

# 觀塘作為創意社區

## ON BUILDING KWUN TONG AS A CREATIVE COMMUNITY

觀塘已不再是工業區，並已演化為創意社區。我們將新一期《號外》雜誌的專題報導轉載至《am730》，讓讀者走進此工業大廈林立的社區，窺視一個創意社區是如何誕生，背後到底又需要怎樣的條件和推動力。



### DIALOGUE

#### OSAGE GALLERY@鴻圖道

北京798大山子，倫敦的TATE MODERN，舊倉庫借屍還魂，REZONE這動作本身就是一個藝術奇蹟。不需刻意經營不邀星級Hadid，民間也可以如星火燎原似的搞活創作氛圍。牛棚若是有氣無力的話，還有火炭工業區的「伙炭」，中大藝術系畢業生的創作寄穴，然後零星散佈十八區，觀塘有幸被相中，不依外來勢力，出身GARMENT的觀塘強人，獨力一人，已經扛得起一間國際級私人藝廊。

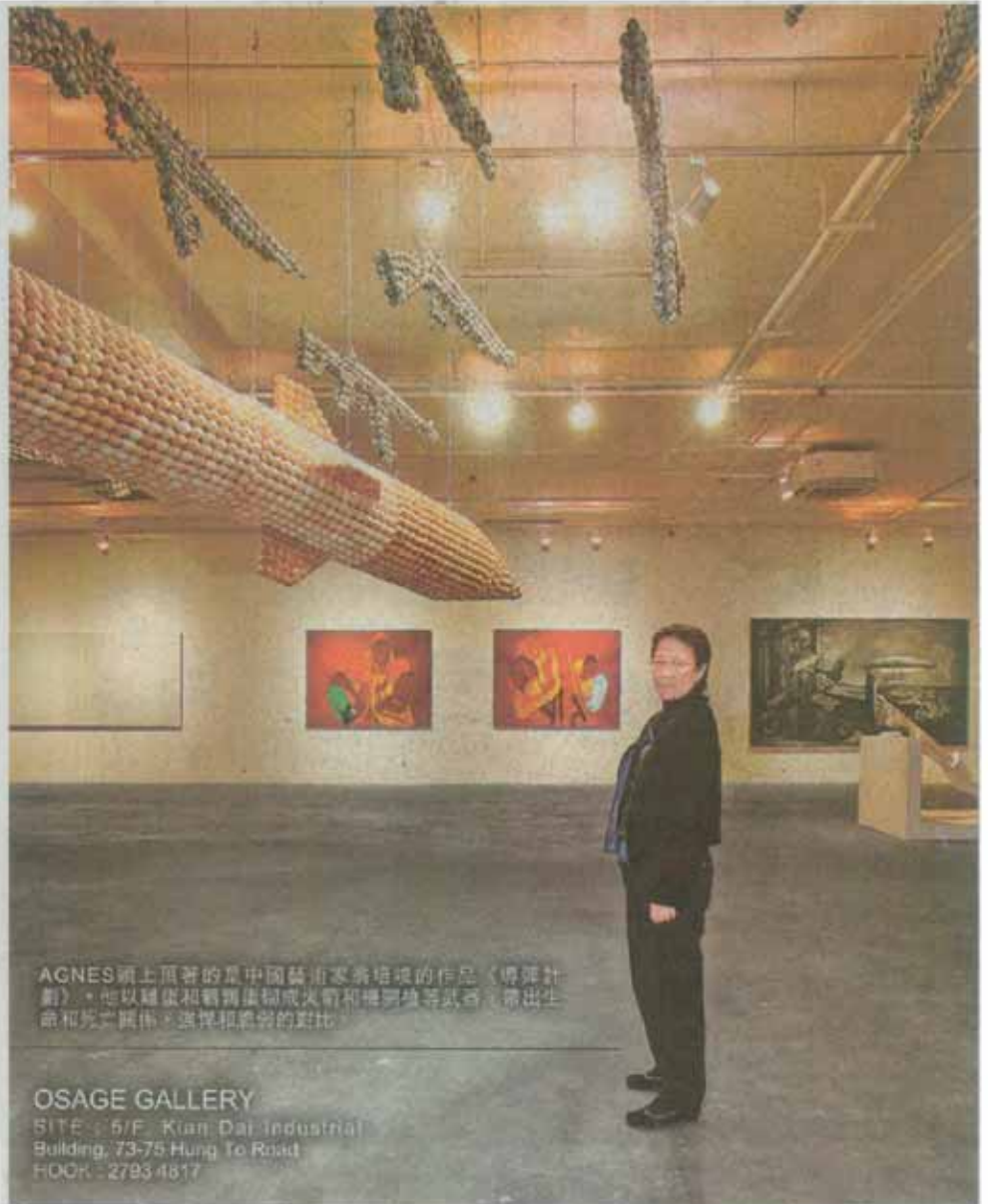
「我做了GARMENT幾十年，在中國、菲律賓、新加坡、馬來西亞，甚至馬達加斯加，也有業務往來。GARMENT帶我到那些國家，我便認識那些國家的藝術品，也愛上當地的藝術文化活動。直至2004年，我覺得是時候要推廣亞洲當代藝術，便辦起GALLERY來。」她直言，香港無論在思維和發展水平上，均達國際級的水準，絕對有能力擔當當代藝術平台的角色。辦商業藝廊，「正常」選址多在中環半山。Osage也在中環堅道開藝廊，但老闆Agnes最終希望找到一大空間作為Osage的基地。經過年多的hunting，最後物色到鴻圖道這個「理想」廠房，十五呎樓底，一萬五千呎的面積。上址原來是一個紗廠倉庫，Agnes花了許多時間和投資用於裝修方面。「我們要為作品提供最好的設施。」例如現時正在舉行的兩個展覽《自由行》與《像中之象》，Osage有能力將空間分割成不同房間，個別展品甚至「擁有」獨立寬闊的房間，播放錄像投射。下一回展覽也許又再因應作品性質而改頭換貌，這種投資，本地藝廊迄今是無法相比。

