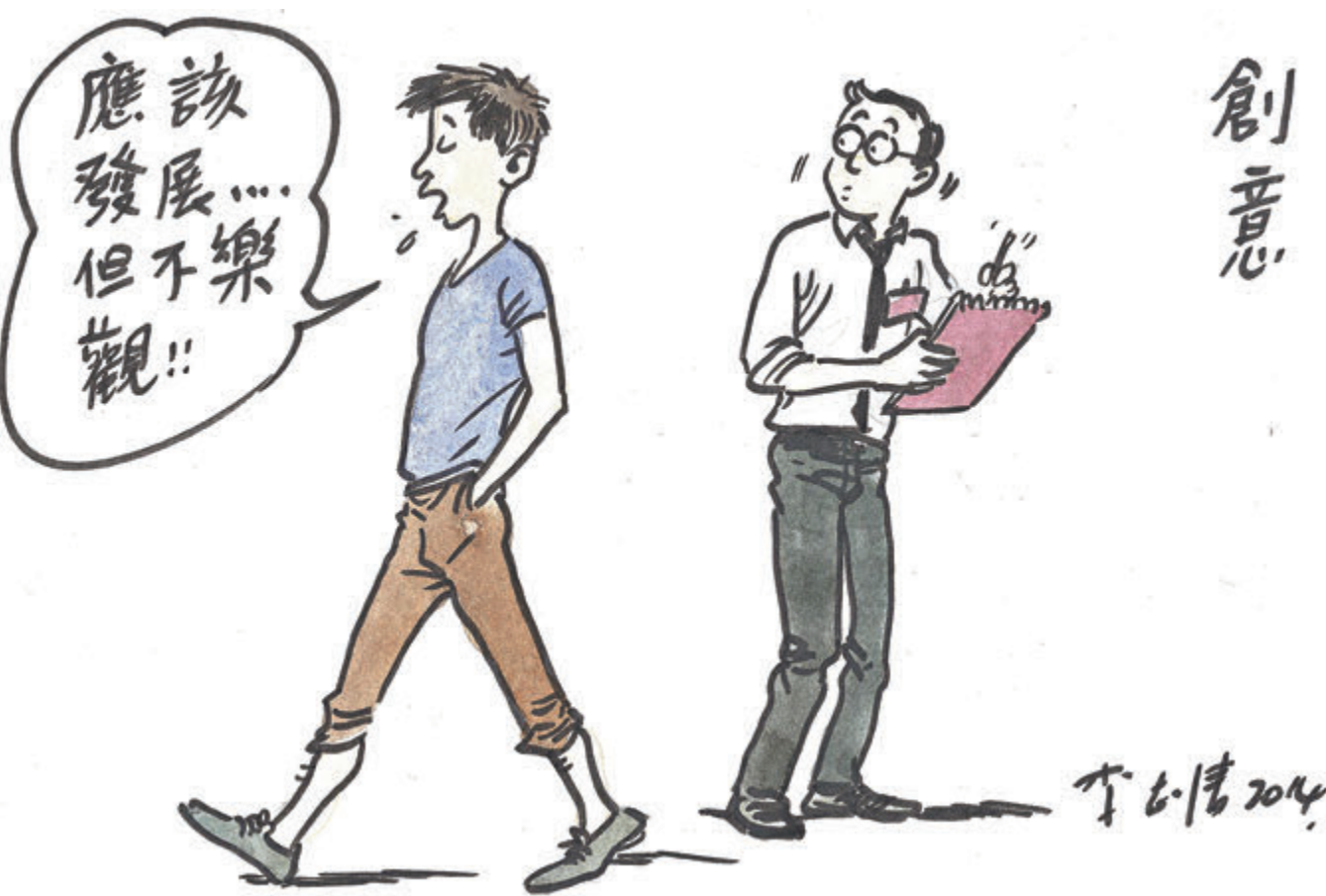




通識頭條

缺乏統一政策 發展遜韓星台 港創意產業須急起直追



特區政府於2005年發表《施政報告》，指出創意產業為英國帶來高增長率及不錯的就業機會，尤其為富創意的年輕人提供發揮才華的途徑。報告表明當局會盡快設立文化及創意產業諮詢架構，以探討產業發展遠景，整合資源，重點推進。2008年金融海嘯對香港主要產業的重大打擊下，經濟機遇委員會在2009年確認文化及創意產業為香港的六項優勢產業之一。

