

七日談

(香港篇)

香港的冬天尤為舒服，很多移居國外的老朋友、老同學幾乎每年這個時候都要回港過冬，享受故鄉溫暖和綠意。有時幾人也會相約前去母校看看，雖然當年的教室、操場變了樣，但那些年一起走過的路、上過的課、擠過的小賣部，每一刻都記載着我們曾經的熱血與懵懂、歡笑和淚水、成長及蛻變。青春如歌，轉瞬花甲，多少年少輕狂，皆如過往雲煙，化作心靈深處永恆的記憶。

走在熟悉又陌生的校園裏，身邊放學少年身着統一校服，三三兩兩邁着輕快的步伐穿梭在藍天白雲下，清新靈動、朝氣蓬勃，大家不由淚濕眼眶。鮮衣怒馬少年時，不負韶華舞流年，我們也曾穿過那身校服。平素總以為青春已經走遠，可這些青春時代的風景和物品，總能瞬間將思緒拉回那段被塵封的青蔥歲月。校服無疑是此中最特別的存在，看似簡單平凡，其實遠不止於此，背後藏着獨一無二的青春故事。芳華婉轉的無盡美好與遺憾，似乎都有校服的獨特見證。

縱然香港社會貧富不均，中小學也有不同種類，但有教無類、教育公平，只要成績好都能考入很好的學校。倘若上學着裝自由，家庭背景有別、衣衫差異，學童易崇富睥貧，孤者易傷，貧者易感。因而政府施行校服制度，所有學子一視同仁，培養學生的紀律性、尊重意識、社區歸屬感及學業成就的重要性。同樣的年紀，同樣的花季少年，身穿同款衣服，戴着一校徽，如晨曦初露，洋溢着無盡活力與希望，在最美的年紀，遇上最美的你我他，互稱以師兄弟師姐妹，尤感殊榮，時光正好。

學校制服裏的婉轉流年

何志平

香港校服的近代衍變史，不僅反映中西交融的文化多樣性，也展現了其獨特教育文化的歷史變遷。一九一八年，聖保羅女書院成為全港首間強制穿校服的學校。各大院校緊隨其後掀起一股校服設計風潮，在白色基調上縫製校徽，搭配腰帶、蝴蝶結、領帶等，百花齊放，以具特色之校服彰顯本校文化和個性，可謂有多少所學校就有多少種校服。有的還根據特定背景選定其他色彩，如佛教學校偏好溫暖黃色，而教會學校則傾向於莊嚴藍色；也有一些學校，尤其是歷史悠久的直資和資助學校，像真光、聖保羅、英華、協恩等，一直保留旗袍作為校服的傳統；東華三院各校、聖保祿學校、聖士提反女子中學等學府，則自一九六〇年代起就採用英倫風校服樣式；新法書院上世紀七十年代初引入日系風格水手服，並在八九十年代成為寶血會上智英文書院、觀塘官立中學、羅定邦中學等學校設計首選。存續至今，無論傳統中式旗袍，還是英國學院風，抑或日系水手服，都以其獨特魅力，成為香港校服文化不可或缺的一部分。

上世紀五六十年代，我念的是港英政府官立小學。那時公辦學校旨在為普羅大眾子弟「兜底」，普遍沒有校服規定，只有少數私立學校有着裝要求。到了中學，拔萃男書院是教會學校，穿戴必須承載傳遞校園文化。一眾少年全部穿着白襯衣配白長褲或白短褲、白襪子、黑皮鞋，同一領帶、領結及黑皮帶。彼時家裏經濟條件有限，我只有一套校服，但學校每日檢查學生儀容儀表，衣着要整潔乾淨。我在校活動總是小心翼翼，唯恐將白褲子弄髒。

否則母親勞累一天下班後，還要連夜清洗並烘乾衣物。畢竟，我們身上的不僅僅是一件衣服，它的顏色和設計還代表着學校的歷史和價值觀，既象徵學術卓越與優質教育，更是那個年代學生優秀特質的標誌，以及對未來潛力的極高認可。穿着它，我們非常自豪！

有年冬天，幾次寒潮席捲，教室中分外潮濕陰冷。香港整座城市均沒有輪暖系統和取暖設備，日子實在難熬。校長看到學生們即使在臃腫的幾層衣服外又套着學校西裝，卻在課堂上仍冷得瑟瑟發抖，於是決定寒冬時節允許學生身着深藍色棉襖，並在棉襖左胸襟位置扣上一枚金屬校章便可入學。這項新措施廣受學生家長們歡迎，紛紛稱讚學校開放包容、德政務實，校長俯身接地氣、體恤民情。

