2014 臺灣文化創意產業發展年報

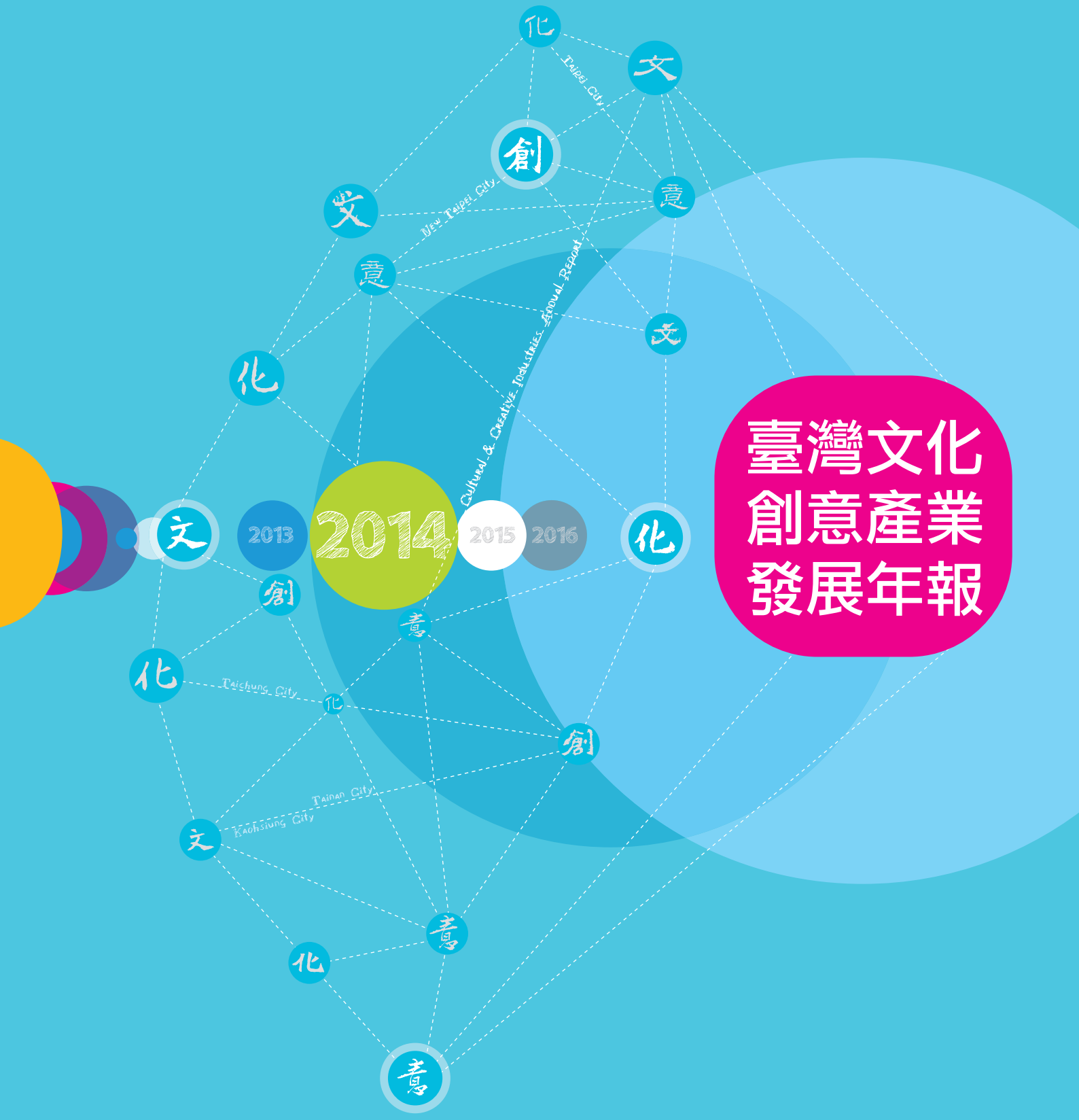
2014 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

MINISTRY OF CULTURE 文化部

臺灣文化創意產業發展年報



文化部 MINISTRY OF CULTURE



臺灣文化創意產業發展年報

目錄
CONTENTS

編輯說明 4

第一篇

文創產業發展總論

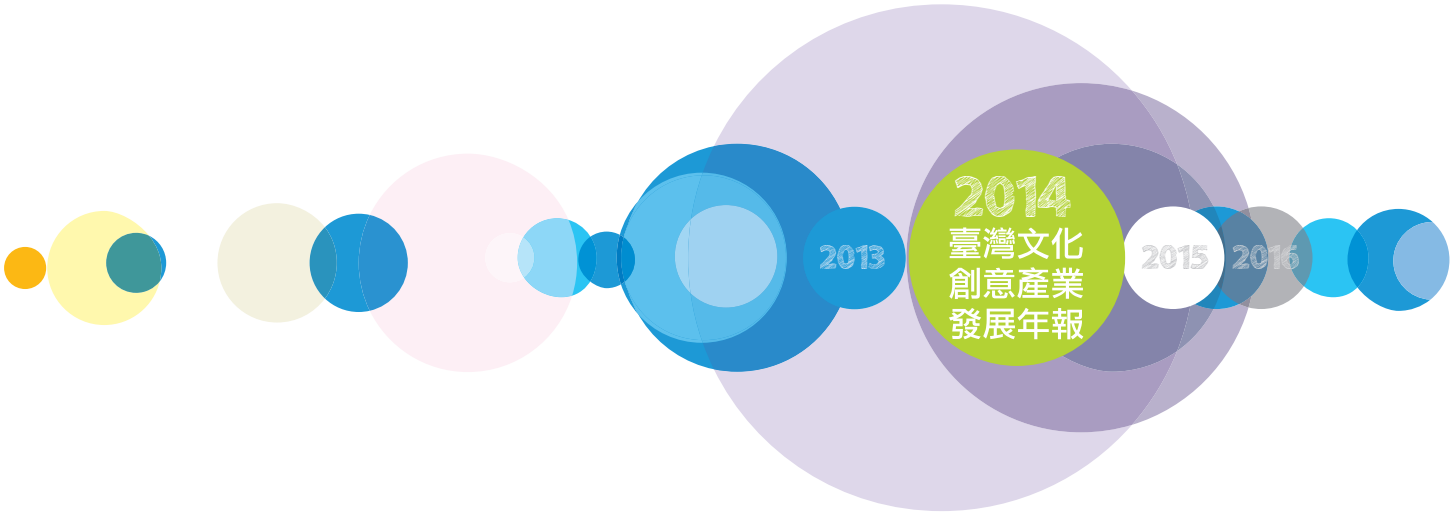
第一章
臺灣文化創意產業發展現況 14

第二章
臺灣文化創意產業發展政策 28

第二篇

個別文創產業發展現況與趨勢

一、視覺藝術產業 44
二、音樂及表演藝術產業 51
三、文化資產應用及展演設施產業 57
四、工藝產業 63
五、電影產業 71
六、廣播電視產業 77
七、流行音樂及文化內容產業 85
八、出版產業 91
九、廣告產業 97
十、產品設計產業 104
十一、視覺傳達設計產業 109
十二、設計品牌時尚產業 115
十三、建築設計產業 119
十四、創意生活產業 124
十五、數位內容產業 128



第三篇

文創產業發展重要課題

第一章
國際趨勢：各國文創產業發展策略分析 136

第二章
地方趨勢：各縣市藝文活動及文創產業發展潛勢分析 168

附　錄

附錄一 232
附錄二 236

第四篇

臺灣文創產業發展十年回顧與展望—各界觀點

關鍵年代：臺灣視覺藝術產業十年回顧 / 石隆盛 182

音樂及表演藝術十年回顧 / 于國華 190

臺灣文化資產應用及展演設施產業趨勢與發展分析 / 林詠能 194

臺灣工藝十年發展的回顧 / 黃世輝．劉秋雪 200

臺灣電影產業續航的下一步 / 龔明鑫．賴逸芳 208

廣播電視產業之十年回顧 / 關尚仁 213

流行音樂產業界之十年回顧與未來展望 / 梁序倫 220

臺灣出版產業發展特色分析 / 陳穎青 224

編輯說明

前言

我國自2003年起每年進行《臺灣文化創意產業發展年報》之編撰與出版工作迄今已進入第12年，藉由年報的出版，記錄分析臺灣文化創意產業的發展現況。

編撰與出版年報之主要目的有三：（1）分析我國與其他重要國家地區文化創意產業發展概況；（2）介紹我國歷年文化創意產業主要政策與執行成果；（3）研析全球與我國歷年文化創意產業重要議題。

內容規劃與簡介

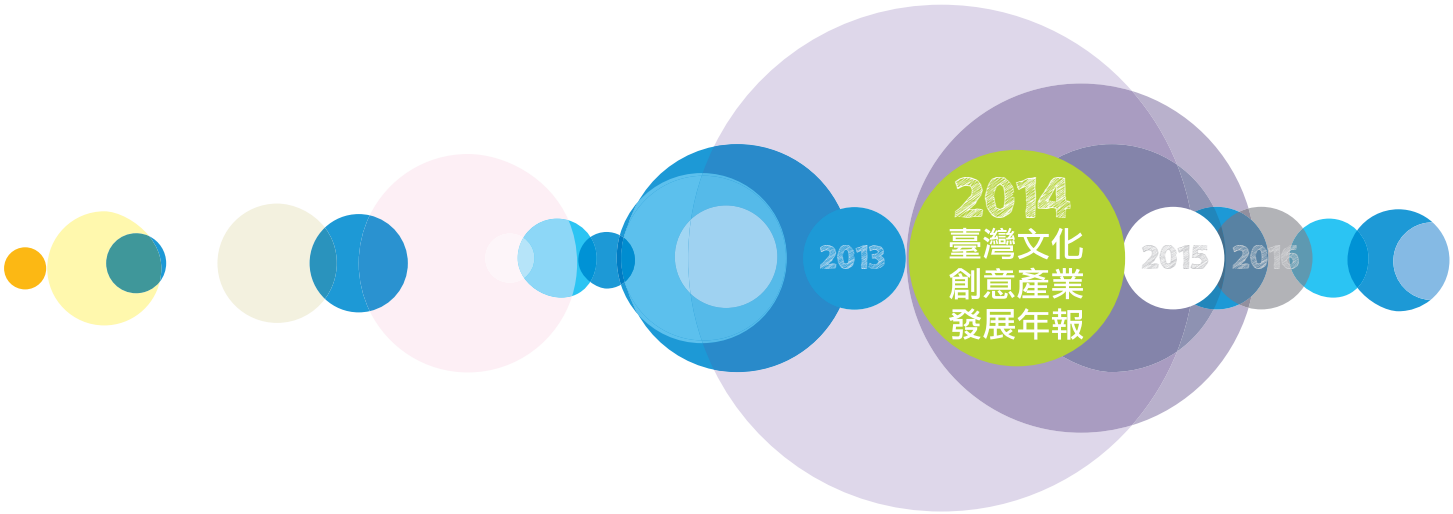
今年年報主要編印架構分為四大篇：

- 第一篇為「文創產業發展總論」，描述文化創意產業發展總體概況。從臺灣整體文創產業發展趨勢以及重要推動措施並概括描述文創產業總體發展。
- 第二篇為「個別文創產業發展現況與趨勢」，分述15項次產業發展現況，進一步深度解讀各次產業的發展輪廓。
- 第三篇為「文創產業發展重要課題」，內容包含國際主要與鄰近國家當前文創產業發展的策略方向，以及進一步從泥土化的觀點，深度解讀國內各縣市在藝文活動與文創產業的發展。
- 第四篇為「臺灣文創產業發展十年回顧與展望—各界觀點」，配合年報發展歷程圖表的繪製，審視過去十年的發展與未來展望。

第一篇「文創產業發展總論」分為兩章，第一章為「臺灣文化創意產業發展現況」，從整體概況、各領域概況、各次產業概況、受雇人數概況分析臺灣文化創意產業發展現況。第二章為「臺灣文化創意產業發展政策」，介紹政府相關部會機關推動文化創意產業的具體作為以及成果。

第二篇，依據文創產業15個次產業之發展現況進行分析，從產業鏈與產業範疇、產業數據分析、產業現況與趨勢等方面進行闡述。產業鏈採用聯合國教科文組織之文化循環概念，從創意、生產、傳播、展示接收，對照各文創產業在稅務行業標準分類上的行業別進行描繪，而各次產業大致仍以財政部財政資訊中心之數據為統計基礎，為加強讀者了解文化創意產業各次產業之上中下游產業鏈結關係，並說明年報之次級統計數據所能呈現之範圍，實則僅為產業鏈的部分樣貌，以協助讀者了解資料之應用以及其限制性。

第三篇依據國內外文創產業發展重要課題分為兩章。第一章為「國際趨勢：各國文創產業發展策略分析」，根據我國文化創意產業發展重要策略，援引其他國家作法作為國內各界的重要參考資訊。故本章整體架構援引韓國文化內容產業海外推廣計畫、德國文創產業科技化創新之趨勢、英國博物館服務及商品策略、丹麥產業文化化的推動機制、美國創造以版權產業為核心的發展環境以及印尼資源結合與整合的核心策略。



第二章為「地方趨勢：各縣市藝文活動及文創產業發展潛勢分析」，從泥土化的觀點，就藝文活動及文創產業兩大構面，擴大對22縣市的相關發展趨勢研析。

第四篇配合年報發展歷程圖表的繪製，審視過去十年的發展與未來展望，針對文化部所業管之八大文創產業類別，由產、官、學、研專家，綜觀產業發展歷程、結構變化與未來趨勢。

本年度編印精修工作

目前僅有臺灣文化創意產業發展年報針對15＋1項文化創意產業進行整合性調查，為求15＋1項次產業運用統一的資料來源，統整15＋1個產業的重要指標，過去年報均採用財政部財政資訊中心之資料。雖然稅務行業標準分類之六位碼的子類行業分類已較工商普查的四位碼細類為細緻，可較為精準地對應至15項文創產業，但財稅資料仍有其使用上的限制：

（1）部分產業在稅務行業標準分類上僅能部分對照。

（2）部分子類產業類別仍有跨產業共通的現象（如表演藝術與流行音樂演唱會的舞台音響搭建、電視與電影產業之後製作業），因此各文創細產業在運用財稅資料上只能利用互斥且不重複的原則歸納於其中一類。

（3）產業化愈弱之產業，財稅資料難以詮釋。

（4）部分產業缺乏相對應之稅務行業分類。

（5）產業類別之歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定。

因此，除了上述篇章規劃外，本年報今年度編印工作上，針對歷年文創產業年報之主要不足之處，今年（2014）文創產業年報之編撰與出版精進改善工作包含：

（1）利用2011年行政院主計總處工商及服務業普查中有關文創產業相關名錄資料之統一編號進行財稅資料之撈取，突破稅務資料分類上的種種限制。

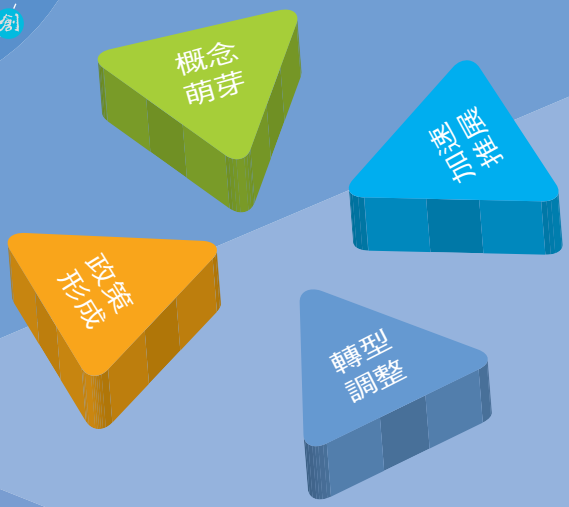
（2）增列各次產業之完整產業鏈圖像與上下游鏈結關係：針對文創產業發展第三階段「價值產值化」，著重在文創產業價值鏈建構與創新，因此本年報除自2013年著手各次產業鏈的繪製外，本年度新增各次產業之上中下游產業鏈結關係，以及主要產業之連結缺口。

（3）逐一加註說明稅務資料之特性與使用之限制。

（4）編制文創產業總體產業鏈，凸顯跨產業之間的連結關係。

（5）在完整產業鏈考量下，今年度將過去部分次產業未納入計算之通路端資料加入，並依據業管單位意見調整設計類產業部分涵蓋範疇（詳附錄一）。為此對歷年趨勢，依據新計算基準回溯調整2008～2012年資料。





我國文化創意產業發展歷程
文化循環概念與我國文化創意產業鏈

2014臺灣文化創意產業發展年報

2014 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

我國文化創意產業發展歷程

2002 挑戰2008 國家重點發展計畫 文創產業發展計畫

整備文化創意產業發展機制
- 強化推動組織與協調機制
- 建立網路流通整合機制
- 整合發展活動產業
- 加強智慧財產權保護機制

設置文化創意產業資源中心
- 設立教學資源中心
- 成立臺灣創意設計中心
- 規劃設置創意文化園區
- 建置國家影音產業資訊平台

發展藝術產業
- 人才延攬、進修及交流
- 創意藝術產業
- 數位藝術創作
- 傳統工藝技術

發展重點媒體文化產業
- 振興電影產業
- 振興電視產業
- 發展流行音樂產業
- 發展圖文出版產業
- 發展數位休閒娛樂產業

臺灣設計產業起飛
- 活化設計產業推動機制
- 開發設計產業資源
- 強化設計主題研究開發
- 促進重點設計發展
- 臺灣設計運動

2010 文化創意產業發展法

- 揭示基本原則及方向，確定產業內容及範圍，聚焦於重點產業，包含適用之對象
- 確立政策措施，定期檢討修正，保障經費
- 加強國發基金的投資
- 獎勵輔導與人才培育
- 明定協助及獎補助事項
- 培養藝文消費人口
- 發展空間的提供
- 資金與資源的協助
- 智慧財產權的保障
- 捐贈及投資文化創意事業之稅賦減免

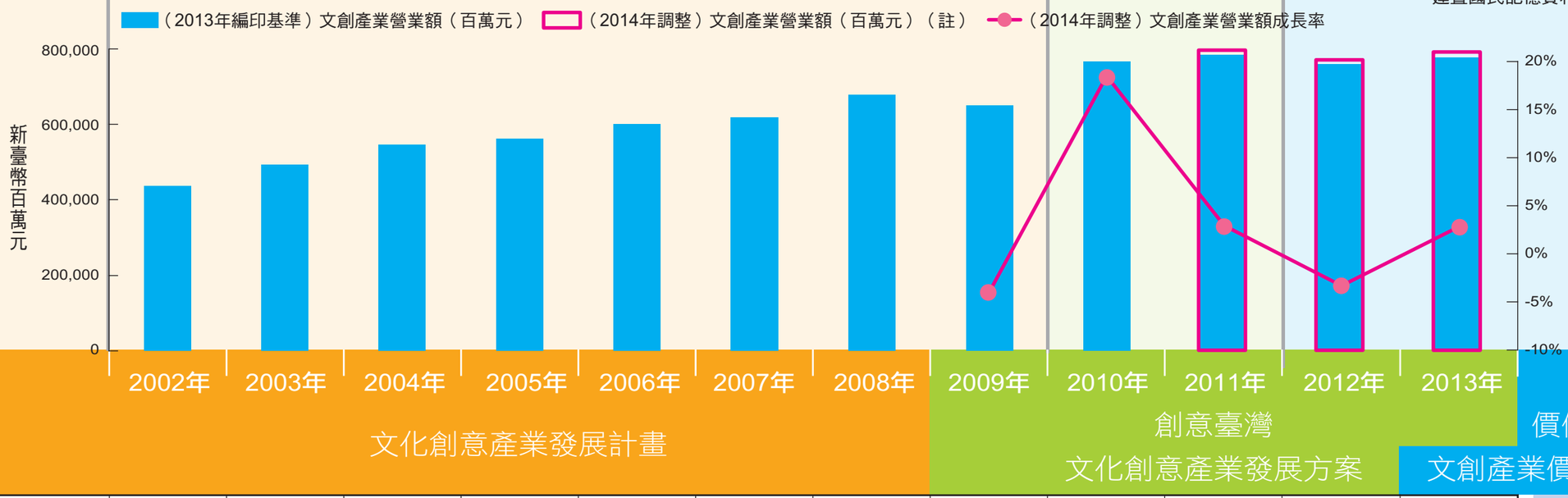
2012 文化部成立

泥土化
- 培育在地文化人才
- 盤整村落文化資源
- 發展村落微型文化產業
- 改善村落文化據點，發展具在地美學之生活空間

國際化
- 建構臺灣全球文化交流網絡
- 傳播臺灣人文思想
- 建立各類藝文團體之跨域連結
- 推展多語文臺灣文化「工具箱」

產值化
- 推動文化內容開放（Open Data）與加值應用
- 促進一源多用與強化中介體系
- 促成跨界與跨業整合，提升文創產業價值

雲端化
- 提供文化資源與藝文活動整合行動服務
- 提供藝文網路直播與視訊服務
- 促進文化雲資源共享
- 建置國民記憶資料庫與推動社區雲端創新



	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
(2013年編印基準)文創產業營業額(百萬元)	435,260	493,056	545,159	562,048	599,758	617,415	678,339	648,840	766,128	784,255	757,424	775,861
(2014年調整)文創產業營業額(百萬元)(註)							674,720	647,876	767,764	790,308	764,049	785,575
(2014年調整)文創產業營業額／全國名目國內生產毛額(GDP)							5.13%	5.00%	5.44%	5.52%	5.20%	5.16%
(2014年調整)文創產業營業額成長率								-3.98%	18.50%	2.94%	-3.32%	2.82%

資料來源：2002～2005年資料引用自2009年文化創意產業發展年報；2006年資料引用自2011年文化創意產業發展年報；2007年資料引用自2012年文化創意產業發展年報；2008～2013年資料為本年報資料。
註：調整內容請參見報告書附錄一。

文化循環概念與我國文化創意產業鏈

視覺藝術產業
- 藝術評論
- 藝術作品修復
- 字畫裱背
- 藝術品鑑價
- 藝術品物流及倉儲
- 藝術保險
- 出版產業
- 展覽籌辦

表演藝術產業＆流行音樂及文化內容產業
- 服裝指導、表演造型設計
- 燈光、舞台設計服務
- 未分類其他藝術表演輔助服務
- 舞台燈光音響設備出租
- 工作平台架設工程
- 觀光旅遊

工藝產業
- 原材料提供及研發
- 展覽籌辦
- 觀光旅遊
- 藝術品拍賣
- 博物館
- 藝廊

出版產業
- 版權經紀
- 印刷業
- 展覽籌辦

廣告產業、設計品牌時尚產業
- 市場研究

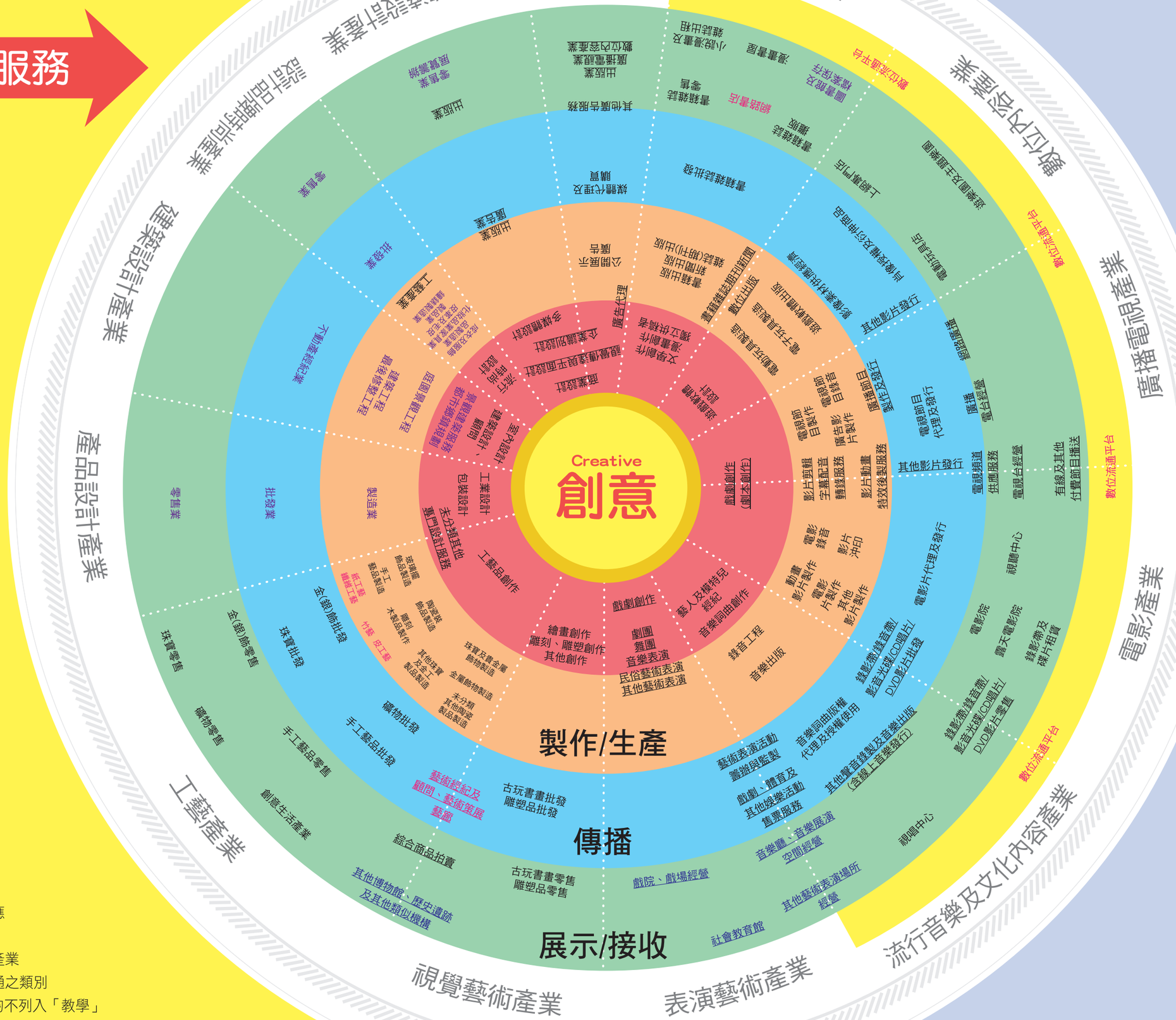
產品設計產業
- 市場研究
- 模具製造

文化資產應用及展演設施產業
- 藝術經紀及顧問、藝術策展

廣播電視產業
- 藝人及模特兒等經紀

創意生活產業
- 觀光旅遊

支援服務



註解：
- 紅字表示本行業無稅務行業標準分類可茲對應
- 紫字部分表示非文創產業範疇
- 藍字部分表示文化資產應用及文化展演設施產業
- 底線部分表示為跨產業循環階段或跨產業共通之類別

為求版面清晰簡潔，本產業關聯繪製與支援服務均不列入「教學」



2014臺灣文化創意產業發展年報

2014 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report



生活工坊研習—尋覓生活中的美好（國立臺東生活美學館圖片提供）

第一篇

文創產業發展總論

第一章、臺灣文化創意產業發展現況

第二章、臺灣文化創意產業發展政策

第一章

臺灣文化創意產業發展現況

一、整體概況

為促進文化創意產業發展，建構富有多元文化及創意之社會環境，政府於2010年制定並頒佈《文化創意產業發展法》，並將文化創意產業定義為「源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業」。

在此定義下，根據《文化創意產業發展法》，15項次產業下之目的事業主管機關，分屬文化部、經濟部、內政部等三個機關，詳如表1－1所示。各產業內容及範圍詳見附錄一。

表1—1　臺灣文化創意產業分類及目的事業主管機關

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

資料來源：本年報整理自文化部文化創意產業發展法暨相關子法彙編，2014年11月。

本年報參照歷年年報皆以財政部財政資訊中心的資料作為數據基礎，以連續六年（2008年～2013年）的資料來呈現文化創意產業及相關次產業之趨勢變化。

本年度編印工作歷經專家座談結果，均認為文創產業鏈應完整繪製並呈現其統計資訊，因此本年度編印特將過去許多次產業未納入統計範圍的通路端資料加入（包含「書籍零售攤販」、「小說漫畫出租」、「漫畫書屋」、「影片音樂零售攤販」、「視唱中心（KTV）」、「錄影帶及碟片租賃」、「視聽中心」），致使文創產業總營業額相對過去計算基準有所增加，為比對歷年趨勢，因而本年報也依據新的範圍回溯撈取自2008年之資料。

除上述行業類別範圍調整外，本年報為求產業鏈完整，新增「雕刻木製品製造」、「金屬飾物製造」、「建築設計、顧問」、「工作平台架設工程」、「其他藝術教育服務」、「攝影教學」、「市場研究」七個子類產業；另根據文創產業特性，將原歸類於出版產業之「其他創作」及產品設計產業之「多媒體設計」重新分類至視覺藝術產業及視覺傳達設計產業，以及業管機關的意見，刪去建築設計產業之「庭園景觀工程」、「都市、鄉鎮規劃」、「景觀建築服務」。調整後之文創產業統計數據差異如下表，歷年趨勢無太大差異。

表1—2　文化創意產業家數調整前後對照表

（單位：家、百分比）

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
調整前家數（註1）	57,509	56,506	56,994	57,971	58,686	59,210
調整前成長率		-1.74%	0.86%	1.71%	1.23%	0.89%
調整後家數（註2）	60,757	59,668	60,084	61,126	61,601	61,978
調整後成長率		-1.79%	0.70%	1.73%	0.78%	0.61%

註：1.依據前一年度年報編印標準。

2.新增通路端七個子類產業及其他符合文創之七項子類產業，共計增加14項子類產業，另刪除建築設計部分子類產業，詳見附錄一。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

