責替日本竹尾公司開拓香港市場的河井敬夫事後亦憶述：「1984 至 1990 年期間，日本竹尾公司和大德竹尾花紙有限公司為支持

及鼓勵為香港設計師，增強他們於設計工作上的創意，竭力為他們提供優質紙張及國際設計資訊。例如曾數次協助香港設計師協會舉辦的設計文化交流展覽，當中包括 1986 年由杉浦康平主講的設計講座；舉辦這些（交流）展覽及設計講座，確實協助香港設計水平的提升，達至國際標準的層次。」

除了香港設計師協會和日本竹尾公司外，另一個活躍參與港日設計交流的是大一藝術設計學院。當時該學院校長呂立勛已經常到海外交流，並於 1981 年獲國際創作協會⁸⁹邀請加入為會員。同年 3 月該學院更與日本作家協會、大韓產業美術家協會及中國美術設計協會合辦「1981 亞洲設計家聯展」，為亞洲首創。此外，同年 4 月呂立勛帶領蔡啟仁、李業堅及辜昭平等人拜訪日本設計師福田繁雄（1956-2009）及日本作家協會會長望月紀男等人，亦有訪問東京設計學院等地方。憑著其與日本作家協會的密切交流，香港設計師的作品亦得以刊登於其出版的《JCA Annual》中，並增加了曝光的機會。

日本的設計在亞洲裡一直處於領先地位，而透過設計交流活動，香港設計師受益良多。其中一方面是設計師對風格的追求，日本設計能夠透過字體、文字表達方式等等元素，用現代設計方式去呈現東方文化。通過觀摩日本的設計，香港設計師發掘本地文化的多元性，從而發展出獨特的風格。另外，日本設計師對專業的要求及態度亦令香港設計師有所得著。

靳埭強接受本研究訪問時形容這批早期本地設計師受到日本風格的薰陶，且起步晚於日本設計界的龜倉雄策、田中一光等人，但他們對中國古文化的掌握和運用，在借助西方、日本傳來的設計技藝之餘，終究令他們成功摸索出香港的特色創作語言，讓中國傳統文化與現代設計有機地結合，開啟本地設計風格的

先河。

整個 1970 年代跟隨石漢瑞工作和學師、王無邪在中文大學校外進修部設計文憑課程的第二屆學生韓秉華，同樣受到日本設計風格的影響，他直言學習的對象是日本設計師田中一光；大一藝術設計學院插圖課程的畢業生蔡啟仁在 1976 至 1978 年多次參加日本字體設計比賽，他於本研究訪問中形容：「日本是較中國設計師更早將現代設計融入東方美術，特別以我們中國為主的文化，很多都由日本設計師發揮出來。」可見在那個年代，日本的文化產出和美術風格不但風靡香港，其融合東西文化元素的創作經驗也成為了香港的參考，對當時正追求香港獨特身份和本地文化的香港社會而言，是重要的借鑒和實踐的契機。

與台灣的設計交流

在 1970 到 1980 年代期間，香港和台灣之間的设计交流主要圍繞於靳埭強及台灣變形蟲設計協會。

據霍鵬程描述，他在 1981 年透過中國美術設計協會，編輯《亞洲設計名家》後，曾拜訪靳埭強作交流。後來於 1982 年，變形蟲設計協會組織了「亞洲設計名家邀請暨變形蟲年畫展」，同時邀請了日本及香港的作品參展。香港方面由靳埭強組織，參展設計師有韓秉華、蘇敏儀、吳文炳、陳幼堅、張樹新、靳埭強、蔡啟仁、余奉祖、施養德、關海元、黃健豪和郭立熹等人，以及紀歷有限公司。而台灣設計界對香港設計的水平亦給予甚高的評價，台灣設計師凌明聲就上述展覽的香港作品表示：「香港作品，一向給我的感觸最深。因為同是使用中文的環境，就因香港在接觸和吸收西方或日本先進設計觀念、技巧十分便捷，在思想上較為開放……（香港設計師）對中國文化及漢文的運用、變化、改造的功力，並不下於國內的設計家。甚至，在許多設計中，其色彩、佈局、取材、剪輯、遠比若干泥古的國內設計者要高明得多。藉著這次展出，也應該給國內的設計教育者一點新的刺激。」⁹⁰

除此之外，大一藝術設計學院於 1981 年聯同日本創作家協會、大韓產業美術家協會及中國美術設計協會在台灣舉辦過「1981 亞洲設計家聯展」。該展先在台北國父紀念館舉行，後在台中、高雄、台南等地展出。大一藝術設計學院亦有為這次展覽出版特刊作詳盡介紹。⁹¹

然而，兩地間的设计交流主要是靳埭強與台灣變形蟲設計協會在私人層面上的接觸。據靳埭強憶述，雙方交流時並沒有特定議題，只是互相觀摩和討論。而他在本研究訪問中也認為交流的影響是雙向的：「我認為我跟台灣是互相影響著。我在《雄師美術》、《藝術家》等雜誌得知變形蟲的成立和活動，他們的設計展頗前衛，開始有民間藝術的東西，可能從而影響了我。我 1972 年開始走民俗風格現代化的路線，1974 年算盤子商標就有加入中國元素，1970 年代後期的臉譜跟霍榮齡的風格都頗吻合。大家同時期追求中國文化在平面設計上的應

用。」

⁷³ 1979 年的廣州美術學院交流團，王無邪擔任團長，靳埭強則為副團長。

⁷⁴ 與研究資料和訪問記錄的說法有所出入，確實年份有待考證。

⁷⁵ 確實年份有待考證，僅確定是在廣州美術學院的交流後發生，因此本研究以 1980 年為依據。

⁷⁶ 王序與陳達人就雙方相遇的時間和地點的說法有所出入，有待考證。

⁷⁷ 《設計中國》：〈北京展覽講學特輯〉，呂立勛著，頁 1。

⁷⁸ 詳細演講大綱可參見《設計中國》：〈設計中國〉，呂立勛著。

⁷⁹ 《中國木版年畫》（1985），謝克著，香港大一出版部。

⁸⁰ 《中國浮屠藝術》（1987），謝克著，漢光文化事業股份有限公司。

⁸¹ 中國包裝進出口公司（China National Packaging Import & Export Corporation），1961 年於北京成立。

⁸² 《包裝與設計》總第 41 期，1987 年第 2 期五月，〈香港設計界鳥瞰〉，王粵飛著，頁 2-5。

⁸³ 鄭可曾於 1927 年至 1934 年留學法國，攻讀雕塑及設計，期間接觸了包浩斯理念，是中國最早接觸現代設計的其中一人。《裝飾》：〈包浩斯在中國的歷史〉，常馨鑫／賈琮著，總第 200 期，2009 年 12 月，頁 45。

⁸⁴ 《中國藝術設計教育發展歷程研究》（2003），袁熙暘著，頁 252。⁸⁵ 《中國藝術設
⁸⁶ 《工商日報》，〈日設計師協會會長榮久庵作專題演講〉，1972 年 8 月 19 日，頁 11。

⁸⁵ 《中國藝術設計教育發展歷程研究》（2003），袁熙暘著，頁 253。

⁸⁷ 《Graphic Design+》（1980），第 78 期夏季刊，頁 35-39 及《IDEA》（1980），第 160 期 5 月號，頁 112-117。

⁸⁸ 《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》（2012），〈香港設計見聞與反思〉，靳埭強著，頁 13。

⁸⁹ 國際創作協會為「日本創作家協會」分支，當時的會長為望月紀男。

⁹⁰ 〈觀摩與出擊—亞洲設計名家邀請暨變形蟲年畫展〉，凌明聲著，原刊於《聯

合報》，1981 年 11 月 26 日，後轉載於《變形蟲視覺藝術展 2007》。

⁹¹ 《亞洲設計家聯展：1981》（1981），大一設計學會編著，大一藝術設計學院出版。

圖 3.1 「集一美術設計課程」宣傳海報（1978），靳埭強作品。圖片由香港文化博物館提供。

圖 3.2 趙天新在呂立勛課堂內抄的筆記（1979 年 4 月 16 及 17 日）。圖片由趙天新提供。

圖 3.3 《設計交流》，由王序創辦，曾獲香港設計師協會年獎中的消費者刊物組銅獎（1990）。圖片由香港設計師協會提供。

圖 3.4 《Design'79 香港日本設計展》展覽型錄封面（1979）。圖片由香港設計師協會提供。

後記

《爭鳴年代》不是一本設計圖錄。

《爭鳴年代》是一本簡述香港平面設計早期發展的書籍。書中載有的設計作品圖像，目的是為讀者提供一個時代的視覺參考；如果讀者期望本書是一本作品圖錄，這或許會為他們帶來某程度善意想像的落差。

在原《研究報告》中，我們造訪了 49 位受訪者及單位，當中包括學者、設計師、插畫師、攝影師、字體設計師、以及商人等不同的設計業界持分者；我們嘗試從這些人物口述的資料當中整理、輯錄及考證，冀能從中勾畫出早期香港設計業界發展的輪廓。這 49 篇專訪，是編輯《爭鳴年代》重要的構成基礎，其資料彌足珍貴，理當公諸同好。然而考慮原資料數量龐大，在現階段資源有限的情況底下，我們嘗試把這些未能全部採錄的專訪材料，在獲得受訪者的同意及授權的情況下，以節錄的形式作簡單的編輯，並放置在〈附錄(IV)〉部分，以供讀者閱讀本書時作補充參考。然而，當中學者呂大樂教授那篇專訪，是以全文編錄則除外。

呂大樂教授的專訪有別於其他受訪者，是因為他並不純粹以其個人經歷及觀點出發，而是他嘗試以其擅長的社會學學者角度進行分析，帶領我們回看 1970 年代香港的時代背景，更為宏觀地指出，香港當時基於甚麼客觀的外在條件，以及甚麼主觀的內在因素，促使香港設計在這段時期，能夠脫穎而出、蓬勃發展。其綜述的前因後果，清晰易明；試圖節錄這段論述，效果反倒不理想。是故幾經思量，我們決定把呂大樂的專訪以全文編錄，作為〈附錄(IV)〉——專訪節錄的序幕。

另外，在原《研究報告》的基礎上，我們增編了施養德和香港設計師協會這兩個部分，為的是希望我們的論述更為全面及立體；某些人士或機構，在某段流動的歷史中所營造的氛圍及條件，對香港設計業界所作出的貢獻，值得我們再次細閱及肯定。

施養德本人就是一個傳奇；他除了個人的藝術成就屢被肯定之外，其全盛時期他更曾在香港出版了 32 本雜誌——此舉除了為當時正值發展中的香港設計業界，創造了龐大商機，更間接促進本地設計師建立良性的競爭平台，讓設計師們能有所發揮、盡展所長，大大提升了本地雜誌、以至香港平面設計的水平。

香港設計師協會於 1972 年成立，歷年來積極為香港設計業界舉辦比賽、展覽，以及出版年鑑等，致力推動香港設計的發展，作為香港創意產業主要的推手，成績斐然，有目共睹。如果我們談論 1970 與 1980 年代香港平面設計的歷史發展時，欠缺了有關對香港設計師協會的著墨，那將會是一個相當大的缺失。

《爭鳴年代》項目最終能以展覽及出版等不同的形式呈現大家眼前，實在有賴

康樂及文化事務署的鼎力支持，我們為此由衷表達深切感激，此外亦感謝文化博物館館長們為本項目提供學術意見。本人委實只是一位平面設計師，學生時代受到大時代氣氛的感染，並有幸曾受多位前輩、恩師的悉心教導，心懷感恩之餘，時刻不忘推廣香港設計為己任，故希望藉著《爭鳴年代》項目這個機會，能付出綿力為 1970 至 1980 年代曾在香港作出貢獻的設計工作者們留下一點紀錄，才會不自量力地充當起研究員這一角色。

在《爭鳴年代》展覽期間，曾收到批評認為欠缺了其他新一輩設計師如李永銓、黃炳培，以及本人等的介紹，然而我個人認為，我輩出道在 1980 年代，成長、成熟期則在 1990 年代，與本項目所論述的焦點，時空上是有所出入的。像這樣有關香港設計研究的項目，我們希望能起拋磚引玉的效果，使後繼有人，持續把 1990 年代、2000 年代以後新世紀的香港設計發展，用其他嶄新的角度重新檢視，發揚及推廣，使設計研究在香港能夠蓬勃起來。

2018 年，適逢中國改革 40 周年，北京設計周舉辦由中央美術學院教授王敏、中央美術學院設計學院副院長林存真，以及北京設計周總經理王昱東共同策展的《致敬中國設計 40 年 · 1978-1988》主題展覽，期間我亦把是次項目的原《研究報告》與北京研究團隊分享，正好補充了香港於 1970 及 1980 年代曾對中國早期平面設計發展作出貢獻的這一段歷史。

劉小康

《1970—1980 年代香港平面設計歷史研究報告》首席研究員及《爭鳴年代》項目總監

附錄 (I)

The Decades to Contend — A History of Hong Kong Graphic Design in 1970s & 1980s (English Summary)

Chapter 1

The Birth of Hong Kong Design Evolving form and substance

In the 21st century, ‘Hong Kong design’ has acquired the prestige of an international brand, closely associated with generations of outstanding, award-winning designers and forming the core of a local creative industry. On the face of it, the status of Hong Kong design is impressive; but it seems all the more remarkable when one considers the barren soil from which it grew, less than a lifetime ago.

Even as recently as the 1960s, the very concept of design as a trade did not exist in Hong Kong’s public consciousness. As recalled by Kan Tai-keung, the ‘Father of the Hong Kong Design Industry’, “There was no design as such in the 1960s; there were no designers, and nobody would treat design as a profession.”

Another ‘father figure’, Henry Steiner, would likely agree. A native of Austria, the 27-year-old Steiner was drawn to Hong Kong in 1961 for what was intended as a nine-month stint as an art director. It wasn’t long before Steiner had established his own practice, Graphic Communication (now Steiner & Co.), and laid down a milestone in the design profession’s local evolution. The city itself became his lifelong home.

Hong Kong’s economy boomed in the 1960s and 1970s, creating a mushrooming consumer market in its wake. Gradually, buyer and seller alike recognised design as a value-adding tool for packaging and marketing. This new demand fuelled the steep rise of the design industry.

A look at the catalysts behind the boom explains much about its startling suddenness. As noted in the catalogue for the Matthew Turner¹ curated ‘Made in Hong Kong: a History of Export Design in Hong Kong from 1900-1960’ exhibition in 1988, the city’s location at the gateway of the Pearl River Delta benefited directly from Guangzhou’s status as China’s sole official entrepôt since the Emperor Qianlong period of the Qing Dynasty. Hong Kong was open for trade, and export manufacturing prospered alongside shipping, light industry and handicrafts.

The process accelerated in the aftermath of the Second World War, when political upheaval in China spurred massive immigration into Hong Kong, along with a substantial infusion of capital. The new arrivals both established factories and created

a generous supply of labour for them. An increasing number of Western manufacturers set up shops too, attracted by low costs that were simply unmatched at home.

The prosperity of Hong Kong's postwar manufacturing sector quickly spilled out to related industries, and for the first time, services and talents related to product packaging were in high demand. But more would have to happen before design would be regarded as more than a mere outgrowth of advertising and marketing. It was not quite a profession yet.

Coming to terms

In step with the development of the sector itself were its successive changes of name. One of Asia's most successful interior designers Dale Keller, who arrived in Hong Kong in the early 1960s, recalls, "The term 'design' did not exist in the early 1960s. There was only 'renovation' and 'interior decoration'."

Even as late as 1969, when Lam Hon-chiu – a then lecturer at Northcote College of Education – was interviewed on the radio, the first question asked was "what's the difference between 'industrial' and 'commercial design' and 'business administration'?" The foggiest in the public mind regarding design was understandable; at the time, art school curricula still mainly focused on fine art. The rare 'commercial art' course would likely cover little more than product illustration and calligraphy.

By the time of Lam's interview, however, the fog was beginning to thin around the edges. The same year saw the publication of *The Principles of Graphic Design* by pioneering design educator Wucius Wong. Based on Wong's edited lecture notes for adult education courses at the School of Continuing and Professional Studies of Chinese University of Hong Kong, its content was certainly informative, but its decisive innovation was its title; for the first time, the term 'graphic design' was in the Hong Kong lexicon, and slowly began to supplant previous appellations such as 'graphics', 'decorating' and 'commercial design'.

An industry grows up

Though Hong Kong manufacturing is commonly perceived as a postwar phenomenon, the sector had already been quite lively since the early years of the 20th century. It had even given rise to several local brands – some of which, like the Two Girls brand launched by the Kwong Sang Hong Limited in 1898, persist to this day.

The post-Second World War boom, however, was bigger, faster and more impactful than anything previously experienced in Hong Kong, transforming it in a matter of

years from an entrepôt to an industrial city. This was economic and social change at a structural level. Industrial and business organisations proliferated in response, among them the Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong, the Federation of Hong Kong Industries, the Trade Development Council of Hong Kong, and the Hong Kong Productivity Council.

Meanwhile, product and packaging design became increasingly important in the eyes of Hong Kong manufacturers. Indeed, there are examples from as early as the late 1940s of a correlation forming between commercial success and commercial appreciation of design. One prominent instance was the 1949 launch of the ubiquitous Red A brand of industrial and household containers by the Star Industrial Co., Ltd. – then Hong Kong's largest plastic product manufacturer.

Yet even though Hong Kong manufacturing had matured by the early 1960s, its design industry had not. The city still had no proper design firms to speak of, with the work being carried out by small teams and individuals at department stores, advertising agencies and art departments of printing houses. As Henry Steiner recalls, these designers didn't even consider themselves as 'designers', or design as a profession; rather, they were specialists responsible for producing covers of product manuals or artistic black-and-white pictures for advertisements.

It was the emergence of the packaging sector as the 1960s wore on that truly spurred on design as a distinct entity, both in practice and in perception. Design departments in packaging factories evolved as breeding grounds for design talent. By the mid-1960s and early 1970s, some of these talents would have migrated to the dedicated design firms that had begun to appear on the scene.

Most of Hong Kong's pioneering design firms were founded by foreigners. One of the first was Graphic Communication, founded by Austrian-born Henry Steiner. He had arrived in Hong Kong in 1961 to fill an Art Director post at The Asia Magazine. Just three years later, Graphic Communication was up and running. It would subsequently become a key incubator for yet more local design talent.

Riots in 1967 shook commercial and social confidence in Hong Kong's future, but only briefly. The consumer market grew steadily in the 1970s, feeding the burgeoning advertising and printing industries. This period also saw the introduction of television to Hong Kong, giving the advertising a whole new avenue to exploit. Magazines were exploding in number too – at its height, Alan Zie Yongder's publishing empire had no less than 32 magazine titles under its imprint. Advertisements were becoming more diverse and creative, which in turn demanded more industry talent.

The design profession and industry were becoming more sharply defined and embedded in the economy – and opportunities were opening up for designers. Typical positions on the corporate advertising ladder from the time included (from bottom up) Paste-up Artist, Visualiser, Designer, Senior Designer, Art Director and Creative Director.

The ‘Art Director’ was a particularly novel and significant development in the 1970s that reflected the industry’s new professionalism. As photographer Jonny Koo recalls, “In the movie business, the term ‘Art Director’ was despised at the beginning, as people thought it simply slowed things down... people had no standards on the artistic side. The point is, now we do. Society’s expectations have improved, and so have standards for arts.”

By 1970s and 1980s, the Hong Kong design industry was bursting with talents and firms. In 1972, UK-born Robert Walter Hookham founded Format Limited, which soon gained renown for its quality work. Grapho Limited, Nick Jesse Design Associates Limited and PPA Design Limited also emerged onto the scene during the decade.

But while design had certainly taken off in Hong Kong, its roots were still firmly in Western practice. This slowly began to change as the first generation of Hong Kong-born design students began returning home after their studies abroad. A few started their own firms. One of the first of these truly local companies, Graphic Atelier Limited, was founded in 1966 by Patrick Chung, who had previously studied in Germany.

The trend gathered strength in the years that followed, with firms such as Nicholas Tsui’s CLIC Limited appearing on the scene. Like their foreign- founded predecessors, they further nurtured local talent, who in turn founded their own practices. A typical example was Kan Tai-keung, who started his career at Graphic Atelier in 1968, then partnered with colleagues (including Cheung Shu-sun) to found SS Design & Production in 1976. SS Design was renamed as Kan Tai-keung Design & Associates Limited in 1988, and finally became known as KL&K Creative Strategies.

Other Graphic Atelier ‘alumni’ who would later emerge as major industry figures include Wong Hoi-to, William Ho Chung-keung and Kumar Pereira. Ho, who would go on to found William Ho Design Associates Limited, still recalls Kan Tai-keung as his mentor.

As the 1970s transitioned into the 1980s, Hong Kong experienced a second fundamental shift as the economy diversified away from manufacturing. Manufacturing itself was moving from low-end labour-intensive to high-end skill-intensive work on products such as electronics, electric appliances, toys, watches and clocks. Once again, the pace of development was accelerating, and Hong Kong people felt the impact: television, for instance, expanded into 70% of the territory's households during the 1970s. What were once regarded as luxuries were now basic essentials – and consumers were demanding better design in every aspect of their lives.

Naturally, the design industry was changing too. Graphic design became more competitive and diverse, and the division of labour became more specialised and sharply defined. In one obvious sign of the industry's growing capability, a few local magazines were attaining international-standard levels of graphic quality. A leader in this respect was Cathay Pacific Airlines' inflight magazine *Discovery*, a benchmark-setting collaborative effort between Kumar Pereira and Peter Wong of Emphasis Media Limited.

By the 1980s, the core of Hong Kong's design trade had decisively moved out from the dim basements of the corporate art department and into independent professional design firms. Energised by local talent, a distinct strain of Hong Kong design was emerging as well. It was the beginning of a unique visual language that defines Hong Kong identity today. For the industry, it was the beginning of a golden age.

Bringing education home

While economic demand was driving the evolution of a design industry in Hong Kong, the development of design education in the territory lagged behind. This can be partially explained by the dominance of foreign designers and their firms in the industry's early days – and indeed by the foreign education of the first generation of locally born design professionals.

But as these foreign and foreign-trained talents filled immediate demand for design, they also laid the foundation for the building of a local educational pipeline for the future. Some of the key figures in the story include B.J. Navetta, the first head of the Design Department of the Trade Development Council (TDC), and the founding chairman of the Hong Kong Designers Association; Arthur Hacker, Art Director of the Hong Kong Government's Information Services Department from 1967-74, and Creative Director from 1974-89; Marshall Corazza, who worked in the Design Department of the Trade Development Council; and Peter Chancellor, who arrived in Hong Kong in 1971 and worked in the Design Department of the Peninsula Hotel.

Also influential were the aforementioned Henry Steiner and Patrick Chung.

The pivotal moment in local design education came in 1960s, when Wucius Wong, a graduate of the Columbus College of Art and Design and the Maryland Institute College of Art in the USA, compiled a two-year diploma programme in Art and Design for the School of Continuing and Professional Studies at the Chinese University of Hong Kong.

Early graduates such as Kan Tai-keung, Lui Lup-fun, Eddie Cheung Shu-sang, Cheung Shu-sun and Hon Bing-wah would go on to become Hong Kong's first locally trained designers.

In 1974, Wucius Wong was invited by John Hadfield, the founder of the curriculum design for the School of Design, to compile an evening school design programme for the Hong Kong Polytechnic. As he recently recounted, Wong deliberately used what he had learnt in America as he designed the courses from scratch.

World Exposition to awareness explosion

The foreign influence on Hong Kong's developing design culture was not exerted solely by expatriate designers in the territory. Outside events also made their mark, such as the 1970 World Exposition in Osaka, Japan.

It was the first World Exposition in Asia, and the largest event to be hosted by Japan since the Tokyo Olympics in 1964. Architects, designers and artists from around the world flocked to the city to participate – as did entire countries and colonial states. Among the latter was Hong Kong, seizing on the Exposition as an opportunity to promote itself on a global stage.

The list of designers who contributed to Hong Kong's presence in Osaka is like a roll-call of local industry icons. Patrick Chung's design house, Graphic Atelier, was responsible for the Hong Kong Pavilion's typefont, display and printed material designs. Alan Zie Yongder contributed an 'HK Panaroma of Hong Kong'. Kan Tai-keung, Chung's employee at the

140time, won the Exposition's sculpture and uniform design competitions – the latter with an entry that had been previously exhibited at the Hong Kong Fashion Festival in 1969. For some reason, however, his winning sculpture was not displayed in the Hong Kong Pavilion, with Van Lau's design competition runner-up being shown instead.

Kan found Osaka to be an eye-opening experience: "Every pavilion was fantastic. Every country showed their best designs, products and art...installation works by pop

art artists Roy Lichtenstein and Andy Warhol were on display, not just prints. It was the first time I saw the original works. Witnessing the preparation, being exposed to information and posters, and visiting the Expo halls all made a great impact on me.”

Dentsu Incorporated was in charge of the management of Osaka Expo’s project including promotion. In Hong Kong, anticipation for the amazing sights and sounds of Osaka was building in newspapers, magazines, billboard advertisements and television in 1968 and 1969. Most coverage focused on the preparation of the Hong Kong Pavilion, from its construction to uniform, sculpture and mural design competitions², though the English-language media also covered other countries to cater for a wider readership.

There were significant similarities between the coverage *Kung Sheung Daily News* and *Wah Kiu Yat Po*, which suggests that they both used the source from Dentsu Incorporated or its agency in Hong Kong. The figure of the coverage showed the ‘social concern’ and ‘popularity’ in Hong Kong at that time.

As travel was still an out-of-reach luxury for the vast majority of the city’s residents, mass media was also how most Hong Kongers experienced the Exposition during its actual run.

Others were more impressed with the Expo’s official publication. For designer Hon Bing-wah and illustrator Tomaz Mok, it would even be their primary source of impressions of the event: “Reading the official catalogue was an eye-opening experience, as if a window was opened,” says Mok. “It was only then I realised how diverse and full of the possibility the world would be. The design and content were both marvellous. It was my first contact with design, both as a term and as a concept.”

Tsai King-yan, who was studying in Japan at the time, visited the Osaka Expo to broaden his horizons too. He still vividly recalls feasting on the details: “The USA Pavilion was the first we went to – we wanted to see the Moon, the space exploration and spaceships”. He also remembers trains in Japan being plastered with posters promoting the Expo.

For contemporary and future Hong Kong designers who had come up through the technical, Western- style educational model promoted by Wucius Wong and other design educators, Osaka marked a broadening of vision and imagination. For the Hong Kong public, it was perhaps even more of an awakening. In the Expo’s wake, design became a regular mass media topic, even including regular reports of news from the Hong Kong Designers Association (established in 1972) and the results of design

competitions such as The Henry Steiner Design Scholarship³.

The scholarship's first-ever winner, Henry Lui, testifies to the rising awareness and interest in design in Hong Kong at the time. From the scholarship's second year onward, he remembers, all winners received offers to work at Steiner's Graphic Communications Limited – and all were published in the South China Morning Post.

Just as notable is the fact that the three most famous Hong Kong designers of the time – Henry Steiner, Kan Tai-keung and Alan Chan – were the subject of more than 200 pieces of media reportage from 1970 to 1989. It was not just publicity for the designers themselves, but for the design industry as a whole.

Design was also cropping up in local non-design magazines such as *Literature and Fine Art* (later *Literature and Art Monthly*). Founded in February of 1976⁴, it featured a column by Kan Tai-keung in which he shared his thoughts about poster, stamp and trademark design, as well as critiques of common designs.

The news from abroad

In contrast to the absence of local design-specific periodicals, imported foreign magazines became a crucial channel of news and ideas for Hong Kong designers of the era. They were also hard to come by, with Hong Kong sales limited to a few English bookshops such as Swindon Books Company and Kelly and Walsh.

Matters were somewhat improved when Apollo Book Co., Ltd. – an 'upstairs bookshop' in Tsimshatsui – introduced a subscription service. Design magazine IDEA was among the most popular, as well as the pictorial publication Poland was also of very high standards. But the gap in the market was not truly filled until 1974, when David Chan Tak-yan, founder of Keng Seng Trading & Co., Ltd., began the specialist importation of foreign design publications into Hong Kong.

As well as bringing in such exotica as Graphis from Switzerland, Communication Arts from the USA, and Pop Disptach and IDEA from Japan, Chan used Hong Kong design firms to market the design publications, providing them with a useful little sideline. The publications also enabled local designers to keep a finger on the pulse of the international scene – a vicarious form of professional exchange that also broadened the horizons of up-and-coming design students.

¹ Matthew Turner taught design theory at the Hong Kong Polytechnic (now The Hong Kong Polytechnic University) from 1981 to 1994.

² The mural competition winners were Chan Hung-yu and Liu Kam-tai, both

architecture students from the University of Hong Kong.

³ Awarded to year three university Graphic Design students.

⁴ Literature and Art Monthly closed in March 1978.

Chapter 2

Hong Kong Design in 1970s and 1980s

Pioneers of Hong Kong Graphic Design - Henry Steiner and Kan Tai-keung

By Freeman Lau

It only takes a short stroll through Hong Kong to remind one that HSBC (The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited) and the Bank of China are integral to its visual cityscape. The HSBC logo, with red and white blocks embedded in diagonals, is clean and sharp, dynamic and strong on contrast, projecting the outgoing character of maritime culture. The Bank of China logo is also red and white, but with a more introverted, subtle crimson. Its rounded profile containing a square embodies the 'Doctrine of Mean' in Chinese culture. Behind the logos' distinct graphic design languages and cultural characteristics are two pioneers of Hong Kong visual culture, Drs Henry Steiner and Kan Tai-keung.

Henry Steiner was born in 1934 in Vienna, Austria. At the age of five he moved to New York. After graduating from Hunter College, The City University of New York, he studied graphic design under the great Paul Rand (1914-1996) at Yale University. There he obtained a Masters in Design and came to acknowledge the central importance between concept and contrast. He then secured a two-year scholarship at Université Paris-Sorbonne (Paris IV).

Steiner was deeply influenced by Dadaism, Surrealism and their works. He is also a veteran connoisseur of Oriental cultures. Arriving in Hong Kong in 1961, he worked as the art director for The Asia Magazine, the city's first colour weekly magazine. His plan was to stay for only nine months, but he ended up settling down and founding Graphic Communication Limited – the predecessor of Steiner & Co.. He went on to become one of the most important graphic designers in the Asia-Pacific region.

Kan Tai-keung, on the other hand, was born in Panyu, Guangdong in 1942. Until the age of 11 he lived with his grandfather Kan Yiu-sang, a renowned artisan who worked on coloured drawings on porcelain and mural paintings, as well as designing gardens on commission. Dwelling in a house full of old paintings, scrolls and pottery, Kan was both immersed in and taught traditional Chinese art. In 1957 he and his family moved to Hong Kong, and at the age of 15, he followed in his father's footsteps to become an apprentice tailor. The subsequent 10 years in that occupation proved invaluable in his later design career.

At the same time, Kan was studying water painting under his uncle, the famed Kan May-tin. He then enrolled in an extramural programme design course at the Chinese University of Hong Kong, taught by Wucius Wong, another famous painter, and Lui Shou-kwan, an icon of modern Chinese ink-wash painting. It never occurred to Kan that the three-month course would kick-start his design career, but in the same year he was hired as an in-house designer by Tamaya Department Store, then the largest in Hong Kong. A few years later, in 1976, Kan founded SS Design & Production with Cheung Shu-Sun. Over the ensuing years, he would become a pioneer of expressing Chinese culture and thought in Hong Kong through a brand new design language. His influence can be felt all over China today.

Though their backgrounds contrast, both Steiner and Kan ended up calling Hong Kong home; something which speaks volumes about the city's melting pot character. Circumstances led them live and work in Hong Kong at the same time, with their design systems emerging from their respective cultural backgrounds: Steiner came from an orthodox, academic background and interpreted Chinese culture through an international design language, capturing Asian interests through a Western lens; Kan found simple, easy-to-grasp, lively, modern points of interest in Chinese culture and expressed them through design. In the end they both became pioneers of graphic design in the 1960s and 1970s, influencing later trends and the design language of all Asia.

Starting in the decade following the Second World War, Hong Kong was constantly bombarded by Western thought and popular culture. The Hong Kong branch of the United States Information Service (USIS), the predecessor of United States Information Agency (USIA), was active, running a library and holding exhibitions. It profoundly affected Hong Kong's visual culture. Following the riots in 1967, Hong Kong Government made efforts to improve governance, fight corruption and promote economic growth as a way to relieve political pressure.

The first Hong Kong Festival was held in 1969 as essentially a public relations campaign. One of its objectives was to enhance young people's sense of belonging to the city and mitigate any instability that might arise from the unrest just across the border. The 1970s witnessed the formation of the Hong Kong character and identity; and the design industry, which flourished with the general economy, became core to Hong Kong culture. The masters, Kan and Steiner, were pivotal in this development.

Contrast by Steiner

The iconic contrast in Steiner's HSBC logo is in fact one of his design signatures. In the late 1970s, with the Hongkong and Shanghai Banking Corporation on its way to

becoming a key player in global finance, the old logo increasingly looked too traditional. Graphic Communication Limited signed a contract with HSBC in 1979; the outcome was the new 'Hexagon' logo. Its simple geometric shapes may be interpreted as a meeting of East and West, or North and South. A shorter trade name – Hongkong Bank – was also created as part of the new branding.

By international standards it was a cutting edge makeover. The new logo – so simple, so sharp and diagonal – stood out in a sea of rounded, embossed and closed emblems. It was adventurous but also complete, demonstrating the aggressiveness of a maritime culture that must conquer new territories to survive. It is, overall, an excellent example of Steiner's style and cultural background, strongly emphasising contrast, tension and relativity.

But HSBC is just one of several iconic and symbolic brand images Steiner created in the 1970s and the 1980s. His client list includes Hong Kong Telecom, Hongkong Land, the Hong Kong Tourism Board and Hong Kong Trade Development Council, the Hong Kong Jockey Club, KCRC, MTR, Hong Kong Dairy Farm, *The Far East Economic Review*, Hong Kong Shanghai Hotel, Jardine Matheson, Shui Hing Company, Wellcome, Dah Sing Bank, DFS and the Hilton Hotel, among others. To put it simply, Steiner created a particular Hong Kong image on the international stage for its commercial sector.

Born in Europe, raised in America and calling Hong Kong home, Steiner is used to exploring new living environments and decoding symbolic meanings. What Hong Kong presented to him as fresh values, visual styles and symbols full of possibility, he interpreted and transformed with a unique vision, expressing the differences between Chinese and Western cultures by the methodology of compare- and-contrast.

Steiner once noted that cross-cultural design requires an understanding of and sensitivity to a wide range of cultures and their symbols. It is necessary to understand the taboos of Eastern and Western cultures (for example, the colours blue and white signify power and harmony to the Western eye, but death and funerals in China) to know what can be used together. For him, merely drawing a strange, if exotic, Oriental symbol isn't the way to create a timeless, sustainable logo; he insists on researching local and company history and culture in-depth – on drawing on meaning.

Blessed with vast resources while under their commission, the annual reports Steiner designed for the Hongkong Bank are gems of cultural comparison. The cover image of the 1980 report, for example, features a red apple against a blue backdrop contrasting with white pearls on red background. The juxtaposition and contrast

succinctly captured the two financial centres of New York and Hong Kong. Elsewhere in the same report, a Chinese opera actor sporting a red mask was presented alongside the Statue of Liberty under a blue sky – another classic example of brilliantly contrasted cultural differences.

Steiner is a collector of 17th to 19th century Edo Japanese prints as well as Shanghai posters from the early 20th century to the Japanese occupation. Often these prints were used in his designs to contrast with modern photographic images. The application of ‘contrary images’ such as East versus West and old versus modern was already noticeable in his graphic designs for The Asia Magazine from 1961 to 1963; extremely contrasting or unrelated images coming together to create a new image. Another technique from Steiner’s repertoire was ‘replacement’, using one cultural symbol (e.g. Mickey Mouse) to represent something else from another culture (e.g. the Year of the Mouse in Chinese tradition).

Moderation by Kan

While Steiner pinpoints differences between East and West and employs a mature, somewhat academic language of contrast for storytelling, Kan’s style is quite the opposite; he blends Chinese cultural practices such as calligraphy into modern design. There was contrast in his work, but intended to create a sense of coexistence rather than to highlight differences. Using iconic artifacts and cultural symbols and a modern style, Kan’s work has a stronger sense of harmony.

For Kan, Chinese objects, script and thought provided a point of entry for designing the Bank of China logo. The logo resembles a coin placed onto the Chinese character ‘中’, meaning middle or central, or literally ‘Middle Kingdom’. The resulting circular silhouette with a square core suggests the Chinese philosophy of moderation, and of being agreeable outside while upholding personal principles inside. It also reflects traditional cosmology, implying respect for the vast sky above and broad earth below. Thus, the Bank of China trademark is an amalgam of ancient and modern, a product of its time which is simultaneously a lucid ingrain of traditional wisdom. While the goal was to have a ‘Chinese’ design, Kan did not resort to Chinese calligraphy, but instead adopted Western technique to convey ‘Chinese-ness’.

This may be explained further by Kan’s teacher Wucius Wong’s foundations of design theory. Wong studied Bauhaus art and design in the USA, and evolved a powerful modern aesthetic system founded on clean geometric forms, rational structures and rigorous formations. For Kan, who grew up in traditional Chinese culture, art and aesthetics, the use of Western design techniques to express Chinese culture came naturally. He once said that he constantly reflects on contemporary sensibilities and

his own surroundings to rise above trends and create his own fashion.

The turning point for Kan's design career arrived in 1970, when he took the position of chief designer for the Hong Kong pavilion at the Osaka World Expo. His work earned widespread attention and acclaim in Hong Kong and Asian design circles, and became well-known to the public through media coverage. He was the Chief Editor for the Hong Kong Designers Association and designed its yearbook from 1978 to 1982. From 1987 to 1998, for 12 consecutive years, he designed Chinese zodiac-themed postal stamps for the Hong Kong Post Office, drawing on traditional embroidery craft. From late 1970s through to the 1990s, Kan designed posters and printed materials for the Asian Art Festival – again frequently making use of traditional objects and tools such as writing brushes, musical instruments, fans, paper umbrellas, New Year candy boxes and opera masks, establishing a distinctly personal visual language.

Kan is never content with designs that merely 'get the job done'; they must also perform the cultural duty of improving material and spiritual life. As his primary market is Hong Kong, he looked to 'grassroots art' for getting a good grasp of the Chinese way of life. But to this, he added an acknowledgment that Hong Kong is also heavily influenced by the West, and a kind of modern East-meets-West ethnic design style emerged. Following his own culture and tradition, he contemplated how innovation may breathe new life into old things. By injecting colourful elements of traditional craft into his creations, he attempts to establish a new face of modern Chinese design, which is also the essence and distinguishing characteristic of Hong Kong culture.

Folk crafts and utensils are deeply rooted in Chinese culture. Kan's use of them as design elements shocked Hong Kong, which had limited knowledge of the Mainland of China. While Steiner also used quintessential Chinese items such as writing brushes, seals and masks as storytelling components, his technique was usually one of juxtaposition and contrast, quite different from Kan's use of Western design languages as a vehicle for Chinese items. The latter may be called a ready-made technique of placing existing materials such as chopstick sheaths and artistic photos of fonts into new designs.

Overall, Steiner was the more influential in the business world, while Kan's impact was deeper on the dimensions of culture and design. But as contemporaneous leaders of Hong Kong design, it is quite possible that they influenced each other too.

Steiner and Kan's use of fonts

Another angle from which to analyse the two designers' respective approaches is through their use of fonts: Steiner interprets Chinese culture through international design languages, while Kan realises modern design through Chinese culture.

One of Steiner's most significant creations during his tenure at The Asia Magazine was a split image consisting of the Chinese character for 'new' in a modern font above, and the character for 'old' in calligraphic script below. Again, here was Steiner's characteristic sense of contrast in play. The image also prefigures his frequent creation of visual puns drawing on some Chinese characters' resemblance to the Roman letters. A classic example is the logo he created for the MTR's (Mass Transit Railway) 1989 yearbook, in which the 't' in the word 'ten' appears as '十' – 'ten' in Chinese.

Kan, on the other hand, has more intimate knowledge of the culture of Chinese art. To him, the Chinese language consists of more than symbols; it is an artistic language most fully expressed by calligraphy.

English designs were the mainstream until the Chinese Language Movement of the mid-1970s led to the language gaining legal status and generally improving in stature. Since then, bilingual Chinese- English design has become more popular. In Kan's typography practice, the strengths of English design were absorbed as a means to facilitate Chinese design. As for Chinese typography itself, the goal was to be both traditional and modern, with a sense of legacy.

Kan often injects ideas into Chinese characters to convey feelings, and in doing so, the traditional script is enriched with modern sensibilities. One example is an expo poster he designed for the One-Painting- Society: the upper half is the Chinese character '一' ('one'), and the lower half is the Simplified Chinese character '画' ('painting') in a modern font. The result is both a powerful representation of the association's name and a demonstration of compatibility between traditional and modern.

Later, Kan shifted his focus from traditional Chinese objects to Chinese calligraphy and ink-wash painting. This was obviously influenced by his teacher Lui Shou-kwan, the renowned 20 th century artist. Lui imitated and learned from the work of old masters from a young age, and then found inspiration in Western art. He conceived that the abstract is the ultimate expression of individual wisdom, that every brushstroke comes from the state and 'air' within – a concept with echoes in Taoist and Buddhist philosophy. Both Kan's Chinese calligraphy and his painting work show a resemblance to Lui's modern Chinese ink-wash painting. In the 1990s, Kan

integrated utensils with this modern ink-wash painting which Kan's design thread of thought became apparent. The Mountain, Water, Wind, Clouds, a series of four posters combining objects and calligraphy, was hugely successful in Taiwan and later became influential among designers in Mainland China.

Influencing a generation of designers

From their very different backgrounds, Steiner and Kan both evolved distinctive styles that embody their respective cultural characters. At a critical juncture in history, they created iconic works that defined the direction of design in Hong Kong and elsewhere in Asia. Steiner defined the Hong Kong commercial style; Kan took off from the Hong Kong pavilion at Osaka World Expo and was extremely influential on a cultural level, proving the worth of local Hong Kong designers and promoting a sense of self-recognition amongst Hong Kong people.

The duo's influence is not felt solely through study or simple regard for their works, but in a more lasting sense through their employment of designers at their practices. In this generational way, they continue to exert a profound influence on design thinking and style in Hong Kong and beyond.

Steiner's commercial success gave him an international profile, to the extent that overseas designers would come to Hong Kong to work for him. A significant proportion of his team also consisted of local designers with overseas experience. Hon Bing-wah worked for him for a long period, as did established designers such as Tang Chiu-ying, Au Yin-ho and Cheung Wai-hong.

As for Kan, besides hiring and working with up- and-coming Hong Kong designers like Freeman Lau, Eddy Yu Chi-kwong, Clement Yick Tak-wah and Hung Lam Wai-hung, he also takes a hand at educating upcoming generations. In 1970, with Lui Lap-fun, he founded Hong Kong's first design school, the First Institute of Art and Design, to offer professional diploma courses for fashion, interior and landscape design. In 1980, Kan joined Wucius Wong and Hon Bing-wah to found the Hong Kong Chingying Institute of Visual Arts to provide young people with further study opportunities in art and design. These endeavours ensured a steady supply of talent for the developing local design industry, and as a side effect enhanced Kan's influence among local designers.

Some of the young designers who worked for Steiner and Kan went on to establish their own practices, and themselves have built on the masters' theories and practices of contrast, juxtaposition, typography and mixing East and West.

Since the 1970s, Kan began to develop a dual identity of designer and painter – and unprecedented thing at the time, at least in Hong Kong. The term ‘cross-media’ was still not an explicit creative position, but was already in practice. It eventually became common for designers to do art, and for artists to try their hands at design. Kan’s generation kick-started the polymathic aspect of the Hong Kong style.

Steiner and Kan approached from different starting points, but arrived at the same place: at a brave new era of design for Hong Kong and Asia. From the 1960s through to the 1980s, when Hong Kong was undergoing the tumult of cultural formation, both delved into international design languages and emerged with brand new versions of Chinese culture. Their respective approaches of addressing Chinese culture propelled Hong Kong design onto the international stage. They created a language with which to tell a Hong Kong story that came from the West as much as from China.

The ‘Third Way’ of East-West Integration

Alan Chan: Oriental Sentiments within Western Tunes

While Henry Steiner and Kan Tai-keung were thriving in trademark design and their respective artistic and cultural activities, Alan Chan blazed a ‘third way’, injecting an integrative East-West design language into commercial marketing and further strengthening its popularity in Hong Kong.

