



總綱：一個採取綜合協調方向的大綱

Planet Time很高興能向西九龍文娛藝術區發展計畫小組委員會致函，提議在設計西九龍文娛藝術區時採取綜合協調方向。我們的建議名為總綱。總綱研究最根本的計畫原則，作為發展文娛藝術區的概念藍圖。

上一次Planet Time呈交第一份計畫給發展小組委員會是一年前的事。那時有三間合資格發展商仔細回應了政府的邀請，提交發展報告。在提交給委員會和行政局的報告內，我們竭力證明，要發展文娛藝術區，除了原本的計畫外，還可以有多個不同的構想和設計的方法。

我們由總綱為起點 – 在文娛藝術區要成為嶄新的城市綠洲和一個新區域的前提下，並能融和：

- 廣闊的空地和建築物；
- 文化設施和創意工業；
- 悠閒和娛樂及教育和就業；
- 文娛藝術區和周邊區域和海港；
- 一個屬於香港人並能配合長遠需要的新市區。

發展西九龍文娛藝術區是香港難得的機會。現存的設計是極度有限，缺乏創意和風格落伍。在為未來而計劃時，最重要是多元化，這能令土地的使用和它的特色更能滿足社區的渴望和需求。

大致上的目標是創造出一自由的文化和全新的開放式場地，並能在財政上可以維持持續發展和融合尖端科技和創意。上述的要素的融合能使這目標成功。在制定這概念計劃時，我們從選址攝取靈感，考慮香港將需要甚麼來鞏固亞洲國際都會的地位，和香港人的實際和勤奮的特質。



Planet Time

330 Shek O Village, Hong Kong
www.planet-time.com

WKCD



Made in Hong Kong

就如上一代透過製造，零售和經濟區域帶給香港繁榮；西九龍文娛藝術區應該讓世界認識香港的文化與創意，香港人固有的實際經驗，和對經濟的敏感度。

這個新的區域的規劃與設計應該改變香港的物質，文化，創意和經濟上的重要性。西九龍文娛藝術區的最終目標絕不渺小。我們衷心希望我們的建議和持續的對話能繼續啟發小組委員會，成就一個我們共同分享的未來的夢想。

WKCD
West Kowloon Cultural District

總綱

一個採取綜合協調方向的大綱

致：西九龍文娛藝術區發展計劃小組委員會

Planet Time 創作部上

二零零六年九月二十日



Made in Hong Kong

目錄



此檔及檔中的資料均由以下公司製作：

Planet Time
香港石澳村330號

聯絡人
Daniel Marinov
daniel@planet-time.com

www.planet-time.com

第01頁	簡介
第03頁	市中心公園
第05頁	人車流量和交匯點的交流
第07頁	等高線和地形形成
第09頁	空間圖
第11頁	交匯點例子
第13頁	關係
第15頁	宏觀角度
第17頁	選址概觀
第19頁	通訊設施
第21頁	陸路和水路交通
第23頁	財政
第25頁	附錄一
第27頁	附錄二

簡介

概要

站在預期興建西九龍文娛藝術區的選址處，很難想像到它的規模之大，它對未來發展的影響。挑選藍圖的重要原則是：選址要成為香港的新市區，一個新型的市區發展區域，容納大量的文化建設。這些文化建設必須多樣多量，為廣大文化界的媒體而服務。

這次的發展提供了一個很好的機會，建造新穎的建築，建造與香港素來高密度、高聳入雲的風格與別不同的地標。選址要令香港人和旅客等，從不同層面與文娛藝術區互有交流。

香港土地有限。文娛藝術區占地廣闊，能把綠草從郊區帶到市中心中央的位置，興建有主題建設而又廣闊的公園，並開放給市民。文娛藝術區若能平衡兩個完全不同的環境，定能令香港的未來更添光輝。

文娛藝術區內的文化建設應以多功能為目標，提供大量就業機會，並能提供教育、住宿、娛樂和休閒等功用和發展機會。它們不應該各自獨存，而應該小心設計，鼓勵設施的互相協調；攤用物資和設施，令文娛藝術區成為獨立的文化村，吸引外國注視和投資而另文娛藝術區的獨有身份有所提升。

建議概要

這份文件的主要目的是介紹文娛藝術區根本層面的概念。我們研究市區內建築物運用空間面積的情況。目的並非為文娛藝術區內的建築物提供建築藍圖。而是要提出一個新的基礎給文娛藝術區未來的性質和發展上的討論。

文件中某些意念可能在內容上像天荒夜談。但是，我們必須謹記，我們究竟在為誰而設計：未來香港的文化和創意團體。由於涵蓋的團體廣泛，所以我們力求為所有人服務。

我們提供的雖然只是一個模型，但它能靈活改變，適應現存和計畫中的土地運用的限制。它也能靈活適應社會、政治和財政上的發展方向。我們早前正研究委員會給我們，就文娛藝術區提出的一系列問題。[見附錄1]當中已解釋大部分問題，並在此重新提出，作為參考。

儘管這裏只提供一個概要，我們相信我們的概念會為香港的未來締造美好的路向。



市中心公園

地勢

在簡介中，我們已經提過可以興建廣闊的綠色地帶，開放給市民，並融入主題色彩，而各種建築形式只用作補充，而非在公園的周邊作主導。

為了令選址的大部分面積看起來是公園，多數的建築物都要大規模地融入自然環境，直至在地面上看不見建築物為止。

為達到這個效果，我們可從地下獲得一部分空間。如果這個方案不可行，建築物的設計便需要趨向於以分開元件的方式建築。建築物必須能融入像平原的形態和能支援地勢發展或和水有關的景物建築的方式出現。後兩者能靈巧地形成如幻似真的建築物偽裝。

多元化的文化活動會吸引各階層人士到臨。那些在文娛藝術區內生活、工作或學習的人就是決定不同區域的特色的人。預期每個區域都有自己的地形發展小組，負責所有對內對外的發展流向，在周邊建設內建立、維持和發展自己的獨特風格。

具體的建築可以小心分佈、小心設計，突出文娛藝術區的地形，在不同高度設不同區域，而放棄用一幅連續不斷的平原做基本地形。我們提議建造高低不平的地形，在沿海地區則低至海水的高度，與海港相連。

