

生活是設計的全部  
DESIGN IS  
ALL ABOUT LIFE

# 3 GENERATIONS

生活是設計的全部  
DESIGN IS  
ALL ABOUT LIFE

兩地三代創意三重奏  
3 GENERATIONS  
IN 2 PLACES CREATIVE TRIO [03]

IN 2  
PLACES <sup>03</sup>  
CREATIVE  
TRIO

高少康 林慧遠 著  
HONG KO  
STELLA LAM

中華書局

# Contents

## 目錄

Preface 序	從設計是生活的全部， 到生活是設計的全部	<i>P</i> 005-007
Chapter 章節 1	港仔北上 過日子	<i>P</i> 010-041
Chapter 章節 2	世界這麼大， 上天下海看文化	<i>P</i> 044-099
Chapter 章節 3	歷史長河 在今天	<i>P</i> 102-149
Chapter 章節 4	信息化時代 的生活	<i>P</i> 152-225
Chapter 章節 5	我的 生活藝術	<i>P</i> 228-273

# Preface

## 序

「做不成創意的天才，就做個生活的大師。」我就讀香港中文大學藝術系時，一位同學曾如此跟我說。我認為這句話有道理，印象很深，一直念念不忘。我們年輕時都想做天才，年少成名，但後來發現自己並不是這樣的材料，故寄望能做一個大師，因為做大師好像是能透過努力慢慢做到的。

我 1978 年生於廣州，爸爸於 1980 年代遷居香港工作，故在我六歲時，一家也移徙香港。猶記得年幼的我雖對新生活環境感到好奇，但也不太適應，加上小時候性格內向，不擅社交，也沒興趣參與任何體育運動，而只喜歡一個人躲在家裏畫畫，一畫就是幾小時。創作帶給我樂趣，亦因小時候贏了不少美術比賽獎項，漸漸培養了我在藝術方面的自信心，繼而埋下往這方面發展的種子。

可是在學生時代，就算父母問及我的藝術作品究竟想表達什麼、為什麼要這樣做，我也談不上來，因為其實我自己也不太清楚。那時我對前路比較迷惘，更直覺自己不一定要做藝術家，反而是成為設計師這念頭一直吸引着我。

我能入行，是因為香港著名設計師劉小康先生剛好在香港中文大學藝術系任教其中一個課程。修讀此課程讓我認識了他，也讓我了解香港設計行業的景況、世

界上有哪些著名設計師等。雖然當時我是一名藝術系學生，但也剛開始接觸設計，在設計公司做實習生，還有了一些自己的設計作品，於是在接近大學畢業時，我大着膽子主動詢問能否加入他與華人設計大師靳埭強先生合夥的公司。劉小康也覺得我這個人頗有趣，既修讀藝術，卻同時在做設計，故允我面試。

記得面試時，有一位藝術總監和兩位美術指導見我，有趣的是他們三人都不贊成聘請我，認為我輕佻，不相信這年輕人會踏實地從事設計行業。其實怕聘用藝術系畢業生是設計行業招聘時的常態，就算現在自己做了設計公司老闆，面試藝術生時也會擔心，所以那時我不被取錄，其實情有可原。但由於我還是很想進入靳與劉設計學習，待面試兩星期後仍未有下文，我便主動致電劉小康，告訴他情況，劉先生才跟負責面試我的同事們聊聊，算是勉強把我拉進公司裏去。

但那時其實我已有一些基礎設計經驗，有幾家公司願意聘請，其一是當時新興的互聯網公司，因我略懂網頁設計，開出了 16,000 月薪的聘用條件。這薪酬水平在 2000 年算頗高，甚至 20 多年後的今天，香港畢業生入職也可能只是這價錢，而當時的大學畢業生月薪普遍僅有約 10,000 港元。另一家我師兄的設計公司，也開出了 14,000 月薪的待遇，算是不錯。比較起來，靳與劉設計給我的月薪是 9,000 港元，

# 從設計 是生活的全部， 到生活 是設計的全部。

差距頗大，就算現在回想，也覺相差很遠，但我最終還是選了進入靳與劉設計這品牌，因為我隱約感到，在這著名設計公司裏會學到更多。現在回想，我認為這是我人生裏其中一個對的決定。

