

「民生」專題研究系列

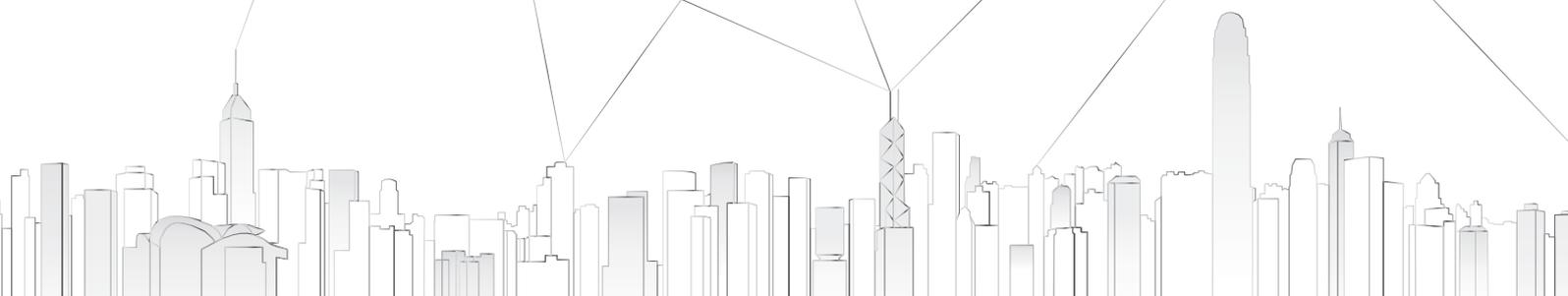
# 釋放香港娛樂產業的潛力

## Unleashing the Potential of Local Entertainment Industry

青年創研庫  
Youth I.D.E.A.S.



64



---

**首席顧問** 何永昌先生  
**顧問** 魏美梅女士  
**研究員** 張淑鳳女士  
陳瑞貞女士  
袁小敏女士  
張靜雲女士  
楊敏楹女士  
蔡晴峰先生  
**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  
yrc.hkfyg.org.hk

出版日期：二〇二一年九月

版權所有 © 2021 香港青年協會

**Chief Adviser** Mr. Andy Ho  
**Adviser** Ms. Angela Ngai  
**Researchers** Ms. Christa Cheung  
Ms. Chan Shui-ching  
Ms. Amy Yuen  
Ms. Sharon Cheung  
Ms. Vivian Yeung  
Mr. Adam Choi  
**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  
yrc.hkfyg.org.hk

Publishing Date: September 2021

All rights reserved © 2021 The Hong Kong Federation of Youth Groups

本報告內容不一定代表香港青年協會之立場。

The views expressed in this publication do not necessarily reflect the views of The Hong Kong Federation of Youth Groups.

# 青年創研庫 民生組

顧問導師： 葉兆輝教授          倪以理先生

召集人： 陳昌堅先生

副召集人： 廖美欣女士

成員： 司徒卓庭先生          陳嘉琪女士  
石凱欣女士                  麥穎儀女士  
何希舜先生                  馮黛詩女士  
何穎琛女士                  楊嘉麗女士  
吳鋸淇女士                  廖家如女士  
李凱旭先生                  潘宛茵女士  
倪智承先生                  潘芷荃女士  
張綽嵐女士                  蔡朗賢先生  
張璟璋先生                  簡昌恆先生

研究員： 蔡晴峰先生          陳瑞貞女士

## 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感謝。

被訪人士(排名按姓氏筆劃序)：

Ah Gi	網絡藝人
田啟文先生	香港電影工作者總會會長
朱浩棠先生	天盟娛樂執行董事
岑珈其先生	演員
周耀輝博士	香港浸會大學文學院人文及創作系教授
張晨先生	<b>French Rotational</b> 創意總監
馮家明先生	香港演藝學院高級講師(電影歷史及理論研究)
馮應謙教授	香港中文大學亞太研究所所長
黃鳳英女士	資深配音員
藍橘子	網絡作家
小型唱片公司總經理 A	

各位曾接受實地意見調查和個案訪問的香港市民

## 研究摘要

自 2009 年，特區政府將文化及創意產業列為六項優勢產業之一。在 2018 年，文化及創意產業對香港本地生產總值的貢獻為 4.4%，而從事該產業的人數亦佔香港總就業人數 5.6%。由此可見，文化及創意產業是香港最具動力的經濟行業之一。

本港文化及創意產業涵蓋範圍十分廣泛，而歌、影、視、網上創作等娛樂活動屬其中類別。娛樂產業與市民的生活密不可分，其轉變既反映時代變遷，亦承載社會價值。有學者指出，共同的文化身份，亦有助把一個社群凝聚起來。七、八十年代曾經是本港娛樂產業的黃金時代，不論是港產片、電視劇，還是廣東歌的輸出量皆冠絕亞洲。可惜其後香港的文化影響力一直下降，背後或許與本地市場萎縮、政府的支援不足等原因有關，導致青年人要加入行內發展充滿障礙，娛樂產業後繼不力。

正當近年周邊亞洲流行文化強盛，「香港電影已死、樂壇已死」的言論四起，一股本土流行文化的風潮似乎再次席捲香港，當中樂壇的 **Mirror**、電視業的《**Error** 自肥企劃》，以及 **YouTube** 界的「四台聯播」更引起一時熱話，反映本土娛樂產業其實仍有發展潛力。

港府於 2009 年設專責辦公室「創意香港」負責推動本港創意經濟的發展，亦嘗試透過「創意智優計劃」和「電影發展基金」等資助項目支援業界，不過成效似乎欠佳。在產業支援不足、本地市場逐漸流失的情況下，年輕人要投身娛樂事業，發展事業並不容易。

**Mirror**、**Error** 現象會否成為香港娛樂產業重上軌道的第一步，就取決於特區政府能否把握這股「新浪潮」的力量，為業界的年輕人提供進一步的支援，並重新審視本地文化及創意產業的長遠發展方向，使香港的歌、影、視、網得以持續發展，相信有助在社會氣氛低迷的環境下重新凝聚市民。有見及此，本研究嘗試透過了解現時市民對本地娛樂產業的觀感，並檢視本港娛樂產業方面的發展障礙，找出有助促進青年參與娛樂產業，以及進一步推動產業長遠發展的建議。

研究透過文獻參考、816 名 15 至 65 歲香港居民實地問卷調查、19 名個案訪問，以及 11 位相關產業持分者與學者的訪問資料，作出整理及分析，歸納值得討論的要點及建議。

## 主要討論

### **1. 娛樂產業不但對經濟增長及創造就業帶來貢獻，更有助增加香港人的身分認同、凝聚社會，是香港重要的軟實力。**

文化及創意產業是香港最具動力的經濟行業之一。本港文化及創意產業涵蓋範圍十分廣泛，而歌、影、視、網上創作等娛樂活動屬其中類別。娛樂產業與市民的生活密不可分，其轉變既反映時代變遷，亦承載社會價值。是項研究結果顯示，在 816 名 15 至 65 歲的香港居民中，近一成半受訪者表示有興趣從事娛樂製作產業（14.1%），其中以青年人尤甚，反映文化及創意產業受年輕人歡迎。是項研究的受訪學者亦指出，內容產業是一個地方重要的軟實力，值得地方政府投放資源大力推動產業的發展。

除了為香港帶來經濟效益，文化及創意產業更為香港年輕一代提供探索文化身分的機會，有助凝聚社會。有受訪的新晉演員表示，本地製作的電影不但讓本地觀眾產生共鳴，甚至能讓世界各地的觀眾從中了解香港獨有的文化。調查結果亦顯示，整體受訪者傾向同意「本地娛樂製作最能代表香港的文化」和「本地娛樂製作提高我對香港人的身分認同」，平均分分別為 6.23 分和 6.01 分，均高於 5 分一半半的水平，反映香港市民普遍認同娛樂產業所產生的文化及社會價值。

從上述結果來看，文化及創意產業受青年歡迎，而且普遍香港市民認同娛樂產業的文化及社會價值；另一方面，受訪學者和業界人士亦指出內容產業是一個地方重要的軟實力，能加深世界各地觀眾對香港獨有文化的理解，因此值得當局思考如何進一步釋放娛樂產業的潛力。

### **2. 隨著串流影音平台興起和周邊地區創意產業的急速發展，香港的娛樂產業園區面臨市場萎縮的危機。**

隨著內地和東亞各地的娛樂產業逐漸發展起來，香港娛樂產業固有的國際市場流失，變得本地導向。有受訪學者分析，近年的廣東歌和港產片主要以本地聽眾、觀眾的口味為主，較難打入海外市場，令投資者卻步，本地的製作變相缺乏資源以推廣到全球，形成惡性循環。

調查結果顯示，不少受訪者認為「本地娛樂製作太商業化／單一化」（26.2%）和「周邊地區的競爭激烈」（24.1%），限制了本地娛樂產業的發展。有受訪新晉演員表示，隨著互聯網的出現，觀眾更容易接觸到

世界各地的影音作品，因此對作品質素的要求亦相應提高。面對全球激烈的競爭，廣東歌和港產片過度依賴固有的文化影響力，自然在國際市場中被外國作品淘汰，令本地市場佔有率下降。

文化及創意產業是香港重要的經濟動力和軟實力，特區政府應考慮制訂長遠發展政策，並加強相關產業在本地以及海外市場的推廣及發展，讓香港娛樂產業重拾昔日光輝。

### **3. 香港娛樂產業市場萎縮，導致產業人才流失，同時缺乏資源培訓新人，結果行業青黃不接。**

人才為一個產業的發展提供優良條件，而人才更是文化產業發展的關鍵要素。香港的娛樂業界過往主要透過電視台、學院教育等渠道培訓人才。不過，有受訪學者指出，由於近年產業萎縮，電視台現已失去能力培訓出足以重振香港娛樂界的明星，導致行業青黃不接。

有受訪學者補充，由於內地改革開放，其龐大的電影市場吸引許多本港的資金及電影業人才「北上」，以致香港電影業界流失了不少有經驗的從業員。雖然近年受惠於 2003 簽署的《CEPA》，香港可以與內地合拍電影；但是，有受訪資深配音員和受訪學者皆表示，本地年輕的電影從業員因缺乏經驗和語言優勢，其實難以參與內地的電影製作。

此外，近年香港提倡「學科取向藝術教育」，特區政府鼓勵本地大專學校開辦創意、表演藝術、文化研究及藝術行政訓練課程。不過，研究中受訪業界人士們表示，坊間非正規教育機構的課程良有不齊，缺乏監管；而正規教育培育出來的人才及其知識，與業界實際需要亦有很大落差。儘管坊間和學院培育的人才數目眾多，但仍是無法滿足娛樂業界的需求；同時，不斷萎縮的市場亦令這些新晉創作人在產業中缺乏實踐的機會。如何培育有興趣從事相關產業的人才，支撐業界的長遠發展，值得有關當局深思。

### **4. 受訪學者和業界人士認為特區政府支援不足和創作空間收窄，限制了本地娛樂產業的發展。**

為支援業界籌辦有利創意產業發展的計劃和項目，政府的商務及經濟發展局已設立兩個專項資助計劃，分別是電影界別的「電影發展基金」，以及七個非電影界別的「創意智優計劃」。可是，是項研究發現，不論是受訪市民或是業界人士皆認為政府對創意產業的支援不足。整體受訪者

傾向同意「政府不重視香港娛樂產業的發展」，平均分為 **6.09** 分。有受訪學者指出，發展娛樂產業需要政府提供資源協助創作公司拍攝、外地推廣等，香港在此方面的支援不足。

此外，有受訪學者和音樂業界人士則表示，政府對娛樂產業各界別的資助不均，流行音樂業受到的資助相對電影業少，而且某些持分者壟斷市場，導致香港樂壇缺乏多元性。

另一方面，特區政府於 2021 年 6 月修訂《有關電影檢查的檢查員指引》，並於 8 月修訂《電影檢查條例》。研究中受訪業界人士們擔心，《條例》推行倉卒，業界和投資者對於法例的條文和演繹不清晰，日後或因而自我審查，窒礙了業界的創作。

要發展娛樂產業需要有足夠資助和創作空間，有關當局須正視業界的憂慮，並給予支持，以免影響本地娛樂產業的發展。

## **5. 隨網絡平台的崛起，加上一眾本地的創作人充滿創意，力求創新，為香港娛樂產業帶來了發展潛力。**

雖然本地的娛樂產業近年面對各種危機，有不少對行業發展前景悲觀的評論，但最近一股本地流行文化的風潮似乎再次席捲香港，反映本地娛樂產業其實仍有發展潛力。

有受訪學者暨資深填詞人認為，網絡平台的崛起，令音樂人能夠更加自由地創作，透過網上平台或街頭表演與聽眾分享自己的作品。有受訪的廣告公司負責人則表示，近年網絡平台成為了其中一種主導的媒體，顛覆業界的生態，產生出內容創作者、網紅等各種新型的創作人。調查結果顯示，不少受訪者透過各種網上方式支持支持本地歌手、本地製作的電視節目和香港電影。而「經常」及「間中」看香港網上創作的受訪者亦共有四成三（**43.3%**），反映網絡平台上的娛樂正慢慢成為香港市民的習慣，有龐大的發展潛力。

此外，一眾本地的創作人充滿創意，不斷力求創新，令香港娛樂產業生機再現。有受訪學者指出，近年的香港電影能夠反映香港的社會議題，以貼地的社會現況與香港的觀眾連結。另有受訪的唱片公司負責人認為，雖然現在廣東歌的產量不及當年，但是歌的題材和種類較以前多元化，使香港樂壇更有生氣。調查亦問及受訪者認為本地娛樂製作的發

展有什麼優勢。調查結果顯示，最多受訪者認為「香港充滿創意人才」（33.0%）和「本地娛樂製作多元化／創新」（28.8%）。

綜合研究結果顯示，香港青年充滿創意，懂得善用網絡平台尋找新的創作模式和機遇，亦懂得不斷為創作力求創新，為香港娛樂產業帶來發展潛力和希望。如何鞏固香港的發展優勢，持續培育人才，有待進一步探究。

## **6. 娛樂產業文化能反映當代社會的共同價值觀，連結社會；促進產業的長遠發展，是凝聚社會的關鍵影響。**

近年本地文化受本地市民矚目，反映了香港娛樂產業仍有發展空間與潛力。調查結果顯示，整體受訪者傾向滿意現時本地免費電視台的狀況，並欣賞廣東歌、香港電影和香港網上創作，平均分分別為 6.12 分、6.11 分、5.95 分和 5.90 分。

有受訪的唱片公司負責人表示，受疫情因素影響，觀眾變得較留意本地娛樂。他相信，即使日後香港人仍然會支持香港的流行音樂，因為廣東歌最能夠引起香港人的共鳴。有受訪的資深配音員指出，只有本地製作的電視節目才會聽到具香港特色的廣東話，是香港獨有的文化，需要香港人努力保留。

過去數年，香港社會分化嚴重，而娛樂產業文化是最能夠觸及社會各階層、凝聚社會各界的軟力量。要令社會重新注入活力，帶來希望，娛樂產業不失為讓香港凝聚的其中出路；因此特區政府應該善用此優勢，進一步展現重視本地娛樂產業發展，為產業制定長遠發展藍圖。

## **建 議**

基於上述研究結果及討論要點，我們循促進青年參與娛樂產業，以及進一步推動產業長遠發展的方向，認為值得考慮下列建議。

### **1. 成立文化局，以文化角度定位制定娛樂產業長遠藍圖。**

多年來，香港的文化事務一直分散多個部門處理。在沒有專責政府部門統領及推動文化藝術發展的情況下，香港的娛樂產業一直缺乏宏觀且具策略性的文化政策規劃，導致相關配套支援不到位。

國家於 2021 年 3 月通過的《第 14 個五年規劃》中，首次提到支持香港發展中外文化藝術交流中心。研究建議成立文化局，負責統籌一切文創事業，職務包括：文化政策與制度的研究和企劃、專門人力的培育與教育、支援創業等。

就研究建議成立的文化局，其中要有下列三項職能：

### 1.1 在諮詢架構內納入流行音樂和網絡創作界的代表。

現時不論是文化界的諮詢架構、資助計劃、場地規劃等，都忽略了網絡創作業界的聲音。近年網絡平台已顛覆了業界的生態，產生出各種新興行業，反映網絡創作有龐大的發展潛力。因此，文化局的新諮詢架構內，除了一向受關注的電影界，更應包括電視、流行音樂和網絡創作的業界人士，以提升香港娛樂產業的競爭力。

### 1.2 以業界機構規管受資助的非院校教育課程；透過資助社企計劃，延續業界人才培育的渠道。

參考韓國的《內容產業振興法》，研究建議將來文化局需要規管受資助的非院校教育課程，提供指引和預算支援予業界具公信力的機構作審批，以提升人才培育課程的質素。

現時政府有不少與非政府機構合作的文化藝術資助項目，為年輕創作人在商業市場以外提供創作的機會。研究建議將來文化局統籌現有的文創人才培訓項目，並持續支援業界與其他社區團體、企業等跨界文化合作，讓人才實踐創意，令本地的娛樂產業薪火相傳。

### 1.3 改善娛樂產業的資助計劃，為中小型的文創企業提供各種支援和優惠。

現時，政府主要以「電影發展基金」及「創意智優計劃」支援業界的發展。研究中受訪音樂業界人士們表示，流行音樂界所獲得的資助相對電影界少。其實，要長遠發展香港的文化創意產業，電影工業難以獨力支撐。當年香港電影業馳名國際，也有賴於電視劇和流行音樂等文化創意產業的協同效應。研究建議文化局將來為流行音樂界別設一個專項資助計劃，以支援多個娛樂業界的發展。

此外，研究中受訪業界人士們亦表示，「電影發展基金」等資助計劃的申請機制對獨立或新晉創作人不公平。參考韓國的「一人創作企業育成法」，研究建議將來文化局為中小型的文創企業提供各種支援和優惠，包括提供租借表演空間的優惠、對文化商品與各項專業的諮詢服務、稅務寬減、融資擔保，以鼓勵獨立歌手/組合創作，擴闊香港娛樂產業的多元性。

2. 正視業界對《2021年電影檢查（修訂）條例草案》的擔憂，更清晰地解說條文，以增強投資者對香港娛樂業的信心。

特區政府於 2021 年 6 月修訂《有關電影檢查的檢查員指引》，並於 8 月修訂《電影檢查條例》。研究中受訪業界人士們擔心，《條例》推行倉卒，業界和投資者對於法例的條文和演繹不清晰，日後或因此而自我審查，窒礙了業界的創作。

其實，創作空間是孕育文化藝術創作中最重要的元素。香港多年來享負盛名的電影、電視及流行音樂都是在一個中外文化薈萃、充滿創作空間的環境下創作出來。亦因香港這固有特色和優勢，才得以匯聚海內外和本地人才。為了香港文化及創意產業的長遠健康發展，特區政府必須平衡業界與不同持分者的聲音，提供長期穩定的營商環境，多向業界解說新修訂的條文，相信亦有助增強投資者對香港娛樂業的信心。



# 目錄

## 研究摘要

第一章	引言	1
第二章	研究方法	3
第三章	文化認同的基本概念及各地概況	8
第四章	業界、學者對本地娛樂產業的意見	37
第五章	香港市民對本地娛樂產業的看法	71
第六章	討論及建議	103
	參考資料	112
附錄一	實地問卷意見調查	114



## 第一章 引言

自 2009 年，特區政府將文化及創意產業列為六項優勢產業之一，而該產業對經濟增長及創造就業方面的貢獻，表現亦較其他五項優勢產業優勝。在 2018 年，文化及創意產業的增加價值為 1,178 億元，對香港本地生產總值的貢獻為 4.4%<sup>1</sup>，差不多與四個主要行業之一的旅遊業看齊<sup>2</sup>；而從事文化及創意產業的人數亦佔香港總就業人數 5.6%。由此可見，文化及創意產業是香港最具動力的經濟行業之一。

本港文化及創意產業涵蓋範圍十分廣泛，而歌、影、視、網上創作等娛樂活動屬其中類別。娛樂產業與市民的生活密不可分，其轉變既反映時代變遷，亦承載社會價值。有學者指出，共同的文化身份，亦有助把一個社群凝聚起來<sup>3</sup>。七、八十年代曾經是本港娛樂產業的黃金時代，不論是港產片<sup>4</sup>、電視劇，還是廣東歌的輸出量皆冠絕亞洲。可惜其後香港的文化影響力一直下降，背後或許與本地市場萎縮<sup>5</sup>、政府的支援不足<sup>6</sup>等原因有關，導致青年人要加入行內發展充滿障礙，娛樂產業後繼不力。

正當近年周邊亞洲流行文化強盛<sup>7</sup>，「香港電影已死、樂壇已死」的言論四起<sup>8</sup>，一股本地流行文化的風潮似乎再次席捲香港，當中樂壇的

---

<sup>1</sup> 香港統計月刊，2020 年 6 月，專題文章，香港的文化及創意產業。網址：  
[https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat\\_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XX\\_XXB0100.pdf](https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XX_XXB0100.pdf)

<sup>2</sup> 2018 年，旅遊業為香港帶來的增加價值佔本地生產總值的 4.5%。網址：  
[https://www.censtatd.gov.hk/tc/web\\_table.html?id=188](https://www.censtatd.gov.hk/tc/web_table.html?id=188)

<sup>3</sup> 同 2

<sup>4</sup> 八十年代的香港電影總產值超過亞洲電影強國印度，躍居世界第二位，僅次於美國的荷里活，成為亞洲第一的電影生產地，被稱作東方荷里活。

<sup>5</sup> 思考香港。許復。「韓流」稍退，香港娛樂圈如何才能搶到肉吃？網址：  
<https://www.thinkhk.com/article/2020-01/02/38525.html>

<sup>6</sup> 阮兆倫。反思香港創意文化產業發展概況。網址：  
[https://ln.edu.hk/mcsln/archive/27th\\_issue/criticism\\_02.shtml](https://ln.edu.hk/mcsln/archive/27th_issue/criticism_02.shtml)

<sup>7</sup> 據韓國基金會的報告，2018 年全球韓流粉絲增至 8,920 萬人，覆蓋 113 個國家，估計產業的出口額為 94.8 億美元（約 739 億港元）。

<sup>8</sup> 2021 年 3 月。【特稿】香港電影已死？杜琪峯砲掀論者「不懂電影」新生代港片一直開花。網址：  
<https://tw.appledaily.com/entertainment/20210320/7GQZKJAC5ZBKHE5WGBK3HE4JTI/>

Mirror<sup>9</sup>、電視業的《Error 自肥企劃》<sup>10</sup>，以及 Youtube 界的「四台聯播」<sup>11</sup>更引起一時熱話，反映本地娛樂產業其實仍有發展潛力。

港府於 2009 年設專責辦公室「創意香港」負責推動本港創意經濟的發展，亦嘗試透過「創意智優計劃」和「電影發展基金」等資助項目支援業界，不過成效似乎欠佳<sup>12</sup>。在產業支援不足、本地市場逐漸流失的情況下，年輕人要投身娛樂產業，發展事業並不容易。

Mirror、Error 現象會否成為香港娛樂產業重上軌道的第一步，就取決於特區政府能否把握這股「新浪潮」的力量，為業界的年輕人提供進一步的支援，並重新審視本地文化及創意產業的長遠發展方向，使香港的歌影視網得以持續發展，相信有助在社會氣氛低迷的環境下重新凝聚市民。

有見及此，本研究嘗試透過了解現時市民對本地娛樂產業的觀感，並檢視本港娛樂產業方面的發展障礙，找出有助促進青年參與娛樂產業，以及進一步推動產業長遠發展的建議。

---

<sup>9</sup> MIRROR 2021 年演唱會的門票於公開發售 4 小時內售罄，有個別炒家更以高達 11 萬元售賣兩張原價 780 元的門票。網址：<https://www.hk01.com/熱爆話題/623159/mirror> 演唱會尾場門票炒價逾 10 萬-孝順女出價-8000 為癌母求票

<sup>10</sup> 《ERROR 自肥企劃》開播一周內，其主題曲在 YOUTUBE 上的點擊率已破 50 萬，曾成為熱門影片首位；截至 2021 年 6 月 25 日的點擊率為 200 萬。網址：<https://www.shadowzo.com/2021/05/數據看世界：《愛。回家》崩盤？error-的十倍奉還？/>

<sup>11</sup> 試當真、FHProductionHK（熊仔頭）、啱 Channel 及小薯茄四個香港 YouTube 頻道於 4 月 20 日輪流直播及播放短片，影片最高逾 35 萬次瀏覽量；其中，啱 Channel 及熊仔頭的影片均登上 YouTube「熱門影片」排行榜。聯播後，四台的頻道訂閱人數各上升約 1 萬 5 千人。網址：<https://www.hk01.com/研數所/615569/試當真-熊仔頭-啱 channel-小薯茄聯播人氣急升-即睇網民評價>

<sup>12</sup> 發展基金早於 1999 年 4 月獲注資一億元成立，惟多年後本地上映的港產片長年維持只有約 20 齣。網址：<https://www.hk01.com/周報/214374/香港電影夢-五-電影發展基金以商業掛帥-定位不清資助成空談>

## 第二章 研究方法

### 2.1 研究目的

本研究嘗試透過了解香港市民對本地娛樂產業的觀感，並檢視有關產業面對的發展挑戰，冀找出有助促進青年參與娛樂產業，以及延續產業長遠發展的建議。

### 2.2 定義

文化及創意產業涵蓋一組知識型活動，通過創意及以智力資本為基本投入要素，而生產具文化、藝術和創意內容的貨品和服務<sup>1</sup>，當中 11 個組成界別包括：

- 藝術品、古董及工藝品；
- 文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務；
- 表演藝術；
- 電影及錄像和音樂<sup>2</sup>；
- 電視及電台<sup>3</sup>；
- 出版；
- 軟件、電腦遊戲及互動媒體；
- 設計；
- 建築；
- 廣告；及
- 娛樂服務

本研究所指的「娛樂產業」是指「電影及錄像和音樂」及「電視及電台」兩個界別。

在對象方面，本研究以 15 至 65 歲香港居民為對象。

---

<sup>1</sup> 香港統計月刊，2020 年 6 月，專題文章，香港的文化及創意產業。網址：  
[https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat\\_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XX\\_XXB0100.pdf](https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XX_XXB0100.pdf)

<sup>2</sup> 涵蓋了有關價值鏈內各類活動，包括電影製作；影片編輯、處理、特別效果和動畫製作；影片轉錄和分銷；戲院營運；錄像影碟的生產和轉錄；錄像的批發零售；錄像影碟租賃等。

<sup>3</sup> 包括電視及電台節目廣播。廣播可應用多種科技，例如經無線廣播、衛星、有線網絡或互聯網進行。

## 2.3 研究問題

是項研究的重點問題是「如何使香港的歌、影、視、網得以持續發展」，並從下列三個方向作出探討：

- (1) 了解現時市民對本地娛樂產業的觀感
- (2) 檢視本港娛樂產業面對的發展挑戰
- (3) 就促進青年參與娛樂產業，延續產業長遠發展提出相關建議

## 2.4 研究方法

是項報告就上述三個研究方向進行資料蒐集，作出綜合探討。蒐集資料主要透過四方面：文獻參考、實地意見調查、個案訪問，以及相關產業持分者及學者訪問。文獻參考的目的，是了解文化認同的基本概念，以及比較香港與不同地區的的文化及創意產業政策。實地意見調查和個案訪問，是比較不同年齡、教育程度和收入的受訪者，了解 15 至 65 歲香港居民對本地娛樂產業的取態及相關政策的看法。而業界人士和學者訪問，則主要探討香港娛樂產業的困境以及發展潛力，從而對有意入行青年及政府文化政策提出建議。

## 2.5 實地意見調查

調查委託社會政策研究有限公司，採用實地訪問形式，於 2021 年 8 月 25 日至 9 月 4 日進行。受訪對象為 15 至 65 歲香港居民。

進行訪問的地點，是從全港合共逾 150 個港鐵站和主要巴士總站等，透過隨機抽樣，選出當中 10 個地點，於上述期間派出已接受專業訓練的訪問員，前往指定地點並邀請合適受訪者進行面對面訪問。訪問員使用平板電腦或手機讀出問卷問題，再使用平板電腦或手機輸入答案至電腦輔助面訪調查系統（Computer Assisted Personal Interviewing），即時收集受訪者的意見。調查共訪問 816 名 15 至 65 歲操廣東話的香港居民。

有關問卷調查的受訪者基本資料，可參看表 2.1。樣本標準誤低於  $\pm 1.75\%$ 。問卷內容共 35 題（詳見附錄一），主要包括五個範疇：（1）對廣東歌的看法；（2）對香港電視的看法；（3）對香港電影的看法；（4）對香港網上創作的看法；及（5）對本地娛樂產業的整體看法。

表 2.1：樣本按性別、年齡、教育程度、行業及（個人）每月就業收入分布

	人數	百分比
<b>性別</b>		
男	381	46.7%
女	435	53.3%
<b>合計</b>	<b>816</b>	<b>100.0%</b>
<b>年齡（歲）</b>		
15-24	107	13.1%
25-34	151	18.5%
35-44	168	20.6%
45-54	178	21.8%
55-65	212	26.0%
<b>合計</b>	<b>816</b>	<b>100.0%</b>
<b>教育程度</b>		
小學或以下	58	7.1%
初中（中一至中三）	148	18.1%
高中（中四至中七，包括毅進）	341	41.8%
專上非學位／副學士	115	14.1%
大學學位或以上	150	18.4%
不知／難講	4	0.5%
<b>合計</b>	<b>816</b>	<b>100.0%</b>
<b>行業</b>		
製造業	29	3.6%
建造業	48	5.9%
進出口貿易、批發及零售業	118	14.5%
運輸、倉庫、郵政及速遞服務業	63	7.7%
住宿及膳食服務業	75	9.2%
資訊及通訊業（包括電台及電視廣播）	34	4.2%
金融及保險業	75	9.2%
地產業、專業及商用服務業（包括廣告及市場研究）	50	6.1%
公共行政、教育、人類醫療保健及社工活動	52	6.4%
雜項社會及個人服務（包括創作及表演藝術活動、文化活動）	32	3.9%
學生	71	8.7%
家庭照顧者	92	11.3%
退休人士	43	5.3%
待業、失業	34	4.2%
<b>合計</b>	<b>816</b>	<b>100.0%</b>
<b>每月就業收入（個人）（港元）</b>		
沒有收入（\$0）	202	24.8%
\$1-\$9,999	33	4.0%
\$10,000-\$14,999	82	10.0%
\$15,000-\$19,999	196	24.0%
\$20,000-\$29,999	199	24.4%
\$30,000-\$39,999	73	8.9%
\$40,000-\$49,999	21	2.6%
\$50,000 或以上	6	0.7%
不知／難講	4	0.5%
<b>合計</b>	<b>816</b>	<b>100.0%</b>

## 2.6 個案訪問

2021年7月8日至7月22日期間，本研究透過邀請，共成功訪問了19名年齡介乎13至50歲的香港居民，他們都關注香港娛樂界，當中更有粉絲會的成員。訪問內容環繞對廣東歌、香港電影、香港電視節目或香港網上創作的看法。

表 2.2：受訪個案的基本資料

編號	性別	年齡	教育程度	行業	收入(港元)	粉絲會
1	女	27	高中	雜項社會及個人服務	\$1-\$9,999	否
2	女	30	專上非學位	地產業、專業及商用服務業(美術創作)	\$40,000-\$49,999	否
3	男	50	專上非學位	運輸、倉庫、郵政及速遞服務業	\$15,000-\$19,999	否
4	女	40-45	高中	資訊及通訊業	\$20,000-\$29,999	是
5	女	40-45	高中	進出口貿易、批發及零售業	\$1-\$9,999	是
6	女	19	專上非學位	學生	\$0	是
7	男	25	碩士學位	公共行政、教育、人類醫療保健及社工活動	\$20,000-\$29,999	否
8	男	30-40	大學學位	地產業、專業及商用服務業(廣告)	\$1-\$9,999	否
9	女	38	碩士學位	地產業、專業及商用服務業(數位行銷)	\$40,000-\$49,999	是
10	女	42	高中	進出口貿易、批發及零售業	\$30,000-\$39,999	是
11	女	40-50	碩士學位	地產業、專業及商用服務業(市場營銷)	\$40,000-\$49,999	是
12	男	25	大學學位	公共行政、教育、人類醫療保健及社工活動(藝術行政)	\$15,000-\$19,999	否
13	女	32	大學學位	金融及保險業	\$50,000 或以上	否
14	女	13	初中	學生	\$0	是
15	女	30	高中	進出口貿易、批發及零售業	\$15,000-\$19,999	是
16	女	23	大學學位	學生	\$10,000-\$14,999	是
17	女	50	大學學位	待業、失業，及其他非在職者	\$0	是
18	女	23	碩士學位	學生	\$0	是
19	女	35	大學學位	資訊及通訊業(電視台 PA)	\$15,000-\$19,999	是

## 2.7 專家及學者訪問

2021年7月7日至8月6日期間，本研究透過邀請，共成功訪問了11位熟悉是項研究議題的學者和相關業界人士。該11名受訪人士分別為包括網絡藝人 Ah Gi、香港電影工作者總會會長田啟文先生、天盟娛樂執行董事朱浩棠先生、演員岑珈其先生、香港浸會大學文學院人文及創作系教授周耀輝博士、French Rotational 創意總監張晨先生、香港演藝學院高級講師（電影歷史及理論研究）馮家明先生、香港中文大學亞太研究所所長馮應謙教授、資深配音員黃鳳英女士、網絡作家藍橘子，以及小型唱片公司總經理 A。訪問內容環繞他們對香港娛樂產業的困境和發展潛力的看法，以及對有意入行青年及政府文化政策的建議。

## 第三章 文化認同的基本概念及各地概況

本章首先簡述文化認同的基本概念，然後總結香港娛樂產業的發展概況，並綜合不同地區的娛樂產業發政策，包括韓國及台灣，從而就促進本地娛樂產業發展，提出思考方向。

### 3.1 文化認同的基本概念

#### 3.1.1 大眾文化與港人身分認同

根據 Raymond Williams 對文化的定義，文化不僅是放入博物館的殿堂正典或存檔成案的「高等文化」( High Culture )，它更是日常的「生活方式」<sup>1</sup>。法蘭克福學派的學者如 Theodor Adorno 亦認為，在現代資本主義下，媒介和消費活動一統稱「大眾文化」( Popular Culture )，製造了「象徵意義」，反映社會的主流意識和民眾複雜的心情<sup>2</sup>。吳俊雄為流行文化下的定義為：商業掛帥，務求賺錢，娛樂大眾<sup>3</sup>。

香港戰後高速的經濟發展，造就了媒介和消費活動的膨脹。這帶來了歌、影、視界各種文化工業大量興起。港產媒介製品更廣泛滲透全球華人社區，變成香港最重要的文化品牌。本地學者指出，香港這種「演藝事業變成文化品牌」和「消費活動帶動群體身分」的現象，是源於香港的殖民城市經驗，令民眾心情無處安放，因此對大眾文化有異常的寄托<sup>4</sup>。於是媒介帶給人個人歡樂、時尚和品味的展示，甚至進一步建構了香港人的集體身分。

60 年代開始，土生土長的一輩有着類同的地道成長經歷、本土的憂患情懷，變成了這一代人的集體想像，開始在醞釀一種集體認同，建立身分；當中，大眾媒體對建構港人身分起了決定性的聚焦作用，過程有三點：

- (1) 大眾媒體將一輩人的不同經歷「再呈現」( re-present )，令眾人有一種知道對方跟自己共存 ( co-present ) 的感覺；

<sup>1</sup> Williams, R. (1980). *Culture*. Glasgow: Fontana, 1981. *Marxism and Literature*.