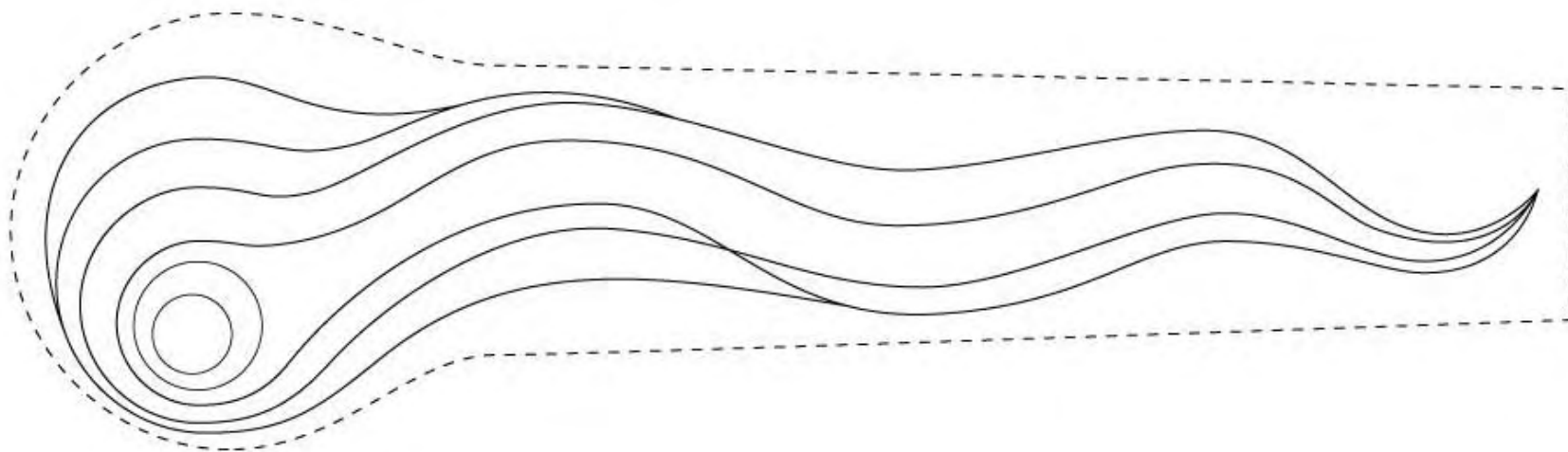
綠色思想

植物的品種應以多元化為目標，包含世界各地的不同植物和樹木。它們的佈置、占地大小和位置會幫助刻畫出地勢，形成不同開放和關閉的區域，中間並由林蔭大街、行人道、水道和橋貫穿。

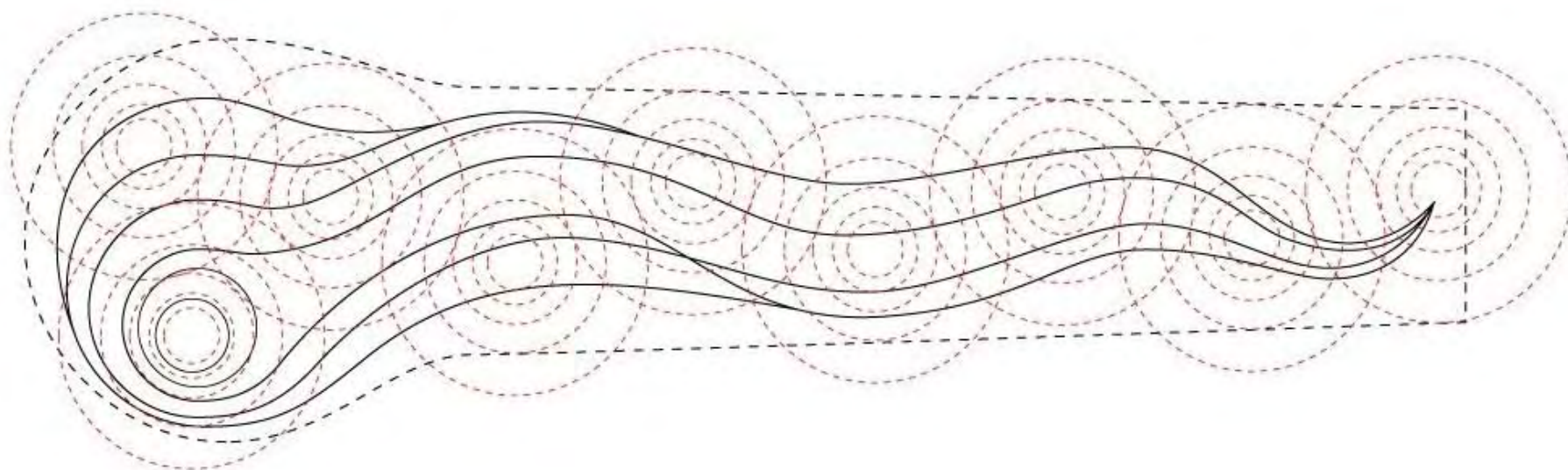
植物群和動物群應該與其他可以持續保存的資源交織出多種不同地面、牆和建築面。一個最明顯的例子是利用水建築瀑布、水池、小河、嬉水池、大河等，使植物區和建築物之間生動起來。

由於選址與海連接，沙灘是自然不過的事情。在這情況下，我們大可在把沙灘後移在防波堤之後，用一個視覺上一望無際的游泳池和滑浪池系統把沙灘和海分隔開。沙灘是一系列半月形的沙堆，與彎彎的海濱長廊和咖啡室相接。一邊是美麗的公園，對岸是望向香港島的海景。

[01]



[02]



人車流量和交匯點的交流

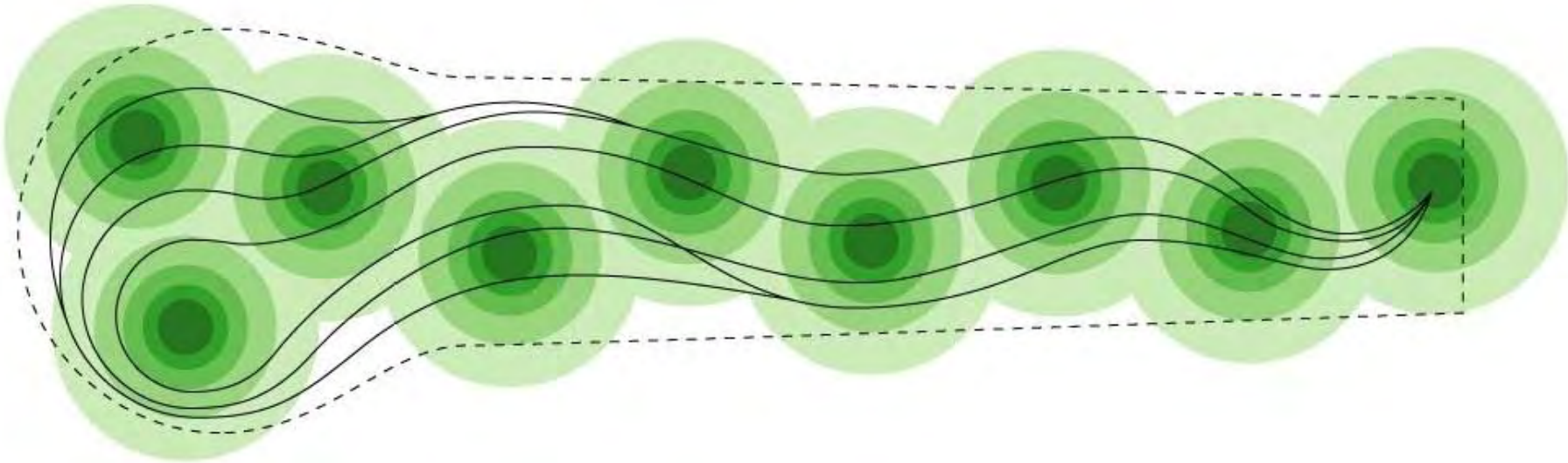
對選址的初步研究傾向於研究主要流向的不同方案，意圖建立一系列的自然流動的路線。研究的目的，是明確標出行人和車輛在選址將會出現的流動情況。[圖 01]

除此以外，也進行了進一步的計畫研究。目的是顯示在選址內接近的地理位置上數項活動互相的影響交流。[圖 02] 那些活動都從眾多文化創意工業團體中獲得獨立的身份角色，如表演藝術、活動視覺影像等等。

