

第一章

電影產業調查

影視廣播產業
趨勢研究調查報告

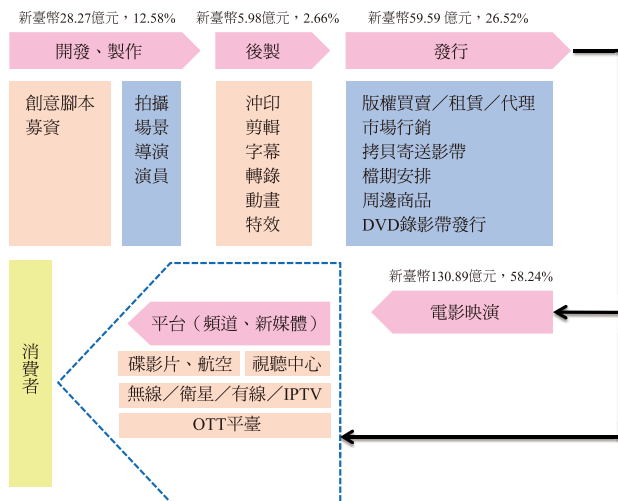
電影、電視及廣播產業

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

2018年電影產業總產值推估為224.73億元，較2017年成長1.55%，主要因2018年我國電影市場總票房收入成長，再加上國片於國內外市場表現不錯，如《比悲傷更悲傷的故事》、《人面魚紅衣小女孩外傳》，以及影展獲獎效益，帶動國際市場版權銷售與線上版權銷售。

（一）電影製作業

2018年國片票房表現與觀影人次較2017年有所成長，再加上國片於海外市場以及國際影展表現不錯，使得電影製作業2018年的產值較2017年成長10.09%，估計為28.27億元。

（二）電影後製、特效（含器材設備提供）業

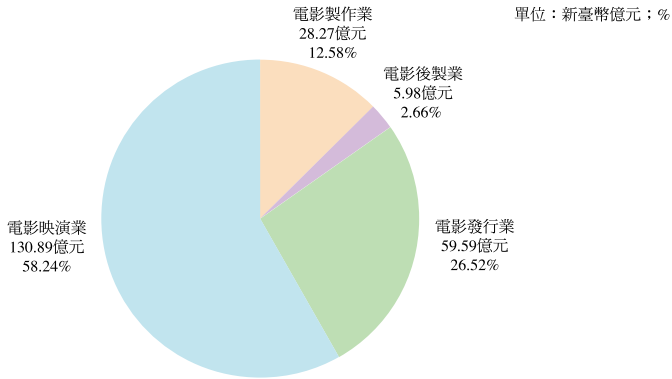
2018年電影後製、特效業的產值推估為5.98億元。近年國內業者積極運用特效於國片製作，使後製、特效預算之經費占比有所提升，惟受限於國片整體製作預算規模有限，致國片可用於後製及特效之經費仍顯不足，故我國後製、特效業者則透過承接國外高單價影視後製、特效製作案量，並從前期製作端即參與製作，提升其競爭力與品牌價值，再加上線上影音平臺所製作的影視作品對於後製特效的需求增加，使得電影後製業的產值較上一年度成長3.82%。

（三）電影發行業

2018年電影發行業產值推估為59.59億元，較2017年衰退3.01%。2018年國內電影總發行量為886部，較上年的759部約成長16.73%，而影響電影曝光週期，致2018年外片平均上映天數與戲院數較2017年減少，加上好萊塢系列電影片票房表現不如預期，使得電影發行業產值略為減少。

（四）電影映演業

2018年電影映演業產值130.89億元，增長1.92%。隨著近年國內映演端業者積極於各縣市拓點，並持續優化觀影環境，使得2018年我國電影市場整體票房提升，帶動產值成長。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖 1-2、2018年電影產業產值及結構比例

二、電影產業重要觀察指標

2017年至2018年電影產業營業家數的表現，電影製作業及電影映演業分別成長18.24%、6.31%，電影發行業及電影後製業衰退0.61%及11.11%。

電影產業總產值部分，2018年我國電影產業總產值推估為224.73億元，較2017年成長1.55%。各次產業產值表現，電影製作業成長10.09%，電影後製業成長3.82%，電影發行業衰退3.01%，電影映演業成長1.92%。

2018年全臺電影總票房（含全新上映、二輪片等）為107.81億元，細看各區域電影片票房收入，全臺國片票房總收入8.10億元（占7.52%），較2017年成長11.17%，港陸影片的票房收入約為1.88億元（占1.75%），其他外國影片部分則為97.82億元（占90.73%）。

出口表現部分，2018年電影產業出口值推估為新臺幣4.05億元，較2017年成長26.96%，電影製作與發行業的出口值分別成長

27.73%及42.03%。2018年國片於國內票房表現亮眼，帶動海外市場表現，如《比悲傷更悲傷的故事》、《人面魚 紅衣小女孩外傳》與《粽邪》等。除此之外，近年我國於影展表現活躍，多部國片獲獎（如《幸福路上》、《誰先愛上他的》），亦有助於國際與線上版權銷售。

觀察歷年國片參與國際市場展的數量，2018年共有323部次國片參與國際市場展，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，2018年平均每家片商攜帶至市場展的影片數量為1.85部次。

表1-1、電影產業重要觀察指標

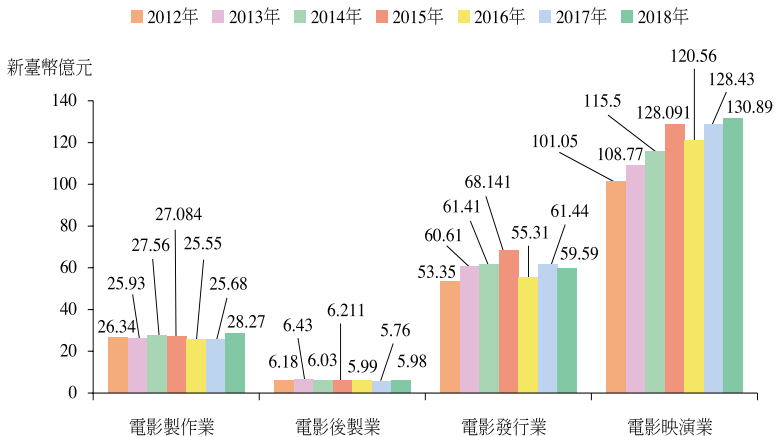
構面	指標	項目	2015年	2016年	2017年	2018年	2017至 2018年 變動率
產業 結構面	營業家數	電影製作業	671	841	1,020	1,206	18.24%
		電影後製業	94	105	117	104	-11.11%
		電影發行業	175	171	165	164	-0.61%
		電影映演業	105	110	111	118	6.31%
		合計	1,045	1,230	1,413	1,592	12.67%
	產值 (億元)	電影製作業	27.084	25.55	25.68	28.27	10.09%
		電影後製業	6.211	5.99	5.76	5.98	3.82%
		電影發行業	68.141	55.31	61.44	59.59	-3.01%
		電影映演業	128.091	120.56	128.43	130.89	1.92%
		合計	229.527	207.41	221.30	224.73	1.55%
商品 導向面	國片平均製作成本 ¹ (萬元)		3,054	2,970	3,115	2,813	-9.70%
	國片製作 成本結構	開發/前製	2.64%	3.78%	4.59%	6.59%	-
		製作與拍攝	78.59%	71.93%	74.74%	69.14%	-
		後製	18.77%	24.29%	15.07%	18.32%	-
	國際合作 情形	國片製作模式	自製	69.70%	79.37%	79.37%	81.25%
合製			30.30%	20.63%	20.63%	18.75%	-

¹ 排除旗艦型、策略型及跨國合作之國片平均製作成本。

構面	指標	項目	2015年	2016年	2017年	2018年	2017至 2018年 變動率
商品 導向面	國片市場	全台觀影人次(千人)	-	-	45,424.98	46,234.33	1.78%
		全台灣片觀影人次(千人)	-	-	3,223.91	3,599.75	11.66%
		台北市觀影人次(千人)	17181	15,806	16,104	15,107	-6.19%
		台北市國片觀影人次(千人)	2,009	1,420	-	-	-
		電影人均觀影次數	1.46	1.34	1.93	1.96	1.55%
		國片人均觀影次數	0.17	0.07	0.14	0.15	7.14%
		電影平均票價 ²	245	246.48	232.67	233.18	0.22%
	出口值 (億元)	電影製作	3.247	1.93	2.20	2.81	27.73%
		電影後製	0.252	0.2	0.20	0.26	30.00%
		電影發行	2.802	0.54	0.69	0.98	42.03%
		電影映演	0	0	0.11	0.00	-100.00%
		合計	6.301	2.66	3.19	4.05	26.96%
	電影片審議 分級之數量 (部)	國片審議分級數	94	93	105	123	17.14%
		港、陸片在台進口審議分級數	43	47	46	35	-23.91%
		其他外片在台進口審議分級數	542	580	722	748	3.60%
	影片票房* (千元)	全台灣片票房	-	-	728,849.53	810,291.14	11.17%
		全港陸影片票房	-	-	225,370.02	188,307.11	-16.45%
		全台其他外國影片票房	-	-	9,615,020.96	9,782,306.07	1.74%
		台北市國產影片票房	467,938	185,858	269,890	245,725	-8.95%
		台北市港陸影片票房	90,670	163,345	93,323	70,007	-24.98%
		台北市其他外國影片票房	3,645,163	3,548,736	3,542,455	3,387,463	-4.38%
	國際影展 活動 (部次)	參與國際市場展國片部次	286	377	320	323	0.94%
		輔導參與國際市場展片商家次	153	144	157	175	11.46%
入圍國際影展國片部次		88	60	66	70	6.06%	
榮獲國際影展獎項項次		17	12	10	20	100%	
輔導參與國際影展國片部次		49	44	78	83	6.41%	
產業 人力	就業 人數	電影製作業	401	367	375	374	-0.37%
		電影後製業	429	402	393	396	0.86%
		電影發行業	427	367	397	369	-7.17%
		電影映演業	3,636	3,423	3,647	3,733	2.36%
		合計	4,893	4,559	4,812	4,872	1.25%

² 電影總平均票價。

- 註：1.依2013年12月主計總處公佈2011年工商普查總報告，故本研究利用2011年工商普查所公佈之實際生產總額，追溯調整過去歷年（2009-2011年）產值及出口值的估算值。
- 2.電影製作、後製、發行之營業家數資料來自財政部財政資訊中心；電影映演業之營業家數來自文化部影視局依實際營業家數計算。
- 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。
- 4.上表部分指標有標註*者，2017年以前數據為計算自臺北市電影票房，2017年以後數據為計算自全台電影票房。
- 5.2016年電影映演出口值為新臺幣3,600元，此部分出口值包含服務出口之海外收入。
- 6.各年度變動率係以原始數據計算，然因統計呈現之單位為新臺幣億元，若直接以該數據計算變動率，可能與原始數據有些微落差，但不影響整體趨勢判讀。
- 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、2012年至2018年電影各次產業產值變化趨勢

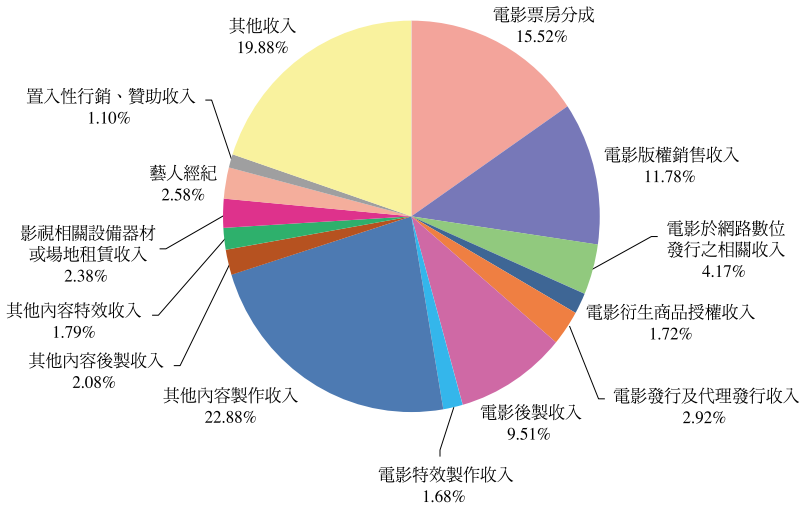
第二節 我國電影產業發展分析

一、電影產業各類營收

觀察2018年國內電影製作業者收入結構，2018年國內電影製作業者的收入來源以其他內容製作（占22.88%）及其他收入（占19.88%）為主，而電影發行業在2018年的主要收入結構以電影票房分成為主，約占18.50%，其次為其他收入（約占16.55%）。

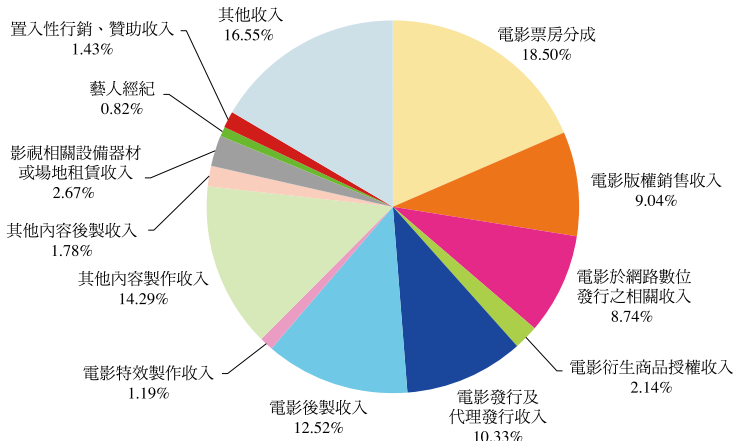
本年度首次將電影製作業、電影發行業分開調查，依據調查結果國內電影製作、發行業者仍有其他收入來源，如電影衍伸商品授權收入、電影後製、特效收入、其他內容製作以及其他收入等。主要與國內產製數量有限，電影製作、發行業者若僅依賴主要業務較難維持公司營運有關，因此管理者為分散財務風險，需採用多角化經營策略，承攬其他業務平衡收入來源。

除上述收入項目，我國電影製作、發行業者仍有其他收入來源，如「電影特效製作收入」、「電影後製收入」、「電影發行及代理發行收入」、「其他收入」等收入來源，顯示我國製作、發行業者在經營上採取多角化策略，推測與國內產製數量有限，業者必須承攬其他業務以便維持營運有關。



資料來源：台灣經濟研究院整理

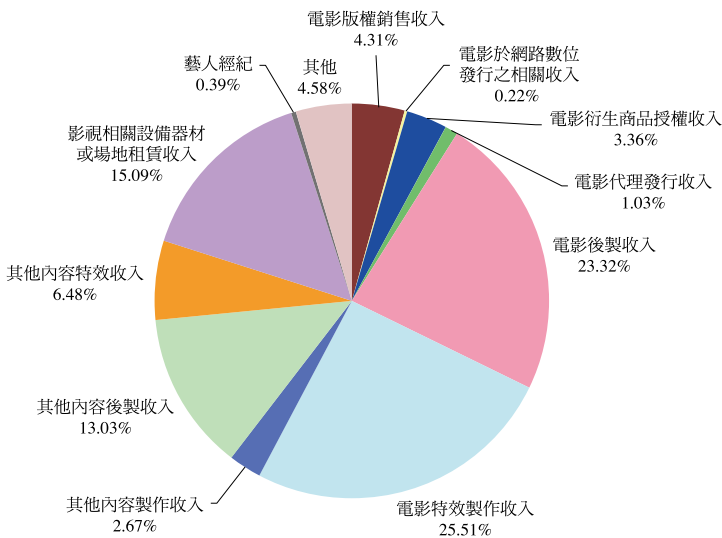
圖1-4、2018年電影製作業者收入結構



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-5、2018年電影發行業者收入結構

在國內電影後製、特效業者的收入結構部分，以電影特效製作收入的比重最高，約占25.51%，較2017年成長，其次為電影後製收入，占23.32%。依據部分業者表示，與近年文化部影視局推出國產電影片應用數位視覺特效相關獎助措施有關，業者藉由政策補助，提升國片運用特效的預算金額，間接帶動整體國片的後製、特效之使用率，促進國片類型多元化發展。

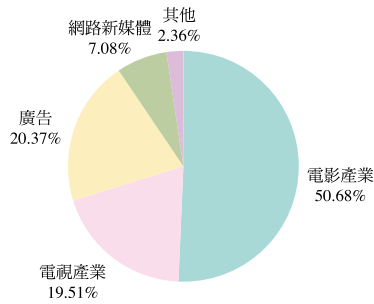


資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-6、2018年電影後製、特效業者（含器材設備提供者）收入結構

2018年國內後製、特效業者的營收比重，電影產業占50.68%、電視產業占19.51%，較2017年增加。而網路新媒體收入占整體營收比重約7.08%，較2017年略為減少。