在公司第一年，雖然我參與許多商業提案的創作，但更多時候只是協助美術指導們做提案。記憶中，我參與最多的工作是製作提案板，那時電腦的應用仍未普及，向客戶進行提案時甚至沒有投影機，僅是站着逐一拿起提案板介紹不同方案。製作提案板的工作流程是先將提案打印出來，然後裁剪白邊（因為打印機列印出來的頁面都會有白邊）、噴膠，再貼到黑色紙板上。我當年跟隨的創作總監是明顯的處女座，他讓白邊消失的方式，不是剪走它，而是要我們用黑色的紙如製作相框般，為提案板細黑邊來遮蓋白邊。雖然我內心認為這方法吹毛求疵，還抱怨地想：誰會留意到這些白邊？但我也沒問什麼，只按要求去做。印象中，我花了一年時間不斷將白邊細黑。而且黑板後面需要貼上公司的提案編號，包括究竟是第幾提案的第幾塊板，甚至乎那些貼紙同樣也要細黑邊。我當年的設計工作，就是雞毛蒜皮到這種程度。

說這些，是讓大家笑一笑，但其實也反映了每個時代的烙印。為什麼每個年代會造就不同特質的人？我相信這就是其中原因。例如在我的年代，香港設計師們

都經歷過類似的磨練，而我也正正覺得，一個專業、一種性格，有時是需要通過磨練才能成就。我不介意每天做這些基礎工作，因為我是藝術系畢業生，從事設計業前也曾接觸過一些同樣講究細節的藝術系老師，所以那時我每天的工作日程是朝十晚十，還經常通宵達旦地工作。我日常回到家已是晚上 11 時，但仍會堅持做自己的創作，以及一些自己感興趣的兼職，大約奮鬥至凌晨二時才入睡，這就是我當年沒日沒夜的生活節奏，所以我形容那時的景況是「設計是生活的全部」。

我畢業之後的一兩年間，完全投入在設計專業的追求上，看很多書、嘗試很多不同的東西，然後創作一些屬於自己的作品，也慶幸因此獲得了一些機會和肯定，包括於 2001 年獲得了 13 個香港設計師協會環球設計大獎的獎項等。但這樣的生活節奏在持續兩年後，已令我認知到無法持久，因為這樣燃燒下去，身體實在熬不住。加上我覺得自己在設計專業的閱歷不足，希望能到外國留學，於是我在 2002 年申請了英國志奮領獎學金往英國留學，並幸得劉小康先生和靳叔的推薦信，讓我終獲此獎學金前往倫敦印刷學院進修設計碩士。我報讀的是 **Typography Studies**（字體設計），因為我喜歡字體，想深入研究，可入學後卻發現學校的學習方式很自由，強調到處找靈感，以及不斷與同學傾談來互相交流，完全是我過去讀大學時

的學習方法，並讓我重回自己未有答案的哲學問題上——我究竟要尋找什麼東西？這問題於我而言仍困惑難解，感覺就像要在夢的狀態中去尋找自己，與我原本以為讀設計碩士可依循工作專業實在地去深化探究不一樣，所以我很快就對課程失去了興趣。

應付學校的功課，情形就跟讀大學時差不多，所以回頭看，我並沒在學業方面花太多時間。那我在英國的大部分時間在做什麼呢？就是以下三件事：看展覽、開派對，和曬太陽。我就是如此在英國渡過了一年半時間，在英國和周邊地區看盡量多的展覽，我認為這要比做功課更有趣。當時我並沒察覺到那些自己沒見過，卻真正能看到、接觸到的東西對自己構成的影響，可現在回想，正正因為這三件事，令我感受到另一種文化給我生活帶來的轉變，例如曬太陽就直接改變了我的生活方式。「生活是設計的全部」這概念，也是從那時開始萌芽，我認識到設計師不能只關注設計本身。雖然當時沒有微博，也沒有 **Facebook**，但我會把每個月所做的事情通過郵件發送給我的朋友們，像電子通訊一樣，內容包括我做的功課、看過的展覽等。這些生活細節，後來成為我個人設計創作的不少靈感來源，甚至回港後，這種記錄日常生活的習慣，也不斷豐富我的創作。所以後來記者問我有關創作靈感的來源，我會答：「所有靈感都源於生活。」

我的 **iPhone** 儲存了十萬多張照片，我平常會花時間進行整理和分類，包括看過的展覽、與家人遊歷過的地方等，有些則會根據時間、地點來區分，又或以公司做過的設計項目去分類，甚至乎日常生活中如遇到有趣的包裝，我也會將之拍下來並分類，因為這些都是我自己曾經真實接觸過，並對它有感覺的東西，一點一滴，構成了我的生活記錄。這既是我的個人分類法，也是我對待生活的一種方式。

