

策略發展委員會
經濟發展及與內地經濟合作委員會

推動創意產業的發展

目的

本文件概述香港及其他地方的創意產業的發展，並請委員討論香港創意產業未來進一步發展的方向及策略。

背景

(甲) 創意經濟與創意產業的關係

2. “創意經濟”是較新的概念，一般理解為把新意念和新發明轉化為商業用途，然後在市場推廣和出售的經濟活動¹，包括所有創造和增加知識產權價值的創意作為和作品，例如新產品、新生產方法和新管理技術等。

3. 廣義來說，創意可應用於所有經濟層面，並不局限於任何特定的經濟範疇。不過，某些經濟行業會較常歸類為“創意產業”，因為創意是其中較重要的生產因素和主要增值方法。創意產業重要之處，不單在於本身營利的效益，還在於其積極外延作用，可促成其他新的商業及經濟活動，例如資訊科技和互聯網技術便應用於銀行、會計、多媒體娛樂

¹ 約翰·郝金斯，《創意經濟—好點子變成好生意》。英文本見企鵝出版社二零零一年版。

等行業。換言之，“創意產業”有助提升整個經濟體系的創新能力，並能促進“創意經濟”的發展。

4. “創新意念”和“創意產業”不同，適宜作出區分。前者指藝術作品、巧妙構思或來自實驗室的新發現，但這些創作和意念需轉化為有利可圖的商業，才會成為“創意產業”。從公共政策的角度來看，營造條件和環境以培育創作和新發現，有助於把意念發展成為產業，但兩者也有相當獨立和不同之處。

(乙) 創意產業的定義

5. 由於“創意”的定義缺乏共識，“創意產業”因而沒有國際公認的定義，不同的經濟體系各自有不同的界定。“文化產業”、“內容或版權產業”及“經驗產業”等用詞，常與創意產業相提並論。凡此種種，都令比較各地創意產業的工作十分困難。

6. 根據中央政策組在二零零二年委託顧問進行的“香港創意產業基線研究”²，香港的創意產業被定義為“一個經濟活動羣組，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”。在這項研究，共有 11 個相關界別被列為分析對象，即（一）廣告、（二）建築、（三）藝術、古董與工藝品、（四）設計、（五）電影與錄像、（六）數碼娛樂、（七）音樂、（八）表演藝術、（九）印刷與出版、（十）軟件與電子計算，以及（十一）電視與電台。這個處理方法與英國所採用的相若。

² 中央政策組在二零零二年委託香港大學文化政策研究中心進行是項研究。有關研究報告在二零零三年九月發表。研究結果摘要載於附件 1。

(丙) 國際趨勢

7. 世界各地日益認為“創意經濟”已成為經濟增長的動力源頭。根據聯合國貿易和發展會議，創意產業估計約佔全球生產總值的 7%，並預計會以每年 10% 的平均幅度增長³。美國一直在電腦軟件、電影、影音、生物科學、太空科技等創意產業佔領先地位。這些產業的增長，主要由市場帶動，並由個人和企業的創意活動及科技發展所推進。美國政府致力在世界各地保護該國創意產業的知識產權，而這方面的工作正是把創意活動發展作為經濟用途的先決條件。在英國，創意產業是增長最快的經濟行業，佔二零零三年英國國內生產總值的 8%，在二零零四年為 200 萬人提供職位⁴。英國政府在國內及國際都不遺餘力地推動該國的創意產業。英國的文化、媒體及體育事務部是專責這方面工作的政府部門。

8. 亞洲一些國家，包括日本、韓國及新加坡，一直積極推動創意產業的發展。日本的創意產業，例如電影及音樂、電子遊戲、卡通片及相關產品等⁵，一直在出口方面高踞世界前列。韓國近年的文化產業，包括電影、電子遊戲、音樂、卡通片與流動電話相關的軟件等，也在出口方面取得顯著的成績。韓國政府已把文化產業定為二十一世紀帶動新經濟增長的產業。據估計，韓國的文化產業於一九九九年至二

³ 二零零四年六月十三日至十八日在巴西聖保羅舉行的第十一屆聯合國貿易和發展會議“創意產業與發展”，引述世界銀行《Development Outreach》二零零三年十一月號的“城市發展需要創意：創意產業如何影響市區”。

⁴ 英國的文化、媒體及體育事務部二零零五年十月的《創意產業經濟預算統計報告》(修訂本)。該部門在二零零五年十一月四日公布《推動創意產業的七個步驟》，指出創意產業佔英國國內生產總值的 8%，但更準確的描述，應為佔總增值額的 8% (http://www.culture.gov.uk/global/press_notices)。

⁵ 《2001-2002 年中國文化產業發展報告》第 281 頁，“日本的文化產業概況與特點”，社會科學文獻出版社。

零零二年期間的增長率，平均每年達 21%，較全球每年增長率(約 5.2%)高出三至四倍⁶。新加坡方面，新加坡政府認為國民的創意才能是下一階段經濟發展的動力。他們已訂定目標，銳意發展能夠蓬勃滋長和自行維持的創意產業群，以期推動本國的創意經濟，把創意產業在國內生產總值所佔的比率，由二零零二年約 3% 倍增至二零一二年的 6%，並為國民提供一系列新的就業機會⁷。

9. 至於我國，國家文化部在一九九八年成立文化產業司和製訂文化產業發展十五規劃。二零零二年，《中國共產黨第十六次全國代表大會報告》⁸把積極發展文化產業正式寫進了黨的政治決議，為文化產業定下明確的政策指導。其後，多個省份如廣東、甘肅、江西、安徽、四川等紛紛制訂策略，推動文化產業，並調配資源，以發展經濟和優化文化遺產。廣東省更特別定下目標，要發展成為一個“文化大省”⁹。上海也一直推動文化產業，藉此發展服務業，並展示上海作為國際都會的象徵。

(丁) 香港創意產業的發展

10. 據粗略估計，在二零零一年，香港創意產業佔本地生產總值約 3% 至 4%¹⁰。一九九六年至二零零一年期間，可能

⁶ 韓國文化觀光部副部長裴鐘信在香港特區政府民政事務局舉辦的“亞洲文化合作論壇 2004”的演辭。

⁷ 新加坡新聞、通訊及藝術部部長李文獻博士在香港特區政府民政事務局舉辦的“亞洲文化合作論壇 2004”的演辭，以及新聞、通訊及藝術部擬備的《創意產業發展戰略》，二零零二年九月。

⁸ 江澤民在二零零二年《中國共產黨第十六次全國代表大會報告》第六部的講話。

⁹ 中央政策組在二零零四年委託進行的“香港文化及創意產業與珠江三角洲的關係研究”。研究結果及建議摘要載於附件 2。

¹⁰ 中央政策組在二零零二年委託進行的“香港創意產業基線研究”。(政府統計處已根據基線研究所採取的定義，估計創意產業的增加價值佔本地生產總值比率為二零零一年 3.7% (修訂數字)，二零零二年 3.8%，二零零三年 4.0%，及二零零四年 3.7%)。

香港大部分時間處於經濟調整和不景狀態，所以只有少數組別的創意產業的平均年增率錄得輕微升幅。增長行業主要包括軟件與電子計算、電視與電台，以及印刷與出版。至於建築、廣告、電影與錄像，以及設計，則錄得一些跌幅。

11. 政府已積極回應社會對推動香港創意產業發展的訴求。工商及科技局已實施具體計劃，在設計、數碼娛樂及電影三個行業取得相當進展。該局推出多項措施支援電影業的發展，包括透過《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》（“《安排》”）三個階段的協定，為電影業打開內地市場；設立基金（即電影貸款保證基金），協助本地的電影製作公司向本地借貸機構貸款製作電影；以及支持有利於本地電影業健康和長遠發展的項目（即電影發展基金）。電影服務諮詢委員會於二零零五年十一月改組成為電影發展委員會。該委員會現正檢討本港的電影業，以期確定電影業的發展機會和制定有關計劃。

