



## 兩個年青人的“微辣”創作

文：姜偉靖

“微辣”是甚麼呢？經兩位九十後青年詮釋，“微辣”（manner）其實是一種態度，他們稱為“微辣”。兩位創辦人李偉麟和陸志豪，有共同的興趣，理念相似，兩個都是創作人，一位負責“創”，一個負責“作”，共同創造一個新媒體思維的產業。

創辦人李偉麟（Jacky）是設計系畢業，兩年前創立“微辣”，當初很喜歡拍攝短片和影片，一直以來他是負責拍攝和剪接，朋友看後甚為欣賞，鼓勵他們多創作。他自己後來多方面嘗試，不斷摸索，技巧日漸成熟，思維不斷創新，李偉麟漸漸思考到可否將“微辣”發展成為一個有潛質的產業？

另一位創辦人陸志豪（六豪子），是一位業餘魔術師，曾進過澳門兩所大學，但都為了微辣的發展而休學，他現在想要跳出框框去探索世界。陸志豪從不覺得讀書沒有用，只是看你想要甚麼？從事甚麼工作？雖然離開了校園，但他每星期都會看一本書增值，並豐富創作上的靈感。陸志豪喜歡創作和表演，現在專注策劃“微辣”的創作構思和發展方向。



## 生活的調味

“微辣”的口號是成為“生活的調味”，為人生中平淡的生活添加一些調味。開始的時候所有人對“微辣”的認識始於他們的搞笑短片，從網絡上看到令人覺得捧腹的短片。不過是短短幾秒的時間，但甚為搞笑。當中你會覺得，生活其實是多姿多彩的，甜酸苦辣，而辣當中又有勁辣和微辣之別。他們希望能調動觀眾的情緒，作為生活中的一些點綴，引起你的回憶、聯想，得到觀眾更多的共鳴。

初期二人是每三個月拍攝一段比較長的影片，其後發現市場沒有這個需要，便改拍一些短片，有些短片不過是九秒鐘的時間，反而有更多的觀眾的觀賞並給予 like。除了本地之外，不乏香港、台灣及內地的觀眾。“微辣”人氣不斷提高，網絡粉絲超過卅萬。原來生活中的調味都是年青人需要的，二人慢慢學習互聯網思維直至今日，由調味品變為創意產業，開創自己的生意。

澳門政府有基金支持從事文化創意產業的人士，這給澳門青年人創業帶來一些優勢。不過澳門發展空間很有限，對於“微辣”這兩個九〇後的青年來說，創業也是很難的事。後來，他們意識到新媒體是大趨勢，網絡是一個人與人之間傳播的大平台，大數據是未來的大趨勢。

## 新媒體是大趨勢

陸志豪在澳門推動文創多年，知道政府也推動文創，希望年青一群有自己的事業。由於澳門是一個小城，經濟主要靠賭博娛樂事業支撐，其他都難以推動。陸志豪意識到，傳統媒體難以做好的事情，在新媒體中可以實現，甚麼事物都可以在網絡上傳播，供大家分享。在一個大數據的年代，相信網絡的力量，也可以發展自己的創意產業。所以，“微辣”現在正發展自己的娛樂品牌。在演藝方面，除了製作短片、廣告，更發掘有潛質的演員、歌手。“微辣”在網絡上逐步成為強勢媒介，希望打造成為有潛力的產業，締造澳門的新思維。

現在“微辣”也應商業客戶要求，在網絡上宣傳，中小企客戶因時移世易，也樂於在媒體中作積極宣傳，新媒體的效用今時今日的確有它的價值。除了拍攝和剪接之外，李偉麟現在更懂得管理和推廣，向客戶銷售其服務，幫客戶策劃預算，務求讓網絡宣傳得到更多顧客的認識和認同，其成效遠超想像。



## 網絡和實體結合

李偉麟說，在演藝事業方面，一個演員或者歌手很難走紅，特別是在澳門，打造澳門的歌手太難。澳門並不是沒有演藝方面的人材，但地方細，人口太少。若在網絡上發展，與鄰近地區及內地的企業合作，讓不同地區的人經網絡都能認識他們，給演員和音樂人提供一個平台，就可使更多觀眾欣賞到他們的才藝和出色的表演。

當然，單靠網絡也有局限，大眾、社羣未必經常使用。陸志豪覺得如果能和實體結合就更好。現在他們正推出微辣的食品，與餐飲企業合作，把一些創作策劃放在食品當中，這正符合他們要作“生活的調味”的理念。因這構思，李偉麟開始籌備實體表演，近年也承接拍攝一些宣傳片以增加收入，還為政府機構拍攝了一些出色的介紹片。



## 放眼未來

將興趣轉變為職業並不容易，二人費了不少心血和努力，經歷低谷又重新來過，一直堅持走下來。“微辣”現在已有一定的知名度，未來希望發展成為一種文創事業。陸志豪在一個訪問中說過，今後仍將堅持自己的原則，有幾樣事一定要一直堅持：

1. 製作一定要走下去，不時觀察身邊的事物。
2. 對周圍事物多作思考。
3. 要有勇氣、不怕艱難。
4. 在網絡上有言論自由，多人討論，有人嘉許，給予 Like，但也要承擔負面壓力。
5. 要有新思維和創作能力。
6. 要全心全意，堅持再堅持。

兩位年青人一致看好新媒體的未來發展，構思了結合產業的企劃，希望能從澳門順利出發、走向國際。我們熱忱期待“微辣”帶給我們新思維、新作品，讓澳門人嘗試不同的味道。

（作者：媒體創作人）