要做好創作，我深信首先要找到屬於自己的生活方式。於我而言，拍照是生活的刻度，整理照片是讓刻度更深一些。我認為靈感不是天馬行空飛來的，而是慢慢收藏起來，我日常的拍照和分類，就是收藏靈感的過程。曾經在小紅書看到，設計師們都很愛印度導演 **Tarsem Singh** 在談及自己作品為什麼那麼昂貴時所說的一句話：「你出了一個價錢，不是只買了我替你工作的這段時間，而是買了我過去所有生活精華的結晶；這包括我品嚐過的每一杯咖啡，看過的每一本書，去過的每一個地方，談過的每一次戀愛。」套用過來，亦即設計師的每項設計，其實是將很多生活細節放在裏面，所以我認為設計師必須善待自己的生活，這不是提議大家不去工作跑去玩，而是說我們可以怎麼看待生活中所獲得的一切靈感。至於怎樣能將生活的點滴變成設計，究竟實踐起來的細節如何，我會通過本書眾多的真實案例一一向大家說明。

# Chapter 章節 1

# 港仔 北上 過 日子

## Introduction 引言

生活建構了一個人的視野和思維。2007年，我毅然從香港轉戰深圳工作和生活，至今十多年，當中經歷了生活習慣、語言文化以至價值觀的種種衝擊，讓我重新思考關於我曾經和現在生活的地方，如何左右我的成長和發展，並成就了我個人的設計語言。

## Contents 章節目錄

- |     |                            |                     |
|-----|----------------------------|---------------------|
| 1-1 | 設計師竟擁有私人博物館？<br>決定來深圳發展的啟發 | <i>P</i><br>012-015 |
| 1-2 | 雞同鴨講<br>重慶城市形象設計           | <i>P</i><br>018-021 |
| 1-3 | 深圳活力大爆炸<br>深圳城市形象設計        | <i>P</i><br>024-027 |
| 1-4 | 敗也意頭，成也意頭<br>深圳機場及深圳環球創意大獎 | <i>P</i><br>030-033 |
| 1-5 | 設計為人民服務<br>深圳梅林出入境辦證大廳     | <i>P</i><br>036-041 |

# 1-1



# 設計師竟 擁有私人 博物館？

決定來深圳發展的啟發

一個成功的設計師能創建屬於自己的私人博物館，可能對於內地民眾來說並不是什麼稀奇的事，但對於我這個成長於香港的「港燦」而言，卻真的因此大吃一驚，甚至感到匪夷所思。

我在廣州出生，六歲時移居至香港生活，受着香港中西交匯的文化洗禮，建立起屬於這裏的價值觀和身份認同，可謂「不土生，但土長」；亦因而受到這種視野的局限，對內地的認識僅停留於香港主流媒體的表面敘述。

及至 2007 年 6 月，香港著名設計師李永銓 (Tommy Li) 與內地平面設計師王浩 (Wang Hao) 和陳飛波 (Bob Chen) 策劃了「70/80 - 香港新生代設計人展及內地互動展」(「70/80」)，我作為當時獲邀的 15 位香港 70/80 後設計師之一，有幸前往杭州、上海、長沙、成都等地參與巡迴展，並與內地新生代設計師們進行交流。未料此行也改變了我對中國內地的認知，繼而為我於同年底前往深圳發展埋下伏筆，最終促使我成為靳與劉設計顧問公司的合夥人。公司於 2013 年更名為「靳劉高設計」(KL&K Design)。

猶記得「70/80」在內地各地舉行的每場展覽均有大量學生參觀，而且他們對學習有熱誠，展現出強烈的求知慾。高校學生一批一批抵達，我們香港設計師當場就給淹沒在人群中，現場看起來很像現在農曆新年廣東的花市，我甚至能聞到學生頭油的味道，可以想像當時的盛況。那時內地給我的印象是有點野蠻生長，但又充滿勃勃生機，跟香港同期業界的低氣壓環境相比，釋放出更多的能量。

