

香港文化創意產業再思： 以流行音樂為例

• 朱耀偉

一 緒言：十年容易便過去

2015年9月，香港特區財政司司長曾俊華在公開場合表示，如果要在貿易及物流、金融、旅遊和服務業這四大支柱產業之外新增第五個支柱產業，他希望能是文化創意產業^①。在同年2月的財政預算案已經強調，政府致力推動文化創意產業，會向創意產業、時裝界、電影發展和本地藝術四個範疇注資。在前兩個範疇方面，包括向「創意智優計劃」（以下簡稱「創意智優」）再度注資四億元，資助本地創意人才；在電影發展方面，又再向「電影發展基金」項目注資兩億元，資助本地電影製作費用；而文化藝術方面則撥款三億元推行「藝術發展配對資助試驗計劃」，向本地藝術團體提供配對資助，以鼓勵社會各界參與贊助本地文化藝術活動^②。善忘的香港人對此或感鼓舞，但對文化創意產業念念不忘者則難免耿耿於懷。

早在2009年10月，時任特區首長曾蔭權宣布一系列推動香港經濟復

蘇計劃，其中包括發展六項優勢產業：教育產業、醫療產業、檢測和認證產業、環保產業、創新科技產業、文化及創意產業^③。文化創意產業早已榜上有名，如今再獲點名，當中總有原因。沿波討源，雖幽必顯，且先上溯至董建華出任特首時期。董建華在千禧年初已經一再提出要推動創意產業的發展^④，並在其2005年施政報告強調在「鞏固四大支柱產業」之外加入「新經濟增長點」，決定在「創意產業」之前冠以「文化」，將之正名為「文化及創意產業」，並堅定地宣稱：「加快推動文化及創意產業，是我們的重要工作之一」^⑤。

香港特區政府早於2000年便成立文化委員會，致力研究文化創意產業的發展方向。文化委員會在2003年4月提交研究報告，而按特區政府於2004年對此報告的回應，香港有不少發展創意產業的優勢，政府只要改善營商環境，吸引外商及本地投資，以及在創意人才及企業家之間搭橋鋪路，香港文化創意產業便可健

康發展^⑥。按立法會民政事務委員會2005年4月8日討論文件〈推動文化及創意產業〉，「政府贊同文化委員會就文化藝術教育的政策建議，認同文化藝術教育乃培育本地藝術人才(特別是青年人)和推動香港文化的長遠發展的重要基礎」。文件又說：「中央政策組在2003年9月出版的《香港創意產業基線研究》，這份學術專論為香港各類創意產業研究奠下良好的基礎」^⑦。筆者一直情迷廣東歌，對《香港創意產業基線研究》(以下簡稱《基線研究》)一書肯定粵語流行曲是「香港流行文化現象的重要部分，對亞太地區及每個海外華人地區有重大影響」^⑧，心中自感欣喜。可惜轉眼人事更替，就如參與編撰《基線研究》的梁款在報章撰文所說：「我本來以為這是一個新的起點，沒料事情急轉直下，當天有份跟我們面談的林煥光和董建華已先後離場。建立創意產業平台一事，工程尚未動工，已面臨人亡政息的威脅。」^⑨

轉眼十年過去，舊事重提，叫人感到恍如隔世。且在此以筆者較熟悉的流行音樂為例，盤點一下香港文化創意產業過去十年(2005-2015)的發展。2015年施政報告的「創意產業」部分只重電影及設計，對流行音樂隻字未提^⑩。本文的討論未嘗不可對香港文化創意產業的發展帶來啟示。

二 「創意智優」與流行音樂

《基線研究》一書有此說法：「粵語流行曲製作與銷售佔香港音樂產業主導地位，它是造成香港娛樂事業的

主要部分，促進了就業及本地生產總值；亦是香港流行文化現象的重要部分，對亞太地區及每個海外華人地區有重大影響。」筆者已一再指出，直到1990年代中期，這個說法還是正確的^⑪。香港電影及流行音樂已死，近年幾乎已成常談，但特首的2013年施政報告依然說得漂亮：「過去數十年，香港的電視劇、流行音樂、電影、報刊、雜誌和圖書，風靡海外華人社會……近幾年，香港的文化及創意產業面對不少困難，但我對香港的創造力和潛力充滿信心。只要調動資源，加上政府適當扶助，這些產業仍然有很大的發展空間。」^⑫上文所說向「創意智優」及「電影發展基金」等計劃注資，大概就是「調動資源」；而所謂「扶助」，對流行音樂等某些界別來說，卻顯然未見適當。