Agnes認為Osage Gallery在設施上具有博物館的水準，「辦一個有水平的展覽，Facility report很重要，即是說，無論燈光、室溫、保安、樓宇高度等等，都要能夠為大型作品提供良好的條件。」博物館式的條件，自然惹來優質的藝術作品青睞。Osage Gallery代理逾三十多位以中國為主的亞洲當代藝術家，其中不

1. OSAGE GALLERY主理人AGNES在觀塘從事成業十多年，再在同區兼營Gallery，AGNES希望觀塘聚集更多中外藝術愛好者，甚至有朝一日變成遊客停留香港的理由。
2. 藝術家彭弘曾將微型鏡頭置於其愛犬頭部位置，藉以捕捉狗的主觀鏡頭，並由狗型雕塑內螢幕播放出來，觀者要俯身湊近「狗臉」，目的就是要參與者從狗的視角中體驗牠們的生活概況。
3. 同場另一展覽《像中之像》。

《轉山》藝術裝置，利用了展房環境和特別燈光，人物figure機械式的徐徐「前進」，視覺效果相當震撼，售價高達14餘萬美金。在題壇從事成衣十多年，再經營Gallery，Agnes的鴻圖大志不止於鴻圖圖，「希望Osage Gallery能夠為觀衆，聚了更多中外藝術愛好者，甚至有朝一日變成遊客停留香港的理由。」11月Gallery開幕的時候，藝團吸引了一班剛巧來港參加拍賣會的收藏家，他們來到這裡也禁不住說：「It's such a pleasant surprise！」

除了在海外繼續擴展藝術業務外，Osage Gallery還設立非牟利的Osage藝術基金，致力藝術推廣至年青一輩甚至幼兒教育。有見「觀塘地點方便，做學校活動又得，做展覽又得」，Osage藝術基金去年與香港基督教服務處攜手合作，安排學校參觀展覽，大方地任由小朋友觸摸雕塑作品。儼如藝術館的運作形式，並慷慨捐贈30部數碼相機予香港基督教服務處轄下九間幼兒學校，鼓勵本港兒童利用攝影媒介主動投入視覺藝術創作。「我們希望以後朝著這個Community project方向發展，除了讓小孩子參與外，也希望邀請長者前來欣賞。要知道，空間這麼大，應該多加善用。」



