

# 試從社會經濟角度論述澳門文化與創意產業

特雷莎J.C.L.席爾瓦\*

## 一、背景與前景

澳門“城市文化”形象的推廣，從1995年起，有了新進展。屆時正值澳門國際機場落成。它的啓用被視為一種擴大旅遊供求範圍的手段。然而，只有在2003年，賭博業的開放和澳門的國際知名度劇增後，才出現了顯著的促進文化的運動來傳播歷史遺產。最終於2005年，聯合國教科文組織將澳門歷史城區列入世界遺產名錄。

對澳門特色文化特徵的重視（特別是文物）和對地方創意與私人舉辦的文化活動的支持，目的在於創造財富和社會福利。目前，文化創意產業在澳門特別行政區的政治議題中經常被提及，著重強調政府的各種支持措施，因此澳門經濟的多元化必須依賴政府的工作已經成為堅定信念。鑒於博彩在澳門特別行政區經濟中的巨大影響，一些分析家認為，這一目標是不切實際的，但我們不能不注意到一個事實，即文化活動的融資大部份來自博弈。因此，大多數文化活動的可行性現在離不開成功地經營賭場。在未來，最希望這些資助（尤其是政府對私人活動的資助）為文化範疇的創業自主所代替，使它獲得一自給自足和可持續發展。

澳門文化創意產業的潛能是毫無疑問的，需要知道是，它如何可以成為一種可替代博彩的經濟部門。據認為，適當的協調和管理公共和私人資源是關鍵。我們需要一種文化政策，來使這種多樣化的模式成為可能，給它腿讓它走路。隨著預計中的文化事業的開花，或許在

---

\* 統計暨普查局高級技術員，新里斯本大學社會學學士。

十年內能保證豐厚的收益。在其他相關的蓬勃發展的領域，如會議旅遊業，獎勵旅遊，會展業（被稱為MICE Industry）和大型的政府活動，包括旅遊海報上不可或缺的傳統體育比賽。這些部門的協同發展會加強文化活動的效果。

政府的干預，如最近在文化局內成立了文化創意產業促進廳<sup>1</sup>和文化產業委員會<sup>2</sup>。應集中在促進文化政策制定的工作。這一工作包括對概念的定義，範疇的劃定，調查文化參與者及數目。這些都是在這裡要討論的要點，旨在今後為這一部門的社會經濟影響的評估方法建立一個基礎。對文化創意產業的這種涉及方式表明了一種工作的初步假設。此種假設基於聯合國教科文組織最近發表的研究，其目的是促進研究、數據收集、選擇指數和將信息彙編成文化統計。

## 二、概念

“文化”應該被視為一個社會，一個社會群體或一個社團所特有的一套精神、物質、智力和情感。除了藝術和文學，它還包括生活方式、共處的方式、價值體系、傳統和信仰。<sup>3</sup>

文化現實——三個不同計劃中所表現的多維現象：

（一）無形資產——傳統、信仰、價值觀，語言及生活方式，或者是決定某一社團的典型行為與特質的非物質層面；

（二）有形資產——被列為文物的歷史 / 文化不動產與動產，如藝術品，或某種類型的消費品。它們是社團的文化資產，因為它們是可銷售和/或消費的；

（三）社會享受——文化和藝術活動，如慶典、演出、表演、音樂會，展覽和交易會。它們的舉行在很大程度上基於產品和創意服務，而這又具有無形的文化方面。

---

1. 2010年3月29日第13號政府公報。

2. 2010年5月11日第19號政府公報。

3. 2009聯合國教科文組織文化統計框架，聯合國教科文組織統計所。

這些計劃將在一個動態的互動系統，被稱為文化週期內5個階段相互關聯，往往重疊：

思維 / 創作——產品 / 服務的生產——傳播——分銷——參與 / 消費

文化產業——文化週期的經濟方面，因為這個週期的活力取決於經濟活動和資源，面向消費。對其經濟影響的評估，可通過以下幾個方面：

（一）生產活動、文化產品和服務；

（二）文化職業——直接或間接與文化相關的職業，就業形式可以是正式或非正式的；

（三）文化產品的流通，主要包括進口 / 出口；

（四）文化參與和/或文化消費。

創意產業——與藝術生產掛鉤，尤其是視覺藝術與手工藝品。目前也存在混合的形態，不僅僅文化、創意的服務，如建築、設計與廣告。為了對上述方面有一個概念，可參閱“澳門空間：<http://www.creativemacau.org.mo/EN/hotnews.php>”

