

北上主動尋求發展與合作空間

香港創意要突圍 必須走出舒適區

今年6月24日，在特區政府文創產業發展處（原創意香港辦公室）啟動儀式上，文化體育及旅遊局局長楊潤雄表示，文創處在過去15年成功舉辦或資助不少項目，轄下八大創意產業規模已增長至635億元，未來文創處將加強促進創造和生產文化知識產權，推動文化知識產權交易，並發掘更多商機，以提升經濟效益，顯示香港特區政府在發展文化创意產業方面的勃勃雄心。不過，相較周邊經濟體，香港這個匯聚了東西方藝術、設計和商業精髓、多元文化的交融之地，也隨着全球經濟格局的不斷演變和技術革新的加速，面臨前所未有的挑戰。有業

內人士接受香港文匯報採訪時表示，儘管香港創意產業鏈尚屬完善，但不能適應變化，突破固有思維，難以契合創意設計與市場的邏輯，是創意產業幾乎公開的短板。這也間接影響了特區政府每年巨額扶持投入，行業延展性差，商業變現能力低，是現實需要面對的問題。受訪者認為，不論業界還是政府部門都應走出舒適區，為香港創意產業的突圍，貢獻自身力量。

◆文：香港文匯報記者小凡、兩文、毛麗娟
香港深圳連線報道

圖：香港文匯報記者 陳藝、小凡、兩文



▶粵港澳大灣區文化創意產業總會執行會長黃競在粵港澳大灣區文創產業教育發展館參觀。受訪者供圖



◆粵港澳大灣區時尚匯演2024。資料圖片

國家「十四五」規劃綱要提出，支持香港發展中外文化藝術交流中心，創意產業對本港經濟有帶動作用，但在過去的很長一段時間裏，與一河之隔的深圳相較仍有雲泥之別。據最新數據顯示，深圳文化產業的增加值在2023年達到了2,750億元，佔全市GDP的比重約為8%，產值總量和GDP佔比均較香港高出數倍，其相關企業數量及從業人數，也分別約是香港的3.4倍和7.5倍。香港數據統計處基於進出口報關單整理的數據顯示，2011至2022年之間，內地一直位於香港創意產業出口貨值首五位的重要位置。於總體出口貨物所佔百分比，內地也總體呈現上升趨勢，並曾最高達34%，比美國最高佔比27%，高出7個百分點。

其中，印刷及出版相關創意產品、影視相關創意產品和廣告創意商品，內地一直居於出口貨值首位，單項出口貨物百分比最高分別為69.2%、88%和逾70%。此外，音樂相關創意產品，除部分年份被美國或中國台灣超越，絕大部分年份也是由內地蟬聯首位。在建築創意方面，向內地出口也曾達到驚人的96.9%。

在疫情前的2019年和疫後的2022年，來自特區政府統計處的貿易統計數據顯示，香港創意商品出口項中，設計、影視及音樂三項增長較迅猛，但廣告、建築、數碼娛樂、印刷出版等行業則出現明顯的萎縮。上述系列數據顯示，在過去相當長的一段時間內，香港創意產業來自歐美的收益增速正在降低，甚至停滯不前，而來自內地的收益卻在急劇擴張。

加強創新能力深化跨界合作

粵港澳大灣區青年總會副主席、粵港澳大灣區文化創意產業總會執行會長黃競認為，雖然不能從數據這個單一維度來看香港創意產業的強弱，但佔GDP比例低一定程度上還是可以反映出香港創意產業對於全球的影響力不夠。他強調，香港設計行業需要從加強創新能力、深化跨界合作和本地人才「北上」開拓市場等方向進行突圍，提升香港創意產業的生命力和競爭力。這也意味著，不論業界還是政府，均需離開曾經舒適的環境，主動尋求更多的發展與合作空間。

儘管兩地對創意產業統計方式有所不同，但數據

映射在行市上，仍然使諸多業內人士感覺到了前所未有的焦慮。黃競認為，發展創意產業的核心在於需要突破固有思維，要真正去了解「Design Logic」，找到創意設計與市場結合的邏輯，「這是香港創意產業以往非常欠缺的短板」，此外特區政府雖然對本地創意產業每年有幾十億的投入扶持，但多數停留在被業界戲稱為「燒煙火」的層面，辦的活動、搞的展覽多為一次性投入，沒有延展性，導致商業變現手段缺乏。