「創意智優」乃政府於2009年以三億元成立，目的在於支援文化創意產業的發展。資助項目雖以設計為主，但設計以外的資助為數也不算少，當中與流行音樂有關的主要有2010年第五屆「香港音樂匯展」以及2011年的「香港亞洲流行音樂節」。「香港音樂匯展」是「香港影視娛樂博覽」的主要流行音樂項目，據稱可以為本地業界提供擴展商貿網絡、推廣業務及開拓商機的機會。時任商務及經濟發展局局長劉吳惠蘭在「香港音樂匯展2010」開幕禮致辭時說：「今年音樂匯展的商機配對活動已擴大至包括廣東省，幫助本地業界開拓內地特別是粵語系市場的商機。」^⑬反諷的是，粵語系市場尚未開拓，「香港音樂匯展」未功成便身退，在2011年被「香港亞洲流行音樂節」取代。

「香港亞洲流行音樂節」的目標更為遠大：「該音樂節將與香港貿易發展局合作，旨在推動整個亞洲音樂市場的音樂創作、表演藝術及業務發展。」^④其主要特色為搭建一個音樂平台，讓來自七個亞洲地區（日本、韓國、中國、台灣、新加坡、馬來西亞及香港；2015年加入泰國）的頂尖藝人參與演出和頂尖新晉藝人參與音樂比賽。過去五年，香港參演的頂尖藝人有容祖兒、古巨基、謝安琪、楊千嬅和林峯，與推動文化創意產業甚為成功的韓國的頂尖藝人代表（Super Junior-M、Brown Eyed Girls、少女時代、BIGBANG成員勝利和Infinite）相比，顯得老化。香港「頂尖」新晉藝人陳偉霆、洪杰、陳僖儀、雷琛瑜和馮允謙，亦未見因參與比賽而增加人氣。多年前筆者寫過一篇有關粵語流行曲與創意產業的論文，文中指出粵語流行曲要成為創意產業，政府有必要以適當政策配合，重點在於令粵語流行曲在日漸萎縮的市場中保持多元性^⑤。「香港亞洲流行音樂節」的「品牌式」邏輯只是舊酒新瓶，但粵語流行唱片工業早已喪失製造明星的魔法，該音樂節搭建的平台，徒為亞洲流行音樂的新興地區作嫁衣裳。

「創意智優」是主力創造香港品牌進軍國際的「創意香港」辦公室的重要項目。「創意香港」2009年成立之際，時任商務及經濟發展局常任秘書長栢志高（Duncan Pescod）把目標說得非常動聽：「三十年前香港製造的東西就如廉價T恤，現在很多香港產品具質素，就如意大利或法國貨，我們要協助業界打入國際市場。」^⑥但粵語流行曲數十年如一日，至今

人們掛在口邊的仍是《獅子山下》，二十多年前的《海闊天空》相比之下已算新作，情況就難免叫人憂慮。近年社會廣泛談論的「傳承」和「向上流動」機會，其實才是促進文化創意產業多元活力的重點所在。

無疑「創意智優」並非獨沽一味舉辦「香港亞洲流行音樂節」，近年加推的“LiveTube”平台便較重發掘樂壇新人。2013年，「創意智優」資助國際唱片業協會（香港會）舉辦每月一場、一年共十二場“LiveTube”音樂會，供新晉及未曾簽署任何唱片合約的歌手或樂隊現場表演，「旨在透過提供平台予創作人及表演者展示其音樂，以培育本地音樂界的創意人材，同時促進業內人士交流」^⑦。“LiveTube”宗旨明晰，可為新晉歌手提供表演平台，藉此累積表演經驗，還與各大新舊媒體配合作廣泛宣傳。然而，實際上表演者包括獨立歌手/組合，以及由唱片公司推薦的已簽約歌手/組合，甚至有不少大型唱片公司歌手參與，看來仍不脫唱片工業運作的既定模式。2014年音樂會減為六場，也許因為新晉歌手/組合未能一鳴驚人成為名牌；2015年更索性轉為推出「香港流行音樂MV頒獎典禮」，據其網站介紹：「國際唱片業協會（香港會）相信舉辦香港流行音樂MV頒獎典禮將會吸引到無論是天皇巨星或新秀歌手、唱片/製作/藝人管理公司以至跨行業的導演、編劇、攝影師等不同業界的人士重視。」^⑧重點轉移，實在有負初衷。

2012年，筆者曾就新人的發展機會訪問新晉音樂人，其中「窮飛龍」團長陳歷恒點出了問題癥結所在^⑨：

現在的唱片公司已不會做任何培育新人的功夫，而改為外判制來節省成本……現在的唱片工業為了節省成本，只保留了監製位置，真正的音樂創作人往往要同時做很多事，才能維持生計，因此香港本土的流行音樂創作人便不能避免出現斷層，很多時候都是舊人主事。亦因為這樣，香港本土的流行音樂多元化的可能便相對減少。

