

第一章

電影產業調查

影視廣播產業
趨勢研究調查報告

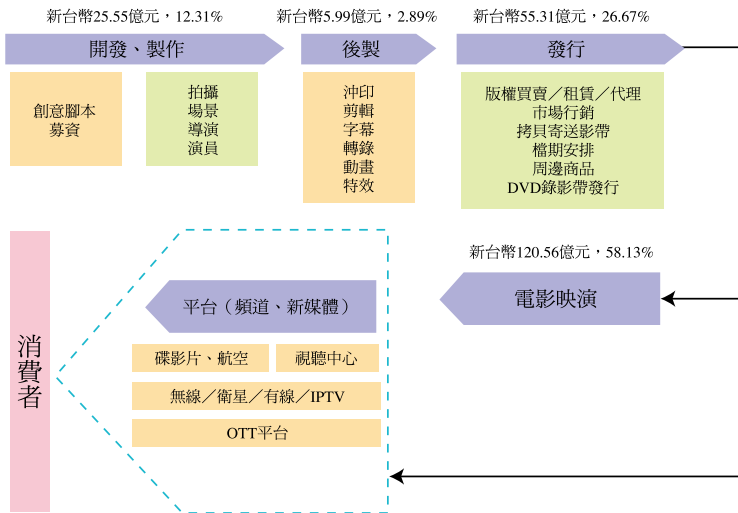
電影、電視及廣播產業

第一章 電影產業調查

第一節 電影產業發展概況

一、電影產業鏈與產值

依照電影產業的產銷環節，將產業鏈分成四大部分，包含開發、製作、後製、發行／代理及映演。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-1、電影產業鏈

自2013年起國片透過加入本土元素，打造台式喜劇國片，在賀歲檔期皆獲得不錯佳績，如《大尾鱸鰻》、《雞排英雄》等，也帶動國內台北市以外地區的觀影人口成長。然2016年因國片口碑、題材創新不足，影響到整體國片在電影票房市場的表現，2016年我國電影產業總產值推估為207.41億元，較2015年衰退9.64%。

（一）電影製作業

2016年電影製作業產值推估為25.55億元，較2015年微幅衰退5.67%。最主要是因目前我國國片整體票房下滑，業者所獲得的票房分成減少，加上在海外市場的收益也受到國內票房表現不佳所影響，使得國片回收獲得盈餘相對困難，因此業者在投資、製作的金額上越趨保守，也使得我國電影產業在產製端上越為艱困。

（二）電影後製、特效（含器材設備提供）業

2016年電影後製產業產值推估為5.99億元，較2015年衰退3.63%，雖然2016年國片的製作類型，除原有的校園清新浪漫、本土喜劇類型之外，在「懸疑/驚悚」及「恐怖」元素的電影片比例有所增加，因而使得國片在後製、特效製作預算比重有所提升。但因國片整體產製能量與預算仍然有限，因此使得電影後製業的產值較上一年度些微衰退。

（三）電影發行業

2016年電影發行產業產值推估為55.31億元，較2015年衰退18.32%。由於2016年我國整體電影票房市場下滑，加上根據本研究盤點結果顯示2016年不論是國片或外片的上映天數皆較去年有所減少，而當影片上映天數越長，片商所獲得的票房分配比例越多，而當今年度各片平均上映天數均較上一年度減少，使得電影發行業產值呈現雙位數的衰退。

（四）電影映演業

2016年電影映演業產值120.56億元，衰退5.88%，最主要受到今年度整體電影市場不論是在國片與外片的票房皆有下滑，使得產值較上一年度減少。

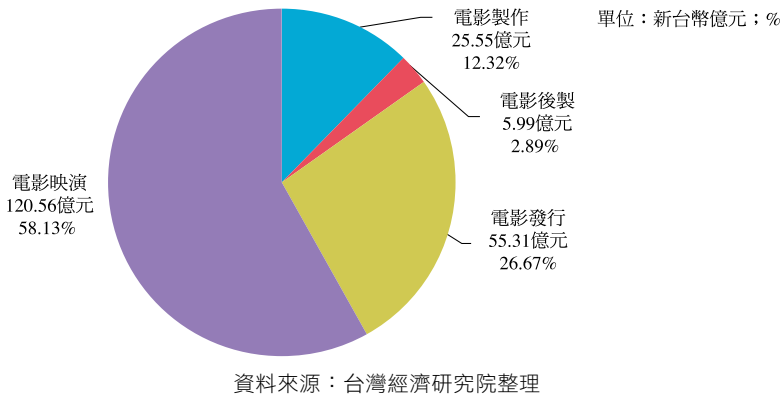


圖1-2、2016年電影產業產值及結構比例

二、電影產業重要觀察指標

2015年至2016年電影產業營業家數的表現，電影製作業、電影後製業及電影映演業分別成長25.34%、11.7%及7.62%，僅電影發行業衰退2.29%。

電影產業產值部份，2016年我國電影產業總產值推估為207.41億元，較2015年衰退9.64%。各次產業產值表現，電影製作業衰退5.67%，電影後製業衰退3.63%，電影發行業衰退18.32%，電影映演業衰退5.88%。

2016年國片通過審議分級之數量，含劇情片、短片及紀錄片，共計89部，較2015年有所減少，最主要與國片的票房市場回收較為困難，近期業者在投資上多持保守態度，因此使得投入製作的數量有所減少。

2016年臺北市電影總票房為38.98億元，較2015年下滑7.28%，其他外片票房收入為35.49億元，較2015年微幅下滑2.65%，國片票房收入為1.85億元，較上一年度減少60.28%，港陸影片票房收入為1.63億元，較去年度大幅增加80.15%。

另一方面，我國自2016年6月11日起，開始統計全台電影票房，因此本研究透過台北市影片商業同業公會所提供的台北市票房數據以及整理自Rentrak資料庫票房數據的票房結構比重，並結合全國票房統計系統之數據，推估2016年全台總票房收入為98.35億元，細看各國別的電影片票房收入，2016年國片全台票房收入為5.82億元（占5.92%），港陸影片的票房收入約為4.04億元（占4.11%），其他外國影片部分則為88.49億元（占89.97%）。

出口表現部分，2016年電影產業出口值推估為新台幣2.66億元，較2015年減少57.77%。電影製作業與發行業，因2016年全球電影市場成長速度趨緩，加上新媒體崛起，影響傳統電影版權銷售管道的去中介化，使得整體國際銷售情況越趨保守；加上受到我國國片在國內票房及口碑皆不如預期，使得2016年國片在海外上映的數量及票房均有所減少，因而使得2016年出口額分別下滑40.68%及80.78%；然若觀察近五年趨勢，2016年電影產業出口值為2012年以來第二高。

另外，觀察歷年國片參與國際市場展的數量，2016年共有377部國片參與國際市場展，為近五年新高，透過參與國際市場展之國片部次及影視局輔導參與國際市場展之片商家次，推算平均每片商攜帶至市場展的數量，2016年平均每家片商攜帶至市場展的影片數量為2.62部次，也為近五年新高。然在入圍國際影展的國片部次部分，較前四年有所減少。

表1-1、電影產業重要觀察指標

構面	指標	項目	2013年	2014年	2015年	2016年	2015至 2016年 變動率	
產業 結構面	營業家數	電影製作業	489	559	671	841	25.34%	
		電影後製業	82	82	94	105	11.70%	
		電影發行業	194	182	175	171	-2.29%	
		電影映演業	98	100	105	110	7.62%	
		合計	863	923	1045	1,230	17.70%	
	產值* (億元)	電影製作業	25.93	27.56	27.084	25.55	-5.67%	
		電影後製業	6.43	6.03	6.211	5.99	-3.63%	
		電影發行業	60.61	61.41	68.141	55.31	-18.82%	
		電影映演業	108.77	115.5	128.091	120.56	-5.88%	
		合計	201.74	210.51	229.527	207.41	-9.64%	
商品 導向面	國片平均製作成本 ¹ (萬元)		4,070	3,962	3,054	2,970	-2.75%	
	國片製作成本 結構	開發/前製	4.00%	2.51%	2.64%	3.78%		
		製作與拍攝	77.00%	72.94%	78.59%	71.93%		
		後製	19.00%	24.54%	18.77%	24.29%		
	國際合作情形	國片製作模式	自製	83.89%	81.48%	69.70%	77.61%	
			合製	16.11%	18.52%	30.3%	22.39%	
	國片市場	台北市觀影人次 (千人)		15,185	14,962	17,181	15,806	-8.00%
		台北市國片觀影人次 (千人)		2,188	1,809	2,009	1,420	-29.32%
		電影人均觀影次數		1.30	1.28	1.46	1.34	-8.22%
		國片人均觀影次數		0.19	0.15	0.17	0.07	-58.82%
		電影平均票價 ²		248	248	245	246.48	0.60%
	出口值 (億元)	電影製作		1.35	1.41	3.247	1.93	-40.68%
		電影後製		0.04	0.1	0.252	0.2	-22.19%
		電影發行		0.17	0.46	2.802	0.54	-80.78%
		電影映演		0.00	0.62	0.00	0.00	
		合計		1.565	2.59	6.301	2.66	-57.77%
電影片審議分級 之數量 (部)	國片審議分級數		101	76	94	89	-5.32%	
	港、陸片在台進口審議分級數		50	31	43	47	9.30%	
	其他外片在台進口審議分級數		473	551	542	580	7.01%	
影片票房 (千元)	台北市國產影片票房		529,863	427,833	467,938	185,858	-60.28%	
	台北市港陸影片票房		131,789	91,164	90,670	163,345	80.15%	
	台北市其他外國影片票房		3,134,963	3,188,665	3,645,163	3,548,736	-2.65%	

¹ 排除旗艦型、策略型及跨國合作之國片平均製作成本。

² 電影總平均票價。

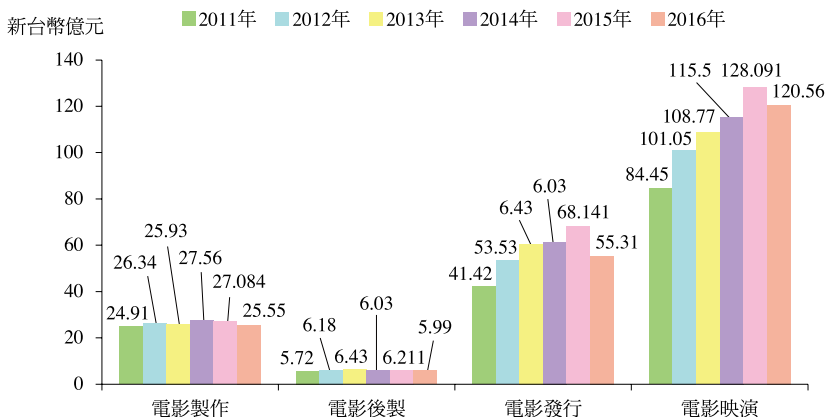
構面	指標	項目	2013年	2014年	2015年	2016年	2015至 2016年 變動率
商品 導向面	國際影展活動 (部次)	參與國際市場展國片部次	294	289	286	377	31.82%
		輔導參與國際市場展片商家次	138	122	153	144	-5.88%
		入圍入選國際影展國片部次	86	86	88	60	-31.82%
		榮獲國際影展獎項部次	31	16	17	12	-29.41%
		輔導參與國際影展國片部次	53	56	49	44	-10.20%
產業 人力	就業人數	電影製作業	488	408	401	367	-8.48%
		電影後製業	405	417	429	402	-6.29%
		電影發行業	370	385	427	367	-14.09%
		電影映演業	3,215	3,279	3,636	3,423	-5.87%
		合計	4,478	4,489	4,893	4,559	-6.86%

註：1.因2013年12月主計總處公布2011年工商普查總報告，因此本研究利用2011年工商普查所公布之實際生產總額，追溯調整過去歷年（2009-2011年）產值以及出口值的估算值。

2.電影製作、後製、發行、映演之營業家數資料來自財政部財政資訊中心。

3.就業人數以主計總處2006年工商及服務業普查報告資料為基礎，以平均每員工產值不變下估算至2009年，爾後利用兩年同時回卷的調查公司之員工人數變化以及人均產值推算。

資料來源：文化部影視及流行音樂產業局、財政部統計資料庫、台灣經濟研究院問卷回收整理



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-3、2011至2016年電影各次產業產值變化趨勢

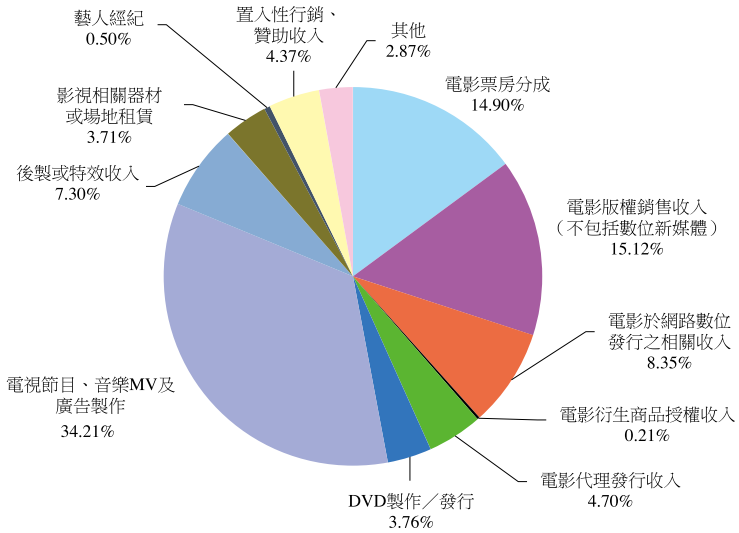
第二節 我國電影產業發展分析

一、電影產業各類營收概況

綜觀國內電影製作、發行業2016年的收入來源主要以電視節目、音樂MV及廣告製作為主（占34.21%），與去年度相比其比例有所提升，最主要是因目前整體電影產製數量不足，業者難以單仰賴電影票分成維持公司的營運，因此業者開始投入製作其他影視相關作品（如國內外電視、廣告作品）。其次依序是電影版權銷售收入（不包括數位新媒體）占15.12%，電影票房分成收入占14.9%。

在電影於網路數位發行之收入約占8.35%，其比例較2015年明顯提升，主要與近期隨著國內外OTT平台業者數量增加且競爭激烈有關，為增加自身平台所擁有的內容數量，OTT業者積極購入相關影音版權，以提升用戶數與用戶忠誠度，且製作業者也透過將版權賣給海外OTT平台，開拓新的市場。而OTT平台的收入不只對於新片有幫助，許多舊片也透過影音平台增加版權再銷售，提升國內、海外的收入回收。另外，部分業者也透過打造周邊商品，讓IP作品的效益得以延長。

而除上述所提到的收入項目之外，我國電影製作、發行業者仍有如「後製或特效收入」、「置入性行銷、贊助收入」、「DVD製作／發行」、「電影代理發行收入」等收入來源，顯示我國業者在經營運作上仍是採取多角化的營運，此部分也與目前國內的產製數量有限，業者多會透過承攬其他相關業務來維持營運。

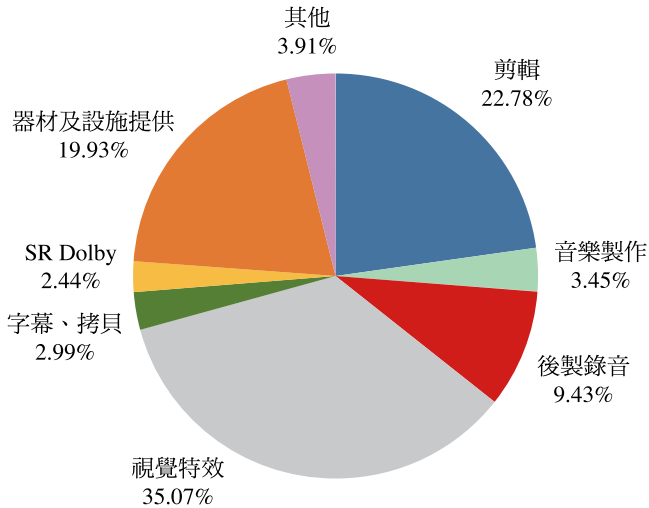


資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-4、2016年電影製作、發行業者收入結構

國內電影後製業者的收入結構部分，以視覺特效的占比最高，約為35.07%，其次則是剪輯收入，占22.78%。近期為鼓勵國內業者應用視覺特效進行創作，文化部影視局推出「國產電影片應用數位視覺特效製作」補助策略，根據訪談業者表示，此政策對於目前國片在後製、特效的預算不足的現象有所改善，對於國內後製、特效業者有一定的幫助。

