10 瑞士　9 斯洛文尼亞　8 盧森堡　7 美國　6 英國　5 日本　4 馬爾他　3 荷蘭　2 新加坡　1 香港

迷宮商場 主宰生活

有人說，香港由商場組成，一個接一個，例如金鐘。

這晚，Stefan AI 教授於亞洲協會的新書演講結束後，攝記帶着我們，輕車熟路拐進旁邊的港麗酒店大堂，出入升降機，穿過走廊，兩分鐘就來到了太古廣場。可惜最後找不到要去的咖啡店，隨便進了間中菜館做訪問。

在商場迷路，似乎也成了生活一部分。

曾任香港大學城市設計課程總監、現於美國賓夕凡尼亞大學任教的 Stefan AI 形容，香港是「商場之城」。他來自荷蘭，於二〇一〇年至二〇一二年到港大城市規劃及設計系任教，最近策劃了一本新書 *Mall City：Hong Kong's Dreamworlds of Consumption*《商場之城：香港的消費夢幻樂園》，由本地不同範疇的學者撰文，解構香港大小商場的前世今生。

文—黃熙麗

1 無法擺脫必經之路

Stefan 曾於西班牙巴塞隆拿、英國倫敦、美國居住，「我搬來香港時，覺得很驚訝，六十年代設計師夢想的巨型（商場）結構，竟在這裏實現了，不過本地人應習以為常吧？」他說，紐約的城市單位是一幢幢摩天大廈，香港卻是由巨型商場組成，每平方公里便有逾五千平方米是商場，密集程度冠絕全球。「香港的商場像微型城市，樓上是住宅、辦公室，天台有遊樂場、公共空間，中間有商場，下層電梯直達港鐵。只要你想，可以完全不經過街道。生活、工作、玩樂，都在單一的巨型建築中，很特別。」

香港的獨特之處，在於商場與公共交通及城市發展結合，成為日常生活一環，避無可避。「外國是要特意駕車到商場，但在香港，你每天坐港鐵，商場是必經之路。商場連接公共交通、住宅、辦公室，天橋四通八達，比其他城市更有效率。」

2 從營造社區到消費主義

全球首個商場，是一九五六年由商場之父 Victor Gruen 在美國市郊建成的南谷購物中心（Southdale Shopping Centre）。十年後，一九六六年，香港才有第一個商場，海運大廈。「當時的海港城（海運大廈）專為遊客而設，但就算本地人只是逛櫥窗（window shopping），海港城也示範了要怎麼消費，見證香港由工業社會變成消費社會。」

到七八十年代，商場才與新市鎮的發展結合，成為本地社區的消費場所。最成功的例子，是沙田新城市廣場。政府與發展商合作，以商場連接社區設施，包括大會堂、圖書館、火車站，除了是消費場所，也營造社區。Mall City 作者之一，港大建築學院朱慰先副教授說，新城市廣場成為社區連繫，以致日後音樂噴泉改建，也引來居民反響。但隨着時代發展，新建的商場少了社區元素，更將消費主義推向極致。

3 誘惑你買買買

Stefan 也是執業建築師，參與各地建築設計，包括西九文化區的「M+ 展亭」（前稱小型藝術展館 Arts Pavilion）、六百米高的廣東省地標廣州塔等。他說：**「沒有一幢建築物是清玉潔（innocent）的，建築物永遠都在誘惑人（seducing people）。」**商場，就是要誘惑你買買買。

「有研究指出，你在商場逗留的時間與消費成正比。我們叫 Gruen Transfer。」雖然 Victor Gruen 對消費主義深痛惡絕，但由其名字而來的 Gruen Transfer 是指遊走在商場之中，會讓你迷失其中，隨心而買。「你看香港這些商場的平面圖，都是彎彎的，走廊不是直的，以營造刺激感。你不知道另一端是什麼，才會走到尾。」

弔詭的中庭

其次是商場的中庭（atria）。「中庭是心理的重啟機制，若你置身一幢建築太久，就會有壓迫感（feel confined），中庭會重啟你的心理感覺，像重新喘一口氣。朗豪坊有十多層，但你感覺像身在室外，因有落地玻窗，樓底又高，才願意久留。」朗豪坊是首幢向上發展的商場，設高速電梯（Xpressalators），是全港最長的商場電梯。**「他們將電梯巧妙放置，引你繞過走廊，像灌溉植物般，以人潮來灌溉商場。」**

4 商場吃掉了公共空間

如果王家衛的《重慶森林》在二〇一六年開拍，也許阿菲工作的小食店，不再位於街道一角，而是在大商場裏。商場雖帶來效率，卻蠶食街道及公共空間。**「有時我會覺得，商場讓街道遭殃，變成了無人區，生活都在商場裏。」**

