

注資等於發展？ 政府文創思維莫再離地

2017 年施政報告中，政府再次注資推動創意產業發展，其中「創意智優計劃」將增 10 億元，而設計業尤受重視，政府將對其曾撥資源以鞏固香港作為「亞洲設計之都」的地位。政府一向以撥款為指標衡量文創產業發展，着重增加注資和大力推廣活動，容易使文創產業流於「假大空」的表面工程，帶給市民離地印象，既不利於業界長遠發展，亦無法在城市發展中注入文化視野。



政府年年注資推動創意產業發展，但文創產業真的發展了嗎？（資料圖片）

在全球文創氛圍升溫背景下，港府近年來亦大力推廣文化創意產業。香港統計月刊數據顯示，2005 至 2015 年期間，文化及創意產業增值升幅平均每年高達 7.6%，高於同期本地生產總值的升幅 5.4%；而文創產業增值相對於本地生產總值的百分比亦有上漲，由 3.8%升至 4.7%。文創產業的就業人數亦有明顯上升趨勢，十年內全港就業人數每年平均升幅為 1.2%，文創產業就有 2.2%。在文創產業的 11 個界別中，設計業的表現尤為搶眼。2005 至 2015 年期間，其增加價值由 10 億元上升為 41 億元，增幅達 314%；而從事設計業的人數和機構分別增加 68.8%和 125%。由此看來，不難理解政府為何會加大對設計業的投入。

節節攀升的數據和金錢是否意味著本港文創產業有切實發展？由於香港缺乏長遠文化視野的城市規劃，政府對文創產業的謀劃往往聚焦於經濟價值之上。政府欲提升國際知名度，可連具有代表性的本土文創品牌都未出現。特首林鄭月娥曾言，政府可藉着「粵港澳大灣區」推動創意產業，推動「深圳走出去，香港引進來」；政府又稱要將創意及設計思維注入公務員培訓，應用設計思維滿足市民需要。政府口口聲聲要鞏固香港作為亞洲設計之都的地位，但相比於日本、韓國或台灣，在文化根基和創意產業的發展上都缺乏鮮明獨特價值，比較國際知名度亦相形見绌。不免惹人質疑，政府對文化及創意產業的認識和應用會否有些固步自封？



華山文創園區可謂台北文化藝術的集中地，不少港人到台旅遊亦會到此朝聖。（華山文創園區官網）

政府為支援文創產業發展，曾於 2009 年撥出 3 億元發起「創意智優計劃」，2013 年又注資 3 億元，今年施政報告再增 10 億元。2009 年，政府亦通過向香港設計中心注資策劃「設計創業培訓計劃」和「設計營商周」等活動，往後幾年陸續推出不同活動或獎項，涉及時裝、攝影比賽 和創意工作坊等。興辦活動及設置獎項所費不菲，人力物資亦不可少，但活動對業界的幫助、公眾的影響、參與人數助益效果有多少，都難以衡量。香港地租高企不下，業界中小商戶或獨立人士往往難以分得政府每年派糖的一杯羹。資源分配不均的問題早已滲透在整個文化藝術範疇中，設計業亦有此桎梏。前線設計師經常會面對經營困難的難題。

文創發展政策若無切實定位，被指摘離地之舉無可厚非。政府於 2005 年擴大文創產業範疇，列入設計、建築、出版、音樂、電影等 11 項產業，12 年來源源不斷的注資和推廣政策，不可否認的確「留下」了不少成果，例如西九文化區、M+ 視覺文化博物館等大型文化設施拔地而起。但政府必須認識到，文化創意並非單靠實體成果衡量，本港文創發展起步較晚，在缺乏統籌性和前瞻性的政策支持下，政府更應縝密思考如何將文創融入社會和市民的日常生活中，而非框定於產業成果的計量。

台灣的文創產業經過十幾年的打磨，如今已經成為台灣軟實力的名牌。港府早於 2009 年將文化創意產業列為六大優勢產業，但至今都未推出完整的文創政策供社會討論。相較之下，台灣於 2002 年便注重文創發展，亦有作為統籌文化政策的文化部「保駕護航」，硬件和人才培訓都未缺失。事實上，民間並不缺乏有心人深耕文創，但政府重經濟輕文化的發展思維壓抑業界已久，文創思維仍未融入城市發展中。政府談文創、求產業化發展，將經濟效益和名氣設定為衡量文創發展的標準，只是短視的行政手法。若要塑造屬於香港的文創價值，應思考究竟設計為何用？文創產業為何用？真正將文創帶入公民的日常生活，才是新一屆政府應有的破格思維。