

港「輸出文化」可闢新出路

李樹甘 吳祖堯 香港樹仁大學商業、經濟及公共政策研究中心

香港被譽為「購物天堂」，但可能在不少人眼中卻只是一個大型商場，不僅如此，更是只有外國貨專櫃的大商場。香港名店林立，但有多少是本地名店？縱觀其他亞洲地區，各有自己的本土特色小商店、本土文化。

一種潮流、文化的興起，往往依賴著藝術娛樂產業的興旺，所謂的「日風」、「台風」、「韓風」，都是由歌星、電影、電視劇所帶動。早期「日風」橫行，木村拓哉、安室奈美惠等無人不知，日本的衣著造型成為香港的潮流。緊隨其後的是「台風」，從電視劇《流星花園》，到現在的電影《那些年，我們一起追的女孩》，不僅年輕人，連家庭煮婦也非要看台劇不可，香港人對台灣這地方從此並不陌生。最近的「韓風」亦威力驚人，一曲《gangnam style》簡直是街知巷聞，不同版本的二次創作於網上瘋傳；韓國化妝品在港大賣，硬撼外國知名品牌，全因「少女時代」等韓星代言。

藉武打巨星創造商業價值

若我們細心留意，現在不少香港女孩都喜歡穿著某品牌的波鞋，為何？因為這是韓國女孩現時最流行的衣著！以前的女孩子怎會視穿波鞋為潮流？這就是對某種文化的認同，連帶其他借助此文化的產品亦能暢銷。這是「文化價值的市場轉換性」，文化產業通過市場使文化價值轉為商業價值，又通過產品、服務的市場消費來實現文化價值的社會傳播，文化與經濟互相補足（參考維基百科）。

現在香港努力不懈地跟著別人走，彷彿忘記了自己也有不少出口文化的機會。早有武打巨星李小龍，現有號稱「宇宙最強」，演活葉問的甄子丹，我們都沒有好好加以「利用」，大力推廣本土文化、本土品牌。以上所提及的大部分明星，都有一個共通點，他們都是從小開始接受訓練，以經濟學角度，這是一種「投資」。要捲起一股威力驚人的「港風」，培養較清新、潮流的巨星，需要花上時間、金錢，放棄現時的「速食文化」。因武術不能速成，必須長時間磨練，替代性低，所以香港只有能打入國際市場的武打巨星的出現。

「港風」吹起可惠及各行業

我們需要意識到各行各業互利共生的道理，只要肯花時間、金錢投資於文化產業，其他本土行業亦能受益。不能只為別人做嫁衣裳，打造香港成為一個只有外國貨專櫃的大商場，我們需要知道，遊客來港購買外國品牌，稅後利潤是直接落入外資的口袋，香港的「增加值」（value added）其實不多，「輸出文化」才能

使本土大小品牌一同發展。

日韓台成功經驗可供借鑒

本土小商店更需要依靠香港「輸出文化」使其興旺，他們沒有資金打造品牌，但只要「港風」吹起，他們自然受益。不少台灣電影、電視劇在夜市取景，令港人嚮往台灣夜市的繁華熱鬧。老實說，許多美食在香港不難找到而且未必比台灣貴，但看起來總是台灣的特別美味。如果香港武打片換個時代背景，除了在黑暗的窄巷打架或在街上飛奔外，讓觀眾有機會看清楚路旁商店和一些現時的特色，更能有助推廣香港文化。又可以於事後包裝，例如推廣一些李小龍、葉問相關的產品。

日本、韓國、台灣視藝術娛樂產業與其他行業為一個體，互利共生，輸出本土文化，振興各行各業，政府亦不遺餘力地協助，香港需要借鏡。