2013年的《施政報告》提出，雖然文化及創意產業面對不少困難，但只要調動資源，加上政府適當扶助，這些產業仍然有很大發展空間。過去十年，港府未就文化及創意產業的發展設定特定方向，也沒有大力投資該產業；經濟機遇委員會確認的六項優勢產業，也是重新確認相關在產業本身已存在的優勢，並在這些基礎上需要進一步發展的建議措施。也就是說政府的角色是按照市場發展情況，調節資源加以協助而已。

負責統籌機構分散

商務及經濟發展局於2009年成立「創意香港」辦公室，專責香港創意產業發展，主要負責管理多個為支援創意產業的資助計劃，比如「電影發展基金」、「電影貸款保證基金」及「創意智優計劃」。除了電影發展，該辦公室也負責一些大型活動推廣、海外交流及開拓內地市場等。香港設計中心作為非牟利機構，負責推行由政府撥款推行的「設計創業培育計劃」，以扶助新設立

的設計公司。文化藝術則由民政事務局長負責推行。

不過，「創意香港」主要以項目形式來資助團體或機構推行文化創意產業，不負責制定產業或者統籌。在人才培養上，港府為青年人提供了不少機會，特別是在大專非學位程度的教育方面，但在學位程度的專業教育機會就相對較少。

韓創意產值全球第九

亞洲其他國家的文化及創意產業發展，也與香港有着類似背景。韓國創意產業產值全球第九、亞洲第三，僅次於日本和中國內地，在1998至2000年間迫於經濟崩潰的壓力，政府決心以低投入高收益的文化產業挽救經濟。政府將文化產業定義為21世紀重要的骨幹產業，其政府支持的模式雖由「國家主導模式」逐漸演變為「混合模式」，誘發民間參與開發，政府在此過程中發揮舉足輕重的作用。

在人才培養上，韓國將文化產業教育分為正規教育和非正規教育兩種。韓國大專院校有372所設有文創相關專業，高中職校中也有174所設有文創專科。在非正規教育方面，韓國較為人們熟悉的就是歌手的「練習生」制度，透過一套系統化的訓練後，經濟藝公司選拔活動，與公司締結練習生契約，由公司投資培養。另一個較有特色的非正規教育為青少年職業體驗中心Haja中心，讓年輕人尋找多元的工作機會。

新加坡亦於21世紀初在全球經濟表現欠佳的情況下，希望以創意產業為經濟發展增添動力。在經濟發展上，該國政府為創意產業發展所需的產業和發展方向定調，並在產業基礎投資、改善知識產權法例、培育及吸引創意人才，以致着力發展本地市場需求等。比起韓國，新加坡更注重利用空間推動創意產業，利用公共設施及商業空間作文化藝術活動，並建立市中心文化藝術區。

新加坡意識到經濟成功有賴發展知識型經濟，透過投資基金、創業資助計劃和稅務優惠等財務措施輔助經濟中的創意元素，並開始發展創意產品以協助旅遊業。人才培養上，新加坡注重培養具創意的民衆，除了培育創意產業人力資源外，還培養具欣賞能力的觀眾，加強培訓勞工的創意技術。

台灣是華人社會中最早將文化產業納入文化政策的地方，當地文化創意產業發展源於社區改造政策的推行。為推動文化傳承，政府在1994年推出「社區總體營造」運動，最初是為了解決偏遠地區的經濟問題，最後卻令居民願意運用集體的創意解決社區問題。台灣於2010年通過《文化創意產業發展法》，成為台灣明確發展創意產業的一項政策。

香港相較其他三地，明顯缺乏統一的政策發展方向，也沒有特別的機構負責統籌相關產業的發展和政策的制定。韓國、新加坡和台灣相關政策更為全面，韓國除了固定的諮詢服務、協助融資、保障作品及促進作品的流通外，還制定一人創作企業育成法，鞏固個人創業者的創業環境。

