

2018年1月8日  
討論文件

## 立法會資訊科技及廣播事務委員會

### 創意智優計劃注資建議

#### 目的

行政長官在《2017年施政報告》中宣布，政府建議向「創意智優計劃」（“計劃”）注資10億元，以加強我們對創意產業發展的支持。本文件就有關建議的詳情徵詢委員的意見。

#### 我們的願景

2. 一直以來，香港經濟表現良好。在今年第三季，香港錄得3.6%的按年實質經濟增長。截至2017年9月底，失業率維持在3.1%的極低水平。然而，鑒於全球營商環境一體化，加上香港屬外向型經濟體，我們不應安於現狀。我們必須為香港經濟發展尋找新焦點，讓香港經濟持續發展。四大傳統產業<sup>1</sup>必須創新，放眼內地及海外市場的新商機。與此同時，隨着「一帶一路」及「粵港澳大灣區」（“大灣區”）發展帶來的機遇，我們的新興創意產業必須把握時機擴充發展，以進一步帶動香港的經濟增長。

#### 創意產業

3. 創意產業<sup>2</sup>有巨大的發展潛力。在2005至2015年間，創意產業的名義增加價值平均按年遞升5.4%。在2015年，創意產業的名義增加價值超過570億元，佔香港本地生產總值的2.5%。創意產業是香港發展成為高增值和多元化經濟體的新動力。

---

<sup>1</sup> 即貿易及物流業、金融服務業、專業及工商業支援服務業與旅遊業。

<sup>2</sup> 香港的創意產業大致分為八個界別：廣告、建築、設計、數碼娛樂、電影、印刷及出版、電視和音樂。

4. 鑑於創意產業的巨大發展潛力，政府一直致力支持其發展，包括在 2009 年成立專責單位「創意香港」，並同時設立專項基金：創意智優計劃，為七個非電影創意界別<sup>3</sup>的項目提供資助以促進發展。至今，計劃先後在 2009 年(3 億元)、2013 年(3 億元)和 2016 年(4 億元)獲注資合共 10 億元。獲批的注資款額預計會在 2018 年年中左右用罄。我們需要提供新的注資，以維持對創意產業的支持。

## 計劃的成效評估

### *多管齊下的模式*

5. 創意智優計劃採用「伙伴合作方式」，由業界倡議和推行資助項目，而政府則提供資助。這方式可盡量發揮不同行業組織以及學術機構的能力、創意、專業知識及網絡。這種以市場主導及業界倡議的模式，讓各創意界別可舉辦最切合所屬界別需要的項目。在計劃下，撥款按個別項目以非經常性方式批出，業界可持續按年申請資助，重複舉辦值得推行的項目。

6. 截至 2017 年 9 月底，創意智優計劃已為合共 402 個各式各樣有助創意產業發展的項目提供資助。該些項目涵蓋以下三個策略重點：

- (a) 培育人才及促進初創企業的發展；
- (b) 開拓市場；以及
- (c) 推動香港成為亞洲創意之都，並在社會營造創意氛圍。

上述重點(a)至(c)的項目，至今分別佔計劃的核准撥款約 40%、30%和 30%。獲批項目涵蓋七個創意產業界別，規模不一。各創意界別獲資助的項目例子，載於附件A。

### *(a) 培育人才及促進初創企業的發展*

7. 計劃已批撥約 3 億 5,180 萬元(佔資助總額 39.3%)，資

---

<sup>3</sup> 與電影相關的項目由電影發展基金資助。

助 184 個項目(佔項目總數 45.8%)，培育尚在早期發展階段的創意人才／公司，以及協助初創企業。計劃資助的項目包括為部分創意界別(例如數碼娛樂及廣告)畢業生提供實習機會，以及透過香港設計中心(“設計中心”)管理的「設計創業培育計劃」(“設計培育計劃”)和「時裝創業培育計劃」(“時裝培育計劃”)，資助培育設計和時裝設計人才。「DFA 香港青年設計才俊獎」的獲選得獎者亦有前赴海外實習或深造的機會。計劃亦一直贊助多個頒獎禮或比賽(例如「衣酷適再生時尚設計獎」和「香港智營禮品設計大賞」)，以發掘本地創意人才；並一直贊助香港廣告商會大獎的得獎者競逐國際廣告獎項。支援初創企業發展的項目包括舉辦商業配對活動以促進該些企業與中小型企業(“中小企”)的跨行業合作；以及贊助製作動畫和遊戲的初創企業等。前述項目和其他項目合共提供了逾 42 200 個培育創意人才及初創企業的機會。

#### *(b) 開拓市場*

8. 計劃已批撥約 2 億 6,110 萬元(佔資助總額 29.1%)，資助 133 個項目(佔項目總數 33.1%)，藉此資助業內人士參加由香港貿易發展局(“貿發局”)舉辦的宣傳及業務配對、大型國際展覽、時裝周，以及大規模貿易展覽會等活動，協助業內人士開拓和接觸香港以外的市場。逾 1 600 家創意產業界別的中小企曾參加這些項目。

