



明周

MING PAO
WEEKLY

18.10.2014

2397



招牌書法字

街

頭

的

美

學

美味追尋
一夜の干

日月舞台
A Mix of Voices,
A Beautiful Elsewhere

Fashion
Sacai : Every Detail
has a Meaning

Health
夢之潛能 —— 從夢遊說起



中文書法字時常出現在日常生活中，無論是商品的宣傳標語，還是店舖招牌名字，都可以成為城市空間的重要視覺元素，培養人們的美學品味。（圖片來自政府新聞處圖片資料室）

招牌書法字

街頭的

美

學

談論香港風格時，人們的焦點大都落在建築物、地標、本地品牌或者標誌身上，卻甚少提及街道招牌上的中文字，對其使用的書法字體亦一無所知。這些招牌上的字句，都跟百年來的香港華人生活文化有密切關係，卻僅有少數研習書法的人方能了解。它們在香港城市空間扮演的角色，從來都不是單純的裝飾或視覺功能；而背後書寫的人，既有清末著名舉人、書法家，也有平民化的匠人。他們筆下的書法字體，無形中也將中國傳統藝術文化與當代都市空間結合，呈現出具本地特色的美學。

近年電子科技當道，傳統書法跟日常生活愈漸遠離，加上普羅大眾對字體設計的知識貧乏，亦間接影響中文字體美學的鑑賞。還幸有人對於這種無形的文化資產興趣盎然並進行深入研究，更往往成為設計師的養分，都有助於我們重新認識這種獨有的本地的庶民文化，並融入當下的生活之中。

中文字在日常生活中經常出現，卻是最被忽略的城市視覺文化。從香港開埠百多年來，散落在大街小巷內的各行各業商店招牌，也反映出不同年代的文化、經濟和社會情狀。以下照片選自三十至九十年代的香港街景，也是中文招牌最百花齊放的時期。

文字之城

(圖片來自政府新聞處圖片資料室)



五、六十年代的香港街景，可說是百花齊放，形形色色的招牌標語，掛在建築物的不同角落，帶來的是充滿生氣和美感的城市性格。



牆上廣告牌

文字是最基本和直接的傳意媒介，我們不時會看到商人直接把店名、電話寫到石牆或街招上，以達宣傳之效。理大設計學院傳意設計課程主任／助理教授、字體設計師譚智恒，喜歡把這種街頭庶民視覺用作設計教材，以現代設計概念去拆解當中的實用性和地區民風。這幅石牆位於灣仔天樂里，以楷書為主，只有左下角的「港九榮生祥超級市場」是北魏體，木板招牌利用店名、地址、電話等資料組成不同的橫排字，並透過巧妙的字體大小變化，吸引路人視線，簡單而實際。

戰前直排招牌

根據歷史博物館出版的歷史照片圖集《四環九約》，1843年港府將香港名為「維多利亞城」，包括上、中、下環，當中分佈着各類貨倉、商行和各類中西式住宅。從1911年至1930年間，本地人口增長近84%，令香港總人口達七十多萬人，大部分都是因中國局勢動盪而湧入的華人，其中包括不少前清遺老及文人。1937年的中環街市，是早年華人聚居的地段，賣藥材的永春堂、銅鐵舖有利號、酒號如意莊等，都跟隨廣州城市用上圓潤的楷書字體作直排招牌，帶有傳統市集的味道。

這些招牌跟1910年時干諾道碼頭倉棧建築上所見，只用文字作識別的簡陋橫排招牌比較，更着重製作、擺放高度與位置，可見行業之間的競爭日漸激烈。對中國文化及書法素有研究的退休教師鄭楚雄指：「中國字原本就是打直寫的。除非店舖門口上的就橫排。」





白底大字招牌

白底紅字或黑字的招牌，是華人商號最常使用的款式。圖中為四、五十年代的中環街道景致，可以看到大量玉器店、洋服、藥行、皮草店和老店陳意齋，然而在招牌設計和文字選材上卻沒有特別考究。參語設計的陳濟人，多年來深入研究香港招牌上的中文字，每見到字體優美的招牌，都會拍照記錄。他發現，這種鋪天蓋地式的白底紅字招牌，看似單調，字體卻個個不同。「招牌字大多以書法書寫，當中既有如『器』、『環』等異體字，民間書者也喜歡使用近似北魏字體的款式，更有不同演繹。當時的招牌設計不會有太多花巧功夫，因為舊時做生意，講求信譽，實事求是。商號大多對自己的產品有信心，客人光顧後滿意自會回來。」

地區招牌書法家

五、六十年代的招牌，不少都由著名的書法家區建公包辦之外，其實不同區域也有自己的「招牌書法家」，如深水埗的陳文傑、觀塘區的曹華安等。陳濟人發現，這些招牌的書法字也有優劣之分。他以字體設計的角度分析：「中文字是一種從內而外的結構，一個字能否站穩住腳，都考驗書者對字型的了解和平衡。以北魏體為例，結合碑帖的優點，令字型呈梯形或三角形，可以更穩重地懸掛於招牌上。以『琛記煙酒行』為例，可以看到『記』字橫劃較長，目的就是取得平衡，令字體更有力度和容易閱讀。」





密集包圍騎樓店

亞洲南方地區常見的騎樓建築 (Shophouse)，是香港早年的庶民建築之一。樓高三層，二、三樓的陽台可作通道之用，具遮陽、擋風雨之用。自1930年代起，騎樓成為不少商店前舖後居的舖位，為了收到最大的宣傳效果，商家的招牌從樓頂延伸至騎樓柱上。而早期的招牌多以店面橫額和柱上的大字形式出現，放置高度在行人的視線水平，出現汽車後，招牌向上發展，移高，並伸出，讓車上的人也能看見。從灣仔皇后大道東的傳統直排招牌，演變至六十年代軒尼詩道的騎樓羣，可以見到三十年間，招牌無論在設計、字體上都起了多元化的改變，字體種類增多，招牌也採用橫排方式，方便吸引路人的視線。



寫字檔

街邊字檔曾經也是香港特色之一，大部分以撰寫魏碑為主，可見是六、七十年代流行的招牌字。書寫時，書者會根據書寫空間細心地將字體的高度調整。譚智恒在博客 (www.invisibledesigns.org) 中曾分享在謝德隆著的《設計與印刷的橋樑》，書中找到一篇記錄街邊字檔的文章，可見在電腦未出現前，不少人曾憑着一手好字為生，當時除了北魏，還有正楷、行草、隸書、美術字、篆書等。



霓虹與書法

中文書法與本地霓虹燈招牌，也是香港城市景觀特色之一。商家對招牌的重視，從昔日的書法字延伸至五光十色的霓虹燈招牌，採用有力的北魏體之外，也加入圖案、色彩和不同建材，讓招牌從平面變成立體，且混合中西美術設計，衍生出獨特的地道特色。



診所專用 白底黑字

白底紅字大多是商戶通用的招牌款式，至於白底黑字，則大多為診所及中醫採用，自七、八十年代起更已成為辨別的標記。因為用色單調，採用的中文字體款式甚多，大部分更為書法手寫字。



街邊手寫字

在街頭上磨刀、補鞋的工匠，不少都會摹做商號招牌，以油彩手寫字的方式自製招牌，為檔口增添裝潢，以作宣傳。從書法美學的角度來說，雖不是正宗的寫法，卻表現出書法中文字其實就是最直接和簡單的媒介。



街頭鑿字工藝

西環曾經是街頭鑿字工匠的結集地方；工匠們在街邊設檔，為街坊提供不同的字句、名牌服務。這種鑿字工藝的基礎始於書法，更會考慮英文字和數字的組頭，也是香港街道的特色視覺之一。



政府宣傳

六十年代的香港城市集中西文化於一身，外資和本地品牌紛紛進入消費市場。大馬路交匯之處，亦自然成為廣告招牌雲集的熱點。當時的政府宣傳也不乏創新的設計，例如交通安全就以巨大的交通警木牌公仔表示，其身上的斑馬線招牌設計西化，卻以廣東口語寫上口號：「我叫斑馬佬 我從外埠到 助你過馬路 日夜不疲勞」。

手寫花牌大字

花牌是傳統手藝之一，常見於酒樓或一些新界地區的慶祝招牌。元朗舊墟的花店李炎記，至今依然保留了手寫大字及人手上棚的傳統，堅持不用電腦。這是李炎記於五十年代石湖墟市場開幕的情況，花牌上的手寫字流露着人性化的味道。



傳統混雜新潮

六十年代的街道兩旁全是舊式唐樓，建築物每個立面和空間都寫滿了商店的名字，亦掛滿大小不同的招牌，從木板、霓虹、銅鋼，甚至手寫字，形形色色，除了傳統的白底紅油字，也有新潮的圖案商標設計，當中最醒目的當然是用北魏書寫的「神燈菜館」、「大利油公司」和「瓊樓酒家」，連最遠的麻將店牌子也看到。基於這種激烈競爭的營商環境，能見度高的北魏體自然成為商戶的首選字體。



電車流動風景

電車是香港獨特的風景，也是不少外國人最喜歡的地方之一，前英國首相戴卓爾夫人於1994年來港時，也要乘坐電車遊覽香港。八十年代的電車招牌開始改為現代設計，字體也多了裝飾性和電腦字，然而與不同風格的字牌配合起來，卻為城市帶來獨有的流動風景。



電腦化的年代

九十年代香港經濟起飛，物價樓價上升，加上電腦普及化，人們為了便捷就以電腦字體製作街招。當中在街道吉舖上常見的「租／售」，就可以看到電腦字採用工整的黑體，硬生生、冷冰冰的感覺，讓人敬而遠之。





要探討香港的城市字體，最直接的方式莫過於觀察街道上的招牌，尤其是早期的書法招牌。如同時裝一樣，不同年代的書法也有不同風格，五、六十年代時最流行的便是北魏體，而令北魏體普及於香港招牌者，區建公也。