12. 中期而言，政府已把數碼娛樂及多媒體產業定為香港未來數年的科技發展重點。政府期望把香港發展成為亞太區的數碼娛樂樞紐，吸引數碼娛樂公司在香港雲集。政府已為有關行業實施多項支援措施，包括提供基礎設施和有利的環境，並從研究和發展、提升技能、開拓市場，以及投資和融資等方面給予支援。部分重要措施包括於二零零四年三月在數碼港設立數碼媒體中心，以業界負擔得來的價格，提供高端後期製作設施和技術服務，為本地數碼娛樂及電影業提供支援；又於二零零四年五月在數碼港設立資訊資源中心，提供多類資訊科技及多媒體資源，為遊戲產業提供支援。有關數碼娛樂產業發展的摘要載於附件 3。

13. 政府理解到創新及設計的經濟增值潛力有助本港工商業增值和應付全球性的競爭。在創新方面，政府一直致力通過創新及科技基金、應用科技研究院、香港科技園和香港生產力促進局，推動新技術的應用研究和發展，以及在工業

上應用有關技術。在設計方面，政府一直支援與設計相關的專業團體，並鼓勵團體之間互相合作；協助匯聚設計專才；加強各產業對設計的了解和應用；向內地和國際推廣香港的设计成就；以及為小型及新成立的設計公司提供支援。較重要的措施包括在二零零一年撥款設立香港設計中心；以及在二零零四年撥款 2.5 億元推行設計智優計劃，提供資助以鼓勵設計業的發展，推動各行業更廣泛採用設計服務，並支援設立創新中心，作為高增值設計活動的集中地。政府推廣創新與設計工作的摘要載於附件 4。

14. 濃厚的藝術文化環境，以及對文化和創意產業的重要性有充分的認識，是成功發展創意產業的關鍵。為此，民政事務局透過其文化政策及活動，致力促使社會大眾認識和明白創意產業的重要性，並為香港發展文化及創意產業營造有利的環境。該局更推動藝術教育；開展宣傳計劃；以及協助推動石硤尾創意藝術中心計劃，藉此提升市民的欣賞能力和鼓勵創意活動。此外，又與珠江三角洲建立文化網絡，以及在二零零三年、二零零四年及二零零五年舉辦亞洲文化合作論壇，這些工作均有助建立交流平台，並向外介紹香港的創意專才。二零零五年制訂的“創意指數”，是用以評估香港的創新能力和監察香港的競爭力。

15. 在教育方面，由二零零一年起，政府把創造力列為學校課程改革所強調的三項首要共通能力之一。教育統籌局在二零零五年委託外界進行的第三次學習領域課程實施情況調查顯示，自推行課程改革以來，校長對學生創造力表現的評分有所提升(小學 79.8%，中學 73%)。教師也肯定學生在創造力方面有所改善(小學 71%，中學 52.5%)。至於專上學生方面，專上院校也有開辦與創意產業相關的多項課程。香港城市大學設有創意媒體學院，提供不同程度的創意媒體學術課程。香港理工大學的設計學院和職業訓練局，提供設計、多媒體及創新技術課程。職業訓練局更成立了知專設計學院，以期在提供優質設計教育方面發揮領導作用。該學院匯聚職

業訓練局現有與設計相關的學系，實行共享資源和交流專業知識技能。學院的專用大樓正在規劃中。為鼓勵工作人口持續進修，凡報讀創意活動及創意產業相關課程的成年人，可向持續進修基金申請發還款項。目前，產品及數碼設計的課程有 500 餘項，而創意工業的課程則有 200 餘項。

16. 行政長官在二零零五年十月十二日發表的《施政報告》表示，政府會通過策略發展委員會，研究各種切合實際的方式，包括營造有利的環境，促進運用創意發展經濟，製造更多機會，讓創意人才交流互動¹¹。

策略性議題討論

17. 下列議題有助委員探討香港創意產業的未來發展：

(一) 創意產業會否成為香港經濟增長的主要動力？

18. 根據所得的統計數據，一九九八年至二零零四年期間，香港的創意產業在本地生產總值所佔的比率徘徊在 3%至 4%左右，其中表現較佳的個別行業包括軟件與電子計算、電視與電台，以及印刷與出版。韓國和英國等國家的創意產業在過去數年均錄得顯著增長，相比之下，香港創意產業的整體增長看來較為輕微。

19. 上文帶出一個重要問題，就是香港的創意產業能否為經濟增長提供重要動力。委員可探討香港創意產業在推動經濟增長方面的潛力。

¹¹ 《二零零五至零六年施政報告 — 強政勵治 福為民開》第 98 段，二零零五年十月十二日。

(二) **政府在促進創意經濟的發展方面應擔當什麼角色，並應採取什麼策略？有關策略應否只推動指定組別的創意產業，還是應營造有利的環境，促進各範疇創意活動的發展，抑或應採取綜合兩者的方法？**

20. 工商及科技局一直採取以個別行業為主的方針，重點支援電影、創新和設計、以及數碼娛樂等選定行業。工商及科技局着重推行成效主導的措施，透過與業界持分者建立伙伴關係，為選定行業提供支援。其他決策局如民政事務局和教育統籌局，則分別從文化、教育及培訓方面採取措施，推廣“創意”的重要性。目前，香港沒有單一個政府機構領導推動創意產業的發展。

21. 部分國家經常採取的做法，是以統合方式整體發展創意產業和加強創意經濟。明顯的例子包括：英國設有文化、媒體及體育事務部；韓國設有文化觀光部；新加坡設有新聞、通訊及藝術部等。這些部門專責在國內及世界各地推廣本國的創意活動和創意產業。

22. 委員可探討下述問題：政府和業界在發展創意經濟和創意產業方面應擔當什麼角色和採取什麼策略，例如政府應否營造有利的環境和制訂全面策略架構，以提升各範疇的創新能力，還是應繼續採取以個別行業為主的方法，處理不同創意產業的發展，抑或應採取綜合兩者的方法。

(三) **政府和業界持分者應採取什麼策略措施，以進一步加強發展本港的創新設計及數碼／多媒體產業？**

23. 從發展策略的角度來看，促進工商業創新設計對加強本港經濟的創新能力和發展創意經濟均很重要，可幫助本港製造業增值，把生產模式由原設備製造轉為原設計製造，以至自創品牌製造。此外，也可協助不同行業的企業建立其品牌和卓越形象。

24. “數碼科技匯流”是現時的市場發展趨勢，容許消費者隨時隨地進行教育、社交、財務、消閒等日常活動，並通過多種數碼器材，例如家居娛樂設備、電腦、個人數碼助理、流動電話及視像遊戲控制台等，獲取資訊和選購各種服務。這種趨勢將成為教育、電腦、娛樂、廣告等多種創意產業的主要創新動力。新加坡、韓國、芬蘭等國家現正回應這種發展和探討其商業潛力。在香港，一些本地企業正開始提供第三代流動電話和互聯網的產品/服務。這帶出一個策略性問題，就是本港的數碼娛樂和多媒體產業，以及其他創意行業，如何能掌握這商業潛力，而政府和業界持分者又可以提供什麼需要的支援和協助。委員可加以探討。

(四) 香港創意產業成功發展所需的要素？

25. 其他經濟體系在鼓勵創意活動和推動創意產業發展時，執行了下列關鍵範疇的工作：

- (i) 保護知識產權；
- (ii) 有效運用科技，尤其是互聯網及數碼科技的應用；
- (iii) 締造有利創意發揮的營商環境，包括加強競爭、培育新的創意產業，以及協助這些新產業蓬勃發展；
- (iv) 營造有助激發創意的多元化社會、文化及建築環境¹²，包括建立欣賞藝術、文化和其他創

