



●「蘑菇頭遊記」的文創產品以紙製品為主。



●「Hoopla」創辦人兼設計師盧兆華。



●九零後女孩Ginny的自創品牌是「G.prayer圓願」。

助力市集經濟 培養香港品牌

年輕文創者冀政府助搭線上平台

香港年輕人喜歡個人化、小眾化的特色文創產品，當中有不少極富香港特色元素。坊間亦有機構舉辦大大小小的市集，讓這些文創產品得以呈現及銷售；但市集的舉辦地點及時間卻不穩定，市民及遊客難以知道，文創者也難以長期交流。所以除了扶助線下平台外，香港應該有一個具規模的線上「香港文創產品展示平台」，讓一班香港年輕的文創初創者、藝術工作者在線上展示他們設計的作品，令有興趣的製造商看到，找他們對接買版權或者合作生產香港特色文創產品，如此就能讓創意設計落地，旅客在香港買手信、紀念品也就多了選擇，喜歡搞文創的年輕「手作仔」也多了一個發展渠道，這都有助發展「市集經濟」的。

●採、攝：香港文匯報記者 丁寧、雨文



●文創市集大受年輕人歡迎。

香港近年在年輕消費市場冒起了「市集潮」，一個個青年個體戶成為活化街市、嘉年華市集的新力軍，近期發展至大商場也有手作人在擺檔，這是市集經濟，值得關注及支持。香港文匯報記者採訪了多位香港年輕的擺攤文創者，了解他們的文創產品在市場的生存狀況及推廣面對的困難。目前網絡上也有一些自發性的網頁讓青年創作者匯聚、交流推廣，但不是每個初創者都負擔得起，若是政府提供一個線上平台給他們，商家便可以在線上發掘有潛質的設計將之發揚光大，相信是很好的幫助。

傳理系大學生手繪奇幻漫畫

鴨梨鴨工作室的創作者畢業於香港浸會大學傳理學院，主修動畫及多媒體藝術，她介紹自己的文創品牌叫做「蘑菇頭遊記」。「『蘑菇頭遊記』的主角叫『阿菇』，是一位移居地球現居香港的外星人，故事除了有阿菇在地球生活的喜怒哀樂外，還有它和地球同伴『燈泡頭』的星際旅行，讓大家除了對地球生活有共鳴外，亦感受星際旅行的奇幻新鮮感。不管是在哪個星球，都希望阿菇『懶懶散散又如何』的菇生態度可以啟發到生活在緊張和壓力中的生物。」

「『蘑菇頭遊記』的文創產品以紙製品為主，『紙製品非常經典耐用。可以直接把畫面印到紙上，是一種方便、直接的記錄方式；而且品牌的受眾以工作人士為主，所以希望突出文創產品的實用性，讓他們把阿菇每日都陪伴在大家身邊。』她表示：「阿菇在香港定居，可以通過阿菇的漫畫向讀者展示香港的日常生活。」另外，她平時也在Facebook、Ig等社交平台宣傳自己的產品，也經常會參加線下市集，並在一些商店進行寄售。

針織文創品結合香港元素

在荔枝角的一間小店，「Hoopla」的創辦人兼設計師盧兆華（Wayne）從2020年開始創立這個品牌，本來他是做針織貿易，但因疫情影響，想到以針織設計文創產品，以各種各樣的針織袋和生活化產品為主。他表示，香港有很多做文創產品的店舖，但是做針織品的文創店比較少，於是他就用自己的長處轉化成這些富香港特色及趣味性的產品。今年，其品牌繼續入選了Fashion

