

2015年2月9日
討論文件

立法會資訊科技及廣播事務委員會

創意香港的工作進度報告及 向香港設計中心提供的資助

目的

本文件旨在向各委員交代「創意香港」在2014年的工作，並就繼續向香港設計中心(下稱「設計中心」)提供資助的建議徵詢委員的意見。

概覽

2. 創意產業涵蓋廣告、建築、設計、數碼娛樂、電影、印刷、出版、電視和音樂，近年來一直蓬勃發展。「創意香港」是政府專責推動香港創意產業發展和相關推廣工作的辦公室。「創意香港」與業界緊密合作，培育人才、支援新成立的企業、開拓市場及營造創意氛圍。「創意香港」主要通過「創意智優計劃」和「電影發展基金」資助由業界和相關持份者提出的項目和活動。此外，「創意香港」亦提供資助，支援設計中心的基本運作。

3. 自「創意香港」2009年6月成立以來，「創意智優計劃」合共撥款4億2,700萬元資助不同的項目，有關項目可分為以下三個範疇：

- | | |
|--------------------------|-----------|
| (a) 培育人才及促進新成立企業的發展..... | 1億2,500萬元 |
| (b) 開拓市場..... | 1億6,000萬元 |
| (c) 營造創意氛圍..... | 1億4,200萬元 |

至於「電影發展基金」，自2009年6月起，獲基金批准撥款的電影製作項目有21個，撥款額約5,900萬元，而獲批撥款的電影相關項目則有92個，撥款額約1億6,600萬元。

4. 在「創意香港」贊助下，約有400項推廣活動在香港境內外舉行，吸引來自香港和世界各地逾50個國家和地區超過1500萬人參

加。部分活動為參加者帶來商業聯繫或查詢，有助他們開拓市場。活動參加者對有關推廣活動的反應普遍良好。

5. 在創造就業方面，由「創意香港」資助的推廣和實習活動創造了逾 2 900 個就業機會，而推行有關項目間接創造的就業機會估計超過 9 700 個。政府資助的「設計創業培育計劃」由 2006 年起，支援培育公司創造了 732 個全職和兼職就業機會。

6. 在培育人才方面，「創意香港」的支援創造了逾 29 000 個培育創意人才和新成立公司的機會。設計師、廣告公司的創作團隊，以及劇情片、動畫片和短片的演員和製作人獲「創意香港」贊助參加國際比賽，自「創意香港」成立至今共獲頒授 129 個獎項。

回顧創意香港在 2014 年的工作

支援電影業

7. 去年，「創意香港」繼續根據四項策略促進電影業的發展，即鼓勵增加港產片製作量、培育製作人才、鼓勵學生和青年觀賞電影以拓展觀眾群，以及宣傳和推廣「香港電影」品牌，並在過程中諮詢電影發展局。

鼓勵電影製作

8. 在 2014 年，有四部由「電影發展基金」合資的電影在戲院上映，其中《恐怖在線》和《第七謊言》更大獲好評，在海外的電影節¹中贏得多個獎項。《那夜凌晨，我坐上了旺角開往大埔的紅VAN》的票房達 2,100 萬元，在 2014 年本地十大賣座電影中排名第五位，並剛剛在「香港電影評論學會大獎 2015」中奪得最佳影片和最佳導演獎。

培育電影人才

9. 「首部劇情電影計劃」在 2014 年進展平穩。該計劃在 2013 年挑選了三隊優勝團隊製作其首部商業長片。兩隊團隊已完成電影拍攝工作，而其餘的團隊已在 2015 年 1 月底展開拍攝工作。「創意香港」

¹ 《恐怖在線》在 the Indie Fest 中奪得「Award of Excellence—電影長片」、「Award of Excellence—男主角」和「Award of Excellence—女主角」，並在 Accolade Global Film Competition 中奪得「Award of Excellence—電影長片」、「Award of Excellence—男主角」和「Award of Merit—女主角」；而《第七謊言》則在巴塞隆拿電影節、費城獨立電影節閉幕夜和洛杉磯新浪潮國際電影節中分別奪得「評審委員大獎」、「最佳外語片」和「優秀電影作品」。

會安排競投，協助製作團隊聘請電影發行商為這些電影安排作商業分銷用途。我們預期該三部影片可在 2015 年年底或 2016 年年初在戲院放映。

鼓勵學生和青年觀賞電影以拓展觀眾群

10. 「創意香港」資助香港國際電影節協會舉辦年度盛事「香港國際電影節」，作為拓展觀眾羣的措施之一。「香港國際電影節 2014」在 2014 年 3 月 24 日至 4 月 7 日舉行，放映的電影 300 部來自五十多個國家的作品，放映達 397 場次，吸引超過 84 000 人入場觀賞。在 2015 年，「創意香港」會提供額外撥款，為在「香港國際電影節」上放映的國際電影增加中文字幕、為學生提供門票折扣，以及舉辦“Film Plus”節目，讓年青人得以觀賞高質素的電影及與電影專業人士一起參與映後討論。

宣傳「香港電影」品牌

11. 為了向海外推廣香港電影，「電影發展基金」提供津貼，讓本地電影競逐或參與國際電影節。有七部香港電影在 2014 年獲得支援。去年，「創意香港」亦在廣州和台北舉行電影展宣傳香港電影，並協助香港駐紐約經濟貿易辦事處在美國波士頓舉辦香港電影節。

