



創意無疆界

李嘉誠基金會贊助一項別開生面的計劃，以促進香港、汕頭、北京與倫敦的創意聯繫。



十八世紀的英國諷刺文學大師斯威夫特(Jonathan Swift)曾經有一句流傳至今的俚語：「讓我用一便士買下你的思想」(a penny for your thoughts)，那時他大概想不到自己這句話放諸數百年後的商業社會，竟有特別意義。今天，思想和意念的價值當然遠遠不止區區數便士；事實上，創新的意念已成為現代企業最寶貴的資產。

五十年代，從事塑膠業的年輕企業家李嘉誠先生從雜誌上獲悉外國有一種設計創新的塑膠注模機，香港尚未有售，但是當時李先生即使想訂購這種新機器來製造新產品，也負擔不起當時每台高達港幣二萬元的價格。

李先生於是參考手上有限的資料，發揮創意，利用一台空氣壓縮機、一個打破瓶口的汽水樽及幾條塑膠管，「土法」上馬，成功自製了一台注塑機，其功能不但與洋機器不相上下，而且成本只及其十分之一。

李先生便是憑著無窮創意及不屈不撓的精神，躋身世界最成功的企業家之列，統領一個遍及全球的商業王國(其中包括和記黃埔有限公司)。

李先生一直十分重視以原創意念建立業務優勢。他不但積極鼓勵集團

旗下公司培養創意文化，更投入大量的個人財富來推廣創意的開發，主要是透過李嘉誠基金會，向中國內地、香港和海外的教育項目提供資助。李嘉誠基金會對教育、醫療和文化事業所捐出的金額，至今已超過港幣四十八億元(約六億二千萬美元)。

創意都市

這個由李嘉誠基金會贊助、汕頭大學主辦的「創意都市」項目，推動創意工業的發展，以及體現創新意念與優秀業務之間的良性互動關係。

香港與倫敦存在源於歷史因素的獨特關係，雖然有人曾預期香港於一九九七年回歸中國後，與倫敦的聯繫會大大減少，但「創意都市」計劃卻彰顯兩個城市在商業、科技、傳媒和藝術等各層面上的聯繫仍然息息相關。這個由香港當代文化中心和英國當代藝術中心(Institute of Contemporary Arts)合辦的項目，旨在造就機會，讓兩地文化界的年輕企業家分享大家專長的創意活動，從而推動兩地建立深遠持久的新關係、探索雙方長期進行創意合作的機會。

主辦單位表示：「創意工業已由聊備一格變成主流趨勢。在倫敦與

香港之間，其實有很多機會可以合作。」

創意市場

這個項目是怎樣展開的呢？主辦單位首先從香港和倫敦挑選二十個出色的「文化企業」單位，並於去年十月掀起活動序幕，由香港九家新進公司派出「大使」遠赴倫敦進行推介，它們包括Crazysmile、CTCWM Advertising、深紅設計、住好啲、Here、國際設計家連網、靳與劉設計顧問、人山人海/Poo Records和Shya-la-la。

同年十一月，香港以東道主身份，假香港大學主辦「勾劃創意藍圖」研討會，讓包括香港特區政府與商界高層要員在內的與會者，聽取有關倫敦發展創意工業的創新方針。

在會上，英國駐港總領事何進爵士(Sir James Hodge)首先糾正一般人對創意的誤解。他指出創作並非藝術界的專利，而是每種倚靠原創意念與技術的行業所不可或缺的。

何進爵士又說，由英國兩位家庭主婦創造的兒童節目《天線得得B》，現在已是英國最成功的五大出口商品之一，而長壽音樂劇《歌聲魅影》所累

積的收入，更比任何一齣電影都要多。

「創意工業」為英國創造了二百萬個職位，每年收入約一千二百三十億美元，佔英國本地生產總值百分之八。何進爵士指出，最重要的是，當前其他行業備受經濟不景的壓力時，創意工業的增長率卻高達百分之九。

他說：「創意的真諦在於勇於冒險以及洞察新的潮流趨勢。」

香港民政事務局長何志平醫生表示，香港華洋雜處，薈萃東西文化，正是創意工業「理想的實驗場」：「我們擁有所需的發展平台和龐大的市場。」

何醫生又稱，香港和珠江三角洲現為全球二十大經濟體系之一，合作的潛力非常龐大。「我們深信這個地區的創造力終會一鳴驚人，就像中國發明火藥一樣。」

倫敦皇家學院人類地理學教授Chris Hamnett認為，香港擁有的優越條件，有利於發揮後工業經濟基地的優勢，開拓創意工業。他指出，製造業佔香港經濟產值的比重已由一九八〇年的五成降至今天的不足一成。