Farm Foundation「大灣區：時尚融合2025」，所以他在推廣香港特色的文創產品時不遺餘力。Wayne極贊成設一個香港特色文創產品發展平台或網絡平台。

「我們的袋子有一部分也會融入搞笑的惡搞元素。我平時在香港逛街或者看到關於香港文化主題的書籍時，會從中找尋到一些有香港特色、能夠呈現香港內涵的元素，把這些元素融入到產品之中。與此同時，我還要思考如何把這個元素轉換成外觀有趣可愛，讓遊客們一看就很有購買慾、和該元素之前的呈現方式有所區分的產品。」Wayne介紹，在色彩上，他特別鍾意紅色：「紅色寓意着紅火和旺盛，是香港精神的一種體現。我把紅色融入到作品中，比如環保袋、電話繩等，遊客們也非常喜歡。」

他認為在香港開文創店最大的困難是租金和定價。「我們的定價通常是港幣99元到499元之間，因為這些產品都是我們設計出來的，和普通的產品有區別，所以我們覺得這個價格很合理。但部分遊客覺得這個定價太高，他們覺得這些經典元素本來就存在，我們把它做出來後卻賣好幾百塊，他們覺得不太值得。」



●針織設計文創產品融入了香港元素。

九零後自創「植物染布」成興趣

九零後女孩Ginny的自創品牌是「G.prayer圓願」，她製作的文創產品是用植物中提取出來的糖漿進行染色的「植物染布」，她說



●用植物中提取出來的植物糖漿進行染色的「植物染布」。

使用植物染成的布可以感受到大自然帶來的溫暖和擁抱。香港每個地方都有茂盛的植物，Ginny會用香港不同地區的植物進行染色，以此來體現出文創產品中的香港元素。

作為九零後年輕人，她精通社交媒體，平時主要通過Ig、Facebook等宣傳自己的作品；她採取的是線上線下結合的售賣方式，比如在文創市集擺攤以及在她自己的花店中進行銷售。

Ginny除製作文創產品、日常經營一家花店外，還要做繪畫老師，只有在休息時間才會做植物染布。做文創是她的興趣所在，她參加這種文創市集活動最大的好處是可以和不同國家及地區的人進行交流，她很高興能把自己製作的文創產品和不同的人分享。



●D2 Place市集中有文創工作者自己設計的首飾，非常漂亮。

微觀點

文創「手作仔」可帶動市集經濟

香港的大型商場最為人詬病的是店舖同質化嚴重，原因很簡單，只有大品牌的衣飾或食肆才付得起貴租。隨着年輕人愛追求獨特性的消費習慣來臨，近期在大商場開些空間讓年輕文創者（手作仔）擺檔，在精緻小攤位賣自家製小商品，無疑是吸引年輕人來逛商場的手段之一，而「手作仔」的小商品能走入大商場亦是好事。



●在商場中的手作檔。

疫後經濟不景，自政府搞疫後復甦支持小商販營業後，坊間亦有機構舉辦大大小小的市集，以數百元一天的平價租金（約450港元），讓年輕人的文創產品有銷售渠道，所以越來越多新手創業者都嘗試在市場中推廣自己的產品，例如：原創設計自家牌子的各式手作飾物、手袋、布藝品、花草茶與咖啡、花香精油、日常用品、以本土潮語作設計的潮流服飾等。市集還有各種小型工作坊、手製各式飾物及花禮、鉤織永生花、編織頭巾和帽子、手工耳環及手環等。手作創業者認為市集能有效提高品牌知名度，更是一個帶來新生意的快速渠道。

自家製作的文創產品在市場愈來愈多，慢慢形成了潮流，像D2 Place市集、SOHO MARKET、活化後的中環街市，甚至大館都靠年輕人的文創精品小檔支撐。市集吸引非常多青少年去消費，有市場自然為一批青年提供工作機會。據過往數年的市集統計，2019年到2022年期間，在香港市集擺賣的新手創業者，八成可以成功賺取利潤，可以稱為「市集經濟」，但到2023年降到只有六成入可賺錢，這就意味着這個「市集經濟」需要支援。