12. 「電影發展基金」亦資助舉辦「香港亞洲電影投資會」。「香港亞洲電影投資會」由香港國際電影節協會籌辦，並獲廣泛認同為亞洲一個重要的電影融資平台。「香港亞洲電影投資會」讓來自亞洲和其他地區的電影製作人與頂尖融資者、製片商、銀行家、發行商和買家洽談新電影項目。在 2014 年，來自 11 個不同國家／地區的 25 個電影項目(當中有六個為香港製作或合作項目)獲選在「香港亞洲電影投資會」上推廣。來自 35 個國家約 1 200 名訪客參加了「香港亞洲電影投資會」。主辦機構為電影製作人才及電影製作人／融資者安排了 780 次商業配對會議。

外景拍攝和特別效果物料

13. 為利便在香港製作本地及海外電影和電視節目，「創意香港」協助有關攝製隊申請許可，以便在公眾地方拍攝外景。在 2014 年，「創意香港」處理了由 160 隊攝製隊(包括 27 隊海外攝製隊)提出共 544 項提供協助的要求，涉及事宜包括視察場地、申請許可在公共及私人處所拍攝外景、進行封路等。「創意香港」亦處理了 1 914 宗與拍攝有關的查詢。「創意香港」亦履行法定職能，就在電影、電視節目及其他娛樂節目製作中使用特別效果物料(例如煙火及易燃物料)的事宜簽發許可證。在 2014 年，「創意香港」簽發了 1 775 張在上述節目製作中使用特別效果物料的許可證。

未來路向

14. 正如行政長官在最新一份《施政報告》中所提及，政府會為「電影發展基金」提供額外資金，以維持其運作。我們會提供有關向該基金注資 2 億元的建議詳情，供本事務委員會在 2015 年 3 月討論。

支援非電影創意界別

15. 在 2014 年，「創意香港」主要通過「創意智優計劃」繼續支援非電影創意界別。有關項目的摘要載於附件 1。

16. 「創意香港」承諾在收到申請的全部資料後 50 個工作日內，把申請結果通知項目申請機構。在項目申請機構已於 2014 年獲通知申請結果的 94 個項目中，有 79 個 (即佔總數 84%) 符合服務承諾。在 2014 年 9 月，「創意香港」就及時評核已完成項目的工作推出新的服務承諾。「創意香港」承諾在收到完成報告全部資料後 50 個工作日內，把評核結果通知受款機構。由於 2014 年 9 月至 12 月之間的時間尚短，新的服務承諾尚未有任何適用的個案可供參考。

培育人才

17. 「創意香港」提供撥款支援，為獲指定創意範疇的畢業生提供實習機會。在「創意智優計劃」贊助下，數碼娛樂公司和數碼廣告公司為畢業生提供為期一年的全職工作和在職訓練。

18. 「創意香港」十分重視提升本地創意人才的能力。在 2014 年，「創意香港」繼續贊助「設計智識周」和「設計知識學院」等項目，以提供培訓和專業發展機會，增加設計從業員和商界的知識。「創意香港」的撥款資助讓本地獎項計劃的得獎者通過海外實習、深造和學習團擴闊國際視野。由於過去數年「香港青年設計才俊獎」的反應熱烈，「創意香港」在 2014 年把「香港青年設計才俊獎」可獲得政府資助前赴海外實習或深造的名額由 4 名增至 12 名。

19. 為表揚本地創意人才的成就，「創意香港」贊助舉辦獎項／比賽，例如「亞洲最具影響力設計獎」、「香港智營禮品設計大賞」、「衣酷適再生時尚設計獎」、「我的玩具設計比賽」等。「創意香港」亦繼續資助本地創意人才參加海外的廣告比賽和短片節／比賽。

促進新成立企業的發展

20. 設計中心獲「創意香港」撥款營運「設計創業培育計劃」。截至 2014 年 12 月底，培育計劃共取錄了 164 家公司，當中 60 家是設計中心在 2012 年 5 月接管培育計劃後取錄的。歷年來，參與培育計劃的公司提交了 230 項知識產權(包括 4 項專利、23 項外觀設計及 203 項商標)的註冊登記，並獲得 165 個獎項及嘉許，當中 37 項更是國際知名的獎項，例如「iF 產品設計獎」和「紅點設計大獎」。

21. 至於動畫界，「動畫支援計劃」協助了 15 家新成立企業／小型公司製作原創創意動畫，以開拓商機，並通過「香港國際影視展」和電視廣播宣傳其作品。其中一名得獎者其後獲香港一家大型運輸機構委託製作該機構的宣傳片。

22. 至於廣告界，「廣告和音樂人才支援計畫(微電影廣告篇)」向 15 家廣告製作公司提供資助和啟導。新晉廣告製作公司可獲得資助，製作由新晉歌手主演的微電影。有四家新晉廣告製作公司與唱片公司達成協議，製作音樂／舞蹈／演唱會錄像及電視宣傳短片，而部分參與的歌手和配角在劇情片和電視宣傳短片中獲得進一步表演機會。

開拓市場

23. 「創意香港」協助本地創意產業拓展香港以外的市場。一般而言，「創意香港」要求或鼓勵有關的項目倡導者優先考慮中小型企業(下稱「中小企」)及首次參與有關項目的企業。在 2014 年，「創意香港」繼續贊助香港貿易發展局(下稱「貿發局」)在內地舉辦兩項宣傳活動，包括在南京舉行的「轉型升級·香港博覽」以及在重慶和福建兩個城市舉行的「香港·創意·品牌」研討會系列。「轉型升級·香港博覽」為 76 家來自香港的創意企業(當中有 51 家為受惠於政府資助而參加有關活動的中小企)提供展示產品的機會，吸引了一萬多名業內人士參觀。「香港·創意·品牌」則向內地的潛在客戶推廣廣告、設計、品牌及市場推廣服務。「創意香港」亦贊助在倫敦舉辦介紹香港部分建築的展覽和兩個研討會，有關活動吸引了八千多名參觀者和參加者。