按既有唱片工業運作邏輯，市場萎縮自然只有節省成本，結果新人更難有發展機會。

此外，「創意智優」亦有資助「人才培育計劃」，包括廣告、設計、數碼娛樂、電影、跨界別、校園計劃等^②，而流行音樂並非專項之一，新晉音樂人唯有自求多福。“LiveTube”沒有利用新媒體特色突破既有框架，尋找新聽眾群，若此等項目仍然只懂複製「品牌式」思維，故事注定倉卒結束。

三 流行音樂(不)在西九

在香港談文化創意產業，自然不能不提西九龍文化區(以下簡稱西九)。命途多舛的西九不但設計方案一波三折，管理層方面亦屢換行政總裁，從謝卓飛(Graham Sheffield)到連納智(Michael Lynch)到栢志高，不到五年三易帥位；2009年首任行政總監(項目推展)程少泉更於上任後七日便請辭，西九未建成便已轟動國際。2014年接任西九管理局營運總裁的栢志高走馬上任，2015年升任行政總裁，據報是有關當局寄望崗

位能有港人接任^③。筆者只希望早就說過要協助業界打入國際市場的栢志高目中不要只有全球，而真的能夠心繫本土。誠如著名策展人何慶基所言，流行文化是香港文化的一個卓越強項，但本土文化之豐盛未被廣泛認識，流行文化雖為西九的視覺文化博物館M+其中一個主要展藏領域，「遺憾的是M+團隊營運多年，本土流行文化的研究、購藏仍虛無漂渺……當本土流行文化交予不認識也對它不感興趣或不尊重的人統領後，在M+中消失於無形是早定的命運」^④。

就流行音樂而言，何慶基的憂慮也許早已成真：香港不是沒有文化，只是沒有好好確認、整理和展示，雖然如《基線研究》一書所言，流行音樂早被確認為「香港流行文化現象的重要部分」，但在西九卻苦無一席之地。西九管理局近年推動「西九大戲棚」、戶外表演藝術節「自由野」及流動展覽「M+進行」。流行音樂是「自由野」的主項之一，但以演出為主，在流行音樂的整理和展示方面仍付諸闕如。

2005年10月，為紀念香港粵語流行曲教父黃霑逝世一周年，香港大學亞洲研究中心曾經舉辦「流行文化存香港——黃霑書房」展覽，可惜寶藏只開放四日，向隅者只有望門興嘆。2014年，「霑叔」逝世十周年，柴灣青年廣場舉行「滄海一聲笑·黃霑回顧展」，展期兩個月，但因經費所限宣傳不足，可說浪費了珍貴的展品^⑤。近年梁款轉戰虛擬空間，開發「黃霑書房」網上版^⑥，成果纍纍，但沒有實體空間，筆者總覺得有所欠

缺。資深樂評人黃志淙曾為前文提及的「香港音樂匯展」策展「中國唱片百年展」(2006)和「香港流行演藝文化創意與動力展」(2007)，但展期均只得三日。2015年7月，筆者有機會參與香港書展的「詞情達意：香港粵語流行歌詞半世紀」展覽，展期亦只有一星期，深深體會到黃志淙的無奈：「政府的確需要扮演更重要的角色，如果這是一個由政府頒發有獎座的『香港流行文化歷史之最』，能夠引起的哄動肯定更大，而其他博物館亦可以接收這三日的展覽……」²⁵此外，香港文化博物館由2007年11月至2008年8月舉行「歌潮·汐韻——香港粵語流行曲的發展」展覽，展期算是最長，但沒有永久展出場地，作為文化創意產業的流行音樂還是苦無據點。

相比之下，對岸的台灣行政院在2003年提出「新十大建設計劃」，透過公共投資強化台灣的國際競爭力，當中包括由行政院文化建設委員會(文建會)所策劃執行的「知識產業文化創意」部分中的「國際藝術及流行音樂中心計劃」。時任文建會主任委員陳郁秀表示，「國際藝術及流行音樂中心計劃」的主要目的，是希望在台灣「促進北、中、南、東四個生活圈之文化設施及活動的均衡發展」，並「結合中央、地方政府和民間資源的三大力量，共同興建國際級的文化展演設施，作為發展文化產業的基地，以及推動文化交流的平台」，藉此帶動台灣成為華人流行音樂創作與表演中心²⁶。台北的北部流行音樂中心及高雄的海洋文化及流行音樂中心(兩者都包括大型表演場館、小型

