



香港再出發

HONG KONG COALITION

香港中外文化藝術交流中心 發展策略

2024年5月

目錄

第一章 發展香港成為中外文化藝術交流中心	1
1.1 背景	1
1.2 香港發展中外文化藝術交流中心的優勢	2
1.2.1 立足香港：培養吸納藝文創意人才	2
1.2.2 聯通內地：豐富的文化資源與市場聯動	6
1.2.3 觸及世界：呈現海內外文藝的世界之窗	7
1.3 香港發展中外文化藝術交流中心的挑戰	8
1.3.1 緊張的國際政治局勢	8
1.3.2 尚未明確的文化藝術產業發展規劃	8
第二章 香港發展文化藝術及創意產業的情況	10
2.1 香港本地文化藝術及創意產業現況	10
2.2 周邊國家及地區的文化藝術產業發展	12
2.2.1 上海	13
2.2.2 深圳	15
2.2.3 新加坡	18
2.2.4 韓國	20
2.3 經驗總結	22
第三章 香港中外文化藝術交流中心發展策略	24
3.1 加快制定文化藝術及創意產業發展政策	24
3.1.1 設立文化發展戰略研究及政策實施監督機構	24
3.1.2 香港可選取的優先發展戰略領域	26
3.2 推動區域層面的文化藝術及創意產業發展	32
3.2.1 文化基建的使用和優化	33
3.2.2 打造香港成為區域中華特色文化中心	34
3.2.3 組織巡迴演出、展覽以及主題嘉年華、博覽會	35
3.3 完善文化藝術及創意產業的財政預算及稅收	35
3.3.1 提高文化藝術財政預算	35
3.3.2 鼓勵市場對文化藝術活動的支持和資助等	36
3.4 加強國際文化藝術及創意領域的交流和合作	36
3.4.1 拓展對外文化交流渠道	36
3.4.2 設立本地與國內外跨產業、跨界別恒常交流平台/組織	37
3.4.3 建立華僑組織恒常交流機制，善用華僑作為交流橋梁的角色	38
3.4.4 打造香港文化交流中心城市品牌	38
鳴謝	41

第一章 發展香港成為中外文化藝術交流中心

當今世界正經歷百年未有之大變局，新一輪科技革命和產業變革深入發展，我國社會主要矛盾變化帶來的新特徵新要求，給我國文化產業的發展也帶來了重大機遇和挑戰。2021 年，第十九屆五中全會明確提出到 2035 年把我國建設成為文化強國，這標志著未來中國在全面建設社會主義現代化國家的過程中，文化建設將居於基礎和前提的地位。

1.1 背景

中共中央辦公廳國務院辦公廳印發的《「十四五」文化產業發展規劃》中提出「要圍繞粵港澳大灣區建設推動區域文化產業帶和產業群的建設」，這也意味著在重大區域發展戰略推進下，文化產業的發展迎來重要機遇和廣闊空間，跨區域的文化合作與聯動，能夠有效整合和匯集人才、資金、技術等優質要素，以推動文化產業的集聚和專業化集群發展。

國家「十四五」規劃綱要中列出專章強調要「提升國家軟實力」，在第十章內不僅提到要「傳承弘揚中華優秀文化」、「加強優秀文化作品創作生產傳播」，還要「提升中華文化影響力」、「擴大優質文化產品供給」。不斷提升國家文化軟實力和中華文化的影響力，是國家在新的時代背景下的重要布局。推動中華文化走出去，向世界闡釋介紹具有中國發展特色、體現國情、蘊含中國智慧的優秀文化有助於增強我國的國際傳播影響力。

而在港澳篇章中為香港新增「中外文化藝術交流中心」定位，這意味著香港作為融匯中西文化的樞紐，不僅可以順勢幫助國家拓展國家軟實力的影響，同時也可透過自身優勢扮演優秀多元外來文化落腳點的角色。香港開放自由的生活模式與獨特的歷史背景培育出了一套中西文化交匯的港式創意文化，廣泛的國際網絡和坐擁打造出的世界級文化藝術設施，為香港未來長期舉辦世界級文化藝術盛事奠定了良好基礎，更能與內地及海外保持積極的文化交流與合作。打造香港成為中外文化藝術交流中心，可向世界展示中國形象、講好中國故事，也可增強港

澳臺對中華文化的認同感和自豪感。

除了文化交流之外，香港亦可以助力國家發展對外文化貿易發展。發展對外文化貿易，在更大範圍、更廣領域和更高層次上參與國際文化合作和競爭，把更多具有中國特色的優秀文化產品推向世界。

1.2 香港發展中外文化藝術交流中心的優勢

1.2.1 立足香港：培養吸納藝文創意人才

中外文化藝術交流中心的建設及打造離不開城市自身承載的文化底蘊，是既有的文化實力；另一方面，要有扎實的文化產業做支撐，人才則是推動產業發展的原始動力。文化產業是一個以創新和創意驅動的產業，人才以創造力和知識技能賦予文化資源與時俱進的內涵價值和表現形式，當今社會人們對於精神文化消費需求不斷增長，文化產品和服務成為了社會消費主流，發展文化產業能夠為香港增添新的經濟增長點。

根據職能及特點進行劃分，本研究將人才主要分為三大類：（1）創意人才，即主要進行文化內容創作和設計的人才，如：藝術家、藝術創作者、設計師、手藝工匠等，通常是文化產業價值鏈上的核心部分，並且是產生高附加值知識產品和內容的關鍵要素；（2）專業技術人才，則是能夠運用專業技術將創新創意進行設計、展示、並且轉化成為商品和服務的人才，如：數碼遊戲製作、動漫動畫製作、編輯人員、導播等，主要在文化產業的中上游環節發揮重要作用；（3）經營及管理人才，通常是具備市場及行業經驗，擁有創新戰略思維的人才，不僅能夠認識文化產業的文化屬性和商品屬性，還能運用文化產業價值鏈的運作規律，如：文化企業高管、製作人、經紀人、策展人、中介等，多出現在文化產業的中下游環節，能夠推動和影響文化產業的發展布局。

縱覽海內外文化產業發達的城市，例如紐約、倫敦、巴黎、米蘭、阿姆斯特丹、東京、首爾等，都集聚了一批藝文創意領域的高素質人才。「兩文三語」帶出獨特的香港語言環境，和「一國兩制」下擁有背靠祖國、聯通世界的得天獨厚優勢，使得香港在吸納海外人才方面獨具優勢，不僅如此，政府出臺利好政策吸

引人才來港也尤為重要。

為了更加積極進取的吸納外來人才，繼特區政府在 2022 年的《施政報告》中新推出「高端人才通行證計劃」，同時優化現有計劃的審批程序之後，2023 年的《施政報告》提出「搶人才、留人才」，宣布成立「人才服務辦公室」為來港人才提供全方位的支援，同時擴大了「高端人才通行證計劃」大學名單、放寬現有簽證計劃的逗留期限等。除此之外，「香港人才清單」經 2023 年檢討之後，在「創意產業、藝術文化、表演藝術」領域下已經有 8 類範疇的專才在列¹，分別是：表演藝術節目經辦人、可移動文物修復師、出版方面的創意產業專才、數碼市場推廣及品牌專家、電影方面的創意產業專才、表演藝術方面的藝術科技專才、音樂方面的創意產業專才、數碼娛樂方面的創意產業專才。

再者，香港的主要支柱產業集中在金融、貿易、專業服務等領域，這些產業受益於香港自由活躍的市場經濟，同時也潛在具備支持文化藝術及創意產業發展的要素，市場方面，若能實現跨產業協同合作，亦能夠加快文化產業的生態培育、增加人才來港誘因。

在藝文創意教育方面，全港擁有國際知名度的五大高校均設有相關課程（見表 1），課程內容呈現多元化，主要涉及文學曆史、設計、傳播媒介、時裝紡織等領域。再者，香港演藝學院的修讀課程提供中樂、作曲與電子音樂、指揮與文化領袖、鍵盤樂、弦樂、木管樂、銅管樂及敲擊樂、音樂學相關的訓練課程，主要致力培育專業演藝人才。儘管人才的培育和成熟需要一定的時間，隨著大專院校教育資源的投入增加，以及人才培養項目的多元化，未來跨學科、跨領域的複合型人才將會更好的助力文化藝術及創意的發展。

¹ 香港人才清單（2024）。人才清單：創意產業、藝術文化、表演藝術。網址：<https://www.talentlist.gov.hk/tc/iso2.html>。線上檢索時間：2024 年 3 月 15 日。

表 1 香港五大院校藝文創意相關課程

院校	院系及課程
香港大學	建築學院 Faculty of Architecture ● 設計+ (Design+) ● 建築學 (Architecture Studies) ● 園景學 (Landscape Studies) ● 城市研究 (Urban Studies) ● 測量學 (Surveying) 文學院 Faculty of Arts ● 藝術史 Art History ● 音樂學/ 作曲 Musicology/Composition 工程學院 Faculty of Engineering ● 創新設計與技術工程 (Innovation design and Technology) 社會科學學院 Faculty of Social Science ● 表達藝術治療 (Expressive Arts Therapy)
香港中文大學	文學院 Faculty of Arts ● 文學 Arts ● 中國藝術哲學 Philosophy in Chinese Art ● 藝術文學 Fine Arts ● 視覺文化研究 (Visual Culture Studies) ● 文化研究 Cultural/Intercultural Studies ● 文化管理 Cultural Management 建築學系 School of Architecture ● 建築學 Architectural Studies/Architecture

	● 城市研究 Urban Studies ● 城市規劃 Urban Design
香港理工大學	設計學院 School of Design ● 城市環境設計 (Urban Environments Design) ● 交互設計 (Interaction Design) ● 廣告設計 Advertising Design ● 信息設計 Information Design ● 媒體設計 Media Design ● 室內設計 Interior Design ● 產品設計 Product Design ● 服務創新設計 Service Design ● 社會創新設計 Social Design 時裝及紡織學院 School of Fashion and Textile Design ● 服裝及紡織品設計 Fashion and Textile Design ● 環球時裝管理 Global Fashion Management ● 可持續時裝及創新 Sustainable Fashion and Innovation ● 智慧可穿戴科技 Intelligent Wearable Technology
香港城市大學	人文社會科學院 College of Liberal Arts and Social Sciences ● 數碼電視與廣播 Television and Broadcasting ● 媒體與傳播 Media and Communication ● 傳播與新媒體 Communication and New Media ● 整合營銷傳播 Integrated Marketing Communication ● 中文及歷史 (文化遺產科) Chinese and History