一九六四年香港大旱，市民飲水困難。城市供水頻率由每兩天供水一日，調整為每四天供水一日及至四小時的「制水」措施。水桶舖生意異常火爆，塑料水桶也從那時風靡流行。公眾水站是民眾的「生命線」，貼有名字和地址的各色水桶是家家戶戶必備工具，排隊等候成為日常，大街小巷到處都是人龍。等的時間久了，大家乾脆用水桶列陣排隊，幫人先佔着位置，於是港九「水桶龍」的奇景紛紛湧現。我所在中學亦率先宣布，學生即日起不用穿白褲上學，取而代之為灰色長褲或短褲。時至今天，男拔萃校服依

舊是白衫灰褲。

可能也有人會私下抱怨校服單調，或嫌棄它不時尚，但長大後的我們，就算衣櫃裏有了各式各樣的衣服，卻總會懷念起當年每日都要穿上的那套整齊劃一的衣衫。穿過校服的人，永遠忘不了生命裏那一段悠悠歲月。我們在那記憶的溝回和現實生活中，走完山一程，卸下舊裝，還有水一程，又換上新裝再出發，一年又四季，春夏和秋冬，我們不斷舊貌換新顏，走上新台阶。人生如戲，舞台流轉，我們一邊告別舊角色，一邊不斷更換戲服、遇見新自己，直至燈光熄滅、謝幕的最後一刻。儘管這些回憶的底色不盡相同，但大家對於校服的情感卻無一例外。因為它，讓懷念有所依憑，讓昨日清晰重現，令我們洗去時間的斑駁與生活的磨損，重新找回那個曾在青春校園裏閃閃發光、鮮活的自己。

致我們青春無悔的如初歲月！



香港中小學開學日。資料圖片

匯聚約150個潮玩IP 挖掘商業潛力 香港玩具展首設潮玩館1·12亮相

由香港貿易發展局主辦的第52屆香港玩具展，將於1月12至15日在灣仔會展中心舉行。玩具展上首次設立「潮玩館」（Pop & Play），匯聚約150個潮玩IP，同步開放予業界買家及公眾，一方面助本地潮玩品牌接觸環球商貿買家開展B2B機遇，拓展國際市場，進一步發揮潮玩IP的商業潛力；另一方面也協助館內其他內地及海外品牌直接向本地潮玩愛好者推廣和交流。

日前，三零（香港）有限公司行政總裁王庭浩、德盈市場拓展有限公司授權總經理張展耀、美洛宣傳製作有限公司項目經理（授權）謝瑩瑩舉行記者會，分享潮玩的發展趨勢，各自品牌在大灣區的發展，並介紹今次參展「潮玩館」的潮玩。

大公報記者 劉毅（文、圖）

► threezero 推出潮玩呈現機甲細節。主辦方供图



德盈參展的小黃鴨潮玩系列。

製造情感共振驅動收藏

王庭浩所在三零（threezero）擅長設計並開發具有高細節度的機器人、機甲和人偶，今次將推出「變形金剛」新系列，聯合《世外》推出小鬼搪膠人偶以及身穿工作服的Z3RO SAN。在他看來，潮玩的發展除卻不斷創新、延續經典IP創作、聯乘品牌推廣等，製造情感共振也十分重要：「人們收藏潮玩追求的是一份情感上的滿足，那些在他們童年時期陪伴過的公仔，用以創造潮玩，就會成為一種推動力。」

王庭浩補充說，如今潮玩只要有特點，就可以走紅。threezero的主要生產線集中在廣東省東莞市，如何將生產地變作創意設計集中地，也會是未來一個融入大灣區發展的新方向。公司今次展出的全新「變形金剛」更注重機械細節的還原以及電影效果的呈現，小鬼搪膠人偶主打與《世外》的品牌聯乘，Z3RO SAN則直擊上班族痛點——雖然並不成功，但始終不放棄。

多年以來，德盈推出的B.Duck小黃鴨深受人們喜愛，產品生產線主要在廣東省惠州市。3年前公司打破框架，不止生產日常用品，更轉戰潮玩，繼而在大灣區推廣。今次是首次參展香港玩具展，將展出Be Anything小黃鴨、18周年紀念版「放飛鴨」、Rainbow系列小黃鴨。