#### *(c) 推動香港成為亞洲創意之都，並在社會營造創意氛圍*

9. 計劃已批撥約 2 億 8,320 萬元(佔資助總額 31.6%)，資助 85 個項目(佔項目總數 21.1%)，包括在香港舉辦多個不同界別的大型創意活動、區域論壇和會議等，以提升市民對香港創意產業成就的認識。獲資助的項目包括香港亞洲流行音樂節、deTour，以及兩岸四地建築設計論壇及大獎等。這些活動有助提升香港創意產業在本地、區內及海外的形象。

#### **對創意產業的貢獻**

10. 我們雖然難以評估計劃資助的項目對個別培育公司／初創企業、參與公司或業內人士的即時／直接效益，而獲資助的人才及初創企業亦需時成長至發展成熟以發揮所長；但從宏觀角度來看，自計劃在 2009 年開展以來，就相關產業從業員(由

2009 年的 123 330 人增至 2015 年的 135 710 人)及機構(由 2009 年的 21 320 家增至 2015 年的 27 450 家)的數目而言，可見香港的創意產業發展有長足的增長。計劃創造的職位數目為 15 070 個，建立業務聯繫或查詢的數目則為 13 500 份。總括而言，計劃令 1 620 家中小企受惠，並提供逾 42 200 個培育機會。多年來計劃根據前述主要績效指標量度的成效，載於附件B。

11. 至於計劃資助的項目帶來的無形效益，則包括提升香港的國際形象、增加國際媒體對香港為創意和設計之都的認同和採訪興趣。例如，由設計中心籌辦、今年踏入第十六屆的「設計營商周」，已成為設計界的國際盛事，提升香港作為亞洲設計之都的地位。獲計劃資助的項目在本地和海外的宣傳及媒體的報導，一方面可提升本地市民對創意產業的認識，另一方面亦得以向海外人士推廣香港的軟實力。

### **受訪者的意見**

12. 根據 2011 年 7 月起實施的標準規定，所有獲計劃資助的項目均須透過標準問卷調查，收集參加者對活動的意見。根據調查結果，參加者普遍反應良好，當中 97% 的受訪者對活動的評級為「滿意」、「非常滿意」或「優良」。就受訪者出席的資助活動是否有用而言，80% 的受訪者認為活動有助發掘新商機，82% 認為活動有助拓展網絡，84% 認為活動有助了解業界在環球市場的定位。

13. 自計劃成立以來，獲資助項目的數目<sup>4</sup>及總計資助款額<sup>5</sup>為數不少，反映了該七個創意界別對資助的需求殷切，可見計劃有助進一步發展創意產業。

### **促進創意產業的藍圖**

14. 行政長官在《2017 年施政報告》中闡述了進一步發展創意產業的藍圖。有見創意產業不單是新興、受青年人歡迎的行業群，更是一股能帶動經濟、增值和使香港成為更富吸引力

---

<sup>4</sup> 由 2011 年 6 月底的 54 個增至 2017 年 9 月底的 402 個。

<sup>5</sup> 由 2011 年 6 月底的 1 億 500 萬元增至 2017 年 9 月底的 8 億 9,600 萬元。

的國際城市的推動力，行政長官宣布政府建議向計劃注資 10 億元，以加強對設計業及創意產業發展的支持，特別是培育年輕一代的人才，以及提升社會整體對創意思維及設計能力的認知。《施政報告》提出可借助大灣區發展所帶來的機遇，積極推動創意產業進一步提升。我們亦應加強與其他海內外設計城市的聯繫，推廣香港作為創意樞紐的平台，為香港開拓新市場。

15. 我們建議向計劃一筆過注資 10 億元，足證現屆政府非常重視創意產業的發展。我們預期有關注資不單可讓計劃資助更多的新項目，同時可優化成功的項目以取得更佳成效，達至培育人才和開發市場的政策目標，從而促進社會整體對創意思維及設計能力的認知。

### 針對性的新資助模式

16. 我們建議，計劃既保留以市場作主導的模式，同時亦採取較針對性的模式用以資助《施政報告》中的優先範疇／項目。培育人才是現屆政府發展創意產業的首要工作；我們建議在 10 億元撥款中，預留不少於 50% (以往為約 40%) 予培育人才 (尤其是培育不同界別的年輕人才) 及促進初創企業的發展這策略重點的項目。至於其餘兩個策略重點，我們固然同樣重視。計劃新增的 10 億元注資會按以下範圍劃分：

- (a) 培育人才及促進初創企業的發展 (至少 50%)；
- (b) 開拓市場 (約 25%)；以及
- (c) 推動香港成為亞洲創意之都，並在社會營造創意氛圍 (約 25%)。