此外，我們在成都的展覽場地是一座兩層樓高的私人博物館，由一位專門做酒品牌產品包裝的設計師冠名所建——許燎源現代設計藝術博物館 (XLY MoMA)，這令當時的我非常震撼。因為香港的設計師們大多只能過上中產生活，而香港的空間狹小且十分昂貴，別說博物館，置業都不是容易的事；相對之下，內地年輕設計師普遍受惠於政府各種鼓勵設計產業甚至扶助創業的政策。這次中國內地之行讓我切身感受到內地的發展潛力與各種可能，使我萌生了到內地發展的念頭。



記得當年我們在公路上看到展覽的高架 T 牌廣告、以設計師命名的博物館，與人山人海的展覽會場，對當時初出茅廬的「港仔」們來說是極大的震撼。



新與劉設計時代合照，攝於 2010 虎年。

其實早在新與劉設計顧問公司的前身「新思域設計製作」（成立於 1976 年）和「靳埭強設計公司」（改組於 1988 年）時期，靳叔（靳埭強）和 Freeman（劉小康）已受不少內地公司委託進行商標和品牌設計，其中最為著名的當然要數靳叔於 1981 年為中國銀行設計的商標。而隨着中國改革開放使全國急速發展，經濟起飛，為設計師們提供了大量的機會和可能，小店在一二十年間變身大集團，工作範疇從產品設計、包裝設計、商標設計到空間設計。2003 年，新與劉設計顧問公司在深圳開設分公司，為內地客戶提供更專業的設計服務而努力，其中案例包括為重慶設計城市形象（2005 年）等。可惜靳叔與 Freeman 在香港以至世界各地均有許多不同客戶，分身不暇，致使深圳分公司在實際營運上遇到不少困難，成績未如理想。2007 年 12 月，Freeman 決定邀請我重新加入深圳團隊，並提出我如能帶領公司發展，使營業額攀升至一定目標，便可成為公司合夥人。

當時我的第二個孩子即將誕生，大兒子也僅得兩歲多，若前往深圳發展，日常照顧孩子的重擔便落在太太一人身上。我一方面看見在內地發展的絕佳機會，事業或能更上一層樓，但另一方面又擔心無法每天照顧家人，面對兩難的境地，難以取捨。最終太太給了我極大的支持與鼓勵，多虧她為家庭付出更多，使我能投入發展新事業。我在 2007 年正式擔任深圳公司總經理，同時管理業務和創作部門，開展了至今長達十多年的香港內地兩地跑設計生涯。



中國銀行

BANK OF CHINA

靳叔於 1981 年為中國銀行設計的商標。



生活是設計的全部，若我們要為內地企業提供設計服務，就必須擁有豐沛多樣的內地生活經驗，否則無法創作出最貼近內地消費群體需要的設計。

我初到任時，深圳分公司僅得八名員工，組織還比較幼嫩，需要我投入較多時間去帶領，所以我星期一至五長駐深圳，至週末才回香港與家人相聚。我在內地生活的時間多於香港，在 2019 冠狀病毒病（COVID-19）肆虐致深港通關困難的日子，我甚至有長達兩年的時間沒有返回香港。但我相信也只有這樣，才能了解當地文化，有效帶領公司發展，因為生活是設計的全部，若我們要為內地企業提供設計服務，就必須擁有豐沛多樣的內地生活經驗，否則無法創作出最貼近內地消費群體需要的設計。

深圳分公司成立之初會分擔香港總公司的各樣設計工作，並協助靳叔與 Freeman 完成內地客戶的設計個案，例如為北京的新地標國家大劇院設計導視系統（Wayfinding System Design，2008 年）。及至 2010 年，深圳的業務團隊已慢慢建立起獨立的客戶網絡，我也達成原定的公司業務增長要求，成為新與劉設計顧問公司的合夥人。



今天，深圳分公司已發展成為擁有四十名員工的團隊，並獲得內地眾多國有企業和民營企業的信任，為深圳機場、舟山港、八馬茶業、五谷磨房、覓書店、深圳公安局等進行品牌設計及空間設計。而我這個在廣州出生，在香港成長，並重回內地發展事業的「港燦」設計師，亦在這十多年的內地工作經驗中，平衡了內地與香港的文化差異，體察出如何使兩者互相融和協調，為企業以至社會創造更高價值。