表1—3　文化創意產業營業額調整前後對照表

（單位：新臺幣千元、百分比）

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
調整前營業額（註1）	678,339,045	648,840,408	766,127,888	784,254,516	757,423,821	775,861,335
調整前成長率		-4.35%	18.08%	2.37%	-3.42%	2.43%
調整後營業額（註2）	674,720,474	647,876,434	767,764,260	790,308,231	764,048,535	785,575,040
調整後成長率		-3.98%	18.50%	2.94%	-3.32%	2.82%

註：1.依據前一年度年報編印標準。

2.新增通路端七個子類產業及其他符合文創之七項子類產業，共計增加14項子類產業，另刪除建築設計部分子類產業，詳見附錄一。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

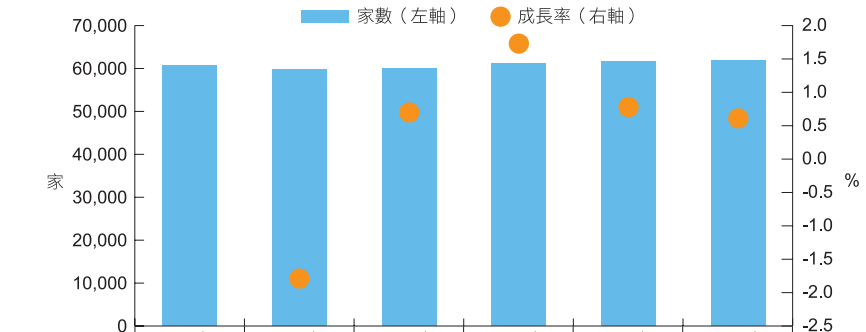
根據財政資訊中心數據，2013年臺灣文化創意產業總家數為61,978家，較2012年成長0.61%，其中又以視覺傳達設計產業家數成長57.55%為最高；反觀則以數位內容產業家數衰退6.20%為最多；營業額方面，受惠全球景氣逐漸復甦，2013年文創產業營業額為新臺幣7,856億元，較2012年成長2.82%。

2013年受到國際景氣復甦影響，國內經濟成長率為2.23%，總體經濟逐漸活絡，驅使整體文創產業消費增加。其中又以媒體產業上游的廣告產業貢獻最高，帶動下游廣播電視等產業成長。而設計產業、視覺藝術產業以及表演藝術產業亦受惠於景氣回升因素，使上述產業營業額明顯成長。

另一方面，就文化創意產業總營業額與我國名目國內生產毛額比較部份，2013年我國名目國內生產毛額成長3.64%，較文化創意產業總營業額成長率高出0.82%，使文化創意產業之總營業額占名目國內生產毛額之比重從2012年5.20%下滑至5.16%。

圖1—1　2008～2013年臺灣文化創意產業家數概況

（單位：家、百分比）

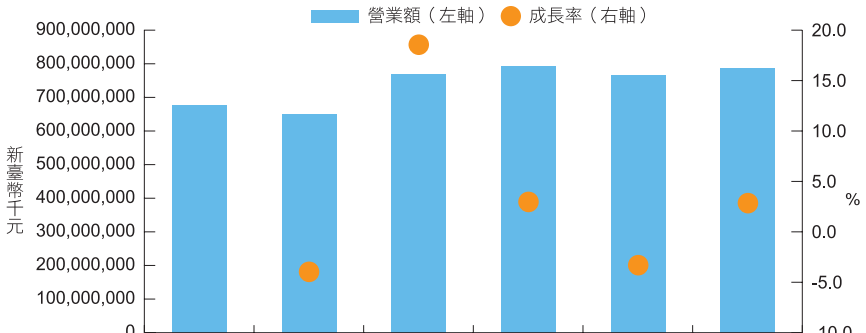


	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	60,757	59,668	60,084	61,126	61,601	61,978
成長率（右軸）		-1.79%	0.70%	1.73%	0.78%	0.61%

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2014年11月。

圖1—2　2008～2013年臺灣文化創意產業營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	674,720,474	647,876,434	767,764,260	790,308,231	764,048,535	785,575,040
成長率（右軸）		-3.98%	18.50%	2.94%	-3.32%	2.82%

註：1.因創意生活產業非依財政資訊中心資料估算，創意生活產業不列入整體營業額計算。

2.數位內容產業營業額在此採用財稅資料中心之數據，計入數位內容產業之相關行業代碼產生之營業額，詳細數據請見附錄。

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2014年11月。

表1—4　2008～2013年臺灣文化創意產業營業額及名目國內生產毛額

（單位：新臺幣億元、百分比）

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
文化創意產業營業額	6,747.20	6,478.76	7,677.64	7,903.08	7,640.49	7,855.75
名目國內生產毛額（GDP）	131,509.50	129,616.56	141,192.13	143,122.00	146,869.17	152,212.01
名目國內生產毛額成長率	-1.91%	-1.44%	8.93%	1.37%	2.62%	3.64%
文創產業營業額占GDP比重	5.13%	5.00%	5.44%	5.52%	5.20%	5.16%

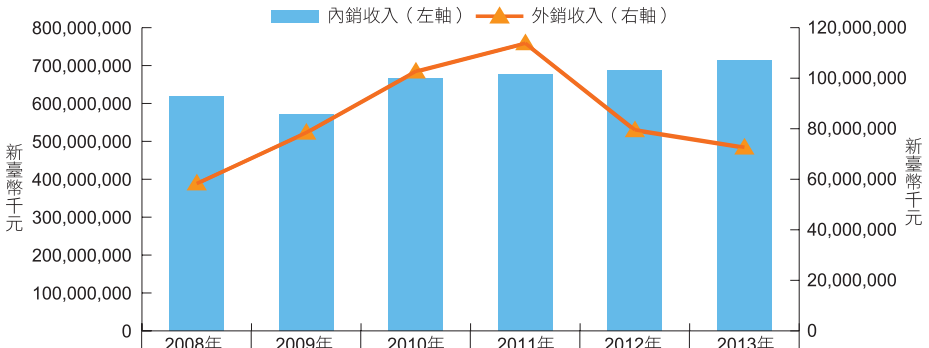
資料來源：財政部財政資訊中心之資料及行政院主計總處，本年報整理，2014年11月。

若從內外銷角度來看，我國文化創意產業營業額主要來自於內銷收入，2013年占總營業額的90.80%（含數位內容產業），較2012年增加1.16%。近六年內銷收入持續呈現擴大，2013年成長率為4.14%。

文創產業外銷收入則自2011年起呈現逐年衰退趨勢，2013年衰退幅度為8.66%。其主因為占工藝產業比重大之金（銀）飾批發次產業外銷收入大幅滑落，以及隨臺灣企業國際布局下，部分文創服務受到其他地區業者的競爭，造成整體文化創意產業外銷收入受到影響，但衰退幅度已在歐美經濟溫和復甦下趨緩。

圖1—3　2008～2013年文化創意產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	616,616,543	569,715,791	665,459,633	676,821,402	684,928,043	713,306,109
外銷收入（右軸）	58,130,930	78,160,643	102,304,627	113,486,830	79,120,491	72,268,931

資料來源：財政部財政資訊中心資料，本年報整理，2014年11月。

二、各次產業概況

2013年臺灣文創各產業中，廠商家數前5名依序為：廣告產業（13,990家）、工藝產業（12,853家）、出版產業（8,933家）、流行音樂及文化內容產業（4,342家）以及產品設計產業（2,966家）。2013年廠商家數成長率前5名則依序為：視覺傳達設計產業（57.55%）、文化資產應用及展演設施產業（23.30%）、設計品牌時尚產業（21.19%）、音樂及表演藝術產業（13.48%）以及建築設計產業（5.51%）；廠商家數衰退較明顯為數位內容產業、流行音樂及文化內容產業與出版產業，家數分別減少6.20%、2.78%及2.16%。

表1—5　2008～2013年臺灣文化創意產業家數及成長率—次產業別

（單位：家、百分比）

		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2013年占比	CAGR
視覺藝術產業	家數	2,595	2,523	2,507	2,545	2,553	2,541	4.58%	-0.42%
	成長率		-2.77%	-0.63%	1.52%	0.31%	-0.47%		
音樂及表演藝術產業	家數	1,426	1,583	1,869	2,111	2,322	2,635	4.75%	13.07%
	成長率		11.01%	18.07%	12.95%	10.00%	13.48%		
文化資產應用及展演設施產業	家數	51	55	62	80	103	127	0.23%	20.02%
	成長率		7.84%	12.73%	29.03%	28.75%	23.30%		
工藝產業	家數	12,542	12,349	12,582	12,752	12,875	12,853	23.17%	0.49%
	成長率		-1.54%	1.89%	1.35%	0.96%	-0.17%		
電影產業	家數	1,930	1,881	1,812	1,775	1,742	1,737	3.13%	-2.09%
	成長率		-2.54%	-3.67%	-2.04%	-1.86%	-0.29%		
廣播電視產業	家數	1,555	1,581	1,588	1,574	1,583	1,579	2.85%	0.31%
	成長率		1.67%	0.44%	-0.88%	0.57%	-0.25%		
出版產業	家數	9,587	9,379	9,281	9,187	9,130	8,933	16.11%	-1.40%
	成長率		-2.17%	-1.04%	-1.01%	-0.62%	-2.16%		
廣告產業	家數	12,599	12,627	12,923	13,313	13,635	13,990	25.22%	2.12%
	成長率		0.22%	2.34%	3.02%	2.42%	2.60%		
流行音樂及文化內容產業	家數	4,537	4,426	4,469	4,577	4,466	4,342	7.83%	-0.87%
	成長率		-2.45%	0.97%	2.42%	-2.43%	-2.78%		
產品設計產業	家數	2,153	2,285	2,451	2,685	2,894	2,966	5.35%	6.62%
	成長率		6.13%	7.26%	9.55%	7.78%	2.49%		
視覺傳達設計產業	家數	246	260	295	346	384	605	1.09%	19.72%
	成長率		5.69%	13.46%	17.29%	10.98%	57.55%		
設計品牌時尚產業	家數	60	73	103	127	151	183	0.33%	24.99%
	成長率		21.67%	41.10%	23.30%	18.90%	21.19%		
建築設計產業	家數	2,231	2,294	2,440	2,644	2,815	2,970	5.36%	5.89%
	成長率		2.82%	6.36%	8.36%	6.47%	5.51%		
整體（不包含數位內容產業及創意生活產業）	家數	51,512	51,316	52,382	53,716	54,653	55,461	100%	1.49%
	成長率		-0.38%	2.08%	2.55%	1.74%	1.48%		
數位內容產業	家數	9,245	8,352	7,702	7,410	6,948	6,517	-	-6.75%
	成長率		-9.66%	-7.78%	-3.79%	-6.23%	-6.20%		

註：1.年複合成長率（Compound Annual Growth Rate，CAGR），統計年度為2008～2013年。

2.「占比」欄位的計算分母僅為13項文創產業，不包含數位內容產業與創意生活產業。因為根據數位內容產業定義與範疇，很多存在於廣播電視、出版、流行音樂等其他文創產業中，本年報從稅務行業分類計算的僅為數位內容的部分樣貌，無法代表數位內容產業整體之輪廓，但為免與現行其他文創產業重複計算，仍維持目前統計原則。創意生活產業為經濟部輔導認定並提供相關資料，與本年報編印原則不同，亦與本年報其他文創產業有重複計算之疑慮。

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2014年11月。

此外在各次產業營業額中，最高的前5名依序為：廣告產業（新臺幣1,644億元）、廣播電視產業（新臺幣1,419億元）、工藝產業（新臺幣1,130億元）、出版產業（新臺幣1,105億元）以及產品設計產業（新臺幣581億元）。營業額成長率前5名則依序為：設計品牌時尚產業（21.67%）、音樂及表演藝術產業（15.71%）、廣告產業（10.78%）、視覺藝術產業（7.55%）以及產品設計產業（6.61%）。2013年營業額及家數同步出現高度成長的產業為設計品牌時尚產業、音樂及表演藝術產業與廣告產業。

整體而言，營業額最高之前兩大產業，廣告產業及廣播電視產業營業額合計占整體文化創意產業的40%以上；營業額最小之三個產業（設計品牌時尚產業、文化資產應用及展演設施產業、視覺傳達設計產業）之營業額總合僅占整體文創產業營業額0.45%，意味文創產業的產業經濟規模差異大。

表1—6　2008～2013年臺灣文化創意產業營業額及成長率一次產業別

（單位：新臺幣千元、百分比）

		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2013年占比	CAGR
視覺藝術產業	營業額	4,813,952	3,778,861	4,292,316	4,719,454	5,829,563	6,269,757	0.89%	5.43%
	成長率		-21.50%	13.59%	9.95%	23.52%	7.55%		
音樂及表演藝術產業	營業額	8,909,329	7,954,354	9,395,570	10,539,908	11,656,296	13,487,513	1.92%	8.65%
	成長率		-10.72%	18.12%	12.18%	10.59%	15.71%		
文化資產應用及展演設施產業	營業額	576,787	697,877	475,025	1,175,130	1,010,439	949,336	0.14%	10.48%
	成長率		20.99%	-31.93%	147.38%	-14.01%	-6.05%		
工藝產業	營業額	107,813,801	108,523,757	158,250,858	153,516,494	119,715,746	113,024,388	16.12%	0.95%
	成長率		0.66%	45.82%	-2.99%	-22.02%	-5.59%		
電影產業	營業額	20,775,949	19,922,860	20,998,994	27,386,286	27,239,400	28,288,782	4.03%	6.37%
	成長率		-4.11%	5.40%	30.42%	-0.54%	3.85%		
廣播電視產業	營業額	110,853,827	114,448,310	127,709,791	131,756,499	134,456,347	141,931,266	20.24%	5.07%
	成長率		3.24%	11.59%	3.17%	2.05%	5.56%		
出版產業	營業額	111,277,283	105,257,435	116,031,150	116,350,345	116,807,568	110,479,073	15.76%	-0.14%
	成長率		-5.41%	10.24%	0.28%	0.39%	-5.42%		
廣告產業	營業額	128,877,242	114,947,804	138,756,891	147,217,804	148,405,254	164,396,475	23.45%	4.99%
	成長率		-10.81%	20.71%	6.10%	0.81%	10.78%		
流行音樂及文化內容產業	營業額	31,487,321	29,353,395	30,711,119	32,674,804	32,571,433	31,537,667	4.50%	0.03%
	成長率		-6.78%	4.63%	6.39%	-0.32%	-3.17%		
產品設計產業	營業額	45,029,188	46,840,261	55,614,016	55,587,902	54,540,715	58,146,114	8.29%	5.25%
	成長率		4.02%	18.73%	-0.05%	-1.88%	6.61%		
視覺傳達設計產業	營業額	2,373,565	2,937,784	3,838,362	2,906,943	1,806,395	1,819,183	0.26%	-5.18%
	成長率		23.77%	30.66%	-24.27%	-37.86%	0.71%		
設計品牌時尚產業	營業額	140,905	158,983	210,064	280,933	310,051	377,229	0.05%	21.77%
	成長率		12.83%	32.13%	33.74%	10.36%	21.67%		
建築設計產業	營業額	24,781,706	19,719,483	25,961,771	28,632,686	28,704,177	30,405,276	4.34%	4.18%
	成長率		-20.43%	31.66%	10.29%	0.25%	5.93%		
整體（不包含數位內容產業及創意生活產業）	營業額	597,710,854	574,541,163	692,245,927	712,745,189	683,053,385	701,112,060	100.00%	3.24%
	成長率		-3.88%	20.49%	2.96%	-4.17%	2.64%		
數位內容產業	營業額	77,009,620	73,335,271	75,518,333	77,563,043	80,995,150	84,462,980	-	1.86%
	成長率		-4.77%	2.98%	2.71%	4.42%	4.28%		

註：1.年複合成長率(Compound Annual Growth Rate，CAGR)，統計年度為2008～2013年。

2.「占比」欄位的計算分母僅為13項文創產業，不包含數位內容產業與創意生活產業。因為根據數位內容產業定義與範疇，很多存在於廣播電視、出版、流行音樂等其他文創產業中，本年報從稅務行業分類計算的僅為數位內容的部分樣貌，無法代表數位內容產業整體之輪廓，但為免與現行其他文創產業重複計算，仍維持本表之編印原則。若以文創產業整體發展狀況角度，併入數位內容的部分輪廓以補足其他文創產業在數位應用端的發展是有其必要性。創意生活產業為經濟部輔導認定並提供相關資料，與本年報編印原則不同，亦與本年報其他文創產業有重複計算之疑慮。

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2014年11月。

從臺灣文創產業營業額的分析顯示，整體文創產業仍以內需市場為主，依財稅資料所計算的外銷收入僅占9.20%（包含數位內容產業，不包含創意生活產業），較2012年度下滑1.16%，其中外銷比重高於整體文創產業平均比重的次產業為產品設計產業（57.63%）、數位內容產業（19.25%）、工藝產業（12.26%）。

表1—7　2013年臺灣文化創意產業之內外銷一次產業別

（單位：新臺幣千元、百分比）

	營業額	外銷	內銷	外銷比率
視覺藝術產業	6,269,757	129,234	6,140,524	2.06%
音樂及表演藝術產業	13,487,513	117,245	13,370,268	0.87%
文化資產應用及展演設施產業	949,336	-	949,336	0.00%
工藝產業	113,024,388	13,852,658	99,171,729	12.26%
電影產業	28,288,782	371,044	27,917,738	1.31%
廣播電視產業	141,931,266	2,391,720	139,539,546	1.69%
出版產業	110,479,073	2,623,704	107,855,369	2.37%
廣告產業	164,396,475	1,338,921	163,057,554	0.81%
流行音樂及文化內容產業	31,537,667	1,317,806	30,219,862	4.18%
產品設計產業	58,146,114	33,508,465	24,637,649	57.63%
視覺傳達設計產業	1,819,183	23,902	1,795,281	1.31%
設計品牌時尚產業	377,229	9,499	367,731	2.52%
建築設計產業	30,405,276	325,948	30,079,327	1.07%
數位內容產業	84,462,980	16,258,785	68,204,196	19.25%
整體（包含數位內容產業，不包含創意生活產業）	785,575,040	72,268,931	713,306,109	9.20%

註：創意生活產業為經濟部輔導認定並提供相關資料，與本年報編印原則不同，無法單獨獲取其內外銷統計數據。

資料來源：財政部財政資訊中心資料，本年報整理，2014年11月。

從臺灣文創產業平均每廠商角度分析，就整體產業觀察，在營業額成長率高於廠商家數成長率的情況下，使2013年平均廠商營業額較2012年度增加1.15%，平均每家廠商營業額為新臺幣1,264萬元。

就次產業角度來看，平均每家廠商營業額最高的前5名大致上以媒體產業為主，依序為：廣播電視產業、產品設計產業、電影產業、出版產業及廣告產業，其中廣播電視產業平均每家廠商營業額達到新臺幣8,989萬元。而較低者為設計品牌時尚產業，平均每家廠商營業額為新臺幣206萬元，與廣播電視相差近44倍，而次低為視覺藝術產業，平均每家廠商營業額為新臺幣247萬元，顯示臺灣文創產業營收規模差異大，其主因主要來自於資金進入門檻的不同。

另一方面，就次產業平均規模成長率來看，2013年平均廠商營業額成長最高為視覺藝術產業，成長率為8.06%，其次則為廣告產業的7.96%；平均規模下降最多的是視覺傳達設計產業（-36.08%）與文化資產應用及展演設施產業（-23.80%）。

表1—8　2008～2013年臺灣文化創意產業平均每廠商營業額及成長率—次產業別

（單位：新臺幣千元、百分比）

		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
視覺藝術產業	平均營業額	1,855	1,498	1,712	1,854	2,283	2,467
	成長率		-19.26%	14.31%	8.31%	23.13%	8.06%
音樂及表演藝術產業	平均營業額	6,248	5,025	5,027	4,993	5,020	5,119
	成長率		-19.57%	0.04%	-0.68%	0.54%	1.97%
文化資產應用及展演設施產業	平均營業額	11,310	12,689	7,662	14,689	9,810	7,475
	成長率		12.19%	-39.62%	91.72%	-33.22%	-23.80%
工藝產業	平均營業額	8,596	8,788	12,578	12,039	9,298	8,794
	成長率		2.23%	43.12%	-4.28%	-22.76%	-5.43%
電影產業	平均營業額	10,765	10,592	11,589	15,429	15,637	16,286
	成長率		-1.61%	9.42%	33.14%	1.35%	4.15%
廣播電視產業	平均營業額	71,289	72,390	80,422	83,708	84,938	89,887
	成長率		1.54%	11.10%	4.09%	1.47%	5.83%
出版產業	平均營業額	11,607	11,223	12,502	12,665	12,794	12,368
	成長率		-3.31%	11.40%	1.30%	1.02%	-3.33%
廣告產業	平均營業額	10,229	9,103	10,737	11,058	10,884	11,751
	成長率		-11.01%	17.95%	2.99%	-1.57%	7.96%
流行音樂及文化內容產業	平均營業額	6,940	6,632	6,872	7,139	7,293	7,263
	成長率		-4.44%	3.62%	3.88%	2.16%	-0.41%
產品設計產業	平均營業額	20,915	20,499	22,690	20,703	18,846	19,604
	成長率		-1.99%	10.69%	-8.76%	-8.97%	4.02%
視覺傳達設計產業	平均營業額	9,649	11,299	13,011	8,402	4,704	3,007
	成長率		17.11%	15.15%	-35.43%	-44.01%	-36.08%
設計品牌時尚產業	平均營業額	2,348	2,178	2,039	2,212	2,053	2,061
	成長率		-7.26%	-6.35%	8.46%	-7.18%	0.39%
建築設計產業	平均營業額	11,108	8,596	10,640	10,829	10,197	10,237
	成長率		-22.61%	23.78%	1.78%	-5.84%	0.40%
整體（不包含數位內容產業及創意生活產業）	平均營業額	11,603	11,196	13,215	13,269	12,498	12,642
	成長率		-3.51%	18.03%	0.40%	-5.81%	1.15%
數位內容產業	平均營業額	8,330	8,781	9,805	10,467	11,657	12,960
	成長率		5.41%	11.67%	6.75%	11.37%	11.18%

註：因為根據數位內容產業定義與範疇，很多存在於廣播電視、出版、流行音樂等其他文創產業中，本年報從稅務行業分類計算的僅為數位內容的部分樣貌，無法代表數位內容產業整體之輪廓，若以此基準計算平均每廠商營業額有失準據，因此本表不計算數位內容產業之相關資訊。但若以文創產業整體發展狀況角度，併入數位內容的部分輪廓以補足其他文創產業在數位應用端的發展是有其必要性。創意生活產業為經濟部輔導認定並提供相關資料，與本年報編印原則不同，無法單獨獲取其廠商營業統計數據。

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2014年11月。

文創產業整體經營家數分布仍以10年以上廠商居多，10年以上廠商家數（不含經營年數未知者）占整體文創產業家數比重為45.65%，營業額占比65.82%。值得注意的是，2013年度中，成立一年以下的文創產業家數呈現成長，恢復活絡，營業額雖仍持續衰退，但幅度已趨緩顯示新進廠商的競爭力較先進入市場之廠商低。

表1—9　2008～2013年文化創意產業之經營年數結構及成長率（不含創意生活產業）

（單位：新臺幣千元、百分比）

經營年數	2008年		2009年		2010年		2011年		2012年		2013年	
	家數	營業額	家數	營業額	家數	營業額	家數	營業額	家數	營業額	家數	營業額
一年以下	4,485	9,700,757	4,651	11,197,053	4,832	36,400,109	5,019	58,904,723	4,502	16,133,682	4,571	8,335,813
			3.70%	15.42%	3.89%	225.09%	3.87%	61.83%	-10.30%	-72.61%	1.53%	-48.33%
1-2年	4,912	19,674,037	4,163	38,081,938	4,759	28,400,259	4,750	26,695,270	4,826	28,956,912	4,470	26,247,699
			-15.25%	93.56%	14.32%	-25.42%	-0.19%	-6.00%	1.60%	8.47%	-7.38%	-9.36%
2-3年	4,644	19,627,764	4,079	18,687,394	3,515	20,030,458	4,129	23,407,275	4,115	30,741,713	4,119	22,990,933
			-12.17%	-4.79%	-13.83%	7.19%	17.47%	16.86%	-0.34%	31.33%	0.10%	-25.21%
3-4年	4,675	27,853,157	3,995	18,836,579	3,573	21,069,272	3,141	22,738,987	3,692	27,089,784	3,622	32,656,172
			-14.55%	-32.37%	-10.56%	11.85%	-12.09%	7.92%	17.54%	19.13%	-1.90%	20.55%
4-5年	4,158	31,691,381	4,037	27,532,447	3,552	21,528,127	3,210	24,494,710	2,850	23,322,404	3,337	25,776,035
			-2.91%	-13.12%	-12.01%	-21.81%	-9.63%	13.78%	-11.21%	-4.79%	17.09%	10.52%
5-10年	15,425	183,959,008	15,460	166,256,539	15,354	166,176,791	15,024	158,008,027	14,460	140,503,268	13,554	152,485,513
			0.23%	-9.62%	-0.69%	-0.05%	-2.15%	-4.92%	-3.75%	-11.08%	-6.27%	8.53%
10-20年	14,144	267,482,668	14,708	239,288,443	15,555	297,464,480	16,046	317,423,494	16,498	339,187,317	17,108	316,336,393
			3.99%	-10.54%	5.76%	24.31%	3.16%	6.71%	2.82%	6.86%	3.70%	-6.74%
20年以上	8,302	114,241,550	8,566	127,980,695	8,932	176,682,265	9,797	158,622,848	10,650	158,105,906	11,186	200,740,157
			3.18%	12.03%	4.27%	38.05%	9.68%	-10.22%	8.71%	-0.33%	5.03%	26.97%
未知	12	490,153	9	15,345	12	12,499	10	12,899	8	7,548	11	6,325
			-25.00%	-96.87%	33.33%	-18.55%	-16.67%	3.20%	-20.00%	-41.48%	37.50%	-16.21%

註：創意生活產業為經濟部輔導認定，亦與本年報其他文創產業有重複計算之疑慮。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

就資本額結構來觀察臺灣文化創意產業，84.93%的家數集中在500萬以下規模，較2012年的84.78%增加0.16%。營業額仍呈現兩端集中的現象，資本額500萬元以下以及1億元以上的廠商，其營業額分別占比31.49%、34.61%。

表1—10　2008～2013年文化創意產業之資本額結構及成長率（不含創意生活產業）

（單位：新臺幣千元、百分比）

資本結構	2008年		2009年		2010年		2011年		2012年		2013年	
	家數	營業額	家數	營業額	家數	營業額	家數	營業額	家數	營業額	家數	營業額
未滿0.1百萬元	20,050	85,625,634	19,325	75,643,786	19,269	103,511,911	19,302	83,353,342	19,056	77,131,127	18,636	80,933,286
			-3.62%	-11.66%	-0.29%	36.84%	0.17%	-19.47%	-1.27%	-7.46%	-2.20%	4.93%
0.1-1百萬元	19,083	42,591,114	18,977	40,438,755	19,253	47,029,034	19,909	48,177,688	20,295	51,313,969	20,864	55,782,888
			-0.56%	-5.05%	1.45%	16.30%	3.41%	2.44%	1.94%	6.51%	2.80%	8.71%
1-5百萬元	12,025	91,312,760	11,883	98,300,564	12,179	128,850,042	12,525	147,766,954	12,876	117,930,573	13,140	110,645,955
			-1.18%	7.65%	2.49%	31.08%	2.84%	14.68%	2.80%	-20.19%	2.05%	-6.18%
5-10百萬元	5,605	70,289,222	5,492	70,297,900	5,425	72,159,697	5,403	73,893,748	5,387	71,617,258	5,333	76,030,404
			-2.02%	0.01%	-1.22%	2.65%	-0.41%	2.40%	-0.30%	-3.08%	-1.00%	6.16%
10-20百萬元	2,018	53,310,463	2,028	48,339,070	2,021	55,214,580	2,043	63,178,806	2,040	63,573,437	2,047	65,107,026
			0.50%	-9.33%	-0.35%	14.22%	1.09%	14.42%	-0.15%	0.62%	0.34%	2.41%
20-30百萬元	749	45,074,030	735	41,287,938	724	47,673,546	722	49,344,663	706	51,581,906	712	55,795,040
			-1.87%	-8.40%	-1.50%	15.47%	-0.28%	3.51%	-2.22%	4.53%	0.85%	8.17%
30-40百萬元	209	13,765,933	215	11,701,679	206	13,592,234	205	14,423,163	208	15,669,551	211	16,771,909
			2.87%	-15.00%	-4.19%	16.16%	-0.49%	6.11%	1.46%	8.64%	1.44%	7.04%
40-50百萬元	80	5,442,381	83	4,535,102	83	5,085,133	84	4,786,535	87	4,495,810	87	5,461,695
			3.75%	-16.67%	0.00%	12.13%	1.20%	-5.87%	3.57%	-6.07%	0.00%	21.48%
50-60百萬元	200	16,966,134	204	13,457,049	201	16,159,006	205	18,648,779	213	19,482,138	212	17,661,845
			2.00%	-20.68%	-1.47%	20.08%	1.99%	15.41%	3.90%	4.47%	-0.47%	-9.34%
60-80百萬元	136	17,215,931	140	17,178,501	137	19,585,304	134	22,939,996	134	22,550,674	140	21,909,609
			2.94%	-0.22%	-2.14%	14.01%	-2.19%	17.13%	0.00%	-1.70%	4.48%	-2.84%
0.8-1億元	80	6,562,283	76	5,697,679	74	6,434,621	74	6,840,155	75	6,504,355	73	7,626,706
			-5.00%	-13.18%	-2.63%	12.93%	0.00%	6.30%	1.35%	-4.91%	-2.67%	17.26%
1-2億元	215	48,943,791	212	45,362,181	217	57,379,432	222	64,498,471	223	71,260,776	221	69,785,754
			-1.40%	-7.32%	2.36%	26.49%	2.30%	12.41%	0.45%	10.48%	-0.90%	-2.07%
2億元以上	307	177,620,797	298	175,636,231	295	195,089,719	298	192,455,933	301	190,936,961	302	202,062,922
			-2.93%	-1.12%	-1.01%	11.08%	1.02%	-1.35%	1.01%	-0.79%	0.33%	5.83%