下列段落闡述有關建議注資範疇的一些初步構思。

#### (a) 培育人才及促進初創企業的發展 (佔總撥款金額最少 50%)

17. 培育人才是我們的重中之重。我們會致力加強與多個設計城市和創意界別的合作，為大專院校學生物色更多交流機會。我們會與業內的持份者合作，支持學生或年輕創意人才到內地或海外實習、參加交流計劃、短期工作或深造。計劃亦可資助年輕從業員參加本地及國際的不同巡禮和比賽，以擴闊視

野和汲取經驗；並為他們提供平台，以開拓商機和展現才華。我們會為初創公司提供津貼，資助他們產出設計／創意作品，並在過程中提供指導服務。具體而言，計劃會繼續支持由香港設計中心管理的「設計培育計劃」和「時裝培育計劃」，通過此等孵化計劃培訓人才。

*(b) 開拓市場(佔總撥款金額約 25%)*

18. 計劃會繼續支持本地創意產業透過參加宣傳及業務配對活動或展銷會開拓香港以外的市場，尤其是「一帶一路」的沿線國家(包括東盟<sup>6</sup>成員國)及大灣區。計劃會繼續資助從業員在不同城市的各個展覽、陳列、巡禮和活動設立展館，為創意產業開拓和擴展市場。

*(c) 推動香港成為亞洲創意之都，並在社會營造創意氛圍(佔總撥款金額約 25%)*

19. 計劃一向為大型活動(例如由設計中心籌辦的「設計營商周」)提供資助。「設計營商周」在 2002 年創辦以來，屢創佳績，連同同期活動在 2017 年吸引了超過 14 萬本地人士和海外訪客參加。在香港舉辦「設計營商周」以及其他以創意為主題的旗艦活動，不但為創意產業界別提供平台以建立聯繫網絡、分享知識和經驗、洽談交易，以及促成跨界別的合作，而且對推廣香港的創意和活力大有幫助。我們計劃利用新增撥款擴展多個項目的規模，包括由 2019-20 年度起增加「設計營商周」的資助 50%。設計中心將會與香港旅遊發展局和其他相關機構合作，善用「設計營商周」吸引高增值客群(即過夜的商務和會展旅客)的優勢，致力將「設計營商周」提升為香港具標誌性的世界級設計暨旅遊活動。

*為部分項目採用不同的撥款模式*

20. 正如上文所述，計劃主要是以市場作主導的模式資助項目。現行制度給予各個創意界別最大的彈性，向計劃申請活動款項，以舉辦切合界別需要的項目。但過往經驗顯示，以個

---

<sup>6</sup> 東南亞國家聯盟的成員國包括汶萊、柬埔寨、印尼、老撾、馬來西亞、緬甸、菲律賓、新加坡、泰國和越南。

別項目為本的資助模式有其掣肘，當中或會窒礙項目的長遠規劃、增加擴展成功大型活動規模的難度，或難以推行因應發展創意產業策略重點而特別舉辦的活動。

21. 為克服這類掣肘，我們建議，若獲資助的項目符合以下準則，可另行採用以機構為本的撥款模式獲得資助：

- (a) 項目具一定規模，或備受重視且得到本地和國際業界歡迎；
- (b) 符合計劃的策略重點，因此值得進一步支持；
- (c) 因項目成功而值得持續舉辦；以及
- (d) 由聲譽良好的非牟利業界組織或管治良好的法定機構管理。

我們認為共有十個曾獲計劃資助的項目（其中五個由設計中心舉辦，另外五個由貿發局舉辦）符合這些準則。

### ***設計中心和貿發局的專項資助***

22. 我們建議採用精簡模式，為計劃的長期合作伙伴：設計中心和貿發局，預留專項資助，以推展特定的項目。該些項目往績優良，值得繼續支持。

23. 從審慎運用公帑的角度而言，設計中心和貿發局一直受維持良好企業管治和財政透明的嚴格程序約束。建議中的精簡資助模式的好處，是讓兩家機構可更有效率和彈性計劃及籌辦相關的項目，以取得最大的成效。

### ***設計中心的精簡資助模式***

24. 設計中心一向是政府推廣設計和相關創意產業的緊密策略伙伴。自設計中心在 2001 年成立以來，政府合共撥款 3 億元支持其運作，以培育設計人才，在地區和國際層面上提升和推廣香港設計業的形象。香港設計業的增長相當突出，在 2005 年至 2015 年間，行業名義增值增長率達 314%，平均每年升幅為 15.3%。以數額而言，其名義增加價值由 2005 年的 10 億元增長至 2015 年的 41 億元。同期，從事設計業的人數和機構數目亦分別增加 68.8% 和 125%。

25. 設計中心在協助政府推行《施政報告》的多項措施擔當重要的角色。這些措施包括加強培育人才，以及促進社會整體對創意及設計思維重要性的認知。在這背景下，實在有必要容許較長遠的資源安排，令設計中心在規劃人手和項目時一方面有穩定的撥款資助，另一方面有彈性調動各項目間的資源分配。建議的精簡模式亦有利於項目的規劃工作、與其他參與機構的聯繫，以及挽留員工和專才。

