



2012 臺灣文化創意產業發展年報

2012 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

封面設計：張育華

2012 臺灣文化創意 產業發展年報

2012 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

目錄 *Contents*

第一篇 產業發展總論

第一章	臺灣文化創意產業發展現況與趨勢	8
第二章	國際文創城市	21

第二篇 發展政策與推動計畫

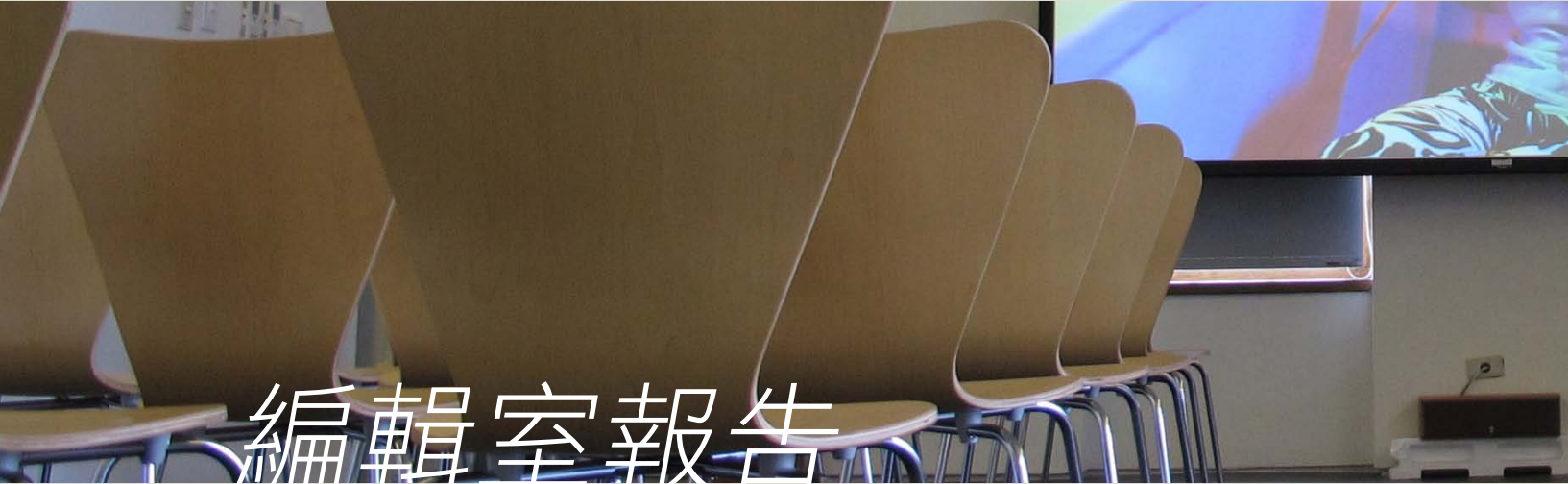
第三章	環境整備計畫	40
第四章	工藝產業旗艦計畫	78
第五章	電視內容產業發展旗艦計畫	86
第六章	電影產業旗艦計畫	90
第七章	流行音樂產業發展行動計畫	95
第八章	數位內容產業發展行動計畫	100
第九章	設計產業旗艦計畫	106

第三篇 臺灣產業現況與趨勢

第十章	藝文類產業	114
第十一章	媒體類產業	138
第十二章	設計類產業	170
第十三章	數位內容產業	186

第四篇 重要發展議題分析

第十四章	文化創意業者在法律之前的自我保護	192
第十五章	微型工藝文創經理人	198
附錄		203



編輯室報告

我國自 2003 年起每年進行《臺灣文化創意產業發展年報》之編撰工作，藉由出版年報，記錄分析臺灣文化創意產業的發展現狀，並且期待能透過持續的紀錄和分析成為觀察臺灣文化創意產業的指標。《臺灣文化創意產業發展年報》出版已經邁入第 10 年，從時間線性來看，對照 10 年間的發展，應漸漸可畫出發展的軌跡，做為未來研究和施政的參考。

政府於 2010 年制訂並頒布《文化創意產業發展法》，將文化創意各次產業類別定義為 15 + 1 類。本年報所分析的產業類別即為《文化創意產業發展法》的 15 項產業，並且將該產業範疇加以細緻化，分析出百餘項的次產業。在研究方法上，歷屆年報皆以財政部財稅資料中心之磁帶資料作為數據基礎，本年報也依此進行數據統計分析。因 2011 年的年報在《文化創意產業發展法》頒布後曾因應調整 15 項產業的次產業項目，為了能進行產業長期的觀察、比較和研究，本年報在產業的數據和範疇上，採用與 2011 年相同的產業範疇和研究方法，在數據的統計上呈現 2007~2011 年間 5 年的財稅資料，各產業質化分析則運用諮詢會議方式，邀請產、學、公協會等專家、學者 70 餘人，以 13 場會議分組討論，以期聽到更多業界的聲音並關照到產業的各個面向。

針對個別產業的專家和業者而言，以財稅中心的數據作為研究基礎的原因在於該項數據能直接反映各次產業的營業額，但也有幾項研究上的限制：

- 財稅中心的產業代碼與文化創意產業的產業鏈中各項次產業未必完全吻合，因此在本年報中，仍有部分沒有對應的產業代碼其產值無法呈現，更無法涵蓋文創產業的跨界和匯流的精彩表現。
- 所挑選的次產業歸屬於一項文創產業類別，但真實的現況為某一次產業之營業額，並非百分之百歸屬於單一文創產業類別。
- 財稅中心的數據以廠商所申報的營業額為主，文創產業中非以公司型態的產值，如創作者個人或工作室的收益無法顯示在統計數據中。

- 財稅中心所轉出的資料為申請當日資料庫中的數據，不同時間匯出的數據可能因廠商之補稅、退稅或海外營業額匯入的時間差而有所不同。

誠然，這 10 年來年報的研究方法，仍有不足之處：

- 從產業整體產值的計算基礎來看，本年報僅能反映以公司組織申報的營業額，無法顯示公部門的產值，如公立博物館、音樂廳、文化中心等機構的票房收入、加值商品銷售……等；各地舉辦藝術季、大型展演活動而促進地方文化觀光的收入，亦不包含在本年報中。
- 文創產業中重要的人力產值，如：從業人員的所得或以個人方式承接專案所創造的產值，也應該納入產值計算中。

觀察目前歐盟 (EU)、英國及其他國家間的創意經濟統計方法及研究成果，加上聯合國教科文組織 (UNESCO) 在 2012 年提出《文化產業的經濟貢獻統計》(Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries) 報告書中，包含了企業、從業人員和創意活動三個層次為基礎的分析模式；聯合國貿易發展組織 (UNCTAD) 自 2008 年起每兩年發表的《創意經濟報告》(Creative Economy Report) 則強調各種創意產業的分類與分析觀察，我們認為這些經驗可供臺灣未來進行文創產業調查研究的參考。期待未來的文化創意產業年報，一方面透過各產業的基礎調查、研究深化，一方面在產值統計的方法上漸漸與國際接軌，應可畫出我國文化創意產業產值的全貌。

本年報主要分為四大篇，細分成十五章。第一篇為「產業發展總論」，企圖描繪臺灣及全球重要文創基地近年來產業發展的大致輪廓；第二篇為「發展政策與推動計畫」，《創意臺灣—文化創意產業發展方案》於 2009 年 5 月 14 日獲行政院會通過，執行期程為 2009 年至 2013 年，主要係針對臺灣當前發展文化創意產業發展之優勢、潛力、困境及產業需求，提出推動策略，本篇針對所推動之「環境整備」及「旗艦計畫」分述之。



第三篇為「臺灣產業現況與趨勢」依照 4 大文創領域、15 項產業之發展現況進行分析，闡述產業範疇、產業數據分析、產業現況及趨勢等面向；第四篇為「重要發展議題分析」針對文創產業當前所關注的議題，以整體產業為觀點，特別邀請智財權專家撰文。在產業面向的現象分析則特別以工藝產業作為觀察對象，邀請學者撰寫專文。四篇之下的各章內容概述如下：

第一篇包含第一章與第二章：

第一章為「臺灣文化創意產業發展現況與趨勢」。概述我國文化創意產業發展的原因、基礎、優勢、主管機關等，並透過 15 項產業的營業額、廠商家數、內外銷比例和 5 年間的成長率，從整體概況、各領域概況、各次產業概況、從業人數概況分析臺灣文創產業發展現況。

第二章為「國際文創城市」。根據研究，近 20 年來，許多重要的城市將文化創意產業，做為促進經濟成長的重要施政參考。因此今年特別聚焦於全球重要的文創城市，邀請英國從事文化創意產業研究的先驅 BOP Consulting 為本年報介紹位於亞洲的首爾、北美洲的溫哥華、南美洲的布宜諾斯艾利斯、歐洲的柏林及歐亞交界的伊斯坦堡。這些創意城市有些我們非常熟悉，如首爾和溫哥華，但對於其文創發展的歷史、整體現況和各階段政策所造成的社會效應卻相對陌生，有些則是少有中文的資料說明其文創發展的特色、成就和經驗，如布宜諾斯艾利斯、柏林和伊斯坦堡。

第二篇包含第三章到第九章：

第三章為「環境整備計畫」，主要是對於所有文化創意產業整體面臨的共通性問題，思考因應策略，著重於健全文化創意產業發展之相關面向：包括經費的挹注、融資及創投機制、法規面的鬆綁及制度面建立、擴大國內外市場及人才培育等。「環境整備」之目的是希望建構對所有文創產業

皆友善之發展環境，使相關產業皆能獲得適當之輔導及協助而成長，並進一步培養成為明日之旗艦產業。

第四章至第九章為文化部與經濟部推動的 6 大產業「旗艦計畫」，此 6 大計畫乃是文化創意產業範疇中，發展較為成熟、具產值潛力、產業關聯效益大的業別，包括電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業。旗艦計畫針對其發展特性及需求提出規劃，予以重點推動，期能在既有基礎上再作強化及提昇，並藉以發揮領頭羊效益，帶動其他未臻成熟的產業。

第三篇包含第十章到第十三章：

第十章到第十二章分為藝文領域、媒體領域和設計領域，以財政部財稅資料中心之數據為統計基礎，分析各次產業之廠商家數、營業額、內外銷情形。但設計領域下的創意生活則採用財團法人中衛發展中心所提供之數據作為分析基礎。創意生活產業涵蓋範圍廣泛，主要分為 6 大類型的體驗（飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、傢飾時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗），由於範疇涵蓋各文創產業，是以本年報不以財稅資料中心數據做為統計基礎。第十三章為數位內容產業的產業現況，本年報以經濟部工業局專案調查成果做為參考，完整呈現數位內容產業現況。數位內容相關的財政部財稅中心之數據亦附於附錄中，以供各界參考。

第四篇包含第十四章到第十五章：

第十四章到第十五章則為〈文化創意業者在法律之前的自我保護〉、〈微型工藝文創經理人〉。

《2012 臺灣文化創意產業發展年報》，編輯過程舉行 13 場諮詢會議，感謝各界專家學者、相關人士及單位，提供意見給予協助。





1

第一篇

產業發展總論

第一章

臺灣文化創意產業發展現況與趨勢

第二章

國際文創城市

第一章

臺灣文化創意產業 發展現況與趨勢



一、整體概況

文化創意產業所發展出的創意經濟樣貌，是文化經過專業人才加值後的結果，社會的文化底蘊是發展文化創意產業最重要的根本。2012 年文化部成立，代表著國家把文化的發展放到上位，無論是政府或是人民，只要秉持著對文化的使命感和真誠的態度，文化就是通往世界最好的鑰匙。英國智庫— The Institute for Government 所做的研究指出，先進國家會以 5 項指標來衡量一國的軟實力，包含「企業創新」、「文化」、「政治治理」、「國際關係」和「教育」。英國《單片眼鏡》雜誌（*Monocle*）所進行的全球軟實力調查則以「政府的標準」、「民主的基礎設施」、「文化產量」、「教育能力」以及「吸引商家的能力」為指標，從上述指標衡量己身，臺灣在華人圈具有絕對的優勢，這也是期待文化的軟實力可以轉化成文創產業產值的原因。

臺灣所蘊含的藝術文化知識、歷史、概念、創意、構想、故事、圖像、理論、設計等元素為文創產業的發展優勢，更是轉化為「文化創意產業」的活水源頭。可藉著近年來國際間對於中華文化仰慕熱潮的契機，開創出具體而富有文化特色和智慧財產專利特質的「創意產品」，也能透過文創內容的豐富性為各產業提昇附加價值，促成產業轉型和產業升級。

文化、創意、產業三者本質與屬性均不同，文化是精緻生活的歷史累積，重視深厚專注的堅持，文化也是公共資產，應該屬於全民所有。創意則是多元素的結合，讓生活產生驚喜，強調獨特性，並具有多變、時尚的特質。文化創意產業以文化結合科技、設計等元素，提供能複製和引起眾人共鳴的文創商品。文創產業人是有品味的事業經營者，具有編劇也就是說故事的能力、製作與國際發行的能力。文創產業要系統性地發展，尚須遵循市場運作法則，結合資金、人才與智財，才能建構完整的產業鏈，發展具規模的文創產業。

不論是傳統產業，抑或是高科技產業，皆重視廠商最終生產的「產值」，故追求效率的量產與專業標準化，成為過去產業分析的核心立論。從產業分析觀點而言，文化創意產業與一般產業在本質上的最大差異是「過程(process)」導向，換言之，當顧客購買文創商品或享受文創服務時，所需動員的不僅是最終的行銷活動，而是必須組合生產端與消費端的不同廠商，串連各種具有高度專業與價值的活動，並藉由活動的緊密連結與互補共生，逐漸形成能提供穩定品質的一組服務系統，最終結合消費端的多元需求與生產端的多重運用，形成完整的文化創意產業「創新生態體系」。

2010 年，政府為促進文化創意產業發展，制定並頒布《文化創意產業發展法》。其主要目的在建構富有多元文化及創意的社會環境，從產業面向來看，文化創意產業彰顯在文化的基礎上，應用科技與創新進行研發，達到產業升級的價值；從經濟面向則以升級的產品，開發國內外市場，擴大國家整體產值為目標。

本法中將文化創意產業定義為「源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業」，而在此定義下，文化創意產業的次產業類別為 15 + 1 類。本年報以本法 15 類產業的關聯性，將其歸納為藝文類、媒體類、設計類，以及數位內容等四大領域分別述之。

根據《文化創意產業發展法》，15 項產業下的各次產業之目的事業主管機關，分屬於文化部、經濟部、內政部等三個機構，詳如下表所示：

表 1－1 臺灣文化創意產業分類及事業主管機關

領域	產業	事業主管機關
藝文類	視覺藝術產業	文化部
	音樂及表演藝術產業	文化部
	文化資產應用及展演設施產業	文化部
	工藝產業	文化部
媒體類	電影產業	文化部
	廣播電視產業	文化部
	出版產業	文化部
	廣告產業	經濟部
	流行音樂及文化內容產業	文化部
設計類	產品設計產業	經濟部
	視覺傳達設計產業	經濟部
	設計品牌時尚產業	經濟部
	建築設計產業	內政部
	創意生活產業	經濟部
數位內容	數位內容產業	經濟部
其他	經中央主管機關指定之產業	

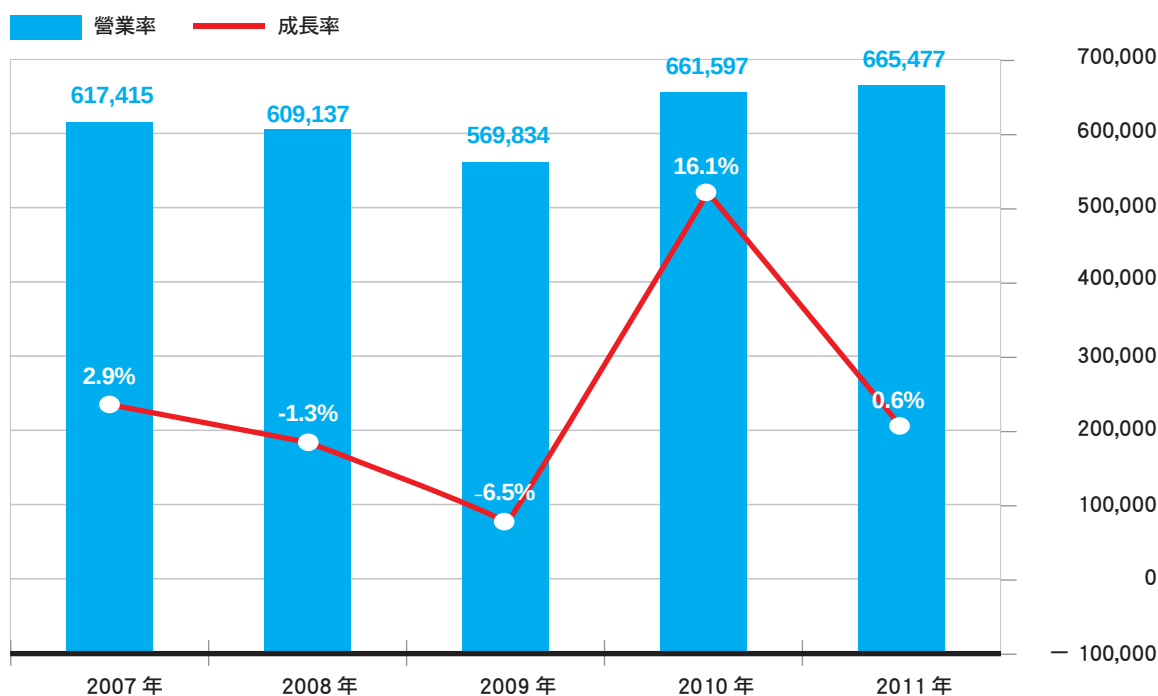
資料來源：本年報整理，2012 年 12 月

在文化創意產業的統計數據上，本年報採用的是財政部財稅中心的廠商營業額資料為基礎，以連續 5 年（2007 ～ 2011 年）的資料來呈現各產業及其次產業的變化。次產業的代碼與 2010 年《文化創意產業發展法》發布後所出版的年報相同，以利於做兩個年度同時期的營業額數據觀察與比較。本年報所述之文化創意產業產值以公司組織的營業額為基礎，意即反映出臺灣全年度文化創意產業之企業產值，但尚未顯示出產業從業人員所創造的產值（如：從業人員的所得或以個人方式承接專案所創造的產值）。目前聯合國教科文組織的「聯合國教科文組織文化統計框架」（The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics）包含了 3 個層次的產值計算方式，分別為「文創企業產值」、「從業人員產值」以及「創意

商業活動所產生的價值」，未來臺灣的文化創意產值統計若要和國際接軌，也可朝聯合國教科文組織所設定的框架擴充，以便完整呈現文化創意的產業樣貌。

行政院於 2009 年提出「創意臺灣—文化創意產業發展方案」有系統地輔導與協助文化創意產業，其成果在 2010 年展現，營業額為新臺幣 6,616 億。2011 年上半年度日本發生 311 大地震，全球處在核災危機中，影響到消費者對景氣的看法，消費上趨向保守。下半年歐債危機持續惡化，歐洲經濟受到直接影響，亞洲雖未遭到嚴重波及，但也可從文化創意產業中 15 項產業中外銷營業額占比較高的工藝產業（12%）及產品設計產業（54%）外銷營業額分別下滑 4%（工藝）和 8%（產品設計）看出。與 2010 年相較，雖然國際環境對外銷市場有稍許影響，但我國的文創產業還是以內需市場為主，電影產業、文化資產應用及展演設施產業、音樂及視覺傳達設計產業等，仍有不錯的成長率，所以 2011 年總體文創產業的營業額仍有 0.6% 的小幅成長，維持在新臺幣 6,654 億。

表 1－2：2007～2011 年臺灣文創產業營業額（資料來源：本年報整理，2012 年 12 月）



註 1：因應產業範疇變更，2007～2009 年之各產業營業額亦使用新產業範疇分類重新調整，本年報各統計表格亦同，不再重複說明。

註 2：為避免重複計算，創意生活產業不列入整體營業額計算，各年度營業額詳見第 12 章。

註 3：為避免重複計算，數位內容產業營業額在此採用財稅資料中心數據，計入數位內容相關行業代碼產生之營業額，詳細數據請見附錄。

註 4：因資料取得的時間有所差異，本資料採用 2011 年及 2012 年同一時間撈取之數據。2010 及 2011 年之數據不含補稅、退稅及海外營業額匯入的營業額。

2011 年文創產業中，一般大眾對於電影及流行音樂演唱會的消費力相對較為熱絡，國片《賽德克巴萊》、《那些年，我們一起追的女孩》、《翻滾吧！阿信》等，都帶動電影票房、出版、創意商品及文化觀光，其所創造的價值雖未能完全反映在文創領域的產值，但對整體經濟和一般大眾對文化創意產業的認知有正面的貢獻。2011 年在流行音樂產業領域也以許多大型演唱會和小型的現場演唱充實了一般社會大眾的娛樂生活，並且和其他文創的領域有明顯的跨域結合，例如舞台現場大型動畫製作、視覺設計等與數位內容產業合作；如「五月天」的「諾亞方舟」演唱會將流行音樂製作的幕後工程轉化成商業展覽，展覽與演唱會同步巡迴創造新的文化創意產業整合、互相加值的模式。

綜觀 2011 年的文化創意產業發展，跨業的整合、數位匯流以及「一源多用」的創意結合應用為其一大特色。文創商品也隨著大型的商演和商展活動走入一般人的生活，不再僅是小眾或分眾的參與，創造出的社會價值和一般民眾對文創產業的正面思維，遠超過其所定義之產業範疇的產值。

二、各領域概況

以「藝文類」、「媒體類」及「設計類」3 大領域的文創產業而言，其中包含「廣播電視」與「廣告」等產業的「媒體類」占文創產業 6 成以上的營業額，達 64.7%，較 2010 年的占比 58.8% 上升了近 5.7%。相較其他領域，媒體類近年來雖然因數位的發展而產生典範轉移的現象，但整體產業卻也因數位載體和數位內容的發展，而帶出更多元的商機。

「設計類」2011 年（21.4%）相較於 2010 年（23.4%）為持平。近年來設計界也經歷了數位工具個人化和普及化的過程，出現許多以一人工作室的方式承接設計案，或以微型創業的方式銷售自製商品，其個人產值未能表現於設計類的公司營業額中。設計類產品設計產業中的「工業設計」次產業，從 2008 年至 2011 年都在高度成長的階段，工業設計結合高科技材料是可以持續觀察的趨勢。從整體上來看，部分設計類產業已朝著和數位商品結合的方向前進，隨著科技產品及數位內容的發展，設計產業的產值和數位內容產業將有部分重疊，並會因跨產業合作而擴大產值。此外，我國近年來培養出許多國際重要設計獎項的得主，這些設計的能量尚待產業的連結，創造出未來的產值。

「藝文類」為 2011 年 3 大領域中衰退較多的產業，其中「工藝產業」所使用的材料影響工藝產品的終端售價，因此和工藝材料直接相關的「金銀批發」和「金飾零售」受全球金價持續波動及經濟走勢影響，含有金銀材料的工藝產品，價格隨金價調整，進而造成商品價格升高，總體交易量緊縮、營業額下降為此領域衰退的主因。2011 年藝文類成長率表現突出的「文化資產應用及展演設施產業」，反映出臺灣各縣市多年來經營藝術活動的成果。過去幾年間，各縣市為創造在地特色紛紛舉辦藝術節、大型戶外演唱會、音樂節及文創相關活動。此舉不僅提高場館的使用率，也對當地居民的藝文休閒生活品質有所提升，更帶來文化觀光的人潮、活絡當地的產業。

表 1－3 2007～2011 年臺灣文創產業營業額與成長率—依領域別（單位：新臺幣千元、百分比）

領域		2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	CAGR
藝文類產業	營業額	78,629,105	86,192,795	72,657,470	106,426,144	85,700,239	2.2%
	成長率	—	9.6%	-15.7%	46.5%	-19.5%	
媒體類產業	營業額	356,396,354	349,822,952	331,707,457	380,792,215	398,671,827	2.8%
	成長率	—	-1.8%	-5.2%	14.8%	4.7%	
設計類產業	營業額	132,740,068	126,076,053	116,808,110	133,177,106	132,155,254	-0.1%
	成長率	—	-5.0%	-7.4%	14.0%	-0.8%	

註：CAGR 為年複合平均成長率，統計年度為 2007～2011 年

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

三、各產業概況

2011 年臺灣文創各產業中，營業額最高的前 5 名依序為：廣告（1,461 億元）、廣播電視產業（1,269 億元）、出版產業（892 億元）、建築設計產業（728 億元）、工藝產業（702 億元）。

2011 年各產業營業額成長率最高的前 5 個則依序為：文化資產應用及展演設施產業（154.6%）、設計品牌時尚產業（38.7%）、電影產業（33.8%）、視覺傳達設計產業（27.6%）、音樂及表演藝術產業（9.9%）。

整體而言，營業額最高的前兩名之廣告產業和廣播電視產業，占總體營業額為 44.3%，但其中也有 4 個產業占比都不超過 1%，4 者營業額相加後約占總體的 1.1%（分別為「視覺藝術產業」、「文化資產應用及展演設施產業」、「視覺傳達設計產業」、「設計品牌時尚產業」），也呈現出臺灣整體的文化創意產業的營業額，產業的經濟規模差異很大，但這 4 個不超過 1% 的產業在 2011 年都呈現成長的狀況，因此我們對這些小型文創產業仍可抱持樂觀期待。

此外，2011 年有兩個產業呈現負成長，衰退最多的是工藝產業（-24.3%），另外一個則是產品設計產業（-3.3%），分析其原因，兩者的外銷市場比率都比其他產業高，分別為工藝產業 12.1%、產品設計產業 54.9%，故容易受到國際景氣或特定外銷區域的影響。2011 年工藝產業中的創作材料受金銀及珠寶國際價格上升影響，商品價格提高導致總交易量緊縮，可能是造成工藝產業衰退的原因之一，此外，2010 年工藝產業成長率高達 53.2%，2011 年雖呈現衰退，但相較於 2009 年，仍高出近 100 億的營業額。

廣告產業從 2010 至 2011 年營業額大幅增加，相較於 2008 年 1,278 億元營業額，到 2011 年 1,461 億元的營業額，成長了 14%。近年來，隨著部落格和數位影音平台融入大眾生活，廣告業主在網路媒體上的預算也逐漸增高，因而帶動了廣告產業營業額的增長。

表 1－4 2007～2011 年臺灣文創產業之營業額與成長率—各次產業別（單位：新臺幣千元、百分比）

產業			2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2011 年占比	CAGR
藝文類產業	視覺藝術產業	營業額	4,517,264	4,770,665	3,805,406	4,326,825	4,608,274	0.7%	0.5%
		成長率	—	5.6%	-20.2%	13.7%	6.5%		
	音樂及表演藝術產業	營業額	7,078,317	8,403,978	7,561,181	8,785,689	9,652,284	1.6%	8.1%
		成長率	—	18.7%	-10.0%	16.2%	9.9%		
	文化資產應用及展演設施產業	營業額	505,329	574,285	685,664	469,393	1,194,869	0.2%	24.0%
		成長率	—	13.6%	19.4%	-31.5%	154.6%		
	工藝產業	營業額	66,528,195	72,443,867	60,605,219	92,844,238	70,244,812	11.4%	1.4%
		成長率	—	8.9%	-16.3%	53.2%	-24.3%		
媒體類產業	電影產業	營業額	13,401,367	13,764,007	13,322,963	14,916,872	19,962,295	3.2%	10.5%
		成長率	—	2.7%	-3.2%	12.0%	33.8%		
	廣播電視產業	營業額	107,351,470	108,129,996	110,898,291	123,424,055	126,857,011	20.6%	4.3%
		成長率	—	0.7%	2.6%	11.3%	2.8%		
	出版產業	營業額	86,259,642	84,373,231	78,942,342	88,919,813	89,149,806	14.5%	0.8%
		成長率	—	-2.2%	-6.4%	12.6%	0.3%		
	廣告產業	營業額	132,564,996	127,825,543	113,423,484	137,142,333	146,137,087	23.7%	2.5%
		成長率	—	-3.6%	-11.3%	20.9%	6.6%		
	流行音樂及文化內容產業	營業額	16,818,879	15,730,174	15,120,377	16,389,142	16,565,629	2.7%	-0.4%
		成長率	—	-6.5%	-3.9%	8.4%	1.1%		
設計類產業	產品設計產業	營業額	57,414,179	48,249,241	49,972,256	59,611,512	57,640,822	9.3%	0.1%
		成長率	—	-15.96%	3.57%	19.29%	-3.31%		
	視覺傳達設計產業	營業額	759,027	803,689	902,787	1,123,628	1,434,080	0.2%	17.2%
		成長率	—	5.9%	12.3%	24.5%	27.6%		
	設計品牌時尚產業	營業額	177,486	137,787	155,095	203,367	282,169	0.0%	12.3%
		成長率	—	-22.4%	12.6%	31.1%	38.7%		
	建築設計產業	營業額	74,389,376	76,885,336	65,777,972	72,238,599	72,798,183	11.8%	-0.5%
		成長率	—	3.4%	-14.4%	9.8%	0.8%		

註：CAGR 為年複合平均成長率，統計年度為 2007-2011 年

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

從臺灣文創產業營業額的分析顯示，整體產業仍以內需市場為主，外銷僅占 8.3%。次產業外銷比率高於平均數的有工藝產業（12.1%）、產品設計產業（54.9%）、流行音樂及文化內容產業（15.9%）、設計品牌時尚產業（11.5%）等 4 項，其餘 9 項產業外銷的比例都不到營業額的 1 成。

表 1－5 2011 年臺灣文創各產業之內外銷營業額—各次產業別（單位：新臺幣千元、百分比）

產業		營業額（千元）	外銷（千元）	內銷（千元）	外銷比率
藝文類產業	視覺藝術產業	4,608,274	154,541	4,453,732	3.4%
	音樂及表演藝術產業	9,652,284	97,258	9,555,026	1.0%
	文化資產應用及展演設施產業	1,194,869	349	1,194,521	0.03%
	工藝產業	70,244,812	8,476,773	61,772,897	12.1%
媒體類產業	電影產業	19,962,295	123,938	19,838,357	0.6%
	廣播電視產業	126,857,011	1,822,934	125,036,985	1.4%
	出版產業	89,149,806	2,038,310	87,111,539	2.3%
	廣告產業	146,137,087	967,202	145,169,885	0.7%
	流行音樂及文化內容產業	16,565,629	2,638,863	13,926,766	15.9%
設計類產業	產品設計產業	57,640,822	31,635,947	26,004,876	54.9%
	視覺傳達設計產業	1,434,080	38,044	1,396,035	2.7%
	設計品牌時尚產業	282,169	32,412	249,757	11.5%
	建築設計產業	72,798,183	2,918,590	69,879,593	4.0%
整體（不包含數位內容產業及創意生活產業）		616,527,321	50,945,161	565,589,969	8.3%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

上述產業中外銷比例最為突出的是產品設計產業，為所有文創產業中，唯一外銷收入高於內銷的產業，臺灣從 1960 年代開始便以製造業站上國際舞台，長期累積的製造實力和遍布全球市場的銷售通路，同步帶動臺灣產品設計上的發展，近年來廠商也致力於從 OEM 轉型到 ODM，未來文創產業除了在產業升級持續努力外，也朝建立品牌前進。

臺灣文創廠商家數約 4.7 萬家，2007 至 2011 年廠商家數並無劇烈變化，增加了 2,000 家左右，家數成長約 4%。臺灣文創各次產業之廠商家數，以廣告產業最多，超過 13,200 餘家，其他依序為工藝產業、建築設計產業及出版產業等。

表 1－6 2007～2011 年臺灣文創各產業之廠商家數—各次產業別（單位：家數）

產業		2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
藝文類產業	視覺藝術產業	2,748	2,662	2,589	2,560	2,560
	音樂及表演藝術產業	1,211	1,338	1,462	1,726	1,926
	文化資產應用及展演設施產業	43	53	56	63	82
	工藝產業	10,357	10,060	9,903	10,085	10,190
媒體類產業	電影產業	623	636	670	696	730
	廣播電視產業	1,604	1,580	1,594	1,603	1,579
	出版產業	5,095	5,031	5,006	5,031	5,094
	廣告產業	12,453	12,588	12,617	12,903	13,295
	流行音樂及文化內容產業	1,721	1,692	1,681	1,731	1,764
設計類產業	產品設計產業	2,172	2,277	2,414	2,593	2,830
	視覺傳達設計產業	99	123	142	175	225
	設計品牌時尚產業	17	33	47	77	101
	建築設計產業	6,896	6,712	6,561	6,596	6,676
整體（不包含數位內容產業及創意生活產業）		45,039	44,785	44,742	45,839	47,052

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

以平均每家文創廠商之營業額來看，2010 年是 5 年來平均每家營業額最高的 1 年為 1,350 萬元，2011 年仍維持在 1,300 萬元以上，為 2007 至 2011 年的次高。

2011 年，各產業平均每家廠商的營業額以廣播電視產業最高，可達新臺幣 8,034 萬元，超過平均值的產業除廣播電視產業外，僅有產品設計、電影、出版、文化資產應用及展演設施產業等 4 個產業。13 項文創產業平均營業額（不含數位內容產業及創意生活產業）是個別產業中平均營業額最低（視覺藝術產業）的 7.3 倍，其相較於個別平均產業營業額最高的「廣播電視業」更相差了將近 45 倍，顯示臺灣文創產業的營收規模差異很大。產業營業規模差異主要在資金的進入門檻不同，廣播電視產業經營上投入的資金龐大，中、大型的有線、無線電視台每年營業額都在新臺幣數億元以上。相對於營業規模較小的文創產業，人力為其最大的投資，資金進入門檻較低。

表 1－7 2007～2011 年臺灣文創產業之平均每家廠商營業額—各次產業別（單位：新臺幣千元、百分比）

	產業		2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
藝文類產業	視覺藝術產業	平均營業額	1,644	1,792	1,470	1,690	1,800
		成長率	—	9.0%	— 18.0%	15.0%	6.5%
	音樂及表演藝術產業	平均營業額	5,845	6,281	5,172	5,090	5,012
		成長率	—	7.5%	— 17.7%	— 1.6%	— 1.5%
	文化資產應用及展演設施產業	平均營業額	11,752	10,836	12,244	7,451	14,572
		成長率	—	— 7.8%	13.0%	— 39.1%	95.6%
	工藝產業	平均營業額	6,424	7,201	6,120	9,206	6,894
		成長率	—	12.1%	— 15.0%	50.4%	— 25.1%
媒體類產業	電影產業	平均營業額	21,511	21,642	19,885	21,432	27,346
		成長率	—	0.6%	— 8.1%	7.8%	27.6%
	廣播電視產業	平均營業額	66,927	68,437	69,572	76,996	80,340
		成長率	—	2.3%	1.7%	10.7%	4.3%
	出版產業	平均營業額	16,930	16,771	15,770	17,674	17,501
		成長率	—	— 0.9%	— 6.0%	12.1%	— 1.0%
	廣告產業	平均營業額	10,645	10,155	8,990	10,629	10,992
		成長率	—	— 4.6%	— 11.5%	18.2%	3.4%
	流行音樂及文化內容產業	平均營業額	9,773	9,297	8,995	9,468	9,391
		成長率	—	— 4.9%	— 3.2%	5.3%	— 0.8%
設計類產業	產品設計產業	平均營業額	26,434	21,190	20,701	22,989	20,368
		成長率		— 19.84%	— 2.31%	11.05%	— 11.40%
	視覺傳達設計產業	平均營業額	7,667	6,534	6,358	6,421	6,374
		成長率	—	— 14.8%	— 2.7%	1.0%	— 0.7%
	設計品牌時尚產業	平均營業額	10,440	4,175	3,300	2,641	2,794
		成長率	—	— 60.0%	— 21.0%	— 20.0%	5.8%
	建築設計產業	平均營業額	10,787	11,455	10,026	10,952	10,904
		成長率	—	6.2%	— 12.5%	9.2%	— 0.4%
	整體 （不包含數位內容產業及 創意生活產業）		平均營業額	12,606	12,551	11,648	13,534
		成長率	—	— 0.4%	— 7.2%	16.2%	— 3.2%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

臺灣文創產業廠商家數最集中的 5 個縣市分別為：臺北市、新北市、臺中市、高雄市、臺南市。但從營業額的角度來看，廠商家數排名第 6 的桃園縣（240 億），營業額高於排名第 5 的臺南市（148 億）。上述顯示臺灣文創廠商大多集中於都會區；此外，雙北（臺北市和新北市）加上桃園的北部區域，廠商家數占總廠商數的 5 成 4；其營業額則占了總營業額將近 8 成。可以歸納出臺灣文創產業在地理分布上有集中於北部區域和都會區的特性。

表 1－8 2011 年臺灣文創產業廠商家數與營業額—各縣市別 （單位：新臺幣百萬元、百分比）

縣市	家數	營業額
臺北市	15,138	384,594
臺中市	5,538	37,485
基隆市	495	2,082
臺南市	2,767	14,834
高雄市	4,075	29,580
新北市	7,658	80,297
宜蘭縣	742	2,540
桃園縣	2,608	24,047
嘉義市	549	2,166
新竹縣	599	9,221
苗栗縣	769	2,886
南投縣	657	1,943
彰化縣	1,341	4,983
新竹市	766	5,257
雲林縣	634	2,152
嘉義縣	342	1,617
屏東縣	877	3,055
花蓮縣	784	3,493
臺東縣	368	3,331
金門縣	138	437
澎湖縣	183	482
連江縣	24	46
合計	47,052	616,527

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

四、從業人數概況

臺灣文化創意產業目前尚未有就業人力統計資料，較類似的調查為行政院勞委會所發布之《職業類別薪資調查報告》，雖產業分類有些許差異，仍不失為值得參考的客觀數據。據該報告調查顯示，2011 年臺灣文創相關產業之從業人數為 17 萬人左右，其中又以「運動、娛樂及休閒服務」、「出版」、「廣告業及市場研究」等產業從業人數較多，對照本年報依據財稅中心所獲資料的統計結果，「廣告產業」和「出版產業」也是 15 項文創產業中，廠商家數和營業額較高的產業，這兩個產業都是以人力為主的中小型企業，以出版業為例，無論內容的編製、書籍的流通和網路及店頭的銷售，都仰賴大量的服務人力，這也是從業人員較多的原因。

表 1－9 2011 年臺灣文創產業從業人數—各次產業別（單位：人數）

次產業	總計	主管 及監督人員	專業人員	技術員 及助理人員	事務工作人 員	服務工作人員 及售貨員	技藝及機械設 備及組裝人員	基層技術工 及勞力
出版	32,466	7,130	11,938	6,490	3,989	806	1,182	931
影片服務、聲音錄 製及音樂出版	15,974	4,659	2,067	2,293	2,780	2,135	97	1,943
傳播及節目傳送	18,149	3,291	4,279	4,286	5,149	222	795	127
廣告業及市場研究	28,842	6,462	6,129	4,975	5,266	—	3,374	2,269
專門設計服務	16,441	4,126	2,971	5,368	2,510	—	525	941
表演藝術	3,617	618	755	629	843	125	350	234
運動、娛樂及 休閒服務	47,414	14,744	1,713	1,589	5,190	14,640	634	8,904
創意生活	10,000	—	—	—	—	—	—	—
總從業人數	172,903	41,030	29,852	25,630	25,727	17,928	6,957	15,349

註 1：創意生活產業資料來自中衛發展中心。

註 2：本資料調查時間為 2011 年 7 月（2012 年編印），本資料人數統計僅摘錄整理文創產業相關資料，且為受雇者身分，自行開業及自營作業者未納入統計。

資料來源：行政院勞工委員會《職業類別薪資調查報告》，本年報整理，2012 年 7 月

2011 年臺灣文創產業總從業人數相較於 2010 年微幅成長 1.3%。成長幅度最高的次產業類別是「專門設計服務」，成長率為 11%，而其中唯一衰退的次產業為「運動、娛樂及休閒服務」，衰退了 5%。其他次產業則小幅成長，範圍在 1%～5%之間。

表 1－10 2008～2011 年臺灣文創產業從業人數—各次產業別（單位：人數、成長率）

產業	項目	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
出版	從業人數	30,790	31,463	31,461	32,466
	成長率	—	2.2%	-0.0%	3%
影片服務、聲音錄製及音樂出版	從業人數	14,614	13,997	15,115	15,974
	成長率	—	-4.2%	8.0%	5.0%
傳播及節目傳送	從業人數	18,363	17,935	17,816	18,149
	成長率	—	-2.3%	-0.7%	1.8%
廣告業及市場研究	從業人數	28,456	27,407	27,936	28,842
	成長率	—	-3.7%	1.9%	3.2%
專門設計服務	從業人數	13,359	13,827	14,746	16,441
	成長率	—	3.5%	6.7%	11%
表演藝術	從業人數	3,439	3,634	3,535	3,617
	成長率	—	5.7%	-2.7%	2%
運動、娛樂及休閒服務	從業人數	52,469	47,259	50,430	47,414
	成長率	—	-9.9%	6.7%	-5.0%
創意生活	從業人數	8,421	9,020	9,500	10,000
	成長率	—	7.1%	5.3%	5.0%
總從業人數		169,911	164,542	170,539	172,903
成長率		—	-3.2%	3.6%	1.3%

註 1：創意生活產業資料來自中衛發展中心。

註 2：本資料調查時間為 2011 年 7 月（2012 年編印），本資料人數統計僅摘錄整理文創產業相關資料，且為受雇者身分，自行開業及自營作者未納入統計。

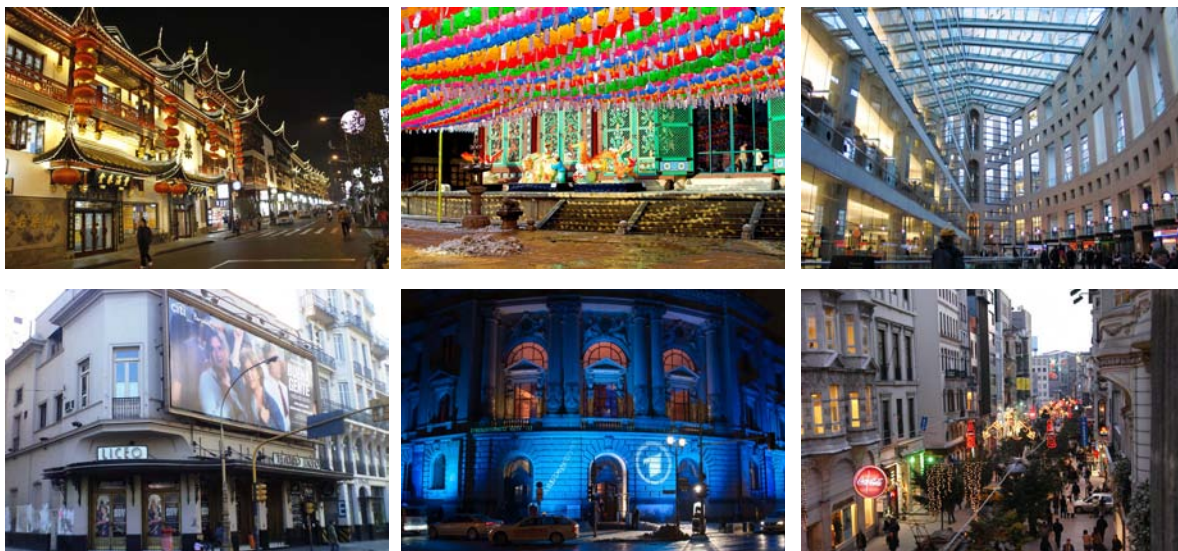
資料來源：行政院勞工委員會《職業類別薪資調查報告》，本年報整理，2012 年 7 月

第二章

國際文創城市



■ Introduction.



世界級文化創意城市興起

過去 20 年來，世界產生了重大的變化，「城市」在全球經濟與政治領域中獲得日益重要的地位與影響力。GDP 成長高度集中在規模日益擴大的「世界級城市」中，而不論在哪個地域或國家，城市現在享有更多共同點，包括面對相同的治理議題和抱持類似的政策理念，甚至在城市的發展與演變上，我們也看到愈來愈多的城市將創意產業典範做為促進經濟成長施政的參考對象，這個典範就是文化創意產業在世界級城市的崛起與興盛。

由於文化創意產業在都市空間演進中所扮演的角色日益重要，因此其成長與發展對於城市而言至關重要，而世界級的城市不但已經成為文化創意產業活動最主要的活動據點，吸引資金和人才的匯集，形成一種文創產業群聚效應，更成為這些城市各自所在國家用來帶動文化創意產業發展的火車頭。因此，我們認為在全球文創產業發展的現階段，觀察文創城市或文創都會發展，比觀察單一國家要更加務實且具參考價值，且從中更能觀察到可加以學習之有效發展策略，所以今年度本年報選擇聚焦於世界重要的文化創意城市，希望從這些城市的經驗中找到可供我國中央和地方政府借鏡學習的地方。

本年報將探討 5 座國際知名城市的文創產業現況，

分別為：一座亞洲城市〈首爾—韓流（K-pop）發源地〉、兩座美洲城市〈溫哥華—世界公認文創中心、〈布宜諾斯艾利斯—全球第一個設計之都〉、一座歐洲城市〈柏林—窮得有味道的文創重鎮〉及一座橫跨亞歐城市〈伊斯坦堡—新興文化觀光典範〉。這 5 座城市的人口、經濟發展水準不一，政治環境與各自所面對之挑戰也有所不同，但其所擁有的共同點就是都以文化創意產業作為未來經濟發展重點，也逐漸成為全球文創城市典範。

本文所介紹 5 座城市都有其獨特之處和所處特殊政治、社會及文化背景，沒有一座城市可以完全作為臺灣發展文創產業的完美範本，不過其中所顯現之政策理念、實務方案或許可供我們參酌與思考。另外，報告中所介紹這些城市還有兩大重點，一是地點重要性：這 5 座城市都善用文創產業群聚概念，鼓勵發展具獨特性的文創區域，這當中有老舊城區再造活動，或是新文化園區規劃與發展。二是設計成為焦點項目：設計呈現之形式很多，運用範圍也日益廣泛，且在 21 世紀產業經濟發展過程當中，設計已是最重要元素之一，而在我們所介紹的這些城市當中，大部分城市都將設計業列為其發展創意產業之核心方向。



■ 首爾： 韓流（K-pop）發源地

過去這 30 年來，首爾經濟成長令人驚艷，其文創產業的成就更是與經濟成長相互匹敵。Psy 全球熱銷的《江南 style》在 YouTube 的點閱率超過 12 億人次，具體展現出首爾的成功。不論是三星、樂金的崛起，甚至是韓流（K-pop）的成功，首爾逐漸成為亞洲最重要的文創城市之一。首爾採用「文化園區」（cultural districts）方式，聚焦在基礎建設來加速經濟發展，這些企圖強烈的計畫為其帶來快速發展，改造鄰近文化區域，但卻也增加了首爾市政府的債務。做為亞洲最成功的文創城市之一，首爾在面對快速崛起後所引發之諸多問題，現正試圖調節因競爭所帶來的壓力。

發展歷程與產業概況

就目前所能獲得的資料來看，首爾在 2007 年的文創就業率為 11.2%（384 萬勞動人口中有 43 萬名文創就業人口）。這些數據不含資訊通訊科技產業，如果要納入資通科技產業就業人口，文創就業率提昇為 18%。南韓有半數以上（58%）文創工作者駐地在首爾，當地文創企業和工作者促成了當今世人為之稱讚的韓流，這也代表南韓娛樂文化產品在全球各地越來越受歡迎，一開始

是 90 年代末期在亞洲開始風行（韓流 1.0 階段），直到最近也開始在世界各大大小小城市流行（韓流 2.0 階段）。第一個階段成就要歸功於其成功輸出韓國電視節目和電影到東亞與東南亞國家，韓流 2.0 階段則主要和韓國流行文化與線上遊戲有關。

藉由 Facebook 與 YouTube 這類新科技與新興社群媒體平台的發展，成功幫助首爾的音樂與電玩產品輸出到國外。韓國音樂產業在 2011 年出口額達到 1.77 億美元，但在 2009 年可是只有 5,100 萬美元，而 2011 年線上遊戲出口額達到 16 億美元，較 2000 年成長了 1.02 億美元。

設計產業則是首爾文創產業另外一個成長驚人的領域。韓國 7 成以上設計產業都集中在首爾，而因為蓬勃的設計產業發展讓首爾屢獲殊榮。2010 年，首爾獲選為聯合國教科文組織的設計之都，並且成為亞洲第一座獲得世界設計之都殊榮的城市。

中央政府規劃

許多造就首爾成功的政策都來自於中央政府倡議。1999 年南韓政府成為亞洲第一個將其文化政策與施政措施導入「市場化」方針，並且結合明確經濟發展目標的國家。文創產業中像是電影



與廣播產業都被視為新的競爭優勢來源，單單在 2000 年南韓文化預算就增加 4 成，致力於拓展文化基礎建設、培養文化技術人才。文化與觀光部也進行法規鬆綁，鼓勵文創產業成長，例如取消表演藝術活動一成的增值稅。

南韓也大手筆投資在教育事業上，包括改善公共藝術教育計畫等國家級計畫。南韓教育部運用「培訓競爭計畫」支持年輕藝術家與表演家，期望鼓勵年輕藝術家完成 1 萬小時訓練。近來南韓文化部門提出了軟實力的文化價值，在 2008 年推動以軟實力建立創意文化國度的運動，希望將文創產品出口到世界各地。

地方政府相應作為

在中央政府政策引導下，首爾市政府也積極推動文創產業，並且開拓國際知名度，成為創意城市典範。首爾因其軟、硬體方面條件，吸引南韓國內大量創意人才前來，但南韓強烈的民族情感卻也讓地方政府文創政策向來忽視外來人才。2006 年，吳世勳 (Oh Se-hoon) 當選首爾市長後（任期到 2011 年 8 月），文化相關資源大幅增加，而打造首爾成為國際頂尖創意城市也成為其公共政策的首要目標。他宣布 2007 年是首爾城市品牌行銷元年，並且將自己任期稱為「創意城市任期」。他的文創產業有 6 大成長重點：觀光、設

計與時尚、數位內容、傳統、資訊科技研發、奈米科技與生技。首爾市政府在這些領域的支出快速成長，從 2007 年 2.68 億美元成長到 2009 年 7.59 億美元。

首爾的文化園區

首爾市政府沒有直接訴諸產業政策的工具，大部分推動文創產業所需都來自於公私部門的建設合作，且通常用在建設「文化園區」，提供支援文創產業的實體基礎設施。在這項方案下建設之專案包括上岩數位媒體城 (Sangam Digital Media City)、東大門設計廣場及公園 (Dongdeamum Design Plaza and Park)。

2002 年落成的上岩數位媒體城，佔地 57 萬平方公尺，是世界上第一座數位科技園區，當中包括網路化辦公室、公寓、展覽場所、會議室與文化中心。東大門設計廣場及公園是 2011 年完成的大型都會開發計畫，希望推動首爾成為全球設計中心。在廣場中心有座流行時尚資訊中心，由知名建築師札哈・哈蒂 (Zaha Hadid) 設計，會議室、多功能會議廳與展覽廳一應俱全。

此外，首爾市也建設了其它園區作為特定文創活動育成中心，例如 Chungmu-ro 電影中心、首爾動畫中心與首爾遊戲養成中心。另外，首爾的文



創公共支出也資助一次性的觀光推廣活動。2008 年就花費 73 萬美元舉辦文創發展會議與國際論壇。這些活動都是由首爾市政府安排，藉此幫助打造首爾成為創意治理典範，並協助增長首爾的文化軟實力與競爭力。

具有官方色彩的首爾藝術文化基金會藉由 2008 年「首爾創意空間」計畫，增加地方創意空間。這項由政府主導的計畫希望將廢棄的都會設施與閒置建築物轉型為文化空間，進而推動國內外文化交流，並提供創意工作室、園區給當地藝術家使用。例如，首爾藝術文化基金會將原本的南韓菸草與人蔘企業廠房改建為 Daegu 創意中心，將這個占地 4.88 萬平方公尺的公共空間提供作為創意藝術文化活動、媒體圖書館、住宅工作室、會議中心與藝術教育課程使用。

首爾經驗

首爾之所以能在亞洲成為居領導地位的創意城市是由幾個因素所造就，這當中有從南韓中央政府的文化政策與產業政策規劃、政府增加文化預算、投入基礎建設、培育創意人才，到首爾市政府提供有利產業發展的環境、集中資源發展重點產業、公私部門合作開發、規劃與運作文化園區和創意空間、增加文創公共支出等等。

首爾現階段在全球市場與消費習慣上占盡優勢，南韓中央或首爾市政府在發展文創產業過程中投入相當資源在人才培育與基礎建設上，這是觀察其發展文創產業時所不容忽視的，但從另一個面向來看，這些成就也是要付出代價的。首爾的文創實體基礎設施計畫讓首爾市政府財政狀況不佳，現在負債已達到 30 億美元，也受到不少批評。

事實上，南韓中央政府或首爾市政府由上到下的文創產業發展策略也飽受批評。因為採取以現代科技與數位媒體為主的發展方向，建構像是上岩數位媒體城這類的大型園區，其雖獲得世人注目，但也影響到園區所在當地傳統生活或文化遺產的維護，甚至威脅到市民對自身文化的記憶和認同；另一方面，文化園區開發也涉及到影響更為廣泛的都更計畫，這導致長期定居在周遭的藝術家、年輕人與移民開始出走，但這些族群卻都是首爾文創經濟重要驅動力。從現有文創市場成果來看，首爾經驗的確獲得世人注視與肯定，但首爾用在文創產業的可觀投資能否持久或長期成果如何，都還有待時間證明。



■ 溫哥華： 世界公認文創中心

溫哥華是加拿大面對太平洋的門戶，因此奠定其重要戰略地位，也造就了溫哥華不凡的特色。國際移民、外資和全球的聯絡網讓這座小城（都會區人口約 230 萬人）變成全世界族群、語言最多元的城市之一。儘管城市不具規模和人口數目也不多，但溫哥華在諸多有助產業發展的政策和作為配合下，仍成為新興文創都市，吸引文創人才的典範，證明它具備足以挑戰文創大城的實力。

發展歷程與產業概況

2011 年，溫哥華文創產業工作者大約占當地勞力 8%，比例是加拿大其他主要大城中最高的，電影、影視製作和數位媒體都是其最有競爭力的文創活動，過去 4 年間成長了 11%。溫哥華有 1,300 多間新成立的媒體公司，於 2010 年營收超過 20 億美元，電影產業主要面對全球市場，目前規模排名北美第 3 大，2010 年營收超過 13 億美元。溫哥華擁有「北方好萊塢」的名號，因為好萊塢電影和美國電視影集有 1 成左右是在這裡拍攝或製作。此外，溫哥華也是全球視覺效果與動畫中心之一，其規模僅次於倫敦和洛杉磯。

溫哥華作為一個文創中心是獲得世界認可的，主

要是受到這幾年來許多重要節慶活動的推波助瀾。溫哥華主辦 1986 年世界博覽會，吸引超過 2,200 萬名遊客，最近也舉辦 2010 年冬季奧運與帕奧，溫哥華同時也是文化消費的中心，有超過 540 種現場表演藝術的創作，以及每年 600 場藝術展覽，城市文化觀光在過去 10 年來發展蓬勃，每年有近 1,000 萬名遊客到來，其中 41% 都是來參加文化活動。溫哥華素以節慶活動聞名，例如 PuSh 國際表演藝術節、溫哥華國際影展和溫哥華國際爵士樂節，每年可吸引 300 多萬名遊客。

溫哥華的高等教育創意學習也頗富盛名，這都要歸功於該城有名的藝術機構，像是艾密立卡爾藝術大學（Emily Carr University of Art and Design）、溫哥華藝術學院與溫哥華電影學校。

政府規劃

溫哥華成為全球創意城市的過程中，當地政府官員扮演關鍵角色。2004 年溫哥華市議會同意設立創意城市工作小組，由市政府與文創部門的代表組成，負責培養溫哥華市的文創競爭力，並朝發展成為全球文創重鎮努力，而該計畫便是「2008～2018 溫哥華文化計畫」。即便溫哥華的商業稅率已經是北美最低了，當地市政府仍提供可觀的財政獎勵，藉以吸引、留住文創企業。事實上，有些加拿大城市的當地政府針對像是電



影與遊戲產業這類文創產業都會提供各種明確的賦稅獎勵。溫哥華在資金、文化設施的發展管理上有顯著的成就，此外溫哥華也擁有加拿大最多的藝術投資機構，每年貢獻大約 1,000 萬美元左右的獎助給予 200 家左右的文化組織，近來還增加 2% 旅館稅，用以投資文化觀光相關計畫。

溫哥華一向是文化公共政策的領航者，也是首先發展將文化導入都市更新計畫的城市之一，具前瞻性的格蘭佛島（Granville Island）文化園區即為一例。70 年代開始，這項都市更新計畫讓溫哥華半島上衰退的製造區重獲新生，轉型為具有多元用途的文化園區，當中就有水泥工廠、住宅區，還有 50 多間藝廊、艾密立卡爾藝術大學以及溫哥華最古老的手工藝合作商店。

溫哥華市政府的相關政策雖然有大手筆資金支持，但這不是其文創產業成長之最重要驅動力，而像多倫多和蒙特婁也都採用類似的賦稅、補貼政策來發展當地文創部門，但都還未能夠達到像溫哥華同樣的成長水準或是國際定位。

溫哥華主義

溫哥華的都市設計品質一向都是吸引創意人才最重要因素，70 年代開始，溫哥華都市規劃遵循此一發展特質，在都市更新與發展方法中，結合了

參與性、回應性與設計導向的方法，這就是所謂的溫哥華主義。這項創新且後現代的規劃方法仰賴良好之公共運輸，而且還有多項發展計畫，例如商業辦公大樓的高度限制、狹窄式住宅大廈，這不但能容納密集的人口，也保留了自然景觀。

溫哥華主義幫助溫哥華在全球建築與景觀設計，以及優質生活領域中占有一席之地，國際知名財經媒體《經濟學人》（*The Economist*）情報部門就屢次將溫哥華列為全世界最適居住的城市。溫哥華經常以溫哥華主義與城市優質生活作為主打之行銷訴求，呈現出都市創新中心的樣貌。





溫哥華經驗

文化與經濟發展結合的公共政策，提供便利友善的生活和工作環境，加上明確而可觀的賦稅獎勵補貼，讓溫哥華得以成為文創產業的全球樞紐之一。溫哥華的都市設計享譽國際，而且當地提供公共獎勵支持其創意經濟，這一直都是國際文創產業公司與創意人才願意進駐溫哥華的重要因素，而溫哥華的國際化、多元文化及高素質教育人口都是有助於其發展文創產業的潛力。除了上述種種誘因外，溫哥華值得參考的另一項施政作為是則藉由舉辦各種大型、獨具特色之藝術展覽、節慶活動或體育賽事來推動文化觀光，進而推升其文創產業能見度和吸引各國觀光遊客或藝文喜好者前來消費。

溫哥華的商業稅率可說是北美最低，仍提供財政獎勵藉以留住、吸引文創企業，而其都市設計品質、經濟實力和生活環境也都有助於吸引創意人才到來。但就如同發生在倫敦、紐約、柏林等創意城市的經驗，溫哥華面對的是隨之而來日漸提高的生活費用與房地產價格，尤其是不斷調漲的房地產價格會對原本就是創意潛力與文化活力骨幹的創意工作者與微型文創企業帶來經濟上的壓力，使其被迫向城市的外圍或其它城市移動，最後造成人才的流失，而在這過程中，原本是創意產業工作者的生活和工作空間則逐漸被外來或非

從事文創產業的人才所擁有。如果溫哥華能夠解決因房地產價格高漲對創意人才和微型文創企業所帶來的問題，或許其政策作為將成為其它城市和國家在留住創意人才時的參考範例。



美洲 Buenos Aires

■ 布宜諾斯艾利斯： 全球第一個設計之都

阿根廷首都布宜諾斯艾利斯向來是拉丁美洲首屈一指的文化重鎮之一，擁有豐富的文化傳統，尤以文學與音樂著稱。近幾年來，布宜諾斯艾利斯運用策略性規劃培養創意人才，發展文化創意產業聚落。藉由結合都市更新和賦稅獎勵機制，布宜諾斯艾利斯試圖打造能永續發展的創意經濟模式，吸引國內外企業投資。這些努力讓這個在國際上享有文化盛名的城市獲得聯合國教科文組織授以設計之都的榮耀，也是全世界第一座獲此殊榮的城市。

發展歷程與產業概況

2011 年，布宜諾斯艾利斯的文化勞動力占總勞動人口約 9.03%（155 萬名註冊勞工中有約 14 萬人），占城市總 GDP 的 9.2%。2004 年起，文創產業對 GDP 經濟貢獻，年均成長 5%。2002 年期間，阿根廷雖然曾經歷重大經濟危機，但自 2000 年以來，布宜諾斯艾利斯有 3 大文創活動：其中設計領域僱用的人才占了總文創工作者 4 成，從 2004 年以來，該領域就業成長超過 55%；視聽領域（占 19% 文創工作者）從 2000 年開始，就業率成長了 94%；而在表演與視覺藝術領域

上，相較於 2000 年，成長了 42%。由於西班牙語是共同語言，所以在出版、設計與視聽領域的文創產品，從布宜諾斯艾利斯大量輸出到拉丁美洲國家，少部份輸出到美國。電視格式辨識與保護協會（Format Recognition and Protection Association）表示，阿根廷是拉丁美洲地區原創電視節目最主要輸出國。

相較於巴西的聖保羅與里約熱內盧，布宜諾斯艾利斯的文創工作者在數量上多出了 3 倍，使它成為南半球最富創意之都，其文創人才數量，比柏林這樣聞名於世的創意之都還要多。

政府規劃

2001 年開始，布宜諾斯艾利斯的文創產業受到政府官員支持，當年布宜諾斯艾利斯市政府公布了為期 10 年的戰略性文化計畫，目標是強化布宜諾斯艾利斯成為拉丁美洲文化創意、創作與推廣重鎮的角色。為了達成此項目標，布宜諾斯艾利斯市文化局結合經濟發展局，設立創意產業整體發展辦公室（Dirección General de Industrias Creativas），而該機構結合市政府的經濟和文化部門，以創新為訴求，同時展現其對於文創產業與城市公共文化基礎設施之間的了解。

該機構下轄不同部門，代表文創產業的不同領域



（其中之一為資通訊科技企業），同時負責發展相應領域之公共政策倡議。建立以來，該機構便推動數項政策，集中支援文創產業中某些領域，同時也協助振興鄰近落後地區的經濟。

2004 年，布宜諾斯艾利斯市文化局另外建立創意產業觀察辦公室（Observatorio de Industrias Creativas），而這一公共研究單位之主要任務是負責收集、處理、推廣文創產業對於經濟所產生影響之質化與量化等方面資料，藉以在未來提出配套措施。觀察辦公室每個月都會寄送電子報，並且公布特定文創領域及整體文創產業的年度報告。

創意聚落計畫

「創意產業整體發展辦公室」所推動第一項創意聚落計畫是 2001 年的「設計專區計畫」（Proyecto Distrito de Diseño）。這項計畫是要在殘破的巴拉卡斯區（Barracas）發展一連串與設計相關的文化創作。計畫核心是要將批發魚市場改建成一座擁有 14,500 平方公尺的現代化建築，名為「大都會設計中心」。它可以容納政府辦公空間，其主要業務為推廣設計與創意產業和外貿相關之業務、商業活動。還有 70 個辦公空間，可當作創投公司、集會場所、教室、工作坊空間與實驗室，另有 3,000 平方公尺大的空間可供展覽、專業圖

書館、博物館、文化中心與餐廳使用。大都會設計中心固定開放給民眾參觀展覽與舉辦國際設計展，並提供失業人員免費職訓課程，例如：縫紉與皮革等設計工藝。

「設計專區計畫」也提供專業人士貸款，補助建物修復工程，為進駐巴拉卡斯區的設計公司提供減稅措施。這項計畫有效地為布宜諾斯艾利斯打造出南半球最有效率的设计產業，使其在 2005 年被聯合國教科文組織評選為全球第一座設計之都。

「設計專區計畫」為設計產業與巴拉卡斯區更新帶來的經濟影響，讓布宜諾斯艾利斯官方相信，以發展文創為主的專區確實有助於促進經濟成長。2008 年起，布宜諾斯艾利斯再擬定 3 套類似策略，規劃最有經濟戰略性的創意活動。資訊科技專區計畫（Distrito Tecnológico），自 2008 年開始執行，希望將 Parque Patricios 和 New Pompeii 兩個地區轉型為資通訊科技產業中心（布宜諾斯艾利斯將其視為創意事業）。資通訊科技公司獲得大量租稅減免，例如：公司若進駐專區，可獲得減免 10 年的商業稅。4 年以來，資訊科技專區的計畫吸引了一百多間資通訊科技公司進駐。在布宜諾斯艾利斯，該領域於 2011 年的就業率成長了 17%，而全世界大多數都會中心也都可看到資通訊領域的快速成長。



2011 年，布宜諾斯艾利斯市立法通過在 Palermo 區設立視聽文創專區（Distrito Audiovisual），進駐當地的企業享有 15 年免稅優惠，以及企業貸款優惠，其涵蓋所有視聽創作領域，包括有電影、電視、廣告、動畫或電玩。

2012 年最新的計畫是藝術文創專區計畫（Distrito del Artes），聚焦在文創產業中的影像與表演藝術，還有出版業。這項計畫也獲得大量補助，輔導特定文創產業深耕。值得一提的是，這項補助適用於國內外公司申請，不過對於外資補助相對較少。

布宜諾斯艾利斯經驗

在布宜諾斯艾利斯發展文創產業過程中，整合文化和經濟發展部門所成立的創意產業整體發展辦公室，在其追求成為拉丁美洲文化創意、創作與推廣重鎮這個政策目標過程中扮演了相當重要的角色，不但在規劃、落實相關文創產業政策時能發揮事權統一的綜效，該辦公室所規劃、執行的多項文創聚落計畫，更是布宜諾斯艾利斯文創產業得以成長茁壯的關鍵；而專責在產業研究發展的創意產業觀察辦公室則在產業資訊收集、分析及推廣上也發揮了一定功能，幫助了政策的執行和推動。

除了上述發揮相當作用之政策規劃執行、產業研發推廣的 2 個政府單位外，布宜諾斯艾利斯發展文創產業的經驗中有一項是不得不提的人才培育方案，這項作為同時也是為了推動社會平等並拓展進入社會途徑而提出的，這個方案就是布宜諾斯艾利斯為推動教育改革設立了一座免費公立大學。在這所大學中，每年有超過 14,000 名學生報名選修大學所開設的文創課程，這成為培養文創人才重要來源。此外，從 2000 年來其所推動的都市再造政策也幫助了布宜諾斯艾利斯轉型成為拉丁美洲最適合居住之城市，使其具備最佳公共運輸的條件和多項足以吸引創意人才進駐的因素。國際上大多認同布宜諾斯艾利斯今日之所以能享有文創經濟成果，政府官員功不可沒，因為他們發展出了適用於藝術家與文創業者的產業政策。

儘管布宜諾斯艾利斯推動文創產業已獲致相當成果，但仍有問題存在，那就是布宜諾斯艾利斯所推動的文創聚落計畫雖有助於文創產業成長茁壯，但仍無法十分確認這樣的成果是源自產業聚落規劃還是各項補助優惠方案，而且這些文創聚落計畫是否讓當地的經濟直接受惠，也尚無定論。



■ 柏林： 窮得有味道的文創重鎮

1989 年柏林圍牆倒塌、德國統一後，柏林成為德國首都，歷經大規模政治、經濟、社會與文化上的改變。柏林市人口超過 300 萬，但受到高失業率、社會對立與去工業化之影響，導致柏林成為德國最貧窮的城市之一。目前柏林仍處於變遷階段，大規模基礎建設投資與高成本行政服務，導致預算赤字攀升的陰霾仍籠罩著這座城市。

儘管存在著社會與經濟問題，文創產業近來成為「新」柏林最醒目之新勢力，這股動力也讓柏林獲得全球最富創意城市的美名。柏林的城市文化給人的印象就是繁華、忙碌，但當地創意復興有其獨特之處。其他文創城市大都因受到來自政府所投入之公共與機構性刺激而有所成長，但柏林的文創環境具備由下而上的有機發展模式、無政府強力介入主導之特質。柏林文創環境的發展情況可供其他渴望發展文創的城市做為參考範例。

發展歷程與產業概況

2008 年，在柏林從事文創產業的勞動力占其總勞動力一成，且文創產業的產值占柏林市總 GDP 的 13%。柏林文創產業成長速度快過全德國平均值，

2000 年到 2006 年間，營收增加 25%。以工作者數量來比較，三大文創產業分別為「電影、電視暨廣播事業」（占文創產業勞工總數 23%）、「印刷出版業」（占文創產業勞工總數 19%），以及「軟體、遊戲暨通訊業」（占文創產業勞工總數 18%）。這些產業占了總營收的絕大部分。柏林官方文創產業數據並沒有涵蓋數以萬計在文創領域打拼的自由工作者。

估計從 2000 年開始，多達 6,000 間文創公司進駐柏林，包括全球最大唱片公司－環球音樂德國總部。柏林超過 2/3 的文創公司駐點、分佈於市中心，因此形成許多由不同次產業業者聚集所形成之文創產業聚落，且除了在東柏林中心的新媒體文創聚落外，沒有出現由其它個別文創次產業業者聚集在特定地點所形成的聚落。

柏林做為一座創意城市並非浪得虛名，2006 年它獲選為聯合國教科文組織的歐洲首座設計之都，更加鞏固柏林在文創領域的成就地位。當地文創產業蓬勃發展加深了柏林給外界的創意印象，吸引更多外國遊客，特別是背包客的前來。2010 年，就有超過 910 萬人造訪柏林，過去 4 年間，遊客人數每年平均成長 10%。



政府規劃與文創產業

雖然柏林聯邦政府重視當地文創產業在刺激經濟成長上所具備之潛力，但並未擬定出官方政策，鼓勵創意聚落與文創企業發展。柏林市公布過兩份規劃文創產業和宣示市政府發展文創產業企圖心的相關文件，但至今仍未發展出適合的策略型治理框架來善用既有之創意優勢，仍舊注重非市場導向的文化活動，最主要是重視個別文化發展專案與組織中贊助與資金來源。文化政策與文創產業由不同政府部門分別來管理（分別由文化與經濟部門管理）。到目前為止，其尚未有任何跨部門的協調與重組來推動文化創意產業。

柏林作為創意重鎮的發展是採取一種由下而上的有機發展模式，官方未強力介入主導，大部分現有的文創專家聯絡網，像是設計產業的「創意柏林」（Creative Berlin）乃源自於非正式的網絡。由文創專家自發性組成正式的文創組織，目的是為了與當地公部門建立合作關係，並且取得國內與歐洲資金。豐富的經驗促進柏林的文創發展，並且是由下而上產生。雖然當地官員對於柏林在世界舞台上成為眾所矚目的創意城市所做出貢獻有限，但柏林還是有值得他人參考的地方。相較於首爾這種由上而下推動文創產業的城市，柏林由下而上的文創產業發展模式吸引了不同創意類型進駐，而這並非憑空出現，因為建立友善的

文創產業發展環境，才能吸引創意人才匯集，是柏林成功發展文創產業的重要因素。

友善的產業環境

柏林擁有各式各樣閒置建築物，加上品質良好之都市基礎建設，使其在幾年內成為吸引創意人才湧至之文創城市。在柏林多數屬於後工業化的都會環境中，其不但擁有許多廢棄廠房，而且許多受到減稅鼓勵而興建之建築物如雨後春筍一般出現，到了 1998 年，柏林有 120 萬平方公尺閒置空間，這也涵蓋了精華地段的空地。由於閒置面積廣大，相較於已開發經濟體的首都租金水準，居住在柏林的租金價格低了許多。許多創意活動開始來到柏林舉行，主要為的就是租金相對低廉的住房與演出、展覽空間。空曠廠房成為具備多項機能的工作室、生活空間，而這樣的環境最適合文化藝術創作。公共運輸系統的品質與便利、電信網絡的經濟實惠也成為柏林吸引創意人才的優勢，尤其吸引了資通訊產業人才前來進駐。

柏林也提供了歐洲最豐富的文化經驗，158 間博物館、421 間藝廊、94 間電影院、250 間現場音樂表演場地，還有 152 間俱樂部。柏林的文創與其文化機能彼此相輔相成，文化娛樂設施足以吸引相關文化活動類型，不但成為創作靈感來源，也帶來競爭壓力。文化場域與作品之間的合作，



造就了現今柏林豐富的文化生活。此外，由於柏林給人包容的印象，這也是為何它能吸引這麼多創意人才前來的重要原因之一。這裡的多元文化，祥和無虞，也是許多非主流文化落腳的地方，雖然彼此生活風格有別，但仍能共生共榮，柏林人口分布就能證明一切：柏林人多屬年輕人、種族分布多元、單身且教育程度高。

柏林市政府利用了城市行銷讓自己聲名遠播，因為他們也知道文化與自由主義是柏林唯一能掌握的資源，於是地方官員不斷強調柏林是座開放、多元、創意的城市。現任柏林市長克勞斯·沃維雷特（Klaus Wowereit）提出了「柏林雖窮，但窮得很有味道」的口號，這為柏林下了最好的註解。此外，柏林聯邦參議院也贊助另類文化活動，像是「克里斯多福街日」（Christopher Street Day），或是青年文化活動「愛情大遊行」，顯現出柏林的包容與多元。

柏林經驗

柏林案例讓我們看到提供一個友善且能刺激創意的環境對吸引創意人才和發展文創產業的重要性，也證明其所具備的競爭優勢，例如低廉的生活費、優質生活水準等，的確能刺激文創產業的發展。這些促成柏林成為文創重鎮的因素讓人思考一座城市或一個國家該採用哪些政策來支持其文創產業。柏林的典範也告訴我們，像是營造「城

市風貌」以及建立城市品牌這類的作為是最能夠讓人產生因創意而繁榮的印象。還有一點不容忽視的是，柏林善加利用閒置建築物或空間，結合都市基礎建設和受到減稅鼓勵所建造的建築物，建構出一個足以吸引來自全球創意人才前來工作、居住的環境。

柏林發展文創產業雖然也帶動觀光旅遊業，但仍有所要克服的難題，尤其未來在經濟上的競爭優勢或許會受到其他歐洲大城的挑戰，因為別的國家或城市在發展自身文創產業的基礎上，很有可能採用更直接、更大幅度的公共介入方式。此外，柏林在推動文創產業的同時也面臨了一個難以避免的問題，由柏林都市發展參議院先前公布一項報告顯示，自2007年以來，柏林的租金快速上升，反應出柏林正在吸引高收入的非創意人才進入柏林，而這勢必會影響創意人才的進駐與離開。隨著柏林不斷地改變，它能否以現有的創意城市發展模型繼續走下去，這會是很有趣的觀察。



歐洲 Istanbul

■ 伊斯坦堡： 新興文化觀光典範

土耳其大城伊斯坦堡人口數將近 1,400 萬人，地處亞、歐交界，逐漸成為世界文化的新興勢力。憑藉其無與倫比的文化遺產，伊斯坦堡經常舉辦國際盛事，包含伊斯坦堡藝術雙年展，也建設新穎且令人驚艷的藝文中心，例如伊斯坦堡現代美術館。2010 年，伊斯坦堡榮獲「歐洲文化首都」殊榮，現在吸引國際遊客人數超過紐約或東京這些國際超級城市。這些因素引發某些人士開始討論「伊斯坦堡文化復興」，然而，雖然伊斯坦堡成為了重要文化遺產旅遊景點，但因為缺少公共部門對文化創意產業和當地藝術家的支持，其當代文化中心地位因此被削弱。

發展歷程與產業概況

最新伊斯坦堡文創產業勞動力統計資料為 2008 年的就業數據，根據統計，其中文創勞動人口達到全市就業人口約 3.73%。文創產業 3 大領域分別為「印刷與媒體錄製」、「建築與工程」、「廣告與市場研究」，這些活動占了文創工作的 76%。雖然沒有更新的就業數據可供參考，但 2009 年伊斯坦堡都會計畫指出，伊斯坦堡產業結構漸漸朝向金融、資訊科技、文化旅遊等以知識與科技為取向的尖端服務。

文化與觀光

過去 15 年來，伊斯坦堡市政府的文化發展重心放在提升城市吸引力與拓展觀光。省級文化發展官員阿梅特·畢爾吉力（Ahmet Emre Bilgili）在《2006 年伊斯坦堡文化旅遊回顧》的序文中指出：「我們要同心協力發展觀光的理論與實務以及其他領域，這樣才能將伊斯坦堡變成全球的中心之一。」發展伊斯坦堡的文化遺產維護成為主要策略，21 世紀初期也開始進行歷史遺址法規修訂工作。公共部門投注大量資金在文化基礎設施，推廣並修復文化遺產，而大部分文化相關公共預算都投資在修復這些遺址。此外，2010 年歐洲文化之都大部份的資金也都投注到遺址修復工程當中。

隨著土耳其經濟起飛之際，非政府組織與私部門在文化項目的財務與管理所能扮演的角色更加受到矚目。土耳其中央政府提供租稅優惠，鼓勵私人贊助，因此主要的企業與其旗下的基金會競相打造文化藝術中心、公共博物館與藝廊，並且籌辦展覽、推動國際合作，吸引更多文化活動到伊斯坦堡舉行。大量博物館應運而生，特別是展出當代藝術品的私人博物館，從 2007 年的 47 座增加到 2010 年的 78 座。

由於公私部門合作增加，讓大型藝術活動因而受惠：伊斯坦堡雙年展是現在歐洲最重要文化盛事



之一，1987 年首次舉辦時，大約有一萬名遊客前來，而且少有國際媒體報導，現在則有超過 10 萬名遊客前來參加，而且有 600 位國際記者爭相報導。

伊斯坦堡當局也投資大型計畫，藉由休閒旅遊提振當地的經濟。當中最大型的計畫之一就是重新發展卡托（Kartal）工業區，主要修建計畫由伊拉克裔英籍建築師札哈·哈蒂（Zaha Hadid）負責，將該區改建為結合遊艇船塢的旅館，倉庫則改建為博物館和音樂廳。

這種規劃以及可能帶來的觀光成長潛力為伊斯坦堡帶來可觀收入。過去 3 年，紐約時報都把伊斯坦堡列入十大觀光城市。不論是基礎設施還是品牌價值，都是伊斯坦堡在競逐像是 2020 年奧運這類國際大型活動的重要資產。

政府規劃

然而文化觀光的成功經驗目前並沒有完全移植到文創產業，伊斯坦堡的創意經濟規模仍然落後於其他主要大城市，相較於倫敦、紐約或巴黎，這些城市所能提供的文創工作機會就比伊斯坦堡高出了兩到三倍。雖然地方上政治人物一直都懷抱

著推動伊斯坦堡作為全球文化熱點的企圖，地方官員也制定一些政策支持其文創產業，或是培養人才，但公私部門投資仍大量集中在知名文化基礎建設與文化遺產，所以在支持地方上的創作或是發展創作空間等工作的投資比例相對較低，將伊斯坦堡轉變成當代文化中心的希望則因城市裡缺少可觀的創意社群而受到影響。

然而改變的契機正要開始，政治人物與地方機構在公開的宣言中，愈來愈常提到文創產業，在伊斯坦堡發展機構所撰寫的 2010～2013 年戰略計畫中，文創產業一詞首次出現在官方文件裡，而該機構設立之目的就是要提升其全球競爭力。在這項戰略計畫中，該發展機構提出包括培訓文創人才、吸引相關人力進駐、發展文創聚落、支持不同產業間的溝通和合作、加強文創產業企業化經營和建立品牌、增加舉辦國際級、國家級和地方級節慶活動的次數、鼓勵研發和創新、建立知識分享網絡（Knowledge Sharing Network）及落實保障著作權和智慧財產權等多項具體措施。另外在獲選歐洲文化之都期間，伊斯坦堡提出了一份研究報告，幫助該市向前邁進：該份長達 300 頁名為《2010 年伊斯坦堡文化經濟概述》（Cultural Economy Compendium Istanbul 2010）的文件提供該城市文創產業之相關數據，鉅細靡



遺，內容包含文化基礎建設資訊、投資者、勞動人口、生產與消費力以及投資檔案，可作為其未來政策規劃的數據基礎。

伊斯坦堡經驗

像倫敦、巴黎、柏林或東京這樣的世界級文創城市都運用所擁有的文化資產及各種公私展演設施來吸引遊客，而就文化旅遊和觀光產業發展來看，伊斯坦堡善加利用其獨特的人文歷史和文化景緻，藉由維護文化遺產與建設藝文展示空間，加上其橫跨亞、歐兩洲所處的優越地理位置和舉辦諸如伊斯坦堡雙年展這樣跨越語言和文化障礙的大型藝文節慶或展覽活動，造就了「伊斯坦堡文化復興」，吸引了全球觀光客和背包客，保證其繼續成長，成為全球文化遺產旅遊熱門景點，這是值得其他國家或城市參考的做法；但這些作為在同一時間也讓伊斯坦堡面臨著在當代文化開展與文化資產維護、文化基礎建設和在地文化創作間可能失衡的問題，促使當地政府官員和一起合作的私部門必須在投資遺產保存與文化基礎建設的開發上找到平衡點，並且投入資源支持在地文化和創意人才的創作。

伊斯坦堡目前的政策聚焦在將其塑造成「博物館

之都」，這可能導致缺少豐富的當代藝術與創作活力面貌，然而當代藝術與創作活力卻正是成為世界文化中心或是發展文創產業所不可或缺的條件，這也是我們在理解伊斯坦堡經驗時所必須加以注意的。