<sup>2</sup> Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2020). 3. The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception (pp. 80-96). Columbia University Press.

<sup>3</sup> 評台。2015 年 11 月 11 日。再思本土：香港流行文化的未來。網址：<https://www.pentoy.hk/再思本土：香港流行文化的未來/>

<sup>4</sup> 吳俊雄，馬傑偉，呂大樂(2006)。港式文化研究。香港·文化·研究。頁 9-11。香港：香港大學出版社。

- (2) 大眾媒體從紛亂的現實當中，突顯了(articulate)一個簡化、易入口的「香港成功故事」(個人奮鬥加機緣際遇等如香港奇蹟)；
- (3) 大眾媒體突出一種自保(又同時帶點自大)的意識，強調「我們」對抗「他們」的境況，將「香港」的美好跟「其他人」的敗壞對立，繼而鞏固「自己人」的集體身分。

本地學者指出，60至80年代的本土大眾文化如流行曲、電視、電影等都有助打造香港文化身分。好像無線電視的《歡樂今宵》，成為香港人每天下班後的飯後娛樂<sup>5</sup>。另外，70年代開始興起粵語流行曲，歌詞上撇棄舊時的粵劇影子，創作者是在香港長大及接受教育的一群，且歌手人才輩出，有梅艷芳、張國榮等，當時香港流行音樂空前蓬勃，影響力更遍及兩岸三地<sup>6</sup>。這些大眾文化呈現了當時香港平民百姓的日常，成為普羅大眾的工餘娛樂，更在當時的英國殖民統治下，塑造了香港的文化身分和意識。

### 3.1.2 娛樂產業的文化特性

根據 David Hesmondhalgh，文化產業有以下的特性：一、是高風險投資(Risky business)；二、製作成本高，低複製費用(High production costs and low reproduction costs)，這也是翻版之所以能盛行的原因之一；三、是半公共產物並需要限制供應(Semi-public goods, the need to create scarcity)<sup>7</sup>。要把一個地區的文化產業辦得成功，有三項元素絕對不容忽視：身分(Identity)、社群(Community)與記憶(Memory)<sup>8</sup>。

「身分」(Identity)為一個所屬地的自家文化定義角色，例如港式飲茶文化代表了「香港人」的身分和居住的社區環境。至於社群(Community)，則可被視作為一個地區民眾身分的延伸。社群代表一群擁有相同文化背景的人，雖然可能擁有不同想法與理念，但由於屬於同一個社群而組織起來，成為維護本土文化的重要力量。第三個是回憶(Memory)，對於一處地方的文化傳承非常重要，使文化的深層脈絡與文化的底蘊自行組織及更新，是延續一處地方文化的力量。

---

<sup>5</sup> 馬傑偉(1996)。《電視與文化認同》。香港：突破出版社。

<sup>6</sup> 黃霑(1995)。《流行曲與香港文化》。香港文化與社會。頁160-168。香港：香港大學出版社。

<sup>7</sup> Hesmondhalgh, D. (2007). *The cultural industries*.

<sup>8</sup> YUEN, S. L. (2012). 反思香港創意文化產業發展概況. *Cultural Studies@Lingnan 文化研究@嶺南*, 27(1), 5.

一個地區的文化產業辦得成功，不但有助建構本地身分認同，更能影響其他地區的文化。當年，本港文化符號的影響力遍及東南亞、韓日以至歐美各國，甚至在其他地方的文化創作中留下足跡。例如 1995 年上映的日本動畫電影《攻殼機動隊》（改編自 1989 年的漫畫作品）便直接利用香港實境作為未來城市藍本，以宣示香港這種中西文化交融地衍生的另類「後現代」社會的感覺。外國人對香港文化的認識，大部分均在閱讀這種文化符號的情況下誕生，同時不知不覺的情況下感染他國及被他國認同。一些傑出的文化符號，甚至幾乎被外國人當成了解本港文化的唯一途徑。

## **3.2 香港娛樂產業概況**

### **3.2.1 六十至九十年代**

#### **（一） 電視**

電視主要擔當資訊傳遞、教育及娛樂的功能。香港的電視節目主要是劇集、卡通片、綜合節目和體育節目等，娛樂佔了很重的比例。

1967 年電視廣播有限公司啟播，開啟了無綫電視的先河，免費的電視節目使電視成為香港的大眾娛樂。由於電視深受歡迎，政府亦在部分公園和公共屋邨內設立公共電視，供市民收看。隨著市民生活水平提高，香港擁有電視的家庭比例由 1967 年的 12% 增加至 1976 年的 90%。

1970 年代中，電視機由從前的奢侈品變成家庭必需品，很多生活習慣和娛樂模式亦由此改變。1970 年代開始，電視台安排電視劇在晚上的黃金時段播出，正值多數人的晚膳時間，形成了一家人一邊吃飯，一邊收看電視的習慣，工人亦可在下班後返家收看電視。由於當時經濟起飛，強調個人奮鬥成功的劇集大受歡迎。有些電視劇長達一百多集，製造熱潮，造成普羅大眾「追看」電視劇的現象。大型綜合節目更雲集藝員、影星、紅伶和名人於一台，成為籌款的大好機會。

同時，電視台經常播放卡通片及特攝片，吸引兒童觀看，成為他們長大後的集體回憶。至於電視台轉播或直播體育節目，拉近了世界之間的距離。觀眾足不出戶，也可安坐家中觀看比賽。

電視節目吸引企業以廣告在電視推銷產品和服務，催生了各種熱潮，電視刊物及與電視有關的用品亦應運而生。

1991 年，香港市民可收看衛星電視；1993 年，香港有線電視有限公司啟播，用戶透過解碼器，便可享用香港和外國多個電視頻道。收費電視的出現，為用戶提供不同口味的選擇。

## （二） 電影

1960 年代，在新舊文化的交互影響下，電影除了傳統的題材外，也有新的題材，包括時代片、武俠片、愛情片、間諜片，受年輕一代的支持。加上 1960 年代正值香港工業發展，工廠制度分為三班制，使戲院各場皆有入場觀眾。新的工人階層，尤其是工廠女工的出現，成為戲院觀眾的新力軍。由於擁有大量觀眾，當時設有前座、後座和超等的大戲院經常滿座。

1970 年代，李小龍的武打片及許氏兄弟主演的電影，極受大眾歡迎。不過，面對免費電視的激烈競爭，戲院入場人次由 1966 年最高峰的 9,000 萬，下降到 1975 年的 5,300 萬。受 60 年代法國藝術電影的影響，一班熱愛文藝的青年人創作了他們各自出色的新浪潮電影。

其後，不同類型的「港產片」和西片成為市場的主流和大眾喜好的片種。當年，香港電影的寬鬆制度讓創作人有天馬行空發揮的機會，造就了各種類型的電影百花齊放，例如奇幻武俠的《蜀山》、搞笑的鬼片《開心鬼撞鬼》、虐待的三級片《山狗》、文藝極致的《似水流年》、前衛創新的《最後勝利》<sup>9</sup>。隨著市場和顧客口味的變化，1980 年代中陸續有迷你戲院出現，戲院內設有多間放映室，座位數目則較少，例如 1985 年設立的灣仔新華戲院、1988 年設立的影藝戲院，主要播放藝術電影。

1980 年代中，家庭式錄影機開始普及，影視舖的開設如雨後春筍，普羅大眾可以自行購買影帶或影碟，在家中觀看電影。影帶影碟的出現，也無形中令香港電影於東南亞等鄰近地區更為普及。荷里活電影人昆頓·泰塔倫天奴（Quentin Tarantino）憶述年少時（80 年代）在錄影帶店工作，專門愛看香港來的非主流電影（Cult film），例如林嶺東導演於 1987 至 88 年拍攝的風雲系列：《龍虎風雲》、《監獄風雲》、《學校風雲》，並深受其啟發，才培育出今天他所拍的電影風格，正如其成名作《落水狗》（Reservoir Dogs）正是《龍虎風雲》的變奏。

---

<sup>9</sup> 信報。2019 年 3 月 7 日。【Aperture 優雅靈犀】八十年代港產片塑造了我們的審美。網址：<https://lj.hkej.com/lj2017/artculture/article/id/2073498/>【Aperture 優雅靈犀】八十年代港產片塑造了我們的審美

80年代港產電影的蓬勃，造就了一部分跳出亞洲版圖的演員，甚至攻入西方的荷里活市場，例如周潤發或一些武打動作演員如李小龍、成龍、李連杰等<sup>10</sup>。由於部分演員擁有武打的特殊技能而得製作組的青睞，有的是已建立自己的班底，漸漸把亞洲人的面孔推薦給西方市場，有的是本身於亞洲市場已佔有特高地位的演員，令西方的投資者為保障海外票房而向他們招手。種種原因令香港電影行業處於不得以求變化的狀況，不論是演員或電影作品也同時擴展亞洲版圖，讓全球觀眾關注。

1997年是香港電影一個歷史性的轉折。對固有身分的不捨與對新政的未知造成某種無可言狀的憂慮與害怕。這對習慣於有選擇，又可左右逢源的娛樂產業來說，形成了當時的危機。從表 3.1 的數字來看，香港本土電影產量從 1988 年的 117 部下降到 1997 年的 88 部；相較香港電影產量的最高峰，即 1993 年的 234 部，97 年的香港電影產量減少超過一半。從票房來看，香港本土電影票房亦從 1988 年的 10 億港幣下跌至 5 億 4 千萬港幣。

回顧過去 30 年，從 1970 年代開始，香港電影大概可理解為三個階段<sup>11</sup>：

- (1) 調整期：經過 50-60 年代的粵片高峰期，60 年代中期開始放緩，一直至 70 年代中期；
- (2) 發展期：70 年代中後期開始，港產片再度活躍，在整個 80 年代急速發展，票房紀錄高企，一直至 90 年代初期；
- (3) 衰退期：香港電影票房及入場人數於 90 年代中開始顯著下降，其下降趨勢迄今仍未見底。

---

<sup>10</sup> 陳煥霏。香港電影業的沒落與現況。文化研究@嶺南。網址：  
[https://www.ln.edu.hk/mcsln/archive/56th\\_issue/feature\\_02.shtml](https://www.ln.edu.hk/mcsln/archive/56th_issue/feature_02.shtml)

<sup>11</sup> 蔡仲樑。香港電影。文化研究@嶺南。網址：  
[https://www.ln.edu.hk/mcsln/archive/29th\\_issue/key\\_concept\\_01.shtml](https://www.ln.edu.hk/mcsln/archive/29th_issue/key_concept_01.shtml)

表 3.1：香港本土電影（包括粵語及國語片）票房紀錄（1970-1999）<sup>12</sup>

年份	總票房	影片總數	觀眾人次
1970	29,305,807	--	--
1971	42,240,666	86	14,821,286
1972	65,057,742	89	20,204,266
1973	70,458,390	101	16,896,496
1974	67,493,230	98	14,998,497
1975	59,064,554	99	12,479,659
1976	76,610,248	98	15,861,335
1977	84,613,204	94	15,874,898
1978	115,828,389	114	19,905,357
1979	132,828,389	125	19,171,602
1980	184,303,468	143	22,558,564
1981	241,911,574	120	23,039,198
1982	404,116,470	107	32,775,058
1983	411,229,507	112	30,082,627
1984	560,817,765	103	34,682,608
1985	608,754,954	97	35,127,233
1986	640,352,200	87	32,372,721
1987	777,252,569	75	38,862,628
1988	1,024,767,649	117	45,044,732
1989	878,568,564	119	35,612,832
1990	936,274,104	121	35,670,848
1991	1,038,493,508	126	35,001,449
1992	1,240,173,432	210	37,581,013
1993	1,146,149,208	234	32,285,893
1994	973,496,699	187	23,457,752
1995	785,270,344	153	17,450,452
1996	686,363,824	116	13,837,980
1997	545,875,933	88	15,121,217
1998	423,907,097	89	--
1999	345,711,713	136	--

### （三） 流行音樂

1959 年，香港商業廣播有限公司啟播，此時適逢「原子粒收音機」在市面普及，接收節目不用「地線」，而且價錢較為便宜和方便，大眾可在家中和工廠中使用，為工作沉悶的工人提供娛樂。1965 年政府取消收音機牌照制度，使收音機更為普及；到了 1960 年代末，幾乎每個家庭都擁有一部收音機了。直至 1969 年，香港電台依然粵語、國語、潮語、英語四語兼播。

到 1974 年，粵語抬頭成為霸主，電視劇《啼笑姻緣》，首次以廣東話作主題曲，過去多是國語。此前許冠傑已推出多張大碟，都是英文，但當年，他推出第一張粵語大碟《鬼馬雙星》。

<sup>12</sup> 鍾寶賢(2011)。《香港電影業百年》。香港：三聯。頁 376。

1980 年代初，「隨身聽」引入香港。這種耳筒式收音機方便攜帶，可在車船上收聽，又可聽錄音帶，使欣賞電台節目和音樂更為個人化，以及不受空間限制。例如梅艷芳 1982 年參加 TVB 新秀大賽出道。1980 年代末，Karaoke 由日本引進香港，迅速普及，大眾可在 Karaoke 酒廊和家中唱個痛快。跟聽歌不同，歌唱者不是收聽和欣賞，而是自我表演。

1980 年代中，家庭電腦開始在香港普及，可作文書處理、計算、繪圖及遊戲等。1990 年代末，互聯網日漸普及，改變了大眾的生活模式和娛樂方式。在網絡世界中，大眾可下載各類遊戲、鈴聲和檔案等。用戶又可建立多媒體設備，下載歌曲和電影，觀看電視和收聽電台節目，集多媒體於一機。這些從科技衍生出來的娛樂，日新月異，很受大眾歡迎，形成 Karaoke 文化及網絡文化，也大大促進了個人化和虛擬化的娛樂方式。

### 3.2.2 二千年代

表 3.2 顯示，在 2008 年至 2018 年期間，文化及創意產業的增加價值的平均每年升幅為 6.4%<sup>13</sup>，相對香港名義本地生產總值在同期 5.2% 的平均每年升幅較快。在 2018 年，文化及創意產業的增加價值為 1,178 億元，對香港本地生產總值的貢獻為 4.4%。然而，與 2014 年的 5.0% 相比之下，文化及創意產業的增加價值相對於本地生產總值的百分比，近年呈下降趨勢。

表 3.2：文化及創意產業的增加價值（百萬港元）

	2008	2014	2015	2016	2017	2018
藝術品、古董及 工藝品	5,470	12,199	10,157	8,020	8,871	9,526
文化教育及圖書館、 檔案保存和博物館服務	984	1,465	1,289	1,414	1,479	1,580
表演藝術	706	954	1,196	1,263	1,382	1,415
電影及錄像和音樂	3,122	3,106	3,469	3,713	3,930	3,348
電視及電台	4,614	6,431	7,174	6,501	6,396	6,560
出版	15,716	13,894	12,602	12,474	12,929	13,412
軟件、電腦遊戲和 互動媒體	18,204	44,387	46,141	48,343	49,850	53,079
設計	2,683	4,080	4,146	4,247	4,306	4,523
建築	4,941	11,058	10,724	11,783	10,799	11,675
廣告	6,075	9,254	9,182	9,187	9,138	9,777
娛樂服務	759	2,852	2,840	2,662	2,686	2,874
<b>文化及創意產業</b>	<b>63,275</b>	<b>109,680</b>	<b>108,920</b>	<b>109,607</b>	<b>111,766</b>	<b>117,769</b>
佔本地生產總值百分比	3.9%	5.0%	4.7%	4.5%	4.4%	4.4%

<sup>13</sup> 香港統計月刊，2020 年 6 月，專題文章，香港的文化及創意產業。網址：  
[https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat\\_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XX  
XXB0100.pdf](https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XX<br/>XXB0100.pdf)

至於對就業的貢獻方面，表 3.3 顯示，在 2008 年至 2018 年期間，文化及創意產業就業人數由 2008 年的 191260 人增加至 2018 年的 217280 人，平均每年升幅為 1.3%，相比香港總就業人數在同期 1.0% 的平均每年升幅略快。2018 年，文化及創意產業的就業人數為 217 280 人，佔香港總就業人數的 5.6%。

表 3.3：文化及創意產業的就業人數

	人數（四捨五入至最接近的十位數）					
	2008	2014	2015	2016	2017	2018
藝術品、古董及工藝品	17,620	19,240	18,810	18,120	17,660	17,740
文化教育及圖書館、 檔案保存和博物館服務	7,310	10,430	10,800	11,870	12,270	12,270
表演藝術	2,910	4,800	5,110	5,390	5,380	5,440
電影及錄像和音樂	15,180	14,960	15,050	14,840	14,970	15,200
電視及電台	6,960	6,740	6,960	6,860	6,430	6,230
出版	46,950	42,660	40,810	39,090	37,730	36,830
軟件、電腦遊戲和 互動媒體	43,850	55,520	56,730	57,550	59,240	61,220
設計	11,100	15,820	16,220	16,350	16,700	17,590
建築	12,890	15,640	15,830	15,940	16,130	16,130
廣告	18,450	18,650	18,740	18,480	18,550	19,370
娛樂服務	8,040	8,600	8,810	8,320	8,330	9,260
<b>文化及創意產業</b>	<b>191,260</b>	<b>213,060</b>	<b>213,880</b>	<b>212,820</b>	<b>213,400</b>	<b>217,280</b>
佔總就業人數百分比	5.4%	5.7%	5.7%	5.6%	5.6%	5.6%

## （一） 電影

### 2000-2009

踏入 2000 年，年輕的觀眾群追求感觀刺激，製作組在有關超現實題材如奇幻片、科幻片、英雄片、警匪片、驚悚片等無不帶入 Computer Art 的元素，包括有動畫( Animation )、電腦特技／視覺效果( Visual Effects )，甚至適應數碼化的大環境電腦特技應用於一般後期加工。為了應付市場需求，香港電影的製作或多或少也會加入一些電腦特技，可是本地現有技術與人才團體的力量並未及國際市場質素<sup>14</sup>。即使是可製作出國際級的動畫電腦特技的班底，最後都未能於本港生存，就如製作忍者龜（Teenage Mutant Ninja Turtles）及小飛俠阿童木（Astro Boy）等動畫的意馬國際控股有限公司（Imagi International Holdings Limited）都已清盤。

<sup>14</sup> 陳煥霖。香港電影業的沒落與現況。文化研究@嶺南。網址：  
[https://www.ln.edu.hk/mcsIn/archive/56th\\_issue/feature\\_02.shtml](https://www.ln.edu.hk/mcsIn/archive/56th_issue/feature_02.shtml)

從表 3.4 的票房來看，07 年的香港影業也跌到谷底，年產量跌至 48 部，堪稱戰後最低；本地票房亦下跌至只有 1 億 8 千 9 百萬港幣的收入。此外，港產片在香港本地華語片市場份額從 2000 年的 95% 降至 66%。

表 3.4：華語片、港產片票房一覽（2000-2007）<sup>15</sup>

年份	上映影片 數目	華語片票房 (HK\$)	港產片票房 (含合拍片) (HK\$)	%	港產片票房 (不含合拍片) (HK\$)	%
2000	139	\$386,730,153	\$368,132,782	95%	/	/
2001	120	\$441,667,378	\$438,974,815	99%	/	/
2002	87	\$383,200,663	\$344,817,141	90%	\$333,649,963	87%
2003	75	\$423,255,125	\$419,223,777	99%	\$388,998,116	92%
2004	60	\$432,391,867	\$411,774,296	97%	\$362,292,300	84%
2005	48	\$299,115,726	\$290,745,922	97%	\$249,009,135	83%
2006	47	\$290,846,791	\$229,800,006	79%	\$176,155,000	61%
2007	48	\$286,873,132	\$213,052,277	74%	\$189,825,090	66%

根據戴樂為與葉月瑜對港產片的分析，以杜琪峰和韋家輝為首的銀河影像（2000 至 2003 年每年都有兩部片進入票房前十名）、周星馳的星輝海外（《少林足球》的六千萬票房）、劉德華的明星與製片號召、劉偉強先後和嘉禾與寰亞的合作（《中華英雄》和《無間道 I》、《無間道 III》）、陳可辛的 Applause Pictures 等，都試圖加大預算，以通俗文化材料、數碼圖像和新穎的情節來製作新產品，刺激市場的胃口<sup>16</sup>。從 2000 至 2003 年之間，在不粗製濫造，不一窩蜂的情況下，港片有了新的 21 世紀面貌。雖然年產量不過百，但就香港本地市場的收入總額來看，港片仍保持著 40% 至 47% 份額，與好萊塢不相上下。就這點，和同期（2000-2003）的日本、南韓、台灣、還有內地相比，港片的在地表現，相當優異。但即便如此，整體票房還是偏低，每年名列前茅的影片，總票房收入也難突破港幣五千萬。

海外製片公司除了購入香港電影發行權外，也收購香港電影的版權重新拍攝。例子包括 2008 年荷李活電影《異度見鬼》（The Eye），該片是根據 2002 年彭氏兄弟執導的香港電影《見鬼》重拍。此外，馬田史高西斯 (Martin Scorsese) 執導的奧斯卡最佳電影獎得主《無間道風雲》（The Departed）於 2006 年上映，改編自香港電影《無間道》。

<sup>15</sup> 《電影雙周刊》(1996-2006)；hkfilmart.com 網站（“每週票房”）；電影影業協會 2007-2008 票房報告（香港電影資料館藏）。

<sup>16</sup> Davis, D., & Yeh, E. Y. Y. (2019). East Asian screen industries. Bloomsbury Publishing.

香港電影人才和專業人士已於東西方電影市場闖出名堂。例如，袁和平有份參與《廿二世紀殺人網絡》（*The Matrix*）的攝製工作，在遠至荷李活也能打響名堂，成為最知名的電影武術指導之一。此外，周潤發、元奎、甄子丹、成龍、吳宇森、杜琪峯、楊紫瓊、于仁泰、洪金寶、徐克、王家衛及葉偉信等，都是揚名東西方影壇的香港影藝人士。

## 2010-2020

香港的電影院數目自 2013 年開始回升，由 2013 年底的 45 家增加至 2019 年底的 61 家。不過，在新冠肺炎疫情帶來的衝擊下，截至 2020 年 9 月 29 日，香港的電影院數目微跌至 60 家<sup>17</sup>。在香港，電影主要透過聯藝（United Artists）、百老匯院線、英皇戲院、嘉禾院線、新寶院線、洲立影藝、AMC 及 Cinema City 院線發行。電影的其他發行渠道包括藍光影碟、DVD 碟與 VCD 碟銷售，以及由本地免費電視台、收費電視台、收費衛星電視服務，以及網飛、亞馬遜（Amazon）、iTunes 和 Google Play 等串流視頻點播平台播放。

2019 年，本港發行了 46 部電影，其中《廉政風雲煙幕》、《掃毒 2 天地對決》、《葉問 4：完結篇》、《新喜劇之王》及《淪落人》為票房收入最高的本土作品。2018 年，本港的影音製作相關服務出口總值約 5.70 億港元；電影及錄像和音樂界別的增加價值為 33 億元，佔文化及創意產業總增加價值的 2.8%。這界別的就業人數為 15,200 人，佔文化及創意產業總就業人數的 7.0%。

市場方面，香港電影業主要依賴海外收益，其中以亞洲為最大的出口市場。儘管中國內地已跟不同國家簽訂協議，進一步放寬合拍電影限制，但香港與內地合拍作品仍佔多數。2019 年，國家廣播電視總局共批准 87 項合拍電影申請，當中 64 項為香港與內地電影公司的合拍作品。同年，內地年度十大最高票房收入電影中，香港與內地合拍作品佔了 4 部，包括《我和我的祖國》、《中國機長》、《烈火英雄》及《少年的你》。

合拍電影也造就不少獲高度評價的優秀作品。例如，由葉偉信執導、黃百鳴監製的香港與內地合拍動作巨片《葉問 4：完結篇》於 2019 年上映，成為內地歷來票房收入最高的功夫電影、馬來西亞歷來票房收入最高的華語電影，以及北美洲過去 5 年票房收入第三高的華語電影。

---

<sup>17</sup> 文美琪(2020)。香港影視及娛樂業概況。經貿研究。網址：  
<https://research.hktdc.com/tc/article/MzExMjc4NDIz>

近年，港產片也同樣得到國際認同。2020年，由林嶺東、袁和平、徐克、譚家明、許鞍華、洪金寶及杜琪峯等7位香港著名導演攜手執導的選集電影《七人樂隊》入圍2020年康城電影節放映片目，並獲選為2020年10月第25屆釜山國際電影節的開幕電影。

香港電影業人才輩出。例如，導演黃進憑著首次執導的《一念無明》，奪得第53屆金馬獎最佳新導演獎。由新晉導演許學文、歐文傑與黃偉傑執導、杜琪峯監製的《樹大招風》，則奪得最佳原著劇本獎（編劇為龍文康、伍奇偉及麥天樞）及最佳剪輯獎（梁展綸及David Richardson）。另外，導演黃綺琳也憑著首部作品《金都》，獲提名角逐第56屆金馬獎及第14屆亞洲電影大獎的最佳新導演獎。

海外製片公司除了購入香港電影發行權外，也收購香港電影的版權重新拍攝。舉例來說，最近，韓國電影《毒戰》（Believer）及《英雄本色：無敵者》（Mujeogja）於2018年上映，分別是杜琪峯於2013年執導的同名警匪片以及香港經典黑幫電影《英雄本色》的重拍版本。2015年，華納兄弟娛樂公司與華人文化產業投資基金斥資10億美元，成立一家總部設於香港的合資企業，以便開發和製作電影在全球發行。

大型電影公司一般都有自己的發行部，但小型獨立製片商則通常依靠發行公司在海外市場銷售影片。國際發行的主要渠道是在洛杉磯、康城及柏林舉行的三大影展，這些影展匯聚不少製片商、發行商及買家，洽談影片發行事宜。2019年，香港貿發局在康城電影交易市場（Marché du Film）設立香港館，展示香港最新電影作品。

自1997年起，香港每年均舉行影視展，推廣香港作為區內國際電影發行中心的地位。香港國際影視展是亞洲最大的影視娛樂盛事，期間舉行一連串活動，包括新片發布會、交流活動及專業研討會等，是發掘亞洲合拍電影機會的重要平台。受新冠肺炎疫情影響，香港國際影視展於2020年8月移師網上舉行，為期4天，吸引近7,000名來自73個國家及地區的國際買家參與，推廣的影視作品約2,100部。2019年，康城電影節選址香港為首個主辦康城電影周（Festival de Cannes Film Week）的亞洲城市，藉此加深與本地電影製作人的交流，並接觸更廣大的觀眾群。

香港是個深受外國製片商歡迎的商業電影、電視節目及廣告拍攝地點，不但吸引荷李活的製作團隊，亞洲各地的業者也前來取景。例如，2020年上映的韓國電影《屍殺半島》（Peninsula），便加入了舊式唐樓、

霓虹招牌街道、大排檔及維多利亞港等香港場景。此外，很多外國電視節目同樣曾到香港拍攝，例如美國的《金牌馴狗師大駕到》（*Cesar to the Rescue*）以及新加坡的《亞洲達人秀》（*Asia's Got Talent*）等。

## （二） 電視

香港電視公司的收益大部分來自海外市場，觀眾對象主要是華語人口。此外，一些節目也會配上其他語言，以滿足非華語觀眾的需求。香港的電視廣播機構銷售其製作時，所採取的方式包括：出售節目播映權、租售節目影帶影碟和透過收費電視等渠道播放。其中，衛星廣播及外地落地權仍是最重要的收入來源，而在網飛等串流視頻點播平台播放節目，前景也越來越可觀。

目前，香港有 3 家本地免費電視節目服務持牌機構，即奇妙電視、香港電視娛樂有限公司及電視廣播有限公司，使用頻譜及/或固定網絡來傳送免費電視服務。

現時，香港的本地收費電視服務由香港有線電視及電訊盈科媒體有限公司提供。香港於 1993 年首次推出收費電視服務時僅有 8 條頻道，及至 2020 年 6 月 1 日已增至 362 條。

近期，流動觀賞平台在香港興起，成為電視節目的重要播映渠道。現時，電視廣播有限公司的最新電視節目，大部分均可透過其流動應用平台 myTV Super 播放。截至 2020 年 3 月，myTV Super 訂戶數目為 830 萬，是香港最大的網絡電視（OTT）平台。

其他電視台包括由香港電視娛樂營運的 ViuTV，已於 2016 年 4 月啟播，不但提供免費廣播，也透過流動設備提供媒體點播串流服務。2016 年 1 月，國際串流巨企網飛在香港推出 OTT 服務。亞洲電視數碼媒體有限公司（ATV）於 2016 年 4 月停播，但於 2018 年 1 月推出流動應用程式，通過 OTT 服務播放節目。

香港將於 2020 年 12 月 1 日起實施全面數碼電視廣播。香港自 2007 年開始數碼電視廣播服務後，已逐步把數碼地面電視服務（DTT）拓展至覆蓋 99% 住戶。截至 2020 年 7 月，本港近 95% 住戶已收看數碼電視。

此外，香港的電視廣播公司已取得落地權，可向中國內地數以百萬計的家庭播放電視節目，而在 CEPA 下，內地與香港聯合製作的電視節目獲得更大的市場准入。

在 2018 年，電視及電台界別的增加價值為 66 億元，佔文化及創意產業總增加價值的 5.6%。這界別的就業人數為 6,230 人，佔文化及創意產業總就業人數的 2.9%。

### 3.3 香港文化及創意產業政策

文化及創意產業涵蓋一組知識型活動，通過創意及以智力資本為基本投入要素，而生產具文化、藝術和創意內容的貨品和服務<sup>18</sup>。

2003 年，特區政府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」。

2005 年，《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」。

2009 年，特區政府確認文化及創意產業為香港六項優勢產業之一，涵蓋以下 11 個組成界別：

- 藝術品、古董及工藝品；
- 文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務；
- 表演藝術；
- 電影及錄像和音樂<sup>19</sup>；
- 電視及電台<sup>20</sup>；
- 出版；
- 軟件、電腦遊戲及互動媒體；

---

<sup>18</sup> 香港統計月刊，2020 年 6 月，專題文章，香港的文化及創意產業。網址：  
[https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat\\_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XX-XXB0100.pdf](https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XX-XXB0100.pdf)

<sup>19</sup> 涵蓋了有關價值鏈內的各類活動，包括電影製作；影片編輯、處理、特別效果和動畫製作；影片轉錄和分銷；戲院營運；錄像影碟的生產和轉錄；錄像的批發零售；錄像影碟租賃等。

<sup>20</sup> 包括電視及電台節目廣播。廣播可應用多種科技，例如經無線廣播、衛星、有線網絡或互聯網進行。

- 設計；
- 建築；
- 廣告；及
- 娛樂服務

### 3.3.2 資源整合、商業支持及人才培育

#### (一) 香港電影發展局

2006 年 10 月，行政長官在施政報告中宣布由工商及科技局局長（2007 年 7 月 1 日起改稱為商務及經濟發展局局長）全面統籌與電影有關的政策、規劃和活動，包括人才培訓、在內地與海外進行推廣，以及支援攝製工作等。為了配合局長進行上述工作，並確保有關政策與電影業的持續發展一致，政府於 2007 年 4 月 15 日成立香港電影發展局<sup>21</sup>。該局的職責主要是就推廣和發展電影業的政策、策略和體制安排，以及運用公帑支援電影業等事宜，向局長提供意見，並督導「電影發展基金」的管理工作。

#### 「電影發展基金」

香港政府於 1999 年出資成立香港電影發展基金<sup>22</sup>，以協助香港電影業長遠發展。發展基金旨在為有利香港電影業發展的項目和活動在財政方面提供支持，包括：

- 為中低成本的電影製作提供部分融資；
- 加強在內地和海外推廣香港電影；
- 加強在電影製作和發行各方面培訓人才的措施；及
- 提高本地觀眾對香港電影的興趣和欣賞能力。