	(Cultural Heritage Stream) 創意媒體學院 School of Creative Media ● 創意媒體 Creative Media ● 文理學（新媒體）Arts and Science in New Media 建築學及土木工程學系 Department of Architecture and Civil Engineering ● 建築工程 Architectural Engineering ● 建築學及測量學 Architecture and Surveying
香港浸會大學	創意藝術學院 School of Creative Arts ● Film, Television and Digital Media 電影、電視及數字媒體 ● Producing for Film, Television and New Media 電影、電視及新媒體製作 ● Music 音樂 ● Visual Arts 視覺藝術 ● Marketing for the Creative Economy 創意產業市場

資料來源：各院校官網，一國兩制研究中心整理。

1.2.2 聯通內地：豐富的文化資源與市場聯動

傳播中華文化，是中外文化藝術交流中心的重要使命之一。香港是影響嶺南文化發展的要地，在文化發展方面與嶺南地區亦相輔相成，相互影響，不少嶺南一帶的非遺文化如：粵劇、醒獅、咏春拳等也出現在香港的大眾娛樂中。歷史演變過程中，香港逐漸形成了現今混雜且多元的文化環境，流行西方文化的同時，傳統的民族知識和節日習俗又得以傳承。

中華文明博大精深、源遠流長，是由各民族優秀文化匯集而成。我國地大物博，擁有不同的地域文化，不少城市都承載著許多歷史記憶，擁有豐富的文化遺

產，包括文物古跡、歷史文化古城、名鎮名村、歷史建築以及非物質文化遺產等，這些都是既有的文化資源和中華文化的重要組成部分。如能運用文化活動與展覽、文化產品開發、文化旅游、文化創意產業孵化、數字化和在綫推廣等形式展示中華文化的特色，一方面能起到文化傳播的作用；另一方面還能進一步將文化資源和文化市場相結合，達到經濟和文化的雙重效益。

成為中外文化藝術交流中心，香港需要發展出具有國際競爭力的文化產業，聯通內地則可為香港提供豐富的文化資源和廣闊市場。近年來，推動粵港澳大灣區的融合發展使得香港與大灣區內地城市的民間活動頻繁，這對推動文化交流、文化產業發展創造的良好的條件。《粵港澳大灣區規劃綱要》（簡稱《規劃綱要》）中第八章的第二、三小節，分別從文化和旅游的角度闡述了人文灣區和休閒灣區的建設，其中提出：「發揮粵港澳地域相近的優勢，聯合開展重大文化遺產保護、舉辦各類文化遺產展覽、展演活動等，同時充分利用灣區內的文化古迹、世界文化遺產、非物質文化遺產等文化資源，增強大灣區的文化軟實力」。在中外文化交流方面，《規劃綱要》提出「鼓勵香港發揮中西方文化交流平台作用、弘揚中華優秀傳統文化」。在推動文化繁榮方面，鼓勵從完善文化創意產業體系著手，在音樂演藝、文化博覽、圖書及設計展會等方面開展跨境合作。

總體來說，推動文化產業發展可以促進香港與內地其他城市的文化產業協作，共同完成支持文化產業鏈的不同環節。香港作為國際金融中心的同時，擁有一流的世界級專業服務人才，可以為內地城市的文化產業提供優質的金融服務和配套的專業服務支持。

1.2.3 觸及世界：呈現海內外文藝的世界之窗

作為東西方文化的交匯點，香港以其優越的地理優勢，吸引了世界各地的文化機構和藝術家到訪、舉辦大型的文化活動和國際電影節等，為海外文藝提供了展示的機會，是一個良好的國際交流大平台；作為國際都市，香港也匯集了不同國家和地區的人們居住和工作，他們帶來的文化背景和經驗有助於本地社會文化的融合與創新，為文化發展帶來生機與活力。

香港擁有現代化的藝術設施和場館，如：美術館、劇院、文化中心、博物館等設施，高質量的演出和展覽空間為海內外文藝的呈現提供了良好的技術和場地支持。另一方面，活躍的資本市場為藝術和商業的結合提供了許多發展機會，藝術品拍賣、文化交易等活動常見於香港，不少畫廊、拍賣行將香港設為亞太總部，這些平台為海內外文藝提供了更多的展示和銷售渠道，同時也成為了呈現海外文藝的世界之窗。

1.3 香港發展中外文化藝術交流中心的挑戰

1.3.1 緊張的國際政治局勢

在全球政治局勢緊張的背景下，文化軟實力成為國家競爭力的重要組成部分。不僅如此，伴隨著國際傳播能力和話語權的競爭加劇，文化產品的輸出、文化產業的國際交流與合作或都會受到影響。

再者，全球化使得文化藝術領域競爭日益激烈，香港需要在保持本土文化特色的同時，吸收和融合國際文化元素，創造出具有全球吸引力的文化產品和內容。在多元文化背景下，面對不同的文化、藝術形式和價值觀的交匯，香港亦需平衡各方，以促進不同文化藝術形式的和諧共存。

香港本身在文化交流與合作方面具有先天優勢，可以通過國家文化藝術活動的開展，展示中國文化的獨特魅力和當代中國的發展理念，增強國際社會對中國的瞭解和認同。因此，香港應積極參與國際文化交流與合作，通過文化外交提升國家形象，助力國家掌握國際話語權。

1.3.2 尚未明確的文化藝術產業發展規劃

當前香港在文化藝術產業發展方面缺乏明確和系統的規劃，特別是在資助計劃和場地使用方面，尚未形成以產業發展為導向的政策體系。缺乏針對性的資助計劃可能會影響文化藝術創作和活動的質量和多樣性，限制產業的發展潛力。場地規劃不足可能導致文化藝術活動空間分散，不利於形成集聚效應和規模經濟，也不利於吸引國際文化藝術資源。

文化的發展是一個自下而上的過程，需要廣泛的社會參與和基層的活力。過

往政府對文化發展的支持，往往集中在項目資金支持上，雖有一定成效但未必能够順應當前產業發展的需求，政府應該調整發展思路，應以「支持產業發展」的思路去推動文化藝術的發展，同時採取多元化的策略，進行系統性的扶持和支持。

第二章 香港發展文化藝術及創意產業的情況

2.1 香港本地文化藝術及創意產業現況

文化藝術和創意產業為世界經濟做出了重大貢獻，聯合國教科文組織指出，2022 年，文化部門占全球國內生產總值的 3.1%，此外，文化和創意產業在全球創造了近 5,000 萬個工作崗位，佔崗位總數的 6.2%，且比其他行業雇用了更多的 15-29 歲的年輕人。²

香港文化及創意產業的涵蓋範圍和分類根據聯合國所倡議的國際統計指引，定訂了文創產業的涵蓋範圍，並因應香港的經濟情況，劃定了以下 11 個組成界別：（一）藝術品、古董及工藝品；（二）文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務；（三）表演藝術；（四）電影及錄像和音樂；（五）電視及電台；（六）出版；（七）軟件、電腦遊戲及互動媒體；（八）設計；（九）建築；（十）廣告；（十一）娛樂服務。

一直以來，特區政府將文化及創意產業定位為優勢產業並認為其享有優勢及具備潛力作進一步發展。政府統計處關於《香港的文化及創意產業》最新數據顯示，在 2021 年香港文化及創意產業的增加值為 1,248 億元，較 2020 年上升 8.0%，對本地生產總值的貢獻率為 4.5%，就業人數佔本地就業總人數的 6.2%。其中，增加價值所佔比重最高的是軟件、電腦遊戲及互動媒體，在 2021 年增加價值為 594 億元，佔文化創意產業增加價值的 47.6%，互聯網服務及軟件和電腦遊戲開發為該界別創造主要的增加價值；其次是藝術品、古董及工藝品和建築，增加價值為 166 億元，佔文化創意產業增加價值的 13.3%，該界別涉及的藝術品、古董及工藝品進出口貿易活動、藝術拍賣活動是主要的增加價值推動要素。近年來，香港建築服務積極參與區域內的各項住宅及商業發展項目，以及大型城市發展和基建項目，因此建築界別的增加價值在 2021 年達到 145 億元，位列第三³（圖 1）。

² 聯合國教科文組織（2022）。《重塑創意政策：將文化市委一種全球公共品》。網址：<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>。線上檢索日期：2024 年 1 月 22 日。

³ 政府統計處（2023）。《香港統計月刊 2023 年 6 月》。網址：

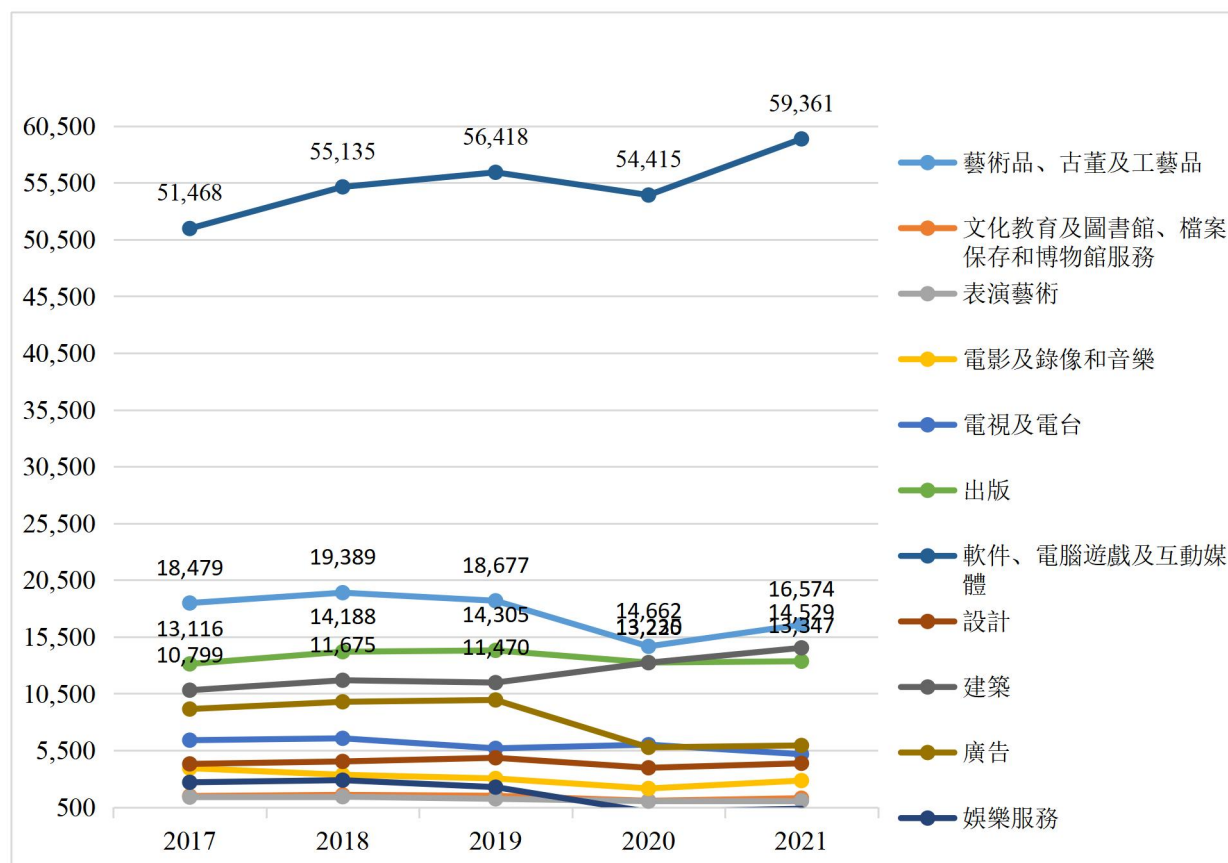
表 2 2017-2021 香港文化及創意產業就業人數佔總就業人數比例

年份	2017	2018	2019	2020	2021
就業人數	231,429	234,730	237,150	228,600	225,880
總就業人數 佔比*	6.0%	6.0%	6.1%	6.2%	6.2%