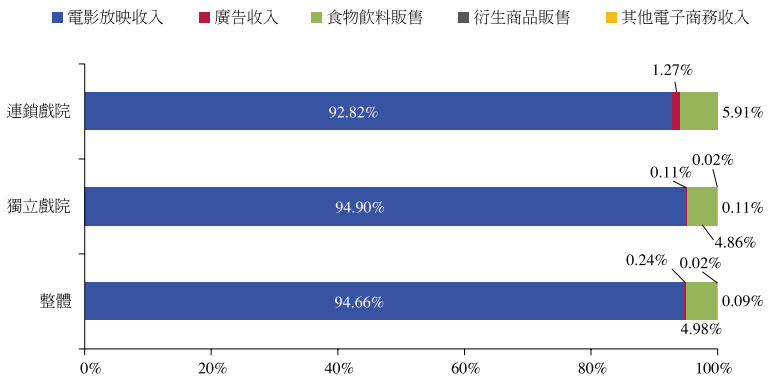
整體而言，目前國內影視作品的產量偏少、後製特效預算仍有所侷限，依據特效業者表示，目前多透過承接廣告案量或是網路新媒體等內容增加其收入來源。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-7、2018年後製、特效業者於電影及電視產業之營收比重

電影映演業部分，2018年仍以電影放映收入為主要的收入來源，占94.66%，相較於2017年有所成長。其次依序為食物飲料販售、廣告收入以及其他電子商務收入，分別占4.98%、0.24%以及0.09%。而連鎖戲院與獨立戲院的收入結構差異，主要在廣告收入的比例。



資料來源：台灣經濟研究院問卷整理

圖1-8、2018年電影映演業收入結構

二、我國電影市場分析

（一）國內電影上映情形與票房表現

自2016年起，電影片映演業者依《電影法》規定提供予文化部影視局電影票房資料，進行全臺電影票房統計，因此本小節透過電影片映演業者提供的電影票房說明2018年全國電影票房市場，後續再輔以臺北市電影票房說明近年電影票房市場變化。

1. 全臺電影票房市場

根據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，2018年全臺共有886部電影片上映，其中美洲電影共270部（占30.47%）、其次為亞洲其他地區共260部（約占29.35%）；國片共有64部上映（約占7.22%）。

2018年全臺總票房約新臺幣107.7億元，總觀影人次約為4,623萬人次，分別較2017年約成長1.90%以及1.78%。2018年全臺電影票房表現，仍以好萊塢系列電影表現最佳，前10名大多數為美國電影，不過好萊塢前三名、前五名的票房市占率較2017年有所減少，顯示國內民眾對於好萊塢英雄系列的影片開始出現疲乏，多數映演業者也表示好萊塢票房不如片商以及映演端預期。

2018年國片整體票房為8.1億元，較2017年成長11.17%，票房市占率為7.52%。國片票房前十名的元素相當多元，除愛情、喜劇外，近年犯罪、恐怖、懸疑／驚悚等元素亦逐漸受國內消費者之關注。

觀察我國發行電影來源地區，2018年以美洲與亞洲其他地區的上映電影數量占多數，分別為270部與260部，各占30.47%與29.35%。與2017年相比，亞洲其他地區電影上映數量或票房占比皆有所提升，主要與韓國發行部數增加有關，較2017年增加25部。

而2018年各地區票房表現方面，美洲、亞洲其他地區影片及我

國國片表現較佳，美洲電影票房以80.59億元居冠，其次為亞洲其它地區，約14.96億。若從票房市占率與發行量比重的關聯來看，以美洲電影（又以美國電影為主）在國內電影市場具有比較優勢，我國國片次之。

表1-2、2017年至2018年全臺電影票房市場概況

單位：部；新臺幣萬元；%；人次萬人

項目	中華民國 影片	港陸澳 地區影片	亞洲 其他地區	歐洲	美洲	大洋洲	總計
2017年	票房	72,885	22,537	115,669	45,028	799,799	1,056,924
	觀影人次	322	101	500	202	3,413	4,542
	發行部數	63	41	210	212	231	759
	發行量比重	8.40%	5.47%	26.80%	28.13%	30.80%	100.00%
	票房比重	6.90%	2.13%	10.94%	4.26%	75.67%	100.00%
2018年	票房	81,029	18,831	149,615	22,669	805,871	1,078,090
	觀影人次	360	84	641	101	3,436	4,623
	發行部數	64	37	260	251	270	886
	發行量比重	7.22%	4.18%	29.35%	28.33%	30.47%	100.00%
	票房比重	7.52%	1.75%	13.88%	2.10%	74.75%	100.00%

註：1.本報告所稱中華民國電影（或國片）係指「國產電影片及非國產電影片認定基準」所稱之國產電影片，以及經認定原產地為中華民國之非國產電影片。

2.發行部數係含當年度上映影片、跨年度上映影片、重新上映影片；已扣除影展電影片。

3.中華民國影片發行部數：64部，含當年度上映影片46部【其中劇情片37部（長片37部，短片0部）、紀錄片9部】、跨年度及重新上映影片18部。

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

2. 台北市電影票房市場

2018年臺北市電影票房約為37.03億元，較2017年微幅減少5.20%。臺北市電影票房占全國票房比重，約為全國總票房的34.35%，較其他年度低，可能與本年度連鎖映演業者於臺北市以外地區新設多間戲院，間接稀釋臺北市票房市占率有關。

表1-3、2014年至2018年臺北市電影票房市場概況

單位：部；新臺幣元；%

年份	部數／ 票房	中華民國影片	港陸影片	其他外國影片	總計
2014	發行部數	54	28	416	498
	票房	427,833,400	91,164,192	3,188,665,367	3,707,662,959
	發行部數比重	10.84%	5.62%	83.53%	100.00%
	票房比重	11.54%	2.46%	86.00%	100%
2015	發行部數	66	45	483	594
	票房	467,938,144	90,670,060	3,645,163,150	4,203,771,354
	發行部數比重	11.11%	7.58%	81.31%	100.00%
	票房比重	11.13%	2.16%	86.71%	100%
2016	發行部數	67	56	612	734
	票房	185,858,944	163,345,418	3,548,736,485	3,897,940,847
	發行部數比重	9.13%	7.63%	83.38%	100.00%
	票房比重	4.77%	4.19%	91.04%	100%
2017	發行部數	60	40	600	700
	票房	269,889,564	93,322,626	3,542,454,801	3,905,666,991
	發行部數比重	8.57%	5.71%	85.71%	100%
	票房比重	6.91%	2.39%	90.70%	100%
2018	發行部數	61	33	722	816
	票房	245,724,520	70,006,586	3,387,462,645	3,703,193,751
	發行部數比重	7.48%	4.04%	88.48%	100%
	票房比重	6.64%	1.89%	91.47%	100%

資料來源：2017年以前資料台灣經濟研究院整理自臺北市影片商業同業公會提供之臺北市電影票房資料提供，2017年以後則整理自為電影片映演業依電影法規提供予文化部影視局之電影票房資料

（二）國內電影觀影人次

2018年我國平均人均觀影次數1.96部次電影，為近五年新高。就各地區電影片來看，國片平均每人約觀看0.15部次，較2017年增加；港陸影片平均每人觀看約0.04部次，與2017年持平；其他外國電影以美洲電影的觀看次數最多，約1.46部次。

表1-4、2014年至2018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
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
2017年	0.14	0.04	1.75	1.93
2018年	0.15	0.04	1.77	1.96

註：2018年人口數為23,588,932人（資料來源：行政院主計總處，全國統計資料）。
資料來源：2017年以前係本研究整理自臺北市影片商業同業公會提供之臺北市電影票房資料，2017年以後則整理自為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

表1-5、2017年至2018年國內人均觀影次數—依影片來源地區

單位：部次

項目	2017年	2018年
中華民國影片	0.14	0.15
港陸澳地區影片	0.04	0.04
亞洲其他地區	0.21	0.27
歐洲	0.09	0.04
美洲	1.45	1.46
大洋洲	0.00	0.00
整體	1.93	1.96

資料來源：台灣經濟研究院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

2018年國片通過審議分級的數量含劇情片、動畫片、短片、紀錄片等，共計123部，較2017年增加18部，比重較2017年度微幅成長至13.58%，而其他外國片通過審議分級的數量則亦較上一年度微幅增加。

表1-6、2014至2018年國片、港陸影片暨其他外片審議分級數量

單位：部次；%

		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	
國片	劇情片	部數	41	44	38	47	40
		比重	6.23%	6.48%	5.31%	5.38%	4.42%
	動畫長片	部數	—	1	1	2	2
		比重	—	0.15%	0.14%	0.23%	0.22%
	短片	部數	22	22	22	33	57
		比重	3.34%	3.24%	3.07%	3.78%	6.29%
	紀錄片	部數	13	24	25	15	22
		比重	1.98%	3.53%	3.49%	1.72%	2.43%
	非國產片 (原產地中華民國)	部數	—	3	3	8	2
		比重	—	0.44%	0.42%	0.92%	0.22%
	小計	部數	76	94	89	105	123
		比重	11.55%	13.84%	12.43%	12.03%	13.58%
香港片		部數	21	29	37	32	25
		比重	3.19%	4.27%	5.17%	3.67%	2.76%
大陸片		部數	10	14	10	14	10
		比重	1.52%	2.06%	1.40%	1.60%	1.10%
其他外國片		部數	551	542	580	722	748
		比重	83.74%	79.82%	81.01%	82.70%	82.56%

註：各年度電影片審議分級證明部數均包含分級證明准映期滿仍須映演之重審電影片。

資料來源：整理自文化部影視局官網行政公開資訊—業務統計

(四) 2018年全臺電影票房前十名之影片

2018年全臺票房前十名中，第一名為系列電影《復仇者聯盟：無限之戰》，共獲得6.41億元，第二名為《侏儸紀世界：殞落國度》，票房約為6.21億元，第三名為韓國系列電影《與神同行：最終審判》，票房約為4.79億元。綜觀2018年全臺電影票房表現，雖然仍以好萊塢系列電影表現最佳，前10名大多數為美國電影，然而韓國系列電影《與神同行：最終審判》以及《與神同行》異軍突起，分別獲得4.79億元以及3.95億元的票房表現。

表1-7、2018年全臺電影票房前十名影片

單位：新臺幣元；人次

排名	影片名稱	票房人次	票房收入（新臺幣／元）
1	復仇者聯盟：無限之戰	2,596,803	641,776,135
2	侏羅紀世界：殞落國度	2,554,600	621,672,249
3	與神同行：最終審判	2,007,211	479,427,194
4	不可能的任務：全面瓦解	1,897,530	447,486,435
5	與神同行	1,688,720	395,421,061
6	水行俠	1,552,926	376,171,462
7	黑豹	1,575,728	373,051,577
8	一級玩家	1,416,308	362,043,453
9	蟻人與黃蜂女	1,271,911	297,169,899
10	死侍2	1,228,427	287,616,545

資料來源：台灣經濟研究院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

（五）2018年國片票房表現

2018年國片票房第一名為《比悲傷更悲傷的故事》，由林孝謙導演執導，該部為改編自韓國2009年電影《更悲傷的故事》，票房表現約為2.26億元；第二名為黑道犯罪電影《角頭2：王者再起》，票房表現約為1.28億元，該部為2015年《角頭》的前傳；第三名是《花甲大人轉男孩》，為電視劇《花甲男孩轉大人》所衍生的故事。

表1-8、2018年國片電影票房前十名影片

影片名稱	票房人次	票房收入（新臺幣／元）
比悲傷更悲傷的故事	980,187	226,022,046
角頭2：王者再起	564,657	127,897,322
花甲大人轉男孩	458,886	102,160,797
人面魚 紅衣小女孩外傳	325,646	72,804,995
誰先愛上他的	284,621	65,634,450
粽邪	219,909	49,273,565
鬥魚	136,999	30,570,074
切小金家的旅館	90,089	19,801,511
幸福路上	59,212	12,380,263
有一種喜歡	39,599	8,872,786

資料來源：台灣經濟研究院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

（六）2014年至2018年節日或特殊假期之檔期票房分析

透過2014年至2018年之主要節日或假期，觀察該檔期之票房市占率。近五年仍以暑假為我國電影市場之主要檔期，2018年約占整年度票房的三成，較2017年有所提升，主要因好萊塢電影《蟻人與黃蜂女》以及韓國電影《與神同行：最終審判》在此期間上映，而帶動票房占比有所關連。

另外，國片的主要檔期則為春節檔期與暑假（8月份），2018年兩檔期票房占比各約為13.23%與5.30%，與過去四年相比，處於低點，其中以暑假（8月份）更為近五年新低。由於民眾在連假或特殊檔期期間可從事之休閒娛樂變多，觀看電影非消費者首選活動，使得連假、特殊檔期已非為票房保證。

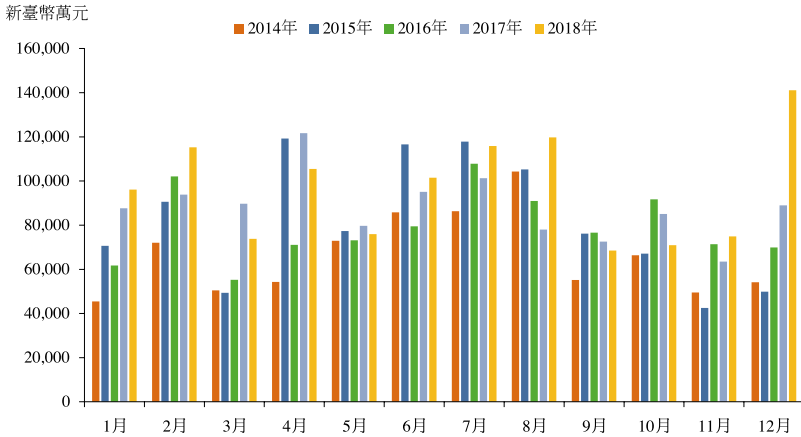
表 1-9、2014年至2018年國內主要檔期票房占比

	2014年	2015年		2016年		2017年		2018年	
	整體	整體	國片	整體	國片	整體	國片	整體	國片
春節檔期	3.76%	3.65%	14.59%	6.71%	37.65%	3.70%	12.01%	3.43%	13.23%
228假期	0.92%	1.74%	4.53%	1.31%	0.48%	1.92%	0.27%	0.49%	0.88%
暑假-7月	10.69%	14.60%	8.28%	11.67%	10.03%	9.58%	2.90%	10.54%	2.73%
暑假-8月	12.92%	13.04%	22.05%	9.07%	19.38%	7.38%	13.55%	10.71%	5.30%
中秋節檔期	1.05%	1.16%	0.87%	0.77%	0.26%	0.29%	0.52%	0.85%	0.27%
國慶日假期	1.54%	1.28%	0.30%	1.21%	0.39%	1.23%	1.68%	0.48%	0.00%
各檔期小計	31.18%	30.54%	50.62%	30.73%	68.19%	24.10%	30.93%	26.50%	22.41%
其他時間	68.82%	69.46%	49.38%	69.27%	31.81%	75.90%	69.07%	73.50%	77.59%
總計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：2017年以前資料台灣經濟研究院整理自Rentrak資料庫，2017年以後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

（七）2014年至2018年月票房分析

觀察每月的票房表現，目前國內電影市場重要檔期仍以2月春節檔期及7~8月暑假檔期為主，3、5、9、11月則相對為淡季；2018年各月票房表現，最高者為12月（占12.17%），其次則為8月（占10.33%）以及7月（占10.00%）。2018年12月由於《水行俠》、《比悲傷更悲傷的故事》以及《無敵破壞王2：網路大暴走》等多部作品強勢上映，使得12月票房較歷年表現突出。7、8月是因《蟻人與黃蜂女》、《不可能的任務：全面瓦解》以及《與神同行：最終審判》等電影片上映，吸引觀眾進電影院觀賞影片，進而提升7、8月份的票房。



資料來源：台灣經濟研究院整理。2017年以前資料整理自Rentrak資料庫，2017年以後資料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。

圖1-9、2014年至2018年各月票房走勢

三、我國電影製作分析

(一) 電影製作成本

2018年國片劇情片的製作規模以3,000萬至5,000萬為主，約占32.14%，其次則是6,000萬至1億之間中型製作規模之劇情片，占21.43%，而2018年並無製作成本超過新臺幣1億元大型製作規模的國片；國片紀錄片的製作規模大部分在3,000萬以下。

表1-10、2016年至2018年國片製作規模概況

		2016年		2017年		2018年	
		劇情片與 動畫片	紀錄片	劇情片與 動畫片	紀錄片	劇情片與 動畫片	紀錄片
小型	500萬以下	0.00%	71.43%	3.70%	66.67%	7.14%	33.33%
	超過500萬~1,000萬元以下	0.00%	28.57%	7.41%	0.00%	7.14%	33.33%
	超過1,000萬~3,000萬元以下	20.00%	0.00%	33.33%	0.00%	17.86%	33.33%
	超過3,000萬~5,000萬元以下	40.00%	0.00%	18.52%	0.00%	32.14%	0.00%
	超過5,000萬~6,000萬元以下	4.00%	0.00%	14.81%	0.00%	14.29%	0.00%
中型	超過6000萬~1億元以下	12.00%	0.00%	7.41%	0.00%	21.43%	0.00%
大型	1億元以上	24.00%	0.00%	14.81%	33.33%	0.00%	0.00%

