

2024 年 11 月 11 日
討論文件

立法會資訊科技及廣播事務委員會

「文創產業發展處」工作報告

目的

本文件向委員匯報「文創產業發展處」（「文創處」）及其改組前的「創意香港」就八大創意產業（包括香港設計中心（「設計中心」））自 2023 年 10 月 1 日至今的工作，以及未來的工作計劃。

香港文化創意產業發展概覽

2. 文化及創意產業¹（「文創產業」）展現香港獨特的文化面貌，有助提升香港的國際形象和地位，更是推動經濟發展的重要引擎。在 2022 年，文創產業增加價值約 1,221 億元，佔本地生產總值的 4.5%；相關就業人數約 221 280，佔香港總就業人數的 6.1%。當中，2022 年創意產業的本地生產總值和就業人數更分別佔整個文創產業相關數據的 51.1% 和 59.1%。

成立「文創處」

3. 「創意香港」於 2009 年成立，一直支持香港創意產業的發展，培養創意人才和新創企業、提升香港整體創意形象、在社區營造創意氛圍及推動更多跨界別、跨文化藝術領域的合作。

4. 為進一步推動文化藝術和創意業界產業化發展，按《2023 年施政報告》的建議，我們於 2024 年 6 月落實將「創意香港」改組成「文創處」的工作。「文創處」發揮更主動和積極的角色，加強支援文化藝術和創意業界的發展，包括為相關業界在香港以外物色機會，積極帶領業界組團到世界各地參展及演出，向外輸

¹ 創意產業包括電影、廣告、建築、設計、數碼娛樂、音樂、印刷及出版，以及電視。

出香港文創產業，為業界拓展商機，並提升香港的國際地位；繼續在業界發掘合適及具潛質的項目，推動跨界別、跨文化藝術領域的內容應用，加強對業界在內容流通方面的支援；加強促進創造和生產文化知識產權，推動文化知識產權交易，並發掘更多商機和商業化機會，以提升經濟效益。「文創處」會繼續與本地文創產業業界保持緊密的夥伴關係，積極落實以產業導向推動文藝創意業界發展，為社會帶來經濟動力，增強香港文化軟實力，落實國家《十四五規劃綱要》下香港作為中外文化藝術交流中心的定位。

5. 為推動文創產業的發展，政府設立「電影發展基金」（「基金」）和「創意智優計劃」（「計劃」），以推動電影業和其他七個創意產業。政府迄今分別向「基金」和「計劃」共注資約 29 億元及 64 億元，資助由業界和相關持份者倡議及舉辦有利香港文創產業發展的計劃和活動。

6. 有關「文創處」及其改組前的「創意香港」主辦、協辦和資助的主要項目詳情，載於附件一。

「文創處」支援文創產業的工作

(I) 「創意智優計劃」

7. 「計劃」推動和促進香港創意產業發展的四大策略重點為

-
- (a) 培育人才及促進初創公司發展；
 - (b) 開拓市場；
 - (c) 推動更多跨界別、跨文化藝術領域的合作；及
 - (d) 營造創意氛圍。

截至 2024 年 6 月，「計劃」共批出 30.94 億元。有關四大策略的資助情況，以及「計劃」過去三年接獲和批准的申請數目及相關撥款額，載於附件二。

培育人才和促進初創公司發展

8. 2023 年 10 月 1 日至今，培育人才和促進初創公司發展的項目例子包括—

- (a) 「畢業生見習計劃」為相關學系的年輕畢業生提供數碼娛樂和數碼廣告業界的實習機會，包括為期一年的全職工作和在職培訓。計劃自 2011 年推出至 2024 年 6 月底，共取錄了 640 名見習生。在 2023 年，參與計劃的公司共為 68 名畢業生提供為期一年的全職工作及在職培訓；
- (b) 「動畫支援計劃」協助初創和小型公司製作原創創意動畫，並在「香港國際影視展」中展示作品。計劃自 2012 年推出至 2024 年 6 月底共招募 281 家公司，包括 2023 年 10 月至今招募的 30 家公司；
- (c) 「香港遊戲優化和推廣計劃」於 2019 年推出，提升企業於遊戲推廣及產品盈利的能力，至今已進行四屆，共提供培訓和資助予 48 家新晉遊戲公司，包括 2023 年 10 月至今招募的 12 家公司；
- (d) 「人工智能輔助動畫製作先導計劃」於 2023 年首度推出，篩選出六家本地創作公司利用人工智能輔助製作動畫短片，並為每家公司配對兩名實習生，為行業提拔有潛質的生力軍；亦資助 2024 年 6 月在法國「安錫國際動畫影展」設立「香港館」，向海外展現香港創作公司的實力，協助開拓海外市場；
- (e) 「《埋班作樂》—音樂創作及製作人才培育計劃」於 2019 年推出，第三屆計劃為 12 位作曲人、12 位作詞人及 12 位編曲人提供一系列的支援和培訓，並為他們配對合適的資深音樂監製和演唱單位，以及提供平台發佈原創歌曲；
- (f) 「想創你未來—初創作家出版資助計劃」資助從未出版、或於過去兩年內首次出版的本地初創作家出版和推廣新作。計劃自 2020 年推出，已舉辦三屆，支援合共 26 組初創作家。第三屆計劃已於 2024 年 7 月選出九組獲資助的初創作家，預計於 2025 年中或之前出版所有獲獎作品；
- (g) 「《港漫動力》：香港漫畫發展及推廣支援計劃」為本地漫畫企業及其漫畫家提供資助和專業指導，支援他們創作、出版和推廣原創漫畫作品。計劃自 2021 年推出至今，前後三屆共招募 47 家漫畫企業，包括 2023 年 10 月至今招募的 17 家漫畫企業；及

- (h) 培訓 15 名本地年輕設計師運用「AI 時裝設計智能系統」設計時裝，於 2024 年 7 月在倫敦舉行時裝表演，並將於 2025 年第一季在香港舉行時裝表演和展覽，展示項目成果。

開拓市場

9. 2023 年 10 月 1 日至今，開拓市場的項目例子包括—

- (a) 資助「香港建築師學會建築巡迴展」，繼在意大利威尼斯、馬來西亞吉隆坡及南京舉辦展覽後，於 2024 年 2 月在香港舉行回應展，展示香港建築界的卓越作品；
- (b) 資助 30 間本港數碼娛樂公司於 2024 年 5 月組團參加杭州「中國國際動漫節」，並設立「香港館」，為參與公司提供展示知識產權及創意作品的平台，協助它們開拓內地市場；
- (c) 資助印刷和出版公司參加 2023 年 10 月的德國法蘭克福書展、2024 年 4 月的意大利博洛尼亞兒童書展和 6 月的北京國際圖書博覽會，拓展內地及海外市場；
- (d) 資助業界舉辦「《飛躍繪本》—香港繪本插畫師國際書展推廣計劃」，支援八位新晉繪本插畫師參加 2024 年 4 月的博洛尼亞兒童書展和 6 月的北京國際圖書博覽會，以及相關的繪本或插畫比賽，讓他們擴闊國際視野，開拓商機。其中一位入選繪本插畫師在 2024 年「國際無字書大賽」² 中成功入選最後 16 強，是首次有香港繪本插畫師獲此殊榮；另一位入選繪本插畫師亦獲外國出版社邀請，為其繪本合作出版法文版本；
- (e) 資助業界在「世界 XR 產業博覽會歐洲」設立「香港館」，透過人工智能推廣香港文創產業，支援 20 家本地數碼娛樂相關公司將人工智能、擴增實景等科技應用在文創項目，包括遊戲、藝術科技、無人機表演等。此項同為發展一帶一路市場的重點項目；

² 有關大賽為博洛尼亞兒童書展其中一項重要比賽，2024 年共有來自 57 個國家 250 份參賽作品。

- (f) 資助業界舉辦「色·式·識：灣區出發，盡顯世界色彩」項目，將香港主導的印刷色彩控制方法（簡稱「CTV」）發展成為「灣區標準」，長遠目標是令 CTV 技術成為內地的主流印刷色彩控制方法，將其拓展至國際印刷業界使用；
- (g) 資助業界帶領香港時裝設計師參與 2024 年 2 月底至 3 月初的巴黎時裝周及 3 月的上海時裝周，開拓內地和海外市場；
- (h) 資助業界參與在 2024 年 1 月於法國巴黎舉行的 Maison&Objet 展覽，合共展出 13 名本地設計師的作品，展示香港的設計力量；及
- (i) 資助虛擬時裝企劃「FabriX」項目於 2024 年 3 月首度在亞洲舉行的潮流文化盛事 ComplexCon 香港 2024 舉行期間，透過擴增實境試衣間，展示 11 名來自香港、內地和海外設計師創作的虛擬時裝。