所謂的文化差異，其實乃源於生活經驗的不一。雖然香港的地理環境和歷史背景，使設計事業的發展受到地域的限制，但也因這種稍微有別於內地 14 億人的生活經驗，讓我接通中國傳統文化、國際化設計思維、專業精神與國際視野，在內地開創「港式設計」，協助中國產品開拓市場，產生協同效應，促進產品與公司的長遠發展。這種中西交融、專業開放的港式設計理念，以不一樣的方法在內地市場開拓可能性，發掘生活在文化舒適圈裏的人可能看不見的問題，並嘗試提供另類的解決方法，為這個時代的中國品牌拼上具創意的一塊版圖。



Chapter

章節

1-2

# 雞同鴨講

重慶城市形象設計

## 從古到今，再到未來，立體地對整個城市的事跡和發展有深入的了解，才能為一個城市建立其獨有的形象。

普通話與廣東話同為中文，但對同一物品、行為的稱呼時有分別，簡單如普通話的「吃便當／盒飯」，廣東話為「食飯盒」，又如「上班」，在廣東話則是「返工」；而且句子組合也常有差別，例如讚美一個女孩子漂亮，廣東話會說「佢生得好靚」，普通話則是「她長得漂亮」，而不能說「她生得漂亮」。再加上語言受地區文化背景和歷史影響，就算是同一詞語，也可隱含不同意思，所以當生活的用語改變時，我們對身處的環境也要重新認識和理解。

1997年，重慶市繼北京、上海、天津後，成為中國另一個直轄市。為了確立獨特而讓人印象深刻的城市形象，重慶市政府舉行了一個面向全球的徵集城市品牌設計的比賽，結果所有作品均未達政府要求。於是政府改而邀請專家撰寫標書投標，再由專家評審，最終由靳與劉設計顧問奪標。

我參與重慶城市形象設計項目的時候是2003年，正任職美術指導，在工作上主要以協助靳叔與Freeman為主，但亦參與了所有的調查研究及與客戶溝通的過程。靳叔處事態度認真，尤其在工作方面，例如包括他本人和我在內的公司設計組，為重慶城市形象設計的概念草圖就有300多個。靳叔又十分注重設計前的調查研究，因為他認為城市形象是源於也屬於居住在這城市的市民，並由其生活方式構成，所以當地市民參與提供意見也非常重要。我們因此舉辦了多場以「城

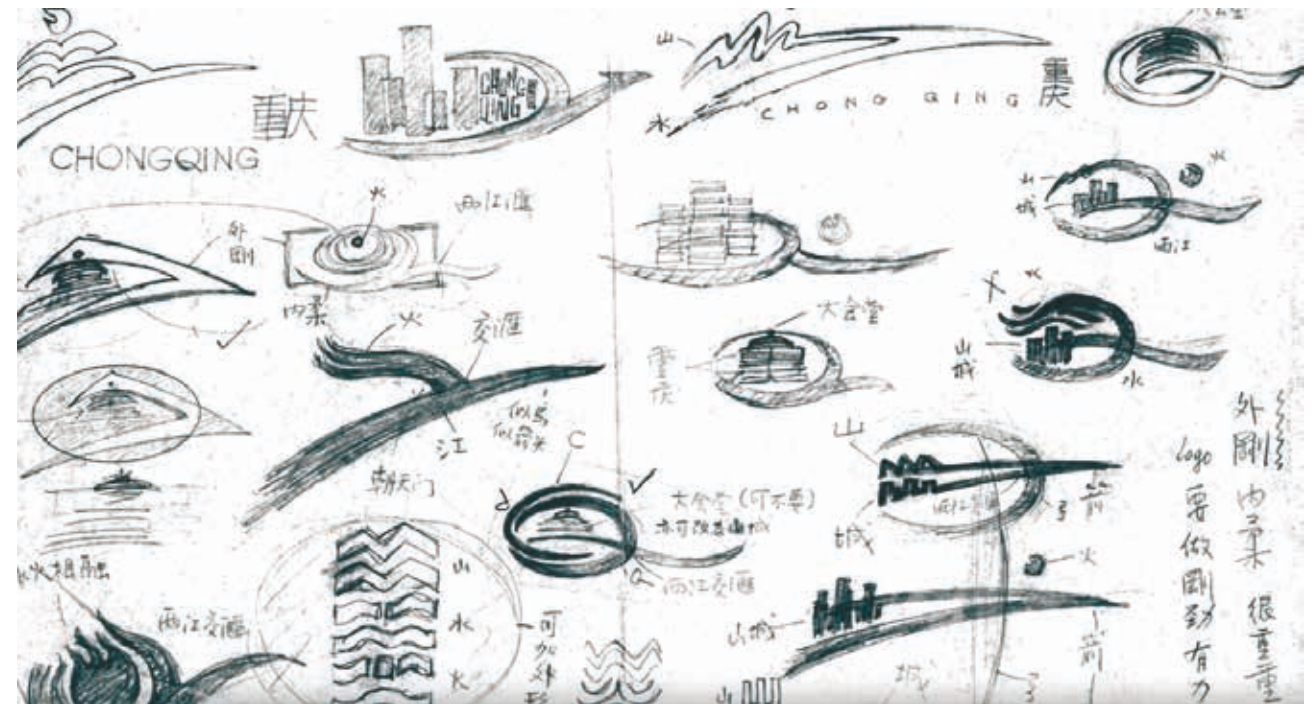
市精神與城市定位」為主要內容的工作坊及座談會，參與者包括重慶本土和外來的師生，共同挖掘「重慶的城市精神」。我還被分配到其中一場去當主持。