### 三、文化範疇或領域

教科文組織提出了文化範疇的分類，其基礎為國際經濟分類中所採用的對文化產業結構與限制的分類：

（一）文物——博物館、歷史遺址和考古、歷史景觀、文物；

（二）表演 / 藝術節——戲劇、舞蹈、戲曲、木偶、音樂、藝術節、節慶活動和博覽會；

（三）視覺藝術 / 手工藝品——造型藝術、攝影、工藝品；

（四）刊物/出版——書籍、報紙、期刊、圖書館、書展；

(五) 音像/媒體——廣播、電視、互聯網、電影、視頻、互動媒體；

(六) 設計/創意服務——時裝設計、平面設計、室內設計和景觀，建築服務，廣告服務。

每一文化範疇涵蓋了文化週期的各個階段，包括社會和/或經濟活動，其基礎為無論是正式或非正式的專業或業餘人員，並可能受到公共和私人單位各種方式的補助金。

以下匯總表無意提供詳盡的情況，只是在澳門特別行政區使用的文化範疇的分類模式。它顯示了不同的公共單位和私人單位參與的概況。

文化範疇及澳門特別行政區單位的參與

範疇	遺產	表演藝術節	視覺藝術 手工藝品	刊物新聞	視聽媒體	設計創意服務
公共單位						
文化局						
民政總署 澳門文化中心						
旅遊局 澳門旅遊學院						
東方基金會 東方葡萄牙學會						
澳門基金會						
澳門空間						
私人單位						
協會						

範疇	遺產	表演藝術節	視覺藝術 手工藝品	刊物新聞	視聽媒體	設計創意服務
企業						
俱樂部/工作室						
劇院 / 電影院						
出版商/報紙						

這一匯總表顯示了各種社會載體之間的交匯與聯繫。這對於文化政策的制定必不可少。除了詳盡調查所有的單位外，必須審議它們所參與的文化週期的每個階段，以檢測公共單位之間，公私單位之間以及整體的動態關係（請注意，澳門有241個文化性質的協會）。

這樣的了解方便各機構之間的協調，掌控資源分配和相應使用效果的情況（包括政府補助金）。

總括一下這6個文化範疇，存在4個相輔相成的領域，亦稱之為“交叉領域”。它們對文化週期具有至關重要的作用，尤其在文化傳播 / 傳遞階段：

（一）非物質文化遺產——完整的文化範疇是包含了其他不同的領域的元素，涵蓋了生活經驗、語言、禮儀和習俗；

（二）培訓和教育——傳播價值觀和文化能力，公共管理機構的責任，基金會、大學、學校、協會，等等；

（三）存檔和保存——文化和藝術創作的連續性所必需的主要活動，因為存檔的物品（有時所展示的物品）可作為新的創作靈感；

（四）輔助設備和物資——本質上來講，不屬於文化範疇，但可以方便和/或可允許創造、生產和銷售文化產品。例如計算機，它是信息技術的設備和設計的材料。

最後，全面的文化景觀包括3個區域，部門或“相關的領域”。儘管它的性質有所不同，覆蓋一些具有文化元素的活動：

（一）旅遊——文化（及宗教）旅遊被列入澳門旅遊局官方的宣傳活動。近幾年來會展旅遊，無論在活動的數目，人力資源的投入，還是舉辦地點有了顯著的增長。

（二）運動——武術表演 / 比賽，賽龍舟和澳門格蘭披治就是與該地區文化和傳統相關的季節性體育活動。

（三）娛樂——博彩除了作為吸引遊客的主要因素外，是一種間接的促進文化的方式，尤其是通過政府和基金會定期支付的各種補貼。

## 四、文化的經濟層面

基於識別文化產品和服務才能評估文化創意產業這一部門的經濟影響，選擇資料來源和收集量化數據是決定性的一步，這樣才可以將文化週期融合在社會經濟發展模型中。

通過國際分類，可以找到文化產品和文化生產，尤其是文化週期的頭4個階段：創作，生產，推廣，銷售/傳播。它們是收集和分析國際上可比數據的基礎。

澳門特別行政區除了有澳門對外貿易貨物分類表 / 協調制度外，還有澳門行業分類<sup>4</sup>和澳門職業分類。

1997年的澳門行業分類列出了下列產品和活動：

（D部——加工工業）

22. 媒體資料的出版、印刷及儲錄：

221. 出版：

22110. 書籍、小冊子、樂譜及其他出版物

4. 澳門行業分類（1997年）請見[http://www.dsec.gov.mo/getdoc/427d5b02-9a1c-4bba-b865-7bb49c44a5d0/cam\\_pub\\_1997\\_y.aspx](http://www.dsec.gov.mo/getdoc/427d5b02-9a1c-4bba-b865-7bb49c44a5d0/cam_pub_1997_y.aspx)。

