

香港設計指數

初階發展報告

免責聲明

本研究報告由莫健偉博士和文文化顧問有限公司聯合編寫。報告中如出現錯誤和遺漏乃屬作者責任。報告表達的看法和意見僅代表作者本人立場，與香港設計中心、其資助人和在研究過程中諮詢的人士和個人，以及曾提供諮詢和接受訪問的人士無關。

序

發展香港設計指數是香港設計中心的嶄新項目。香港設計中心支持編纂香港設計指數，以期為業界提供有關香港設計界的客觀資訊。隨著創意產業在全球及個別地區日益發展，我們希望這份研究報告能提供一個基準框架，以衡量與設計相關工業的互動關係和發展，亦希望這次研究能促進商界、專業團體以及公眾就這個議題作建設性的交流。

透過廣泛的研究、數據挖掘及整理，以及一系列工作坊和訪問，我們從中了解到設計指數框架的發展路向，並更深入了解當中所涉及的複雜課題，明白在不同商業界別中可更廣泛應用設計、設計思維及設計服務，從中更理解業務拓展及建立設計和相關管理能力的多元方案。在推廣創意及廣泛應用設計時，我們必須政府領導、設計師、教育家、企業家、工業家、商界行政人員以及業務顧問之間不斷演變的角色及相互影響的關係。

產業調查的發展不能一蹴而就，需要從複雜的行業架構及不斷變化的營商環境中獲取相關及實際數據。我們相信【香港設計指數初階發展報告】出台正配合時機，有助評估香港設計界的動態，以提升普羅大眾對香港設計界的認知及為政府在發展創意工業方面的參考、為設計業界帶來正面影響，亦有助往後不斷向前。

我亦希望藉此機會感謝所有參與者，莫健偉博士(項目顧問)周婉美(項目總監)符祥欣及劉宇立(項目統籌)編纂【香港設計指數初階發展報告】。對報告的內容，我們歡迎您們賜教及指正。

利德裕博士

行政總裁

香港設計中心

行政摘要

研究帶來的啟示

設計在全球創意經濟下的地位漸顯重要。設計塑造了人們的溝通方式，像催化劑一樣重塑產品、品牌、服務，及至城市。它好比業務流程的潤滑劑，可以為企業創造更高價值。許多企業和組織使用設計思維重新制定其經營策略，足以證明設計業的影響力不斷提升。設計界作為一個正在崛起的經濟界別，有助創造就業機會和財富，以及本地和出口市場的發展。儘管隨著創意經濟的發展和設計的地位上升，港人對設計的價值卻知甚少，關於設計的有關記載也寥寥可數。工商界和市民對設計缺乏了解，導致設計未能在社會不同社群中得到真正的賞識。

香港設計中心提議建立一個測量框架，用於測量設計界環境及其動態變化，無疑是首創先河。這將提升我們對香港設計界的認知，乃至加強其政策發展的理據根基。

我們可以透過「香港設計指數研究」探索及建立這個測量框架的方法。作為一個方法學研究，本報告透過對指數在未來發展中應有廣度和深度的描述，為達到最終目標奠下基礎，同時也反映出用於框架構建數據的局限性。我們還確認了一些對設計指數進行更深入研究必須解決的關鍵問題，並計劃下一階段投入更大的研究力度，以填補有關數據的不足和/或提高設計指數在某些方面的數據質素。

本次方法學研究汲取有益的經驗，認為透過以下堅實的研究結果和建議可獲得更全面的設計指數：

- **框架：**指數框架應從七方面反映設計界的活力、動力、競爭力和理想的社會和文化環境。這七方面包括「人力資本」、「投資」、「產業架構」、「市場需求」、「社會文化環境」、「知識產權環境」和「一般營商環境」，每個方面由一藍子指標組合構成。
- **定義上的爭議：**我們在研究過程中發現設計的傳統定義，包括「專業設計活動」、「建築、城市規劃和城市設計服務」、「室內及家具設計」、「多媒體、視覺及平面設計」、「時裝設計」和「工業設計」等，而這些定義並不足以涵蓋設計界的動態範圍和變化。指數框架應對設計業及其各分支重新下定義，以反映其不斷擴大的範疇和界線。特別是視覺傳播、某些廣告分支、工藝/手工設計、設計教育和新興設計形式等均應納入設計界範圍之內。
- **數據搜集和研究時間表：**指數框架應建立在健全數據之上。鑑於官方數據的局限性，因此有必要對所知甚少的課題進行深入研究。尤其應優先考慮以下方面：

設計業勞動力研究，用於探索在製造業和服務業（正式和非正式）設計從業人員的現狀；

設計業商業調查，主要反映經濟貢獻、組織特點、設計公司的發展及其商業前景；

設計在工商界的應用，主要研究設計行業和非設計行業的設計投資，以及

了解公眾對設計看法的調查，用於反映公眾對設計價值的了解。

這些研究若真正推行，將有助於收窄政策制定者和公眾現時的資訊差距以及評估設計從業者的地位、需要和志向。這些研究所得之可靠數據反映當下設計公司的現狀、業務發展和機遇，以及工商界對設計服務的使用與需求。

- **各參與者之間的合作：**有關設計界的官方統計數據應作為設計指數構建的重要來源之一。建議有關部門或政府統計部定期覆核統計定義以及與參與者和設計界供應商合作，以改善數據蒐集方法。這有助政府整合數據源，改善數據質素和定期公佈設計業資訊。另外，亦鼓勵設計業各界之間定期交流所蒐集的最新資訊和業內數據。對設計業的顯著發展趨勢進行案例研究可啟發設計指數的理論發展。為了促進交流，應支持設計業內組織以鼓勵他們在數據/資訊管理方面投放更多資源。
- **國際性比較：**在進行指數研究時應從區域和國際層面進行比較，研究結果應該可與國際測量標準對照。建議與對指數建設有共同興趣的海外組織定期交換數據和資料。此外，設計行業在鄰近地區發展迅速如珠江三角洲、韓國、台灣和新加坡，引致有關亞太地區設計界的策略性資訊和最新資訊的需求不斷攀升。初步了解，這些國家和地區的近期發展對加強指數框架的區域比較有一定的參考價值。
- **中介組織的角色：**由中介組織、相關行業協會和本地設計機構合作，承擔檢測設計業數據的功能，對指數構建和數據管理是十分重要。負責的組織在啟動新研究、尋找資訊差距、促進各參與者和數據供應商間的合作能產生不可或缺的作用。他們的支持有助從闡述概念、篩選、蒐集到管理資訊，並在過程中讓資訊優化利用，從而加深公眾對設計界的了解。

指數研究是一個需要時間來發展的縱向研究。是次研究是一個有意義的開端，但還需進行更深入的研究，特別是在新的數據搜集和蒐集過程方面，以收窄現有的資訊差距。我們預期在不斷努力下構建指數體系，將可獲得更多的研究成果，指數框架的範圍和深度亦將會得以擴大。同時我們也相信，一個更全面並建基於健全數據上的架構將在設計指數實施階段出現。

目錄

3	序
4	研究帶來的啟示
9	第一章 閱讀香港設計指數
10	1.1 研究背景
12	1.2 研究方法
17	第二章 香港設計指數的框架
18	2.1 簡介
20	2.2 重要的指標框架範疇
22	2.3 建議框架內的指標
25	2.4 指標框架說明甚麼？
27	第三章 設計界面面觀
28	3.1 簡介
29	3.2 人力資本
34	3.3 投資
35	3.4 產業架構
37	3.5 市場需求
38	3.6 社會和文化環境
40	3.7 知識產權 (IPR) 與整體營商環境
43	第四章 設計指數的未來發展路向
44	4.1 出發點和研究階段
46	4.2 設計指數的比較
47	4.3 指數研究整合的結論與建議
50	附錄1 指標的技術資訊
61	附錄2 設計業商業問卷調查模板
62	附錄3 參加工作坊及採訪人士名單
64	附錄4 訪問意見撮要
71	致謝



西九龍寨城—住好嘢楊志超作品，2009年於西九龍海濱長廊之
香港深圳城市\建築雙城雙年展展出。

相片提供：住好嘢有限公司



1

中正和平

勤政親賢

皇建極

建
先執

無為

春
古
今

佳
日
五福

由進念二十面體主辦，「大紫禁城」於尖沙咀香港文化中心舉行，是一個當代教育展覽。

相片提供：八萬四千溝通事務所

「現時的首要任務是開發一個新的分析工具用於設計界數據的蒐集、整理及批評性研究。因為這有助本地和國際人士了解香港設計的現狀。我們預期這個分析工具能提供更好的框架作區域比較，同時能道出本地的獨特性。」

閱讀香港 設計指數

1.1

研究背景

設計滲透於社會的不同層面。然而，這點經常為人們所忽略。日常生活中人們會使用到各種設計產品，但絕大多數人並未意識到設計品及其產業乃是新興創意經濟不可或缺的一部分。設計幾乎滲透商業服務、生產及經濟活動的每一個過程。然而，由於設計的價值和貢獻是無形的而且難以衡量，因此不容易為人所理解，即使是工商業界人士也不例外。在具體表現形式上，設計為我們提供了美學和視覺上的享受，雖然只有少數人認識到設計其實向我們傳達了美學語言或知識。設計的範疇無所不包，然而，其現實的多面性卻鮮為人理解。研究過程中，我們發現，就連設計界人士都很難描述出香港設計領域現狀的整體概括或其發展潛力，更不用說一般大眾了。簡言之，現有關於設計界的資料比較稀疏匱乏，從而導致不同行業群體的人士對於設計界缺乏相應知識，理解及欣賞。

我們相信這項研究將為讀者提供一個「思維工具」，使他們更了解香港設計界。我們已經盡量避免使用專門術語，如此一來，即使不熟悉設計界的一般讀者，也能夠認識到這項研究的重要性；此處提議的方法框架將有助於他們認識設計界的總體大概。此外，這項研究亦將滿足那些早就翹首期盼出現一個可以用來評估香港設計界現狀的分析工具的人士，如相關領域政策制定者、從業人員及專業人士之預期希望。本次研究我們展示了一種蒐集和分析數據的方法，希望滿足這方面的要求。

香港設計指數研究(指數研究)項目受委託於2009年8月。香港設計中心與文文化化顧問有限公司就此進行合作。一切均源於對香港特區政府中央政策組(CPU)和民政事務局(HAB)所做的創意經濟研究進行補充。中央政策組和民政事務局的研究側重分析香港創意產業的經濟貢獻以及有利於創意生命力的生態環境¹。雖然香港的設計業也屬於報告所提及的一部分，但創意經濟的整體發展才是主要的關注事項，故設計的重要性仍然被低估了，因此有必要補上這塊有關設計界的資訊缺口。

進行指數研究的另一個原因，並不僅僅為了服務香港大眾的要求，還為了滿足不斷增長的區域和國際性比較的需求。過去幾十年間，對設計界的研究增多，例如，英國的「國際設計記分表」(2007)、芬蘭的「全球設計觀察」(2008)以及韓國「首爾設計調查」(2009)²。這些研究作出了對特定國家(或城市)的設計能力、競爭力和/或設計政策的有關分析。其研究成果具有非常寶貴的參考價值，但探索如何衡量這些國家的設計能力，有時候比深究於提高對各個國家設計業界了解的方法來得更加重要。

為了更新本地和國際人士於香港設計界的認識，我們研究了一種新的分析工具，以蒐集、整理設計界的數據並對其進行批評性分析。此工具旨在道出本地視野特色的同時，也能作為一個較完善的框架，用於區域

間之對比。基於此目的，研究發展了一個「研究框架原型」以評估設計業，並就教育、培訓以及主流工業或商務過程中的設計實踐部署方面，探討其更廣泛的發展影響。

簡單而言，指數研究旨在達成如下目標：

- 審慎研究香港設計業；
- 勾勒設計環境現狀，評估設計業的優勢利弊；
- 制定一套數據指標草案以對設計經濟進行資料蒐集；
- 發展一套框架用於定期監測設計業狀況；
- 為地區間比較研究提供基準依據；
- 供政策制定者和其他關鍵利益相關者參考；以及
- 提供樣本數據，以為將來指標研究蒐集重要資訊提供建議和參考。

我們相信，所建議的框架需要定期修改，更重要的是蒐集數據須審慎正確。這是一個需要承擔的持續過程，而指標研究只是一個開始。設計指數並非一項旨在解決某些業內重要問題的綜合性研究，其研究結果可能與一些設計團體期望的有所出入。舉例而言，一些課題須進行更多應用式研究，如衡量設計的商業價值、設計產品和服務的區域及國際貿易等。這次研究將在一定程度上凸顯資訊空白，而未來的進一步研究將逐漸對此空白進行填補，並改善指標研究所蒐集的數據質素，使我們對於設計界及其不同層面的理解更豐富。

設計指數研究蘊涵方法學研究，以解決建立指標的關鍵性問題。它旨在針對特定人士，為讀者了解香港設計界提供分析框架。教育界將從中獲悉香港設計發展以及設計專才提供的資訊，設計業人士則會對設計業架構的現狀有所了解。透過這次研究，設計社群的持份者將會有一個尺度來衡量本地設計界的狀況，而政策制定者則能更清晰了解這個領域的強項和弱勢。

¹ 香港大學文化政策研究中心受香港特別行政區中央政策組委託——《香港創意產業基線研究》(2003年)；香港大學文化政策研究中心受香港特別行政區政府民政事務局委託——《創意指數研究》(2006年)

² Finbarr——《國際設計記分牌：初始指標的國際設計能力》英國劍橋大學(2007年)；Sorvali, Katja & Nieminen, Eija——《全球設計觀察》芬蘭赫爾辛基：DESIGNIUM(2008年)；Seoul Design Centre 首爾市政府——《首爾設計調查》首爾(2009年)

1.2

研究方法

「設計是一切。一切！」這句諺語出自保羅蘭特 (Paul Rand)。設計團體傾向於將設計視為無界限的領域；設計是一個不斷擴大的知識、學科和靈活思維的領域。這在很大程度上是千真萬確的，然而，在特定情況下，當我們檢視設計界的經濟生產時，我們必須作出選擇，劃定出設計的範圍進行研究。

定義

在指標研究中，我們採用對於設計的傳統定義，它包括專門的設計活動、建築服務、城市規劃及設計、室內及傢具設計、多媒體、視覺及平面設計、時裝設計和工業設計。這定義亦為香港特區政府官方行業分類採用。我們接受這一定義並非代表承認傳統定義足以覆蓋設計不斷擴大的設計知識和學科；只是當我們繪測設計界的生產活動時，上述定義仍然適用。

與一些國際設計研究比較，常規定義相對狹窄。正如我們所見的新加坡和澳大利亞研究，設計教育、視覺傳播設計和工藝設計這三個類別在香港的定義中未被完整概括到 (資訊表A)。這種缺乏可能會顯著低估設計界的生產活動。例如，對設計業的描述，常規的定義會忽略學校或機構所提供的設計及相關學科的教育和培訓服務，以及企業採用的廣告服務、設備、展覽和陳列的設計。

毋庸贅言，透過常規定義來研究設計界是不可避免其局限性的。一方面，它不能窮盡社會、文化和經濟過程中眾多應用到設計美學、知識和技巧的活動。而且，在檢驗設計在各工業領域應用方面也並不充分。