註：創意生活產業為經濟部輔導認定，亦與本年報其他文創產業有重複計算之疑慮。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

臺灣文創產業廠商家數前5名依序為：臺北市、新北市、臺中市、高雄市及臺南市，五大直轄市廠商家數合計共占整體文創產業家數的72.88%。就營業額角度來看，前5名分別為：臺北市、新北市、高雄市、臺中市及桃園縣，前五名營業額合計共占整體文創產業營業額的88.88%。

表1—11　2013年臺灣文化創意產業廠商家數及營業額—縣市別（不含數位內容及創意生活產業）

（單位：家、新臺幣千元）

	2013家數	成長率	2013營業額	成長率
臺北市	16,802	1.79%	420,610,644	0.13%
臺中市	6,582	-0.42%	39,269,293	4.25%
基隆市	552	3.37%	2,130,921	7.85%
臺南市	3,497	3.07%	19,638,819	1.64%
高雄市	4,952	1.54%	40,991,586	7.88%
新北市	8,587	1.85%	91,140,612	7.38%
宜蘭縣	908	2.02%	3,063,294	-0.24%
桃園縣	3,169	1.86%	31,105,657	10.93%
嘉義市	723	-1.77%	2,938,515	-2.73%
新竹縣	700	-0.57%	9,004,821	-4.29%
苗栗縣	969	-1.22%	3,029,675	1.96%
南投縣	828	-1.66%	2,436,640	3.92%
彰化縣	1,892	1.56%	7,408,243	-3.96%
新竹市	916	1.78%	7,181,332	8.19%
雲林縣	837	2.45%	2,380,265	0.21%
嘉義縣	473	0.21%	1,748,747	-1.80%
屏東縣	1,169	0.78%	3,160,486	7.87%
花蓮縣	952	7.45%	6,240,221	27.41%
臺東縣	511	4.29%	6,744,379	33.26%
金門縣	181	2.84%	320,970	8.02%
澎湖縣	223	-3.46%	511,936	-7.61%
連江縣	38	-9.52%	55,003	12.86%
合計	55,461	1.48%	701,112,060	2.64%

註：因為根據數位內容產業定義與範疇，很多存在於廣播電視、出版、流行音樂等其他文創產業中，本年報從稅務行業分類計算的僅為數位內容的部分樣貌，無法代表數位內容產業整體之輪廓，若以此基準計算各縣市分布有失準據，因此本表不計算數位內容產業之相關資訊。但若以文創產業整體發展狀況角度，併入數位內容的部分輪廓以補足其他文創產業在數位應用端的發展是有其必要性。創意生活產業為經濟部輔導認定並提供相關資料，與本年報編印原則不同，亦與本年報其他文創產業有重複計算之疑慮。

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2014年11月。

根據財政部稅務資料的統計，2013年文創產業廠商家數成長較多的縣市包含花蓮縣、臺東縣以及基隆市，文創產業廠商家數負成長依衰退幅度排列分別為連江縣（-9.52%）、澎湖縣（-3.46%）、嘉義市（-1.77%）、南投縣（-1.66%）、苗栗縣（-1.22%）、新竹縣（-0.57%）及臺中市（-0.42%）。2013年文創產業營業額成長較多的縣市為臺東縣、花蓮縣及連江縣。此外五大直轄市文創產業營業額皆呈現成長，其中又以高雄市及新北市分別成長7.88%及7.38%為最高，臺中市亦有4.25%的成長率。

三、受雇員工概況

臺灣文化創意產業目前仍未有完整就業人力統計資訊，較類似的調查為行政院勞工委員會所發布之《職類別薪資調查報告》，雖然產業分類有些許差異，仍不失為值得參考的客觀數據。

根據該調查報告數據顯示，2013年臺灣文化創意產業之受雇員工人數為17.5萬人左右，其中又以「運動、娛樂及休閒服務」、「出版」及「廣告業及市場研究」等產業受雇員工人數較多。在各類型人力占比部份，我國文創產業主要以中小型企業為主，因此主管及監督人員占比較高，為22.98%，其次則分別為專業人員、技術員及助理人員、專務工作人員，其比重分別為17.96%、17.49%以及16.22%。

表1—12　2013年臺灣文創產業受雇員工人數—次產業別

（單位：人數、百分比）

項目	總計	主管及監督人員	專業人員	技術員及助理人員	專務工作人員	服務工作人員及售貨員	技藝及機械設備及組裝人員	基層技術工及勞力工
出版	31,415	5,075	13,403	5,523	3,749	797	1,767	1,101
影片服務、聲音錄製及音樂出版	15,742	4,449	2,336	2,125	3,494	1,946	184	1,208
傳播及節目播送	19,099	3,063	4,190	4,967	5,709	259	844	67
廣告業及市場研究	29,506	6,539	3,494	5,399	6,015	744	4,528	2,787
專門設計服務	19,038	2,943	3,342	8,186	2,600	7	815	1,145
創作及藝術表演	3,902	545	1,353	660	1,060	-	151	133
運動、娛樂及休閒服務	45,827	15,200	1,427	1,911	4,055	12,761	554	9,919
創意生活	10,600	-	-	-	-	-	-	-
總受雇員工人數	175,129	37,814	29,545	28,771	26,682	16,514	8,843	16,360
各類型人力占比		22.98%	17.96%	17.49%	16.22%	10.04%	5.37%	9.94%

註：1.創意生活產業為從業人數，資料來自中衛發展中心

2.本資料調查時間為2013年7月（2014年編印），本資料人數統計僅摘錄整理文化創意產業相關資料，且為受雇者員工人數，自行開業及自營作業者未納入統計。

3.勞動部相關統計僅公布至中類行業別，與文創個別次產業之範疇對應請參見附錄一。

資料來源：勞動部《職類別薪資調查報告》，本年報整理，2014年11月。

從近六年受雇員工人數趨勢觀察，大致上與我國文創產業營業額趨勢相同，歷經2012年微幅衰退後，2013年為成長。從各產業角度來看，僅「影片服務、聲音錄製及音樂出版」及「運動、娛樂及休閒服務」受雇員工人數為衰退，其餘皆為正成長，其中又以「藝術表演」及「廣告業及市場研究」分別成長5.66%及5.31%最高。

另一方面在文創產業受雇員工人數占工業及服務業受雇員工人數部份，隨著整體經濟景氣復甦，文創產業受雇員工人數成長幅度大致與工業及服務業受雇員工幅度相當，使整體文創產業受雇員工人數占工業及服務業受雇員工人數比重仍維持2012年度2.49%。

表1—13　2008～2013年臺灣文創產業受雇員工人數—次產業別

（單位：人數、百分比）

產業	項目	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
出版	受雇員工人數	30,790	31,463	31,461	32,466	31,156	31,415
	成長率		2.19%	-0.01%	3.19%	-4.03%	0.83%
影片服務、聲音錄製及音樂出版	受雇員工人數	14,614	13,997	15,115	15,974	16,168	15,742
	成長率		-4.22%	7.99%	5.68%	1.21%	-2.63%
傳播及節目播送	受雇員工人數	18,363	17,935	17,816	18,149	18,492	19,099
	成長率		-2.33%	-0.66%	1.87%	1.89%	3.28%
廣告業及市場研究	受雇員工人數	28,456	27,407	27,936	28,842	28,018	29,506
	成長率		-3.69%	1.93%	3.24%	-2.86%	5.31%
專門設計服務	受雇員工人數	13,359	13,827	14,746	16,441	18,737	19,038
	成長率		3.50%	6.65%	11.49%	13.97%	1.61%
創作及藝術表演	受雇員工人數	3,439	3,634	3,535	3,617	3,693	3,902
	成長率		5.67%	-2.72%	2.32%	2.10%	5.66%
運動、娛樂及休閒服務	受雇員工人數	52,469	47,259	50,430	47,414	46,033	45,827
	成長率		-9.93%	6.71%	-5.98%	-2.91%	-0.45%
創意生活	受雇員工人數	8,421	9,020	9,500	10,000	10,460	10,600
	成長率		7.11%	5.32%	5.26%	4.60%	1.34%
總受雇員工人數		169,911	164,542	170,539	172,903	172,757	175,129
成長率			-3.16%	3.64%	1.39%	-0.08%	1.37%
工業及服務業部門		6,647,890	6,310,744	6,676,119	6,888,279	6,937,905	7,024,880
成長率			-5.07%	5.79%	3.18%	0.72%	1.25%
文創產業受雇員工人數占工業及服務業部門受雇員工人數比重		2.56%	2.61%	2.55%	2.51%	2.49%	2.49%

註：1.創意生活產業為從業人數，資料來自中衛發展中心

2.本資料調查時間為2013年7月（2014年編印），本資料人數統計僅摘錄整理文化創意產業相關資料，且為受雇者員工人數，自行開業及自營作業者未納入統計。

3.勞動部相關統計僅公布至中類行業別，與文創個別次產業之範疇對應請參見附錄一。

資料來源：勞動部《職類別薪資調查報告》，本年報整理，2014年11月。

第二章

臺灣文化創意產業發展政策

壹、文創產業政策背景

隨著2013年華研音樂、霹靂國際於上櫃及興櫃掛牌交易，我國文化創意產業的發展可謂邁入一個新的里程碑，文化創意產業的成長潛力受到各界廣泛的矚目。雖然在某種意義上，當這類具備商業化及經營規模之指標性文創企業的家數越來越多時，即象徵著國內文化創意產業的逐步起飛。然而不可否認的是，就整體產業面而言，臺灣的文化創意產業仍面臨一些結構性的問題，包括推動法規與發展機制尚未完備、文化創意產業現有融通及評價制度不足而難以取得發展資金、內需市場及國際市場仍有拓展空間、產業基礎研究不足、產業發展機制及產業鏈缺口仍待建立或改善、產業文創化及文創產業化需強化落實等。爰此，政府除持續推動「創意臺灣—文化創意產業發展方案」之各項「環境整備工作」與「旗艦產業計畫」之外，並於2013年提出「價值產值化—文創產業價值鏈建構與創新（2013年至2016年）」中程計畫，針對上述我國文化創意產業面臨的共通性問題及產業需求，思考因應策略，期建構對所有文創產業皆友善之發展環境，使相關產業皆能獲得適當之輔導及協助而成長養成為明日之旗艦產業。以下就「環境整備工作」與「旗艦產業計畫」之各工作項目2013年重要執行成果說明如下：

貳、政策執行概況與成效

一、環境整備工作

為建構文創產業友善之發展環境，文化部以「價值產值化-文創產業價值鏈建構與創新」為推動文創產業發展的政策方向，並以多元資金挹注、產業研發及輔導、市場流通及拓展、人才培育及媒合、產業集聚效應，與跨界整合及加值應用等推動策略，賡續辦理環境整備工作。

（一）多元資金挹注

資金挹注文化創意產業發展的對象為四大類：既存廠商、新創事業、創新育成中心，以及透過地方政府協助地方文創產業；資金挹注的方式包括政府預算補助、文化部推薦至信保基金取得信用保證額度、國發基金參與投資等，2013年重要執行成果說明如下：

① 圓夢及文創補助：核定獎助文創工作者設立75家新創公司；另辦理文創產業補助計畫，計26家獲得補助。

② 育成補助：辦理輔導藝文產業創新育成補助計畫，共10家育成中心獲得補助。

③ 文創聚落補助：輔導21案進駐文化創意聚落，透過群聚效益促進文化創意事業發展。

④ 參與國際展賽獎助：鼓勵文創業者參與國際展會及競賽，建立自有品牌及行銷國際之能量，計核定93案出國經費補助及核發49案獎勵金。

⑤ 縣市政府補助：協助桃園縣、新竹縣、苗栗縣、宜蘭縣、臺中市、雲林縣、嘉義市、嘉義縣、臺南市、高雄市、臺東縣及連江縣等12縣市推動地方文創產業發展計畫。

⑥ 文創融資：自2011年迄2013年底，累計111件通過優惠貸款審查，獲文化部推薦至信保基金，其中109件獲銀行核貸。

⑦ 文創投資：運用國發基金參與投資部分，自2011年6月至2013年12月，國發基金已通過23件申請投資案（5件通過後撤件），核准投資金額為5億945萬元，吸引民間創投投資7億3,228萬元。

（二）產業研發及輔導

① 文創產業輔導陪伴計畫：為協助文創業者瞭解文創產業相關法規、提供財務、法律、稅務、行銷、智慧財產權等相關經營管理事宜之專業諮詢輔導，文化部乃推動產業輔導陪伴計畫。2013年度提供文創業者諮詢服務總計約1,050件、主動關懷文創業者並進行臨廠專業諮詢輔導至少40家業者，辦理工作坊、顧問駐診及參訪行程等活動計28場次，診斷輔導約120家業者，並辦理8場次之巡迴說明會約515人參與；另外也維運「文化創意產業推動服務網」，提供文創輔導資源、補助計畫、研究發展等相關資訊。

② 文化創意產業投融資輔導：為使文創業者針對文化部推行之各項投融資內容及進入資本市場等扶植產業發展等政策，能經由多元管道了解並以符合自身需求的管道獲得協助，2013年共計辦理5場次投資媒合會，8場次投融資政策說明會，並印製5,000份宣導手冊，辦理諮詢輔導計194件，財務診斷93件。

（三）市場流通及拓展

為協助文創業者拓展市場商機，2013年度政府舉辦臺灣國際文化創意產業博覽會，並且協助業者參與七場國際型會展活動，協助我國文創產業進行國際拓展，2013年重要執行成果如下。

① 國際文化創意產業博覽會：於11月21日至24日舉辦「2013年臺灣國際文化創意產業博覽會」，以工藝設計為徵展主軸核心，同時也策劃「天然染織」及「巷弄創作區-Hidden Art」等不同主題區，鼓勵國內指標性品牌業者、中小型及微型等各類型文創業者參與展會。博覽會參展單位數達564個，攤位數1,035個，參與國家地區達19國，入場人數達10萬4,573人次，另外，配合展會期間邀請一般通路、網路商店、博物館商店、展會組織等國際買家來臺進行洽商媒合，整體展會預估採購及訂單產值為3.3億元。

② 文化創意產業國際拓展計畫：推動「文化創意產業國際拓展計畫」，2013年完成香港禮品及贈品展、深圳文博會、東京家居生活設計展、拉斯維加斯國際授權展、巴黎家具家飾展、英國TENT London展及上海國際時尚家居用品展等7場次展會參展事宜，參展廠商計70家次，預估採購及後續訂單達2.31億元。

③ 國際及兩岸文化創意產業組織搭橋計畫：辦理「國際文創產業及組織搭橋計畫」，邀請國際買家來臺媒合採購及參觀文創據點，並協助徵選廠商提升國際行銷能力及發展授權業務，深化與國際通路合作關係，促成現場採購金額1,774萬元，後續採購金額達1億元以上。

（四）人才培育及媒合

衡諸目前國內文創產業最為迫切需求的人才為中介與經紀、國際市場拓展及經營等兩種人才，因此2013年度的人才培育及媒合工作，主要以培育此兩種具跨界整合能力及國際行銷能力的專業人才為主，重要執行成果如下。

① 文創產業國際人才培訓：辦理文創中介及經紀人養成課程：包括經營管理、品牌行銷、文化轉譯（如歐、美、亞各國文創市場解析）、專業領域（如藝文產業、設計產業、工藝產業、數位內容等市場研析），培育學員計81位。



2013臺灣國際文化創意產業博覽會

② 文創產業中介與經紀人才培育：辦理3場文創中介與經紀國際講座，共計732人次參與。辦理文創經紀人工作坊：邀請業界經紀專家以實際演練方式，培訓文創產業具跨界整合能力之文創中介及經紀人才，培訓學員計30名；另辦理「文創商品開發與行銷工作坊」，計培訓38名學員，以及國際文創產業人才培育計畫，培育60位學員。



柒木設計東方美感的燈具大受歡迎

（五）產業群聚效應

為發揮產業群聚所帶動的價值鏈整合及產業競爭優勢，文化部推動臺北、臺中、花蓮、嘉義及臺南五大文化創意產業園區整建及產業群聚營運計畫，以文創產業軸帶概念，進行區域產業串連，進而達到文化創意產業與所在城市整體區位發展、人才及產值全面提升之卓越績效。目前各園區之整建工程陸續完成，並積極辦理委外經營或進行招商作業。

① 華山園區：華山園區的定位為「文化創意產業、跨界藝術展現與生活美學風格塑造」，已於2012年4月完成全區整建工程，目前分別以OT（電影藝術館）及ROT（文化創意產業引入空間）形式營運中；華山電影藝術館2013年計播映4,072場次電影。園區2013年共計辦理2,600場活動，吸引約190萬人次參與。

② 花蓮園區：花蓮園區的定位為「文化藝術與觀光結合之實驗場域」，目前已完成全區整建工程，ROT案廠商業於2012年1月正式進駐，並於2012年10月展開最小規模營運，並於102年10月進行第二期試營運（開放園區57%面積）。2013年共計辦理音樂表演、展覽、講座、工作營及創意市集等264場次，吸引逾18萬人次參與，並已有19家業者進駐展售。



花蓮文創園區—創意市集

③ 臺南園區：臺南園區的定位為「臺灣創意生活產業發展中心」，園區已於2013年4月完成全區整建工程。招商案則於2013年7月完成廠商評審會議，並於同年11月完成簽約，民間機構預計2015年進駐展開第1階段營運。2013年臺南園區共計辦理41場活動，吸引6萬人次參與。

④ 嘉義園區：嘉義園區定位以「傳統藝術創新」為主軸，實踐傳統技藝與傳統技術之轉型及創新。園區已於2013年5月完成全區整建工程。2013年共計辦理3次招商公告，惟均無廠商遞案，後續將重新檢討招商案內容；目前開放區域現暫時委託嘉義市政府文化局代管，透過策辦主題性展演活動、文化創意相關培育及體驗活動，帶動園區發展，2013年計辦理90場活動，計吸引2萬4,000人次參與。

⑤ 臺中園區：該園區目前由文化部文化資產局代管，已完成修繕建築物共27棟；2013年已完成4棟館舍委託經營管理（包括祥瀧藝文展覽館、TADA方舟、設計．點及臺灣菸酒展示服務區），預計2015年可完成全區建築整修及內裝工程並開放使用。2013年計辦理246場活動，吸引約53萬人次參與。

（六）跨界整合及加值運用

1.推動文化內容開放與加值應用：

① 建置「文創咖啡廳」媒合平台（http://imatch.moc.gov.tw/iMatch/Web/Default.aspx）：

- 運用文創咖啡廳媒合平台網站，該平台於102年8月1日上線啟用，首頁瀏覽人次超過12萬人次、會員人數近3,800人、創意提案件數共334件、輔導顧問共52人及合作夥伴至少30個單位。另舉辦2梯次「文創加值達人賽」活動，鼓勵文創業者提出各式創意素材與加值應用之作品與提案，由平台提供資金或媒合、輔導、工作坊等協助，促成更多一源多用之優秀文創作品。2梯次競賽徵件達315件申請案，總計選出32件優秀提案。資金媒合方面，計有9個提案分別與1～6家創投進行投資洽談（其中2家獲獎者公司已分別獲創投資金挹注），並協助6家業者取得優惠貸款，以及轉介10件提案於Flying V平台，其中2件已獲審核通過並進行募資。

② 公有文創素材加值應用：

- 訂定「文化部推動公有文化創意素材加值應用」補助須知並受理申請，共計推動13案，協助運用本部所屬館所及相關公有文創資產管理機關之文化創意資產衍生素材進行開發應用，領域橫跨博物館商品開發、古籍史料電子書及兒童教材開發、表演藝術影音內容開發、原住民文創素材平台建置、數位動畫製作等，促進公有文化創意資產流通及再利用。

2.協助推動智慧財產權保護及管理措施：

策辦「文創智財權保護及加值應用工作營」，透過專業輔導團、工作營等方式，協助文創業者瞭解智慧財產權申請、保護、授權及管理、智慧財產的侵害訴訟、取締盜版等知識，在北部、中部、南部及東部共辦理11場次工作營，學員涵蓋工藝、產品設計、出版、電影、博物館典藏授權等不同文創領域業界人士，培育學員達200人次以上。

3.鼓勵一源多用與促成跨界跨業整合：

辦理文創跨界及加值應用體系之建立，分原創加值組與跨界創新2組，前者鼓勵創作者將其產品或內容，結合多種加值應用產業別（如電子書係結合影音與文字作加值應用），後者係聯合2種以上不同業別（如科技及文創）跨界合作。102年度計核定補助19案；另辦理「文創跨界創新亮點計畫」，計核定補助10案。

二、旗艦產業計畫

（一）電視內容產業旗艦計畫

電視內容產業旗艦計畫的政策目標有三：推動臺灣成為華語影視節目人才供應重鎮，奠定臺灣在華語地區節目製作品牌風格及代表地位，以及打造臺灣成為亞太華語文地區電視劇產製王國。計畫執行策略分為人才培育、創意製作、資金導入、海外行銷等四大層面。重要執行成果包括：

①「鼓勵辦理電視專業人才培訓補助案」：鼓勵國內業者辦理電視人才培訓活動及研習課程，共補助10案，計9案完成培訓課程並通過驗收，1案申請撤銷，培訓時數計1,134小時，共計培訓262人，課程類型包含「編劇人才」、「節目製作人才」及「演藝人員」等3類。



2013中國國際影視節目展—臺灣館

② 輔導業者參加「2013NATPE美國電視節目市場展」、「2013Filmart香港國際影視節目展」、「法國坎城電視節」、「上海電視節」、「中國國際影視節目展」、「2013BCWW首爾電視節」、「2013東京電視節」及「2013ATF新加坡亞洲電視節」等8個國際影視展，並依業者結案資料統計，累積版權交易時數約8,820.7小時。

③「補助製作高畫質電視節目徵選案」共計輔導「含笑食堂」、「媽，親一下」等38件節目案，總補助金額為新臺幣2億7,060萬元，補助節目類型包含旗艦型連續劇、一般型連續劇、紀錄片、兒童少年節目及電視電影。

④ 委託華視文化事業股份有限公司辦理「2013年度電視節目製作人才培訓」，已於該年9月27日至10月6日辦理完畢，授課分產學組及從業組，課程內容包含高畫質攝影、燈光、音效、剪輯、製景與道具、美術設計與服裝造型、財務融通與管理等10類，培訓時數206小時，培訓人數達201人。

⑤「2013年度電視節目劇本創作獎」首度以兩階段方式徵件，第一階段僅需提供故事大綱、人物介紹及分集大綱，共徵得236件作品，為歷年新高，評選出35件入圍作品（短篇19件、長篇16件）並提供入圍獎金，其中30件作品完成完整劇本後，參加第二階段徵件，共選出15件得獎作品（短篇優等獎3件、潛力獎5件；長篇優等獎2件、潛力獎5件），並於2013年11月29日在頒獎典禮中公布，並頒發獎狀及獎金，獎金總額新臺幣586萬元。

⑥ 廣播電視金鐘獎頒獎典禮分別於10月18日及10月25日在國父紀念館辦理完畢，廣播金鐘獎設有29個獎項，計有1,049件作品報名參賽，136件作品入圍、28件作品獲獎，並頒發特別貢獻獎1名。電視金鐘獎設有35個獎項，計有1,940件作品報名參賽，165件作品入圍、34件作品獲獎，並頒發特別貢獻獎2名。

⑦「2013臺北電視節」於102年9月25日至27日在臺北世貿三館舉行，主題為「影視匯聚・文創無限」，活動內容包含「國際電視數位內容展」、「影視基地行銷宣傳」、「華文出版媒合專區」及「國際大師分享座談會」等四大主軸。國內外共有93家公司參展，計有427名國外買主來臺，參觀總人數超過6,146人次，並依業者結案資料統計，現場版權交易時數達3,400小時。

⑧ 金視獎頒獎典禮於7月26日在台中市港區藝術中心演藝廳舉行完畢，本獎設有16個獎項，總計有55家業者、372件作品報名參賽，89件作品入圍。

（二）電影產業旗艦計畫

電影產業旗艦計畫的目標為擴增國片國內觀影人口，掌握世界華語電影熱潮及兩岸和緩契機，鼓勵業者製作在華語電影市場具競爭力之國片，同時透過策略行銷，攻略華語電影市場。該計畫的實施內容有三大重點：協助業者拍出在華語市場叫好又叫座之國片、輔導國片華語市場行銷及推廣、厚植我國電影人才及工業基礎。重要執行成果包括：

① 辦理2013年度優良電影劇本徵選，報名件數為367件（其中原創劇本359件，改編劇本為8件），較2012年的294件，增加了73件。

② 辦理第35屆金穗獎計有210部作品參賽，經初審、入圍及決審，共23部作品獲獎；參賽作品件數相較於第34屆的196件，明顯增加許多。於2013年3月22日至5月4日期間，辦理第35屆金穗獎入圍影展暨第4屆電影短片輔導金交替影展、全國巡迴影展，總計參展影片有79部，吸引逾2萬2,000人參與。

③ 臺灣電影工業數位化及技術升級：持續輔導12家電影工業及電影製作業者、24家電影映演業者，購置數位化設備。臺灣數位電影院廳數量已達590廳，占全國戲院廳數（597廳）之比例高達98.8%（統計至2014年12月底止）。

④ 為協助國片行銷國際，除針對自行前往坎城、柏林、香港、釜山、上海、東京、美國等國際電影市場行銷國片的業者，補助機票、攤位、通行證等費用外，特別於柏林歐洲電影市場展、香港國際影視展、坎城電影市場展及韓國釜山電影市場展租設「臺灣電影館」攤位，編印文宣品、刊登國際廣告、辦理記者會、臺灣電影酒會等活動，協助業者建立通路、開創商機，增加國片「五月天－諾亞方舟」、「失魂」、「甜秘密」、「總鋪師」、「親愛的奶奶」等國片市場展的能見度，以利國際市場行銷。

⑤ 輔導86部國片參加國際影展，補助53人次參加國際影展，共計獲得31個獎項，其中文化部影視及流行音樂產業局輔導金影片《郊遊》榮獲威尼斯國際影展「評審團大獎」、愛沙尼亞塔林黑夜影展「評審團大獎」、西班牙塞維亞歐洲影展「最佳導演獎」、杜拜國際影展「最佳導演獎」等國際大獎，使臺灣電影之國際知名度大有提升。

（三）流行音樂產業發展行動計畫

流行音樂產業發展行動計畫的總目標有三：創新產製能力以維持臺灣流行音樂在華語市場的龍頭地位，在日、韓等亞洲地區取得流行音樂發展的領先優勢，以及在歐、美先進國家提升臺灣流行音樂的專業形象和品牌知名度。實施策略則從人才培育、活絡市場、創新行銷、國際接軌等四大面向，提出網羅明珠計畫（人才培育）、深耕夢土計畫（獎勵及保存）、傳播天音計畫（研發及推廣）、飛騰萬里計畫（海外行銷）等相應的四大計畫。



2013金曲獎—最佳國語專輯獎—林憶蓮《蓋亞》（環球國際唱片股份有限公司圖片提供）

重要執行成果包括：

① 網羅明珠計畫（人才培育）：

- 「硬地音樂錄製暨行銷推廣案」，核定補助「錄製類」共計32組樂團；旗艦型流行音樂製作與整合行銷產業促進計畫共計16件獲補助。
- 流行音樂人才培訓：(1)「流行音樂優才育成補助案」，共計補助「海外研習」類3件、「開設課程」與「舉辦活動」類8件，合計輔助11件。(2)首度辦理「流行音樂產業優才育成採購案」，開設「經紀及行銷」、「演出燈光設計及音控」兩組專班，聘用國內、外專業師資進行培訓，計有46人完成培訓，並於課程結束後，進行人力媒合及頒發結業證書。
- 舉辦臺灣原創流行音樂大獎：計有221件作品參賽，獎勵作品共30件（河洛語組、客語組及原住民族語組各10件），後續於新光三越信義香堤廣場辦理「臺灣原創流行音樂大獎原音重現音樂演唱會」、安排活動精華於超視播出、商洽得獎者現場演出、發行得獎作品合輯2,500張等。

② 深耕夢土計畫（獎勵及保存）：

- 辦理第四屆金音創作獎：共有1,548件作品報名，角逐21個獎項，經評選共有98件作品入圍，頒發18個獎項，1名評審團獎、1名傑出貢獻獎。
- 舉辦第24屆流行音樂金曲獎：計有418張專輯，10,209件作品參賽，經評選共有153件作品入圍，24件作品獲獎，1名評審團獎及1名特別貢獻獎。頒獎典禮平均收視5.06，YouTube線上直播總播放次數達2,165,234次，為2012年的6倍，最高同時在線人數達91,462人，為2012年的2倍，海外播出總計40個國家地區，有助提升獎項的國際知名度。
- 金曲音樂節執行情形：辦理金曲音樂節活動，舉辦1場跨產業音樂交流晚宴、10場大型演唱會、11場學生之音演出、25場簽名（唱）會、14場金曲講座、5場黑膠講座，並舉辦黑膠大展、音樂及影像展、音樂市集等，6天活動約吸引7萬9,000參觀人次。