展演空間、展示空間、數位圖書館、主題公園、產業社群暨育成空間等)已經動工。時任台灣文化部部長龍應台在2013年北部流行音樂中心開工動土時說：「北部流行音樂中心絕不只是一棟文化硬體建築，它更是扶植音樂產業的推動引擎，包括演唱會幕前幕後人員培訓、音樂創作人才培育、專業錄音人員培訓、音樂衍生周邊商品、跨界交流等，都會因為流行音樂中心的誕生而更加活躍。」²⁷此計劃雖然一直引起不少爭議²⁸，但與之相比，香港在流行音樂展演設施方面就連想爭議的機會也沒有。

在整理和展示之外，流行文化最重要的是要生生不息；若流行文化只存在於展覽館內就沒法傳承，難展活力。回說西九的「自由野」，這個項目確為流行音樂表演者提供了演出機會。2013年舉辦以來，音樂類型從清新民謠到流行龐克、現代電子到金屬搖滾，加上「草民音樂節」，多元並濟。2014年的「自由野」，更嘗試打破不同音樂類型之間的界限，將不同文化及意念融合，如策展人兼結他手Mike Orange與本地音樂人來一場不同音樂類型的「大混搭」；還有「MC仁 x Alok：香港式自行判斷」的聲音藝術演出；更設無間斷放送1960至1990年代香港流行經典歌曲的「華語金曲Noon D特別場」，以及馬拉松式二十四小時播放經重新詮釋的陳奕迅的《人來人往》，策展人的心思值得鼓掌²⁹。

可是，無論策展人如何創新、怎樣努力，「自由野」還是受制於「盛事之都」的香港「品牌式」運作邏輯³⁰。政府西九舞劍，意在節慶奇觀。如論者所

言，「當政者往往好大喜功，喜歡花大錢舉辦『煙火式』節慶活動，但缺乏文化深度或與社區連結。『由下而上』必須成為地方或社區推動文化和創意活動的信念，而不是口號」^⑩。流行音樂是文化，但在香港「品牌式」思維中卻只是呼之則來的點綴：要營造節慶氣氛就請人「熱烈地彈琴熱烈地唱」；如要發展新商業區，就像2012年展開的「起動九龍東」計劃便邀請樂隊到天橋底演出助興——「反轉天橋底」音樂會，卻沒考慮到日後的九龍東規劃中，工廈「band房」根本沒法生存，流行音樂難見海闊天空，就連天橋底也未必再有俾面派對。

雖然如此，「自由野」始終眾聲對唱，總勝寂寂無音。問題是，「自由」只是暫借，項目轉眼已到最後一屆。2015年8月起，西九海濱長廊於每月的第二個星期日舉行免費戶外節目「自由約」，活動包括現場音樂、街頭表演、創意市集等。據報新上任的行政總裁栢志高「希望『自由約』引起社區關注，又保證文化區不會淪為只有發展沒有文化的項目」^⑪。筆者真心相信管理層有此願景，但若未能擺脫「節慶奇觀式」思維，自由的約定恐怕縱有壯闊胸膛，也只會不敵天氣。

四 誰的空間？哪種自由？

據報「自由約」是朝着栢志高上任後所強調的「建築只是建築，藝術文化的活動才是我們的核心目標」的方向發展^⑫。「自由約」的確積極籌辦藝術文化活動，2015年10月便與“Backstage Live Restaurant”和協青社

合辦一連兩天的電影與音樂節目。「自由約」重視推廣音樂，不但播放電影向兩位音樂偉人——連儂(John Lennon)和馬利(Bob Marley)致敬，更邀請本地創作人演出，並讓新晉唱作人李拾壹與音樂組合C AllStar同台唱出「粵語流行音樂的無限可能」^⑬。既有新舊“crossover”，又重視創作，筆者佩服主辦單位的「文化創意」，但對「產業」則不得不多加憂慮。作為身處中環的旗艦音樂表演場地兼餐廳(live restaurant)，“Backstage”從2007年開始提供空間，讓獨立音樂人唱出「中環價值」以外的聲音，但八年後終因天價租金而結業。填詞人周耀輝形容是「中環的荒謬」^⑭，一針見血；更荒謬的是「中環價值」早已播散全港，縱有「文化創意」，要是沒有短線回報就難成為「產業」。

在經濟現實條件下撐不下去的“Backstage”與「自由約」合作，於西九苗圃公園舉行流行音樂會，音樂精神可以繼續燃燒：「當Backstage的精神不再局限於四面牆，就讓這份堅持和熱誠延續下去吧。」^⑮諷刺的是，苗圃公園畢竟不是中環，若將所有藝術文化活動限於苗圃公園，其實只是一種將非主流文化局限於有限空間的「貧民區化」表現(筆者當然明白西九其實是豪宅區)。西九管理局表演藝術行政總監茹國烈表示，「自由約」將是未來西九公園和自由空間的先導項目^⑯，但筆者認為重點應在於：自由空間不應限於西九。2014年底「佔領中環」運動期間，茹國烈笑說：「最大的自由野已經有三個在外面，還搞第四個？幸好的是，今年我們也轉變了方向。」^⑰言笑間道破了談文