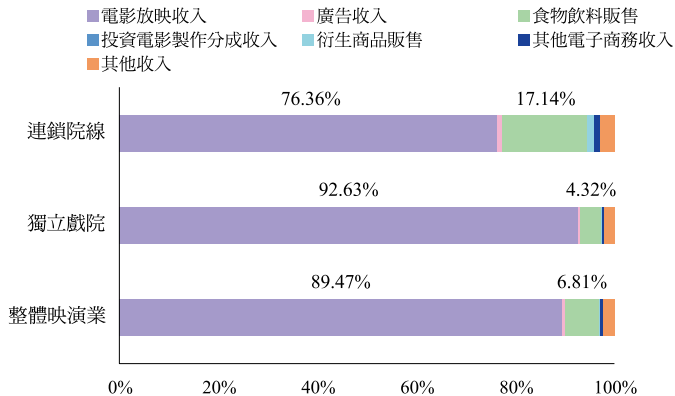
根據問卷調查結果，2016年國內後製、特效業者的營收比重，電影產業僅佔43.57%，電視產業則佔33.6%。而在製作的影視作品的比重上，以國內電視為主，占44.64%，國內電影及國外電影分別佔25.61%及23.53%，顯示由於產量不足後製、特效業者仍須其他案量維持營運。因此目前制作作品不在僅限於國內電影產業，而是跨足電視、廣告等。近年部分業者開始至國外設點、接單，以維持公司的穩定運作。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-5、2016年電影後製、特效業者（含器材設備提供者）收入結構

電影映演業部分，2016年仍以電影放映收入為主要收入來源，約占89.47%。細看連鎖院線與獨立戲院的收入來源，主要是在食物飲料販售的收入有較明顯的差距，且與去年度的調查結果相比，連鎖戲院在食物飲料販售的收入占比有所增加，主因於連鎖戲院業者近年開始販售手搖飲料等，以提供消費者更多不同的選擇。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-6、2016年電影映演業者主要營收來源

二、我國電影市場分析

(一) 國內電影上映情形與票房表現

關於國內電影上映情形與票房表現部份，自2016年6月11日起，電影片映演業者依《電影法》規定提供予文化部影視局之電影票房資料，進行我國全台電影票房之統計，因此本小節將先依循過去透過台北市電影票房說明2016年度台北市電影票房市場情形，後續再透過電影片映演業者所提供之電影票房說明2016年7月至12月全國電影票房市場。

1. 台北市電影票房市場

2016年臺北市電影總票房為38.98億元，較2015年下滑7.28%。2016年全台票房破億者僅有《大尾鱸鰻2》及《樓下的房客》等，其台北市票房總合僅有7,988萬元，較2015年兩部破億國片總和為2.15億元有明顯下滑的情況，因此也使得國片票房在台北市的市占率大幅減少至4.77%。

表1-2、2012年至2016年台北市電影票房市場概況

單位：部；新台幣元；%

年份	部數／票房	中華民國影片	港陸影片	其他外國影片	總計
2012	上映部數	51	41	343	435
	票房	430,433,697	152,531,257	3,035,000,680	3,617,965,634
	上映部數比重	11.72%	9.43%	78.85%	100%
	票房比重	11.90%	4.22%	83.89%	100%
2013	上映部數	56	44	389	489
	票房	529,863,483	131,789,464	3,134,963,327	3,796,616,274
	上映部數比重	11.45%	9.00%	79.55%	100%
	票房比重	13.96%	3.47%	82.57%	100%
2014	上映部數	54	28	416	498
	票房	427,833,400	91,164,192	3,188,665,367	3,707,662,959
	上映部數比重	10.84%	5.62%	83.53%	100%
	票房比重	11.54%	2.46%	86.00%	100%
2015	上映部數	66	45	483	594
	票房	467,938,144	90,670,060	3,645,163,150	4,203,771,354
	上映部數比重	11.11%	7.58%	81.31%	100%
	票房比重	11.13%	2.16%	86.71%	100%
2016	上映部數	67	56	611	734
	票房	185,858,944	163,345,418	3,548,736,485	3,897,940,847
	上映部數比重	9.13%	7.63%	83.24%	100%
	票房比重	4.77%	4.19%	91.04%	100%

註：1.台灣電影網所指之中華民國影片係指台灣電影（國片），即包括國產電影片及本國電影片。而其所顯示之上映部數及票房資料，係包括跨年度上映、重新上映及影展之所有影片統計資料。

2.票房單位：新台幣／元，百分比指票房比率（國產影片票房比重＝國產影片台北市票房／總台北市票房）。

資料來源：2016年數據本研究整理自台北市影片商業同業公會，其餘年度為台灣電影網之產業情報－市場統計資料；2017年起將以在電影法基礎下所建立的全國票房統計機制為主。

2.推估2016年全國電影票房市場

我國電影片映演業者依據《電影法》規定，自2016年6月11日起提供予文化部影視局之全國電影票房資料。不過為使數據呈現得以完整且一致性，本段在全國電影票房所呈現的資料，其統計時間為2016年7月1日至12月31日。整體來說，2016年下半年度（7-12月）全台共上映506部電影片，其中其他外國影片422部、國片51部、港陸片33部。就各國別影片的票房占比，仍以其他外國影片為主（占89.56%），我國國片約占6.19%。

表1-3：2016年下半年度（7-12月）全國電影票房市場概況

單位：部；新台幣元；%

年份	部數／票房	中華民國影片	港陸影片	其他外國影片	總計
2016	上映部數	51	33	422	506
	票房	314,815,481	215,913,298	4,552,832,971	5,083,561,750
	上映部數比重	10.08%	6.52%	83.40%	100.00%
	票房比重	6.19%	4.25%	89.56%	100.00%

資料來源：電影片映演業依電影法規定提供予文化部影視局之電影票房資料

另外，本研究根據台北市影片商業同業公會所提供的台北市票房數據以及整理自Rentrak資料庫票房數據的票房結構比重，並結合全國票房統計系統之數據，推估2016年全國總票房收入為98.35億元。細看各國別的電影片票房收入，2016年國片全台票房收入為5.82億元（占5.92%），港陸影片的票房收入約為4.04億元（占4.11%），其他外國影片部分則為88.49億元（占89.97%）。

表1-4：2016年全國電影票房市場推估

單位：新台幣億元、%

	國片	港陸影片	其他外國影片	總計
推估上半年度票房（億元）	2.67	1.88	42.96	47.51
下半年度票房（億元）	3.15	2.16	45.53	50.84
2016年全台票房	5.82	4.04	88.49	98.35
票房市占率	5.92%	4.11%	89.97%	100%

資料來源：台灣經濟研究院以電影片映演業依電影法規定提供予文化部影視局之電影票房資料為基礎，並透過Rentrak資料庫做為2016年上半年度推估之基礎，推估2016年全台電影票房

（二）國內電影觀影人次

2016年國內平均每人觀看1.34部次/年電影，為近兩年以來最低。就各國別電影片來看，國片觀影人次平均每人觀看約0.07部次，為近五年新低；港陸影片平均每人觀看約0.06部次，為自2012年以來新高，主要與《寒戰2》及《葉問3》等兩部系列電影上映，帶動整體觀看次數；其他外國電影則是些微下降至1.22部次。整體顯示2016年觀眾到電影院觀賞影片較2015年呈現減少的情況。

表1-5：2012年至2016年國內人均觀影次數估算

單位：部次

	國片	港陸影片	其他外國影片	總計
2012年	0.16	0.05	1.00	1.21
2013年	0.19	0.04	1.07	1.30
2014年	0.15	0.03	1.09	1.28
2015年	0.17	0.03	1.26	1.46
2016年	0.07	0.06	1.22	1.34
2016年7-12月*	0.06	0.04	0.82	0.92

註：1.2016年人口數為23,539,816人（資料來源：行政院主計總處，全國統計資料）。

2.國內人均觀影次數=（台北市觀影人次*2）/全國人口數，2017年起將以在電影法基礎下所建立的全國票房統計機制為主。

資料來源：台灣經濟研究院整理自台北市片商公會提供之2016年台北市電影票房資料；2016年7-12月為整理自電影片映演業依電影法規定提供予文化部影視局之電影票房資料

(三) 近五年國片審議分級之數量

2016年國片通過審議分級的數量含劇情片、短片及紀錄片，共計89部，較2015年有所減少，最主要與國片的票房市場回收的不確性較大，業者投資風險較高，使得投入製作的資源趨向保守。而在外片部分，其他外國片與港片通過審議分級數量皆較2015年增加。

表1-6：2012年至2016年國產影片、港陸影片暨其他外國影片審議分級之數量

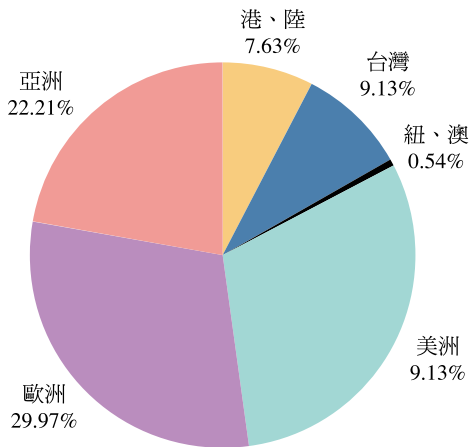
單位：部次；%

年度		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	
國片	劇情片	部數	47	55	41	42	40
		比重	9.23%	8.81%	6.23%	6.19%	5.59%
	短片與紀錄片	部數	29	30 (短片)	22 (短片)	31 (短片)	24 (短片)
		比重	5.70%	4.81%	3.34%	4.57%	3.35%
	非國產片 (原產地中華民國)	部數	-	-	-	3	3
		比重	-	-	-	0.44%	0.42%
香港影片	部數	32	42	21	29	37	
	比重	6.29%	6.73%	3.19%	4.27%	5.17%	
大陸影片	部數	10	8	10	14	10	
	比重	1.96%	1.28%	1.52%	2.06%	1.40%	
其他外國影片	部數	391	473	551	542	580	
	比重	76.82%	75.80%	83.74%	79.82%	81.01%	

資料來源：文化部影視局官網行政公開資訊—業務統計

（四）2016年國內上映電影來源地區

2016年國內院線電影仍以美洲與歐洲電影為多數，各占30.52%與29.97%，其中美洲為224部，較2015年的178部增加46部；歐洲則為從2015年的151部增加至220部。而台灣電影上映數量方面，2016年上映國片數量占比為9.13%，較2015年的11.11%減少1.98%。細看2016年上映外片的來源國別，法國與韓國的部數皆較2015年明顯成長，其中韓國影片如《屍速列車》、《下女的誘惑》、《哭聲》等影片類型非常多元，且在票房與口碑上皆有不錯的佳績。



資料來源：台北市影片商業同業公會

圖1-7、2016年國內上映電影之來源地區比重

(五) 2016年臺北市電影票房前五名之影片

2016年台北市電影票房前五名中，《美國隊長3：英雄內戰》以1.83億元排名第一，第二為《惡棍英雄：死侍》獲得1.42億元，第三名則為韓國電影《屍速列車》獲得1.33億元。整體來說，2016年台北市票房前三名電影皆未超過2億元，較2015年台北市票房前三名的電影有明顯減少的情形。而在電影的類型部份，雖仍以好萊塢英雄系列電影、動畫片的表現較為搶眼，然如韓國電影《屍速列車》、日本動畫電影《你的名字》在臺灣電影市場表現也較以往突出。

表1-7、2016年台北市電影票房收入前五名

排名	影片名稱	票房人次	票房收入（新臺幣／元）
1	美國隊長3：英雄內戰	720,336	183,679,600
2	惡棍英雄：死侍	569,934	142,611,955
3	屍速列車	544,958	133,035,683
4	怪獸與牠們的產地	455,377	116,666,334
5	奇異博士	433,346	115,559,271
6	動物方城市	474,427	114,067,119
7	自殺突擊隊	429,092	107,031,858
8	蝙蝠俠對超人：正義曙光	343,947	88,573,594
9	你的名字	361,682	87,606,736
10	出神入化2	355,245	86,972,069
11	X戰警：天啟	343,742	86,032,899
12	比利·林恩的中場戰事	149,150	72,906,087
13	ID4星際重生	280,610	72,566,665
14	寵物當家	256,394	62,612,720
15	神鬼認證：傑森包恩	241,578	58,287,550

資料來源：台北市影片商業同業公會

（六）2016年台北市國片票房收入

2016年國片在台北市電影票房前三名分別是《樓下的房客》、《大尾鱸鰻2》、《六弄咖啡館》。《樓下的房客》是改編自作家九把刀同名小說，由崔震東導演首度執導長片作品，並由柴智屏監製，透過原著小說的IP價值，以及縝密的行銷宣傳，使得上映首周票房即破新台幣600萬元。《大尾鱸鰻2》是由豬哥亮所主演的本土賀歲片，主要是延續《大尾鱸鰻》的故事題材，透過豬式風格，本土笑梗吸引闔家觀眾在春節進場觀賞。《六弄咖啡館》則是我國與中國大陸合作的合拍片，該片是改編自作家藤井樹同名小說，並且是原著作者以本名吳子雲所執導的電影處女作。

表1-8：2016年國片台北市電影票房前十名之影片

影片名稱	票房人次	票房收入（新臺幣／元）
樓下的房客	174,048	42,133,182
大尾鱸鰻2	161,512	37,751,487
六弄咖啡館	86,506	20,322,829
我的蛋男情人	37,072	8,791,905
人生按個讚	31,874	7,365,077
我們的那時此刻	21,575	4,711,020
大顯神威	18,671	4,261,003
再見瓦城	15,988	3,656,431
神廚	15,555	3,553,104
極樂宿舍	14,592	3,342,130

資料來源：台北市影片商業同業公會

(七) 2013年至2016年節日或特殊假期之檔期票房分析

本研究透過2013年至2016年之主要節日或假期，觀察該段檔期之票房市占率。整體而言，目前暑假仍為我國電影市場主要檔期。國片的主要檔期則為暑假（8月份）及春節檔期。綜觀近年春節票房收入變化，2013年因當年度國片《大尾鱸鰻》及外片《終極警探：跨國救援》票房表現亮眼，帶動春節檔期票房表現。2016年《大尾鱸鰻2》及《惡棍英雄：死侍》皆有破億票房，使得春節票房占比增加。而2016年中秋節檔期部分，由於Rentrak資料庫所收錄的片商資料限制之下，並未納入《屍速列車》的票房資訊，可能因而使得2016年度中秋節檔期的票房市占率相對前三年度較有明顯的減少。

表1-9：2013年至2016年國內主要檔期票房占比

檔期	2013年	2014年	2015年		2016年	
	整體	整體	整體	國片	整體	國片
春節假期	7.01%	3.76%	3.65%	14.59%	6.71%	37.65%
228假期	0.49%	0.92%	1.74%	4.53%	1.31%	0.48%
暑假—7月	12.23%	10.69%	14.60%	8.28%	11.67%	10.03%
暑假—8月	9.23%	12.92%	13.04%	22.05%	9.07%	19.38%
中秋節假期	1.49%	1.05%	1.16%	0.87%	0.77%	0.26%
國慶日假期	0.37%	1.54%	1.28%	0.30%	1.21%	0.39%
各檔期小計	30.83%	31.18%	30.54%	50.62%	30.73%	68.19%
其他時間	69.17%	68.82%	69.46%	49.38%	69.27%	31.81%
總計	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

註：Rentrak資料庫所收納的片商包括環球、派拉蒙、博偉／迪士尼、華納兄弟、新力哥倫比亞、20世紀福克斯等美國電影協會(MPAA)成員、威視、威望、秀泰、雷公、向洋、海樂、毅得、原子映像、海鵬、傳影互動、甲上、意象國際、前景娛樂、華映、天馬行空、牽猴子、飛行國際、免將創意、媒體發展、美昇國際、可樂電影、華聯國際、安可電影、中影、晴天影像、樂到家、雙喜電影，共計33家。其中，威視所發行之影片僅有台北市之票房，無提供外縣市之票房，其他收錄的片商所發行之影片則有各地區之票房資料。另外，美國電影協會(MPAA)成員所發行之影片票房包括點數戲院的票房資料。