推動更多跨界別、跨文化藝術領域的合作

10. 2023 年 10 月 1 日至今，推動更多跨界別、跨文化藝術領域合作的項目包括—

- (a) 「香港初創數碼廣告企業 X 出版宣傳支援計劃」的資助暨啟導計劃，讓參與的數碼廣告初創企業為新晉作家宣傳著作。計劃於 2018 年推出，至今已舉辦六屆，共培育 69 家數碼廣告初創企業，以及宣傳 69 本新晉作家的著作，包括 2023 年 10 月至今培育 11 家初創企業，並為 11 名新晉作家的著作宣傳；及
- (b) 資助業界於 2024 年 7 月起在灣仔海濱長廊設立以體育為主題的漫畫公園，透過展示本地漫畫角色的塑像和具備體育元素的漫畫裝飾，向市民和遊客推廣本地漫畫和運動。

營造創意氛圍

11. 2023 年 10 月 1 日至今，營造創意氛圍的項目包括—

- (a) 資助業界在 2023 年 11 月至 12 月期間在「深水埗設計及時裝基地」（「基地」）舉辦時裝秀和展覽，展示來自香港

及其他粵港澳大灣區（「大灣區」）城市合共 30 位時裝設計師的作品；

- (b) 資助「香港流行文化節 2024」的開幕節目「天空草地」，在 2024 年 4 月舉辦音樂會，設立糅合電影場景與時裝設計的打卡廊和藝術攤位，推廣香港流行文化，並向公眾展示香港新一代歌手及時裝設計師的才華與創意；
- (c) 支持三間本地電視台與內地／亞洲團隊聯合製作綜藝電視節目，推動香港流行文化走出香港；及
- (d) 資助業界舉辦「2024 香港閱讀+」，包括 4 月 20 至 23 日舉行的焦點展覽、書展、分享會、工作坊，以及 4 月 23 日至 6 月 30 日舉行的 32 場閱讀活動巡禮，響應政府將每年 4 月 23 日定為「香港全民閱讀日」，推廣閱讀。

設計中心的工作報告

12. 自 2001 年成立以來，設計中心一直是政府推廣設計及相關文創產業的密切策略夥伴。設計中心透過各項旗艦項目及人才培訓計劃，積極推動香港不同設計範疇的發展。2023 年至今，設計中心成功舉辦五項旗艦項目³及推行兩項創業培育計劃⁴，當中以亞洲區規模最大的年度設計盛事「設計營商周」最為注目。在 2023 年年底舉行的「設計營商周 2023」盛況空前，峰會雲集各地創意領袖和業界精英，探討設計、創新及品牌趨勢，並錄得超過 120 萬人次參與及進行交流。「設計營商周 2024」將於今年 12 月舉行，邀請多位重量級講者，為全球觀眾帶來超過 40 場的論壇和主題演講。

13. 此外，「基地」即將於今年 12 月正式營運。繼去年在「基地」成功舉辦首個「大灣區創意之夜」，設計中心於 12 月將舉行「大灣區創意雙周」，透過創新設計項目促進香港與大灣區之間的合作。

14. 設計中心於 2023 年 10 月 1 日至今的工作詳情載於附件三。

³ 包括「設計營商周」、「DFA 設計獎」、「設計智識周」、「香港青年設計才俊培育計劃」及「Fashion Asia Hong Kong」。

⁴ 包括「設計創業培育計劃」及「時裝創業培育計劃」。

「創意智優計劃」成效評估

15. 自「計劃」在 2009 年開展以來，香港文創產業的發展有實質的增長。截至 2024 年 6 月底，「計劃」創造了 33 110 個職位，並接受超過 48 700 份建立業務聯繫的要求和查詢。總括而言，「計劃」令 22 450 家中小企受惠，並提供逾 90 700 個培育機會。

16. 此外，「計劃」資助項目參加者的意見回饋反映 98% 的參加者對活動的整體評級為「優良」、「非常滿意」和「滿意」。就參加者出席資助活動的幫助程度而言，超過 80% 認為活動有助發掘新商機、拓展聯繫網絡，加深了解業界在全球市場上的定位等。主要績效指標及參加者滿意程度載於附件四。

(II) 推動電影業進一步發展

17. 香港的電影業在世界上有其獨特地位和影響力，是香港重要的軟實力。「基金」一直循四大方向，包括人才培訓、提升港產片製作、拓展市場，以及拓展觀眾群，支援香港電影業發展。截至 2024 年 6 月，「文創處」先後共動用「基金」約 11.7 億元，支援多個電影製作及其他電影相關計劃。在獲資助的 100 多部電影中，起用了超過 100 位新進導演和監製，有關電影亦獲得超過 180 個本地及國際獎項。「基金」過去三年接獲和批准的申請數目及所承擔的撥款額載於附件五。

18. 2023 年 10 月 1 日至今，「基金」按上述四大方向的工作載列如下—

人才培訓

19. 「薪火相傳計劃」於 2020 年 7 月推出，以師徒傳承理念，邀請具資歷的導演出任監製，與新進導演共同製作本地電影，藉此鼓勵導演提攜後輩，薪火相傳，以及增加優質港產片的製作量。參與的具資歷的導演包括爾冬陞、陳可辛、陳嘉上、張婉婷、陳果、關錦鵬、林超賢、葉偉信和張艾嘉。每部電影資助額約 900 萬元。其中一個團隊已完成拍攝工作，另外兩個團隊將於 2025 年展開拍攝工作，其餘六個團隊正在籌備劇本。

20. 「基金」下的「首部劇情電影計劃」自 2013 年推出以來成功發掘不少新進電影人才及製作多部高質素的本地電影，贏得口碑及票房，深受業界歡迎，並於多個本地和境外國際影展／電影節獲取佳績。有見及此，政府積極優化「首部劇情電影計劃」，由 2019 年舉辦的第六屆起，每年獲獎名額總數由三名增至最多六名，而每隊可獲得的資助金額大幅增加約 50%。第八屆計劃於 2023 年 9 月截止申請，申請反應踴躍，共收到 76 份申請，比第七屆的 51 份申請增加接近五成，申請數目為計劃推出以來最高。計劃的評審工作已進入最後階段，我們會於 11 月內公佈結果。

21. 我們會繼續支持為不同電影製作及後期製作人員（例如：導演、副導演、監製、製片、編劇、攝影、美術及服裝指導、電影音樂、燈光、配音、剪接、設計視覺特效、電影復修、混音、調色、特技拍攝、道具置景、電影梳化、動作特效）提供本地及海外培訓課程，為不同的電影製作崗位提供人才，從而提高電影質素。我們亦加強與內地在電影人才培訓上的合作，例如透過「基金」資助電影業界舉辦境外訓練計劃，於 2023 年 10 月派出兩名電影專才前往北京參與聲效的短期實習。

22. 為了培育開發串流平台作品的跨影視創作團隊，通過創作優質的串流平台作品，促進電影行業進入新的發行市場，「基金」於 2023 年推出「串流平台內容開發計劃」，以分階段比賽形式邀請參賽團隊開發串流平台劇集內容。計劃已於 2023 年 6 月截止報名，共收到超過 50 份合資格申請。計劃分為三階段，第一階段已於 2024 年 2 月完成，並選出十個入圍計劃，每個入圍團隊可獲 60 至 120 萬元劇本開發費，開發影集的完整劇本。我們於 2024 年 6 至 8 月期間舉行劇本創作研習班，邀請海外串流平台內容開發顧問與每支入圍團隊作一對一的交流。進入第二階段的十個入圍計劃已呈交完整劇本及製作計劃書，評審將從中選出四個優勝計劃進入第三階段，每個可獲 450 萬元製作及完成影集的試拍集。評審工作正在進行中。

23. 為提升香港影視人才在串流平台上內容開發及提案技巧，我們亦於 2024 年 7 月 3 至 4 日舉行為期兩天的串流平台內容開發工作坊，由多位國際的串流平台編劇和專家主講，包括美國《繼承之戰》(Succession) 獲獎編劇 Susan Stanton、韓國《屍殺半島》(Peninsula) 編劇柳勇在及內地《延禧攻略》製作人于正等。本地從業員透過與講者及其他嘉賓的交流，增加對境外合作開發串流平台項目的認識。

提升港產片製作

24. 「電影製作融資計劃」是「基金」最悠久並受電影業關注的項目。我們於 2020 年 5 月優化「電影製作融資計劃」，將製作預算上限資格由 2,500 萬元提升至 6,000 萬元，並將政府融資金額上限由 600 萬元提高至 900 萬元，鼓勵香港電影製作及提高產量。「電影製作融資計劃」從推出至今已資助 44 個電影項目。

