

如果說每一個城市都有屬於她的煙火氣，香港大街小巷的招牌字，亦稱得上是這座城市的風景線，當中不少出自李漢之手。但伴隨城市發展，愈來愈多書寫招牌字被電腦字體所取代，傳統招牌字又該何處尋？身為招牌店第二代傳人，李健明日對夜對李漢留下的數以千計傳統手寫字，傾力修復它們，使之成為現代人可以使用的電腦字體，甚至如今身處疫市下，也積極尋找「李漢港楷」的新出路。

大公報記者 劉毅 謝敏嫻

招牌店第二代傳人李健明希望愈來愈多人使用「李漢港楷」
大公報記者劉毅攝



曾經一度，李漢寫的招牌字出現在香港的大街小巷，「李伯所寫的招牌，涵蓋食肆、醫館、金舖等行業，多集中在新蒲崗、九龍城、深水埗等平民區。」李健明說。而李漢與李健明的父親李威則是一對相識多年的好拍檔，他們一個是寫字匠，一個是製作招牌的師傅。多年來合作無間，據李健明轉述父親描述：「李漢人好，又沒有藝術家脾氣，相識久了，二人就有了稱兄道弟的緣分。」

上世紀九十年代，李漢自覺身體轉差，為了令好友李威日後也有招牌字可用，他有計劃地撰寫了一批手寫字，加加埋埋差不多有五千字。返回家鄉前一股腦交給了自己的老友，「於寫字匠人而言，手寫字是其謀生工具，但他卻交給了我父親。這樣的深情厚誼實在難得。」

電腦製作助傳承

李健明於一九九六年讀完大學後，為了不想父親辛苦，也為了延續父輩之間的這種深情厚誼，他開始接手招牌店的工作，希望能進一步傳承並發揚李漢的招牌字，「李漢書法介於行書與楷書之間，多是一體成型。但他寫的字，既不會令客戶覺得缺點少撇，又方便『招牌佬』的操作和安裝。」

當招牌店收到李漢的手寫字時，恰逢轉型期開始引入電腦製作。因為技術問題，令李漢的字在招牌店「沉睡了」二十年之久。二〇一六年，李健明看到了可以將李漢字體電腦化的可能，有一家台灣公司可以將人的手寫稿變成電腦字型，他就找到了這家公司，並開展了「李漢字體修復計劃」，把李漢手稿用電腦軟件逐一勾畫。

所謂慢工出細活。談話間，李健明向記者展示李漢留下的手寫書法，「整理過程中，我們發現，李漢的字有寫錯的，也有重複的，還有今人不會再用的字。去除這些，共計三千字，我根據這些字的部首和筆畫，折合拼寫出其他的四千字，用二年時間製成了七千字的『李漢港楷』。後來一邊使用一邊校對，又用去了兩年時間。這些都需要很大的恆心和毅力，付出的校對時間甚至長過修復字體的時間。」

「造字」不易，今年的新冠肺炎疫情亦是雪上加霜。李健明招牌店原定於年內的不少推廣活動，都

要延期或取消。專訪當日，他還與記者談起疫情前的好光景：「我會去內地看展，去廣東尋找生產商，了解他們正在使用的製造招牌的機器、如何去製作招牌。我最大的感受是『中國製造』帶動香港品牌發展，我們現在使用的機器設備不少都是出自內地廠家。」

「本地製造」疫境求變

疫情下，如何繼續堅持推廣傳統文化？今年年中，李健明逆勢而為，發起眾籌計劃，希望籌得至少七十萬港元，助他製作電腦版本的「李漢港楷」。「一開始並沒有太多人響應，我甚至一度認為無法繼續計劃。好在後來憑藉社交平台的力量，預售結果比我想的好很多。與其說我想藉此推廣我的個人品牌，不如說我希望人們去認識這套當年時常出現在香港街頭的字體，盡可能多地去使用。」李健明表示。

去年的社會環境、今年的新冠肺炎疫情，令到談及「本地製造」多為掙扎求存的故事，李健明執掌的「耀華製作室」也不例外，生意額也比平日下跌了一半以上。縱然眾籌計劃取得了階段性的成功，但割去零零星星的開支，李健明雖然為「李漢港楷」付出了大量的時間和精力，每個月也只得幾千元，相當於一份兼職工作的收入。

「關鍵在於能否及時轉身、做出改變。」如今，李健明身體力行為「李漢港楷」增添設計元素。為了令時下的年輕人都可以接受，他開網店，售賣一系列使用「李漢港楷」寫成年輕人喜歡字樣的鑰匙扣、圖章、冰箱貼和文件夾等產品。疫情沒完沒了，他也沒有「坐以待斃」，而是推出一系列抗疫標語：「出門請戴口罩」、「沖馬桶記得蓋上蓋子」……

言及未來，李健明依然想扎根本地市場，「我的招牌並不知名。雖然也有朋友建議我開拓更多外地市場，但我仍然想做本地市場。一來我們現時的製作能力還跟不上外地龐大的訂單量，二來我重質不重量。本地生產、本地售賣，我可以控制得到。」