「我們已經在大灣區發展多年，內地市場也十分熟悉我們公司的產



► MR.Q panda水杯、杯墊、貼紙等，加入香港元素。



▲ 張展耀（左起）、王庭浩、謝瑩瑩分享潮玩流行新趨勢。

品。」張展耀接受大公報記者採訪時笑言。至於如何打造讓人們喜聞樂見的潮玩品牌？「跟隨時代發展很重要，也要面向年輕受眾。」他以今次展出的「放飛鴨」為例進一步闡釋：「它創作於品牌創立18周年之際，代表的是一種年輕人渴望放飛而不受束縛的心態。」

謝瑩瑩在分享會上介紹自己所在的公司，並非潮玩專門店，而是一家主打禮品和製作的公司，「不少客戶曾提出何不在產品本身加入一些設計元素，對我們而言，拓展潮玩，也是一次借由IP力量發展新商機。」是次參展的MR.Q panda水杯、杯墊，麻甩熊主題的相框、貼紙等，出自10餘位本地插畫師之手，凸顯本地茶餐廳文化、旅遊文化等。

「我們在設計潮玩產品時，加入香港文化，相信可以進一步吸引來自海內外的觀眾，從而打入大灣區市場，再走向東南亞市場。」謝瑩瑩表示，現時不少人都會在小紅書等社交平台分享香港打卡相關，相信這些融入香港文化的潮玩，會被更多人看到，得到他們的青睞。

展訊

香港玩具展「潮玩館」Pop & Play

展期：1月12至15日

時間：11:30am-7:30pm

地點：會展中心

需提前網上登記，免費

入場：https://tinyurl.com/3t2nz3ef

話你知

玩具與潮玩

玩具和潮玩究竟有何區別？玩具是孩子們的「陪伴者」，功能是玩。無論是積木、娃娃還是遙控車，孩子們玩它們，發揮其功能，等長大之後，玩具就會被束之高閣。潮玩本身是「收藏品」，購買者首先是欣賞其設計，其次才是把玩。



17企業入選「港漫動力」支援計劃

【大公報訊】記者李兆桐報道：由香港動漫畫聯會主辦，文創產業發展處（文創處）為主要贊助機構的第五屆「港漫動力」——香港漫畫發展及推廣支援計劃，於昨日在金鐘舉行啟動禮，公布17間入選的香港漫畫企業名單。啟動禮主禮嘉賓包括文創產業助理專員葉敏儀，香港動漫畫聯會會長黃玉郎，香港漫畫家、「港漫動力」評審委員會主席馬榮成，香港動漫畫聯會副會長溫紹倫。

葉敏儀在啟動禮上表示，由文創處透過「創意香港」計劃推行的「港漫動力」，為香港漫畫企業及漫畫家提供資助與專業指導支援，協助他們創作符合時代需求的作品，培育本地漫畫人才，促進初創企業的發展。「自2021年至今的四屆以來，我們已成功資助出版了63本原創漫畫作品。」其中有部分作品亦參與法國、馬來西亞等地的漫畫節及動漫展等活動。「香港本地漫畫家更與（海外）當地出版社建立了合作關係，達成40項海外銷售

協議，為香港漫畫開拓海外市場奠定了堅實的基礎。」

黃玉郎指出，「港漫動力」自2021年推出，成為了「香港漫畫家展現才華的平台」。香港漫畫家達成的40項海外銷售協議，體現香港擁有「高素質的漫畫作品及創作人才，港漫在海外亦擁有一定的市場潛力。」黃玉郎表示，在支援漫畫人才發展的同時，漫畫產業更可匯聚其他創意產業。他以《九龍城寨》的IP化舉例稱，港漫可以匯集包括玩具、電影、電視、遊戲等領域，促進跨界的協同發展。

本屆「港漫動力」於早前公開招募香港本地漫畫公司參與，共有17間香港漫畫企業入選，總共獲得101份申請，創歷屆新高。入選企業除了將獲得製作及推廣上的資助，亦將於今年舉行的《香港動漫電玩節2026》的「香港館」內設置攤位，向香港讀者推廣他們受資助創作的漫畫作品。

林天行《香江煥彩》登法國漫畫雜誌封面



【大公報訊】香港畫家林天行「香港系列」作品，成為最新一期法國經典漫畫雜誌《PIF Gadget》的「雙封面」之一。林天行表示，本次合作歷時數月，是國際藝術界對香港視覺藝術的獨特魅力與活力的認可，「我

們與《PIF Gadget》團隊反覆溝通、精益求精，最終封面選用了畫作《香江煥彩》，融合我的五款『福』字書法，寓意五福臨門，並與雜誌經典角色『小狗比夫』幽默造型巧妙結合，創造出一場東西方美學的精彩對話。」