更有甚者，常規定義並不涵蓋新興設計，特別一些日益頻繁的設計活動諸如流程設計、工程設計、資訊設計和環保設計，將被排除在外，因為它們並不屬於常規類型。

儘管有上述諸多限制，常規定義仍然應用於官方統計工作上，也為社會和經濟組織定義設計業的經營範圍奠定了基礎。我們認為，常規定義仍能作為設計業界特定生產組織 (或企業) 的生產活動測繪的工具。即使對常規定義稍作改進，將諸如設計教育服務和視覺傳訊設計納入其列，充其量也只能為我們提供既有的設計業的資訊，但新興領域的設計活動的資訊仍然如闕。由於常規定義是至少可以接受的工具，它也有其優點：它為區域和國際環境下特定設計領域的數據整理提供了一個相對穩定的框架 (資訊表B)。將常規定義稍微擴大一點，我們在研究數據中納入設計支持產業以反映設計業界無界限和不斷擴展的特點。廣告、攝影製作服務、演藝活動和電腦遊戲等行業，均被納入研究以描繪設計業的景況。上述行業中一系列廣泛的活動，都涉及平面、多媒體設計、展覽、舞台和裝置到場景設計，其歸入理由均合情合理。

本地設計師都希望能打破常規的設計定義。如果政府能夠對於設計業的官方歸類作出改進，或許能滿足他們的期望。香港標準行業分類 (2.0版) 已努力做了一些補充修改，使之更詳細具體，並添加了新興設計活動類別。香港人口普查和中期人口普查中的精製範疇，提供了另一個資訊來源以估測設計人員在不同經濟領域的從業情況。另外，政府統計單位或商業團體的定期調查也可為設計專才流向趨勢提供寶貴的數據。雖然目前香港正努力完善這些數據來源，但完善成熟仍有待時間和資源達致完善成熟。

資訊表 A：國際研究關於設計業的定義³



³ Moultrie, J. & Livesey, F. —《國際設計記分牌：初始指標的國際設計能力》英國劍橋大學 (2007 年)；《Five Years On》澳大利亞維多利亞 (2008 年)；新加坡政府資訊、通訊及藝術部門 (MICA)《Dsg-II：DesignSingapore 戰略藍圖倡議》

資訊表 B：定義設計行業格局的模型



參考模型

除定義問題外，我們參照了現有的關於本地和國際創意產業的報告。我們已經考慮了對於工業進行深入分析以反映總體創意經濟目前的動態。除了背景研究，三類文獻有助於我們發展指數研究的概念框架：

設計指標/指數研究評述

「國際設計記分表」：英國關於「國際設計能力的初始指標」的報告從國家水平將設計視為一個由有利條件、投入、產出和成果組成的系統，為衡量國家設計能力提供了框架。它旨在現有數據的基礎上初步比較國家之間的设计能力，透過來自不同國家的數據比較凸顯出挑戰，並為正在進行的數據蒐集和國際對比發展了一套框架。

一系列指標已經確定，以絕對和相對的計算方式為國家設計能力勾勒出景況。相對指標，如每百萬人口中設計畢業生的數量，可反映出一個國家設計能力相對的強度。絕對指標如設計畢業生的總數，則反映出每個國家的整體設計能力。指標可分為兩大類，包括為設計推廣和支持進行的公共投資總額，世界知

識產權組織設計註冊總數，商標註冊總數，設計公司總數，設計服務領域的總營業額，設計服務的總就業情況。

由芬蘭赫爾辛基藝術和設計大學的设计创新中心Designium發佈的2008年全球設計觀察報告，處理來自世界經濟論壇 (WEF) 全球競爭力報告中與設計相關的數據，並據此擬出設計競爭力排名。2007年設計競爭力排名以七項設計競爭相關的指標為依據，包括：競爭力要素包括生產過程的狀態；產品設計的影響；營銷和售後服務；出口企業的國際競爭力及其價值鏈中的位置。用於排名的指標有：企業對於研究和發展的投入；競爭優勢的性質；價值鏈所在；創意包容力；生產過程先進程度；市場範圍；以及顧客導向程度。

國家創新系統 (NIS) 和集群發展研究評述

NIS指同一個國家內私人和公共機構、大學、政府機構就生產科學和技術進行互動的系統。連結這些單位之間的網絡可能是技術、商業、法律、社會或金融，其互動目標為盡可能多的發展、保護、資助或規管新科學和新技术。這個

網絡中的軟件和硬件基礎建設對於當地工業的發展被認為是尤關重要的因素。硬件基礎建設包括建築物、設施；軟件則指連結它們並推動這個連結網絡運作的機制。

「三重螺旋」模型從一個不同的層面來看待這個連結網絡，它描述了對於經濟發展非常關鍵的三個組織間的互動：學術界、工業界和政府。在這個大熔爐裡面，將三者合併將創造出協同效應並透過創新推動發展。倫敦設計 (Design London) 的理念與此相近。它利用商業、科學和技術及設計之間的三角協同作用，發展當地的設計集群。這些研究經驗教訓使我們注意促進NIS生命力的不同因素，以及在推進一個工業時不同界別的三角協同作用。這些洞察所見均已為我們的指數研究吸收運用。

競爭力審查及相關研究

世界經濟論壇年度公佈的全球競爭力報告，評估了國家為其公民提供高水平繁榮的能力。這又取決於一個國家如何高效地使用可用資源。因此，全球競爭力指數 (GCI) 是衡量機構、政策和決定經濟繁榮現狀及中期水平持續的

因素。GCI由超過113個變量研究得出。其中，大約2/3來自高階主管意見調查，所蒐集的寶貴資訊基於範圍寬泛的變量，硬數據來源很少，甚至絕大多數情況下根本就無。1/3則來自於公共資源。這些變量被分成了12個支柱，其中機構、基礎建設和創新最為重要。每一根支柱都被視作為一個地區競爭力的重要決定因素。

另外，由政府顧問和作者 Simon Anholt 和 GfK Roper 的公共事務及企業傳播提供的安霍爾特－捷孚凱國家品牌指數 (Anholt-GfK Roper Nation Brands Index)，是一套衡量每個國家品牌形象質素和實力的綜合體系。體系由6個範疇組成：出口、施政、文化和遺產、人、旅遊以及投資和移民。文化和遺產範疇反映每個國家遺產的全球性看法以及對當代文化的欣賞，包括電影、音樂、藝術、體育與文學；人的範疇是衡量國民在能力、教育、開放、友善及其它素質方面的聲譽，以及對於潛在敵意和歧視的了解水平。每個國家在六個範疇的得分由「國家品牌六邊形」(Nation

Brand Hexagon) 來表示，視覺呈現出總體指數得分。它為國家與國家之間的就影響國家聲譽的關鍵因素進行比較提供了一個連貫的框架。這類研究並不直接涉及到設計指標，但是提供了寶貴參考，對影響一個國家競爭力與無形質素的工業、社會和文化環境進行量化。然而本研究在建構設計界的社會衡量指標時，參考了它們的方法模式。

參與者諮詢

隨著框架草案的建設，兩次研討會分別於2010年3月和11月舉行，來自設計協會、業界人士和教育組織人士參加了研討會。他們的意見和建議已被納入研究。依據小樣本進行的深入訪談繼研討會於7月和8月間展開。徵求了關於課程、專才發展、設計業現狀和前景、中國因素、設計政策和政府支持、對有利於設計的社會和文化環境的一般觀察等主題的意見。他們的意見均反映在現有框架，並深深影響了本報告的撰寫。研討會和訪談參加者名單，(見附件3)。訪談意見總結，(見附件4)。

從理念到框架建構

透過對多個研究總結教訓和參考借鑑，我們大致以「投入－輸出/成果」模型作為發展設計指標的導向。從研討會參與者和受訪者蒐集到的精闢見解，以及對於相關文獻的深入研究，促成了確定設計界關鍵要素的框架建構。在後續的章節中，我們將詳細解釋建議框架、其組成、數據整合以及應用該框架的優劣利弊。我們希望這項研究將帶領讀者深入了解香港設計界。

從研討會參與者和受訪者蒐集到的精闢見解，以及對於相關文獻的深入研究，促成了確定設計界關鍵要素的框架建構。

2



The Antoine + Manuel Graphic Village Exhibition
由香港設計中心與香港文化博物館合辦於沙田香港
文化博物館展出。

「指數研究目的在於將重要範疇
集群建成一個概念化模型。這些
範疇反映了設計業界的活力、動
力和競爭力，以及社會文化環境
對設計業界的促進作用。」

香港設計 指數的 框架

2.1

簡介

香港位列服務型經濟世界前端。香港的營商環境已給予設計界一個獨特的優勢，將設計的使用成為品牌建設、創新、市場營銷和傳訊產品及服務裡重要的元素。本地設計師一般都多才多藝，在其自身品牌和服務的形象設計與商業化方面頗具實力。這種獨特的實力，可從香港特區政府為2010年上海世博會展現的「香港：創意生態」展覽中窺見。展覽將頂尖的香港設計與國際結合，涵蓋了個人設計師到以新穎設計為基礎的企業、品牌和體系。作為世界上最自由的經濟體系，香港曾支持其發展。我們的商業思維模式立足於無與倫比的頂尖機構和社會資產，包括言論自由、高標準的施政、高效的基礎設施，以及在亞洲的戰略位置。香港擁有國際視野，尊重傳統和文化，其商業和設計團體均為富有國際化和充滿活力的企業。這使設計師能在不同商業領域中享有國際聲譽——時裝、珠寶、動漫、汽車設計和產品設計及服務。

這些都能凸顯出香港的複雜性、多元文化、配套制度和環境，從而刺激本地設計界的生命力。然而，設計界面臨的挑戰，威脅到其競爭力和可持續性。我們經常聽到專才流失以及主管設計師損失就業和商業機會。這些因素導致香港淪為中國大陸或全球的地區市場。關於政府機關別對於設計支持不足和商業領域及大眾對於設計缺乏欣賞的抱怨屢見不鮮。也許，這些觀念受到顯著誇張的影響，混淆了我們對設計界的理解，造成了不能克服的障礙和挑戰這種印象。

2.2

重要的指標框架範疇

要獲得關於設計界平衡的觀點，設置幾個客觀指標將是有益的，這正是該指數研究工作的目標。它將提供一個建設性的觀點以提高我們了解外面世界，並清除蜘蛛網式的混亂或衝突，還原現實的核心本質。至於對設計界而言，該指數研究使一個包含了反映設計界生命力、活力、競爭力和有助於社會文化環境的重要範疇集群模型得以概念化。該模型當然是“理想型”，但它亦為值得被測量和量化的客觀事實奠定了基礎。

在這個概念框架，如下圖所示，外環建議的七個範疇為設計界的投入，它們包括：

- 人力資本
- 投資
- 知識產權環境
- 產業架構
- 市場需求
- 社會及文化環境
- 一般營商環境

每個範疇的因素對於設計業都很重要，且它們在某種程度上相互關聯。後頁(資訊表C)解釋了為何每個範疇都能向我們反映出設計界的現狀，以及如何有助於設計業界。在欄目框中，我們羅列了所建議指數的用途。衡量類型詳盡全面，如有新要求出現，即可擴充。我們基於關係方法描述各因素，而非線性的因果關係。因為這種方法顯示因素可組合起來從而有助於設計業，並幫助創造產出和成果。

產出和成果的概念在本報告中以橫向視角使用。產出指直接由個人、企業或體系活動產生的結果，例如，設計畢業生的數目為教育體系的產出，反映出為設計業增加的價值。然而，成果卻是帶給設計界的聚合效應，例如，公眾給予設計更高的價值就如社會文化環境對設計界有利的成果。同樣道理，設計產業所佔當地國內生產總值(GDP)的百分比以及進口/出口設計產品的價值額，就如設計界對於經濟的回饋成果。本報告認為，對於產出和成果的概念界定可使研究人員在框架內檢測一眾因素的動態關係，但我們無意採取線性因果關係來衡量這些因素。



資訊表C：指標框架的七個範疇

範疇	為何重要？	適用衡量工具
人力資本	人力資本是體現在勞動力、技能和知識的生產財富，通常指人力資源或專才。動態的人力資源又代表融入到或在設計界流動的知識和理念。動態的專才庫包涵的設計技能、業務管理和創業是發展設計容納力不可或缺的。	<ul style="list-style-type: none"> • 專才基地庫 • 培訓/教育質素 • 從業人員庫 • 市場就業及職位空缺 • 專業培訓意向及狀況 • 經驗和專業程度
投資	健全體系在培育一個未成熟行業或開發集群時更容易獲得無論是私人或公共的支持或特定資源。該系統指在公共政策方面，私營或公共投資。	<ul style="list-style-type: none"> • 在私營及公營界別的研究和發展 • 公營界別對推廣設計的支持 • 在設計教育的投資
產業架構	此類別描繪出設計業狀況和格局、企業的專才框架和設計從業人員，以及設計界相關機構的狀況。	<ul style="list-style-type: none"> • 設計業狀況和格局 • 各行業設計從業人員的狀況和格局
市場需求	市場需求衡量了企業和消費者在設計產品和服務以及人力資本上所投放的價值。在這一類別中，我們透過國內企業和私營機構對於設計的需求到全球對於香港設計產品和服務的需求，來衡量設計的價值。	<ul style="list-style-type: none"> • 商業的設計支出 • 住戶用於設計品和服務的消費 • 設計產品的貿易 • 設計技能和知識的專才需求
社會和文化環境	強大的社會和文化資本需要建立產業軟件基礎設施。它創造了一個有利學習分享知識和思想的環境，這鞏固了創造性思維的基礎。	<ul style="list-style-type: none"> • 創新環境的刺激 • 設計文化/知識的可獲得性 • 公眾對於設計的了解和投放價值
知識產權環境	一般來說，一個強而有力的法律框架可以促進所有行業的穩定發展。對設計而言，知識產權是一種主要產出類型。與知識產權相關的法律保護之能力和途徑，以及該系統的效率，對設計行業的盈利能力和競爭力尤關重要。	<ul style="list-style-type: none"> • 知識產權保護 • 知識產權產出 • 業務系統的效率 • 企業和個人的態度對待知識產權的價值
一般營商環境	在設計業開創業務的一般商業條件。有利營商的環境可提高效率並鼓勵創業精神。	<ul style="list-style-type: none"> • 創業情況和程序

我們基於關係方法描述各因素，而非線性的因果關係。因為這種方法顯示因素可組合起來從而有助於設計業，並幫助創造產出和成果。

2.3

建議框架內的指標

將範疇轉化為可衡量的指標對於任何指標研究都是一項挑戰。有些概念雖然表達起來直白而雄辯，但不一定能夠量化。本研究在為最合意層面中尋找量化衡量指標時亦遇到同樣的困難。例如，讀者可能有興趣知道一個良好的社會文化環境如何激活設計界。然而，幾乎沒有一個外部和相應的現實使我們直接衡量社會文化環境，除了透過整合一系列非直接衡量方式，如現有的資訊、溝通設計文化的渠道以及人們對於設計的一般理解，可能間接反映出社會文化環境的支持條件。