25. 因 2019 新型冠狀病毒病對香港電影業帶來的異常挑戰，我們在 2020 年 7 月中推出「電影製作融資計劃—放寬措施」(「放寬措施」)，以在短期內增加本地電影製作，紓緩電影從業員的困境。在「放寬措施」下，政府提高了實際融資額，並提早發放融資，而投資者亦可優先收回一半投資。措施從 2020 年推行至今，共資助 19 個電影項目，不但推動本地電影製作題材多樣化發展，亦為本地電影業界，尤其是年輕新進人才，帶來發展空間。獲資助項目創造的工作機會、首次執導的導演及首次負責製作的監製數目載於附件六。

26. 「放寬措施」自推出以來，廣受業界歡迎。為回應業界的正面反應，原定為六個月的申請期限已先後多次延長。「放寬措施」的截止申請日期為 2025 年 1 月 14 日，政府將會總結「放寬措施」的推行經驗，積極考慮不同方面的優化措施，預計於「放寬措施」結束前公佈檢討結果。

27. 為響應香港在國家《十四五規劃綱要》下肩負起中外文化藝術交流中心的角色，「基金」於 2023 年推出「亞洲文化交流電影製作資助計劃」，資助亞洲國家電影人合作拍攝的電影計劃，製作富香港和亞洲文化特色的電影，同時讓香港電影「走出去」。參與計劃的電影製作團隊，其三個主創崗位，包括監製、導演和編劇，須包括最少一名香港和一名亞洲國家電影從業員。獲批的電影計劃將會獲資助最多 900 萬元。計劃已於 2023 年 6 月底截止報名，共收到 24 份合資格申請。兩個獲批項目已於 2024 年 5 月在法國康城電影節期間公佈。

28. 我們於 2024 年將原有的「亞洲文化交流電影製作資助計劃」進一步擴展為「歐亞文化交流電影製作資助計劃」(「歐亞計劃」)，資助起用歐洲和亞洲國家電影人合作拍攝的電影計劃，製作出富香港與歐亞文化的電影，同時讓香港電影更容易打入境外

市場。每部合資格電影的資助額上限為最多 900 萬元。「歐亞計劃」於 2024 年 6 月 28 日至 11 月 22 日接受申請，預計於 2025 年第一季公佈結果。

29. 我們亦透過「基金」推出「開拓內地電影市場資助計劃」，支持香港電影公司和內地文化企業投資和推動香港導演的製作，增加香港電影進入內地電影市場的機會，同時培育更多能打進內地電影市場的香港導演。計劃涵蓋電影製作預算在 2,500 萬元至 1.5 億元的電影，獲批電影計劃可劃一獲 1,000 萬元的政府融資，希望能藉此帶動更多私人投資，製作更多能進入內地電影市場並取得成績的香港電影。計劃已於 2024 年 5 月 6 日開始全年接受申請。

拓展市場

30. 我們透過境外重點影展推廣計劃，支援香港電影在境外進行宣傳活動，促進香港電影市場的發展，包括舉辦內地及海外考察團，率領香港新進導演及業界代表參加當地的電影節／影展，例如北京國際電影節、法國康城影展、意大利威尼斯影展、加拿大多倫多國際電影節及韓國釜山國際電影節。我們在這些影展期間舉辦多個不同類型的活動，包括關於合拍及製作的座談會及專題討論、許鞍華大師班、香港電影展映及市場放映會、人脈拓展活動例如「香港之夜」、設置「香港館」協助香港電影公司向世界各地展銷最新的香港電影，吸引超過七千名電影業界人士及愛好者參與。香港的電影業代表透過參與這些電影節與海外同業交流及商討合作的可能性。其中在 2024 年 5 月康城影展期間，文化體育及旅遊局與法國國家電影與動畫中心簽訂影視合作諒解備忘錄，以加強雙方在影視藝術文化領域的交流和合作。

31. 我們會繼續聯同政府駐內地及海外的經濟貿易辦事處及香港國際電影節協會，通過舉行或參與當地電影節和舉辦其他宣傳推廣活動(例如訪問團)，鼓勵電影業拓展境外市場，在內地和境外市場加強宣傳「香港電影」品牌。「文創處」亦會繼續在五個城市⁵ 舉辦「光影浪潮—香港電影新動力」電影巡迴展及電影相關相片展，邀請出席的導演及演員與觀眾見面。此外，亞洲電影大獎學院也透過「基金」資助，在新加坡、泰國及印尼舉辦「一帶一路」香港電影巡禮及相關電影活動，以及在阿拉伯聯合酋長

⁵ 加拿大滿地可、墨西哥蒙特雷、愛爾蘭都柏林、日本東京和意大利烏甸尼。

國、日本及以色列舉辦「亞洲電影巡迴放映」。「基金」亦資助了 16 個電影節／城市的放映活動，並會繼續資助不同海外經濟貿易辦事處贊助在當地的電影節／城市放映。

32. 我們會繼續為不同年度旗艦盛事預留資助，包括為投資者和製作人提供融資平台的「香港影視娛樂博覽」，協助香港電影人取得內地和國際資金。

拓展觀眾群

33. 擴闊本地觀眾群及培養年輕人觀影習慣，對支持香港電影業的長遠發展極為重要。拓展觀眾群的措施包括透過「基金」資助—

- (a) 香港戲院商會有限公司分別於 2024 年 4 月 21 日舉辦「全港戲院日 2024」及 10 月 1 日舉辦「10.1 半價睇好戲」。市民可以優惠票價到戲院觀賞任何格式及種類的電影，前者有超過 20 萬人次入場觀賞電影，後者則超過 18.9 萬人次，兩者都打破多年來同日的入場人數紀錄。有關活動能鼓勵更多市民入場觀賞電影，培養公眾到戲院的興趣，拓展觀眾群；
- (b) 香港影藝聯盟繼續在 2023 年推出「愛生命電影節」，在北區大會堂舉辦社區放映及不同地區的戲院舉辦學生專場，電影節共舉行 130 場放映活動及映後座談會，提升觀眾，尤其是學生和年青人對欣賞電影的興趣及電影文化修養。2024 年「愛生命電影節」計劃共舉行 180 場放映及映後座談活動；及
- (c) 香港盲人輔導會的《瞳聲同戲》香港電影口述影像服務發展計劃 2023-2025，為香港電影錄製口述影像聲道、舉行口述影像電影欣賞會及派發換票證，讓視障人士欣賞香港電影，拓展觀眾群。

34. 電影發展局會繼續研究措施，培養社會大眾到戲院觀賞電影的興趣，以及鼓勵更多戲院播放港產片，支持香港電影業的長遠發展。

(III) 粵港澳大灣區發展及一帶一路倡議

35. 大灣區發展及一帶一路倡議為香港文創產業帶來新機遇。為協助文創業界把握機遇，「文創處」組織和支援多項活動，推動業界拓展市場，加強合作。

大灣區發展

36. 2023 年 10 月 1 日至今，發展大灣區市場的重點項目包括

-
- (a) 與廣東省電影局和澳門文化局在 2024 年再度合作舉辦「第三屆粵港澳大灣區電影創作投資交流會：劇透行動—電影劇本深化計劃」，進一步深化大灣區的電影文化交流，培育粵港澳電影創作人才；
- (b) 於 2023 年 11 月在深圳舉行「深港共讀 同閱未來」系列活動，作為香港首次參與「深圳讀書月」的項目，舉行「想創你未來—初創作家出版資助計劃作品展」、「香港出版雙年獎和深圳年度十大好書聯展」，以及香港作家與深圳文化人對談等活動；
- (c) 資助出版業界於 2023 年 11 月至 2024 年 3 月期間在深圳、澳門及廣州舉辦第四屆香港出版雙年獎得獎作品之粵港澳大灣區巡展；
- (d) 資助香港新晉角色設計師及新晉知識產權持有人於 2024 年 1 月參加廣州及佛山考察團，與當地玩具／授權產品廠商、初創公司及培育中心交流；
- (e) 資助本地電視台與內地(包括廣東省)電視台聯合製作綜藝電視節目，首個與廣東廣視國際文化傳播有限公司聯合製作的綜藝電視節目於 2024 年 2 月在大灣區、馬來西亞及加拿大播出；
- (f) 資助電影業界於 2024 年 4 月在澳門舉辦國際電影創作營，邀請多位資深電影人擔任導師，為來自香港、澳門、內地和亞洲各地的年輕電影人提供個別指導，並分享有關電影製作的專業知識；

- (g) 資助設計業界於 2024 年 4 月至 6 月在廣州、深圳及珠海舉辦時裝表演、時尚音樂夜和展覽，促進大灣區時裝設計業界交流；及
- (h) 於 2024 年 5 月在中國(深圳)國際文化產業博覽交易會設立「香港館」，展出本地設計師及品牌作品，推廣香港文創產業。