¹² 建築環境一般指構成城市實質特性的市區環境。與刺激創意有關和鼓勵創意專才聚集的實質特性包括文物建築及文物古蹟；別具特色的舊區；文化、音樂及娛樂設施和公眾地方；可持續發展的美好環境；以及與資訊科技相關的優質和高效益基礎設施等。

意的社羣；

- (v) 讓業界的持分者及社會人士參與其事；
- (vi) 進行教育及技術培訓，以加強學生及工作人口的創意思維；以及
- (vii) 留意創意產業發展的迹象。

26. 委員可探討香港在上述關鍵範疇的主要優勢和弱點；以及本港的創意產業現正或日後會面對的主要掣肘，例如人口老化、營商成本高昂、研究和發展方面的限制等。

(五) 在培育創意思維和發展創意方面，香港對學生和工作人口所進行的教育和培訓工作有什麼主要優勢和弱點，須進一步採取什麼策略措施？

27. 若要發展創意經濟，勞動人口必須具創意，並且能夠把創意轉化為產品及服務。其中一項要素，是通過教育及技能訓練，培育學生及工作人口的創意思維，造就本地專才。要達致這目標，教育制度必須能夠刺激和提升年輕一代進行創意思維的意欲和能力，而工作人口必須能夠靈活變通，並能改變固有工作模式以適應新的技能和技術。

28. 正如上文第 15 段所述，由二零零一年起，政府已把創造力列為學校課程改革所強調的三項首要共通能力之一，並一直通過各種技能訓練及再培訓措施，推動持續及終身教育，以提高特定產業的技能水平，以及本港工作人口的整體素質。委員可探討應如何為創意產業進一步加強培育本地的專才和工作人口。

(六) 如何協助本港的創意產業在內地及國際市場開拓商機？

29. 內地經濟迅速發展，資源豐富，消費市場龐大，加上香港鄰近珠江三角洲地區，兩地交往頻繁，為香港的創意產業帶來許多商機。本港的創意產業可在內地設立生產基地、參與商業和技術合作、提供服務，以及銷售產品。《安排》協助香港的電影業進入內地的龐大市場。其他創意產業，例如電子遊戲，仍很難打進內地市場，因為內地有嚴格的市場准入規定，例如需要相當款額的註冊資金；外來／進口的創意產品須通過內容審查才可以在內地出版等。個別創意產業現時面對的挑戰和機遇不大相同，可能須按個別情況處理，但香港應有空間可與內地合作發展文化及創意產業，達致雙贏局面。

30. 本地創意製作的質素，在國際(例如美國及加拿大)普遍受到推許。香港某些電影製作公司和數碼娛樂公司，也曾獲得國際獎項或與荷里活主要片廠合作攝製電影，包括動畫電影和數碼效果。香港的公司仍不斷獲得外判工作合約，但來自泰國等其他亞洲國家的競爭越來越大。

31. 委員可探討香港創意產業應如何借助內地的資源和科技優勢發展業務，並在迅速增長的內地市場及國際市場作出適當的定位。

策略發展委員會秘書處

2006年1月

香港創意產業基線研究 研究結果摘要

中央政策組在二零零二年十一月委託香港大學文化政策研究中心進行“香港創意產業基線研究”。研究報告在二零零三年九月發表，是香港特區政府對香港創意產業的發展的首次闡釋和評估。

2. 是項研究探討了創意產業的經濟價值、就業人數、營運特色、強項和弱點、面對的挑戰，以及內地市場對相關產業的重要性。此外，研究特別提出五個範疇，認為須進一步探討，包括(i)跨界別問題；(ii)知識產權；(iii)教育與研究；(iv)叢集效應；以及(v)國際與中國視野；這些問題對制訂政策推動香港創意產業的發展至為重要。

創意產業的定義

3. “創意產業”一詞，泛指以創意為主要增值方法的經濟活動，常與“文化及文化產業”、“內容或版權產業”及“經驗產業”等用詞相提並論。目前除了世界知識產權組織曾在二零零三年訂立衡量版權產業的方法外，各地對文化或創意產業的涵蓋範圍並無共識，不同的經濟體系各自有不同的界定。

主要研究結果

- 研究報告把香港的創意產業界定為“一個經濟活動羣組，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”。這個定義與英國所採用的定義相若。
- 研究涵蓋 11 個被認為屬創意產業的界別，包括廣告；建築；藝術品、古董及工藝品；設計；電影與錄像；數碼娛樂；音樂；表演藝術；出版；軟件與電子計算；以及電視與電台。
- 創意產業的優勢有賴人的因素。創意產業在這方面完全具備香港經濟的特質，就是人力資源發揮重要的作用。
- 預期創意產業的表現，會依循香港經濟的大勢上落而變動。原因可能是創意產業支援多類經濟活動，所以這些產業的表現會備受整體經濟節奏所影響。個別產業有其獨特的市場定位，因此增長也各不相同。
- 據估計，在二零零一年，創意產業佔本地生產總值的 3.8%，聘用約 17 萬人。隨着《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》的實施，香港創意產業有進一步增長的潛力。

2001 年本地創意產業佔經濟的增值額		
行業分類(香港行業分類有關編碼)	2001 年 百萬港元	總值所佔比率
珠寶首飾及有關物品製造業(行業組別編碼 3902)	1,199	2.6%
廣告及有關服務(行業組別編碼 8336)	3,179	6.9%
與建造及地產活動有關的建築、測量及工程策劃服務 (行業組別編碼 8334、5311 及 5318)	9,568	20.8%
設計服務(行業組別編碼 8339)	768	1.7%
電影及其他娛樂服務業 (行業組別編碼 9401、9402、9403、9406 及 9407)	1,111	2.4%
資訊科技相關服務(包括軟件開發、資料處理及相關服務) (行業組別編碼 8333)	4,433	9.6%
互聯網及電訊服務(行業組別編碼 7329)	7,854	17.0%
攝影服務(行業組別編碼 9592 及 9593)	596	1.3%
印刷、出版及有關行業(行業組別編碼 3421、3422 及 3429)	12,309	26.7%
電台、電視台及錄製室，舞台製作與表演及其他康樂服務 (行業組別編碼 941)	4,870	10.6%
電子遊戲機中心(行業組別編碼 9497)	214	0.5%
創意產業總值	46,101	100%
佔本地生產總值的比率	3.8%	

表 1 (資料來源：“香港創意產業基線研究”)

- 除經濟效益外，創意產業的進一步發展有助提升香港作為國際都會的地位，因為紐約、倫敦和東京這些國際都會均有共同的特點，就是在創意活動的基礎上，文化經濟和文化活動蓬勃發展。
- 一九九六年至二零零一年期間，主要由於香港大部分時間都處於經濟不景狀態，所以只有少數組別的創意產業的平均年增率錄得升幅。增長行業主要包括軟件與電子計算、電視與電台，以及印刷與出版。建築、廣告、電影與錄像，以及設計，則錄得一些跌幅。

