

如何促進青年參與創意產業研究
A Study on How to Facilitate Youth Participation
in Creative Industries

青
少
年
問
題
研
究
系
列



首席顧問 王菟鳴博士
顧問 馮丹媚女士
研究員 魏美梅女士
陳瑞貞女士
袁小敏女士
出版 香港青年協會
青年研究中心
香港北角百福道 21 號
香港青年協會大廈 4 樓
電話：(852) 3755 7022
傳真：(852) 3755 7200
電子郵件：yr@hkfyg.org.hk
網址：hkfyg.org.hk
m21.hk
出版日期：二零一四年五月

版權所有 © 2014 香港青年協會

Chief Adviser Dr. Rosanna Wong, DBE, JP
Adviser Ms. Amy Fung
Researchers Ms. Angela Ngai
Ms. Chan Shui-ching
Ms. Amy Yuen
Published By The Hong Kong Federation of Youth Groups
Youth Research Centre
4/F., The Hong Kong Federation of Youth Groups Building
21 Pak Fuk Road
North Point, Hong Kong
Tel: (852) 3755 7022
Fax: (852) 3755 7200
E-mail: yr@hkfyg.org.hk
Web: hkfyg.org.hk
m21.hk
Publishing Date: May 2014

All rights reserved © 2014 The Hong Kong Federation of Youth Groups

序

創意、創新是推動社會進步的力量。近年，世界各地均努力嘗試將創意和創新思維轉化為推動經濟發展的引擎；西歐社會更是最早提出創意產業的概念，以期為社會創造更多財富和就業機會。

任何時代，青年都是最具創意和敢於創新的群體。他們更需要社會提供培育和發揮機會，讓他們能將個人潛能貢獻社會。而促進年青一代參與創意產業的發展，其意義不僅在於創造經濟效益或就業職位，青年投入參與、勇於革新、發展所長，本身就是自我價值肯定、文化身份認同的探索過程，可以是一股積極的能量。

特區政府於 2009 年將創意產業列為香港六項優勢產業之一。然而，至 2012 年，其增加價值只佔本地生產總值不足 5%，就業人數亦徘徊在整體的 5.5% 左右，反映大有進一步開拓的空間。如何推行有效的政策措施，促進創意產業的蓬勃發展，以及為青年提供更多參與機會，是十分值得探討的課題。

是次研究參考南韓、新加坡及台灣發展創意產業的經驗和政策措施，並分別從全港青年、專家及業界持份者的角度，了解香港創意產業的發展狀況，以至青年在產業上的參與意願和障礙等。我們期望，是次研究能對促進青年參與創意產業的政策措施，帶來啟發並提供有用的參考。

此項研究得以順利完成，實有賴所有接受訪問的專家、業界人士及青年朋友，給予鼎力合作和支持；本人謹藉此向他們致以由衷謝意。



王菟鳴博士
香港青年協會總幹事
二零一四年五月

鳴謝

是項研究得以順利完成，實有賴下列人士的協助，並給予寶貴意見，使我們的資料和分析得以更為充實，謹此向他們致以衷心的感謝。

被訪人士（排名以姓名筆劃序）

利德裕博士	香港設計中心行政總裁
林道群先生	牛津大學出版社（中國）有限公司總編輯
馬維業先生	越世代創新媒體集團董事總經理
許焯權教授	文化發展及創意產業顧問、香港大學建築學系訪問教授
彭子傑先生	香港數碼娛樂協會會長、火狗創意有限公司董事總經理
馮美華女士	獨立藝術文化工作者、芝鵠主席
黃英琦女士	香港當代文化中心總監
劉婉卿女士	香港插畫師協會會長
潘鴻彬先生	香港室內設計協會副會長、香港理工大學設計學院助理教授
盧偉力博士	香港浸會大學電影學院副教授

「創意香港」辦公室

各位曾接受個案訪問及電話訪問的青年朋友

目錄

序

目錄

第一章	引言	1
第二章	研究方法	2
2.1	研究範圍及目的	2
2.2	定義概念	3
2.3	研究問題	4
2.4	研究方法	4
2.5	研究局限	8
第三章	文化及創意產業的現況比較：香港、南韓、新加坡、台灣	9
3.1	香港文化及創意產業	9
3.2	南韓文化內容產業	20
3.3	新加坡創意產業	26
3.4	台灣文化創意產業	30
3.5	小結	38
第四章	全港青年電話調查結果	41
4.1	全港青年電話調查結果	41
4.2	小結	51
第五章	綜合訪問結果	53
5.1	青年從業員個案訪問結果	53
5.2	專家及資深業界人士訪問結果	63
5.3	小結	77
第六章	討論及建議	79
	參考文獻	86
附錄一	「如何促進青年參與創意產業研究」電話調查問卷	88
附錄二	「如何促進青年參與創意產業研究」個案訪問大綱	92

創意產業在世界各地均被視為推動經濟發展的新興動力。它與其他經濟及文化領域互動合作，為社會及經濟帶來許多有形和無形的價值。青年人投入和參與該產業，對青年在經濟和非經濟領域的發展都有著重要意義，亦肯定有利於產業持續發展。

創意產業在世界各地的定義存在若干差異。在本研究中，由於創意產業在特區政府統計處的定義中已涵蓋文化部份，因此本研究所指的創意產業，採納以「文化及創意產業」作為統稱。

在香港，特區政府於 2009 年將文化及創意產業列為香港六項優勢產業之一。在 2012 年，香港文化及創意產業的增加價值總計達 978 億港元，佔本地生產總值（GDP）的 4.9%；而從事該行業的人數就有 200,370 人，佔總就業人數的 5.5%。¹

雖然政府表明重視文化及創意產業的發展，但究竟香港有沒有推行有效的政策措施，培育高質素的人才，以及營造有利的社會環境，推動產業的蓬勃發展，並且促進青年人的參與，則仍然存疑。

本研究希望探討促進青年參與文化及創意產業的策略。首先參照亞洲其他地區的文化及創意產業發展政策，選取了南韓、新加坡和台灣這三個與香港經濟發展水平相若並值得借鑑的亞洲地區，檢視和比較香港與三地的相關產業發展狀況和政策措施，作出分析。

另一方面，研究透過全港青年電話調查，了解整體香港青年對參與文化及創意產業的意欲，以及對香港相關產業表現的評價。同時，研究亦透過深入訪問相關持份者，了解香港文化及創意產業的發展狀況，以及青年人在當中的參與情況和障礙。

¹ 政府統計處。2014。〈香港的文化及創意產業〉，載《香港統計月刊》2014 年 3 月，頁 FB1-FB15。

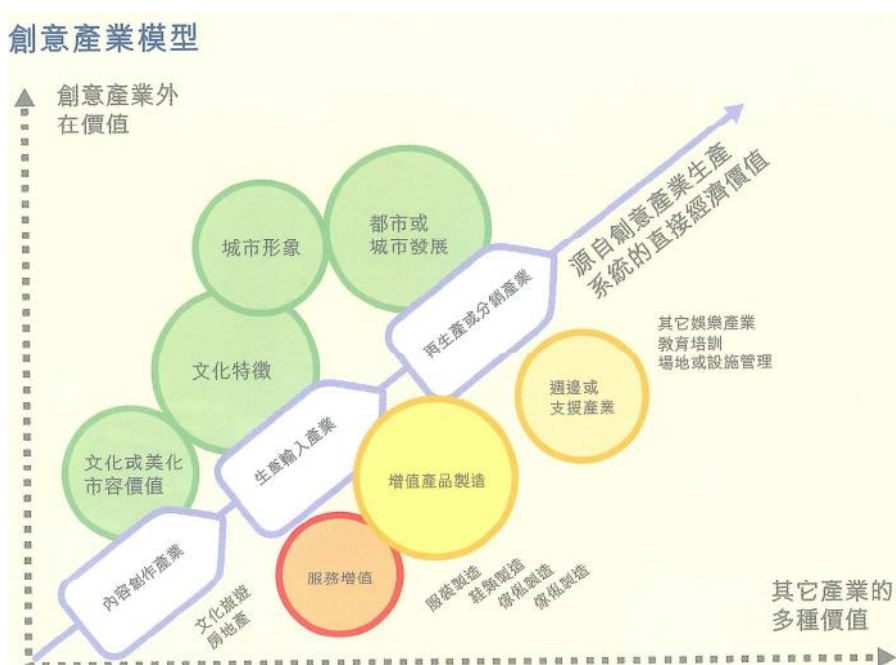
2.1 研究範圍及目的

近年，世界各地均關注文化及創意產業的發展，視之為推動經濟發展的新興動力。香港社會於 1990 年代末開始關注創意產業的發展，而特區政府在 2003 年的《施政報告》首次提及創意產業，指它是知識經濟體系中的重要環節，因此將推動創意行業的發展。

政府中央政策組於 2003 年委託香港大學進行的《香港創意產業基線研究》指出，創意產業不是自給自足的生產系統，它與其他經濟及文化領域互動合作，產生一個擴展性的圖譜（見圖 2.1），包含對社會及經濟帶來有形和無形的價值。

因此，無論在創作、就業、創業、文化藝術探索、觀賞，還是創意培育等方面，青年人參與創意產業都會產生重要的價值。

圖 2.1：創意產業與其他經濟及社會文化領域的多種關係



資料來源：許焯權（主編）。2003。《香港創意產業基線研究》。香港：香港大學文化政策研究中心。

2005 年《施政報告》將「創意產業」修訂為「文化及創意產業」。隨後，政府於 2009 年將文化及創意產業列為香港六項優勢產業之一，並成立「創意香港」辦公室，負責牽頭、倡導和推動香港創意經濟的發展。¹

本研究將檢視香港文化及創意產業的發展狀況，並以 18 至 34 歲的青年人為對象，探討如何促進青年參與產業的政策措施。

2.2 定義概念

除特別指明外，本研究報告所指的「創意產業」，意義與「文化及創意產業」相同。

文化及創意產業：一個經濟活動群組，開拓和利用創意、技術及知識產權以生產並分配具有社會及文化意義的產品與服務，更可望成為一個創造財富和就業的生產系統²。按特區政府統計處的定義香港文化及創意產業包括 11 個組成界別：（1）藝術品、古董及工藝品；（2）文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務；（3）表演藝術；（4）電影及錄像和音樂；（5）電視及電台；（6）出版；（7）軟件、電腦遊戲及互動媒體；（8）設計；（9）建築；（10）廣告；及（11）娛樂服務³。

南韓、新加坡及台灣的文化及創意產業的具體名稱及定義，與香港的略有不同。本研究根據當地政府對「Creative Industries」或「Cultural and Creative Industries」的概念和定義，界定當地的文化及創意產業。詳見第三章。

文化及創意產業青年從業員：18 至 34 歲的香港青年，並正在或曾於過去半年內全職從事文化及創意產業，為期最少 1 年。

¹ 資料來源：創意香港。2014。「創意香港」網站。網址 <http://www.createhk.gov.hk>，2014 年 4 月 10 日下載。

² 根據許焯權（主編）。2003。《香港創意產業基線研究》。香港：香港大學文化政策研究中心。

³ 所包括的 11 個組成界別，是採用政府統計處在 2011 年所發布的定義。資料來源：政府統計處。2014。〈香港的文化及創意產業〉，載《香港統計月刊》2014 年 3 月，頁 FB1-FB15。

2.3 研究問題

1. 香港文化及創意產業的發展狀況如何？
2. 香港青年對文化及創意產業的興趣和評價如何？
3. 文化及創意產業的青年從業員面對甚麼困難？
4. 香港有何政策措施去促進文化及創意產業的發展？
5. 有何政策措施能促進青年參與文化及創意產業？

2.4 研究方法

是項研究的資料蒐集方法包括三方面：現存相關資料及數據搜集、全港青年電話調查和相關持份者訪問。

研究首先透過參考相關資料及數據，檢視香港文化及創意產業的發展狀況，同時檢視另外三個與香港經濟發展水平相若的亞洲地區的相關產業發展狀況，目的是比較香港的現況和水平，並透過參考外地的政策措施，協助探索香港應如何改善文化及創意產業的發展，及如何促進青年在當中的參與。

第二方面是透過全港青年電話調查，了解整體香港青年對參與文化及創意產業的意欲，以及對香港相關產業表現的評價。

第三方面是透過深入訪問相關持份者，了解香港文化及創意產業的發展狀況及青年人在當中的參與情況。

就有關研究方法，以下將有較詳細的闡述。

2.4.1 文化及創意產業的現況比較

1. 目的

了解和比較香港文化及創意產業的發展現況及水平。

2. 比較地區

香港和另外三個與香港經濟發展水平相若的亞洲地區，是項研究選取了南韓、新加坡及台灣。

3. 搜集資料方法

從互聯網及圖書館中，搜集各類研究報告、年報、統計報告、文章、官方文件，及官方網頁和資料。

4. 分析方法

依以下範疇逐一檢視香港、南韓、新加坡和台灣的文化及創意產業狀況，並比較和歸納與產業發展及促進青年在產業參與的觀察：

1. 產業定義
2. 經濟貢獻
3. 發展背景
4. 政府角色
5. 政策、措施、法規
6. 人才培育

2.4.2 全港青年電話調查

1. 調查目的

透過電話調查，了解整體香港青年對參與文化及創意產業的意欲，以及對香港相關產業表現的評價。

2. 抽樣方法及對象

調查委託香港政策 21 協助進行，以隨機抽樣方法，自住戶電話登記紀錄中抽取種籽號碼，再以加一減一、加二減二的方法產生另一組號碼，在混合後過濾重覆號碼，再以隨機排列方式排次成為最後樣本。訪問員於成功接通住宅電話後，會詢問住戶中年齡介乎 18 至 34 歲，能操粵語者的人數，若適合的人士超過一名，訪問員會挑選即將生日的一位作為訪問對象。調查成功訪問了 520 名符合條件的被訪者，回應率為 51.1%，樣本的標準誤低於±2.2%。

3. 調查日期

全港青年電話調查於 2014 年 3 月 22 日至 4 月 7 日期間進行。

4. 問卷設計

問卷（詳見附錄一）主內容共 28 題，主要分為五個範疇：(1) 對文化及創意產業的興趣；(2) 社會對青年參與文化及創意產業的鼓勵或障礙；(3) 對香港文化及創意產業表現的評價；(4) 促進青年參與文化及創意產業的工作；及 (5) 背景資料。

「對文化及創意產業的興趣」包括受訪者對從事文化及創意產業任何一個組成界別的興趣，以及其有興趣的界別。

「社會對青年參與文化及創意產業的鼓勵或障礙」包括受訪者對自我創意的評估、社會重視青年人創意的程度評估，以及自我對文化及創意產業的前途評估。

「對香港文化及創意產業表現的評價」包括被訪者對香港整體文化及創意產業及其組成界別的表現評價。

「促進青年參與文化及創意產業的工作」指被訪者對香港加強發展文化及創意產業的意見，包括是否同意加強發展及其原因、政府對產業發展的重視程度，以及對促進產業的政策措施的意見。

背景資料包括性別、年齡、教育程度和職業。

在無法盡列答案的選項中，都設「其他」一項，任何選上此項的回答，訪問員都會把原句註明在記錄表中，以便研究員在處理數據時作跟進。

5. 資料分析

調查所有的數據詳列於報告書的統計表中。單變項統計表均描述了回答該問題的所有被訪者的回應；而所有列出的雙變項統計表均經卡方檢定（ χ^2 -test），確定變項之間有相關。

2.4.3 相關持份者訪問

1. 訪問目的

透過訪問相關持份者，深入了解他們對香港文化及創意產業的發展狀況的看法，以及青年人在當中的參與情況。

2. 訪問日期及對象

相關持份者訪問於 2014 年 4 月 19 日至 5 月 14 日期間進行，成功訪問了 19 名業界持份者，包括 8 名 18 歲至 34 歲的創意產業青年從業員，和 11 名專家及資深業界人士。

受訪的創意產業青年從業員透過香港青年協會服務單位及滾雪球方法招募，包括 8 名年齡由 18 歲至 34 歲青年，正在或曾於過去半年內全職從事文化及創意產業為期最少 1 年，地點在香港青年協會服務單位內，或方便受訪者的室內地點，1 名難以騰出時間的受訪者，則於室內地點接受電話訪問。

至於專家及資深業界人士則是透過邀請而受訪的，包括 11 名人士，地點在受訪者辦公室或香港青年協會大廈內。當中 10 名人士包括文化及創意產業資深經營者、資深專業人員、教育及政策倡議者，以及業界組織者。另外，1 名政府官員就訪問問題提供了書面回覆。

3. 訪問形式

訪問以單對單的面談形式進行。創意產業青年從業員訪問依據半結構式訪問大綱（詳見附錄二），由研究員發問，並引導受訪者詳細講出其參與文化及創意產業的經驗和對產業發展的意見。每次訪問時間長由 45 分鐘至 1 小時不等。

專家及資深業界人士也是依據半結構式訪問大綱，由研究員發問並引導受訪者講述香港文化及創意產業的發展情況，以及促進青年參與產業的相關情況。每次訪問時間由 30 分鐘至 1.5 小時不等。由於受訪專家及業界人士各有特定的經驗及專長範疇，訪問除了依據訪問大綱的指定問題發問外，還因應個別受訪者的經驗而提出個別的問題。

在徵得受訪者同意下，所有訪問過程均作錄音紀錄。

4. 訪問大綱

創意產業青年從業員訪問大綱：

- (1) 背景；
- (2) 參與文化及創意產業的經驗；
- (3) 在文化及創意產業中的發展障礙；及
- (4) 對政策措施的意見。

專家及資深業界人士訪問大綱：

- (1) 文化及創意產業發展現況；
- (2) 文化及創意產業發展策略；及
- (3) 促進青年參與文化及創意產業的問題和經驗。

5. 分析方法

將受訪者的訪問回應作文字紀錄，再找出與研究相關部份，將內容分類，根據與研究相關的部份進行比較和歸納，再建立適當的概念以作分析。報告會在討論這些概念結果的時候，引用相應的訪問內容以作支持。

2.5 研究局限

在文化及創意產業現況比較的部份，由於所能搜集到的四地資料並不一致，部份數據因缺乏官方資料來源或官方未能提供近期資料而有所遺缺。此外，四地的文化及創意產業各有其發展特色，部份資料未能作四地直接比較，讀者對此需加留意。

為進一步了解香港文化及創意產業的發展現況及水平，本章將檢視香港及三個與香港經濟發展水平相若的亞洲地區的相關產業概況，分別為南韓、新加坡及台灣。南韓近十多年積極推動創意產業的發展，成績有目共睹；新加坡亦於 2002 年決定銳意將創意產業發展成經濟的火車頭；台灣方面，文化創意產業發展了近 20 年，是四地中最早將文化產業納入文化政策的地方。檢視和參考這三地的文化及創意產業發展現況，將有助香港摸索如何改善文化及創意產業的發展，以至促進青年在相關產業的參與。

以下檢視香港、南韓、新加坡和台灣在文化及創意相關產業的範疇包括：

1. 產業定義
2. 經濟貢獻
3. 發展背景
4. 政府角色
5. 政策、措施、法規
6. 人才培育

3.1 香港文化及創意產業

文化及創意產業是特區政府於 2009 年所確認為香港六項優勢產業¹之一。雖然如此，但香港的文化及創意產業在政策上並無明確的定義。

2003 年，特區政府中央政策組委託香港大學文化政策研究中心進行了一項《香港創意產業基線研究》，為官方首項關於創意產業的重要研究。研究將創意產業定義為「一個經濟活動群組，開拓和利用創意、技術及知識產權以生產並分配具有社會及文化意義的產品與服務，更可望成為一個創造財富和就業的生產系統。」上述研究選定了 11 個創意產業作為分析焦點，包括：廣告、建築、藝術、古董與工藝品、設計、數碼娛樂、電影與錄像、音樂、表演藝術、出版與印刷、軟件與電子計算及電視與電台。

2005 年的《施政報告》提到，創意產業是指以創意為主要增值手段的行業，並將「創意產業」修訂為「文化及創意產業」。政府統計處建基於 2003 年的研究架構，以及參考國際統計指引，於 2009 年將「文化及創意產業」定義為

¹ 六項優勢產業包括：檢測和認證、醫療服務、創新科技、文化及創意產業、環保產業和教育服務。

包括以下 11 個組成界別：

1. 藝術品、古董及工藝品
2. 文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務
3. 表演藝術
4. 電影及錄像和音樂
5. 電視及電台
6. 出版
7. 軟件、電腦遊戲及互動媒體
8. 設計
9. 建築
10. 廣告
11. 娛樂服務

表 3.1：文化及創意產業的增加價值¹ (百萬港元)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
藝術品、古董及工藝品	4,223	4,437	5,446	5,470	5,631	7,121	10,142	11,446
文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務 ²	--	--	--	984	976	1,065	1,137	1,161
表演藝術	661	628	726	706	824	862	872	932
電影及錄像和音樂	2,243	3,401	3,564	3,122	2,741	2,982	3,239	3,643
電視及電台	5,543	5,018	5,232	4,614	4,189	5,677	7,322	7,043
出版	14,145	14,908	17,445	15,716	12,329	13,655	13,329	14,066
軟件、電腦遊戲和互動媒體	16,508	19,240	21,253	18,204	21,429	27,263	32,663	37,755
設計	1,001	1,291	1,459	2,683	2,289	2,932	3,615	3,310
建築	3,161	3,484	3,452	4,941	6,674	7,968	8,537	9,261
廣告	3,869	4,056	5,713	6,075	5,250	6,805	7,128	7,322
娛樂服務	904	847	827	759	932	1,244	1,566	1,891
文化及創意產業 ³	52,258	57,309	65,117	63,275	63,266	77,573	89,551	97,829
佔本地生產總值百分比 ⁴	3.8%	3.9%	4.1%	3.9%	4.0%	4.5%	4.7%	4.9%

註：1. 由於四捨五入關係，個別數字加起來可能不等於其總數。由 2009 年起，增加價值數字的編製均採用「香港標準行業分類 2.0 版」作行業分類。2005 年至 2008 年的後向估計數字是受到有關的局限，並須謹慎闡釋。

2. 文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務在 2008 年以前，並沒有統計調查的數據。因此，2005 年至 2007 年以"--"來顯示。

3. 文化及創意產業在 2008 年及以後的總體數字不能與較早年份的數字沒有涵蓋文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務的相關數字。

4. 百分比是根據 2014 年 2 月 26 日分布的本地生產總值的數字計算。

資料來源：政府統計處。2014。〈香港的文化及創意產業〉，載《香港統計月刊》2014 年 3 月，頁 FB1-FB15。

根據此定義，表 3.1 顯示，2012 年香港的文化及創意產業的增加價值總計達 978 億元（港元，後同），佔本地生產總值（GDP）的 4.9%，兩者均較 2008

年的 633 億元及 3.9% 為高。其中，2012 年增加價值最高的文化及創意產業為「軟件、電腦遊戲和互動媒體」界別，為 378 億元；其次為「出版」界別，為 141 億元；第三是「藝術品、古董及工藝品」界別，為 114 億元。

至於對就業的貢獻方面，表 3.2 顯示，2012 年在香港從事文化及創意產業的就業人數有 200,370 人，佔總就業人數的 5.5%，兩者均較 2008 年的 191,260 人及 5.4% 為高。在 2012 年，就業人數佔最多的文化及創意產業為「軟件、電腦遊戲和互動媒體」界別，達 49,700 人；其次為「出版」界別，達 44,220 人；第三是「廣告」界別，為 18,320 人。

於 2012 年，在全港 3,657,100 名總就業人數中，從事金融服務、旅遊、貿易及物流，和專業服務及其他工商業支援服務這四大支柱行業的就業人數共 1,727,600 人，佔整體 47.2%；四大支柱行業的增加價值合計 11,668 億元，共佔本地生產總值的 58.0%。²

表 3.2：文化及創意產業的就業人數¹

人數（四捨五入至最接近的十位數）

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
藝術品、古董及工藝品	18,020	18,340	17,730	17,620	16,910	16,600	17,160	17,730
文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務 ²	--	--	--	7,310	7,450	8,410	8,810	9,100
表演藝術	2,610	3,010	3,020	2,910	2,910	3,010	3,370	3,810
電影及錄像和音樂	14,010	14,820	15,670	15,180	14,500	14,270	14,180	14,700
電視及電台	7,350	6,600	6,150	6,960	5,790	5,440	5,460	5,730
出版	47,010	47,540	47,690	46,950	46,500	45,680	44,550	44,220
軟件、電腦遊戲和互動媒體	39,930	41,540	42,730	43,850	43,790	44,700	46,600	49,700
設計	9,610	9,030	10,260	11,100	11,300	12,080	13,150	14,140
建築	10,560	10,700	11,410	12,890	12,720	13,310	14,030	14,670
廣告	16,000	17,410	18,120	18,450	18,390	17,820	17,600	18,320
娛樂服務	6,890	8,210	7,830	8,040	7,980	8,110	8,000	8,230
文化及創意產業 ³	171,990	177,200	180,620	191,260	188,250	189,430	192,930	200,370
佔總就業人數百分比 ⁴	5.1%	5.2%	5.2%	5.4%	5.4%	5.4%	5.4%	5.5%

註：1. 由於四捨五入關係，個別數字加起來可能不等於其總數。由 2009 年起，增加價值數字的編製均採用「香港標準行業分類 2.0 版」作行業分類。2005 年至 2008 年的後向估計數字是受到有關的局限，並須謹慎闡釋。

2. 為了配合表 1，表內只載列文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務在 2008 年以後的數字。因此，2005 年至 2007 年以"--"來顯示。

3. 文化及創意產業在 2008 年及以後的總體數字不能與較早年份的數字作比較，這是由於較早年份的總數字沒有涵蓋文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務的相關數字。

4. 總就業人數是根據《香港統計月刊》2013 年 9 月號刊載的就業綜合估計數字。

資料來源：政府統計處。2014。〈香港的文化及創意產業〉，載《香港統計月刊》2014 年 3 月，頁 FB1-FB15。

² 政府統計處。2014。〈香港經濟的四個主要行業及其他選定行業〉，載《香港統計月刊》2014 年 4 月，頁 FB1-FB12。

3.1.1 發展背景：發掘新商機、提升競爭力

特區政府提出香港需要發展文化及創意產業，主要是基於經濟轉型的需要，為經濟增長開拓來源。

政府於 2005 年發表的《施政報告》中就提到，創意產業為英國帶來高增長率和不錯的就業機會，並表示創意產業除了能為不同技術專長的人士提供就業機會外，也尤其可為富於創意的年輕人提供發揮才華的途徑。

該《施政報告》指香港需要加快推動文化及創意產業，並表示特區政府「會盡快設立文化及創意產業諮詢架構，廣納產業界、文化界，以及相關範疇的外地翹楚，共同參與。我們將與大家一起，探討香港文化與創意產業的發展遠景、路向和組織架構，研究全面發揮優勢，整合資源，重點推進。」

在金融海嘯對香港經濟和主要產業造成影響的背景下，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。當時，在面對環球金融海嘯的衝擊，以及競爭對手實力加強下，香港特區政府也銳意在金融服務業外，找尋新的經濟增長點，從而發掘新的商機和提升香港的競爭力。

在 2013 年，政府在《施政報告》中提出成立經濟發展委員會，就如何擴闊香港經濟基礎及促進香港經濟增長及發展的整體策略和政策，提出前瞻性的方向，並向政府提供意見。該委員會轄下設 4 個工作小組，當中包括製造、高新科技及文化創意產業工作小組。³

3.1.2 政府角色：適度有為、順應市場狀況加以扶助

現任行政長官在 2013 年的《施政報告》中提出，政府在香港經濟發展中的角色是要「適度有為」，意思是「在市場可以發揮優勢的時候，政府不應干預，只要提供公平競爭的平台。但當市場失效、未能發揮功能，政府一定要有所作為。」而對於文化及創意產業，《施政報告》表示，雖然產業面對不少困難，但「只要調動資源，加上政府適當扶助，這些產業仍然有很大的發展空間。」

過去 10 年，香港特區政府並沒有為文化及創意產業的發展設立特定方向，亦並沒有大力投資於這個產業；而經濟機遇委員會所確認的六項優勢產業，也是重申確認香港在產業上本身已存在的優勢，並在這些基礎下需要進一步發展的建議措施。換句話說，政府的角色是依據產業在市場的發展情況，順勢而行，並調動資源再加以協助。

³ 資料來源：新聞公報。2013 年 1 月 17 日。〈行政長官委任經濟發展委員會成員〉。

3.1.3 統籌機構：「創意香港」辦公室

商務及經濟發展局於 2009 年成立「創意香港」辦公室(簡稱「創意香港」)，專責發展香港的創意產業，協調業界支援和提供一站式服務。「創意香港」推動各創意界別的發展，當中包括：廣告、建築、設計、數碼娛樂、電影、出版及印刷，以及電視及音樂。