資料來源：台灣經濟研究院整理

表1-11、2014年至2018年臺灣電影平均製作成本

單位：新臺幣萬元

		平均製作成本
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
2017年	全部	4,945
	排除旗艦及策略型	4,795
	排除旗艦及策略型、跨國合作	3,115
2018年	全部	3,370
	排除旗艦及策略型	-
	排除旗艦及策略型、跨國合作	2,813

註：由於兩岸合拍片與一般國片製作規模略有差異，為更真實反映我國國片的製作成本規模，故排除兩岸合拍片數據後再行計算。

資料來源：台灣經濟研究院整理

另一方面，2018年國片平均花費行銷費用為499萬元、平均每部票房表現約2,248萬元，各製作規模國片的行銷費用與票房表現亦有些許差異，中、大型規模的國片，行銷費用多落在1,000萬至1,200萬元之間，平均每部票房表現約9,695萬元，小型國片（6,000萬元以下）以3,000萬到5,000萬的平均票房表現最好，約2,476萬元，行銷宣傳費用則花費約596萬。整體而言，國片行銷費用占整體製作成本約13.14%。由於製作預算較高的國片其行銷預算之額度較高，間接提高消費者觸擊率，而影響票房表現。

表1-12、2018年國片平均行銷費用

單位：新臺幣萬元

規模		平均票房	最高票房	最低票房	平均行銷費用
小型國片	500萬以下	87.64	252.12	12.43	154.12
	超過500萬~1,000萬元以下	269.47	486.65	186.35	303.02
	超過1,000萬~3,000萬元以下	301.56	840.75	7.14	279.86
	超過3,000萬~5,000萬以下	2,476.24	7,280.50	144.84	595.85
	超過5,000萬~6,000萬元以下	267.55	381.31	267.55	454.43
中型國片	超過6000萬~1億元以下	9,695.09	22,602.2	887.28	1,094
大型國片	1億元以上	-	-	-	-
整體		2,248.05	22,602.2	7.14	499

資料來源：台灣經濟研究院整理

2018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39.16%，但比例較去年略減，主要與近年國片製作預算逐漸縮減有關，為控制製作預算，國內製作端開始精算並且控制人力成本。而在前期開發階段的故事版權或編劇費用方面，則較去年度增加，約占6.59%，或與近期部分國片改編自文學小說，由專業編劇加入進行劇本撰寫，製作公司較願意將預算投入前期開發，因此使得前期開發費比例增加有關。此外，2018年國片平均使用特效費用約占製作成本的比重約為5.96%，其中數位特效費用的占比最多，占5.11%，其次為後製期間之雜支費用，約占3.08%。

表1-13、2014年至2018年國片細部成本結構

單位：%

時間		2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
製作流程		占比									
開發	故事版權／編劇費用	2.51%	2.51%	3.01%	3.01%	3.78%	3.78%	4.59%	4.59%	6.59%	6.59%
	現場拍攝人事費用		44.45%		43.37%		44.64%		48.29%		39.16%
製作與 拍攝	硬體及設備費用	72.94%	11.44%	77.38%	15.00%	71.93%	10.40%	74.74%	12.10%	69.14%	15.56%
	服裝及道具費用		7.86%		9.69%		7.00%		5.70%		6.60%
	製作期間雜支費用		9.19%		9.32%		9.88%		8.65%		7.82%
	後製		沖印、剪輯及錄音費用		14.91%		8.32%		14.03%		11.19%
	後製期間雜支		6.59%		2.84%		4.85%		3.01%		3.08%
特效	數位視覺特效費用	9.63%	-	5.57%	-	6.07%	-	5.60%	5.38%	5.96%	5.11%
	特殊化妝費用		-		-		-		0.22%		0.85%
總計		100%		100%		100%		100%		100%	

資料來源：台灣經濟研究院整理

本年度報告國片-劇情片元素類型比重改採加權的方式計算。觀察近五年國片-劇情片之元素，以浪漫／愛情、喜劇的占比較高，各占28.48%與20.99%。而2018年上映的國片-劇情片中，仍是以具有浪漫／愛情元素的電影比例較高（占22.22%），而懸疑／驚悚元素的電影比例較去年度下降（占12.50%），在傳統國片喜劇電影部分，其占比亦逐年減少，約占13.89%。2018年上映家庭、勵志題材的國片比例亦較往年有所增加，分別占15.28%、8.33%。近幾年我國電影製作者逐漸嘗試不同以往的元素電影，如懸疑/驚悚、音樂/歌舞、勵志、家庭、動作等，除提供我國觀影民眾有更多元的選擇，亦可累積不同元素電影之製作經驗。

此外，《人面魚 紅衣小女孩外傳》、《粽邪》以及《角頭2：王者再起》等亦有不錯的票房表現，也讓恐怖、犯罪及懸疑／驚悚元素的票房比重提高。

表1-14、2014年至2018年上映國片-劇情片元素類型數量比重

單位：%

類型元素	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	總計
動作	4.60%	6.94%	4.41%	1.35%	4.17%	4.14%
冒險	1.15%	0.00%	2.94%	0.90%	0.00%	1.15%
傳記	1.15%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.18%
喜劇	28.16%	28.24%	25.00%	14.86%	13.89%	20.99%
犯罪	4.60%	2.78%	1.47%	13.51%	6.94%	5.47%
家庭	9.77%	4.17%	8.82%	7.66%	15.28%	8.82%
奇幻／科幻	0.00%	0.93%	2.94%	4.05%	8.33%	3.88%
懸疑／驚悚	8.62%	3.70%	7.35%	21.62%	12.50%	11.29%
恐怖	1.72%	2.78%	4.41%	2.25%	4.17%	2.82%
音樂歌舞	0.00%	5.56%	2.94%	2.25%	2.78%	3.26%
浪漫／愛情	24.71%	34.72%	33.82%	29.28%	22.22%	28.48%
戰爭	0.00%	0.93%	2.94%	0.00%	0.00%	0.71%
歷史	4.02%	0.93%	0.00%	0.00%	3.77%	1.85%
勵志	11.49%	8.33%	2.94%	2.25%	8.33%	6.97%
總計	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	4.14%

註：1.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。

2.此部分僅計算劇情片之元素、類型。

3.計算方式以權重計算。

資料來源：台灣經濟研究院整理

(二) 臺灣電影跨國合作情形

2018年上映國片中，跨國合作的部數為12部，占該年度全新上映總部數的26.09%，較2017年減少1部。觀察跨國合作的國別，大多數仍與中國大陸以及香港合作，分別合作7部作品，除此之外，也與新加坡、法國、日本、美國等國家合作。

表1-15、2014年至2018年跨國合作影片數量之比重

單位：部；%

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	總計
該年度跨國合作影片之發行部數	10	20	15	13	12	70
該年度國片全新上映總部數	38	59	48	48	46	239
上映之跨國合作影片比重	26.32%	33.90%	31.25%	27.08%	26.09%	29.29%

註：2017年以前國片發行部數資料為臺北市影片商業同業公會提供；2017年以後國片發行部數資料為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。

資料來源：台灣經濟研究院整理。

以合作的單一國別觀察，我國國片仍以與中國大陸合作的比例較高，其中又以資金投資的合作模式最多，如《比悲傷更悲傷的故事》、《鬥魚》等皆為資金投資的方式。另外，與日本合作的《盛情款待》、以及和美國合作的《後勁：王建民》，其合作模式除資金投資外，也有該國演員或是製片等主創人員深度參與。

表1-16、2018年上映國片跨國合作名單

中文片名	合作國家	合作方式
比悲傷更悲傷的故事	中國大陸、香港	資金投資、主創人員參與
鬥魚	中國大陸、香港	資金投資
切小金家的旅館	中國大陸、香港	資金投資、演員參與
有一種喜歡	香港	資金投資、預告片剪輯
後勁：王建民	美國	資金投資、主創人員參與、製片參與
有五個姊姊的我就註定要單身了啊！	中國大陸、香港、新加坡	資金投資、演員參與
王牌教師麻辣出擊	香港	資金投資
盛情款待	日本	資金投資、演員參與
幸福城市	中國大陸、法國	資金投資、演員參與
哈囉！有事嗎	香港	資金投資
《畢業旅行笑翻天》	中國大陸	資金投資、製片參與、演員參與
天生不對	中國大陸	資金投資、製片參與、演員參與

資料來源：台灣經濟研究院整理

四、我國電影發行

(一) 國內發行商票房市占率

綜觀2018年我國電影市場發行商票房市占率，仍以好萊塢片商占比較高，約為74.82%，主要因多檔續集電影上映如《復仇者聯盟：無限之戰》、《侏羅紀世界：殞落國度》及《不可能的任務：全面瓦解》，而帶動票房成長。

近期國內獨立片商也發行相當多元類型與題材的外國影片，隨著國內發行商發行外片、國片獲得亮眼的票房表現之下，提高其票房市占率，如采昌發行《與神同行》系列、車庫發行《一屍到底》等，然過往本土主要發行商-威視的票房市占率近年略有下跌。

表1-17、2014年至2018年國內發行商臺北市／全國票房市占率

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018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	15.52%	環球	20.17%	博偉	20.76%	環球	16.66%	華納	19.61%
2	華納	15.13%	博偉	17.80%	華納	17.76%	華納	15.22%	華特迪士尼	16.39%
3	福斯	13.70%	福斯	14.70%	福斯	12.01%	華特迪士尼	12.63%	環球	13.55%
4	派拉蒙	10.11%	華納	11.61%	環球	7.99%	福斯	11.20%	21世紀福斯	10.73%
5	環球	7.49%	派拉蒙	6.64%	威望	6.55%	博偉	8.25%	采昌	8.89%
6	威視	7.14%	華聯	5.32%	派拉蒙	5.23%	派拉蒙	6.11%	博偉	6.51%
7	龍祥	6.39%	龍祥	3.86%	車庫	4.05%	威望	4.96%	派拉蒙	6.28%
8	威望	3.32%	甲上	3.40%	龍祥	3.89%	威視	4.02%	車庫	2.15%
9	原子映象	2.44%	威視	2.55%	傳影互動	3.61%	車庫	3.56%	威視	1.92%
10	安邁進	2.04%	威望	2.45%	威視	3.58%	甲上	2.75%	威望	1.76%
	其他	16.73%	其他	11.49%	其他	14.57%	其他	14.64%	其他	12.21%
	總計	100%	總計	100%	總計	100%	總計	100%	總計	100%

註：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。

資料來源：2017年以前資料台灣經濟研究院整理自臺北市影片商業同業公會提供之臺北市電影票房資料，2017年以後為台灣經濟研究院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與電影片分級資料查詢

（二）國內發行商發行數量市占率

從發行商發行的影片數量來看，近兩年發行數量前十名的業者中無好萊塢發行商，其中發行量第一名係為車庫娛樂，市占率約占整體發行量的一成左右。

表1-18、2017-2018年國內發行商影片發行量市占率與市場集中度

單位：%

排序	2017年		2018年	
	發行商	市占率	發行商	市占率
1	車庫	10.80%	車庫	12.53%
2	傳影互動	8.43%	暗光鳥	7.45%
3	可樂藝術	4.61%	傳影互動	4.63%
4	天馬行空	4.48%	采昌	4.51%
5	威望	4.08%	甲上	4.18%
6	采昌	3.95%	天馬行空	3.84%
7	佳映	3.69%	威望	3.84%
8	海鵬	3.69%	海鵬	3.27%
9	暗光鳥	3.43%	可樂藝術	2.82%
10	甲上	3.29%	佳映	2.82%

資料來源：台灣經濟研究院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

另一方面，觀察好萊塢發行商與非好萊塢發行商在臺灣電影發行市場概況，近兩年好萊塢發行商平均每年約發行影片數落在20片以下，顯示好萊塢發行商衡量過我國電影市場規模，為避免所發行之電影片相互競爭，其每年在我國電影市場有一定的發行量。而非好萊塢發行商每年發行的電影片數量相對好萊塢發行商多，且近兩年數量有所提高，使我國電影市場整體發行量大幅增加。根據訪談業者表示，此一現象部分是因如影片於院線上映，則於次級市場可有較好的版權售價。不過，此類影片在院線上映天數多僅不到一週的時間，但仍會導致我國電影市場的映演空間更為激烈，進而排擠到上映電影片的既有映演空間。

表1-19、2017年至2018年我國電影市場上映影片概況-依發行商

	好萊塢發行商		非好萊塢發行商	
	2017年	2018年	2017年	2018年
平均發行影片數	17	19	8(21.26)	12(22.69)
平均票房表現	72,258,488	69,706,180	4,868,911	3,756,929
平均上映天數	67	70	29	26
平均上映戲院數	69	67	16	15

註：部份本土發行商中未以發行電影片為主要業務，每年僅發行1~2部電影片，為了解我國本土發行商所發行影片數，於括號中計算年度發行5部以上電影片的本土發行商之平均發行影片數。

資料來源：台灣經濟研究院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）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14.97%，2018年上映的國片中，製作公司兼發行商的部數為7部，占當年度總發行部數的10.94%。近年我國製作兼發行的片量占整體國片比重約一成左右，大多為製作規模較小的國片，此類型的國片在票房表現上，大多低於150萬，可能的原因為電影製作與發行需透過專業分工，讓影片有效曝光並善用行銷資源，而在製作兼發行的情況下，許多電影作品較難運用行銷策略為作品觸及更多消費者。

表1-20、2014年至2018年國內國片製作兼發行情形

單位：部；%

	2014	2015	2016	2017	2018	總計
製作兼發行部數	7	13	11	6	7	47
總發行部數	54	66	67	63	64	314
製作兼發行佔總發行部數之比重	12.96%	19.70%	16.42%	9.52%	10.94%	14.97%

註：各年度國片總發行部數係包括跨年度上映、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。

資料來源：本研究整理自臺灣電影網、2017年以前發行部數為臺北市影片商業同業公會提供之臺北市電影票房資料提供，2017年以後發行部數為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

五、我國電影海外行銷概況

(一) 出口概況

2018年電影產業出口值推估為新臺幣4.05億元，較2017年成長26.96%，電影製作與發行業的出口值分別成長27.73%以及42.03%，主要是因為2018年國片於國內票房表現亮眼，帶動海外市場表現，如浪漫/愛情元素的《比悲傷更悲傷的故事》、恐怖及懸疑/驚悚的《人面魚 紅衣小女孩外傳》與《粽邪》等。除此之外，近年我國於影展表現活躍，多部國片獲獎（如動畫片《幸福路上》、劇情片《誰先愛上他的》），有助於國際與線上版權銷售，或為我國電影產業出口表現成長原因。

後製特效業之出口值亦明顯增加，受東南亞、韓國地區後製特效業者低價競爭爭取案量之影響，國內後製特效業者開始透過接案特定高單價之外國案量，維持我國後製、特效業品質優勢，提升競爭力與公司品牌價值，此外，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國外網劇、網路電影的後製工作，因此近兩年後製特效業出口額皆較以往有明顯的增加，2018年較上一年度成長30.00%。

表 1-21、2014年至2018年國內電影出口值

單位：新臺幣億元；%

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2017年至2018年變動率
電影製作	1.409	3.247	1.93	2.20	2.81	27.73%
電影後製	0.095	0.252	0.20	0.20	0.26	30.00%
電影發行	0.462	2.802	0.54	0.69	0.98	42.03%
電影映演	0.621	0.000	0.00	0.11	0.00	-100.00%
合計	2.585	6.301	2.66	3.19	4.05	26.96%

註：2016年電影映演出口值為新臺幣3,600元，此部分出口值包含服務出口之海外收入。

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

2018年共有323部次國片參與國際市場展，較2017年有所增加。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，2018年平均每家片商攜帶至市場展的影片數量為1.85部次。

表1-22、2014年至2018年臺灣電影於國際影展市場展活動參與度

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2017至 2018年變動率
參與國際市場展國片部次	289	286	377	320	323	0.94%
輔導參與國際市場展片商家次	122	153	144	157	175	11.46%
入圍國際影展國片部次	86	88	60	66	70	6.06%
榮獲國際影展獎項項次	16	17	12	10	20	100%
輔導參與國際影展國片人次	56	49	44	78	83	6.41%
每家片商平均攜帶至市場展之影片數量	2.37	1.87	2.62	2.04	1.85	-9.31%