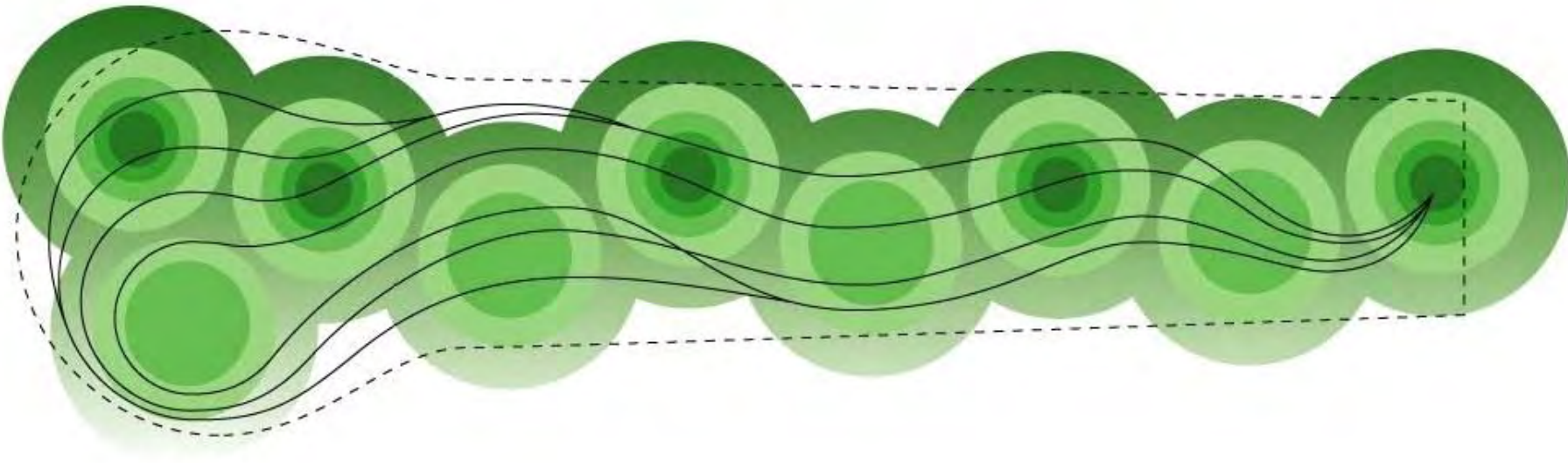
很容易會發現，活動的種類和數量越多，活動交流的程度就會越高。為了方便工作的關係，我們稱活動專案區域為「交匯點」。交匯點的性質會在接下來的幾頁解釋。它們是我們的建議中重要的元素。

之前，報告只能為有限的文化創意團體服務。如果能在此基礎上擴大服務範圍，對香港的好處必定會更加久遠和深刻。

[03]



[04]



等高線和地形形成

有了人車流動和交匯點交流的重要元素後，我們可以把它們應用到其他層面的發展，例如，在此計畫中，建築一個更多元化的地形。

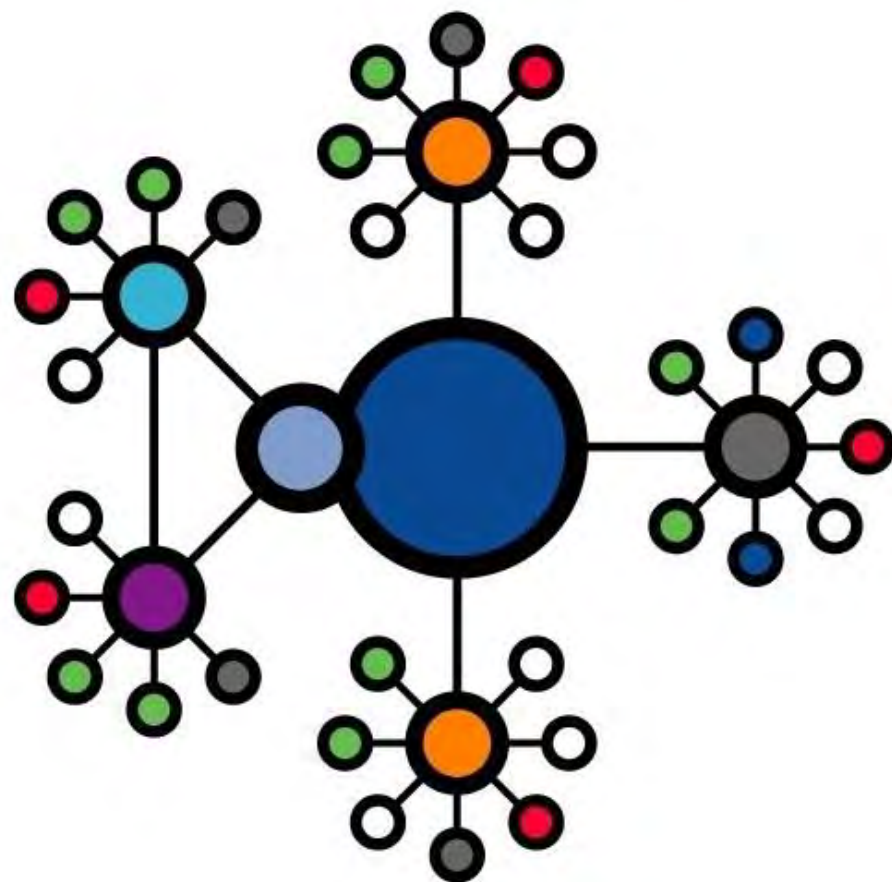
第一幅圖是前一幅圖的直接解釋。圖中的同心圓有不同深淺的顏色。深色的地方表示較高的地域，淺色的地方表示地形下跌至地面。

[圖 03]

在第二幅圖中，較高的區域安排到文娛藝術區較後的地方。目的是形成視覺上的屏障，遮蓋旁邊建築物的低層。它也顯示出，越接近臨海地區，地勢（高度）便會下降。[圖 04]

儘管圖表經過簡化，但已能看見海灣的原始面貌。如上面所述，海濱會包括沙灘、與水有關的景物建築，和海濱長廊。

空間圖

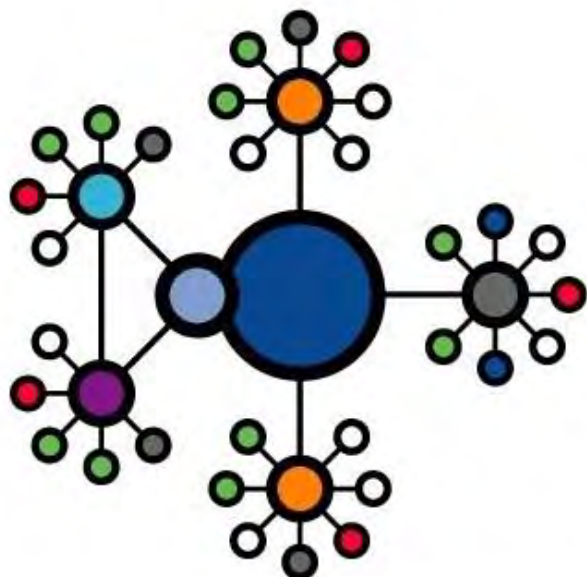


每個交匯點會有幾個不同元素。每個元素在協助文娛藝術區的整體發展上都有特定的作用。

旁邊的圖顯示元素怎樣可以分割開來。也顯示它們所佔的比例和相互關係及它們提供的設施：

- 核心功能區- 提供就業機會
- 和公眾交流的區域
- 教育設施
- 市場推廣，傳媒和廣告
- 科技
- 為核心功能區而設的零售商鋪
- 住宅
- 辦公室，零售和酒吧 / 餐廳
- 緊急服務和保安服務