Alan Chan Yau-kin was from the first cohort of students in the two-year design course from the First Institute of Art and Design, which he had studied for 10 months. In 1970s he worked at a couple of ‘4A’ advertising houses and was mentored by the eminent creative director and photographer Kevin Orpin. In 1980, he struck out on his own, founding Dimensions Advertising Limited with his wife. Six years later, he established the Alan Chan Design Company.

150In the 1970s, high-end commercial tasks such as LP cover design were usually the province of advertising houses, with graphic designers only rarely taking part. By the time Alan Chan moved into graphic design, the situation had changed. His experience in advertising had made him sensitive to client needs and adept at creating designs with a strong commercial touch. In particular, Chan evolved a talent for injecting his creations with Oriental elements that would appeal to foreign imaginations.

In this respect, Chan’s inspirations were grounded by interests in 19th century Chinese export goods such as oil paintings, porcelain and silverware – themselves representations of Chinese culture in a Western form. Chan called it “Oriental sentiments within Western tunes”.

His unique designs proved hugely popular and were enthusiastically studied by aspiring designers. By the turn of the century, Chan was putting his flair for merging marketing strategy with design and transforming brand and company images to further use, moving from branding and marketing to visual identity, package and product design, interior design and art consulting.

Throughout his career, Chan's style was praised for breaking through the East-West cultural barrier. His style was different from those of Henry Steiner or Kan Tai-keung; Chan's was more a reflection of Eastern culture as imagined by the West.

Alan Zie Yongder: A Publishing Maverick

Alan Zie Yongder was born in Fujian. He moved to Hong Kong at the age of five and lived with his mother in his childhood. At the age of 16, he went to Philippines living with his father, who managed a family-run iron and steel construction materials company. He returned to Hong Kong at the age of 20.

He recalls that he managed to convince Luz Gallery, a prominent one in the Philippines, to host an exhibition of his work. While struggling in Hong Kong, he drew the calendar for the British American Tobacco company, which turned into an opportunity to meet their Creative Director Andrew Simpson. On Simpson's recommendation, Alan Zie Yongder was appointed to paint four works for the Hong Kong Pavilion organised by the Hong Kong Tourist Association at the Osaka Expo in 1970.

He was also an ambitious cultural operative, who at his peak owned 32 magazines. *Elegance* was the flagship title and a milestone in his publishing career.

The *Elegance* story began with the long-running TVB Jade series *A House is Not a Home*. Broadcast at prime time in 1977 with an estimated audience of 2.4 million, its leading character 'Lisa' ran an "Elegance magazine" and stood out as confident, strong and competitive professional woman. Her image caught Zie's attention. He registered *Elegance* as the title of a new magazine at the Newspaper and Article Administration Division the very next day. At first, people thought it was a mere publicity stunt.

Elegance not only opened up a new high-end women's magazine market, but also established a new standard for Chinese magazines in Hong Kong. There were only 48 pages for the HK\$3 cover price, but to the surprise of many, its readership of 35,000 set a new record. It established an image for professional women that many in Hong Kong aspired to. As a matter of fact, there were three real female chief editors who

embodied 'Lisa': Cheung Wan, Tse Wai-ling, and Liu Tian-mei.

Zie also acted as a white knight for City Magazine on three occasions. One of his most remembered moves was to enlarge the magazine's format as he wanted its "visually shocking" dimensions to stand out on newsstands. The idea, he said, came from Andy Warhol's Interview magazine he had seen in the USA. Because of John Shum Kin-fan's connection, Tina Liu Tian-lan and her good friend William Chang Suk-ping later joined City Magazine. The extra-large format also provided a unique platform for showing off designs and proved very appealing to advertisers.

Another unforgettable magazine was artention, which covered visual arts, music, theatre and performance. The high-end lifestyle magazines he published reflected a bustling new age of consumption in Hong Kong and provided platforms for the city's graphic designers, photographers and illustrators. He also attempted to localise and popularise fashion and taste. His contribution to Hong Kong publishing is without parallel.

Design & Illustration

The Early Days of Illustration

As the "King of the Monthly Calendar" Kwan Wai-nung (1878-1956) moved to Hong Kong in 1905, he worked as a professional advertising creative, graphic designer and printer. The modern ladies he drew became the iconic image for early illustrations, and his style was copied by other Hong Kong illustrators. However the outbreak of Second World War and Hong Kong's subsequent Japanese occupation temporarily halted development of the craft.

In the 1960s and 1970s when photographic technology was less commonplace than today, illustration was the primary medium of visual communication. Illustrators at the time were trained to draw, and only few were also trained in Western-style design. Kong Kai-ming was a famous illustrator before the 1970s.

As demand for illustration increased in the 1970s, local institutions began to offer courses in this area. In 1974, Kan Tai-keung started an illustration course at the First Institute of Art and Design, which was the first in Hong Kong. He later taught illustration of the design course within Studio II. In 1979 he taught illustration in the evening school Higher Diploma programme at the Hong Kong Polytechnic. Students from these courses later formed the driving force behind the emergence and development of modern illustration in Hong Kong.

The American-Japanese Vogue in Illustrator

Just as contemporary art emerged from Western thought, foreign styles also heavily influenced Hong Kong illustration at its infancy. The specific origins of these influences were the USA, and later Japan.

Traditional illustration generally comprised of realistically drawn scenes or objects. It would typically be someone holding a soft drink can or a cigarette, without much decoration and composition. Draw the thing out and that was it, like monthly calendars in Hong Kong. In the early 1970s, with the modern illustration movement in America and Japan, the style became graphical, with more daring compositions.

Illustrator was one of the most well-known foreign magazines in Hong Kong in the 1970s, and was published in US and Japan editions. The US edition featured Time magazine covers, Hollywood movie posters and album covers, while the Japanese version included step-by-step illustration guides in which a featured designer's technique would be photographed from start to finish.

Illustrator was priced at HK\$100, which was very expensive when the average monthly salary of an illustrator at the time was just HK\$2,000. Despite this, before the internet, it was the main channel for young designers to stay in touch with the international design world.

The Beginnings of Illustration Workshop

Much influenced by Western styles in the 1970s was Illustration Workshop, founded by seven students from the First Institute of Art and Design, the Hong Kong Polytechnic and Studio II.

Their first office was in North Point, and they ran it like a business, taking in jobs collectively. Former member Tomaz Mok recalled that 35% of his income was reinvested into the Workshop.

In the 1960s, Pop Art evolved to explore the linkage of popular culture with art. It became very influential in the USA and UK and fostered many contemporary artists. The Hong Kong design scene too was affected by the trend.

The Illustration Workshop was the first design entity in Hong Kong to adopt Pop Art. The style was used in their posters, postcards and illustrations, manifested in colour and graphic elements. For example, Cultural Revolution visuals were transformed with a colour replacement technique, the results inspiring many young Hong Kong designers and testifying to the Illustration Workshop's lasting contribution to Hong Kong's design heritage.

The Illustration Workshop & Japanese Culture

During the 1970s, members of the Illustration Workshop became deeply influenced by Japanese culture. Some would visit Japan on holiday or participate in frequent exchanges with Japanese designers. Occasionally, popular Japanese magazines such as Pop Dispatch and Popeye would interview them, attracting the attention of their Japanese peers.

One source of Hong Kong's attraction to Japanese things is found in commonalities in their respective written languages and cultures. From that starting point, it was natural for Chinese to compare their culture with that of Japan – and to wonder why Japanese design and culture seemed generally more refined and interesting. It led many Hong Kong designers to become inspired by Japanese culture; not just in their creative development, but in some cases, in their personal lives as well.

The Illustration Workshop and City Magazine

In 1979, the Illustration Workshop provided cover photography and layout design for five issues of City Magazine.

John Chan Koon-chung, writing in *A Belated Sense of Design*, recalls it as “... a major undertaking for City Magazine or any other local magazine at the time... Looking back, the five covers and the fashion photography by Illustration Workshop in 1979 were Hong Kong design classics... The way members of the Workshop styled their hair, dressed, expressed themselves, behaved, and worked and managed their living spaces all exuded a sense of design and the cutting edge of fashion, as if they lived just for design.”

The title of the magazine was handwritten by Wong Kin-ho, a founding member of the Illustration Workshop, which had been used since July 1979 (the 34th issue), and until April 2018 (the 499th issue).

The Illustration Workshop was dissolved after its 20th anniversary in 1995.

The Origin of the Illustraces

The Illustration Workshop was not the sole Hong Kong organisation for illustrators in the 1970s; it was during this decade that the Illustraces took form. While the two bodies were different in size and nature, they served a common purpose in linking their members into a form of ‘union’. Two of the key figures in the Illustraces were Adam Chow Siu-hong and Tse Hak.

It all began in 1979 when a group of fresh graduates from a Hong Kong Polytechnic

illustration course rented a classroom at the Hong Kong Arts Centre. Their initial purpose was to regularly draw and socialise together. Soon, more illustration enthusiasts were invited to join them. What evolved operated more as a collective than as a company like the Illustration Workshop.

In 1980, Illustraces member Adam Chow attended the second exhibition of the Illustration Workshop 'Super Vision Show' and had come away impressed: "I was captivated by their avant garde style. They raised the standard of Hong Kong design and illustration tremendously". Later that year, the first 'Illustraces Show' would prove a hit among advertising agencies, resulting in the latter asking a few Illustraces members to create storyboards. In 1983 they held another exhibition, 'The Sights – Illustraces'.

The Illustraces, however, was eventually disbanded due to lack of funds.

A Local Illustrator: Yuen Tai-yung

In the 1970s, Hong Kong's illustration scene was divided into two factions. As embodied by groups such as the Illustration Workshop, one faction followed the path of mimicking inherited foreign styles, and mainly comprised of design students educated in the Western style. The other major faction advocated a local style. Its leading figure, Yuen Tai-yung, was a Mainland immigrant who had found renown in Hong Kong as a film poster illustrator.

Unlike 'academic' illustrators, Yuen had received no formal training and had begun his working life in textile wholesaling. A stroke of luck saw him join a top advertising firm, Grant, in 1966 as a junior sketcher. During the next nine years he would be steadily promoted up to the position of art director.

When Grant was acquired by another company in 1975, Yuen left for JWT, yet another '4A' firm. In that same year he began part-time illustrations work, including film posters and magazine covers. His first film poster was for the 1975 comedy *The Last Message*. His painting style matched perfectly with the movie, and Yuen became famous overnight. Later, he brought a similar style to posters for two other Michael Hui Koon-man comedies, *The Private Eyes* (1976) and *The Contract* (1978). They sparked a new Cantonese comedy trend in local cinema, while Yuen's work inspired a new local style for Hong Kong film posters.

For Yuen, 1975 to 1981 was a golden age. At a time before the Internet, watching films was perhaps the major form of entertainment, and film posters were their main advertising medium. Typically 10,000- 20,000 posters would be printed for each new

release, as opposed to today's 100-200.

Magazine covers were Yuen's other creative area. Starting in 1984, he designed all the covers for the biweekly *Jademan Comics*. In the 1980s he was also involved with *The Far Eastern Economic Review* magazine.

In both his film poster and magazine cover work, Yuen showed a distinct Hong Kong style. Nevertheless he was not exceptional in his creative exposure to Western influence. His style was often compared to that of Japanese comic artist Hajime Sorayama, though in interviews he claimed to be more interested in Western culture. "I am not a complete fan of Japanese things," he once said. "There are very fine details in Japanese culture that are better than the West. It may be due to ethnic characteristics. But for new and creative things, I still prefer Western styles. Japan was influenced by the West in the first place, so I would rather learn from the source directly."

A Local Illustrator: Sky Liu Sze-keung

Another illustrator whose preferences ran Western was Sky Liu Sze-keung.

"Personally I am more influenced by the USA, less by Japan, because I don't like it," he explained in an interview. "I thought the American style was more formal. I bought every issue of *Illustrator* from the USA, and none of the Japanese version. I find Japanese colour schemes a bit strange, which I suspect has to do with ethnic characteristics."

Liu continued: "I was a big fan of Mark English, Bob Peak and Bill Butcher. Their drawings were very accurate, not even Kong Kai-ming could match them. The degree of shade was very precise. Hong Kong still has a lot to learn."

The commonality between Liu and Yuen Tai-yung was that neither was formally trained. However, Liu had taught himself design techniques by referring to overseas magazines, and he had broken into the profession by winning contests.

But for Liu, design was more than a hobby; it was a path to a decent living. Perhaps as a consequence, his designs stick closely to client requirements. While his personal style may not be very distinctive, it was good for getting commissions.

Nevertheless, Liu was very conscious of trends in local design. As he explained, "The 1970s was a period of economic boom. Look at pop singers of the time, like Samuel Hui Kwun-kit; I didn't particularly like his songs, but as a designer you need to have a sense of these things. Hong Kong people began to gain confidence and show off the things in their lives. Maybe it was because the Mainland of China at that time was so

backward that we were relatively confident.”

“It is the same for design and illustration. It is like how when we are in the stage of 5 to 15 years old, we feel so flawed, but we are also changing very dramatically. From the 1990s onwards there wasn’t much change, but the direction of art was very clear, unlike in the 1970s and 1980s. We needed to be flexible. All that mattered was to give them what they wanted, not something too professional.”

Design and Commercial Photography

Commercial photography did not exist in any meaningful form in Hong Kong before the early 1970s. As photographer Jonny Koo Chong-shek recalls, “... there was no professional photography in Hong Kong. It existed in Japan when I was in school [Koo studied photography in Japan from 1976-78], but not in Hong Kong.”

Instead, for decades, salon photography had been Hong Kong’s closest approximation to professional and commercial photography. The sector became the launching point for many of the people who would eventually determine a very different direction for Hong Kong photography in the future.

The popularisation of photography saw it supplant hand-drawn illustration and become the most important element in design. Koo remembers the transition occurring while he was studying in Japan, “In the 1970s and 1980s, spray guns were in fashion in Japan. It was also the time when designers began to replace it with photography. Our jobs would be like taking photographs of a safety match, for example, for HK\$100 or HK\$300 or whatever. It was the bread and butter for photography. Gradually, drawing was replaced as it takes longer.”

The purpose of commercial photography and the commercial photographer was not to record an object, but rather to present an object of desire – to promote its marketing value. Commercial photography also gave the art form market value, which was a common specialty amongst photographers in the 1970s and 1980s.

Compared to illustration, photography was more about division of labour; a food photographer wouldn’t be asked to do fashion shoot, and vice versa. In the 1970s and 1980s as Hong Kong’s economy prospered, most photographers focused on fashion and consumer goods. The improved equipment during these decades also helped photographers to create world-class products.

Foreign Photographers in Hong Kong

In the early 1970s, most professional photographers in Hong Kong were foreigners,

mostly from Western countries and Japan. From Australia came Kevin Orpin; from India, Dinshaw Balsara (1938-1988) ; from Denmark, Benno Gross (1953-2004) ; and from the UK, Peter Cook and Richard Blight. As Jonny Koo Chong-shek remarked, "... foreigners dominated the Hong Kong advertising market."

Mostly, it was Hong Kong's design and advertising firms who employed foreign photographers in the 1970s. "They formed their own circle. They were friends with the creative directors of advertising companies, who were foreigners themselves. So you had an edge as a foreigner", recalled by Leong Ka-tai in the interview. But with the increasing availability of photography courses, more local talents began entering the industry.

The expatriate talents had brought the latest photographic techniques to Hong Kong, and this has also helped to nurture Chinese photographers. For example, Kevin Orpin, a fashion photographer, opened his own studio in the 1970s and hired Alan Chan Yau-kin and later Raymond Wong Yan-chi as assistants. Dinshaw Balsara meanwhile specialised in editorial fashion photography.

Thanks to geographical proximity, many creatives from Australia looked to southeast Asia for job opportunities. Especially attractive were cities like Singapore, Kuala Lumpur and Hong Kong where creative industries were taking off. "When the word went out that American firms were coming to Hong Kong, people followed. Australians were considered creative and smart. They had good connections with Americans, Europeans and Britons as they spoke the same language," recalled by Robert Lam Wai in the interview.

Foreign-Educated Local Photographers

From the late 1960s to the early 1970s, Western photographers dominated the local industry to the extent that Chinese could rarely establish their own firms. The situation began to change when the first generation of overseas students – including such figures as Jonny Koo Chong-shek, Tsai King-yan, Nicholas Tsui Pui-chuen and Leong Ka-tai – returned home from their studies.

Until the 1970s, with memories of the occupation of Hong Kong still fresh in the community's conscious, studying in Japan was a rarity for Hong Kong students. Those who did dare to study in Japan were labelled traitors. But with the Osaka World Expo beginning to change perceptions, the label gradually faded from use and Japanese popular culture even began to infiltrate Hong Kong society. "Once perceptions changed, the weight on our shoulders was lifted. Studying in Japan was no longer a stigma and we wouldn't be called traitors anymore. Also the clothes in

Japanese are in Asian sizes, so it's easy to find what suits you in Japan. That was how the trends were set. Naturally we found Japanese aesthetics to be unique and warranting further exploration," explained Koo.

The Osaka World Expo not only dampened anti- Japan sentiment in Hong Kong; it also impressed Hong Kong with its focus on design. "Japanese advertisements and designs have very strong sense of packaging. In Japan I could feel design in the smallest aspects of life. Even a street food shop fulfills multiple design objectives, from logo to letterhead and paper bags, they are all presented very well.... Design was common enough there to nurture good designers and photographers," Koo said.

After finishing his photography course in Japan, Koo returned to Hong Kong to start his own firm. Through his connections and a pinch of pure luck, he was commissioned as the fashion photographer for the Bang Bang garment brand. He also collaborated with magazines such as the pre-large format *City Magazine* and Alan Zie Yongder's *attention* and *Elegance*.

Tsai King-yan was a close friend of Koo's and graduated from the same school in Japan. He returned to Hong Kong in 1978, first specialising in car photography, then collaborating with designers such as Alan Zie Yongder, Michael Miller Yu and Alan Chan.

In 1972, Nicholas Tsui Pui-chuen founded CLIC Limited with his younger brother and two fellow students from the Art Center College of Design in the USA. Their firm took on interior design, graphic design and photography jobs. Tsui recounts that "There were few 'new wave' designers in Hong Kong at the time, so it was quite a thing when we launched the company. There were a lot of walk-in jobs, including the logo for New World Development Company Limited, though I wonder if anybody still remembers that we created it. It was a strange time – you called yourself something, and you were something."

In the 1970s, design talent was in short supply in Hong Kong, in particular young people with latest technical skills from abroad. Robert Lam Wai remembered how, "In 1971, Hong Kong was only starting to develop. They saw in me a young photographer with some overseas exposure, having lived abroad, and I got more and more jobs because of that."

Another advantage enjoyed by overseas graduates was language. Leong Ka-tai, who started his own business after returning to Hong Kong from France in 1976, was very comfortable communicating with Western clients. Tsui agreed that English

proficiency was crucial for doing business; as he puts it, English skills were both a capability and a social differentiator.

Tsui's CLIC Limited became a nursery for budding designers. Famous for his food photography, Raymond Wong Yan-chi was first hired by CLIC as an assistant and became Tsui's protege for the next four years. Tsui also employed Wong Kin-ho and So Ching-yuen from the Illustration Workshop. CLIC Limited also worked on government projects including the 1974 Clean Hong Kong Campaign. Tsui collaborated with Henry Steiner to shoot projects for Hongkong Land and Matheson.

In 1976, Leong Ka-tai returned to Hong Kong from France, opened a studio, and spent the next six years in advertising photography. He took on countless local magazine jobs, including 10 or so covers for the reforming *City Magazine* in collaboration with Illustration Workshop. He was also involved with *Discovery*, working with then art director Peter Wong. Later, Leong would be commissioned to create a photo album commemorating Singapore's first 20 years of independence. His works were published in *National Geographic* and the *New York Times*, launching his photojournalism career in the 1980s.

The cohort of returning students gradually found their niches in the trade. Many would also play active roles in photography education in Hong Kong. Leong Ka-tai and Alfred Ko Chi-keung, for instance, taught photography at the Hong Kong Polytechnic.

Fashion Photography

In the early 1970s, fashion photography primarily meant magazine advertisements and cover shoots.

Before the 1970s, Hong Kong was hard-pressed to even cover those limited bases, so meagre was its talent pool. Expat photographers such as Kevin Orpin and Dinshaw Balsara stepped into vacuum – and eventually, the first local fashion photographers emerged. The first of the latter to rise to fame was Robert Lam. As he recalled, “I was the only one local photographer at the time. The rest were mostly Westerners. Gradually I benefited from these social connections.”

In the 1970s, with the Hong Kong economy exploding, local merchants and media were willing to spend big money on product promotion. As a result, there were more resources and creative opportunities for photographers. Ample budgets also allowed creative teams to become highly specialised. A typical studio crew would consist of a photographer, hair stylist, make-up artist, coordinators, an editor from the magazine, a

secretary and production assistants. Robert Lam Wai worked for brands like Joyce, Levi's and Lane Crawford.

In the 1970s, overseas magazines such as *Vogue* began to enter the Hong Kong market, but from the 1980s onwards, there was still room for local fashion magazines to flower, such as Jessica, HKTDC's Apparel and *Enterprise*, while Zie's empire competed with attention, *Elegance* and others. Photographers and related professions were in increasingly high demand.

In 1974, Jonny Koo Chong-shek finished his photography training in Japan and returned to Hong Kong to work for the fashion brand Bang Bang, and later for its various jeans brands such as Texwood. With an introduction from Tsai King-yan, he started working for *attention* and *Elegance* and moved into fashion photography.

It was Leong Ka-tai's practice to take the final layout into account before shooting. "When I shoot for magazines, I would keep thinking 'okay this is an open shot, that is a close-up shot, and then a full-page shot, or a shot for double spread'," he recounts. Collaborations between magazines and fashion photographers like this not only fulfilled the demands of publication, but also raised the artistic standards of local magazines.

Food Photography

Raymond Wong Yan-chi has been the leading figure of food photography in Hong Kong since the 1970s.

Wong did not study abroad at first. After finishing the design course at First Institute of Art and Design in the early 1970s, he realised that graphic design wasn't for him. Joining Nicholas Tsui Pui-chuen's CLIC Limited, he became the founder's protege for four years, then went on to work as an assistant for master fashion photographer Kevin Orpin. After half a year, Wong departed to start out on his own.

Though there were very few Chinese photographers in the industry of the time, Raymond Wong became typecast as a specialist food photographer after winning Gold Awards in Hong Kong Designers Association competitions. In 1989, he went to the USA to take a three-month course in food styling – and came away enlightened. Besides photographic technique, he also learned the importance of food culture and made it a crucial part of his creative practice.

To apply his newfound knowledge to Chinese food, Wong went as far as to learn how to make Chinese dishes, western dishes, bread and dim sum himself. Looking back, he explains "Why did I have to learn such things? For instance, I needed to know why

some chefs were able to make the shrimp dumplings' wrapping so thin and clear, how they prepared them from flour, and what technique was used to wrap them.”

Professional Photographic Developing & Printing: Robert Lam Color

Developing and printing are the final, critical stages of photography. Before Robert Lam Color, the process took up to three days and the quality was unpredictable. Robert Lam's professional shop turned it into a highly professional and consistent service.

Robert Lam Wai spent almost four years learning photographic and darkroom skills at the Leo Burnett advertising agency. He further refined his skills under famous photographers in Paris and the United Kingdom. After returning to Hong Kong, he became a fashion photographer for magazines such as *Apparel* and *Enterprise*, both published by the HKTDC, and gradually built up a name in the industry.

Lam opened his own shop in the late 1970s. Drawing on his darkroom know-how, he struck on the idea of expanding into professional processing. “Processing used to take days, and we were able to cut it to one hour, including professional jobs. Well if you wait till the next day to start working on a job, of course it takes 24 hours or even three days!” Lam explained. “My goal was to complete jobs within the hour.” And so he launched the first one-hour professional photographic processing shop in Hong Kong and opened a new chapter for the industry.

Photographic Crossovers

While the local photographic industry has clear genres, collaborations between them are quite common. One example was Lee Ka-sing's introduction of artistic elements into commercial photography in the 1980s, developing an alternative style. Lee began his career as a publisher and writer in the 1960s. With his acquaintance Kwan Moon-nam, he edited *Qiu Ying Poetry* in the 1970s. In the same decade, after finishing a design diploma at the First Institute of Art and Design, he slowly shifted his activities toward photography. With his background in the printed word and design training, he searched for an alternative style and injected artistic concepts into photography. He also crossed over with parties outside the design world, as with *Books and Cities* book cover series he created with poet Yasi (Leung Ping-kwan). He also wrote for Yasi's publications, while Leung cited Lee's work in his writings.

Peter Yung Wai-chuen provides another example of multifaceted creative practices in 1970s Hong Kong. After studying photography at the Art Center College of Design in the USA in the 1960s, he returned to Hong Kong and collaborated frequently with artists on projects outside the commercial sector. In 1974, he collaborated with Tao

Ho and launched the 'Man and His Environment' exhibition to educate the public on air and water pollution. He also contributed design and photography to the HKTDC's *Enterprise* and *Apparel* magazines. After the old rail terminus at Tsimshatsui was demolished, he marked the occasion with his photo album, *The Termination*. These works expressed the concerns of many Hong Kong photographers and designers while encouraging them to experiment with their own 'crossover' collaborations. In Yung's other photo album, *Autumn Floods*, he combined his photography with David Chan Tsze-wei's Chinese calligraphy, another example of creating art from the techniques of design.

The Hong Kong Institute of Professional Photographers (HKIPP) has also played a role in encouraging crossovers. Since its foundation in 1987 it has held professional conferences, exhibitions and competitions to both promote professional photography in Hong Kong and creative exchanges with other industries. While being largely professional- driven, Hong Kong photography has been able to break boundaries between genres. As a result, it became an indispensable force in the development of design in Hong Kong.

Typeface Design

The role of typefaces in Hong Kong design began evolving in the 1960s with billboards and logo designs for magazine covers, and continued through to the specialist fonts used in newspapers and computer typefaces.

In the 1970s, the MTR's signage system catalysed the development of typesetting in Hong Kong and raised the standard for local design and application. During the same decade, the popularisation of Chinese newspapers and enshrining Chinese as an official language resulted in a surge of demand for Chinese typefaces. Through the effort of designers, typeface design became better known and Hong Kong became a stronghold of font design.

During the 1970s and 1980s, typeface design evolved through several stages within the scope of graphic design. From hand-drawn artistic typefaces, graphical font design and photographic typesetting to computerised page-making, the industry prospered with each new technological development and produced numerous talents. Typeface design has become highly professional since the advent of computerisation in the 1980s.

Because Chinese and Japanese characters are related, there was an intense exchange of ideas between the two countries' typeface designers. Since the 1970s, design competitions, magazines and companies in Japan have offered important resources

and opportunities to Hong Kong typeface designers, resulting in frequent interactions with their Japanese counterparts.

Hand-drawn Artistic Typefaces

Before typesetting technology, fonts were literally created by hand with a technique known as ‘ruler drawing’. Choi Kai-yan was a pioneer of the craft in Hong Kong. He began working in font design in the 1960s under his mentor Chan Kau-on, who worked for a publisher and was in charge of cover typefaces. As an apprentice, ruler-drawing was Choi’s primary task. “There were no set pieces, so all characters needed to be hand-drawn,” he explains. Choi would later further his training at the Ling Hai Art School.

Hand-drawn artistic types can be considered the earliest form of professional typography design. For Lo Siu-hei, Chinese typeface design could be traced all the way back to ancient public exam manuscripts. His own interest in font design came from calligraphy. “In the late 1970s and early 1980s, many advertising agencies preferred hand-drawn types to ready-made characters. Everything was hand-drawn, which was very time-consuming,” he remembers.

As practitioners of a rare skill, without computers as an alternative, draughtsman were paid handsomely. Chan Tin-yu was one of the best, and even created his own eponymous typeface which was often referenced and copied by fellow draughtsman.

Pictorial Fonts by Choi Kai-yan

Chinese-English hybrid fonts are a product of Hong Kong’s unique history and a fascinating part of Hong Kong design culture. One of the iconic designers in the genre was Choi Kai-yan.

Choi was a typeface ‘ruler drawing’ apprentice under Chan Kau-on during the 1960s. Later in the decade, he enrolled in the Ling Hoi Art School and then took an illustration course at the First Institute of Art and Design. His signature was crossing over illustration and characters, which was influenced by Japanese designers.

As Choi remembered, “Around 1976 to 1978, I took part in a lot of typeface design competitions in Japan. If I even slightly lagged behind, someone else would have created what I wanted to do... so I kept doing it even without commissions. Then I would enter my work in competitions... I had two main rivals, Yuji Baba and Nakagawa Kenzo. Nakagawa Kenzo did a lot of logos and advertisements. The rivalry pushed me to create a lot.”

Choi broke through with the creation of a typeface ‘Bo Nga Ti’ which was a cross between ‘clerical script’ and the light Hei Ti font. He was awarded the Outstanding Greater China Design Award for his logo for Zhong Zhi College. He incorporated exclamation and question marks to convey “the sense of awe and wonder that attract people to pursuit knowledge”.

Photo Typesetting

Technological developments led to the fade-out of hand-drawn artistic types in the 1970s. Photo typesetting emerged to fill the gap between letterpress and digital printing. A film was produced by photography, which would then overlaid with another film with the graphics to combine the words and the images. Originally, the characters still needed to be hand-drawn by craftsmen due to inferior photographic technology, a step called line drawing.

All typesetting boards were made in Japan at the time. Due to differences between Japanese Kanji and Chinese characters, they had to be modified before use.

In the late 1980s, computers began to be adopted for typesetting, spelling the end of the photo typesetting age.

Text Font Design

In terms of design, Chinese typeface applications are categorised as title and text fonts. In terms of creating, typeface designers would design both, with the same practice. The difference is that text fonts are thinner, and despite their name, text fonts are usually used for classified advertisements in newspapers and magazines, not for the content of books.

There was a third type called ‘calligraphy’ fonts which are used on billboards and were designed by specialist calligraphers. An example can be seen on the signboards created for Liu Chong Hing Bank by Au Kin-kung and Eu Yan Sang with writing by Tse Hay. However, as Lo Siu-hay points out, text typefaces were seldom done by calligraphers, and more often by specialists in the design system.

In the age of handcrafted fonts, the demand for text fonts stemmed from artistic needs. The sheer volume of content also increased the cost of manual and bespoke labour. Even in the era of computerised typesetting, individual sets of fonts are still considered separately as ‘title’ and ‘text’ fonts. A set of title fonts alone, Traditional and Simplified Chinese included, consists of around 10,000 characters, so there is even more work involved for text fonts.

In the late 1980s, with the help of computers, text fonts were no longer limited to classified advertisements, but were increasingly used for the main text. Sammy Or Chi-kin created 'Li Song' and 'Li Hei' typefaces in 1989 for the *Hong Kong Economic Journal*, the former possibly being the first Traditional Chinese outline font. The *HKEJ* was the first media to employ digital typesetting, with outline fonts, computer software and printing.

Or points out that the typeface is the most neglected design element. The typeface design trade did not emerge in Hong Kong until the early 1980s. Even today, "font design as a trade is still not really recognised or respected," says Or.

Professionalism in Design: Hong Kong Designers Association

Professional bodies are a key means by which an industry becomes a profession and maintains standards among peers.

The Hong Kong Designers Association (HKDA) has been an indispensable driving force in establishing, advancing and promoting design as a profession in Hong Kong.

Establishment

The HKDA was founded by the Hong Kong Industrial Design Council within the Federation of Hong Kong Industries (FHKI) in 1972. Its missions were to:

- Promote the professional status of the design industry
- Raise Hong Kong design standards
- Define and implement professionalism and conduct for designers
- Encourage external infrastructures for designers' long-term development
- Promote other activities that are conformed with the Association's mission

At the time of its establishment, the HKDA was the first official body formed by design professionals, academics and administrators. Full members came from design practices: exhibitions, fashion, graphics, interior, jewellery, packaging, products, and television and film. There are also associated, student and corporate memberships. The Association holds activities such as talks and seminars to connect its members and the public, and to disseminate the latest information.

The first chairman of the HKDA (1973-74) was B. J. Navetta. Henry Steiner was vice-chairman and became chairman for 1974-76.

Recalling the beginnings of the Association, “The strongest impression was that Chinese members were not that active, as if they were outsiders. Now we are glad to see that Chinese form the core membership of the Association,” says Steiner.

Under Steiner’s leadership, the first HKDA show, ‘The Picture Show’, was held in 1975. There were only graphic and advertisement designs in that iteration, but its success guaranteed another version to be held the following year. Over 40,000 visitors attended, greatly promoting a ‘new industry’ to the public.

Late 1970s

In 1977, during the chairmanship of Christopher Chow (1976-78), the HKDA published the ‘*Design ’77*’ Exhibition Annual.

The 1978-79 chairman Marshall Corazza once gave a comment with great foresight: “As a result of the international nature of the design industry today, the Association should enhance connections with the outside world, strengthen our industry and cultivate the public’s understanding of design. For instance, we should promote recycled paper and include environmental consciousness in packaging design, and to try and rectify mistakes of previous generations. This is a very challenging task, we need an energetic younger generation to join in the mission.”

In 1979, the HKDA organised ‘Design ’79’ with the Japan Typography Association (JTA) and published the accompanying Design ’79 Catalogue. It was the first joint exhibition between Hong Kong and Japanese designers and was sponsored by Takeo Co., Ltd. Japan and Tai Tak Takeo Fine Paper Co., Ltd. of Hong Kong.

1980s

The HKDA passed its first decade. Tao Ho was chairman during 1982-84 and 1984-85. The ‘Hong Kong Design Exhibition 1984’ was supported by the Urban Council and the Hong Kong Museum of Art. Of 1,040 works entered, 218 by 78 designers were selected for exhibition.

Kan Tai-keung was chairman from 1986 to 1988. Financial burdens on the FHKI led it to push for the independence of the HKDA. In 1986 the HKDA was formally registered as an independent body. Through the efforts of Kan and other committee members, the HKDA cleared its debt in 1986, and even generated a surplus to support its regular activities.

During his term, Kan took an active role in broader issues related to design and art. The goal was to engage the public through design competitions, academic activities

and commentary. These actions were met with improved public recognition of the HKDA. Kan also proposed free academic talks for student members to cultivate the next generation's understanding of the profession.

Under the chairman's leadership, the 'Hong Kong Design Exhibition' was revamped and became a biennale.

Overseas experts were in the jury for 'Design '86' and 'Design '88' (the 'Hong Kong Design Exhibitions' in 1986 and 1988). Approximately 400 works were chosen from more than a thousand entries. Both exhibitions were sponsored by Tai Tak Takeo Fine Paper Co., Ltd. of Hong Kong, which also provided entries from Japan and the USA. There were also talks by renowned overseas designers. 'Design '86' was re-shown in Guangzhou, and the winning works were displayed at the Paper Show in Japan.

Late 1980s to early 1990s

The HKDA held the first '24' exhibition of members' works. Another members' show, 'Directions 22', was held in 1989.

In 1987, the Association organised a calendar design competition with Tai Tak Takeo Fine Paper Co., Ltd. of Hong Kong. The aim was to encourage new ideas and creative use of artistic paper. The tagline was 'Paper is the soul of design'.

Annual day-long 'Design and You, Design and I' free seminars for design students were held from 1987 to 1989.

'Design '88' was again re-shown in Guangzhou. The Association members' works were also displayed at the Daimaru department store in Osaka.

The key event for the HKDA in 1989 was offering four scholarship programmes in collaboration with Pico and the HKTDC. Four students were sent to study design at Illinois Institute of Technology in Chicago.

In 1990, the 'Design '90' (the Hong Kong Design Exhibitions 1990) Exhibition Annual was printed in full colour for the first time. In the same year, five members received honourable mentions from the Association. In 1991, 'Design '90' was re-shown in Guilin, China. Seventeen designers from Hong Kong were invited to exhibit at 'Design and Watch, Taiwan Hong Kong' in Taiwan.

Alan Chan Yau-kin became the chairman in 1991, announcing "Design in the 20 th century is all about Asia. I earnestly hope that future leaders of the HKDA will do even better than us, and enhance public and foreign peers' understanding of Hong

Kong design through more talks and exhibitions.”

Chapter 3

Interactions & Exchanges between Hong Kong and Other Regions

Hong Kong's design industry was developing fast during the 1970s. When Wucius Wong returned to Hong Kong from the USA, he brought with him the American concept of modern design education. Soon afterwards, design programmes using both its theory and system began to be offered in local institutions such as the Hong Kong Polytechnic, the First Institute of Art and Design and the Hong Kong Chingying Institute of Visual Arts. It was from this crucible that many local talents emerged as design professionals.

As Hong Kong's industries grew during the 1970s economic boom, so did the confidence, Hong Kong's designers started to look outward. Factors such as Hong Kong's location and relatively open political environment made regional exchanges with the Mainland of China, Japan and Taiwan especially prevalent in the 1970s and 1980s.

Enlightening Design in China

In 1978, spurred by an urgent need to modernise the country, the Chinese Government launched unprecedented policies of internal reform and opening-up. After years of isolation, the country was hungry for the knowledge and experience of the outside world – and geographically, culturally and historically, Hong Kong was ideally placed as a bridge between the two.

Design was one of the forces of modernity introduced to China at the time. From the mid-to-late 1970s into the 1980s, Hong Kong organisations initiated a range of design exchanges with the mainland. Of particular note was a delegation to Guangzhou Academy of Fine Arts, formed with teaching staff from the Hong Kong Polytechnic and led by Wucius Wong and Kan Tai-keung in 1979. In the same year, another delegation led by Lui Lap-fun brought more than a dozen instructors from the First Institute of Art and Design to the Central Academy of Arts and Crafts, Beijing to conduct lectures. In 1981, Kan Tai-keung led directors and teachers from the Hong Kong Chingying Institute of Visual Arts on another exchange to the Guangzhou Academy.

Exchanges with the Guangzhou Academy of Fine Arts

Even prior to the aforementioned events of the late 1970s, artist and gallery owner Cheng Hoi had begun to clear a path for modern design in China. It all started in 1977 when he visited an artist in Zhanjiang, where he met Yin Dingbang, a teacher at Guangzhou Academy of Fine Arts.

Cheng recounts, “I told Yin Dingbang that the Mainland of China was falling far behind what the rest of the world was doing. Later, I showed him some packaging of Chinese products, created by foreign designers and collected from the USA, to explain how design was done out there.”

As Yin Dingbang recalls of the discussion, “Cheng Hoi always works for and thinks of the next generation. He gave us all the teaching materials and slides from the integrated design course conducted at his

166art gallery in Hong Kong. Once he asked me to go with him to Shiwan (a city famed for pottery), and on the way he told me how to teach all the different subjects – from typography and design composition to comics – one by one, step by step. When we returned to the Dong Fang Hotel in Guangzhou, he asked me to stay in his room. We talked and talked for many nights.”

Taking the Kan Tai-keung inspired course materials Cheng Hoi had given him, Yin Dingbang began thinking about how to introduce modern design concepts into his teaching at the Guangzhou Academy of Fine Arts. He introduced Cheng to the then head of the Academy’s Decoration Department, Professor Gao Yongjian. Gaining Gao’s support, they began organising seminars on modern design concepts by inviting speakers from other regions outside the Mainland of China.

Inviting visitors presented another challenge, as foreign entries into China were strictly rationed. Accordingly, the Guangzhou Academy of Fine Arts, the Guangzhou Artists Association, the Guangzhou Province Packing Corporation (of the China National Packing Import & Export Corporation) and The First and The Second Light Industry Corporations pooled their Foreign Exchange Certificates to obtain the necessary official clearance.

The Hong Kong delegation itself was meanwhile taking shape. Using Cheng’s connections at the Xin Hua News Agency, which later formed a ‘Hong Kong Designers and Educators Exchange Delegation’. It was led by the head of the Art Department of Xinhua News Agency, Yin Puiling, and design educator and artist Wucius Wong. Other members of the delegation included Kan Tai-keung, Lam Hingtong, Hon Bing-wah, Leung Kui-ting and other Hong Kong designers.

In 1979, it finally happened. The delegation was received at the Dong Fang Hotel, Guangzhou’s sole hotel at the time. Their talk at the Guangzhou Academy of Fine Arts was greeted with a full house. One of the participants, Yu Xiyang, remembers “There were no empty seats. Those who came late had to stand... we estimated that

there would be over 200 participants... there were no tables and chairs, so everybody had to bring their own chairs, but the room was jam-packed.”

Yu continues, “They held an exhibition in an old and shabby display gallery in the Academy... and conducted their lectures in a lecture room, which was very basic. Ten of the delegates chipped in to buy a slide projector for HK\$600 because they knew that we were not able to provide one. Amid these simple facilities, they started talking about design concepts, history and components.”

Kan Tai-keung recalls the seminars, “Over the three days, we did lectures in both the mornings and afternoons, about four per day. We talked about experiences and examples from Hong Kong. On the first day, after we had set up the slide projector and allotted the lectures’ rundown, the electricity went down. Wucius Wong managed to give a full lecture without any visual aids, and I did the same for the next lecture. The lectures were all about concepts until power resumed the next day.”

“We went through about a hundred slides for each lecture, so there were about 1,000 in total. Wucius Wong talked about the three major design compositions: graphic, three-dimensional, and colour. We demonstrated things mostly with student works. Wucius Wong and Leung Kui-ting compiled their works for lectures into their textbooks.”

As a parting gift, the Hong Kong delegation donated Wucius Wong’s textbooks *The Principles of Graphic Design* and *The Principles of Three-Dimensional Design*, along with all their teaching aids and the precious slide projector, to the Academy.

Hong Kong’s lasting impact on the Guangzhou Academy of Fine Arts

In 1981, the Guangzhou Academy of Fine Arts invited Hong Kong designers for another talk. This time, a Kan Tai-keung-led delegation of directors and lecturers from the Hong Kong Chingying Institute of Visual Arts gave extensive lectures on professional and educational topics. Wang Xu, Wang Yuefei and Zhang Xiaoping were among the hundreds who attended.

Following the Hong Kong Designers Association Biennial in 1985, the then chairman Kan Tai-keung was invited to another Guangzhou Academy of Fine Arts exchange along with Alan Chan Yau-kin, Tam Chan-bong and others. Winning entries from the Biennial were exhibited, together with paper samples from Takeo Paper Co., Ltd., a Japanese manufacturer, and American paper designs.

During both exchanges, the volume and variety of works in the ‘Hong Kong Design Exhibition’ impressed Chinese audiences. Preceding it was the ‘design NOW Hong

Kong' exhibition organised in 1981 by the Hong Kong Chingying Institute of Visual Arts, which was first shown in Tokyo before moving to Guangzhou and Tianjin. During the China leg of its tour, a delegation from the Hong Kong

Chingying Institute of Visual Arts travelled with the exhibition to attend the Annual General Meeting of China Packaging Federation and present reports on packaging and trademark design.

Talks in Beidaihe

The success of the early exchange trips had drawn the attention of the Ministry of Foreign Trade and Economic Corporation to modern design. Cheng Hoi recalled a visit from the Ministry of Foreign Trade and Economic Corporation staff during his stay at the Dong Fang Hotel in Guangzhou. They were seeking his help to draw up and coordinate a modern design course for heads of university art departments and the professors at art academies.

Accordingly, in the summer of 1980, a two-week internal course on packaging was held in Beidaihe, near Beijing. Department heads from art academies from across the country and some top young lecturers attended, while the Hong Kong side was represented by Cheng Hoi, Chan Pui-man, Au Yim-cheung, Chan Yan-si and Leung Mo-han, amongst others.

As Cheng Hoi remembers, "Those sitting in the front rows were senior officials. They fell asleep, every day. Those in the back rows were engaged and focused. There was no recording gear back then, so they had to take notes and make sketches. They noted everything we said. We had classes in the morning and afternoon, and then group discussions in the evening, mediated by the instructors."

Exchange with the Central Academy of Arts and Crafts, Beijing

In April 1979, Lui Lap-fun, former head of the First Institute of Art and Design, led a 'First Institute of Art and Design Delegation' of 16 designers⁵ to showcase almost 300 posters and package designs in a small exhibition at the Central Academy of Arts and Crafts, Beijing.⁶

Designer Henry Lui Po-man remembers the trials and tribulations of the trip to Beijing: "We rushed to catch the train [from Hong Kong] at midnight, changed to a mainland train after crossing the border, and then took a plane from Guangzhou. To get onboard the mainland train, we'd had to climb through the windows like refugees. We arrived at Beijing after dark. There was no hotel then, so we stayed in a dormitory at the Central Academy of Arts and Crafts. It was absolutely freezing, and there was

no heating.”