政府於 2007 年 7 月將 3 億元注入發展基金，並擴大其適用範疇，為中低成本的電影製作提供部分融資。政府於 2015 年 5 月再向發展基金注資 2 億港元，並在其下推出新計劃，資助小型電影的製作經費。電影製作資助計劃的試行期已於 2018 年 2 月 28 日結束。

<sup>21</sup> 香港電影發展局(2021)。「電影製作融資計劃」(放寬版)進一步延長申請期。。

<https://www.fdc.gov.hk/tc/home/index.htm>

<sup>22</sup> 香港電影發展局。電影發展基金。。<https://www.fdc.gov.hk/tc/services/services2.htm>

2016年6月，政府向發展基金額外注資2,000萬元，作為本地製作粵語電影在內地發行和宣傳費用的資助。

2019年5月，政府再向發展基金注資10億元，是該基金自1999年成立以來獲得的最大筆注資。同時，港府還實施5項全新或強化措施<sup>23</sup>，包括「薪火相傳計劃」、「劇本孵化計劃」，以及一些免費的短期進階培訓課程，藉此協助業界增值，應對新冠肺炎疫情帶來的嚴峻衝擊。

鑒於新冠肺炎疫情令電影行業的營運大受影響，香港政府推出一系列支援措施，包括透過「電影院資助計劃」<sup>24</sup>，向每家院線發放最多300萬港元資助，以及在電影發展基金預留約2.6億港元等，協助香港電影業渡過寒冬，重新起動。

過去多年，發展基金透過各項計劃資助了約60部電影製作，其中包括大獲好評的《歲月神偷》及《狂舞派》等，起用了約40名新進導演和19名新進監製，贏得超過110個本地和國際獎項。自2005年起，連同2019年的10億元注資，政府向基金共注資了15.4億元。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。

## （二） 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」），專責領導、支持和推動香港八大創意界別的發展，即廣告、建築、設計、數碼娛樂、電影、音樂、印刷及出版，以及電視。

「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。

---

<sup>23</sup> 香港電影發展局(2020)。政府推出措施起動香港電影。網址：  
[https://www.fdc.gov.hk/tc/press/press\\_20200713.htm](https://www.fdc.gov.hk/tc/press/press_20200713.htm)

<sup>24</sup> 香港特別行政區政府新聞公報(2020)。新一輪「防疫抗疫基金」下「電影資助計劃」開始接受申請。網址：<https://www.info.gov.hk/gia/general/202012/30/P2020122900498.htm>

## 首部劇情電影計劃

「創意香港」於 2013 年 3 月首次推出「首部劇情電影計劃」，以獎金發放形式，由電影發展基金撥款資助勝出的新導演及其電影製作團隊，以商業模式拍攝其首部劇情電影，從而為本地電影業培育人才<sup>25</sup>。

比賽分大專組及專業組，各設最多三個獎項，大專組及專業組的每個優勝團隊可分別獲資助最多 500 萬元及 800 萬元拍攝其首部劇情電影。

大專組的參賽團隊必須經下列其中一間設有電影／電視製作或相類專科的本地高等教育機構／職業訓練局轄下的專業教育及訓練機構甄選及推薦參加：

- 香港演藝學院
- 香港浸會大學
- 香港理工大學
- 香港城市大學
- 香港公開大學
- 香港專業教育學院（李惠利）
- 香港知專設計學院
- 香港大學
- 香港中文大學
- 珠海學院

比賽至今已舉行了七屆，一共有 18 套電影獲得本計劃資助。至 2021 年 6 月，有 8 部電影已經正式上映，其中包括：《一念無明》、《點五步》、《淪落人》、《手捲煙》、《金都》等。

---

<sup>25</sup> 商務及經濟發展局。創意香港。第七屆首部劇情電影計劃。網址：  
<https://www.createhk.gov.hk/ffi/tc/>

表 3.5：首部劇情電影計劃已上映電影的票房一覽

屆數	組別	電影	導演	公映日期	票房（香港）
第一屆 2013	大專組	《一念無明》	黃進	2017年3月30日 至5月31日	\$16,923,985
		《點五步》	陳志發	2016年8月25日 至11月3日	\$4,678,142
第二屆 2016	專業組	《藍天白雲》	張經緯	2018年1月18日 至2月27日	\$771,424
	大專組	《以青春的名義》	譚惠貞	2018年1月11日 至3月4日	\$475,274
第三屆 2017	專業組	《散後》	陳哲民	2020年1月11日 〈香港獨立電影節〉	
	大專組	《淪落人》	陳小娟	2019年4月11日 至7月3日	\$19,811,169
第四屆 2018	專業組	《G 殺》	李卓斌	2019年3月14日	
	大專組	《手捲煙》	陳健朗	2021年6月17日	\$7,349,074
		《金都》	黃綺琳	2020年6月11日 至9月30日	\$5,260,059
	專業組	《遺愛》	馮智恒	2021年6月10日	\$372,890

### 創意智優計劃

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」<sup>26</sup>的撥款作推動，旨在推動和促進香港創意產業的發展，將香港建立為亞洲創意之都。「創意智優計劃」協助的產業包括：設計、廣告、數碼娛樂、音樂、印刷等。2009年起，「創意智優計劃」獲注資金額達到 20 億元，行政長官 2020 年施政報告建議向計劃額外注資的 10 億元。

現時，不擬在電影院上映的短片或戲劇，例如透過 over-the-top 媒體服務或網上平台播放的短片或戲劇（例如微電影），並不否符合資格獲得電影發展基金資助，政府表示相關創作人可向創意智優計劃申請資助<sup>27</sup>。

<sup>26</sup> 商務及經濟發展局。創意香港。創意智優計劃。網址：  
[https://www.createhk.gov.hk/tc/service\\_createsmart.htm](https://www.createhk.gov.hk/tc/service_createsmart.htm)

<sup>27</sup> 立法會(2021)。《有關創意香港及香港設計中心的工作及創意智優計劃注資建議的最新背景資料簡介》。香港：立法會，資訊科技及廣播事務委員會。網址：  
<https://www.legco.gov.hk/yr20-21/chinese/panels/itb/papers/itb20210111cb1-416-4-c.pdf>

### **(三) 香港設計中心**

設計中心在 2001 年由 5 個設計師協會 4 成立，主要宗旨為：

- (a) 宣傳和推廣香港設計；
- (b) 推廣設計領導及持續進修；
- (c) 推廣傑出設計；
- (d) 培育設計企業家；及
- (e) 支援本港時裝設計業發展。

設計中心獲創意智優計劃 3 億元資助，在 2019 年至 2022 年期間推展其重點項目及其他計劃，當中分別包括舉辦 3 屆每年一度的區域設計活動「設計營商周」，以及最新一期「設計創業培育計劃」及「時裝創業培育計劃」。

### **宣傳**

業界每年都有多項盛事，重頭戲包括每年 3 月至 4 月的「香港影視娛樂博覽」（包括「香港國際影視展」、「香港國際電影節」、「香港電影金像獎」、「香港亞洲流行音樂節」等十大活動）。

### **3.3.1 創意空間及演出場地**

#### **(一) 西九龍文化區**

西九文化區（西九）於香港西九龍填海區南端，佔地 40 公頃，其中 23 公頃將闢作休憩空間，供公眾享用。西九將分階段提供不同類型和規模的表演藝術場地，並將興建一所聚焦 20 及 21 世紀視覺文化的博物館「M+」。

西九首個主要表演藝術場地「戲曲中心」近日率先落成啟用。這座中心將凝聚在香港的主要中國戲曲表演；自由空間則為當代表演藝術提供舞台。小型藝術展館和 M+ 博物館亦已動工，預期分別於 2016 年及 2018 年下半年落成。演藝綜合劇場將於 2023 年落成，會為舞蹈、戲劇等提供的高端表演場地。

西九文化區管理局將與藝術團體、教育機構及社區攜手發展文化軟件，透過籌辦多項表演和展覽等活動，為西九注入生氣，亦正建立國際網絡，在硬件及軟件上開拓合作機會。

## （二） 東九文化中心

九龍東是香港研究發展智慧城市的試點。東九文化中心將為《香港智慧城市藍圖》發揮催化作用，通過多元化的藝術科技節目和互動教育活動，在社區層面推廣藝術科技的發展，以提高市民特別是年青人對藝術和科技的興趣和認識。同時，嶄新互動的劇場體驗亦能為表演藝術開拓新的觀眾群，促進文化社會共融。

東九文化中心將透過創新科技為表演藝術注入新動力，與藝術家探索創新科技帶來的無限可能。東九文化中心將為本地藝術家提供孵化平台，支持他們完善創作概念，連繫不同界別的夥伴攜手發展藝術科技實驗計劃，由孕育「創作進行中」的試驗創作到發展成為完整成熟的作品。東九文化中心亦會積極推動社區參與藝術計劃，帶來多元化的藝術科技節目、裝置藝術、展覽、工作坊和互動教育活動，從而帶動公眾對藝術科技的興趣和認識。

### 3.3.3 創意教育

政府現時主要透過教育局予本地中小學增加藝術文化導賞活動，並鼓勵本地大專學校開辦創意、表演藝術、文化研究及藝術行政訓練課程。

專上院校現行與藝術或創意媒體相關的課程，已有涉獵與藝術科技有關的課題，有助學生增進藝術科技知識並獲得啟發、與時並進。此外，專上院校享有學術自由及課程發展的自主權，並會不時與持分者聯絡，了解最新的人力趨勢及行業需要，以確保其課程持續切合社會所需，培育藝術科技人才。現時有舉辦相關藝術系課程的本地大專院校包括<sup>28</sup>：

- 香港理工大學—設計學院
- 香港中文大學—藝術系
- 香港大學—藝術系
- 香港城市大學—創意媒體學院

---

<sup>28</sup> 聖公會李福慶中學。大專院校藝術系。網址：  
[https://www.lfh.edu.hk/school/departments/visual\\_art/1h.html](https://www.lfh.edu.hk/school/departments/visual_art/1h.html)

- 香港浸會大學—視覺藝術學院
- 香港教育大學—文化與創意藝術學系
- 香港演藝學院
- 香港藝術學院
- 香港正形設計學校
- CO1 設計學校

### 3.3.4 開拓海外市場

#### CEPA

香港與內地在 2003 年簽署了《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》（CEPA），條文對香港視聽服務業實施了重大的市場開放措施，涵蓋電影院服務、影片發行、有線電視技術服務以及電視劇和電影製作。截至 2020 年 8 月底，香港政府共向 89 家視聽服務公司發出《香港服務提供者證明書》<sup>29</sup>。

CEPA 放寬了有關香港服務提供者在內地以獨資形式建設或改造電影院的規定，允許他們在多個地點建設或改造多家電影院，經營電影放映業務。此外，提供電影發行服務的香港公司可在內地試點設立獨資公司，發行國產影片及香港與內地合拍的影片。與此同時，香港製作的華語電影經中國內地部門審批後，不受年進口配額限制。另外，香港與內地合拍電影可被視為內地電影。

在 CEPA 框架之下，香港與中國內地簽署了《服務貿易協議》。該協議已於 2016 年 1 月生效，允許香港公司在中國內地獲得更大的市場准入，提供華語電影、合拍電影和電視劇以及有線電視技術服務。廣播業方面，內地與香港合拍的電視劇經內地主管部門審查通過後可視為國產電視劇播出和發行，播放的數量和時間均不受限制。

《服務貿易協議》的修訂協議於 2020 年 6 月 1 日起生效，為電影及電視業提供新的開放措施，當中包括：

---

<sup>29</sup> 文美琪(2020)。香港影視及娛樂業概況。經貿研究。網址：  
<https://research.hktdc.com/tc/article/MzExMjc4NDIz>

- 電影業：香港與內地合拍的影片，在主創人員、演員比例、內地元素上不設限制，以及取消收取內地與香港電影合拍立項申報管理費用。
- 電視業：內地廣播電視台、視聽網站和有線電視網引進香港製作的電視劇和電視動畫不設數量限制。

### 3.3.5 文化局

為了呼應國家「十四五」規劃，將香港定位為「中外文化藝術交流中心」，行政長官敲定設立「文化及旅遊局」<sup>30</sup>，估計統一負責涉及現時民政事務局的文化政策、商務及經濟發展局的出版、電影及創意產業、發展局的文物保育工作，以及西九龍文化區和香港故宮文化博物館等。

## 3.4 海外例子

### 3.4.1 韓國<sup>31</sup>

#### 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。

---

<sup>30</sup> 香港 01。2021 年 9 月 13 日。政府改組擬變 三司十五局 增文化旅遊局 運房局分拆。網址：<https://www.hk01.com/政情/675792/01> 消息-政府改組擬變-三司十五局-增文化旅遊局-運房局分拆

<sup>31</sup> 中華創意產業論壇。2011 年。《創意投資—台灣與南韓文創產業人才與環境研究》報告。

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佼佼者。

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。

### **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。

### **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。

## 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，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。

### **3.4.3 台灣<sup>32</sup>**

#### **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」。

---

<sup>32</sup> 中華創意產業論壇。2011 年。《創意投資—台灣與南韓文創產業人才與環境研究》報告。

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。

### **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。

因此，文化部亦負責台灣的文化創意產業統籌工作。

### **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。

## **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。

## 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。

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。

### 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。

## 第四章 專家、學者對本地娛樂產業的意見

本章綜合是項研究受訪專家、學者、娛樂業界代表的訪談結果，並從以下四方面作出闡述，包括：

- (一) 香港娛樂產業的困境；
- (二) 香港娛樂產業的發展潛力；
- (三) 對有意入行青年的建議；及
- (四) 對政府文化政策的建議。

### 4.1 香港娛樂產業的困境

隨著串流影音平台和周邊地區創意產業的急速發展，香港的歌、影、視界皆面臨產業衰退的危機。以下綜合受訪學者和娛樂業界人士就本地娛樂產業的困境，包括市場萎縮、行內青黃不接，以及政府支援不足，作出闡述。

#### 4.1.1 市場萎縮

##### (一) 廣東歌

有受訪的娛樂公司負責人表示，隨著內地市場的開放，東亞各地的娛樂產業亦逐漸發展起來，使香港娛樂產業固有的國際市場流失，變得本地導向。有受訪的唱片公司負責人亦指出，本地歌手舉辦演唱會的規模愈來愈小，即使是香港流行音樂最具代表性的演出場地－紅磡體育館的使用率亦受影響，反映廣東歌的市場萎縮。

*「近年本地娛樂產業經過很多波折而逐漸式微，原因是市場孤立。歸因於中國市場開放，其他地區如韓國、台灣、內地的娛樂產業等也逐漸起飛。香港的音樂市場不斷萎縮，只剩下本土支持。」*

*(朱浩棠先生／天盟娛樂執行董事)*

*「演唱會的變化很大。以前紅館給人的感覺是像慶祝節日一樣，一個月會有二十多場，現在少之有少，惟有小有小做，例如最近疫情後有林二汶、RubberBand、方皓玟、C AllStar 等。」*

*(小型唱片公司總經理 A)*

有受訪學者分析，由於廣東歌一直以本地聽眾的口味為主，所以難以打入海外市場，令投資者卻步，變相令廣東歌缺乏資源被推廣到全球，形成惡性循環。當被問到何以韓國流行音樂（K-pop）卻能夠打破語言障礙，近年成功打入國際市場，他表示這是因為韓國流行音樂在創作上仿效歐美流行曲的制式，亦獲大量資金投放。面對全球激烈的競爭和本地音樂產業式微，他擔心廣東歌難以衝出本地。

「其他地區成功源於其全球式推廣，但廣東歌或香港組合可否達致如此成就，恐怕較困難。有人指語言並非障礙，但我相信這並非短時間可達成的，更需要大量資金投放。香港以往都有不少創作人、創作公司，但經過二十年的發展都開始式微，難以糊口。其他地區的資源與香港，相比多數以十倍以上，在全球競爭激烈情況下，本土創作難以衝出香港。

我認為創作需要有宏觀角度，韓國音樂都是趨向歐美流行曲，但廣東歌正正相反，所以無法接觸海外市場；更因為缺乏成功例子，資金更不會貿然地大量投入，變相陷入惡性循環。

（馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長）

對於廣東歌未來在內地市場發展的潛力，有受訪的娛樂公司負責人認為，大灣區對於廣東歌來說是一個龐大的市場，加上廣東歌過去的影響力，香港的流行音樂產業應以打進大灣區市場為目標。可是，有受訪的唱片公司負責人則認為，內地的娛樂產業現已發展成熟，香港藝人失去進入內地市場的優勢，對廣東歌在內地市場發展不看好。

「市場決定命運，若只看香港的話，則只有七百萬人口，所以現時會有推廣大灣區的政策，由於當地大部分人懂得廣東話，從而可擴闊界限及市場，自然有大量機遇。而且內地最賺錢的音樂市場位於廣州，而最賺錢的曲種為廣東話，這源於過去香港的大量經典歌；所以我相信廣東歌是不死的。」

（朱浩棠先生／天盟娛樂執行董事）

「香港藝人現在才進入內地市場較難，而且熱潮已過。十年前的香港藝人仍然會被看重，有需要向他們學習、請教，但現在內地有更多資源去培育自己的藝人。」

（小型唱片公司總經理 A）

## (二) 香港電影

### a. 港產片

除了廣東歌，港產片亦正面對市場萎縮的問題。有受訪學者解釋，七、八十年代的時候，香港的電影產業佔有獨特的地理位置優勢，所以發展蓬勃，不論是資金、人才、或電影年產量在世界上都是首屈一指。加上當年本港市民的英語水平普遍較低，荷里活電影在本地市場上亦不及港產片受歡迎。可是，隨著市民的教育程度在九十年代逐漸上升，荷里活電影在香港開始盛行，令港產片的本地市場佔有率下降。另一方面，受訪學者解釋，由於內地改革開放，其龐大的電影市場吸引許多本港的資金及電影業人才「北上」，以致香港電影業大幅度萎縮，地位更被內地取代。

「以前港產片輝煌的年代，主要是七、八十年代，當時電影年產量可達一百多至兩百部，繼美國及印度後全球第三位。當然這現象有歷史因素：1949 年後新中國成立，有其內部電影體制，也沒有電影進口。香港作為南中國的城市，佔有獨特的商業電影發展地位，如新加坡電影公司會來港投資，拍攝國語電影再輸出華人市場，加上部分南來影人聚居，令香港電影產業有特殊的發展。當年有片廠公司包括電懋及邵氏，尤如 TVB 一樣供養大量電影人，演員、馬師、佈景、燈光、攝影等，工廠流水作業式拍攝，我們懷勉的年代正是如此。日後這種體制雖然崩潰，仍有電影公司繼續拍電影，如嘉禾、新藝城、德寶等。

另一方面，以往西片不太盛行，原因在於要睇字幕，語言上有隔閡，因此與港產片票房相比少了至少一半。

但直到九十年代後情況慢慢逆轉，西片開始盛行，源於教育程度上升；加上隨著後來中國改革開放，內地電影市場日漸蓬勃，有大量發展的空間，票房動輒上億，可吸納更多資深電影人，拍攝更多大製作。所以香港自 2003 年 CEPA 後，因歷史因素使然的優勢逐漸消失，地位被大陸取代。資深電影人會到大陸拍電影，較年輕的會留港拍小規模獨立本土電影，當然較低成本，無法與以往的商業片作比較，香港電影業大幅度萎縮。現時的電影產業產量每年只有五、六十套，熱門的更寥寥可數。」

(馮家明先生／香港演藝學院高級講師(電影歷史及理論研究))

有受訪的資深配音員表示，由九十年代開始，為粵語片配音的工作量已大大減少；由二千年開始則需要為大量的合拍片配音，而外語電影亦不再需要配音，大多以原聲播放。反映了內地和外語電影的冒起，港產片相反要面對市場萎縮的問題。

「我入行前，七十到九十年代所有粵語片都是需要配音的，那個時候的配音員的工作非常繁忙。我剛入行時，是九十年代初，許多影片轉為「sync sound 片」（現場收音），配音員只需要偶爾進行補聲、改聲或為一些非粵語演員配音，又或者現場的雜音較多的情況下，重新配音，因此配音的工作量已大大減少了。自 2000 年起，合拍影片多了，當中有不少外國或內地演員，因此配音工作隨之增加了。

電影院其實沒有太多配音的需要，絕大多數的外語電影都是以原聲播放的，只有兒童電影會有粵語版本供小朋友收看，所以會配音。」

（黃鳳英女士／資深配音員）

對於港產片市場萎縮，有受訪的新晉演員認為，原因在於科技的進步令觀眾更容易接觸到世界各地的影視作品，亦因此提高了觀眾對電影質素的要求。他認為，正當外國的電影製作質素不斷提高，港產片仍然沒有進步，過度依賴香港名星固有的影響力，自然就會被外國電影淘汰。

「由於科技的進步，人們不一定要透過電視或到戲院才能觀看影像作品，而是能透過不同的渠道輕易觀看來自世界各地的作品，例如 Netflix、HMV、YouTube 等等，在這樣的環境下，觀眾就會懂得欣賞和比較不同作品的高低，作品的質素變得很重要。然而我們的作品仍停留在『明星效應』的階段，認為只要有某個明星演員就能吸引到觀眾，忽略了作品的質素。

為甚麼大家都喜歡外國的影視作品？很多時候我們並不認識那些外國演員，但這完全不影響我們對該作品的欣賞，因為其故事創作、拍攝手法和演員演技都是一流的。

當看電影成為了一項高消費娛樂，人們會更加慎重地選擇影視作品，同樣的票價，人們會傾向選擇外國的大製作，本地電影市場

便隨之萎縮了，無利可圖時投資者就不會感興趣，是一個(惡性)循環。」

(岑珈其先生／演員)

有受訪的資深電影人則認為，港產片市場萎縮的原因在於近年的本地電影題材狹窄，過度側重本地小眾的議題，無法與香港大眾，甚至是世界觀眾連結。他認為，這樣的「赤貧電影」難以擴展港產片的市場，長遠來說希望見到港產片逐漸多元化。

有受訪的學者亦擔心，近年的港產片主打本地市場，卻未有因此在本港票房上取得成績，長遠而言可能未能吸引投資者投資，港產片的未來仍然嚴峻。

「若將電影視為產業，則行業必須百花齊放；以此標準，香港的電影業明顯不符合，因為題材狹窄。無論是韓國還是泰國，它們都是加上世界觀包裝，正如《上流寄生族》描寫的是全世界面對的問題。香港(以前)不是沒有這種電影，正如以前的《橫財三千萬》，也有相關的描寫，但早前電影《金都》描寫的是香港獨有的故事，其他地區無法與之連接，甚至不關心，缺乏商業價值。到底應視之為商品還是個人喜好？」

以往香港製作不同的戲種，但近年的選擇愈來愈少，港產片無論是題材、製作、資源都較吃虧，只能拍「赤貧電影」。諷刺的是，香港視為之題材例如劊房等，都沒有太多人有共鳴。而我相信，沒有人希望香港電影業只有這一樣的題材，只有單一市場。若要市場健康的成長，則需要有兼容的題材，也會帶來反思。」

(田啟文先生／香港電影工作者總會會長)

「近年本土電影應擔心的是商業回報，票房不高，未必可取得收支平衡。即使照顧香港市場，又可否取得盈餘？可否吸引香港觀眾？這就是本土電影最大的考驗。去年2019年本土電影票房大多不過千萬，但成本卻高達逾千萬，在商言商，投資者又會否願意繼續投資？」

(馮家明先生／香港演藝學院高級講師(電影歷史及理論研究))

有受訪的廣告公司負責人則表示欣賞近年港產片在題材上的嘗試，打破港產片固有的類型，反思若然本地作品未能吸引香港觀眾，是否應該推廣到世界各地，反而可能有人欣賞。

「娛樂產業若要成功必定要有多元化作品，但要受大眾歡迎的話又會令題材有局限，這可能是香港的受眾出現問題，所以是否應該思考將作品推廣到世界，以取得有人欣賞。」

(張晨／French Rotational 創意總監)

## b. 合拍片

自香港與內地在 2003 年簽署了《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》(CEPA)，香港與內地合拍的電影可被視為內地電影，經內地部門審批後，不受進口配額限制，可在內地發行。自此，香港成為了內地主要的合拍夥伴，而合拍電影亦成為了香港電影中的一大部分。

有受訪的資深配音員認為，內地市場毋庸置疑是香港電影產業未來的主要對象，否則單靠港產片並不能養活香港的電影業人員。有受訪學者亦表示，合拍電影能夠利用更多的資源，製作出優秀的作品，而題材也不一定不適合香港觀眾，例如《桃姐》和《一代宗師》。

「如果他們需要在大陸市場和香港市場之間作選擇，無疑是會選擇大陸市場的。以成本效益而言，大陸市場是絕不能放棄的，若一部電影只能在香港和新加坡等地區播放，所得收入根本承擔不起成本。」

(黃鳳英女士／資深配音員)

「這會是一個主要出路，即使香港電影人北上也不一定是大製作，例如許鞍華的作品《桃姐》被視為本土電影，但其實是合拍片，由博納影業集團投資。所以我認為合拍片不是鐵板一塊，不少電影人都利用大陸的資源及市場做大製作，甚至如上述提及一樣拍香港本土電影。王家衛的《一代宗師》正是好例子，探討香港與大陸的關聯，也是十分地道的故事，是王家衛透過大陸體制而成的製作。」

(馮家明先生／香港演藝學院高級講師(電影歷史及理論研究))

不過，有受訪的資深電影人認為，合拍電影受到內地的審查限制，失去了香港電影的本地特色，結果顧此失彼，近年作品質素每況愈下，長遠而言會逐漸被國產片淘汰。有受訪的廣告公司負責人亦認為，合拍電影只是短期內方便、容易賺錢的方法，並非香港電影的出路。

「香港電影式微，（本地）製作人都衝入內地，但當地有電影審查，題材需要小心選擇及緊跟內地人口味，作品會有妥協同迴避，這會慢慢失去原意及特色，使香港的電影業也變成『圍爐取暖』。」

我認為未來合拍片寥寥無幾，可能逐漸沒有存在價值，因為創作人可能直接拍國產片。」

（田啟文先生／香港電影工作者總會會長）

「有人指香港電影的出路是合拍片，內地市場唯一好處只是方便，不用翻譯，賺錢也很容易。合拍片不是唯一出路，只是最方便的出路。」

（張晨／French Rotational 創意總監）

另外，有受訪資深配音員和受訪學者皆表示，本地的電影從業員，特別是年輕人難以參與內地的電影製作。

「以往電影業還是比較自由的，但已今非昔比，在很多合拍片中，香港電影人在題材和內容上都多了很多限制，需留意國內的規矩和禁忌。」

我們也很難轉戰其他語言的配音，譬如普通話，雖然我會說普通話，但畢竟未達到母語的水平，加上兩地的用語有許多不一樣的地方，所以我們難以和普通話母語的配音員競爭。」

（黃鳳英女士／資深配音員）

「可惜的是，大部分受惠（合拍電影）的導演都是『已上岸』，年輕導演反而缺乏機會，又或者不願意北上。香港政府不斷鼓吹大灣區，但不多年輕導演參與，反而留港拍低成本本土電影。」

（馮家明先生／香港演藝學院高級講師（電影歷史及理論研究））

### （三） 電視

除了廣東歌和港產片，香港的電視節目亦正面對市場萎縮的問題。有受訪學者分析，原因與本地電視台的節目內容守舊，不能吸引青年人，而且缺乏與觀眾的互動有關。他以《中國有嘻哈》和《創作 101》為例，指出內地的電視台近年製作的節目不但題材新穎，更發展出一套新的模式，加強觀眾的參與，值得香港的電視台學習。

「當代香港青年有自己的美學及品味，到底（現時香港的）電視台節目是否受青年人歡迎？以其他地方的例子為例，《中國有嘻哈》等節目正中青年人的口味，但香港的節目，即使是歌唱比賽，都是唱舊歌為主，我對這是否吸引抱有疑問。

有人指《全民造星》拉近偶像與觀眾的概念，讓觀眾有份參與，（其實）香港的公司並非選秀節目的先行者，反而最經典的應該是湖南衛視的比賽，讓觀眾投票選擇。以《創作 101》為例，參賽者屬於不同經理人公司，各自爭取獲勝機會，而粉絲的參與牽涉不少資金及財政來源，對公司形象有幫助，所以最後的賽果或有調整。因此市民的參與不只是投票，而是真正對節目具影響力。

香港的比賽一直較少讓市民參與，因為需要照顧及考慮網民及市民的聲音，內部的想法可能與網民的想法有衝突，製作公司必須與之有妥協及調整。現時香港的比賽模式則仍在摸索，與亞洲區的造星節目仍有一定距離。」

（馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長）

## 4.1.2 行內青黃不接

### （一）廣東歌

香港流行音樂產業市場萎縮，亦導致產業人才流失，同時缺乏資源培訓新一代的音樂人，結果行業青黃不接。有受訪的娛樂公司負責人指出，業界過往培訓人才的主要渠道為正規的學院教育和行內的基層培訓。隨著觀眾的口味轉變，電視台近年亦嘗試透過選秀比賽培訓偶像。有受訪學者指出，這種「偶像養成類節目」幾年前在內地的視訊網站平台上爆紅，與以前無綫電視製作的歌唱比賽類近，只不過成本太高，加上產業萎縮，所以近年較少打造偶像，導致行業青黃不接。

「培訓人才可以分為「學院派」或「紅褲子派」，現時有部分創作人是透過比賽而培訓入行，以往也有新秀大賽，但時代已轉變，觀眾要求更甚，造就《中國好聲音》等節目出現。我們的做法是讓他們邊學邊做，慢慢培訓推出市場。但現時電視台可以有資源做得更好，有髮型師、造形師、訓練等，讓參賽者有耳目一新的感覺，所以才有 ViuTV 的 *Mirror*、*Error*，以及 TVB 《聲夢傳奇》的出現。」

（朱浩棠先生／天盟娛樂執行董事）

「『養成』（偶像養成類節目）一詞來自愛奇藝，幾年前已很紅，趨勢慢慢來臨香港。其實多年前香港都有這類節目，例如無綫一直都有歌唱比賽，但他們期望製造偶像不只是歌星。

香港近年較少製作偶像節目，將素人重新包裝、再訓練及調較。這種以大量金錢包裝偶像的模式成本太高，再加上唱片市場沒落，所以唱片公司及 TVB 都不再打造偶像。」

（馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長）

被問到近年電視台製作的選秀節目成功打造偶像，並於本港爆紅的現象是否反映行業青黃不接的問題得到解決，有受訪的娛樂公司負責人認為，電視台令旗下偶像壟斷大眾媒體的現象並不健康，對其他娛樂公司不公平。有受訪學者亦認為，現時香港業界太依賴電視台打造偶像，新星出現的速度太慢。他指出，若業界未能解決行業青黃不接的問題，長遠而言難以維持現在廣東歌及香港偶像流行的現象。

「現時偶像的出現，我認為每個年代都會出現，只是近 10 年都未見。可悲的是，這些偶像是由電視台捧起而非娛樂公司。現時的娛樂公司很難捧起偶像，因為收入通通大減，歸因於社會事件及疫情，商場、晚會表演等大部分都消失，資金未夠運轉，所以近兩年的作品都大減。

電視台不應該與其他娛樂公司競爭，否則壟斷所有電視節目，其他組合及偶像的曝光率大減，某程度是侵蝕整個娛樂行業，這是不健康的現象。」

（朱浩棠先生／天盟娛樂執行董事）

「我認為廣東話歌及廣東話偶像可以繼續流行及吸引粉絲，但關鍵在於其可持續性。同一堆偶像無可能連續幾年爆紅，所以現時（Mirror、Error）的現象其實不健康的。我覺得（本地）電視台打造偶像的速度太慢，有別於其他地區的模式，太少公司投入，而且只是以電視台為主。如果沒有新星出現，這種現象只會萎縮及難以維持。」

（馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長）

有受訪學者暨資深填詞人認為，過往業界太依賴音樂產業的市場來培訓音樂人，變相現在產業萎縮的情況下，新晉的創作人缺乏就業機會，

導致行業青黃不接。他指出，若然希望延續香港樂壇的長遠發展，業界應該開拓更多創作平台，讓新晉的音樂人持續創作。有受訪的唱片公司負責人亦認為，雖然香港樂壇近年出現難得一見的盛況，但是業界不應因此固步自封，長遠亦要提升創作內容的水準。

「以往音樂生產只為了資本主義市場的規律而存在，但歌星、演唱會等一系列的產業鏈不再可靠，生意少自然機會少。若培訓了人才只投入已狹窄的音樂市場，始終都沒有就業機會。若要樂壇不死就必須想方法，開拓新的市場，在資本主義外創造另一種供求，讓寫歌不只是為了歌星。」

（周耀輝博士／香港浸會大學文學院人文及創作系教授）

「長遠來說，要靠自己的內容，憑聲音、影像或文字去表達故事。文化沒有方程式去計算，就算現時能夠成功，但也不可能再複製另一個。」

（小型唱片公司總經理 A）

## （二） 港產片

除了廣東歌，港產片亦正面對行業青黃不接的問題。有受訪學者解釋，七、八十年代的時候，香港的電影產業發展蓬勃，所以有大量的工作機會養活及培訓人才，特別是各種幕後製作人員，亦因此發展出香港獨有的「功夫片」。可是，由於現在香港電影業式微，業界流失了不少有經驗的從業員，導致今日港產片可以拍攝的題材有限。

有受訪的新晉演員亦認為，今時今日港產片的題材狹窄，商業片大多停留於以往港產片的製作公式，例如警匪片等類型。他認為，香港的電影人應該要跟隨時代的步伐，製作出更貼近當下社會狀況的作品，擺脫港產片的固有框架。