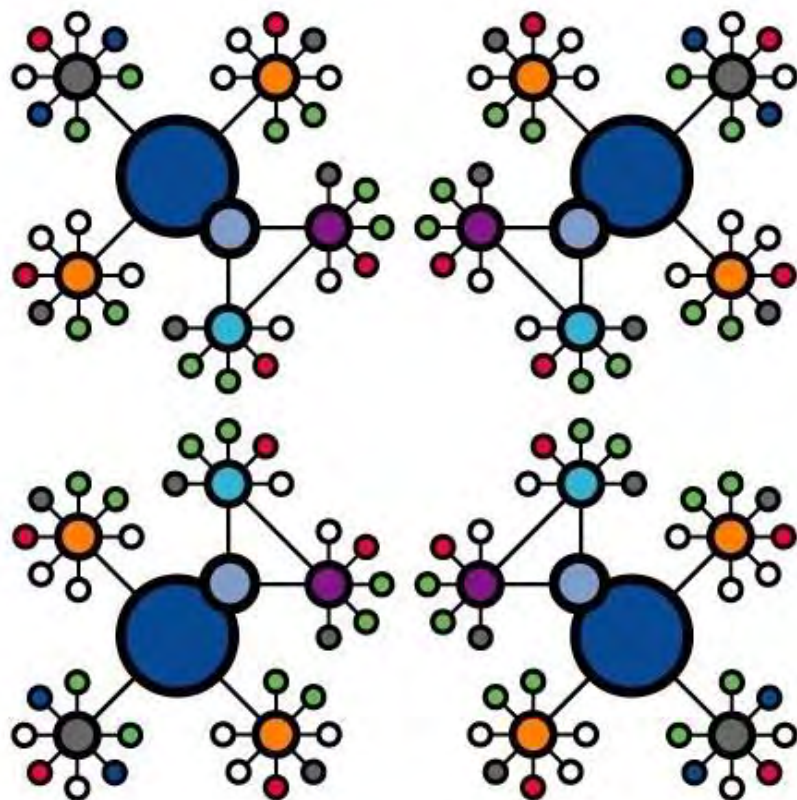
交匯點例子



接著，我們會更詳細研究其中一個交匯點作為例子。在這裏，我們會以活動影像表示。

- **核心設施：**
 - 多個大型室內電影劇場和舞臺
 - 多個剪接和動畫工作室
 - 廣播工作室
 - 排練場地和工作坊
- **與公眾交流：**
 - 活動影像博物館
 - 工作室導賞團
- **教育單位，與專業/製作單位共同存在，提供有關電影和電視工業的一系列課程**
- **市場推廣人員、傳媒和廣告人員為每一個交匯點的工作和產品提供宣傳服務。**
- **綜合科技部門，提供一連串服務：**
 - 研究和發展
 - 教育
 - 溝通網路
 - 系統維護和解決電腦及網路問題
 - 保安系統
- **零售商鋪，跟從交匯點的功能性質：**
 - 戲院
 - 出售有關硬體、軟體、光碟和其他物品的商鋪
- **為以下人士而設的住宅單位：**
 - 在文娛藝術區工作的員工
 - 學生宿舍
 - 租用了設施（不論時間長短）及參與製作的人員
- **辦公室、零售商鋪、酒吧、餐廳**
 - 為創意工業的員工，學生和公眾提供膳食
- **緊急服務和保安服務：**
 - 消防員、警察和救傷隊
 - 巡邏該區大廈、交通和行人往來進出的保安人員

關係



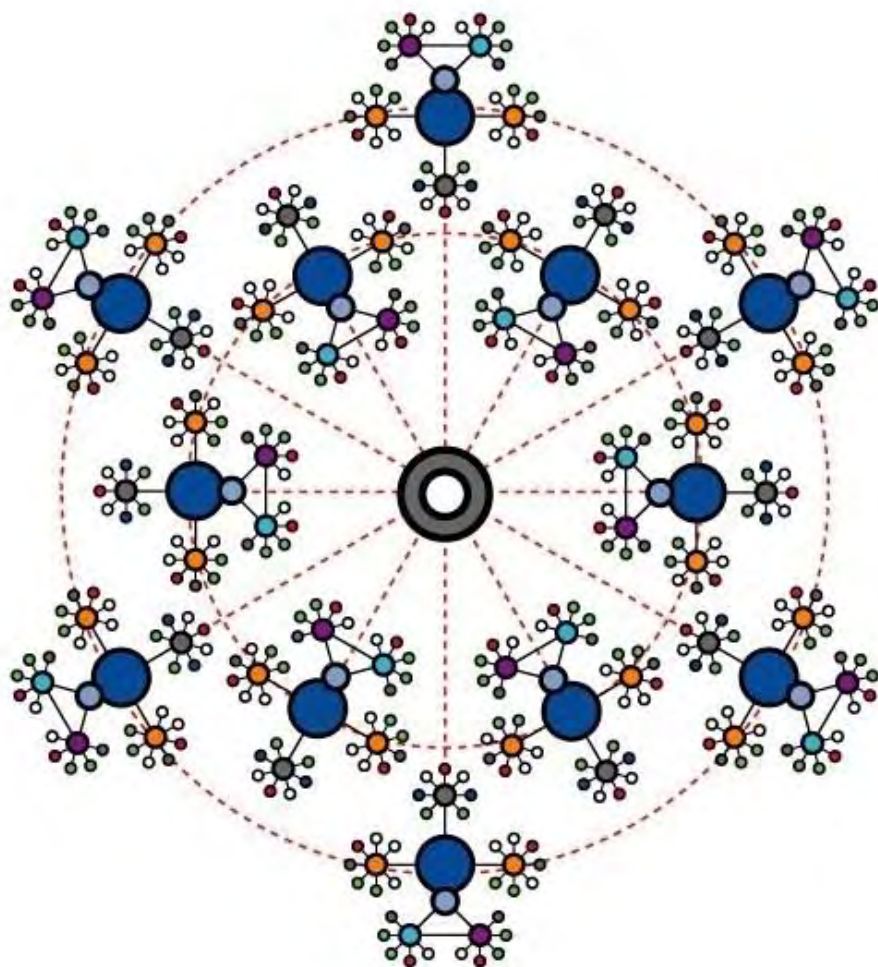
交匯點的概念是為了令每個單位之間互有充足交流。當中最重要的元素就是溝通。因應發展的性質，交匯點的概念會以幾個層面呈現出來。

對於創意工業來說，不論是音樂、建築、活動影像、表演藝術或其他的媒介，溝通是最重要的元素。表演團體有越多的機會發言，它的運作就會越穩定和製作越多作品。這個概念最強勁的催化原因是地理上接近的距離。

創意團體向來都喜歡搬進越見重要及有發展潛力的地區，因為這樣，它們就能為市區環境帶來動力和不同的美感並獲得良好的聲譽。若能根據創意團體的要求，為它們提供可負擔的場地，絕對對該區和香港的未來有深刻的影響。