26. 因此，我們建議為設計中心自 2019-20 年度起的三年撥款周期預留約 3 億元，推行下列獲計劃資助的項目：

- (a) 撥款約 1 億 6,620 萬元(即平均每年 5,540 萬元)，讓設計中心在 2019-20 至 2021-22 年度連續三年繼續舉辦兩項年度的旗艦盛事(即「設計營商周」(獲增加資助 50%)和「DFA設計獎」)；以及三項培育人才和備受業內人士支持的計劃(即「設計『智』識周」、「香港青年設計才俊培育計劃」及「Fashion Asia Hong Kong」)。這些項目的詳情，載於附件C。
- (b) 撥款約 1 億 1,800 萬元(以取錄公司作三年培育計，即平均每年約 3,930 萬元)，以繼續舉辦「設計培育計劃」(新的第四期)及「時裝培育計劃」(新的第二期)。有關撥款會由 2020-21 年度<sup>7</sup>起用作支持該兩項培育計劃。「設計培育計劃」和「時裝培育計劃」分別在 2006 年和 2016 年首次推行，在培育人才方面取得顯著成績。迄今，在合共 210 名接受「設計培育計劃」培育的年輕設計師中，留在業內的比率達 95%<sup>8</sup>。有關「設計培育計劃」和「時裝培育計劃」的詳情，載於附件D。
- (c) 撥款約 1,580 萬元(即平均每年大約 530 萬元)，以便在三年的撥款周期內(2019-20 年度至 2021-22 年度)，舉

---

<sup>7</sup> 現行兩項培育計劃(即「設計培育計劃」第三期和「時裝培育計劃」第一期)會在 2019-20 年度取錄最後一批培育公司。我們建議新一屆(即「設計培育計劃」第四期和「時裝培育計劃」第二期)應在 2020-21 年度開始，以確保順利過渡。預期新一屆由 2020-21 年度起三個年度分批取錄 105 家新培育公司，而最後一批獲取錄的培育公司預期會在 2024-25 年度完成培育。

<sup>8</sup> 比率以培育計劃結束後兩年仍在營運的公司的數目計算。



辦公眾活動，促進社會不同年齡組別對創意及設計思維的認知。

27. 金額會按年發放，並須視乎設計中心所提交的計劃和報告<sup>9</sup>是否獲管制人員接納。為確保審慎運用有關資助，設計中心須要每六個月向「創意香港」提交營運報告。新的資助模式旨在給予設計中心較大彈性，因此我們建議准許設計中心保留未動用款項以撥入往後的年度，上限為有關財政年度總開支的25%，並可短暫調配計劃已發放的資助款額，以應付設計中心其他獲政府資助、有關創意產業項目的短期現金周轉需要。在撥款周期屆滿時，除非獲得政府同意另作安排，否則設計中心須向計劃交還任何尚未動用的資助款額。

### 貿發局的精簡資助模式

28. 貿發局一直是政府推廣創意產業的策略伙伴。貿發局憑藉一貫的高效平台協助企業開拓內地和東南亞市場，尤其是透過廣泛的聯繫網絡協助本地的中小企聯繫內地／海外企業。自1966年起，貿發局一直協助香港製造商、貿易商和服務提供者發展國際業務。過去三年，貿發局平均每年獲計劃資助約170萬元，以推行五個與創意產業有關的項目(包括「香港創意營商日」、「轉型升級·香港博覽」、「時尚潮流·魅力香港」、「香港動漫及數碼娛樂館」和「DesignInspire－香港創意力量展館」)。這些項目與計劃發展創意產業的策略重點相符，值得繼續支持。相關項目的詳情，載於附件E。

29. 我們建議在下個三年撥款周期(2018-19至2020-21年度)，為貿發局預留510萬元(即每年170萬元)，以舉辦前述的五個優先項目。預留資助可為貿發局提供彈性，在各項目之間調整資源分配，確保以最有效率的方式運用款項，取得最大成效。

30. 為確保審慎運用有關資助，政府會在資助期內每年檢視動用款項的情況。貿發局可保留未動用款項以撥入往後的年

---

<sup>9</sup> 設計中心會繼續受到多項預算管制措施所監管，當中包括須向政府提交周年計劃、預算和經審計的帳目，以供批核；須獲得政府接納其半年運作報告和財務報表等。設計中心亦須遵行本身的企業管治守則。

度，上限為有關財政年度總開支的 25%。在撥款周期屆滿時，除非獲得政府同意另作安排，否則貿發局須向計劃交還任何尚未動用的資助款額。

## 監管機制

31. 商務及經濟發展局常任秘書長(通訊及創意產業)(“常任秘書長”)會繼續擔任計劃的管制人員，並在考慮創意智優計劃審核委員會(“審核委員會”)的意見後，決定是否批准有關申請及發放款項。任何年度需費超過 1,000 萬元的個別項目，必須獲得立法會財務委員會批准。惟前述的審批規定不適用於為設計中心預留以推行指定項目的 3 億元專項資助。