香港招牌始祖

北魏體

74
75

位於佐敦道37G統一大廈五樓外牆，「港九糖菓餅乾麵飽西餅同業商會」正是區建公的手筆。



皇后大道西15號的隆昌行也是區建公的字，字體方正有力。

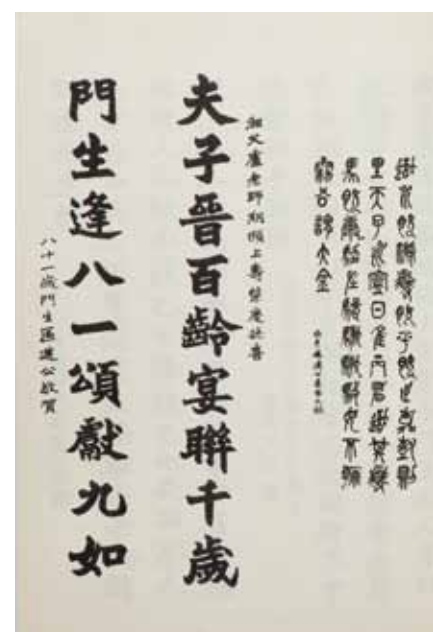


上環不少區的書法招牌都出自區公之手，跟隆昌行幾步之隔的皇后大道西9號燕窩行店光昌行又是一例。

生於1888年的書法家區建公，可算是把北魏體廣泛用於香港招牌的始祖。



除開班授徒，區建公曾出多本的字帖，供人練習書法之用，以及集結其書法作品的《建公書集》，除北魏外，還見到他書寫其他字體的造詣。



區公自少年從宿儒盧湘父，修習經史詞章之學，圖左就是《建公書傳》中收錄時年八十一歲的區公為老師壽辰獻字。

區建公生於1888年，廣東新會人，本業是中醫師，熱愛書法，尤其擅長於趙之謙雄渾的北魏體。1925年於香港創辦「建公書法專修學院」，戰後重新復課，並組織新舊同學書法聯展，鼓勵年輕人學書法，其中知名書法家翟仕堯、黃兆顯等都是他的學生，影響深遠。

五、六十年代期間，區建公常以北魏體為商店寫招牌，深受歡迎，令北魏招牌於當時大行其道，不同行業如食肆、海味舖、五金舖等都採用此字體。現時在街上仍能看到他的真迹，如「奇華餅家」、「公和玻璃鏡器」等都出自他手。

開班授徒 普及流通

本地書法雜誌《墨想》的創辦人之一

林賀超（Leo）解釋：「戰前的香港較多顏真卿體，但戰後就以北碑較盛行。當時有不少人學習趙之謙的北碑，其中以區建公和蘇世傑寫得特別出色，而區建公以賣字為生，為不少商店寫招牌，其字體筆劃較厚重，着重字型的結構，寫得多，人們覺得美，就繼續選用這字體，令其風行。加上區建公有開班授徒，因此很多他的學生都會寫這書體，有助其普及流通。」

而北魏體能夠風行，很大程度上是實用因素。林賀超解釋：「招牌最重要是筆劃要夠粗和厚，吸引眼球，因此顏真卿體和北碑最為適合。」設計師譚智恒亦指出：「北魏體看上去很精神、挺拔，從遠處也能清晰可見。區建公的書法有力，收筆收得較倔和快。這種講求實用的取向，也很符合廣東人的性格。」



區公的字遍及港九新界，包括位於元朗的「好到底麵家」，連店舖樓梯旁的石米柱上也有他的墨寶。



為吸引到四方八面的人的目光，除了店面的招牌外，還有伸出的招牌。

北魏線條粗厚，從遠處也能清晰看見，可辨性高。「家」字旁見到「區建公」三細字及其蓋章，據《墨想》的Leo指，區公對於有留名的招牌收費較低，因可收宣傳之效，可見當時寫字確是一門生意。



位於深水埗基隆街284號的榮記米行，開店時請來區建公提字，但店舖的伸出招牌跟店面上的卻不盡相同，懷疑是後來者重新演繹。



原來的「榮記」二字被遮蓋，但「行」字旁仍能看到區公的名字和蓋章。



旺角亞皆老街4至6號新亞大樓旁刻有「區建公題時年八十二」的字眼，可見區直至晚年仍有寫招牌。

流失與流傳

林質超指，繼區建公後，香港書法圈中寫北碑的人減少。鄭楚雄表示，除招牌外，區建公甚少作品傳世，這跟社會環境不無關係：「區建公那個年代的香港經濟尚未十分發達，加上英國殖民管治，公共事業尚未發展成熟，反而民間的商業活動較多，因此以書法謀生的他多寫招牌，除招牌外卻未見太多其他書法作品流傳。然而，隨着店舖倒閉，區氏招牌也未能夠流傳太久。後來香港社會經濟起飛，公營機構湧現；近三、四十年很多機構亦開始重視書法字，希望以名家書法來提升機構形象，造就了不少書法家的招牌流傳，如為『香港公益金』和『香港大學』提字的饒宗頤、為『仁濟醫院』和『香港公開大學』提字的啟功等。」

但鄭認為，能把書法普及於社會上的書法家，仍屬少數。繼饒公後，恐怕會有斷層：「香港雖有書法家，但社會風氣和教育都不提倡書法；加上電腦的出現，書法家在香港得不到一個多元社會應有的待遇，以致大眾對書法的鑑賞力低，這是否社會庸俗化的表現？」



除招牌外，鯉魚門天后宮左側巨石上「澤流海濱」是區公的石刻作品，下款寫上「沐恩弟子張丙榮敬酬，新會區建公拜題」。

照見文化深度

隨着電腦普及和社會品味轉變，以電腦字取代手寫書法字已成大勢；但林質超仍相信，透過了解招牌字體及背後的書法家，有助我們了解一些曾經很重要的價值和文化：「招牌反映一個城市的文化品味，以前的人說『字如衣冠』，是用來見人的，招牌也一樣是店舖的衣冠。聽長輩說，以前即使是不太富裕的小店，也會找名書法家為店舖題字，最多是字寫得小一點。我們的上一代即使教育程度不高，也很着自己的字是否漂亮。但現在時代不同，以打字代替寫字，令整體的文化氣氛不同。」

「也有不少前輩們經常逛街觀看招牌，參考前人的筆觸、寫法，招牌成為他們學習的對象。但現在大多都是膠招牌或霓虹光管，都使用電腦字，較單一化，就像商場一樣，失去個性。但事實上，招牌也可以顯示地方文化，如北京近代多見啟功的字，而早期的浙江則多是沙孟海的字，顯示了哪些出名的文化人曾在當地停留過，並留下足跡，影響當地的文化，從而幫助了解城市的歷史。假如把這些都摒棄掉，城市便將失去文化深度。」

皇后大道西14號的公和玻璃鏡器，字型筆劃結構複雜，清晰富氣勢。

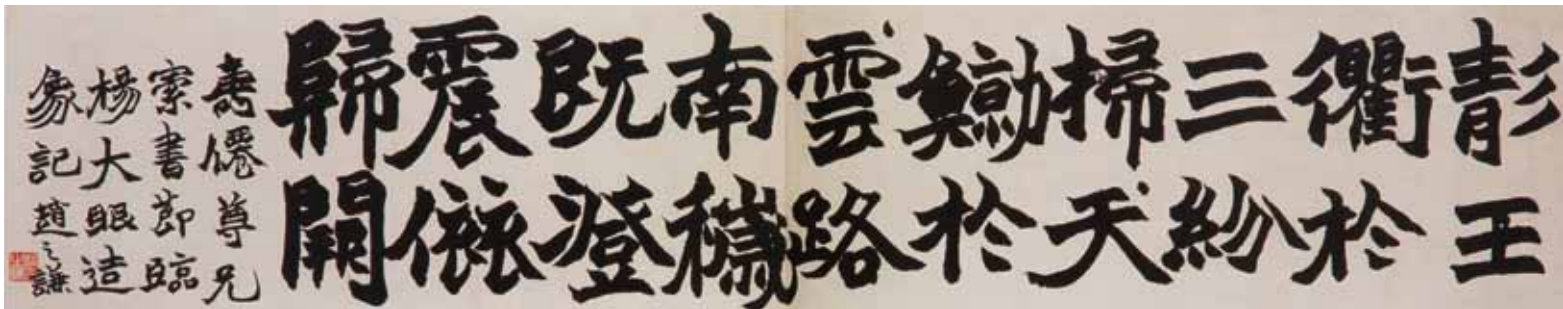


《墨想》是由三位書法愛好者周雪君、伍嘉文和林質超於2010年創立的書法雜誌，希望以現代形式推廣書法，讓公眾知道書法不一定很老套。每期除了古今書法家的介紹和訪問，也有書法的有趣知識，如街道招牌分析、有關揮春和對聯的資訊等。

www.facebook.com/moxiang2010



雜誌內容多元，除了較嚴肅的古今書法家訪問和作品展示外，也有軟性的內容，如「武學與書道」、宣紙的知識等。



趙之謙臨《楊大眼造像記》，原刻於北魏時期，位於河南洛陽龍門古陽洞中，是「龍門二十品」之一，雄勁有力，相比起（下圖）本來的碑體，可見趙之謙對字體的創造力。

「龍門二十品」是指在龍門石窟中發現的北魏時期的二十件造像，是魏碑體的代表，日本二玄社的《龍門二十品》一書就收錄了其圖像，可清晰見到魏碑最初刻在石上的原貌，筆畫稜角突出，有刀刻的痕迹。



北魏書法宗師

趙之謙

「北碑（魏碑）最初用於石碑上，渾厚，線條都會較粗，隨風化有種蒼茫、古舊味道，且有刀的痕迹，筆劃較方，書法家寫的時候都會摹倣刀的痕迹。」

林賀超（《墨想》創辦人之一）



趙之謙雖然是清代文人，但其書法對於香港招牌字體風格影響重大。

《墨想》創辦人之一的林賀超指：「清末民初的康有為很推崇北碑，影響到整個文化界，不少書法家都學習北碑，趙之謙是其中之一，並開創了把碑和帖結合的新形式，將北碑的凝重、古樸跟帖學結合，厚重得來卻能保持外形上的秀麗、柔美。」

碑帖結合

趙之謙（1829-1884），字益甫，又字搗叔，號悲盦，又號無悶，是浙江紹興人，三十一歲中舉，曾任江西鄱陽等地知縣，但遇清末腐敗，加上少年喪父，三十四歲時又痛失妻女，一生坎坷。他在書、畫、篆刻方面，都對後世影響深遠。早年主要學習「二王」——王羲之、王獻之和顏真卿筆法，後來清末碑學盛興，他亦

將碑與帖結合，開拓出新的風格。

有評者稱趙的北魏體為「顏體魏面」，方中有圓，化剛為柔而又筆勢飛動。內地《書法》雜誌副主編孫稼阜則稱他為「清末以來書法史上將魏碑和造像寫活的書法大家之一。他之前，鄧石如欲扛鼎之筆稱雄書法，在篆、隸、楷方面都取得了傑出成就，其楷書亦以魏為尚，字勢端正穩健，用筆堅實沉厚，但靜多而動少。趙之謙之寫魏碑，在鄧字勢開闊端正的基礎上，以回蕩展脫之行筆出之，雖筆力厚實遜於鄧，但活潑過之。」