在指標框架裡也同樣難以建立適當的指標或找到適當的資源數據來支持提出的概念。例如，設計界的設計專才或專業人士的質素水平不易量化衡量，儘管事實上可以獲知企業對設計服務的開支數據。所有這些困難，必須進一步研究加以解決，以建立一個更全面的指標框架。儘管如此，我們仍然可以基於不完整數據構建一個框架，而數據庫可用來反映和分析香港設計界動況。

該指數框架設立了七個範疇的指標，直接或間接地反映了人力資源、市場環境、投資、設計界的商業和社會文化環境（資訊表D）。指標選擇是透過三個步驟的評估進行的，涉及界定基礎概念、明晰以界定的定義然後評估各項指標的可量度性。來自一致和可靠來源的指標是框架內確定的指標，而那些來自含糊數據源或一次性數據指標的並不包括在內。

經確認的指標也並非沒有限制。當中的漏洞和不準確的分類使框架不夠全面，導致設計界的格局景況反映得不夠不完整。因此，我們提出了一個建議指標列，希望在下一階段的研究中得到證實，且新的數據來源應提供證據作基礎。建議的指標會填補指標框架內的一些漏洞，在未來形成一個更全面的框架。在這個建立設計指標模型的階段，我們接受證實指標只能顯示設計界部分景況的局限性。

基於上述原則，我們提出的指標框架包括七個指標群集。在每個範疇下，確認指標被分配了一個序列號，而建議指標則以顏色標出。如需進一步了解詳細定義和指標規則，（見附件1）。

資訊表D：設計指數的指標列

人力資本

編號	指標	衡量類型
I-1	設計學生人數	衡量目前在讀經認可並與設計相關課程的學生人數
I-2	設計畢業生人數	衡量從經認可並與設計相關課程畢業的學生人數
I-3	設計學術工作人員人數	衡量在藝術/設計學院全職教學/研究的工作人員人數
I-4	設計課程數目	衡量專上教育部門開設的經認可並與設計的有關課程數目
I-5	設計從業人員數目（第一類：主要設計領域）	衡量目前在主要設計領域市場的专业勞動力（初級、高級和管理水平）
I-6	設計從業人員數目（第二類：設計支持領域）	衡量目前在設計相關領域市場的专业勞動力
I-7	設計空缺職位數目（第一類：主要設計領域）	衡量市場對專業勞動力的需求以及行業提供的職位空缺
I-8	設計空缺職位數目（第二類：設計支持領域）	衡量市場對專業勞動力的需求以及行業提供的職位空缺
S	設計畢業生在設計及相關行業的就業率	衡量設計畢業生在設計及相關行業的就業狀況
S	各行業的設計師人數	估測遍佈所有行業的設計師大概人數
S	各行業的自由設計師人數	估測遍佈所有行業的自由設計師大概人數

投資

編號	指標	衡量類型
II-1	商業部門研究及發展 (R&D) 的開支總額 (單位：百萬港元)	衡量商業部門系統內，進行的任何增加知識儲備的創造性工作，並利用它來設計新產品、服務和研究改進現有產品、服務及應用。
II-2	政府部門的研發開支額 (單位：百萬港元)	衡量政府部門系統內，進行的任何增加知識儲備的創造性工作的開支，並利用它來設計新產品、服務和研究改進現有產品、服務及應用。
II-3	政府給予設計有關項目的資金總額	衡量用於設計研究或業務發展可用的潛在公共資金。
II-4	申請獲政府批准資助的數目	衡量政府提供給設計界的可用資金。
S	設計教育的公共投資總額	衡量在設計領域研究生和畢業生教育的公共投資總額。

產業架構

編號	指標	衡量類型
III-1	機構單位數目 (第一類：主要設計領域)	主要設計領域的機構單位數目
III-2	機構單位數目 (第二類：設計支持領域)	設計支持領域的機構單位數目
III-3	設計行業的增加值 (港幣百萬元)	設計業界經濟貢獻總額
III-4	設計業佔本地生產總值的百分比 (%)	設計業界對當地的經濟貢獻
III-5	專業設計組織數目	代表、促進和支持設計界的行業代表
S	設計界商業機構規模的百分比	設計界的企業規模百分比 (大、中和小)
S	依據企業規模衡量的設計業界的經濟貢獻百分比	依據企業規模衡量的設計業界的經濟貢獻
S	依據企業規模衡量的設計業界年度業務收入百分比	依據企業規模衡量的設計業界年度業務收入
S	依據設計服務類別衡量的設計業界年度業務收入百分比	衡量設計公司主要和次要的設計業務趨勢
S	區域市場中設計公司設立分支機構的百分比	衡量本地設計公司在香港以外地區的商業活動

市場需求

編號	指標	衡量類型
IV-1	進口設計產品的價值 (百萬港幣\$)	反映設計產品的進口需求和貿易機會
IV-2	出口設計產品的價值 (百萬港幣\$)	反映設計產品的出口需求和貿易機會
IV-3	設計產品再出口值比設計產品出口值 (百萬港幣\$)	衡量設計產品貿易機會
S	住戶消費於設計產品/服務價值	衡量住戶消費於設計產品/服務價值
S	設計領域的商業投資	衡量企業的內部和外部設計投資

註：

S：建議在研究下一階段進一步發展的指標

社會和文化環境

編號	指標	衡量類型
V-1	設計的門戶網站或網上數據庫的數目	衡量通過互聯網、印刷媒體和電子媒體提供給公眾的設計相關的內容、資訊和知識。
V-2	關於電視設計節目播放的時數	
V-3	香港現有的設計雜誌數目	
V-4	設計/藝術館數目	衡量現有向公眾傳播設計文化/知識的機構
V-5	設計圖書館數目	衡量現有向公眾傳播設計文化/知識的機構
V-6	本地設計比賽和獎項的數目	衡量由設計業界頒發的獎項和認證
V-7	設計展覽數目	衡量設計業界向公共提供的資訊和推廣活動的密度
V-8	人均支付的版權費用	衡量投放於知識產權的經濟價值
V-9	公眾對於知識產權的保護意識：如參與侵犯版權等行徑	衡量公眾對於知識產權的保護意識
V-10	商業機構對知識產權如對在香港註冊的商標、專利及外觀設計的態度，以及遵守關於禁用盜版電腦軟件	衡量商業機構對知識產權的態度
S	公眾對設計價值的了解	衡量一般大眾對設計價值的了解

知識產權 (IPR) 環境

編號	指標	衡量類型
VI-1	註冊商標、設計和專利的數目	衡量設計業界的產出
VI-2	觸犯版權條例的案件數目	衡量知識產權條例執行的嚴格度和願意度
VI-3	從事包括知識產權領域業務的律師行所數目	反映現有知識產權法律專家的狀況
VI-4	保護知識產權的國家排名	反映知識產權保護的普遍狀況

商業環境的一般條件

編號	指標	衡量類型
VII-1	經商便利程度指數	衡量啟動一項業務的難易度
VII-2	開業所需時間	
VII-3	開業成本	
VII-4	註冊一項業務的程序	
S	設計人士對於自身發展業務的願景	衡量設計人士對於自身發展業務的願景

註：

S：建議在研究下一階段進一步發展的指標

2.4

指標框架說明甚麼？

該指數框架旨在提高對設計景況的認識。個別指標或一組指標可展示設計界一定層面的狀態、動態或發展趨勢。讀者可獲得關於設計畢業生數目及其就業狀況，或一般設計勞動力在市場上就業模式的資訊更新。對於設計業整體格局有興趣的人士可以從中找到設計業的經濟貢獻、企業形象和規模等有用資訊。框架的每個範疇在理論上反映設計界的多個方面，讀者可從閱讀中了解設計界的廣泛資訊，從專才開發、市場開發，到社會和文化影響及業界福利。

設計指標中的複合指標都必須由一致可靠的數據支持。作為方法學研究，本項研究根據可獲得的數據，用樣本資料彙編來測試確認的指標及其框架。其主要目標是為了：展示現有的數據來源，以凸顯確認指標的局限性和缺陷；顯示出努力不懈的重要性才可糾正缺失的數據，填補不完整的圖像，以至收窄妨礙設計界理解的資訊差距。

透過建議指標列，指標框架提出了一些新的指標。進一步的研究是必須的，而且數據漏洞亦必須予以填補。例如，「設計界商業機構規模的百分比」的可用資料極其零碎，使我們難以就設計公司的縱向結構變化進行檢測；而一些指標如「用於設計及相關服務的支出」，儘管在概念上有充分根據，但缺乏數據支持。又如「設計勞動力的評估」、「本地設計公司及其在海外分行的數量」或「公眾對於設計的了解和投放價值」都是很重要的衡量範疇。然而，由於缺乏相關的數據源，它們現在並不能量化。只要指標框架的設計具有彈性，所有這些方面的差距並非不可能消除。新的相關數據可透過調查或研究獲得。因此，擬議的框架傾向於是一個開放式模型，有待進一步改善。

讀者可獲得關於設計畢業生數目及其就業狀況，或一般設計勞動力在市場上就業模式的資訊更新。對於設計業整體格局有興趣的人士可以從中找到設計業的經濟貢獻、企業形象和規模等有用資訊。



3

住好啲街頭文化博物館 —— 於石硤尾賽馬會
創意藝術中心展示香港傳統郵箱。

相片提供：住好啲有限公司

「數據不能為自己說話。除非有合理理解和分析，陳列大量數據或過分簡單化的排行表只會引致誤解，而非對設計界現狀和動態作深入了解。」

設計界面面觀

3.1

簡介

指數框架旨在對香港設計界環境進行定量分析。只有在彌補數據差距和加入各方面更有意義的指標後該框架才算完整。因此，我們透過蒐集大量數據樣本來解釋該框架的運作，並把初步結果載於本章。除非在有意義的背景下對其加以足夠的闡述和解釋性分析，否則數據本身並沒有意義。因此，我們將對確定指標的作用、它們對了解香港設計界的重要性，以及指數框架中仍然存在的差距加以闡述。

在以下章節中，我們將從人力資本、投資、產業架構、市場需求、知識產權、商業和社會文化環境等各個方面進行背景分析，解讀各項指標和數據，然後得出結論。同時，讀者不應完全相信這些結果，特別需要留意存在漏洞和不夠深入的指標。我們承認如果未能進一步努力改進框架及其數據源，目前的研究只會加深對設計界的誤解，而非加強對其了解。

3.2

人力資本

人力資本是指有技能和知識的勞動力，又稱人力資源或專才。人力的動態又代表在設計業之內或融入其中的知識和理念。設計師為經濟體內的不同僱主（或企業）發展和應用設計師本身的技能。他們是創造和創新的動力，把設計從一個業界應用到另一個業界。當設計師能夠傳授知識時企業才會受益，也就是說，大量高質素的設計人員有利於設計業的發展，而大量擁有技能、業務管理和企業家精神的人對一個經濟體來說十分重要。本報告主要探討人力資本幾個重要的方面：人才供應是影響勞動力市場的一個關鍵因素；培訓/教育程度是不容忽視的，即使設計師已達大專程度或專業水平，他們的質素也同樣重要。所以，關鍵在於培訓，對設計人員而言終生學習是重要的，無論這些培訓是正式或非正式的。

香港的大專設計教育在過去數年發展迅速，設計學業生人數顯著上升。雖然香港的設計專業學校不多，設計教育/培訓的大專院校卻越來越多，報讀副學士學位課程人數大幅增加。下表（資訊表E）的兩個指標反映了人力資本的狀況：設計專業畢業生人數一直穩定上升。設計畢業生是設計業的潛在勞動力，但他們並非全部都投入到人力市場去。有些人會選擇出國留學，或發展自己在其他領域的職業道路。但是，2008/09年度設計畢業生人數的上升對勞動力市場真正的影響將在未來幾年內出現。副學士設計課程數目的穩健增長可能帶動更高層次的教育機會需求和潛在設計人員的增加。有設計從業者和教育工作者擔心「水浸效應」可能影響教學的培訓質素、專業水準和就業機會。



資訊表E：設計專才供應差距

這兩個指標是可用於預測設計專才和潛在員工數目，對制定有關香港設計專才供應總體趨勢的圖表非常有用。然而，它們對設計教育的結構變化（如副學士及銜接課程的發展等）、課程的深度、訓練和教學質素等的轉變沒有太大的指示作用。因此閱讀這些定量結果時不應僅僅追求數字增長而忽視設計教育質素評估。

其次，有關畢業生直接就業的資訊太少。目前還未清楚特定一年有多少畢業生將加入設計業行列。事實上，個別學校進行畢業生調查只供內部參考。未公開消息指超過80%的畢業生從事與工商界設計有關的活動。這些資訊，儘管沒有一個標準化的指標作區域或國際性比較，也可看作不同領域的設計專才以及本地市場對設計人員需求不斷增長的另一衡量標準。

供應設計專才

設計專業學生人數	2006/07	2007/08	2008/09
副學位課程	3,284	3,761	6,983
學位課程	1,742	1,959	2,086
研究生課程	788	828	923
學生總人數	5,814	6,548	9,992
設計畢業生人數			
副學位課程	1,030	1,422	1,402
學位課程	426	642	696
研究生課程	346	370	427
畢業生總人數	1,802	2,434	2,525

另一方面，除設計專才供應的指標外，還應進一步補充有關教育架構和教學資源變化的資訊，以補充關於課程發展趨勢的觀點。本地專上教育機構提供的設計培訓，其實是基於新的教育需要和設計業不斷變化的需求。教育學家經常鼓勵除傳授學生基本設計知識、能力和技能外，還應提供發展跨學科培訓。此外，他們也意識到務實培訓和透過實習、就業、遊學或與商業夥伴和外部專家合作形式，使學生能獲得行業知識和技能。(資訊表F)這對幫助學生尋找在職培訓和獲得高度專業化的知識領域是十分重要。然而，這種課程發展和教育資源近年的變化往往難以衡量(截至2010年)。另外，教學人員和設計課程數目指標可能反映出設計教育結構以及本地設計教育趨勢的改變。

我們可從市場上的設計專才數目了解到設計業人力資源的整體狀況。某些統計數據可能對評估設計業總就業人員數目有一定的參考價值，證明設計業從事者人數眾多。雖然個別研究對設計的範圍和定義各異，但仍可根據這些思路得出標準指標。例如，在某些

國家，廣告被視為設計延伸的一個分支(資訊表A)。我們在研究中把廣告看作是一個與設計業密切相關的獨立和支持產業，儘管兩者均從屬於文化創意產業。我們將在本節後對複雜的設計業分類問題和就業人數的不確定性進行分析。我們將集中探討人力資本就業問題，說明指數框架下的現有資料的「作用」和「限制」。

過去幾年就業人數大致顯示從事設計業核心領域(主要設計學科)的職工人數穩定增長。2006-2009年期間的就業平均年增長率為6.7%，升幅較為顯著。而支持產業在同期也錄得0.7%的增長。增長趨勢也表明近期勞動力市場增長的原因可能有兩個：某些領域(尤其是房地產市場)的經濟增長，為建築和室內設計服務從事者創造更多的就業機會。其次，設計公司的服務範圍擴展到其他工商界，如銀行和金融、零售、商業推廣和網上業務等。零售業務更是創造了大量對市場推廣、品牌推廣、展覽和安裝設計人員的需求，讓就業市場更興旺。