「有人指本土電影難登大雅之堂，原因可能是缺乏訓練，因為以往有大量拍攝機會，可熟能生巧。以功夫片為例，這需要電影體制及大量人手，不只是演員，也牽涉動作演員、道具、實景等配套，才有可能拍出「成龍式電影」。香港電影業式微，不少老師傅都移民或轉行以維生，所以根本無可能再拍出類似的功夫片。」

（馮家明先生／香港演藝學院高級講師(電影歷史及理論研究)）

「我們在製作一部作品時往往會衡量哪些題材比較受歡迎、哪些題材不能拍等，這些都是我們給自己的框架，但藝術創作不應存在任何框架，外國的影視創作即使是專注於冷門的題材也會有人願意做，而香港則著重於「回本」，結果所有作品都跟隨著一套「公式」：明星、槍戰、飆車、警匪片。

電影是記錄不同時代背景下發生的事物的一種方式，亦要跟隨時代的步伐。當影視作品不再反映本土文化和事物，我們就會永遠失去了這些珍貴的事物。因此我認為我們不能脫離本地社會的實況去製作影視作品，一味停留在警匪片，應更貼近當下的社會議題。」

(岑珈其先生／演員)

### (三) 電視

除了廣東歌和港產片，本地的電視節目亦正面對行業青黃不接的問題。有受訪學者認為，本地電視台的營運模式守舊，過度依賴電視廣播上的廣告為主要的收入來源。相較之下，其他地區例如內地的節目已經主要透過網上平台播出，亦發展出一套新的營運模式，讓觀眾付費成為會員，甚至可以打賞支持偶像，令到創作平台有充足的資源持續運作。

「香港的節目十分依賴廣告商，是電視台的舊式創作，但其他地方已進展到設立自家網上平台，配合青年人的習慣；市民可以成為會員，（甚至）「課金」成為 vip，增加票數支持偶像，而創作公司亦更容易地獲得更多資金。相反，香港市民或粉絲的支持根本無辦法直接轉化成金錢。但香港是兩難，因為無辦法捨棄電視而轉成全網上廣播，否則會缺乏廣告收益，所以電視台應思考可否有效開發網上平台而增加收益。」

(馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長)

另有受訪學者指出，本地電視台現已失去培訓人才的能力。過往，香港的電影業蓬勃，亦帶動了電視業的發展。電視台在充足資源的情況下，培訓出不少的星級演員，透過電視台的演出機會累積經驗。可是，他認為，今時今日的電視台已經無法提供足夠的曝光機會，以培訓出足以重振香港影視界的明星。有受訪資深配音員亦表示，香港缺乏培訓年輕人從事演藝界的渠道，不如周邊地區如日本和內地。

「以往的電影賣座，產生健全的明星制度，洪金寶、成龍、梁朝偉、周星馳等，他們都是 80 年代出道，反觀 2000 年後的明星難以擔大旗有賣座保證。甚至，香港電視業也因市場龐大而受惠。周潤發及周星馳等拍電視劇出道，視而優則影，今時今日已今非昔比，TVB 再沒有如斯號召力，慣性收視不再強。MIRROR 等會否在音樂、電視甚至電影再帶動香港潮流仍是未知之數，但過去 10 多年電影電視的土壤已截然不同。」

（馮家明先生／香港演藝學院高級講師(電影歷史及理論研究)）

「以往的訓練班是由電視台舉辦的，我們視 TVB 訓練班為最好的入行渠道，如果在訓練班中取得優異的成績，便很大機會能獲得和電視台的工作合約。當時配音圈非常蓬勃，有很多需要配音的影集，對配音員的需求很大。」

現時已遠不及我入行時蓬勃，配音的輝煌歲月已經逝去了。老實說我並不鼓勵年輕人入行，因為香港沒有培養「聲優」的渠道，反觀其他地方例如日本、內地的配音行業都是比較被重視的，日本有動畫，國內有很多劇集和電影，所以對配音的需求很大，配音員的工作很多。而香港影視業都開始式微了，遑論配音。」

（黃鳳英女士／資深配音員）

### 4.1.3 政府支援不足

市場萎縮、行內青黃不接固然對本地娛樂產業造成重大打擊，不過另一個影響產業發展的原因可能與政府支援不足有關。有受訪的新晉演員以韓國為例，指出發展娛樂產業需要政府的大力支持，香港在此方面的支援相對不足。

「我始終覺得娛樂產業需要本地市場和政府的共同支持，以韓國娛樂事業為例，其在近十年來突飛猛進，因為當地政府給予這個行業百分百的支持，反觀香港政府對本土創意產業的支援是不夠的。」

（岑珈其先生／演員）

除了經濟上的支援，提供足夠的創作自由亦對娛樂產業的發展十分重要。有受訪的資深電影人、學者和網絡創作人皆表示，香港近年的社會環境令到業界在創作時會有所憂慮，甚至自我審查，限制了創作的空間，亦可能影響投資者對香港電影業的信心。

「香港（以前）拍電影不需要審查，但國安法立法後就有限制，也因為法例的不清晰及演繹令業界無奈，窒礙了業界的創作及（導致）自我審查。其實只要（電影）帶出正能量，所有方式都應該（容許）嘗試，不能一面倒扼殺所有題材、非黑即白。」

（田啟文先生／香港電影工作者總會會長）

「現時社會多了一個自我審查機制。每一個題材都要深思熟慮才可以創作，對創作者來說是一個限制。對幕前來說，名聲是重要的，若說錯一句說話，是有機會影響工作上的機遇。」

（Ah Gi／網絡藝人）

「政治環境限制了創意空間，例如作家能選擇的題材。沒有明顯的紅綫，讓各位作家都無所適從。」

（藍橘子／網絡作家）

「當然，最近的政治社會環境有暗湧，除了政府的資助外，部分外資公司都有興趣投資香港電影，如新加坡的 MM2 公司，但最近的社會事件及新法例導致有更多的灰色地帶，令這些私人企業需要重新審視，令本身不容易的電影業更舉步為艱，更多不明朗。現時不少畢業同學即使有詳盡的履歷但都很憂心。」

（馮家明先生／香港演藝學院高級講師（電影歷史及理論研究））

## 4.2 香港娛樂產業的發展潛力

正當「香港樂壇／電影／電視已死」的聲音四起時，一眾本地的創作人仍然逆流而上，不斷力求創新，令香港娛樂產業再現生機。以下綜合受訪學者和娛樂業界人士就本地娛樂產業的發展潛力，包括網絡平台崛起、創作質素逐漸提升並趨多元化、本土文化受矚目、內容產業有助帶動周邊商機，以及創作能記錄時代等方面，作出闡述。

### 4.2.1 網絡平台崛起

#### （一）廣東歌

雖然近年香港流行音樂產業衰退，但有受訪學者暨資深填詞人不同意「香港樂壇已死」的說法。反而，他認為網絡平台崛起，音樂人能夠更加自由地創作，透過網上平台或街頭表演與聽眾分享自己的作品。有受

訪的唱片公司負責人亦表示，串流平台和社交網站已經取締電台和電視台，成為了音樂現時主要的發布渠道，而且觀眾亦比以往更加著重音樂錄像（MV）。這反映了網絡平台的崛起，為香港流行音樂產業帶來了發展潛力。

「當有人說樂壇已死，到底是指生意還是音樂，我想大部分人都偏向是生意，這個對比起以前是當然的。但我覺得音樂人不用沮喪，現時有很多獨立音樂人從事不同的創作，正因為他們沒有生意的包袱，也沒有標籤，所以就網上發布或街頭表演，我不相信樂壇會死。」

（周耀輝博士／香港浸會大學文學院人文及創作系教授）

「過去近十年其實已經看到串流音樂主導整件事，有串流音樂後不單止聽歌，（聽眾）更會看 MV，焦點就變得不同了。之前造歌會派台（電台，電視台），現在會注重出歌與 MV 一同出貨，就會同時在 YouTube /Facebook/自己網頁上架。」

（小型唱片公司總經理 A）

## （二） 港產片

雖然近年香港電影產業衰退，但有受訪專家不同意「香港電影已死」的說法。反而，有受訪學者認為，現今科技的發達降低了拍攝電影的門檻，青年人能夠更加容易地透過網上平台分享自己的作品，不受市場和固有渠道的限制。他表示，由於疫情的關係，網上串流平台觀看電影可能成為未來的趨勢，為香港電影業的青年人帶來機遇。這反映了網絡平台的崛起，為香港電影產業帶來了發展潛力。

「我覺得無論時代怎樣轉變，電影不會死，因為正如我很敬重的前輩俞琚所講：所有創作人的終極，就是電影。」

（張晨／French Rotational 創意總監）

「網絡年代的年輕人有不少可能性，拍攝電影的門檻降低了，普通相機及電話都可以參與製作，也不一定在戲院播映。」

以往的傳輸渠道十分固有，必然被某些人控制，但現時已有其他可能性，可以網上播映、雲端播放。若以以往的光輝情況回望，現時香港電影業好像一潭死水，但相反正如我上述提及，有無限

大的開發空間，加上疫情的關係，不少人在家看 netflix，這可能令新一代電影人有更多機會，不再受市場或審查的束縛。」

(馮家明先生／香港演藝學院高級講師(電影歷史及理論研究))

### (三) 網絡創作

除了傳統的影視作品，網絡平台的崛起亦令香港出現一種新的創作方式－網絡影片。有受訪的廣告公司負責人解釋，近年網絡平台成為了其中一種主導的媒體，而這種媒體亦顛覆了業界的生態，降低了參與創作的門檻，因而產生出內容創作者、網紅、網絡作家等各種新型的創作人。有網絡藝人認為，網絡影片已成為觀眾生活的一部分，甚至已經成為一個產業，能夠與電視節目相輔相成。有新晉的演員認為，網絡影片和電影、電視節目等傳統影視作品的界線愈來愈模糊，最終都只是希望透過影像及聲音傳遞信息或給觀眾。這反映了網絡平台的崛起，為香港娛樂產業帶來了發展潛力。

「最近 10 年間的創作變化很大。以前媒體會壟斷話語權，直到 2013/4 年才開始有網絡作家，慢慢演變成網上平台主導，傳統開始沒落。只要有實力及人氣，所有人都可以在網上殺出一條血路。」

網絡興起及 100 毛的出現完全改變廣告生態：令廣告在數年前可以長達數分鐘，廣告也可以有內容有故事脈絡。網台、網紅也應運而生，入行門檻愈來愈低，不少人也可以是 content creator (內容創作者)。」

(張晨／French Rotational 創意總監)

「我認為網片已成為觀眾生活的一部分。即使觀眾很喜歡看電視，但打開手機都會選擇觀看網絡短片。網片相對來說較為速食、聚焦於熱門性的話題，是一樣不會過時的事物。即使電視節目重新興起，電視台亦會透過網絡宣傳節目，而觀眾對於節目的討論、「花邊」消息都是在網上進行，帶起了一個互動。所以電視節目不會取代網絡短片，網絡短片更加慢慢地成為一個產業，是與電視相輔相成的。」

(Ah Gi／網絡藝人)

「我認為網片和電影只是觀看渠道不一樣。如果該作品在戲院播放，就是電影；如果在網台播放，就是網片。遊學修說得對，其

實它們都是影像作品，只是時間長短之分，它們都是透過影像及聲音去傳遞某個信息或娛樂給觀眾。」

(岑珈其先生／演員)

## 4.2.2 創作質素逐漸提升並趨多元化

### (一) 廣東歌

除了網絡平台的崛起，近年香港樂壇在一眾本地音樂人不斷努力下，亦逐漸多元化，創作質素逐漸慢慢提升，為香港娛樂產業帶來了發展潛力。有受訪的唱片公司負責人認為，雖然現在廣東歌的產量不及當年，但是在資源有限的情況下，每首歌的質素反而上升，而且歌的題材和種類亦較以前多元化，使香港樂壇更有生氣。

「比較過去與現在，之前當紅的歌手會一年出 4 隻唱片，40 首歌之中有些歌會因「追數」而做；現在一年只有幾首歌，出的歌都一定是主打，資源會較集中，歌曲創作會更加注重。」

新一代近三至四年，題目不單止情歌，有很多題材亦會較特別，例如不同性取向、不同文化差異、理想等主題形式，這也是一件好事。例如獨立樂團 My little airport 的歌《邊一個發明了返工》不會在電視台看到，但無可否認相當多年輕人認識，三場演唱會的門票「秒殺賣完」，代表到香港樂壇正在改變。

我覺得香港足夠大去容納不同類型的音樂，例如有姜濤、林家謙、《聲夢傳奇》的炎明熹和姚焯菲。大家都有出色的地方，各有粉絲支持，『Why not both?』」

(小型唱片公司總經理 A)

有受訪學者暨資深填詞人認為，成功的作品往往出於大膽的嘗試，音樂的創作不應只為滿足大眾市場。他希望透過一些跨界的合作計劃，一方面讓香港樂壇變得更多元化，滿足更多小眾的聽眾，另一方面讓年輕創作人有更多的機會發揮創意。

「我自己的經驗而言，所有商業上的成功都基於有很大的創作自由而非錙銖必較的計算。我認為不應因以往的標準例如銷量等而限制自己；若創作不在乎生意，可能是另一種出路。」

所以我回流後便與黃耀明做《文藝復興》，也有與馮穎琪做《一個人一首歌》，申請撥款培訓新作曲、編曲、填詞人，借年輕人的創意滿足一般人的需要，而創作人可以因此而獲得更多機會，也有更多可能。」

(周耀輝博士／香港浸會大學文學院人文及創作系教授)

但是，有受訪學者則認為，流行音樂商業化不一定會限制樂壇的發展，反而是要壯大香港的觀眾群，自然會令到本地樂壇變得多元化。

「流行音樂一直商業化，其他地區都商業化，但題材不一定會變得單一化。只要市場很蓬勃，題材就會多元化，即使小眾也會有人支持。所以前題是壯大了主流觀眾群，少數題材也可以受惠。」

(馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長)

## (二) 電視

除了樂壇，近年香港的電視節目亦逐漸多元化，創作質素逐漸慢慢提升，為香港娛樂產業帶來了發展潛力。有受訪資深配音員認為，無線電視近來的綜藝節目有作出不同的嘗試，例如以配音為主題的《好聲好戲》。另有受訪的廣告公司負責人亦以日前於 ViuTV 熱播的《大叔的愛》為例，指出這套電視劇反映香港其實仍有具創意的人才，可以製作出題材新穎的電視節目。

「我認為《好聲好戲》這個節目對配音行業的發展有一定的幫助，投身配音的人多了，以及訓練班也多了。我們絕對是需要新血，需要年輕人入行的。」

(黃鳳英女士／資深配音員)

「可能因為行內具經驗者經商業計算後自我放棄及趨向保守。我不相信香港的創作市場因此而局限，正如《大叔的愛》的香港改編版也爆紅，只是以前沒有人做。」

(張晨／French Rotational 創意總監)

## (三) 網絡創作

說到發展潛力，就不能忽略多元化的本地網絡創作。有受訪學者以 YouTube 頻道《試當真》為例，指出這一代的青年人充滿創意，懂得善用網絡平台尋找新的創作模式和機遇，為香港娛樂業界帶來希望。有受

訪的廣告公司負責人亦指出，近年網絡創作發展漸趨成熟，作品的質素不斷提高，不再停留於業餘階段。

「我相信年輕人絕對有能力，不需要上一代的協助，可透過不同平台尋找極龐大的可能性。例如 YouTube 頻道《試當真》大受歡迎，以影像講故事，創造不少商業生機，與電影有異曲同工之妙。又例如演藝學院的畢業生會開設公司，製作《獅子山下》等外判節目，水平也不錯。總的來說，我認為悲觀中也有樂觀的。」  
(馮家明先生／香港演藝學院高級講師(電影歷史及理論研究))

「有人話網上內容的問題是成本低，滿足不了「追求進步」的要求。當然，達到這個目標的人很少，但也有愈來愈多內容創作者推出高成本製作，希望與傳統接軌。」

(張晨／French Rotational 創意總監)

### 4.2.3 本土文化受矚目

#### (一) 廣東歌

近年本土文化受本地市民矚目，為香港流行音樂產業帶來了發展潛力。有受訪的唱片公司負責人表示，受疫情因素影響，觀眾變得較留意本地娛樂。而且，他相信，即使日後香港人因為疫情結束或移民而離港，仍然會支持香港的流行音樂，因為廣東歌最能夠引起香港人的共鳴。有受訪學者亦認為，香港人一直渴望有本土的偶像，只是業界能否取得本地觀眾的認同。

「現時疫情（市民）不能到外地，令大家消費、時間、注意力非常著重在本土，娛樂的習慣慢慢變得本土化。」

我不認為（疫情過後）香港人會因為到外地旅行而減少支持 Mirror 或看 ViuTV，（因為）廣東話的歌能夠引起共鳴。廣東歌與國語歌雖然都是中文歌詞，但在用詞、發音上有分別，（始終）環境不同。

（即使）現在大家可能因為不同因素而外流，（但是）慢慢向外散出的時候，文化也會跟著出外。移民後（香港人）會繼續聽廣東歌、留意香港娛樂圈的事。」

(小型唱片公司總經理 A)

「我認為這是必然的，雖然香港青年人喜愛外國偶像，但我相信每個人總會渴望有本土製作的偶像，只是近年愈來愈少。所以只要有人願意打造偶像，取得香港人的認同，自然會取得成功。」

(馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長)

## (二) 港產片

近年本土文化受本地市民矚目，為香港電影產業帶來了發展潛力。有受訪的新晉演員表示，感受到香港觀眾近年更支持本地創作的電影。他認為，每個地方都有自己獨有的文化，而港產片則能將香港的文化呈現給本地以至世界的觀眾。有受訪的廣告公司負責人亦認為，以往的港產片成功將香港的電影文化、傳統文化及飲食文化等介紹給世界的觀眾，而現在的香港電影亦應重新尋找屬於這個時代的「香港特色」。

「因為現時的香港觀眾更用心支持本土創作，這是令人欣慰的，畢竟本土需要有自己的文化和創意產業。我認為港產片的獨特之處是能體現出本地的獨有文化，讓本地觀眾產生共鳴，外地觀眾則能透過港產片了解香港的本土文化，例如以前的年代有很多黑社會，所以我們有《英雄本色》等作品。」

(岑珈其先生／演員)

「我深信港產片的存在價值在於帶出香港獨有的文化特點。韓國賣舞蹈、日本賣青春，香港呢？以往外國人可能覺得古惑仔、警匪、龍虎武師、茶餐廳、隨機應變是香港特色，但對比起只停留於以往作品的特點，我們應尋找現有香港的特色。」

(張晨／French Rotational 創意總監)

## (三) 電視

近年本土文化受本地市民矚目，為香港電視業帶來了發展潛力。有受訪的唱片公司負責人表示，受近年本港的社會環境因素及本地電視節目影響，感受到香港觀眾對本地娛樂業界的的支持度再次上升。他表示對於本地偶像成功吸引香港觀眾，甚至正向外發展，透過電視劇輸出香港文化的現象感到興奮。有受訪的資深配音員亦指出，只有本地製作的電視節目才會聽到具香港特色的廣東話，是香港獨有的文化，需要香港人努力保留。

「近兩年較複雜，有社運及疫情，大家被逼留港，更加著重娛樂，香港更加有《全民造星》，有 *Mirror*、*Error*，好明顯有相當多的觀眾被『拉回』本地，好的地方是本地的支持度及力度是比之前有相當多。（甚至）現在會有本地偶像，例如 *Mirror* 的部分成員到外地發展，拍戲拍劇，慢慢向外輸出（香港文化）。雖然未知是否成功，但是非常樂於看見這事，對於觀眾作為一個消費者，有得選擇比沒有選擇好。」

（小型唱片公司總經理 A）

「保護香港的廣東話，對香港人很重要。每個地方皆有其獨特的方言，就算同樣是粵語，廣州人亦有其「廣州音」，有較多起承轉合，不及香港的廣東話來得自然。始終有些用語只能用廣東話來表達才能表達出其精髓，是這個地方獨有的文化，千萬不能消失。」

（黃鳳英女士／資深配音員）

#### （四） 網絡創作

另一個反映本地娛樂產業具發展潛力的平台是網絡創作。有受訪的唱片公司負責人指出，近年香港網民的習慣出現變化，開始會付費支持網上創作。有受訪的網絡藝人認為，這現象反映本地的市場足以支撐香港的創意產業。她表示，只要香港的觀眾繼續支持香港的創作人，代表香港的創作就不會死。有受訪的網絡作家亦認為，本地創作應該要保留香港的特色於作品當中，是持續吸引香港觀眾支持本地文化的關鍵。

「以前香港人會習慣網上平台不用花費，但現在在本地網上表演（*Online Show*）上則會願意花費，例如疫情期間有 *Kolor*、*Rubberband*、何韻詩等舉辦網上音樂會。」

（小型唱片公司總經理 A）

「我認為現時能夠靠本土的資金支撐本地的創意產業，我相信香港觀眾及公司是有這樣的能力。有香港人的地方就有香港的創作。」

（*Ah Gi*／網絡藝人）

「香港地方文化特色是劏房、大排檔，是其他地方沒有的。香港的生活、工作、價值觀都是香港特有的。我認為寫作不需要強行

加入宏大的世界觀，反而要保留香港的特色於作品中，一來能吸引外國人見到香港的文化，二來能引起香港人的共鳴。」

(藍橘子／網絡作家)

#### 4.2.4 內容產業有助帶動周邊商機

娛樂產業除了能反映一個地方的文化，同時亦具有推動經濟發展的潛力。有受訪學者指出，內容產業是一個地方重要的軟實力，值得地方政府投放資源大力推動產業的發展。有受訪的新晉演員以韓國為例，指出當地蓬勃的娛樂產業吸引了各地的旅客到訪，亦推動了飲食業等行業的發展，為國家帶來經濟效益。有受訪的唱片公司負責人亦指出，疫情前不少亞洲地區的粉絲會為了觀看他們偶像的演唱會而來港旅遊消費；而疫情期間本地偶像團體 **Mirror** 亦帶動了廣告業界的增長，反映音樂產業可以帶動經濟增長。

「如果你問我，「內容產業」對任何地方而言都是重要的軟實力，任何國家都會大力推行。正如韓國電影可以奪取奧斯卡，（正是因為）韓國政府提供不少資源予創作公司，協助電影拍攝、外地推廣等。」

(馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長)

「以韓國娛樂事業為例，當地政府明白娛樂軟實力帶來的影響力和經濟效益，以『明星效益』帶動他們旅遊、食品等方面的發展。」

(岑珈其先生／演員)

「音樂產業可以帶動經濟增長，以 **Mirror** 為例，他們已佔據廣告界 70-80%。因為疫情，當大家不能到外地旅行，就會在本地消費多些，從音樂產業中可見到明顯改變。業界有不少主辦或資深的歌手表示暫時不會開演唱會，疫情復蘇後就會有，因為他們的觀眾在國內、整個亞洲區，以往會來港看演唱會，順道旅行消費。」

(小型唱片公司總經理 A)

#### 4.2.5 創作反映社會、記錄時代

娛樂產業其實除了是一個產業，更是一個反映社會、記錄時代的重要渠道。有受訪學者暨資深填詞人指出，音樂人投身創作並不一定是為

了生計，反而是可能希望透過這個載體為社會上的團體發聲。他寄望香港的音樂產業可以有更多的發展潛力，突破現時流行音樂的框架。

「從一開始我是為自己的原因而踏上填詞之路，當時覺得粵語歌內容單一，想像狹窄，希望創作出不一樣的東西，我也因此創作《天花亂墜》這首歌作諷刺。但慢慢發現時代令我們不得不發聲。到了《神經》這張大碟，經過了八九六四，我們更感到可以為社會發聲。

社會有部分人士如跨性別人士、性小眾、長者等也有需求，藉音樂發聲，也是傳統上被忽視的。音樂本質是唱歌娛樂大眾，不一定要紅館，不一定要著名歌星，未來我們應尋找當中的意義。

我不相信廣東歌只有一種出路，不能假設所有音樂人都想「入行」，可能只想做有意義的音樂，扣連社會。但我必須補充，假如有年輕人想以音樂為事業，社會應該幫助他們謀生維生。」  
(周耀輝博士／香港浸會大學文學院人文及創作系教授)

有受訪的資深電影人認為，香港電影仍有發展潛力，因為電影本身是反映時代的記載，能夠將一個地方在某個時代的狀況告知世界。有受訪學者亦以《一念無明》、《金都》和《濁水飄流》為例，指出近年的香港電影能夠反映香港的社會議題，包括劊房、婚姻和露宿者等，以貼地的社會現況與香港的觀眾連結。

「電影是世界語言，是反映時代的記載。當時代有特定的喜好，就自然有怎樣的電影。例如 70 年代有大量小人物式電影，觀眾會有投射的態度；又例如 80 年代的《英雄本色》帶動潮流。」  
(田啟文先生／香港電影工作者總會會長)

「近年的本土電影絕對有其本土性及香港故事，甚至比以往的電影有過之而無不及。有別於西方電影，礙於票房的關係，有部分生活、家庭等議題的電影可能被抹殺。但現時沒有束縛，《一念無明》可以講、《金都》可以講準備結婚的男女的掙扎或社區寫照、《濁水飄流》可以講露宿者，這些電影題材以往少見的，更多圍繞個人、關係、低下階層及小眾，更反映香港社區的個性。這類電影與社區有連結，必須在此時此刻發生，更接地氣，更有味道，其實是好事。」  
(馮家明先生／香港演藝學院高級講師(電影歷史及理論研究))

有受訪的網絡藝人表示，即使是形式較輕鬆的網絡短片，在今日香港的社會環境下亦需要重新定位，反映社會現況，為觀眾帶來較深層的意義。有受訪的網絡作家表示，創作是不會死的，因為無論社會環境如何，人們總是能夠繼續創作，記錄時代。

*「以前啲片引人笑就得，不必要有什麼訊息，但現在個社會根本唔開心，觀眾還會欣賞這樣的短片嗎？現在的短片創作人需要諗多一層。」*

*我不認為香港的創作會死，因為有人的地方就有創作，不論是開心還是不開心的題材都可創作。即使近年香港電影的題材較為沉重，不再是喜劇片，我認為觀眾不會因為這樣而不支持，因為電影就是反映生活。」*

*( Ah Gi / 網絡藝人 )*

*「從前《1984》，《美麗新世界》等書籍都是在一個受壓迫的環境下創作出來，我認為創作空間還是有的，但視乎受壓的程度是如何。」*

*( 藍橘子 / 網絡作家 )*

### **4.3 對有意入行青年的建議**

「業界必定需要年輕人，沒有年輕人就沒有未來。」田啟文先生於研究的專家訪問中如是說。要振興香港的娛樂產業，就需要不斷有充滿創意的青年人加入行業。可是，加入娛樂產業並非容易，青年人在入行前需要好好裝備自己，並做好心理的準備。以下綜合受訪娛樂業界人士給有意入行的青年人的一些忠告，包括入行前的準備和入行後可能面對的障礙，作出闡述。

#### **4.3.1 青年人入行前的準備**

##### **(一) 硬實力**

雖然在網絡時代下加入娛樂產業看似容易，但是仍需具備實力、天份、對行業認識才適合入行。有受訪的唱片公司負責人表示，青年人若然有志成為歌手，則需要學習多項技能，例如唱歌、跳舞、樂器等，以裝備自己應付樂壇的挑戰。有受訪的資深配音員表示，配音員比一般人想

像中難入行，因為並非每個青年人都具備基本的說話技巧，例如咬字清晰等要求。

「有很多歌手也很勤力，不斷努力練歌練舞，贏輸就取決於他會否利用休息時間吸收更多資訊，可能是學多一樣樂器，或者跟作曲或作詞人多交流，思考多些。」

(小型唱片公司總經理 A)

「我認為配音行業是難入行的，一個新人最基本需要具備配音的技能及天分，咬字要正確，少點懶音，並且許多情景是一般人不會經歷的，例如跳樓、鬼戲等，其專業性很高。」

(黃鳳英女士／資深配音員)

除了需要具備實力、天份，青年人在入行前亦需要對行業有基本的認識。有受訪的娛樂公司負責人表示，有志入行的青年人需要多角度了解行業的發展，並且有長遠的目光。有受訪的網絡藝人分享自身經驗，表示接受相關的課程訓練，培養自己的媒體觸覺亦有助青年人在入行前做好準備。

「之前有一個女生希望入行，但她沒有留意電視、報章，只從連登吸收資訊，沒有了解行業的發展。縱觀兩岸三地的青年人，香港的青年人都是目光比較狹窄及只從自己的利益角度出發，10個香港青年人10個我都不想聘請。」

(朱浩棠先生／天盟娛樂執行董事)

「從前受了設計課程的訓練，有助我的思路於媒體發展。我認為希望入行的年青人，需要隨時隨地準備自己，吸收多方面資訊，當機會來到時能夠好好把握。」

(Ah Gi／網絡藝人)

## (二) 心態

當青年人裝備好入行的外在地條件，就需要調整好自己的心態。有受訪的資深電影人認為，今時今日入行的門檻較以前低，娛樂業並不缺人，但是缺乏對該行有熱誠、有使命感的人。他寄望青年人入行前，該思考如何發揮自己的長處，投身於自己有興趣的範疇，以推動整個娛樂行業的發展。有受訪的廣告公司負責人亦表示，從事創作行業需要龐大的熱誠，將工作和生活融合，不怕嘗試和失敗，以宏揚香港文化為己任。有受

訪的新晉演員分享自身經歷，表示從事娛樂業要積極爭取工作機會，跳出舒適圈。

「我相信入行不難，如何適應及尋找發揮空間才是最難。時下年輕人應先尋找自己的興趣、相應途徑及有心人，否則難以投入。

現時行業不是無人，而是太多不合乎需要的人，每個人都以打工的思維理解創作行業，根本無熱誠及使命感。入行者需要有三個條件：一為興趣，二為喜愛，三為不計較，思考怎樣帶動這個已式微的行業。我建議年青人逆位思考，若所有人都做不到，但你做到，你自然就不一樣。」

（田啟文先生／香港電影工作者總會會長）

「創作需要有理想及熱誠，將 24 小時的生活融入創作，生活的每一秒也在思考創作。所謂成功就要比其他人花更多時間，賺錢之餘也會想像其他可能性；可惜香港對創作普遍抱短線心態，沒有希望宏揚香港創作及文化的決意，只顧『一次性的得失』，也沒有人覺悟：「即使有可能失敗、蝕錢，也會嘗試。」你問我如何才能成功，其實沒有一條方程式，可能只有每人都走多一步。」

（張晨／French Rotational 創意總監）

「《點五步》時，我一開始是落選的，但由於我很有心去學習棒球，主動約林耀聲練習，最後我想導演是被我的堅持感動到吧，就給了我這個機會。我想很多事取決於我們有沒有願意嘗試和踏出第一步的勇氣，凡事多主動爭取。」

（岑珈其先生／演員）

#### 4.3.2 青年人入行後的障礙

青年人入行時大多有理想、有熱誠，但是真正的難關往往在入行後才開始，特別是本地娛樂產業式微的這個年代。不少青年人抱住對娛樂產業美好的憧憬和幻想入行，最後卻被現實的考驗打倒，走過不少冤枉路後離開。為了讓各位有志入行的青年人做好心理準備，以下綜合受訪娛樂業界人士在行內曾面對的障礙，包括創作自由受限制、生計艱難、缺乏機遇等方面，作出闡述。

## （一） 創作自由

在這個看似有無盡空間、發揮創意的行業，其實充斥著各種商業和現實環境的限制。有受訪的網絡作家分享他擔任編劇時的經驗，表示電影編劇的自主權其實不高，好多時會受到導演及投資者的限制，改變了作品原來的方向。有受訪學者暨資深填詞人亦表示，很多年輕填詞人初出道時無力與音樂監製商討創作方向，結果為迎合業界的市場需求下，限制了自己的個人風格。他認為，若然填詞人有幸與合適的藝人合作，並有適當的創作空間，則能讓新晉的填詞人慢慢摸索出屬於自己的風格。

*「我改編多啦 A 夢的網上文章吸引了電影的編劇注意，因而受到邀請入行。到我進了編劇行業裡，我卻發現我較喜歡撰寫小說、文章等，故事的走向、發展都由我控制，自主性較高。相反，編劇的創意受著導演及投資者限制。」*

*（藍橘子／網絡作家）*

*「現時有人可能會要求填詞人樣樣（題材）皆精，但最後可能會變得無風格及十分辛苦。很多填詞人離開了，可能是由於樂壇的壓力，工作蜂擁而至之故。我深信若填詞人可持續地創作，需讓他們專心為最適合的藝人合作，按部就班，這會比較健康，讓他們知道自己的定位。」*

*（周耀輝博士／香港浸會大學文學院人文及創作系教授）*

## （二） 生計

說到從事娛樂業最大的考驗，就必定是生計的問題。有受訪的唱片公司負責人指出，從事音樂業的青年人在成名前必定會經歷最辛酸的日子，幕後製作人會因為收入不高，可能要兼職其他行業的工作；幕前藝人則可能需要賣廣告幫補生計。有受訪的資深配音員和新晉演員亦表示，從事影視行業的最大問題，是收入與工作機會皆不穩定。

*「賺錢方面，娛樂圈是現實的，出名就好，不出名就要捱很長時間，無人認識，無人支持，得到的幫助亦會較低。幕後可能會好一點，他們可以教結他、打鼓、寫文章專欄、出書等。因為他們沒有「藝人」包袱，但大家也明白生活很困難，仍然需要交租水電煤，不能一直空等，都需要有收入照顧家人；而要藝人做外賣、正職一定會有規限。」*

香港藝人除了做演唱會，其實單靠做音樂的收入，生活相當困難。因應現時網絡科技先進，藝人可以出 IG Post、Facebook Live、與產品合照就能有收入，幫補生計。」

(小型唱片公司總經理 A)