「創意香港」負責管理多個為支援創意產業的資助計劃，包括「電影發展基金」、「電影貸款保證基金」及「創意智優計劃」。「創意香港」除了負責支持電影業的發展外，亦負責大型創意推廣活動、海外交流，以及開拓內地市場。⁴

此外，非牟利機構香港設計中心就負責營辦由政府撥款推行的「設計創業培育計劃」，培育新晉的設計公司。

至於文化藝術的發展方面，主要是由民政事務局負責，包括表演藝術、視覺藝術、文學藝術及非物質文化遺產等。

從表 3.1 及表 3.2 的資料顯示，屬於創意產業的部分佔香港文化及創意產業總增加價值超過 8 成半，而創意產業的就業人數也佔香港文化及創意產業總就業人數超過 8 成。因此，香港文化及創意產業的主要統籌機構為商務及經濟發展局轄下的「創意香港」辦公室。

不過，整體而言，「創意香港」辦公室的工作是以項目形式資助團體或機構進行推動文化及創意產業，或支持舉辦相關推廣活動；而並不是負責制訂政策和統籌的工作。

3.1.4 推動文化及創意產業的措施：電影、設計及其他

商務及經濟發展局提出推動香港創意產業發展的七大策略如下：⁵

⁴ 資料來源：創意香港。2014。「創意香港」網站。網址 <http://www.createhk.gov.hk>，2014 年 4 月 10 日下載。

⁵ 資料來源：立法會秘書處。2014。〈有關創意香港推動創意產業發展的工作的背景資料簡介〉，立法會 CB(4)331/13-14(06)號文件。

1. 栽培創意人才，讓他們成為發展本地創意經濟的中流砥柱；
2. 促進創意企業成立和發展；
3. 製造對創新和創意的需求，並擴大創意產業的本地市場規模；
4. 在內地和海外推廣本地創意產業，以助業界開拓外地市場；
5. 在社會上營造創意氛圍；
6. 在本地凝聚創意產業社群，促進交流，產生協同效應；以及
7. 推動本港的亞洲創意樞紐形象。

當局推動香港創意產業的工作，主要是透過「電影發展基金」、「電影貸款保證基金」及「創意智優計劃」進行。與其他創意產業比較，政府在推動電影方面的工作上較為有系統，而涉及的財政資源也較為穩定。

3.1.5 推動電影業發展：協助融資、推廣和開拓內地市場

政府推動香港電影業的其中一個主要方式是協助電影融資。「電影發展基金」為預算製作費不超過 1,500 萬元並於本港放映的商業電影提供最高 40% 的融資。表 3.3 顯示，從 2009 年 6 月至 2013 年 12 月，獲「電影發展基金」撥款的電影製作項目有 20 個，總獲批款額約 5,700 萬元，其中包括大獲好評的《歲月神偷》及《狂舞派》等。此外，「創意香港」亦於 2013 年推出「首部劇情電影計劃」，為兩隊專院校畢業生／學生團隊及一隊專業人士團隊提供製作資助，分別為每部電影 200 萬元及 500 萬元。⁶

「電影貸款保證基金」方面，則是為協助本地電影製作公司向參與計劃的本地貸款機構融資作電影製作之用，每部影片計劃的保證上限為 262 萬 5 千元。自 2003 年至 2007 年期間，「電影貸款保證基金」共批出 12 宗申請，但自「電影發展基金」自 2007 年 7 月開始向電影提供融資後，截至 2012 年年底為止，該保證基金再沒有接獲任何申請。⁷

此外，「電影發展基金」為電影相關項目提供資助，例如「香港影視娛樂博覽」和「香港電影金像獎頒獎典禮」，亦在外地舉辦香港電影節以推廣香港電影，以及為本地及外地電影拍攝提供協助等。從 2009 年 6 月至 2013 年 12 月，獲「電影發展基金」批准撥款的電影相關項目共 71 個，總獲批款額約 1 億 3,200 萬元（見表 3.3）。

⁶ 資料來源：商務及經濟發展局。2014。〈創意香港的工作進度報告〉，立法會 CB(4)331/13-14(05) 號文件。

⁷ 資料來源：立法會秘書處。2013。〈有關電影發展基金支持電影業發展的背景資料簡介〉，立法會 CB(4)667/12-13(07) 號文件。

表 3.3：「創意香港」負責管理的資助計劃資助項目數目及所批出的批款總額

資料計劃	已接獲的資助申請 數目		核准項目 數目		就核准項目批出的 撥款總額（百萬元）	
	2009 年 6 月至 2013 年 12 月底	2013 年 1 月至 12 月	2009 年 6 月至 2013 年 12 月底	2013 年 1 月至 12 月	2009 年 6 月至 2013 年 12 月底	2013 年 1 月 至 12 月
電影發展基金 （電影相關計劃）	90	16	71	10	131.97	16.41
電影發展基金 （電影製作）	55	10	20	4	57.35	10.59
創意智優計劃 （包括設計業與 商界合作計劃）	360	91	181	61	333.01	95.09
總數	505	117	272	75	522.33	122.09

註：上表不包括設計智優計劃的資料。該計劃的 2.5 億元撥款已用罄，設計項目（包括設計業與商界合作計劃）已撥歸創意智優計劃資助。

資料來源：商務及經濟發展局。2014。〈創意香港 2013 年工作進度報告〉電腦投影片簡介資料，立法會 CB(4)331/13-14(01)號文件。

換句話說，整體用於電影發展及電影製作的款額，從 2009 年 6 月至 2013 年 12 月這 4 年半內，合計共 1 億 8,932 萬元，在 2013 年內共批款 2,700 萬元。

另一方面，電影業亦可利用《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》中適用於香港電影業的優惠措施，拓展內地市場。⁸

3.1.6 推動非電影創意產業發展：促進新成立企業的發展、開拓市場、建設創意之都、促進設計業與商界合作

至於非電影創意產業方面，「創意香港」主要通過「創意智優計劃」的撥款作推動，協助的產業包括：設計、廣告、數碼娛樂、音樂、印刷等。從 2009 年 6 月至 2013 年 12 月，「創意智優計劃」的撥款共 3 億 3,300 萬元⁹，用作資助不同的項目，範疇包括：培育人才及促進新成立企業的發展、開拓市場、建設創意之都、促進設計業與商界合作（詳見表 3.4）。在 2013 年內，「創意智優計劃」共批款 9,509 萬元。

⁸ 資料來源：香港貿易發展局。2014。〈CEPA 補充協議十與香港文化及創意產業〉，載《經貿研究》，2014 年 2 月 5 日。

⁹ 本節資料來源：商務及經濟發展局。2014。〈創意香港的工作進度報告〉，立法會 CB(4)331/13-14(05)號文件。

表 3.4 : 2009 年 6 月至 2013 年 12 月底「創意智優計劃」的撥款範疇和撥款額

撥款範疇	撥款額
培育人才及促進新成立企業的發展	9,250 萬元
開拓市場	1 億 2,450 萬元
建設創意之都	1 億 1,560 萬元
促進設計與商界合作	39 萬元*

* 約 39 萬元的撥款不包括 2013 年 5 月 24 日前「設計智優計劃」向「設計業與商界合作計劃」項目所提供的 2,450 萬元撥款。

資料來源：商務及經濟發展局。2014。〈創意香港的工作進度報告〉，立法會 CB(4)331/13-14(05)號文件。

在促進新成立企業的發展上，「創意香港」撥款予香港設計中心營運「設計創業培育計劃」，為新成立的設計公司提供租金資助、辦公室設施、業務發展培訓及師友交流機會等。截至 2013 年 12 月底，共取錄了 141 家設計公司。此外，「創意香港」亦撥款資助新晉動畫公司及新晉廣告公司，製作原創動畫及微電影。

在開拓市場的措施上，「創意香港」撥款資助在境外舉辦的推廣活動、參與國際展銷會、促進跨境交流和協作，受惠界別主要包括時裝、出版和設計業。

在建設創意之都上，「創意香港」在本港舉辦活動及建立創意社群，讓創意產業得以持續發展。例如：由歷史建築物活化而成的「動漫基地」，及於 2014 年啟用的「元創方」設計產業群組。

此外，透過「促進設計業與商界合作計劃」，「創意香港」提供資助，支持中小企和本地設計公司／學術機構舉辦業界與商界合作項目，促進中小企使用設計的興趣和投資設計。

3.1.7 藝術及文化的發展

在文化藝術的發展方面，民政事務局透過發展藝術節目、拓展觀眾、加強藝術教育，支援藝術人才的培育以及文化交流。該局亦透過直接撥款以及香港藝術發展局和藝能發展資助計劃的資助，向中小型藝團、主要藝團，和個人藝術工作者提供資助。此外，該局也資助為藝團和藝術工作者提供藝術創作空間的項目，例如由賽馬會創意藝術中心及香港藝術發展局推行的相關項目。¹⁰

康樂及文化事務署就邀請藝團和藝術工作者參與該署舉辦的節目及展覽，並提供包括表演場地、博物館、視覺藝術中心及公共圖書館服務等文化設施。

¹⁰ 資料來源：新聞公報。2014 年 3 月 26 日。〈立法會一題：文化及創意產業的發展〉。

此外，香港藝術發展局是發展香港藝術的法定機構，負責資助、政策及策劃、倡議、推廣及發展、策劃活動等。¹¹

3.1.8 人才培育

香港有林林種種與文化及創意產業相關的專業課程。以室內設計業為例，在 2011 年，證書至學士學位程度的課程最少有 37 個，而每年的課程畢業生最少有 835 人；不過，由本地開辦的資助學士學位課程就只有 1 個，每年畢業生約 40 人。¹²

表 3.5 列出了與文化及創意產業相關的資助全日制學士學位課程收生人數。資料顯示，在 2012/13 學年，與文化及創意產業相關的資助全日制學士學位課程最少有 23 個，收生人數最少有 1,069 人。至於自資課程方面，在 2014/15 學年，將會開設與文化及創意產業相關的自資全日制經評審學士學位課程（本地課程）有 14 個，大部份與新聞和傳播相關（見表 3.6）。

在年輕產業人才培育上，「創意智優計劃」撥款資助不同的項目，包括學生及畢業見習生計劃，例如為畢業生在本地的數碼娛樂及數碼廣告公司提供為期一年的在職訓練的「香港數碼娛樂業新畢業生支援計劃」。而國際唱片業協會（香港會）亦獲「創意智優計劃」資助舉行「LIVETUBE」計劃，每月舉行一次現場表演節目，為新晉及未曾簽署任何唱片合約的歌手提供現場演唱的舞台。在設計業及廣告業方面，「創意香港」亦資助本地設計人才參加在本地或海外舉行的交流比賽，並為學生及其他相關界別的人員舉辦各類交流活動及課程，以至資助本地相關頒獎活動等。「創意香港」亦資助其他開拓青年創意的計劃，例如由香港當代文化中心主辦的 MaD 創不同所舉行的活動，協助青年人在個人、經濟及社會層面上開拓創意之路。¹³

¹¹ 資料來源：香港藝術發展局。2014。「香港藝術發展局」網站。網址 <http://www.hkadc.org.hk>，2014 年 4 月 9 日下載。

¹² 資料來源：潘鴻彬、鍾德勝、秦偉榮。2011。《香港室內設計行業普查——教育經驗》。香港：香港理工大學設計學院。

¹³ 資料來源：創意香港。2014。「創意香港」網站。網址 <http://www.createhk.gov.hk>，2014 年 4 月 10 日下載。

表 3.5：與文化及創意產業相關的資助全日制學士學位課程及第一年學生取錄人數（2012/13，新學制）

院校	課程	第一年學生取錄人數
香港城市大學	創意媒體學院	132
香港浸會大學	音樂	32
	視覺藝術	54
	傳理學	167
香港中文大學	文化管理	25
	文化研究	20
	藝術	18
	音樂	30
	建築學	32
	新聞與傳播學	59
香港教育學院	創意藝術與文化	44
	音樂教育	45
	視覺藝術	48
香港理工大學	設計學組合課程	97
	互聯網及多媒體科技	30
香港大學	建築學	67
	文物保育研究	16
	園境建築學	15
香港演藝學院	舞蹈	21
	戲劇	27
	電影電視	30
	音樂	22
	舞台及製作藝術	38
總計		1,069

註：1. 本表資料由研究員歸納整理。

2. 在大學教育資助委員會的資料庫中，新學制的部份相關課程資料與其他課程合併在一起，因此該等相關課程的獨立資料未能包括在本表內。例：嶺南大學的文化研究文學士課程歸類為「文學士」。

資料來源：大學教育資助委員會網頁，網址 <http://www.ugc.edu.hk>，2014 年 4 月 23 日下載；《香港演藝學院年報 2012-13》。

表 3.6：與文化及創意產業相關的自資全日制經評審學士學位課程（本地課程）
（2014/15）

院校	經評審學士學位課程
珠海學院	建築 新聞及傳播
恒生管理學院	新聞及傳播
香港樹仁大學	新聞及傳播
香港教育學院	音樂教育
香港公開大學	創意寫作與電影藝術 創意廣告及媒體設計 動畫及視覺特技 攝影數碼藝術
職業訓練局	廣告 時裝設計 園境建築 產品設計 創新及多媒體科技

註：本表資料由研究員歸納整理。

資料來源：教育局。「經評審專上課程資料網」，網址：<http://www.ipass.gov.hk>，2014年5月2日下載。

除了由「創意香港」及香港設計中心所舉辦的計劃外，香港藝術發展局自2005年亦開始舉辦「鮮浪潮短片競賽」，為本地的18-35歲的新晉電影工作者提供一個創作及交流的平台，通過工作坊、製作、比賽及放映，發掘及培育具潛質的電影工作者。比賽大會為入圍作品提供製作津貼，以資助一齣短片的拍攝，而入圍的年輕電影工作者除了有機會獲得資深專業人士的指導外，其作品亦有機會獲公開放映。¹⁴

此外，香港動漫畫聯會及香港生產力促進局獲電影發展基金撥款，推行「在新高中課程中推廣電影動畫藝術」項目，透過利用動漫電影的材料及例子製作一套教材，給全港老師作教授新高中課程之用。學生可透過認識動漫及電影，從而學習藝術創作及評賞的知識。¹⁵

¹⁴ 資料來源：香港藝術發展局。2014。「香港藝術發展局」網站。網址 <http://www.hkadc.org.hk>，2014年4月9日下載。

¹⁵ 資料來源：創意香港。2014。「創意香港」網站。網址 <http://www.createhk.gov.hk>，2014年4月10日下載。

3.2 南韓文化內容產業

南韓近十多年積極推動創意產業，並取得相當成就。南韓文化創意產業的產值目前居全世界第 9 大，亞洲第 3 大，僅次於日本和中國內地。¹⁶

文化創意產業為南韓帶來巨大的經濟利益。在 2010 年，南韓各文創產業銷售額合計達 72 兆 5,738 億韓元（約港幣 5,225 億元），其中出版產業的比重最高，佔 27.8%；其次是電視廣播產業，佔 16.5%；而廣告產業居第三，佔 12.8%。（見表 3.7）

表 3.7：南韓各文化創意產業銷售額（單位：百萬韓元，%）

產業	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	比重	比前 年增 減率
出版	19,879,255	21,595,539	21,052,936	20,609,123	20,148,965	27.8	-2.2
漫畫	730,072	761,686	723,286	739,094	709,991	1.0	-3.9
音樂	2,401,309	2,357,705	2,602,076	2,740,753	3,028,905	4.1	12.7
遊戲	7,448,900	5,143,600	5,604,700	6,580,600	7,853,473	10.8	19.3
電影	3,622,528	3,183,301	2,885,572	3,306,672	3,335,080	4.6	0.9
動畫	288,564	311,166	404,760	418,570	488,377	0.7	16.7
電視廣播	9,719,862	10,534,374	11,685,533	12,768,963	11,972,788	16.5	-6.2
影像獨立製作 公司	--	--	727,411	796,175	713,113	1.0	-10.4
廣告	9,118,059	9,434,625	9,311,635	9,186,878	9,318,189	12.8	1.4
角色商品	4,550,932	5,115,639	5,098,713	5,358,272	5,779,389	8.0	7.9
知識資訊	3,467,795	4,297,341	4,777,330	5,255,185	6,983,631	9.6	32.9
文創內容服務	1,541,700	1,679,800	1,866,100	2,036,362	2,205,761	3	8.3
合計	62,768,976	64,414,776	66,012,641	69,000,472	72,573,662	100	

資料來源：中華創意產業論壇。2011。《創意投資——台灣與南韓文創產業人才與環境研究》。香港：當代文化中心。

此外，文化創意產業亦為南韓帶來顯著的就業機會。在 2010 年，南韓從事各文創產業的就業人口就多達 2,013,201 人，是 2008、2009 年金融海嘯之後貢獻就業的重要產業，當中以出版業的就業人口最多，有 820,581 人，佔文化創意產業的 40.6%（見表 3.8）。

至於從業員的年齡方面，表 3.9 顯示，以 2009 年的數字計算，29 歲以下佔 28.3%，30-34 歲佔 27.9%，即 35 歲以下佔總體超過 55%，可見文創產業為南韓青年人提供相當的就業機會。

¹⁶ 本節有關南韓文化內容產業的資料，主要來自中華創意產業論壇（2011）的《創意投資——台灣與南韓文創產業人才與環境研究》報告，及其研究項目行政撮要。

表 3.8：南韓各文化創意產業從業員人數（單位：名，%）

產業	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	比重	比前 年增 減率
出版	218,377	225,347	210,084	206,926	820,581	40.8	2.97
漫畫	12,818	11,772	11,093	10,748	44,294	2.2	3.12
音樂	65,431	75,027	66,475	76,539	310,013	15.4	3.05
遊戲	32,714	36,828	42,730	43,365	192,845	9.6	3.45
電影	25,769	23,935	19,908	28,041	117,053	5.8	3.17
動畫	3,412	3,847	3,924	4,170	16,632	0.8	2.99
電視廣播	29,308	28,913	34,393	34,308	118,240	5.9	2.45
影像獨立製作 公司	--	--	4,724	4,748	18,687	0.9	2.94
廣告	27,487	29,416	30,700	33,509	20,043	1.0	-0.40
角色商品	19,889	21,846	21,092	23,406	89,852	4.5	2.84
知識資訊	34,779	38,192	41,279	44,897	190,822	9.5	3.25
文創內容服務	13,450	13,414	14,679	15,967	74,139	3.7	3.64
合計	483,434	508,537	496,357	521,876	2,013,201	100	2.86

資料來源：中華創意產業論壇。2011。《創意投資——台灣與南韓文創產業人才與環境研究》。香港：當代文化中心。

表 3.9：文化創意產業從業員的年齡分布（單位：名，%）

年度	29 歲以下	比重	30-34 歲	比重	35-39 歲	比重	40 歲以上	比重	合計
2007	67,782	30.1	63,900	28.3	52,321	23.2	41,564	18.4	225,567
2008	65,353	28.5	63,463	27.6	54,016	23.5	46,862	20.4	229,694
2009	67,356	28.3	66,311	27.9	55,401	23.3	48,671	20.5	237,739
比前年增 減率	3.1		4.5		2.6		3.9		
年平均增 減率	-0.3		1.9		2.9		8.2		

資料來源：中華創意產業論壇。2011。《創意投資——台灣與南韓文創產業人才與環境研究》。香港：當代文化中心。

在南韓，文化創意產業最初被稱為「文化產業」，以出版和電影為主。在 1990 年代後期，因應資訊科技和數碼技術逐漸發展，南韓政府將文化產業數碼化，即將電子技術與文化產業結合，創造出高附加價值的產品。在南韓，「內容」(contents)專指數碼化的內容物，包括符號、文字、圖形、色彩、聲音、音響、形象等資料或資訊。因此，將文化產品數碼化，也就是「文化內容產業」的雛形。

南韓的文化創意產業，因應時代的變化，從「文化產業」，走向「文化內容產業」，進而演變成「南韓內容產業」，其中的過程、目標與措施，都值得探究。

3.2.1 發展背景：挽救崩潰的經濟

自 1988 年奧運之後，南韓的文化產業開始對外開放。1994 年，南韓政府成立文化產業局，成為大眾文化產業化的里程碑。當時，南韓政府開始意識到文化產業能為國家經濟帶來巨大收益，並於 1997 年訂立了包含擴大支援文化藝術創作、活化地區文化、南韓文化世界化的「文化願景 2000」。可惜，1997 年的亞洲金融風暴令南韓經濟崩潰，因此大企業也撤回對文化產業的投資，令市場迅速萎縮。

至 1998 年新政府上台，認為文化產業是低投資高收益的產業，特別適合中小企。為突破經濟危機，因此將文化產業明訂為 21 世界重要的根幹產業，並於 1999 年制訂「文化產業振興基本法」，正式將文化產業定位，可見南韓發展文化產業的出發點是挽救經濟，而且以中小企為主。

3.2.2 政府角色：「國家主導模式」演變至「混和型模式」

一般來說，政府對產業支援有三種模式，一是全部由國家主導支援的「國家主導模式」；二是交給民間團體負責，而政府給予間接支援的「市場主義模式」；三是政府採用補助金或減稅等政策來鼓勵民間團體對產業支持的「混和型模式」。南韓所採用的，是從「國家主導模式」演變至「混和型模式」，誘發民間多參與開發文創業，而南韓政府在這個發展過程中扮演了舉足輕重的角色。

南韓政府於 2001 年發表「文化南韓展望 21」，直接促成了「南韓文化內容產業振興院」(KOCCA)的成立，正式建立了文創產業的支援體系。此外，政府又下令將文化部的預算維持在國家預算的 1%以上，可見南韓發展文化產業的決心。

2000 年前後開始，建立在資訊科技之上的文化產業，更形成文化技術 (Cultural Technology)，使結合高科技的文化內容產業獲得進一步的發展，而遊戲產業的成功更是其中的表表者。

後來，南韓政府於 2006 年發布「傳統藝術活化方案——願景 2010」計劃，並配合相關的法案，去活化傳統藝術；同時，又引進著作權認證制度等相關措施，鞏固文化創意產業的發展基礎。

至 2009 年，南韓又希望在 2015 年成為全球五大 3D 文化創意產業強國，因此將「南韓文化內容產業振興院」(KOCCA)更名為「南韓內容產業振興院」，並將文化創意產業結合資訊科技與數碼技術，將舊有 10 種文化創意產業中的教育娛樂改為知識資訊，並增加了影像獨立製作公司、文創內容服務，成為 12 個項目：電影、出版、音樂、電視傳播、廣告、遊戲、漫畫、動畫、角色、知識資訊、影像獨立製作社、文創資訊服務。

3.2.3 統籌機構：南韓內容產業振興院

根據南韓的法規，南韓內容產業振興院負責統籌一切文創事業，職務包括：政策與制度的研究和企劃、市場調查與各項統計、專門人力的培育與教育、相關技術開發計劃與管理、支援創業、經營與海外進出、國內外文創資料的蒐集保存與活用、保護文創商品使用者的權益等。振興院每年都會出版一本白皮書，詳述工作目標與進行方式，以及各項詳細計劃與展望等。

南韓內容產業振興院成立之初是以營利為優先的方式運作，因此大量投資有希望的中小企、將文化遺產數碼化，並開拓海外市場。

3.2.4 文創產業相關法規

1. 文化內容產業振興基本法

文化內容產業振興基本法於 1999 年制訂，是南韓文創產業的最高指導準則。此法規除了訂明「文化內容產業」、「文化商品」及「內容」，以確定具體針對的產業外，還確定南韓需要對投資公司或創作者做積極的扶持與投資，以及提供對文化商品與各項專業的諮詢等服務，特別是對獨立創作公司的支援。

在融資方面，法規也提供擔保方面的支持，讓製作者與投資公司可以順利成文化商品的生產與流通，在指定的金融機構中得以獲得必要的貸款與融資。

而為了讓文化創作品有所保障與流通，法規也有相關規範，包括如何促進商品流通、設立並支援專門的流通公司、選定優秀的文化商品，以及建立公平交易的體系。

2. 一人創作企業育成法

文創產業更需要個人的創意與專業，一人創作企業育成法的目的就是鼓勵培育個人創作或個人公司。

所謂「一人創作企業」，是指具備創意性與專業性之一人所經營之企業，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)的最大分別是，「一人創作企業」是正式註冊的公司，受相關法律規範與保障。南韓的專家學者亦呼籲，需建立自由工作者的經歷認證制度，以保障他們。

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；同時亦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。

此外，南韓政府也透過設立民間機構 **Korea Idea Bank**，向一人創作企業者提供諮詢服務。而南韓內容產業振興院亦設立「一人創造企業育成・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。

3. 內容產業振興法

因應 3D 數碼化時代的來臨，南韓政府再於 2010 年通過「內容產業振興法」，為內容產業的進出海外與稅制提供支援，以及支持專門人才的培育和協會的設立。

法規規定明，除了高等教育院校外，對於提供遙距教育的終身教育機構，或由南韓內容振興院等專門人力之培育機構，南韓政府需施行教育與訓練，並提供必要之預算支援。而以法人形式成立的協會中介組織，則必須在文化部長的認可下成立，因此具相當程度的公信力。

法規又規定設立「內容辨識系統」，希望研發出辨識系統，進而推動識別系統國際標準化之普及。此外，因應內容商品的買賣多透過網絡平台進行，法規亦處理消費者的權益與糾紛問題，包括鑑賞期、退換貨、贈品等買賣問題。

3.2.5 人才培育

1. 正規教育

在 2010 年，南韓的大專院校就有 372 所設有文創相關科系，包括：電視傳播、音樂、動畫、電影、遊戲、角色、漫畫學科；而相關學科的在校學生則有 174,990 人，入學學生有 41,002 人。在高中職校方面，設有文創學科的學校也高達 174 所。至於非正規教育機構設文創學科的，也有 121 所之多。

不過，由於學校培育出來的人才，與實際需要的人才之間有很大的落差，即使培育的人才數目眾多，但仍是無法滿足文創產業界的需求。為解決這個問題，業界與學校合作，提供學生實習的機會。在 2010 年，南韓大專院校中有產校合作情況的院校佔 29.4%，而有受惠於政府支援的院校，佔 21.8%。有產校合作及有政府支援的院校，以 2/3 年制大學比例較高。

2. 非正規教育

a. 歌手練習生制度

南韓的文創產業非正規教育機關，包括有公家機關、民間學術研究單位和職業訓練學校。此外，亦有一些企業本身設立的職業訓練課程，例如南韓歌手的「練習生」制度。

「練習生」制度是一套很有系統化訓練的制度，指的是青年人為成為歌手，一般先在演藝娛樂相關的教育機構自費接受指導，待實力提升後，透過演藝公司的選拔活動而與公司締結練習生契約，再由公司負責練習生的食宿和訓練支出；在順利推出唱片前再與公司簽訂專屬契約。在這個過程中，公司投資在練習生身上，如其中一些練習生能夠走紅，公司就能賺取大利益。

b. Haja 中心

另一個較為著名的非正規教育機構，是 1999 年由首爾市政府委託延世大學創辦的青少年職業體驗中心 (Haja 中心)。它是首爾 17 個青少年專用空間之一，但頗具規模，亦與文創產業相關。該中心在南韓經濟受到重創時設立，目的是讓青少年了解在惡劣環境下也要保有生命的活力。

Haja 早期設有網絡、影像、音樂、設計、市民文化作業場等工作室，並邀請藝術工作者與企劃及作業人員一起與青年人以師徒的創意關係進行各種計

劃。後來，該中心逐漸演變為文化藝術領域中的社會企業。**Haja** 針對兒童和青年設計了未來出路的課程與創意教育課程，也協助其他社會企業一起共同創業。於 2010 年，**Haja** 正式更名為「首爾市立青少年創意中心」，並致力於為青年人尋找多元的工作機會。

3.3 新加坡創意產業

新加坡參照英國的定義，將創意產業界定為「任何源自個人創作、技術及才能，並有潛力透過製造及充分利用知識產權而創造財富及就業機會的產業」。

17

新加坡的創意產業劃分為三個類別：

藝術與文化——包括表演藝術、視覺藝術、文藝、攝影、工藝、圖書館、博物館、畫廊、歷史文物、藝術品拍賣、表演組織、文化遺址、演藝場地、節日及藝術支援產業。

設計——包括廣告、建築、互聯網及軟件、圖象、工業產品、時裝、通訊、室內設計與環境設計。

媒體——包括廣播（電台、電視及有線廣播）、數碼媒體（電腦軟件及電腦服務）、電影及錄像，以及灌錄音樂與出版工作。

新加坡的創意產業在 2000 年後獲得高速增長。在 2000 年，新加坡創意產業的增加價值佔其國內生產總值的 2.8%；至 2008 年，數字已上升至 5.6%。¹⁸

¹⁷ 資料來源：Economic Review Committee Services Subcommittee Workgroup on Creative Industries. (2002). *Creative industries development strategy: Propelling Singapore's creative economy*. Retrieved from <http://www.mti.gov.sg>; 及立法會秘書處。2003。〈資料摘要：新加坡創意工業的發展〉，IN22/02-03。

¹⁸ 資料來源：Economic Review Committee Services Subcommittee Workgroup on Creative Industries. (2002). *Creative industries development strategy: Propelling Singapore's creative economy*. Retrieved from <http://www.mti.gov.sg>; 及 Fromowitz, M. (2011, Nov). Unlocking the potential of Singapore's creative industries. *Campaign Asia*. Retrieved from <http://www.campaignasia.com/>。新加坡統計局並無提供 2002 年後的創意產業經濟數據。

3.3.1 發展背景：全球經濟表現欠佳，創意產業成經濟發展新動力

新加坡近 30 年的經濟發展目標有清晰的階段。在 1980 年代，新加坡的發展目標是成為製造業及服務業跨國企業的國際總部基地；在 1990 年代，新加坡的目標是發展為高科技公司的電子商貿樞紐、國際院校的教育中心、區域醫療中心及旅遊都會。¹⁹

至 21 世紀初，全球經濟表現欠佳，新加坡於 2001 年全面檢討經濟發展。當地政府所成立的經濟檢討委員會於 2002 年提交了一份重要報告——《創意產業發展策略：推動新加坡的創意經濟》（*Creative industries development strategy: Propelling Singapore's creative economy*），建議將創意產業發展成經濟增長的火車頭。

當時，委員會亦定下稱為「遠景 2012」（Vision 2012）的目標，希望到 2012 年，實現將創意產業在國內生產總值的佔有率從 3% 提升至 6%，並將創意產業僱員佔勞動人口比率從 3.8% 提升至 5-7%，確立新加坡為亞洲區新的創意工業樞紐。²⁰

因此，自 2000 年代開始，新加坡的發展目標，就擴展至成為全球的藝術、文化及娛樂中心。

3.3.2 政府角色：積極催化產業滋長

《創意產業發展策略：推動新加坡的創意經濟》建議，新加坡政府在發展創意產業上扮演催化的角色，刺激各種各樣的需求。

而事實上，新加坡政府在經濟發展上是採取了由政府主導的做法，政府在發展創意產業上為所需要發展的產業和發展方向上定調。具體的工作還包括：在創意產業基建上作出投資、改善知識產權的法例、培育及吸引具創意的觀眾和人才，以至著重發展本地市場需求等。可以說，新加坡政府在推動創意產業發展上的角色是十分積極的。²¹

¹⁹ 資料來源：Kong, L. (2012, June). *Singapore & the making of a 'creative city'*. Paper presented at the Chinese Creative Industries Forum 2012, Macau.