一帶一路倡議

37. 2023 年 10 月 1 日至今，發展一帶一路市場的重點項目包括—

- (a) 資助時裝設計界於 2023 年 10 至 11 月在泰國曼谷舉行大型時裝展，以及結合實體與虛擬的時裝匯演，作為「香港周 2023@曼谷」的節目之一；
- (b) 資助數碼娛樂業界於 2023 年 12 月在馬來西亞「Comic Fiesta」設立「香港館」，展出本地初創漫畫公司的作品，並組織考察團與當地業界交流；
- (c) 資助設計業界於 2024 年 1 月至 2 月在泰國曼谷設計周，展出香港設計師與當地品牌合作設計的創新產品；
- (d) 資助潮玩業界於 2024 年 4 月在「泰國玩具展」設立「香港館」，協助香港原創藝術玩具(又稱「潮玩」)設計師開拓市場；
- (e) 資助電影業界舉辦「一帶一路香港電影巡禮」，於 2023 年 10 月至 2024 年 6 月在泰國及印尼舉辦香港電影巡迴放映，推廣香港電影並開拓境外市場；及
- (f) 於 2024 年 4 月至 6 月到訪一帶一路沿線國家，包括泰國和越南，推廣「香港時裝設計周」，並邀請當地時裝設計師及相關行業人士參與及支持活動；同時向當地電視行業人士宣傳「文創處」就支持香港電視台與亞洲電視台聯合製作綜藝節目提供資助的計劃。

未來工作計劃

38. 本屆政府銳意推動文創產業發展，先後推出多項政策，進一步鞏固香港作為中外文化藝術交流中心的地位。於 2024 年 6 月改組的「文創處」發揮更主動和積極的角色，以產業導向為原則，推動創意業界產業化發展。每年會推動最少 60 個前往海外和內地的業界考察團、展覽及展演活動。

39. 為落實產業化的工作，「文創處」成立了新的專組，負責不同範疇的工作，並吸納具有相關工作經驗的文創業界和商業運作知識的人士加入「文創處」，為各項新工作提供支援，包括—

- (a) 主動為相關業界在香港以外物色機會(例如各式藝術節或業界展演機會、演出場地)，積極帶領業界組團到世界各地展演，向外輸出香港文創產業，為業界開拓商機，並藉此提升香港的國際地位。例如，自「文創處」成立至今，我們已推動約 25 個業界考察團、海外展覽及展演活動，協助香港文創產業在內地及海外市場進行商業洽談及展演；
- (b) 推動跨界別、跨文化藝術領域的內容應用，並且制定宣傳策略，透過不同媒體推廣項目，為文創機構拓展市場和商業化機會；
- (c) 加強支援和推進創造和生產文化知識產權，推動文化知識產權交易，並發掘更多商機和商業化機會，以提升經濟效益；及
- (d) 就香港及香港以外文創產業課題，包括香港文創產業現狀、市場動向及趨勢、人力資源需求等作深入研究及發佈行業消息。

推展《2024 年施政報告》提出的措施

40. 《2024 年施政報告》提出，「文創處」會繼續透過產業導向推動業界發展，包括—

- (a) 透過「計劃」資助和培育更多具產業化潛力的文創項目，加強跨界別合作和引進市場資源；

- (b) 推動更多香港內外文創產品加入「亞洲知識產權交易平台」，促進跨界別交流合作和商業配對，推進文化知識產權交易和轉化；
- (c) 推動香港設計產業積極發揮平台角色，成為中外設計產業鏈的重要節點；
- (d) 把全新旗艦「香港時裝設計周」發展為年度盛事，打造香港成為亞洲時裝設計中心；
- (e) 重組設計中心架構和職能，協助設計業中小企提升產品和品牌設計服務，加強與初創企業和在港內地企業的合作對接；及
- (f) 通過「基金」資助電影業界製作弘揚中華文化的電影，向觀眾展示中華文化的優秀傳統。

透過「計劃」資助和培育具產業化潛力文創項目

41. 「文創處」會繼續透過「計劃」為電影以外的七大創意產業提供資助，以培育更多具產業化潛力的文創項目，推展以下工作—

- (a) 支持文創業界培育更多具產業化潛力項目，提供資助予文創業界參與內地和海外商業展演及展覽，並組織業界考察團到內地和海外以開拓商機。例如資助業界在 2025 年 1 月於「巴黎時尚家居設計展」(Maison&Objet) 和 4 月於米蘭設計周，展示香港設計師的作品；以及帶領本地設計師參與內地的設計周和設計活動；
- (b) 促進跨界別、跨文化藝術領域的合作項目，令文創產業更多樣化，增添新動能。例如資助新晉／小型廣告製作公司及歌手／音樂組合合作推出音樂微電影；及
- (c) 資助具產業化潛力的文創項目創立或擴張業務，引進市場資源，為文創產業帶來更廣闊的發展空間。例如為有潛質的香港插畫師提供資助和專業指導，協助他們出版繪本，並在香港、內地和海外書展推廣出版作品，擴大香港出版繪本的市場，並為香港出版商開拓更多商機；以及資助潮

玩、漫畫、音樂等創意業界合作，並推出聯乘產品，藉以引進市場資源，拓展商機。

加強對外推廣和推進文化知識產權項目

42. 香港貿易發展局(貿發局)一直是政府推廣文創產業的策略夥伴。貿發局透過其廣泛的聯繫網絡和推廣平台，協助本地文創業界拓展市場。「文創處」會繼續與貿發局緊密合作，研究舉辦有利於推動香港文創產業發展的旗艦項目，包括「CENTRESTAGE」(香港國際時尚匯展)、「DesignInspire 線上線下推廣活動」、在香港書展中推廣文化藝術等。

43. 「文創處」會繼續支持貿發局優化「亞洲知識產權交易平台」，並加入更多市場交易元素，包括增加商務配對活動、提供更多知識產權貿易的市場資訊和專業服務配套，促進跨界別(例如創意角色與網絡漫畫／手機遊戲)的合作項目，加強支援本地原創作品打入內地及國際市場。「文創處」亦會與貿發局合作舉辦活動，推動文化知識產權交易和轉化，為業界開拓商機。

44. 「文創處」於2024年6月與內地三個重量級文創品牌簽署合作備忘錄⁶，協助香港文創設計人才創作更多兼具中華文化及香港特色的文創產品。我們會推動更多香港和海內外文創產品加入「亞洲知識產權交易平台」，促進跨界別交流合作和商業配對，推進文化知識產權交易和轉化，開拓商機。

45. 另外，「文創處」會積極與文創業界保持溝通，了解業界需要，以制定更具針對性的支援措施，配合業界的需要。我們會繼續推動及資助文創業界舉辦不同項目，在各個界別發掘合適和具潛質的項目，並且制定宣傳策略，透過不同媒體推廣項目，為文創機構拓展市場和商業化機會，推進創造本地文化知識產權。

推動香港設計產業發揮平台角色

46. 「文創處」將會善用香港中西文化薈萃的優勢，積極把國際設計品牌「引進來」，同時帶動香港設計產業「走出去」，促進

⁶ 「文創處」於2024年6月與內地三個重量級文創品牌簽署了合作備忘錄，包括：與國博(北京)文化發展產業有限公司就「國博衍藝」、與廣州鈦鍊數科文化旅遊有限公司就「故宮文創香港空間」，以及與長城文創(北京)文化有限公司就「長城文創」簽署合作備忘錄。

香港、內地和海外設計產業的互動和發展，發揮香港的平台角色，推動香港成為中外設計產業鏈的重要節點，從而促進香港、內地和海外設計產業的互動和發展。

舉辦「香港時裝薈」

47. 《2023 年施政報告》提出由 2024 年起每年舉辦「香港時裝設計周」（「時裝周」），匯集不同時裝盛事，推廣香港時裝及紡織設計品牌發展及文創盛事化。「文創處」在過去一年，積極與時裝設計、服裝業界和其他相關持份者持續溝通及討論，並進行了一系列前期活動。例如，「文創處」於 2024 年 4 月與東方國際(集團)有限公司簽署合作協議，與「上海時裝周」建立戰略夥伴關係。「文創處」亦於 2024 年 4 月至 9 月率團到訪意大利米蘭、法國巴黎和一帶一路沿線國家推廣「時裝周」，邀請當地時裝設計師及業界參與及支持活動。今年 9 月，我們邀請了紡織業和商界的相關持份者參與簡報會，向他們介紹「時裝周」的內容和最新發展，爭取業界的支，並落實活動細節。

48. 「時裝周」將以「香港時裝薈」作為品牌。首屆「香港時裝薈」的主要活動定於 2024 年 11 月 20 日至 12 月 4 日⁷ 在香港多個地點舉行，匯集不同活動，包括—