- 按增值額及就業人數計算，創意產業的表現往往較整個工商業的波動為大。

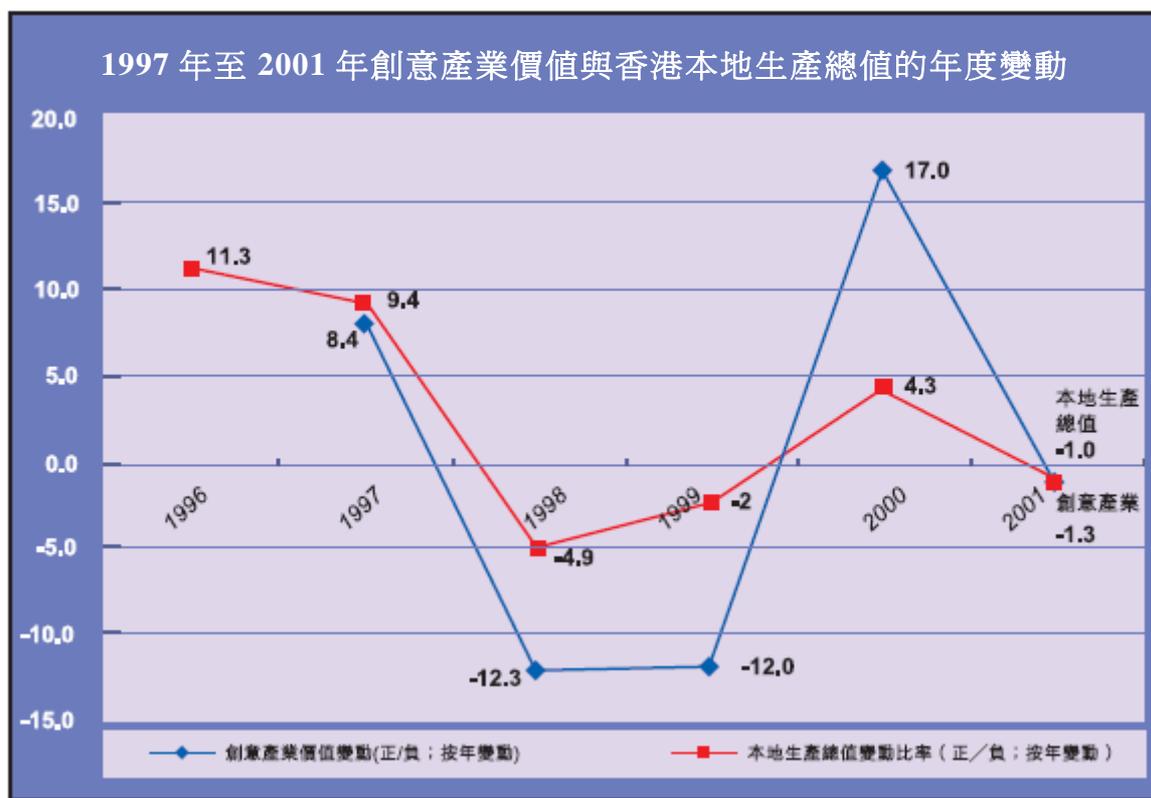


表 2 (資料來源：“香港創意產業基線研究”)

- 一九九六年至二零零一年期間，個別創意產業組別的增值額均有不同的變動，證明每個創意產業組別均有其相當獨特之處，對經濟的大勢上落也各有不同的反應。
- 香港的創意勞動人口具有下述特色(根據二零零一年人口普查的資料)¹：
 - 有 56 199 名核心工作者，從事 19 種創意製作職業，即涉及極富創意職務的職業(約佔二零零一年總就業人口的 2%)；
 - 通常以男性為主(佔 68%，較在整體工作人口所佔的 56%比率為高)；
 - 一般較為年輕，當中半數年齡介乎 25 至 34 歲；
 - 高學歷(64.7%具學位程度)；
 - 94%的創意工作者是受僱的；以及

¹ “創意勞動人口”一詞，沒有公認的定義及涵蓋範圍，因此，把是項研究所述創意勞動人口的數目和結構，與其他研究的相應估計數字作比較時，必須審慎處理。

- 在創意產業的勞動人口當中，有 88%的薪酬不少於香港的月入中位數(即每月港幣 10,000 元)，但他們的薪酬一般比其他行業專業人士的為低。

香港文化及創意產業與珠江三角洲的關係研究

研究結果及建議摘要

I. 香港與珠三角文化及創意產業的整合發展

香港與珠三角文化及創意產業的整合發展，必然是有重點的，有步驟的，分階段的漸進過程，也將是一個需要彈性互動的過程。顧問認為香港文化及創意產業有可能在以下五個方面與珠三角進行廣泛的合作：

- (i) 利用香港在法治建設方面的領先性和完備性，促進珠三角形成國際化的文化及創意產業市場，並且為香港文化及創意產業贏得更大的發展空間；
- (ii) 利用香港的國際化環境，使香港文化及創意產業成為珠三角與國際市場接軌的重要樞紐；
- (iii) 通過購並和兼併，使香港文化及創意產業聯合珠三角，形成拓展大陸市場的前進基地；
- (iv) 利用泛珠三角（9+2）經濟合作的發展，加快向中國腹地，特別是中南和西南地區的輻射；及
- (v) 利用中國與東盟自由貿易區的建立，香港文化及創意產業可以獲得更豐富的資源、勞動力和商機，努力進入更廣闊的區域性市場。

II. 香港與珠三角文化及創意產業整合發展的切入口

(a) 利用資本優勢和科技優勢，提升產品製造業

2. 在製造業包括印刷、包裝、珠寶、工藝美術品、建築等領域，香港文化及創意產業可以利用在投資、科技研發和專業人才方面的優勢，推動珠三角文化及創意產品製造業的升級和區域分工，使後者從過去一般的初級和中間技術的加工，提升到面對國際市場的優化和高端化層面。

(b) 利用國際化優勢，發揮“互為廠店”的優勢

3. 在內容創作的領域，利用香港文化及創意產業熟悉國際市場運作規則，具有豐富經驗的優勢，可以與珠三角地區形成“前店後廠”或者“前廠後店”的模式，在合適條件下，還可以建立“互為廠店”的模式，以開發國際和國內兩個文化市場。

(c) 利用貿易樞紐地位，擴大對內和對外的輻射

4. 在文化產品和服務的貿易領域，香港可以利用珠三角再輻射到內地及其他市場。服務業在“泛珠三角”九省所佔經濟比重為 39.7%，即使是在廣東，服務業也僅佔 GDP 的 41%，其中酒店和餐飲服務還佔了相當的比例，專業服務包括文化服務少之又少。而服務業佔香港經濟比重為 87.5%。說明珠三角的服務市場還有巨大的空間亟待填補，也是香港產品和服務貿易的最佳腹地，亦是香港文化及創意產業的重要原材料和勞動力基地。

(d) 利用相關市場，擴大服務範圍

5. 在文化產業的相關市場，如資本市場、資訊市場、服務市場等，香港可以利用金融中心、貿易中心、資訊中心、航運中心的優勢，服務珠三角的文化企業單位。隨著中國內地文化及創意產業的興起，這些企業對資本的需求將會不斷擴大，今後的香港資本市場和服務市場，將在為珠三角文化及創意產業機構的融資、借貸、信用擔保、產權交易等方面做出重要貢獻。

(e) 利用培訓資源，開發人力資源

6. 在文化及創意產業的人才培訓方面，香港可以利用國際化的教育環境，特別是在兩文三語（中文及英文、普通話、粵語和英語）人才方面的巨大優勢，建立系統的教材、教具、教程等，成為珠三角培訓文化及創意產業專業人才的境外教育基地。

(f) 開發創意產業的國際品牌，增加無形資產

7. 中國許多省市政府，都把樹立民族文化及創意產業的品牌，作為重大任務，但是往往缺乏資金、國際化的經驗和人才。香港作為著名國際大都市，擁有一大批優秀的品牌專業人才，應該在推動中國創意產業實施品牌戰略中，大有作為。