²⁰ 資料來源：Economic Review Committee Services Subcommittee Workgroup on Creative Industries. (2002). *Creative industries development strategy: Propelling Singapore's creative economy*. Retrieved from <http://www.mti.gov.sg>；及立法會秘書處。2003。〈資料摘要：新加坡創意工業的發展〉，IN22/02-03。

²¹ 資料來源：Radwan, I., & Pellegrini, G. (2010). "Singapore's transition to the knowledge economy: From efficiency to innovation". *Knowledge, productivity, and innovation in Nigeria: Creating a new economy* (pp. 145–161). Washington, DC: The World Bank.

3.3.3 政策：文化藝術、設計、媒體三大發展方向

整體上，新加坡著重利用空間推動創意產業²²。除了更新博物館等文化設施外，藝術與文化策略檢討建議，應確保到處都是文化藝術，具體措施是利用公共設施及商業空間作文化藝術活動，又建議建立市中心文化藝術區。

至於創作空間方面，新加坡也發展創意叢集，將創作社群聚集起來，發揮社群及經濟效益。具體的措施包括將現存的樓宇轉變成創意產業工作者的工作室，以及推行藝術用地計劃，將舊貨倉和舊店屋改作藝術團體的用地。

新加坡自 1990 年代起便注意到文化及藝術所帶來的經濟和社會效益，開始發展創意產品以協助旅遊業，例如資助文化基建，以及資助能惠及旅遊業的藝術活動。

在 2003 年及 2008 年兩次經濟危機後，新加坡注意到經濟上要成功有賴發展知識型經濟，開始在制訂政策時會考慮經濟及文化的元素，並透過投資基金、創業資助計劃和稅務優惠等財務措施，扶植經濟領域的創意元素。

新加坡的創意產業發展有三個具體的宏觀建議，分別發展文化藝術、設計，及媒體三方面：

1. 文化藝術

文藝復興城市（Renaissance City Plan）：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，亦促進新加坡成為藝術樞紐。

新加坡政府透過撥款計劃去激發文化藝術需求，例如鼓勵在公共場所等地推廣公眾藝術，並要求公營機構參與，及向參與的私營機構提供稅務優惠。此外，亦於 2009 年設立一所新的當代藝術博物館，鞏固其文化藝術城市的地位。

2. 設計

設計新加坡（DesignSingapore）：一個環球文化商業樞紐，專門設計各種產品、內容和服務。設計的意識和創意與日常工作、起居飲食及消閒娛樂息

²² 本節資料主要來自 Economic Review Committee Services Subcommittee Workgroup on Creative Industries. (2002). *Creative industries development strategy: Propelling Singapore's creative economy*. Retrieved from <http://www.mti.gov.sg>; 及立法會秘書處。2003。〈資料摘要：新加坡創意工業的發展〉，IN22/02-03。

息相關。

新加坡於 2003 年成立國家設計局（DesignSingapore Council）²³，負責推廣和產業發展，一方面為設計服務及產品發展需求，另一方面發展及提升設計從業員的能力。

新加坡政府也致力提升設計師的專業地位，與業界合作制訂服務標準和實務守則、制訂持續專業發展計劃，以及設立卓越的設計獎項等。此外，新加坡亦致力把設計融入企業，又鼓勵公營機構將有成效的設計融入公共設施和服務。

3. 媒體

媒體 21（Media21 Plan）：協調媒體界別的策略，令新加坡成為領先的媒體市場及融資中心，生產高質素內容及數碼媒體，制定措施吸引媒體公司到新加坡，出口在當地製作的內容。

新加坡於 2003 年成立媒體發展局（Media Development Authority）²⁴，引領媒體產業的發展，透過撥款計劃，鼓勵業界透過傳統和新平台創作及傳送高質素的製作；並與產業持份者合作，支持產業的發展，促進知識產權的註冊及交易。同時，該局亦制訂策略，吸引媒體融資公司和創業資本家將業務基地設於新加坡。此外，媒體發展局亦提供資金，促進出口新加坡製作的內容，

3.3.4 人才培育

在人才培育措施上，新加坡著重培育具創意的民眾，栽培創意人才及觀眾，當中包括：培育創意產業人力資源、培育具欣賞能力的觀眾、加強培訓勞工的創意技術，以及引進專才。²⁵

1. 基礎教育

新加坡利用教育系統培育學生的創意和於創意產業上的創業才能。例如，在 1997 年起推行的「思考的學校、學習的國家」（Thinking School, Learning Nation）政策，就是著重在學校內建立創意及批判性思考的文化；而在 2004

²³ 資料來源：DesignSingapore Council. (2014). “DesignSingapore Council”. Retrieved from <http://www.designsingapore.org/>

²⁴ 資料來源：Media Development Authority. (2014). “Media Development Authority”. Retrieved from <http://www.mda.gov.sg/>

²⁵ 資料來源：Kong, L. (2012, June). *Singapore & the making of a ‘creative city’*. Paper presented at the Chinese Creative Industries Forum 2012, Macau.

年起推行的「創新及創業」（Innovation and Enterprise）政策，則是培育學生的創新及創業態度。

2. 專業人才

在培育產業專業人才方面，新加坡為就讀相關學系的學生提供指定的獎學金；並於中學及大專院校加強藝術、設計與媒體教育課程；又成立新的專門藝術和設計學校，如專為 13-18 歲青少年而設的新加坡藝術學院（School of the Arts, Singapore），以及專門提供大專媒體與設計教育的新加坡第一媒體設計學院（First Media and Design School）。

3. 具欣賞能力的觀眾

在培育觀眾方面，新加坡嘗試將文藝活動帶到人多的地點和社區，例如於辦公大樓舉行午膳音樂會等。2010 年的藝術與文化策略檢討（Arts and Culture Strategic Review）進一步建議，將藝術文化融入所有新加坡人的生活中，將每年最少出席一次文藝活動的新加坡人比率，由四成增加一倍至八成，並將活躍參與比率由兩成提高至五成。

4. 技能

至於在技能的層次，新加坡勞工發展局就負責舉行各種訓練和配對，加強勞動力的創意技能，又推行創意產業學徒計劃，協助新加坡人獲取相關訓練和實務經驗。

5. 引進專才

對外方面，新加坡就吸引海外人才到新加坡舉辦創意產業教育，並吸引更多專業人員到新加坡與當地專業人員進行交流。此外，亦對外推廣新加坡的創意產業，例如資助團體到海外表演等。

3.4 台灣文化創意產業

台灣的文化創意產業發展了接近 20 年，也是華人社會中最早將文化產業納入文化政策的地方。

台灣的「文化創意產業」政策包含精緻藝術、設計產業、創意支援與周邊

創意產業三個環節，包括：視覺藝術、音樂及表演藝術、工藝、設計產業、出版、電視與廣播、電影、廣告、文化展演設施、休閒軟體。

在台灣，文化創意產業有重要的經濟價值。在 2012 年，台灣文化創意產業的營業額有新台幣 7,574.24 億元（約港幣 2,047 億元），佔 GDP 的 5.39%（見表 3.10）。

表 3.10：2008-2012 年台灣文化創意產業營業額及佔 GDP 比重

（單位：新台幣億元、百分比）

	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
文創產業營業額	6,783.39	6,488.40	7,661.28	7,842.55	7,574.24
文創產業營業額佔 GDP 比重	5.38%	5.20%	5.65%	5.74%	5.39%

資料來源：許秋煌等編。2013。《2013 台灣文化創意產業發展年報》。台灣：文化部。

表 3.11：2009-2012 年台灣文化創意產業各類別產業項目（13 項）營業額成長率、2012 年佔比

類別	產業項目	年度成長率 (%)	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2012 年 佔比
藝文類	視覺藝術產業	-19.84%	12.85%	6.96%	24.43%	0.81%	
	音樂及表演藝術產業	-10.39%	16.77%	11.07%	11.17%	1.66%	
	文化資產應用及展演 設施產業	19.23%	-32.11%	152.93%	-13.56%	0.15%	
	工藝產業	4.40%	48.82%	-2.34%	-23.91%	15.69%	
媒體類	電影產業	-2.97%	12.41%	33.68%	3.38%	3.07%	
	廣播電視產業	2.76%	11.59%	3.13%	2.22%	19.41%	
	出版產業	-5.74%	10.15%	0.33%	0.17%	17.10%	
	廣告產業	-11.13%	21.02%	6.31%	0.50%	21.51%	
	流行音樂及文化內容 產業	-7.10%	5.26%	5.30%	-1.96%	2.85%	
設計類	產品設計產業	3.29%	18.43%	-1.00%	-2.39%	8.08%	
	視覺傳達設計產業	23.41%	32.32%	-24.84%	-38.90%	0.25%	
	設計品牌時尚產業	11.89%	30.35%	38.51%	10.34%	0.05%	
	建築設計產業	-16.60%	12.98%	-0.24%	-1.26%	0.38%	

資料來源：許秋煌等編。2013。《2013 台灣文化創意產業發展年報》。台灣：文化部。

表 3.11 顯示，在 2012 年，在藝文、媒體、設計三大類的文化創意產業中，營業額的比重以媒體類最高，共佔文化創意產業的 63.94%，設計類較低，佔 17.76%。

文化創意產業也為台灣提供了不少就業機會。表 3.12 顯示，2012 年在台灣從事相關產業的受僱從業員人數為 172,757 人，其中主要為主管及監督人員，其次為專業人員，和技術員及助理人員。

表 3.12：2012 年台灣文創產業受僱員工人數

項目	總計	主管及監督人員	專業人員	技術員及助理人員	專務工作人員	服務工作人員及售貨員	技藝及機械設備及組裝人員	基層技術工及勞動力
出版	31,156	6,331	11,837	6,375	3,861	766	1,074	912
影片服務、聲音錄製及音樂出版	16,168	4,636	2,324	2,243	2,773	2,029	102	2,061
傳播及節目播送	18,492	3,266	3,977	4,676	5,264	230	952	127
廣告業及市場研究	28,018	7,367	4,777	5,334	5,117	59	3,058	2,306
專門設計服務	18,737	3,469	3,407	7,494	1,388	--	1,615	1,364
藝術表演	3,693	868	670	650	963	71	276	195
運動、娛樂及休閒服務	46,033	14,515	1,669	1,836	4,852	12,943	658	9,560
創意生活	10,460	--	--	--	--	--	--	--
總受僱員工人數	172,757	40,452	28,661	28,608	24,218	16,098	7,735	16,525
各類型人力佔比		23.42%	16.59%	16.56%	14.02%	9.32%	4.48%	9.57%

註：1. 創意生活產業資料來自中衛發展中心。

2. 自行開業及自營作者未納入統計。

資料來源：許秋煌等編。2013。《2013 台灣文化創意產業發展年報》。台灣：文化部。

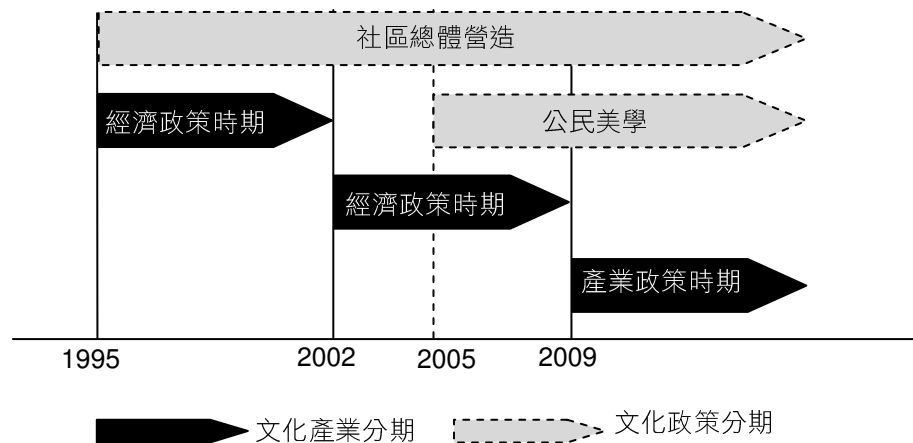
3.4.1 發展背景：以地方為主體出發的公民運動

台灣的文化創意產業發展，與當地政治、經濟、社會的轉變與發展關係密切，以 1990 年代的「社區總體營造」為背景，發展至 2010 年《文化創意產業發展法》通過，成為台灣的重要政策（見圖 3.1）。

在 1994 年，政府文化建設委員會的政策計劃書首次提到「社區總體營造」一詞。在當時，台灣的政治和社會環境經歷了很大的轉變，同時，都市化發展令生態環境受到破壞、地方歷史與文化流失、人際關係疏離。²⁶

²⁶ 以下有關台灣文化創意產業的資料，主要來自中華創意產業論壇（2011）的《創意投資—台灣與南韓文創產業人才與環境研究》報告，及其研究項目行政撮要。

圖 3.1：台灣文化創意產業與重要文化政策關係



資料來源：中華創意產業論壇。2011。《創意投資——台灣與南韓文創產業人才與環境研究》。香港：當代文化中心。

一些熱心人士於是推動社會再造和文化傳承的工作，並結合政府、專業人士、民間等力量，開始「社區總體營造」運動，由政府投入資源帶動社區進行自發性改革，最初是為解決偏遠地區的經濟問題，後來演變成一項培育居民參與公共事務的能力和建立現代公民社會的社會改造運動。而運動成功的關鍵，在於凝聚社區共識的過程，使居民願意運用集體的創意解決社區問題。

在「社區總體營造」的政策基礎上，「文化產業」應運而生，這主要是驅動地方民眾關心地方發展，並促進當地經濟繁榮的活動，當中除了包括文化產品外，也包含各適各樣非營利的文化活動。「文化產業」強調的，是以地方作為主體出發，由地方民眾自己構思和整合，基於地方特色、條件、人才和福祉發展的產業，例如工藝、美食、文化館、民宿、景觀、人情味等。

其中一個例子，是以「說故事」的方式行銷傳統產品，好像茶品牌「王德傳」、「日月紅茶」，以至宜蘭縣三星鄉的「三星蔥蒜節」等。

由於其他如英國、澳洲等地興起的「創意產業」思維，台灣的「文化產業」亦逐漸加入「創意產業」的元素，後來更從「文化產業」轉變成「文化創意產業」。

3.4.2 政府角色：適度干預、調控及資助

台灣自 1990 年代中期起，對產業模式採取「新自由主義」(Neoliberalism) 的態度。雖然如此，但《文創法》保留了社會自由主義(New Liberalism)的精神，強調政府對於藝術文化產業化必須適度干預、調控，甚至資助。法例訂明，中央主管機關須保障投資文化創意產業資金來源，並由政府的基金撥出一定資金投入文創產業。

2002 年，台灣正式將「文化創意產業」列入十項發展計劃之一，以產業鏈的概念，重新定義文化產業的價值，目標是開拓創意領域，結合人文與經濟，發展兼顧文化積累與經濟效益的產業。由 2002 年至 2008 年，政府投入文化創意產業的總經費逾新台幣 98 億元（約港幣 27 億元）。

後來，於 2009 年，政府通過「創意台灣——文化創意產業發展方案（2009-2013 年）」，內容包括文化建設委員會負責「環境整備」、「工藝產業旗艦計劃」，新聞局負責「電視內容產業」、「電影產業」、「流行音樂產業」，以及經濟部負責「設計產業」、「數位內容產業」。

整體來說，台灣發展文化創意產業的兩項策略包括：

1. 「營造文化發展環境」：迅速制定《文化創意產業發展法》；建立跨部會的整合平台，整合資源，事權統一，推動文化創意產業；成立「文化創意產業投資基金」，鼓勵民間投資；鼓勵「文化輸出」，不僅要協助文創產品出國展示、表演、參與競賽等，更要鼓勵文創產業在外地建立據點行銷；重點扶持有形與無形的文化創意產業園區，以形成周邊的產業鏈，來帶動民間更多的投資與發展。
2. 「引導創業產業能量」：以租稅減免、鼓勵文化消費等方式，帶動文創產業投資與消費；政府採購法應排除文化創意產業，以符合文化創意產業之特性。藝術紮根，美學下鄉；從教育開始，培育創意品味與創造的人才；建立文化創意產業專屬媒體平台，宣揚文化活動與創意經濟，提高社會參與度；擴大展演空間，鼓勵民間參與。

3.4.3 統籌單位：文化部

文化建設委員會原本為台灣文化創意產業政策推動的統籌單位，主要目標為落實「創意台灣——文化創意產業發展方案」的「環境整備」與相關「旗艦計劃」，並提供文化創意產業總體發展所需的服務。

在 2012 年，文建會改制為文化部，任務在於解決文化業務長久以來面臨人力及資源的困境，將政府組織中原本分散的文化事務予以整合，並營造豐富的文化生活環境，激發保存文化資產意識，提升人文素養。文化部隸屬於行政院，負責台灣各項文化、藝術、出版相關業務，以及廣播影視產業的推廣輔導工作。²⁷

因此，文化部亦負責台灣的文化創意產業統籌工作。

3.4.4 全面推展文化創意產業的《文化創意產業發展法》

台灣於 2010 年通過《文化創意產業發展法》（《文創法》），令文化創意產業的發展成為台灣一項重要且目標明確的產業政策。

《文創法》將文化創意產業定義為：「源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升」。

1. 三足鼎立

《文創法》與《文化資產保存法》和《文化藝術獎助條例》共同運作，《文化資產保存法》規定過去和傳統文化藝術精華須被保存與傳承，而《文化藝術獎助條例》則規定政府必須鼓勵支持藝術創作，保持藝術創新動力。《文創法》在文化資產保存和文化藝術創作的基礎上，透過文化與科技結合等手段，透過市場開發機制，豐富台灣的文化資源和藝文生活。

2. 奠定產業發展基礎

法例規定，政府需設立文化創意產業發展研究院，專門從事文創產業的研究，引進專業人才、調查台灣內外案例和產業趨勢，奠定產業發展基礎。

²⁷ 資料來源：文化部。2014。「文化部」網站。網址 <http://www.moc.gov.tw>，2014 年 3 月 13 日下載。

3. 全面支持文化創意產業的措施

《文創法》的立法精神有三大特色，分別是打造健全的產業生態、運用多元的政策工具，以及提升產業的創新能力：

1. 在打造健全的產業生態方面，《文創法》針對人才、生產、流通、行銷、消費等方面，規劃相關的推動措施（如開拓海外市場），以及建立運作的機制。《文創法》規定，政府為發展文化創意產業，應鼓勵文化創意事業以優惠價格提供原創產品或服務，差價由中央主管機關補助。它並提供稅務優惠，鼓勵企業投入市場，並為向學校或弱勢團體等捐贈文化活動或協助成立培訓中心的企業提供稅務寬免。此外，法例亦有培育文化消費人口及產業人才的設計，例如：政府提供資助，向學生派發「藝文體驗券」等。
2. 在多元的政策工具方面，《文創法》整合不同面向的資源，促進產業發展，吸引更多企業和人才進入文創產業，例如：釋放公部門的土地空間與行銷資源，降低企業經營的成本。
3. 在創新的導向方面，為扭轉過往偏重於科技產業的情況，《文創法》致力強化文化創意產業的創新研發，鞏固產業的發展基礎。具體措施包括：企業投入創新研發可得到免稅優惠、保障智財權、產業群聚的推動。

3.4.5 高等教育

1. 人才培育

在高等教育的人才培育上，由於政府的積極推動，台灣不少院校都設有文化創意產業的專門學系及課程。在 2011 年，直接與文化創意產業相關²⁸的科系，學士班有 8 所、碩士班有 9 所、博士班有 3 所，並有 8 間大學設有文化創意產業相關的學分課程。

舉例說，淡江大學於 2011 年就開舉了針對「數位內容、影視娛樂、創新出版、文化觀覽、創意漢學」等五大領域所設計的跨領域文化創意產業學分課程。國立政治大學創新與創造力研究中心就於 2005 年申請「教育部大專院校創造力教育計劃」，成立創意實驗室「X 書院」，規劃專門的創意產業課程。

²⁸ 在系、所的名稱上標明如「文化產業」、「文化創意產業」、「藝文產業」、「創意產業」、「文化（教）事業」等的學士班、碩士班、博士班。

實踐大學亦開辦創意產業博士班課程，師資包括本地及國際學者、政府部門、業界和支援業師，內容環繞創意、產業與數位。

2. 創業計劃

此外，教育部實施「大專畢業生創業服務計劃」(簡稱「U-START 計劃」)，與大專院校合作，建立產學合作創業就業機制，引導大專院校學生就業機會。計劃預算在大專院校的育成中心培育 40 個創業計劃，選出畢業生的創業計劃，教育部並補助學校育成費新台幣 15 萬元(約港幣 4 萬元)和創業團隊創業基本開辦費新台幣 35 萬元(約港幣 9 萬 5 千元)，成績優秀者再補助新台幣 25 萬至 100 萬元(約港幣 6 萬 8 千元至 27 萬元)創業開辦費。²⁹

3. 藝文產業創新育成中心

文化部亦透過補助方式，鼓勵學術單位和專業機構設立藝文產業創新育成中心，為從事藝文產業之創新、研發、育成、協助藝文工作者、藝文產業者開發新事業、新產品、新技術及協助藝文產業轉型，提供技術、資訊、行銷、財務、經營管理及資源整合等服務。

例如，定位為藝術與產業交流平台的「北藝風創新育成中心」就以長期有系統的方式，支持年輕藝術家的藝術創業夢，以在學學生與畢業 5 年內之畢業生為對象，提供工作空間和各種行政資源，同時成立顧問團，設計各類輔導課程，讓藝術工作者與藝術及產業界專業人士密切交流，研發並實驗各種藝術創業的可能性。³⁰

3.5 小結

綜合以上有關香港、南韓、新加坡及台灣的現況，可以見到，文化及創意產業均是四地政府近年表示需要積極推動的產業。不過，在產業的定義、對經濟的貢獻、發展的背景、政府在產業發展中的角色、政策措施，以至人才培育等方面，四地的策略各有不同。

透過本章的現況比較，以下歸納出香港文化及創意產業面對的狀況：

²⁹ 資料來源：教育部。2014。「大專畢業生創業服務計畫」網站。網址 <http://ustart.moe.edu.tw>，2014 年 3 月 13 日下載。

³⁰ 資料來源：文化部。2014。「文化創意產業推動服務網」，網址 <http://cci.culture.tw/cci/cci/index.php>，2014 年 3 月 13 日下載。

1. 發展背景

南韓在 1998 至 2000 年間，在當時經濟崩潰的背景下，政府決心以文化產業作為低投資高收益的產業，以中小企去拉動及挽救社會的經濟，因此整個行動是相當有決心的。新加坡亦在 21 世紀之初，在全球經濟表現欠佳的情況下，希望創意產業能夠成為經濟發展的新動力。台灣文創產業發展的背景，就是基於一種以地方為主體出發的公民運動，以解決社區問題為主。

在香港，基於經濟轉型的需要，政府在 2005 年提出發展創意產業；至 2009 年，在金融海嘯對香港經濟造成影響下，經濟機遇委員會確認文化及創意產業為香港的六項優勢產業之一，希望為經濟增長開拓來源。因此，在發展背景上，香港與新加坡較近似，並沒有面對非常迫切的經濟壓力。

2. 定義

香港並無在政策層面上為文化及創意產業制訂清晰的定義，因此推動該產業是指要推動哪些具體的界別並不清晰。雖然政府統計處為「文化及創意產業」定義了 11 個組成界別，但這看來是為了統計定義的需要，與主要執行推行創意產業部門「創意香港」辦公室所主要扶助的界別並不一樣。

在這方面，新加坡和南韓的做法明顯地較清晰。新加坡將創意產業分為藝術與文化、設計、媒體三個類別，並就每一個類別制定發展策略。南韓則在不同的時代制訂不同的定義，主要是切合當時發展的需要，當地的文化內容產業，指的就是將文化產品的內容物如符號、文字、圖像、聲音等數碼化的產業。台灣就將文化創意產業設定為包含精緻藝術、設計產業、創意支援與周邊創意產業三個部份。清晰的定義，對當地制訂合適的推動政策起著指引性的作用。

3. 政府角色及統籌機構

在香港，現時特區政府並沒有為文化及創意產業的發展設立特定方向或具體目標，亦沒有大力投資於這個產業以扶助其發展，其角色仍維持是順應市場發展而調動資源加以扶助。

在政府架構上，香港並無設立統籌機構專門推動文化及創意產業的發展。現時，商務及經濟發展局屬下的「創意香港」辦公室負責創意產業的行政工作，並且以活動及項目撥款為基礎，其實際主要扶助的對象是電影業及設計業。而文化藝術的發展則主要由民政事務局負責推動，但該局並沒有將文化藝術產業化的明顯角色。

不過，在南韓、新加坡和台灣，政府就文化及創意產業採取更主導的角色，並設有更高層次的統籌機構或政策制訂機構。尤其是在南韓，當地政府下令將文化部的預算維持在政府預算的 1% 以上，並促成南韓內容產業振興院的成立，負責統籌一切相關事務，包括投資及開拓海外市場。在新加坡，政府扮演著積極催化產業滋長的角色，包括基建投資、改善法例、培育觀眾和人才，以至刺激本地市場需求等，又成立國家設計局及媒體發展局統籌和發展這些方面的工作。台灣方面，雖然政府在發展此產業的角色不及南韓政府重，但仍保持適度干預、調控及資助，並成立文化部負責統籌。

4. 政策措施

香港現時並無制訂全面的政策去推動文化及創意產業的發展，政府的支援主要是透過「創意香港」管理的資助計劃作出項目上的資助。由 2009 年 6 月至 2013 年 12 月這 4 年半內，共撥款 5 億 2,233 萬元支持創意產業的發展。在去年（2013 年），撥款總額為 1 億 2,209 萬元，其中 2,700 萬元用於電影發展及電影製作，9,509 萬元用於設計業及其他創意產業。另外，在促進新成立企業發展、開拓市場、建立創意社群，以及促進中小企使用設計上，「創意香港」亦有進行一些項目。