資訊表F：課程改革的定性評估

在指數框架中可加入一些對設計教育課程的結構變化以及本地設計教育趨勢的描述性分析有幫助。這包括對設計課程和其他學系/部門(如商業學校、工程學校等)提供的設計課程進行查詢，以反映設計知識在其他教育領域的範圍的不斷擴大。此外來自除設計教育課程中的設計和/或工商團體外的其他學科的專家/行業從業人員反映了設計領域不斷變化的技能和知識發展。

設計教育規模

設計學術人員數目		
全職教師/研究人員	合共	189
設計課程數目		
與設計相關的認可課程	合共	116
	副學位課程	52
	學位課程	25
	研究生課程	39



資訊表 G：現有就業數字的局限

設計業從業者有時也會抱怨政府有關統計數據不準確。現時官方統計涵蓋的設計業從業人員並非全數是設計師；官方數字包括上至設計人員下至行政和後勤人員等。因此，並不能對設計師總人數作出合理的估計。

對設計行業的傳統定義（見以下註解）是狹義的，而且有兩個嚴重缺陷：1) 定義不夠全面未能包括如環境、服務設計、傳播設計等新興或設計的擴展領域；2) 未能包括其他工商界和製造界的（企業內部）設計師就業情況。例如，從事資訊科技和零售業務的設計人員，其工作與設計有關，但仍然可能不包括在定義之內。

因此，下表所列之就業人數遠低於在香港設計人員總數。

設計業和支持產業 就業情況

指標	2006	2007	2008	2009
設計業從事人員數目				
主要設計領域	13,090	14,610	15,790	15,920
設計業從事人員數目				
設計支援領域	30,350	31,230	31,350	30,990
設計職位空缺數目				
主要設計領域	300	470	440	310
設計職位空缺數目				
設計支援領域	910	960	850	580
就業數據細分				
建築設計服務	4,020	4,320	4,680	4,570
城市規劃和設計服務	40	20	30	40
室內及家具設計服務	3,900	4,170	4,380	4,830
多媒體、視覺及平面設計活動	2,980	3,570	3,640	3,720
時裝（包括首飾）設計服務	400	550	640	690
工業設計服務	980	1,170	1,380	1,200
其他設計活動	770	810	1,040	870
就業人員總數	13,090	14,610	15,790	15,920

* 政府統計處採用的設計業分類系統涵蓋以下領域：建築設計服務；城市規劃和城市設計活動；室內和家具設計服務；多媒體、視覺及平面設計活動；時裝（包括配件）設計服務；工業設計服務和專業設計活動等。香港標準行業分類2.0版（HKSIC 2.0）最近已對分類系統作出修訂，但並沒有2006年前的數據。數字明細來自（HKSIC 2.0）的最新分類。

支持領域：電腦遊戲開發、其他軟體和編程活動開發、廣告企業和機構、廣告服務、攝影製作服務和表演藝術活動等。

現有的就業人數對衡量設計業的整體就業情況有一定參考價值。值得注意的是設計業並非只與設計師有關。設計業不同層次的工作者，從管理人員和設計人員到輔助人員，對整個行業都有貢獻。也正因為這個原因，我們認為上表的官方統計數據應作為設計業一般就業情況的衡量標準。儘管上述限制，對數字進行仔細研究可深入反映出設計界的動態。例如，某些分支就業的穩定增長證實了設計業在最近幾年重新興起。另一個意外的發現是從統計數據中揭示所謂的「工業設計服務」呈增長趨勢，這主要包括產品設計。與原本以為本土製造業市場蕭條的看法相反，有數據顯示就業情況正在逐步改善。這或許預示著高增值製造業在香港的多功能勞動環境的前景。

但是，現有的數字並不能說明從事設計業內外的設計師總人數。此外，統計數據的缺陷也反映出不同界別設計勞動力（設計師）專門調查的迫切性。勞動力研究不僅應包括設計業狹義上的受聘設計師人數，也應包括非設計業，如商業和製造業的從事人員數目（資訊表H）。

我們建議的勞動力調查除了可以更全面地囊括所有設計工作者之外，也許也能提出一些現有統計數據未能回答的專才和就業的重要問題。這些問題的核心是範圍廣泛的經濟界別幾乎沒有提及這些設計勞動力——如設計人員人口組成和經濟狀況、流動性、職業發展、學習和培訓的願望和需要，也沒能提及香港設計業所需的技能。香港理工大學近期研究分析了兩個主要問題，確實填補了一些空白⁴。我們從焦點小組會議總結出有關僱主和設計師對設計界勞動力不匹配問題的意見和他們對設計師的技能、知識、能力和態度評價。是次研究的目的不在於整體反映不同行業設計師的狀態，亦不會提供香港設計人員的人口、社會和經濟概況。因此，仍然有相當大的研究空間。例如，就業統計細分而言，了解設計專才人數、香港境內和境外對設計技能和知識的現有和潛在需求有一定的意義。這些問題的答案，可以更深刻顯示廣大設計員工的趨勢而非只注重不匹配問題。

⁴ 香港理工大學設計學院管理與營銷學系——《配置設計從業人員技術、知識和能力，適應雇主期望和要求：最終報告》（2008年）



資訊表 H：設計就業替代措施

到目前為止，仍然沒有對香港過去幾年設計業勞動力的正式研究。是次研究提供了一些定性和定量的結果，用於反映僱主對技能和知識的看法，以及本地設計師設師的專業培訓願望。然而，對多層面的設計勞動力的研究仍然不夠充分。以下三個方面的資訊尤其缺乏：

- 1) 至今仍然沒有對設計業中設計員數量的調查。官方統計數據所涵蓋的就業人數只能反映設計行業從事人員的大致情況。仍然沒有正式嘗試確定業內設計師的確切數目，更遑論擴展對設計業的傳統定義。
- 2) 至於從事者方面，很明顯設計人員分散在廣告企業、出版社、資訊科技企業、連鎖店、零售及娛樂事業等各個商業和製造業部門。這些商業對傳訊、平面設計、網路、多媒體、時裝、建築和舞台設計的需求很大。就以三煌有限公司為例，該企業為時裝製造商，反映製造業中的大企業建立自己的設計團隊，而規模較小的企業使用獨立時裝設計師的服務。這種模式也出現在其他工商界，如廣告企業會聘請內部設計師提供藝術指導和從事不同種類的平面設計。同樣的情況在不同界別普遍存在，再次證明了對從事其他商業和製造業設計人員數目進行調查的迫切需要。
- 3) 自由設計工作者通常未包括在設計業之內，但他們的經濟活力是巨大的。至今仍然未有關於項目/自由工作的正式統計數據。然而，綜觀香港設計界，估計有成千上萬的設計人員只是短期僱員或兼職從事某個項目。這些設計人員大多比較年輕（通常為30歲以下），雖然部分人擁有正式學位、設計文憑和證書，但沒有自己的企業。這種現象說明，設計界以靈活、非正式及短期的就業為主。

我們將集中探討人力資本就業問題，說明指數框架下的現有資料的「作用」和「限制」。

3.3 投資

在指標框架裡，我們認為一個重視創新、研究和開發活動重要性的社會環境對建立知識基礎和提高設計業競爭力尤為重要。設計業的研發活動是多樣化和跨學科的。形式可以是原型研究、基礎研究、流程創新、市場營銷和溝通戰略方面的投資，甚至是應用技術和工程知識方面研究。另一方面，公共部門（特別是政府）在促進良好的社會投資環境方面十分重要。其他發達國家，會制定適合某些設計領域的創新和研發活動的政策方案，和/或提供資金和退稅政策以鼓勵對研發活動的私有投資。

而在香港，有關設計界研發活動的官方或行業統計數據並不多。現有的官方統計數字（資訊表 I）顯示 2005 年至 2008 年期間，對研發活動投資進展緩慢，但這些數字與設計界直接相關。指標框架下所出現的任何官方統計數據，最多只能顯示社會研發活動的總體趨勢。但仍然未能回答私營企業對設計研發的重視程度和私營企業對設計項目的投資等問題。

此外，我們可以從數字看到，設計類項目的公共投資從 2005 的 2280 萬港元增至 2008 年的 3980 萬港元。這一大幅增長，反映政府部門對設計領域越來越重

視。設計智優計劃於 2004 年起正式推行，包括一個設計支援計劃，資助設計和品牌研究、設計/商業合作、設計專業持續教育項目，以及一般支援計劃，由舉辦會議展覽、專業課程及研究等。此外，政府在 2009 年 6 月成立的創意智優計劃（CSI），旨在資助以設計產業為核心的創意產業發展的項目。

這些資助方案對支持設計業尤為重要。不過，它們的投資效益仍有待商榷。到目前為止，關於設計策略性方面的優先資助和重點的資訊寥寥無幾。公眾和設計業的從業員對不同資助計劃的優先次序和公眾支持的結果以及影響所知無多。為確保公共投資的效益，必須衡量資助方案的效績和成效，並整理出一套公共政策的關鍵表現指標，用於設計宣傳。

現有統計中的另一個空白是關於設計教育和專業培訓的公共投資的綜合資訊。儘管從不同資助途徑和政府對高等教育學院設計教育或政府研究資助，以及專業培訓資助計劃中獲得零碎的資訊，然而，這些資訊是分散的、難以獲得的及沒有定期蒐集的，因此很難看到政府對設計和設計教育發展的決心。我們認為，未來應該要強調這個資訊的漏洞，使政策制定者和教育工作者清楚設計教育資源的分配，以及如何滿足發展中的設計知識對教育的需求。

資訊表 I：研發投資和公共部門對設計的支持

(百萬港元)	2005	2006	2007	2008	2009
研發支出總額 (所有類別)					
	10,921.8	11,946.9	12,407.3	12,293.2	-
按資金來源細分研發支出					
工商界	5,786.7	6,304.1	6,256.6	5,525.8	-
政府部門	4,816.7	5,151.4	5,528.7	5,941.2	-
高等教育機構及其他機構	49.2	27.6	57.3	25.2	-
政府投放於設計類項目的資金總額					
設計智優計劃 (DSI)	22.3	18.5	34.3	32.4	19.5
創意智優計劃 (CSI)	-	-	-	-	20.3
專業服務發展資助計劃 (PSDAS)	0.5	1.6	1.9	1.8	-
總計	22.8	20.1	36.2	34.2	39.8

3.4

產業架構

設計是文化和創意經濟的一個核心要素，是香港的潛在經濟增長點之一。隨著香港服務經濟增長在知識、發展和創意方面競爭力等持續提升，設計在生產方式合理化、經營策略轉變和為業務流程、產品和服務創造新價值方面起著核心作用。雖然設計與商業嚴格來說應該分開研究，是次指數研究還是涉及到經濟環境和本地設計業的表現。這有助於研究推動經濟發展的經濟部門的現況、其業務範圍、對經濟的貢獻及其不同分支內部的動態，這可能彰顯其潛力和發展。

現有行業統計數據並不能完整或完全回答上述問題，但它們可以有限的方式總結出設計業的概況。即使行業分類仍存在很大的不足，設計公司數量仍在穩步增長。此外，建築設計在文化創意產業部門以及國內經

濟的市場份額正向設計服務轉移。然而，有關設計業的業務概況（包括規模、業務性質、營業額以及地方和區域市場足跡等）資訊少之又少。這些資訊的缺失將導致對設計業動態性質的認識不足，難以制定適合設計業的宣傳政策。此外，應進行深入的行業或個案研究，以展示設計業跨學科/跨領域的對內和對外合作，以獲得行業的動態和發展概況。

現有的官方統計數字對支持關於設計產業的強大分析是十分脆弱的。不過，所說的漏洞（資訊表J）可以靠政府的投入透過進一步研究來填補。政府統計處已蒐集到關於設計公司規模的資料。根據這個調查結果，中小型企業佔商業機構99%以上，並於2004年在設計行業貢獻了76%的增值⁵。此外，兩年一次由政府統計部門或設計業界協會舉行的業務調查，經分析可得知設計產業各方面的業務概況。為說明透過一次企業調查所獲得的豐富資訊，本研究（見附錄2）中收錄了設計業界模型調查以供參考。

應進行深入的行業或個案研究，以展示設計業跨學科/跨領域的對內和對外合作，以獲得行業的動態和發展概況。

⁵ 經濟發展及與內地經濟合作委員會——《香港特定創意產業最近表現和發展前景》文件編號：CSD/EDC/4/2006（2006年）



資訊表 J：設計行業經濟數據的不足

現有行業統計數據關於設計行業就業總規模以及其一定程度上對社會的經濟貢獻的資訊非常有限。然而，這對揭開設計產業的經濟效益影響和發展趨勢是遠遠不夠的。特別是有關設計產業的一些重要方面，可惜這些資訊仍然缺乏：

- 設計公司在市場上的服務長度
- 業務範圍
- 企業規模
- 來自不同領域業務的營業額和收益份額
- 具有本地、區域和國際知名度的企業在海外國家/城市設立分支機構，進行出口服務等
- 設計研發活動方面的內部投資
- 員工培訓及專才需求
- 業務展望/預測

經濟景觀設計行業

機構單位數目 (主要設計學科)

	2006	2007	2008	2009
建築設計服務	320	340	360	360
城市規劃和城市設計活動	-	-	-	-
室內及家具設計服務	1,110	1,130	1,180	1,350
多媒體、視覺及平面設計活動	1,240	1,240	1,340	1,480
時裝(包括配飾)設計服務	190	210	240	280
工業設計服務	290	370	430	480
其他專門設計活動	240	260	270	280
機構單位總數	3,390	3,550	3,820	4,230
設計行業的附加價值(百萬港元)	10,077	11,508	15,572	-
設計業佔創意產業市場份額之百分比	18.9	19.18	25.8	-
設計業佔本地生產總值之百分比	0.71	0.77	0.99	-

3.5

市場需求

設計業受多種因素影響，所以簡單的用其中幾種因素來判斷設計業在特定一年的興衰，顯然是不夠現實的。但是，這個指數框架卻仍能顯示出基本經濟條件對設計業的長遠影響。在是次研究中，我們提出三項預測市場環境變化的指標：

- 設計商品的國際貿易情況
- 住戶對設計商品的消費
- 私營企業在設計方面的投資

貿易數字為全球創意經濟提供了一個證據基礎。例如，設計曾是全球創意商品市場中的領先分支。根據貿發會的最新報告，設計類商品的全世界出口額從2002年的1,150億美元增加到了2008年的2,420億美元，複合年增長率（CAGR）達12.5%。在2008年，中國位居十大創意商品出口發展中經濟體榜首，出口總值達588.48億美元⁶。香港在發展中經濟體設計產品出口量排行第二，出口總值亦達到238.74億美元。儘管香港擁有相對優勝的地位，但這個出口數字並不代表設計類商品是香港的本地原創，更反映不出香港工人在創作和生產過程中所付出的實質努力。實際上，大部分設計類商品是香港作為自由貿易港從中國進口。不過，這個數字卻的確反映了創意商品在全球市場上的貿易趨勢，更重要的是香港的貿易能力和效率。這些指標可預測創意經濟中某一分支的交易情況，以及像香港設計類商品的出口、進口和再出口總額，應列入指數框架之中，以監測市場環境的變化⁷。