特區政府在配合國家《十四五規劃綱要》讓香港發展成為中外文化藝術交流中心期間，已有一些措施支援初創公司及團隊，然而對「手作仔」沒有太多支援。其實他們都是一批喜歡創作的青年人，內裏有不少有潛質的設計師，將來可能出產到出色的香港品牌。既然特區政府文體旅局設立了文創產業發展處，應考慮為「手作仔」設立一個線上官方展台，作為同行交流之處，也可以對接廠商生產，將好的設計培養成香港名牌，讓創意落地，走向市場化；同時打造可以長遠營運的文創市集，有了基地，那些能堅持下來的人必有成果。

●文：焯婷



●D2 Place市集

資料圖片

手作仔心聲

在文創產業蓬勃發展的當下，每一位文創工作者都在用自己的方式講述獨特的故事，創造着富有文化內涵的產品。面臨產品創新、市場競爭、文化差異等多重挑戰，創作者們對開展「香港文創產品展示平台」提出了殷切的期盼。

冀平台提供合作渠道訊息

「阿菇」的創作者表示，文創產品面臨的難題包括：需考慮受眾購買慾、市場飽和度及如何在競爭中脫穎而出，尤其香港市場小，更具挑戰。此外，文創產品出海也面對語言及文化差異障礙。她希望政府能提供更多資助給文創產業，尤其是初創小品牌；這些品牌通常由單個設計師開始，缺乏專業知識及合作渠道。她強調，與更多專業人士合作將有助於自創品牌的發展。Ginny亦期待未來能有專門銷售文創產品的線上平台，她說如果有這樣的平台，對他們這些文創製作者一定會有很大幫助。

固定文創市集讓遊客習慣

Wayne贊成設平台對接商家或客人，也提出了一些意見及建議。如現在舉辦市集的地點極不穩定，他建議平台可以推動定期在固定地點舉辦文創市集的方案：「像一些內地及台灣地區的文創區，周末固定會有市集，這樣不但本地人知道，遊客也會來逛。目前香港也有文化創意區，如PMQ和大館也可以參考這種模式，在這些地方每個周末都舉辦固定市集，不但能吸引人流，還能讓品牌之間有更多交流。」

他還提出了一個大膽的建議，就是在香港一些比較旺的旅遊區域，定期擺放一些實體展會或者固定市集，「如在尖沙咀文化中心至碼頭區域，給文創者定期曝光及銷售，這樣就可以讓市民及遊客習慣，從而令『香港製造』的文創產品成為紀念品，作為遊客到訪香港所購買的手信之一。」總之，建立這樣的固定市集地點，能讓本地品牌和產品有更多展示和交流的機會，這不僅是販賣產品之處，更是一個文化交流的平台。

舉辦講座使成文創者聚腳地

同時，Wayne希望平台能舉辦一些講座或予本地設計師及文創者組織交流的活動，他說：「因為很多時候設計師需要更多其他專業的知識，如商業上或社交媒體的推廣，讓他們理解到自己可以怎樣應用不同的資金，或者如何找尋相關公司去合作。例如，有些文創者自己做一些小規模的產品，但他們可能不知道有這樣的基金或公司存在，若平台能安排一些機構如海關、貿發局、中小企及專業人士講解，相信對所有文創者來說都是有幫助的，同時又可成為大家的聚腳地，就經驗互相交流。」

建立理想的物流支援平台

Wayne再提議建立一個理想的物流平台，以支持本地設計師和文創者品牌。就出海問題，Wayne分享道，海外市場的物流和費用的確昂貴，現在有個亞洲跨境設計購物平台，儘管入場費用低，但物流費用仍需自行承擔，如有買家買貨，都需要自行承擔物流運輸費用等，所以他希望未來的平台能夠提供更好的稅務和物流支援，以幫助品牌在市場上更有效地運作。

現在香港及海外亦有舉辦文創展，Wayne分享說：「特區政府也在幫助我們參加不同形式的展會，這種活動有助於我們認識更多的海外買家，對推動文化產品的發展有極大幫助，希望大家的努力能讓更多人了解，以及願意購買我們『香港製造』的文創產品。」