

手作世代傳 人月兩團圓



■紙紮燈籠考驗耐性與手工，難怪強哥慨嘆難尋新人入行。



■手紮「鎮店之寶」麵包超人及比卡超十分吸睛。



■不少客人抱着孩子選購燈籠。

月有陰晴圓缺，傳統手藝與百年老店逐漸淹沒於時代巨輪之中。幸而，在油麻地新填地街屹立超過60年的大昌隆紙號，將中秋節必備的紙紮燈籠世代相傳，老闆強哥憑着一雙巧手延續傳統，女兒 Gladys 活用創意，今年特別製作七色彩虹玉兔燈籠，勉勵疫後港人活出彩虹。「只要得到認同，傳統一定可以繼續。」即使紙紮行業難尋新人入行，父女二人始終堅持，承傳的不止是獨門手藝，還有香港人永不言棄的獅子山精神。 文／攝：天藍



■大昌隆招牌在新填地街屹立超過60年。



■突破傳統的黑金與彩虹兔仔燈籠，都是 Gladys 親自設計的得意力作。



■大昌隆老闆詹偉強與太太及女兒，冀透過燈籠手藝將歡樂帶給香港人。

■Gladys 為傳統燈籠注入創新元素，包括為客人送上中秋心意卡。

「你冇見過過龍蝦？紙紮燈籠來來去去都係兔仔、楊桃同金魚，其他都係陪襯。」被大昌隆老闆「強哥」詹偉強一言驚醒，記者在店內細心尋寶，雖然也有熊貓、八爪魚這些新鮮手作，最受歡迎始終仍是傳統「三寶」，七彩繽紛掛在店外，吸引途人駐足「打卡」，證明傳統工藝仍有捧場客。惟強哥慨嘆，現實仍要面對重重難關：「一嚟人手唔夠，而且中秋燈籠一年只係做一轉，賣唔去又有地方擺，好多舖頭寧願唔賣。」

北上設廠由零開始

回想當初入行，強哥半推半就承父業，當時衣紙舖遍布新填地街，由油麻地延伸到角咀。「呢頭近海多漁民比較神心。我哋紅白都做，好似婚姻嫁娶會嚟做喜帳，但呢十幾年已經冇人做，後生一代更加唔知係乜。」傳統若不承傳，只會無聲消失。八十年代中期，強哥毅然到東莞自設工場，由最初約10個工人擴展至如今過百人，昔日二十出頭的元老員工早已兒孫滿堂。「當時未係好多港人上去開廠，我仲畀同行師傅開我趕絕佢哋。我喺內地廠房由零開始，教識工人點樣開篾、畫線、紮囊、撲紙、出色到包裝，各個工序由專人負責。好似呢支竹筴，好易括到手，耐唔耐有客人想買嚟自己整燈籠，我都唔敢賣，細路仔篤親眼點算？」

隨成本上漲，強哥透露一隻中型兔仔燈籠的批發價，

花45日重製絕產走馬燈

老闆強哥放心將店務交給女兒打理，但偶爾仍難掩技癢，去年便花了45日時間，親手製作已幾乎在港絕跡的六角走馬燈，將昔日謀生技能昇華到藝術享受。

近年大昌隆出售的紙紮燈籠，大多已不用強哥親自出馬，但偶爾仍會「睇心情紮嚟玩」。像去年端午節，他便親自製作了一隻66吋紙紮龍舟，之後更用了個半月完成六角走馬燈，成為店內打卡亮點。「我嫌條龍芯燈光效果唔夠靚，拆咗再整過，色紙又要特別搵廠訂，人手上色比起打印靚好多。」即使只為自娛，強哥仍有他的堅持，「竹藝都係一門藝術」。強哥坦言在製作過程之中，最大難度是難尋現成品，只憑兒時模糊記憶摸索。雖然今年未有將走馬燈放在店中展出，但坐在門口的巨型麵包超人與比卡超，依然十分吸睛。說起這鎮店之寶，背後有段小故事，「有個男子走入嚟話要做個麵包超人，我最初唔肯，但原來佢係為咗追女仔，咪當幫吓人，做開就做多兩個送畀阿女，隔嚟隻比卡超就係早兩年做畀孫女。做紮作就係咁『冇規冇矩』，最緊要用腦諗，唔好畀框架限住。」



■即使製作只為自娛，強哥亦要求嚴謹。

已由早年30多元上升到70多元，但他們只將零售價定在100元，老人家更有優惠價。即使獲利不多，依然堅持自家生產，只盼讓更多基層市民感受佳節歡樂。受封關影響，他難像以往親自北上到廠打點，店中大小事務亦放手交由女兒 Gladys 負責，獨家限定的「黑金」、Shocking Pink 及彩虹玉兔，便是源於她的得意設計，每盞燈籠還特別附上心意卡。「希望每個燈籠畀到鼓勵 message 香港人，好似兔仔唔淨止得三色，大家都可以跳出框架活得精彩。」

注入創意開拓客源

強哥從沒強求子女接班，不過眼見父母辛勞逾半世紀，原從事市場推廣的 Gladys 繼承傳統之餘，也不忘注入與時並進的新鮮元素，不時將紙紮手作放在社交平台專頁分享，近日便有不少 KO 幫襯之後順道打卡，同時又增設網上預購這些傳統紙紮店欠奉的貼心服務。「時代變得太快，除咗開拓年輕客源，最希望可以透過 social media 為傳統工藝留低紀錄。」各行各業受到疫情衝擊，Gladys 直言近兩年影響「冇好有唔好」，好的是港人多了留港度佳節，反而刺激燈籠銷量，像去年單是兔仔便熱銷800多隻，亦有不少商業機構邀請師傅教授授燈籠：惟運輸受封關影響令貨期延遲，今年便要提前個半月運貨到港。即使承受「蝕本」風險，但能看到一家大小拿着燈籠展露笑顏，已是 Gladys 傳承父親心血的最強動力，今年有五星级酒店向她選購燈籠裝飾布置，更加讓她堅定決心：「大家唔再覺得紙紮係老土嘢，希望可以將傳統工藝 Reach 到更多香港人，一代傳一代。」