Besides the exhibition, the delegation gave a series of talks during their fortnight stay. On 16 April, Lui Lap-fun gave a presentation on the current status of the First Institute of Art and Design. The next day, Ma Lok talked about the relationship between advertising design and art. Choi Kai-yan talked about modern applications of Chinese characters. Lui Lap-fun was the chief lecturer, while Lam Shun helped to translate during the talks.

The response was overwhelming enough to prompt Lui Lap-fun into proposing a more in-depth, month-long lecture course on Bauhaus constructivism. The Central Academy of Arts and Crafts agreed, and Lui Lap-fun and Lam Shun duly received invitations from the Department of Light Industry to visit the Central Academy of Arts and Crafts, Beijing again in October.

Lui's notes of this exchange are illuminating. “From the 4 to 28 October, in less than a month, I was delivering an intensive version of I would teach in a year and a half in Hong Kong. Graphics, three-dimensional, packaging, colour, photography, posters, illustration, etc, are all covered. Classes ran from 8:15am to noon, then from 1:30 to 5pm. From 7 to 9pm there were slide shows for discussion. We brought more than 4,000 slides, mostly of living environments around the world, as well as art and design, to enlighten their understanding of modern design. The audiences were mostly the teachers and students from the Academy's packaging and industrial design, plus some art workers from Beijing and from other provinces. There were about a hundred audiences in total. Beside lectures there were several seminars, as well as individual guest talks.”

Zhang Geming, who attended the talks, recalled, “Lui Lap-fun was there to introduce constructivism. It was entirely new to us and we were very curious. Basically it starts from a rational position, and talks about fundamental components of form, as well as networks, organisations, how to go from two dimensions to three. As far as I can remember, there were 20 of us in a class as original planned, but that big classroom filled up eventually. Every seat was occupied by two persons. There were a lot of attendees from publishers and other academies. They all heard about the talk and came to sit in.”

One of Lui Lap-fun's lectures, ‘Designing China’, was “... less specific and systematic than the other classes,” says Zhao Tianxin. In it, Lui “... illustrated a big picture, like how to combine the Chinese tradition with Bauhaus philosophy from the West, and put it into application.”

Another attendee, Zhang Xiaoping recalls of the lecture that "... 'Designing China' was more about design than China. He showed us slides of America and other places to illustrate his knowledge of design and other developed countries. The most impressive were the items from sex shops. China then was still pretty conservative, so it was a culture shock for us for someone to come along and suddenly open a window... there were plenty of things that we haven't ever seen before."

Following these activities, the First Institute of Art and Design and the Central Academy of Arts and Crafts established an official working relationship which was maintained throughout the 1980s.

On the other hand, since the early days of the First Institute, Lui Lap-fun had strongly believed that a Chinese ethnic arts' component was essential to its design curriculum. Indeed, the First Institute had held a 'Design and Ethnic Styles' exhibition in 1976. In 1981, the ethnic element would gain further strength when Lui recommended First Institute graduate Tse Hak to the Central Academy of Arts and Crafts, Beijing, to deepen his knowledge of Chinese ethnic arts.

Tse Hak Studied at the Central Academy of Arts and Crafts, Beijing

It was Lui Lap-fun's vision to use ethnic Chinese arts as a vehicle with which Hong Kong design could break free from European and American models and establish its own style. The problem, as Tse Hak pointed out, was that links between Chinese culture and Hong Kong had long been severed by the 1970s, and little information about Chinese ethnology existed at that time.

Rather than giving in, Lui recommended Tse to the teachers and deputy head of the Central Academy of Arts and Crafts, Beijing. Having gained their agreement to accept overseas students, he immediately submitted a formal application for Tse, and Tse was duly enrolled as an overseas student in 1981.

Since his role and objectives differed from the local students, Tse did not go to class with them. He focused on Chinese decoration rather than specialising in design, spending an entire year doing fieldwork on ethnic arts all around the country. "I had a clear plan," he says, "Two months in the northeast, two months in the Northwest where the Silk Road is, two months in the southwest in Yunnan, then two months in eastern China, including Hangzhou."

"I went alone to see the cave art in Xinjian. In the 1970s and 1980s the anti-Han movement was quite active; there were riots and many people were killed. Zhang Ding (the President) (1917-2010) often reminded me to be very cautious during the

visits, and don't get anything wrong..."

On his return to Hong Kong after almost two years, Tse went back to the First Institute of Art and Design to teach. He compiled and published his studies in China as *Chinese New Year Woodblock Prints* (1985) and *Chinese Relief Art* (1987).

Guangzhou Province Packing Corporation of the China National Packing Import & Export Corporation

Official bodies served as the primary link between China and the outside world at the beginning of China's reform and opening-up period. When economic reforms began, key cities like Guangzhou focused on trade and exchange to update their production know-how.

At the time, Huang Li was working for the Guangzhou Province Packing Corporation of the China National Packing Import & Export Corporation, also known as the Guangdong Province Packaging Corporation. He recalls: "In the 1980s, there was funding from headquarters to purchase books and organise exhibitions. Looking back, it was a dumb way of doing exhibitions. We sent people to Hong Kong with tens of thousands of dollars to collect sample packaging from supermarkets. We worked like porters, carrying the products to the exhibition venue... say the Haizhu Plaza. We set up the exhibition and sent invitations to people from all over the country, just saying it's an exhibition about the latest overseas packaging."

"It was a funny development process. We didn't design the exhibits and we had no idea who did, as long as they were good designs. We did this kind of exhibition twice."

Huang Li and *Packaging and Design*

Besides its ad hoc exhibitions, the Guangdong Province Packaging Corporation also exerted a design influence through its magazine *Packaging and Design*. First published in 1973 as an internal magazine titled Packaging and Furnishing, it evolved into one of the first professional design periodicals in China. It featured graphic and packaging design, and acted as a networking platform for designers in China and from overseas.

Simply finding content for the magazine was an early problem, Huang recalls: "In the beginning we struggled to find information, so we simply translated magazines and books such as *Print*, *Communications Arts* and *Graphis*. We had little awareness of copyrights, and we were just so eager to learn about the outside world. We even translated Russian and Japanese material besides the English."

Packaging and Design ran features on Hong Kong designers such as Kan Tai-keung, Alan Chan Yau-kin and Choi Kai-yan. They also sent correspondents to Hong Kong to meet designers and learn about the industry. In 1987, on behalf of the magazine, Chinese designer Wang Yuefei visited Kan Tai-keung's firm, the Design Department at the Hong Kong Polytechnic, the Hong Kong Chingying Institute of Visual Arts and the Design Department at Lee Wai Lee Technical Institute.

Wang Xu and Design Exchange

Another figure emerged from the Guangdong Province Packaging Corporation was Wang Xu. After graduating from the Guangzhou Academy of Fine Arts in 1979, he worked in the Corporation's furnishing department, meeting David Chan Tat-yan, the head of Keng Seng Trading & Co., Ltd., at the first exposition for overseas visitors organised by the Corporation. The latter at the time was interested in purchasing design materials from Keng Seng Trading & Co., Ltd., and Wang helped Chan to establish a good relationship with their headquarters in Beijing. Later, when funding allowed it, Wang used the collaboration with Keng Seng Trading & Co., Ltd. to organise Hong Kong designer tours, with Keng Seng Trading & Co., Ltd. recommending reference books and magazines to the participants. All these activities would profoundly influence the mainland design industry in the early years of China's reform.

In 1986, when Wang transferred to Guangdong Enterprises in Hong Kong to supervise design work, he was instructed to relay the latest design knowledge from all over the world into China. This became a catalyst to his founding of *Design Exchange* magazine during his stay in Hong Kong.

The editorial work of *Design Exchange* was done by Wang Xu himself during his spare time – from writing, editing and typesetting to page-making. It was a great opportunity for him to expand his network. Through the Guangdong Province Packaging Corporation, he met Lo Kam-kwong, the head of Tai Tak Takeo Fine Paper Co., Ltd., who provided the paper *Design Exchange* was printed on from the very first issue. Later, when Wang was beset with difficulties compiling material, he met Henry Steiner through Tai Tak Takeo Fine Paper, and invited him to work as an adviser to the magazine. Steiner agreed and began his involvement since the fourth issue.

Wang was conscious of the magazine's role in introducing design know-how to China. Each issue strove for maximum diversity, showcasing designers from all around the globe. The fourth issue, for example, focused on Western American design; the fifth on Japan; and issues on London, overseas Chinese designers, Australia, Germany and New York would follow. After returning to Guangzhou in 1996, he produced four

more issues, for a grand total of 14.

Design Exchange made a great impact on Chinese designers, but was a successful magazine in its own right, winning awards from the Art Directors Club in New York and the Hong Kong Designers Association.

Modern Design Reverberates through China

Before Hong Kong design industry had established any foothold and brought along the concept of Bauhaus into China, the mainland had been absorbing craft arts or modern design by sending students abroad. For example, Zhu Danian (1916- 1995), a professor at the Central Academy of Arts and Crafts, learned ceramic art in Japan during the 1930s; Pang Xunqin (1906-1985), a deputy head of the same institution, was a 1925 alumnus of Académie Julian, where he had studied Bauhaus concepts. Also influenced by Bauhaus was Yu Bingnan, who studied in Leipzig, East Germany in 1962, specialising in typography design.

The practice of sending Chinese students abroad continued on a regular basis even into the 1970s. In among the later waves were Liu Guanzhong who went to Germany and Cai Jun, who went to Norway. Wu Jingfang and Zhang Fuchang from the Wuxi Institute of Light Industry were sent to Japan.

Pang Xunqin, deputy head of the Central Academy of Arts and Crafts, had himself studied in France, and was thus open to knowledge from outside China – a factor which led him to agree to the famous visit from Lui Lap-fun. Similarly in Guangzhou, the deputy head of Guangzhou Academy of Fine Arts, Gao Yongjian, had practiced ceramic arts under the mentorship of artist Cheng Ho (1906-1987), from whom he indirectly also picked up a Bauhaus influence. With support from the Academies' senior management, modern design concepts from Hong Kong were trickling into China.

The Guangzhou Academy of Fine Arts played a pivotal role in driving modern design education in China. After studying Wucius Wong and Kan Tai-keung's slides and reference books, the head of the Academy's furnishing department, Yin Dingbang, proposed graphic construction, colour construction and three-dimensional construction to be incorporated within the hygiene department's packaging design course. Later, Yin travelled the country giving training courses. "I taught at almost every art school in the country... all their nationwide training courses were taught by us," he remarks.

In early 1980s, Gao Yongjian invited Wang Shouzhi to teach design history and

design theory at the Academy. The course was designed to complement those of Yin Dingbang. Wang Shouzhi recalls using Bauhaus examples in outreach courses, and being met with great enthusiasm. It was a breakthrough idea which accelerated the development of modern Chinese design.

Unlike other Chinese institutes exposed to modern design, the Guangzhou Academy was a mere regional school and lacked the resources to send students abroad. Nevertheless, they have a geographical edge to exploit, and they cultivated exchanges with Hong Kong. In 1983 the Academy invited Matthew Turner, a professor of design theory at the Hong Kong Polytechnic, as a guest lecturer. The connection was later strengthened by mutual visits with the head of design Michael Farr. Through the then chairman of the Hong Kong Designers Association Kan Tai-keung, they got in touch with the Goethe Institute under the German Ministry of Culture, and in due course the exhibition ‘150 Years of German Design’ was held at the Guangzhou Academy of Fine Arts. It was the first major Bauhaus exhibition in China.

The Guangzhou Academy’s activities also triggered a ‘constructivist craze’ in China. With its reformed curriculum, the art and crafts department were renowned as “one of the most unique, avant-garde and influential art and design courses in the country at the time” says Yuan Xiyang, an academic researcher for Chinese art and design. Yin Dingbang attributes its success to the modern knowledge brought in by Cheng Hoi and Wucius Wong and their delegations.

Meanwhile at the Central Academy of Arts and Crafts, Lui Lap-fun and his team were getting a fine reception. As Wang Min remembers, “At the time, design education in China was in limp mode. When the First Institute of Art and Design team went to China to promote their design and education ideas, it made a huge impact on them.”

“The size of the impact is hard to imagine now. China had been closed off for a very long time, and the Central Academy of Arts and Crafts’ curriculum was just an extension of craft art and mostly about graphic patterns... completely different from what we have today. The First Institute of Art and Design became very famous in the Mainland of China as it introduced completely new ideas.”

Nevertheless, the full consequences of these activities and their significance in promoting modern design are less clear than in the case of the Guangzhou Academy of Fine Arts. For various reasons, the Central Academy of Arts and Crafts was not keen on promoting modern design. One of its students, Zhang Xiaoping, remembers that “Lui Lap-fun sowed the seed and left. There was no following up, unlike what happened at the Guangzhou Academy of Fine Arts. Chen Hanmin, the head of the

Decorations Department at the time, sent students Zheng Jingfen and Song Shiwei to the Guangzhou Academy to study under Yin Dingbang. After they returned, Zheng taught colour composition and Song taught graphic composition at the Central Academy of Arts and Crafts.”

Nevertheless, as the country’s top art school, the Central Academy enjoyed an unrivalled status. Zhang Geming describes the school’s courses as relatively cutting edge, and the school itself was seen as a role model. “To this day, Central Academy of Arts and Crafts’ timetable and teaching are admired by all other art schools in the country... they copy it,” says Zhang. “One of the reasons is that the ‘Three Compositions’ course on the composition of graphic, three-dimensional and colour was regarded as important because Central Academy of Arts and Crafts was teaching it.”

Design Exchanges between Hong Kong and Other Regions

Exchanges with Japan

In the 1970s, Hong Kong was heavily influenced by Japanese pop culture such as television drama and music. As an Asian design superpower, Japan had produced famous talents such as Yusaku Kamekura (1915-1997), Tanaka Ikko (1930-2002) and Kazumasa Nagai – all of whom were closely followed by Hong Kong designers. Magazines such as *Pop Dispatch* and *IDEA* were important resources for those in the industry.

Exchanges between Hong Kong’s and Japan’s design industries began during the same decade. They were initiated when the famed Ekuan Kenji (1929-2015) was invited to give a lecture in Hong Kong in 1972, and became more frequent after the founding of the Hong Kong Designers Association.

The ‘Design ‘79 Hong Kong and Japan Design Exhibition’ was one of the most important of these exchange programmes. Organised by the Hong Kong Designers Association and Japanese Typography Association, it highlighted leading graphic design work from both regions. The occasion was attended by 45 members of the Japanese Typography Association along with its chairman, alongside a 26-strong delegation from Hong Kong. Kan Tai-keung recalls it as a great opportunity for the two sides to take stock of each other – and also to raise Hong Kong’s international profile. The event was covered by the international design press, “it should be the first time that Hong Kong design was covered by high profile design periodicals,” says Kan.

Takeo Co., Ltd., a leading Japanese paper distributor, played critical role in design exchanges between the two regions throughout the 1980s. It was Takeo who mediated the cooperation between the Hong Kong Designers Association and Japanese Typography Association to curate the ‘Design '79’ exhibition in Hong Kong. In 1981, Takeo facilitated the ‘design NOW Hong Kong’ exhibition in Tokyo organised by the Hong Kong Chingying Institute of Visual Arts via its exchange with the Japanese Typography Association.

Besides, Takeo’s Hong Kong branch, Tai Tak Takeo Fine Paper Co., Ltd. played an important role in bringing Japanese designers into Hong Kong design circles. In 1986, through a referral from the firm, the then Hong Kong Designers Association chairman Kan Tai-keung invited Kohei Sugiura to visit Hong Kong and chair a seminar. In 1989, at Takeo’s annual paper works exhibition – for which the curator was Kenya Hara – one of the topics was ‘Materiality of Hong Kong’ and included works by several Hong Kong designers. Kenya Hara had come to Hong Kong to conduct research and had participated in exchanges with Kan Tai-keung and others in preparation for the exhibition.

Yoshio Kawai, who was in charge of developing the Hong Kong market, recalls, “From 1984 to 1990 both Takeo Co., Ltd. Tokyo and Tai Tak Takeo Fine Paper Co., Ltd. Hong Kong had specially done good support and encourage Hong Kong designers to enhance their creativity on their design jobs, with supplying fine quality papers and international design information. Particularly they had done great support and help the Hong Kong Designers Association to hold the design culture exchange exhibition, including the design seminar in 1986 by Kohei Sugiura from Japan. Those exhibition and design seminars had actually helped and assisted the Hong Kong design standard to lift up very much to catch up International standard level.”

Another key player between Japan and Hong Kong was the First Institute of Art and Design. By the 1980s, the Institute’s principal Lui Lap-fun was conducting frequent overseas exchanges. In 1981 the International Creativity Association invited him to join their membership. In March of the same year, the First Institute of Art and Design organised the ‘1981 Asian Designers Joint Exhibition’ with the Japan Creators Association, the Korean Industrial Artists’ Association and the Graphic Design Association of China. It was the first Joint Exhibition with Japan, Korea, Taiwan and Hong Kong in Asia. A month later, accompanied by Choi Kai-yan, Lee Yip-kin and Koo Chiu-ping, Lui visited with Japanese designer Shigeo Fukuda (1956-2009), and Norio Mochizuki, the president of Japan Creators Association. He also visited the Tokyo Design Academy and other institutions. The connections he established led to

works by Hong Kong designers being published in *JCA Annual* magazine, enhancing their profile in Japan and beyond.

Hong Kong designers learned a great deal in the process, and one of the most important lessons involved the pursuit of style. Japanese design excels in using elements such as fonts to present Eastern culture in modern design. After observing Japanese design, Hong Kong designers began exploring the diversity within their own culture and developing a unique style. Japanese designers' professionalism and work ethic also served as role models for Hong Kong designers.

Kan Tai-keung observed that the early generation of Hong Kong designers were influenced by the Japanese style, and though they may have fallen a bit behind, they remained gifted with an understanding of Chinese culture and how to incorporate Western and Japanese techniques. With these tools, Kan thought, they would eventually manage to develop a characteristic Hong Kong design language.

Hon Bing-wah who had been working for Henry Steiner and was a student of Wucius Wong at the School of Continuing and Professional Studies of Chinese University of Hong Kong, also influenced by Japanese style, professing that his hero was Tanaka Ikko. Choi Kai-yan, who had entered several Japanese typography design contests during 1976- 1978, opines that "Japanese designers integrated Oriental art into modern design are much advanced than Chinese designers, even though the art that is very much related to Chinese culture were well expressed by Japanese designers."

Exchanges with Taiwan

Between 1970 and 1980, exchanges between Taiwan and Hong Kong were mostly the preserve of Kan Tai- keung and the Taiwan Amoeba Design Association. "I think Taiwan and I kept influencing each other," Kan recounts. "I learned about the Association's foundation and the activities it organised, and I found that their designs were pretty avant-garde. Their ethnic arts may have influenced me, too."

"From 1972, I shifted to a modernisation of the ethnic style. You may see the Chinese elements which I applied to the trademark of Abacus in 1974. The Chinese Opera facial masks in late 1970s resonated with the Taiwanese visual arts master Huo Rong Ling's style too as we were pursuing the applications of Chinese culture in graphic design during the same period."

In 1982, the Taiwan Amoeba Design Association organised an exhibition of 'Chinese New Year Paintings by Amoeba and Invited Asian Famous Designers', comprising works from both Japan and Hong Kong. Kan was in charge of organising the Hong

Kong designers' entries. Taiwan designers always held Hong Kong design in high regard. "I am always deeply touched by Hong Kong designs as we are both from a Chinese language background, while Hong Kong designers were more influenced by advanced Western or Japanese design ideas, they have good techniques and are very open-minded... the way they manipulate, transform and remodel Chinese culture and the Chinese language are at least as good as ours. In many cases, the colour, composition, choice of raw materials and editing are way above the some Taiwanese designers who still stubbornly cling to the framework of traditional Chinese doctrine. I hope this exhibition is a stimulation for our design educators," says the Taiwan famous designer, Ling Ming Sheng.

In 1981, the First Institute of Art and Design also organised the '1981 Asian Designers Joint Exhibition' with the Japanese Creators Association, the Korean Industrial Artists' Association and the Graphic Design Association of China. It was held at the Dr. Sun Yat-sen Memorial Hall in Taipei before transferring to Taichung, Kaohsiung, Tainan and beyond.

⁵ Among those in the delegation were Lui's wife Lee Wai-ying, Kwok Mang-ho (Frog King), Choi Kai-yan, Lam Shun (and his wife), Henry Lui Po-man, Lee Yip-kin, Lee Wai-fu, Ma Lok, Koo Chiu-ping, Tse Chi-yee and Tam Chan-bong.

⁶ Now the Academy of Arts & Design, Tsinghua University.

附錄（II）

設計為設計而為的設計

（‘Design for Design for Design’中譯）

撰文：田邁修博士（Dr. Matthew Turner）

翻譯：洪磬

香港人的身份認同

「我在變化（I’m changing），重新編排（rearranging），改變身邊的一切（changing everything around me）」，這首溫拿樂隊 1969 年演繹的英文歌，可說是令人懷緬的 1970 年代香港的序幕曲。的確，這十年，這個地方的轉變令人眼花繚亂。李小龍（1940-1973）闖進電影大銀幕；鹹蛋超人經「無綫」電視飛入尋常百姓家；麥當勞叔叔乘坐著他的巨型漢堡包開進維多利亞港。光鮮亮麗的公共房屋、校舍、泳池、郊野公園及各大新市鎮紛紛湧現，是當時政府就房屋、勞工權益、教育、貪污、語文及本地化等議題立法，進行一連串社會改革措施的成果。當中環的天際線不斷升高，那邊由海底隧道到香港地下鐵路等大型基建項目，則把這城市徹底塑造成國際大都會，市民亦開始發現大家的共通處，漸漸發現「香港人」此身份認同。

1970 年代群眾對歌曲的品味改變迅速；國語和英語的重唱歌曲，已再不能滿足香港內部高昂的情緒、土生土長的自信。許冠傑高唱通俗、地道的粵語歌曲，引發新一輪粵語流行曲熱潮，呼應本地生活風格和無孔不入的廣告幻象。公共開支飆升、地價高企、股市暴漲，就是這一個十年，以廉價生產著稱的製造業城市，一躍成為國際金融中心。到後來，連粵語流行曲也因在香港出生的第一代開始沉醉於蘭桂坊「Disco Disco」糜爛享樂而一度沉寂。

香港 1970 年代的起始，正值艱難、戰後危機處處、倖存者流離失所的格局，一下子轉入社會規劃及設計的革新。「我們致力改良香港工業設計的構思，同時也是為市民大眾更繁榮生活而打拼。」鍾士元爵士（1917-2018）在這個十年改變的前夕宣佈。如此兼具現代化及家長作風的姿態，將他推上香港立法局首席華人議員的高位，到 1970 年代末更成為香港首席行政局議員。

《香港功夫電影研究》宣傳海報（1980），靳埭強及張樹生作品。圖片由靳埭強提供，由香港國際電影節協會有限公司授權轉載。

香港 1970 年代的設計學生

而 1970 年代的香港設計學生，恰好身處轉變、規劃及現代化等意象的最前列，當中部分人，像劉小康，在日後到其事業的巔峰後回望當時，設計教育似乎是不止於追求技巧或學歷，反倒是一門關於理想、獨立、創意、破格、挑戰權

威，以及讓想像力自由飛翔的學問；他們都很積極，努力求學不綴。其他人，像黃炳培（又一山人）或是王家衛，則選擇提前離開學院，另創廣告、電影及藝術的天地。

記憶裡的 1970 年代的設計教育，不管是大學的校外進修課程、教育學院、工業學院，或是新開的理工學院設計課程，都勞累但刺激。設計學生置身於外國人教師，以及剛從海外學成歸來的本地教職員，還加上一班由專業的設計師、當代藝術家，以至是哲學家組成的教學團隊中，他們深受啟發，致力改變周遭一切。

日本大阪萬國博覽會

回憶裡總是美好的，1970 年代香港仍是在殖民管治下，將本地文化限制在西式但專制的框架內。在這個十年之初，設計香港大會堂的建築師費雅倫（Alan Fitch, 1921-1986），就把這種張力用於他 1970 年在日本大阪萬國博覽會的香港展館設計之中。一艘中式帆船從雅緻的現代結構中揚帆升起，然後消失於內。在這個十年結束之際，平面設計師靳埭強以同樣的弔詭手法，為同年一個功夫電影節呈現一幅經典的宣傳海報。這些天旋地轉的意象、駭人聽聞的構思，以及本地多格漫畫作品廣受欣賞，但所有本地情懷，都在西方式的網絡中，被拆解、淡化或約束。

縱然如此，海報及展館比較那些官方刊物小心翼翼的題目，如「明天會更好」，或「提升中的社區意識」等，更有力地說明大眾對香港未來的想像。城市向來被比喻為一所大企業，由最高行政長官掌管，忠心的員工可分享其所得利潤云云，那時已是陳腐不堪的比喻。那句「設計為設計而為的設計」作為邁向經濟及社會進步之路的口號要貼切得多。學生們很快便學到現代設計的迷人口號：設計不止表象。設計，不只關乎生產及市場，更能為商業及文化開拓新的方向，最終改變社會。設計持續改變及進步的理想，正切合香港那永恆的「形成中」狀態——此臨時的城邦的存在仍然浮動，命運仍然不明。

設計與社會改革

現代主義出現以來，很多人都相信設計可以改變世界。「建築或是革命——革命是可以避免的」，柯比意（Le Corbusier, 1887-1965）曾這樣莊嚴宣稱。這句話對在與革命帶來的饑餓與混亂只是一河之隔的香港，更是不乏知音。不過出於殖民管治的政治真空，這裡的社會改變，被打造成一種後來被稱為「亞洲價值」的模式：沒有民主化的現代化。這說法是：設計優良的商品，能透過工業生產引進巨大財富，繼而支撐設計優良的公共建設，最終帶來一個繁榮及安穩的社會；若不是選擇設計之路，就是革命一途。這對當時以模仿著稱的香港，是一個相當創新的構思，它不單改變香港，更影響其他新興的亞洲經濟體，當中甚至包括中國本身。鄧小平就曾打趣說：「中國還要多造出幾個香港。」意味深長

的是，這種模式延續至殖民管治時代結束之後。

本文要探討的，並不是本地、以及在本地扎根設計師的發展歷史；他們標誌性的平面圖像、產品、時裝及室內設計，如何在 1970 年代各領風騷。其他評論人對那豐富的視覺和歷史的源頭、衝擊及遺產有更深入詮釋。這裡要探討的，也不是今天被視為那粗糙但精彩的香港黃金年代文化史。相反，我將簡潔勾勒由政府、官方機構等特別是教育團體，在 1970 年代轉折之際，如何強而有力地確立那些不完美但強大的設計理念。本文要說的，是此前的現代中式設計傳統如何被顛覆，另一獨特的設計推廣論述如何興起，以至最終如何煙消雲散的故事。

故事由在冷戰時期的全球政治開始。在美國遏制共產主義的政策下，貿易禁運切斷了香港與中國的商貿往來，但美國一方面重創當時政府的經濟命脈，同時也將其市場對香港開放，促動本地製造業迎合西方的規格及設計。當時的精英，仍然幻想將香港變回轉口港，但多數的官員都很清楚，只有工業能挽救經濟，以及為突然湧現的難民人口提供就業。然而，官員們在這個新興範疇影響力有限。當時在本地工業界聲譽最隆的香港中華廠商聯合會，只重視大英帝國及亞洲，忽略其他西方市場。

「香港工業總會」創會會徽（1960）。圖片由香港工業總會提供。

香港工業總會

有見及此，香港政府於 1960 年成立新機構香港工業總會，希望透過代理人發揮影響。香港工業總會成員多數來自英國航運業利益集團，以及與西方機構有著千絲萬縷關係的上海大亨，他們被栽培成代言人擔任社會高層角色，而非代表當時的大多數小型工廠老闆。其宣傳運動鼓勵工業大規模轉型，由低成本複製轉向原創國際品牌，但此舉未能吸引本地廠商，因為這意味著他們需要承受風險，進入一個競爭熾烈的狹小市場。另一個含蓄地推廣「多元化」，卻備受爭議的運動，亦不能將口號付諸實現，因為它未能指明究竟是工業、市場，還是產品要多元，也未表明工廠老闆是否真有可行的其他選擇。因此，香港工業總會的宣傳運動漸漸變成「設計推廣」，一個大體上源自西方的革新概念。作為香港工業總會的策略宣傳，於 1966 年，港督戴麟趾爵士（Sir David Clive Crosbie Trench, 1915-1988）罕有地拉攏香港工業總會的成員，與訪港為新海運大廈揭幕的英國名流攝影師史諾頓勳爵（Lord Snowden, 1930-2017）（英女皇胞妹瑪嘉烈公主（Princess Margaret）丈夫）會面。

自這次會面開始，香港有關設計的官方論述變得文化兩極化。一個皇室閒角的意見竟令港督認定中國式的「藝術風格」為膚淺矯飾，因此並不太適合面向西方市場的現代製造業之需要。這種製造分歧的論調的政治能量非常強大。當時政府疲於回應 1966 年的「天星碼頭暴亂」後浪接浪的政治騷動：工廠工人為反

對剝削性工作環境接連罷工及要求民主的示威。更致命的是，1967年，本地文化大革命的追隨者湧上街頭，香港工業總會臨危受命，同年舉辦作為權宜之計的「香港週」。透過娛樂、花車巡遊、公園電視廣播，以及時裝表演等，向社會大眾投射一個摩登、「進步」的西方形象、「歸屬感」，以及「社區一心」的項目。在炸彈及暴亂的背景下，香港工業總會以別出心裁的口號：「民主的櫥窗」回應，更誇耀本地設計師位於「時裝界的最前列」。活動主辦對本地紡織及成衣貿易業能做到西方式櫥窗服飾水準的能力沒信心，於是活動所有的設計師及模特兒都是由海外引進。縱然如此，從巴黎來的「原創香港設計」及從美國來的「迷你迷你旗袍」等奇觀，意想不到地，這些創舉竟成功吸引那個夏天在政治暴力中疲憊不堪的大眾。

香港週的成功，帶來是奢華的1969年香港節，以及1970年大阪萬國博覽會中空前成功的展出，都使香港工業總會達到排擠香港中華廠商聯合會的「雜貨市集式風格」的目的。很多廠商作為騎牆派，兩者同時加入，然而廠商對香港工業總會冀盼他們引進西方式設計的使命感反應冷淡，因為廠商們已得富有經驗、來自內地或是香港眾多私立藝術學院所培訓的華人設計師，以及商業藝術家提供服務。

早期香港的設計教育

中式設計由此成為香港工業總會下一個目標。在那個時代，中國竟然有「設計」是不可思議之事，然而那動盪的百年期間，廣州及上海等地在城市現代化的過程中，已發展出一套有別其他地方的傳統特色。作為一個糅合本地風格，以及由大正時期日本到德國表現主義等國際影響的豐盛結合；現代中式設計已經廣泛在各主要院校中教授。在1950年代，修讀這些課程的畢業生眾多，當中部分人更曾於日本、法國及美國留學，並其後在香港成立設計公司及私立院校，包括鄭可的國際美術學院、陳海鷹（1918-2010）的藝術學院，以及從1959年開始，由黎毓熙（1909-1982）、何弢，以及金嘉倫負責教授的新亞書院四年制設計課程。到了1970年代，這樣的傳統就已式微。何弢成為第一位由香港工業總會行政主導設立的港督設計大獎得獎者；而新亞書院的課程也經已停辦，讓路給新成立的理工學院，一所更為西化的設計學院。

究竟進口西式設計的衝擊，如何成就華人設計師？金嘉倫於1967年一幅拼貼畫作了間接的答案。拼圖中一個人體模特兒的纖幼雙腿（或許這就代表了香港「民主的櫥窗」）支撐著一包美國好彩香煙作為商業軀幹，並在上面放了個英國王室頭像。眾所周知，在拼合的相片中同名的瑪嘉烈公主的夫君，就是史諾頓勳爵，那位令港督在時裝節從西方運入「原創香港」設計的始作俑者。她似乎在宣讀新聞標題：「香港沒有時裝頭腦」，暗示英式的偽善並未瞞倒所有人。金嘉倫是中文大學新亞書院停辦上述設計課程前，最後一位受聘的設計講師，他雖從芝加哥獲得藝術碩士，但後來浸沉中國美學理論之中，頭也不回地離開了

設計專業。

太古方糖的包裝設計，石漢瑞作品。圖片由太古糖業有限公司授權轉載。

香港設計的內部矛盾

正當香港工業總會愈來愈有信心地規劃推廣設計之際，大部分的本地工廠仍然冷淡對待。因為他們的成功，都是建基於複製海外買家所提供的樣本，而不是走多元化、商貿增值或原創性。政府官員，同樣對此有所保留。工商業管理處於 1968 年的「設計研討會」開幕時曾公開承認：「如我們仍想保留美國、英國或是德國的市場，設計當然是也要跟隨當地方式。」教育，如能買辦式「培訓本地設計師按外地的規格設計」的話，仍有重要角色。1970 年代初期，某教師培訓院校那充滿活力的設計學系，系主任曾無奈地承認：「我們在課程簡介都會用到『創意』及『個性』這些字眼，但其實我們真正需要設計師做到的，是他們能夠把外地買家的構想在設計中表達出來。」

正因如此，教育讓香港工業總會最自由地推廣理想中的設計，因鮮有在培訓（培訓工作在 1970 年代末期，被收納於職業訓練局旗下）之外，總會還有自主權去追求創意等更崇高的目標。「我們應該鼓勵年青人的原創思考，而不是因循守舊。」鍾士元說，因為「這樣方可以造就創意思維，而創意正是香港現正急切需要的。」時任當時香港工業總會的主席，鍾爵士迅速獲委任多個關鍵角色，包括成立由他自己提出的理工學院設計學系；他還發起了香港設計委員會、港督設計獎、設計中心，以及在 1970 年代成立的香港包裝協會。第一個獲頒授包裝獎的是太古糖廠，參賽作品由英資太古集團聯同美籍奧地利裔設計師石漢瑞所提交。

自家培養的創意於 1971 年理工設計學院前身的第一屆畢業展中展示。展覽獲媒體廣泛關注以及多幅全版彩色照片報導。學生們在海外雜誌中模仿得來的西方產品和中產階級生活風格，加上某幾位畢業生的外表，造成令人信服的印象。媒體的關注幾乎都集中在幾位身穿迷你裙、在白色玻璃纖維椅子上擺姿勢的女工業設計師身上。模仿？該系首位系主任夏德飛（John Hadfield）沒忘初衷，一直在意如

何擺脫模仿的命運、不再重蹈複製西方模式的路途，為新設計學院的宗旨之一。如果透過原創以達至多元化及商貿增值是其目的，以及為國際出口而發展有特色的品牌身份是其具體目標，那還欠缺一些東西。香港可以在哪裡找到原創性之源呢？夏德飛初到香港就對東方藝術發生濃厚興趣，一直要尋找能以中國文化豐富西方工作模式的導師，這自然不是回歸「膚淺矯飾」的花鳥繪畫，更不會是所謂「不良的現代中式設計」的商業運作。現在的難題是，如何可以促成「好」的現代中式設計呢？

「好」的現代中式設計

解決方案其實近在眼前。上一個十年，黎毓熙已經指出威瑪包浩斯學院導師伊登（Johannes Itten，1888-1967）的基礎課程（Vorkurs）的西洋書法練習與香港藝術家，例如呂壽琨等人的當代抽象作品之間，存在若干相似性。基於這樣的洞見，他為新亞書院發展出一個糅合了中國及西方教學法的「設計基礎」課程。然而，當這個課程因讓路給理工的設計學院而停辦，造就王無邪這個另闢蹊徑的人物來接力。

儘管較少即興性或張揚的表達方式，王無邪的慣常做法是將中國式美學糅合於包浩斯教法之中，與黎毓熙所發明的頗有相通。去除「專業」中國畫那種多愁善感的雅致，他找到留白、單色水墨畫，以及中國「士大夫」的書法，與現代西方的產品設計及平面作品中的特徵，背後的共通原理。在那美國抽象藝術家與中國藝術家交流頻繁的時代，東西方的對話難免延伸到設計範疇。

王無邪於 1970 年花了一年的時間造訪美國的藝術及設計院校。其後他回港受聘於理工學院時，他製作了一系列的教學手冊，並冠以非常嚴肅的書名，如《平面設計原理》（見圖 1.11, 頁 24）及《立體設計原理》

（見圖 1.12, 頁 25）等。為了根除「劣質」中文商業設計手冊，例如那雜亂無章的南山藝術叢書系列，在他那薄薄的冊子中，滿頁都是嚴謹的點、線及面的排列，當中包括一些中文字形及創作圖案。沿用此法，王無邪制訂了一套具現代主義性的「好」的中式設計，以助擴闊西式設計教育的範疇。在 1970 年代期間，他對教育者、策展人、設計師以及一整代的設計學生影響深遠。中式設計終於成功「商貿增值」了。

因此在 1970 年代初期，香港工業總會有關設計推廣的計劃已經實現了。香港節已展示出民眾對西化的進步及繁榮形象的期待；1970 年大阪萬博已經證明了香港工業總會的領導地位超越中華廠商聯合會；原創及創意的典範已於香港教育中確立；「不良」的中式設計已經被「好」的中式設計所取代。

還會出現甚麼問題？

香港設計的重新定位

若「設計為設計而為的設計」這樣強而有力的工業宣示仍有不足之處，那便是它欠缺彈性。由 1960 年代至 1990 年代以同樣的演辭，清楚表達同樣的信念，同樣的進言，重重複複，結果變成陳詞濫調。例如，在香港工業總會 1966 年與史諾頓勳爵的會面中曾斷言：「香港不能再長久依賴海外買家……然而近年工業正進行貿易增值，意味更多各式各樣品牌的出現，因而對原創香港設計的需求將會大增。」二十多年之後，1988 年理工學院設計系的學院簡介中仍在重複：「香港廠商在過去二十年所生產的商品，其構思及設計都是源自外地……然而

最近，香港生產商被逼認真考慮原創設計的需要。」

歷久不衰的論述的結果之一是，香港設計從來沒有它的歷史。在生產商們發現西式原創性之前，沒有所謂中式設計，而這個原點又不斷被推進，十年又十年，直至上個世紀之交。當歷史倒塌成為陳腔濫調，1970年代設計推廣亦開始在香港經濟、政治及文化等無可抗逆的改變面前而瓦解。

經濟上，1970年代末正值香港開始急速去工業化；中國經濟特區的開放，吸引本地廠商紛紛將其生產線跨境北移，並轉移那套按照海外進口商要求的規格與設計而低成本製造的成功經驗。當自家工業逐漸萎縮，香港工業總會的影響亦隨之減退，其他的機構接著介入相關的設計推廣，以適應新的情況。宣傳口號基本不變：商貿增值、多元化、原創性、為所有人創富，只是重新包裝「策略性創新」及稍後的「創意工業」，以推動香港的服務型經濟。然而，這樣的陳腔濫調，已因不斷重覆而淘空了意義，更因中國這些年積累了令人驚愕的財富，他們已可從海外整合設計，使香港設計變得投閒置散。甚而，「創意」的魅力都變得暗淡。2003年，繼亞洲金融風暴之後，面對苦惱的商界領袖、沙士疫情的擴散，以及空前的、反對香港首任行政長官的公眾示威，官員唯一能給予的忠告是：「發揮創意！」

政治上，在1970年代，有關香港前途仍懸疑未決。政府長期抑壓對民主及自主的要求，倒被社會上某些人士用來對抗、挑戰當時政府所忠於安定繁榮的亞洲價值。這衝突後，1970年代那「沒有民主化的現代化」的方程式一去不返；儘管有琳琅滿目的創意工業宣傳，以及令人印象難忘的大型基建和文化項目，香港反而變得愈來愈不平等，出現令人慚愧的貧窮人口。設計作為通往經濟及社會互惠發展的路走到盡頭。再一次，1970年代的設計推廣語言舊酒換上新瓶，政府原想主導商業發展的構想，現得換上關心環境或是社會創新的新包裝，但這時那宣言背後的空洞已是路人皆見。

文化上，隨著1960年代的騷亂，那偽造的「社區歸屬感」幻想，在往後的幾十年，很快壓過西方現代主義及中國愛國主義的吸引力，變成了不受控的、有關香港身份的信念追求。臨近香港回歸之際，曾有過一陣懷舊風，像雙妹牌化妝品或上海灘長衫等這樣的早期香港設計都流行一時。由此觀之，「好」的設計，不論是中式的還是西式的，可以是輕易被倒過來用作慶賀那廣為流通的標誌，例如紅、白、藍條紋的膠袋。當新的世紀開始，西方的現代主義看來已很破敗，被浪接浪的流行（Pop）、龐克（Punk）、後現代（Pomo）及復古

（Retro）音樂所蠶食，勢力因世界市場東移而被削弱。或者中華廠商會放眼亞洲終究是對的。再一次，1970年代設計推廣及教育的宣示被更新。與鍾士元有相同影響力、一度主管涵蓋香港設計院校及官方組織的羅仲榮，這時也提倡「亞洲」視野。理工設計學院的使命與前瞻聲明，很快加上「善用亞洲文化的承傳與活力」這目標，即使很大的程度上所指的只是中國。然而學生卻難捨在

自家附近發展的機會。在香港，一如其他的地方，在商業學院通行的陳腔濫調，在設計學院亦然，爭先恐後地追求技術、學歷及好報酬的工作崗位，讓理想主義敬陪末座，促使很多在 1970 年代受教育的一代，擔憂漸趨狹隘的設計教育，會走向單一、商業化的位置：膚淺的設計原理。

結語

香港現在很多人都感傷地緬懷當時，設計曾是信念與商業並重的事情，那時它既能夠表達社會的抱負，亦可以是官方的修辭。如果說今日香港懷舊的話，那不再會是懷念那遙遠的、東方式的時髦，而是 1970 年代那份土生土長的自信。這不只屬於當時身為學生的那一代，更屬於更為年青、不記得香港回歸和天安門事件的這一代學生，他們或可能已不再認識溫拿樂隊，但他們同樣重整夢想、改變他們身邊的一切。

註：本文的小標題及插圖，為編輯後加。

附錄（III）

香港設計紀事年表（1937-1989）

年份 香港設計／藝術基建 設計公司成立／設計師標誌性動向 重要事件／大型活動

1937

香港官立高級工業學院成立，是香港第一所由政府資助、提供專上程度工科教育的院校。學院於 1947 年改稱香港工業專門學院。

1950

香港大學在 Gordon Brown 教授帶領下，創立建築學院。

1956

香港工業專門學院，獲香港中華廠商聯合會 100 萬元捐款，以及在政府斥資和撥地支持下，開始興建紅磡校舍。

1957

香港工業專門學院紅磡校舍，由港督葛量洪爵士揭幕。學院於 1960 年代開始提供與設計相關的兼讀制證書課程。

新亞書院開設兩年制藝術課程。

香港大學校董會通過成立香港大學校外課程部，1992 年改稱香港大學專業進修學院。

香港廣告商會成立。

1959

新亞書院兩年制藝術課程發展為四年制本科課程。

1961

美籍奧地利裔設計師石漢瑞（Henry Steiner）從紐約來香港工作，出任《The Asia Magazine》（亞洲雜誌）的美術指導。

王無邪考獲留美獎學金入讀哥倫布藝術設計學院（Columbus College of Art & Design），由該學院的校長親自教授基本設計、色彩理論兩科目。

1962

香港博物美術館成立，設於香港大會堂高座頂層。

1963

香港中文大學創校，成立崇基書院、聯合書院及新亞書院。

新亞書院藝術系成為香港第一個提供視覺藝術專上教育的學系。

1964

石漢瑞創立圖語設計有限公司（Graphic Communication Limited），後改稱石漢瑞設計公司（Steiner & Co.）。

日本東京舉辦奧運會。

1965

香港中文大學成立校外進修部，為在職成年人提供文化、藝術與語言的進修途徑。2006 年改稱香港中文大學專業進修學院。

鍾士元博士（現為鍾士元爵士）在立法局會議中倡議成立一所理工學院。

王無邪回港，在香港中文大學校外進修部任職行政助理，負責籌辦藝術與設計相關課程，包括：兩年制的設計文憑課程及水墨畫課程。

曾於香港中文大學校外進修部任教的名師包括：鍾培正、陳兆堂、石漢瑞及何弢等人。

1966

香港貿易發展局，簡稱「貿發局」成立，負責拓展香港於全球貿易的香港法定機構，為香港製造商、貿易商及服務出口商服務。

貿發局內部設有設計團隊，周志波為當時主管之一。

1967

鍾培正於德國學成回港後，創立恆美商業設計有限公司（Graphic Atelier Limited），栽培了不少出色的設計師，在香港設計界建立了舉足輕重的地位。

電視廣播有限公司於 11 月 19 日開台啟播。

1968

香港設計委員會成立，該會隸屬於香港工業總會，是香港最早期致力推動本地設計的非牟利組織。

靳埭強及呂立勛是 1968 至 1969 年間在中大校外進修部攻讀第一屆商業設計文憑課程的學生。

靳埭強獲受聘於恆美商業設計有限公司擔任設計師。

靳埭強奪得為日本大阪萬國博覽會（於 1970 舉行）香港館而舉辦的雕塑設計比賽及制服設計比賽兩項冠軍。

台灣的《設計家》雜誌於 7 月 1 日創刊，由郭承豐創辦及擔任主編。

1969

王無邪與香港中文大學校外進修部出版《平面設計原理》（中英文版），及後幾經再版，成為當時香港設計學生和設計師必讀的經典。

第一屆香港節舉行。香港節是為加強市民對香港的歸屬感而設，亦成為香港藝術文化與設計界展現能量的活動。鍾培正被任命為香港節展覽委員會的成員之一。

首個設計教育展「基本設計展覽」在香港博物美術館舉行，同時展出香港中文大學校外進修部及香港工業專門學院工商設計系的學生作品。當時參展的學生均為日後香港設計界的領航人物，包括靳埭強、呂立勛、吳文炳、梁福權、張樹新、張樹生及黃海濤等。