此處的圖顯示更大規模的交流。這幅圖要突出的不是交匯點的功能，而是它們之間的接觸，即社會層面方面的接觸。它們代表社會是怎樣運作的。

宏觀角度



認識了概念上核心元素的運作模式後，現在可集中看看每個單獨交匯點的性質。

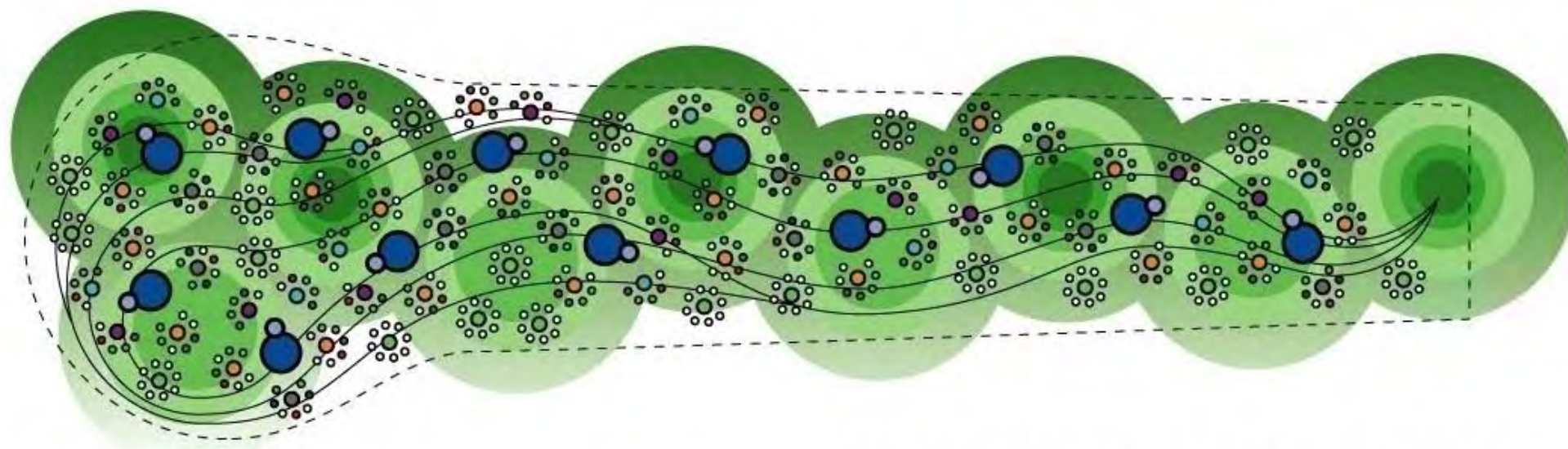
創意工業可以說是「源自固有技能和天分的工業」。它們可以通過創新和善用知識產權來賺錢和提供就業機會。在這個定義下，香港主要的創意界別包括：

- 廣告
- 建築
- 藝術
- 陶藝
- 設計
- 時裝
- 電影和電視
- 遊戲軟體
- 音樂
- 表演藝術
- 出版
- 軟體和網路服務

擴大我們的模式至囊括不同的範疇，可幫助我們明白發展的規模之大。希望能說服那些參與文化發展事業的表演者，這個建議有足夠的空間讓每一個表演者尋找自己的天空。

以上列表由香港貿易發展局提供，我們在使用前已得到它們的同意。[看附錄二]

選址概觀

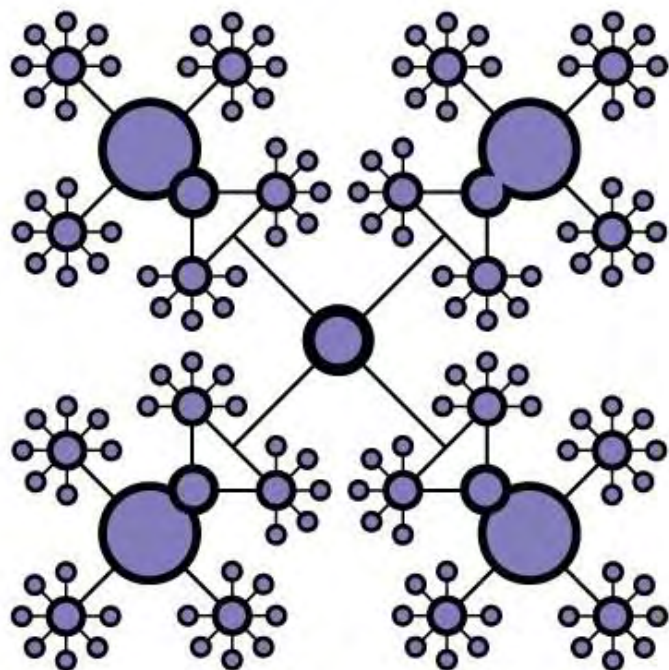


在這插圖裏，利用我們的空間模型看看選址暫時的基本面貌。最明顯不過的是看見構件是散佈開來的。我們也可以看見交匯點周邊活動有空間擴展開來，互相接觸，互相交流。除了交匯點外，還有較遠的住宅單位，以白色顯示出來。

選址的設計會是一系列集中而有特色的村落。我們希望把模型放在地形地圖上能更清楚表示建築物是如何隱藏在地勢裡。

這幅圖可幫助讀者瞭解我們的概念的發展潛力。在真實情況下，地積比率和計畫的控制決定每個交匯點的規模和位置。這幅圖並不是確實的建築物類型或藍圖，因為我們不能在未完成初步計畫的情況下實實在在地討論這個問題。

通訊設施



改變了空間模型的主題內容和它代表的意義，就可以利用它討論另一個概念的核心元素：即通訊科技。

選址可運用先進的高科技內聯網。用光學纖維網路傳送資料，它的速度，遠比互聯網的速度快，大大拉近整個文娛藝術區的距離。

網路可以更進一步打破建成後的文娛藝術區的地理障礙。用者可以透過「網格技術」- 可以集合多部電腦的中央處理能力經過網路處理的系統，集中完成某一個特定的工作。進入文娛藝術區的系統獲得無盡的資源。這個系統支援文書範疇的能力遠比傳統電腦的高。

完成的資料庫就是獨一無二的，容納累積了香港的文化創意工業的資料：一個進入版面和一個傳統的介面，完美地反映新市區的角色和能力。

這個網絡為廣播業開創新頻道設下鞏固的基礎，幫助宣傳任何項目、活動和文娛藝術區的設施。廣播的內容包括資訊、紀錄片和生活事情，也通過螢幕上的互動，通知觀眾即日和將來的活動。

在另一個層面，網路也可以管理文娛藝術區，利用它先進的軟體分析和控制人車出入的情況。網路也能支援保安，緊急服務，燈光，投射及方向牌和必須的招牌。

目前接連不斷的網上和螢幕上的宣傳可以幫助公眾更瞭解文娛藝術區。文娛藝術區應該塑造為一個整體而非一系列不同區域的組合，一個利用高科技設計成與大自然完美地混合在一起的地方。

陸路水路交通



由於發展規模龐大，有必要落實新的交通網絡和加入環保概念。解決方法有很多，以下是一些建議。

單軌鐵路 (Mono Rail)

升起的主要高速鐵路，環繞整個文娛藝術區。如果系統用較小的車輛可以令車站的面積減低。我們可透過調節服務的車輛數目，調節不同時段車流量的多寡，滿足市民的要求。

電動車輛

在基本環回道如林蔭大道上，我們建議使用電動車輛作公共交通工具。我們可以小部分使用無人駕駛的智慧汽車，用全球定位系統駕駛預設的路線。它們也可以用作緊急服務隊、維繫人員和保安人員的支援車輛。

輪船

用輪船把文娛藝術區和中環、灣仔和尖沙嘴接駁起來，並有必要在海港近九龍位置興建新的碼頭。在文娛藝術區內興建水道，運河等，提供區內的輪船服務。輪船軌道應和單軌鐵路配合，並製造合適的港內碼頭的環境。

新式人力車 (Trixis)

它是傳統人力車的新式版本，能容納兩位乘客和一個司機。它基本上是用人力推動，司機在前面踏板控制方向。不過，它加了一個動能電動引擎，可在長途斜路上提供額外向前推動作用。這種新式人力車在全球多個城市行人區都被用作的士。

單車

在區內設專有的單車路線。可因應運動需要或悠閒玩樂需要調節改動單車徑的路徑。

財政

我們的概念不能不考慮如何靈活地籌集資金和如何長遠地維持資金來源。如果要西九龍文娛藝術區的發展超越一般的地產發展，我們就一定要找出其他的收入來源。

我們建議設立西九龍文娛藝術區發展委員會，它負責管理和提供資金，支援文娛藝術區，令文娛藝術區成為世界一流的市區綠洲。文娛藝術區發展委員將被授權籌措建造資金(可能需要通過政府擔保發行公債)和管理收入來源，確保藝術、文化和教育設施能長期運作。