住戶對設計類消費品的消費是極具有挑戰性的研究課題。現有的住戶消費由政府統計處統計，內容包括食物、住房、交通、耐用品及雜項服務等幾大類。然而，有關商品屬性、住戶消費的商品和服務是否文化和設計型為主的資訊極少。在上世紀九十年代末的歐盟，十五個成員國中，文化開支佔住戶年總開支的4.5%（相當於1,076英鎊）。與文化相關的活動開支，

分為：印刷品（如書籍、報紙、期刊和圖形藝術品等）；照片、影印和電腦使用（包括照片、影音和電腦設備）、文化活動參與（如電影、戲劇、音樂會、博物館、畫廊及其他），以及興趣愛好活動（如攝影、音樂等）⁸。至於設計對這些產品和服務的增值程度，歐盟的文化支出數字能直接反映這些設計類商品/服務上的消費量。儘管歐盟在確定文化支出方面的統計方法有一定局限性，但也可認為，較高的文化類消費水平間接反映了一系列商品和服務的創意生產消費甚高。因此，該指數框架可以包括住戶對文化類商品/服務的消費，以作為本土對設計類商品需求的間接衡量指標。

工商界的設計投資是直接衡量私營企業對設計的使用和需求或使用的重要指標。這是一個全新的指標，目前尚未有正式的研究可估計商業的開支。這是一個值得進一步研究的重要領域，其研究結果不僅可反映企業的設計開支，甚至可得知哪些企業注重設計，以及設計界的縱向投資趨勢。對於任何從事生產活動的企業，所有生產前的設計策略、開發、造型、包裝和市場推廣都包括在設計之中。為衡量這些工商界的過程開支，我們建議兩種衡量方法：

- 企業內部設計人員的數目以及他們的相關開支（如支付設計相關專業人士的薪酬，及其在公司所佔的份額）
- 設計公司用於顧問服務的外部購買投資（如支付廣告公司、外部專業人士、提供獨立服務的人員/設計師的費用）

這些設計業不同分支的企業開支總額構成工商界的設計投資。這些投資的價值相當高，反映出設計業就業和設計服務需求的前景。由於上述指標沒有可用的數據支持，我們建議對下一階段的設計指標作獨立研究，以評估設計投資在工商界的經濟影響。進一步來說，在進行評估研究時，可比較同一行業分支公司內不同規模的設計投資，以確定是否對設計投入較高的企業，在營業收入和年度營業額上，表現會比投入較少的公司優勝。

⁶ 聯合國貿易及發展會議——《創意經濟報告2010》：第157-158頁（2010年）

⁷ 設計產品的定義應遵循貿發會報告的分類，該報告是根據國際統一制度，並選擇五類設計產品，包括建築設計（如原始圖紙的建築計劃）、時裝設計、室內設計、玩具設計、珠寶首飾和玻璃器皿設計等

⁸ 歐洲委員會——《文化統計數據》盧森堡：歐洲共同體官方出版物辦公室：第124-125頁（2007年）

3.6

社會和文化環境

擁有傑出設計文化的偉大城市，根植於肥沃的社會文化土壤。紐約、洛杉磯、倫敦、巴塞隆那、東京及首爾均毫無例外地被譽為設計城市，因為這些城市擁有很繁榮的設計產業。更重要的是因為一個充滿活力的環境包含了不同的價值觀、自由文化，人們可以一種充滿活力而持續的方式互動交流，產生新的想法和創意，從而營造出有利於設計文化繁榮的氣氛。這些設計城市的無形資產是難以衡量的，其社會文化生態太豐富而不能將其過於簡單化。有了這種認識，該框架指數並不試圖提出一個綜合反應社會和文化環境的地圖，但它著重於研究一套可顯示某些層面生態環境的指標。尤其集中在三個方面：

- 以網絡、媒體渠道及其他文化工具和活動方式的資訊交流協助推動設計文化
- 公共及商業機構對知識產權的態度（知識財產權）
- 市民對於設計的看法和態度

有些資訊可以隨時通過對公眾、非政府和私人機構進行社會調查獲得。舉例來說，《香港視覺藝術年鑑》記錄了香港每年視覺藝術展覽，其中一節是與設計有關的展覽。根據該年鑑，比較2008年的33個，2009年只有22個展覽。可以利用香港設計中心和香港其它設計協會現有數據資源，對設計/藝術博物館、設計圖書館、本地設計比賽/獎項及設計雜誌進行初步縱覽。其初步結果列於(資訊表K)，我們可以得出一個關於香港無障礙通道/平台的設計文化傳播的簡單概況。但是，我們不應該就此結束討論，應以此為出發點，將推廣本地設計文化推到更重要的公共議題的時間表內。

商標、專利、註冊設計和版權的知識產權 (IPR)，都是同一種創意活動的表現，是創意活動的核心資產。至於設計，它是一個與知識產權密切相關的產業。設計過程中的創造性活動可能會產生某種或其他形式的知識產權。因此測量知識產權環境的狀態，構成了指標框架的一個重要參數（見本章下一節）。在社會和文化環境中，除了對於創意活動的重視外，對待知識產權的態度亦應體現出設計的社會價值。相對而言，在這個指數框架中，有關知識產權的數據比其他社會和文化指標能更全面的說明問題。香港特區政府知識產權署的成果——《香港市民保護知識產權意識調查》和《香港商業機構知識產權意識調查》，提高了公眾對IPR的認識的縱向數據，以及商業部門對IPR態度。這兩組調查是框架IPR指標整合的一個重要來源。

除了公共和商業機構對知識產權的態度之外，公眾對於設計的了解與態度也是未深究的領域，因此我們建議用公眾調查去填補這個漏洞。擬議的研究對於確定衡量基線將有很大價值：令一般公眾逐步熟悉和了解設計知識；顯示人們對設計的價值；從設計相關的不同活動獲取設計資訊以及市民參與度。所提議的調查應作為深入了解公眾對公共、私有和教育界在推動設計文化中所扮演的。這些資訊能夠為設計方面社會和文化指標填補一些漏洞，為政策規劃和整體設計生態作寶貴的參考。

⁹ 陳育強，莫家良 (2009) ——《香港視覺藝術年鑑》香港中文大學



資訊表 K：設計的社會和文化指標的廣度與深度

表中包含的數據局限於定量測量，因此只能得知資訊交流或是可用於設計文化傳播的平台數量、它們把設計帶給公眾的效果、它們對預計需要諮詢這些資訊的人士、遊客或公眾的影響。而現有數據無法回答這些問題，這意味著，未來的研究覆蓋範圍應擴大，或者使用其它方式傳達設計文化（如學校教授設計課程），以蒐集數據。如果一個關於設計的社會文化環境的證據基礎得以建立，那麼透過使用者或者遊客問卷調查，獲知就可以帶出一系列定性問題，包括：設計資訊的接受程度、本地社區對設計的一般知識、對設計價值的欣賞程度、參觀設計圖書館後的教育和學習體驗，以及參加過設計活動/比賽後的經驗等。

我們還認為，以上所有問題不可能透過一次研究就得出結論。公眾、中介和教育機構等參與者應共同努力，堅持不斷地推廣香港的設計文化。

指標	2009
香港現有設計雜誌數目	20
設計/藝術博物館數目	12
設計圖書館數目	4
本地設計比賽/獎項數目	38
設計展覽數目	22
設計數據庫和門戶網站數目	-
有關設計的電視節目播放時數	-

設計
的
社會
和
文化
指標

3.7

知識產權 (IPR) 與整體營商環境

在本章最後一節，我們希望提出設計行業之兩大發展環境——知識產權和營商環境。一般來說，健全的產業環境能促進任何產業穩步發展。知識產權在設計行業中十分重要，因為知識產權屬於可量化產出。商標、外觀設計、專利皆屬設計過程中的一環。本範疇中，有助於有效運用或執行知識產權的各要素和配套服務（如知識產權法律專才），亦納入考慮。另一方面，營商條件如經商便利程度、開業所需時間、企業開業成本等等，皆為營運效率的要素，不但有利於在設計界創業，亦有利於整個行業。

《世界發展指標報告》之指標及香港特區政府之官方數據，為本範疇最重要的資訊來源，它們為整合指數框架中各項指標提供了方便。下表數據可反映出香港知識產權和營商環境之整體狀況：

用可以與國際比較的數據來解釋知識產權和營商環境，我們便可把握香港經濟環境和競爭力在全球經濟體系的整體趨勢。數據雖然與設計行業緊密相關，但不限於設計行業。因此，營運業務時，設計從業員在應對既有的知識產權和營商環境時，手法可能多種多樣。例如，設計時尚產品的從業員，不會費時註冊外觀設計，或為保護作品而訴諸法律。訴訟費時甚長；反之，個別從業員寧可設計更多作品，以縮短產品週期，從而盡量減少侵權帶來的損失。其他個案中，侵權行為在其他地區經濟體發生，包括中國內地。除非公共部門能提供充足的法律及資源援助，否則個別設計師保護作品的資源十分有限。

在營商環境方面，香港的開業便利程度大體上「方便商戶」。然而，低門檻只是個別設計師有意創立自家品牌時的次要考慮因素。鼓勵創業輔助服務、發展業務組合機會，以及創業志向，都可能是設計專才考慮的一些重要問題。而在這方面，設計業勞動人口創業框架的資料甚少。因此，現階段未能建立指標，量度設計界創業的活躍程度。為了填補這個空白，我們建議為計劃中的設計勞動力調查增設問題，以便調查人員從而蒐集創業志向、對鼓勵創業支援措施的需求和意向等資料。

資訊表 L：知識產權 (IPR) 與整體營商環境的統計數據

指標	計算單位	2008	2009
註冊商標總數	無	18,408	22,500
註冊外觀設計總數	無	5,153	3,850
授給標準專利總數	無	4,001	5,625
商標、外觀設計、專利註冊手續所需時間	時間	-	2-6個月
觸犯版權條例個案	無	7,679	6,371
經商便利程度指數	等級	3	3
開業所需時間	日	11	6
企業開業成本	人均國民收入百分比	2.0	1.8
企業註冊起始手續	無	5	3

本章分析和詳細解釋了設計指數的要素及其組成指標。我們旨在以實在的細節和理由表述本理論框架，讓指數框架包含的指標建基於理據充分的分析之上。為展示指數框架完成的全貌，並示範其作用，我們為指數框架七大方面的個別指標抽樣蒐集數據。然而，數據和指數框架有其局限。由於現有數據不足，特定論題研究亦缺乏支援，所以存在了解不足的漏洞及未能圓滿解答的問題。本研究在上述的限制下，除了指出不完善數據中的可取之處外，亦盡可能反映出設計產業中不同層面的種種現象。

本研究同時詮釋各指標，並提醒讀者其中的限制；更重要的是，本研究指出納入新研究範圍或新種類指標，以加強指數框架的完整性。目前研究著眼於建立有意義的框架，以了解香港設計行業面貌。我們希望目前的研究工作，能為量化研究設計業的持續發展打下基礎。

由於現有數據不足，特定論題研究亦缺乏支援，所以存在了解不足的漏洞及未能圓滿解答的問題。本研究在上述的限制下，除了指出不完善數據中的可取之處外，亦盡可能反映出設計產業中不同層面的種種現象。

4



Route-D 是設計師林偉而為 Detour 2010 而創造的核心設計，於中環前荷李活道已婚警察宿舍展出。

相片提供：思聯建築設計有限公司

「香港設計指數研究是關於設計及其社區價值的首次對話。它旨在探討衡量設計界的定量框架的構建方法，並指出讓更多人談論設計界活力和發展的方法。是次研究旨在以告知的方式展開與參與者、政策制定者和公眾的對話，以共同探討當下設計界環境、正在發生的變化、發展路向，以及設計界的競爭力。」

設計指數的 未來發展路向

4.1

出發點和研究階段

目前的設計指數是一個針對香港地區的設計指數體系的構建方法學研究。經過一年的研究，我們初步訂立了一個可供討論的框架。該框架反映出幾個重要問題，包括從設計專才/勞動力、設計投資、產業架構和市場需求、社會和文化生態到知識產權和一般商業環境的現狀，勾劃出設計界的評量範圍和廣度。該指數框架至少包含38個結合多個資訊來源所得的確認指標。同時，視乎將來彌補資訊差距的新數據搜集過程和研究投入情況，建議把另有13個指標加入框架當中。

從方法學研究層面來說，我們認為對指標的解釋十分有必要，因為這將有助發現指標和數據樣本的不足和缺陷、現有指標的不夠深入之處，以及標示出設計界中存在誤解的方面和將來在數據質素和提高框架分析能力方面需要完善的地方。我們認為是次研究以是一個有意義辯論的出發點，而對任何有關指數框架局限性的建設性意見，將帶領我們在未來建立一個更全面的指數體系。

我們同時意識到現階段的研究應對這個主題作更深入的研究；特別是在數據蒐集方面，應進行新的研究以收窄設計人員目前存在的資訊差距、設計業的業務概況和一些其他研究時間表較為重要的議題。我們期望在不斷努力下建立的指數體系將帶來新的發現和擴大指數架構的範圍和深度。我們相信一個建基於健全數據基礎上、更加全面的框架 將在設計指數的實施階段出現。



2009年8月至2010年12月

4.2

設計指數的比較

所提出的設計指數同時從本地區和國際角度探討香港的設計環境。雖然國際上對設計界的研究方法和概念框架有一定差異，在研究時仍然需要蒐集的可用語比較數據。在這原則下，目前的指數框架囊括大量可與設計界的國際測量方法比較的指標。以下為我們的建議指標，這些指標可用於如首爾設計調查和英國國際設計排名等其他研究。

編號	各項指標*	首爾設計調查指標	設計評分指標	香港設計指數指標
1	與設計相關的政策	√		
2	設計的定義	√		√
3	設計界的定義	√		√
4	設計機構代表	√		
5	與設計相關的專業機構、 組織和協會	√		√
6	設計專門公司數量	√	√	√
7	設計專門公司收入狀況	√	√	√
8	設計師數目	√	√	√
9	獲得的與設計相關的專利數目/ 設計和商標註冊	√	√	√
10	設計教育機構數目	√		√
11	設計教授數目	√		
12	設計教育機構學生人數	√	√	√
13	設計畢業生人數	√	√	√
14	設計博物館/畫廊	√		√
15	設計庫/數據中心	√		√
16	設計雜誌	√		√
17	設計的線上門戶網站	√		√
18	設計電視節目	√		√
19	設計比賽	√		√
20	設計活動	√		√
21	設計宣傳和支援的總公共投資		√	√

* 上表列出了三項研究的共同指標。香港的設計指數則包括確認和建議指標，共有51個指標。

4.3

指數研究整合的結論與建議

近幾十年來創意經濟的崛起提供了巨大的經濟機遇。隨著新興經濟體轉變，注意力轉向創意產業的經濟表現是可理解的。但除了部份研究分析整個創意產業對社會的貢獻外，我們發現幾乎沒有理論或實證研究可說明設計界對社會和經濟動態的貢獻。再者，極少研究關注創意經濟發展下，對一般工業環境、尤其是設計界的了解帶來的挑戰。簡單來說，我們對新經濟所知無多。工業和官方數據蒐集的傳統分類十分有限，不足以反映社會和經濟變化，包括新興行業和職業類別，以及經濟日益呈現的文化密集、跨學科和無界限趨勢。

