

香港的创意产业

概要

✓ 近年來，越來越多人認識到創意工業對發達國家保持經濟增長動力所作的貢獻。創意工業是指一些特別倚重創意及才華的知識密集行業。在香港，創意工業主要包括廣告、建築、設計、出版、資訊科技服務、傳統及數碼娛樂、藝術等行業。

✓ 以就業人數和附加值而言，資訊科技服務、出版和廣告是香港三大創意工業。資訊科技服務業的從業員絕大多數從事軟件開發和維護；廣告業是輸出服務的主要行業；而香港得力於發展成熟的印刷業，成為區內的出版中心。

✓ 同一創新意念可以應用於不同的創意工業。同樣地，在某個行業大派用場的創新意念，可以授權予另一個行業使用或作進一步開發。因此，不少創意工業均彼此緊密相連。例如在香港，創意新思維往往會分別應用於電影、電視、漫畫和遊戲軟件等行業。

✓ 本局估計，創意工業佔香港總就業人數的 3.7%、服務出口的 3.1%和本地生產總值的 2%。雖然相對於整體經濟而言，香港的創意工業規模較英國、澳洲和新西蘭為小，但是香港仍被普遍視為亞洲的創意中心。舉例來說，港產動作片及流行曲都在區內享負盛名；香港的建築、設計和廣告業在創意方面亦較區內其他競爭對手優勝。

✓ 「創意」活動並不局限於創意工業，不少行業也有自己的「創作」部門。例如，香港有不少產品及時裝設計師為生產商工作，大公司一般都僱有軟件開發及程式編改的隊伍，而許多公司的廣告宣傳及公共關係事務亦通常由內部負責而非外判。

✓ 根據國際經驗，支援香港創意工業發展可採取的措施大致上可歸類為：教育與培訓、出口推廣、協助融資、數碼融合，以及創意文化。

✓ 創意相當重要。在經濟全球化的環境中，對於香港這樣發達和高成本的經濟體系而言，尤其重要。創意工業除了本身是一股經濟動力外，還為其他經濟活動提供創意來源，於未來歲月，將發揮日益重要的作用。

引言

隨著世界走向全球化的知識型經濟體系發展，各國均需適應新的範式，透過知識而非僅靠勞動力來創造財富。近年來，在發達國家，一些特別倚重創意及才華的知識密集行業(創意工業)在經濟籌劃及政策考量中日益受到關注。英國率先於 1997 年有系統地推廣創意工業，而澳洲和新西蘭亦緊隨其後，加以發展(參見附錄)。

香港一向是亞洲的創意中心。舉例來說，香港的電影及唱片業發展蓬勃，動作片及流行曲都在區內享負盛名。香港的建築、設計和廣告業在創意方面亦較區內其他競爭對手優勝。

本報告旨在概括介紹香港的創意工業，評估這些行業對香港經濟的貢獻，並簡述其發展現況。

甚麼是創意工業？

創意工業可以界定為：「源自個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發和運用，具創造財富及就業潛力的行業。」根據這個定義，香港的主要創意工業包括：

- ✧ 廣告
- ✧ 建築
- ✧ 藝術品及古董
- ✧ 漫畫
- ✧ 設計
- ✧ 時裝設計

- ◇ 電影
- ◇ 遊戲軟件
- ◇ 音樂
- ◇ 表演藝術
- ◇ 出版
- ◇ 軟件及資訊科技服務
- ◇ 電視

香港創意工業的重要性

本報告就創意工業對香港的就業、本地生產總值(GDP)和服務出口所作的貢獻作出估計。由於香港缺乏有關個別行業的統計數據，因此以下分析未必能夠全面反映實際情況。

就業

整體而言，創意工業提供超過 9 萬個職位。其中「資訊科技相關服務」是最大的行業，超過 95%僱員從事軟件開發及維護；其次是「出版」和「廣告」；而「電台、電視台及錄製室」和「電影」則合共聘用約 15,000 人。