24. 「創意香港」亦支持香港的創意產業參與國際展銷會。在 2014 年，「創意智優計劃」首次贊助業界參與博洛尼亞兒童書展。該書展專門展覽兒童圖書，是一項廣受歡迎的國際活動，也是版權貿易的重要平台。香港的出版商和印刷商在北京、廣州、台北和法蘭克福的大型書展上直接向潛在買家推廣其工作和服務。「創意香港」亦贊助八個新晉設計師品牌在去年 5 月「新加坡時裝周」舉行期間設立展廊。

25. 獲「創意智優計劃」資助在 2014 年展開的其他市場開拓和宣傳推廣措施包括：進行有關香港和深圳的設計業狀況的調查；設立網上資源平台，以方便香港和深圳的設計公司和設計服務用戶之間的商業配對，並讓香港和深圳的設計師交流知識和資訊；在意大利米蘭舉辦設計展覽；在台灣舉辦動畫展覽等。

26. 一如往年，「設計營商周」吸引了來自海外國家和內地的參加者和訪客，包括來自 2014 年的伙伴國瑞典的商貿代表團，使香港的國際形象得以提升。

營造創意氛圍

27. 「創意香港」支持在香港舉行創意活動，以期在香港營造創意氛圍及增加市民對本地創意產業的成就的認識。在 2014 年，我們支持舉辦數項活動，例如「香港亞洲流行音樂節」、「『十築香港』-我最愛的·香港百年建築」、「DETOUR」、「Fashion Forward Festival」、香港知專設計學院周年畢業展的公眾參與活動等。

未來路向

28. 「創意香港」現正檢討「創意智優計劃」的管理和未來路向。預期有關檢討會在本年年中完成。我們將於稍後時間向本事務委員會報告檢討結果。

資助設計中心

設計中心的工作概覽

29. 設計中心一直是政府推廣設計、培育設計人才和新成立設計公司、在地區和國際上提升香港設計業的形象的主要伙伴。作為香港主要的設計推廣機構，設計中心是由代表香港主要設計領域的協會所創立的²。

30. 設計中心舉辦以社會各階層為對象的項目。就新成立的設計公司和年青才俊而言，設計中心受政府委託管理「設計創業培育計劃」，並舉辦「香港青年設計才俊獎」，讓部分得獎者前赴海外實習或深造。就在職設計師和有興趣運用設計以提升企業競爭力的商業行政人員而

² 設計中心的創會成員為香港設計總會、香港設計師協會、香港室內設計協會、香港時裝設計師協會及香港特許設計師協會。

言，設計中心透過「設計智識周」和「設計知識學院」等項目為他們提供專業培訓和持續進修的機會。年青一輩和市民大眾均受惠於提倡設計思維價值的設計展覽和社區計劃。香港整體社會也受惠於「設計營商周」所帶來的商機和聯繫機會，以及在國際媒體上的曝光和宣傳。

31. 設計中心亦與業界和相關機構合作。作為「元創方」的策略伙伴，設計中心為「元創方」提供諮詢和營運支援，並支持「元創方」設立資源中心。正如上文 23 段所述，設計中心與貿發局在南京合辦「轉型升級·香港博覽 2014」，以便向內地的潛在客戶推廣香港的設計服務。設計中心亦獲貿發局委聘為該局在「元創方」設立新「香港·設計廊」的項目經理。設計中心就設計管理、撰寫設計大綱，以及挑選設計師和初步設計概念事宜提供支援。「香港·設計廊」在 2014 年 7 月開幕，外界的反應良好。設計中心亦發起與香港科技園公司和香港數碼港管理有限公司的新合作安排，定期舉行管理層會議交換意見，以促進工程師、程式編製員、技術專家和設計師(包括三方的培育公司)的互動，以及在活動安排和市場推廣方面作出更妥善的協調。

32. 設計中心亦通過各個設計知識和交流平台及設計展覽，在國際、區域和本地建立廣泛的聯繫。設計中心的伙伴或合作機構包括設計教育機構、文化企業、設計推廣機構、設計和相關行業協會和商會。以「設計營商周」為例，海外經濟體熱衷於與設計中心建立伙伴關係³，正好印證設計中心與世界其他地方保持聯繫所取得的成果和價值。

33. 政府自設計中心在 2001 年成立以來，一直資助設計中心的基本運作。立法會財務委員會曾批出一筆為數 7,000 萬元的非經常撥款(詳情見 FCR(2012-13)3 號文件)，以支持設計中心由 2012 年 7 月至 2015 年 6 月的基本運作。這筆撥款主要用作應付人手開支和間接費用，讓設計中心推展其舉辦的重點盛事、會議和工作坊、青少年與學生活動、社區外展活動，以及建立國際聯繫和舉辦一般公關活動。設計中心也向「創意智優計劃」及／或私營機構尋求資助，以推行上文第 30 段所提及的大部分計劃。

向設計中心提供撥款支援的建議

34. 我們認為繼續為設計中心提供撥款支援是適當的。設計業的增加值在 2005 年至 2013 年間增加了兩倍，職位則增長近 57%。近年來，

³ 由 2005 年起，「設計營商周」每年都會與一個伙伴國合作。北歐國家(2005 年)、英國(2006 年)、意大利(2007 年)、荷蘭(2008 年)、法國(2009 年)、日本(2010 年)、德國(2011 年)、丹麥(2012 年)、比利時(2013 年)和瑞典(2014 年)均為過往的伙伴國。