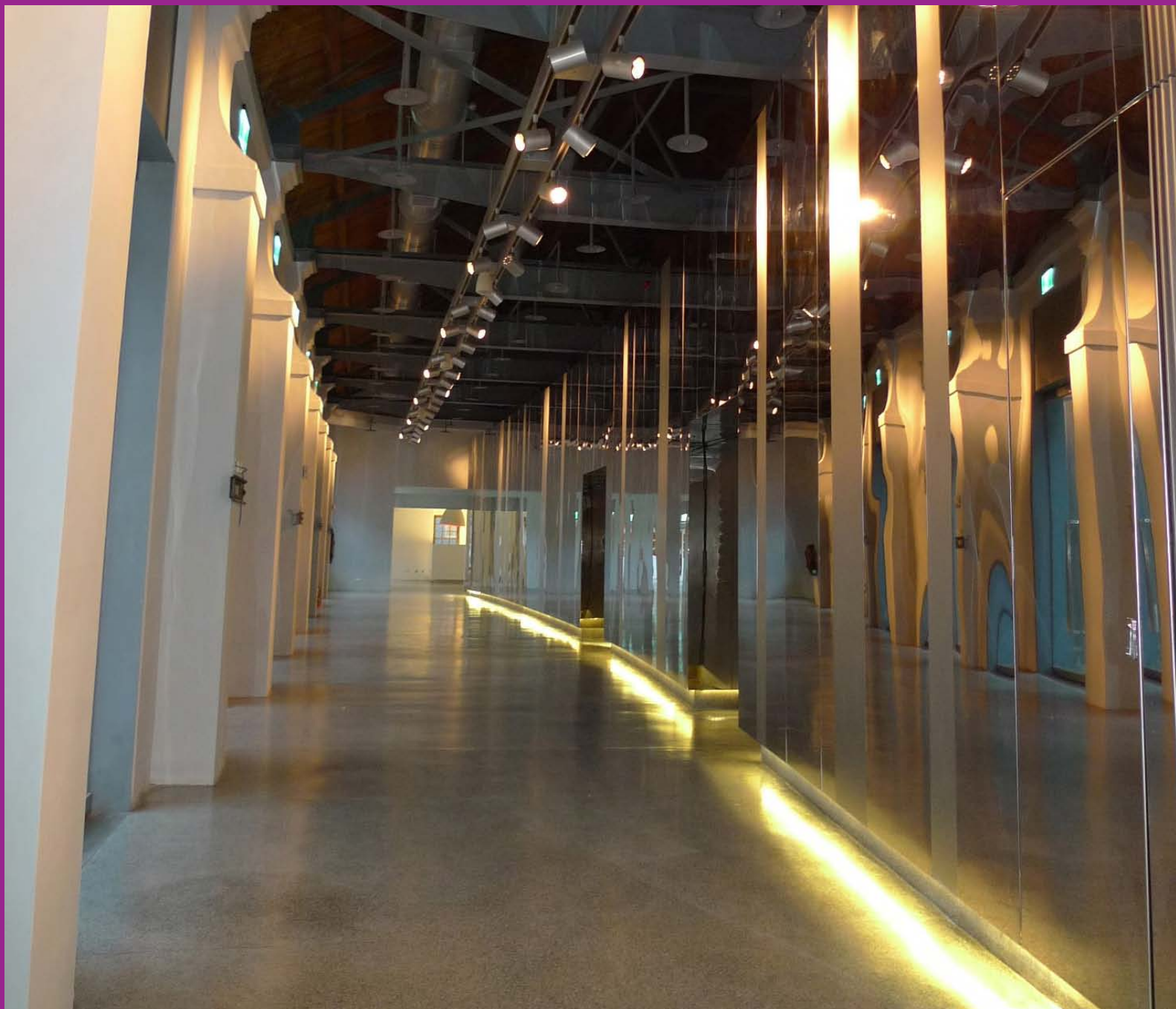
第二篇

發展政策
與推動計畫

- | | |
|-----|--------------|
| 第三章 | 環境整備計畫 |
| 第四章 | 工藝產業旗艦計畫 |
| 第五章 | 電視內容產業發展旗艦計畫 |
| 第六章 | 電影產業旗艦計畫 |
| 第七章 | 流行音樂產業發展行動計畫 |
| 第八章 | 數位內容產業發展行動計畫 |
| 第九章 | 設計產業旗艦計畫 |

第三章

環境整備計畫



一、政策背景

2010 年為《文化創意產業發展法》通過立法公告並正式開啟文化創意產業新里程碑的一年，政府的文創產業政策、經費預算及各項協助及獎補助機制、租稅優惠等措施，從此有其法源依據並成為國家重要政策，搭配《創意臺灣—文化創意產業發展方案》的落實，協助降低文化創意產業進入市場與發展障礙，突破或鬆綁既有法令限制，使文化創意事業得以在有利於事業發展的法律框架下，實現文化創意及內容，並形成商品或相關服務，為我國文化創意產業從創作到流通、行銷，串連出完整的產業鏈。透過《創意臺灣—文化創意產業發展方案》完成各項環境整備工作，針對文創產業之特性與需求，從產業發展所需之資金、經營輔導、基礎研究、獎補助、人才培育、產業育成等面向，訂定相關獎勵輔導措施、產業投資及融資機制及文創事業人才培育等方針，以推動文創產業做為下一波產業發展的重點。

二、政策目標

建構對所有文創產業皆友善之發展環境，使相關產業皆能獲得適當之輔導及協助而成長。

三、實施策略

由文化部統籌，並於文化創意產業發展第二期計畫中以「多元資金挹注」、「產業研發及輔導」、「市場流通及拓展」、「人才培育及媒合」及「產業集聚效應」5 項計畫具體措施進行。

（一）多元資金挹注

1. 藝文產業創新育成計畫

為落實《文化創意產業發展法》第 25 條「政府應協助設置文化創意產業聚落，並優先輔導核心創作及獨立工作者進駐，透過群聚效益促進文化創意事業發展」，特訂定「文化部輔導藝文產業創新育成補助要點」。整合學術及商業資源，補助成立藝文產業創新育成中心，提供軟、硬體設施及服務，給予藝文產業有關技術、知識、資金等諮詢與協助，積極輔導具有潛力的文化創意工作者，有效提升品牌形象及產值，並媒合業者與企業的通路合作。

2012 年共核定補助國立臺灣藝術大學「國立臺灣藝術大學育成專案計畫」、國立臺北藝術大學「文

表 3－1 2012 年育成中心補助單位

單位	2012 年進駐 廠商家數	2012 年進駐 廠商總產值	2012 年增加之 就業人數
國立臺灣藝術大學藝文產業創新育成中心	12	14,238,661 元	45 人
國立臺北藝術大學北藝風創新育成中心	16	31,320,000 元	75 人
學學文創志業藝文產業創新育成中心	11	88,940,000 元	96 人
中央大學黑盒子表演藝術中心	10	47,313,495 元	18 人
東海大學文化創意產業專案辦公室	10	1,400,000 元	24 人
國立成功大學技轉育成中心	10	2,710,000 元	22 人
樹德科技大學藝文產業創新育成中心	10	9,420,000 元	28 人
崑山科技大學藝文產業創新育成中心	10	38,490,400 元	162 人
佛光大學噶瑪蘭藝文產業創新育成中心	10	1,050,000 元	13 人
國立東華大學創新育成中心	12	2,030,000 元	37 人



文化創意補助計畫－蔡依珊《Summer 珊墨》



文化創意補助計畫－參喜映畫股份有限公司《曼都微電影》

化部補助設立藝文產業創新育成中心—北藝風創新育成中心」、學學文創志業股份有限公司「學學文創志業藝文產業創新育成中心計畫—有機的群聚／時代的交響」、國立中央大學黑盒子表演藝術中心「表演藝術破殼育成在桃園：從校園走向城市的劇場綜效創新育成計畫」、東海大學文化創意產業發展辦公室「產業・工藝・新契機—再造原住民工藝價值培育計畫」、國立成功大學技轉育成中心「臺南地區藝文產業育成資源整合與產業奠基計畫」、樹德科技大學「樹德科技大學輔導藝文產業創新育成中心計畫」、崑山科技大學「藝起手牽手」藝文產業育成與文化觀光計畫、佛光大學「噶瑪蘭藝文產業創新育成中心」及國立東華大學創新育成中心「洄瀾原鄉藝文產業創新育成中心」等 10 項計畫，2012 年度共輔導 111 家藝文產業者。

2. 文化創意產業補助計畫

為扶植優質及具有潛力之文化創意產業業者，促成文化創意產業之跨界合作，提升文化創意產業發展品質及競爭力，文化創意產業補助共分為 3 類組，分別為研發生產組、品牌行銷組及市場拓展組。2012 年度審核通過 34 案，包括促成 15

家廠商研發文創商品，協助 9 家廠商塑造文創品牌，促成文創商品在 10 家實體／虛擬通路銷售。

3. 補助直轄市及縣（市）政府推動文化創意產業發展計畫

為鼓勵縣市政府投入文化創意產業之推動，且因應《文化創意產業發展法》立法通過，縣市政府成為地方文創產業推動之主管機關，因此希望透過此補助計畫，協助地方政府建立文化創意產業推動機制、辦理創意城市及文創產業行銷計畫、建構文創產業資源交流及整合平台、規劃地方文創產業育成與輔導事項。

本補助計畫自 2008 年起每年核定補助 8 至 10 個縣市政府提出之發展地方文創產業相關計畫，截至 2012 年為止共補助 44 個計畫，並且協助超過 10 個地方政府完成文創產業基礎整備工作，包括推動平台建置、聯繫單一窗口及文創人才資料庫之建立等，後續將更聚焦於補助成果，鼓勵地方政府持續發展在地文創產業，具體創造許多具地方多元特色的成果，如臺北市創意設計產業發展蓬勃；新竹縣市及苗栗縣具客家特色的文創產業；臺南市結合傳統工藝、古都文化發展之在地特色



圓夢計畫－秋雨十一有限公司《愛情馬拉松六件組》



圓夢計畫－拙茁文創有限公司《山水·竹茶器》

產業；屏東縣結合當地節慶活動的文創發展計畫。2012 年持續補助桃園縣（文創故事平台）、臺南市（文創行銷）、雲林縣（雲林特色文創）、高雄市（南部設計產業）、臺中市（文創育成與輔導）、屏東縣及新竹縣（在地產業生活圈）等 11 個縣市政府推動文創產業相關計畫。

4. 文化創意產業創業圓夢計畫

為落實《文化創意產業發展法》，鼓勵優秀人才投入臺灣文創產業，提升我國文創產業質能等多元目的，依據文化部「文創產業創業圓夢計畫補助作業要點」，受理申請 248 案獲補助案件共計 100 案，其中設計類 54 案、藝文類 27 案、媒體類 10 案、數位內容類 9 案。

5. 投融資徵件與投後管理

（1）共同投資機制引進民間資金共同挹注文創產業

依據「辦理加強投資文化創意產業實施方案作業要點」，為加強投資具備專業經營能力之文創業者以促進產業發展，文化部於 2011 年開辦「加強投資文化創意產業委託投資管理計畫」，遴選

專業管理公司，借助其投資及產業經驗，執行案源開拓、投資評估、投資審議與投後管理等業務。2012 年共計審核通過 10 件共同投資案，其中 8 案已撥款，文化部投入資金 2 億 2,053 萬 3 仟元，專業管理公司搭配投入資金 3 億 5,086 萬 7 仟元，有效帶動民間資金投資具潛力之文創事業。

（2）建立融資與信用保證機制活絡資金運用

為協助各經營階段之文化創意事業取得所需資金，文化部於 2010 年制定「文化創意產業優惠貸款」，針對微型／小型文創業者，提供利息補貼以減輕業者負擔；更於 2012 年 11 月修訂要點，將獲政府機關補助及獲金融機構核貸之文創業者皆納入申請範圍。2012 年共計受理 34 件申貸案，其中 24 件通過推薦信保，推薦信保金額共計 2 億 3,740 萬元；其中 9 件已獲銀行核貸，核貸金額 1 億 120 萬元，協助文創業者解決營運資金問題。

表 3 - 2 共同投資案計畫

計畫名稱	管顧公司	管顧公司 投資金額	文化部搭配 投資金額	產業別	撥款情形
偶動漫娛樂事業股份有限公司（原圓桌國際行銷股份有限公司）	中國信託創業投資股份有限公司	4,000 萬	4,000 萬	電影產業、 工藝產業	4,000 萬
《華人星光大道》／ 華星娛樂股份有限公司	吉富文創創業投資股份有限公司	2,000 萬	800 萬	廣播電視產業	800 萬
創樂遊戲股份有限公司	華登國際管理顧問股份有限公司	520 萬	520 萬	數位內容產業	520 萬
賺不停股份有限公司	華登國際管理顧問股份有限公司	2,000 萬	2,000 萬	工藝產業	尚未撥款
魔法胡同娛樂事業股份有限公司	臺灣文創一號股份有限公司	3,500 萬	1,800 萬	表演藝術產業、 廣播電視產業	1,800 萬
柏麗影業股份有限公司	柏合麗創業投資管理顧問股份有限公司	18,900 萬	8,100 萬	電影產業	8,100 萬
志氣高股份有限公司	中國信託創業投資股份有限公司	500 萬	500 萬	電影產業	500 萬
天涯知己股份有限公司	臺灣文創一號股份有限公司	2,500 萬	2,500 萬	電影產業	尚未撥款
蘑菇數位娛樂股份有限公司	華登國際管理顧問股份有限公司	666 萬	1,333 萬	數位內容產業	1,333 萬
掌生穀粒糧商號股份有限公司	和通國際股份有限公司	500 萬	499 萬	產品設計產業	499 萬
2012 年度通過 10 案		3.5 億	2.2 億		1.7 億



文創產業獎補助措施說明－文創特快車臺北場



文創產業獎補助措施說明－文創特快車高雄場

（二）產業研發及輔導

1. 提供文創業者諮詢輔導

文化部於 2010 年成立推動文創產業之單一服務窗口「文化創意產業專案辦公室」，以「主動」、「關懷」、「服務」的理念，整合產官學研各界之文創資源，規劃與推動相關措施，以扶持文創 15 項產業加值發展，加速建構文創產業價值鏈。包括辦理文創產業政策宣導、擔任文創產業單一諮詢窗口、提供經營管理與補助計畫書撰寫輔導、推動文創產業獎補助計畫。針對文創產業之輔導推動說明如下：

（1）文創特快車巡迴說明會－諮詢輔導與資金籌措，一次到位

為能讓文化創意產業相關獎補助政策及輔導措施推廣給更多有興趣投入文創產業者，特結合經濟部工業局、技術處、商業司，於全國舉辦 8 場「文創特快車巡迴說明會」，介紹「文創產業獎補助措施」、「文創產業投資融資機制」、「小型企業創新研發計畫（SBIR）」、「協助傳統產業技術開發計畫（CITD）」、「服務業創新研發計畫（SIIR）」等，讓文創業者可以一次就能了解相關可利用之政府資源，達到資金籌措一次到位之效益。另外，特別提供「行動辦公室」之現場諮詢服務，讓對文創有興趣之業者或民眾有面對面即時解決問題的諮詢管道。2012 年度 10 ～ 11

月已於臺北、高雄、臺中及臺東等縣市舉辦 4 場「文創特快車巡迴說明會」，參與人數達 324 人。

（2）單一諮詢服務窗口，全面主動關懷輔導

專案辦公室除透過電話諮詢、親洽、e-mail、推動服務網等方式，提供文創業者有關文創產業經營管理及補助計畫書撰寫之諮詢服務，特於 2012 年度計畫主動關懷 2010 ～ 2011 年度成立之 95 家圓夢計畫新創公司的經營現況，並提供各項文創補助計畫諮詢輔導。已完成 8 家企業申請文創相關補助計畫 10 案。另並針對 2012 年度 100 位創業圓夢通過者，安排專家提供一對一之創業輔導，後續規劃每 2 ～ 3 個月再輔以新創事業主題式議題討論與經驗交流分享活動，加強扶植微型文創企業之成長。同時，對申請補助計畫未通過者也將提供主動關懷輔導，期使具有文化或創意之構想能持續推動。

（3）維運「文化創意產業推動服務網」

「文化創意產業推動服務網」將持續提供產業一個資訊彙總、訊息交流、跨業互動、專業諮詢、跨界媒合的虛擬環境，同時更結合政府相關政策補助與獎勵計畫，協助業者得到更貼心、更便捷的服務，以吸引更多人加入文創行列。

透過「文化創意產業推動服務網」的推動，期望看到的是一個橫向、縱向皆健全且蓬勃發展的文化創意產業，更期望臺灣文化創意產業的發展條

件能愈趨成熟，發展出更多具有國際競爭力的企業、品牌、產品與人才。

2. 故宮科技與人文跨域文創環境計畫

(1) 重要實施概況說明及成果展現

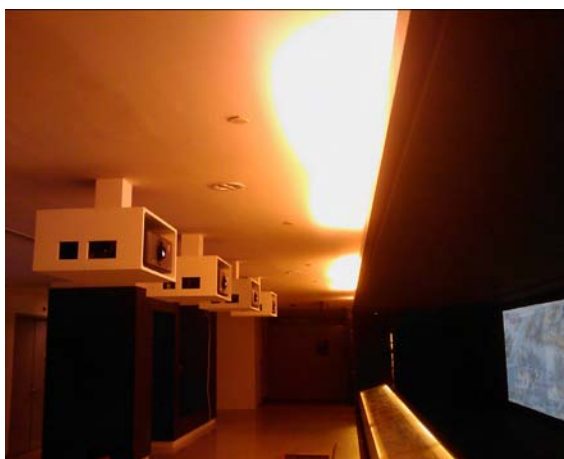
- 提供人文與科技跨領域文創樂趣欣賞
- 累積國內華夏跨域創作龍頭能量：邀請數位藝術家與跨域產官學研，如國內知名數位藝術團體、大學多媒體系所、藝術大學、科技藝術中心及博物館學研究所、中研院資訊所、微軟亞洲研究院視覺計算小組等單位，與故宮華夏文物知識專家深談，激發跨域創作能量，產出多件具東方神韻且感動人心的數位藝術作品。
- 持續導入展場跨域多媒體展示（in-Gallery）：透過每年不同展覽主題，讓 200 萬國內外參觀民眾，了解跨域美學的運用方式，並產生建構文創環境的理念認同。

- 發展文創影片等數位內容
- 提供博物館虛實互補之教育經驗持續製作主題式文創數位內容，並藉由與實體教育空間或教育活動之結合，提供虛擬與實體互補之教育經驗。
- 發展全球資訊網觀光及提升國民美學素養
- 持續提供文創社群平台，如以「國立故宮博物院」正式名稱成立之 Facebook 粉絲專頁等。
- 持續辦理網路文創推廣活動，並配合舉辦的文創工作營、文創研討會與文創設計專題講座等，製作相關網站，進行各式網路廣告宣傳。
- 進行館際線上合作與交流，並參與國內外展覽活動，積極宣傳故宮網站，增加網站曝光度。

國立故宮博物院 2012 年度相關執行成果統計如表 3－3：

表 3－3 2012 故宮科技與人文跨域文創環境計畫實施成果

編號	成果項目	達成值	單位	投資核心領域
1	獲得獎項	4	件	1. 2012 美國博物館協會繆思獎（MUSE Awards）：本院《清明上河圖長卷動畫》作品獲得「多媒體裝置類」金牌獎，以及「山水合璧：黃公望與富春山居圖新媒體藝術展」獲得「詮釋性互動裝置類」金牌獎。 2. 「四季故宮新媒體藝術展」榮獲 2012 年資訊月「傑出資訊應用暨產品獎」。 3. 《國寶娃娃入寶山》短篇動畫，榮獲 2012 年國際多媒體影音競賽（FIAMP）短片類銀牌獎。
2	欣賞「人文與科技結合」樂趣之文創作品人次	200	萬人	國立故宮博物院至美國、大陸、臺灣各城鄉，及院內書畫多媒體室，舉辦數位巡展之觀展人次。
3	全球資訊網臺灣以外訪客人次	59.1	萬人	
4	擴大故宮網路會員人數	8,960	人	2012 年度新增網路會員數。
5	提升國際（含大陸地區）網友瀏覽故宮全球資訊網比例	24	%	與 2009 年數據相較，所提升之比例。
6	開發「人文結合科技」跨域合作作品	7	件	包含四季故宮、古畫動漫、遨遊坤輿、百家姓字形演變與姓氏源流等互動作品。
7	發展影片等文創數位內容	2	式	包含國寶娃娃入寶山系列二：《山水篇》、《再現・同安船》紀錄片。



於故宮正館 102 室書畫多媒體長廊展出之《古畫動漫》



民眾與「四季故宮新媒體藝術展—春生」互動情形

（2）重要成果之具體案例說明

• 《清明上河圖長卷》古畫動漫

此作品獲得 2012 美國博物館協會繆思獎（MUSE Awards）之「多媒體裝置類」金牌獎，目前於故宮正館 102 室書畫多媒體長廊展出。

本作品屬於故宮博物院「古畫動漫」系列之一。「古畫動漫」系列包括《清明上河圖》等故宮書畫之高解析動畫，以無接縫熔接技術將 4 台 1080p Full HD 高解析投影機，組成仿書畫長卷之長形螢幕光牆，讓觀眾置身 8 公尺寬的科技畫境中，體驗中國長卷繪畫之意境。

展覽精選院藏書畫名品，包含《清院本清明上河圖》、《明仇英漢宮春曉》、《明文徵明做趙伯驢後赤壁圖》、《清徐揚日月合璧五星聯珠圖》、《明人畫出警圖、入蹕圖》、《清院本十二月令圖》。由史料為發想之基礎，以忠於原作的動畫展演典藏作品的精彩片段。

展覽網址：

http://www.npm.gov.tw/exh100/npm_anime

• 四季故宮新媒體藝術展

此展覽獲得 2012 年資訊月「傑出資訊應用暨產品獎」，曾在 2011 年 11 月至 2012 年 11 月於臺北華山文化創意產業園區，及桃園國際機場第二航廈的未來博物館展出。展覽以典藏畫作《仙萼長春圖》、《太液荷風》、《鵲華秋色》及《關山積雪圖》為發想基礎。《春生》透過觀眾的聲音，即時控制並喚醒畫裡鳥語花開的盛況；《夏荷》整合影像感測科技，透過深度影像擷取系統，跟著觀眾腳步觸發魚兒游來、水面波動與啟動風動裝置，感受風姿萬千的脈動；《秋色》以視覺追蹤與深度影像辨識，透過觀眾的手妝點出鵲華秋色細膩之美，以及《冬雪》採用電控調光玻璃與智慧型視覺辨識技術，隨著觀眾進入展區，透過電流來控制玻璃霧透之深淺與調節燈光顏色之變化。

在整體空間呈現四季的輪替，由《春生》微觀的花苞與枝頭近景、到《夏荷》踏入荷花池、延伸《秋色》中景，最後由《冬雪》宏觀的雪景，帶領觀眾跟著故宮名作的腳步行走，體驗「四季故宮新媒體藝術展」。

展覽網址：

http://www.npm.gov.tw/exh101/four_seasons



《國寶娃娃入寶山》短篇動畫片段



故宮親子數位藝術展—民眾沉浸《遨遊坤輿》氛圍

- 「國寶娃娃入寶山」短篇動畫

作品榮獲 2012 年國際多媒體影音競賽 (FIAMP) 短片類銀牌獎。在《國寶娃娃入寶山》動畫中，藉由國寶娃娃、玉辟邪與玉鴨三個故事主角穿插，尋找小白馬影子的歷程中，介紹三幅名聞遐邇的書畫：《富春山居圖無用師本》、《花氣薰人帖》和《百駿圖》，片中擬真動畫技巧完整保留原畫風格，且在於寓教於樂中，清楚呈現東西方繪畫的特色，極富教育意義。

- 故宮親子數位藝術展

展覽共分二展次，臺北展次於 2012 年 7 月 16 日至 9 月 16 日，在臺北華山文化創意產業園區展出；另嘉義展次於 2012 年 11 月 1 日至 2013 年 1 月 1 日，在嘉義市立博物館展出。

展覽以「人文結合科技」為主軸，藉由數位藝術方式詮釋故宮文物，使古文物呈現新面貌，並以淺顯易懂的手法，介紹數位作品所含的科學原理，例如數位展品魔幻水晶球利用透鏡原理，將故宮文物 3D 影像呈現觀眾眼前，營造豐富的人文科技跨域文創樂趣。

另外 2012 年度新開發作品：《世界有多大—遨遊坤輿》，係將清朝南懷仁於《坤輿全圖》上所記錄呈現的宇宙觀轉化融合成一互動式劇場，結合視、聽、觸覺多感官呈現，邀請觀眾體驗宇宙之浩瀚與地球之美。

展區以地面投影的《坤輿全圖》半球地圖影像為整個展區的中心，看起來像由中心向四方環遊世界。觀眾們可自由走動，體驗康熙皇帝看地圖時感受到的趣味。互動展示以劇場方式進行，一走入展區，觀眾就立刻沈浸於環場星空中。透過南懷仁的細心講解，觀眾可以認識《坤輿全圖》的特色。接著在宇宙星空的氛圍下，體驗古人觀察天文，測繪地理的時空氛圍。最後更有奇獸劇場，將圖中所畫的奇獸以動畫呈現觀眾眼前！

展覽網址：
<http://tech2.npm.edu.tw/childrensnpm/index.html>

Art Taipei 2012 臺北國際藝術博覽會



收藏家面對藝術作品展現出極高興趣



日本收藏家宮津大輔欣賞作品



國際知名攝影藝術家杉本博司在作品前接受媒體訪問



藝博會現場來自屏東谷川部落的 20 位原住民小朋友用嘹亮的歌聲與精采的歌舞表演吸引了觀眾的目光

（三）市場流通及拓展

1. Art Taipei 2012 臺北國際藝術博覽會

• Art Taipei 臺北國際藝術博覽會為亞洲三大藝博會之一（另為 Art Basel Hong Kong 及 Art Stage Singapore），自 1993 年辦理至今，參與人數與藝術品成交金額逐年上升，已成為亞洲地區藝術交流與藝術品交易的重要平台與國際矚目的藝術博覽會，2012 年度邀請 150 家國內外知名畫廊參展，其中國外畫廊計有 14 國 80 家，並規劃「藝術公車」串連大臺北地區相關藝文資源及活動，自 2012 年 11 月 9 日至 11 月 12 日於臺北世界貿易中心舉行。

• 活動總計 150 家畫廊參展，其中國外展商共 14 國 80 家，成交額為 11 億元，參觀人數達 4 萬人。

2. 2012 華山藝術生活節

• 目的為整合行銷表演藝術產業及推動臺灣表演藝術產業發展，增加觀賞表演藝術之人口及市場需求，邀請國內外藝術經紀人來臺，促成臺灣表演藝術節目輸出，並帶動城市觀光。自 2010 年開辦迄今已邁入第 3 年，2012 年 10 月 6 日起至 11 月 4 日止於華山文化創意產業園區辦理。

2012 年辦理內容包括：國際連結、Showcase 文化論壇、策展人交流講座、國際交流工作坊、焦點劇場、創意小劇場、表演藝術匯演、藝類放映室、主題導覽、表演藝術工作坊……等活動項目。

• 共舉辦 605 場活動，突破 15 萬人次參與，並邀請 26 名國際策展人，另與兩廳院合作邀請「亞太表演藝術中心協會」，共計 97 名會員參加本屆表演藝術 Showcase 活動。

2012 年華山藝術生活節



藝術大街一景與展覽入口



藝術大街創作實驗室伸手塗鴉



2012 年華山藝術生活節戶外演出景



屏東谷川部落的 20 位原住民小朋友表演歌舞

- 「2012 華山藝術生活節」售票演出共計 10 檔
— 「焦點劇場」系列演出
共計 5 檔節目，53 場演出，總售票率平均達 99%。其中「屏風表演班」更挑戰連演 31 場，並達到 100% 售票率。
- 「創意小劇場」系列演出
共計 5 檔節目，22 場演出，總售票率為 100%。

• 滿意度調查：參與本屆華山藝術生活節之間卷統計分析，觀眾整體滿意度達 99.8%、表演團隊整體滿意度達 98.1%。

3. 辦理 2012 臺灣國際文化創意產業博覽會

總計國內外參展單位達 525 家，952 個攤位數，四天展期間總入場人數為 8 萬 4,659 人次，國內外買家近 1,100 人。調查統計參展廠商現場成交及訂單金額約 2.6 億元，參展國家包括日本、韓國、泰國、香港、馬來西亞、印度、土耳其、德國、中美洲 6 國及中國大陸等，計 15 個國家地區。（詳見表 3 - 4）

4. 辦理 2012 年度「國際及兩岸文化創意產業組織搭橋計畫」

邀請包括博物館商店、國際展會策展人、百貨精品通路及一般代理商等類 20 位國際買家來臺參觀文博會、參訪文創聚落及據點計 20 處，並與遴選之 30 家文創業者進行採購媒合，買家訂單金額約 5,710 萬元。

5. 辦理 2012 年度「文化創意產業國際拓展計畫」

計徵選臺灣文創業者 79 家次分別參加東京國際禮品採購展、巴黎家具家飾展、倫敦設計週 Tent London 展、上海國際時尚用品展、青島臺灣名品博覽會及香港設計暨創新科技展等 6 場國際文創相關展會，並拜會通路進行洽商。預估訂單金額合計約 1 億 1,316 萬元。（詳見表 3 - 5）

2012 臺灣國際文化創意產業博覽會



國際風格區—韓國 Highland Korea 展位



國際買家媒合會

表 3－4 臺灣國際文化創意產業博覽會

2012 年	
參展數量	525 個單位 952 個攤位數
國際參展 國家數	15 國
參觀人數	84,659 人次以上
產業效益 (均為展期間統計)	2 億 5,964 萬元 1. B2C 成交金額：約 6,827 萬元。 2. B2B 預估接單金額：約 1 億 9,137 萬元（註）。

註：搭配文博會期間另執行「國際及兩岸文創產業組織搭橋計畫」，洽邀國際指標展會策展人、博物館商品、零售通路及代理商高階採購主管來臺與 30 家業者進行媒合，後續訂單或相關合作成果約 5,710 萬元。

表 3－5 參與國際重要展會

2012 年	
展會名稱	參展業者
1. 東京國際禮品採購展	8 家
2. 巴黎家具家飾展	8 家
3. 倫敦設計週 Tent London 展	18 家
4. 上海國際時尚用品展	21 家
5. 青島臺灣名品博覽會	12 家
6. 香港設計暨創新科技展	10 家
總 計	79 家／次



數位藝術推展計畫－「數位藝術方舟－數位創意資源中心」

（四）人才培育及媒合

1. 現代化典藏庫房建造計畫

主要工作項目包括國立臺灣美術館「典藏庫擴建」與「現代化典藏保存設備充實」二項子計畫，工程總樓地板面積 11,187 平方公尺，為地下二層 SRC 構造。此計畫於 2010 年 10 月 7 日奉行政院核定同意辦理，並於 2011 年納入「文化創意產業發展第二期計畫」；工程於 2011 年 12 月 10 日開工，預計 2013 年完工。

2. 數位藝術推展計畫

藉由舉辦跨領域創作案、各類型數位藝術展演、系列性工作坊、講座、網站維運等植根工程，從基礎培養數位藝術創意的種籽。

（1）以「數位藝術方舟－數位創意資源中心」為基地，持續推動臺灣數位藝術創作植根工程；自 2008 年起至 2012 年止，包括 2012 年辦理之 8 場教育推廣活動，歷年累計共辦理「U15 數位藝術體驗營」、「十大創意十大妙方互動媒體藝

術工作坊」、「當代國際錄像藝術對話藝術家論壇」等 54 場次之數位藝術教育推廣活動。

（2）營運「數位藝術知識與創作流通平台」網站、「數位藝術方舟」創意互動網站，連結國際網路，建構完整之數位藝術創作交流平台。

（3）推動媒合跨領域共同創作，辦理各類型數位藝術展演：自 2008 年起至 2012 年止，包括 2012 年辦理之 11 檔數位藝術展覽，歷年累計共辦理「急凍醫世代－2009 醫療與科技藝術國際展」、「未來通行證展」等 15 檔次之大型國際數位展覽，及「曼陀羅響樂展」、「成為賽伯格展」等 37 檔次之數位藝術展。

3. 青年藝術家培植計畫

（1）辦理「青年藝術家作品購藏」：為獎勵我國青年藝術家創作，營造良善的創作環境，及結合文化創意產業發展計畫之推動，辦理國內青年藝術家作品購藏；每年採公開徵件、及配合臺北國際藝術（畫廊）博覽會評選之方式購藏青年藝



青年藝術家培植計畫－國美館推介青年藝術家擔任講師，辦理創意工作坊

術家作品。計畫執行以來，頗受藝術界與年輕藝術家重視，對於鼓勵年輕人藝術創作及畫廊產業對年輕藝術家作品經營的投入，具有正面意義。自 2008 年起至 2012 年止，包括 2012 年購藏之 78 件青年藝術家作品，歷年累計共購藏 286 件青年藝術家作品。

(2) 規劃以青年藝術家作品參與臺灣雙年展及各項國際交流展之展出，並與異業結合辦理青年藝術家作品推介。

4. 藝術數位典藏加值與應用計畫

透過國美館典藏數位應用結合設計師或藝術家進行品牌合作，開發製作經典藏品之衍生產品，並藉由參與國際會展推介創意加值產品；此計畫於 2010 年納入「文化創意產業發展第二期計畫」。

(1) 以典藏品為元素，進行設計開發「博物館特色衍生品」；結合工藝家與設計師，合作開發衍生品；另以經典藏品黃土水之《水牛群像》為主題進行產品開發，推廣藝術品之故事性與美學

價值；自 2010 年起至 2012 年止，包括 2012 年開發之 14 種文創衍生加值產品，歷年累計共開發 28 種文創衍生加值產品。

(2) 參與國際會展，推介創意加值產品：持續參加「臺灣國際文化創意產業博覽會」展出創意衍生產品；另 2009 年及 2010 年參加巴黎國際家具用品展，行銷文創產品與美術館形象，將計畫之成果行銷國際。



藝術數位典藏加值與應用計畫－國美館文創衍生加值產品

(五) 產業集聚效應

產業群聚效應，主要是藉由地理位置鄰近的優勢，串連區域內具有相同性質但不同類型的業者，運用價值鏈整合提供產業群聚之最大效益。一方面使群聚產業之業者產生協調人力或技術互補，進而激盪創意，整合資源；另一方面塑造與提升參與業者在該產業領域之專業形象，使之更具產業競爭優勢。

為達成上述目標，文化部除延續推動華山、臺中、花蓮、嘉義及臺南五大文化創意產業園區整建及營運計畫外，更結合城市發展軸線概念，使其在既有營運定位下，以文創產業軸帶概念，進行區域產業串連，進而達到文化創意產業與所在城市整體區位發展、人才及產值全面提升之卓越績效。

1. 五大文化創意產業園區

行政院於 2002 年將「文化創意產業」列為「挑戰 2008：國家重點發展計畫」推動，首次將「文化軟體」視為國家建設的重大工程。行政院文化

建設委員會（於 2012 年 5 月 20 日升格為文化部）基於「創意文化專用區」可發揮集聚、擴散、示範與文化設施等多項功能，將臺灣菸酒公司減資繳回國家之臺北、花蓮、臺中、嘉義等酒廠舊址及臺南倉庫群等 5 個閒置空間規劃為「創意文化園區」。

目前園區整建工程業已陸續完成，為減輕政府財務負擔，並引進民間機構經營活力，除已完成華山及花蓮文化創意產業園區之招商作業外，未來將積極推動嘉義及臺南文化創意產業園區招商作業，期望透過民間參與及優良團隊進駐，促進創意文化園區之推展。至臺中文化創意產業園區則由文化部文化資產局就地接管，期望透過相關空間委外經營模式，創造多元化的園區環境及推廣在地文化的永續發展。

未來，文化部將持續強化與民間機構間之溝通網絡，並藉由定期及不定期會議、討論，或藉由外部專業團隊，協助文化部了解各園區之營運情形，以期各園區營運能符合原訂目標與主軸。

表 3－6 各園區基本資料簡表

名稱	華山園區	花蓮園區	臺中園區	嘉義園區	臺南園區
面積	5.56 公頃	3.35 公頃	5.6 公頃	3.92 公頃	0.6108 公頃
土地撥用	2004 年	2003 年	2007 年	2006 年	2007 年
都市計畫變更	2003 年 9 月 變更為創意 文化專用區	2009 年 5 月 變更為創意 文化專用區	2007 年 5 月 變更為創意 文化專用區	2005 年 11 月 變更為創意 文化專用區	2009 年 12 月 變更為創意 文化專用區
建物概況	古蹟 2 棟、古蹟 煙囪 1 處、歷史 建築 2 棟、紅磚 區歷史建築 1 區 其他 10 棟	歷史建築 22 棟、 其他 4 棟	歷史建築 16 棟、 其他 28 棟	歷史建築 9 棟、 其他 12 棟	古蹟 1 棟、 其他 3 棟
備註	2011 年 1 月 31 日正式將創意文化園區更名為文化創意產業園區				

表 3－7 五大園區活動場次統計（單位：場）

園區 \ 年份	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	合計
華山文化創意產業園區	87	398	381	496	809	1512	3,683
花蓮文化創意產業園區	155	96	200	188	36	27	702
臺中文化創意產業園區	53	90	15	419	350	230	1,157
嘉義文化創意產業園區	0	1	6	13	39	157	216
臺南文化創意產業園區	0	0	1	0	47	0	48
總計	295	585	603	1,116	1,281	1,926	5,806

表 3－8 五大園區活動參與人數統計（單位：人次）

園區 \ 年份	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	合計
華山文化創意產業園區	45,004	309,685	423,294	669,457	895,988	1,792,406	4,135,834
花蓮文化創意產業園區	32,316	86,800	64,740	134,348	14,403	36,772	369,379
臺中文化創意產業園區	35,830	91,200	500,000	400,000	299,747	653,670	1,980,447
嘉義文化創意產業園區	0	2,000	12,850	6,736	46,472	40,428	108,486
臺南文化創意產業園區	0	0	13,000	0	9,390	0	22,390
總計	113,150	489,685	1,013,884	1,210,541	1,266,000	2,523,276	6,616,536



華山文化創意產業園區

跨界創意交流平台

定位為「文化創意產業、跨界藝術展現與生活美學風格塑造」，以「酷」（時尚、前衛、實驗）與「玩」（玩樂、享樂、娛樂）為規劃主軸，凸顯華山文化創意產業園區作為跨界創意的發揮空間，扮演媒合跨界藝術、產業互動的場所，建構異業、異質交流結盟的平台，並發展成文化創意產業人才的育成中心。

目前華山文化創意產業園區已完成所有整建工程，並依據《促進民間參與公共建設法》相關規定分別辦理 OT、ROT 及 BOT 案，目前營運情形分別如下：

- 華山文化創意產業園區電影藝術館委託民間機構參與營運招商（OT）案：業於 2012 年 4 月完成整建工程，營運團隊於同年 10 月進駐，並於同年 11 月正式開館，隨即展開一系列影展及相關活動，如與金馬國際影展合作辦理「2012 金馬國際影展」、策辦「被遺忘的動物們攝影展」及「一代宗師電影主題特展」等活動。

- 華山創意文化園區文化創意產業引入空間整建營運移轉（ROT）計畫案：業於 2008 年進行試營運、2009 年正式營運，營運至今（至 2012 年

12 月 31 日止）計已辦理 3,581 場活動，共吸引逾 384 萬人次入園參與。

- 徵求民間自行規劃申請參與投資華山創意文化園區文化創意產業旗艦中心興建營運移轉（BOT）計畫案：規劃設計業於 2012 年 2 月通過都市設計審議，並於同年 6 月取得建造執照。

另為活絡園區整體氛圍，文化部自 2010 年起，每年固定於 10 月份辦理為期一個月之表演藝術產業活動－華山藝術生活節，藉此達到表演藝術產業化、擴大表演藝術產業欣賞人口、開拓市場、培育人才等目的，並重新塑造華山成為獨特文化場域，進而形成產業集聚效應。活動辦理期間，同時邀請國外藝術經紀來臺，促成臺灣表演藝術節目輸出，擴大臺灣表演團體在國內外的文化影響力，帶動城市行銷與觀光效應。2010～2012 年「華山藝術生活節」計辦理逾 1,300 場活動、吸引逾 35 萬人次參與。另於 2011 年度開始以「票房獎勵補助」方式，徵選劇碼進行售票演出，其中 2011 年度計徵選 4 齣劇碼進行售票演出，總計辦理 43 場次，售票率達 94.5%；2012 年度計徵選 5 齣劇碼進行售票演出，總計辦理 53 場次，售票率亦達 95%。



花蓮文化創意產業園區

藝文觀光與生活結合之平台

定位為「文化藝術與觀光結合之實驗場域」，建構花蓮園區為傳統及現代融合之空間，強調「生態」、「生產」及「生活」並重的「東部文化櫥窗」，整合花蓮豐沛之人文與自然觀光條件，推動文化觀光產業及創意生活產業，達成活化舊市區、再造花蓮洄瀾夢土之願景。

目前花蓮文化創意產業園區業已完成所有整建工程，並依據「促進民間參與公共建設法」相關規定，於 2011 年 9 月 22 日與新開股份有限公司完成「花蓮文化創意產業園區整建營運移轉（ROT）案」簽約，經管團隊並於 2012 年 1 月進駐園區，進行園區整建及未來營運整體規劃，並於 2012 年 10 月展開最小規模營運，藉以逐步打開園區之知名度。

另為配合園區整體定位，文化部自 2009 年起於園區規劃辦理「原聲音樂節」活動，冀以活絡音樂產業後續在花蓮園區發展之培育機制，鼓勵跨界合作，規劃不同類型之藝文活動，並豐富花蓮園區文創活動，以發揮園區平台功能之綜效，打造花蓮園區成為「藝文觀光與生活結合」之平台，促進花東文創產業與觀光產業之發展。該活動於

2009 年度初試啼聲計吸引 1 萬 4 千人次參與，2010 年度參與近 2 萬人次，2012 年度更吸引逾 3 萬 2 千人次參與。





臺中文化創意產業園區

建築設計藝術展演中心

定位為「臺灣建築・設計與藝術展演中心」，促成臺灣與世界建築設計產業之接軌，強化建築與設計之專業領域，培養全民空間美學，並提升臺灣成為亞洲創意設計產業之重鎮。另藉由文化資產局設置於園區的地域優勢，推動文化資產與文創產業的緊密結合。

環境維護計畫：臺中國區舊有建物計有 28 棟，以分期、分階段整建原則進行全區修繕，預計於 2014 年底全部完工，並持續進行全區建物及相關設備維修工作。

經營管理計畫：

- 辦理臺中國區委託管理營運之「祥瀧藝文展覽館(OT)」、「設計・點－臺中店(逕予出租)」及「TADA 方舟音樂藝文展演空間(公開標租)」等三案履約管理監督、查核及管理考核。
- 結合中部建築、設計及藝術相關系所，推廣文創知識並發掘優秀創意人才，建立學生創意曝光、直接互動交流的平台。
- 集結創意設計人才及文創工作者產業展示互相交流，促進產業間之橫向連結、拓展相關產業的合作與發展。

• 補助民間團體、學校相關系所共同辦理展演活動，提升臺中文化創意產業園區展演品質，培育文創產業專業人才。

臺中文化創意產業園區營運活化，目前已完成「祥瀧藝文展覽館」、「設計・點－臺中店」、「TADA 方舟音樂藝文展演空間」及「臺灣菸酒展示服務區」之委託管理經營，年度辦理「春節系列活動」、「A+ 創意季」、「創意生活節」及補助民間團體、學校相關系所共同辦理文創展演相關活動，於 2012 年度 12 月底總計辦理活動 230 場，入園人數達 65 萬 3,670 人，場地費收入及展覽售票總產值計 4,976 餘萬元。





嘉義文化創意產業園區

傳統文化創新基地

定位以「傳統藝術創新」為主軸，結合酒文化產業為基礎，實踐傳統技藝與傳統技術之轉型及創新。園區內生產機具設備是五大園區中保存最為完整的，亦是當代重要製酒產業文化資產，為妥善保存及活化再利用，文化部針對嘉義園區之推動策略，將以「酒文化產業」為基礎，結合南部地區傳統工藝、當代藝術、藝術家資源等「視覺藝術」及「表演藝術」資源，發展酒文化及傳統藝術創新之園區。

嘉義文化創意產業園區自 2008 年開始進行建築物整建工程，全區工程於 2013 年 2 月完竣；為維持園區整體營運熱度，文化部自 2009 年起即委託嘉義市政府文化局代管嘉義文化創意產業園區，除藉由地方政府整合並引進在地藝文、文創產業資源外，更藉由持續辦理文創產業相關活動，以蓄養園區在地能量，進而提升園區整體能見度；至今（2012 年 12 月 31 日止）已辦理 216 場活動，計吸引 10 萬 8,486 人次入園參與。

嘉義文化創意產業園區因促參可行性評估自償性不足，故由文化部另行依據《文化創意產業發展法》第 12 條規定，訂頒「協助文化創意事業運

用嘉義及臺南文化創意產業園區申請作業要點」，提供較為優惠之招商措施，期能引進民間資金及經營活力理念，開拓園區建築空間使用活路，加速園區正式營運。





臺南文化創意產業園區

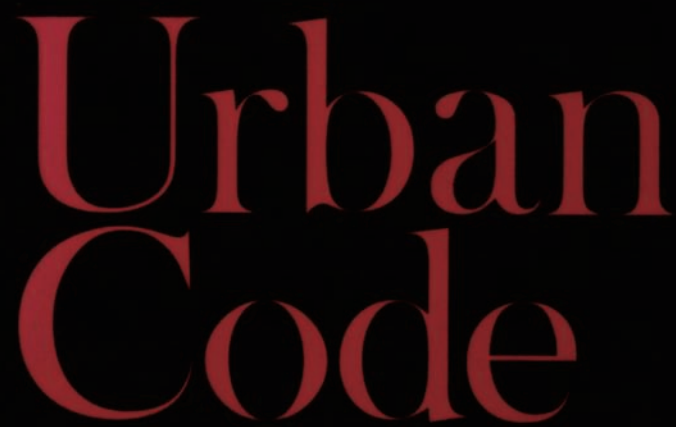
府城創意啟動器

定位為「臺灣創意生活產業發展中心」，以「創意生活發展中心」及「創意生活體驗中心」兩個經營主軸進行營運規劃，綜觀園區所處之地緣條件、歷史氛圍與人文素養，以及在地設計師、傳統產業及工匠等創意資源，且臺南風格生活與文化節慶原就與在地人之生活文化相連結，故本園區聚焦發展主題為「臺灣風格生活中心」，驅動目前臺南府城生活文化元素，躍昇為具有國際競爭力的產業。

臺南文化創意產業園區自 2009 年開始進行園區內既有建築物之整建作業，預計 2013 年可完成全區整建工程。另該園區前於 2011 年依據「促進民間參與公共建設法」相關規定，分別進行 2 次招商公告，惟均無申請人遞案；經檢討係因園區所在區位土地租金過高，進而影響民間機構進駐之意願。爰文化部改依據《文化創意產業發展法》第 12 條規定，訂頒「文化部協助文化創意事業運用嘉義及臺南文化創意產業園區申請作業要點」提供更為優惠之招商條件，期能引進民間資金及企業化之經營管理理念，開拓園區建築空間使用活路，加速園區正式營運。

臺南文化創意產業園區未來將以「創意生活產業」及「產品設計產業」等為主體產業，透過園區三個經營核心（「創意策略整合中心」、「風格生活體驗櫥窗」及「生活美學育成中心」），以成為國際級生活產業策略發展中心，創造臺灣風格產業實驗與論述之機制，帶進創作人才與資金，在國內外推廣文創產業之生活化，並協助臺灣風格生活產業與世界接軌，進而打造出臺灣生活風格品牌，創造國際區域之領導地位。





Urban Code

100 Lessons
for Understanding
the City

國立故宮博物院

打造故宮為全球文化創意產業應用重鎮

重要實施概況說明及成果展現

計畫內容簡介

國立故宮博物院擁有世界級的文物藝術典藏，高達 69 萬餘件的書畫、器物、圖書文獻等精緻華夏文物，質量兼具，所具備的文化藝術能量和養分足以體現臺灣在全球文化創意產業中「文化國力」和「文化資本」之有利條件。配合「愛臺十二項建設之智慧臺灣計畫」，以故宮博物院豐厚典藏為基礎，打造故宮成為臺灣文創旗艦及全球文創產業應用重鎮，協助公營企業及文化創意事業發展，故宮博物院甄選文創產業相關之研發設計團隊，規劃美學感知、文化創意、故宮文物及其數位加值應用等研習活動及互動課程，提供故宮資源及教育訓練的平台，將創意成果及文化創意資產，轉化為實際之生產或運用，期望藉此提升博物館相關產業的品質與內涵，並建立故宮與各產業之間的合作及行銷模式。

實施成果統計

- 國立故宮博物院文創產業發展研習營係針對產

業而設計，強調「團隊」研習，且研習方式並非單向傳統授課，而是結合美學素養、生活品味、故宮文物、設計研發等元素，讓參與團隊在過程中產出具備文創理念的實質設計成果，成為商品研發提案，並導入故宮文創商品開發機制與品質管理，期望藉此提升博物館相關產業的品質與內涵，並建立故宮與文化創意產業之間的合作模式及行銷模式。每屆研習課程皆聘請 30 多名院內及院外師資群，講授「美學與感知」、「文物傳習」、「設計與創意」等三階段系列課程，搭配數位加值應用、茶席體驗與陶藝戶外教學等五感生活美學活動，課程為期 6 個月，計 24 週，總研習時數達百餘小時。

- 自 2012 年 3 月 17 日至 9 月 8 日辦理第四屆國立故宮博物院文創產業發展研習營，課程總計三階段計培訓 15 家團隊、55 名學員、研習課程總計 24 週 144 小時。

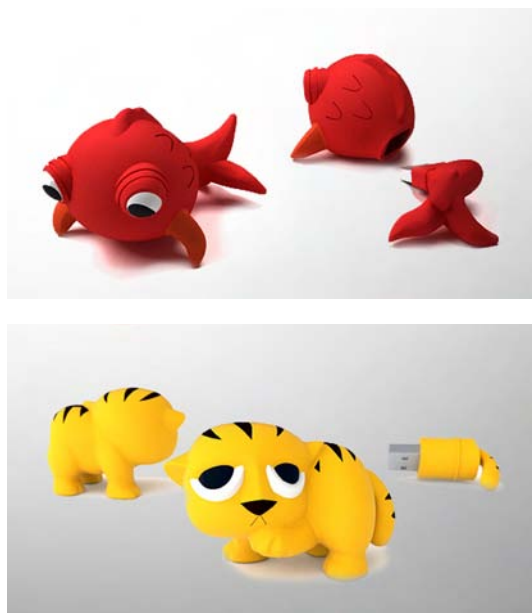
—2012 年 3 月 17 日至 5 月 12 日舉辦第一階段：美學與感知課程計 8 週 48 小時。此階段多為實際參與體驗課程，著重五感之重新開啟，包括：食養山房茶席體驗、品香、無垢舞蹈劇場肢



2012 故宮國寶衍生商品設計競賽金獎作品「泡茶趣」



天晴設計有限公司《鼻煙壺磁鐵組》



宇瞻科技股份有限公司《華品·把玩系列 USB》

體體驗、當代傳奇劇場京劇動作與臉譜體驗、齊云生活美術館美學體驗等課程。

一自 5 月 19 日至 8 月 11 日舉辦第二階段：文物傳習課程計 12 週 72 小時。此階段強調故宮文物知識內涵的傳授，以期學員再更加瞭解故宮文物之後與創意結合，開發出更具內涵之文創商品。

一自 8 月 18 日至 9 月 8 日舉辦第三階段：設計與創作課程計 4 週 24 小時。此階段注重商品與文物結合、市場需求、創意發想。



三點水文化創意有限公司《公事包》



三點水文化創意有限公司《Bendboo 桌燈》

四、重要成果案例說明

（一）文創產業創業圓夢計畫－

三點水－現代竹工藝設計產品開發之量產計畫

三點水文化創意有限公司

1. 計畫緣由：

三點水設計團隊以竹工藝計畫與葉基祥工藝家合作持續多年的竹工藝產品開發，於 2012 年通過文創產業創業圓夢計畫，成立三點水文化創意有限公司，以公司型態運行專案及產業經營等相關事務，積極打造以竹材文化為主的公司品牌，未來將持續推廣品牌並永續經營。

2. 作品、商品或案例的設計發想及特色說明：

運用竹山在地傳統竹編工藝，與竹編工藝師研發出創新短編編法，結合兼具手感及時尚的皮革，以最完美的分割比例畫分出工藝奢華的精神。另竹材提供的韌性及彈性，可提供內容物最完美的保護，使此材質在工業化的現代獲得新型態的應用價值。

2012 年計畫成效：

- A. 成立三點水文化創意有限公司。
- B. 建立公司營運架構。
- C. 制定經營策略。
- D. 規劃產品取向及目標市場。
- E. 建立通路。



悅進國際有限公司一建置中的時尚設計師資訊網路平台，讓設計師可以自由選擇自己需要的網站功能

BizOnward 邁進時尚品牌管理

悅進國際有限公司

1. 計畫緣由：

計畫申請人李敏鳳因先前工作經驗了解到台灣設計師自創品牌的辛苦過程，也認識到時尚設計師自創品牌是一門需要經營的生意，因此於 2012 年透過文創產業創業圓夢計畫，成立悅進國際有限公司，以科技背景為主，研發出適合時尚設計師的網路平台系統，同時提供經驗，協助新進市場的設計師資源及資訊，跟著自創設計品牌一起茁壯。

2. 作品、商品或案例的設計發想及特色說明：

經營自創品牌的時尚設計師（Fashion Designers）：品牌形象網站（Official Sites）、銷售通路（Sale Channel）、最新動態（News）、廣告活動（Campaign）等等。針對有在持續創作且經營自己品牌的時尚設計師進行訪談，並取得這些品牌設計師的同意，將他們品牌的官方網站 / 每季發表的創作 / 設計師專訪做介紹。

販賣台灣設計師商品的商店（Design Shop）：商店名稱、商店地址、電話、地圖、商店網站資訊（Official Sites）。網站上的資訊除了台灣時尚設計師外，還介紹哪裡可以買到這些台灣設計師的作品，包含販賣台灣設計師商品的商店資訊。

2012 年計畫成效：

A、成立悅進國際有限公司。B、實際輔導擬定計畫書必要文件蒐集及大綱擬定。C、參考顧問教授的建議，擬定其計畫大綱及內容，協助完整事業計畫書的產出。D、完成『階段一：建立時尚設計師資訊網路平台』的初步資料收集，目前開始著手進行網路平台初版。



心器工房文創有限公司《海波—長盤》

心器工房手創自然意象器物計畫

心器工房文創有限公司

1. 計畫緣由：

心器工房的創作靈感來源在於旅行臺灣自然環境時內心帶來的悸動，從中感受到物象美、生態美、動態美與空間時間的變化。由於近年環境保護意識的抬頭，陶瓷工藝正好可以發揮所長，除減少塑膠製品的使用，對於環境保護、收藏保值與情感傳承都可成為綠色產業契機的重要角色。除此之外，也希望投入臺灣陶瓷餐具的設計行列，製作屬於臺灣美食的特色餐具。

因此心器工房文創有限公司以「一、將臺灣自然意象融合到生活器物中」、「二、由陶瓷工業化，走向陶瓷手創藝術化」、「三、生活美學運動」為目標執行計畫，並透過 2012 年度文創產業創業圓夢計畫的輔導與資金挹注，達成營運目標。

2. 作品、商品或案例的設計發想及特色說明：

臺灣有著四面環海的環境，無論旅行到了何處，在遠方或海邊都可以望見一望無際的海，然而海浪一波又一波拍打岸上，對創作者而言帶來一種規律的寧靜感。創作者選擇使用陶瓷工藝的絞胎技法，以單純的黑與白，搭配簡單的線條起伏，創作《海波》系列的器皿，由於絞胎切割時的方向變化，每一件作品的波紋都呈現不同的樣貌，海波有疏有密，並留下了大片的白，對創作者而言白並不代表不存在，白是畫面、空間與想像力的延伸，為的是讓使用者與觀賞者能擁有自身的空間，隨著不同使用者心境的轉變，也使《海波》系列因人而不停流動變化。

2012 年計畫成效：

A、成立心器工房文創有限公司。B、協助產品定位並釐清競爭者分析。C、協助行銷通路店鋪的提供與推薦。D、協助三年財務收支規劃。



拙苗文創有限公司／《山水·竹茶器》

拙苗文創場域特色與療癒商品化圓夢計畫

拙苗文創有限公司

1. 計畫緣由：

申請團隊希望找回那種用刀片削一支鉛筆、一針針勾毛線，實際動手做，反覆動作的經驗，因為在那個當下，思緒放空，心也靜下來，這是這個時代急需溫習的一種踏實。因此拙苗團隊於 2012 年申請文創產業創業圓夢計畫，成立拙苗文創有限公司，透過產品設計手法，設計一種未完成的生活用品，保留部分手作空間讓使用者自己完成。使其在自行操作的過程，體驗動手做的踏實感，並擁有一個獨一無二的手感生活用品。

2. 作品、商品或案例的設計發想及特色說明：

拙苗的壹號產品，是與觀光局不分區國際光點計畫合作的竹山場域文創商品設計“山水·竹茶器”。包含由竹山桂竹製做的隨身茶葉罐，以及與竹山茶園合作推出的手工茶包。隨身的桂竹茶葉罐讓旅人裝進自己揉製的茶，隨身帶著，在生活中細細品味茶園之旅的芬芳；揉茶同時亦可現場製作成手工茶包，透過簡單的手部反覆動作：分配、包、綑綁、釘吊牌，必須專注、靜心，藉由一袋又一袋茶包的完成，體驗實在的滿足感。自己動手作的伴手禮，送出的除了茶香，還有一個旅行的故事

2012 年計畫成效：

A、成立拙苗文創有限公司。B、將品牌由高端「療癒」的概念作為核心精神，擴及手作過程中五感情境設計。C、以大人的心靈玩具概念，舉辦「竹積木療癒計畫」，透過工作營的型態，邀請各領域的朋友，體驗療癒性手作。



秋雨十一有限公司／《愛情馬拉松六件組》

秋雨十一・金工設計工作室營運計畫

秋雨十一有限公司

1. 計畫緣由：

金工設計師姚怡欣於 2010 年開始，便投入金工設計領域，心中一直有建立品牌的規劃，直至 2012 年獲得文化部「文化創意產業創業圓夢計畫」的補助，進而開設公司並推出「秋雨十一」設計品牌，開始朝向茶道具之多元化產品開發。另因透過補助金的注挹，秋雨十一有限公司添購了金工創作機械設備，並擴增茶道具產品的品項，由杯托增至茶盤、茶則、茶鉢及花器等品項，並計畫運用補助金於明（2013）年開始小量生產。

2. 作品、商品或案例的設計發想及特色說明：

《愛情馬拉松六件組》不僅呈現出金工工藝的技巧，更加入產品設計以及故事的敘述，讓整體呈現出精緻又完整的行銷概念。此系列創作構想主要想表達：「愛情，在每個階段，都有必須經歷與完成的事，因此需要不斷地闖關。而一對對的杯子，就像是愛情關卡的縮影，跨過去，飲下去，便能一起牽手走到終點。」因此，在技法上，運用鍛敲、腐蝕、油壓、碾片、金屬染色等金工製作技巧，將製作的杯托，一個造型，代表一個愛情的關卡，這是一種對作者本身情感上觀念的投射，也是一種對金工技巧上重重的考驗。

2012 年計畫成效：

A. 完整營運計畫書的產出。B. 秋雨十一有限公司的設立。C. 金工創作機械設備的添購。D. 茶道具的多元化產品開發。



感知與溝通訓練教具《PIZZA TIME》開發設計

研發設計《PIZZA TIME》教具，與專業治療師合作、透過遊戲安排與角色扮演訓練孩童的感知與溝通能力。



《2012 樂山嘉年華》院生作品展場設計規劃與執行

與樂山療養院合作企劃《2012 樂山嘉年畫》，透過設計手法與整體規劃，以畫展方式呈現並簡介院生作品，讓民眾得以透過觀展認識並認同特殊教育兒童。

（二）輔導藝文產業創新育成補助計畫 —

「2012 年輔導藝文產業創新育成補助計畫—北藝風創新育成中心」

三明治工有限公司

1. 計畫緣由：

「三明治工」團隊成員分別來自於音樂、美術、科技藝術等專業藝術背景，於樂生療養院擔任志工時相遇，期望透過跨領域合作方式與專業藝術治療師合作設計開發具有藝術治療與潛能開發功能之教具。自2012年起進駐北藝風創新育成中心接受創業輔導，透過與專業藝術治療師諮詢及社會機構的合作，以社會企業方式建立穩定營收模式、追求長久並穩定的發展。

2. 作品、商品或案例的設計發想及特色說明：

針對現今社會特殊教育需求，結合團隊跨領域與專業的藝術治療師資合作，開發符合安全性且具有提升感知經驗、功能性與趣味性之教具與教材。另外藉由工作坊與交流會與專業治療師接洽合作、推廣教學，除了建立臺灣首創藝術治療教具品牌，提供更多元的特殊教育與藝術相關教材教具；更期望藉此增加社會對於弱勢兒童的認識與認同，未來還將藝術治療概念運用於老年人口之特殊需求。

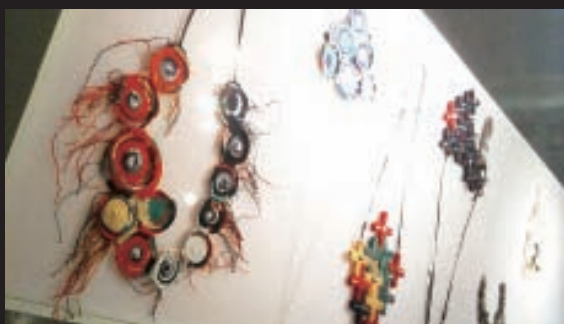
2012 年計畫成效：

- A. 接受北藝風創新育成中心輔導於2013年登記立案。
- B. 感知與溝通訓練教具《PIZZA TIME》開發設計、藝術治療課程企劃與執行—偶戲創作課程、樂山療養院空間美化—指標系統設計規劃等。



【布蘭給我力量】檳榔祈福娃娃系列（手工羊毛氈）

祈福檳榔（puran）利用天然環保素材「羊毛氈」之易塑型且富色彩的特性，更能呈現該產品所散發的創造力。「檳榔、小米、花環」，可視為卑南族的文化標誌。南島語系的民族大多有咀嚼食用檳榔的習慣，在日常生活中亦作為傳統聘禮與訪客的禮品。其中傳統卑南族人在祭祀與祈福儀式時，檳榔（puran）更是不可缺少的象徵物品。不僅協助人們在身、心及精神層面上的釋放，亦兼備兩性與超自然的文化意涵。



【檳榔花系列】—飾品設計

作品以手工細膩的蕾絲鉤針與羊毛氈方式製作，「花」在卑南族文化中，是一項相當重要的族群識別特色。它不僅具有美麗、鮮明、活力的意象，為族人而言生命如同花朵綻放般鮮豔茂盛。作品運用花環色彩與植物檳榔心做為元素，以部落祭典婦女除草祭為發想，製作出以女性為主的首飾品，給予辛苦在部落的媽媽小姐獻上最美的祝福。

「2012 年迴瀾原鄉藝文產業創新育成中心計畫—國立東華大學育成中心」

臺灣瑪巴琉協會—巴卡芙萊工作室

計畫緣由：

巴卡芙萊工作室主要創作具原住民特色相關產品，領域涵蓋飾品、文具用品、生活用品等。此工坊僅一人獨自經營，但產品具有創新概念並有豐富的原住民特色，未來發展很可觀。



【兒童教育文具系列】「好好學族語」顏色筆

「鉛筆」是成長過程中最常使用的學習工具。此作品藉由卑南族傳統衣飾的色彩比例，加上長老訓勉晚輩的一句族語，作為筆身圖案設計。期望在學習書寫的過程中，好好的記錄我們美好語言文化。使用筆身為三角形粗桿，可以有效校正孩童握筆姿勢。

2012 年計畫成效：

- A. 巴卡芙萊工作室於 2012 年 9 月起接受東華大學育成中心輔導。
- B. 2012 年 10 月由東華大學帶領參加文博會，產品因此被國際設計師認可，將在 2013 年及 2014 年參加巴黎及紐約的國際設計展。



2012 Summer 珊墨新品發表

蔡依珊說：「敲花時以各式鑿子敲出紋飾的過程，對我而言宛如握筆創作，反覆敲打在金屬上留下的痕跡，展現了創作中時間的累積，而光線在刻痕上反射出的灰階深淺，更營造出宛如水墨五色般的色澤變化，因此我堅持沿用古法並藉以顯現金屬質感，完整保留手創的痕跡，讓每件作品更富有人性。」



蔡依珊金工設計作品

蔡依珊金工設計進駐信義誠品、敦南誠品、香港銅鑼灣誠品、花蓮文化創意產業園區、In Design「因為設計」

「2012 年輔導藝文產業創新育成補助計畫—學學文創志業股份有限公司」

蔡依珊創意設計股份有限公司

1. 計畫緣由：

蔡依珊於 2009 年受邀至學學文創擔任駐場藝術家，2010 年成立「蔡依珊創意設計股份有限公司」，自創品牌 I-Shan 13，承續古老的金工技法，在一刀一刻間，將生活細節裡蘊蓄的美感創意，構築進 I-Shan13 的飾品創作中。以其姓名與生日所命名的品牌 I-Shan 13，每一套金工創作都有自己的編號，代表其獨一無二的身份與價值，每一件作品如同是一個童話故事。

2. 作品、商品或案例的設計發想及特色說明：

蔡依珊深受水墨美學意蘊影響，《謝赫六法》中強調的「骨法用筆、氣韻生動」，更啟發她超越外在裝飾、探究內在心靈的創作理念。在發表會中，蔡依珊先透過參喜映畫程紀皓導演拍攝她工作時的影片帶大家認識敲花技法，接著分享她如何將水墨畫的柔情轉化成剛毅的金屬工藝創作上。

2012 年計畫成效：

A. 給予行政支援及實驗銷售之協助。 B. 針對不同的設計師屬性及其創作生產期規劃各式新品發表會、講座及時尚走秀，針對品牌忠誠顧客辦理茶會、工作坊等。 C. 2012 年春季媒合國內服裝設計師陳季敏合作，將蔡依珊作品送入設計師品牌通路。



《Behind the Beauty 美麗背後》

導演程紀皓為拍攝了首部描寫美髮業的微電影《Behind the Beauty 美麗背後》。影片展現美髮產業十足的未來性，並強化美髮設計師對夢想追求所付出的努力，透過高畫質的影像與有笑有淚的情節鋪陳，讓更多人了解美髮發展現況以及曼都對人才培育的用心，同時也期待社會各界能藉此了解美髮專業的養成歷程，以及曼都之所以成為美髮龍頭的核心精神就在於重視傳承與教育人才的用心。

參喜映畫股份有限公司

1. 計畫緣由：

導演程紀皓在美國主修電腦動畫，於 2009 年獲得 The Hollywood Reporter KeyArt Awards 全美預告剪輯競賽的肯定，毅然決定投入電影事業。2012 年 4 月在學學文創的輔導下，成立參喜映畫股份有限公司。

群聚的創作者得以在複合素材、複合形式的跨界組合中展現與現代消費者的深度對話，激發不同以往的單一創作能量。

2. 作品、商品或案例的設計發想及特色說明：

以與有張力的構圖及獨具風格的剪輯技巧打造了數支品牌與形象短片。首次執導的曼都髮型劇情微電影—美麗背後，感動美髮界。

2012 年計畫成效：

- A. 以學學投資的建築師事務所、室內設計公司、策展公司、微電影製作公司、出版公司，協助設計師品牌打造型形象及參與臺灣各地的展覽，全力推廣跨界創作的能量。
- B. 2012 年參喜映畫與築點設計、蔡依珊金工設計合作計畫，擦出許多美麗的火花。



「百魚」的圖章

紀錄東海岸漁民從太平洋捕撈漁獲，「有魚」將影像繪製成圖案，雕刻成橡皮章，成為品牌形象與包裝，進而將圖案發展成紙製品與布製品。



刺蔥手抄紙

刺蔥是部落在烹調魚料理時，最具代表性的香料。沒有什麼比刺蔥和飛魚更對味的了！但是這一次不是食物，而是含有研磨刺蔥的美麗手抄紙，上頭以版畫製法壓印了飛魚圖。手抄紙的來源絕對環保與天然，來自「回收牛奶盒的純白紙漿」，加上阿美族傳統樹皮衣所使用的「構樹皮」，與曬乾磨碎後的部落香料「刺蔥」，全手工調和製作而成。

（三）輔導核心創作及獨立工作者進駐文化創意聚落計畫一

[OSAW · 有魚] 部落生活文創產業計畫

OSAW，阿美族語「有餘」之意。東海岸部落居民世代以捕魚為業，有魚即是有餘，珍惜即是豐足。取其有餘，是尊重之美，不但是對人力的尊重，也是對自然的尊重。珍惜物資，就不需刻意開發生產。從住民的真實生活出發，將資源整合，結合親近部落之藝術家，以公平利潤交易，每個當下皆是永續回饋。

藝文職人工作室

計畫緣由：

部落傳統生活是一種簡單的豐足。今天想吃魚蝦就去捕撈，想吃蔬果就去採集，簡單地養幾隻雞，種自己開心的菜園，而器物多半取自天然，手工製造。因為沒有資本主義帶來的貪心，這些活動不須特別宣稱，原本與環境就是平衡友善的。

漸漸地，部落的人口外流，吃魚吃菜的人少了。但果樹還在，食草變成野草，捕魚種菜成為習慣或娛樂。傳統的工藝技法失去功能性，多數人對技術的保存與精進失去興趣，少數的良好技藝被延攬為觀光資源與展示品，脫離了真實的生活。

這裡的阿美族沒有貴族，它的階級是以年齡劃分的。所以它最重要的文化就是它的日常生活，生活其中年齡越老、經驗越長的人，就是越受敬重的人。

部落其實依舊是豐足的。只是豐足失去意義，有餘的經常浪費。該用於生活的資源無用了，該被敬重的



有魚手工皂

將自然農法的刺蔥與檸檬香茅曬乾後，磨成細粉，與玉里模石皂坊合作，製成刺蔥與檸檬香茅兩種香味的手工皂，再用棉紙與手捻月桃繩作包裝。



五節芒掃把

部落老人家的生活至今仍應著自然順行。冬天是五節芒花開的季節，也是老人家為著明年家用而準備「掃把」的季節。五節芒掃把既天然環保又好用，由於纖維細，許多細小的灰塵，可輕意掃至乾淨。

經驗不被重視了，儘管豐年祭一年比一年熱鬧，部落的平日卻是越來越寂寞的。

如果有一個開始，讓勞務的意義回歸生活自身，讓餘留的物資被妥善地分享出去…傳承就是這樣而已吧，生活不是風光的瞬間，文化的力量只要像不間斷的細水，就能長流下去。

於是成立「OSAW·有魚」這個品牌，思索著「復興」這個動詞。期許在荒蕪的農地復興之前，先讓部落真實生活的「活力」，真正地復興起來。

2012 年計畫成效：

A. 由部落文化藝術家、設計師進駐體驗部落生活，並與工藝製作者共同創作「百魚」圖章、刺蔥手抄紙、有魚手工皂、五節芒掃把等具文化意涵作品。 B. 以部落母語（阿美族語）闡述品牌概念與故事，提升文化價值。 C. 藉由部落格與 FACEBOOK 專頁的經營並結合實體通路，推廣「OSAW·有魚」產品與品牌文化。



第一階段產品—東方圖文美學商品

孔夫子說精緻茶具組、酒具組等生活用品，全程在臺灣陶瓷藝術重鎮—鶯歌燒製完成，將不易貼合的書法線條於弧形壺面完美呈現，充分展現臺灣陶瓷工藝的卓越技巧。



紫水晶護身符

以孔子智慧象徵為需要的人精神加持，在產品上附加傳統吉祥祝語，例如：金榜題名、出類拔萃、名列前茅、前程似錦，讓使用產品的人獲得支持力量。讓孔子智慧經常攜帶、時時提醒。

（四）文化創意產業補助計畫一

「孔夫子說」文化創意品牌經營與國際拓展計畫

博能文創事業有限公司

計畫緣由：

2010 年由台北市政府觀光傳播局主辦、博能文創事業有限公司承辦之「大龍峒東方創意市集」活動，邀請揚名海峽兩岸的臺灣漫畫家蔡志忠創作新版孔子。蔡志忠說，兩千五百年來，一般人對孔子的想法，大抵脫離不了「莊嚴」的至聖先師，藉由 Q 版孔子的呈現，希望拉近民眾與夫子的距離，也讓更多人能瞭解孔子的思想精髓。

本計畫以注入臺灣活力創意的 Q 版孔子造型，結合論語智慧語錄之文字美感設計，發展風格獨具的智慧商品，在至聖先師領軍下開拓市場、前進大陸、周遊列國。展現臺灣文化創意軟實力，讓世界認知中華文化傳承在台灣！

2012 年計畫成效：

- A. 奠定文創品牌基礎。
- B. 開發多樣產品及款式：總計開發共 23 種品項、83 款樣式商品。
- C. 品牌形象建立：品質保證—MIT 微笑標章認證、關懷臺灣—結合在地優質廠商製造、社會回饋—品牌發表暨公益行銷。
- D. 海外推廣：受邀參加於大陸杭州市舉辦之首屆「臺灣藝術家精品展」。



旋轉木馬時鐘

Hao Shi 以旋轉木馬傳達「時間」與「記憶」的關聯，「快樂」是當下的感受，然而「快樂的記憶」會跟著時間無限延伸，所以我們在旋轉木馬裡，注入了時間的元素；孩子在秒針上好動的前進，母親在分針上陪伴著孩子，父親在時針上沉穩的守護家人，彼此密切的關係和互動，幻化成時間的流動。



燕子時鐘

以 12 隻不同角度飛翔的燕子，取代時鐘上刻板數字，燕子飛舞的動作凝結於瞬間，時間卻不停的往前走，把靜止和流動兩種美感，融合其中。燕子象徵好運和希望，為您的生活空間多些幸運的力量吧！

良事設計—「Hao Shi」品牌國際行銷計畫

良事設計有限公司

計畫緣由：

目前臺灣文創產業日益發展，但普遍規模不足，鮮少建立國際知名品牌、打進海外市場；本計畫以打造知名國際的臺灣品牌為目標，並拓展臺灣文創海外市場。

Hao Shi 自 2008 年籌備，於 2009 年登記成立工作室，以優雅的風格、生活的美學為創作主軸，每個系列的產品都有獨特的故事性，並藉由海外參展將作品行銷至日本與歐美，並榮獲 2010 International Design Awards Fashion(國際設計大獎-時尚組)銀獎，因為作品的完整度逐漸受到國際媒體的報導與矚目，本團隊於 2011 年擴大營運規模，改制成公司體系，計畫強化國際行銷團隊，擴大力資源，持續性的網路與平面媒體的曝光，增強海外消費者的產品認知度，宣傳 Hao Shi 的品牌形象，以非貴重材質卻完成令人驚艷讚嘆的作品，打造成為臺灣的施華洛世奇。

2012 年計畫成效：

A. 品牌價值聚焦—整合品牌形象系統。 B. 品牌價值傳遞—將品牌形象完整的推廣至各通路與媒體。 C. 品牌價值溝通—藉由參展與消費者傳達品牌形象。



複合媒材之藍染項鍊

藍染布與銅片等結合，透過設計師的巧思及巧手，呈現高貴又特殊民族風的藍染項鍊。



桐顏壁燈

藍型染結合在地樟木壁燈，藍型染透過後面的燈光，鮮明的表現出—在桐花盛開的季節，白了頭的山頭，飄落於流水中的桐花。

臺灣藍創意商品永續經營計畫

卓也小屋手工坊

1. 計畫緣由：

透過計畫之執行，增進各種藍生活技法見證藍染工藝美學，創新藍商品開發並加強藍染產品生活化，並推廣樂活及環保意象，進而以行銷「臺灣藍」—在地文化創意產業的形象，提升「卓也小屋」的主題特色，協助將藍草產業由一級生產提升為六級創意產業及服務業，強化永續經營的優勢。

2. 作品、商品或案例的設計發想及特色說明：

本計畫著重於藍染商品研發生產、跨領域合作機制及塑造「臺灣藍」文化特色，富含濃厚在地特色文化，結合不同媒材加值提昇藍染產品。結合社區發展與園區規畫，推廣及深耕藍染文化，並建立與業界的合作機制，參與國際設計競賽。

2012 年計畫成效：

- A. 商品開發：藍染生活用品服飾與隨身用品等。
- B. 商品販售：園區、通路、購物平台等。
- C. 行銷活動：推廣參展、媒體行銷及園區導覽等。



千峰翠色

青瓷的「青」是對雨過天青顏色的模仿，象徵著人對天、自然的崇敬模仿，據傳五代後周世宗柴榮曾提出「雨過天青雲破處，這般顏色作將來」的理想釉色。



知音—茶倉

陶瓷器結合金工、珠寶鑲嵌、銅瓷、金繕い漆藝的技法，融合於茶席生活美學、以情境去呈現茶席的自然的氛圍。

銅月人生 - 銅瓷藝術策展計畫

高登設計有限公司

1. 計畫緣由：

本計畫以展覽方式分享當代藝術家以銅瓷精神的創作的作品，展現修補工匠令人驚嘆的技術，預計邀請多位陶藝家提供殘缺的作品，以共同創作或由金工藝藝術家透過巧思，讓缺陷變美，並藉著深度的文化體驗使大眾更了解銅瓷文化，讓消費者透過體驗傳承此項失傳的技藝。

「銅月人生」品牌的核心價值就是提供更貼心的服務，在台藝大成立專業陶瓷修復中心，為大眾提供陶瓷修補的服務，物質環境富裕後，人對物的情感需求增加，讓銅瓷修補更凸顯其價值，銅月人生 - 銅瓷藝術展覽，整合了歷史、文化、教育、透過體驗讓社會大眾對銅瓷有深度的了解，亦帶動了兩岸之間文化藝術的互動與交流。

2. 作品、商品或案例的設計發想及特色說明：

「銅月人生」修復研究中心—從傳統技藝發展出的創新服務，針對古物或珍貴器物、珠寶首飾提供客製化的修補服務。未來將會拓展到其他媒材的修復研究，漆器、木器、玻璃、影像，加入科技材料與創新技術的應用，如銀黏土也可成為新的修補材料。

2012 年計畫成效：

A. 預計完成推廣活動包含銅瓷文化展覽、銅瓷文化體驗活動。 B. 預計完成人才培訓包含傳承課程及講座規劃。

第四章

工藝產業旗艦計畫



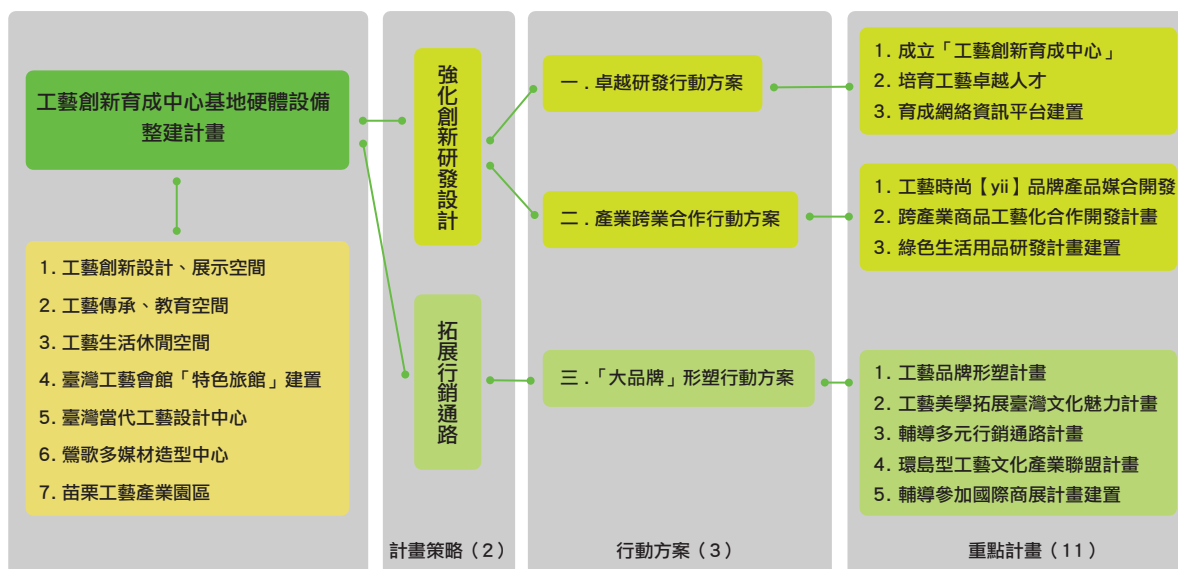
作者：大葉大學工業設計系 李昱萩、謝汝軍、陳姮臻
指導老師：洪嘉聯，合作臺灣工藝之家：邱錦緞

作品名稱：《輕青走》
獲獎獎項：2012 新一代設計競賽工藝設計類銀獎

工藝新趣計畫作品

[工藝美學，體驗經濟，打造美感生活新境界]

工藝產業旗艦計畫



工藝產業旗艦計畫架構圖

一、政策背景

文化部工藝中心自 2002 年至 2007 年間執行「挑戰 2008 國家發展重點計畫—文化創意產業發展計畫」之子計畫「傳統工藝技術」，冀以臺灣傳統工藝活化與振興，發展新世紀臺灣工藝產業，塑造新臺灣創意時代下的造形文化風貌。工藝中心主要以盤整工藝產業現有資源及養分活絡、設定輔導措施及準則為主要施政主軸，以「工藝文化園區整建計畫」、「地方工藝文化發展計畫」、「生活工藝推廣計畫」3 大面向鋪陳，執行工藝產業育成軟硬體發展起飛之整備條件與環境。

於前述計畫中，如培育種子人才傳承工藝技術、地方特色工藝之扶植及技術輔導、臺灣生活工藝推廣、國際工藝文化交流等計畫項目，經以產地為中心之技術人才培訓，結合社區總體營造的地方工藝文化經營，推動工藝新生活深化生活工藝理念、培育工藝消費人口為策略，並已累積相當成效，對文創產業所需工藝技藝傳承及人力資源養成，紮下深厚根基。

尤以「國家工藝成就獎競賽」、「臺灣工藝設計競賽」、「臺灣工藝之家」評選舉辦，均已累積相當可觀之臺灣工藝文化資產，而這些是國內設計相關產業創意應用的源頭，更為訴求全球文化差異化的符碼識別所在，亦為工藝中心推動國人落實生活工藝化及工藝美學之最佳例證及說帖。

惟有關形塑臺灣優良工藝品牌，打造工藝鮮明形象，經營工藝品牌的消費群等，因國內工藝產業多為小型企業或個人工作室，普遍缺乏行銷技能，無佈局銷售據點之財力，又乏區域整合行銷的外部支援，產銷通路無暢通，產業規模及產值無法擴大，因此亟需整合各界資源廣續予以協助，以強化產業競爭力、擴大產業視野及規模，營造產業發展環境。

「挑戰 2008 國家發展重點計畫—文化創意產業發展計畫」結束後，工藝中心另提出 4 年期程（2008～2011 年）「工藝創意產業發展中程計畫」，於 2009 年 5 月 14 日行政院頒布「創意臺灣—文化創意產業發展方案」，納入工藝創意產業於六大旗艦計畫，並修訂本計畫為 6 年期之（2008～2013 年）「工藝產業旗艦計畫」，並配合旗艦計畫之實施，歸納「強化創新研發設計」及「拓展行銷通路」2 項策略，3 大行動方案及 11 項重點工作，提升國家形象及工藝產業競爭力。

目前工藝中心刻正引導及匯集工藝中心多年耕耘工藝產業其生根及茁壯發展之形勢，針對產業升級、提升產品美感競爭力、開拓消費需求市場，營造其因應全球化趨勢創新永續發展之能量，同時建設「臺灣工藝文化園區」成為臺灣邁向國際視野及競爭力的新工藝時代之工藝創意產業發展基地，以開創工藝形塑臺灣意象新時代的來臨。



