

品牌香港

建構香港的故事世界

蔡曉瑩——(著)

中華書局

目錄

序 許焯權

自序

007 004

第一部分 一 跨媒體敘事理論——建構香港的「故事世界」

第一章 導論：從IP經濟到敘事無界

012

第二章 敘事核心：挖掘香港敘事的母題與文化基因

013 029

第二部分 一 敘事擴展——香港故事在多重媒介上的展演

第三章 一 城市作為媒介：從「體驗式保育」到空間敘事

048

第四章 一 文化話語與故事世界：從三部當代影像讀出「香港是誰」

068

第五章 一 事件作為媒介：節慶、盛事與夜經濟的現場敘事

085

第三部分 一 參與式文化——召喚共同創作者

第六章 一 使用者生成敘事：從遊戲中的香港街景到「落日飛車」的民間創造力

101 100

第七章 一 情感的延伸：從「寶可夢經濟」、泡泡瑪特，到香港IP的商品敘事

123

第四部分 一 敘事系統的維護——衝突、治理與未來

第八章 一 敘事衝突：當故事世界遭遇「觀光污染」與認同張力

138 139

第九章 一 「主創者」的藝術：建構香港的「敘事基礎建設」

151

第十章 一 AI的賦權：通往終極的參與式文化？

168

第十一章 一 AI的環境：在「後真實」時代，我們如何相信一座城市？

179

第十二章 一 結論：策展「可能城市」——香港城市品牌的文化文本框架與未來展望

188

鳴謝

200

參考文獻

203

許焯權教授為香港恒生大學藝術設計系創系主任，兼任文創產業文學士、藝術設計文學士、文化遺產管理文學碩士課程主任。目前為香港古物諮詢委員會主席、博物館諮詢委員會藝術專責委員會主席、建築物條例上訴審裁小組委員及博物館專家顧問。二〇一五年起獲聯合國教科文組織邀請為專家顧問，推動《2005年保護和促進文化表現形式多樣性公約》及《2030年文化指針》計劃。

一 自序

寫這本書的起點，並不是「如何為香港宣傳城市品牌」，而是回答：香港究竟是一個怎樣被想像、被講述、被走進的城市？為何我們對香港的印象經常停留在幾張熟悉的照片——維港天際線、霓虹街景、太平山頂，卻很少有機會看見那些存在於村落、山徑、水鄉、舊屋、社區組織與日常物件之中的香港？當政府與商界談論「盛事之都」、「夜經濟」、「IP授權」時，我們真正在談的是怎麼樣的都市故事？誰有份書寫？

本書嘗試將這些問題放回一個更寬廣的理論與實務視野中。二十世紀末以來，從創意城市（creative city）、文化經濟到城市品牌（place branding），各地都在思考如何在去工業化與全球化競爭中，為城市尋找新的定位與生存策略。日本與韓國的內容產業政策、歐洲各城市對文化遺產與創意產業的長期工作，都提醒我們：城市品牌從來不只是行銷口號，而是一整套關於文化、政策與生活方式的治理思維。香港近年在「盛事經濟」、文化遺產活化、創意產業與AI科技應用方面急速發展，同時也提醒：本地在城市品牌及創意文化的治理、故事世界建構與參與式文化上的機遇與挑戰。

一個真正有生命力的城市品牌，本質上不會是一個固定的標誌或口號，而是一個可以被持續探索、被多方共同創作的「跨媒體故事世界」(transmedia storyworld)。城市除了是一個被推廣的「產品」，更是一個需要被策展的「故事宇宙」；品牌工作亦非只是形象包裝，還須「編排文本」。因此，本書選擇以跨媒體敘事理論、參與式文化與媒介生態學為主軸，討論香港如何在電影、城市空間、節慶、行山路線、文創商品、夜間活動與AI生成內容之間，逐步被重寫成一個故事世界。

本書的前半部分從文本與敘事層面出發：把香港視為一個可被編碼與解碼的文化文本，分析「國際都會」、「盛事之都」、「港風美學」、「九龍城寨宇宙」、「山海香港」等不同城市想像如何在影像與政策中競逐；再透過《茶粿》、《香港四徑大步走》、《世外》等作品，運用文化話語分析，梳理身份、行動、關係、感受與棲居五大語軸線，說明香港故事世界的不同層次面向。中段章節則轉向空間與事件，討論虎豹別墅、九龍城寨、京都與巴塞隆納的旅遊治理，思考當地被打造為熱門故事場景時，居民日常如何被改寫，以及「事件作為媒介」在夜經濟與文旅IP產業鏈中的角色。