化創意藝術，「自由野」根本及不上當時的佔領區；原來只要城市空間有創作自由，文化藝術並不一定限於西九。借用茹國烈的說法，如今外面的「自由野」已經消失，西九不應將藝術文化活動「貧民區化」，而是要將「自由野」的精神播散至社區。

且以「自由約」的街頭表演為例。「自由約」試行街頭表演許可證的申請措施，容許已申請的表演者在新開放的西九苗圃公園內表演³⁹：

街頭表演是城市文化生活的重要部分。為了普及這門藝術和鼓勵街頭表演者使用西九文化區的公共空間及為區內的公園增添生氣，我們為街頭藝人及表演者設立了「街頭表演計劃」，旨在鼓勵文化區內的街頭表演文化，讓公眾在這共享的空間中欣賞這門藝術。

近年街頭文化 (busking) 逐漸在欠缺表演空間的年輕人中形成，「自由約」推動街頭表演 (流行音樂是主項之一)，無疑是一大喜訊，但其附例 (苗圃公園對拍攝、攝影、舉辦戶外節目和街頭表演都有針對性指引) 和發牌制度 (表演者要報名並在提交申請當日作示範演出，成功申請者才會獲發許可證於西九表演) 引起極大爭議⁴⁰。

姑勿論機制有否過份限制自由，我們還要緊記西九從來不是「街頭」，「街頭表演」若只坐困苗圃公園，根本無法成為城市文化生活的重要部分。上文提到的「起動九龍東」計劃便告訴我們，「反轉天橋底」搖滾音樂會最終因樂隊杯葛而胎死腹中，可見文化空間不是由上而下策劃便可橫空出世的。多年來香港文化以至身份

都是由下而上，從日常生活一點一滴累積而來⁴¹。在觀塘工廈營運多年的本地著名音樂表演場地 (live house) “Hidden Agenda”負責人Kimi說得好：「反轉天橋底」只會破壞觀塘區原有藝術生態，而「特區政府猶如將天橋底『施捨』給本港樂隊使用」⁴²。或許苗圃公園環境要比天橋底優美得多，但背後的運作邏輯若無根本改變，其實只是另一種「貧民區化」。

2014年7月，西九管理局在榕樹頭 (油麻地社區中心休憩花園) 舉行「自由擺」，走入民間，結合現場音樂與街舞表演，未嘗不算是融入社區的新嘗試，但新晉音樂人日後有沒有機會走出榕樹頭才是重點。要是自由只能出現在天橋底、榕樹頭和苗圃公園，咫尺天涯，那麼日後進軍西九大場地的恐怕只有國際歌星，或是舉行懷舊演唱會的「四大天王」了。

流行音樂當然與商業運作有緊密關係，但不代表政府可以從上而下制訂策略為港人量身訂造文化身份。香港特區成立十周年紀念的主題曲《始終有你》(2007) 和「家是香港」活動主題曲《同舟之情》(2013) 的迴響都遠不如《獅子山下》(1979)；沒有廣大的受眾基礎，文化創意產業自然行之不遠。《獅子山下》正是在1970年代的社會文化脈絡中，為香港人認同而慢慢由下而上成為「港歌」；由上而下的政府宣傳歌曲《始終有你》或《同舟之情》，曲詞無論寫得怎樣好，都只是東施效顰，難以令人產生共鳴。1970、80年代香港唱片工業起飛，年輕人有機會、有空間唱出心聲，如今唱片工業一潭死水，重點是如何將之活化，讓新一代流行音樂走出苗圃公園。

早在2004年，香港大學亞洲研究中心名譽教授劉靖之已撰文強調發展文化藝術環境的重要性，如「政府的支持、鼓勵、協調、藝術教育、觀眾聽眾的培養、市民的學養和樂養等等」，文中還指出「假如你想在香港發展文化藝術，你最好離開西九龍計劃，愈遠愈好」：「有評論說西九龍文化區建成之後，會充滿了外國味道，不會是香港文化的展示，博物館所展覽的都是些從外國地窖堆滿了的次等貨色。西九龍的文化藝術，將會像『維港巨星匯』那樣，從外國請來的歌星，本港藝術無緣參與」⁴³。十年容易便過去，特區政府再談文化創意產業，香港人喜不喜歡也好，願景還是寄諸西九。十年來無論香港文化創意產業怎樣奮鬥，卻因市場環境變得更差而難見彼岸——「為你實現萬千美夢，令你樣樣事心願能償」，畢竟只是歌詞。