*總就業人數以《香港統計月刊》2022 年 9 月號刊載的就業綜合估計數字為依據。

資料來源：政府統計處（2023），《香港的文化及創意產業·香港統計月刊》2023 年 6 月整理。

圖 1 香港文化及創意產業的增加價值趨勢與排名（2017-2021）



單位：百萬元

資料來源：政府統計處（2023），《香港的文化及創意產業·香港統計月刊》2023 年 6 月整理。一國兩制研究中心整理。

國際數據亦反映香港的文化藝術及創意產業在國際上名列前茅,但仍有提升

https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/FA100120/att/B72306FA2023XXXXB0100.pdf。線上檢索時間：2024 年 1 月 22 日。

空間。根據世界知識產權組織最新發布的《全球創新指數 2023》(Global Innovation Index 2023) 報告顯示，香港的創意投入 (Input Rank) 在全球 141 個國家或地區經濟體中位列第八，參考指標含基礎設施、市場環境、營商環境等；創意產出 (Output Rank) 方面則略有遜色位列第二十四，指標中主要考察了知識產權、科技創新方面的因素。綜合整體排名全球位列第十七，亞太區域位列第五，次於新加坡、韓國、日本、中國內地。⁴根據聯合國貿易和發展會議於 2022 年發佈的《創意經濟展望 2022》，香港的創意產品出口量全球第五，僅次於中國內地、美國、意大利、德國。⁵

近年來，香港政府意識到推動文化藝術及創意產業發展的重要性，並且在行政架構、產業支援方面做了不少工作，例如：推動 CreateHK 改組成為「文創產業發展處」；成立文化藝術盛事基金以支持國際和大型文藝活動落戶香港；成立「弘揚中華文化辦公室」、籌辦「中華文化節」等形式推動弘揚中華文化等。

《2024-25 年政府財政預算案》中提出政府將為電影和創意產業注入發展資金；從 2024 年起每年舉辦「香港時裝設計周」；支持大型演藝作品長期公演及舉辦「香港演藝博覽」等，以提供誘因吸引私人投資，拓展新的市場機遇。

對於政府正制定並計劃推出的《文藝創意產業發展藍圖》，業界市場期望能夠看到有效促進跨部門協調和優化資金援助的方案、清晰完整的產業政策。

2.2 周邊國家及地區的文化藝術產業發展

從全球市場來看，世界各國文化貿易發展迅速，這意味著我國需要有更多優質的文化產品和服務「走出去」，對於文化創意產品和服務的需求更大。聯合國貿易和發展會議 (UNCTAD) 的統計數據，全球創意產品出口額從 2010 年的 4.19 億美元增值 2020 年的 5.24 億美元，同期全球創意服務出口額從 4,870 億美元增值近 1.1 兆美元。據政府統計處數據，2021 年，香港的選定文化及創意貨品的整

⁴ WIPO (2023). *Global Innovation Index 2023*. 網址:

https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2023/. 線上檢索日期：2024 年 1 月 20 日。

⁵ UNCTAD (2022). *Creative Economy Outlook 2022*. 網址:

<https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2022>. 線上檢索日期：2024 年 1 月 20 日。

體出口（包括港產品出口和轉口貨品）達到 7,478 億元，其中視聽及互動媒體貨物為最大組成部分(73.3%),其次為視覺藝術及設計貨品(14%)和表演藝術及節慶貨品（9.8%）。⁶

隨著文化藝術及創意產業對全球經濟增長的貢獻值不斷提升，亦不難發現香港周邊臨近國家及地區文化藝術及創意產業的快速崛起以及對經濟的貢獻比例擴大，以下選取了上海、深圳、新加坡以及韓國的案例進行簡要分析：

2.2.1 上海

2017 年，上海市印發《關於加快本市文化創意產業創新發展的若干意見》（簡稱上海文創五十條），透過 50 條具體措施，推進上海市建設成為具有國際影響力的文化創意產業中心。「十四五」規劃以來，上海出臺有關文化產業發展的政策數量居全球首位。2021 年，上海市政府出臺《上海市社會主義國際文化大都市建設「十四五」規劃》為上海的文化產業全面發展設立六大重點領域：影視創製、藝術品交易、表演藝術、電競、網絡文化產業和創意設計產業。在明確重點發展領域之後，上海市圍繞人才、城市品牌、頭部企業、產業集群、信息平台五個方面為文創產業的發展搭建服務支撐體系。

文化創意產業已經成為上海的一個戰略性的支柱產業，以文化創意園為代表的文化創意產業集聚形態逐步形成並吸引了海內外的創意設計企業和優秀創意人才。上海文化產業的蓬勃發展離不開政府積極的政策支持和階段性的發展規劃（見表 2），2022 年上海文創產業佔全市生產總值比重約 13%，文創從業人員人均產出約 239,420 美元⁷；在創意設計方面，上海時裝周的活力指數進入國際前五，成為亞洲最大的訂貨季。具有韌性和活力的文化藝術及創意市場氛圍，使得上海正進一步推動文創資源向生產要素轉化。

表 3 2019-2024 上海市發展文化產業的相關政策

⁶ 所指比例為佔取 2021 年選定文化及創業貨品整體出口總額的比例。

⁷ 人民網（2023）。上海文創產業佔全市 GDP 約 13% 今年將加大推動力度。網址：<http://sh.people.com.cn/BIG5/n2/2023/0330/c138654-40357366.html>。線上檢索時間：2024 年 2 月 11 日。

發佈時間與發佈部門	相關政策文件
2019年2月 上海市人民政府	《關於促進上海旅游高品質發展加快建成世界著名旅游城市的若干意見》
2019年7月 上海市文旅局	中國上海國際藝術節品牌建設三年行動計劃（2018-2020年） 上海市民文化節品牌建設三年行動計劃（2018-2020年） 上海市博物館品牌建設三年行動計劃（2018-2020年） 「非遺在社區」品牌建設三年行動計劃（2018-2020年） 「上海藝術商圈」品牌建設三年行動計劃（2018-2020年） 文化「進地鐵、進機場」品牌建設三年行動計劃（2018-2020年） 上海網絡視聽品牌建設三年行動計劃（2018-2020年） 上海演藝品牌建設三年行動計劃（2018-2020年） 上海藝術品品牌建設三年行動計劃（2018-2020年）
2020年9月 上海市文旅局	上海在線新文旅發展行動方案（2020-2022年）
2021年6月 上海市人民政府	《上海市「十四五」時期深化世界著名旅遊城市建設規劃》
2021年8月 上海市宣傳部 上海市科委 上海市網信辦 上海市經信委 上海市文旅局	《上海市關於促進文化和科技深度融合的實施意見》
2021年12月 上海市宣傳部 上海市文旅局 上海市發改委 上海市財政局	《上海市關於推進公共文化服務高質量發展的意見》
2022年2月 上海市文旅局 上海市經信委 上海市文化創意產業推進領導小組辦公室 上海市商務委 上海市教委	《關於支持和推進上海工業旅游發展的實施意見》
2022年7月 上海市文旅局	上海市「十四五」文物保護利用規劃
2023年6月	《上海市打造文旅元宇宙新賽道 行動方案（2023-2025年）》

上海市文旅局	《上海市關於進一步加強非物質文化遺產保護工作的實施意見》（徵求意見稿）
2023 年 7 月 上海市文旅局	《上海市文化和旅游局美術創作行動計劃（2023--2025）》 《上海市文化和旅游局舞臺藝術和群眾文藝創作行動計劃（2023--2025）》
2023 年 12 月 上海市委辦公廳 上海市人民政府辦公廳	《上海市貫徹落實國家文化數字化戰略的實施方案》
2024 年 3 月 上海市文物局	《上海國際文物藝術品交易服務中心管理辦法（試行）》

資料來源：上海市文化和旅游局官網，一國兩制研究中心整理。

2.2.2 深圳

2003 年深圳市推出了有史以來的第一個文化發展戰略——深圳「文化立市」戰略，建設「兩城一都一基地」，即：鋼琴之城、圖書館之城、設計之都及動漫基地。隨後 2005 年，深圳市委、市政府印發《深圳市文化發展規劃綱要（2005-2010）》，詳盡的明確了戰略思想，同時提出將文化產業打造成爲深圳第四大支柱產業。在政府積極的文化經濟政策和有力的資金支持下，2008 年深圳市獲得聯合國教科文組織認定的中國首個「設計之都」稱號。

在較爲完善的市場環境和科技創新驅動的背景下，以騰訊爲代表的互聯網文化企業迅速發展，互聯網的興起也爲深圳文化產業轉型升級提供了有力的科技支撐，深圳逐步形成了「文化+旅遊」、「文化+科技」、「文化+互聯網」、「文化+金融」的文化產業發展模式。