第24屆流行音樂金曲獎

③ 傳播天音計畫（研發及推廣）：

- 辦理「流行音樂跨界合作及商務模式產業創新」補助案，共核定補助8家公司，帶動相對投資額估計約1億2,152萬元以上。
- 辦理硬地音樂校園巡演活動：共計辦理10場次校園巡演活動及1場次學生人氣樂團表演，共計吸引8,150人次參加。
- 辦理「2013臺灣樂團潮」活動，在全臺巡迴辦理5場座談及7場小型演唱會，以行銷音樂理念及推廣音樂外，並邀請受補助之32組樂團於臺北市圓山花博公園廣場接力演唱。
- 辦理「硬地音樂錄製暨行銷推廣」補助案，核定補助行銷類共12件企劃案。

④ 飛騰萬里計畫（海外行銷）：

- 推薦知名歌手及樂團參與9項國際大型音樂節，包括法國坎城MIDEM唱片展、英國利物浦音樂節、美國德州奧斯汀美國南方SXSW音樂節、新加坡Music Matters Festival、德國科隆c/o pop Festival音樂節、印尼Java Rocking land音樂節、上海草莓音樂節（設置臺灣專屬舞臺）、日本夏日音速Summer Sonic音樂節、美國紐約CMJ音樂節。
- 補助閃靈樂團與英國環球公司合作於歐美發行專輯，補助相信音樂公司與美國Live Nation國際經紀公司合作於歐美舉辦五月天諾亞方舟明日重生巡迴演唱會」，成功鼓勵流行音樂產業界以跨國策略聯盟方式拓展國際音樂市場及發行專輯。

（四）數位內容產業發展行動計畫

「數位內容產業行動計畫」透過硬體、軟體、內容、系統平台與網路五合一之整合推動策略，強化創意、文化、數位、科技及智慧財產之多元運用，加速我國數位內容產業之價值鏈形成及跨業整合平台之建立，進而衍生出創新營運模式，積極帶動臺灣數位內容產業之轉型與升級、加速提升我國創意形象與國際市場地位。整體計畫包含四大發展策略：（1）策進大型投資及創新加值，帶動產業規模成長；（2）進行培育產業專業人才，充實多元機能並擴大培育高階人才；（3）善用既有資通訊產業優勢，發展數位內容創新產品、商業模式及新興市場；（4）推動數位內容產品一源多用，拓展臺灣品牌發揮經濟乘數效應。

重要執行成果包括：

① 數位內容產業發展躍進計畫：

- 數位內容產業整體產值約達新臺幣7,304億元；其中核心產業產值達新臺幣2,469億元，較2012年成長15%。
- 促成產業投資金額達新臺幣305億元，國際輸出金額達新臺幣775億元。
- 促成合資合製、授權及投資等國際合作達45案次，合作金額達新臺幣55.28億元；其中包括日商Digital Frontier子公司、英國Cayman Islands、泰國SVOA、香港DutBlate、以色列Playscape及土耳其NTT Games等在台投資7案。

- 推動「數位娛樂媒體產業聯盟」成立，於11月1日辦理「數位娛樂媒體產業聯盟」簽約儀式，由工業局與高雄市經濟發展局共同見證，發起人義大開發（股）等產業代表共同簽署合作備忘錄。
- 舉辦創意工坊，開發創意工程教材，用於遊戲產業跨域培訓，與來自15種不同專業領域之50位專家，共同進行創意激盪之跨域共創，共產生80個創意機會點，及4份雛型藍圖，並培訓80位種子師資。
- 舉辦3場次國際數位創作活動Game Jam，彙集並串連我國南北兩地200位程式技術、視覺美術、創意設計等跨領域人才共同合作，串連國內3個場域投入（資策會、大同大學、高雄數位內容創意中心）。
- 因應產業需求，加強數位遊戲、電腦動畫等重點領域及跨領域人才培訓，共計完成培育專業人才549人次；輔導養成班學員就業，就業率達69%。
- 與法國Gobelins學院簽約合作，引進國際高階動畫課程；與加拿大數位媒體網路（CDMN）簽署合作備忘錄，扶植臺灣數位創意團隊及培育專業人才，並促成加拿大ZeGenie 公司來台進駐，拜會國內業者近20家尋覓合作機會。
- 協助西基與南區八大動畫相關大學系所，包含崑山科技大學、遠東科技大學、南台科技大學、長榮大學、台南大學、台南科技大學、興國管理學院及實踐大學，辦理「大台南地區3D專業電腦動畫人才培訓計畫」，協助西基取得學界資源及人力支援，包含引薦8位產業技師和108位在校生參與培訓



2013臺北國際數位內容交流會

計畫；促成與遠東科技大學合作「電腦動畫專業學程」；促成與崑山科技大學開辦「動畫學士後學位學程」。

- 推動樂陞科技於高雄駁二特區設立「遊戲美術服務中心」，並與南部教學單位進行產學合作；促成智崴資訊與崑山科技大學進行「飛行體感模擬劇場之數位內容產品」產學合作案；促成國際遊戲引擎大廠Unity來台認證國內10所大專院校與2家培訓業者之專業種子師資。

② 數位學習產業跨域躍升計畫：

- 輔導產業學習創新與跨域創新，促成數位學習產業總產值成長達573億元，較2012年465億元成長23%。
- 輔導產業輸出國際，帶動數位學習產業國際營收達120億元，較2012年78億元成長54%，而產業外銷值規模占總產值達21%（101年為17%）。
- 輔導中堅企業仁翰資訊公司與越南企業合作，銷售200萬個線上英語學習雲帳戶（該廠商近年在臺灣市場銷售線上英語學習帳戶累計僅約4萬個帳號），並培訓在地師資。有助臺灣持續開發適合越南在地使用之數位教材，帶動國內數位學習相關就業機會。此外國內其他相關業者亦拓銷2,000間智慧教室相關產品，促成產業一條龍擴散國際。
- 促成臺菲（菲律賓）於第19屆經合會議雙邊簽署科技化服務意向書補充文件（語言訓練、技能教育訓練、雲端服務等），另菲律賓金屬加工切割中心洽商導入臺灣仁翰資訊公司工具機訓練（模擬機＋訓練）。此外，促成新加坡電信整合商與我國廠商，以幼教、品格教育電子書，進入當地市場。
- 推動臺北市大安與文山App園區，培育33個團隊，95位青年創業，4個新創公司，促成區域合作，帶動產業創新。
- 運用名師直播，突破偏鄉場域與師資不足，促進城鄉學習機會均等，辦理70場正規教育、80場課後直播教學服務，達3離島（屏東琉球、金門、澎湖）14縣市（新北市、臺中市、臺北市、臺南市、花蓮縣、金門縣、南投市、屏東縣、桃園縣、雲林縣、新竹市、嘉義縣、彰化縣、澎湖縣）42校，共計11,874位學生人次參與受惠。
- 輔導勝典公司獲得美國Brandon Hall Best Results of a Learning Program最佳學習成效類金牌獎。哈瑪星公司獲得在香港舉辦之2013亞太資通訊科技奧斯卡獎（APICTA Award）。此外執行計畫團隊（資策會）亦以網路服務平台獲日本Good Design G-Mark設計獎與日本e-Learning大賞Asia e-Learning Forum Award獎，促成國際接軌並提高國際聲譽。

③ 數位內容產業應用與健全環境推廣計畫：

- 辦理4場國際拓銷活動，共計參與香港國際影視展、中國國際數碼互動娛樂展覽會、德國科隆遊戲展、韓國G-STAR遊戲展。廠商參與踴躍，總共吸引37家次報名，簽署112份MOU，潛在合作金額達新臺幣9.12億元。
- 辦理2013臺北國際數位內容交流會Digital Taipei，與會人數達2,376人次，辦理389場一對一商談會，共計簽署MOU43件，潛在合作金額達2.97億元。

- 輔導8件次作品入圍國際動畫競賽，包括「童樂」入圍韓國SICAF首爾國際動漫節學生影片項目及匈牙利PRIMANIMA動畫節短片；「大貓」、「童樂」、「雲端上的男孩」、「冥天」、「追球人」、「Eat up」等五部作品入選羅馬尼亞Kinofest 2013國際數位影展，分別為動畫與PANORAMA ASIA。
- 透過遊戲分級登錄的機制，審查大陸遊戲是否經我國業者代理。未經登錄之遊戲軟體，將不得在我國境內進行相關行銷活動。大陸遊戲登錄資訊總計594筆，審核通過310筆，不通過284筆，不通過率達48%。
- 提升遊戲軟體內容分級的正確率，總計115款遊戲分級適切性查核；經測試及委員審議結果，有66款遊戲軟體符合分級。

（五）設計產業發展旗艦計畫

設計產業旗艦計畫的願景為「使臺灣成為亞太地區具有知識運籌能力之創意設計重鎮」，計畫實施策略包含四大策略：運用設計協助產業創造價值、協助設計服務業拓展國內外市場、整備設計產業發展環境、推廣設計價值提升臺灣國際形象。

重要執行成果包括臺灣設計產業翱翔計畫、創意生活產業發展計畫、商業設計發展計畫等三項計畫成果：

① 臺灣設計產業翱翔計畫：

- 辦理設計諮詢及深度診斷536案，提供適切的創新設計策略媒合服務；透過媒合洽商會等方式提供媒合服務230案。
- 帶領128家國內設計服務業者參加法國巴黎家飾展等國內外專業展會共8場次，促進國際設計媒合88案，成交金額約新臺幣1.38億元。
- 辦理及參與日本設計學會年會暨研討會等國際設計研究組織活動7場次，並發表研究成果4案。
- 辦理智慧居家設計知識與技術研究，透過居家安全系統與醫療院所之服務串聯，讓醫療院所之服務線上化與整合效率提升，以提高醫生診斷之正確性與效率，為打破診療空間上的限制，並伴隨APP之普及、穿戴式智慧型裝置發展快速，加速了mhealth的發展，作為未來政府積極推動醫療產業轉型與深化之方向參考。
- 辦理日本東京「設計通路學 市場經營術」等設計菁英前瞻趨勢國際培訓3班次，計31名在職設計師、設計主管、企業主管參與培訓。
- 辦理「打開服務設計的秘密」等6班次設計整合人才培訓，計培訓273名學員。
- 協助廠商參加國際四大設計競賽獲獎數達307件，提升得獎廠商國際知名度，擴大市場占有率。

② 創意生活產業發展計畫：

- 評選創意生活事業：辦理創意生活事業評選44家、創意生活事業授證暨影音競賽表揚典禮1場次、編印創意生活案例專書「Fun遊創意趣旅行」。

- 推動顧客體驗輔導：辦理諮詢訪視案件19案、專家診斷案件14案、專案輔導4案（安妮公主花園、毅太衛浴、中興穀堡、蜜蜂故事館）。
- 行銷生活風格特色：（1）舉辦「翫遊創意賀新年」活動；（2）與TVBS網站進行媒體合作，辦理「我的職人旅遊，看見創意心生活」影音徵件競賽推廣活動1案，計23件作品參與，共吸引3萬7千多個網友投票數。
- 深化產業合作交流：（1）辦理產業社群觀摩交流；（2）因應國內外自由行旅遊市場，與臺灣大旅行有限公司合作，串聯創意生活產業異業結盟推薦20條遊程，約30家廠商參加，開拓市場商機；（3）結合臺灣國際文化創意產業博覽會，辦理「Fun遊創意趣旅行—體驗職人之美」主題成果展，共有19家創意生活事業共同參與，帶動參觀人潮達10萬人。

③ 商業設計發展計畫：

- 建立專業輔導團隊，輔導4家企業品牌形象，促成企業新增產值達1.574億元，以及關聯產業衍生產值約15億元。
- 協助5家文創及商設業者參與「第六屆海峽兩岸（廈門）文化產業博覽交易會」，促進國際設計媒合5案，提升設計產業營業額達2,115萬元，後續促成商業設計業者赴中國大陸北京設立營業據點，並承接3案設計服務案，營業額逾200萬元。
- 辦理國際趨勢課程「Fun設計x綻商機 創意應用論壇」及「跨媒材運用設計創意研習營」2場次，邀請6位國際知名跨領域專業設計大師演講及分享，共計培訓130名學員。
- 辦理「2013臺灣國際平面設計獎」，吸引全球43國家／地區作品參與競賽，報名件數達1,306件，並邀請10位國內外知名設計專家共同評選出25個獎項，有效促進我國商業設計視野開創及國際化。

（六）工藝產業旗艦計畫

「工藝產業旗艦計畫」以掌握工藝創新育成之時代趨勢需求，聚焦於臺灣工藝美感創新的開發及品牌形塑經營，整合異業資源開拓產業行銷，以《工藝美學體驗經濟》理念發展，運用臺灣工藝品之獨特性、美感、優良品質等，打造臺灣優良工藝品牌，形塑其鮮明形象，藉以創造產品差異性及價值，並推廣宣傳國內外。統計2013年所執行之各項計畫所衍生之產值，保守估計至少達20億元：

① 臺灣工藝園區已大致整建完畢：目前已完成草屯園區四個重要館舍開放、工藝旅館委外經營及臺北、鶯歌、苗栗三處外館營運，除提供對外參訪，更成為臺灣工藝教育最重要之基地，2013年度總累計參訪人次為470萬人次。

② 積極拓展行銷通路：主要行銷策略首先為主攻國內市場，接著為國際市場及重要商展。國內部分積極與航空業、旅館業、百貨業、政府單位、國內大型展會等至少23個單位合作或開發伴手禮等；國外部分，規劃6場次國際重要商展及交流展，如中國大陸莆田展、廈門展、法蘭克福消費用品展、米蘭三年展、東京禮品展、日本金澤博物館工藝交流展等，參與國際商展產值達3.4億元。

③ 媒合異業資源合作開發案數：每年均媒合工藝師、設計師等跨界合作開發工藝產品，2013年度至少執行11個產品研發計畫，開發182件作品。



竹藝研究會暨人才培育作品成果發表會

④ 培育工藝卓越人才：提供工藝業者在職進修及大專院校學生學習工藝及研發工藝產品之機會，未來將成為地方產業之工藝種子教師，2013年度至少培育739人以上。後續更組織結訓學員組成工藝研究會，進行產品研創及行銷，目前計有8類工藝研究會，會員280人，2013年產值約達新臺幣2,205萬元以上。



2013太陽祭系列活動—原民工坊源薪文化藝術團演出賽德克巴萊（新北市立十三行博物館圖片提供）

第二篇

個別文創產業發展現況與趨勢

一、視覺藝術產業
二、音樂及表演藝術產業
三、文化資產應用及展演設施產業
四、工藝產業
五、電影產業
六、廣播電視產業
七、流行音樂及文化內容產業
八、出版產業
九、廣告產業
十、產品設計產業
十一、視覺傳達設計產業
十二、設計品牌時尚產業
十三、建築設計產業
十四、創意生活產業
十五、數位內容產業



前言

本年報所繪製之產業鏈採用聯合國教科文組織之文化循環概念，從創意、生產／製作、傳播、展示／接收，並對照各文創產業在稅務行業標準分類上的行業別進行描繪，以利讀者在產業鏈概念與統計範疇能相互對照了解。

文創產業性質特殊，多數透過文化循環傳遞創意至消費者手中，兼具製造業與服務業的特性。本年報雖為完整從文化循環的概念描繪個別產業，但文化循環的部分階段其實並不容易區分、切割為單一個別產業，文創部分產業間互依共生，難以單獨切割開來。為避免重複，本年報仍將單一稅務行業標準分類歸類為一特定產業別，讀者在使用相關數據資料時，可依據完整的產業鏈圖像，針對跨產業共通、重疊的部分另進行解讀。

臺灣文化創意產業分為15項次產業，個別產業間的特性差異大，有直接面對消費者的視覺藝術、表演藝術、文化資產應用及文化展演設施、工藝、電影、廣播電視、流行音樂及文化內容、出版、設計品牌時尚、建築設計、創意生活、數位內容，也有以服務產業為主的廣告、產品設計、視覺傳達設計。

不同型態的文創產業在近年來受到不同發展因素的影響，外銷比重高的產業受到歐美及中國大陸景氣影響大，以服務產業為主的產業也會受到上游客戶國際布局的影響，內銷為主的產業受國內經濟成長率及消費者信心所左右。以下將逐一檢視個別文創產業在2013年的發展樣貌。

視覺藝術產業

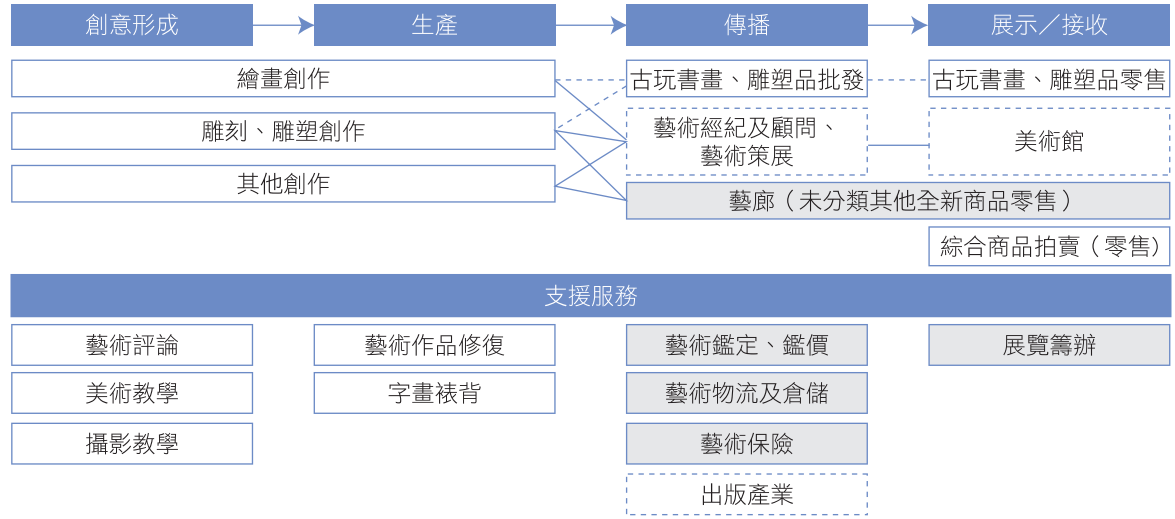
一、產業鏈及產業範疇

視覺藝術產業是指從事繪畫、雕塑及其他藝術品的創作，藝術品拍賣零售、藝廊，藝術品展覽、經紀代理，藝術品公證鑑價、藝術品修復等之行業。

從產業鏈觀察，視覺藝術產業之創意及生產端最主要包括繪畫創作、雕刻及雕塑創作、其他創作；週邊支援服務則包括藝術評論、美術教學、攝影教學、藝術作品修復、字畫裱背等行業。傳播端的次產業則為視覺藝術作品之批發及零售，包括古玩書畫及雕塑品批發、藝術經紀及顧問、藝術策展、藝廊；週邊支援服務則包括藝術鑑定及鑑價、藝術物流及倉儲、藝術保險、出版產業。產業鏈下游的展示／接收端則包括古玩書畫、雕塑品零售、美術館、藝廊、藝術品拍賣業等；週邊支援服務則有展覽籌辦（藝術博覽會籌辦）。

產業鏈之中，藝廊善於對藝術家進行學術研究、宣傳推廣和展覽參賽，身兼藝術經紀人，可代理推廣藝術家，而同時也是視覺藝術產業中最重要的通路之一。而藝術品拍賣行則是藝術品的二次流通市場，拍賣的成交價格往往是觀察藝術市場表現的重要指標之一。

圖2—1　視覺藝術產業之產業鏈範疇



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線及虛線連結，分別用以表示現階段產業中的主要及次要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

依據財政部稅務行業標準分類第七次修訂，視覺藝術產業包括古玩書畫及雕塑品之批發、零售、綜合商品拍賣（零售）、美術教學、攝影教學、繪畫及雕刻與雕塑創作、其他創作、藝術品修復及字畫裱背等十二項行業。

表2—1　視覺藝術產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
4699—19	古玩書畫批發	古玩書畫批發
4699—20	雕塑品批發	包括印章、雕刻品等批發
4719—15	綜合商品拍賣（零售）	1.包括從事代為拍賣畫作、書法、雕塑、珠寶、首飾、家具、裝設品等各類型商品之綜合商品拍賣 2.從事代為拍賣單一類型商品者應依照其所拍賣商品類型分別歸入G大類「批發及零售業」之適當類別
4852—18	雕塑品零售	包括印章、雕刻品等零售
4853—11	古玩書畫零售	古玩書畫零售
8572—11	美術教學	美術教學
8572—15	攝影教學	攝影教學
9010—11	繪畫創作	包括版畫等創作
9010—16	雕刻、雕塑創作	雕刻、雕塑創作
9010—19	藝術作品修復	藝術作品修復
9010—20	藝術評論	藝術評論
9010—99	其他創作	包括錄像、裝置、新媒體、環境、行為、觀念、攝影藝術等創作
9690—20	字畫裱背	字畫裱背

註：與2013年年報相比，本年報增列4719—15綜合商品拍賣（零售）、8572—15攝影教學、9010—99其他創作，主要考量該三業屬於視覺藝術產業之一環。

資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

二、產業數據分析

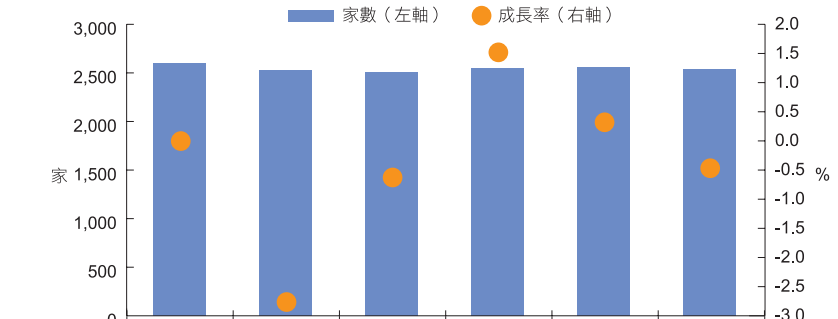
視覺藝術為文化創意產業的核心創意來源之一，具有蒐藏性的特點，因此衍生出藝術品修復、倉儲、運輸、包裝等相關週邊服務，而展示及交易的功能，亦須透過鑑價制度、經紀代理等核心業務讓作品能夠在市場上交易流通，產生經濟活動。

就目前視覺藝術產業的廠商家數及營業額觀察，自2008年至2013年廠商家數變動大抵呈現持平情況，2008年為2,595家，2013年為2,541家。在營業額表現方面，2008～2009年遭遇金融海嘯之後，營業額呈現持續成長的趨勢；整體產業之營業額自2009年約新臺幣38億元成長至2013年約新臺幣63億元。平均每家廠商營業額也由2008年的新臺幣185.51萬元成長至2013年的新臺幣246.74萬元。

此外，為考量以行業代碼來彙整財稅資料有其方法的侷限性，故本年報以2011年工商普查視覺藝術產業母體資料，彙整核心廠商2011年至2013年的營業額。2013年營業額為新臺幣67.61億元，年成長率為12.53%。觀察其近三年的營業額表現趨勢，大抵與依稅務行業代碼彙整得出的數據一致，皆呈現逐年成長的情況。

圖2—2　2008～2013年視覺藝術產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



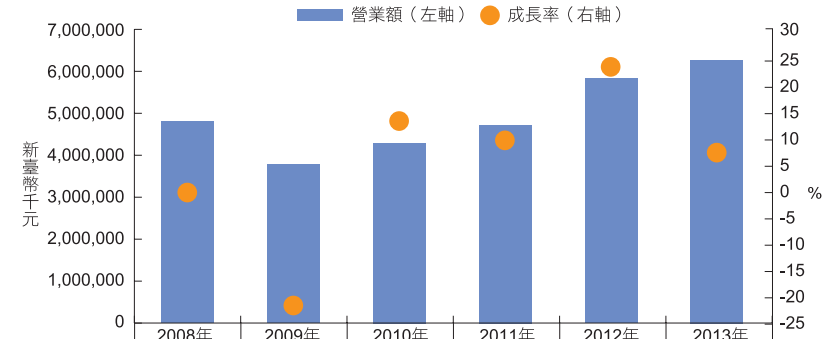
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	2,595	2,523	2,507	2,545	2,553	2,541
成長率（右軸）		-2.77%	-0.63%	1.52%	0.31%	-0.47%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—3　2008～2013年視覺藝術產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



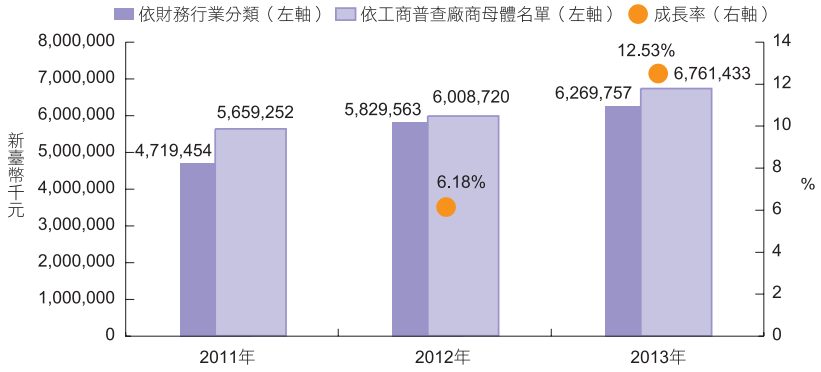
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	4,813,952	3,778,861	4,292,316	4,719,454	5,829,563	6,269,757
成長率（右軸）		-21.50%	13.59%	9.95%	23.52%	7.55%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—4　2011～2013年視覺藝術產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「藝術品展售、交易及策展」之廠商。

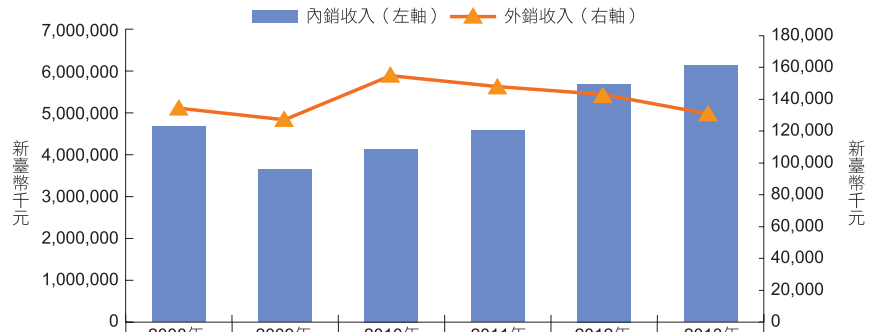
2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

在內、外銷表現方面，視覺藝術產業仍以內銷為主，2013年內銷收入約新臺幣61億元，占總營業額約97.94%；因內銷收入占整體產業營業額極高比重，因此內銷收入近六年的表現趨勢與整體產業的總營業額走勢大致相同。外銷金額表現部分，則是自2010年以來持續下滑，與內銷收入表現趨勢相左。

圖2—5　2008～2013年視覺藝術產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	4,681,031	3,653,156	4,138,906	4,572,866	5,687,999	6,140,524
外銷收入（右軸）	132,920	125,705	153,410	146,588	141,564	129,234

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

個別文創產業發展現況與趨勢

視覺藝術產業各次產業的2013年營業額表現，除了雕塑品零售、其他創作、字畫裱背等呈現營收衰退之外，其餘次產業的營業額皆為成長。次產業之中，近六年營業額表現與整體產業呈持續成長趨勢相同者，包括綜合商品拍賣（零售）、古玩書畫零售、美術教學、雕刻及雕塑創作、藝術評論等次產業。

表2—2　2008～2013年視覺藝術產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
古玩書畫批發	營業額	144,206	148,782	109,096	120,186	118,981	144,341
	成長率	-	3.17%	-26.67%	10.17%	-1.00%	21.31%
雕塑品批發	營業額	280,696	250,445	354,970	378,015	371,275	430,059
	成長率	-	-10.78%	41.74%	6.49%	-1.78%	15.83%
綜合商品拍賣（零售）	營業額	13,777	15,742	16,383	17,022	19,046	41,702
	成長率	-	14.26%	4.07%	3.90%	11.89%	118.95%
雕塑品零售	營業額	1,429,246	1,357,582	1,399,686	1,520,856	1,511,235	1,455,989
	成長率	-	-5.01%	3.10%	8.66%	-0.63%	-3.66%
古玩書畫零售	營業額	2,179,388	1,399,937	1,750,521	1,886,266	2,912,094	3,237,196
	成長率	-	-35.76%	25.04%	7.75%	54.38%	11.16%
美術教學	營業額	502	1,087	1,576	1,691	2,341	3,563
	成長率	-	116.53%	44.99%	7.30%	38.44%	52.20%
攝影教學	營業額	493	261	2,448	427	319	386
	成長率	-	-47.06%	837.93%	-82.56%	-25.29%	21.00%
繪畫創作	營業額	10,508	14,044	27,436	18,760	23,365	38,846
	成長率	-	33.65%	95.36%	-31.62%	24.55%	66.26%
雕刻、雕塑創作	營業額	1,931	1,851	1,957	2,789	3,946	32,105
	成長率	-	-4.14%	5.73%	42.51%	41.48%	713.61%
藝術作品修復	營業額	-	-	-	-	-	1,749
	成長率	-	-	-	-	-	-
藝術評論	營業額	41,318	47,049	55,773	65,273	69,163	268,296
	成長率	-	13.87%	18.54%	17.03%	5.96%	287.92%
其他創作	營業額	380,312	227,777	255,774	374,144	454,109	281,046
	成長率	-	-40.11%	12.29%	46.28%	21.37%	-38.11%
字畫裱背	營業額	331,574	314,304	316,695	334,023	343,688	334,479
	成長率	-	-5.21%	0.76%	5.47%	2.89%	-2.68%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.承上，以綜合商品拍賣（零售）為例，該業為藝術品交易的二級流通市場，其2013年營業額僅新臺幣4,170.2萬元，與拍賣業實際成交金額相差甚多。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

此外，近年來藝術博覽會已成為藝術品一級市場的重要銷售管道，以「Art Taipei台北國際藝術博覽會」為例，2013年參展藝廊家數雖然些微減少，參觀人次亦減少，但成交金額保持約11億元，平均每參展藝廊的成交金額應有所成長。