Stefan 說，紐約也有大商場，「但香港的情況是，商場太巨型，有時吃掉了好幾條街，包括當中的公共空間。像朗豪坊，建成時吞併了幾條街，有些城市就不會容許。」朗豪坊是皆老街／上海街重建項目，原是 180 萬平方呎的舊住宅用地，橫跨七街。「街上的樓宇是私人產業，但街道是公共空間，朗豪坊就將這些空間統統融合了，將公共空間給了私人發展商。當然，法例規定，他們也要提供公共空間，但這些「公共」空間，都變成了私有。」

公共空間私有化　出錢人話事

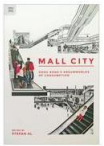
「公共空間對城市很重要，像我們在雨傘運動中看到的，你總不能在商場的天台或中庭示威吧？因為那是私人空間。」這些私有公共用地（Privately Owned Public Space），引來不少爭議。像銅鑼灣時代廣場空地有保安員驅趕市民，卻於二〇〇八年被揭發該處為公共用地。

「將公共空間私有化，好處是納稅人不用付錢管理，政府也少些工夫，但出錢的人就有話事權。商場提供公共空間，以換取更大地積比，多建幾層，但他們不會粉飾太多，方便人們享用。像 IFC 的平台，你甚至由街上看不到，要穿過商場才到達，隱閉又不方便。穿過商場，就得經過店舖，這就是發展商的心思。」

5 政策對發展商友好

他說，由規劃到落成，發展商要與政府不斷談判，層層審批，其實政府有權做更多，例如商場的規劃、公用空間的管理。像朗豪坊，就未必能在紐約出現，「若要融合幾條街，奪去公共空間，會遭社區反對，而且當區本來的人口密度已極高，再建這樣的巨型建築，交通負荷極大。」雖然朗豪坊花了差不多十年，才完成與政府及居民的協商，**「但香港對比其他城市，由發展商主導更多，對發展商也很好（developer-friendly），像新加坡是很政府主導的，但當然，政府主導也有其問題。」**

6 高密度城市模式



「一個城市應有不同的生活體驗，商場是其中之一，你可以做許多好玩的事，但若只得商場，生活就很同質化，香港仍有許多其他生活體驗，但不少有趣的生活正在消失，像露天街市、小食檔，部分原因是這些大盒子商場。我不是贊成或反對建商場，但總有正反兩面。」他說，香港的「商場之城」是新形態的城市生活，指向未來城市的模式。

「這種高密度的城市模式（compact urban form），由節能角度來看是很好的，市內的人不用來回很遠，用在交通上的能源，比低密度城市少許多。而且禽流能集中在小片土地上，不用鋪許多管道，基建也能做得更好。」

7 未來商場　連結街道

Stefan 說，不能一概而論商場是建設還是破壞城市生活，因商場也有好壞之分。好的商場能融入城市。香港的商場近年以內地遊客為目標，但隨着香港發展商在內地建成多個商場，香港商場的吸引力必然下跌，加上網購興起，香港的商場也要想想出路。

而連結街道，是未來方向。

連鎖店全球化，商場也像倒模般，有特色的街道因此更吸引。**「資本主義已進化至體驗經濟（experience economy），買的不止是實產品，更是購物體驗。**像 K11，就希望用藝術體驗吸引消費者。」與街道連結，為商場加入在地特色，是出路之一。「這可能是未來的趨勢，不止是香港，全球也是。由室內移向室外，發展街上的零售店，像太古廣場發展旁邊的星街。」新世界發展也買下 K11 附近的舖位，以優惠租金吸引特色小店進駐。

8 與街道互動　更多小店公共空間

「我希望未來的商場，可以更分散（spilled），不再是大盒子，而是把它們拆開，保留街道。有更多公共空間，更多街上小店，更多與街道的互動。外牆不止是一面牆，而是有商店，還有多個出入口，帶動人潮，像荃灣的荃新天地般，中間有花園，有開放空間。其實商場有許多可以做的。」另一個未來商場的例子，是日本九州福岡縣博多運河城（Canal City Hakata）。運河城佔地逾 4 萬平方公尺，有商場，劇場，遊樂場，酒店及辦公室等，臨街有不少店舖，中間有百多米的運河貫穿，有噴泉、藝術表演，鼓勵人們聚集，休憩。

不過，在寸金尺土的香港，要建這樣的商場有可能嗎？他笑說：「這不應該發展商決定，應由政府決定。但就算由發展商的角度考慮，像在紐約，最高的建築都繞着中央公園而建，是城市的重要資產，附近的物業更值錢。人們都喜歡住在公園附近，聰明的發展商就明白這個道理。」