在職位和企業單位數目增長方面，設計業亦超越了所有其他創意界別。這增長趨勢反映蓬勃的市場發展，和對設計服務日益殷切的需求。設計中心確已履行其職能，但要精確地量化其工作的成果是很困難甚至不可能的，因為設計中心所舉辦的項目屬推廣、教育和培育性質，其工作的成果在大部分情況下是無形的。鑑於設計業的增長潛力，政府需要繼續作出必需的投資，以增加設計業的競爭力。

35. 政府已檢討設計中心的運作表現。設計中心在過去兩年半加強項目內容，同時繼續提升其特色盛事(例如「設計營商周」)的國際形象。由設計中心推行的各項人才培育計劃也大受歡迎。由 2012 年 7 月至 2014 年 12 月，設計中心舉辦了 228 個項目／活動，吸引約 170 萬人次參加，獲報章報道逾 2 600 次，估計產生約 1 億 5,700 萬元的公關價值。設計中心在現行撥款週期內推行的主要項目概要，載於附件 2。

36. 鑑於設計中心良好的往績及其所擔當的重要角色，我們認為設計中心將會繼續作為政府為業界提供支援的主要伙伴。設計中心在籌辦及推行與設計相關的項目方面已累積豐富的經驗和項目管理知識。設計中心亦已成為國際間聲譽卓著的設計推廣機構。就推行規模相若的設計項目的專長，以及在本地和國際所建立的聯繫而言，在公營及非政府機構中，並無其他機構可與設計中心相比。

37. 設計中心是肩負公共使命的非牟利機構，大部分項目屬推廣、教育和培育性質，限制了其賺取收入的能力。這些項目至今仍未足以賺取足夠的收入或吸引相當多的贊助和捐款以全數應付設計中心在基本運作方面的支出。設計中心已向政府表示，在為數 7,000 萬元的有時限撥款在 2015 年 6 月底用罄時，該中心在財政上仍難以自給自足。

38. 我們認為政府應繼續提供資助，以維持設計中心的基本運作，使該中心繼續為業界提供支援。因此，我們建議撥款 8,000 萬元，以支持設計中心由 2015 年 7 月至 2019 年 5 月的基本運作。在下一個撥款周期內設計中心的計劃工作重點，載於附件 3。設計中心會就部分工作重點向「創意智優計劃」尋求撥款，但這視乎「創意智優計劃」的既定審核和批准機制而定。政府會在 2016 年就設計中心的財政狀況及長遠的撥款安排，展開檢討。我們會在稍後時間諮詢本事務委員會。

監管和檢討機制

39. 一如以往，政府會與設計中心簽訂撥款協議，訂明有關設計中心使用政府撥款的監管制度。向設計中心發放撥款與否，仍視乎政府是否接納設計中心提交的周年計劃、運作報告、預算及經審計的財務報

表。設計中心不可保留任何未動用的政府撥款。在新的撥款周期屆滿時，任何已向設計中心發放但尚未動用的政府撥款，均須交還政府。

40. 設計中心會繼續在整個新撥款周期內接受審計署的衡工量值式審計。我們亦會沿用現時定期向本事務委員會報告設計中心工作的做法⁴。

對財政的影響

41. 我們會增加非經常撥款，以支援設計中心的基本運作。供參考的流動現金需求分項數字如下：

2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	總數
18,500,000元	19,500,000元	20,500,000元	21,500,000元	80,000,000元

未來路向

42. 一如立法會CB(4)361/14-15(01)號文件所提及，我們會把上述向設計中心提供有時限撥款的建議，納入及反映在商務及經濟發展局通訊及科技科2015-16 年度的預算草案中。

徵詢意見

43. 請各委員備悉本文件，並就繼續向設計中心提供有時限撥款以支持其基本運作的建議提出意見。

商務及經濟發展局
通訊及科技科
2015年2月

⁴ 在現行撥款周期內，我們曾向本事務委員會報告設計中心的工作，詳情見 2013 年 5 月 27 日立法會文件 CB(4)667/12-13(04)號、2014 年 5 月 12 日立法會文件 CB(4)590/13-14(03)號及 2014 年 12 月 8 日立法會文件 CB(4)201/14-15(05)號。

2014 年獲「創意香港」贊助的主要項目

培育人才

香港數碼廣告業畢業生支緩計劃系列旨在為本地數碼廣告業培育人才。至今，共有 81 名畢業生獲參與計劃的廣告公司提供為期一年的全職工作及在職訓練。在 57 名在計劃下完成一年僱用期的畢業見習生中，有 41 人繼續從事數碼廣告業。主辦單位亦舉辦了由行政總裁／廣告設計大師主講的講座及開放日參觀行程，以惠及畢業生。



LIVETUBE 2014 是一個現場音樂表演平台，讓 54 名新晉或未曾簽署任何唱片合約的歌手／樂隊現場表演。項目旨在培育音樂界的創意人才，提供平台讓創作人／表演者在舞台上演唱其音樂作品，並推動音樂界之間的交流。每次演出均會錄影，然後在項目的專題網址和電視重播。自 2013 年舉辦 LIVETUBE 以來，有三名歌手通過參與這個「創意智優計劃」下的項目，與唱片公司簽約。



在香港青年設計才俊獎下，五名「創意智優青年設計才俊獎」得獎者各獲得港幣50萬元的贊助，而七名「創意智優青年設計才俊特別獎」得獎者則各獲得港幣25萬元的贊助，在2015年到海外接受為期6至12個月的培訓。