2002 年 3 月，創意工業佔總就業人數的 3.7%，佔服務業總就業人數的比例則為 4.5%。

創意工業就業人數

	2002年3月	所佔%
資訊科技相關服務	26,866	29.7
出版*	17,049	18.8
廣告	15,388	17.0
電台、電視台及錄製室	8,021	8.9
電影	6,613	7.3
設計	5,659	6.2
建築	5,093	5.6
舞台製作及娛樂服務	3,410	3.8
攝影服務(包括商業攝影)	2,092	2.3
圖書館、畫廊及文化服務	384	0.4
總計	90,575	100.0
佔服務業就業人口%		4.5
佔就業人口(包括公務員)%		3.7

* 2001年9月數字

過去 5 年，創意工業的就業人數平均每年揚升 3.7%，較同期總就業人數的年均增幅-0.8% 為佳。期內，資訊科技相關服務業的就業人數增長強勁，年均上升 22.7%。

出口

在服務輸出方面，只有較籠統的服務行業統計數字可供參考。例如，設計、時裝設計及出版均沒有單獨分類，全部歸於「其他商業及個人服務」之列；同樣，藝術行業都歸類「其他個人、文化及康樂服務」。因此，下表所示的整體估計數字可能高於創意工業的實際出口表現。到目前為止，廣告應是最大的輸出項目。

至於資訊科技服務，由於可透過產品輸出，因此下表所列出口數字可能低於其實際表現。2000 年，電腦軟件的本產出口總值 8.44 億港元，轉口則為 8.78 億港元。

2000 年，創意工業輸出的服務總值 100 億港元，相當於服務出口的 3.1%，或貨物及服務總出口的 0.5%。香港的創意服務出口略高於進口。

2000 年 創 意 工 業 的 服 務 貿 易

	出口 (億港元)	入口 (億港元)	淨出口 (億港元)
廣告、市場研究及公眾意見調查服務	63.86	31.53	32.33
其他商業及個人服務	17.14	11.68	5.46
專利權及版權費	8.32	35.93	-27.61
影音製作及相關服務	3.16	3.13	0.03
電腦服務	2.27	8.94	-6.67
建築、工程及其他技術服務	1.83	1.50	0.33
其他個人、文化及康樂服務	0.84	1.96	-1.12
總計	97.42	94.67	2.75
佔服務出口%	3.1		
佔貨物及服務出口%	0.5		

附加值

在創意工業附加值方面，按行業分類的統計數字甚少。廣告、建築、資訊科技相關服務及電影共佔香港內部生產總值的 1%；出版業的附加值估計約 50 至 60 億港元，相當於內部生產總值的 0.4-0.5%。

按照上述 5 個行業在創意工業總就業人數中所佔的比例推算，創意工業應約佔香港內部生產總值 2%。

部 分 創 意 工 業 的 附 加 值

	2000年 (億港元)	佔GDP%
資訊科技相關服務	53.82	0.44
廣告及相關服務	37.62	0.31
電影	16.48	0.13
建築	15.31	0.12

正如就業人數一樣，過去 5 年，資訊科技相關服務業的附加值增長強勁，佔內部生產總值的比例由 1995 年的 0.27% 升至 2000 年的 0.44%。

整體重要性

從有限的統計數據推斷，創意工業佔總就業人數的 3.7%、服務出口的 3.1% 和內部生產總值的 2%。當然，「創意」活動並不局限於創意工業，不少行業也有自己的「創作」部門。例如，香港有不少產品及時裝設計師為生產商工作，大公司一般都僱有軟件開發及程式編改的隊伍，而許多公司的廣告宣傳及公共關係事務亦通常由內部負責而非外判。

以國際標準來衡量，相對於整體經濟而言，現時香港的創意工業規模較英國、澳洲和新西蘭為小。

創意工業發展比較

	佔GDP比例	佔就業人數比例
香港	~2%	3.7%
新西蘭	3.1%	3.6%
澳洲	3.3%	3.7%
英國	7.9%	4.1%

創意工業除了本身是一股經濟動力外，還為其他經濟活動提供重要的創意來源，對維持香港的國際貿易樞紐和金融中心地位發揮巨大作用。現時，貿易(佔內部生產總值 20%)、物流(8%)、金融服務(13%)和專業服務(~5%)，合共佔內部生產總值約一半。