表2—3　2012～2013年台北國際藝術博覽會相關資訊

（單位：萬人、新臺幣億元、家）

	2012年	2013年
參觀人次	5萬人	3.5萬人
成交金額	近11億元	近11億元
參展藝廊家數	150家	148家

資料來源：「Art Taipei台北國際藝術博覽會」歷年官方網站，本年報整理。

視覺藝術產業的通路平台除了藝廊以外，拍賣公司為視覺藝術作品的二次流通市場。以景薰樓、中誠、羅芙奧、金仕發、藝流國際等五大主要拍賣廠商為觀察對象，2013年的拍賣總成交金額約新臺幣18.36億元，較2012年的新臺幣20.99億元衰退12.52%。以春、秋兩季拍賣情況來看，2013年春拍成交金額較2012年成長，但秋拍成交金額則較2012年下滑。

表2—4　2012～2013年臺灣主要拍賣行成交率及成交金額

（單位：%、新臺幣元）

		景薰樓	中誠國際	羅芙奧	金仕發	藝流國際	合計
2012春季拍賣會	拍賣／成交件數	142/115	189/147	145/111	147/108	256/177	879/658
	成交率（%）	80.99	78.31	76.55	73.47	69.14	74.86
	成交金額（新臺幣億元）	1.92	1.34	3.36	1.38	1.32	9.31
2012秋季拍賣會	拍賣／成交件數	160/140	201/160	142/113	156/*	190/144	849/*
	成交率（%）	87.5	81.22	78.58	*	75.79	*
	成交金額（新臺幣億元）	1.38	1.36	4.80	1.56	2.59	11.68
2013春季拍賣會	拍賣／成交件數	186/154	201/165	152/135	157/126	291/178	987/758
	成交率（%）	83	82.91	88.82	80.25	61.168	76.8
	成交金額（新臺幣億元）	1.53	1.43	4.13	0.95	2.11	10.14
2013秋季拍賣會	拍賣／成交件數	182/153	206 /165	189/162	166/117	309/192	1,052/789
	成交率（%）	84	80.1	85.71	70.56	62.33	75
	成交金額（新臺幣億元）	1.35	1.63	4.93	0.65	1.29	8.22

註：*號表示業者未提供公開資料。

資料來源：各拍賣廠商官方網站，本年報整理，2014年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

整體而言，2013年藝術市場表現呈現持續成長。目前視覺藝術產業的發展除了受到整體經濟景氣表現影響較大之外，也受到香港、中國大陸藝術市場的連動影響。近年香港、中國大陸等藝術市場交易熱絡，藝術品成交價格不斷攀升，也影響到國內高端市場的表現。在2013年拍賣市場中，雖然總成交金額下滑，但高價作品的成交價格仍持續成長；前者主要受到許多收藏家將收藏作品送至香港拍賣的影響，後者高端藝術品的價格走向則明顯受到香港、中國大陸拍賣成交價格的連動影響。

（二）發展趨勢

1.新興中小型藝廊紛紛設立

近幾年藝術品初級市場的活躍發展也帶動許多新藝廊設立，這些新成立的藝廊經營規模不大，大部分資本額是在新臺幣1,000萬元（含）以下，主要是由藝術愛好人士及收藏家開設，前者所經營的新藝廊，大多以經紀、行銷年輕藝術家為重心，而後者的經營活動則是以銷售收藏家自己過去的收藏品為主。此一現象也反映了業內人士看好國內藝術市場的長期發展。

2.藝術品拍賣市場透露隱憂

以前述五大拍賣行2013年的拍賣表現，總拍賣件數雖然成長，但是總成交金額卻呈現衰退，反應了藝術品拍賣市場的整體平均拍賣價格較2012年下滑。再加上五大拍賣行2013年總成交金額較前一年下滑一成多的情況，顯示出藝術品拍賣市場的成長力道有趨緩的跡象。影響藝術品拍賣市場的關鍵是徵件，由於稅制問題，國內業者及收藏家多將高價的藏品送至香港拍賣，近幾年國外拍賣行也積極來臺爭取徵件，國內拍賣市場明顯受到國際競爭的壓力。

3.藝廊業積極開拓國際市場

近幾年藝廊業積極參與國際藝術博覽會，包括香港巴塞爾藝博會、倫敦藝術博覽會等等，雖然參與國際知名藝博會通常參展的成本較高，且銷售經常很難與成本持平，但藝廊業者基於建立品牌形象與藏家族群的長期觀點，多願意積極地參與國際知名藝博會。文化部也從幫助臺灣藝術家在國際市場上爭取更高能見度的政策考量，提供臺灣藝廊申請參加國際藝博會的經費補助。

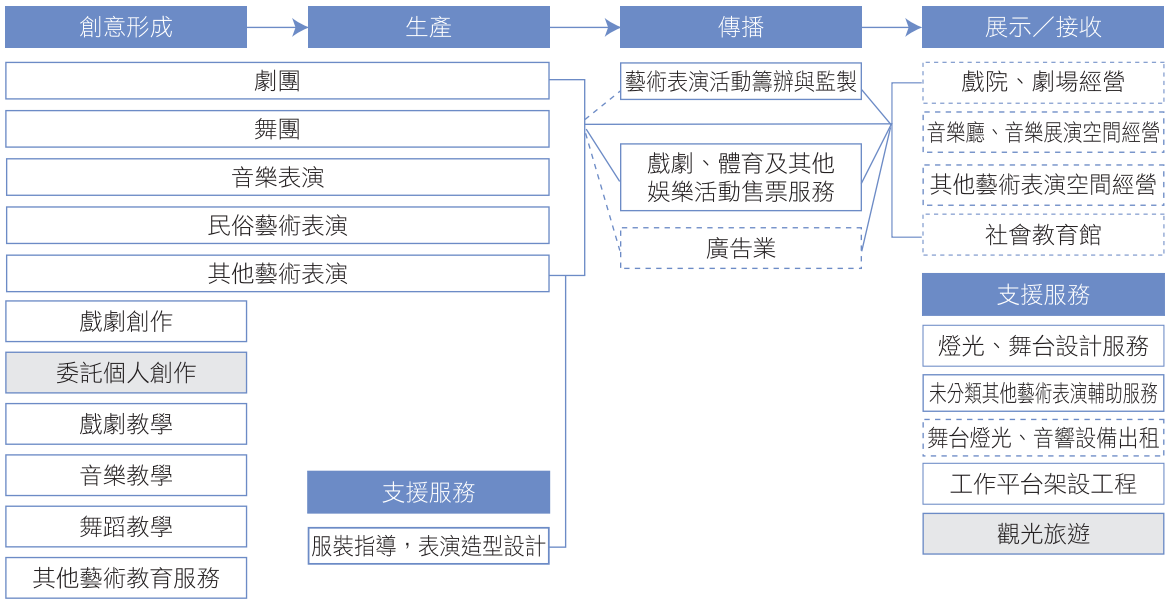
音樂及表演藝術產業

一、產業鏈及產業範疇

音樂及表演藝術產業是指從事音樂、戲劇、舞蹈之創作、訓練、表演等相關業務、表演藝術軟硬體（舞台、燈光、音響、道具、服裝、造型等）設計服務、經紀、藝術節經營等行業。依據藝術表現型態，音樂及表演藝術大致可區分為音樂、舞蹈、現代戲劇、傳統戲曲等四大創作與表演類別。而就產業的概念來看，則包括圍繞著這四大創作與表演類型所衍生的經營與週邊支援服務等經濟活動。

從產業鏈的角度來看，本產業包含上游之創意形成端的教學、創作，以及由表演團體委託個人工作室執行表演內容設計與創作；產業鏈中游生產端的樂團、劇團、各類型表演團體通常也肩負創意形成的角色，而相關週邊支援服務的提供者則包括服裝指導，表演造型設計；中下游的傳播端則包括負責籌辦與監製藝術表演活動的藝術經紀事業，以及提供售票服務兼行銷廣告的訂售票系統行業；產業鏈下游的展示／接收端則包括相關室內及戶外展演設施的經營行業，亦包括燈光、舞台之設計與設備批發出租，工作平台搭設、以及觀光旅遊等業者提供支援服務。

圖2—6　音樂及表演藝術產業之產業鏈範疇



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線及虛線連結，分別用以表示現階段產業中的主要及次要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

依財政部稅務行業標準分類第七次修訂之行業代碼，本年報之音樂及表演藝術產業所涵蓋的行業代碼、名稱及定義如下所示：

表2—5　音樂及表演藝術產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
4390—13	工作平台架設工程	包括非供興建、改建、修繕等營造目的使用之架設工程，如臨時舞台架設、戲台竹棚架設等工程
7900—12	戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務	包括代訂運動票務、代訂藝文展演票務等
8572—12	戲劇教學	戲劇教學
8572—13	音樂教學	音樂教學
8572—14	舞蹈教學	舞蹈教學
8572—99	其他藝術教育服務	
9010—14	戲劇創作	包括劇本等創作
9020—11	劇團	包括戲劇、歌劇、歌舞劇、話劇、國劇、地方戲、皮影戲、木偶戲、布袋戲、歌仔戲等
9020—12	舞團	包括舞蹈演出等
9020—13	音樂表演	包括樂團、交響樂團、歌詠團、歌唱表演、音樂演奏等
9020—15	民俗藝術表演	包括捏麵人、說書、說大鼓、相聲、醒獅團、鑼鼓陣、八家將、宋江陣、跳鼓陣、財神跳加官、電音三太子等
9020—99	其他藝術表演	包括魔術表演、馬戲團、雜技表演、水（冰）上節目演出等
9039—11	藝術表演活動籌辦與監製	包括節目安排等
9039—12	服裝指導、表演造型設計	服裝指導、表演造型設計
9039—13	燈光、舞台設計服務	包括燈光指導、舞台搭建、劇場設計等
9039—99	未分類其他藝術表演輔助服務	

註：1.與2013年年報相比，本年報增列4390—13工作平台架設工程、8572—99其他藝術教育服務，主要考量該二業屬於音樂及表演藝術產業之一環。

2.戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務、藝術表演活動籌辦與監製、服裝指導、表演造型設計、燈光、舞台設計服務及未分類其他藝術表演輔助服務之營業項目包含音樂及表演藝術以外之活動，如流行音樂。

資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

二、產業數據分析

音樂及表演藝術產業的家數在近六年呈現明顯的成長趨勢，自2008年的1,426家增加至2013年的2,635家，惟成長率自2010年以來有所趨緩，2013年家數年成長率為13.48%。

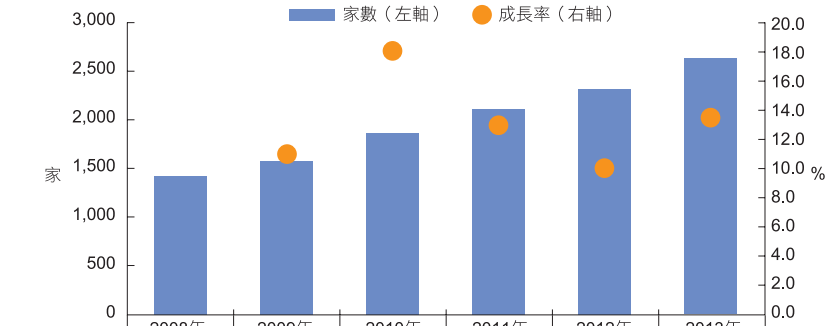
在營業額表現方面，在2009年受到整體經濟景氣不佳的影響，呈現了10.72%的負成長，但其後營收則呈現兩位數的大幅回升。2013年音樂及表演藝術產業整體營業額達到134.87億元，為近六年來最高，年成長率為15.71%。

音樂及表演藝術產業的營收大幅成長，以次產業的表現對2013年整體音樂及表演藝術產業營業額成長率來看，主要來自藝術表演活動籌辦與監製產業的營收大幅成長，其次為其他藝術表演，其餘次產業成長率皆為較低。然而，藝術表演活動籌辦與監製產業的服務對象並不僅限於服務國內表演藝術團體，其他經營項目包含代理國外表演藝術節目引進臺灣、辦理視覺藝術展覽活動以及流行音樂現場演出等節目安排，因此其營收的成長並不一定連動國內表演藝術產業的營收提升；另一方面，儘管戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務營業額於2013年大幅提升至4,010萬元，成長率為54.06%，然該業所提供的售票服務內容橫跨運動、視覺、藝文與娛樂等範疇，該業營業額大幅成長並非全然來自核心音樂及表演藝術產業的貢獻。

在內外銷表現方面，內銷金額自2009年以來緩步成長，自2009年的新臺幣78.53億元成長至2013年的新臺幣133.70億元；外銷部分於2012年來呈現反彈態勢，外銷金額自2012年的新臺幣0.58億元上升至2013年的新臺幣1.17億元。

圖2—7　2008～2013年音樂及表演藝術產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



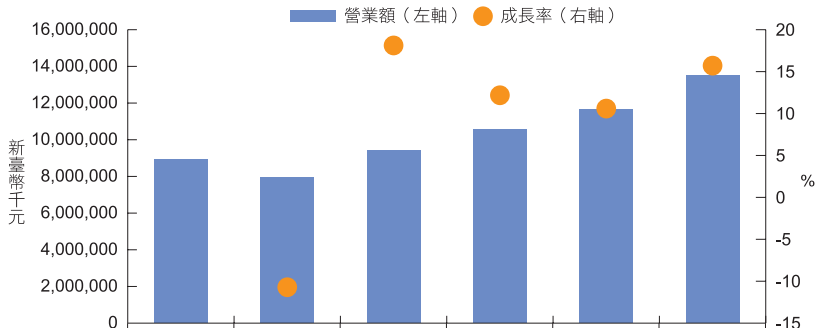
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	1,426	1,583	1,869	2,111	2,322	2,635
成長率（右軸）		11.01%	18.07%	12.95%	10.00%	13.48%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—8　2008～2013年音樂及表演藝術產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	8,909,329	7,954,354	9,395,570	10,539,908	11,656,296	13,487,513
成長率（右軸）		-10.72%	18.12%	12.18%	10.59%	15.71%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

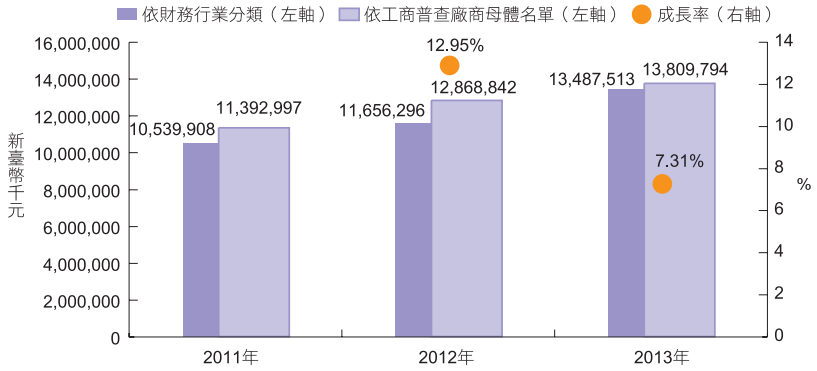
2.戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務、藝術表演活動籌辦與監製、服裝指導、表演造型設計、燈光、舞台設計服務及未分類其他藝術表演輔助服務之營業項目包含音樂及表演藝術以外之活動，如流行音樂。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

以次產業表現來看，營業額占整體產業比重最大者為藝術表演活動籌辦與監製、其他藝術表演等兩項產業。2013年16項次產業營業額皆為正成長，以未分類其他藝術表演輔助服務成長幅度最大，達399.92%，其次為戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務，成長幅度達54.06%。

圖2—9　2011～2013年音樂及表演藝術產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「非流行音樂及表演藝術產業」之廠商。

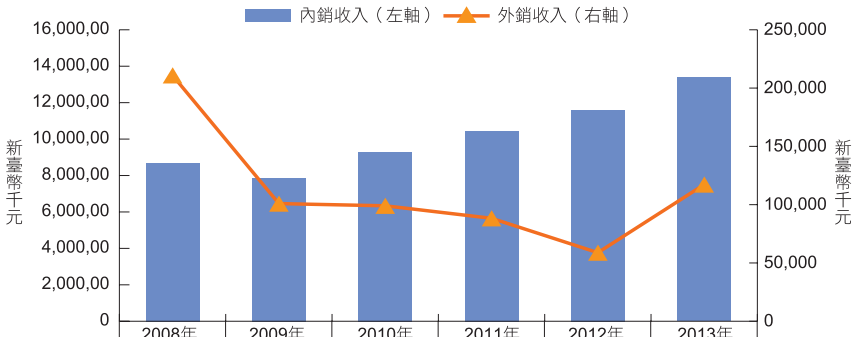
2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

3.戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務、藝術表演活動籌辦與監製、服裝指導、表演造型設計、燈光、舞台設計服務及未分類其他藝術表演輔助服務之營業項目包含音樂及表演藝術以外之活動，如流行音樂，導致財稅代碼與普查母體營業額之間差異。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—10　2008～2013年音樂及表演藝術產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	8,698,421	7,853,441	9,296,538	10,451,599	11,597,465	13,370,268
外銷收入（右軸）	210,908	100,913	99,032	88,310	58,832	117,245

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務、藝術表演活動籌辦與監製、服裝指導、表演造型設計、燈光、舞台設計服務及未分類其他藝術表演輔助服務之營業項目包含音樂及表演藝術以外之活動，如流行音樂。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

表2—6　2008～2013年音樂及表演藝術產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
工作平台架設工程	營業額	34,304	29,153	39,482	57,382	67,396	76,461
	成長率		-15.01%	35.43%	45.34%	17.45%	13.45%
戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務	營業額	21,937	23,369	23,282	24,149	26,030	40,103
	成長率		6.52%	-0.37%	3.72%	7.79%	54.06%
戲劇教學	營業額		0	9	2,161	2,703	5,923
	成長率				24008044.00%	25.09%	119.12%
音樂教學	營業額	4,863	7,346	36,492	123,464	178,881	187,505
	成長率		51.06%	396.72%	238.34%	44.88%	4.82%
舞蹈教學	營業額	9,670	11,577	24,754	34,972	24,667	31,972
	成長率		19.72%	113.82%	41.28%	-29.47%	29.62%
其他藝術教育服務	營業額	61,834	29,109	115,937	164,107	199,085	210,860
	成長率		-52.92%	298.28%	41.55%	21.31%	5.91%
戲劇創作	營業額						507
	成長率						
劇團	營業額	839,331	628,201	840,995	822,682	882,996	1,043,983
	成長率		-25.15%	33.87%	-2.18%	7.33%	18.23%
舞團	營業額	42,410	42,944	48,018	39,782	43,292	50,029
	成長率		1.26%	11.81%	-17.15%	8.82%	15.56%
音樂表演	營業額	1,355,302	1,009,962	969,178	767,744	707,641	854,966
	成長率		-25.48%	-4.04%	-20.78%	-7.83%	20.82%
民俗藝術表演	營業額	1,794	3,300	3,166	4,023	4,479	5,594
	成長率		83.96%	-4.06%	27.04%	11.36%	24.89%
其他藝術表演	營業額	1,922,575	1,841,617	2,143,545	2,570,378	2,624,056	2,703,212
	成長率		-4.21%	16.39%	19.91%	2.09%	3.02%
藝術表演活動籌辦與監製	營業額	4,219,498	3,832,501	4,401,246	4,953,835	5,972,704	7,219,168
	成長率		-9.17%	14.84%	12.56%	20.57%	20.87%
服裝指導、表演造型設計	營業額	18,208	25,527	25,706	32,363	35,202	45,225
	成長率		40.20%	0.70%	25.89%	8.77%	28.47%
燈光、舞台設計服務	營業額	364,677	458,208	709,726	916,551	860,069	876,551
	成長率		25.65%	54.89%	29.14%	-6.16%	1.92%
未分類其他藝術表演輔助服務	營業額	12,926	11,538	14,044	26,314	27,095	135,454
	成長率		-10.73%	21.71%	87.38%	2.97%	399.92%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務、藝術表演活動籌辦與監製、服裝指導、表演造型設計、燈光、舞台設計服務及未分類其他藝術表演輔助服務之營業項目包含音樂及表演藝術以外之活動，如流行音樂。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

以資本結構來看，2013年資本額在1百萬元以下的經營家數共1,787家，占整體音樂及表演藝術產業的67.82%（參見附錄二），由此可看出，國內音樂及表演藝術團體多屬小規模經營為主。

2008～2013年期間，整體音樂及表演藝術產業的營業額呈現成長（圖2-8），其中以戲劇體育及其他娛樂活動售票服務、戲劇教學，以及未分類其他藝術表演輔助服務成長幅度最大，顯示我國音樂及表演藝術消費市場日益活絡，促進售票系統業者以及相關週邊支援產業營業額成長。

以供給與需求面來看，在產業的供給端面臨表演團隊較缺乏藝文行政管理及營運人才、藝術經紀人才、公關行銷人才，以及技藝傳承問題；在市場的需求面則面臨大型國際商業展演、多元流行文化演出、中國大陸表演人士及團體在臺演出等遽增的市場競爭。

（二）發展趨勢

1.城市藝術興起，地方團體崛起

除了中央部會對音樂及表演藝術的補助外，地方政府在推廣在地文化上不遺餘力，透過舉辦地方文化藝術節，增加表演藝術團隊曝光以及民眾參與機會；另一方面，各地方政府除文化中心可供表演藝術團隊排練、表演使用外，未來在臺中國家歌劇院以及高雄衛武營藝術文化中心等國家級展演場地啟用後，將促進北、中、南三地音樂及表演藝術產業地方均衡發展。

此外，不論是現代戲劇、傳統戲曲、音樂以及舞蹈，市場對於演出的內容題材接受範圍存在顯著的地區性差異，可以預見，在地方政府長期推廣城市藝術以及普及地方展演設施的趨勢下，音樂及表演藝術團體將朝在地跨業整合的方向發展。

2.跨界藝術崛起，傳統藝術傳承

在「文化創意產業發展方案」的耕耘下，從2010年的「感。動」、2011年的「滲透」、2012年的「雲端冒險」到2013年的「數位啟示錄」，激發出許多音樂及表演藝術與科技結合的可能，也因為跨界結合，成功拓展音樂及表演藝術市場，為業者創造票房收益。相較於現代戲劇跨業整合成功拓展藝術消費市場，在各類型表演藝術產業中，民俗藝術表演營業額相對偏低，可見民俗藝術表演工作者在兼顧文化傳承以及團體經營上更顯艱辛，有待協助民俗藝術表演工作者從演出內容上轉型，包含腳本、造型設計、音樂曲目等，將成為延續傳統表演藝術傳承的關鍵。

文化資產應用及展演設施產業

一、產業鏈及產業範疇

文化資產應用及展演設施產業是指從事文化資產利用、展演設施（如劇院、音樂廳、露天廣場、美術館、博物館、藝術館（村）、演藝廳等）經營管理之行業。

圖2—11　文化資產應用及展演設施產業之產業鏈範疇



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線及虛線連結，分別用以表示現階段產業中的主要及次要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

文化資產應用及展演設施產業大多是為表演、視覺藝術以及其他文化藝術創作提供展演場域。由圖2-11之產業鏈所示，文化資產應用及展演設施產業皆位於展示／接收端，而在創意形成與生產部分，乃是由表演藝術創作者（如：劇團與樂團等）、視覺藝術創作者與其他藝術創作者所組成。而在傳播部分則是由「表演藝術活動籌辦與監製」、「戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務」以及「古玩書畫、雕塑品批發」所組成。由於近來有部分博物館開始從事典藏品授權業務，因此新增「典藏授權」至產業鏈上游之創意形成部分，再由製造商及工藝製作者生產，乃至下游之批發與零售。惟典藏授權狀況較不普遍，故在產業鏈連結上以虛線表示。另外，「藝術經紀及顧問、藝術策展」對於文化資產應用及展演設施產業亦占有重要角色，故將其納入產業鏈中的支援產業。

根據財政部稅務行業標準分類第七次修訂，文化資產應用及展演設施產業包括劇院、劇場經營、音樂廳、音樂展演空間經營、其他藝術表演場所經營、社會教育館及其他博物館、歷史遺址及其他類似機構等五項行業，行業代碼與定義如下所示：

表2—7　文化資產應用及展演設施產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
9031—11	劇院、劇場經營	從事經營戲劇院之行業
9031—12	音樂廳、音樂展演空間經營	從事經營音樂廳之行業
9031—99	其他藝術表演場所經營	從事經營其他藝術表演場所之行業
9103—11	社會教育館	從事保存、維護、陳列、展示（覽）具歷史、文化、藝術或教育價值之文物、古蹟、歷史建築、考古遺址或自然文化景觀之行業
9103—99	其他博物館、歷史遺址及其他類似機構	

資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

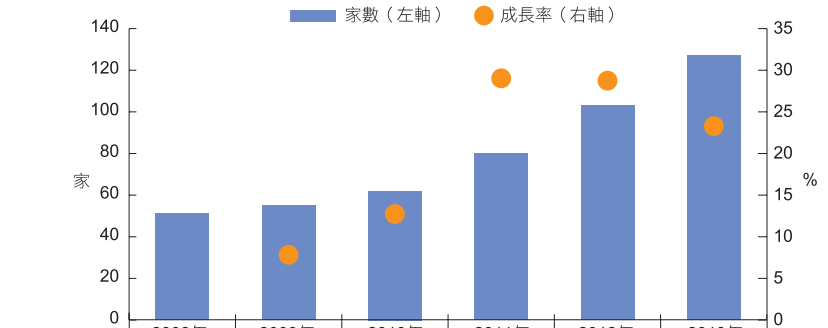
「劇院、劇場經營」、「音樂廳、音樂展演空間經營」及「其他藝術表演場所經營」三項次產業，均有業者從事垂直整合，自行企劃表演節目、販賣版權、劇本、音樂創作、戲劇、音樂製作、傳播發行以及展演之全方位服務，例如：兩廳院；然而其他較為中小型的業者仍多以展演場域的提供為主要項目。「其他博物館、歷史遺址及其他類似機構」則是在從事保存、維護、陳列、展示（覽）具歷史、文化、藝術或教育價值之文物、古蹟、歷史建築、考古遺址或自然文化景觀的同時，也身兼相關傳播發行及研究性質的工作。除此之外，亦有部分博物館開始從事典藏品授權的業務，以增加博物館收入來源，並使博物館的經營更為多元化。

二、產業數據分析

整體文化資產應用及展演設施產業的廠商家數呈現逐年成長的趨勢，2013年成長至127家，2011年至2013年每年成長率皆超過20%，惟2013年之廠商家數成長率23.30%，較2012年28.75%的成長率，其成長幅度略有下滑。在營業額表現方面，文化資產應用及展演設施產業自2008年到2013年之營業額變化起伏相當大，2013年文化資產應用及展演設施產業之營業額成長率為負成長6.05%，顯示2013年整體營業額表現未隨著家數成長而成長，觀察各次產業數據，主要是由於「音樂廳、音樂展演空間經營」營業額衰退1.55億元的影響所致。

圖2—12　2008～2013年文化資產應用及展演設施產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	51	55	62	80	103	127
成長率（右軸）		7.84%	12.73%	29.03%	28.75%	23.30%

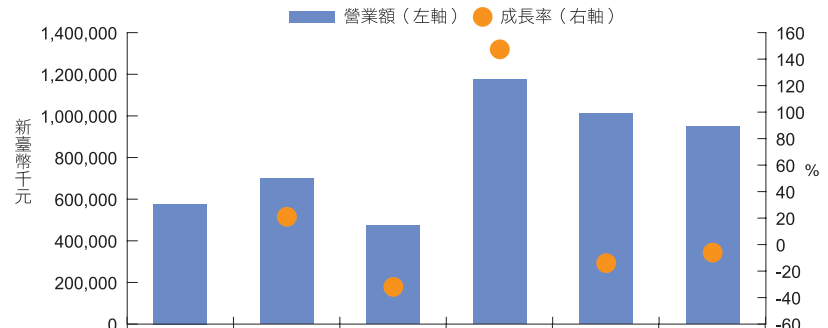
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.廠商家數與實際情況有低估的現象，其可能原因為許多展演空間多採複合式經營，因此廠商申報未歸類在文化資產應用及展演設施產業。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—13　2008～2013年文化資產應用及展演設施產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	576,787	697,877	475,025	1,175,130	1,010,439	949,336
成長率（右軸）		20.99%	-31.93%	147.38%	-14.01%	-6.05%

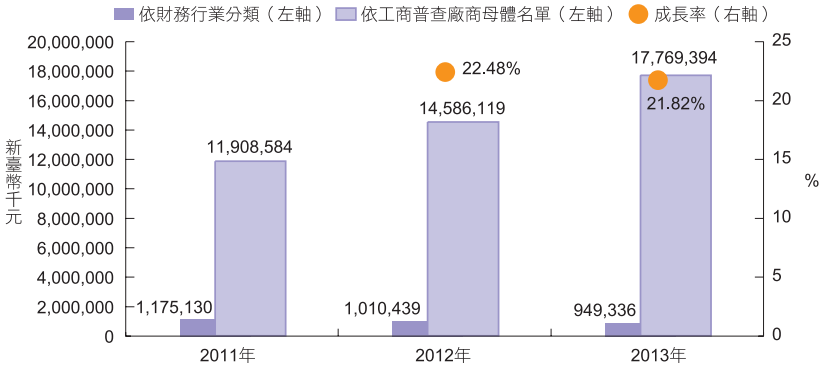
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.由於許多公部門文化展演設施逐漸採取委外經營，承接業者主要經營項目未必為本業，故整體產業歷年營業額起伏劇烈，顯示資料有其限制存在。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—14　2011～2013年文化資產應用及展演設施產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「文化資產應用及展演場所經營」之廠商。