32. 計劃的審核委員會(名單載於**附件F**)的成員由商務及經濟發展局局長委任，全屬非官方人士，當中包括來自創意產業界、學術界和相關專業界別的從業員。審核委員會會繼續秉持獨立不偏不倚的原則評審來自創意產業界別的撥款申請、檢視項目的進度和審核項目完成報告，並向常任秘書長作出建議。整體而言，除設計中心(第 24 至 27 段)和貿發局(第 28 至 30 段)的特別資助安排(輔以另行的監管機制)外，現行批核及監管個別項目申請的機制維持不變。

33. 在本事務委員會過往的討論中，有委員建議採用額外的主要績效指標，以便更全面地量度計劃的成效。就此，在運用建議的 10 億元注資時，我們除採用現行的主要績效指標(見第 10 段及**附件B**)外，亦會採用額外的指標量度計劃的成效，包括(a)量度公眾的參與程度和媒體的報導次數，以評估社會整體對計劃的認知程度；(b)量度展示創作作品和才華機會的數目和達成商業交易的數目，以更準確地量化為業內參加者帶來的效益。

34. 我們會因應實際運作需要和業界需求，密切監察和檢視使用款額的情況。如理據充分及有需要，我們會考慮在不超越計劃整體承擔額的前提下，調整預留給有關活動的資助款額。

## 對財政的影響

35. 我們建議向計劃注資 10 億元，預期可支持計劃的運作直至 2022-23 年度。

36. 作為規劃財政預算用途，按創意智優計劃不同項目類別劃分的參考撥款分配額和流動現金需求分項數字如下：

	2018-19 年度 (千元)	2019-20 年度 (千元)	2020-21 年度 (千元)	2021-22 年度 (千元)	2022-23 年度 (千元)	總額 (千元)
(a) 創意智優 計劃項目	139,000	217,770	217,780	217,780		792,330
(b) 設計培育 計劃及 時裝培育 計劃			39,300	39,300	39,400	118,000
(c) 設計營商 周及 DFA 設計獎		29,890	29,890	29,890		89,670
<b>總額</b>	<b>139,000</b>	<b>247,660</b>	<b>286,970</b>	<b>286,970</b>	<b>39,400</b>	<b>1,000,000</b>

37. 商經局會繼續以現有的資源支持計劃的運作。

## 徵求意見

38. 請委員就上述建議提供意見。在徵詢委員的意見後，我們會按既定程序尋求立法會的撥款批准。

商務及經濟發展局  
通訊及創意產業科  
2018 年 1 月

七個非電影創意界別 1  
獲創意智優計劃資助的項目例子

廣告

- 香港廣告商會得獎者參與國際大獎和分享創作經驗。這項目贊助香港廣告人才參與知名的國際廣告節／比賽(例如「康城國際創意節」、「Spikes Asia 亞洲創意節」以及「亞太廣告節」)。
- 「香港數碼廣告業新畢業生支援計劃」。這項目為數碼廣告和相關學科的畢業生提供為期一年的實習及在職培訓。
- 「廣告 x 音樂人才培育計劃」。這項目為本地廣告製作初創企業／導演提供財政資助、專業訓練和師友輔導，以製作由本地歌手主演的原創微電影，藉此培育和推廣本地廣告及音樂人才。

建築

- 「香港－深圳城市\建築雙城雙年展」。這項目旨在增加市民對香港建築師成就的認識，並藉着深圳同業同期舉行的展覽和一連串活動(例如論壇、講座，以及導賞團等)，促進跨界別和跨地域的交流。
- 「威尼斯國際建築雙年展(香港展和回應展)」。這項目旨在在國際上推廣香港的建築和城市發展，並通過舉辦「威尼斯國際建築雙年展」香港館以及在香港舉辦的回應展(並同期舉辦一系列如論壇、講座等活動)，增加市民對建築和城市規劃的興趣。
- 「兩岸四地建築設計論壇及大獎」。這項目旨在表揚兩岸四地創新及優秀的建築作品，並藉着區域大獎、高峰會

---

<sup>1</sup> 香港的創意產業大致分為八個界別：廣告、建築、設計、數碼娛樂、電影、印刷及出版、電視和音樂。電影界別推行的項目由電影發展基金資助。

和有關高峰會和得獎者摘要的展覽，促進兩岸四地的交流。

## 設計

- 「聯校設計展覽」。這項目旨在為設計畢業生提供與商界合作的機會，並透過合作，獲得專業意見，以及在技術方面與物料方面的支援，以改善設計。
- 「Fashion Guerilla」。這項目每年兩次讓八至十個新晉設計品牌在「巴黎時裝周」舉行期間，設立限時展銷室、參與商展和本地展銷室，以及舉辦時裝匯演以便向買家、分銷商、時裝媒體等展示其最新作品。
- 「香港－深圳設計雙年展」。這項目每兩年舉辦一次，以展示香港和深圳的設計；並舉辦講座、座談會和工作坊等，鼓勵兩地的設計從業員、學生和市民大眾參與。