資料來源：台灣經濟研究院整理自Rentrak資料庫

三、我國電影製作分析

(一) 電影製作成本

2016年國片之平均製作成本為4,005萬元，扣除與他國合作影片，國片平均製作成本為2,970萬元，較2015年減少。

綜觀近四年國片製作規模情形，目前仍以小型國片（新台幣6000萬元以下）的部數較多，約占79.49%。而大型製作規模近三年多維持在15%上下，且主要多是與中國大陸合作之影片，以2016年為例，包含《一萬公里的約定》、《謊言西西里》、《六弄咖啡館》等。

細看劇情片與紀錄片的製作規模，以2016年來說，目前國片劇情片的製作規模以3,000萬至5,000萬較多（占40.0%）；國片紀錄片的製作規模皆在1,000萬以下，其中又以500萬以下的製作規模占多數（占71.43%），如《神戲》、《單車天使》等，而與2015年相比，在紀錄片部分缺乏如《沖天》、《阿罩霧風雲II—落子》等製作規模較大的作品。

表1-10：2013年至2016年國片不同製作規模之部數占比

	2013年	2014年	2015年	2016年
小型國片（製作成本新台幣6,000萬以下）	64.1%	76.47%	75.0%	79.49%
中型成本（製作成本6000萬～1億元）	17.95%	8.82%	10.7%	5.13%
大型成本（製作成本1億元以上）	17.95%	14.71%	14.29%	15.38%

註：部數占比=小型（或中型、大型）國片部數/總盤點部數。

資料來源：台灣經濟研究院整理

表1-11：2016年國片製作規模概況

	2015年		2016年	
	劇情片與 動畫片比重	紀錄片比重	劇情片與 動畫片比重	紀錄片比重
500萬以下	0.00%	63.16%	0.00%	71.43%
500萬~1,000萬元以下	2.70%	21.05%	0.00%	28.57%
1,000萬~3,000萬元以下	21.62%	5.26%	20.0%	0.00%
3,000萬~5,000萬以下	32.43%	10.53%	40.0%	0.00%
5,000萬~6,000萬元以下	5.41%	0.00%	4.00%	0.00%
6000萬~1億元以下	16.22%	0.00%	12.0%	0.00%
1億元以上	21.62%	0.00%	24.0%	0.00%

資料來源：台灣經濟研究院整理

表1-12、2012年至2016年臺灣電影平均製作成本

		平均製作成本（新臺幣萬元）
2012年	全部	6,359
	排除旗艦及策略型	4,339
	排除旗艦及策略型、跨國合作	3,204
2013年	全部	5,737
	排除旗艦及策略型	5,230
	排除旗艦及策略型、跨國合作	4,070
2014年	全部	6,111
	排除旗艦及策略型	4,879
	排除旗艦及策略型、跨國合作	3,962
2015年	全部	5,146
	排除旗艦及策略型	4,948
	排除旗艦及策略型、跨國合作	3,054
2016年	全部	4,005
	排除旗艦及策略型	-
	排除旗艦及策略型、跨國合作	2,970

資料來源：台灣經濟研究院整理

2016年上映國片之細部成本結構方面，以現場拍攝人事費用占比最高，占44.64%，比例較去年微幅增加。而在前期開發階段的故事版權或編劇費用部分，占比為3.78%。

後製、特效的比例約占整體支出成本的24.29%部分，其中2D-特效部分約占4.39%，比例較往年調查結果提高。2016年我國國片在製作類型上，除原有的校園清新浪漫、本土喜劇類型之外，具有「懸疑／驚悚」及「恐怖」元素的電影片比例有所增加，因而使得國片在後製、特效製作預算比重有所提升。

表1-13、2012年至2016年國片細部成本結構

單位：%

時間	2012年		2013年		2014年		2015年		2016年		
製作流程	占比										
開發	故事版權／ 編劇費用	2.00%	2.00%	4.00%	4.00%	2.51%	2.51%	3.01%	3.01%	3.78%	3.78%
製作與 拍攝	現場拍攝人 事費用	83.00%	21.00%	77.14%	42.00%	72.94%	44.45%	77.38%	43.37%	71.93%	44.64%
	硬體及設備 費用		34.00%		16.29%		16.29%		15.00%		10.4%
	服裝及道具 費用		20.00%		12.14%		7.86%		9.69%		7.0%
	製作期間雜 支費用		8.00%		6.71%		9.19%		9.32%		9.88%
後製	沖印、剪輯 及錄音費用	15.00%	10.00%	18.71%	8.57%	24.54%	8.32%	19.61%	11.19%	19.61%	13.37%
	2D視覺特 效費用		-		2.00%		0.79%		2.91%		4.39%
	3D視覺特 效費用		-		4.00%		8.84%		2.66%		1.68%
	後製期間雜 支		5.00%		4.14%		6.59%		2.84%		4.85%
總計		100%		100%		100%		100%		100%	

資料來源：台灣經濟研究院整理

表1-14、2012年至2016年臺灣上映劇情片元素類型比重

單位：%

類型元素	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	總計
動作（武俠）	5.0%	9.76%	6.0%	7.02%	4.3%	6.4%
冒險	0.0%	0.00%	2.0%	1.75%	4.3%	1.7%
傳記	0.0%	2.44%	2.0%	0.00%	0.0%	0.9%
喜劇（本土喜劇）	22.0%	24.39%	26.0%	26.32%	26.1%	25.1%
犯罪	0.0%	0.00%	6.0%	3.51%	2.2%	2.6%
家庭	10.0%	14.63%	10.0%	3.51%	6.5%	8.5%
奇幻	12.0%	2.44%	0.0%	3.51%	4.3%	4.3%
懸疑/驚悚	5.0%	4.88%	6.0%	5.26%	8.7%	6.0%
恐怖	0.0%	2.44%	2.0%	3.52%	6.5%	3.0%
音樂歌舞	2.0%	7.32%	0.0%	3.51%	2.2%	3.0%
浪漫	39.0%	7.31%	24.0%	33.33%	30.4%	27.2%
戰爭（軍教片）	0.0%	0.00%	0.0%	1.75%	2.2%	0.9%
歷史	0.0%	2.44%	6.0%	1.75%	0.0%	2.1%
勵志	5.0%	21.95%	10.0%	5.26%	2.2%	8.5%
總計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

註：類型整理自Yahoo電影、開眼電影網等，再參考英國電影協會(BFI)之類型項目進行採用。另，本研究根據人工判斷，每部劇情國片至多歸屬三個元素類型。

資料來源：台灣經濟研究院盤點整理

（二）台灣電影跨國合作情形

2016年上映國片中，跨國合作的部數為15部次，占該年度總上映部數的22.39%，其中5部為與中國大陸合作之電影、1部與日本合作、3部為中港台合作、1部為中國大陸、香港及韓國合作，其餘則與馬來西亞、緬甸、法國、德國、新加坡等國家合作，總跨國合作數量較2015年減少5部。

表1-15、2012年至2016年跨國合作影片數量之比

單位：部；%

	2012	2013	2014	2015	2016	總計
該年度跨國合作影片之上映部數	12	9	10	20	15	66
該年度國片總上映部數	51	56	54	66	67	294
上映之跨國合作影片比重	23.5%	16.1%	18.5%	30.3%	22.39%	22.45%

註：1.該年度國片總上映部數係包括影展、跨年度上映、重複上映之影片。重複上映是指非於當年度首次於電影院播映，即再次上映的意思。

2.經查《郊遊》在台灣上映日期為2014年2月21日，故將其修正列於2014年度中，並追溯調整2013年之跨國合作影片上映部數。

3.各年度國片總上映部數，根據台灣電影網中，產業情報之市場統計之最新更新資料追溯調整。

資料來源：台灣經濟研究院整理自台灣電影網、台北市影片商業公會

整體來說，目前我國國片仍以與中國大陸合作的比例相對較高，其合作模式可包含資金投資、我國主創人員參與等方式。如《櫥窗人生》、《萌學園：尋找磐古》則是以資金投資為主；《六弄咖啡館》、《22個男人》則是有中國大陸資金投資與當地演員、導演參與；《謊言西西里》則是為中國大陸資金投資以及我國主創人員（導演、演員）參與。

另外，《樓下的房客》除有香港演員參與演出之外，更有馬來西亞業者參與投資。《再見瓦城》除獲得法國與德國資金之外，其影片後製也是在法國當地進行。

表1-16、2016年上映國片跨國合作名單

中文片名	合作國家	合作方式	出品國
一萬公里的約定	中國大陸	資金投資	中華民國
櫥窗人生	中國大陸	資金投資	中華民國
心靈時鐘	新加坡	演員參與演出	中華民國
翡翠之城	緬甸	紀錄片；緬甸當地拍攝	中華民國
終極舞班	中國大陸	演員參與演出	中華民國
海的彼岸	日本	紀錄片；日本當地拍攝	中華民國

中文片名	合作國家	合作方式	出品國
再見瓦城	緬甸、法國、德國	資金投資、法國後製	中華民國
謊言西西里	香港、韓國、中國大陸	台灣導演與演員參與演出、資金投資	中華民國
天使去哪兒？台灣單車假期	中國大陸、香港	紀錄片；人物參與	中華民國
六弄咖啡館	中國大陸、新加坡	資金投資、演員參與	中華民國、中國大陸、新加坡
樓下的房客	馬來西亞、香港	演員參與、資金投資	中華民國、馬來西亞、香港
萌學園：尋找磐古	中國大陸	資金投資	中華民國、中國大陸
22個男人	中國大陸	資金投資、演員參與	中華民國、中國大陸
我的西門小故事	法國	紀錄片；法籍導演	中華民國
一路順風	中國大陸、香港	資金投資、演員參與	中華民國

資料來源：台灣經濟研究院整理；出品國資料來源為臺灣電影網

四、我國電影發行分析

（一）國內發行商票房市占率

綜觀近5年間國內電影發行商其票房市占率排名前五名者，多為好萊塢片商，其市占率在2015年達到高峰。而2016年的票房市占率為70.3%，較2015年有所回降，最主要是因為2016年的《屍速列車》、《你的名字》、《樂來樂愛你》分別是由車庫娛樂、傳影互動及威望國際等國內獨立片商所發行，其票房表現亮眼，因而使得好萊塢片商的票房市占率有所下滑。

而在本土發行商表現部分，除上述的車庫娛樂與傳影互動之外，威視電影其投資與發行的《樓下的房客》為國片在台北市電影票房第一名，以及發行《人生按個讚》、《再見瓦城》……等多部國片之外，再加上發行的華語片《寒戰2》票房表現亮眼，使得其2016年票房市占率第十名，且市占率比重較2015年提升，是目前國內本土發行商相對具有規模的發行業者。

表1-17、2012年至2016年國內發行商台北市票房市占率

單位：%

	2012年		2013年		2014年		2015年		2016年	
	發行商	市占率	發行商	市占率	發行商	市占率	發行商	市占率	發行商	市占率
1	博偉	24.61%	博偉	21.39%	博偉	15.52%	環球	20.17%	博偉	20.76%
2	福斯	16.35%	華納	13.56%	華納	15.13%	博偉	17.80%	華納	17.76%
3	華納	12.18%	環球	11.80%	福斯	13.70%	福斯	14.70%	福斯	12.01%
4	環球	11.72%	福斯	8.88%	派拉蒙	10.11%	華納	11.61%	環球	7.99%
5	威望	6.50%	派拉蒙	8.26%	環球	7.49%	派拉蒙	6.64%	威望	6.55%
6	派拉蒙	3.79%	龍祥	7.77%	威視	7.14%	華聯	5.32%	派拉蒙	5.23%
7	龍祥	3.30%	威望	3.83%	龍祥	6.39%	龍祥	3.86%	車庫	4.05%
8	威視	3.14%	柏合麗	3.24%	威望	3.32%	甲上	3.40%	龍祥	3.89%
9	甲上	2.54%	牽猴子	2.80%	原子 映象	2.44%	威視	2.55%	傳影 互動	3.61%
10	紅豆	2.07%	影一	2.75%	安邁進	2.04%	威望	2.45%	威視	3.58%
	其他	13.80%	其他	15.72%	其他	16.73%	其他	11.49%	其他	14.57%
	總計	100%	總計	100%	總計	100%	總計	100%	總計	100%

註：1.2014年資料顯示安邁進為電影發行商，但藉由該部影片之演職人員表，發現安邁進仍以電影製作為主，故其所製作仍交由專職電影發行商發行，故《等一個人咖啡》之發行商為威視。

2.2013年資料顯示柏合麗與影一為電影發行商，但本研究透過業者訪談發現，上述二者仍以電影製作為主，其所製作之電影仍交由專職電影發行商發行。此二家電影製作公司於2013年合作的電影發行商皆為華納兄弟。

資料來源：台北市影片商業同業公會

(二) 國內國片製作兼發行情形

近五年上映國片中，製作兼發行的比例約為21.43%，2016國片其製作兼發行的部數為11部，占當年度總上映部數的16.42%，較2015年的部數減少2部。

表1-18、2012年至2016年國內國片製作兼發行情形

單位：部；%

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	總計
製作兼發行部數	18	14	7	13	11	63
總上映部數	51	56	54	66	67	294
製作兼發行佔總上映部數之比重	35.29%	25.00%	12.96%	19.70%	16.42%	21.43%

註：1.各年度國片總上映部數係包括影展、跨年度上映、重複上映之影片。重複上映是指非於當年度首次於電影院播映，即指再次上映。

2.經查《到不了的地方》在臺灣上映日期為2014年5月23日，故將其修正列於2014年度中，追溯調整2013年製作兼發行部數為14部次。

資料來源：臺灣電影網，台灣經濟研究院整理

五、我國電影海外行銷概況

（一）出口概況

2016年電影產業出口值推估為新台幣2.66億元，較2015年減少57.77%。電影製作業與發行業，最主要是2015年受惠《我的少女時代》在海外市場表現亮眼，該年度出口額大幅提升，而2016年全球電影市場成長速度趨緩，加上新媒體崛起的影響，使得整體國際銷售情況越趨保守。加上受到2016年我國國片在國內票房及口碑皆不如預期，使得2016年國片在海外上映的數量及票房均有所減少，因而使得2016年出口額分別下滑40.68%及80.78%。然若觀察近五年趨勢，2016年電影產業出口值為2012年以來第二高，僅次於2015年。

電影後製業，近期由於我國後製、特效業者製作品質及價格仍具有優勢，部分中國大陸電視劇開始找國內業者進行後製工作，加上當地網路影音平台興起自製內容，使得部分國內業者也開始承接當地網劇、網路大電影的後製工作，因此使得近兩年出口額皆較以往有明顯的增加，但2016年受兩岸環境變化影響到部份業者的接單有所影響，或轉為檯面下進行，因此出口額較上一年度衰退22.19%。

表1-19、2012年至2016年國內電影出口值

單位：新台幣億元；%

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2015年至2016年變動率
電影製作	1.168	1.354	1.409	3.247	1.93	-40.68%
電影後製	0.035	0.044	0.095	0.252	0.20	-22.19%
電影發行	0.077	0.167	0.462	2.802	0.54	-80.78%
電影映演	0.000	0.000	0.621	0.000	0.00	-
合計	1.280	1.565	2.585	6.301	2.66	-57.77%

資料來源：財政部財政資訊中心，台灣經濟研究院估算

(二) 國際影展市場展活動參與度

2016年共有377部次國片參與國際市場展，為近五年新高，透過參與國際市場展之國片部次及影視局輔導參與國際市場展之片商家次，推算平均每片商攜帶至市場展的數量，2016年平均每家片商攜帶至市場展的影片數量為2.62部次，也為近五年新高。然在入圍國際影展的國片部次部分，較前四年有所減少。

另外一方面，國片獲選國際影展獎項部份，2016年國片榮獲共計12個國際影展獎項，較2015年減少5個，整體來說，近3年間我國國片在國際影展獲獎的數量呈現下滑的情況，最主要可能與近年我國電影業者積極朝向商業型電影發展有所關。

表1-20、2012年至2016年臺灣電影於國際影展市場展活動參與度

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2015至2016年變動率
參與國際市場展國片部次	244	294	289	286	377	31.82%
輔導參與國際市場展片商家次	122	138	122	153	144	-5.88%
入圍入選國際影展國片部次	96	86	86	88	60	-31.82%
榮獲國際影展獎項部次	35	31	16	17	12	-29.41%
輔導參與國際影展國片人次	60	53	56	49	44	-10.20%
每家片商平均攜帶至市場展之影片數量	2.00	2.13	2.37	1.87	2.62	40.11%