在2014年，四名「香港青年設計才俊獎2013」得獎者分別前赴丹麥、德國、荷蘭及英國接受培訓。

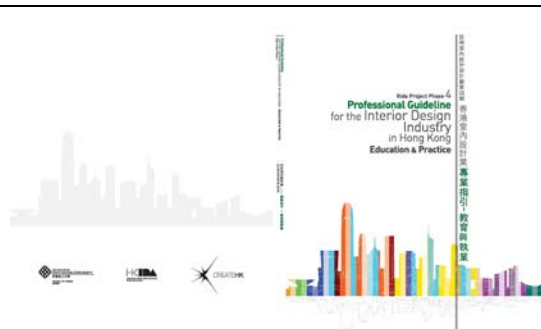
得獎者在完成海外培訓後，須返回香港工作最少連續兩年，為創意產業的發展作出貢獻。

香港設計中心在2012年開展了設計知識學院這項教育項目，以靈活組合的單元課程，提供有關設計及設計管理的培訓。設計知識學院提供大量國際交流的機會，並得到多家世界級的設計教育機構支持，包括代爾夫特理工大學(荷蘭)、伊利諾理工大學設計學院(美國)及皇家藝術學院海倫·哈姆林設計中心(英國)，提供教學人員、意見及課程內容。

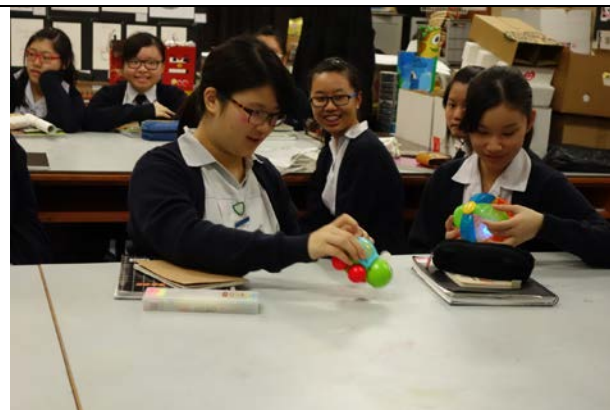
截至2014年12月底，共舉辦了32個單元課程，有542人參加。



《香港室內設計行業指引》是業內首次制訂的同類指引，旨在提升本地室內設計業的專業水平。指引於2014年6月出版，列出本地室內設計工作者的角色和責任，並界定他們應具備的技能和知識。



我的玩具設計比賽2014-15由香港工業總會籌辦，旨在培育學生及設計師的創意，提供平台讓他們展示製作創新玩具的創意。



在香港短片新里程 2013/2014 中，在 2013 年 10 月開始，有 57 名電影製作人參加了 79 次獲資助的行程，參與多項大型國際電影節或比賽。在參與國際電影節／比賽期間，有電影製作人獲頒兩個獎項，即第一屆「中國(杭州)國際微電影展」的「最佳攝影獎」，以及在意大利舉行的第三屆「VideoMaker Film Festival」的「最受觀眾歡迎獎」；部分電影製作人在海外電影節／比賽中展示其電影作品後，取得進一步開拓國際商業發展或安排電影上映的機會。



促進新成立企業的發展

在**第二屆動畫支援計劃**下，「創意智優計劃」為 10 家參與的初創動畫企業各提供港幣 8 萬元的資助，另為五家參與的小型動畫企業各提供港幣 15 萬元的資助，製作不少於三分鐘或五分鐘的原創動畫作品。在 2015 年年初，主辦單位將會舉辦首映禮暨網絡聯繫活動、在「香港國際影視展」舉辦展覽及透過電視宣傳，以推廣有關作品，藉此開拓更多商機。

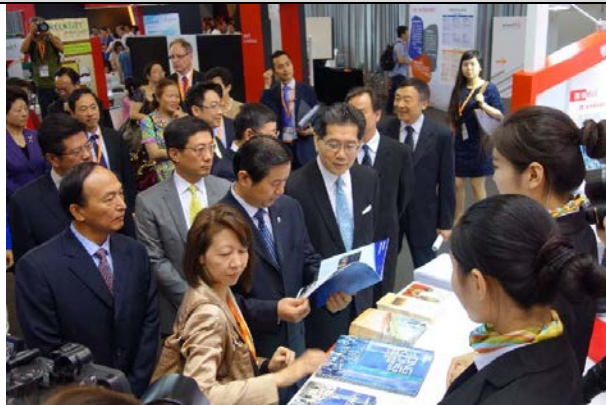
參與首屆計劃的初創動畫企業表示，計劃有助拓展業務及網絡聯繫，讓他們有機會展示作品。有八家初創動畫企業據報已成功達成共 22 宗商業交易。

在**廣告和音樂人才支援計畫(微電影廣告篇)**下，有 15 家新晉廣告製作公司各獲得最多港幣 8 萬元的資助，以製作一齣由新晉歌手主演的微電影。在這計劃下製作的微電影，通過「香港國際影視展」、電視、社交媒體等途徑宣傳，以爭取潛在商機。此外，有兩齣微電影分別在「第二屆中國(杭州)國際微電影展」及「第二屆中國(武漢)微電影大賽」中獲獎。



開拓市場

在 2014 年 6 月舉行的**轉型升級·香港博覽(南京)**吸引了約 1 萬名業界人士參觀。受惠於「**創意智優計劃**」的贊助，有超過 50 家來自創意業界的公司參展，藉此拓展業務。參展的香港中小型企業有與內地企業達成商業交易或簽訂初步的合作協議。



在「**香港·創意·品牌**」研討會系列中，有超過 50 家公司在 2014 年參加了前往重慶及福建省廈門市和晉江市的代表團，展示他們的業務範疇。



香港建築師學會年獎 1965-2004
—**香港建築 50 年**已於 2014 年 10 月 30 日至 11 月 26 日在倫敦舉行，向全球推廣香港建築的卓越成就。該活動包括在展覽中展出約 30 個「**香港建築師學會年獎**」得獎作品，以及自 1965 年至今其他饒富建築意義的優秀項目；以及兩個公眾論壇，邀得著名的香港建築師擔任講員。