(g) 利用兩文三語的獨特優勢

8. 過去幾十年，香港的文化及創意產業，特別是流行媒介產品及表演藝術，一直以廣東話為主要載體，在全球華人間已形成了一個獨特的標記。香港的文化產品在華人地區長期受歡迎，反映廣東話/港式文字有時未必是一個很大的障礙。珠三角地區文化消費實力雄厚，作為一個市場，仍然可觀。香港文化產品維持本身語言特色，仍可在珠三角這個龐大的市場佔重

要的地位。例如香港的電台、電視節目仍以廣東話製作為主，本地歌手到珠三角登台演出，仍以唱廣東話歌曲為主。

9. 可是，如果香港業界以大陸整體市場為對象，就不得不面對語言上的選擇。畢竟全國的人口語言溝通以國語為主，港式方言始終有先天性的局限，因此為香港產品增強其國語表達部分，成了一個必然的趨勢，例如電台為了更好吸收內地聽眾，其聯播節目也開始採用普通話製作，歌星進入內地演唱，也較以前多唱國語歌曲，而港式文字的出版物在大陸龐大的圖書刊物市場更沒有什麼優勢可言。

10. 不少業界正進行兩手準備的功夫，一方面保留廣東話方言創作，另一方面加強面向大陸整體市場的演出和產品。這個情況在音樂界、電影、電台，及出版業亦可觀察到。

III. 香港文化及創意產業的整體發展建議

(a) 建立香港文化及創意產業整體發展平台

11. 要長遠和宏觀地發展文化及創意產業，並非單一部門可以獨自推行的事。這是需要業界、商界、學界，及政府同心協力促成。建議建立一個文化及創意產業整體發展平台，可由政府領導，成員包括上述界別和第三部門，並以實施以下四方面的工作為目的：(1) 制定相關政策；(2) 建立資訊網絡及交流；(3) 協助各部門的內部整合；及 (4) 推動各部門之間的互動。

(b) 香港文化及創意產業的人力資源政策

12. 文化及意創產業所需的人才、技能以至專業知識都不盡相同，故此要制訂一套適用於這多元化經濟領域的人力資源政策並不容易。不過，文化及創意產業講求創意培育、創新精神和能力，故創意產業人力資源政策也有共同的目標。此外，文化及創意產業的從業員不一定先具備某些學術和技術訓練才可入行。那些從事廣告業、電影、音樂、電視、數碼娛樂以至出版業的人才，往往有高度的流動性和跨界別的背景和經驗。而這種混雜性卻往往是創作的泉源。故此，培育創意人才也應以提高人才的視野、發揮他們的多元化潛能為優先的原則。

13. 香港文化及創意產業的人力資源政策也需要考慮內地文化產業的發展；創意人材的培訓已不單為滿足本地市場的需要，更重要是為進入內地市場作準備。故此，人力資源的培訓有需要引入更多內地生產環境、文化發展、產業現狀、市場規劃等內容，以至在內地交流和實習的機會。

14. 在移民政策上，應盡量配合人力資源政策，放寬與文化及創意產業相關的人才或投資者來港工作和定居。

IV. 文化及創意產業鏈上定位的發展策略

15. 文化及創意產業的競爭變得全球化。研究建議要把著眼點放在全球，包括人才、資金和技術的引入，利用香港一直以來建立的國際優勢，包括在金融、管理及服務方面的強項，運用香港在商業上靈活變通的觸覺，選擇在文化及創意產業鏈上的定位 – 即從原創到生產到分銷。香港不一定有原創的專才，更不一定有生產的條件，但假如透過香港在整個產業的管理及包裝上起到將創意轉化為「生意」的話，那本身也是一門創意產業。

16. 香港和珠三角的戰略夥伴關係，有其必然的地理及人文邏輯。但香港真正要發展文化及創意產業，把目光放至全球的機遇上，這才可以把文化產業變成其中一項支柱產業。

關於多媒體和數碼娛樂的背景資料

本文件介紹本港的數碼娛樂業及政府推動其發展的措施，並概述多媒體和數碼娛樂技術的最新發展。

香港的數碼娛樂業

2. 在二零零四年三月公布的「數碼 21」資訊科技策略中，數碼娛樂獲確認為未來數年的科技發展重點，政府會致力推動及支持該行業的發展。我們銳意壯大本地的數碼娛樂業，並期望行內企業能凝聚成一股力量，把香港發展成為區內的數碼娛樂樞紐。

3. 數碼娛樂業製作主要分為三方面：

- (a) 數碼效果(用於影片、影帶、電視節目及廣告);
- (b) 電腦動畫;及
- (c) 電子遊戲(例如在個人電腦、遊戲機、手機及網上進行的遊戲)。

4. 本港約有 200 家數碼娛樂公司，其中 53 家製作數碼效果、80 家從事電腦動畫製作、63 家開發電子遊戲。這些公司大部分為近十年來成立的中小型企業，在港共僱用約 2,800 人。

數碼效果及電腦動畫

5. 香港有能力製作富創意及優質的數碼娛樂內容。本地培育的人才以精湛技術和創意¹，打動了好萊塢的製片商。本地較有規模的動畫公司²已成功在海外(如好萊塢等地)建立商業網絡和客戶群，它們所製作的電腦動畫作品亦備受國際讚賞³。

電子遊戲

6. 香港擁有頗大的數碼娛樂產品內銷市場，尤其是以年輕人為主的電子遊戲市場。二零零四年電子遊戲產品總開支估計超過 50 億港元。國內的網上遊戲市場規模預計會在二零零七年增長至 64.3 億元人民幣。3G 技術

¹ 著名的例子包括許誠毅 (Shrek), Garson Yu (職業特工隊 2) 和 Ellen Poon (英雄)。

² 這些公司包括先濤和萬寬，僱用大約 40-140 專業人員和技術員。Imagi 是本港大型電腦動畫制作公司，約有 400 名僱員。

³ 例如：《The Secret of the Magic Gourd》是迪士尼的博偉影業與以香港為基地的先濤特技效果制作公司在 2006 年 1 月宣布的合作計劃。《麥兜故事》贏取了 Grand Prix Ancecy 2003。

將進一步刺激消費者對手機遊戲及其他消費服務和內容的需求。全球手機遊戲市場規模預計會於二零零八年擴展至 13 億美元。中國和美國將會是增長最快的電子遊戲市場。

7. 香港的電子遊戲產業仍處於發展初階，需要加倍努力才能趕上日本和韓國等已在全球電子遊戲市場佔有可觀份額的亞洲鄰國。香港電子遊戲開發商則可乘文化和語言上相通之便，在國內市場獲得競爭優勢。

推動措施

8. 在過去幾年，政府採取了多項措施，以推動及支援本地數碼娛樂業的發展。這些措施大致可分為五方面，即基礎設施及有利環境、研究及發展、提升技能、拓展市場與及投資和融資。

(a) 基礎設施及有利環境

(i) 數碼港內的支援設施：

- 數碼媒體中心為中小企及自由業者提供租賃他們難以負擔的高階後期製作設施（如光學動作捕捉系統、立體影像掃描器）及技術支援；
- 資訊資源中心設有數碼內容圖書館和數碼資產管理平台等一系列資訊科技及多媒體資源，與數碼媒體中心互相配合；
- 香港無線發展中心為開發手機遊戲及其他無線應用系統的企業提供市場推廣、技術支援及一個系統測試平台；及
- 數碼娛樂業支援中心由香港生產力促進局營運，提供一站式的支援服務和資源，並為業界設立行業網站。