短期內，我們建議興建「摩天娛樂區」，它為西九龍文娛藝術區的一個組成部分。摩天娛樂區位於文娛藝術區的入口，為市民和遊客提供壯觀的景色和多元化的娛樂選擇。我們強烈建議在摩天娛樂區內興建一個政府擁有，專為遊客而設的賭場。

全球的政府都利用賭場、博彩、賽馬等活動的收入來支援藝術、文化和教育設施，這是不用爭辯的事實。事實上，連中國的萬里長城，部分建築費都是來自一名為基諾遊戲的賭博事業。一個只為遊客而設的賭場，一年已可以為該區製造100億港元。新加坡已經開始興建兩個賭場，以推動旅遊業和製造附近文化設施的收入來源。新加坡總理李顯龍曾說：「如果他們（遊客）其中一件想做的是賭博，那我們應該讓他們在這裏做。」日本、台灣、韓國和泰國也積極追尋更多的旅遊收入。中國也正研究各種不同模式去結合這個高利潤和大受歡迎的現代旅遊業。

在長遠來看，西九龍文娛藝術區能成為世界第一的一站式消費品銷售點，吸引國際買家，為香港持續製造數十億元的收入。文娛藝術區的行政，及其無所不包的內容，都能為創意團體和學生提供空間、物流運輸服務，和資源。創意的結晶品會在和西九龍文娛藝術區齊名的情況下，以自己的品牌銷售及出口。這亦成就了文娛藝術區的存在價值並使世界重新認識「香港製造」一詞的意義。

附錄一

設計西九龍文娛藝術區時採取綜合協調的方向。

附列有關事項作參考：

1. 全面性的計畫，包括市區的大綱藍圖計畫、社會和經濟計畫，和環境方面的計畫。

- ✓ 和鄰近市區的關係[聯繫，融和，力量聚集和市區重建等等]
- ✓ 社會和經濟目標，通過落實文娛藝術區和相關政策來維持文娛藝術區的發展來完成
- ✓ 可持續的交通和環境規劃

2. 西九龍文娛藝術區在達到香港長遠的文化目標方面：

- ✓ 文化目標和文化政策
- ✓ 計畫和策略的規劃，以落實文化政策

3. 在計畫文娛藝術區時發展文化軟體的機會

- ✓ 培育人才
- ✓ 累積觀眾和入場人數
- ✓ 發展創意工業
- ✓ 為藝術和文化設施培育管理專才

4. 文娛藝術區內的融和發展

- ✓ 為不同用途分配不同區域的土地
- ✓ 文化、悠閒娛樂和旅遊設施合而為一
商業和住宅發展的地積比率和其他計畫控制

5. 在落實全面計畫時和政府的協調

各機構的安排

計畫過程 [法定及未法定程序]

公眾參與的機制

6. 落實策略

一次過興建或漸次/分期興建

香港的創意工業

概要

- 近年來，越來越多人認識到創意工業對發達國家保持經濟增長動力所作的貢獻。創意工業是指一些特別倚重創意及才?的知識密集行業。在香港，創意工業主要包括廣告、建築、設計、出版、資訊科技服務、傳統及數碼娛樂、藝術等行業。
- 以就業人數和附加值而言，資訊科技服務、出版和廣告是香港三大創意工業。資訊科技服務業的從業員絕大多數從事軟件開發和維護；廣告業是輸出服務的主要行業；而香港得力於發展成熟的印刷業，成為區內的出版中心。
- 同一創新意念可以應用於不同的創意工業。同樣地，在某個行業大派用場的創新意念，可以授權予另一個行業使用或作進一步開發。因此，不少創意工業均彼此緊密相連。例如在香港，創意新思維往往會分別應用於電影、電視、漫畫和遊戲軟件等行業。
- 本局估計，創意工業佔香港總就業人數的3.7%、服務出口的3.1%和本地生產總值的2%。雖然相對於整體經濟而言，香港的創意工業規模較英國、澳洲和新西蘭為小，但是香港仍被普遍視為亞洲的創意中心。舉例來說，港產動作片及流行曲都在區內享負盛名；香港的建築、設計和廣告業在創意方面亦較區內其他競爭對手優勝。
- 「創意」活動並不局限於創意工業，不少行業也有自己的「創作」部門。例如，香港有不少產品及時裝設計師為生產商工作，大公司一般都僱有軟件開發及程式編改的隊伍，而許多公司的廣告宣傳及公共關係事務亦通常由內部負責而非外判。
- 根據國際經驗，支援香港創意工業發展可採取的措施大致上可歸類為：教育與培訓、出口推廣、協助融資、數碼融合，以及創意文化。
- 創意相當重要。在經濟全球化的環境中，對於香港這樣發達和高成本的經濟體系而言，尤其重要。創意工業除了本身是一股經濟動力外，還為其他經濟活動提供創意來源，於未來歲月，將發揮日益重要的作用。

引言

隨著世界走向全球化的知識型經濟體系發展，各國均需適應新的範式，透過知識而非僅靠勞動力來創造財富。近年來，在發達國家，一些特別倚重創意及才華的知識密集行業(創意工業)在經濟籌劃及政策考量中日益受到關注。英國率先於1997年有系統地推廣創意工業，而澳洲和新西蘭亦緊隨其後，加以發展(參見附錄)。

香港一向是亞洲的創意中心。舉例來說，香港的電影及唱片業發展蓬勃，動作片及流行曲都在區內享負盛名。香港的建築、設計和廣告業在創意方面亦較區內其他競爭對手優勝。

本報告旨在概括介紹香港的創意工業，評估這些行業對香港經濟的貢獻，並簡述其發展現況。

甚麼是創意工業？

創意工業可以界定為：「源自個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發和運用，具創造財富及就業潛力的行業。」¹根據這個定義，香港的主要創意工業包括：

- 廣告
- 建築
- 藝術品及古董
- 漫畫
- 設計
- 時裝設計
- 電影
- 遊戲軟件
- 音樂
- 表演藝術
- 出版
- 軟件及資訊科技服務
- 電視

香港創意工業的重要性

本報告就創意工業對香港的就業、本地生產總值(GDP)和服務出口所作的貢獻作出估計。由於香港缺乏有關個別行業的統計數據，因此以下分析未必能夠全面反映實際情況。

就業

整體而言，創意工業提供超過9萬個職位。其中「資訊科技相關服務」是最大的行業，超過95%僱員從事軟件開發及維護；其次是「出版」和「廣告」；而「電台、電視台及錄製室」和「電影」則合共聘用約15,000人。

2002年3月，創意工業佔總就業人數的3.7%，佔服務業總就業人數的比例則為4.5%。

創意工業就業人數

	2002年3月	所佔%
資訊科技相關服務	26,866	29.7
出版*	17,049	18.8
廣告	15,388	17.0
電台、電視台及錄製室	8,021	8.9
電影	6,613	7.3
設計	5,659	6.2
建築	5,093	5.6
舞台製作及娛樂服務	3,410	3.8
攝影服務(包括商業攝影)	2,092	2.3
圖書館、畫廊及文化服務	384	0.4
總計	90,575	100.0
佔服務業就業人口%		4.5
佔就業人口(包括公務員)%		3.7

* 2001年9月數字

過去5年，創意工業的就業人數平均每年揚升3.7%，較同期總就業人數的年均增幅-0.8%為佳。期內，資訊科技相關服務業的就業人數增長強勁，年均上升22.7%。

出口

在服務輸出方面，只有較籠統的服務行業統計數字可供參考。例如，設計、時裝設計及出版均沒有單獨分類，全部歸於「其他商業及個人服務」之列；同樣，藝術行業都歸類「其他個人、文化及康樂服務」。因此，下表所示的整體估計數字可能高於創意工業的實際出口表現。到目前為止，廣告應是最大的輸出項目。