相對而言，南韓、新加坡和台灣的政策措施就全面得多。南韓在 1999 年制訂文化內容產業振興基本法，除了確定政府作出扶持與投資外，還提供各項專業的諮詢服務、協助融資、保障作品及促進作品的流通；亦制訂一人創作企業育成法，強化一人創作企業者的創業環境；至 2010 年，南韓再通過內容產業振興法，為數碼化的內容產業提供進一步的支援。

新加坡方面，就於 2002 年定下「遠景 2012」的目標，提升創意產業在國內生產總值的佔有率和受僱人口比率。新加坡政府透過撥款計劃去激發文化藝術需求，並提供稅務優惠及設立新的博物館等措施去鞏固其文化藝術城市的地位；國家設計局就負責發展設計業的需求和提升從業員的能力；媒體發展局則透過撥款計劃、合作、提供資金等措施，促進新加坡成為媒體市場及融資中心，並提升媒體製作的質素。

在台灣，2010 年通過《文化創意產業發展法》，除了設立相關的研究院，為產業發展奠定基礎外，還以打造健全的產業生態、運用多元的政策工具，及提升產業的創新能力三大特色促進產業發展，包括以補助及稅務優惠鼓勵文化消費、整合不同面向的資源（如土地資源）促進產業發展、以免稅優惠鼓勵創新等。

5. 人才培育

香港在文化及創意產業的專業人才培育上，能為青年人提供不少的機會，特別是在大專非學位程度的教育方面，但學位程度的專業教育機會就相對較少。此外，「創意香港」亦透過項目撥款，支持見習生實習等為青年從業員提供參與機會的項目，以及支援為一般青少年開拓創意的教育活動等。不過，與其他三地相比，香港在人才培育的策劃上就較欠全面性。

在南韓，大專以至高中教育上有提供眾多文化創意產業相關的教育機會，其非正規教育亦有為演藝業系統性地培養人才；值得一提的是，首爾市政府委託了大學創辦青少年創意中心（Haja），致力為青年人尋找多元工作機會。

新加坡政府方面，近年在栽培創意產業專業人才上提供了更多的機會，包括提供指定的獎學金及成立新的藝術和設計學校，又在技能層次負責訓練和人力配對，更吸引海外人才進行教育交流活動。新加坡亦在基礎教育系統上培養學生建立創意及批判性思考的文化，以促進創意及創新；並將文藝活動帶到社區以培育觀眾。

在台灣，文化創意產業的大專教育機會不少。此外，為協助孕育文創產業的創業者，當地教育部推行計劃，為優秀的創業計劃提供資金創業；而文化部亦透過補助方式，鼓勵各機構設立藝文產業創新育成中心，全方位協助藝文工作者完成藝術創業。

第四章 全港青年電話調查結果

為了解青年對香港發展文化及創意產業的看法，是項研究進行了一項全港青年意見電話調查，以豐富對有關課題的理解。

全港青年電話調查於 2014 年 3 月 22 日至 4 月 7 日期間委託香港政策 21 協助進行。調查以隨機方法，自住戶電話登記紀錄中抽取種籽號碼，再以加一減一、加二減二的方法產生另一組號碼，在混合後過濾重覆號碼，再以隨機排列方式排次成為最後樣本。訪問員於成功接通住宅電話後，會詢問住戶中年齡介乎 18 至 34 歲，能操粵語者的人數，若適合的人士超過一名，訪問員會挑選即將生日的一位作為訪問對象。調查成功訪問了 520 名符合條件的受訪者，回應率為 51.1%，樣本的標準誤低於 $\pm 2.2\%$ 。由於數據經加權統計，部份圖表不一定得出相同的總數。

全港青年電話調查結果主要從以下四部份作出分析，包括：（1）樣本資料；（2）青年對參與文化及創意產業的意欲；（3）青年對香港文化及創意產業表現的評價；及（4）促進青年參與文化及創意產業的工作。究竟青年人對參與文化及創意產業的意欲如何？青年人如何評價香港文化及創意產業的表現？本章將作出分析。

4.1 全港青年電話調查結果

4.1.1 樣本資料

樣本按 2013 年年底全港 18 至 34 歲人口的年齡分布作比例調整。經加權後的樣本，年齡介乎 18 至 19 歲的受訪者佔 10.2%，20 至 24 歲的佔 25.9%，25 至 29 歲的佔 30.1%，而 30 至 34 歲的佔 33.8%；平均年齡 26.92 歲。

性別方面，男受訪者佔 45.9%，而女受訪者佔 54.1%。教育程度方面，最多受訪者屬大學學位或以上程度，佔 39.5%；其次屬高中程度，佔 33.6%。職業方面，屬學生身份的佔 23.4%；其次屬文書支援人員，佔 19.7%；表示屬服務工作及銷售人員的，佔 17.8%（表 4.1）。

表 4.1：樣本按性別、年齡、教育程度及職業之分佈

	實際樣本		加權樣本 *	全港 18-34 歲的 青年 2013 年底人口統計 數據 ¹	
	人數	百分比	百分比	人數	百分比
性別					
男	238	45.8%	45.9%	--	--
女	282	54.2%	54.1%	--	--
合計	520	100.0%	100.0%	--	--
年齡（歲）					
18-19	52	10.0%	10.2%	174,900	10.2%
20-24	128	24.6%	25.9%	445,100	25.9%
25-29	139	26.7%	30.1%	516,000	30.1%
30-34	201	38.7%	33.8%	580,300	33.8%
合計	520	100.0%	100.0%	1,716,300	100.0%
平均	26.92				
標準差（S.D.）	5.039				
教育程度					
小學或以下	--	--	--	--	--
初中(中一至中三)	37	7.4%	7.1%	--	--
高中(中四至中七,包括毅進)	174	34.7%	33.6%	--	--
專上非學位	100	20.0%	19.9%	--	--
大學學位或以上	190	37.9%	39.5%	--	--
合計	501	100.0%	100.0%	--	--
職業					
經理及行政人員	22	4.4%	4.5%	--	--
專業人員	57	11.5%	11.9%	--	--
輔助專業人員	48	9.7%	9.7%	--	--
文書支援人員	98	19.7%	19.7%	--	--
服務工作及銷售人員	92	18.5%	17.8%	--	--
工藝及有關人員	8	1.6%	1.6%	--	--
機台及機器操作員及裝配員	14	2.8%	2.8%	--	--
非技術工人	18	3.6%	3.3%	--	--
學生	112	22.5%	23.4%	--	--
料理家務者	7	1.4%	1.4%	--	--
失業、待業及其他非在職者	21	4.2%	4.1%	--	--
合計	497	100.0%	100.0%	--	--

* 以加權統計法調整至符合本港 18 至 34 歲青少年人口的年齡分佈

4.1.2 青年對參與文化及創意產業的意欲

1. 三分之一受訪青年有興趣從事文化及創意產業，教育程度愈高有興趣者愈多

青年對參與文化及創意產業的意欲，跟他們是否可能從事該產業有關。在對文化及創意產業的興趣方面，表 4.2 至表 4.4 顯示，32.9%即約三分之一受訪青年表示，有興趣從事該產業內 11 個組成界別中的最少一個。而在教育程度

¹ 資料來源：政府統計處

愈高的受訪者中，愈多比例表示他們有興趣；教育程度在大學學位或以上的受訪者中，有興趣者佔 **44.3%**，專上非學位者中亦有 **34.7%**表示有興趣。

至於在有興趣從事文化及創意產業的受訪者中，最多表示他們對設計有興趣，佔 **30.9%**；其次是廣告，佔 **20.9%**；第三是表演藝術，佔 **19.7%**。而對軟件、電腦遊戲及互動媒體；電影及錄像和音樂；及娛樂服務有興趣的也分別佔逾 **15%**。

表 4.2：你有冇興趣從事以上任何一種文化及創意產業？（已讀出 11 個文化及創意產業）

	人數	百分比
有	161	32.9%
冇	305	62.2%
唔知／難講	24	4.9%
合計	490	100.0%

* 此表數據經加權統計

表 4.3：有冇興趣從事以上任何一種文化及創意產業 與 教育程度的關係

	初中	高中	專上非學位	大學學位或以上	合計
有	5 15.6%	48 29.6%	34 34.7%	70 44.3%	157 34.9%
冇	27 84.4%	114 70.4%	64 65.3%	88 55.7%	293 65.1%
合計	32 100.0%	162 100.0%	98 100.0%	158 100.0%	450 100.0%

χ^2 -test, $p < 0.01$

* 此表數據經加權統計

表 4.4：你對剛才提及嘅邊啲文化及創意產業有興趣？（最多選 3 項） N=161

	人次	百分比■
設計	50	30.9%
廣告	34	20.9%
表演藝術	32	19.7%
軟件、電腦遊戲及互動媒體	28	17.2%
電影及錄像和音樂	26	16.1%
娛樂服務	24	15.2%
電視及電台	19	11.9%
藝術品、古董及工藝品	18	10.9%
建築	13	8.0%
出版	12	7.6%
文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務	10	6.2%
唔知／難講	--	--

* 此表數據經加權統計

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

2. 受訪者不認為自己特別具創意，他們不太認為青年人的創意受到重視，也不認同從事文化及創意產業會有好的前途

不過，受訪者並不認為自己特別具有創意。表 4.5 顯示，若以 0-10 分去評估自己的創意，最多（17.5%）受訪者認為自己的創意只有 4 分，即低於普通；5.2%甚至認為自己的創意 0 分，即完全沒創意；平均亦只有低於普通的 4.67 分。

同時，受訪者亦不太認為青年人的創意受到社會重視。表 4.6 顯示，若以 0-10 分去評估社會對青年人創意的重視程度，接近三成（28.4%）受訪者認為重視程度只有 5 分，即普通；重視程度的平均分是 5.51 分，只略高於普通。

至於受訪者對青年人從事文化及創意產業的前途的看法，也並不十分好。表 4.7 顯示，若以 0-10 分去評估受訪者對青年人在香港從事文化及創意產業的前途，接近三成（27.8%）受訪者認為只有 5 分，即普通；另有兩成（20.9%）認為有 6 分；並沒有受訪者給予 10 分，即非常有前途；對從事該產業的前途的平均分只有 5.62 分，略高於普通。

結果反映出，青年人不太相信社會推崇創意，也不太認為從事文化及創意產業會有很好的發展。

表 4.5: 你覺得你自己有幾具創意呢? (請以 0-10 分表示, 0 分 = 完全沒創意, 10 分 = 非常有創意, 5 分 = 普通)

	人數	百分比
0	27	5.2%
1	16	3.0%
2	36	6.8%
3	58	11.2%
4	91	17.5%
5	75	14.4%
6	67	12.9%
7	78	14.9%
8	30	5.9%
9	4	0.7%
10	4	0.8%
唔知/難講	35	6.7%
合計	520	100.0%
平均分	4.67	
中位數	5.00	
標準差 (S.D.)	2.194	
N	485	

* 此表數據經加權統計

表 4.6: 整體嚟講, 你覺得青年人嘅創意有幾獲得社會重視? (請以 0-10 分表示, 0 分 = 完全不重視, 10 分 = 非常重視, 5 分 = 普通)

	人數	百分比
0	5	1.0%
1	1	0.2%
2	8	1.5%
3	32	6.2%
4	61	11.7%
5	148	28.4%
6	119	22.9%
7	64	12.3%
8	40	7.7%
9	13	2.4%
10	3	0.6%
唔知/難講	27	5.1%
合計	520	100.0%
平均分	5.51	
中位數	5.00	
標準差 (S.D.)	1.617	
N	493	

* 此表數據經加權統計

表 4.7：整體嚟講，你覺得青年人嘅香港從事文化及創意產業嘅前途好唔好？
（請以 0-10 分表示，0 分 = 完全沒前途，10 分 = 非常有前途，5 分 = 普通）

	人數	百分比
0	5	1.0%
1	5	1.0%
2	9	1.8%
3	29	5.5%
4	48	9.2%
5	145	27.9%
6	108	20.9%
7	70	13.4%
8	46	8.8%
9	24	4.6%
10	--	--
唔知／難講	31	6.0%
合計	520	100.0%
平均分	5.62	
中位數	6.00	
標準差 (S.D.)	1.728	
N	489	

* 此表數據經加權統計

4.1.3 青年對香港文化及創意產業表現的評價

那麼，在青年人心目中，香港整體上是否具創意的地方？他們又認為香港文化及創意產業的表現如何？

最多受訪者認為日本的文化及創意產業是亞洲地區中表現最出色的；他們又認為香港整體的創意氣氛和文化及創意產業表現都只屬普通

調查又發現，日本的文化及創意產業在香港青年心目中始終有著超然的地位。表 4.8 顯示，最多（21.6%）受訪青年認為，在亞洲的國家或地區當中，日本的文化及創意產業表現最出色；11.5%受訪者認為香港的表現最出色，居第二位；9.0%認為新加坡的表現最出色，居第三位。

雖然青年人認為香港文化及創意產業的表現在亞洲區內算是不錯，但並不代表他們認為香港是一個有創意的地方。表 4.9 顯示，接近三分之一（32.4%）受訪者認為，他們對香港是「亞洲創意之都」的同意度只有 5 分，即普通；同意程度的平均分是 5.02 分，亦屬普通；更沒有受訪者給予 10 分，即非常同意香港是「亞洲創意之都」。

表 4.8：你覺得邊個亞洲國家或地區的文化及創意產業表現最出色？

	人數	百分比
日本	113	21.6%
香港	60	11.5%
新加坡	47	9.0%
南韓	45	8.6%
台灣	35	6.8%
中國內地	21	4.0%
以色列	10	1.8%
印度	1	0.2%
其他	--	--
冇	15	2.8%
唔知／難講	175	33.7%
合計	520	100.0%

* 此表數據經加權統計

表 4.9：整體嚟講，你有幾同意香港係「亞洲創意之都」？（請以 0-10 分表示，0 分 = 完全不同意，10 分 = 非常同意，5 分 = 普通）

	人數	百分比
0	20	3.9%
1	1	0.2%
2	21	4.1%
3	42	8.1%
4	58	11.1%
5	168	32.4%
6	111	21.4%
7	45	8.6%
8	31	6.0%
9	7	1.3%
10	--	--
唔知／難講	15	2.9%
合計	520	100.0%
平均分	5.02	
中位數	5.00	
標準差 (S.D.)	1.793	
N	505	

* 此表數據經加權統計

讓受訪者逐一評價 11 項香港文化及創意產業，以 0-10 分去評價該些界別表現是否出色，表 4.10 顯示，接近所有產業的平均得分只介乎 5 分至 6 分之間，即略高於普通水平；得分最高的是電影及錄像和音樂，平均分為 5.87 分；得分最低的是藝術品、古董及工藝品，平均分為 4.89 分。

結果反映出，在受訪青年心目中，香港整體的創意氣氛和文化及創意產業表現都只屬普通。

表 4.10：以下我會再講出每一個文化及創意產業，你覺得香港呢啲產業嘅表現有幾出色？（請以 0-10 分表示，0 分 = 完全不出色，10 分 = 非常出色，5 分 = 普通）

	平均數	中位數	標準差 (S.D.)	N
藝術品、古董及工藝品	4.89	5.00	1.852	508
文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務	5.21	5.00	1.715	510
表演藝術	5.47	5.00	1.630	515
電影及錄像和音樂	5.87	6.00	1.480	516
電視及電台	5.51	5.00	1.589	516
出版	5.35	5.00	1.495	513
軟件、電腦遊戲及互動媒體	5.53	5.00	1.591	514
設計	5.86	6.00	1.499	516
建築	5.80	6.00	1.569	513
廣告	5.84	6.00	1.394	517
娛樂服務	5.54	5.00	1.498	516

* 此表數據經加權統計

4.1.4 促進青年參與文化及創意產業的工作

既然青年人不認為香港整體的創意氣氛特別好，也不認為香港的文化及創意產業表現特別出色；那麼他們如何看文化及創意產業在香港的發展？

1. 青年人認同香港有需要發展文化及創意產業，希望藉此發展經濟和提升香港文化藝術水平

調查發現，大部份青年人均認為香港有需要進一步發展文化及創意產業。表 4.11 至表 4.13 顯示，表示同意香港要加強發展文化及創意產業的受訪者多達 88.6%；其原因主要是認為「香港產業發展太狹窄／要發展多元產業」（21.7%），也有不少受訪者認為是要「提升香港的文化／藝術水平」（15.3%）和「發揮人們的才能」（14.5%），亦有人認為這是「世界潮流／趕上其他地區」（12.2%）和能夠「幫助就業」（12.0%）。

換句話說，除了考慮到香港整體經濟發展和就業因素外，受訪青年亦希望香港的文化藝術能獲得進一步發展，而人們獲得多的發揮機會。至於不同意香港要加強發展文化及創意產業的受訪者，則主要考慮到「配套設施不足」（22.0%）的問題。

表 4.11：你同唔同意香港要加強發展文化及創意產業？

	人數	百分比
同意	461	88.6%
唔同意	46	8.9%
唔知／難講	13	2.5%
合計	520	100.0%

* 此表數據經加權統計

表 4.12：你同意嘅最主要原因係咩？

	人數	百分比
香港產業發展太狹窄／要發展多元產業	100	21.7%
提升香港的文化／藝術水平	71	15.3%
發揮人們的才能	67	14.5%
世界潮流／趕上其他地區	56	12.2%
幫助就業	55	12.0%
提升香港形象／地位	50	10.9%
建立更多香港品牌	24	5.3%
文化及創意產業能創造更多財富	22	4.9%
發展多一個產業冇壞	13	2.7%
其他	2	0.5%
合計	461	100.0%

* 此表數據經加權統計

表 4.13：你不同意嘅最主要原因係咩？

	人數	百分比
配套設施不足	10	22.0%
浪費資源／金錢	9	19.7%
香港產業發展已足夠	6	13.0%
應優先強化現有或其他產業	6	12.0%
沒有需要	5	10.8%
與我無關	4	9.5%
相關人才不足	3	6.8%
對就業冇幫助	2	4.2%
科研不足	1	1.9%
其他	--	--
合計	46	100.0%

* 此表數據經加權統計

2. 青年人覺得政府並不十分重視文化及創意產業的發展；又認為人才、政策和教育都是促進產業發展的重要條件

雖然大部份受訪青年均希望加強發展文化及創意產業，但他們普遍不太認為政府很重視該產業的發展。表 4.14 顯示，若以 0-10 分去表示政府對產業的重視程度，逾四分之一（26.2%）受訪者認為重視程度只有 5 分，即普通；重視程度的平均分是 5.05 分，也是普通。

表 4.14：你覺得政府重唔重視香港文化及創意產業發展？（請以 0-10 分表示，0 分 = 完全不重視，10 分 = 非常重視，5 分 = 普通）

	人數	百分比
0	12	2.3%
1	17	3.2%
2	27	5.1%
3	43	8.3%
4	64	12.3%
5	136	26.2%
6	91	17.5%
7	45	8.7%
8	43	8.2%
9	17	3.3%
10	1	0.2%
唔知／難講	24	4.7%
合計	520	100.0%
平均分	5.05	
中位數	5.00	
標準差 (S.D.)	2.008	
N	496	

* 此表數據經加權統計

至於如何才能促進青年參與文化及創意產業？表 4.15 顯示，最多受訪者選擇能夠促進的條件是專業知識培養方面的「加強培養文化及創意產業人才」（42.7%），其次是政策上的「推動文化及創意產業的政策」（38.3%）和有關青少年藝術教育的「培養青少年欣賞文化藝術的興趣」（36.5%）；至於有關業務支援的「加強文化及創意產業的創業支援」（31.6%），以及鼓勵文化藝術活動的「開放更多公共空間進行文化藝術活動」（29.3%），也有接近三成受訪者支持。整體來說，受訪者認為人才、政策和教育都是促進產業發展的重要條件。

表 4.15：你覺得以下邊啲條件能促進香港青年參與文化及創意產業？（讀答案 1-10，可選多項） N=520

	人次	百分比■
加強培養文化及創意產業人才	222	42.7%
推動文化及創意產業的政策	199	38.3%
培養青少年欣賞文化藝術的興趣	190	36.5%
加強文化及創意產業的創業支援	165	31.6%
開放更多公共空間進行文化藝術活動	152	29.3%
鼓勵研究開發	105	20.2%
開拓文化及創意產品市場	93	17.9%
保持資訊流通	74	14.3%
加強保障版權的法例	69	13.3%
其他	2	0.4%
以上冇一個條件能促進香港青年參與文化及創意產業	3	0.6%
唔知／難講	44	8.5%

* 此表數據經加權統計

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

4.2 小結

綜合是次全港青年電話調查結果，可歸納出以下三項要點：

1. 香港欠缺重視創意的環境，令文化及創意產業的發展基礎薄弱。

要支持文化及創意產業的成長，社會先要重視創意的價值。雖然特區政府希望將香港推廣為「亞洲創意之都」，但根據調查資料，對香港是「亞洲創意之都」的同意度平均分只有 5.02 分，反映青年人普遍不認為香港是一個特別具創意的地方。他們也並未感覺到香港社會有重視或鼓勵創意的氣氛（重視程度平均分：5.51 分），他們甚至也不認為自己特別有創意（創意平均分：4.67 分）。情況反映出，香港要成為「亞洲創意之都」仍停留在口號的層面；香港整體欠缺重視創意的環境，令文化及創意產業的發展基礎薄弱。

2. 青年人對文化及創意產業有興趣，但看不到在產業發展的機會令他們卻步。

對於在文化及創意產業發展，青年人持一種為難的心態。一方面，三分之一受訪者有興趣從事這個產業，是一個不低的比率；但另一方面，他們對前景並不樂觀，也欠缺信心。根據第三章的資料，文化及創意產業的增加價值只佔香港本地生產總值的不足 5%，就業人數約 20 萬，只佔整體就業人數 5.5%，反映產業規模並不算大。受訪者也認為，從事文化及創意產業的前途只屬普通；

他們看不到政府是重視發展該產業的，也看不到產業的成就。

事實上，香港多年來側重金融及旅遊等支柱產業，令年輕一代多相信只有從事這些支柱產業才会有前途；雖然文化及創意產業被定位為六大優勢產業，但青年人仍未感到這產業有大的發揮空間和良好發展機會，相信這與客觀環境未能營造有利的發展環境有關。

3. 絕大部份受訪青年人都認同香港需要加強發展文化及創意產業，否則香港經濟的發展會愈走愈窄。

面對上述情況，絕大部份受訪青年人都認同香港需要加強發展文化及創意產業，否則香港經濟的發展會愈走愈窄；同時新一代也認識到提升文化藝術水平的重要性，以及社會應該提供更多元的機會讓人發揮才能。在這方面，香港青年人的意願很清晰。

至於如何加強產業發展，受訪青年認為人才、政策和教育三方面都是重要的。而具體地需要如何培養人才、實行怎樣的政策、如何提升整體文化藝術水平，本研究以下章節將作出進一步探討。

為深入了解香港文化及創意產業的發展狀況及青年人在當中的參與情況，是項研究訪問了相關持份者的看法，以不同角度分析現況。

首先，透過了解文化及創意產業青年從業員在產業上的經驗，分析青年人在產業發展上的需要。同時，研究亦透過訪問相關的專家及資深業界人士，了解整體產業發展狀況，以及培育青年產業參與者的相關問題。

相關持份者訪問於 2014 年 4 月 19 日至 5 月 14 日期間進行，成功訪問了 19 名業界持份者，包括 8 名 18 歲至 34 歲的創意產業青年從業員，和 11 名專家及資深業界人士。

所有受訪的創意產業青年從業員均是正在或曾於過去半年內全職從事文化及創意產業為期最少 1 年的青年人。有關「文化及創意產業」按第二章的定義，包括 11 個組成界別：(1) 藝術品、古董及工藝品；(2) 文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務；(3) 表演藝術；(4) 電影及錄像和音樂；(5) 電視及電台；(6) 出版；(7) 軟件、電腦遊戲及互動媒體；(8) 設計；(9) 建築；(10) 廣告；及 (11) 娛樂服務。

而受訪的專家及資深業界人士則包括文化及創意產業資深經營者、資深專業人員、教育及政策倡議者、業界組織者，以及「創意香港」辦公室官員。該政府官員就訪問問題提供了書面回覆。

以下描述並分析受訪者的看法。

5.1 青年從業員個案訪問結果

受訪的文化及創意產業青年從業員男女各佔一半，年齡由 24 歲至 32 歲，全部具大專學歷，當中 5 人持大學學位。6 名受訪者的職業為文化及創意產業從業員；其餘 2 人的職業雖然並非文化及創意產業從業員，但於日常工作中從事大量設計工作，並曾於過去半年內全職從事文化及創意產業為期超過 4 年。受訪者的全職產業經驗最短 2.5 年，最長達 13 年；現時平均月入由 \$1-4,999 至 \$15,000-19,999。有關受訪者的背景資料詳情見表 5.1。

表 5.1：受訪者的背景資料

編號	性別	年齡 (歲)	教育 程度	曾接受的 專業訓練	行業	職業	產業 經驗	平均 月入(元)
1	女	25	大學 學位	創意媒體	廣告	製作經理	2.5 年	12,000- 14,999
2	女	27	深造 文憑	表演藝術	演藝	藝人	7 年	15,000- 19,999
3	女	32	文憑	設計、插圖、創 意思考	平面設計	自由身 設計師	13 年	1-4,999
4	女	26	大學 學位	電腦遊戲及動 畫、設計	零售	市場主任	4 年	12,000- 14,999
5	男	30	大學 學位	電腦遊戲及動 畫、多媒體科 技、繪畫、攝影	顧問服務	市場主任	8 年	12,000- 14,999
6	男	29	大學 學位	電腦輔助工程設 計、產品分析及 工程設計	產品分析	市場總監	2.5 年	12,000- 14,999
7	男	24	大學 學位	多媒體設計及科 技、新聞及傳播	多媒體製作	導演	3 年	8,000- 9,999
8	男	24	高級 文憑	多媒體設計及工 程	錄像及攝影	製作助理	3 年	12,000- 14,999

本節綜合了 8 名受訪個案的訪問，從 3 個範疇了解文化及創意產業青年從業員在產業上的經驗，分析青年人在產業發展上的需要，包括：（一）青年從業員的裝備及期望；（二）發展環境；以及（三）政策措施。內容會舉出正面及反面例證，以支持相關分析。

5.1.1 青年從業員的裝備及期望

文化及創意產業青年從業員的自身條件是不錯的。由於香港大專院校開辦了不少與產業相關的課程，課程為青年人從事相關產業提供了基礎；同時，部份青年人更有產業中跨界別的經驗，他們在產業中有切實的基礎。這些青年人對產業工作投入而有熱誠，期望創作出有質素的作品。

1. 青年從業員的自身裝備充足

研究從受訪者的背景和經驗中發現，不少從事相關產業的青年人均有良好的裝備。大專程度的專業訓練和知識幾乎是入行的必要條件，更多的是學位程度的專業訓練，再加上產業內的跨界別經驗。因此，青年從業員在自身條件的裝備上可說是非常充足的。

例如個案 2 的背景就是經過演藝學院的演藝專業訓練，再加上 7 年從事演藝、舞台表演、戲曲、廣告、電影及電視劇等表演工作的專門實務經驗。個案

5 則是經過電腦遊戲、動畫、多媒體、繪畫、攝影等多項專業訓練，以及 8 年從事動畫、廣告、電影，以至平面設計的製作經驗。至於個案 1 和個案 7，則是在大專或大學就學期間，就已經開始嘗試做相關的創作，繼而在產業參與上也付出相當的努力。

「我是在演藝學院畢業的，希望從事舞台方面的表演。後來，我覺得舞台的市場發展有限，決定嘗試多點新事物，入了電視台，慢慢開始當一名藝員。我是先在音樂劇表演中開始的，邊唱邊演已是一個難事，還須配合眾多姿勢等，所以是屬於一個綜合性的表演。我做過音樂劇、戲曲、廣告，電影及電視劇等等。演藝上的基本工作也曾染指過」

(2/女/27)¹

「我一畢業就在香港最大的動畫公司做動畫，不過現在都倒閉了。我做了三年半 full time，忍者龜我都有份幫忙做動畫。然後就去了做電影和廣告的後勤製作，之後跟 4 個同學開了一個 studio。」

(5/男/30)

