

手匠系列 | 記者：李靜儀 攝影：崔俊良

招牌林立的街道是香港特色風景，霓虹燈、白底紅字等商號招牌，讓本地人、遊客留下深刻印象，更吸引不少電影製作人在香港取景。隨着城市不斷發展，招牌製作數碼化，卻比昔日的手製招牌少了一份美感。手製招牌老字號「耀華製作室」創辦人李威、李健明父子在接受本報專訪時表示，招牌用料的更改，商戶類型的變換，不但代表着市民生活的變化，更見證了時代的變遷。



李威（左）與兒子李健明（右）展示霓虹燈招牌（左）及現時更流行的LED招牌（右）。



昔日招牌有各種形狀，包括李威製作的魚形食肆招牌。（受訪者提供）

招牌說出的時代故事

在李威眼中，不論招牌造價平或貴，都是一間店舖的「鎮店之寶」，既能供客人辨識，也可世代相傳，日子久了，就形成建立了商號聲譽的「金漆招牌」。李健明接着說：「上環海味街的海味店內，大多掛了祖傳招牌，被視為家傳之寶。」這些「金漆招牌」的字體多為銅造，閃耀金光，但容易氧化變黑，保養困難，因此，舊時店員會不時用「省銅水」「省靚招牌」。「昔日金舖、當舖等比較愛用銅製招牌，除因為金色字有貴氣，金屬反光也有種特別視覺效果，亦跟行業性質有關聯。」

招牌業興盛的時期是上世紀80、90年代，當時不少製衣廠委託李威製作招牌。李威笑言：「當年製衣廠開得成行成市，忙得不可開交。」香港製衣業盛行於70至90年代初，根據政府統計處資料顯示，服裝製品業的就業人數最高峰時期有近30萬人，佔當時200萬勞動人口超過一成。李健明補充：「當年客人多是經營小型製衣廠，幾乎人人也製衣，足以反映製衣業是何等蓬勃。」90年代開始，製衣廠北上遷移，本地製衣業衰落，加上各種製造招牌的機器流行，電腦及噴畫技術亦取代了人手，令手製招牌業也跟隨走下坡。



今時今日在新蒲崗一帶，仍可見到李威父子的「作品」。（李靜儀攝）

金漆招牌買少見少

李健明慨歎，以往客人對招牌珍而重之，但現時不少店舖都以短租形式經營，又或因租金越加越高，最終商戶無奈結業，招牌被新租戶拆走。李健明坦言，短租客也有需要造招牌，但已不再講究用料及設計意念：「客人趨向製造簡單的招牌，如帆布橫額。然而帆布經歷日曬雨淋，很快就會脫色或破損，美感欠奉。」今時今日的「金招牌」更多是用膠料製成，現代人講求快捷及效率，不會花時間於保養上，加上傳統金舖、當舖買少見少，街上的「金漆招牌」已難得一見。

手製招牌 香港情懷

也是招牌的一種。李健明自小在招牌店長大，隨後選擇子承父業，1996年入行，一做就是廿多年。

招牌反映社會繁榮

李威憶述，60年代入行時，做得最多的是霓虹燈招牌：「霓虹燈在上世紀50年代由外國引入香港，製作霓虹燈很辛苦，需要爬高爬低修理。以前香港很多巨型霓虹燈招牌，包括酒家、國貨公司，不少夜總會霓虹燈招牌更是香港的『名牌』。」根據香港歷史博物館的資料顯示，上世紀60、70年代政府推出大量支持工業的措施，當時香港經濟蓬勃發展，市民消費能力增強，各種新式商舖湧現，街上的招牌越掛越多，閃閃生光的霓虹燈招牌，點亮了昔日香港的夜生活，象徵當時商業和娛樂事業的繁榮景象。

隨着社會進步，招牌物料也慢慢改變，由於製作霓虹燈的危險性高，行內人逐漸改以膠片製作招牌，除了安裝較容易，也免除了觸電的危險。李威回憶道：「當時以街坊小店生意為主，一日可以接幾張膠片招牌訂單。以前的客人，要求招牌要夠搶眼，因為是小店，身處環境密集街道，所以招牌字要做大、筆畫要粗，顏色鮮艷，從遠處就能看見。」因應這些要求，誕生了最具香港本土特色的白底紅字招牌，紅色字有好兆頭寓意，商人比較喜歡，亦有不少招牌是白底黑字，多數是診所、化驗所之類的樓上舖。膠片另一好處，是價格比霓虹燈更相宜，且易保養。李威補充：「手造招牌按字體的每吋高度收費。燈箱招牌則是按光管數量計算。每支約100港元，燈箱越大便越貴。」