「我認為配音業屬於夕陽行業，雖然配音不會完全消失，但新人比較難入行，因為配音員的收入十分不穩定，大多數是以 Freelancer 形式工作，完成配音工作後大概需要 2-3 個月，甚至半年的時間才能收到報酬。此外，工作機會亦不穩定，一開始幾乎是沒有收入的，最少需要三年時間才能熬出頭，做到主角。所以如果配音是主要收入的話，是不能養家活口的，現時行內只有少數人是全職配音的。」

(黃鳳英女士／資深配音員)

「當時遇到最大的困難是完成第一套電影後，並沒有其他作品邀請我參加，在家庭壓力下，我必須考慮自己的生計，因此我只能一邊打散工一邊尋找其他試鏡機會。在娛樂產業發展會面對的最大障礙是收入非常不穩定，並且很多工作機會都需要自己極力爭取。」

(岑珈其先生／演員)

當問到網絡世代有否為創作人帶來更多工作機會，改善他們的生計，有受訪的網絡作家表示，香港的幕後創作人一向缺乏入行的渠道，而且收入在整個行業中相對地低；但是，網絡平台衍生出「意見領袖」，使他身為作家亦以「幕前」的身份賺取更多收入。不過，作為幕前的受訪演員則表示，雖然網絡平台令他拍攝機會增加，卻對生計沒有太大幫助。

「香港寫作文化不如外國，會有寫作比賽，讓作家有一個入行的渠道。當時我曾向不同出版社作投稿，但回音很少。另一個問題是，作家收入較低，我們不會容易在書局中看到自己的作品上架，不知道書局有甚麼準則。每本書只有 \$8-10 收入，若果銷量不足，會被出版社停止出版，難以全職作家為生；反而成為網上意見領袖更能維生，我個人經歷來說，去年收入才比較多，因有廣告商找我代言。」

(藍橘子／網絡作家)

「作為表演者而言，拍攝作品的機會是多了，甚至方便到只需拿手機自拍就可以完成一部作品。但以生計的角度而言，是沒有很大幫助的，因為網片沒成本的同時也沒有收入。」

(岑珈其先生／演員)

### (三) 缺乏機遇／人際關係

最後，亦是最大的難關是機遇。娛樂圈講求人際關係，即使青年人有才能、有準備，亦不一定獲得賞識。有受訪的廣告公司負責人認為，雖然網絡平台降低了參與創作的門檻，但是由網絡創作轉型到電影拍攝的道路仍然充滿障礙，只有少部分人能夠參與。

「不過，始終香港的娛樂圈沒有如網上平台那麼開放，機會背後必要有人脈及有關係，很多人也只能由低捱起以奢求小小的機會。達到電影這個終極目標的人很少，這是很殘酷的。即使有網絡小說作品可以拍成電影，但可能被改編成面目全非。」

(張晨／French Rotational 創意總監)

不過，有受訪的資深電影人以自身經驗分享，即使部分新人的起步點較低，但若然衷心熱愛這個行業，就要不怕辛苦，努力追上，一步步累積經驗。有受訪的唱片公司負責人亦同意需要運氣才能於娛樂圈中生存，但前提是平日有做好準備等機遇來臨。

「我當年入行比較艱辛，因為缺乏渠道，沒有人帶就無法入行，所以我就想方法由低做起。我認為困難也可視為動力，只要想做就會不恥下問、不斷了解、鑽研，克服困難。(行業)盛世、弱勢都需要努力，沒有僥倖。」

(田啟文先生／香港電影工作者總會會長)

「近 2-3 年的新人質素好高，創作、唱歌、跳舞方面都各有出眾，水平很高。當高水平成為基本要求後，運氣也是需要，娛樂圈沒有運氣是不能生存。「練好功夫等運到」，嘗試創作更多就會變得成熟，有進步；到有運氣被推舉的時候，視乎平時操練有多少，就會看見結果。」

(小型唱片公司總經理 A)

#### 4.4 對政府文化政策的建議

雖然香港的歌、影、視界近年面臨市場萎縮、行業青黃不接等困境，但其實香港的娛樂產業仍然充滿發展潛力，不但有網絡平台崛起、本土文化受矚目等環境利好因素，更可見一眾本地創作人不斷力求創新，為觀眾帶來多元化的內容。娛樂產業不但有助帶動周邊商機，亦是記錄時代的重要載體，政府應該反思對娛樂產業的支援是否足夠。以下綜合受訪學者及娛樂業界人士對政府文化政策的建議，包括加強人才培育、改善資助計劃、寬減限制，以及從文化角度制定產業政策等方面，作出闡述。

##### (一) 加強人才培育

上文提到，娛樂產業近年面臨青黃不接等困境的問題。有受訪娛樂公司負責人和受訪學者皆認為，業界在人才培育方面需要政府的支援，特別是「紅褲子式」的培訓，透過創造更多的創作機會，以人才吸引人才。有資深電影人期望社會各界的持分者與業界合力培育人才，令本地的娛樂產業薪火相傳。

*「基於過往人才不斷流失及轉行，即使我們（業界）有資源，但缺乏人才的話仍然無法製作出好的作品，而這一點需要政府支援。雖然政府（提供）的資源是不足，但其實是必須及有用的，以孕育創作人才。」*

*（朱浩棠先生／天盟娛樂執行董事）*

*「香港優勢不是太多，創意產業的人才不多。我們應考慮培育更多人才，才可以建立群聚效應。即使現時有足夠的創意教育課程，但人才都只是自由身工作，並非長期專注在某個崗位。」*

*（馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長）*

*「我認為無須恐慌，應順應洪流，思考港產片用什麼模式發揮其作用。今日未必是時候，但是只要有火有傳承，年輕人一定可以改朝換代，帶動香港電影重拾光暉，這就需要一大群持分者合力推動。業界一直都不抗拒與其他團體合作，但要視乎空間及可能性，資訊需更透明，促使更多合作。」*

*（田啟文先生／香港電影工作者總會會長）*

有受訪學者暨資深填詞人認為，政府現有的人才培育項目太過職業導向，結果學院培訓出的音樂人皆投身市場萎縮的產業內。他認為，香港音樂界未來的出路是要擺脫傳統「音樂產業」的單一模式，擴大跨界別的音樂合作，從公營機構、社區團體、履行社會責任的企業中尋找創作音樂的機會，一方面為年輕創作人提供創作的機會，另一方面滿足社區上的文化需要，長遠而言令香港的音樂界變得多元化，變得更貼近社會脈搏。

*「這些項目都有思維上的限制，主要是培訓業界，訓練音樂人加入音樂行列。（但是）音樂界不應只有現有的音樂產業，我心中理想的模式是由業界資深者牽頭，與其他機構合作，從而將 Music Industry（「音樂產業」）擴大至 Music Sector（「音樂界」），吸納更多年輕人，做更多不同類型的音樂。樂壇開始變差，但也是時機尋找新出路。愈來愈多大企業履行社會責任，現時是好時間說服商家：道德立場會帶來好處，音樂項目是服侍小眾並協助青年人，有助本地企業建立好形象。我也相信不同歌手也想突破行業限制，與社會有更多連繫。」*

*（周耀輝博士／香港浸會大學文學院人文及創作系教授）*

## （二） 改善資助計劃

### a. 廣東歌

受訪的唱片公司負責人表示，政府對音樂產業的資助相對其他娛樂產業是不足的，惟獨是疫情期間租用康文署轄下作演唱會用途的場地，會因應限聚令的影響作費用減免。不過，他和另一娛樂公司負責人皆肯定政府一些資助計劃的幫助，例如香港藝術發展局的「Arts Go Digital 藝術數碼平台計劃」、「創意香港」贊助的《微電影「創+作」支援計劃（音樂篇）》和「音樂永續 2020」計劃。有受訪學者暨資深填詞人以他教授的「周耀輝歌詞班」所策劃的【《雌雄同歌》—跨性別 X 流行音樂】為例，指出香港的音樂界是可以透過政府的資助項目，與非政府機構合作，以音樂為社會的小眾發聲，而且質素媲美商業製作的大眾流行音樂，令香港樂壇更多元化，充滿更多可能。

*「以唱片公司來說，政府對音樂產業是沒有太大幫助。疫情期間演唱會場地不能坐滿，收入就會比之前少，自然每一樣的支出都要縮減，搭台師傅、燈光、聲效、舞蹈員等會比之前收入少一半。」*

康文署的場地有費用減免，而文化表演方面也有一筆款項資助，雖然數量不多，但都有幫助。」

(小型唱片公司總經理 A)

「最早期的資助一定是有漏洞，因為需要磨合及政府缺乏理解。我認為政府的基金令娛樂業受惠，例如《微電影「創+作」支援計劃》可發掘導演編劇人才，而疫情下的「音樂永續」可令唱片公司及歌手重新創作歌曲，資助自由工作者的收入。」

(朱浩棠先生／天盟娛樂執行董事)

「我相信音樂可以在其他規律下生存，正如我執教「歌詞創作班」的畢業同學會早前獲得政制及內地事務局撥款創作跨性別人士的歌曲。而這些項目的成品其實十分高質，媲美資本主義市場的產品，這令參與者更有推動力，扭轉政府資助出品必然較遜色的印象。如果商家、半政府機構可運用更多資源在其他圈子協助製作流行音樂，這樣會很有趣。」

(周耀輝博士／香港浸會大學文學院人文及創作系教授)

## b. 港產片

香港政府於 1999 年出資成立香港電影發展基金，以協助香港電影業長遠發展，當中包括：「電影製作融資計劃」、「資助其他電影相關計劃」、「首部劇情電影計劃」及「劇本孵化計劃」。有受訪學者肯定電影發展基金對培育電影產業人才的作用，但認為資助額不足以推廣香港電影到海外。另有受訪學者亦認為，電影發展基金在資助電影的數量和金額分配上，相對周邊地區都是不足夠的，而且申請機制對新晉的電影製作人不公平。有資深電影人表示，政府現時的電影資助項目過於短視，無法持續推廣電影文化。他認為，政府應該重新檢視電影發展基金的機制，以更有效地支援業界的需要。

「『電影發展基金』及『首部劇情電影計劃』至少可以讓有心人累積經驗，維持一段時間的創作，我認為香港是十分需要這類政府資助，起碼可培育一定的導演人才，但香港普遍的資助都很少，可能未必達到海外推廣的水平。」

(馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長)

「雖然政府有提供資助，但我印象中電影發展基金 10 多年來只支持三、四十套電影，數量是不足的。台灣的電影輔導金其實值得借鏡，不少當地電影人都指出計劃幫助很大，一年資助 10 多套電影，明顯比電影發展基金支援更多。

金額分配上，本土電影成本約 1800 萬，只有 200 萬的資助額其實太少。另外大專組及公開組的分組好像沒有太大分別，即使大專組的電影水平也很高，兩者的資助額不應有太大分別。現時的做法是配對資助，對初出茅廬的電影工作者更為不利；而現時的電影業環境不景氣，這種方式又會否更難令電影工作者獲得資助？」

(馮家明先生／香港演藝學院高級講師(電影歷史及理論研究))

「電影發展基金後期變成有成績才有資源，也成為了雞肋，但我相信電影也需要播種，有資源也不一定立竿見影，需要時間。體制方面，政府架構的問責班子只有 5 年任期，官員無動力做得更多，可能比較短視，但文化需要日積月累。因此，政府需要創造氛圍，讓大家願意做多點。

我個人認為這些資助項目一定有幫助，但只是「吊鹽水」式。歸根究底，我們的著眼點應放在資源有多大作用？又是否放在實處？政府電影資助也是兩難，不能太少又不能太多，否則會與民爭利，最終淪為「三不像」。當然，公帑需要用得其所，但面對電影業的水深火熱情況，特殊情況應有特殊做法。我們應思考及檢討電影發展基金可如何幫助業界，而非單一的審批，應有持續性的支援。」

(田啟文先生／香港電影工作者總會會長)

### (三) 寬減限制

根據《香港法例》第 562 章《廣播條例》，香港免費電視節目服務由行政長官會同行政會議發出牌照，而持牌機構則須每年繳交大約五百萬的牌費。有受訪學者認為，網絡平台的競爭令電視台經營困難，所以政府應該考慮寬減電視台的牌費，使電視台有更多資源發展。另外，有新晉演員表示，政府在租借場地作拍攝用途方面的程序繁複，窒礙電影拍攝的工作，希望政府可以由單一部門統籌電影業界租借場地的申請。

「電視台、電台需要繳付大額牌費，但政府是否可考慮將這類牌費改為資助內容產業的發展？」

(馮應謙教授／香港中文大學亞太研究所所長)

「很多時連我們想租借政府場地作拍攝用途也會有很多阻礙。我們的拍攝時間通常很緊張，但到申請場地時，政府通常會用很長時間審查我們，並且負責的政府部門不同，例如體育館、公園等場地由康文署負責，若需要封彌敦道的話就要找地政署，所以如果有一個專門的部門負責統籌這一類型的申請，那麼整個程序就會簡便很多。」

(岑珈其先生／演員)

#### (四) 政策定位宜以文化角度出發

現時，負責本地電影業和創意產業發展的香港電影發展局和創意香港辦公室均是商務及經濟發展局轄下的部門，反映香港政府對本地娛樂產業的定位。有受訪的資深電影人認為，電影產業的政策應該以文化角度出發，否則會忽視了本地電影產業的文化價值。有受訪的網絡作家亦認為，當局在藝術文化保育政策方面相對其他地區落後。他期望政府可以讓創作人多在公共空間發揮創意，增添香港的文化氣息，亦令香港的文化更多元化。

「電影除了需要人才也需要錢財，也要有政府的支持。韓國的電影有了政府的支持，變成文化產業的推廣，但可惜香港電影業的政策只重視其商業價值，這會令所有政策都不到位，缺乏內涵。

至於宣傳港產片，政府也應該有角色，因為這樣不能由民間全然取代。政府有心做，不一定需要設立文化局，只視乎有否決心。

(支援電影業)不應妄下斷言，只從賺錢的角度出發，也應有文化認同。」

(田啟文先生／香港電影工作者總會會長)

「可惜的是，香港當局對於保育藝術文化是比較遲鈍，整體環境是缺乏的。書攤市集等都是由出版社及商場主動舉辦，較少由政府舉辦。書展的主題亦較為單一，而且書展邀請的作家，大多是老行尊；新入行的作家較少有曝光機會。

即使現時互聯網發達，香港的新興網絡作家只能夠從網上接觸讀者，而作品實體化的機會較少，不如台灣的文化界般的，能於便利店或在捷運站都能看見台灣的文化作品。」

(藍橘子／網絡作家)

## 第五章 香港市民對本地娛樂產業的看法

是次研究於 2021 年 8 月 25 日至 9 月 4 日進行了一項實地問卷調查（下簡稱調查），以了解香港居民對本地娛樂產業的取態及相關政策的看法。調查共成功訪問 816 名 15 至 65 歲香港居民。此外，研究又訪問了 19 名年齡介乎 13 至 50 歲，他們都表示關注香港娛樂界或正從事相關行業的香港居民，以深入了解他們對香港娛樂產業的看法。本章從以下五個範疇作綜合分析，包括：

- 5.1 對廣東歌的看法；
- 5.2 對本地免費電視的看法；
- 5.3 對香港電影的看法；
- 5.4 對香港網上創作的看法；及
- 5.5 對本地娛樂產業整體看法。

### 5.1 對廣東歌的看法

#### 5.1.1 整體受訪者在聽廣東歌的習慣上略存差異；當中年紀較輕、教育程度較高的市民，較多主動聽廣東歌。

調查問及，受訪者在過去一年有幾經常主動聽廣東歌。整體而言，受訪者在聽廣東歌的習慣上略存差異。有兩成三受訪者「經常」主動聽廣東歌（22.7%），另三成五則「間中」聽（35.0%）【表 5.1】。至於過去一年「甚少」和「沒有」主動聽廣東歌的，分別佔兩成六（26.3%）和一成六（15.6%）【表 5.1】。

表 5.2 和表 5.3 顯示了不同年齡組別和教育程度的受訪者聽廣東歌的習慣存在差異。數據反映，年紀較輕、教育程度較高的受訪者較多主動聽廣東歌。

表 5.1：你睇過去一年有幾經常主動聽廣東歌？

	人數	百分比
經常	185	22.7%
間中	286	35.0%
甚少	215	26.3%
沒有	127	15.6%
不知／難講	3	0.4%
<b>合計</b>	<b>816</b>	<b>100.0%</b>

表 5.2：「過去一年有幾經常主動聽廣東歌」與年齡組別的關係

過去一年有 幾經常主動 聽廣東歌	年齡組別 (歲)					合計
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-65	
經常	46 43.0%	45 29.8%	37 22.0%	34 19.3%	23 10.9%	<b>185</b> <b>22.8%</b>
間中	43 40.2%	68 45.0%	67 39.9%	54 30.7%	54 25.6%	<b>286</b> <b>35.2%</b>
甚少	17 15.9%	29 19.2%	46 27.4%	62 35.2%	61 28.9%	<b>215</b> <b>26.4%</b>
沒有	1 0.9%	9 6.0%	18 10.7%	26 14.8%	73 34.6%	<b>127</b> <b>15.6%</b>
<b>合計</b>	<b>107</b> <b>100.0%</b>	<b>151</b> <b>100.0%</b>	<b>168</b> <b>100.0%</b>	<b>176</b> <b>100.0%</b>	<b>211</b> <b>100.0%</b>	<b>813</b> <b>100.0%</b>

\*\*\*p<0.001

表 5.3：「過去一年有幾經常主動聽廣東歌」與教育程度的關係

過去一年有 幾經常主動 聽廣東歌	教育程度					合計
	小學 或以下	初中 (中 一至中 三)	高中 (中 四至中 七, 包括 毅進)	專上非學 位/副學 士	大學學位 或以上	
經常	3 5.2%	24 16.3%	64 18.9%	36 31.3%	57 38.0%	<b>184</b> <b>22.7%</b>
間中	11 19.0%	32 21.8%	145 42.8%	53 46.1%	44 29.3%	<b>285</b> <b>35.2%</b>
甚少	14 24.1%	52 35.4%	95 28.0%	16 13.9%	37 24.7%	<b>214</b> <b>26.5%</b>
沒有	30 51.7%	39 26.5%	35 10.3%	10 8.7%	12 8.0%	<b>126</b> <b>15.6%</b>
<b>合計</b>	<b>58</b> <b>100.0%</b>	<b>147</b> <b>100.0%</b>	<b>339</b> <b>100.0%</b>	<b>115</b> <b>100.0%</b>	<b>150</b> <b>100.0%</b>	<b>809</b> <b>100.0%</b>

\*\*\*p<0.001

調查問及受訪者過去一年甚少／沒有主動聽廣東歌的原因。結果顯示，原因主要是「冇聽歌的習慣／唔識欣賞音樂」( 56.4%)、「冇時間」( 36.3%)，以及「唔鐘意廣東歌」( 20.8%)。其他原因亦包括「冇渠道／器材」( 4.1%)、「耳朵問題／身體不適」( 3.5%)、「不在香港」( 0.9%)等，佔百分之一至百分之四【表 5.4】。

表 5.4: 點解甚少／冇聽? 仲有冇其他原因? (不讀答案, 可選多項) **N=342**

	人次	百分比■
冇聽歌嘅習慣／唔識欣賞音樂	193	56.4%
冇時間	124	36.3%
唔鐘意廣東歌	71	20.8%
冇渠道／器材	14	4.1%
耳朵問題／身體不適	12	3.5%
不在香港	3	0.9%
其他	--	--
不知／難講	--	--

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

### 5.1.2 整體受訪者傾向欣賞廣東歌，尤其是年紀愈輕、教育程度愈高的市民，愈欣賞廣東歌；欣賞的原因主要是與語言及歌手的唱功有關。

調查邀請受訪香港居民就廣東歌嘅欣賞程度，進行評分；由 0-10 分，10 分為非常欣賞，5 為一般，0 分為非常不欣賞。調查結果顯示，整體受訪者傾向欣賞廣東歌，平均分為 6.11 分，高於 5 分一半半的水平【表 5.5】。

表 5.6 和表 5.7 顯示了不同年齡組別和教育程度的受訪者對廣東歌的欣賞程度存在差異。數據反映，年紀愈輕、教育程度愈高的受訪者，愈欣賞廣東歌。

表 5.5：請你用 0 至 10 分評價你對廣東歌嘅欣賞程度。

0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。88=不知／難講

	平均分	標準差 (S.D.)	N
對廣東歌嘅欣賞程度	6.11	1.794	797

#數字不包括回答「不知／難講」者

表 5.6：「對廣東歌嘅欣賞程度」與「年齡組別」的關係

評分：0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。

平均分[N]	年齡組別 (歲)				
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-65
對廣東歌嘅 欣賞程度	6.85[106]	6.44[151]	6.13[165]	5.99[177]	5.55[198]

\*\*\* p<0.001

表 5.7：「對廣東歌嘅欣賞程度」與「教育程度」的關係  
 評分：0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。

平均分[N]	教育程度				
	小學或以下	初中（中一至中三）	高中（中四至中七，包括毅進）	專上非學位／副學士	大學學位或以上
對廣東歌嘅欣賞程度	5.36 [53]	5.74 [141]	6.04 [335]	6.37 [115]	6.72 [149]

\*\*\* p<0.001

調查問及受訪者不欣賞廣東歌的原因。結果顯示，原因主要是「歌手質素參差」（52.2%），以及「歌詞題材欠共鳴」（30.4%）。其他原因亦包括「曲風／音樂種類單一」（23.5%）、「旋律難聽」（20.0%）、「語言不通／低俗」（15.7%）、「欠缺視覺效果包裝」（5.2%）等，佔百分之五至百分之二十四【表 5.8】。

表 5.8：（0-4 分）你唔欣賞廣東歌的原因係？仲有冇其他原因？  
 （不讀答案，可選多項）

	人次	百分比■
歌手質素參差	60	52.2%
歌詞題材欠共鳴	35	30.4%
曲風／音樂種類單一	27	23.5%
旋律難聽	23	20.0%
語言不通／低俗	18	15.7%
欠缺視覺效果包裝	6	5.2%
其他	--	--
不知／難講	9	7.8%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

至於以前有關注香港樂壇的受訪個案亦普遍表示，現在已不再欣賞廣東歌，因為歌手的唱功質素參差。不少個案認為，現時廣東歌的曲風／音樂種類單一，且盲目參考日韓風格，欠缺原創性。有受訪者就指，感到香港樂壇被某些企業壟斷。

「每首歌嘅格局都差不多，聽得多都會悶。歌手更加差，還會走音，覺得樂壇已死，來來去去都是這幾位歌手，壟斷市場。」

（個案 1／女／27 歲／高中）

「90 年代和現在差很遠，以前的香港影音比較好。以前投放嘅資源更多。現在本地創作少咗機會上大平台，Kpop 取代了香港

廣東歌（的地位），（反而）現在香港的歌曲通常都參考日韓的風格，欠缺原創性。」

（個案2／女／30歲／專上非學位）

「80、90年代（香港樂壇）真的盛世，那時不是我們抄、追捧日韓台，而是他們追捧我們。現在覺得為什麼這些人五音不全都可以走出來，還要這麼紅。」

（個案9／女／38歲／碩士學位）

調查亦問及受訪者欣賞廣東歌的原因。結果顯示，原因主要是「廣東話同聲同氣」（49.0%），以及「香港歌手唱功好」（45.7%）。其他原因亦包括「旋律動人」（39.9%）、「歌詞題材引共鳴」（36.4%）、「曲風多元」（19.8%）、「視覺效果吸引」（13.8%）等，佔一成四至四成【表5.9】。

表 5.9：（6-10分）你欣賞廣東歌的原因係？仲有冇其他原因？  
（不讀答案，可選多項）

**N=514**

	人次	百分比■
廣東話同聲同氣	252	49.0%
香港歌手唱功好	235	45.7%
旋律動人	205	39.9%
歌詞題材引共鳴	187	36.4%
曲風多元	102	19.8%
視覺效果吸引	71	13.8%
其他	--	--
不知／難講	7	1.4%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

至於近年有關注香港樂壇的受訪個案則普遍表示，自小欣賞廣東歌，因為廣東話讓他們有共鳴感。不少個案亦認為，近年廣東歌的題材多元、歌詞引共鳴，能反映社會現象和地方特色。

「自小大多透過廣東歌流行樂壇去認識香港娛樂事業。廣東歌主要有數方面吸引我，第一是共鳴感，因為廣東話是熟悉的語言。始終韓語和英語也不是我們的第一語言，所以也較難代入和有共鳴感。」

（個案07／男／25歲／碩士）

「近兩年有聽林家謙，因為他獨立，不受人限制，想做什麼就做什麼，和其他藝人很不一樣，這影響他作品的多元性。《一人之

境》很適合疫情，大家要保持社交距離，反映到社會，有別以前的愛情歌。」

(個案 10 / 女 / 42 歲 / 高中)

「一首歌對我最重要的是旋律，其實香港的作曲家是好聽的。我覺得廣東話的歌詞是很有意思的，押韻呀，及不同的 occasion (場合) 的時期聽不同的歌，不同種類的歌。香港廣東歌有些歌名是地方名，例如「彌敦道」，現在 serrini 的「油尖旺金毛玲」，你看到這些名字會有親切感，看到這些名就會立刻聯想到這是香港的哪裡，自己做過什麼，之後介紹給其他人——這個地方是這樣。」

(個案 16 / 女 / 23 歲 / 大學學位)

### 5.1.3 最多受訪者透過免費方式支持本地歌手，例如在電視／電台上聽音樂和在網絡平台上互動；而電視／電台的流行榜當中，尤以 ViuTV 最備受關注。

調查問及欣賞廣東歌的受訪者在過去一年以什麼方式支持本地歌手。調查結果顯示，最多受訪者透過「在免費電視／電台上聽音樂」支持本地歌手 (73.9%)，其次是「在免費網絡平台上互動 (包括觀看、讚好、留言、分享)」(40.7%) 和「付費訂閱串流平台 (例如 MOOV, JOOX, KKBOX, Spotify)」(25.1%)。而透過「聽演唱會 (不論是否成功購買門票)」(13.4%)、「買單曲／專輯」(11.9%)、「購買歌手代言的商品」(10.7%)、「追星／應援 (包括現場，物品，廣告等方式)」(5.6%) 和「以歌手的名義募捐／參加公益活動」(0.4%) 等支持本地歌手，分別有千分之四至百分之十三不等【表 5.10】。

表 5.10：(6-10 分) 你嘅過去一年有冇以下方式支持本地歌手？(可選多項)

	人次	百分比■
在免費電視／電台上聽音樂	380	73.9%
在免費網絡平台上互動 (包括觀看、讚好、留言、分享)	209	40.7%
付費訂閱串流平台 (例如 MOOV, JOOX, KKBOX, Spotify)	129	25.1%
聽演唱會 (不論是否成功購買門票)	69	13.4%
買單曲／專輯	61	11.9%
購買歌手代言的商品	55	10.7%
追星 / 應援 (包括現場，物品，廣告等方式)	29	5.6%
以歌手的名義募捐／參加公益活動	2	0.4%
其他	--	--
不知／難講	21	4.1%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

調查問及欣賞廣東歌的受訪者過去一年共花費多少金錢支持本地歌手。結果顯示，整體受訪者過去一年平均花費 HKD\$332.19 支持本地歌手，亦即約訂閱串流平台半年，或三至四個專輯的價錢。

表 5.11：(6-10 分) 你過去一年共花費多少金錢支持本地歌手？HKD\$\_\_\_\_\_ (實數)

	平均 HKD\$	標準差 (S.D.)	N
你過去一年共花費多少金錢支持本地歌手	332.19	887.163	512

# 數字不包括回答「不知／難講」者

調查問及欣賞廣東歌的受訪者在過去一年有沒有留意電台／電視台的流行榜或頒獎禮。調查結果顯示，最多受訪者過去一年有留意 ViuTV 的 Chill Club 推介榜 (34.6%)，其次是 TVB 的勁歌金榜 (31.3%)。而過去一年有留意香港新城電台的新城勁爆流行榜 (24.3%)、香港商業電台的 903 專業推介 (23.0%) 和香港電台的中文歌曲龍虎榜 (22.8%) 等，分別有兩成三至兩成四不等。而過去一年沒有留意以上任何電台／電視台的流行榜或頒獎禮亦佔約三成【表 5.12】。

表 5.12：(6-10 分) 你睇過去一年有冇留意以下電台／電視台嘅流行榜或頒獎禮？ (1-5 可選多項；6 只選一項) **N=514**

	人次	百分比■
ViuTV (Chill Club 推介榜)	178	34.6%
TVB (勁歌金榜／勁歌金曲)	161	31.3%
香港新城電台 (新城勁爆流行榜)	125	24.3%
香港商業電台 (903 專業推介／叱咤樂壇流行榜)	118	23.0%
香港電台 (中文歌曲龍虎榜／十大中文金曲)	117	22.8%
以上皆否	152	29.6%
不知／難講	15	2.9%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

## 5.2 對本地免費電視的看法

### 5.2.1 整體受訪者普遍有看本地電視節目的習慣；其中以年紀較大、教育程度和收入較低的市民，較多觀看。

調查問及，受訪者在過去一年有幾經常觀看本地製作的免費電視節目。整體而言，受訪者普遍表示有看本地電視的習慣，有四成「經常」看本地製作的免費電視節目 (39.7%)，另三成八則「間中」看 (38.1%)

【表 5.13】。至於過去一年「甚少」和「沒有」看本地製作的免費電視節目的，分別佔一成九（19.0%）和百分之三（3.2%）【表 5.13】。

表 5.14 和表 5.15 顯示了不同年齡組別和教育程度的受訪者看本地電視的習慣存在差異。數據反映，年紀較大、教育程度較低的受訪者較多看本地製作的免費電視節目。

表 5.16 和表 5.17 則顯示了不同行業和收入的受訪者看本地電視的習慣存在差異。數據反映，屬退休人士和家庭照顧者、收入較低的受訪者較「經常」看本地製作的免費電視節目。

表 5.13：你睇過去一年有幾經常睇本地製作的免費電視節目？  
（包括網上平台／應用程式）

	人數	百分比
經常	324	39.7%
間中	311	38.1%
甚少	155	19.0%
沒有	26	3.2%
不知／難講	--	--
<b>合計</b>	<b>816</b>	<b>100.0%</b>

表 5.14：「過去一年有幾經常睇本地製作的免費電視節目（包括網上平台／應用程式）」與年齡組別的關係

過去一年有 幾經常睇本 地製作的免 費電視節目 （包括網上 平台／應用 程式）	年齡組別 (歲)					合計
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-65	
經常	32 29.9%	42 27.8%	55 32.7%	76 42.7%	119 56.1%	<b>324</b> <b>39.7%</b>
間中	44 41.1%	59 39.1%	78 46.4%	65 36.5%	65 30.7%	<b>311</b> <b>38.1%</b>
甚少	28 26.2%	43 28.5%	31 18.5%	33 18.5%	20 9.4%	<b>155</b> <b>19.0%</b>
沒有	3 2.8%	7 4.6%	4 2.4%	4 2.2%	8 3.8%	<b>26</b> <b>3.2%</b>
<b>合計</b>	<b>107</b> <b>100.0%</b>	<b>151</b> <b>100.0%</b>	<b>168</b> <b>100.0%</b>	<b>178</b> <b>100.0%</b>	<b>212</b> <b>100.0%</b>	<b>816</b> <b>100.0%</b>

\*\*\* p<0.001

表 5.15：「過去一年有幾經常睇本地製作的免費電視節目（包括網上平台／應用程式）」與教育程度的關係

過去一年有幾經常睇本地製作的免費電視節目（包括網上平台／應用程式）	教育程度					合計
	小學或以下	初中（一至中三）	高中（四至中七，包括毅進）	專上非學位／副學士	大學學位或以上	
經常	38 65.5%	81 54.7%	116 34.0%	33 28.7%	53 35.3%	<b>321</b> <b>39.5%</b>
間中	12 20.7%	43 29.1%	148 43.4%	59 51.3%	49 32.7%	<b>311</b> <b>38.3%</b>
甚少	5 8.6%	22 14.9%	66 19.4%	19 16.5%	42 28.0%	<b>154</b> <b>19.0%</b>
沒有	3 5.2%	2 1.4%	11 3.2%	4 3.5%	6 4.0%	<b>26</b> <b>3.2%</b>
合計	<b>58</b> <b>100.0%</b>	<b>148</b> <b>100.0%</b>	<b>341</b> <b>100.0%</b>	<b>115</b> <b>100.0%</b>	<b>150</b> <b>100.0%</b>	<b>812</b> <b>100.0%</b>

\*\*\* p<0.001

表 5.16：「過去一年有幾經常睇本地製作的免費電視節目（包括網上平台／應用程式）」與行業的關係

過去一年有幾經常睇本地製作的免費電視節目（包括網上平台／應用程式）	行業														合計
	製造業	建造業	進出口貿易、批發及零售業	運輸、倉庫、郵政及速遞服務業	住宿及膳食服務業	資訊及通訊業（包括電台及電視廣播）	金融及保險業	地產業、專業及商用服務業（包括廣告及市場研究）	公共行政、教育、人類醫療保健及社工活動	雜項社會及個人服務（包括創作及表演藝術活動、文化活動）	學生	家庭照顧者	退休人士	待業、失業	
經常	13 44.8%	18 37.5%	45 38.1%	22 34.9%	36 48.0%	13 38.2%	26 34.7%	13 26.0%	10 19.2%	15 46.9%	22 31.0%	47 51.1%	30 69.8%	14 41.2%	<b>324</b> <b>39.7%</b>
間中	8 27.6%	19 39.6%	47 39.8%	29 46.0%	27 36.0%	11 32.4%	28 37.3%	20 40.0%	31 59.6%	10 31.3%	29 40.8%	30 32.6%	11 25.6%	11 32.4%	<b>311</b> <b>38.1%</b>
甚少	7 24.1%	10 20.8%	22 18.6%	12 19.0%	12 16.0%	7 20.6%	19 25.3%	15 30.0%	9 17.3%	6 18.8%	17 23.9%	11 12.0%	1 2.3%	7 20.6%	<b>155</b> <b>19.0%</b>
沒有	1 3.4%	1 2.1%	4 3.4%	-- --	-- --	3 8.8%	2 2.7%	2 4.0%	2 3.8%	1 3.1%	3 4.2%	4 4.3%	1 2.3%	2 5.9%	<b>26</b> <b>3.2%</b>
合計	<b>29</b> <b>100.0%</b>	<b>48</b> <b>100.0%</b>	<b>118</b> <b>100.0%</b>	<b>63</b> <b>100.0%</b>	<b>75</b> <b>100.0%</b>	<b>34</b> <b>100.0%</b>	<b>75</b> <b>100.0%</b>	<b>50</b> <b>100.0%</b>	<b>52</b> <b>100.0%</b>	<b>32</b> <b>100.0%</b>	<b>71</b> <b>100.0%</b>	<b>92</b> <b>100.0%</b>	<b>43</b> <b>100.0%</b>	<b>34</b> <b>100.0%</b>	<b>816</b> <b>100.0%</b>