資料來源：台灣經濟研究院整理自文化部影視局官網行政公開資訊—業務統計

表1-23、2018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
3月	幸福路上	第12屆東京國際動畫影展	長片動畫大獎
	大佛普拉斯	第11屆荷蘭阿姆斯特丹亞洲影展	最佳新導演獎
4月	報告老師！怪怪怪怪物！	第36屆比利時布魯塞爾國際奇幻影展	銀烏鴉獎
	風箏	第18屆比佛利山影展	最佳動畫獎
5月	幸福路上	第25屆德國斯圖加特動畫影展	最佳動畫長片獎
6月	2 號球衣	德國奧伯豪森國際短片影展	評審團特別提及獎
7月	2 號球衣	首爾國際女性影展	最佳導演獎
8月	幸福路上	首爾國際動畫影展	最佳動畫長片獎
9月	幸福路上	渥太華國際動畫影展	評審團特別獎
	范保德	海參威國際影展	最佳男主角獎
	2 號球衣	日本愛知縣女性影展	銀獎

月份	影片名稱	參加影展	榮獲獎項
10月	幸福城市	多倫多國際影展	站台獎
	幸福路上	加拿大魁北克青少年動畫影展	最佳動畫長片獎
	土地	義大利 Corto e Fieno Rural Film Festival 影展	最佳影片獎
	土地	西班牙 International Short Film Festival of Bueu 影展	最佳聲音獎 最佳攝影獎
	土地	北京國際短片聯展	評審團特別獎
	潰爛 癒合 掩藏	釜山國際影展	最佳紀錄片獎
11月	只有大海知道	白俄羅斯明斯克國際影展	最佳青年演員獎
	誰先愛上他的	香港亞洲電影節	最佳導演獎
總計			20個

資料來源：文化部影視局官網行政公開資訊—業務統計

六、電影產業人力概況

(一) 電影產業就業人力結構

2018年整體電影產業就業人數為4,872人，較2017年成長1.25%，而各產業環節之電影就業人數，電影映演端與後製端的就業人數較2017年成長2.36%與0.86%、電影發行業與製作業部分，較2017年分別減少7.17%及0.37%。

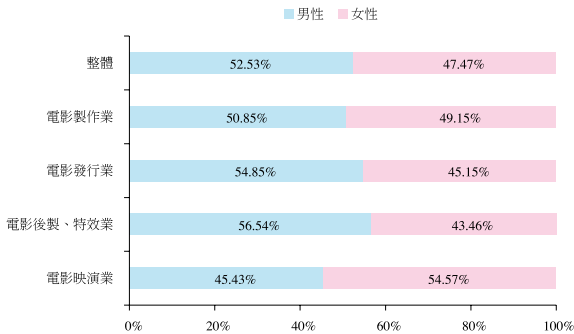
表1-24、2014年至2018年電影產業就業人數

單位：人、%

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2017至 2018年成長率
電影製作	408	401	367	375	374	-0.37%
電影後製	417	429	402	393	396	0.86%
電影發行	385	427	367	397	369	-7.17%
電影映演	3,279	3,636	3,423	3,647	3,733	2.36%
總計	4,489	4,893	4,559	4,812	4,872	1.25%

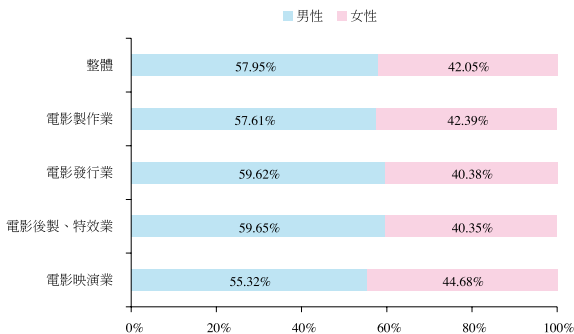
資料來源：台灣經濟研究院整理

另一方面，在電影產業從業人員性別比，2018國內電影產業從業人員以男性工作人員相對較多，約占52.53%，女性工作人員占47.47%。其中電影映演業女性從業人員多於男性，占54.57%，男性占45.43%。而主管階級之從業人員，男性工作人員之比重相對較多，約占57.95%，女性工作人員占42.05%。



資料來源：台灣經濟研究院盤點整理自回收問卷

圖1-10、2018年國內電影產業從業業者（正職人員）一依性別



資料來源：台灣經濟研究院盤點整理自回收問卷

圖1-11、2018年國內電影產業從業業者（主管職）一依性別

（二）國片製作人力聘任型態

2018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58.14%、兼職人員占24.51%、正式員工比例較去年度減少，僅占15.73%。其主要原因為國片的拍攝籌備期間相對其他影視作品長，且大多為現場拍攝之所需人力，如攝影師、化妝師等，而一般非拍攝時間僅保持公司最低正式員工數量，如會計、財務等，以維持公司運作。

表1-25、2018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	15.73%	58.14%	24.51%	1.63%

資料來源：台灣經濟研究院整理自回收問卷

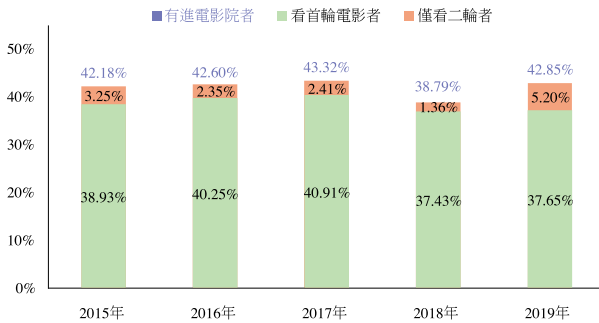
七、電影消費行為概況

今年度電影消費行為調查分為兩種調查方式，一為市話抽樣調查，二為手機抽樣電話調查。而為更全面地呈現我國民眾的觀看行為，本次調查參考洪永泰教授使用之加權理論－「住宅與手機雙底冊調查」(Dual Frame Telephone Survey)，並進行加權合併分析。

（一）國內民眾電影觀看概況

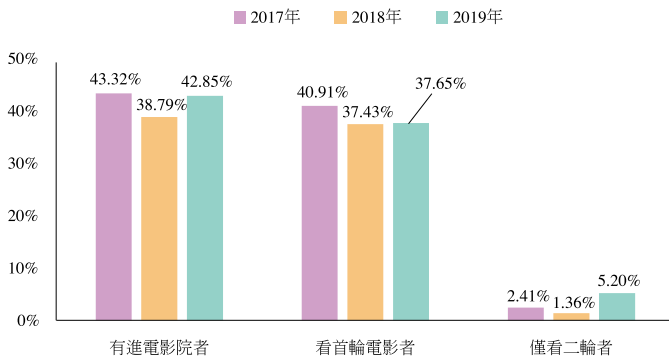
本案於2019年6月13日至6月24日間，針對國內民眾進行電影消費概況進行調查。根據調查結果顯示，近一年間，國內約有42.85%的民眾曾至戲院觀看電影，其中觀看首輪電影的民眾約為37.65%，5.20%民眾為僅看二輪電影。與去年相比，國內民眾進電影院的比例略有提高。

對比2018年與2019年調查的結果顯示，國內民眾在進電影院觀看電影的比例有所增加，雖然至電影院觀看電影會受到時間限制以及民眾觀看影音內容的管道越趨多元，但至電影院觀看電影屬於社交活動的選項之一，與朋友們間的觀影互動擁有不可取代性。



註：本研究數據為執行調查時間的年度
資料來源：台灣經濟研究院整理

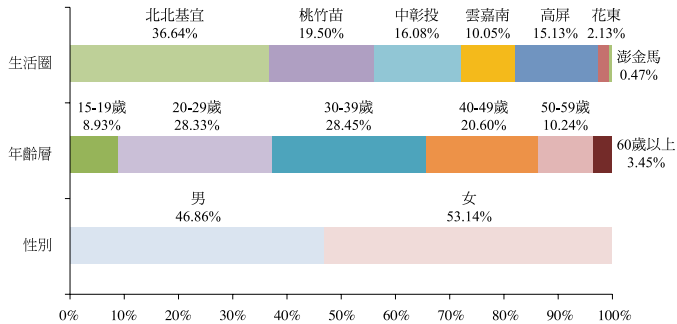
圖1-12、民眾近一年至電影院觀看的比例



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-13、民眾近一年至電影院觀看電影片之首輪及二輪選擇

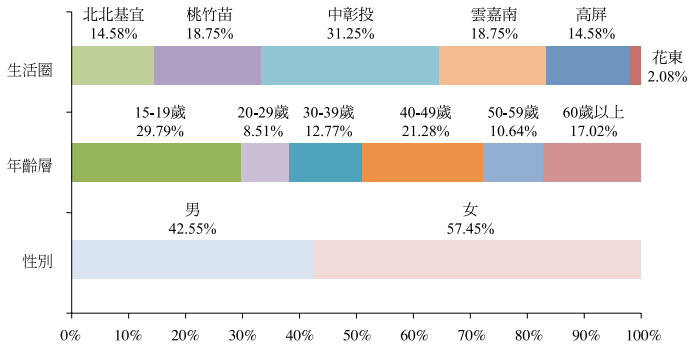
觀看首輪的消費群眾樣貌，以女性觀眾（占53.14%）為主；年齡層則以30-39歲及20-29歲的觀眾為多數，各占28.45%及28.33%；而在居住生活圈部分，則以北北基宜的民眾比例較高（占36.64%），其次則是桃竹苗地區的民眾（約占19.50%）。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-14、觀看首輪電影民眾樣貌

而在觀看二輪電影的民眾部分，整體來說以女性的比例相對較高，約占57.45%；年齡層部分則以15-19歲的觀眾群比例較高，占29.79%，其次依序為40-49歲、60歲以上，分別占21.28%與17.02%；居住生活圈部分，以中彰投地區、桃竹苗地區以及雲嘉南地區的民眾占比較高，分別占31.25%、18.75%以及18.75%。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-15、觀看二輪電影民眾概況

（二）觀看首輪電影片之類型

近兩年全臺上映電影片的元素，以動作、懸疑／驚悚、浪漫／愛情與喜劇等元素為多數。不過，2018年奇幻／科幻、動作與懸疑／驚悚的比例略有減少。

票房表現以動作、冒險與奇幻／科幻等類型相對較為亮眼，此部分主要因上述相關類型的電影片多運用大量的燈光、視覺特效等，而此類型電影片多須結合電影院硬體設備才可獲得最大的觀影效益，因而帶動此類型電影片的票房。

表1-26、2017年至2018年全臺上映電影片元素

單位：%

元素	2017		2018	
	影片數量占比	票房收入占比	影片數量占比	票房收入占比
犯罪	4.13%	1.34%	7.00%	3.01%
奇幻／科幻	7.83%	14.57%	3.84%	12.98%
冒險	4.36%	20.41%	2.45%	14.54%
音樂／歌舞	2.94%	1.45%	3.88%	2.09%
家庭	4.89%	0.74%	7.77%	0.83%
恐怖	5.25%	2.94%	5.94%	3.49%
動作	14.24%	34.51%	10.70%	35.41%
喜劇	13.97%	4.65%	14.03%	5.61%
傳記	2.38%	1.04%	3.44%	1.06%
浪漫／愛情	17.71%	5.87%	15.56%	4.89%
戰爭	1.95%	1.03%	1.46%	1.65%
歷史	1.85%	1.01%	2.24%	0.62%
勵志	0.83%	0.87%	3.70%	0.50%
懸疑／驚悚	17.67%	9.57%	17.98%	13.32%

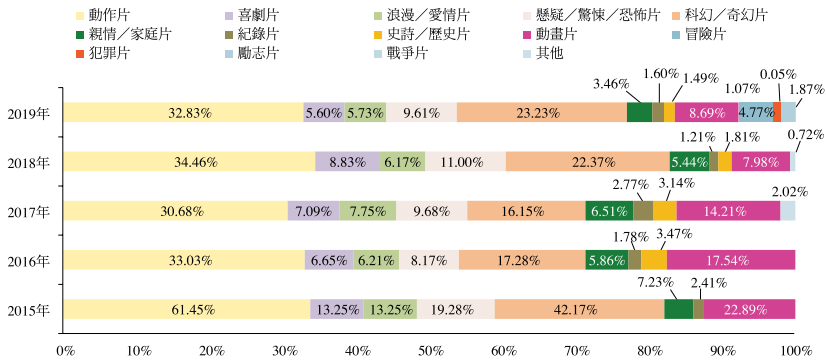
註：1.各影片類型整理自Yahoo電影、開眼電影網等，並參考英國電影協會之類型項目進行採用。

2.僅計算劇情片之題材、元素，各影片至多歸屬三個類型元素。

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

1.外片類型

民眾觀看首輪外片的類型分布，整體來說，近五年我國民眾觀看首輪外片之類型仍以動作片的比例最高，約為32.83%，其次則是科幻／奇幻片（占23.23%）與懸疑／驚悚／恐怖片（占9.61%）。



註：1.因調查問項不同，2015年~2016年為「只看外片者」，2017年~2019年為「有看外片者」。

2.2017年執行之調查以市話+唯手機族呈現。

3.2015年計算方式係為調查樣本中看過該類型民眾之比例，各類數值加總會大於100%，與2016年~2019年計算方式不同。

4.此問項屬於複選題，單位以次數計算。

資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-16、民眾觀看首輪外片的類型

細看民眾觀看影片類型，男性與女性其主要觀看的外片類型皆以動作片為主，科幻／奇幻片為輔，較特別的是女性在觀看首輪外片類型-動畫片部分，明顯比男性高；各區域別民眾的觀看類型。整體而言各地區觀看類型仍以動作片為主，而雲嘉南與花東地區民眾在觀看外片-科幻／奇幻片的比例相對其他地區高。而在年齡層部分，40-49歲的民眾觀看動畫影片的比例較其他年齡層觀眾高，而50-59歲民眾看冒險片的比例也較其他族群高。

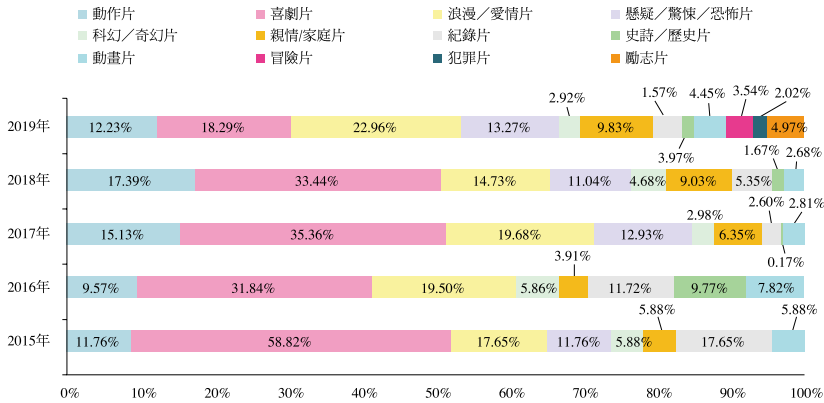
表1-27、民眾觀看首輪外片的類型

	動作	喜劇	愛情	懸疑/ 驚悚/ 恐怖	科幻/ 奇幻	親情/ 家庭	紀錄片	史詩/ 歷史	動畫	冒險	犯罪	勵志
性別												
男性	40.70%	2.16%	3.50%	10.51%	26.15%	2.96%	0.27%	1.35%	6.20%	4.58%	1.08%	0.54%
女性	33.66%	7.07%	5.37%	7.56%	19.76%	3.17%	1.95%	1.22%	12.44%	4.63%	0.49%	2.68%
年齡層												
15-19歲	29.58%	4.23%	5.63%	15.49%	19.72%	2.82%	0.00%	1.41%	9.86%	5.63%	1.41%	4.23%
20-29歲	45.73%	6.41%	5.13%	8.12%	18.80%	1.28%	1.71%	0.43%	8.55%	1.71%	0.85%	1.28%
30-39歲	36.40%	2.63%	3.51%	10.53%	25.88%	3.51%	0.88%	0.88%	9.65%	3.07%	0.88%	2.19%
40-49歲	31.58%	5.92%	4.61%	7.89%	22.37%	3.95%	1.97%	0.66%	13.82%	5.92%	0.66%	0.66%
50-59歲	35.06%	3.90%	2.60%	2.60%	27.27%	3.90%	0.00%	6.49%	2.60%	12.99%	1.30%	1.30%
地區別												
北北基宜	36.33%	4.15%	6.23%	6.57%	23.18%	2.08%	1.04%	1.38%	12.46%	4.50%	1.38%	0.69%
桃竹苗	37.09%	2.65%	3.31%	11.26%	25.83%	3.97%	1.99%	1.99%	7.28%	3.97%	0.00%	0.66%
中彰投	37.80%	6.30%	4.72%	11.81%	18.90%	1.57%	1.57%	0.79%	4.72%	5.51%	0.79%	5.51%
雲嘉南	34.62%	5.13%	2.56%	11.54%	28.21%	2.56%	0.00%	2.56%	8.97%	2.56%	0.00%	1.28%
高屏	37.70%	7.38%	4.10%	7.38%	14.75%	4.92%	1.64%	0.82%	10.66%	6.56%	1.64%	2.46%
花東	42.86%	0.00%	0.00%	0.00%	42.86%	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
離島	50.00%	0.00%	0.00%	25.00%	25.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