創意工業概況

同一創新意念可以應用於不同的創意工業。同樣地，在某個行業大派用場的創新意念，可以授權予另一個行業使用或作進一步開發。因此，不少創意工業均彼此緊密相連。例如在香港，創意新思維往往會分別應用於電影、電視、漫畫和遊戲軟件等行業。

雖然創意工業有其共通點，但是每個行業面對的外圍環境各有不同，內部結構亦不一樣。以下是香港主要創意工業現況的概括介紹。

廣告

香港是亞洲廣告之都，2001 年廣告開支總額達 294 億港元，人均廣告開支居區內第一位。不少國際廣告公司都以香港為基地管理其地區業務，尤其是通過其香港辦事處進軍中國內地。廣告業發展成熟，有助香港為其客戶提供具創意的市場推廣服務。

香港是廣告服務的重要出口地，2000 年出口達 64 億港元，其中包括市場研究及公眾意見調查服務在內。主要輸出的服務有：廣告創作、媒體購買、直接市場推廣、平面設計、市場顧問、按用戶要求進行的市場研究，以及研究數據銷售等。其他輸出的相關服務，還包括香港本地人員替海外客戶製作廣告。中國內地是香港廣告服務的重要出口市場之一。

建築

香港在多類建築及發展項目中的專業設計質素足以媲美世界之最，在摩天大廈建築設計、斜坡設計、高密度房屋設計、有限空間設計等方面均居領先地位。香港建築師學會有超過 1,700 名註冊會員。

近年，香港建築師事務所取得區內不少建築設計及項目管理合約，輸出服務對他們日趨重要。此外，許多香港公司都參與區內的住宅、酒店、商場、大型城市規劃及基建項目，尤以中國內地為然，這些公司往往委託香港建築師處理其境外投資項目。

藝術品及古董

香港是藝術品及古董的地區交易中心，同時亦以身為中國藝術品的陳列窗口和中國古董文物的最大市場而聞名世界。多年來，國際拍賣行都一年兩度在香港拍賣中國藝術品。

漫畫

在香港，閱讀漫畫的風氣甚盛。因此，漫畫是香港娛樂及出版業的主流，每周出版的漫畫書為數不少。

現時，漫畫業以本地消費為主。不過，業界正積極出口漫畫書或出讓版權，例如致力在日漸流行閱讀漫畫的內地市場分一杯羹。與此同時，業界亦將其專長擴展至數碼動畫、電腦遊戲、專利人物及商品等相關行業。在漫畫領域，日本和台灣是香港的兩大主要競爭對手。

設計

香港是公認的地區設計中心。全港有 1,500 至 2,000 家設計公司，其中絕大部分是小型企業。不過，一些小公司卻能夠取得大額生意。數家國際知名設計公司均在香港開業，主要

從事室內設計及企業形象顧問。

香港的平面設計師、室內設計師及產品設計師，一向表現出色，在市場上確立了多不勝數的優秀作品。約七成香港設計公司有輸出服務。相比之下，室內設計有較大的出口業務，而平面設計則以本地業務為主。整體而言，香港設計業日趨出口導向。內地是香港最大的出口市場，擴展前景甚佳。

時裝設計

為保持國際競爭力，香港服裝生產商十分重視原創設計。近年，不少甚具創意及實用的香港服裝品牌紛紛湧現。除服裝生產商聘用的設計師外，許多流行品牌也出自本地時裝設計師的手筆。

基於與服裝生產商的緊密關係，全港約 500 名時裝設計師大多數集中在大眾化的成衣市場。此外，亦有少數人生產客戶定造的時裝。

現時香港約有 60 名獨立時裝設計師，其中 40 名有自己的品牌，不過只有少數發展出口業務。其餘 20 人則為本地及海外生產商提供設計服務。

電影

香港電影業發展蓬勃，是世界上最大的電影出口地之一。2000 年，香港排名全球第四大電影製作地，以人均產量計居世界第一位。港產動作片享譽全球。

面對盜版活動、荷里活電影壓倒性優勢以及業內結構問題等因素，香港電影業仍有待復甦。不過，在這期間，香港的演員、導演及華語片卻在國際影壇取得突破。

由於本地市場規模有限，香港電影向來十分重視出口。雖然進口片在內地放映受到諸多限制，但是內地仍是合作製片及透過電視台發行影片的重要市場。

遊戲軟件

香港遊戲軟件業規模雖小，但發展迅速。業內協會估計，全港約有 50 家遊戲軟件開發商，大部分僱用 15 至 20 名員工。台灣、內地、韓國、日本、馬來西亞、新加坡是主要的出口市場。