資料來源：台灣經濟研究院整理自臺灣電影網

表1-21、2016年國片獲選國際影展獎項

月份	影片名稱	參加影展	榮獲獎項
2月	百日告別	第9屆阿姆斯特丹亞洲電影節	Tiger Beer 評審團獎
	禁止下錨	柏林國際影展	奧迪最佳短片獎
3月	缺角一族	第11屆日本大阪亞洲電影節	最佳演員獎
4月	缺角一族	第49屆休士頓國際影展	喜劇片金牌獎
	龍蝦小孩	第32屆洛杉磯亞太影展	金軸獎
	乒乓	第16屆紐約翠貝卡影展	學生遠見獎
5月	審判	法國尼斯國際影展	最佳男主角獎
8月	只要我長大	第46屆義大利Giffoni 影展	CIAL Prize for environment 特別獎
9月	再見瓦城	2016年第73屆威尼斯國際影展	威尼斯日「歐洲和地中海影評人聯合會」最佳影片獎
10月	白蟻	韓國釜山國際影展	費比西國際影評人獎
11月	再見瓦城	第36屆法國亞眠國際影展	最佳影片獎
	樓下的房客	第9屆比利時布魯日國際影展	最佳觀眾票選獎
總計			12個

資料來源：臺灣電影網

六、電影產業人力概況

(一) 電影產業就業人數

2016年整體電影產業就業人數為4,559人，較2015年減少6.86%，而各產業環節之電影就業人數皆較上一年度衰退。電影製作業部分，較2015年下滑8.48%。電影後製業較上一年度減少6.29%。電影映演業較去年減少5.87%。電影發行業，較2015年減少14.09%。

表1-22、電影產業就業人數

單位：人、%

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2015至2016年 成長率
電影製作	478	488	408	401	367	-8.48%
電影後製	394	405	417	429	402	-6.29%
電影發行	374	370	385	427	367	-14.05%
電影映演	3,166	3,215	3,279	3,636	3,423	-5.86%
總計	4,412	4,478	4,489	4,893	4,559	-6.83%

資料來源：台灣經濟研究院

（二）國片製作人力聘任型態

2016年上映之國片製作人力之聘任型態，目前仍以專案形式合作的自營工作者為主要人力，如專業技術人才（如導演、製片）的自營作業者占38.11%，兼職人員占30.75%，正式員工僅占28.04%。

最主要是因為目前國片的拍攝籌備時間相對較長，多為現場拍攝時期時需要較多的人力，如燈光師、攝影師……等，而一般非拍攝時間僅保持最低正式員工數量，如會計、財務等，以維持公司的運作。

表1-23、2016年國片製作人力聘任型態

員工型態	正式員工	自營作業者	兼職人員	其他
比例	28.04%	38.11%	30.75%	3.10%

資料來源：台灣經濟研究院整理自回收問卷

七、電影消費行為概況

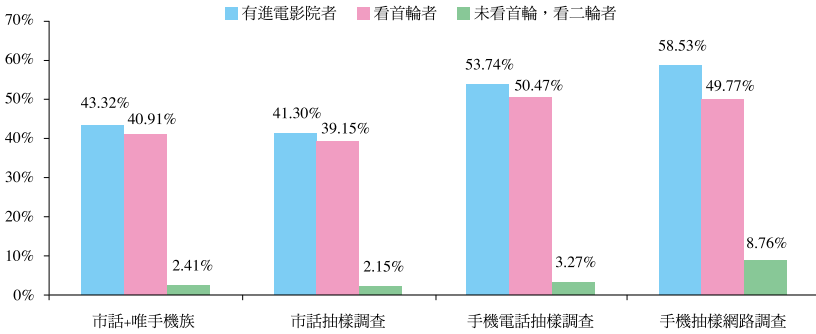
今年度電影消費行為調查共分為三種調查方式，一為市話抽樣調查，二為手機抽樣電話調查，三為手機抽樣網路調查。而為更全面地呈現我國民眾的觀看行為，本研究將「唯手機族群」與市話抽樣調查的有效樣本合併呈現，並以內政部人口結構的性別、年齡、生活圈進行加權，以補足市話調查中較難觸及的族群。然因篇幅有限，本節相關交叉分析的數據皆以「市話調查+唯手機族」的調查數據作為主要討論對象，僅於部分題項呈現「唯手機族」³的消費行為樣態。

（一）首輪電影觀看概況

本研究於2017年5月針對國內年滿15歲以上的民眾進行電影消費概況調查。根據調查結果顯示，近一年間，國內約有43.32%民眾曾至戲院觀看電影，其中約40.91%民眾的為觀看首輪電影。而在近一年內曾至戲院觀看電影的民眾之中，仍以觀看首輪電影為主，只有2.41%民眾是僅看二輪電影，而未看首輪電影。

對比近兩年度市話調查的結果顯示，國內民眾在進電影院觀看電影的比例有些微下滑，表示雖然至電影院觀看電影屬於社交活動的選項之一，但由於會受到時間限制影響，且目前民眾觀看影音內容的管道越趨多元，因此使得民眾至電影院觀看的比例下降。

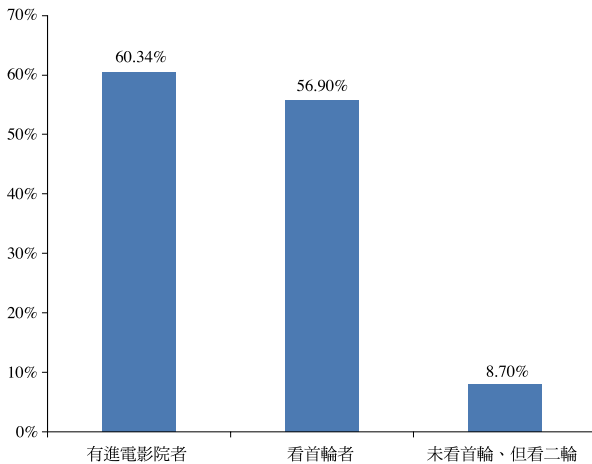
³ 本研究之「唯手機族」為手機電話抽樣調查中，家中無市內電話，或平常只用手機的人，即市內電話調查無法觸及到之族群。



資料來源：台灣經濟研究院整理

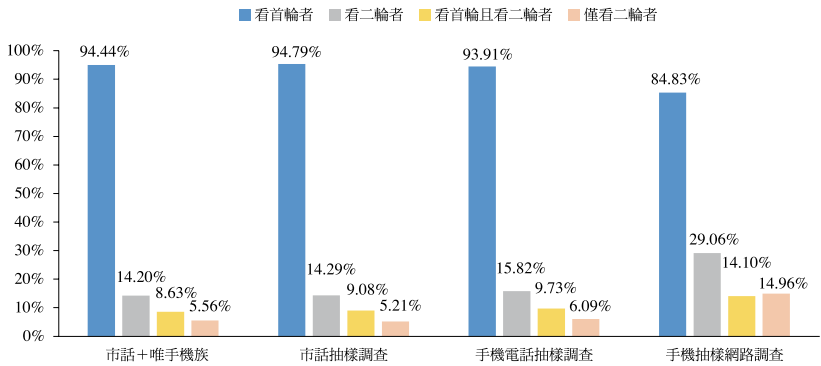
圖1-8、民眾近一年至電影院觀看的比例

另外，在唯手機族民眾近一年間有60.34%的民眾曾至電影院觀看電影，而有56.9%的民眾是看首輪電影，其比例皆相對較高。



資料來源：台灣經濟研究院整理

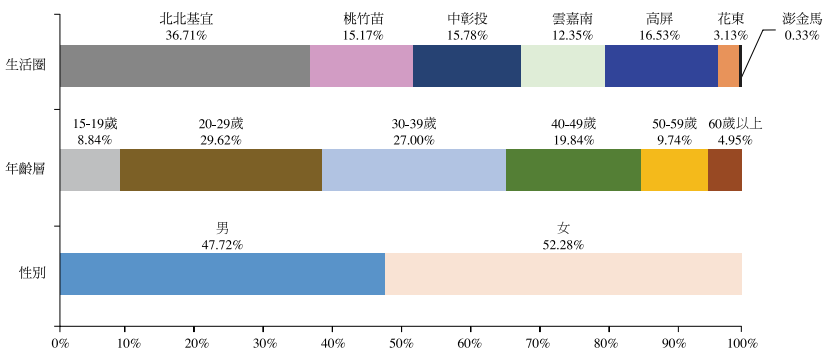
圖1-9、唯手機族民眾近一年至電影院觀看的比例



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-10、民眾近一年至電影院觀賞電影片之首輪及二輪選擇

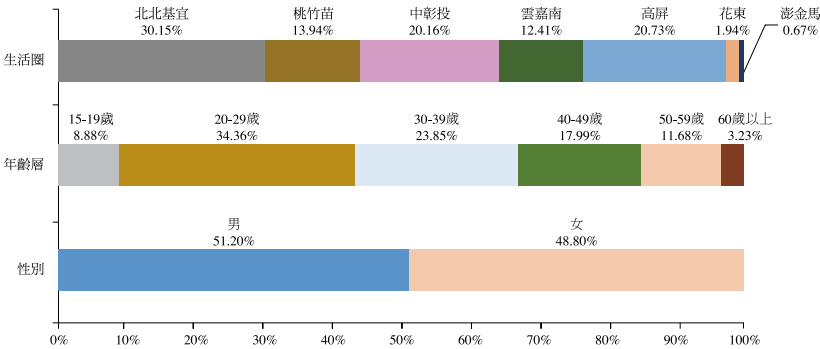
觀看首輪的消費群眾樣貌，目前仍以女性觀眾（占52.28%）為主；年齡層則以20-29歲及30-39歲的觀眾為多數，各占29.62%及27.0%；而在居住生活圈部分，則以北北基宜的民眾比例較高（占36.71%），其次則是高屏地區的民眾（約占16.53%）。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-11、觀看首輪電影民眾概況

在觀看二輪電影的民眾部分，則以男性的比例相對較高，約占51.2%；年齡層部分則集中於20-29歲，占34.36%；居住生活圈，是以北北基宜地區及高屏地區的民眾較多，各占30.515%及20.73%，此部分主要也與國內二輪電影院分布地區以大台北地區及高雄地區為多數有所關連。



資料來源：台灣經濟研究院整理

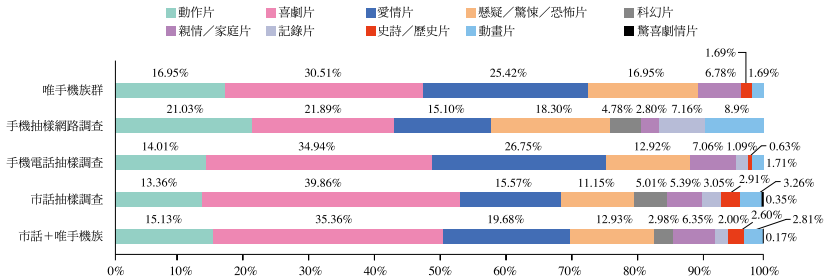
圖1-12、觀看二輪電影民眾概況

(二) 觀看首輪電影片之影片類型

1. 國片類型

觀民眾觀看首輪國片的影片類型情形，整體而言，以喜劇片的比例相對較高，約占35.36%，其次愛情片與懸疑／驚悚／恐怖片，且對照去年的調查結果，今年度在懸疑／驚悚／恐怖片的比例有較明顯的增加，此部分主要與我國近期國片產製類型有所關連。

另外，在唯手機族觀看首輪國片的影片類型部分，一樣是以喜劇片為主，不過其觀看懸疑／驚悚／恐怖題材的比例明顯高於其他觀眾。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-13、民眾觀看首輪國片的類型

進一步分析民眾的觀看類型，在性別部分，雖然男性與女性在觀看喜劇的比例皆為最高，但女性觀眾在觀看親情／家庭明顯高於男性；各年齡層民眾選擇觀看的國片類型也多有不同，50歲以上的民眾觀看喜劇片的比例明顯高於其他年齡層，而20-29歲之間的民眾選擇看愛情片的比例也較其他年齡層高。另外在60歲以上的民眾其觀看紀錄片的比例有14.17%，最主要與近期紀錄片的題材如《河北臺北》、《日曜日式散步者》等，所講述的內容多與其生長的背景有所關連。

表1-24、民眾觀看首輪國片的類型

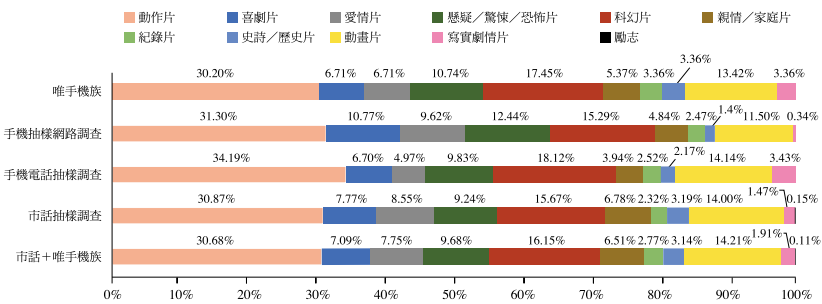
	動作	喜劇	愛情	懸疑/驚悚/恐怖	科幻	親情/家庭	紀錄	史詩/歷史	動畫	寫實劇情
性別										
男	15.60%	43.84%	18.70%	11.97%	3.56%	1.92%	1.21%	2.00%	1.19%	0.00%
女	14.80%	29.56%	20.35%	13.58%	2.59%	9.37%	2.54%	3.01%	3.91%	0.28%
年齡層										
15-19歲	8.71%	37.02%	19.58%	19.46%	4.34%	4.41%	0.00%	4.30%	2.17%	0.00%
20-29歲	12.53%	31.45%	27.95%	16.41%	2.67%	4.94%	0.47%	0.47%	2.68%	0.43%
30-39歲	23.67%	29.64%	13.14%	15.36%	1.32%	7.72%	3.26%	4.62%	1.27%	0.00%
40-49歲	12.63%	42.65%	17.89%	4.55%	4.52%	8.03%	2.59%	2.73%	4.42%	0.00%

	動作	喜劇	愛情	懸疑／驚悚 ／恐怖	科幻	親情／ 家庭	紀錄	史詩／ 歷史	動畫	寫實 劇情
50-59歲	8.94%	54.30%	8.70%	3.42%	5.34%	7.13%	1.69%	3.48%	7.00%	0.00%
60歲以上	14.86%	47.29%	9.51%	0.00%	4.65%	4.54%	14.17%	4.98%	0.00%	0.00%

資料來源：台灣經濟研究院整理

2. 外片類型

民眾觀看首輪外片的類型分布，整體來說，目前仍以動作片的比例最高，約為30.68%，其次則是科幻片（占16.15%）與動畫片（占14.21%）。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-14、民眾觀看首輪外片的類型

細看民眾觀看影片類型，男、女性觀眾觀看的外片類型皆以動作片為主，其次男性是會選擇科幻片、女性則是動畫片；各區域別民眾的觀看類型，北北基與高屏地區民眾在觀看外片一懸疑／驚悚／恐怖題材的比例相對其他地區高。而年齡層部分，40-49歲的民眾觀看動畫與親情／家庭影片的比例較其他年齡層高，而40歲以下民眾選擇驚悚／懸疑／恐怖電影的比例則是相對其他民眾高。

表1-25、民眾觀看首輪外片的類型

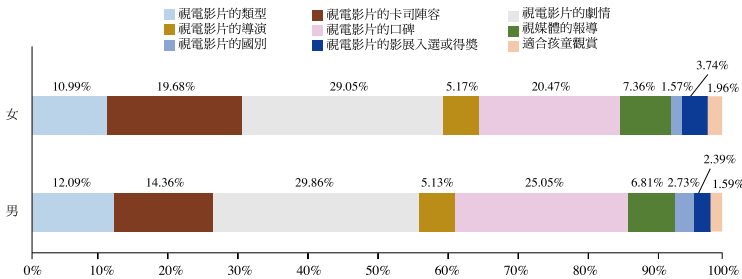
	動作	喜劇	愛情	懸疑／驚悚 ／恐怖	科幻	親情／ 家庭	紀錄	史詩／ 歷史	動畫	寫實 劇情	勵志
性別											
男	31.07%	7.53%	7.46%	9.98%	18.34%	4.56%	2.74%	3.77%	12.50%	2.04%	0.00%
女	30.25%	6.61%	8.07%	9.35%	13.74%	8.65%	2.81%	2.44%	16.08%	1.76%	0.24%
年齡層											
15-19歲	31.44%	8.91%	8.14%	13.91%	17.32%	6.34%	0.00%	0.00%	13.93%	0.00%	0.00%
20-29歲	28.51%	9.06%	8.34%	9.95%	15.87%	4.89%	2.64%	3.70%	15.30%	1.72%	0.00%
30-39歲	33.83%	6.35%	6.81%	11.49%	17.72%	5.54%	2.61%	2.84%	11.58%	1.24%	0.00%
40-49歲	28.27%	3.53%	8.18%	6.72%	14.45%	10.15%	3.16%	4.01%	18.36%	2.50%	0.68%
50-59歲	34.66%	6.78%	9.00%	3.39%	15.50%	9.90%	4.30%	3.27%	7.45%	5.75%	0.00%
60歲以上	32.19%	5.31%	3.95%	8.18%	13.32%	9.26%	6.77%	1.32%	15.70%	4.00%	0.00%