2020 年，深圳市委、市政府辦公廳還出臺了《關於加快文化產業創新發展的實施意見》，其中指出了重點發展的產業領域：創意設計、影視和動漫、演藝和音樂、新媒體和網絡文化、文化軟件及遊戲、數字出版、文化旅游、高端工藝美術、高端印刷、高端文化裝備。隨後，新冠疫情給文化及其相關產業帶來了新的挑戰，與此同時，則加速了互聯網、雲計算、大數據、AR\VR 等信息技術在文化領域的應用，深圳市依託高科技城市優勢，積極探索文化產業發展新生態。

在政府積極且具有針對性的政策支持下（見表 3），截至 2022 年，文創產業

增加值占全市 GDP 比重亦超過 8%⁸。在深圳市率先提出的「文化+科技」的產業發展模式下，企業利用科技發展的優勢賦予傳統文化以新形式和新內容，一批文化科技企業迅速崛起，其中有超過 25%的文化企業具備國家高新技術企業資質；不僅如此，在「文化+旅遊」、「文化+創意」等文化產業模式的推動下，深圳的設計產業在過去數年取得飛躍發展，帶動了相關產業經濟發展，還在平面設計、建築設計、工業設計、室內設計、服裝設計等占據國內較大市場份額，同時成功打造了深圳設計周、創意十二月等標志性活動。

⁸ 深圳特區報（2023）深圳文化產業增加值突破兩千六百億。網址：https://www.sz.gov.cn/cn/xxgk/zfxgj/zwdt/content/post_10449834.html。線上檢索日期：2024 年 2 月 15 日。

表 4 2019-2024 年深圳市發展文化產業的相關政策

發佈時間與發佈部門	政策文件
2019 年 4 月 深圳市文化廣電旅遊體育局	深圳市博物館事業發展五年規劃（2018-2023）暨 2035 遠景目標
2020 年 4 月 深圳市文化廣電旅遊體育局	關於加快文化產業創新發展的實施意見
2021 年 5 月 深圳市文化廣電旅遊體育局	深圳市擴大文化旅遊和體育消費實施方案
2022 年 2 月 深圳市文體旅遊發展 「十四五」規劃	深圳市文體旅遊發展「十四五」規劃
2022 年 6 月 深圳市文化廣電旅遊體育局 深圳市委宣傳部 深圳市工業和信息化局	《深圳市培育數字創意產業集群行動計劃 （2022-2025 年）》
2022 年 6 月 深圳市文化廣電旅遊體育局 深圳市地方金融監督管理局	《關於推進文化與金融深度融合發展的意見》
2022 年 7 月 深圳市文化廣電旅遊體育局	《深圳市文化產業園區管理辦法》
2022 年 9 月 深圳市文化廣電旅遊體育局 深圳市委宣傳部 深圳市規劃和自然資源局	《深圳特色文化街區管理辦法》
2023 年 3 月 深圳市文化廣電旅遊體育局	《深圳市非國有美術館管理與促進辦法》
2023 年 6 月 深圳市文化廣電旅遊體育局	《深圳市關於加快培育數字創意產業集群的若干 措施》
2023 年 7 月 深圳市文化廣電旅遊體育局	《深圳市關於建設國際電競之都的若干措施》
2023 年 10 月 深圳市文化廣電旅遊體育局	《深圳市推進藝術品產業創新發展建設國際藝術 品拍賣中心扶持計劃操作規程》
2024 年 2 月 深圳市文化廣電旅遊體育局	《深圳市數字創意產業集群扶持計劃操作規程》 《深圳市建設國際電競之都扶持計劃操作規程》

資料來源：深圳市文化廣電旅遊體育局、深圳市文物局官網，一國兩制研究中心整理。

2.2.3 新加坡

新加坡政府在文化藝術方面的建設成果是亞洲地區的一個典範（見表 4）。新加坡政府於 2000 年發布了《文藝復興城市報告》（Renaissance City Report），該報告主要明確了兩個目標：一是打造新加坡成為國際藝術都市，21 世紀重要的亞洲世界文化中心；二是將文化作為國家重點發展內容。新加坡政府將整個《文藝復興城市計劃》（Renaissance City Plan）分三個階段執行（2000-2004；2004-2008；2008-2012），從短期定位打造區域中心，到最終目標成為紐約、倫敦這樣的全球文化藝術都市。

新加坡政府在 2018 年推出《新加坡藝術拓展藍圖 2018-2022》（Our SG Arts Plan 2018-2022）以及 2023 年更新發布了《新加坡藝術拓展藍圖 2023-2027》（Our SG Arts Plan 2023-2027）。新加坡政府在每一個階段賦予不同的任務與目標，從藝術創作與藝術的普及性教育開始，逐步建立起專業且現代的藝術商業市場，令文化藝術在長遠角度可以不完全依賴政府的資助保持可持續的成長發展。最新的《藝術拓展藍圖 2023-2027》聚焦三個戰略目標：互聯社會、獨特城市和創意經濟，除了從教育著手推出博物館學習體驗和藝術教育、提供專業人士的技能水平和職業晉升渠道之外，還致力在知識產權、新的商業模式、數碼科技的採用方面幫助藝術家和藝術團體發展，可見新加坡政府在不斷檢討過往政策實施情況的同時，在選擇推動文化藝術的發展方向上也與時俱進。

在推動設計領域發展方面，新加坡政府在 2003 年成立了設計新加坡理事會（Design Singapore Council），是新加坡經濟發展局下設子公司，隸屬貿易與工業部。設計新加坡理事會擁有明確的願景和戰略地位，旨在推動設計領域的發展，使其成為經濟增長及和社會進步的催化劑。其主要的目標和關鍵職能，如：透過與政策制定者接觸、資金和指導計劃及行業人士、合作夥伴的合作，提出設計驅動的倡議與政策；與學術機構、設計院校、行業合作夥伴和專業協會等合作，推動本地設計人才的培養等。

多年來，設計新加坡理事會在國家設計領域做出了顯著成績，同時還透過其

獎項和認可項目，例如總統設計獎（President's Design Award）來認可新加坡和國家上的傑出設計成就、成功組織了新加坡設計周（Singapore Design Week）。2020 年 11 月，設計新加坡理事會還宣佈啟動了與麥肯錫設計（McKinsey Design）合作的首屆設計商業價值計劃（Business Value of Design Programme），旨在幫助企業透過設計實現增長和創新。

表 5 新加坡推動文化發展的活動里程碑

年份	里程碑
2015,2017,2019	與英國文化協會（British Council）簽署合作備忘錄
2023	《藝術拓展藍圖 2023-2027》Our SG Art Plan (2023-2027)
2022	與大華銀行（Overseas Bank Limited）簽署合作備忘錄，以支持新加坡打造文化藝術生態和成為「東南亞藝術之都」的定位發展
2022	與法國駐新加坡大使館簽署合作備忘錄，以支持來自兩國的藝術家和藝術專業人士在雙方境內的常駐藝術項目（Artist-in-Residency Programme）的發展
2019	與澳大利亞國家藝術委員會（Australia Council for the Arts）、韓國藝術理事會（Arts Council Korea）、創意新西蘭（Creative New Zealand）
2018	《藝術拓展藍圖 2018-2022》Our SG Arts Plan (2018-2022)
2018	與中國國家藝術基金（China National Arts Fund）簽署合作備忘錄
2015	新加坡設計總藍圖委員會發佈《設計 2025》Design 2025 Masterplan
2012	《藝術和文化戰略回顧》Arts and Culture Strategic Review
2008	《文藝復興城市報告 3.0》Renaissance City Report 3.0
2004	《文藝復興城市報告 2.0》Renaissance City Report 2.0
2000	《文藝復興城市報告》Renaissance City Report

資料來源：National Arts Council Singapore, 一國兩制研究中心整理。

2.2.4 韓國

韓國對整個文化產業的稱呼歷經了「文化產業」、「文化內容產業」、「內容產業」三個階段，目前以「內容產業」稱之。現時「文化內容產業」包括出版、漫畫、音樂、遊戲、電影、動畫、電視節目、廣告、卡通形象、知識產權、內容解決方案 11 個領域。

當前，韓國文化內容產業是韓國最具代表性的出口產品之一，2024 年 1 月，韓國文化體育觀光部發佈的《2022 年文創產業調查》顯示，2022 年韓國文創產業出口額為 132.4 億美元，較前一年增加了 6.3%。數據顯示，韓國在 2023 年文化版權領域的貿易收支達到了創紀錄的 11 億美元，與 2020 年的數據相比，三年內增長了 7 倍。

韓國的文創產業已經非常成熟，但近年來依舊會面臨外經濟不景氣、國際資本大舉進入帶來的本土競爭等困境。2023 年，韓國文化體育觀光部表示將投入 7,900 億韓元（約 5.88 億美元）用於支援中小企業和初創企業，集中扶持電影、遊戲、廣播放送、網絡漫畫、文化旅遊業等。為培養文化 IP 產業，政府計劃投入 1,500 億韓元（約 1.12 億美元），此外，還將對網絡串流媒體服務（OTT, Over The Top）特色內容製作、字幕、配音等後期製作行業等進行相應的資金扶持。

回顧韓國的文化產業發展，上世紀 90 年代後期韓國政府首次提出「文化立國」戰略，提出重點發展影視、廣播、遊戲、音樂、動畫等領域，以促進本土消費、推動韓流文化「走出去」，還出臺了《國民政府的新文化政策》等一系列條文法規，為文化產業的發展提供了絕對的保障。韓國的曆屆政府都將制定文化政策、發展文化產業作為施政的重點，亦設有專門的政府機構扶持特定的產業領域（表 5）；不僅如此，政府還出臺一系列有關文化發展的綱領性文件，對每一階段的文化發展目標有著明確規劃，例如：《文化內容振興方案》（2000）、《文化內容產業中長期發展戰略》（2003）、《文化內容輸出戰略》（2005）、《內容產業發展戰略》（2010）、《新韓流振興政策》（2021）、《國際文化交流振興實施計劃》（2021）等。

