

【解牛集】 - 刊於<信報>，2009年2月3日

香港可否成爲創意之都？

李家濤

科大商學院組織管理學系教授及系主任

改革開放三十年的驕人成就是有目共睹，經濟發展及民生改善普及不同階層，在眾多輝煌功績之中，有一項突破相比下屬冷門話題，就是深圳在 12 月初獲聯合國教科文組織（UNESCO）頒發「設計之都」的美譽，成爲中國首個獲此尊貴的稱號的都市。

在聯合國教科文組織構思的創意都會網絡裏，設計之都支持社會、經濟、文化的發展，及公、私合作夥伴式推動創意工業。世界上其他五個設計之都，有日本的名古屋和神戶、德國的柏林、加拿大的蒙特利爾、阿根廷的布宜諾斯艾利斯；這些都是富歷史文化的國際城市。相比之下，深圳在三十年前只是以打魚爲主、面積約三平方公里的小地方，今天能躋身國際級數，可想而知是需要相當的資源投入。

設計是創意產業，即是創新，說起來香港的創意產業比深圳起步早。筆者亦曾在本欄【註】分析香港如何借鏡丹麥創意設計的精神動力，本文就創意產業在香港的推動探索，希望政策有助業界起飛。

早在六、七十年代香港已在工業、時裝設計、視聽娛樂等追向西方潮流，同時，又能混合本土文化色彩打造本地格調。進入八十年代，隨製造業北上、本地營運成本相對高、政治憂慮、人才流失等各種社會因素，創意受制於盈利算盤，亦漸落後於歐美同業融合科技發展式的創新。

但是，以香港的中外文化匯聚歷史、開放型經濟，在人才、技術、市場觸覺都可見獨特優勢，具備創意產業發展的良好背景。只要軟件、硬件和政策配合，本地創意產業大有可爲。

本地創作獲國際肯定

創意產業的定義，趨向與外地相若的十一類別行業來看，即是廣告、設計、數碼娛樂、電影與錄像、電視與電台、音樂、表演藝術、印刷與出版、軟件與電子計算、建築、藝術及古董與工藝品。驟眼看創意產業集創作、藝術、科技應用、商用市場等成分，就像本地設計、廣告、媒體製作等更多次在海外獲獎，可見香港創作水準獲國際專業肯定。

創意產業中亦有面臨萎縮的威脅，如表演藝術、古董、藝術及工藝品等，及探索市場定位的電影業。不論行業是盛或衰，它們的共通點是單憑業內資源和意志，只是經濟體系一小環節，談不上成爲經濟支柱。

事實上，社會裏不少行業或投資，都在貨值上談不上是經濟支柱，亦不宜以經濟效益去量化、量度它對社會的貢獻。例如國防、治安、社會建設、文藝等，發揮它對社會獨特和重要的功能。

舉例說，展館的建築設計利用光學、線條融入大自然背景等特色，令參觀者產生共鳴、感覺寬暢、視線擴闊，這些都是先進社會生活質素的象徵，如果單從實用面積、經濟效益等如意算盤去看便捕捉不到。故此，政策上給予的支持必須看得闊、深、遠，及持久地助長它發展，有需要時更應顧及資源的投入。

從經濟角度看，創意產業也是富潛質、高增值的行業，能夠打造新的香港品牌。而業界的創作腦筋和熱誠還需政策上一些支持方能盡發潛能。以下幾項「起步難」常項，雖難涵蓋所有界別關注的範疇，但可顧及推動創意產業的要素。

（一）創作室與人生百態互動 創意產業有它的藝術創作成分，也有利用科技去製作的元素，但始終創作靈感取自人生百態，需要看通時尚、近人氣，故此，他們的創作室坐落社區是最適合。

《施政報告》提出鴨巴甸街舊警察總宿舍用作創意工業及教育用途，有利廣告、設計、媒體製作等行業就近市中心的客戶、或往返數碼港，這個選址適中、維港對面、展望將來有西九文化區，目前，石硤尾創意藝術中心計劃，或西九其他使用率低的廠廈作爲創意基地，也適合時裝設計、表演藝術、印刷與出版等產業。香港土地資源有限，像這兩個市區地點符合創意產業發展是不容錯過。

對於粵劇支持者來說，場地是多年來困擾的問題。如果只從民間藝術去看粵劇，在經貿發達的進化過程很容易被淘汰爲息微行業。若從創意產業去看，加入創意成分的前景較樂觀。

人才培訓不容忽視

（二）數碼媒體創意潛力無限 從創意產業去看粵劇這句話怎麼說？大家不妨以圖書館數碼化爲例，一來它把館藏發展脫離設施限制，同時，很多數碼化的資料容易保存，並可以在互動式、不受開放時間限制下方便使用者。當然，因爲館藏的用途或下載受知識產權保護，用者需要是已登記的人士；最重要是數碼化的圖書館成功地轉型，發展空間大很多。