趙之謙對香港書法文化的影響甚為重要，區建公和蘇世傑兩位書法家皆精於北魏體，並用諸招牌上，成為五十至八十年代最為普及和具代表性的香港城市字體。

書法名家

逛街觀看招牌時，有助書者參考前人的筆觸、寫法，以下三位是撰寫香港招牌的書法名家之一。



饒宗頤於1980年到中國內地遊覽，看到山東泰山的《金剛經》摩崖石刻，成為他創作大型《心經》書法的靈感，並於2002年將之惠贈香港政府，並期望能轉化成大型戶外雕刻。政府最終把整篇書法分別刻於多條木柱上，以近似古時書於竹簡的方式呈現，取名為「心經簡林」。



九龍尖沙咀漆咸道南100號的香港歷史博物館亦出自饒公的手筆



啟功

生於1912年的啟功（1912-2005），滿族，愛新覺羅氏，雍正第九代孫，字元白，是北京的國學大師、書畫家和文物鑑定家，擔任全國政協常委、中央文史研究館館長、中國書法家協會名譽主席等重要職。啟功的書法被形容為乾淨俐落、周正端莊、清秀，可辨性高而不失美觀，被人稱為「啟功體」或「啟體」。方正集團就根據他的字而開發電腦中的方正啟體。現時中國不少城市都有他題寫的招牌與匾額，香港則有香港公開大學、仁濟醫院和北京同仁堂。



老字號北京同仁堂就是啟功提的字



饒宗頤

國學大師饒宗頤，1917年生於廣東潮州，字伯謙，又字選堂，號固庵。致力於學術研究的他，由文、史、哲，到宗教、藝術、中外文化等領域都有卓越的貢獻，取得多個博士學位，並在香港及國內外多所學府任客座教授或教授等職，香港眾多學術及文化機構招牌都出自饒公之手，如香港大學、香港歷史博物館、心經簡林等。饒公對書法亦甚有研究，根據鄧偉雄為《饒宗頤書法集》寫的前言，饒公幼年從唐人歐陽詢及顏真卿之楷書及宋人行草入手，另外對甲骨、敦煌、楚帛學都有研究，其古文書法自行一格。此外，他也喜以茅草製成的「茅龍筆」來寫書法及作畫，大氣磅礴。

位於觀塘的法住機構總部內的法住圖書館是陳文傑的真迹



陳文傑

陳文傑（1926-2011），生於廣東番禺，號「琴書閣主」，二戰後移居香港，他的學生陳夢標曾於《墨想》的訪問中指，陳老於五、六十年代已於深水埗東京街擺檔寫招牌，並從事書法研究和教學，學生有陳夢標、馮一峰、黃炳培和李紀欣等，於1988年創立香港書法家協會，歷任主席、會長。香港書法家協會曾指：「先生的漢隸和魏碑功力深堪，尤其是《石門頌》，深為識者稱道。見世之作，堅實浩氣，情深韻古；而他的行草書則融合篆、隸、楷等元素，兼容並蓄，骨氣潤達，逸逸神通。」





華戈於八十年代來港，替不少商店寫招牌，近年開辦「香港華戈書道學會」，推廣書法。

出色的書法家，不一定系出名門。像馮兆華（華戈）便沒有受過正規的訓練，憑着熱誠自學成才。八十年代來港，在砵蘭街街頭擺檔，為不少店舖以白手寫招牌，巨大亮麗的招牌，背後卻是吃盡苦頭。

街頭書法家

英華書院和英華小學都是華戈題的字，其端正踏實配合學校的氣質。



跟華戈走一趟上海街，差不多隔幾步就有一個由他白手寫上的招牌。



亡命寫字

講到如何踏上書法之路，就要追溯到出生和長大的家鄉——順德。華戈1948年生於順德，從小喜歡寫字的他，沒有人教，只是從喜歡書法的父親和叔輩身上耳濡目染，加上對日常生活和大自然的觀察，學懂批判吸收，並漸漸建立自己一套審美觀，華戈回憶道：「當時鄉下物質匱乏，卻有大量河涌和丘陵地帶，正如王羲之喜歡觀察魚塘的鵝，我就喜歡吃完飯後到山邊看日落，尤其雨過天青後的雲彩，變幻多端。」

華戈1979年來港打工，翌年機緣巧合下得知香港有書法比賽，於是請假半天去當時的民政署報名，最終得到「青年學藝比賽」優異獎。在大會堂領獎後，自

此就有很多人找他寫字。別以為幫人寫字好歹算是文字工作者，能安坐案頭靜心書寫，事實卻是要日曬雨淋。

「三十年前，不懂英語，沒有其他技能，最喜歡揸筆。開始時，我只是抱着嘗試心態，兼職幫人寫字，客人喜歡給多少就多少，後來有人建議我開個call機，印點卡片招生意；直到生意漸夠為生，就索性全職寫字，但收入也不穩定。」當時三十多歲的華戈，經常帶着從垃圾桶隨手撿來的袋子，穿著短牛仔褲、白飯魚，四出「搵客」。其時八十年代的彌敦道已有霓虹燈和銅招牌，他只能專攻橫街窄巷，看到舊招牌就主動問店主是否需要填補，跟華戈行一段上海街，幾乎每兩步就有一間是他寫的。



(左) 沙田新城市廣場和九龍灣德福廣場皆是華戈之作
(右) 約有一層樓高度的外牆，華戈也照爬梯白手寫。

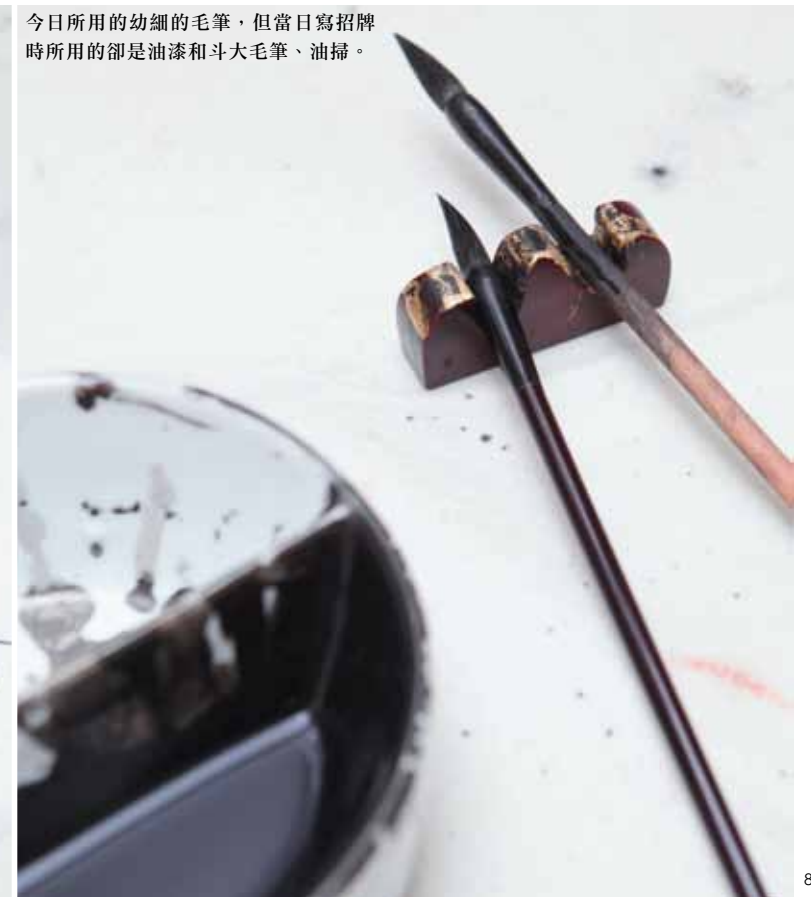
華戈最初做的是手寫招牌，即以油漆先髹上白底油，再以紅或黑色油白手寫字。高掛的招牌怎麼辦？華戈拿起紙筆圖解：「先架起人字梯，再在人字梯上綁竹梯，有時駁完都不夠高！」真是名副其實的「搵命搏」！「有時候深夜工作完，紅油滴在看似血跡，害我經常被警察『拉』。我記得有一晚在慈雲山寫『街斗』（貨車），已經髹好底油，寫了頭三個字，但突然有警察指我破壞他人的車，把我送去警局，以\$500擔保，再罰\$300，但我為那貨車寫字，報酬只有\$60……」華戈說來仍一臉無奈。

但他依然決心吃這行飯：「其他人寫大廈外牆，要先起稿、放上去度位、再勾外框、填油，但我是直接寫的，信自己，得就得，唔得就返順德。」幾年後，從朋友口中得知砵蘭街有九檔字檔，他便以\$2,800接手其中一檔，終算有了個安定的鋪位。

寫招牌時，華戈多用行楷，揮灑穩重兼備，對不同店舖也有不一樣的演繹：「酒樓的話寫得敦厚一點；麻將館、武館要霸氣；一般商店就以粗壯、豐潤的顏真卿體為主。」隨着電腦普及化和噴墨打印的盛行，現在幾乎沒有白手寫招牌，而華戈的工作更多是寫電影海報和開班授徒，《跛豪》、《逃學威龍》、《行運一條龍》、《食神》、《賭聖》等電影都出自他手筆，亦會因應不同的電影而選用不同字體：「《黑社會》波折一點，《殭屍》帶有幽靈感。」作品兼具傳統書法技藝和現代設計感，「以前寫字是為了傳遞信息，現在寫字是書法藝術欣賞。不少人都為興趣而學書法，當作是一種柔性的氣功運動。」他於2014年成立「香港華戈書道學會」：「學書法除了學技法之外，更重要是學做人，字如其人，字和人一樣，都應端正。」



