

006	序一	楊如虹
008	序二	陳育強
010	序三	李偉民
012	序四	葉陳萱遙

1 以愛建築關係

016	1.1 香港中文大學校友會會議中心	建築於校友與校舍之間
039	1.2 修頓球場看台扶手	建築於人與人之間
052	1.3 二〇一五年三月十八日四時十八分四十五秒	建築於時間與情緒之間
062	1.4 八十平米住宅	建築於夫妻之間
084	1.5 Co-story: papa & son's story factory	建築於父子之間
102	1.6 香港設計資源中心	建築於不同專業的設計師之間
116	1.7 瘋頭 Madhead 辦公室	建築於公司與員工之間

2 以愛創造連繫

140	2.1 JVA 美荷樓青年旅舍、美荷樓生活館	建築於父母與子女之間
152	2.2 大館一百面、日安時刻	建築於中環老街坊與現代上班族共同又不同的回憶之間
170	2.3 粉嶺圖書館、馬鞍山兒童圖書館	建築於兒童的想像力與成人的規則之間
186	2.4 海風下	建築於中環海濱於維多利亞港之間
198	2.5 旺角郵政局	建築於公營機構與市民之間
222	2.6 屯門污泥處理設施	建築於社區與政府之間
241	2.7 蛇口海上世界招商局廣場南海峰匯	建築於古代文人與現代商人之間
259	2.8 凌雲寺	建築於傳統文化與現代生活之間
279	2.9 蟹家樹祠	建築於水上蟹家人與陸上居民之間



2.5

旺角郵政局

建築於公營機構與市民之間

當城市發展到了一定程度，就要面臨改造和更新。公共空間的更新是一個好機會，在改造空間的同時打破人們固有的行為模式，解決積存的問題，以更有效率和更親切貼心的設計改善市民生活，重新激發城市活力。大獲好評的旺角郵政局翻新工程就是一個好例子，反映設計可以如何協助公共機構改進服務質素，與市民建立更好的關係。而項目本身從招標到建造的整個過程，也是小卡心中對公共項目的理想模樣。

郵局可以說是政府面向市民的窗口，是市民處理生活事務的一個途徑。去郵局寄包裹、交水費是不少人的日常，因此郵局裡總是人頭湧湧，市民要長時間輪候服務。香港郵政自一九九五年起成為以市場為主導的營運基金政府部門，需要自負盈虧，然而郵局服務的輪候時間過長，時常為人詬病，加上資訊科技發展令郵政服務收入大減，香港郵政需要重新建立在市民心中的形象 and 定位，改善與客戶的關係，以開拓服務範疇。

二〇〇九年左右，香港設計中心嘗試介入公共項目設計，他們與香港郵政一拍即合，展開公共服務設計試點項目，旺角郵政局成為其中一個試點。項目分兩個階段，在第一階段，他們經調查研究後確定翻新工程的設計理念：以用家為本，在翻新工程期間，須重視郵局顧客和員工的

MONG KOK POST
OFFICE



繳費
PAY



郵寄
SEND

郵寄
SEND



郵寄
SEND



郵寄
SEND



郵寄
SEND



郵寄
SEND



申請
APPLY



道路貨物資料系統登記 | 報關 | 匯款
RQCARS | Trade Declaration | Remitt

繳費
PAY



郵遞通
PayThruPost

郵寄
SEND



信件 | 郵票
Letter | Stamp



包裹 | 特快專遞
Parcel | Speedpost

取件
COLLECT



領取包裹 | 信件 | 集郵品
Collect Parcel | Letter | Philatelic Pro

詢問
ENQUIRY



詢問 | 郵趣精品 | 電子證書
Enquiry | Souvenirs | e-Cert

意見。緊接著他們進入第二階段的公開遴選，以及開展設計及翻新工程。

● 尊重創意的招標形式

在公開遴選前，香港設計中心曾諮詢不同人士的意見，小卡是其中一位，他向中心反映希望避免以 free pitching（無償競投）的形式招標。Free pitching 是設計行業其中一種常見的競投方式，即客戶要求參與競投的設計公司提交一份完整的項目計劃書，提供設計圖及規劃方案，以供挑選，而落選的公司什麼都得不到。小卡認為這並不理想。