工藝新趣計畫作品

作者：國立雲林科技大學創意生活設計系 藍康華
作品名稱：《逐光・築光・燭光—精油燈具組》
指導老師：陳啟雄，合作臺灣工藝之家：李榮烈
獲獎獎項：2012 烏克蘭國際發明展金牌、臺灣 Qualia 感質賞感質商品設計競賽金獎

二、政策目標

（一）發揮臺灣工藝創新育成機制及功能

強化產業研發設計與技術之能力，連結臺灣與世界工藝時代脈動，建立臺灣工藝永續發展平台。

（二）推動「產業群聚」與「異業媒合」

發展合縱連橫的「現代工藝產業網絡」及具可塑性之「現代工藝創新研發聯盟」，達成推動「產業群聚」與「異業媒合」任務。

（三）推動永續的「地方工藝產業輔導機制」

達成文化資本累積、文化資源加值應用，以微型化之產業發展促進地方觀光與經濟發展之任務。

（四）打造示範性之臺灣工藝文化園區

以工藝美學、體驗經濟打造示範性之臺灣工藝文化園區，傳遞美感生活新境界之意象與意境。深耕臺灣優良工藝品牌與形象，發展工藝授權機制，打通國內外市場通路，行銷世界，創造產值。

三、實施策略

在第二期計畫中，工藝中心強調以「強化創新研發設計」及「拓展行銷通路」之 2 大實施計畫策略，3 大行動方案（包含卓越研發行動方案、產業跨業合作行動方案、「大品牌」形塑行動方案）之 11 項重點計畫執行，亦同時進行「工藝創新育成中心基地硬體設施整建計畫」，以加速工藝產業精質化的歷程，並讓臺灣工藝產品優質設計與品質，行銷國內外、提高市占率，提升國家形象及文化競爭力。

四、重要成果

（一）工藝新趣計畫—發掘工藝新秀

工藝新趣計畫，藉由「臺灣工藝之家」藝師精湛的工藝技術及豐富的創作經驗，鼓勵國內藝術設計相關科系學生積極投入工藝產業領域，提供傳統與創新接軌的介面。2011 年度參與計畫的 10 位臺灣工藝之家：張憲平老師講求精準尺度與嚴謹製程；陳景林老師用身體力行來構築集體感知的大地色彩；廖勝文老師突破傳統創新求變；陳茂輝老師將殘缺的木料變成了一個個驚嘆號；張舒岫老師體驗在地生活刻劃寫實人生；李榮烈老



工藝新趣計畫作品

作者：國立臺灣科技大學工商設計所 曾卉瑀

作品名稱：《LP plate》

指導老師：董芳武，合作臺灣工藝之家：廖勝文

獲獎獎項：受邀參加 2012 新加坡國際傢飾設計展

師順應人生肩負傳承的使命；邱錦緞老師結合設計勇於創新；林善述老師體會不同世代衝擊激發更多創作可能性；林文嶽老師清新脫俗的結合藝術與工藝；施秀菊老師鼓動生命熱度創造繽紛色彩的人生。工藝家們用生命與熱情，帶領了這批充滿創意活力的年輕學子，為傳統工藝開創出另一種世代交替的創意與價值。

工藝新趣為一跨年度計畫，2011 年計畫自 7 月 1 日執行至 2012 年 3 月 31 日止，共計補助 12 組團隊並開發出 44 組創新工藝作品，讓國內 10 所大專院校共計 12 個藝術與設計相關科系學生，對於傳統工藝有了實際接觸的機會。經由雙手的勞動與生活的體驗，運用不同媒材與技藝，將新生代的創意思維完整呈現在作品上。此外，學生也透過參與國內外競賽與各項展覽，將臺灣的創新工藝推向國際舞台：如參與「2012 新一代設計競賽」，獲得工藝設計類銀獎、銅獎與廠商特別獎，更榮獲 2012 德國紅點設計獎（Red Dot Design Award）獎項與 2012 烏克蘭國際發明展金牌及銀牌，在在都展現出臺灣學生工藝設計的創新價值與實力。並受邀參加「2012 新加坡國際傢飾設計展」及「新光三越工藝設計競賽展覽」（臺北、臺中各一場次）；計畫並發行成果專輯 1,000 冊，將展現出臺灣學生工藝設計的創新價值與實力。

透過這樣的創造工程，希望能將工藝教育向下扎根，提供充沛的能量與養分，讓這些原創種子蓄積無限寬廣的未來，並讓臺灣工藝脈絡得以延續傳承，開創出茂密豐碩的果實。

（二）工藝文創人才培育計畫—漆工藝研究會的運作

工藝人才培育是建構文創產業鏈最基礎也是最重要的工作。工藝中心自 2008 年到 2012 年來，培育各類工藝人才分為：

- 民眾推廣培育，社區及種子教師對民眾的推廣教育：每年約 5 萬人次。
- 卓越技藝人才培育：2012 年有 9 個班別，培育至少 140 人，研習產品 200 組件以上。
- 工藝文創人才培育：2012 年有 8 大研究會，會員約 260 人。

在工藝文創人才培育方面，是工藝中心每年執行的重要項目，強化培養專業工藝人才進行創新，引進生活主題發想文創商品，嘗試拓展新的生活文化市場。2012 年計有金工、玉石、漆藝、陶瓷、植物染、木藝、竹藝、藍染和複合媒材等 8 個工藝研究會，分別以日月潭伴手禮、紅茶茶具、香器、歇腳椅、新 30 女性等新的生活文化主題來開



漆藝生活文化產品開發—李基宏香器



賀木堂公司臺灣美人茶酒漆器包裝

拓文創商機。所開發的產品獲得不同產業界的青睞，並進行合作開發與行銷。以漆藝研究會說明，漆藝研究會 2012 年度計畫 3 條主軸：

1. 主軸一：與產業及市場零距離

開辦漆藝量產相關產業化系列研習課程「漆藝產業竅門短期研創營」，學員易佑安、黃淑蘭、蔣茂煌等分獲國內競賽獎項；期間並辦理通路研創及雙品牌方式行銷之交流講座，加強會員成本觀念。在漆藝文創產業建構推廣方面，有兩項成績：包含媒合設計師吳孝儒與會員江添昌上漆、由 HAN Gallery 漢藝廊與香港 ILIVETOMORROW 藝廊共同生產及行銷的研創產品 Plastic Classic 圈凳，於赫爾辛基展出並接獲國際訂單製作生產。

另外為媒合華懋廣告公司的設計案，臺灣美人茶酒漆器包裝盒與漆藝從業人員共同合作研發，以木胎紅漆呈現茶酒獨特的香醇，並藉由漆藝提升產品的附加價值，在 2012 年中秋節檔期第一批限量生產 1,000 件的漆藝包裝盒已銷售一空，創造約 650 萬元產值的亮眼成績，並陸續接獲訂單生產中。

2. 主軸二：向大師學習

以持續提升國內漆藝創作者之技藝職能為目標，邀請日本沉金漆藝家鳥毛清老師來臺教授沉金漆藝課程，學習日本漆藝製作精神與涵養。

3. 主軸三：擴展具國際觀之生活文化產業

以「漆藝香器」為研創主題，引領人們獲得紓解、增進心靈能量，達致內省與前瞻，讓原本具象的物件延伸出人的情感與精神意涵，呈現漆器在生活裡的另一種可能性，徵選補助產品開發及日本交流見學研修，構築具國際觀的創作理念與精品研發能力。

（三）2012 國際工藝設計合作—「手製對話・臺灣瑞典—漆藝複合媒材產品開發計畫」：

在與國際設計師合作計畫中，2012 年除了延續和法國設計師合作，並擴展和荷蘭設計師及北歐設計師合作，期望引進不同文化的美感經驗與設計思考，作為我國工藝朝國際化發展的養分。在 2012 年中與瑞典設計師合作，由於設計師的經驗



Matti 設計作品：泰雅族編織物結合漆藝的木罐



Matti 設計作品：漆竹燈

與成熟，使計畫進展相當有機會更進一步朝市場發展。計畫在 2012 年度主要以臺灣漆藝為底蘊，加入西方設計觀點，進行產品設計研創。瑞典為目前世界家居設計產業的第 3 大巨頭，僅次於義大利與英國，依據 1999 年統計，瑞典有 9% 的就業人口從事文創產業，其中成長最快的是設計產業（成長 124%），2005 年瑞典中央政府以「更多的設計」為口號，文化部門結合民間團體共同參與，開辦了「國家設計年」的旗艦計畫與相關活動，在國際發光（上述統計數字引用 2009 年由大塊文化出版、馬克斯著之《極地之光：瑞典・設計經濟學》一書）。

對瑞典人而言，「設計」的服務對象不僅是社會菁英，也不是富貴階級的特權表徵，而是為社會中每一個人所享用。瑞典以「民主設計」的理念，希望創造出美好且為一般大眾都能用得起的日常生活用品。

有鑑於此，在思考傳統工藝產業體質轉型之際，迫切感受於整體工藝產業當代美感經驗不足，侷限於傳統型制無法突破。如何轉化漆藝材料本身的天然、環保與手感之優勢，擴展視野與國際接軌，從北歐的瑞典以設計師不同的角度看待臺灣

漆器，發掘臺灣漆器新的可能性，期與瑞典設計碰撞出創意火花，藉由交流合作研創模式發展國際市場。

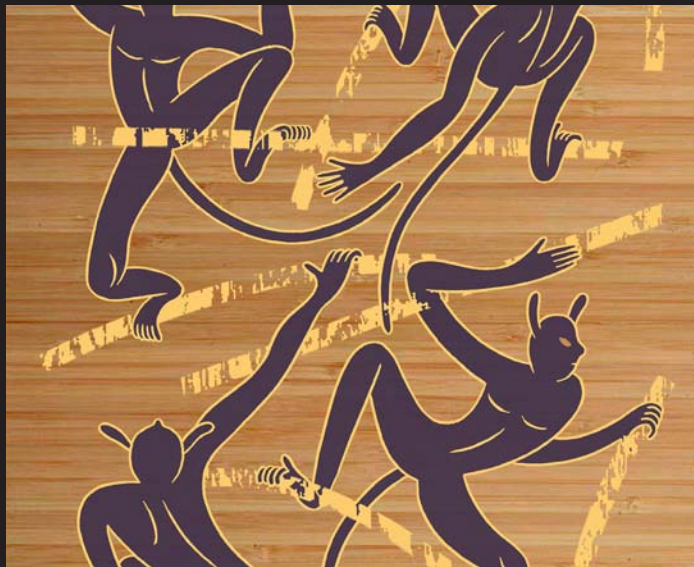
年度內邀請 Matti Klenell、Stina Löfgren 等瑞典設計師來臺交流合作研創產品，Matti Klenell 設計多款運用泰雅族編織物結合漆藝的木罐深具本土特色，Stina Löfgren 則擅長平面設計以漆畫海報、桌面兩用的概念設計。期藉由兩位瑞典設計師在國際的知名度與多國通路，有機會引導臺灣漆藝產品在國際重要展覽、藝廊、專賣店等發表，進行推廣活動並測試國際市場，學習「用消費者熟悉的方式，來講一些他們不熟悉的事」，透過臺灣工藝的感動力，克服文化差異在國際行銷的問題，啟發臺灣工藝設計、創作者對國際市場的了解，並可因此交流合作取得行銷先機，達到文創產業推展之最終目標。

（四）多愛藝點— 2012 臺灣工藝節活動

「多愛藝點— 2012 臺灣工藝節活動」日期自 2012 年 11 月 3 日至 11 月 11 日共計辦理 9 天，由工藝節概念微電影起始，以簡約手法串聯本年度活動的「多愛藝點」精神，透過簡單的故事情



Matti 設計作品：蒔繪漆凳



Stina 設計作品：漆畫海報可作為桌板兩用

節闡述活動的精神主軸，以不同的人物角色發掘喜愛工藝的過程，而首創工藝與文學結合的紅豆愛染童詩部分，徵選約 120 件新詩作品，展出得獎入選 55 件作品，主要發想自工藝中心相思大道撿拾心形相思豆的浪漫情懷，藉由現代新詩抒發情感，在工藝、文學與美術間的對話中，找到另一種感動。【秋韻】第一屆紅豆盃流行音樂大賽獨創且巧妙地結合音樂與工藝兩種元素，以「相思、愛戀」為主題表演，邀集來自全台灣各地熱愛音樂 45 個團隊參與音樂比賽，融入工藝特色及文化內涵。

靜態的展示如在地化的「良品美器精品展」、「心藝·新意—創新設計人才生活工藝展」、「優活·欣情—在地土親巧藝市集」及國際策展「新義大利展」等，引領民眾擁有更多國際新視野與在地的豐富工藝情感，別具特色的「文人四藝九秋接力展暨發現工藝生活美學」示範表演，邀請四藝達人現身說法指導民眾品賞四藝的入門訣竅，帶領民眾體驗文人四藝的風雅韻味。全臺計有 56 個工藝社區及工作室等參與工藝展售活動等，發揮社區群聚力，活絡微型文化創意產業發展。

延續 9 日包含緊湊的活動，以 4 大館舍的特色展

覽活動為主，工藝展售活動、動態表演及延伸活動等搭配，活動期間吸引至少 20 萬人次參觀，創造 240 萬元營業收入，深度凝聚工藝能量，讓民眾認同工藝、喜愛工藝進而重視工藝，落實「工藝即生活，生活即工藝」之精神。工藝中心另於日月潭向山遊客中心辦理「心·在地」日月潭工藝伴手禮展售會與「藝師意思話工藝」活動，搭配日管處辦理之日月潭火花節活動，導入觀光休閒產業，提升更多工藝人口參與，活絡地方工藝活水。

透過辦理 2 場推廣活動記者會，共計吸引 50 間平面、電子及廣播媒體參與報導，拓展工藝節活動知名度；增進社區工藝新動力，開幕當日舉行「就愛秀稻草—工藝創意踩街活動」，邀請來自全臺灣 12 個社區共同參與，以工藝創意造型與熱鬧精彩的打擊樂與森巴鼓音樂等融入踩街隊伍中，吸引超過千人共同參與踩街遊行活動，落實工藝生活化的理念。

（五）工藝多元行銷通路—拓展各種行銷通路的可能性

現今全世界經濟發展導向以技術創新、文化創意



臺灣文創會館舉辦 2011 臺灣工藝精品展



2012 臺北國際禮品暨文具展設計好物區：臺灣優良工藝品—良品美器展

與體驗服務為主軸。以臺灣而言，除了製造技術與服務品質的提升之外，文化與創意將是我國產業未來蓬勃發展的關鍵因素。

然而，振興文化創意產業不只是創意開發或創作品展現而已，工藝藝術創作者往往專注於創作當中並分身乏術，無法與外界有效地連結，更遑論將創意產品商品化及事業化，甚至兼顧工藝創作及商業行銷等。

2012 年為協助臺灣工藝創作者及廠商行銷推廣，工藝中心以所認證之臺灣優良工藝品、臺灣工藝之家為主，將其推介於電子通路、實體銷售據點、百貨精品、飯店旅館、建築公司及各產業據點等通路，藉以行銷臺灣在地優質工藝精品，拓展行銷據點並提高產值增加實質效益，目前合作約計 36 家展售通路點，並參與國內 5 個商展；而針對各據點及產業對工藝品需求不同，為達分層行銷之效益，亦編印《2008～2011 年臺灣優良工藝品型錄》及《珍藏藝品—工藝禮讚工藝品系列型錄》，提供各單位作為餽贈禮品選擇參考，也讓民眾除了在實體通路外，亦可藉由型錄認識及購買更多類型工藝品。

除與通路合作之外，並於桃園國際機場第二航廈入境大廳辦理「臺灣工藝之家推介展—工藝之美」及刊登臺灣工藝之家及臺灣優良工藝品公益廣告燈箱，藉由國家門面露出行銷，讓國內外人士能認識臺灣優質工藝品，建立國家認證推廣之工藝品牌形象。同時，與華航合作獨家代理經認證之臺灣優良工藝品入選廠商—天染工坊開發之《臺灣四季》天然染色純絲圍巾，於 2013 年 1 月華航機上型錄露出，預期擴大行銷推廣「良品美器—臺灣優良工藝品」衍生品及增加國內外行銷產值。

值得一提的是，2012 年 10 月 18 至 10 月 21 日參加文化部於南港世貿展覽館舉辦之「2012 臺灣國際文化創意產業博覽會」效益斐然，工藝中心整合了 3 項重點計畫，共邀集 8 位臺灣工藝之家、2012 臺灣優良工藝品評鑑入選作品及「心・在地」日月潭伴手禮開發等 3 項重點計畫超過 200 件臺灣優質工藝作品。4 天展期除獲得大會頒贈「最佳攤位展示獎」外，現場成交金額達 494 萬元、後續訂單金額累計超過 906 萬元，總產值達 1,400 萬元，另有超過 132 家合作通路、81 個展售活動等洽談後續合作機會，成果豐碩，未來商機無限。

第五章

電視內容產業 發展旗艦計畫



(三鳳有限公司圖片提供)



2012 年台北電視節頒獎典禮

一、政策背景

為推動我國文化創意產業發展，政府推動 2010 年至 2014 年「電視內容產業發展旗艦計畫」，計畫為期 5 年。計畫內容概括市場資訊的提供與趨勢預測、資金挹注比例的增加，及故事編寫人才的開創與培養等，從產業的創製、生產、行銷及拓展國際市場上，提供財務、人力、法規、市場、行銷等支援，兼具人才奠基、內容創意輔助、環境改造及國際行銷層面，期塑造我國電視產業優質競爭力。

二、政策目標

- 奠基拔擢一成為華語影視節目人才供應重鎮。
- 加強產銷能力，奠定臺灣在華語地區節目製作品牌風格及代表地位。
- 打造臺灣成為亞太華語文地區電視劇產製王國，取得領先優勢。

三、實施策略

本計畫從產業創製、生產及行銷，提供財務、人

才、法規、市場、行銷之支援，規劃 3 項主要計畫：

（一）人才庫開發

針對市場需求，培訓產業所需之導演、編劇、演員、攝影、燈光、美術、音效、剪接及行銷企劃等專業人士，以活絡本土電視產業拍製環境。

（二）風潮崛起

強化現行節目產製輔導以扶植兼具國內、外市場銷售力，且具帶動數位產製技術創新為優先的作法，逐步提高節目製作經費補助額度，以帶動更多節目的產製，提升數位電視節目產能及數位製作技術交流，增加臺灣節目進入國際市場能量。

（三）臺潮擴散

擴大國際影劇展演活動及市場資訊交換機會，協助業者赴海外投資或輔導參加商展、觀摩展，且透過軟性與非政治性之展演及影視論壇活動，形塑臺灣優質國家形象。



2012 年度廣播金鐘禮讚



《醉後決定愛上你》劇照
(夢田影像股份有限公司圖片提供)

四、重要成果

(一) 培訓電視專業人才

1. 辦理「電視專業人才培訓」案

為培養影視創作、編劇、演藝等新進人才，厚植電視產業發展潛能，2012 年度補助編劇類、演藝人員類及幕後專業人員類等課程，課程總時數 1,115 小時，共培訓人數 222 人；辦理「電視綜藝節目製作人才培訓」案，課程總時數 86 小時，共培訓人數 30 人；「電視節目行銷人才培訓」案，課程總時數 70 小時，共培訓人數 60 人。

2. 辦理電視節目劇本創作獎

為鼓勵愛好寫作人士從事電視節目劇本之創作，並發掘及培養電視節目編寫人才，2012 年徵選獎勵 12 件優秀長篇及短篇電視節目劇本作品，

並於 11 月 30 日舉行頒獎典禮，公開表揚得獎作品，共計核發獎金新臺幣 570 萬元。

3. 廣播電視金鐘獎：

2012 年度廣播金鐘獎設有 29 個獎項，計 1,040 件作品報名參賽，獲選入圍作品 137 件；電視金鐘獎設有 35 個獎項，計 1,686 件作品報名參賽，獲選入圍作品 162 件，並分別於 10 月 19 日及 10 月 26 日辦理廣播電視金鐘獎頒獎典禮，廣播金鐘獎吸引逾 1,500 人次參加現場典禮，平均收視率 0.17（總收視人口 92 萬 2,000 人）；電視金鐘獎現場參加典禮來賓逾 2,000 人次，平均收視率達 3.6（總收視人口 382 萬 2,000 人）。

(二) 補助製作高畫質電視節目

政府自 2006 年度開始補助製作高畫質電視節目，節目類型涵蓋連續劇、紀錄片、電視電影、動畫



《倪亞達》劇照（三立電視股份有限公司圖片提供）

及兒童少年節目，至 2012 年度補助共達 214 部，累計節目時數 2069 小時。其中，《小太陽》（動畫類）、《最後島嶼》（紀錄片類）、《父後七日》、《不能沒有你》（電視電影類）、《倪亞達》、《醉後決定愛上你》（連續劇類）等不同類型之獲補助節目，均頗獲觀眾好評，2010 年度獲補助連續劇「我可能不會愛你」更創造 5.51 的高收視率。

（三）協助影視業者行銷海外市場

1. 台北電視節

「台北電視節」係提供國內外影視買家與賣家進行版權交易與洽商的專業性展覽平台。「2012 台北電視節」於 9 月 19 日至 21 日在臺北圓山飯店舉辦，活動內容包含「國際電視數位內容展」、「影視基地宣傳活動」、「國際電視論壇」及「國際迎賓酒會」等 4 大主軸活動，計有 88 家影視業者設攤參展，以及來自全球 16 個國家地區的電

視媒體產業專業人士蒞臨參訪，參觀總人數 7,500 人次；現場交易時數 2,393 小時，現場交易金額約 1,790 萬美元，展後延伸交易金額約 3,580 萬美元。

2. 國際性影視行銷活動

2012 年輔導業者參加香港、法國坎城、匈牙利、上海、韓國首爾、日本、新加坡及北京等 8 場國際影視節，累計版權交易時數達 6,432 小時，交易金額達 2,010 萬 5,500 美元。

第六章

電影產業旗艦計畫





《寶米恰恰》電影劇照

一、政策背景

電影產業係文化創意產業之火車頭，對一國經濟復甦、國際形象確有重大助益。文化部影視及流行音樂產業局對於電影產業之輔導，係針對電影創意、製作融資、行銷映演、人才培育、後製技術等產業鏈各環節，訂定各項輔導補助措施，建構完整產業發展環境，協助業者從事電影產業上中下游業務產生之各項需求。

國片近期復甦的情形，並非突然產生，產業之發展通常有萌芽期、成長期、興盛期、衰退期，國片當然也不例外。1980年代臺灣電影新浪潮為臺灣培育許多國際知名的大導演，該時期許多的臺灣影片在國際影展大放光采，但在國內票房卻往往不理想，造成臺灣影片產量及市占率下降，再加上2002年臺灣加入WTO，全面開放外國影片進入臺灣市場，臺灣電影票房一直延續低迷狀態。

直至2008年《海角七號》創下新臺幣5億3千萬元票房佳績，才使臺灣觀眾對本土電影重拾信心，也使臺灣電影產業逐漸找回商業市場意識，開始重視觀眾口味、行銷手法及市場回收概念，並逐漸扭轉觀眾消費行為，也造就目前國片復興

熱潮。近3年國片年產量提高為40至50部，創下近10年來新高，此轉變並非一朝一夕，而是政府與民間共同攜手努力及辛勤耕耘的結果。

經審慎評估整體市場，多次諮詢業者及專家意見，政府於2010年研擬及推動「電影產業發展旗艦計畫」。該計畫分階段扶植並審慎配置整體資源，以擴展華語（包括中國大陸）電影市場為願景，提供業者所需的資金奧援及政策性協調進入華語市場，並透過提供市場資訊、創意開發、行銷平台等計畫，策略性協助業者解決開拓華語市場上所面臨的問題和需求。此外，該計畫亦針對我國電影工業發展與人才培訓，進行輔導與扎根，期塑造優質環境，做為我國電影產業推向海內、外發展的堅實基礎。

二、政策目標

- 輔導國片製作及協助業者籌資，提升國片質與量。
- 興革各項輔導措施，塑造優質電影基礎環境。
- 加強國片國內外行銷，提升國片觀影人口。
- 把握兩岸開放契機，輔導業者開拓大陸市場。
- 迎合數位科技發展，提升電影工業水準。



文化國是論壇：尋找振興國片的黃金密碼

三、實施策略

（一）協助業者拍出華語市場叫好又叫座之國片

1. 推動電影創意及劇本開發

為輔導電影產業創意開發、發掘產業創創新力軍，持續補助國家電影資料館辦理金穗獎、電影短片輔導金、優良電影劇本徵選等 3 項獎項。另為因應業界需資金挹注以邀請團隊從事劇本開發之市場性需求，提供業者申請國產電影片劇本開發補助，以協助業界開發具華語市場競爭力之劇本，2012 年度 2 梯次共核定 23 件劇本開發案。

2. 輔助業者拍攝具華語市場競爭力之大、中、小型國片

為輔助業者拍出具市場競爭力之國片，設有國片旗艦組及策略組補助金，針對製作成本新臺幣 6,000 萬元以上影片，進行策略性補助，重點輔助業者拍出華語市場叫好又叫座的中、大型影片，2012 年共核定補助 2 件電影企畫案。另設有長片輔導金，輔助業者拍出兼具市場性與文化多元性

之中、小型影片，2012 年 2 梯次共核定 17 件電影企劃案。

（二）策略性輔導國片華語市場行銷及推廣

1. 加強輔導國片海內、外市場行銷及推廣

（1）辦理 2012 年「德國柏林歐洲電影市場展」、「香港國際影視展」、「法國坎城電影市場展」、「釜山亞洲電影市場展」。共輔導 122 家臺灣片商參展、244 部次影片參展，並辦理「臺灣影視交流酒會」協助片商建立影視人脈，拓展國際市場。

（2）整合國片發行映演通路，徵選電影片映演業者辦理「國片院線」，以協助解決及保障國片之放映通路及檔期問題。國片院線共有 73 家戲院，318 廳；另辦理「國片網路行銷暨造勢活動」，為國產電影片進行聯合行銷與造勢，並舉辦國片造勢記者會，以提振國片聲勢。

（3）為掌握電影產業的時代脈動，汲取電影工作者對於臺灣電影發展之建言，分別於 2012 年 3 月 31 日及 11 月 18 日舉辦「拍電影，很難嗎？」、「電影圓夢你也可以」電影論壇活動。藉由國片導演、製片及演員之拍攝經驗及心路歷程，鼓勵

年輕學子勇敢實踐電影夢想；藉由電影實務人員及電影專業系所學生面對面交流，培育未來電影專業人才，並協助推廣即將上映之國片，提升國片觀影人口。

(4) 辦理「璀璨國片・耀眼國際」國片聯合造勢記者會。2012 年計有《陣頭》、《痞子英雄首部曲：全面開戰》、《愛》、《女朋友・男朋友》、《BBS 鄉民的正義》、《犀利人妻最終回：幸福男・不難》、《逆光飛翔》等多部精采電影上映，形成國片難得的榮景。為表達對國片的支持，文化部為上映之影片舉辦國片聯合造勢記者會，期藉該波國片熱潮，號召企業贊助並吸引青年學子進戲院看電影。

(5) 為行銷國產電影片，製作「璀璨國片・耀眼國際—Shining Through 21th Century」宣傳短片，協助臺灣電影業者開拓國際市場。

2. 配合法令鬆綁（含合拍機制）及政策談判

(1) 辦理第四屆兩岸電影展：2012 年 6 月 1 日至 6 日於彰化及臺北、6 月 13 日至 19 日於中國大陸西安及寶雞舉行，活動內容包括影展、座談及論壇等，兩岸影視人員互動活絡，對臺灣電影產業進入中國大陸市場有實質助益。

(2) 藉 ECFA 協商成果，開拓國片大陸市場：2012 年共有 4 部國產電影片以進口方式在中國大陸上映，票房累積達新臺幣 4 億 6,850 萬元，另有 7 部兩岸合拍片登陸映演，創下 14 億 1,675 萬元票房，其中《愛》及《痞子英雄首部曲：全面開戰》躋身票房破億人民幣之列，進口片及合拍片票房合計約為新臺幣 18 億 9,900 萬元。此外，兩岸 2012 年共合作辦理 3 次電影文化交流活動，民間團體則多次組團參加中國大陸地區影展或文創（含影視產品）展。

（三）厚植我國電影人才及工業基礎

1. 導引國內、外及中國大陸影片在臺進行前、後製工作

(1) 協助國內外電影場景之拍攝，除建立起聯繫管道外，並促成許多拍片計畫，2012 年度共協調各機關及縣市政府協助 19 部國內影視作品在臺取景。

(2) 促成美商福斯公司電影片《少年 Pi 的奇幻

漂流》來臺取景拍攝案，該片由我國籍知名導演李安執導，已於 2011 年 6 月間完成在臺拍攝製作，並於 2012 年 11 月 21 日在臺上映。

2. 推動「電影製作實務傳承」

2012 年補助「中華電影製片協會」辦理「2012 年度電影製片行銷企劃產業教育訓練班」之電影產業訓練課程案、「臺北市紀錄片從業人員職業工會」辦理「2012 紀工聚會」之電影產業訓練課程案、「中華民國電影創作協會」辦理「第 3 屆紀錄片健檢工作坊」之電影研討會案、「原子映像有限公司」以電影《女朋友・男朋友》辦理「電影製作實習」案、「影一製作所股份有限公司」以電影《下午茶》辦理「電影製作實習」等 5 案電影人才培訓案，共培訓 503 人次。

3. 提升我國電影工業前、後製及數位化水準

發布「輔導電影產業數位升級辦理要點」，鼓勵及輔導我國電影產業升級前製、後製與放映等數位設備器材，2012 年度計補助 5 家電影工業製作業及 50 家映演業。

四、重要成果

（一）2012 年度國片票房穩健成長

2012 年，國片票房總計約 10 億 7,000 萬元，全臺票房破億之國片計有 4 部，分為《陣頭》、《痞子英雄首部曲：全面開戰》、《愛》及《犀利人妻最終回：幸福男・不難》，另全臺票房破 4,000 萬元之國片計有《女朋友・男朋友》、《BBS 鄉民的正義》及《逆光飛翔》，此外，紀錄片《不老騎士：歐兜邁環臺日記》全臺票房已破 2,000 萬，顯見 2012 年國片在各種影片類型上之票房皆有所斬獲。

（二）國片復興在海內外均形成熱潮

2012 年計輔導 244 部次國片參加國際電影市場展、96 部國片參加國際影展，計獲得 35 個獎項，包括：劇情片類《翻滾吧！阿信》獲 2012 年香港亞洲電影大獎「最佳男配角獎」；《賽德克・巴萊》獲 2012 年大阪亞洲電影節「觀眾票選獎」



《愛》電影海報



《陣頭》電影海報

及 2012 年第 12 屆華語電影傳媒大獎「最佳電影獎」；《命運化妝師》、《熊熊愛上你》分別獲 2012 年義大利亞洲電影節「最佳女主角獎」、「最佳原創作品獎」；《殺手歐陽盆栽》獲 2012 年香港金像獎「最佳新演員獎」；《那些年，我們一起追的女孩》獲 2012 年香港金像獎「最佳兩岸華語電影獎」及 2012 年第 12 屆華語電影傳媒大獎「最佳新導演獎」、「最佳新演員獎」、「觀眾票選最受矚目電影獎」、「觀眾票選最受矚目表現獎」及 2012 年第 11 屆紐約亞洲電影節「亞洲新人獎」；《消失打看》獲 2012 年瑞士佛瑞堡影展「評審團特別推薦獎」；《星空》獲 2012 年德國國際兒童與青年觀眾影展「青少年電影競賽片獎」、「青少年電影獎」及 2012 年亞太影展「最佳攝影獎」；《女朋友・男朋友》獲 2012 年亞太影展「最佳女主角獎」、金馬獎「最佳女主角獎」。

紀錄片類《落番》、《翡翠》分別獲 2012 年美國休士頓國際影展「文化類最佳紀錄片白金獎」、「自然野生動物類金牌獎」；短片《小偷》及短片《疼惜天地》分別獲 2012 年日本東京短片節「亞洲國際競賽大賞」及「『停止！氣候暖化』

優秀獎」；短片《No Form》獲 2012 年法國馬賽國際影展「GNCR 大獎」；紀錄片《麵包情人》獲印度喀拉拉國際影展「發行提案改變社會創意獎」及 2012 年墨西哥國際電影節「紀錄片金棕櫚獎」；短片《主桌》獲 2012 年奈及利亞第 9 屆阿布加國際電影展「外國最佳短片獎」及「評審金獎」；《逆光飛翔》及紀錄片《不老騎士：歐兜邁環臺日記》分別獲 2012 年釜山國際影展「最佳觀眾票選獎」及「AND 發行大獎」；《昨日的記憶》獲德國曼漢姆國際影展「評審團特別獎」。

第七章

流行音樂產業 發展行動計畫





第 23 屆金曲獎頒獎典禮舞台遠景

一、政策背景

此計畫為「愛臺十二建設」經費，奉行政院 2009 年 10 月 23 日院臺文字第 0980051236 號函及行政院 2010 年 6 月 17 日院臺聞字第 0990033495 號函核定，計畫總經費為 21 億 3,500 萬元，執行期間為 2010 至 2014 年，2010 至 2012 年度已編列 11 億 1,672 萬 6,000 元，2013 年度續編第 4 年經費 3 億 5,352 萬元。

爰配合政府六大新興產業計畫，政府策訂「流行音樂產業發展行動計畫」，後於 2010 年 6 月 24 日修正為「流行音樂產業發展行動計畫」。該計畫涵蓋人才培育、活絡市場、創新行銷及接軌國際四大面向。

二、政策目標

- 創新一創新產製能力，以維持臺灣流行音樂在華語市場的龍頭地位。
- 領先—在日、韓等亞洲地區取得流行音樂發展之領先優勢。
- 提升—在歐、美先進地區國家提升臺灣流行音樂之專業形象與品牌知名度。

三、實施策略

（一）網羅明珠計畫（人才培育）

辦理培育音樂創作類團體及個人之創、製、行銷企劃專案，積極培訓產業所需人才。

- 推動設置流行音樂專業課程，將流行音樂產業人才養成納入常規教育體系。
- 鼓勵唱片界與教育界產學合作，提升從業人員實務經驗。
- 聘用國外師資技術合作、交流，以提升國內從業人員技術水準。
- 辦理培植多元語言創作人才發展及作品推廣活動。

（二）深耕夢土計畫（獎勵、保存）

- 辦理金曲獎及金曲音樂節等活動，以活絡國內市場，確保臺灣為華語音樂之領先地位。
- 辦理獨立音樂獎項，發展臺灣成為亞洲獨立音樂的指標性國家。
- 辦理流行音樂資產保存、典藏及展示，協助音樂產業的永續發展。
- 鬆綁流行音樂之相關法令、推動使用者付費之



臺灣流行音樂活動已變成華人重要的文創盛事（圖為「簡單生活節」）

智財權觀念。

（三）傳播天音計畫（研發、推廣）

- 推動表演空間輔導計畫，協助適當演出空間之活化運用、提供充分表演場域。
- 輔導辦理國內音樂展演活動與推廣，提升音樂表演者及資深歌手演出機會，並發展流行音樂主題式觀光行程。
- 鼓勵製作以音樂為題材之大型音樂劇、電玩遊戲、歌舞電影及電視節目等跨界合作事項。
- 輔導與獎助音樂創新行銷模式及協助數位音樂的發展。
- 設置流行音樂專案辦公室及辦理市場調查與研究。

（四）飛騰萬里計畫（海外行銷）

- 輔導及補助業者及從業人員赴海外研習、表演及參與國際重要音樂獎項，以開拓海外華語市場，接軌國際市場，促進國際參與及培植國際型表演實力。
- 協助業者在中國大陸發展，例如：爭取於中國大陸獨資等。

四、重要成果

總產值 2009 年為 76 億 5,900 萬元，2010 年為 85 億 3,600 萬元，2011 年提升為 102 億 9,200 萬元。

（一）網羅明珠計畫（人才培育）

- 辦理「旗艦型流行音樂製作及整合行銷產業促進計畫」：協助唱片公司發展音樂品牌價值與產值，計 36 件申請案，16 件獲補助，引導業者相對投資 2 億 299 萬 7,917 元以上，同時協助唱片業者培植演唱新人共 6 組。
- 辦理「補助樂團錄製有聲出版品案」：培植優秀樂團，補助其錄製有聲出版品，厚植流行音樂產業發展潛力，計 175 組樂團提出申請，40 組樂團獲補助；並於 10 月 27、28 日二天在花博公園舉行臺灣樂團潮成果發表會，合計吸引超過 36,200 人次民眾參加。
- 辦理「臺灣原創流行音樂大獎」：培育臺灣原住民、客語、河洛語等母語音樂創作人才，增進社會大眾對臺灣族群文化的認識，報名件數 253 件，共 21 件得獎，決賽及頒獎典禮於中油大樓國光廳舉行，當日計有 1,900 人次觀眾到場參與，媒體報導多達 43 則；並於 9 月 22 日在信義香堤



五月天與 Stay Real 策劃之《無限創造 DNA 演唱會幕後之王 主腦公開展》

廣場舉行原音重現音樂演唱分享會，計有 3,000 人次參與。

- 辦理「流行音樂人才培訓補助計畫」：鼓勵有聲出版業者及學校培訓流行音樂產業所需人才開設創作、製作、行銷、展演及演奏技巧等課程，促進流行音樂產業發展，計 12 件申請案，7 件獲補助，共計開設 263 堂課程、預計培訓 680 人次。

（二）深耕夢土計畫（獎勵、保存）

- 辦理第 23 屆「金曲獎」，傳統藝術類計有 1,520 件作品，共頒發 14 個獎項；流行音樂類計有 10,018 件作品，角逐 24 個獎項，1 名特別貢獻獎，評審委員達 92 人次，並分別於 6 月 2 日及 6 月 23 日舉行頒獎典禮。頒獎典禮平均收視率為 5.77，有效收視率（15 歲～44 歲）為 6.26，首播總收視人口超過 533 萬人，SHE 合體演出及最佳國語男歌手亂彈阿翔收視率皆高達 8.87、蔡健雅收視率 8.71、鳳飛飛 3D 立體投影收視率也高達 8.1，創 12 年新高，參加典禮總人次逾 10,900 人，相關活動之電子、平面、網路及廣播等媒體報導至少 1,214 則。

- 為活絡國內音樂市場，2012 年持續於 6 月 15 日至 6 月 24 日計 10 日假華山文化創意產業園區擴大辦理「金曲音樂節」活動，包括設立音樂市集（含流行暨獨立音樂館及數位音樂館）、設計展、明星商品展、MV 影像展，舉辦金曲論壇 12 場、大型演唱會 5 場、中型演唱會或簽唱會近 40 場，提供跨界專業人士交流平台，總計 77,000 人次參加相關活動，另並舉辦 Welcome Dinner、Music Party 等媒宣及產業交流活動。

- 舉辦第 3 屆「金音創作獎」，共 1,155 件報名參賽，角逐 21 個獎項，總獎金高達新臺幣 210 萬元。11 月 3 日於世貿二館舉行頒獎典禮，並於 11 月 4 日在河岸留言西門紅樓展演館舉辦得獎演唱會。本屆所有得獎者皆出席演出，平面媒體、網路共有 23 則報導；電子媒體亦有 9 則報導。

- 辦理「數位網站服務模式推廣流行音樂補助案」，協助業者建立完整流行音樂產業鏈，並開發建置具創意、便捷之數位音樂商務服務模式，運用社群、App 及網路平台等推廣，分兩梯次辦理，共計 22 件提案申請，有 6 家公司獲得補助，總計引導業者投資達 3,831 萬 7,560 元。



第二屆金音創作獎 最佳電音單曲獎 葉正豪

(葉正豪圖片提供)

(三) 傳播天音計畫 (研發、推廣)

• 辦理「流行音樂跨界產品及商務模式服務製作與開發等產業創作計畫」：鼓勵國內流行音樂業者以跨界合作方式製作、開發流行音樂產品或商務模式服務，提高流行音樂普及率及產業競爭力，共計 16 件申請，獲補助 4 件，促進業者相對投資達 1 億 3,248 萬 9,500 元。

• 為輔助國內音樂展演活動與推廣，辦理「硬地音樂校園巡演活動」，2012 年 10 月陸續於 10 所學校巡演，並舉辦 5 場分享會，總計超過 12,000 人次參加。

• 持續辦理「流行音樂產業調查」，同時進行音樂消費習慣市場調查案。

• 辦理流行音樂有聲出版品創意行銷補助案，共 9 件獲補助，帶動業者相對投資金額 3,511 萬 5,500 元。

• 委託國家地理頻道 (NGC) 臺灣分公司製播臺灣流行音樂特輯 2 部，分別於 2012 年 5 月 31 日及 7 月 31 日首播，10 月 31 日前於福斯國際頻道亞洲區頻道 (如 STAR WORLD 衛視合家歡台、國家地理頻道) 重複播出至少 50 次。

(四) 飛騰萬里計畫 (海外行銷)

• 為協助業者拓展國際市場、培植國內歌手及樂團具備國際型表演實力，2012 年廣續推薦國內歌手及樂團參加國際重要音樂節演出，計有法國「坎城 MIDEM 唱片展」、美國「南方音樂節 (SXSW)」、英國「利物浦音樂節 (SOUND CITY)」、日本「夏日音速音樂節 (SUMMER SONIC)」、「瀨戶內小豆島音樂節」、韓國「仁川音樂節」、德國「科隆音樂節 (C/O POP)」、美國「紐約音樂節 (CMJ)」及香港「呼叫音樂節」等，較上年度新增參與音樂節計 2 項，目前共推薦五月天、Matzka、嚴爵、旺福、白目、滅火器等 41 組樂團及歌手分別赴前述音樂節參與演出。

• 補助業團及流行音樂人士參與國際流行音樂活動及赴海外研習，第一梯次共 25 件申請，14 件獲補助，第二梯次共 19 件申請，13 件獲補助。

第八章

數位內容產業 發展行動計畫



一、政策背景

行政院於 2009 年 5 月公佈「六大新興產業」，其中於《創意臺灣（Creative Taiwan）—文化創意產業發展方案（2009～2013 年）》項下，經濟部擬訂「數位內容產業發展計畫」以落實產業推動政策；2010 年 7 月行政院核定通過「數位內容產業發展行動計畫（2010～2013 年）」，期能以更精進、更前瞻之產業發展策略及推動措施，結合產官學研各界力量與資源，共同投入數位內容產業發展與推動。本年度更配合「經濟動能推升方案」，推動三業四化之服務業科技化與國際化，透過硬體、軟體、內容、系統平台及網路五合一整合推動，強化創意、文化、數位、科技及智慧財產之多元運用，積極帶動臺灣數位內容產業之轉型與升級，推動中堅企業躍升以強化服務輸出競爭力，加速提升我國數位內容產業之國際形象與國際市場地位，達到「發展臺灣成為全球數位內容產業發展成功之典範，並成為娛樂及多媒體創新應用的先進國家」之願景。

二、政策目標

於 2013 年達成：

- 促成產業投資額達新臺幣 1,000 億元。
- 國際合作金額達新臺幣 140 億元。
- 促成產業創新產品數量達 200 件，帶動衍生產值達新臺幣 100 億元。
- 培育 5 家年營收新臺幣 30 億元之國際級企業，開發國際級產品達 10 件。
- 培訓產業專業人才達 8,000 人次。

三、實施策略

（一）軟硬整合，帶動產業規模成長

引導資通訊業者及數位內容業者共同合作，開發

軟硬整合解決方案，並透過補助機制引導數位內容業者與異業、上下游相關業者合作或結盟，發展臺灣獨特創意數位與示範應用，協助發展數位創意產業鏈園區，建構產業完整價值鏈，促進產業投資、創新加值及擴大海內外整體產業規模。

（二）一源多用，鼓勵文創產業投資

激發臺灣在地原創與鼓勵創新數位內容應用，建構創意匯流環境、媒合機制及支援創作開發，推動重點領域跨業合作及發展新興技術創新應用，促進跨業、異業投資與整合結盟，提升產業多元開發能量，並建構完善創意數位匯流法制環境，遊戲消費市場秩序，以增進數位內容與衍生應用產值，加速產業發展與成長效益。

（三）國際拓銷，促進兩岸產業交流

整合數位無縫交流平台，建立國際及兩岸交流合作機制，廣宣臺灣數位創意及創新應用，深化兩岸合作與國際接軌，吸引全球投資，並建構兩岸數位內容創作及競賽交流平台，推動兩岸合作及拓銷國際市場，提升外銷金額。

（四）學研整合，擴大產業人培能量

結合專業人培經驗及學校相關設備資源，培育 π 型（跨領域）原創人才，建構創意開發與就業媒合機制，推動學研整合弭平學用落差，擴大培訓能量滿足人才需求。

四、重要成果

（一）促進產業大型投資，擴大產業規模成長

- 在全球景氣低迷的嚴峻環境下，產業投資仍持



中國國際數碼互動娛樂展覽 China Joy 臺灣館

續成長並支撐產業發展。2012 年產業投資金額達新臺幣 281 億元，主要成長動能來自數位遊戲、數位影音及網路服務等產業領域，尤其隨網路環境、智慧終端設備及消費者習慣的轉變，產業投資方向亦朝 App、Web Game、微電影及雲端平台等轉向；重要案例包括智崙資訊「5D 體感劇院軟硬體整合解決方案」、霹靂國際「霹靂系列布袋戲高畫質數位影音內容製作」、華碩雲端「ASUS WebStorage 雲端平台」及宏達電子「智慧型手機雲端影音服務」等。此外，雖然受全球經濟不景氣、歐債危機、韓國與中國大陸遊戲入侵、電子書閱讀器需求銳減、App、iPad 及平板電腦衝擊等影響，業者投資開發新產品或擴充營運規模之意願降低，整體產業投資仍較 2011 年微幅成長 1.5%。

- 結合區域特色資源與文化資產，並以高雄港灣中心，串連高雄軟體園區與駁二特區為雙軸心，打造數位娛樂中心。高雄軟體園區已有 40 餘家知名數位內容廠商進駐，如西基、智崙、摩鉅、臺灣小學館、鴻海集團捷達新等公司，駁二特區亦有樂陞、兔將及美商 Rhythm & Hues Studios（以下簡稱 R&H）等進駐；另有西基及美商 R&H 公司與南台科大及遠東科大等 13 所學校合作開辦 3D

動畫、視覺特效及遊戲美術學程，提供學校教師培訓與實習，促進動畫產業南移並打造人才訓練基地，加上地方政府大力推動電影、偶像劇等影視產業發展，結合在地文創資源及實證場域，透過「以產帶學、以學推產」之合作模式，打造數位娛樂中心。

（二）鼓勵多元內容、應用及服務創新研發

- 以跨平台、異業整合、多元應用及創新國際營運模式為補助重點，透過數位內容產業發展補助計畫，成功促成產業開發新產品或應用服務案達 35 案。重要代表案例包括：

- 奧爾資訊運用知名肖像「OPEN 小將」，開發跨平台即時線上社群遊戲《航海王國 Online》，並與中華電信合作未來跨平台開發經營，創造遊戲開發商及電信業者雙贏局面。

- 御女王有限公司《劉真 3D 擬真動畫舞蹈教學》，結合衛普數位娛樂進行異業結盟，藉由數位商品販售、授權與其他衍生商品，以及內建於三星 Smart TV 等方式，帶動整體周邊效益創造收益及商業價值，創造異業整合數位內容多元應用



「全民愛悅讀」全國走透透展示活動－澎湖縣

典範。

－和泰興業開發智慧綠能與產業知識行動應用服務，獲選 Google 創意臺灣案例－網路資訊應用領域之創新個案，並透過數位內容行動 App 方式進行能源管理，提升品牌科技應用能力、環保、創新形象及經銷商競爭力，預計自 2014 年起每年協助提升 10% 的營業額（約 8 億元）。

• 發掘與匯集臺灣原創達人，並結合國內已具有匯聚創意與專業技術人才與創作的組織或平台，達成產業及市場的連結：

－激發技術創新應用，輔導具市場價值之創意開發或跨界應用，如輔導新時代公司 HTML5《一桶天下》遊戲跨平台技術創新應用、輔導原創達人李○○「Monday Morning Escape」網頁遊戲榮獲美國第 1 屆 HTML5 網頁遊戲競賽第 3 名、傳統出版社蓋亞將九把刀所有系列作品進行數位化與發行等。

－結合 OCC 平台，輔導微創與 App 創新突破，舉辦 App、Web、社群類型等遊戲獨立創作者分享與觀摩活動，年度累計發掘原創創意人才達 176 名，輔導創作作品 72 件。如輔導基因遊戲《轉

吧！流麵》、鈞象《極速摩托》及耶憶《爆爆玉米粒》等，創造國際排名或數百萬下載佳績等。

• 結合科技參與國際人文關懷，輔導原創達人跨界創新開發。首次跨國合作舉辦遊戲創作營「Game Jam 2012」，在日本與臺灣兩國 6 地同步連線進行，限時 30 小時以「RISE」主題創作做為關懷福島災區復興之跨國視訊聯合活動，協助奠定 IGDSHARE 代表臺灣參與 IGDA 國際組織，建立臺灣遊戲原創於國際舞台發聲地位。

（三）拓銷國際市場，全球招商投資

• 促成 26 案國際及兩岸合作開發案，包括共同開發、授權、技術移轉及投資等，合作金額達新臺幣 55 億元；另完成包含首次以臺灣館名義參加「中國國際數碼互動娛樂展覽 China Joy」、「德國科隆遊戲展」等 5 場國際拓銷活動，促成簽署 4 份合約，成功帶領國內數位內容業者拓展國際市場。

• 透過主辦或協辦國際級大型國際論壇或活動，邀請國際專業人士、創投、軟體業者與重要買主來臺參與，促成國際合作商機，同時行銷臺灣



桃蛙源記

文化創意與觀光產業，包括：

— 於 2012 年 7 月 17 日完成辦理「2012 臺北國際數位內容交流會」，簽署 MOU 達 107 件，預估合作金額達新臺幣 2.66 億，透過邀請國際買家來臺，提供國內業者商機媒合機會，並藉由國際論壇，帶進國際商情與新技術，提升國內業者競爭力。

— 促成日本政府首度將「2012 數位內容產業論壇暨媒合會」正式納入臺日搭橋計畫；成功促成日方 15 家重要業者與臺灣業者進行一對一形式共約 125 場次以上企業媒合，並促成臺日業者潛在合作商洽案件達 10 案以上。

• 數位內容系列競賽（產品獎、4C 競賽），自 2002 年開始，已成功拔擢上百件優秀產品，促使本競賽成為數位內容產界與學界的重要競賽指標之一。2012 年持續辦理數位內容系列創作競賽，除持續透過獎勵給予實質肯定外，也搭配年度計畫相關推廣活動，公開展示創作成果，塑造出國產品牌形象與國人創作實力。

— 完成數位內容產品獎及 4C 數位創作競賽評選，共計甄選出年度 50 件優秀產（作）品，並分別於「臺北國際數位內容交流會」及「臺北電腦應用展」中辦理競賽作品展示推廣活動，共吸引 6

萬餘人入館參觀，行銷國內自製產品與創意，媒合商機及合作機會。

— 完成協助 141 件動畫產（作）品參與 10 場次國際競賽，包含 10 家廠商 18 件產品及 123 件個人創作作品，共 12 件次產（作）品國際獲獎，包括 SICAF 韓國首爾國際動漫節評審團特別大獎等；9 部作品入圍「羅馬尼亞 Kinofest 國際數位影展」。

• 帶動數位內容產業整案服務輸出，整合國內數位學習領域軟硬體產品（包含筆電、投影機、電子白板及學習系統等），先在國內場域實證，再辦理海外展覽與整體拓銷規劃，突破以往單一產品對外銷售模式，進展到整合整案服務輸出；目前已成功促成如越南及菲律賓等國採購或簽署人才培訓 MOU，達成整體解決方案之整案服務輸出。

• 推廣「全民愛悅讀」舉辦全國走透透展示活動，累積帶動 21 縣市、共 24 場，活動體驗超過 130 萬人次，成功擴散數位學習推動成果，並促成臺北市 App 創新產業、新北市雲端教育產業、屏東縣在地文化觀光與數位互動科技結合，及帶動彰化縣政府向教育部爭取縣內學校導入科技化教學等政策影響。



臺北國際數位內容交流會

（四）結合產學能量，培育數位內容產業專業人才

- 因應產業需求，加強數位影音、數位出版及行動應用等重點產業專業人才培訓，並積極推動養成班學員與企業合作專題作品，藉以促進學員就業，共計完成培育數位內容產業專業人才 2,100 人次。

- 輔導花蓮新象社區交流協會、花蓮縣嘉里國小、新竹市南隘國小及苗栗縣新港國小等，嘗試各種電子書導入應用方式，共計培訓近 40 名種子教師、提供超過 500 名弱勢學童資訊近用的學習機會。藉由網路科技讓城鄉學生有機會與一流名師共同互動與學習，透過數位學習讓偏鄉與弱勢地區皆能同享學習資源，打造幸福社會。

- 突破以往產業輔導模式，設立創新 App 園區，藉由創新之輔導服務機制，協助 App 新創團隊銜接創意與創業之斷層並提高國內 App 產品競爭力，目前已成功育成 42 個團隊，產出 50 件以上創新產品，其中成立 7 家新創公司，且多項產品獲得國內外銷售佳績。後續將 App 園區服務模式擴散各縣市，整合區域產官學研資源並支援區域完善創意開發與微型創業環境。

（五）建構合法產業健康形象及健全合法數位娛樂環境

- 完成數位遊戲相關服務機制政策法規修訂作業，於 2012 年 5 月 29 日完成「遊戲軟體分級管理辦法」、8 月 6 日完成「遊戲軟體分級參照表」公告作業，提供業者正確分級，避免分級錯誤，造成社會疑慮。另於 6 月 11 日完成「線上遊戲點數（卡）定型化契約應記載及不得記載事項」公告，要求業者發行預付型點卡，需擔負履約保證，以保護消費者權益。

- 健全合法數位娛樂環境，共計辦理 39 場次修法暨宣導活動，參與總人數近 6 萬餘人，建立民眾正確玩遊戲、如何做好遊戲分級等觀念，減少線上遊戲糾紛與端正數位娛樂負面形象。另完成 100 款市售遊戲軟體分級適切性稽查，輔導業者正確執行遊戲軟體分級，端正數位娛樂負面形象。

- 完成線上遊戲定型化契約查核執行，共計查核 17 家業者、30 款線上遊戲，檢視其定型化契約及應記載不得記載事項輔導及查核作業，是否符合政府法令規範，以降低消費糾紛；整體符合率由初查結果的 62%，大幅提升至複查結果的 94%。

第九章

設計產業旗艦計畫



一、政策背景

2009 年 5 月 14 日行政院通過《創意臺灣—文化創意產業發展方案》將「設計產業」納為六大旗艦計畫之重點發展產業之一。

二、政策目標

依據行政院 2009 年 5 月通過《創意臺灣—文化創意產業發展方案》，推動本計畫，並遵循國家中長期經濟發展策略與設計願景，秉持文化創意產業行動方案之精神，積極營造設計產業國際發展環境之施政理念，擘劃設計施政藍圖，引領設計資源投入，朝向「使臺灣成為亞太地區具有知識運籌能力之創意設計重鎮」願景。本旗艦計畫發展總目標如下：

- 促進國內設計服務業營業額於 2013 年達新臺幣 1,000 億元，提升設計服務業競爭力並擴大市場版圖。
- 運用設計美學協助產業提升附加價值，促進產業投入產品設計開發，創造獨特性及差異化之商品與服務，創造衍生價值新臺幣 900 億元，帶動產業創新升級。
- 裝修松山文創園區成為文化創意創作、展售、體驗園區，帶動產業群聚效應，作為我國設計、藝文及文創發展之重要根據地。
- 使我國設計產（作）品獲國際 4 大設計獎項，含德國 iF 設計獎（iF Design Awards）與德國紅點設計獎（Red Dot Design Award）、美國 IDEA 工業設計獎（International Design Excellence Awards）及日本產業設計振興會優良設計獎（Good Design Award）全程達 800 件以上，藉由國際獲獎肯定，取得品牌及通路效應，以提升臺灣設計之國際能見度。

- 辦理 2011 世界設計大會暨設計年系列活動，吸引 3,000 位國內外設計專業人士與會、400 萬人次以上參加相關系列活動，以帶動全民設計美學運動，提升我國國際設計形象。

三、實施策略

本旗艦計畫包含臺灣設計產業翱翔計畫、2011 世界設計大會暨設計年推動計畫、裝修松山菸廠暨臺灣創意設計中心進駐計畫、創意生活產業發展計畫及商業設計發展計畫等五項重點計畫，並運用下列五項發展策略以推動設計服務業輸出國際、創造服務品牌，並藉此提升臺灣製造與其他服務業創新附加價值，加速擴大內需市場。

（一）強化設計服務能量，提高設計服務業之產值

- 整備設計產業發展環境，強化設計能量系統。
- 協助設計產業建立跨域協力網，促進創新與協同合作。
- 落實設計登錄系統，強化專業認證，以提升設計服務品質。
- 推動跨域合作服務機制，共創市場版圖。
- 強化設計產業之經營體質，強化產業多元經營能量。

（二）運用設計資源輔導廠商，提升產品與服務之附加價值

- 串聯設計資源，輔導產業運用創意設計開發創新產品與服務。
- 協助強化創新體質，導入設計應用管理制度。
- 協助產業建構前瞻創新策略，以開創未來市場格局。
- 形塑地方魅力特色，落實區域產業發展。



2012 臺灣設計展

（三）打造設計產業園區，促進產業群聚效應

- 打造設計博物館，設置經典設計櫥窗，落實全民美學教育。
- 透過松山文創園區建置，串連設計價值鏈，建立共通性設計研發資源，發展設計商圈以整合設計產業供應鏈，帶動群聚效益。
- 塑造設計跨領域交流平台，吸引創意投資者參與，擴大產業經濟規模。
- 運用科技網路系統，傳遞設計資訊與活動，擴大設計應用範圍。

（四）帶動全國設計運動，活化全民美學素養

- 舉辦國際性設計美學活動，帶動全民投入設計生活體驗，藉此拓展國內設計相關產品消費市場。
- 運用國家金點設計獎，提升國內設計師地位與形象。
- 運用多媒體資源，擴大設計美學全民影響力。

（五）塑造我國國家設計形象，以創意設計力行銷臺灣

- 參與國際設計獎項與活動，展現臺灣設計品牌

形象。

- 形塑臺灣設計品牌形象，拓展國際市場。
- 建立國際設計策略夥伴聯盟，以提升臺灣設計亞洲影響力。
- 藉由 2011 臺北世界設計大會的舉辦，以強化臺灣在國際設計地位的角色扮演。

四、重要成果

本旗艦計畫 5 項重點計畫中之 2011 世界設計大會暨設計年推動計畫及裝修松山菸廠暨臺灣創意設計中心進駐計畫等 2 項計畫，業已於 2011 年 12 月執行完畢。本年度重要成果係為臺灣設計產業翱翔計畫、創意生活產業發展計畫及商業設計發展計畫等 3 項計畫之年度重要成果，內容分述如下：

（一）強化設計服務能量，提高設計服務業之產值

1. 辦理國內外展會活動，協助設計服務業拓展國內外市場

帶領國內設計服務業者組成「臺灣設計館」參加國內外專業展會共 13 場次，如法國巴黎家飾展、臺北國際自行車展覽會、上海名品博覽會、臺北

國際電腦展、臺北國際禮品展暨文具展、廣西名品博覽會、四川名品博覽會、天津名品博覽會及南京名品博覽會，計有大可意念傳達有限公司、臺華窯、佳世達科技、八方新氣、和碩聯合、桔思創意等 223 家設計業者參與展出，成交金額約新臺幣 1 億 3,110 萬元。

2. 辦理國內外設計人才培訓，提升設計服務業能量

辦理主題式設計菁英國際培訓 30 人次，包含美國紐約班「紐約創意現場」、法國巴黎班「法式品牌的設計魔力 vol.2」及日本東京班「聰明設計安心學」，同時搭配國際設計展會、品牌與設計趨勢工作營、參訪設計組織與企業等，透過實地研習及探討，擴展參與學員之國際視野，並學習當地國家之重點設計能量；此外，辦理國內整合型跨領域與設計人才培訓 265 人次，課程包含設計管理、設計思維、創業、品牌、產品企劃及包裝等內容，協助提升產業人才之設計能量，強化產業產品與服務之特色化優勢。

（二）運用設計資源輔導廠商，提升產品與服務之附加價值

1. 辦理設計諮詢及深度診斷

辦理設計諮詢及深度診斷 1,832 案，並協助業者申請政府輔導資源計 122 案，包含五金零件代工廠商升級家飾精品品牌之緻興金屬、企茂實業、乾唐軒、茂凱電子等業者，藉由瞭解產業發展面臨瓶頸點，提供適切的創新設計策略與媒合服務。

2. 辦理聯合說明會及媒合洽商會

辦理聯合說明會及媒合洽商會共 43 場次，共計有 2,503 人次參加。透過媒合洽商會誘發廠商設計需求，並運用媒合機制擴大廠商與設計公司合作發展，計提供媒合服務 956 案，增加產業衍生產值達新臺幣 128 億元。

3. 舉辦設計交叉工作營

針對居家生活產業、觀光旅遊產業、醫療照護產

業等 3 大主題，舉辦 17 場設計交叉工作營，計有 30 家廠商參與。透過以世界咖啡館、劇本引導、服務設計等模式，進行包含色彩材質、風格、行銷、產業故事性等議題講演與討論、跨域創新實作演練等，開發創新產品或服務之概念構想 63 件，並於 2012 臺灣設計展以「Design Hub 設計匯集」主題展出。

（三）打造設計產業園區，促進產業群聚效應

1. 營運臺灣設計館

臺灣設計館係全球華人第一間設計博物館，2012 年計有 105 團體來館參觀，包含中國海協會陳雲林文創觀摩團、北京市長團、新加坡標新局、臺灣師範大學社會教育研究所、臺灣科技大學工程技術及色彩科技中心等等。此外，辦理臺灣設計主題特展，本年度之策展方向以「跨域」為策展主軸，跨足產品設計、包裝設計、時尚設計、服裝設計、數位內容及建築設計。4 場次臺灣設計主題特展包含「獎·設計」、「芭比時尚寶盒」及與金門縣政府合辦之「器與砌」，有效帶動全國設計運動，提升全民設計美學素養，促成參觀人數超過 12 萬人次。

2. 營運設計圖書館

提供設計專業書籍、期刊、年鑑及雜誌等資訊，規劃閱讀區、討論區、VIP 室、網路區及會議區等不同功能之閱讀空間，並提供場地與設計師聯盟（Design Club）進行辦理會員交流活動，促成設計服務業間之交流合作案共 10 案。

3. 營運創新設計研究室

創新設計實驗室包含色彩及材質實驗室、人因工程實驗室、通用設計實驗室與前瞻設計趨勢展示區等，附設有基本影音設備、可移動式座椅、投影裝置及小講臺等，作為設計師之討論交流空間。另蒐集國內外趨勢資料供研究室會員於研究室內查詢，2012 年計 375 家至創新設計研究室進行參訪並尋求相關合作機會與研究資訊，服務人數累計達 1,220 人。



金點設計產品－人家概念有限公司之板凳椅



金點設計產品－寶號國際有限公司之「福祿壽喜」
賜喜印章杯組

（四）帶動全國設計運動，活化全民美學素養

1. 辦理 2012 臺灣設計展

經濟部與高雄市政府合作辦理 2012 臺灣設計展，於 9 月 29 日至 10 月 14 日（共 16 天）在高雄市「駁二藝術特區」舉行。本展共規劃 7 個展館，分別為年度主題館、國際設計館、金點設計 1 館與 2 館、設計玩家館、設計藝想館、高雄設計館；同時辦理設計學堂、大公仔彩繪等活動，共導覽南部當地學校 66 組學生團體（6,323 位），吸引 36 萬人次參觀，促使南部對設計有興趣及潛力的學生，有機會探索設計領域，達成推廣設計美學及設計向下扎根，提升社會大眾之設計生活美學風潮，並有效促進地方特色產業之發展目的。

2. 選拔金點設計產品

舉辦 25 場金點設計產品評選會議，計有 1,268 件產品報名，其中 550 件通過評選，獲得「金點設計獎」；另邀請 11 位國內外設計相關領域之學者專家，包含 Red dot 設計獎總裁 Peter Zec（德國）、Icograda 國際平面設計社團協會理事長 Julia Chiu（日本）、Cape Town Partnership 執行理事 Bulelwa Makalima - Ngewana（南非）

等，組成評審小組，選出 14 件產品獲得年度大獎之肯定，並於 2012 臺灣設計展進行頒獎典禮，有效提升我國優良設計產品之價值。

（五）塑造我國國家設計形象，以創意設計力行銷臺灣

1. 協助臺灣廠商及設計公司參與國際 4 大設計獎項

2012 年總計獲獎產品 314 件（2011 年獲獎 290 件），其中金（首）獎計 6 件，其中德國 iF 設計獎之獲獎數不僅排名全球第四，在包裝設計獎更高居全球第一，遠超越德國、韓國、美國及日本；此外，日本 GOOD DESIGN AWARD，第一次來臺辦理評選，臺灣即獲得 64 個獎項（得獎總數較去年成長 146%），為歷年最佳成績，獲獎數僅次於地主國日本，排名全球第二。

2. 辦理臺北國際設計論壇

為延續 2011 臺北世界設計大會主題「交鋒」，進一步深入探討「設計導入非設計領域」，於 10 月 4 至 5 日在臺北市立美術館視聽室辦理 2012 臺北世界設計論壇，主題為「Design for Value，設計創價」，邀請華碩董事長施崇棠（臺灣）、大象設計執行長西山浩平（日本）、丹麥設計中

心執行長 Nile Juul — Sorensen（丹麥）、國際工業設計社團協會 ICSID 理事長李淳寅（韓國）等來自 11 個國家、15 位講師擔任主題演講者、主持人及與談人。2 天活動共吸引 571 位設計相關領域產、官、學、研各界以及設計產業中高階層從業人員報名參與。

（六）促進創意生活產業

- 評選出 2012 年創意生活事業 14 家，累計評選及表揚 187 家創意生活事業，累計支撐就業人口數 10,460 人，累計支撐營業額約 240 億元，引領風格經濟新趨勢，並獲得社會大眾及業界認同。

- 經由諮詢診斷 60 家及專案輔導 4 案等，共促進業者投資約 3.8 億餘元，透過經營創意生活事業，持續深化體驗價值，提升競爭力，進而開發、複製新經營模式，衍生新事業或新事業單位，提高就業。

- 完成生活風格推廣活動 3 場，分別為「新春推廣活動」、「翫創意·遊生活風格推廣講座」及「創意生活小旅行推廣活動」，促成平面與電子媒體議題報導 22 則，訊息推廣達 150 萬人次。

- 配合 2012 臺灣國際文化創意產業博覽會於 10 月 18 日至 10 月 21 日在南港展覽館完成辦理主題展覽 1 場。本年度以「翫創意·遊生活」主題展出，計 18 家業者參展，帶動參觀人潮 8 萬人。

（七）促進商業設計及廣告服務發展

- 商業設計與廣告輔導吸引近百家廠商參與，個案簽約共 13 案，促進投資達 1.6 億元，並促進商業及廣告服務計畫輔導廠商產值達新臺幣 6.77 億元、提升就業人數達 828 人，後續並協助受輔導單位參與相關商機促進活動及成果發表會，共計 2,775 人次以上參與，有效促進成果擴散及交流。

- 邀請國內外商業設計與廣告服務業領域專家

（如：美國當今最具影響力的設計公司 Chase Design Group 創辦人 Margo Chase、元平設計有限公司創意總監蕭文平、臺灣行銷傳播專業認證協會（TMCA）理事長陳榮明、知名英國行銷服務公司 S.I.Partners 經營合夥人 Charles Fallon 等），以講座、種子教師營、國際論壇、國際研討會、經驗交流會等方式，辦理國際趨勢廣告及品牌設計服務管理等主題課程共計 18 場次，培訓商業設計及廣告相關專業人才 1,372 位、大專院校教授 32 位。

- 舉辦「2012 臺灣視覺設計獎」，鼓勵設計創作共 1,108 件作品，共計評選出鉅金獎 10 件、金獎 50 件得獎作品，2013 年鉅金獎作品將挑戰國際獎項；協助國內優設計作品參與國際設計競賽（如：德國 iF 設計獎、德國紅點設計獎），獲獎數達 59 件；獎勵臺灣優秀代表隊參與「2012 年坎城國際創意節之坎城青年創意競賽（網路組）」，累積國際競賽經驗，並汲取國際創意、趨勢、典範案例分享，同時促進參與坎城廣告獎、亞太廣告節 AD FEST、艾菲獎、龍璽廣告獎等國際大賽，計有 34 個以上獎項，以提升我國國際能見度，並增加國際對我國商業設計及廣告的認識及漸進式累積知名度。

- 協助 20 家商業設計業者及過去輔導廠商參與「2012 中國大陸通路媒合商談會」、「商業設計兩岸交流活動」及「第五屆海峽兩岸（廈門）文化產業博覽交易會」共計 3 場次，國際設計媒合達 20 案，金額達新臺幣 4,011.92 萬元，建立我國國際設計獎品牌，帶動國際設計創作參與及交流。



第三篇

臺灣產業現況
與趨勢

第十章 藝文類產業

第十一章 媒體類產業

第十二章 設計類產業

第十三章 數位內容產業



第十章

藝文類產業



（雲河藝術管理顧問公司圖片提供）

一、視覺藝術產業

本產業是指從事繪畫、雕塑、其他藝術品創作、藝術品拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品公證鑑價、藝術品修復等行業。

（一）產業範疇

視覺藝術產業的主要創作者為一般大眾認知，利用各種媒材創作的「藝術家」，凡從事繪畫、雕塑、錄像、裝置、版畫、新媒體、環境、行為、觀念、攝影等創作形式工作者，皆可能稱之為藝術家。視覺藝術作品可長期保存，衍生出修復、儲存、運送的服務，亦因有蒐藏、展示、交易的功能，透過鑑價制度、經紀代理，讓作品可在市場流通，進而產生經濟活動。臺灣視覺藝術產業組成，以藝術家及其作品為中心，其他成員包含藝術品拍賣、藝術品零售、藝評人、藝術經紀、策展、畫廊、藝術顧問、藝術品修復等。周邊支援產業則包括藝術出版社、運輸、保險、藝術村、美術館等。

本年報對視覺藝術產業所涵蓋之行業代碼如下所示：

表 10－1 視覺藝術產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
3399-24	雕塑品製造
4699-19	古玩書畫批發
4699-20	雕塑品批發
4852-18	雕塑品零售
4853-12	古玩書畫零售
8572-11	藝術教育服務
9010-11	繪像
9690-20	字畫裱褙

（二）產業數據分析

視覺藝術產業家數從 2007 年的 2,748 家，持續減少至 2011 年的 2,560 家，營業額在 2011 年達到 46 億元，為近 5 年次佳的表現。但由於藝術品之交易有數量少、單價高、交易制度未健全等現象，其中藝術家的畫作交易未能反映在財稅統計數據上，因此實際產值應高於此一數字。2011 年平均每家視覺藝術業者營業額為新臺幣 180 萬元，較 2010 年成長 6.5%。

表 10－2 2007～2011 年視覺藝術產業經營狀況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	2,748	2,662	2,589	2,560	2,560
	成長率	-	-3.1%	-2.7%	-1.1%	0.0%
營業額	值	4,517,264	4,770,665	3,805,406	4,326,825	4,608,274
	成長率	-	5.6%	-20.2%	13.7%	6.5%
平均每家 廠商營業額	值	1,644	1,792	1,470	1,690	1,800
	成長率	-	9.0%	-18.0%	15.0%	6.5%
外銷營業額	值	171,608	142,410	132,095	156,020	154,541
	成長率	-	-17.0%	-7.2%	18.1%	-0.9%
	占營業額比例	3.8%	3.0%	3.5%	3.6%	3.4%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 10－3 2007～2011 年視覺藝術次產業家數（單位：家、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
雕塑品製造	家數	122	115	112	113	112
	成長率	-	-5.7%	-2.6%	0.9%	-0.9%
古玩書畫批發	家數	82	73	69	70	66
	成長率	-	-11.0%	-5.5%	1.4%	-5.7%
雕塑品批發	家數	107	102	98	101	104
	成長率	-	-4.7%	-3.9%	3.1%	3.0%
雕塑品零售	家數	1,338	1,315	1,284	1,263	1,278
	成長率	-	-1.7%	-2.4%	-1.6%	1.2%
古玩書畫零售	家數	730	702	678	660	646
	成長率	-	-3.8%	-3.4%	-2.7%	-2.1%
藝術教育服務	家數	-	3	3	3	4
	成長率	-	-	0.0%	0.0%	33.3%
繪像	家數	21	19	17	21	21
	成長率	-	-9.5%	-10.5%	23.5%	0.0%
字畫裱褙	家數	348	333	328	329	329
	成長率	-	-4.3%	-1.5%	0.3%	0.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

在 2011 年視覺藝術產業中，零售業的表現最好，其中「古玩書畫零售業」近 19 億元，以及「雕塑品零售」有 15 億元，是唯二超過 10 億元的次產業；衰退最為嚴重的是「繪像產業」，營業額下跌超過三成（32.2%），但其前一年度的成長率為 95.4%，該產業 5 年間的營業額漲跌幅度都很大，顯示發展並不穩定。

表 10－4 2007～2011 年視覺藝術次產業營業額（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
雕塑品製造	營業額	311,770	265,545	227,116	263,438	279,933
	成長率	-	-14.8%	-14.5%	16.0%	6.3%
古玩書畫批發	營業額	182,164	146,413	150,228	111,419	124,749
	成長率	-	-19.6%	2.6%	-25.8%	12.0%
雕塑品批發	營業額	388,058	324,039	276,420	391,851	416,455
	成長率	-	-16.5%	-14.7%	41.8%	6.3%
雕塑品零售	營業額	1,540,683	1,478,138	1,404,361	1,420,665	1,538,632
	成長率	-	-4.1%	-5.0%	1.2%	8.3%
古玩書畫零售	營業額	1,718,420	2,212,109	1,417,310	1,790,346	1,891,999
	成長率	-	28.7%	-35.9%	26.3%	5.7%
藝術教育服務	營業額	-	502	1,087	1,576	1,691
	成長率	-	-	116.5%	45.0%	7.3%
繪像	營業額	25,733	10,499	14,036	27,427	18,590
	成長率	-	-59.2%	33.7%	95.4%	-32.2%
字畫裱褙	營業額	350,437	333,419	314,848	320,102	336,224
	成長率	-	-4.9%	-5.6%	1.7%	5.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

視覺藝術次產業中僅「古玩書畫批發」產業有超過兩成的外銷收入，整體產業的外銷營業額僅占 3.4%，故本產業還是以內銷市場為主。

表 10－5 2007～2011 年視覺藝術次產業內外銷收入（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
雕塑品製造	值	11,650	300,120	9,367	256,179	8,973	218,143	9,193	254,245	10,716	269,217
	比例	3.7%	96.3%	3.5%	96.5%	4.0%	96.0%	3.5%	96.5%	3.8%	96.2%
古玩書畫批發	值	17,505	164,659	13,651	132,763	19,529	130,700	17,928	93,491	26,218	98,531
	比例	9.6%	90.4%	9.3%	90.7%	13.0%	87.0%	16.1%	83.9%	21.0%	79.0%
雕塑品批發	值	14,185	373,873	15,849	308,190	17,963	259,156	57,548	334,304	29,958	386,497
	比例	3.7%	96.3%	4.9%	195.1%	6.5%	93.5%	14.7%	85.3%	7.2%	92.8%
雕塑品零售	值	29,837	1,510,845	40,151	1,437,986	36,834	1,367,527	36,171	1,384,494	36,344	1,502,287
	比例	1.9%	98.1%	2.7%	97.3%	2.6%	97.4%	2.5%	97.5%	2.4%	97.6%
古玩書畫零售	值	97,909	1,620,511	62,027	2,150,082	47,444	1,369,866	35,139	1,755,207	48,963	1,843,036
	比例	5.7%	94.3%	2.8%	97.2%	3.3%	96.7%	2.0%	98.0%	2.6%	97.4%
藝術教育服務	值	-	-	-	502	-	1,087	-	1,576	-	1,691
	比例	-	-	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
繪像	值	-	25,733	-	10,499	-	14,036	-	27,427	-	18,590
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
字畫裱褙	值	520	349,916	1,366	332,053	1,353	313,495	41	320,062	2,342	333,883
	比例	0.1%	99.9%	0.4%	99.6%	0.4%	99.6%	0.0%	100.0%	0.7%	99.3%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

（三）視覺藝術產業發展現況及趨勢

以「Art Taipei 2012 臺北國際藝術博覽會」為例，博覽會以關注亞洲地區的藝術市場脈動、建立國內及海外市場流通管道、提供收藏家與畫廊的國際交流平台為目標，2012 年參展畫廊共 150 家，分別來自 15 個國家，為歷年最大規模。總成交額約新臺幣 11 億元，參觀人數 4 萬人。日本攝影藝術家杉本博司、安藤忠雄的作品，臺灣前輩畫家廖繼春、大陸畫家丁雄泉的作品都創下高價。值得注意的是，年輕藝術家的鋼雕、繪畫、概念攝影、纖維藝術等作品都有相當不錯的銷售成績。

1. 藝術創作的群聚效應

國內視覺藝術產業的發展，仍有通路不足、研究基礎薄弱等問題。外資進入中國市場，會先找人進行研



我國畫廊展示呈現多元樣貌

(首都藝術中心圖片提供)

究、試水溫。韓國仁川市以碼頭倉庫改造成創作基地、藝術展覽中心，目前看來是相當成功且值得借鏡的案例。

但為保障視覺藝術創作端之創造力，促進藝術創作的群聚效益，文化部開辦「藝術村國際交流計畫」，以媒合國內各藝術村與國外藝術村進行交流為基礎，使國內藝術家得以將視野延伸至海外，並促進國內藝壇之國際交流，透過藝術家交換駐村計畫、藝術村網路建置、辦理藝術家出國駐村成果聯展及整合國內重要藝術村，參加「國際藝術村交流雙年會」(Conference on International Opportunities in the Arts)等，盼能達成臺灣藝術創作全球布局與人才培育之目標。

2. 藝術品拍賣的稅制問題

視覺藝術產業的兩大平台是畫廊、拍賣公司。目前國內有宇珍、景薰樓、睿芙奧、中誠、金仕發、藝流等藝術拍賣公司，每年拍賣金額達數十億元，國際知名的兩大藝術品拍賣公司蘇富比、佳士得，分別在1992年、1993年進入臺灣，使國內的藝術市場與國際接軌；但二家公司又相繼於2000年、2001年撤出臺灣，癥結在於國內對於藝術品交易所得視同財產所得，最高可課徵40%綜合所得稅；在香港是免稅，中國大陸課徵2~3%的稅率。影響所及，香港與中國大陸近年拍賣市場蓬勃發展，在吸引重量級作家、作品、收藏家方面具有絕對優勢，近十年來臺灣許多創天價的藝術品都在香港拍賣成交，如2007年陳澄波的《淡水夕照》以5,072萬港幣(新臺幣2.12億)賣出；2010年朱銘的《單鞭下勢》以1,488萬元港幣成交，2012年在臺北又以新臺幣3,816萬元順利易主。國內業者也與日本、韓國的業者合作，將臺灣的藏品送往香港拍賣，臺灣拍賣產值減少、稅收減少，藝術產業外流，藝術家恐被邊緣化。如何改進稅制，使得藝術產業能與國際脫軌，是當前政策的急務。

3. 藝術品鑑定機制鑑定機構

藝術品鑑定包括對真品、贗品的專業鑑定，對藝術品價值的認知差異需要具備公信力的藝術品鑑定機制或機構，法國、德國等都有認證制度，由國家或具公信力機構的認證，將是影響藝術品交易能否熱絡的關鍵之一；國內銀行希望藝術品可以融資，但往往因欠缺鑑價部門，沒有第三公證機構，藝術品沒辦法貸款，不知道如何融資？買藝術品無法貸款，賣藝術品不容易賣，市場較難活絡。

二、音樂及表演藝術產業

本產業是指從事音樂、戲劇、舞蹈之創作、訓練、表演等相關業務，以及表演藝術軟硬體（舞台、燈光、音響、道具、服裝、造型等）設計服務、經紀、藝術節經營等行業。

（一）產業範疇

依藝術表現型態而言，音樂及表演藝術產業大致上區分為 4 種類別：音樂、舞蹈、現代戲劇、傳統戲曲。圍繞著音樂、舞蹈、現代戲劇、傳統戲曲創作與表演的核心，發展出相關的軟硬體設計、經營管理的活動。本產業之行業代碼包括戲劇教育、音樂教育、舞蹈教育、劇團、舞團、音樂演奏、其他藝術表演、節目安排、演出代理、服裝指導服務、燈光指導（設計）服務、籌辦藝術表演活動、藝術表演監製等，盡可能涵蓋前述 4 種表演型態。

本年報對音樂及表演藝術產業所涵蓋之行業代碼如下所示：

表 10－6 音樂及表演藝術產業之行業代碼及名稱

代碼	名稱
8572-12	戲劇教育
8572-13	音樂教育
8572-14	舞蹈教育
9020-11	劇團、舞團
9020-12	音樂演奏
9020-99	其他藝術表演
9039-11	節目安排、演出代理
9039-12	服裝指導服務
9039-13	燈光指導（設計）服務
9039-14	籌辦藝術表演活動
9039-16	藝術表演監製

（二）產業數據分析

音樂及表演藝術產業廠商家數從 2007 年的 1,211 家，逐年增加至 2011 年的 1,926 家，成長了 59.0%。而 2009 年營業額與 2008 年相較，雖從新臺幣 84 億減少至 75 億，衰退了 10%，2010 年旋即回升至 87 億，成長了 16.2%。到了 2011 年，營業額更持續攀升至新臺幣 96 億元，與前一年相比成長了 9.9%，也是 2007 年以來的最高營業額。

音樂及表演藝術產業廠商家數與總營業額至 2011 年時，呈現不斷上升的情況，但平均每家廠商營業額，卻從 2008 年的 628 萬不斷下降，於 2011 年降至 501 萬，2011 年又較前一年衰退了 1.5%，此現象表示音樂及表演藝術產業市場競爭激烈，呈現飽和趨勢，未來利潤空間有限。