「我主修電影，做了很多與電影有關的 project 和功課，當時的功課做得不錯，雖然是有沙石，老師仍覺得我是有心去做，也覺得我有心想做這行。當我拍完鮮浪潮之後，我的老師就介紹我去做電影。我剛入行時是做 PA 的，都是做最簡單的工作，導演要我幫甚麼就去幫甚麼，而我從中就可以學到電影的運作了。例如 casting、book 場、admin 之類的工作都要做的。我的工作是一個 project 計算，是短期合約來的。我做了兩年電影，近來才轉了做廣告。現在拍廣告，是做導演和製片的角色。廣告 project 的長短視乎投資者的要求和資金，有長有短。」

(1/女/25)

「我在大學讀一年級之前都做過 intern，認識了一些做廣告的人，大學一年級 summer 就從他們處接了第一份工作，做一些廣告短片，就正式開始了，都覺得不錯。而廣告業是很講 networking，有 network 就容易有工作。而以後大學三年就少了上堂，多花時間工作，怕得失客人。我上年就和幾個朋友開了一間公司接工作，工作都愈來愈多，而現在就可以接一些自己更有興趣的工作。我都有做一些 wedding 的工作，微電影我都有做。」

(7/男/24)

¹ 括號內載該引述談話的受訪者資料，依次為受訪者編號/性別/年齡。

文化及創意產業的工作是需要經過專業訓練才能應付的工作，尤其是在創作的部份上，專業訓練再加上實務的鍛鍊和努力，以至在文化藝術上有天份或培育，才足以做到好的創作。

2. 青年從業員的事業目標是有發揮才能的機會，並創作屬於自己的作品

對於不少青年從業員來說，能夠找到可謀生的工作固然重要；但他們更追求的，是在創作上有發揮的機會，特別是有機會創作一些有質素、受到認同，以及屬於自己的作品。

其中個案 2 和個案 5 的態度就非常明確，前者從事演藝的幕前工作，後者從事各類型的設計製作，兩者不約而同地表示，他們希望能創作出屬於自己同時受到別人認同的作品，甚至想到為自己開拓銷售的渠道。

「我現在的目標是希望有一個屬於自己的作品，即有自己的代表作。我的目標是別人會因為我，而去看我的作品，這是屬於一種人們對我的肯定。」

(2/女/27)

「其實終極的目標都是希望可以有自己的作品，但老實說，marketing 會有更好的收入，所以就希望在 marketing 這方面有自己的作品。短期目標都是做一些 hand-made 作品然後在地攤賣，就希望可以自己製造一個品牌，又或者在網上開一個平台然後賣。」

(5/男/30)

至於個案 7 就計劃現階段以婚禮攝錄等工作去增加收入和增強自己的履歷，以便將來有機會拍攝更能發揮創作力的電影。個案 6 更實踐了這個想法，與朋友合組公司自行開發和推出設計產品。

「其實對於我們來說，大部份人都會喜歡拍微電影的，因為是有一個空間讓我們發揮，從布局，格調，劇本都有很多空間給我們發揮。我的目標是拍一些更長的片，例如電影，但是會挺辛苦，而且收入不高，對現在的我都不太可行，我都在想應該怎樣才可達成目標。」

(7/男/24)

「我的目標是成立一個屬於自己的公司。我從小便希望有一個屬於自己的公司。後來在讀書時結識了志同道合的朋友，他希望有一個

屬於自己的產品，於是符合我們的雙重要求，便成了拍檔。」

(6/男/29)

5.1.2 發展環境

雖然擁有條件不錯的基礎人才，但文化及創意產業的發展環境並不理想。經濟回報與工作環境欠佳窒礙了有意入行者的意欲；發揮空間不足消磨了有心創作者的熱誠；而缺乏重視創作的周遭環境更影響著創作的質素。具體情況闡述如下。

1. 工作不穩定、收入低、工時長

從事創作的工作，首要面對的問題是工時過長和收入低；甚至工作了一段長時間後，收入都未能應付日常生活所需，令有意入行者有很大的顧慮，亦令部份從業員考慮轉行。

其中個案 4 就屬典型例子，她原本從事電腦繪圖工作，但往往需要工作至深夜，而且薪金低，令她考慮轉行。個案 3 情況亦類似，平面設計工作也是工時長、收入低，令她已辭去正職並尋找其他行業的發展機會。

「是很困難，工時就很長，可能凌晨四時放工，早上十時又返工，但工資就較低，其他行業一入行都有一萬以上，而我都入行幾年，人工都幾少，平均可能連最低工資都有。反而現在入了 *marketing*，零經驗人工更高（\$12,000 至 \$14,999），動畫行業好多時候都只請剛畢業的人，工資都不高，而升遷機會都不太大，升上監製可能要十多二十年。」

(4/女/26)

「做設計工時太長，工作太忙，有返工冇放工，我的公司薪水又較同行低。工時太長。個人的意志力也很重要，有同學覺得這一行較難賺錢，轉而投身其他行業。我一直有讀關於插圖的課程，但有時因加班關係，根本沒時間上課。若有時間，或會讀關於思考、網頁的課程。」

(3/女/32)

至於個案 1 和個案 2，就觀察到在相同行業發展的同輩，因為收入低而需要兼職，甚至因收入不穩定而轉職，導至人才流失。

「一切置裝的表演事業是需要自費的，例如服裝等，但你得到的片酬遠遠未能填補自費的項目，反是倒貼。所以大部分人往往確保自己得到的片酬收入能謀生時才會放棄其兼職工作，這情況是相當普遍，而其中一半從事演藝業的人往往有其他工作的收入，例如保險、地產經紀，甚至開舖。我在進入娛樂圈後，初初亦有開班教授演戲藝術及化妝，後來工作量增加後我才減少兼職的工作。」

(2/女/27)

「跟我同行同輩的人比較，大家都是在樽頸位置。一來升不到職、人工不高，二來想轉職但也轉不到好公司。想找一份\$16,000 至\$17,000 的工作都很難。我認識很多同學都去了做空姐，即使有同學在廣告或電影業發展了一段時間，最終都因工作不穩定而轉職做空姐，人工較高。」

(1/女/25)

2. 發揮空間不足

即使從業員不介意經濟回報不佳，但創作上的發揮空間不足，亦容易消磨有心創作者的熱誠。部份人會選擇在內地或海外尋求更多發揮的機會。

舉例說，個案 6 是自行開辦產品設計公司以開拓本身的機會，他在開拓機會的過程中得到香港貿易發展局和香港設計中心等機構的貸款及業務支援，以成功開拓業務；但他也目睹同輩因缺乏機會而不願入行。個案 2 則在香港欠缺演藝發揮機會下，到其他地方作出嘗試。

「我認為設計業的問題是有錯配的情況出現。讀完設計的人認為他們很難找到工作，其原因是設計業沒有太多需求容納這些人。行業沒有太大需求，是因為香港過度傾斜於金融等行業，使設計業相對地沒有受重視。另一困難是設計業的市場已飽和。往往需要設計的人只有固定的數目，而人才卻充斥。我大部份的同輩畢業後都沒有做設計，只有不多於一成人仍然留在設計行業。多數人做工程及市場等工作，跟他們以往修讀的課程沒有太大關係。這是因為行業不發達，使設計人員沒有太多的機會。」

(6/男/29)

「演員其實是一種很被動的工作。因為就算有伯樂知道你的才能，在一些遊戲規則下，他盡力亦未能為我帶來一個機會。我正在等一

個機會，而我控制的範疇只能是盡量做好本份。創造機會的人是屬於導演，我們是屬於把握機會的人。我距離目標（有屬於自己的作品）還有一段距離。因為未有機會，何來實行呢？....

現時大部份演員會盡量爭取回大陸拍劇，爭取演藝及發展機會。」
(2/女/27)

在個案 1 方面，由於政府提供了一些贊助去開拓新人的拍攝機會，令短片以至電影業的青年製作人員有機會嘗試做一些認真的創作，增加發揮空間，協助從業員累積經驗。從中可以看到，公共資源的介入能改善從業員發展的環境。

「政府有個計劃叫『鮮浪潮』，這個計劃贊助短片拍攝，可以去參加比賽，並安排短片在戲院播放。也會請圈中的導演做 mentor，給了機會一些很 fresh 的人去拍片，令人留意你的作品。另外還有一個『首部劇情電影計劃』，一些未拍過 90 分鐘電影的人，可以交計劃書，得到資助去拍攝。我參加過鮮浪潮計劃，拍攝過一套 20 分鐘長的影片，得到\$40,000 的資助。這個計劃每年資助 20 多個人參加者，以比賽的形式去鼓勵年青人拍攝。這個計劃能幫助我，我很多同學也有參加這個計劃。」

(1/女/25)

3. 缺乏重視創作的環境

在周遭環境上，缺乏重視創作的環境令青年從業員感到氣餒。一方面，客戶對創作的美感質素沒有認識，令創作產品的質素未能保持或提升；另一方面，大眾不認為高質素的創作是有價值的，不願意付出金錢去換取，令市場缺乏對高質素創作產品的需求。

其中個案 3 就經常遇到忽視美感的客戶，令她感到未能保持作品的質素。而個案 5、個案 7 和個案 4，均不約而同地感到，客戶不願意付錢去購買作品，令有質素的作品缺乏市場。

「有時客人要求比較多，或者是審美觀的差異，經常要求修改，例如要求將所有資料都放入一張海報內，令製成品與設計者的理念有差距。客人的質素較難控制。改善方法是推動公共藝術，提升大眾的藝術眼光，香港雖有相關活動，但不及外國多。可邀請更多外國藝術家來港交流、展覽。」

(3/女/32)

「客人好多時候只看價錢，例如最近的電視劇特技，就可以看出其實大家對質素追求不太高，所以沒有甚麼人肯放錢在設計上。問題都是沒有甚麼人懂欣賞文化產品，不是現在沒有人才，只是沒有人肯用錢去請人才，是市場的問題，因為沒有足夠的需求。」

(5/男/30)

「我覺得如果可以提升整個社會的公民質素，文化欣賞力，一個普通人都可以分出電影的好壞，可以理解創意產品，而且要有尊重各行各業的心態，有時要尊重導演，有些人覺得 multi-media 不值錢，他們覺得只是畫一下畫，拍一段片，如果可以改變到這種心態，這樣是會對行業發展有正面影響。政府要花更多時間去了解這個行業，之後要有更完善的計劃。整個社會的人的質素的提升，都是要從教育入手，現在的中小學都是只教學生創作，但很少藝術欣賞的課程，我認為是要有人文精神，不可以只教畫畫，但又不教欣賞藝術。」

(7/男/24)

「我覺得大眾都覺得創作都是不要花錢就可以看，人不願意花錢買本地創作，而且不尊重版權。」

(4/女/26)

5.1.3 政策措施

在政策措施方面，政府現時是有推行一定的措施去協助文化及創意產業的發展。不過對青年從業員來說，這些措施仍未足夠，他們認為政府很多時只是撥出一些金錢作個別項目的資助，但由於對產業的了解不夠深入，又沒有長遠的計劃，因此未能有效促進從業員的發展。

1. 提供支援能扶持創業者起步

對於創業者來說，政府提供的支援是相對有用的。例如個案 6，就是得到由「創意香港」撥款予香港設計中心營運的「設計創業培育計劃」的協助，獲得租金、辦公室設施等重要資助，解決了營運的基本問題；此外，他亦懂得運用香港貿易發展局的創業支援服務，以順利創立公司。

「打算創業時並沒有甚麼方向，於是便去了貿發局舉辦的青年創業日。初初我們選擇設計擺設以參加計劃，最後成功得到貸款及業務支援，令事業得以開展。」

(6/男/29)

文化及創意產業的其中一個特色，是不少創作者同時也有營商的需要，以推廣和銷售自己的創意產品，但他們的商業知識都較薄弱，其中個案 7 就相當認同這困難。在這方面，假如有較全面及針對性的政策措施，在商業支援上協助文化及創意產業的創業者，相信對他們的發展會有推動作用。

「我覺得政府有時只是撥一筆錢就算，是沒有甚麼很實質的政策，有心做就不是這樣做，要有長遠的計劃幫一個行業。我開始做公司的時候，對很多文件，會計都不懂，不懂如何去推廣。有商業支援絕對是好事，因為很多創作人都沒有商業頭腦，結果令一些很好的作品都沒有成功推出市場。例如韓國這幾年發展得很好，我覺得這個是整個政府的取態，整個政府都很支持創意產業，政府是要提供一個好的環境讓創意產業發展，而現在香港對創意產業都不太尊重，所以我希望政府可以帶頭去支持創意產業，這樣可以改變整個社會氣氛。」

(7/男/24)

2. 缺乏足夠的政策配套

受訪者對於政策的關注，主要不是在金錢資助方面，他們認為現時推動文化及創意產業的政策配套不足夠，令他們工作時遇上困難，特別是在拍攝場地方面，即使想申請政府場地或公共地方也諸多不便。有受訪者認為，政府可在拍攝場地上作出協助。

「拍攝地方也是問題。有一次我們想在政府總部的草地拍攝，那是公共地方，開拍時卻有保安阻止。有時想拍街景又太多人，很難拍攝。希望政府公開多些場地供人拍攝，特別是公共場地。因為有些地方要申請，申請需時 3 個月，而且未必批。我曾有個工作需 1 個月內完成，嘗試向政府入紙申請地方，結果被拒絕。有時會向康文署申請室內運動場，則需 1 個月。」

(8/男/24)

「我希望政府可以在拍攝場地上作出支持。例如，澳門政府很鼓勵電影在一些場地取景，如果有一場戲在有關地點拍攝，澳門政府是會提供協助，不像香港的植入式廣告般只要求拍攝正面的畫面。韓國也有封街讓電影拍攝大規模場面。香港的政府在此的幫助較少，如《風暴》一戲，電影中，中環槍戰的場面是在工廠拍攝，之後再用特技加回背景。」

(1/女/25)

對於推動從業員的專業發展方面，有受訪者認為，現在的專業教育以基礎性為主，應推動較深入的培訓，以提升從業員的水平。亦有意見提出，應針對青年人入行機會少和創作者缺乏客源的問題，為文化及創意產業提供更多就業配對服務，以至協助個人創業者提供接觸客戶的平台。

此外，受訪者也關注到教育上並無推動大眾的文化藝術教育，引致市場不足。他們認為有需要在中學裡加強文化藝術教育，以及在政策上更著力向大眾推廣文化藝，以推動產業發展。

「我之前自己接 **freelance** 收入很低、客源不多，平均月入\$5,000至\$6,000。我覺得政府可提供一個平台，讓 **freelancer** 可與更多客人接觸。政府也可以多作推廣，增加入行的門路，例如舉辦職業配對、招聘會。亦可多辦短期課程、實習，教授深入的內容，讓有意入行者學習技巧、擴闊網絡。因為關於拍攝的課程少，而且內容比較初階。坊間雖有攝影學會等，但教授的方面較少。」

(8/男/24)

「要花好多時間去填一份表格申請資助，對我們來說是不值得。最大的問題不是資助，而是受眾、市場問題，我認為要從學校著手，從中學開始就教學生認識藝術和文化創意。開放更多公共空間進行文化藝術活動是好事的，公共空間是好影響創作。我認為最重要都是從教育入手，年青人去看就會帶家人去。」

(5/男/30)

「我覺得應該要加強中學的教育。中學在這方面的基礎教育是很少，我自己的中學更是沒有，應該要讓年青人在中學時更多了解文化產業。」

(1/女/25)

5.2 專家及資深業界人士訪問結果

本節綜合了 11 名專家及資深業界人士的訪問，內容會從受訪者的特定經驗及專長範疇出發，從 5 個範疇分析與促進青年參與文化及創意產業的相關情況，包括：（一）市場狀況；（二）營商環境；（三）人才培育；（四）文化藝術氣氛；及（五）政策。

5.2.1 市場狀況

文化及創意產業之所以成為產業，是因為當中涉及產品或服務的買賣，不是單純的文化發展或創意概念。因此產業發展情況涉及買家的多寡，亦即是市場的狀況。成功的文化及創意產業必定有足夠的市場才能生存，但香港在這方面的發展並不理想。

1. 本地市場不足，依靠內地及海外市場

現時，香港人口約 700 萬，其實並未足以形成一個文化產品的內需市場。即使人口比香港多的地方，其文化及創意產業也大規模開拓海外市場，如南韓及美國就是成功的例子。

如果界別的市場未能向外擴展，甚至連該界別的生存也可能成為問題。以出版界別的圖書出版為例，由於文化差異、行業制度及成本等原因，未能有效地開拓內地及台灣市場，導致出現界別萎縮的情況。

「相較兩岸三地，香港的出版體系不夠蓬勃，雖然一向有出版自由，書籍卻不是向外發展。根據調查，一個社會要 2,000 萬人口才可養活出版業。所以如果香港出版業沒有外來資金，靠出版一般書籍根本無法生存。香港人慣用的語文，未必適合內地及台灣人閱讀習慣，有時書籍更夾雜廣東話、英文，難受歡迎。而港、台亦有市場競爭的問題，運費已增加不少成本，加上台灣書籍太多，其出版業亦比香港優勝，所以香港書籍在台灣賺不了錢。內地向來禁止入口外來書籍。至於香港書籍，內地名義上容許入口，但須經數間指定機構訂購，書商只能透過這種機構被動銷售，不許在內地零售、發行，這跟圖書零售是兩回事。市場難以發展，香港出版業愈做愈萎縮。」

（林道群先生/牛津大學出版社（中國）有限公司總編輯）

當然，並不是所有界別都難以向外輸出，部份界別仍能成功開拓內地或海外市場的。以香港的室內設計業為例，由於本地的發揮空間有限，而內地又有需求，部份設計公司遂將市場擴展至內地。不過，隨著內地的設計人才愈來愈多，香港室內設計師也面對不少競爭，令香港設計師要面對本身定位的問題。

「回歸後，愈來愈倚靠大陸，而香港屋細，空間不足，地也少，所以室內設計開始飽和。最近做了一個調查，發現有一半香港公司都在做其他地方生意，是一個輸出型經濟，所以不可以只注重香港，要留意大中華地區，要學不同地方的文化，例如華東、華南也有分別。而香港優勢在於全球化，但內地愈來愈多設計學生，一定比香港更多精英，全球化之下，香港到底要如何定位，如英國創意無限，意大利浪漫等，香港也要有定位。」

（潘鴻彬先生/香港室內設計協會副會長、
香港理工大學設計學院助理教授）

雖然向外開拓市場是可行的發展途徑，但具體能否成功就很視乎個別界別的特性，而其過程也是充滿困難的。

2. 電子平台有助發展市場

能成功向外開拓市場的界別，往往是限制於文化地域因素較少的，而且是產品較容易利用到電子平台作為交易途徑的界別，例如遊戲業。由於近年智能手機流行的關係，為遊戲業創造了一個跨地域又方便的交易平台，而且遊戲使用文字的幅度低，相比起圖書，較容易受另一個地方的人所接受，向外開拓市場相對容易。

「香港加台灣市場是足夠的，同樣是用繁體中文市場，因為智能手機興起，令台灣和香港市場更容易融合，放到手機平台便可銷售了，少了很多障礙....

大部分公司都是靠撞，而且遊戲是一種高風險投資，只能看能不能撞中市場需要，但以我看來，比一般創業較成功。遊戲要夠好玩，夠好玩就愈不易受文字和文化影響。」

（彭子傑先生/香港數碼娛樂協會會長、
火狗創意有限公司董事總經理）

對於一些新人、個體經營者或小型企業來說，因為缺乏人際網絡，電子平台更為重要，有助他們宣傳及開拓客源，甚至是發展自己的品牌。以個體經營方式工作的插畫師就屬於這種情況了。

「互聯網的興起都是好事，令插畫師有更多人認識，然後自製作品出來賣，發佈是較容易，不需要有太多人際網絡。」

（劉婉卿女士/香港插畫師協會會長）

3. 零碎式的市場開拓

向外的市場開拓並不是容易的工作，尤其對於個體經營者較多的界別，單打獨鬥非常困難。雖然政府部門或公營機構有提供一些平台作出支援，例如展覽會及比賽等，但受助對象通常以個別的公司或作業者為單位，鮮有策略性地以香港為品牌作大規模的市場開拓。相關公司或作業者需要零碎式的自行去嘗試及開拓不同的市場，以尋找機會。

「插畫現階段都打不入內地市場，其實插畫在上海不流行，上海流行用相片，不太用插畫，內地都是最多動漫或者設計，是比較少插畫。我們都要不斷去試不同的市場，不同地方有不同文化，插畫未必每個地方都流行。例如杭州的文博會，我們也有會員不斷去試。或者我們協會都有參加貿發局的家品展、禮品展，我們要努力去開拓和試新市場。有時會碰到新的外地買家。」

（劉婉卿女士/香港插畫師協會會長）

「我們要 **promote** 整個城市的設計師，要有一個成熟的行業，政府要帶頭領導設計行業。香港已經是一個品牌，這麼多年來，就算沒有政府幫忙，都有不少香港設計師得獎，但如果政府不幫忙，這樣一定會比其他城市落後....政府一定要幫忙，全面去 **promote**，等其他人覺得 **made in hong kong** 值錢，要令香港變成一個名牌。我們要做星工廠，做很多明星。」

（潘鴻彬先生/香港室內設計協會副會長、
香港理工大學設計學院助理教授）

5.2.2 營商環境

香港文化及創意產業面對另一項發展困難，是不太有利的營商環境。雖然香港在制度上對營商者並沒有設很多障礙，而且法律制度健全，商業服務業也

發達，其軟件理論上對營商十分有利；不過，租金成本過高，和欠缺文化投資的傳統，令產業未能壯大成長，帶動整體經濟走向前。

1. 租金成本蠶食生存空間

今天，租金成本高昂已成為各行各業在香港營商的主要障礙，尤其是對於暫時回報不高的個體經營者或小型企業而言。在訪問中，接近所有被訪者都提出了租金或土地成本高昂影響創作和營商的問題；除非是成熟的企業，或能獲得政府或其他方面的租金資助，否則難以生存。

「高地價政策扼殺很多創業者的發展動機，如果有志向的年青人選擇了放棄在港置業來支持創業的高昂成本，在香港這物質社會發展創業精神是有一定的困難。」

（馬維業先生/越世代創新媒體集團董事總經理）

「最重要就是要把租金降低，特別是對剛出身的年青人，租金是一個很大的因素。」

（馮美華女士/獨立藝術文化工作者、芝鵠主席）

「地方、空間對創意產業都很重要，從事藝術的會去不同的地方，例如視覺藝術工作者到火炭等，觀塘其實是創意產業的基地，因為工廠大廈租金便宜，但現在觀塘又要市區重建，其實是摧毀創意產業的生產基地。10 年前工廠北移，剩下很多工廠作為文化產業的地方，可用平價去租一個地方發展文化產業，但現在租金已經很貴，而且租約完了可能會被趕走，廠廈被重建成酒店。」

（黃英琦女士/香港當代文化中心總監）

「整個香港都被租金問題侵蝕，近年一般商業用樓的房租上升很快。我有朋友在工業大廈做藝術，4 年前可以以 \$9,000 左右租單位畫畫，但因為政府活化工廈，令很多地產商加租，現在要以 \$20,000 才可租到一個單位。即是說，政府對於文化創業的觀念很有問題，因為是一種產業的觀念，造成剝削的問題，沒有看到文化創業產業特殊的生活方式。而租金支出成了企業最多的支出，我們無法改變大的生態，只可令從事文化創業產業的中小企在得到租金保護的情況下，繼續工作。在這方面，是有成功的例子的，如賽馬會創意藝術中心，是在舊的工廈進行翻新，以較低租金租給藝術

工作者使用，成了一個藝術村。」

（盧偉力博士/香港浸會大學電影學院副教授）

「香港的發展困難是成本很高，不論是租金、人工都很高。不過，香港近年有一些創業計劃，那些能力高的人可以靠這個計劃集資。數碼港也有 *incubation* 培育計劃，為新公司提供有 30 萬的資助和免費辦公室，以用作營運、*marketing* 等，也可資助聘請實習生。」

（彭子傑先生/香港數碼娛樂協會會長、
火狗創意有限公司董事總經理）

2. 集資困難、欠缺文化投資

文化及創意產業需要大量創作人才，一個產品的背後往往是大量專業人才和時間的投入，因此在產品創作以至研發方面，需要大量資金；但業界人士未必能透過集資渠道尋找有興趣的投資者，將公司做大，帶動產業成長。

以遊戲業為例，成功的產品需要投入高昂的研發成本。雖然有本地業界公司曾嘗試將公司上市集資，但最終未能成事。

「遊戲方面，近 10 年來都仍很輝煌，香港近 10 年來都是以外地遊戲為主，少有本地研發作品，因為香港的研發成本很高。以前是香港、台灣、日本線上遊戲為主，之後則是韓國，近年內地的遊戲追了上來，也相當成功，如騰訊。電腦遊戲的研發成本高，而且研發期也很長，我們公司上一個 *on line game* 研發了 6 年，研發成本 3、4 千萬。（發展策略）下一步就是『上市計劃』，幫助公司在香港開拓集資渠道，但香港的股市以炒股為主，不是實作型。假如 2000 年 *GameOne* 能在香港上市，現時整個行頭的變化會很大。」

（彭子傑先生/香港數碼娛樂協會會長、
火狗創意有限公司董事總經理）

甚至有被訪者認為，文化產業不是純商業行為，是屬於教育事業，因此各地都有例子由政府投入資金去經營，但香港的政府就不會作這種投資。

「在內地，政府會用自身的影響令書價很便宜，令小朋友都可以買書。所以我認為，做出版必定要有國家行為支援，純靠商業操作必不能維持，因為這涉及教育，不可能從賺錢的角度去看待這事。文化出版必須靠政府支持，例如資金、土地等，只是香港政府沒有做

這些，而是做了一些畸形的支援，如藝術發展局等，這是因為香港強調自由市場，連文化也強調行資本主義市場。但是，沒有國家的文化不是靠政府的，例如英國 **BBC** 是政府的，中國所有出版社都是靠國家撥款的。」

（林道群先生/牛津大學出版社（中國）有限公司總編輯）

有香港學者也認為，香港商人作文化及創意產業投資的誘因不大，而且缺乏文化捐獻或文化投資的傳統；因此，政府有需要主動投入資源去發展。

「美國其實沒有太多幫助文化及創意產業的政策，但因為社會結構成熟，企業會投資創意產業，不需要政府幫助。香港有些人覺得香港可以跟美國的方向發展。但其實香港不可同美國比較，香港的富有家族不太會投資文化及創意產業，跟美國的稅制不同，商人會因為稅務原因投資文化及創意產業，某程度上也是回饋社會；香港的稅率已經很低，很難在文化捐獻或投資上給予商人很大的誘因。」

（許焯權教授/文化發展及創意產業顧問、
香港大學建築學系訪問教授）

「加強文化捐獻的方便程度，也是一個外在方面去推動文化創意產業。而內在方面，香港沒有如外國的藝術贊助傳統，如果政府不主動去幫助發展，投入資源，就會限制了其發展。例子如博物館，不可自負盈虧；可是一個社會不能沒有博物館，會影響旅遊業和文化傳統。」

（盧偉力博士/香港浸會大學電影學院副教授）

5.2.3 人才培育

文化及創意產業的工作非常依靠專門的人才，相關人才是否足夠、人才的質素，以及人才的培養等議題，在在影響著產業的發展。

1. 基本專門人才存在，但高質素及整合式的人才仍有待培養

在專門人才方面，大部份談及人才情況的被訪者觀察到，基本的青年專門人才是足夠的；意思是擁有相關基本專門知識並能有效應用於產業的專業範疇的人才。有時，有興趣做相關工作的青年人才甚至供過於求。

「容易吸引有質素的年青人入行。現在登廣告請編輯，一個名額有 200、300 人申請。我們出版社現在不請畢業生，因為出版業要求大量經驗，所以現在改聘一些有經驗的教師，他們極具熱誠，不為薪金而來，使我們不乏人才。」

（林道群先生/牛津大學出版社（中國）有限公司總編輯）

「讀設計的人一定足夠的，但問題是出來能不能找到工作，有沒有很多機會呢？我就認為沒有了。」

（馮美華女士/獨立藝術文化工作者、藝鵠主席）

當然，在個別的情況，當某一個界別興旺時，願意投身相關界別的人才會不足，像遊戲業內的程式編寫員。

「人才也是一個問題，最好的高級文憑畢業生都可能不入行，會再讀大學學位，令公司只能選 **B Grade** 的畢業生。遊戲市場的 **Programmer** 短缺，現時新入職的有 \$18,000 月薪。而很多 **Programmer** 最終的目標都不是在這方面，視 **Programmer** 的工作是跳板，希望可以升上管理層（**System Architect**）。」

