

Date : 30 Nov 2012
Publication : Hong Kong Commercial Daily
News Clipping Page : A 16

作坊展場 明年啟用 創意香港助跨境動畫合作

【香港商報訊】記者李素瑩報道：數碼動畫日漸被廣泛應用於產品宣傳和形象推廣，包括倫敦奧運等大型活動也大量利用數碼動畫。有業界人士表示，中港兩地動畫業界已在國外嶄露頭角，發展潛力大，而動畫業界與商戶合作參與宣傳，有助達至雙贏。由港府資助的「創意香港」則表示，來年將有多個供創業產業使用的辦公和展覽場地啟用，應付業界的發展需要。

「創意香港」總監廖永亮表示，「創意香港」致力於對創意人才和新進公司的培訓，並推動香港作為鄰近地區的創意中心，將香港的創意服務出口至內地及海外。「創意香港」自成立3年半以來，已投資5500萬港元用作推廣香港數碼娛樂，又聯同香港動漫聯會舉辦動漫課程，並協助10人以下的企業推廣動漫。

廖永亮：舊樓變身動漫展場

他稱，香港每年都有1萬名創意產業的專上畢業生，惟業界仍經常反映指人手不足，估計是由於畢業生的供應與期望出現落差。「創意香港」正研究與各院校合作，增加專上學生的實習機會。他續說，「創意香港」持續與貿發局合作，協助本港創業企業與內地用家進行配對。除了組團赴內地作業務推介，並會成立服務中心，探討珠三角未來5年對創業服務的需要，包括前海、橫琴及南沙區的發展。

他介紹稱，政府會於2013年年底將荷里活道的舊已婚警察宿舍改建為130個設計工作坊，讓新成立的設計公司進駐。此外，灣仔茂羅街的舊式建築也將活化為藝術中心，作為動漫界的展覽場地。

蔡仲樑指麥兜拍企業融入生活

憑港產動畫「麥兜」一炮而紅的博善廣識有限公司，其總經理蔡仲樑表示，麥兜系列已在日本、韓國和法國上映。麥兜系列在世界電影節中獲獎，其風格獲得很獨特的評價，被評判認為是有異於歐、美、日的作品，展現香港特有的風格。「我希望麥兜能像美國的芝麻街一樣，反映出本土特色。」

他說，香港電台節目《春田花花中華娃娃博物館》在播出後得到好評，其內容有助向兒童推廣中國文化。當中的故事例如「幸福的碗」，介紹了中國飯碗的圖案設計背後所蘊含的祝福，使它不止是一碗飯，而是一份祝福。

「麥兜」與各個機構和企業合作，使之融入港人的生活，包括7-11便利店的禮品、八達通、信用卡和乳品，又融入政府廣告宣傳環保回收、泳池清潔和濕地公園等，並與慈善機構攜手推出產品。近期又以太平山為主題，推出新故事講述麥兜媽媽訛稱帶麥兜到馬爾代夫，實際帶他到太平山頂，藉此故事宣傳香港旅遊。

石岩：內地創意 產業發展大

水昌石數字科技有限公司倫敦奧運客戶總監石岩表示，內地的創意產業現時仍未達到全國企業總量的一成，而許多影像作品也只靠製作來堆砌，創意成份不多。相比國外成熟市場，一部作品往往花五至六成的時間於創意元素中，內地創意產業的發展空間龐大。

他指出，數碼科技近年被廣泛應用，除了 08 年的北京奧運會，今年的中央電視台春節晚會也使用了數碼投影。倫敦奧運的電子數碼影像效果讓觀眾感到耳目一新，但其實這個影像效果是有中國公司參與製作。