該業的優勢在於區內有大量廣受歡迎的電影、小說和漫畫，可為遊戲供應源源不絕的題材。香港的電影明星在區內人氣甚佳，可以將他們的形象通過專利授權來開發遊戲。不過，人才不足是業界發展的一大障礙。

音樂

雖然唱片業備受本地需求疲弱和各種形式盜版活動的打擊，但是香港流行曲在世界各地的華人社區中仍然帶領潮流。

與其他唱片業發展興旺的地區相比，香港不同之處就是電影業與唱片業的關係特別密切。藝人在影壇和歌壇雙線發展十分普遍。

對香港來說，內地是一個潛力豐厚的出口市場。現時內地的發行渠道限制較多，而且相當複雜，加上盜版猖獗，因此市場潛力遠遠未能全面開發。

表演藝術

香港的表演藝術發展朝氣勃勃。過去 20 多年來，隨著經濟和社會不斷發展、演出場地先後落成、藝術教育制度得以確立，加上政府提供資助，專業演藝團體紛紛湧現。

出版

香港得力於發展成熟的印刷業而成為區內的出版中心。香港約有 50 家報紙、700 種期刊。2000 年在港登記的首次印刷、製作或出版的書籍及期刊共 2 萬種。

言論和資訊自由，吸引了不少國際知名的報章、雜誌和書籍出版商在香港設立亞洲總部。

香港也是中文刊物的主要出版中心之一。一些本地的中文報章和雜誌，都有在台灣、內地及海外華人聚居的社區發行。本地出版商對限制甚嚴的內地市場甚感興趣。

軟件及資訊科技服務

香港是一個商業樞紐，對資訊科技服務有龐大的需求。香港的資訊科技公司善於就實際問題為客戶提供度身訂造的解決方案。香港擁有世界級的通訊網絡，為網上應用、內聯網解決方案、多媒體、電子資料聯通、電子商貿、自選視像及培訓等軟件開發活動提供有利的環境。在互聯網應用方面，網絡安全的應用軟件，以及企業儲存解決方案和管理亦有需求。

現時全港約有 800 家獨立軟件供應商，其中八成的收入來自本地市場，內地及其他海外市場各佔一成。超過三成公司均在內地設有分支機構。此外，香港亦有 180 家互聯網內容供應商。

電視

除本地的免費及收費電視廣播機構外，香港還有 12 個獲發非本地電視牌照的機構，主要為亞太區內的觀眾提供地區性電視服務。

香港電視台一般採取以下辦法銷售其作品：以錄影帶形式製作的電視節目、向外地電視台授予節目版權、通過衛星發放節目。

電視節目的市場主要是華語地區。此外，一些節目也會配上其他語言，供非華語觀眾收看。

推動香港創意工業發展

根據相關的國際經驗(參見附錄)，推動創意工業發展可以採取以下措施：

教育與培訓

此舉為創意工業的長遠發展打下基礎。除為創意工業開辦專門的學術及培訓課程外，教育制度亦應鼓勵所有學生發揮創意思考力。

出口推廣

從事創意工業的業者，大部分是小型及出口導向的公司(或者是銳意發展服務出口的公司)。出口推廣等支援措施，有助他們擴展出口業務，不斷成長。

協助融資

小型的創意工業公司發展前景雖佳，但有形資產不足，相對於其他實質資產較多的工業較難取得融資。

數碼融合

不少創意工業若能將服務數碼化，將獲益不菲。當局實施鼓勵數碼融合及擴大採用數碼科技的政策，有助創意工業發展。

創意文化

從外地經驗可見，在創意文化盛行的城市或國家，創意工業都蓬勃發展。推廣創意文化不僅僅是教育問題，還需要廣泛的社會政策配合。在培育創意文化方面，保護知識產權至為重要。