（彭子傑先生/香港數碼娛樂協會會長、
火狗創意有限公司董事總經理）

進一步而言，除擁有基本專門知識的專業人才外，也需要高質素的專門人才，以至結合經驗的高階專門人才；也有部份文化及創意產業需要能整合科技與文化藝術的整合式人才，一方面懂得運用科技去進行實務的創作，同時又要了解文化藝術和社會需求以創作出符合市場需要或創新的產品，有時更要了解商務和法律知識以符合實際要求。這些高質素及整合式的人才仍有待培養。

「我們行業做了一個 **guideline**，年底就會公佈，教育要改變，有六個知識體系，集合歐美、亞洲、大中華地區專家，得出結論，訓練要有政府支持認可註冊制度，坊間太多設計學院，學生質素參差不齊。畢業後要有學徒制度，及要有持續進修，政府一定要支持，而且可能以後要考牌。這樣消費者對香港設計師會有信心，我們會有 **quality control**，這樣會有專業資格，而且會有專業教育，這樣才會有專業的設計師，重點在於 **quality**，非 **quantity**。」

（潘鴻彬先生/香港室內設計協會副會長、
香港理工大學設計學院助理教授）

「今天的傳播可以透過數碼方式、設計理念、市場推廣的整合等，帶出信息，成為創意產業的發展配套。配套元素包括文化傳承、創意策劃、數碼輔助、市場推廣專才、物流、法律，將這些元素整合為現今社會價值鏈運行。關於整合教育與創意，已有個別院校嘗試，如中大、城大整合創意媒體，理大的創意學院，香港專業教育學院等，但其餘學院應可以做得更多更好。我們觀察有部份香港學生到外國讀書，會懂得結合東西文化帶回本地，這些知識不止技術，亦包括哲學、藝術文化。如果大家發展未來的社會偏側技術發展的部分，則香港未來發展模式，雖會有很好的創意技術運用，卻稍欠文化素質與創意整合，所以為保持國際都市競爭力，我是鼓勵香港教育要培養更多整合式通才。」

（馬維業先生/越世代創新媒體集團董事總經理）

2. 人才欠缺發揮機會

基本專門人才供過於求，意味著有興趣者未必有機會於行內工作，這是人才未必有發揮機會的一種情況。

另一種情況是，即使能夠於相關界別工作的青年人才，也因界別規模太小、市場沒有高質素需求，或沒有相關的產業配套而令人才沒有足夠的發揮機會，導致人才流失。

「香港租金貴，工業都比不上其他國家，只好做一些十分普通的設計。香港近代都沒有很多好的建築物，只有屋苑，高速公路，西九十多年都一事無成。我對香港政府相當失望，香港幾乎沒有幫助過文化產業，這麼多年都是我們單打獨鬥，就算現在有設計中心，但始終沒有給香港設計師太多機會，我們只好回大陸發展。」

（潘鴻彬先生/香港室內設計協會副會長、
香港理工大學設計學院助理教授）

「政府都要提供更多平台給青年，例如政府拍宣傳片時，都應該給多一點機會給本土年青人。政府不是只留一筆錢去等人去申請資助，政府每年都有不少 **project**，政府是可以將 **project** 給青年去做。」

（劉婉卿女士/香港插畫師協會會長）

3. 應試教育不利於培養具創意青少年

在基礎教育的配合上，有籌辦教育和培育產業人才的被訪者指出，現時的基礎教育以應付考試為本，不利於培養具創意的青少年。

若香港有意推動文化及創意產業，必須要從小開始培養青少年的創意，在基礎教育中開闊青少年的眼界和思想，並鼓勵他們學習藝術相關學科以打好基礎，以至將自己的事業目標訂在相關產業上。

「現時不是很多人去做文化創業產業，基層的工作更沒有人肯做，例如做道具的，都是創意產業，但大學畢業者又不會做，中學畢業又未必做得來，所以一定要從中小學開始強調藝術。現時的教育內容及應試方法過時，是 20 世紀模式，若是教育不改變，就不行。很多學生自初中時代就開始受到打壓，對動畫、創作的興趣，是得不到培育，亦都會被嘲笑，例如說：『你諗住畫畫畫成世呀？你想食塞米呀？』對他們十分不尊重。我從自己辦學的經驗認為，青年人是具有潛質的，只是現在的教育是只是應試的教育，老師不會讓他們讀太多藝術，因為覺得無用，本身他們已經要讀 6 科，就不會選音樂、設計、藝術，這些科是很偏僻的，但我們看到每年約 70,000 學生，應該會有 5% 在文化產業好有出路，但除非他們很有錢可以出外國讀書，否則得不到培育。所以我學校的目標是一般學生。現在的政府說要發展創意產業，但教育始終停留在應試的階段，創意能力是應該要從中學開始培養。」

（黃英琦女士/香港當代文化中心總監）

「提升市民對設計的意識，最好的方法就是從教育入手，外國都已經開始打算教育年青人更多關於設計的知識，使他們從小就在創意的環境長大。我希望香港人多看、多留意、多試，先可以明白甚麼是設計思維，做人做事就更有創意。教育是十分重要，這個是根本，年青人要具思考靈活思維，把握機會拓闊眼界，明白跨界創新、共創的重要性。目下的年青人必須增強自身強項，即『T』字的直劃，配合硬、軟知識和跨學科領域的能力，即『T』字的橫劃，做到點點相連協同效果。現在政府說要發展創意產業，但如果教育配套做不好，根本是不可全面接軌。」

（利德裕博士/香港設計中心行政總裁）

5.2.4 文化藝術氣氛

在精神的層面，文化及創意產業其實不單是一個為賺錢而存在的產業，它還是一種探索和表達文化身份的方式。因此，繁盛的文化及創意產業的背後，其實反映了一個地方豐富的文化素養，以及整個地方的文化藝術孕育環境。反過來說，豐富的文化素養和欣賞文化藝術的環境，是文化及創意產業的土壤。在香港，這些土壤依然不足。

1. 文化素養落後

對於產業的發展問題，有學者就關注到政府對文化及創意產業的概念和目的不對位的問題，難以令文化活動成為青少年處理身份和心靈需要的出路。他認為，不著重文化而只著重產業，是產業未能健康發展的原因。

「從定義去看，所有精神層面的生活都是文化及創意產業。不可以由工種分類而去建立文化創意產業，文化創業產業要作為對一個文化區間的定義而存在，如同我們選擇去快餐店、大排檔或是高級餐廳去進食，其實是我們對自己身份的確認。因此，文化創業產業除了是為了生產力的提高，更加是生產者或生產族群對自我形象的確認....

現在的青年人的生存境況已經面對困境，生活苦悶。由此，要令青少年知道文化創意產業可以解決他們心靈的苦悶，成為青少年投身文化創意產業的原因....

政府對文化創意產業的概念是不能促進青少年人投入當中，我們要建設一個『我們的香港』的文化概念，才可令人想投身當中。例如南韓在 80、90 年代建立其文化產業，令人民有文化自我意識，由他們的電視劇、電影中，也可以看到南韓對本土和傳統文化的傳播。」

（盧偉力博士/香港浸會大學電影學院副教授）

此外，亦有學者認為，一個地方有較高的文化素養，會比較容易孕育出成功的文化及創意產業，即使該地方未必擁有龐大的人口。

「香港有 700 萬人，一定有足夠的人才去發展文化及創意產業，不論青年人還是老年人都可以加入創意產業。例如芬蘭，只有 500 多萬人口，但卻發展出很多創意產業的著名品牌；香港的人口比芬

蘭要多，但卻一直未產生過像 **Nokia** 這樣國際性的創意品牌；愛爾蘭的人口更少，但創意產業的發展比香港都要好。另外，社會文化的素養也是很重要的。即使不與歐洲比較，與台灣比較，台北人口比香港少，但文化素養跟香港不同，人們喜歡看書、欣賞及參與文化活動，對發展文化及創意產業十分有利。」

（許焯權教授/文化發展及創意產業顧問、
香港大學建築學系訪問教授）

有設計業人士認為，香港欠缺文化孕育的環境，沒有處理文化身份建構的問題，令作品缺乏風格；與其他地方比較之下，顯得遠遠落後。

「文化由歐洲帶領，然後美國追上，亞洲再開始追。如 **iphone** 售賣 \$5,000，但都好多人買，因為這個有創意。而香港回歸以來，成為一個與其他中國城市沒有差異的地方，對內地人來說，香港設計是沒有甚麼優勢。歐美設計師最高人工，然後香港，內地設計師最便宜，結果香港設計師高不成、低不就。香港的作品無 **cultural identity** 可言，根本看不出個人風格，沒有文化孕育。教設計跟理科不同，要文化孕育，不可以只依賴背書。藝術是由身邊不同地方組成，如建築，身邊的人，但香港在這方面遠遠落後其他地方。」

（潘鴻彬先生/香港室內設計協會副會長、
香港理工大學設計學院助理教授）

2. 欠缺欣賞文化藝術的環境

在整體社會氣氛上，香港欠缺欣賞文化藝術的環境也令產業的發展受到局限。有插畫師認為，社會價值觀不欣賞文化藝術，令文化藝術工作者得不到尊重，間接影響青年人入行。

「好多時候家長都不喜歡子女入這一行，這個是社會風氣問題。香港一直是商業社會，不注重文化，而且創意產業都未必能維持生計。香港人都不太看得起藝術家，其實我希望社會價值觀改變，要開始欣賞藝術家，要平衡商業和文化藝術價值觀。」

（劉婉卿女士/香港插畫師協會會長）

有文化藝術工作者亦同意香港欠缺欣賞文化藝術的氣氛，她認為藝術應該結合生活，並要多鼓勵香港人接觸文化藝術。

「香港人不欣賞本地作品，只欣賞外國作品。香港人都將藝術和生活分開，其實兩樣東西是相連的，藝術很多時候都只用作生意用途。你看日本，藝術和生活是相連，每樣東西都很美，氣氛很好。制度上，都是要做多一點展覽，香港人是不會去 *musuem*，這個都是一個問題，文化氣息沒有外國這麼重。」

（馮美華女士/獨立藝術文化工作者、芝鵠主席）

雖然香港欠缺欣賞文化藝術的氣氛，但有推動設計業的人士就認為，可以透過推廣設計，並將設計融入文化，培養大眾懂得欣賞設計的態度，從而提升和推動產業的發展。

「設計是一種態度，一種文化，與生活息息相關，是經濟、文化和生活的一部份。設計中心是要推廣全民多用思維，提升設計觸覺。廣義上設計是一種策略，是以用家為本、用者體驗的方案，要多學習和觀摩，才可了解設計所發揮的影響力。」

（利德裕博士/香港設計中心行政總裁）

5.2.5 政策

在推動產業的政策方面，雖然不少業界人士都表示曾受惠於政府的資助，以致能進行一些產業發展的項目，但不少被訪者仍認為相關政策不足。

1. 欠缺高層次政策方向及政府架構配合

首先，既然政府有表示要促進文化及創意產業的發展，就應該制訂清晰的目標和發展策略。不過，發展策略的具體工作，就只是交由 2009 年起設立在商務及經濟發展局屬下的「創意香港」辦公室負責和執行。

根據「創意香港」辦公室向本研究的回覆，該部門經諮詢立法會和業界後訂下七大發展策略，而其工作則是負責資助項目、培育計劃，及協助籌辦推廣活動。

「為推動香港創意產業發展，香港特區政府於 2009 年成立『創意香港』專責辦公室，並經諮詢立法會及創意產業界後，訂下七大策略發展香港創意產業。有關策略列舉如下：....

『創意香港』設有為數 6 億港元的『創意智優計劃』，以及為數 3

億港元的『電影發展基金』。『創意智優計劃』資助有利電影以外的本地創意產業發展的項目，包括：....

『電影發展基金』則為有利香港電影業長遠發展的項目提供財政資助，並資助中低成本的電影製作....

『創意香港』亦資助香港設計中心提供『設計創業培育計劃』....」
(「創意香港」辦公室)

有趣的是，因「創意香港」辦公室只負責「創意產業」的部份，該回覆指有關文化產業的政策部份，本研究需向民政事務局了解。

「以上內容涵蓋香港特區政府支援創意產業方面的工作，如閣下需要了解文化產業方面的政策，請與民政事務局聯絡。」
(「創意香港」辦公室)

情況反映出，政府缺乏促進整體產業發展的思維，因而在架構上缺乏高層決策單位，負責制訂通盤的文化及創意產業發展計劃，以致政策上未能產生可觀的效益。

「自 2002 年提倡鼓勵創意產業後，政府沒有一個詳細的政策考慮，負責掌管有關政策的官員本身也有保留。大家只是覺得，因為世界都在提及文化及創意產業，如果香港不參與就會落後於人，政策計劃上政府是有一些幫助，但多是靠金錢的資助，缺乏背後的全盤計劃，不太理會產業與相關事物如何互相影響。比較起來，新加坡曾推出計劃支援文化及創意產業，策略目標和成效是非常清晰的。這與香港政府的架構有莫大關係，現時文化及創意產業是在經濟和商務發展局負責；當提到文化發展時，則是由民政事務局負責。可是，文化及創意產業其實是要在經濟和文化發展上同時協作，現時香港將兩方面分開發展，令香港的文化及創意產業沒有太大的增長。」

(許焯權教授/文化發展及創意產業顧問、
香港大學建築學系訪問教授)

2. 政策配套不足

而在具體的政策措施上，「創意香港」辦公室就透過不同的資助計劃向業界提供資助，推動創意產業的發展。雖然這些資助有一些作用，但不少被訪者就認為，政府缺乏幫助產業發展的決心，以致未能因應產業發展的特殊問題，而在其他方面的政策加以配合。

最明顯的情況，是宏觀上沒有處理產業經營者面對空間使用困難的問題，因租金昂貴而令經營者減少了生存機會。同時，長遠而言，如何強化本地的專門人才培養也是政策需要考慮的問題。

「政府沒有想到為文化產業爭取土地，可見政府不重視。如果我是局長，即使是重建觀塘，發展酒店和商廈，我都會要求建酒店要有幾層可以平租給文化產業，要有預留地，例如加入在賣地條款，保留地方給創意產業。每個產業都有政府去幫助，例如旅遊業可低地價改建酒店，創新科技有科學園，為甚麼政府就不可以有幫助予創意產業？創意青年為甚麼不可以享受平租金？」

年青人沒有適當培育，錢只放在 event，而不是在培育計劃。韓國過去 10 年派了數以萬計的青年去英美學習創意產業，當地政府提供獎學金予優秀的學生出國學習，回來時需為國家做事，背後有很多配套和培育計劃去令到當地人才輩出，各類型的人才都有，建立世界視野。所以錢是應該放多一些在教育，去培育人，這個是重點。」
(黃英琦女士/香港當代文化中心總監)

此外，亦有被訪者認為，青年從業員沒有足夠機會發揮所長；政府方面未有實施任何措施，鼓勵本地公私營機構支持本地創作。

「政府就主要給予資源，就沒有一個很長遠的政策。其實是沒有一個足夠的空間和配套，沒有一個健全的制度來讓年青設計師發揮所長，沒有足夠機會。而且都要檢討教育，人才要更有質素，有些大學課程真的很參差，只為追潮流，有時連老師的質素都不足。」
(馮美華女士/獨立藝術文化工作者、藝鵠主席)

「我認為政府的幫助不夠，韓國對創意產業資助是好多，而香港都有政策幫忙，但配套不足。首先要培育人才，然後要有市場，要有更多工作機會令他們可以發揮，租金更是一個問題，令業界難以發展。現在的西九計劃，政府花大部份的錢去買外國的作品，反而沒

花太多錢去支持本土作品，政府沒有考慮太多本地元素。」
(劉婉卿女士/香港插畫師協會會長)

除了直接支援創作外，商業上的發展支援也重要。有業界經營者指出，政府在提供資助之餘，也需要在引導產業整合方面作出協助。

「一種產業可牽涉數種行業的整合，所以政府在政策培育、資金支持、法律的自由開放上，可思考自身角色去促進，去引導社會行業的協同整合，相信會比只提供金錢或資源資助更有效益。」
(馬維業先生/越世代創新媒體集團董事總經理)

5.3 小結

綜合本章資料，青年從業員、專家及資深業界人士普遍認為，香港文化及創意產業的發展並不理想，除了個別界別如遊戲業和電影業，能因一些政府措施而受惠，或者找到了合適的銷售平台而有所發展外。產業發展困難的原因，並不在於人才不足；相反，受訪者感到香港青年人對從事文化及創意產業有興趣也有熱誠，其基礎專業知識也不錯。但整體社會的文化藝術素養較為落後，以至未能孕育出歡迎創意創作的環境；同時，政策上未能配合產業大規模向外發展的需要，令本地及外地的市場空間都不太大。

以下從 3 方面總結本章的結果：產業發展狀況、教育與人才培育，以及政府架構與政策方向。

1. 產業發展狀況

香港文化及創意產業包括多個界別，雖然界別之間的發展情況有差異，但整體來說發展並不理想。最主要的情況，在於本地對文化及創意產品及服務的需求不足，本地市場有限，而必須依靠內地及海外市場。個別界別如遊戲業能利用手機平台而成功開拓台灣市場，電影業亦獲政府支持而增加資金。但整體而言，在未能大規模向外開拓市場，以及在外未能成功確立一個香港品牌的情況下，開拓內地及海外市場只能靠個別界別或經營者獨自努力，與內地及海外市場的經營者競爭。

此外，產業發展亦受到兩個主要經營問題所困擾，第一是租金成本過高令生存空間受到蠶食；第二是香港欠缺願意投資在此產業的資金，未能帶動產業成長。

2. 教育與人才培育

至於教育與人才培育方面，受訪者普遍感到香港文化及創意產業並不欠缺青年人才，甚至出現人才未能找到合適工作機會的情況，這些青年人具基礎專業知識，對產業有興趣和熱誠，部份人甚至不介意收入低，努力嘗試創作出受人認同的作品。這些青年人才普遍遇到的問題，是發揮機會有限，加上經濟回報太低，有時更因謀生問題而不敢參與創作，令他們感到氣餒。

此外，亦有部份受訪者認為，香港仍欠缺高質素或進階水平的人才，以至跨界別的整合式產業人才，不利產業長遠發展。

在受眾的層面，文化藝術的推廣與教育也影響市場的需求。有受訪者認為，香港的應試式教育未能培養青少年的創意思維，不重視藝術學習也令青少年普遍缺乏文化藝術素養，令香港未出現歡迎創意創作的環境。

3. 政府架構與政策方向

雖然特區政府表示要發展六大優勢產業，當中包括文化及創意產業，但政府在架構上仍缺乏高層次的決策機制和政策方向去領導產業的發展。同時，現時推動創意產業的工作主要由商務及經濟發展局屬下的「創意香港」辦公室執行，主要負責項目撥款；而文化藝術推廣則由民政事務局負責，兩者各自工作，也反映當局缺乏整體方向與統籌。

在具體政策措施上，現時著重於投資電影業和一些活動性的項目，卻沒有針對一些文化及創意產業內的特定發展需要而作出政策配套，例如觀眾培育、鼓勵採用本地創作品的措施、創作人推出創意產品所需的商業支援、公共空間與土地的使用政策、文化及創意產業的投資誘因和集資需要等。

文化及創意產業在世界各地均被視為推動經濟發展的新興動力。它與其他經濟及文化領域互動合作，為社會及經濟帶來許多有形和無形的價值。青年人投入和參與該產業，對青年在經濟和非經濟領域的發展都有著重要意義，同時亦有利於產業持續發展。

在香港，特區政府於 2009 年將文化及創意產業列為香港六項優勢產業之一。雖然政府表明重視該產業的發展，但究竟香港有沒有推行有效的政策措施、培育高質素的人才，和營造有利的社會環境，去推動產業的蓬勃發展，以及促進青年人的參與，則仍然存疑。

本研究希望探討促進青年參與文化及創意產業的策略。首先參照亞洲其他地區的文化及創意產業發展政策，選取了南韓、新加坡和台灣這三個與香港經濟發展水平相若並值得借鑑的亞洲地區，檢視和比較香港與三地的相關產業發展狀況和政策措施，作出分析。

另一方面，研究透過全港青年電話調查，了解整體香港青年對參與文化及創意產業的意欲，以及對香港相關產業表現的評價。同時，研究亦透過深入訪問相關持份者，了解香港文化及創意產業的發展狀況，以及青年人在當中的參與情況和障礙。

香港與三地的產業發展狀況比較資料，來自互聯網及各類相關的研究報告、年報、統計報告、文章、官方文件，以及官方網頁和資料。本研究依據六個範疇，包括 (1) 產業定義；(2) 經濟貢獻；(3) 發展背景；(4) 政府角色；(5) 政策、措施、法規；及 (6) 人才培育，分別檢視香港、南韓、新加坡和台灣的文化及創意產業狀況，並比較和歸納與產業發展及促進青年在產業參與的觀察。

全港青年電話調查於 2014 年 3 月 22 日至 4 月 7 日期間進行，訪問對象為 18 至 34 歲香港青年。調查以隨機抽樣方法，透過訪問員以電話進行問卷調查蒐集資料，成功訪問了 520 名符合條件的被訪者，回應率為 51.1%，樣本的標準誤低於±2.2%。

相關持份者訪問於 2014 年 4 月 19 日至 5 月 14 日期間進行，成功訪問了 19 名業界持份者，包括 8 名文化及創意產業青年從業員和 11 名專家及資深業界人士。受訪的青年從業員透過香港青年協會服務單位及滾雪球方法招募，男

女各佔一半，年齡由 24 歲至 32 歲，全職產業經驗最短為 2.5 年，最長達 13 年。至於專家及資深業界人士則透過邀請而進行訪問，當中包括資深的產業經營者、資深專業人士、教育及政策倡議者、業界組織者，以及特區政府官員。

研究綜合上述資料及訪問結果，作出整理及分析，歸納值得討論的要點，闡述如後。

討 論

1. 香港青年參與產業的意願存在。不少受訪青年有興趣從事文化及創意產業，卻認為產業欠缺發展前景和發揮機會，對他們參與構成障礙。

研究發現不少青年人有興趣從事文化及創意產業，但由於他們感到產業欠缺發展前景和發揮機會，令他們難以參與。

調查顯示，三分一（32.9%）受訪青年有興趣從事文化及創意產業，是一個不低的數字，但他們普遍不太認同從事該產業會有理想的前途，也並不認為青年人的創意受到社會重視。

深入訪問的資料亦顯示，不少青年人具備產業的基礎專業知識，而且對產業有興趣和熱誠，但他們認為在產業的發揮機會有限，甚至難以入行，能入行者的經濟回報又欠佳，令他們感到氣餒。

有受訪個案原本從事電腦繪圖工作已 4 年，因每每需要工作至凌晨，收入低（每月約\$10,000）之餘晉升前景亦暗淡，因而已轉任市場工作，雖沒經驗但入職月薪較原來工作更高。另有曾修讀工程設計學位並從事產品設計的個案表示，由於設計業的需求不大，他的同輩同學在畢業後只有約一成從事設計工作，其餘的工作都跟設計無關。

2. 青年對本地文化及創意產業發展前景欠信心，其中主要因為產業的整體發展狀況並不理想，本地市場規模有限，內地及海外市場也未能大幅開拓。政府必須展示扶助產業成長的決心和行動，協助增強產業的市場競爭力。

受訪青年認為本地文化及創意產業欠缺發展前景和發揮機會，主要原因在於產業的整體發展狀況並不理想。調查發現，受訪青年對香港是「亞洲創意之

都」的同意度平均分只有 5.02 分，而他們對香港文化及創意產業 11 個界別的表現評價平均分只介乎 5 分至 6 分之間，僅屬平平。

事實上，現時文化及創意產業的增加價值只佔香港本地生產總值 4.9%，就業人數約 20 萬，只佔整體就業人數 5.5%，產業規模並不算大。在深入訪問中，相關持份者也普遍認為，產業的整體發展狀況並不理想。由於本地市場需求不足，必須依靠內地及海外市場；但開拓內地及海外市場的工作，主要是靠個別界別或經營者獨自努力，香港未能大規模向外開拓市場，以至未能成功向外確立香港品牌，影響到香港文化及創意產業的發展規模。他們認為，政府需要有扶助產業成長的決心和行動，使香港文化及創意產業能在競爭激烈的環境中，於世界市場上佔一席位。

研究亦發現，大部份受訪青年普遍認同香港有需要進一步發展文化及創意產業，調查中有 88.6%受訪者同意加強發展，同意的主要原因是認為香港產業發展太狹窄，也有被訪者希望香港的文化藝術獲得進一步發展，以及希望人們獲得更多發揮機會。假如香港文化及創意產業的規模可以增大，青年人亦將有更多參與和發揮機會。

3. 香港缺乏文化及創意產業整體發展策略，亦欠缺統領架構負責協調推動政策。反觀南韓、新加坡和台灣三地政府，在相關產業上都採取主導角色，並設立高層次政策制訂機構介入領導及扶助產業發展。

本研究的青年意見調查結果顯示，受訪青年認為政府重視文化及創意產業程度的平均分只有 5.05 分。青年人普遍不太認為政府重視產業發展。這與政府是否有效領導和介入產業發展不無關係。

參考南韓、新加坡和台灣的產業發展策略，三地政府在文化及創意產業上都採取較為主導的角色，並設有高層次的統籌機構或政策制訂機構，介入領導及扶助產業發展。

例如在南韓，當地政府就將文化部的預算維持在政府預算的 1%以上，並促成南韓內容產業振興院的成立，負責統籌一切相關事務，包括投資及開拓海外市場。新加坡政府亦扮演積極催化產業發展的角色，包括基建投資、改善法例、培育觀眾和人才，以至刺激本地市場需求等，又成立國家設計局及媒體發展局統籌和發展這些方面的工作。在台灣，政府就在文創產業上保持適度干預、調控及資助，並成立文化部負責統籌。

香港方面，政府當局並沒有為文化及創意產業的發展設立特定方向或具體目標，架構上也並無設立決策機構專門領導產業發展；而 2009 年成立的「創意香港」辦公室，主要是負責推動創意產業的行政工作，並以活動及項目撥款為主，另文化藝術發展則主要由民政事務局推動，兩者各自負責部門相關的工作範疇。由於缺乏整體的產業發展方向和願景，導致資源分散、成效不彰的流弊。

有受訪的相關持份者認為，政府架構上缺乏高層決策單位，負責制訂整體的產業發展方針，令推動政策未能產生可觀的效益。

4. 政府未能針對產業的特定發展需要而作出政策配套。尤其面對本地租金成本過高和欠缺資金等經營問題；而南韓、新加坡和台灣在推動產業發展上的政策措施則較香港全面，如包括提升產業需求與質素，以及促進融資等。

在推動文化及創意產業發展的具體政策措施上，南韓、新加坡和台灣都較香港全面。南韓在 1999 年制訂文化內容產業振興基本法，除了確定政府作出扶持與投資外，還提供各項專業的諮詢服務、協助融資、保障作品及促進作品的流通；以及強化一人創作企業者的創業環境，例如支援技術開發和將創意事業化等。

新加坡方面，就於 2002 年定下「遠景 2012」的目標，提升創意產業在國內生產總值的佔有率和受僱人口比率。當地政府透過撥款計劃去激發文化藝術需求，並設立新的博物館等措施，鞏固其文化藝術城市的地位，又鼓勵公營機構將具有成效的設計融入公共設施和服務中；此外亦成立國家設計局和媒體發展局，提升產業的需求與質素，以至促進融資和知識產業的交易等。

至於台灣，2010 年通過《文化創意產業發展法》，除了設立相關的研究院，為產業發展奠定基礎外，還以打造健全的產業生態、運用多元政策工具，以及提升產業創新能力三大特色，促進產業發展。例如，當地政府為降低企業經營成本，釋放了公部門的土地空間與行銷資源；而企業投入創新研發，亦可得到免稅優惠。

反觀香港，現時並無制訂全面的政策配套去推動產業發展，政府的支援主要是透過撥款予個別項目進行。例如在 2013 年，透過「創意香港」辦公室發出的撥款總額為 1 億 2,209 萬元，其中 2,700 萬元用於電影發展及電影製作，

9,509 萬元用於設計業及其他創意產業。而在促進新成立企業發展、開拓市場、建立創意社群，以及促進中小企使用設計上，「創意香港」亦進行了一些項目。

有受訪的專家及資深業界人士認為，現時香港文化及創意產業發展受到兩個主要經營問題所困擾，第一是租金成本過高，蠶食生存空間；第二是香港欠缺願意投資在此產業的資金，未能帶動產業成長。但當局未能針對產業內的特定發展需要而作出政策配套，包括公共空間與土地的使用政策、文化及創意產業的投資誘因和集資需要。此外，以上受訪者又強調，觀眾培育、鼓勵政府部門和公營機構採用本地創作品、創作人推出創意產品時，提供商業支援配套措施等，也是相當重要的。