項目 (每個項目下有不同 類型的活動)	舉辦機構	日期
時尚聯盟 - 引領工裝美學	香港知專設計學院	11 月 20 日 – 27 日
流行紋化 - 賦活中國古典 紋化，迎接現代設計	香港知專設計學院	11 月 28 日 – 12 月 29 日
時尚高峰（香港）	製衣業訓練局	11 月 1 日 – 30 日
VIRTUOSE：高級訂製服的 藝術	香港時裝 設計師協會	11 月 25 日 – 12 月 4 日

⁷ 個別展覽及快閃市集會延伸至 12 月底舉行，包括 Celebrating 30 years of Shanghai Tang 舉行至 12 月 15 日，流行紋化展覽和快閃市集舉行至 12 月 29 日。

Celebrating 30 years of Shanghai Tang	PMQ 元創方	11 月 26 日 – 12 月 15 日
VOGUE Loves Hong Kong Celebration	香港時裝協會	11 月 28 日
Fashion Asia 2024	設計中心	11 月 29 日 – 12 月 1 日

49. 第一屆「香港時裝薈」從高層次探討和推動行業可持續時尚業務發展的高峰會和論壇、展示本地和海外設計師的高級訂製服裝、工裝、晚裝和其他類型服裝的時裝表演和展覽、展現結合中國傳統工藝和時裝設計技術的作品和市集、本地知名品牌發展歷史、亞洲區得獎時裝設計師作品展，以及展現跨藝術領域合作的晚會等。除了將不同時裝設計活動集合舉行，「香港時裝薈」亦引入嶄新元素和周邊活動，吸引香港、內地和海外具份量的時裝品牌及業界人士參與。

50. 「香港時裝薈」將會展示香港在時裝設計和服裝行業的軟實力，並為本地和國際時裝設計師及品牌建立平台，加強與香港和海內外的各時裝設計行業對接，推動香港時裝設計產業的發展。作為全新旗艦品牌，我們會透過協調宣傳和活動內容提升協同效應，預計「香港時裝薈」將吸引來自超過15個國家或地區、約150 000名時裝設計業代表和公眾參與。我們會把「香港時裝薈」發展為年度盛事，推動時裝設計產業發展，提升本地時裝設計在國際間的知名度，同時打造香港成為亞洲時裝設計中心。

設計中心的未來發展

51. 為更好支援中小企，《2024 年施政報告》提出重組設計中心架構，加強及擴展職能，更有效配合政府推動文創業界產業化發展。「文創處」正積極進行有關檢討和重組工作。

52. 重組後的設計中心將重點協助設計業中小企提升產品和品牌設計服務，加強本地設計師、初創企業和在港內地企業的合作對接。此外，設計中心將增加對外的交流活動，包括帶領業界，特別是中小企，到外地及國內參與展覽及交流⁸，帶動香港設計

⁸ 例如「巴黎時尚家居設計展」(Maison&Objet)、「米蘭國際家具展」(Salone de mobile)、「上海時裝周」、「中國國際動漫展」、「杭州文博會」等。

產業「走出去」，開拓更多商機。設計中心亦會積極推動香港與外國機構協作，將外國品牌引入香港⁹，從而促進香港設計產業的國際化發展。

53. 至於現行各項旗艦項目及創業培訓計劃，我們亦會建議設計中心作出適當調整，並引入新元素，進一步提升活動成效。

54. 隨著「基地」於今年年底開始營運，並作為設計中心的新總部，設計中心將擔當推動設計和時裝業界發展的重要角色。政府會繼續透過「計劃」的專項資助，資助設計中心推行現行的各項活動、營運「基地」和籌辦相關活動，以及推展重組後加強的服務及項目。政府在 2024 年向「計劃」注資的 29 億元中，我們已預留合共約 9.3 億元，供設計中心於 2024-25 年度至 2028-29 年度舉辦五項旗艦項目和推行兩項創業培育計劃，及作為「基地」的運作和籌辦活動費用¹⁰。我們會與設計中心保持緊密聯繫，並因應實際需要和日後的檢討結果，適當調配預留的款項以資助設計中心推行重組後的服務及項目。

製作弘揚中華文化電影

55. 電影作為一種跨越國界的藝術形式，有著廣泛的影響力，可以促進文化交流和理解。考慮到中華文化擁有悠久的歷史和深厚的內涵，以及香港的獨特文化背景，剛於 10 月發表的《施政報告》宣佈政府會透過「基金」推出一個新的資助計劃，資助電影業界製作富有中華文化特色的電影，通過電影的力量，加強宣揚中華文化，向全球觀眾展示中華文化的優秀傳統，推廣中華文化的魅力和多樣性。計劃目標在 2025 年開始接受申請。

以更優惠待遇開拓內地市場

56. 特區政府在 2024 年 10 月 9 日簽署的《〈內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排〉服務貿易協議》的第二份修訂協議

⁹ 例如法國的「巴黎時尚家居設計展」(Maison&Objet)、意大利的「米蘭國際家具展」(Salone de mobile) 等。

¹⁰ 費用包括向市區重建局支付租金及基本物業管理費用、政府差餉及地租及水電費用、舉辦業界與設計師的商業配對活動、社區活動、「基地」內不同設計領域的專題展覽及展覽的其他附帶特別活動、和與上述活動相關的人力資源、宣傳和推廣費用，以及其他間接費用。

(《修訂協議二》)進一步放寬香港電影¹¹、電視¹²，及廣告服務¹³行業有關進入內地市場發展的要求和限制，為相關界別提供更大彈性和發展機遇。《修訂協議二》會於2025年3月1日起實施。「文創處」會與內地相關部門就執行細節溝通，以確保政策順利實施。

諮詢意見

57. 請委員備悉文件內容並發表意見。

文化體育及旅遊局
2024年11月

¹¹ 香港服務提供者可在內地直接投資／成立電影製作公司，便利其參與內地包括純國產電影的製作，不再限於合拍片，亦能更精準全面地把控製作資源、製作流程／週期等，為香港服務提供者進入內地電影市場提供更大的彈性和發展機遇。此外，在最新的安排下，香港服務提供者亦可在內地設立發行公司，直接在內地發行香港電影，實行「港產港發」，讓更熟悉香港電影的香港服務提供者執行發行工作，為香港電影業界在內地發展提供更堅實的支持，增加香港電影在內地的曝光率。

¹² 措施取消香港人士參與網絡電視劇主創人員數量的限制，及放寬合拍電視劇立項限制，有助提高製作合拍電視劇的彈性，進一步推動兩地電視業的合作。合拍電視劇經過內地省級廣播電視行政部門審查通過後，就可視為國產電視劇播出和發行，毋須再經國家廣播電視總局審批，可減省電視劇的審批時間。此外，香港製作的引進劇經國家廣播電視總局批准後，可在內地電視台的黃金時段播出。放寬播放的限制可令香港電視劇、電視節目獲得更好的曝光率，接觸更多內地觀眾，為香港電視劇進入內地市場提供更大的發展空間，推動兩地文化的深度融合。

¹³ 措施包括允許香港服務提供者以跨境交付方式提供廣告服務，以及在香港服務提供者進入內地開拓網上媒介代理業務時提供更優惠待遇。這些措施放寬廣告服務行業業務範圍限制，便利香港服務提供者進一步發展內地市場，鼓勵香港和內地廣告機構之間的合作，促進知識交流和企業合資，積極拓展內地業務。

文創產業發展處及其改組前的創意香港
主辦、協辦和資助的八大創意產業的
主要項目
(2023年10月1日至今)

廣告	
(1)	<p>第六屆香港數碼廣告業新畢業生支援計劃</p> <p>計劃協助培育數碼廣告行業的人才。在2023年，參與計劃的廣告公司共為41名畢業生提供為期一年的全職工作及在職培訓。</p> 
建築	
(2)	<p>2023/24香港建築師學會巡迴建築展覽香港站</p> <p>繼在意大利威尼斯「第十八屆威尼斯國際建築雙年展」、馬來西亞吉隆坡及南京舉辦展覽後，在香港舉辦回應展，展示香港建築界的卓越作品。</p> 
設計	
(3)	<p>推廣運用人工智能設計時裝</p> <p>培訓15名本地年輕設計師運用人工智能「AI時裝設計智能系統」設計時裝，以時裝表演和展覽形式展示項目成果。</p> 

(4)	<p>「FabriX」項目推廣虛擬時尚 於2024年3月在ComplexCon 香港 2024舉行期間，透過擴增實境試衣間，展示11名來自香港、內地和海外設計師創作的虛擬時裝。</p>	
(5)	<p>Maison&Objet巴黎展會展示香港設計 在2024年1月於巴黎舉行的Maison&Objet展覽，展示13名本地設計師的作品。</p>	
(6)	<p>大灣區：時尚融合2024 在廣州、深圳和珠海舉辦時裝表演、展覽和時尚音樂夜，推廣來自香港及大灣區其他內地城市的設計師品牌。</p>	
<h3>數碼娛樂</h3>		
(7)	<p>第五屆香港數碼娛樂業新畢業生支援計劃 該計劃為數碼娛樂業培養人才。在2023年，參與計劃的數碼娛樂公司共為27名畢業生提供為期一年的全職工作及在職培訓。</p>	

