

文化創意作產業 康熙御批賺大錢

— 今日香港、全球化 —

近年亞洲各地都興起了紙膠帶熱潮，在大型書店均會騰出一隅，出售各式各樣的紙膠帶。紙膠帶除了色彩繽紛，更滲入各地的文化，例如印上當地的特色食品、著名景點以至生活細節等圖案。隨着近年各地本土文化意識提高，文化創意產品的經濟效益及社會需求日漸增強，文創商品變得更多元化，產品種類如雨後春筍，除開拓了商機，更能藉產品推廣各地文化，加強軟實力。

■ 李啟豪老師 青松侯寶垣中學



■ 瀋陽故宮博物院製作的瀋陽故宮御膳房御餃USB。資料圖片



■ 以「清人朱筆鍾馗」為藍本設計的公仔。資料圖片



■ 台北故宮博物院的「朕知道了」紙膠帶。資料圖片



■ 粵劇文創產品。資料圖片

新聞背景

產品銷各地 開拓新收入

過往博物館紀念品予人刻板印象，一般只有明信片及擺設，欠缺大眾化及玩味，亦欠缺實用性，未能連繫生活，難以吸引民眾購買。台北故宮博物院近年相繼推出多款文創紀念品，包括印上翠玉白菜為藍本的雨傘，以及印上康熙皇帝御批手跡「朕知道了」的紙膠帶。

產品推出後大受民眾歡迎，一度斷貨需要預訂，後來更遠銷各地，在香港等地設專賣區出售相關紀念品。

該系列產品的成功除了開拓門票以外的收入，更引起大眾對文物保育及歷史文化的關注。有本地商人亦看準「紙膠帶」熱潮，推出一系列本地文化特色為

題的紙膠帶產品，例如本地美食、街景及歌詞系列主題，除了在旅遊景點有售外，更透過網站遠銷海外。

其實文化及創意商品及產業並非新鮮事，過往本地亦有不少較為人熟識的文創品牌，例如住好啲 G.O.D.，品牌以香港招牌、街景及懷舊海報融入商品著名，前年更擴展業務，進軍台灣市場，在台北建立分店。

除了商品設計外，儘管世界各地對文創產業的定義有所不同，但一般都包括出版、電影、流行文化等範疇，因此過往香港電影、出版及創作的流行亦反映出香港文創產業的蓬勃。

小知識

文化創意產業

文化創意產業是指以創意及智力資本為基本投入要素，生產具文化、藝術和創意內容的產品和服務。現時香港把文化創意產業的組成界別分為11個，包括廣告、建築、藝術品、古董及工藝品、設計、電影及錄像和音樂、表演藝術、出版、軟件、電腦遊戲及互動媒體和電視及電台。

紙膠帶

紙膠帶是表面具紙質，另一面具黏性的膠帶，但由於黏性較一般膠帶（膠紙）低，因此撕下後絕不會留下痕跡。紙膠帶通常有不同圖案，不少人均會以紙膠帶作文具裝飾，深受年輕人歡迎，甚至有人以紙膠帶製作畫作，作藝術用途。



■ 根據台北故宮鎮宮之寶翠玉白菜設計的「翠玉白菜傘」。資料圖片

要有創意 忠於歷史

文創產業在各地興起，而各地政府亦開始大力推動本地的文創產業，原因如下：

1. 經濟效益

文創產品帶來的龐大收益日漸引起企業關注。根據台北故宮博物院資料，2013年故宮文創產品的銷售額高達2億港元，「朕知道了」的紙膠帶從2013年7月開始銷售至2014年3月，共售出13.9萬組，而翠玉白菜造型雨傘亦長期高踞銷售榜十大，文創商品成為台北故宮博物院的主要收入來源，可見市場需求龐大。

故宮博物院亦與多間企業進行合作，



■ 「朕知道了」紙膠帶成為大熱商品。資料圖片

透過合作開發、給予授權等方式產出文創產品。除了博物館紀念品，一些設計商品購物網站亦與各地設計者合作推廣商品，提供平台予文創產品銷售，企業與設計師合作有助文創產品生產及推廣，增加經濟效益。

2. 文化保育

文化保育亦是文創商品興起的基礎之一。香港既有「東方荷里活」、「東方威尼斯」等美譽，亦是吸收了東西文化的大都會，發展出特有的港式文化。

過去香港流行音樂及電影曾風靡亞洲，而且美食及街景等亦享負盛名，大量的文化素材除了為文創產品提供了設計材料，更重要是保育本土的文化歷史。

另以台灣為例，台北故宮博物院擁有67萬多件珍貴文物藏品，院長馮明珠指出，紙膠帶的「朕知道了」四字是從15.8萬多件宮中密檔朱批中遴選出來，除了紙膠帶的創作意念源於設計師外，產品嚴格根據據藏和史料記載，保證既有創意，亦要忠於歷史。可見文創產品除了經濟價值外，更期望透過出售產品達到保存文化及推廣文化的作用。

3. 本土文化

近年，香港人對本土文化愈來愈重視，一些代表本地文化的集體回憶均象徵着文化傳承，成為文創商品的動力，例如近年社會興起保育廣東話運動，促使更多白話書寫及廣東歇後語的書籍出版，亦印刷了以香港流行歌曲歌詞為題的紙膠帶，反映了意識帶動下，促成了文創產品的發展。