「創意智優計劃」資助香港的出版及印刷界參加在北京、廣州、法蘭克福、台北及博洛尼亞舉行的國際及大型書展。多年來，因着政府的支持，業界在上述書展中接獲逾 1 200 個業務查詢。

在 2014 年，「創意智優計劃」首次資助業界參與博洛尼亞兒童書展。參觀者對於香港出版商能在兒童書籍中加入不同的特別效果(例如立體、音樂及三維等)，印象尤其深刻。業界在書展期間共接獲 199 個業務查詢。

得到「創意智優計劃」撥款資助，Fashion Farm Foundation 率領八個參加 **Fashion Guerilla-新加坡** 的新晉設計師品牌，在 2014 年 5 月舉行的「新加坡時裝設計周」期間設立展廊。這些設計師品牌向買家、分銷商和傳媒展示最新的時裝系列。返港後，有三個品牌獲海外買家確認購貨訂單，金額由港幣 2 萬至 8 萬元不等。此外，新加坡一家大型百貨公司在 2015 年 1 月提供免費的限時展銷櫃位，讓其中一個參展品牌銷售其春夏時裝系列。



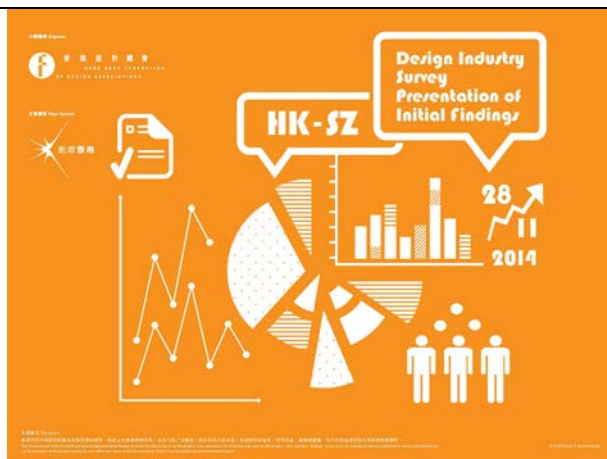
破繭而出，閃耀香港項目由香港出口商會主辦，在「2014法蘭克福春季消費品展」(全球其中一個最大型的消費品及禮品展銷會)中設立的展廊，展示「第二屆香港智營禮品設計大賞」的得獎設計作品。

這個項目亦讓10名得獎設計師有機會參與「2014法蘭克福春季消費品展」，並在得獎作品展廊中介紹其設計作品、參與展銷會舉辦的活動，以及探訪法蘭克福的設計業及工貿組織。得獎設計作品吸引超過3 000名買家參觀有關展廊，並接獲50個業務查詢。其中一個得獎作品「Flatware Organizer」(連同其餘22個來自不同國家的人選作品)亦獲選在「2014法蘭克福春季消費品展」的「Solution」展館中展出，以嘉許有關作品在功能上的創新。



由香港設計總會啟動、為期兩年的港深設計合作項目，包括在香港舉行「第四屆港深文化創意論壇 2013」、進行港深兩地設計業狀況調查，以及建立網上資訊平台。有關香港的初步調查結果已於2014年11月公布，而結合港深兩地調查結果的最後報告將於2015年2月出版。

網上資訊平台「設計匯」已在2014年8月正式推出，利便港深兩地設計師分享知識和資訊，並促進兩地設計公司與設計服務用戶之間的商業配對。



在 2014 年 9 月至 11 月於深圳舉行的香港-深圳設計雙年展是港深兩地合辦的首個設計雙年展。通過八個涵蓋不同設計範疇的展覽及八項相應活動(例如論壇、時裝表演、工作坊、設計市集、導賞團)，雙年展旨在表揚卓越的設計，並加強跨境交流。雙年展吸引了超過 68 萬名參觀和參加人士。「創意智優計劃」撥款資助香港設計業界參與雙年展。



在「米蘭設計周 2014」中舉辦的「香港：變不停」展覽，向海外參觀者展示本港設計師的創造力及香港多姿多采的創意面貌。來自 61 個設計師／設計項目並涵蓋 11 個範疇的創意作品在米蘭「三年展設計博物館」展覽場地的虛擬香港街景中展出，有超過 25 000 名訪客參觀。



香港台灣動畫五十年大展由「創意智優計劃」撥款資助，是 2014 年 10 月至 11 月在台北舉行的「香港周 2014」的活動之一。主權單位通過展覽、座談會、研討會，以及放映港台兩地著名的動畫作品，展示兩地在過去 50 年的動畫創作發展，從而凸顯兩地的文化互動和合作。在 17 天的展覽期間，吸引了逾 47 000 人參觀。



營造創意氛圍

在 2014 年 3 月舉行的第四屆香港亞洲流行音樂節是「香港影視娛樂博覽」的核心節目。音樂節包含亞洲七個國家／地區的頂尖歌手的音樂表演及超級新星的音樂比賽，吸引約 6 900 名現場觀眾。香港歌手雷琛瑜在「2014 香港亞洲流行音樂節」中勇奪「亞洲超級新星大獎」。