台灣的《設計家》雜誌於 4 月 10 日第十期出版後停刊。在該期《設計家》雜誌上，刊登了 1968 年 12 月 29 日在香港舉辦的「香港設計家座談會」內容，參加者包括王無邪、靳埭強、黃霑，以及來自台灣的郭承豐、蘇新田等 17 人，座談會的內容大致以討論香港的設計或廣告作品為主。

1970

大一藝術設計學院成立，由香港設計師呂立勛發起，他聯同梁巨廷、張樹生、張樹新和靳埭強，創辦了本地第一所設計學校。起初以小規模業餘性質開設夜間課程，後來逐步擴張，開辦如工商設計、時裝設計、室內與環境設計、珠寶設計、多媒體設計等各類專業文憑課程。

陳幼堅投身廣告行業。

日本大阪萬國博覽會，簡稱大阪萬博，是日本首次主辦的世界博覽會。由 3 月 15 日至 9 月 13 日，為期 183 日，在日本大阪府吹田市的千里丘陵舉行。

大阪萬博設有香港館，參展主題為「享受與在融洽中發展」。香港館佔地達 3,300 平方米，由英國設計師艾倫·菲奇(Alan Fitch)設計，而平面及宣傳設計，則由恆美商業設計有限公司負責。

1971

明愛白英奇專業學校創校，開辦會計、設計、旅遊及酒店等多個證書及文憑課程。

香港政府成立「公事上使用中文問題研究委員會」，開始研究於公事上使用中文。

設計師標誌性動向

英籍斯里蘭卡裔設計師斐冠文（Kumar Pereira）來港。斐氏曾先後任職於圖語設計有限公司、恆美商業設計有限公司、香港理工學院及 Emphasis Media Limited。

台灣《雄獅美術》雜誌於 3 月創刊，創辦人為李賢文。此雜誌主要編輯美術設計的連載專文。

台灣變形蟲設計協會成立，創會會員是五位設計師，包括吳進生、霍鵬程、楊國台、陳翰平及謝義鎗。

1972

香港理工學院正式成立，接管了香港工業專門學院的校舍及職員。設計學院正式成立並發展迅速，包括加入了國際工業設計協會的全球性學校服務，使香港設計教育與世界接軌。為學生舉辦首屆「理工設計展」，並開辦平面設計、時裝設計、應用攝影等多個不同範疇的設計專業證書與文憑課程。

香港設計師協會成立。

英國平面設計師羅浩淦（Robert Walter Hookham）成立 Format Limited 設計公司，以提供高質素設計和優質服務而聞名，是香港設計業界的先驅之一。

半島酒店集團設計部於 2 月成立。擔任設計部主管的英國設計師陳思樂（Peter Chancellor），早於 1971 年底已來港。後經歷兩年半的時間，該設計部迅速擴展，隊伍增至九人，成為亞洲最大的酒店內部設計團隊，專門從事酒店服務業的設計工作。

施養德夥拍攝影師林偉、商人曾廣亨等成立 L. T. Z Limited，是香港最早由華人成立的廣告設計公司之一。

全港推行「清潔香港運動」。由香港政府新聞處時任藝術總監許敬雅（Arthur Hacker）所創作的「垃圾蟲」形象，更是深入人心，家喻戶曉。為配合這個大型教育和宣傳活動，香港政府新聞處當年外判不少設計服務及製作。

英國建築師及設計師 Sir Misha Black 受英國文化協會邀請到訪香港，並對香港的設計教育制度給予建議，與拍檔所創立的 Design Research Unit 參與了設計香港地鐵的系統，而地鐵的標誌亦由其本人設計。

仍是設計學生的韓秉華憑「明珠繞風帆」獲香港藝術節徽號設計比賽首獎。此徽號由 1973 年第一屆藝術節開始，沿用至今。

石漢瑞首獲捷克布爾諾設計雙年展的平面設計銅獎。

何中強前往英國中央聖馬丁藝術與設計學院（Central Saint Martins College of Art and Design）攻讀設計。

1973

何中強從英國學成回港，先後就職於恆美商業設計有限公司、Dale Keller & Associates 及富麗華酒店。

第一屆香港藝術節舉行，至今已成為國際藝壇重要的表演藝術節之一。

1974

香港理工學院設計學院任命 Michael Farr 為院長，在他的領導下，設計學院成為東南亞最頂尖的設計學府之一。

大一藝術設計學校創辦插圖文憑課程，是香港首個同類型課程。

政府立法通過中文與英文享有同等法律地位。作為設計基建，中文字體設計發展相對較遲；中文合法化，促使政府對「補字」有很大的需求。

紀歷有限公司（CLIC Limited）成立，以攝影為主要業務，合夥人有徐佩傳、Frank Price、Richard Blight。

達彼思廣告公司（Ted Bates）收購 Cathay Advertising 後登陸香港，曾以公司名義參加香港設計師協會主辦「香港設計展」，並獲得多個獎項。曾在該公司就職的設計師有黃海濤、關慕洽等。

香港競成貿易行有限公司成立。主要經營出版、發行、代理及銷售來自世界各地的專業美術設計書籍、刊物及廣告業專用物料等。1980 年代，該公司經常參與在內地舉行的貿易展，並籌辦形形色色的設計師工作坊，在內地推廣與設計

相關的實務知識不遺餘力。

香港中文大學校外進修部在校內舉辦「四人設計展」，展出傑出校友靳埭強、張樹新、張樹生及韓秉華的作品。

1975

原早於 1962 年已在香港大會堂設立的香港博物美術館一分为二，分別成為現今位於尖沙咀梳士巴利道的香港藝術館，以及漆咸道南的香港歷史博物館。香港藝術館致力保存中國文化和推廣香港藝術，歷年來成為香港藝術家獲取靈感的泉源及展覽作品的重要場地。

余奉祖成立巨漢臣設計事務所。

插圖社創立。最初由七位分別來自不同院校的設計學生所創立，包括有郭立熹、吳鋒濠、蘇澄源、黃健豪、莫康孫、辜昭平和李錦輝。辜昭平不久後離開；1976 年，隨張新耀和關海元的加入，插圖社成員大抵篤定。插圖社集美國插圖風格、日本普及文化東洋風及文革紅色美學於一爐，呈現多元面貌。他們亦擴闊插圖應用至時裝、文創產品等。至 1990 年初解散。

韓秉華的《一家四口》海報奪得家計會主辦家庭計劃海報設計比賽冠軍。

香港設計師協會於海運大廈舉辦香港首屆有關設計與廣告的圖片展覽「圖畫展」，於 300 多個創作中選出約 150 件公開展出，相關的頒獎晚宴於 11 月 22 日假香港富麗華酒店舉行，得獎作品於 11 月 25 至 27 日在大會堂展覽廳公開展出。香港設計師協會歷年來透過舉辦各種活動以及頒發設計相關的獎項，大大提高了商界與民間對香港設計的意識及重視，是繼香港工業總會後，香港設計發展的主要原動力之一。

佳藝電視於 9 月 7 日開台。作為電視台發牌條件之一，該台須於星期一至五晚的黃金時段播放兩小時的教育節目，當中包括汽車工程、簿記、室內設計、外語、繪畫、插花等等。雷葆文與王無邪亦曾在該教育節目上談論設計。

1976

藝術家鄭凱於中環設立集一畫廊，並利用畫廊空間開辦設計課程，由靳埭強主理至 1979 年。集一設計課程的規模較小，除商業設計，另設插圖課程。

靳埭強與張樹新創立新思域設計製作（SS Design & Production）。

韓秉華、蘇敏儀成立形意設計公司（Kinggraphic Design Studio）。

靳埭強開始為《文學與美術》撰稿。靳氏 1976 年至 1978 年間為《文學與美

術》（後改名《文美月刊》）撰寫專欄，介紹實務設計工作。也許這是本地第一個有系統地介紹設計行業的專欄。

周志波出任香港設計師協會主席，至 1978 年。

香港設計師協會在海運大廈舉辦第二屆「圖畫展」，又名「香港設計展」，錄得逾四萬人次入場參觀，更有外國設計師特地來港參觀該展覽。

《號外》雜誌創刊，是一本由陳冠中聯同丘世文、鄧小宇及胡君毅創辦的生活潮流月刊。內容圍繞時裝、餐飲、家居、建築、設計、美藝、環保、視像、音樂、閱讀、文化及藝術等範疇。

1977

香港藝術中心開幕。位於灣仔港灣道，佔地約一萬平方呎，樓高 19 層，設有三個演出場地及兩層展覽畫廊。既是藝術家的練習工場也是市民欣賞藝術的場所，致力推廣當代藝術，成為藝術文化等創作業界人士的聚腳地。香港藝術中心於 2000 年成立了香港藝術學院，提供與設計相關的高級文憑、專業文憑、學士及碩士學位課程。

施養德創立養德堂出版公司，首份出版的雜誌是《清秀雜誌》。1980 年代為養德堂的全盛時期，曾創下一個月出版 32 本雜誌的紀錄。其中的知名雜誌有《artention》（藝覺）、《Esquire》、《閣樓》等等。跟養德堂合作過的攝影師有蔡經仁、辜滄石，而設計師則有鄭健柏等人。

陳幼堅於香港大會堂高座舉行個展，名為「Advertising Design: Alan Chan's One-man Show」。

香港設計師協會主辦的「設計七七」於 11 月 18 至 21 日在海運大廈舉行，錄得超過二萬人次參觀。該展有超過 300 份作品參選，其中約 150 份被評審團選中並在展覽中展出。

第一屆香港國際電影節舉辦。來自世界各地的電影工作者、電影製作人及觀眾聚首一堂，推廣最新電影作品。首屆電影節屬於試辦性質，由市政局舉辦，選映了 37 套電影，只有在香港大會堂放映，觀眾人數錄得約一萬六千人次。

1978

韓秉華憑他為家庭計劃指導會設計的海報入選波蘭華沙國際海報雙年展並獲獎，是首位華人設計師獲得該展獎項。

佳藝電視於 8 月 22 日倒閉。

香港設計師協會主辦的「設計七八」於 11 月 8 日至 13 日在康樂中心（即今怡和大廈）舉行。

香港設計師協會邀請日本設計師來港，並組織講座，進行設計經驗的交流。

國際創作協會成立，是由三十多個國家的設計精英代表及由日本創作協會管理。提供有關美術設計的資料、創作、交易等服務。

插圖社在香港藝術中心舉行首次展覽，名為「超視覺展」。

亞洲第一屆設計雙年展於伊朗德黑蘭舉行，石漢瑞在該展獲獎，靳埭強的作品亦入選該展。

1979

李惠利工業學院成立，並開辦設計課程。於 1993 年與兩間科技學院和其他六間工業學院合併，改稱為香港專業教育學院。

關慕洽加入 DHL，成立新設計部，掌管公司的廣告業務，同時亦接洽公司外的廣告委託項目。關氏早年畢業於紐約視覺藝術學院（School of Visual Arts）。

靳埭強獲選香港十大傑出青年，是首位獲此殊榮的香港設計師。

1970 年代後期至 1980 年代，內地的改革開放浪潮、各地設計界別的發展，和全球經濟一體化，促使香港設計界與國內以及世界各地的交流轉趨頻繁。

「香港設計師與教育工作者交流團」在廣州美術學院進行為期三天的設計講座活動。由新華社轄下美術社的社長尹沛齡帶隊，交流團成員包括：王無邪、靳埭強、鄭凱、韓秉華、畢子融、林衍堂和梁巨廷等人。

插畫會成立。插畫會成員包括：謝克、周少康、靳夢麗、胡建華、呂務平、張秀華、梁春澤、黃釗泉和鄭舜玲等。插畫會維持了約五、六年時間。

大一藝術設計學院的創辦人之一呂立勛，4 月帶領一眾設計師前往北京中央工藝美術學院進行「設計中國」小型設計展覽與會議，共展出來自超過 20 位設計師的 300 多件作品。同年 10 月，呂立勛再次北上，於中央工藝美術學院講課一個月。

香港設計師協會與日本字體設計協會首次聯合主辦了「設計七九」香港日本設計展，共展出了 40 位日本字體設計協會會員，以及 26 位香港設計師的平面設計作品，可說是香港設計在國際交流上重要的里程碑。展覽由 11 月 17 至 20 日在香港大會堂舉行，並獲香港大德竹尾花紙有限公司及日本竹尾公司贊助，錄得超過二萬人次參觀，包括 45 名來自日本的設計師。其後，作品被寄往日本，

參加由日本字體設計師協會及竹尾公司合辦的紙展。國際設計雜誌《Graphic Design +》及《IDEA》均以多篇幅報導是次活動，評介香港設計及刊登香港設計作品，使本地設計引起海外設計界的關注。

香港設計師協會邀請日本的字體設計師和平面設計師來港，並組織講座，交流設計經驗。

插圖社毛遂自薦替《號外》拍封面及時裝專輯。1979年7月號（第34期）起，《號外》的雜誌標誌，便採用插圖社的設計，直至2018年4月號（第499期）為止。

1980

香港正形設計學校成立。該校由王無邪、靳埭強、韓秉華、黃海濤、梁巨廷、蘇敏儀及王緯彬經多年籌備所創辦，為有志於美術設計或藝術方面的青年提供學習及進修機會。創辦初期，該校的設計師代表團已獲邀前往廣州、天津及上海講學。

陳幼堅與太太創立達爾訊廣告公司（Dimension Advertising Limited）。

蔡啟仁成立美意設計公司，以中文字體（美術字）的設計著稱於業界。1997年改稱為蔡啟仁設計顧問有限公司，於2008年宣告解散。

Emphasis Media Limited 在香港開設分公司。1971年在東京成立，主要負責航空公司的機艙雜誌，創辦人為 Stephen Ellis、Thomas Chapman 和 Osam Kobayashi。其香港分公司的第一本出版刊物為國泰航空的《Discovery》。Emphasis 亦曾在香港設計師協會舉辦的「香港設計展」中獲得多個獎項。設計師斐冠文、攝影師梁家泰等人亦曾跟 Emphasis 合作。

鄭凱與北京中國包裝進出口總公司聯合組織北戴河會議，讓全國包裝公司設計師參與培訓。中國包裝進出口總公司廣東省分公司的設計師王序是其中參與者之一。

大一藝術設計學院學會與中央工藝美術學院聯合主辦「設計捌拾：北京香港巡迴大展」，於6月14至15日假香港大會堂低座展覽廳舉行，同年10月1日在北京中央工藝美院再次舉行。參展者為大一藝術設計學院之教師和畢業生。

插畫會在香港藝術中心舉行首次展覽「插畫會首展」。

近利洋行開始舉辦「剛古設計比賽」，旨在推廣優質紙張，一直風靡設計業內人士。

香港設計師協會主辦「設計八 O」；自此展覽改為兩年一度舉行。

蔡啟仁舉辦「字體與設計：蔡啟仁之基督教作品設計個展」，並出版展覽圖錄。展出與教會相關的字體創作，涵蓋封面、海報、排版、標誌、插圖等；展覽當年十分觸目，不少作品如《字》、《天糧》、《靈》、《當代聖經》等，已成為字體創作方面的經典。

大一藝術設計學院第六屆學生鄧國雄編印《LAYOUT》設計雜誌，及後定期出版。

1981

大一藝術設計學院畢業生謝克赴北京中央工藝美術學院，進修中國傳統裝飾藝術，是文化大革命後第一個在中央工藝美術學院進修的香港留學生。

大一藝術設計學院校長呂立勛受邀成為國際創作協會香港分會會長。

香港政府以「亂拋垃圾、人見人憎」作為 1980 年代初期清潔香港運動的宣傳口號，並配以一雙怒目而視的雙眼作為清潔香港運動的標誌，阻嚇性的宣傳亦讓人一見難忘。

日本字體設計協會與香港正形設計學校合辦「現在香港之設計：香港華人設計師聯展」，從 27 月在日本東京、大阪及香港等地展出。展覽標榜華人設計師在香港的冒起及日趨成熟的發展。同年，展覽巡迴至廣州、天津、北京、上海。

香港大一藝術設計學院、日本創作家協會、大韓產業美術家協會及中國美術設計協會合辦

「1981 亞洲設計家聯展」，先後在漢城（現首爾）、台中、高雄、台南及台北舉行。

插圖社在香港藝術中心再次舉行名為「超視覺展」的插圖設計展。

1982

特許設計師協會的香港分會於 6 月 1 日成立。英國的特許設計師協會始創於 1930 年，主要工作為透過向會員提供課程與活動，以增強設計業界的管理及教育。1994 年，特許設計師公會設立「香港設計獎」，此獎後來成為香港設計界別當中一個十分重要的獎項。

職業訓練局成立，接管教育署管理之職業技能和專業教育工作。

何中強創立 Design Dynamics。後於 1984 年創立何中強設計顧問行。

養德堂收購《號外》，保持內容及編輯自主，但對雜誌外觀，以及商業營運模式進行徹底改革。

台灣變形蟲設計協會舉辦「亞洲設計名家邀請暨變形蟲年畫展」，邀請日本、韓國、香港等地的設計師參展，分別於台北、台中、高雄等地展出。

香港正形設計學校於香港藝術中心舉辦「我的香港」海報作品展。參展者除了正形設計學校的導師，亦邀請其他設計師參與。該展為早期帶有政治議題的展覽，亦是香港第一個非商業性主題海報邀請展。插圖社和插畫會亦為是次邀請展的籌委。

大一藝術設計學院校長呂立勛帶領包括蔡啟仁、李業堅、辜昭平等部分導師前往日本進行交流，期間曾拜訪設計師福田繁雄及日本創作家協會會長望月紀男等人。

中國山東省包裝裝潢公司派遣三名專業人士到訪大一藝術設計學院，北京中央工藝美術學院裝潢系主任黃國強教授亦有到訪，並舉行一場有關敦煌藝術的講座。

1983

香港印藝學會於 9 月成立，為非牟利機構，旨在推動及支持香港印刷、設計及出版業的發展和相關教育。

關慕洽離開 DHL，成立 George Kwan & Associates Limited。

斐冠文創立斐冠文設計公司 Kumar Pereira Design Associates Limited，至 1988 年結束。

陳思樂離開半島酒店集團，自組設計公司 Chancellor Thomson Limited，至 1990 年解散。

1984

香港傳藝中心成立。學院現設有科技、演藝、語言、商管、設計及教育六大學系。

香港演藝學院成立，是香港藝術及創意產業發展的新里程。

香港時裝設計師協會成立，以凝聚業界精英發揮影響力，推動本地時裝設計的發展。

大德竹尾花紙有限公司於香港創立，是日本竹尾公司的分公司，辦事處設於灣

仔，旨在提供各種優質紙張的服務。

雷葆文創立兩田設計有限公司。雷氏為理工設計學院第一屆的學生，畢業後先後就職於印刷廠、理工大學、希爾頓酒店。

香港設計師協會主辦「香港設計展」，於 10 月 24 日至 11 月 3 日在大會堂展覽廳舉行，該協會獲市政局及香港藝術館的支持，於是次展覽設立多個新獎項，其中包括市政局設計大獎（頒予全場最優秀的作品）、設計師協會最佳創作獎（頒予全場最具設計獨創性的作品）及市政局設計獎（頒予每項類別的優勝者）。

近利洋行於香港藝術中心舉辦「英國剛古紙機構形象設計五名家邀請展」，參展設計師分別為：陳思樂、韓秉華、靳埭強、石漢瑞及施養德。

香港廣告商會設立《香港廣告商會創意大獎》（後改稱《金帆廣告大獎》），是對優秀及突出廣告創作認可及推崇的年度項目，亦被譽為香港廣告界的最高榮譽及亞洲區最大型的廣告評選典禮之一。

蘋果個人電腦正式於 1 月 24 日發售，加上排字、鐳射打印等周邊技術、產品的高速發展，都令香港設計、廣告以至攝影業界的工作模式，產生巨大變化。

1985

香港正形設計學校獲香港教育署批准註冊成立，遷往香港灣仔譚臣道王子商業大廈。

設計師標誌性動向

Landor Associates 在香港設立分部 Landor Hong Kong。於 1941 年在美國創立的 Landor Associates 是國際上很多設計範疇、品牌建立、產品研究的先驅，其中有不少由它建立出來的理念和準則更成為現今設計及品牌界別的標準。

新思域設計公司主辦「新思域文化海報展」，先後於香港中文大學邵逸夫堂、置地廣場及香港正形設計學校展出。

廣州美術學院邀請香港設計師協會進行學術交流活動，靳埭強與陳幼堅的講座由王受之老師主持。

香港設計師協會將香港設計雙年展獲獎作品，聯同日本竹尾公司的紙品和美國紙品設計在廣州美術學院展覽館展出。

1986

陳幼堅創立陳幼堅設計公司，其後推出自家文創產品。

大一藝術設計學院學生陳興泰，獲日本國際字體大賽之中文組冠軍及全場大獎。

香港設計師協會脫離香港工業總會，財政趨於獨立，開始出版《設計情報》，初定為月刊，後改為不定期。

香港設計師協會年展「設計八六展」獲大德竹尾花紙有限公司贊助，提供日本與美國的設計作品，於香港同場展出後，再於日本、美國及廣州巡迴展出。於廣州美術學院展出時更設多場講座。

竹尾公司致力促進港日設計交流，與香港設計師協會於香港展覽中心合辦花紙展覽，並由日本設計師杉浦康平先生主講研討會。

加拿大溫哥華舉行世界博覽會，以「世界運輸和通訊」為主題。香港亦設香港館參與。

日本字體設計協會與香港正形設計學校於 1981 年所合辦的「現在香港之設計：香港華人設計師聯展」，巡迴至紐約展出。

1987

香港專業攝影師公會成立。香港專業攝影師公會透過舉行專業性會議、展覽、比賽等推動香港的專業攝影，加強攝影界與不同界別的交流。設計行業內不少範疇均對影像質素的要求甚高，故攝影技術的提升，亦有助創意及設計行業的發展。

大一藝術設計學院與香港漫畫研究社聯合主辦「漫畫創作文憑課程」，課程為期一年。

王序派駐香港粵海集團。粵海集團是廣東省駐香港的機構，全國的進出口公司都集中在這裡。

由王序工餘時編輯的《設計交流》雜誌出版。當時王序的任務是要將世界各地最新的設計知識帶回及傳播給中國內地。在第三期內容介紹過石漢瑞後，邀得石氏擔任雜誌顧問。王序留港期間（1986–1996）共編輯了 10 期《設計交流》。

大一藝術設計學院學生葉錦添及馬富強入選國際美術年鑑《JCA Annual 7》。另外，被選為香港代表的還有陳幼堅、雷志良、蔡啟仁、周盛濤及吳劍明。

香港藝術家聯盟成立，成員包括謝宏中、施養德、林燕妮、麥錦秋、何弢、靳埭強、鍾景輝等。

香港設計師協會主辦的「廿四品」香港設計師協會會員展，11 月在香港藝術中心舉行。該展為香港設計師協會首次主辦，有 24 位會員參展，超過 100 件作品展出，顯示各參展會員的獨特風格。

大德竹尾花紙有限公司於 8 月與香港設計師協會合辦月曆設計比賽，目的是鼓勵創作意念及靈活運用花紙的技巧。是次主題為「紙張乃設計的靈魂」。

日本設計師協會於日本富山縣藝術館舉辦「和平海報展」，參展的香港設計師只有靳埭強。此展覽及後成為亞洲最具代表性的海報展之一，並於 1988 年起成為國際海報三年展。

香港正形設計學校於美國紐約威廉·柏德遜大學平山畫廊（Ben Shahn Centre for Visual Arts, William Paterson University）舉辦展覽，共有 19 位香港著名設計師參展。

1988

香港理工學院設計學院院長 Michael Farr 離任。

新思域設計製作公司改稱靳埭強設計公司。於 1996 年與劉小康合夥，成立靳與劉設計顧問；至 2014 年更改組為靳劉高創意策略，由靳埭強、劉小康及高少康合夥經營。

何中強舉行個人商標設計展。

香港藝術家聯盟頒發各項藝術家年度獎，總共辦了七屆（1988-1992、1997 及 1999 年）。獲得「年度平面設計師獎」的有蔡啟仁（1988）、陳幼堅（1989）、石漢瑞（1990）、靳埭強（1991）、韓秉華（1992）及劉小康（1997）；1999 年並無頒發。此外，呂立勛於 1992 年獲頒「年度藝術教育家獎」。

「香港設計師四人展」在香港藝術中心舉行，參展者包括靳埭強、石漢瑞、陳幼堅和斐冠文。

香港設計師協會與大德竹尾花紙有限公司合辦「設計八八展」。

香港設計師協會首次在大阪市大丸百貨為會員舉辦海報展。

東京設計家學院學務主事內田勝，領導師生十多人拜訪大一藝術設計學院的九龍分校，進行交流及考察有關香港設計教育的發展及動向。

大一藝術設計學院為慶祝新校舍成立，特別舉行一個名為「設計連鎖」的展覽，由亞洲區四大美術院校精選學生作品聯合展出。參展院校包括北京中央工藝美術學院、廣州美術學院、日本東京設計家學院及大一藝術設計學院。

大一藝術設計學院於 10 月 10 日至 23 日在北京中國美術館首次舉行美術設計展，共展出約八百多幅平面設計作品，全部以香港飲食業的美術設計為題材。該展覽在北京展出後則在南京江蘇省美術館再度展出。

1989

字體設計師柯熾堅創作「儷宋體」，是專為報紙內文排版而設計的。「儷宋」是全世界第一套漢字附文字體（Postscript font），由柯氏帶領 12 人的團隊用了一年的時間來設計及製作，整套大概有一萬字。《信報》是當時第一家採用電子排版的報社，採用「儷宋體」後，篇幅變得整齊、清晰，改變了報紙的視覺效果。

香港設計師協會舉辦「方位二十二」會員作品展。

日本竹尾公司於 4 月在東京舉辦年度紙本作品展，策劃人為原研哉。該展的其中一個主題為「香港之素材感」，展出數名香港設計師的作品及傳統的包裝設計和其他紙製品。為籌備展覽，原研哉曾到香港作研究及拜訪設計師靳埭強等人作交流。

日本設計師協會主辦「泛太平洋國際設計會議」，於東京舉行，僅舉辦過一次。靳埭強應邀為公共設計研討會的演講嘉賓，陳幼堅也獲邀出席。

香港印藝學會及香港出版學會舉辦香港印製大獎，此大獎設有多個組別，包括書籍設計組，書籍印刷組等。貿易發展局及市政局其後加入，成為主辦單位之一。

附錄（IV）

49 位受訪者/單位訪問節錄^{註1}

學者

呂大樂

設計師

蔡啟仁

何中強

韓秉華

靳埭強

關慕洽（George Kwan）

陸叔遠

雷志良

雷葆文

斐冠文（Kumar Pereira）

石漢瑞（Henry Steiner）

王無邪

余奉祖

施養德

插畫師

周少康

廖仕強

莫康孫

謝克

阮大勇

攝影師

辜滄石

林偉

李家昇

梁家泰

蔡經仁^{註3}

徐佩傳

汪恩賜

翁維銓

字體設計師／公司

盧兆熹

蒙納字體公司（郭炳權）^{註2}

柯熾堅

海外交流

韓家英（深圳）

黃勵（廣州）

王受之（廣州）

王序（廣州）

尹定邦（廣州）

余希洋（廣州）

張小平（廣州）

鄭凱（廣州）

王敏（北京）

余秉楠（北京）^{註3}

張歌明（北京）

趙天新（北京）

程湘如（台灣）

霍鵬程、霍榮齡（台灣）

王行恭（台灣）

河井敬夫（日本）^{註3}

其他

陳達人（競成貿易行有限公司）

後藤立明（大德竹尾花紙有限公司）

謝宏中（廣告人）

註1 受訪者/單位訪問節錄的排序，按（一）受訪者所屬專業、海外交流地區及其他業界同仁作分類；（二）受訪者姓氏的英文字母排序先後；（三）海外交流地區與香港的距離，由近至遠編排。

註2 蒙納字體公司訪問受訪者共三人，分別是秦德超、許大鵬、郭炳權；由於篇幅及內容考慮，本節錄僅輯錄郭炳權訪問的部分內容。有關秦德超及許大鵬的訪問內容，可參閱《1970—1980年代香港平面設計歷史研究報告》（2015）。

註3 表示該受訪者由於個人意願或無法聯絡之故，其訪問節錄將不會在這附錄中刊出。所有受訪者的訪談紀錄可在《1970—1980年代香港平面設計歷史研究報告》（2015）中查閱。該《研究報告》實體版本會存放於香港文化博物館香港設計資料庫供研究者參考。有興趣人士可向博物館申請借閱。

呂大樂

1970 年代畢業於香港大學，其後於英國牛津大學取得博士學位，致力階級分析及香港社會研究等學術範疇，著有《四代香港人》等重要的香港社會現象分析書籍。現任香港教育大學副校長。

訪問日期／地點

日期：2014 年 6 月 6 日

地點：香港大學賽馬會大樓教職員咖啡廳

訪問摘錄

1970、1980 年代整個社會的狀況

我覺得這是看香港的幾條線 overlap（重疊）的大題目。第一就是回到我們社會學或者是社會研究裡的最基本的東西——就是人口。人口的背景和結構是有特點的。

例如最簡單的，就是打完仗之後的四、五年，有大批的人回來香港，也有大批的移民來到香港，那就構成了香港社會的兩個特色。第一個特色是，香港是一個移民社會，基本上大部分的人不是本地的香港人。當然有部分的人以前在香港住了一段時間，然後四、五年之後回到香港。但是你可以想像到那些人對自己的看法是：「我是四邑的」、「我是佛山的」、「我是南海的」、「我是潮州的」等等。這個移民背景是重要的。

第二，當然就是打完仗之後，和平了，人們就開始結婚，組織家庭，然後生小孩子了，所以在 1946 年、1947 年開始，就有一個嬰兒潮的狀況，全世界也是這樣的。主要是因為戰爭結束的原因所致的。

其實可以想像到 1946 年、1947 年出生的嬰兒，他們大概成長到十七歲左右，就開始到 1960 年代了。那就是所以為什麼 1966 年，1967 年是那麼風起雲湧，其實主要的原因就是這一群嬰兒長到 teenager（青少年），早一點出生的就長到

大約二十歲。當然那個年代的人的心理歷程也跟現在不同，現在我們可能相信所有人由二十二、二十三歲才開始獨立；但是以前來說，在十四歲就出去工作，家庭大部分人都十三、十四歲已經出來工作了。所以都會造成一個非常有趣的情況，就是到了 1960 年代中後期，其實已經有很多的年輕人出去工作或是讀書讀到高中，大家都當他們成一個成年人看待。我爸爸媽媽那一代，打完仗來到香港，你可以想像到那一群人，基本上，他們會覺得自己在內地過來，沒有打算整輩子都住在香港，還有鄉下、故鄉概念。那時候（1960、1970 年代）有人還沒有完成家庭團聚的過程，可能還有一些孩子或是老婆在鄉下，這是為什麼到了 1970 年代還有電視劇在說「最小的兒子來到香港，發覺原來父親已經

跟另一個女人結婚，還有了子女，原來他還有一個哥哥。」這類的劇情。其實在那時候是真的，真的有這種人。所以那個特點是要留意的。1960年代中後期到1970年代是一個 baby boomer（嬰兒潮）的爆發期。

這個 demographic（人口統計學）的因素是要考慮的，這個 demographic（人口統計學）因素都是跟剛才所說的政治、跟內地原本的關係都有一個明顯的轉變。比如剛才我說了我爸爸媽媽那代，是在說他們在內地出生，逃過難，然後來了香港，他們不喜歡共產黨，或者不知道共產黨是什麼就過來了。或者有些人可能來香港的時候，仍然支持共產黨，但是他們是一種遙遠的支持，所以如何理解香港文化或者中國文化時，可能中間有一個時間是可以有很多撞擊、摸索的，所以引致在1950、1960年代出現一些可能是現代派一點的觀念。比如呂壽琨去搞抽象、搞水墨，事實上有很多人在罵他大逆不道、不知所謂，叛離了中國傳統文化。但是到了下一個階段就不是這類的東西，大家都不知道是什麼來的，大家都沒有見過，大家很小的時候就離開了內地，那究竟是什麼的東西，怎樣重新理解、演繹？這也是一個要考慮的東西。

至於在政治上的因素考慮，就是由1945年，直到1970、1980年代的時候，還是世界冷戰的時期，從英國、美國的角度來說是要圍堵中共，圍堵共產主義在亞洲進一步發展，那條線，日本、台灣、香港、新加坡都是一條線去擋著它，而同一時間，中共、北韓、越南、柬埔寨等等，馬來西亞甚至有一段時間都挺緊張的。所以，這也是一個現實上真實的東西。

這個冷戰對香港來講，我覺得是造成了一些很微妙的影響。因為冷戰，所以香港變成了一個可以接觸到不同東西的地方。在同一段時間，譬如在台灣，你不可以看馬克思思想的書，不可以看中共認可的東西，但香港可以。同一段時間，（香港）有台灣的書店，也有商務印書館，兩樣都有。我在書上的論點是：政府的特點是他們知道共產黨和國民黨不是你在主觀上可以消滅的，他們兩個已經存在了，他們也有他們自己的意圖，那怎麼辦呢？從英國的角度看就非常簡單，比如1949年前，就放手容許中共在香港活動，原因是想擋著國民黨，1949年之後共產黨取得天下，英國就要找國民黨回來擋著共產黨，那就可以平衡他們。

但這種平衡就令到左派、右派不同的報紙出現，有左派、右派不同的文化團體，你要去台灣的做自由電影人公會（註：正式名稱為港九電影從業人員自由工會）那一群，就可能在說石慧，可能在說江漢拍親中片，那有兩種大陣營，其實大家不要忘記這兩個大陣營不是假的，他們是有錢的，他們要發展自己的統戰，他們會投放資源，以致有左派報紙、右派報紙。比如在文化角度來說，羅孚最近就去世了，為什麼羅孚有這麼大影響力呢？因為他的新聞報道，他編的副刊是一個很重要的統戰介面，我們年輕的時候如果你有機會見到羅孚，你真的會覺得很威風的！或者羅先生找你吃一頓飯，然後告訴你可以在那裡寫東

西，你有機會投稿。嘩，別開玩笑了！而那個年代的副刊跟現在的是不同的。你想想陳冠中在那裡寫馬克思主義文藝評論，一寫，一萬字，照登出來。那個年代的人也看的。所以那時候的文化圈跟政治其實不是沒關係的。於是兩邊對陣的時候就會有蓬勃發展，而中間也當然會有英國人的影子了。剛才我也舉了呂壽琨的例子，他是我的三伯父，比如簡單地說，別人批評他的原因就是說：「為什麼你會紅的呢？」就是因為政府選中了這些最沒有中國味，最騙得到西方人的人，你有點東西像西方人嘛，所以就捧你上去。捧完之後，上了大會堂之後就拿勳銜。到現在還有人這樣說：「你是什麼人？」我覺得這不要緊，就讓你討論。但事實上他是有一個 dimension（維度），比如你會看到就是英國人看中了什麼，你說沒有後果，那是假的，比如他壓抑一些東西，你說沒有後果，那是假的。那事實上有一群人被壓抑，所以我要繼續改變，要創作、要去做某些事，這樣的也會有。

所以，這個政治環境也是一個重要的東西（面向）。在冷戰時代的亞洲裡，我相信差不多只是日本和香港是可以做到這樣百花齊放。剛才說有不同的意識形態存在，而且香港的特點是，他又脫離了內地，但又不是一個很英化的地方的時候，你可以說他是很庶民、很草根，就衍生了很多非常古靈精怪的東西。比如在電影，百無禁忌，其實最初香港電影都在抄襲日本人的片子，日本的幫會片，於是抄了這些小林旭做賭神，這樣的拍成了香港片，但是之後 1970 年代拍《黑社會》、《四二六》這類的數字電影，就「砰」一下子出了這個類型，然後就紅了。其中一個原因是，你看看整個亞洲有哪個國家會容許你拍黑社會題材的片？台灣一定不行，因為台灣沒有黑社會的，有也不可以說出來。新加坡行不行？當然不行。馬來西亞行不行？不行。那韓國當然也不行了。當時整個亞洲是封閉的嘛，所以你可以亂來，也行。於是慢慢的有一種自由空間，是有一些很神奇的狀況。就好像黃霑，就是香港的 1970 年代出到黃霑這種人，他很喜歡中國傳統文化，不過很討厭共產黨，所以他就覺得，為什麼我不可以在香港用我的方法去傳承這種中國文化呢？就是沒有了包袱了。所以我想這樣唱就可以這樣唱，我想這樣作曲就這樣作曲，我想這樣寫就這樣寫，甚至你開始說「我可不可以用方言去寫呢？」沒有人說不行的，那個空間是很大的。

大阪萬國博覽會

大阪（萬國）博覽會對我來說是重要。那時候另外一條線要考慮的是，如何算可以成為摩登，如果算是現代的一個 agendaitem（議程項目）來的。而那個年代你知道東京可以舉辦奧運會，對大家來說，覺得一個戰敗國可以舉辦奧運會，那他當然重新成為一個現代化國家了。當然那時候太年輕，不知道。那時候看了一套電影，嘩，東京奧運會，那我們當然是看場面啦。嘩，非常厲害，由一個戰敗國，到貧困時期，到各種東西已經上來了。然後下一個階段，就是奧運，之後就是大阪（萬國）博覽會了。當然不要忘記那個時代大家接觸日本，就是更沒有禁忌地接觸日本文化。

日本文化影響

你如何討厭日本人或打仗的時候也好，你要面對的現實是 1960 年代初期，日本已經全面恢復了，然後你看到日本有消費力、有那種工業發展的能力，那你對日本是又愛又恨的，因為在亞洲裡面，最現代就是她，不是你，不是中國內地，也不是台灣。那你也沒辦法的。而香港也作為一個比較 open（開放）的地方，因為這就是殖民管治的好處，是比較沒有這些民族政治包袱的地方，於是我們很早就 import（進口）日本電影了。比如說我是幼稚園年級已經看黑澤明了，當然我不知道那電影在做什麼。

而在韓國，則根本就不讓你看，根本不可以看，那個就是一個迫害你的國家；那到現在韓國的朋友都是這樣的。那台灣又有不同，台灣有輸入但是還有殖民管治的關係，但是他也不會像香港一樣，什麼電影都可以 import（進口）的，你可以看小林旭做的「飛仔」，你可以看三船敏郎的俠士，什麼都可以看。然後有合拍片，有日本合拍片。

然後邵氏就十分簡單，《香江花月夜》就找井上梅次來拍，之後的三級片其實都是用香港的名字但原來是日本人 backup（背後支援）拍的。

當然香港的特點就是說：門戶大開，有 market（市場）。這其實是很有趣的。你想想，你去到 early sixties（1960 年代初期）的時候日本片已經是受歡迎了。你說那時候漢奸，說什麼都好，在另一方面亞洲的 popculture（流行文化）是日本，亞洲的現代代表是日本。

其實後來有很多東西，我們跟日本是有一個連繫，首先是電影，然後是電視了。電視，最初你是看《柔道小金剛》、《無敵風火輪》，那些全部都是日本片集。那時候我們在讀小學，然後奧運會成功之後，到《青春火花》。東京奧運會成功了，原來東洋魔女可以打得入奧運！其實現在你不會認同的，那時候會覺得好厲害，當然人們真的以為亞洲是不行的，但是日本行。那日本是一個 icon（標誌）嘛。所以我相信在 designer（設計師）裡，他們可能不一定說很刻意，一定要去了解大阪（萬國）博覽會，但是你知道日本是代表著某一些東西，我相信當時的接觸是很少的。你始終覺得是一個 source（源頭）的東西，但是當時這一個看法也不是一個新的看法，你在 1920、30 年代在整個中國裡面，有一班歐美派留學生，另一批如魯迅、周作人留日的嘛。由明治維新開始就覺得：「我們是亞洲人，為什麼你會比我好呢？」。然後到 1970 年代，你看到起飛的時候就更加明顯了。

但是那時候可以看到東京有 JR（日本鐵路）、有地鐵，你可以這樣上班；那時候我們還在趕柴油火車，從紅磡坐一個小時還沒到中大（中文大學站）。

1970、1980 年代文化出版狀況

早期全部都是詩社、文社這樣的。已經沒什麼後續的了，主要是 1960 年代和 1970 年代中期。我想 1960 年代的時候，文化是很文藝的。你就算是畫畫的那一群人，都是跟文藝很 close（緊密）的。

早期的時候，可以這樣的百花齊放是因為那個科技水平以及那個市場運作是很不同的。比如說我自己參與，去到 1981、1982 年的時候，還可以出全人雜誌的。1981 年的時候，其實我們跟過于品海一起出過雜誌的。那時候他比較有錢，他在自己家裡買了一個柯式印刷機，也就是那本雜誌是他自己印的。他開車帶我們這一班傻瓜去發行的，可以是這樣的，這樣的 low tech（低技術）的。而那個年代我們搞過時代評論雜誌的，在那時候我們搞時代評論雜誌出試刊號，然後改名，再試刊，再創刊，第一期、第二期，改名，創刊，可以是這樣的。那時間隨便找一群兄弟捐一筆錢，就可以開工了，因為沒有稿費。

最記得的是，那時候第一次認識尊子，當時我們一大班人在搞，他在中大讀藝術。那當時我們寫稿，是用打字，然後把字剪出來貼上。那沒有相片的話怎麼辦呢？那時候就：「啊，尊子在！」就叫他畫了。他畫的題材就開始有時事了，我不是在說他現在成為了政治漫畫家是因為我們，總之那時候只是覺得不要緊，你有興趣就讓你畫，「我們要的是政治諷刺的，你有沒有興趣畫？你有興趣的話就來啦。」就是等於你看《號外》一樣，最初的時候何雅仕怎麼會畫漫畫的呢？後來變了其他畫了嘛。就是這樣簡單。那時候可以做 experiment（實驗）的。而那個年代當然也有那種各種的空間，包括了比如在一山書店的《號外》，灣仔譚臣道閣樓書店那裡——在書店裡面有一間房。那間書店在那時候賣很多翻印內地禁止的書。

在我們的年代很簡單，小時候覺得它翻印就是內地禁止的，那更加是好東西吧，無理由不是好東西。如果不是為何要禁止的呢？那可能不是好東西也說不定，但不理，但是內地禁了就一定要看啦。那個年代有那種空間，而那個時候很多人都在試這些各式各樣的 low tech（低技術）的刊物，比較成功的是《年青人周報》，後來的《號外》。

所以那個年代會有很多這一類的刊物的。但到了 1980 年代，出現了幾個轉變。第一個轉變跟商業是有關，例如施養德的出現。也不能全怪他，但是他是代表著一種新的轉變。比如等於《號外》一樣，好了，你搞了幾年，你又死不了，但是也有口碑，但是 economically going no where（經濟上走到盡頭）。如何去 sustain（維持）呢？那陳冠中就好一點，家庭背景好一點；鄧小宇家庭背景好一點，理論上沒有生活壓力，但都差不多三十歲了吧，我想你都要有一個交代，不然你在做什麼呢？那個年代三十歲很大件事，怎麼辦呢？那你還要搞下去，怎麼搞呢？那施養德是代表著：你將它 turn market oriented（轉向市場主導）是 buyable（可買）的，你可以出版一本在包裝上領先其他人的雜誌，而你是可以 sustainable（可持續發展）的，能夠賣的，或者是幫你找到廣告的。而