儘管正式和官方數據顯示了大量有關就業、產業機構數量和經濟貢獻的資訊，但這些資訊都是基於狹隘的定義上。他們忽略了經歷了重大轉變的個別社會和經濟界別的具體細節，如設計。儘管設計界與製造業和服務業長期以來緊密聯繫，人們對它的認識卻不多。是次研究是關於設計及其社區價值的首次對話，旨在探討衡量設計界的定量框架的構建方法，並指出讓更多人談論設計界活力和發展的方法。是次研究旨在以告知的方式展開與參與者、政策制定者和公眾的對話，以共同探討當下設計界環境、正在發生的變化、發展路向，以及設計界的競爭力。

建議的指數框架服務於上述目標，為了解設計界生態打下了堅固的基礎。我們清楚認識到該框架有一定局限性，在理論發展和數據蒐集上還有很大的改進空間。我們還指出四個可改進的方面，並提出如下建議：

定義問題

- 我們在研究過程中發現設計的傳統定義包括「專門設計活動」、「建築、城市規劃和設計服務」、「室內及家具設計」、「多媒體、視覺及平面設計」、「時裝設計」和「工業設計」等，而這些定義過於狹窄，並未足以涵蓋設計界的動態範圍和變化。指數框架應對設計業及其分支重新下定義，以反映其不斷擴大的範圍和界線。特別是視覺傳播、某些廣告分支、工藝/手工設計、設計教育和新興形式設計的等都應包括在設計界環境範圍之內。
- 在建議框架內對設計師、設計團隊、設計比賽、展覽等術語的定義應該標準化，並應在相關國際研究和不同參與者領域術語的其他用法中交叉引用。

研究時間表

- 鑑於官方數據的局限性，進一步研究甚少的課題是有必要的。尤其應優先考慮以下方面：
 - 1) 設計業勞動力研究，用於探索在製造業和服務業設計從業人員的狀況（正式和非正式）；
 - 2) 設計業商業調查，主要反映經濟概況、設計公司的發展（商業調查模板載於附錄2）；
 - 3) 設計在工商界的應用，主要研究設計行業內部和外部的設計投資；以及
 - 4) 公眾對設計了解程度調查，用於反映公眾對設計價值的了解。這些研究若能真正推行起來，將有助於收窄政策制定者和公眾現有的資訊差距，以評估設計從業者的地位、需要和憧憬。這些研究的結果也將提供可靠的數據以反映當下設計公司的環境、業務發展和機遇，以及工商界設計服務的應用與需求。
- 此外，應使用對課程發展的定性研究、設計教育的新趨勢和設計界和工商界的跨學科發展案例研究，對不斷變化的環境和未來產業發展動態進行監測。

協作

- 設計界的官方統計數據應作為設計指數的重要來源之一。建議有關部門或政府統計部門定期覆核統計定義和方法，與設計界人士及資料提供者合作改善數據蒐集方法。這可協助政府鞏固數據源、提高數據質素和定期發佈與設計業有關的資訊。
- 應鼓勵設計業內不同分支之間的定期交流，以蒐集最新資訊和業內各範疇的數據。例如，設計協會/社區可於定期報告上刊登設計業各分支的概況。對設計業的傑出發展趨勢進行案例研究，可啟發設計指數的理論發展。為了促進交流，應支持設計界業內組織，鼓勵他們投資於數據/資訊管理。
- 在進行指數研究時應能與區域和國際城市進行比較，而研究結果則應與國際標準互相對照。建議與對指數建設有共同興趣的海外組織定期交換數據和資料。此外，設計行業在鄰近地區如珠江三角、韓國、台灣和新加坡的發展迅速，令有關亞太地區設計界的策略性及最新的資訊需求不斷攀升。初步了解，這些國家和地區的近期發展，對加強指數框架的區域比較有一定的參考價值。

中介組織的作用

- 中介組織應與相關行業協會和本地大學合作共同觀察設計界的動態，以協助指數構建及數據管理。另外，我們亦很需要一個組織去開展新研究、收窄現有的資訊差距，以及推廣設計界內不同人士及數據提供者相互合作。這對從概念化、篩選到管理和評價過程中的資訊優化利用，以及加深公眾對設計界的了解十分重要。

鑑於官方數據的局限性，進一步研究以下的課題有一定的需求，如設計業勞動力研究、設計業商業調查、設計在工商界的應用，以及公眾對設計了解程度調查。

附錄



附錄 1

設計指數的技術資訊

註：本節包含關於設計指數既定指標數據蒐集的規格資訊。第二章表格中所建議並有待發展的設計指標將不會出現於本節中。具體資訊如指標定義、數據來源及蒐集數據和指標數據來源的時間框架，可以在本節中讀到。某些情況下，由同一個指標衍生或者變化而來的指標將歸於一組進行描述。少數情況下，數據來源和/或數據蒐集方法的限制也會列出。

指標 I-1

指標 I-1

設計學生人數

定義

設計學生人數代表了設計教育系統中的專才供應，因此由報讀全日制設計課程學生人數來衡量。這可能無法反映出畢業後進入設計業界的學生人數，但在業界仍是一項必不可少的數據。

- 設計及設計相關課程均包括在內
- 反映設計業界專才供應潛力
- 衡量投入教育體系的人力資本投入

時間框架

每年；自2006年至2009年，總共3學年

研究方法

設計相關課程入選大學教育資助委員會和資歷名冊。高級文憑或以上（相當於資歷名冊4級或以上）：基於絕大多數高級文憑或以上教育程度設計類工作的要求。

我們的指數從資歷名冊中精選出了一些設計及設計相關課程。在資歷架構之下的資歷名冊，是一個跨部門的分級，涵蓋各個行業的學術和職業資格，以及無論由評審當局或自行評審機構進行資格評審的課程。

來自每一間教育機構的數據蒐集：我們總共囊括了20間機構，全部都提供一個或更多設計相關並經過資歷架構評審達到4級或以上的課程。其中12間根據指定數據給予答覆。

來源

資歷名冊

指標 I-2 設計畢業生人數

定義

設計畢業生人數反映出設計教育系統的產出以及即將進入業界的潛在專才供應。

時間框架

每年；自 2006 年至 2009 年，總共 3 個學年

研究方法

設計相關課程入選大學教育資助委員會和資歷名冊。資歷名冊是計算指數下所包涵的設計課程，跨部門分級涵蓋各個行業學術和職業資格的資歷架構下的課程，以及無論由評審當局或自行評審機構進行資格評審的課程最好的標準。之前的討論已建議將持續進修基金 (CEF) 羅列的設計課程作為標準，但不是所有經資格評審的課程都申請了 CEF，因此使用 CEF 課程列表並非理想標準。高級文憑或以上 (相當於資歷名冊 4 級或以上) 的課程被納入其中。

來自每一間教育機構的數據蒐集：我們總共囊括了 20 間機構，全部都提供一個或更多設計相關並經過資歷架構評審達到 4 級或以上的課程。其中 12 間根據指定數據給予答覆。

來源

原始數據蒐集自教育機構

指標 I-3 設計學術工作人員人數

定義

指在提供設計相關課程的機構中全職教學/研究的工作人員人數。衡量致力於在設計業界傳播知識的工作人員總人數。設計學術工作人員可促進知識更有效的傳播以及培養更多專才。

時間框架

每年；2010 年

研究方法

與上述提及指數方法類似，針對選定設計相關課程，將關於設計學術工作人員人數的調查發到各機構。

來源

原始數據蒐集自教育機構

指標 I-4 設計課程數

定義

香港設計及相關課程的數目

時間框架

每年；於2010年3月間選定課程

研究方法

設計相關課程由大學教育資助委員會和資歷名冊於2010年3月選定。資歷名冊(QR)是計算指數下所包涵的設計課程，跨部門分級涵蓋各個行業學術和職業資格的資歷架構下的課程，以及無論由評審當局或自行評審機構進行資格評審的課程最好的標準。

相當於資歷名冊4級或以上的課程被選中，包括：

- 高級文憑
- 副學士學位
- 學士學位
- 研究生證書
- 研究生文憑
- 碩士學位
- 博士學位

來源

大學教育資助委員會和資歷名冊

註：目前的教育課程包括設計課程，如工程或傳播等。很難界定某課程是否可作為設計相關課程。按照現今課程分類，設計及相關課程經常分為藝術、設計和表演藝術。

指標 I-5 設計從業人員數目（第一類：主要的設計領域）

指標 I-6 設計從業人員數目（第二類：設計支持領域）

定義

設計從業人員是創意過程和設計作品生產的必不可少的勞動者。這些指標衡量的是傳統設計領域中的設計專業人士和輔助專業人士。通過衡量設計從業人員旨在反映業界專才及其專業技能基本面貌。雖然在設計過程中各種其他角色同樣十分關鍵，但此處並不會將其重要性納入考慮。在我們的設計指數中，將對傳統和支持性行業都進行衡量，以適應設計業界不斷擴大的定義範圍。指標I-6針對設計業界與其它行業及領域融合後不斷擴大定義範圍，就此對設計業界專才給出更為準確的定位。

時間框架

每年；2006年至2009年

研究方法

設計學科均選自香港標準行業分類(HSIC)2.0版，以提高從政府統計處蒐集數據的容易程度。傳統的設計領域(見第一章)均選自香港標準行業分類(HSIC)2.0版的行業設計專門活動。除了傳統的設計領域外，我們也選擇了一些將設計活動作為首要產出的支持性行業(見第一章)。

來源

香港標準行業分類 (HSIC) 2.0 版 —— 香港特別行政區政府統計處；按照行業次分類來分析相關機構、從業人員的數目及職位空缺 —— 香港特別行政區政府統計處。

註：按照目前的商業登記制度，當一家公司以設計作為其首要業務性質，所有從業人員均被包括在內（包括非設計人員）；當一家公司註冊的商業性質不是設計而是其它（如製造），該公司內部的設計人員就被我們的研究忽略了。

指標 I-7**設計空缺職位數目（第一類：主要設計領域）****指標 I-8****設計空缺職位數目（第一類：設計支持領域）****定義**

設計空缺職位數目反映對設計專業人士的需求及其就業機會。

時間框架

每年：2006 年至 2009 年

研究方法

設計學科均選自香港標準行業分類 (HSIC) 2.0 版，以提高從政府統計處蒐集數據的容易程度。傳統的設計領域（見第一章）均選自香港標準行業分類 (HSIC) 2.0 版的行業設計專門活動。除了傳統的設計領域外，我們也選擇了一些將設計活動作為首要產出的支持性行業（見第一章）。

來源

香港標準行業分類 (HSIC) 2.0 版 —— 香港特別行政區政府統計處；按照行業次分類來分析相關機構、從業人員的數目及職位空缺 —— 香港特別行政區政府統計處。

指標 II-1**業務部門研究和發展 (R & D) 的開支總額
(單位：百萬港元)****指標 II-2****按資金來源細分研發支出 (單位：百萬港元)****定義**

衡量由業務部門、政府及高級教育進行的任何增加知識儲備的系統性創造性工作，並利用該知識來設計新產品、服務並應用，同時研究改進現有產品、服務及應用。因為並沒有關於設計業界研發支出經費的數據，我們用研發總額來說明研發的重要性。總額數代表城市對於研究和創新的重視，可視作是業界發展的催化劑以及開發創意的非直接工具。

時間框架

每年：2002 年至 2008 年

研究方法

數據來自於政府統計處出版的香港統計年刊 2009 年版。

來源

香港統計年刊 2009 年版 —— 政府統計處

指標 II-3 政府給予設計有關項目的資金總額

指標 II-4 申請獲政府批准資助的數目

定義

該指標衡量香港特別行政區政府撥給設計業界的資金總額。它代表了設計業界可用於研究、推廣和業務發展的可用潛在公共資金。指標II-4衡量了獲得政府撥款資助計劃批准與設計相關的申請數目，間接反映了用於設計的公共資金數目。

時間框架

每年；2002年至2009年（8年）

研究方法

原始數據來自於設計智優計劃、創意智優計劃和專業服務發展資助計劃秘書處。

來源

香港特別行政區商務及經濟發展局

指標 III-1 機構單位數目（第一類：主要設計領域）

指標 III-2 機構單位數目（第二類：設計支持領域）

定義

根據官方統計數據，一個機構是指在一個地區從事一種或以一種為主導經濟活動的經濟單位。這兩個指標衡量了在主要設計領域和設計支持領域從業的公司數目。

時間框架

每年；2006年至2009年（4年）

研究方法

設計學科均選自香港標準行業分類 (HSIC) 2.0版，以提高從政府統計處蒐集數據的容易程度。傳統的設計領域均選自香港標準行業分類 (HSIC) 2.0版的行業設計專門活動。除傳統的設計領域外，我們也選擇了一些將設計活動作為首要產出的支持性行業。

來源

香港標準行業分類 (HSIC) 2.0版 —— 香港特別行政區政府統計處

指標 III-3 設計行業的附加價值（百萬港元）

指標 III-4 設計業佔本地生產總值之百分比

定義

根據官方統計數據，附加價值指產出總價值扣除中間消耗價值（生產過程中消耗的產品和服務價值）。縱覽本設計指數，該指標衡量整個設計業界貢獻的價值。百分比指標顯示了設計行業對本地生產總值（GDP）的相對重要性。

時間框架

每年：2006年至2008年

來源

數據蒐集自香港特別行政區政府統計處

指標 III-5 專業設計組織數目

定義

該指標用於衡量代表、促進或支持設計界的行業組織。這些組織代表了設計師和設計公司之間的聯結；這種聯結可以提高行業內的知識流動，促進產業發展。

時間框架

2010年

研究方法

基於來自香港設計中心和業界其它行業組織的資訊，由研究團隊進行內部研究。

來源

原始數據由香港設計中心蒐集

指標 IV-1 進口設計產品的價值（百萬港幣\$）

指標 IV-2 出口設計產品的價值（百萬港幣\$）

指標 IV-3 設計產品再出口值比設計產品出口值（百萬港幣\$）

定義

設計產品的國際貿易可根據設計產品流動來衡量。經由香港進口及出口設計產品，證明了香港作為地區及全球設計產品交易重要角色的戰略價值。我們用前兩個指標來反映香港在國際設計產品交易中的能力。設計產品的再出可以反映香港在與中國大陸有關的設計產品貿易中扮演的中介作用。

時間框架

每年：2005年至2009年（5年）

研究方法

以聯合國貿易與發展會議 (UNCTAD) 的 2008 年創意經濟報告為參考，研究團隊根據香港進出口貨物分類表 (協調制度) 2007 年版，即用於香港貿易體系的分類，來選擇設計產品。然後從政府統計處獲得貿易價值數據。

來源

數據蒐集自香港特別行政區政府統計處

註：香港交易設計產品的能力可反映商業需求。然而，數據並不能反映出香港製造的原創產品。設計產品的定義基於聯合國貿易與發展會議 (UNCTAD) 的報告，但並非涵蓋所有設計產品。另外，貿易數據不包括設計服務的交易。