資料來源：台灣經濟研究院整理

（三）選擇進電影院觀看首輪電影片之考慮因素

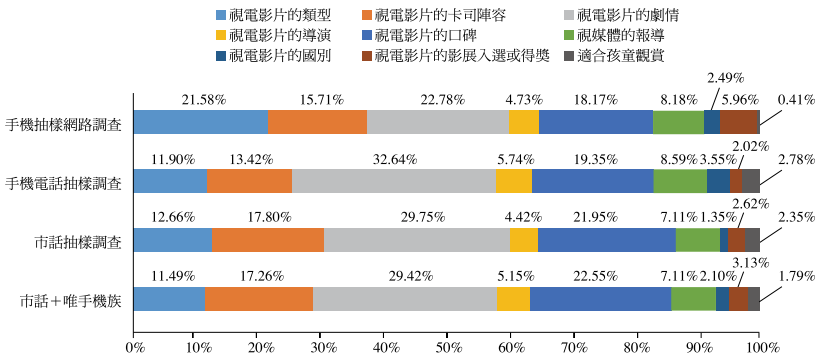
民眾在觀看首輪電影所考量因素，仍以電影片的劇情（占29.42%）及口碑(22.55%)為主。而各調查方式之結果僅手機抽樣網路調查的對象對於「觀看影片的類型」與「影片是否有入圍影展獲獎」的比例相對較高。

細看男性與女性觀眾所考量的因素，皆以「電影片的劇情」為主，僅在電影片的口碑及卡司陣容部分，男性及女性所考量的程度較有所差異。



資料來源：台灣經濟研究院整理

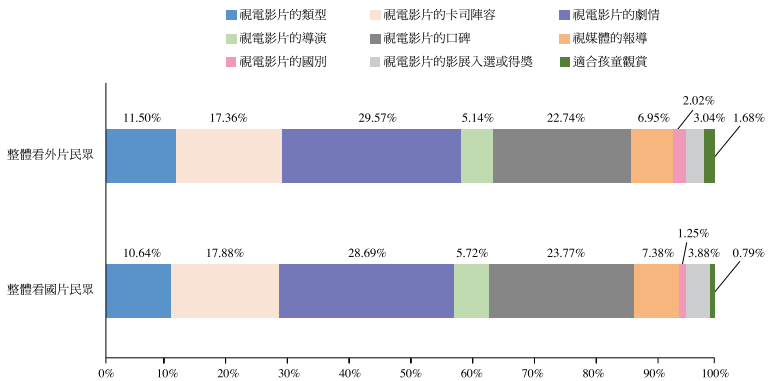
圖1-15、民眾至電影院選擇觀看首輪電影考量因素一依性別



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-16、民眾至電影院選擇觀看首輪電影的考量因素

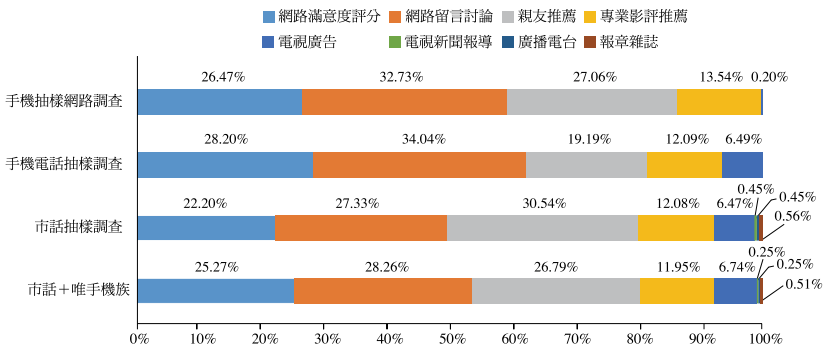
另外，民眾在考量觀看國片與外片的因素部份，兩者較無明顯的差異，皆以「電影片的劇情」及「口碑」為主要的考量因素。與往年調查結果相比，民眾觀看國片所考量的第一因素從影片口碑轉為影片的劇情，顯示目前國內觀眾在挑選觀看的國片時，影片的劇情與口碑皆是重要的考量因素之一。



資料來源：台灣經濟研究院整理

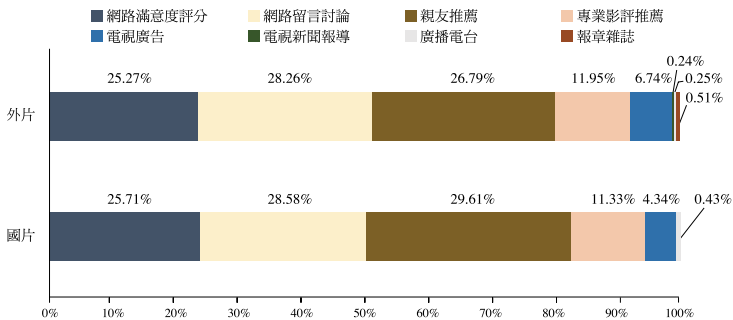
圖1-17、民眾至電影院選擇觀看首輪國片與外片考量因素

在電影片的口碑來源部分，則以網路留言討論與親友推薦為主。另外，手機電話抽樣調查及手機抽樣網路調查的民眾，則對於「網路滿意度評分」的重視程度相對較高。細看國片與外片的口碑來源，國片以親友推薦的比例較高，外片則以網路留言討論的比例較高。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-18、民眾觀看電影口碑來源



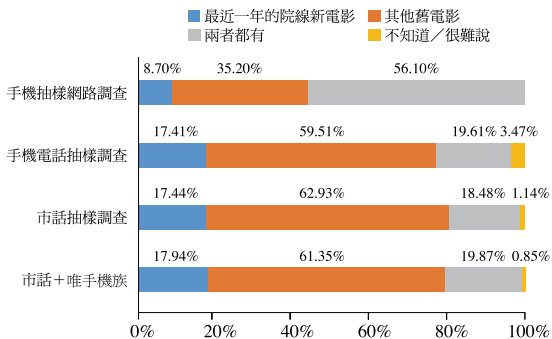
資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-19、國片與外片電影口碑來源

(四) 透過網路裝置觀看電影概況

1. 觀看比例與電影類型

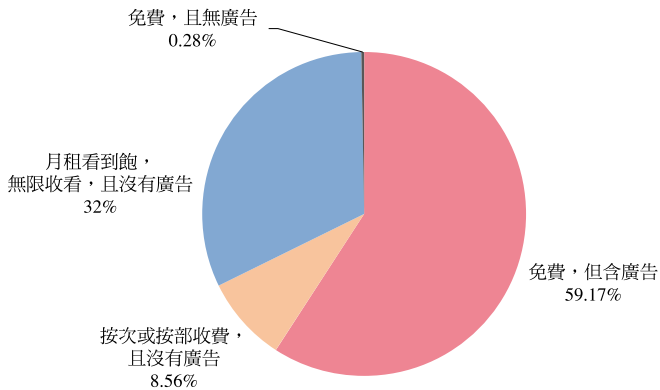
國內民眾在最近一個月內透過網路裝置觀看電影片的比例為21.97%，其中透過網路觀看電影片的民眾平均觀看次數為7.25部次。而在觀看的影片內容以舊電影為主（占61.35%），院線電影約為17.94%。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-20、最近一個月民眾透過網路裝置觀看的院線電影的比例

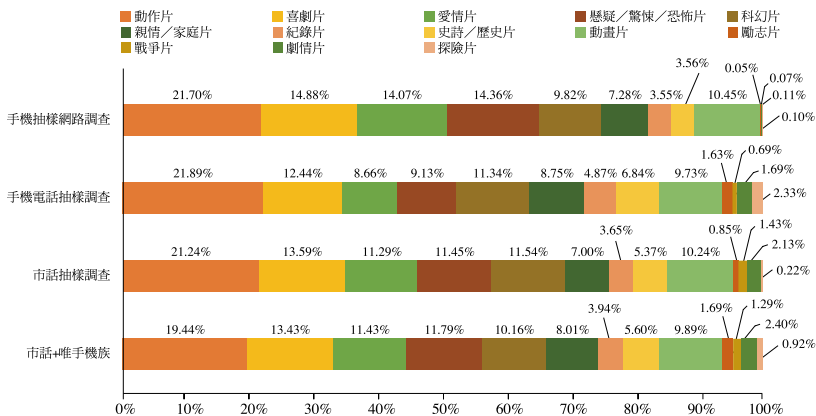
另外民眾偏好網路觀看電影的服務模式部份，59.17%的民眾是喜歡免費觀看，且影片內容是可含廣告內容，其次則是32%的民眾是選擇月租看到飽，以每月支付固定金額，可以無限觀看部／次數的電影，且影片內容不含廣告內容。而上述月租看到飽的形式也是目前國內相關影音平台最常見的付費模式。



資料來源：台灣經濟研究院整理

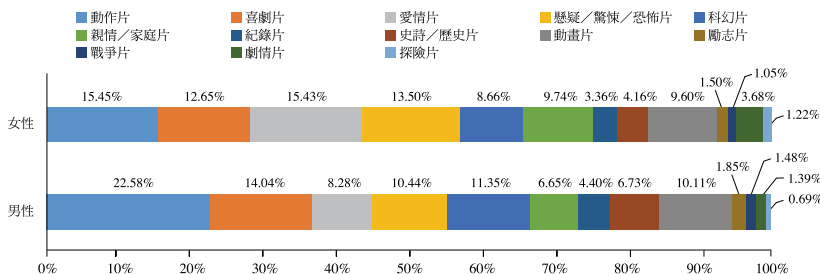
圖1-21、民眾偏好網路觀看電影的服務模式

而網路裝置觀看電影片類型部分，仍以動作片最高，其次則是喜劇片。細看各族群觀看電影片的類型，男性觀看動作片的比例最高，女性觀眾則以觀看動作片及愛情片的比例最高；若依據年齡層來區分，40-59歲之間的觀眾其在網路觀看動作片的比例相對其他年齡層高，另外，40-49歲的民眾看愛情片的比例也明顯高於其他族群，15-19歲民眾在網路上觀看懸疑／驚悚／恐怖片的比例相對其他族群高。



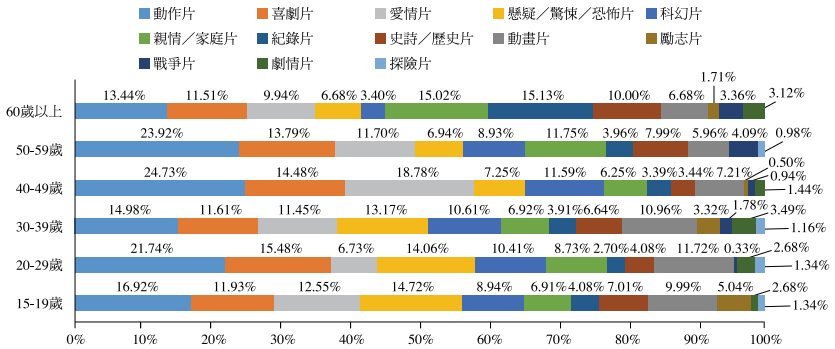
資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-22、最近一個月民眾過網路裝置觀看電影片的類型



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-23、近一個月民眾透過網路裝置觀看電影片類型一依性別

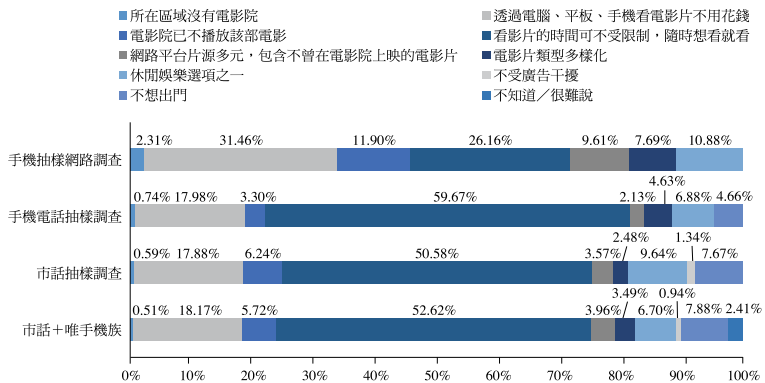


資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-24、近一個月民眾透過網路裝置觀看電影片類型一依年齡層

2. 透過網路裝置觀看電影的因素

民眾選擇透過網路裝置觀看電影的因素，主要是因為可不受時間限制，隨時想看就看（占52.62%）；而手機抽樣網路調查的民眾最主要是認為會選擇透過相關網路裝置觀看電影是因為可以不用花錢（占31.46%）。

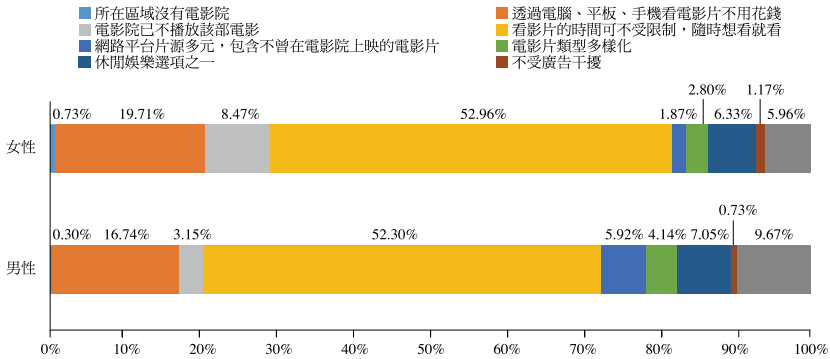


資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-25、民眾透過網路裝置觀看電影的因素

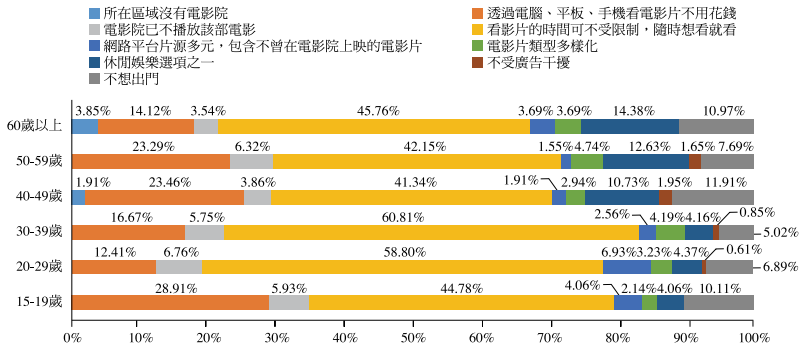
近一步觀察，各性別及年齡層觀眾所考量的因素，整體來說，男性與女性觀眾會選擇透過網路裝置觀看電影最主要仍是因為可不受時間限制，女性因電影院已不播放該部電影而改透過網路觀看的比重相對較男性高；男性則是因為不想出門而透過網路觀看的比例相對女性高。

而在各年齡層部份，15-19歲的民眾在不需要花錢的比例相對較高，而50歲以上的民眾則是將透過網路裝置觀看電影視為休閒娛樂的選項之一，其比例相對較高。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-26、民眾透過網路裝置觀看電影的因素—依性別