2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

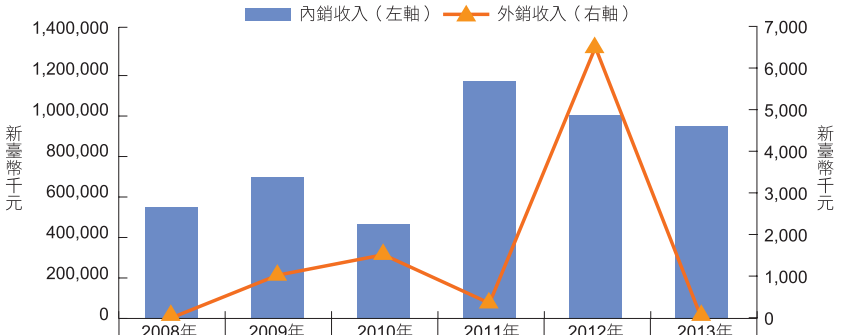
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

由於近年來多數展演設施場館開始採取委外的經營模式，而所承包營運的廠商其所屬產業並非文化資產應用及展演設施產業，此種由其他產業領域跨足而來的廠商，難以透過財稅統計資料所呈現，因此由工商普查母體之產業營業額較依據稅務行業分類統計要高出許多。依據工商普查母體資料，在2013年工商普查母體資料顯示，年營業額成長率為21.82%，而稅務行業分類統計資料為負成長6.05%，主要是由於財稅統計資料所無法涵蓋的委外經營廠商在場館的經營行為。

在內、外銷收入表現方面，文化資產應用及展演設施產業以內銷為主，自2008年到2013年，內銷占總營業額之比重皆超過99%，2008年與2013年兩個年度無外銷收入，而所有之外銷收入來源皆來自於「其他表演藝術場所經營」。

圖2—15　2008～2013年文化資產應用及展演設施產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	576,787	696,855	473,511	1,174,781	1,003,941	949,336
外銷收入（右軸）	0	1,022	1,514	349	6,498	0

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.外銷收入來源僅來自「其他表演藝術場所經營」。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

表2—8　2008～2013年文化資產應用及展演設施產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
劇院、劇場經營	營業額	8,916	21,600	22,860	18,494	11,013	46,882
	成長率		142.25%	5.83%	-19.10%	-40.45%	325.68%
音樂廳、音樂展演空間經營	營業額	445,686	480,729	192,597	808,439	625,156	469,664
	成長率		7.86%	-59.94%	319.76%	-22.67%	-24.87%
其他藝術表演場所經營	營業額	28,437	49,153	83,950	98,266	112,174	147,825
	成長率		72.85%	70.79%	17.05%	14.15%	31.78%
社會教育館	營業額	-	-	-	-	-	-
	成長率	-	-	-	-	-	-
其他博物館、歷史遺址及其他類似機構	營業額	93,748	146,394	175,618	249,931	262,096	284,965
	成長率		56.16%	19.96%	42.32%	4.87%	8.73%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.社會教育館多數已改為生活美學館。

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

三、 發展現況與趨勢

（一）發展現況

現今文化資產應用與展演設施大致上可分為三類，以展示為主之場館（如：博物館與美術館）、以表演為主之場館（如：兩廳院）以及綜合類型場館（如：文創園區與文化中心）。以表演為主場館為支持表演藝術產業的重要角色，此類型場館多數以場地租借為主要收入來源，亦有許多表演團體自行經營場館並製作節目從事售票演出，但因僅靠門票收益難以支撐其經營支出，因此許多表演場所開始結合一些商業設施以增加其收入來源。

臺灣政府為提升人民生活品質與藝文素養，近年來於各地積極增設各式展演設施場館，而使展演設施產業之廠商家數逐年成長，並推行許多免費之藝文活動供民眾參與，在此政策推動下大幅提升民眾對文化活動的參與程度。雖然觀賞藝文活動的人口增加，但在許多售票活動的參與人次並無顯著提升，因此如何使民眾願意付費觀賞藝文活動乃是未來活化文化資產應用與展演設施產業的重要課題。

（二）發展趨勢

1.完善典藏與藝術授權機制

多數國外博物館其典藏品及藝術授權為館所營收的重要來源，因此其制度已相當完備，而臺灣大多數博物館其主要經費來源仍來自於政府單位之預算，館所本身自籌款項的占比不高，多數皆來自於自營商店或餐飲設施，因此在典藏與藝術的授權方面著力不深。許多場館開始擴展營收來源，而國外典藏授權機制的方式與經驗，將是未來國內館所可借鏡之處。



公立博物館提供場地作為工藝師展示空間，圖為2013新北市全國金屬工藝大賽一金質獎得獎作品一嗅味（創作者：王譽霖）（新北市立黃金博物館圖片提供）

2.團體結合場館

現今臺灣各地區展演設施場館供需狀況差異極大，北部地區場館供不應求，而中南部地區則有許多閒置場館。近年來許多團體因排練與演出空間缺乏，進而開始自行經營場館，此作法不但能增加團體之排練時間，提高演出品質，並且可以自行從事售票演出，不受大型展演場館檔期限制。

3.博物館轉型

由於多數民眾皆以休閒、放鬆以及紓解壓力為出遊動機，因此博物館不應只吸引具教育及研究動機者前往參觀。許多產業博物館以及地方文物館開始與地方居民的生活作結合，培養民眾前往博物館休閒的習慣，在無形中提升其對文化藝術之熟悉度，並提升社區文化藝術之水平。

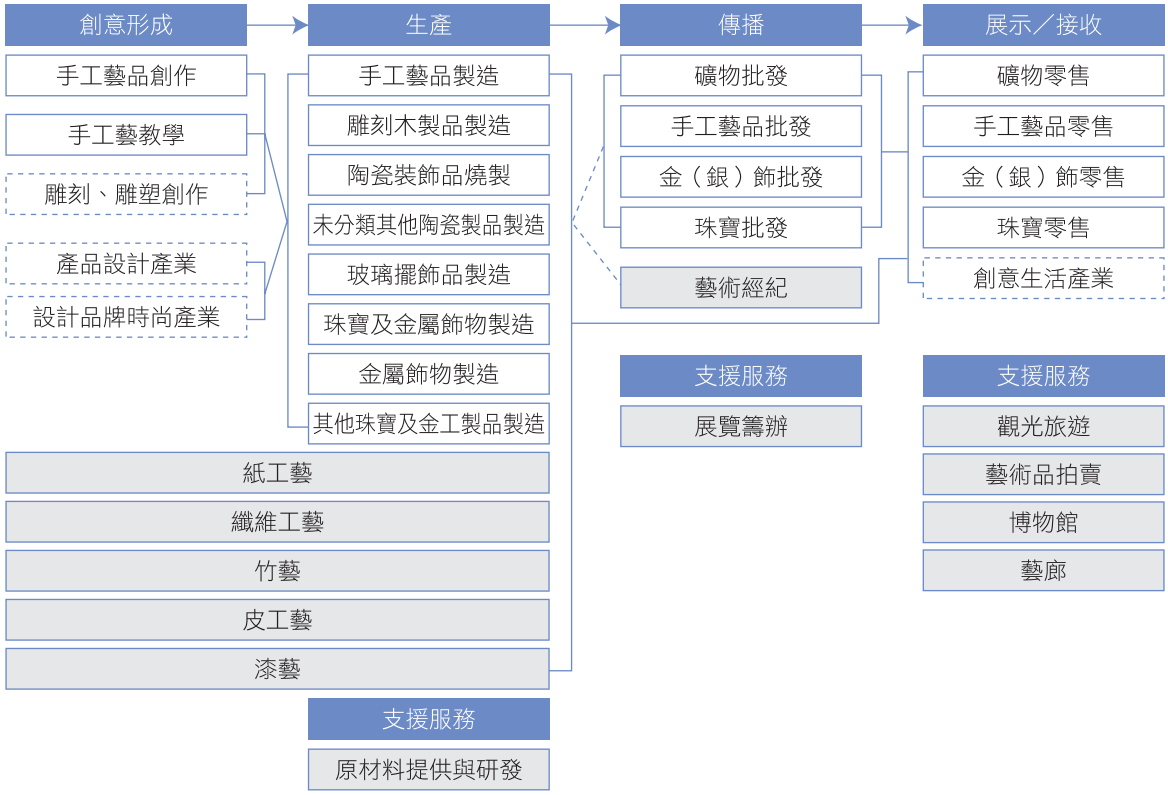
工藝產業

一、產業鏈及產業範疇

工藝產業是指從事工藝創作、工藝設計、模具製作、材料製作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等行業。工藝品為創作者利用各種工具來將各類型的原料或半成品進行加工處理而成之作品；作品本身主要是以手工製作為主、機器量產為輔的功能性生活用品。

而工藝品的類型，依創作材質的不同又可分為十二類：陶瓷、玻璃、金工、漆藝、石藝、木藝、竹籐、纖維、紙藝、皮革、複合媒材與其他。

圖2—16　工藝產業之產業鏈範疇



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線及虛線連結，分別用以表示現階段產業中的主要及次要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

從產業鏈的角度來看，工藝產業包含上游創意形成端的工藝品創作、手工藝教學、雕刻雕塑創作、各類材質創作，以及來自設計業對工藝產品的設計概念，如產品設計、設計品牌時尚；中游生產端的相關工藝品製造與燒製等，以及支援生產的原材料提供產業；中下游傳播端包括相關工藝品的批發物流系統、協助工藝品鑑價及行銷的藝術經紀事業，以及屬於支援服務產業的展覽籌辦；而下游的展示/接收端則包括相關工藝品的零售產業，與飲食文化、工藝文化、流行時尚等體驗有關的創意生活產業，及觀光旅遊、藝術品拍賣、博物館、藝廊等支援服務產業。

依財政部稅務行業標準分類第七次修訂，工藝產業行業代碼與定義如下所示：

表2—9　工藝產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
1409—12	雕刻木製品製造	包括雕花木板、木雕小件等製造及木雕神像製作等
2319—11	玻璃擺飾品製造	玻璃擺飾品製造
2329—12	陶瓷裝飾品燒製	包括陶瓷雕像等燒製
2329—99	未分類其他陶瓷製品製造	包括陶瓷家具、陶水缸、瓷酒瓶等燒製
3391—12	珠寶及貴金屬飾物製造	包括項鍊、耳環、戒指、頭飾等珠寶及貴金屬製之裝飾品製造
3391—13	金屬飾物製造	不包括：貴金屬飾物製造
3391—99	其他珠寶及金工製品製造	包括人造珠寶、金屬錶帶、貴金屬刀具、貴金屬獎牌、貴金屬及珠寶之鈕扣等製造
3399—19	手工藝品製造	不包括非金屬飾物、人造花、羽毛製品複合材質手工藝品製造
4566—11	金（銀）飾批發	包括黃金、白金、白銀等貴金屬製飾品批發亦包括金、銀牌批發
4566—12	珠寶批發	包括鑽石、瑪瑙、翡翠、珍珠、珊瑚等寶石及其飾品批發；亦包括玉首飾批發
4699—16	礦物（寶石、貴金屬除外）批發	包括貝殼紋石品、玩賞石、水晶、天珠等批發
4699—17	手工藝品批發	手工藝品批發
4745—11	金（銀）飾零售	包括黃金、白金、白銀等貴金屬製飾品批發亦包括金、銀牌零售
4745—12	珠寶零售	包括鑽石、瑪瑙、翡翠、珍珠、珊瑚等寶石及其飾品零售；亦包括玉首飾零售
4852—16	礦物（寶石、貴金屬除外）零售	包括貝殼紋石品、玩賞石、水晶、天珠等零售
4852—17	手工藝品零售	手工藝品零售
8572—16	手工藝教學	手工藝教學
9010—17	手工藝品創作	包括皮革、陶瓷、石材、玻璃、纖維（染織）、木製、竹工、紙等創作

註：與2013年年報相比，本年報增列1409—12雕刻木製品製造與3391—13金屬飾物製造，主要考量該兩產業屬於工藝產業之一環，將之列入工藝產業。

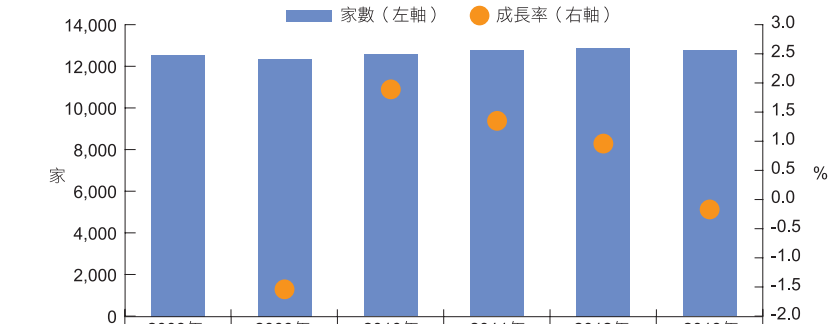
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

二、產業數據分析

工藝產業的廠商家數雖然在2009年受到整體經濟景氣不佳的影響，呈現了1.54%的負成長，但整體來看，近六年呈現逐年緩慢成長，惟自2012年以來家數成長力道有趨緩的情況；2013年工藝產業廠商家數已有1萬2,853家。

圖2—17　2008～2013年工藝產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	12,542	12,349	12,582	12,752	12,875	12,853
成長率（右軸）		-1.54%	1.89%	1.35%	0.96%	-0.17%

註：1.木製、陶瓷產業之上游原材料產業不納入計算範圍。

2.本年報之統計資料以財稅統計資料為基礎，個人或家庭工作室可能有遺漏之虞。

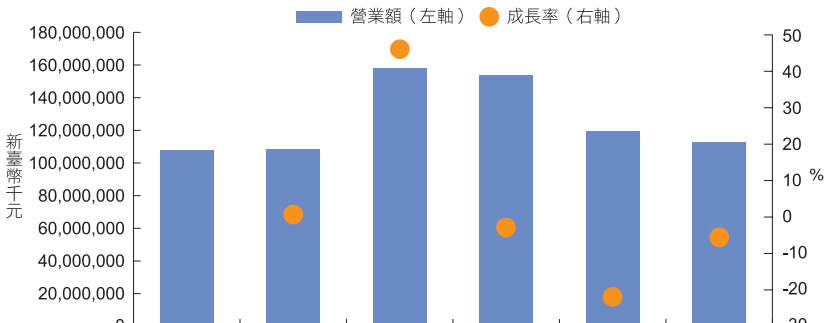
3.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

在營業額表現方面，工藝產業近六年的營收表現呈現先升後降的情況；自2008年成長至2010年的新臺幣1,582.51億元高峰之後逐年下滑，2012年降為新臺幣1,197.16億元，成長率為-22.02%，2013年再降至新臺幣1,130.24億元，成長率為-5.59%。2012年出現較大幅度營業額衰退的主要是因景氣、消費信心的衝擊而受影響；而2013年營業額衰退原因來自金（銀）飾批發及珠寶批發的營收出現衰退所造成。

圖2—18　2008～2013年工藝產業之營業額成長概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	107,813,801	108,523,757	158,250,858	153,516,494	119,715,746	113,024,388
成長率（右軸）		0.66%	45.82%	-2.99%	-22.02%	-5.59%

註：1.木製、陶瓷產業之上游原材料產業不納入計算範圍。

2.本年報之統計資料以財稅統計資料為基礎，個人或家庭工作室可能有遺漏之虞。

3.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

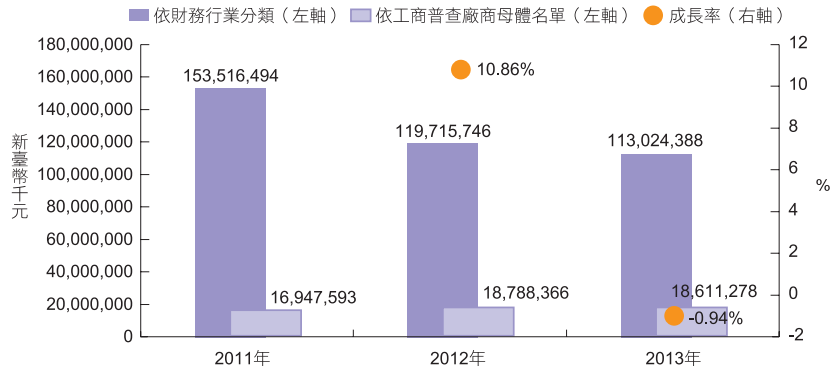
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

個別文創產業發展現況與趨勢

依稅務行業代碼分類資料來看，貴金屬、珠寶等批發與零售產業（包括金銀飾、珠寶、礦物）占了整體工藝產業營業額的53.04%，而且製造生產端可能包含了以大量工業生產的營運模式，無法精確描述以個人工作室為經營型態的營運狀況，故從工商普查所獲得有經營工藝品業務的廠商在此產業之營業額加總，與利用稅務行業標準分類所取得之資料比較，差距甚大。貴金屬、珠寶等批發零售產業占比雖大，但僅是工藝產業鏈其中一環節，因此整體產業的發展狀況容易受到其大幅度衰退而影響。但若以工商普查母體資料所計算之營業額來看，2011年至2013年工藝產業呈現穩定成長的趨勢，與稅務行業分類資料之衰退情形有所差異，主要原因為近年來以大量生產形式的工廠不斷外移，但是個人工作室或社區工藝生活美學在文化部工藝政策的挹注，與工藝研究發展中心的積極推廣下，逐年穩定成長。因此，以普查所掌握之經營工藝品產業的統計，應較符合工藝產業的核心表徵；換句話說，財稅行業分類所得之統計資料可代表廣泛工藝產業，而由普查母體所統計之呈現資料則可認定為核心工藝產業的表現。

圖2—19　2011～2013年工藝產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



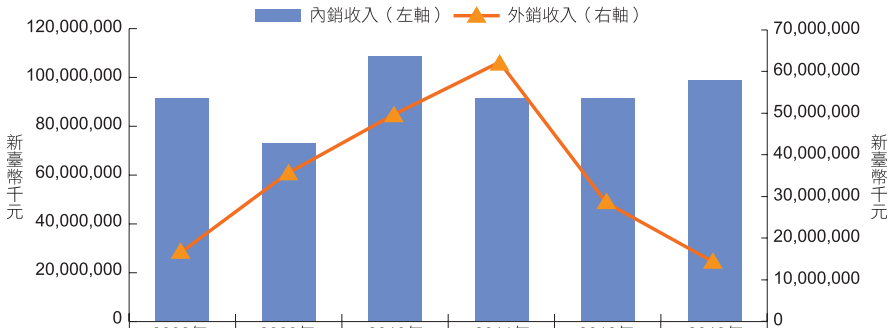
註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「工藝品產業」之廠商。
2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

在內外銷表現方面，整體工藝產業的銷售仍以內需市場為主。內銷自2010年的高峰新臺幣1,091.85億元，雖2011年下滑至新臺幣917.15億元，但隨後2012年逐漸上升，2013年的成長率達8.06%。外銷的表現部分，自2008年至2011年出現較大的成長幅度和趨勢，2011年外銷金額達到新臺幣618.02億元，2012年則下滑至新臺幣279.45億元，成長率為-54.78%；2013年更是明顯下滑至新臺幣138.53億元，成長率為-50.43%，主要是因為珠寶批發（-93.61%）及金（銀）飾批發（-86.23%）之外銷金額的大幅下滑所影響整個外銷表現。

圖2—20　2008～2013年工藝產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	91,851,953	73,549,788	109,184,940	91,714,769	91,770,564	99,171,729
外銷收入（右軸）	15,961,848	34,973,969	49,065,918	61,801,725	27,945,181	13,852,658

註：1.木製、陶瓷產業之上游原材料產業不納入計算範圍。

2.本年報之統計資料以財稅統計資料為基礎，個人或家庭工作室可能有遺漏之虞。

3.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

工藝產業各次產業的2013年營業額表現，陶瓷裝飾品燒製、金屬飾物製造、手工藝品製造、金（銀）飾批發、珠寶批發、手工藝品批發、手工藝品零售、手工藝教學等八個次產業呈現營收衰退，其餘次產業營業額皆為成長。其中2013年金（銀）飾與珠寶批發呈現明顯的衰退，但零售端則是正成長，主要原因為工藝體驗融合百貨業的新服務形式出現，批發商的商業模式開始改變，逐漸轉型兼營終端銷售，因此造成批發與零售呈現相反的發展趨勢。而次產業中，在近三年與整體產業呈現持續衰退趨勢相同者，包括金屬飾物製造與手工藝品製造等次產業；而近三年呈現持續成長趨勢者，則包括珠寶及貴金屬飾物製造、其他珠寶及金工製品製造、礦物（寶石、貴金屬除外）批發、珠寶零售、礦物（寶石、貴金屬除外）零售等次產業。

表2—10　2008～2013年工藝產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
雕刻木製品製造	營業額	12,104,208	9,513,375	11,829,138	12,461,833	12,016,245	12,870,549
	成長率	-	-21.40%	24.34%	5.35%	-3.58%	7.11%
玻璃擺飾品製造	營業額	560,978	454,245	469,864	661,927	580,831	594,994
	成長率	-	-19.03%	3.44%	40.88%	-12.25%	2.44%
陶瓷裝飾品燒製	營業額	970,156	798,455	1,037,177	1,000,041	1,022,901	1,009,636
	成長率	-	-17.70%	29.90%	-3.58%	2.29%	-1.30%
未分類其他陶瓷製品製造	營業額	12,256,818	8,264,326	8,831,102	9,896,179	9,256,730	9,508,898
	成長率	-	-32.57%	6.86%	12.06%	-6.46%	2.72%
珠寶及貴金屬飾物製造	營業額	1,598,961	1,331,911	1,704,161	2,737,329	3,676,086	5,040,666
	成長率	-	-16.70%	27.95%	60.63%	34.29%	37.12%
金屬飾物製造	營業額	4,292,805	3,483,810	4,525,607	4,051,899	3,815,331	3,499,305
	成長率	-	-18.85%	29.90%	-10.47%	-5.84%	-8.28%
其他珠寶及金工製品製造	營業額	2,427,020	1,157,314	1,738,270	1,929,685	3,660,405	3,926,844
	成長率	-	-52.32%	50.20%	11.01%	89.69%	7.28%
手工藝品製造	營業額	1,765,014	1,342,490	1,609,684	1,520,527	1,468,834	1,429,788
	成長率	-	-23.94%	19.90%	-5.54%	-3.40%	-2.66%
金（銀）飾批發	營業額	11,961,842	32,507,534	47,106,356	60,762,487	24,481,570	17,006,736
	成長率	-	171.76%	44.91%	28.99%	-59.71%	-30.53%
珠寶批發	營業額	2,163,325	2,333,966	2,681,966	3,945,651	8,571,916	3,628,805
	成長率	-	7.89%	14.91%	47.12%	117.25%	-57.67%
礦物（寶石、貴金屬除外）批發	營業額	837,503	723,320	770,551	864,713	1,173,106	1,518,606
	成長率	-	-13.63%	6.53%	12.22%	35.66%	29.45%
手工藝品批發	營業額	8,285,109	7,392,709	8,708,798	9,712,238	8,576,534	8,045,104
	成長率	-	-10.77%	17.80%	11.52%	-11.69%	-6.20%
金（銀）飾零售	營業額	36,450,763	27,144,757	53,495,238	25,543,938	19,965,023	21,136,469
	成長率	-	-25.53%	97.07%	-52.25%	-21.84%	5.87%
珠寶零售	營業額	4,609,667	5,177,448	5,634,502	6,996,533	8,520,057	10,583,637
	成長率	-	12.32%	8.83%	24.17%	21.78%	24.22%
礦物（寶石、貴金屬除外）零售	營業額	1,574,141	1,594,168	1,973,011	3,539,676	5,280,719	6,071,843
	成長率	-	1.27%	23.76%	79.40%	49.19%	14.98%
手工藝品零售	營業額	5,938,710	5,288,933	6,116,116	7,864,006	7,607,001	7,113,000
	成長率	-	-10.94%	15.64%	28.58%	-3.27%	-6.49%
手工藝教學	營業額	13,483	10,291	16,156	24,182	38,874	32,742
	成長率	-	-23.67%	56.99%	49.68%	60.76%	-15.77%
工藝品創作	營業額	3,299	4,705	3,159	3,649	3,585	6,765
	成長率	-	42.61%	-32.86%	15.50%	-1.76%	88.73%

註：1.木製、陶瓷產業之上游原材料產業不納入計算範圍。

2.本年報之統計資料以財稅統計資料為基礎，個人或家庭工作室可能有遺漏之虞。

3.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

2013年資本額未滿10萬元的工藝產業廠商家數占整體工藝產業的36.01%，未滿100萬元的廠商家數則占整體的71.48%（參見附錄二）。然而就銷售表現來看，2013年資本額未滿100萬元的廠商的營業額卻僅占工藝產業整體的26.69%，顯示工藝產業廠商多以中小企業甚或微型企業為主，且經營的獲利能力有限；反觀資本額1億元以上的廠商家數僅占整體的0.35%，但營業額卻占整體的19.19%。從經營年數來看，經營年數10年以上之工藝產業廠商家數占整體工藝產業的63.70%，營業額占63.30%，顯示經營10年以上之工藝產業，是此整體產值的主要貢獻力道。因此，我國工藝產業面臨的發展課題之一即是如何協助工藝事業擴大經營規模與轉型，並建立獨特競爭力，除開拓國內市場外更朝國際市場邁進。

（二）發展趨勢

不論是藝術工藝、生活工藝或社區工藝，其產品定位皆是以生活的美學為出發，依此來思考，工藝產業可從幾個構面來協助其未來發展。在生產端方面，持續媒合工藝產業與設計產業、生活創意產業、觀光旅遊等進行跨產業合作，使工藝產品的設計及製作貼近消費者需求，以延伸其價值鏈，同時也應深化工藝產業聚落發展，持續鼓勵工藝創作及培養工藝人才，以強化產業之根本。而在消費端方面，提升國人的生活美學意識以擴大內需消費市場，對於國際市場的開拓，培養具有國際市場趨勢判斷、行銷能力的藝術經紀事業及人才，同時藉由國家大品牌策略的帶動，建立品牌特色與消費者認同感，提高我國工藝產業在國際市場的能見度。

1.推動跨產業合作，擴大產業產能

工藝品的定位在生活美學，因此除了倚賴工藝師的個別創作之外，也可藉由設計師的媒合以激發作品的創作能量；另外，工藝品的生活性來自於產品功能或機能的提升，藉由推動工藝產業與創意生活產業的跨業合作，使工藝產品的設計及製作貼近消費者需求，將有助於增加工藝產業的附加價值，更進一步透過跨界產品或技術之研發開發合作，完善產品的製程，藉由企業型廠商帶領微型創作者，加強鏈結工藝產業鏈，進而解決工藝品量化問題，擴大工藝產業產能。

2.持續強化工藝品牌推廣，拓展海外市場

為開拓國內外消費市場通路，持續透過「大品牌」形塑行動方案，拓展工藝行銷通路據點、輔導參加國際商展等，以及包括台灣工藝之家、台灣優良工藝品、綠工藝、Yii等具臺灣工藝特色之品牌強化推廣，提升我國工藝品牌形象，另一方面也可藉此增加消費者對國內工藝品的認同感及特色品牌的認識。尤其在拓展國際市場部分，近兩年在工藝發展中心與工藝之家協會協力合作下，積極參加中國大陸各省市之文博會展，如廈門文化產業博覽交易會、莆田海峽工藝品博覽會等，成功地讓台灣工藝品逐漸在中國大陸市場打開知名度，更進一步增加兩岸工藝產業相關經營合作的機會。

3.培養工藝技術、設計人才

由於在升學主義導向的影響下，國內相關工藝技職教育體系，轉向偏重於學科內容的教育，導致技術人才的培育越來越困難，而且近年多以設計科系為基礎投入工藝產業，缺乏技藝技能的背景，也形成工

藝創作者對於技術與設計價值之間的矛盾迷思。然而為鞏固工藝產業發展，應同時兼顧工藝技術與設計人才的培育與確保，始能強化工藝產業之根本。另外，政府已著手建置工藝產業職能基準，除工藝匠師外，第一階段優先制定產品經紀、生產管理與行銷經紀人才的職能架構，其最終目的為帶動產業發展，不僅只以技術保存為考量，而是藉關鍵專業人才的職能基準建置，完整整體產業相關人才的培養基礎機制。

4.結合文化觀光之發展趨勢

目前我國工藝產業以內需為主要市場，但國人對生活美學的認知仍不如日本及歐美等國，若藉由結合蓬勃發展的文化觀光趨勢，規劃在地工藝主題體驗旅遊，搭配工藝特色旅館，提供多元的文化休閒旅遊方式，除能提升國人生活美學價值認知與創意欣賞能力，不僅有助擴大內需市場，也藉由消費者對產品美學要求的提高，激發工藝創作價值的創新。