資料來源：台灣經濟研究院整理

2. 國片類型

民眾觀看首輪國片的影片類型情形，整體而言，以浪漫／愛情片的比例相對較高，約占22.96%，其次為喜劇片與懸疑／驚悚／恐怖片，懸疑／驚悚／恐怖片自2015年以來觀看比重逐年增加，主要的原因為近幾年國內電影製作者開始多方嘗試新元素的電影，提供觀眾更多元的電影類型選擇。



註：1.因調查問項不同，2015年~2016年為「只看國片者」，2017年~2019年為「有看國片者」。

2.2017年執行之調查以市話+唯手機族呈現。

3.2015年計算方式係為調查樣本中看過該類型民眾之比例，各類數值加總會大於100%，與2016年~2019年計算方式不同。

4.此問項屬於複選題，單位以次數計算。

資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-17、民眾觀看首輪國片的類型

進一步分析民眾的觀看類型，依性別區分，男性以喜劇的比重最高，約占25.17%，而女性有26.59%選擇觀看浪漫／愛情類型的首輪國片；各年齡層民眾選擇觀看的國片類型也多有不同，15-39歲的民眾觀看浪漫／愛情片的比例明顯高於其他年齡層，其中以15-19歲的比例最高，占42.11%，而40歲以上的民眾以觀看喜劇片的比重相對其他年齡層高。除此之外，依地區區分，懸疑／驚悚／恐怖片在雲嘉南地區較受歡迎，高屏地區的民眾較有意願觀看動畫類型的電影，相較於2018年，今年各地區觀看的首輪國片類型較為平均。

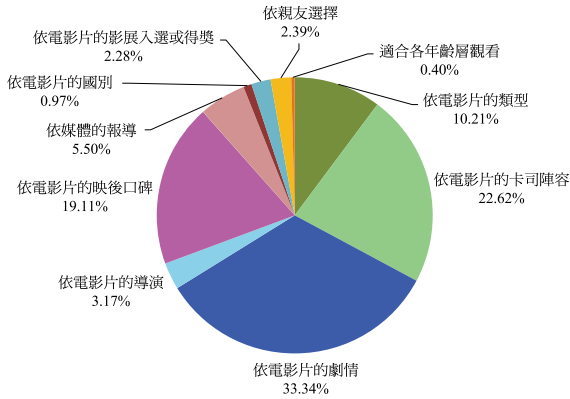
表1-28、民眾觀看首輪國片的類型

	動作	喜劇	浪漫/ 愛情	懸疑/ 驚悚/ 恐怖	科幻/ 奇幻	親情/ 家庭	紀錄片	史詩/ 歷史	動畫	冒險	犯罪	勵志
性別												
男性	16.08%	25.17%	18.88%	9.09%	6.99%	5.59%	2.80%	1.40%	3.50%	0.70%	4.90%	4.90%
女性	4.62%	15.03%	26.59%	13.87%	0.58%	14.45%	4.62%	1.73%	6.94%	4.05%	0.58%	6.94%
年齡層												
15-19歲	15.79%	18.42%	42.11%	5.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	10.53%	0.00%	2.63%	5.26%
20-29歲	10.78%	18.63%	26.47%	13.73%	1.96%	10.78%	2.94%	1.96%	1.96%	1.96%	3.92%	4.90%
30-39歲	8.89%	15.56%	24.44%	18.89%	6.67%	6.67%	4.44%	3.33%	5.56%	2.22%	2.22%	1.11%
40-49歲	5.45%	23.64%	10.91%	3.64%	1.82%	20.00%	7.27%	0.00%	7.27%	3.64%	1.82%	14.55%
50-59歲	8.70%	21.74%	8.70%	8.70%	4.35%	17.39%	4.35%	0.00%	4.35%	8.70%	4.35%	8.70%
60歲以上	12.50%	37.50%	12.50%	0.00%	0.00%	25.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	12.50%
地區別												
北北基宜	12.62%	22.33%	27.18%	12.62%	1.94%	3.88%	6.80%	0.00%	1.94%	1.94%	1.94%	6.80%
桃竹苗	7.35%	16.18%	16.18%	7.35%	5.88%	20.59%	0.00%	4.41%	4.41%	2.94%	4.41%	10.29%
中彰投	9.52%	23.81%	23.81%	11.11%	1.59%	9.52%	4.76%	1.59%	7.94%	3.17%	0.00%	3.17%
雲嘉南	9.68%	12.90%	19.35%	22.58%	6.45%	6.45%	0.00%	3.23%	3.23%	3.23%	6.45%	6.45%
高屏	6.98%	18.60%	25.58%	9.30%	4.65%	13.95%	4.65%	0.00%	11.63%	2.33%	0.00%	2.33%
花東	20.00%	20.00%	20.00%	0.00%	0.00%	20.00%	0.00%	0.00%	0.00%	20.00%	0.00%	0.00%

資料來源：台灣經濟研究院整理

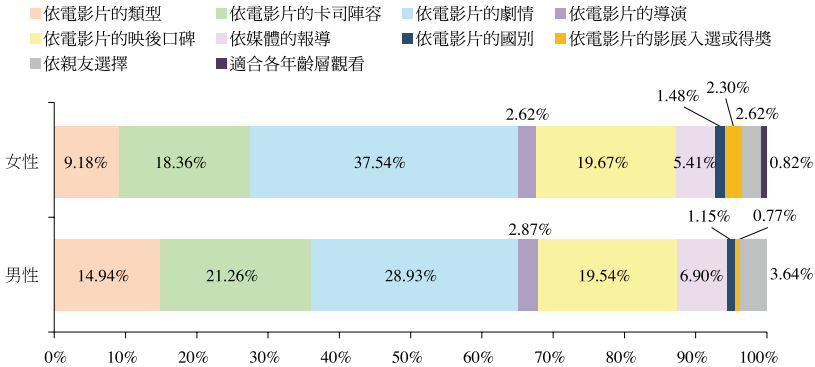
（三）觀看電影考量的因素

民眾在觀看首輪電影所考量因素，以電影片的劇情（占33.34%）及電影片的卡司陣容（22.62%）為主。在男性與女性觀眾所考量的因素，以「電影片的劇情」、「電影片的卡司陣容」以及「電影片的口碑」為主要考量，然而女性較注重「電影片的劇情」、男性則著重「電影片的卡司陣容」。與去年調查結果相比，民眾在選擇觀看電影時，對於卡司陣容也更加重視（2018年占比約16.88%），整體比例有所增加。



資料來源：台灣經濟研究院整理

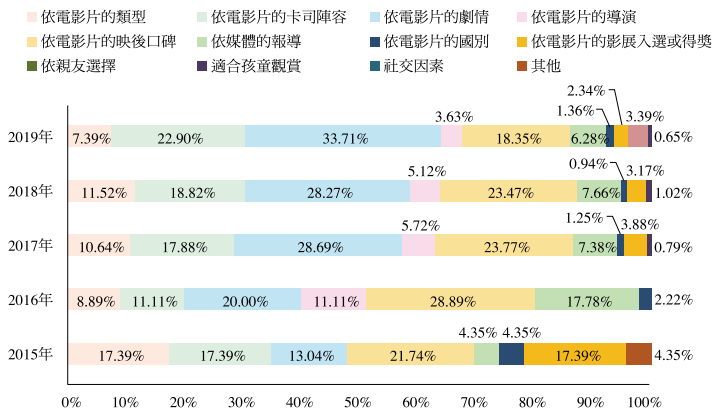
圖1-18、民眾至電影院選擇觀看首輪電影考量因素



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-19、民眾至電影院選擇觀看首輪電影考量因素—依性別

近五年民眾考量觀看國片的因素以「電影片的劇情」及「電影片的映後口碑」為主要考量因素。與歷年調查結果相比，電影片的卡司陣容亦逐漸成為民眾觀看國片之考量因素，顯示目前國內觀眾在選擇觀看的首輪國片時，除影片的劇情與口碑外，卡司陣容成為民眾觀看首輪國片主要考量之一。



註：1.因調查問項不同，2015年~2016年為「只看國片者」，2017年~2019年為「有看國片者」。

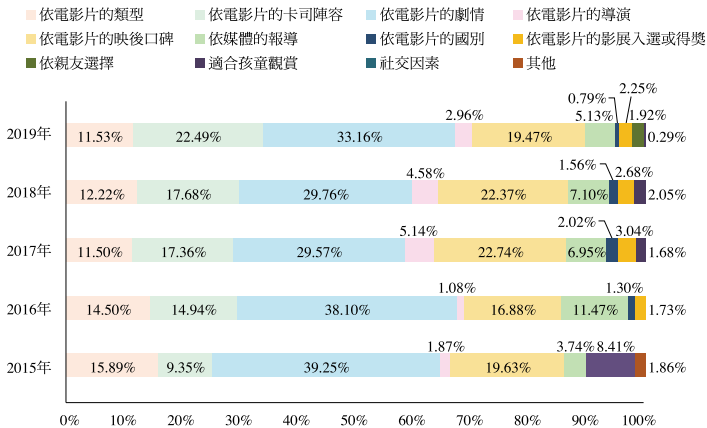
2.2017年執行之調查以市話+唯手機族呈現。

3.此問項屬於複選題，單位以次數計算。

資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-20、近五年民眾進電影院觀看首輪國片考量因素

而近五年民眾考量觀看外片的觀看因素部分，外片主要以「電影片的劇情」為主要的考量因素，其次為「電影片的映後口碑」，觀察近五年數據顯示無論國片或是外片，我國觀影民眾越來越重視電影片的卡司選擇。



註：1.因調查問項不同，2015年~2016年為「只看外片者」，2017年~2019年為「有看外片者」。

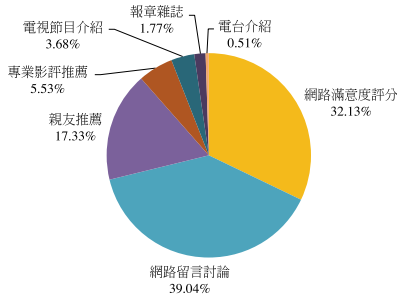
2.2017年執行之調查以市話+唯手機族呈現。

3.此問項屬於複選題，單位以次數計算。

資料來源：台灣經濟研究院整理

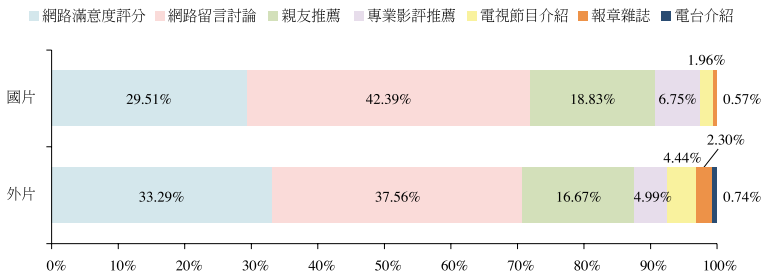
圖1-21、近五年民眾進電影院觀看首輪外片考量因素

在電影片的口碑來源，以網路留言討論與網路滿意度評分為主，分別占39.04%以及32.13%；與去年度調查結果相比，民眾口碑來源由親友推薦轉變以網路留言討論為主。細看國片與外片的口碑來源，皆以網路留言討論為主，至專業影評推薦，國片明顯高於外片。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-22、民眾觀看電影口碑來源



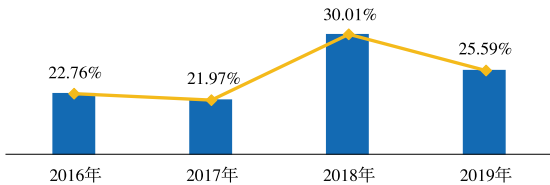
資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-23、民眾觀看國片與外片的口碑來源

（四）透過網路裝置觀看電影概況

1. 觀看比例與電影類型

據調查顯示，2018年至2019年間民眾透過網路裝置觀看電影的比例在有明顯減少，雖然近期線上影音平臺興起，越來越多民眾透過平臺觀看影片，然而其他形式的娛樂模式亦在攻占消費者的休閒時間，如遊戲、影集、電視劇等，不同形式的娛樂相互排擠，而電影並無像遊戲擁有高互動性，亦無像影集有內容上的延續性，使得其比例較上年度有所減少。據2019年6月執行之調查顯示，國內民眾近一個月內透過網路裝置觀看院線電影的民眾平均觀看部次為5.55部次。觀看的電影片內容以舊電影為主（占66.17%），不過亦有18.81%民眾觀看最近一年的院線新電影。

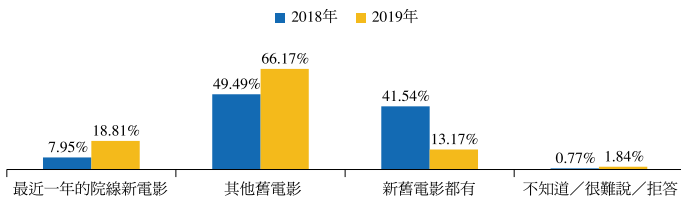


註：1.原始問項期間為近一個月。

2.2017年執行之調查以市話+唯手機族呈現。

資料來源：台灣經濟研究院整理

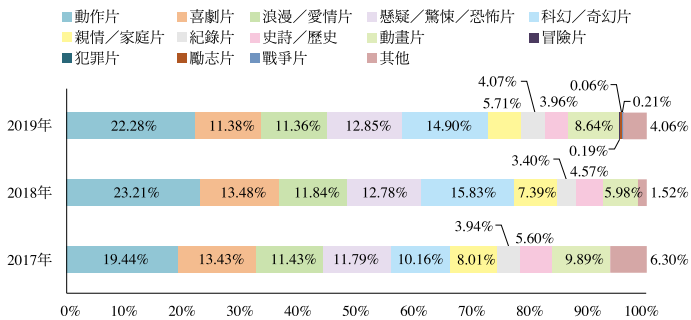
圖1-24、近四年民眾透過網路裝置觀看電影比例（近一個月）



資料來源：台灣經濟研究院整理

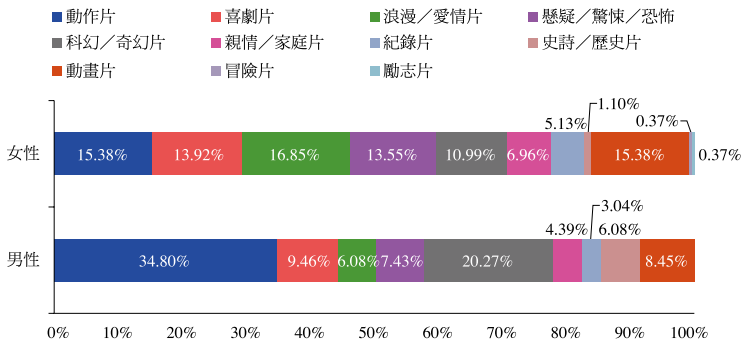
圖1-25、近一個月民眾透過網路裝置觀看院線電影之比例

在透過網路裝置觀看電影片類型部分，以動作片最高，其次則是喜劇片。細看觀眾觀看的電影片的類型，男性觀眾觀看動作片以及科幻／奇幻片的比例明顯高於女性，而女性觀眾則以觀看浪漫／愛情片的比例最高；依據年齡層來區分，20-39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，60歲以上的民眾看科幻／奇幻片的比例也明顯高於其他族群。



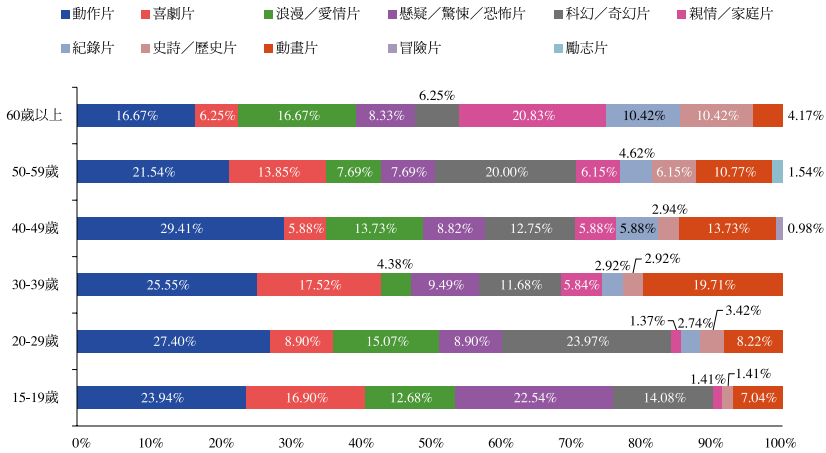
資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-26、近一個月民眾透過網路裝置觀看電影片類型