附錄：其他國家的創意工業

英國

1997 年，英國政府成立跨部門的創意專責小組，就支援創意工業的持續發展提供建議。

英國將創業工業界定為：「源自個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發和運用，具創造財富及就業潛力的行業。」根據這個定義，創意工業包括「廣告、建築、藝術品及古董、手工藝、設計、時裝設計、電影及錄像、互動遊戲軟件、音樂、表演藝術、出版、軟件及電腦服務、電視電台廣播。」²

英國的統計數字顯示，2000 年，創意工業佔國內生產總值的 7.9%，在 1997 至 2000 年間每年平均增長 9%，而同期整體經濟的年均增長只為 2.8%。2000 年，創意工業的出口收入達 87 億英鎊，相當於所有貨物及服務出口的 3.3%。1997 至 2000 年，出口年均增長約 13%。創意工業的就業人數達 115 萬，佔總就業人數的 4.1%。創意工業以外的公司亦有 80 萬個創

意職位 3。

設計(佔國內生產總值 2.8%)、軟件(1.6%)、出版(0.9%)和廣告(0.7%)是四大創意工業。這些行業絕大多數以倫敦為基地。

現時，英國由部長級的創意工業策略小組負責支援創意工業的發展。協助融資、出口推廣、教育及技能培訓是三大受重視的領域。

參考資料：

Creative Industries, Department for Culture, Media and Sport, UK(創意工業，英國文化媒體及體育部)

http://www.culture.gov.uk/creative/creative_industries.html

新西蘭

新西蘭大致上採納英國對創意工業的定義和制定政策的取向。據一份為新西蘭工業部編製的報告稱：「新西蘭的創意工業佔國內生產總值的比例估計數字，遠較英國的 5%估計數字為低，部分原因是這些工業在英國的發展較新西蘭成熟，因而相對重要性亦較高。事實上，英國是廣告、設計、軟件及出版等服務的淨出口地，而新西蘭卻可能是整體創意服務的淨入口地。」⁴ 整體而言，估計創意工業佔新西蘭國內生產總值的 3.1%和總就業人數的 3.6%。

新西蘭政府已成立了一個創意工業工作小組，以支援創意工業的發展。其目標是四大行業：音樂、屏幕製作(電影及電視)、數碼媒體和設計。

參考資料：

Creative Industries, Industry New Zealand (創意工業，新西蘭工業部)

<http://www.industry.govt.nz/industry/creative-industries/default.asp>

澳洲

澳洲政府對創意工業的取態是，較重視內容和群聚效應多於特定行業。當局的創意工業群聚研究第一階段報告，主要就製作數碼內容及應用的企業進行探討，其範圍由「消費品和服務，如出版、廣播、電影及錄像服務、視覺及表演藝術、博物館，以至建築、視覺及工業設計、廣告及軟件開發等服務；而且還可以廣泛伸延至衛生和教育等領域。」⁵

1999-2000 年，創意工業整體佔國內生產總值的 3.3%(相比之下，1994-1995 年時只佔 2.2%)，就業人數為 345,000 人，佔總就業人數的 3.7%。

參考資料：

The National Office for the Information Economy, Australia (澳洲全國資訊經濟辦公室)

<http://www.noie.gov.au/>

1.Creative Industries Fact File, Creative Industries Division, Department for Culture, Media and Sport, UK

(http://www.culture.gov.uk/PDF/ci_fact_file.pdf).

2. Creative Industries Fact File, Creative Industries Division, Department for Culture, Media and Sport, UK

(http://www.culture.gov.uk/PDF/ci_fact_file.pdf).

3. Creative Industries Fact File, Creative Industries Division, Department for Culture, Media and Sport, UK

(http://www.culture.gov.uk/PDF/ci_fact_file.pdf).

4. Creative Industries in New Zealand: Economic Contribution, NZ Institute of Economic Research, 2002.

(http://www.industry.govt.nz/industry/_documents/NZIER-Mapping-CI-Final-May%2002.doc)

5.Creative Industries Cluster Study, Stage One Report, Department of Communications,

Information Technology and the Arts, and The National Office for the Information Economy, Australia, 2002.

(http://www.noie.gov.au/publications/NOIE/DCITA/cluster_study_report_28may.pdf).