表 10－7 2007～2011 年音樂及表演藝術產業經營狀況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	1,211	1,338	1,462	1,726	1,926
	成長率	-	10.5%	9.3%	18.1%	11.6%
營業額	值	7,078,317	8,403,978	7,561,181	8,785,689	9,652,284
	成長率	-	18.7%	-10.0%	16.2%	9.9%
平均每 家廠商營業額	值	5,845	6,281	5,172	5,090	5,012
	成長率	-	7.5%	-17.7%	-1.6%	-1.5%
外銷營業額	值	116,938	139,677	77,490	98,641	97,258
	成長率	-	19.4%	-44.5%	27.3%	-1.4%
	占營業額比例	1.7%	1.7%	1.0%	1.1%	1.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 10－8 2007～2011 年音樂及表演藝術次產業家數（單位：家、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
戲劇教育	家數	-	-	1	2	3
	成長率	-	-	-	100%	50%
音樂教育	家數	1	6	11	19	29
	成長率	-	500%	83.3%	72.7%	52.6%
舞蹈教育	家數	2	6	12	18	22
	成長率	-	200%	100%	50%	22.2%
劇團、舞團	家數	197	218	255	280	302
	成長率	-	10.7%	17.0%	9.8%	7.9%
音樂演奏	家數	126	143	150	186	205
	成長率	-	13.5%	4.9%	24.0%	10.2%
其他藝術表演	家數	303	343	385	457	512
	成長率	-	13.2%	12.2%	18.7%	12.0%
節目安排、演出代理	家數	514	493	474	479	477
	成長率	-	-4.1%	-3.9%	1.1%	-0.4%
服裝指導服務	家數	7	7	7	7	9
	成長率	-	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%
燈光指導（設計）服務	家數	36	35	31	34	32
	成長率	-	-2.8%	-11.4%	9.7%	-5.9%
籌辦藝術表演活動	家數	25	84	130	236	322
	成長率	-	236%	54.8%	81.5%	36.4%
藝術表演監製	家數	-	3	6	8	13
	成長率	-	-	100%	33.3%	62.5%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

在 2011 年音樂及表演藝術產業中，營業額最多的為「節目安排、演出代理」，達 38 億元，其次為「其他藝術表演」有 25 億元，「籌辦藝術表演活動」為 11 億元。成長最多的次產業則為「音樂教育」，營業額從 2007 年的 318 萬達到 2011 年的 1.2 億，相較於前一年，成長率也高達 237%。過去音樂教育多為個人音樂教室的型態，無法從財稅數據看出產值，而現今呈現的成長現象代表音樂教育商業化的趨勢，未來極可能邁入公司化。2011 年衰退最為嚴重的次產業為「音樂演奏」，與 2010 年相比，營業額衰退了 20.6%，也是所有次產業中，唯一自 2009 年起連年下跌的產業。

表 10 - 9 2007 ~ 2011 年音樂及表演藝術次產業營業額（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
戲劇教育	營業額	-	-	-	-	3,903
	成長率	-	-	-	-	-
音樂教育	營業額	3,188	4,863	7,346	36,368	122,591
	成長率	-	52.6%	51.1%	395.0%	237.1%
舞蹈教育	營業額	644	8,253	10,477	23,369	33,120
	成長率	-	1182%	27%	123.1%	41.7%
劇團、舞團	營業額	722,068	882,074	664,446	886,354	853,147
	成長率	-	22.2%	-24.7%	33.4%	-3.7%
音樂演奏	營業額	834,489	1,357,939	1,011,058	969,778	769,655
	成長率	-	62.7%	-25.5%	-4.1%	-20.6%
其他藝術表演	營業額	1,296,425	1,701,540	1,731,478	2,040,354	2,512,191
	成長率	-	31.2%	1.8%	17.8%	23.1%
節目安排、演出代理	營業額	3,797,150	3,908,884	3,176,980	3,460,879	3,829,916
	成長率	-	2.9%	-18.7%	8.9%	10.7%
服裝指導服務	營業額	10,157	14,637	20,155	19,783	22,997
	成長率	-	44.1%	37.7%	-1.8%	16.3%
燈光指導（設計）服務	營業額	178,739	189,441	247,687	332,794	355,673
	成長率	-	6.0%	30.7%	34.4%	6.9%
籌辦藝術表演活動	營業額	235,458	335,572	685,306	1,005,210	1,133,111
	成長率	-	42.5%	104.2%	46.7%	12.7%
藝術表演監製	營業額	-	774	6,249	10,799	15,980
	成長率	-	-	708%	72.8%	48.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

在 2011 年音樂及表演藝術產業中，沒有任何次產業之外銷收入超過該產業收入的 2%，接近 2% 的則有「節目安排、演出代理」與「燈光指導（設計）服務」。此外，整體產業外銷營業額於 2007 年至 2011 年間未曾超過 2%，2011 年整體外銷營業額則占總營業額 1%，顯示本產業仍以內銷市場為主。

表 10－10 2007～2011 年音樂及表演藝術次產業內外銷收入（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
戲劇教育	值	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,903
	比例	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100%
音樂教育	值	-	3,188	-	4,863	-	7,346	-	36,368	-	122,591
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
舞蹈教育	值	-	644	-	8,253	-	10,477	-	23,369	-	33,120
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
劇團、舞團	值	1,296	720,772	74	882,000	-	664,446	8	886,346	-	853,147
	比例	0.18%	99.82%	0.01%	100.0%	-	100%	-	100%	-	100%
音樂演奏	值	-	834,489	924	1,357,015	2,185	1,008,873	1,792	967,986	1,326	768,329
	比例	-	100%	0.1%	99.9%	0.2%	99.8%	0.2%	99.8%	0.2%	99.8%
其他藝術表演	值	3,311	1,293,114	14,329	1,687,211	1,853	1,729,624	1,656	2,038,698	4,787	2,507,404
	比例	0.3%	99.7%	0.8%	99.2%	0.1%	99.9%	0.1%	99.9%	0.2%	99.8%
節目安排、演出代理	值	110,979	3,686,171	123,719	3,785,165	54,206	3,122,774	71,728	3,389,151	69,382	3,760,534
	比例	2.9%	97.1%	3.2%	96.8%	1.7%	98.3%	2.1%	97.9%	1.8%	98.2%
服裝指導服務	值	-	10,157	-	14,637	-	20,155	-	19,783	-	22,997
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
燈光指導（設計）服務	值	1,352	177,387	500	188,942	118	247,569	9,287	323,507	6,626	349,047
	比例	0.8%	99.2%	0.3%	99.7%	0.0%	100.0%	2.8%	97.2%	1.9%	98.1%
籌辦藝術表演活動	值	-	235,458	131	335,441	19,127	666,179	14,170	991,040	15,138	1,117,973
	比例	-	100%	0.0%	100.0%	2.8%	97.2%	1.4%	98.6%	1.3%	98.7%
藝術表演監製	值	-	-	-	774	-	6,249	-	10,799	-	15,980
	比例	-	-	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月



屏風表演班《三人行不行》經典爆笑畫面

(屏風表演班圖片提供)

(三) 音樂及表演藝術產業發展現況及趨勢

1. 營造良好產業環境，培育經紀及編創人才

現今表演藝術團體的經營方式大都是以創作作品直接面對消費者，國內尚欠專業化經紀機制與人才，團隊大多自行處理行銷事宜，沒有中間單位協助，即便是廣告公司來進行推廣促銷，行銷預算如不足效果有限；製作經費不足，加上編輯與創作的人才方面也面臨世代的斷層，臺灣市場胃納量亦有限，使表演團隊的創作演出面臨警訊。

然而，團隊要發展得好，亟需瞭解市場和懂得作品的經營者。因此，應該重視經紀人才以及編創人才的培育，促成他們發光發熱。學校教育與後續的養成措施，需要與產業做好銜接，因為表演藝術人才如果沒有好的待遇，很快就會被電影或其他產業挖角，更要有好的師資來引導這些人，產生足夠的人才量支撐產業。從產業發展角度來看，建立從業人員的保障，營造出健全的產業環境，才能留住人才。

2. 場館活化再生，提高空間使用率

表演活動場館不一定需要動用龐大經費興建和改造，可以搭配良好的設計和器材，由現有建築活化與再生。以日本大阪的百貨公司改造工程，提高空間使用率的例子來說，在商場的遊樂部分，保留給藝術活動的占比是 20%，這些留下來的空間用來做展覽或是劇場經營。日本百貨公司或書店也有劇場展演活動，讓觀眾在不同場域中有不同的表演可以欣賞。

表演藝術活動這幾年有增加趨勢，尤其在都會區，許多新興的團隊或創新作品，需要中、小型演出空間，而這類型空間嚴重不足。在政策方面，文化部為協助各地演藝場所建立自身特色，業已開始施行媒合團隊進駐展演場所計畫，輔導地方展演場所提升演出品質。



知名舞蹈家許芳宜擔任 2012 年 TED X Taipei 活動主講人，同時進行一場精彩演出

3. 與科技結合，形成新型態的科技藝術

科技對表演藝術創作與相關行銷活動的影響將越來越大。科技使舞台演出的視覺和體驗更加豐富，也改變了傳統表演方式，提供創意發展的空間。此外，表演團體也可運用科技的便利性，改善營銷模式，在國外已有案例，運用科技改變表演藝術的商業模式，例如中國的大麥網，用「付費預售票」的機制，協助表演藝術團隊決定某部作品是否要上檔、或在哪個城市演出。進入 Big Data 時代，科技不只用在舞台演出的效果，更會影響表演藝術的市場開發和行銷策略。

為培育相關跨界整合專業人才，開拓創作視野，提升數位表演藝術創作水準，文化部正推動臺灣展演藝術科技化旗艦計畫，包括辦理數位表演藝術節、公開徵選表演藝術團隊創作跨界作品、輔導成立表演藝術與科技媒合服務中心並建置跨領域人才庫及平台等，將國內優秀表演藝術推向國際舞台，開拓國際及大陸市場，增加臺灣在國際競爭力及國際能見度。

4. 地方文化中心升級，建立國家品牌形象

地方文化中心受限於現行的地方自治法，發展僅於縣市等級的規模，需要加以升級與改造，才能創造出超越地域的展演活動。文化中心須建立特色，讓它有自我創作的可能性，以提升文化場館的品質為目標；從體制內進行改造，而不僅是委託藝術家經營，需更進一步塑造代表國家品牌的形象。如此一來，不僅能使文化創新落實在縣市之內、社區之中，也能提高臺灣在國際上的能見度。

文化部近年積極推動活化縣市文化中心劇場計畫，在提升文化中心劇場的服務水準和節目製作的專業上，已有初步成效。新劇場逐漸完工之前，積極協助文化中心培育專業劇場技術人才、提升技術及行銷服務並整備、充實排練場地等措施，對於培養表演藝術團隊和觀眾市場，都是重要且有效的策略。

三、文化資產應用及展演設施產業

產業以從事文化資產利用、展演設施經營管理之行業為主，如劇院、音樂廳、露天廣場、美術館、博物館、藝術館、藝術村、演藝廳等。

（一）產業範疇

文化資產應用及展演設施產業在文化創意產業中較為特殊，是打造文化創意產業不可缺少的重要場域提供者。本年報對文化資產應用及展演設施產業所涵蓋之行業代碼如下所示：

表 10－11 文化資產應用及展演設施產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
9031-11	劇院經營
9031-12	音樂廳經營
9031-99	其他藝術表演場所經營
9103-00	博物館、歷史遺址及類似機構

（二）產業數據分析

文化資產應用及展演設施產業營業額在 2009 年較前一年成長了 19.4%，營業額為新臺幣 6.8 億元，2010 年則衰退了 31.5%，但至 2011 年，各縣市經營多年的藝術季所積蓄的活動能量成效顯現，各類型表演活動十分活躍，使得場館使用率提高，成長率因而大幅提升至 154.6%，營業額也上升到 11 億，為 5 年間新高，家數也從 2007 年的 43 家，成長至 2011 年的 82 家。

此外，2011 年的廠商家數相較前一年增加了 19 家，2011 年平均每家文化資產應用及展演設施產業廠商營業額則為新臺幣 1,457 萬元，營業額較前一年成長了 95.6%。



初春山櫻綻放的北投文物館

表 10－12 2007～2011 年文化資產應用及展演設施產業經營狀況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	43	53	56	63	82
	成長率	-	23.3%	5.7%	12.5%	30.2%
營業額	值	505,329	574,285	685,664	469,393	1,194,869
	成長率	-	13.6%	19.4%	-31.5%	154.6%
平均每 家廠商營業額	值	11,752	10,836	12,244	7,451	14,572
	成長率	-	-7.8%	13.0%	-39.1%	95.6%
外銷營業額	值	-	-	1,022	1,514	349
	成長率	-	-	-	48.1%	-77.0%
	占營業額比例	-	-	0.1%	0.3%	0.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 10－13 2007～2011 年文化資產應用及展演設施次產業家數（單位：家、百分比）

	次產業	2007	2008	2009	2010	2011
劇院經營	家數	7	6	6	6	6
	成長率	-	-14.3%	0%	0%	0%
音樂廳經營	家數	12	13	10	9	9
	成長率	-	8.3%	-23.1%	-10.0%	0%
其他藝術 表演場所經營	家數	9	17	21	29	47
	成長率	-	88.9%	23.5%	38.1%	62.1%
博物館、歷史 遺址及類似機構	家數	15	17	19	19	20
	成長率	-	13.3%	11.8%	0.0%	5.3%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

文化資產應用及展演設施產業在 2011 年中，「音樂廳經營」的表現最好，不但營業額 8 億為所有類別最多，與前一年相比，319% 的成長率也是所有類別中的最高。此外，「博物館、歷史遺址及類似機構」成長率次高，為 42.3%，其中—故宮博物院與中正紀念堂為 2011 年來臺旅客心目中之前五大必遊景點，因而帶動周邊消費。此外，其他次產業的營業額也都呈現成長的趨勢。

表 10－14 2007～2011 年文化資產應用及展演設施次產業營業額（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
劇院經營	營業額	5,413	4,063	5,089	10,833	12,374
	成長率	-	-24.9%	25.2%	112.9%	14.2%
音樂廳經營	營業額	420,441	446,166	481,209	193,077	808,919
	成長率	-	6.1%	7.9%	-59.9%	319.0%
其他藝術表演場所經營	營業額	37,635	30,308	52,971	89,864	123,645
	成長率	-	-19.5%	74.8%	69.6%	37.6%
博物館、歷史遺址及類似機構	營業額	41,840	93,748	146,394	175,618	249,931
	成長率	-	124.1%	56.2%	20.0%	42.3%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

表 10－15 2007～2011 年文化資產應用及展演設施次產業內外銷收入（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
劇院經營	值	-	5,413	-	4,063	-	5,089	-	10,833	-	12,374
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
音樂廳經營	值	-	420,441	-	446,166	-	481,209	-	193,077	-	808,919
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
其他藝術表演場所經營	值	-	37,635	-	30,308	1,022	51,949	1,514	88,350	349	123,297
	比例	-	100%	-	100%	1.9%	98.1%	1.7%	98.3%	0.3%	99.7%
博物館、歷史遺址及類似機構	值	-	41,840	-	93,748	-	146,394	-	175,618	-	249,931
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

（三）文化資產應用及展演設施產業發展現況及趨勢

國內文化資產應用及展演設施，包含：1. 表演型的音樂廳、流行音樂中心、劇場；2. 展演型的藝術中心、藝術村、文化園區；3. 展示型的美術館、博物館、地方文化館等。因此，本年報定義下的展演設施，對照財政部以財稅資料數據為基礎的展演產業，目前仍有調整空間。

2011 年全國各縣市藝文展演活動統計，音樂、戲劇、舞蹈類的表演藝術活動（含售票與非售票）出席人次為 1,415 萬人，其中臺北市、新北市合計 338.8 萬人，占全國表演藝術活動的 24%；5 都合計為 817 萬人，顯示全國將近六成的觀眾族群集中於都會區，也凸顯城鄉文化差距。

表演藝術市場無論從產值、人口，相較於歐美、日本、中國大陸市場為小，且專業表演場地不足，缺乏專業規劃人員與經營目標；另一方面，表演藝術經紀也處於起步階段，這些原因增加市場開拓的困難；藝術經紀商如「新象」、「傳大」、「牛耳」、「寬宏」等，每年引進全球頂尖的藝術表演團體，促進文化交流、提升藝術欣賞水準，但仍以「輸入活動」為大宗，較少進行國內表演藝術者的「輸出」。展演設施為平台，國外有些平台不只是租，還有策展，很多博物館在策完展後，就將展品、演出物往國外送，不只限於自己場館的展演。

1. 展演場館的未來性

國內有 20 餘所展演場館擁有超過 1,000 席以上的座位，但除了兩廳院以外，絕大多數場館難以滿足所有節目需求，尤其是音響、燈光器材配備，都只是基本配備，表演團體往往需要另租音響、燈光器材配備。2012 年場館的硬體設施更新都到位，購買整套燈光、音響，在設施更新之後，相信能提升表演藝術團體之使用效益。

大型展演場館如高雄世運、臺北花博的場館設施如何再利用，備受各界矚目，未來重要展演設施興建之後的應用問題，給誰使用？觀眾在哪裡？都需要慎重考量。

2. 以硬帶軟，健全藝術經紀制度

國內表演團體需自負盈虧，在選擇巡演地點時往往以市場規模、場地適合度為考量，以及額外的設備費用、技術人力成本，並無餘力委請專業經紀人，以致經紀人發展受到壓縮。若要提高場館使用率，在公營場館部分，各級政府可以政策性地投入資源，從軟硬體多方切入，如場館經營、節目策劃人才、場地專業設施建置、節目演出的資金挹注等。從強化展演場館經營與開發觀眾入手，進一步結合企業及社會資源，健全表演藝術產業生態，提升節目品質與擴大市場規模，共同為國內表演藝術經紀催生。



嘉義縣表演藝術中心

（焦正德提供）

四、工藝產業

本產業指以從事工藝創作、工藝設計、模具製作、材料製作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等行業。

（一）產業範疇

工藝品為創作者利用各種工具來將各類型的原料或是半成品進行加工處理而成之作品，而臺灣的工藝產業除少數規模較大之廠商外，大部分集中在中小企業及個人工作室，主要活動皆由這些中小企業從頭到尾完成。

本年報對工藝產業所涵蓋之行業代碼如下表所示：

表 10－16 工藝產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
2319-11	玻璃飾品、藝術品製造
2329-12	陶瓷藝術品燒製
3391-12	珊瑚製品燒製
3391-99	其他珠寶及金工製品製造
3399-20	手工藝品製造
4566-11	金銀批發
4566-12	珠寶批發
4699-16	貝殼紋石品、琥珀石、玩賞石批發
4699-17	手工藝品及材料批發
4745-11	金飾零售
4745-12	珠寶零售
4745-99	其他珠寶及貴金屬零售
4852-16	貝殼紋石品、琥珀石、玩賞石零售
4852-17	手工藝品及材料零售
8572-16	手工藝教學



陶作坊作品—《Tea Party》

(陶作坊圖片提供)

(二) 產業數據分析

從近 5 年的數字看來，工藝產業廠商家數從 2007 年的 10,357 家連續兩年微幅衰退，接著又連續兩年增加到 2011 年的 10,190 家；近 5 年營業額表現則以 2010 年最高，達到 928 億元，2011 年降則回落到 702 億元。此外，2011 年的廠商家數比前一年度增加了 1%，2011 年平均每家工藝產業業者營業額為新臺幣 689 萬元，較前一年縮減了 25.1%。

表 10－17 2007～2011 年工藝產業經營狀況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	10,357	10,060	9,903	10,085	10,190
	成長率	-	-2.9%	-1.6%	1.8%	1.0%
營業額	值	66,528,195	72,443,867	60,605,219	92,844,238	70,244,812
	成長率	-	8.9%	-16.3%	53.2%	-24.3%
平均每 廠營業額	值	6,424	7,201	6,120	9,206	6,894
	成長率	-	12.1%	-15.0%	50.4%	-25.1%
外銷營業額	值	9,093,436	8,627,534	8,075,374	8,869,608	8,476,773
	成長率	-	-5.1%	-6.4%	9.8%	-4.4%
	占營業額比例	13.7%	11.9%	13.3%	9.6%	12.1%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 10 - 18 2007 ~ 2011 年工藝次產業家數 (單位：家、百分比)

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
玻璃飾品、 藝術品製造	家數	63	59	57	54	59
	成長率	-	-6.3%	-3.4%	-5.3%	9.3%
陶瓷藝術品燒製	家數	232	216	209	210	209
	成長率	-	-6.9%	-3.2%	0.5%	-0.5%
珊瑚製品燒製	家數	9	13	12	13	15
	成長率	-	44.4%	-7.7%	8.3%	15.4%
其他珠寶及 金工製品製造	家數	226	217	205	205	204
	成長率	-	-4.0%	-5.5%	0.0%	-0.5%
手工藝品製造	家數	260	250	255	255	250
	成長率	-	-3.8%	2.0%	0.0%	-2.0%
金銀批發	家數	554	505	477	439	420
	成長率	-	-8.8%	-5.5%	-8.0%	-4.3%
珠寶批發	家數	255	239	231	219	220
	成長率	-	-6.3%	-3.3%	-5.2%	0.5%
貝殼紋石品、 琥珀石、 玩賞石批發	家數	175	165	151	145	147
	成長率	-	-5.7%	-8.5%	-4.0%	1.4%
手工藝品及 材料批發	家數	714	697	682	678	659
	成長率	-	-2.4%	-2.2%	-0.6%	-2.8%
金飾零售	家數	3,370	3,315	3,252	3,187	3,140
	成長率	-	-1.6%	-1.9%	-2.0%	-1.5%
珠寶零售	家數	1,046	1,024	1,003	1,221	1,227
	成長率	-	-2.1%	-2.1%	21.7%	0.5%
其他珠寶及 貴金屬零售	家數	1,018	977	975	1,009	1,080
	成長率	-	-4.0%	-0.2%	3.5%	7.0%
貝殼紋石品、 琥珀石、 玩賞石零售	家數	665	615	621	618	687
	成長率	-	-7.5%	1.0%	-0.5%	11.2%
手工藝品及 材料零售	家數	1,769	1,761	1,762	1,812	1,846
	成長率	-	-0.5%	0.1%	2.8%	1.9%
手工藝教學	家數	1	7	11	20	27
	成長率	-	600.0%	57.1%	81.8%	35.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

在 2011 年工藝產業中，「金飾零售」營收最高，營業額為 189 億元，但也因金價持續上漲的原因，造成交易額減少，與前一年相比衰退了 61.7%，是衰退幅度最大的次產業。「其他珠寶及貴金屬零售」營業額近 66 億元，則較前一年成長了 91.6%，是成長幅度最顯著的次產業。

表 10－19 2007～2011 年工藝次產業營業額（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
玻璃飾品、藝術品製造	營業額	513,370	538,944	446,587	507,490	650,595
	成長率	-	5.0%	-17.1%	13.6%	28.2%
陶瓷藝術品燒製	營業額	3,763,125	3,458,654	2,869,188	3,680,097	3,723,265
	成長率	-	-8.1%	-17.0%	28.3%	1.2%
珊瑚製品燒製	營業額	61,337	55,241	76,656	368,669	1,446,242
	成長率	-	-9.9%	38.8%	380.9%	292.3%
其他珠寶及金工製品製造	營業額	2,502,070	2,636,803	1,343,790	1,944,540	2,095,073
	成長率	-	5.4%	-49.0%	44.7%	7.7%
手工藝品製造	營業額	2,008,298	1,753,833	1,336,751	1,596,358	1,506,884
	成長率	-	-12.7%	-23.8%	19.4%	-5.6%
金銀批發	營業額	4,438,582	3,784,510	4,674,774	6,084,182	3,803,744
	成長率	-	-14.7%	23.5%	30.1%	-37.5%
珠寶批發	營業額	2,470,450	2,152,959	2,290,076	2,409,281	2,773,133
	成長率	-	-12.9%	6.4%	5.2%	15.1%
貝殼紋石品、琥珀石、玩賞石批發	營業額	726,890	755,339	661,661	732,847	822,415
	成長率	-	3.9%	-12.4%	10.8%	12.2%
手工藝品及材料批發	營業額	15,665,182	8,719,667	7,743,191	9,093,823	10,166,421
	成長率	-	-44.3%	-11.2%	17.4%	11.8%
金飾零售	營業額	19,516,151	34,012,692	24,457,822	49,460,955	18,952,565
	成長率	-	74.3%	-28.1%	102.2%	-61.7%
珠寶零售	營業額	4,407,420	4,378,467	4,946,174	5,348,364	6,131,694
	成長率	-	-0.7%	13.0%	8.1%	14.6%
其他珠寶及貴金屬零售	營業額	3,056,259	2,602,188	2,806,750	3,443,909	6,598,572
	成長率	-	-14.9%	7.9%	22.7%	91.6%
貝殼紋石品、琥珀石、玩賞石零售	營業額	1,384,849	1,579,142	1,587,192	1,962,885	3,526,830
	成長率	-	14.0%	0.5%	23.7%	79.7%
手工藝品及材料零售	營業額	6,013,692	6,012,673	5,356,325	6,195,507	8,024,080
	成長率	-	0.0%	-10.9%	15.7%	29.5%
手工藝教學	營業額	519	2,755	8,281	15,331	23,300
	成長率	-	430.7%	200.5%	85.1%	52.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

從 2011 年的工藝產業內外銷數字看來，「手工藝品及材料零售」的外銷比例，占該次產業所有收入的 41.7%，為所有次產業最大者。2011 年工藝產業經營狀況的外銷營業額占比則回到 10% 以上，可見外銷市場仍有一定潛力。

表 10 — 20 2007 ～ 2011 年工藝次產業內外銷收入 （單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
玻璃飾品、藝術品製造	值	77,948	435,422	107,805	431,139	63,185	383,402	43,154	464,335	44,323	606,272
	比例	15.2%	84.8%	20.0%	80.0%	14.1%	85.9%	8.5%	91.5%	6.8%	93.2%
陶瓷藝術品燒製	值	255,084	3,508,041	257,015	3,201,639	205,401	2,663,787	247,587	3,432,510	274,490	3,448,775
	比例	6.8%	93.2%	7.4%	92.6%	7.2%	92.8%	6.7%	93.3%	7.4%	92.6%
珊瑚製品燒製	值	36,627	24,710	27,874	27,366	23,807	52,849	24,228	344,441	29,257	1,416,985
	比例	59.7%	40.3%	50.5%	49.5%	31.1%	68.9%	6.6%	93.4%	2.0%	98.0%
其他珠寶及金工製品製造	值	496,180	2,006,198	956,504	1,680,369	195,930	1,147,860	165,908	1,778,652	192,299	1,903,540
	比例	19.8%	80.2%	36.3%	63.7%	14.6%	85.4%	8.5%	91.5%	9.2%	90.8%
手工藝品製造	值	852,611	1,155,687	733,453	1,020,380	519,607	817,145	591,157	1,005,200	543,188	963,697
	比例	42.5%	57.5%	41.8%	58.2%	38.9%	61.1%	37.0%	63.0%	36.0%	64.0%
金銀批發	值	364,608	4,073,975	354,789	3,429,720	1,846,851	2,827,923	2,253,664	3,830,518	279,353	3,524,391
	比例	8.2%	91.8%	9.4%	90.6%	39.5%	60.5%	37.0%	63.0%	7.3%	92.7%
珠寶批發	值	153,994	2,316,456	154,792	1,998,167	139,710	2,150,366	152,574	2,256,706	142,218	2,630,915
	比例	6.2%	93.8%	7.2%	92.8%	6.1%	93.9%	6.3%	93.7%	5.1%	94.9%
貝殼紋石品、琥珀石、玩賞石批發	值	75,417	651,474	75,083	680,257	71,625	590,036	79,866	652,981	101,264	721,151
	比例	10.4%	89.6%	9.9%	90.1%	10.8%	89.2%	10.9%	89.1%	12.3%	87.7%

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
手工藝品及材料批發	值	4,229,990	11,435,192	3,344,619	5,375,047	2,906,051	4,837,140	3,042,499	6,051,323	3,010,894	7,155,527
	比例	27.0%	73.0%	38.4%	61.6%	37.5%	62.5%	33.5%	66.5%	29.6%	70.4%
金飾零售	值	196,133	19,320,018	158,741	33,853,950	199,021	24,258,800	98,212	49,362,744	121,873	18,834,783
	比例	1.0%	99.0%	0.5%	99.5%	0.8%	99.2%	0.2%	99.8%	0.6%	99.4%
珠寶零售	值	156,893	4,250,527	198,589	4,179,879	234,979	4,711,195	163,552	5,185,149	197,844	5,933,850
	比例	3.6%	96.4%	4.5%	95.5%	4.8%	95.2%	3.1%	96.9%	3.2%	96.8%
其他珠寶及貴金屬零售	值	147,174	2,909,084	137,799	2,464,389	189,154	2,617,596	131,731	3,312,178	123,786	6,474,785
	比例	4.8%	95.2%	5.3%	94.7%	6.7%	93.3%	3.8%	96.2%	1.9%	98.1%
貝殼紋石品、琥珀石、玩賞石零售	值	66,311	1,318,538	62,464	1,516,678	64,064	1,523,129	86,555	1,876,329	67,885	3,458,945
	比例	4.8%	95.2%	4.0%	96.0%	4.0%	96.0%	4.4%	95.6%	1.9%	98.1%
手工藝品及材料零售	值	1,984,466	4,029,226	2,058,007	3,954,666	1,415,990	3,940,336	1,788,918	4,406,590	3,348,099	4,675,981
	比例	33.0%	67.0%	34.2%	65.8%	26.4%	73.6%	28.9%	71.1%	41.7%	58.3%
手工藝教學	值	-	519	-	2,755	-	8,281	-	15,331	-	23,300
	比例	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

（三）工藝產業發展現況及趨勢

1. 微型與大型工藝產業皆須存在

臺灣產業以中小企業為主，適合發展微型文創產業，各地已有微型工藝業者存在。然而，微型工藝創作者多為自製自銷，產值有限，因無法量產，而導致大型訂單承接上的困難。除此之外，工藝產業本身較缺乏標竿企業，在建構產業鏈與商業模式方面，工藝產業處於較弱勢的角色。

發展工藝產業首先要進行的是產業化的基礎措施，而發展具商業化的大型公司，可創造就業機會並能提升產值，建立完善的產業供給鏈，克服工藝產業中亟需解決的量產問題。此外，個體微型工藝創作者也應從設計者的藝術家角色，轉型為品牌經營者的角度，研究產品行銷策略和量產的模式，以作品和大眾



2012 年臺灣國際文化創意產業博覽會—臺灣工藝之家參展情形

接觸。藉由指標性的大型企業帶領微型創作者，連結起整體工藝產業的產業鏈，建構完整的供應面，才能健全工藝產業的發展。

2. 經營品牌拉動微型創意能量

現今商業經營的重心已由著重產品生產，轉移到消費者服務上，工藝產業的行銷策略也在同樣的思維下發展。臺灣工藝產業應由擴大生產規模、改良生產技術的工業營運模式，轉向重視品牌經營，提升產業價值的品牌營運模式。

臺灣文創產業仍處於微型產業規模，工藝產業以微型工藝業者為主要組成，缺乏產業鏈之間的連結。由品牌來定位，凸顯臺灣工藝特色，並結合其他產業，例如運用高科技輔助設計與研發，或將有助於工藝產品在品牌上的發展。

「生產者要帶給消費者什麼印象？」這個議題對於品牌經營來說，十分重要。臺灣工藝產業應發展出具本土特色的「工藝精神」，建立臺灣自有品牌，讓品牌具有故事性，創造感動元素來吸引消費者，發揮產業價值。

3. 產學合作建立人才培育平台

人才培育是工藝產品的創新關鍵。然而，人才並非速成，也非垂手可得，需要產學雙方一同努力。一方面，學校除了運用傳統師徒制的培育方式，另外也應與產業建立起溝通平台，例如學校與企業合作，提



品墨院子與太空艙

(品墨良行圖片提供)

供實習機會，讓工藝相關科系畢業生在畢業前提早進入企業，熟悉產業營運的實務工作；另一方面，企業也因此受惠，從內部培養基層員工。藉此不僅能訓練人才，填補產學之間對於人才需求的缺口，更能讓資源到位，縮短產業鏈連結的時間。

4. 經紀制度策動產業發展

臺灣工藝產業缺乏完善的行銷策略，經紀制度尚未成熟。大多數的微型工藝產業創作者本身自行銷售，造成工藝產業供給零散，無法聚焦，行銷功能在工藝產業發展中也無法產生效果。

發展經紀制度，尋找具經紀人特質的人才，是策動工藝產業發展的動力。工藝產業在創作面除前述的傳統師徒制之外，創作者和經紀人建立起夥伴關係也是發展的方向。經紀人須具備獨特的市場敏銳度，對於市場運作有經驗，可包裝增值創作者和作品，區隔出個人特色；為工藝產品開發品牌，建立定位，協助工藝產業行銷。

5. 政府帶領資源挹注

政府發展工藝產業，並非資源不足的問題，而是資源如何挹注與分配的問題。由於臺灣 IT 產業的虹吸效應，人才多半流入 IT 產業；相對之下，造成文化創意人才的招募困難，工藝產業在爭取優秀人才上長期處於弱勢。政府應持續推動旗艦計畫，由大型公司帶領微型企業，建立完整的產銷供給鏈，並訂定工藝產業相關之人才培育的政策，積極規劃跨領域人才的養成計畫，以平衡國家整體產業發展資源。

第十一章

媒體類產業



一、電影產業

本產業指從事電影片製作、電影片發行、電影片映演，及提供器材、設施、技術以完成電影製片等行業。

（一）產業範疇

電影產業主要區分為電影製作、電影發行與電影映演等 3 大部分。電影製作是由製作公司整合各方資源人力拍攝出電影，包含明星、攝影、佈景、服裝造型、保險、剪輯、特效等；電影發行則由發行公司統籌電影行銷與銷售通路；電影映演包含電影院放映、電視台／頻道播送、視聽產品發行、影片租售店與其他周邊商品等。

本年報對電影產業所涵蓋之行業代碼如下所示：

表 11－1 電影產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
5911-11	卡通影片製作
5911-99	其他影片製作
5912-11	影片沖印
5912-12	影片剪輯服務
5912-14	影片轉錄服務
5912-15	影片字幕服務
5912-16	電腦動畫及特效製作
5912-99	其他影片後製服務
5913-11	電影片買賣
5913-12	電影片租賃
5913-13	電影片代理
5913-16	影片授權使用
5914-11	電影院
5914-12	露天電影院
5920-16	電影錄音

（二）產業數據分析

電影產業家數從 2007 年的 623 家，增加至 2011 年的 730 家，營業額在 2009 年較前一年衰退了 3.2%，為新臺幣 133 億元，經過 2010 成長 12%，至 2011 年持續成長到 199 億元，為 5 年間營業額最高。

與 2010 年度相較，2011 年的廠商家數增加 4.9%，平均每家電影業者營業額亦成長了 27.6%，達新臺幣 2,734 萬元。

表 11－2 2007～2011 年電影產業經營狀況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	623	636	670	696	730
	成長率	-	2.1%	5.3%	3.9%	4.9%
營業額	值	13,401,367	13,764,007	13,322,963	14,916,872	19,962,295
	成長率	-	2.7%	-3.2%	12.0%	33.8%
平均每家 廠商營業額	值	21,511	21,642	19,885	21,432	27,346
	成長率	-	0.6%	-8.1%	7.8%	27.6%
外銷營業額	值	360,456	208,847	183,270	136,234	123,938
	成長率	-	-42.1%	-12.2%	-25.7%	-9.0%
	占營業額比例	2.7%	1.5%	1.4%	0.9%	0.6%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月



《愛》電影劇照

（紅豆製作圖片提供）

表 11－3 2007～2011 年電影次產業家數（單位：家、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
卡通影片製作	家數	3	2	2	4	7
	成長率	-	-33.3%	0.0%	100.0%	75.0%
其他影片製作	家數	240	260	282	322	361
	成長率	-	8.3%	8.5%	14.2%	12.1%
影片沖印	家數	17	17	16	16	15
	成長率	-	0.0%	-5.9%	0.0%	-6.3%
影片剪輯服務	家數	3	5	6	7	9
	成長率	-	66.7%	20.0%	16.7%	28.6%
影片轉錄服務	家數	-	-	1	1	1
	成長率	-	-	-	0.0%	0.0%
影片字幕服務	家數	1	1	1	1	1
	成長率	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
電腦動畫及特效製作	家數	3	6	11	19	23
	成長率	-	100.0%	83.3%	72.7%	21.1%
其他影片後製服務	家數	29	26	32	33	28
	成長率	-	-10.3%	23.1%	3.1%	-15.2%
電影片買賣	家數	58	59	65	56	55
	成長率	-	1.7%	10.2%	-13.8%	-1.8%
電影片租賃	家數	137	126	121	110	98
	成長率	-	-8.0%	-4.0%	-9.1%	-10.9%
電影片代理	家數	21	21	21	18	20
	成長率	-	0.0%	0.0%	-14.3%	11.1%
影片授權使用	家數	1	2	5	4	4
	成長率	-	100.0%	150.0%	-20.0%	0.0%
電影院	家數	100	99	95	93	96
	成長率	-	-1.0%	-4.0%	-2.1%	3.2%
露天電影院	家數	8	10	9	8	7
	成長率	-	25.0%	-10.0%	-11.1%	-12.5%
電影錄音	家數	2	2	3	4	5
	成長率	-	0.0%	50.0%	33.3%	25.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

在 2011 年電影次產業中，「電影院」的營業額最高，為 74 億元。電影產業為大眾娛樂的一環，當年度若有受歡迎的作品，反映在營業額就較為明顯。2011 為國片在票房上豐收的一年，《賽德克巴萊》上、下集估計票房約為 8 億元；《那些年，我們一起追的女孩》估計也有 4 億 1 千萬票房，3 片創下臺灣華語影史最賣座紀錄的 2～4 名，除票房收入外，賣座國片也對影片的買賣或授權等次產業的營業額有所提升，但其表現未必在同一個年度，上述兩部國片都在大華人圈放映，特別是《那些年，我們一起追的女孩》創下香港最賣座的華片；在中國大陸則創下最賣座臺灣片的紀錄。此外，2011 年營業額成長比率最高的則為「卡通影片製作」，較前一年成長了 192%；2011 年電影次產業衰退率最為嚴重的是「影片剪輯服務」，營業額下跌超過四成（45%），但其前一年度的成長率為 249%，2011 年相較於 2009 年，仍成長了近一倍的營業額。

表 11－4 2007～2011 年電影次產業營業額（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
卡通影片製作	營業額	527,173	236,854	218,687	180,318	526,467
	成長率	-	-55.1%	-7.7%	-17.5%	192.0%
其他影片製作	營業額	3,071,327	3,957,359	3,500,801	4,140,353	5,799,737
	成長率	-	28.8%	-11.5%	18.3%	40.1%
影片沖印	營業額	136,547	111,801	102,909	101,363	75,014
	成長率	-	-18.1%	-8.0%	-1.5%	-26.0%
影片剪輯服務	營業額	523	1,129	3,698	12,907	7,099
	成長率	-	115.7%	227.6%	249.0%	-45.0%
影片轉錄服務	營業額	-	-	188	446	446
	成長率	-	-	-	136.8%	0.0%
影片字幕服務	營業額	26,612	22,160	16,395	14,496	11,473
	成長率	-	-16.7%	-26.0%	-11.6%	-20.8%
電腦動畫及特效製作	營業額	13,043	29,540	58,144	91,257	60,138
	成長率	-	126.5%	96.8%	57.0%	-34.1%
其他影片後製服務	營業額	785,604	806,436	851,649	949,963	1,097,564
	成長率	-	2.7%	5.6%	11.5%	15.5%
電影片買賣	營業額	2,260,881	2,272,254	2,145,741	2,167,500	2,870,915
	成長率	-	0.5%	-5.6%	1.0%	32.5%
電影片租賃	營業額	1,383,523	1,269,584	1,178,970	1,455,371	1,744,385
	成長率	-	-8.2%	-7.1%	23.4%	19.9%
電影片代理	營業額	102,853	84,742	118,205	107,891	181,107
	成長率	-	-17.6%	39.5%	-8.7%	67.9%
影片授權使用	營業額	22,810	25,893	36,782	57,014	55,388
	成長率	-	13.5%	42.1%	55.0%	-2.9%
電影院	營業額	5,011,955	4,889,799	5,022,175	5,583,653	7,438,392
	成長率	-	-2.4%	2.7%	11.2%	33.2%
露天電影院	營業額	33,050	25,545	33,521	22,616	16,300
	成長率	-	-22.7%	31.2%	-32.5%	-27.9%
電影錄音	營業額	25,467	30,911	35,096	31,726	77,870
	成長率	-	21.4%	13.5%	-9.6%	145.4%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

2011 年電影次產業中，僅「影片字幕服務」產業有超過 3 成（32.7%）的外銷收入，可見電影產業外銷市場仍以代工技術為主，整體產業的外銷營業額僅占 0.6%，故本產業還是以內銷市場為主。

表 11－5 2007～2011 年電影次產業內外銷收入（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
卡通影片製作	值	-	527,173	-	236,854	-	218,687	-	180,318	-	526,467
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
其他影片製作	值	325,381	2,745,946	189,273	3,768,085	176,683	3,324,118	127,503	4,012,850	112,485	5,687,252
	比例	10.6%	89.4%	4.8%	95.2%	5.0%	95.0%	3.1%	96.9%	1.9%	98.1%
影片沖印	值	895	135,652	1,640	110,162	1,363	101,546	1,031	100,333	1,094	73,920
	比例	0.7%	99.3%	1.5%	98.5%	1.3%	98.7%	1.0%	99.0%	1.5%	98.5%
影片剪輯服務	值	-	523	-	1,129	-	3,698	-	12,907	-	7,099
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
影片轉錄服務	值	-	-	-	-	-	188	-	446	-	446
	比例	-	-	-	-	-	100%	-	100%	-	100%
影片字幕服務	值	8,292	18,320	8,184	13,976	3,359	13,036	3,988	10,507	3,752	7,721
	比例	31.2%	68.8%	36.9%	63.1%	20.5%	79.5%	27.5%	72.5%	32.7%	67.3%
電腦動畫及特效製作	值	-	13,043	-	29,540	-	58,144	-	91,257	188	59,950
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	0.3%	99.7%
其他影片後製服務	值	-	785,604	-	806,436	-	851,649	-	949,963	-	1,097,564
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
電影片買賣	值	25,077	2,235,803	9,215	2,263,039	1,359	2,144,383	180	2,167,320	1,780	2,869,135
	比例	1.1%	98.9%	0.4%	99.6%	0.1%	99.9%	0.01%	99.99%	0.1%	99.9%
電影片租賃	值	-	1,383,523	-	1,269,584	-	1,178,970	-	1,455,371	-	1,744,385
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
電影片代理	值	63	102,790	535	84,207	369	117,837	-	107,891	8	181,099
	比例	0.1%	99.9%	0.6%	99.4%	0.3%	99.7%	-	100%	0.005%	99.995%
影片授權使用	值	-	22,810	-	25,893	138	36,644	-	57,014	-	55,388
	比例	-	100%	-	100%	0.4%	99.6%	-	100%	-	100%
電影院	值	-	5,011,955	-	4,889,799	-	5,022,175	680	5,582,973	-	7,438,392
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	0.01%	99.99%	-	100%
露天電影院	值	748	32,302	-	25,545	-	33,521	-	22,616	-	16,300
	比例	2.3%	97.7%	-	100%	-	100%	-	100%	-	100%
電影錄音	值	-	25,467	-	30,911	-	35,096	2,851	28,875	4,631	73,239
	比例	-	100%	-	100%	-	100%	9.0%	91.0%	5.9%	94.1%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

（三）電影產業發展現況及趨勢

1. 臺灣電影的原創性與獨特性

近年華語電影集結兩岸三地合拍影片的趨勢躍升，臺灣電影一直對於合拍模式處於保守的態勢。合拍電影有其價值，卻無法凌駕於劇本精神、影片細膩和原創本質之上。臺灣電影目前仍以獨立製片團隊的拍片模式居多，而「導演電影」也一直是臺灣電影的特色之一，豐沛的創作能量與苦幹實幹之精神也是任何制度的制約、建構無法消泯的原創精神。

然而，近些年「製片人制度」的聲浪四起、「兩岸合拍片」的趨勢以及「賀歲片」的商業操作，在在衝擊臺灣電影的市場版圖，也同時影響著觀眾觀影層次、對於電影的價值和再次買票進場的意願；觀察近些年的國片市場，得以在後《海角七號》時期，獲得更踏實、誠懇且深層的收穫，卻也瀰漫著一股令人擔心的隱憂，尤其是原創性與獨特的電影藝術型態恐緩慢流失。是故，大環境的轉變、或者是人才培育系統的缺失；拍片規格、卡司亦或是回歸到原創與獨特等，均是未來必須思考的課題。

2. 國際投資：兩岸合拍、國際行銷之於臺灣電影的契機

兩岸合拍電影是趨勢也是疑慮，因受制於國際法令規範與國家安全的問題，兩岸合拍片還是處於尚須深思熟慮的階段。我國可透過香港的案例作為警惕；香港於 2008 年簽訂了 CEPA，於是開始大量地合拍規格製作，造成香港導演北上，人才流失、投資轉移陣地，逐漸地崩壞原本早已成熟的香港電影產業。香港導演向中國大陸資金靠攏，待其電影崛起之後，香港的導演只能一個個黯然回鄉。最後造成香港電影完全失去自己的人文風采與土地特色，僅剩杜琪峰、彭浩翔、許鞍華等仍堅守崗位的導演。



《女朋友。男朋友》電影劇照

(ATOM / 原子映象圖片提供)

所以臺灣在這個時機，剛好有香港的例子得以借鏡。當年素有東方好萊塢之稱的香港電影市場，導演北上整個製作團隊、產業鏈一起封包同行，故臺灣縱使有苦幹實幹的導演電影團隊，仍舊處於不確定性和高度的風險。因此，臺灣電影必須走出去，進行國際市場的開發，將重點放在國際影展的能見度提升、國際創投資金和國際行銷通路的相互配合（包括製作、資金、行銷和通路）上，才能在國際市場上具有前景。

3. 製片人制度的優勢與迷思

製片人或監製的任務，應該是協助製片團隊或者電影導演，扮演尋求資金、投資、行銷、財務管理的角色。監製或製片人應扮演居中協調、彼此溝通的角色，以作為投資方和導演的平台，同時必須有所平衡。因此一位好的監製、製片人應協助導演將電影精神傳達給目標閱聽眾，觀察未來的臺灣電影發展態勢，避免扼殺創意、毀滅創作精神的初衷。

4. 國內影展與人才培育

臺灣電影產業人才缺乏，向來是影響電影產業發展很重要的根源。產業人才的培育亦可在現有的科系領域基礎上，引進新的知識，與時俱進。美術、化妝、文學、音樂等領域人才，都可以進到電影產業工作。就產業鏈而言，在臺灣行之有年且國際能見度極高的金馬影展所屬的金馬創投會議、金馬電影學院和每年畢業生蜂擁而至的金穗獎活動，其實已經搭建了媒合平台的需求端，因此尚須搭配供給端的完善措施，以建立橋樑、建構產業鏈的人才供需平衡。

二、廣播電視產業

利用無線、有線、衛星或其他廣播電視平台，從事節目播送、製作、發行等之產業。

（一）產業範疇

臺灣廣播電視產業鏈大致區分為內容供應、頻道業、發行業、平台業等類，其中內容提供者負責廣播電視內容的製作。

本年報對廣播電視產業所涵蓋之行業代碼如下所示：

表 11－6 廣播電視產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
5911-12	電視廣告製作
5911-13	錄影節目帶製作
5911-14	電視節目製作
5912-13	電視節目配音服務
5913-14	電視節目發行
5913-15	錄影節目帶發行
5913-99	其他影片發行
5920-17	廣播配音服務
5920-18	廣播節目發行
5920-19	廣播廣告製作
6010-11	廣播電台
6010-12	網路廣播
6021-11	無線電視台
6021-12	有線電視台
6021-99	其他電視傳播

（二）產業數據分析

廣播電視產業的營業額規模相對較大，與廣告產業是唯二超過新臺幣千億元的產業。據財政部財稅資料中心資料顯示，臺灣廣播電視產業 2011 年家數為 1,579 家，營業額達新臺幣 1,268 億元，較 2010 年



2012 年度廣播金鐘獎頒獎典禮－龍應台部長頒發研究發展獎

家數呈現負成長（-1.5%），但營業額成長了 2.8%，表現在 2011 年平均每家廠商營業額則為 8,034 萬元，較 2010 年成長 4.3%，平均每家營業額成長近 350 萬。廣播電視產業之外銷占營業額比率為 1.4%，顯示海外市場仍有極大的開發空間。

表 11－7 2007～2011 年廣播電視產業經營狀況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	1,604	1,580	1,594	1,603	1,579
	成長率	-	-1.5%	0.9%	0.6%	-1.5%
營業額	值	107,351,470	108,129,996	110,898,291	123,424,055	126,857,011
	成長率	-	0.7%	2.6%	11.3%	2.8%
平均每家廠商營業額	值	66,927	68,437	69,572	76,996	80,340
	成長率	-	2.3%	1.7%	10.7%	4.3%
外銷營業額	值	965,225	1,177,759	1,189,553	1,323,376	1,822,934
	成長率	-	22.0%	1.0%	11.2%	37.7%
	占營業額比例	0.9%	1.1%	1.1%	1.1%	1.4%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 11－8 2007～2011 年廣播電視次產業家數（單位：家、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
電視廣告製作	家數	77	84	91	96	94
	成長率	-	9.1%	8.3%	5.5%	-2.1%
錄影節目帶製作	家數	244	227	220	211	205
	成長率	-	-7.0%	-3.1%	-4.1%	-2.8%
電視節目製作	家數	583	566	577	597	597
	成長率	-	-2.9%	1.9%	3.5%	0.0%
電視節目 配音服務	家數	16	15	12	9	9
	成長率	-	-6.3%	-20.0%	-25.0%	0.0%
電視節目發行	家數	53	55	56	51	47
	成長率	-	3.8%	1.8%	-8.9%	-7.8%
錄影節目帶發行	家數	48	46	45	43	42
	成長率	-	-4.2%	-2.2%	-4.4%	-2.3%
其他影片發行	家數	47	48	56	50	48
	成長率	-	2.1%	16.7%	-10.7%	-4.0%
廣播配音服務	家數	8	8	8	10	9
	成長率	-	0.0%	0.0%	25.0%	-10.0%
廣播節目發行	家數	185	186	184	183	176
	成長率	-	0.5%	-1.1%	-0.5%	-3.8%
廣播廣告製作	家數	56	65	64	73	78
	成長率	-	16.1%	-1.5%	14.1%	6.8%
廣播電台	家數	169	170	178	172	162
	成長率	-	0.6%	4.7%	-3.4%	-5.8%
網路廣播	家數	-	1	2	3	3
	成長率	-	-	100.0%	50.0%	0.0%
無線電視台	家數	19	16	11	11	13
	成長率	-	-15.8%	-31.3%	0.0%	18.2%
有線電視台	家數	36	37	34	37	38
	成長率	-	2.8%	-8.1%	8.8%	2.7%
其他電視傳播	家數	63	56	56	57	58
	成長率	-	-11.1%	0.0%	1.8%	1.8%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

在廣播電視各次產業中，2011 年營業額「電視節目製作」最高，近 520 億元，從 2009～2011 年三年間都呈現成長的狀態，其中又以 2010 年成長 22.2% 最多。2011 年廣播電視的成長率則以「網路廣播」

最高（104.1%），雖然營業額仍較少，但可以持續觀察成長力道是否能維持。電視台和製作公司開始放眼華劇的華人圈市場，願意投入資金自製高品質的優良節目，而品質好的戲劇或以年輕人為收視對象的偶像劇除中國大陸市場外，也漸漸進入其他亞洲各國市場，也使 2011 年電視節目製作從 2010 年在外銷營業額 1.1% 的成長率，2011 年持續成長 1.7%，增加將近 4 億的營業額。

表 11－9 2007～2011 年廣播電視次產業營業額（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
電視廣告製作	營業額	6,333,153	7,313,688	8,011,576	7,830,007	5,990,721
	成長率	-	15.5%	9.5%	-2.3%	-23.5%
錄影節目帶製作	營業額	11,548,636	12,139,484	9,118,270	9,306,248	9,087,083
	成長率	-	5.1%	-24.9%	2.1%	-2.4%
電視節目製作	營業額	38,526,641	37,523,674	38,850,642	47,485,017	51,994,127
	成長率	-	-2.6%	3.5%	22.2%	9.5%
電視節目 配音服務	營業額	34,893	40,272	39,057	45,139	35,188
	成長率	-	15.4%	-3.0%	15.6%	-22.0%
電視節目發行	營業額	4,021,322	4,429,323	3,875,398	6,369,756	6,185,493
	成長率	-	10.1%	-12.5%	64.4%	-2.9%
錄影節目帶發行	營業額	727,062	725,343	790,428	804,716	795,595
	成長率	-	-0.2%	9.0%	1.8%	-1.1%
其他影片發行	營業額	403,115	400,815	487,920	783,992	844,352
	成長率	-	-0.6%	21.7%	60.7%	7.7%
廣播配音服務	營業額	61,923	60,954	66,001	81,848	83,478
	成長率	-	-1.6%	8.3%	24.0%	2.0%
廣播節目發行	營業額	2,743,579	2,510,560	5,649,157	4,921,012	4,931,813
	成長率	-	-8.5%	125.0%	-12.9%	0.2%
廣播廣告製作	營業額	752,660	791,736	489,749	604,933	693,089
	成長率	-	5.2%	-38.1%	23.5%	14.6%
廣播電台	營業額	6,148,363	4,787,157	4,349,465	4,790,448	3,889,804
	成長率	-	-22.1%	-9.1%	10.1%	-18.8%
網路廣播	營業額	-	-	-	2,743	5,600
	成長率	-	-	-	-	104.1%
無線電視台	營業額	9,685,958	10,168,716	9,734,273	10,470,573	10,485,457
	成長率	-	5.0%	-4.3%	7.6%	0.1%
有線電視台	營業額	15,130,448	15,761,226	16,622,229	17,441,849	18,912,398
	成長率	-	4.2%	5.5%	4.9%	8.4%
其他電視傳播	營業額	11,233,717	11,477,049	12,814,124	12,485,774	12,922,812
	成長率	-	2.2%	11.6%	-2.6%	3.5%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

近 10 年間臺灣電視頻道持續進口韓劇，加上日劇及近兩年來開始進口的泰劇，臺灣的電視戲劇節目播放呈現多元文化的樣貌，但相對地也排擠到自製戲劇的預算。中華民國廣播電視節目製作商業同業公會理事長汪威江指出，臺灣本土戲劇一集 120、130 分鐘製作費平均 100 ～ 110 萬元，偶像劇略高，一集 90 分鐘約 150 萬元，但仍低於大陸劇一集製作費約 100 ～ 200 萬人民幣（約 465 ～ 930 萬新臺幣），韓劇一集製作費則在 500 ～ 1,000 萬元新臺幣。以直接授權韓劇播放為例，一集授權金約為 1.5 ～ 2 萬美金（約 45 ～ 60 萬臺幣），從短期經營績效考量，自製戲劇的成本的確較高。近年來，在政府大力提倡和補助自製節目下，2010 ～ 2012 年臺灣陸續推出了許多膾炙人口的戲劇，如獲得 2011 年新聞局推動無線電視數位轉換補助的《我可能不會愛你》偶像劇，在完結篇放映時，收視率最高達 6.97（約 262 萬人同時收看），廣告效益可想而知，該片並獲 47 屆金鐘獎 8 項大獎，可謂名利雙收；2011 ～ 2012 年又授權在中國大陸、新加坡、韓國、日本、馬來西亞……等 8 國頻道播出，成功外銷海外。長期而言，自製戲劇除了國內市場考量外，也有開拓外銷市場的機會，在民間電視業者對自製節目的堅持和努力下，臺灣戲劇節目品質也漸受海外業者肯定，規模較大的民間企業如三立、八大等電視台都累積了成功的經驗。2012 年，國家通訊傳播委員會（NCC）通過「電視節目從事商業置入性行銷暫行規範」及「電視節目贊助暫行規範」兩項放寬的行政命令，望能引入資金，有助於提高國內戲劇的製作預算。

表 11 — 10 2007 ～ 2011 年廣播電視次產業內外銷收入（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
電視廣告製作	值	5,647	6,327,506	1,472	7,312,216	348	8,011,228	9,326	7,820,681	5,756	5,984,965
	比例	0.1%	99.9%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.1%	99.9%	0.1%	99.9%
錄影節目帶製作	值	204,907	11,343,729	279,082	11,860,401	199,350	8,918,919	199,863	9,106,385	218,415	8,868,667
	比例	1.8%	98.2%	2.3%	97.7%	2.2%	97.8%	2.1%	97.9%	2.4%	97.6%
電視節目製作	值	300,860	38,225,782	377,191	37,146,483	333,204	38,517,438	502,225	46,985,136	900,243	51,093,884
	比例	0.8%	99.2%	1.0%	99.0%	0.9%	99.1%	1.1%	98.9%	1.7%	98.3%
電視節目配音服務	值	-	34,893	21	40,251	-	39,057	42	45,181	-	35,188
	比例	-	100.0%	0.1%	99.9%	-	100.0%	0.1%	99.9%	-	-
電視節目發行	值	16,723	4,004,599	8,274	4,421,049	7,883	3,867,515	10,885	6,358,871	5,474	6,180,019
	比例	0.4%	99.6%	0.2%	99.8%	0.2%	99.8%	0.2%	99.8%	0.1%	99.9%
錄影節目帶發行	值	10,023	717,039	5,449	719,894	6,920	783,508	3,656	801,060	8,631	786,964
	比例	1.4%	98.6%	0.8%	99.2%	0.9%	99.1%	0.5%	99.5%	1.1%	98.9%
其他影片發行	值	23,932	379,183	27,341	373,474	18,951	468,969	25,816	758,176	45,094	799,258
	比例	5.9%	94.1%	6.8%	93.2%	3.9%	96.1%	3.3%	96.7%	5.3%	94.7%
廣播配音服務	值	-	61,923	-	60,954	-	66,001	-	81,848	-	83,478
	比例	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%
廣播節目發行	值	146,103	2,597,476	164,982	2,345,578	253,068	5,396,089	231,390	4,689,623	278,086	4,653,727
	比例	5.3%	94.7%	6.6%	93.4%	4.5%	95.5%	4.7%	95.3%	5.6%	94.4%

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
廣播廣告製作	值	26,013	726,647	31,433	760,303	9,049	480,701	11,296	593,638	8,666	684,423
	比例	3.5%	96.5%	4.0%	96.0%	1.8%	98.2%	1.9%	98.1%	1.3%	98.7%
廣播電台	值	122,545	6,025,818	146,001	4,641,156	162,881	4,186,585	163,226	4,627,268	130,987	3,761,725
	比例	2.0%	98.0%	3.0%	97.0%	3.7%	96.3%	3.4%	96.6%	3.4%	96.6%
網路廣播	值	-	-	-	-	-	-	-	2,743	-	5,600
	比例	-	-	-	-	-	-	-	100.0%	-	100.0%
無線電視台	值	90,855	9,595,103	116,030	10,052,686	136,631	9,597,642	138,272	10,332,301	183,973	10,301,484
	比例	0.9%	99.1%	1.1%	98.9%	1.4%	98.6%	1.3%	98.7%	1.8%	98.2%
有線電視台	值	-	15,130,448	2,364	15,758,861	11	16,622,219	54	17,441,795	744	18,911,654
	比例	-	-	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
其他電視傳播	值	17,619	11,216,098	18,118	11,458,930	61,257	12,752,868	27,326	12,458,448	36,863	12,885,949
	比例	0.2%	99.8%	0.2%	99.8%	0.5%	99.5%	0.2%	99.8%	0.3%	99.7%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

（三）廣播電視產業發展現況及趨勢

1. 基本課題與策略思維

近年來韓劇的成功是值得探討的案例，雖然據估計韓劇只占南韓出口的 3%，但韓劇的影響力形塑了南韓的國家形象，等同於韓國對外的名片。電影、電視是打造「臺灣意象」宣傳途徑之一，臺灣的影視節目在海外播放時段越長、傳播區域越廣，越能順勢將臺灣文化輸出國外。影劇整體產業的發展，不是一個劇本、一部影片的展現，也不是一個劇種的收入，而是整個整體國家品牌的呈現。打造國家品牌後，更可帶出華人明星和觀光等效應。

2. 人才培育與基礎建設

編劇是每齣戲劇背後默默耕耘的推手，也是決定戲劇會不會成功的靈魂所在，但由於視野、環境與製作預算等因素，造成臺灣編劇人才缺乏。好劇本的產出必須有整體性的規劃，像是戲劇專業的培養，輔以對大陸劇、日劇、韓劇的分析、研讀、仿作。此外，也要從校園開始，無論是學習的方式、課程規劃的方向、教授的科目等，都須強化與業界的交集；其次，正規學校教育外，也需建立人才培育的計畫、公部門產業教育推廣計畫等，才能慢慢培養出所需的廣電人才。

3. 借鏡學習與保護措施

臺灣廣播電視產業的市場要從內需轉向對外擴張。可以借鏡韓國組織改造的案例，由政府來扮演領頭羊的角色，帶領整個產業向外的拓展工作。另一個成功的案例則是日本，過去日本無償購入，在東南亞成



2012 年度廣播金鐘禮讚暨入圍名單公布記者會

立日本電視台，專門播放日劇，以「名片」的概念行銷，後續帶動日本商品的購買、對日本的好感上升等附加效益。此外，臺灣目前對於外來劇的引進與播放時段均無明確的限制，容易造成本土戲劇的流失，相對的人才也難以培養，制定良好的保護政策亦是當務之急。

4. 拓展國際市場，開創新題材

中華民國電視學會統計過去一年外銷紀錄，臺劇仍以中國大陸為首要外銷市場，但相對於中國大陸一年內需市場 7,000 ~ 10,000 小時，中國大陸業者內部競爭已相當激烈，臺灣雖然無法拿下大部分的市場，即使只有 2 ~ 3% 的部分也都要努力爭取，此舉，除了展現臺灣團隊的能力外，也是文化輸出的重要方式，但臺灣業者仍須保有一定的自主性，才能開創獨特性。此外，除了戲劇類之外，紀錄片是臺灣的強項之一，像 2012 年推出的《不老騎士》一片，用極低的成本就創造了數倍的產值，也是臺灣在文化展現上可努力的方向。

除了中國大陸市場外，臺灣亦須有海外拓點的做法和海外行銷概念，開創多元的素材，把外銷的思維調整到整個華人社會，把華人圈納入值得開發的市場。此外，臺灣是一個多元族群的島嶼，在題材與人才培育上的基礎工程，也可朝多元化努力。

5. 產業環境改善、培養生活美學、厚植文化內容

臺灣電視產業環境很艱困，由於頻道開放太多，且缺乏退場機制，導致資源不斷被稀釋，本土劇拍攝的經費匱乏；在廣播電台方面也是百家爭鳴。文創產業的根本在於培養生活美學，文化的厚度更是文化創意的根源。如何讓學生能夠充分創作與學習，讓想像奔馳，建立產、學合作的機制，人才培育上，產和學有相同的責任；而整體的大環境上，則應著重在美感社會的建立、全民美學的培養，這樣的氛圍一旦成為生活的一部分，由下而上的創意就會源源不絕而來。

三、出版產業

從事新聞、雜誌（期刊）、圖書等紙本或以數位方式創作、企畫編輯、發行流通等之行業。

（一）產業範疇

根據「中華民國行業標準分類」定義，出版產業包括新聞、雜誌、書籍、及其他出版品、軟體等具有著作權商品發行之行業。由於軟體出版業於 2010 年通過之《文化創意產業發展法》被歸類至「數位內容產業」；有聲出版亦被歸類至「音樂及表演藝術產業」和「流行音樂及文化內容產業」。為避免重複，本年報對出版產業之行業代碼將略過軟體出版業與有聲出版業。另廣義而言，出版產業的上下游價值鏈尚包含印刷、製版及零售通路（如書店和報攤等）等，本年報為聚焦於出版業的核心產業以及銜接歷年統計數據，因此調查數據範疇將不擴及上下游或周邊產業。

本年報出版產業所涵蓋之行業代碼如下所示：

表 11－11 出版產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
4581-12	書籍、雜誌批發
5811-00	新聞出版
5812-00	雜誌出版
5813-99	其它書籍出版
9010-99	其它創作

（二）產業數據分析

2011 年臺灣出版產業的營業額為 891 億元，較 2010 年成長 0.3%，但因為家數成長，平均每家廠商的營業額略為下滑。

表 11－12 2007～2011 年出版次產業經營狀況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	5,095	5,031	5,006	5,031	5,094
	成長率	-	-1.3%	-0.5%	0.5%	1.3%
營業額	值	86,259,642	84,373,231	78,942,342	88,919,813	89,149,806
	成長率	-	-2.2%	-6.4%	12.6%	0.3%
平均每家廠商營業額	值	16,930	16,771	15,770	17,674	17,501
	成長率	-	-0.9%	-6.0%	12.1%	-1.0%
外銷營業額	值	1,545,986	1,653,078	1,605,085	1,816,251	2,038,310
	成長率	-	6.9%	-2.9%	13.2%	12.2%
	占營業額比率	1.8%	2.0%	2.0%	2.0%	2.3%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 11 - 13 2007 ~ 2011 年出版次產業家數 (單位：家、百分比)

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
書籍、雜誌批發	家數	1,909	1,858	1,812	1,787	1,739
	成長率	-	-2.7%	-2.5%	-1.4%	-2.7%
新聞出版	家數	177	180	186	191	198
	成長率	-	1.7%	3.3%	2.7%	3.7%
雜誌出版	家數	984	1,007	1,046	1,085	1,137
	成長率	-	2.3%	3.9%	3.7%	4.8%
其它書籍出版	家數	1,908	1,852	1,831	1,824	1,843
	成長率	-	-2.9%	-1.1%	-0.4%	1.0%
其它創作	家數	117	134	131	144	177
	成長率	-	14.5%	-2.2%	9.9%	22.9%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

2011 年從次產業分析，營業額部分「新聞出版」、「其它書籍出版」呈現衰退之外，「書籍、雜誌批發」、「雜誌出版」為持平或小幅成長，但是營業額最少的次產業「其他創作」成長了 44.5%。書籍、雜誌批發從 2007 ~ 2011 年都顯示臺灣出版產業的外銷以「書籍、雜誌批發」產業占比較高，該項產業以書籍雜誌的印刷品銷售為主，顯示外銷的市場仍是以印刷成品直接出口為主，而屬於「出版」類型如雜誌或書籍的出版，外銷的意義為「版權交易」的範疇，意即授權海外出版商進行翻譯及編輯製作等在地加值工作後，才能上市的當地版本，如英文版、簡體版、大陸版等，然而這部分的授權外銷比率仍低。相較出口中文繁體版書籍和授權外文版本兩者不同的外銷標的，顯示臺灣書籍雜誌等出版品，在國際文化傳播上仍以能夠閱讀中文繁體字的人口為主。

表 11 - 14 2007 ~ 2011 年出版次產業營業額 (單位：新臺幣千元、百分比)

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
書籍、雜誌批發	營業額	23,700,967	22,811,761	22,485,406	24,184,956	24,317,704
	成長率	-	-3.8%	-1.4%	7.6%	0.5%
新聞出版	營業額	13,505,102	14,434,176	10,933,079	13,146,526	12,714,851
	成長率	-	6.9%	-24.3%	20.2%	-3.3%
雜誌出版	營業額	18,472,467	17,883,057	16,715,924	17,876,585	18,699,689
	成長率	-	-3.2%	-6.5%	6.9%	4.6%
其它書籍出版	營業額	30,208,094	28,793,210	28,496,264	33,370,316	32,924,225
	成長率	-	-4.7%	-1.0%	17.1%	-1.3%
其它創作	營業額	373,012	451,027	311,669	341,430	493,336
	成長率	-	20.9%	-30.9%	9.5%	44.5%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月



2012 金蝶獎的決選

(書展基金會圖片提供)

表 11 - 15 2007 ~ 2011 年出版次產業內外銷收入 (單位: 新臺幣千元、百分比)

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
書籍、雜誌批發	值	451,246	23,258,834	535,790	22,283,342	586,004	21,899,403	713,873	23,471,890	994,789	23,322,915
	比例	1.9%	98.1%	2.3%	97.7%	2.6%	97.4%	3.0%	97.0%	4.1%	95.9%
新聞出版	值	184,661	13,320,440	281,611	14,152,565	154,228	10,778,851	179,583	12,966,943	106,093	12,608,758
	比例	1.4%	98.6%	2.0%	98.0%	1.4%	98.6%	1.4%	98.6%	0.8%	99.2%
雜誌出版	值	319,313	18,153,344	305,946	17,577,111	346,981	16,369,227	359,896	17,516,712	383,650	18,316,083
	比例	1.7%	98.3%	1.7%	98.3%	2.1%	97.9%	2.0%	98.0%	2.1%	97.9%
其它書籍出版	值	590,605	29,617,679	529,210	28,264,647	517,629	27,978,636	557,614	32,812,702	553,569	32,370,657
	比例	2.0%	98.0%	1.8%	98.2%	1.8%	98.2%	1.7%	98.3%	1.7%	98.3%
其它創作	值	160	372,852	520	450,507	243	311,426	5,285	336,406	209	493,127
	比例	0.0%	100.0%	0.1%	99.9%	0.1%	99.9%	1.5%	98.5%	0.0%	100.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

根據臺北市雜誌商業同業公會統計，臺灣在 2011 年有 56 本新創雜誌，但也有 15 本雜誌停刊，顯見仍有新進者願意投入資金在雜誌出版工作上。臺灣雜誌市場的讀者無論從年齡、性別、主題等各類偏好切入，幾乎都可找到符合讀者需求的雜誌，產業整體呈現媒體之分眾而多元化的特性。在雜誌廣告量部分，根據尼爾森媒體廣告監測服務 (AIS) 統計，2012 雜誌廣告約為 53 億，較 2011 年負成長 5.9%，主要是因為 2012 年受歐債危機影響，全球經濟疲軟，廣告主的預算也跟著縮減，但與整體廣告量衰退 8%，

雜誌受到的影響比整體的影響相對較小。根據《風格臺灣主要雜誌簡介》的研究顯示，雜誌業者的營收來源 52.6% 來自雜誌銷售收入，37.7% 來自廣告收入。

臺灣的雜誌書籍零售為網路書店、連鎖書店、特色書店（或稱獨立書店）與傳統書店幾個不同的系統。以下為連鎖書店金石堂與誠品書店 2012 年的銷售排行榜，可以顯示暢銷書在連鎖書店銷售情況，從出版者分析，多為國內較為大型的出版商；從特色書店的排行榜則顯示上榜的多為獨立出版社，呈現出特色書店的購書者的分眾傾向。

表 11－16 金石堂 2012 年度新書銷售統計排行榜

排名	文學、非文學綜合排名 TOP 20	出版社	作者
1	《真原醫》	天下雜誌	楊定一
2	《我就是忍不住笑了》	皇冠文化	侯文詠
3	《法王的大轉世》	大燈文化	盧勝彥
4	《血型小將 ABO（3）》	時報文化	朴東宣
5	《格雷的五十道陰影（1）調教》	春光	E.L. 詹姆斯
6	《國王遊戲》（1）	尖端	金澤深明
7	《精・瘦・美 KIMIKO'S 明星指定美形課》	三采	Kimiko
8	《空行母》	正智	坎貝爾
9	《混血英雄營（2）海神之子》	遠流	雷克・萊爾頓
10	《阿基師家常菜的偷吃步》	庫立馬	鄭衍基

附註：1. 統計時間：2012/1/1～2012/12/15 2. 此資料僅含 2012 年出版之新書 3. 本資料摘錄自《出版情報・2013 特刊》

表 11－17 誠品書店 2012 年度新書銷售統計排行榜

排名	文學、非文學綜合排名 TOP 20	出版社	作者
1	《原醫》	天下雜誌	楊定一
2	《格雷的五十道陰影（1）調教》	春光	E.L. 詹姆斯
3	《我就是忍不住笑了》	皇冠文化	侯文詠
4	《有些事現在不做，一輩子都不會做了：改變自我的勇氣》	悅知文化	韓梅梅
5	《德國媽媽這樣教自律：教出、獨立、寬容、節約好孩子》	野人	趙麗榮
6	《過得還不錯的一年：我的快樂生活提案》	早安財經	葛瑞琴・魯賓
7	《被偷走的人生》	潔西・杜加	自由之丘
8	《1000 種可愛圖案，這樣化最可愛！彩繪鋼珠筆下的不敗帖：有了這本，從此自火柴人畢業！》（1）	悅知文化	Amily
9	《深夜食堂》	新經典文化	安倍夜郎
10	《只剩一個角落的繁華》	時報出版	陳文茜

附註：本榜整理自誠品書店網頁：<http://www.eslitecorp.com/TW/News/NewsCenter.aspx?no=22>

表 11 - 18 2012 年小小書房暢銷榜單 Top 10 (圖書出版類)

排名	文學、非文學綜合排名 TOP 20	出版社	作者
1	《遠方的綠光》	小寫出版	游政穎
2	《在緬甸尋找喬治歐威爾》	衛城	艾瑪·拉金
3	《那些胖臉兒教我的事：李瑾倫創作事件簿》	大塊	李瑾倫
4	《我的青春、我的 FORMOSA 縫上新舌頭》	無限出版	林莉菁
5	《過得還不錯的一年：我的快樂生活提案》	早安財經	葛瑞琴·魯賓
6	《雲林有大家》	破出版	陳柏銓
7	《天橋上的魔術師》	夏日	吳明益
8	《飛踢，醜哭，白鼻毛： 第一次開出版社就大賣 騙你的》	明日工作室	陳夏民
9	《從書店窗口看京都》	野人	惠文社一乘寺店
10	《解說愛麗絲漫遊奇境》	獨立出版	丫亮

附註：本榜整理自小小書房網頁：<http://blog.roodo.com/smallidea/archives/21534950.html>

(三) 出版產業發展現況與趨勢

1. 紙本書衰退，電子書起步

受到歐債危機的衝擊，臺灣 2012 年的經濟成長率從前一年的 4.9% 降為 1.19%，內需動能疲弱，出版產業同步受到衝擊，加上近幾年閱讀人口減少、少子化衝擊，出版業持續盤整走勢，書籍出版業者面臨兩個挑戰：一為紙本書的需求不再增加，選書面臨日益嚴峻的壓力，購買歐美外版書的權利金不斷上漲，2012 年出現 17 萬美元權利金搶購一本書的現象，熱門書的版權競爭日益激烈，一般在 1,500 美元上下幾乎買不到新書，獲利模式出現一定的瓶頸；二是電子書之發展已成全球趨勢，但商業模式尚未形成，2011 年電子書的批發、零售合計營業額 2,803 萬元，比 2010 年成長 43%，但與紙本書相比仍微不足道。根據「台灣數位出版聯盟」所進行的「2012 年臺灣數位出版市場現況報告」暨「民眾對數位閱讀喜好研究報告」，電子書愛好者的閱讀時間有增加趨勢、使用平板電腦閱讀者占最多數，閱讀類型以文學小說、商業理財、休閒旅遊為主。

2. 特色書店群聚效應

2012 年國內書籍出版業者在產業座談會中，普遍呼籲政府以具體措施輔導特色書店，臺灣的特色出版多專注於特定主題及小眾的興趣，最近幾年因彼此間的出版主題互補，但營運機能具有共通性而逐漸形



2012 年金蝶獎「整體美術與裝幀設計獎—圖文書類」榮譽獎作品《坐火車的抹香鯨》，並於 2013 年勇奪德國「世界最美麗的書」
（書展基金會圖片提供）

成群聚現象，至 2012 年底，大雁出版基地已匯集 10 家特色出版社；讀書共和國旗下共聚 21 家；兩個「出版基地」各自建置出版營運、銷售、諮詢整合服務的開放性平台；另外，微型出版（一人、逗點、櫻桃園、鸚鵡螺等）也成立合作平台，在 2011 ～ 2013 年台北國際書展共同設攤、集氣，營造自己的特色。特色出版與特色書店（獨立書店）的存在，替小眾讀物爭取存在的空間，小眾讀物的存續，也是多元化社會的指標之一。

3. 通路截彎取直，找尋新的附加價值

近年來，國人購書的方式由直接到實體書店瀏覽式購買，轉而在網路上找尋特定書籍或低折扣新書，因此也造成出版通路的改變。臺灣出版社原透過經銷系統發書到零售通路，出版社自營通路的比率很低。但因為消費習慣改變，網路書店占比大幅提升，其與出版商直接往來，產生通路截彎取直，去中間（批發）商的現象。透過經銷商發書的實體書店的份額下降，退貨比例上升，銷售期壓縮到 1 個月以下，連暢銷書也只有兩個星期的生命週期，經銷商通路的退貨率達 50%，此現象表示只有一半的發行有效，長期發展下去，將嚴重影響出版社的商業模式。因應消費習慣改變，以書店為主要經營對象的經銷商，也進而開拓非書店體系的量販店圖書區業務，2011 ～ 2012 年量販店的銷售基本上持平，相較於實體書店波動較小。

實體通路失靈的現象非臺灣獨特的問題，2012 年中國大陸出版界同樣面臨困境，產銷鏈中的書店經營，面臨房租、物價、工資三漲的極大壓力，許多實體書店相繼關閉，北京市政府、上海市政府於 2012 年都針對實體書店提供「扶持資金」。

四、廣告產業

從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置、獨立經營分送廣告、招攬廣告、廣告設計等行業。據行政院主計處所公告的行業標準分類，廣告產業包含或部分包含的行業名稱為專業及科學及技術服務業、廣告業及市場研究業（指從事廣告服務、市場研究及民意調查等行業）；廣告業（指從事廣告企劃、設計、製作及安排宣傳媒體、購買播放時段及刊登之空間等一系列服務之行業、廣告傳單與樣品分送、招攬廣告及為吸引顧客而從事之行銷活動等）；市場研究及民意調查業（指從事市場研究及民意調查之設計、資料蒐集、整理及分析等服務之行業）3 大項。

（一）產業範疇

廣告產業主要由廣告代理商、媒體服務商、公關公司與整合行銷商、媒體和其他提供廣告設計及製造等公司所組成，在產業範疇上，本年報對廣告產業涵蓋之行業代碼如下表所示：

表 11－19 廣告產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
7311-11	廣告設計
7311-12	廣告製作
7311-13	廣告代理
7312-11	戶外海報設計製作
7312-12	廣告板、廣告塔設計製作
7312-13	霓虹燈廣告
7312-14	電視牆廣告、電子視訊牆製作
7312-15	廣告裝潢設計
7312-16	廣告工程
7312-99	其它戶外廣告
7319-00	其它廣告服務

（二）產業數據分析

廣告產業與經濟大環境密切相關，景氣好的時候消費力強，廣告業主因為銷售暢旺而願意將預算投在廣告中，這些預算即進入廣告產業。反之，景氣衰退時廣告主投資在廣告的投資報酬率低，便會縮減廣告預算資源，廣告業也隨之吹起寒風。觀察 2007～2011 年臺灣廣告產業的營業額情況即可發現，2010 年全球性的金融海嘯逐漸遠離，景氣逐漸復甦，2010 年廣告產業營業額為 1,371 億元，到 2011 年雖然有歐債的陰影存在，但對亞洲的影響相對較輕微，所以廣告業還是呈現上揚的局面，家數、營業額、每家平均營業額都成長，營業額為 1,461 億，比 2010 年多出近 90 億元，成長率為 6.6%，廣告產業為 15 個文創產業中營業額最大者。

表 11－20 2007～2011 年廣告產業經營狀況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	12,453	12,588	12,617	12,903	13,295
	成長率	-	1.1%	0.2%	2.3%	3.0%
營業額	值	132,564,996	127,825,543	113,423,484	137,142,333	146,137,087
	成長率	-	-3.6%	-11.3%	20.9%	6.6%
平均每廠營業額	值	10,645	10,155	8,990	10,629	10,992
	成長率	-	-4.6%	-11.5%	18.2%	3.4%
外銷營業額	值	840,716	689,539	547,611	795,311	967,202
	成長率	-	-18.0%	-20.6%	45.2%	21.6%
	占營業額比率	0.6%	0.5%	0.5%	0.6%	0.7%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

2011 年廣告產業共有 13,295 家業者，為 2008～2011 年的 4 年間，成長率最高的一年（3%），比 2010 年增加 392 家。本產業家數最多的次產業為「廣告設計」與「其他廣告服務」，這兩個次產業加起來約 9,000 家，占總產業家數的 6 成，並且也是家數成長最多的兩個次產業。

表 11－21 2007～2011 年廣告次產業家數（單位：家、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
廣告設計	家數	5,251	5,142	5,019	4,998	5,032
	成長率	-	-2.1%	-2.4%	-0.4%	0.7%
廣告製作	家數	1,418	1,410	1,376	1,380	1,386
	成長率	-	-0.6%	-2.4%	0.3%	0.4%
廣告代理	家數	21	48	82	113	140
	成長率	-	128.6%	70.8%	37.8%	23.9%
戶外海報設計製作	家數	157	157	158	155	152
	成長率	-	0.0%	0.6%	-1.9%	-1.9%
廣告板、廣告塔設計製作	家數	1,095	1,079	1,034	1,020	1,037
	成長率	-	-1.5%	-4.2%	-1.4%	1.7%
霓虹燈廣告	家數	110	106	103	100	99
	成長率	-	-3.6%	-2.8%	-2.9%	-1.0%
電視牆廣告、電子視訊牆製作	家數	57	56	59	63	66
	成長率	-	-1.8%	5.4%	6.8%	4.8%
廣告裝潢設計	家數	1,061	1,065	1,018	989	962
	成長率	-	0.4%	-4.4%	-2.8%	-2.7%
廣告工程	家數	415	420	418	429	430
	成長率	-	1.2%	-0.5%	2.6%	0.2%
其它戶外廣告	家數	5	11	19	37	44
	成長率	-	120.0%	72.7%	94.7%	18.9%
其它廣告服務	家數	2,863	3,094	3,331	3,619	3,947
	成長率	-	8.1%	7.7%	8.6%	9.1%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

各廣告次產業中，2011 年營業額最高的來自「廣告設計（新臺幣 627 億元）」、「其他廣告服務（新臺幣 404 億元）」、「廣告製作（新臺幣 165 億元）」。成長率最高的則是「電視牆廣告、電子視訊牆製作」，有達 40.4% 的成長。廣告產業除了「廣告裝潢設計」衰退了 4.2% 以外，其他的次產業都是成長的。