## 數碼娛樂

- 「香港流動遊戲初創企業支援計劃」。這項目為初創企業的原創遊戲設計提供資助和師友輔導支援，藉此開拓商機。
- 法國「安古蘭國際漫畫節」。這項目旨在向世界各地介紹和展示香港動漫畫家的作品，提供機會讓本地藝術工作者在歐洲最大型的漫畫展中認識國際業內或可成工作伙伴的人士。
- 「亞洲流動應用程式大獎」。這項目旨在表揚亞洲流動應用程式業的創意人才的成就，並藉着區域大獎、高峰會、培訓工作坊等，促進與其他亞洲國家／地區(包括內地、日本、韓國、泰國、馬來西亞、菲律賓、越南、柬埔寨、以色列、印尼和新加坡)以伙伴／合辦機構形式作業務及跨地域合作。

## 印刷和出版

- 「香港出版雙年獎」。這項目旨在表揚本地出版業專才的

貢獻，並通過設立大獎、得獎作品展覽、業界分享以及工作坊，促進香港、內地及台灣出版業界的專業交流。

- 「騰飛創意」。這項目旨在通過在法蘭克福、博洛尼亞、台北、倫敦、廣州和北京的書展設立香港館，展示香港印刷和出版業的創意和成就。
- 出版業新媒體及新形式工作坊。這項目邀請了香港、內地及台灣知名業內人士及專家出席，分享在跨媒體出版製作的經驗和知識，以及出版界其他的最新發展。

## 電視

- 「電視世界」。這項目與「香港國際影視展」同期舉辦，旨在通過設立資訊中心、工作坊和論壇，促進業務交流及為本地業界和海外買家提供聯繫機會。
- 中小型企業及大專學生參與亞洲有線與衛星電視廣播協會會議（“CASBAA 會議”）。這項目旨在資助前述人士參與亞洲及全球廣播界從業員雲集的 CASBAA 會議及相關活動，藉此促進本地電視業的發展。

## 音樂

- 「搶耳音樂」（包括「搶耳音樂廠牌計劃」及「搶耳國際音樂演出及交流計劃」）。這項目旨在通過講座、工作坊、師友輔導、簡報會、業界分享，以及參加海外音樂節等，加強歌手／樂隊交流，提升本地音樂創作的質素。
- 「LIVETUBE MV AWARDS」。這項目旨在提供平台，讓製作人展示音樂視頻，及歌手作舞台表演。
- 「香港亞洲流行音樂節」。這項目旨在通過在亞洲八個地區（內地、香港、台灣、日本、南韓、馬來西亞、新加坡和泰國）舉辦音樂表演、音樂比賽及音樂業務論壇，匯聚各地頂尖藝人、新晉歌手和業內專才，以促進區內音樂界代表的交流，並推廣香港成為亞洲的音樂樞紐。

創意智優計劃根據主要績效指標的表現  
(由 2009 年 6 月至 2017 年 9 月底)

	主要績效指標	由 2009 年 6 月至 2017 年 9 月底
(1)	獲批項目的數目	402
(2)	參加人數	約 1,660 萬人
(3)	獲批撥款的款額	8 億 9,600 萬元
(4)	獲得國際獎項的數目	80
(5)	創造工作機會 <sup>1</sup> 的數目	15 070
(6)	受惠中小型企業 <sup>2</sup> 的數目	1 620
(7)	建立業務聯繫或查詢的數目	13 500
(8)	培育創意人才及初創公司機會的數目	42 200
(9)	獲資助的電視廣播頒獎禮及音樂節目可接觸的觀眾數目 <sup>3</sup>	2 億 7,910 萬

<sup>1</sup> 包括直接創造及間接創造的工作機會。

<sup>2</sup> 中小型企業指在香港聘用少於 100 名員工的製造業公司和聘用少於 50 名員工的非製造業公司。

<sup>3</sup> 建議由文件第 33(a)段的新指標(即公眾的參與程度和媒體的報導次數)取代，以更有效反映公眾對獲資助計劃的認知。

創意智優計劃下建議以精簡模式  
資助香港設計中心(“設計中心”)的  
五個重點及培育人才項目

(1) 「設計營商周」

「設計營商周」是設計中心每年舉辦的特色盛事。該活動於 2002 年創辦，現已成為亞洲最大型的年度設計活動，亦是全球矚目的設計盛事之一。「設計營商周」為期一周，以設計、品牌和創新為重點；活動涵蓋會議、論壇、頒獎典禮、展覽、外展活動、晚宴和其他聯繫活動。「設計營商周」及同期活動集合世界級的設計大師、傑出的國際設計師、具影響力的設計界別行政人員和具創意思維的商界菁英匯聚香港。「設計營商周」提供寶貴平台，讓設計愛好者、學生和市民聯繫、交流意見和開拓合作商機。在 2016 年及 2017 年，「設計營商周」及同期活動吸引了超過 14 萬本地及海外人次參加。