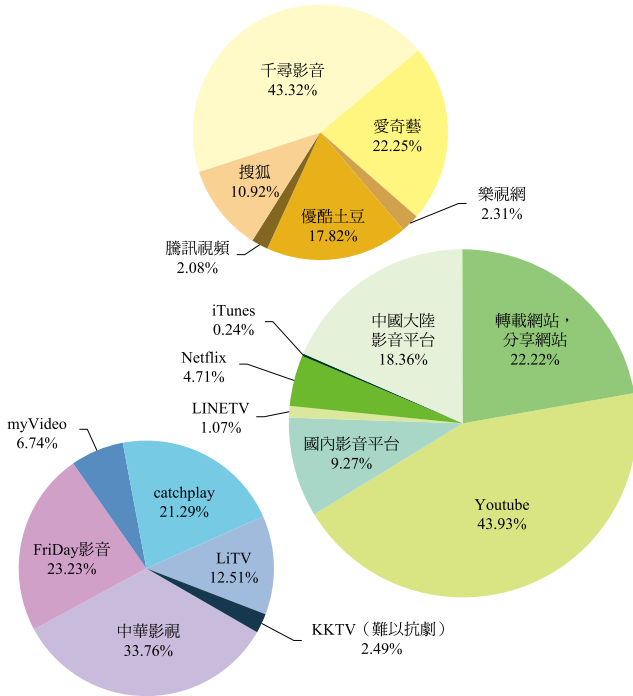
資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-27、民眾透過網路裝置觀看電影的因素—依年齡

3. 民眾透過網路裝置觀看電影的平台

在觀看平台部分，目前國內民眾觀看的影音平台以Youtube為主，占43.93%，其次則是相關轉載、分享網站（占22.22%），中國大陸影音平台約占18.36%，而國內相關擁有正版權的影音平台僅占9.27%，但其比例較上一年度調查有所增加，顯示國內民眾付費意識有所提升。細看民眾在網路上所使用網站，在國內影音平台部份以中華影視及Friday影音的比重較高，此部份可能也與各平台所擁有的影音內容數量有所關聯。而在轉載、分享網站部份則以伊莉論壇及123KUBO⁴的比例較高。

⁴ 123KUBO於2017年5月因版權問題暫停運作。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-28、民眾透過網路裝置觀看電影的平台

第三節 臺灣電影產業發展趨勢

一、產製及映演面

(一) 製作成本降低，資金投入保守，國內業者嘗試新製作模式

近年由於國片單靠電影市場回收獲利有其困難度，業者在投資、製作的金額上越趨保守，進而使得國片製作規模下降，2016年國片平均製作成本為4,005萬元，較2015年下滑22.17%。

為改變目前在投資資金保守的情形，國內部份製作業者開始嘗試新的製作模式，透過IP開發與應用、發展類型電影等方式，或是透過更為謹慎的進行前期劇本開發與即早訂定相關行銷、宣傳策略，讓電影的價值得以發揮以及持續累積，進而衍生出新的商業價值，以突破目前的困境，創造新的獲利模式。

（二）後製、特效業者供過於求，業者改變營運模式

自《電影法》針對電影事業的許可、管理與負責人的資格限制等進行修正，加上數位化時代的來臨，以往因硬體設備所衍生的進入產業門檻也有所降低，目前部份後製環節亦可由小型、個人工作室完成，因此使得電影後製家數在近兩年有明顯的成長。然近年國片的產製過程，由於整體數量及製作預算有限，因而出現供過於求的現象。而近期部份後製、特效業者透過投入前期製作的形式，增加話語權，讓自己在拍攝企劃前端就進行參與，以提升國片後製、特效所呈現的品質。

（三）國片後製、特效預算比重提升，業者製作內容多方面發展

根據問卷調查結果，2016年國片在後製、特效的預算比重為自2012年以來第二高。另外根據2016年後製、特效業者的營收項目占比，電影產業僅佔43.57%，其比例較2015年減少近8個百分點，而在製作的影視作品的比重上，則以國內電視為主，占44.64%，且部份業者也有承接廣告的業務。顯示後製、特效業者製作的作品越趨多元發展，不在僅限於國內電影產業。而近年部分業者開始至國外設點、接單，以維持公司的穩定運作。

（四）中國大陸為我國電影產業業者主要海外收入來源國

2016年我國電影產業業者海外收入的項目，電影製作、發行業者的海外收入以電影版權收入及代工製作費為主；後製、特效業者則以代工製作費為主，而主要海外收入來源國仍是中國大陸。最主

要是因為目前國內整體產製數量及製作預算有限，加上中國大陸網路影音平台興起自製內容，對於網劇、網路大電影的需求增加，因此我國電影業者（電影製作及電影後製、特效）開始承接當地網路影音平台的影視作品。

（五）國片製作模式改變，發行、後製/特效及映演業者投入前期開發製作階段

目前我國電影產業所面臨到的課題為「缺乏完善的製作規劃」，由於以往國片拍攝上多是採取導演制，然在產製階段無暇或沒有能力能夠處理完善，使得實際拍攝完成的作品與預期有所落差，未符合市場的需求。因此近年部分發行業者、映演、後製/特效業者開始投入前期開發製作階段，將市場端的意見直接帶入到前製階段，以及改善目前國片在後製/特效的製作流程。透過結合產業內各環節業者的資源改善我國電影產業現有的結構性問題，藉以帶動國片質與量的提升。

（六）中國大陸市場風險增加，兩岸合作趨向謹慎

自2016年起，兩岸間因政治環境改變，及中國大陸《電影產業促進法》於2016年11月通過所影響，目前兩岸在合作的項目上越趨保守與謹慎，根據訪談了解，近期合製、合拍的數量與規模多有所減少，而部分承接當地影視作品業務的業者也表示，相關合作也越趨低調，或轉為檯面下進行運作。

中國大陸《電影產業促進法》正式實施後，其中對電影作品、組織的意識形態監管、保護當地國產電影的播映時間（不得低於三分之二）、未取得電影公映許可證不得於網路進行傳播等規定，皆可能對於我國電影產業不論是在兩岸合資/合製、一般拍攝，乃至當地上映的情形有所影響。

二、人力供需面

（一）國內演員供不應求

近年由於國內的影視作品產製能量有限，部分具有實力與票房號召力的中生代、新生代演員為有更多的演出機會，多轉往中國大陸發展，使得國片目前的主要演員群年齡層偏長，且缺乏具有票房號召力的男女主角人選。因此有超過四成以上的業者認為目前國內演員出現供不應求的現象。

（二）數據分析、社群經營人才需求提升

隨著民眾使用社群媒體的比率提升，目前業者多透過社群軟體進行行銷宣傳，加上近兩年國內影音平台的興起，透過平台業者所提供之數據資料做消費行為分析、演員卡司選擇、訂定行銷策略等，因此使得數據分析與社群經營人才需求有所提升。

（三）缺乏編劇人才與國際發行行銷人才

由於目前國內在編劇人才的培訓僅仰賴共同或通識課程，加上因目前國內的產製能量及類型較為不足，無法給予新進編劇更多練習的機會，導致業界對於編劇人才以及劇本的需求一直無法獲得滿足。

另外，在國外發行行銷人才方面，目前國內電影科系較少針對電影發行、國際版權買賣開設專門課程，加上國際發行人才需具備外語、法律等能力，目前國外發行行銷人才多為非電影相關科系出身的人才。根據訪談業者表示，由於能提供給的薪資水準有限，較難與其他領域比擬，因此在人才招募上出現供不應求的情形。

⁴ 計算方式為各國國片票房市占率／各國國片發行量市占率。

表1-26、電影產業專業人才供需調查

	供需現況		招募程度		年資需求	有海外人才需求
	供過於求	供不應求	數量(困難)	素質(困難)		
監製／製片	7.41%	33.33%	40.00%	57.69%	6.40	40.74%
編劇	4.00%	60.00%	73.33%	64.00%	5.15	26.92%
導演	26.92%	19.23%	12.50%	37.50%	5.57	36.00%
攝影	14.29%	10.71%	15.38%	14.81%	5.06	25.93%
燈光	14.81%	7.41%	19.23%	14.81%	4.12	19.23%
美術設計	12.50%	37.50%	31.82%	39.13%	4.64	30.43%
造型設計	9.09%	27.27%	31.82%	33.33%	4.08	17.39%
特殊化妝	4.55%	50.00%	33.33%	38.10%	4.15	19.05%
音樂	4.55%	18.18%	22.73%	26.09%	4.73	27.27%
收音	4.55%	13.64%	24.00%	24.00%	3.50	8.33%
演員	15.00%	45.00%	27.27%	39.13%	2.64	33.33%
跨平台數據收視分析	5.56%	50.00%	50.00%	56.41%	4.23	13.89%
社群經營人才	11.90%	45.24%	45.24%	59.52%	2.65	13.89%
2D-特效	26.67%	0.00%	23.81%	47.62%	3.76	35.00%
3D-特效	23.81%	42.86%	31.82%	68.18%	3.82	35.00%
動畫	33.33%	23.81%	28.57%	40.00%	3.75	31.58%
剪輯	15.79%	26.32%	19.05%	38.10%	3.40	22.22%
錄音	16.67%	16.67%	5.26%	15.79%	3.23	12.50%
調光	11.11%	27.78%	15.79%	38.89%	4.14	23.53%
國內發行行銷	10.00%	35.00%	45.00%	52.63%	4.00	17.65%
國外發行行銷	16.67%	44.44%	72.22%	76.47%	4.60	33.33%
現場售票人員	13.89%	19.44%	25.81%	10.00%	0.45	0.00%
財會人員	0.00%	2.94%	4.00%	4.35%	2.06	0.00%
公關／行銷人員	0.00%	7.14%	15.00%	21.05%	1.68	0.00%
網路消費行為分析人員	0.00%	4.00%	5.56%	11.76%	1.00	0.00%
現場售票人員	0.00%	8.00%	11.76%	17.65%	1.38	0.00%

資料來源：台灣經濟研究院整理自回收問卷

三、國內電影市場

(一) 好萊塢片商票房市占率些微下滑，國內片商代理之影片票房表現亮眼

目前國內電影發行商票房市占率排名前五名者，仍以好萊塢片

商為主，2016年的票房市占率為70.3%，較2015年有所回降。由於2016年多檔票房表現亮眼的電影片（包含港陸影片與其他外國影片）是由國內片商所發行與代理，因此使得今年度好萊塢片商的票房市占率些微減少。

（二）2016年各電影片上映天數減少

2016年不論是國片或外片的平均上映天數均較2015年減少，外片部分最主要是因2016年上映的電影片量大幅提升，使得排片檔期競爭越趨激烈。國片部份，則是因品質起伏不定，加上口碑效應以及相關外在因素（如整體經濟景氣、該檔期上映影片內容）不佳之下，影響到其上映的天數。

（三）好萊塢系列電影票房壟斷力減低，國內電影市場轉型

近期我國民眾在選擇電影片上多以故事、內容題材為主，因此自2016年起，以往壟斷我國電影市場的好萊塢英雄系列電影，其優勢已有所下滑，而越來越多故事內容、題材吸引人的影片崛起，如2016年《屍速列車》、《你的名字》到近期《我和我的冠軍女兒》、《模犯生》等，其口碑與票房表現亮眼，顯示國內民眾的觀影行為已有所改變，不在僅偏好好萊塢英雄系列電影，而是選擇內容優質的影片。而此次我國電影市場的轉型，對於我國電影業者或也為一次契機，後續應透過建構完善的產製機制，將故事闡述的更為完整，藉以提升電影本身吸引力。

（四）國內民眾觀影習慣改變

整體來說，根據往年消費調查的結果顯示，國內民眾在選擇觀看的國片時，多以影片的口碑表現及劇情內容為主要的考量因素。然依據今年度的消費調查結果，在有看國片的民眾中，對影片劇情內容的重視程度較往年有明顯提升的情形，顯示目前國內民眾不論是在觀看國片或外片多以影片的劇情內容為優先的考量因素。

（五）2016年國片於台北市電影票房市占率下滑

2016年全台票房破億的國片《大尾鱸鰻2》及《樓下的房客》等，於台北市票房共獲得新台幣7,988萬元，較2015年兩部破億國片於台北市獲得的2.15億元有明顯下滑的情況。整體而言，2016年國片於台北市電影市占率下滑至4.77%。

（六）好萊塢片商排片檔期策略改變

目前國片電影市場在上映檔期部分，雖仍有淡旺季之分，主要以春節及暑假為傳統旺季。然近期已有多部好萊塢電影片是挑選在非旺季進行上映，最主要是因為旺季在檔期的競爭相對激烈，對業者而言，未必能有好的票房，因此改選擇非旺季進行上映如2015年《玩命關頭7》、2016年《奇異博士》。

（七）OTT平台崛起，電影片播映策略與消費改變

隨著近期國內OTT影音平台的崛起，業者對於影視內容的需求增加，平台業者開始搶購電影片首映權，使得以往電影片發行窗口期有所改變。而根據本研究盤點顯示，部分非大規模上映的國片-劇情片、紀錄片會將在影音平台的播映時間提早進行。

另外，隨著觀眾可觀看到的電影片管道越來越多元，且欣賞到國外影視內容的機會增加之下，使得消費者對於至電影院觀賞電影也需要更多的誘因，因此在選擇影片多會以具有動畫、特效等須透過戲院硬體設備進行觀看的影片為主，而一般製作規格或品質不佳的影片則可利用行動裝置進行觀看，使得未來電影的票房可能將出現集中化的現象。

四、海外市場

（一）國際整體銷售越趨保守，國片海外上映數量及票房均有所減少

2016年全球電影市場成長速度趨緩，加上新媒體興起，影響傳統電影版權銷售管道的去中介化，使得整體國際銷售情況越趨保守。加上受到國片在國內上映時的票房與口碑相對不如預期的影響，使得2016年國片在海外上映的數量及票房均有所減少。

（二）《桃蛙源記》（青蛙總動員）創下動畫片在中國大陸票房表現最佳紀錄

《桃蛙源記》（青蛙總動員）於2014年在台上映，為走進中國大陸市場，我國業者採取與當地業者合拍的模式，透過修改劇情並重新配音的方式，以合拍片的模式，於2016年5月1日在中國大陸上映，創下台灣動畫片在中國大陸票房上映最佳票房的紀錄。

第四節 目標市場概況

一、日本

2016年日本電影市場共發行1,149部電影片，其中國片有610部，約占53.09%，較2015年成長4.99%。而外片上映部數則較2015年減少2.88%

在票房表現部分，2016年日本電影總票房收入為2,355億日圓，較2015年成長8.48%。國片部分2016年票房為1,486億日圓，較2015年大幅成長23.42%。而總觀影人次部分，2016年共有1.8億的人次，較2015年成長8.1%。

整體來說，2016年由於《你的名字》、《新哥吉拉》等日本國

產電影票房表現亮眼，使得整體國產電影票房較2015年有大幅度的成長。細看2016年日本電影市場票房前十名的片單，日本國產的動畫電影表現突出，如《名偵探柯南：純黑的噩夢》、《哆啦A夢：新大雄的日本誕生》……等，而《你的名字》票房超過200億日圓，為日本國內票房第二高的國產電影，且在海外市場皆有不錯的票房收入。

電影平均單價方面，2016年為1,307日圓，較2015年微幅增加0.31%；電影院銀幕數方面，近五年成長不明顯，數量大概在3,472個銀幕數，較2015年增加1.02%。

表1-27、日本電影產業重要觀察指標

資料時間		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2012至 2016年 變動率	2015至 2016年 變動率
製作及 發行	國片發行數量	554	591	615	581	610	10.11%	4.99%
	外片發行數量	429	526	569	555	539	25.64%	-2.88%
票房人數 及收入	總觀影人次（百萬人）	155.1	155.8	161.1	166.6	180	16.12%	8.10%
	總票房收入（億日圓）	1,951	1,942	2,070	2,171	2,355	20.71%	8.48%
	總票房收入（億台幣）	724	592	593	572	700	-3.37%	22.31%
	國片票房收入（億日圓）	1,282	1,177	1,207	1,204	1,486	15.91%	23.42%
	國片票房收入（億台幣）	475	359	346	317	441	-7.06%	39.26%
	外片票房收入（億日圓）	670	766	863	967	869	29.70%	-10.13%
	外片票房收入（億台幣）	249	234	247	255	258	3.68%	1.24%
映演場所 及收入	電影平均單價（日圓）	1,258	1,246	1,285	1,303	1,307	3.90%	0.31%
	電影平均單價（台幣）	467	380	368	343	388	-16.86%	13.20%
	電影院螢幕數	3,290	3,318	3,364	3,437	3,472	5.53%	1.02%

註：匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算。
資料來源：Motion Picture Producers Association of Japan, Inc

二、中國大陸

2016年中國大陸國產電影片在產製數量上，2016年中國大陸國產電影產製數量為772部，較2015年增加12.54%。而上映電影片數量部分，國產電影片共有376部，較2015年增加17.50%，進口片部