當然在同一時間，你又代表著香港的經濟條件的轉變。到了 1970 年代末期 1980 年代初期，事實上那個土生土長的中產階級的樣子就開始出來了，大學畢業的，開始有錢用，開始會覺得我不再滿足於某些以前的東西了，我要去 Joyce 買衣服了。開始在外國讀完書的人回來香港。

那第二個當然就是，在 1980 年代是大家猜不到的。1960 年代是 Hippies（嬉皮士）、學生運動、中文運動，到香港學生運動，到壓力團體，到搞社區運動等等。但 by the time（那時候）到 1980 年，你看《號外》就知道大家都覺得 1980 年代好悶，1970 年代的那種 radicalism（激進主義）外國沒有了，去到 1977 年你已經在說《Saturday Night Fever》（週末狂熱）。最初還在看《The Strawberry Statement》（烈火暴潮），然後到 1977 年有《Star Wars》（星球大戰）。世界正在變了。那時候的 prediction（預測）就是 1980 年代是很悶的。這是什麼戲來的，沒有 character（個性），又不再 radical（激進），但不知道做什麼。Yuppies（雅皮士）的 concept（概念）還沒出。那怎麼辦呢？香港在鬱悶的時候沒多久就遇上前途問題了。你完全想像不到，以為 Margaret Thatcher（瑪嘉烈·戴卓爾/戴卓爾夫人）到北京，剛剛 1978 年開放改革，香港還續約五十年你立即答應，然而鄧小平說 No（不行）。那怎麼辦呢？那他們全部給前路問題拉著走了。你要搞全人雜誌一個方法就是搞很 political（政治）的、很平民性的。陳冠中那時候搞過的，搞過一段時間，都不是很成功的，他用很商業的方法去搞也不行。那我們同盟搞就更加不行了。因為有精力的話你會做另外的事情，你會講論政團體，你會講前路問題，你會做另外的事情，你就不會以出版為主力的。餘下只有《70 年代》，就不是真是很 big deal（大不了）的東西，變了幾份主要刊物就霸佔了市場，其他人就收工了！這前途問題是改了那個 agenda（議程）的，那文化又變了，所以就開始講 popculture（流行文化）。所以環境變了，你一是去《電影雙周刊》寫電視評論、電影評論、港產片的東西，一是去《號外》。在 1980 年代，就覺得要看新藝城、徐克，「有東西說喔」，「這是一個新浪潮喔」。我那時 defined（定義）香港電影新浪潮，就是說了之後沒人知道說什麼。為什麼吳宇森不是的呢？

其實 1980 年代也不是差了。你用另外的那一個 agenda（議程）就可以 carry away（帶走）了。因為那時候出現了區議會，可以選市政局，選完之後不知道會不會進立法會，所有你搞政治社會，去選舉，馮檢基也去了選，可以這樣。還有刊物有一份大的政治評論刊物，那文化就繼續《號外》，但是文藝的東西就不見了。

那時候的氣氛有那個東西！就是說要回應、要看未來。那時是挺好玩的東西來的！當時又沒有知識產權，可以亂來的，難聽地說：你看譚詠麟走紅的幾十首歌，有哪一首不是從五輪真弓（的歌編過）來的。全部都是填中文歌詞跟著唱，全部都是剛才都說的 import substitution（進口替換），或者我改了他就可以

唱一次本地版的，那就可以了。何必搞這樣多東西？甚至到《號外》，我自己幫他編書的時候，最有趣的地方是早期的《號外》，其實因為是用英文寫，被罵的超慘。所以我編輯的時候，是不是要特別寫讀者罵的那些東西？那時候曾經有一些人的批評就是：「讀番書」不懂中文的野蠻人，學別人出來搞雜誌，你寫一句中文也不行，還要寫英文字，大逆不道，就是污染中文，影響中國文化。就是在 1976 年、1977 年還有人這樣說的，但一去了 1980 年代就這樣的聲音就全沒了，那些就 died down（倒下）。到了那個年代你突然覺得：「為什麼不行，什麼正統？」但那時候我們都笑的，當時有樣學樣嘛。所以我們在《港大學生報》出一篇文，那個 title（標題）是英文的，已經被罵了。包括《號外》，「死『番薯仔』，不知所謂。」但那時候我們都覺得小宇的《謝天謝地今天是星期五》。一看就知道是「Thank God, it is Friday」，英文來的，但那時候無所謂的嘛，為什麼不行？誰跟你說中文要這樣寫？

1970、1980 年代本地電影

1980 年代初，當新藝城，當麥嘉搞的時候，其實剛剛遇上了香港的家庭也發生了一些變化。就是大約去了 1976 年以後，才真真正正有有薪假期，指定星期日這些的，1976 年之後才有。所以其實香港的一般家庭真真正正的說：「一起去飲茶吧」，或者是星期日父親會放假，要去公園拍張照，其實是 1970 年代才慢慢普及的事情。我們在 1960 年代成長的人呢，其實父親基本上都不太在家的嘛，經常失蹤的；這傢伙一年只放幾天假，只有農曆新年那幾天而已，那活動就是去公園找別人借相機拍張照。那就是一年的家庭活動，或者還有去荔園玩一天；其他日子這傢伙都不存在，他可能放了假但是去了打牌之類的，你見不了他的。但到了 1970 年代開始，一來我們對子女的看法不同了。當時開始有家庭計劃，由生五個、六個變成了生兩個、三個，一直的收緊。

女人出去工作，成為雙職家庭了，那變化是很大的。所以變成 1980 年代初，才有一個賀歲片的概念，新藝城就是剛好趕上這個潮流。許冠傑的《最佳拍檔》就是說一家人由父親到兒子都適合看的一種電影。現在看當然覺得很傻了，《千里救差婆》或是什麼，但那個年代我們就覺得太好了，那是一群小伙子的嘛，那是一些新興家庭的活動，一家人那個時候去看！我找了資料，當李翰祥很紅的時候，《北地胭脂》色情片是聖誕節的重要電影來的喔。你現在想想，聖誕播色情片，有一半人看不到的，會有什麼票房？但是七幾年的時候就是這樣。

1970 年代設計行業

不是太清楚。但是你要留意的幾個位置是，包括早期的時候是不是沒有 design（設計）呢？我就覺得可能不是，不過那種看法可能很不同，你就算做 OEM（原圖代工）你也要做一個東西出來交給客人的嘛。那是什麼東西呢？OEM（原圖代工）是不是等於他給你東西，然後你跟著做這麼簡單呢？可能是（這樣的情況）也說不定。最初縫白色恤衫，沒有 concept（概念）的，但是也要裁

一張紙，或其他東西的。那究竟那個 input（投入）是什麼，或者你 sell（銷售）給客人，是 sell（銷售）什麼東西呢？是跟著做這麼簡單的嗎？他給你一件衣服，你拆開它，照跟著做，還是開始你也會說「其實我也會造其他東西的喔」，那個過程是怎麼的呢？那工展會本身其實代表著有一些 local products（本地產品），是有些東西抄也好、改也好、變也好，其實是在做一些東西出來，而讓大家有種 iconic（標誌性）的印象的。例如我們很早期就說，鱷魚恤是有一個 logo（商標）的。

我們說得出那個牌子，但不知道它是什麼來的，有鱷魚恤等等。你那個牌子你 name（列舉）到一些東西有種 feel（感受）的，例如紅 A 有種 feel（感受）的，當然我們平民百姓可能覺得你抄其他人做的東西，但是可能完全不是這麼回事。另一方面來說，就是你在日常生活來說，其實都有很多很 local（本地）的 design（設計），但因為那東西太融入日常生活，大家又不會特別提出來說它是一個 designer（設計師）的 contribution（貢獻）來的。但是你說摺桌也好，摺凳也好，麻雀的盒也好，什麼都好，其實每一個國家、每一個文化都一定有一個方法來解決自己的問題，例如，香港是 high density（高密度），人口密度很高，地方很少，那怎麼辦呢？如何生活呢？如何才可以讓大家用得到的呢？Appeal（吸引到）大家的是什麼呢？那我覺得一定會有的，因為當時大家不會抽出來說 until（直至）有一天它沒有了。那怎麼辦呢？那是什麼東西呢？當時我們不會怎樣討論或者覺得他是一個什麼的東西。到了 1970 年代的時候，都 feel（感受）到有一點轉變的，因為我在灣仔讀書，生活了好一段時間，知道了有大一這間（設計）學校。那時候，我參與了一個活動團體是在大一的樓上樓下。我們開會，一是早點完，一是遲點完，因為如果你遇到了大一的學生下課你就糟了，你就要等一陣子電梯，因為很多人。而那個年代又流行的，就是說你上了工廠也好，你想英文好讀英文夜校。你覺得自己不喜歡讀書寫字的話就可能你去畫畫，而那個年代又很神怪的，很多人都這樣做的。也不會笑你的，那個年代也不是太常說你：「沒事畫什麼畫？你很有天份嗎？」沒怎麼聽過，只會覺得是可不可以賺錢的呢？那時候有很多這樣的人。那年代的人不會有太多的想像，但是大家是開始 feel（感受）到，有些你不認識的就業機會或者活動在出現，比如說那個年代大家都看黃霑和林燕妮。原來廣告是要設計的！原來你想了一句話，「那個人想不到是會紅的喔」、「原來他會發達的喔」、「可以賺到錢的喔」那你就會留意！「點止汽水咁簡單？」這一句可以喔，可以賺錢的喔，對不對？你就開始 feel（感受）到這樣的東西，因為慢慢開始留意經濟活動的複雜性提高了，你開始有 promotion（推銷），advertising（廣告），有這些的東西。

本地化現象

這是有一次陳冠中在麥當勞裡亂說了一兩個小時的其中一個看法來的。就是說，其實從一個發展經濟的角度來說的話，大部分的發展中國家都會經歷一個

階段，就是 **import substitution**（進口替換）。就是以前不停入口、買東西回來，最簡單來說是，電視以前都是配音英語劇集，配音日語劇集，配一些廣東話就行了。大家就看了。但是到了某個階段，你會覺得整天看的都是西方人，換成香港人行不行？或者是甘國亮那時候開始說：「請我吧，我會拍啊。」不然就是買。在那個時候來說，買是貴的，自己拍比較便宜，所以你就去拍了。所以你一定有一個所謂進口替代的階段，然後慢慢地就 **local produce**（本地生產）去取代這東西。你想想，到了 1970 年代末的時候，就會出現很多情況，你發覺到那東西我是認識的，就跟現在內地一樣。就是香港可能到了 1970 年代初，做製造業的人已經覺得我一直在幫你「車嘜頭」，做你的產品，車著車著其實我都會啦。我要不要只幫你做 **OEM**（原圖代工）賺這麼少錢啊？我自己出我自己的牌子，在香港賣我可以賺多一點喔。那你一定有這一個階段的。學會了這些，我就自己開始想方法，自己去弄吧。那早期可能製造業，可能是做這些 **manufacturing**（製造業的），下一個階段你當然就慢慢的有文化各種的東西；就是等於以前我要播一段片，是一個外國的廣告，牛仔騎著馬賣萬寶路香煙，我是不是可以變為一個 **local version**（本地版本）？那你 **market**（市場）大了的時候，就自然覺得原來香港的 **local consumption**（本地消費）也很大的，我自己賣也可以喔，投資下去搞廣告。等於平面設計或其他東西也好，開始是慢慢的，你覺得我要針對 **local market**（本地市場）喔，要找一些自己做的東西也好喔，而早期的時候本地產品又便宜過入口的時候，就更加大意欲去替代它了。

蔡啟仁

1960 年代在出版社任間字學徒，大一藝術設計學院畢業後留校教授字體設計，發明「博藝體」。1970 年代，曾隨呂立勛等到北京交流，1980 年代赴日本進行設計交流。

訪問日期／地點

日期：2013 年 8 月 28 日

地點：蔡啟仁創意思維啟迪中心

訪問摘錄

在大一藝術設計學院的經歷

我在大一（大一藝術設計學院）讀了兩年的課程，畢業後就去讀了兩年靳叔（靳埭強）的插圖班，那次考試我得第一名。其他導師有刁志華、呂壽琨、張樹生、司徒強。他們通常都教短課程，只上一、兩課，有時候這些導師有其他工作，還會上不到課。

當時我透過黃祺開在大一認識了呂立勛。我每次上課都坐頭排，期待老師給的

意見，呂立勛看到我的功課也很雀躍。當時唸第二年，我只有做 **freelancer**（自由工作者），為出版社畫小書籤，自己在西洋菜街一個閣樓租了一個位置工作。那時沒有錢交學費，呂立勛也只有叫我努力唸書不用繳學費，一畢業他就請我當老師，學費就從工資扣。我在大一首先教字體設計，編了很多課程，初、中、高、深造級都有。當時有實驗設計，那就是各範圍都觸及一些，所以我提議開創圖像造型、海報設計的班等，每個提案很受呂立勛的支持，所以大一有一大半的課程都是我編寫的。當時我跟辜昭平、李業堅掌控了整間大一，其後有黎華、雷志良。

大一第一屆的插圖社，特別有影響力，有蘇澄源、李錦輝、郭立熹等等。他們都帶起了香港的新潮流。當時我跟廖德基和他的一個小組很熟，那時我們一放學，就看到他們這一群學生黏著靳叔（靳埭強）。

設計交流

我們應該是第一批設計師到內地交流，當時由呂立勛率領香港大一設計學院的老師到北京中央工藝美術學院交流，去了二十幾天。我準備了一套資料關於中國文字現代應用，有幻燈片、講學、翻譯成普通話。我記憶中一行人包括李業堅、辜昭平、雷葆文兩夫婦、郭孟浩、謝祠義、林信等等，一行全都是大一的導師。當時認識了很多，院長張仃、雲李林、袁運生、袁運甫、常沙娜、陳漢民等等。當時張小平是學生，聽了我的中國文字現代應用後非常雀躍，跟我談了一整晚。接著大家都有在見面，到現在還是好朋友。

結束北京訪問後，到了無錫、杭州訪問當地的工藝院，其後訪問了上海動畫製片廠；也去了榮寶齋、朵雲軒買文物。

當時我的旅行袋準備了三十筒幻燈片、三十盒 **movie**（影片）、兩部相機、菲林，旅程拍了很多照片。當時是國內剛開放，所有東西都很新奇。

我最難忘的是跟幾個人在日落黃昏時走在北京的胡同，感嘆著「這就是我們的中國」，一時感觸熱淚盈眶。這種愛國情懷令我有使命感，要盡力，所以以後每逢有講座我都一定會去。當時亦參觀了很多地方：天安門、十三陵、北海公園、長城、工藝店。

「浸信會出版社」各部門標誌（1970 年代），蔡啟仁作品。圖片刊載於香港設計師協會 1977 年年報。圖片由香港設計師協會提供。

「教會教育會議」標誌（1970 年代），蔡啟仁作品。圖片刊載於香港設計師協會 1977 年年報。圖片由香港設計師協會提供。

中文數碼造形字體創作系列（1980 年代），蔡啟仁作品。圖片刊載於香港設計

師協會 1990 年年報。圖片由香港設計師協會提供。

何中強

大一藝術設計學院首屆畢業生，首份工作跟隨靳埭強學師，曾任富麗華設計主管，1980 年代自立門戶，作品包括香港仔遊艇會標誌。

訪問日期／地點

日期：2014 年 1 月 28 日

地點：九龍貿易中心地下美心餐廳

訪問摘錄

1970 年代設計界狀況

我的見解是，1970 年代是香港設計界的成熟年代，在那個年代出了很多厲害的人，也出現了很多好作品。當時的社會比較簡單，任何設計的成果，都會很快在行業裡被看見。跟現在不同的是，現在人太多，設計項目分得很散，所以很多作品做出來都是默默無名，而當時做一個好的設計會有很多人知道，滿足感會比現在大。當時有很多比賽，例如是蜆殼石油氣的設計比賽是靳叔（靳埭強）得優異獎，而那些比賽最終會帶進民間，是在生活上會用到的，很多人會覺得那些設計很眼熟，會想了解是誰設計的。當時的設計教育是經政府推動，所以比現在好很多。雖然現在有很多世界名牌學校在香港開辦，但我在市面上卻看不到有什麼好設計。以前就算是電車上的圖畫都可能是大師做的，但現在都是廣告公司的小朋友做的，這就是分別。我對出生在那個年代感到榮幸。

在那個年代，香港仍有很多外國設計師，一向都有，沒有停止過，只不過我們熟悉的是本地人，外國設計公司是一直都在，還愈來愈多，小型跟大型公司都有。

香港有一段很長的時間都是用英文來設計，原因是香港現代設計是外國人帶進來的，第二個原因是用英文做設計比用中文簡單，也比較好看，但現在用中文做設計不難看了，有很多用中文設計的作品都很不錯。我當時也是用英文來工作，感覺比較國際化，用中文的話，外國人不知道你做什麼。

1970、1980 年代設計行業轉變

從手作到用電腦是很明顯的轉變。當時會用電腦的設計公司，已經是很好的公司了。當時一部最基本的 Macintosh（蘋果公司/Apple Inc. 品牌電腦）都要幾萬元，而一個員工月薪也只是二千、三千元。一開始我是很抗拒的，但知道它的好處後也就接受了，譬如做 artwork（圖製品）會有好處，但不要指望它會做設計。電腦是不能做設計的，很多人以為有電腦就可以開設計公司，如果這個趨

勢繼續下去的話，未來的設計只會千篇一律。設計師是用人腦設計的，電腦是幫你去完成工作的。1980 年代最大的轉變就是面對這個沖擊。另一個大轉變是公司的面積，我的公司以前有二千呎，有兩層，上層 artstudio（美術工作室）有十個員工，下層是秘書、會議室等。

220 現在公司一千呎，已經能夠做以前一樣分量的工作，不需要太多桌子，artwork（圖製品）都不需要存放，用電腦 hard disk（硬碟）就能處理了。我仍然懷念 1970 年代沒有電腦的工作環境，當時的工作氣氛，像在 Graphic Atelier（恆美商業設計有限公司），公司中間有大玻璃枱，大家圍著吃飯、工作、聊天，氣氛很好，不只是看著電腦屏幕。到電腦時代就變得很個人了，很少會一起討論設計，因為也幫不到忙，最多是 art director（美術指導）給意見，一般的工作都可以自己處理。

商貿刊物（1988），何中強作品。圖片刊載於香港設計師協會 1988 年年報。圖片由香港設計師協會提供。

標誌設計（1986），何中強作品。圖片刊載於香港設計師協會 1986 年年報。圖片由香港設計師協會提供。

韓秉華

早年在中文大學校外進修部修讀設計，深受石漢瑞的思考模式及嚴謹作風影響，1980 年代曾投身設計教育，與靳埭強、梁巨廷等創辦香港正形設計學校。

訪問日期／地點

日期：2014 年 1 月 29 日

地點：淺水灣形藝館

訪問摘錄

總結 1970 年代香港設計

1970 年代與現在有很大的不同，生活比較純樸，在中環會見到李嘉誠穿著唐裝衫獨自在路上行走，怡然自得。當年從事設計的人不多，中學後我從澳門回香港，一開始在室內設計和櫥窗公司工作，後來轉職廣告公司，然後到 Pearl and Dean 及沙龍電影廣告公司。當年我參加了香港藝術節標誌設計比賽獲得冠軍，評委是田中一光先生和石漢瑞先生。後來石先生邀請我到 he 創辦的 Graphic Communication 圖語設計公司工作，之後我與蘇敏儀女士成立了形意設計公司。1980 年與設計界朋友創辦正形設計學院，王無邪老師和金嘉倫先生亦邀請我到理工和中大校外教書，兩個早上，兩個晚上，還有正形設計學校那邊，我得花很多時間在教書方面，但教學相長也有益處的。

我的海報設計是比較早獲得波蘭華沙海報三年展參展獎的，1976 年已入選。我在 1978 年和 1980 年都有入選。當時在 Graphic Communication 圖語設計公司工作，也方便得知一些國際設計競賽訊息，現在一上網就什麼訊息都有了。訊息渠道開放，當然競爭也大很多，會有很多設計師參加。過去我們競爭不大，但活動也沒有現在那麼多。比如《世界包裝之星》，國內很多設計師都曾獲獎，香港就少有機會獲獎，不是我們的設計不好，而是沒有適合發揮設計的客戶及題材。香港設計在 1970、80 年代是很輝煌的，對內地有很大影響。他們也認同香港的設計影響到深圳的設計師，而深圳則影響全國。

1970、80 年代真是一個黃金時代，為什麼這樣說呢？以前科技、資訊沒有那麼發達，回顧 1940、50 年代，二次世界大戰結束以後，不論日本、美國、歐洲，在設計上還是利用傳統手工完成設計，現在誰都可以隨使用電腦軟件就可以做到基本設計了。所以研究和記錄 1970、80 年代香港平面設計的發展是有必要的。巴黎、紐約、倫敦承接上世紀初 1920 年代新藝術的風潮，那些年代的印刷技術已經很專業，在香港也非常關注。之後的 1970 年代，日本化妝品海報更是藝術與設計的結合。現在的日本平面設計也不及當年了，近年在日本看到的設計作品也沒有很大的突破。可以說，1970、80 年代是香港平面設計一個非常好的年代。

中西區棋藝比賽海報（1975），韓秉華作品。圖片由韓秉華提供。東方水墨畫大展（1987），韓秉華作品。圖片由韓秉華提供。

家庭計劃指導會海報（1974），韓秉華作品。圖片由韓秉華提供。

電影《山中傳奇》海報（1979），韓秉華作品。圖片由韓秉華提供。

靳埭強

15 歲來港，師承兼容中西藝術文化的王無邪與水墨大師呂壽琨，開拓東西融合本地設計風格，被譽為香港設計界之父。

訪問日期／地點

日期：2013 年 10 月 8 日

地點：靳與劉設計公司會客室

訪問摘錄

《文學與美術》的設計專欄

1970 年代初，我開始反思自己的身份和設計路線，我以前是全盤西化，受 Bauhaus（包浩斯）影響，最初五年設計不太關心中國文化，朝著最先進、最現

代化的路走。其後才去看中國文化。我認為我跟台灣是互相影響著。我在《雄獅》、《藝術家》等雜誌得知變形蟲的成立和活動，他們的設計展頗前衛，開始有民俗藝術的東西，可能從而影響了我。我 1972 年開始走民俗風格現代化的路線，1974 年算盤子商標就有加入中國元素，1970 年代後期的臉譜跟霍榮齡的風格都頗吻合。大家同時期追求中國文化在 graphic design（平面設計）上的應用。

日本大阪萬國博覽會

……我 1960 年代末就接受過陸離在《文林月刊》刊登的訪問，是中大校外進修部做的訪問，我當時是第一屆學生，在（大阪）萬國博覽會得了雙料冠軍，所以學校比較重視。

我參加了兩個（大阪）萬博的比賽，雕塑設計和制服設計，都得了冠軍，我還在唸書時已經出名，是因為這兩個比賽；港大建築系就負責設計場館。由於職員需要制服，又希望水池裡有雕塑藝術品，

所以就有公開比賽。我還在讀設計時已經有名，就是因為這兩個比賽，贏了其他老師……

在籌備的幾年，所有比賽都是公開讓香港市民參加，我不是雕塑家都能參加雕塑設計比賽，繼而贏了其他大師。標誌就沒有舉辦比賽，由 Graphic Atelier（恆美商業設計有限公司）負責，在當時是唯一一間有水準的中國設計公司，因為我拿了兩個設計獎跟在那裡打工，graphic（圖像）就由我負責。至於制服設計，是由文麗賢穿上行 catwalk（時裝表演伸展台），她後來做了時裝設計師。

大阪萬博對香港設計行業有很大的影響，我們有機會看到其他國家第一手的作品。雖然這只是少數人能體驗的事，因為當時沒有投放太多資源。而在博覽會之前，一得知就開始注意，成為其中一個參加者及得益者，於那兩個比賽嶄露頭角。那幾年是十分重要的時期，不單是我，亦有包括張氏兄弟（張樹生、張樹新）、梁巨廷、呂立勛。

賽馬會體藝中學標誌（1989），靳埭強作品。圖片由靳埭強提供。

左一，二：兔年郵票（1975）；左三：鼠年郵票（1972）

右一，二：馬年郵票（1978）；右三：龍年郵票（1976）香港十二生肖郵票設計，靳埭強作品。圖片由靳埭強提供。

沙田區議會標誌（1976），張樹新及靳埭強作品。圖片由靳埭強提供。

恆美商業設計有限公司海報（1972），鍾培正及靳埭強作品。圖片由靳埭強提供。

George Kwan (關慕洽)

Spent ten years as a designer in New York between the 1960s and the 1970s before coming to Hong Kong working for Graphic Communication Limited. In the 1980s, he set up the design department for DHL's Hong Kong head office. Five years later, he founded his own [company] with large corporations as client base.

Time / Place of the Interview

Written reply on 18 March 2014

Extract of the Interview

The Works after Returning to Hong Kong

I was hired by Henry Steiner of Graphic Communication as a senior designer and stayed with Henry less than a year. I found that the pace was not suitable for me. I was assigned to work on Hongkong Land's annual report as well as an in-house publication for the Hongkong Bank. It was interesting, but the pace was too slow for me. I was ready to go back to New York. Then, an opportunity came. Ted Bates was looking for someone to oversee the design department.

Without hesitation, I then joined Ted Bates Advertising as their senior art director. It was quite an exciting experience. Got a chance to see the advertising and design level of Hong Kong. The only obstacle was trying to combine English and Chinese in work production, particularly when producing advertisements. However, it didn't take long to overcome. The more I worked on the more I built up my experience. Certainly it became an asset for my career.

The Impressive Large-scale Design

I did find the MTR signage system is very impressive in particular the directional system is visually inviting and practically understandable to all ages.

Hong Kong "Style"

Hong Kong is a unique place with different cultures pouring in from time to time. Hong Kong also has its own living style because "East meets West" always plays an important role in the community. Therefore, the role of commercial designers would always be affected by the latest trends. In the 1970s and 1980s, most advertisements in Hong Kong were quite straightforward. Today, advertisements have more human elements and sometimes a touch of humor to make ads sell better. And visual communications today carry more conceptual elements within.

Yangtzekiang 廣告設計（1970 年代），關慕洽作品。圖片由關慕洽提供。
Advertising for Yangtzekiang (1970s), designed by George Kwan. Image provided by George Kwan.

電影節海報設計（1981），關慕洽作品。圖片由關慕洽提供。Film Festival Poster (1981), designed by George Kwan. Image provided by George Kwan.

香港設計師協會首屆「圖畫展」海報設計（1975），關慕洽作品。圖片由關慕洽提供。Poster for the first “Picture Show” (1975) organised by the HKDA, designed by George Kwan. Image provided by George Kwan.

陸叔遠

求學時期修讀時裝，先加入廣告公司，再轉投電影行業。受家庭教育薰陶，對時裝與電影懷有濃烈興趣。1986 年獲選香港電影金像獎最佳美術指導。

訪問日期／地點

日期：2014 年 1 月 17 日

地點：靳劉高創意策略公司會客室

訪問摘錄

總結 1970 至 1980 年代

那個年代是 interesting（有趣）的。所有人都年輕，很多新的事跑了出來，人們也肯嘗試新事物，全世界也爆發很多新的 fashion（時裝）、電影。看意大利電影導演 Michelangelo Antonioni 第一次拍彩色片《Blow Up》（春光乍洩），每樣事都很有味道的。現在每樣事都太多，太氾濫了，很難找到真正鶴立雞群的東西。我對文化的事很有興趣，但要找比較邊緣的才會覺得有新鮮，不過 commercial（商業）的則有很多。1970 年代至 1980 年代因為我姊姊而看到 fashion（時裝）的事，影響了我很多，而我自己也做 fashion（時裝）。我和 Illustration Workshop（插圖社）的成員都算是生活於電影、fashion（時裝）、art（藝術）、跳舞、音樂那類別當中，好享受那個年代。那時有 peer group（同輩群體）；今天的卻各散東西，沒有一組人的。

美術指導

「美指」一詞比較少聽到，但有廣告便開始有美指，不過它不受重視。好像拍一個一百萬元的廣告，美指開始時只能分到一萬多、兩萬元，後來才有三萬元，其實佔比很低。但整個廣告中你可以看到的，全都是美指做出來，是他全部一手包辦。如布景、talents（廣告中的藝人）穿什麼服裝、髮型等，全是他處理的。現今導演還要求美指畫 storyboard（故事板），要畫 camera angle（拍攝

角度)，還要找配樂！當導演什麼也不用做，指揮演戲就可以。而導演大約是七萬到九萬元一個 job（工作）。其實廣告公司賺很多錢，如果你是 production company（製作公司），一百萬元的廣告只用四十萬製作，所以淨賺六十萬！美指不受重視，電影也是如此。以前所謂美指，是負責道具，連布景，服裝師等都一手包辦，後期才有一個美指。再後來有一個職位是 production designer（製作設計師），這便高級很多了，連劇情都涉及。

另外以前有個職位叫 visualiser（繪圖員），廣告公司是很需要 visualiser（繪圖員）的。Creative director（創作總監）不懂畫東西，只打一個速稿，便找 visualiser（繪圖員）畫出來。但現在時裝行業也有一個職位叫 visual merchandiser（視覺營銷主任），也不是新的。一間店舖內全是衣物，如何擺放這些衣物呢？例如賣一件 lambswool（羊仔毛）冷衫，要擺放在四個地方，但要用四個不同的方法擺放，那便要不停試擺試看。有時穿在 dummy（人體模型）上，有時放成一疊，有時摺起袖子等，那些就要靠 visual merchandiser（視覺營銷主任）怎樣「推貨」。擺放不吸引，是沒有人買的。這是一門學問，好像我當 image director（形象指導）就是做這些了。另外就是要做 Esprit（思捷環球旗下時裝品牌）的 social work（社會工作）的項目。其實如果你翻看 1970 年代報紙，很多 illustration（插圖）。1960 年代 Lane Crawford（連卡佛百貨公司）賣很多時裝，請 Philip Au Yeung（歐陽雄）畫那些 fashion sketch（時裝素描），每個星期日也有，很漂亮的。因為 fashion illustration（時裝插圖）都是 illustration（插圖）的一種，但就比較 specialised（專門）。

為廣告代理 Thompson Wong Kiernan CJLA 設計的淘氣鬼報章廣告（1973），陸叔遠作品。圖片由陸叔遠提供。

為廣告代理 Thompson Wong Kiernan CJLA 設計的淘氣鬼報章廣告（1973），陸叔遠作品。圖片由陸叔遠提供。

雷志良

學習插畫出身，初期於大一藝術設計學院負責策劃工作。其後由廣告公司轉行至電影公司，成為電影美術指導。曾參與包括《投奔怒海》、《蜀山》、《英雄本色》等多齣電影的美術指導及平面設計工作。他亦曾出任多屆香港電影金像獎協會董事，以及參與該協會評審委員工作。

訪問日期／地點

日期：2013 年 10 月 11 日

地點：香港浸會大學

訪問摘錄

大一藝術設計學院

當年他們（大一藝術設計學院）算是在平面設計界的一個新 icon（標誌），一個 wave（浪潮）。靳叔（靳埭強）、Henry Steiner（石漢瑞）都是用寫實的，但他們用的卻是東京、紐約的新一套，比如說用 1960、1970 年代的東西，或者是用文化大革命中的紅衛兵做成 popart（普普藝術）等等，當年沒有人這樣做。又比如說，他們喜歡畫透視性的格子、飛線、眼鏡等，其實是受了美國的影響。我當年也曾去紐約，做紐約的特輯。他們很快的吸收和運用 Gracy Jones（格雷·瓊斯）、Elton John（艾爾頓·約翰）、《Interview》雜誌裡 Andy Warhol（安迪·華荷）的東西，所以可以說是影響了香港一個新的潮流，新的 icon（標誌），甚至影響了時裝的櫥窗、包裝袋等。當年本地設計師所用的概念都是寫實、具象的，但他們的則是 psychedelic（迷幻的）、很遠的。他們包含了日本的 popart（普普藝術），最新的技術都在他們那裡，當年確實是很不錯的。用色大膽，構圖創新，執行和創意都是一時無兩的。當時很多時裝品牌 Sahara、馬獅龍等都找他們。

插圖社當年算是一個商業的設計團隊，但其他零星的畫會也有很多，如一畫會，當年的藝術風氣還是很盛行，然而設計方面強大的就只有他們（大一藝術設計學院），他們的結集力強，exposure（曝光率）也厲害，可以在藝術中心租兩層來做展覽。

總結 1970、1980 年代香港和內地的平面設計發展

1970、1980 年代是萌芽、發展的時期，大家一起成長。香港算是佔領導地位，因為國內才剛開放改革，台灣受日本影響較多，用字、排字都有日本的影子，應該說是共同成長期，互相切磋，互相欣賞。後來就不同了，當時是歡樂今宵，大家都愉快，關係和諧，沒有腥風血雨，沒有打鬥，只是互相偷師、取材、學習、拜候，是良性的關係。像我跟廣州《包裝與設計》的主編盧華能從前就常聊天，後來就是黃勵。他比我知得更多，但他年紀很大了，七十、八十歲。我差不多是跟他相同時間進香港和國內這個圈的……

我在 1970 年代讀書，當然是親身經歷。以少林、武當為喻，1970 年代八大掌門剛開始起壇，1980 年代出武功，1990 年代成熟，1990 年代以後就分手。這個武林就是這樣，很有趣的。

《電影雙周刊》封面設計（1980 年代），雷志良作品。圖片由雷志良提供。

《電影雙周刊》電影展海報設計（1980 年代），雷志良作品。圖片由雷志良提供。

《英雄本色》電影海報設計（1986 年），雷志良作品。圖片由雷志良提供。

雷葆文

首屆香港理工學院畢業生，師承王無邪，畢業後任職理工不久，便轉職希爾頓酒店美術總監，發展出 1970 年代最大的酒店設計部。

訪問日期／地點

日期：2014 年 4 月 23 日

地點：靳劉高創意策略公司辦公室

訪問摘錄

佳藝電視教育課程

佳藝電視，也就是佳視，和中文大學辦了一個電視課程，很短暫的，每一集說一些關於設計的東西。當時我有被邀請上去講。我上去跟編導說，有一個東西請他給我們一個機會去講。因為我覺得我上課第一天的經驗能夠跟全世界說明什麼是設計。如果大部分人不知道設計這麼重要，與生活有這麼深的關係，我覺得非常可惜。他說，你的提議很好，如果早點認識我的話，節目的編排上第一課就應該先講這個，但由於你在中間插進來，就放在最後，作為一個總結，叫我在最後一課多來一次。我當然沒有所謂，就當是多出一次鏡。我於是問，是否可以連我的老師一併請來。他說可以，於是我把邪叔（王無邪）也請來，一起上去講。更有趣的是，我們那一次流暢到一個程度，一 take（次）就可以了，我跟邪叔從一開始拍就你一句我一句的回應，把節目講了出來。這是蠻有趣的一件事。

外國設計影響

我覺得最大的影響是，我常常研究一樣東西，我們是理工畢業，做的東西都是外國人的東西，排英文字無往而不利，一要放中文字就投降，覺得很土。為什麼日文配英文可以這麼整齊，這麼好看，為什麼中文不成？我就有留意到這些東西，其實這是很大的挑戰。看到一個過程，怎麼去擺中英文對照的東西。當然，香港後期愈來愈多中英文對照的東西，雜誌也要中英文，中英文到底怎樣才能排得好看。如果只是排英文的話，香港的設計師一定很厲害的。一要他用中文的話他就會很避忌。

還有後期中段的設計師也是這樣，到現在整個大環境轉變了當然會有不同。有一樣東西很有趣的，我想也不是很長日子，這是這十年間的事。我們開始要面對一樣東西，回內地做事，不單只是中英對照，而是只有中文，你有沒有想過 logo（商標）不是用 ABC 來想的，你說要怎樣來想。香港設計師只是想 ABC，只是想字頭，要用中文來想的話想死人。開始的時候我們沒有這種 learning（學習），在這過程裡面我們留意到日本的漢字處理，如何混合英文，

在其中學了很多東西。所以我在內地做事，客戶都說我做的東西很洋氣，很現代，不會土，我發現這些東西就是香港設計師比其他人優勝一點點的東西。我們做的東西國際化，洋氣，不會土，因為我們是融合一些進去，當然我們面對這些東西的時候，我就把它看作是挑戰，是新的挑戰。

Jean M. Wong 芭蕾舞學校信箋設計（1970 年代），雷葆文作品。圖片刊載於香港設計師協會 1976 年年報。圖片由香港設計師協會提供。

Kumar Pereira（斐冠文）

Came to Hong Kong from Britain in the early 1970s. After working for Henry Steiner's Graphic Communication Ltd as well as Philip Chung's Graphic Atelier, Pereira joined the Hong Kong Polytechnic on recommendation and taught design for four years. He set up his own company focusing on the design and publication of corporate annual reports, and left Hong Kong in 1988 for further development in Australia.

Time / Place of the Interview

Written reply on 12 and 19 March 2014

Extract of the Interview

The Development of Graphic Design in Hong Kong from 1970s to 1980s

It was an exciting time to be there, I arrived when design was at its infancy and relatively an unknown and un-recognised profession. But, by the time I left 18 years later, it had come of age and was much in demand and was producing designers and design of world class quality.

The change over the decade from 1970s – 1980s was dramatic, graphic design became a recognised and popular a local style was emerging. Thanks to pioneers like Kan Tai-keung, Hon Bing-wah who created a local style, many others then followed in their footsteps.

Foreign Professional Designers in Hong Kong in 1970s

There were very few foreign graphic designers around, much more in the advertising area as creative.

A few ex-employees of Henry Steiner: Harry Wilkinson (Australia), Nick Jesse (UK). Photographers including Kevin Orpin, Richard Blight, Bob Davis, Mark Sheldon and John Nye.

There were very few foreign graphic designers at the time probably three, including Henry Steiner, Nick Jesse and myself. There were many foreigners in advertising, interior, product and architecture. By the 1980s, there were many more foreign graphic designers.

Social Ambience of Hong Kong in 1970s

It was a time of great change socially. The locals were rightly much more assertive and making their presence felt. The foreign influence and rule were being questioned and going through a transition; partly due to an increase of wealth, education, returning graduates getting into position of power, industry, awareness of politics due to 1997 which was looming — so it was a very dynamic time to be there — “a coming of age” or a maturity.

As mentioned earlier this emergence of a national identity and culture was exciting to be part of — the flourishing of all of the arts including theatre and cinema resulted in a sense of pride and inclusiveness for the people in areas that were once perceived to be the domain of foreigners.

斯里蘭卡航空年報（1983/1984 年度），斐冠文作品。圖片刊載於香港設計師協會 1986 年 年報。圖片由香港設計師協會提供。SriLankan Airlines Annual Report (1983/1984), designed by Kumar Pereira. Published in HKDA Annual Report in 1986. Image provided by HKDA.

Henry Steiner（石漢瑞）

Born in Austria, came to Hong Kong in 1961 as art director for The Asia Magazine. He founded the first professional design company in Hong Kong and nurtured the first generation of local design talents, testified to the rise of the Hong Kong design industry.

Time and Place of the Interview

Date: 18 February 2014

Place: Guest Meeting Room of Steiner & Co.

Extract of the Interview:

A rough transcription of a conversation by the project director

Designers with Whom I Worked

1970s was the starting period of many local designers. I don't remember all of them

who were working with me, but certainly Sandy Choi; I am very proud to say he worked with me.

Victor Cheong. He was young and thinner then! I can't remember their names, I barely remember some of them. Essentially there were people who joined me for six months or a couple of years. I specifically had a contract with Victor. He stayed with me for ten years, which was a long time, and then he went to work on his own. Hon Bing-wah was here for a long time too.

Kumar Pereira worked with me too. But it would be a bit too risky to say I brought in designers from overseas. You would be taking a big gamble there, especially if you don't know the person's capacity. I did bring in actually a few designers, and you had to justify them. You had to show that you had tried running advertising with these qualifications, and you had to show the immigration officer that we had run this advertisement, we didn't get any response, but I had this person with these academic qualifications and we wanted to bring him in...

A Massive Number of Australian Creative Professionals Who Contributed in Hong Kong from 1960s to 1970s

Because they speak English, they had training there. Australian design was ahead of Hong Kong at that time, and Australian journalists were the same. They (Australia and Hong Kong) were close.

It was quite a stepping stone, like for Peter Thompson. Alan Chan worked for him. They (Australians) were bright, capable, hardworking, and they were part of the (British) Empire, you know, or the Commonwealth. So, it was kind of natural. People come out for companies. It is more likely an Englishman would go to work for HSBC, then they would think of bringing in an Australian. It was just more comfortable.

Professional Status of Hong Kong Design in 1970s and 1980s

The 1970s and 1980s was the best time of the industry, because businesses picked up. There were more entrepreneur things; the banks started to go overseas; the hotels, certainly the Mandarin started to become a chain, the Hilton was a chain to begin with. So there was a lot of that, it continued until people started getting nervous about 1997.

Design Promoted by the Government of Hong Kong

In addition to Susan Yuen, there was a man called Len Dunning who should be given a lot of credit. He created Hong Kong Prêt-à-Porter (ready to wear), the idea having a fashion event and really bringing in cool designers and models. He had Hong Kong

participated in trade affairs in Europe. He was a real promoter.

He was the head of TDC for many years and he brought out designers, Marshall Corazza, Bernard Navetta and Christopher Chow. They worked in the design department of the TDC. Chris was the only one who was still around. He went to Australia but he kept his relationship. They did bright things, good stuff. Len Dunning had this vision and he put Hong Kong on the map through the TDC.

The Duty of Designer

In general a lot of designers who came out were too much involved in (other things), same as today, they thought 'I am creative, I do beautiful things.' They confused themselves with painters, and were sort of doing interesting stuff. I am much more concerned about communication. I keep quoting Alan Fletcher who said this beautifully that 'a designer tries to help his client solve his problems, and a painter tries to solve his own problems.' But you have this confusion where people would like to be painters, especially today. You have this trend to do posters that are not for clients but for yourself. They are for wonderful causes: like stamp out violence, world peace, and all sorts of things. There is not one poster that has done anything to stop war. None. You can sell products, you can announce events but you can't change people's minds with a poster. But it is wonderful. Oh yeah, I did Conserve Nature, which I am guilty but I did that for a client. I was commissioned to do that. I think that was important. I think that was part of the confusion with design that was not seen as a profession, just a job. I would like to think that I don't have a style. I will do what is necessary for the client. Somebody said I keep changing, I am chameleon, I just do things, but I like to think that nobody can tell that I did something other than it had a certain level of finish. I wouldn't want the Jockey Club to look like Hongkong Land. They all have their own personalities that I try to bring out. I don't need to express myself, or if I did, I wouldn't do it at the expense of the client.

淘化大同公司花生油包裝設計（1972），石漢瑞作品。圖片由石漢瑞提供。
Amoycan Peanut Oil Packaging (1972) Designed by Henry Steiner. Image provided by Henry Steiner.

大新銀行企業形象項目設計（1980），石漢瑞作品。圖片由石漢瑞提供。
Dah Sing Bank Corporate Identity Program (1980) Designed by Henry Steiner. Image provided by Henry Steiner.

《Asiaweek》企業形象項目設計（1981），石漢瑞作品。圖片由石漢瑞提供。
Asiaweek, Corporate Identity Program (1981), designed by Henry Steiner. Image provided by Henry Steiner.