22120. 報紙、雜誌和其他期刊

22130. 錄音

22190. 出版（照片、版畫、明信片、掛曆、海報、藝術作品的複製品、微型出版物）

222. 與印刷及印刷業務相關的活動（...）

223. 錄製資料媒體的複製業（聲音、視頻，電腦儲存數據）

（O部——其他集體，社會和個人業務活動）

92. 娛樂、文化和體育

921. 電影院、劇院、電台、電視及相關活動（包括表演...）

922. 新聞社活動

923. 圖書館、檔案館、博物館和其他文化活動

92310. 圖書館和檔案館活動

92320. 博物館和保護歷史古蹟和遺址活動

出版物 / 新聞和音像 / 傳媒歸入22組中，而文物與表演 / 藝術節出現在92組中。

至於構成創意產業重要組成部分的視覺藝術 / 手工藝品和工藝設計 / 創意服務，難以歸入此分類，但很容易在澳門職業分類<sup>5</sup>找到它們。

在澳門職業分類中，分為大組、次大組、次組、基準組和專業技術人員。大部分與文化產業相關的職業被歸入知識職業大組中，具體如下：

大組 2——知識和科學專業

次大組24——管理專家（...）、藝術家和知識職業

次組243——檔案管理員、圖書管理員和類似職工

2431——檔案工作者和博物館館長

5. 1997年澳門職業分類請見[http://www.dsec.gov.mo/getdoc/a6ec3cfc-e98f-4396-93af-c4c9fdb0435d/copm\\_pub\\_1997\\_y.aspx](http://www.dsec.gov.mo/getdoc/a6ec3cfc-e98f-4396-93af-c4c9fdb0435d/copm_pub_1997_y.aspx)。

2432——圖書館和文獻工作者

次組245——作家和藝術創造家

2451——作家、記者及類似

2451.05 作家

2451.10 評論家

2451.15 總編輯

2451.20 主編

2451.25 編輯（亦稱redactor）

2451.30 記者——廣播電視

2451.35 記者——報紙

2451.99 作家/記者/無分類的其它專家

2452——雕刻家、畫家和其他類似藝術家

2452.05 雕塑家

2452.10 藝術畫家

2452.15 幽默畫設計師

2452.20 插畫設計師

2452.25 中國書法家

2452.30 修復師——藝術品

2452.35 工業創作設計師

2453——作曲家、音樂家和歌唱家

2453.05 音樂作曲家

2453.10 樂團指揮（首席指揮或指揮師）

2453.15 合唱團指揮師

2453.20 器樂家

2453.25 藝術歌唱家

2454——編舞家和藝術舞蹈家

2454.05 編舞家



2454.10 藝術舞蹈家

2455——電影和戲劇藝術專家

2455.05 電影導演

2455.10 電視導演

2455.15 電台導演

2455.20 攝影——電影

2455.25 音響——電影

2455.30 藝術——電影與電視

2455.35 配音——電影與電視

2455.40 特技——電影與電視

2455.45 舞台導演

2455.50 劇本家

2455.99 電影及話劇藝術專家和無分類的其它專家

此為所有文化範疇生產活動的參考資料：

- (一) 遺產——次組 243和次組245——職業 2452.30
- (二) 演出——次組245 / 基準組2453、2454和2455 (與視聽重疊)
- (三) 視覺藝術——次組2452 / 基準組 2452
- (四) 刊物——次組245/基準組 2451
- (五) 視聽資料——次組2455
- (六) 設計——基準組 2452——職業2452.35

除了這些行業，分類中還有其他的與創造性工作有關的職業（如建築師、程序員）。必須給什麼是設計和創意服務方面的“文化生產”下一個定義，換言之，為包括在文化定義的範疇內的活動和產品開列一個名單。

視覺藝術和手工藝品也屬於同樣的情況，其中包括不同的手工行業和/或工業行業（如攝影師、珠寶商、陶藝家）。他們所從事產品生產可以算作文化類型的，但大多只是普通商品消費。

分類並不能讓我們自動識別文化產品。有必要在消費方面確定其特徵。區分工業生產過程產生的文化財產和產品的標準是它們是否具有身份，價值和意義。某項文化產品，除了經濟價值外，還要考慮到其審美價值，精神價值或象徵性價值。這意味著，無論其商業價值如何，這一產品體現或傳輸了某種無論是從質量角度，還是其他特定用途而言的文化表現。

澳門對外貿易 / 協調制度（2007年），據產品的物理特徵，進行了分類。然而未告訴我們其文化內容，因此有必要比較單子中所列出的服務文化的數據。文化產品和服務的國際貿易可以通過國際收支平衡來研究。某些文化產品如視覺藝術 / 手工藝品，圖書，出版和視覺和互動媒體的出口和進口值可見於系統的統計數據。