撰文：彩 雯



▲在非正規教育方面，韓國較為人們熟悉的就是歌手的「練習生」制度



▲《人間喜劇》由電影發展基金注資

創意設計源於生活



說到香港的創意文化產業，不得不提起的其中一個重要人物，是設計大師靳埭強。他是國際知名平面設計師及藝術家。自1967年從事設計工作，曾獲多項殊榮。我曾在理工大學聽了他的一次演講，他分享了他個人的設計心得。香港設計中心編著的《香港城區設計散步》（香港：商務印書館，2012年），是一部從藝術家角度看香港不同地區的書籍。我在閱讀《灣仔》（靳埭強著）一章時，好像跟着他，走進了灣仔區，窺探到一個有高創意人的心理，有助提升我的創造力。

行程由灣仔的日街的陳米記開始，店內盡是各式老產品：二十年代的收音機，六十年代的吊燈，以至七十年代的

沙發等，應有盡有，客人總能在店內找到新奇的貨物。離開陳米記，走進教園小巷的另一間舊貨小店。店內除找到地球儀、香水瓶等懷舊貨品，還有戰後航空公司的經典旅行袋。由星街拾級而下，來到實木傢具店「木作坊」。木作坊是香港設計的品牌，專設計新派的明式傢具。

看完小店後，靳埭強改為考察有創意的舊樓。船街十八號的三層小屋，建於1930年。小屋今天已成為活化歷史建築，內設懷舊餐廳，保留了香港的文化。位於莊士敦道的和昌大押建築群，建於1888年。市建局於2002年購入，翻新改建為現時的餐廳及家品店。行程結束後，靳埭強提出，「設計源於生活，創意滋養常在你我身邊」。由他設計的灣仔之旅，確能啟發我們的創意。因此，香港政府如真有決心推動創意文化產業，除了制訂宏觀的政策之外，亦應多鼓勵港人，多注意身邊的時物，從而



啓迪創意。本書除介紹了灣仔區之外，亦介紹了另外十五個區的藝術特色。本書對各區所提供的資料，甚有特色，有助我設計考察行程。

香港通識教育會 李偉雄

通識，編者按

《通識新世代》今（7月4日）起歇暑，九月新學年再會，敬希垂注。——編者



韓國HAJA培養e世代人才

21世紀以來，青少年對人生價值和意義茫然無知，陷入徬徨之中。暴力、麻藥、性等議題，就逐漸變成嚴重的問題。因為社會發展速度很快，青少年以升學至上，在這種教育制度下學生是死讀書，活在讀死書的監獄裡一樣。韓國HAJA就是為了要轉變這樣的現象而誕生的！

延世大學青少年文化中心受首爾委託，開展首爾市立青少年職業體驗中心，將青少年的力量引導到創造性的文化產業和市民文化上來，成立該中心，並命名為HAJA。

HAJA中心是依着「自律共生」的原理而運作的，培養出無條件服從工作需要，適合於e世代，並願分享其有之資訊以及有網路能力的人。HAJA之目標不同於原來的職業訓練所，而是強調培養創造力和自信感的職業體驗場所，造就文化產業的育才機構。

總體來說，HAJA是由「大學」、「政府」、「企業」、「民間學者」、「文化生產者」、「企業家」們，為了共同的目標相互鼓勵一起工作、共同上進的機構。

韓鼓勵一人創作企業

「一人創作企業」是指具備創意性與專業性的個人所經營之企業，無其他專職員工，從事知識服務與製造等相關業務，與自由工作者（freelancer）最大分別是，「一人創作企業」是正式註冊的公司，受相關法規規範與保障。

韓國頒布了《一人創作企業育成法》，法規規定為一人創作企業提供各種支援和優惠，包括：知識服務交易、教育訓練、連繫型技術開發、想法之事業化、海外進出，以及保證制度的設立和運用；同時提供與徵稅和食品產業相關的法外通融，以強化一人創作企業者的創業環境。

韓國政府還透過設立民間機構Korea Idea Bank，向一人創作企業者提供諮詢服務。產業振興院亦設立「一人創作企業育成、支援中心」，優惠提供空間或會議場地，以及對經營、法律、稅務等的諮詢服務。