除此之外，全球各地亦有「本土化」的現象，本地人並非單純接受外來文化，更會改良外來文化，加入本土元素，使產品融合當地的文化。

4. 政府推動

政府的推動亦有助文創產品的推廣發展，提供不同的地點促進文化及創意產業。以動漫為例，除了在尖沙咀設立香港漫畫星光大道，吸引旅客留意本土創作外，亦透過活化文物古蹟，提供動漫基地及元創方等地點，為文創產品提供銷售點。政府近年亦更着重創意產業，於2009年6月成立創意香港，隸屬商務及經濟發展局通訊及創意產業科，專責推動香港創意產業的發展。

開發支援不足 市場相對較小

儘管特區政府已將文化及創意產業列入香港計劃發展的六大優勢產業，看似商機無限，但根據政府統計處資料，文化及創意產業現時佔全港就業人口總百分比只有5.6%，而佔本地生產總值更只有5%，雖然近幾年有上升趨勢，相較亞洲其他城市而言仍然落後，其原因何在？

1. 行業萎縮

隨着社會資訊流動更迅速及電子化普及，出版業出現萎縮，不論就業人數或生產總值，在過去十年均有下降趨勢。

除此之外，文化教育的生產總值雖然有所上升，但佔總體比例仍然很小，原因是政府對博物館文創產品開

發的支援不足，未有支持創作及與商界合作，令博物館收入仍然依賴入場費及租用費，相對於其他大型博物館落後，例如大英博物館商品收入便佔其主要收入的七成。

2. 需求不足

香港相較於台灣、內地等大型市場，本地市場需求相對較小，未能為文化及創意產業帶來大規模增長，加上本地生產不論租金成本及人力成本均較高，為文創產業帶來阻力。

除此之外，香港的文化及創意產業包含了旅遊及零售業的部分，計入了藝術品、古董及工藝品界別包括製造及銷售收入，這些收入均依賴內地旅客對珠寶首飾的消費。

3. 欠缺規劃

香港政府現時主要透過政策部門協調及個別項目撥款支援文化及創意產業，相較鄰近地區對文化及創意的投入，例如韓國每年均把國家預算的百分之一投入到文化部，並在2001年成立韓國文化產業振興院統籌文化創意產業，香港明顯欠缺對產業的持續支援及長遠規劃。

現時香港對文化及創意產業的支援欠系統，加上部分行業式微及市場需求仍然不足，令本地文創產業發展緩慢。政府應在各方面加強支援，除了訂立更長遠的規劃外，更應主動為行業提供資金及技術支援，加快產業電子化及系統化，協助或提供平台予行業開拓海外市場。

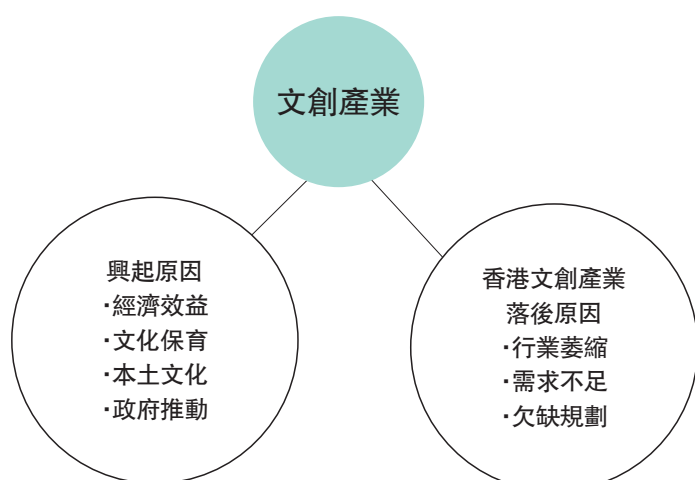
想一想

1. 根據資料，試指出何謂文化創意產業。
2. 為什麼各地政府都着力推廣文化創意產業？
3. 有人認為香港的文化創意產業發展仍然落後，更有人認為香港並不適合發展文創產業，你認同這些看法嗎？

答題指引

1. 本題需要根據資料回答，同學可引用資料，指出文化創意產業就是「以創意及智力資本為基本投入要素，生產具文化、藝術和創意內容的產品和服務」。
2. 本題同學可提出文化創意產業為各地帶來好處，最主要的當然是經濟效益，同學可以舉出台北故宮博物院的文創產品作例子，在2013年時，其文創產品的總銷售額高達2億港元。另一方面，文創產品亦可作為宣傳，推廣當地的文化，保育本土的歷史。
3. 本題屬於開放式題目，同學可以自行決定立場。答題時應先考慮香港的文化創意產業發展情況，再評價香港的文創產業發展是否已落後，如政策、宣傳等方面。至於香港是否不適合文創產業發展，同學可考慮市場需求、文創題材等因素。

概念圖



延伸閱讀

1. 《文創產業 異軍突起》，香港《文匯報》
<http://paper.wenweipo.com/2017/03/31/CH1703310009.htm>
2. 《文化產業數字化 創科發展顯國力》，香港《文匯報》
<http://paper.wenweipo.com/2016/12/20/ED1612200018.htm>
3. 《「十三五」文創產業收入力爭突破9000億》，香港《文匯報》
<http://paper.wenweipo.com/2016/11/01/z1611010043.htm>
4. 《台北故宮紙膠帶「朕知道了」爆紅》，香港《文匯報》
<http://news.wenweipo.com/2013/08/01/IN1308010079.htm>