表 6 2020-2024 年韓國文化體育觀光部文化政策重點

年份	工作重點
2019	「推進各領域的韓朝文化交流與合作」 1. 力推韓朝組隊參加 2020 年東京奧運會和聯合申辦 2023 年夏季奧運會等事宜，同時進一步加強韓朝在文藝、學士、文物及旅遊領域的合作； 2. 擴建公共文化基礎設施以加大對弱勢群體的支援力度； 3. 制定《藝術工作者地位及權利保障》相關法律法規，著力保護藝術家創作活動，還將成立體育道德中心
2020	「發展韓流為經濟發展注入活力、讓國民享受更多文化福利」 1. 為文化內容產業撥款，幫助行業解決資金短缺問題；培育旅遊定點城市（釜山、全州、安東、江陵、木浦）；擴大體育產業貸款規模以扶持產業發展； 2. 以韓流促進旅遊業發展，增加消費品出口； 3. 打造國民文化生活環境； 4. 建立健康文化生態系統
2021	推出「旅遊產業復甦及再躍進方案」積極開發韓流數字旅遊 1. 積極利用 K-pop 等韓國文創內容，尤其是將開發與擁有全球粉絲群的防彈少年團(BTS)、韓劇《魷魚遊戲》相關的旅遊商品；舉辦「世界 K-POP 演唱會」、娛樂產業博覽會等； 2. 開發非軍事（DMZ）和平旅遊、醫療保健等富有特色的旅遊內容； 3. 支持開發復合最新旅遊趨勢的「工作遊」(Workation)、帶寵旅遊、農村漁村旅遊等新市場； 4. 利用元宇宙平台，構建融合韓國主要景點、人氣影視劇取景地等的「韓國旅遊宇宙平台」；支持國內旅遊企業數字轉型，培養旅遊領域人才，打造智慧旅遊
2022	「引領世界的文化強國，讓國民體驗的文化生活」 1. 加強文化交流平台具體功能，以駐外文化院中心搭建合作體系，舉辦「韓國文化內容周」等文化交流活動； 2. 擴大韓流相關產業的出口，設海外韓流宣傳館、博覽會，國內實現韓流旅遊路線的商品化； 3. 加強對韓國文化的內容支持，如：韓服、韓紙、韓語等； 4. 擴建虛擬世界平台，豐富網絡視頻（OTT）平台，其

	中虛擬世界平台將擴展至遊戲、動畫、時裝等領域
2023	「開啟韓國發展成為旅遊大國的元年」 1. 為韓國文創內容產業提供政策性金融支持，支持開發與大家名仕、與體育、演出相結合的旅游產品，撥款支援推出「夜間游」、「帶寵旅游」； 2. 在東京、紐約、倫敦等全世界 15 座城市舉行大規模宣傳活動，分別為人工智能市場營銷和構建元宇宙旅游內容投入資金； 3. 積極推動文化與旅游相結合，推動青瓦台一代的歷史、文化、旅游資源全面融合，建設成為旅游集群，開發面向國內外游客的特色旅游產品 4. 進一步推廣「工作遊」(Workation)，並與企業合作引進旅游折扣卡等；擴大旅游風險企業培育基金規模，發行支援券、培育人才，同時擴大健康和醫療旅游預算、會展旅游預算等
2024	「韓國文化引領的全球文化強國」 1. 提高韓國文化在全世界的人氣，加強對文化藝術作品創作和其進軍海外的援助工作。擴大對歌劇、芭蕾以及音樂劇、美術、文學、工藝等流通海外的援助。為支持代表作家和作品的創作，將實施優秀作品保留劇目，強化「創作-流通-進軍海外」各階段的支援； 2. 以 2024 年巴黎奧運會暨殘奧會為契機，在當地舉辦觀光路演、開展韓國文化及旅游的宣傳活動； 3. 成立規模達 6,000 億韓元的「K-文創戰略基金」，加強鞏固知識產權保護； 4. 計劃推出降低國民休閒消費負擔的文化民生政策、援助專業體育人才及培養體育產業等

資料來源：韓國文化體育觀光部網站，一國兩制研究中心整理

2.3 經驗總結

上海和深圳都是從工業型經濟逐步向創新知識型經濟、服務型經濟過渡，經濟結構的升級轉型對香港亦有借鑒意義。上海在文化產業的發展過程中對文化內容原創性和品牌性的打造使其成為文化產業的核心競爭力，以「上海拍攝」、「上海出品」、「上海原創」為標籤出品的文藝作品不僅擁有良好的品質口碑，在製作、

宣傳方面往往也備受政府和社會的支持。

以上海原創劇集《繁花》為例，這部由「上海出品」、「上海原創」、王家衛執導的電視劇，不僅獲得了上海市重大文藝創作資助，同時善用了上海文學的精品 IP，在拍攝時採用了大量代表上海元素的老物件，精選了外灘、和平飯店、錦江飯店等地進行實景拍攝，成功為觀眾打造了跟隨光影走進上世紀 90 年代經濟快速發展、城市日新月異的時代氛圍。同時，該作品成功在中央電視台進行放映，成為 2023 年第八部「上海出品」的電視劇，在國家級平台上擦亮了上海文化的品牌。

深圳方面以「文化立市」作為城市發展戰略之一，同時在培育多元文創平台方面表現突出，如：特色文化街區、演藝場館等，為文化產業的發展提供了扎實的基礎；深圳與香港在文化交融方面具有深厚的歷史淵源和現實基礎，兩地在文化產業的發展方面（如：作品創作以及宣傳合作、場館使用、人才交流等）具有巨大的潛力。場館方面，當前深圳市正在建設的文化基礎設施包括多個重點項目，不僅能夠助力城市的文化軟實力的增強城市綜合競爭力，同時該資源的有效利用，將助力區域的文化產業聯動與合作。目前深圳市正在建設規劃的文化基礎設施有：位於南山區的深圳歌劇院，預計在 2028 年建成，該項目將被打造成世界級高標準藝術殿堂、粵港澳大灣區國際文化交流新平台、深圳文化藝術新地標、世界級文化旅遊目的地；深圳美術館新館，以打造成國家重點美術館為目標，建成一個收藏、展覽、研究、交流、教育等為一體的大型現代化、國際化、數字化的綜合美術館，並且已于 2023 年 11 月正式對公眾開放；此外，還有深圳改革開放展覽館、深圳創意設計館等場館在可行性研究階段。基於以上思路，香港可以探索與內地城市在科技、教育、文化等領域的合作，共同開發市場，實現互利共贏。

最後，香港可以借鑒韓國和新加坡通過法律和政策支持文化產業發展的做法，加強本地文化產業的法規建設和政策引導；還可以學習新加坡在文化人才培養和國際合作方面的經驗，提升本地文化人才的國際化水平。

第三章 香港中外文化藝術交流中心發展策略

3.1 加快制定文化藝術及創意產業發展政策

作為國際知名的自由港和金融中心，其獨特的地理位置和多元文化背景，使其成為連接東西方文化的重要橋梁。近年來，隨著全球文化藝術產業的蓬勃發展，香港特區政府認識到加快制定文化藝術發展政策的重要性，以促進本地文化藝術產業的繁榮和提升香港在國際文化交流中的地位。

3.1.1 設立文化發展戰略研究及政策實施監督機構

為了確保政策的有效性和前瞻性，香港需要加強文化藝術政策的規劃和研究。這包括對本地文化藝術產業的現狀、發展趨勢、市場需求和國際比較進行深入分析。政策規劃還應考慮到社會、經濟和技術等多方面的因素，確保政策能夠適應不斷變化的環境。

打造香港成為中外文化藝術交流中心，需要擁有國際戰略布局，建議政府在現有文體旅局架構之下，設立一個具備文化發展戰略研究及政策實施監督功能的機構，其運作模式可參考荷蘭的 **Dutch Culture**。

荷蘭政府採用「一臂之距離」(Arm's Length Principle)作為文化管理的準則，為避免對藝術進行價值判斷，政府採取中立立場。荷蘭政府每四年會發佈一個國際文化政策框架，旨在促進國際文化交流，具有極高的針對性和清晰的戰略規劃。而在文化政策的制定過程中，**Dutch Culture** 在荷蘭國際文化政策制定的過程中發揮著重要的諮詢作用。

Dutch Culture 由荷蘭教育、文化與科學部和歐盟委員會委任授權，並且每四年可以得到政府的財政補貼，歐盟委員會也為機構的歐洲活動提供贊助。**Dutch Culture** 為大使和外國專家安排公事訪問、荷蘭的文化輸出收集信息，促進與荷蘭政府與戰略合作國家的國際文化交流合作，以及協調在國際場合的文化活動等。

荷蘭政府外交部、與教育、文化與科學部每四年發佈一次《國際文化政策綱要》(International Cultural Policy)，選定重點合作的國家包括：澳大利亞、比利時、巴西、中國、埃及、法國、德國、匈牙利、印度、印尼、意大利、日本、摩洛哥、波蘭、俄羅斯、南非、韓國、西班牙、斯里蘭卡、蘇利南、土耳其、烏克蘭、英國、美國。

此外，Dutch Culture 對荷蘭文化發展戰略的實施進展進行監控和評估，對基於文化政策吸收基金的基金會和社會公共機構，他們會報告這些基金的支出，且需要明確的報告在每個目標上實現的效果。

Dutch Culture 透過設立 Trans Artists 平台，分享藝術項目的知識和經驗，提供國際藝術家進駐機會，以及為有創造力的專家提供海外暫留和工作的國際機會等。但 Dutch Culture 並不提供基金支持，主要透過平台發揮引導性功能，具體的資金支持、基金還是交給各基金委員會，體現了荷蘭公共文化政策中「政府-委員會-基金會」三位一體的決策體制。

文化遺產保護和發展方面，Dutch Culture 與文化遺產局和荷蘭國家檔案館緊密合作，具體的手段根據不同的角色定位來分配任務：Dutch Culture 負責基金的使用情況、針對國外訪問者的計劃及信息的數字化供應；文化遺產局、國家檔案館則負責培訓和建議。

建議設立的文化發展戰略研究及政策實施監督功能的機構還可發揮以下功能：

1. **推動政府以扶持產業發展的思路推動文化發展**，定期向業界及學者專家征詢意見，以制定針對行業、產業在不同發展階段的切實支援政策，而不是單一的資金補貼；
2. **鼓勵私營市場資金支持本地文化藝術及創意項目**。私營市場的資金支援對於文化藝術和創意項目的發展至關重要。可以通過稅收優惠、創意產業基金和風險投資等方式鼓勵私營部門投資文化藝

術和創意項目。建立專門的基金或機構，提供資金支援和貸款服務。

3. 提供政府針對文化產業發展的「打包式」服務辦公室，負責牌照申請、場地安排、機構對接等配套服務，為有意在港發展或落地的個人及公司提供便利。
4. 定期發佈文化產業發展動態以及行業研究（參考韓國 KOCCA），幫助外界瞭解香港文化發展情況及發展重點，定期對已有的政策措施效果進行評估，同時應增設國際視野分析，為業界提供全球資訊。