華戈即席示範於有半身長字卷上寫字，一拿起筆，揮灑自如。



今日所用的幼細的毛筆，但當日寫招牌時所用的卻是油漆和斗大毛筆、油掃。



一個名牌，有三種字體，唯有中間的「美心皇宮」是華戈手筆。

油麻地果欄的「大益欄」，正宗黑白分明，甚有霸氣。



華戈的書室牆上貼滿學生作品，他指會順應學生的喜好和才能去教授不同的書法，不拘一格。



除製作招牌，金興也有製作字片，以機器幫助切割。



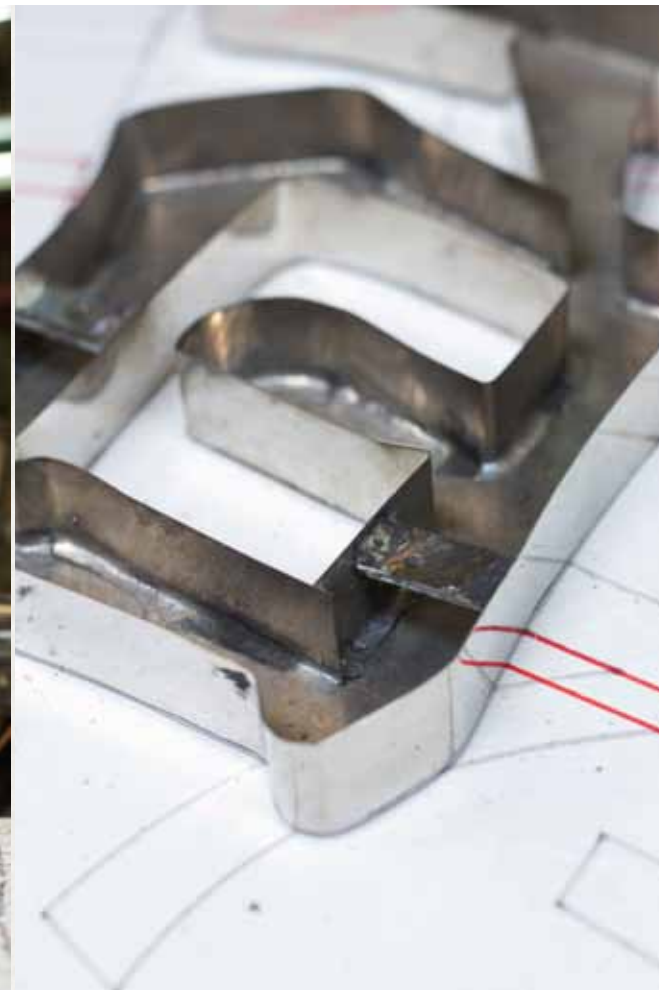
這「國」字銅招牌是胡老闆於一酒樓倒閉時拾來，起示範之用。



店內的工具箱都噴上「金興招牌」的字樣



老闆胡廣祥把寫／印好的字鋪在發泡膠板上以線鋸切割



招牌內部是空心的，先分別切割出面和側邊的鐵皮，再焊接在一起及加以打磨便成。

銅鋼之身

香港早期的招牌，不少都是白手寫的，但部分講求體面的行業如酒樓，會特地找人製成銅或鋼的立體招牌，這些招牌的誕生，幕後功臣除了書法家外，還有招牌製作匠人的技藝，才能把平面的文字變成三維立體的實物，活現在城市的大街小巷中，進入人們的視線，繼而影響市民對城市的觀感。

看着頭上巨大的招牌，不禁疑問，是書者打從一開始就以一比一的比例去書寫嗎？從事招牌製作超過二十年的胡慶祥解答：「未有影印機前，我們會把原稿放在投影機上，將之放大成一比一大小，再把字複製在紙上，並貼在所需的物料上，進行切割。」原來招牌內部是空心的，胡老闆先將字的表面切割，再以另一條銅片沿着

邊位扭成側面，並由他自製的燒焊機將二者接合、打磨才可。以銅字為例，一個字便需花上半日才完成。

但書法字形態變化多端、粗幼不一，不如電腦字般工整、確實，有可能完全跟足原作嗎？胡老闆指：「有些毛筆字收筆位置墨迹散開，招牌夠大的話仍能跟，小的話只能自行修飾補充，未必能跟足原稿，大概能做到七成吧！」

鍾情於耐用、實際

胡老闆1988年入行，數年後自立門戶，開設「金興招牌廣告」，膠、不銹鋼、銅、鐵招牌全部包辦。他指以往較多人採用銅鋼招牌，其中如酒樓這類講究門面的

行業更為常用。近年很多公司都用噴墨打印或LED燈箱，採用銅鋼招牌的減少了近八成：「以前的店一開就幾十年，願意花錢去做個好招牌；但現在的店一頭半個月就倒閉了，怎會捨得花錢？」加上來自內地的競爭，不少銅鋼招牌製作早就北移，但跟本地的相比，質素仍有距離：「香港的銅招牌真的用銅，內地的很多只是用鐵再鍍銅，用久了表面會起泡。」

諸種物料中，胡老闆還是鍾情於銅、鋼，像他店門外掛起的「國」字，就是他在一家酒樓倒閉時撿回來的：「銅招牌最實際，膠片用了四、五年會脆和碎，顏色也會走樣，但銅、鋼十分耐用，十多廿年都不會變。」除耐用外，銅鋼那厚重的質感和分量，相信也是其他物料難以媲美的。

(上) 藏於工作枱下的燒焊機由老闆自家製
(下) 不同物料的字質感各異



全部：銅·鋼·字都在香港製造



店面強調「香港製造」，只因大部分銅鋼招牌製作都移師內地，但手工參差。



擁有六十多年歷史的威靈頓街南華油墨公司，其五十年代的唐樓舊建築，最近於9月被古諮會評級為第三級歷史建築。原因之一是騎樓上的書法家蘇世傑墨寶。

中上環是早年香港報業中心，鄰近嘉咸街、孫中山同盟會會址的威靈頓街118號南華油墨公司，六十七年來從事印務和油墨生意，更是昔日各大報章和銀行的油墨供應商。其老舖於今年3月被市建局收購業權後，這幢三層高的五十年代唐樓舊建築也將會被拆卸，在原址發展酒店項目。古物諮詢委員會剛於9月評定這幢建築物為三級歷史建築，其中一個主因是陽台招牌上有兩行由同盟會成員、名書法家蘇世傑題字。這是蘇世傑在香港為商戶題字的少數作品之一，彌足珍貴，更道出傳統印刷業與中國書法文化的密切關係。

建築上的墨寶



店內不少古董機器，這是切割名片圓角的機器。

英國製的棉線，是裝幀線裝書冊專用的。

油墨來自荷蘭的百年品牌 Van Son Holland Ink

墨水家族

市建局甫公布收購消息，南華油墨公司店外便陸續出現一批批熱心的市民，有人舉起相機、手機拍攝，有人關心問候，部分舊客戶如版畫藝術家，則前來詢問結業期限。第二代掌舵人徐良，今年已八十多歲，自五十年代開始與胞弟在店裏工作，一家三代見證行業變遷。

南華代理的油墨、紙品均是從外國入口的優質牌子：包括荷蘭百年油墨品牌Van Son Holland Ink、書本裝幀專用的英國白棉線。這家老字號早年的供貨對象遍佈全港各區；到了九十年代，因為電子打印普及，加上成本上升，印刷業廠房北移，行業式微；同時間面對電腦時代的衝擊，信封、信紙用量大減，要不是舖位為家族自置物業，恐怕無法支撐到現在。

第二代掌舵人徐良，每天早起開店，站在古色古香的木掌櫃後面為客人解答問題。



第一代創辦人徐桓，熟懂中英雙語，創辦南華油墨之前，曾於孖士打律師行任職文書工作。三十年代初，他於荷李活道開業從事印刷，後來才專注於油墨生意。因為五十年代中上環區印刷店成行成市，為附近寫字樓印單據、信紙，不少自設廠房的本地報紙亦是南華客源之一，包括《華僑日報》、《工商日報》、《香港時報》、《新生晚報》，還有中華書局和商務印書館。坐在櫃台前的徐良，身後的古舊木櫃架上，密密匝匝都是油墨罐子，說起舊日風光，他的雙眼就眯成一線。講及家族歷史前，徐良便出題考考記者：「知道什麼是磁墨打印嗎？」「磁墨就是支票上的戶口和支票號碼，方便銀行用電腦掃描，即使支票技術如何改良，磁墨號碼仍沿用至今，這是我們當年率先從歐洲引入香港的印刷技術，連滙豐銀行也是客戶之一。」說罷，大家的視線便移至放滿牆櫃上的油罐……

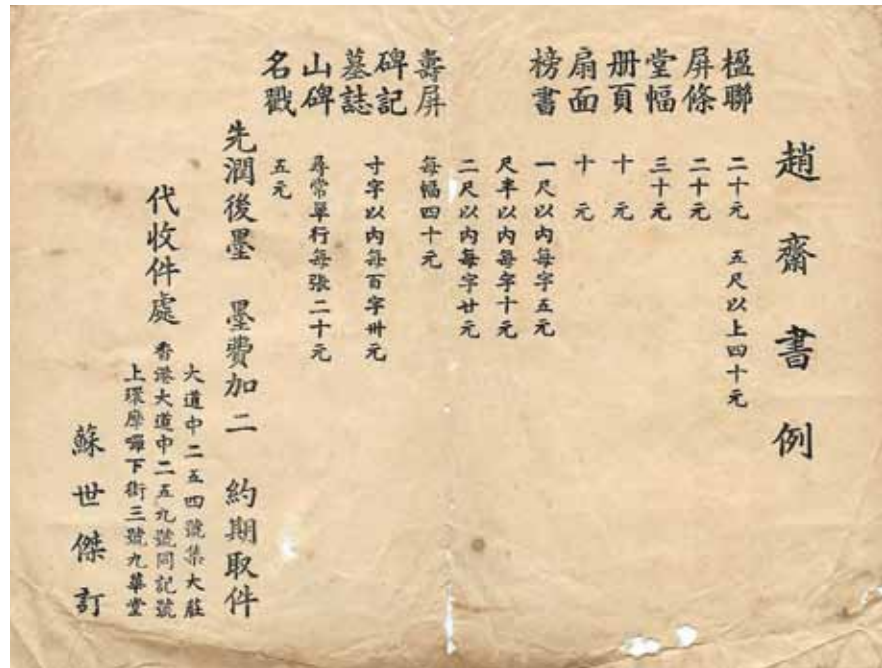
徐良年少入行，回想父親的文化培育，讓他最難忘的是小時候上私塾學習詩詞書法的時光。「印刷屬於文化事業之一，父親認為下一代也需要傳統文化教養，就算是不會寫，也要懂得欣賞。」當平面設計師陳濬人把珍藏字帖拿來向徐良請教時，徐良也將店內珍藏的父親舊書帖，與之分享。



名片也是昔日流行的紙品，人們會買來精美的紙卡，印製名片。



由《墨想》借出的「趙齋書例」，可見舊時書法家題字的收費方式，項目、價錢清清楚楚。此為蘇世傑訂立的收費表，後人亦以此為標準修訂。



蘇世傑的墨寶

南華油墨公司三層唐樓上的蘇世傑題字，兩行寫上「南華油墨公司」及「專辦各國名廠油墨洋紙印刷材料」的字樣，採用了全人手打磨的意大利批盪，與建築物兩層的騎樓外牆融為一體，也是全幢最搶眼的地方。一般人大都以為這只是普通招牌，牌上的楷書也不過是清楚明確。然而，當你站在威靈頓街上，細心環視招牌與四周商店、街道的關係，才真正明白這兩排中文字的功力所在。