\* p&lt;0.05

表 5.17：「過去一年有幾經常睇本地製作的免費電視節目（包括網上平台／應用程式）」與每月就業收入（個人）（港元）的關係

過去一年有 幾經常睇本 地製作的免 費電視節目 （包括網上 平台／應用 程式）	每月就業收入（個人）				合計
	\$0-\$9,999	\$10,000- \$19,999	\$20,000- \$39,999	\$40,000 或以上	
經常	110 46.8%	105 37.8%	99 36.4%	10 37.0%	<b>324</b> <b>39.9%</b>
間中	80 34.0%	119 42.8%	97 35.7%	13 48.1%	<b>309</b> <b>38.1%</b>
甚少	35 14.9%	49 17.6%	65 23.9%	4 14.8%	<b>153</b> <b>18.8%</b>
沒有	10 4.3%	5 1.8%	11 4.0%	--	<b>26</b> <b>3.2%</b>
合計	<b>235</b> <b>100.0%</b>	<b>278</b> <b>100.0%</b>	<b>272</b> <b>100.0%</b>	<b>27</b> <b>100.0%</b>	<b>812</b> <b>100.0%</b>

\* p<0.05

調查問及受訪者過去一年甚少／沒有看本地製作的免費電視節目的原因。結果顯示，原因主要是「冇時間（包括：時間唔夾）」（38.1%）、「冇睇電視的習慣」（33.7%），以及「唔鍾意本地製作的電視節目」（27.6%）。其他原因亦包括「冇電視（包括：電視壞咗／收唔到）」（11.0%）、「眼睛問題／身體不適」（3.3%）等，佔百分之三至百分之十一【表 5.18】。

表 5.18：點解甚少／冇睇？仲有冇其他原因？（不讀答案，可選多項） **N=181**

	人次	百分比■
冇時間（包括：時間唔夾）	69	38.1%
冇睇電視的習慣	61	33.7%
唔鍾意本地製作的電視節目	50	27.6%
冇電視（包括：電視壞咗／收唔到）	20	11.0%
眼睛問題／身體不適	6	3.3%
不在香港	--	--
其他	--	--
不知／難講	7	3.9%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

### 5.2.2 九成四受訪者透過電視看本地製作的電視節目，而透過各種網上方式觀看的則佔一至兩成。

調查問及過去一年「經常」和「間中」看本地電視節目的受訪者透過什麼渠道觀看。調查結果顯示，最多受訪者透過「免費電視」觀看(94.0%)。而透過「電視台的免費應用程式／網站」(22.0%)、「網絡平台」(13.7%)、「付費串流平台(例如 myTVsuper、黃 Viu)」(10.7%)等各種網上方式支持本地歌手，分別有一成一至兩成二不等【表 5.19】。

表 5.19：你透過咩渠道睇？（可選多項） N=635

	人次	百分比■
免費電視	597	94.0%
電視台的免費應用程式／網站	140	22.0%
網絡平台	87	13.7%
付費串流平台（例如 myTVsuper、黃 Viu）	68	10.7%
其他	--	--

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

### 5.2.3 整體受訪者傾向滿意現時本地免費電視台的狀況，尤其是教育程度較低的市民相對較滿意；欣賞的原因主要是與節目的類型和質素有關。

調查邀請受訪香港居民就現時本地免費電視台的狀況嘅滿意程度，進行評分；由 0-10 分，10 分為非常滿意，5 為一般，0 分為非常不滿意。調查結果顯示，整體受訪者傾向滿意現時本地免費電視台的狀況，平均分為 6.12 分，高於 5 分一半半的水平【表 5.20】。

表 5.21 顯示了不同教育程度的受訪者對現時本地免費電視台的狀況的滿意程度存在差異。數據反映，教育程度愈低的受訪者，愈滿意。

表 5.20：請你用 0 至 10 分評價你對現時本地免費電視台的狀況嘅滿意程度。  
0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。88=不知／難講

	平均分	標準差 (S.D.)	N
對現時本地免費電視台的狀況嘅滿意程度	6.12	1.750	813

# 數字不包括回答「不知／難講」者

表 5.21：「對現時本地免費電視台的狀況嘅滿意程度」與「教育程度」的關係  
(評分：0-10 分，0=非常唔滿意；5=一半半；10=非常滿意。)

平均分[N]	教育程度				
	小學或以下	初中(中一至中三)	高中(中四至中七, 包括毅進)	專上非學位/副學士	大學學位或以上
對本地免費電視台嘅滿意程度	7.16 [56]	6.40 [147]	5.88 [341]	6.09 [115]	5.99 [150]

\*\*\* p<0.001

調查問及受訪者不滿意現時本地免費電視台的狀況的原因。結果顯示，原因主要是「本地製作的免費電視節目質素參差」(53.7%)。其他原因亦包括「免費電視台的數量不足」(33.8%)、「本地製作的免費電視節目類型單一」(30.1%)、「缺乏免費的非本地節目」(11.8%)等，佔一成二至三成四【表 5.22】。

表 5.22：(0-4 分)你唔滿意現時本地免費電視台的狀況嘅原因係？仲有冇其他原因？(不讀答案，可選多項) **N=136**

	人次	百分比
本地製作的免費電視節目質素參差	73	53.7%
免費電視台的數量不足	46	33.8%
本地製作的免費電視節目類型單一	41	30.1%
缺乏免費的非本地節目	16	11.8%
其他	--	--
不知/難講	5	3.7%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

至於以前有關注香港電視節目的受訪個案亦普遍表示，現在已不再欣賞本地製作的電視節目，因為節目內容無聊，無法反映生活現實。不少個案亦認為，以往電視台被壟斷，導致節目類型單一，缺乏新意。

「覺得香港的電視節目很悶，劇情很單一，綜藝也是，見到哪套拍得好就會返兜。電視節目常常都是情情愛愛，要不就警匪片，要不就合家歡。」

(個案 6/女/19 歲/專上非學位)

「現時的綜藝節目很無聊，都很不貼地；戲劇也反映不到生活現實。」

(個案 10/女/42 歲)

調查亦問及受訪者滿意現時本地免費電視台的狀況的原因。結果顯示，原因主要是「本地製作的免費電視節目類型多元」（48.6%），以及「本地製作的免費電視節目質素高」（43.9%）。其他原因亦包括「免費電視台的數量足夠」（35.5%）、「有足夠的免費非本地節目」（27.9%）等，佔兩成八至三成六【表 5.23】。

表 5.23：（6-10 分）你滿意現時本地免費電視台的狀況嘅原因係...？仲有冇其他原因？（不讀答案，可選多項） **N=535**

	人次	百分比■
本地製作的免費電視節目類型多元	260	48.6%
本地製作的免費電視節目質素高	235	43.9%
免費電視台的數量足夠	190	35.5%
有足夠的免費非本地節目	149	27.9%
其他	--	--
不知／難講	8	1.5%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

至於近年有關注香港電視節目的受訪個案則普遍表示，欣賞現時電視節目，因為電視節目的題材變得多元、大膽，帶來驚喜及新鮮感。不少個案亦認為，近年電視節目的內容幽默、有深度，能夠發人深省，觸動人心。

「《Error 自肥企画》內容很好笑，很勵志。因為他說：『致一直堅持的人』。較一般香港的綜藝節目有深度些，很多信息帶給觀眾。雖然團隊沒解答觀眾的疑問，但覺得有很多信息，要我們自己思考，例如『娛樂是為什麼』，其實沒給答案，是要我們自己想。這麼有深度的電視節目很久沒見過。」

（個案 10／女／42 歲／高中）

「電視節目題材與從前不同，以前不會有同志等等的題材又甚或好像《Error 自肥企画》等大膽的素材。與外國的電視節目題材比較接近、較新鮮。」

（個案 12／男／25 歲／大學學位）

「《大叔的愛》，我之前看過日版原劇，而這套由本地拍的讓香港人有親切感，亦令我有驚喜及新鮮感。當時同事介紹《Error 遊》的片段給我，我用膳時就上 YouTube 慢慢看，看過一集後就覺得好好笑，之後就不斷尋找之前的片段全部由頭看。有集關於昆

蟲我都好佩服他們，認為他們很搏命很慘，卻又令我覺得好好笑。前期覺得他們很靚線，後期我受他們而感動。」

(個案 14 / 女 / 30 歲 / 高中)

### 5.3 對香港電影的看法

#### 5.3.1 整體受訪者在看香港電影的習慣上略存差異；當中，教育程度和收入較高的市民，較多觀看。

調查問及，受訪者在過去一年有幾經常觀看香港電影。整體而言，受訪者在看香港電影的習慣上略存差異。只有低於一成受訪者「經常」看香港電影（7.7%），另三成四則「間中」看（33.9%）【表 5.24】。至於過去一年「甚少」和「沒有」看香港電影的，分別佔三成七（37.0%）和兩成一（21.0%）；這可能跟過去一年香港受新型冠狀病毒疫情影響，部份時間電影院要關閉或局部開放有關【表 5.24】。

表 5.25 和表 5.26 顯示了不同教育程度和收入的受訪者看香港電影的習慣存在差異。數據反映，教育程度和收入較高的受訪者，較多觀看香港電影。

表 5.24：你睇過去一年有幾經常睇香港電影？

	人數	百分比
經常	63	7.7%
間中	277	33.9%
甚少	302	37.0%
沒有	171	21.0%
不知 / 難講	3	0.4%
<b>合計</b>	<b>816</b>	<b>100.0%</b>

表 5.25：「過去一年有幾經常睇香港電影」與教育程度的關係

過去一年有 幾經常睇香 港電影	教育程度					合計
	小學 或以下	初中(中 一至中 三)	高中(中 四至中 七,包括 毅進)	專上非學 位/副學 士	大學學位 或以上	
經常	3 5.2%	5 3.4%	27 8.0%	8 7.0%	20 13.3%	<b>63</b> <b>7.8%</b>
間中	9 15.5%	33 22.3%	118 34.9%	57 49.6%	59 39.3%	<b>276</b> <b>34.1%</b>
甚少	15 25.9%	71 48.0%	129 38.2%	35 30.4%	50 33.3%	<b>300</b> <b>37.1%</b>
沒有	31 53.4%	39 26.4%	64 18.9%	15 13.0%	21 14.0%	<b>170</b> <b>21.0%</b>
合計	<b>58</b> <b>100.0%</b>	<b>148</b> <b>100.0%</b>	<b>338</b> <b>100.0%</b>	<b>115</b> <b>100.0%</b>	<b>150</b> <b>100.0%</b>	<b>809</b> <b>100.0%</b>

\*\*\* p<0.001

表 5.26：「過去一年有幾經常睇香港電影」與每月就業收入（個人）（港元）的關係

過去一年有 幾經常睇香 港電影	每月就業收入（個人）				合計
	\$0-\$9,999	\$10,000- \$19,999	\$20,000- \$39,999	\$40,000 或以上	
經常	11 4.7%	22 7.9%	27 10.0%	3 11.1%	<b>63</b> <b>7.8%</b>
間中	71 30.3%	116 41.9%	82 30.3%	7 25.9%	<b>276</b> <b>34.1%</b>
甚少	75 32.1%	102 36.8%	109 40.2%	13 48.1%	<b>299</b> <b>37.0%</b>
沒有	77 32.9%	37 13.4%	53 19.6%	4 14.8%	<b>171</b> <b>21.1%</b>
合計	<b>234</b> <b>100.0%</b>	<b>277</b> <b>100.0%</b>	<b>271</b> <b>100.0%</b>	<b>27</b> <b>100.0%</b>	<b>809</b> <b>100.0%</b>

\*\*\* p<0.001

調查問及受訪者過去一年甚少／沒有看香港電影的原因。結果顯示，原因主要是「冇時間（包括：時間唔夾）」（37.2%）、「戲院票／串流平台貴」（31.3%），以及「疫情限制／身體不適」（27.3%）。其他原因亦包括「冇睇電影的習慣／唔識欣賞電影」（18.8%）、「唔鐘意香港電影」（15.4%）等，佔一成五至一成九【表 5.27】。

表 5.27：點解甚少／冇睇？仲有冇其他原因？（不讀答案，可選多項） **N=473**

	人次	百分比■
冇時間（包括：時間唔夾）	176	37.2%
戲院票／串流平台貴	148	31.3%
疫情限制／身體不適	129	27.3%
冇睇電影的習慣／唔識欣賞電影	89	18.8%
唔鐘意香港電影	73	15.4%
不在香港	--	--
其他	--	--
不知／難講	2	0.4%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

### 5.3.2 最多受訪者透過免費電視看香港電影，而透過各種網上方式觀看的則佔約兩成。

調查問及過去一年「經常」和「間中」看香港電影的受訪者透過什麼渠道觀看。調查結果顯示，最多受訪者透過「免費電視」觀看（54.7%），其次是「戲院」（50.3%）。而透過「網絡平台」（29.4%）、「付費串流平台」（20.9%）等各種網上方式觀看，分別有兩成一至兩成九不等【表 5.28】。

表 5.28：你透過咩渠道睇？（可選多項） **N=340**

	人次	百分比■
免費電視	186	54.7%
戲院	171	50.3%
網絡平台	100	29.4%
付費串流平台	71	20.9%
其他	--	--

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

### 5.3.3 整體受訪者稍傾向欣賞香港電影，尤其是教育程度和收入較高的市民，較欣賞香港電影；欣賞的原因主要是與劇情及演員的演技有關。

調查邀請受訪香港居民就香港電影嘅欣賞程度，進行評分；由 0-10 分，10 分為非常欣賞，5 為一般，0 分為非常不欣賞。調查結果顯示，整體受訪者稍傾向欣賞香港電影，平均分為 5.95 分，高於 5 分一半半的水平【表 5.29】。

表 5.30 和表 5.31 顯示了不同教育程度和收入的受訪者對香港電影的欣賞程度存在差異。數據反映，教育程度和收入較高的受訪者，較欣賞香港電影。

表 5.29：請你用 0 至 10 分評價你對香港電影嘅欣賞程度。  
(0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。88=不知／難講)

	平均分	標準差 (S.D.)	N
對香港電影嘅欣賞程度	5.95	1.623	784

# 數字不包括回答「不知／難講」者

表 5.30：「對香港電影嘅欣賞程度」與「教育程度」的關係  
(評分：0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。)

平均分[N]	教育程度				
	小學或以下	初中(中一至中三)	高中(中四至中七, 包括毅進)	專上非學位／副學士	大學學位或以上
對香港電影嘅欣賞程度	5.56 [50]	5.60 [141]	5.85 [337]	6.39 [112]	6.33 [140]

\*\*\* p<0.001

表 5.31：「對香港電影嘅欣賞程度」與每月就業收入(個人)(港元)的關係  
(評分：0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。)

平均分[N]	每月就業收入(個人)			
	\$0-\$9,999	\$10,000-\$19,999	\$20,000-\$39,999	\$40,000 或以上
對香港電影嘅欣賞程度	5.79 [227]	5.86 [268]	6.10 [259]	6.34 [26]

\* p<0.05

調查問及受訪者不欣賞香港電影的原因。結果顯示，原因主要是「劇情唔吸引」(51.2%)。其他原因亦包括「視覺效果一般」(26.8%)、「拍攝／剪接手法欠佳」(20.5%)、「音響效果／電影原聲一般」(18.9%)、「演員演技參差」(15.7%)等，佔一成六至兩成七【表 5.32】。

表 5.32：（0-4 分）你唔欣賞香港電影的原因係…？仲有冇其他原因？  
（不讀答案，可選多項）

**N=127**

	人次	百分比■
劇情唔吸引	65	51.2%
視覺效果一般	34	26.8%
拍攝／剪接手法欠佳	26	20.5%
音響效果／電影原聲一般	24	18.9%
演員演技參差	20	15.7%
其他	--	--
不知／難講	8	6.3%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

至於以前有關注香港影壇的受訪個案亦表示，現在已不再欣賞香港電影，因為題材不夠大膽，即使是明星級的演員亦無法吸引她觀賞。有受訪者指出，近年香港影壇較多合拍片，缺乏香港特色，即使有資源投放的大製作也不吸引。

「香港影壇合拍片比較多。合拍片資源會較多，但所講述的元素會少了些香港的特色。而少了香港特色的話，就整件事會沒有了自己的獨特性。」

（個案 13／女／32 歲／大學學位）

「不知是否因為文化，會局限了他們的思考，不夠大膽，總是會悶些。題材真的是很重要，因為如果題材不吸引，你找個多勁的星我都未必會看。」

（個案 5／女／40-45 歲／高中）

調查亦問及受訪者欣賞香港電影的原因。結果顯示，原因主要是「劇情吸引／動人」（60.5%），以及「演員演技一流」（40.3%）。其他原因亦包括「廣東話同聲同氣」（34.7%）、「視覺效果震撼」（25.6%）、「音響效果震撼／電影原聲動人」（24.2%）、「拍攝／剪接手法流暢」（21.5%）等，佔兩成二至三成五【表 5.33】。

表 5.33：(6-10 分) 你欣賞香港電影的原因係？仲有冇其他原因？  
(不讀答案，可選多項)

	人次	百分比■
劇情吸引／動人	293	60.5%
演員演技一流	195	40.3%
廣東話同聲同氣	168	34.7%
視覺效果震撼	124	25.6%
音響效果震撼／電影原聲動人	117	24.2%
拍攝／剪接手法流暢	104	21.5%
其他	--	--
不知／難講	4	0.8%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

至於近年有關注香港影壇的受訪個案則普遍表示，欣賞香港電影是因為劇情細緻，題材能觸動觀眾的內心。

「香港舊電影可以講述得很細緻，不會是為了迎合觀眾口味而拍的戲。比較印象深刻的是《花樣年華》，而近年比較深刻的則較難想到，唯一現在於腦海裡浮現出來的是《無雙》。」

(個案 13／女／32 歲／大學學位)

「《狂舞派》很勵志，本身自己都有夢想，這電影重燃我追夢的這團火，電影主題和我很息息相關。」

(個案 14／女／13 歲／初中)

調查問及欣賞香港電影的受訪者過去一年共花費多少金錢支持香港電影。結果顯示，整體受訪者過去一年平均花費 HKD\$175.19 支持香港電影，亦即約兩張電影票的價錢【表 5.34】。

表 5.34：你過去一年共花費多少金錢支持香港電影？HKD\$\_\_\_\_\_ (實數)

	平均分 HKD\$	標準差 (S.D.)	N
你過去一年共花費多少金錢支持香港電影	175.19	427.946	481

# 數字不包括回答「不知／難講」者

### 5.3.4 整體受訪者對香港電影發展局的工作滿意度，稍高於 5 分的一半；其中教育程度較高的市民，相對較為滿意。

調查邀請受訪香港居民就香港電影發展局在推廣和發展電影業的工作表現的滿意程度，進行評分；由 0-10 分，10 分為非常滿意，5 為一般，0 分為非常不滿意。調查結果顯示，整體受訪者對香港電影發展局在推廣和發展電影業的工作表現，平均分為 5.65 分，稍高於 5 分一半半的水平【表 5.35】。

表 5.36 顯示了不同教育程度的受訪者對香港電影發展局在推廣和發展電影業的工作表現的滿意程度存在差異。數據反映，教育程度較高的受訪者，相對較為滿意。

表 5.35：整體而言，你對香港電影發展局在推廣和發展電影業的工作表現感到滿意嗎？（0-10 分，0=完全不滿意；5=一般；10=非常滿意。88=不知／難講）

	平均分	標準差 (S.D.)	N
對香港電影發展局在推廣和發展電影業的工作表現感到滿意嗎	5.65	1.471	774

# 數字不包括回答「不知／難講」者

表 5.36：「對香港電影發展局在推廣和發展電影業的工作表現嘅滿意程度」與「教育程度」的關係（評分：0-10 分，0=非常唔滿意；5=一半半；10=非常滿意。）

平均分[N]	教育程度				
	小學或以下	初中（中一至中三）	高中（中四至中七，包括毅進）	專上非學位／副學士	大學學位或以上
對香港電影發展局嘅滿意程度	5.17 [47]	5.61 [136]	5.51 [334]	5.90 [112]	5.99 [141]

\*\* p<0.01

## 5.4 對香港網上創作的看法

### 5.4.1 整體受訪者在觀看香港網上創作的習慣上存在差異；當中年紀較小、教育程度和收入較高的市民，較多看網上創作。

調查問及，受訪者在過去一年有幾經常觀看香港網上創作。整體而言，受訪者在觀看香港網上創作的習慣上存在差異。有一成四受訪者「經常」看香港網上創作（14.0%），另兩成九則「間中」看（29.3%）【表 5.38】。至於過去一年「甚少」和「沒有」看香港網上創作的，分別佔兩成七（27.0%）和兩成九（28.8%）【表 5.37】。

表 5.38、表 5.39 和表 5.40 顯示了不同年齡組別、教育程度和收入的受訪者看香港網上創作的習慣存在差異。數據反映，年紀較小、教育程度和收入較高的受訪者，較多看香港網上創作。

表 5.37：你哋過去一年有幾經常睇本地的網上創作？（又稱「網片」／「視頻」，例如 YouTube 影片、Facebook 短片、直播、微電影、vlog 等等）

	人數	百分比
經常	114	14.0%
間中	239	29.3%
甚少	220	27.0%
沒有	235	28.8%
不知／難講	8	1.0%
<b>合計</b>	<b>816</b>	<b>100.0%</b>

表 5.38：「過去一年有幾經常睇本地的網上創作」與年齡組別的關係

過去一年有 幾經常睇本 地的網上創 作	年齡組別 (歲)					合計
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-65	
經常	26 24.3%	27 17.9%	25 15.0%	24 13.6%	12 5.8%	<b>114</b> <b>14.1%</b>
間中	37 34.6%	59 39.1%	55 32.9%	56 31.6%	32 15.5%	<b>239</b> <b>29.6%</b>
甚少	31 29.0%	46 30.5%	40 24.0%	57 32.2%	46 22.3%	<b>220</b> <b>27.2%</b>
沒有	13 12.1%	19 12.6%	47 28.1%	40 22.6%	116 56.3%	<b>235</b> <b>29.1%</b>
<b>合計</b>	<b>107</b> <b>100.0%</b>	<b>151</b> <b>100.0%</b>	<b>167</b> <b>100.0%</b>	<b>177</b> <b>100.0%</b>	<b>206</b> <b>100.0%</b>	<b>808</b> <b>100.0%</b>

\*\*\* p<0.001

表 5.39：「過去一年有幾經常睇本地的網上創作」與教育程度的關係

過去一年有 幾經常睇本 地的網上創 作	教育程度					合計
	小學 或以下	初中(中 一至中 三)	高中(中 四至中 七, 包括 毅進)	專上非學 位/副學 士	大學學位 或以上	
經常	2 3.7%	12 8.3%	48 14.1%	16 13.9%	35 23.3%	<b>113</b> <b>14.1%</b>
間中	3 5.6%	35 24.1%	102 30.0%	54 47.0%	45 30.0%	<b>239</b> <b>29.7%</b>
甚少	13 24.1%	38 26.2%	103 30.3%	28 24.3%	35 23.3%	<b>217</b> <b>27.0%</b>
沒有	36 66.7%	60 41.4%	87 25.6%	17 14.8%	35 23.3%	<b>235</b> <b>29.2%</b>
合計	<b>54</b> <b>100.0%</b>	<b>145</b> <b>100.0%</b>	<b>340</b> <b>100.0%</b>	<b>115</b> <b>100.0%</b>	<b>150</b> <b>100.0%</b>	<b>804</b> <b>100.0%</b>

\*\*\* p<0.001

表 5.40：過去一年有幾經常睇本地的網上創作與每月就業收入（個人）（港元）的關係

過去一年有 幾經常睇本 地的網上創 作	每月就業收入（個人）				合計
	\$0-\$9,999	\$10,000- \$19,999	\$20,000- \$39,999	\$40,000 或以上	
經常	25 10.8%	38 13.9%	46 17.0%	5 18.5%	<b>114</b> <b>14.2%</b>
間中	56 24.1%	96 35.0%	79 29.2%	6 22.2%	<b>237</b> <b>29.5%</b>
甚少	58 25.0%	84 30.7%	71 26.2%	5 18.5%	<b>218</b> <b>27.1%</b>
沒有	93 40.1%	56 20.4%	75 27.7%	11 40.7%	<b>235</b> <b>29.2%</b>
合計	<b>232</b> <b>100.0%</b>	<b>274</b> <b>100.0%</b>	<b>271</b> <b>100.0%</b>	<b>27</b> <b>100.0%</b>	<b>804</b> <b>100.0%</b>

\*\*\* p<0.001

#### 5.4.2 整體受訪者稍傾向欣賞香港網上創作，尤其是年齡愈輕、教育程度愈高的市民，愈欣賞。

調查邀請受訪香港居民就香港網上創作的欣賞程度，進行評分；由 0-10 分，10 分為非常欣賞，5 為一般，0 分為非常不欣賞。調查結果顯示，整體受訪者稍傾向欣賞網上創作，平均分為 5.90 分，高於 5 分一半半的水平【表 5.41】。

表 5.42 和 5.43 顯示了不同年齡組別和教育程度的受訪者對香港網上創作的欣賞程度存在差異。數據反映，年齡愈輕、教育程度愈高的受訪者，愈欣賞香港網上創作。

表 5.41：請你用 0 至 10 分評價你對本地網上創作嘅欣賞程度。  
(0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。88=不知／難講)

	平均分	標準差 (S.D.)	N
對本地網上創作嘅欣賞程度	5.90	1.687	686

# 數字不包括回答「不知／難講」者

表 5.42：「對本地的網上創作嘅欣賞程度」與「年齡組別」的關係  
(評分：0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。)

平均分[N]	年齡組別 (歲)				
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-65
對本地的 網上創 作嘅欣 賞 程度	6.45 [103]	6.20 [143]	6.04 [141]	5.93 [155]	5.03 [144]

\*\*\* p<0.001

表 5.43：「對本地的網上創作嘅欣賞程度」與「教育程度」的關係  
(評分：0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。)

平均分[N]	教育程度				
	小學或以下	初中 (中一至中三)	高中 (中四至中七，包括毅進)	專上非學位／副學士	大學學位或以上
對本地的 網上創 作嘅欣 賞 程度	4.84 [25]	5.58 [109]	5.82 [305]	6.18 [110]	6.34 [133]

\*\*\* p<0.001

至於近年有關注香港網絡界的受訪個案則普遍表示，欣賞香港的網絡短片，因為類型較電視節目多元，而且內容真實。有受訪個案則表示，網絡短片的觀賞模式以觀眾為主導，不但能自由選擇觀影時間，而且互動性高，能與其他網友，甚至是表演者即時交流，令觀眾更加投入。

「喜歡在 YouTube 看神秘類型影片，比電視節目吸引，因為能夠自己選擇想看的影片，而且能夠隨時暫停。」

(個案 3／男／50 歲／專上非學位)

「YouTube 創作很多元，想看別人拍 vlog（影片部落格）或搞笑，還有些是講解電視節目，類似 reaction video（反應視頻），貼地些。電視都有 vlog，但覺得很假，因為全編好了。」

（個案 6／女／19 歲／專上非學位）

「YouTube《四台聯播》相對於傳統電視較好的地方是能於網上與其他網友交流，感覺上似是一個網上集會，多於單單收看一個節目。這樣的方法能令觀眾更加投入。觀眾的即時討論能讓 YouTube 表演者看到即時觀眾的反應。」

（個案 12／男／25 歲／大學學位）

調查問及欣賞香港網上創作的受訪者過去一年共花費多少金錢支持本地的網上創作。結果顯示，整體受訪者過去一年平均只花費 HKD\$15.31 支持香港網上創作【表 5.44】，當中九成五欣賞香港網上創作的受訪者過去一年沒有花費支持本地網上創作（94.9%）【表 5.45】，反映本地大部分網民仍然視網上創作為免費娛樂。

表 5.44：（6-10 分）你過去一年共花費多少金錢支持本地網上創作？

HKD\$\_\_\_\_\_（實數）（如支付以訂閱為會員，直播時打賞等）

	平均分	標準差 (S.D.)	N
過去一年共花費多少金錢支持本地網上創作	15.31	74.835	412

# 數字不包括回答「不知／難講」者

表 5.45：（6-10 分）你過去一年共花費多少金錢支持本地網上創作？

HKD\$\_\_\_\_\_（實數）（如支付以訂閱為會員，直播時打賞等）

HKD\$	人數	百分比
0	391	94.9%
100-600	21	5.1%
合計	<b>412</b>	<b>100.0%</b>

## 5.5 對本地娛樂產業整體看法

### 5.5.1 整體受訪者傾向同意本地娛樂製作最能代表香港的文化，而且提高他們對香港人的身分認同。

調查邀請受訪香港居民就他們對本地娛樂產業的整體看法，進行評分；由 0-10 分，10 分為非常同意，5 為一般，0 分為非常不同意。調查結果顯示，整體受訪者傾向同意「本地娛樂製作最能代表香港的文化」

和「本地娛樂製作提高我對香港人的身分認同」，平均分分別為 6.23 分和 6.01 分，均高於 5 分一半半的水平【表 5.46】。至於「本地娛樂製作未能引起我共鳴」的認同程度，平均分只有 5.29 分。這顯示整體受訪者認同本地娛樂製作與香港文化及香港人的身分認同息息相關。

表 5.46：你有幾同意以下說法嗎？（0-10 分，0=非常不同意；5=一般；10=非常同意。88=不知／難講）

	平均分	標準差 (S.D.)	N
本地娛樂製作未能引起我共鳴	5.29	1.913	797
本地娛樂製作最能代表香港的文化	6.23	1.525	805
本地娛樂製作提高我對香港人的身分認同	6.01	1.641	802

# 數字不包括回答「不知／難講」者

表 5.47 和 5.48 顯示了不同年齡組別和教育程度的受訪者對本地娛樂產業與身份認同的關係的看法差異。數據反映，年齡較輕、教育程度較高的受訪者傾向同意「本地娛樂製作提高他們對香港人的身分認同」。

表 5.47：有幾同意「本地娛樂製作提高我對香港人的身分認同」與「年齡組別」的關係（評分：0-10 分，0=非常不同意；5=一般；10=非常同意。）

平均分[N]	年齡組別 (歲)				
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-65
本地娛樂製作 提高我對香 港人的身分 認同	6.30 [105]	6.10 [146]	6.05 [166]	6.16 [177]	5.63 [208]

\*\* p<0.01

表 5.48：有幾同意「本地娛樂製作提高我對香港人的身分認同」與「教育程度」的關係（評分：0-10 分，0=非常不同意；5=一般；10=非常同意。）

平均分[N]	教育程度				
	小學或以下	初中（中一至中三）	高中（中四至中七，包括毅進）	專上非學位／副學士	大學學位或以上
本地娛樂製作 提高我對香 港人的身分 認同	6.07 [54]	5.91 [146]	5.86 [340]	6.31 [112]	6.21 [146]

\* p<0.05

### 5.5.2 整體受訪者傾向同意政府不重視香港娛樂產業的發展。

調查邀請受訪香港居民就他們對本地娛樂產業發展的整體看法，進行評分；由 0-10 分，10 分為非常同意，5 為一般，0 分為非常不同意。調查結果顯示，整體受訪者傾向同意「政府不重視香港娛樂產業的發展」，平均分為 6.09 分。至於對「青年在香港從事娛樂產業沒有前途」和「我對本地娛樂產業的發展抱有希望」的認同程度，平均分同樣為 5.59 分，稍高於 5 分的一半水平（表 5.49）。

表 5.49：你有幾同意以下說法嗎？（0-10 分，0=非常不同意；5=一般；10=非常同意。88=不知／難講）

	平均分	標準差 (S.D.)	N
政府不重視香港娛樂產業的發展	6.09	1.717	744
青年在香港從事娛樂產業沒有前途	5.59	1.736	766
我對本地娛樂產業的發展抱有希望	5.59	1.589	772

# 數字不包括回答「不知／難講」者

表 5.50 和表 5.51 顯示了不同年齡組別和行業的受訪者在政府對本地娛樂產業的重視程度方面的看法差異。數據反映，年齡愈輕受訪者愈，傾向同意「政府不重視香港娛樂產業的發展」。另外，從事資訊及通訊業（包括電台及電視廣播）、社會及個人服務（包括創作及表演藝術活動、文化活動）和學生亦傾向同意此說法。

表 5.50：有幾同意「政府不重視香港娛樂產業的發展」與「年齡組別」的關係（評分：0-10 分，0=非常不同意；5=一般；10=非常同意。）

平均分[N]	年齡組別 (歲)				
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-65
政府不重視香港娛樂產業的發展	6.63 [100]	6.48 [142]	6.23 [159]	5.94 [166]	5.47 [177]