同樣，數碼化可以助傳統表演藝術像粵劇擴張空間。試想把粵劇基本知識數碼化，有興趣者只要用滑鼠點在戲服或劇本某部分，便可得取有關的基本知識，如角色及歷史背景、戲服或道具物料名稱、來源、含義、階級象徵等資訊。

這些寶貴資料本來只是粵劇學員才接觸到，倘若經過數碼化及互動設計，益智成分定必提升對粵劇的興趣。不論是教育以互聯網運作，或商業化以光碟形式推出，數碼媒體創意可以忠於史實和拓展傳統藝術市場，滲透到廣泛的階層，從而吸納新血，這可能是創意產業為傳統藝術帶來的蛻變。只要持份者抓緊創新機遇，創意產業可提供的多元化發展定會帶來市面朝氣。有關的政策機構更可透過注入發展基金，讓創意工程克服起步的財政障礙。

（三）人力資本是創意活力 目前，本地大專及專業進修課程已提供創意媒體、數碼設計等培訓，這些課程所需器材投資不少，學員能夠有充足機會去實習才懂應用，導師指引學員如何產出團隊創作更是精髓所在，這是回到教育的課題。香港應從提升人力資本上助長創意工業，在創意工業中，多投資人材培訓。本地大專及專業課程擔當重要角色，除了教育的投資，有關當局亦應考慮提高持續進修基金的資助額，讓更多業內人士受惠，增強行業的競爭力。

具中華文化色彩的數碼動畫製作，像《花木蘭》及《功夫熊貓》，已成為荷里活動畫電影，可見創意題材不受時空地理局限。本地創意媒體居地利及文化優勢，單是取材加上創新已可大有作為，這也是香港助長創意產業的天賦條件，不應錯過。

（四）政策上支持推動創意 在 CEPA 的框架下，受惠的行業很多，有利港人進入內地的龐大市場。對於創意產業，地方文化的元素是很重要。一旦看準了市場，不論是中港合作模式、或是進軍內地試點市場，涉及的部門批准程序是新挑戰，港商一定要得到實際的幫助，才能省卻碰釘的煩惱。這方面業界和港府有關部門需要設立溝通和檢討進度的機制，才能套現原意的效益。

另一個市場話題，是去年電影票房冠軍《蝙蝠俠—黑夜之神》部分取景於中環，在大銀幕上看來拍出了維港迷人夜景，這也是另一個訊息，提醒我們推廣香港電影拍攝可帶來的經濟和形象效益。世界各地不少城市都設立這部門的辦公室，積極爭取電影製作的市場。香港雖然地方不大，但是製作人所要求的是符合劇情的背景，不少本地製作已證明實景拍攝觀眾受落，能否吸引到更多外地製作來港取景，是政策的決定。

手推動創意產業

除了創意產業，創研也是創新，即學界、企業、或合作研發，如生化科技、中藥研究、納米項目等。一看便知創意工業與創研的性質和成功因素不同，本地的研發項目亦反映了優勢所在。

香港是個商貿城市，科研向來不是社會強項，亦不是重點的發展計劃。現有的創研項目是過去十多年累積經驗的成果，相比外地的科研成就，我們是起步遲、小規模的運作，香港在科研上已算是有交代。

國際間創研的經驗是失敗率高，不論成果都需要很多研究員的投入。坊間常引矽谷的成就作科研的目標，這是與現實所見不符。國際上，科學園不下三百多個，有近二十萬間科技公司在運作，當中又有多少個矽谷？其中不少更是國家級的投資項目。

相比之下，香港沒有航天科技、國防研究等重點高科技，故此，現在的研發成績是正常，也不要憧憬多建一個科學園會倍增成果。國際上的經驗，仿效矽谷的科學園對刺激高科技發展和就業影響不大，可以說，失敗的例子遠超過成功的個案。有目共睹的成就固然令人羨慕，不中聽的失敗，我們的社會可接受幾多？

金融海嘯下，歐美經濟不景直接拖累香港的出口，未來一、兩年內公帑運用，除了基建、已批項目及經常開支，應以刺激經濟及救急用途居首，要在創新上追上競爭，現在就要一手推動創意產業。在創研方面，還看新成立專責推動創意產業辦公室有什麼大計，甚至重整發展模式，與深圳合作發展河套區可能是重點之一。

【註】李家濤：《哥本哈根文化激發香港創新》，「解牛集」，《信服財經新聞》，2008年12月23日。