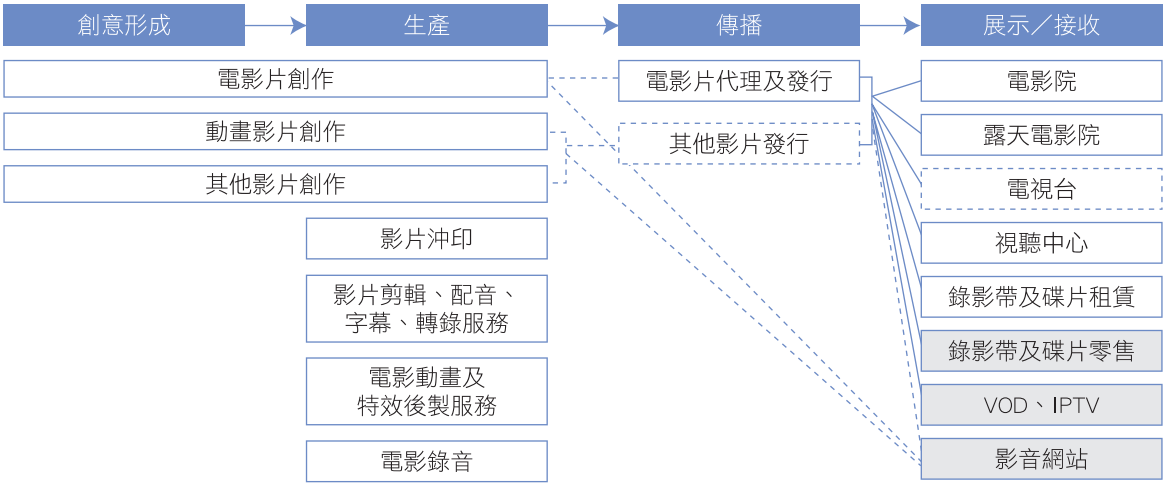
電影產業

一、產業鏈及產業範疇

指從事電影片製作、電影片發行、電影片映演，及提供器材、設施、技術以完成電影片製作等行業。從產業鏈來看，包含影片製作、代理發行以及下游的映演通路，如一級市場電影院及二級市場的DVD租售、電視台與新興的VOD、影音網站，而近年來由於國片復甦，臺灣電影產業家數成長，電影產業對於專業分工需求也隨之提升。

動畫影片製作業、電影片製作業及其他影片製作業的經營型態主要仍以電影製作為主，臺灣國片在早期較難找到發行商代為發行，製作業者需要身兼發行業者的角色，進行電影製作完成後的後續行銷及排片事宜。近來雖有許多國片的代理發行商成立，但整體而言仍由外商公司所主導，因此在圖2-21的電影產業鏈中各類影片製作與代理發行商之連結以虛線表示。另外，與影音網站之連結以虛線表示的主因為，現今臺灣影音平台之經營尚在起步當中，仍未有具規模及代表性的網路影視服務平台，致使電影片於影音網站播放的授權與收費模式亦不明確，仍有強化拓展次級市場的空間，故以虛線表示之。

圖2—21　電影產業之產業鏈範疇



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線及虛線連結，分別用以表示現階段產業中的主要及次要互動網絡關係。
4.VOD（Video On Demand）：隨選視訊。
5.IPTV（Internet Protocol Television）：網路協定電視。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

在財政部稅務行業標準分類第七次修訂，電影產業包含「動畫影片製作」、「電影片製作」、「其他影片製作」、「影片沖印」、「影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務」、「電腦動畫及特效後製服務」、「電影片代理及發行」、「電影院」、「露天電影院」、「電影錄音」、「錄影帶及碟片租賃」及「視聽中心」等十二項行業，其中「錄影帶及碟片租賃」及「視聽中心」兩項為本年度新納入之產業，行業代碼與定義如下所示：

表2—11　電影產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
5911－11	動畫影片製作	包括電腦動畫影片、非電腦動畫影片等製作。亦包括全部以動畫影片製成之電視節目、電影片製作
5911－14	電影片製作	從事電影、電視節目、電視廣告及其他影片製作之行業。不包括： ・影片複製（供電影院放映之電影片複製除外）及自母片複製內容到錄影（音）帶、CD或DVD歸入1620細類「資料儲存媒體複製業」 ・供電影院放映之電影片複製歸入5912細類「影片後製服務業」 ・從事電視廣告企劃、設計、製作及安排宣傳媒體等一系列服務歸入7310細類「廣告業」
5911－99	其他影片製作	其他影片製作
5912－11	影片沖印	從事電影、電視節目、電視廣告及其他影片之電影沖印服務之行業
5912－12	影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	從事電影、電視節目、電視廣告及其他影片之剪輯、轉錄、標題、字幕、電影沖印、電腦動畫及特殊效果及其他後製服務之行業
5912－13	電腦動畫及特效後製服務	從事電影、電視節目、電視廣告及其他影片之電腦動畫及特殊效果服務之行業
5913－11	電影片代理及發行	包括電影片版權代理、電影片發行等。亦包括電影片版權買賣及授權使用
5914－11	電影院	從事在電影院放映影片之行業
5914－12	露天電影院	從事在戶外或其他場所放映影片之行業
5920－13	電影錄音	從事電影錄音之行業
7732－00	錄影帶及碟片租賃	凡從事錄影帶、錄音帶、CD及DVD出租而收取租金之行業均屬之。不包括提供場地放映出租影帶之視聽中心應歸入9322細類「視聽及視唱業」
9322－12	視聽中心	凡從事提供視聽、視唱場所之行業

註：1.與2013年年報相比，本年報增列7732—00錄影帶及碟片租賃、9322—12視聽中心，主要考量該二業屬於電影產業之一環。

2.本年報所使用資料為營業額，與文化部影視及流行音樂產業局《影視廣播產業趨勢研究》之生產總額概念不同。根據行政院主計總處的定義，「生產總額」係指本國內所有生產機構或單位，在某一單位時間中，生產的所有最終商品和勞務的市場價值。其計算方式依各業別有所不同。電影產業屬於中華民國標準行業分類第八次修訂之J大類「資訊及通訊傳播業」項下之「影片服務、聲音錄製及音樂出版業」及「傳播及節目播送業」。因此，根據主計總處定義，資訊及通訊傳播業之生產總額＝營業收入－兼銷商品銷售成本＋其他非營業收入（「其他非營業收入」不包括投資收益、出售資產盈餘）。該報告之生產總額是透過工商及服務業普查四位碼行業別之生產總額、營業稅徵收統計之六位碼行業別銷售額等次級資料進行彙整推估。另外本年報所定義之電影產業範疇亦與《影視廣播產業趨勢研究》之範疇不同，本年報包含錄影帶及碟片租賃與視聽中心，《影視廣播產業趨勢研究》則無。有關電影片後製，《影視廣播產業趨勢研究》依5912—12影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務、5912—13電腦動畫及特效後製服務等業別進行電視及電影之拆分，本年報則全數計入電影產業。

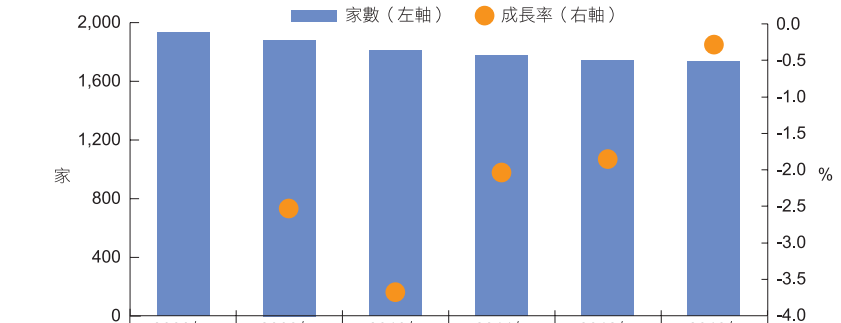
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

二、產業數據分析

自2008年《海角七號》的賣座進而喚起了國內民眾對於國片的信心，自此之後，臺灣國片市場逐漸復甦，電影產業開始有了外部資金的進入，使得國片數量大幅增加，亦使電影產業相關廠商逐漸增加。但由於網路平台日漸普及，民眾對於租借電影片以及前往視聽中心觀賞電影片的需求降低，因此使「錄影帶及碟片租賃」與「視聽中心」的廠商家數大幅減少，因此電影產業之整體廠商家數近幾年來皆為負成長。

圖2—22　2008～2013年電影產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	1,930	1,881	1,812	1,775	1,742	1,737
成長率（右軸）		-2.54%	-3.67%	-2.04%	-1.86%	-0.29%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

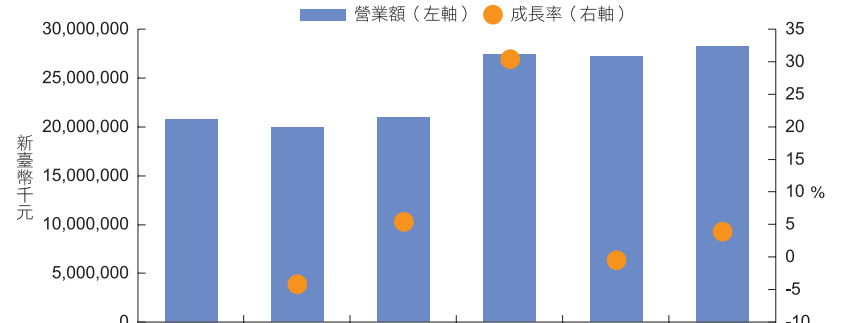
2.同表2-11註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

雖然整體電影產業之廠商家數逐年呈現負成長，但觀其歷年營業額之表現除2009年因當年度未有大型國片推出而致營業額下滑；以及2012年因前一年度國片票房表現亮眼而呈小幅衰退之外，其於年度之營業額皆為成長。其主因為，造成廠商家數減少之次產業為「錄影帶及碟片租賃」與「視聽中心」，係因數位化趨勢使影片通路受到衝擊，而此二項次產業相較於電影製作公司與電影院之營業額差距甚遠，因此在國片票房大幅成長的情況下，彌補了「錄影帶及碟片租賃」次產業所下滑之營業額。

圖2—23　2008～2013年電影產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	20,775,949	19,922,860	20,998,994	27,386,286	27,239,400	28,288,782
成長率（右軸）		-4.11%	5.40%	30.42%	-0.54%	3.85%

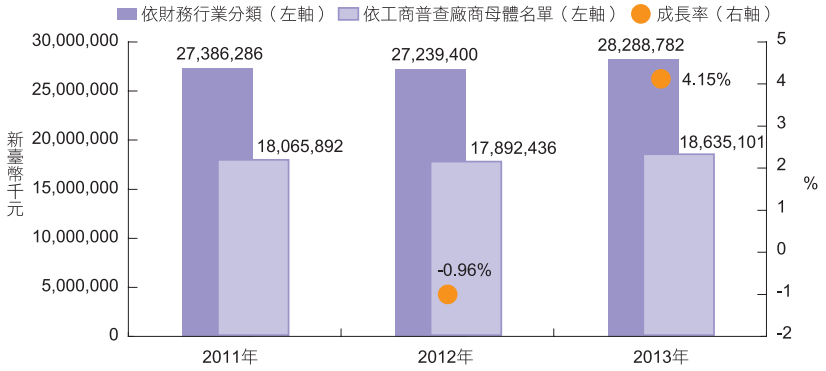
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2-11註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—24　2011～2013年電影產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「電影產業」之廠商。

2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

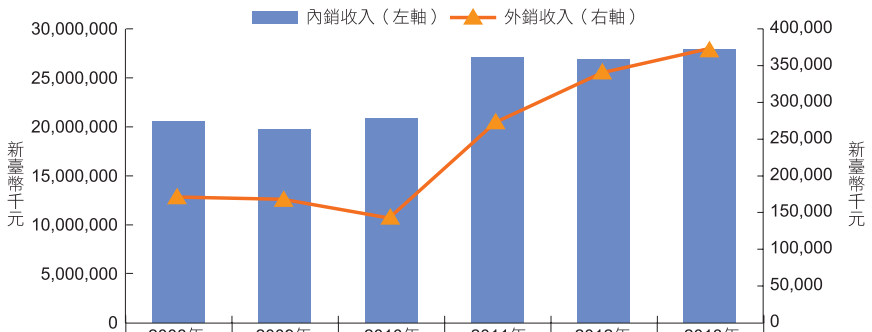
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

觀察工商普查母體資料所呈現出之營業額成長率與財稅統計資料所示大致上相符，但財稅統計資料的電影整體產業之營業額高出工商普查母體營業額約51.80%，主要是因為許多從事電影製作與後製的廠商，也會跨足從事廣告及電視節目的製作與後製，而在此業務上影視製作相關的公司難以拆分，也因此財稅統計資料所示之營業額，較工商普查母體資料來的高。

在內、外銷表現方面，電影產業仍以內銷為主，2013年內銷金額占整體營業額比重為98.69%，因此內銷金額與臺灣電影產業營業額表現相當接近，近五年的內銷額從2008年的新臺幣206億元成長至2013年的新臺幣279億元；外銷收入方面，2008年至2010年呈現逐年衰退，而2011年至2013年則是逐年成長，2013年更是大幅成長至新臺幣3.7億元，其可能原因為兩岸合拍片於中國大陸市場的亮眼表現，以及2012年的《痞子英雄》與2013年的《賽德克巴萊》、《那些年，我們一起追的女孩》在日本市場的多廳上映。

圖2—25　2008～2013年電影產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	20,606,971	19,756,732	20,858,376	27,115,680	26,901,290	27,917,738
外銷收入（右軸）	168,977	166,128	140,618	270,606	338,110	371,044

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2-11註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

表2—12　2008～2013年電影產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
動畫影片製作	營業額	236,902	218,502	184,686	975,273	309,478	269,898
	成長率		-7.77%	-15.48%	428.07%	-68.27%	-12.79%
電影片製作	營業額	174,048	160,819	209,585	291,080	434,159	687,709
	成長率		-7.60%	30.32%	38.88%	49.15%	58.40%
其他影片製作	營業額	3,763,880	3,321,881	3,994,339	5,567,472	5,744,452	5,279,210
	成長率		-11.74%	20.24%	39.38%	3.18%	-8.10%
影片沖印	營業額	111,801	102,909	101,363	75,014	55,451	64,064
	成長率		-7.95%	-1.50%	-26.00%	-26.08%	15.53%
影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	營業額	620,160	655,781	746,335	770,826	717,321	759,827
	成長率		5.74%	13.81%	3.28%	-6.94%	5.93%
電腦動畫及特效後製服務	營業額	29,540	55,947	88,472	55,544	136,114	121,057
	成長率		89.39%	58.14%	-37.22%	145.06%	-11.06%
電影片代理及發行	營業額	3,605,237	3,467,354	3,756,789	4,823,768	4,827,960	5,494,151
	成長率		-3.82%	8.35%	28.40%	0.09%	13.80%
電影院	營業額	5,129,165	5,280,520	5,850,940	7,806,776	8,568,152	9,586,077
	成長率		2.95%	10.80%	33.43%	9.75%	11.88%
露天電影院	營業額	36,963	34,691	34,672	32,284	23,964	24,681
	成長率		-6.15%	-0.05%	-6.89%	-25.77%	2.99%
電影錄音	營業額	52,921	55,662	47,767	93,576	52,010	41,285
	成長率		5.18%	-14.18%	95.90%	-44.42%	-20.62%
錄影帶及碟片租賃	營業額	5,788,195	5,453,058	4,799,353	5,575,880	5,035,579	4,589,285
	成長率		-5.79%	-11.99%	16.18%	-9.69%	-8.86%
視聽中心	營業額	1,227,136	1,115,737	1,184,692	1,318,792	1,334,759	1,371,538
	成長率		-9.08%	6.18%	11.32%	1.21%	2.76%

註：本年報之廠商家數是以財稅統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

臺灣電影產業自2008年以來逐漸復甦，在電影製作、發行以及核定的影片數量皆逐年提高。由電影製作方面來看，由於近幾年許多大成本製作的電影啟用了大量的前期製作人員，進而使國片的製作成本大幅提升。

在電影後製方面，隨著電影產量的大幅增加，電影類型亦有所轉變，觀察近幾年國片製作，使用動畫與特效之比例逐漸提高，但由於目前國片對動畫與特效的需求仍不足以完全支應動畫與特效產業的生存，因此使國內動畫與特效業者無法達到規模經濟且在技術上無法持續深化。

國片近幾年來於國內電影市場的票房表現起伏較大，相較於此其他外片的票房表現則是呈現穩定成長，2013年外片於臺北市之票房較2012年增加將近新臺幣1億元，其成長率為3.30%。2013年臺北市票房破億的影片共有6部，其中有4部為外片，而票房前10名的影片中，外片占了7部[1]。顯示在國片逐漸復甦的情況下，對外片於國內電影市場的表現並無明顯的影響。

1　整理自臺北市片商公會之票房資料。

表2—13　2008～2013年電影上映部數及票房

（單位：部、新臺幣元、百分比）

年份	部數/票房	國產影片	港陸影片	其他外國影片	總計
2008	上映部數	29	29	320	378
	票房	305,426,019	176,309,022	2,044,379,745	2,526,114,786
	票房比重	12.09%	6.98%	80.93%	100.00%
2009	上映部數	31	32	316	379
	票房	58,008,573	61,524,259	2,602,163,644	2,721,696,476
	票房比重	2.13%	2.26%	95.61%	100.00%
2010	上映部數	38	38	352	428
	票房	225,582,606	164,647,888	2,696,736,145	3,086,966,639
	票房比重	7.31%	5.33%	87.36%	100.00%
2011	上映部數	36	38	406	480
	票房	712,506,985	100,549,646	3,006,441,597	3,819,498,228
	票房比重	18.65%	2.63%	78.71%	100.00%
2012	上映部數	45	41	343	429
	票房	430,441,572	152,531,257	3,035,000,680	3,617,973,509
	票房比重	11.90%	4.22%	83.89%	100.00%
2013	上映部數	51	44	389	484
	票房	529,863,483	131,789,464	3,134,963,327	3,796,616,274
	票房比重	13.96%	3.47%	82.57%	100%

資料來源：台灣電影網。

（二）發展趨勢

1.電影類型轉變

以往國片類型多以浪漫溫馨等小品類電影為主，依據《2013年影視產業趨勢研究調查報告》，2013年浪漫類型的國片所占的比例由2012年的39%下滑至7%，而喜劇與勵志類型國片在2013年之占比分別為24%與22%，顯示國片電影製作類型已逐漸轉變。

2.連鎖影城向中南部擴展

依據過往經驗全臺票房約略等於2倍臺北市票房，意即臺北市票房與其他地區票房呈現1：1，但近幾年許多票房表現亮眼的本土喜劇以及與臺灣有濃厚情感連結的影片，在中南部地區的票房已達到臺北市票房的2~3倍，顯示中南部民眾對電影的消費能力不容忽視，因此許多大型連鎖影城開始向中南部與東部開設電影院。

3.國片檔期集中問題仍未解

早期電影因難以找尋發行商發片而導致電影製作公司必須兼顧發行的情況，近年來已逐漸改善，也開始有一些國內的發行商開始專門從事國片之發行，但相較於外商發行公司國內發行商仍較為弱勢。觀察國內電影市場發現，自2012年農曆春節共計8部國片上檔的相互競爭現象，2014年9月底至10月份共有8部國片上映，國片檔期集中現象未獲紓解，根據本研究訪談業者，各片集中於10月份上映之主要原因有三：一為避開暑假及聖誕節檔期與好萊塢強片正面競爭；其二則是，部分影片製作與後製不及致檔期延後；三是為與中國大陸黃金檔期同步上映。

廣播電視產業

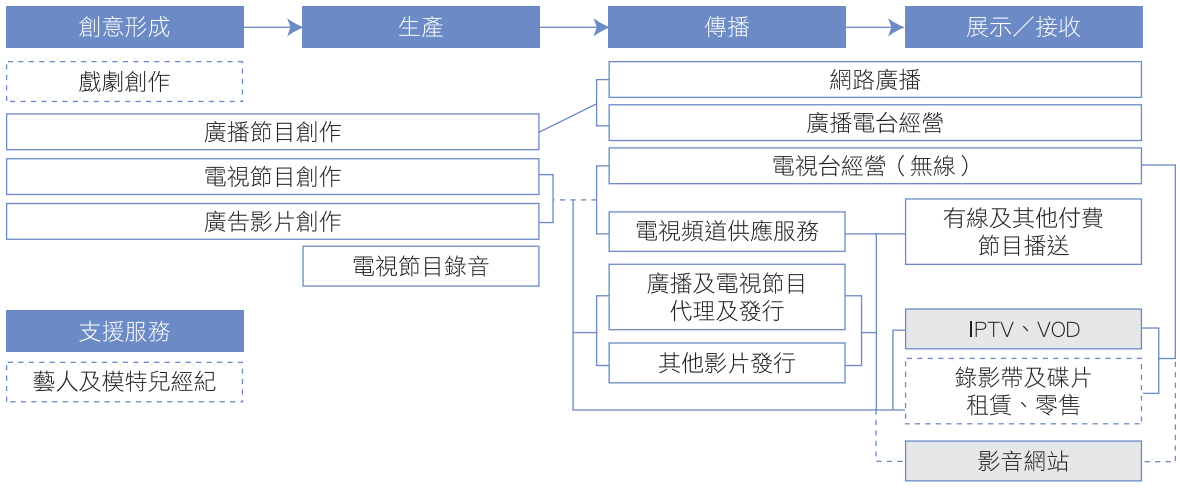
一、產業鏈及產業範疇

廣播電視產業是指從事利用無線、有線、衛星或其他廣播電視平台，從事節目播送、製作、發行等之行業。

從產業鏈來看，廣告、廣播及電視節目製作包含劇本、腳本開發的創意形成到週邊美術、造型設計以及配音、錄音、剪接與音樂後製過程皆為廣播電視的生產製作端。傳播部分除一般廣播、電視節目及發行，還包括電視頻道供應。而播出平台如廣播節目的廣播平台、電視節目的電視台以及有線及其他付費節目播送。

此外隨著數位匯流的趨勢及發展逐漸成熟，新媒體平台如IPTV、VOD網路收聽及收看逐漸成為消費者重要的收視管道之一。

圖2—26　廣播電視產業之產業鏈範疇



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線及虛線連結，分別用以表示現階段產業中的主要及次要互動網絡關係。
4.VOD（Video On Demand）：隨選視訊。
5.IPTV（Internet Protocol Television）：網路協定電視。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

依據財政部稅務行業標準分類第七次修訂，廣播電視產業包括廣告影片製作、電視節目製作、電視節目代理及發行、其他影片發行、廣播節目製作及發行、電視節目錄音、廣播電台經營、網路廣播、電視台經營、電視頻道供應服務及有線及其他付費節目播送等十一項行業，行業代碼與定義如下所示：

表2—14　廣播電視產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
5911—12	廣告影片製作	包括電視廣告影片、非電視廣告影片等製作
5911—13	電視節目製作	包括錄影節目帶等製作
5913—12	電視節目代理及發行	包括電視節目、錄影節目帶版權代理及發行等亦包括電視節目、錄影節目帶之版權買賣及授權使用
5913—99	其他影片發行	包括動畫影片版權代理及發行等亦包括動畫影片之版權買賣及授權使用
5920—14	廣播節目製作及發行	包括廣播節目預錄帶製作、廣播廣告製作、廣播配音服務等
5920—16	電視節目錄音	電視節目錄音
6010—11	廣播電台經營	廣播電台經營
6010—12	網路廣播	網路廣播
6021—11	電視台經營	包括無線電視電台等亦包括採用數位方式製播之無線電視電台
6021—12	電視頻道供應服務	包括衛星廣播電視節目供應等
6022—00	有線及其他付費節目播送	包括有線電視系統經營、有線電視播送系統、直播衛星廣播電視服務經營、線上影片播送等

註：1.與2013年年報相比，本年報增列6022—00有線及其他付費節目播送，主要考量該業屬於廣播電視產業之一環。

2.本年報所使用資料為營業額，與文化部影視及流行音樂產業局《影視廣播產業趨勢研究》之生產總額概念不同。根據行政院主計總處的定義，「生產總額」係指本國內所有生產機構或單位，在某一單位時間中，生產的所有最終商品和勞務的市場價值。其計算方式依各業別有所不同。廣播電視產業屬於中華民國標準行業分類第八次修訂之J大類「資訊及通訊傳播業」項下之「影片服務、聲音錄製及音樂出版業」及「傳播及節目播送業」。因此，根據主計總處定義，資訊及通訊傳播業之生產總額＝營業收入－兼銷商品銷售成本＋其他非營業收入（「其他非營業收入」不包括投資收益、出售資產盈餘）。該報告之生產總額是透過工商及服務業普查四位碼行業別之生產總額、營業稅徵收統計之六位碼行業別銷售額等次級資料進行彙整推估。另外本年報所定義之廣播電視產業範疇亦與《影視廣播產業趨勢研究》之範疇不同，本年報包含廣告及其他影片製作及發行，《影視廣播產業趨勢研究》則無。有關電視節目後製，《影視廣播產業趨勢研究》依5912—12影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務、5912—13電腦動畫及特效後製服務等業別進行電視及電影之拆分，本年報則全數計入電影產業。

資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

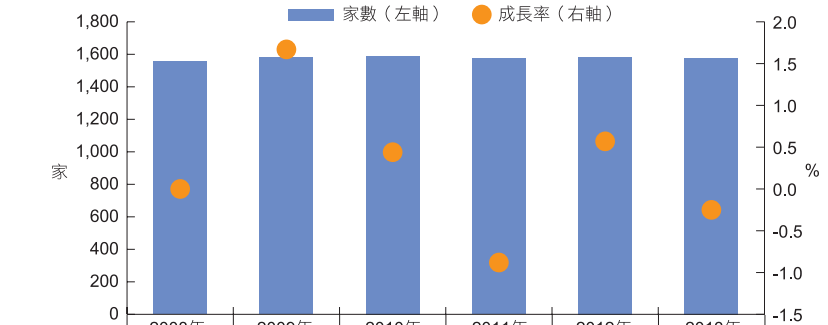
二、產業數據分析

廣播電視產業主要收益來源之一為廣告收入，因此廣播電視產業的發展脈動與廣告產業景氣波動關聯性高。亦即隨著總體經濟環境影響廣告市場景氣，將左右廣播電視產業的波動外，節目製作的品質以及相關國內外行銷而形成的版權收入也是決定該產業的重要因素之一。

近六年，整體廣播電視產業的廠商家數呈現穩定趨勢，自2008年的1,555家成長至2013年的1,579家，占整體文化創意產業總廠商家數的2.40%。在營業額表現方面，廣播電視產業的營業額為我國文化創意產業中占比第二大；2013年營業額約占文化創意產業整體的17.23%。近六年營業額呈現逐年成長的趨勢，從2008年新臺幣1,109億元成長至2013年新臺幣1,419億元，且2013年成長力道復甦，為5.56%，較2012年高。

圖2—27　2008～2013年廣播電視產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	1,555	1,581	1,588	1,574	1,583	1,579
成長率（右軸）		1.67%	0.44%	-0.88%	0.57%	-0.25%

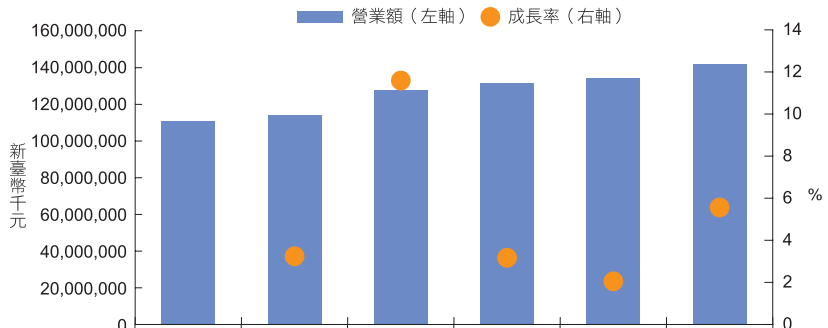
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2-14註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—28　2008～2013年廣播電視產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	110,853,827	114,448,310	127,709,791	131,756,499	134,456,347	141,931,266
成長率（右軸）		3.24%	11.59%	3.17%	2.05%	5.56%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

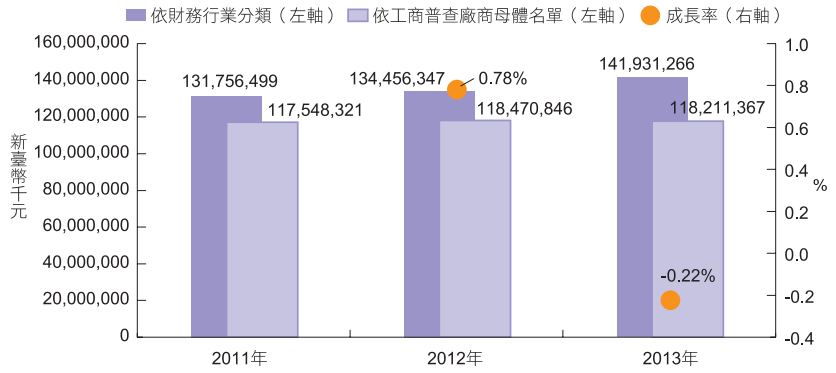
2.同表2-14註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

此外，為考量以行業代碼來彙整財稅資料有其方法的侷限性，故本年報以2011年工商普查「廣播電視產業」母體資料，彙整核心廠商2011年至2013年的營業額資料。2013年營業額為新臺幣1,182.11億元，較原財稅資料營業額少新臺幣237.20億元，推估其主要原因為，部份廣告影片製作及電視節目製作業者從事之電影片製作業務計入原財稅資料所造成。因此若以相對較核心的工商普查母體資料觀察，近三年營業額表現波動幅度不大，皆於1%內。

圖2—29　2011～2013年廣播電視產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



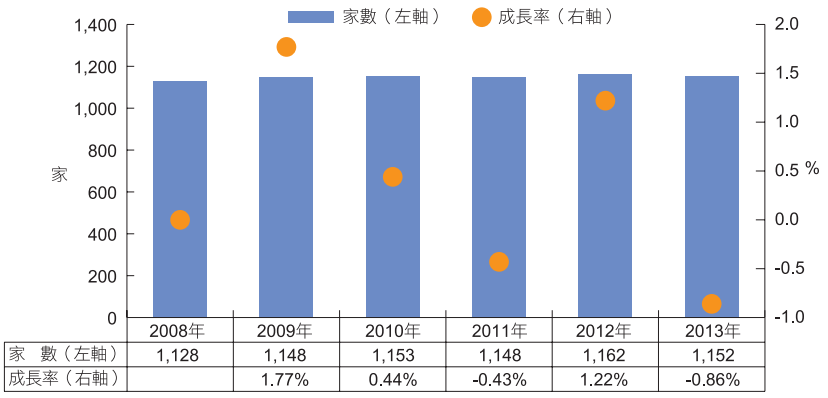
註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「廣播電視產業」之廠商。
2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