表 11－22 2007～2011 年廣告次產業營業額（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
廣告設計	營業額	62,664,447	60,096,162	51,823,725	59,813,249	62,737,529
	成長率	-	-4.1%	-13.8%	15.4%	4.9%
廣告製作	營業額	17,034,844	15,544,669	13,703,094	16,554,069	16,595,891
	成長率	-	-8.7%	-11.8%	20.8%	0.3%
廣告代理	營業額	1,585,453	1,641,230	1,678,346	3,345,948	3,661,942
	成長率	-	3.5%	2.3%	99.4%	9.4%
戶外海報 設計製作	營業額	1,226,737	1,321,761	1,148,649	1,086,039	1,122,289
	成長率	-	7.7%	-13.1%	-5.5%	3.3%
廣告板、廣告塔 設計製作	營業額	7,769,232	7,557,917	6,966,844	8,886,771	10,007,905
	成長率	-	-2.7%	-7.8%	27.6%	12.6%
霓虹燈廣告	營業額	309,730	274,138	236,560	299,265	318,599
	成長率	-	-11.5%	-13.7%	26.5%	6.5%
電視牆廣告、 電子視訊牆製作	營業額	375,259	310,822	317,453	396,665	556,892
	成長率	-	-17.2%	2.1%	25.0%	40.4%
廣告裝潢設計	營業額	7,453,719	7,771,180	6,553,285	7,286,478	6,983,588
	成長率	-	4.3%	-15.7%	11.2%	-4.2%
廣告工程	營業額	3,486,671	3,266,258	2,747,540	3,324,474	3,564,293
	成長率	-	-6.3%	-15.9%	21.0%	7.2%
其它戶外廣告	營業額	59,113	60,764	46,563	93,700	118,048
	成長率	-	2.8%	-23.4%	101.2%	26.0%
其它廣告服務	營業額	30,599,790	29,980,643	28,201,424	36,055,675	40,470,110
	成長率	-	-2.0%	-5.9%	27.9%	12.2%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 11 - 23 2007 ~ 2011 年廣告次產業內外銷收入（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
廣告設計	值	307,274	62,357,172	287,554	59,808,608	235,363	51,588,362	411,236	59,403,007	450,111	62,287,418
	比例	0.5%	99.5%	0.5%	99.5%	0.5%	99.5%	0.7%	99.3%	0.7%	99.3%
廣告製作	值	129,305	16,905,540	80,969	15,463,700	89,282	13,613,812	119,275	16,434,793	144,282	16,451,609
	比例	0.8%	99.2%	0.5%	99.5%	0.7%	99.3%	0.7%	99.3%	0.9%	99.1%
廣告代理	值	-	1,585,453	-	1,641,230	-	1,678,346	3,231	3,342,717	4,014	3,657,929
	比例	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	0.1%	99.9%	0.1%	99.9%
戶外海報設計製作	值	326	1,226,411	-	1,321,761	3,560	1,145,090	121	1,085,918	43,366	1,078,923
	比例	0.0%	100.0%	-	100.0%	0.3%	99.7%	0.0%	100.0%	3.9%	96.1%
廣告板、廣告塔設計製作	值	2,388	7,766,844	338	7,557,579	343	6,966,501	1,354	8,885,418	2,246	10,005,659
	比例	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
霓虹燈廣告	值	-	309,730	-	274,138	-	236,560	-	299,265	-	318,599
	比例	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%
電視牆廣告、電子視訊牆製作	值	1,959	373,300	962	309,860	1,846	315,608	23	396,642	1,349	555,543
	比例	0.5%	99.5%	0.3%	99.7%	0.6%	99.4%	0.0%	100.0%	0.2%	99.8%
廣告裝潢設計	值	77,404	7,376,478	82,566	7,688,614	60,188	6,493,097	61,913	7,224,565	69,687	6,913,901
	比例	1.0%	99.0%	1.1%	98.9%	0.9%	99.1%	0.8%	99.2%	1.0%	99.0%
廣告工程	值	1,458	3,485,214	301	3,265,957	1,181	2,746,359	460	3,324,014	2,705	3,561,588
	比例	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.1%	99.9%
其它戶外廣告	值	-	59,113	-	60,764	-	46,563	-	93,700	-	118,048
	比例	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%
其它廣告服務	值	320,603	30,279,187	236,850	29,743,793	155,848	28,045,576	197,698	35,857,977	249,443	40,220,667
	比例	1.0%	99.0%	0.8%	99.2%	0.6%	99.4%	0.5%	99.5%	0.6%	99.4%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

根據尼爾森媒體廣告監測服務（AIS）的調查，2012 年臺灣主要媒體（無線、有線、報紙、雜誌、廣播及戶外等）有效廣告量約為 460 億新臺幣，但 2012 年廣告量整體為負成長 8.3%，但樂觀的是 2012 年下半年比上半年微幅成長了 3%，暗示廣告業景氣逐漸回升。

臺灣營業額前幾名的廣告公司多有外商投資的背景，這和全球廣告的運作方式相關，緣於外商母公司原本就有長期配合的國際客戶，因此臺灣的外商廣告公司除了開發在地業務外，也可提供國際品牌在地化的廣告服務，在業務上比本土廣告公司更有利。從 1980 年代臺灣解嚴後，外商廣告公司進入臺灣市場並引進國際的作法，也培養出具有全球視野和國際水準的廣告人才，但近年來臺灣廣告界的中生代受中國大陸人才磁吸效應影響，有逐漸出走的趨勢，廣告產業人才斷層的隱憂值得業界和相關政府機關重視。

表 11－24 2011 年臺灣綜合廣告代理商排行榜

排名	公司名稱	毛收入（萬元）			員工數	每人毛收入 （萬元）	資本額 （萬元）	成立時間
		2011 年	2010 年	成長率				
1	李奧貝納 Leo Burnett	44,200	42,500	4.00%	165	268	500	1987/7/16
2	奧美 Ogilvy & Mather	38,500	37,000	4.05%	142	271	2,500	1985/7/1
3	聯廣傳播集團 United	36,000	33,308	8.08%	111	324	3,028	1970/9/2
4	臺灣電通 Dentsu	35,732	35,576	0.44%	156	229	4,200	1960/12/31
5	智威湯遜 JWT	28,600	27,500	4.00%	97	295	2,000	1988/6
6	聯旭 ADK	26,865	24,313	10.50%	100	269	6,000	1990/6/22
7	麥肯 McCann	24,500	24,015	2.02%	90	272	4,500	1991/5/1
8	黃禾 BBDO	24,300	22,500	8.00%	84	289	3,030	1986/7/22
9	恆美 DDB	18,250	14,600	25.00%	70	261	2,720	1984/3/1
10	達一 HSU	17,577	21,639	-18.77%	9	1953	1,000	1993/9

資料來源：動腦雜誌社，本年報整理，2012 年 12 月

（三）廣告產業發展現況與趨勢

1. 專業而多元的服務趨勢

臺灣廣告服務業朝向專業細分化、服務整合化的趨勢，而產生結構性調整，產業價值鏈由過去單一廣告廠商代理朝向專業化的角色定位發展，亦由過去的直線依賴關係轉變為目前各自獨立多元的網絡，同時存在競合關係。

在微利時代、服務業國際化輸出與廣告客戶需求的引導下，也可以觀察到大型集團旗下成立各種廣告功能子公司，同時擁有廣告代理商、廣告策略企劃、創意、行銷及媒體採購等子公司，呈現集團化跨界經營的模式，彼此獨立作業也密切合作；而我國較小型的廣告公司或許多數位新興代理商，則呈現同服務功能的公司協同化、不同服務功能的公司聯盟化的經營模式，促進整體產業服務品質提升，有助於臺灣廣告服務輸出與市場擴張的競爭力。

2. 數位驅動廣告市場成長

鑒於商業環境改變、國內數位媒體及網路環境發展進步、媒體選擇愈加多元與數位化跨媒體、跨載具的科技應用與行銷型態創新等因素，形成傳統媒體與數位新興媒體廣告市場拉鋸。

網路廣告與行動廣告逐漸成為主流，數位運用帶來更精準的效益評估，促進新型廣告服務商業模式，橫向穿透跨域整合，促進各媒體進行應用改革，並促成更多新的商機出現。無論是全球或臺灣市場來看，網路廣告與行動廣告的市場均是重點關注對象，驅動整體廣告市場的成長。

3. 品牌行銷跨媒體整合

因應行銷問題日益複雜，廣告產業面臨跨平台與跨傳播工具的整合議題。須由品牌行銷整合傳播的高度出發，替客戶做策略建議及媒體運用規劃，結合全面性廣告服務，為客戶一次提供問題解決服務的新角色與定位，同時以數位媒體為中心，整合傳統媒體與其他媒體，增加跨媒體、跨載具的應用進行整合行銷活動。所有的媒體都是為了傳遞品牌訊息而存在，只要新舊媒體整合善用得當，媒體數位與否不是重點。透過新舊媒體整合，搭配傳遞給消費者想聽的訊息，是廣告產業最重要的核心能力。

五、流行音樂及文化內容產業

從事具有大眾普遍接受特色之音樂及文化之創作、出版、發行、展演、經紀及其周邊產製技術服務等之行業。

（一）產業範疇

流行音樂及文化內容產業以唱片公司或音樂公司為核心，統籌音樂創作與製作、發行、現場表演、唱片銷售、數位音樂版權銷售、藝人活動代言等經紀事務，結合周邊相關文化與商品的產業。涵蓋之行業代碼如下表所示：（此產業範疇與文化部影視及流行音樂產業局辦理之「100 年度臺灣流行音樂產業調查」之產業範疇不同）

表 11－25 流行音樂及文化內容產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
3313-00	樂器製造業
4764-11	錄影帶、錄音帶、碟影片零售
5920-11	唱片出版
5920-12	雷射唱片出版
5920-13	錄音帶出版
5920-14	音樂書籍出版
5920-15	音樂詞曲版權代理
5920-20	聲音錄製服務
5920-21	音樂出版
7603-00	藝人及模特兒等經紀服務
7719-13	舞台音響設備出租

（二）產業數據分析

2011 年流行音樂及文化內容產業的廠商家數為 1,764 家，營業額共新臺幣 165 億元，比 2010 年增加 1.1%。外銷占營業額比率為 15.9%，是媒體類產業當中外銷比率最高者。流行音樂除了上述的產業範疇外，在加值利用上，也和視聽業（MTV）和視唱業（KTV）有關。根據財稅中心的數據顯示，2011 年視聽業及視唱業有超過 140 億新臺幣的營業額，根據業者估計，這兩項次產業的營業額約有 8%～10% 與流行音樂的授權及流行音樂的影音內容購置相關，可按比例計入流行音樂的產值，約在 12 億元之譜。

表 11－26 2007～2011 年流行音樂及文化內容產業經營狀況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	1,721	1,692	1,681	1,731	1,764
	成長率	-	-1.7%	-0.7%	3.0%	1.9%
營業額	值	16,818,879	15,730,174	15,120,377	16,389,142	16,565,629
	成長率	-	-6.5%	-3.9%	8.4%	1.1%
平均每廠營業額	值	9,773	9,297	8,995	9,468	9,391
	成長率	-	-4.9%	-3.2%	5.3%	-0.8%
外銷營業額	值	3,302,380	3,273,245	2,673,460	2,692,807	2,638,863
	成長率	-	-0.9%	-18.3%	0.7%	-2.0%
	占營業額比率	19.6%	20.8%	17.7%	16.4%	15.9%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

在流行音樂及文化內容各次產業中，2010～2011 年廠商家數增加幅度最高的為「聲音錄製服務」增加了 28.6%，而營業額方面則以「音樂出版」的成長率最高，達 46.5%，此外，「音樂詞曲版權代理」的表現也不錯，成長率超過 3 成。

表 11－27 2007～2011 年流行音樂及文化內容產業家數（單位：家、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
樂器製造業	家數	149	144	141	136	133
	成長率	-	-3.4%	-2.1%	-3.5%	-2.2%
錄影帶、錄音帶、碟影片零售	家數	581	547	517	484	450
	成長率	-	-5.9%	-5.5%	-6.4%	-7.0%
唱片出版	家數	199	193	187	188	183
	成長率	-	-3.0%	-3.1%	0.5%	-2.7%
雷射唱片出版	家數	102	91	85	83	78
	成長率	-	-10.8%	-6.6%	-2.4%	-6.0%
錄音帶出版	家數	187	181	173	169	166
	成長率	-	-3.2%	-4.4%	-2.3%	-1.8%
音樂書籍出版	家數	9	14	25	35	41
	成長率	-	55.6%	78.6%	40.0%	17.1%
音樂詞曲版權代理	家數	22	27	27	27	31
	成長率	-	22.7%	0.0%	0.0%	14.8%
聲音錄製服務	家數	7	9	15	21	27
	成長率	-	28.6%	66.7%	40.0%	28.6%
音樂出版	家數	9	19	30	56	69
	成長率	-	111.1%	57.9%	86.7%	23.2%
藝人及模特兒等經紀服務	家數	139	150	158	187	223
	成長率	-	7.9%	5.3%	18.4%	19.3%
舞台音響設備出租	家數	317	317	323	345	363
	成長率	-	0.0%	1.9%	6.8%	5.2%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

在流行音樂及文化內容各次產業中，以「樂器製造業」營業額最高，可達新臺幣 39 億 3,449 萬元，但該產業 2011 年卻呈現負成長，下跌了 15.2%，但「樂器製造業」在外銷市場表現也最為亮眼，外銷占營業額比率從 2010 的 42% 上揚到 47.9%，顯示 2011 年度的總營業額下跌是內銷市場的營業額下降所致。

表 11－28 2007～2011 年流行音樂及文化內容產業營業額（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
樂器製造業	營業額	5,111,800	4,864,217	3,744,517	4,637,091	3,934,495
	成長率	-	-4.8%	-23.0%	23.8%	-15.2%
錄影帶、錄音帶、碟影片零售	營業額	4,403,207	3,915,262	3,503,653	3,325,941	3,068,237
	成長率	-	-11.1%	-10.5%	-5.1%	-7.7%
唱片出版	營業額	1,841,772	1,689,123	1,945,038	1,833,268	2,116,643
	成長率	-	-8.3%	15.2%	-5.7%	15.5%

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
雷射唱片出版	營業額	1,692,336	1,642,750	1,474,095	1,621,185	1,757,397
	成長率	-	-2.9%	-10.3%	10.0%	8.4%
錄音帶出版	營業額	1,058,408	973,727	844,511	813,917	852,130
	成長率	-	-8.0%	-13.3%	-3.6%	4.7%
音樂書籍出版	營業額	31,503	47,401	54,595	143,989	111,764
	成長率	-	50.5%	15.2%	163.7%	-22.4%
音樂詞曲版權代理	營業額	103,207	123,921	136,096	189,853	248,580
	成長率	-	20.1%	9.8%	39.5%	30.9%
聲音錄製服務	營業額	54,323	59,526	38,679	73,468	79,215
	成長率	-	9.6%	-35.0%	89.9%	7.8%
音樂出版	營業額	740,484	702,357	768,060	893,074	1,308,695
	成長率	-	-5.1%	9.4%	16.3%	46.5%
藝人及模特兒等經紀服務	營業額	1,230,956	1,158,434	2,028,915	2,194,586	2,382,498
	成長率	-	-5.9%	75.1%	8.2%	8.6%
舞台音響設備出租	營業額	550,883	553,457	582,218	662,770	705,976
	成長率	-	0.5%	5.2%	13.8%	6.5%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 11 - 29 2007 ~ 2011 年流行音樂及文化內容次產業內外銷收入（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
樂器製造業	值	2,771,780	2,340,021	2,556,774	2,307,444	1,987,053	1,757,464	1,948,067	2,689,025	1,884,701	2,049,794
	比例	54.2%	45.8%	52.6%	47.4%	53.1%	46.9%	42.0%	58.0%	47.9%	52.1%
錄影帶、錄音帶、碟影片零售	值	59,513	4,343,694	56,124	3,859,138	41,701	3,461,952	47,250	3,278,691	55,414	3,012,822
	比例	1.4%	98.6%	1.4%	98.6%	1.2%	98.8%	1.4%	98.6%	1.8%	98.2%
唱片出版	值	64,268	1,777,504	94,764	1,594,359	107,607	1,837,432	140,663	1,692,604	181,266	1,935,377
	比例	3.5%	96.5%	5.6%	94.4%	5.5%	94.5%	7.7%	92.3%	8.6%	91.4%
雷射唱片出版	值	196,685	1,496,426	255,090	1,387,659	234,327	1,239,767	242,619	1,378,565	223,550	1,533,847
	比例	11.6%	88.4%	15.5%	84.5%	15.9%	84.1%	15.0%	85.0%	12.7%	87.3%
錄音帶出版	值	22,263	1,036,145	23,206	950,521	21,237	823,274	31,012	782,905	36,796	815,334
	比例	2.1%	97.9%	2.4%	97.6%	2.5%	97.5%	3.8%	96.2%	4.3%	95.7%

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
音樂書籍出版	值	4,197	27,305	3,580	43,821	5,346	49,249	5,488	138,501	6,497	105,267
	比例	13.3%	86.7%	7.6%	92.4%	9.8%	90.2%	3.8%	96.2%	5.8%	94.2%
音樂詞曲版權代理	值	4,090	99,117	4,329	119,592	3,602	132,494	2,210	187,643	2,330	246,249
	比例	4.0%	96.0%	3.5%	96.5%	2.6%	97.4%	1.2%	98.8%	0.9%	99.1%
聲音錄製服務	值	-	54,323	-	59,526	-	38,679	-	73,468	-	79,215
	比例	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%
音樂出版	值	178,848	561,636	147,134	555,223	180,072	587,989	156,860	736,214	134,212	1,174,483
	比例	24.2%	75.8%	20.9%	79.1%	23.4%	76.6%	17.6%	82.4%	10.3%	89.7%
藝人及模特兒等經紀服務	值	724	1,230,232	132,181	1,026,253	92,516	1,936,398	117,404	2,077,181	114,097	2,268,402
	比例	0.1%	99.9%	11.4%	88.6%	4.6%	95.4%	5.3%	94.7%	4.8%	95.2%
舞台音響設備出租	值	12	550,871	62	553,394	-	582,218	1,232	661,538	-	705,976
	比例	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	-	100.0%	0.2%	99.8%	-	100.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

近年流行音樂的商業模式已從主要在實體正版光碟的銷售，轉變為現場演唱，如演唱會或 Live House 的型態，加上數位音樂易於分享和複製的特點，導致實體唱片銷售市場逐年萎縮。財團法人臺灣唱片出版事業基金會（RIT）2012 年統計，臺灣實體正版唱片銷售金額從 2007 年新臺幣 19 億 6,200 萬元，遞減至 2011 年的 13 億 7,020 萬元，5 年來衰退 3 成，銷售量也從 2007 年的 660 萬張逐年衰退，2010 年雖又回到 600 萬張銷量，但 2011 年下跌到 570 萬張。

表 11－30 2007～2011 年臺灣實體正版唱片銷售金額

年度	銷售金額 (新臺幣百萬)	年成長率	銷售數量(百萬)	年成長率
2007	1962	-8%	6.6	-7%
2008	1513.8	-23%	5.2	-20%
2009	1447.1	-2%	5.4	4%
2010	1503.63	2%	6	6%
2011	1370.2	-9%	5.7	-5%

資料來源：財團法人臺灣唱片出版事業基金會（RIT）



花博公園廣場舉辦「2012 臺灣樂團潮」成果發表會

（三）流行音樂產業發展現況及趨勢

臺灣的流行音樂在近幾年來，由於盜版猖獗，還有 1998 年 MP3 燒錄技術興起及網際網路使用盛行，使得閱聽大眾可以免費使用各種音樂，影響了以唱片公司為核心的音樂產業，也宣示了唱片微利時代來臨。中子文化股份有限公司執行長張培仁指出，目前臺灣唱片的平均每張專輯銷售量為 800 張。若有 2,000 張出貨量，實際上銷售不會超過 1,200 張。

MP3 技術的興起，瓦解了傳統以唱片公司為中心的價值鏈模式。傳統上，唱片公司為綜合模式，也就是唱片公司一手包辦了製作、企劃宣傳與發行三項業務，唱片公司為此價值鏈中的主要權力核心，或許在各階段所投入的成本依不同音樂類型而有差異，但大部分的成本花費仍在行銷發行上，並且以實體唱片作為主要的銷售產品，因此獲利的多少主要取決於行銷費用的多寡。在這樣以行銷為導向的模式下，傳統模式中的創作者必須與唱片公司簽約，依據市場需求，定期創作，於是創意容易被忽略。但新技術時代的來臨使得創作者的地位大大的提升，產制權也重回創作者本身，閱聽者也有更多的自主權，唱片公司則轉為專職發行，甚至出現詞曲版權公司。

1. 產業價值鏈改變與新型態音樂展現模式

影響臺灣流行音樂產業更大的關鍵點是來自於資訊來源的開放，也就是臺灣自解嚴以來，就開啟了資訊初步的開放。臺灣流行音樂產業與全球流行音樂產業並置檢視，但由於早期並沒有保護政策，臺灣的流行音樂產業在規模與技術都難以與全球流行音樂產業匹敵，加上國際流行音樂易於登上媒體版面，消費者毫無準備下，接收了全球的流行音樂，這樣資訊和傳播的機制，才是改變消費者閱聽習慣的關鍵。1994 年，美國歌手瑪麗亞凱莉（Mariah Carey）和惠妮休斯頓（Whitney Houston）在臺專輯銷售量已超越臺灣本土歌手，《鐵達尼號》電影原聲帶的熱賣紀錄，都暗示了大環境的改變，此一競爭態勢，甚至影響原有的流行音樂文化自信心，而 MP3 技術只是光碟銷售衰退的助力。

目前流行音樂已轉型為展演模式，結合偶像魅力，流行音樂變成打造偶像的宣傳方式。因此，新音樂平台的集結，以從底層帶動的方式，以群眾聚集、廣告收益的方式，開創流行音樂產業另一條出路，但創作力、文化力仍舊是流行音樂產業的本質問題，能夠有效串接發聲的平台，搭配新媒體的載具與在地文化的連結，才能再創音樂價值。



文化部影視及流行音樂產業局帶領臺灣樂團至美國參加 2012CMJ 音樂節，並召開行前記者會宣傳

2. 產業進入新舊交替期，新的模式已然產生

2005 年後，幾個重大事件改變了臺灣流行音樂產業的生態：

（1）買 CD 送演唱會門票開創展演模式

2005 年五月天開創買 CD 送演唱會票，CD 只是門票，Live 主流，代表著音樂重製權變成經紀權。

（2）獨立發行不依賴主流媒體

臺灣獨立音樂近年慢慢崛起，臺灣樂團如雨後春筍成立，不管是搖滾、電音、民俗、原住民、客家，多樣的音樂風格融合了多元的文化，而最成功的案例就屬蘇打綠樂團和盧廣仲，以微行銷的手法，以網路、Live House 表演方式，等到累積一定能量後，才發行專輯，創造了 3 萬張銷售量，這樣從 indie 到 major 低成本的方式，忽略主流媒體，著重特定族群的市場，是現今較為成功的方式。

（3）選秀節目發覺好聲音

新興決定明星的方式，從選秀節目的興起，暗示著當代社會，人人都可以成為明星外，進入這樣的羅馬競技場，值入了移情作用，贏家被賦予了會唱歌的皇冠，但這樣的節目出來的歌手，選擇的是歌聲，缺乏了創作力。

（4）操作出來的成功商業模式

縱貫線演出，以專案的方式，結合了歌手羅大佑、李宗盛、周華健和張震嶽，包裝出一個超級樂團，在大陸與臺灣巡迴現場演唱，帶來了華人世界的豐厚收益。

3. 宣傳平台的開發與文化活力的培養

由此得知，臺灣流行音樂產業，已經發展出許多不同的模式，但缺少的是一個讓所有類型的音樂、歌手能夠曝光的平台，這樣的平台需要政府輔助建立，創造一個完整收錄臺灣音樂的資料庫。另一方面，臺灣流行音樂產業，要創造出「詞曲授權公司→創作→影響力→重製→回收→回歸創作」的良性循環模式，讓創作者可以在新的產業價值鏈中獲利並持續培養創作力。上述模式仍須仰賴政府針對產業初期和前端孵育的階段進行大量的投資，並透過生活的、文化的建設，讓創意發聲的場域能夠在都市永續存在，提供發揮創意、冒險與實驗的空間，是產生文化創意的來源。各樣條件皆能滿足後，臺灣便會能持續在華語音樂世界中占有重要位置，臺灣流行音樂產業始有一個樂觀的未來，也有足夠條件成為華人世界音樂的聖地。

第十二章

設計類產業



A pure store of PINMO, a gift shop for self

一、產品設計產業

指從事產品設計調查、設計企畫、外觀設計、機構設計、人機介面設計、原型與模型製作、包裝設計、設計諮詢顧問等行業。

（一）產業範疇

產品設計源自於工業設計，早期工業設計是工藝品類，因此本身具有可結合量產的特性。但隨著時代演變，工業設計擴展到產品設計，範疇也因此擴大，所有日常生活中消費者所接觸到的最終物品即歸類為此產業範疇。產品設計產業在過去被列為設計產業中的一環，本年報根據《文化創意產業發展法》將設計產業分為「產品設計」、「視覺傳達設計」、「設計品牌時尚」等 3 個產業。所涵蓋之行業代碼如下所示：

表 12－1 產品設計產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
7409-11	產品外觀設計
7409-14	工業設計
7409-99	未分類其他專門設計服務業

（二）產業數據分析

臺灣產品設計產業家數從 2007 年的 2,172 家成長到 2011 年的 2,830 家。產業家數在 5 年間成長了 30%，2010～2011 年間，家數仍有 9% 左右的成長率，但在 2011 年，整體的營業額、平均每家廠商營業額、外銷營業額方面卻都較前一年度下降，推究其原因，產品設計產業的外銷收入從 2007 年以來都占營業額 50% 以上，其為文化創意產業中，外銷比率最高的產業。但也因本產業一半的營業額仰賴外銷市場，所以國際景氣將對產業造成較明顯的影響，而 2011 年上半年日本發生 311 大地震，下半年歐債爆發，都是影響產業營業額下降的直接因素。

表 12－2 2007～2011 年產品設計產業經營現況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	2,172	2,277	2,414	2,593	2,830
	成長率	-	4.83%	6.02%	7.42%	9.14%
營業額	值	57,424,230	48,249,241	49,972,256	59,611,512	57,640,822
	成長率	-	-15.98%	3.57%	19.29%	-3.31%
平均每家廠商營業額	值	26,438	21,190	20,701	22,989	20,368
	成長率	-	-19.85%	-2.31%	11.05%	-11.40%
外銷營業額	值	28,916,949	25,798,287	26,715,316	34,419,026	31,635,947
	成長率	-	-10.78%	3.55%	28.84%	-8.09%
	占營業額比例	50.4%	53.5%	53.5%	57.7%	54.9%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 12－3 2007～2011 年產品設計次產業家數（單位：家、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
產品外觀設計	家數	1,296	1,343	1,422	1,513	1,623
	成長率	-	3.63%	5.88%	6.40%	7.27%
工業設計	家數	9	24	40	58	73
	成長率	-	166.67%	66.67%	45.00%	25.86%
未分類其他專門設計服務業	家數	867	910	952	1,022	1,134
	成長率	-	4.96%	4.62%	7.35%	10.96%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

在產品設計各次產業中，以「產品外觀設計」的廠商家數最多、營業額最大，占整體產品設計產業營收達 7 成（新臺幣 404 億元），且外銷收入近 300 億元，遠大於內銷收入的 105 億元，可見由臺灣進行產品外觀設計的產品獲得國際市場的認可。「工業設計」在 2008 年和 2010 年都經歷了很高的成長率，且在 2011 年仍有 30% 的成長率，但其營業額貢獻以內需市場為主，顯示其與「產品外觀設計」是截然不同的兩種市場和營銷模式。

表 12－4 2007～2011 年產品設計次產業營業額（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
產品外觀設計	營業額	41,587,590	33,745,259	37,187,333	43,279,270	40,496,865
	成長率	-	-18.86%	10.20%	16.38%	-6.43%
工業設計	營業額	35,949	80,235	85,948	202,259	263,061
	成長率	-	123.19%	7.12%	135.33%	30.06%
未分類其他專門設計服務業	營業額	15,800,691	14,423,747	12,698,974	16,129,984	16,880,896
	成長率	-	-8.71%	-11.96%	27.02%	4.66%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 12－5 2007～2011 年產品設計產業內外銷收入（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
產品外觀設計	值	25,765,807	15,821,783	22,577,378	11,167,881	24,344,366	12,844,626	32,228,918	11,050,351	29,988,086	10,514,167
	比例	61.96%	38.04%	66.91%	33.09%	65.46%	34.54%	74.47%	25.53%	74.04%	25.96%
工業設計	值	-	35,949	677	79,557	4,594	81,355	21,513	180,745	27,402	235,659
	比例	-	100.00%	0.84%	99.16%	5.34%	94.66%	10.64%	89.36%	10.42%	89.58%
未分類其他專門設計服務業	值	3,151,142	12,649,549	3,220,232	11,203,515	2,366,356	10,333,014	2,168,594	13,969,558	1,620,458	15,262,979
	比例	19.94%	80.06%	22.33%	77.67%	18.63%	81.37%	13.44%	86.56%	9.60%	90.40%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

（三）產品設計產業發展現況及趨勢

1. 從技術服務、品牌發展到多領域對話

設計產業的核心價值是設計思考活動，以「產品設計」與「服務設計」為主要範疇，產品設計有產品外觀設計、機械設計、工業設計、家具設計、電腦軟體設計、包裝設計、流行時尚設計、服裝設計、工藝產品設計；而服務設計則涵蓋專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、廣告形象設計、商業設計、

網頁多媒體設計。臺灣的產品設計產業有傳統產業背景，從早期的代工產業起家，在工業化流程和管理上有堅實的基礎，加上長期與國際大廠合作的經驗，對全球流行的材料和趨勢也十分敏銳，漸漸已從OEM轉型到ODM。近年來，不管是政府政策或企業策略，更進一步地都把品牌發展列為重點，以提升臺灣產品的附加價值，促進產業轉型。而在品牌的建立上，已不再是處於「虛」的層級，設計師已具備為國內中小企業設計品牌的能力，能直接向企業進行原創提案。部分大型企業已經開始組成專門的設計部門，設計已漸漸脫離附屬位置，向企業核心移動。

2. 整合資源、結合行銷，提升產業競爭力

臺灣在2003年設立了國家級的「財團法人臺灣創意設計中心」，其定位為整合服務的平台，主要任務為提升設計人才原創能力、促進國際設計交流、加強產業市場競爭力並奠定企業發展自有品牌基礎，提高產業附加價值，成立後每年積極在各地舉辦「臺灣設計展」作為設計師和民眾交流的平台，10年來累積超過150萬觀展人次。此外，2011年由國際聯盟（IDA）授權舉辦的臺北世界設計大展（Taipei World Design Expo 2011），促使臺灣設計更進一步發展，將設計與各產業連結造出產值，提升產業的競爭力。

3. 藉由實習搭橋，跨越人才與企業的差距

實習機制能讓學子了解當前業界的需求，彌平學界人才與業界需求的差距，提早培養學子多樣化的能力。近年來，越來越多的年輕設計師在校期間便獲國際大獎肯定，可惜仍有設計無法轉化成商品的現實問題。學校和業界合作提供的實習機制，將有助於設計者了解產業運作模式，讓設計在產業價值鍊上更具價值。另一方面，企業在既有的獲利前提下，若傾聽設計界的意見，將有助於學習新的技術，開發新的原型（prototype）。

4. 建立人際網絡，強化國際交流

臺灣設計近來重大的突破是透過人脈建立跨國合作關係，在多年的鋪陳下，過去一年已經開始與亞洲各設計組織、設計師串連，建立較為完善的人際網，可以直接獲得第一手的市場訊息。臺灣雖受限於國內市場規模無法提升，但卻擁有令亞洲其他國家稱羨的重要人際網絡資源。產品設計界的跨國合作目前是以「專案執行」的方式進行，依據不同需求組成不同專案小組，無論與香港或是印尼都已有合作的經驗。也透過這樣的模式，瞭解國際設計界目前運作的方式，促進與其他設計產業的串連，如動畫、影音等產業，並掌握機會提升設計產業影響力。另外，透過政策推廣國際交流也是重要的，例如近年來陸委會所推動的港臺設計的交流政策，對國內產業是相當有幫助的。

5. 回歸設計核心本質，連結當代議題

近幾年由於工具軟體的發展，稍受訓練的人看似只要願意就可以著手進行設計，不用假手他人，但創意和設計成果的優劣，還是必須回歸到設計產業的核心價值——「美學」上的表現來論斷，若要將設計落實為商品，則需要獲得產業的支持。近年來於美國興起的創意實踐平台如：Quirky（<http://www.quirky.com/>）運用「群眾外包」的力量，設計師將創意及所遭遇到的問題放置於網路上，讓廣大的網路社群來一起討論讓創意成真的方法，最後經過產品化的評估，Quirky有可能將設計師的創意發展成真正的商品，此一平台可作為設計界與產業界交流的參考範本之一。此外，臺灣是全球資源回收率最高的國家之一，如何利用這些回收的原料（row material），創造出有足夠利潤的產品，也是設計可以思考的方向，當代的設計也不再只是產品本身，更擴及環保的議題，如何設計出永續性（sustainability）的模式，也是業界必須注意的重點。

二、視覺傳達設計產業

從事企業識別系統設計（CIS）、品牌形象設計、平面視覺設計、網頁多媒體設計、商業包裝設計等行業。

（一）產業範疇

過去各界較著重在「產品設計」領域，但「視覺傳達設計」隨品牌行銷日受重視，經《文化創意產業發展法》訂定時特重視該發展趨勢而將「視覺傳達設計」獨立出來並重點推動。本年報對視覺傳達設計產業涵蓋之行業代碼如下表所示：

表 12－6 視覺傳達設計產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
7409-12	企業識別系統設計
7409-13	商業設計

（二）產業數據分析

視覺傳達設計產業家數 2011 年為 225 家，營業額達 14.3 億元，較 2010 年成長 27.6%，從 2007～2011 年 5 年間，都是呈現成長趨勢，且成長率一年比一年高，營業額從 2007～2011 年間也從近 7 億 6,000 萬大幅成長到 14 億 3,408 萬，成長率接近 90%。視覺傳達設計產業，除了商業公司的營業額外，設計師對產業的直接產值貢獻非常明確，若從行政院勞工委員會職類別薪資調查動態查詢資料「商業設計人員」受雇人數於 2011 年為 18,455 人為計算基礎，以年均產值每人 105 萬計算，產業規模從業人力推估可達新臺幣 193 億元以上。

表 12－7 2007～2011 年視覺傳達設計產業經營現況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	99	123	142	175	225
	成長率	-	24.2%	15.4%	23.2%	28.6%
營業額	值	759,027	803,689	902,787	1,123,628	1,434,080
	成長率	-	5.9%	12.3%	24.5%	27.6%
平均每家廠商營業額	值	7,667	6,534	6,358	6,421	6,374
	成長率	-	-14.8%	-2.7%	1.0%	-0.7%
外銷營業額	值	4,486	8,103	17,266	41,380	38,044
	成長率	-	80.6%	113.1%	139.7%	-8.1%
	占營業額比率	0.6%	1.0%	1.9%	3.7%	2.7%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

表 12－8 2007～2011 年視覺傳達設計次產業家數（單位：家、百分比）

	次產業	2007	2008	2009	2010	2011
企業識別系統設計	家數	35	32	29	32	32
	成長率	-	-8.6%	-9.4%	10.3%	0.0%
商業設計	家數	64	91	113	143	193
	成長率	-	42.2%	24.2%	26.5%	35.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月



2011 臺灣國際平面設計獎 (Taiwan International Graphic Design Award 2011)

視覺傳達設計產業主要包含「企業識別系統設計」與「商業設計」兩個次產業。企業識別系統設計營業額為新臺幣 2 億 1,722 萬元，遠低於商業設計 12 億 1,685 萬。兩者都以內銷市場為主。

表 12-9 2007～2011 年視覺傳達設計次產業營業額 (單位：新臺幣千元、百分比)

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
企業識別系統設計	營業額	176,317	212,254	171,167	196,624	217,229
	成長率	-	20.4%	-19.4%	14.9%	10.5%
商業設計	營業額	582,711	591,435	731,620	927,004	1,216,851
	成長率	-	1.5%	23.7%	26.7%	31.3%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

表 12-10 2007～2011 年視覺傳達設計產業內外銷收入 (單位：新臺幣千元、百分比)

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
企業識別系統設計	值	4,000	172,317	7,647	204,607	5,953	165,214	7,405	189,219	3,847	213,382
	比例	2.3%	97.7%	3.6%	96.4%	3.5%	96.5%	3.8%	96.2%	1.8%	98.2%
商業設計	值	487	582,224	456	590,980	11,313	720,307	33,975	893,030	34,197	1,182,654
	比例	0.1%	99.9%	0.1%	99.9%	1.5%	98.5%	3.7%	96.3%	2.8%	97.2%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

（三）視覺傳達設計產業發展現況與趨勢

1. 客戶端設計需求範圍多元化，視覺傳達設計服務結合跨領域專業以提升經營能量

過去，國內視覺傳達設計公司多著重在視覺相關設計創意與業務拓展部份，在經營管理和技術升級上較缺乏經驗或能力，而難以穩健經營成長，領域發展上受到侷限。因此，在強化設計之專業能量外，並學習整合跨領域專業合作，培養專業經營及跨領域如行銷、策略、品牌經營，甚至空間展覽等創意之人才，彈性化發展及建立創意效益化服務，已逐漸成為未來設計產業永續發展及國際接軌的關鍵之務。

2. 國內視覺傳達設計企業規模普遍較小，亟需搭配國際性大型競賽或展示活動帶動客戶端應用視覺傳達設計服務

國內視覺傳達設計服務企業客戶多為服務在地企業，普遍缺乏國際品牌經營經驗，設計成果作品在國際舞台展現機會較少。師法多數先進國家多元運用國際性活動（及競賽及展示會）等，擴大國家及企業之國際露出與知名度，達到在地設計服務產業能量與國際接軌及提升知名度，因此，經由參與國際性大型競賽或展示活動而創造出世界級設計公司及個人，帶動企業應用商業設計服務的國際輸出是目前方法之一。

3. 體驗經濟服務當道，視覺傳達設計結合行銷服務為客戶創新品牌價值需求亦趨增長

隨著企業端追求商品服務差異化體驗而多紛紛朝向品牌化經營之型態，學習國際企業創新品牌服務價值及體驗行銷的豐富經驗更顯重要，從中擷取創新商業營運模式成功精髓，以建立延伸產業能量與高值化發展，這也將是未來相關產、學、研推動的重點之一。

4. 商業發展創意需求，資源及設計知識網路平台分享

面對企業及產業發展，商業成效影響相對重大，對視覺傳達設計領域的專業更強化外，應建立長期、互動、專業、深入多元及增長效益的方法。視覺傳達設計業亦可運用網路發展為創意平台，進行資源整合、知識分享及協同合作，以團隊力量共同促進產業優質化，提升品牌識別形象，此部份產品設計已有推動成效，視覺傳達設計領域正可朝此及科技應用努力。

5. 服務價值鏈及智慧財產觀念日益重要

隨著創意及差異化服務，「創意有價」之智慧財產權觀念彰顯，保障及凸顯創意服務價值，適切的智財保護機制，提供客戶優質的服務及品質，而設計也成為產業價值鏈中重要的一環，扮演著企業品牌形象提升之重要角色。

三、設計品牌時尚產業

從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設計、顧問、製造、流通等行業。

（一）產業範疇

設計品牌時尚產業是由設計師主導產品創意與製作、販售與提供產品與客戶服務之產業，狹義的設計品牌時尚產業主要指時裝、飾品、化妝品、皮具、皮鞋、紡織；廣義的設計品牌時尚產業還包括家飾家具、美容美髮、禮品工藝品，以及零售、會展諮詢、出版、形象包裝等周邊產業。本年報對設計品牌時尚產業所涵蓋之行業代碼如下表所示：

表 12－11 設計品牌時尚產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
7409-15	流行時尚設計

（二）產業數據分析

設計品牌時尚產業是 2007 年新增的產業，廠商家數不多，從 2007 年的 17 家逐年成長至 2011 年的 101 家。2011 年設計品牌時尚產業營業額達新臺幣 2.8 億元，較 2009 年成長 38.7%，平均每家營業額也是從 2007～2011 年來首次成長（5.8%），設計品牌時尚產業具有國際化的潛力，但本產業目前外銷收入約為一成，顯示還有朝國際發展的空間，因為該產業為新興產業，品牌經營需要長時間的布局，所以目前營業額對整體文化創意產業貢獻還相當有限，僅占不到 1 %。

表 12－12 2007～2011 年設計品牌時尚產業經營現況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	17	33	47	77	101
	成長率	-	94.1%	42.4%	63.8%	31.2%
營業額	值	177,486	137,787	155,095	203,367	282,169
	成長率	-	-22.4%	12.6%	31.1%	38.7%
平均每家廠商營業額	值	10,440	4,175	3,300	2,641	2,794
	成長率	-	-60.0%	-21.0%	-20.0%	5.8%
外銷營業額	值	28,716	18,774	16,855	20,614	32,412
	成長率	-	-34.6%	-10.2%	22.3%	57.2%
	占營業額比率	16.2%	13.6%	10.9%	10.1%	11.5%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

（三）設計品牌時尚產業現況與趨勢

1. 時尚品牌百花爭鳴

在世界時尚版圖中，臺灣是全球頂尖的布料供應商，製衣技術也相當成熟。過去臺灣紡織業曾寫下臺灣第一大創匯產業的光榮，並在 60 年代成為全球重要服裝生產基地，而隨著時代與大環境的改變，業者在歷經全球化浪潮、紡織配額取消與國際貿易自由化競爭等嚴酷艱鉅的市場競爭後，逐漸體認到發展自有「品牌」的重要性，因此，為加速提升產品附加價值與掌握市場通路，逐漸開啟了由 OEM 邁向 ODM、OBM 之路，也為臺灣的時尚品牌之路開啟了新紀元。

經過多年的努力與扎根，目前國內自創品牌愈來愈多，除時尚設計人才輩出，新銳設計師品牌百花爭鳴外，更有許多業者經由技術、設計、行銷等不同面向的改革與轉型，由製造端的代工生產（OEM）跨到市場端自營品牌（OBM）發展，更積極朝國際品牌目標前進。如國內紡織化纖大廠力寶龍集團延攬前三宅一生臺籍設計師成立專門團隊操作，成立自有成衣品牌「FN.ICE」，同時推動戶外休閒通路品牌「GoHiking」快速展店，並以掌握原料端優勢，將機能性布料技術導入新品牌「FN.ICE」，發展環保機能與時尚兼具設計師品牌、宏遠興業公司則由紡織一貫製造廠，向下佈建品牌與通路，推出幸福臺灣「EverSmile」服飾品牌，積極搶攻平價市場、專業機能性透濕防水布料領導廠商聚紡公司，推出「G-FUN」機能性休閒成衣品牌，以專業領先技術為品牌加值。此外，網路的龐大商機，亦促使許多成衣大廠紛紛投入，搶攻網路市場商機，如聚陽推出服裝新品牌「Fisso」、新依國際國民平價服飾「Cozie」。

2. 創意魅力新生代

國內設計人才輩出，設計師自創品牌也愈來愈多，更有多位設計師積極拓展海外市場，參與國際重要時尚展，使臺灣時尚品牌國際能見度大增，更顯朝氣蓬勃。以培育產業設計人才，發掘設計新秀為目的之「時裝設計新人獎」，歷經長達 26 年的能量累積與耕耘，透過競賽所發掘的設計新秀遍佈產業界，更不斷於國際舞台成功嶄露頭角，如：古又文獲得 2009 紐約前衛時裝大獎、康嘉偉獲 2010 IAF 國際成衣聯盟設計大獎之「最佳布料運用獎」、吳洛林代表參加 2011「亞洲新銳設計師觀摩展」等，成功為產業注入設計新血，成為推動臺灣時尚產業向上飛躍的正面能量。歷年來透過競賽活動平台，已產生國內無數知名設計師，如寶騰璜、張李玉菁、潘伯勳、簡鈺峰、胡雅娟、李卉羚及新銳設計師康嘉偉、古又文、鄭經中等，目前均已為臺灣流行時尚業界中最具代表性與市場知名度之新生代設計師。

而著力於提升時尚產業「文創設計軟實力」與「新秀育成」的「西園 29 服飾創作基地」於 2011 年 5 月 27 日成立。除整合地方文化、商圈聚落與新一代設計師攜手合作、串整聯盟設計師群快速與市場商業機制接軌外，同時舉辦各種流行服飾創作、展演及培訓活動。此外，更積極推薦新秀設計師參與國際性展會，爭取國際曝光機會。如推薦設計師新秀謝仁欣（2011 時裝設計新人獎第一名）參加日本知名的國際時尚展會「2012 日本 rooms 展」，其作品獲得主辦單位欣賞與肯定，即將進軍日本市場。

3. 臺灣品牌全球行銷

臺灣紡織業擁有上中下游完整的供應鏈體系與成熟的生產技術，且設計人才來源不虞匱乏，已具備相當成熟的品牌發展優勢條件，惟在進一步發展成為國際品牌尚需臨門一腳。目前品牌行銷已進入全球化時代，流行時尚產業競爭激烈，品牌建立不易，因此，業者在品牌操作與國際行銷策略上都需再強化，並建構細緻完善的「設計」、「品牌」與「行銷」核心價值，藉由「產品創新研發」、「品牌價值提升」與「市場行銷端鏈結」等整體性策略，強化品牌整體戰力，達到發展成為國際性時尚品牌目標。

四、建築設計產業

從事建築物設計、室內裝修設計等行業。

（一）產業範疇

建築設計是指為滿足特定建築物的建造目的（環境要求、功能要求、視覺要求）而進行的設計，它使具體的物質材料依其在建築位置的歷史、文化脈絡與景觀環境呈現不同的樣貌，同時亦在技術、經濟等方面可行的條件下形成具有象徵意義的美感產物。本年報建築設計產業所涵蓋之行業代碼如下所示：

表 12－13 建築設計產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
4320-00	庭園景觀工程
7111-12	景觀建築服務
7111-13	造園設計
7111-14	都市、鄉鎮規劃
7401-00	室內設計

（二）產業數據分析

建築設計業在 2011 年大致仍維持前一年的水準，2011 年家數為 6,676 家，營業額接近 728 億，平均每廠營業額達 1,090 萬，和前一年相較，微幅下跌 0.4%。特別的是，2011 年外銷營業額成長了 20.4%，達新臺幣 29 億，約占總營業額的 4%。

表 12－14 2007～2011 年建築設計產業經營現況（單位：家、新臺幣千元、百分比）

		2007	2008	2009	2010	2011
家數	值	6,896	6,712	6,561	6,596	6,676
	成長率	-	-2.7%	-2.2%	0.5%	1.2%
營業額	值	74,389,376	76,885,336	65,777,972	72,238,599	72,798,183
	成長率	-	3.4%	-14.4%	9.8%	0.8%
平均每廠營業額	值	10,787	11,455	10,026	10,952	10,904
	成長率	-	6.2%	-12.5%	9.2%	-0.4%
外銷營業額	值	1,661,033	2,498,188	2,244,771	2,423,558	2,918,590
	成長率	-	50.4%	-10.1%	8.0%	20.4%
	占營業額比例	2.2%	3.2%	3.4%	3.4%	4.0%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理，2012 年 12 月

表 12 - 15 2007 ~ 2011 年建築設計次產業家數 (單位：家、百分比)

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
庭園景觀工程	家數	3,794	3,562	3,407	3,297	3,163
	成長率	-	-6.1%	-4.4%	-3.2%	-4.1%
景觀建築服務	家數	953	889	812	787	774
	成長率	-	-6.7%	-8.7%	-3.1%	-1.7%
造園設計	家數	50	54	68	75	94
	成長率	-	8.0%	25.9%	10.3%	25.3%
都市、鄉鎮規劃	家數	19	27	31	44	52
	成長率	-	42.1%	14.8%	41.9%	18.2%
室內設計	家數	2,080	2,180	2,243	2,393	2,593
	成長率	-	4.8%	2.9%	6.7%	8.4%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

進一步檢視 2011 年各次產業之表現，其中以庭園景觀工程的營業額最大，約 322 億，其次為室內設計產業營業額約為 268 億。若以成長率來看，造園設計 2011 年較 2010 年成長 26.7%，成長幅度最大。從內外銷收入比例來看，建築設計產業的外銷收入不到 2%，5 年間都維持在差不多的比率，顯示本產業仍以內需市場為主。

表 12 - 16 2007 ~ 2011 年建築設計次產業營業額 (單位：新臺幣千元、百分比)

次產業		2007	2008	2009	2010	2011
庭園景觀工程	營業額	34,119,544	33,454,766	28,602,300	29,544,126	32,264,324
	成長率	-	-1.9%	-14.5%	3.3%	9.2%
景觀建築服務	營業額	13,851,925	14,781,896	12,710,442	12,873,439	8,043,623
	成長率	-	6.7%	-14.0%	1.3%	-37.5%
造園設計	營業額	519,891	916,296	544,699	816,308	1,033,898
	成長率	-	76.2%	-40.6%	49.9%	26.7%
都市、鄉鎮規劃	營業額	5,206,394	4,055,964	5,141,238	4,758,608	4,637,185
	成長率	-	-22.1%	26.8%	-7.4%	-2.6%
室內設計	營業額	20,691,621	23,676,414	18,779,294	24,246,117	26,819,154
	成長率	-	14.4%	-20.7%	29.1%	10.6%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

表 12 - 17 2007 ~ 2011 年建築設計產業內外銷收入 (單位：新臺幣千元、百分比)

次產業		2007		2008		2009		2010		2011	
		外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷	外銷	內銷
庭園景觀工程	值	1,374,707	32,744,837	2,169,368	31,285,436	1,806,424	26,795,876	1,856,505	27,687,621	2,218,130	30,046,193
	比例	4.03%	96.0%	6.5%	93.5%	6.3%	93.7%	6.3%	93.7%	6.9%	93.1%
景觀建築服務	值	38,978	13,812,947	71,599	14,710,297	104,709	12,605,733	271,581	12,601,858	228,442	7,815,181
	比例	0.28%	99.7%	0.5%	99.5%	0.8%	99.2%	2.1%	97.9%	2.8%	97.2%
造園設計	值	7,582	512,309	8,515	907,781	845	543,854	2,254	814,054	-	1,033,898
	比例	1.46%	98.5%	0.9%	99.1%	0.2%	99.8%	0.3%	99.7%	-	100.0%
都市、鄉鎮規劃	值	-	5,206,394	-	4,055,964	-	5,141,238	-	4,758,608	-	4,637,185
	比例	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%
室內設計	值	239,765	20,451,856	248,706	23,427,708	332,793	18,446,501	293,219	23,963,914	472,018	26,347,136
	比例	1.2%	98.8%	1.1%	98.9%	1.8%	98.2%	1.2%	98.8%	1.8%	98.2%

資料來源：財政部財稅資料中心，本年報整理。2012 年 12 月

而在產業人才方面，根據內政部營建署全國建築管理資訊系統統計資料顯示，截至 2012 年 12 月臺灣共有 6,238 人具有建築師資格，其中 3,576 人領有開業證書，另有 15,339 人領有室內裝修專業技術人員資格，並有 5,536 家室內裝修業從事室內裝修業務。

（三）建築設計產業發展現況與趨勢

1. 多部會共同主管，建築設計需文化創意的鼓勵

將建築設計納入文化創意產業的一環，以強化創意思維，政府進行跨部會的協商討論，對鼓勵建築設計的創意和營造上產業的分工會有實質的幫助。目前內政部已設立「中華民國傑出建築師獎」，對建築師有鼓勵作用。另外在 2012 年臺灣國際文化創意產業博覽會中，中華民國全國建築商開發商業同業公會全聯會結合蔣勳、蔡李陸咖啡商號、蕭青陽、幾米等不同領域文創工作者創作或藝術概念，策劃 8 種形式的展覽與創作，為文創跨界整合展現不同樣態。

2. 高科技融入建築設計，結合綠能產業創新趨勢

臺灣擁有強大的綠能科技產業基礎，與建築設計合作激盪之創新火花令人期待。2012 年在法規上對於綠建築的定義有所修改，建築師及營造商也都還在分析新的法規對於設計和創意上的實踐是否有直接影響。整體而言，綠建築和科技緊密結合將會是全球趨勢，也對未來的住宅建築、景觀、環境、公共設施甚至都市規劃造成影響。因此在建築設計和綠能科技的整合上，必須要善用臺灣優勢，政府法規也要能合理的支撐創意發想和營造施工。

3. 理性與感性兼具的人才培育，建築師日漸認同創意人的身分

臺灣過去把建築和營造綁在一起思考，建築設計產業多半以理工科背景進行訓練，但在設計的層面，除了工程背景的支撐之外，也須兼具美學、社會學的思考訓練，這些訓練是文化創意產業的核心，而學校教育也要包含這些面向，才能培養未來真正的建築設計人才。未來的建築設計需要許多不同議題的整合，包含都市計畫、科技整合、策展等等，學院的課程應朝這個方向設計課程，並且盡量建立學生在校期間內就可以進入業界實習的機會與管道，與業界產生合作聯盟的關係。人才的培育方面可參考國外設計學院的案例，以建築設計的專業和其他產業合作，進行設計產業的橫向連結，例如，建築師可以替工藝產業進行升級，創造工藝類具有手感的量產產品，並將其運用在建築設計領域。此外，若能在教育系統中打造一個設計平台，用年輕人的設計，然後再回到建築師事務所合理化，期望能創造出產學合作的良性循環。

4. 從室內設計到建築設計的青年創業之路

建築設計產業未來有朝策展方向發展的趨勢，無論是室內或建築設計甚至都市計畫都包含在策展的項目中，而臺灣目前的產業現狀，室內設計的組織比建築產業的組織活躍，且因此年輕建築師要進入建築設計產業的行列，從室內設計這類小型業務開始進行是很好的出發點，這也是臺灣產業獨特之處。另外，臺灣的年輕建築師若想朝大中華地區發展，國內的景觀設計和室內設計在整個華人地區仍占有優勢，可做為進入市場的利基，但赴海外執業也將面臨當地法令、執照等限制，須條件具足才能發揮創意。

五、創意生活產業

從事以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之行業，如飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗等行業。

（一）產業範疇

創意生活產業係指以創意元素，整合食、衣、住、行、育、樂等各個產業，提供具有深度體驗及高質美感之產業。銷售的是一種經驗或體驗，而非單純的商品。由此可見，創意生活產業涵蓋範圍廣泛，主要分為 6 大類型的體驗：飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗，由於範疇涵蓋到各個產業，是以本年報不以行業代碼做為營業額統計基礎。

表 12 - 18 創意生活產業家數－各縣市別

	廠商數	百分比
臺北市	28	18%
新北市	13	8%
基隆市	4	3%
桃園市	1	1%
桃園縣	5	3%
新竹市	2	1%
新竹縣	4	3%
苗栗縣	15	9%
臺中市	15	9%
南投縣	15	9%
彰化縣	3	2%
雲林縣	3	2%
嘉義縣	3	2%
臺南市	4	3%
高雄市	10	6%
屏東縣	4	3%
金門縣	1	1%
宜蘭縣	16	10%
花蓮縣	9	6%
臺東縣	3	2%
合計	158	100%

註：本表家數依創意生活事業評選作業要點續約規定統計，與評選通過家數略有差異。

資料來源：財團法人中衛發展中心

（二）產業現況

創意生活產業自 2003 年開始推動以來，為鼓勵既有產業轉型升級，採用評選認定方式，納入產業政策推動範疇，2003 年至 2012 年共計評選出 187 家創意生活事業。（表 12-18）

以地區別來看，創意生活產業以北部地區的家數較多，尤其是飲食文化體驗及生活教育體驗兩類別。而工藝文化體驗則是創意生活產業中最多廠商的類別，其中以中部地區的廠商較多。（表 12-19）

表 12-19 創意生活產業家數－各地區別

項目	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	小計
飲食文化體驗	20	9	4	3	36
工藝文化體驗	6	18	9	6	39
特定文物體驗	5	4	3	6	18
自然生態體驗	5	8	3	10	26
生活教育體驗	17	6	4	3	30
流行時尚體驗	5	2	1	1	9
小 計	58	47	24	29	158

註：本表家數依創意生活事業評選作業要點續約規定統計，與評選通過家數略有差異。

資料來源：財團法人中衛發展中心

2012 年創意生活產業營業額累計新臺幣 240 億元。2012 年經評選納入創意生活產業計 14 家，營收約為 3 億新臺幣，累計就業人數則增加到 10,460 人。2012 評選通過的業者中（表 12-20），可歸納為生活型態實踐及傳統產業體驗加值類型，生活型態實踐凸顯出經營者對於生活想像的創造力，而以具體事業化經營來傳達臺灣的生活價值。如阿原淡水天光，以阿原肥皂出發，歷經數年時間延伸發展，將在地性植物葉草，結合一級農產生態、二級製作及三級生活餐飲和商品服務，精心打造風格獨特的人文空間，讓消費者從中感受到風格體驗經營，進而產生對品牌之好感度。

傳產體驗加值則是以既有產業轉型升級發展，將產業知識與生活需求融合，讓人體驗文化寓教於樂的價值。如巧克力共和國在核心知識運用上，深度結合文化內涵、美學、及地方特色，宏亞食品從擅長的巧克力產業，跨足創意生活產業，延續巧克力的精神與故事，成立亞洲第一座巧克力博物館，館內提供巧克力文化、知識、歷史並結合休憩旅遊，展現地方知識的加值運用，透過事業經營特色，展現其獨特意義和價值。



以巧克力為建構，融入風格與感動元素的「巧克力共和國」

表 12 - 20 2012 年通過評選之創意生活事業

項目	類型	創意生活事業名稱	地址
1	傳產體驗加值	巧克力共和國	桃園縣八德市建國路 386 號
2		蜜蜂故事館	雲林縣古坑鄉湊子路 88 號
3		維格餅家鳳梨酥夢工場	桃園縣大園鄉航站南路 15 號
4		菌寶貝博物館	宜蘭市梅洲一路 22 號
5		元璋玻璃科技館	基隆市安樂區武訓街 12 號
6	生活型態實踐	琉傳天下藝術館	新北市淡水區口湖子 1 - 7 號
7		阿原淡水天光	新北市淡水區中正路 216 號
8		蘭裏子	臺北市大安區永康街 2 巷 3 號
9		橋仔頭白屋	高雄市橋頭區興糖路 4 巷 1 號
10		魚麗人文共同書店	臺中市西區民權路 177 巷 1 號
11		有情門放送局	臺中市北區電台街 1 號
12		溪頭松林町妖怪村	南投縣鹿谷鄉內湖村興產路 2-3 號
13		緩慢－花蓮石梯坪	花蓮縣豐濱鄉港口村 1 鄰石梯灣 123 號
14		騎士堡兒童育成中心	臺北市內湖區舊宗路一段 188 號 2 樓

表 12 - 21 2005 至 2012 年創意生活產業累計家數、營業額及就業人數

年度	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
累計評選（家數）	74	95	115	127	141	159	173	187
累計營業額（億元）	190	192	229	230	232	235	237	240
累計就業（人數）	5,552	6,127	7,902	8,421	9,020	9,500	10,000	10,460

資料來源：財團法人中衛發展中心



以人身健康、土地環保、社會公益，強調共生才能永續經營的「阿原淡水天光」

為增進社會大眾對於創意生活產業的認知，結合創意生活事業亮點，推動 7 大風格體驗路線，以「翫創意·遊生活」遊程推廣，策略資源合作旅行社及相關媒體廣宣推廣，提升民眾消費體驗連結。結合南港文化創意產業博覽會辦理展覽活動，提供社會大眾體驗創意生活產業經營模式。促進創意生活產業協盟業者自主性參與中國大陸廈門文博會，提升經濟活動之附加價值，帶動產業環境建構。

生活有各種方式與態度，消費者會喜歡上企業的產品和服務，是因為認同背後的生活理念，而非單由功能或價格做取捨，這種消費行為趨勢的改變，深刻影響了企業的經營思維，因經營者對生活風格的堅持正是創意生活事業重要特色之一。新經濟時代，企業必須用體驗元素或生活價值主張來感動消費者，觀察現今生活趨勢，可發現自然樂活、美學生活等風格越趨明顯，多樣的生活風格特色正是帶動產業轉型升級的趨力。

（三）未來展望

以生活風格消費的趨勢來看，自然樂活風格絕對是代表的族群之一，投身樂活市場的業者，以健康生活、永續環保等價值作為訴求，尋求消費族群認同。經濟部工業局推動的創意生活產業十分重視生活風格的經營與溝通，經營者擅用說故事方式引起消費者共鳴，再透過體驗連結帶給顧客深刻的印象與回憶，這些成功的經驗都是值得產業轉型參考的範例。

創意生活產業發展與實際消費者之生活消費趨勢有關，在臺灣的創意生活市場規模不大且相似的店家競爭激烈的情況下，創意生活產業的競爭優勢來自對於消費市場的掌握，才能永續經營。創意生活事業是讓消費者培養創意生活初體驗的入口，除了維持高品質的風格體驗外，亦需要能有帶動風潮的能力，洞悉消費者對生活體驗之需要，連結消費者對未來生活的想像，先行一步引導消費者進入新生活風格。

創意生活產業以店家為單位，強調風格店家。而在體驗生活時，其實更需要營造出整體的氛圍，更能加深體驗者之印象。臺灣有許多城市正在形塑主題特色，如：臺中為藝術人文、臺南為古都懷舊等，若可以結合創意生活產業將特色店家聚集起來，以街區、城市為範圍擴大消費者的體驗，則更可以強化體驗者的感受，亦成為城市行銷的一環。

第十三章

數位內容產業



一、產業範疇

我國數位內容產業的定義，為數位內容、載具、系統等一連串的完整產業架構，其係將各類內容素材經過數位技術製作處理後，從傳統資料轉換成數位化格式，並賦予新的應用型態，使其具有易於接取、互動、傳輸、複製、搜尋、編輯與重複使用等優點。再搭配服務、頻寬、收費及版權等管理機制，透過網際網路、行動通訊網路、無線及有線電視、衛星通訊、電影、數位廣播等「媒體載具」，由聯網／智慧電視、智慧型手機、平板電腦、個人電腦、MP3 等「系統設備」，傳送給消費者或機構用戶使用，即形成完整的數位內容產業架構。

其中，牽涉內容提供廠商、內容數位化製作廠商、傳統通路與新型態網路虛擬通路廠商、媒體與應用平台軟體生產廠商等，兼涉內容、載具及系統，並在即將到來的數位匯流生態環境與趨勢中日益精進，形成複雜而完整極具動態性的產業架構。

我國數位內容產業包含 8 個次領域，大致區分為 5 大主要產業與 3 大關聯產業，主要產業分別是數位遊戲、電腦動畫、數位影音、數位出版與典藏、數位學習 5 個領域，關聯產業則包含行動應用服務、網路服務及內容軟體 3 個領域。

（經濟部數位內容產業推動辦公室圖片提供）



我國數位內容產業產值調查之研究方法，主要透過質化和量化研究進行產值推估，質化研究主要透過廠商及業界專家親訪，並參酌各產業專家、公協會及重點廠商之看法，依各產業屬性推估產值；量化研究則以問卷調查為主，調查名單來源包括已上市上櫃之數位內容相關廠商、所知之已公開發行廠商、未上市櫃但較知名的廠商、已出版之《臺灣數位內容廠商名錄》中數位內容廠商等，將其依規模分類，進行問卷調查及電話訪問，藉由蒐集得來的資訊進行統計分析，並輔以上市櫃廠商年報及產業報告推估總產值及各個次領域產值。

二、產業現況

根據經濟部數位內容產業推動辦公室調查結果，2011 年臺灣數位內容產業產值約為新臺幣 6,003 億元，較 2010 年產值新臺幣 5,225 億元成長約 14.89%。

表 13－1 2006～2011 年臺灣數位內容產業經營現況（單位：新臺幣億元）

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
數位內容產值	3,412	3,609	4,004	4,603	5,225	6,003
年成長率	17.6%	5.8%	10.94%	14.96%	13.51%	14.89%

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室（2012 年，11 月）

次產業中，以「數位出版與典藏」、「行動應用」、「數位影音成長最為顯著」。其中「數位出版」在亞馬遜 Kindle 低價促銷帶來的歐美市場大熱銷，加上電子書用戶的持續增加，進而帶動國內電子書閱讀器相關供應鏈營收大幅成長；「行動應用」則搭配 Apple 掀起的 App 熱潮，各電信營運商陸續推出多樣化的行動增值服務；「數位影音」則隨著網路視頻的興起，加上數位電視、IPTV、數位音樂等數位化服務的帶動下快速成長，提供整體產業成長新動能。

表 13－2 2006～2011 年臺灣數位內容各次產業經營現況（單位：新臺幣億元）

		2006	2007	2008	2009	2010	2011
數位遊戲	產值	209	237	283	354	422	433
	年成長率	9.4%	13.4%	19.4%	25.1%	19.2%	3.36%
電腦動畫	產值	21	22	29	40	43	45
	年成長率	10.5%	4.8%	31.8%	37.9%	7.5%	4.65%
數位出版與典藏	產值	52	56	60	283	493	716
	年成長率	20.9%	7.7%	7.1%	371.7%	74.2%	45.23%
數位影音	產值	368	399	410	420	451	594
	年成長率	7.0%	8.4%	2.8%	2.4%	7.4%	30.47%
數位學習	產值	94	120	130	153	266	332
	年成長率	44.6%	27.7%	8.3%	17.7%	73.9%	24.81%
行動應用	產值	263	281	352	450	522	731
	年成長率	42.9%	6.8%	25.3%	27.8%	16.0%	40.04%
內容軟體	產值	1,690	1,730	1,920	1,693	1,673	1,741
	年成長率	17.0%	2.4%	11.0%	-11.8%	-1.2%	4.06%
網路服務	產值	715	764	820	1,210	1,355	1,408
	年成長率	17.0%	6.9%	7.3%	47.6%	12.0%	3.91%

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室，2012 年，11 月

進入 2012 年，受到全球經濟不景氣的強烈衝擊，臺灣數位內容產業發展面臨嚴峻的考驗，主要體現在「數位遊戲」，以及「數位出版與典藏」這兩個次產業上。前者由於傳統 MMORPG 遊戲受生態轉變、Web/SNS 遊戲分食市場大餅，以及 App 行動遊戲潮流影響，加上商用遊戲機受中國大陸十八大政權轉移對遊戲廳嚴打的衝擊，和歐美經濟景氣不佳影響，產業產值略為下降。「數位出版與典藏」則因平板電腦的分食電子書閱讀器市場，衝擊到臺灣供應鏈廠商的出貨及營收表現。

不過在一些次產業亦出現令人振奮的好消息：數位電視元年的啟動，帶動國內數位電視及 IPTV 用戶快速成長；智慧終端的興起，帶動網路視頻、數位音樂服務模式接受度和普及率的提升；融合真人和動畫的劇情，意外擦出賣座火花，成為動畫電影的成長動能；手機動畫成功打入中國大陸利基市場；動畫展演、智慧教室等整案輸出服務，為臺灣數位內容產業注入新商機。

三、未來展望

（一）智慧終端和數位電視，將帶動國內數位影音和數位出版快速成長

隨著數位電視元年的啟動，加上有線電視業者也積極朝數位化發展，目前國內有線電視用戶數 500 多萬，普及率僅 62%，而數位化比例更只有 15%，尚有很大的成長空間，並將成為推動數位影音產業成長的重要關鍵。另一方面，電子書閱讀器雖受到平板電腦和智慧型手機的分食而銷售下滑，但數位閱讀的風潮越日益興盛，目前全球的電子書銷售已逐步超越實體印刷，產業型態將出現大轉變，而國內電子書下載及採購風氣逐步熱絡，可望推動數位出版產業穩定成長。

（二）跨平台、一源多用和跨業合作，是數位內容產業成長關鍵

在數位匯流時代下，各次產業之間的傳統界限已逐步模糊，一源多用和跨平台的產品型態越來越常見。以數位遊戲為例，已陸續出現遊戲產品跨平台發展以增加競爭利基，包括同一款遊戲 IP 跨平台、復刻舊有知名 IP 遊戲跨平台，因應各平台特性推出不同類型的遊戲 IP，藉此擷獲重度及中輕度玩家的青睞，擴大舊雨新知的消費者市場。

（三）向外拓展朝國際化發展，為臺灣數位內容產業創造新商機

由於內需市場規模較小，臺灣數位內容產業必須積極拓展國外市場，且因應數位匯流時代，未來將持續推動數位內容產業與其他領域技術結合，整合數位內容廠商發展服務業輸出解決方案，經場域實證後，先以中國大陸、日本、東南亞為主要目標市場，推廣 Taiwan Way 文化，進而將數位產品與服務輸出至國際。



4

第四篇

重要發展議題 分析

第十四章 文化創意業者在法律之前的自我保護

第十五章 微型工藝文創經理人



第十四章

文化創意業者 在法律之前的自我保護

文／章忠信、盧文祥 磐安智慧財產教育基金會



喧騰一時的「嬌蕉包¹」事件，在新聞報導檢警大動作的查封後，一般民眾對該案的了解或許僅在嬌蕉包轉印柏金包圖樣上的爭議，但該案不僅是雷同或仿冒攀附的問題，其有關商標權的討論，正好可以做為文化創意產業界的參考。

嬌蕉包廠商於 2010 年 7 月以「BANANE TAIPEI 及圖」商標指定使用於手提袋等商品向主管機關申請註冊，隔年 3 月經濟部智慧財產局認為該項申請與愛馬仕先前註冊之商標構成近似，且因指定使用於同一或類似之商品，可能有導致相關消費者混淆誤認之虞，違反修正前商標法第 23 條第 1 項第 13 款之規定而審定核駁；嬌蕉包廠商不服，先向經濟部提起訴願遭駁回後，又進一步提起行政訴訟；此時生產及行銷柏金包廠商之愛瑪士公司因自身權益亦來參加訴訟，審理結果我國智慧財產法院於 2011 年 11 月 24 日駁回原告之訴，確認嬌蕉包廠商不得享有商標權。

商標註冊及商標侵權

關於嬌蕉包個案，法院也判定其侵害愛馬仕公司柏金包商標權，雖然嬌蕉包廠商在答辯時，主張其商標設計乃係對柏金包加以嘲諷與戲謔的模仿，然而因為商標權的主要作用，一方面在於區別商品及服務來源，另方面也在維護商標於消費者心目中之價值，既要保護一般消費大眾，也要維護商標權人之商標市場價值，故不允許詆譏或淡化他人的著名商標，這與在著作權領域中著作權尚容許可以用嘲諷方式 KUSO 他人作品的作法不同，主要是因著作權旨在保護每個人創意之表達，但本案爭議點是商標近似及有無攀附、詆譏或淡化的疑議。嬌蕉包與愛馬仕柏金包是相近的女用手提包商品，嬌蕉包商標襲用愛馬仕商標，從「商標法」角度，這是對著名商標一面攀附又一面打擊、淡化的行為，同時讓消費者產生混淆，誤以為嬌蕉包是愛馬仕在柏金包之外另外開發的平價商品。這些都是法院判決中，嬌蕉包業者所不否認及愛馬仕商標權人舉證的事實，所以法院當然不會讓嬌蕉包勝訴。²

此一案例除了讓文化創意業者了解商標混淆的問題外，更提醒創作者在創作過程中千萬要注意，不要任意侵害別人的品牌利益；至於各類文創業者如何積極利用各種智慧財產權的多重保護，且充分發揮品牌效益，可由以下分析來一探究竟。

相關文創產業之法律保護

各類文化創意產業之營運與發展，業者均應考量並掌握各種智慧財產權不同之權利特性與奧妙，進行取捨、交互運用，一方面獲得最有利保護，另一方面也增加營運的商機，都是從事文化創意產業者，須審慎思考因應之議題。

即以視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、工藝產業、文化展演設施產業及出版產業這五大產業為例，分別舉其大絡，提醒關注如下：

1 章忠信（2012 年 12 月 19 日）《守護智財／嬌蕉包是普普文創？》，聯合報。

2 智慧財產法院 100 年度行商訴字第 127 號行政判決。



工藝產品宜申請設計專利，以保護工藝成果。圖為：施奕成《凸餅錢筒》。

（唐草設計圖片提供）

一、視覺藝術產業：

視覺藝術之價值特性，在於藝術創作本身之公開展示，著作權法第 27 條雖賦予未公開發行之美術著作或攝影著作之著作權人享有「公開展示權」，相對地，於第 57 條亦使取得美術著作或攝影著作原件或合法重製物之所有人或經其同意之人，得公開展示該著作原件或合法重製物，並使其得為向參觀人解說著作，於說明書內重製該著作。視覺藝術創作者一方面可以透過商標品牌之標示，與其他創作品產生區隔，另方面也可以透過著作權法中之姓名表示權，以創作者之標示，強化視覺藝術創作之市場價值。此外，公共藝術品之設置與維護，也可以透過契約結合著作權法之禁止不當修改權，確保該藝術品永遠以最佳狀態，呈現於公眾面前，若有需修繕、維護甚至遷移，都應尊重創作者之意願，邀請參與決策，以避免嘔心瀝血之視覺藝術創作任意被破壞，或因年久失修而失其原貌或被遷移至不當地方。

二、音樂及表演藝術產業：

音樂表演過程中，必須大量利用他人音樂著作，表演成果又得成為受著作權法保護之標的，只有強化經紀人制度，以專業知識代為處理表演合約，才能使表演人權益受到適當保障。同時，也惟有健全之集體管理組織，始能降低授權成本並有利表演之後續利用。

三、工藝產業：

大部分工藝產品屬於實用物品，難以受到著作權法保護。此時，透過商標權之保護，以特殊品牌於相同類型之產品中建立口碑，區別優劣，始能鶴立雞群。此外，某些特殊構想之設計，宜申請設計專利，以保護工藝成果。

四、文化展演設施產業：

文化展演設施之設計圖，得以著作權保護，而舞台變換設計更涉及巧思，此應透過設計專利保護。由於文化展演設施多僅以外觀展現，對於內部得不曝光之構想與實際設計，並可透過保密條款，以確保其設計及運作機密不外洩。即使是文化展演企劃與規劃，仍得透過保密方式，取得產業間之競爭優勢，不可輕忽。



大部分工藝產品屬於實用物品，難以受到著作權法保護。張家誠《杯中南影》。

（唐草設計圖片提供）

五、出版產業：

出版業目前所面臨最嚴酷之考驗，為必須擁抱電子書而又容易受到網路數位盜版侵襲。著作權法之防盜拷措施條款及電子化權利管理資訊條款，必須成為出版產業善用之權利保護中心。當然，出版產業與創作者間之新發行領域談判與利益重新分配，亦屬於高度專業議題，但以雙方過往之合作經驗為基礎，只要能以公平透明程序處理，必能獲至妥善解決。

文創產業特色在於其所蘊含之創意內容可透過多樣化產品型態呈現，帶來龐大經濟效益；但正因文創成果大多量少樣多，一旦某個產品為眾多消費者所鍾愛，蔚為風潮之後，必然是風起雲湧競相抄襲，創意產業的成果如果不能透過適當法律加以保護，即會因其極易被侵害，致血本無歸外，也會使文化創作者喪失再新創之動機；因有這種高風險的特徵，若要發展文化創意產業，必須要加大對智慧財產權的保護力度，特別是產業鏈兩端的智慧財產權保護，應從起始設計開始到終端品牌經營著手，給予有力的法律保護、嚴格執法並透過宣導及教育養成業界及民眾尊重他人智慧財產權的觀念。

各種智慧財產權各有不同的保護設計及目的

智慧財產權相關法規不論在國際規範或各國實定法中，專利、營業秘密、商標一向被歸類為工業財產權，而著作相關權利及工業設計則多被歸類為文化財產權，其中專利（含設計專利）、商標須經申請且經主管機關審核其取得要件方獲有權利，營業秘密雖無庸申請，但標的本身仍須具備秘密性、有價性及自行採取適當保護措施方得主張權利；細數各種智財權之中，最易取得則非著作權莫屬，為鼓勵創作，全世界最早的「伯恩公約」即已昭示採「創作自動保護主義」，在創作完成時無待申請或宣告，只要是未抄襲他人之獨立創作即當然取得著作權，且同時受著作權法之各項保護。權利內容豐富，不但有重製權等十多種財產權，且至少有姓名表示權等三種人格權。方便之餘，弊端相隨，因作品無庸審查或登記，形成日後要主張權利或進行交易時，對著作權之歸屬不易從客觀之資料中獲得證明。交易最重要的所有權基礎如未能明確，必然使投資者裹足不前，甚至望而卻步，造成文創產業無法邁大步開啟之困境。在文創法中文創產業之成果產出，多少都會有著作權之內涵，如何務實地參考國外之適當作法進行著作權相



視覺藝術之價值特性，在於藝術創作本身之公開展示。

關法規的調整，以保障創作者權益，是我國發展文創產業的當務之急。

徒法不足以自行，業者仍應宜善用機制創造商機

根據國內外文創產業運作及法律實踐之觀察，著作權集體管理制度、經紀制度及著作權登記制度，係推動文化创意產業極為重要之支柱，如能三輔三成，三得益彰，將使文化创意產業能更順利發展，政府宜即刻著手建置或檢討現有機制之合宜性，業者更該善加運用相關機制，以促文創產業之蓬勃發展。

著作權集體管理制度係針對大量、不特定著作之利用，由於個別談判授權成本太高，乃透過集體管理方式，由大部分著作權人將其著作交由著作權集體管理組織進行集中授權利用，由集體管理組織代表全體著作權人，負責與有大量使用不特定著作之利用人，例如廣播電台、演唱會、各營業場所，洽談授權事宜，達到以一次概括性付費授權方式，方便地合法利用著作。

經紀制度則係由對授權及利用市場具有專業知識之人，協助個別著作權人有效授權，促進著作之利用，除將個別著作授權個別利用人進行特別利用外，亦不排除由經紀人再透過集體管理組織處理集體利用之授權。

著作權登記制度係以政府公權力建立權利歸屬初步查證資料，有利於著作權人與利用人聯繫以進一步洽談授權，其係制度上之選項之一，並不具強制性。對於大量、不特定著作之利用，著作權集體管理組織所處理之集中授權利用，固可以解決授權困難之問題，然而，個別著作授權個別利用人之特別利用，仍有參考著作權登記資料之必要，非著作權集體管理制度所能解決。

提醒業者進行創作時證據保存的自我保護

業者僅注意到上述的各個層面仍有不足夠，還是要務實著手進行自我保護行動。文創工作者平日即要養

成好習慣，將創作過程做好創作日誌的管理。此舉攸關日後權利適法性之舉證原始證明的確立，作法可分為項目、內容及存證三種模式來執行³：

一、創作日誌記錄項目

紀錄的項目包含完成什麼步驟或內容？此步驟或內容的目的為何？誰的主意要如此作？誰完成此步驟或內容？經過幾次，何時完成之？此步驟或內容正反兩種結果如何？由此一結果導出的結論又是什麼？等等……

二、創作日誌記錄內容

寫作創作日誌時，所有研討或實踐的細節均應列舉出來，且須簽署證明，記載日期及驗證者的簽名；前述內容還可包含所使用的設備或模型、實驗或研討的數據及最終結果，整個設計步驟，理論應用與過程，無論正確或錯誤訊息都要記錄下來。

三、存證

創作人可將創作完成之有關資料、創作日誌，以存證信函之格式雙掛號寄給相關第三人或自己。

有了上述創作日誌做為護身符，接下來也要進行其他各種文創智慧財產權的保護，大體上依其文創業者發展階段，可分為三個時期⁴：

一、前置期／保護及管理與創作相關之智慧財產權

剛開始進入文創產業領域的作者，宜重視品牌之建立，包括公司名稱與企業標章應事先規劃取得登記與商標註冊。當文化創意內容具有高度創新時，可考慮同時提出專利之申請。著作權之智財管理，強調著作的取得時間與證明方式。營業秘密之智財管理，強調其秘密與經濟價值性，並已採取相當保護措施。

二、成長期／簽訂授權契約應注意事項

文創工作者在進行揭露、販賣或授權前，應注意保密措施並確認智財權保護是否已臻完備。文創產業投資案所進行之查核 (due diligence)，應針對智慧財產權以及人力資源等蘊藏創意能量之項目，進行必要之審視。進行授權時，須考慮文創工作者本身是否仍有使用或販賣所授權之文創產品之需求，選擇採取「專屬授權」或「非專屬授權」之模式。

三、成熟期／文創產品行銷海外市場之智慧財產權布局

對於發展成熟之文創業者，應善加利用著作權、專利、商標與營業秘密對新創意內容進行多重保護。重視智慧財產權的國際保護與全球布局，在不同的國家依照當地的法規提出申請，避免創意內容在國外遭人搶先註冊，一旦涉及侵權及違反管制事項能適時因應作出即時的安排及規劃。

投資者和創作者的權益分配應有合作契約予以規範，在創作過程中，也可能產生智財權歸屬的爭議，但都須依現行法規或合理之法律解釋予以排解；至於創作的結果產出後，應將權利明確化，並向國內外主管機關或相關會所進行登記或存證，並盡速依相關法規辦理。若遭遇到內容侵權的問題，要實現公平正義，還是應以相關法律為依歸。

3 智慧財產權保護，創業與財務管理專欄，文化創意產業服務網，文化部 (2010.11.12)
http://cci.culture.tw/cci/cci/education_detail.php?c=280&sn=4310 (最後瀏覽日期：2013.02.17)

4 資誠聯合會計師事務所，品牌發展保護智財—保護及運用智慧財產權爭戰全球市場 (2012.10.17)
http://cci.culture.tw/cci/cci/market_detail.php?c=196&sn=5153 (最後瀏覽日期：2013.02.17)

第十五章

微型工藝文創經理人

文／黃子坤 國立臺北科技大學副教授兼藝文中心主任



（法藍瓷圖片提供）

工藝產業於臺灣發展已久，為文化藝術的基礎產業。和其他的文創產業一樣，發展工藝產業期待兩項效益。其一，以文化藝術帶動生活品質的提升；其次，以創意驅動產業經濟發展。

工藝產業要創造經濟價值，必須面對三個環節：創意、生產與行銷。工藝產業的核心價值活動，在於工藝品的創意研發與製作，臺灣工藝師精益求精，具備相當的動力。然而，當工藝品面對生產與行銷時，事情就不簡單了。在自由競爭的市場中，任何商品領域都體認生產與行銷是有相當門檻的專業。工藝產業無法例外，本文將探討如何改善工藝產業之生產與行銷。

即使臺灣工藝具備相當的文化與技藝基礎，以「工藝生活化」提升生活品質的目標將帶來新的挑戰。

傳統材料專長分類之挑戰

工藝師憑藉專業與熱情進行創作或設計。由於創作層次日趨複雜，工藝師嘗試結合各種材料以提升工藝品的價值。例如，金屬工藝師已經不是單純地只使用金屬，而可能是結合木材或陶瓷於作品中。

義大利威尼斯 Murano 島是玻璃工藝重鎮，著名的國寶級玻璃工藝師 Livio Seguso 就曾經嘗試將不鏽鋼、大理石、木頭與玻璃結合，開創出獨樹一格的玻璃藝術。

就和生活中任何產品一樣，工藝品必然會擷取各種材料的特質。如此，除了實現精緻的功能品質，還期待呈現獨特的美感。面對如此多變的創作環境，工藝師必然要跨越傳統材料專長分類，不再墨守金工、木工、陶瓷或玻璃等專業範疇。

對工藝師來說，靈活掌握多樣材料不是容易的事。讓不同材質專長的工藝師合作交流也值得嘗試。就像是科技領域中所強調的「跨領域合作」。影響所及，工藝產業的產業鏈將更趨複雜。

手感的溫度

工業化環境促使人們懷念簡樸的傳統工藝。相對於工業化之量產品，傳統工藝最吸引人們的特質就是「手感」。手感是改變一件事情的過程，那種感覺、那種獲得，是無可取代的（官政能，2006¹）。愈來愈多「手工」或是強調有觸感、溫度的產品，在市場上備受注目。

「手感」成為一個新的行銷元素。手感經濟就是深度經濟。因為手感經濟不只是手工，而是對生活有深刻的體驗，提出一種生活主張。用深度的技藝設計產品，可以幫助加深對生命的體驗（李仁芳，2006²）。