## 五、文化的社會層面

本地居民的文化參與和文化消費現象不同於遊客的文化消費。“工業（文化創意）”的概念所表達是文化產品和服務的供應和不斷增長的大眾消費需求之間的關係。這一需求來自於遊客 / 參觀者。另外一方面，在衡量本地的文化參與時，應特別考慮到居民日常生活的文化經驗。從問卷調查和/或民意調查入手，可以對以下三個方面進行分析：

（一）家庭文化——看電視的時間，聽收音機、看電影、聽音樂，使用互聯網；

（二）街頭文化——參觀文化場所，如電影院、劇院、音樂廳、博物館，古蹟；

（三）認同文化——參與業餘文化活動，文化協會、傳統民俗、民族文化和青年文化。

至於本地文化消費，以文化產品和服務在家庭支出中的比重為衡量標準。住戶收支調查<sup>6</sup>顯示了“休閒產品及服務，娛樂和文化的消

---

6. 2008年住戶收支調查可見：[http://www.dsec.gov.mo/getAttachment/bf8ae07a-01cf-4512-84c5-9cf45e57da72/P\\_IOF\\_PUB\\_2008\\_Y.aspx](http://www.dsec.gov.mo/getAttachment/bf8ae07a-01cf-4512-84c5-9cf45e57da72/P_IOF_PUB_2008_Y.aspx)。

費”在家庭預算開支中的百分比。雖然目前尚未單獨開列有關“文化”的專門數據，但可通過住戶收支調查中對這一專題做出的回答的處理來詳細描述文化層面。

## 六、文化指數

根據使用的信息來源，可以確定文化的社會和經濟層面的指數。除了確定了本部門的經濟分量外，還可以測量其社會影響（例如，居民語言的多樣性）。

目前，除了住戶收支調查外，還可進行其他的調查，如就業調查和旅客消費調查。另外一方面，除了已經提到的對外貿易數據，還有其他經濟數據。通過它們，可以得到文化週期不同階段的指數，如消費物價指數和旅遊物價指數。普查還可以幫助研究各種社會指數。

正如教科文組織所建議的那樣，各項指數可根據不同文化範疇之間的關聯來顯示（例如可以與三個相關的領域有關），而具有5個文化週期階段。

下面的指數範例出示了假設指數，還有其他可用的或潛在可用的指數（通過對未公佈統計數據的處理）。

### 指數範例

文化週期 範疇	創作	出品	傳播	分銷 / 傳 輸 / 展出	參與 / 消費
遺產 (包含博物館)	政府項目 的預算	建設和 維護費用	費用講座 / 展覽開支 (文物，歷史， 文化...)	博物館門票	文化與消閒 服務 費用及價格
演出和藝術節	補貼，贊 助，投資	安裝費用， 藝術家 / 表演者的收入	廣告開支 及 推廣活動開支	門票銷售 收入； 推行收入	文化與消閒 服務 費用及價格
視覺藝術和 手工藝品	補貼，贊 助，投資	創意藝術家 的收入	推廣開支	進口 / 出口， 展覽 / 交易會 / 銷售收入	文化與消閒 產品 費用及價格

文化週期 範疇	創作	出品	傳播	分銷 / 傳 輸 / 展出	參與 / 消費
刊物 (書籍和出版)	補貼, 贊 助, 投資	出版專業 人員的收入	經銷開支	進口 / 出口, 展 覽 / 交易會 / 銷售收入	文化與消閒 產品 費用及價格
視聽與媒體	補貼, 贊 助, 投資	專業, 技術 和創意 人員的收入	經銷及廣告 及開支	進口 / 出口, 收入 (服務的 銷售及營運)	文化與消閒 產品 費用及價格
設計和 創意服務	補貼, 贊 助, 投資	專業和創意 人員的收入	經銷及廣告 及開支	進口 / 出口, 收入 (服務的 銷售及營運)	文化與消閒 產品 費用及價格

註釋：“黑體”的資料可見（或可能見）統計暨普查局的統計資料彙編。

## 七、結語

文化範疇的數據通常很少，甚至在一些國家已開始編制文化統計。調查中，一般未將分類中很高的文化活動產品和文化產品水準包括在內。有時需要使用估計來詳細描寫文化方面更廣泛類別的資料。

另一方面，選擇和彙編管理數據有利於文化統計。它很大程度上依賴於公共單位之間的意願及合作，以及它們與私營單位之間的合作。在澳門特別行政區，參與文化範疇的單位協調湊巧是由最近成立的文化產業委員會統籌的。它作為成員之間的信息交流的平台來運作，其中許多代表公共和私營單位。

國際統計機構中，正在醞釀創造一個合適的工具，測定未來文化產業在一個國家 / 地區經濟中的比重：金色國民總產值（“Golden GDP”）。目前尚未執行，但預計可能在全球範圍內，成為反映文化作為一個國家 / 地區社會經濟現實決定方面的顯示工具。