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-27、近一個月民眾透過網路裝置觀看電影片類型—依性別

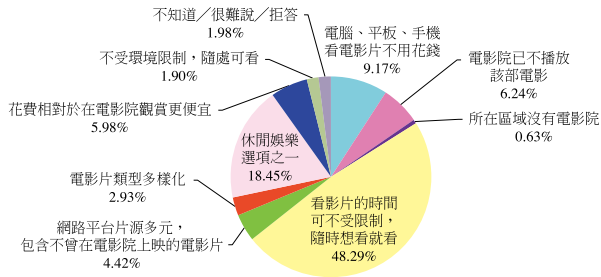


資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-28、近一個月民眾透過網路裝置觀看電影片類型—依年齡層

2. 透過網路裝置觀看電影的因素

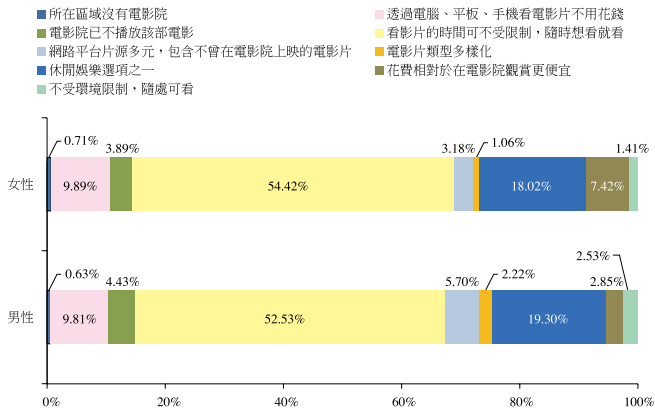
民眾透過網路裝置觀看電影的因素，主要是因為可不受時間限制，隨時想看就看（占48.29%），與去年度調查結果(39.49%)相比，比例有所增加。其次為透過相關行動裝置觀看電影是民眾休閒娛樂選項之一（占18.45%）。而透過網路影音平臺不用花錢之考量由去年度的19.32%減少至9.17%，說明民眾選擇線上影音平臺免費觀看電影已非主要考量之一。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-29、民眾透過網路裝置觀看電影的因素

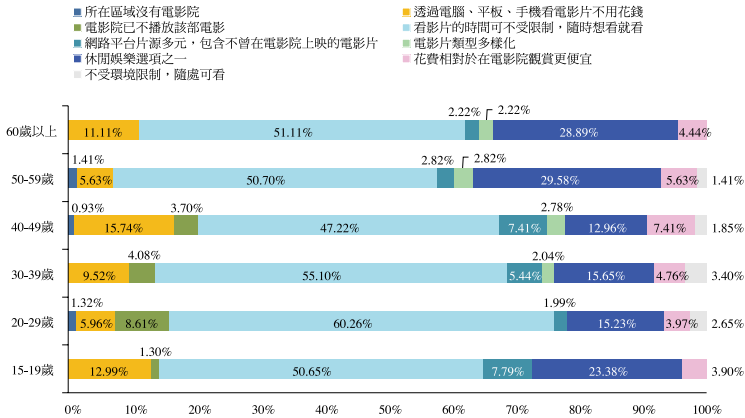
進一步觀察，各性別及年齡層觀眾所考量的因素，整體來說，男性與女性觀眾會選擇透過網路裝置觀看電影最主要仍是因為可不受時間限制，女性因花費相對於在電影院觀賞便宜而改透過網路觀看的比重相對較男性高；男性則是因為網路平臺片源多元，觀看不曾在電影院上映電影片的比例相對女性高。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-30、民眾透過網路裝置觀看電影的因素—依性別

而在各年齡層部分，整體而言大多以時間不受限制想看就看為主要考量，而相較於其他年齡層，40-49歲的民眾在不需要花錢的考量上比例相對較高；20-29歲的民眾因電影院已不播放該部電影，而轉向由網路裝置觀看影片，相對高於其他年齡層。



資料來源：台灣經濟研究院整理

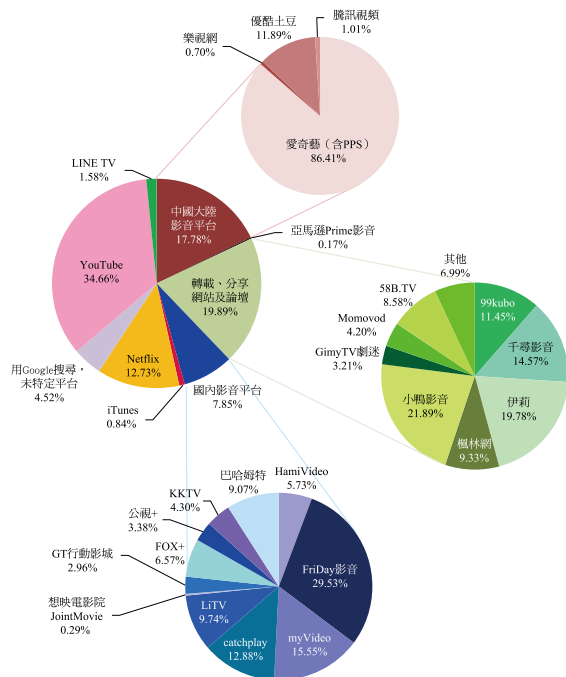
圖1-31、民眾透過網路裝置觀看電影的因素—依年齡

3. 民眾透過網路裝置觀看電影的平臺

在觀看平臺部分，目前國內民眾觀看的影音平臺以Youtube為主，占34.66%，其次則是相關轉載、分享網站（占19.89%），中國大陸影音平臺約占17.78%，而國內相關擁有正版版權的影音平臺僅占7.85%。細看民眾在網路上所使用網站，在國內影音平臺部分以FriDay影音的比重較高，占29.53%，此部分與各平臺所擁有的影音內容數量與類型有所關聯。在中國大陸的平臺，以愛奇藝的比例最高，達86.41%。

此外，國內民眾觀看平臺與去年結果相較之下，相關轉載、分享網站的比重有所下降（2018年約占24.88%），而Netflix約占

12.73%，其比重較去年調查（約占3.86%）增加，顯示目前國內有越來越多的民眾願意付費觀看線上電影，網路付費意識抬頭。

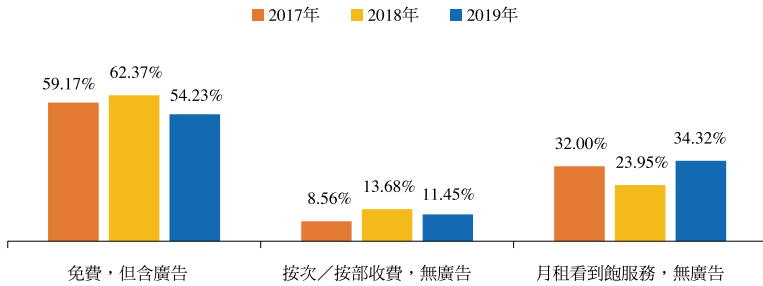


註：依據各影音平台之性質分為國內影音平台、中國大陸影音平台與轉載分享網站等三個外為圓餅圖，而外為圓餅圖之比重為該平台於該性質平台的比重，非整體占比。

資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-32、近一個月民眾透過網路裝置觀看電影片的平台

另外，民眾偏好在網路觀看電影的服務模式部分，有54.23%的民眾是喜歡免費觀看，但含廣告模式，比重較去年調查有所減少。其次則是有34.32%的民眾是選擇以「月租看到飽服務，無廣告」的月租形式，較去年23.95%的比例有所增加，顯示國內民眾對於付費觀看影片觀念之接受度有所提高。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-33、民眾偏好網路觀看電影的服務模式

第三節 臺灣電影產業發展趨勢

一、產製及映演面

(一) 國片平均製作預算逐年下降

近年國片因市場回收風險高，投資者態度轉向保守，平均製作預算逐年下降，目前國內製作者缺乏足夠的資源與資金製作大型規模之國片，在國內製作預算集中於中小型規模的情況下，部分業者認為，平均製作預算下降可使國內製作端精算各環節之製作預算，並將其有效運用，亦可間接讓投資者知道其投資金額是否妥善運用，得以提升投資者對國片之信心。

(二) 我國電影產業回收風險高，投資者抱持保守或觀望的態度

2018年投資國片的業者數量以及業別較去年度有所增加，然據業者表示其單筆投資金額有減少的現象，主要是因為中國大陸近期電影產業的政策越趨嚴苛，除提高國片籌措資金之困難度，也使得國片難以透過倚賴票房市場回收其製作成本，在國片回收風險高的情況下，投資方抱持保守或觀望的態度。

（三）映演端業者投入前期製作階段，提高國片能見度

近年國內連鎖戲院業者逐漸投入國片前期開發製作階段，將市場端的相關想法與意見帶到前製階段，如秀泰影城、國賓影城連鎖戲院投資《花甲大人轉男孩》以及《人面魚 紅衣小女孩外傳》，透過結合連鎖戲院的資源，讓國片在劇本內容、題材元素更貼近市場需求，促使國內業者在製作規劃中能將預算精確分配，後期的宣傳行銷預算得以有多餘的資源運用。此外，亦改善目前國片檔期不佳、上映廳數有限之情形，藉以提高國片品質與曝光度。

（四）國片創作題材與元素愈趨多元

整體而言，相較於過往國片拍攝類型題材大多以浪漫/愛情、喜劇或是賀歲片為主，近幾年來懸疑/驚悚、犯罪、家庭以及勵志元素之數量皆穩定提升。除此之外，2018年亦有動作片《狂徒》、動畫片《幸福路上》以及恐怖喜劇《切小金家的旅館》等不同類型國片。由於應用特效製作之恐怖、懸疑/驚悚等不同類型國片之成功經驗，促使國內製作業者逐步善用特效等技術，開發及產製更多元的創作類型與題材。

二、人力供需面

（一）國內缺乏具號召力之演員，須持續培育新人演員

依據消費調查結果顯示，我國民眾對於電影片的卡司陣容的重視程度逐年增加，而目前國片主要演員群年齡層偏長，國內大多具有票房號召力的演員轉往海外發展，加上國內產製數量有限，新人演員並無過多的資源累積實戰經驗，面臨人才斷層之情形。

（二）國內新人導演數量增加

2018年我國共有24位導演推出首部執導的劇情片，占年度首映國片劇情片的66.67%，除與國片製作預算逐年下調，製作業者須精算國片拍攝之人力預算、設備支出、場地費用等產業環境因素，也與新生代導演的拍攝語言較為貼近現代觀眾之想法有關。新人導演可帶來不同題材元素與敘事手法，使得多數業者傾向雇用新人導演，提供新人導演實拍經驗。而2018年首次執導劇情長片的導演大多擁有相關拍攝經驗，如音樂MV、短片以及動畫短片等，部分業者也表示，這些新人導演雖然具有相關拍攝經驗，然而執導劇情長片的拍攝模式與表現手法仍有差異，因此多數製作公司會聘請具有執導劇情長片的資深導演培養新人導演拍攝經驗，並且控制拍攝進度。

（三）缺乏專業編劇人才

由於國內民眾越來越重視電影劇情內容，製作端對於專業編劇的需求逐年提升。目前坊間培訓班多為片段式的教學，非完善的培訓規劃，此外，專業編劇在開發文本需要大量投入時間與人力，進行長期的田野調查，透過實務經驗累積方能完成高完整度、成熟的劇本。

（四）因應數位時代，數據分析、社群經營以及國際行銷人才需求提升

目前國內外業者大多透過社群媒體著手進行後續的電影行銷宣傳，透過資料蒐集進行消費分析、演員卡司受眾市場分析、訂定相關行銷策略等，也因此社群經營與數據分析之專業人才需求逐漸增加。

此外，國外發行行銷人才方面，目前國內電影科系開設相關專業課程，而近期國內業者積極尋求海外市場，對於國際發行、行銷等人才需求逐年增加，也因此比較歷年調查統計數據，供不應求的比重也逐年攀升。

表1-29、電影產業專業人才供需調查

	供需現況		招募程度		平均 年資 需求	有海外 人才 需求	具備 相關學科 或經歷
	供過於求	供不應求	數量 (困難)	素質 (困難)			
現場售票人員	3.85%	7.69%	8.70%	14.29%	0.57	10.00%	-
財會人員	0.00%	0.00%	10.53%	11.11%	1.58	0.00%	-
公關／行銷人員	4.76%	14.29%	29.41%	22.22%	1.62	5.26%	-
網路消費行為分析人員	0.00%	12.50%	23.08%	15.38%	1.46	0.00%	-
電子商務人才	0.00%	7.14%	9.09%	9.09%	1.67	0.00%	-
剪輯	11.11%	22.22%	0.00%	41.67%	1.67	0.00%	71.43%
錄音	33.33%	33.33%	25.00%	41.67%	1.89	0.00%	80.00%
調光	14.29%	28.57%	10.00%	54.55%	1.93	14.29%	71.43%
2D特效	13.33%	53.33%	28.57%	38.46%	2.05	21.43%	57.14%
3D特效	13.33%	60.00%	36.36%	53.85%	2.38	14.29%	71.43%
動畫	21.43%	50.00%	40.00%	37.50%	2.14	25.00%	75.00%
監製／製片	7.41%	37.04%	26.92%	41.67%	6.75	27.27%	59.26%
編劇	11.11%	70.37%	34.62%	47.83%	4.89	19.05%	51.85%
導演	25.93%	33.33%	38.46%	41.67%	5.63	28.57%	48.15%
攝影	19.23%	30.77%	33.33%	33.33%	5.19	26.32%	51.85%
燈光	3.70%	22.22%	25.93%	12.50%	4.72	10.53%	51.85%
美術設計	7.41%	40.74%	37.04%	21.74%	4.56	26.32%	55.56%
造型設計	21.74%	17.39%	8.00%	17.39%	4.33	17.65%	37.04%
特殊化妝	4.35%	56.52%	29.17%	43.48%	4.53	29.41%	48.15%
音樂	16.00%	28.00%	4.35%	31.82%	5.50	27.78%	44.44%
收音	16.67%	29.17%	17.39%	34.78%	4.00	11.76%	40.74%
演員	25.00%	41.67%	21.74%	44.00%	2.46	35.29%	48.15%
跨平台數據收視分析	6.06%	51.52%	26.09%	38.24%	3.27	8.33%	81.48%
社群經營人才	14.71%	52.94%	38.24%	42.86%	2.82	4.00%	85.19%
國內發行人銷	23.08%	38.46%	38.46%	60.00%	2.88	15.38%	44.44%
國外發行人銷	14.29%	64.29%	69.23%	44.44%	3.64	33.33%	37.04%

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）國內發行部數逐年增加，提高宣傳行銷預算提高影片曝光度

觀察近兩年全臺電影片上映的影片數量，可發現2018年全年度共上映886部電影片，較上年增加16.74%，且高於同年度北美、英國與法國市場平均上映700部的數量。平均來說每週全台上映影片數達17部，雖然戲院端近年朝向多廳方向進行營運，但過多的發行量仍使我國電影市場上映空間競爭激烈，多數影片的曝光機會有限。而片商為提高電影片曝光度，須挹注更多的資源至後期宣傳行銷，以求增加影片曝光。

（二）好萊塢前三名、前五名票房市占率下降

2018年好萊塢影片票房市占率無論是前三名或是前五名皆較2017年有所減少，由於好萊塢票房不如片商以及映演端預期，未來將可能在上映檔期以及排片策略釋出部分資源，對於國片而言是一大機會。

（三）觀影人口結構改變

高齡少子化的現象已影響我國電影觀影人口結構，導致觀影人口結構將有所轉變，而業者也表示在白天或是上班時段的常客，大多為中老年以及退休族，間接影響未來電影產製與行銷推廣方向。

（四）2018年臺北市整體觀影人次與票房表現有所衰退

2018年臺北市整體觀影人次與票房表現皆較2017年有所衰退，主要與近期國內連鎖戲院業者陸續於臺北市以外地區開拓新據點，民眾選擇距離住家、生活圈、生活機能方便之影城，而間接稀釋臺北市的觀影人數以及票房表現。

（五）國片上映天數、戲院數以及單日場次數成長

2018年國片無論是上映天數、戲院數或是單日場次數皆較2017年有所增加，主要原因除電影題材元素多元、口碑傳播外，也與映演業者挹注資源製前期拍攝，提供市場端的需求與觀點，調整國片拍攝方向有關，促使製作規畫上更加完善與精確。

（六）觀影民眾越來越重視卡司陣容，網路付費意識抬頭

依據本年度電影消費調查結果顯示，民眾近一年內無論國片或是外片，選擇觀看電影片的主要因為「電影片劇情」（約33.71%）、「電影片的卡司陣容」（約22.90%）以及「電影片的口碑」（約18.35%），而自2016年以來的消費者調查數據顯示，民眾重視「電影片的卡司陣容」之比重越來越高。此外，國內民眾觀看平台與去年結果相較之下，相關轉載、分享網站的比重（2018年約占24.88%）有所下降，而Netflix約占12.73%，其比重較去年調查（約占3.86%）增加，顯示目前國內有越來越多的民眾願意付費觀看線上電影，網路付費意識抬頭。