(8)	<p>人工智能輔助動畫製作先導計劃</p> <p>計劃於2023年首度推出，資助六家公司利用人工智能輔助製作15至20分鐘動畫短片，並為每家公司配對兩名實習生。該計劃協助入選公司利用人工智能創作動畫內容，充分挖掘人工智能應用在動畫領域的潛力。參展企業亦參加了2024年法國安錫國際動畫影展，開拓海外市場。</p>	
(9)	<p>在「世界XR產業博覽會歐洲」設立「香港館」</p> <p>透過人工智能推廣香港文創產業，支援20家本地公司透過利用人工智能、擴增實景等科技應用在文創項目，提升香港文創產業在國際市場的軟實力。</p>	
(10)	<p>第三屆《港漫動力》：香港漫畫發展及推廣支援計劃</p> <p>計劃為17間本地漫畫企業及其漫畫家提供資助和專業指導，支援他們創作、出版及推廣其原創漫畫作品。</p>	
(11)	<p>中國國際動漫節</p> <p>資助30間本地數碼娛樂公司組團參加杭州「中國國際動漫節」的展覽，推廣香港動漫、遊戲、潮玩及相關產業。</p>	

音樂	
(12)	<p>《埋班作樂》—音樂創作及製作人才培育計劃</p> <p>舉辦師友培訓計劃以培育12位作曲人、12位作詞人及12位編曲人，推動香港本地音樂創作。</p>
	
印刷及出版	
(13)	<p>參與國際書展</p> <p>資助香港印刷及出版業於2023年10月在德國法蘭克福書展、2024年4月在博洛尼亞兒童書展，以及2024年6月在北京國際圖書博覽會期間設立香港館。參展商獲增加曝光、拓展營商網絡，並與潛在買家及讀者建立直接聯繫。</p>
(14)	<p>香港繪本插畫師及漫畫家：國際書展推廣及支援計劃</p> <p>該計劃資助香港繪本插畫師參與內地及海外國際插畫／繪本比賽，帶領他們出席意大利博洛尼亞兒童書展及北京國際圖書博覽會，與來自世界各地的出版商洽談合作，拓展市場。</p>
(15)	<p>「2024香港閱讀+」</p> <p>響應2024年4月23日首個「香港全民閱讀日」，在沙田新城市廣場舉辦嘉年華，包括焦點展覽、作家講座和親子工作坊，以及在社區舉辦的閱讀活動巡禮，營造閱讀氛圍及培養市民閱讀習慣。</p>

<p>(16)</p>	<p>「深港共讀 同閱未來」</p> <p>在深圳舉行三場深港文化對談和兩場書展，作為香港首次參與深圳讀書月的活動，推動深港共讀雙城，向內地讀者介紹香港作品及作家。</p>	
<p>電影</p>		
<p>(17)</p>	<p>第四十二屆香港電影金像獎</p> <p>頒發了21個獎項，表揚有傑出表現及對香港電影有重要貢獻的電影工作者，鼓勵業內人士製作優質電影和提高香港電影質素，從而推動香港電影業的發展。</p>	
<p>(18)</p>	<p>第48屆香港國際電影節</p> <p>於2024年3至4月舉行，共舉辦326場實體放映，整體入座率近八成。</p>	
<p>(19)</p>	<p>第二十二屆香港亞洲電影投資會</p> <p>為亞洲區重要的電影融資平台，為期三日的投資會吸引了超過800名來自超過30個國家及地區的國際投資者、製片人、發行商及買家參與，並為47項入圍的電影計劃安排了1 150個商務會議。</p>	

(20)	<p>香港周@曼谷</p> <p>在2023年10月22日至11月11日於泰國曼谷舉辦「新導展暨電影巡禮」。是次活動除了電影場景展覽外，更放映了七部香港電影。</p>	
(21)	<p>與國際電影機構簽署合作諒解備忘錄</p> <p>文化體育及旅遊局於2024年5月與法國國家電影及動畫中心(CNC)在康城影展簽署影視合作諒解備忘錄，與國際電影界建立新的聯繫，推動香港電影業的發展。</p>	
(22)	<p>率領考察團出席國際著名電影節</p> <p>率領香港新進導演及業界代表參加法國康城影展、威尼斯電影節、柏林國際影展、北京國際電影節及上海國際電影節等，就不同議題與海外電影業界作深入交流。</p>	
(23)	<p>光影浪潮 · 香港電影新動力2024</p> <p>在七個海外城市推出巡迴影展，推廣香港新晉導演的作品及昔日經典電影的復修版，並邀請相關的導演或演員出席，與當地觀眾交流。</p>	

(24)	<p>「一帶一路」香港電影巡禮</p> <p>資助業界於一帶一路相關國家包括泰國、新加坡、馬來西亞、印尼、柬埔寨和亞聯酋杜拜舉辦香港電影巡迴放映，藉此對外推廣香港電影，拓展境外市場。</p>	
跨界別		
(25)	<p>第六屆「香港初創數碼廣告企業X出版宣傳支援計劃」</p> <p>舉辦資助暨啟導計劃，培育11家數碼廣告初創企業為11名新晉作家的著作宣傳。</p>	
(26)	<p>在灣仔海濱長廊建立漫畫公園推廣香港漫畫業和運動</p> <p>透過展示本地漫畫角色的塑像及具備體育元素的漫畫裝飾，向市民和遊客推廣本地漫畫和運動。</p>	

附件二

「創意智優計劃」 批准項目數目和金額(按策略重點劃分) 及2021年至2024年接獲和批准的申請數目及所承擔的撥款額

(A) 批准項目數目和金額(按策略重點劃分)

策略重點		2009年6月成立 至2024年6月30日 累計總額	2023年10月1日 至2024年6月30日
(1)	培育人才和促進初創企業的發展	336 (13.15億元)	19 (1.40億元)
(2)	開拓市場	242 (7.43億元)	15 (0.85億元)
(3)	推動更多跨界別、跨文化藝術領域的合作 ⁽¹⁾	3 (0.18億元)	2 (0.14億元)
(4)	營造創意氛圍	158 (10.18億元)	16 (3.02億元)
總計		739 (30.94億元)	52 (5.41億元)

備註：

由於進位關係，個別數字加起來可能與總計略有出入。

(1) 此為2023年4月1日新增的策略重點，並只適用於2023年4月1日及之後獲批的項目。

(B) 2021年至2024年接獲和批准的申請數目及所承擔的撥款額⁽¹⁾

		2021年	2022年	2023年	2024年 (截至6月底)
(a)	接獲的申請數目	69	60	105	53
(b)	獲批准的項目數目	40	40	59	26
(c)	獲批總額(億元)	2.598	2.677	4.664	2.918

備註：

(1) 包括在香港貿易發展局及香港設計中心專項撥款下獲批的項目。

香港設計中心工作報告 (2023年10月1日至今)

設計中心在2001年由五個設計界協會¹成立，一直是政府推廣設計及相關創意產業的密切策略夥伴。設計中心推行項目和活動的主要宗旨是——

- (一) 宣傳和推廣香港設計；
- (二) 推廣設計領導力；
- (三) 推廣傑出設計；
- (四) 培育設計企業家；及
- (五) 支援時裝設計業發展。

這些項目和活動的目標對象涵蓋廣泛，包括商界領袖、企業家、品牌擁有人、企業行政人員、設計界專業人士和學生和市民大眾等，符合政府推動文創產業發展的策略重點。設計中心於2023年10月1日至今的工作載列如下—

(I) 宣傳和推廣香港設計

2. 設計中心一直以不同形式舉辦設計交流活動。例如年度旗艦活動「設計智識周」及「設計營商周」，邀請來自本地及海外的講者探索及交流設計知識和新思維，發掘推動城市發展的新機遇；「設計光譜」舉辦大型主題實體展覽，並設立線上虛擬展覽，讓海內外的大眾欣賞本地設計；「DFA 設計獎」於不同地區進行多場設計對談會和座談會；以及「Fashion Asia Hong Kong」拓展與不同夥伴的合作，舉辦實體展覽展出時裝設計師作品。相關活動有助展現香港作為中外文化藝術交流中心的角色。

3. 設計中心亦緊密與其他政府部門合作，推廣設計思維應用在公共行政服務及社會創新上，包括為房屋局擔任設計思維顧問，協助為公營房屋居民締造更有「幸福感」的居住環境。