王無邪

設計教育家。1950 年代開始熱衷繪畫，拜師呂壽琨學習水墨畫。1960 年代赴美
國修讀設計和現代藝術，回港後先後任教於中文大學校外進修部和理工學院，
策劃設計課程。

訪問日期／地點

日期：2013 年 10 月 3 日

地點：王無邪工作室

訪問摘錄

發展香港設計教育

我的想法是要 **conceive**（構想）一個 **system**（系統），學生在聽我教學和做功課時，令他們覺得有一個即時的滿足感。這真的是難度很高。例如你跟我學習，我要你做功課，如果我的功課是很枯燥你就不會聽，就不會做。而且夜校沒有束縛，你可以不聽，可以不上課，又可以不交學費，這樣人就走光了。我要 **conceive**（構想）一個方法，每一項功課都令你覺得值得做，做出來你有成就感。這是我的思考方式。我分析過怎樣去處理一個形象，同時這個形象怎樣擺出來，形象與形象之間有什麼關係可以由創造者決定。我 **based on**（基於）數個假設前提，一種哲學式的思考，你有什麼前提，有因有果，怎樣決定做到什麼事，那些事是要令到你有 **self motivation**（自我推動力），難度很高。你見到這些，真是廢枕忘餐去做，想到一種方法令到學生肯學，而是有滿足感的。所以你見到現在設計界出來的大師，都做過這些功課。他們是自願做的，不過這些難度都不高，其實後來有些難度更高，我又不懂做，所以沒有教他們怎樣做，他們自己找方法做到。一個星期交一件，這裡共十二堂，所以我的書大概是十至十二個 **chapters**（篇章），十種或十二種 **concepts**（概念）。他們學過這些 **concepts**（概念）之後就開始有能力創造一些圖像，可創造某種的視覺關係而到達一種視覺上的美感。而這時我能令到中下之材都肯做，他們做到就好快可以升級，即改變了可以上到中或中上，學生自然有些較高的才能，如靳埭強他們自然成材。但就算不成材，他懂得這一套，後來就可以教學生將這一套教學發揚光大。所以去到美國時出這些書都賣到很多，至今我還有收版稅。很多教設計的人一見到這些教材就立即可以照著來教。他們跟 **Bauhaus**（包浩斯）有些不同。

Bauhaus（包浩斯）裡面，普通我們說 **Johannes Itten**（約翰·伊登），**Itten** 就材料的感覺去探索的。而我比較注重觀念。我的觀念是，假如你有一個形，最簡單是個圓形，你怎樣擺也沒方向的，這個 **plane**（平面）是沒有投影，什麼也沒有，一粒圓形。我 **start**（開始）一點圓形，你就去玩它，當時就在數學方面，

中文叫對數，用對數的觀念在這裡。一個圓形我不會動它，給你兩個你有什麼可以做呢？有接觸，有重疊，兩個形已可變出多種變化，由此推論出多元化思考。這是我整個 **concept**（概念）的主要的核心，多元化思考是 **base on**（基於）十種八種的規律。說出來好簡單，所以好易被人接受的。我在美國做過講學，參加過研討會，很多老師都認為我這些書好實際、好容易。完全是邏輯性的思考，走多元化的路線。

《平面設計原理》（1974）內頁 66 及頁 67，王無邪著，雄獅圖書（台灣）出版。由靳埭強提供實物拍攝，雄獅圖書股份有限公司授權轉載。

《平面設計原理》（1974）內頁 84 及頁 85，王無邪著，雄獅圖書（台灣）出版。由靳埭強提供實物拍攝，雄獅圖書股份有限公司授權轉載。

《平面設計原理》（1974）內頁 114 及頁 115，王無邪著，雄獅圖書（台灣）出版。由靳埭強提供實物拍攝，雄獅圖書股份有限公司授權轉載。

余奉祖

1970 年代畢業於香港理工學院工業及商業設計系，後來轉職廣告平面設計，設計風格富西方色彩，曾受邀參與大一藝術設計學院於日本的交流。

訪問日期／地點

日期：2013 年 8 月 23 日

地點：香港遊艇會

訪問摘錄

1970 年代的社會、文化背景，以及設計的發展

當時的社會氣氛其實未成氣候，每個人都只是想著餬口，1970 年代四周都是工廠。

當年因為反戰和保衛釣魚臺，需要設計海報和標誌，影響到設計的發展，像美國出現和平標誌，反映政治影響文化的重要性。設計不單只受 **Illustration Workshop**（插圖社）所影響，周圍更大環境的影響也很深，例如越戰的影響同樣舉足輕重。當年的歐美音樂如胡士托、披頭四、貓王等，通通影響著全球的設計以至文化，間接令我們開闊眼界。香港當時的設計和其他方面就深受反戰音樂所影響，像 **Peter, Paul & Mary**（彼得、保羅和瑪麗）的音樂。另外我們穿喇叭褲、模仿嬉皮士、**John Lennon**（約翰·連儂），設計上也用嬉皮士風的字體。那是個很豐富的年代。外國的文化影響我們的設計、潮流、音樂，甚至教育方面，令我們開始崇洋。

另一方面，當年漫畫也很賺錢，如黃玉郎的《龍虎門》及馬榮成的《中華英雄》，那時候開始蓬勃起來，發展愈來愈厲害。而《號外》的創辦人陳冠中，鄧小宇等人則是另類的，和榮念曾等人一樣另類，與我好像不太談得來，他們談的是波希米亞、香格里拉、世外桃源，都是和我們談不上關係的

東西。他們不做怎麼商業，但是很有 lifestyle（生活品味）的東西，不像我一般的設計師，我們被訓練為設計師，為的是提升香港的設計水準，在產品設計、室內設計、時裝等方面，而不是做像施養德、Andy Warhol（安迪·華荷）般很有風格，很有 lifestyle（生活品味）的事。

有關本地文化（音樂、電影）

有關中文運動，1970、71 年有中文合法化的運動，因為當時年代香港仍然是由英國殖民管治，法例、屋契、立法局文件等通通都是英文的，所以發覺中文的使用程度很低，人們普遍的英文程度亦低。自 1967 年暴動開始，左派媒體和英國政府在報章上互罵，但言語不通，彼此互不明白，溝通出現很大問題。最終，政府發現中文是暴動期間最常用的語言，用英文無助於鎮壓暴動。暴動訊息透過左派中文報紙流傳。語言的影響力巨大，暴動示威之中語言成為重要的關鍵。政府因而警覺，我們學生亦覺得中文應受重視，應被列為法定語言，日常文件需要有中文出現，不可以只用英文。但政府企硬，雙方僵持，於是學生舉辦遊行，又設計 T-shirt（短袖圓領汗衫），表達一種訴求。1974 年正式通過中文合法化，政府憲法和其他文件上都有中文。

但語言環境的轉變並沒有對設計帶來太大影響。這些事件關乎的是尊嚴，我們要在殖民管治之中取回自己的語言。而在設計方面，內地人、香港人一直看輕中文。比如說海報設計，一旦有中文，人們就覺得不好看，英文的才漂亮。這是簡單的崇洋心態。一本書如果是中文封面的，設計師就會沒興趣。這是全世界的普遍心態，日本人也不覺得日本書好看……

總結 1970 年代和 1980 年代的平面設計發展

1970 年代和 1980 年代是設計的黃金年代，最原創、最好的東西都在該年代出現。當年和現在的不同，當年的政府有 Government Information Service

（政府資訊服務），以中國人馬志昇為首的設計部門，總管所有設計，任命設計師來設計和執行，仔細跟進，像廉政公署、家計會、市政局的標誌都令人津津樂道。找外面的人做也算是一個渠道給有創意的人發揮。1970、80 年代的設計很有本地風格，市政局的洋紫荊就做得不錯。1970、80 年代真的是文化的黃金時期，是我人生的黃金年代，也是香港藝術和設計的黃金年代。

「Apple Concert」音樂會海報設計（1971），余奉祖作品。圖片由余奉祖提供。

「Creation House」海報設計（1975），余奉祖作品。圖片由余奉祖提供。

香港設計師協會獲獎海報（1975 及 1976），余奉祖作品。圖片由余奉祖提供。

香港理工設計學院畢業展海報設計（1973），余奉祖作品。圖片由余奉祖提供。

施養德

在福建出生，五歲時隨家人移居香港。年輕時在菲律賓舉辦畫展一舉成名，回港後創立廣告公司。創辦《清秀雜誌》及《artention》（藝覺）等本地高檔雜誌，全盛期曾同時間營運多達三十二本雜誌，並曾數次參與《號外》雜誌的形象及營運改革。

訪問日期／地點

日期：2014 年 6 月 18 日

地點：上海龍門雅集畫廊會客室

訪問摘錄

《清秀雜誌》

連雜誌裡客戶廣告的設計也是我做的。我說一句說話，這句話是阿靳（靳埭強）說的。出了《清秀》之後，當然它跟很多雜誌都很不一樣。阿靳跟我說「我知道你啦！你用做 annual report（年度報告）的方式去做（《清秀雜誌》）！」我便笑說「少少啦」，因為做設計，做得最多的是企業的 annual report（年度報告）。因為他（靳埭強）做很多，所以他便覺得我用這方式去做。其實是未必的，但的確有點相似。

第一期的《清秀》有四十八頁。以前製作是很難的。如果是今天做，做四十八頁的話只需一個小時就能完成。Picture（圖片）怎樣排位，不行的話又再排一次，很快就完成。以前做的時候，有錯字的話，是要用貼的，很麻煩。

辦《清秀》的原因你大概也聽過。有一日我在家裡看電視劇《家變》，看到劇裡有本雜誌就是叫《清秀》，我覺得這個名字很棒，於是隔日就跑去註冊。七日後就出了創刊號。那時每個人都以為這本雜誌是 TVB（電視廣播有限公司）出的，good promotion（好的推廣），我記得寫《家變》的編劇是陳韻文，她很憤怒，說要告我。但「清秀」這名字是我註冊的，反而是我要告她才對，她都不懂這個 market（市場）。其實她真的告我的話會更好，輸的會是她，而我又會變得更出名。兩星期後，她改編了劇情，劇裡的《清秀》雜誌倒閉了，真是奈她不何。

關於《號外》

我先後救了《號外》四次。我不說就沒有人知，不知的就當知道，而我又不便說那麼多。故事是這樣的：我出了很多雜誌，所以有些人眼紅。有一期的《號外》，寫了篇文章詆毀我。他們詆毀其他人，我沒有理會，但他們詆毀我，我就很不滿，所以要告他們。你知道我請誰去告他們？**Martin Lee**（李柱銘），收得很貴。其實他們不認識我，只是聽聞過有關我的古怪事。那篇文章是鄧小宇寫的，寫我「無資格自戀」。什麼叫「無資格自戀」？自戀是愛錫自己的意思，所以我想，反正有多餘的錢，不如給他們一個痛擊。他們又不知道我找 **Martin Lee**（李柱銘）這麼高級的律師。

不過我有一個朋友，他也認識《號外》的人，叫 **Peter Liu**。所以 **Peter Liu** 就邀請我和《號外》那些人，擺圍酒，一起坐下。我說「有沒有搞錯」，**Peter** 說「算吧」，他以前也是在格蘭廣告公司工作。雙方聊一聊，沒什麼特別。他們不認識我，卻在胡說八道。我知道他們辦《號外》，其實我看《號外》裡的罵人文章，也覺得很過癮，不過罵自己卻很不滿。

但是《號外》沒有廣告。它這樣的外觀，怎會有廣告？乞丐又不是乞丐，窮又不是窮，又不像「打仔」、又不像流氓，都不知道是在做什麼。它的確有很多年輕人喜歡看，有很多「擁躉」，但不代表會有廣告。這班人真是過度自戀，以為自己很厲害。

後來我決定不告他們，當個朋友算，我也沒有懷恨在心。之後我認識了岑建勳，那時他剛剛加入《號外》。他問我能不能救救《號外》，沒有稿費，又沒有薪水，但又要交租、付印刷費。我說討論看看，那時我不會因以前的事而有偏見，是從一本雜誌去看，我說不是不能幫，但是有條件。我跟他們說，內容不用變，但是我要改變《號外》的形象。我提出雜誌的外觀由我決定，內容則由他們決定，廣告我來找，虧本的話也由我來負責，賺錢的話，我拿三成，你們拿七成，這樣的「著數」很難找吧！當然那些廣告費是要抵銷所有開支。我貪過癮，當時我的拍檔蔣芸，她很反對這件事，因為這樣我們開始有點意見不合。她說「為什麼你突然要幫他們？有什麼好處？」但是我答應了，所以也得做。

這本雜誌放在報攤，誰都不會忘記，就是它的 **size**（版面尺寸）。因為我在美國看過 **Andy Warhol**（安迪·華荷）出的《**Interview**》，就是這個 **size**。之後劉天蘭也加入了，那時她和岑建勳在一起，她也和張叔平很熟悉，所以也找他來。我就告訴他們我的要求是什麼，他們照著做。

我把所有內容集中在一起，然後再分類，社交、時事，然後我要加「生活」和「時裝」進去。以前哪有人會放 **fashion**（時裝）相進去？《號外》？跟本扯不上關係。我的難題就是，我遊說客戶放廣告進《號外》，他們總是說「過多數期再看看」，雜誌是新出，他們總想再多看幾期才下決定，藉口就是這樣，一直不

想付錢。但是因為我傻，我跟廣告客戶說，所有 creative（創作）和製作費都由我出，你只要付一個 page（頁面）的錢，比如說，五千元——當時的五千元也是很多——但是你要出四版，也就是二萬元。看起來，如果我只收廣告費，就只有一張，但是《號外》很厚，所以當時有個 showcase（櫥窗）的概念，就是每一個廣告客都要買下四版頁面，但內容就由我幫他們製造。

我們為此捱了很長時間。一期雜誌，我要找四個客戶，也就是要製作十六版廣告，看起來很精彩。還有因為看起來不像廣告，像 fashion（時裝）的內容，結果很成功。其實要找四個廣告客並不容易，還有是願意讓我「玩弄」的！因為我跟客戶談判時，態度也很囂張，我說「你出那麼多錢，但玩的人是我」，我又沒有收錢，又沒東西讓我玩，那對我豈不是毫無益處？所以我跟客戶說：「你聽我的，付錢就行了，我來玩」，這樣子雙方都滿意。

閣林畫廊出版刊物（1976）內頁附施養德作品。由劉小康提供實物拍攝。

周少康

1970 年代末唸香港理工學院夜校，1980 年代留校教授插圖。畢業後創立插畫會，招聚同道一起創作及舉辦展覽，曾任職多間廣告公司如恆美、華美及盛世等。

訪問日期／地點

日期：2014 年 4 月 10 日

地點：靳劉高創意策略公司辦公室

訪問摘錄

行業結構

1970 年代的時候 graphic（圖像）是跟廣告算是蠻接近的。那時的主流其實是 printad（印刷廣告），有時候也要設計 logo（商標）。那時候的廣告公司已經很聰明，如果它要做 graphic（圖像）的話，它會成立 subsidiary（附屬）公司專做這些。大部分都在太古城，那裡有 Ogilvy & Mather 和 Leo Burnett。這是 1970 年代末的事，1980 年代頭在太古城那邊已經有了。他們全部在樓下開設 graphic house（圖像公司），屬於那家廣告公司的。

Visualiser（繪圖員）這個職位可能是我們那時候才開始有的，因為要求高了，從前畫畫要求簡單一點，現在不是了，要畫得好看一點。Present（推介）的時候 storyboard（故事板）要像樣，layout（排版）要 colourful（色彩豐富）。當時的 artdirector（藝術總監）叫鄒建基，他自己很喜歡畫畫，也有在大一教過 Workshop（Illustration Workshop，插圖社）那班人。他要求很高的……

早期的廣告公司訓練了很多 graphic（圖像）人出來。因為那邊有最多的 job（工作）。既然是可以做美術設計的就進廣告公司，後來發覺廣告公司有些東西是做不了的，它不可以很 fine（精細），很美，這些工作就要找 graphic house（圖像公司）來做。有些是廣告公司自己開 subsidiary（附屬公司），有些在打工的也自己開公司。

整個香港每個行業都是在那年代起步的。無論是髮型師、時裝設計師也好，廣告有廣告的起步，graphic（圖像）也有 graphic（圖像）的起步，只不過是做 graphic（圖像）的人所留意的東西不是廣告的東西，他們會比較多看《CA》（Communication Arts），多一些 graphic design（平面設計）的東西，我們則會多看一些片，一些戶外廣告。大家的水準都是一路上去的，不過是範疇不一樣。

香港那時候很沒有本地化的，靳埭強是帶領香港本地化的。之前靳叔（靳埭強）已經大量採用中國色彩的東西去做 graphic（圖像），說的是從 1975、1976 年已經開始在用，用中國的元素，毛筆、蒸籠等。

1970 年代在港的澳洲創意人才

我在 McCann 的時候，有很多澳洲人、德國人、英國人，在 Saatchi & Saatchi 有很多澳洲人，是請回來的。他們是英國公司，剛巧 creative director（創作總監）是澳洲人。後來回到 DDB Needham 也有很多澳洲人，那邊多了幾個 team（團隊），有澳洲的 creative director（創作總監）。現在回想起來，那些澳洲人都是騙人的。因為他們只不過是在澳洲做過一些我們沒有見過的 job（工作），就好像很厲害似的。其實一看就看得出來，他們用來用去也是那幾招。

《Style 時式》雜誌情人節封面（1982 年 2 月），周少康作品。圖片由周少康提供。

《遠東經濟評論》雜誌封面（1982 年 5 月），周少康作品。圖片由周少康提供。

《Asia2000》雜誌封面（1982 年 8 月），周少康作品。圖片由周少康提供。

《Discovery》國泰航空雜誌全版插圖（1981），周少康作品。圖片由周少康提供。

廖仕強

年輕時通過自學與獲獎入行，畫風傾向美國風格。起初在廣告公司負責平面廣告，隨後獲 4A 廣告公司堂煌聘用。1980 年代，自組設計公司，從事植字印刷。

訪問日期／地點

日期：2014 年 5 月 7 日

地點：靳劉高創意策略公司辦公室

訪問摘錄

1970 及 1980 年代插畫

插畫熱潮、插畫黃金年代是 1970 年代開始，到 1980 年代。

我認為 1980 年代有段時間，內地很器重香港的設計師，包括插圖師。我想能夠最快摒棄香港插畫師的就是內地，因為他們掌握得很快，設計也都摒棄香港，香港的設計跟內地的設計已經分別不大，香港人也都上內地賺錢，已經沒有崇拜的感覺。1980 年代有段時間，很多皮包公司上內地接生意，香港設計的 **format**（格式）、插畫是不一樣、比較新的，而現在內地插畫的技術很厲害，香港的畫家卻不行了，除了我以外，在內地有份量的人會嘲笑他們的。香港的畫家不重視技術，而重視別的東西。

外國插畫影響

我個人是比較受到美國的影響，日本就比較少，因為我不喜歡日本的風格，我認為美國的比較正規。美國的《**Illustrator**》雜誌我每年都買，日本的

《**Illustrator**》雜誌我從來不買，我認為日本人用色比較古怪，可能有些民族特色在裡面。只是我向那個方向走，很多人都向日本方向走，例如是橫尾忠則、《流行通信》等。日本人在構圖方面有自己一套，像是虛實的感覺掌握的很準確。

我當時最喜歡 **Mark English**（馬克·英格列殊）、**Bob Peak**（鮑勃·皮克）和 **Bill Butcher**（比爾·巴契），畫的東西很準，連江啟明也比不上他們。他們畫的明暗度很準確，香港在這方面不太行。

我吸收後，可能會加入自己的小技巧。譬如這個是很冷靜的處理顏色，只要歪一點點就沒有這種感覺了，而這些棕櫚葉要歪歪的才有趣。我有一些中式風格，再將它演繹成比較國際一點，並不只是跟從傳統的中國民族風格。因為當時內地還沒起飛，要用這種形式表達來迎合其他人的審美觀，他們才會接受。商業插圖（1980 年代），廖仕強作品，圖片刊載於廖仕強插圖刊物。圖片由香港文化博物館提供。

商業插圖（1980 年代），廖仕強作品，圖片刊載於廖仕強插圖刊物。圖片由香港文化博物館提供。

莫康孫

1970 年代進入堂煌廣告公司負責畫插圖，並同時於大一藝術設計學院夜校進修，是第二屆畢業生。與六個同學成立插圖社，推動當時香港年輕的設計力量和風潮，1980 年代曾到美國工作。

訪問日期／地點

日期：2013 年 12 月 2 日

地點：香港華麗酒店餐廳

訪問摘錄

關於插圖社

當時這一股新風是 fashion（時裝）。其實設計沒什麼界限，用今時今日的術語來講，就是 1975 年的時候就有 crossover（跨界別），crossover 了 fashion（時裝）和 illustration（插圖），裡面的 content（內容）有相當大的部分是跟 fashion（時裝）有關，例如當時時裝的 T-shirt（短袖圓領汗衫）上的平面設計，或是宣傳 fashion（時裝）的環境，譬如陳列品，已經開始有 fashion（時裝）的意識，但是不是等於少了 illustration（插圖）的意味呢？答案是否定的，因為我們是用 illustration（插圖）生意去維持這間公司……

Workshop（Illustration Workshop，插圖社）成立的理念是很西化的，因為靳埭強在課堂讓我們看了很多設計材料。靳叔（靳埭強）的課堂很好，都會有三、四個幻燈片，很用心講學，所以我們吸收得很好。1979 年中國經濟開放，我不太清楚在全球經濟跟內地和香港經濟不謀而合的事，但在這些作品裡，有很多東西都是受到中國開放的影響，例如你會看到有中國的元素。

剛才提到有一股 fashion（時裝）的新風。當時我有幾個朋友都跟 fashion（時裝）有關，一個是林國輝，他曾經在香港 Landmark（置地廣場）那些地方有 boutique（精品店）。另外一個就是譚燕玉。林國輝是在外國回來的設計師，譚燕玉就是理工低一兩屆的師妹。當時他們都各有抱負，那時候香港時裝行業很盛行，有時裝節、香港青年設計師的比賽等。而張新耀是香港第一或第二屆青年設計師比賽的冠軍。你看我的插圖，是我幫他畫的素描，好像是希爾頓酒店舉行的 young designer show（青年設計師展）的冠軍的一張照片，然後我做了 illustration（插圖）。

個人插畫

Peter Chancellor（陳思樂），他曾負責過半島酒店跟文華東方酒店，而這兩間我都有畫。我也有幫《Time International》、《Inn Asia》、《Boat Girl》的 Dean Barrett 和另外一個德國 art director（美術指導）叫 Warner Hahn 畫插畫。我認為

不能抹殺這些外國人對香港設計的功勞，他們在 1960 年代後期到 1970 年代初帶來很多機會跟指導到香港。那時行業裡有很多外國人夾雜，例如以前的廣告導演全都是外國人，到 1980 年代中期新一代來臨時，就陸續離開香港。

受到的影響

其實 Illustration Workshop（插圖社）或多或少是受到美國的 illustrator workshop 影響，它不是一間公司，是 workshop（工作室）。每年夏天都會舉辦一次 workshop（工作坊），並招收四十幾個人，主要是美國人，去參加為期大約一星期的 workshop（工作坊）。經理人叫 John Caesar（約翰·凱撒），他負責推廣他的 artist（藝術家），有 Bob Peak（鮑勃·皮克）、Mark English（馬克·英格列殊）、Robert Handel（羅拔韓德爾）、Alan Cober（艾倫·高巴）、Fred Otnes（佛瑞德·奧彌斯）和 Bernie Fuchs（伯尼·費卓士）。這些是影響我很深的人，但他們沒有一個是畫水彩的，影響我畫水彩的是 School of Visual Arts（視覺藝術學院）的藝術家。他們各有風格，都是那個年代的 superhero（超級英雄）。例如 Bob Peak（鮑勃皮克），在 1970、1980 年代他已經不只是畫畫，也有份參與跑車的外觀設計，先 express（表達）那個 shape（形狀），然後才考慮引擎等裝置。1980 年，我傾家蕩產去參加他們的 workshop（工作坊），當時我還是個 junior art director（初級美術指導），每年 workshop（工作坊）都在美國紐約或是康乃狄克，而我參加那年是在巴黎舉行。當時有個 assignment（作業）題目是「Paris」（巴黎），我就畫了兩張，其中一張是拉手風琴，用了水彩和粉彩，另一張就用了薄的 acrylic（塑膠彩）。

總結 1970 至 1980 年代的平面設計發展

我覺得是一個冒險和發現新中國的精神。你肯向前走，就會發掘到很多新事物。我當時沒有特別去想，但的確覺得有很多機會。比如說在畢業時確實有很多選擇，可以走圖像、廣告、時裝、室內設計，都有很多選擇，可以選擇自己的興趣，配合際遇。在經濟不好的市場，設計就會比較次要。就正如要先穿暖身子才要想穿得漂亮。

插圖社明信片系列（1981 年 4 月），莫康孫作品。由劉小康提供實物拍攝。

謝克

1970 年代在大一藝術設計學院修讀設計，先任職電視台，後往北京修讀中國傳統裝飾藝術。回港後編著《中國木版年畫》和《中國浮屠藝術》，推動設計與中國傳統民間藝術。

訪問日期／地點

日期：2013 年 12 月 27 日

地點：靳劉高創意策略公司辦公室

訪問摘錄

留學北京中央工藝美術學院

1981 年我去北京中央工藝美術學院進修，即現今的清華美術學院。中央美術學院就是純美術的，而當時的中央工藝美術學院則和設計有關，當然還牽涉到其他如紡織、陶瓷工藝等科目。

那次是呂立勛校長保送我去那邊的。當時呂校長也覺得需要有這樣一個課程，因為他去工藝美院講課時發覺到內地有很多東西需要人去學習，然後帶回香港傳播。大概是 1975，1976 年，大一出版過一本 **brochure**（小冊子），薄薄的一本，叫《設計與民俗風格》。當時已開始鼓吹香港的設計應有民俗色彩。但大家清楚當時香港是殖民管治的地方，而且很多中國文化的事和我們那個年代基本上是斷絕了的，所以相關知識都很貧乏。大家只是在書上看到一些較為雛型的中國傳統裝飾藝術，相當不夠深入。那段時間大一學院已有要求，希望在設計中將民俗或本地彩加重一些。我 1979 年第一次去北京、蒙古、華東、杭州等地方旅遊，當時感覺真的很新鮮而親切，尤其自己讀設計，見到實物感受更強烈。去故宮看到很多傳統文化方面的東西，甚至我也去了一次中央工藝美術學院，因當時我的心態也是想探路，看能否在中國進修這個範疇。當時呂校長也介紹我和美院的老師和副院長見面，發覺真的可行，便去申請，而呂校長本身和中央工藝美術學院那邊有交流，所以好順利便可在那邊進修。

我是文革開放後第一個人讀北京中央工藝美術學院的留學生，因為當時香港仍然是由英國殖民管治，港英政府與中國內地在香港的政治問題上還不是那麼融洽，所以北京方面仍然是好緊張的。其他中央工藝美院老師告訴我，張仃院長曾叮囑老師們說，要盯緊這個學生（謝克），不要讓他出錯。當時要好嚴格遵守很多學校校規，但我覺得在生活適應上無問題，而且對物質沒有很高要求，因為我自小在新界長大。在香港的元朗、新田、粉嶺，這三處都是很古老的村落，一個姓鄧，一個姓文，一個姓彭，都是很舊的，那些百年千年的古建築，也可能影響到我日後對中國傳統的事很有親切感。

我在內地讀書時主修中國傳統裝飾藝術，這個範疇很大，由五千年前開始一直讀，類似研究出土文物。老師編了課程給我後，我在工藝美院留了不只一年，是留了接近兩年，有一半時間我是背著背包跑了整個內地。我是很有計劃地跑的：兩個月去東北，兩個月去西北，即在絲綢之路那邊；兩個月去西南，即雲南那邊；然後兩個月去華東、杭州等。整個內地基本只有一個地方我未去過，就是西藏。因為我怕自己身體不濟，經不起高山症，不夠氧氣等。我有計劃去的時候也會做很多 **research**（研究），影相最重要，估計多個旅程影了超過一萬張相，有黑白有彩色。其實當時對很多同學來說我已經是很富有，因我有一部

Nikon 相機。而且我的相主要是 slides（幻燈片）。當然也不全部是 slides（幻燈片），因為很貴。我是學生，我也用很多當地的黑白底片，所以圖案的我可以用黑白影，有色彩的我使用彩色影。

個人著作

我有計劃地從內地回來便整理我的作品，出了兩本書。一本是《中國木版年畫》，1985 年由大一出版的。1987 年我出版另外一本叫《中國浮屠藝術》。

阮大勇

自小喜歡畫畫，無師自通。1966 年至 1981 年，加入格蘭與 JWT 兩大廣告公司任職插畫師/美術主任共十五年。憑藉《天才與白痴》電影海報設計，開創獨特的香港本地海報風格。

訪問日期／地點

日期：2013 年 10 月 24 日

地點：靳與劉設計公司會客室

訪問摘錄

海報設計制式及風格

西片海報的一般常見尺寸是 28 x 40 吋。畫畫的人喜歡大尺寸，我就建議公司用大海報。後來，同時有出現 28 x 40 吋和 20 x 30 吋的。起初的時候，電影的中文名字按照傳統是從右到左排的，後來我建議由左到右，配合報紙和其他宣傳的形式，也和英文一樣由左到右。海報中文名字由左到右就是由我開始的。

在印刷技巧上，我剛開始做海報的時候，間中也會見到用不太好的紙去印海報，但後來就全部用光面粉紙。

用平面設計師的角度來看電影海報中的文字的話，那實在是不好看的。這是我所知道的，但也要遷就電影老闆的看法。雖然我不是平面設計師，但在廣告公司工作，我也知道怎樣放文字才好看。電影海報其實很簡單，就是希望什麼也做得大。要遠看也看得到，大的總比小的好，名字大也更威風。以設計來說，把文字放大肯定是犯規的，也不會漂亮，但有時候也要配合市場。香港的電影海報的字體，文字的擺放方法、大小，如果用設計的角度來講就是不漂亮。

電影海報的字體也是由我負責，也要去問字。有些武打片需要用書法，我就找我老爸寫，他的書法不錯。問字那些我自己懂得做，間中有一些是用他們原來已經有的字體。但大部分都是我自己問美術字的。在廣告公司做了這麼久，自然曉得問字。職員名、明星名則由專門的植字公司執字粒。

日本風格與西方風格的比較

（大阪萬國博覽會）我知道，但我對這些興趣不大。我只是上班、下班，其他的事情都不理。我早期喜歡看電影，後來三、四十歲就少看了。

日本的東西對我沒什麼影響，我比較喜歡西方的。最近有聽人說我有些作品像空山基，但我也不知道。我有點抗拒日本的東西。我覺得日本風格很精細的那些也許比西方好，可能跟民族性有關係，但若說到新的、有創造力的東西，始終是西方的比較優秀。日本也不過是受西方影響，我不用學日本的，應該向源頭學習。

《天才與白痴》電影海報插圖（1975），阮大勇作品。圖片由阮大勇提供。

《玉郎漫畫》創刊號封面（1984），阮大勇作品。圖片由漫畫文化有限公司提供。

《半斤八兩》電影海報插圖（1976），阮大勇作品。圖片由阮大勇提供。

辜滄石

早期留學日本，修讀攝影。回港後以時裝攝影為起點，定位商業攝影，參與唱片及雜誌封面拍攝工作。1980年代創立香港專業攝影師公會。

訪問日期／地點

日期：2014年5月2日

地點：Mega China Films 公司辦公室

訪問摘錄

香港專業攝影師公會

香港專業攝影師公會雖在1987年成立……

當時社會有種「這又不是，那又不是」的感覺。那就是沙龍和職業攝影的分別。當時是沒有職業攝影的。在我讀書的年代，日本有（職業攝影），但香港沒有。沙龍攝影是給很多攝影愛好者一個很大的支持網。就是想學攝影的話，就要去跟沙龍那邊學習。其實這是正確的，沒有沙龍的話，香港就沒有今日的攝影。因為沙龍攝影給了一個平台去了解攝影，並界定到香港攝影日後的路向。那我們就給了一個正式的定位，就是當你認定了攝影作為支持你生活的終身職業，就要定位為專業攝影師、商業攝影師。否則，沒有定位的話，是沒有人願意付錢給你去攝影。例如「你喜歡攝影，那不如替我影一張相？大家都會開心。不要收錢。」就是以藝術家的角度去看。就是因為這樣，有些人無法從攝影工作收錢。那就生存不到，也就是發展不到，永遠就是業餘愛好。

以藝術的角度去做攝影，你可以分毫不收，你也可以收一億，假如你認為你的作品值那麼多的話。但是商業攝影不能這樣，你不能說今日不收錢，明天說收一百，後日收一千元，這樣是行不通的。所以要有一個市場定位，這樣對以後入行的人來說，路就易走得更多。例如「原來影一張相可以收三十元，複雜一點的話可以收一百元，影一部車，沒什麼人影的，可以收五千元」，就這樣因為有我們給出這些概念，大家可以做到一個定位。那我們的行業就開始發展。全部都是 1974 年以後，慢慢開始孕育專業攝影師。

《Style 時式》雜誌（1982 年 7 月號）封面攝影，辜滄石作品。圖片由辜滄石提供。

《號外》雜誌內頁攝影（1980 年代），辜滄石作品。圖片由辜滄石提供。

《號外》雜誌（1978 年 3 月號）封面攝影，辜滄石作品。圖片由辜滄石提供。

林偉

出道初期在 Wallace Harper 附屬廣告公司實習，學習掌握黑房沖曬技術和攝影技巧，其後到巴黎及英國拜師學藝。回港後為多本雜誌拍攝時裝，進而開拓本地專業沖曬公司市場，提供一小時相片沖曬服務，開創本地先河。

訪問日期／地點

日期：2014 年 3 月 24 日

地點：Robert Lam Color 公司辦公室

訪問摘錄

關於 L.T.Z

我們想 create（創造）一個 local（本地）中國人的 creative team（創作團隊）。當時百分之九十的 creative（創作人）都是西方人，有英國人、澳洲人、新西蘭人，有些日本人。也別說中國人了，就單講香港人，其實也很少。因為香港人還未有這個 concept（概念），廣告的 training（培訓）是沒有的，even design（甚至是設計）。大學裡面有純藝術學，但是沒有 commercial communication（商業傳意）的訓練。所以後來我們都會去大學、去 Polytechnic（理工學院）講課。他們 1970 年代末就開始發展一些商業設計、平面設計、攝影的課程……

另外 Terence（曾廣亨）好 appreciate（欣賞）我們的 creativity（創造力），but we know nothing about business（但我們對商業一無所知），只得個熱誠，只懂想 art（藝術）那方面的成功。這個人 connect（聯繫）了我們兩個人。我們三人就一起組織了 L.T.Z：L 就是我，T 是 Terence（曾廣亨），Z 就是施養德。我們把

大家的客路放在一起，放入這個 pot（鍋）內，在中環現在的雪廠街，做了個工作室。我們都好快速，那時我們是二十六、七歲的年輕人，用了兩個鋪位，再加上面三層，有很多地方。在雪廠街的記者會下面那座大廈，一共八層樓。我們最初是 designs service（設計服務），advertising without media（沒有媒體平台的廣告），只是「出橋」，我們不需要做 media（媒體），只是 idea shop（意念商店）。當時香港都有另一間叫 CJL，那三個人都是我們的朋友，Alan（陳幼堅）好像曾經也在裡面工作過。

我們三個人一起做，又去過歐洲等等，想帶些新歐洲的氣氛回來。首先要 generate（衍生）一些 interests（有益的事情），左邊開了一間咖啡室，法國那種 brasserie free dining（自由用餐的小餐館），draw（吸引）了很多人的來，好像現在的蘭桂坊一樣，邊飲邊傾，男仔去識女仔，女仔就走去識男仔。當時有人在那裡唱歌彈結他，飲紅酒。當時的 client（客戶）就已經是我們的客人，然後先再有外來的。

外國文化的影響

我當時的攝影沒有太被日本影響，覺得他們太過「括弧內做事」，即是技術層面上好先進，做事好認真，但於那個年代，他們 creativity（創意）不夠。再加上當時 Beatles（披頭四樂隊）、Rolling Stones（滾石樂隊）等都在倫敦，那我當然去倫敦了。別怪我，我是很崇尚西方的。我經常覺得西方的月亮好像是漂亮一點，因為他們在藝術方面的歷史長過東方很多。你可以說不是，中國有幾千年的藝術歷史。對，但明朝之後就沒有藝術了。日本的藝術都是美國的藝術。

同期攝影師

當時全香港市場有五個攝影師，是我的競爭者，但也 friendly（友善）的。有一個澳洲人，有個印度人，有個丹麥人，有個美國人，然後我，共五個人。

印度人就是 Balsara，他很好的，我們好老友的。因為《The Asia Magazine》，是 Henry Steiner（石漢瑞）帶他來的。

Kevin Orpin 是澳洲人，另外有丹麥人 Benno Gross。Peter Cook 他是 designer（設計師），要做 format（格式化的）相，他跟我之前上司工作過。Richard Blight 都算是，我那時期，Richard Blight 還未出現，是後一點的。

「Image of Imagination」攝影展刊物內頁（1979），林偉作品。圖片由林偉提供。

「Image of Imagination」攝影展刊物內頁（1979），林偉作品。圖片由林偉提供。

「Image of Imagination」攝影展刊物內頁（1979），林偉作品。圖片由林偉提供。

供。

「Image of Imagination」攝影展刊物內頁（1979），林偉作品。圖片由林偉提供。

李家昇

承傳父親志業，修讀大一藝術設計學院後開展攝影生涯。由於涉及出版工作，認識插圖社成員並合作設計詩刊，又與詩人也斯跨界合作。多年來主要從事不同雜誌的封面拍攝工作。

訪問日期／地點

日期：2014 年 1 月 6 日

地點：香港外國記者協會

訪問摘錄

總結 1980 年代

1980 年代在很多方面都是比較好的，因為經濟上的因素。例如雜誌，攝影除了廣告以外，editorial（編輯）也是非常重要的部分。不只是相片，插圖也是。1970、1980 年代是雜誌、出版的黃金時期。後來沒什麼人看雜誌，現在就變成了數碼的。當時是雜誌的黃金時期，editorial（編輯）會給很多錢。看《流通通訊》就見到有很多東西玩，橫尾忠則做 creative director（創作總監），封面燙金，很誇張的。我看很多，也喜歡不同類型的東西。他不只是燙金，燙金只是一部分，一個背景而已，是以很有創意的方法做用燙金。橫尾忠則有一年的時間做 creative director（創作總監），每期的封面只是拍背面，他很受 Andy Warhol（安迪·華荷）影響……

……剛才也有說過，是個令人懷念的年代。其中包括很多部分，像那種節奏和機會。現在也有很多機會，但當時的機會某程度來說是恰到好處，不會太新。現在數碼控制著太多東西。我自己覺得，digital（數碼）和 analog（模擬）其實很影響心理的部分。以我自己為例，我做同一件事可以用影印機方法，也可以用數碼的、用掃描器或電腦。但即使我自己一個人，用不同的方法做出來的東西也會不一樣。這種不同不是說一種方法可以做到什麼程度，而是說在過程之中影響我的心理狀態。數碼的東西永遠可以重來，analog（模擬的）卻不可以，於是就會有不同。用大 format（格式）相機跟小 format（格式）相機的心理也會不同。不是說它們的質素不同，而是當你拿著大型相機，setup（設定）一個大相機跟一個小相機，或者你的相機一下就可以按很多張，它帶給你的心理狀態會很不同……

數碼藝術及電腦

從一開始的時候我就對數碼作品很有興趣。我到美國去看一個數碼打印的展覽，有一個裝置作品，說是用數碼影響 **concept**（概念）做成的裝置。有一段時間我本來想要去紐約工作，在那裡畫廊，在電梯中認識 **David Lui**（呂兆偉），所以跟 **David Lui**（呂兆偉）很熟。大家會談到數碼的東西，他也是做 **collage**（拼貼藝術），把不同的東西併在一起，另外就將那些東西 **pixelised**（像素化）。**Josiah Leung**（梁耀輝）和 **David Lui**（呂兆偉）也很熟的，他也從紐約回來香港。他和 **Janice Poon**（潘詩韻）一起做事，拍 **Hongkong Bank**（滙豐銀行）的年報。**David Lui**（呂兆偉）現在好像只拍 **corporate**（企業的），他的作品很「四正」，很 **fine**（精緻）的。

我也可以說是香港第一代的數碼藝術家，後來我們跟辜昭平、**David Lui**（呂兆偉）他們組成了一個協會。他很多想法都是數碼的，叫 **Hong Kong Digital Artists Association**（香港數碼藝術家協會）。事後我的想法有了一點修正：你自稱為 **digital artist**（數碼藝術家），那麼有人會自稱為 **airbrush artist**（噴畫藝術家）嗎？藝術家就是藝術家，不用以 **digital**（數碼）來區分。現在的數碼攝影，一開始的時候已經要經過數碼程序，你找人掃描影像已經需要經過這程序。

Apple（蘋果公司）應該是最先運用在設計之上的電腦。我是其中最早一批買 **Apple**（蘋果公司品牌電腦）的，我第一次用 **Mac II**（**Apple** 品牌中的專業型電腦），我想是 1985 年。那時候很貴的，什麼也貴。那時候的 **Mac II** 是自己 **upgrade**（升級）的，在裡面看《**Mac World**》雜誌，**upgrade**（升級）東西什麼的。我曾經有黑白的 **Classic**（經典），後來送人了。而 **Mac II** 我也有。那時候是用 **floppy**（便攜磁碟）的。

日本的影響

1980 年代非常受日本影響，1970 年代的時候是開始。大智浩，有一本書叫《設計色彩》，那個很早期，應該是 1970 年代的。那個可能是影響王無邪，影響早期大一的東西。台灣也曾經出版一套書，是早期做 **logo**（標誌）用的。我說的日本影響不是那個階段。說到受日本影響，**Workshop**（**Illustration Workshop**，插圖社）是頗重要的一個元素。舉例來說，梅艷芳早期的一張唱片，**Alan Chan**（陳幼堅）做的，遇到問題的時候找 **Workshop**（插圖社）來打救他。那時候 **Workshop**（插圖社）用噴筆，我忘了是哪一張唱片，是早期的，是日本哪一個 **artist**（藝術家）我也不知道，是 **airbrush**（噴筆）的風格，是 **Workshop**（插圖社）最終替他做了那個的。

「風」、「山」、「水」、「喜」地產物業冊頁（1980 年代），李家昇作品。圖片刊載於香港設計師協會 1990 年年報。圖片由香港設計師協會提供。

梁家泰

早年留學法國學習攝影，回港後成立工作室，從事廣告拍攝，曾參與拍攝十多期《號外》封面。1980 年代回國內展開紀實攝影，作品刊於《國家地理雜誌》。

訪問日期／地點

日期：2014 年 5 月 12 日

地點：石硤尾賽馬會藝術中心

訪問摘錄

1980 年代工作生涯

Emphasis (Emphasis Media Limited) 的 artdirector (美術指導) 是 Peter Wong，他在紐西蘭學 design (設計)，來到香港工作，開頭不知是跟 agency (中介代理) 工作還是其他，所做工作不太喜歡，直至碰到 Emphasis (Emphasis Media Limited)，在那裏工作得很好。他們有個 managing editor (主編輯) 是英國人，有才能的，想出很多有趣味的東西來。想了出來，大家談談如何做，或談也不用，就叫我完成，很多時做雜誌都比較開放，不會說明要什麼什麼的。

在 Emphasis (Emphasis Media Limited) 時，看看是如何吧，我都有請助手，在香港都會跟助手一起，到外國就要看看 budget (預算)，視乎是否願意多付機票、旅費。那個年代整個世界都易賺錢。你拍完照片，還可以再賣到別處呢。

我的 projects (項目) 通常都是亞洲，像德國雜誌沒理由要我到德國影相，都是在亞洲。我也試過自己 develop (發展) 一些作品，然後拍下，之後選擇了、package (包裝) 了，再賣給別人。

通常 working on (把工作放在) 一個 feature (特輯)，十二頁已經很多，篇幅六頁的比較多。一開始都有十二頁的故事，但後來都六頁，《National Geographic》(國家地理雜誌) 當然厲害，十二頁很厲害的了，我都有做過，因為十二頁要多少菲林，我都忘了用多少菲林……

通常拍雜誌的，很多時拍著會有人找你去拍 annual report (年度報告) 那些，我其實都覺得挺有趣。有人說：「annual report (年度報告) 這些悶東西你都拍？」我感覺拍 report (報告) 是很悶，但從悶東西中拍攝到不悶，就有挑戰性、好玩，我從這點出發，沒什麼，打燈，setting (設置) 的，我做 studio (工作室) 已經懂，我不過是帶出去，我練習這些 technique (技術)，練習了，自己可能會想 shortcut (捷徑)。我拍自己的 documentary (記錄) 相時，我可以很有信心，有什麼事情發生，都知道如何處理。這一方面是練習技術，一方面練