（七）不同形式的內容相互競爭，網路觀影比例下降

不同形式的娛樂內容透過數位化普及爭取消費者有限的休閒時間，使得電影內容的競爭者已不侷限於產業內，越來越多的網路消費者逐漸轉向觀看非電影長片之內容，使得本年度消費者在網路觀看電影的比重有所下降。

（八）非好萊塢發行商發行之影片數增加，擠壓市場既有的映演空間

從近兩年我國電影市場中好萊塢發行商與非好萊塢發行商發行的影片數來看，好萊塢發行商為避免所發行之電影片相互競爭，在衡量我國市場規模後，每年有固定的發行業量。而非好萊塢發行商發

行影片數持續增加，除部分影片為具映演端資源業者獨家上映的影片之外，部分考量次級市場的版權銷售因素，選擇在院線上映短天數，然此情形會壓縮到既有上映電影片的映演空間，使我國電影市場的上映空間更為激烈。

四、海外市場

（一）國片於海外市場票房有所成長

2018年我國國片在香港、新加坡以及馬來西亞等海外市場上映的數量相對上一年度有所減少，然其票房較2017年有所成長，主要以浪漫／愛情題材的《比悲傷更悲傷的故事》帶動各市場的票房成長，而帶有懸疑／驚悚、恐怖元素的國片，亦帶動部分在東南亞地區的新加坡以及馬來西亞的票房表現。

（二）OTT平台崛起，海外市場播映管道多元化

我國電影作品在過去僅能透過戲院播映、販賣多種版權之模式進入海外市場，然而隨著新媒體平台的崛起，我國影視作品透過直接在OTT平台上架的方式觸及國外民眾，無須侷限於傳統播映模式。

第四節 目標市場概況

一、日本

2018年日本電影市場共發行1,187部電影片，其中國片613部，約占51.64%，較2017年成長3.20%。外片發行部數則較2017年減少3.20%，共發行574部。

票房表現部分，2018年日本電影總票房收入為2,225億日圓，較2017年衰退2.67%，近三年日本電影市場總票房收入呈現衰退的趨勢。日本國產電影2018年票房為1,200億日圓，票房市占率約為54.83%，較2017年微幅衰退2.79%；外片票房收入部分，亦較2017年減少2.62%，約1,004億日圓。總觀影人次部分，2018年共有1.69億人次，較2017年衰退3.02%。而電影平均單價部分，2018年為1,315日圓，較2017年微幅增加0.38%；2018年日本電影院銀幕數達3,561個，較2017年增加1.02%。

整體而言，2018年日本電影市場票房前十名中，僅《空中急診英雄》、《名偵探柯南：零的執行人》以及《多啦A夢：大雄的金銀島》3部為日本國產電影，其餘皆為外國電影，其中英美共同合資製作《波西米亞狂想曲》，以票房約105億日圓成為日本2018年度票房冠軍。而年度票房亞軍、季軍皆為日本國產電影《空中急診英雄》以及《名偵探柯南：零的執行人》。

日本國產電影在2018年的票房表現雖不如以往，不過多檔系列動畫、動畫真人版以及純愛系列電影的帶動之下，使得日本國產電影的票房市占率仍有超過五成以上。

表1-30、日本電影產業重要觀察指標

資料時間		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2014至 2018年 變動率	2017至 2018年 變動率
基礎資料	人口數(億人次)	1.269	1.267	1.265	1.264	1.262	-0.55%	-0.16%
	GDP(兆美元)	4.85	4.40	4.95	4.87	5.10	5.15%	4.72%
製作及發行	國片上映數量	615	581	610	594	613	-0.33%	3.20%
	外片上映數量	569	555	539	593	574	0.88%	-3.20%
票房人數及 收入	總觀影人次(百萬人)	161.1	166.6	180	174	169.21	5.03%	-3.02%
	總票房收入(億日圓)	2,070	2,171	2,355	2,286	2,225	7.49%	-2.67%
	總票房收入(億台幣)	593	572	700	620	608	2.47%	-2.00%
	國片票房收入(億日圓)	1,207	1,204	1,486	1,255	1,220	1.08%	-2.79%
	國片票房收入(億台幣)	346	317	441	341	333	-3.71%	-2.30%
	外片票房收入(億日圓)	863	967	869	1,031	1,004	16.34%	-2.62%
	外片票房收入(億台幣)	247	255	258	280	274	11.01%	-2.08%
映演場所及 收入	電影平均單價(日圓)	1,285	1,303	1,307	1,310	1,315	2.33%	0.38%
	電影平均單價(台幣)	368	343	388	356	359	-2.41%	0.87%
	電影院銀幕數	3,364	3,437	3,472	3,525	3,561	5.86%	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

2018年中國大陸國產電影的產出數量為902部，相較於2017年成長增加13.03%，其中國產電影片共上映398部，相較2017年減少3.40%，而進口片共上映118部，數量為歷史新高，外片票房則占整體票房比重的37.85%。

觀影人次部分，2018年總觀影人次約為17.16億人次，較上一年度成長5.93%，持續超越整年度北美地區的總觀影人次。在人均觀影次數部分，為1.23人次，較2017年成長5.13%。

2018年中國大陸的電影市場票房收入表現為609.76億元人民

幣，較2017年成長9.06%。隨著中國大陸電影市場產業化的改革，使其票房成長幅度較往年有顯著降低之態勢。在國產電影票房表現部分約為378.97億人民幣，相較於2017年成長25.89%，其國產電影票房市占率為62.15%。

根據《2019中國電影產業研究報告》顯示，2018年中國大陸整年度的票房破億的作品共有82部，其中國產電影有44部，進口電影有38部，而在票房前十名的電影中，中國大陸國產電影共有5部，其中以《紅海行動》表現最為亮眼，其票房收入達36.51億元人民幣。

整體而言，近年中國大陸電影市場規模續成長，然而2018年中國大陸政府加強規範引導，遏制明星片酬過高，以降低中國大陸影視產業製作業者的成本，使本年度中國大陸電影卡司陣容的號召力大幅減少，觀影民眾轉而重視電影內容的品質，顯示該國電影產業將進入調整期。

表1-31、中國大陸電影產業重要觀察指標

資料時間		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2014至 2018年 變動率	2017至 2018年 變動率
基礎資料	人口數（億人次）	13.61	14.48	13.72	13.84	13.95	2.50%	-0.79%
	GDP（兆美元）	6.41	6.86	7.40	8.21	9.00	40.41%	9.62%
國片數量		618	686	772	798	902	45.95%	13.03%
上映國片數量		259	320	376	412	398	53.67%	-3.40%
票房人數 及收入	總觀影人次（億人次）	8.3	12.6	13.72	16.2	17.16	106.75%	5.93%
	人均觀影次數	0.61	0.87	1	1.17	1.23	101.64%	5.13%
	總票房收入（億人民幣）	296.39	440.69	492.83	559.11	609.76	105.73%	9.06%
	總票房收入（億台幣）	1,465	2,258	2,397	2,518	2,779	89.71%	10.38%
	國片票房收入（億人民幣）	161.55	271.36	287.47	301.04	378.97	134.58%	25.89%
	國片票房收入（億台幣）	800	1,390	1,398	1,356	1,727	115.92%	27.41%
國片海外銷售額（億人民幣）		18.7	27.7	38.25	42.53	n/a	n/a	n/a
國片海外銷售額（億台幣）		92	142	186.0	191.5	n/a	n/a	n/a

資料時間		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2014至 2018年 變動率	2017至 2018年 變動率
映演場所 及收入	電影平均單價（人民幣元）	35.71	34.98	35.92	34.51	35.53	-0.50%	2.96%
	電影平均單價（新臺幣元）	177	179	174.71	155.42	161.95	-8.50%	4.20%
	戲院家數	5,785	7,205	7,900	9,325	11,031	90.68%	18.29%
	電影院螢幕數	24,317	31,627	41,179	50,776	60,079	147.07%	18.32%
	數位螢幕數	23,424	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	3D螢幕數	13,448	28,393	39,398	43,788	53,470	297.61%	22.11%

資料來源：2019中國電影產業研究報告

（一）國片於中國大陸市場之表現

2018年臺灣電影在中國大陸表現以《萌學園：尋找盤古》獲得的票房較高，約新臺幣389萬元。該片於2016年在臺首映，為電視劇《萌學園》之電影版，其次則是《畢業旅行笑翻天》票房約為新臺幣101萬元，與2017年中國大陸平均單片票房相比（平均約4.98億台幣），我國於中國大陸之票房表現較不突出。

表1-32、2018年臺灣電影以引進片或兩岸合拍片形式在中國大陸上映之票房表現

單位：新臺幣萬元；人民幣萬元

影片名稱	年份	類型	國家／地區	中國大陸票房 （人民幣萬元）	全臺票房 （新臺幣萬元）
終極舞班（十七後與青春化敵為友）	2018	引進片	台灣	11.31	253.61
引進片合計：共1部				11.31	253.61
萌學園：尋找盤古	2018	合拍片	中國大陸／台灣	86.30	707.20
畢業旅行笑翻天	2018	合拍片	中國大陸／台灣	21.9	38.67
有五個姊姊的我就註定要單身了啊!	2018	合拍片	中國大陸／台灣	3.4	426.68
合拍片合計：共3部				111.6	1,172.55

資料來源：台灣經濟研究院整理自藝恩資訊網、電影片映演業依電影法規提供予文化部影視局之電影票房資料

三、香港

2018年香港上映的電影數量總共353部，相較2017年增加6.97%，其中香港電影共有53部，非香港影片約300部。由於香港本身的電影市場規模有限，大多主要倚賴海外市場之收益，因此會透過與中國大陸或是其他國外片商合拍，藉由合作對象在地之宣發資源，擴大觀影市場，提高電影片獲利。

在票房收入部分，2018年香港總票房收入約19億港幣，較2017年成長4.86%，其中香港影片的票房收入約2.45億港幣，衰退1.21%。其中，票房前十名全部為外國電影片，而依票房排序的香港自製電影，票房收入第一名為《棟篤特工》，約4,471萬元港幣，與外語片第一名票房表現相差6,000萬港幣。

表1-33、香港電影產業重要觀察指標

資料時間	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2014至 2018年 變動率	2017至 2018年 變動率	
產業家數	1,811	1,848	1,923	N/A	N/A	N/A	N/A	
就業人數(人)	8,393	8,592	8,724	N/A	N/A	N/A	N/A	
經評級的電影數量*	1,996	2,065	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
上映香港影片	52	59	61	53	53	1.92%	0.00%	
上映非香港影片	258	273	287	277	300	16.28%	8.30%	
生產總額(億港幣)	73.11	82.15	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
生產總額(億台幣)	286.33	342.03	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
附加價值(億港幣)	22.65	24.29	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
附加價值(億台幣)	88.71	101.13	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
附加價值率	30.98%	29.60%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
票房 人數 及收 入	票房收入(億港幣)	15.99	19.54	18.64	18.12	19.00	18.82%	4.86%
	票房收入(億台幣)	62.62	79.09	77.61	70.77	74.21	18.51%	4.86%
	港產片票房收入(億港幣)	3.45	3.48	3	2.48	2.45	-28.99%	-1.21%
	港產片票房收入(億台幣)	13.51	14.32	12.49	9.69	9.57	-29.17%	-1.21%

資料時間		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2014至 2018年 變動率	2017至 2018年 變動率
服務 貿易	出口額 (億港幣)	5.51	1.54	1.53	N/A	N/A	N/A	N/A
	出口額 (億台幣)	21.58	6.34	6.37	N/A	N/A	N/A	N/A
	港產品出口 (億港幣)	1.08	0.73	0.34	N/A	N/A	N/A	N/A
	港產品出口 (億台幣)	4.23	3	1.42	N/A	N/A	N/A	N/A
	轉口 (億港幣)	4.44	0.81	1.18	N/A	N/A	N/A	N/A
	轉口 (億台幣)	17.39	3.33	4.91	N/A	N/A	N/A	N/A
	進口額 (億港幣)	1.39	1.58	1.07	N/A	N/A	N/A	N/A
	進口額 (億台幣)	5.34	6.19	4.4	N/A	N/A	N/A	N/A

註：因香港服務統計摘要2017年起不公布「電影、錄像及電視節目製作活動」之資料，故部分數據之資訊不齊全。

資料來源：2018年香港電影業資料彙編

四、韓國

根據韓國電影振興委員會(KOFIC)公布2018年韓國電影產業報告顯示，韓國國產電影製作、上映的數量均較2017年呈現雙位數的成長。2018年韓國電影市場共上映1,646部電影，其中有454部為國產電影，約占27.58%。

票房表現部分，2018年韓國電影市場總票房收入為18,140億韓圓，較2017年微幅成長3.27%；總觀影人次約為2.2億人次，較2017年微幅減少1.58%。國產電影片部分，票房收入約為9,127億韓圓，占整體票房50.31%，較2017年成長1.11%。整體而言，雖然2018年韓國國產電影上映數量僅占整體的數量的將近三成左右，卻貢獻五成以上的票房，除顯示當地民眾對於國產電影的支持，韓國近年亦針對社會議題、社會寫實等觀點製作國產影片，貼近民眾也獲得不錯的口碑。另一方面，報告亦指出，目前韓國電影的元素、題材大多集中於某些特定的類型，如犯罪、懸疑／驚悚等具有社會議題之電影。

出口部分，2018年韓國國產電影出口額為4.16千萬美元，較

上一年度成長1.46%，此部分主要是因2018年有多部韓國國產系列電影在海外市場票房表現亮眼，整體而言，近五年韓國國產電影的出口表現部分，仍然穩定成長如《與神同行》系列，使得2018年韓國國產電影出口表現有所成長。不過在服務出口部分規模較2017年小，依據KOFIC的數據顯示，近期韓國電影產業2018年海外服務出口規模約為3,876億韓圓，較2017年減少50.35%，主要原因為中國大陸的市場需求減少再加上韓國先前僅考量中國大陸市場，未發展其他國家電影市場而造成其服務出口規模縮小。

製作端方面，2018年間韓國國產電影平均淨製作成本逐年攀升，2018年約為20億韓圓（約為新臺幣5,500萬），較2017年提升4.71%，為近五年新高。行銷成本部分，自2017年前呈逐步提升之情形，至2018年回落至7.3億韓圓（約新臺幣1,900萬元），較2017年減少6.84%。

表1-34、韓國電影產業重要觀察指標

資料時間		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2014至 2018年 變動率	2017至 2018年 變動率
基礎資料	總人口數（千萬人次）	5.00	5.02	5.04	5.07	5.09	1.8%	0.39%
	GDP（兆美元）	1.41	1.38	1.41	1.53	1.60	13.48%	4.58%
製作 及發行	國片製作數量	248	269	373	436	501	102.02%	14.91%
	進口外片數量	1,036	1,252	1,526	1,437	1,507	45.46%	4.87%
	國片上映數量	217	232	302	376	454	109.22%	20.74%
	外片上映數量	878	944	1,218	1,245	1,192	35.76%	-4.26%
票房人次 及收入	總觀影人次（百萬人次）	215.06	217.29	217.02	219.87	216.39	0.62%	-1.58%
	國片票房人次（百萬人次）	107.7	112.93	116.55	113.9	110.15	2.27%	-3.29%
	人均觀影次數	4.19	4.22	4.2	4.25	4.18	-0.24%	-1.65%
	總票房收入（億韓圓）	16,641	17,154	17,432	17,566	18,140	9.01%	3.27%
	總票房收入（億台幣）	479.92	484	485.54	473	497.0	3.57%	5.08%
	國片票房收入（億韓圓）	8,206	8,796	9,279	9,027	9,127	11.22%	1.11%
	國片票房收入（億台幣）	236.66	248.18	258.45	243.07	250.08	5.67%	2.88%

資料時間		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2014至 2018年 變動率	2017至 2018年 變動率
進出口	國片出口額(千萬美元)	2.64	2.94	4.39	4.1	4.16	57.58%	1.46%
	國片出口額(千萬台幣)	80.17	93.78	142.2	124.8	125.4	56.48%	0.52%
製作成本	平均淨製作成本(億韓圓)	14.9	14.5	17.1	19.1	20	34.23%	4.71%
	平均淨製作成本(億台幣)	0.43	0.41	0.48	0.51	0.55	27.44%	7.45%
	行銷成本(億韓圓)	5.2	5.4	6.9	7.3	6.8	30.77%	-6.85%
	行銷成本(億台幣)	0.15	0.15	0.19	0.2	0.19	24.21%	-6.84%
映演場所 及收入	電影平均單價(韓圓)	7,738	7,895	8,032	7,989	8,383	8.34%	4.93%
	電影平均單價(台幣)	223	223	224	215	230	3.00%	6.84%
	戲院家數	356	388	417	452	483	35.67%	6.86%
	電影院銀幕數	2,281	2,424	2,575	2,766	2,937	28.76%	6.18%

資料來源：韓國電影振興委員會(KOFIC)