3.1.2 香港可選取的優先發展戰略領域

在文化藝術產業的眾多領域中，香港應根據自身的優勢和市場需求，選取可優先發展的戰略領域。藝術品交易、創意設計、表演藝術和電影製作是香港具有潛力的幾個領域。政策應特別關注這些領域的發展，通過提供專業培訓、市場推廣、國際合作等措施，推動這些領域的創新和成長。

（1）藝術品交易

香港作為國際藝術品交易的重要市場，擁有成熟的拍賣行和藝術展覽設施。政策應支持藝術品市場的進一步發展，包括提供藝術品進出口的便利化措施、加強藝術品市場的監管和知識產權保護，以及促進藝術品交易的透明度和公平性。就發展趨勢來看，藝術品交易由藝術家、畫廊、藝術品博覽會主導的一級市場，以及由藝術品拍賣行主導的二級市場構成，近幾年兩個市場通過藝博會的形式融合發展的趨勢也在加強。

● 本地市場發展概況

由巴塞爾藝術展（Art Basel）和瑞銀集團(UBS)共同發布的《環球藝術市場報告 2024》指出，受部分地區國際局勢、高通脹率和高利率等因素的影響，2023

年全球藝術市場銷售額在連續兩年增長之後放緩，總成交額為達到 650 億美元，較上一年減少 4%，但仍舊超過 2019 年疫情之前的水平。全球市場來看，美國市場持續領先，中國市場（包括中國內地及香港）已經超過英國成為全球第二大藝術市場。

憑藉優越的區位優勢、專業服務以及市場的活躍，跨國拍賣行和國際畫廊紛紛在港設立亞太總部或進行規模擴張。近年，在港的跨國拍賣行先後宣佈香港總部的搬遷和擴建，以尋求更好的展覽和拍賣區位，富藝斯（Phillips）在 2023 年初將亞洲總部新址遷至西九龍文化區，擁有六層空間、其中兩層用於藝術展覽，成為首個在香港擁有永久展覽空間、拍賣廳的國際頂級拍賣行。佳士得（Christie's）全新的亞太區總部亦會在 2024 年 9 月正式開放，屆時將正式進駐位於香港中環的新地標建築 The Henderson，旨在為藝術及精品藏家和愛好者提供一站式服務。蘇富比（Sotheby's）則計劃現有的展覽空間搬至同樣位於中環核心地段的遮打大廈，新的展覽空間將樓高兩層，除了展覽之外，亦會用於現場拍賣，使其拍賣日程更具自主靈活性。畫廊方面，豪瑟沃斯的畫廊新空間選址在香港中環歷史悠久的雪廠街並於 2024 年 1 月開幕，畫廊以臨街地鋪的形式面向公眾，亦有利拉進藝術與公眾的距離，場地為藝術家和藝術愛好者都提供了更多的互動空間。

香港為亞洲藏家提供了良好的收藏機會，可以作為現代及當代藝術市場的主動推力。收藏家品味的多元和對西方藝術品的需求上漲，鼓勵市場自主創新，本地畫廊和拍賣行可結合各自優勢，為市場提供不同層面的協助。例如：開展跨洲際或聯城的線上聯展/拍賣、國際畫廊同本土畫廊的合作、拍賣行之間的合作以及拍賣行同畫廊間的合作。畫廊同拍賣行兩者的合作，勢必為藝術一二級市場帶來互惠效應，拍賣行有時直接涉及一級市場買賣的時候，亦可發掘可能暫未被一級市場代理的潛力藝術家，為藝術市場開創百花齊放的局面。

全球疫情為應用科技走進藝術交易市場提供了契機，藝術同科技的跨界合作，為疫情下的藝術市場解決了買家無法參與實體展覽或拍賣的問題。《環球藝術市

場報告 2024》指出，全球藝術市場線上銷售額雖于 2022 年有所下降，2023 年則重新回升，按年增長 7%，達到約 118 億美元。儘管低於 2021 年的 133 億美元的峰值，但銷售額仍接近 2019 年或之前任何一年的兩倍，並佔市場總交易額的 18%。

同時為配合香港智慧城市的發展，建議推動本地藝術市場開展數字化轉型，透過科技應用推出線上虛擬展廳、開設線上拍賣會以及擴充實境 AR 等，為畫廊和藝術家們開啓新的嘗試，實現跨越地域和時間的限制，為藝術市場增加效益。還建議推動「藝術品+科技」、「藝術品+金融」相結合發展，鼓勵藝術品數字化創作、數字化展示以及打造安全的藝術品線上交易平台。

● 拓展中國藝術國際發展空間

香港是海內外藝術市場接軌的橋樑，美國高古軒、英國白立方、法國貝浩登等國際品牌畫廊紛紛「走進來」，國際拍賣行蘇富比、佳士得在站穩香港市場後，才開始從上海開拓起內地版圖。巴塞爾藝術節這樣的藝術盛會在港舉行，吸引了許多內地畫廊和拍賣行來港，香港是他們「走出去」的首站。

相比起國際畫廊在港的發展，內地畫廊在港發展稍顯遜色。在以西方藝術品為主流的市場下，內地畫廊主要展出當前內地藝術家作品，還會推出水墨、書法等，然而香港以及海外藏家對於當下中國最新的藝術家和作品都不太瞭解，若無熟悉香港市場的人才團隊協助，他們將難以立足，更無法開拓海外市場。再者，內地對於藝術品的出入境管制非常嚴格且進出口審批流程冗長，香港同內地的藝術家若想實現藝術作品在兩地順暢參展仍需做出機制上的協調《粵港澳大灣區規劃綱要》中鼓勵香港發揮中西方文化交流平台作用，同時強調要為大灣區藝術界開創更多交流機會。

建議將大灣區作為兩地藝術界跨境合作的主要平台，香港同大灣區其他地方政府可透過聯合辦展、舉辦兩地藝術論壇等形式，鼓勵兩地藝術人才進行交流，

增進兩地藝術市場的相互瞭解，展示中國藝術文化特色。

● 藝術品保稅倉的利用

在藝術品保稅倉服務方面，香港的藝術品保稅倉提供了包括藝術品的運輸、保管和展示等一系列服務，這些服務由專業的藝術品倉儲服務公司提供，例如 HELU-TRANS 集團，其專業的包裝運輸服務和博物館標準的倉儲、展示設施獲得了拍賣行、畫廊和藝術收藏家的肯定，而香港應持續保持該方面的優勢。

除了專業的運輸保管服務，保稅倉允許藝術品在有人購買或開展前，先進口到境內的保稅倉，此時不需要承擔稅負，待確定需要進出口時，才需要繳納相應的稅。一些國家和地區的保稅倉，甚至都開放了藝術品的展覽，支持藏家去保稅倉進行看展並完成購買。儘管香港本身已擁有較低的藝術品稅率，對於潛在的內地或海外目的地來說，還是可以充分利用保稅這一模式，降低稅費成本。建議特區政府可透過與大灣區內地政府協商，可考慮建設大灣區藝術品保稅倉，選址亦可考慮在廣東南沙自貿試驗區，為特定類別的藝術品出入境審批開設綠色通道包括提供關稅減免，相信一定程度上可以刺激內地乃至亞太地區賣家的藝術品交易成交量。

（2）創意設計

創意設計是文化藝術產業的重要組成部分，也是推動經濟發展的新動力。香港應鼓勵本地設計師的創新和創業，提供設計教育和培訓資源，支持設計作品的商業化和國際化。同時，政策還應促進設計與科技、製造業等其他行業的融合，以創造新的增長點。

香港設計業以出口為導向，內地和亞太地區是及本地設計服務業的最大出口市場之一。⁹現中國市場對於高檔專業設計的需求不斷上升，2006 年 CEPA 的簽署為香港設計產品和設計服務出口內地獲得了更多的優惠，香港的設計公司能够

⁹ 投資推廣署 (2021)。設計・網址：
<https://www.investhk.gov.hk/zh-cn/industries/creative-industries.html>

將中國文化以及國際市場結合，並提供貼切的產品服務，應鼓勵香港的設計公司到內地開展業務。

許多有意拓展亞洲市場的國際設計公司，都在香港設立區域辦事處和總部。香港已成為設計業界植根發展的首選地點之一。過去 20 年，本港的設計公司數目不斷上升，增幅接近 3 倍，推動香港發展成為展示亞洲潮流趨勢和風格的世界之窗，以及彙聚各種創新理念、產品和人才的區域設計中心。

設計人才和創意項目的培育方面，倚靠眾多國際品牌在香港設立地區分布的優勢，政府可以為成功完成官方機構培育的項目搭建商業合作的橋梁。在培育計劃方面，香港設計中心推出的「設計創業培育計劃」主要是面向設計初創企業；香港設計中心的「時裝創業培育計劃」每年培育 5 個時裝品牌，並為他們提供種子基金等專業指導。

● 發展建議

- i. 建議深化文化創意園區建設，完善配套支援計劃與服務，為進駐企業持續提供租金優惠，以形成產業集群效應。社群打造方面，可考慮銜接中上環已有的藝術品、工藝品及古董產業和工作室，打造中西特色社群。
- ii. 建議鼓勵推動「設計+科技」的跨界合作及應用開發，運用科技賦能文化藝術及創意作品，創造高增值的產品和服務。創新科技在推動文化產業發展中發揮著重要的作用，政府和相關機構應加大對科技研發和創新的投入，以提升文化藝術和創意作品的品質和創新力。例如鼓勵業界通過虛擬實境（VR）和增強現實（AR）技術，為觀眾提供沉浸式的藝術體驗，將傳統的藝術形式與科技相結合，創造出獨特的藝術品和表演形式。
- iii. 建議政府研究並推動各類文化創意產品專利的交易及保護。文化創意產業創作出許多獨特而有價值的作品，包括藝術品、設計、音樂、文學作品等。為了保護創作者的權益和激勵創新，應加強對文化創意產品的

專利保護，可以鼓勵創作者和企業進行專利申請，並提供相關的法律和制度支援，確保其知識產權的合法性和保護。香港可以學習借鑒日本動漫產業的發展經驗，加強本地文化產業的 IP 開發和產業鏈建設，同時加強政府與業界的合作，以「官民合作機制」來合力推動文化 IP 的培育和推廣。

- iv. 建議促進文化創意產品的交易和轉讓，為創作者提供更多的商業機會，如：通過建立專利交易平台或組織專利交易展覽會等活動。
- v. 建議深化 CEPA 合作框架，鼓勵香港設計師北上發展，加強兩地設計師合作交流，加大對 BODW 設計營商周這類活動的推廣，同時對參展的海內外人才提供相應的補貼支持。
- vi. 建議政府積極推動「官產學研」、「官產學研社」的協作發展。

