

# 創意產業在澳門

——創意產業是值得成爲澳門可持續發展行業的一種

崔德明

## 摘要：創意產業

創意產業是屬於知識密集、超高增值、見效快的藝術產業，主要是靠個人的獨立性創作爲主，也可以組成隊伍進行大型創作。

創意設計可幫助澳門經濟行業適度多元化，提供更多的就業機會，尤其新一代高學歷的年青人，可在各行各業增其見識外，更可以隨著自己的喜愛去創業，大開世界之門、廣闊視野之窗。

隨著祖國經濟開放和支持，亞州及鄰近地區、新興的消費市場興起，創意產業及新產品是可提升本澳經濟多元化的新動力。而現今澳門各大專院校、多所職業中學之『美術及設計』科、理工學院的藝術高等學校開校(已有 15 屆學生)，及從各國修讀藝術及設計的回流大專生，可說是創意人材輩出。而且，創意設計不應單止服務本地市場，更可伸展到全世界市場去發展，爲未來的澳門創意產業市場開路及澳門新一代市民擴闊工種，應在此深入思考，出謀獻策，集思廣益，共繪特區有美好的可持續發展行業。

## 創意產業在澳門

創意產業是值得成為澳門可持續發展行業的一種

### 澳門在創意產業的前身－澳門工業發展及歷史

澳門在創意產業／工業的歷史及發展情況，其實澳門的工業歷史悠久，早在 300 多年前，神香、炮竹、火柴等手工業因地理及政治發展起來，曾經一度成為澳門的主體工業，更有鑄造船務工業，且頗負盛名，但發展緩慢，60 至 70 年代發展速度加快，製衣業和毛針織業迅速壯大，其他如：塑膠、電子、玩具、人造花、建築材料等新工業開始興起，小規模的膠鞋廠、搪瓷廠、手套廠、彩瓷廠、雕刻家廠、小五金廠相繼出現，不少工業採用半機械化的生產方式，產品種類多了，澳門工業生產技術也有了進步，成為澳門四大經濟支柱之一。澳門工業市場產品逐步擴大，除了葡國及葡屬地區之外，開始向歐洲共同市場如英國、法國、西德等國家拓展，不久又打開北美市場，澳門工業產品從此便走向世界市場。在 80 年代期間外來商人投資開設一些工業新項目，如生產鋼琴、露營帳篷、珠飾、牙科配料、首飾、磁帶、騎具等。當時澳門出口的業產品種也不少，有成衣、針織品、玩具、水泥、柯式印刷、膠袋、磁碟、電池、鐘錶、人造花、磁帶、手袋、傢俱、彩瓷、鞋類、皮草、帽類、手套、光學儀器及藥品等等。而然，有的行業因遇困境而又無法解決難題便衰落下去。皆因當時缺乏設計新產品及技術人才，當局又未能及時提供貨款和援助。但在這幾年間，澳門積極開發市場如：前蘇聯和波蘭、匈牙利、捷克等新市場，而歐洲市場更有德國、法國和英國，還有荷蘭、比利時、丹麥和意大利。北歐市場有瑞典、挪威、芬蘭等。美洲市場以美國及加拿大為主。亞洲市場以香港和中國大陸為主，還有台灣、日本、新加坡、科威特、沙地阿拉伯等國家和地區，數目超過二十個，可見當年市場去銷 錯，為何今天做不到呢？是不是被博彩稅所矇蔽，又記得不記得金融風暴前的香港，大部份實業家把資金投放在炒賣樓宇上，而導致破產，而創意產業也是連帶實業的一種，所以，創意產業是值得成為澳門可持續發展行業的一種。