音樂節通過 12 個國家／地區的 25 家廣播機構，向超過 1.8 億本地及海外電視觀眾播放。音樂節亦在四間本地戲院直播。

通過網上公眾投票活動，讓公眾投票選出十築香港—我最愛的·香港百年建築。為此，將會舉辦展覽、建築講座及導賞團，以期提升公眾對香港建築的關注、認識和欣賞能力。



DETOUR 2014 已於 2014 年 11 月 28 日至 12 月 7 日在「元創方」舉行，內容包括各式各樣的公眾參與活動，有展覽、工作坊、創意市集、設計對話等；又在全港不同地點舉辦同期周邊活動，以表揚城市的創意景貌及讓公眾一同體驗創意文化。為期 10 天的活動吸引了約 9 萬名參加／參觀人士。



通過一系列的公眾參與活動，以及供業內人士參與的活動，例如買手及傳媒介紹會、造型示範、「國際名師匯萃場」、工作坊、座談會及展覽，**Fashion Forward Festival 2014** 旨在增加本地時裝設計師展示作品的機會，提升他們的知名度，並加強公眾對本地時裝設計的關注。



活動在 2014 年 12 月中至 2015 年 1 月底期間舉行，主要介紹超過 25 個本地新晉時裝品牌。



為提供機會讓公眾欣賞到本地年青設計師的創意，香港知專設計學院在2014年6月舉行的周年畢業展中，進行了公眾參與活動「型·聚 2014」，通過不同的活動（包括珠寶及生活品味產品展覽、時裝表演、形象設計展示、音樂會、多媒體娛樂表演及放映微電影），展示設計系畢業生的創意作品。有超過 46 000 人參觀展覽及參與活動。



現行撥款週期內 香港設計中心推行的主要項目

在2012年7月1日開始的現行撥款週期內，香港設計中心(下稱「設計中心」)推行的主要項目簡述如下：

(a) 國際推廣及網絡聯繫活動

- 設計中心一直致力推動香港與鄰近及海外經濟體和對口單位建立策略性伙伴關係。設計中心在2012年與首爾設計基金會簽訂諒解備忘錄，並參與一系列港深合辦的設計推廣活動，包括在2014年9月舉行的「第一屆香港-深圳設計雙年展」。
- 設計中心向來積極參與「國際設計聯席會議」，主辦或協辦在香港舉行的年度專題會議，為來自世界各地30多個具影響力的成員組織提供有效的交流平台。
- 設計中心在2014年4月於「米蘭設計周」中舉辦「香港：變不停」展覽，展出61個香港設計師及設計項目約200件創意作品，展示香港豐富多彩和充滿活力的設計。

(b) 社區推廣工作

- 設計中心一直致力通過舉辦不同的公眾參與活動(例如電視節目、展覽、與大師對話、座談會)及綜合設計推廣計劃(包括「DETOUR」、「2012香港設計年」，以及康樂及文化事務署贊助的「由兵馬俑啟發設計」活動)，在全港各區培育公眾對設計的鑑賞力和關注。
- 舉例來說，設計中心曾合作拍攝一連13集的劇場版電視節目「Y2K x Design」，重點表達本地設計業對香港持續發展的貢獻。設計中心並在2012年12月至2013年1月期間舉辦「創意生態+」展覽，帶出本地設計業的歷史和演變，以及與其他亞洲城市相比，香港設計生態的發展；同時展現不同組別的本地設計師的代表作。
- 設計中心作為項目經理，協助舉辦「DETOUR 2013」。活動旨在凸顯香港作為區內創意樞紐的地位，並專題介紹香港年青及新晉

設計人才別具創意的設計，包括舉辦展覽、流動展銷會、時裝展、設計工作坊、在電車上的活動，還有約80項同期周邊活動，吸引約6萬人參加。

- 設計中心以「創意香港·設計驅動」為主題，舉辦「2012香港設計年」，在全港各區主辦19項計劃及活動，吸引約39萬人參加；又協助策略伙伴和其他主辦機構推廣另外44項活動。活動劃分為四大主題：培育設計精英、提升商業價值、改善生活及嘉許香港設計成就。
- 承接「2012香港設計年」，設計中心在2013年和2014年舉行一系列共四次的「設計驅動改進」圓桌會議，就不同的設計課題蒐集與會的學者、專業人士、企業及公營界別行政人員的意見、心得和建議，並推展「設計驅動改進」的精神。

(c) 青年計劃

- 設計中心致力擴闊中學生及大專生的設計視野，通過舉辦一系列的活動，包括「從『設計思維』出發」、「設計體驗營」及「環球設計夏令營」，啟發他們的創意思維。活動內容包括設計座談會、大師級講座、工作坊、與設計師對話及文化活動。

(d) 把設計融入商業及公共服務界別

- 設計中心一直致力向企業領袖、企業家及高級專業人士推廣設計的營商價值。設計中心每年與一個伙伴國家(例如2013年的比利時及2014年的瑞典)合辦「設計營商周」。「設計營商周」以設計、創新及品牌為焦點，獲廣泛認同為亞洲頂尖的國際交流及網絡聯繫盛事。知名人士獲邀與參加者分享其對卓越設計靈感、創意思維及企業精神的真知灼見。「設計營商周2014」的活動涵蓋會議、論壇、設計頒獎禮、網絡聯繫暨商業配對活動，還有九項同期活動，吸引約10萬名參加者及訪客。
- 此外，設計中心每年舉辦「設計『智』識周」，作為商業行政人員、設計工作者及專業人士學習知識及網絡聯繫的平台。「設計『智』識周2014」在「元創方」舉行，為表揚相關行業的重大貢獻，項目以「設計·服務·將來：零售及款待業的發展機遇」為主題，而相關的會議、座談會及工作坊有約550人參與。