「我們現正處於資本主義時代的晚期，創意對生產策略尤其重要。以買汽車來說，現在人們購買的不僅是汽車本身，同時也是購買一個品牌、一個形象、一種生活方式，總之是一種時尚風格。」

近年來，倫敦銳意求變，將發展路向定位為「全球最時髦的城市」，而這一切絕非出於偶然。London Development Agency (LDA) 創意工業主管Graham Hitchen表示，這個蛻變



的關鍵在於政府的果斷決策。LDA創立於二〇〇二年，專責領導倫敦的「文化重建工作」，並從基本因素著手，為創意工業提供租金相宜的用地和商業支援服務。

倫敦學院院長Michael Bichard爵士指出，創意的根源乃在於教育。藝術學院不僅培訓藝術家，還孕育設計師、電影從業員、流行樂隊和作家等各種創作專才，他們為倫敦經濟灌注新活力，使倫敦氣象一新，有如脫胎換骨。這些年輕人畢業後，仍然需要營商意見、資金和管理等方面的支援。因此，他認為商界必須與創作界建立起更緊密的聯繫。

創造財富

究竟創意對講求實際的商業世界有甚麼貢獻呢？和黃集團董事總經理霍建寧現身說法，講解企業界的看法。

實事求是的霍先生一錘定音。他說：「創意不一定能賺錢，世上貧窮的藝術家大有人在。」

「那麼，做生意又有甚麼創意可言呢？做生意不就只是趁低吸納、善價而沽嗎？還是盡量提高盈利？尋找質優價廉的投資項目？或者改善企業低落的效率？」

霍先生認為這些說法並不全對。創意其實可從多方面促進公司的業務增長、股東利益和盈利能力。

「做生意必須講求創意，而和黃集團尤其鼓勵發揮創意，因為這正是我們多年來的成功條件之一。」

他接著解釋「生意」一詞的含義。「『生』代表靈活，『意』代表意念，『生意』合起來便是『靈活的意念』，也就是要靈活變通，適應世界的轉變、採取不同的運作方式、跳出慣常的框框，簡言之是要發揮創意。」

霍先生以黃埔花園的著名購物中心黃埔號作為例子。該商場就像一艘大郵船，座落在紅磡最大型的屋苑，這座船型設計的商場現已成為香港的地標之一，其意念顯然十分「另類」，但李嘉誠先生卻認為這是個充滿創意的設計，因此批准採用，該座外形獨特的物業，使和黃的首個「花園城市」住宅項目成為香港具代表性的建築物。

霍先生說：「這座船形建築物掀起熱潮，吸引各地報章雜誌爭相報道，無人不知，結果黃埔花園大受歡迎，有關的投資於兩年內已經回本！」

李先生一直積極支持創意企業，例如匯聚中國地道風味美食的「蔡瀾美食坊」肯定是很有創意的嘗試，使香港傳統的街頭飲食文化得以延續下去。

霍先生回憶說：「隨著香港邁向現代化，衛生條例使熟食小販無法繼續經營。我們最初開設美食廣場之時，其實大可選擇廣為人知的飲食品牌，但我們打破開快餐店的思想框框，改為委託知名食家代為籌劃，邀請了一批曾經名噪一時的街頭食肆助陣，重張旗鼓，結果大受市民歡迎，同時為我們帶來不俗的盈利！」

品牌設計是和黃集團與創作專才攜手開拓市場的另一例證。

「我們進軍英國電訊業之時，所採用的品牌『Orange』曾經被譏諷為檸檬。事實上，當我們的創作專才向我提出『Orange』這個名稱時，我也差點給嚇呆了。但我們終於採納了建議，而這個品牌迅即席捲英國市場，Orange不但成為英國增長最快的流動電訊商，更因成功吸引消費者的注意而贏得廣告獎項。」



其後，和黃運用出售Orange所得的龐大利潤，在電訊業作出轟動市場的投資，於最近推出第三代流動電訊系統，並將之取名為3。

霍先生說：「3聽起來可能跟Orange一樣古怪。不出所料，傳媒對3再次投以懷疑目光，並加以諷刺。但我相信，假以時日，人們會歎謂：沒有3G多媒體通訊的日子是怎樣捱過來的呢？今次我們不但跳出思想框框，還把目光放得很遠很遠。」

發揚光大

香港研討會完成後，「創意都市」活動便移師北京長江商學院和汕頭大學，在這兩家獲得李嘉誠基金會資助的學府舉辦座談會，以推廣此類文化交流，並向內地學生介紹創意概念。

北京座談會吸引了大批來自設計、傳媒、廣告和教育等行業的行政總裁及專業人士參加，主要是討論英國培育創作人才的政策、創業技巧的發展以至品牌設計等。與會代表均認為當局應提供實質的支援，為產品和服務的設計及生產開創試驗的空間。