自一九九九年來，隨著經濟的急促發展，澳門回歸祖國，中國的市場大開，加上中國為世界工廠之區，先進生產之廠房都集中於珠江三角洲等地，有利澳門，處於背靠祖國面對世界擴大市場之勢，加上內地，與澳門更緊密經貿 CEPA 安排下，在二〇〇二年全澳門吸納的外來直接投資增加了 272.3 億澳門元。所以憑著以往的經驗、歷史背景，加上回歸后得到祖國大力支持下，現今澳門的優勢地位。而穗澳採用了新思維促進兩地合作關係，澳門商貿優勢明顯，隨着泛珠三角經濟合作的深入，全球化與區域合作已成當今世界經濟發展的潮流，包括謀求共同成為泛珠三角經濟合作圈的重要區域，在「9+2」合作中，澳門更有獨特的優勢。而澳門與葡萄牙關係特殊，通過葡萄牙很容易打入有三億七千萬消費者的歐盟市場，通過巴西可以進入有二億人口的南美共同市場；可通過安哥拉和莫桑比克進入南非發展共同體；可通過幾內亞比紹和佛得角進入西非，通過聖多美和普林西亞進入中非。在這些政策下，只要內地與澳門都能開放思想，真正打破區域界限，設立市場定位及商業渠道，用新思維處理兩岸四地；葡語國家；及與國際品牌的合作關係，一定可在創意產業經貿及知識產權保護下取得豐碩的成果。

## 創意產業的源由與其效用？

‘創意產業’ 首其要是指其具創意設計或藝術成果或意念，投入經濟生產活動，都可視為創意“產業或工業”其包括以文化藝術創作及創意為增值方法，以知識產權保障各行業的原創作品，如出版、寫作、繪畫、攝影、電子、音樂、平面設計、時裝設計、產品設計、廣告、漫畫、動畫電影、藝術品與文物交易、手工藝、軟件遊戲設計、表演藝術，以至建築等。在 1998 年間 ‘創意產業’，都已經存在的工業，而英國就是創意工業作出規劃的鼻祖，現今很多其他國家亦已開始研究創意工業在經濟方面的重要地位。從英國當時的政治經濟學創意工業

的結論是：認同公費資助的行業和商業經營行業之間的協同效應；打通創業產業和總體文化事業的交流，推動英國的多元的、活躍的文化生活。

- 既要鼓勵業務的企業精神，也要保護消費者、僱員和環境，兩者取得平衡。
- 與有關行業代表定期會面，建立政府與業界的伙伴關係，以掌握發展機遇
- 生產力的提高來自創新科技和革新管理，增值能力則來自文化創意。文化新思維和產業新思維的協和配合大量生產，催生創意產業計劃，除了繁榮經濟和創新形象之外，還有福利就業和青年創業、舊區重生、復興地方經濟等配套政策，是政府的綜合發展新方向。

根據以上的澳門工業歷史及行商經驗，與及現多澳門創意藝術人材，澳門特區政府應計劃策略，撥創意產業為澳門可持續發展其中之一的產業。

創意產業包括了：那些源於個人創意、技巧、才能，以及可透過開發知識產權來創造財富及就業的 13 個行業（見表）。

### 2003 英國創意工業包羅 13 行業為澳門參考和比較：(分類依照年產值由小到大排列)

產值位置	行業	受聘人數 (萬)	估計每年收益 (億港元)
1	電腦服務及軟件**	55.5	4,466
2	出版***	14.1	2,270
3	音樂*	12.2	564
4	設計*****	7.6	3,276
5	廣告**	9.3	368*
6	電影及錄象*	4.5	440
7	藝術品及古董市場*	3.7	430
8	互動康樂軟件(遊戲設計)	2.1	123
9	電視及電台*	10.2	1,485
10	設計師時裝***	1.2	73
11	表演藝術*	7.4	61
12	建築*	2.1	208
13	手工藝**	2.4	49
	<b>總數</b>	<b>132.3</b>	<b>約 13,813</b>

\* - 澳門有同樣行業發展 (\*- 越多代表澳門藝術人仕參與越多)