家住上環，研習書法多年的陳濬人，自修讀平面設計的學生時期，就對這些老店的招牌字深感興趣。他發現位於南華油墨公司右邊的，是香港常見的當舖「押」字標誌，從文字上的筆劃、力度和方向看，會發現南華油墨招牌上的北魏體，跟「押」字有相似之處。可是從字體的質素來說，書法家蘇世傑的字，不但力度足，結構更見穩固，散發着一股傳統書法的韻味。「中文招牌在香港扮演了重要的文化角色，這些來自書法家的墨寶，不似電腦字般死板，每個字都有恰如其分的大小、運力和結構。當你細心觀看招牌上中文字的擺位，如旺角鳳城酒家的招牌，就可以理解為什麼一個好看的中文字招牌，當中潛藏了許許多多的美學、文化價值。」陳濬

人說罷，就如數家珍地說出眾多曾在香港招牌留下墨寶的書法家名字，對他們的敬佩之情，不亞於設計大師。精於趙之謙北魏體的蘇世傑，自然成為他的研究對象之一。

嶺南派書法及收藏家蘇世傑，是廣東四會縣人，早年自廣東陸軍測量學校畢業後，於鐵路局工作，並獻身革命，加入由孫中山領導的「同盟會」，曾任廣州市財政局長等要職。1954年他與張韶石、譚頌平創辦「香港頌盧書畫苑」，又與鄧碧雲、李供林等人重組「清遊會」，定期雅集，研讀書畫，又在1973年創辦「香港中國書道協會」。1975年香港美術博物館（現香港藝術館）曾舉辦《蘇世傑書法展》，因此在博物館的香港書法館藏中，也有蘇公的作品。



設計師陳濬人把家中珍藏的趙之謙書帖帶來與徐先生分享



徐良從倉庫內找來的父親珍藏，這本由中華書局出版的《宋榻黃庭經》，為民國十四年四月再版。



「南華油墨公司」六字由蘇世傑書寫，採用趙之謙體，每筆都有濃重的墨水質感，力度足，更可以看到蘇公的功力，字與字之間，剛中帶柔。



飛出的騎樓，具有五十年代的建築特色外，中文字與英文字配合亦花心思。然而，這是必須要站在街頭方能理解的視覺空間體驗。



店舖保留下五十年代的裝潢，從家具到擺設，一如以往。

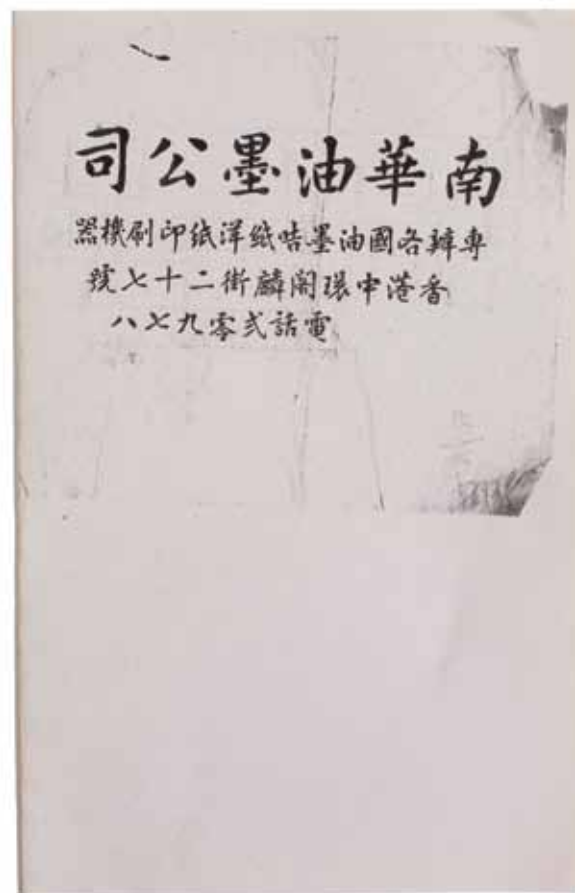


地板上的圖案水泥磚也是美輪美奐

旁邊的樓梯採用意大利手工水磨石打造，比例佳，造工細，也是建築物的五十年代設計特色之一。



店舖不同角落都有細緻的裝潢，如鐵門上的花紋、字體也是找人手製作，可見創辦人對字型 and 細部的要求。



創辦人徐桓與文人相熟，除了蘇世傑的招牌題字，寶號字體也曾經找來另一位書法家書寫。



(上) 大日本油墨公司的贈鏡

(下) 第三代的徐氏兄弟依然回舖頭幫忙

五十年代的香港書法家，大都是來自中國的著名文人，蘇世傑也是一例。他們除了從事文化活動外，也會為商家題字。《墨想》的林賀超借出一份名為「趙齋書例」作參考，從中可以看到蘇公為楹聯、屏條、堂幅、扇面、榜書、碑記等訂立的收費表，事事有規有矩，更指明「先潤後墨」。

從書法風格來看，蘇世傑受趙之謙的北魏體影響極大，就以南華油墨招牌為例，便可以看到書法家的北魏體，筆觸有如游魚般靈動、鮮活，卻不會失去方向，穩重地印在騎樓上，無論你從街上哪個方向看，都可以感覺到商號穩重的存在感。「中文字結構複雜，每筆每劃都要細心考慮，這些在建築物上的墨寶，就是我們學習上一代傳統文化精神的最佳教材，也是培養城市人美學修為的養分之一，看得愈多，才懂得分辨哪些是上品佳作。」

原汁原味五十年代

舊時商號請來書法家題字，不只是为了名氣，更重要背後的文化意義。南華油墨公司始創人徐桓，從事印務行業，跟

文化界別人士相熟，邀得蘇世傑親筆題字外，在整幢建築物的設計也花了不少心機。

建築物原址本來屬於一家舊餅店，徐桓買入後請來建築師把原來的戰前唐樓，改成現在的四層高建築，包括更換木樑、地板改成英泥材料，採用意大利手工水磨石加建的新樓梯和騎樓等，從建築外貌至室內裝潢，甚至家具都保留下原汁原味的五十年代風格，平實、寬敞的室內間隔，更是為了承擔沉重印刷機器而設計。在古物諮詢委員會的評級報告書中，指出這幢建築物在設計和歷史上的獨特之處，包括具備混合性的戰前和戰後唐樓特色，造型簡潔的戶外騎樓，其飛出街道的結構應該是同年代唐樓設計中獨一無二的，不獨是當時的唐樓建築代表，更與旁邊118號三角屋頂形的戰前唐樓永和雜貨舖，及99F號的二級歷史唐樓，組成中區文化建築物的重要一員。

歷史價值何在

到底招牌文字在建築物上的價值，跟其建築硬件特徵有否相同分量的歷史價

值？記者去信古物諮詢委員會和市建局，古物諮詢委員會新聞處表示，威靈頓街118號處於評級諮詢階段，暫不願意接受傳媒採訪。市區重建局發言人則以書面回覆：「中環威靈頓街118號屬市建局卑利街／嘉咸街重建項目範圍內，有關土地亦已復歸政府。」至於有關建築物外牆上由書法家蘇世傑題字的招牌將如何處理，局方只作以下的回應：「知悉蘇世傑後人已聯絡南華油墨公司負責人表示有意保留先人墨寶，若他們得到南華油墨公司的允許，本局日後在拆除有關部分時將提供所需協助。」

根據香港《古物及古蹟條例》，獲三級古蹟評級的建築物，即是指「具若干價值，並宜以某種形式予以保存的建築物；如保存並不可行則可以考慮其他方法。」現階段來說，南華油墨公司的建築物依然會照原定重建項目計劃拆卸，蘇世傑的題字招牌則有可能跟隨騎樓上的水泥整塊割下，按其後人意願送到廣州博物館收藏，然而，當招牌脫離了原本的建築物，還可以讓人們了解它本來的價值嗎？

變幻方寸中

擁有八十多年歷史的老字號范金玉，老店就在上環文華里的巷子中，其招牌乃是蘇世傑送贈的北魏書法題字。店舖第二代理人范彬十多歲入行跟隨父親范金玉學習篆刻印章的技藝，圖章上的中文字要端正地放在方寸之內，更要講究能否表達字體的味道。老店現傳至第三代，服務種類變得更多而廣，包括工商業和禮品刻印，也不忘堅持保留老招牌和上代的舊印章作品。「這是我們的根，多多錢都不會賣。」第三代代理人范志垣說。



范金玉從三十年代至今已第三代，第二代的范彬（中）、第三代范志垣（右）期待第四代的孫兒（左）日後可以把家業延續下去。



京都念慈菴標誌也是由范彬設計、雕製。



上環文華里是范金玉的發源地，舊相中是第二代的金字頂鐵皮街檔。（圖片由范金玉提供）

94 由蘇世傑題字的招牌，成為范金玉的鎮店之物。



95



由第一代范金玉雕製的印章，手工精巧，是老店的無價寶。

書法處處有

打開文件夾，一頁頁的印章草圖全是范彬的手稿，有人名、商標、公司、金條號碼，當中不乏熟悉的名字，如京都念慈菴川貝枇杷膏。製作工具就是筆、刻刀和雙手。看着兒子整理出來的舊照片和作品，回憶源源湧現，范彬以輕而慢的語氣，娓娓道來背後的故事。傳統印刻曾是香港人的身份證明，文件上每逢簽名都要蓋印，是生活必需品之一。「我們以前一家七口就是在這條街生活，日間開檔工作，晚上就是睡覺、休息的地方，曾試過七師兄弟同睡一檔。」說的是文華里這條滿是印章鐵皮檔的小街，范金玉舊牌檔較近文咸東街，新檔近月遷至永樂街街口。

范金玉三十年代主要以木章、牛骨章為主；五十年代香港工業興起，不少廠家需要銅模、鋼印等，便開始增加機器製作。范彬在行內甚有名，可以徒手雕刻任何質材、字款、圖案包括人物、花草和走獸，更練得一手了得的美術和書法功底。

自小養成每日習練書法的他，視之為修行之一。

當年的上環是華人精英集中地，臥虎藏龍。文藝界同業經常在區內活動，因此也造就范彬與蘇世傑的一面之緣。「我習慣早上開工前先去酒樓飲茶，因此認識到蘇世傑，當時他已七、八十歲，身形高大，愛穿唐裝，我們也曾一起習練功夫。朋友代我邀請他為范金玉寫招牌，蘇公二話不說，就寫了這張墨寶，我們保留至今。」然而招牌保留了幾十年，大家一直都不知道這位書法家的背景。歸根結底，也是因為書法藝術文化在本地並不普及，一般人都不知道書法風格之別，如金石篆、楷書、隸書等等。特別是九十年電腦盛行後，愈來愈少人習字，令這傳統幾近被遺忘。