汕頭座談會同樣吸引了大批代表出席，與會者商討在汕頭舉辦類似活動的可能性，讓來自內地其他城市以至區內其他國家的代表交流創意。

因此，「創意都市」項目可說為香港與英國之間，以至大中華區內的創意交流奠定了重要的基礎。

與會代表和出席者的反應均十分熱烈。他們同意新意念的交流啟發了他們的創意思維，而年輕人得知創意對事業發展的重要，尤其感到鼓舞。

設計系學生Sharon Lam說：「透過這個（香港）研討會，我對自己選擇的專業有了更深刻的了解。從嘉賓的講話以及跟其他與會者的討論中，我明白到商界其實也需要創作專才，正如設計師需要商業機構一樣。」

假以時日，她希望有人會向她說：「讓我用一百萬元買下你的創意。」



知識 + 好奇心 = 機遇

李嘉誠基金會與中國教育部於一九九八年合作成立「長江學者獎勵計劃」，鼓勵在海外工作的出色華人科研專才回歸貢獻祖國。這個計劃的第五屆頒獎典禮最近於北京舉行，李嘉誠先生以《紫色動力》為題發表講話，闡述創意與商業之間的良性互動關係。以下為演詞摘要。

紫色動力

「長江學者獎勵計劃」第五屆頒獎典禮致詞
— 李嘉誠

尊敬的陳至立部長、各位副部長、
尊敬的各位領導、各位院士專家們、各位校長、各位學者、各位嘉賓：

今天很高興在這裡和大家共聚，我首先要對所有今屆獲獎的學者們致以萬二分的祝賀，同時也要向教育部同人以及曾經對長江學者獎勵計劃給予鼎力支持和協助的各方人士表示衷心的感謝。

我最近看了一本名為《淡紫色》的書，書中的主角是貝金（Sir William Perkin），他是第一位將化學發明轉化為工業生產並創造出大量財富的化學家，貝金生長在一個普通家庭，老師叫他做一個化學實驗，嘗試製造奎寧，結果奎寧造不成，卻製造出一堆黑色的化學物體，將檯布染成紫色，這種名為「苯」的黑色沉澱物，日後成為提煉出工業上有廣泛用途的染料—苯胺紫。18個月後，他為這項發明申請專利，並大力加以商業化，結果這項發明，成為了其他科學家無數發明的「藥引」，無論在漂染、醫藥、化妝品、食物工業等方面均有廣泛用途，造就了價值以萬億元計的工商生產。

貝金是百多年前的人物，今天他已被世人所遺忘，他的故事對我們卻有重要的參考價值和啟示作用，貝金16歲已取得豐碩的科研成果，他從個人的好奇出發，目的不是完全為了財富。他並非一帆風順，我們可以想像，一個年輕的小伙子，要爭取他人的信任是何等困難，但他排除萬難，堅持將之轉化為商業發展，結果成為一個傑出的企業家，23歲已是當代富豪，36歲盛年退休，重新專注他喜愛的科學研究。貝金化腐朽成金

的傳奇並非因為他幸運，而是建基於我們都可以擁有的潛質：無微不至的洞察力、爭取知識的熱誠、不斷進取的毅力、不怕失敗的自信。

曾經有一位科學家約瑟·亨利（Joseph Henry）這樣說：「偉大發明的種子不斷在我們週遭浮現，但卻只會在那些已準備好迎接它們的人心中萌芽。」教育就是為我們作準備，教育的精神，不能局限於傳授技術，今天教育家最大的挑戰，是怎樣令我們的年青人懷著滿腔熱誠去爭取知識，並樂於參與這個奮鬥的過程。人生的成功，都有許多組成元素，但最關鍵是當機會來臨時，我們是否累積有足夠的知識去作為開啟這個機會的鑰匙。

今天全球化競爭劇烈，工商業的競爭就是智慧的競爭，難以容納濫竽充數的人，要不被淘汰，就要像貝金一樣，以視野和好奇心為其主要的推動力，懷著鍥而不舍、敢於向前的勇氣，以及求創新求完美的心，這是他一生最重要的資本。

各位長江學者，你們背負著國家的期望，你們的努力，不單體現在科研成就，為國家創造幸福和繁榮，也體現在你們能作為年青人的榜樣，讓他們能在你們的努力中獲得無窮的啟發。最後，我想用書中一句說話：「沒有實驗，我便一無是處，嘗試再嘗試，誰知道什麼是可能的。」與大家共勉。

謝謝大家。

二〇〇三年二月二十日



EAMMON O'BOYLE (1)