5. 文化及創意產業人才的培育需有持續性和系統性。目前香港本土從業員的專業水平仍較初階和參差，而且產業需要綜合式人才，整體從業員的質素亦有待提升。

人才培育方面，意見調查中的受訪青年認為，促進香港青年參與文化及創意產業的條件，首要是「加強培養文化及創意產業人才」（42.7%），可見青年普遍關注產業人才是否足夠。

香港的大專院校近年開辦了一些與文化及創意產業相關的課程，與產業相關的資助學士學位課程就最少達 23 個，自資學士學位課程也有 14 個，其他大專課程亦為數不少，為青年人參與產業提供了基礎條件。然而，仍有受訪的青年從業員和資深業界人士認為，即使曾接受專業訓練，文化及創意產業從業員的水平仍屬比較初階和參差，整體質素仍有待提升。此外，有業界人士亦強調文化及創意產業是一種跨界別的整合式產業，更需要有跨界別的綜合訓練。

新加坡政府近年在栽培專業人才上提供了更多的機會，包括提供指定的獎學金及成立新的藝術和設計學校，又在技能層次負責訓練和人力配對，例如推行創意產業學徒計劃；更吸引海外人才進行教育交流活動。這些措施，相信對香港如何協助年輕人才提升專業水平有參考作用。

6. 社會缺乏重視創作的環境，令文化及創意產業青年從業員的發揮機會不足。大眾和青少年的文化藝術素養和賞析能力均有待培養和加強，方使產業發展更持久和富有活力。

缺乏重視創作的環境，令文化及創意產業青年從業員的發揮機會不足。不

少受訪的相關持份者都表示，客戶對美感質素沒有認識，以及大眾不懂得欣賞高質素的創作，令市場缺乏對高質素創作產品的需求。

豐富的文化素養和欣賞文化藝術的環境，是文化及創意產業的土壤。因此，文化的精神層面元素，以至文化藝術探索對人們所產生的意義是不容忽視的。

在新加坡和台灣，當地分別有培養觀眾欣賞能力的措施，將文化藝術融入大眾和青少年的生活中；新加坡亦在基礎教育中推行「思考的學校、學習的國家」政策，培養學生建立創意及批判性思考的文化。

但受訪的相關持份者認為，香港應付考試式的教育未能培養青少年的創意思維，不重視藝術學習也令青少年普遍缺乏文化藝術素養，令香港未能出現歡迎創意創作的環境。他們認為，可以透過培養大眾和青少年欣賞藝術和創作，以至將藝術結合日常生活的態度，提升整個社會的文化藝術素養與氛圍。

建 議

基於上述的研究結果及討論要點，就如何促進香港青年參與創意產業，我們認為值得考慮如下建議：

1. 政府設立高層次的決策架構，負責促進文化及創意產業的發展，制定並協調產業發展方向。

特區政府將文化及創意產業列為香港六項優勢產業之一，應進一步展示全面推動產業發展的決心。我們認為，政府應設立高層次的決策架構，專門負責促進文化及創意產業的發展，統一制訂產業發展的整體方向、願景和具體目標，以協助推進產業。而文化藝術推廣和創意產業發展兩方面的工作，也有需要同步作出協調。

2. 針對產業的特定發展需要而作出適當政策配套，包括考慮：

a. 設立文化及創意產業園區。

針對本地租金成本過高、蠶食業界生存空間的問題，政府有需要協助產業維持用作生產的空間。具體而言，可以參照用作推動創新及科技發展的香港科學園，以及用作推動資訊及通訊科技業的數碼

港，設立文化及創意產業園區，提供可負擔的工作空間及配套設施，專門用作扶助在該產業成長中的中小型企業，以及培育新成立企業或年輕創作人員。

b. 設立網上平台，並主動協助產業作整體性的市場推廣。

文化及創意產業其中一項特性是界別內分別有很多中小企業以至一人企業或創作人。他們難以作較大規模的產業宣傳。當局應主動協助產業作整體性的市場推廣，以扶助產業成長，例如設立類似網上黃頁的網上資訊平台，並進行整體性的宣傳策略，推介本土業界人才。

c. 政府帶頭考慮優先使用本地創作。

為顯示政府認同本地創作，並為本地年輕文化及創意產業從業員提供更多發揮機會，政府應帶頭考慮優先使用本地創作，並鼓勵其他公營機構作出類似安排，例如各類宣傳品製作、藝術品購置、建築設計、軟件製作等項目，並在該等項目要求方面更著重創意元素。

d. 推出鼓勵措施從少培養青少年欣賞文化藝術的習慣，例如派發文化藝術欣賞的代用券。

當局有需要進一步推動文化藝術學習和欣賞，提升大眾和青少年的文化素養，營造重視欣賞和創作的環境。為了從少培養青少年欣賞文化藝術的習慣，當局可考慮向中、小學生派發文化藝術欣賞的代用券，以實際方式鼓勵他們入場觀賞文化藝術表演活動。

e. 鼓勵政府部門盡量提供方便，配合文化及創意產業的發展。

當局應檢視現行政府部門的各種措施和服務，在支持文化及創意產業發展的前提下，鼓勵部門盡量提供方便。例如，在公共空間或公共場地的使用上，應檢視場地租用政策是否方便進行電影或錄像的拍攝。

參考文獻

- DesignSingapore Council. (2014). "DesignSingapore Council". Retrieved from <http://www.designsingapore.org/>
- Economic Review Committee Services Subcommittee Workgroup on Creative Industries. (2002). *Creative industries development strategy: Propelling Singapore's creative economy*. Retrieved from <http://www.mti.gov.sg>
- Fromowitz, M. (2011, Nov). Unlocking the potential of Singapore's creative industries. *Campaign Asia*. Retrieved from <http://www.campaignasia.com/>
- Kong, L. (2012, June). *Singapore & the making of a 'creative city'*. Paper presented at the Chinese Creative Industries Forum 2012, Macau.
- Media Development Authority. (2014). "Media Development Authority". Retrieved from <http://www.mda.gov.sg/>
- Radwan, I., & Pellegrini, G. (2010). "Singapore's transition to the knowledge economy: From efficiency to innovation". *Knowledge, productivity, and innovation in Nigeria: Creating a new economy* (pp. 145–161). Washington, DC: The World Bank.
- The Foundation for Youth Social Entrepreneurship. (2010). "The Haja Center". Retrieved from <http://www.paragon100.asia/index.php/south-korea-resources/317-the-haja-center>
- 于國華、吳靜吉。2012。〈台灣文化創意產業的現狀與前瞻〉，《二十一世紀雙月刊》總第 133 期，頁 82-88。
- 中華創意產業論壇。「2011 研究項目行政撮要：投資創意——文創產業人才與環境研究（臺灣）」。網址 <http://www.ccif.hk/index.php/tw/research/2011/research02>，2013 年 12 月 24 日下載。
- 中華創意產業論壇。2011。《創意投資——台灣與南韓文創產業人才與環境研究》。香港：當代文化中心。
- 文化部。2014。「文化部」網站。網址 <http://www.moc.gov.tw>，2014 年 3 月 13 日下載。
- 文化部。2014。「文化創意產業推動服務網」，網址 <http://cci.culture.tw/cci/cci/index.php>，2014 年 3 月 13 日下載。
- 立法會秘書處。2003。〈資料摘要：新加坡創意工業的發展〉，IN22/02-03。
- 立法會秘書處。2013。〈有關電影發展基金支持電影業發展的背景資料簡介〉，立法會 CB(4)667/12-13(07)號文件。
- 立法會秘書處。2014。〈有關創意香港推動創意產業發展的工作的背景資料簡介〉，立法會 CB(4)331/13-14(06)號文件。

- 政府統計處。2012。〈香港的文化及創意產業在二零零五年至二零一零年的情況〉，載《香港統計月刊》2012年4月，FD1-FD13。
- 政府統計處。2013。〈香港的文化及創意產業在2011年的情況〉，載《香港統計月刊》2013年5月，頁FB1-FB16。
- 政府統計處。2014。〈香港的文化及創意產業〉，載《香港統計月刊》2014年3月，頁FB1-FB15。
- 政府統計處。2014。〈香港經濟的四個主要行業及其他選定行業〉，載《香港統計月刊》2014年4月，頁FB1-FB12。
- 香港貿易發展局。2014。〈CEPA補充協議十與香港文化及創意產業〉，載《經貿研究》，2014年2月5日。
- 香港電影發展局。2014。「香港電影發展局」網站。網址 <http://www.fdc.gov.hk/>，2014年4月10日下載。
- 香港演藝學院。2013。《香港演藝學院年報2012-13》。香港：香港演藝學院。
- 香港藝術發展局。2014。「香港藝術發展局」網站。網址 <http://www.hkadc.org.hk>，2014年4月9日下載。
- 商務及經濟發展局。2014。〈創意香港2013年工作進度報告〉電腦投影片簡介資料，立法會CB(4)331/13-14(01)號文件。
- 商務及經濟發展局。2014。〈創意香港的工作進度報告〉，立法會CB(4)331/13-14(05)號文件。
- 教育局。「經評審專上課程資料網」，網址：<http://www.ipass.gov.hk>，2014年5月2日下載。
- 教育部。2014。「大專畢業生創業服務計畫」網站。網址 <http://ustart.moe.edu.tw>，2014年3月13日下載。
- 許秋煌等編。2013。《2013台灣文化創意產業發展年報》。台灣：文化部。
- 許焯權（主編）。2003。《香港創意產業基線研究》。香港：香港大學文化政策研究中心。
- 創意香港。2014。「創意香港」網站。網址 <http://www.createhk.gov.hk>，2014年4月10日下載。
- 新聞公報。2013年1月17日。〈行政長官委任經濟發展委員會成員〉。
- 新聞公報。2014年3月26日。〈立法會一題：文化及創意產業的發展〉。
- 經濟機遇委員會。2009a。〈有關六項優勢產業的小組研討會討論摘要〉，2009年6月22日會議參考文件，文件編號：TFEC-INFO-12。
- 經濟機遇委員會。2009b。〈就推動六項優勢產業的建議措施〉，2009年6月22日會議文件，文件編號：TFEC-INFO-13。
- 潘鴻彬、鍾德勝、秦偉榮。2011。《香港室內設計行業普查——教育經驗》。香港：香港理工大學設計學院。



香港青年協會 青年研究中心

青少年問題研究系列（五十一） 「如何促進青年參與創意產業研究」

電話調查問卷

調查對象：全港 18 至 34 歲人士

樣本數目：520

調查方法：以訪問員透過電話向其作出訪問

抽樣方式：電話號碼隨機

調查期間：2014 年 3 月 22 日至 4 月 7 日

題目範疇：

範疇	題目
1. 對文化及創意產業的興趣	V02 – V03
2. 社會對青年參與文化及創意產業的鼓勵或障礙	V04 – V06
3. 對香港文化及創意產業表現的評價	V07 – V19
4. 促進青年參與文化及創意產業的工作	V20 – V24
5. 個人資料	V25 – V28

第一部份 自我介紹

你好，我哋係香港青年協會打嚟嘅，就香港嘅文化及創意產業，想聽下青年人嘅睇法；阻你 15 分鐘完成一項意見收集。你提供的資料會絕對保密，只供研究分析用途。

第二部份 選出被訪者

[V01] 請問你係咪 18-34 歲嘅人士？

- 1 係（抽樣）
- 2 唔係（訪問告終；訪問員：多謝合作。收線。）

第三部份 問卷內容

1 對文化及創意產業的興趣（[V02] – [V03]）

以下嘅問題會問及有關香港 11 個文化及創意產業，呢啲產業係指：

- 藝術品、古董及工藝品（如珠寶）
- 文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務（如藝術教育）
- 表演藝術（如音樂會）
- 電影及錄像和音樂
- 電視及電台
- 出版（如漫畫、書籍）
- 軟件、電腦遊戲及互動媒體
- 設計（如時裝、傢俬）
- 建築
- 廣告
- 娛樂服務（如主題樂園）

[V02] 你有冇興趣從事以上任何一種文化及創意產業？

- 1 有
- 2 冇（跳至[V04]）
- 88 唔知／難講（跳至[V04]）
- 99 拒絕回答（跳至[V04]）

[V03] 你對剛才提及嘅邊啲文化及創意產業有興趣？（最多選 3 項）

- 1 藝術品、古董及工藝品
- 2 文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務
- 3 表演藝術
- 4 電影及錄像和音樂
- 5 電視及電台
- 6 出版
- 7 軟件、電腦遊戲及互動媒體
- 8 設計
- 9 建築
- 10 廣告
- 11 娛樂服務
- 88 唔知／難講
- 99 拒絕回答

2 社會對青年參與文化及創意產業的鼓勵或障礙（[V04] – [V06]）

[V04] 你覺得你自己有幾具創意呢？

（請以 0-10 分表示，0 分 = 完全沒創意，10 分 = 非常有創意，5 分 = 普通）

[88 = 唔知／難講；99 = 拒絕回答]

[V05] 整體嚟講，你覺得青年人嘅創意有幾獲得社會重視？

（請以 0-10 分表示，0 分 = 完全不重視，10 分 = 非常重視，5 分 = 普通）

[88 = 唔知／難講；99 = 拒絕回答]

[V06] 整體嚟講，你覺得青年人喺香港從事文化及創意產業嘅前途好唔好？

（請以 0-10 分表示，0 分 = 完全沒前途，10 分 = 非常有前途，5 分 = 普通）

[88 = 唔知／難講；99 = 拒絕回答]

3 對香港文化及創意產業表現的評價（[V07] – [V19]）

[V07] 你覺得邊個亞洲國家或地區的文化及創意產業表現最出色？

- 1 香港
- 2 南韓
- 3 台灣
- 4 新加坡
- 5 日本
- 6 中國內地
- 7 印度
- 8 以色列
- 9 其他，請註明：_____ [註：亞洲不包括澳洲]
- 10 冇
- 88 唔知／難講
- 99 拒絕回答

[V08] 整體嚟講，你有幾同意香港係「亞洲創意之都」？

（請以 0-10 分表示，0 分 = 完全不同意，10 分 = 非常同意，5 分 = 普通）

[88 = 唔知／難講；99 = 拒絕回答]

8 以下我會再講出每一個文化及創意產業，你覺得香港呢啲產業嘅表現有幾出色？（請以 0-10 分表示，0 分 = 完全不出色，10 分 = 非常出色，5 分 = 普通）[88 = 唔知/難講；99 = 拒絕回答]

- [V09] 藝術品、古董及工藝品
- [V10] 文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務
- [V11] 表演藝術
- [V12] 電影及錄像和音樂
- [V13] 電視及電台
- [V14] 出版
- [V15] 軟件、電腦遊戲及互動媒體
- [V16] 設計
- [V17] 建築
- [V18] 廣告
- [V19] 娛樂服務

4 促進青年參與文化及創意產業的工作（[V20] – [V24]）

[V20] 你同唔同意香港要加強發展文化及創意產業？

- 1 同意
- 2 唔同意（跳至[V22]）
- 88 唔知／難講（跳至[V23]）
- 99 拒絕回答（跳至[V23]）

[V21] 你同意嘅最主要原因係咩？（跳至[V23]）

- 1 香港產業發展太狹窄／要發展多元產業
- 2 世界潮流／趕上其他地區
- 3 幫助就業
- 4 發揮人們的才能
- 5 文化及創意產業能創造更多財富
- 6 提升香港的文化／藝術水平
- 7 提升香港形象／地位
- 8 建立更多香港品牌
- 9 發展多一個產業冇壞
- 10 其他，請註明：_____
- 88 唔知／難講
- 99 拒絕回答

[V22] 你不同意嘅最主要原因係咩？

- 1 應優先強化現有或其他產業
- 2 香港產業發展已足夠
- 3 相關人才不足
- 4 科研不足
- 5 配套設施不足
- 6 對就業冇幫助
- 7 浪費資源／金錢
- 8 沒有需要
- 9 與我無關
- 10 其他，請註明：_____
- 88 唔知／難講
- 99 拒絕回答

[V23] 你覺得政府重唔重視香港文化及創意產業發展？
（請以 0-10 分表示，0 分 = 完全不重視，10 分 = 非常重視，5 分 = 普通）
[88 = 唔知/難講；99 = 拒絕回答]

[V24] 你覺得以下邊啲條件能促進香港青年參與文化及創意產業？（讀答案 1-10，可選多項）

- 1 推動文化及創意產業的政策
- 2 鼓勵研究開發
- 3 加強保障版權的法例
- 4 開拓文化及創意產品市場
- 5 保持資訊流通
- 6 加強培養文化及創意產業人才
- 7 加強文化及創意產業的創業支援
- 8 開放更多公共空間進行文化藝術活動
- 9 培養青少年欣賞文化藝術的興趣
- 10 其他，請註明：_____
- 11 以上有一個條件能促進香港青年參與文化及創意產業
- 88 唔知／難講
- 99 拒絕回答

[V26] 年齡： _____ 歲（實數）（999 = 拒絕回答）

[V27] 教育程度：

- | | |
|------------------|-----------|
| 1 小學或以下 | 4 專上非學位 |
| 2 初中（中一至中三） | 5 大學學位或以上 |
| 3 高中（中四至中七，包括毅進） | 99 拒絕回答 |

[V28] 現時職業：

- | | |
|----------------|------------------|
| 1 經理及行政級人員 | 8 非技術工人 |
| 2 專業人員 | 9 學生 |
| 3 輔助專業人員 | 10 料理家務者 |
| 4 文書支援人員 | 11 待業、失業，及其他非在職者 |
| 5 服務工作及銷售人員 | 12 其他，請註明：_____ |
| 6 工藝及有關人員 | 99 拒絕回答 |
| 7 機台及機器操作員及裝配員 | |

--- 問卷完 ---

5 個人資料（V25 – V28）

[V25] 性別：

- 1 男
- 2 女



青少年問題研究系列（五十一）
「如何促進青年參與創意產業研究」

個案訪問大綱

產業經驗

1. 你從事 x x 業¹的經過
2. 你在 x x 業做過些甚麼工作？
3. 你在 x x 業的目標
4. 你打算如何實現你的目標？
5. 到目前為止，你覺得距離你的目標還有多遠？

發展障礙

1. 你覺得在 x x 業發展困難嗎？請具體說明
2. 在 x x 業發展，最困難的是甚麼？
3. 跟你同行同輩的人比較，你覺得大家遇到類似的困難嗎？
4. 你修讀文化及創業產業的專業課程，對你在 x x 業工作幫助有幾大？
5. 現時讓青年人投身 x x 業的機會是否足夠？
6. 有意投身 x x 業的青年人會否面對甚麼障礙？

政策措施

1. 你覺得現時政府有沒有做過些甚麼，可以幫到你的？
2. 你希望政府做些甚麼去幫助你在 x x 業發展？
3. 如果有以下的措施，對你有沒有用：
 - 向青年人提供創業計劃，向高質素的計劃提供部份資金／貸款和支援，協助將建議化成產品／服務
 - 為一人創作企業提供商業支援
 - 開放更多公共空間進行文化藝術活動
 - 更新知識產權法例和交易途徑
 - 鼓勵文化消費，資助青少年／市民入場觀賞文化節目
 - 開拓文化及創意產品市場
 - 加強相關產業的大專教育
4. 你覺得有沒有其他措施，可以促進青年參與 x x 業？

¹ 受訪者於文化及創意產業內所從事的組成界別行業。

香港青年協會簡介

青協・有您需要

香港青年協會（簡稱青協）於 1960 年成立，是香港最具規模的非牟利青年服務機構之一。主要宗旨是為青少年提供專業而多元化的服務及活動，使青少年在德、智、體、群、美等各方面獲得均衡發展；其經費主要來自政府津貼、公益金撥款、賽馬會捐助、信託基金、活動收費、企業及個人捐助等。

青協特別設有會員制度與各項專業服務，為全港青年及家庭提供支援及有益身心的活動。轄下超過 60 個服務單位，每年提供超過 20,000 項活動，參與人次達 500 多萬。青協服務以青年為本，致力拓展以下 12 項「核心服務」，以回應青少年不斷轉變的需要。

青年空間

本着為青年創造空間的信念，青協轄下分佈全港各區的 22 所青年空間，從室內設計、服務理念、活動形式，以至效能指標等，均以嶄新意念，致力追求卓越，並在專業服務方面，積極發展及推廣三大支柱服務，包括學業支援、進修增值和社會體驗；此外亦加強聯繫青年的工作。近年推出的「鄰舍第一」計劃，讓青年工作在社區紮根，務求青年空間成為一個屬於青年、回應青年需要，讓青年發展潛能，並獲得機會不斷探索和鍛鍊的活動場所。

M21 媒體服務

青協致力開拓網上服務，加強與青少年的聯繫，並主動探索如何有效運用新媒體及推廣媒體素養教育，協助青少年善用互聯網。青協轄下 M21 是嶄新的多媒體平台，最大特色是「完全青年」。M21 集媒體實驗、媒體教室和媒體輔導於一身；青少年透過此綜合平台，可於 uTV 網上電視，uChannel 網上電台，uCinema 青年影院及 uMobile 流動平台，以新媒體來進行創新和創作，其作品更可透過校園電視和社區網絡，進行廣播。

輔導服務

青協透過「關心一線 2777 8899」、互聯網、互動媒體及多元手法，為青少年提供專業輔導。青協「學生支援中心」與本地學校建立合作網絡，為中學及小學提供全方位駐校社工輔導服務，並針對特殊教育需要、壓力與情緒、低學業成就及其他學習經歷等學生需要，提供到校服務。青協「青少年評估及發展中心」則為兒童及青少年提供學習表現、情緒行為、言語發展及資優等的評估、訓練及輔導。針對青少年的成癮行為，「青年全健中心」透過醫社合作，為高危青少年提供一站式體檢、評估和輔導服務。

邊青服務

青協致力培育青年知法、守法精神。「青年違法防治中心」透過轄下地區外展社會工作隊、深宵青年服務和青年支援服務，就邊緣及犯罪青少年經常面對的三大問題，包括「犯罪違規」、「性危機」及「吸毒」，提供預防教育、危機介入與評估，以及輔導治療；另外亦推動專業協作和研發倡導。「青法網」和「違法防治熱線 8100 9669」，為公眾提供青少年犯罪違規的資訊和求助方法。青協於上環永利街亦為有需要的青少年提供短期住宿服務。

就業支援

青協倡導「生涯規劃」概念，以協助青少年順利由學校過渡到工作世界。青年就業網絡（簡稱 YEN）恆常舉辦青年就業博覽及提供就業支援服務，讓青年得到充份啟導與支援。「香港青年創業計劃」為青年提供創業貸款及指導，讓他們實踐創業理想。青協亦透過營運不同社會企業項目，發掘機會和資源，協助青年提升其工作能力及競爭力。

領袖培訓

青年領袖發展中心提供有系統及專業訓練，至今已有超過九萬多名具領袖潛質的青年，參加不同培訓項目。中心推出為期十年的《香港 200》領袖計劃，致力提升香港青年的社會責任；每年嚴格選拔本地 200 位別具領導潛質的青年，接受一系列培訓，藉此培育願意承擔責任，為香港未來作出貢獻的生力軍。中心也邀請各界社會領袖與青年人分享他們寶貴的領導經驗及睿智。

義工服務

青年義工網絡（簡稱 VNET）是全港最大型並以青年為主要對象的義工網絡，致力推動青年回饋社會、從服務中學習的生活文化。現時登記義工人數已超過 16 萬，每年為社會貢獻超過 70 萬小時服務。每年舉辦的「有心計劃」，連繫學校與工商企業，合力推動學生服務社區之餘，亦鼓勵企業實踐公民責任。

家長服務

青協設有「親子衝突調解中心」，為面對親子衝突的家長及其子女，提供免費專業調解服務。此外亦為一般家長和青少年舉辦親職和家庭教育活動，內容聚焦親子常見的爭議話題，並且透過家長專線及顧問服務，跟進個別有需要的家長及青少年，提供專業意見、評估和轉介安排。

教育服務

青協的辦學宗旨以鞏固學生的語文基礎及培養學生自主的學習態度為主，辦有三所非牟利幼稚園及幼兒園，亦分別營辦一間資助小學及直資英文中學。五校致力發展校本課程，配以優良師資及具啟發性的教學環境，為香港培養優秀人才，並達致全人教育的目標。此外，青協持續進修中心亦為全港青年建立一個「求專、求博、求啟發」的持續學習平台。

創意交流

青協每年舉辦多項國際和地區性比賽與獎勵計劃，包括「香港創意思維活動」、「香港學生科學比賽」、「香港 FLL 創意機械人大賽」、「香港機關王競賽」等，鼓勵青少年發揮創意潛能。另「創意科藝工程計劃」(簡稱 LEAD) 及「創新科學中心」亦致力透過探索活動，引發青少年的好奇心，且善用科技及多元媒體嘗試創新，提升學習動機。本會青年交流部透過組織香港青少年前往內地和海外進行體驗式考察或交流，協助他們加深認識國家發展，並建立國際視野與關愛精神。

文康體藝

青協轄下四個營地及戶外活動中心，均以推動青少年健康生活為主題，提供各項康體設施及全方位訓練活動。歷險訓練提升參加者的抗逆力、團隊合作精神、個人自信和溝通能力等。此外，本會設於廣東省的中山三鄉青年培訓中心，是提供住宿的多元化學習平台；透過考察、體驗及交流，增強青少年對中國歷史文化、鄉鎮發展及義工服務的認識。此外，本會的「香港旋律」青年無伴奏合唱團、「香港起舞」青年舞蹈團、「香港樂隊」青年樂隊組合，「香港劇場」青年戲劇團及「香港敲擊」青年敲擊樂團，一直致力培育本土青年對文化藝術的涵養及表演藝術天份，並展現他們參與的創意與熱誠。

研究出版

青協青年研究中心持續進行有系統和科學性的青年研究。近 20 年已出版超過 270 多項研究報告，為香港制定青年相關政策和籌劃青年服務，提供重要參考。此外，青協透過出版工作，致力建立各式分享與交流平台，推動青年工作的專業發展，並促進社會對青年事務的了解。青協每季出版的英文刊物《香港青年》，就有關青年議題作出分析和探討，並比較香港與其他區域的青年狀況。雙月刊《青年空間》中文雜誌則希望為本地年輕人建立平台，供他們分享自己的故事和體驗，促進年輕人之間的聯繫，並引發共鳴和更多思考空間。

香港青年協會 青年研究服務簡介

隨著知識型社會的發展，實證和數據分析均不可或缺，研究工作因此亦舉足輕重。過去 20 年來，青協青年研究中心持續進行有系統和科學性的青年研究，至今出版超過 270 多項研究報告，為香港制定青年政策和策劃青年服務，提供重要參考。所有報告書均送交政府有關部門、議會、諮詢及教育機構等，以促進政府及社會人士對青少年意見及現況的了解。其中主要項目包括：

（一）《青少年意見調查》系列

青少年意見調查透過全港性青少年意見及行為調查，以了解青少年對社會事務或政策的意見，並進一步掌握現今青少年的價值及行為取向，促進政府及社會人士對青少年意見及現況的了解。

（二）《青少年問題研究》系列

青少年問題的專題研究透過個案研究或大型調查等方法，深入探討轉變中的青少年現象，並剖析青少年在成長歷程中遇到的各種問題，以及社會有關服務或政策措施的狀況。此外，亦藉此尋求積極途徑，加強協助有需要的青少年。

（三）《青年研究學報》

《青年研究學報》旨在提供一個交流園地，鼓勵更多涉及青少年政策或福利發展的討論，並且促進青少年服務的專業交流；以期加強與青少年有關的各種服務，例如福利、教育、醫療等範疇的專業理論及知識分享，以及向政府建議更臻完善的政策和立法措施。

（四）《香港青年趨勢分析》系列

《香港青年趨勢分析》系列集合研究及統計數據，並以指標形式，顯示香港年青一代社會生活和成長發展的面貌，並總結青少年狀況及展望未來趨勢。本系列期望以更具前瞻性和發展性的角度，衡量和評估青少年的需要，並按此釐定有關的社會政策和服務綱領。

（五）專書與比較研究

為促進研究成果的分享，青協青年研究中心亦出版專書，推動青年及社會重視求實求真的研調態度，不斷探索知識。近期出版包括為迎接通識教育年代而編著的《從研究學通識》。此外，本會亦與內地及海外團體合作，進行有關青年議題之比較研究，加強知識、經驗和創新意念的交流。