講究味道、耐勞

范金玉「以客為重，忠誠守信」為宗旨，范彬也有自己對成品堅守的原則。



范彬少年相（圖片由范金玉提供）

公司、人名圖章，每個字都要小心考慮空間和筆劃，還要表達出字體的味道。



「我們一手包辦設計、製作的工序。溝通時，不是客人想點就點，而是要解釋在方寸之內的可能性。一個好的印章，必須要將書法文字的味道展示。」例如中文字傳統是從右至左，為了配合中英文融合寫法，也有客人要求從左至右；再者人名個個不同，如何把姓名平衡、有味道地放在章上也是功夫之一。范志垣指着印章解釋說：「印章可以用很數據化的方式計算，就如金飾上需要的0.3毫米尺寸的數字模，中文字卻只能憑藉工匠的經驗、對文字和書法的認識去處理，每個字的組合都沒有絕對的標準。這盤橫跨三代的生意，傳承至今也不容易。我入行也是父親手把手地教，一步步地累積經驗。」

香港精神講求靈活變通，范彬說刻苦耐勞才是范金玉的精神，在其工作的黃金年代，客人遍及新加坡、日本、亞洲等地。為了刻好一個字，甚至會花上一整天。到了現在，兒子堅持保留上環老店，更不時重看上一代的印章和手稿，叫自己莫忘祖業的初衷。

字檔旁掛滿醒目的大字，吸引途人和客人。



因應不用線條的長短粗幼，需使用不同寬度的釘子。



胡伯對於字體的整齊度十分講究，每條線都以間尺量度準確才「扑錘」。起好稿後就這樣專心地順着邊緣把鐵片鑿斷。



現年七十九歲檔主胡丁強（胡伯）擺字檔超過三十年，除打風落雨外年中無休。

旺角街頭總是嘈雜不息，在胡家坊對面的亞皆老街，細心留意，卻會隱約聽到人聲車聲外的另一種聲音：「叮、叮、叮」，停一停，再「叮、叮、叮」，清脆俐落，不急不徐的節奏，像極某種遙遠而古老之音，跟眼前鬧市形成微妙對比。

街頭鑿字 紮根書法



隨街可見的「通渠」、「不准吸煙」等標語字句，其實都是源自鑿字這手藝。

「叮叮」之源，來自旁邊的鑿字檔。檔口其實只是一張工作用的木枱，旁邊豎起掛滿書法作品和鑿字鐵皮的木板，鮮黃、鮮紅的字牌十分養眼：「胡丁強字檔」、「專業鑿字」，尤其那一句「鑿字、鑿過就知」，帶有幽默懸念。

但鑿字其實一點也不神秘，牆上的「不准吸煙」、「請勿停留」、「渠王」等噴漆標語，全是鑿字作品。雖然是不起眼的標語字句，但這種傳統手藝基本功同樣紮根於書法，如現年七十九歲檔主胡丁強（胡伯），本身就是一名街頭書法家；自學書法的他，八十年代於砵蘭街擺檔，幫人寫揮春、對聯、招牌，字檔旁一幅幅《岳陽樓記》、《陋室銘》等書法作品，秀麗端正，胡伯淡然地指：「以前窮，寫字是嗜好，小時候喜歡背古文，哪首詩就把它抄下來。」

最緊要整齊

後來開展鑿字生意，身為「文字工作者」的他，對於字型也很講究，多寫正楷。鑿字時最重要是整齊，不能歪斜，胡伯先量好每個字的大小、間距後，再用毛筆墨水在雞皮紙上起稿，並計算哪個位置需「留位」，然後把雞皮紙貼在鐵片上，再墊在鐵板上，準備就緒，就可以開始以不同形狀、大小的釘子和錘子，沿着邊位，一下一下把鐵片鑿斷。

手工製的每個字，一勾一勒都細緻地呈現出來。近年電腦字盛行，但他始終認為：「中文字是手寫的好，英文字是電腦的好。」英文字和數字的製法也很嚴謹，如英文字母U字，先畫兩直一橫，呈直角的U字，再用圓尺於直角內畫弧線，形成U字底部的完美彎位，一絲不苟。

不難發現，鑿出來的字都是「分體式」的，原本相連的筆劃，都被分割成多個部分，這就是「留位」的技巧：「不能整個字都空心，如『田』字，假如整個空心，就看不出是什麼字。加上預留更多鐵片位置，更加實用，一張可噴個二、三百次。」聽似簡單，但因留位而要增加的邊位，都得仔細地收邊，也要順應字體和筆劃，該圓則圓，該直則直。留位可有原則？有，但在心中：「靠經驗咯！」



喜愛書法的胡伯，檔口當然不少得不同大小的毛筆，起稿也得靠它們！



錘仔打在用來鋪墊的鐵板上，發出清脆的「叮叮」聲。

設計的底蘊來自生活和文化，字體更是平面設計的基本元素之一，然而中文字體的受重視程度，一直不如英文字體，一來中文電腦字體造字過程繁複，容易影響字型的質素和美感，看起來呆板、硬朗；二來，業界和用家對於文字與書法文化背景缺乏認知，難以建立賞析的風氣。

尋根、創新

為中文字體

98

99



理大設計學院傳意設計課程主任／助理教授、字體設計師譚智恒（中）和兩位設計系畢業生，包括參語設計創辦人陳澹人（左）和Dalton Maag字體研發設計師許瀚文（右），三人與志同道合的平面設計師，不時研究、分享對字體的了解。



陳澹人每日習字，此為臨趙之謙真書「為」字的分析圖。（圖片由受訪者提供）

找來華戈書寫的「同文堂」字句

理大設計學院傳意設計課程主任／助理教授、字體設計師譚智恒（Keith Tam）和兩位設計系畢業生，包括參語設計創辦人陳澹人（Adonian）、和Dalton Maag字體研發設計師許瀚文（Julius），過去幾年持續地深入研究大街小巷中的招牌字體，以街頭美學追溯前人的智慧和文化的，並將之融入設計。對於北魏書法體，他們認為不單代表着香港的歷史，更流露着一種香港人從生活中練就的精神。「與其參考外國設計比賽年鑑中的得獎作品，不如細看身邊四周，透過觀察、分析和思考，將城市中的文化養分提煉成為設計。」陳澹人意志堅定地說。

書法是修行，也是認識自己

「研究中文書法字，是我的修行之一。」自小喜愛藝術、設計和音樂的陳澹人，每天早上堅持練習各種藝術，包括大提琴、書法，後者更被他視為一生的研究課題。

他在臉書上寫道：「設計香港北魏真書前，必須打好書法的根基……28歲生日跟自己下的其中一個承諾是每天都練習書法。今天臨的是趙之謙的真書，一直臨都頗為暢順，直到『為』字就開始手心冒冷汗……『為』字一直是我非常害怕寫的字，因為結構稍有差池就會東拉西扯……

既然下過了承諾就唯有積極面對，不過在亂寫一通之前還是好好分析一下：『為』屬於單體結構，由於主要筆劃都在右方，所以左邊的點、橫及撇劃要好好平衡。但最重要是呈三角形的結構，而筆劃交錯的三點則在三角形的中軸線上。此外，橫向的三橫角度及弧度要一致，轉折的斜度也一致。因為趙之謙的勾劃特長，勾劃的角度就更重要，勾的角度不可以向上剔，否則會跟上面衝突，而勾劃的尾端指向起筆作呼應。

「雖然這是視覺上的分析，但從中卻瞥見一些道理：漢字的美學建基於每個字裏筆劃間的協調及和諧，從而到字與字之間的配合而成為整體的文。這不正是個人與社會的關係麼？或許人與人引起衝突之源，是因為個體內裏的『筆劃』、『結構』的紛爭？」

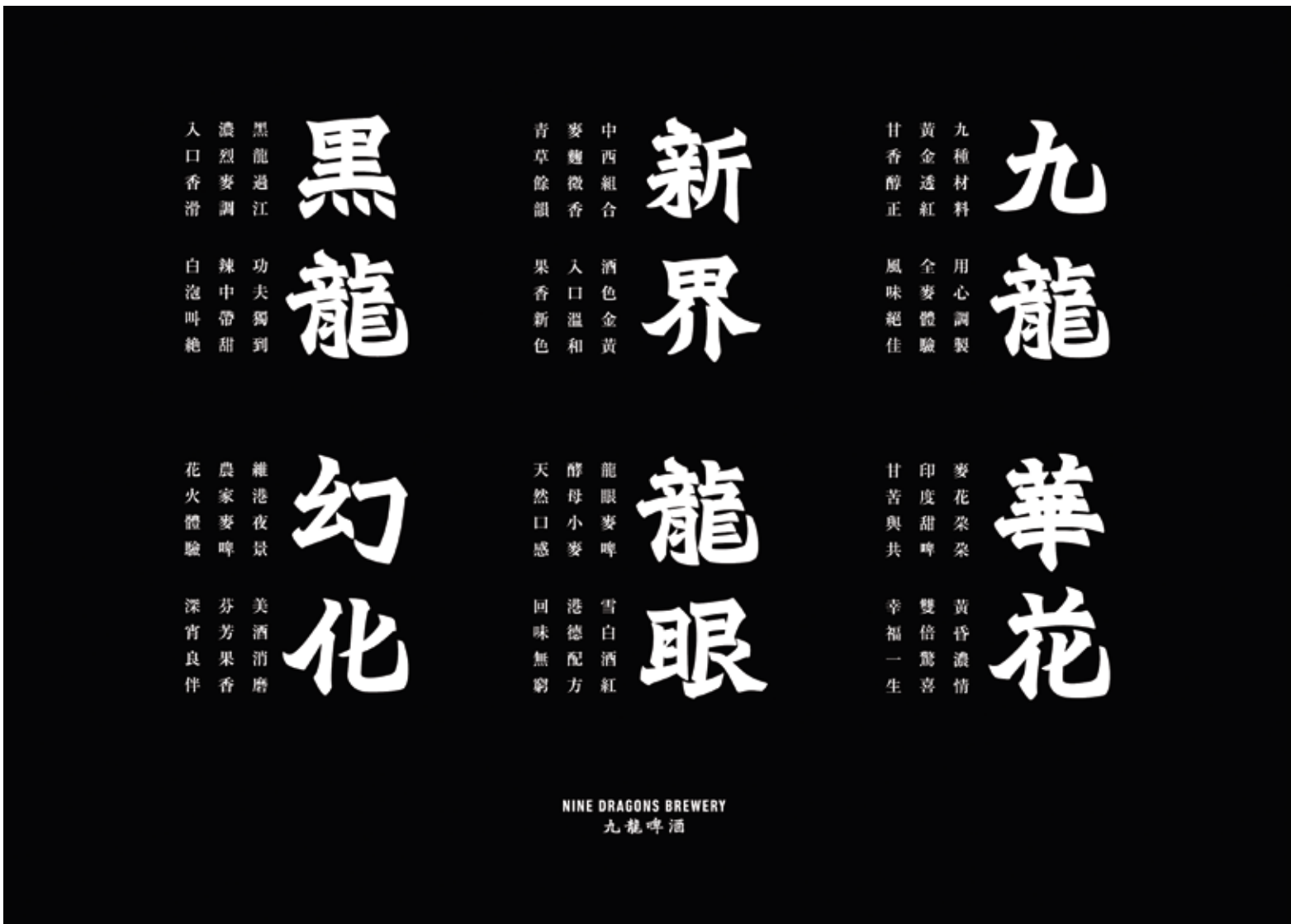
從習字理解處世道理，談的不只是美學，而是背後的感悟。「設計需要分析，才能與別人分享。初學書法時，老師常說街上的招牌字寫得差，不值一看。我卻覺得有另一種美，直到讀設計後，以平面設計的語言去拆解招牌字背後的書法源頭，才發現好些老店的招牌採用了清代舉人、文人墨寶，這些中文字不僅擁有中國傳統，也潛藏了前人的生活美學。」