## 以鄰埠為鑑為澳門創出新模式

我們可以以憐埠創意產業為鑑，或借鑑外國已推行創意工業的成功經驗。香港現時致力發展潛力巨大的“創意產業”，務求可以為正在轉型的香港經濟，提供一個新的「火車頭」，徹底解決青少年的長遠職業問題，就是推動‘創意工業’。英國創意工業每年聘用人數約 132 萬人，及總收入接近 1125 億鎊（約 13,800 億港元，及約 14,210 億澳門元），而香港 2002 年出口總額為 1,520 億港元（約 1,565 億澳門元）而澳門人口 50 萬而勞動人口大約有 30 – 35 萬，2006 年預測稅收總額達：270 億澳門元，但搏彩稅已佔 200 億澳門元，這是一個單一的稅收，而單一重點發展博彩旅遊業也不是一個健康的社會發展。而香港 2003 年 3 月，本港從事創意工業人數超過 9 萬人，佔總就業人數的 3.7%，服務出口佔 3.1%和本地生產總直 2%，而在 2005 年出口總值已達到 1,250 億港元。所以“工業”對香港的經濟貢獻，遠非統計數字能完全反映出來。港商在內地製造，直接出口海外的貨物，並未有計入香港的貿易數字，香港工業在中國內地：投資的廠房超過 40,000 間，僱用員工超過 1 千萬人。香港特區政府希望可以透過推動創意工業，來改變大眾對「藝術、文化、康樂、體育」的看法，由過往視之為「消耗財富」的藝術，變成可「創造財富」的工作政府有信心香港有足夠的人才推動有關行業，目的是要「提升民智、充實市民生活、從而走出新經濟路向」。

。創意工業近期已成爲了香港必做的事，特首委派民政事務局的諮詢組織「青年事務委員會」研究「雙失」青年問題，亦是政府工作重點之一。而澳門其實也面對此問題，但幸好澳門整體的消費低，壓力不大，雙失青年才不會惡化。至於起初如何做法，就是政府創營商環境助發展。但政府堅持不會直接投資於某一個行業，而是透過創造有利的營商環境、資料提供，以及人才培訓來協助有關行業，推動創意工業發展須包括如下幾個方面：(i) 教育(Education): 增加學生和市民對文化藝術的興趣和認識，(ii) 精英(Excellence): 重點提高文化藝術人才的創作水

平，(iii) 參與(Access): 將創作成果融入生活各個層面，及(iv)產業(Economy): 將具體潛質的創作成果，推向商品化和國際化發展。現今香港政府 設立一個2.5億元基金，推出有成效的“設計智優計劃”，以培植新的設計企業、訓練設計、及建立品牌方面的人材及推廣和表揚優秀的設計。成立 “創意及設計中心，在教育方面，在設計大專院校：重新整頓課理、增加學士學額、產品設計具潛力、提升港人對設計的認識等。

### **總結**（創意產業是值得成為澳門可持續發展行業的一種）

創意產業是屬於知識密集型的藝術工業，也可幫助澳門經濟行業走向多元化，提供更多的就業機會，尤其新一代高學歷的年青人，無論在各行各業增其見識外，更可以隨著自己的善愛去創業，大開世界之門廣闊視野之窗，背向我國十億人民的大市場，面對世界各地的大挑戰，要增強本澳市民的思維及創意來共同國際化。而創意工業正好是一門超高增值的行業，文化產品不止剩滿足我們基本的生活要求，而是滿足我們理想中的慾望素求，因此此需要是無止境；無限量的市場需要。隨著國內經濟開放，珠江三角洲、亞州及鄰近的地區新興的消費市場的興起，加上「9+2」，CEPA 等及祖國支持，創意產業／新產品是提升澳門經濟多元化的新動力，更可為年青人提供多項不同的就業機會及使有高學歷或有良好經濟支持的年青人去創一番新的事業，從而帶來澳門更多商機及發展空間。其實每個行業都需要注入多項創意元素來配合，才能使每一項目，更專業，更完善，更具競爭力，更國際化。

### **建議**（創意產業是值得成為澳門可持續發展行業的一種）

“人”是創意產業的“本”，什麼創意都是由人為出發點，而且製造此行培訓，可說是本少利大外，更 用投資大量或高科技儀器。創意、審美設計所探討的終極問題都是如何提升人類的生活，及能更加完美完善；如何令設計產品增值，轉化及更具人民價值；如何成功地連結所上述的文化背景脈絡、社會、經濟、教育元素去充實及落實創意產業；及如何填補審美教育、科技、文化政策斷層等將會