再書舊城港味

招牌字體數位化重生

李漢港楷

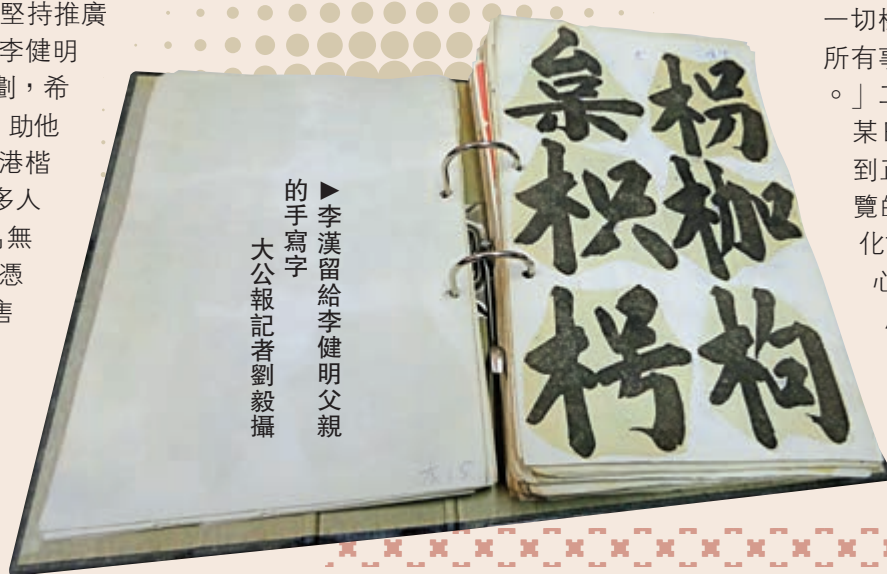


身體力行推廣招牌文化

近年香港盛行「懷舊潮」。要真正做到懷舊情懷，保育視覺文化記錄是其中關鍵一環。雖然招牌高高掛起，李健明卻十分「貼地」，通過開放工作室，同參與者齊齊動手製作迷你招牌；帶大家穿梭市井「看街」，講解行業及社區變遷；舉辦「港人港字——由手寫招牌到電腦字型」李漢港楷展覽……不難看出他對招牌文化推廣的身體力行。對於傳承，李健明笑言自己沒有野心，「一切機緣巧合，所有事推着我走。」二〇一七年某日，他接觸到正在籌備展覽的長春社文化古蹟資源中心，想藉此展出「李漢港楷」手稿，雖未成事，

但因此與長春社建立聯繫，後來當時的負責人建議他試辦導賞團。第一次舉辦反應不俗，自此李健明成為「斜槓族」一員，接受媒體訪問、出席講座、辦導賞團、搞工作坊等，向大眾分享他對招牌的看法。

去年七月李健明出版了《你看港街招牌》一書，今年在香港教育城主辦的「十本好讀」比賽中，獲得「中學生最愛書籍」第五名。他興奮地說：「原來有這麼多中學生讀過我的書！」李健明還自費購四百六十本書捐給全港各中學，常到中小學乃至大專院校講課，「我覺得有需要帶動學生及其他公眾認識招牌文化，這也是一個教學相長的過程，他們會告訴我當下流行什麼，挺好玩的。」他一邊說，一邊向記者展示工作室正在製作的潮語鑰匙扣。如今手機世代，是否阻礙書法文化推廣，他反而樂觀看待，「既然大家愛看手機獲取各種資訊，書法文化亦然，通過網絡社交媒體多做宣傳，同樣會被認識和接收。」



李漢留下的手寫字
大公報記者劉毅攝



李健明招牌工作室一角
大公報記者劉毅攝



「李漢港楷」刻字圖章
大公報記者劉毅攝



西貢街市的李漢招牌字
被訪者供圖

港風家居本土潮靚

上世紀七八十年代，香港製造業興盛，但隨着本地人力、土地成本急升，生產線北移，昔日輝煌的製造業漸漸式微。「香港製造」一詞是解釋產品的生產地，也是一種質素保證。即使本地生產成本高企，不少香港品牌依然堅持「香港製造」。成立於一九九六年的生活品牌「住好啲」就是其中之一，其生產及設計始終扎根香港，品牌創辦人之一、設計師楊志超（Douglas）表示，「香港製造」靈活性更大，「生產數量及質量可完全由我們自己掌控，若在內地生產，往往數量大於實際需求，因而有時迫不得已過量生產。」

「住好啲」產品涵蓋服飾、傢具、廚房用品、文具禮品等，如今擁有數間自家門店及網站銷售平台。「疫情下生意絕對有影響，因為沒有遊客到訪。」不過，Douglas認為設計最重要是創造「渴求」、懂得變通，為迎合市場，推出自家環保布口罩、口罩套等防疫用品。

九十年代初，雖然香港品牌眾多，在Douglas看來當時卻鮮少有能完全代表香港精神的，因此他希望打造一

個品牌表揚香港風格。創業之初，除了租金、資金等問題，「最困難的是說服生意夥伴如銀行及業主等，認同並支持我們走香港特色品牌路線，因為當時市場上幾乎沒有人這樣做。」同時，本地客群對於「香港產品」也可以很靚很潮」信心不大。因此，要降低經營成本，增強本地消費者意欲，同時還需要大公司及政府部門支持，才有助香港創意產業發展。至於傳統文化傳承，Douglas眼中的理想狀態是能夠做到沒有代溝。「舊的一代喜歡，新的一代也喜歡。如果每世代的人為傳統注入他們當代的元素及特色，那傳統便可薪火相傳，繼續燃燒。」



「住好啲」用香港道地文化元素
大公報記者謝敏嫻攝

風景線
招牌字是香港的一道亮麗



李健明形容，將手寫字電腦化需要更多時間和精力去校對
李健明供圖