習如何想新東西，見到新東西、有新想法。

我想當時其實很多外國的雜誌都很想找個在亞洲的人去做。因為第一，他們節省了一筆旅費；第二，本地的人熟悉本地的事，可以做到很多其他人做不到的事。他們經常都想找的，當時當然沒有現在般容易，如今你上網就行，像 LinkedIn、Facebook，問一問就找到。當時比較難，所以你能讓別人知道你是誰，而他又記得你是誰，可能是比較辛苦的。我都算比較幸運，剛好有這種機會。

「北京早晨」(攝於 1980 年代)，梁家泰作品。圖片刊載於《梁家泰：中國影像一至廿四》。圖片由梁家泰提供。

「故宮」(攝於 1980 年代)，梁家泰作品。圖片刊載於

《梁家泰：中國影像一至廿四》。圖片由梁家泰提供。

「北京美專西洋畫素描班」(攝於 1980 年代)，梁家泰作品。圖片刊載於《梁家泰：中國影像一至廿四》。圖片由梁家泰提供。

徐佩傳

1970 年代初由美國畢業回港，創立紀歷有限公司，為不少本地年輕設計師提供訓練基地。曾參與「清潔香港」運動設計工作，1980 年代投身地產設計項目。

訪問日期／地點

日期：2014 年 1 月 17 日

地點：紀歷有限公司辦公室

訪問摘錄

關於紀歷有限公司及早期工作

當時的年代，你稱自己是什麼就是什麼，自稱是設計師就是設計師，沒有人會在意，開一家店做什麼都可以。當時的世界很落後，還沒有一個成熟的行業，沒有人知道什麼是平面設計，例如有客人要一幅壁畫的話，就走進來公司，其實他也不知道要找什麼人。那個年代沒有把專業分得那麼清楚，客人走進來，我們幫他拍照、做這做那，公司就是這樣開始。做了兩年後，1974 年我覺得還是比較喜歡攝影，就開了一間公司叫 CLIC Limited（紀歷有限公司），專門做攝影，殊不知原來不可以只做攝影。大概 1974、1975 年，客戶叫我拍一些照片，然後叫我也要做一本書出來，我們幾個攝影師就心知不妙。1974 年有 partner（夥伴）叫 Frank Price 和 Richard Blight，他們分別是美國人和英國人。

與政府合作及後期工作

因為當時整個東南亞都有很多澳洲人，例如泰國、新加坡，到現在還是有，但現在香港沒有了。香港的 **graphic**（圖像）已經步入歷史。當時我們有跟政府工作，現在也有，但很廉價。以前有政府新聞處，裡面有一群外國人，**Arthur Hacker**（許敬雅）、**Peter Moss** 等。他們在拱北行的政府新聞處，我們跟他合作無間，空閒時都會上去。

當時新聞處權力很大，譬如民政處想出小冊子，都是由新聞處決策的。新聞處是很有創意，有很多行家的地方。無論廣告界、傳媒界、設計界、印刷界、攝影，都是他們統籌。它是政府的專門部門，裡面的人都是專門人才，所以跟他們工作很開心，會互相尊重，而且他們很清楚我在做什麼。但現在不同了，決策人是每個部門的處長，他們完全不認識設計，所以沒有可能做出好作品，他們 **untrained**（未經訓練），**inexperienced**（經驗不足），**bad taste**（品味差），**culturally wrong**（文化上失誤），但卻有設計的決定權。這些事是從九七回歸之後開始，現在的政府客戶都是一群不懂設計的人。

我跟政府在 1974 年合作做了「清潔香港」，**Arthur Hacker**（許敬雅）畫了垃圾蟲，我們用藤做了衣服，同事穿著在街上被學生用掃把打。我做了「**Clean your beaches**」清潔沙灘運動，當時想到什麼就做得好，不用被批准。我們租了貨車並改裝，就做 **rear projection**（從後投影），每晚到屋邨做 **slideshow**（幻燈片展示）。貨車後面放了十八部投影機，我弟弟 **David Tsui**（徐佩侃）就困在裡面，天黑就開始，把設備拿出來，開投影機就開始播 **slideshow**（幻燈片展示），就唱歌叫人清潔香港，溫拿樂隊有時客串在前面唱歌。這些就是跟政府合作過的事。香港置地刊物封面設計（1980 年代），徐佩傳作品。由徐佩傳提供實物拍攝。

香港國際電影節刊物封面設計（1982），徐佩傳作品。由徐佩傳提供實物拍攝。

瑞興 50 周年刊物頁設計（1970 年代），徐佩傳作品。由徐佩傳提供實物拍攝。

置富花園售樓宣傳刊物封面設計（1970 年代），徐佩傳作品。由徐佩傳提供實物拍攝。

汪恩賜

大一設計學院畢業後，跟隨由美國回港的徐佩傳師父學習攝影，其後自立門戶，機緣下從事食物攝影。曾赴美修讀食物造型課程，又赴日本交流，成為香港最早的食物攝影代表人物。

訪問日期／地點

日期：2014 年 5 月 8 日

地點：汪恩賜攝影工作室

訪問摘錄

個人背景

離開紀歷設計公司之後，我去了 Fotostudio 做了半年攝影師，之後又去了 Kevin Orpin 那裡做 associate（合夥人）。陳幼堅當時是他們的 associate（合夥人），之後陳幼堅要離開，要找個人補進去。我很欣賞 Kevin Orpin 這個人的作品。我就加入做了半年。我離開的原因是覺得我學到了，我知道了，因為他不停的拍攝，做 fashion photograph（時裝照片）時的手法和他如何應付他的工作，他十分願意教導我。我離開了他，就自己正式出來創業……

在 CLIC 工作時，是 designer（設計師）和 photographer（攝影師）大家一起在現場去討論出來，如何去

構思出來。我在 CLIC 看到的、學到的是看到他們如何去組織，整個畫面的構圖都是由「沒有」一步步慢慢拼出來，即是差不多你看他拍攝一個很簡單的 book cover（書封面），是要放紙筆墨在上面，雕象牙的工具在上面，放置得很漂亮。當時我師父徐佩傳和 Henry Steiner（石漢瑞）工作，我在那裡學到很多東西。Henry Steiner（石漢瑞）很多工作，差不多全都拿過來做。相機只是工具，你去拍攝也是要

構思的，把設計師的構思融入，而不是只看 layout（構圖），layout（構圖）怎樣就怎樣。其實我很多時都會改那些 layout（構圖）的；你看到現在街上很多的都很滑稽。我離開香港之後回來，很多客戶沒有了。但現在你看回去很多人做的都是錯。我現在專注於食物攝影，那食物攝影其實是難的。因為除了一些很特別的技巧之外，還要知道飲食文化。即是現在你看到街上的同行拍攝的，他連最基本的刀叉也未懂得擺放。

1970、1980 年代的外籍攝影師

有很多。拍攝 product（產品）的外籍攝影師就只有 Benno Gross。Kevin Orpin 和 Dinshaw Balsara 就是拍攝 fashion（時裝）的。這些是偶像來的，是我們崇拜的偶像。他們比我們早。我們那時還是年青人，他們已經是大師級了。即我們是每一個月也等那本《Apparel》或《Enterprise》（企業）那類的東西出版，有什麼雜誌會出，就會看裡面的東西。

我很欣賞 Dinshaw Balsara 的。Dinshaw Balsara 是印度人，他是在那個年代最有名的。我在 Kevin Orpin 那裡，我也算是學到很多東西，即看到他如何去拍攝人，原來他是用盡方法去達到他的想法，去要求那個 model（模特兒）做出那些表情。我就不行，我看到就抓破頭皮。我是去了大半年，去看到很多東西，

學到很多東西，他也教了我很多東西。即是其實不適合自己，不知道為何我看到人，尤其是女性，腿也軟了，所以怎樣去幫女性拍攝？所以不太適合我。

關於 Robert Lam

Robert Lam（林偉）是我們的偶像，我告訴你，他是香港最具代表性的一個人。他很精彩的，我們那時很欣賞，覺得很棒。但他整個人的形象是和一般人不同的。我記得有一個外國人的 creative director（創作總監）跟我說，找 Robert Lam 拍攝，他是坐勞斯萊斯來，穿一整套禮服，戴帽，拿著一支爵士的 stick（手杖），就這樣走去拍攝的 location（地點），那些助手已經為他 set（裝置）好了。他去到就像一個紳士般拿著相機拍攝，拍攝完後又坐勞斯萊斯走，很誇張。

那個外國人跟我說「嘩，未見過啊，我一世人未見過一個攝影師這樣表現。」很有架勢。他很傳奇，我覺得 Robert Lam 是一個很傳奇的人。不過我跟他是很好朋友，經常有聯繫的。他在日本，做噴畫很成功。在香港我也是光顧 Robert Lam。那年代，Robert Lam 是很傳奇的，因為他的 lab（沖印工場）在香港有起有跌，之後就轉型。

以前香港沒有 professional lab（專業沖印工場）的，沒有這個字眼的。Robert Lam 的 lab（沖印工場）出現之後，別人就覺得，我們的東西應該找一些專業的人去沖曬。即 lab（沖印工場）這個字以前是沒有的，全部都是叫沖曬公司那樣，Peter Cho 那樣 local（本地）化的。那 Robert Lam 帶了這個概念，原來 lab（沖印工場）是要專業，是要做到最高效果，做到最好的。那他們開始做，做了之後澳洲有公司過來開，澳洲的 lab（沖印工場）過來開，還有香港有些人自己也做 lab（沖印工場）。我記得我離開香港去新加坡之前，有三十間 lab（沖印工場）在香港。

汪恩賜攝影作品（1970 年代），圖片由汪恩賜提供。

翁維銓

1960 年代入讀美國設計學校，主修攝影。回港後從事多元創作，與不同藝術範疇人士合作，並開始參與電影拍攝。曾創作紀念拆卸尖沙咀火車站的攝影特輯。

訪問日期／地點

日期：2014 年 1 月 3 日

地點：香港外國記者協會

訪問摘錄

1970 年代的行業結構

再說，magazine（雜誌）是如何出現？在 1979、1980 年，TDC（貿易發展局）開始了一本叫《Enterprise》（企業）（的刊物）。每本《Enterprise》裡面的廣告和介紹 industrial（工業領域）的內容，是一千萬的，加起來有一百頁。有一百個廠家，每個做一頁。每一頁裡，單是廣告費——我有 license（授權）幫忙做廣告、攝影甚至是設計——你猜一下到底要多少錢？為這些 industrial（工業領域）（的刊物）和《Apparel》之類的工作，我們一日可以賺五百到一千元。

當年《Enterprise》和《Apparel》是最賺錢的。我們做攝影的，有很多都是外國人，本地人不多，如 Robert Lam（林偉）。

這些雜誌和阿施（施養德）create（創造）一些人出來。那時李曾超群的女兒和蔣芸出過一些雜誌。為什麼會說雜誌？因為這方面也訓練出了一班人出來賺錢和做 training（培訓）。當年學校教學的時候都是靠這些人。

那時阿靳（靳埭強）在 1970 年代末就開始做 packaging（包裝）了。Packaging（包裝）怎樣來的？就是 industrial（工業領域）發達才會有的。

1960 年代是工業發展時期，主要做廠的。所以 1967 年才有那麼大的玩具廠。譬如（香港的）Playart，是很大間的，比美國的 Match Box 還大；還有鍾士元的工廠造的硬件，如電筒等等；和莊士集團造的不鏽鋼餐具，後來他們造錶，叫做 Lambda。所以你們不明白，那時香港的廠家已在做自己的品牌。他們做這些品牌時，有的是自己 in-house（公司內部）做，也有請外面一些厲害的人做……

關於《總站·終結》

在那天（尖沙咀火車站拆卸）前二十四個小時。我帶了一部相機，一卷菲林，就這樣。

我是在舊報紙，如《South China Morning Post》做過 research（研究）的。我知道那地方要拆，然後我去拍照完後就去做 research（研究）。而我知道自己想做什麼。我一直感覺到，「終結」的意思就是：這鐵路結束的時候，共產黨便會來。

我的攝影永遠都是這樣的。如果你看我的攝影（作品），永遠不需要 frame（裝裱）。我去很遠的地方，例如絲綢之路，我帶了二十、三十卷菲林，拍完就算，不像現在 digital（數碼攝影）那樣。我的攝影是從不修改的。而這個（《總站·終結》）也是如此，也得到很好的效果。

（尖沙咀火車站）這地方對我來說，很有紀念性，小時候因為家事，我經常在那裡出現。所以我就帶了一卷菲林去拍照。這是我的第一個，亦是唯一一個在

香港做的 photography project（攝影項目）。因為我不太喜歡拿著相機到街上拍照。因為拿著相機出外拍照這件事，對我在生活方面來說，是一件隨遇而安的事。

做 creative（創作的），或是其他你想做的事，最重要是有 message（訊息）。就像我教學生一樣，我吩咐他們去拍有關 social problem（社會問題）的照片，於是他們都去拍有關 social problem（社會問題）的照片。但拍完後又有什麼意思？You have to have a solution. Wherever you make a statement, you must have a solution, in your own way, not in the public.（你務必須有一個解決方案。無論你身處何地發表聲明，你務必有一個解決方案，以你自己的方式，而非以公眾的方式。）所以做每一個 project（項目）時，我都有自己的方式和 solution（解決方案）。所以我很少在香港拍照。為什麼？我太熟悉了，there is no solution（這裡沒有解決方案）。For thirty years（三十年來），我覺得沒有什麼可以解決。

《翁維銓秋水圖意》（1980 年代），翁維銓作品。圖片刊載於香港設計師協會 1990 年年報。圖片由香港設計師協會提供。

盧兆熹

出身廣告公司家族，畢業後進入多間廣告公司如恆美商業設計有限公司等，專注負責人手間字工作。由於對書法有所鑽研，對設計字體的美學底蘊非常深厚。1980 年代於大一藝術設計學院全職教授字體設計。

訪問日期／地點

日期：2014 年 5 月 2 日

地點：靳劉高創意策略公司會客室

訪問摘錄

字體工作

後來我在大同廣告公司工作，在那裡打底色或是寫字等。那時的廣告畫都畫得很大，有油畫底子的人才能畫得到。我由頭到尾都是做 graphic（圖像），尤其是我專攻字體。我多數研究字體，差不多去每一間廣告公司我都是專門做字。在 1970 年代末至 1980 年代初，很多廣告公司都不是植字的，都是寫字的，那時很花時間寫字，當時是有一些寫家寫的，不用我們做的。我們也寫，但是模仿人家的，模仿一些廣告性比較強的，例如一些粗肥的字。香港都有很多名家，例如梁愛詩的爸爸梁仲憲，梁仲憲是寫招牌的。還有歐建公、謝熙。

他們的字適宜做廣告。以前有很多機構都肯用他們的字，因為廣告性的字是很奇怪的，喜歡工整的，不像日本的文字喜歡用近書法那一類，他們承受得到。除了日本之外，中國、韓國都喜歡圖案些的字，所以那時很多客人接受不到書

法字。他們覺得不夠 **class**（「班」，意指應有的水平），因為和西方的美術字不接近，所以他們第一在心理上有種抗拒；另外一種是商品的排字很多時候都是法文、英文、德文，那些文字都有圖案感，於是要用設計過的圖案中文字來做配合。基於這理由，我們就要寫字。

有一種字體叫「雞腳體」。但是那些多數是 **body copy**（內文文體），不會寫 **headline**（標題）。寫大字不會用 **body copy**（內文文體），那個時候如果寫內文字，叫報館打出來的字不漂亮，放大之後會有問題，所以要寫出來。以前寫內文的報酬可以讓人養家餬口的了。例如歐建公是中醫來的，他寫招牌的報酬差不多比他當中醫的報酬還多。

客人找歐建公寫招牌很少結業的，可能他是一個吉祥人。因為他的字很有力，很多人承受得到！中國的字有書法家寫的字，有畫家寫的字。畫家寫的字書法家不贊同，而畫家也不贊同書法家寫的字，畫家寫的字是要配合自己的畫。所以當年寫 **headline**（標題）的字，老一輩的生意人才會接受得到。

地鐵標識系統的字體

它的字全部挑過的，「宋體」字全部加粗過。如果直接打字是不合用的，一定要處理過把它加粗。後來基於這個原因，「宋體」字發展到後來有七十多種，現在「宋體」字有愈來愈多表現形式。因為不同的需要，有些要柔軟些、有些要剛硬些、有些要女性化些、有些要男性化些。

這絕對是純粹香港發明的。因為香港傳統上叫這些字是叫「方頭字」的。方頭，就是想辦法盡量把筆劃加粗，設想怎樣把這種字加粗多過考慮要怎麼去裝它。在不同的用途中，因為夠粗，所以比較 **visible**（明顯）。所以發展到後來，中國字在設計用字的時候用到最粗的極限是由日本人發揚光大的。

盧兆熹美術字作品。刊載於《Layout》（1981年5月第三期），大一同學會出版。由劉小康提供實物拍攝。

盧兆熹美術字作品。刊載於《Layout》（1981年5月第三期），大一同學會出版。由劉小康提供實物拍攝。

盧兆熹美術字作品。刊載於《Layout》（1981年5月第三期），大一同學會出版。由劉小康提供實物拍攝。

盧兆熹美術字作品。刊載於《Layout》（1981年5月第三期），大一同學會出版。由劉小康提供實物拍攝。

蒙納字體公司（郭炳權）

郭炳權 1980 至 2000 年與日本寫研株式會社合作，由創作商標和廣告字體，到

開發整套字體。2001 年與蒙納字體香港分公司合作，發展出「剛黑體」的字型產品。

訪問日期／地點

日期：2014 年 4 月 22 日

地點：蒙納字體公司會客室

訪問摘錄

關於間字工作和字體設計

以前做是要用立角尺的。當時我們間字都是用粉紙的，現在已好殘舊。先打格仔，然後用鴨咀筆，墨汁做的。把設計先畫大，然後縮細它。當時的工具，通常雲尺一套有三把，一個圈版尺，還有一個角尺。

日本的 Japan Airline（日本航空）都指定要找我寫！這是「陳天禹體」，因有個師傅叫陳天禹……當時我們跟他學，他很厲害，收十元一個字。我們當時兩毫錢一斤米，他就收十元一個字！我收費沒這麼貴，只收五元一個。

陳天禹做了很多字體出來，他寫廣告字是一流的，他當書法般去寫。他寫的時候，筆上沾了很濃的墨，當兩筆交匯時，就撞到圓的 **corner**（角位）。所以一定要用好濃的墨去寫，張紙一定不可以濕軟，否則便會化，要用較硬的紙，然後用好濃的筆墨，兩筆交匯時就出現一種圓的味道。這個就是特點。

陳天禹是當時在行家中的大師傅，但他的生卒年份我就知道了。我（其實）不是真的跟從他，是我們收集他的作品來臨摹，到有八、九成像了，客人便收貨。不是真的拜他為師傅。但那時你一定要臨摹到他的作品才會有人接受你的。（畢竟）五元一個字呢！「湯偉體」也是這種情況。不是抄他們，因也沒法去抄，只是臨摹，因為是手寫的，全是靠功力的。

和寫研合作

我和寫研合作之後，就沒有繼續做這些客了，純粹只做一个客人。1970 至 1980 年代，我過渡去做這些，但 1980 年代開始我和寫研合作之後，我便不再做這些了。他們向我買了這幾種字體，如「綜藝體」。他們買斷了，以免我們賣給別人，怕別人偷走。講一個故事給你聽，當時寫研買我這些字有個好大的爭議，日本不喜歡這種字，他們喜歡「黑體」、「宋體」那些，到今天仍是，很少突破用這些的。當時日本見到這字體時，當然會受到當地很多設計師議論說這字體和我們的風格很不一樣，跟日本的分別很大。當我賣了出去之後，第一個最大反應是台灣，因為台灣最多植字機，所有大報紙、雜誌都用寫研的字。一次便買幾千套，玻璃來的，日本人自然雀躍了！這做粗體，這個就做第一體，放大

四個粗幼度：**bold**（粗）、**semi-bold**（半粗）、**medium**（中）、**light**（幼），他們立刻 **order**（訂購）。之後所有台灣人宣傳全都使用這批字。再回到日本，日本人就毫無抗拒立即使用這字體了。這證明了一鳴天下響，全世界有中國人就有這字體。

「淡古印」就是日本人推出，也是我做的。因為當時「淡古印」是一個參賽者創作了百多粒字，然後我全套演繹，全套都是我做的。

柯熾堅

中學畢業後進入廣告公司負責植字工作，其後加入地下鐵路公司參與製作標示系統，開始涉獵字體設計。1980 年代末為《信報》創作「儷宋」和「儷黑」兩套字體。

訪問日期／地點

日期：2013 年 11 月 29 日

地點：靳劉高創意策略公司會客室

訪問摘錄

中文字體設計發展及生涯

影版植字沒有統一的名字，有人叫植字，英文叫 **photoset**。我只說中文的部分，西方也有相同的東西，用光學原理，有其歷史。那時候我剛剛出道，中學畢業，那年代沒什麼人能上大學。我中學畢業一、兩年就到了 **Leo Burnett**，那時候算是相當有名的公司，當 **pasteup artist**（貼圖技術員），邊學邊做。那年代是在做植字、畫字位、刮字。幾年後我就離開了，算是人生的轉捩點。偶然的機會下，年輕的時候也沒什麼計劃，地下鐵開始招聘，我聽說人工不錯就轉工了。在 **Leo Burnett** 時，月薪連一千塊也沒有。地鐵的人工高很多，一開始就有一千六百，剛剛是原來人工的一倍。就是為了這個原因，而且之前的工作做了幾年，也沒什麼特別，於是就轉了工作。面試的時候好像有近二百人，但我之前的公司也有名氣，就選中了我。新的部門只有幾個人，叫 **graphic unit**（圖像單位），附屬於建築部裡面，主要做 **signage**（標示牌）。地鐵是香港的一個有突破且經驗不錯的項目，是一個大型的 **way finding system**（路線導向系統），是個甚富代表性的行業。我在地鐵初期的時候不是很習慣，因為太輕鬆了，之前工作很緊張，有大項目時常常通宵。在地鐵那邊就很優悠，很英國式的，辦公室在 **Hutchison House**，現在叫和記大廈，對面是添馬艦，有無敵海景，下午三點十五分有下午茶，五點不到就下班。我在那邊「享受」了好幾年，但學了許多東西，學懂了 **way finding system**（路線導向系統），跟媒體廣告完全是兩回事，表面看起來好像很沈悶，但其實埋伏了造字的伏線在裡面。標誌都是幾個大方

向，也是字體、中文字、英文字還有數目字，裡面很多大學問，如距離、illuminated（指燈箱的光亮度）、轉彎指示要轉多少，都是很科學性的東西，再加上 typography（排印格式）。雖說是簡單，但其中包含很多知識……

說回地鐵那邊，那也是植字。數量不多，加起來可能不夠三百個字。「深水埗」三個字、「旺角」兩個字。那時我們部門資源充足，自己有個 PMT 機。現在已經沒有，年輕一輩不會知道。當時礙於字的質素關係，不能把字放太大。我們計算所得，最大可以放到五十級而不會變形，超過五十級就開始變形，因為鏡頭不能太大，棱角也沒有原來那麼銳利。但五十級的字仍然不足一時，用 PMT（一種打稿用的相紙）修整，然後再放大，要重覆做幾次，修整好 curve（曲線）和筆劃，改回我們心目中的設計。字是這樣演變出來的，需要費很多功夫。

地鐵標示系統設計（1980 年代），柯熾堅作品。圖片刊載於《香港地鐵指標規範手冊》（1982）。圖片由柯熾堅提供，由香港鐵路有限公司授權轉載。

韓家英（深圳）

1982 年於西安美術學院修讀工藝系裝潢專業，畢業以後任教於西北紡織學院服裝設計系。求學時期，透過對外設計交流活動和設計雜誌，認識日本與香港設計風格。

訪問日期／地點

日期：2014 年 6 月 3 日

地點：深圳韓家英設計公司辦公室

訪問摘錄

接觸香港文化

中國內地 1978 年才恢復高考，在此之前我們對外界並不瞭解。

我最早是從電影開始認識香港。1978 年，有一些港產片進入內地，我就看到了《巴士奇遇結良緣》。這是一部喜劇電影，講述一位巴士司機和一個女孩的戀愛故事。

我們看到一種 T-shirt，就是現在的 polo 衫，當年把它叫做「港衫」。穿著這種緊身的短袖 T-shirt 和標誌性的喇叭褲，留著長髮，戴著太陽眼鏡，在當時的我們眼裡是非常獨特的形象。1978 年至 1981 年，上大學之前，對香港就是這樣的印象。

上大學之後才開始接觸香港的設計，記憶中大概是靳埭強（靳埭強）設計的一本

書。那是一本畫家、雕塑家的展覽畫冊，黃色封面，一個五星上有一隻眼睛。看到這本書的設計和其中王無邪的作品、文樓的抽象雕塑，讓我形成了對現代香港的藝術和設計最初的認知。

黃勵（廣州）

1970 年代就讀廣州美術學院，畢業後進入中國包裝進出口總公司廣東省分公司，被委任主編《包裝與設計》雜誌，1980 年初開始負責與世界各地來訪的設計師的交流活動，如北戴河會議。

訪問日期／地點

日期：2014 年 3 月 13 日

地點：廣州《包裝與設計》雜誌辦公室

訪問摘錄

關於《包裝與設計》

我們雜誌《包裝與設計》是最早的，當時是 1973 年。我們從 1973 年開始做，直到現在。以前我們人比較多，但沒有專門的人，是大家輪流有空就去做。我們主要是做設計，屬於外貿系統，我們公司是集團，而我們是集團下的一個機構，是最小的機構。集團很大，是全國的國有企業，排行第一百九十四名，擁有很多像這樣（《包裝與設計》辦事處所在的）大廈。我們的服務範圍是全國。是雙月刊，以前是季刊。工作量挺大的。我們除了出雜誌，也會辦很多活動，有展覽、比賽、交流等。

早期設計交流

交流一向是我們負責的，最早在 1980 年就有跟香港交流，不過不是我們單獨過去，因為我們是一個系統，以前是中央企業。北京早期就邀請香港的人過來，最早是請香港理工大學的老師到北戴河上課、培訓，我也有去，當時還有陳佩文、鄭凱、梁慕嫻和區艷璋。

當時是在北京組織的，這些人（參與者）就是來自全國各地的設計師。當時主要介紹國外商品包裝方面的東西。當時國內整體是比較落後，連 supermarket（超級市場）也不知道的，真的是糊里糊塗。而他們就把新鮮事物帶進來，當然是有比這個更早的交流，最早應該是 1979 年，Landor（Walter Landor，郎濤）從三藩市過來做講座……

我們這個系統的優勢是比較早有對外交往。以前國內，包括院校，都是一本天書讀到老、教到老，老師根本不用備課，也沒有跟市場結合，也沒有包含國外訊息，非常封閉。我們當時就開始跟外面接觸，之後聯合國就派專家來，他們

負責幫助發展中國家，發展設計方面的東西，World Packaging Organisation（世界包裝組織）是最早來的，他們帶了很多專家跟資金來，在 1980 年代初帶了一百萬美金送給中國用來發展設計，當時來講是很多錢。

與香港的生意往來

我們最早接觸香港時，並不像現在自由行般方便，要經過很多批核。我們最早在 1980 年代過去香港，跟韓秉華、靳埭強等接觸。

1980 年代設計交流

大概在 1987 年，王序去跟 Keng Seng（競成貿易行有限公司）合作，帶了幾個人過來，有陳幼堅等人。（看照片）這裡是大連。以設計到訪來講，我估計是陳幼堅第一次到內地。以前沒有人認識他，他來過以後，內地人就開始認識他，這方面王序是有功勞的。裡面還有陳迎憲，他現在是澳門的博物館館長。

王受之（廣州）

文革時期從事工藝美術廠，1979 年進入武漢大學歷史系研究中美關係。1980 年被邀加入廣州美術學院，成立工業設計研究所，並到香港理工學院交流，1986 年赴美國繼續進修。

訪問日期／地點

日期：2013 年 11 月 21 日

地點：王受之家中（廣州）

訪問摘錄

「設計」進入中國的路線

尹教授（尹定邦）大約於 1981、82 年已開始推廣三大構成。三大構成是由三條路進入中國的。第一條是 1978 年靳埭強那一團在廣州美院訪問，介紹了香港現代設計。那次在廣州美院舊的禮堂講課，禮堂上掛了華國鋒和毛澤東的相。你要知道他們何時來，看那張相片便知道了。因華國鋒上任時間很短，四人幫一倒台，1977 年至 1978 年便掛華國鋒和毛澤東，到 1979 年鄧小平上台便除下了。所以看那張相便知道是 1977 或者 1978 年。我覺得應該是 1978 年。那時講學對他們是有影響的，但未能夠形成學科教育。但他們帶來了一批書，有幾本書是關於構成方面的，具體的書目便要問靳叔（靳埭強），因是他送的。那批書便影響了廣州美院。那些也不是原文書來的，是日本書在台灣翻譯出版的，叫台灣大陸出版社，有一兩本是雄獅美術出版，是沒有《藝術家》的。我也看過，因我做了主任。好像也有一本細小的書，是靳叔（靳埭強）的構成基礎設計，我不太清楚記得。那些書把平面構成的基本脈絡，如漸變、元素、幻覺等

用課程的方式交代。色彩方面用了三個元素，如色相、明度、純度。在此之前中國沒有人這樣看色彩的，色彩就是感覺，而這是科學，是 Bauhaus（包浩斯），是 Johannes Itten（約翰·伊登）那一套，1919 年在 Weimar（威瑪）開的課。這部分在廣州美院做，是 1978 至 1979 年的，我來到時已做了三年，但仍未納入到正式課程。加上廣州美院當時的學生，也是那四類（裝潢美術、染織、陶瓷、漆畫），是沒有學設計的，所以真正的改革是在裝潢的專業內，在陶瓷、染織、漆畫等是沒辦法去推動的。到我來的時候，我的貢獻可能是把設計世界的脈絡講清楚，把歷史講清楚，然後把三大構成放到那個位置，大家才知道這是現代設計的基礎組成部分。但不止這些，還有材料質素、功能、結構、機械，還有更大的就是社會，社會服務客戶。我是在中國把這些事弄清楚的第一人。

王序（廣州）

1970 年代離開解放軍，入讀廣州美術學院，於 1979 年畢業。畢業初期負責罐頭包裝印刷。1980 年代中至 1990 年代被派至香港負責粵海集團設計部，其後策劃出版國內設計雜誌《設計交流》。

訪問日期／地點

日期：2014 年 1 月 19 日

地點：深圳華·美術館咖啡廳

訪問摘錄

關於「香港設計師與教育工作者交流團」及朗濤到中國辦講座

為什麼說 1979 年是中國最重要的時段呢？因為那時候朗濤（Walter Landor）來中國。他們來講學，他們找進出口總公司，如果我沒記錯的話，是在北京、杭州、廣州各講了一課。他們講的例子全都是自己做的。他們當時可以進入中國，只是中國的意識還沒有醒過來。他們讓我們看到品牌如富士菲林、可口可樂的廣告，資本主義是怎樣做設計的。

我那時沒有寫筆記，但那時他們好像有留下一批幻燈片。我也沒有什麼印象了，但那時候的直覺看了以後就會覺得這些是品牌，這些是包裝設計，然後就懂得去做了。

1979 年還有一個很重要的活動，不是 1979 年就是 1980 年，王無邪、靳叔（靳埭強）他們在廣州美院舉辦了一個為期三天的講座，那時我們就在美院。但具體有沒有去參與，我和同學都沒什麼記憶。

朗濤是在 1979 年來廣州的，因為我 1980 年做罐頭的時候直接受到他的影響。

朗濤來的時候是講品牌，講 identity（個性），講包裝設計和系列化包裝，也講如何設計品牌，包裝怎樣在貨架上有衝擊力。都是我完全沒聽過的東西，當時是第一次聽到，非常的深刻，了解世界性的包裝格局是怎樣的。

還有一個很重要的事情，也是發生在 1979 年或 1980 年年初的事，中國包裝進出口公司邀請了香港攝影師汪恩賜來講課，主題是什麼是商業攝影。我是他的翻譯。他不懂講國語，我就幫他把廣東話譯為國語，那時陪他去了很多地方，包括成都、南京等。

關於竹尾公司

香港的竹尾公司 Takeo Paper（指大德竹尾花紙有限公司）也一直和我們有關係。那時有一位盧錦光先生，他是其中一個幫助我們認識世界的人。他現在應該很大年紀，可能離世了。他那時候是竹尾香港公司的老闆。他跟我們做生意，做 fancy paper（花紙），包裝紙的生意。他是一個中介，我問如果我想見到香港一些設計的話，他有沒有辦法，他說有辦法，為我們聯絡 HKDA 協會（香港設計師協會），可能可以引進他們的年展過來。我說好，那在哪裡辦呢？我們在廣州美院的展覽廳舉辦了一場。我忘了是 1980 年還是 1981 年。那時候我第一次認識到靳叔（靳埭強），我就是在這次展覽中認識靳叔的。靳叔設計亞洲藝術節的海報，當時他那個海報是用雙色印刷的，套色的。我的印象很深，我那時才知道靳埭強這個人。我可以說有哪些人和我們一樣在 1979 年的時候開始跟世界接觸。排名不分

先後，中央工藝美術學院，就是張小平的那所學校，中國包裝進出口公司在北京的總公司、無錫輕工學院、廣州美術學院。

現在後藤立明在這裡，他是中日混血兒，現在是老闆，姓後藤。後藤也算知道蠻多東西的，他之前的一個叫王國維，靳叔（靳埭強）和 Alan Chan（陳幼堅）全都知道他。再早時間就是他們老闆盧錦光先生。那時候香港的竹尾也有日本同事。日本同事有時候也會過來跟我們交流，教我們怎樣用 fancy paper（花紙），怎樣印刷等。

關於《設計交流》

如果我沒有記錯的話，第一期的時候是竹尾贊助紙張的。它的老闆盧錦光先生很支持省包公司，已經建立了很多年的關係。如果我去香港的話，他也會關照我的。他叫我如有什麼需要就跟他提出來。另一個是朱樹洪先生，他原來是一個香港包裝廠的老闆，後來是觀瀾高爾夫的老闆，現在已經離世。

做《設計交流》需要有資源，印刷是在深圳做的，因為跟這邊熟。1979 年我接觸了嘉美印刷，1984 年我從包裝公司臨時被派到了廣東省貿促會工作。那時候跟貿促會合作的日本印刷廠也是在深圳的，叫做美光。這也是歷史，很重要

的。那是一個中日合資的印刷廠，印刷質量很高。他們支持了很多期，後來盧錦光先生不在竹尾工作，好像是退休了。於是就沒了支持，要靠自己了。

我認識 Henry Steiner（石漢瑞）其實是通過竹尾公司介紹的，我所有的東西都要通過竹尾公司鋪路，會跟竹尾公司事先打招呼，說我想要認識 Henry Steiner（石漢瑞），問他們能不能幫忙。他們說有辦法，因為那時候 Henry Steiner（石漢瑞）也會跟他們買 fancy paper（花紙）來做年報，於是我就有機會去拜訪他。他對我也蠻好奇的，因為他沒有見過內地的設計師，而我卻是一個真真正正從共產黨出來的設計師。他先認識余秉楠，第二個認識的是王敏。王敏很重要的，他在耶魯大學是 Paul Rand 的助教。他現在是中央美院設計學院院長。所以我是 Henry Steiner（石漢瑞）認識的第三個中國內地設計師。

我那時候需要幫助，在寫作和編輯方面都有困難。我第一次見他的時候就請他做《設計交流》的顧問。我是有明確目的下去拜訪他的。我讓他看之前的《設計交流》，編得不太好，需要有一個像他一樣了解世界設計脈搏的設計師去分析，我們需要學習哪些設計師。後來才定了每一期做一個國家、一個區域、或者一個主題，如海外華人設計師。有一次吃飯的時間，我問 Henry Steiner（石漢瑞）除了設計師之外想要做什麼，他說想做作家，於是我就邀請他在《設計交流》上寫東西。他寫東西很不錯，文學基礎很好。自第四期開始我就邀請他寫，那時我剛第一次出國去美國加州，拜訪朗濤、Saul Bass（索爾·巴斯）等西部英雄人物……

那時候香港電台晚上播的歌，表達的方式讓我有一種幸福感。聽外國歌，像 Bee Gees（比吉斯）。我記得有一次颱風天，我還在工作，更割傷手，就覺得很幸福，因為沒有人干擾你，你在聽電台，做自己的事，在辦公室跑來跑去，一會兒去暗房放大縮小，一會兒回來割字。因為是我自己很喜歡做的工作，所以覺得很幸福。現在不知道為什麼沒有這樣的機會，現在的幸福指數一落千丈。所以香港真是太好了。

外國設計影響

我覺得香港的文化是很有趣，很特別的，像寫文章的時候會夾雜很多英文。另一方面又很受日本影響，當時有一個叫插圖社的，像李錦輝、郭立熹，我還記得他胖胖的，手拿著噴槍，像隻香蕉。那時候我也有跟他們玩的，還有攝影很特別的李家昇。還有一些外國的，有個斯里蘭卡的設計師 Kumar Pereira（斐冠文）。所以那時候是很好玩的。如果以大方向來看，是很有趣的。Henry Steiner（石漢瑞）是有很大的貢獻，但我不會說他是原創，關於東西混合的原創，其實在民國時候已經有了，不算是很新鮮的。戰後的時間，日本的發展，他實則是帶了頭，是它首先開始的。Henry Steiner（石漢瑞）在香港的時候也發覺原來東西文化的碰撞和融合是很有趣的，生出了特別的視覺表達。我覺得他是一個在早期就在香港工作，也影響到很多人的人，但不算是原創。只是用得其

所，也用得現代，不同於 1930 年代、1940 年代的那種，是全新的與時俱進。這是很重要的，因為你做了這個的話，代表你能夠和日本交流。在東亞裡面大家的系統是一樣的，整個亞洲的系統這個是最有趣的，因為常常都會用到中英對照，香港、日本、韓國，甚至現在內地、越南、柬埔寨等，全部都要用到雙語來做設計。這樣就多了一種另外的文化來做借鑑，在中文用不到的話，可以用在拉丁字，也就是多了一種文化給你來表達。這是很有趣的，所以我覺得 Henry Steiner（石漢瑞）對本地設計師有貢獻。Steiner（石漢瑞）好像就著東西方文化融合寫了一本書《跨文化》。那本書出版了以後，他的位置就存在了。這是很厲害的。日本設計師同樣是用到這樣的方法，就可以跟他們有交流，也特別受到美國的影響。

很多香港設計師也很喜歡橫尾忠則。1980 年代的時候很多香港設計師很喜歡他。我覺得他在香港的影響力是來自全世界的，因為資訊很發達，所有歐美的設計書都看得到。唯獨一樣香港沒有受到歐美影響的是海報藝術，俗稱為非商業。為什麼呢？很多設計師都說，海報在平面設計之中是最難的，在視覺表達上最難。我不知道這說法是否片面，但香港就沒有受這方面的影響，香港是直接受橫尾忠則的影響，當然這也是很藝術的東西。而商業的就很受歐美影響，香港也特別重視這方面。比較獨特的，像陳幼堅，1980 年代的時候我就覺得他很厲害。我常常去探訪他，一到灣仔就會打電話問他有沒有空，他有空就上去。看到他中午吃飯的時候在翻雜誌，他說要在中午一餐飯的時間全翻完，很厲害的。原來他是這樣學習的。所以我覺得香港的前輩對後輩有這樣多的影響，實際上他們是付出了很多，也包括靳埭強（靳埭強），他比較特別，因為他喜歡海報，可能是受到歐洲一些影響，應該也有蠻多交流。做海報去表達的其他設計師就不是很多。包括 Henry Steiner（石漢瑞）他也做得不多，但都是做得很好的，因為他的基礎太好。香港年輕一點的有 Tommy Li（李永銓），但香港好像一直沒有太喜歡做海報，沒有這種熱潮。反而是書、雜誌等的就很多，不單是《號外》。

《設計交流》，王序作品。圖片刊載於香港設計師協會 1990 年年報。圖片由香港設計師協會提供。

尹定邦（廣州）

1970 年代任教廣州美術學院，當時負責接待由王無邪帶隊的香港設計交流團，接觸西方設計知識後，自發到全國各地美術院校講學，並倡導「產學結合」概念。

訪問日期／地點

日期：2013 年 11 月 21 日

地點：尹定邦家中（廣州）

訪問摘錄

有關香港廣州設計交流

他（鄭凱）的父親通過香港新華社分社邀請了王無邪先生和他的夫人，並帶了十個學生組團上來廣州辦展覽，那是正式的。但那並不是靳生（靳埭強）他們自覺來的，是後面有人當推手。所以我說實際上這件事情是共產黨辦出來的。表面上是香港設計教育的人主動參與，實際上是有推手，是香港新華社分社……

但他們（香港設計交流團）離開的時候，所有幻燈片都留給我們。他們拿過來的東西，基本上都沒有帶回去：學術上的、設計的、教育的，全部都留下來。這些舉動就是很了不起。這證明他們的心是為了國家好。往後懂不懂做，就看我尹定邦了……

我們通過了大量的重覆和摸索，最後終於被承認……我們付出了好大代價，日日夜夜都有那麼多人一起研究、努力。全國差不多所有的美術院校都去教過，工科院校也教了幾十所。所有全國基層的協會，如上海、長沙、武漢、重慶、桂林、昆明、大連、瀋陽、濟南、北京、天津、杭州等等都去過，去無錫的次數最多。輕工部、維新部、交通部、染織部，他們舉行全國的培訓班，都是我們去教。

有關廣東馬廣告公司

當其他的大學準備研究電視廣告的時候，我們已經做了一千多條電視廣告片，已經代表這個國家參加國際電視廣告大賽了。我們是國內唯一的單位參加國際大賽的。

其實這是王先生（王無邪）、鄭先生（鄭凱）開頭做成的事。後來我們做成的事是超出他們預期的。在北京做展覽的時候我們從一千多條廣告裡面挑了最精彩的五十條廣告，播放出來……

這個批改的過程就是替我們訓練、培養設計隊伍的過程。五星級賓館到底是什麼回事？標準是什麼？怎麼樣設計它才是最好的經營，能夠符合顧客和各方的需求？他們懂，這不是純藝術、純設計，是很系統的從裝飾、由經營到服務，他們全都懂。然而，我們做了幾十家之後，卻沒有任何一個大學懂得五星級賓館的設計是什麼一回事。他們根本還不知道老師的要求在哪裡，也不敢找我們。只認為我們肯定不會教，其實我們才會教。結果我們把那個方案改好了，大家認可了後，送到建設部給國家總局審查。因為將來這個酒店會否被評是五星級、四星級，評審員是在建設部。這其實就等於學生在老師指導下交作業一

樣。如果沒有老師指導，我們能完成嗎？那些行家能夠得出那麼高的評價嗎？不可能的。所以在中國人自己造的（五星級酒店）裡面，我們佔了三分之二。

這個優勢，也該感謝最早的老師。感謝王無邪先生，感謝靳埭強先生，韓秉華、林衍堂、黃海濤等人。

關於呂立勛在 1979 年在北京中央工藝美術學院開講座

一個叫張荊分，一個叫宋世偉。還有李泓，一個叫蘇華。張荊分和宋世偉是同系的，宋世偉已到日本去了。他們到我那邊待了半年多。這個是從頭堅持到尾的。蘇華的年紀比其他人大，他們剛畢業，她已經是助教了。她為人比較實在，或者說沒有他們那麼多才氣、那麼浪漫。但是她一直堅持幾十年。再加中央美術學院送過來的王敏。後來是中央美院設計學院的院長。

我帶他們去看一個工地，叫他們用幾條線做一個平面的構成，但是要有一個工地的氛圍。比王先生（王無邪）的要求多了一個意境，似是抽象的東西，它也有一種對人的情感和影響的東西，因為中國傳統文化是有這樣一種意境。

余希洋（廣州）

出身廣東省工藝美術學校，1980 年代進入廣州美術學院，深受靳埭強等香港設計師的案例啟發。1986 年創立白馬廣告公司，由平面設計擴展至電視廣告製作。

訪問日期／地點

日期：2013 年 11 月 22 日

地點：廣州白馬廣告公司會客室

訪問摘錄

香港設計對內地的影響

香港的設計由 1980 年代到 1990 年代，影響了很多。同時，日本的設計影響也很大。很多設計師，尤其是年輕的一批，做作業或設計時往往會直接挪用（日本的）設計手法，只稍稍換個元素，影響的程度很嚴重。我覺得有好也有不好。初期學習的過程是有需要這樣做的，但有很多人未能理解，也許是因為我們的教育體系還不健全，影響到很多人直接搬人家的設計手法過來，烙印很深刻。在技術上，例如字體的運用上也影響得很快，很多時候是很簡單的印刷字體，香港設計師在那時代設計字體的能力並不高，但他們很懂得直接運用印刷品去造字，避免了水平高低的差異。有時候覺得自己設計當然好，會更有特點，但設計得不好時再用自己的字體去做的話，反而會拉低水平。回看他們運用印刷字體作為標題字體放大的效果相當不錯，也可以把字分解開來成為設計

元素，這事情非常有趣。在國內很久以來都忽視了這東西，而強調了字的設計，造型本身。我也上過這個課，大家對字的最根本的意義有很多的不理解，卻把創作放在第一，不知道其他全部都會受到影響。香港在這方面做得非常好，特別是在許多指示系統上，地鐵站名、路標等，還有廣告上大大的印刷字體，這東西將整個廣告的概念改觀。從前的人會很刻意的去寫，但卻影響傳播，也影響美感，香港的簡單手法卻帶來了很大的幫助。

這個跟簡體字和繁體字的傳意有關係，但不是很關鍵的關係。因為當時我們大部分人都在回頭學繁體字。中國在 1980 年代時很多的廣告設計都是用繁體字的，後來才有國家政策出台，限制繁體字的使用。繁體字的結構和傳意更好，更穩定，也更豐富，但我覺得問題不在這裡，而在於以印刷體做直接傳播時更為有效，這才是最重要的。

張小平（廣州）

1970 至 1980 年代就讀中央工藝美術學院，曾擔任大一藝術設計學院交流團翻譯，深受呂立勛和吳冠中等設計大師的影響。1986 年在廣州舉辦首屆商標設計畫眉獎。

訪問日期／地點

日期：2013 年 11 月 21 日

地點：廣州白馬廣告公司會客室

訪問摘錄

1979 年大一藝術設計學院到中央工藝美術學院交流

在廣州開花，全國結果？但如果是這樣就好奇怪了；但又絕不是奇怪，因為實在有很多情況。靳叔（靳埭強）那邊我真的不了解，但這邊我了解到，呂立勛是來了（北京）兩次。第一次就是 1979 年……

這是好奇怪的現象，但如果你留意到中國的設計教育史，就發現一點也不奇怪。因為那邊北京做事和廣州做的事情是不同的，廣州尹定邦這樣做是想以教父的身份去做；而北京就有太多事做所以這些根本排不上隊。所以這邊（北京）播種那邊（廣州）開花然後全國結果，我覺得這個脈絡是對的。我有一位同學，他已離開設計界去做純藝術，我跟他說三大構成（平面構成、立體構成及色彩構成），他問是什麼？他說呂立勛沒有跟他們講三大構成。正確，三大構成都是中國的看法，在國外沒有提及，外國只講構成，所以這是中國的講法，是經尹定邦而來的。呂立勛只是帶了構成入來，尹定邦把它變成三大構成，變了任何課程一講便是三大構成，包浩斯沒有講的，香港沒有講的，是尹定邦講的。

鄭凱（廣州）

1970 年代初任教大一藝術設計學院，及後創辦集一學院及畫院，邀請靳埭強策劃設計課程。1970 年代中與北京包裝總公司聯合組織北戴河會議，讓全國包裝公司設計師參與培訓。

訪問日期／地點

日期：2014 年 3 月 13 日

地點：鄭凱家中（廣州）

訪問摘錄

「構成」的發展

台灣的那本包浩斯是寫「構成」的。構成這名字出自台灣的設計書。梁巨廷根據王無邪教那些學生，整理習作後出的那本不講構成，構成應該是台灣人的翻譯。尹定邦他們第一次接觸的就是那幾本書，我帶去的也是那幾本，書就有提到構成。尹定邦全國講課，兩塊錢一課。中央美術學院叫他上課，兩塊錢。可想而知是多早的事。只有兩塊錢一課。要講三、四課，才可以請我吃半條魚。所以我請他們多，不是他們請我。

其實他所謂的構成也只是包浩斯的東西，只是詞彙的說法不同。肌理：texture 最早的翻譯是「組地」，後來不知道是誰翻成了「肌理」，容易明白得多，諸如此類。

王敏（北京）

1977 年考進浙江美術學院，修讀裝潢設計。1980 年代到廣州美術學院跟隨尹定邦學習設計理論，1983 年取得獎學金到德國擔任訪問學者，隨後轉往美國繼續進修。

訪問日期／地點

日期：2014 年 3 月 20 日

地點：香港

訪問摘錄

對香港設計的想像

先是香港，然後台灣，再後來開始是日本，然後再往後歐洲的、美國的影響就過來了。應當說是在很長的一段時間，在中國是一個很特殊的時期，香港、日本、歐洲、美國的設計同時介紹進到中國，大家那時還沒有分辨能力，是現代

主義的風格還是後現代主義風格？還是包浩斯時期的？所以包浩斯一直在內地是有特別影響的名字！大家一提到現代設計，都是包浩斯。包浩斯之後發生了什麼事情？和包浩斯本身它擁有的特點，很多人現在搞不清楚，所以包浩斯變成了一個當代、現代設計的代名詞！今天看來，是很不恰當的，很不合適的，包浩斯只是那一段時期的、它促進了設計的發展、現代設計教育的發展。但是，包浩斯理念不能跟後來的很多的理念混到一起談.....