成爲當今創意產業最迫切的問題。

而人潔地靈的澳門，得天獨厚，有好的地方環境，政府有穩定的財政收入，背靠祖國，在世界工廠傍側，俗語有云：近水流台先得月。而後有十億相熟的中國文化商機及面對世界市場。所以，澳門雖小，是一座微型國際城市，但創意工業的市場至少可涵蓋全中國及全世界，最近 CEPA 實施，以及自由行政策已證明這優勢。而且澳門與葡語國家多年來的經易合作，關係良好，雙方已建立生意互信伙伴。更指出澳門將成爲區域合作，可提供強大的推動力，尤其港珠澳大橋落實，澳門已成爲泛珠三角區其中之一的落腳點，故澳門在內地與中港澳的更緊密經貿關係安排的地位更顯重要。現在迫切的事是培訓創意、生產及管理人材，認識全世界遊戲規則，如辦權法、安全標準、物流運輸等專材。使他們穩固根基，擴闊國際視野，提高水平；有待廠商對創設新產品及品牌的重視，鼓勵及協助設計師創建新品牌，如內地不少學者都強烈呼籲要創中國自己的品牌，讓「中國製造」與「美國製造」、「日本製造」同樣叫得響亮，顯示出對品牌的重視。以「澳門製造」作爲地區性品牌的戰略，需要大力提倡。再且澳門市民可從知識智慧、創新思維及迫使創業精神和靈活變的能力，爲發展創意工業的基礎。亦希望透過創意產業來改善營商環境，鼓勵澳門及外地投資及促進人才和創意的交流來推動創意產業，開拓更多澳門不同分類的行業，爲我們的經濟注入新的元素。

資料來源 及 參考資料：

- 澳門特別行政區-投資指南(2004) ，澳門經貿之窗(Macau Image) (July/2004)
- 本地文化產業於亞洲及歐洲之發展策略研討會-澳門歐洲研究學會(Dec/2002)

- 設計營商 2004：亞洲風尚論壇(Aug/2004) ，澳門製造 - 澳門貿促局
- ，香港生產力促進局之「香港設計，珠三角製造論壇」(April /2005)
- 澳門日報 經濟版 (Mar - May/2004)，蘋果日報 港聞版 (Mar - May/2004)，經濟日報 經濟版 (Mar - May/2004)
- 齊為澳門動腦筋 2003 澳門發展策略研究中心，澳門貿易投資促進局，工業設計(簡澤民)
- 巨意中的中國(集賢中社出版)，《打開》(no.22、1/july/1999)
- 香港藝術發展局研究部。「創意工業導論：英國的例子與香港的推行策略」(May/2000)
- 《明報》(2003 年 Mar/2003)，「香港的創意工業」- 香港貿易發展局 (Sep/2002)
- 香港當代文化中心。《創意工業與文化交-香港/柏林當化文化節 會議記錄》(2003)
- 文化委員會。《文化委員會諮詢文件 2002》(Nov/2002)
- 文化委員會。「委員談創意文化如何促進香港經濟」新聞稿(6/nov/2002)
- 英國文化、媒體及體育部(DCMS) 2001 年發表的報告
- **數據分析**：過去 10 屆的澳門藝術設計畢業生之略計(1994-2005):

日中	20 人×7 屆	+	40 人×7 屆	=	420 人
夜中	20 人×7 屆	+	40 人×7 屆	=	420 人
夜葡	20 人×3 屆			=	60 人 (1996-1999)
藝術	20 人×10 屆			=	200 人 (1996-2006)
藝術設計					
培訓中心				=	220 人 (2002-2006)
外地回流藝術設計人材	20 人×12yrs			=	240 人 (1994-2006)

---

過去 12 年內的澳門藝術設計專業人材全共 =1,560 人 (1994-2003)

( 未有計算 1 2 年前的美術、藝術及設計回流的專業人仕，非正式統計業餘藝術有興趣者超過三萬人)

- 英國文化、媒體及體育部(DCMS)：<http://www.culture.gov.uk/creative/index.html>
- 英國國家科技藝術基金(NESTA) 一創意人才庫：<http://www.nesta.org.uk>
- [www.minedu.fi/julkaisut/julkaisusarjat/kulttuuriteollisuus/cultural.htm](http://www.minedu.fi/julkaisut/julkaisusarjat/kulttuuriteollisuus/cultural.htm)
- <http://www.tdctrade.com/econforum>
- [www.dwp.gov.uk/fullemployment/intro.html](http://www.dwp.gov.uk/fullemployment/intro.html)
- [www.ipm.gov.mo](http://www.ipm.gov.mo)