¹ 五個協會為香港設計師協會、香港特許設計師協會、香港室內設計協會、香港時裝設計師協會和香港設計及創意產業總會。

(II) 推廣設計領導力

4. 「設計營商周 2023」於 2023 年 11 月 27 日至 12 月 2 日舉行。其峰會同期於 11 月 29 日至 12 月 1 日首次假西九文化區自由空間舉行。設計中心與年度合作夥伴荷蘭及其創意開發平台「創意荷蘭」，於峰會期間舉辦了一系列的主題演講和論壇等活動。以「設計創變者」為主題，峰會雲集逾 90 位創意領袖、決策者和企業家，聚焦應對當前全球挑戰，並以突破常規的理念和創新設計思維，推動循環設計，共同構建可持續的未來。是次峰會吸引超過 7 500 人次到場參與，更錄得超過 120 萬電視及網上觀看人次。「設計營商周 2023」不僅促進了香港與荷蘭在設計、商務及學術領域上的交流，還成功拓展了不同界別的合作及長遠發展。

5. 設計中心在 2024 年 6 月 25 至 27 日舉行了「設計智識周 2024」，聯同 2024 年度合作夥伴法國，以「融／匯設計：巧創未來」為主題，共舉行 30 場論壇、七場工作坊及五場大師班。活動匯聚超過 30 位來自世界各地的設計大師及文創產業的先鋒和領袖，深入探討工藝與科技創新融合，並就設計、商業和社會的未來進行意見交流、反思與展望。是次活動吸引超過 2 300 人次出席；而設計中心旗下設計知識數碼平台「bodw+」及其他網上和社交平台亦於 2024 年 7 月 17 日為活動進行全球線上首播，向環球觀眾推廣文創設計的知識和應用。

6. 另外，設計中心於 2024 在「bodw+」推出「French Inspiration」指南，收錄 2024 年度合作夥伴法國的文創和設計作品。籌備工作自 2024 年初展開，並獲得多間法國文創機構積極響應加入。指南向香港、亞洲及其他地區的業界人士展示法國在建築環境、項目顧問、日常產品、旅遊服務及節慶、零售、時尚等領域的頂尖設計，促進更多合作機會。指南已於 2024 年 7 月下旬推出首階段版本，並將於 11 月下旬推出完整版。

(III) 推廣傑出設計

7. 設計中心繼續透過「DFA 設計獎」下的五大獎項計劃，表揚設計項目、設計師、公司和商界領袖的卓越成就，並舉行不同活動推廣傑出設計。例如在 2023 年 11 月底假香港故宮文化博物館香港

賽馬會演講廳舉行頒獎典禮；於 2023 年 12 月在本地電視台的頻道及網上平台播放「DFA 設計獎」特輯，進一步把「DFA 設計獎」理念推廣至香港及海外。此外，在 2023 年 11 月底至 12 月初，於中環街市舉行「DFA 設計獎」展覽；以及在 2024 年 5 月至 9 月期間，於香港大型連鎖書店舉辦共兩場展覽，展示歷屆「DFA 設計獎」及「DFA 香港青年設計才俊獎」得獎者的精選作品。上述三場展覽共吸引超過 31 萬人次參觀。除了在本地舉辦展覽及設計對談會，設計中心亦針對大灣區市場，在 2024 年 4 月底於中國進出口商品交易會設置展覽，展出部分歷屆得獎者作品，並聯同三位香港得獎者，包括兩位「DFA 香港青年設計才俊獎」得獎者，出席展覽開幕和相關交流活動，推動兩地的合作和交流。設計中心亦針對海外市場，例如日本、韓國、印度，舉辦了多場座談會和交流活動宣傳「DFA 設計獎」，以吸引更多海外設計師和公司參與其中。

8. 在 2023 年頒發的「DFA 亞洲最具影響力設計獎」216 個獎項中，58 個獎項由香港設計師獲得；而在 2024 年，設計獎收到約 900 份作品，分別來自 18 個經濟體。

9. 「DFA 香港青年設計才俊獎」於 2023 及 2024 年分別收到 90 及 136 份申請。2023 年有 13 名「DFA 香港青年設計才俊獎」得獎者獲文創產業發展處、香港理工大學設計學院和香港知專設計學院的贊助，於 2024-25 年度赴港外實習或進修。除了本地宣傳，設計中心亦於 2023 年 11 月至 12 月期間，推薦和帶領過往「DFA 香港青年設計才俊獎」的得獎者「走出去」參與大灣區的設計活動，例如「廣州設計周」，以拓展人際網絡。2024 年 6 月舉辦的「DFA 香港青年設計才俊獎得獎者交流會」則邀請了多位完成港外實習回港的得獎者分享經驗和心得，加強各屆得獎者之間的交流和聯繫。

10. 作為面向公眾的平台，設計中心於 2023-2024 年度繼續通過設計企劃「設計光譜」(Design Spectrum) 於社區內推廣設計和設計思維文化。項目共舉辦了兩場大型主題展覽，當中「再度時尚」(Re: Full Gamut) 展覽展示大灣區設計產業協作成果，亦是《大灣區創意之夜》的亮點活動之一，更特設虛擬展覽讓公眾在網上欣賞；而「接棒未來」(Pass The Baton) 分為三大部分，從有形及無形的層面深入探討「傳承」概念。「設計光譜」亦提供多項活動予公眾人士免費參加，增加大眾對設計的認知和了解。此外，「設計光譜」分別由 2024 年 3 月至 8 月夥拍生活用品零售店 The Barn 及 2024 年 4

月至 9 月夥拍香港太古城誠品生活設立 DS Pop-up，共展出逾 130 個本地設計品牌的作品，供訪客即場購買，期間促成逾 120 次銷售。「設計光譜」舉辦的展覽及一系列推廣活動合共吸引逾 12 萬人次²參加。「設計光譜」將會於 2024 年 10 月 19 日至 11 月 17 日在「深水埗設計及時裝基地」（「基地」）舉辦「接棒未來」（Pass The Baton）第三部分設計展覽。該展覽聚焦設計如何能提升傳承價值的可見性，開拓於不同情況下保存和應用的可能性，展出超過 50 個設計項目，同時舉辦導賞團，邀請公眾一同以新思維將好事物傳承下去。

(IV) 培育設計企業家

11. 設計中心自 2012 年 5 月起推展「設計創業培育計劃」³，為設計初創公司在兩年培育期內提供財政資助及培育服務，協助他們建立商業網絡、宣傳產品及進行市場推廣。截至 2024 年 6 月底，計劃共取錄 353 家培育公司，包括第四期計劃下取錄的 90 家培育公司。參與「設計創業培育計劃」的公司累計獲得 226 個國際獎項／榮譽和 363 個本地獎項／榮譽，並提交了八項專利、336 個商標及 63 項註冊外觀設計的申請，創造了 1 725 個就業機會。

12. 設計中心繼續推展「時裝創業培育計劃」，推動新興時裝設計師品牌穩步發展，並為培育公司提供專家指導及啟導計劃、市場推廣支援和共創機會。截至 2024 年 6 月底，「時裝創業培育計劃」共取錄了 30 家培育公司，當中 25 家培育公司已畢業。第一及第二期參與計劃的公司合共獲得 19 個本地獎項和 30 個國際獎項。

13. 設計中心於 2023 年 3 月推出「Digital Economy Accelerator」計劃。計劃共分三個階段進行，讓香港設計企業家掌握數碼經濟技能與行業知識，加強品牌及業務發展，繼而開拓大中華區及全球市場。同時，透過建立設計及數碼行業間的緊密聯繫，激發創新思維及協同效應。計劃共取錄 81 家公司，並為它們提供專業電子商貿和數碼營銷培訓，從中選出 16 家公司獲得資助並進入實戰階段，實踐其電子商貿計劃。

² 由於 The Barn 未能提供訪客記錄，因此部份 DS Pop-up 訪客人數未有計算在內。

³ 「設計創業培育計劃」最初由香港科技園公司在 2006 年於創新中心推出，設計中心於 2012 年 5 月接手推展。

(V) 支援香港時裝設計業的發展

14. 設計中心於 2023 年下半年舉辦了「Fashion Asia Hong Kong」系列活動，包括推出「Fashion Asia 數碼系列」，廣邀行業領袖和品牌專家，透過影片分享時尚見解、創新意念及實用知識；舉行「時尚未來論壇」，結合實體及網上直播，讓現場和全球觀眾一同參與；以及首次在西九文化區藝術展亭內舉辦「亞洲十大焦點設計師時裝展覽」，不但為一眾由專業評審精心挑選的亞洲區內十位傑出設計師提供展示作品的機會，亦同時展出曾獲得「亞洲十大焦點設計師」殊榮的香港設計師精選作品，展現香港時裝設計業百花齊放，本地新銳設計力量崛起的成績。此外，設計中心在 2024 年 3 月與知名時裝零售商合作，在其銅鑼灣的旗艦店內舉辦「Hong Kong Showroom & Pop-up Spaces」展覽，展出本地新晉設計單位、設計院校畢業生及學生的作品，並成功為本地設計師爭取在電子商務交易平台銷售其設計產品，增加銷售及品牌曝光率。設計中心會繼續推動香港在亞洲時裝設計和貿易發展的核心地位，並預計在 2024 年下半年推出「Fashion Asia Hong Kong」等一系列活動。