AGNES 牆上頂著的是中國藝術家翁培城的作品《導彈計劃》，他以繩索和舊報紙製成火箭和機翼等武器，帶出生命和死亡關係，強悍和脆弱的對比。

**OSAGE GALLERY**  
SITE : 5/F, Kian Tai Industrial Building, 73-75 Hung To Road  
HOOK : 2793 4817

### ERIC KOT秘密基地@興業街

葛民輝最常掛在口邊的是：「幾好玩」。

在娛樂版上，葛民輝是溫拿演唱會的嘉賓，是古巨基新片《粉絲王》的導演，但是娛樂版以外，ERIC KOT卻以不同的名號掩飾身份進行創作。從BATHING APE的BUSY WORKSHOP，到與蔡一智合作的DOUBLE X WORKSHOP包辦香港唱片封套設計，以至夥拍王雙駿的FM UNION，推出音樂和獨立短片《龍火》，好人好事為「無國界醫生」籌款起來。ERIC KOT後面總是吊詭地跟著一連串創意和設計。

葛民輝，如他所言，是三個漢字組成的一個奇怪腦袋。軟硬金句「人做我唔做，殺出新血路」，通俗不過又很「到肉」，繼殺入世貿十樓後阿葛又再殺入觀塘，賣自家品牌4A MANIAC's又兼做工作室，以為訪問像生意人談生意經，然而卻被阿葛反問「賣PRODUCT(賺的錢)夠不夠我拍一套戲？」一言驚醒，噫，搵錢不搵錢，不過遊戲一場，但求玩得認真。

「幾好玩」如果放在觀塘區，是指RETAIL，做設計然後賣設計，對於出身ESPRIT櫥窗設計的阿葛來說，是還自己一個心願。

這個概念誕生於觀塘工廠大廈，還要躲在十樓，營業時間如門牌號碼，19-21，由賣過千元一件的衛衣牛仔褲米芝蓮figure，粉絲一樣乖乖地，從大清早自律於大廈門口排隊，等到黃昏開舖時段才魚貫進入，沒有叫嚷，沒有在地下寫詩，秩序良好。

偶像崇拜如邪教，阿葛不是不知道自己可以有幾呼風喚雨。去年軟硬復合，於世貿十樓開設軟硬舖(SHOPHARD)賣軟硬TEE，每日只開放1小時20分鐘，依然大排長龍，周邊產品也賣個滿堂紅。

阿葛如果換上了ERIC KOT這身份，就不再是DJ或者「拍戲好搞笑那位」，而是創意產品的票房保證。ERIC KOT很喜歡自己的名字後面加上了這個「X」，CROSSOVER某人、某牌子或者某組織，不過如果做CROSSOVER而不用藝人身份，「經理人會好難做」，所以變身做4A就好辦事了。這個名為4A MANIAC's WORKSHOP，佔地三千呎，前身是倉庫，阿葛看著舊舖的「謝絕採訪」這牌子有趣，就留



1. 玻璃背後為辦公室，阿葛做產品設計的主腦，其他工作人員做PRODUCER，負責為產品找生產商。
2. 當過ESPRIT櫥窗設計，阿葛現在一手包辦4A的室內設計。
3. 阿葛自謙好慳家，4A內的半U型枱板台、地板、櫃子，都是從前的舊裝修，合適的都盡量保留下來。

下來掛在自己辦公室門口。4A可以採訪，因為那基本上就是一個BOUTIQUE，至於阿基自己的辦公室，則尚未完成，一萬五千隻CD尚未上架，唱片室也只起了個高台，還有那個觀塘罕見長形露台，眾人見著如見奇景，可惜夜視訪問終究拍不成。阿基自謙好型家，4A內的半U型滑板台，地板、櫃子都不是新造的，都是來自世貿十樓時的PROJECT或自家WORKSHOP留下的東西。成本效益是首要條件，「無必要搞個幾十萬租金，得四百餘呎的舖位，然後將開支轉嫁給消費者。一樣在JOYCE買的YOHJI牌，在日本僅售三分之一價錢，你說為甚麼要這樣？」