臺北市政府文化局的規劃中，北投，是一個充滿手感魅力的創意街區。從日治時代所遺留下來的老建築，到知名的琉璃與陶瓷創作，加上獨特的溫泉資源，北投一直很有溫度。

手感經濟其實是一種感情經濟。

工藝的社會價值

臺灣社區工藝多樣豐富，成為社區營造加值的重要觸媒。文化部所屬國立臺灣工藝研究發展中心推廣「工

1 官政能（2006）。推薦序：在手感產品裡尋找自由。《手感經濟—感覺的時尚》作者：吳昭怡。臺北：天下雜誌。

2 李仁芳（2006）。推薦序：手感經濟就是深度經濟。《手感經濟—感覺的時尚》作者：吳昭怡。臺北：天下雜誌。

藝生活化、社區產業化」，希望為社區工藝創造更高的附加價值³。具體的作為包括輔導 146 位代表臺灣不同工藝領域的工藝之家，以工藝扶持與地方整合為目標，推廣工藝文化與永續傳承。

一、以「工藝生活化」提升生活品質

工藝是在地文化象徵，也是每個地方特色的承載媒介。工藝品生活化的確是帶動生活品質提升的要素。提升社區生活品質其實隱含相當的經濟利益。

在「體驗經濟」崛起後，愈來愈多國家的人民希望能到臺灣各地接觸在地文化與風情，而工藝是在地生活中最重要的一部分，也最能呈現在地化特質。

其中「風光景色」是吸引旅客的最重要因素。如果觀光客眼中的「風光景色」是包括自然景觀與風土民情，則工藝品生活化所帶動生活品質提升顯然是吸引觀光客的風土民情之一部分。

二、增加觀光客購物

地方工藝，例如散佈臺灣各地的工藝之家，除了扮演帶動當地生活品質提升的角色，同時也是吸引觀光客的「風光景色」。甚至，直接創造一部分觀光消費。2011 年觀光團體旅客平均每人每日購物費統計

表 16－1 2011 年觀光團體旅客平均每人每日購物費之細項消費

購物費消費項目	名稱	
	消費金額（美元）	百分比
服飾或相關配件	15.14	10.30%
珠寶或玉器類	37.72	25.67%
紀念品或手工藝品類	9.63	6.55%
化妝品或香水類	10.33	7.03%
名產或特產	49.53	33.70%
煙或酒類	7.11	4.84%
中藥或健康食品	3.06	2.08%
電子或電器用品	1.20	0.82%
茶葉	12.34	8.40%
其他	0.90	0.61%
合計	146.96	100.00%

資料來源：交通部觀光局（2012）「中華民國 100 年來臺旅客消費及動向調查」⁴ p.11

（表 16－1）顯示，工藝品及珠寶占比超過三成，平均每人每日花費約新臺幣 1,400 元。

文創商品與文創經理人

原住民族電視台於 2012 年 5 月 29 日以「不善行銷，工藝師盼設專業經理人」為題，報導工藝師的困境與期待。報導中表示，國立臺北科技大學北區原住民育成中心正積極研議輔導原住民行銷人才，並扶助

3 《Taiwan News 國際財經·文化月刊 391 期—11 月號》（2009）<https://www.okwork.gov.tw/frontsite/cms/articleContentDetailAction.do?method=doArticleDetail&contentId=MjU4OA==&isAddHitRate=true&relationPk=2588&tableName=content&menuId=MTA2>

4 交通部觀光局（2012）《中華民國 100 年來臺旅客消費及動向調查》

族人籌組行銷公司。培養文創的專業經理人，就是希望將生產與行銷做專業的分工，讓工藝師專注生產，專業經理人負責行銷。專業分工的確是大勢所趨，分工之後的工藝師與專業經理人如何合作產生綜效，可能需要一套細膩的機制與規範，簡言之就是要與市場接軌。文化創意產業與市場接軌的模式包括（葉泓瑋，2010）：

一、創作者沒有經紀人（Market Agency），但本身處理所有細節流程直接面對消費者並獲取酬勞，即無經紀模式。

二、創作者之經紀人，由創作者授權代為處理工作內容，而創作者與經紀人間之紙質合約可有可無，即創作者經紀模式。

三、經紀人可為消費者的把關管理者，其前提之下必須有從消費者端獲取利益，即消費者經紀模式。

四、創作者與消費者各擁有其經紀人。意為創作者端有其經紀人代理並抽佣，消費者端也擁有其代理人並獲取報酬，即雙邊經紀模式。

五、經紀人同時掌控消費者與創作者兩端，並且都有獲取利益，對市場也擁有影響力，即雙重經紀模式。

文創經理人的基本功

在證券交易中，經紀人（broker）係指在交易所中代他人進行買賣，或撮合買賣雙方而從中取得佣金的人。經紀公司，即是經理人公司（Management Company），該些公司會為旗下員工（以藝人為常見）提供經理人服務（維基百科）。在藝術領域中，藝術經理人係從事有關藝術投資、藝術品鑑價及藝術品買賣之專業。在音樂行銷領域中，樂團經理人對內要導引作品方向並管理成員，對外要推廣並積極爭取各種演出機會，並且整合發片的製作企劃、生產管理、發行宣傳等等資源。樂團經理人一般多靠收取樂團演出或唱片版稅做為酬勞。行銷經理人要具備的能力包括：市場區隔與產品定位、品牌經營與需求分析、成本分析與產品訂價策略、行銷策略與通路佈局，以及顧客管理。由於工藝產品的特殊屬性，工藝行銷經理人尚須具備充足的工藝知識以及與工藝師溝通能力。

一、工藝行銷經理人的角色

工藝行銷經理人可以提供基本銷售服務，也可以積極地媒介需求端與供應端；其角色可分為：

1. 扮演微型工藝業者的行銷窗口。
2. 整合產銷與服務，優化產銷流程。
3. 挖掘並傳遞市場需求，引導工藝師的創作方向。

二、文創經理人應具備之能力：

藝術文化產業經理人是「有文化涵養的國際行銷人才」，其核心能力可以分為（李兆翔，2009）⁵ 通識能力、專業知能及行政商管等三個部分。

1. 通識能力：包括人文素養、美學與品味養成、數位化應變能力、知識管理等。
2. 專業知能：包括專業知識與技能、國際視野等。
3. 行政與商管：包括國際行銷、創新與創業精神、智財權、品牌管理等。

其中，通識能力所涵蓋的範圍，事實上已經超出一般所謂的「專業能力」。美學與品味難以量化或評量。Daniel H. Pink（2006）⁶ 指出，當社會從資訊時代（Information Age）的知識工作者（knowledge workers）轉化為觀念時代（Conceptual Age）的創作者與思維者（creators and empathizers）時，創造

⁵ 李兆翔（2009）。《藝術文化產業經理人核心能力》。（臺北教育大學文化產業學系碩士論文）

⁶ Pink, Daniel H.（2005）。A Whole New Mind: Why Right-Brainers Will Rule the Future, ISBN 978-1-59448-171-0

力將成為商品差異化的利器。國際市場競爭取決於右腦（the right - brainers）。此種特質更精確地定義為六種感性能力包括：設計（Design）、故事（Story）、整合（Symphony）、同理心（Empathy）、玩樂（Play）及意義（Meaning）。

文創經理人要與文創人有相同的品味（sense），才能夠有效溝通，合作無間。因此，文創經理人最好具備與文創人相同的特質，也就是「對生命有熱情，對事物有感動的人」。

文創經理人的創意領導力

多年來，許多鄉鎮透過「社區總體營造」的資源，推動社區工藝發展。透過思索社區的核心價值，結合社區人文、自然與地理等資源，落實工藝生活化。

南投縣水里鄉「水里蛇窯陶藝文化園區」，由原來的舊窯場改成，並強調「傳統與現代」結合，漸漸成為一處保存臺灣文化的園區。「蛇窯」源自大陸福州，窯身順著山坡地形以土磚砌成，望之似蛇之形，因而得名。形塑有故事、有溫度的工藝園區，為地方帶來繁榮。

配合國民旅遊與觀光客的成長趨勢，將在地工藝品與旅館結合可產生互利與加值。期待藉由與旅館結合打響各地工藝師品牌，並藉由工藝形塑旅館特色。例如：在工藝創新育成中心的撮合下，淡水綠色飯店充滿了本土工藝精品。

如果投入具備創意領導力的人才，文創可以走向更高的層次，我們可以期待一位行銷經理人不但協助行銷，更進一步，還具備了創意領導力（creative - leadership）。

北京大學藝術學院副院長向勇（2012）為大陸中生代文化產業論述權威，提出了「創意經理人」（亦即本文之文創經理人）的機制。創意經理人是文化產品創意價值鑑價和創意風險評估的先決保證，能平衡文化產品的藝術價值和商業價值，準確深刻理解文化產品的創意內涵，並保證文化產品進入流通管道，實現創意消費，最終實現企業利潤（向勇，2012）⁷。創意經理人應具備創意領導力，其中包括 3 項核心能力：故事驅動力（story - telling）、科技創新力（tech - innovation）和團隊領導力（group - leadership）。

向勇（2012）特別指出，臺灣創意經理人在故事驅動力、科技創新力和團隊領導力等三方面都具備非常明顯的優勢。譬如明華園的陳勝福、幾米繪圖開發團隊、雲門舞集的林懷民、紙風車劇團的李永豐等。在工藝領域中，也有傑出的文創經理人。例如：獲選為十大卓越中堅企業獎法藍瓷的陳立恆以及陶作坊的林榮國。

相對於工藝行銷經理人，文創經理人所具備的能力必須更全方位，角色層次也更高。如此人才，通常具備天賦與熱情，只要環境條件成熟，成就指日可待。

7 向勇 / 北京大學藝術學院副院長（2012）。《文創專案對接兩岸不應空談》。中時電子報 2012/08/19

附錄

Appendix

附錄

視覺藝術產業

視覺藝術產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

視覺藝術產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
3399-24	雕塑品製造	122	311,770	11,650	300,120	115	265,545	9,367	256,179	112	227,116	8,973	218,143
						-5.7%	-14.8%	-19.6%	-14.6%	-2.6%	-14.5%	-4.2%	-14.8%
4699-19	古玩書畫批發	82	182,164	17,505	164,659	73	146,413	13,651	132,763	69	150,228	19,529	130,700
						-11.0%	-19.6%	-22.0%	-19.4%	-5.5%	2.6%	43.1%	-1.6%
4699-20	雕塑品批發	107	388,058	14,185	373,873	102	324,039	15,849	308,190	98	276,420	17,963	259,156
						-4.7%	-16.5%	11.7%	-17.6%	-3.9%	-14.7%	13.3%	-15.9%
4852-18	雕塑品零售	1,338	1,540,683	29,837	1,510,845	1,315	1,478,138	40,151	1,437,986	1,284	1,404,361	36,834	1,367,527
						-1.7%	-4.1%	34.6%	-4.8%	-2.4%	-5.0%	-8.3%	-4.9%
4853-12	古玩書畫零售	730	1,718,420	97,909	1,620,511	702	2,212,109	62,027	2,150,082	678	1,417,310	47,444	1,369,866
						-3.8%	28.7%	-36.6%	32.7%	-3.4%	-35.9%	-23.5%	-36.3%
8572-11	藝術教育服務	-	-	-	-	3	502	-	502	3	1,087	-	1,087
						-	-	-	-	0.0%	116.5%	-	116.5%
9010-11	繪像	21	25,733	-	25,733	19	10,499	-	10,499	17	14,036	-	14,036
						-9.5%	-59.2%	-	-59.2%	-10.5%	33.7%	-	33.7%
9690-20	字畫裱褙	348	350,437	520	349,916	333	333,419	1,366	332,053	328	314,848	1,353	313,495
						-4.3%	-4.9%	162.5%	-5.1%	-1.5%	-5.6%	-0.9%	-5.6%
合計		2,748	4,517,264	171,608	4,345,656	2,662	4,770,665	142,410	4,628,255	2,589	3,805,406	132,095	3,674,010
						7.4%	5.6%	-17.0%	6.5%	-2.7%	-20.2%	-7.2%	-20.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

視覺藝術產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	96	223,668	-	223,668	94	81,765	136	81,629	81	79,415	109	79,306
					-2.1%	-63.4%	-	-63.5%	-13.8%	-2.9%	-19.9%	-2.8%
1-2 年	105	102,464	-	102,464	95	220,658	-	220,658	91	136,455	398	136,057
					-9.5%	115.4%	-	115.4%	-4.2%	-38.2%	-	-38.3%
2-3 年	118	132,993	-	132,993	93	124,257	-	124,257	85	184,642	-	184,642
					-21.2%	-6.6%	-	-6.6%	-8.6%	48.6%	-	48.6%
3-4 年	105	117,088	4,453	112,635	102	103,855	-	103,855	82	112,826	1,710	111,116
					-2.9%	-11.3%	-	-7.8%	-19.6%	8.6%	-	7.0%
4-5 年	127	180,610	-	180,610	93	93,235	2,000	91,235	91	96,451	-	96,451
					-26.8%	-48.4%	-	-49.5%	-2.2%	3.4%	-	5.7%
5-10 年	482	1,032,155	32,015	1,000,141	465	1,450,319	908	1,449,411	422	584,982	8,885	576,097
					-3.5%	40.5%	-97.2%	44.9%	-9.2%	-59.7%	878.3%	-60.3%
10-20 年	956	1,560,376	48,263	1,512,113	939	1,529,077	30,559	1,498,518	945	1,548,349	44,670	1,504,377
					-1.8%	-2.0%	-36.7%	-0.9%	0.6%	1.3%	46.2%	0.4%
20 年以上	758	1,167,016	86,877	1,080,139	781	1,167,498	108,807	1,058,691	792	1,062,286	76,323	985,963
					3.0%	0.0%	25.2%	-2.0%	1.4%	-9.0%	-29.9%	-6.9%
年數未知	1	894	-	894	0	-	-	-	0	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	2,748	4,517,264	171,608	4,345,656	2,662	4,770,665	142,410	4,628,255	2,589	3,805,406	132,095	3,674,010
					-3.1%	5.6%	-17.0%	6.5%	-2.7%	-20.2%	-7.2%	-20.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

說明：

1 表列數據為財政部財稅資料中心之磁帶資料真實數據，未進行任何調校，財稅中心所紀錄之營業額、內銷收入及外銷收入分為3項數據，進行統計時完全獨立撈取，囿於該中心資料隨時都在更新，營業額原則為外銷收入與內銷收入之加總，但數據未必完全吻合。

2 本統計以千元為單位，故在進行計算時，可能因四捨五入而造成些許誤差。

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
113	263,438	9,193	254,245	112	279,933	10,716	269,217
0.9%	16.0%	2.5%	16.5%	-0.9%	6.3%	16.6%	5.9%
70	111,419	17,928	93,491	66	124,749	26,218	98,531
1.4%	-25.8%	-8.2%	-28.5%	-5.7%	12.0%	46.2%	5.4%
101	391,851	57,548	334,304	104	416,455	29,958	386,497
3.1%	41.8%	220.4%	29.0%	3.0%	6.3%	-47.9%	15.6%
1,263	1,420,665	36,171	1,384,494	1,278	1,538,632	36,344	1,502,287
-1.6%	1.2%	-1.8%	1.2%	1.2%	8.3%	0.5%	8.5%
660	1,790,346	35,139	1,755,207	646	1,891,999	48,963	1,843,036
-2.7%	26.3%	-25.9%	28.1%	-2.1%	5.7%	39.3%	5.0%
3	1,576	-	1,576	4	1,691	-	1,691
0.0%	45.0%	-	45.0%	33.3%	7.3%	-	7.3%
21	27,427	-	27,427	21	18,590	-	18,590
23.5%	95.4%	-	95.4%	0.0%	-32.2%	-	-32.2%
329	320,102	41	320,062	329	336,224	2,342	333,883
0.3%	1.7%	-97.0%	2.1%	0.0%	5.0%	5676.0%	4.3%
2,560	4,326,825	156,020	4,170,805	2,560	4,608,274	154,541	4,453,732
-1.1%	13.7%	18.1%	13.5%	0.0%	6.5%	-0.9%	6.8%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
75	134,607	5,271	129,336	83	49,946	-	49,946
-7.4%	69.5%	4735.6%	63.1%	10.7%	-62.9%	-	-61.4%
81	109,174	-	109,174	72	246,932	2,740	244,192
-11.0%	-20.0%	-	-19.8%	-11.1%	126.2%	-	123.7%
80	135,922	-	135,922	73	189,726	495	189,231
-5.9%	-26.4%	-	-26.4%	-8.8%	39.6%	-	39.2%
74	304,284	-	304,284	75	168,832	135	168,697
-9.8%	169.7%	-	173.8%	1.4%	-44.5%	-	-44.6%
78	101,267	-	101,267	74	191,271	-	191,271
-14.3%	5.0%	-	5.0%	-5.1%	88.9%	-	88.9%
402	579,018	51,705	527,313	390	521,108	14,997	506,111
-4.7%	-1.0%	481.9%	-8.5%	-3.0%	-10.0%	-71.0%	-4.0%
956	1,756,714	10,788	1,745,927	933	1,862,215	15,420	1,846,795
1.2%	13.5%	-75.9%	16.1%	-2.4%	6.0%	42.9%	5.8%
814	1,205,840	88,257	1,117,584	860	1,378,243	120,754	1,257,489
2.8%	13.5%	15.6%	13.3%	5.7%	14.3%	36.8%	12.5%
0	-	-	-	0	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
2,560	4,326,825	156,020	4,170,805	2,560	4,608,274	154,541	4,453,732
-1.1%	13.7%	18.1%	13.5%	0.0%	6.5%	-0.9%	6.8%

視覺藝術產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	530	1,526,274	118,564	1,407,709	545	2,029,501	85,958	1,943,543	530	1,281,508	74,642	1,206,866
臺中市	295	718,820	21,381	697,439	283	586,007	7,608	578,399	289	474,706	8,994	465,712
基隆市	30	30,079	-	30,079	30	28,575	-	28,575	29	25,995	-	25,995
臺南市	211	293,317	13,859	279,458	204	315,128	20,272	294,856	194	249,332	12,456	236,877
高雄市	387	375,266	881	374,385	347	334,571	11,214	323,356	328	343,343	10,230	333,811
新北市	244	397,628	1,439	396,189	228	356,234	1,196	355,038	210	336,949	251	336,698
宜蘭縣	62	50,320	490	49,830	60	54,073	670	53,403	61	53,651	902	52,750
桃園縣	139	225,348	6,895	218,453	134	196,885	3,859	193,027	128	190,755	15,731	175,024
嘉義市	53	46,853	-	46,853	52	47,766	-	47,766	49	45,551	-	45,551
新竹縣	32	26,082	1,219	24,863	32	29,661	1,847	27,814	33	31,706	-	31,706
苗栗縣	183	246,613	3,985	242,628	183	228,847	6,368	222,479	189	228,737	6,872	221,865
南投縣	66	62,688	-	62,688	63	58,153	-	58,153	64	69,326	69	69,257
彰化縣	137	117,652	-	117,652	138	124,819	-	124,819	136	128,562	-	128,562
新竹市	61	112,208	1,944	110,264	59	86,504	2,854	83,650	53	61,117	1,458	59,659
雲林縣	76	63,736	-	63,736	70	74,994	-	74,994	67	74,963	-	74,963
嘉義縣	34	27,471	-	27,471	32	26,627	-	26,627	30	26,338	-	26,338
屏東縣	105	87,546	-	87,546	102	88,730	-	88,730	101	88,937	-	88,937
花蓮縣	51	61,750	951	60,799	50	61,462	565	60,897	49	53,298	492	52,806
臺東縣	21	18,687	-	18,687	20	13,829	-	13,829	21	14,496	-	14,496
金門縣	17	17,885	-	17,885	17	17,347	-	17,347	15	15,304	-	15,304
澎湖縣	11	9,018	-	9,018	10	8,931	-	8,931	10	8,809	-	8,809
連江縣	3	2,022	-	2,022	3	2,022	-	2,022	3	2,022	-	2,022
合計	2,748	4,517,264	171,608	4,345,656	2,662	4,770,665	142,410	4,628,255	2,589	3,805,406	132,095	3,674,010

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

視覺藝術產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	1,994	1,975,379	46	1,975,334	1,912	1,906,368	119	1,906,249	1,855	1,773,397	4,534	1,768,863
					-4.1%	-3.5%	161.4%	-3.5%	-3.0%	-7.0%	3706.8%	-7.2%
0.1-1 百萬元	395	478,456	1,454	477,002	406	487,835	1,142	486,693	409	476,095	902	475,194
					2.8%	2.0%	-21.5%	2.0%	0.7%	-2.4%	-21.1%	-2.4%
1-5 百萬元	174	603,224	30,799	572,425	172	532,416	2,746	529,670	159	472,941	1,387	471,555
					-1.1%	-11.7%	-91.1%	-7.5%	-7.6%	-11.2%	-49.5%	-11.0%
5-10 百萬元	151	836,866	93,333	743,533	136	764,728	130,782	633,946	129	606,596	92,555	514,740
					-9.9%	-8.6%	40.1%	-14.7%	-5.1%	-20.7%	-29.2%	-18.8%
10-20 百萬元	18	187,966	4,566	183,400	19	160,214	1,962	158,252	20	124,265	8,391	115,874
					5.6%	-14.8%	-57.0%	-13.7%	5.3%	-22.4%	327.7%	-26.8%
20-30 百萬元	8	316,043	41,411	274,632	8	427,013	5,659	421,353	8	261,007	24,327	236,680
					0.0%	35.1%	-86.3%	53.4%	0.0%	-38.9%	329.8%	-43.8%
30-40 百萬元	3	17,737	-	17,737	4	11,785	-	11,785	5	22,987	-	22,987
					33.3%	-33.6%	-	-33.6%	25.0%	95.1%	-	95.1%
40-50 百萬元	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
50-60 百萬元	1	27,560	-	27,560	2	14,640	-	14,640	1	25,046	-	25,046
					100.0%	-46.9%	-	-46.9%	-50.0%	71.1%	-	71.1%
60-80 百萬元	2	27,795	-	27,795	1	26,072	-	26,072	1	29,919	-	29,919
					-50.0%	-6.2%	-	-6.2%	0.0%	14.8%	-	14.8%
0.8-1 億元	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
1-2 億元	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-
					0.0%	-	-	-	0.0%	-	-	-
2 億元以上	1	46,237	-	46,237	1	439,596	-	439,596	1	13,152	-	13,152
					0.0%	850.8%	-	850.8%	0.0%	-97.0%	-	-97.0%
合計	2,748	4,517,264	171,608	4,345,656	2,662	4,770,665	142,410	4,628,255	2,589	3,805,406	132,095	3,674,010
					-3.1%	5.6%	-17.0%	6.5%	-2.7%	-20.2%	-7.2%	-20.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
527	1,633,397	56,527	1,576,870	522	1,835,646	86,786	1,748,859
287	582,347	3,541	578,806	289	527,075	3,469	523,605
30	27,613	-	27,613	32	29,363	-	29,363
183	234,248	16,617	217,631	186	294,414	16,223	278,191
319	353,278	9,135	344,143	321	344,148	1,607	342,541
210	345,494	2,584	342,910	204	412,292	9,500	402,792
60	53,373	976	52,397	61	53,784	1,381	52,403
124	247,378	58,176	189,202	126	214,410	26,779	187,631
46	44,951	-	44,951	45	45,176	-	45,176
34	29,645	-	29,645	34	29,813	-	29,813
179	225,677	6,378	219,300	186	248,655	7,359	241,296
66	78,657	-	78,657	67	107,938	-	107,938
137	127,929	-	127,929	135	129,449	-	129,449
56	66,324	1,478	64,846	56	65,138	1,437	63,701
67	67,820	-	67,820	66	73,911	-	73,911
30	25,998	-	25,998	31	28,380	-	28,380
106	93,147	-	93,147	101	89,767	-	89,767
51	50,986	608	50,378	51	41,860	-	41,860
21	14,062	-	14,062	20	13,098	-	13,098
14	13,711	-	13,711	14	13,711	-	13,711
10	8,768	-	8,768	10	8,768	-	8,768
3	2,022	-	2,022	3	1,478	-	1,478
2,560	4,326,825	156,020	4,170,805	2,560	4,608,274	154,541	4,453,732

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
1,818	1,890,062	9,269	1,880,793	1,802	1,928,532	8,567	1,919,965
-2.0%	6.6%	104.4%	6.3%	-0.9%	2.0%	-7.6%	2.1%
423	518,393	1,246	517,147	433	623,329	2,103	621,226
3.4%	8.9%	38.2%	8.8%	2.4%	20.2%	68.9%	20.1%
153	525,816	3,064	522,752	159	574,807	5,901	568,906
-3.8%	11.2%	121.0%	10.9%	3.9%	9.3%	92.6%	8.8%
129	646,619	90,056	556,563	127	566,198	115,833	450,365
0.0%	6.6%	-2.7%	8.1%	-1.6%	-12.4%	28.6%	-19.1%
22	227,928	51,849	176,079	24	319,812	17,479	302,334
10.0%	83.4%	517.9%	52.0%	9.1%	40.3%	-66.3%	71.7%
6	360,843	535	360,308	6	496,597	4,658	491,939
-25.0%	38.3%	-97.8%	52.2%	0.0%	37.6%	770.1%	36.5%
5	59,524	-	59,524	5	40,123	-	40,123
0.0%	158.9%	-	158.9%	0.0%	-32.6%	-	-32.6%
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
1	31,117	-	31,117	1	23,470	-	23,470
0.0%	24.2%	-	24.2%	0.0%	-24.6%	-	-24.6%
1	52,596	-	52,596	1	27,751	-	27,751
0.0%	75.8%	-	75.8%	0.0%	-47.2%	-	-47.2%
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
1	-	-	-	1	-	-	-
0.0%	-	-	-	0.0%	-	-	-
1	13,927	-	13,927	1	7,654	-	7,654
0.0%	5.9%	-	5.9%	0.0%	-45.0%	-	-45.0%
2,560	4,326,825	156,020	4,170,805	2,560	4,608,274	154,541	4,453,732
-1.1%	13.7%	18.1%	13.5%	0.0%	6.5%	-0.9%	6.8%

音樂及表演藝術產業

音樂及表演藝術產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

音樂 及 表演藝術產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
8572-12	戲劇教育	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
						-	-	-	-	-	-	-	-
8572-13	音樂教育	1	3,188	-	3,188	6	4,863	-	4,863	11	7,346	-	7,346
						500%	52.6%	-	52.6%	83.3%	51.1%	-	51.1%
8572-14	舞蹈教育	2	644	-	644	6	8,253	-	8,253	12	10,477	-	10,477
						200%	1182%	-	1182%	100%	27%	-	-
9020-11	劇團、舞團	197	722,068	1,296	720,772	218	882,074	74	882,000	255	664,446	-	664,446
						10.7%	22.2%	-94.3%	22.4%	17.0%	-24.7%	-	-
9020-12	音樂演奏	126	834,489	-	834,489	143	1,357,939	924	1,357,015	150	1,011,058	2,185	1,008,873
						13.5%	62.7%	-	62.6%	4.9%	-25.5%	136.5%	-25.7%
9020-99	其他藝術表演	303	1,296,425	3,311	1,293,114	343	1,701,540	14,329	1,687,211	385	1,731,478	1,853	1,729,624
						13.2%	31.2%	332.8%	30.5%	12.2%	1.8%	-87.1%	2.5%
9039-11	節目安排、演出代理	514	3,797,150	110,979	3,686,171	493	3,908,884	123,719	3,785,165	474	3,176,980	54,206	3,122,774
						-4.1%	2.9%	11.5%	2.7%	-3.9%	-18.7%	-56.2%	-17.5%
9039-12	服裝指導服務	7	10,157	-	10,157	7	14,637	-	14,637	7	20,155	-	20,155
						-	44.1%	-	44.1%	-	37.7%	-	37.7%
9039-13	燈光指導（設計）服務	36	178,739	1,352	177,387	35	189,441	500	188,942	31	247,687	118	247,569
						-2.8%	6.0%	-63.0%	6.5%	-11.4%	30.7%	-76.3%	31.0%
9039-14	籌辦藝術表演活動	25	235,458	-	235,458	84	335,572	131	335,441	130	685,306	19,127	666,179
						236%	42.5%	-	42.5%	54.8%	104.2%	14462.2%	98.6%
9039-16	藝術表演監製	-	-	-	-	3	774	-	774	6	6,249	-	6,249
						-	-	-	-	100%	708%	-	707.5%
合計		1,211	7,078,317	116,938	6,961,379	1,338	8,403,978	139,677	8,264,301	1,462	7,561,181	77,490	7,483,691
						11.3%	18.7%	19.4%	18.7%	8.7%	-10.0%	-44.5%	-9.4%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

音樂及表演藝術產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
一年以下	214	375,847	-	375,847	193	384,382	650	383,732	228	318,958	-	318,958
					-9.8%	2.3%	-	2.1%	18.1%	-17.0%	-	-16.9%
1-2 年	182	724,088	6,841	717,247	214	604,099	4,914	599,184	179	431,078	19,197	411,881
					17.6%	-16.6%	-28.2%	-16.5%	-16.4%	-28.6%	290.6%	-31.3%
2-3 年	148	555,161	14,390	540,771	168	862,318	25,034	837,284	183	625,617	2,315	623,303
					13.5%	55.3%	74.0%	54.8%	8.9%	-27.4%	-90.8%	-25.6%
3-4 年	134	514,564	-	514,564	141	603,426	17,012	586,414	153	898,099	4,072	894,027
					5.2%	17.3%	-	14.0%	8.5%	48.8%	-76.1%	52.5%
4-5 年	91	486,784	1,352	485,432	119	478,770	1,258	477,512	129	602,315	25,726	576,589
					30.8%	-1.6%	-7.0%	-1.6%	8.4%	25.8%	1945.8%	20.7%
5-10 年	296	2,538,267	91,941	2,446,325	327	2,559,472	88,801	2,470,671	391	1,912,341	25,740	1,886,602
					10.5%	0.8%	-3.4%	1.0%	19.6%	-25.3%	-71.0%	-23.6%
10-20 年	109	1,473,429	2,414	1,471,015	135	2,458,545	2,008	2,456,536	159	2,430,314	440	2,429,873
					23.9%	66.9%	-16.8%	67.0%	17.8%	-1.1%	-78.1%	-1.1%
20 年以上	36	410,112	-	410,112	40	452,841	-	452,841	39	342,459	-	342,459
					11.1%	10.4%	-	10.4%	-2.5%	-24.4%	-	-24.4%
年數未知	1	65	0	65	1	126	-	126	1	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	1,211	7,078,317	116,938	6,961,379	1,338	8,403,978	139,677	8,264,301	1,462	7,561,181	77,490	7,483,691
					10.5%	18.7%	19.4%	18.7%	9.3%	-10.0%	-44.5%	-9.4%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
2	-	-	-	3	3,903	-	3,903
100%	-	-	-	50%	43367478%	-	-
19	36,368	-	36,368	29	122,591	-	122,591
72.7%	395.0%	-	395%	52.6%	237.1%	-	237.1%
18	23,369	-	23,369	22	33,120	-	33,120
50%	123.1%	-	123.1%	22.2%	41.7%	-	41.7%
280	886,354	8	886,346	302	853,147	-	853,147
9.8%	33.4%	-	33.4%	7.9%	-3.7%	-	-3.7%
186	969,778	1,792	967,986	205	769,655	1,326	768,329
24.0%	-4.1%	-18.0%	-4.1%	10.2%	-20.6%	-26.0%	-20.6%
457	2,040,354	1,656	2,038,698	512	2,512,191	4,787	2,507,404
18.7%	17.8%	-10.6%	17.9%	12.0%	23.1%	189.0%	23.0%
479	3,460,879	71,728	3,389,151	477	3,829,916	69,382	3,760,534
1.1%	8.9%	32.3%	8.5%	-0.4%	10.7%	-3.3%	11.0%
7	19,783	-	19,783	9	22,997	-	22,997
-	-1.8%	-	-1.8%	28.6%	16.3%	-	16.3%
34	332,794	9,287	323,507	32	355,673	6,626	349,047
9.7%	34.4%	7745.8%	30.7%	-5.9%	6.9%	-28.7%	7.9%
236	1,005,210	14,170	991,040	322	1,133,111	15,138	1,117,973
81.5%	46.7%	-25.9%	48.8%	36.4%	12.7%	6.8%	12.8%
8	10,799	-	10,799	13	15,980	-	15,980
33.3%	72.8%	-	72.8%	62.5%	48.0%	-	48.0%
1,726	8,785,689	98,641	8,687,048	1,926	9,652,284	97,258	9,555,026
18.1%	16.2%	27.3%	16.1%	11.5%	9.9%	-1.4%	10.0%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
306	368,335	-	368,335	305	396,612	10,022	386,591
34.2%	15.5%	-	15.5%	-0.3%	7.7%	-	5.0%
231	698,568	16,323	682,245	303	744,262	14,982	729,280
29.1%	62.1%	-15.0%	65.6%	31.2%	6.5%	-8.2%	6.9%
168	527,356	12,936	514,420	204	623,367	6,965	616,402
-8.2%	-15.7%	458.9%	-17.5%	21.4%	18.2%	-46.2%	19.8%
167	688,985	5,504	683,481	153	448,321	476	447,845
9.2%	-23.3%	35.2%	-23.6%	-8.4%	-34.9%	-91.3%	-34.5%
143	806,054	4,234	801,820	150	628,519	11,204	617,314
10.9%	33.8%	-83.5%	39.1%	4.9%	-22.0%	164.6%	-23.0%
439	2,282,019	48,219	2,233,800	475	2,874,298	21,355	2,852,942
12.3%	19.3%	87.3%	18.4%	8.2%	26.0%	-55.7%	27.7%
219	2,695,825	2,156	2,693,669	275	2,920,032	24,366	2,895,665
37.7%	10.9%	389.5%	10.9%	25.6%	8.3%	1030.2%	7.5%
53	718,547	9,269	709,278	61	1,016,873	7,887	1,008,986
35.9%	109.8%	-	107.1%	15.1%	41.5%	-14.9%	42.3%
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
1,726	8,785,689	98,641	8,687,048	1,926	9,652,284	97,258	9,555,026
18.1%	16.2%	27.3%	16.1%	11.6%	9.9%	-1.4%	10.0%

音樂及表演藝術產業 2007～2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	517	4,543,244	114,050	4,429,195	555	5,152,712	138,719	5,013,993	573	4,858,832	77,435	4,781,397
臺中市	76	140,733	-	140,733	89	150,682	-	150,682	93	129,164	-	129,164
基隆市	16	33,124	-	33,124	18	48,004	-	48,004	17	53,546	-	53,546
臺南市	64	220,689	-	220,689	74	232,207	-	232,207	95	249,113	-	249,113
高雄市	84	912,448	411	912,037	79	1,320,595	-	1,320,595	92	1,088,455	-	1,088,455
新北市	167	663,745	85	663,660	196	843,424	410	843,015	219	559,473	55	559,418
宜蘭縣	22	86,685	2,392	84,293	24	101,481	-	101,481	27	93,244	-	93,244
桃園縣	63	263,455	-	263,455	66	302,908	-	302,908	71	279,170	-	279,170
嘉義市	3	829	-	829	3	829	-	829	5	4,431	-	4,431
新竹縣	14	14,616	-	14,616	21	20,837	-	20,837	19	13,381	-	13,381
苗栗縣	23	66,644	-	66,644	26	82,219	-	82,219	27	67,020	-	67,020
南投縣	15	6,217	-	6,217	19	8,040	-	8,040	18	9,703	-	9,703
彰化縣	41	10,966	-	10,966	47	11,919	-	11,919	57	18,683	-	18,683
新竹市	9	4,065	-	4,065	13	5,368	519	4,849	17	6,506	-	6,506
雲林縣	29	13,659	-	13,659	33	15,191	-	15,191	29	15,652	-	15,652
嘉義縣	13	6,070	-	6,070	13	8,569	-	8,569	12	10,492	-	10,492
屏東縣	32	66,810	-	66,810	36	72,827	29	72,798	38	76,146	-	76,146
花蓮縣	16	21,868	-	21,868	15	24,731	-	24,731	14	18,230	-	18,230
臺東縣	4	809	-	809	8	485	-	485	35	8,565	-	8,565
金門縣	1	-	-	-	1	510	-	510	3	935	-	935
澎湖縣	2	1,639	-	1,639	2	439	-	439	1	439	-	439
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	1,211	7,078,317	116,938	6,961,379	1,338	8,403,978	139,677	8,264,301	1,462	7,561,181	77,490	7,483,691

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

音樂及表演藝術產業 2007～2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	282	567,618	3,016	564,602	337	501,681	45	501,636	400	568,035	1,855	566,181
					19.6%	-11.6%	-98.5%	-11.2%	18.8%	13.2%	4021.4%	12.9%
0.1-1 百萬元	454	1,324,253	-	1,324,253	506	1,445,624	5,594	1,440,030	560	1,340,222	119	1,340,103
					11.5%	9.2%	-	8.7%	10.7%	-7.3%	-97.9%	-6.9%
1-5 百萬元	325	2,275,833	58,734	2,217,098	345	2,698,601	57,429	2,641,172	348	2,602,332	53,456	2,548,877
					6.2%	18.6%	-2.2%	19.1%	0.9%	-3.6%	-6.9%	-3.5%
5-10 百萬元	98	1,434,653	6,162	1,428,491	97	1,857,666	13,851	1,843,815	99	1,514,408	3,274	1,511,134
					-1.0%	29.5%	124.8%	29.1%	2.1%	-18.5%	-76.4%	-18.0%
10-20 百萬元	26	373,219	48,540	324,679	25	427,347	59,799	367,548	28	359,280	18,787	340,493
					-3.8%	14.5%	23.2%	13.2%	12.0%	-15.9%	-68.6%	-7.4%
20-30 百萬元	8	160,505	486	160,019	9	126,730	2,959	123,771	8	65,883	-	65,883
					12.5%	-21.0%	508.9%	-22.7%	-11.1%	-48.0%	-	-46.8%
30-40 百萬元	7	630,005	-	630,005	9	635,809	-	635,809	10	538,289	-	538,289
					28.6%	0.9%	-	0.9%	11.1%	-15.3%	-	-15.3%
40-50 百萬元	1	8,601	-	8,601	1	8,860	-	8,860	1	8,828	-	8,828
					0.0%	3.0%	-	3.0%	0.0%	-0.4%	-	-0.4%
50-60 百萬元	4	36,314	-	36,314	4	161,562	-	161,562	4	71,564	-	71,564
					0.0%	344.9%	-	344.9%	0.0%	-55.7%	-	-55.7%
60-80 百萬元	1	1,905	-	1,905	1	-	-	-	-	-	-	-
					0.0%	-	-	-	-	-	-	-
0.8-1 億元	1	448	-	448	1	-	-	-	1	1,704	-	1,704
					0.0%	-	-	-	0.0%	-	-	-
1-2 億元	2	81,990	-	81,990	1	187,367	-	187,367	1	38,342	-	38,342
					-50.0%	128.5%	-	128.5%	0.0%	-79.5%	-	-79.5%
2 億元以上	2	182,973	-	182,973	2	352,732	-	352,732	2	452,293	-	452,293
					0.0%	92.8%	-	92.8%	0.0%	28.2%	-	28.2%
合計	1,211	7,078,317	116,938	6,961,379	1,338	8,403,978	139,677	8,264,301	1,462	7,561,181	77,490	7,483,691
					10.5%	18.7%	19.4%	18.7%	9.3%	-10.0%	-44.5%	-9.4%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
673	5,507,208	98,276	5,408,932	730	6,242,314	96,518	6,145,796
115	218,100	279	217,821	131	221,880	269	221,611
21	68,723	-	68,723	25	79,329	-	79,329
109	244,949	51	244,898	129	307,260	228	307,032
113	1,284,494	-	1,284,494	130	907,145	-	907,145
254	748,440	35	748,405	284	1,002,684	243	1,002,441
32	96,947	-	96,947	33	119,177	-	119,177
77	319,792	-	319,792	82	394,510	-	394,510
5	1,957	-	1,957	9	4,699	-	4,699
19	23,103	-	23,103	21	24,634	-	24,634
36	71,826	-	71,826	41	93,427	-	93,427
17	11,218	-	11,218	21	14,425	-	14,425
66	25,193	-	25,193	72	39,590	-	39,590
21	14,132	-	14,132	25	22,639	-	22,639
32	16,711	-	16,711	33	20,982	-	20,982
17	14,767	-	14,767	19	12,462	-	12,462
44	80,594	-	80,594	47	92,359	-	92,359
14	23,389	-	23,389	17	24,418	-	24,418
56	11,729	-	11,729	70	25,126	-	25,126
3	1,403	-	1,403	4	2,079	-	2,079
2	1,013	-	1,013	3	1,145	-	1,145
-	-	-	-	-	-	-	-
1,726	8,785,689	98,641	8,687,048	1,926	9,652,284	97,258	9,555,026

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
493	595,652	652	595,000	570	728,757	-	728,757
23.6%	4.9%	-64.8%	5.1%	15.6%	22.3%	-100.0%	22.5%
665	1,598,357	17,071	1,581,287	738	1,728,519	32,110	1,696,409
18.8%	19.3%	14219.0%	18.0%	11.0%	8.1%	88.1%	7.3%
396	3,308,876	58,470	3,250,405	430	3,569,190	32,510	3,536,681
13.8%	27.2%	9.4%	27.5%	8.6%	7.9%	-44.4%	8.8%
107	1,556,730	4,048	1,552,682	117	1,555,950	3,506	1,552,444
8.1%	2.8%	23.6%	2.7%	9.3%	-0.1%	-13.4%	0.0%
35	347,761	9,163	338,597	35	465,408	13,057	452,351
25.0%	-3.2%	-51.2%	-0.6%	0.0%	33.8%	42.5%	33.6%
9	118,117	-	118,117	9	170,179	-	170,179
12.5%	79.3%	-	79.3%	0.0%	44.1%	-	44.1%
9	809,090	9,237	799,853	9	730,588	6,626	723,962
-10.0%	50.3%	-	48.6%	0.0%	-9.7%	-28.3%	-9.5%
1	9,440	-	9,440	2	8,386	-	8,386
0.0%	6.9%	-	6.9%	100.0%	-11.2%	-	-11.2%
4	85,512	-	85,512	7	104,460	9,450	95,010
0.0%	19.5%	-	19.5%	75.0%	22.2%	-	11.1%
2	4,954	-	4,954	2	7,406	-	7,406
-	-	-	-	0.0%	49.5%	-	49.5%
1	15,589	-	15,589	1	8,752	-	8,752
0.0%	814.7%	-	814.7%	0.0%	-43.9%	-	-43.9%
2	67,169	-	67,169	4	258,719	-	258,719
100.0%	75.2%	-	75.2%	100.0%	285.2%	-	285.2%
2	268,443	-	268,443	2	315,969	-	315,969
0.0%	-40.6%	-	-40.6%	0.0%	17.7%	-	17.7%
1,726	8,785,689	98,641	8,687,048	1,926	9,652,284	97,258	9,555,026
18.1%	16.2%	27.3%	16.1%	11.6%	9.9%	-1.4%	10.0%

文化資產應用及展演設施產業

文化資產應用及展演設施產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

文化資產應用 及展演設施產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
9031-11	劇院經營	7	5,413	-	5,413	6	4,063	-	4,063	6	5,089	-	5,089
						-14.3%	-24.9%	-	-24.9%	0%	25.2%	-	25.2%
9031-12	音樂廳經營	12	420,441	-	420,441	13	446,166	-	446,166	10	481,209	-	481,209
						8.3%	6.1%	-	6.1%	-23.1%	7.9%	-	7.9%
9031-99	其他藝術表演場所經營	9	37,635	-	37,635	17	30,308	-	30,308	21	52,971	1,022	51,949
						88.9%	-19.5%	-	-19.5%	23.5%	74.8%	-	71.4%
9103-00	博物館、歷史遺址及類似機構	15	41,840	-	41,840	17	93,748	-	93,748	19	146,394	-	146,394
						13.3%	124.1%	-	124.1%	11.8%	56.2%	-	56.2%
合計		43	505,329	-	505,329	53	574,285	-	574,285	56	685,664	1,022	684,642
						23.3%	13.6%	-	13.6%	5.7%	19.4%	-	19.2%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

文化資產應用及展演設施產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	1	3,791	-	3,791	9	47,821	-	47,821	7	6,115	24	6,091
					800.0%	1161.5%	-	1161.5%	-22.2%	-87.2%	-	-87.3%
1-2 年	11	32,941	-	32,941	3	12,080	-	12,080	8	91,243	-	91,243
					-72.7%	-63.3%	-	-63.3%	166.7%	655.3%	-	655.3%
2-3 年	8	8,578	-	8,578	12	32,945	-	32,945	3	40,987	-	40,987
					50.0%	284.1%	-	284.1%	-75.0%	24.4%	-	24.4%
3-4 年	6	10,380	-	10,380	5	7,147	-	7,147	11	33,108	-	33,108
					-16.7%	-31.1%	-	-31.1%	120.0%	363.2%	-	363.2%
4-5 年	5	8,629	-	8,629	6	7,421	-	7,421	5	2,967	-	2,967
					20.0%	-14.0%	-	-14.0%	-16.7%	-60.0%	-	-60.0%
5-10 年	6	129,935	-	129,935	9	191,776	-	191,776	14	180,394	-	180,394
					50.0%	47.6%	-	47.6%	55.6%	-5.9%	-	-5.9%
10-20 年	4	298,822	-	298,822	7	263,981	-	263,981	5	319,736	998	318,738
					75.0%	-11.7%	-	-11.7%	-28.6%	21.1%	-	20.7%
20 年以上	2	12,254	-	12,254	2	11,113	-	11,113	3	11,114	-	11,114
					0.0%	-9.3%	-	-9.3%	50.0%	0.0%	-	0.0%
合計	43	505,329	-	505,329	53	574,285	-	574,285	56	685,664	1,022	684,642
					23.3%	13.6%	-	13.6%	5.7%	19.4%	-	19.2%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
6	10,833	-	10,833	6	12,374	-	12,374
0%	112.9%	-	112.9%	0%	14.2%	-	14.2%
9	193,077	-	193,077	9	808,919	-	808,919
-10.0%	-59.9%	-	-60%	0%	319.0%	-	319.0%
29	89,864	1,514	88,350	47	123,645	349	123,645
38.1%	69.6%	48.1%	70.1%	62.1%	37.6%	-77.0%	39.6%
19	175,618	-	175,618	20	249,931	-	249,931
0%	20.0%	-	20.0%	5.3%	42.3%	-	42.3%
63	469,393	1,514	467,879	82	1,194,870	349	1,194,521
12.5%	-31.5%	48.1%	-31.7%	30.2%	154.6%	-77.0%	155.3%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
10	28,915	1,514	27,401	18	7,963	-	7,963
42.9%	372.8%	6134.8%	349.9%	80.0%	-72.5%	-	-70.9%
7	16,437	-	16,437	11	34,633	349	34,284
-12.5%	-82.0%	-	-82.0%	57.1%	110.7%	-	108.6%
7	72,970	-	72,970	8	31,883	-	31,883
133.3%	78.0%	-	78.0%	14.3%	-56.3%	-	-56.3%
3	54,743	-	54,743	6	65,452	-	65,452
-72.7%	65.3%	-	65.3%	100.0%	19.6%	-	19.6%
10	35,693	-	35,693	3	130,857	-	130,857
100.0%	1102.8%	-	1102.8%	-70.0%	266.6%	-	266.6%
16	229,220	-	229,220	26	280,137	-	280,137
14.3%	27.1%	-	27.1%	62.5%	22.2%	-	22.2%
6	9,833	-	9,833	6	624,232	-	624,232
20.0%	-96.9%	-	-96.9%	0.0%	6248.5%	-	6248.5%
4	21,581	-	21,581	4	19,713	-	19,713
33.3%	94.2%	-	94.2%	0.0%	-8.7%	-	-8.7%
63	469,393	1,514	467,879	82	1,194,870	349	1,194,521
12.5%	-31.5%	48.1%	-31.7%	30.2%	154.6%	-77.0%	155.3%

文化資產應用及展演設施產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	17	449,718	-	449,718	20	511,664	-	511,664	20	597,481	1,022	596,459
臺中市	3	6,316	-	6,316	3	6,690	-	6,690	4	5,304	-	5,304
基隆市	0	-	-	-	0	-	-	-	1	13	-	13
臺南市	4	19,187	-	19,187	5	25,675	-	25,675	5	53,426	-	53,426
高雄市	7	16,441	-	16,441	9	10,771	-	10,771	9	11,172	-	11,172
新北市	6	11,537	-	11,537	8	15,302	-	15,302	8	11,533	-	11,533
宜蘭縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
桃園縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
嘉義市	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
新竹縣	1	168	-	168	1	129	-	129	1	80	-	80
苗栗縣	2	1,024	-	1,024	1	288	-	288	1	288	-	288
南投縣	0	-	-	-	0	-	-	-	1	3,576	-	3,576
彰化縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
新竹市	0	-	-	-	1	114	-	114	1	1,262	-	1,262
雲林縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
嘉義縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
屏東縣	1	315	-	315	3	3,104	-	3,104	3	981	-	981
花蓮縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
臺東縣	1	74	-	74	1	-	-	-	1	-	-	-
金門縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
澎湖縣	1	549	-	549	1	549	-	549	1	549	-	549
連江縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
合計	43	505,329	-	505,329	53	574,285	-	574,285	56	685,664	1,022	684,642

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

文化資產應用及展演設施產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	9	25,014	-	25,014	14	23,967	-	23,967	16	29,969	-	29,969
					55.6%	-4.2%	-	-4.2%	14.3%	25.0%	-	25.0%
0.1-1 百萬元	14	11,979	-	11,979	15	13,902	-	13,902	17	16,872	24	16,848
					7.1%	16.1%	-	16.1%	13.3%	21.4%	-	21.2%
1-5 百萬元	10	24,432	-	24,432	11	31,800	-	31,800	10	22,156	-	22,156
					10.0%	30.2%	-	30.2%	-9.1%	-30.3%	-	-30.3%
5-10 百萬元	4	17,499	-	17,499	5	8,748	-	8,748	5	28,907	998	27,910
					25.0%	-50.0%	-	-50.0%	0.0%	230.4%	-	219.0%
10-20 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
20-30 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
30-40 百萬元	2	121,493	-	121,493	2	167,948	-	167,948	2	156,349	-	156,349
					0.0%	38.2%	-	38.2%	0%	-6.9%	-	-6.9%
40-50 百萬元	2	17,567	-	17,567	3	27,019	-	27,019	3	52,296	-	52,296
					50.0%	53.8%	-	53.8%	0%	93.6%	-	93.6%
50-60 百萬元	0	-	-	-	1	39,927	-	39,927	1	63,434	-	63,434
					-	-	-	-	0%	58.9%	-	58.9%
60-80 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
0.8-1 億元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
1-2 億元	1	284,938	-	284,938	1	260,927	-	260,927	1	315,633	-	315,633
					0%	-8.4%	-	-8.4%	0%	21.0%	-	21.0%
2 億元以上	1	2,410	-	2,410	1	48	-	48	1	48	-	48
					0%	-98.0%	-	-98.0%	0%	0%	-	0%
合計	43	505,329	-	505,329	53	574,285	-	574,285	56	685,664	1,022	684,642
					23.3%	13.6%	-	13.6%	5.7%	19.4%	-	19.2%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
25	339,402	-	339,402	26	937,723	-	937,723
6	23,244	1,514	21,730	7	32,493	349	32,144
2	3,677	-	3,677	2	10,624	-	10,624
5	67,066	-	67,066	6	128,139	-	128,139
9	14,513	-	14,513	12	31,574	-	31,574
8	12,162	-	12,162	11	30,985	-	30,985
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	2	482	-	482
0	-	-	-	0	-	-	-
1	19	-	19	4	9,369	-	9,369
1	288	-	288	1	288	-	288
1	6,517	-	6,517	3	10,477	-	10,477
0	-	-	-	0	-	-	-
1	742	-	742	2	742	-	742
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
3	1,213	-	1,213	4	1,425	-	1,425
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	1	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
1	549	-	549	1	549	-	549
0	-	-	-	0	-	-	-
63	469,393	1,514	467,878	82	1,194,870	349	1,194,521

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
18	34,029	-	34,029	25	56,122	-	56,122
12.5%	13.5%	-	13.5%	38.9%	64.9%	-	64.9%
20	28,151	-	28,151	26	45,644	-	45,644
17.6%	66.8%	-	67.1%	30.0%	62.1%	-	62.1%
12	52,849	-	52,849	16	84,555	-	84,555
20.0%	138.5%	-	138.5%	33.3%	60.0%	-	60.0%
4	11,726	-	11,726	3	9,903	-	9,903
-20.0%	-59.4%	-	-58.0%	-25.0%	-15.5%	-	-15.5%
0	-	-	-	0	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
1	1,933	1,514	419	1	2,198	349	1,849
-	-	-	-	0%	13.7%	-77.0%	341.0%
2	189,482	-	189,482	3	202,567	-	202,567
0%	21.2%	-	21.2%	50.0%	6.9%	-	6.9%
3	71,619	-	71,619	4	131,173	-	131,173
0%	36.9%	-	36.9%	33.3%	83.2%	-	83.2%
1	66,281	-	66,281	1	59,802	-	59,802
0%	4.5%	-	4.5%	0%	-9.8%	-	-9.8%
1	11,626	-	11,626	1	577	-	577
-	-	-	-	0%	-95.0%	-	-95.0%
0	-	-	-	0	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
0	-	-	-	1	602,328	-	602,328
-	-	-	-	-	-	-	-
1	1,696	-	1,696	1	-	-	-
0%	3462.0%	-	3462.0%	0%	-	-	-
63	469,393	1,514	467,879	82	1,194,869	349	1,194,521
12.5%	-31.5%	48.1%	-31.7%	30.2%	154.6%	-77.0%	155.3%

工藝產業

工藝產業 2007 ~ 2011 年家數與營業額

工藝產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
2319-11	玻璃飾品、藝術品製造	63	513,370	77,948	435,422	59	538,944	107,805	431,139	57	446,587	63,185	383,402
						-6.3%	5.0%	38.3%	-1.0%	-3.4%	-17.1%	-4.1%	-11.1%
2329-12	陶瓷藝術品燒製	232	3,763,125	255,084	3,508,041	216	3,458,654	257,015	3,201,639	209	2,869,188	205,401	2,663,787
						-6.9%	-8.1%	0.8%	-8.7%	-3.2%	-17.0%	-20.1%	-16.8%
3391-12	珊瑚製品燒製	9	61,337	36,627	24,710	13	55,241	27,874	27,366	12	76,656	23,807	52,849
						44.4%	-9.9%	-23.9%	10.7%	-7.7%	38.8%	-14.6%	93.1%
3391-99	其他珠寶及金工製品製造	226	2,502,070	496,180	2,006,198	217	2,636,803	956,504	1,680,369	205	1,343,790	195,930	1,147,860
						-4.0%	5.4%	92.8%	-16.2%	-5.5%	-49.0%	-79.5%	-31.7%
3399-20	手工藝品製造	260	2,008,298	852,611	1,155,687	250	1,753,833	733,453	1,020,380	255	1,336,751	519,607	817,145
						-3.8%	-12.7%	-14.0%	-11.7%	2.0%	-23.8%	-29.2%	-19.9%
4566-11	金銀批發	554	4,438,582	364,608	4,073,975	505	3,784,510	354,789	3,429,720	477	4,674,774	1,846,851	2,827,923
						-8.8%	-14.7%	-2.7%	-15.8%	-5.5%	23.5%	420.5%	-17.5%
4566-12	珠寶批發	255	2,470,450	153,994	2,316,456	239	2,152,959	154,792	1,998,167	231	2,290,076	139,710	2,150,366
						-6.3%	-12.9%	0.5%	-13.7%	-3.3%	6.4%	-9.7%	7.6%
4699-16	貝殼紋石品、琥珀石、玩賞石批發	175	726,890	75,417	651,474	165	755,339	75,083	680,257	151	661,661	71,625	590,036
						-5.7%	3.9%	-0.4%	4.4%	-8.5%	-12.4%	-4.6%	-13.3%
4699-17	手工藝品及材料批發	714	15,665,182	4,229,990	11,435,192	697	8,719,667	3,344,619	5,375,047	682	7,743,191	2,906,051	4,837,140
						-2.4%	-44.3%	-20.9%	-53.0%	-2.2%	-11.2%	-13.1%	-10.0%
4745-11	金飾零售	3,370	19,516,151	196,133	19,320,018	3,315	34,012,692	158,741	33,853,950	3,252	24,457,822	199,021	24,258,800
						-1.6%	74.3%	-19.1%	75.2%	-1.9%	-28.1%	25.4%	-28.3%
4745-12	珠寶零售	1,046	4,407,420	156,893	4,250,527	1,024	4,378,467	198,589	4,179,879	1,003	4,946,174	234,979	4,711,195
						-2.1%	-0.7%	26.6%	-1.7%	-2.1%	13.0%	18.3%	12.7%
4745-99	其他珠寶及貴金屬零售	1,018	3,056,259	147,174	2,909,084	977	2,602,188	137,799	2,464,389	975	2,806,750	189,154	2,617,596
						-4.0%	-14.9%	-6.4%	-15.3%	-0.2%	7.9%	37.3%	6.2%
4852-16	貝殼紋石品、琥珀石、玩賞石零售	665	1,384,849	66,311	1,318,538	615	1,579,142	62,464	1,516,678	621	1,587,192	64,064	1,523,129
						-7.5%	14.0%	-5.8%	15.0%	1.0%	0.5%	2.6%	0.4%
4852-17	手工藝品及材料零售	1,769	6,013,692	1,984,466	4,029,226	1,761	6,012,673	2,058,007	3,954,666	1,762	5,356,325	1,415,990	3,940,336
						-0.5%	0.0%	3.7%	-1.9%	0.1%	-10.9%	-31.2%	-0.4%
8572-16	手工藝教學	1	519	-	519	7	2,755	-	2,755	11	8,281	-	8,281
						600.0%	430.7%	-	430.7%	57.1%	200.5%	-	200.5%
合計		10,357	66,528,195	9,093,436	57,435,067	10,060	72,443,867	8,627,534	63,816,403	9,903	60,605,219	8,075,374	52,529,845
						-2.9%	8.9%	-5.1%	11.1%	-1.6%	-16.3%	-6.4%	-17.7%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

工藝產業 2007 ~ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	483	757,080	38,505	718,575	387	518,513	20,723	497,790	420	1,198,499	831,015	367,484
					-19.9%	-31.5%	-46.2%	-30.7%	8.5%	131.1%	3910.1%	-26.2%
1-2 年	554	1,663,296	59,909	1,603,387	449	977,670	112,207	865,463	390	1,102,380	124,240	978,140
					-19.0%	-41.2%	87.3%	-46.0%	-13.1%	12.8%	10.7%	13.0%
2-3 年	609	1,514,736	85,475	1,429,261	455	1,852,259	50,485	1,801,775	392	871,277	35,106	836,171
					-25.3%	22.3%	-40.9%	26.1%	-13.8%	-53.0%	-30.5%	-53.6%
3-4 年	505	2,249,205	96,192	2,153,014	509	1,191,601	45,603	1,145,998	393	2,756,643	1,010,305	1,746,338
					0.8%	-47.0%	-52.6%	-46.8%	-22.8%	131.3%	2115.5%	52.4%
4-5 年	425	1,184,057	17,439	1,166,618	434	2,038,803	74,261	1,964,542	448	1,075,467	50,260	1,025,207
					2.1%	72.2%	325.8%	68.4%	3.2%	-47.3%	-32.3%	-47.8%
5-10 年	1,588	7,478,080	869,437	6,608,951	1,509	6,090,670	490,367	5,600,373	1,533	6,210,258	327,886	5,882,372
					-5.0%	-18.6%	-43.6%	-15.3%	1.6%	2.0%	-33.1%	5.0%
10-20 年	3,141	25,628,852	6,694,221	18,934,631	3,216	20,626,633	6,601,923	14,024,710	3,245	32,140,548	4,856,833	27,283,714
					2.4%	-19.5%	-1.4%	-25.9%	0.9%	55.8%	-26.4%	94.5%
20 年以上	3,048	26,043,139	1,232,258	24,810,881	3,098	39,146,326	1,231,965	37,914,361	3,081	15,246,501	839,729	14,406,772
					1.6%	50.3%	0.0%	52.8%	-0.5%	-61.1%	-31.8%	-62.0%
年數未知	4	9,749	-	9,749	3	1,392	-	1,392	1	3,647	-	3,647
					-25.0%	-85.7%	-	-85.7%	-66.7%	162.0%	-	162.0%
合計	10,357	66,528,195	9,093,436	57,435,067	10,060	72,443,867	8,627,534	63,816,403	9,903	60,605,219	8,075,374	52,529,845
					-2.9%	8.9%	-5.1%	11.1%	-1.6%	-16.3%	-6.4%	-17.7%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
54	507,490	43,154	464,335	59	650,595	44,323	606,272
-5.3%	13.6%	-31.7%	21.1%	9.3%	28.2%	2.7%	30.6%
210	3,680,097	247,587	3,432,510	209	3,723,265	274,490	3,448,775
0.5%	28.3%	20.5%	28.9%	-0.5%	1.2%	10.9%	0.5%
13	368,669	24,228	344,441	15	1,446,242	29,257	1,416,985
8.3%	380.9%	1.8%	551.7%	15.4%	292.3%	20.8%	311.4%
205	1,944,540	165,908	1,778,652	204	2,095,073	192,299	1,903,540
0.0%	44.7%	-15.3%	55.0%	-0.5%	7.7%	15.9%	7.0%
255	1,596,358	591,157	1,005,200	250	1,506,884	543,188	963,697
0.0%	19.4%	13.8%	23.0%	-2.0%	-5.6%	-8.1%	-4.1%
439	6,084,182	2,253,664	3,830,518	420	3,803,744	279,353	3,524,391
-8.0%	30.1%	22.0%	35.5%	-4.3%	-37.5%	-87.6%	-8.0%
219	2,409,281	152,574	2,256,706	220	2,773,133	142,218	2,630,915
-5.2%	5.2%	9.2%	4.9%	0.5%	15.1%	-6.8%	16.6%
145	732,847	79,866	652,981	147	822,415	101,264	721,151
-4.0%	10.8%	11.5%	10.7%	1.4%	12.2%	26.8%	10.4%
678	9,093,823	3,042,499	6,051,323	659	10,166,421	3,010,894	7,155,527
-0.6%	17.4%	4.7%	25.1%	-2.8%	11.8%	-1.0%	18.2%
3,187	49,460,955	98,212	49,362,744	3,140	18,952,565	121,873	18,834,783
-2.0%	102.2%	-50.7%	103.5%	-1.5%	-61.7%	24.1%	-61.8%
1,221	5,348,364	163,552	5,185,149	1,227	6,131,694	197,844	5,933,850
21.7%	8.1%	-30.4%	10.1%	0.5%	14.6%	21.0%	14.4%
1,009	3,443,909	131,731	3,312,178	1,080	6,598,572	123,786	6,474,785
3.5%	22.7%	-30.4%	26.5%	7.0%	91.6%	-6.0%	95.5%
618	1,962,885	86,555	1,876,329	687	3,526,830	67,885	3,458,945
-0.5%	23.7%	35.1%	23.2%	11.2%	79.7%	-21.6%	84.3%
1,812	6,195,507	1,788,918	4,406,590	1,846	8,024,080	3,348,099	4,675,981
2.8%	15.7%	26.3%	11.8%	1.9%	29.5%	87.2%	6.1%
20	15,331	-	15,331	27	23,300	-	23,300
81.8%	85.1%	-	85.1%	35.0%	52.0%	-	52.0%
10,085	92,844,238	8,869,608	83,974,988	10,190	70,244,812	8,476,773	61,772,897
1.8%	53.2%	9.8%	59.9%	1.0%	-24.3%	-4.4%	-26.4%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
433	624,442	4,008	620,434	513	2,261,766	4,614	2,257,152
3.1%	-47.9%	-99.5%	68.8%	18.5%	262.2%	15.1%	263.8%
665	3,623,030	2,143,669	1,479,360	426	3,267,372	8,599	3,258,773
70.5%	228.7%	1625.4%	51.2%	-35.9%	-9.8%	-99.6%	120.3%
342	1,295,392	12,460	1,282,933	617	3,195,763	98,200	3,097,563
-12.8%	48.7%	-64.5%	53.4%	80.4%	146.7%	688.1%	141.4%
349	970,875	60,974	909,901	308	1,692,579	50,466	1,642,113
-11.2%	-64.8%	-94.0%	-47.9%	-11.7%	74.3%	-17.2%	80.5%
362	2,045,976	46,451	1,999,526	308	1,014,292	67,518	946,773
-19.2%	90.2%	-7.6%	95.0%	-14.9%	-50.4%	45.4%	-52.7%
1,539	7,702,736	281,299	7,421,457	1,576	7,811,624	337,107	7,477,234
0.4%	24.0%	-14.2%	26.2%	2.4%	1.4%	19.8%	0.8%
3,626	62,670,533	5,447,503	57,223,368	3,783	34,919,254	7,126,641	27,793,379
11.7%	95.0%	12.2%	109.7%	4.3%	-44.3%	30.8%	-51.4%
2,768	13,909,829	873,246	13,036,583	2,658	16,081,569	783,627	15,299,318
-10.2%	-8.8%	4.0%	-9.5%	-4.0%	15.6%	-10.3%	17.4%
1	1,426	-	1,426	1	593	-	593
0.0%	-60.9%	-	-60.9%	0.0%	-58.4%	-	-58.4%
10,085	92,844,238	8,869,608	83,974,988	10,190	70,244,812	8,476,773	61,772,897
1.8%	53.2%	9.8%	59.9%	1.0%	-24.3%	-4.4%	-26.4%

工藝產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	2,886	38,147,427	6,071,706	32,075,721	2,806	46,111,594	5,630,945	40,480,649	2,735	35,740,273	4,259,099	31,481,174
臺中市	958	2,825,766	122,318	2,703,448	946	2,275,234	124,689	2,150,545	938	2,104,653	108,025	1,996,629
基隆市	130	431,728	18,372	413,356	128	360,959	14,064	346,895	128	358,016	13,107	344,909
臺南市	748	2,231,468	68,395	2,163,073	719	2,022,727	20,925	2,001,802	722	2,238,673	806,838	1,431,835
高雄市	973	3,486,562	793,871	2,692,691	942	3,298,293	1,028,739	2,269,554	920	3,030,396	698,001	2,332,394
新北市	1,628	12,040,375	1,512,228	10,528,454	1,574	11,550,962	1,290,775	10,260,257	1,541	10,849,755	1,738,676	9,111,080
宜蘭縣	196	303,425	718	302,707	198	326,551	13,896	312,654	198	300,843	10,059	290,784
桃園縣	508	2,744,211	306,657	2,437,555	502	2,452,341	328,865	2,123,476	499	2,252,035	301,286	1,950,748
嘉義市	143	281,632	30,253	251,380	131	239,195	21,617	217,579	126	215,088	12,972	202,116
新竹縣	113	237,788	50,688	187,100	109	180,078	19,255	160,822	110	194,061	28,393	165,669
苗栗縣	201	353,904	40,657	313,247	193	339,545	33,460	306,085	190	283,738	26,376	257,362
南投縣	196	388,324	24,736	363,588	192	359,898	25,710	334,188	197	348,250	19,854	328,396
彰化縣	350	797,633	882	796,751	336	731,209	1,140	730,069	332	641,774	604	641,169
新竹市	200	507,704	41,432	466,273	191	482,496	66,573	415,923	187	403,870	44,609	359,261
雲林縣	173	264,231	1,473	262,758	169	249,675	1,750	247,925	158	236,364	1,652	234,712
嘉義縣	104	111,165	803	110,362	102	99,379	105	99,274	102	111,708	220	111,488
屏東縣	281	399,204	1,836	397,368	271	388,902	547	388,355	266	367,538	-	367,538
花蓮縣	301	546,368	4,144	542,223	298	586,392	4,477	581,914	309	596,395	5,603	590,791
臺東縣	106	192,833	-	192,833	94	179,445	-	179,445	96	145,303	-	145,303
金門縣	35	46,934	-	46,934	36	46,364	-	46,364	36	44,112	-	44,112
澎湖縣	123	186,602	2,268	184,334	119	159,715	-	159,715	109	139,465	-	139,465
連江縣	4	2,912	-	2,912	4	2,912	-	2,912	4	2,912	-	2,912
合計	10,357	66,528,195	9,093,436	57,435,067	10,060	72,443,867	8,627,534	63,816,403	9,903	60,605,219	8,075,374	52,529,845

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

工藝產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	3,352	16,910,402	6,657	16,903,744	3,268	30,765,379	12,537	30,752,842	3,267	22,389,618	8,504	22,381,115
					-2.5%	81.9%	88.3%	81.9%	0.0%	-27.2%	-32.2%	-27.2%
0.1-1 百萬元	4,073	7,765,176	144,480	7,620,696	4,012	7,512,764	125,599	7,387,165	3,976	7,622,376	889,421	6,732,955
					-1.5%	-3.3%	-13.1%	-3.1%	-0.9%	1.5%	608.1%	-8.9%
1-5 百萬元	1,444	5,818,345	508,631	5,310,021	1,356	5,785,370	466,802	5,318,637	1,292	5,803,584	1,323,660	4,479,924
					-6.1%	-0.6%	-8.2%	0.2%	-4.7%	0.3%	183.6%	-15.8%
5-10 百萬元	1,084	9,504,882	2,681,593	6,823,289	1,034	9,582,206	2,928,653	6,653,553	979	8,004,441	2,054,496	5,949,945
					-4.6%	0.8%	9.2%	-2.5%	-5.3%	-16.5%	-29.8%	-10.6%
10-20 百萬元	246	5,484,260	2,252,180	3,232,080	231	4,884,059	2,204,430	2,679,629	231	4,462,041	1,485,406	2,976,635
					-6.1%	-10.9%	-2.1%	-17.1%	0.0%	-8.6%	-32.6%	11.1%
20-30 百萬元	88	5,154,524	1,217,268	3,937,256	86	4,507,480	933,478	3,574,002	87	3,282,471	684,968	2,597,502
					-2.3%	-12.6%	-23.3%	-9.2%	1.2%	-27.2%	-26.6%	-27.3%
30-40 百萬元	8	284,773	7,572	277,201	10	278,853	11,906	266,947	10	320,208	8,991	311,218
					25.0%	-2.1%	57.2%	-3.7%	0.0%	14.8%	-24.5%	16.6%
40-50 百萬元	5	215,324	189,361	25,963	5	201,346	170,944	30,402	5	179,394	104,330	75,065
					0.0%	-6.5%	-9.7%	17.1%	0.0%	-10.9%	-39.0%	146.9%
50-60 百萬元	14	898,332	438,168	460,164	14	802,582	405,148	397,434	14	655,582	319,179	336,403
					0.0%	-10.7%	-7.5%	-13.6%	0.0%	-18.3%	-21.2%	-15.4%
60-80 百萬元	11	1,253,568	231,386	1,022,182	10	906,566	136,542	770,024	11	881,718	99,076	782,642
					-9.1%	-27.7%	-41.0%	-24.7%	10.0%	-2.7%	-27.4%	1.6%
0.8-1 億元	9	922,816	231,438	691,378	9	717,708	214,102	503,605	7	661,543	164,174	497,368
					0.0%	-22.2%	-7.5%	-27.2%	-22.2%	-7.8%	-23.3%	-1.2%
1-2 億元	10	957,977	7,319	950,658	12	1,128,627	6,439	1,122,188	11	952,744	10,435	942,308
					20.0%	17.8%	-12.0%	18.0%	-8.3%	-15.6%	62.1%	-16.0%
2 億元以上	13	11,357,816	1,177,382	10,180,434	13	5,370,928	1,010,954	4,359,974	13	5,389,500	922,734	4,466,765
					0.0%	-52.7%	-14.1%	-57.2%	0.0%	0.3%	-8.7%	2.4%
合計	10,357	66,528,195	9,093,436	57,435,067	10,060	72,443,867	8,627,534	63,816,403	9,903	60,605,219	8,075,374	52,529,845
					-2.9%	8.9%	-5.1%	11.1%	-1.6%	-16.3%	-6.4%	-17.7%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
2,929	64,406,188	4,279,735	60,126,812	2,936	37,394,098	5,888,156	31,508,659
935	2,219,481	138,014	2,081,467	937	2,561,800	148,928	2,412,871
127	350,297	15,023	335,274	128	293,762	10,861	282,901
718	3,845,928	2,054,204	1,791,724	715	1,589,577	26,267	1,564,420
914	3,798,117	939,076	2,859,041	929	5,754,685	1,036,965	4,718,485
1,534	10,864,377	929,482	9,934,894	1,529	11,591,454	873,737	10,717,982
196	408,100	901	407,198	195	436,027	2,204	433,823
497	2,576,145	397,094	2,179,050	500	2,534,377	391,206	2,143,171
126	215,550	10,921	204,629	134	229,655	12,534	217,121
108	234,977	32,685	202,292	102	247,116	25,707	221,409
183	286,464	22,720	263,744	187	347,131	10,908	336,223
198	318,297	23,250	295,047	199	330,946	22,625	308,320
326	699,519	1,148	698,370	324	752,496	4,964	747,532
196	470,268	19,323	450,945	188	473,758	12,347	461,411
159	217,884	1,029	216,855	161	246,845	676	246,170
101	134,126	840	133,287	105	144,663	558	144,105
266	372,582	-	372,582	265	403,231	-	403,231
324	728,909	4,164	724,745	393	1,964,090	2,378	1,961,712
97	471,431	-	471,431	108	2,695,318	5,752	2,689,566
39	52,650	-	52,650	43	61,444	-	61,444
108	170,039	-	170,039	108	189,429	-	189,429
4	2,912	-	2,912	4	2,912	-	2,912
10,085	92,844,238	8,869,608	83,974,988	10,190	70,244,812	8,476,773	61,772,897

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
3,541	48,083,365	13,440	48,069,925	3,648	16,456,401	12,675	16,443,726
8.4%	114.8%	58.0%	114.8%	3.0%	-65.8%	-5.7%	-65.8%
3,960	9,603,172	2,142,463	7,460,729	3,990	10,059,677	125,170	9,934,508
-0.4%	26.0%	140.9%	10.8%	0.8%	4.8%	-94.2%	33.2%
1,262	5,841,015	446,833	5,394,182	1,258	7,220,568	356,742	6,863,826
-2.3%	0.6%	-66.2%	20.4%	-0.3%	23.6%	-20.2%	27.2%
954	9,108,580	2,010,061	7,098,857	924	10,188,339	1,992,873	8,199,292
-2.6%	13.8%	-2.2%	19.3%	-3.1%	11.9%	-0.9%	15.5%
217	4,731,585	1,706,231	3,025,354	222	6,158,099	1,798,757	4,359,607
-6.1%	6.0%	14.9%	1.6%	2.3%	30.1%	5.4%	44.1%
84	4,207,248	758,692	3,448,555	80	4,193,502	740,403	3,453,099
-3.4%	28.2%	10.8%	32.8%	-4.8%	-0.3%	-2.4%	0.1%
10	324,903	1,740	323,163	12	703,099	1,845	701,255
0.0%	1.5%	-80.6%	3.8%	20.0%	116.4%	6.0%	117.0%
4	244,124	124,666	119,458	3	86,890	76,199	10,691
-20.0%	36.1%	19.5%	59.1%	-25.0%	-64.4%	-38.9%	-91.1%
14	1,007,765	403,841	603,924	13	2,830,718	1,885,310	945,407
0.0%	53.7%	26.5%	79.5%	-7.1%	180.9%	366.8%	56.5%
9	1,611,110	141,729	1,469,381	10	1,910,545	130,997	1,779,548
-18.2%	82.7%	43.1%	87.7%	11.1%	18.6%	-7.6%	21.1%
7	957,161	173,939	783,223	7	968,205	182,191	786,015
0.0%	44.7%	5.9%	57.5%	0.0%	1.2%	4.7%	0.4%
11	1,126,964	7,686	1,119,278	11	2,337,560	90,202	2,248,124
0.0%	18.3%	-26.3%	18.8%	0.0%	107.4%	1073.6%	100.9%
12	5,997,246	938,287	5,058,958	12	7,131,209	1,083,410	6,047,799
-7.7%	11.3%	1.7%	13.3%	0.0%	18.9%	15.5%	19.5%
10,085	92,844,238	8,869,608	83,974,988	10,190	70,244,812	8,476,773	61,772,897
1.8%	53.2%	9.8%	59.9%	1.0%	-24.3%	-4.4%	-26.4%

電影產業

電影產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

電影產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
5911-11	卡通影片製作	3	527,173	-	527,173	2	236,854	-	236,854	2	218,687	-	218,687
						-33.3%	-55.1%	-	-55.1%	0.0%	-7.7%	-	-7.7%
5911-99	其他影片製作	240	3,071,327	325,381	2,745,946	260	3,957,359	189,273	3,768,085	282	3,500,801	176,683	3,324,118
						8.3%	28.8%	-41.8%	37.2%	8.5%	-11.5%	-6.7%	-11.8%
5912-11	影片沖印	17	136,547	895	135,652	17	111,801	1,640	110,162	16	102,909	1,363	101,546
						0.0%	-18.1%	83.2%	-18.8%	-5.9%	-8.0%	-16.9%	-7.8%
5912-12	影片剪輯服務	3	523	-	523	5	1,129	-	1,129	6	3,698	-	3,698
						66.7%	115.7%	-	115.7%	20.0%	227.6%	-	227.6%
5912-14	影片轉錄服務	-	-	-	-	-	-	-	-	1	188	-	188
						-	-	-	-	-	-	-	-
5912-15	影片字幕服務	1	26,612	8,292	18,320	1	22,160	8,184	13,976	1	16,395	3,359	13,036
						0.0%	-16.7%	-1.3%	-23.7%	0.0%	-26.0%	-59.0%	-6.7%
5912-16	電腦動畫及特效製作	3	13,043	-	13,043	6	29,540	-	29,540	11	58,144	-	58,144
						100.0%	126.5%	-	126.5%	83.3%	96.8%	-	96.8%
5912-99	其他影片後製服務	29	785,604	-	785,604	26	806,436	-	806,436	32	851,649	-	851,649
						-10.3%	2.7%	-	2.7%	23.1%	5.6%	-	5.6%
5913-11	電影片買賣	58	2,260,881	25,077	2,235,803	59	2,272,254	9,215	2,263,039	65	2,145,741	1,359	2,144,383
						1.7%	0.5%	-63.3%	1.2%	10.2%	-5.6%	-85.3%	-5.2%
5913-12	電影片租賃	137	1,383,523	-	1,383,523	126	1,269,584	-	1,269,584	121	1,178,970	-	1,178,970
						-8.0%	-8.2%	-	-8.2%	-4.0%	-7.1%	-	-7.1%
5913-13	電影片代理	21	102,853	63	102,790	21	84,742	535	84,207	21	118,205	369	117,837
						0.0%	-17.6%	750.4%	-18.1%	0.0%	39.5%	-31.1%	39.9%
5913-16	影片授權使用	1	22,810	-	22,810	2	25,893	-	25,893	5	36,782	138	36,644
						100.0%	13.5%	-	13.5%	150.0%	42.1%	-	41.5%
5914-11	電影院	100	5,011,955	-	5,011,955	99	4,889,799	-	4,889,799	95	5,022,175	-	5,022,175
						-1.0%	-2.4%	-	-2.4%	-4.0%	2.7%	-	2.7%
5914-12	露天電影院	8	33,050	748	32,302	10	25,545	-	25,545	9	33,521	-	33,521
						25.0%	-22.7%	-	-20.9%	-10.0%	31.2%	-	31.2%
5914-16	電影錄音	2	25,467	-	25,467	2	30,911	-	30,911	3	35,096	-	35,096
						0.0%	21.4%	-	21.4%	50.0%	13.5%	-	13.5%
合計		623	13,401,367	360,456	13,040,911	636	13,764,007	208,847	13,555,160	670	13,322,963	183,270	13,139,693
						2.1%	2.7%	-42.1%	3.9%	5.3%	-3.2%	-12.2%	-3.1%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