後半部分聚焦物質文化與情感經濟：從「實可夢經濟」、泡泡瑪特到香港本地IP與文創商品，嘗試回應一句看似簡單，卻常被忽略的問題：當電影散場、節日結束、盛事落幕之後，香港的故事是如何透過物件在日常生活裏繼續被攜帶、被觸摸？本書借用物質文化

研究的視角，把公仔、卡牌、紀念品、遊戲、主題旅遊路線視為故事世界在現實中的物質延伸，並以此思考香港未來要如何在自身文化基因的基礎上，發展具情感厚度的在地IP。

在理論整合部分，書中提出了一個分為五個層次的香港城市品牌框架，包括文本層（城市作為文化文本）、敘事層（跨媒體故事世界）、參與層（共同書寫）、治理層（敘事基礎建設）、環境層（AI與後真實媒體生態）。這個框架並不企圖提供一套萬用模型，而是希望為讀者整理出一個方便跨章節閱讀的「地圖」，讓不同背景的讀者能在其中找到自己感興趣的切入點，並理解各個案例如何在不同層次上彼此呼應。

如所有的研究，本書亦有所限制：

第一，時間與案例的局限。香港的城市品牌與全球媒體環境日新月異，AI、平台政策與地緣政治在未來幾年勢必帶來更多翻轉性的變化；本書無法囊括所有最新發展，只能視作在特定歷史時刻的一次觀察與截面。有些例子（例如個別盛事、夜經濟政策）在書出版時或許有所更新。

第二，城市選擇與比較範圍有限。為了深化討論，本書選取了少數具理論代表性的城市（如京都、釜山、威尼斯、巴塞隆納等）作為對照，並未系統性涵蓋所有具代表性的城市。案例選擇不可避免帶有作者的興趣與研究資源偏向：例如對東亞與歐洲城市的着墨較多，對中東、非洲或南美其他城市的創意治理實踐着墨有限。因此，本書的比較視野非全

面的全球圖像。

第三，本書在理論與實務之間刻意保持某種張力。為了讓文化研究、城市研究與傳播研究的讀者能夠對話，書中在跨媒體敘事、物質文化、媒介生態學與地方品牌營造等不同理論傳統之間找尋交叉點；這種跨界寫法的好處是能建立共通語言，但代價是無法在每一個理論源頭上做非常精細的文獻爬梳。熟悉某一特定理論脈絡的讀者，或會覺得相關章節仍有深化與細緻化的空間。

第四，本書主體語境仍然以香港為中心。雖然全書反覆強調「香港作為故事世界」需要與區域與全球城市對話，但分析與舉例往往回到「香港能從他者學什麼」、「香港可以如何借鏡」這個問題設定。這種寫法有其政治與情感上的必然性，卻也可能壓抑了其他城市本身作為「世界故事主角」的主體性。未來若有機會，值得與其他地區學者合作，從更多樣的地理位置出發，共同討論城市品牌與創意文化的多重方向，而非單向參照。

第五，本書對參與式文化持相對樂觀的態度，對其潛在風險的討論仍不夠充分。書中較多強調市民與粉絲作為「文本共同作者」的可能性，但在平台資本主義、演算法治理的脈絡下，參與本身也可能被數據化、商品化，甚至被用來鞏固既有權力結構。

縱然有所限制，但我仍然相信，本書可以在現有城市品牌與創意文化討論中，提供一個略為不同的跨媒體敘事視角，把香港視為一個需要被慢慢讀懂、被小心策展、被共同書

寫的故事世界，而不是一個只需「推廣得更好」的產品。如果這本書能夠讓你在看一齣香港電影、走過一條山徑、參與一個節慶、買下一件小小的文創商品時，稍微停下來問一句：「這裏在講什麼樣的香港？我在其中的位置是什麼？」那麼本書的目的就已經達成了一部分。

真正重要的，從來不是書裏提出什麼「唯一」的香港，而是我們是否還願意，透過不同的文本、空間與物件，繼續和別人一起討論、想像和書寫一個值得居住的香港。¹

¹ 本書部分研究結果來自大學教資會資助的教員發展計劃「藝述」幸福感：藝術參與對親職壓力及心理健康的影響（UGC/FDS14/H08/23）。

CHAPTER 1



第(1)部分

PART

第①章

導論：
從 IP 經濟到敘事無界

跨媒體敘事理論——
建構香港的「故事世界」

01