猶記得當年我年少無知，不太了解為什麼設計一個標誌要如此勞師動眾，舉辦連續三天的工作坊及座談會。當時我這個主持的普通話很差，尤其學術溝通需用上各種專業術語，幸好場上有個來自廣東的學生協助翻譯，但我仍常常聽不懂別人說的是什麼意思，例如蜀文化中的「火火紅紅」指的不是顏色，而是地域性的民族特徵。語言不通，語境不同，我只好在「雞同鴨講」、不停臉紅「翻車」中艱難地糊弄過去。後來自覺非常慚愧，回到香港後就報讀了普通話進修班。但我也意識到「語境」的不同來自文化環境差異，若要為一個城市的市民去設計城市形象，不了解其生活文化環境是不可能掌握到位的。

期間還有一件令我印象深刻的事：調研與座談會結束後，我與靳叔、Freeman匯合，準備離去，學生們卻一直拉着靳叔要求合照和簽名，合照時緊緊地摟着他們，把我擠開，甚至當我們上了小巴後，還有學生激動地追着車拍打車廂、揮手道別，很像如今的粉絲見到流行明星一樣！我當時以為設計大師就像明星一樣。可是在「後大師年代」的今天，就再沒見過這麼狂熱的「拍打粉」了。



靳叔與Freeman向重慶市領導提案，當年懵懂的我也搞不清楚原來規模那麼高。



靳叔為重慶城市形象畫的手稿。

回到城市形象設計，除了民間的調查研究，我們還需要了解國家領導人及重慶市領導人有關西部大開發及重慶發展的講話、世界銀行對中國城市投資環境的分析報告、加拿大和日本等國對重慶的城市分析等。從古到今，再到未來，立體地對整個城市的事跡和發展有深入的了解，才能為一個城市建立其獨有的形象。而新的城市形象，將要能表達這城市的未來走向與發展動力。

經過深入而廣泛的調查研究後，我們為重慶城市形象設計制定了五大目標：一、吸引外資及促進貿易；二、發展旅遊，增加收入；三、吸引人才，加強勞動力素質；四、加強城市本身的凝聚力；五、增加城市在國內，乃至國際上的知名度。我們的設計組就朝着這些目標展開設計。最後，我們在 300 個概念草圖中，挑選了 50 個具代表性的方案進行第一次提案，讓重慶市政府專門成立的形象審案小組，在提案會議上進行票選，接着我們根據票選結果和意見回饋，回香港繼續尋找設計方向。

除了語言差異，內地及香港在商務應酬上的習慣也有落差。我初到深圳工作時，雖不勝酒力，但也免不了入鄉隨俗，加入「敬一下領導」的行列，可在來內地之前，我與客戶之間的交往可以「直男作風」來形容。在回港發展設計方向期間，重慶市政府新聞辦的特派員來香港視察，裏面有重慶形象專案小組的負責人，需要了解設計個案的進展並進行匯報。香港的人際關係文化非常直來直往，開完會就散夥，一般不會有工作聚餐。當時我真的沒意識到應盡地主之誼請客戶吃個便飯，開完會就準備撤了。特派員問了一句：「想去買些數碼產品，聽說公司這裏離時代廣場是不是很近？」我二話不說就拿出紙筆畫了一張地圖，上面還標了「5 mins」（五分鐘），然後便愉快地結束會議，逕自吃飯去了。回想當年 iPhone 還未流行，沒有 GPS 啊！讓遠道而來的賓客獨自在陌生的地方找路，實在是尷尬的文化交流表現。

