

政府無決心 創意產業難起飛

近年，歐美以至亞洲不少地區，紛紛以發展創意產業作為經濟持續成長的新動力，最為港人熟悉的是南韓的音樂和電視劇。創意產業不但能為社會帶來財富和就業機會，更重要的，是它能為年輕一代提供探索文化身分和發展所長的機會。

在香港，雖然特區政府早於〇五年提出要加快推動文化及創意產業，並於〇九年確認此產業為六項優勢產業之一；但在這十年來，香港創意產業的發展仍差強人意。我們最近進行的一項研究亦反映，青年人對產業的前景並不樂觀，他們在產業的發揮機會並不足夠。

客戶重成本輕質素

我們的研究個案——阿樂（化名）是一位對創意產業非常有熱誠的青年人，並持有多媒體科技學位資格。他曾於動畫公司做電腦繪圖，也曾做電影和廣告的後期製作工作。後來，阿樂與友人一起創業，接了一些電腦效果製作的工作，但發覺市場上其實沒有很多需求，公司因而關門。現時，他已離開創意產業。阿樂非常感慨於創意產業市場不足的問題，他感到客戶對電腦特技質素要求低，對高質素服務沒有需求，只能與價錢低的內地同行惡性競爭，令香港創意產業難以生存。他認為，主要問題出自市場不足，政府並沒有好好推廣創意服務。

阿樂所遇到的情況，正正反映了香港創意產業的處境。政府統計處的資料顯示，一二年香港創意產業的增加價值為九百七十八億港元，佔本地生產總值百分之四點九；而從事該行業的人數就有二十萬三百七十人，佔總就業人數的百分之五點五。數據反映，創意產業規模仍大有擴展的空間。創意產業的發展，跟政府的投入有莫大關係。以新加坡為例，當地政府在產業發展方向上定調，於〇二年發表了《創意產業發展策略》報告，銳意將創意產業發展成經濟增長的火車頭，並定下產業GDP佔有率倍翻至百分之六的目標。

星韓政策全力配合

新加坡成立了「國家設計局和媒體發展局」，分別負責統籌設計及媒體業的發展。在具體措施上，當地政府通過撥款計畫去激發文化藝術的需求，又通過撥款、合作、提供資金等，促進新加坡成為領

先的媒體市場及融資中心。值得參考的是，當地十分重視人才培育，除了在專業層面上成立新的藝術設計學校培育人才，以及進行創意技能人力培訓外，也重視於社區推廣文藝活動以培育觀眾，和在基礎教育中培養創意。

再以南韓為例，當地於一九九九年制訂「文化產業振興基本法」，確定政府需要對創意產業做積極的扶持與投資；又將文化部的預算維持在國家預算的百分之一以上。南韓政府特別在協助相關企業獲得融資上提供擔保方面的支持，以及在促進創作品的流通上提供各種支援和建立公平交易體系。當地亦針對創意產業的生產特色，特別為一人創作企業提供知識服務交易和技術開發等支援。南韓政府的布局，對創意產業的發展提供了十分有利的環境。

反觀香港，創意產業主要通過不同政府部門作項目撥款去推動，但項目多屬一次性，對產業並無長遠的投入，而撥款機制更出現官僚和僵化等問題，令撥款欠缺效益。更重要的是，政府整體上對產業的發展欠策略和目標，並沒有設立統領架構負責政策推動，政策配套亦不足，例如欠缺推行鼓勵公私營機構支持本地創作、培養觀眾、強化本地人才，以至協助融資等措施，並未能締造一個足以推動創意產業大幅走向前的環境。

既然創意產業已成為香港六大優勢產業之一，為何香港當局仍只繼續扮演順應市場狀況而加以扶助的角色？我們認為，特區政府有需要扮演更加積極推動創意產業發展的角色，以提供更多機會讓青年人發揮才能。當局應設立高層次的決策架構，專門促進產業的發展，統一制訂產業發展方向、願景和具體目標，而並非單靠項目撥款作支援。在具體的政策配套上，當局應了解產業的需要，考慮設立文化及創意產業園區，提供可負擔的工作空間和配套設施，以扶助年輕創作人員和相關中小型企業成長。只有顯示出更大的決心和誠意，政府才能為香港和香港青年開拓更多元的出路。

— 完 —

陳瑞貞 袁小敏

香港青年協會青年研究中心

原載於 2014 年 9 月 12 日《星島日報》A16 版