由創意空間資料來源，澳門創意工業有關團體超過300個，如：原有的澳門設計師協會，及近年的新一代企業家協會，澳門大學一電機暨電子工程學會，生產力暨轉移中心、澳門理工學院、藝術高等學校、澳門廣告商會、展覽學會及早排成立的望德堂區創業促進會、澳門機械人科研協會、創意空間與近日成立的澳門影視傳播協進會，澳門創意發明協會、政府科普並小組，科技研究基金之成立，全部都是屬於創業工業範籌。及科技委員會應邀相關的社團百：中國（澳門）科學技術產業化協會、資訊科技協會（I.T.A.）、資訊科技教育學會、澳門工程師學會、澳門中華教育學會、澳門中華學生聯合總會、澳門天主教學校聯會、澳門建築師協會、澳門科學技術協進會、澳門航空模型會、澳門新一代企業家協會、澳門業餘天文學會、澳門電子商務協會、澳門電腦商會、澳門電腦學會、澳門機械人科研協會、澳門環境保護協會及澳門環境保護產業協會。

# 麥家碧：創意主導工業！



創作麥兜故事漫畫家  
麥家碧

## 成功經驗

“創意工業應以創作主導，且並非大公司的專利，一人製作亦有出色作品，但創作者需要有一股堅持的信念，因為創作之道並不容易。”憑着創作麥兜、麥兜故事一炮而紅的香港漫畫家麥家碧如是說。

麥家碧昨在一個有關創意工業的研討會上細說創作麥兜的經歷。她形容最初“好浪漫”只想畫漫畫。後來與友人合作，繪畫畫，友人文字表達，之後將大家的結晶品參加畫展，繼而結集成一本小冊子到市場銷售，由此步向她的創作之路，麥兜、麥兜由此被廣泛認識。

從她的經歷，印證了創意工業並非一定要大公司大製作才能做到，即使“較型”的一人公司亦有出色作品面世。如

整套《麥兜故事》電影製作只有十二人，以該公司有限的資金、人手，根本無法與著名的宮崎駿、迪士尼動畫製作相比。但創意工業的好處，並非單靠資金就能完成，關鍵是“創意”。且創意不需長時間醞釀，大眾期待的是一種新意念，故越年青、越有新穎的想法便更有優勢。

但她坦言，從事設計行業並非平坦大道，即使成功脫穎而出，並不意味着財富會滾滾而來，故創作者須擁有一股熱誠，靠自己的努力嘗試打出市場。

一件作品產生後，成功打入市場雖然很困難，但不代表不能實現，重在嘗試。麥家碧以其經歷為例，最初畫麥兜時，只想搞成小冊子，遇到籌備經費問題，結果出了三千本。與出版商合作出版漫畫，又遇到經費問題，但始終有解決方法。從另一面來說，即使一家工廠擁有很多工人，亦不能沒有產品配合。故創意工業中，創意主導工業，沒有創作人等於產品缺乏靈魂。

本報記者 小慧

## 澳門創意設計 可與輕工業配合

【本報消息】近年世界各地不斷提倡創意工業，原創設計如何促進澳門的經濟發展，昨日在“創意工業——澳門設計之定位”研討會上，主講嘉賓、香港設計關注社會協會主席崔德明表示，澳門創意設計可與輕工業配合發展，在澳門政府、投資者的配合下，將創意人才設計的藝術作品化作商品，再利科技發展。在發展創意工業過程中，首重以人為本。

崔德明表示，創意設計可與輕工業配合發展。全球一體化下，企業的競爭對手不僅為本地或鄰近地區，而是來自世界各地，故必須提升自身競爭力。在澳門的創意工業上，製衣業在生產力暨科技轉移中心扶持下有成績，其實政府可投放更多資源在不可產品或創意工業上，令澳門設計行業有不同範疇的發展。