- 設計中心設立了虛擬院校「設計知識學院」，作為企業決策者、商業行政人員及專業人士持續學習的平台。「設計知識學院」試辦的「創新設計領袖課程」，讓行政人員集中學習有關設計領導及創意管理的知識。來自世界著名設計及教育院校的講師會分享各種設計實務及管理事宜的經驗和心得。截至2014年年底，已完結的單元課程32個，學員542名。當中兩個單元課程成為香港中文大學行政人員工商管理碩士課程中一個新的選修科目「設計與創新管理」。
- 設計中心獲公務員培訓處委託舉辦四個有關創意服務和實踐的培訓環節，有142名公務員參加；稍後會特別為衛生署40名行政人員安排多個以「釋放領導素質」為題的同類工作坊。
- 設計中心曾協助香港郵政和康樂及文化事務署採用以設計為本的取向提供公共服務。有關項目涉及旺角郵政局及歌和老街公園的翻新工程。

(e) 表揚卓越的設計

- 設計中心繼續舉辦一年一度的「亞洲最具影響力設計獎」(原稱「香港設計中心設計大獎」)，以表揚出色的設計，並嘉許商界領袖、設計師、設計工作者的卓越成就。
- 配合經優化的研究、推廣及宣傳工作，「亞洲最具影響力設計獎2014」收到23個國家及地區共1 024件作品(2013年收到970件)，數目為歷年之冠。在168個獎項中，香港設計師獲頒48個獎項，包括兩個金獎和一個特別獎。

(f) 培育新成立的設計公司及設計人才

- 設計中心自2012年5月開始管理「設計創業培育計劃」(下稱「培育計劃」)，在過去三年取錄了60家培育公司，成功達標。截至2015年1月底，所有先前由香港科技園公司取錄的培育公司均成功完成培育計劃，而在60家由設計中心取錄的新培育公司中亦有17家公司成功完成培育計劃。設計中心已擴大為培育公司提供的支援服務範圍(特別是在商業諮詢意見、師友輔導服務及解決問題方面)，並加強了這方面的服務。

- 在2014年，「香港青年設計才俊獎」收到193個提名，數目為歷年之冠，18名設計系畢業生及年青設計工作者獲頒獎項。受惠於「創意智優計劃」的額外撥款，14名得獎者(2013年只有六名)獲資助到海外實習或深造。
- 設計中心舉行「設計市集」，讓新成立的設計公司展示創意及推廣服務和產品。在2014年，有59家新成立的設計公司(包括22家參加培育計劃的公司)參與在一個大型購物商場舉辦的「設計市集」。活動為期三天，以設計嘉年華會形式進行，銷售總額接近港幣45萬元。不少參加的設計單位得以進一步開拓商機，形式包括客製訂做、商店寄賣、通過產品設計和開發與廠商合作及展覽機會。

下一個撥款週期內 香港設計中心計劃的工作重點

香港設計中心(下稱「設計中心」)致力於推廣設計及設計思維作為增值元素，以提升香港作為區內創意之都和充滿活力的設計樞紐的信譽；同時把策略性設計和創新融入商業、經濟及社會的發展。

國際推廣及網絡聯繫活動

- 繼續促進國際性合作，主動接洽更廣泛的政府、商界及設計業羣體，特別是在現有地理覆蓋範圍以外的羣體。
- 舉辦海外推廣活動，以提升香港作為亞洲區內國際設計樞紐和創意之都的聲譽。
- 繼續參與在內地或海外舉辦的設計相關盛事，以推廣香港的設計。

社區推廣工作

- 繼續舉辦展覽、公眾論壇、講座、工作坊、全港特備節目及活動等，向公眾推廣香港的設計及對設計的關注。

把設計融入商業及公共服務界別

- 繼續舉辦「設計營商周」及「設計『智』識周」。
- 提升「設計營商周」及「設計『智』識周」的商業相關性、項目影響力及傳承工作。
- 深化政府決策局及部門在設計及創新應用方面的參與，以改善所提供的公共服務。
- 檢討「創新設計領袖課程」日後的發展方向及「設計知識學院」的發展模式。

表揚卓越的設計

- 繼續舉辦「亞洲最具影響力設計獎」，著意增加參賽作品數量及相關收入。
- 推展「亞洲最具影響力設計獎」這個品牌成為亞洲及內地頂尖及高素質的國際獎項項目。

- 進一步提升「亞洲最具影響力設計獎」特刊成為獎項傳承的主要項目。

市場推廣和傳訊、推動伙伴合作

- 在企業及項目層面，制訂和實施積極的市場推廣和傳訊策略。
- 加強企業對設計中心的宗旨和項目的支持。
- 通過不同媒體頻道，推廣優秀的設計及本地設計師。
- 通過出版刊物及多頻道傳訊(包括數碼模式)，加強傳承工作。

培育新成立的設計公司及設計人才

- 參與管理新一期的「設計創業培育計劃」(下稱「培育計劃」)，並就此與政府磋商。
- 進一步豐富培育計劃的內容及為參加培育計劃的公司提供的師友輔導服務，以提升他們的企業家精神，並增加他們對市場和發展品牌的了解。
- 繼續在不同的場地和場合舉辦「設計市集」。
- 繼續舉辦「香港青年設計才俊獎」，以確認年青設計師或設計系畢業生的成就，並提供到海外實習或進修的機會。

與「元創方」合作

- 在項目策劃、合辦企業培訓、網絡聯繫及推廣工作方面，加強與「元創方」的相互合作及策略性伙伴關係。

* 本附件列出設計中心在下一個撥款週期內計劃的工作重點。設計中心計劃就部分項目向「創意智優計劃」申請撥款資助。「創意智優計劃」的撥款資助須通過既定的審批機制。在有需要的情況下，政府可委託設計中心承擔指定項目，並提供額外撥款。