舊區重建，老店結業後剩下的招牌，都是設計師陳澹人的收藏品之一。



「大押」是香港常見的招牌字，從平面到立體，每個角度都可以找到新的學習點。

「西」字雖然筆劃簡單，其實很難寫。



九龍啤酒
九龍啤酒有六款味道，設計時不但商標造型以北魏體為基本，連文案也用上舊時商品語氣，令本土味道更濃烈、更具說服力。

西九大戲棚

歷屆西九大戲棚令人最深刻的印象莫過於華麗濃艷的花牌，翻查香港的花牌歷史，設計師發覺大部分字型都是趙之謙風格的變體，因此大戲棚的標題字，「大」字的撇捺有強勁誇張的尾筆，平穩站樁；「戲」字用了異體字「戲」代替，「棚」字裏的鈎亦常見粗楷行筆比一般的鈎長一倍以上。



拆解北魏體

參語設計的陳澹人，細心分析趙之謙書法與香港北魏招牌字的筆劃、結構，透過摹寫、解拆，方能了解當中的技藝，以及用電腦製作的新可能。

(撰文、圖片由參語設計提供)



夏國璋 (上環)

「女」部的撇劃延伸至底部，呈三角形的結構令「夏」字非常穩健。



鋪記 (上環)

一般楷書的「言」字裏的兩橫長度相若，而鋪記的「記」字則刻意加長第二橫，以及強調牽絲，令原本平淡的「言」字更具躍動力。此外，偏強有力的豎彎鈎是趙之謙風格的一大特徵，而香港風格則在這基礎上改良，轉折用中鋒令整個筆劃均衡，以及鈎的些許飛白極具霸氣。



華廈別墅 (旺角)

正楷的「別」字撇劃通常起筆重而收筆輕，趙之謙則運用隸書收筆重，呈雁尾形態的撇劃。趙之謙的橫折因為側鋒用筆而較幼；香港風格的橫折則較多按而令整體粗幼統一，也令製作成實體的字更穩固。



光昌燕窩行 (上環)

趙之謙風格的北碑楷中，豎鈎應是最容易識別的特徵之一。豎劃外線的弧度充滿彈性，再加上特長的鈎，令整個字雄渾奇倔。

「香港文化是什麼？作為土生土長的香港人，我一直在尋找答案，在招牌上的中文字中有前人的美學智慧，還有傳統書法講求的法則，唯有透過理性的分析，才能明瞭這種潛藏的無形規則。」

陳澹人 (參語設計)



剛去了京都旅遊，陳澹人發現當地從幾百年的老字號到新店都非常注重招牌上的書法字，拍下了不少招牌照片。巷街中更有專門製作招牌的「看板店」。

北魏流行香江

在不同年代的香港舊照片中，不難發現本地商號採用的中文字體，其書法風格也有潮流可追溯。比較1930年前後的街道照片，商戶中文字造型較圓潤、輕盈的，因為那些都是來自清末書法家的筆迹，如岑光樾；到了五、六十年代，則明顯地多了粗重、有力的北魏體，成為當時的主流。Adonian取來公共圖書館特藏書《書法示範特輯》說明，由區建公著寫。「區建公在五、六十年代以書寫招牌出名，在此書的封底有齊各種流派、風格的書法字，可能是他給客戶挑選書風的書例，當時他寫一個字，收費二十元（當年工人月薪約百元），算是很貴，也間接造就北魏體風行。是他寫的也好，後人跟風也好，都令當時街上佈滿了北魏體的招牌。」

區建公書寫的招牌，遍佈港九新界，然而近年租金高企、舊樓拆卸、老店被逼遷，可找到的例子已經愈來愈少。為了研究，三人喜歡走到各區街頭，果欄、米舖、海味店、麵店等等，每遇上北魏體或疑似北魏體招牌，就用攝影機或手機拍下，收集素材，Keith笑說過程儼如採集標本。在他的網上圖輯中，便上百張與招牌字體相關的照片，造就他寫成〈追尋香港的北魏楷書招牌〉和〈溝通的建築：香

港霓虹招牌的視覺語言〉的文章。作為設計師，他對中文字體的興趣，乃是其背後100故事和細節：「早年的招牌並沒有設計或101 branding的概念，不管是什麼行業都用同一種字體——北魏體，可說是出自於香港人的務實性格，因為北魏體字型清晰，從遠距離都可以看到，更可以說是具備Optical Size。從文人的角度看，會覺得北魏體不夠藝術性。從實用角度看，它卻具備碑帖兩種優點，書寫時可以因應環境和空間條件變化，無形中也為招牌帶來獨特的生命力。研究時必須要連帶招牌字體附近的建築、街道空間一併考慮。」

區建公帶起的熱潮，可以在街頭店鋪的招牌，如「依馬打」及各式橫額上見到後人的跟從，包括謝熙、曹華安等等，商業機構商標名字如「新鴻基」，採用粗圓字體，也是八十年代特色之一。



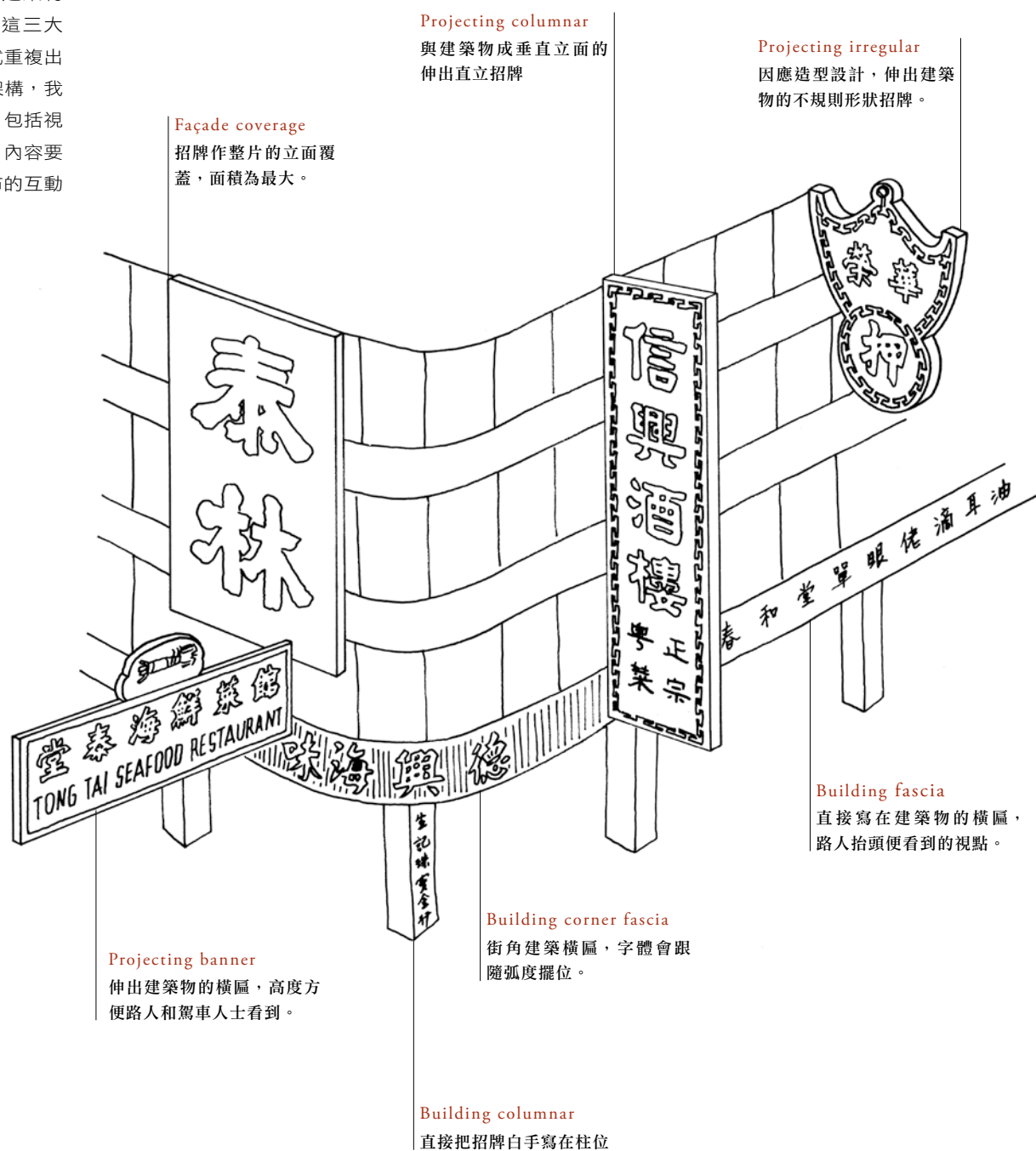
紮根於觀塘的曹華安招牌

招牌與街道並生

譚智恒認為香港招牌雖然看起來雜亂無章，其實在城市空間中卻展現出一套基本模式。他以照片和繪圖，分析招牌字體和城市的關係。

「城市中的各類型招牌，與樓宇、行人和城市環境之間的互動，代表了十二種出現在香港城市中的招牌原型，根據它們安裝在樓宇的三種位置，分成在建築物上延伸、在建築物外牆以及店面這三大類。這些種類的招牌以不同的方式重複出現，遍及城市各處。藉着此分析架構，我們能更深入地理解招牌的各範疇，包括視覺表現、字體、設計、美學價值、內容要求、建造模式、觀看距離、與城市的互動等。」