分，2016年共上映90部，數量為歷史新高，票房表現占整體票房比重為41.67%。

觀影人次部分，2016年中國大陸全年觀影人數為13.72億人次，首次超過北美地區的13.21億人次，較上一年度成長8.89%。銀幕數與戲院家數部分，2016年分為41,179塊與7,900家，較2015年成長30.2%與9.65%。

2016年中國大陸電影市場票房收入為457.12億元人民幣，較2015年成長3.73%，為近年罕見的成長幅度趨緩。而在國產電影片的票房部分為266.63億元人民幣，較2015年減少1.74%，而國產影片的票房占整體比重為58.33%，其中該票房數據包含部分獲得高票房的中美合拍片如《功夫熊貓3》、《長城》等。

綜合上述，由於前幾年中國大陸電影市場的迅速崛起，相關硬體設施與製作產量皆有明顯的增長幅度，但電影票房市場的成長幅度卻有顯著的下滑，顯示目前中國大陸電影產業在供給與需求間有所差距。

細看2016年電影票房表現，根據藝恩網票房資料，2016年總票房前10名的影片中，包含《美人魚》、《西遊記之孫悟空三打白骨精》、《澳門風雲3》等5部，其首映日期為2016年第一季（1至3月），共獲得82.44億元人民幣，約占整體國產片票房收入30.92%。而自第一季之後，中國大陸電影市場因《葉問3》票補、票房灌水，及部分商業型國產電影片表現不如預期等因素，使得整體票房表現受到影響。

另外，根據2017中國傳媒藍皮書資料顯示，2016年中國大陸IP國產影片共有86部，其數量較2015年大幅提升，但如《爵跡》、《封神傳奇》、《致青春：原來你還在這裡》、《微微一笑很傾城》等相關IP改編的國產電影片，其票房表現皆未如預期，顯示當地民眾對於IP改編的消費習慣漸趨理性化。

表1-28、中國大陸電影產業重要觀察指標

資料時間	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2012至 2016年 變動率	2015至 2016年 變動率	
國片數量	745	638	618	686	772	3.62%	12.54%	
上映國片數量	242	250	259	320	376	55.37%	17.50%	
票房人數 及收入	總觀影人次(億人次)	4.71	6.17	8.30	12.60	13.72	191.30%	8.89%
	人均觀影次數	0.56	0.86	0.61	0.87	1.00	78.57%	14.94%
	總票房收入(億人民幣)	170.73	217.69	296.39	440.69	457.12	188.17%	3.73%
	總票房收入(億台幣)	801	1,046	1,465	2,258	2,223	198.76%	-1.53%
	國片票房收入(億人民幣)	82.73	127.67	161.55	271.36	266.63	222.29%	-1.74%
國片票房收入(億台幣)	388	613	800	1,390	1,297	234.24%	-6.70%	
國片海外銷售額(億人民幣)	10.63	14.14	18.70	27.70	38.25	259.83%	38.09%	
國片海外銷售額(億台幣)	50	68	92	142	186	272.09%	31.02%	
映演場所 及收入	電影平均單價(人民幣元)	36.25	35.28	35.71	34.98	33.31	-8.11%	-4.77%
	電影平均單價(新台幣元)	170	171	177	179	162.02	-4.70%	-9.49%
	戲院家數	3,680	4,583	5,785	7,205	7,900	114.67%	9.65%
	電影院螢幕數	13,118	18,398	24,317	31,627	41,179	213.91%	30.20%
	數位螢幕數	12,225	17,505	23,424	n/a	n/a	n/a	n/a
3D螢幕數	9,500	12,607	13,448	n/a	n/a	n/a	n/a	

註：1.人均觀影次數為總票房人次除以城鎮人口。

2.匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算。

3.國片數量為中國大陸之劇情片產量。

資料來源：2017中國傳媒藍皮書、2016中國電影產業研究報告

(一) 國片於中國大陸市場之表現

2016年共有6部台灣電影於中國大陸上映，其中1部是以引進片的方式進入，其餘5部皆以合拍片等非引進片形式於中國大陸上映。

2016年台灣電影在中國大陸表現以《謊言西西里》所獲得的票房較高，約人民幣1,807萬元。該片由我國籍導演林育賢執導，由韓國演員李準基及中國大陸演員周冬雨主演。該片由於上映時間碰巧在限韓令發酵時期，雖已事前取得公映許可證，但並未作大規模的

宣傳，使得票房表現不如預期。

《桃蛙源記》（青蛙總動員）部分，透過寫實的角色形象，並藉由電影寓教於樂的方式，將生態保育的目的傳播到各地。該片先於2014年在台上映，為走進中國大陸市場，我國業者採取與當地業者合拍的模式，透過修改劇情並重新配音的方式，以合拍片的模式，於2016年5月1日黃金周上映，創下台灣動畫片在中國大陸票房上映最佳票房的紀錄。

而在引進片的部分，2016年台灣電影僅有《234說愛你》是以引進片的形式於中國大陸上映，較其他年度的部數有明顯減少的情形。

表1-29、2016年國片在中國大陸上映之票房表現

影片名稱	年份	類型	國家／地區	中國大陸票房 (人民幣萬元)	台北市票房 (新台幣)
謊言西西里	2016	非引進片	中國大陸／台灣／香港	1,807.30	668,911
桃蛙源記（青蛙總動員）	2016	非引進片	中國大陸／台灣	1,009.02	1,634,883
六弄咖啡館	2016	非引進片	中國大陸／台灣	654.52	20,322,829
22個男人（購物女王）	2016	非引進片	中國大陸／台灣	27.07	239,606
最萌身高差	2016	非引進片	中國大陸／台灣	619.33	7,310
合拍片合計：共5部				4,117.24	22,873,539
234說愛你	2016	引進片	台灣	248.00	8,516,185
引進片合計：共1部				248.00	8,516,185

註：1.本表統計之數據不含重新上映之部數，故未納入近在咫尺（近在咫尺的愛戀）之數據。

2.《最萌身高差》台灣上映時間為2017年6月16日，其台北市票房數據引用自開眼電影網。

資料來源：台灣經濟研究院整理自文化部影視及流行音樂局電影組、臺灣電影網、開眼電影網、藝恩網所提供之台北市電影票房資料

三、香港

2016年香港從事電影、錄像及電視節目製作活動服務業的產業家數有1,923家，較2015年成長4.06%，香港電影產業就業人數僅

較2015年增加1.54%。2016年上映的電影數量為 348部，較2015年增加24.82%，其中香港影片61部，非香港影片為287部，近三年香港電影的數量呈現穩定增加的趨勢。（根據香港票房有限公司的定義，香港電影包括港產電影、香港與中國大陸或其他國家的合拍片；非香港電影則又分為華語電影與外語電影。）

根據香港服務業統計摘要，香港電影、錄像及電視節目製作活動服務業的生產總額2015年為82.15億港幣，較2014年增加12.36%。出口額部分2016年為1.53億港幣，較2015年些微下滑0.65%。

整體來說，由於香港本身的電影市場規模有限，其主要多需仰賴海外市場的收益，因此近年多藉由與中國大陸合拍，進而跨足至其市場。另外，近兩年香港的本土特色電影表現也有所提升如《一念無明》、《樹大招風》等。以《樹大招風》為例，2016年票房收入為924.7萬元，為當年度香港國產電影票收入排名第九。

表1-30、香港電影產業重要觀察指標

資料時間	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2012至 2016年 變動率	2015至 2016年 變動率
產業家數	1,671	1,771	1,811	1,848	1,923	15.08%	4.06%
就業人數(人)	7,895	8,327	8,393	8,592	8,724	10.50%	1.54%
經評級的電影數量*	1,878	1,945	1,996	2,065	N/A	N/A	N/A
上映香港影片	52	43	52	59	61	17.31%	3.39%
上映非香港影片	249	267	258	273	287	15.26%	5.13%
生產總額(億港幣)	75.04	73.39	73.11	82.15	N/A	N/A	N/A
生產總額(億台幣)	286.50	281.69	286.33	342.03	N/A	N/A	N/A
附加價值(億港幣)	25.22	24.08	22.65	24.29	N/A	N/A	N/A
附加價值(億台幣)	96.29	92.94	88.71	101.13	N/A	N/A	N/A
附加價值率	33.61%	32.81%	30.98%	29.60%	N/A	N/A	N/A

資料時間		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2012至 2016年 變動率	2015至 2016年 變動率
票房人數 及收入	票房收入（億港幣）	15.58	17.75	15.99	19.54	18.64	19.64%	-4.61%
	票房收入 （億台幣）	59.48	68.13	62.62	79.09	77.61	30.48%	-1.88%
	港產片票房收入（億港幣）	3.37	3.14	3.45	3.48	3.00	-10.98%	-13.79%
	港產片票房收入（億台幣）	12.87	12.05	13.51	14.32	12.49	-2.95%	-12.78%
服務貿易	出口額（億港幣）	2.06	4.12	5.51	1.54	1.53	-25.73%	-0.65%
	出口額（億台幣）	7.87	15.81	21.58	6.34	6.37	-19.06%	0.47%
	港產品出口（億港幣）	1.03	0.92	1.08	0.73	0.34	-66.99%	-53.42%
	港產品出口（億台幣）	3.93	3.53	4.23	3.00	1.42	-63.98%	-52.81%
	轉口（億港幣）	1.03	3.2	4.44	0.81	1.18	14.56%	45.68%
	轉口（億台幣）	3.93	12.28	17.39	3.33	4.91	25.01%	47.53%
	進口額（億港幣）	1.43	1.39	1.39	1.58	1.07	1.25	-12.59%
	進口額（億台幣）	5.46	5.34	5.34	6.19	4.4	5.20	-4.68%

註：1. 匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算。

2. 2017香港服務業統計摘要未公布最新年度之經評級的電影數量。

資料來源：2017香港服務業統計摘要、2016香港電影業資料彙編

四、韓國

在票房表現部分，2016年總票房收入為17,432億韓圓，較2015年成長1.62%；總觀影人次為2.17億人次，較2015年微幅減少0.12%。其中國產電影片票房收入部分9,279億韓圓，占整體票房53.23%，較2015年成長1.62%，觀看人次則較2015年成長3.21%。

製作端方面，2016年韓國國產電影片的平均淨製作成本為17.1億韓圓（約為新台幣4,800萬），為近5年來新高，較2015年提升17.93%。而在行銷成本部分，自2014年起呈逐步提升之情形，2016年平均花費為6.9億韓圓（約新台幣1,900萬元），較2015年增加27.78%。整體來說，近年韓國國產電影行銷費用占總製作預算

的比例29%，主要與當地電影市場競爭激烈，不論製作成本大小的電影片為提升作品的曝光度，會透過各方面的宣傳管道，吸引更多觀眾群，並藉以增加上映天數。

出口部分，2016年韓國電影出口額為4,400萬美元，較2015年成長49.66%，最主要與2016年韓國多部影片不論是在國際影展、票房表現皆有良好的佳績，如《下女的誘惑》、《哭聲》、《屍速列車》。而在出口地區部分，目前仍以中國大陸、日本為主要的出口地區，東南亞包含新加坡、菲律賓及馬來西亞的出口也有所提升，以《屍速列車》為例，共賣出156個國家的版權，包含日本、中國大陸、印度、法國、美國、加拿大、德國、南美等。另外，由於上述三片皆有參與第69屆坎城影展，並透過貼近觀眾的商業包裝方式，使得在歐洲獲得極大的知名度，讓2016年韓國電影在歐洲的出口額有明顯的成長。

表1-31、韓國電影產業重要觀察指標

資料時間		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2012至 2016年 變動率	2015至 2016年 變動率
製作及 發行	國片製作數量	229	207	248	269	373	62.88%	38.66%
	進口外片數量	773	846	1,036	1,252	1,526	97.41%	21.88%
	國片上映數量	175	183	217	232	302	72.57%	30.17%
	外片上映數量	456	722	878	944	1,218	167.11%	29.03%
票房人次 及收入	總觀影人次(百萬人次)	194.89	213.32	215.06	217.29	217.02	11.36%	-0.12%
	國片票房人次(百萬人次)	114.61	127.29	107.7	112.93	116.55	1.69%	3.21%
	人均觀影次數	3.83	4.17	4.19	4.22	4.2	9.66%	-0.47%
	總票房收入(億韓圓)	14,551	15,513	16,641	17,154	17,432	19.80%	1.62%
	總票房收入(億台幣)	382.53	421.78	479.92	484	485.54	26.93%	0.32%
	國片票房收入(億韓圓)	8,361	9,099	8,206	8,796	9,279	10.98%	5.49%
	國片票房收入(億台幣)	219.8	247.41	236.66	248.18	258.45	17.58%	4.14%
進出口	國片出口額(千萬美元)	2.02	3.71	2.64	2.94	4.4	117.82%	49.66%
	國片出口額(千萬台幣)	59.82	110.45	80.17	93.78	142.2	137.71%	51.63%

資料時間		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2012至 2016年 變動率	2015至 2016年 變動率
製作成本	平均淨製作成本 (億韓圓)	13.4	15	14.9	14.5	17.1	27.61%	17.93%
	平均淨製作成本 (億台幣)	0.35	0.41	0.43	0.41	0.48	36.08%	16.17%
	行銷成本(億韓圓)	6.9	6.4	5.2	5.4	6.9	0.00%	27.78%
	行銷成本(億台幣)	0.18	0.17	0.15	0.15	0.19	1.15%	28.12%
映演場所 及收入	電影平均單價(韓圓)	7,466	7,271	7,738	7,895	8,032	7.58%	1.74%
	電影平均單價(台幣)	196	198	223	223	224	8.60%	0.32%
	戲院家數	314	333	356	388	417	32.80%	7.47%
	電影院銀幕數	2,081	2,184	2,281	2,424	21,702	23.74%	6.23%

註：匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算。

資料來源：韓國電影振興委員會(KOFIC)

五、新加坡

2016年新加坡電影市場表現，在主要戲院的總觀影人次為2,190萬人次，與2015年呈持平之態勢，但平均每人每年觀看部次則較2015年下滑至3.75部次。票房表現部分，2016年總票房為2.01億新幣，較2015年減少6.92%，新加坡國產電影片票房為1,147萬新幣，較上年增加2.5%，其中表現最好的新加坡國產電影片為梁智強導演執導的《我們的故事》系列電影，主要是講述新加坡獨立50年來的變遷，該系列電影也獲得不錯的票房收入。

發行部分，2016年新加坡國產電影片在院線上映的數量共13部，國片占總發行量比重為4.29%，為近4年來新高之紀錄，但其比例仍相對較少。而除在院線上映之外，少部分新加坡國產電影片，選擇以影展作為播映平台，以2016年為例，共有4部電影片為非院線上映。

整體來說，近兩年新加坡電影如《Apprentice》、《Pop

《Aye》等，在國際影展上皆有不錯佳績，使得當地業者對新加坡電影產業的發展轉趨正向樂觀，因此近期業者積極投入電影片的製作。而在影片製作題材上，更是越趨多元，如少數民族的歧視、死刑等社會性議題，並藉由國際合作拓展觀眾群，如《Chennai2Singapore》是新加坡與印度合製、《A Yellow Bird》為新加坡與法國合作等。

表1-32、新加坡電影產業重要觀察指標

資料時間		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2012至 2016年 成長率	2015至 2016年 成長率
票房人數 及收入	主要戲院總觀影人次 (百萬人)	21.20	22.10	21.60	21.90	21.90	3.30%	0.00%
	平均每人每年觀看部次	3.88	4.12	3.99	3.94	3.75	-3.35%	-4.82%
	主要戲院總票房收入 (百萬新幣)	191.60	200.30	204.08	216.15	201.20	5.01%	-6.92%
	主要戲院總票房收入 (百萬台幣)	4,540.40	4,765.37	4,891.24	5,015.05	4,706.75	3.66%	-6.15%
	主要戲院國片票房收入 (百萬新幣)	12.04	13.26	4.76	11.19	11.47	-4.73%	2.50%
	主要戲院國片票房收入 (百萬台幣)	285.32	315.47	114.08	259.63	268.32	-5.96%	3.35%
國產電影 發行數量	國片院線上映數量	-	10	10	11	13	30.0%	18.18%
	外片上映數量*	-	299	304	272	291	-2.68%	6.99%
	國片上映占比*	-	3.24%	3.18%	3.89%	4.29%	2.47%	32.4%
映演場所 及收入	主要戲院銀幕數*	200.00	218.00	233.00	223.00	235.00	17.50%	5.38%
	主要戲院座位數*	36,962	38,425	37,059	38,966	38,121	3.14%	-2.17%
	平均票價(新幣)*	9.04	9.1	9.47	9.87	9.19	1.65%	-6.92%
	平均票價(台幣)*	214.17	216.4	225.91	226.02	214.92	0.35%	-6.15%