「如果是 free pitching，我都不會入標了。Free pitching 的招標方式很難獲得好的設計，客戶得到的只是設計公司不介意免費公開並被人拿來用的設計，設計師不會在招標時用盡全力把項目做好。因此這種方式不太可行，好的設計師也不會願意入標。」

與 free pitching 相對的是客戶付出部份 pitching fee（投標費用），旺角郵政局的翻新工程便採用了這種招標方式：第一輪遴選比較各間公司的作品集，入圍公司在第二輪才需要提交初步的項



目計劃書，並會獲得一些相應的報酬，作為籌備初步計劃書的費用。相比 free pitching 重量不重質的招標方式，向設計公司付費，作為他們準備設計的報酬，明顯更尊重設計師的付出，也更容易獲得有質素的作品。「旺角郵政局的招標方式能成為往後公共設計項目的參考，我很希望其他政府部門也能以這種方式招標。」

● 改變運作邏輯

小卡的團隊在第一輪遴選順利入選，來到第二階段，提交計劃書時，勇於突破的他又做了一個令人意想不到的舉動：他的團隊竟然沒有按慣例提交 3D 設計效果圖。

「我們不想在中標前便做好完整的設計策劃，因為選擇一個設計的重點不在於表面上的圖片效果。一張 3D 效果圖只能模擬項目完成後的形象，然而像旺角郵政局這類項目，重點並不是設計形象。我一直思考：郵局沒有特定的形象準則，那在招標階段，要怎麼判斷設計的優劣呢？局方在一眾作品中比較的是什麼呢？我覺得不是空間本身呈現的形象效果，最重要的是怎樣用設計來改進郵局的整個運作邏輯。」

他們可能是招標時惟一一間沒有提交空間設計效果圖的公司，卻也正正是被選中的公司。小卡的團隊在計劃書中展示的不是效果圖，而是通過深入了解郵局的日常運作，然後制定一套關於標示系統和行為模式的概念性方案，針對市民和郵局員工的行為，於設計時作出引導，為郵局當時存在的日常營運問題提供了有效的解決辦法。

郵局日常面對的問題在於排隊時出現混亂，造成這種現象的原因不單在於人多，還因為輪候郵政服務的時間很長。由於郵局提供四十多種服務，種類繁多且分類極為仔細，市民進入郵局後，要先從一個個櫃位上方的指示牌裡找到能處理自己需求的櫃位，才能開始排隊。可是四十多種服務分佈在十個服務櫃位，有些櫃位要同時處理多項業務，市民弄不清楚，便很容易排錯隊，要重新輪候。傳統郵局櫃位上方的指示牌字體也偏小，長者很難看清楚不同櫃位的指示，尤其人多的時候就更容易出錯。而到了午飯時間，會有特別多上班族到郵局繳交各種費用，但只有少數櫃位提供繳費服務，加上提供不同服務的櫃位有各自的輪候隊伍，排隊的人、摸不著頭腦的人、排錯隊的人聚在一起，令輪候時間更長、情況更複雜……於是人們有了郵局人多又混亂的錯覺。

要改變這種現象，就要通過引導行為重新調整郵局的服務模式。小卡和團隊把郵局提供的服務按直觀行為分成三大類：繳、取、寄，用不同的顏色和標誌表示。每一類服務的細項，也會用同樣顏色的功能圖標。而櫃位指示牌變成電子屏幕，上面的字體調整得更大更清晰，方便顧客查看。「以顏色作為識別標誌的好處是，只要看到某種顏



小卡的團隊在計劃書中展示的是一套圖像系統和行為模式，為郵局的營運問題提供了有效的解決辦法。



色，就能理解要做什么。例如取件是綠色，不管是取包裹還是取信件，凡是取件相關的服務都以綠色標示。人們根據這個邏輯，就能輕鬆地找到可以處理相應業務的櫃位，基本上連指示牌上的細字都不需要多看，也不會出錯。」他們選擇的顏色來自香港郵政的標誌，也能進一步加深市民心中對郵政品牌的印象。

選用電子屏幕還有好處，指示牌的顏色和標誌能因應不同情況隨時轉換，極具彈性。「郵

電子屏幕指示牌的顏色和標誌能因應各種情況隨時更換，以配合郵局在不同時段的服務需求。