

四大館藏訴說古今服飾潮流文化

是藝術館不是時裝店

地點：香港藝術館地下及1樓別館
日期：即日起至2023年1月5日
展覽「不是時裝店」

●「優雅頭飾」展示廊

●現場不少鏡子上印有讓觀眾反思的問題。

●石家豪《周潤發試身室》

●馮力仁《遊樂場系列》香港藝術館提供

●文鳳儀《霞絲：千水、千目、千山、千華》香港藝術館提供

●林欣傑《雲圖境像（2013—2021）》香港藝術館提供

●翟宗浩《不是東西》

●參觀者可透過互動屏幕「選購」合適自己的獨特服飾。

●香港藝術館館長（盧白齋）朱瑞平

言及藝術館，可能給你印象嚴肅，甚至感覺乏味，但近年有藝術館展覽轉行「打卡路線」，以吸引年輕人的注意，在遊走展覽之時，輕鬆地欣賞藝術作品。香港藝術館在一年多前重開，展覽風格顯得更貼地，最近開設的展覽卻打破人們對藝術館的刻板印象，把展覽場地化身成一家不一樣的「時裝店」，展出多件與衣飾鞋履相關的經典及當代藝術作品，讓觀眾從生活化的情境，以不一樣的視角去欣賞藝術作品。

文、攝：香港文匯報記者 張美婷

展覽從藝術館中國文物、中國書畫、外銷藝術、現代及香港藝術的四大館藏中，精選出76組與衣飾鞋履有關的藝術品展出。場地以時裝店為設計概念，內設不同的部門，包括男女服裝、加大碼、時尚鞋履、古着配飾、優雅頭飾、品味空間及夢幻天地。讓觀眾在「時裝店」這生活化的情境下，以不一樣的視角欣賞藝術作品。展覽在每個部門的鏡面上印上了一些提問，這就像日常購物時自我考量的問題，幫助觀眾反思日常挑選服飾時的喜好和對潮流服飾的看法，從而了解不同年代的潮流文化及自己的審美標準。

投影衣服造型試身打卡

是次展覽以時裝店的布局策展，惟又把展覽名稱定為「不是時裝店！」，卻令人感奇怪。香港藝術館館長（盧白齋）朱瑞平直言，展覽中所指的時裝店可以說是「上菜的方式」，展品以時裝店作出概念，以展出藝術館有關衣飾鞋履的四大館藏。她又強調藝術和衣服時裝同樣有共通之處，「衣服和藝術有異曲同工的地方，就如購買衣服時大家會留意其物料、做工技巧，甚至題材，這與我們欣賞藝術品時所留意的細節無異。」

未步入展覽館前，門外的展覽介紹冊已散發出「時裝店」的味道，兩本的展覽小冊子以時尚雜誌的模式編制，除了介紹展覽中的特色展品外，還展示了不同年代的審美標準，穿衣之道講求色彩配搭，藝術創作同樣著重色彩，小冊子中又以圖輔助解構不同作品的色彩運用。展覽中除了展品外，主辦方在策展時特別加入不少「打卡點」，有投影區讓觀眾挑選造型後投影到大屏幕上，觀眾站在投影區內便可「試身」打卡。此外，展覽內的試身室亦相當吸睛，每所試身室的螢幕播

電影角色中看潮流文化

甫入場，映入眼簾的是石家豪的作品《四季（動物）》，作品上的四個人有着不同的動物裝扮，石家豪運用了服飾和髮飾的不同去詮釋四季的變化，細心欣賞作品，四個人的性別也是十分模糊。在時尚潮流裏，性別區分這觀念隨着社會轉變有所變化。石為筆下人物度身訂做不同服裝，並希望透過此作品和大家探討身份、性別議題等問題。翟宗浩的作品《不是東西（選頁）》運用《木蘭辭》的詩句點出雌雄莫辨的迷思，此作品為一系列的版畫，共有18張，是次展出其中一張。作品上的文字既有中文也有英文，就像香港是中西交匯的城市，亦如作品名稱所指不是東方也不是西方，希望藉此作品打破我們固有概念。

展覽的一旁展示着文鳳儀的《霞絲：千水、千目、千山、千華》，作品上四件旗袍均是文鳳儀媽媽所穿的衣服，作品名稱中的「霞」是其母親的名字，千水、千目、千山、千華則是在頌揚其母親的美德。文把其衣服形態以化學物品作定型後以金屬絲線複製編織，以保存着她對媽媽的回憶，文認為衣服能呈現人體的形、個性以至靈魂，不同時期的衣服能呈現身體不同狀態和變化，更能反映出內心。作品看似十分輕盈，有空間感，金屬線互相交織，透過燈光的照射，帶出虛實感。謝淑婷的《衫》共有24件，摺疊平放在長桌上，謝把她日常的衣服用陶漿浸泡，再經燒製後成為「陶瓷衫」。

往前走，牆上掛着的一大片海報充滿年代感，這是石家豪的《周潤發試身室》，海報上的衣服就如從前小孩喜愛玩的紙張角色換衣紙

樣，當中印製的衣裳全都是藝人周潤發的電影角色造型。偶像明星及戲劇角色的造型常備受追捧，石就以受港人愛戴的藝人周潤發為題，以探討潮流文化對身份議題的影響。

在現實與虛擬中尋趣味

是次展覽主辦方委約了兩位本地藝術家在別館地下為這「店」打造一個夢幻天地，一片落地玻璃把陽光引入室內，兩個藝術品在此顯得分外耀眼，沿着樓梯往下走，一朵大大的雲和一個猶如過山車的作品映入眼簾，這是藝術家林欣傑和馮力仁特別為是次展覽製作的藝術品。