澳門發展創意工業具有良好條件。一方面澳門毗鄰內地，以內地作為生產基地；另一方面，澳門既可了解中國文化，且鄰近香港可快速地接觸到外國的資訊，從不同的專業人才取得知識。香港利用創意發展輕工業已有一段時間，澳門現在才起步，只要透過科技配合亦不為遲。

### 配合內地生產優勢

崔德明指出，創業工業以人為本，將創意設計配合內地生產的優勢，是可以佔一席位。以澳門為

例，其實澳門有很多創意人才，但這批人才須培訓產輸相關知識。澳門創意人才可朝着將藝術商品化方向發展。他表示，過往澳門的創意設計偏重在藝術設計上，應用在商業主要在製衣業。反之，玩具、傢俬則較缺乏競爭力。故未來澳門在投資者、政府的資助下，創意人才可將藝術品作為商品，利用科技配合發展，作為一種商機。如以澳門大三巴牌坊作為文化產業，文化商品可成為紀念品大量生產。不過，在創意工業上，需多方面配合，包括生產、人才培訓以及法律，因當中可能涉及版權問題。

此外，對於內地正與港澳磋商“更緊密經貿關係”，崔德明認為是一種機遇，但須順河回流設廠，增加就業，促進政府庫房收入，政府才有更多資源發展創意工業。



香港設計關注社會協會  
主席 崔德明

# 澳應撥資源成立設計中心

創意變產品



香港工業設計師協會  
會公關及宣傳組主席  
崔德明

## 集合人才

在知識經濟年代，不論哪個行業，或多或少都要引入一些創意的經營手法，以適應環境所需，並進一步提升競爭力。

有來自香港的工業設計人士指出，澳門要全面推動工商企業發展、培訓本地設計學員，以及為具天份的設計人員提供發展出路，當局有需要撥資源設立專門的設計中心，匯集各類本地設計人才。

## 匯集人才意念交流

曾在澳門從事設計教學、現任香港理工大學工業中心成員及香港工業設計師協會公共關係及宣傳組主席的崔德明，關注到近年澳門市場上有意投身或從事設計行業的人逐漸增多，他認為，當局有需要針對這種情況，成立屬於澳門的設計中心，正如香港政府當前逐步規劃設立專門的設計廊一樣。

崔德明介紹，成立設計中心的目的，主要是希望以一個固定地點匯聚本地各類設計人才。有關設計人員可因應自身專業向政府部門、工商單位

承接各種設計工作，攤分收益；透過承接各種設計工作，設計人員亦可從中吸收經驗，並將經驗及理論以授課形式授予新一輩設計學員，達到既扶持現有設計人士，又能培育下一代的雙贏局面。

至於本澳的工商企業，特別是從事產品製造的一群（包括成衣紡織），面對經濟一體化及日益激烈的市場競爭，有需要通過優秀設計提升自身產品的競爭力，有關設計中心的建立，便可為有意提升自身競爭力的企業提供一個專門結識優秀人才的渠道。屆時本地設計人員的創新意念，便可融入工業生產和各行各業中。

## 促進人才企業配對

設計中心建立的初期，需要政府投入資源，但當中心開始運作後，透過中心各種設計人員承接工作及授課的收入，中心可以自負盈虧。

崔德明認為，從短期投資成本效益角度來看，當局設立這類中心所帶來的效益或較資助其他新生企業更顯著。但無可否認，也有不少事例證明，具備設計天份、創新意念的人員，未必也具備營商頭腦，有時候不少設計意念更可能流於“天馬行空”，缺乏可行性。故這類中心的設立，可以使人才與企業配對，使創作意念得以成功展現。

崔德明強調，現時越來越多地區叫出“發展創意工業，培育經濟新增長點”的口號，設計在整個創意工業中，是重要一環。在發展創意工業上，澳門不一定要依足香港的做法，可因應自身的資源條件，量力而為。他指出，澳門其實擁許多具實力、創作意念的設計人才，如畫家、藝術家、小說作家、軟件設計、平面設計、時裝設計師，以至音樂創作人等等，關鍵是其才能能否透過各種渠道（如產品形式），在市場上發揮應有的價值。

小林

2002/12/12 MACAO DAILY