星推文藝復興城市計劃

新加坡政府於2000年推出的「文藝復興城市」計劃，旨在建立一個獨特的環球文化藝術城市，增加新加坡作為居住和工作地點的吸引力，裨益新加坡人之餘，促進新加坡成為藝術樞紐，是發展新加坡藝術文化領域的核心計劃。新加坡新聞、通訊及藝術（MICA）部長李文獻曾強調，這不是一個在某個年份就能取得特定目標的計劃，而是持續不斷的工作。「文藝復興城市」計劃的名稱甚至可能會變，有人可能想出更能傳達它的意義的名稱，不過它的基本精神不會改變——將新加坡發展為一個世界級的文化藝術中心，確保新加坡人能繼續吸收藝術文化的養分，對文化藝術越來越喜愛。

新加坡政府從開始每年撥出1000萬元，到2004年增加到每年1200萬元，將在未來三年每年撥出1550萬元，加強發展藝術文化的力度。

2011年2月，李文獻發動文藝復興城市計劃的第三階段（RCP III）——2008年至2015年新加坡藝術文化總體規劃。他宣布（MICA）在接下來的五年將分配1.15億新元，或是每年2300萬新元，針對三個關鍵領域：特色內容、動態生態系統和社區參與。

RCP III是整體藝術文化的總體規劃，預想2015年的新加坡作為「新加坡人最好的家」，以及一個「吸引國際人才」的地方，藝術文化在加強新加坡作為一個國家的居住性和獨特性，以及新加坡人、居民和遊客鍾愛新加坡中扮演重要的角色。

港青對創意產業不樂觀

近日，香港青年協會調查顯示，本港青年普遍認為香港應該發展文化及創意產業，卻對這一行的發展不抱樂觀態度。除了遊戲和電影行業受惠於政府資助有所發展外，其他方面舉步維艱。在社會整體文化藝術素養較為落後的情況下，未能孕育出歡迎創意創作的環境，政府在政策上未能配合產業大規模向外發展，令產業發展的市場空間受限。

有資深業界人士認為，香港文化產業面對租金成本高，有缺少投資以帶動產業發展的資金的困境。政府除了有全面的架構系統指定產業發展方向外，在制定相關政策的過程中也要因應本港高租金、少資金的特殊情況，制定切實的配套措施。在人才方面，雖然有大專院校開辦相關課程，但整體水準仍然初階且參差不齊，需要跨界別的綜合訓練。這也需要整體社會對創意產業的重視，提高公眾文化藝術素養，才能長遠推動產業的發展。

中意辦文化外交和創意產業大會

6月26日，由中國公共外交協會聯合中國對外文化交流協會、意大利文化優先協會共同主辦的「首屆中意文化外交和創意產業大會」在北京舉行。意大利駐華大使白達寧發表致辭，他認為，文化外交和創意產業可成為中意兩國相互了解與投資的工具。

他發言指出，意大利和中國都有着千年的文化傳統，雖然發展的方式不同，卻一直有着持續的友誼和互助。

兩國文明都在千百年來形成了發明與創造能力，具有超凡價值。中華帝國知道羅馬帝國的政治和文化品質，直到明朝，中國地圖上一直把羅馬帝國叫做「大秦」。而意大利把中國這裡叫做「大中國」，意大利和中國有着相似的寶貴的文化遺產。

如今兩國都是現代化的國家，社會發達，各具特色，中國是世界上最重要的經濟引擎。意大利則是工業強國，歐洲第二大經濟體，還是聞名於世的想像力、藝術靈感和天才的世界級的實驗室。

在創意方面，意大利是傑出的見證者。兩國多少年前的創意史上的人物都值得提一提，中國的老子、孔子是世界級的大師，而意大利有達芬奇，他是眾多重大發明的開山鼻祖，還有馬可尼，他是現代社會通信的基礎，無線電的發明人。

意大利至今還是創新領域的世界級的核心，設計、食品、時裝、建築、音樂、電影、體育、旅遊、對美的崇拜，還有先進技術和產品質量。

資料來源：北京新浪網