香港青年協會 青年研究報告系列

(一)．青年研究中心出版書籍：

A. 青少年意見調查系列 (中英對照)

每本訂價：\$30 (郵費：\$6)				編號
1993	一月	一	青少年如何處理困擾	(售罄) P1
	二月	二	青少年對吸煙及飲酒的意見	P2
	三月	三	中英爭拗下的青年心態	P3
	四月	四	青少年對黑社會的觀感	P4
	五月	五	青年人對政治團體的意見	(售罄) P5
	六月	六	青年人對香港經濟及職業選擇的意見	P6
	七月	七	青少年看迷信與命運	P7
	八月	八	青年人對醫療服務的意見	P8
	九月	九	青少年對家庭的觀感	(售罄) P9
	十月	十	青少年對貪污的態度	P10
	十一月	十一	青少年看中英談判與香港前途	P11
	十二月	十二	青少年的法治觀念	P12
1994	一月	十三	青少年對退休保障的意見	P13
	二月	十四	青少年的國際視野	P14
	三月	十五	青少年眼中的政府	P15
	五月	十六	年輕新選民的投票意向	P16
	六月	十七	青少年閱讀報刊的習慣	P17
	八月	十八	青少年看軟性毒品	(售罄) P18
	九月	十九	青少年的投票態度	(售罄) P19
	十一月	二十	青少年眼中的色情物品	(售罄) P20
	十二月	二十一	青少年眼中的行政長官	P21
1995	一月	廿二	青少年學習語文的現況及困難	P22
	二月	廿三	青少年眼中的義務工作	P23
	三月	廿四	青少年對拍拖的觀感	P24
	四月	廿五	青少年如何看自己外表	P25
	五月	廿六	青少年如何渡過暑假	P26
	七月	廿七	青年就業情況及意見	P27
	八月	廿八	青年對 95 年立法局選舉意向	P28
	九月	廿九	青年對 95 年立法局選舉評價	P29
	十月	三十	青少年對儲蓄的看法	P30
	十一月	三十一	青少年看婚姻與生育	P31
1996	一月	三十二	青少年與歧視問題	P32
	二月	三十三	青少年與家長看兩代溝通	P33
	三月	三十四	在學青少年的補習狀況	P34
	四月及五月	三十五	青少年如何面對主權回歸	P35
	六月	三十六	青少年眼中的康體設施	P36
	七月	三十七	青年學生眼中的老師	P37
	八月	三十八	青少年對釣魚台事件的回應	P38
	九月	三十九	青少年對特區行政長官的期望	P39
	十一月	四十	青年看置業安居	P40
	十二月	四十一	青少年看人生理想	(售罄) P41
1997	一月	四十二	飛躍的十八歲	P42
	三月	四十三	青年學生看考試	P43
	四月	四十四	青少年對主權回歸的期望	P44
	五月	四十五	家長對管教子女的意見	P45
	六月	四十六	中五畢業生會考後感	P46
	七月	四十七	青少年對特區第一份施政報告的期望	P47
	八月	四十八	青少年對特區第一份施政報告的評價	P48
	九月	四十九	青少年對代議政制三層架構的意見	P49

每本訂價：\$30（郵費：\$6）				編號
1998	十二月	五十	青少年對未來經濟狀況的展望	P50
	一月	五十一	青少年對財政預算案的期望	P51
	二月	五十二	青少年眼中的優質教育（售罄）	P52
	四月	五十三	青少年與九八立法會選舉	P53
	五月	五十四	失業對青少年的影響（售罄）	P54
	六月	五十五	青少年看主權回歸一週年	P55
	七月	五十六	青少年對第一屆立法會的期望	P56
	八月	五十七	畢業生何去何從？	P57
	九月	五十八	青少年看政府施政報告	P58
	十月	五十九	特區政府施政報告的成績表	P59
	十一月	六十	成績分數對學生有幾重要？	P60
	十二月	六十一	青少年看各行各業	P61
1999	一月	六十二	誘惑沒法擋？青少年看翻版冒牌熱	P62
	二月	六十三	教育理想與我何干？	P63
	三月	六十四	財政預算案對青少年的影響	P64
	四月	六十五	打破鐵飯碗—對年青新一代是否有吸引力？	P65
	五月	六十六	年青一代與「五四精神」	P66
	六月	六十七	中國駐南斯拉夫領事館受北約襲擊—青年人的回應	P67
	七月	六十八	青少年看健康生活	P68
	八月	六十九	中五畢業生何去何從	P69
	九月	七十	青年人看「先使未來錢」	P70
	十月	七十一	青少年對施政報告的評價	P71
	十二月	七十二	青少年與賭博	P72
2000	一月	七十三	從上網行為看青少年的價值觀（售罄）	P73
	二月	七十四	青少年對財政預算案的期望	P74
	三月	七十五	台灣大選—青少年看兩岸關係	P75
	四月	七十六	青少年對認識中國歷史的看法	P76
	五月	七十七	家長看教育改革	P77
	六月	七十八	青少年看人生理想（二）	P78
	七月	七十九	青少年看基本法	P79
	八月	八十	中五會考生看出路（售罄）	P80
	九月	八十一	青少年看結婚	P81
	十月	八十二	青少年對政府施政與施政者的期望	P82
	十一月	八十三	青年人看成功與失敗（售罄）	P83
	十二月	八十四	青年人看義務工作	P84
2001	十二月	八十五	聖誕鐘，響警鐘？	P85
	一月	八十六	青年人看投資致富	P86
	二月	八十七	青年人看醫護服務	P87
	三月	八十八	青少年可以更快樂嗎？（售罄）	P88
	四月	八十九	考試壓力與學生睡眠不足	P89
	五月	九十	做人媽咪甚艱難？	P90
	六月	九十一	現代爸爸的挑戰（售罄）	P91
	七月	九十二	青少年對國家申辦奧運的態度意向	P92
	八月	九十三	計劃未來—中五會考生看出路	P93
	九月	九十四	知識有價？	P94
	十月	九十五	青年對施政報告的回應	P95
	十一月	九十六	國家簽署「世界貿易組織」協議—香港青年的回應	P96
2002	十二月	九十七	青少年學習英語及普通話的狀況	P97
	一月	九十八	天地全接觸	P98
	二月	九十九	現代愛情快拍（售罄）	P99
	三月	一〇〇	財赤怎麼辦？青年的意見	P100
	四月	一〇一	民意調查發揮了作用？	P101
	五月	一〇二	我看高官問責制	P102
	六月	一〇三	新管治班子的開始—青年對第二屆特區政府的期望	P103
	七月	一〇四	我要做運動—如何令學生積極參與體育運動？	P104

每本訂價：\$30（郵費：\$6）				編號
2003	八月	一〇五	青年眼中的領袖	P105
	九月	一〇六	青年重視私隱嗎？	P106
	十月	一〇七	青年的意見一對年輕犯案者的刑罰	P107
	十一月	一〇八	解決財赤有何出路？	P108
	十二月	一〇九	誰掌管我的命運？	P109
	一月	一一〇	青年對 2003 年施政報告的評價	P110
	二月	一一一	財政預算點算好？	P111
	三月	一一二	青年對伊拉克戰事的看法	P112
	四月	一一三	面對非典型肺炎擴散危機：青少年的意見	P113
	五月	一一四	非典型肺炎疫潮帶來的啟示	P114
	六月	一一五	青年對全城清潔策劃小組建議改善本港衛生措施的回應	P115
	七月	一一六	經濟不景對父親角色的挑戰	P116
2004	八月	一一七	面對現實：青少年對就業及入職條件的期望	P117
	九月	一一八	CEPA 對青年到珠江三角洲發展的影響	P118
	十月	一一九	青年對規管保健聲稱的意見	P119
	十一月	一二〇	中國人上太空	P120
	十二月	一二一	青年對特區政府第二屆區議會議員的期望	P121
	一月	一二二	青年看無償的付出	P122
	二月	一二三	假如我是特首—青年看改善施政	P123
	三月	一二四	青少年收聽電台節目的行為模式及期望	P124
	四月	一二五	青年對 2004/05 年度財政預算案的期望與評價	P125
	五月	一二六	青年對全國人大常委就本港政制發展作出決定的回應	P126
	六月	一二七	香港青年的閱書文化	P127
	七月	一二八	青少年眼中的媽媽	P128
2005	八月	一二九	青少年參與網上遊戲：避免觸犯法例及保護個人財物的意識	P129
	九月	一三〇	回歸週年：青年看當前香港社會的狀況	P130
	十月	一三一	青年眼中的香港特別行政區第三屆立法會選舉	P131
	十一月	一三二	青年回應政制發展專責小組第三號報告	P132
	十二月	一三三	繼珠江三角洲之後：青年對北上長江三角洲發展的意向	P133
	一月	一三四	回顧與前瞻：青年對社會狀況的觀感	P134
	二月	一三五	青年對 2005 年施政報告的評價	P135
	三月	一三六	青年的生育意願	P136
	四月	一三七	青年對 2005/06 年財政預算案的期望與評價	P137
	五月	一三八	香港青年看近日中日關係緊張	P138
	六月	一三九	青少年眼中的媽媽	P139
	七月	一四〇	青年心目中的行政長官	P140
2006	八月	一四一	創業不創業？	P141
	九月	一四二	青年閱讀新景象	P142
	十月	一四三	社會人士對同性戀的看法	P143
	十一月	一四四	青年對 2005/06 年施政報告的評價	P144
	十二月	一四五	二零零五年意見調查：青年對個人資料私隱的態度及看法	P145
	一月	一四六	青年回應「政制發展專責小組第五號報告」	P146
	二月	一四七	青年上網主要活動及隱藏問題	P147
	三月	一四八	青年對 2006/07 年度財政預算案的期望與評價	P148
	四月	一四九	青年如何看自己的社區	P149
	五月	一五〇	有暑假？無暑假？	P150
	六月	一五一	青年怎樣看朋友	P151
	七月	一五二	世界盃熱潮下的青年現象	P152
2007	八月	一五三	青年眼中的政治人才	P153
	九月	一五四	家長及青少年看親子衝突	P154 & P155
	十月及十一月	一五五	青年對 2006/07 施政報告的期望及評價	P156 & P157
	十二月	一五七	青年對香港運動員於亞運表現的感想	P158
	一月	一五八	青年怎樣看搵快錢？	P159

每本訂價：\$30（郵費：\$6）				編號
2008	二月	一六〇	青年對 2007/08 年度財政預算案的期望	P160
	三月	一六一	窮青年、富青年	P161
	四月	一六二	青年眼中的 2007 年行政長官選舉	P162
	五月	一六三	青年看人才競爭	P163
	六月	一六四	回歸 10 年：香港青年看國家和香港	P164
	七月	一六五	青年對政制發展的意見	P165
	八月	一六六	學生校外接觸英文有多少？	P166
	九月	一六七	學生眼中的校規	P167
	十月	一六八	青年對 2007/08 施政報告的評價	P168
	十一月	一六九	青年對香港文化藝術發展的願景	P169
	十二月	一七〇	聖誕鐘—談談情、送送禮	P170
	一月	一七一	財政盈餘怎麼辦？青年對 2008/09 年度財政預算案的期望	P171
2009	四月	一七二	醫療改革諮詢文件—青年準備好嗎？	P172
	五月	一七三	四川大地震對香港青年的啟示	P173
	六月	一七四	青年人讀些甚麼？	P174
	七月	一七五	青少年的數碼網絡聯繫	P175
	八月	一七六	國家走向世界—青年看北京奧運	P176
	九月	一七七	青年希望選出怎樣的立法會議員？	P177
	十月	一七八	青年對 2008/09 施政報告的期望	P178
	十一月	一七九	青年認同甚麼香港品牌？	P179
	十二月	一八〇	聖誕鐘—青少年戀愛	P180
	一月	一八一	青少年對政府建議推行毒品測試的意見	P181
	二月	一八二	青少年的心中「情」	P182
	三月	一八三	金融海嘯—青年對就業及金錢價值取向的轉變	P183
2010	四月	一八四	青少年偏差行為知多少？	P184
	五月	一八五	青年的家國情	P185
	六月	一八六	青少年上網出了甚麼問題？	P186
	七月	一八七	H1N1 人類豬型流感疫情下放暑假	P187
	八月	一八八	在學青少年的補習狀況	P188
	九月及十月	一八九	兩代眼中的網絡危機（上）	P189 & P190
	十一月	一九〇	用英文，青年怕什麼？	P191
	十二月	一九一	聖誕鐘—危情在線	P192
	一月	一九二	「八十後」新生代	P193
	二月	一九三	青年對 2010/11 年度財政預算案的評價	P194
	三月	一九四	末屆會考生的升學與出路	P195
	四月	一九五	中國 2010 年上海世界博覽會	P196
2011	五月	一九六	青年對 2012 政制方案的意見	P197
	六月	一九七	誰偷走了我們的競爭力？	P198
	七月	一九八	社會人士眼中的青年	P199
	八月	一九九	香港青年的數碼流動生活	P200
	九月及十月	二〇〇	兩代眼中的網絡危機（下）	P201 & P202
	十一月	二〇一	中學生對上癮行為的意見	P203
	十二月	二〇二	中學生節日社交行為與取態	P204
	一月	二〇三	青年對 2011/12 年度財政預算案的期望	P205
	十一月	二〇四	青年與 2011 年區議會選舉	P206
	十二月	二〇五	香港還有鄰舍互助精神嗎？	P207
2014	三月	二〇六	青年與資訊網絡科技意見調查	P208

B. 青少年問題研究系列 (附英文撮要)

每本訂價：\$60 (郵費：\$10)				編號
1993	五月	一	參加街頭童黨的推力和拉力	YS1
	九月	二	青少年犯罪的非刑事化處理：警司警誡令與跟進服務 (售罄)	YS2
1994	一月	三	學生中途輟學與經常缺課：對政策和服務帶來的啟示	YS3
	六月	四	家庭是否還是青少年成長的支柱？ (售罄)	YS4
	十月	五	青少年吸毒個案研究：對政策和服務帶來的啟示 (售罄)	YS5
1995	三月	六	少女懷孕現象：服務與政策的取向	YS6
	九月	七	內地新到港青少年的適應	YS7
	十二月	八	「通頂」徵象：對「不歸家少年」的研究	YS8
1996	三月	九	學生膳食安排的研究	YS9
	七月	十	通往未來之路—青少年上網狀況的研究	YS10
	十一月	十一	邁向公義—被提控青少年在司法過程中的經歷	YS11
1997	四月	十二	掌握青年脈搏：建立香港青年指標	YS12
	九月	十三	母語教學的崎嶇路—中學生與家長的態度研究	YS13
	十二月	十四	追求完美？—青年健康意識研究	YS14
1998	三月	十五	香港青少年犯事者之判刑選擇研究	YS15
	九月	十六	香港刑事責任年齡的研究	YS16
	十二月	十七	香港青年失業狀況研究	YS17
1999	三月	十八	內地新來港定居家庭研究	YS18
	十月	十九	資訊科技教育與中學生學習的研究	YS19
	十二月	二十	中學生校外生活素描	YS20
2000	三月	二十一	青少年飲酒狀況的研究	YS21
	九月	二十二	香港青年對立法會選舉的參與形態研究	YS22
	十二月	二十三	新市鎮發展與童黨問題的關係研究	YS23
2001	三月	二十四	香港青年北上發展趨勢的研究	YS24
	九月	二十五	青少年對香港都市規劃發展的期望	YS25
2002	一月	二十六	社會資本之慈善捐獻、義務工作及社會參與的狀況研究	YS26
	五月	二十七	社會資本之網絡連繫、信任及互惠狀況的研究	YS27
	十月	二十八	社會資本之公民身份狀況研究	YS28
2003	十月	二十九	香港青年對北上珠三角發展事業的取態研究	YS29
	十一月	三十	「青年看香港民意的收集與反映」研究	YS30
2004	五月	三十一	「教與學數碼化」狀況研究	YS31
	九月	三十二	「香港青少年應付壓力的狀況」研究	YS32
2005	一月	三十三	「香港低收入家庭青少年的生活狀況」研究	YS33
	九月	三十四	「少女參與群黨的狀況」研究	YS34
2006	四月	三十五	如何過渡？從學校走向工作研究	YS35
	十二月	三十六	香港青年對家庭經濟依賴的研究	YS36
2007	六月	三十七	低學歷、低技能、低收入青少年的困境與出路	YS37
	十一月	三十八	「從區議會選舉看青年的社區參與」研究	YS38
2008	三月	三十九	「青少年濫藥—禁毒教育與推廣策略」研究	YS39
	九月	四十	「香港長遠社會福利規劃」研究 (可供下載)	YS40
2009	二月	四十一	金融海嘯對青年就業的衝擊	YS41
	五月	四十二	珠三角發展規劃—香港青年的發展機遇與兩地人才互動 (可供下載)	YS42
	十一月	四十三	穗港澳三地大學生法治意識比較研究 (可供下載)	YS43
2010	九月	四十四	香港中學生網上欺凌研究 (可供下載)	YS44
	十二月	四十五	香港青年對家庭經濟依賴(二)之住房問題研究 (可供下載)	YS45
2011	八月	四十六	創業起頭難—香港青年創業研究 (可供下載)	YS46
2012	十二月	四十七	青年對權威的看法 (可供下載)	YS47
2013	六月	四十八	高不成、低不就？青年就業困難與出路研究 (可供下載)	YS48
	十月	四十九	借貸渡學—青年的生活需要與財政壓力研究 (可供下載)	YS49
2014	二月	五十	穿梭兩地—跨境學生的學習與成長需要研究 (可供下載)	YS50
	五月	五十一	如何促進青年參與創意產業研究 (可供下載)	YS51

C. 青年比較研究系列 (中英對照)

每本訂價：\$60（郵費：\$10）京穗港青年比較研究（三地）					編號
1994	四月	一	個人與社會	(售罄)	CS1
	七月	二	法律與道德		CS2
	十月	三	國家與民族		CS3
	十二月	四	政府與政治		CS4
每本訂價：\$60（郵費：\$10）京滬穗港青年比較研究（四地）					
1995	六月	五	青年與就業		CS5
	十二月	六	青年與壓力		CS6
1996	十月	七	戀愛與婚姻		CS7
	十二月	八	家庭與生育		CS8

D. 青年研究學報 (附中英摘要)

每本訂價：\$100 (郵費：\$10, 總第四號 郵費：\$20)					編號
1998	一月	一	特區政府下的青年發展		JYS1
	七月	二	青少年犯罪與復康支援		JYS2
1999	一月	三	青年與政治		JYS3
	七月	四	經濟轉型中的新一代		JYS4
2000	一月	五	跨世紀青年發展新趨勢		JYS5
	七月	六	跨世紀青年領袖培訓及發展		JYS6
2001	一月	七	新一代的健康危機		JYS7
	七月	八	義工精神—第三部門的風采		JYS8
2002	一月	九	香港社會經濟發展趨勢與家庭變遷		JYS9
	七月	十	經濟全球化：青年就業困難與出路		JYS10
2003	一月	十一	凝聚力量：同創社會資本		JYS11
	七月	十二	走進珠三角：青年的選擇？		JYS12
2004	一月	十三	從 SARS 疫潮到反思健康生活		JYS13
	七月	十四	如何培養年青一代的創意文化		JYS14
2005	一月	十五	進一步開拓青年的文化空間		JYS15
	七月	十六	青少年濫藥消閑化？		JYS16
2006	一月	十七	跨代貧窮：社會隱伏的危機		JYS17
	七月	十八	走向空洞的家庭關係？		JYS18
2007	一月	十九	從玩樂中透視暴力文化		JYS19
	七月	二十	青年走過的特區十年		JYS20
2008	一月	二十一	社會企業帶來甚麼轉變？		JYS21
	七月	二十二	從奧運出發		JYS22
2009	一月	二十三	建國六十年：看今日中國青年		JYS23
	七月	二十四	金融海嘯之後—解決青年就業的對策		JYS24
2010	一月	二十五	珠三角融合為青年帶來甚麼新景象？		JYS25
	七月	二十六	i 世代的青年工作		JYS26
2011	一月	二十七	青少年精神健康問題新趨勢		JYS27
	七月	二十八	貧困青年的挑戰與出路		JYS28
2012	一月	二十九	新高中學制對青年的影響		JYS29
	七月	三十	兩地經濟融合為香港帶來的挑戰		JYS30
2013	一月	三十一	媒體新世代的青年工作		JYS31
	七月	三十二	人口政策：提升青年素質和生產力		JYS32
2014	一月	三十三	特區政府的管治困難與出路		JYS33

E. 香港青年趨勢分析

每本訂價：\$100 (精裝版) / \$80 (平裝版) (郵費：\$20)				編號
1999	香港青年趨勢分析 1999 (精裝)	(售罄)		HKT1
2000	香港青年趨勢分析 2000 (精裝)	(售罄)		HKT2
2001	香港青年趨勢分析 2001 (精裝)	(售罄)		HKT3
2002	香港青年趨勢分析 2002 (精裝/平裝)	(售罄)		HKT4

每本訂價：\$100（精裝版）/ \$80（平裝版）（郵費：\$20）				編號
2003	香港青年趨勢分析 2003（精裝/平裝）	（售罄）		HKT5
2006	香港青年趨勢分析 2004-2006（精裝/平裝）	（售罄）		HKT6
每本訂價：\$120（精裝版）（郵費：\$20）/ \$100（平裝版）（郵費：\$10）				
2011	香港青年趨勢分析 2011（精裝/平裝）	（售罄）		HKT7
2013	香港青年趨勢分析 2013（精裝/平裝）			HKT8

F. 青年議題點評（可供下載）

				編號
2013	三月	一	香港中、小學生補習現象	SCYI1
2013	八月	二	現今兩代衝突	SCYI2

G. 本中心其他出版書籍

年份	編號	書 名	訂價	郵費
1996	TY	今日青年—五地青少年發展狀況分析 （中國內地、台灣、澳門、香港、新加坡）	\$120	\$20
1998	YRF1	香港青年研究論壇論文集 [專題研究報告（一）：青少年偏差及犯罪行為研究] [專題研究報告（二）：青少年的性態度及心理健康研究] [專題研究報告（三）：青少年的社會及政治參與研究]	\$80	\$20
1999	BJT	北京、香港青少年問題研討會論文集 [專題研討（一）：經濟轉型對青年教育與就業的啟示] [專題研討（二）：青少年犯罪、司法與權益保護] [專題研討（三）：性與家庭]	\$100	\$20
2010	RLS	從研究學通識—基礎篇	\$100	\$10

訂購書籍細則：

- *（A 項至 G 項）為本中心出版之報告書，凡購買滿\$100 可獲九折優待，購滿\$200 則可獲八折優待；學生可全數獲半價優待。郵費恕無折扣。
- * 學生優惠：請出示本人學生証（持有效之本地或外地，全日制、半日制或兼讀之學生均可）；如欲郵購，則請於訂購表格中附上有效學生証影印本。
- * 郵費調整以中心之最新公布為準。

H. 光碟

年份	編號	項 目	優惠價	郵費
2002	CD1	一百期青少年意見調查之光碟（報告書 P1 至 P100）	\$100 （恕無折扣）	\$6

（二）．中心代售書籍：

年份	編號	書 名	優惠價	郵費
2006	BJYRC1	青少年發展比較研究系列（一套六本）【訂價\$180】 （北京大學—香港青年協會青少年發展研究中心出版） 第一號：內地與香港大學生之自我價值感及其與人格、心理健康和生活滿意度的關係 第二號：內地與香港大學生的學業倦怠狀況及其自身因素的關係 第三號：內地與香港大學生的職業價值觀及其與人格的關係 第四號：內地與香港大學生之個人特點與求職策略 第五號：內地與香港 9-16 歲青少年的同伴接納與心理理解能力的關係 第六號：京港中學生對壓力之應對方式與其自身及父母因素的關係	\$100	\$20

香港青年協會 青年研究出版書籍訂購表格

☆ 訂購表格一：此表適用於訂購上列（一）青年研究中心出版之書籍（A 至 G 類報告書）

書籍編號／名稱	數量	每本訂價 × 數量	每本郵費 × 數量
訂價合計：			郵費總數：
折扣價（買滿\$100 獲九折優待， 滿\$200 獲八折優待，學生 [#] 全數半價優待）\$			
另加郵費總數：		\$	
此表應付總金額：		\$	

☆ 訂購表格二：此表適用於訂購上列 H 類光碟及（二）中心代售書籍

書籍編號／名稱	數量	每本優惠價 × 數量	每本郵費 × 數量	共銀
此表應付總金額：				\$

如為學生訂購，請附上有效學生證影印本

「訂購表格一」+「訂購表格二」：HK\$

訂購方法：請填妥以上表格，並連同劃線支票寄回「香港北角百福道 21 號香港青年協會大廈 4 樓，香港青年協會青年研究中心」收。支票抬頭請寫「香港青年協會」。

本人現以 ☐ 自取／ ☐ 郵寄 方式訂購上列書籍

附上總數 \$_____；及劃線支票編號_____

訂戶名稱：_____

聯絡人：_____ 職位：_____ 電話：_____

傳真：_____ 電郵：_____

通訊地址：_____

簽署：_____ 日期：_____

如對上述價目或訂購方法有任何疑問，請致電（852）3755 7022 或
傳真至（852）3755 7200
香港青年協會 青年研究中心查詢
地址：香港北角百福道 21 號香港青年協會大廈 4 樓（港鐵鰗魚涌站 C 出口右旁）
電郵：yr@hkfyg.org.hk 網址：yrc.hkfyg.org.hk
Facebook：https://www.facebook.com/HKFYGYouthResearchCentre

青年研究中心服務承諾

(一) 服務宗旨

本會的「青年研究中心」的使命在於推動青年研究、促進社會關注及了解青年人，分享及善用研究資源及成果，以回應社會不斷轉變的需要。具體目標包括：

1. 進行專題研究，從而掌握現今青年人的價值觀、行為取向、問題及需要。
2. 透過專業研究人員或與其他專業機構的合作，向公眾提供高質素及適切的青年研究服務。
3. 與本港、內地及海外的青年服務及研究機構通力合作，分享及善用研究資源，倡導有利青年人成長發展的社會政策及服務。

(二) 服務內容

1. 出版青少年調查研究及有關刊物

本中心目前主要出版多個調查研究系列及刊物，包括：

- (i) 《青少年意見調查》系列
- (ii) 《青少年問題研究》系列
- (iii) 《香港青年趨勢分析》系列
- (iv) 《青年研究學報》
- (v) 專書與比較研究

2. 接受委托合作，進行各種青年研究

本中心經常與各大學研究機構、青少年服務單位、專業團體、福利服務機構及政府部門等保持緊密聯繫，在適當課題上接受委托及合作，進行各種青年研究的工作，回應香港社會及青少年的需要。

3. 交流研究成果，發展數據資源

本中心經常與各地專家學者、研究人員、資深青年工作者、行政人員及政策制訂者交流研究的成果及經驗。為青少年的培育政策及服務發展，促進協作與經驗分享。

4. 透過科技網絡，推廣研究信息

本中心建立國際互聯網絡網址，將最新的研究信息，透過電腦網絡向全球發放。網頁包括香港青年協會最新發展的各項青年研究、最新的研究目錄及摘要等，以便各地對青年事務有興趣的人士使用。

(三) 服務原則

1. 所有服務使用者不論其性別、年齡、種族、宗教信仰或能力，均受到尊重與公平對待。
2. 服務使用者所提供的個人資料，除在服務使用者或他人的安全受到危害等特殊情況下，將予以保密。

(四) 服務表現指標

1. 調查研究報告的資訊，均透過多媒體作公開發表或出版，讓公眾能夠分享及採用研究成果。
2. 透過傳真索取訂購研究報告資料及表格，可於同一工作天或下一個工作天內收到。
3. 有關研究報告的一般查詢，在兩個工作天內聯絡查詢人，並處理有關事項及於五個工作天內完成。
4. 訂購報告或書刊，於收妥付款後五個工作天內寄出。

(五) 服務的監察

1. 我們歡迎任何人士對本會青年研究中心所提供的服務提出意見。我們亦定期主動向各研究報告之使用者收集意見，以期改進我們的服務。
2. 若有任何意見，歡迎透過口頭或書面方式向有關發展幹事、青年工作幹事或督導主任提出，並將於三個工作天內獲初步回覆，四個星期內獲通知跟進結果。

Enquiries 查詢

香港青年協會總辦事處

香港北角百福道 21 號香港青年協會大廈 21 樓

The HKFYG, Head Office

21/F, The Hong Kong Federation of Youth Groups Building

21 Pak Fuk Road, North Point, Hong Kong

電話 Tel : (852) 2527 2448

傳真 Fax : (852) 2528 2105

電郵 Email : hq@hkfyg.org.hk

網站 Website : hkfyg.org.hk

M21 青協網台 Multimedia Web : M21.hk

Facebook page: www.facebook.com/hkfyg

出版 Date of issue : May 2014

下載青協 App :

Download HKFYG App :



香港青年協會青年研究中心

HKFYG Youth Research Centre

電話 Tel : 3755 7022

傳真 Fax : 3755 7200

電郵 Email : yr@hkfyg.org.hk