靠品牌美譽度「俘獲」人心

在談到對「創意香港」辦公室改組為文創產業發展處有何期盼時，黃競希望新的文創產業發展處為香港創意產業作長遠考量，了解業界的真正痛點，呵護市場環境，把資金投向好的設計師，孵化出有競爭力的創意設計師、孵化一批有特色的創意企業，助其在市場產生可持續的商業行為。「在這個過程中，設計師和創意企業都得以成長，最終形成自己的商業體系，因為業界不能期盼政府永久為產業進行資金支持。」黃競解釋。

「內地市場很大，交通便利，需要的是香港設計師摒棄『故步自封』，躬身入局。」黃競認為，隨着世界經濟格局的轉變，內地經濟越來越呈現出逆勢發展的優勢，而近年他也熱衷在內地做「品牌教育」的工作，一方面向內地產品的創始人輸出品牌創意的豐富內涵，不僅是外觀設計，更是思維方式和設計邏輯；另一方面為香港年輕設計師和內地品牌嫁接橋樑，幫助二者互相了解，帶動香港設計師「北上」了解內地產品、花時間打磨「品牌」，最終實現競爭靠「壓成本」走向靠品牌美譽度「俘獲」人心。

曾經做過建築師、傢俬設計師的香港設計中心主席嚴志明教授接受香港文匯報採訪時則表示，政府應該考慮到設計師的實際需求，提供更有針對性的支持，而不是僅僅提供空間或資金。例如，教育培養具有創意和創新精神的年輕設計師，為他們提供實習和接觸市場的機會，政府還應該考慮到設計師在國際發展中可能遇到的困難，如語言、文化和生活習慣等方面的差異，並提供相應協助。

與內地院校聯手育人 香港設計師要走入內地大市場



學院院長張旗教授

院長趙艾琳教授

在黃競看來，香港有完善的設計教育體系，多元社會容易了解吸收多元文化，具東西方文化設計的平衡能力、善於將東方文化轉化為全球化設計。黃競鼓勵香港的優秀設計師「走進」內地市場，一方面是大灣區和長三角有大量的優秀製造品牌和智能製造行業，這些品牌的創始人思維開放，不少均有「出海」的意願，對創意設計需求的市場空間大；另一方面，香港設計師可以發揮了解海外消費者的優勢、在服務內地品牌的過程中了解內地市場、了解不同品牌商業化路徑的差異，幫助內地品牌做流量「轉化」、商

業「轉化」，擔好品牌「賣手」的角色，用香港設計師的經驗講好內地品牌的故事，提高「出海」的成功率。

就培育人才方面，香港時裝及紡織學院院長趙艾琳教授表示：「一年一度的理大時裝展是展現學生對時尚的卓越才華、堅定投入和濃厚熱情的平台，見證着滿有抱負的年輕一代向世界展示創新理念，吸引行內專業人士注目，並啟發未來的職業生涯發展。」早前香港理工大學時裝及紡織學院便與北京聯合大學和蘭州交通大學協辦「青出於藍——絲綢之路染織走進香港作品展」，以中國傳統絲綢印花技術染織為主題，展出多件非物質文化遺產染織傳承人兼北京聯合大學教授管蘭生的染織作品。北京聯合大學藝術學院院長張旗教授表示，在此展覽前，理大便與他們有合作關係，曾有三名北京聯合大學的教師到理大時裝與紡織學院深造，獲得碩士學位，以延伸他們在香港發展相關行業。

善用AI提高效率

近年來，內地設計與品牌營銷領域的創新層出不窮，從新式茶飲打造國潮風、與IP合作到不少品牌「出海」紛紛用上「AI」工具，創意設計借助科技力量，實現跨界飛躍。在黃競看來，面對全球化競爭壓力，香港創意設計行業也需要加強創新能力，提升設計創意品質。「借助AI工具，香港創意產業從業人員要去思考如何用科技賦能自身的靈感，根據用戶偏好和需求，更精準把握市場趨勢，創作出個性化的創意作品。同時，通過對大數據的分析，AI工具可以幫助設計師優化其作品，提高作品的吸引力和影響力。」黃競認為，香港設計師可以向內地設計師借鑒，大膽地用起AI工具，為創意產業帶來更多可能性。