至於資訊科技服務，由於可透過產品輸出，因此下表所列出口數字可能低於其實際表現。2000年，電腦軟件的本產出口總值8.44億港元，轉口則為8.78億港元。

2000年，創意工業輸出的服務總值100億港元，相當於服務出口的3.1%，或貨物及服務總出口的0.5%。香港的創意服務出口略高於進口。

2000年創意工業的服務貿易

	出口 (億港元)	入口 (億港元)	淨出口 (億港元)
廣告、市場研究及公眾意見調查服務	63.86	31.53	32.33
其他商業及個人服務	17.14	11.68	5.46
專利權及版權費	8.32	35.93	-27.61
影音製作及相關服務	3.16	3.13	0.03
電腦服務	2.27	8.94	-6.67
建築、工程及其他技術服務	1.83	1.50	0.33
其他個人、文化及康樂服務	0.84	1.96	-1.12
總計	97.42	94.67	2.75
佔服務出口%	3.1		
佔貨物及服務出口%	0.5		

附加值

在創意工業附加值方面，按行業分類的統計數字甚少。廣告、建築、資訊科技相關服務及電影共佔香港內部生產總值的1%；出版業的附加值估計約50至60億港元，相當於內部生產總值的0.4-0.5%。

按照上述5個行業在創意工業總就業人數中所佔的比例推算，創意工業應約佔香港內部生產總值2%。

部分創意工業的附加值

	2000年 (億港元)	佔GDP%
資訊科技相關服務	53.82	0.44
廣告及相關服務	37.62	0.31
電影	16.48	0.13
建築	15.31	0.12

正如就業人數一樣，過去5年，資訊科技相關服務業的附加值增長強勁，佔內部生產總值的比例由1995年的0.27%升至2000年的0.44%。

整體重要性

從有限的統計數據推斷，創意工業佔總就業人數的3.7%、服務出口的3.1%和內部生產總值的2%。當然，「創意」活動並不限於創意工業，不少行業也有自己的「創作」部門。例如，香港有不少產品及時裝設計師為生產商工作，大公司一般都僱有軟件開發及程式編改的隊伍，而許多公司的廣告宣傳及公共關係事務亦通常由內部負責而非外判。

以國際標準來衡量，相對於整體經濟而言，現時香港的創意工業規模較英國、澳洲和新西蘭為小。

創意工業發展比較

	佔GDP比例	佔就業人數比例
香港	~2%	3.7%
新西蘭	3.1%	3.6%
澳洲	3.3%	3.7%
英國	7.9%	4.1%

創意工業除了本身是一股經濟動力外，還為其他經濟活動提供重要的創意來源，對維持香港的國際貿易樞紐和金融中心地位發揮巨大作用。現時，貿易(佔內部生產總值20%)、物流(8%)、金融服務(13%)和專業服務(~5%)，合共佔內部生產總值約一半。

創意工業概況

同一創新意念可以應用於不同的創意工業。同樣地，在某個行業大派用場的創新意念，可以授權予另一個行業使用或作進一步開發。因此，不少創意工業均彼此緊密相連。例如在香港，創意新思維往往會分別應用於電影、電視、漫畫和遊戲軟件等行業。

雖然創意工業有其共通點，但是每個行業面對的外圍環境各有不同，內部結構亦不一樣。以下是香港主要創意工業現況的概括介紹。

廣告

香港是亞洲廣告之都，2001年廣告開支總額達294億港元，人均廣告開支居區內第一位。不少國際廣告公司都以香港為基地管理其地區業務，尤其是通過其香港辦事處進軍中國內地。廣告業發展成熟，有助香港為其客戶提供具創意的市場推廣服務。

香港是廣告服務的重要出口地，2000年出口達64億港元，其中包括市場研究及公眾意見調查服務在內。主要輸出的服務有：廣告創作、媒體購買、直接市場推廣、平面設計、市務顧問、按用戶要求進行的市場研究，以及研究數據銷售等。其他輸出的相關服務，還包括香港本地人員替海外客戶製作廣告。中國內地是香港廣告服務的重要出口市場之一。

建築

香港在多類建築及發展項目中的專業設計質素足以媲美世界之最，在摩天大廈建築設計、斜坡設計、高密度房屋設計、有限空間設計等方面均居領先地位。香港建築師學會有超過1,700名註冊會員。

近年，香港建築師事務所取得區內不少建築設計及項目管理合約，輸出服務對他們日趨重要。此外，許多香港公司都參與區內的住宅、酒店、商場、大型城市規劃及基建項目，尤以中國內地為然，這些公司往往委託香港建築師處理其境外投資項目。

藝術品及古董

香港是藝術品及古董的地區交易中心，同時亦以身為中國藝術品的陳列窗口和中國古董文物的最大市場而聞名世界。多年來，國際拍賣行都一年兩度在香港拍賣中國藝術品。

漫畫

在香港，閱讀漫畫的風氣甚盛。因此，漫畫是香港娛樂及出版業的主流，每周出版的漫畫書為數不少。

現時，漫畫業以本地消費為主。不過，業界正積極出口漫畫書或出讓版權，例如致力在日漸流行閱讀漫畫的內地市場分一杯羹。與此同時，業界亦將其專長擴展至數碼動畫、電腦遊戲、專利人物及商品等相關行業。在漫畫領域，日本和台灣是香港的兩大主要競爭對手。

設計

香港是公認的地區設計中心。全港有1,500至2,000家設計公司，其中絕大部分是小型企業。不過，一些小公司卻能夠取得大額生意。數家國際知名設計公司均在香港開業，主要從事室內設計及企業形象顧問。

香港的平面設計師、室內設計師及產品設計師，一向表現出色，在市場上確立了多不勝數的優秀作品。約七成香港設計公司有輸出服務。相比之下，室內設計有較大的出口業務，而平面設計則以本地業務為主。整體而言，香港設計業日趨出口導向。內地是香港最大的出口市場，擴展前景甚佳。

時裝設計

為保持國際競爭力，香港服裝生產商十分重視原創設計。近年，不少甚具創意及實用的香港服裝品牌紛紛湧現。除服裝生產商聘用的設計師外，許多流行品牌也出自本地時裝設計師的手筆。

基於與服裝生產商的緊密關係，全港約500名時裝設計師大多數集中在大眾化的成衣市場。此外，亦有少數人生產客戶定造的時裝。

現時香港約有60名獨立時裝設計師，其中40名有自己的品牌，不過只有少數發展出口業務。其餘20人則為本地及海外生產商提供設計服務。

電影

香港電影業發展蓬勃，是世界上最大的電影出口地之一。2000年，香港排名全球第四大電影製作地，以人均產量計居世界第一位。港產動作片享譽全球。

面對盜版活動、荷里活電影壓倒性優勢以及業內結構問題等因素，香港電影業仍有待復甦。不過，在這期間，香港的演員、導演及華語片卻在國際影壇取得突破。

由於本地市場規模有限，香港電影向來十分重視出口。雖然進口片在內地放映受到諸多限制，但是內地仍是合作製片及透過電視台發行影片的重要市場。

遊戲軟件

香港遊戲軟件業規模雖小，但發展迅速。業內協會估計，全港約有50家遊戲軟件開發商，大部分僱用15至20名員工。台灣、內地、韓國、日本、馬來西亞、新加坡是主要的出口市場。

該業的優勢在於區內有大量廣受歡迎的電影、小說和漫畫，可為遊戲供應源源不絕的題材。香港的電影明星在區內人氣甚佳，可以將他們的形象通過專利授權來開發遊戲。不過，人才不足是業界發展的一大障礙。