五 後話

本文開首提到，財政司司長曾俊華於2015年9月18日表示希望文化創意產業能發展成為香港第五個支柱產業。若以為「風水先生騙你十年八年」，就未免以小人之心度司長之腹。兩日後，荷里活最大電影公司之一華納兄弟娛樂公司與華人文化產業投資基金宣布合資成立「旗艦影業」，以香港為基地設立總部，並在洛杉磯和北京設有分支機構，共同製作華語及英語電影。特首梁振英立即發聲明表示歡迎，指「本屆政府十分重視香港的文化創意產業」，2015年1月他在

禮賓府宴請華納公司和華人文化產業投資基金的負責人，就本港文化創意產業發展及經濟交換意見，認為「今次合作充分突顯香港在文化產業方面的國際化特點」⁴⁴。另一方面，新華社則指「今次中美兩間影業公司合作，是在國家主席習近平即將對美國進行國事訪問的積極成果之一」⁴⁵。「旗艦影業」或會成為文化創意產業的旗艦，但是否對香港文化創意藝術有直接裨益，則尚有疑問。

要是決意長遠發展香港文化創意產業，電影工業難以獨力支撐。當年香港電影業馳名國際，也有賴於電視劇和流行音樂等文化創意產業的協同效應。沒有電視劇便沒有周潤發，沒有粵語歌也就沒有張國榮。近年不少港產電影也以重新演繹的粵語流行曲配合劇情及宣傳（如《掃毒》〔2013〕的《誓要入刀山》；《竊聽風雲3》〔2014〕的《共你痴痴愛在》；《全力扣殺》〔2015〕的《奮鬥》等），可見兩者仍能產生協同效應。

近年韓國流行文化的成功，便是政府的長遠計劃讓不同文化創意產業產生協同效應的結果。別的不說，單單韓國進出口銀行便為該國的文化創意產業量身訂造不同的財務貸款組合⁴⁶。借香港中文大學新聞與傳播學院教授馮應謙的話來說：「韓國政府以文化政策逐步扶助流行音樂及電影發展，但香港政府仍然堅持自由市場原則，令流行音樂無法銷售到海外。」⁴⁷不願投放資源，堅稱唱片工業應按自由市場運作，但又想粵語流行曲仿效韓國流行音樂K-Pop，在今時今日的亞洲流行文化場景中，實是天方夜譚。筆者深信香港要發展文

化創意產業，就要先重傳承；沒有傳承，空談產業，最終只會變成文化服務業。

資深電影人文雋一語道破了「旗艦影業」底下的運作邏輯：「總部設在香港，想深一層，並沒有甚麼特別意義，因為這不等同拍的電影，市場都倚重在香港，眾所周知，全世界對拍中國電影有興趣，是因為市場在中國。」^⑧「旗艦影業」選址香港，有評論認為目的主要是「避過內地相對嚴格的電影審查制度，以方便其全球性的發行」，因此「認清香港的局限，發揮香港的獨特之處，才是生存之道」^⑨。十年寒窗苦，不及一杯茶。現實如此，香港文化創意產業的生存之道是少談文化創意、多說產業，諷刺的是，這與當年董建華高舉「文化」的策略愈行愈遠……

註釋

① 〈曾俊華望文化創意產業成本港第五支柱產業〉(2015年9月18日)，Now新聞網，<http://news.now.com/home/local/player?newsId=151405>。

② 〈致力推動文化創意產業〉(2015年2月25日)，香港政府新聞網，www.news.gov.hk/tc/categories/finance/html/2015/02/20150225_112002.lin.shtml。

③ 〈行政長官宣布計劃推動六項優勢產業〉(2009年10月14日)，香港政府新聞網，www.info.gov.hk/gia/general/200910/14/P200910140173.htm。

④ 參見香港策略發展委員會：《共瞻遠景，齊創未來：香港長遠發展需要及目標》(香港：香港策略發展委員會，2000)，頁8。

⑤ 《行政長官2005年施政報告》，www.policyaddress.gov.hk/2005/chi/，頁27，第89段。

⑥ 香港民政事務局：《文化委員會政策建議報告：政府回應》(2004年2月)，www.hab.gov.hk/file_manager/sc/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recreation_and_sport/chcresponse.pdf，頁7。

⑦ 〈立法會民政事務委員會推動文化及創意產業〉(2005年4月)，www.legco.gov.hk/yr04-05/chinese/panels/ha/papers/ha0408cb2-1179-4c.pdf，頁2、6。