(ii) 政府對侵犯知識產權的行為嚴厲執法。在二零零五年年底成功檢控一宗經互聯網非法上／下載電影的案件，違例者已被定罪，而此案更成為全球首宗案例。

(b) 研究及發展

(iii) 創新及科技基金於二零零三年資助了六項以「數碼娛樂媒體技術」為主題的科研計劃。

(iv) 香港生產力促進局在政府的資助下，開發了一個免費供本地電子遊戲業使用的立體遊戲設計引擎，並建立一個數碼娛樂業數據庫，為企業制訂業務政策時提供有關數據。

(c) 提升技能

- (v) 數碼港成立**數碼港數碼娛樂培育暨培訓中心**，栽培具潛質的企業和專才，又推出**Xbox 遊戲育才計劃**，培育本地人才使他們可以從事 Xbox 遊戲開發工作。
- (vi) 香港專上學院開辦了不少**多媒體、電腦動畫、數碼效果及電子遊戲製作課程**，為業界培育人才。學界及行業支援機構亦開辦短期課程，以滿足本地電子遊戲業對遊戲製作及關卡設計專才的殷切需求。此外，工商及科技局和政府資訊科技總監辦公室資助了多個**海外實習計劃**，以協助學生擴闊視野及使他們親身體驗最新科技工作。
- (vii) 工商及科技局已為**電影數碼科技培訓基金**在 2004/05 至 2006/07 年度預留港幣 240 萬元，作為資助製作電腦動畫、特別視覺效果、編輯、高解像攝影、後期製作中的色彩調較和影片輸出、錄音和混音等數碼科技應用培訓課程之用。工業貿易署的**中小型企業培訓基金**亦撥款約港幣 65 萬元，以推動數碼娛樂業培訓及提升技能。
- (viii) 為推動專業交流及嘉許成績卓越的本地作品，有關方面舉辦了「**數碼娛樂領袖論壇**」及「**香港數碼娛樂傑出大獎**」。

(d) 拓展市場

- (ix) 《**內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排**》於第二階段開放內地的網絡遊戲經營市場，准許香港企業與內地企業合作成立互聯網文化經營單位。
- (x) 政府在國內和海外主要貿易展覽資助設立**香港館**，推廣香港的數碼娛樂業，並協助業界拓展市場。
- (xi) **中小企業市場推廣基金**資助本地數碼娛樂產品和服務的市場推廣活動。

(e) 投資及融資

- (xii) **中小型企業信貸保證計劃**資助中小企購置業務設備及器材。
- (xiii) 有關方面舉辦「**數碼港創業投資論壇**」及其他經驗分享研討會，讓本地及國際知名的創業投資者與本地數碼娛樂業分享經驗及心得。

- (xiv) 為壯大本港的數碼娛樂業，把香港發展成區內的數碼娛樂樞紐，**投資推廣署及數碼港**致力推廣本港數碼娛樂業的發展機遇，以吸引內地及海外的公司來港投資，以構建產業群與及數碼娛樂樞紐的形象。

多媒體和數碼娛樂的發展

9. 資訊及通訊科技(ICT)、廣播及消費電子產品的科技發展，造就了「數碼匯流」新趨勢。多媒體技術大大方便了在出版時可結合圖文影音，並可加插豐富的互動和動畫特色的教育、文化、藝術和娛樂等數碼內容。互聯網、電視(包括有線，衛星和數碼電視)、電訊網絡等傳送數碼內容的渠道，既可互換通用(網絡匯流)，亦不再有容量的限制(高頻寬)；再者，電視機、個人電腦、個人資料助理(PDA)，流動電話和遊戲機等用戶設備，將可用不同的模式，接收/提取多媒體內容 (**附錄 甲**)。
10. 順應「數碼匯流」這個趨勢，市場亦提供創新的內容、電子商貿及公、私營服務及產品，以無縫的傳遞方式帶給消費者一個嶄新的體驗。在這個新的數碼內容匯流環境下，市民可隨時隨地通過各種數碼設備，進行各種教育、社交、財經和休閒活動，以及獲取資訊和購買服務和產品。舉例說，用戶可透過電子遊戲(如網上遊戲)學習新事物，並獲得虛擬的優惠券，用於網上購物和服務。這些網上環境(如互聯網或寬頻電視)並能同時提供新聞、市場及其他資訊，用作電郵通訊，觀賞錄影和音樂；廣告平台也可為服務提供者提供收入來源。新興的顧客關係管理模式亦通過如多類服務－單一收費之類的統一服務界面而面世(服務匯流) (**附錄 乙**)。
11. 在香港等地區有高的互聯網滲透率、流動電話用量和電視幅蓋率，可見「數碼匯流」將會高速發展。

經濟影響

12. 「數碼匯流」應該帶來良好的經濟價值。相關產業(如網上遊戲、網上音樂和電子學習)的全球市場均有巨大的增長潛力。「數碼匯流」及其衍生的全新消費體驗將刺激新的需求。根據多項的全球市場預測，電子遊戲產業、數碼音樂播放器製造業、網上音樂業和電子學習業在二零零六年的增長率，分別預計為9%、12%、7%和33%，而在二零零七年電子遊戲產業更會達到23%的增長 (**附錄 丙**)。
13. 這些發展正成為教育、軟件和計算機、數碼娛樂及廣告等多領域的創意產業及其他相關行業的主要創新動力，為跨行業帶來重大影響。例如國內網上遊戲產業在二零零四年的市場規模為24.7億元人民幣，而國內網上遊戲市場對電信業同期收入(5,187.6億元人民幣)的貢獻，則達到150.7億元人民幣，為網上遊戲業規模的6.1倍；網上遊戲市場對資訊科技業及出版及媒體業收入的貢獻，則分別達到2.6和1.5倍。

14. 技術先進國家均對以上的發展作出相應行動，甚或作出針對性措施。例如，新加坡的媒體發展局專責帶領當地媒體匯流產業的發展；南韓的文化觀光部負責制訂電子書、動畫、遊戲和角色等網上內容產業的政策，其資訊及通訊部則負責有關的基礎技術發展。南韓更在二零零一年頒布了"Contents Korea Vision 21" 策略，投入8,546億韓圓銳意把南韓發展成一個主要的數碼內容生產國，又制定" 2002 Online Digital Contents Industry Development Act"以加強監管。芬蘭設立了專責委員會，由教育部統籌，探討該國在數碼創作方面的機遇、強項和議題。

15. 「數碼匯流」帶來了經濟發展的新機遇，亦可能成爲促進經濟及競爭力增長的主要動力。爲迎接「數碼匯流」，香港各相關產業正處於不同備戰狀態；對此，進一步的專題研究將或有助香港找出發展路向。