電影產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	38	335,603	-	335,603	47	114,421	-	114,421	64	89,317	-	89,317
					23.7%	-65.9%	-	-65.9%	36.2%	-21.9%	-	-21.9%
1-2 年	29	150,634	-	150,634	37	564,033	5,721	558,311	53	338,098	97	338,002
					27.6%	274.4%	-	270.6%	43.2%	-40.1%	-98.3%	-39.5%
2-3 年	33	850,520	4,695	845,825	28	144,218	-	144,218	32	683,199	46,757	636,443
					-15.2%	-83.0%	-	-82.9%	14.3%	373.7%	-	341.3%
3-4 年	28	672,158	13,619	658,539	30	910,102	3,145	906,956	28	171,044	-	171,044
					7.1%	35.4%	-76.9%	37.7%	-6.7%	-81.2%	-	-81.1%
4-5 年	34	636,626	41	636,586	26	866,345	20,996	845,349	25	987,140	3,521	983,620
					-23.5%	36.1%	51543.5%	32.8%	-3.8%	13.9%	-83.2%	16.4%
5-10 年	104	4,219,960	16,011	4,203,949	111	3,303,694	1,073	3,302,621	108	3,838,840	14,983	3,823,857
					6.7%	-21.7%	-93.3%	-21.4%	-2.7%	16.2%	1296.3%	15.8%
10-20 年	127	2,634,489	84,415	2,550,074	125	3,908,454	67,436	3,841,018	132	4,250,733	25,875	4,224,858
					-1.6%	48.4%	-20.1%	50.6%	5.6%	8.8%	-61.6%	10.0%
20 年以上	229	3,137,035	241,676	2,895,360	231	3,476,208	110,476	3,365,732	228	2,964,591	92,038	2,872,553
					0.9%	10.8%	-54.3%	16.2%	-1.3%	-14.7%	-16.7%	-14.7%
年數未知	1	764,343	-	764,343	1	476,534	-	476,534	-	-	-	-
					0.0%	-37.7%	-	-37.7%	-	-	-	-
合計	623	13,401,367	360,456	13,040,911	636	13,764,007	208,847	13,555,160	670	13,322,963	183,270	13,139,693
					2.1%	2.7%	-42.1%	3.9%	5.3%	-3.2%	-12.2%	-3.1%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
4	180,318	-	180,318	7	526,467	-	526,467
100.0%	-17.5%	-	-17.5%	75.0%	192.0%	-	192.0%
322	4,140,353	127,503	4,012,850	361	5,799,737	112,485	5,687,252
14.2%	18.3%	-27.8%	20.7%	12.1%	40.1%	-11.8%	41.7%
16	101,363	1,031	100,333	15	75,014	1,094	73,920
0.0%	-1.5%	-24.4%	-1.2%	-6.3%	-26.0%	6.1%	-26.3%
7	12,907	-	12,907	9	7,099	-	7,099
16.7%	249.0%	-	249.0%	28.6%	-45.0%	-	-45.0%
1	446	-	446	1	446	-	446
0.0%	136.8%	-	136.8%	0.0%	0.0%	-	0.0%
1	14,496	3,988	10,507	1	11,473	3,752	7,721
0.0%	-11.6%	18.7%	-19.4%	0.0%	-20.8%	-5.9%	-26.5%
19	91,257	-	91,257	23	60,138	188	59,950
72.7%	57.0%	-	57.0%	21.1%	-34.1%	-	-34.3%
33	949,963	-	949,963	28	1,097,564	-	1,097,564
3.1%	11.5%	-	11.5%	-15.2%	15.5%	-	15.5%
56	2,167,500	180	2,167,320	55	2,870,915	1,780	2,869,135
-13.8%	1.0%	-86.8%	1.1%	-1.8%	32.5%	891.5%	32.4%
110	1,455,371	-	1,455,371	98	1,744,385	-	1,744,385
-9.1%	23.4%	-	23.4%	-10.9%	19.9%	-	19.9%
18	107,891	-	107,891	20	181,107	8	181,099
-14.3%	-8.7%	-	-8.4%	11.1%	67.9%	-	67.9%
4	57,014	-	57,014	4	55,388	-	55,388
-20.0%	55.0%	-	55.6%	0.0%	-2.9%	-	-2.9%
93	5,583,653	680	5,582,973	96	7,438,392	-	7,438,392
-2.1%	11.2%	-	11.2%	3.2%	33.2%	-	33.2%
8	22,616	-	22,616	7	16,300	-	16,300
-11.1%	-32.5%	-	-32.5%	-12.5%	-27.9%	-	-27.9%
4	31,726	2,851	28,875	5	77,870	4,631	73,239
33.3%	-9.6%	-	-17.7%	25.0%	145.4%	62.4%	153.6%
696	14,916,872	136,234	14,780,639	730	19,962,295	123,938	19,838,357
3.9%	12.0%	-25.7%	12.5%	4.9%	33.8%	-9.0%	34.2%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
80	183,574	15,533	168,041	72	468,047	188	467,859
25.0%	105.5%	-	88.1%	-10.0%	155.0%	-98.8%	178.4%
62	593,039	4,842	588,197	86	608,155	232	607,922
17.0%	75.4%	4902.3%	74.0%	38.7%	2.5%	-95.2%	3.4%
42	450,917	10	450,907	57	797,554	2,054	795,500
31.3%	-34.0%	-100.0%	-29.2%	35.7%	76.9%	21376.9%	76.4%
31	885,626	12,786	872,840	41	472,153	-	472,153
10.7%	417.8%	-	410.3%	32.3%	-46.7%	-	-45.9%
24	167,789	-	167,789	28	1,231,353	18,813	1,212,539
-4.0%	-83.0%	-	-82.9%	16.7%	633.9%	-	622.7%
107	4,932,761	3,738	4,929,023	107	4,968,103	27,571	4,940,531
-0.9%	28.5%	-75.1%	28.9%	0.0%	0.7%	637.6%	0.2%
138	4,276,835	5,814	4,271,021	130	7,044,495	4,884	7,039,611
4.5%	0.6%	-77.5%	1.1%	-5.8%	64.7%	-16.0%	64.8%
212	3,426,332	93,511	3,332,821	209	4,372,436	70,196	4,302,240
-7.0%	15.6%	1.6%	16.0%	-1.4%	27.6%	-24.9%	29.1%
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
696	14,916,872	136,234	14,780,639	730	19,962,295	123,938	19,838,357
3.9%	12.0%	-25.7%	12.5%	4.9%	33.8%	-9.0%	34.2%

電影產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	291	8,463,299	152,775	8,310,523	305	8,300,115	115,934	8,184,182	330	7,892,628	123,204	7,769,424
臺中市	43	723,966	-	723,966	41	720,929	-	720,929	44	845,521	-	845,521
基隆市	9	32,073	-	32,073	10	51,604	-	51,604	10	54,006	-	54,006
臺南市	27	336,452	-	336,452	24	336,269	-	336,269	26	351,670	-	351,670
高雄市	50	738,109	4,513	733,596	48	795,133	988	794,145	49	910,862	97	910,765
新北市	104	1,997,861	203,168	1,794,693	109	2,481,044	91,926	2,389,119	114	2,137,315	59,969	2,077,346
宜蘭縣	7	8,868	-	8,868	7	9,104	-	9,104	8	9,977	-	9,977
桃園縣	21	538,988	-	538,988	22	525,181	-	525,181	21	548,125	-	548,125
嘉義市	9	36,952	-	36,952	9	39,039	-	39,039	8	55,117	-	55,117
新竹縣	1	741	-	741	1	741	-	741	-	-	-	-
苗栗縣	4	4,016	-	4,016	4	3,945	-	3,945	4	3,509	-	3,509
南投縣	2	1,800	-	1,800	2	1,800	-	1,800	2	1,800	-	1,800
彰化縣	15	26,965	-	26,965	16	30,649	-	30,649	16	30,241	-	30,241
新竹市	11	418,306	-	418,306	11	404,619	-	404,619	8	405,294	-	405,294
雲林縣	10	24,719	-	24,719	9	22,125	-	22,125	9	22,430	-	22,430
嘉義縣	2	1,467	-	1,467	2	1,467	-	1,467	3	5,208	-	5,208
屏東縣	5	6,113	-	6,113	4	5,284	-	5,284	5	18,806	-	18,806
花蓮縣	4	25,359	-	25,359	4	23,701	-	23,701	5	20,938	-	20,938
臺東縣	1	2,694	-	2,694	1	1,865	-	1,865	2	2,112	-	2,112
金門縣	1	-	-	-	1	300	-	300	-	-	-	-
澎湖縣	5	12,020	-	12,020	5	8,494	-	8,494	5	6,802	-	6,802
連江縣	1	601	-	601	1	601	-	601	1	601	-	601
合計	623	13,401,367	360,456	13,040,911	636	13,764,007	208,847	13,555,160	670	13,322,963	183,270	13,139,693

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

電影產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
未滿 0.1 百萬元	91	5,278,851	-	5,278,851	84 -7.7%	4,724,541 -10.5%	-	4,724,541 -10.5%	90 7.1%	4,349,141 -7.9%	-	4,349,141 -7.9%
0.1-1 百萬元	122	314,185	-	314,185	130 6.6%	265,138 -15.6%	-	265,138 -15.6%	146 12.3%	305,187 15.1%	97	305,090 15.1%
1-5 百萬元	130	940,222	1,592	938,630	136 4.6%	1,117,754 18.9%	5,288 232.2%	1,112,466 18.5%	147 8.1%	1,150,566 2.9%	138 -97.4%	1,150,428 3.4%
5-10 百萬元	146	1,687,153	20,144	1,667,008	152 4.1%	1,879,150 11.4%	17,167 -14.8%	1,861,983 11.7%	152 0.0%	1,820,051 -3.1%	28,082 63.6%	1,791,969 -3.8%
10-20 百萬元	55	724,374	116,261	608,113	58 5.5%	826,563 14.1%	52,142 -55.2%	774,421 27.3%	58 0.0%	694,775 -15.9%	77,976 49.5%	616,800 -20.4%
20-30 百萬元	29	863,729	218	863,511	30 3.4%	1,220,750 41.3%	7,754 3455.8%	1,212,996 40.5%	28 -6.7%	1,596,360 30.8%	865 -88.8%	1,595,494 31.5%
30-40 百萬元	5	41,296	-	41,296	3 -40.0%	32,628 -21.0%	-	32,628 -21.0%	5 66.7%	6,575 -79.8%	-	6,575 -79.8%
40-50 百萬元	3	5,876	40	5,837	3 0.0%	5,717 -2.7%	-	5,717 -2.1%	3 0.0%	29,196 410.7%	-	29,196 410.7%
50-60 百萬元	9	742,273	50,534	691,740	9 0.0%	934,666 25.9%	55,936 10.7%	878,730 27.0%	10 11.1%	1,045,998 11.9%	21,516 -61.5%	1,024,482 16.6%
60-80 百萬元	5	358,998	-	358,998	4 -20.0%	342,282 -4.7%	-	342,282 -4.7%	4 0.0%	352,835 3.1%	-	352,835 3.1%
0.8-1 億元	7	376,947	182	376,765	7 0.0%	371,591 -1.4%	119 -34.4%	371,472 -1.4%	7 0.0%	419,974 13.0%	1,988 1569.5%	417,987 12.5%
1-2 億元	12	499,983	2,429	497,553	11 -8.3%	576,552 15.3%	1,875 -22.8%	574,677 15.5%	11 0.0%	620,275 7.6%	8 -99.5%	620,266 7.9%
2 億元以上	9	1,567,479	169,057	1,398,422	9 0.0%	1,466,675 -6.4%	1,398,109 -59.4%	1,398,109 0.0%	9 0.0%	932,031 -36.5%	52,600 -23.3%	879,431 -37.1%
合計	623	13,401,367	360,456	13,040,911	636 2.1%	13,764,007 2.7%	208,847 -42.1%	13,555,160 3.9%	670 5.3%	13,322,963 -3.2%	183,270 -12.2%	13,139,693 -3.1%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
352	9,335,079	73,367	9,261,712	378	12,482,499	85,544	12,396,956
42	878,801	-	878,801	46	1,121,474	8	1,121,466
8	38,915	-	38,915	5	42,619	-	42,619
27	432,920	-	432,920	31	511,303	188	511,115
47	964,492	10	964,482	53	1,347,816	-	1,347,816
118	2,054,215	62,857	1,991,358	118	2,641,016	38,198	2,602,818
9	11,892	-	11,892	10	15,663	-	15,663
22	529,391	-	529,391	18	894,393	-	894,393
8	75,483	-	75,483	7	73,782	-	73,782
1	60	-	60	2	871	-	871
8	6,356	-	6,356	7	8,859	-	8,859
3	1,152	-	1,152	4	2,742	-	2,742
15	42,487	-	42,487	15	84,636	-	84,636
9	448,313	-	448,313	10	602,543	-	602,543
9	23,022	-	23,022	9	27,386	-	27,386
3	12,328	-	12,328	2	10,637	-	10,637
7	31,116	-	31,116	7	58,610	-	58,610
2	23,613	-	23,613	2	26,173	-	26,173
-	-	-	-	1	268	-	268
-	-	-	-	-	-	-	-
5	6,788	-	6,788	5	9,004	-	9,004
1	451	-	451	-	-	-	-
696	14,916,872	136,234	14,780,639	730	19,962,295	123,938	19,838,357

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
85	5,056,276	-	5,056,276	90	6,564,021	-	6,564,021
-5.6%	16.3%	-	16.3%	5.9%	29.8%	-	29.8%
141	319,482	4,851	314,631	148	394,817	-	394,817
-3.4%	4.7%	4912.1%	3.1%	5.0%	23.6%	-	25.5%
178	1,321,751	-	1,321,751	194	1,601,607	2,528	1,599,079
21.1%	14.9%	-	14.9%	9.0%	21.2%	-	21.0%
156	1,998,700	29,477	1,969,223	154	2,750,466	16,461	2,734,005
2.6%	9.8%	5.0%	9.9%	-1.3%	37.6%	-44.2%	38.8%
60	810,693	42,388	768,305	63	1,021,525	44,609	976,916
3.4%	16.7%	-45.6%	24.6%	5.0%	26.0%	5.2%	27.2%
28	1,735,595	-	1,735,595	29	2,179,583	-	2,179,583
0.0%	8.7%	-	8.8%	3.6%	25.6%	-	25.6%
4	11,587	-	11,587	6	14,397	-	14,397
-20.0%	76.2%	-	76.2%	50.0%	24.3%	-	24.3%
3	12,458	-	12,458	3	26,214	-	26,214
0.0%	-57.3%	-	-57.3%	0.0%	110.4%	-	110.4%
10	974,895	22	974,873	10	1,310,365	21,489	1,288,876
0.0%	-6.8%	-99.9%	-4.8%	0.0%	34.4%	98616.5%	32.2%
4	361,457	-	361,457	4	522,190	-	522,190
0.0%	2.4%	-	2.4%	0.0%	44.5%	-	44.5%
6	420,686	25	420,660	6	650,766	12	650,754
-14.3%	0.2%	-98.7%	0.6%	0.0%	54.7%	-51.3%	54.7%
12	754,368	980	753,387	12	882,894	4,393	878,501
9.1%	21.6%	11513.4%	21.5%	0.0%	17.0%	348.1%	16.6%
9	1,138,924	58,489	1,080,435	11	2,043,451	34,446	2,009,004
0.0%	22.2%	11.2%	22.9%	22.2%	79.4%	-41.1%	85.9%
696	14,916,872	136,234	14,780,639	730	19,962,295	123,938	19,838,357
3.9%	12.0%	-25.7%	12.5%	4.9%	33.8%	-9.0%	34.2%

廣播電視產業

廣播電視產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

廣播電視產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
5911-12	電視廣告製作	77	6,333,153	5,647	6,327,506	84	7,313,688	1,472	7,312,216	91	8,011,576	348	8,011,228
						9.1%	15.5%	-73.9%	15.6%	8.3%	9.5%	-76.4%	9.6%
5911-13	錄影節目帶製作	244	11,548,636	204,907	11,343,729	227	12,139,484	279,082	11,860,401	220	9,118,270	199,350	8,918,919
						-7.0%	5.1%	36.2%	4.6%	-3.1%	-24.9%	-28.6%	-24.8%
5911-14	電視節目製作	583	38,526,641	300,860	38,225,782	566	37,523,674	377,191	37,146,483	577	38,850,642	333,204	38,517,438
						-2.9%	-2.6%	25.4%	-2.8%	1.9%	3.5%	-11.7%	3.7%
5912-13	電視節目配音服務	16	34,893	-	34,893	15	40,272	21	40,251	12	39,057	-	39,057
						-6.3%	15.4%	-	15.4%	-20.0%	-3.0%	-	-3.0%
5913-14	電視節目發行	53	4,021,322	16,723	4,004,599	55	4,429,323	8,274	4,421,049	56	3,875,398	7,883	3,867,515
						3.8%	10.1%	-50.5%	10.4%	1.8%	-12.5%	-4.7%	-12.5%
5913-15	錄影節目帶發行	48	727,062	10,023	717,039	46	725,343	5,449	719,894	45	790,428	6,920	783,508
						-4.2%	-0.2%	-45.6%	0.4%	-2.2%	9.0%	27.0%	8.8%
5913-99	其他影片發行	47	403,115	23,932	379,183	48	400,815	27,341	373,474	56	487,920	18,951	468,969
						2.1%	-0.6%	14.2%	-1.5%	16.7%	21.7%	-30.7%	25.6%
5920-17	廣播配音服務	8	61,923	-	61,923	8	60,954	-	60,954	8	66,001	-	66,001
						0.0%	-1.6%	-	-1.6%	0.0%	8.3%	-	8.3%
5920-18	廣播節目發行	185	2,743,579	146,103	2,597,476	186	2,510,560	164,982	2,345,578	184	5,649,157	253,068	5,396,089
						0.5%	-8.5%	12.9%	-9.7%	-1.1%	125.0%	53.4%	130.1%
5920-19	廣播廣告製作	56	752,660	26,013	726,647	65	791,736	31,433	760,303	64	489,749	9,049	480,701
						16.1%	5.2%	20.8%	4.6%	-1.5%	-38.1%	-71.2%	-36.8%
6010-11	廣播電台	169	6,148,363	122,545	6,025,818	170	4,787,157	146,001	4,641,156	178	4,349,465	162,881	4,186,585
						0.6%	-22.1%	19.1%	-23.0%	4.7%	-9.1%	11.6%	-9.8%
6010-12	網路廣播	-	-	-	-	1	-	-	-	2	-	-	-
						-	-	-	-	100.0%	-	-	-
6021-11	無線電視台	19	9,685,958	90,855	9,595,103	16	10,168,716	116,030	10,052,686	11	9,734,273	136,631	9,597,642
						-15.8%	5.0%	27.7%	4.8%	-31.3%	-4.3%	17.8%	-4.5%
6021-12	有線電視台	36	15,130,448	-	15,130,448	37	15,761,226	2,364	15,758,861	34	16,622,229	11	16,622,219
						2.8%	4.2%	-	4.2%	-8.1%	5.5%	-99.5%	5.5%
6021-99	其他電視傳播	63	11,233,717	17,619	11,216,098	56	11,477,049	18,118	11,458,930	56	12,814,124	61,257	12,752,868
						-11.1%	2.2%	2.8%	2.2%	0.0%	11.6%	238.1%	11.3%
合計		1,604	107,351,470	965,225	106,386,245	1,580	108,129,996	1,177,759	106,952,237	1,594	110,898,291	1,189,553	109,708,737
						-1.5%	0.7%	22.0%	0.5%	0.9%	2.6%	1.0%	2.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

廣播電視產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
一年以下	91	351,802	-	351,802	78	637,212	-	637,212	97	902,813	1,588	901,225
					-14.3%	81.1%	-	81.1%	24.4%	41.7%	-	41.4%
1-2 年	83	593,857	6,781	587,076	93	1,080,385	2,364	1,078,021	86	5,073,340	-	5,073,340
					12.0%	81.9%	-65.1%	83.6%	-7.5%	369.6%	-	370.6%
2-3 年	110	5,859,924	-	5,859,924	79	695,849	2,845	693,004	81	1,507,534	-	1,507,534
					-28.2%	-88.1%	-	-88.2%	2.5%	116.6%	-	117.5%
3-4 年	104	6,299,540	7,956	6,291,585	94	5,961,604	-	5,961,604	76	962,481	5,607	956,874
					-9.6%	-5.4%	-	-5.2%	-19.1%	-83.9%	-	-83.9%
4-5 年	120	1,817,872	26,632	1,791,240	96	8,483,061	2,646	8,480,415	85	6,881,979	-	6,881,979
					-20.0%	366.6%	-90.1%	373.4%	-11.5%	-18.9%	-	-18.8%
5-10 年	436	19,691,621	298,327	19,393,294	450	15,561,905	342,033	15,219,873	445	24,728,353	82,867	24,645,486
					3.2%	-21.0%	14.7%	-21.5%	-1.1%	58.9%	-75.8%	61.9%
10-20 年	544	59,112,707	495,569	58,617,138	565	61,916,560	683,421	61,233,139	570	57,814,222	891,734	56,922,488
					3.9%	4.7%	37.9%	4.5%	0.9%	-6.6%	30.5%	-7.0%
20 年以上	116	13,624,146	129,962	13,494,185	125	13,793,420	144,450	13,648,970	154	13,027,569	207,758	12,819,811
					7.8%	1.2%	11.1%	1.1%	23.2%	-5.6%	43.8%	-6.1%
年數未知	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	1,604	107,351,470	965,225	106,386,245	1,580	108,129,996	1,177,759	106,952,237	1,594	110,898,291	1,189,553	109,708,737
					-1.5%	0.7%	22.0%	0.5%	0.9%	2.6%	1.0%	2.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
96	7,830,007	9,326	7,820,681	94	5,990,721	5,756	5,984,965
5.5%	-2.3%	2582.5%	-2.4%	-2.1%	-23.5%	-38.3%	-23.5%
211	9,306,248	199,863	9,106,385	205	9,087,083	218,415	8,868,667
-4.1%	2.1%	0.3%	2.1%	-2.8%	-2.4%	9.3%	-2.6%
597	47,485,017	502,225	46,985,136	597	51,994,127	900,243	51,093,884
3.5%	22.2%	50.7%	22.0%	0.0%	9.5%	79.3%	8.7%
9	45,139	42	45,181	9	35,188	-	35,188
-25.0%	15.6%	-	15.7%	0.0%	-22.0%	-	-22.1%
51	6,369,756	10,885	6,358,871	47	6,185,493	5,474	6,180,019
-8.9%	64.4%	38.1%	64.4%	-7.8%	-2.9%	-49.7%	-2.8%
43	804,716	3,656	801,060	42	795,595	8,631	786,964
-4.4%	1.8%	-47.2%	2.2%	-2.3%	-1.1%	136.1%	-1.8%
50	783,992	25,816	758,176	48	844,352	45,094	799,258
-10.7%	60.7%	36.2%	61.7%	-4.0%	7.7%	74.7%	5.4%
10	81,848	-	81,848	9	83,478	-	83,478
25.0%	24.0%	-	24.0%	-10.0%	2.0%	-	2.0%
183	4,921,012	231,390	4,689,623	176	4,931,813	278,086	4,653,727
-0.5%	-12.9%	-8.6%	-13.1%	-3.8%	0.2%	20.2%	-0.8%
73	604,933	11,296	593,638	78	693,089	8,666	684,423
14.1%	23.5%	24.8%	23.5%	6.8%	14.6%	-23.3%	15.3%
172	4,790,448	163,226	4,627,268	162	3,889,804	130,987	3,761,725
-3.4%	10.1%	0.2%	10.5%	-5.8%	-18.8%	-19.8%	-18.7%
3	2,743	-	2,743	3	5,600	-	5,600
50.0%	-	-	-	0.0%	104.1%	-	104.1%
11	10,470,573	138,272	10,332,301	13	10,485,457	183,973	10,301,484
0.0%	7.6%	1.2%	7.7%	18.2%	0.1%	33.1%	-0.3%
37	17,441,849	54	17,441,795	38	18,912,398	744	18,911,654
8.8%	4.9%	404.1%	4.9%	2.7%	8.4%	1266.3%	8.4%
57	12,485,774	27,326	12,458,448	58	12,922,812	36,863	12,885,949
1.8%	-2.6%	-55.4%	-2.3%	1.8%	3.5%	34.9%	3.4%
1,603	123,424,055	1,323,376	122,103,153	1,579	126,857,011	1,822,934	125,036,985
0.6%	11.3%	11.2%	11.3%	-1.5%	2.8%	37.7%	2.4%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
106	309,908	-	309,908	69	429,111	6,128	422,983
9.3%	-65.7%	-	-65.6%	-34.9%	38.5%	-	36.5%
99	2,148,272	10,127	2,138,145	106	3,341,895	2,047	3,339,848
15.1%	-57.7%	-	-57.9%	7.1%	55.6%	-79.8%	56.2%
73	3,723,548	-	3,723,548	89	2,416,569	46,214	2,370,355
-9.9%	147.0%	-	147.0%	21.9%	-35.1%	-	-36.3%
74	1,933,549	33,106	1,900,442	70	5,296,174	1,596	5,294,578
-2.6%	100.9%	490.4%	98.6%	-5.4%	173.9%	-95.2%	178.6%
66	1,182,503	2,159	1,180,344	68	3,609,103	26,573	3,582,530
-22.4%	-82.8%	-	-82.8%	3.0%	205.2%	1130.8%	203.5%
443	25,580,990	45,511	25,537,823	401	24,721,259	75,059	24,646,200
-0.4%	3.4%	-45.1%	3.6%	-9.5%	-3.4%	64.9%	-3.5%
560	67,488,223	768,775	66,719,578	579	67,108,585	1,010,542	66,098,043
-1.8%	16.7%	-13.8%	17.2%	3.4%	-0.6%	31.4%	-0.9%
181	21,055,742	463,696	20,592,046	197	19,934,315	654,774	19,282,448
17.5%	61.6%	123.2%	60.6%	8.8%	-5.3%	41.2%	-6.4%
1	1,320	-	1,320	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
1,603	123,424,055	1,323,376	122,103,153	1,579	126,857,011	1,822,934	125,036,985
0.6%	11.3%	11.2%	11.3%	-1.5%	2.8%	37.7%	2.4%

廣播電視產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	902	70,511,132	882,485	69,628,647	894	71,298,346	1,045,974	70,252,372	905	73,705,060	1,058,267	72,646,793
臺中市	76	4,479,577	-	4,479,577	77	4,522,324	-	4,522,324	77	5,062,251	-	5,062,251
基隆市	12	686,468	-	686,468	13	679,108	-	679,108	12	686,561	98	686,463
臺南市	52	2,378,819	-	2,378,819	49	2,255,201	-	2,255,201	55	2,177,206	-	2,177,206
高雄市	78	7,775,226	59,773	7,715,453	75	8,019,143	95,703	7,923,441	78	7,756,509	94,130	7,662,379
新北市	208	10,012,346	22,967	9,989,379	201	9,836,117	36,083	9,800,034	198	9,617,508	36,276	9,581,233
宜蘭縣	18	778,506	-	778,506	17	674,910	-	674,910	15	663,020	-	663,020
桃園縣	44	3,003,733	-	3,003,733	44	3,030,675	-	3,030,675	43	3,131,414	783	3,130,631
嘉義市	18	664,115	-	664,115	18	582,754	-	582,754	16	545,634	-	545,634
新竹縣	10	882,902	-	882,902	11	889,271	-	889,271	12	966,576	-	966,576
苗栗縣	20	956,570	-	956,570	21	956,588	-	956,588	20	1,011,235	-	1,011,235
南投縣	16	668,186	-	668,186	16	659,714	-	659,714	14	646,020	-	646,020
彰化縣	27	749,345	-	749,345	27	761,934	-	761,934	26	751,246	-	751,246
新竹市	15	1,027,260	-	1,027,260	15	996,865	-	996,865	17	979,981	-	979,981
雲林縣	25	89,212	-	89,212	23	82,693	-	82,693	25	207,572	-	207,572
嘉義縣	15	635,616	-	635,616	14	660,550	-	660,550	14	711,766	-	711,766
屏東縣	19	1,051,797	-	1,051,797	21	1,094,044	-	1,094,044	22	1,137,716	-	1,137,716
花蓮縣	23	554,717	-	554,717	18	594,143	-	594,143	19	632,210	-	632,210
臺東縣	13	226,005	-	226,005	12	318,436	-	318,436	11	289,147	-	289,147
金門縣	5	53,814	-	53,814	5	54,363	-	54,363	5	53,536	-	53,536
澎湖縣	6	163,373	-	163,373	7	161,471	-	161,471	7	164,109	-	164,109
連江縣	2	2,752	-	2,752	2	1,346	-	1,346	3	2,014	-	2,014
合計	1,604	107,351,470	965,225	106,386,245	1,580	108,129,996	1,177,759	106,952,237	1,594	110,898,291	1,189,553	109,708,737

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

廣播電視產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	75	411,864	-	411,864	74	1,121,052	2,364	1,118,688	79	3,049,187	140	3,049,047
					-1.3%	172.2%	-	171.6%	6.8%	172.0%	-94.1%	172.6%
0.1-1 百萬元	144	376,219	-	376,219	141	433,090	-	433,090	141	305,033	-	305,033
					-2.1%	15.1%	-	15.1%	0.0%	-29.6%	-	-29.6%
1-5 百萬元	624	6,337,810	49,057	6,288,753	632	5,687,571	36,780	5,650,791	642	7,749,448	31,537	7,717,911
					1.3%	-10.3%	-25.0%	-10.1%	1.6%	36.3%	-14.3%	36.6%
5-10 百萬元	315	6,344,390	113,079	6,231,311	302	5,870,647	69,745	5,800,902	299	6,316,855	57,731	6,259,124
					-4.1%	-7.5%	-38.3%	-6.9%	-1.0%	7.6%	-17.2%	7.9%
10-20 百萬元	160	6,204,385	52,032	6,152,353	149	4,885,571	42,164	4,843,407	148	3,794,908	38,336	3,756,572
					-6.9%	-21.3%	-19.0%	-21.3%	-0.7%	-22.3%	-9.1%	-22.4%
20-30 百萬元	57	6,316,986	25,243	6,291,743	57	5,495,052	84,051	5,411,001	57	5,517,757	67,448	5,450,310
					0.0%	-13.0%	233.0%	-14.0%	0.0%	0.4%	-19.8%	0.7%
30-40 百萬元	20	1,455,129	17,309	1,437,820	20	1,500,773	9,733	1,491,040	21	896,652	-	896,652
					0.0%	3.1%	-43.8%	3.7%	5.0%	-40.3%	-	-39.9%
40-50 百萬元	7	675,320	-	675,320	6	450,174	388	449,786	7	409,268	2,366	406,903
					-14.3%	-33.3%	-	-33.4%	16.7%	-9.1%	510.4%	-9.5%
50-60 百萬元	57	2,502,638	1,097	2,501,541	58	2,243,927	4,286	2,239,640	59	2,233,597	5,373	2,228,224
					1.8%	-10.3%	290.7%	-10.5%	1.7%	-0.5%	25.4%	-0.5%
60-80 百萬元	19	1,895,459	10,897	1,884,562	19	2,133,276	6,485	2,126,791	20	2,917,298	9,049	2,908,250
					0.0%	12.5%	-40.5%	12.9%	5.3%	36.8%	39.5%	36.7%
0.8-1 億元	7	493,778	3,989	489,788	7	484,001	10,240	473,761	7	350,582	10,886	339,696
					0.0%	-2.0%	156.7%	-3.3%	0.0%	-27.6%	6.3%	-28.3%
1-2 億元	28	10,701,415	67,786	10,633,629	27	10,900,068	98,200	10,801,868	27	9,842,602	127,876	9,714,726
					-3.6%	1.9%	44.9%	1.6%	0.0%	-9.7%	30.2%	-10.1%
2 億元以上	91	63,636,077	624,736	63,011,341	88	66,924,797	813,324	66,111,473	87	67,515,104	838,814	66,676,291
					-3.3%	5.2%	30.2%	4.9%	-1.1%	0.9%	3.1%	0.9%
合計	1,604	107,351,470	965,225	106,386,245	1,580	108,129,996	1,177,759	106,952,237	1,594	110,898,291	1,189,553	109,708,737
					-1.5%	0.7%	22.0%	0.5%	0.9%	2.6%	1.0%	2.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
909	83,475,853	1,174,612	82,303,716	896	86,553,418	1,657,561	84,895,857
77	5,326,592	-	5,326,592	77	5,191,664	-	5,191,664
13	707,108	516	706,592	14	752,115	-	752,115
54	2,250,513	-	2,250,513	50	2,254,420	-	2,254,420
79	9,003,195	95,803	8,907,392	76	9,045,524	96,330	8,952,101
198	10,411,607	52,445	10,359,162	204	10,596,830	69,042	10,527,787
13	678,641	-	678,641	13	672,013	-	672,013
46	3,002,924	-	3,002,924	42	3,134,398	-	3,134,398
16	575,637	-	575,637	15	556,861	-	556,861
12	953,671	-	953,671	14	1,020,530	-	1,020,530
24	1,005,964	-	1,005,964	23	1,013,524	-	1,013,524
16	655,737	-	655,737	15	662,027	-	662,027
27	738,537	-	738,537	27	743,426	-	743,426
16	1,035,174	-	1,035,174	15	961,577	-	961,577
23	506,010	-	506,010	22	551,848	-	551,848
13	749,155	-	749,155	12	720,979	-	720,979
23	1,169,515	-	1,169,515	22	1,221,304	-	1,221,304
21	672,701	-	672,701	19	670,891	-	670,891
9	274,081	-	274,081	9	286,745	-	286,745
5	56,896	-	56,896	5	65,219	-	65,219
7	170,279	-	170,279	7	176,862	-	176,862
2	4,263	-	4,263	2	4,836	-	4,836
1,603	123,424,055	1,323,376	122,103,153	1,579	126,857,011	1,822,934	125,036,985

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
80	3,299,046	1,880	3,297,167	68	7,283,117	3,665	7,279,452
1.3%	8.2%	1244.1%	8.1%	-15.0%	120.8%	95.0%	120.8%
129	338,063	-	338,063	125	343,783	1,178	342,605
-8.5%	10.8%	-	10.8%	-3.1%	1.7%	-	1.3%
669	7,122,695	32,103	7,090,676	669	7,425,574	47,003	7,378,571
4.2%	-8.1%	1.8%	-8.1%	0.0%	4.3%	46.4%	4.1%
289	5,483,420	80,934	5,402,486	276	4,753,316	114,509	4,641,715
-3.3%	-13.2%	40.2%	-13.7%	-4.5%	-13.3%	41.5%	-14.1%
153	3,704,748	41,414	3,663,335	154	3,486,826	40,431	3,446,395
3.4%	-2.4%	8.0%	-2.5%	0.7%	-5.9%	-2.4%	-5.9%
56	6,081,081	74,610	6,006,471	56	6,383,556	49,596	6,333,960
-1.8%	10.2%	10.6%	10.2%	0.0%	5.0%	-33.5%	5.5%
20	908,518	2,848	905,670	21	1,183,288	1,011	1,182,277
-4.8%	1.3%	-	1.0%	5.0%	30.2%	-64.5%	30.5%
8	647,126	-	647,126	8	451,466	-	451,466
14.3%	58.1%	-	59.0%	0.0%	-30.2%	-	-30.2%
60	2,510,760	52,478	2,458,282	60	2,395,113	51,664	2,343,449
1.7%	12.4%	876.7%	10.3%	0.0%	-4.6%	-1.6%	-4.7%
20	2,826,219	11,296	2,814,923	20	3,153,239	8,666	3,144,573
0.0%	-3.1%	24.8%	-3.2%	0.0%	11.6%	-23.3%	11.7%
7	354,017	10,033	343,983	8	460,612	9,763	450,848
0.0%	1.0%	-7.8%	1.3%	14.3%	30.1%	-2.7%	31.1%
26	12,802,080	91,794	12,712,630	26	15,157,514	61,983	15,095,532
-3.7%	30.1%	-28.2%	30.9%	0.0%	18.4%	-32.5%	18.7%
86	77,346,281	923,986	76,422,340	88	74,379,606	1,433,463	72,946,143
-1.1%	14.6%	10.2%	14.6%	2.3%	-3.8%	55.1%	-4.5%
1,603	123,424,055	1,323,376	122,103,153	1,579	126,857,011	1,822,934	125,036,985
0.6%	11.3%	11.2%	11.3%	-1.5%	2.8%	37.7%	2.4%

出版產業

出版產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

出版產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
4581-12	書籍、雜誌批發	1,909	23,700,967	451,246	23,258,834	1,858	22,811,761	535,790	22,283,342	1,812	22,485,406	586,004	21,899,403
						-2.7%	-3.8%	18.7%	-4.2%	-2.5%	-1.4%	9.4%	-1.7%
5811-00	新聞出版	177	13,505,102	184,661	13,320,440	180	14,434,176	281,611	14,152,565	186	10,933,079	154,228	10,778,851
						1.7%	6.9%	52.5%	6.2%	3.3%	-24.3%	-45.2%	-23.8%
5812-00	雜誌出版	984	18,472,467	319,313	18,153,344	1,007	17,883,057	305,946	17,577,111	1,046	16,715,924	346,981	16,369,227
						2.3%	-3.2%	-4.2%	-3.2%	3.9%	-6.5%	13.4%	-6.9%
5813-99	其它書籍出版	1,908	30,208,094	590,605	29,617,679	1,852	28,793,210	529,210	28,264,647	1,831	28,496,264	517,629	27,978,636
						-2.9%	-4.7%	-10.4%	-4.6%	-1.1%	-1.0%	-2.2%	-1.0%
9010-99	其他創作	117	373,012	160	372,852	134	451,027	520	450,507	131	311,669	243	311,426
						14.5%	20.9%	224.4%	20.8%	-2.2%	-30.9%	-53.2%	-30.9%
合計		5095	86,259,642	1,545,986	84,723,148	5,031	84,373,231	1,653,078	82,728,172	5,006	78,942,342	1,605,085	77,337,542
						-1.3%	-2.2%	6.9%	-2.4%	-0.5%	-6.4%	-2.9%	-6.5%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

出版產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	431	986,456	6,832	979,624	325	643,915	20,917	622,997	395	551,435	2,867	548,568
					-24.6%	-34.7%	206.2%	-36.4%	21.5%	-14.4%	-86.3%	-11.9%
1-2 年	422	1,293,061	5,515	1,287,546	415	1,962,821	43,695	1,919,126	330	2,739,898	146,638	2,593,260
					-1.7%	51.8%	692.3%	49.1%	-20.5%	39.6%	235.6%	35.1%
2-3 年	435	1,788,001	35,057	1,753,135	364	1,445,110	8,366	1,436,744	362	1,837,743	40,055	1,797,700
					-16.3%	-19.2%	-76.1%	-18.0%	-0.5%	27.2%	378.8%	25.1%
3-4 年	466	2,712,181	30,409	2,681,772	379	1,778,426	61,165	1,717,260	312	1,373,913	18,995	1,354,918
					-18.7%	-34.4%	101.1%	-36.0%	-17.7%	-22.7%	-68.9%	-21.1%
4-5 年	441	3,398,836	95,793	3,303,043	409	2,555,008	64,416	2,497,963	327	1,664,707	75,228	1,589,478
					-7.3%	-24.8%	-32.8%	-24.4%	-20.0%	-34.8%	16.8%	-36.4%
5-10 年	1,415	33,941,370	545,308	33,405,175	1,530	32,183,433	680,212	31,503,839	1,526	19,714,847	478,270	19,236,577
					8.1%	-5.2%	24.7%	-5.7%	-0.3%	-38.7%	-29.7%	-38.9%
10-20 年	1,029	23,230,432	402,225	22,828,398	1,120	23,927,031	389,409	23,537,650	1,233	29,446,674	525,913	28,921,034
					8.8%	3.0%	-3.2%	3.1%	10.1%	23.1%	35.1%	22.9%
20 年以上	455	18,909,302	424,848	18,484,454	488	19,877,489	384,897	19,492,592	521	21,613,126	317,119	21,296,007
					7.3%	5.1%	-9.4%	5.5%	6.8%	8.7%	-17.6%	9.3%
年數未知	1	2	-	2	1	-	-	-	-	-	-	-
					0.0%	-	-	-	-	-	-	-
合計	5,095	86,259,642	1,545,986	84,723,148	5,031	84,373,231	1,653,078	82,728,172	5,006	78,942,342	1,605,085	77,337,542
					-1.3%	-2.2%	6.9%	-2.4%	-0.5%	-6.4%	-2.9%	-6.5%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
1,787	24,184,956	713,873	23,471,890	1,739	24,317,704	994,789	23,322,915
-1.4%	7.6%	21.8%	7.2%	-2.7%	0.5%	39.4%	-0.6%
191	13,146,526	179,583	12,966,943	198	12,714,851	106,093	12,608,758
2.7%	20.2%	16.4%	20.3%	3.7%	-3.3%	-40.9%	-2.8%
1,085	17,876,585	359,896	17,516,712	1,137	18,699,689	383,650	18,316,083
3.7%	6.9%	3.7%	7.0%	4.8%	4.6%	6.6%	4.6%
1,824	33,370,316	557,614	32,812,702	1,843	32,924,225	553,569	32,370,657
-0.4%	17.1%	7.7%	17.3%	1.0%	-1.3%	-0.7%	-1.3%
144	341,430	5,285	336,406	177	493,336	209	493,127
9.9%	9.5%	2074.3%	8.0%	22.9%	44.5%	-96.0%	46.6%
5,031	88,919,813	1,816,251	87,104,653	5,094	89,149,806	2,038,310	87,111,539
0.5%	12.6%	13.2%	12.6%	1.3%	0.3%	12.2%	0.0%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
370	476,685	713	475,973	377	499,708	34,235	465,474
-6.3%	-13.6%	-75.1%	-13.2%	1.9%	4.8%	4702.1%	-2.2%
409	1,725,977	17,884	1,708,093	382	1,268,746	29,648	1,239,097
23.9%	-37.0%	-87.8%	-34.1%	-6.6%	-26.5%	65.8%	-27.5%
286	3,196,129	226,920	2,969,208	357	1,965,968	35,158	1,930,854
-21.0%	73.9%	466.5%	65.2%	24.8%	-38.5%	-84.5%	-35.0%
324	1,843,894	73,534	1,770,644	254	3,305,460	329,766	2,975,694
3.8%	34.2%	287.1%	30.7%	-21.6%	79.3%	348.5%	68.1%
278	1,562,545	17,433	1,545,112	296	1,686,243	64,783	1,621,460
-15.0%	-6.1%	-76.8%	-2.8%	6.5%	7.9%	271.6%	4.9%
1,469	18,990,579	605,067	18,385,513	1,418	15,264,626	569,761	14,694,866
-3.7%	-3.7%	26.5%	-4.4%	-3.5%	-19.6%	-5.8%	-20.1%
1,328	34,672,985	444,359	34,228,625	1,414	37,893,422	561,258	37,332,164
7.7%	17.7%	-15.5%	18.4%	6.5%	9.3%	26.3%	9.1%
566	26,451,019	430,341	26,021,484	595	27,261,273	413,701	26,847,571
8.6%	22.4%	35.7%	22.2%	5.1%	3.1%	-3.9%	3.2%
1	-	-	-	1	4,359	-	4,359
-	-	-	-	0.0%	-	-	-
5,031	88,919,813	1,816,251	87,104,653	5,094	89,149,806	2,038,310	87,111,539
0.5%	12.6%	13.2%	12.6%	1.3%	0.3%	12.2%	0.0%

出版產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	2,281	56,127,274	969,188	55,158,466	2,236	54,869,237	1,095,615	53,780,994	2,216	50,922,359	964,564	49,958,080
臺中市	570	2,353,879	28,769	2,325,109	553	2,413,517	22,132	2,391,385	534	2,396,753	10,286	2,386,467
基隆市	37	110,865	1,410	109,455	41	105,521	1,164	104,357	40	116,590	1,378	115,212
臺南市	236	3,014,633	2,279	3,012,354	234	2,985,766	1,397	2,984,369	243	2,951,762	6,403	2,945,358
高雄市	388	2,714,524	11,025	2,703,499	380	2,356,516	16,322	2,340,223	379	2,102,666	47,910	2,054,757
新北市	900	18,569,899	526,616	18,052,395	887	19,069,433	489,111	18,580,940	890	17,773,606	572,330	17,201,276
宜蘭縣	26	62,456	-	62,456	26	67,396	-	67,396	24	65,569	-	65,569
桃園縣	201	1,739,271	6,277	1,732,993	203	917,443	26,527	890,916	211	939,692	2,126	937,566
嘉義市	39	182,073	-	182,073	41	202,797	-	202,797	41	220,157	-	220,157
新竹縣	33	54,508	-	54,508	31	56,793	-	56,793	30	70,509	-	70,509
苗栗縣	39	88,522	-	88,522	39	96,560	-	96,560	39	98,913	-	98,913
南投縣	37	127,972	-	127,972	39	135,055	-	135,055	40	119,412	88	119,324
彰化縣	101	409,682	422	409,260	106	435,773	757	435,016	100	439,840	-	439,840
新竹市	61	232,368	-	232,368	64	223,073	-	223,073	65	244,248	-	244,248
雲林縣	31	51,906	-	51,906	28	57,345	-	57,345	30	54,766	-	54,766
嘉義縣	9	43,565	-	43,565	12	24,739	-	24,739	11	25,396	-	25,396
屏東縣	49	156,659	-	156,659	51	138,218	53	138,166	49	142,011	-	142,011
花蓮縣	28	106,227	-	106,227	28	107,115	-	107,115	29	138,951	-	138,951
臺東縣	9	16,888	-	16,888	12	14,470	-	14,470	13	10,848	-	10,848
金門縣	12	60,795	-	60,795	11	62,825	-	62,825	12	69,828	-	69,828
澎湖縣	7	34,496	-	34,496	8	32,056	-	32,056	9	36,608	-	36,608
連江縣	1	1,180	-	1,180	1	1,584	-	1,584	1	1,859	-	1,859
合計	5,095	86,259,642	1,545,986	84,723,148	5,031	84,373,231	1,653,078	82,728,172	5,006	78,942,342	1,605,085	77,337,542

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

出版產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	707	2,823,978	274	2,823,704	731	2,847,545	580	2,846,965	750	3,216,004	2,588	3,213,416
					3.4%	0.8%	111.7%	0.8%	2.6%	12.9%	346.2%	12.9%
					1,747	4,767,158	83,905	4,683,281	1,744	4,792,962	60,040	4,732,924
0.1-1 百萬元	1,779	4,971,335	82,830	4,888,695	-1.8%	-4.1%	1.3%	-4.2%	-0.2%	0.5%	-28.4%	1.1%
					1,423	8,875,054	274,808	8,608,235	1,403	8,562,584	215,962	8,346,634
1-5 百萬元	1,446	8,920,864	128,245	8,801,731	-1.6%	-0.5%	114.3%	-2.2%	-1.4%	-3.5%	-21.4%	-3.0%
					567	7,372,800	305,190	7,067,610	553	7,058,054	285,721	6,772,333
5-10 百萬元	584	7,533,755	258,768	7,274,987	-2.9%	-2.1%	17.9%	-2.9%	-2.5%	-4.3%	-6.4%	-4.2%
					285	6,831,761	249,810	6,581,951	282	6,679,655	274,475	6,405,180
10-20 百萬元	293	7,308,992	294,429	7,014,562	-2.7%	-6.5%	-15.2%	-6.2%	-1.1%	-2.2%	9.9%	-2.7%
					118	10,729,640	224,697	10,504,943	115	9,932,013	238,274	9,693,739
20-30 百萬元	120	11,427,874	196,450	11,231,424	-1.7%	-6.1%	14.4%	-6.5%	-2.5%	-7.4%	6.0%	-7.7%
					38	1,386,589	5,444	1,381,145	38	1,301,254	18,707	1,282,547
30-40 百萬元	37	2,333,404	3,107	2,330,297	2.7%	-40.6%	75.2%	-40.7%	0.0%	-6.2%	243.6%	-7.1%
					18	2,073,367	7,606	2,065,761	18	1,749,448	20,676	1,729,044
40-50 百萬元	18	1,630,652	8,938	1,621,715	0.0%	27.1%	-14.9%	27.4%	0.0%	-15.6%	171.8%	-16.3%
					25	1,595,226	5,554	1,589,672	26	2,105,996	13,683	2,092,313
50-60 百萬元	26	1,583,739	7,248	1,576,491	-3.8%	0.7%	-23.4%	0.8%	4.0%	32.0%	146.4%	31.6%
					19	5,057,008	142,462	4,914,546	18	5,851,034	200,122	5,650,912
60-80 百萬元	19	5,782,416	184,909	5,597,507	0.0%	-12.5%	-23.0%	-12.2%	-5.3%	15.7%	40.5%	15.0%
					6	511,758	1,243	510,514	6	531,240	906	530,333
0.8-1 億元	6	547,440	2,642	544,798	0.0%	-6.5%	-52.9%	-6.3%	0.0%	3.8%	-27.1%	3.9%
					25	15,134,723	47,216	15,087,507	25	14,475,422	45,492	14,429,930
1-2 億元	30	15,152,727	60,444	15,092,282	-16.7%	-0.1%	-21.9%	0.0%	0.0%	-4.4%	-3.7%	-4.4%
					29	17,190,604	304,560	16,886,043	28	12,686,675	228,438	12,458,237
2 億元以上	30	16,242,467	317,702	15,924,955	-3.3%	5.8%	-4.1%	6.0%	-3.4%	-26.2%	-25.0%	-26.2%
合計	5,095	86,259,642	1,545,986	84,723,148	5,031	84,373,231	1,653,078	82,728,172	5,006	78,942,342	1,605,085	77,337,542
					-1.3%	-2.2%	6.9%	-2.4%	-0.5%	-6.4%	-2.9%	-6.5%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
2,219	58,744,586	1,072,998	57,671,872	2,223	58,278,523	1,248,738	57,029,829
535	2,510,641	9,869	2,500,773	552	2,586,888	13,403	2,573,485
41	125,435	455	124,980	39	115,712	-	115,712
242	3,157,926	216	3,157,709	243	3,382,951	8,283	3,374,668
381	2,298,338	85,584	2,212,754	382	2,367,398	137,430	2,229,967
898	19,201,597	646,657	18,555,746	913	19,450,060	630,260	18,819,800
25	74,821	-	74,821	22	71,255	-	71,255
214	1,066,229	382	1,065,847	216	1,123,451	106	1,123,346
42	215,522	-	215,522	41	227,269	-	227,269
28	73,987	-	73,987	30	72,478	-	72,478
39	117,634	-	117,634	38	107,663	-	107,663
42	111,033	90	110,943	44	113,285	90	113,195
100	486,741	-	486,741	97	491,148	-	491,148
66	262,631	-	262,631	73	257,319	-	257,319
30	68,747	-	68,747	31	73,088	-	73,088
13	45,438	-	45,438	13	58,304	-	58,304
53	130,698	-	130,698	55	134,552	-	134,552
29	130,322	-	130,322	30	136,040	-	136,040
12	13,618	-	13,618	28	20,166	-	20,166
12	51,794	-	51,794	12	45,943	-	45,943
8	30,847	-	30,847	10	34,279	-	34,279
2	1,228	-	1,228	2	2,035	-	2,035
5,031	88,919,813	1,816,251	87,104,653	5,094	89,149,806	2,038,310	87,111,539

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
761	3,141,923	2,621	3,139,302	766	3,288,696	207	3,288,489
1.5%	-2.3%	1.3%	-2.3%	0.7%	4.7%	-92.1%	4.8%
1,767	5,121,631	70,678	5,051,214	1,803	5,042,365	41,942	5,000,422
1.3%	6.9%	17.7%	6.7%	2.0%	-1.5%	-40.7%	-1.0%
1,403	9,382,990	277,278	9,105,734	1,430	9,935,178	352,910	9,582,312
0.0%	9.6%	28.4%	9.1%	1.9%	5.9%	27.3%	5.2%
551	7,513,735	268,256	7,245,479	554	7,428,807	285,945	7,142,861
-0.4%	6.5%	-6.1%	7.0%	0.5%	-1.1%	6.6%	-1.4%
276	7,162,656	334,483	6,828,173	273	7,497,489	367,301	7,130,188
-2.1%	7.2%	21.9%	6.6%	-1.1%	4.7%	9.8%	4.4%
113	10,182,281	264,916	9,918,171	107	10,313,159	405,050	9,908,110
-1.7%	2.5%	11.2%	2.3%	-5.3%	1.3%	52.9%	-0.1%
38	1,375,388	24,108	1,351,280	40	1,433,468	48,158	1,385,310
0.0%	5.7%	28.9%	5.4%	5.3%	4.2%	99.8%	2.5%
18	1,831,773	27,209	1,804,564	18	1,752,283	22,339	1,729,944
0.0%	4.7%	31.6%	4.4%	0.0%	-4.3%	-17.9%	-4.1%
25	2,181,025	14,630	2,166,395	25	1,985,128	15,886	1,969,242
-3.8%	3.6%	6.9%	3.5%	0.0%	-9.0%	8.6%	-9.1%
18	6,458,221	228,653	6,229,568	17	6,382,767	221,012	6,161,755
0.0%	10.4%	14.3%	10.2%	-5.6%	-1.2%	-3.3%	-1.1%
6	569,826	401	569,425	6	547,165	6,838	540,327
0.0%	7.3%	-55.7%	7.4%	0.0%	-4.0%	1603.9%	-5.1%
27	18,622,346	49,488	18,572,858	28	18,010,891	88,372	17,922,519
8.0%	28.6%	8.8%	28.7%	3.7%	-3.3%	78.6%	-3.5%
28	15,376,018	253,530	15,122,488	27	15,532,410	182,348	15,350,061
0.0%	21.2%	11.0%	21.4%	-3.6%	1.0%	-28.1%	1.5%
5,031	88,919,813	1,816,251	87,104,653	5,094	89,149,806	2,038,310	87,111,539
0.5%	12.6%	13.2%	12.6%	1.3%	0.3%	12.2%	0.0%

廣告產業

廣告產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

廣告產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
7311-11	廣告設計	5,251	62,664,447	307,274	62,357,172	5,142	60,096,162	287,554	59,808,608	5,019	51,823,725	235,363	51,588,362
						-2.1%	-4.1%	-6.4%	-4.1%	-2.4%	-13.8%	-18.1%	-13.7%
7311-12	廣告製作	1,418	17,034,844	129,305	16,905,540	1,410	15,544,669	80,969	15,463,700	1,376	13,703,094	89,282	13,613,812
						-0.6%	-8.7%	-37.4%	-8.5%	-2.4%	-11.8%	10.3%	-12.0%
7311-13	廣告代理	21	1,585,453	326	1,226,411	48	1,641,230	-	1,641,230	82	1,678,346	-	1,678,346
						128.6%	3.5%	-	33.8%	70.8%	2.3%	-	2.3%
7312-11	戶外海報設計製作	157	1,226,737	-	309,730	157	1,321,761	-	1,321,761	158	1,148,649	3,560	1,145,090
						0.0%	7.7%	-	326.7%	0.6%	-13.1%	-	-13.4%
7312-12	廣告板、廣告塔設計製作	1095	7,769,232	77,404	7,376,478	1,079	7,557,917	338	7,557,579	1,034	6,966,844	343	6,966,501
						-1.5%	-2.7%	-99.6%	2.5%	-4.2%	-7.8%	1.5%	-7.8%
7312-13	霓虹燈廣告	110	309,730	-	59,113	106	274,138	-	274,138	103	236,560	-	236,560
						-3.6%	-11.5%	-	363.8%	-2.8%	-13.7%	-	-13.7%
7312-14	電視牆廣告、電子視訊牆製作	57	375,259	840,716	131,724,443	56	310,822	962	309,860	59	317,453	1,846	315,608
						-1.8%	-17.2%	-99.9%	-99.8%	5.4%	2.1%	91.9%	1.9%
7312-15	廣告裝潢設計	1061	7,453,719	-	1,585,453	1,065	7,771,180	82,566	7,688,614	1,018	6,553,285	60,188	6,493,097
						0.4%	4.3%	-	384.9%	-4.4%	-15.7%	-27.1%	-15.5%
7312-16	廣告工程	415	3,486,671	2,388	7,766,844	420	3,266,258	301	3,265,957	418	2,747,540	1,181	2,746,359
						1.2%	-6.3%	-87.4%	-58.0%	-0.5%	-15.9%	292.6%	-15.9%
7312-99	其它戶外廣告	5	59,113	1,959	373,300	11	60,764	-	60,764	19	46,563	-	46,563
						120.0%	2.8%	-	-83.7%	72.7%	-23.4%	-	-23.4%
7319-00	其它廣告服務	2863	30,599,790	1,458	3,485,214	3,094	29,980,643	236,850	29,743,793	3,331	28,201,424	155,848	28,045,576
						8.1%	-2.0%	16149.1%	753.4%	7.7%	-5.9%	-34.2%	-5.7%
合計		12,453	132,564,996	840,716	131,724,443	12,588	127,825,543	689,539	127,136,004	12,617	113,423,484	547,611	112,875,873
						1.1%	-3.6%	-18.0%	-3.5%	0.2%	-11.3%	-20.6%	-11.2%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

廣告產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	1,129	3,190,487	24,684	3,165,803	988	1,736,163	8,222	1,727,941	1,081	1,550,999	2,698	1,548,300
					-12.5%	-45.6%	-66.7%	-45.4%	9.4%	-10.7%	-67.2%	-10.4%
1-2 年	1,278	6,372,052	14,509	6,357,543	1,134	6,405,488	45,395	6,360,093	964	3,977,069	10,861	3,966,208
					-11.3%	0.5%	212.9%	0.0%	-15.0%	-37.9%	-76.1%	-37.6%
2-3 年	1,212	6,144,211	18,145	6,126,067	1,133	6,184,976	19,374	6,165,601	984	5,220,479	45,739	5,174,740
					-6.5%	0.7%	6.8%	0.6%	-13.2%	-15.6%	136.1%	-16.1%
3-4 年	1,071	6,798,908	33,228	6,765,680	1,080	5,860,939	24,492	5,836,446	1,001	4,512,546	26,372	4,486,174
					0.8%	-13.8%	-26.3%	-13.7%	-7.3%	-23.0%	7.7%	-23.1%
4-5 年	857	10,049,298	156,087	9,893,211	958	5,549,568	20,731	5,528,838	957	4,995,438	11,553	4,983,885
					11.8%	-44.8%	-86.7%	-44.1%	-0.1%	-10.0%	-44.3%	-9.9%
5-10 年	3,088	51,546,394	200,295	51,346,098	3,152	53,950,674	269,041	53,681,633	3,246	41,155,395	186,072	40,969,323
					2.1%	4.7%	34.3%	4.5%	3.0%	-23.7%	-30.8%	-23.7%
10-20 年	2,890	35,725,300	249,051	35,476,249	3,151	34,416,334	194,544	34,221,790	3,309	37,982,586	160,204	37,822,382
					9.0%	-3.7%	-21.9%	-3.5%	5.0%	10.4%	-17.7%	10.5%
20 年以上	928	12,738,347	144,717	12,593,792	991	13,721,399	107,739	13,613,659	1,075	14,028,972	104,111	13,924,860
					6.8%	7.7%	-25.6%	8.1%	8.5%	2.2%	-3.4%	2.3%
年數未知	-	-	-	-	1	3	-	3	-	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	12,453	132,564,996	840,716	131,724,443	12,588	127,825,543	689,539	127,136,004	12,617	113,423,484	547,611	112,875,873
					1.1%	-3.6%	-18.0%	-3.5%	0.2%	-11.3%	-20.6%	-11.2%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
4,998	59,813,249	411,236	59,403,007	5,032	62,737,529	450,111	62,287,418
-0.4%	15.4%	74.7%	15.1%	0.7%	4.9%	9.5%	4.9%
1,380	16,554,069	119,275	16,434,793	1,386	16,595,891	144,282	16,451,609
0.3%	20.8%	33.6%	20.7%	0.4%	0.3%	21.0%	0.1%
113	3,345,948	3,231	3,342,717	140	3,661,942	4,014	3,657,929
37.8%	99.4%	-	99.2%	23.9%	9.4%	24.2%	9.4%
155	1,086,039	121	1,085,918	152	1,122,289	43,366	1,078,923
-1.9%	-5.5%	-96.6%	-5.2%	-1.9%	3.3%	35826.1%	-0.6%
1,020	8,886,771	1,354	8,885,418	1,037	10,007,905	2,246	10,005,659
-1.4%	27.6%	294.4%	27.5%	1.7%	12.6%	65.9%	12.6%
100	299,265	-	299,265	99	318,599	-	318,599
-2.9%	26.5%	-	26.5%	-1.0%	6.5%	-	6.5%
63	396,665	23	396,642	66	556,892	1,349	555,543
6.8%	25.0%	-98.8%	25.7%	4.8%	40.4%	5758.4%	40.1%
989	7,286,478	61,913	7,224,565	962	6,983,588	69,687	6,913,901
-2.8%	11.2%	2.9%	11.3%	-2.7%	-4.2%	12.6%	-4.3%
429	3,324,474	460	3,324,014	430	3,564,293	2,705	3,561,588
2.6%	21.0%	-61.0%	21.0%	0.2%	7.2%	487.8%	7.1%
37	93,700	-	93,700	44	118,048	-	118,048
94.7%	101.2%	-	101.2%	18.9%	26.0%	-	26.0%
3,619	36,055,675	197,698	35,857,977	3,947	40,470,110	249,443	40,220,667
8.6%	27.9%	26.9%	27.9%	9.1%	12.2%	26.2%	12.2%
12,903	137,142,333	795,311	136,348,016	13,295	146,137,087	967,202	145,169,885
2.3%	20.9%	45.2%	20.8%	3.0%	6.6%	21.6%	6.5%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
1,103	2,930,186	4,431	2,925,755	1,084	1,809,322	10,295	1,799,027
2.0%	88.9%	64.2%	89.0%	-1.7%	-38.3%	132.3%	-38.5%
1,084	5,100,019	1,531	5,098,488	1,128	9,433,329	17,925	9,415,403
12.4%	28.2%	-85.9%	28.5%	4.1%	85.0%	1071.0%	84.7%
852	5,334,088	10,653	5,323,436	952	5,404,472	11,784	5,392,688
-13.4%	2.2%	-76.7%	2.9%	11.7%	1.3%	10.6%	1.3%
875	5,438,839	70,356	5,368,482	784	4,914,081	17,342	4,896,739
-12.6%	20.5%	166.8%	19.7%	-10.4%	-9.6%	-75.4%	-8.8%
907	5,906,172	35,077	5,871,095	794	5,441,741	92,319	5,349,423
-5.2%	18.2%	203.6%	17.8%	-12.5%	-7.9%	163.2%	-8.9%
3,421	44,506,351	223,789	44,282,561	3,593	43,691,742	229,345	43,462,397
5.4%	8.1%	20.3%	8.1%	5.0%	-1.8%	2.5%	-1.9%
3,488	50,926,344	270,786	50,656,553	3,665	55,306,412	380,708	54,925,704
5.4%	34.1%	69.0%	33.9%	5.1%	8.6%	40.6%	8.4%
1,173	17,000,335	178,688	16,821,647	1,295	20,135,988	207,484	19,928,504
9.1%	21.2%	71.6%	20.8%	10.4%	18.4%	16.1%	18.5%
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
12,903	137,142,333	795,311	136,348,016	13,295	146,137,087	967,202	145,169,885
2.3%	20.9%	45.2%	20.8%	3.0%	6.6%	21.6%	6.5%

廣告產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	3,867	91,325,632	503,009	90,822,786	3,881	88,114,788	444,424	87,670,364	3,893	78,971,084	346,991	78,624,093
臺中市	1,689	7,606,285	47,641	7,558,645	1,676	7,417,557	48,778	7,368,779	1,663	6,244,389	44,729	6,199,660
基隆市	115	313,062	20	313,042	118	315,172	490	314,681	121	274,515	958	273,557
臺南市	668	2,808,405	105,564	2,702,841	678	2,609,649	32,249	2,577,399	686	2,669,244	21,554	2,647,690
高雄市	1,268	4,658,691	15,057	4,643,633	1,278	4,386,038	14,295	4,371,742	1,263	3,645,814	2,343	3,643,471
新北市	2,227	16,086,536	60,240	16,026,296	2,275	15,689,802	71,847	15,617,954	2,324	13,279,390	100,229	13,179,161
宜蘭縣	167	243,818	-	243,818	188	310,522	-	310,522	184	312,586	-	312,586
桃園縣	803	5,492,657	103,671	5,388,985	840	4,661,206	75,920	4,585,286	820	3,943,683	29,096	3,914,586
嘉義市	189	677,393	-	677,393	186	915,343	-	915,343	183	814,915	-	814,915
新竹縣	147	685,560	692	684,868	148	766,030	853	765,178	155	666,004	904	665,100
苗栗縣	114	233,840	-	233,840	118	270,762	-	270,762	115	305,024	-	305,024
南投縣	140	210,903	-	210,903	129	202,358	-	202,358	129	198,996	-	198,996
彰化縣	318	903,925	-	903,925	321	865,079	-	865,079	317	853,123	-	853,123
新竹市	169	598,768	4,822	593,946	177	577,565	682	576,883	177	506,464	798	505,666
雲林縣	131	150,265	-	150,265	133	148,309	-	148,309	134	162,582	-	162,582
嘉義縣	81	106,180	-	106,180	80	103,374	-	103,374	76	93,730	-	93,730
屏東縣	143	136,829	-	136,829	145	131,397	-	131,397	152	137,855	-	137,846
花蓮縣	128	204,728	-	204,728	128	215,388	-	215,388	129	213,790	-	213,790
臺東縣	49	87,696	-	87,696	48	85,947	-	85,947	52	90,061	-	90,061
金門縣	20	14,210	-	14,210	19	16,390	-	16,390	20	18,627	-	18,627
澎湖縣	16	12,593	-	12,593	18	14,865	-	14,865	18	14,033	-	14,033
連江縣	4	7,020	-	7,020	4	8,002	-	8,002	6	7,577	-	7,577
合計	12,453	132,564,996	840,716	131,724,443	12,588	127,825,543	689,539	127,136,004	12,617	113,423,484	547,611	112,875,873

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

廣告產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	2,468	2,996,980	3,020	2,993,960	2,455	2,887,160	1,476	2,885,684	2,447	2,686,890	372	2,686,519
					-0.5%	-3.7%	-51.1%	-3.6%	-0.3%	-6.9%	-74.8%	-6.9%
0.1-1 百萬元	3,638	10,318,608	179,517	10,139,253	3,842	9,875,560	112,687	9,762,873	3,973	8,553,572	98,396	8,455,177
					5.6%	-4.3%	-37.2%	-3.7%	3.4%	-13.4%	-12.7%	-13.4%
1-5 百萬元	4,228	42,510,442	180,846	42,329,597	4,235	41,900,777	195,644	41,705,133	4,175	35,889,090	148,307	35,740,783
					0.2%	-1.4%	8.2%	-1.5%	-1.4%	-14.3%	-24.2%	-14.3%
5-10 百萬元	1,375	19,756,942	167,294	19,589,648	1,330	18,658,853	128,759	18,530,094	1,306	16,569,560	110,000	16,459,560
					-3.3%	-5.6%	-23.0%	-5.4%	-1.8%	-11.2%	-14.6%	-11.2%
10-20 百萬元	468	19,235,566	94,399	19,141,167	460	17,626,686	68,194	17,558,493	456	16,010,654	14,488	15,996,166
					-1.7%	-8.4%	-27.8%	-8.3%	-0.9%	-9.2%	-78.8%	-8.9%
20-30 百萬元	138	9,695,477	68,343	9,627,134	132	9,558,256	44,214	9,514,042	124	8,143,488	30,952	8,112,536
					-4.3%	-1.4%	-35.3%	-1.2%	-6.1%	-14.8%	-30.0%	-14.7%
30-40 百萬元	32	5,748,551	-	5,748,551	30	4,926,026	17,975	4,908,051	30	3,920,914	1,018	3,919,896
					-6.3%	-14.3%	-	-14.6%	0.0%	-20.4%	-94.3%	-20.1%
40-50 百萬元	11	2,009,382	-	2,009,382	11	1,602,319	7,068	1,595,251	11	1,090,322	605	1,089,717
					0.0%	-20.3%	-	-20.6%	0.0%	-32.0%	-91.4%	-31.7%
50-60 百萬元	23	1,565,698	-	1,565,698	21	2,029,793	28,811	2,000,982	22	1,784,041	24,817	1,759,223
					-8.7%	29.6%	-	27.8%	4.8%	-12.1%	-13.9%	-12.1%
60-80 百萬元	20	3,275,010	58,128	3,216,882	20	3,599,699	40,763	3,558,936	21	3,893,464	69,139	3,824,325
					0.0%	9.9%	-29.9%	10.6%	5.0%	8.2%	69.6%	7.5%
0.8-1 億元	9	2,324,917	31,408	2,293,508	9	1,900,532	3,169	1,897,364	9	1,606,895	6,915	1,599,980
					0.0%	-18.3%	-89.9%	-17.3%	0.0%	-15.5%	118.2%	-15.7%
1-2 億元	27	7,368,522	12	7,368,511	27	7,176,180	1,982	7,174,198	27	7,512,551	119	7,512,432
					0.0%	-2.6%	17066.9%	-2.6%	0.0%	4.7%	-94.0%	4.7%
2 億元以上	16	5,758,902	57,751	5,701,151	16	6,083,703	38,799	6,044,904	16	5,762,044	42,484	5,719,559
					0.0%	5.6%	-32.8%	6.0%	0.0%	-5.3%	9.5%	-5.4%
合計	12,453	132,564,996	840,716	131,724,443	12,588	127,825,543	689,539	127,136,004	12,617	113,423,484	547,611	112,875,873
					1.1%	-3.6%	-18.0%	-3.5%	0.2%	-11.3%	-20.6%	-11.2%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
3,927	95,236,014	502,421	94,734,587	4,001	101,673,766	568,530	101,105,236
1,730	7,714,135	49,977	7,664,158	1,829	8,737,810	63,817	8,673,993
122	307,865	69	307,796	112	230,695	3,038	227,656
715	2,964,738	65,567	2,899,171	753	3,099,324	76,190	3,023,134
1,296	4,115,135	17,136	4,097,998	1,323	4,440,355	23,538	4,416,817
2,356	16,551,939	117,438	16,434,501	2,436	17,277,892	180,475	17,097,416
194	324,362	945	323,417	192	377,038	5,180	371,859
840	5,370,756	31,150	5,339,606	870	5,273,945	22,297	5,251,648
185	734,611	-	734,611	199	805,790	-	805,790
174	876,961	7,828	869,132	171	1,113,134	22,484	1,090,650
119	296,714	-	296,714	128	265,355	-	265,355
135	197,775	-	197,775	135	228,668	-	228,668
329	916,035	47	915,988	336	1,001,289	234	1,001,055
181	748,723	2,734	745,989	196	768,971	1,418	767,553
140	165,403	-	165,403	146	178,553	-	178,553
75	107,962	-	107,962	76	104,760	-	104,760
156	143,661	-	143,661	160	159,102	-	159,102
132	222,961	-	222,961	133	247,775	-	247,775
49	93,951	-	93,951	49	89,715	-	89,715
24	20,701	-	20,701	28	32,451	-	32,451
18	18,702	-	18,702	18	18,857	-	18,857
6	13,231	-	13,231	4	11,841	-	11,841
12,903	137,142,333	795,311	136,348,016	13,295	146,137,087	967,202	145,169,885

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
2,497	3,157,021	113	3,156,908	2,551	6,581,101	55	6,581,046
2.0%	17.5%	-69.6%	17.5%	2.2%	108.5%	-51.2%	108.5%
4,195	11,521,471	174,857	11,346,614	4,461	12,986,526	246,109	12,740,417
5.6%	34.7%	77.7%	34.2%	6.3%	12.7%	40.7%	12.3%
4,239	43,290,382	160,362	43,130,020	4,315	43,767,527	176,880	43,590,647
1.5%	20.6%	8.1%	20.7%	1.8%	1.1%	10.3%	1.1%
1,270	20,667,375	132,507	20,535,861	1,267	20,676,939	168,541	20,508,397
-2.8%	24.7%	20.5%	24.8%	-0.2%	0.0%	27.2%	-0.1%
451	19,151,847	18,443	19,133,405	445	20,094,045	43,125	20,050,920
-1.1%	19.6%	27.3%	19.6%	-1.3%	4.9%	133.8%	4.8%
119	10,845,359	26,577	10,818,782	123	11,003,828	65,637	10,938,192
-4.0%	33.2%	-14.1%	33.4%	3.4%	1.5%	147.0%	1.1%
29	4,616,642	0	4,616,642	31	4,636,777	5	4,636,772
-3.3%	17.7%	-100.0%	17.8%	6.9%	0.4%	-	0.4%
9	1,157,289	722	1,156,568	9	1,425,499	-	1,425,499
-18.2%	6.1%	19.3%	6.1%	0.0%	23.2%	-	23.3%
23	1,652,013	41,942	1,610,071	23	1,992,055	16,672	1,975,382
4.5%	-7.4%	69.0%	-8.5%	0.0%	20.6%	-60.2%	22.7%
20	4,839,383	141,687	4,697,696	19	5,514,146	148,806	5,365,341
-4.8%	24.3%	104.9%	22.8%	-5.0%	13.9%	5.0%	14.2%
9	1,964,555	2,577	1,961,978	9	2,380,954	626	2,380,327
0.0%	22.3%	-62.7%	22.6%	0.0%	21.2%	-75.7%	21.3%
26	9,057,361	1,137	9,056,224	26	10,442,499	6,638	10,435,861
-3.7%	20.6%	856.4%	20.5%	0.0%	15.3%	483.9%	15.2%
16	5,221,635	94,388	5,127,247	16	4,635,191	94,108	4,541,083
0.0%	-9.4%	122.2%	-10.4%	0.0%	-11.2%	-0.3%	-11.4%
12,903	137,142,333	795,311	136,348,016	13,295	146,137,087	967,202	145,169,885
2.3%	20.9%	45.2%	20.8%	3.0%	6.6%	21.6%	6.5%

流行音樂及文化內容產業

流行音樂及文化內容產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

流行音樂及 文化內容產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
3313-00	樂器製造業	149	5,111,800	2,771,780	2,340,021	144	4,864,217	2,556,774	2,307,444	141	3,744,517	1,987,053	1,757,464
						-3.4%	-4.8%	-7.8%	-1.4%	-2.1%	-23.0%	-22.3%	-23.8%
4764-11	錄影帶、錄音帶 碟影片零售	581	4,403,207	59,513	4,343,694	547	3,915,262	56,124	3,859,138	517	3,503,653	41,701	3,461,952
						-5.9%	-11.1%	-5.7%	-11.2%	-5.5%	-10.5%	-25.7%	-10.3%
5920-11	唱片出版	199	1,841,772	64,268	1,777,504	193	1,689,123	94,764	1,594,359	187	1,945,038	107,607	1,837,432
						-3.0%	-8.3%	47.5%	-10.3%	-3.1%	15.2%	-	15.2%
5920-12	雷射唱片出版	102	1,692,336	196,685	1,496,426	91	1,642,750	255,090	1,387,659	85	1,474,095	234,327	1,239,767
						-10.8%	-2.9%	-	-7.3%	-6.6%	-10.3%	-	-10.7%
5920-13	錄音帶出版	187	1,058,408	22,263	1,036,145	181	973,727	23,206	950,521	173	844,511	21,237	823,274
						-3.2%	-8.0%	4.2%	-8.3%	-4.4%	-13.3%	-8.5%	-13.4%
5920-14	音樂書籍出版	9	31,503	4,197	27,305	14	47,401	3,580	43,821	25	54,595	5,346	49,249
						55.6%	50.5%	-	60.5%	78.6%	15.2%	-	12.4%
5920-15	音樂詞曲版權代理	22	103,207	4,090	99,117	27	123,921	4,329	119,592	27	136,096	3,602	132,494
						22.7%	20.1%	5.8%	20.7%	0.0%	9.8%	-16.8%	10.8%
5920-20	聲音錄製服務	7	54,323	-	54,323	9	59,526	-	59,526	15	38,679	-	38,679
						28.6%	9.6%	-	9.6%	66.7%	-35.0%	-	-35.0%
5920-21	音樂出版	9	740,484	178,848	561,636	19	702,357	147,134	555,223	30	768,060	180,072	587,989
						111.1%	-5.1%	-17.7%	-1.1%	57.9%	9.4%	22.4%	5.9%
7603-00	藝人及模特兒等 經紀服務	139	1,230,956	724	1,230,232	150	1,158,434	132,181	1,026,253	158	2,028,915	92,516	1,936,398
						7.9%	-5.9%	18148.3%	-16.6%	5.3%	75.1%	-	88.7%
7719-13	舞台音響設備出租	317	550,883	12	550,871	317	553,457	62	553,394	323	582,218	-	582,218
						0.0%	0.5%	420.0%	0.5%	1.9%	5.2%	-	5.2%
合計		1,721	16,818,879	3,302,380	13,517,275	1,692	15,730,174	3,273,245	12,456,929	1,681	15,120,377	2,673,460	12,446,917
						-1.7%	-6.5%	-0.9%	-7.8%	-0.7%	-3.9%	-18.3%	-0.1%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

流行音樂及文化內容產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	150	673,289	2,033	671,255	108	122,722	37,985	84,736	135	151,615	558	151,056
					-28.0%	-81.8%	1768.0%	-87.4%	25.0%	23.5%	-98.5%	78.3%
1-2 年	151	424,983	41,497	383,487	151	824,821	137,058	687,764	104	332,133	42,425	289,708
					0.0%	94.1%	230.3%	79.3%	-31.1%	-59.7%	-69.0%	-57.9%
2-3 年	172	707,867	21,703	686,164	125	376,426	33,016	343,411	125	1,030,161	96,048	934,113
					-27.3%	-46.8%	52.1%	-50.0%	0.0%	173.7%	190.9%	172.0%
3-4 年	134	943,498	2,808	940,690	147	685,429	29,510	655,919	112	329,681	29,691	299,990
					9.7%	-27.4%	951.1%	-30.3%	-23.8%	-51.9%	0.6%	-54.3%
4-5 年	140	1,242,253	26,179	1,216,074	118	938,472	1,100	937,371	129	1,246,946	33,101	1,213,846
					-15.7%	-24.5%	-95.8%	-22.9%	9.3%	32.9%	2908.4%	29.5%
5-10 年	487	4,212,524	787,242	3,425,282	524	3,911,077	652,791	3,258,286	487	3,187,899	66,091	3,121,808
					7.6%	-7.2%	-17.1%	-4.9%	-7.1%	-18.5%	-89.9%	-4.2%
10-20 年	310	4,311,771	566,621	3,745,925	323	4,670,465	644,582	4,025,882	388	5,301,341	1,128,385	4,172,956
					4.2%	8.3%	13.8%	7.5%	20.1%	13.5%	75.1%	3.7%
20 年以上	177	4,302,694	1,854,297	2,448,397	195	4,200,762	1,737,203	2,463,560	201	3,540,601	1,277,162	2,263,439
					10.2%	-2.4%	-6.3%	0.6%	3.1%	-15.7%	-26.5%	-8.1%
年數未知	-	-	-	-	1	-	-	-	0	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	1721	16,818,879	3,302,380	13,517,275	1,692	15,730,174	3,273,245	12,456,929	1,681	15,120,377	2,673,460	12,446,917
					-1.7%	-6.5%	-0.9%	-7.8%	-0.7%	-3.9%	-18.3%	-0.1%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
136	4,637,091	1,948,067	2,689,025	133	3,934,495	1,884,701	2,049,794
-3.5%	23.8%	-2.0%	53.0%	-2.2%	-15.2%	-3.3%	-23.8%
484	3,325,941	47,250	3,278,691	450	3,068,237	55,414	3,012,822
-6.4%	-5.1%	13.3%	-5.3%	-7.0%	-7.7%	17.3%	-8.1%
188	1,833,268	140,663	1,692,604	183	2,116,643	181,266	1,935,377
0.5%	-5.7%	-	-7.9%	-2.7%	15.5%	28.9%	14.3%
83	1,621,185	242,619	1,378,565	78	1,757,397	223,550	1,533,847
-2.4%	10.0%	3.5%	11.2%	-6.0%	8.4%	-7.9%	11.3%
169	813,917	31,012	782,905	166	852,130	36,796	815,334
-2.3%	-3.6%	46.0%	-4.9%	-1.8%	4.7%	18.6%	4.1%
35	143,989	5,488	138,501	41	111,764	6,497	105,267
40.0%	163.7%	-	181.2%	17.1%	-22.4%	-	-24.0%
27	189,853	2,210	187,643	31	248,580	2,330	246,249
0.0%	39.5%	-38.6%	41.6%	14.8%	30.9%	5.4%	31.2%
21	73,468	-	73,468	27	79,215	-	79,215
40.0%	89.9%	-	89.9%	28.6%	7.8%	-	7.8%
56	893,074	156,860	736,214	69	1,308,695	134,212	1,174,483
86.7%	16.3%	-12.9%	25.2%	23.2%	46.5%	-14.4%	59.5%
187	2,194,586	117,404	2,077,181	223	2,382,498	114,097	2,268,402
18.4%	8.2%	-	7.3%	19.3%	8.6%	-	9.2%
345	662,770	1,232	661,538	363	705,976	-	705,976
6.8%	13.8%	-	13.6%	5.2%	6.5%	-	6.7%
1,731	16,389,142	2,692,807	13,696,335	1,764	16,565,629	2,638,863	13,926,766
3.0%	8.4%	0.7%	10.0%	1.9%	1.1%	-2.0%	1.7%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
157	286,162	-	286,162	143	244,086	125	243,962
16.3%	88.7%	-	89.4%	-8.9%	-14.7%	-	-14.7%
133	393,771	495	393,276	155	516,851	8,471	508,381
27.9%	18.6%	-98.8%	35.7%	16.5%	31.3%	1611.5%	29.3%
93	423,760	61,632	362,128	121	388,232	454	387,778
-25.6%	-58.9%	-35.8%	-61.2%	30.1%	-8.4%	-99.3%	7.1%
114	1,048,974	130,390	918,584	90	541,384	88,231	453,153
1.8%	218.2%	339.2%	206.2%	-21.1%	-48.4%	-32.3%	-50.7%
100	339,295	38,838	300,458	106	1,200,143	161,772	1,038,371
-22.5%	-72.8%	17.3%	-75.2%	6.0%	253.7%	316.5%	245.6%
485	3,647,201	85,160	3,562,042	455	3,713,662	86,103	3,627,559
-0.4%	14.4%	28.9%	14.1%	-6.2%	1.8%	1.1%	1.8%
431	5,634,338	955,497	4,678,841	461	5,848,912	758,251	5,090,661
11.1%	6.3%	-15.3%	12.1%	7.0%	3.8%	-20.6%	8.8%
218	4,615,640	1,420,795	3,194,846	233	4,112,357	1,535,456	2,576,901
8.5%	30.4%	11.2%	41.2%	6.9%	-10.9%	8.1%	-19.3%
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
1,731	16,389,142	2,692,807	13,696,335	1,764	16,565,629	2,638,863	13,926,766
3.0%	8.4%	0.7%	10.0%	1.9%	1.1%	-2.0%	1.7%

流行音樂及文化內容產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	581	6,904,817	342,783	6,562,033	592	6,606,255	509,502	6,096,753	587	7,583,819	512,634	7,071,185
臺中市	293	4,478,162	2,450,754	2,027,408	277	4,414,040	2,416,292	1,997,747	261	3,409,301	1,898,546	1,510,755
基隆市	19	80,687	12	80,675	15	47,807	-	47,807	14	37,642	-	37,642
臺南市	98	726,423	38,173	689,024	103	661,137	34,686	626,451	104	607,585	28,269	579,317
高雄市	124	983,677	94,017	889,660	121	673,018	4,185	668,833	113	571,624	4,798	566,827
新北市	194	1,106,544	164,313	942,231	186	984,719	163,874	820,844	202	957,274	157,175	800,100
宜蘭縣	31	62,182	-	62,182	29	51,702	-	51,702	22	42,720	-	42,720
桃園縣	79	1,752,919	203,115	1,549,804	74	1,625,658	137,248	1,488,410	74	1,344,059	61,880	1,282,178
嘉義市	23	17,227	-	17,227	21	16,114	-	16,114	20	15,981	-	15,981
新竹縣	18	18,570	-	18,570	19	19,508	-	19,508	20	30,526	-	30,526
苗栗縣	27	28,744	-	28,744	30	31,012	-	31,012	31	27,274	-	27,274
南投縣	23	29,788	-	29,788	23	32,835	-	32,835	25	37,872	-	37,872
彰化縣	57	167,519	-	167,519	51	98,682	-	98,682	47	89,298	-	89,298
新竹市	21	111,249	-	111,249	19	101,770	-	101,770	19	74,810	-	74,810
雲林縣	28	43,300	-	43,300	30	52,598	-	52,598	32	58,201	-	58,201
嘉義縣	13	77,104	9,212	67,893	12	90,039	7,458	82,581	14	74,496	10,160	64,336
屏東縣	39	139,233	-	139,233	37	132,210	-	132,210	41	89,348	-	89,348
花蓮縣	23	68,934	-	68,934	24	69,558	-	69,558	23	47,169	-	47,169
臺東縣	20	15,863	-	15,863	20	16,014	-	16,014	23	15,911	-	15,911
金門縣	4	2,284	-	2,284	4	2,300	-	2,300	5	2,615	-	2,615
澎湖縣	4	2,300	-	2,300	3	1,845	-	1,845	2	1,501	-	1,501
連江縣	2	1,352	-	1,352	2	1,352	-	1,352	2	1,352	-	1,352
合計	1,721	16,818,879	3,302,380	13,517,275	1,692	15,730,174	3,273,245	12,456,929	1,681	15,120,377	2,673,460	12,446,917