在職業生涯行走內地和香港26年的黃競看來，隨着工業和製造業的流失，香港近年的

創意產業生態也有所惡化。黃競觀察到，與內地相比，香港的企業家和商人對於創意設計的認可度並不強，創意設計需求方的思維習慣沒有改變，不夠尊重創意設計的價值，認為在創意設計上投入產出不划算，所以，供給方花50個小時做出的東西和花5個小時做出的東西通常收費沒有太大差異，當供給方無法從市場獲得合理的回報，從事創意服務行業的動力也會越來越弱。

與黃競體會一致的還有由建築師到傢俬設計師，再到香港設計中心主席的嚴志明教授，他表示：在做設計相關推廣時，設計師們通常也會面臨經濟成本等問題，啟動資金、文化差異、地域差異以及媒體使用的區域化，不論在內地還是香港又或國際都是推廣中的難點。「讓甲方理解設計價值，願意為好設計付費」是創意設計外的重點。



◆深水埗民政事務專員黃昕然

儘管創意產業比較多依託工業生產附加價值，但並不意味着金融服務、旅遊會展等行業不能被創意產業賦能。深水埗民政事務專員黃昕然表示，儘管金融是香港過去二三十年的重點產業，但其實創意產業對經濟發展都貢獻了不少，香港出過許多知名設計師，只是人們還需要更多了解，設計或者創意怎樣提高企業的附加價值，突出產品的優勢。

香港設計師何國鉅也表示，現在香港舉行了不少設計大賽、時裝秀和時裝活動，如香港智營設計大賞、香港時裝節，以及聯動大灣區三大時裝設計界盛事的「粵港澳大灣區時尚匯演」及「粵港澳大灣區巡迴時尚展覽」等，當中每年九月舉辦的香港國際時尚匯展Centrestage，以及今年十一月底於香港

創意產業機會多 香港家底仍豐厚

時裝周內舉行的國際環保論壇「時尚高峰」更吸引了來自世界各地的時尚界專業人士、設計師、買家和媒體代表等參與，這些人員的到來會帶動香港旅遊業的發展，增加酒店、餐飲和零售業的收入。

黃昕然說，創意本身就可以釋放很大的經濟效益，因為香港已經離開了大型的工業化時代，需要發展其他道路，而設計行業要有自己的特點，才能夠打入世界市場。「其實最緊要是特色。」黃昕然指出，全世界不斷有新的產品，只靠模仿是走不通的。設計一方面要有強大的功能性，另一方面則要凸顯品牌特色及完善用戶體驗。他舉例，設計營商周是香港設計中心為香港帶來的優秀項目之一，今年他們也在與設計中心談合作，關注如何發揮不同地區的優勢，讓設計走進社區。

今年下半年深水埗區青年活動委員會將舉辦第四屆「別出「深」裁—時裝設計比賽」，以傳承為主題，並將邀請香港著名設計師何國鉅任導師，發掘

國潮設計。以上活動讓設計被大眾認知的同時，要真正推動設計作為一個產業來發展。他透露今年年底，將與幾間香港大專院校合作，在深水埗開展設計主題街頭活動，並設置B2B環節，期待在現場促成商業合作。

嚴志明又透露，今年以及未來，設計中心將有一系列重要舉措，其中一個重要項目是在年尾時搬遷至深水埗設計及時裝基地，不僅辦公空間充裕，還將設有展覽空間和設計圖書館，為設計師和市民提供一個全新的交流和學習平台。年底，香港設計中心將舉辦「設計十二月」，與主要面向專業觀眾的設計營商周不同，「設計十二月」旨在將設計普及到市民大眾中，通過舉辦各種展覽、講座、工作坊等活動，讓市民親身接觸和體驗設計的魅力，從而發現香港不只是一個金融之都，更是一個設計之都、創意之都。



▲香港設計中心主席嚴志明

◆深水埗設計及時裝基地。市建局網誌圖片