藝術家林欣傑的作品名為《雲圖境像（2013—2021）》，這個作品上有九朵雲，九朵雲在氣象學書籍《國際雲圖》上被定義為飛得最高和最遠的雲。現在人們的生活受着視覺主導的社交媒體影響，經常把我們現實生活的相片上載到網上雲端，把現實生活變成虛擬世界，而這些虛擬世界也影響着我們的生活。只要觀眾把他們的照片上載到雲端並標籤地方為香港藝術館，便可在九朵雲上看到其相片的顏色，打造自己的天空，「雲的真實呈現會因人們上載的相而有所變化，這種改變又反映着我們的網上虛擬世界倒映在現實生活上。」林欣傑說。我們站在作品的雲下方，作品上的雲就像虛擬的天空，但退後兩步抬頭看，藝術館樓頂有天窗，我們又會看到真實的天空，「這種虛擬和現實的混淆不分、重疊，這有如我們現在生活的狀況。」

雕塑家馮力仁的作品《遊樂場系列》看似是遊樂場，背後則探討遊樂場為何是人生訓練

場。這系列中有數件作品，其中以《上上落落，兜兜轉轉》最為吸睛，黃色的路軌又長又窄，還有高低起伏，就像過山車路軌般，在路軌的頂點站着一個穿着西裝的人，他手持平衡杆，好像正小心翼翼地往前走，「我發現遊樂場上好多設施都好像人生的歷程，人們常說人生就好像過山車般，上上落落，這作品也寓意着人生有高潮有低谷，我希望觀眾在欣賞作品時可思考現在自己的人生處於過山車的哪個位置。」馮力仁說。



●參觀者可透過互動屏幕「選購」合適自己的獨特服飾。



●香港藝術館館長（盧白齋）朱瑞平

他鄉聲

萬丈紅塵三杯酒 千秋大業新奶茶

兩會剛結束，中美戰略對話中的一句「中國人不吃這一套」引起國際巨大積極反響，看到新聞播出的現場視頻，心情舒爽，大力點讚！被網友評論為大國崛起的兩個辛丑年對比圖也大熱刷屏！2021年，隨着國家在國際地位日漸提升，全球局面已翻開新篇章，我們不忘初心，我們繼續奮鬥！「十四五」規劃中有500多字關於香港新定位，其中包括國際創新科技中心、中外文化藝術交流中心、區域知識產權貿易中心等，在文化科技產業戰線的我，關注點在於內地與香港的文化科技如何賦能產業，文化科技融合以人為本，我們以近年火爆的文化消費產業為案例，探索現在年輕人喜歡喝的新式茶飲——現製奶茶！正好3月16日後回北京已不需要出示7天內核酸檢測陰性證明，到杭州出差一趟吧！

內行看門道，外行看熱鬧，要了解一個行業，就要到行業圈子做一線調研。到了杭州，創立新式茶飲品牌的陳總讓我品嚐他們品牌的烏龍奶茶，我們開始頭腦風暴，一起探討行業現狀、行業未來、茶飲產品、文化與科技賦能產業等的情況。他認為，新式茶飲行業已完成第一階段的市場磨煉，現正步入新一輪高速增長紅利期，查閱相關數據，2019年中國現製茶飲市場規模約940億，預計至2030年市場規模3,500億元以上。繼續分析，台灣地區現製茶飲人均年消費44杯，但2019年在內地人均只有6杯，明顯目前人均消費數量偏低，因此推斷行業發展市場潛在空間巨大及確定性較高。加上近年頭部茶飲品牌（意指：茶飲業龍頭品牌）正在快速開

店並不斷培育市場，據統計，2017至2018年頭部茶飲品牌門店數量同比增加74%，呈現爆發式增長，雖然疫情期間影響了整個行業，但預計今年門店數量增長速度依然強勁。在具體茶飲產品方面，市場上不同品牌已經覆蓋5至40元一杯現製茶飲。隨着消費者對健康需求的日益提升，疊加疫情效應，茶飲的質量也會進入新一輪升級階段。陳總判斷，茶飲從最初的粉末沖泡時代，發展成現在的主流拼配茶，並預計快將進入以草本茶為主的健康茶飲時代。拼配茶是指將幾種不同茶葉按一定比例混合而成的茶，一般使用不同種類的紅茶拼配，可以保持茶葉風味與品質的穩定；而草本茶一般是指用藥草或來自天然的各種草本植物沖泡的茶，更有利於身體健康，

例如大麥茶、薑茶、菊花茶、玄米茶等等。在文化科技賦能和品牌方面，以陳總的品牌「救茶」為例，隨着90後及00後年輕人對中華傳統文化的熱愛，他創立品牌時選擇以傳承道文化為主題定位，以「救」字文化為特色，「救」指救令，也寫作「救諭」、「法旨」，是古代帝王詔令文書的名稱之一，用於任官封爵和告誡臣僚，詞典上的解釋是指帝王所發布的命令、法令或立法。因為近年二次元動漫、短視頻、網文等相關內容深受網友歡迎，



●杭州新式茶飲店

品牌正乘勢而上，也正處於下一輪門店擴張和融資階段。我建議他下一步從店面體驗上加強科技性的體驗植入，將品牌推向新國潮科技風，吸引更多流量線上線下消費等，更深入探討的內容因為版面有限只能點到為止了。

萬丈紅塵三杯酒，千秋大業一杯茶，和陳總一起喝着「傳承有道，法力無邊」的牛年烏龍味「救茶」，一起盼望着更多中國品牌以高質量產品作為中華文化載體，邁向國際市場，以文化產業為支柱，實踐實幹實現文化強國的一天！

作者/圖片：文旅部香港青年中華文化傳播大使 梁家儀