\*\*\* p<0.001

表 5.51：有幾同意「政府不重視香港娛樂產業的發展」與行業的關係  
( 評分：0-10 分，0=非常不同意；5=一般；10=非常同意。 )

平均分 [N]	行業													
	製造業	建造業	進出口貿易、批發及零售業	運輸、倉庫、郵政及遞服務業	住宿及膳食服務業	資訊及通訊業 (包括電台及電視廣播)	金融及保險業	地產業、專業及商用服務業 (包括廣告及市場研究)	公共行政、教育、人類醫療保健及社工活動	雜項社會及個人服務 (包括創作及表演藝術活動、文化活動)	學生	家庭照顧者	退休人士	待業、失業
政府不重視香港娛樂產業的發展	6.41 [27]	6.29 [45]	6.26 [113]	5.83 [59]	5.83 [66]	6.76 [33]	6.15 [71]	6.33 [48]	6.13 [48]	6.56 [27]	6.55 [65]	5.69 [74]	4.45 [38]	6.17 [30]

\*\*\* p<0.001

表 5.52 顯示了不同年齡組別的受訪者對本地娛樂產業發展的希望的看法差異。數據反映，年齡愈輕的受訪者相對較傾向同意「我對本地娛樂產業的發展抱有希望」。

表 5.52：有幾同意「我對本地娛樂產業的發展抱有希望」與「年齡組別」的關係  
( 評分：0-10 分，0=非常不同意；5=一般；10=非常同意。 )

平均分[N]	年齡組別 (歲)				
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-65
我對本地娛樂產業的發展抱有希望	5.87 [105]	5.77 [146]	5.63 [161]	5.67 [169]	5.21 [191]

\*\* p<0.01

### 5.5.3 近一成半表示有興趣從事娛樂製作產業，其中以青年人尤甚。

調查問及受訪者有興趣從事哪一種娛樂製作產業。調查結果顯示，逾八成受訪者表示沒有興趣從事娛樂製作產業 ( 84.4% )；而有近一成半表示有興趣 ( 14.1% )，其中較多表示有興趣從事網上創作產業 ( 6.6% ) 其次是音樂產業 ( 5.0% )、電影產業 ( 3.7% ) 和電視產業 ( 3.7% ) 【表 5.53】。

表 5.53：你有冇興趣從事以上任何一種娛樂製作產業？（1-4 可選多項） **N=816**

	人次	百分比■
有，網上創作	54	6.6%
有，音樂	41	5.0%
有，電影	30	3.7%
有，電視	30	3.7%
冇	689	84.4%
不知／難講	12	1.5%

表 5.54 顯示了不同年齡組別的受訪者對從事娛樂製作產業的興趣存在差異。數據反映，年紀愈小的受訪者，愈有興趣從事娛樂製作產業。

表 5.54：「有冇興趣從事以下任何一種娛樂製作產業」與年齡組別的關係

有冇興趣從事以下任何一種娛樂製作產業	年齡組別 (歲)					合計
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-65	
有，音樂***	19 17.8%	5 3.3%	7 4.2%	5 2.8%	5 2.4%	<b>41</b> <b>5.0%</b>
有，電影***	11 10.3%	10 6.6%	7 4.2%	1 0.6%	1 0.5%	<b>30</b> <b>3.7%</b>
有，電視***	11 10.3%	10 6.6%	6 3.6%	1 0.6%	2 0.9%	<b>30</b> <b>3.7%</b>
有，網上創作***	24 22.4%	15 9.9%	7 4.2%	5 2.8%	3 1.4%	<b>54</b> <b>6.6%</b>
<b>合計</b>	<b>107</b> <b>100.0%</b>	<b>151</b> <b>100.0%</b>	<b>168</b> <b>100.0%</b>	<b>178</b> <b>100.0%</b>	<b>212</b> <b>100.0%</b>	<b>816</b> <b>100.0%</b>

\*\*\* p<0.001

#### 5.5.4 最多受訪者認為本地娛樂製作發展的優勢是香港充滿創意人才，其次是獲本地市民支持和製作多元化。

調查問及受訪者認為本地娛樂製作的發展有什麼優勢。調查結果顯示，最多受訪者認為「香港充滿創意人才」（33.0%），其次是「本地市民支持」（29.0%）和「本地娛樂製作多元化／創新」（28.8%）。而認為本地娛樂製作固有優勢（24.0%）、網絡平台的崛起（21.9%）、香港充滿創作空間（15.9%）和政府對產業支援充足（9.2%）等優勢，則佔百分之九至兩成四【表 5.55】。

表 5.55：整體來說，你覺得本地娛樂製作的發展有什麼優勢？（最多選三項）

**N=816**

	人次	百分比
香港充滿創意人才	269	33.0%
本地市民支持	237	29.0%
本地娛樂製作多元化／創新	235	28.8%
本地娛樂製作固有優勢	196	24.0%
網絡平台的崛起	179	21.9%
香港充滿創作空間	130	15.9%
政府對產業支援充足	75	9.2%
其他	--	--
不知／難講	132	16.2%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

至於近年有關注本地娛樂製作的受訪個案則普遍表示，本地製作的發展有優勢，因為網路平台崛起，令獨立歌手有更多的創作和演出機會。有受訪個案則表示，香港的歌手現在獲本地市民大力支持，不但帶來各種商機，更令社會更接受青年人從事娛樂業。

「這段時間在 YouTube 看到多了很多獨立歌手跑出來。現在歌手都多了很多機會發展，且會在商業文創的跨界合作廣告裡面表演，蠻不錯的。」

（個案 1／女／27 歲／高中）

「好像因 Mirror 帶動了經濟，只要找他們講兩句，影張相，fans 已經跑去買他們的產品。由小朋友到大人，父母都好支持他們入行，要市民都覺得做藝人是好的，有飯食！要有人支持！」

（個案 4／女／40-45 歲／高中）

### 5.5.5 最多受訪者認為政府缺乏對產業的支援、娛樂製作太商業化，以及周邊地區的競爭激烈，限制了本地娛樂產業的發展。

調查問及受訪者認為本地娛樂製作的發展有什麼限制。調查結果顯示，最多受訪者認為「政府缺乏對產業的支援」（31.0%），其次是「本地娛樂製作太商業化／單一化」（26.2%）和「周邊地區的競爭激烈」（24.1%）。而認為本地娛樂製作面對「缺乏創意人才／難入行」（23.3%）、本地的創作空間收狹／社會環境（15.6%）、缺乏非本地市場／廣東話受眾有限（15.4%）和缺乏本地觀眾／市民支持（14.8%）等限制，則佔一成五至兩成三【表 5.56】。

表 5.56：另一方面，你覺得有什麼局限了本地娛樂產業的發展？（最多選三項）

**N=816**

	人次	百分比■
政府缺乏對產業的支援	253	31.0%
本地娛樂製作太商業化／單一化	214	26.2%
周邊地區的競爭激烈	197	24.1%
香港缺乏創意人才／難入行	190	23.3%
本地的創作空間收狹／社會環境	127	15.6%
缺乏非本地市場／廣東話受眾有限	126	15.4%
缺乏本地觀眾／市民支持	121	14.8%
其他	--	--
不知／難講	131	16.1%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比

至於近年有關注本地娛樂製作的受訪個案則普遍表示，本地製作的發展被限制的原因是網絡世代下，全球娛樂觸手可及，香港觀眾不再只能聽廣東歌、看香港的電視節目，競爭激烈。

*「透過音樂糊口是越來越艱難，因為外來競爭多了，以往香港接觸外語的平台和機會不多，自從網上平台開放後，便能垂手上網，取得全球各地的音樂，令人們的眼界開闊了，不一定局限於香港。」*

*（個案 7／男／25 歲／碩士）*

*「外地劇集對本地電視台的競爭較大，加上電視行業漸漸地被網上平台取代。」*

*（個案 19／女／35 歲／大學學位）*

## 5.6 小結

綜合上述實地意見調查的結果顯示，整體受訪者在聽廣東歌、看香港電影和看香港網上創作的習慣上略存差異；當中，青年人、教育程度較高的市民，較多接觸以上的娛樂媒體。至於本地製作的免費電視節目，整體受訪者普遍有看本地電視節目的習慣；其中，以年紀較大、教育程度和收入較低的市民，較多觀看。

整體受訪者傾向欣賞廣東歌、香港電影和香港網上創作，尤其是年紀愈輕、教育程度愈高的市民，愈欣賞。廣東歌被欣賞的原因主要是與語言及歌手的唱功有關，而香港電影被欣賞的原因則主要是與劇情及演

員的演技有關。至於現時本地免費電視台的狀況，整體受訪者傾向滿意，尤其是教育程度較低的市民相對較滿意，主要是欣賞本地製作的免費電視節目的類型多元和質素高。

不過，欣賞廣東歌、香港電影和和香港網上創作的受訪者過去一年普遍透過免費方式支持而已，例如在電視／電台上聽音樂、看香港電影和在網絡平台上互動。在以上三種娛樂產業中，受訪者過去一年平均花費最多金錢支持的是本地歌手，其次是香港電影；而網上創作則仍然被大部分受訪者視為免費娛樂。

另外，綜合上述實地意見調查的結果顯示，受訪者對本地娛樂產業整體看法有以下幾個重點：（1）整體受訪者傾向同意本地娛樂製作最能代表香港的文化，而且提高他們對香港人的身分認同；（2）整體受訪者傾向同意政府不重視香港娛樂產業的發展；（3）有近一成半表示有興趣從事娛樂製作產業，其中以青年人尤甚；（4）最多受訪者認為本地娛樂製作發展的優勢是香港充滿創意人才，其次是獲本地市民支持和製作多元化；及（5）最多受訪者認為政府缺乏對產業的支援、娛樂製作太商業化，以及周邊地區的競爭激烈，限制了本地娛樂產業的發展。

## 第六章 討論及建議

本章綜合文獻參考、816 名 15 至 65 歲香港居民實地問卷調查數據、19 名個案訪問，以及 11 位相關產業持分者與學者的訪問資料，作出整理及分析，歸納值得討論的要點，闡述如後。

### 討 論

#### 1. 娛樂產業不但對經濟增長及創造就業帶來貢獻，更有助增加香港人的身分認同、凝聚社會，是香港重要的軟實力。

自 2009 年，特區政府就將文化及創意產業列為六項優勢產業之一<sup>1</sup>，而該產業對經濟增長及創造就業方面的貢獻，表現亦較其他五項優勢產業優勝。在 2018 年，文化及創意產業的增加價值為 1,178 億元，對香港本地生產總值的貢獻為 4.4%<sup>2</sup>，差不多與四個主要行業之一的旅遊業看齊<sup>3</sup>；而從事文化及創意產業的人數亦佔香港總就業人數 5.6%。由此可見，文化及創意產業是香港最具動力的經濟行業之一。

本港文化及創意產業涵蓋範圍十分廣泛，而歌、影、視、網上創作等娛樂活動屬其中類別。娛樂產業與市民的生活密不可分，其轉變既反映時代變遷，亦承載社會價值。為了解本港居民對本地娛樂產業的看法，是項研究於 2021 年 8 月 25 日至 9 月 4 日進行了一項實地問卷調查，共成功訪問 816 名 15 至 65 歲的香港居民。調查結果顯示，近一成半受訪者表示有興趣從事娛樂製作產業（14.1%），其中以青年人尤甚，反映文化及創意產業受年輕人歡迎。是項研究的受訪學者亦指出，內容產業是一個地方重要的軟實力，值得地方政府投放資源大力推動產業的發展。

除了為香港帶來經濟效益，文化及創意產業更為香港年輕一代提供探索文化身分的機會，有助凝聚社會。有受訪的新晉演員表示，本地製作的電影不但讓本地觀眾產生共鳴，甚至能讓世界各地的觀眾從中了解香港獨有的文化。調查結果亦顯示，整體受訪者傾向同意「本地娛樂製作最能代表香港的文化」和「本地娛樂製作提高我對香港人的身分認同」，

<sup>1</sup> 朱耀偉。香港文化創意產業再思：以流行音樂為例。網址：

<https://www.cuhk.edu.hk/ics/21c/media/articles/c153-201510011.pdf>

<sup>2</sup> 香港統計月刊，2020 年 6 月，專題文章，香港的文化及創意產業。網址：

[https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat\\_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XX\\_XXB0100.pdf](https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XX_XXB0100.pdf)

<sup>3</sup> 2018 年，旅遊業為香港帶來的增加價值佔本地生產總值的 4.5%。網址：

[https://www.censtatd.gov.hk/tc/web\\_table.html?id=188](https://www.censtatd.gov.hk/tc/web_table.html?id=188)

平均分分別為 6.23 分和 6.01 分，均高於 5 分一半半的水平，反映香港市民普遍認同娛樂產業所產生的文化及社會價值。

從上述結果來看，文化及創意產業受青年歡迎，而且普遍香港市民認同娛樂產業的文化及社會價值；另一方面，受訪學者和業界人士亦指出內容產業是一個地方重要的軟實力，能加深世界各地觀眾對香港獨有文化的理解，因此值得當局思考如何進一步釋放娛樂產業的潛力。

## **2. 隨著串流影音平台興起和周邊地區創意產業的急速發展，香港的娛樂產業園區面臨市場萎縮的危機。**

七、八十年代的時候，香港因著獨特的地理位置優勢，娛樂產業得以發展蓬勃，不論是歌曲或電影的年產量<sup>4</sup>和文化影響力<sup>5</sup>在世界上都是首屈一指。可是，隨著內地和東亞各地的娛樂產業逐漸發展起來，香港娛樂產業固有的國際市場流失，變得本地導向。有受訪學者分析，近年的廣東歌和港產片主要以本地聽眾、觀眾的口味為主，較難打入海外市場，令投資者卻步，本地的製作變相缺乏資源以推廣到全球，形成惡性循環。

調查結果顯示，不少受訪者認為「本地娛樂製作太商業化／單一化」（26.2%）和「周邊地區的競爭激烈」（24.1%），限制了本地娛樂產業的發展。有受訪學者和新晉演員表示，隨著市民的教育程度逐漸上升，以及互聯網的出現，觀眾更容易接觸到世界各地的影音作品，因此對作品質素的要求亦相應提高。面對全球激烈的競爭，廣東歌和港產片在內容一成不變、過度依賴固有的文化影響力，自然在國際市場中被外國作品淘汰，令本地市場佔有率下降。

文化及創意產業是香港重要的經濟動力和軟實力，特區政府應考慮制訂長遠發展政策，並加強相關產業在本地以及海外市場的推廣及發展，讓香港娛樂產業重拾昔日光輝。

---

<sup>4</sup> 香港影評庫。後回歸香港電影的產業與內容變化：一個市場化視角的分析。網址：  
<https://www.filmcritics.org.hk/film-review/node/2017/07/26/後回歸香港電影的產業與內容變化：一個市場化視角的分析>

<sup>5</sup> 同 1

### **3. 香港娛樂產業市場萎縮，導致產業人才流失，同時缺乏資源培訓新人，結果行業青黃不接。**

人才為一個產業的發展提供優良條件，而人才更是文化產業發展的關鍵要素。香港的娛樂業界過往主要透過電視台的選秀比賽和訓練班、學院教育等渠道培訓幕前、幕後人才。不過，有受訪學者指出，由於近年產業萎縮，本地的電視台已經無法提供足夠的曝光機會，加上打造偶像的成本太高，所以電視台現已失去能力培訓出足以重振香港娛樂界的明星，導致行業青黃不接。

調查結果顯示，有兩成三受訪者認為「香港缺乏創意人才／難入行」（23.3%），限制了本地娛樂產業的發展。有受訪學者補充，由於內地改革開放，其龐大的電影市場吸引許多本港的資金及電影業人才「北上」，以致香港電影業界流失了不少有經驗的從業員，特別是功夫片、警匪片等所需的特技人員，限制了今時今日港產片可以拍攝的題材。雖然近年受惠於 2003 簽署的《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》（CEPA），香港可以與內地合拍電影；但是，有受訪資深配音員和受訪學者皆表示，本地的電影從業員，特別是年輕人因缺乏經驗和語言優勢，其實難以參與內地的電影製作。

此外，近年香港提倡「學科取向藝術教育」，特區政府透過教育局予本地中小學增加藝術文化導賞活動，亦鼓勵本地大專學校開辦創意、表演藝術、文化研究及藝術行政訓練課程。不過，研究中受訪業界人士們表示，坊間非正規教育機構的課程良有不齊，缺乏監管；而正規教育培育出來的人才及其知識，與業界實際需要亦有很大落差。儘管坊間和學院培育的人才數目眾多，但仍是無法滿足娛樂業界的需求；同時，不斷萎縮的市場亦令這些新晉創作人在產業中缺乏實踐的機會。

如何培育有興趣從事相關產業的人才，支撐業界的長遠發展，值得有關當局深思。

### **4. 受訪學者和業界人士認為特區政府支援不足和創作空間收窄，限制了本地娛樂產業的發展。**

為支援業界籌辦有利創意產業發展的計劃和項目，政府的商務及經濟發展局已設立兩個專項資助計劃，分別是電影界別的「電影發展基金」，以及七個非電影界別的「創意智優計劃」。政府於 2018 年向「創意智優計劃」注資 10 億元，以及於 2019 年向「電影發展基金」注資 10 億元

<sup>6</sup>，加強支援人才及初創公司的培育、市場發展和推動跨界別及跨地域合作等工作，最終目標是提升本地創意產業的長遠競爭力。

可是，是項研究發現，不論是受訪市民或是業界人士皆認為政府對創意產業的支援不足。調查結果顯示，最多受訪者認為「政府缺乏對產業的支援」（31.0%）限制了本地娛樂產業的發展。另外，整體受訪者傾向同意「政府不重視香港娛樂產業的發展」，平均分為 6.09 分。有受訪學者以韓國為例，指出發展娛樂產業需要政府的大力支持，提供資源協助創作公司拍攝、外地推廣等，香港在此方面的支援相對不足。

此外，有受訪學者和音樂業界人士則表示，政府對娛樂產業各界別的資助不均，流行音樂業受到的資助相對電影業少，而且某些持分者壟斷市場，導致香港樂壇缺乏多元性。研究資料亦顯示，最多受訪者認為本地娛樂製作的發展限制是「政府缺乏對產業的支援」，其次是「本地娛樂製作太商業化／單一化」。

另一方面，特區政府於 2021 年 6 月把經修訂的《有關電影檢查的檢查員指引》刊憲，並於 8 月刊登憲報《2021 年電影檢查（修訂）條例草案》，當中主要條文訂明：（a）檢查員須考慮的事項包括國家安全；（b）基於國家安全理由行使的權力；及（c）罰則、執法及其他運作措施。

研究中受訪業界人士們擔心，《條例》推行倉卒，業界和投資者對於法例的條文和演繹不清晰，日後或因當中的灰色地帶而自我審查，窒礙了業界的創作。調查結果也顯示，有一成六受訪者認為「本地的創作空間收狹／社會環境」（15.6%），限制了本地娛樂產業的發展。

要發展娛樂產業需要有足夠資助和創作空間，有關當局須正視業界的憂慮，並給予支持，以免影響本地娛樂產業的發展。

## **5. 隨網絡平台的崛起，加上一眾本地的創作人充滿創意，力求創新，為香港娛樂產業帶來了發展潛力。**

雖然本地的娛樂產業近年面對各種危機，有不少對行業發展前景悲觀的評論，「香港電影已死、樂壇已死」的言論四起<sup>7</sup>，但最近一股本地

---

<sup>6</sup> 商務及經濟發展局。創意產業。網址：<https://www.cedb.gov.hk/tc/industries/creative-industries.html>

<sup>7</sup> 【特稿】香港電影已死？杜琪峯砲掀論者「不懂電影」新生代港片一直開花。網址：<https://tw.appledaily.com/entertainment/20210320/7GQZKJAC5ZBKHE5WGBK3HE4JT/>

流行文化的風潮似乎再次席捲香港，當中樂壇的 Mirror<sup>8</sup>、電視業的《Error 自肥企劃》<sup>9</sup>，以及 Youtube 界的「四台聯播」<sup>10</sup>更引起一時熱話，反映本地娛樂產業其實仍有發展潛力；而其中一個發展潛力，是源於網絡平台的崛起。

有受訪學者暨資深填詞人認為，網絡平台的崛起，令音樂人能夠更加自由地創作，透過網上平台或街頭表演與聽眾分享自己的作品。另有受訪學者認為，由於疫情的關係，網上串流平台觀看電影可能成為未來的趨勢，為香港電影業的青年人帶來機遇。有受訪的廣告公司負責人則表示，近年網絡平台成為了其中一種主導的媒體，而這種媒體亦顛覆了業界的生態，降低了參與創作的門檻，因而產生出內容創作者、網紅、網絡作家等各種新型的創作人。

調查結果顯示，不少受訪者透過「在免費網絡平台上互動」(40.7%)和「付費訂閱串流平台」(25.1%)支持本地歌手。另外，透過「電視台的免費應用程式／網站」(22.0%)、「網絡平台」(13.7%)、「付費串流平台」(10.7%)等各種網上方式支持本地製作的電視節目，亦有一成一至兩成二不等。至於香港電影，透過「網絡平台」(29.4%)、「付費串流平台」(20.9%)等各種網上方式觀看的則佔約兩成。而「經常」及「間中」看香港網上創作的受訪者亦共有四成三(43.3%)，反映網絡平台上的娛樂正慢慢成為香港市民的習慣，有龐大的發展潛力。

此外，一眾本地的創作人充滿創意，不斷力求創新，令香港娛樂產業生機再現。有受訪學者亦以《一念無明》、《金都》和《濁水飄流》為例，指出近年的香港電影能夠反映香港的社會議題，包括劊房、婚姻和露宿者等，以貼地的社會現況與香港的觀眾連結。另有受訪的唱片公司負責人認為，雖然現在廣東歌的產量不及當年，但是在資源有限的情況下，每首歌的質素反而上升，而且歌的題材和種類亦較以前多元化，使香港樂壇更有生氣。有受訪的廣告公司負責人以前於 ViuTV 熱播的《大

---

<sup>8</sup> MIRROR 2021 年演唱會的門票於公開發售 4 小時內售罄，有個別炒家更以高達 11 萬元售賣兩張原價 780 元的門票。網址：<https://www.hk01.com/熱爆話題/623159/mirror-演唱會尾場門票炒價逾10萬-孝順女出價-8000為癌母求票>

<sup>9</sup> 《ERROR 自肥企劃》開播一周內，其主題曲在 YOUTUBE 上的點擊率已破 50 萬，曾成為熱門影片首位；截至 2021 年 6 月 25 日的點擊率為 200 萬。網址：<https://www.shadowzo.com/2021/05/數據看世界：《愛。回家》崩盤？error-的十倍奉還？/>

<sup>10</sup> 試當真、FHProductionHK（熊仔頭）、啱 Channel 及小薯茄四個香港 YouTube 頻道於 4 月 20 日輪流直播及播放短片，影片最高逾 35 萬次瀏覽量；其中，啱 Channel 及熊仔頭的影片均登上 YouTube「熱門影片」排行榜。聯播後，四台的頻道訂閱人數各上升約 1 萬 5 千人。網址：<https://www.hk01.com/研數所/615569/試當真-熊仔頭-啱channel-小薯茄聯播人氣急升-即睇網民評價>

叔的愛》為例，反映香港其實仍有具創意的人才，可以製作出題材新穎的電視節目。

調查亦問及受訪者認為本地娛樂製作的發展有什麼優勢。調查結果顯示，最多受訪者認為「香港充滿創意人才」（33.0%）和「本地娛樂製作多元化／創新」（28.8%）。

綜合研究結果顯示，香港青年充滿創意，懂得善用網絡平台尋找新的創作模式和機遇，亦懂得不斷為創作力求創新，為香港娛樂產業帶來發展潛力和希望。如何鞏固香港的發展優勢，持續培育人才，有待進一步探究。

## **6. 娛樂產業文化能反映當代社會的共同價值觀，連結社會；促進產業的長遠發展，是凝聚社會的關鍵影響。**

近年本地文化受本地市民矚目，反映了香港娛樂產業仍有發展空間與潛力。調查結果顯示，整體受訪者傾向欣賞廣東歌、香港電影和香港網上創作，平均分分別為 6.11 分、5.95 分和 5.90 分，高於 5 分一半半的水平。至於現時本地免費電視台的狀況，整體受訪者亦傾向滿意，平均分為 6.12 分，高於 5 分一半半的水平。

有受訪的唱片公司負責人表示，受疫情因素影響，觀眾變得較留意本地娛樂。而且，他相信，即使日後香港人因為疫情結束或移民而離港，仍然會支持香港的流行音樂，因為廣東歌最能夠引起香港人的共鳴。調查結果亦顯示，受訪者欣賞廣東歌的原因最主要是「廣東話同聲同氣」（49.0%）。有受訪學者認為，香港人一直渴望有本土的偶像，只是業界能否取得本地觀眾的認同。

有受訪的資深配音員指出，只有本地製作的電視節目才會聽到具香港特色的廣東話，是香港獨有的文化，需要香港人努力保留。有受訪的唱片公司負責人表示，感受到香港觀眾近年對本地電視節目的支持度再次上升，而本地偶像亦成功吸引香港觀眾，甚至正向外發展，透過電視劇輸出香港文化。

有受訪的資深電影人認為，香港電影仍有發展潛力，因為電影本身是反映時代的記載，能夠將一個地方在某個時代的狀況告知世界。有受訪的網絡作家表示，創作是不會死的，因為無論社會環境如何，人們總是能夠繼續創作，記錄時代。

過去數年，香港社會分化嚴重，而娛樂產業文化是最能夠觸及社會各階層、凝聚社會各界的軟力量。要令社會重新注入活力，帶來希望，娛樂產業不失為讓香港凝聚的其中出路；因此特區政府應該善用此優勢，進一步展現重視本地娛樂產業發展，為產業制定長遠發展藍圖。

## 建 議

基於上述研究結果及討論要點，我們循促進青年參與娛樂產業，以及進一步推動產業長遠發展的方向，認為值得考慮下列建議。

### 1. 成立文化局，以文化角度定位制定娛樂產業長遠藍圖。

多年來，香港的文化事務一直分散多個部門處理：藝術撥款、圖書館和博物館事務由民政事務局負責；文物保育事務由發展局負責；影視及創意產業由商務及經濟發展局負責。在沒有專責政府部門統領及推動文化藝術發展的情況下，香港的娛樂產業一直缺乏宏觀且具策略性的文化政策規劃，導致相關配套支援不到位。

研究中受訪業界人士們表示，娛樂產業的政策應該以文化角度出發，否則會忽視了本地電影、流行音樂等的文化價值。而他們亦期望政府可以由單一部門統籌業界的政策，讓創作人多在公共空間發揮創意，令香港的文化更多元化。

國家於 **2021 年 3 月** 通過的《**第 14 個五年規劃和 2035 年遠景目標綱要**》中，首次提到支持香港發展中外文化藝術交流中心<sup>11</sup>，可見香港的文化地位之重。參考韓國的「南韓內容產業振興院」，研究建議成立文化局，負責統籌一切文創事業，職務包括：文化政策與制度的研究和企劃、專門人力的培育與教育、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。

<sup>11</sup> 行政與公民事務。2021 年 7 月 21 日。發展香港為中外文化藝術交流中心。網址：  
[http://cloud2-www.news.gov.hk/chi/2021/07/20210721/20210721\\_182417\\_238.html](http://cloud2-www.news.gov.hk/chi/2021/07/20210721/20210721_182417_238.html)

就研究建議成立的文化局，其中要有下列三項職能：

**1.1 在諮詢架構內納入流行音樂和網絡創作界的代表。**

文化局的新諮詢架構內，除了一向受關注的電影界，更應包括電視、流行音樂和網絡創作的業界人士。現時不論是文化界的諮詢架構、資助計劃、場地規劃等，都忽略了網絡創作業界的聲音。有受訪業界人士表示，近年網絡平台已成為了主導的媒體，顛覆了業界的生態，產生出各種新興行業。研究資料亦顯示，網絡平台上的娛樂正慢慢成為香港市民的習慣，反映網絡創作有龐大的發展潛力。因此，網絡創作業界的聲音亦應納入文化局內，以提升香港娛樂產業的競爭力。

**1.2 以業界機構規管受資助的非院校教育課程，透過資助社企計劃，延續業界人才培育的渠道。**

參考韓國的《內容產業振興法》，研究建議將來文化局需要規管受資助的非院校教育課程，提供指引和預算支援予業界具公信力的機構作審批，以提升人才培育課程的質素。

現時政府有不少與非政府機構合作的文化藝術資助項目；研究中受訪業界人士們表示，這些計劃能夠為年輕創作人在商業市場以外提供創作的機會，而且在業界人士的專業指導下，質素媲美商業製作。研究建議將來文化局統籌現有的文創人才培訓項目，並持續支援業界與其他社區團體、企業等跨界文化合作，透過製造更多的創作機會讓人才實踐創意，令本地的娛樂產業薪火相傳。

**1.3 改善娛樂產業的資助計劃，為中小型的文創企業提供各種支援和優惠。**

現時，政府主要以商務及經濟發展局轄下的兩個專項資助計劃，分別是電影界別的電影發展基金，以及七個非電影界別的創意智優計劃，支援業界的發展。當中，電影發展基金共為 **33** 部港產電影拍攝提供融資，其中 **17** 部由初次出道的導演執導，共撥款 **8,802** 萬港元。研究中受訪音樂業界人士們表示，流行音樂界所獲得的資助相對電影界少。

其實，要長遠發展香港的文化創意產業，電影工業難以獨力支撐。當年香港電影業馳名國際，也有賴於電視劇和流行音樂等文化創意產

業的協同效應。近年韓國流行文化的成功，便是政府的長遠計劃讓不同文化創意產業產生協同效應的結果。研究建議文化局將來為流行音樂界別設一個專項資助計劃，以支援多個娛樂業界的發展。

此外，研究中受訪業界人士們亦表示，「電影發展基金」等資助計劃大多以申請人的過往成績作審批，對獨立或新晉創作人不公平。參考韓國的「一人創作企業育成法」，研究建議將來文化局為中小型的文創企業提供各種支援和優惠，包括提供租借表演空間的優惠、對文化商品與各項專業的諮詢服務、稅務寬減、融資擔保，以鼓勵獨立歌手/組合等創作人的出現，擴闊香港娛樂產業的多元性。

**2. 正視業界對《2021年電影檢查（修訂）條例草案》的擔憂，更清晰地解說條文，以增強投資者對香港娛樂業的信心。**

特區政府於**2021年6月**把經修訂的《有關電影檢查的檢查員指引》刊憲，並於**8月**刊登憲報《**2021年電影檢查（修訂）條例草案**》，當中主要條文訂明：**(a)** 檢查員須考慮的事項包括國家安全；**(b)** 基於國家安全理由行使的權力；及**(c)** 罰則、執法及其他運作措施。

研究中受訪業界人士們擔心，《條例》推行倉卒，業界和投資者對於法例的條文和演繹不清晰，日後或因此而自我審查，窒礙了業界的創作。

其實，創作空間是孕育文化藝術創作中最重要的元素。香港多年來享負盛名的電影、電視及流行音樂都是在一個中外文化薈萃、充滿創作空間的環境下創作出來。亦因香港這固有特色和優勢，才得以匯聚海內外和本地人才。為了香港文化及創意產業的長遠健康發展，特區政府必須平衡業界與不同持分者的聲音，提供長期穩定的營商環境，多向業界解說新修訂的條文，相信亦有助增強投資者對香港娛樂業的信心。

## 參考資料

- hkfilmart.com 網站 (“每週票房”)
- YUEN, S. L. (2012). 反思香港創意文化產業發展概況。《文化研究@嶺南》, 27(1), 5  
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》  
報告。
- 文美琪(2020)。香港影視及娛樂業概況。經貿研究。網址：  
<https://research.hktdc.com/tc/article/MzExMjc4NDIz>
- 立法會(2021)。《有關創意香港及香港設計中心的工作及創意智優計劃注資建議  
的最新背景資料簡介》。香港：立法會，資訊科技及廣播事務委員會。網  
址：<https://www.legco.gov.hk/yr20-21/chinese/panels/itb/papers/itb20210111cb1-416-4-c.pdf>
- 吳俊雄，馬傑偉，呂大樂 (2006)。港式文化研究。香港文化研究。頁 9-11。香  
港：香港大學出版社。
- 阮兆倫。反思香港創意文化產業發展概況。網址：  
[https://ln.edu.hk/mcsIn/archive/27th\\_issue/criticism\\_02.shtml](https://ln.edu.hk/mcsIn/archive/27th_issue/criticism_02.shtml)
- 信報。2019 年 3 月 7 日。【Aperture 優雅靈犀】八十年代港產片塑造了我們的  
審美。網址：<https://lj.hkej.com/lj2017/artculture/article/id/2073498/>  
【Aperture 優雅靈犀】八十年代港產片塑造了我們的審美
- 思考香港。許復。「韓流」稍退，香港娛樂圈如何才能搶到肉吃？網址：  
<https://www.thinkhk.com/article/2020-01/02/38525.html>
- 政府統計處表。2021 年 5 月 14 日。表 188：四個主要行業的增加價值及就業人  
數。網址：[https://www.censtatd.gov.hk/tc/web\\_table.html?id=188](https://www.censtatd.gov.hk/tc/web_table.html?id=188)
- 香港 01。2021 年 4 月 22 日。試當真、熊仔頭、啱 Channel、小薯茄聯播人氣  
急升即睇網民評價。網址：<https://www.hk01.com/研數所/615569/試當真-熊仔頭-啱channel-小薯茄聯播人氣急升-即睇網民評價>
- 香港 01。2021 年 9 月 13 日。政府改組擬變-三司十五局-增文化旅遊局-運房局  
分拆。
- 香港 01。沙半山。2021 年 9 月 13 日。政府改組擬變「三司十五局」增文化旅  
遊局、運房局分拆。網址：<https://www.hk01.com/政情/675792/01消息-政府改組擬變-三司十五局-增文化旅遊局-運房局分拆>
- 香港政府一站通。2020 年 12 月 30 日。新一輪「防疫抗疫基金」下「電影院資  
助計劃」開始接受申請。網址：  
<https://www.info.gov.hk/gia/general/202012/30/P2020122900498.htm>
- 香港特別行政區政府新聞公報(2020)。新一輪「防疫抗疫基金」下「電影資助計  
劃」開始接受申請。
- 香港統計月刊，2020 年 6 月，專題文章，香港的文化及創意產業。網址：  
[https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat\\_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XXXXB0100.pdf](https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/FA100120/att/B72006FA2020XXXXB0100.pdf)
- 香港電影發展局(2021)。「電影製作融資計劃」(放寬版)進一步延長申請期。
- 香港電影發展局。2020 年 7 月 13 日。政府推出措施起動香港電影。網址：  
[https://www.fdc.gov.hk/tc/press/press\\_20200713.htm](https://www.fdc.gov.hk/tc/press/press_20200713.htm)
- 香港電影發展局。電影發展基金。  
<https://www.fdc.gov.hk/tc/services/services2.htm>
- 馬傑偉 (1996)。電視與文化認同 (Chu ban ; 初版. ed., 通識教育系列 (突破出  
版社))。香港：突破出版社。

- 商務及經濟發展局。創意香港。第七屆首部劇情電影計劃。網址：  
<https://www.createhk.gov.hk/fffi/tc/>
- 商務及經濟發展局。創意香港。創意智優計劃。網址：  
[https://www.createhk.gov.hk/tc/service\\_createsmart.htm](https://www.createhk.gov.hk/tc/service_createsmart.htm)
- 陳煥罪。2017年1月。香港電影業的沒落與現況。文化研究@嶺南。網址：  
[https://www.ln.edu.hk/mcsIn/archive/56th\\_issue/feature\\_02.shtml](https://www.ln.edu.hk/mcsIn/archive/56th_issue/feature_02.shtml)
- 陳濤琳。香港01。2018年7月26日。【香港電影夢·五】電影發展基金以商業掛帥定位不清資助成空談。網址：<https://www.hk01.com/周報/214374/香港電影夢-五-電影發展基金以商業掛帥-定位不清資助成空談>
- 評台。2015年11月11日。再思本土：香港流行文化的未來。網址：  
<https://www.pentoy.hk/再思本土：香港流行文化的未來/>
- 黃霑 (1995)。行曲與香港文化。香港文化與社會。頁 160-168。香港：香港大學出版社。
- 聖公會李福慶中學。大專院校藝術系。
- 電影影業協會 2007-2008 票房報告 (香港電影資料館藏)。
- 電影雙周刊 (1996-2006)。
- 數據看世界：《愛。回家》崩盤？ERROR 的十倍奉還？。網址：  
<https://www.shadowzo.com/2021/05/數據看世界：《愛。回家》崩盤？error-的十倍奉還？/>
- 蔡仲樑。2012年6月。香港電影。文化研究@嶺南。網址：  
[https://www.ln.edu.hk/mcsIn/archive/29th\\_issue/key\\_concept\\_01.shtml](https://www.ln.edu.hk/mcsIn/archive/29th_issue/key_concept_01.shtml)
- 鍾寶賢(2011)。《香港電影業百年》。香港：三聯。頁 376。
- 蘋果新聞網。2021年3月20日。【特稿】香港電影已死？杜琪峯砲掀論者「不懂電影」新生代港片一直開花。網址：  
<https://tw.appledaily.com/entertainment/20210320/7GQZKJAC5ZBKHE5WGBK3HE4JTI/>
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2020). 3. The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception (pp. 80-96). Columbia University Press.
- Davis, D., & Yeh, E. Y. Y. (2019). East Asian screen industries. Bloomsbury Publishing.
- Hesmondhalgh, D. (2007). The cultural industries.
- Williams, R. (1980). Culture. Glasgow: Fontana, 1981. *Marxism and Literature*.