「設計營商周」自 2005 年起每年都與伙伴國家／城市合作。近年的伙伴包括德國(2011)、丹麥(2012)、比利時(2013)、瑞典(2014)、巴塞隆拿(2015)、芝加哥(2016)和意大利(2017)。澳洲墨爾本將會是 2018 年「設計營商周」的伙伴城市。

(2) 「DFA 設計獎」

自 2003 年起，「DFA 設計獎」一直是設計中心每年舉辦的特色盛事，旨在嘉許亞洲出色的設計以及展示設計如何能改善生活質素。「DFA 設計獎」設有五個獎項類別，分別為「DFA 亞洲設計終身成就獎」(頒予終身為設計專業作出貢獻並在社會上(特別是在亞洲)推動廣泛使用設計和設計鑒賞的人士)；(b)「DFA 設計領袖獎」(頒予有策略地善用設計，並取得商業成就的商界領袖)；(c)「DFA 世界傑出華人設計師」(頒予在其設計領域中取得了傑出成就，並通過教育活動及參與專業組織等工作致力推廣設計的華人設計師)；(d)「DFA 亞洲最具影



響力設計獎」(頒予按設計、科技應用、在商業及社會層面取得的成功及在亞洲地區的影響力評審的最佳設計); (e)「DFA 香港青年設計才俊獎」(頒予應獲進一步培育的卓越年青香港設計師和設計畢業生)。

### (3) 「設計『智』識周」

「設計『智』識周」是設計中心年度特色盛事之一，於 2006 年首次舉辦。「設計『智』識周」為期一周，內容包括一系列會議和工作坊，旨在推廣行政人員在業務中應用設計，並向本地設計專才介紹全球最新的設計潮流和知識。

### (4) 「香港青年設計才俊獎」培育計劃

設計中心在 2012 年推出這活動，資助 2012 年「香港青年設計才俊獎」的四名得獎者前赴海外實習。資助名額自 2014 年起由四個增至逾十個，以加入「創意智優青年設計才俊獎」和「創意智優青年設計才俊特別獎」的得獎者。

### (5) 「Fashion Asia Hong Kong」

設計中心自 2016 年起舉辦這活動，作為政府時裝業發展措施的一部分。項目旨在重新檢視時裝業的最新發展及討論業界所面對的挑戰。項目涵蓋為期兩天的論壇和為期一周的時裝展覽。論壇和展覽與「設計營商周」同期舉行。

創意智優計劃下建議以的精簡模式  
資助由香港設計中心(“設計中心”)管理的  
「設計創業培育計劃」(“「設計培育計劃」”)及  
「時裝創業培育計劃」(“「時裝培育計劃」”)

「設計培育計劃」

- 計劃在 2006 年推出，並自 2012 年 5 月起由設計中心管理<sup>1</sup>。計劃為初創設計公司在兩年培育期內提供財政資助和培育服務，以協助他們建立商業網絡、宣傳產品及進行市場推廣，從而提升他們在創業初期的競爭力。
- 計劃迄今共推出三期，獲政府資助的總款額為 1 億 6,820 萬元。最近期(第三期)的「設計培育計劃」已在 2016-17 年度展開，至今取錄了 37 家培育公司。截至 2017 年 11 月底，已有 210 家公司獲「設計培育計劃」取錄。該些公司共獲得 64 個國際獎項和 240 個本地獎項，並提交了六項專利、274 個商標及 57 項註冊外觀設計的登記。計劃迄今創造了 1 001 個就業機會。
- 申請機構必須通過基本的取錄準則(包括必須為一家在創業初期的香港註冊設計公司，以及沒有同時受惠於其他政府資助的培育計劃等)，然後經由設計審批小組就其背景、支援需要和發展潛力等評估其申請。設計審批小組由專業設計機構和商會、學術機構、知名設計師、企業家、投資者，以及設計中心的代表組成。
- 計劃旨在培育初創設計公司，從而協助建立本地的人才庫及設計企業精神。計劃為參與的公司提供資助及其他支援服務，協助他們應付創業初期的關鍵階段所遇到的挑戰。根據目前安排，培育公司在為期兩年的培育期內

---

<sup>1</sup> 「設計培育計劃」最初由香港科技園公司在 2006 年推出。設計中心由 2012 年 5 月起接手管理「設計培育計劃」。

獲得資助，以支付辦公室租金以及有關一般運作、宣傳與發展、管理與培訓課程以及技術與管理支援的開支。此外，計劃亦為培育公司提供各項支援，包括提供工作設施，以及協助公司參與外展計劃以進行市場推廣和宣傳工作。