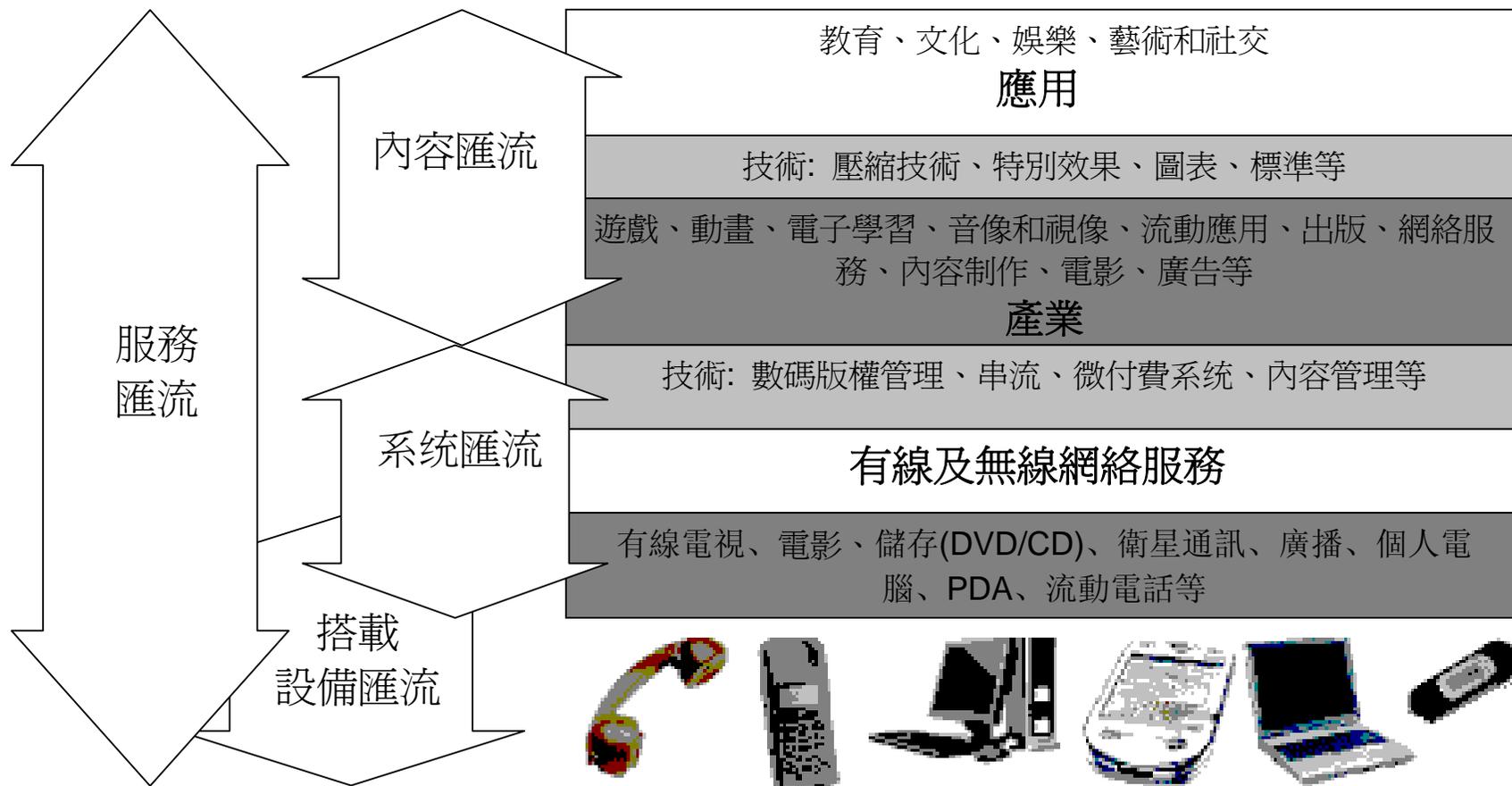
工商及科技局
二零零六年一月

附錄 甲 基於數碼技術的發展所引起電訊、出版、廣播和電腦產業的變革

從	催化劑	到
電訊 如固定及流動電話		
<ul style="list-style-type: none"> ● 點對點傳輸 ● 窄頻 ● 純文字 ● 固定線電話機 	<ul style="list-style-type: none"> ● 壓縮技術，如MPEG4 ● 通訊技術，如GSM, CDMA ● 計算技術，如流動門戶伺服器 ● 網路技術，如互聯網 	<ul style="list-style-type: none"> ● 多點傳輸 ● 寬頻 ● 多媒體 ● 固定和流動電話、PDA、個人電腦
出版 包括報紙，書、雜誌，和音像或視像消費品(DVD, 光碟)		
<ul style="list-style-type: none"> ● 以紙張為主的媒介 ● 以物料複製內容然後出版 ● 以物料保全內容 ● 靜態資訊 	<ul style="list-style-type: none"> ● 數碼媒碼技術，如圖化技術，音像或視像捕捉技術，自動化互換格式 ● 數碼版權管理 ● 網路技術，如互聯網 ● 計算技術，如串流伺服器 	<ul style="list-style-type: none"> ● 從電視、PDA、個人電腦、流動電話等設備獲取 ● 高效率的量化傳遞 ● 高效率的數碼化儲存 ● 互動式媒介
廣播 包括電視和電台		
<ul style="list-style-type: none"> ● 傳遞模擬的、非高清的新聞及娛樂內容 ● 只可廣播 ● 統一搭載設備，如電視 	<ul style="list-style-type: none"> ● 壓縮技術，如MPEG4 ● 廣播技術 ● 計算技術，如串流伺服器 ● 網路技術，如互聯網 ● 數碼版權管理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 提供多媒體的數碼高清節目 ● 互動式 ● 不同的設備型號，如電視、PDA、個人電腦、流動電話都擁有多功能
計算		
<ul style="list-style-type: none"> ● 大型電腦 ● 主要客戶為政府和企業 ● 集中式處理數據 ● 純文字 ● 不互連 	<ul style="list-style-type: none"> ● 增加資料處理能力 ● 獨立組件 ● 多功能軟件 ● 專業軟硬體系統，如路由器和串流伺服器 ● 互聯技術的發展 	<ul style="list-style-type: none"> ● 中型電腦和個人電腦 ● 漸成消費品 ● 分散式處理數據 ● 多媒體處理- 圖表、音像和視像 ● 通過互聯網互連