深水埗設計及時裝基地

15. 「基地」將於 2024 年 12 月由設計中心營運。「基地」促進設計和時裝產業的發展，並成為一個多層次合作和網絡交流的中心，進一步推動香港文創產業的發展。設計中心於 2023 年 10 月正式由市區重建局接管「基地」，並在進行內部裝修工程前舉行首屆「大灣區創意之夜」活動(2023 年 11 月 28 日至 12 月 4 日)。超過 700 位嘉賓出席於 11 月 28 日舉行的開幕典禮，合共超過 3 200 名人士參加為期一周的活動。完成「大灣區創意之夜」後，設計中心為「基地」開展招標程序和裝修工程。「基地」將致力推動經濟發展，鼓勵社區參與設計和文創活動，並將深水埗打造成一個吸引本地市民和遊客的魅力旅遊景點。「基地」設施包括設計圖書館及創新材料資料館，提供最新的設計書籍、期刊和創新材料給設計師使用；設計博物館展示「DFA 設計獎」獲獎設計師和設計作品，以及出色的亞洲設計，涵蓋時尚與服務設計等各個領域；「基地」同時提供展覽和活動空間，供其他設計協會預約使用。

16. 「基地」投入營運前，設計中心舉辦了一系列名為「設計深度行」的預熱活動，邀請非政府組織、設計及時裝機構、區議會

等不同持份者參與，促進多方交流。「基地」正式營運後，設計中心會舉辦更多具影響力和創意性的活動，打造「基地」成為香港設計界的重要據點。

地區營造項目

17. 設計中心於 2024 年 2 月 14 至 24 日舉辦「Chubby Hearts Hong Kong」，透過知名英國時裝設計師 Anya Hindmarch 在倫敦廣受歡迎的公共藝術作品，展現香港 20 個不同地方的魅力，吸引旅客遊覽香港不同地區，鼓勵消費。設計中心亦在活動期間舉辦了免費導賞團，惠及 300 名低收入家庭和有特殊教育需要的學生。整個活動吸引逾 73 萬人次參加。

18. 「設計營商周城區活動」是「設計營商周」的社區延伸，致力推動香港成為亞洲創意之都，並在社會營造創意氛圍。以「設計創變者」為主題，「設計營商周城區活動 2023」聚焦推動循環設計力量和表揚本地設計創變者，並從「設計與城市」、「設計與商業」及「設計與品味」三大方向探索可持續未來。於 2023 年 11 月至 12 月期間在香港各區舉辦超過 100 場設計活動，包括公眾設計教育展覽、工作坊、導賞團等；並與多個創意夥伴、非牟利團體、社區服務機構、布藝及時裝單位、學校及當區商店合作，推動地區經濟，培育年青創意人才及工藝傳承。「設計營商周城區活動」於 2024-25 年度易名為 BODW In The City，將聚焦商業及設計的聯乘，並將於 2024 年 12 月 2 日至 16 日期間，在全城多區舉行設計相關活動，透過與品牌及零售夥伴合作，帶動區內創意氛圍，同時向文創業界、設計愛好者、商界、遊客，以至普羅大眾，展示香港的設計魅力。

附件四

「創意智優計劃」 主要績效指標及參加者滿意程度

(A) 主要績效指標⁽¹⁾

		截至 2022年6月底	截至 2023年6月底	截至 2024年6月底
(1)	獲批項目數目	640	683 (+7%)	739 (+8%)
(2)	獲批總額	22.54億元	25.35億元 (+12%)	30.94億元 (+22%)
(3)	公眾的參與程度	約3億1 300萬	約5億5 370萬 (+77%)	約7億8 730萬 (+42%)
	(3a) 參加人數	約7 630萬	約8 360萬 (+10%)	約9 230萬 (+10%)
	(3b) 網站或社交媒體 平台的瀏覽次數／ 點擊率 ⁽²⁾	約2億3 610萬	約4億6 890萬 (+99%)	約6億9 310萬 (+48%)
	(3c) 派發的印刷宣傳 品的數量 ⁽²⁾	612 800	1 274 600 (+108%)	1 946 700 (+53%)
(4)	創造的工作機會數目 ⁽³⁾	29 140	31 240 (+7%)	33 110 (+6%)
(5)	中小型企業(中小企)受 惠數目	11 400	16 410 (+44%)	22 450 (+37%)
(6)	為中小企創造的業務 聯繫或查詢數目	35 300	40 700 (+15%)	48 700 (+19%)
(7)	獲文創產業發展處資 助參加國際比賽的創 意人才所獲得的獎項 數目	180	210 (+16%)	220 (+8%)
(8)	培育創意人才及新成 立公司的機會數目 ⁽⁴⁾	82 800	86 800 (+5%)	90 700 (+4%)
(9)	獲資助的頒獎典禮及 音樂節目可接觸的電 視觀眾數目	約3億8 860萬	約4億710萬 (+5%)	約4億920萬 (+1%)

		截至 2022年6月底	截至 2023年6月底	截至 2024年6月底
(10)	媒體報導的次數 ⁽²⁾	28 780	40 570 (+41%)	58 480 (+44%)
(11)	達成商業交易的數目 ⁽²⁾	3 000	3 530 (+18%)	4 350 (+23%)
(12)	展示創意作品和才華機會 數目 ⁽²⁾	26 780	30 480 (+14%)	35 450 (+16%)

備註：

括弧內的數字表示對比上年同期變動的百分比。

- (1) 除「獲批項目數目」及「獲批總額」外，其餘指標均在特定的時間點進行量度及收集相關數據。基於個別項目的長短和收集相關數據的時間或有差異，以及指標反映為累計數字，不能按年度或其指定時間軸進行比較。
- (2) 只適用於2018年4月及之後獲批的項目。
- (3) 包括直接及間接創造的工作機會。直接創造的工作機會是指從獲批項目撥款支付薪酬的職位數目，其年期視乎個別項目的長短而定。
- (4) 不包括由「設計創業培育計劃」及「時裝創業培育計劃」提供的培育機會。

(B) 參加者的滿意程度⁽¹⁾

		截至 2022年6月底	截至 2023年6月底	截至 2024年6月底
(a)	對活動／計劃的整體評價為「優良」／「非常滿意」／「滿意」的回覆者百分比	98%	98%	98%
(b)	對活動時間／形式／內容／宣傳／參加費用的評價為「優良」／「非常滿意」／「滿意」的回覆者百分比 ⁽²⁾	93% - 98%	94% - 98%	94% - 98%

		截至 2022年6月底	截至 2023年6月底	截至 2024年6月底
(c)	認為活動／計劃幫助達到以下目標的回覆者百分比： 加強對行業的知識、拓展聯繫網絡、發掘新商機、加深了解行業在全球市場上的定位、擴闊業界領域 ⁽²⁾	83% - 91%	83% - 92%	84% - 92%
(d)	認為活動／計劃「肯定有用」／「很有用」／「有用」的回覆者百分比	93%	93%	93%

備註：

- (1) 參加者是指參與獲批項目活動的人士，並不包括有關項目的申請人。截至2022年6月底、2023年6月底及2024年6月底的總回覆問卷人數分別約198 000、227 000及249 000。
- (2) 有關的滿意程度共涵蓋五個項目，顯示的數據為該五個項目中滿意程度最高及最低的百分比。

附件五

「電影發展基金」
2021年至2024年接獲和批准的申請數目及所承擔的撥款額

		2021年	2022年	2023年	2024年 (截至6月底)
(a)	接獲的申請數目	61	39	62	37
(b)	獲批的項目數目	30	32	27	29
(c)	獲批總額(億元)	1.267	1.753	1.279	0.817

附件六

「電影發展基金」下的電影製作融資計劃⁽¹⁾

		2009年6月成立 至2024年6月30日 累計總數 ⁽³⁾	2023年10月1日 至2024年6月30日
(a)	獲批項目數目	54	2
(b)	創造的工作機會數目 ⁽²⁾	3 510	130
(c)	首次參與執導的導演數目	37	0
(d)	首次負責製作的監製數目	24	0

備註：

- (1) 包括自2009年6月起的電影製作融資計劃及電影製作融資計劃(放寬版)下獲資助的項目。
- (2) 創造的工作機會數目涵蓋電影製作的基本劇組人員及主要演員，不包括其他職形式聘請的人員。
- (3) 不包括獲批後被撤回的項目。