### 「時裝培育計劃」

- 計劃在 2016 年推出，由設計中心管理。計劃專門培育具潛質的時裝設計師。一如「設計培育計劃」，每家參與「時裝培育計劃」的公司都會接受為期兩年的培育期。
- 迄今，計劃共獲「創意智優計劃」批核 1,650 萬元資助。計劃的目標為取錄 15 家培育公司。截至 2017 年 11 月底，計劃取錄了五家公司。
- 申請由時裝審批小組負責評估。小組由經驗豐富的商業、時裝、市場推廣、投資和媒體專才、技術專家和教育家組成。申請人必須在時裝界具備三至五年的經驗(申請人若尤其出色，則只須具備超過兩年經驗)，並須具備創意及一定的商業成就(例如曾獲國際認可的獎項，以及曾與著名品牌及大公司合作等)。申請人須為香港註冊公司。在海外註冊的公司申請人如獲取錄，必須立即在香港註冊成立公司，以符合取錄資格。
- 透過兩年的培育期，每家培育公司會得到充分機會透過各項支援和協作項目，提升創意潛能及加強時裝設計企業精神；並透過持續學習和出席業內各式聯繫活動，熟悉行業運作及業務渠道，開拓更多商機。

創意智優計劃下建議以精簡模式  
資助香港貿易發展局(“貿發局”)的五個項目

- (1) 「香港創意營商日」。項目自 2002 年起舉辦，旨在通過小型展覽、座談會、聯繫活動及商業配對計劃，向內地市場推廣香港的設計、品牌和市場界別。過往曾舉辦項目的城市包括東莞、成都、台北、紹興、青島、重慶、廈門、晉江、大連、蘇州、寧波、遼寧、武漢、南京、西安及深圳。
- (2) 「升級轉型 • 香港博覽」。項目自 2011 年起舉辦，旨在通過展覽、座談會、商業配對和聯繫活動，向內地市場推廣香港不同創意界別(例如廣告和市場推廣、動畫、建築和室內設計、設計和品牌、商標註冊、新媒體，以及印刷和包裝服務)的中小型企業。過往曾舉辦項目的城市包括廣州、杭州、南京、濟南、成都及福州。
- (3) 「『時尚潮流 • 魅力香港』高峰論壇」。項目自 2015 年起舉辦，旨在在東南亞市場推廣香港的創意產業，透過資助不同創意領域(時裝設計、工業及產品設計、室內及空間設計、動畫及數碼娛樂、品牌策略、商標註冊，以及新媒體／流動應用程式)的香港中小型企業參與主題座談會、展覽和市場視察活動，宣傳他們的服務。過往曾舉辦項目的城市包括雅加達及吉隆坡。
- (4) 「香港動漫及數碼娛樂館」。項目自 2010 年起舉辦，旨在於國際舞台上推廣香港的數碼娛樂業，並提供機會讓本地公司與國際買家會面，同時通過會議等活動促進國際交流。這項目為貿發局年度盛事「香港國際影視展」的附加活動。
- (5) 「DesignInspire—香港創意力量展區」。項目自 2009 年起舉辦，旨在提供平台，展示不同創意項目以及不同業界(包括廣告、市場推廣、建築、室內設計，以及設計及品牌)的成功故事，以重點介紹本地創意產業的優點。項目與「設計營商周」同期舉行。

**創意智優計劃審核委員會**  
**(2017年8月–2019年7月)**

創意智優計劃審核委員會成員包括專業人士、工商界人士、學術界人士和其他社會人士。其職能為評審申請並向商務及經濟發展局常任秘書長(通訊及創意產業)作出建議，和監察及檢討獲核准的申請項目。

創意智優計劃審核委員會有以下成員－

**主席**

王明鑫先生, B.B.S., J.P.

**副主席**

陳偉豪先生, M.H.

陳育德先生, S.B.S.

李家駒博士, J.P.

李承仕先生, G.B.S., O.B.E., J.P.

嚴志明教授, J.P.

**委員**

陳志毅先生

陳玉鏢先生

陳超宏先生

陳嘉賢女士, J.P.

陳立邁博士

陳美媛女士

陳利華先生

陳永華教授, J.P.

陳欽杰博士

卓伯棠教授

張路路女士

趙子翹先生

蔡懿德女士

朱素貞女士

方潔然女士  
何明惠女士  
何 威博士  
何綺蓮女士  
徐晉暉先生  
許 迅先生  
靳夢麗女士  
祁宜臻女士  
郭正光先生  
鄭敏慧女士  
鄭珮詩女士  
林綺妮女士  
劉文君女士  
羅發禮先生, J.P.  
李根興博士  
李佩圓博士  
梁昆剛先生  
梁兆賢先生  
孫林宣雅女士  
盧子英先生  
馬桂榕先生, J.P.  
文麗賢女士, M.H.  
岑詠雯女士  
施德利先生  
司徒廣釗先生  
鄧偉文先生  
丁煒章先生  
陶威廉先生  
曾珮琳女士  
曾錦程先生  
尹惠玲女士  
吳柏年先生  
容啟泰先生