為力求最完善的設計，我們與政府溝通協商的過程相當漫長。在第三次提案後，重慶市領導總結了四句話回覆我們：「三個候選方案不夠理想；原八號方案較可取，可以再修正發展。」原八號方案，是指以雙重喜慶、人、向前奔跑、活力為主要方向的方案。重慶是「雙重喜慶」的意思，我們由此重新發展出幾個方向，一是以中國傳統敲擊樂器「磬」為主要元素，另外保留和突出原設計中「兩個高興的人」的概念，再由「慶」的字體形態嘗試發展設計。在構思的過程中，我們亦結合了重慶作為長江和嘉陵江「兩江交匯」的獨特地理位置特徵，把兩個不同顏色的「人」並疊融合，就像重慶朝天門港的兩江交匯處，江水一清一濁，涇渭分明，卻又匯流合一。

到第四次提案時，我們交了「大禮堂新發展方案」、「朝天門」和「雙磬／雙慶，人人重慶」的方案，市長總結了各人意見後，將「人人重慶」定為第一推薦方案，再把三個方案放到互聯網上供市民投票。最後，「人人重慶」以 42.38% 得票率獲選，證明這標誌既獲領導認可，又得到市民認同。我們幸勞一年的項目，終獲得完滿的成果。而「兩江交匯，人人重慶」這總結了標誌概念的八個字，至今仍為重慶人所傳頌，成為中國城市形象的經典。

記得最後到重慶市委提交最終方案時，市委書記、市長與副市長都參與了會議，可見當時重慶市政府對整個項目的重視程度。提案完成後，我負責替大家拍合照，市委書記站在中間，市長與靳叔站在旁邊。當時我不諳內地的行政級別，誤以為「書記」解作「Secretary」（秘書），因此對「書記」於拍照時竟站在最中心位置感到大惑不解，還認為市長真的很禮讓！幸好當時我沒問出口，默默按下快門。多年後每回想此事，都不禁汗顏。



把兩個不同顏色的「人」並疊融合的「人人重慶」標誌。

「兩江交匯，人人重慶」這總結了標誌概念的八個字，至今仍為重慶人所傳頌，成為中國城市形象的經典。



重慶兩江交匯是長江與嘉陵江，城市依山而建。

Chapter

章節

1-3

# 深圳活力 大爆炸

深圳城市形象設計

我沒在重慶生活過，靳劉高設計的設計團隊也沒有，所以我們要花很大氣力去做資料搜集和民間調查研究，才能設計出貼近民心的城市形象。而深圳雖與香港近在咫尺，可說只是一河相隔，距離看似很近，但其實只要你不是身在該城市中生活，僅通過媒體資訊來認識一個地方，往往會導致認知偏差。尤記得 2000 年以前，在香港媒體讀到的深圳報導，大多是坑蒙拐騙，因此我開始考慮是否前往深圳發展時，在「70/80 - 香港新生代設計人展及內地互動展」席間，就詢問了來自深圳的朋友一個天真無邪的問題：「深圳的治安是不是很亂很危險？」這位朋友聽後不可思議地看着我，開玩笑地回應道：「地球很危險的，你還是回火星吧！」十年河東，最近反倒是他問我香港街上是不是很危險了。這又是另一個故事了。

儘管我在 2007 年毅然決定到深圳工作，我對這城市的認識還是相當皮毛。可在香港成長的人，或多或少都見證着這城市如何急速改變。這種速度，相信甚至連帶領中國改革開放、推動深圳成為中國第一個經濟特區的前國家領導人鄧小平爺爺也沒預想到。

深圳經濟特區於 1980 年正式成立，最初範圍僅包括羅湖、福田、南山、鹽田四區，後輾轉發展至今，共有九個行政區及一個新區，還有汕尾市的深汕特別合作區。40 年來，深圳的生產總值（GDP）從 1979 年的 1.96 億元人民幣激增至 2020 年的 2.7 萬億元人民幣，是 1.4 萬倍！深圳人口也從 1979 年的 31 萬人，增加到 2020 年的 1,756 萬人，增長 56 倍。這種增長速度與規模，可說是創造了世界紀錄。

深圳的高速發展，最初明顯受惠於毗鄰香港的地理位置優勢。香港作為國際金融、貿易、航運中心，為深圳經濟特區引入外資、生產技術和管理經驗提供有利機遇。但後來隨着中國經濟高速發展，華南地區形成了出口加工的外向型產業，成為全球重要的生產基地，促使深圳