⑧ 香港大學文化政策研究中心：《香港創意產業基線研究》(香港：香港特別行政區政府中央政策組，2003)，頁96。

⑨ 梁款：〈文化大笊地〉，《信報財經新聞》，2005年3月7日。

⑩ 《行政長官2015年施政報告》，www.policyaddress.gov.hk/2015/chi/，頁10，第53-57段。

⑪ 香港大學文化政策研究中心：《香港創意產業基線研究》，頁96；朱耀偉、梁偉詩：《後九七香港粵語流行歌詞研究》(香港：亮光文化有限公司，2011)，頁8。

⑫ 《行政長官2013年施政報告》，www.policyaddress.gov.hk/2013/chi/，頁40，第179-80段。

⑬ 〈商務及經濟發展局局長香港音樂匯展2010開幕禮致辭全文〉(2010年3月20日)，香港政府新聞網，www.info.gov.hk/gia/general/201003/20/P201003190306.htm。

⑭ 參見「創意智優計劃」獲批項目「香港亞洲流行音樂節」，創意香港網，www.createhk.gov.hk/tc/1006-0074.htm。

⑮ Chu Yiu-wai, "Can Cantopop Industry be Creative? The Transmission and Transformation of Hong Kong Popular Songs", 載王宏志、梁元生、羅炳良編：《中國文化的傳承與開拓：香港中文大學四十周年校慶國際研討會論文集》(香港：中文大學出版社，2009)，頁443-75。

⑯ 〈創意智優計劃申請三億元撥款〉，《星島日報》，2009年5月11日；朱耀偉：《縫紉香港：大國崛起與香港文化》（香港：匯智出版有限公司，2012），頁130。

⑰ 參見「創意智優計劃」獲批項目“LIVETUBE”，創意香港網，www.createhk.gov.hk/tc/approved_projects_detail.htm?refno=203。

⑱ 參見「香港流行音樂MV頒獎典禮2015」，www.livetubemva.com/tc/ifpi-mission.php。

⑲ 引自筆者有關香港流行音樂人才培訓的研究計劃所作的訪問，2012年。

⑳ 參見「人才培育計劃」，創意香港網，www.createhk.gov.hk/text_only/tc/whats_new_talent.htm。

㉑ 〈栢志高保證西九以文化先行〉（2015年8月5日），成報網，http://singpao.com/xw/gat/201508/t20150805_567460.html。

㉒ 何慶基：〈與林鄭司長談西九〉，《蘋果日報》，2015年7月8日。

㉓ 按策展人潘麗瓊的說法，「青年廣場不是商業機構，我必須以省錢作大前提」。參見潘麗瓊：〈冥冥中的安排〉，《頭條日報》，2014年8月19日。

㉔ 參見「黃霑書房」，www.hkmemory.org/jameswong/wjs/web/index.php。

㉕ 馮敏兒：〈志淙流星撐得住〉，《蘋果日報》，2007年3月14日。

㉖ 行政院文化建設委員會編：《「國際藝術及流行音樂中心計劃」九十四年度專案工作報告》（台北：行政院文化建設委員會，2004），頁1-2。

㉗ 〈「有華人的地方就有台灣音樂」：北部流行音樂中心開工動土龍應台期許振興台灣音樂產業〉（2013年6月19日），文化部網，www.moc.gov.tw/information_250_29018.html。

㉘ 參見陳樂融：〈「流行音樂中心」：是禮物，還是應付？〉（2014年10月3日），聯合新聞網「鳴人堂」，http://opinion.udn.com/opinion/story/6078/399880-%E3%80%8C

%E6%B5%81%E8%A1%8C%E9%9F%B3%E6%A8%82%E4%B8%AD%E5%BF%83%E3%80%8D%E6%BC%9A%E6%98%AF%E7%A6%AE%E7%89%A9%EF%BC%8C%E9%82%84%E6%98%AF%E6%87%89%E4%BB%98%EF%BC%9F。

㉙ 參見「自由野2014—音樂」，西九文化區網，www.westkowloon.hk/tc/FreespaceFest2014/music-763。

㉚ 如文化評論人小西在訪問中說：「……所以你看今年自由野，是更加清楚地強調那種節慶的氣氛」，又多次提到，「西九團隊都是很認真用心去搞文化，但是這不是立意良善就能解決的問題，這是一個格局問題」。參見綠藍：〈牢籠裏的自由野〉，《中大學生報》，2014年11月號，頁33-34。

㉛ 于國華、吳靜吉：〈台灣文化創意產業的現狀與前瞻〉，《二十一世紀》（香港中文大學·中國文化研究所），2012年10月號，頁87。

㉜㉝ 〈「自由野」變「自由約」推廣街頭表演：栢志高保證西九藝文主導〉（2015年8月4日），立場新聞網，https://thestandnews.com/culture/%E8%87%AA%E7%94%B1%E9%87%8E-%E8%AE%8A-%E8%87%AA%E7%94%B1%E7%B4%84-%E6%8E%A8%E5%BB%A3%E8%A1%97%E9%A0%AD%E8%A1%A8%E6%BC%94-%E6%A0%A2%E5%BF%97%E9%AB%98%E4%BF%9D%E8%AD%89%E8%A5%BF%E4%B9%9D%E8%97%9D%E6%96%87%E4%B8%BB%E5%B0%8E/。