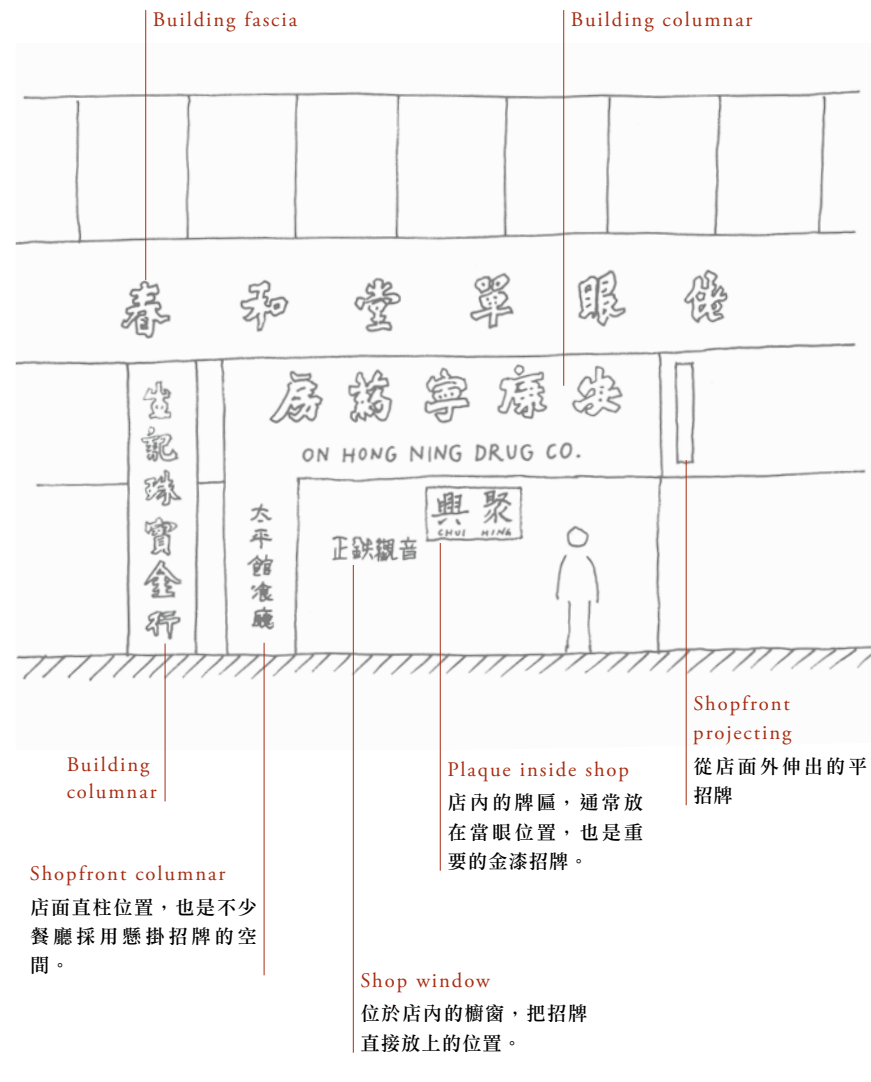
（撰文、繪圖和照片由譚智恒提供）



102

103

位於西營盤的正佳肉食，招牌已拆。這是店面直柱上的石米字。



「城市中充滿各式各樣的生活設計例子，我喜歡以地道的庶民視覺作教材，利用設計概念去研究、解讀，招牌字體有源源不絕的靈感，還有深厚的工藝和思考價值。」

譚智恒（理大設計學院傳意設計課程主任／助理教授）



上環的祥興茶行。店面的中英雙語招牌，以金、黑、白為主色。北魏楷可能是區建公的手筆，細緻的木刻字很有立體感。傳統且風格強悍的北魏配以簡潔無襯線的黑體大楷英文，風格迥異但非常匹配。



建於1967年的華富邨沿用盜磚燒製的樓宇標識，中文採用北魏楷書，可見此書體用途甚廣，當年亦常見於公共建築。英文名字配上粗體粗襯線的傾斜大楷字，像是摹倣北魏楷書誇張的起筆和收筆處。



灣仔陳滿林跌打，出自區建公的北魏楷書。以黑色油漆直接漆上大廈外牆，清晰易辨且氣勢非凡。

工藝 VS 創新

作為設計師，工藝應用和材料都是重要的考慮。中文字體質素自然也有優劣之分，與當中採用的工藝、工具和審美知識甚有關係。在英國求學時，Keith就發現唐人街的店子大多會用英文字作招牌，有些中文字卻草草地以壓克筆了事。他在利物浦讀書時，當地華人組織的報紙設計，英文排版都用活字，中文則用人手寫上，也間接反映書者對中文字美感的要求。「舊時店舖的金漆招牌都是重金請來書法家的墨寶，再用金屬、木雕等製作；現在營商思維不同，一盤生意，要應付高昂的租金，甚至只做一、兩年，商人才會用最便宜的方法如阿加力膠、電腦砌字、易拉架等。」

同樣是字體設計師的Julius，嘗試從招牌字體結構等角度分析。「很明顯，區建公的字比南華油墨的北魏體挺拔。中國南

方人看字，着重能否表現得精神，看上去夠不夠猛，商家不想選取文縷縷、又或者是四平八穩的書體。因此，通常只在廣東地區才會看到北魏體的招牌書法，台灣、大陸則較少見。」

英文 VS 中文

英文字體的美學講究黃金比例、結構；最經常被使用的Helvetica，優點是中性、具包容力、實用；中文字卻要以另一個角度去欣賞。從字型本身去看，從內而外，如書法的行書講究幼細，節奏感；楷書有規有舉，要穩重地包圍。設計師們集中分析前人用北魏體書寫的招牌字，更發現了北魏在視覺應用上的靈活性。這點看陳澹人在工作室收集的老店招牌字就知道，不同字有不同結構，經由不同書寫者和招牌製作者，就有不同的完成品。上下左右，從不同角度細心地研究，是參考也是一種學習。

重新演繹

許瀚文，畢業後師從柯熾堅研習開發信黑體，現在為Dalton Maag字體研發設計師。他近年游走於中港台三地，更以北魏體為基本，設計新的字體標題。

(撰文、圖片由許瀚文提供)



北魏楷書威猛、有力、厚重，用在需要抖擻精神的抗爭標語上最適合不過。配合這次「遮打革命」，先參考了香港多種不同的北魏楷書，取用最厚重、最威猛一種去製作「罷工」、「罷課」，鼓勵大家參與社會抗爭。

「曾經跟日本字體設計師交流，他們鼓勵我們欣賞香港的字體，因為背後擁有深厚的書法根基，值得我們去重新發掘。」

許瀚文（字體研發設計師）



台灣並沒有北魏楷書的蹤影，有的是主流粗顏楷、歐楷。除了都變成粗體外，寫法上有刻意令字的輪廓、筆劃較精采醒目，達到吸引注意力的目的，但是成品的氣質便與北魏楷書完全不同了。

「北魏本來刻在硬朗的碑石上，筆鋒尖硬；書法則是用柔軟的毛筆書寫，無法照碑直抄，故此趙之謙的北魏體主張演繹，每筆每劃都可以看到他思考、創造；這點在北魏體招牌上更是明顯，如果要以字體設計來說的話，就是製作Logotype的最佳素材。」陳澹人說。為了把這種五、六十年代流行的字體用於設計中，為客戶製作案子時，他會嘗試以現代設計重新演繹香港的北魏體，作品包括西九大戲棚、九龍啤酒。「創新的意思是要做得比前人更好，但不能變成包袱，要成為創作的資源。我希望未來可以為客戶量身製作屬於他們的招牌字，從平面到立體一手包辦。平面設計經常被人視為可有可無的decoration，我卻認為，文字本來就是最基本和簡潔的元素，只要專心致志地處理它就好了。」

招牌的社會功能

西方有製作Lettering、Logotype的傳統，前者是人手繪畫的美術字，後者則是為商標專門訂製的one off文字。招牌字體某程度上也類似後者，更是讓人理解城市空間美學的重要元素。Keith把招牌與城市



為自小在元朗長大的插畫師麥震東畫的「麥東記」字樣。設計參考了麥震東最愛：由香港名書法家區建公書寫的「好到底麵家」北魏楷書字樣，筆劃、架構、態勢都參考了區先生的風格。

街道景觀仔細分析，發現各類型招牌與樓宇、行人和城市環境之間的互動，代表了十二種原型，分別為建築物上延伸、外牆及店面三大類。「很多人都不懂得分辨欣賞招牌上的書法字，以為那只是裝飾。其實招牌與建築物、街道共生共存，也是歷史一部分，當你把舊建築物上原來的招牌拆去、換新，其實是在破壞建築的歷史，而很多時候新的都不如舊的好。」

招牌的另一個社會角色，則代表了一個城市對歷史的尊重和認知度。Adonian剛去了京都旅遊，發現當地無論是幾百年老字號還是新店，都非常注重招牌上的書法字，更有專門製作招牌的「看板店」，甚至連舊招牌也有專門店販賣。「京都的招牌都會用上最好的木材，又會找專人書寫，把這種古老的工藝保留下來。看到京都的做法，讓我也想把香港北魏體招牌復興，教育大眾對招牌文字和書法源頭的認識。當你了解過背後的歷史、文化、美學，才會珍惜、反思什麼是真正潛藏在香港城市中的文化價值，其實一直都在我們的日常生活之中。蘇世傑曾經在香港發起成立書道會，目的就是想要守護和宣揚書法背後的深厚文化精神。」



實後記 在的美

香港戰後至五、六十年代流行的北魏體招牌，當下已沒有多少商號使用，近年卻成為書法愛好者和設計師的研究對象，不只是為了字體上的美感，還有背後豐厚的歷史源流和文化品味。字如衣冠，也是觀照城市的最佳媒介，招牌上的文字更是活生生的文化歷史見證。什麼才是香港風格？面對今天消費掛帥的社會，這種樸實、實事求是的美學價值，代表舊時香港人的精神和靈活性格。

在社會正值動盪之際，也許可以趁此機會走到街頭，以最近的距離重新認識這些被人遺忘的招牌文字。透過觀照前人留下的筆迹，靜下來，想一想要到底什麼才是香港核心價值，城市的未來發展和保育又應該如何發展下去？答案也許只是近在咫尺。▶