市的部分發展甚至超越了香港。早於 2013 年其港口貨櫃吞吐量已超越香港，並於 2018 年改革開放 40 年之際，以 24,221 億元人民幣的 GDP 超越香港的 24,000 億元人民幣。

我剛到深圳，便遇上「創意十二月」。這是深圳政府自 2005 年創辦的文化活動品牌，一系列與創意相關的活動密集地發生，一天同時進行幾項，人們根本無法全部參與，反映了現今在內地流行的「扎堆」文化。而深圳的城市建設和文化基建快速生成，單由我到深圳工作的首十年（2007-2016 年）已有深圳音樂廳、新的深圳博物館、深圳華·美術館、深圳市當代藝術與城市規劃館等相繼落成；書城、中央商務區（CBD）、購物商場更是建完一個又一個，開完一家又一家，同樣是爆發式發展。不似香港的西九文化區建設，早於 1998 年時任香港行政長官董建華已在施政報告宣布建立「西九龍文娛藝術區」，及後經歷長時間協商溝通，推翻建議重新規劃等，至 2021 年仍只完成了部分建設。

因此，當一位記者問我能否「用一個關鍵詞來形容深圳」時，結合我對深圳的認知和來到這裏的真實生活經驗，我腦海立即浮現了「BOMB！」（爆炸）一詞，就是指深圳城市的活力不停地爆發，非常年輕，也非常有實驗性和拼勁，正如那幅攝於 1979 年 7 月 8 日，記錄蛇口填海建港的開山炮在土地上猛然爆發的照片一樣。後來那一幕被稱為「改革開放第一炮」。的而且確，深圳作為中國改革開放的第一炮，這個城市一直爆發式地生長。「爆發」釋放了能量，成為潛藏在深圳性格裏的特質；「爆發」也釋放了很多機會——深圳從 1980 年作為中國首個經濟特區，到 2017 年成為中國第一個示範區、粵港澳大灣區四大中心城市之一，躋身世界級城市。深圳也被喻為「大鵬之城」，一則基於其地圖形狀如大鵬展翅，二則其發展像飛翔中的鳥，帶着騰飛的意味。我一直渴望將對深圳的理解，將這份「爆炸騰飛」的深圳精神，透過創意設計表達並傳遞出去。



被稱為「改革開放第一炮」的一幕。

我一直渴望將對深圳的理解，將這份「爆炸騰飛」的深圳精神，透過創意設計表達並傳遞出去。

2011年，深圳市政府為借助世界大學生運動會（大運會）向國際社會推廣深圳，於3月24日發公告向全球徵集城市形象標誌，期望於6至7月大運會前推出，同時作為深圳經濟特區第二個30年的起點。當時的深圳市委外宣辦主任陳金海曾表示，城市形象標識是一個城市文化和精神特質的形象提煉，也是世界先進城市向國際社會推介自身的一件利器，當中亦提及深圳作為「鵬城」所體現的志存高遠、扶搖直上的「大鵬」形象。

我受邀參與深圳城市形象設計競標，設計了一個蘊藏深圳爆發式發展規模、結合了「深」字的放射式圖案，作為其城市形象標誌，命為「深動力」。雖然當時粵港澳大灣區發展藍圖尚未推出，但在我的認知中，深圳就像

中心點一樣，向廣州、珠海、東莞、香港等四面八方的周邊城市迸發出巨大的力量。這設計看上去也配合深圳的地塊形狀和「鵬城」的概念，像一隻飛鳥。

當然現在看來，這個標誌的設計未臻成熟，相比當時內地政府對創意設計的接受程度，也有一點前衛。尤記得我們有一張把標誌延展圖案應用在飛機外觀上的圖片，負責評審的領導看了就說：「這感覺像把飛機炸了一樣。」不知道是不是因為意頭不太好，所以那時的標誌落選了。不過當年領導也沒能選出一個滿意的標誌來代表深圳，深圳城市形象設計又一次在公開徵集中不了了之。



參與深圳城市形象設計競標的「深動力」標誌。



把放射式圖案應用在飛機外觀上效果圖，卻給人「飛機爆炸」的觀感，結果無奈落選。

Chapter

章節

1-4

# 敗也意頭， 成也意頭

深圳機場及  
深圳環球創意大獎