

## 講盡廣告

袁文俊博士

袁博士為現任香港廣告商會及香港奧美集團主席，亦為香港大學客坐副教授，在MBA課程任教品牌管理。

電郵：4asinfo@aaaa.com.hk



### 發展創意工業 先看創意人才

早於 2003 年，當時仍是工商及科技局局長的唐英年已強調創意工業是香港未來經濟發展的重要元素。這幾年間，政府以及社會各界人士，對如何推動創意工業的發展，眾說紛紜，當中包括政府擔當的角色，教育的重要性，以及如何令社會大眾明白創意工業對本地經濟的影響。

筆者認為要推動創意工業的發展，其中重要一環是積極培育優秀人才。香港在這方面擁有良好的客觀條件，以創意工業之一的廣告業為例，本地廣告市場非常成熟，平面、電視以至網上廣告應有盡有，過往亦曾孕育不少優秀的廣告專才，在國際上備受認同。因此，廣告業在整個創意工業的發展藍圖中，有著火車頭的帶動作用。

談到創意工業的人才培訓，筆者再以廣告業為例，看看廣告人必須具備的基本條件。由於廣告人經常要與各方溝通聯繫，先決要素當然是良好的溝通技巧及表達能力。廣告並非純藝術，而是商業藝術，廣告人需要擁有解決難題的能力以及敏銳的市場觸覺，並要了解消費者的心態，從而分析和研究消費市場，為品牌創造獨特定位。面對企業品牌的決策者，廣告人既要出謀獻策，亦要顧及執行時的各項細節安排。而新一代的廣告人更加要有跨媒體的視野及對互動平台的認識。只因香港擁有這些對廣告充滿熱誠的廣告人，香港的廣告方能在亞太區以至世界各地，屢創佳績。

創意工業是特別倚重創意與才華的知識密集型產業，人才最為重要。儘管不同行業會面對不同的問題，但大家對人才的渴求是不變的。筆者深信，合適完善的人才配套，定能加強本地創意工業的發展。