五、新加坡

根據新加坡政府資訊通訊發展管理局(IMDA)公布之電影相關統計資料，2018年新加坡電影市場表現，觀影人次較2017年有所成長，主要戲院的總觀影人次為1,960萬人次，微幅成長1.03%。在總票房收入部分，約186.10億新幣，相較於2017年減少4.14%。表現最好的新加坡國產電影片為梁志強監製的喜劇片《旺德福！梁細妹》，約獲得178.86萬新幣的票房收入，其次為恐怖片《猛男軍中鬼故事2》，顯示目前新加坡除以往的喜劇、家庭、勵志片類型，近幾年亦逐漸著手製作更加多元類型的電影。

2018年新加坡整體票房表現，前十名皆為好萊塢影片，且大多為英雄系列電影以及動作片，顯示新加坡觀眾對於英雄系列以及動作片喜愛程度相對其他類型電影高。

在新加坡戲院硬體設備方面，2018年主要戲院螢幕數約276塊，相較2017年成長7.39%；主要戲院座位數部分則達41,029位，成長約6.92%。顯示目前新加坡的電影產業在螢幕覆蓋率等方面，仍有相當大的空間與潛力。

表1-35、新加坡電影產業重要觀察指標

資料時間		2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2013至 2018年 成長率	2017至 2018年 成長率
基礎資料	人口數(百萬人次)	5.36	6.76	5.56	5.84	5.62	5.64	5.22%	0.36%
	GDP(億美元)	3,075.8	3,148.5	3,080	3,180.7	3,384.1	3,641.6	18.40%	7.61%
票房人數 及收入	主要戲院總觀影人次 (百萬人)	22.10	21.60	21.90	21.90	19.4	19.6	-11.31%	1.03%
	平均每人每年觀看部次	4.12	3.99	3.94	3.75	3.45	3.48	-15.53%	0.87%
	主要戲院總票房收入 (百萬新幣)	200.30	204.08	216.15	201.20	194.13	186.10	-7.09%	-4.14%
	主要戲院總票房收入 (百萬台幣)	4765.37	4891.24	5015.05	4706.75	4,279.18	4,160.57	-12.69%	-2.77%
	主要戲院國片票房收入 (百萬新幣)	13.26	4.76	11.19	11.47	8.28	n/a	n/a	n/a
	主要戲院國片票房收入 (百萬台幣)	315.47	114.08	259.63	268.32	182.62	n/a	n/a	n/a
	國產電影 發行數量	國片院線上映數量	10	10	11	13	6	n/a	n/a
	外片上映數量	299	304	272	291	283	n/a	n/a	n/a
	國片上映占比	3.24%	3.18%	3.89%	4.29%	2.08%	n/a	n/a	n/a
映演場所 及收入	主要戲院銀幕數	218.00	233.00	223.00	235.00	257	276	26.61%	7.39%
	主要戲院座位數	38,425	37,059	38,966	38,121	38,374	41,029	6.78%	6.92%
	平均票價(新幣)	9.1	9.47	9.87	9.19	10.01	n/a	n/a	n/a
	平均票價(台幣)	216.4	225.91	226.02	214.92	220.58	n/a	n/a	n/a

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.外片發行數量為台灣經濟研究院整理自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

2018年馬來西亞電影市場表現部分，其總觀影人次達7,731萬人次，較2017年成長6.14%。各語言別電影之觀影情形，仍然以英文電影為主要的觀看類型，約為5,176萬，相較2017年減少4.48%；其次為馬來西亞語電影，2018年觀影人次為13.21萬，相較於2017大幅成長，主要因為2018年馬來西亞製作多部電影，如恐怖、喜劇題材的《Hantu Kak Limah》、動作片《Paskal》以及《Polis Evo 2》，皆獲得馬來西亞民眾的喜愛，觀影人次與票房表現突出。

票房表現部分，2018年總票房收入達10.40億馬幣，為近五年來最高，相較於2017年成長5.73%，其中馬來西亞語電影的票房成長至17,040萬馬幣，相較於去年大幅增加，其中以劉德華投資的《Hantu Kak Limah》票房表現最佳，依據Rentrak的數據顯示，其票房達943萬馬幣（約新台幣7,044萬元），為2018年前六名票房電影。整體而言，2018年僅馬來西亞語電影以及英語電影之票房呈現正成長。

綜觀2018年馬來西亞電影票房表現，前十名除恐怖喜劇片《Hantu Kak Limah》以及喜劇片《凸搥特派員：三度出擊》以外，其餘皆為動作片與科幻/奇幻片，包含《復仇者聯盟3：無限之戰》、《侏羅紀世界：殞落國度》、《水行俠》等，顯示馬來西亞觀眾對於動作、科幻/奇幻類型的電影相對其他類型電影高。

表1-36、馬來西亞電影產業重要觀察指標

資料時間		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2014至 2018年 成長率	2017至 2018年 成長率
基礎資料	人口數(億人次)	29.29	29.74	30.61	32.52	32.35	10.44%	-0.52%
	GDP(兆美元)	3,232.8	3,380.6	2,966.4	2,967.5	3,147.1	-2.65%	6.05%
製作及 發行	國片院線發行數量	84	82	47	59	54	-35.71%	-8.47%

資料時間		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2014至 2018年 成長率	2017至 2018年 成長率
票房人數	總觀影人次(百萬)	61.8	68.11	71.63	72.84	77.31	25.10%	6.14%
	平均觀影人次	2.11	2.29	2.34	2.24	2.39	13.14%	6.51%
	馬來西亞語電影觀影人次 (百萬)	6.54	4.51	7.03	4.52	13.21	101.99%	192.26%
	華語電影觀影人次 (百萬)	6.58	8.1	7.86	6.81	5.34	-18.84%	-21.59%
	印度語電影觀影人次 (百萬)	2.72	5.2	5.57	4.82	4.45	63.60%	-7.68%
	英語電影觀影人次 (百萬)	45.06	49.02	47.65	54.19	51.76	14.87%	-4.48%
	印尼語電影觀影人次 (百萬)	0.01	0	0.55	0.94	0.82	8100.00%	-12.77%
	其他語言電影觀影人次 (百萬)	0.89	1.28	2.87	1.56	1.73	94.38%	10.90%
票房收入	總票房收入(百萬馬幣)	760.27	869.1	915.3	983.64	1,040	36.79%	5.73%
	總票房收入(百萬台幣)	7,054.29	7,098.41	8,775.46	6,962.38	7,772.18	10.18%	10.18%
	馬來西亞語電影票房收入 (百萬馬幣)	74.54	52.99	83.06	57.57	170.40	128.60%	195.99%
	馬來西亞語電影票房收入 (百萬台幣)	691.63	432.8	784.75	407.49	1,273.44	84.12%	212.51%
	華語電影票房收入(百萬馬幣)	79.63	102.98	100.35	89.30	72.17	-9.37%	-19.18%
	華語電影票房收入(百萬台幣)	738.86	841.09	781.79	632.08	539.34	-27.00%	-14.67%
	印度語電影票房收入 (百萬馬幣)	32.84	66.07	71.44	65.02	60.68	84.77%	-6.67%
	印度語電影票房收入 (百萬台幣)	304.71	539.63	556.56	460.22	453.48	48.82%	-1.47%
	英語電影票房收入(百萬馬幣)	563.43	632.57	617.31	739.99	707.02	25.48%	-4.46%
	英語電影票房收入(百萬台幣)	5,227.88	5,166.54	4,809.25	5,237.78	5,283.74	1.07%	0.88%
	印尼語電影票房收入 (百萬馬幣)	0.27	0	6.59	11.88	10.21	3681.48%	-14.06%
	印尼語電影票房收入 (百萬台幣)	2.51	-	51.34	84.09	76.30	2939.92%	-9.26%
其他語言電影票房收入 (百萬馬幣)	9.8	14.49	35.11	19.88	22.98	134.49%	15.59%	
其他語言電影票房收入 (百萬台幣)	90.93	118.35	273.53	140.71	171.74	88.87%	22.05%	
映演場所 及收入	主要戲院螢幕數*	869	944	991	1,094	1,094	25.89%	0%
	主要戲院座位數*	154,583	163,327	172,091	185,997	186,911	20.91%	20.91%

資料來源：National Film Development Corporation Malaysia(FINAS)、Rentrak資料庫

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，目前以法國及日本的比重相對其他國家高，且近兩年占比皆超過五成。綜觀近兩年各國國片發行量占比變化，韓國、法國以及台灣呈現微幅成長。2018年韓國不論是國產電影片或進口外片，數量皆較上一年度增加。法國2018年上映的國產片為182部，較去年度增加5部，主要是因為法國國片的合拍片的數量增加。而我國2018年上映的國片數量為64部（包含重新上映、跨年度之國片），較去年度增加一部，但在整體上映電影數量增加之下，使得國片發行量占比較2017年減少至7.22%。

二、主要與各國／地區國產電影票房收入占該國總票房收入比重

整體而言，2018年各國/地區國產電影票房收入占比僅日本、中國大陸以及韓國的國產電影票房占比市占率超過五成以上，其中又以中國大陸的國產電影票房市占率最高。而與上一年度相比，除日本國片票房市占率略有下降以外，其餘國別的國產電影票房市占率均較上一年度成長，其中以中國大陸的國片票房市占率成長幅度最高，2018年約62.15%。

台灣部分，2018年國片票房占7.52%，較去年度微幅成長，主要是因為2018年有破億票房的國片數量較2017年增加，其中以《比悲傷更悲傷的故事》的票房表現亮眼，帶動整體票房。

三、各國國片票房市占率與國片發行量市占率之關係

另一方面，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。2018年日本、韓國以及台灣的數值大於1，

其餘皆在1以下。

日本部分，2018年電影市場票房前十名，僅三部為國產電影，相較於去年度票房表現略顯疲弱。韓國部分，2018年韓國國產電影上映數量僅占整體上映數量近三成，但國產電影片票房占五成以上，除顯示韓國民眾相當支持國產電影以外，韓國近年在社會議題、社會寫實等觀點製作多部國產電影，無論是在國內或海外皆有不錯的口碑。

台灣部分，2018年國片發行量較2017年略微增加，且國片類型相當多元，除浪漫／愛情、喜劇片以及驚悚／懸疑以外，亦有勵志、家庭、動作、音樂／歌舞、等類型，其中以浪漫／愛情的《比悲傷更悲傷的故事》票房表現亮眼，亦在海外多國上映，獲得相當不錯的口碑。

四、各國／地區人均觀影次數

各國／地區的人均觀影次數部分，近兩年人均觀影次數明顯增加的國家有美國、中國大陸、英國以及馬來西亞，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4.18次電影，細看韓國民眾的觀看內容，無論是韓國國產電影片或是外片，其觀影人次皆較2017年有所減少。

2018年台灣人均觀影次數部分，約為1.96次，為近五年新高，主要是近期我國國片開始嘗試不同的類型題材，如恐怖、驚悚／懸疑、社會議題等，再加上本年度的浪漫／愛情以及喜劇片在卡司陣容、電影劇情以及口碑表現佳，在宣傳行銷、媒體效益的帶動之下，提高民眾進戲院觀看之意願。在外片部分，除引進好萊塢影片外，亦有多部非好萊塢電影，其題材多元，提供觀眾擁有更多的觀看選擇。

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0.1030%。比較各國2017以及2018年的表現來看，僅日本與法國的比例有所減少，其他國家／地區則皆較上一年度持平或增加。

綜觀趨勢，中國大陸近年比重呈現逐年成長，在2018年明顯成長，主要該國民眾對於國產電影片相當支持，再加上2018年該電影市場推出多部大規模製作之國產電影片，其口碑良好，使得比重有所增加。不過近年中國大陸電影市場成長速度過快，再加上近期政府實施相關政策，使得該國的電影市場動能未來將可能有所侷限。

由於我國2016年電影總票房收入占全國GDP比重較2017年大幅提升，主要是因為過往年度是利用台北市票房推估全臺票房，而2017年開始採用全臺票房系統數據，使得2017年的比重大幅提升，2018年該比重為0.0606%，與2017年相比，呈現持平的狀況。

六、各國／地區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，整體而言，大部分國家電影票價占該國人均GDP比重多呈現起伏不定的狀況，僅中國大陸為呈現逐年遞減的態勢。

近年中國大陸民眾透過網路線上購票的比率持續攀升，民眾透過行動載具、網路等方式，購買電影票可獲得折扣相對較多的低價電影票（如人民幣5元、9.9元的促銷票），但中國大陸戲院數量仍大幅增加，戲院業者為提升市場競爭力以及宣傳力道，積極改善戲院硬體設備，提供民眾高級的聲光與視覺效果，也因此依硬體設備的不同而訂定不同價格，如2D電影、3D電影、IMAX等，而提高整體平均票價。

七、各國／地區映演場所之密度

以每十萬人所擁有之電影院家數來衡量映演場所之密度，目前仍以法國的映演場所密度最高，2018年每十萬人約擁有3.31間電影院。

中國大陸電影院近年則隨著其電影市場快速成長，呈現大幅度的成長，2018年戲院總數已達11,031間，較上年度增加1,765間，使得映演場所密度呈現明顯增加的情況。

2018年我國每十萬人約擁有0.50間電影院，較上年度提高，這是因為既有連鎖戲院業者持續拓點，如淡水的美麗新淡海影城、威秀影城進駐統領廣場、國賓影城進駐滬尾藝文休閒園區等。

八、各國／地區電影產業出口額（此部分多數國家未更新數據）

各國電影產業的出口規模部分，由於中國大陸、英國、法國今年度尚無公布該國電影產業出口額，因此僅顯示2017年之數據。

韓國部分，2018年韓國國產電影出口額較上一年度增加1.46%，此部分主要是因2017年有多部國產電影在海外市場票房表現亮眼，拉高該年度基期，使得2018年韓國國產電影出口表現有所成長，整體而言，近五年韓國國產電影的出口表現仍然穩定成長。

電影製作與發行業的出口值較2017年分別成長27.73%以及42.03%，主要是因為2018年我國國片於國內票房市場表現亮眼，且類型多元，帶動海外市場表現，如浪漫/愛情元素的《比悲傷更悲傷的故事》、恐怖及懸疑/驚悚的《人面魚 紅衣小女孩外傳》與《粽邪》帶動整體出口值的表現。除此之外，近年我國於影展表現活躍，多部國片獲獎（如動畫片《幸福路上》、劇情片《誰先愛上他的》），有助於國際與線上版權銷售，或為我國電影產業出口表現成長原因。

表1-37、2014年至2018年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(新臺幣億元)	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
	2017	3,379	620	2,518	70.77	473	69.62	42.79	501.44	488.56	105.60
	2018	3,589	608	2,779	74.21	497	77.72	41.61	515.75	475.55	107.81
各國總票房收入佔該國GDP比重	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%	-	-	0.063%	0.062%	0.046%
	2017	0.057%	0.042%	0.063%	0.068%	0.102%	-	-	0.063%	0.060%	0.061%
	2018	0.058%	0.039%	0.066%	0.068%	0.103%	-	-	0.045%	0.054%	0.061%
各國國產電影票房收入佔該國總票房收入比重	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%
	2017	-	54.90%	53.84%	13.69%	51.42%	-	-	40.16%	35.63%	6.69%
	2018	-	54.83%	62.15%	12.90%	50.31%	-	-	-	36.90%	7.52%
各國國產發行量佔該國所有電影發行量比重	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%
	2017	-	50.04%	-	-	23.20%	-	-	20.92%	51.80%	8.30%
	2018	-	51.64%	-	-	27.58%	-	-	25.03%	52.05%	7.22%
各國國片票房市占率與國片發行量市占率之關係	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
	2017	-	1.10	-	-	2.22	-	-	1.92	0.69	0.82
	2018	-	1.06	-	-	1.82	-	-	-	0.71	1.04
各國電影產業出口額	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	14.44	-	-	-	-	2.66
	2017	-	-	191.50	-	12.48	-	-	-	-	3.19
	2018	-	-	-	-	12.54	-	-	-	-	4.05
各國人均觀影次數	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
	2017	3.6	1.37	1.17	-	4.25	2.24	3.45	2.58	3.09	1.93
	2018	3.7	1.34	1.23	-	4.18	2.39	3.45	2.67	3.09	1.96

- 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.本年度英國、中國大陸、法國、新加坡部分數據尚未公布，將待公布後更新數據

資料來源：台灣經濟研究院整理自Theatrical market statistics 2018/ 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 2019，美國：MPAA
- 2.British Film Institute Statistical Yearbook 2018，英國：BFI
- 3.2019年中國電影產業研究報告，北京：中國電影出版社
- 4.2019年法國國家電影委員會CNC統計報告，法國：CNC
- 5.日本數位內容白書，日本：數位內容協會
- 6.2018年香港電影業資料彙編
- 7.臺灣電影網：<http://www.taiwancinema.com/CH>
- 8.藝恩網：<http://www.entgroup.cn/>
- 9.Rentrak資料庫