香港青年協會 青年研究中心  
青年創研庫  
「民生」專題研究系列  
「釋放香港娛樂產業的潛力」調查

調查對象：15 至 65 歲香港居民

樣本數目：816

調查方法：實地問卷意見調查

調查日期：2021 年 8 月 25 日至 9 月 4 日

題目範疇：

範 疇	題 目
1. 對廣東歌的看法	V02~V09
2. 對香港電視的看法	V10~V15
3. 對香港電影的看法	V16~V23
4. 對香港網上創作的看法	V24~V26
5. 對本地娛樂產業的整體看法	V27~V35
6. 個人資料	V36~V40

## 簡介

香港青年協會正就有關本地娛樂產業方面搜集意見，現誠意邀請你給予協助，填答本問卷。

問卷只需 10 分鐘完成。你所提供嘅資料會絕對保密，只供本研究分析用途。

如有任何問題，請聯絡香港青年協會研究中心：3755 7022 / yr@hkfyg.org.hk

## 第 1 部份 選出被訪者 [V01]

[V01] 為確定你是是項研究嘅合適受訪對象，請問你是否 15-65 歲香港居民？

1. 是
2. 不是 → “謝謝。閣下並非是項調查對象。訪問完成。”

## 第 2 部份 問卷內容

### 2.1 對廣東歌的看法 [V02~V09]

[V02] 你係過去一年有幾經常主動聽廣東歌？

- |               |                   |
|---------------|-------------------|
| 1. 經常（跳至 V04） | 4. 沒有（跳至 V03）     |
| 2. 間中（跳至 V04） | 88. 不知／難講（跳至 V04） |
| 3. 甚少（跳至 V03） |                   |

[V03] 點解甚少／冇聽？仲有冇其他原因？  
（不讀答案，可選多項）

- |                  |               |
|------------------|---------------|
| 1. 冇時間           | 5. 不在香港       |
| 2. 冇渠道／器材        | 6. 耳朵問題／身體不適  |
| 3. 冇聽歌的習慣／唔識欣賞音樂 | 7. 其他（請註明）：__ |
| 4. 唔鐘意廣東歌        | 88. 不知／難講     |

[V04] 請你用 0 至 10 分評價你對廣東歌嘅欣賞程度。  
0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。  
88=不知／難講（答 0-4 分跳至 V05；6-10 分跳至 V06  
5 分和 88 跳至 V10）

[V05] (0-4 分) 你唔欣賞廣東歌的原因係...? 仲有冇其他原因?  
(不讀答案, 可選多項) (答完跳至 V10)

- |              |                   |
|--------------|-------------------|
| 1. 歌手質素參差    | 5. 語言不通/低俗        |
| 2. 旋律難聽      | 6. 欠缺視覺效果包裝       |
| 3. 歌詞題材欠共鳴   | 7. 其他(請註明): _____ |
| 4. 曲風/音樂種類單一 | 88. 不知/難講         |

[V06] (6-10 分) 你欣賞廣東歌的原因係...? 仲有冇其他原因?  
(不讀答案, 可選多項)

- |            |                   |
|------------|-------------------|
| 1. 香港歌手唱功好 | 5. 廣東話同聲同氣        |
| 2. 旋律動人    | 6. 視覺效果吸引         |
| 3. 歌詞題材引共鳴 | 7. 其他(請註明): _____ |
| 4. 曲風多元    | 88. 不知/難講         |

[V07] (6-10 分) 你係過去一年有冇以下方式支持本地歌手?  
(可選多項)

1. 在免費電視/電台上聽音樂
2. 在免費網絡平台上互動(包括觀看、讚好、留言、分享)
3. 付費訂閱串流平台(例如 MOOV, JOOX, KKBOX, Spotify)
4. 買單曲/專輯
5. 聽演唱會(不論是否成功購買門票)
6. 追星/應援(包括現場, 物品, 廣告等方式)
7. 購買歌手代言的商品
8. 以歌手的名義募捐/參加公益活動
9. 其他(請註明): \_\_\_\_\_
88. 不知/難講

[V08] (6-10 分) 你過去一年共花費多少金錢支持本地歌手?  
HKD\$\_\_\_\_\_ (實數) (88888=不知/難講)

[V09] (6-10 分) 你係過去一年有冇留意以下電台/電視台嘅流行榜  
或頒獎禮?(1-5 可選多項; 6 只選一項)

1. 香港新城電台(新城勁爆流行榜)
2. 香港商業電台(903 專業推介/叱咤樂壇流行榜)
3. 香港電台(中文歌曲龍虎榜/十大中文金曲)
4. TVB(勁歌金榜/勁歌金曲)
5. ViuTV(Chill Club 推介榜)
6. 以上皆否
88. 不知/難講

## 2.2 對香港電視的看法 [V10~V15]

[V10] 你係過去一年有幾經常睇本地製作的免費電視節目?(包括  
網上平台/應用程式)

1. 經常(跳至 V11)
2. 間中(跳至 V11)
3. 甚少(跳至 V12)
4. 沒有(跳至 V12)
88. 不知/難講

[V11] 你透過咩渠道睇?(可選多項)(答完跳至 V13)

1. 免費電視
2. 付費串流平台(例如 myTVsuper、黃 Viu)
3. 電視台的免費應用程式/網站
4. 網絡平台
5. 其他(請註明): \_\_\_\_\_

[V12] 點解甚少／冇睇？仲有冇其他原因？（不讀答案，可選多項）

1. 冇時間（包括：時間唔夾）
2. 冇電視（包括：電視壞咗／收唔到）
3. 冇睇電視的習慣
4. 唔鍾意本地製作的電視節目
5. 不在香港
6. 眼睛問題／身體不適
7. 其他（請註明）：\_\_\_\_\_
88. 不知／難講

[V13] 請你用 0 至 10 分評價你對現時本地免費電視台的狀況嘅滿意程度。0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。

88=不知／難講（答 0-4 分跳至 V14；6-10 分跳至 V15；5 分和 88 跳至 V16）

[V14] (0-4 分) 你唔滿意現時本地免費電視台的狀況嘅原因係…？仲有冇其他原因？（不讀答案，可選多項）（答完跳至 V16）

1. 免費電視台的數量不足
2. 本地製作的免費電視節目類型單一
3. 本地製作的免費電視節目質素參差
4. 缺乏免費的非本地節目
5. 其他（請註明）：\_\_\_\_\_
88. 不知／難講

[V15] (6-10 分) 你滿意現時本地免費電視台的狀況嘅原因係…？仲有冇其他原因？（不讀答案，可選多項）

1. 免費電視台的數量足夠
2. 本地製作的免費電視節目類型多元
3. 本地製作的免費電視節目質素高
4. 有足夠的免費非本地節目
5. 其他（請註明）：\_\_\_\_\_
88. 不知／難講

### 2.3 對香港電影的看法 [V16~V23]

[V16] 你喺過去一年有幾經常睇香港電影？

1. 經常（跳至 V17）
2. 間中（跳至 V17）
3. 甚少（跳至 V18）
4. 沒有（跳至 V18）
88. 不知／難講（跳至 V17）

[V17] 你透過咩渠道睇？（可選多項）（答完跳至 V19）

1. 戲院
2. 付費串流平台
3. 免費電視
4. 網絡平台
5. 其他（請註明）：\_\_\_\_\_

[V18] 點解甚少／冇睇？仲有冇其他原因？  
（不讀答案，可選多項）

1. 冇時間（包括：時間唔夾）
2. 戲院票／串流平台貴
3. 冇睇電影的習慣／唔識欣賞電影
4. 唔鐘意香港電影
5. 不在香港
6. 疫情限制／身體不適
7. 其他（請註明）：\_\_\_\_\_
88. 不知／難講

[V19] 請你用 0 至 10 分評價你對香港電影嘅欣賞程度。0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。88=不知／難講（答 0-4 分跳至 V20；6-10 分跳至 V21；5 分和 88 跳至 V23）

[V20]（0-4 分）你唔欣賞香港電影的原因係…？仲有冇其他原因？  
（不讀答案，可選多項）（答完跳至 V23）

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| 1. 劇情唔吸引     | 5. 音響效果／電影原聲一般   |
| 2. 演員演技參差    | 6. 其他（請註明）：_____ |
| 3. 拍攝／剪接手法欠佳 | 88. 不知／難講        |
| 4. 視覺效果一般    |                  |

[V21]（6-10 分）你欣賞香港電影的原因係…？仲有冇其他原因？  
（不讀答案，可選多項）

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| 1. 劇情吸引／動人   | 5. 音響效果震撼／電影原聲動人 |
| 2. 演員演技一流    | 6. 廣東話同聲同氣       |
| 3. 拍攝／剪接手法流暢 | 7. 其他（請註明）：_____ |
| 4. 視覺效果震撼    | 88. 不知／難講        |

[V22] 你過去一年共花費多少金錢支持香港電影？ HKD\$\_\_\_\_\_  
（實數）（88888=不知／難講）

[V23] 整體而言，你對香港電影發展局在推廣和發展電影業的工作表現感到滿意嗎？（0-10 分，0=完全不滿意；5=一般；10=非常滿意。88=不知／難講）

## 2.4 對香港網上創作的看法 [V24~V26]

[V24] 你喺過去一年有幾經常睇本地的網上創作？（又稱「網片」／「視頻」，例如 YouTube 影片、Facebook 短片、直播、微電影、vlog 等等）

1. 經常
2. 間中
3. 甚少
4. 沒有
88. 不知／難講

[V25] 請你用 0 至 10 分評價你對本地網上創作嘅欣賞程度。0-10 分，0=非常唔欣賞；5=一半半；10=非常欣賞。88=不知／難講（答 0-4 分跳至 V27；6-10 分跳至 V26；5 分和 88 跳至 V27）

[V26]（6-10 分）你過去一年共花費多少金錢支持本地網上創作？  
HKD\$\_\_\_\_\_（實數）（如支付以訂閱為會員，直播時打賞等）  
（88888=不知／難講）

## 2.5 對本地娛樂產業整體看法 [V27~V35]

**訪問員請讀出：**娛樂產業泛指依賴商業模式來製作、銷售、傳播娛樂內容，包括音樂、電視節目、電影、網絡影片等。

你有幾同意以下說法嗎？

(0-10 分，0=非常不同意；5=一般；10=非常同意。88=不知／難講)

[V27] 本地娛樂製作未能引起我共鳴？

[V28] 本地娛樂製作最能代表香港的文化？

[V29] 本地娛樂製作提高我對香港人的身分認同？

[V30] 政府不重視香港娛樂產業的發展？

[V31] 青年在香港從事娛樂產業沒有前途？

[V32] 我對本地娛樂產業的發展抱有希望？

[V33] 你有冇興趣從事以上任何一種娛樂製作產業？

( 1-4 可選多項 )

- |           |           |
|-----------|-----------|
| 1. 有，音樂   | 5. 冇      |
| 2. 有，電影   | 88. 不知／難講 |
| 3. 有，電視   |           |
| 4. 有，網上創作 |           |

[V34] 整體來說，你覺得本地娛樂製作的發展有什麼優勢？

( 最多選三項 )

- |                 |                       |
|-----------------|-----------------------|
| 1. 網絡平台的崛起      | 6. 政府對產業支援充足          |
| 2. 本地市民支持       | 7. 香港充滿創作空間           |
| 3. 本地娛樂製作有優勢    | 8. 其他 ( 請註明 ) : _____ |
| 4. 香港充滿創意人才     | 88 不知／難講              |
| 5. 本地娛樂製作多元化／創新 |                       |

[V35] 另方面，你覺得有什麼局限了本地娛樂產業的發展？  
( 最多選三項 )

1. 缺乏非本地市場／廣東話受眾有限
2. 缺乏本地觀眾／市民支持
3. 周邊地區的競爭激烈
4. 香港缺乏創意人才／難入行
5. 本地娛樂製作太商業化／單一化
6. 政府缺乏對產業的支援
7. 本地的創作空間收狹／社會環境
8. 其他 ( 請註明 ) : \_\_\_\_\_
88. 不知／難講

## 2.6 個人資料 [V36~V40]

[V36] 性別：

1. 男
2. 女

[V37] 年齡：\_\_\_\_\_ 歲 ( 實數 ) ( 99 : 拒答 )

[V38] 教育程度：

1. 小學或以下
2. 初中 ( 中一至中三 )
3. 高中 ( 中四至中七，包括毅進 )
4. 專上非學位／副學士
5. 大學學位或以上
88. 不知／難講

[V39] 行業：

1. 製造業
2. 建造業
3. 進出口貿易、批發及零售業
4. 運輸、倉庫、郵政及速遞服務業
5. 住宿及膳食服務業
6. 資訊及通訊業（包括電台及電視廣播）
7. 金融及保險業
8. 地產業、專業及商用服務業（包括廣告及市場研究）
9. 公共行政、教育、人類醫療保健及社工活動
10. 雜項社會及個人服務（包括創作及表演藝術活動、文化活動）
11. 學生
12. 家庭照顧者
13. 退休人士
14. 待業、失業
15. 其他（請註明）：\_\_\_\_\_
88. 不知／難講

[V40] 每月就業收入（個人）(HK\$)：

1. 沒有收入（\$0）
2. \$1 - \$9,999
3. \$10,000 - \$14,999
4. \$15,000 - \$19,999
5. \$20,000 - \$29,999
6. \$30,000 - \$39,999
7. \$40,000 - \$49,999
8. \$50,000 或以上
88. 不知／難講

- 完 -

## 香港青年協會

### The Hong Kong Federation of Youth Groups

hkfyg.org.hk | m21.hk

香港青年協會(簡稱青協)於 1960 年成立，是香港最具規模的青年服務機構。隨著社會瞬息萬變，青年所面對的機遇和挑戰時有不同，而青協一直不離不棄，關愛青年並陪伴他們一同成長。本著以青年為本的精神，我們透過專業服務和多元化活動，培育年青一代發揮潛能，為社會貢獻所長。至今每年使用我們服務的人次接近 600 萬。在社會各界支持下，我們全港設有 80 多個服務單位，全面支援青年人的需要，並提供學習、交流和發揮創意的平台。此外，青協登記會員人數已逾 45 萬；而為推動青年發揮互助精神、實踐公民責任的青年義工網絡，亦有超過 25 萬登記義工。在「青協·有您需要」的信念下，我們致力拓展 12 項核心服務，全面回應青年的需要，並為他們提供適切服務，包括：青年空間、M21 媒體服務、就業支援、邊青服務、輔導服務、家長服務、領袖培訓、義工服務、教育服務、創意交流、文康體藝及研究出版。

## 青年創研庫

### Youth I.D.E.A.S.

香港青年協會(簡稱青協)青年研究中心於 2015 年成立青年創研庫，是本港一個屬於青年的智庫，透過科學研究和政策倡議，為香港社會的發展建言獻策。過去四年，創研庫共完成 48 項研究，並與政策制定者及社會各界積極交流。

新一屆(2020-2022 年度)青年創研庫由超過 80 位專業才俊、青年創業家與大專學生組成；部分曾參與青協領袖學院的訓練課程。八位專家、學者應邀擔任創研庫的顧問導師，就各項研究提供寶貴意見。

青年創研庫是年輕人一個獨特的意見交流平台。他們就著青年關心和有助香港持續發展的社會議題或政策，以求真求實的態度，探討解決對策和可行方案。

青年創研庫將持續與青年研究中心，定期發表研究報告。四項專題研究系列，分別是：(一)經濟；(二)管治；(三)教育；以及(四)民生。

青年創研庫短片



## 青年研究中心

### **Youth Research Centre**

[yrc.hkfyg.org.hk](http://yrc.hkfyg.org.hk)

資訊科技發展一日千里，新思維和新事物不斷湧現。在知識型經濟社會下，實證和數據分析尤其重要，研究工作亦需以此為根基。青協青年研究中心一直不遺餘力，以期在急速轉變的社會中，加深認識青年的處境和需要。

青協青年研究中心於 1993 年成立，過去 25 年間，持續進行一系列有系統和科學性的青年研究，至今已完成超過 370 項研究報告，當中包括《香港青年趨勢分析》及《青年研究學報》，讓社會各界掌握青年脈搏，並為香港制定青年政策和策劃青年服務，提供重要參考。

為進一步強化研究領域和青年參與，中心於 2015 年成立青年創研庫，由本地年輕專業才俊與大專學生組成智庫，於 2015-2019 年間，就經濟、管治、教育及民生四項專題，完成 48 項研究報告，以青年角度為香港社會持續發展建言獻策。

## 香港青年協會領袖學院

### **The HKFYG Leadership Institute**

[LeadershipInstitute.hk](http://LeadershipInstitute.hk)

香港青年協會自 2000 年開始，已為本港超過 15 萬名學生領袖提供專業及具系統的培訓。建基於多年的經驗，青協活化前粉嶺裁判法院，成為全港首間「香港青年協會領袖學院」，並提供營舍，為中學至在職優秀青年提供更全面領袖訓練。學院下設五個院校，重點培訓領袖技巧、提升傳意溝通、加深認識國家發展、開拓全球視野，以及推動社會參與。其中《香港 200》領袖計劃，每年選拔具領導潛質的青年學生，培養他們願意為香港貢獻的心志。學院更與 One Young World、薩斯堡世界論壇及和平號等國際組織合作，為本地青年提供開拓國際視野的機會，進一步實踐回饋社會的心志。

## 研究報告一覽

系列編號 Serial No.	題目 Titles	日期 Date
YI001	人盡其才——如何開拓青年就業出路 The Opportunities of Vocational Training for Youth Employment	7/2015
YI002	年輕一代可以為高齡社會做什麼？ What can the Younger Generation Do for an Aged Society?	8/2015
YI003	誰願意參與公共事務？ Who is Willing to Take up Positions in Public Affairs?	9/2015
YI004	促進青年參與創新科技的障礙與對策 Encouraging Young People to Participate in Innovation and Technology Development	10/2015
YI005	如何促進科技創業的發展條件 Enhancing the Conditions for Technology Start-ups	11/2015
YI006	輸入人才的機遇及影響 Attracting Talents to Hong Kong: Impact and Opportunities	12/2015
YI007	青年看公眾諮詢的不足與障礙 Young People's Perception on Public Consultations	1/2016
YI008	「翻轉教室」有助提升香港學生自主學習？ Do "Flipped Classrooms" Motivate Students to Learn?	2/2016
YI009	香港擔任「超級聯繫人」的挑戰與機遇 Challenges and Opportunities: Hong Kong's Role as a Super-Connector	3/2016
YI010	年輕一代為何出現悲觀情緒 What Makes Young People Feel Negative	4/2016
YI011	青年看立法會的職能與運作 Young People's Views on the Roles and Functions of the Legislative Council	5/2016
YI012	青年對持續進修的取態 Young People's Views on Continuous Learning	6/2016
YI013	多元發展香港旅遊業 Diversifying Hong Kong's Attractions to Boost Tourism	8/2016
YI014	少數族裔人士在港生活的困境 Challenges Faced by Ethnic Minorities in Hong Kong	9/2016
YI015	青年對公務員及其所面對挑戰的意見 Young People's Views on Civil Servant Challenges	10/2016
YI016	中學生對體育教育的意見和取態 Attitude of Secondary Students on Physical Education	11/2016
YI017	新生代的彈性就業模式 Flexible Employment of Today's Youth	12/2016
YI018	青年對香港城市規劃的願景 Young people's Views on "Hong Kong 2030+"	1/2017
YI019	青年對政治委任官員的期望 Young People's Views on the Performance of Political Appointments	2/2017
YI020	小學創科教育的狀況與啟示 STEM Education in Primary Schools	3/2017
YI021	香港創意工藝產業化的發展挑戰與機遇 Challenges and Opportunities Facing the Development of Creative Craftsmanship in Hong Kong	4/2017
YI022	青少年如何處理壓力 How Young People Cope with Stress	5/2017
YI023	香港青年看社會團結 Young People's Views on Togetherness	6/2017
YI024	高中學生對「休學年」的取態 Views of Senior Secondary Students on Taking a Gap in Their Studies	7/2017

系列編號 Serial No.	題目 Titles	日期 Date
YI025	如何建立公眾對政府的信任 Building Public Trust in the Government	12/2017
YI026	改善中學 STEM 教育的資源運用 STEM Education in Secondary Schools: Improving Resource Utilization	1/2018
YI027	電競業在香港的發展機遇 e-Sports in Hong Kong	1/2018
YI028	提升香港器官捐贈率 Promoting Organ Donation in Hong Kong	2/2018
YI029	促進特區政府電子服務 Enhancing e-Government in the HKSAR	4/2018
YI030	改善高中通識科的教學與評核 Improving Liberal Studies in Senior Secondary Education	6/2018
YI031	推動耆壯人士就業 Encouraging Young-Olds Employment	6/2018
YI032	提升香港生育率 Boosting Birth Rate in Hong Kong	7/2018
YI033	培養香港管治人才 Nurturing Talent for Governance	8/2018
YI034	創科生活應用與智慧城市 Living with Innovative Technologies and Building a Smart City	9/2018
YI035	釋放香港女性勞動力 Improving Incentives for Women's Employment	10/2018
YI036	促進高學歷特殊需要青年的就業機會 Enhancing Career Opportunities for Higher Educated Youth with SEN or Disabilities	11/2018
YI037	促進市民參與公共財政管理 Involving the Community in Public Finance Management	12/2018
YI038	改善中學生涯規劃教育的效能 Improving the Effectiveness of Career and Life Planning Education	1/2019
YI039	消除港青在粵港澳大灣區發展事業的障礙 Overcoming Career Challenges of Hong Kong Young People in the Greater Bay Area	2/2019
YI040	改善香港減廢與資源回收狀況 Stepping up Efforts in Reducing and Recycling Waste in Hong Kong	3/2019
YI041	優化香港特別行政區授勳及嘉獎制度 Advancing the Honours and Awards System of the HKSAR	4/2019
YI042	提升初中資訊科技教育的效能 Increasing the Efficacy of ICT Education at Junior Secondary Level	5/2019
YI043	吸納多元化年輕人才來港就業 Attracting Diverse Young Talents to Hong Kong	6/2019
YI044	「共居」— 香港青年住屋的可行出路？ Co-Living: An Alternative Hong Kong Housing Solution for Youth?	8/2019
YI045	強化區議會的角色與職能 Strengthening the Role and Functions of District Councils	9/2019
YI046	改善青年理財教育 Improving Financial Education for Young People	9/2019
YI047	豐富職青的海外視野與就業經驗 Enriching the Experiences of Working Youth through Overseas Exposures	10/2019
YI048	改善香港的跨代關係 Strengthening Intergenerational Understanding	12/2019

系列編號 Serial No.	題目 Titles	日期 Date
YI049	善用社交媒體提升管治 Improving Governance by Maximising Effectiveness of Social Media	4/2020
YI050	加強支援電子學習的發展 Enhancing Support for e-Learning in Schools	7/2020
YI051	促進虛擬銀行服務惠及青年 Facilitating Young People's Access to Financial Services through Virtual Banking	7/2020
YI052	優化彈性工作安排應對職場新常態 Maximizing the Advantages of Flexible Working Arrangements	9/2020
YI053	改善諮詢組織運作促進青年參與 Improving Operations of Advisory Bodies to Better Facilitate Youth Engagement	9/2020
YI054	疫情下為青年就業尋出路 Opportunities for Youth Employment Amid the Pandemic	11/2020
YI055	新常態下促進學生實習經驗 Enriching Students' Internship Experiences in the Next Normal	11/2020
YI056	全民抗疫對促進公共衛生的啟示 Public Health Lessons Learnt from COVID-19	1/2021
YI057	從青年去留抉擇看改善特區管治 To Stay or To Leave? A Critical Question for Good Governance	1/2021
YI058	為香港年輕人才流失作準備 Tackling Hong Kong's Brain Drain	3/2021
YI059	支援教師應對教學新挑戰 Supporting Teachers in Facing Educational Challenges	4/2021
YI060	大數據時代下保障個人私隱 Balancing Privacy Protection and Big Data Development	5/2021
YI061	促進公務員隊伍的人才發展 The Challenges of Civil Servant Talent Development	6/2021
YI062	擴闊香港青年事業發展機遇 Navigating Career Opportunities for Young People	8/2021
YI063	更新高中核心科目課程：挑戰與應對 Preparing for the Changes in the Senior Secondary Curriculum	8/2021
YI064	釋放香港娛樂產業的潛力 Unleashing the Potential of Local Entertainment Industry	9/2021



### Donation / Sponsorship Form 捐款表格

Please tick (✓) boxes as appropriate 請於合適選項格內，加上「✓」：

I am / My organization is interested in donating 本人/本機構 願意捐助

HK\$10,000  HK\$5,000  HK\$2,000  HK\$1,000  HK\$800  HK\$500  HK\$200  Other 其他 HK\$ \_\_\_\_\_

Receipts will be issued for all donations over HK\$100 and are tax-deductible. 所有港幣 100 元或以上捐款，將獲發收據作申請扣稅之用。

### Cheque 支票

Cheque Number 支票號碼 \_\_\_\_\_ Crossed cheques should be made payable to: **The Hong Kong Federation of Youth Groups**  
劃線支票抬頭祈付：**香港青年協會**

### Direct Transfer 銀行轉賬

Direct transfer to the **Hang Seng Bank, account number: 773-027743-001** 存款予本會恒生銀行賬戶：  
**773-027743-001**  Internet Banking "Bill Payment" or "Charity Donation" Services 本地銀行網上理財「繳費」或「慈善捐款」

Date of Payment 轉賬日期 \_\_\_\_\_

Please use your contact number as the bill account number (if applicable). If you need a receipt, please send us the bank's receipt / transaction record together with this form. 請以您的電話號碼作為賬單/賬戶號碼(如適用)，並將存款證明/交易紀錄連同本表格交回。

**Monthly direct debit** (Please complete and send us the Direct Debit Authorization Form on the next page together with this form.)  
**每月自動轉賬** (請填寫附件 直接付款授權書 連同捐款表格交回。)

### PPS Payment 繳費靈

PPS Payment (The merchant code for The Hong Kong Federation of Youth Groups is **9345**. Please use your contact number as the bill account number.)  
繳費靈(本會登記商戶編號：**9345**；請以您的電話號碼作為賬單/賬戶號碼)  
Date of Payment 轉賬日期 \_\_\_\_\_

### Credit Card 信用卡

VISA  MasterCard  
 One-off Donation 單次捐款  Regular Monthly Donation 每月捐款

Card Number 信用卡號碼	Expiry Date / 有效期至 (MM 月 / YY 年)	Signature of Card Holder 持卡人簽署
Name of Card Holder 持卡人姓名	HK 港幣 \$	

### Donor Information 捐款者資料

Name of Donor / Organization 捐款人/機構 \_\_\_\_\_

Name of Contact Person (if applicable) 聯絡人姓名 (如適用) \_\_\_\_\_

Telephone / Mobile 電話 _____	Fax 傳真 _____	Email 電郵 _____
Do you need a receipt? 是否需要捐款收據? <input type="checkbox"/> Yes 是 <input type="checkbox"/> No 否	Name for Receipt 收據抬頭 _____	

Address 郵寄地址 \_\_\_\_\_

I / My organization wish(es) to remain anonymous. 青協毋須就是項捐款於任何電子平台或印刷品鳴謝本人/本機構。

The Hong Kong Federation of Youth Groups (the Federation) respects the privacy of individuals. We do our best to ensure the collection, use, storage, transfer and disclosure of your personal data comply with the Personal Data (Privacy) Ordinance.

You have the right to access and correct your personal data and request a copy of the said data. You can make your request to [personaldata@hkfyg.org.hk](mailto:personaldata@hkfyg.org.hk). Your request will be answered in 40 days. A fee may be charged for processing a data access request.

Your personal data may be used for purposes related to participation in various programmes and activities, issuing of receipts, collection of user feedback, conduct of analysis, and any other initiatives related to the aims and objectives of the Federation. Please indicate below if you agree to being contacted for these purposes. Should you wish to stop receiving news and information from the Federation and its service units, please contact us at [unsubscribe@hkfyg.org.hk](mailto:unsubscribe@hkfyg.org.hk).

香港青年協會(青協)非常重視個人私隱，並確保轄下之服務於任何情況下收集、使用、儲存、轉移及查閱個人資料之程序均符合香港的《個人資料(私隱)條例》的要求。您有權要求查閱和改正所提供的個人資料及索取有關資料的複本。

如需查詢或改正個人資料，可電郵至 [personaldata@hkfyg.org.hk](mailto:personaldata@hkfyg.org.hk)。在收到您提出的要求後，本會將在 40 天內給予回覆，並將可能就此收取合理的費用。

您提供之個人資料將用作參與活動的相關用途、簽發收據、收集意見、資料分析，及其他配合本會宗旨及使命的事項。請在下面的方格上填上剔號，表示您是否願意收到本會通訊。如需取消接收青協及有關單位的資訊，請電郵至 [unsubscribe@hkfyg.org.hk](mailto:unsubscribe@hkfyg.org.hk) 與青協職員聯絡。

I / We do not wish to receive communication through the channels below \*:

本人/本機構 不希望從以下渠道接收通訊 \*:

Email 電郵  Mail 郵寄  Phone 電話

**Please send this form with your crossed cheque / the bank's receipt to :**  
**捐款表格、劃線支票/銀行存款證明，敬請寄回：**

**Partnership and Resource Development Office**  
**The Hong Kong Federation of Youth Groups**  
**21/F, The Hong Kong Federation of Youth Groups Building**  
**21 Pak Fuk Road, North Point, Hong Kong**

香港北角百福道 21 號  
香港青年協會大廈 21 樓  
香港青年協會「伙伴及資源拓展組」

Tel 電話：3755 7103  
Fax 傳真：3755 7155

Email 電郵：[partnership@hkfyg.org.hk](mailto:partnership@hkfyg.org.hk)

Online Donation Platform 網上捐款平台 eGiving：[giving.hkfyg.org.hk](http://giving.hkfyg.org.hk)