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

流行音樂及文化內容產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
未滿 0.1 百萬元	566	2,946,509	4,539	2,941,970	550 -2.8%	2,557,784 -13.2%	6,887 51.7%	2,550,897 -13.3%	542 -1.5%	2,177,548 -14.9%	11,824 71.7%	2,165,724 -15.1%
0.1-1 百萬元	508	1,530,803	192,074	1,338,729	506 -0.4%	1,489,358 -2.7%	114,540 -40.4%	1,374,818 2.7%	506 0.0%	1,284,005 -13.8%	47,268 -58.7%	1,236,737 -10.0%
1-5 百萬元	369	1,915,695	98,482	1,817,214	371 0.5%	1,921,801 0.3%	102,192 3.8%	1,819,610 0.1%	371 0.0%	2,187,565 13.8%	108,275 6.0%	2,079,291 14.3%
5-10 百萬元	173	2,231,535	292,122	1,939,413	167 -3.5%	2,184,565 -2.1%	448,992 53.7%	1,735,573 -10.5%	163 -2.4%	1,994,689 -8.7%	348,254 -22.4%	1,646,435 -5.1%
10-20 百萬元	54	1,851,301	958,353	892,948	47 -13.0%	1,696,976 -8.3%	941,018 -1.8%	755,958 -15.3%	50 6.4%	1,462,316 -13.8%	817,169 -13.2%	645,146 -14.7%
20-30 百萬元	17	1,085,516	422,497	663,018	20 17.6%	1,009,176 -7.0%	386,608 -8.5%	622,567 -6.1%	19 -5.0%	969,055 -4.0%	309,308 -20.0%	659,747 6.0%
30-40 百萬元	9	666,904	20,358	646,545	8 -11.1%	709,453 6.4%	42,342 108.0%	667,111 3.2%	8 0.0%	572,837 -19.3%	27,408 -35.3%	545,429 -18.2%
40-50 百萬元	2	6,030	-	6,030	1 -50.0%	5,440 -9.8%	-	5,440 -9.8%	1 0.0%	5,585 2.7%	-	5,585 2.7%
50-60 百萬元	8	944,716	179,577	765,914	9 12.5%	800,979 -15.2%	147,134 -18.1%	653,845 -14.6%	9 0.0%	730,092 -8.9%	180,072 22.4%	550,020 -15.9%
60-80 百萬元	4	997,785	895,020	102,766	4 0.0%	1,017,311 2.0%	910,884 1.8%	106,428 3.6%	3 -25.0%	746,627 -26.6%	669,149 -26.5%	77,478 -27.2%
0.8-1 億元	1	610,186	10,473	599,713	1 0.0%	486,247 -20.3%	5,788 -44.7%	480,459 -19.9%	1 0.0%	598,778 23.1%	8,169 41.1%	590,609 22.9%
1-2 億元	3	436,348	1,726	434,621	3 0.0%	448,057 2.7%	1,118 -35.2%	446,938 2.8%	3 0.0%	1,107,506 147.2%	2,915 160.7%	1,104,591 147.1%
2 億元以上	7	1,595,552	227,158	1,368,393	5 -28.6%	1,403,027 -12.1%	165,743 -27.0%	1,237,284 -9.6%	5 0.0%	1,283,776 -8.5%	143,651 -13.3%	1,140,125 -7.9%
合計	1,721	16,818,879	3,302,380	13,517,275	1,692 -1.7%	15,730,174 -6.5%	3,273,245 -0.9%	12,456,929 -7.8%	1,681 -0.7%	15,120,377 -3.9%	2,673,460 -18.3%	12,446,917 -0.1%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
623	8,023,641	535,905	7,487,737	635	8,968,815	597,116	8,371,698
258	3,470,602	1,905,678	1,564,923	250	3,705,464	1,822,844	1,882,620
14	37,616	-	37,616	15	33,266	55	33,211
104	598,703	36,213	562,490	106	635,241	41,860	593,381
108	543,392	6,086	537,306	107	539,158	5,837	533,321
209	1,046,296	186,062	860,235	224	1,006,850	144,066	862,784
24	39,437	-	39,437	28	41,555	-	41,555
80	2,113,186	10,147	2,103,039	80	1,086,392	5,771	1,080,621
21	16,143	-	16,143	23	25,679	-	25,679
23	27,972	-	27,972	20	22,699	-	22,699
34	30,627	-	30,627	35	30,440	-	30,440
27	50,084	1,655	48,428	29	48,743	4,274	44,469
47	85,946	-	85,946	48	86,962	-	86,962
21	55,449	1,232	54,217	21	49,559	-	49,559
29	34,478	-	34,478	30	41,289	-	41,289
17	72,660	9,828	62,832	17	80,947	17,039	63,908
39	65,231	-	65,231	42	73,356	-	73,356
22	55,508	-	55,508	24	67,256	-	67,256
22	16,252	-	16,252	22	17,058	-	17,058
5	3,118	-	3,118	5	3,176	-	3,176
2	1,449	-	1,449	1	679	-	679
2	1,352	-	1,352	2	1,043	-	1,043
1,731	16,389,142	2,692,807	13,696,335	1,764	16,565,629	2,638,863	13,926,766

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
530	2,002,779	15,876	1,986,903	518	1,896,729	14,286	1,882,444
-2.2%	-8.0%	34.3%	-8.3%	-2.3%	-5.3%	-10.0%	-5.3%
549	2,272,065	1,604	2,270,461	585	1,437,619	1,692	1,435,927
8.5%	77.0%	-96.6%	83.6%	6.6%	-36.7%	5.4%	-36.8%
391	2,379,512	118,888	2,260,624	394	2,833,040	138,619	2,694,422
5.4%	8.8%	9.8%	8.7%	0.8%	19.1%	16.6%	19.2%
162	2,195,651	455,498	1,740,154	168	2,293,028	468,735	1,824,294
-0.6%	10.1%	30.8%	5.7%	3.7%	4.4%	2.9%	4.8%
49	1,450,802	684,934	765,868	50	1,713,455	564,932	1,148,523
-2.0%	-0.8%	-16.2%	18.7%	2.0%	18.1%	-17.5%	50.0%
18	1,074,200	349,930	724,271	18	1,092,089	322,969	769,120
-5.3%	10.9%	13.1%	9.8%	0.0%	1.7%	-7.7%	6.2%
9	594,445	14,353	580,092	8	641,046	42,698	598,348
12.5%	3.8%	-47.6%	6.4%	-11.1%	7.8%	197.5%	3.1%
2	4,453	-	4,453	2	4,097	-	4,097
100.0%	-20.3%	-	-20.3%	0.0%	-8.0%	-	-8.0%
8	705,516	155,952	549,564	8	907,016	122,602	784,414
-11.1%	-3.4%	-13.4%	-0.1%	0.0%	28.6%	-21.4%	42.7%
3	805,259	713,102	92,157	3	928,192	828,245	99,947
0.0%	7.9%	6.6%	18.9%	0.0%	15.3%	16.1%	8.5%
1	574,952	4,494	570,459	1	585,172	6,898	578,274
0.0%	-4.0%	-45.0%	-3.4%	0.0%	1.8%	53.5%	1.4%
3	986,829	3,367	983,461	3	1,009,713	1,065	1,008,648
0.0%	-10.9%	15.5%	-11.0%	0.0%	2.3%	-68.4%	2.6%
6	1,342,679	174,809	1,167,870	6	1,224,431	126,124	1,098,307
20.0%	4.6%	21.7%	2.4%	0.0%	-8.8%	-27.9%	-6.0%
1,731	16,389,142	2,692,807	13,696,335	1,764	16,565,629	2,638,863	13,926,766
3.0%	8.4%	0.7%	10.0%	1.9%	1.1%	-2.0%	1.7%

產品設計產業

產品設計產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

產品設計產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
7409-11	產品外觀設計	1,296	41,587,590	25,765,807	15,821,783	1,343	33,745,259	22,577,378	11,167,881	1,422	37,187,333	24,344,366	12,844,626
						3.6%	-18.9%	-12.4%	-29.4%	5.9%	10.2%	7.8%	15.0%
7409-14	工業設計	9	35,949	-	35,949	24	80,235	677	79,557	40	85,948	4,594	81,355
						166.7%	123.2%		121.3%	66.7%	7.1%	578.3%	2.3%
7409-99	未分類其他專門設計服務業	867	15,800,691	3,151,142	12,649,549	910	14,423,747	3,220,232	11,203,515	952	12,698,974	2,366,356	10,333,014
						5.0%	-8.7%	2.2%	-11.4%	4.6%	-12.0%	-26.5%	-7.8%
合計		2,172	57,424,230	28,916,949	28,507,281	2,277	48,249,241	25,798,287	22,450,954	2,414	49,972,256	26,715,316	23,258,995
						4.8%	-16.0%	-10.8%	-21.2%	6.0%	3.6%	3.6%	3.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

產品設計產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	312	246,458	4,212	242,246	272	331,895	55,764	276,131	335	301,063	7,435	293,629
					-12.8%	34.7%	1224.0%	14.0%	23.2%	-9.3%	-86.7%	6.3%
1-2 年	329	1,700,409	419,800	1,280,609	317	700,778	79,576	621,202	275	686,398	258,932	427,465
					-3.6%	-58.8%	-81.0%	-51.5%	-13.2%	-2.1%	225.4%	-31.2%
2-3 年	276	1,778,740	249,507	1,529,233	284	1,408,432	272,094	1,136,338	277	691,767	112,942	578,825
					2.9%	-20.8%	9.1%	-25.7%	-2.5%	-50.9%	-58.5%	-49.1%
3-4 年	177	3,519,554	570,132	2,949,422	237	1,520,791	775,387	745,404	247	1,199,019	214,569	986,110
					33.9%	-56.8%	36.0%	-74.7%	4.2%	-21.2%	-72.3%	32.3%
4-5 年	192	1,193,677	513,812	679,865	159	2,878,953	243,083	2,635,870	209	1,153,516	436,558	716,958
					-17.2%	141.2%	-52.7%	287.7%	31.4%	-59.9%	79.6%	-72.8%
5-10 年	547	22,640,365	9,753,160	12,887,205	624	15,353,132	5,415,949	9,937,183	647	20,032,542	7,094,307	12,938,631
					14.1%	-32.2%	-44.5%	-22.9%	3.7%	30.5%	31.0%	30.2%
10-20 年	294	24,219,393	17,323,361	6,896,032	329	24,907,384	18,823,136	6,084,248	365	24,798,059	18,484,413	6,313,646
					11.9%	2.8%	8.7%	-11.8%	10.9%	-0.4%	-1.8%	3.8%
20 年以上	45	2,125,634	82,964	2,042,670	55	1,147,875	133,298	1,014,577	59	1,109,891	106,161	1,003,731
					22.2%	-46.0%	60.7%	-50.3%	7.3%	-3.3%	-20.4%	-1.1%
年數未知	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	2,172	57,424,230	28,916,949	28,507,281	2,277	48,249,241	25,798,287	22,450,954	2,414	49,972,256	26,715,316	23,258,995
					4.8%	-16.0%	-10.8%	-21.2%	6.0%	3.6%	3.6%	3.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
1,513	43,279,270	32,228,918	11,050,351	1,623	40,496,865	29,988,086	10,514,167
6.4%	16.4%	32.4%	-14.0%	7.3%	-6.4%	-7.0%	-4.9%
58	202,259	21,513	180,745	73	263,061	27,402	235,659
45.0%	135.3%	368.3%	122.2%	25.9%	30.1%	27.4%	30.4%
1,022	16,129,984	2,168,594	13,969,558	1,134	16,880,896	1,620,458	15,262,979
7.4%	27.0%	-8.4%	35.2%	11.0%	4.7%	-25.3%	9.3%
2,593	59,611,512	34,419,026	25,200,654	2,830	57,640,822	31,635,947	26,012,805
7.4%	19.3%	28.8%	8.3%	9.1%	-3.3%	-8.1%	3.2%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
351	344,198	57,160	287,038	397	306,491	6,283	300,207
4.8%	14.3%	668.8%	-2.2%	13.1%	-11.0%	-89.0%	4.6%
334	1,024,252	193,851	830,401	363	1,190,290	463,400	726,890
21.5%	49.2%	-25.1%	94.3%	8.7%	16.2%	139.0%	-12.5%
237	764,257	153,274	610,983	293	1,169,402	216,441	952,961
-14.4%	10.5%	35.7%	5.6%	23.6%	53.0%	41.2%	56.0%
248	717,107	84,983	632,124	214	755,962	108,345	650,245
0.4%	-40.2%	-60.4%	-35.9%	-13.7%	5.4%	27.5%	2.9%
224	1,420,603	221,820	1,198,783	229	771,872	67,898	703,974
7.2%	23.2%	-49.2%	67.2%	2.2%	-45.7%	-69.4%	-41.3%
719	16,421,977	6,111,308	10,318,837	781	12,213,414	2,407,206	9,808,749
11.1%	-18.0%	-13.9%	-20.2%	8.6%	-25.6%	-60.6%	-4.9%
411	37,604,049	27,441,666	10,162,383	474	39,970,512	28,202,797	11,770,475
12.6%	51.6%	48.5%	61.0%	15.3%	6.3%	2.8%	15.8%
69	1,315,070	154,965	1,160,106	79	1,262,879	163,575	1,099,304
16.9%	18.5%	46.0%	15.6%	14.5%	-4.0%	5.6%	-5.2%
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
2,593	59,611,512	34,419,026	25,200,654	2,830	57,640,822	31,635,947	26,012,805
7.4%	19.3%	28.8%	8.3%	9.1%	-3.3%	-8.1%	3.2%

產品設計產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	635	38,032,520	18,929,314	19,103,206	658	29,567,036	15,974,944	13,592,092	705	30,483,375	16,035,491	14,449,940
臺中市	320	2,641,044	547,614	2,093,430	340	2,832,927	652,359	2,180,568	360	2,347,619	553,848	1,793,771
基隆市	21	55,129	415	54,714	21	59,524	129	59,394	22	64,652	283	64,370
臺南市	179	448,184	17,036	431,148	201	518,306	18,051	500,256	222	529,784	16,175	513,608
高雄市	112	327,550	4,380	323,170	126	381,757	17,018	364,739	145	287,085	2,972	284,113
新北市	419	3,378,286	674,475	2,703,811	437	3,068,806	1,012,731	2,056,076	454	3,488,268	863,696	2,624,571
宜蘭縣	22	33,249	195	33,054	23	26,156	-	26,156	21	19,499	-	19,499
桃園縣	168	3,471,548	2,541,788	929,760	170	3,776,615	2,644,891	1,131,724	163	4,079,810	2,904,291	1,175,519
嘉義市	22	16,843	1,500	15,343	23	16,376	676	15,701	25	17,150	20	17,129
新竹縣	52	6,614,066	5,278,145	1,335,921	46	6,092,190	4,743,535	1,348,655	53	7,283,525	5,893,484	1,390,041
苗栗縣	15	12,152	1,171	10,980	16	12,928	91	12,838	16	17,681	-	17,681
南投縣	15	29,153	-	29,153	16	26,622	965	25,658	19	40,530	3,362	37,168
彰化縣	68	135,341	683	134,658	67	153,902	130	153,772	67	110,221	81	110,140
新竹市	67	2,060,329	900,899	1,159,429	72	1,546,690	700,636	846,055	76	1,035,092	420,192	614,900
雲林縣	8	14,323	-	14,323	9	9,457	335	9,122	7	13,023	178	12,845
嘉義縣	14	120,985	14,880	106,105	15	121,022	28,383	92,639	12	109,954	18,229	91,724
屏東縣	20	23,139	4,454	18,685	24	29,257	3,414	25,843	31	35,741	3,014	32,727
花蓮縣	12	9,254	-	9,254	10	7,881	-	7,881	14	7,359	-	7,359
臺東縣	2	200	-	200	2	785	-	785	1	950	-	950
金門縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
澎湖縣	1	936	-	936	1	1,003	-	1,003	1	939	-	939
連江縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	2,172	57,424,230	28,916,949	28,507,281	2,277	48,249,241	25,798,287	22,450,954	2,414	49,972,256	26,715,316	23,258,995

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

產品設計產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	290	3,114,419	490,777	2,623,642	309	2,704,223	51,449	2,652,775	328	2,468,386	4,912	2,463,474
					6.6%	-13.2%	-89.5%	1.1%	6.1%	-8.7%	-90.5%	-7.1%
0.1-1 百萬元	733	1,230,059	34,843	1,195,217	798	1,378,857	42,492	1,336,365	869	1,435,398	43,643	1,393,416
					8.9%	12.1%	22.0%	11.8%	8.9%	4.1%	2.7%	4.3%
1-5 百萬元	698	5,871,955	412,162	5,459,793	714	5,508,385	955,765	4,552,619	749	4,465,833	594,118	3,871,715
					2.3%	-6.2%	131.9%	-16.6%	4.9%	-18.9%	-37.8%	-15.0%
5-10 百萬元	248	5,150,631	1,051,103	4,099,528	248	4,210,343	779,070	3,431,273	251	3,916,716	579,353	3,337,363
					0.0%	-18.3%	-25.9%	-16.3%	1.2%	-7.0%	-25.6%	-2.7%
10-20 百萬元	73	1,637,345	742,568	894,777	78	1,623,533	768,760	854,773	80	1,651,459	979,565	671,894
					6.8%	-0.8%	3.5%	-4.5%	2.6%	1.7%	27.4%	-21.4%
20-30 百萬元	45	939,548	232,395	707,153	42	1,261,851	326,330	935,520	46	939,942	196,029	744,309
					-6.7%	34.3%	40.4%	32.3%	9.5%	-25.5%	-39.9%	-20.4%
30-40 百萬元	15	632,279	338,183	294,096	16	870,073	248,138	621,935	18	442,107	200,979	241,128
					6.7%	37.6%	-26.6%	111.5%	12.5%	-49.2%	-19.0%	-61.2%
40-50 百萬元	1	4,677	1,286	3,391	2	5,025	-	5,025	3	1,904	-	1,904
					100.0%	7.4%	-	48.2%	50.0%	-62.1%	-	-62.1%
50-60 百萬元	8	2,090,531	91,877	1,998,653	9	1,354,547	74,374	1,280,173	10	924,273	67,259	857,014
					12.5%	-35.2%	-19.1%	-35.9%	11.1%	-31.8%	-9.6%	-33.1%
60-80 百萬元	12	266,441	157,182	109,260	11	227,645	95,819	131,826	10	210,668	82,567	128,101
					-8.3%	-14.6%	-39.0%	20.7%	-9.1%	-7.5%	-13.8%	-2.8%
0.8-1 億元	6	124,658	90,636	34,022	7	124,818	98,747	26,071	7	127,568	98,351	29,216
					16.7%	0.1%	8.9%	-23.4%	0.0%	2.2%	-0.4%	12.1%
1-2 億元	17	1,560,556	857,782	702,774	16	1,553,471	938,830	614,641	17	1,125,502	685,415	440,087
					-5.9%	-0.5%	9.4%	-12.5%	6.3%	-27.5%	-27.0%	-28.4%
2 億元以上	26	34,801,130	24,416,155	10,384,975	27	27,426,469	21,418,512	6,007,957	26	32,262,500	23,183,125	9,079,375
					3.8%	-21.2%	-12.3%	-42.1%	-3.7%	17.6%	8.2%	51.1%
合計	2,172	57,424,230	28,916,949	28,507,281	2,277	48,249,241	25,798,287	22,450,954	2,414	49,972,256	26,715,316	23,258,995
					4.8%	-16.0%	-10.8%	-21.2%	6.0%	3.6%	3.6%	3.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
736	36,952,582	24,415,985	12,536,597	798	35,178,866	23,060,640	12,120,854
388	3,110,953	844,440	2,268,760	423	3,550,535	829,747	2,720,788
25	61,005	1,150	59,855	26	55,608	1,314	54,294
236	682,591	56,729	625,863	243	692,771	43,199	652,333
161	388,186	9,779	378,408	189	444,003	6,086	437,918
498	5,627,418	1,000,922	4,626,496	538	5,570,320	382,701	5,187,620
20	29,216	-	29,216	23	30,316	0	30,316
177	5,238,356	3,826,795	1,411,560	194	4,618,016	3,195,967	1,422,050
23	13,892	-	13,892	25	13,969	0	13,969
61	5,926,993	3,718,366	2,214,548	66	6,116,196	3,727,703	2,388,493
22	27,462	3,639	23,823	26	43,371	14,799	28,572
22	43,327	1,348	41,979	28	58,454	170	58,284
74	110,400	177	110,223	83	128,201	423	127,778
81	1,210,860	502,196	708,663	89	919,612	325,586	596,567
11	11,225	-	11,225	15	16,536	0	16,536
10	132,635	29,702	102,934	10	147,901	34,043	113,858
30	35,089	7,200	27,889	33	36,784	12,274	24,510
15	7,118	-	7,118	17	16,178	275	15,902
2	1,135	599	536	2	2,093	1,020	1,072
-	-	-	-	0	0	0	0
1	1,068	-	1,068	2	1,091	0	1,091
-	-	-	-	0	0	0	0
2,593	59,611,512	34,419,026	25,200,654	2,830	57,640,822	31,635,947	26,012,805

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
363	2,928,285	69,960	2,858,324	390	3,211,140	73,291	3,137,849
10.7%	18.6%	1324.2%	16.0%	7.4%	9.7%	4.8%	9.8%
956	1,944,885	110,368	1,834,517	1,083	2,210,118	138,786	2,076,720
10.0%	35.5%	152.9%	31.7%	13.3%	13.6%	25.7%	13.2%
793	5,229,971	888,717	4,341,253	849	4,631,468	295,480	4,335,989
5.9%	17.1%	49.6%	12.1%	7.1%	-11.4%	-66.8%	-0.1%
259	4,946,244	675,240	4,273,250	273	4,719,077	546,162	4,172,915
3.2%	26.3%	16.6%	28.0%	5.4%	-4.6%	-19.1%	-2.3%
82	1,757,178	1,025,437	731,741	94	1,997,738	1,021,477	976,261
2.5%	6.4%	4.7%	8.9%	14.6%	13.7%	-0.4%	33.4%
48	1,111,772	265,093	846,679	48	1,411,822	307,290	1,104,531
4.3%	18.3%	35.2%	13.8%	0.0%	27.0%	15.9%	30.5%
16	472,601	162,153	310,448	16	498,071	138,888	359,183
-11.1%	6.9%	-19.3%	28.7%	0.0%	5.4%	-14.3%	15.7%
3	4,680	-	4,680	3	3,800	1,508	2,293
0.0%	145.8%	-	145.8%	0.0%	-18.8%	-	-51.0%
10	1,357,320	129,023	1,228,297	12	1,772,940	113,566	1,659,374
0.0%	46.9%	91.8%	43.3%	20.0%	30.6%	-12.0%	35.1%
9	227,813	64,840	168,895	8	224,706	24,860	199,847
-10.0%	8.1%	-21.5%	31.8%	-11.1%	-1.4%	-61.7%	18.3%
8	148,760	130,812	17,948	8	139,721	101,463	38,258
14.3%	16.6%	33.0%	-38.6%	0.0%	-6.1%	-22.4%	113.2%
19	1,625,349	868,159	757,190	20	1,679,303	874,753	804,550
11.8%	44.4%	26.7%	72.1%	5.3%	3.3%	0.8%	6.3%
27	37,856,654	30,029,223	7,827,431	26	35,140,917	27,998,424	7,145,034
3.8%	17.3%	29.5%	-13.8%	-3.7%	-7.2%	-6.8%	-8.7%
2,593	59,611,512	34,419,026	25,200,654	2,830	57,640,822	31,635,947	26,012,805
7.4%	19.3%	28.8%	8.3%	9.1%	-3.3%	-8.1%	3.2%

視覺傳達設計產業

視覺傳達設計產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

視覺傳達設計產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
7409-12	企業識別系統設計	35	176,317	4,000	172,317	32	212,254	7,647	204,607	29	171,167	5,953	165,214
						-8.6%	20.4%	91.2%	18.7%	-9.4%	-19.4%	-22.2%	-19.3%
7409-13	商業設計	64	582,711	487	582,224	91	591,435	456	590,980	113	731,620	11,313	720,307
						42.2%	1.5%	-6.3%	1.5%	24.2%	23.7%	2382.1%	21.9%
合計		99	759,027	4,486	754,541	123	803,689	8,103	795,586	142	902,787	17,266	885,521
						24.2%	5.9%	80.6%	5.4%	15.4%	12.3%	113.1%	11.3%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

視覺傳達設計產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	10	19,190	0	19,190	28	15,837	-	15,837	26	10,581	479	10,102
					180.0%	-17.5%	-	-17.5%	-7.1%	-33.2%	-	-36.2%
1-2 年	10	4,976	11	4,965	12	43,985	-	43,985	25	60,745	3,664	57,082
					20.0%	783.9%	-	785.8%	108.3%	38.1%	-	29.8%
2-3 年	12	60,866	4,162	56,704	10	6,900	-	6,900	10	46,960	-	46,960
					-16.7%	-88.7%	-	-87.8%	0.0%	580.6%	-	580.6%
3-4 年	9	39,547	0	39,547	11	92,970	7,647	85,323	9	12,149	-	12,149
					22.2%	135.1%	-	115.7%	-18.2%	-86.9%	-	-85.8%
4-5 年	8	117,411	0	117,411	8	46,870	456	46,414	10	82,792	5,455	77,337
					0.0%	-60.1%	-	-60.5%	25.0%	76.6%	1096.8%	66.6%
5-10 年	26	156,857	314	156,543	27	233,474	-	233,474	32	236,105	4,149	231,956
					3.8%	48.8%	-	49.1%	18.5%	1.1%	-	-0.7%
10-20 年	15	341,785	0	341,785	16	294,206	-	294,206	19	384,650	3,519	381,130
					6.7%	-13.9%	-	-13.9%	18.8%	30.7%	-	29.5%
20 年以上	9	18,395	0	18,395	11	69,449	-	69,449	11	68,805	-	68,805
					22.2%	277.5%	-	277.5%	0.0%	-0.9%	-	-0.9%
年數未知	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	99	759,027	4,486	754,541	123	803,689	8,103	795,586	142	902,787	17,266	885,521
					24.2%	5.9%	80.6%	5.4%	15.4%	12.3%	113.1%	11.3%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
32	196,624	7,405	189,219	32	217,229	3,847	213,382
10.3%	14.9%	24.4%	14.5%	0.0%	10.5%	-48.1%	12.8%
143	927,004	33,975	893,030	193	1,216,851	34,197	1,182,654
26.5%	26.7%	200.3%	24.0%	35.0%	31.3%	0.7%	32.4%
175	1,123,628	41,380	1,082,248	225	1,434,080	38,044	1,396,035
23.2%	24.5%	139.7%	22.2%	28.6%	27.6%	-8.1%	29.0%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
33	43,605	1,214	42,391	60	27,506	-	27,506
26.9%	312.1%	153.4%	319.6%	81.8%	-36.9%	-	-35.1%
27	34,790	3,589	31,201	33	85,024	2,451	82,572
8.0%	-42.7%	-2.0%	-45.3%	22.2%	144.4%	-31.7%	164.6%
21	98,036	7,167	90,869	24	44,224	5,250	38,974
110.0%	108.8%	-	93.5%	14.3%	-54.9%	-26.8%	-57.1%
10	49,503	-	49,503	20	107,831	2,724	105,107
11.1%	307.5%	-	307.5%	100.0%	117.8%	-	112.3%
9	11,621	32	11,589	8	19,629	-	19,629
-10.0%	-86.0%	-99.4%	-85.0%	-11.1%	68.9%	-	69.4%
40	290,781	16,537	274,244	40	211,913	9,484	202,429
25.0%	23.2%	298.5%	18.2%	0.0%	-27.1%	-42.7%	-26.2%
22	488,987	12,841	476,146	27	814,508	18,035	796,473
15.8%	27.1%	264.9%	24.9%	22.7%	66.6%	40.4%	67.3%
13	106,305	-	106,305	12	123,445	100	123,345
18.2%	54.5%	-	54.5%	-7.7%	16.1%	-	16.0%
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
175	1,123,628	41,380	1,082,248	224	1,434,080	38,044	1,396,035
23.2%	24.5%	139.7%	22.2%	28.0%	27.6%	-8.1%	29.0%

視覺傳達設計產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	41	590,267	210	590,057	51	593,292	456	592,836	58	682,918	3,699	679,219
臺中市	10	43,133	3,989	39,144	12	74,116	7,647	66,469	15	70,645	8,927	61,718
基隆市	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
臺南市	5	29,051	-	29,051	8	22,966	-	22,966	6	22,414	4,161	18,253
高雄市	4	13,186	-	13,186	4	14,388	-	14,388	4	20,669	-	20,669
新北市	26	61,363	287	61,076	34	71,965	-	71,965	38	80,138	-	80,138
宜蘭縣	1	2,384	-	2,384	1	2,974	-	2,974	3	5,471	-	5,471
桃園縣	3	2,342	-	2,342	3	2,751	-	2,751	3	2,391	-	2,391
嘉義市	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
新竹縣	1	535	-	535	2	968	-	968	3	2,865	479	2,386
苗栗縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
南投縣	1	417	-	417	1	525	-	525	3	1,508	-	1,508
彰化縣	1	234	-	234	1	306	-	306	1	416	-	416
新竹市	3	2,920	-	2,920	3	4,869	-	4,869	4	3,057	-	3,057
雲林縣	1	5,956	-	5,956	1	3,677	-	3,677	1	2,602	-	2,602
嘉義縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
屏東縣	1	6,519	-	6,519	1	9,745	-	9,745	2	6,549	-	6,549
花蓮縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
臺東縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
金門縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
澎湖縣	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
連江縣	1	720	0	720	1	1,145	-	1,145	1	1,145	-	1,145
合計	99	759,027	4,486	754,541	123	803,689	8,103	795,586	142	902,787	17,266	885,521

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

視覺傳達設計產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	7	12,030	-	12,030	11	16,116	-	16,116	12	12,971	-	12,971
					57.1%	34.0%	-	34.0%	9.1%	-19.5%	-	-19.5%
0.1-1 百萬元	24	61,923	4,162	57,761	37	66,699	7,647	59,052	42	48,521	9,598	38,923
					54.2%	7.7%	83.8%	2.2%	13.5%	-27.3%	25.5%	-34.1%
1-5 百萬元	47	213,703	-	213,703	53	240,047	-	240,047	63	263,012	3,472	259,540
					12.8%	12.3%	-	12.3%	18.9%	9.6%	-	8.1%
5-10 百萬元	18	176,673	104	176,568	18	192,259	456	191,803	19	230,378	678	229,701
					0.0%	8.8%	337.3%	8.6%	5.6%	19.8%	48.7%	19.8%
10-20 百萬元	2	36,612	220	36,392	2	45,817	-	45,817	4	80,950	3,519	77,431
					0.0%	25.1%	-	25.9%	100.0%	76.7%	-	69.0%
20-30 百萬元	1	258,087	-	258,087	2	242,753	-	242,753	2	266,955	-	266,955
					100.0%	-5.9%	-	-5.9%	0.0%	10.0%	-	10.0%
30-40 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
40-50 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
50-60 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
60-80 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
0.8-1 億元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
1-2 億元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
2 億元以上	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
合計	99	759,027	4,486	754,541	123	803,689	8,103	795,586	142	902,787	17,266	885,521
					24.2%	5.9%	80.6%	5.4%	15.4%	12.3%	113.1%	11.3%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
69	876,156	14,615	861,541	90	1,199,852	20,602	1,179,251
23	69,340	15,704	53,636	34	60,765	7,740	53,025
0	-	-	-	1	152	-	152
10	23,375	7,640	15,735	16	29,250	2,724	26,526
5	33,475	-	33,475	7	8,167	-	8,167
44	87,563	32	87,530	46	90,765	1,729	89,036
3	3,051	-	3,051	2	3,432	-	3,432
5	4,168	-	4,168	7	5,796	-	5,796
0	-	-	-	2	72	-	72
3	8,667	3,389	5,278	3	13,084	5,250	7,834
0	-	-	-	0	-	-	-
3	2,261	-	2,261	5	1,732	-	1,732
1	0	0	0	2	608	-	608
4	3,047	-	3,047	4	3,060	-	3,060
1	5,945	-	5,945	1	9,798	-	9,798
0	-	-	-	0	-	-	-
2	5,434	-	5,434	2	6,204	-	6,204
1	0	0	0	1	67	-	67
0	-	-	-	1	130	-	130
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
1	1,145	-	1,145	1	1,145	-	1,145
175	1,123,628	41,380	1,082,248	225	1,434,080	38,044	1,396,035

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
18	15,490	-	15,490	24	17,994	-	17,994
50.0%	19.4%	-	19.4%	33.3%	16.2%	-	16.2%
61	118,977	18,670	100,307	93	157,369	11,439	145,930
45.2%	145.2%	94.5%	157.7%	52.5%	32.3%	-38.7%	45.5%
69	313,707	9,195	304,512	80	312,456	7,527	304,929
9.5%	19.3%	164.9%	17.3%	15.9%	-0.4%	-18.1%	0.1%
20	236,950	833	236,117	20	200,658	1,421	199,237
5.3%	2.9%	22.9%	2.8%	0.0%	-15.3%	70.7%	-15.6%
5	142,532	12,681	129,850	5	298,066	17,657	280,408
25.0%	76.1%	260.3%	67.7%	0.0%	109.1%	39.2%	115.9%
2	295,972	-	295,972	2	447,003	-	447,003
0.0%	10.9%	-	10.9%	0.0%	51.0%	-	51.0%
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	1	534	-	534
0	-	-	-	-	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
175	1,123,628	41,380	1,082,248	225	1,434,080	38,044	1,396,035
23.2%	24.5%	139.7%	22.2%	28.6%	27.6%	-8.1%	29.0%

設計品牌時尚產業

設計品牌時尚產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

設計品牌時尚產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
7409-15	流行時尚設計	17	177,486	28,716	148,770	33	137,787	18,774	119,013	47	155,095	16,855	138,240
合計		17	177,486	28,716	148,770	33	137,787	18,774	119,013	47	155,095	16,855	138,240
						94.1%	-22.4%	-34.6%	-20.0%	42.4%	12.6%	-10.2%	16.2%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

設計品牌時尚產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	1	357	-	357	15	11,574	-	11,574	16	7,940	-	7,940
					1400.0%	3141.1%	-	3141.1%	6.7%	-31.4%	-	-31.4%
1-2 年	2	6,414	-	6,414	2	2,258	-	2,258	14	24,149	-	24,149
					0.0%	-64.8%	-	-64.8%	600.0%	969.6%	-	969.6%
2-3 年	2	1,150	-	1,150	2	1,702	-	1,702	1	4,339	-	4,339
					0.0%	48.0%	-	48.0%	-50.0%	154.9%	-	154.9%
3-4 年	0	-	-	-	2	6,616	1,552	5,065	2	688	-	688
					-	-	-	-	0.0%	-89.6%	-	-86.4%
4-5 年	5	28,167	-	28,167	-	-	-	-	2	6,605	1,777	4,828
					-	-	-	-	-	-	-	-
5-10 年	3	5,422	-	5,422	7	26,282	-	26,282	7	19,128	-	19,128
					133.3%	384.7%	-	384.7%	0.0%	-27.2%	-	-27.2%
10-20 年	2	102,694	-	102,694	2	15,535	-	15,535	2	14,010	-	14,010
					0.0%	-84.9%	-	-84.9%	0.0%	-9.8%	-	-9.8%
20 年以上	2	33,281	28,716	4,565	3	73,820	17,222	56,598	3	78,236	15,077	63,159
					50.0%	121.8%	-40.0%	1139.7%	0.0%	6.0%	-12.5%	11.6%
合計	17	177,486	28,716	148,770	33	137,787	18,774	119,013	47	155,095	16,855	138,240
					94.1%	-22.4%	-34.6%	-20.0%	42.4%	12.6%	-10.2%	16.2%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
77	203,367	20,614	182,752	101	282,169	32,412	249,757
77	203,367	20,614	182,752	101	282,169	32,412	249,757
63.8%	31.1%	22.3%	32.2%	31.2%	38.7%	57.2%	36.7%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
30	26,653	1,224	25,429	30	9,716	-	9,716
87.5%	235.7%	-	220.3%	0.0%	-63.5%	-	-61.8%
16	10,571	-	10,571	28	80,680	16,064	64,615
14.3%	-56.2%	-	-56.2%	75.0%	663.2%	-	511.2%
14	26,076	-	26,076	13	9,184	-	9,184
1300.0%	501.0%	-	501.0%	-7.1%	-64.8%	-	-64.8%
1	6,189	-	6,189	13	30,237	-	30,237
-50.0%	800.2%	-	800.2%	1200.0%	388.6%	-	388.6%
2	2,075	-	2,075	1	8,500	-	8,500
0.0%	-68.6%	-	-57.0%	-50.0%	309.6%	-	309.6%
8	26,715	787	25,928	10	26,314	-	26,314
14.3%	39.7%	-	35.6%	25.0%	-1.5%	-	1.5%
2	1,150	-	1,150	2	1,150	-	1,150
0.0%	-91.8%	-	-91.8%	0.0%	0.0%	-	0.0%
4	103,939	18,604	85,335	4	116,389	16,347	100,042
33.3%	32.9%	23.4%	35.1%	0.0%	12.0%	-12.1%	17.2%
77	203,367	20,614	182,752	101	282,169	32,412	249,757
63.8%	31.1%	22.3%	32.2%	31.2%	38.7%	57.2%	36.7%

設計品牌時尚產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	4	141,256	28,716	112,540	8	99,194	17,222	81,972	11	110,205	15,077	95,128
臺中市	2	1,150	-	1,150	2	6,616	1,552	5,065	4	7,422	1,777	5,644
基隆市	0	-	-	-	-	-	-	-	1	0	0	0
臺南市	1	16,983	-	16,983	2	15,173	-	15,173	3	13,647	-	13,647
高雄市	0	-	-	-	1	468	-	468	5	670	-	670
新北市	8	16,946	-	16,946	12	12,686	-	12,686	13	11,566	-	11,566
宜蘭縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
桃園縣	0	-	-	-	5	2,335	-	2,335	5	8,349	-	8,349
嘉義市	0	-	-	-	1	163	-	163	1	1,619	-	1,619
新竹縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
苗栗縣	0	-	-	-	-	-	-	-	1	22	-	22
南投縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
彰化縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
新竹市	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
雲林縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
嘉義縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
屏東縣	1	506	-	506	1	506	-	506	2	951	-	951
花蓮縣	1	644	-	644	1	644	-	644	1	644	-	644
臺東縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
金門縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
澎湖縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
連江縣	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	17	177,486	28,716	148,770	33	137,787	18,774	119,013	47	155,095	16,855	138,240

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

設計品牌時尚產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	4	2,329	-	2,329	7	3,105	-	3,105	8	3,128	-	3,128
					75.0%	33.3%	-	33.3%	14.3%	0.7%	-	0.7%
0.1-1 百萬元	3	2,298	-	2,298	11	5,458	-	5,458	20	15,415	-	15,415
					266.7%	137.5%	-	137.5%	81.8%	182.4%	-	182.4%
1-5 百萬元	5	16,762	-	16,762	8	18,069	1,552	16,517	12	24,261	1,777	22,484
					60.0%	7.8%	-	-1.5%	50.0%	34.3%	14.5%	36.1%
5-10 百萬元	3	37,954	-	37,954	5	38,186	-	38,186	5	34,905	-	34,905
					66.7%	0.6%	-	0.6%	0.0%	-8.6%	-	-8.6%
10-20 百萬元	2	118,142	28,716	89,426	2	72,970	17,222	55,748	2	77,386	15,077	62,309
					0.0%	-38.2%	-40.0%	-37.7%	0.0%	6.1%	-12.5%	11.8%
20-30 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
					0	-	-	-	0	-	-	-
30-40 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
40-50 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
50-60 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
60-80 百萬元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
0.8-1 億元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
1-2 億元	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
2 億元以上	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
合計	17	177,486	28,716	148,770	33	137,787	18,774	119,013	47	155,095	16,855	138,240
					94.1%	-22.4%	-34.6%	-20.0%	42.4%	12.6%	-10.2%	16.2%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
24	141,245	18,632	122,613	34	189,496	17,080	172,416
11	9,942	1,983	7,960	13	25,470	15,331	10,139
1	264	-	264	1	259	-	259
3	18,362	-	18,362	4	18,769	-	18,769
7	3,548	-	3,548	9	4,943	-	4,943
17	16,866	-	16,866	25	25,108	-	25,108
1	0	0	0	1	0	0	0
7	10,406	-	10,406	6	13,464	-	13,464
1	0	0	0	1	714	-	714
-	-	-	-	-	-	-	-
1	852	-	852	1	1,878	-	1,878
1	0	0	0	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	1	254	-	254
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
2	1,236	-	1,236	4	1,169	-	1,169
1	644	-	644	1	644	-	644
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
77	203,367	20,614	182,752	101	282,169	32,412	249,757

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
12	4,406	-	4,406	19	6,080	-	6,080
50.0%	40.9%	-	40.9%	58.3%	38.0%	-	38.0%
38	38,115	28	38,088	54	65,599	733	64,866
90.0%	147.3%	-	147.1%	42.1%	72.1%	2539.3%	70.3%
19	28,691	1,983	26,708	20	52,104	15,331	36,773
58.3%	18.3%	11.6%	18.8%	5.3%	81.6%	673.2%	37.7%
6	46,907	-	46,907	6	61,094	-	61,094
20.0%	34.4%	-	34.4%	0.0%	30.2%	-	30.2%
2	85,247	18,604	66,644	2	97,291	16,347	80,944
0.0%	10.2%	23.4%	7.0%	0.0%	14.1%	-12.1%	21.5%
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
0	-	-	-	0	-	-	-
77	203,367	20,614	182,752	101	282,169	32,412	249,757
63.8%	31.1%	22.3%	32.2%	31.2%	38.7%	57.2%	36.7%

建築設計產業

建築設計產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

建築設計產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
4320-00	庭園景觀工程	3,794	34,119,544	1,374,707	32,744,837	3,562	33,454,766	2,169,368	31,285,436	3,407	28,602,300	1,806,424	26,795,876
						-6.1%	-1.9%	57.8%	-4.5%	-4.4%	-14.5%	-16.7%	-14.4%
7111-12	景觀建築服務	953	13,851,925	38,978	13,812,947	889	14,781,896	71,599	14,710,297	812	12,710,442	104,709	12,605,733
						-6.7%	6.7%	83.7%	6.5%	-8.7%	-14.0%	46.2%	-14.3%
7111-13	造園設計	50	519,891	7,582	512,309	54	916,296	8,515	907,781	68	544,699	845	543,854
						8.0%	76.2%	12.3%	77.2%	25.9%	-40.6%	-90.1%	-40.1%
7111-14	都市、鄉鎮規劃	19	5,206,394	-	5,206,394	27	4,055,964	-	4,055,964	31	5,141,238	-	5,141,238
						42.1%	-22.1%	-	-22.1%	14.8%	26.8%	-	26.8%
7401-00	室內設計	2,080	20,691,621	239,765	20,451,856	2,180	23,676,414	248,706	23,427,708	2,243	18,779,294	332,793	18,446,501
						4.8%	14.4%	3.7%	14.6%	2.9%	-20.7%	33.8%	-21.3%
合計		6,896	74,389,376	1,661,033	72,728,343	6,712	76,885,336	2,498,188	74,387,186	6,561	65,777,972	2,244,771	63,533,201
						-2.7%	3.4%	50.4%	2.3%	-2.2%	-14.4%	-10.1%	-14.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

建築設計產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	442	1,250,039	8,515	1,241,524	403	609,691	-	609,691	403	685,675	-	685,675
					-8.8%	-51.2%	-	-50.9%	0.0%	12.5%	-	12.5%
1-2 年	451	2,758,560	208	2,758,353	443	2,161,255	21,675	2,139,579	399	1,297,473	2,056	1,295,418
					-1.8%	-21.7%	10340.8%	-22.4%	-9.9%	-40.0%	-90.5%	-39.5%
2-3 年	477	2,230,596	462	2,230,134	391	2,910,562	1,241	2,909,321	389	1,634,074	15,879	1,618,196
					-18.0%	30.5%	168.5%	30.5%	-0.5%	-43.9%	1179.5%	-44.4%
3-4 年	846	6,933,110	8,010	6,925,100	419	1,969,038	816	1,968,222	345	3,223,534	3,851	3,219,683
					-50.5%	-71.6%	-89.8%	-71.6%	-17.7%	63.7%	372.0%	63.6%
4-5 年	712	8,335,365	24,317	8,311,048	753	5,890,913	27,430	5,863,483	367	1,570,300	18,757	1,551,543
					5.8%	-29.3%	12.8%	-29.4%	-51.3%	-73.3%	-31.6%	-73.5%
5-10 年	2,167	20,387,400	89,825	20,297,575	2,268	22,201,647	127,196	22,074,451	2,399	19,546,887	73,818	19,473,069
					4.7%	8.9%	41.6%	8.8%	5.8%	-12.0%	-42.0%	-11.8%
10-20 年	1,590	21,909,323	253,090	21,656,233	1,792	30,277,077	274,661	30,002,454	1,976	25,439,997	414,191	25,025,806
					12.7%	38.2%	8.5%	38.5%	10.3%	-16.0%	50.8%	-16.6%
20 年以上	211	10,584,983	1,276,606	9,308,377	243	10,865,153	2,045,169	8,819,984	283	12,380,030	1,716,220	10,663,811
					15.2%	2.6%	60.2%	-5.2%	16.5%	13.9%	-16.1%	20.9%
合計	6,896	74,389,376	1,661,033	72,728,343	6,712	76,885,336	2,498,188	74,387,186	6,561	65,777,972	2,244,771	63,533,201
					-2.7%	3.4%	50.4%	2.3%	-2.2%	-14.4%	-10.1%	-14.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
3,297	29,544,126	1,856,505	27,687,621	3,163	32,264,324	2,218,130	30,046,193
-3.2%	3.3%	2.8%	3.3%	-4.1%	9.2%	19.5%	8.5%
787	12,873,439	271,581	12,601,858	774	8,043,623	228,442	7,815,181
-3.1%	1.3%	159.4%	0.0%	-1.7%	-37.5%	-15.9%	-38.0%
75	816,308	2,254	814,054	94	1,033,898	-	1,033,898
10.3%	49.9%	166.7%	49.7%	25.3%	26.7%	-	27.01%
44	4,758,608	-	4,758,608	52	4,637,185	-	4,637,185
41.9%	-7.4%	-	-7.4%	18.2%	-2.6%	-	-2.55%
2,393	24,246,117	293,219	23,963,914	2,593	26,819,154	472,018	26,347,136
6.7%	29.1%	-11.9%	29.9%	8.4%	10.6%	61.0%	9.95%
6,596	72,238,599	2,423,558	69,826,056	6,676	72,798,183	2,918,590	69,879,593
0.5%	9.8%	8.0%	9.9%	1.2%	0.8%	20.4%	0.1%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
440	972,412	3,613	968,800	451	1,003,329	-	1,003,329
9.2%	41.8%	-	41.3%	2.5%	3.2%	-	3.6%
409	1,665,792	4,779	1,661,013	446	2,572,971	11,798	2,561,173
2.5%	28.4%	132.5%	28.2%	9.0%	54.5%	146.9%	54.2%
351	1,354,327	5,172	1,349,154	365	1,601,939	2,537	1,599,402
-9.8%	-17.1%	-67.4%	-16.6%	4.0%	18.3%	-51.0%	18.5%
349	2,167,966	22,724	2,145,242	310	1,847,411	142,589	1,704,822
1.2%	-32.7%	490.1%	-33.4%	-11.2%	-14.8%	527.5%	-20.5%
319	3,247,863	24,670	3,223,194	326	2,365,319	27,608	2,337,711
-13.1%	106.8%	31.5%	107.7%	2.2%	-27.2%	11.9%	-27.5%
2,246	19,489,224	335,253	19,153,970	2,091	19,770,332	259,634	19,510,698
-6.4%	-0.3%	354.2%	-1.6%	-6.9%	1.4%	-22.6%	1.9%
2,145	29,431,088	237,232	29,204,872	2,267	27,265,573	324,977	26,940,596
8.6%	15.7%	-42.7%	16.7%	5.7%	-7.4%	37.0%	-7.8%
337	13,909,927	1,790,115	12,119,812	420	16,371,309	2,149,448	14,221,861
19.1%	12.4%	4.3%	13.7%	24.6%	17.7%	20.1%	17.3%
6,596	72,238,599	2,423,558	69,826,056	6,676	72,798,183	2,918,590	69,879,593
0.5%	9.8%	8.0%	9.9%	1.2%	0.8%	20.4%	0.1%

建築設計產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	1,922	34,586,234	1,385,891	33,200,343	1,866	37,077,199	2,180,344	34,896,855	1,824	31,649,553	1,953,505	29,696,048
臺中市	925	7,642,788	5,804	7,636,984	915	8,102,483	27,961	8,074,522	904	6,571,867	6,124	6,565,743
基隆市	121	587,479	-	587,479	111	556,194	-	556,194	113	428,309	-	428,309
臺南市	298	2,068,048	5,161	2,062,887	286	1,870,562	24	1,870,538	275	1,456,915	-	1,456,915
高雄市	524	4,773,001	42,851	4,730,150	529	4,338,498	24,487	4,314,011	518	4,198,873	26,339	4,172,534
新北市	1,188	11,061,896	36,478	11,025,418	1,163	11,837,386	48,841	11,788,545	1,142	10,012,066	24,372	9,987,695
宜蘭縣	159	974,874	1,140	973,734	157	744,135	12,057	732,078	155	638,202	4,932	633,270
桃園縣	461	5,906,517	173,378	5,733,138	449	5,650,094	141,824	5,508,270	436	3,790,945	226,643	3,564,302
嘉義市	50	306,692	-	306,692	49	333,321	56,505	276,816	46	120,394	-	120,394
新竹縣	135	846,829	3,403	843,426	127	729,503	977	728,527	125	607,057	632	606,425
苗栗縣	102	540,173	2,032	538,141	103	558,043	406	557,636	99	630,687	561	630,126
南投縣	129	361,452	33	361,419	116	387,343	254	387,088	115	432,518	846	431,672
彰化縣	202	1,101,310	19	1,101,291	189	1,148,471	19	1,148,490	190	1,260,255	-	1,260,255
新竹市	85	1,025,699	-	1,025,699	89	858,892	136	858,757	84	747,269	57	747,212
雲林縣	153	948,884	-	948,884	149	983,247	-	983,247	136	824,273	-	824,273
嘉義縣	63	270,966	4,751	266,215	60	272,597	3,805	268,792	56	365,878	762	365,116
屏東縣	134	639,599	92	639,507	130	689,553	548	689,005	132	1,288,438	-	1,288,438
花蓮縣	121	306,539	-	306,539	108	287,741	-	287,741	101	258,576	-	258,576
臺東縣	74	194,803	-	194,803	69	186,711	-	186,711	62	183,048	-	183,048
金門縣	27	152,897	-	152,897	25	172,536	-	172,536	25	219,617	-	219,617
澎湖縣	15	62,385	-	62,385	14	63,188	-	63,188	15	66,964	-	66,964
連江縣	8	30,311	-	30,311	8	37,639	-	37,639	8	26,266	-	26,266
合計	6,896	74,389,376	1,661,033	72,728,343	6,712	76,885,336	2,498,188	74,387,186	6,561	65,777,972	2,244,771	63,533,201

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

建築設計產業 2007 ～ 2011 年資本結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿 0.1 百萬元	424	2,795,466	-	2,795,466	417	2,734,217	14	2,734,203	410	2,492,825	-	2,492,825
					-1.7%	-2.2%	-	-2.2%	-1.7%	-8.8%	-	-8.8%
0.1-1 百萬元	1,918	7,166,817	8,905	7,157,912	1,913	6,969,729	18,223	6,951,506	1,911	5,986,323	17,984	5,968,340
					-0.3%	-2.8%	104.6%	-2.9%	-0.1%	-14.1%	-1.3%	-14.1%
1-5 百萬元	2,572	16,526,820	36,922	16,489,898	2,497	15,489,472	42,571	15,446,938	2,441	12,975,065	48,705	12,926,360
					-2.9%	-6.3%	15.3%	-6.3%	-2.2%	-16.2%	14.4%	-16.3%
5-10 百萬元	1,266	13,950,292	59,016	13,891,276	1,206	13,658,936	95,814	13,563,122	1,145	11,800,456	41,309	11,759,146
					-4.7%	-2.1%	62.4%	-2.4%	-5.1%	-13.6%	-56.9%	-13.3%
10-20 百萬元	487	9,819,954	90,282	9,729,672	467	9,571,183	152,640	9,418,543	445	8,172,779	189,513	7,983,267
					-4.1%	-2.5%	69.1%	-3.2%	-4.7%	-14.6%	24.2%	-15.2%
20-30 百萬元	119	4,405,890	2,408	4,403,482	110	5,403,902	4,627	5,399,276	106	4,382,457	7,548	4,374,910
					-7.6%	22.7%	92.1%	22.6%	-3.6%	-18.9%	63.1%	-19.0%
30-40 百萬元	29	1,705,794	-	1,705,794	27	1,382,567	-	1,382,567	28	1,306,423	134,932	1,171,492
					-6.9%	-18.9%	-	-18.9%	3.7%	-5.5%	-	-15.3%
40-50 百萬元	7	303,523	-	303,523	6	395,221	-	395,221	6	56,659	-	56,659
					-14.3%	30.2%	-	30.2%	0.0%	-85.7%	-	-85.7%
50-60 百萬元	19	1,225,119	148,470	1,076,649	17	1,514,091	149,352	1,364,739	17	914,124	150,747	763,378
					-10.5%	23.6%	0.6%	26.8%	0.0%	-39.6%	0.9%	-44.1%
60-80 百萬元	12	707,636	-	707,636	12	2,102,632	-	2,102,632	12	1,399,962	-	1,399,962
					0.0%	197.1%	-	197.1%	0.0%	-33.4%	-	-33.4%
0.8-1 億元	8	372,509	539	371,970	7	821,740	301	821,440	7	229,916	225	229,691
					-12.5%	120.6%	-44.2%	120.8%	0.0%	-72.0%	-25.3%	-72.0%
1-2 億元	14	1,876,912	985	1,875,927	13	1,989,992	-	1,989,992	14	3,024,449	845	3,023,604
					-7.1%	6.0%	-	6.1%	7.7%	52.0%	-	51.9%
2 億元以上	21	13,532,644	1,313,506	12,219,138	20	14,851,653	2,034,646	12,817,008	19	13,036,533	1,652,965	11,383,567
					-4.8%	9.7%	54.9%	4.9%	-5.0%	-12.2%	-18.8%	-11.2%
合計	6,896	74,389,376	1,661,033	72,728,343	6,712	76,885,336	2,498,188	74,387,186	6,561	65,777,972	2,244,771	63,533,201
					-2.7%	3.4%	50.4%	2.3%	-2.2%	-14.4%	-10.1%	-14.6%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
1,832	36,846,112	2,190,904	34,655,208	1,869	33,659,241	2,603,964	31,055,277
915	6,905,760	5,819	6,899,941	950	9,161,423	8,696	9,152,726
105	463,021	-	463,021	95	438,764	-	438,764
281	1,790,971	87	1,790,883	285	1,890,452	269	1,890,183
537	3,568,194	28,662	3,539,532	537	4,345,192	48,082	4,297,110
1,137	10,292,372	24,900	10,267,472	1,126	10,601,087	19,850	10,581,236
161	652,446	21,175	642,287	162	719,482	13,508	705,974
447	4,348,467	149,787	4,198,681	465	4,752,965	208,569	4,544,396
44	141,606	-	141,606	48	182,338	-	182,338
127	576,794	1,152	575,642	132	551,522	863	550,658
95	716,300	669	715,631	96	725,056	11,533	713,522
114	446,333	-	446,333	107	363,892	-	363,892
194	1,357,056	294	1,356,761	202	1,525,252	2,150	1,523,102
81	1,038,431	3	1,038,428	86	1,131,615	-	1,131,615
127	866,208	-	866,208	120	911,672	-	911,672
58	378,659	107	378,552	57	308,006	1,105	306,900
128	1,052,244	-	1,052,244	135	777,315	-	777,315
103	304,763	-	304,763	96	297,395	-	297,395
63	203,707	-	203,707	57	180,848	-	180,848
25	219,697	-	219,697	27	212,778	-	212,778
15	50,979	-	50,979	18	40,933	-	40,933
7	18,478	-	18,478	6	20,958	-	20,958
6,596	72,238,599	2,423,558	69,826,056	6,676	72,798,183	2,918,590	69,879,593

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
418	2,768,856	4	2,768,852	442	3,643,461	-	3,643,461
2.0%	11.1%	-	11.1%	5.7%	31.6%	-	31.6%
1,972	6,563,141	23,847	6,539,294	2,040	6,789,688	27,182	6,762,506
3.2%	9.6%	32.6%	9.6%	3.4%	3.5%	14.0%	3.4%
2,462	15,134,604	327,740	14,806,864	2,496	15,949,895	275,280	15,674,615
0.9%	16.6%	572.9%	14.5%	1.4%	5.4%	-16.0%	5.9%
1,103	12,460,785	40,899	12,430,901	1,068	12,226,072	64,320	12,161,753
-3.7%	5.6%	-1.0%	5.7%	-3.2%	-1.9%	57.3%	-2.2%
439	9,788,732	108,011	9,680,721	429	10,379,859	106,510	10,273,349
-1.3%	19.8%	-43.0%	21.3%	-2.3%	6.0%	-1.4%	6.1%
103	4,252,369	1,164	4,251,205	102	4,107,107	2,293	4,104,813
-2.8%	-3.0%	-84.6%	-2.8%	-1.0%	-3.4%	97.0%	-3.4%
28	1,913,195	57,034	1,856,161	28	1,908,201	12,276	1,895,925
0.0%	46.4%	-57.7%	58.4%	0.0%	-0.3%	-78.5%	2.1%
6	63,025	-	63,025	6	141,786	-	141,786
0.0%	11.2%	-	11.2%	0.0%	125.0%	-	125.0%
16	1,181,895	157,489	1,024,406	17	1,161,362	213,074	948,288
-5.9%	29.3%	4.5%	34.2%	6.3%	-1.7%	35.3%	-7.4%
12	1,042,188	16,898	1,025,290	12	1,798,287	-	1,798,287
0.0%	-25.6%	-	-26.8%	0.0%	72.5%	-	75.4%
7	187,770	-	187,770	7	178,843	-	178,843
0.0%	-18.3%	-	-18.3%	0.0%	-4.8%	-	-4.8%
12	1,919,563	2,254	1,917,310	11	2,091,203	-	2,091,203
-14.3%	-36.5%	166.8%	-36.6%	-8.3%	8.9%	-	9.1%
18	14,962,474	1,688,218	13,274,257	18	12,422,420	2,217,655	10,204,765
-5.3%	14.8%	2.1%	16.6%	0.0%	-17.0%	31.4%	-23.1%
6,596	72,238,599	2,423,558	69,826,056	6,676	72,798,183	2,918,590	69,879,593
0.5%	9.8%	8.0%	9.9%	1.2%	0.8%	20.4%	0.1%

數位內容產業

歷屆年報在研究方法上皆以各次產業之行業代碼，至行政院財政部財稅資料中心取得相關數據。今年也依循歷年的研究方法進行數據統計分析。本年報所整理的統計數據範圍乃依據《文化創意產業發展法》所定義的十五項產業進行資料撈取。

囿於數位內容次產業中多項新興行業尚未納入財稅中心行業代碼，本年報採目前現有與數位內容產業相關涵蓋之行業代碼，統計其廠商家數、營業額及內外銷收入等。數位內容產業具有產業匯流的特性，範疇涵蓋各文創次產業，甚至常需搭配資訊、通訊、軟體、硬體等產業以儲存、傳輸及呈現數位文字、影、音內容方能提供完整的服務，如欲瞭解整體數位內容營業額，詳見本年報第十三章。

數位內容產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

數位內容產業		2007				2008				2009			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
3312-11	電動玩具製造	40	461,231	215,247	245,984	35	378,732	181,093	197,640	33	658,586	201,572	457,014
						-12.5%	-17.9%	-15.9%	-19.7%	-5.7%	73.9%	11.3%	131.2%
3312-12	電子遊樂器製造	21	213,904	54,306	159,598	21	244,271	65,772	179,963	19	427,540	281,071	147,649
						0.00%	14.20%	21.11%	12.76%	-9.5%	75.0%	327.3%	-18.0%
3312-14	投幣式電動遊戲機械製造	2	304,062	248,214	55,848	2	280,507	199,666	80,841	3	279,792	178,393	101,398
						0.0%	-7.7%	-19.6%	44.8%	50.0%	-0.3%	-10.7%	25.4%
5820-11	線上遊戲經營	10	2,819,638	1,580,560	1,239,079	32	2,848,048	1,392,878	1,455,170	61	3,742,272	2,027,395	1,714,877
						220.0%	1.0%	-11.9%	17.4%	90.6%	31.4%	45.6%	17.8%
6100-14	網際網路撥接服務提供 (IASP)	10	3,103,403	1,581,237	1,522,166	20	3,019,712	1,238,315	1,781,397	31	3,901,786	1,537,971	2,363,815
						100.0%	-2.7%	-21.7%	17.0%	55.0%	29.2%	24.2%	32.7%
6311-11	網路搜尋服務	1,843	21,478,597	2,218,917	19,259,680	1,556	22,068,390	1,937,651	20,130,740	1,329	20,489,398	2,074,884	18,414,618
						-15.6%	2.7%	-12.7%	4.5%	-14.6%	-7.2%	7.1%	-8.5%
6311-99	其他入口網站經營	12	49,934	-	49,934	24	102,771	-	102,771	42	51,765	-	51,765
						100.0%	105.8%	-	105.8%	75.0%	-49.6%	-	-49.6%
6312-13	網站代管及應用系統服務提供 (ASP)	4	8,490	84	8,406	16	25,644	46	25,597	26	29,524	45	29,479
						300.0%	202.0%	-44.8%	204.5%	62.5%	15.1%	-3.1%	15.2%
9321-12	兒童樂園、綜合遊樂場	178	4,644,200	714	4,643,486	167	4,423,055	1,021	4,422,034	162	8,759,691	476	8,759,215
						-6.2%	-4.8%	43.0%	-4.8%	-3.0%	98.0%	-53.3%	98.1%
9321-99	其他遊樂園及主題樂園	151	2,381,196	13,066	2,368,130	138	1,666,847	8,765	1,658,082	133	1,677,396	3,511	1,673,885
						-8.6%	-30.0%	-32.9%	-30.0%	-3.6%	0.6%	-59.9%	1.0%
9324-11	電動玩具店	5,480	8,727,107	-	8,727,107	4,714	7,991,017	-	7,991,017	4,096	7,236,072	-	7,236,072
						-14.0%	-8.4%	-	-8.4%	-13.1%	-9.4%	-	-9.4%
9329-16	上網專賣店	1,497	2,256,453	-	2,256,453	1,466	2,300,427	-	2,300,427	1,402	2,174,384	-	2,174,384
						-2.1%	1.9%	-	1.9%	-4.4%	-5.5%	-	-5.5%
合計		9,248	46,448,215	5,912,344	40,535,871	8,191	45,349,424	5,025,208	40,325,680	7,337	49,428,207	6,305,318	43,124,171
						-11.4%	-2.4%	-15.0%	-0.5%	-10.4%	9.0%	25.5%	6.9%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

數位內容產業 2007 ～ 2011 年經營年數結構

經營年數	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
一年以下	856	758,015	36,648	721,367	461	297,230	-	297,230	414	400,707	-	400,707
					-46.1%	-60.8%	-	-58.8%	-10.2%	34.8%	-	34.8%
1-2 年	1,063	2,140,201	256,165	1,884,036	764	1,510,209	32,676	1,477,533	415	737,032	331	736,700
					-28.1%	-29.4%	-87.2%	-21.6%	-45.7%	-51.2%	-99.0%	-50.1%
2-3 年	1,125	2,959,615	158,133	2,801,482	827	2,235,100	152,465	2,082,635	602	1,573,757	28,170	1,545,587
					-26.5%	-24.5%	-3.6%	-25.7%	-27.2%	-29.6%	-81.5%	-25.8%
3-4 年	978	1,884,247	73,813	1,810,434	895	2,745,598	196,264	2,549,334	696	2,436,776	193,350	2,243,529
					-8.5%	45.7%	165.9%	40.8%	-22.2%	-11.2%	-1.5%	-12.0%
4-5 年	902	3,147,691	96,635	3,051,056	813	1,890,164	37,357	1,852,807	727	2,593,173	113,769	2,479,403
					-9.9%	-40.0%	-61.3%	-39.3%	-10.6%	37.2%	204.5%	33.8%
5-10 年	3,316	18,639,481	1,042,042	17,597,439	3,234	17,340,915	1,091,221	16,249,694	3,211	17,663,513	1,257,926	16,406,766
					-2.5%	-7.0%	4.7%	-7.7%	-0.7%	1.9%	15.3%	1.0%
10-20 年	844	12,236,510	3,998,655	8,237,854	979	14,461,865	3,326,644	11,136,686	1,031	13,874,943	4,484,851	9,390,092
					16.0%	18.2%	-16.8%	35.2%	5.3%	-4.1%	34.8%	-15.7%
20 年以上	164	4,682,454	250,252	4,432,202	218	4,868,342	188,580	4,679,762	241	10,148,307	226,920	9,921,387
					32.9%	4.0%	-24.6%	5.6%	10.6%	108.5%	20.3%	112.0%
合計	9,248	46,448,215	5,912,344	40,535,871	8,191	45,349,424	5,025,208	40,325,680	7,337	49,428,207	6,305,318	43,124,171
					-11.4%	-2.4%	-15.0%	-0.5%	-10.4%	9.0%	25.5%	6.9%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

數位內容產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
3312-11	電動玩具製造
3312-12	電子遊樂器製造
3312-14	投幣式電動遊戲機械製造
5820-11	線上遊戲經營
6100-14	網際網路撥接服務提供 (IASP)
6311-11	網路搜尋服務
6311-99	其他入口網站經營
6312-13	網站代管及應用系統服務提供 (ASP)
9321-12	兒童樂園、綜合遊樂場
9321-99	其他遊樂園及主題樂園
9324-11	電動玩具店
9329-16	上網專賣店

數位內容產業 2007 ～ 2011 年家數與營業額

單位：家、新臺幣千元、百分比

		2007	2008	2009	2010	2011
		值	值	值	值	值
家數	值	9,248	8,191	7,337	6,695	6,409
	成長率	-	-11.4%	-10.4%	-8.8%	-4.3%
營業額	值	46,448,215	45,349,424	49,428,207	48,432,880	48,949,967
	成長率	-	-2.4%	9.0%	-2.0%	1.1%
平均每家廠商營業額	值	5,023	5,536	6,737	7,234	7,638
	成長率	-	10.2%	21.7%	7.4%	5.6%
外銷營業額	值	5,912,344	5,025,208	6,305,318	7,568,278	6,788,641
	成長率	-	-15.0%	25.5%	20.0%	-10.3%
占營業額比例		12.7%	11.1%	12.8%	15.6%	13.9%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
31	367,782	212,345	155,437	25	442,952	200,578	242,374
-6.1%	-44.2%	5.3%	-66.0%	-19.4%	20.4%	-5.5%	55.9%
15	414,260	309,564	104,695	12	357,889	280,670	77,219
-21.1%	-3.1%	10.1%	-29.1%	-20.0%	-13.6%	-9.3%	-26.2%
3	313,488	207,672	105,816	3	348,860	158,819	190,041
0.0%	12.0%	16.4%	4.4%	0.0%	11.3%	-23.5%	79.6%
65	3,458,838	1,507,607	1,734,650	76	4,620,723	1,771,549	34,488
6.6%	-7.6%	-25.6%	1.2%	16.9%	33.6%	17.5%	-98.0%
40	3,843,117	1,357,351	2,485,766	37	3,086,020	134,009	2,952,011
29.0%	-1.5%	-11.7%	5.2%	-7.5%	-19.7%	-90.1%	18.8%
1,170	24,882,664	3,970,536	20,912,128	1,095	25,092,436	4,242,171	20,850,265
-12.0%	21.4%	91.4%	13.6%	-6.4%	0.8%	6.8%	-0.3%
52	43,470	402	43,068	72	54,616	59	54,556
23.8%	-16.0%	-	-16.8%	38.5%	25.6%	-85.3%	26.7%
32	49,697	44	49,653	45	73,668	22	73,646
23.1%	68.3%	-2.0%	68.4%	40.6%	48.2%	-49.9%	48.3%
157	3,954,445	2,262	3,952,183	144	4,165,385	753	4,164,632
-3.1%	-54.9%	374.8%	-54.9%	-8.3%	5.3%	-66.7%	5.4%
122	2,171,268	495	2,170,773	121	1,880,188	12	1,880,176
-8.3%	29.4%	-85.9%	29.7%	-0.8%	-13.4%	-97.6%	-13.4%
3,682	6,814,962	-	6,814,962	3,426	6,583,079	-	6,583,079
-10.1%	-5.8%	-	-5.8%	-7.0%	-3.4%	-	-3.4%
1,326	2,118,888	-	2,118,888	1,353	2,244,153	-	2,244,153
-5.4%	-2.6%	-	-2.6%	2.0%	5.9%	-	5.9%
6,695	48,432,880	7,568,278	40,864,602	6,409	48,949,967	6,788,641	42,161,326
-8.8%	-2.0%	20.0%	-5.2%	-4.3%	1.1%	-10.3%	3.2%

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
358	375,487	137	375,351	405	310,896	-	310,896
-13.5%	-6.3%	-	-6.3%	13.1%	-17.2%	-	-17.2%
384	928,969	402	928,567	346	1,093,541	1,670	1,091,870
-7.5%	26.0%	21.4%	26.0%	-9.9%	17.7%	315.2%	17.6%
328	782,918	937	781,981	321	1,432,200	411	1,431,790
-45.5%	-50.3%	-96.7%	-49.4%	-2.1%	82.9%	-56.2%	83.1%
507	1,850,768	51,220	1,799,549	278	780,064	1,251	778,813
-27.2%	-24.0%	-73.5%	-19.8%	-45.2%	-57.9%	-97.6%	-56.7%
578	2,876,408	450,115	2,426,293	436	3,010,427	37,141	2,973,286
-20.5%	10.9%	295.6%	-2.1%	-24.6%	4.7%	-91.7%	22.5%
2,939	12,394,508	460,095	11,934,412	2,515	10,740,229	547,078	10,193,151
-8.5%	-29.8%	-63.4%	-27.3%	-14.4%	-13.3%	18.9%	-14.6%
1,338	24,001,935	6,334,347	17,667,588	1,835	26,150,489	5,974,337	20,176,152
29.8%	73.0%	41.2%	88.2%	37.1%	9.0%	-5.7%	14.2%
263	5,221,887	271,026	4,950,861	273	5,432,121	226,753	5,205,368
9.1%	-48.5%	19.4%	-50.1%	3.8%	4.0%	-16.3%	5.1%
6,695	48,432,880	7,568,278	40,864,602	6,409	48,949,967	6,788,641	42,161,326
-8.8%	-2.0%	20.0%	-5.2%	-4.3%	1.1%	-10.3%	3.2%

數位內容產業 2007 ～ 2011 年空間分布結構

縣市別	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	810	16,737,961	1,159,194	15,578,767	743	17,270,191	1,260,544	16,011,112	706	17,638,443	1,528,952	16,109,492
臺中市	877	3,538,289	317,640	3,220,649	792	3,670,671	319,443	3,351,228	708	3,405,651	249,476	3,157,354
基隆市	165	306,084	-	306,084	147	298,428	-	298,428	129	260,912	-	260,912
臺南市	1,121	2,397,801	-	2,397,801	951	2,486,489	629	2,485,860	833	2,146,302	6,496	2,139,806
高雄市	1,592	2,697,689	61,547	2,636,142	1,376	2,356,013	36,284	2,319,729	1,189	1,996,255	33,943	1,962,312
新北市	787	9,722,772	4,098,164	5,624,608	711	9,234,999	3,199,978	6,035,021	636	10,183,985	4,201,403	5,982,582
宜蘭縣	177	236,373	-	236,373	160	243,751	-	243,751	149	232,278	-	232,278
桃園縣	422	1,127,447	8,372	1,119,075	382	1,057,632	705	1,056,927	354	1,006,490	1,550	1,004,939
嘉義市	227	585,555	-	585,555	200	532,913	-	532,913	176	492,018	-	492,018
新竹縣	134	823,628	-	823,628	128	1,035,823	8,169	1,027,654	133	1,210,216	87,104	1,123,112
苗栗縣	246	929,870	-	929,870	211	748,728	-	748,728	174	547,453	-	547,453
南投縣	244	267,263	-	267,263	208	260,454	76	260,378	184	232,906	-	232,906
彰化縣	479	1,060,099	244,331	815,768	394	907,093	180,401	726,692	357	837,909	167,194	670,715
新竹市	202	741,438	10,587	730,852	186	685,448	7,072	678,376	174	631,795	25,690	606,209
雲林縣	328	2,671,983	-	2,671,983	296	2,064,292	-	2,064,292	260	5,675,280	-	5,675,280
嘉義縣	107	103,596	-	103,596	88	122,422	-	122,422	84	113,669	-	113,669
屏東縣	854	1,597,414	12,510	1,584,904	777	1,512,607	8,765	1,503,842	679	1,341,645	3,511	1,338,134
花蓮縣	153	546,637	-	546,637	143	532,135	3,142	528,993	125	1,159,389	-	1,159,389
臺東縣	178	215,713	-	215,713	164	192,007	-	192,007	155	182,048	-	182,048
金門縣	35	44,813	-	44,813	34	44,535	-	44,535	42	47,611	-	47,611
澎湖縣	63	68,775	-	68,775	59	65,675	-	65,675	51	60,015	-	60,015
連江縣	47	27,016	-	27,016	41	27,115	-	27,115	39	25,940	-	25,940
合計	9,248	46,448,215	5,912,344	40,535,871	8,191	45,349,424	5,025,208	40,325,680	7,337	49,428,207	6,305,318	43,124,171

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

數位內容產業 2007 ～ 2011 年資本額結構

資本結構	2007				2008				2009			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
未滿 0.1 百萬元	4,860	7,547,850	225	7,547,625	4,199 -13.6%	7,035,676 -6.8%	6,598 2833.7%	7,029,079 -6.9%	3,697 -12.0%	6,640,611 -5.6%	10,832 64.2%	6,629,779 -5.7%
0.1-1 百萬元	3,282	6,181,289	13,391	6,167,898	2,959 -9.8%	5,903,525 -4.5%	3,722 -72.2%	5,899,803 -4.3%	2,684 -9.3%	5,536,357 -6.2%	315 -91.5%	5,536,042 -6.2%
1-5 百萬元	510	2,180,487	266,517	1,913,969	468 -8.2%	2,546,072 16.8%	132,207 -50.4%	2,413,866 26.1%	421 -10.0%	2,364,196 -7.1%	118,881 -10.1%	2,245,315 -7.0%
5-10 百萬元	237	2,311,075	391,852	1,919,223	217 -8.4%	2,402,566 4.0%	428,930 9.5%	1,975,100 2.9%	205 -5.5%	1,842,941 -23.3%	312,903 -27.1%	1,531,217 -22.5%
10-20 百萬元	146	2,404,504	324,891	2,079,613	140 -4.1%	1,988,579 -17.3%	264,666 -18.5%	1,723,913 -17.1%	134 -4.3%	1,966,152 -1.1%	243,285 -8.1%	1,722,867 -0.1%
20-30 百萬元	46	2,153,418	124,674	2,028,744	43 -6.5%	2,075,668 -3.6%	136,267 9.3%	1,939,401 -4.4%	38 -11.6%	2,837,515 36.7%	360,555 164.6%	2,476,960 27.7%
30-40 百萬元	27	394,216	6,395	387,820	25 -7.4%	447,474 13.5%	9,124 42.7%	438,349 13.0%	25 0.0%	719,083 60.7%	3,537 -61.2%	715,546 63.2%
40-50 百萬元	13	176,189	6,954	169,235	15 15.4%	252,914 43.5%	21,110 203.6%	231,804 37.0%	12 -20.0%	279,681 10.6%	13,216 -37.4%	266,466 15.0%
50-60 百萬元	15	400,016	20,011	380,005	15 0.0%	460,704 15.2%	35,078 75.3%	425,626 12.0%	15 0.0%	736,634 59.9%	21,353 -39.1%	715,281 68.1%
60-80 百萬元	20	817,517	12,088	805,429	20 0.0%	692,160 -15.3%	14,905 23.3%	677,255 -15.9%	22 10.0%	801,903 15.9%	15,500 4.0%	786,403 16.1%
0.8-1 億元	13	476,277	72,503	403,774	12 -7.7%	292,601 -38.6%	47,071 -35.1%	245,530 -39.2%	11 -8.3%	356,908 22.0%	45,846 -2.6%	311,062 26.7%
1-2 億元	33	2,230,416	585,288	1,645,129	34 3.0%	2,363,510 6.0%	838,116 43.2%	1,525,395 -7.3%	32 -5.9%	2,581,292 9.2%	1,186,869 41.6%	1,394,526 -8.6%
2 億元以上	46	19,174,962	4,087,554	15,087,408	44 -4.3%	18,887,974 -1.5%	3,087,415 -24.5%	15,800,559 4.7%	41 -6.8%	22,764,933 20.5%	3,972,224 28.7%	18,792,709 18.9%
合計	9,248	46,448,215	5,912,344	40,535,871	8,191 -11.4%	45,349,424 -2.4%	5,025,208 -15.0%	40,325,680 -0.5%	7,337 -10.4%	49,428,207 9.0%	6,305,318 25.5%	43,124,171 6.9%

資料來源：財政部財稅資料中心之磁帶資料，本年報整理 2012 年 12 月

單位：家、新臺幣千元

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
680	20,780,483	2,850,685	17,929,799	687	22,314,932	3,366,019	18,948,913
641	3,055,396	178,615	2,876,781	600	3,263,638	193,812	3,069,826
114	243,466	-	243,466	106	241,270	1,041	240,229
744	2,183,539	-	2,183,539	695	1,948,373	-	1,948,373
1,052	1,923,905	40,906	1,882,999	984	1,968,612	26,498	1,942,113
578	10,739,143	4,138,639	6,600,504	538	9,989,798	2,807,379	7,182,419
144	221,156	-	221,156	136	226,869	-	226,869
339	1,081,861	4,516	1,077,345	402	1,036,531	1,672	1,034,859
160	419,194	-	419,194	145	410,959	-	410,959
129	1,402,640	132,529	1,270,111	140	1,645,099	226,146	1,418,953
150	637,765	-	637,765	146	654,146	-	654,146
178	245,770	-	245,770	164	291,253	-	291,253
307	825,623	202,636	622,986	284	761,665	150,353	611,312
157	653,977	19,257	634,721	152	677,712	15,447	662,264
236	1,526,352	-	1,526,352	211	1,473,986	275	1,473,711
79	92,064	-	92,064	75	89,185	-	89,185
617	1,914,835	495	1,914,340	558	1,478,717	-	1,478,717
116	182,022	-	182,022	113	168,472	-	168,472
151	175,896	-	175,896	154	173,124	-	173,124
43	55,675	-	55,675	44	65,164	-	65,164
41	49,270	-	49,270	41	53,452	-	53,452
39	22,849	-	22,849	34	17,012	-	17,012
6,695	48,432,880	7,568,278	40,864,602	6,409	48,949,967	6,788,641	42,161,326

單位：家、新臺幣千元、百分比

2010				2011			
家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
3,338	5,790,281	855	5,789,426	3,146	5,966,194	-	5,966,194
-9.7%	-12.8%	-92.1%	-12.7%	-5.8%	3.0%	-	3.1%
2,442	5,363,720	495	5,363,225	2,387	5,024,696	1,041	5,023,656
-9.0%	-3.1%	56.9%	-3.1%	-2.3%	-6.3%	110.2%	-6.3%
395	2,915,341	416,653	2,498,688	370	2,275,228	130,539	2,144,689
-6.2%	23.3%	250.5%	11.3%	-6.3%	-22.0%	-68.7%	-14.2%
196	1,873,043	282,572	1,590,471	191	1,778,887	243,235	1,535,651
-4.4%	1.6%	-9.7%	3.9%	-2.6%	-5.0%	-13.9%	-3.4%
130	2,165,935	381,245	1,784,690	130	3,439,328	212,323	3,227,005
-3.0%	10.2%	56.7%	3.6%	0.0%	58.8%	-44.3%	80.8%
39	2,933,402	379,531	2,553,871	36	2,915,426	344,081	2,571,344
2.6%	3.4%	5.3%	3.1%	-7.7%	-0.6%	-9.3%	0.7%
24	801,422	167,024	634,398	21	596,459	2,177	594,282
-4.0%	11.5%	4621.6%	-11.3%	-12.5%	-25.6%	-98.7%	-6.3%
12	276,175	5,299	270,876	12	286,470	8,636	277,834
0.0%	-1.3%	-59.9%	1.7%	0.0%	3.7%	63.0%	2.6%
12	894,962	40,175	854,787	12	1,046,077	49,895	996,182
-20.0%	21.5%	88.1%	19.5%	0.0%	16.9%	24.2%	16.5%
23	969,837	17,495	952,342	20	1,085,817	17,101	1,068,716
4.5%	20.9%	12.9%	21.1%	-13.0%	12.0%	-2.3%	12.2%
11	264,859	29,457	235,403	10	277,881	16,459	261,422
0.0%	-25.8%	-35.7%	-24.3%	-9.1%	4.9%	-44.1%	11.1%
33	3,607,201	2,158,774	1,448,428	33	4,997,526	3,073,603	1,923,924
3.1%	39.7%	81.9%	3.9%	0.0%	38.5%	42.4%	32.8%
40	20,576,702	3,688,703	16,887,999	41	19,259,978	2,689,551	16,570,427
-2.4%	-9.6%	-7.1%	-10.1%	2.5%	-6.4%	-27.1%	-1.9%
6,695	48,432,880	7,568,278	40,864,602	6,409	48,949,967	6,788,641	42,161,326
-8.8%	-2.0%	20.0%	-5.2%	-4.3%	1.1%	-10.3%	3.2%

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

臺灣文化創意產業發展年報 . 2012 / 許秋煌總編輯 . —— 初版 . —— 臺北市 : 文化部 ,
2013.03

面 ; 公分

ISBN 978-986-03-6480-4 (平裝附數位影音光碟)

1. 文化事業 2. 臺灣

541.2933

102005996

2012 臺灣文化創意產業發展年報

2012 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

發行人：龍應台

總編輯：許秋煌

編審委員：初安民、宋家祥、連玉蘋、劉大年、劉慧娟（以上順序依姓氏筆劃排列）

出版者：文化部

地址：100 臺北市北平東路 30-1 號

電話：(02) 2343-4000

網址：<http://www.moc.gov.tw/>

主編：杜麗琴

編輯執行：周玲霞、姜竹芸

美術設計：gene tu

執行單位：財團法人臺灣文創發展基金會

印刷：鴻柏印刷事業股份有限公司

版次：初版

定價：700 元

出版日期：2013 年 4 月 30 日

ISBN：978-986-03-6480-4

GPN：1010200623

內頁圖片提供：文化部暨所屬相關單位、經濟部暨所屬相關單位、國立故宮博物院等

本刊文字及圖片未經同意不得轉載

Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

ISBN: 978-986-03648-0-4



9 789860 364804