指標 V-1 設計數據庫或門戶網站的數目

定義

該指標定義為互聯網上的電子在線數據庫和/或電子媒體平台，傳播關於設計行業的資訊和新聞、設計潮流和資訊服務，提高設計知識向廣大公眾或業界的傳遞。

時間框架

2010 年

研究方法

研究團隊基於來自香港設計中心及其它業內組織的資訊進行內部研究

來源

原始數據由香港設計中心蒐集

指標 V-2 關於設計電視節目的播放時數

定義

該指標指設計相關內容電視節目的播放時數。電視節目是向公眾傳遞設計知識的媒介，可以在本地製造和/或由海外引進。

時間框架

2009 年

研究方法

研究團隊基於蒐集自 TVB、ATV、RTHK 和有線電視的數據進行內部研究

來源

原始數據蒐集自本地電視台

指標 V-3

香港現有的設計雜誌數目

定義

指零售商（包括書店、報攤等）供應的設計雜誌的數目，包括本地和國際出版的雜誌。作為資訊媒介，設計雜誌為行業專業人士提供了資訊來源，並且是向業界和公眾傳播知識的渠道，同時也是設計過程的產出。其範圍包括時尚設計、室內、平面、數碼媒體、工業、建築設計、行業和貿易等方面的出版刊物。

時間框架

2009年

研究方法

研究團隊展開內部研究。

來源

原始數據自雜誌店鋪獲得

指標 V-4

設計/藝術館數目

指標 V-5

設計圖書館數目

定義

這些指標是指對公眾開放的地點，為設計作品提供保管、保存、展覽的專門空間；和/或向公眾開放，以書本或其它印刷/電子媒體的形勢對設計資訊進行存儲、保管、檢索、展示和傳播的實質地點。

時間框架

2009年

研究方法

由研究團隊搜集資料

來源

香港圖書館網關——香港圖書館協會

指標 V-6 本地設計比賽和獎項數目

定義

指當地為推廣具有高水準品質和涵義的設計原創、創意和優秀作品而舉行的設計比賽和獎項。頒授的獎項可同時提升設計行業形象及公眾對設計行業的留意。

時間框架

2009年

研究方法

研究團隊根據由香港設計中心和其它設計組織獲得的資訊進行內部研究。

來源

香港設計中心其它設計相關組織；香港視覺藝術年鑑——香港中文大學藝術系

指標 V-7 設計展覽數目

定義

指每年在香港舉行的設計展覽或活動數目

時間框架

每年：2008年至2009年

研究方法

研究團隊內部研究

來源

原始資訊來自香港設計中心及其它設計組織；香港視覺藝術年鑑——香港中文大學藝術系

指標 V-8 人均支付的版權費用

定義

由香港作曲家及作詞家協會有限公司收取的不同來源版權費用的總收入（包括媒體、公開表演、機械灌錄權）。該指標可間接衡量消耗在知識產權方面的價值。

時間框架

每年：2007年至2009年

研究方法

研究團隊進行內部研究

來源

香港作曲家及作詞家協會有限公司

指標 V-9

公眾對於保護知識產權的意識：參與侵權活動的行為

指標 V-10

商業機構對知識產權如在香港註冊的商標、專利及外觀設計的態度，以及遵守關於禁用盜版電腦軟件

定義

在公眾調查中，以受訪者瀏覽網路新聞、未經授權網站、下載音樂/電影/遊戲/電子書的參與程度來衡量公眾對於知識產權的認識。在衡量商業機構對知識產權的態度方面，商業機構在香港註冊任何商標、專利或設計的頻率將被納入考慮。

這兩種衡量方法體現了公眾和商業領域對於知識產權的意識及態度。

研究方法

研究團隊進行內部研究

時間框架

偶然：2004年、2005年、2008/09年

來源

公眾對於知識產權保護的調查和商業機構對於知識產權態度的調查——香港特區政府知識產權署

指標 VI-1

註冊商標、設計外觀和專利的數目

指標 VI-2

觸犯版權條例個案數目

指標 VI-3

從事包括知識產權領域的律師行數目

指標 VI-4

保護知識產權的國家排名

定義

註冊商標、設計外觀、專利總數間接衡量了設計行業除了設計公司收益之外的產出。觸犯知識產權的案例數是反映知識產權保護狀況的一個重要指標。受理知識產權案例的法律公司數目則體現出設計業界對於保護知識產權可以獲得的法律服務。第四個指標，知識產權保護排名則反映出香港的知識產權保護體系在國際上的排名。

研究方法

原始數據由政府知識產權署及香港海關提供。有關受理知識產權案例的法律公司數目及香港知識產權保護的國際排名資訊則由研究團隊蒐集。

時間框架

每年：各個年份

來源

數據有多種來源，包括知識產權署的調查；香港海關內部數據；香港律師會線上律師行指南；以及世界經濟論壇《全球競爭力報告》2006-2010。

指標 VII-1
經商便利程度指數

指標 VII-2
開業所需時間

指標 VII-3
開業成本

指標 VII-4
註冊一項業務的程序

定義

這四個指標來自世界銀行集團蒐集的發展指標，就不同國家的數據進行比對。經商便利程度指數將國家和地區經濟從高到低的順序進行第1位至183位的排名（包括香港）。排名越高意味著規管環境比較有利於商業運營。開業所需時間則指完成申請開業法律程序所需的日數。企業開業成本以人均國民收入百分比來表達。註冊起始手續指企業開業所需的註冊程序，包括獲得許可證和執照，完成所有題詞、核實，以及開始營業的通知。

研究方法

借用世界銀行集團蒐集和處理的數據

時間框架

每年；各個年份

來源

世界發展指標——世界銀行集團

附錄 2

設計業商業調查問卷模板

註：所設計的調查問卷主要用於蒐集有關香港設計公司現狀的資訊。應由公司的所有者/主要經營人員完成。這個模板涵蓋很多反映調查廣度和深度的問題。而實際上，問題應盡量精簡，以提升其可行性。

對於使用設計或從領受設計服務的其他行業公司，應另外進行研究。惟出於細節程度和特定情況考慮，某些問題可同時用於兩份不同問卷中。

第一部分：
受訪者細節

第二部分：
公司的人事信息

第三部分：
經營範圍

第四部分：
業務及行業發展

第五部分：
業務前景

第六部分：
招聘問卷

第七部分：
設計投資及研發

附錄 3

參加工作坊及受訪人士名單

區德誠 非一角度設計顧問有限公司	李志榮 Milk Design
陳沛雄 On Your Mark Design Laboratory	李國泉 講師 香港專上學院
陳婉衡 非一角度設計顧問有限公司	梁海勇 主席 香港設計聯會
張美儀 執行委員 香港時裝設計師協會	盧林 設計系系主任 香港知專設計學院
張漢文 董事總經理 域志有限公司	麥雅端 Chocolate Rain Jewelry and Design
鄭慧筠 國際事務經理 香港知專設計學院	吳瑞宏 泓研創新產品有限公司
植觀賢 會員 (2009-2010) 香港工業設計師協會	潘鴻彬 副會長 (2011-2012) 香港室內設計師協會
鍾志平博士 主席 香港設計委員會	彭志江 主席 (2008-2010) 香港設計師協會
馮崇裕 副院長 香港知專設計學院	孫耀先 項目總監 香港中文大學創業研究中心
Prof. Lorraine JUSTICE 香港理工大學設計學院 太古講座教授兼學院主任	施家禮 主席 香港設計師協會
高美雙 策劃部主管 香港知專設計學院	陶肖明教授 講座教授及主任 香港理工大學紡織及製衣學系
林仲強 設計學系主任 明愛白英奇專業學校	王璐德 資深傳媒工作者
林衍堂教授 教授 香港理工大學設計學院	顏紅曉 香港品牌發展局
羅淑敏博士 助理教授 嶺南大學視覺研究系	邱達宏 行政總裁 香港工業總會
劉君璧 香港設計師協會	楊棋彬 主席 香港時裝設計師協會
	楊志超 住好啲有限公司

特別鳴謝以下團體鼎力協助或提供數據
支持本研究：

明愛白英奇專業學校

香港特別行政區政府政府統計署

香港城市大學

香港作曲家及作詞家協會

香港特別行政區政府香港海關

香港藝術學院

香港浸會大學

香港浸會大學持續教育學院

香港專業進修學校

香港理工大學香港專上學院

職業訓練局香港專業教育學院

香港特別行政區政府知識產權署

嶺南大學

香港中文大學

香港理工大學

香港大學

附錄 4

訪問意見摘要

有關訪問：

為了獲取更多關於香港設計產業發展的意見，是次研究邀請了設計協會代表、設計從業員及學術界人士進行深入訪問。2010年7月27日至8月27日期間，研究小組共進行了7次訪問，其中包括兩次小組訪問和5次個人訪問。大部分訪問大約為2小時。

有關訪問意見：

下列表格的訪問意見經消化、整合和重新整理，並非受訪者的原話。這些意見未必能反映受訪者的原意，因為原意可能帶有主觀判斷，或者引用的事實並非完全正確。我們是從方便讀者理解的角度出發，對訪問意見作出總結，而後制訂下列表格：

人力資本

關於教育課程設計的改革/趨勢

- 香港目前的經濟發展要求學生擁有廣闊的知識基礎，他們必須懂得品牌推廣、設計管理、設計策略以及保持設計和生產發展方面的專業水準。此外，香港對設計研究和策劃者的需求也很大。
- 香港設計院校所提供的設計培訓，適用於包括中國內地的所有市場。設計院校從美學、功用、生產、可持續性、生態學以及人類工程學角度出發，幫助學生確立設計內容和方式。
- 香港的市場推廣、廣告業和設計業間的價值觀越來越接近。設計院校已開始了不同設計分支之間的跨學科教育以應對這一趨勢。譬如，讓廣告和視像傳意學生熟悉數碼媒體知識。總之，跨學科教育已是大勢所趨，課程設計的下一步工作就是加強工程學、商學和設計學學生之間的合作。
- 設計院校必須提供協助，讓學生成為企業家。應該不斷為學生提供最新和可持續性的資訊，教授他們有關社會媒體和服務性設計的知識，同時應考慮引入更高級的教學科技。
- 由於不能只依賴大型跨國公司雇用設計師，加上個別設計師希望自行創業（儘管這並非主流現象），因此有必要將創業元素納入設計課程之中。
- 為了鼓勵學生創業，某些課程中教授會挑選部分學生設計品進行小量生產，然後在本地零售商店發售。
- 香港某設計院校的師生在一個合作計劃中與中國少數民族村合作，把民族手工藝和新產品設計巧妙融合在一起，提高了村民的生活水準。這個計劃也包括與社工、黨委書記和省級官員的參與。
- 在課程設計上應鼓勵學生探索設計的可能性和進行更多的「嘗試」。總體來說，歐美的教育體系對設計的重視程度更高。

關於企業和其他設計院校之間的合作

- 設計院校和企業間的合作越來越多。例如，某設計院校的實習計劃為其學生提供實習和工作體驗機會。包括廣告、數碼媒體、視像傳意、環境和室內設計在內的不同企業，都希望透過學校獲得新的意念，而且這種趨勢越來越明顯。設計院校更加透過與其他國際設計院校的合作來獲取課程設計/改革的靈感。

關於學院

- 國際學院有助擴大學生的視野，以及促進不同文化和學術背景學生之間的交流。
- 是次研究部分受訪者認為，教授建築方面實用行業知識的老師短缺。
- 教師的特質和知識對學生來說十分重要。高質素教師突破常規的意念往往能以不同角度啟發學生的靈感。創意和價值觀是緊密聯繫的。

關於入學

- 比較獲得副學士、學士和研究生學位的设计學生人數發現，大專/高等教育程度的設計學生中大部分為副學士。
- 有人建議應對所有的設計課程進行「質和量的控制」。設計業雇主未必能夠分別出求職者的不同資格。在招聘過程中，他們可能不懂得如何透過求職者整體質素尋找滿足特定資格的人選。
- 有人擔心設計業設計畢業生人數（設計人才供應）可能超過實際工作機會（設計人才需求）。儘管這樣，過去幾年裡設計畢業生和設計公司的數量還是大幅增長。入行門檻已有所降低。

關於質素

- 對設計學生的學術要求有所降低。學生們知識廣泛但專業深度不足。因此應該給予設計學生時間和機會，例如在入職初期向其提供在職培訓。儘管設計學生的空間和審美能力已達一定水準，但在中英文語言技巧上仍有改善空間。
- 部分設計學生缺少長遠眼光和宏觀層面的認知能力。建議開設更多教育交流計劃以啟發學生思考。
- 應提升設計學生的入學標準以及控制入學人數，達致學術標準和學院質素的長足提高。
- 文學、歷史和社會學等其他學科的造詣，可能有助提升學生的設計質素。

關於衡量設計學生成熟和質素的其他性指標

- 學生至少應學習基本繪圖、電腦以及獲取設計趨勢方面的知識。他們理應能夠解釋自己作品的優勢和弱點，設計出符合品牌形象的產品，協助雇主制定下一步發展計劃，理解設計公司的市場推廣背景。

關於研究生計劃

- 政府只資助某類型的研究生教育，其中主要是某幾間大學的工程學和科學等特定學科。因此，希望政府透過資助研究生教育，間接幫助本土設計公司。
- 香港應成立持續教育部門，為設計從業人士提供高等教育及額外課程。此舉應由設計協會聯合教育機構發起，藉此希望從長遠促進政府跟進/推廣持續教育。

關於畢業生

- 現時香港大部分設計畢業生或就職於本土廣告公司或多媒體公司，或自己創業，或就職於位於北京、上海、紐約，歐洲或英國的跨國公司
- 行業從業員認為畢業生應該懂得使用更多與設計相關的電腦程式。教育者則回應學校不可能教會學生所有的知識，但可以和他們分享學習過程和工具的使用心得。因此，在職培訓十分重要。

關於從業員

- 從業設計師追求高等教育的現象並不普遍。
- 香港設計從業員具有較高的工作操守。
- 在判斷設計師能力方面，衡量其綜合質素比衡量其所獲獎項更為重要。

關於雇主

- 雇主注重雇員的思想開放性和獨立性，並以具有獨特個人特質的人選為佳。
- 雇主也注重雇員是否與自己興趣相投、熱衷設計以及善於與設計團隊溝通。有時設計學歷背景並非必要條件。一些雇主甚至認為幽默感是設計師的最重要特質。
- 是次研究中多數受訪者傾向雇用應屆畢業生或者年輕設計師，因為他們的培訓成本較低及更具創意。
- 衡量設計師的能力很困難，單憑牌照體制或教育程度來衡量都存在偏頗。

投資

- 既然香港經濟應轉型成創意經濟，政府應該實施相關政策以及為香港設計業發展提供平台。
- 希望政府能向新晉的設計師提供商務管理教育，從而加快其職業/事業發展。
- 缺乏資金是設計公司進入中國內地市場的主要障礙。
- 有人認為對於設計公司來說，為期兩年的商務開創支持計劃不能滿足其營運需要。政府在向設計公司提供支持時應顧及企業發展的可持續性。
- 政府商務補助計劃如智設計劃，其報銷程序過於複雜，建議組織更多的商務計劃競賽並向優勝者提供商務貸款或者現金獎勵，或者提供更多有關知識產權方面的免費資訊服務，比起直接向設計公司提供補助更為有效。
- 香港設計師很少就香港和內地文化元素的融合進行研究，但卻有越來越多年輕人進行這方面的嘗試。
- 衡量花在研究和發展方面的時間和努力有時比較困難，因為部分「研究」是在無意中進行的。

