

為何香港沒有本地IP主題館？

花費高昂回報慢 欠投資者

兩年前，「大富翁夢想世界」在香港太平山山頂廣場開幕，將這款來源於美國的經典遊戲立體化，成為一個具體的空間和地標，亦成為了香港為數不多的主題館之一。不過，作為一個發達的國際化城市，由IP發展出來的周邊產品無數，但也似乎沒有一個可以是公認代表香港形象，享譽世界的IP。從迪士尼到哆啦A夢，日韓、歐美等地都在發展屬於自己的大量IP。香港本土如麥兜、老夫子等的知名IP細數亦多如繁星，但這些品牌並沒有屬於自己的博物館、主題館，箇中原因是什麼呢？主題館創辦人及本地設計師都給出了自己的答案——投資高昂卻回報緩慢，難以選出一個可代表香港多元文化的IP主題……誰能成為代表香港的IP，或許取決誰贏得投資人的歡心，率先擁有自己的主題館。

採、攝：香港文匯報記者 胡茜
部分圖片由受訪者提供

大富翁（Monopoly）經典遊戲已在全球發行了80多年，它有屬於自己的獨特歷史背景和文化符號，亦作為一種形象代表着美國本土的遊戲文化。香港大富翁夢想世界的創辦人區詠芝做影視版權出身，從事關於「IP」的工作已經超過20年，早在2015年，她的公司便主辦了大富翁世界大賽，由此與「大富翁」這一IP結下不解之緣，「其實各種各樣的IP我都做過不少，包括『小丸子』的音樂劇、以變形金剛為主題的活動等，但這些都是『快餐』類型的。」區詠芝說道，但到了大富翁這一品牌，有人就建議她，為何不做一個長久的博物館呢？大富翁夢想世界的籌備沒有區詠芝想像中的容易，雖然已經與授權方打交道很多年，拿下授權不難，但找地方，一項項完成精細的內容，是一件複雜的工作，箇中前後花去了四五年的時間。「要將一個IP做成一個活動、演出不難，但『大富翁夢想世界』中間細節是很多的，每一個布置，每一張紙張都需要我們的團隊一手一腳去設計、經營。」主題館中除了供遊客玩樂的設施外，展示的部分亦尤為重要，營造一個博物館的環境是非常艱難的。在大富翁夢想世界中，有許多來自世界各地的珍藏版本，都是由區詠芝自己或其公司逐件採購、收藏再供予展示。



●代表大富翁的展覽品。

「大富翁」夢想當山頂地標

區詠芝分析類似的「主題館」於香港發展不多，最大的問題在於高昂的投資，「一間主題館投資往往過千萬，可是回報可能相當緩慢。」她說。「大富翁夢想世界」原定的目標消費人群實際上是面向遊客的，希望能成為香港的其中一個旅遊地標，甚至作為太平山頂的一種形象，但疫情的到來令這個大環境遲遲無法實現。不過，亦因為疫情的影響，令本地的到訪者增加，每逢假期更是門庭若市，排隊的人群長如龍。但儘管如

此，區詠芝認為較原本預期的資金回收仍是差了一大截。此外，能夠代表本地的IP難尋亦是一個大難題，區詠芝自言從業多年，但面向的大部分仍然是來自外地的已有知名度的IP。

商場短期展多找外來角色

事實上，在香港舉辦的有關於IP的活動着實不少，就以近兩個月來說，無論是位於銅鑼灣時代廣場的唐老鴨嘉年華，或是位於尖沙咀The One商場的由日本爆紅IG插畫家Keigo（河尻圭吾）筆下角色的鱷魚先生「我的復活節不可能那麼壞」大型立體裝置，都在這個春季

登陸香港，為這個城市的沉悶增添了一分生動色彩。

然而，這些限定版的展覽或活動往往並不取材於本地藝術家的創作，較多情況會與日韓、歐美等國家相對成熟的IP進行聯乘，以達到宣傳造勢的目的。亞洲

授權業協會會長陳立邁博士分析道：「很多商場都會找很多大的角色，事實上每個時間段都會時與不同的角色，但這並不代表香港本地不如歐美日韓，只不過，香港創作出的角色在份額上本來佔的比例就不同；另外，部分香港人的確會比較傾向於『外國的月亮特別圓』，所以本地創作人遇到的競爭確實很強，不過凡事都要以自強不息的角色去看，我們都在努力突破。比如時代廣場、海港城都曾經用過我們本地的創作，不過也要看有沒有中間的人、背後的力去支持，讓本地創作人能夠輕裝上陣。」



●陳立邁會長認為香港本地創作需要更大的助力。



不同文化符號凸顯香港優勢

香港的文化符號其實頗難用區區一件事物概括，這片彈丸之地雖小但雜，又由數百年的文化歷史構成，從開埠至今，由數不清的來自全世界的文化構成的獨特體系。除了快速變化、發展的都市外貌，還有由不同族群、不同行業的人事物所積澱的氣質，營造出各式各樣的傳統風俗。如此複雜多元的城市環境，究竟用什麼，可以發展成為能夠代表香港本土的IP符號，構建博物館、主題館呢？