音樂

雖然唱片業備受本地需求疲弱和各種形式盜版活動的打擊，但是香港流行曲在世界各地的華人社區中仍然帶領潮流。

與其他唱片業發展興旺的地區相比，香港不同之處就是電影業與唱片業的關係特別密切。藝人在影壇和歌壇雙線發展十分普遍。

對香港來說，內地是一個潛力豐厚的出口市場。現時內地的發行渠道限制較多

，而且相當複雜，加上盜版猖獗，因此市場潛力遠遠未能全面開發。

表演藝術

香港的表演藝術發展朝氣勃勃。過去20多年來，隨著經濟和社會不斷發展、演出場地先後落成、藝術教育制度得以確立，加上政府提供資助，專業演藝團體紛紛湧現。

出版

香港得力於發展成熟的印刷業而成為區內的出版中心。香港約有50家報紙、700種期刊。2000年在港登記的首次印刷、製作或出版的書籍及期刊共2萬種。言論和資訊自由，吸引了不少國際知名的報章、雜誌和書籍出版商在香港設立亞洲總部。

香港也是中文刊物的主要出版中心之一。一些本地的中文報章和雜誌，都有在台灣、內地及海外華人聚居的社區發行。本地出版商對限制甚嚴的內地市場甚感興趣。

軟件及資訊科技服務

香港是一個商業樞紐，對資訊科技服務有龐大的需求。香港的資訊科技公司善於就實際問題為客戶提供度身訂造的解決方案。香港擁有世界級的通訊網絡，為網上應用、內聯網解決方案、多媒體、電子資料聯通、電子商貿、自選視像及培訓等軟件開發活動提供有利的環境。在互聯網應用方面，網絡安全的應用軟件，以及企業儲存解決方案和管理亦有需求。

現時全港約有800家獨立軟件供應商，其中八成的收入來自本地市場，內地及其他海外市場各佔一成。超過三成公司均在內地設有分支機構。此外，香港亦有180家互聯網內容供應商。

電視

除本地的免費及收費電視廣播機構外，香港還有12個獲發非本地電視牌照的機構，主要為亞太區內的觀眾提供地區性電視服務。

香港電視台一般採取以下辦法銷售其作品：以錄影帶形式製作的電視節目、向外地電視台授予節目版權、通過衛星發放節目。

電視節目的市場主要是華語地區。此外，一些節目也會配上其他語言，供非華語觀眾收看。

推動香港創意工業發展

根據相關的國際經驗(參見附錄)，推動創意工業發展可以採取以下措施：

教育與培訓

此舉為創意工業的長遠發展打下基礎。除為創意工業開辦專門的學術及培訓課程外，教育制度亦應鼓勵所有學生發揮創意思考力。

出口推廣

從事創意工業的業者，大部分是小型及出口導向的公司(或者是銳意發展服務出口的公司)。出口推廣等支援措施，有助他們擴展出口業務，不斷成長。

協助融資

小型的創意工業公司發展前景雖佳，但有形資產不足，相對於其他實質資產較多的工業，較難取得融資。

數碼融合

不少創意工業若能將服務數碼化，將獲益不菲。當局實施鼓勵數碼融合及擴大採用數碼科技的政策，有助創意工業發展。

創意文化

從外地經驗可見，在創意文化盛行的城市或國家，創意工業都蓬勃發展。推廣創意文化不僅僅是教育問題，還需要廣泛的社會政策配合。在培育創意文化方面，保護知識產權至為重要。

附錄：其他國家的創意工業

英國

1997年，英國政府成立跨部門的創意專責小組，就支援創意工業的持續發展提供建議。

英國將創業工業界定為：「源自個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發和運用，具創造財富及就業潛力的行業。」根據這個定義，創意工業包括「廣告、建築、藝術品及古董、手工藝、設計、時裝設計、電影及錄像、互動遊戲軟件、音樂、表演藝術、出版、軟件及電腦服務、電視電台廣播。」²

英國的統計數字顯示，2000年，創意工業佔國內生產總值的7.9%，在1997至2000年間每年平均增長9%，而同期整體經濟的年均增長只為2.8%。2000年，創意工業的出口收入達87億英鎊，相當於所有貨物及服務出口的3.3%。1997至2000年，出口年均增長約13%。創意工業的就業人數達115萬，佔總就業人數的4.1%。創意工業以外的公司亦有80萬個創意職位³。

設計(佔國內生產總值2.8%)、軟件(1.6%)、出版(0.9%)和廣告(0.7%)是四大創意工業。這些行業絕大多數以倫敦為基地。

現時，英國由部長級的創意工業策略小組負責支援創意工業的發展。協助融資

、出口推廣、教育及技能培訓是三大受重視的領域。

參考資料：

- Creative Industries, Department for Culture, Media and Sport, UK (創意工業，英國文化媒體及體育部)
http://www.culture.gov.uk/creative/creative_industries.html

新西蘭

新西蘭大致上採納英國對創意工業的定義和制定政策的取向。據一份為新西蘭工業部編製的報告稱：「新西蘭的創意工業佔國內生產總值的比例估計數字，遠較英國的5%估計數字為低，部分原因是這些工業在英國的發展較新西蘭成熟，因而相對重要性亦較高。事實上，英國是廣告、設計、軟件及出版等服務的淨出口地，而新西蘭卻可能是整體創意服務的淨入口地。」⁴整體而言，估計創意工業佔新西蘭國內生產總值的3.1%和總就業人數的3.6%。

新西蘭政府已成立了一個創意工業工作小組，以支援創意工業的發展。其目標是四大行業：音樂、屏幕製作(電影及電視)、數碼媒體和設計。

參考資料：

- Creative Industries, Industry New Zealand (創意工業，新西蘭工業部)
<http://www.industry.govt.nz/industry/creative-industries/default.asp>

澳洲

澳洲政府對創意工業的取態是，較重視內容和群聚效應多於特定行業。當局的創意工業群聚研究第一階段報告，主要就製作數碼內容及應用的企業進行探討，其範圍由「消費品和服務，如出版、廣播、電影及錄像服務、視覺及表演藝術、博物館，以至建築、視覺及工業設計、廣告及軟件開發等服務；而且還可以廣泛伸延至衛生和教育等領域。」⁵

1999-2000年，創意工業整體佔國內生產總值的3.3%(相比之下，1994-1995年時只佔2.2%)，就業人數為345,000人，佔總就業人數的3.7%。

參考資料：

- The National Office for the Information Economy, Australia (澳洲全國資訊經濟辦公室) <http://www.noie.gov.au/>
- 1. Creative Industries Fact File, Creative Industries Division, Department for Culture, Media and Sport, UK
(http://www.culture.gov.uk/PDF/ci_fact_file.pdf).
- 2. Creative Industries Fact File, Creative Industries Division, Department for Culture, Media and Sport, UK
(http://www.culture.gov.uk/PDF/ci_fact_file.pdf).
- 3. Creative Industries Fact File, Creative Industries Division, Department for Culture, Media

and Sport, UK

(http://www.culture.gov.uk/PDF/ci_fact_file.pdf).

4. Creative Industries in New Zealand: Economic Contribution, NZ Institute of Economic Research, 2002 (http://www.industry.govt.nz/industry/_documents/NZIER-Mapping-CI-Final-May%2002.doc)
5. Creative Industries Cluster Study, Stage One Report, Department of Communications, Information Technology and the Arts, and The National Office for the Information Economy, Australia, 2002.
(http://www.noie.gov.au/publications/NOIE/DCITA/cluster_study_report_28may.pdf).