政府的角色

- 儘管政府嘗試支持設計業，但其行為有時僅限於喚醒公眾意識和進行公關宣傳。
- 建議政府透過宣傳香港的優質動漫人才、超高的工作效率和廉價的服務費用來提升香港動漫產業。不僅帶動商務發展而且為從業人員提供工作機會。

知識產權環境

- 對於設計企業家來說，知識產權受到侵害是創業初期的最大問題。
- 是次研究的受訪者指出知識產權受侵問題不能單靠被侵害者解決。當發現有侵權行為時，只能向侵權廠商或顧客發出一紙警告。然而侵權警告並不奏效，但被侵害者也很少採取法律行動。
- 此外某些經常修改設計的產品，其專利註冊或設計註冊對其設計從業員來說並不重要，因為由於設計修改頻繁而導致的註冊費用和回收仿冒產品的費用對他們來說過高。

行業架構

關於時裝設計

- 大部分香港服裝業從業員也是原始設計廠商 (ODMS)。原始設計廠商間的競爭激烈，因為部分外國設計師也從競爭中感覺到商務壓力。
- 服裝行業逐漸從「香港製造」向「香港設計」轉型。為了維持生意，現時廠商建立起內部設計服務以迎合其客戶的需求。
- 20世紀90年代初，香港設計畢業生或者新建立的小型設計公司尚能夠滿足內地市場的顧客需求。但隨著中國服裝行業在過去十年的快速發展，現在的顧客追求高端設計，而且有能力雇用經驗豐富的海外設計師，因此香港設計師在內地市場的競爭對手是世界各國的設計師。

關於室內設計

- 室內設計業的發展完全取決於本土經濟。
- 中國內地成為香港室內設計的重要市場。沒有承接內地項目的公司在利潤方面可能處於劣勢。
- 設計業的不同領域有其獨特的經營模式。現時香港室內市場設計不再局限於珠三角而是面向整個中國。
- 香港和內地的室內設計項目管理最大不同之處在於建築和防火規定。這使得香港從業員在監督內地項目時感到困難。

關於設計業未來發展的建議

- 香港應充分利用其地理位置優勢，進一步發展設計方面的整體解決方案服務。
- 香港和內地的視像廣告銷售和多媒體設計發展潛力巨大。香港室內設計發展的未來趨勢就是轉移到內地。
- 香港也應與內地合作舉辦博覽會以吸引更多國際客戶。
- 政府應該給新晉設計師和設計公司提供更多展覽機會，使得他們可以借此媒介平台去進行商務發展或者向潛在客戶展示產品/組合。例如，南韓政府向全國設計師提供一個在東京設計博覽會上推廣自己品牌的「韓國設計閣」。設計師只需承擔參加該博覽會的機票費用。
- 政府應該向設計師提供展覽申請、知識產權保護方面的幫助等。
- 希望政府能夠以更具創意的形式推廣設計產業，例如將旅遊業和設計業一起作推廣。

設計協會的角色

- 設計協會能夠透過為設計師組織系列活動、提供更多的資源和獎學金提高香港設計人才的素質
- 設計協會希望政府能夠終止免費試用，因為這一行為在過去幾年已防礙了整個行業的發展。他們希望在政府的支持下，香港的設計業能夠進行更多關於室內設計業教育、經驗和法規的項目。

關於產品設計

- 平均來說，香港每間設計公司大約有四至六個設計師。
- 大公司接到大項目，設計高附加值的產品和服務是香港產品設計產業更好發展的核心。

產業架構改變

- 隨著客戶的生意轉移到中國，創意公司也將他們的辦公室轉移到內地。結果就是大部分的大項目都在內地尤其是上海。
- 自從2000年以來，內地設計公司和廠商將他們在香港的同行視為重要競爭對手。
- 顧客對設計師的角色認知有所轉變。現今設計師能夠參與客戶的品牌戰略計劃和商務銷售活動。
- 跨國企業向設計師和設計公司提供大規模項目，設計師從中獲得價值非凡的設計經驗。隨著這些跨國企業的辦公室向內地轉移，香港的设计公司需在內地尋找商務機會。

市場需求

- 來自設計師的市場調研需求巨大。設計師藉此幫助自己打入新市場、根據不同的市場需求進行設計、進行群眾測試和開發有吸引力的功能性產品。

設計發展服務的興起

- 自20世紀90年代末，隨著產品成本的增加，香港的時裝設計產業已經逐漸失去其產品優勢。同時其設計發展方面的優勢有所增長。
- 香港設計發展服務的需求逐漸增長，因為僱用本土設計師的花費要比自帶海外設計師少。
- 因為鄰國缺少時裝設計服務及相關支持服務，香港在亞洲地區的設計服務裡佔有競爭優勢。
- 從1990年代起內地就對設計服務和品牌推廣有需求。香港設計師/設計公司和內地廠商之間的合作起源於1990年代末。自此很多香港製造公司就將其生產基地移往內地。隨後一些服裝品牌也將他們的設計辦公室移往內地，方便設計師和內地客戶之間的溝通。

增長中的中國室內設計需求/室內設計發展

- 中國城市對室內設計的需求巨大。香港的室內設計師在內地越來越受歡迎，其專業技能常常受到讚賞。因此，在進入內地市場之前提前熟悉本土文化和語言於設計師十分有利。
- 室內設計與本土居民的需求/習俗/文化有直接關係。因此，香港設計師在進行設計項目時應該熟悉不同地方和文化。
- 如果香港居民對設計業有正確認知，室內設計發展潛力將十分巨大。

住戶產品設計

- 香港設計師設計的很多住戶用品和小電子產品暢銷海外。
- 香港住戶設計產品的主要市場需求來自歐洲（包括北歐和南歐）、日本和英國。

設計服務發展和品牌推廣

- 如果香港設計師想要獲得OBM客戶和進入內地市場，其服務水準必須達到國際水準。
- 過去，海外客戶僱用香港設計師是因為他們具備打入內地和亞洲市場的專業技能而且在內地擁有良好個人關係網絡。他們能夠找到提供低價格商品的工廠，同時也因為他們更為熟悉內地文化可以充當海外客戶和內地市場之間的溝通橋樑。近年來海外客戶的商務活動有所減少，而計劃打進中國市場的香港客戶需求增大。因為香港客戶注重品牌建立，他們僱用那些具有海外客戶服務經驗的設計師來幫助他們打進中國、亞洲和國際市場。

客戶預算/開支的變化

- 現今的客戶趨向開源節流，降低預算和生產成品而擴大產出。
- 由於預算限制和客戶公司的選擇標準，很多客戶趨向於選擇那些費用最低的設計。

社會和文化環境

藝術文化氛圍

- 社會需要更多藝術設計活動、表演藝術及相關活動。西九龍文化社區有望滿足這些需求，開發港人對此的更大興趣。
- 公眾對設計理解不足，客戶既不理解設計的本性或目的，也不懂得欣賞藝術。結果設計得不到重視。
- 根據觀察，工商界並不清楚設計界所提供的全部。他們對設計的欣賞和設計的使用仍然相對較低。
- 香港居民普遍認為國外品牌產品較為優勝。結果香港設計師、藝術家和品牌得到的本土支持有限。
- 儘管並不流行，但標榜香港風格的的產品和服務也有市場。
- 在1990年代，很多公司極其注重品牌形象，願意投資品牌活動。
- 在內地拓展市場的公司可能會發現雇用志同道合和具有質素控制操守的員工很困難。
- 香港和內地的設計業文化各異。例如內地空間大，因而內地的從業員注重項目的數量。香港和內地在商業經營和設計方面文化也大不相同。例如在內地經營商業，人際關係顯得十分重要。這打擊了部分並不苟同的香港設計師進入內地市場的想法。
- 來自高級設計師積極或消極的評論都極具影響性。
- 很多人認為學習設計對於學業成績不好的學生是出路。他們認為學習設計比學習其他科目容易。
- 應設立更多諸如香港設計師協會亞洲設計獎和香港設計中心亞洲最具影響力大獎專業設計獎項，如：以此提高香港設計標準和為創意設計創建良好氛圍。
- 政府更努力組織更多文化和藝術活動。因此城市的文化氛圍有所改善。如所見，更多年輕人參與這些活動。
- 自從1997年回歸後，香港社會浮現懷念過去美好時光的傾向。香港缺乏對整個社會攸關重要的共同的文化認同。政府應針對此問題開展一個數據收集和研究項目。香港政府在創建共同的香港文化認同方面要起到主導作用。

公眾美學教育

- 政府應該向公眾推廣美學的價值，增強公眾的設計意識和理解。此外還應禁止政府項目免費試用設計的做法。應該推廣版權意識/知識產權意識。

設計師的展示平台

- 希望提供更多香港和海外設計師交流專業技能和經驗的機會。
- 為了建立香港的設計形象，設計師應主動和頻密參加國際設計展覽。
- 除了在職培訓，新晉設計師還可以透過博物館和展覽會觀察到用戶的習性，從中學習和得到啟發。事實上，重要的不是城裡提供了多少活動，而是設計師有參與這些活動的意願及其參與的程度。
- 為了推廣香港設計業，政府或者設計協會必須在將香港設計定位為高端水準前意識到行業的現狀。

香港設計師的專業水準

- 香港年輕一代比上一代更樂於接受本土文化，自我認同感更強。一位受訪者認為如果本土設計師的設計標準能和外國設計師進行比較，將有助提升年輕一代對香港的歸屬感。
- 環保和保育是當今香港社會關注的話題。但僅僅保護環境是不夠的，成功的關鍵是在舊意念中注入新元素。
- 哥本哈根的例子表明，激發和培養創造性環境或設計文化的要素包括公眾對設計價值的意識以及對優質設計的欣賞和需要。價值影響選擇，進而影響城市質素。
- 除了教育市民，擴闊對文化活動的視野及積極參與也十分重要。
- 深圳設計師透過批評和讚賞對方的作品來提高設計質素。

增強香港創意/創造性思維的條件

- 健全的教育體制以及豐富的文化可以提升人們的創意。應鼓勵閱讀，因為閱讀是創作靈感之源。
- 空餘時間的多寡很大程度上塑造了人們的看法、習慣和風俗。空餘時間越多，思考的空間就越大，也能從事更多創意活動。
- 我們可以透過社交聚會上的討論和觀察人們的日常時間安排，評估他們對空餘時間的運用。
- 突破常規的思考能讓設計/產品更出眾和獨特。香港是競爭激烈的商業社會，人們必須重視培養創新能力。
- 創作或新意念的產生都離不開想像力。而香港市民往往缺乏想像力。如果更多的組織和企業向年輕人提供設計機會，則有利於激發和培養創造性環境。因此，必須加強對年輕人的信賴。
- 如果教師在城市擁有較高的社會地位，那麼就有可能越來越多具有競爭力的市民願意成為教師。需要以潛移默化的方式教育設計客戶，因為事實證明他們越來越信任他們的設計師。
- 政府是城市的最大客戶。香港政府對藝術品的審美就曾經受過質疑。高質素的項目和設計往往建立於高質素的客戶之上。

公眾對設計的看法

- 市民普遍對與日常生活話題息息相關的電視節目設計特別感興趣，而學術界及設計師則從概念化內容節目獲取靈感。
- 香港市民普遍在設計和吸引力之間劃上等號，而不會顧及這些設計在使用上的方便性或對日常生活的實用性。
- 借助「理想職業」調查可了解市民對不同職業的價值觀和看法。若與設計類工作在調查中得分較高，則表示市民對設計的價值觀有所改變。
- 人們的價值觀常常存在偏差。家長為孩子施加太大壓力，常常為他們安排各種課餘活動，並未顧及他們是否對這些活動感興趣。很少家長為孩子安排創意類活動，而孩子對設計活動亦不感興趣。
- 在香港，很多家長希望孩子長大後成為高收入的一群，如醫生、律師、銀行家等（社會上普遍認為的「專業人士」），並未意識到孩子其實在設計界同樣可以有所建樹。
- 雖然香港社會貧富懸殊，很多經濟環境較好的家庭都樂於把子女送到外國攻讀設計。香港現已擁有排行世界頭30位的設計學院，這可能有助提升本地家長和學生對香港教育質素的信心。

設計使用者/設計的應用

- 若政府不重視設計的應用，其宣傳材料的設計將永遠停留於二流設計。客戶對設計師的接受程度和信任對設計界的發展十分重要。

量度設計公司的信譽標準

- 量度一間公司信譽最常見的方法是參考其所獲的本地和國際獎項以及設計師的名望。然而，這種方法存在以下不足：總體素質高的公司未必都熱衷於參與設計比賽。如果把獎項作為唯一衡量標準，很可能會錯過這些公司。因此，應重新審視對獎項的重視程度。例如，香港設計中心頒發的「亞洲最具影響力設計大獎」以及香港設計師協會頒發的「香港設計師協會亞洲設計獎」均為業內認受性較高的獎項。此外，單以公司的利潤衡量一間公司的聲譽並不公平。

營商環境的一般條件

藝術文化氛圍

- 香港的設計公司藉著接近中國內地的優勢，有助簡化設計過程。香港對文化發展或文化價值的宣傳兼容並蓄，其自由開放的環境有助資訊的自由流動，對設計思想和趨勢搜尋十分有利。
- 近年來隨著互聯網越來越普及，原創產品設計的機會也隨之增多，有助提升香港設計師在提供總體解決方案服務的能力。很多展覽營運商已開始重視內地生產商，並將其當作重要客戶，為其預留位置較佳的展位。有受訪者認為展覽營運商忽略了香港設計師的需要。

致謝

香港設計指數初階發展報告

香港設計中心出版

項目總監：周婉美

項目顧問及編輯：莫健偉

籌劃小組：利德裕、周婉美；符祥欣、李宗恩；
王思芹、張翠珊、黃啟恩

國際顧問：

Edna DOS SANTOS-DUISENBERG

聯合國貿易及發展會議創意產業計劃主任

劉維公

台北東吳大學社會學系副教授

Masayuki SASAKI

日本大阪大學創意城市研究所城市與文化經濟教授

本地顧問：

Prof. Martin SMITH

香港理工大學產品設計系主任

孫耀仙

香港中文大學創業研究中心項目總監

相片提供：

八萬四千溝通事務所 (P. 8)，ADO (封面)，區德誠 (封面)，
思聯建築設計有限公司 (P. 42)，劉小康 (封面)，住好啲有限公司
(封面，目錄，P. 26)，羅啟妍 (封面)，Matisse Design Limited
(封面，P. 9，17，27，43，49)，黃美瑜 (封面)，Milk Design
(封面)，Milkhake (封面)，嚴迅奇 (封面)，黃炳培 (封面)，
李永銓 (封面)，林偉而 (封面)

書籍設計：Matisse Design Limited

2011年2月第一版

香港設計中心版權所有。未經香港設計中心書面同意，不得以
任何形式複製本書內容。香港設計中心將對違反版權者保留
一切追究權利。

香港設計中心

香港九龍塘達之路七十二號創新中心一樓

電話：(852) 2522 8688

電郵：info@hkdesigncentre.org

網址：www.hkdesigncentre.org

香港設計指南：www.designdirectory.hk

於香港由翹色印刷有限公司印刷

主要贊助機構：商務及經濟發展局 創意香港

贊助機構：香港工業總會