㉞ 〈音樂x戶外電影——第三輪西九「自由約」10月10至11日上演〉（2015年9月18日），西九文化區網，www.westkowloon.hk/tc/newsroom/news/music-meets-movies-as-outdoor-cinema-comes-to-west-kowloon-on-10th-and-11th-october。

㉟ 周耀輝說：「點解一個咁繁華嘅大都市，連一個好似Backstage嘅live house都養唔住，下次行過中

環時，會更感覺中環的荒謬。」參見鍾雅宜：〈難抵加租三成：音樂場Backstage結業〉，《蘋果日報》，2015年7月28日。

㉞ 參見“Backstage Live Restaurant”的facebook專頁，www.facebook.com/Backstage.hk/posts/10153571527181605。

㉟ 〈西九「自由約」今年8月9日至明年3月帶來連串藝術體驗〉（2015年8月4日），西九文化區網，www.westkowloon.hk/tc/newsroom/news/west-kowloons-frees-pace-happening-takes-place-every-month-from-9-august-2015-to-march-2016/。

㊱ 轉引自綠藍：〈牢籠裏的自由野〉，頁33。

㊲ 參見「街頭表演計劃」，西九文化區網，www.westkowloon.hk/tc/visit/street-performance-scheme。

㊳ 「西九當局以網上問卷方式向公眾作出意向調查，當中近半數人(46.0%)認為，當局不應為街頭藝術設立任何限制，僅一成(10.7%)認同公園需要設下『清晰的使用者守則』。不過，附例、發牌制度最後還是依舊不改。」參見黃雅婷：〈是誰的西九？自由約設在「公共空間」〉，《明報》，2015年8月16日。

㊴ Gordon Mathews, Eric Kit-wai Ma, and Tai-lok Lui, *Hong Kong, China: Learning to Belong to a Nation* (London and New York: Routledge, 2008), 146.

㊵ 轉引自〈不滿「施捨」樂隊杯葛辭演「反轉天橋底」胎死腹中〉，《頭條日報》，2013年1月5日，http://news.stheadline.com/dailynews/content_hk/2013/01/05/221652.asp；文己翎：〈觀塘區獨立音樂的發展——從Hidden Agenda說起〉，《文化研究@嶺南》，2014年第40期，http://commons.ln.edu.hk/cgi/viewcontent.cgi?article=1482&context=mcsln。正如文中所說：「政府由上而下的城市重建，必然會一步步消滅這個由下而上打造出來的鄰里。」(頁14)

㊶ 劉靖之：〈西九龍計劃與香港文化生態〉，香港電台《傳媒透視》，2004年12月號，http://rthk.hk/mediadigest/20041215_76_120236.html。

㊷ 〈歡迎華納合資公司在港設總部〉（2015年9月20日），香港政府新聞網，www.news.gov.hk/tc/categories/admin/html/2015/09/20150920_180311.shtml。

㊸ 〈華人文化與華納成立旗艦影業新華社指是習近平訪美成果〉（2015年9月20日），商業電台網，www.881903.com/Page/ZH-TW/newsdetail.aspx?ItemId=824606&csid=261_341。

㊹ Joanne Lam, “Cantopop’s Dilemma: No Hong Kong Wave”, 19 August 2013, www.asiasentinel.com/society/cantopops-dilemma-no-hong-kong-wave/。

㊺ “HK Music Industry Urged to Change Business Model”, 30 October 2014, www.ejinsight.com/20141030-hk-music-industry-urged-to-change-business-model/。

㊻ 文雋：〈「旗艦影業」能成旗艦嗎？〉，《晴報》，2015年9月22日，www.skypost.hk/column/%E6%96%87%E9%9B%8B/007002001009/%E3%80%8C%E6%97%97%E8%89%A6%E5%BD%B1%E6%A5%AD%E3%80%8D%E8%83%BD%E6%88%90%E6%97%97%E8%89%A6%E5%97%8E%EF%BC%9F/191207。

㊼ 譚衛兒：〈黎瑞剛與華納的旗艦影業落戶香港的啟示〉（2015年9月28日），南早中文網，www.nanzao.com/tc/opinion/150115fc36a39c9/li-rui-gang-yu-hua-na-di-qijian-ying-ye-la-hu-xiang-gang-di-qishi。