食物承載文化眷戀

食物本身帶有的文化意義不可小覷，每片土地上的油鹽米醋都沾染着那裏世世代代的人們從根本上打磨出的獨特，香港雖沒有新疆的甜、四川的辣、廣西的酸，但有的卻是數代人的智慧奠基於製成的風味食品。魚蛋、雞蛋仔、車仔麵、盆菜……這些街頭巷尾抬頭不見低頭見的食物，傾訴的不僅僅是香港人的口腹之欲，更有着文化眷戀。

設計師Suki Cheung說道：「也許小食未必可以代表香港成為一種唯一的符號，但不難發現近些年由本地設計師創作的IP中，無論是由寵物或者人物作為主語的素材，只要加上了香港的本地食物，『香港味道』

便會立刻表現出來。」這種從味覺過度到視覺，再回歸味覺的體驗，不得不讓人承認本地「味道」撲面而至。

卡通形象IP「Dream Story 夢想故事」的創作者、設計師玉子茹亦同樣認為食物可以帶出香港的地道精髓，她說：「如香港未來有機會發展一個地標或者形象，我覺得可以利用IP公仔推出一系列的作品，帶出香港的特色，例如：香港有美食天堂美譽，很多食品都是香港獨有的，像港式奶茶、蛋撻、波蘿包等等，都是深入民心的食品，如透過IP故事，容易讓大眾歡迎。」

而2021年度香港授權業協會的「最佳香港原創授權角色設計獎」金獎得主鄭琪琪也同樣認為，IP公仔及食物比較容易向國際推廣，「IP公仔是一個虛擬形象，而食品只要透過真空或罐裝等包裝方法，都能得以走向海外，以此配合香港的國際都市形象。」

香港作為世界知名的旅遊勝地，雖小但五臟俱全，就連小小的島嶼長洲亦有屬於自己的「IP」。每逢長洲太平清醮活動時節，搶包山一類的傳統活動帶旺了長洲旅遊業，同時創造出了與之相關的文化產物，間間商店都有以「包山」為主題的小玩意販賣。雖然太平清醮是以中國傳統的宗教延展出來的文化活動，但經過長久的歷史轉變逐漸形成的特色「IP」，亦是分辨香港有別於粵澳一帶的地方特色。



●長洲間間商店都有以「包山」為主題的小玩意販賣。中新社

港漫很多出色的IP沒得到尊重 麥兜相當成熟「癩噏」有潛力

跨媒體創作者曹志豪指出：「其實香港的文化產物都有很長久的歷史，相信沒有單一一種類別可完全代表香港。」但同時，作為漫畫家的他亦認為：「港漫有別於日本和美國漫畫，無論題材，工藝都具獨特性及代表性，有華人的地方就有人看港漫，世界各地均有自己的漫畫博物館，港漫做出驕人成就卻沒得到應有的尊重，香港可以說落後和浪費。」他覺得雖然九龍公園有漫畫星光大道，個別IP也都在不同地區限時展出，但如果有博物館，是真正屬於香港本地特色的，作為留念、展覽便更加令香港的漫畫從業者感到欣慰。

鄭琪琪則覺得，本地卡通完全可以勝任代表香港的形象：「其實香港有很多出色的IP，除了麥兜，還有B.Duck、Panda-a-panda、Molly等等。以及從前香港也一直有很多著名的IP，例如老夫子、13點。香港只是比較缺乏IP的傳播、宣傳渠道令大眾多點認識，這需要政府有一定程度的支持。」

而她認為麥兜這個形象已經相當成熟，享譽世界，用以創建主題館是非常適合的，設計師郭婉梅同樣認為麥兜可以代表香港成為卡通形象，「麥兜的形象象徵將香港小市民這些普羅大眾之性格完美地呈現出來，角色人物互動之行為也讓我們產生共鳴。」郭婉梅覺得要

成為能代表香港的形象，其故事內容或多或少也會反映一點點「香港的歷史」，讓我們能夠緬懷過去，同時亦能展望將來，所以麥兜的整個陪伴着香港人成長之故事系列，將香港的「文化精髓」用最淺白的方式表達出來，例如麥兜、麥太幼稚園的師生的關係非常密切，那種人情味就是最令人會心微笑的。

陳立邁會長認為本地創作的形象「癩噏」有很不錯的發展趨勢，它目前已在荃灣海濱擁有「維港癩噏開心村」。前不久，荃灣海濱優化工程（第一期）已經完成，把全長700米的行人路活化成為海濱悠閒空間，而本地文創單位「貓室」打造以卡通人物「癩噏」為主角的「維港癩噏開心村」便駐紮於此，是個已能代表小範圍的完整形象。



●曹志豪相信沒有單一類別可完全代表香港。



●「維港癩噏開心村」駐紮於荃灣海濱。資料圖片



●位於九龍公園的漫畫星光大道。資料圖片

●「Dream Story 夢想故事」的創作者、設計師玉子茹。



●「最佳香港原創授權角色設計獎」金獎得主鄭琪琪。