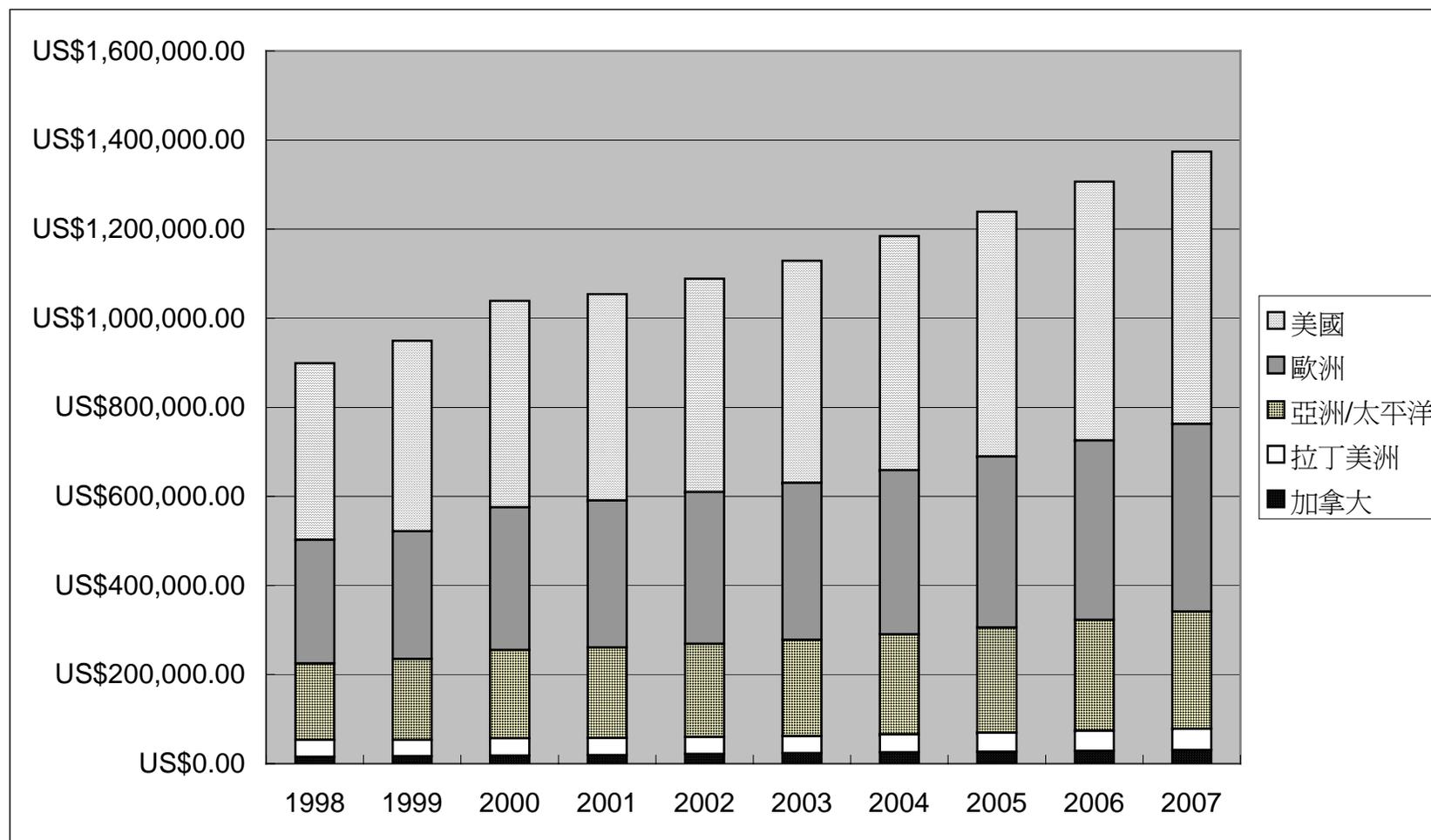
附錄 乙

數碼匯流總圖



參考: 2004 臺灣內容產業白皮書

附錄 丙 全球娛樂及媒體市場統計



來源：PricewaterhouseCooper 在 2004 年全球娛樂及媒體市場的研究

政府及資助團體對推廣創新及設計的工作摘要

1. 自創新及科技基金於一九九九年成立以來，已為 758 個獲批的應用研發項目提供 20 億 4 千萬元資助。此外，政府又於二零零五年六月採納新策略推廣創新及科技，發展 5 個重點研發範疇(即汽車零部件、資訊及通訊技術、物流及供應鏈管理應用技術、納米科技及先進材料和紡織及成衣)，以及由產業及研究機構建議的其他主題。
2. 政府已透過創新及科技基金及其前身工業支援資助計劃，為 60 多個項目提供超過 1 億 5 千萬元的資助，以推動產業發展其設計能力。
3. 為了推廣及表揚優秀的工業設計，政府一直支持舉辦每年一度的“香港工商業獎：消費產品設計”及“香港工商業獎：機器及設備設計”。
4. 政府撥出資源並協助統籌香港設計中心的成立工作，使它成為一所綜合專業設計中心，旨在推動設計工作成為增值的活動，提高設計水平和推動與設計有關的教育，以及提高香港作為創新和創意中心的地位。政府於二零零一年提供 1 千萬元，資助香港設計中心的初期運作開支，並提供位於堅尼地道 28 號的一幢歷史建築物作其營運地點。
5. 二零零二年十一月，政府成立“推廣創新及設計督導委員會”，由工商及科技局局長擔任主席，成員包括來自政府相關部門、學術界、產業界和設計界的代表，負責評估政策，並統籌政府的各項計劃和資源，引領在業界推廣創新及設計。
6. 為協助中小型企業發展原設計生產模式，政府支援於科學園成立的集成電路設計及開發支援中心，以及於數碼港成立的數碼媒體中心及無線通訊發展支援中心。
7. 二零零四年，政府推出 2 億 5 千萬元的「設計智優計劃」，以加強對設計的支援和推廣。有關計劃包括 4 個資助計劃，以提供資源，資助與設計及品牌有關的研究、設計業與商界合作、專業持續進修及推廣設計文化等項目。截至二零零五年底為止，「設計智優計劃」已為 18 個項目提供 3 千 3 百萬元的資助，所舉办的活動包括會議、研討會、展覽、設計比賽、培訓課程和設計研究。大部分活動均與產品設計有關，例如玩具設計比賽和業界會議、新的珠寶設計培訓課程，以及內地人的人體工學數據研究。此外，又推出青年設計才俊大獎，每年贊助有潛質的本地設計師，到海外接受專業培訓。「設計智優計劃」的另一個主要項目，就是建立一個名為創新中心的一站式服務中心。該中心位於九龍塘一幢由香港科技園公司擁有的建築物，負責提供設計方面的支援和服務。香港科技園公司和香港設計中心將合作發展創新中心的各種項目和服務，預計包括一個為設計企業提供培育計劃、專業教育和培訓課程、與設計有關的展覽、研討會和工作坊、與設計有

關的資源中心(例如設計圖書館)，以及為專業設計師和使用設計服務的業界人士安排交流和聯繫的活動。創新中心已開始接納設計公司申請成為租戶或培育對象。該中心預計於二零零六年年中全面運作。

8. 香港理工大學提供由副學士至博士程度的設計教育課程，而職業訓練局屬下的香港專業教育學院則提供技工至高級技術員程度的課程。有關課程涵蓋所有主流設計範疇，包括時裝設計、工業及產品設計、平面及媒體設計、視覺傳達設計、環境及室內設計、互動系統設計、工程設計、多媒體設計和設計教育。職業訓練局更成立了知專設計學院。該學院匯聚職業訓練局現有與設計相關的學系，實行共享資源和交流專業知識技能。學院的專用大樓正在規劃中。此外，持續進修基金亦為成人提供財政資助，讓他們報讀有關創意產業及設計方面的教育及培訓課程。符合資助要求的課程範圍包括電腦輔助設計／電腦輔助製造、遊戲及數碼娛樂、珠寶、多媒體及動畫設計等。
9. 政府亦推行專業服務發展資助計劃，撥出 1 億元，資助業界推行發展項目，以加強本港專業服務界整體或個別行業在境外市場(包括內地市場)的競爭力。此外，凡有助提高本港專業服務水平的項目，亦符合申請資格。設計是其中一個符合資格的專業界別，截至二零零五年年底為止，已有 4 個與設計有關的申請獲得批准，涉及的資助金額達 166 萬元。
10. 政府共斥資 75 億元，設立 4 個中小型企業的資助計劃，即中小企業信貸保證計劃、中小企業市場推廣基金、中小企業培訓基金和中小企業發展支援基金，協助中小型企業面對融資、市場推廣、人力資源培訓及發展的新挑戰，並把握當中機遇。設計公司多屬中小型企業，可從有關資助計劃中受惠。
11. 香港生產力促進局是一個法定機構，負責在橫跨價值鏈的層面提升香港公司的卓越生產力，協助在香港及珠三角設廠的香港製造商，把握《更緊密經貿關係安排》帶來的新機遇，並為邁向區域化及全球化的企業提供支援，以提高製造活動的成本效益。香港生產力促進局根據其在生產科技、資訊科技、環境科技及管理系統的核心能力，來制定其計劃。此外，該局的其中一項重要工作，就是透過運用科技，來支援工業及產品設計，以達至提升生產力的目標。
12. 香港貿易發展局是一所法定機構，負責促進和擴大香港貨品及服務(包括設計服務)的對外貿易。該局透過為本地經營者和海外準買家舉辦展覽、研討會、商貿拓展團、業務交流和聯繫活動、培訓工作坊和出版刊物，協助本地公司開拓市場、建立商貿聯繫、學習市場知識和競爭技巧。現時，該局其中一項目標，是要刺激內地及主要新興市場對香港貨品和服務的需求。此外，又透過在內地主要城市舉辦“香港時尚匯展”這類大型活動及出版宣傳香港優質品牌的刊物，致力塑造香港成為內地較富裕消費群眼中的時尚和時裝潮流領導者。推廣設計是該局策略的其中一環，他們會透過其“設計、市務推廣及專利授權服務業諮詢委員會”，聽取業界意見。

13. 香港擁有健全的知識產權保護制度，完全符合國際標準和規範。知識產權署在香港提供設計註冊服務，而香港生產力促進局亦推行專利申請資助計劃，協助企業保護其知識產權。

工商及科技局
二零零六年一月