我們談這段歷史的時候，應當加上王序，（不能忽視）早期他在香港的影響。因為儘管他是廣州的設計師，儘管他是粵海給送到這邊來。但是，王序在很長一段時間在介紹香港的設計師、在介紹海外設計師，他把香港當成了一個橋樑、一個中轉站。

張歌明（北京）

1978 年入讀中央工藝美術學院，參與大一藝術設計學院的來訪交流與授課，學習由廣州美術學院尹定邦傳入的三大構成理論。對 1980 年代日本設計的影響印象深刻。

訪問日期／地點

日期：2013 年 10 月 16 日

地點：張歌明教授辦公室（北京清華大學視覺傳達設計系）

訪問摘錄

1979 年大一到中央工藝美院交流

那時候，應該是我們第一趟去了解香港的設計。因為那時候好像去香港的人也不是特別多。我當時印象比較深的是什麼呢？其實那時候的觀念跟現在還不太一樣。那時候覺得香港是殖民管治，所以呢，就覺得，香港的那些設計的片子，我們都覺得有點庸俗，這是文革以後（的事了）。文革當中呢，把那個就是咱們國家傳統的那些東西，比如說那個民俗的一些東西，大家都看不上，都覺得那些是四舊或者什麼的，有點那種意思。所以那時候，大家對於傳統的那些東西認識得不是特別深刻，所以我覺得這個就挺有意思的。其實他講的是歐洲那些，比如德國的構成主義的那些東西；他引的設計的（例子），給我們看的那些東西呢，有一部分國外的，還有一部分是香港的，尤其香港那一部分的，我們就覺得好像，因為有一些老壽星啊，或是什麼那些蟠桃啊，或者類似那些東西，大家都覺得好像那個是有一點過去那個被我們批判了的，四舊的那種感覺，所以就覺得，怎麼香港還在用這些東西？其實現在是想起來了，我們應該去找傳統的那些精華的東西；香港很早就這麼做，但是我們那時沒有認識到這一點。

「設計」的稱號

我印象比較深的就是，呂立勛總是「設計」、「設計」、「設計家」、「設計家」（註：用廣東話）！好玩，我印象比較深。他說的（廣東）話，開始特別聽不懂，後來經他翻譯，覺得有些廣東話差不多能聽懂一部分。

那時候我們應該也不知道這是德國傳過來。其實我就覺得挺有意思的，實際上就是 1949 年以後，斷了這麼一段，其實就等於新中國成立之後的這一段時間裡頭，文化是有斷檔的！在這之前 1930 年代，比如說像張光宇呀、什麼張仃他們那些人，在 1930、1940 年代的時候，他們接觸過那立體主義的那些東西，什麼 Bauhaus（包浩斯）的很多設計，在他們的設計裡頭是有的。

就是去年還搞了一個張光宇的那個回顧展，回顧展你一看他 1930 年代畫的那些東西、還有設計的那些東西，其實很多都是 Bauhaus（包浩斯）的影響、或者立體主義的影響，但是我們那段時間卻什麼都不知道。因為那都是資本主義的、修正主義的、或者什麼的，它不能接受那些東西，所以它根本就不知道、排斥！後來，即 1949 年以後，中國的美術教育主要是從前蘇聯那些地方來的，它是俄羅斯的那一套、前蘇聯的那一套。

趙天新（北京）

1970 年代入讀中央工藝美術學院，在大一藝術設計學院來訪交流期間認識呂立勛，受其設計知識與理念影響。畢業後進入中央電視台工作，1986 年赴美國進修。

訪問日期／地點

日期：2014 年 3 月 24 日

地點：趙天新家中（北京）

訪問摘錄

1979 年 4 月呂立勛帶團到北京交流

十月份他是來講課，是呂立勛夫婦、林信夫婦，他們四個人。這次他來講課，十月三十號回去香港，我這邊有照片，我到飛機場去送他。他講課講到二十八號，每個星期講六天。過去只有一個休息日，上午下午都講。

對香港設計的想像

我覺得應該是比我們先進很多很多，在 1979 年那個時候，香港有非常高的文化優勢。我們都是在學傳統之類的，大家都拼命想了解、學習這個世界上更先進的一些系統的理論，但是沒有這個機會！有了呂立勛的這個機會，第一次打開了這個窗口，就好像以前你要看西方的抽象畫，就會看不懂，也不知道它是為

什麼是這麼搞。那上了他這個課呢，你覺得就可以懂了！可能不會懂得很多，但也是懂了不少！當時我們學了他的課，覺得非常幸運的，一下對西方的東西就能夠看懂了！但是現在翻過頭來看呢，這個東西偏向於理性，可能更適合搞設計。因為我後來就一直搞繪畫了，然後我也覺得，即使是搞設計的話，它這個理論的核心好像還是有些不足。就是他們還沒有抓住最本質的東西，我是這麼覺得。

總結呂立勛講課的得著

就是學到了比較系統的設計的那種理論、那種分析。比如像那個，你看這種漸變，一點一點整個變化，把很多變化給它有條理地量化！這個在過去，中國傳統當中是沒有的，非常偏重理性！像我們講傳統圖案，感覺的會比較多，然後說的話又很模稜兩可，比如氣韻生動，那你也搞不清楚氣韻生動是怎麼一回事，但是也許你能感覺得到，但你搞不清具體是怎麼回事！怎麼就能達到氣韻生動？多一分不行，少一分不行，或者是怎麼樣量化這個氣韻生動？過去都沒有講的。當然他也沒有講氣韻生動，他把很多東西非常理性地給分析出來，讓你看到了有很多種的方法，怎麼去運用，那你選擇哪一個、把握到哪一個層次？那是你的選擇，所以一下就把你的思路放得很開，比較機械！但是運用得好，也是很有激情的！所以當時中國傳統完全沒有這個，所以西方的這個東西進來對我們來說非常新，而且就是你可以跟傳統的東西結合起來！但是當時我們在學校上學，也來不及消化這麼多東西。你知道，一上完這個課馬上接著要上別的課去，總而言之就是這樣。

程湘如（台灣）

台灣設計師，曾從事多間廣告公司，先後涉獵廣告文案、包裝設計與文創等範疇。從《雄獅美術》雜誌接觸香港設計，認識靳埭強等香港設計師。

訪問日期／地點

日期：2013 年 12 月 19 日

地點：台灣頑石文創辦公室

訪問摘錄

對香港設計的印象

整體印象，香港設計是富有中國風的現代感（設計）。這個開啟我們眼界的。因為我是傳統派的，我都是用文化概念來做，我（所做）的現代化比較少，用傳統的思維在做。台灣當時的設計師是一面西化，其實有點抄西方的做法。我會覺得那個不適合。跟香港交流才讓我有了新的研究，（原來）可以這樣現代化！對我來講影響也很多：原來傳統的東西還可以結合西方的一些概念手法——跟應

用方式來做一個新的顛覆。我從靳叔（靳埭強）、還有 Freeman（劉小康）那邊，其實也看到他們很多的作品。還有 Alan Chan（陳幼堅）那邊的，因為他們比較常接觸。香港的古董市場比較熱絡，他們都在收集古董，然後他們比我們看到多一點民間的東西，不是清朝的古董，是比較偏 1900 年之後的。他們會從那些器物裡面去轉換變化，Alan Chan（陳幼堅）是做最多的，所以也對我們來講也有影響。靳叔（靳埭強）早期來，跟着 Freeman（劉小康）也來，還有跟 Alan Chan（陳幼堅）來，他們都有找我帶他們去古董市場，去買這些東西。

應該是說，把傳統的東西加上創新的或是西方的元素，變成有點像是後現代的呈現，它是新舊融合的新風格。我覺得香港風格，我們也模仿不來，沒辦法模仿，除非你要抄襲，你就會模仿。我們是看到這樣的方法，然後就引發我們其他想法，然後知道怎樣去做比較現代的感覺。但是模仿不來，我個人是模仿不來了，台灣有人模仿也不像。我覺得那是你們骨子裡的東西，沒辦法像。

我覺得香港風格是一看就看得出來，包括到後來有些就用很鮮艷的顏色去跟很傳統的東西去對照，這都是香港先做的。

文創產業

香港的話就是 Alan Chan（陳幼堅）最早呀！他的文創設計以前都在賣場裡面，我們當時每次去香港，我一定先到他的店去。而且我去香港的時候，我第一天、第二天一定安排去他的店看，我還兩次碰到他，他去巡店。我就去看他有什麼變化，我也有買了一些東西。所以他是最早做。因為他投入很大的資金，要做什麼營銷各方面，他還開一個茶館。其實他反而是啟發了我們，後來台灣有個設計師叫鄭志浩，他就模仿 Alan Chan（陳幼堅）。然後他也做類似自己畫那個 pattern（圖案），然後也有做一些什麼杯杯盤盤的東西、罐子、鐵罐。其實 Alan Chan（陳幼堅）有做那個鐵罐，然後整個做起來，他（鄭志浩）好像也只撐了兩年，當時在中英百貨，然後還在台南的誠品，往後還做了一點服裝，最終也消失了。因為投很多錢，他還把賣場做得很好看，然後用什麼 display（展示）的東西，當然不太貴了，就用什麼鳥籠這樣子，還有一些古董櫃這樣子鋪陳起來，所以那都是文創的前身。我做文創是因為我從那個「客家童話祭」開始，我去輔導產業的品牌跟它的產品設計，然後慢慢地跟產業接觸，然後我才很快可以走到這個區塊。

霍鵬程、霍榮齡（台灣）

1960 年代末加入變形蟲設計協會，策劃台灣與外地的設計交流活動。1980 年代透過編輯《亞洲設計名家》一書，認識靳埭強等香港設計師。

訪問日期／地點

日期：2013 年 12 月 18 日

地點：台灣霍榮齡設計工作室

訪問摘錄

關於變形蟲設計協會與設計交流

霍鵬程：要看那個《亞洲設計名家》。因為李如絮本身是台灣人，她嫁到香港去。我要編書，就透過她推薦香港設計家，編《亞洲設計名家》這本的書。《亞洲設計名家》是 1981 年出版，她介紹靳埭強、張樹新、譚增烈、韓秉華、蘇敏儀、蔡啟仁、李如絮跟她的先生蘇炳焜，然後刊登在那本書中。在編完這本書之後我就去香港，拜訪靳埭強，那個時候台灣還沒有人認識靳埭強。然後在 1982 年第一回「亞洲設計名家邀請展」在台灣北中南三城市巡迴展。1991 年第二回「亞洲設計家交流展」在台灣北南四城市巡迴展，邀請香港石漢瑞、蔡啟仁、陳幼堅、胡耀華、張再厲、靳埭強、劉小康、余志光參展。及 1991 年第一回及 1993 年第二回、日本的巡迴展，就是說你在哪個國家辦，就由那個國家的會員負責所有的費用。所以經由變形蟲從第一回「亞洲設計家交流展」，介紹香港的設計家到台灣來。

對香港設計的了解

霍鵬程：最初就是不知道。我後來才知道，香港受英國的教育，英國的商業習慣，所以他們的報酬跟影響力很高。台灣不一樣，台灣設計團體的自主性雖然很強，但是它其實是受到整體環境影響。

香港的平面設計作品初次印象，（我）原認為香港是在一個非常英國化、國際化商業環境，香港的平面設計具有中國現代化的設計風格，令我印象十分深刻。我不能說他是受日本人的影響，但是他們的「中國現代化設計風格」卻有影響到一些年輕後輩設計風格或想法，這個情形你們是可以看得到的現象。

我們看香港印刷品的設計與印刷水準高，不能用香港的平面設計來歸納整個香港設計界。在台灣也不行，在台灣有建築、營造、室設、景觀、動畫、網頁、電視、造型、服裝、舞台。我們不要窄化香港只是有平面設計是絕對的，在台灣市場要大一點點。但我感受到那個時代，1980 年代香港設計師把傳統的東西再度的西化，跟以前完全比較偏重西化的方式，這一點是很大的不同。不僅是靳埭強先生，韓秉華先生也是這樣，還有幾位做字體造型設計的也是這樣，例如蔡啟仁，他們都是這樣。他們已經回到中國內地那個傳統的意識，也就是你剛才講的自信心，平面設計也不一定要完全的西化！

我覺得，不要說你去影響別人或別人受到影響，多多少少而已，百分比的問題。我可能會受到你個人的影響，但我也會影響到別人，因為傳媒的東西很快，但是大體上來講，僅僅我個人的看法，香港設計師很早就把原本西式的商業設計，回歸到傳統廣東化，還不能說北京化。

霍榮齡：我自己覺得，香港原來的設計師感覺上就是商業，感覺它是配合市場 marketing（營銷）和社會的需求，是英國化、香港化都有其可能。但我們台灣人來看是東西，不是東方也不是絕然的西方，我們也是嬉皮時代直接走進西方的人，感覺香港的設計不夠西方。我覺得韓秉華還沒有那麼嚴重的東方思想、東方的情緒出來，那靳先生就是影響了 Alan Chan（陳幼堅），Alan Chan（陳幼堅）做了一些生活上的產品和靳先生一些水墨的東西結合的時候，那個時候東方情緒出來。在商業界或在文化界來說，因為當時我在《雄獅美術》做到靳先生的海報，就會覺得東方情緒出來了。

但是台灣並沒有那麼絕對的西化，而在我們那一代就蠻強調自己東方的情緒，所以我們並沒有說有沒有信心，我不曉得，但是我就是鬥膽了，膽子夠大，覺得不一定要非要靠西洋文化的東西來影響，我們就是台灣的東西。所以在我們那個年代，其實香港是非常商業化的，但是台灣在華人世界裡面是有比較多中國風味的東西出來。

王行恭（台灣）

台灣設計師，曾擔任變形蟲設計協會會長。1970 年代開始接觸香港設計師，並合作舉辦國際活動。他與霍榮齡是首批在台灣開設個人設計公司的設計師。

訪問日期／地點

日期：2013 年 12 月 19 日

地點：台灣王行恭設計事務所

訪問摘錄

台灣跟香港的設計關係

所以，霍榮齡跟我，我們兩個，大概是台灣最早成立個人設計公司。我們都在廣告公司待過，後來離開廣告公司了，然後自己去開公司。我是因為從廣告公司出來，我做過地產的廣告，後來不做地產了，我再成立一個像我們這個小型的 individual design house（獨立設計公司）。我做的東西比較雜，我做的書，大部分都是作者認識我，作者要求出版社說，這個書要誰幫忙做。那我們（王行恭、霍榮齡）中間的工作也有很多重疊了，比如我們都幫藝文界做一些 promotion（推廣）。那個年代，大概 1980 年左右，我們兩個倒是最早獨立。

所以剛才說有求於靳叔（靳埭強），是因為他是在香港做 individual design house（獨立設計公司），是很成功的嘛！是一個 model（示範），所以有很多人去他那裡看：你是怎麼經營的？你怎麼可以養那麼多人？所以台灣的這個工作的模式，很多都是從他那裡 copy（複製）來的。尤其是年輕輩的！因為他們只要一去香港，一定會找靳叔（靳埭強）。靳叔就會帶他們到公司參觀這是什麼部門之

類。其實那個變成一個小型的廣告公司了，因為有 **copyright**（版權），有做這個 **direction**（方向）的。那我們台灣的這種 **design house**（設計公司）是基本上沒有 **copyright**（版權），它營業的範圍就比較小。

接觸香港

我對香港比較有興趣的就是說，香港是一個窗口，它是中國、亞洲跟歐洲最早的一個窗口，所以歐洲人到亞洲來取得了茶葉、取得了絲綢跟著後來的象牙——那個雕刻的，廣東的象牙雕、扇子、名片盒等等。都是為了歐洲的市場，都是透過香港，所以香港的一種風格是歐洲人的 **orientation**（東方想像），歐洲人建立的一個他們想像的東方 **style**（風格），那這個具體的一直在香港保留下來，我對這個東西有興趣。

曾經有一年，在九龍公園的小博物館，辦了一次 **Made in Hong Kong**（香港製造）展覽。我就是在《**Orientation**》（東方）雜誌看到這個 **news**（新聞）。這個很好呀，我一定要去看，就跑去香港呆了三天。因為那個題目：**Made in Hong Kong**（香港製造）我比較好奇的是：同樣的時間，台灣也在做一樣的事情。但是台灣在做這個事情的時候，它有兩種狀況：一是，美國的貿易商直接到台灣來找，他帶著樣品，這個樣品很可能是香港做的，他要尋求更低的生產價錢。

陳達人（競成貿易行有限公司）

1970 年代創辦競成貿易行有限公司，大量引進外國設計書籍，為香港設計師及設計系學生提供外國設計資訊，並成為改革開放後，首批到內地參與設計交流的業界人士。

訪問日期／地點

日期：2014 年 2 月 21 日

地點：香港競成貿易行有限公司會客室

訪問摘錄

有關競成貿易有限公司

不只在香港來看，就算是從全世界來看，我們這種公司是很少有的，真的很少會有從筆類產品到攝影類產品都有的公司，總之是設計師桌上有的我們都有。我們全部都有代理，沒有一樣是沒代理的。後來 1978 年內地開始開放，我是第一個進去的。

進入中國內地

我們去做展覽，對象是省包和市包的員工，也可以叫外面的人來。我們就認識了中國包裝。那時並沒有廣告，連這個字也沒有。中國包裝委托我們為獨家供

應商，我們帶香港的設計師一起去，條件很簡單，每個省、每個市的去，看他們需要的材料，他們剛剛開放什麼也沒有。我看每省每市需要的材料，然後中國包裝就會給我錢來買。條件之一就是我要帶設計師一起去。我們出資，請設計師一起去，教他們如何用那些材料和教材，還有書，因為我們什麼也有，從鉛筆到攝影器材，到暗房什麼都有。他們配給我們十萬、二十萬，然後我們自己配搭。不需要他們理會，就我們自己配搭，配好以後請設計師一起去，以前 Alan Chan（陳幼堅）、汪恩賜等很多設計師，我們也邀請到很多正形（香港正形設計學校）、大一（大一藝術設計學院）的老師。

後藤立明（大德竹尾花紙有限公司）

1980 年代進入大德竹尾花紙有限公司，1990 年代被派到香港與香港設計師協會合作舉辦展覽，先後在香港、廣州與深圳開設分公司。曾贊助王序舉辦設計活動。

訪問日期／地點

日期：2014 年 3 月 6 日

地點：香港大德竹尾花紙公司會客室

訪問摘錄

大德竹尾歷史及其在推動設計的角色

Kawai（河井敬夫）在任時就經常從日本引入最新潮的設計。1964 年是東京奧運，從日本是從那時候開始盛行 **graphic design**（平面設計）。就是因為這件事，而帶起了很多設計師，例如田中一光等人。很有趣的，我也看到日本設計對香港設計的影響。因為日本的設計比香港走得更前，所以 Kawai（河井敬夫）將日本的設計潮流帶到香港。

那時我們公司的品牌不怎麼有名，所以總公司便辦了很多設計交流會。二十多年來香港的設計潮流一直在變，所以客戶的需求也會不一樣，所以我們公司會每兩年辦一次紙品樣本的展覽。這是很重要的，也可能跟你們的研究有關。因為在我上任前，公司可能已開始把在日本 **paper show**（紙品展）裡展出的東西帶來香港展。

竹尾公司大約有一百二十年歷史。那時開始研究和製造花紋紙，到後來東京奧運時便發揚光大。日本總公司和很多設計師有聯繫，就跟香港的一樣。在 1980 年代時，公司決定增強 **cultural exchange**（文化交流）。當時在亞洲區，日本在 **graphic design**（平面設計）方面是排第一的，到現在還是；我感覺現在香港是第二名，而且日本和香港距離很近，很多文化交流的事就經我們公司促進。

謝宏中（廣告人）

商人，1970 年代與鍾培正共同創立恆美商業設計有限公司，曾培養大批年輕設計師如靳埭強、蘇澄源和何中強等人，亦積極推廣香港藝術活動，如參與設立香港藝術家年獎，資助香港畫家參加海外展覽。

訪問日期／地點

日期：2014 年 3 月 27 日

地點：抱趣堂辦公室

訪問摘錄

1970 年代的廣告界

1970 年代的時候的外資佔絕大比例。差不多百分之九十。我們當然是少數，但我們很快也變成了外資，很快就有人入股，被買下了。恆美（商業設計有限公司）不到兩年就被買了一半股份，然後很多 **account**（客戶）過來。

然後我們就由香港走出亞洲其他國家，這是一個一定的途徑，外國需要一個以香港為基地，有這樣的思維，這樣的結構的公司，我們也需要外國的 **network**（網絡）來擴大。香港太小了，不然怎麼能養得起廣告界人才這麼高的人工？廣告界人工很高的。華資、外資其實是無關重要的。

廣告界中的文化

英文在廣告界來說一直都是主流的語言，不用說是 **4As**。開會或者寫 **report**（報告），見客回來要寫 **report**（報告），絕少是中文的。原因是主管的客就算不是外國人，也是高學歷，受西方教育的人。於是就出現了一種風氣，最好就說 **report**（報告），**proposal**（建議書）、**presentation**（陳述），十宗案子有九宗半都是用英文的。只有到創作的部分才用中文，因為要用本地語言。這是一種現象。

1970 年代在港的澳洲創意人才

我覺得澳洲人較為親切，他們很開放，沒有高人一等的優越感，再者，他們那時候對人工的要求不像美國人、英國人那麼高，正因為這個原因，他們在香港廣告界受歡迎的程度比較高。

參考書目

中文書：

1. Andy Bennett：《流行音樂的文化》，孫憶南譯，台北：書林出版有限公司，2004 年。
2. Norbert Lynton：《現代藝術的故事》，楊松鋒譯，台北：聯經出版事業股份有限公司，2003 年。
3. 大一設計學會：《亞洲設計家聯展：1981》，香港：大一藝術設計學校，1981 年。
4. 大智浩：《美術設計的基礎》，王秀雄譯，台北：大陸書店，1968 年。
5. 王序：《石漢瑞平面設計師之設計歷程》，北京：北京中國青年出版社，1999 年。
6. 王序：《靳埭強平面設計師之設計歷程》，北京：北京中國青年出版社，1999 年。
7. 中央美術學院、關山月美術館：《20 世紀中國平面設計文獻集》，南寧：廣西美術出版社，2012 年。
8. 台灣變形蟲設計協會：《變形蟲視覺藝術展 2007》，台北：台灣變形蟲設計協會，2007 年。
9. 安迪·華荷（Andy Warhol）：《安迪·沃荷的普普人生》，盧慈穎譯，台北：三言社，2010 年。
10. 呂立勛：〈北京展覽講學特輯〉，《設計中國》，北京：中央工藝美術學院學術委員會，1979 年。
11. 余非：《當代中國國情與政治制度》，香港：三聯書店（香港）有限公司，2007 年。
12. 余奉祖：〈香港設計上河圖〉，2013 年，香港。
13. 佟鎮南、梁興仁編：《設計，我地話》，香港：香港設計中心，2012 年。
14. 周永新：《回首香港七十年》，香港：中華書局（香港）有限公司，2016 年。
15. 周鼎、楊靜之及麥柱發編：《香港節影集 1971》，香港：星系報業（香港）有限公司，1972 年。
16. 李宏杰：《搖滾聖經》，天津：天津人民出版社，2013 年。
17. 科里·貝爾（Cory Bell）：《現代藝術》，武夫譯，香港：三聯書店（香港）有限公司，2002 年。
18. 香港專上學生聯會：《文化大革命重要文件選編》（1966-1976），香港：香港專上學生聯會，1976 年。
19. 香港當代文化中心：《香港設計傳承跨越—靳埭強七十豐年展》，香港：香港當代文化中心，2012 年。
20. 香港電台：《工業教育指南：介紹香港工業學院及摩理臣山工業學校》，香港：香港政府印務局，1969 年。

21. 香港電視廣播有限公司編輯委員會：《第一個十五年——電視廣播有限公司十五週年畫集》，香港：香港電視廣播有限公司，1982 年。
22. 施養德：《施養德上半場》，香港：中華書局(香港)有限公司，1994 年。
23. 高屹、繆德修編：《鄧小平時代的中國（1989–1994）》，北京：光明日報出版社，1996 年。
24. 陳冠中：《中國天朝主義與香港》，香港：牛津大學出版社，2012 年。
25. 陳冠中：《我這一代香港人》，香港：牛津大學出版社，2005 年。
26. 馬場雄二：《美術設計的點·線·面》，王秀雄譯，台北：大陸書店，1970 年。
27. 袁熙暘：《中國藝術設計教育發展歷程研究》，北京：北京理工大學出版社，2003 年。
28. 張家偉：《香港六七暴動內情》，香港：香港太平洋世紀出版社有限公司，2000 年。
29. 黃湛森（黃霑）：〈粵語流行曲的發展與興衰：香港流行音樂研究 1949-1997〉，博士論文，香港大學，2003 年。
30. 葉偉珊編：《香港新設計十五人展》場刊，1994 年，香港。
31. 廖潔連：《一九四九年後中國字體設計人：一字一生》，香港：MCCM Creation，2009 年。
32. 謝克：《中國木版年畫》，香港：香港大一出版部，1985 年。
33. 謝克：《中國浮屠藝術》，台北：台北市漢光文化事業股份有限公司，1987 年。

英文書：

1. Hong Kong Technical College. Guidelines to Industrial Education: An Introduction of the Hong Kong Technical College and Morrison Hill Technical Institute, 1969.
2. Japan Association for the 1970 World Exposition. Japan World Exposition, Osaka, 1970: official report, vol. 3, Osaka, Japan Association for the 1970 World Exposition, 1970.
3. Tara Brabazon. Popular Music: Topics, Trends & Trajectories, SAGE Publications Ltd., 2012.
4. The Beatles Anthology, Chronicle Books LLC., 2000.

中文報章雜誌：

1. 【香港 Beatles】泰迪羅賓× Nowhere Boys 為披頭四兄弟情感動》，《蘋果日報》，2016 年 10 月 8 日。
2. 〈大阪博覽會香港館，港府明年一月接收〉，《工商日報》，1969 年 11 月 18 日。
3. 〈日設計師協會會長榮久庵作專題演講〉，《工商日報》，1972 年 8 月 19 日。
4. 〈日設計師協會會長榮久庵作專題演講〉，《華僑日報》，1972 年 8 月 19 日。

5. 〈包浩斯在中國的歷史〉，《裝飾》總第 200 期，北京人民美術出版社，2009 年 12 月。
6. 〈本港小廣告在美出風頭，商業美術雜誌用作封面〉，《華僑日報》，1965 年 10 月 31 日。
7. 〈設計師協會主席昨表示新硬幣設計欠理想〉，《大公報》，1974 年 11 月 29 日。
8. 《時代青年》102 期，1978 年 4 月 30 日。
9. 《亞洲週刊》第十三卷第五十期，1999 年 12 月 12 日。
10. 「中國改革開放 30 年經濟百人榜」課題組：〈中國改革開放 30 年最具影響力的 30 件大事〉，《國際商務財會》第 12 期（2008）。
11. 小北：〈六十年代：外籍設計師的時代〉（此節錄轉載自《雅趣》雜誌，1987 年 6 月號），《XPRESS》第一期，香港設計師協會，1999 年 1 月。
12. 王粵飛：〈香港設計界鳥瞰〉，《包裝與設計》第二期（1987），中國包裝進出口公司廣東分公司。
13. 呂立勛：〈寫在「大一設計展」之後〉，《文美月刊》第八期，文學與美術社，1977 年 11 月。
14. 沈旭暉、張玉珍、周臻樞：〈香港節與香港精神（昔日國際都會系列·十）〉，《信報》，2009 年 1 月 7 日。
15. 靳埭強：〈「理工夜班設計展覽」有感〉，《文美月刊》第五期，文學與美術社，1977 年 8 月。
16. 靳埭強：〈不要污染視覺環境〉，《文美月刊》第一期，文學與美術社，1977 年 4 月。
17. 靳埭強：〈從雜誌設計談編排設計的原理〉，《文學與美術》第三期，文學與美術社，1976 年 6 月。
18. 靳埭強：〈怎樣設計海報〉，《文學與美術》第四期，文學與美術社，1976 年 8 月。
19. 靳埭強：〈我怎樣設計兔年紀念郵票〉，《文學與美術》第二期，文學與美術社，1976 年 4 月。
20. 靳埭強：〈由一張廣告卡片談起〉，《文美月刊》第二期，文學與美術社，1977 年 5 月。
21. 靳埭強：〈設計與設計工作〉，《文學與美術》第一期，文學與美術社，1976 年 2 月。
22. 靳埭強：〈談商標設計的工作經驗〉，《文美月刊》第十二期，文學與美術社，1978 年 3 月。
23. 靳埭強：〈香港設計見聞與反思〉，《二十一世紀雙月刊》總第 135 期，香港中文大學，2013 年 2 月號。
24. 葉劍鋒：〈如何理解毛澤東思想：撥亂反正時期鄧小平準確把握毛澤東思想的理論貢獻〉，《雲南行政學院學報》，2013 年第 4 期。

英文報章雜誌：

1. “design NOW Hong Kong 1981.” IDEA, no. 167, Jul 1981.
2. “Design’79: Hong Kong / Japan Design Exhibition.” IDEA, no. 160, May 1980.
3. “Kan Tai Keung, Henry Steiner.” IDEA, no. 240, Sep 1993.
4. “Kan Tai Keung in Hong Kong: Who Blends the East and the West.” IDEA, no. 186, Sep 1985.
5. “Winner of Design Award.” The Hong Kong Telegraph, 17 Jan 1975.
6. Huppatz, D. J.. “Designer Nostalgia in Hong Kong.” Design Issues, vol. 25, no. 2, 2009.
7. Huppatz, D. J.. “Simulation and Disappearance: The Posters of Kan Tai-Keung.” Third Text, vol.16, no. 3, 2002.
8. Huppatz, D. J.. “The Chameleon and the Pearl of the Orient.” Design Issues, vol. 22, no. 2, 2006.
9. Katsumi, and Lee. “Design’79 - Hong Kong Japan Design Exhibition.” Graphic Design +, vol. 78, 1980.
10. Lanyon, Charley. “Lifestyle/ POP MUSIC: When The Beatles came to Hong Kong.” South China Morning Post, 29 Jul 2013.
11. Wong, W. S.. “Detachment and Unification: A Chinese Graphic Design History in Greater China.” Design Issues, vol. 17, no. 4, 2001.

網頁：

1. 《Charcoal 30 週年紀念特刊》，Charcoal：<http://www.charcoalhk.com>
2. 〈一九七零至一九七九年香港學生運動〉，香港電台網上神州五十年，網頁：http://rthk9.rthk.hk/chiculture/china50years/years1970_epi119.htm
3. 〈香港戰後工業發展〉，香港記憶（Hong Kong Memory）網頁：http://www.hkmemory.hk/collections/postwar_industries/industrialization_in_postwar_hong_kong/index_cht.html#&panel1-1
4. 〈香港設計業概況〉，香港貿易發展局網頁，2013 年 6 月 25 日：<http://hong-kong-economy-research.hktdc.com/business-news/article/%E9%A6%99%E6%B8%AF%E8%A1%8C%E6%A5%AD%E6%A6%82%E6%B3%81/%E9%A6%99%E6%B8%AF%E8%A8%AD%E8%A8%88%E6%A5%AD%E6%A6%82%E6%B3%81/hkip/tc/1/1X000000/1X006NBS.htm>
5. 〈基本法〉，香港特別行政區政府政制及內地事務局網頁：<http://www.cmab.gov.hk/tc/issues/basic2.htm>
6. 〈聯合聲明〉，香港特別行政區政府政制及內地事務局網頁：<http://www.cmab.gov.hk/tc/issues/joint.htm>

7. 〈藝術館展示呂壽琨逾百名作〉，香港政府一覽通，康樂及文化事務署，香港藝術館，新聞公報，2002年11月21日。網頁：
<http://www.info.gov.hk/gia/general/200211/21/1121131.htm>
3008. The Beatles Bible： <https://www.beatlesbible.com/1964/06/09/live-princess-theatre-kowloon-hong-kong/>
9. 大德竹尾花紙有限公司網頁：<http://ttf.com.hk/hk/about/>
10. 中國包裝進出口公司（China National Packaging Import & Export Corporation），見 Bloomberg 網頁：
<https://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=9559923>
11. 沈旭暉、張玉珍、周臻樞：〈香港節與香港精神（昔日國際都會系列·十）〉，《港文集》，2009年1月7日：http://hktext.blogspot.hk/2009/01/blog-post_5764.html
12. 李敏剛：〈民族、反殖與改良的糾纏：第一次中文運動〉，《中文之為大學理想》，獨立媒體網頁：<http://www.inmediahk.net/node/1037486>
13. 康樂及文化事務署，香港大會堂網頁：
<http://www.lcsd.gov.hk/tc/hkch/aboutus/introduction.html>
14. 康樂及文化事務署，香港藝術館：「細說當年」網頁：
http://www.lcsd.gov.hk/ce/Museum/Arts/zh_TW/web/ma/article01.html
15. 陳冠中：〈遲來的設計意識〉，新浪博客：陳冠中的博客，2007年8月8日：http://blog.sina.com.cn/s/blog_48c6465201000cbq.html
16. 鍾家俊：〈電影與歷史教學〉，香港史考察資料，香港中文大學教育學院歷史資源網：
<http://www.fed.cuhk.edu.hk/history/history2001/movieandhisteaching.pdf>

鳴謝（以中文筆劃排序）

丁蕓

Battina Ding

中國銀行（香港）有限公司

Bank of China (Hong Kong) Limited

尹定邦

Yin Dingbang

天映娛樂有限公司

Celestial Pictures Limited

太古糖業有限公司

Taikoo Sugar Limited

牛奶公司集團

Dairy Farm International Holdings Limited

王行恭

Wang Hsin Kong

王序

Wang Xu

王受之

Wang Shouzhi

王敏

Wang Min

王無邪

Wucius Wong

田邁修

Matthew Turner

石漢瑞

Henry Steiner

阮大勇

Yuen Tai-yung

何中強

William Ho Chung-keung

何鴻毅家族基金

The Robert H. N. Ho Family Foundation

余希洋

Yu Xiyang

余奉祖

Michael Miller Yu

余秉楠

Yu Bingnan

呂大樂

Lui Tai-lok

李家昇

Lee Ka-sing

汪恩賜

Raymond Wong

周少康

Adam Chow Siu-hong

林偉

Robert Lam Wai

河井敬夫

Yoshio Kawai

威鋒數位開發股份有限公司

DynaComware Corporation

後藤立明

Tateaki Goto

政府新聞處

Information Services Department of HKSAR

政府檔案處歷史檔案館

Public Records Office of Government Records Service

施養德

Alan Zie Yongder

星光實業有限公司

Star Industrial Co., Ltd.

星空華文傳媒電影有限公司（香港）

Fortune Star Media Limited

柯熾堅

Sammy Or Chi-kin

香港上海滙豐銀行有限公司歷史檔案部

Image courtesy of HSBC Archives, The Hongkong and Shanghai Banking

Corporation Limited

香港大會堂

Hong Kong City Hall

香港工業總會

Federation of Hong Kong Industries

香港中文大學專業進修學院總辦事處

The Head Office, School of Continuing and Professional Studies, CUHK

香港文化博物館

Hong Kong Heritage Museum

香港國際電影節協會有限公司

The Hong Kong International Film Festival Society Limited

香港設計師協會

Hong Kong Designers Association

香港貿易發展局

Hong Kong Trade Development Council

302 香港歷史博物館

Hong Kong Museum of History

香港藝術中心

Hong Kong Arts Centre

香港藝術館

Hong Kong Museum of Art

香港鐵路有限公司

MTR Corporation Limited

徐佩傳

Nicholas Tsui Pui-chuen

翁維銓

Peter Yung Wai-chuen

莫康孫

Tomaz Mok

陳達人

Chan Tak-yan

陳穎

Wyn Chan

陸叔遠

Luk Suk-yuen

商務印書館（香港）有限公司

The Commercial Press (Hong Kong) Limited

張小平

Zhang Xiaoping

張歌明

Zhang Geming

梁家泰

Leong Ka-tai

現代傳播有限公司

Modern Media Co., Ltd.

雀巢香港有限公司

Nestle Hong Kong Limited

斐冠文

Kumar Pereira

程湘如

Stony Cherng

辜滄石

Jonny Koo Chong-shek

雄獅圖書股份有限公司

Lion Art Publishing

黃勵

Huang Li

雷志良

Bennie Lui Chi-leung

雷葆文

Henry Lui Po-man

靳埭強

Kan Tai-keung

靳劉高創意策略

KL&K Creative Strategics

蒙納字體公司

Monotype Hong Kong Limited

廖仕強

Sky Liu Sze-keung

趙天新

Zhao Tianxin

漫畫文化有限公司

Citicomics Limited

蔡啟仁

Choi Kai-yan

蔡啟仁創意思維啟迪中心

Choi's Concept Limited

蔡經仁

Tsai King-yan

鄭凱

Zheng Kai

潘雋

Jay Poon

盧兆熹

Lo Siu-hei

霍榮齡

Huo Rong Ling

霍鵬程

Huo Peng Cheng

謝克

Tse Hak

謝宏中

Philip Tse Wan-chung

韓秉華

Hon Bing-wah

韓家英

Han Jiaying

關慕洽

George Kwan

《爭鳴年代》

The Decades to Contend

本研究計劃由《爭鳴年代》項目總監與 Art Space Art Planning Consultant Limited 執行

This research project was executed by the Project Director of 'The Decades to Contend' and Art Space Art Planning Consultant Limited

項目總監 Project Director

劉小康 Freeman Lau

研究員 Researcher

黃小燕 Phoebe Wong (至 till 10.2014)

謝傲霜 Tse Ngo-sheung

研究助理 Research Assistant

潘雋 Jay Poon

本刊物乃由《爭鳴年代》項目團隊根據《1970–1980 年代香港平面設計歷史研究報告》編撰而成，當中內容只反映作者的意見及觀點，並不代表康樂及文化事務署的立場。

This publication is compiled by the team of the 'The Decades to Contend' project based on the research report on 'Hong Kong Graphic Design History in the 1970s–1980s'. The opinions and views expressed are those of the writers and do not reflect the stance of the Leisure and Cultural Services Department.

項目總監 Project Director

劉小康 Freeman Lau

首席統籌員 Chief Coordinator

胡文姬 Maggie Woo

統籌員 Coordinator

盧詠妍 Wincy Lo

許嘉怡 Carly Hui

方儔琦 Benny Fong

編輯 Editor

林曉東 Lam Hiu-tung

助理編輯 Assistant Editor

謝燕舞 Tse Yin-mo

何泳佳 Ho Wing-kai

翻譯 Translator

洪磬 Hung Hing

美術設計 Graphic Designer

顏倫意 Moby Ngan

版面設計 Layout Designer

陳賓娜 Garfield Chan

馮之敬 Vinci Fung

肖雨 Xiao Yu

易達華 Clement Yick

出版 Publication

《爭鳴年代—1970 與 1980 年代香港平面設計歷史》

The Decades to Contend – A History of Hong Kong Graphic Design in 1970s & 1980s

出版 Publisher

康樂及文化事務署 Leisure and Cultural Services Department

國際標準書號 ISBN 978-962-7213-86-4

版權屬香港特別行政區政府康樂及文化事務署©2023 年

版權所有，未經許可不得複製、節錄或轉載。

Copyright © 2023 Leisure and Cultural Services Department, the Government of the Hong Kong Special Administrative Region.

All rights reserved.

非賣品 Not for sale