近年越來越多小店結業，連鎖食肆、商舖越開越多，大集團有自己指定的廣告團隊及招牌供應商，加上近年創業開小店的人少了，手製招牌業的經營環境比之前嚴峻，但李健明卻不怕被淘汰：「現時仍有街坊小店生意可做，我們亦慢慢將重心轉移，與裝修公司合作，製作電腦噴畫、告示牌、廣告招牌等，我相信這行業在香港仍有生存空間。」

不完美的魅力

當生活中很多事物也被機械化、數碼化

之後，有人又要求返璞歸真，追求人手製作的東西，有機食物、手工啤酒、手製日用品又再「馨香」起來，那麼手製招牌的生意是否因而受惠？李健明語帶否定：「通常客人都很尊重手製招牌，不過，做出來後卻未必真正欣賞。」他解釋，曾有客人要求手製招牌，完成後對方將其中兩個相同的字對比，發現外觀略有不同，因而大失所望。李健明表示，不少人也受電腦造字、雷射切割等機械影響，認為手造招牌也能造出同一個字一模一樣的效果。「客人並不太了解，人手製作不是完美的，但那正正是魅力所在。」



李健明即席為《香港商報》製作招牌，首先於電腦選定字型，接着在膠片上貼上字稿。



用鑽在膠片字稿上鑽孔，再以線鋸機以人手操作方式鏤出字型。



最後將鏤好的字型黏在另一塊磨成圓角的膠片上即告完成。

科技傳承

寫字佬與招牌佬 唇齒相依

一塊招牌的「字體」是靈魂所在，在沒有電腦的年代，想造好招牌的字體，必須找俗稱「寫字佬」的寫字匠幫忙。「以往想得到字體有幾個方法，其中一個是用毛筆寫字。不同的『寫字佬』寫字風格不盡相同。」當時與李氏父子合作的是一位名叫李漢的寫字匠，「起初是單純的生意關係，後來父親與他越談越投契，加上同姓三分親，慢慢成為好友，甚至寫字也免費。」李健明表示，李漢不但不收費，更有系統地寫了不少字送給兩父子，「李伯伯退休之際，招牌製作還未完全電腦化，他擔心沒有人給我們寫字，主動寫了不少字留給我們。」李健明邊說邊拿出其中一疊楷書字體，介紹這款被他稱為「李漢港楷」的字體：「『楷』指楷書，『港』指香港。李漢的字比較粗且有氣勢。」說這些字體為書法藝術，其實也不為過。

李健明坦言不想辜負李漢對父親的心意，遂逐個字掃描重建，將原稿轉為電腦字體，現時電腦字庫內有逾7000個「李漢港楷」，用現代科技延續「招牌寫字文化」。



李健明向記者介紹「李漢港楷」，雖然字稿已泛黃，仍可看見昔日招牌字多與食肆有關。

博物館內看招牌

招牌滿街亂掛，有人視為城市特色，也有認為是影響市容。屋宇署2010年12月31日起全面實施「小型工程監管制度」，將不合規格的招牌拆除。部分拆除的招牌原來被運到了西九文化區視覺文化M+博物館，博物館現正建立霓虹招牌的館藏，他日有望展出，如別具特色的森美餐廳「霓虹牛」、「雞記麻雀館」的「霓虹公雞」等，相信「老香港」會對這些招牌有所認識。博物館數年前曾推出首個以霓虹招牌為主題的網上互動展覽，並邀請市民上載昔日霓虹照片至網站。翻看這些舊招牌的文字風格、載體、製作工藝，都蘊藏本土設計美學，反映了這個城市的人文精神與歷史文化。

舊式招牌逐一消失，難道以後只能在網站或博物館才可看見招牌？李健明卻不以為然：「約100年前，香港的招牌多是豎掛的，甚至豎立在行人路的牆上，阻礙人們走路。當時政府取締了豎掛招牌，卻又衍生出橫伸招牌。若他日橫伸招牌也消



舊式招牌日後或只能以展覽方式呈現。

失，招牌或會以另一種形態呈現。」昔日的商戶招牌，由霓虹燈、膠片、帆布橫幅、噴畫，到今日的LED燈箱，這些演變過程，就恍如社會變遷的縮影，小漁村發展成國際金融中心，舊日滿街的糧油舖、士多、小型工廠，逐步變成便利店、銀行、智能產品店，舊物消失誠然可惜，但取而代之的可能是另一種更有價值的新事物。傳統招牌是否還有存在價值，要思考的空間，其實並不如想像般大。