註：1.主要戲院為排除The Projector戲院、麗士戲院，以及多功能型的劇院（如首都戲院、聖淘沙環球影城、萬事達戲院）。

2.平均票價非官方公告，為總票房收入與總觀人次計算之估計值。

3.外片發行數量為本研究整理自Rentrak資料庫。

4.國片發行占比非官方公告，為國片院線發行數量與外片發行數量計算之估計值。

資料來源：IMDA、Rentrak資料庫

六、馬來西亞

2016年馬來西亞電影市場表現部分，總觀影人次達7,163萬人次，較2015年成長5.17%。細看個語言別的觀影情形，仍以英語電影為民眾主要的觀看類型，但其在2016年的觀影人次較去年減少2.79%；其次則是華語電影，2016年觀影人次為786萬，但較2015年下滑2.96%。而馬來西亞與電影在2016年觀影人次表現亮眼，達703萬人次，較去年增加55.88%。

票房表現部分，2016年總票房達9.15億馬幣，較2015年成長5.32%，其中馬來西亞語電影的票房成長最多達8,306萬馬幣，較去年增加56.75%，最主要是因為國產動畫片《BoBoiBoy: The Movie》、講述馬來西亞足球故事《輝煌時代Ola Bola》、國產驚悚片《Munafik》等片表現亮眼。

綜觀2016年馬來西亞電影票房表現，前十名中除《美人魚》及《屍速列車》之外，其餘皆為好萊塢影片，且多為英雄系列電影，包含《美國隊長3：英雄內戰》、《蝙蝠俠對超人：正義曙光》、《X戰警：天啟》等，也顯示馬來西亞觀眾對於英雄系列電影熱愛程度相對其他類型電影高。

表1-33、馬來西亞電影產業重要觀察指標

資料時間		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2012至 2016年 成長率	2015至 2016年 成長率
製作及 發行	國片平均製作成本 (百萬馬幣)	1.65	1.96	1.36	1.34	-	-18.79%	-1.47%
	國片平均製作成本 (百萬台幣)	15.77	15.65	10.86	10.65	-	-32.47%	-1.93%
	國片院線發行數量	76	71	84	82	-	4.92%	-2.38%
	外片院線發行數量*	-	293	315	392	-	10.19%	24.44%
	國片院線發行占比	-	19.51%	21.05%	17.3%	-	-3.92%	-17.81%

資料時間		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2012至 2016年 成長率	2015至 2016年 成長率
票房人數	總觀影人次(百萬)	56.90	61.02	61.80	68.11	71.63	25.89%	5.17%
	平均觀影人次	1.98	2.09	2.11	2.29	2.34	18.18%	2.18%
	馬來西亞語電影觀影人次 (百萬)	9.80	8.08	6.54	4.51	7.03	-28.27%	55.88%
	華語電影觀影人次(百萬)	6.60	8.23	6.58	8.10	7.86	19.09%	-2.96%
	印度語電影觀影人次(百萬)	2.12	2.15	2.72	5.20	5.57	162.74%	7.12%
	英語電影觀影人次(百萬)	37.89	41.44	45.06	49.02	47.65	25.76%	-2.79%
	印尼語電影觀影人次(百萬)	0.01	0.001	0.01	0.00	0.55	5400.00%	-
	其他語言電影觀影人次 (百萬)	0.48	1.11	0.89	1.28	2.87	497.92%	124.22%
票房收入	總票房收入(百萬馬幣)	607.73	692.17	760.27	869.10	915.30	50.61%	5.32%
	總票房收入(百萬台幣)	5,826.63	6,539.64	7,054.29	7,098.41	8,775.46	50.61%	23.63%
	馬來西亞語電影票房收入 (百萬馬幣)	97.29	84.39	74.54	52.99	83.06	-14.63%	56.75%
	馬來西亞語電影票房收入 (百萬台幣)	932.77	797.32	691.63	432.80	784.75	-15.87%	81.32%
	華語電影票房收入 (百萬馬幣)	68.88	91.88	79.63	102.98	100.35	45.69%	-2.55%
	華語電影票房收入 (百萬台幣)	660.39	868.08	738.86	841.09	781.79	18.38%	-7.05%
	印度語電影票房收入 (百萬馬幣)	22.65	23.78	32.84	66.07	71.44	215.41%	8.13%
	印度語電影票房收入 (百萬台幣)	217.16	224.67	304.71	539.63	556.56	156.30%	3.14%
	英語電影票房收入 (百萬馬幣)	414.16	479.60	563.43	632.57	617.31	49.05%	-2.41%
	英語電影票房收入 (百萬台幣)	3,970.77	4,531.27	5,227.88	5,166.54	4,809.25	21.12%	-6.92%
	印尼語電影票房收入 (百萬馬幣)	0.11	0.01	0.27	0.00	6.59	5890.91%	-
	印尼語電影票房收入 (百萬台幣)	1.05	0.08	2.51	-	51.34	4768.11%	-
	其他語言電影票房收入 (百萬馬幣)	4.64	11.57	9.80	14.49	35.11	656.68%	142.31%
	其他語電影票房收入 (百萬台幣)	44.49	109.31	90.93	118.35	273.53	514.87%	131.12%
映演場所 及收入	主要戲院銀幕數*	-	-	-	-	1,019	-	-
	主要戲院座位數*	-	-	-	-	176,383	-	-

註：FINAS僅公布截至2016年馬來西亞主要戲院銀幕數與座位數，未公布歷年數據。

資料來源：FINAS

第五節 國際比較

一、各國／地區國產電影發行量占其國內總電影發行量比重

近五年各國國產電影發行量占其國內電影總發行量的比重變化，目前以日本的比重相對其他國家高，且占比皆超過5成以上，其次則為法國。綜觀近兩年各國國片發行量占比變化，僅台灣與英國呈現下降的情形，其餘國家皆呈現成長的情形。2016年英國國產電影片不論是英國獨立製作或是由美國電影製片場所支持拍攝的，其數量皆較上一年度減少。我國2016年上映的國片數量為67部，與去年度差異不大，主要是受到2016年度整體電影片的發行量大幅增加，因此使得國片發行量占比有所下降。

二、各國／地區電影票房收入占該國總票房收入比重

觀察近年各國／地區國產電影票房收入占比，僅日本、中國大陸及韓國之國產電影的票房市占率是超過五成以上，其中韓國在近三年呈現穩定成長的態勢，最主要與近年韓國國產電影在拍攝題材的多元化有所關連性。英國部份自2015年起其國片電影票房收入占比有明顯增加的情形，2016年則是因整體票房收入與觀影人次減少而使得票房占比有所減少。而在中國大陸部分，雖其國產電影票房收入仍超過五成以上（約58.33%），但較上一年度的占比略有下滑，主要與2016年多檔IP電影票房表現不盡理想。而我國2016年國片票房占比為5.92%，主要是因為2016年春節賀歲國片在口碑不佳的情況之下，民眾認為國片的創新不足，進而影響到觀看國片的意願。

三、各國國片票房市占率與國片發行量市占率之關係

透過各國國片票房市場占有率及國片發行量市占率數據計算，當數值大於1時，則表示該國國產影片在其電影市場具有比較優勢，反之亦然。2016年為日本、韓國及英國的數值為大於1，其餘皆在1以下。

日本部分，2016年多部國產電影票房表現亮眼，使得日本國產電影票房收入較2015年大幅提升。韓國部分，2016年韓國電影市場票房排行前10名中，有7部為國產電影，僅3部為好萊塢電影，顯示韓國國產電影在口碑及票房皆有亮眼表現。英國部份，2016年雖國片票房市占率較2015年下降，但其下滑比例小於英國國片發行數量市占率下滑的比重，因此其數值仍較2015年有所提升。

台灣部分，2016年雖國片上映量與往年差異不大，但因整體上映電影片數量有明顯增加的情形，因此使得國片發行量市占率有所下降，加上受到國片票房表現較2015年明顯減少，因此使得數值較2015年減少。

四、各國／地區人均觀影次數

綜觀各國／地區的人均觀影次數部份，近兩年日本、中國大陸與馬來西亞的人均觀影次數呈現成長的情形，其中中國大陸的成長幅度最為明顯。人均觀影次數最多的國家為韓國，平均每人每年觀看4.2部次電影，細看韓國民眾的觀影內容，主要是在觀看外片的人數有所減少，而韓國國產片的觀影人次較2015年呈現成長的趨勢。

2016年我國人均觀影次數部分，約為1.34次，較上一年度有所下滑，主要是近期我國國片的品質起伏不定，使得民眾觀看的意願越趨保守，而在觀看外片部分的次數部分較去年些微下滑。

五、各國／地區總票房收入占該國GDP比重

近五年各國／地區電影總票房占該國/地區之GDP比重，以韓國為最高，約占GDP比重0.1%左右。以2015至2016年的表現來看，僅美國、日本、韓國為呈現上升的情形，其他國家／地區則為下降。

就趨勢來看，中國大陸為近五年來首度出現比重下降的情形，主要與近年其電影市場成長速度過快，但本身電影片的質量與創新

程度未能跟上成長的速度，因此使得2016年其電影市場成長速度趨緩。

由於我國2016年電影總票房收入較2015年有所下滑，因此使得2016年我國電影總票房收入占GDP之比重較2015年減少0.0045%，為近五年新低。

六、各國電影票價占該國人均GDP比重

觀察近五年各國／各地區電影平均票價占該國／地區人均GDP之比重，整體來說，各國電影票價占該國人均GDP比重多呈現起伏不定，僅中國大陸是呈現逐年遞減的趨勢。中國大陸部分主因於近年中國大陸民眾透過網路線上購票的比例持續攀升，據《2017中國電影產業研究報告》顯示，2016年96.9%民眾會選擇透過網路購票，此比例較2015年有明顯提升。最主要是網路上可購買到低價電影票，及當地民眾的生活方式已習慣利用網路處理等有關，因此使得中國大陸的電影票價持續下降。

七、各國電影產業出口額

2016年各國電影產業出口規模（各國幣值換算為新台幣）變化，中國大陸與韓國呈現正向。韓國部分，2016年多部國產電影片在國際影展、票房表現皆有良好的佳績，且在出口地區部分，除中國大陸、日本之外，在東南亞的出口情形也有所提升。中國大陸則因2016年多部國際合拍的影片上映，如《功夫熊貓3》、《長城》等，因此使得海外票房收入較2015年31.02%。

而台灣2016年因全球電影市場成長速度放緩，使得整體國際版權銷售情況較為保守，加上受到國片在國內票房及口碑不如預期的因素，因此使得我國出口額較上一年度有明顯下滑的現象。

表1-34：電影產業國際比較指標

項目	年度	美國	日本	中國大陸	香港	韓國	馬來西亞	新加坡	英國	法國	台灣
各國電影總票房（新台幣億元）	2012	3,198	724	801	59	383	58.26	45.40	516	497	72
	2013	3,245	592	1,046	68	422	65.40	47.65	504	494	72
	2014	3,158	593	1,465	63	480	70.54	48.91	529	537	74
	2015	3,541	572	2,258	79	484	70.98	50.15	603	471	84
	2016	3,684	700	2,223	77.61	485.54	87.75	47.06	537.95	496.21	98.35
各國總票房收入佔該國GDP比重	2012	0.066%	0.041%	0.033%	0.076%	0.114%	-	-	0.070%	0.064%	0.052%
	2013	0.065%	0.036%	0.038%	0.084%	0.114%	-	-	0.070%	0.059%	0.051%
	2014	0.060%	0.041%	0.047%	0.071%	0.109%	-	-	0.061%	0.061%	0.048%
	2015	0.068%	0.044%	0.065%	0.086%	0.105%	-	-	0.071%	0.064%	0.050%
	2016	0.070%	0.044%	0.061%	0.075%	0.107%	0.009%	-	0.063%	0.062%	0.046%
各國國產電影票房收入佔該國總票房收入比重	2012	-	65.66%	48.46%	21.63%	57.46%	-	-	34.30%	38.90%	11.90%
	2013	-	60.56%	58.65%	17.69%	58.61%	-	-	23.55%	31.92%	13.96%
	2014	-	58.31%	54.51%	21.58%	49.31%	-	-	26.75%	41.29%	11.54%
	2015	-	55.46%	61.58%	18.11%	51.28%	-	-	44.28%	33.16%	11.13%
	2016	-	63.10%	58.33%	16.09%	53.23%	-	-	35.91%	33.79%	5.92%
各國國產發行量佔該國所有電影發行量比重	2012	-	56.36%	-	-	27.73%	-	-	25.04%	48.13%	11.72%
	2013	-	52.91%	-	-	20.22%	-	-	19.19%	50.46%	11.45%
	2014	-	51.94%	-	-	19.82%	-	-	21.63%	51.73%	10.84%
	2015	-	51.14%	-	-	19.73%	-	-	27.54%	49.24%	11.11%
	2016	-	53.09%	-	-	19.87%	-	-	21.44%	50.84%	9.13%
各國國片票房市占率與國片發行量市占率之關係	2012	-	1.16	-	-	2.07	-	-	1.37	0.79	1.01
	2013	-	1.15	-	-	2.90	-	-	1.19	0.62	1.22
	2014	-	1.12	-	-	2.49	-	-	1.22	0.82	1.06
	2015	-	1.08	-	-	2.60	-	-	0.82	0.67	1.00
	2016	-	1.19	-	-	2.68	-	-	1.67	0.66	0.65
各國電影產業出口額（新台幣億元）	2012	-	-	49.87	7.87	5.98	-	-	630.00	80.29	1.28
	2013	-	-	67.94	15.81	11.04	-	-	633.87	66.48	1.57
	2014	-	-	92.44	21.58	8.02	-	-	587.33	78.16	2.59
	2015	-	-	141.91	6.34	10.41	-	-	959.33	77.22	6.30
	2016	-	-	186.04	6.37	14.22	-	-	-	-	2.66
各國人均觀影次數	2012	4.1	1.22	0.56	-	3.83	1.98	3.88	2.7	3.11	1.21
	2013	4	0.91	0.86	-	4.17	2.09	4.12	2.6	5.1	1.3
	2014	3.7	1.27	0.61	-	4.19	2.11	3.99	2.4	3.16	1.28
	2015	3.8	1.31	0.87	-	4.22	2.29	3.94	2.65	3.22	1.46
	2016	3.75	1.43	1.0	-	4.2	2.34	3.75	2.57	3.22	1.34

註：1.新加坡電影總票房數據為，當地主要戲院之票房收入（排除The Projector戲院、麗士戲院，以及多功能型的劇院（如首都戲院、聖淘沙環球影城、萬事達戲院等）。

2.2016年台灣電影總票房及國片票房之數據，為根據台北市影片商業同業公會所提供之台北市票房數據以及整理自Rentrak資料庫票房數據的票房結構比重，並結合全國票房統計系統數據所推估之數值。

3.2015年出版品之2015年英國國產電影票房收入佔該國總票房收入比重有誤，正確數值詳見今年度出版品。

資料來源：台灣經濟研究院整理自Theatrical market statistics 2016／British Film Institute／UNI JAPAN International Promotion Department／香港服務業統計摘要／Korean Film Council／中國電影產業研究報告／法國CNC統計報告

參考文獻

- 1.Theatrical market statistics 2016，美國：MPAA。
- 2.British Film Institute Statistical Yearbook 2016，英國：BFI。
- 3.2017年香港服務業統計摘要，香港特別行政區政府統計處。
- 4.2016年香港電影業資料彙編，香港影業協會。
- 5.2017年中國電影產業研究報告，北京：中國電影出版社。
- 6.2017年中國傳媒產業統計報告，北京，社會科學文獻出版社。
- 7.2016年法國國家電影委員會CNC統計報告，法國：CNC。
- 8.2016年韓國內容產業統計，韓國：KOFIC。
- 9.日本數位內容白書，日本：數位內容協會。
- 10.臺灣電影網：<http://www.taiwancinema.com/Chi/Index>。
- 11.藝恩網：<http://www.entgroup.cn/>。
- 12.Rentrak資料庫。