（3）表演藝術

表演藝術是香港文化生活的重要組成部分。政策應支持表演藝術團體的發展，提供表演場地、資金支持和市場推廣等資源。此外，政策還應鼓勵表演藝術的多樣性和包容性，支持不同文化背景的藝術家和作品。

● 發展建議

- i. 建議政府重新檢視現有資助計劃以及文化設施分配，同時考慮主動牽頭與社會、文化機構等主體搭建一個能夠為表演團體提供持續性的場地供應平台，為中小團體的創作與創新提供發展空間。
- ii. 建議與大灣區內地城市實現「跨城合演」、「跨城共創」，增加人才的交流往來，同時對表演內容不斷注入活力。
- iii. 建議在中環/灣仔海濱長廊籌建流動式帳幕劇場，促進表演藝術發展。建議政府可選址中高消費群密集的海濱長廊籌建規模為 600-800

座的流動式帳幕劇場或參考孟蘭節演出活動的球場劇場，以場地夥伴計劃和投競標的方式進行外判，由劇團負責票房收入的營運自負盈虧，為培養年輕藝術新晉提供表演的平台，同時為「中環海濱計劃」注入文化創意元素。

iv. 建議發展海內外「駐場藝團」藝術夥伴關係，提供配套支持藝團作品的創新改良，定期組織海內外的交流訪團。透過文化交流、人才交換，作品共享共創等計劃，建立起良好的公私營合作夥伴關係，以幫助藝團實現長期穩定發展。

v. 建議鼓勵藝團打造原創演藝作品，推出以「香港製作」、「香港演藝」為標籤的演出。同時，政府應幫助藝團對原創作品進行 IP 登記，鼓勵社會資本以院綫巡演、戰略合作夥伴、拍攝等贊助模式對作品的中長期推廣、展示提供保障。

（4）電影製作

電影產業是文化藝術產業中最具國際影響力的領域之一。香港電影產業有著悠久的歷史和豐富的經驗。現時政策除了支持本地電影的製作和發行，還提供了資金支持、稅收優惠和市場推廣等措施，建議政府定期審視電影資助計劃以及成效，並進行周期性審核資格條件調整。

除此以外，還建議政府可以制定香港電影的國際化推廣戰略，將傳統電影和取景地聯合打造成「文化+旅遊」的創新內容，支持香港電影在大型國家賽事活動、博覽活動上增加曝光度，參考韓國利用 2024 年巴黎夏季奧運會開展的文化旅遊宣傳活動。

3.2 推動區域層面的文化藝術及創意產業發展

香港地處粵港澳大灣區的核心位置，具有與內地城市共同發展的天然優勢。通過與大灣區城市合作，香港可以共同打造中外文化藝術交流的重要樞紐。這不僅有助於促進區域內的文化交流和合作，還能夠提升香港在國際文化交流中的影

響力。

3.2.1 文化基建的使用和優化

文化基礎設施是區域文化藝術發展的物質基礎。當前，區域內的文化設施包括劇院、博物館、圖書館等，它們為公眾提供了豐富的文化體驗。然而，為了滿足日益增長的文化需求，對現有文化基建的使用和優化顯得尤為關鍵。

（1）案例研究：米蘭 BAM Tree Library 城市公園

在國際上，許多城市通過優化文化基建成功地提升了其文化藝術的影響力。例如，紐約的林肯中心通過不斷的設施升級和節目創新，成為了世界級的表演藝術中心，還有米蘭的 BAM Tree Library 城市公園。作為歐洲最大的城市活化項目之一，公園由市政府和 COIMA 企業達成合作夥伴關係，以非營利基金會運營，這裏不僅僅是一個公園，其中還擁有眾多時尚且具有現代特色的建築。在這裏，每年會舉辦超過 300 場文化藝術、體育、教育等社區活動，將城市、市民以及世界各地的文化體育參與者緊密聯繫在一起。它不只是一個社區公園，更是一個文化體育場地、一個能夠讓公眾參與文化藝術的重要平台。

（2）合理規劃文化場館的使用

合理規劃文化場館的分布，確保各類文化藝術活動有足夠的場地支持，考慮不同文化藝術形式的特點，進行場地的專業化分配，如為表演藝術、視覺藝術、文化遺產等分別規劃專門的場地。

2022 年特區政府《施政報告》提出的《十年文化藝術設施發展藍圖》對康文署轄下的公共文化設施提出了較為詳細的發展目標，一方面對現有的文化空間進行改造或擴建，同時也為配合香港整體發展擬定提出新的項目，該藍圖計劃分為兩階段，第一階段（2022-2027 年）側重增加表演場地座位總數和入場人次；第二階段（2027-2032 年）則是將博物館數量由 15 間增至超過 20 間，表演場地的座位總數增至 5 萬個。政府積極的推動文化設施及場館的建設值得肯定，同時也應當對場館/場地的使用，以及未來能夠產生的集群效應有所規劃，例如：

1. 用作展覽和教學場景使用，同時實現跨界別合作：參考意大利 ADI 設計博物館，一個將設計產業與博物館功能相結合的博物館。作為歐洲最大的設計博物館之一，專門展示享負盛名的金圓規獎（Compasso D'Oro）得獎作品，同時作為一個資訊和研究平台，在與公眾分享設計師的故事/作品的理念的同時，也為設計界提供了參照思路。
2. 以小中型演出集聚成文藝社群，打造開放的社區文化部落，以實現文化藝術的普及與產業集群：可參照紐約百老匯、倫敦西區的劇院聚群模式，發展以「表演藝術」形式為主的演藝社區。以上海黃浦區為例，自 2018 年起推動發展「演藝大世界」項目，在環人民廣場大約 1.5 平方公里的範圍內聚集了 22 個專業劇場和授牌「演藝新空間」，並且在 2019 年 1-7 月舉辦了過萬場演出。香港西九龍作為香港的新文化地標，亦有西九龍戲曲中心、自由空間、海濱長廊等設施及空間，應考慮給予年輕優秀的中小演藝群體展示空間乃至駐場演出，可參考駐場小劇場模式，雖較一般專業劇場規模小，但場次可以增多。同時以「商業+旅遊+文化」聯動的理念去推動文化區的發展，致力打造年輕消費群體喜愛的新目的地。

3.2.2 打造香港成為區域中華特色文化中心

香港作為國際大都市，擁有獨特的地理優勢和文化背景，打造成為區域中華特色文化的中心可考慮從以下幾個領域進行中華文化傳播：

茶文化 茶文化是中華文化的重要組成部分，香港作為東西方文化交匯的地區，有著推廣茶文化的獨特優勢。建議可以通過舉辦茶藝比賽、茶文化節等活動，吸引國內外的茶文化愛好者。同時，建立茶文化教育中心，提供茶藝培訓和文化交流的平台，培養更多的茶文化傳承者。

武術 武術作為中國傳統體育項目，在香港有著廣泛的群眾基礎。政府可以

通過支持武術比賽、武術表演等活動，提升香港武術的國際知名度；還可以與國際武術組織合作，舉辦國際武術節，吸引世界各地的武術愛好者來港交流。

水墨藝術 水墨藝術是中國傳統藝術的瑰寶，香港有著豐富的水墨藝術資源。建議政府支持水墨藝術的創新和發展，舉辦水墨藝術展覽和工作坊，鼓勵藝術家進行跨界合作。同時，通過國際藝術博覽會等平台，推廣香港水墨藝術，提升其在國際上的影響力。

3.2.3 組織巡迴演出、展覽以及主題嘉年華、博覽會

巡迴演出 巡迴演出可以讓更多的地區和人群接觸到文化藝術。政府可以支持藝術團體進行巡迴演出，提供資金和政策支持。同時，還可以與區域內其他城市合作，共同舉辦巡迴演出，擴大影響力。

展覽 展覽是展示區域文化藝術多樣性的重要平台。政府可以支持藝術家舉辦個人展覽或集體展覽，展示不同地區和文化的藝術作品；與國際藝術機構合作，舉辦國際藝術展覽，提升區域文化藝術的國際地位。

主題嘉年華和博覽會 主題嘉年華和博覽會可以吸引大量的公眾參與，是推廣文化藝術的良好機會。政府應支持舉辦以文化藝術為主題的嘉年華和博覽會，如藝術節、電影節、書展等。通過這些活動，可以展示區域文化藝術的魅力，吸引更多的關注和參與。

通過上述措施，政府可以有效地推動區域文化藝術的發展。這不僅能夠豐富公眾的文化生活，提升地區的文化軟實力，還能夠促進區域內的文化交流與合作，共同推動文化藝術的繁榮。

3.3 完善文化藝術及創意產業的財政預算及稅收

香港政府目前的文化藝術財政預算相較於其他領域略顯不足。隨著社會對文化藝術需求的增加，提高財政預算顯得尤為迫切。

3.3.1 提高文化藝術財政預算

建議增加文化藝術財政預算為藝術團體提供更多的資金支持，促進藝術創作的多樣性和質量。預算的增加可以用於改善文化設施，如博物館、劇院等，為公

眾提供更好的文化體驗；同時將直接促進文化藝術活動的增多，提高文化藝術在社會中的地位。更多的投資還將吸引更多的人才投身文化藝術領域，形成良性循環。

3.3.2 鼓勵市場對文化藝術活動的支持和資助等

市場在文化藝術發展中扮演著重要角色。鼓勵市場對文化藝術活動的支持和資助，可以為文化藝術提供更廣闊的發展空間。

建議政府可以通過提供稅收減免等激勵措施，鼓勵企業和個人對文化藝術活動進行資助，對於贊助文化藝術活動的企業和個人，可以給予一定比例的稅收抵扣。國際上許多城市已經實施了類似的激勵措施，並取得了顯著成效。例如，英國就透過稅收減免激勵文化發展，成功地吸引了大量私人資金投入到文化藝術領域。

稅收政策是影響文化藝術發展的重要因素，通過增加財政預算和優化稅收政策，香港的文化藝術產業將迎來新的發展機遇。更多的資金和更優惠的稅收條件將吸引更多的人才和企業投身文化藝術領域，推動產業的繁榮。優化稅收政策，可以為文化藝術領域的發展提供更多支持。當前香港的稅收政策對文化藝術領域的支持有限，許多文化藝術活動由於稅收負擔較重，面臨著資金短缺的問題。**建議政府可以考慮為文化藝術領域的企業和個人提供特定的稅收優惠政策**。例如，對於文化藝術產品的創作和銷售，可以給予較低的稅率或稅收減免。

3.4 加強國際文化藝術及創意領域的交流和合作

3.4.1 拓展對外文化交流渠道

十四五規劃《綱要》中提到：「要加強對外文化交流和多層次文明對話，創新推進國際傳播」，香港作為一個中西合璧的城市，可憑藉自身優勢做好中國文化的對外交流並且助力國家的國際傳播效能。建議香港拓展對外文化交流渠道，當前內地許多城市以及澳門特別行政區都與海外城市建立起「姊妹城市」關係，香港可考慮先同新加坡、韓國首爾、日本東京、台灣等城市及地區展開對話，推動締結「姊妹城市」以加強對外文化交流。

現時香港對外文化交流事宜均由駐當地的經貿辦事處負責，而經貿辦事處以促進和當地經貿合作為主，在文化方面的工作較少，加上駐當地的經貿辦事處人手緊張，官員沒法深入和當地文化部門和團體接觸，難以瞭解清楚當地文化政策和發展。駐當地辦事處不會主動瞭解當地文化政策和發展，政府自然就難以清楚當地文化最新情況。

對國內外文化情況的不瞭解就難促進中外文化交流，非常不利香港作為中外文化交流中心的建設。建議香港境外辦事處增設專門處理「文化事務」的部門，透過密切經貿往來的契機，推動香港與海外城市文化方面的交流與合作，包括促進文化機構間的合作、建立文化網絡、發展文化業務等。部門亦需要透過不同途徑瞭解當地最新文化政策和文化發展，向政府和香港各文藝團體介紹，讓香港各相關界別及時知悉外國文化現況。

3.4.2 設立本地與國內外跨產業、跨界別恒常交流平台/組織

文化交流中心的重點在文化交流，透過交流而互相瞭解，擴闊視野，進而或擦出火花，促進文藝內容和作品創新。優良國際連結是香港擁有成為中外文化交流中心的有利宏觀條件。但是香港文化界一直缺乏政策支持，在制度層面上體現為欠缺像商會那樣的交流組織或平台：與內地交流而言，現有的文化交流組織限於主要藝團成員或知名、杰出文藝菁英參與，一般文藝工作者難有對外的窗口；與外國交流而言，更沒有和外國文藝界的制度化交流平台，很多本地文藝團體或個人都沒有足夠的對外連結。對外交流的缺乏不利中外文化交流，窒礙香港文化創新的動力，削弱建立文化交流中心的基礎。

建議政府建立文化界官方交流組織，開放予所有本地文藝相關產業和界別的人士參加，促進各方成員定期會面，透過交流啓發跨產業、跨界別的創新合作內容項目，推動文藝產業內容創新。

對內地，建議政府為上述聯誼會接洽內地各類區域性或全國性文藝組織，促進各方成員定期會面，讓本地各種規模和種類的文藝團體和人士和內地對應單位有一個恒常化的交流和合作平台，共同推動中華文化創新；

對海外，建議政府駐境外辦事處牽頭促進本地文藝團體與外國文藝團體和機關接洽，成立各界別、甚至跨界別的中外文藝交流平台，讓相關人士可以定期和境外文藝人士接觸，從民間層面瞭解境外文藝方面情況和最新發展，配合國家文藝創新，有利於中國文藝內容的創新和更貼近境外人士的審美觀。

3.4.3 建立華僑組織恒常交流機制，善用華僑作為交流橋梁的角色

居住在世界各地的港僑和華僑是中外文化交流的重要生力軍，作為長居當地的華人移民，熟悉中華和外國文化，亦有龐大的、涵蓋不同階層的當地網絡，很多亦在連繫兩地事宜上積極作為，對在海外推動中外文化交流非常重要。惟香港駐外辦事處一直少有和僑民組織建立聯繫，沒有利用好僑民在跨國文化交流方面的優勢。

建議上述相關部門委派官員積極聯絡組織海外華僑組織，建立華僑組織恒常交流機制。以海外華僑組織為平台，借華僑的海外連繫讓香港和國內藝團在當地舉辦較隨意的民間文化交流活動或在當地協助宣傳即將舉辦的中國文化活動，推廣中國文化，同時把外國人士對中國文化和中外文化交流方面的意見反映給香港和國內文藝團體和相關政府單位。

3.4.4 打造香港文化交流中心城市品牌

(1) 加強文體旅跨界別合作

觀乎世界各地的文化中心，都有完善的產業配套，鄰近交通樞紐，附近產業配合文化活動。以日本東京為例，其文藝展覽集中在上野公園，旁邊即有鐵路站，多國菜餐廳和酒店林立，附近分佈多間藝術工作室。

觀乎香港文化相關產業配置未臻完善：不少文藝工作者工作室都分佈在全港不同老區舊工廈，遠離文藝中心區域，不利文藝工作；維港兩岸商業少有文藝氣息，不利營造文化環境；港島不少的博物館位處偏僻，交通不便，影響游客意欲。

建議把文藝活動相關界別和文藝產業活動做好配套，鼓勵開展文體旅跨界別合作。旅遊業方面，可考慮設立專用觀光交通工具穿梭各文化區，包括旅遊巴和

渡輪，確保維港兩岸文化區內每一個主要景地點交通都順暢連接。規劃文化區一帶的建築產業用途配合文化主題，如西九龍改劃佐敦、紅磡和尖沙咀部份舊區大廈為藝術和演藝工坊等，或在維港兩岸的酒店舉辦藝術表演、展覽；在灣仔、上環等老區引入更多特色文創商店，豐富旅客文藝行程體驗。把香港特色文藝旅游包裝成高端產品內容，行程主要覆蓋香港主要文藝區，安排旅行社重點宣傳，吸引中產以上客源，提升香港文化形象同時增加各文藝產業收入。由是把香港文化旅遊打造成重點項目，為中外文化交流中心創造條件。

文體合作方面，建議可從聯手大灣區城市舉辦文體盛事入手，打造粵港澳大灣區文化體育新名片。建議爭取經常性地舉辦大型國際性文藝節日或比賽，爭取成為更多國際和國內知名文藝活動的其中一站；和國內或東南亞國家城市做好區域功能協調，定位香港為舉辦國際大型文藝盛事的城市，引導國內或東南亞地區的代表性文藝活動在香港舉辦，並藉此吸引世界各地的文藝人士和觀眾來港，促進香港恒常匯聚多元文化，鞏固香港作為國際文化交流中心的地位。

此外，香港可與廣州南沙、深圳前海等地合作舉辦環大灣區國際帆船賽。香港具備國際帆船比賽的經驗，可以考慮選取將廣州南沙或深圳前海作為比賽的起點及終點，考慮設計經過港珠澳大橋、青馬大橋等知名地標，打造成灣區城市群的一張世界級名片。除了帆船比賽外，其他的體育競技賽事都可以與大灣區內地城市聯手一起打造，提供灣區文化旅游新體驗。

（2）升級政府文化大數據平台

香港現時沒有一套完整深入的文化活動數據，主要數據源自康文署提供其各類場地的年度統計數字，另各文化機構于其年報當中分別有提供一些相關局部數據。在文化藝術以及體育活動方面，票務平台較為分散，往往使得公眾對於文體旅相關的活動信息的接收變得零散。現時香港票務平台主要由三大平台，最大規模則是康文署的城市售票網 URBITIX, 2022/23 年度共有 5600 場演出，售出 260 萬張門票，成交額達到 10.61 億港元；其次是快達票 HK Ticketing, 主要為非康文署場地提供售票服務（如：演藝學院、香港藝術中心、香港藝術節等）、Cityline,

主要用於港澳演唱會、體育及其他文化票務及活動。

來看與內地最大的票務平台大麥網，大麥網在內地票務市場佔有率約八成，涵蓋了演唱會、話劇、音樂劇、體育賽事、戲曲、親子活動、展覽等，文化藝術及體育類活動較為集中，且操作便利。香港應考慮優化升級現有的票務平台，整合文體旅相關活動，建議香港與大灣區城市共同開發「灣區文體旅活動」共享平台，幫助香港本地的文體旅活動打響「名聲」，同時也把大灣區城市、內地的其他城市的文化活動帶給香港民眾，進一步促進人文交流、人文往來，同時增進對地方文化的了解和感知。

鳴謝

我們謹向下列專家學者、政府部門及組織對本課題的支持作出鳴謝：

課題組（調研團）成員：

王惠貞	香港再出發大聯盟副秘書長
霍啟剛	香港藝術發展局主席、香港立法會議員
方 舟	一國兩制研究中心研究總監
何達基	香港城市大學人文社會科學院院長、公共及國際事務學系教授
黃偉祖	香港城市大學公共及國際事務學系專業實踐教授
張惠霖	一國兩制研究中心總研究主任
蒙宇嘉	一國兩制研究中心副研究主任

政府部門：

香港藝術發展局
荷蘭駐香港總領事館
荷蘭教育、文化及科學部
荷蘭外交部
荷蘭經濟部
意大利駐香港總領事館
意大利米蘭市政文化局
中華人民共和國駐荷蘭王國大使館
中華人民共和國駐米蘭總領事館

機構組織：

ADI Design Museum

Amsterdam Fashion Institute (AMFI)

Art Basel (Hong Kong)

BAM Tree Library Milan

CLICKNL

Dutch Culture

Depot Museum Boijmans van Beuningen

FOAM (Museum of Photography Amsterdam)

MVRDV Architects

Nieuwe Institute

Network Applied Design Research (NADR)

Teatro alla Scalla Museum

學界：

Politecnico di Milano

Graduate School of Management

Amsterdam University of Applied Sciences

Faculty of Digital Media & Creative Industries

Research & Education EDMCI

Accademia Teatro alla Scala

企業：

Anteprima

Camera Nazionale della Moda Italiana

Curiel

Inter Milan

Guitar

Gruppo Florence

Nanshan Group

其他專家學者（排名按姓氏筆劃）：

羅啟妍 珠寶設計師、文化學者

謝嘉豪 寶輝娛樂董事總經理

葉楊詩明 大華銀行大中華區行政總裁

馬玉珍 香港國際電影節財務及營運總監

茹國烈 香港藝術學院院長

胡恩威 進念·二十面體聯合藝術總監暨行政總裁

李易璇 香港芭蕾舞團行政總監

吳晨明 保利香港拍賣有限公司專家（中國書畫）

何嘉坤 香港藝術節前行政總監

何國鉦 時裝設計師



香港再出發



官方網站



官方微信