由於電視與廣播產業特性不盡相同，因此本年報將電視產業與廣播產業做個別探討。首先就電視產業觀察（所包含之行業為廣告影片製作、電視節目製作、電視節目代理及發行、其他影片發行、電視節目錄音、電視台經營、電視頻道供應服務及有線及其他付費節目播送等八項次產業），2013年電視產業廠商家數較2012年衰退0.86%（圖2-30）；營業額方面，2013年電視產業營業額占整體廣播電視產業營業額的93.63%，較2012年度之占比增加近0.35%；2013年成長率部分為5.65%（圖2-31）。

圖2—30　2008～2013年電視產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



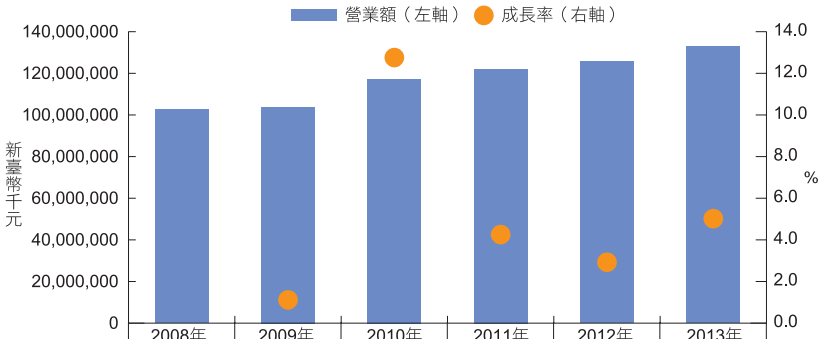
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	1,128	1,148	1,153	1,148	1,162	1,152
成長率（右軸）		1.77%	0.44%	-0.43%	1.22%	-0.86%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。
2.同表2-14註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—31　2008～2013年電視產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	102,649,288	103,824,807	117,230,848	122,098,600	125,779,957	132,891,839
成長率（右軸）		1.15%	12.91%	4.15%	3.02%	5.65%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

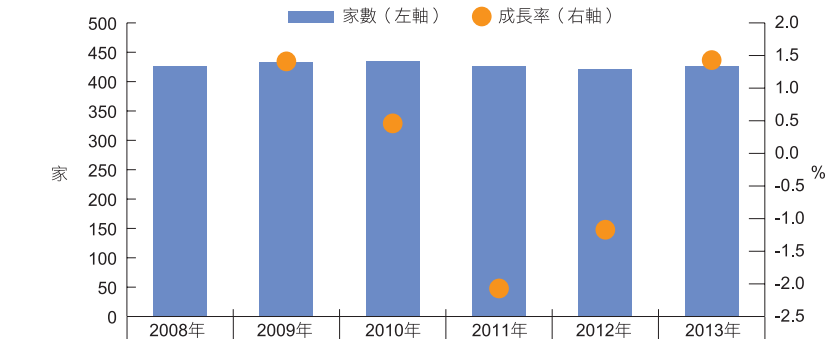
2.同表2-14註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

廣播產業部分（所包含之行業為廣播節目製作及發行、廣播電台經營及網路廣播等三項行業），2013年廠商家數為成長1.43%；營業額部分，儘管廣播產業廣告量逐年下降，但隨著其他業務的開發經營，使2013年營業額為正成長，成長幅度為4.18%，為連續三年衰退以來，首度出現成長。

圖2—32　2008～2013年廣播產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	427	433	435	426	421	427
成長率（右軸）		1.41%	0.46%	-2.07%	-1.17%	1.43%

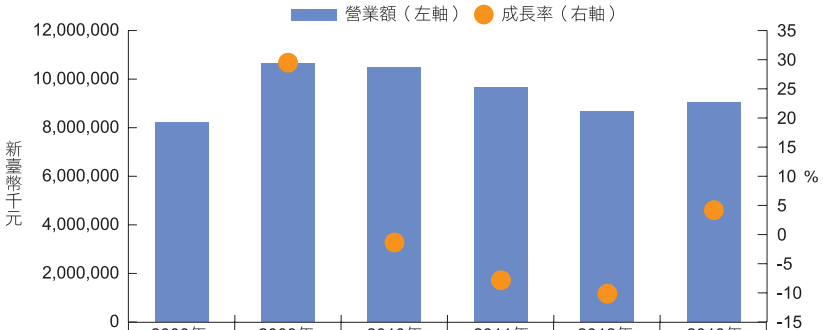
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2-14註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—33　2008～2013年廣播產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	8,204,539	10,623,503	10,478,944	9,657,899	8,676,389	9,039,426
成長率（右軸）		29.48%	-1.36%	-7.84%	-10.16%	4.18%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

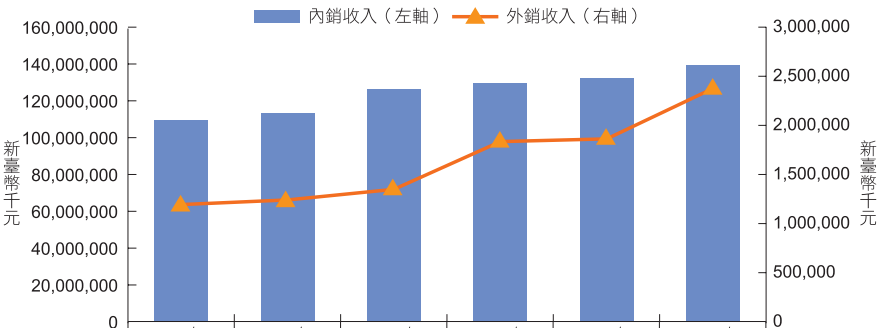
2.同表2-14註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

在內、外銷表現方面，廣播電視產業仍以內銷為主，2013年內銷金額占整體營業額比重為98.31%。近六年的內銷金額自2008年的新臺幣1,096億元成長至2013年的新臺幣1,395億元。外銷部分，自2008年以來亦為呈現逐年成長，但成長力道波動較大；2013年外銷收入來源主要仍為廣播及電視節目的海外版權銷售，占廣播電視產業總外銷金額81.67%。

圖2—34　2008～2013年廣播電視產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	109,645,665	113,192,677	126,346,179	129,907,036	132,579,131	139,539,546
外銷收入（右軸）	1,208,162	1,255,634	1,363,613	1,849,463	1,877,215	2,391,720

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2-14註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

廣播電視產業各次產業的營業額表現，2013年度僅電視節目代理及發行為負成長，其幅度為18.97%；而正成長次產業方面，成長幅度超過10.00%之次產業依成長幅度排序分別為電視節目錄音（1,039.62%）、網路廣播（132.54%）、其他影片發行（12.34%）及電視頻道供應服務（12.30%）。

表2—15　2008～2013年廣播電視產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
廣告影片製作	營業額	7,266,600	7,945,028	7,893,671	6,087,055	4,107,959	4,453,816
	成長率		9.34%	-0.65%	-22.89%	-32.51%	8.42%
電視節目製作	營業額	49,563,092	48,199,748	57,354,641	61,566,115	67,664,839	71,518,688
	成長率		-2.75%	18.99%	7.34%	9.91%	5.70%
電視節目代理及發行	營業額	5,034,764	4,431,725	6,872,420	7,241,355	7,027,077	5,693,979
	成長率		-11.98%	55.07%	5.37%	-2.96%	-18.97%
其他影片發行	營業額	289,666	363,586	631,043	660,640	771,854	867,078
	成長率		25.52%	73.56%	4.69%	16.83%	12.34%
廣播節目製作及發行	營業額	3,428,710	6,285,610	5,697,572	5,776,793	5,123,216	5,142,704
	成長率		83.32%	-9.36%	1.39%	-11.31%	0.38%
電視節目錄音	營業額	347	481	481	361	274	3,126
	成長率		38.46%	0.00%	-25.00%	-23.92%	1039.62%
廣播電台經營	營業額	4,775,829	4,337,464	4,778,628	3,874,706	3,543,894	3,875,145
	成長率		-9.18%	10.17%	-18.92%	-8.54%	9.35%
網路廣播	營業額	-	429	2,743	6,400	9,279	21,577
	成長率		-	540.15%	133.29%	44.98%	132.54%
電視台經營	營業額	10,168,716	9,734,273	10,470,573	10,482,134	9,731,017	9,773,533
	成長率		-4.27%	7.56%	0.11%	-7.17%	0.44%
電視頻道供應服務	營業額	26,753,268	29,000,107	29,470,568	31,381,821	31,682,421	35,578,806
	成長率		8.40%	1.62%	6.49%	0.96%	12.30%
有線及其他付費節目播送	營業額	3,572,835	4,149,860	4,537,451	4,679,119	4,794,517	5,002,813
	成長率		16.15%	9.34%	3.12%	2.47%	4.34%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

2013年受惠衛星電視頻道廣告量廣告收入回升，使整體廣播電視產業廣告收入呈現成長。但就次產業觀察，受網路普及化以及數位發展影響，網路廣告比重逐年有明顯趨勢提升，反觀傳統的無線電視及廣播產業皆已連續三年呈現衰退。

表2—16　2010～2013年無線電視、有線電視及廣播廣告量及占整體廣告量比重

（單位：新臺幣千元、百分比）

年份	無線電視		衛星電視		廣播	
	廣告量	占整體比重	廣告量	占整體比重	廣告量	占整體比重
2010年	5,060,629	8.61%	19,861,782	33.81%	4,482,972	7.63%
2011年	4,899,729	8.10%	21,175,082	35.02%	4,139,539	6.85%
2012年	3,999,707	6.94%	20,059,287	34.78%	3,555,348	6.16%
2013年	3,817,132	6.39%	20,992,491	35.13%	3,120,841	5.22%

資料來源：《台灣媒體白皮書》整理自Nielsen廣告監播服務及台北市數位行銷經營協會（DMA）。

雖廣播電視產業廣告量占比微幅成長，但在面臨數位匯流的趨勢下，廣播電視產業業者亦延伸其他服務以增加收入來源，如廣播產業中，有網路廣播、廣播收聽手機應用程式APP的出現，供電台業者及廣播節目製作業者能跨平台行銷以觸及更多聽眾；電視產業方面，網路影音平台的崛起，在我國缺乏強勢影音平台的情況下，電視製作業者及頻道服務商透過版權內容出口中國大陸主要視頻網站等，亦是增加其收入來源的管道之一。另一方面，廣播產業的垂直整合，如節目製作播出一體化，加上其他業務的開發，如商品販售、活動舉辦等加值服務，亦是目前該產業發展趨勢。

（二）發展趨勢

1.為因應政府政策，國內電視業者轉型，驅使節目製作熱絡

為因應國家通訊傳播委員會（NCC）「頻道分組付費」政策，國內電視頻道經營者為頻道分眾化後取得消費者訂閱，紛紛強化優質內容產製，如TVBS、壹傳媒等頻道開始自製電視劇，使國內電視劇市場逐漸熱絡。

2.4G開台的影響

國內4G服務由中華電信率先於2014年6月初開台，在4G高速傳輸特性下，將有助於網路影視加值服務。未來影視產業結構隨著供給及需求的變化下，使廠商行為亦將有所調整，對我國業者的影響仍應持續觀注。

3.隨著廣播產業廣告量的下滑，商品銷售成為廣播電台另一主要收入來源

如表2-16所示，儘管整體廣播電視產業廣告量為成長，但若僅就廣播產業角度觀察，廣播產業廣告量占整體廣告比重已由2010年7.63%下滑至2013年5.22%。為因應廣播收入的減少，過去較依賴廣告收入的主要商業性電台，開始透過商品銷售，如農產品、茶、保養品及收音機等，拓展其他收入來源。

流行音樂及文化內容產業

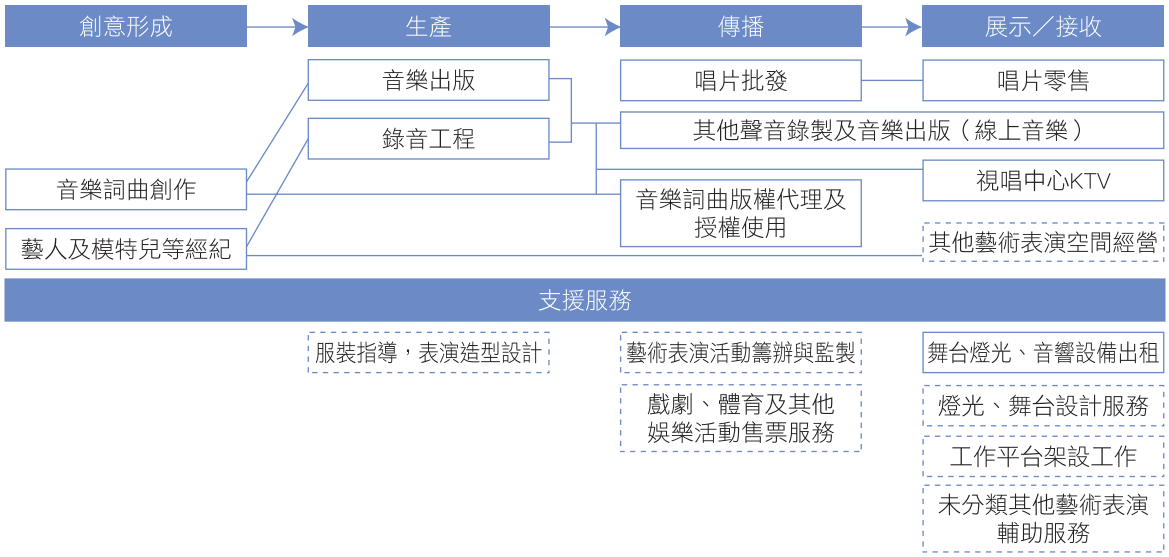
一、產業鏈及產業範疇

流行音樂及文化內容產業是指從事具有大眾普遍接受特色之音樂及文化之創作、出版、發行、展演、經紀及其週邊產製技術服務等之行業。

從產業鏈角度來看，藝人及模特兒經紀與音樂詞曲創作為流行音樂及文化內容產業之主要創意來源，而生產製作端部分除音樂詞曲創作外，尚包含錄音工程及音樂出版。實體唱片CD的批發及零售銷售為該產業的通路；而隨著數位匯流的發展，網路發達使線上音樂逐年受到重視。另外臺灣音樂著作權集體管理團體的音樂詞曲版權代理及授權使用也屬於傳播端的其中一環。

然而隨著實體唱片的式微，使唱片公司、藝人歌手等的主要收入來源逐漸轉向演唱會的收入，相關週邊服務如服裝、造型設計、表演活動籌辦與監製、售票服務、舞台搭建、燈光音響設備以及展演空間也是該產業鏈一部分。此外，在流行音樂及文化內容產業通路中，除上述唱片CD的銷售、演唱會票務及相關週邊收入外，視唱中心（KTV）也是以流行音樂內容為核心的娛樂服務。

圖2—35　流行音樂及文化內容產業之產業鏈範疇



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線連結，用以表示現階段產業中的主要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

根據財政部稅務行業標準分類第七次修訂，流行音樂及文化內容產業包括錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）批發及零售、音樂出版、音樂詞曲版權代理及授權使用、錄音工程、其他聲音錄製及音樂出版、藝人及模特兒等經紀、舞台燈光、音響設備出租、音樂詞曲創作及視唱中心（KTV）等十項行業。

表2—17　流行音樂及文化內容產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
4583—13	錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）批發	錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）批發
4764—11	錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）零售	錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）零售
5920—11	音樂出版	包括唱片、錄音帶、音樂錄影帶、伴唱帶等出版亦包括音樂書籍出版
5920—12	音樂詞曲版權代理及授權使用	包括取得音樂詞曲版權，授權使用於各類型媒體使用，如廣播、電視、電影及其他媒體等
5920—15	錄音工程	包括唱片、錄音帶錄製、廣告配樂錄製、代客錄音等
5920—99	其他聲音錄製及音樂出版	包括線上音樂下載（發行）、手機鈴聲製作、手機鈴聲下載（發行）等
7603—00	藝人及模特兒等經紀	藝人及模特兒等經紀
7719—13	舞台燈光、音響設備出租	舞台燈光、音響設備出租
9010—15	音樂詞曲創作	音樂詞曲創作
9322—11	視唱中心（KTV）	包括卡拉OK等

註：1.與2013年年報相比，本年報增列9322—11視唱中心（KTV），主要考量該屬於流行音樂及文化內容產業之一環。

2.本年報與文化部影視及流行音樂產業局《101年度流行音樂產業調查》所使用之流行音樂產業相關行業代碼範疇不同，本年報計入4583—13錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）批發、5920—15錄音工程、5920—99其他聲音錄製及音樂出版以及9010—15音樂詞曲創作，《101年度流行音樂產業調查》則無。《101年度流行音樂產業調查》計入之8572—13音樂教學、9031—12音樂廳、音樂展演空間經營以及9039—11藝術表演活動籌辦與監製，雖亦屬於流行音樂及文化內容產業之一環，但為避免重複計算，本年報則計入音樂及表演藝術產業。

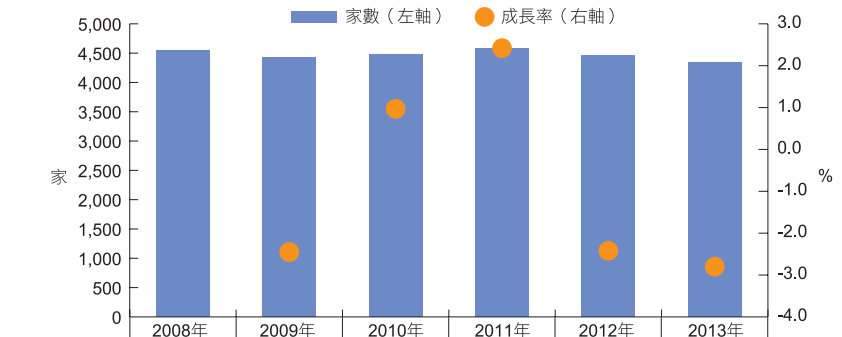
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

二、產業數據分析

流行音樂及文化內容產業的廠商家數在2013年度加入視唱中心（KTV）後，近兩年呈現衰退趨勢；2013年衰退至4,342家，占整體文化創意產業總廠商家數為7.33%。近六年的營業額表現起伏較大，歷經2009年的負成長後，2010年及2011年連續兩年達到成長率超過4.5%；而2013年則呈現衰退情形，自2012年新臺幣326億元下滑至2013年新臺幣315億元。

圖2—36　2008～2013年流行音樂及文化內容產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	4,537	4,426	4,469	4,577	4,466	4,342
成長率（右軸）		-2.45%	0.97%	2.42%	-2.43%	-2.78%

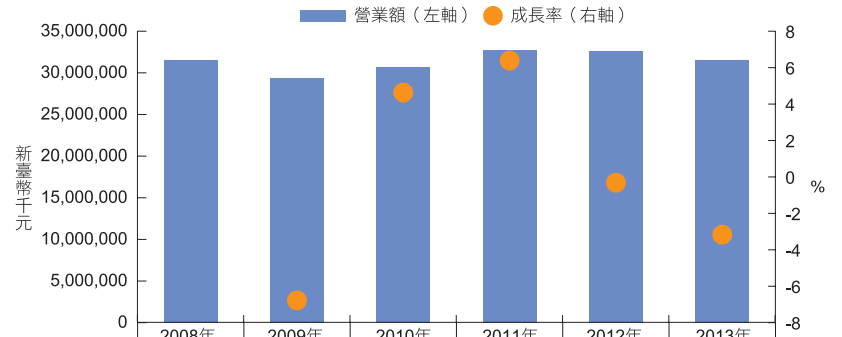
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2-17註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—37　2008～2013年流行音樂及文化內容產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	31,487,321	29,353,395	30,711,119	32,674,804	32,571,433	31,537,667
成長率（右軸）		-6.78%	4.63%	6.39%	-0.32%	-3.17%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2-17註2。

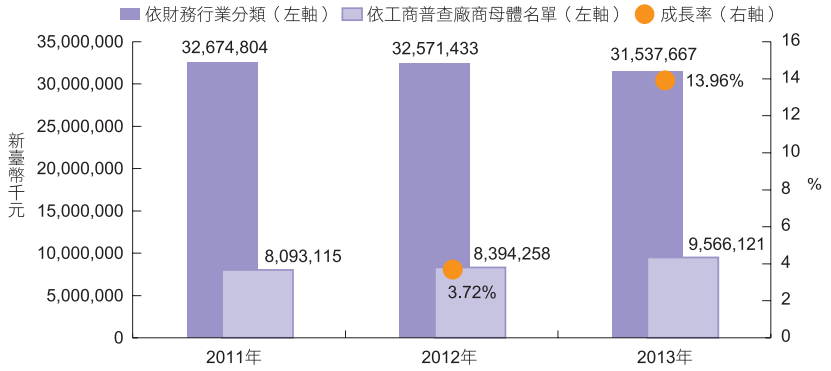
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

此外，為考量以行業代碼來彙整財稅資料有其方法的侷限性，故本年報以2011年工商普查「流行音樂出版、供應及表演」母體資料，彙整核心廠商2011年至2013年的營業額資料。2013年營業額為新臺幣95.66億元，僅為原財稅資料營業額之30.33%。經兩組數據比較後推估，原財稅資料之所以高於2011年工商普查母體統編所撈取財稅資料之主因應為，工商普查母體所涵蓋的母體範圍為流行音樂出版、供應及表演

等核心創作產業，不包含原財稅代碼之產業鏈末端的CD批發及零售以及視唱中心（KTV）等通路。若進一步從普查母體營業額來解讀，2013年我國流行音樂之出版、供應及表演業核心營業額呈現逐年成長趨勢，且2013年度成長率達到15.86%，較2012年多出超過十個百分點，顯示目前流行音樂產業雖處於轉型中，但整體仍呈熱絡狀態。

圖2—38　2011～2013年流行音樂及文化內容產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「流行音樂出版、供應及表演」之廠商。

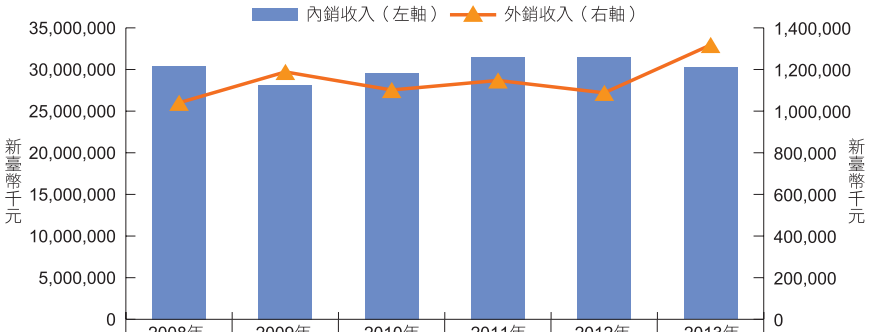
2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

在內、外銷表現方面，2013年呈現相互消長情形，外銷金額有明顯程度的成長，其主要來自於其他聲音錄製及音樂出版的線上音樂收入增加與藝人及模特兒等經紀次產業營業額大幅成長所影響。另一方面，僅透過外銷數據，無法真實呈現我國歌手於中國大陸的影響力。

圖2—39　2011～2013年流行音樂及文化內容產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	30,447,161	28,165,043	29,609,584	31,527,404	31,483,493	30,219,862
外銷收入（右軸）	1,040,160	1,188,352	1,101,536	1,147,401	1,087,940	1,317,806

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2-17註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

流行音樂及文化內容產業各次產業的2013年營業額表現上，音樂詞曲創作近三年有明顯成長趨勢，其他呈現成長次產業還包含其他聲音錄製及音樂出版（包含線上音樂）、音樂出版（實體）與舞台燈光、音響設備出租，成長幅度分別為20.69%、10.06%及6.75%；反觀在通路端的CD唱片批發及零售持續有大幅衰退現象，衰退幅度分別為5.65%及15.65%，而2013年度首次加入的視唱中心（KTV）次產業亦呈現衰退趨勢，2013年衰退幅度為5.11%。

表2—18　2011～2013年流行音樂及文化內容產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）零售	營業額	7,961,343	6,193,878	6,737,812	6,773,191	6,339,037	5,346,937
	成長率		-22.20%	8.78%	0.53%	-6.41%	-15.65%
錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）批發	營業額	4,007,573	3,599,229	3,426,987	3,186,502	2,754,922	2,599,227
	成長率		-10.19%	-4.79%	-7.02%	-13.54%	-5.65%
音樂出版	營業額	3,957,860	3,951,183	3,980,548	4,459,191	4,548,308	5,006,066
	成長率		-0.17%	0.74%	12.02%	2.00%	10.06%
音樂詞曲版權代理及授權使用	營業額	170,890	179,069	268,702	313,151	365,309	363,241
	成長率		4.79%	50.06%	16.54%	16.66%	-0.57%
錄音工程	營業額	59,904	38,924	73,713	79,613	75,194	69,052
	成長率		-35.02%	89.38%	8.00%	-5.55%	-8.17%
其他聲音錄製及音樂出版	營業額	1,109,174	1,141,967	1,310,011	1,880,539	2,031,096	2,451,241
	成長率		2.96%	14.72%	43.55%	8.01%	20.69%
藝人及模特兒等經紀	營業額	1,244,906	2,066,464	2,225,498	2,412,149	2,950,332	2,796,403
	成長率		65.99%	7.70%	8.39%	22.31%	-5.22%
舞台燈光、音響設備出租	營業額	547,124	555,630	627,560	671,919	707,046	754,740
	成長率		1.55%	12.95%	7.07%	5.23%	6.75%
音樂詞曲創作	營業額	820	-	-	702	1,183	5,189
	成長率		-100.00%	-	-	68.52%	338.72%
視唱中心（KTV）	營業額	12,427,727	11,627,051	12,060,289	12,897,847	12,799,007	12,145,571
	成長率		-6.44%	3.73%	6.94%	-0.77%	-5.11%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

本年報輔以其他產業資料補充說明目前流行音樂及文化內容產業的經營情況。根據財團法人臺灣唱片出版事業基金會之臺灣區音樂市場銷售統計表指出，2013年我國整體音樂市場在數位音樂成長幅度超越實體音樂衰退幅度的情況下，近三年來首度出現成長趨勢。2013年我國實體唱片銷售金額為新臺幣1,154.52百萬元，占整體銷售金額的63.6%，較2012年度下滑近十個百分點；而數位音樂銷售金額則為新臺幣661.11百萬元，占整體銷售金額的36.4%。就成長率角度觀察，實體唱片不管在銷售數量或是銷售金額部分皆較2012年度衰退，其中又以國外單曲與專輯衰退較多，銷售金額及銷售數量分別衰退23.30%及25.34%；在數位音樂的銷售金額部分則成長38.92%。

表2—19　2011～2013年臺灣音樂市場銷售統計

（單位：新臺幣百萬元、百萬張、百分比）

年度	類別	2011年	2012年	2013年	2013年成長率
銷售金額	國內單曲與專輯	570.52	452.15	435.12	-3.77%
	國外單曲與專輯	633.57	494.70	379.45	-23.30%
	古典專輯	168.34	155.60	126.55	-18.67%
	影音類	265.94	194.00	213.40	10.00%
	數位音樂	344.76	475.88	661.11	38.92%
	合計	1,983.13	1,772.33	1,815.63	2.44%
銷售數量（只含實體）	國內單曲與專輯	2.023	1.613	1.314	-18.54%
	國外單曲與專輯	2.452	1.827	1.364	-25.34%
	古典專輯	1.25	1.165	1.008	-13.48%
	影音類	0.803	0.525	0.502	-4.38%
	合計	6.528	5.130	4.188	-18.36%

資料來源：財團法人臺灣唱片出版事業基金會。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

從產業鏈的角度切入，隨著流行音樂市場消費多元化，分眾市場的逐漸形成，包含主流及非主流音樂皆有各自聽眾市場，使創作端日益蓬勃並受到重視；而分眾市場的形成，使非主流等小眾以及獨立音樂快速成長，據知名業者指出，2013年度流行音樂活動演出場次較2012年度有大幅成長趨勢，成長幅度超過20%。

通路端就數據觀察，受串流音樂競爭，包含歐洲知名音樂串流服務Spotify於2013年11月開始於臺灣提供服務等因素影響，使傳統實體唱片市場仍逐年呈現萎縮，其中又以國外實體唱片衰退幅度最高。取而代之的是其他聲音錄製及音樂出版的線上音樂崛起以及演唱會及Live House等體驗經濟的熱度持續。

（二）發展趨勢

1.數位音樂的崛起，促成Big Data的運用

隨著實體唱片通路的逐漸式微，數位及線上音樂通路的崛起，使業者將所掌握的Big Data轉化為更精確聽眾消費行為，包含喜好收聽歌手、收聽類型、收聽時間、收聽裝置等偏好，並透過數據的分析，提供分眾化產品及服務，如專屬音樂類型串流電台、相關週邊產品等以增加收入的可能性。

2.新商業模式的形成

不同於以往音樂下載形式，串流音樂（Streaming Music）是透過付費訂閱或限時免費收聽含廣告音樂的形式，提供消費者兩種不同的收聽服務。在目前使用者付費觀念仍處於培養的階段，國外許多知名串流音樂服務商，如Spotify、Pandora等業者皆是透過此類作法，瞄準廣告市場大餅。

3.小型展演空間的法規鬆綁，壓縮專業Live House業者經營空間

因小型展演空間申請法規的放寬，未來只要符合「觀眾席面積未達二百平方公尺」且「純展演不供餐飲者」，皆可以「表演館（場）」及「音樂展演場」的名稱歸類，為小型展演場所找到法令歸組，既能符合表演藝術發展生態，又能兼顧公共安全，達到雙贏。不過也有業者認為，在目前樂手數量不夠多的情況下，此舉恐將造成整體演出品質下降，因而整體產業生態的影響仍需相關部門持續關注。

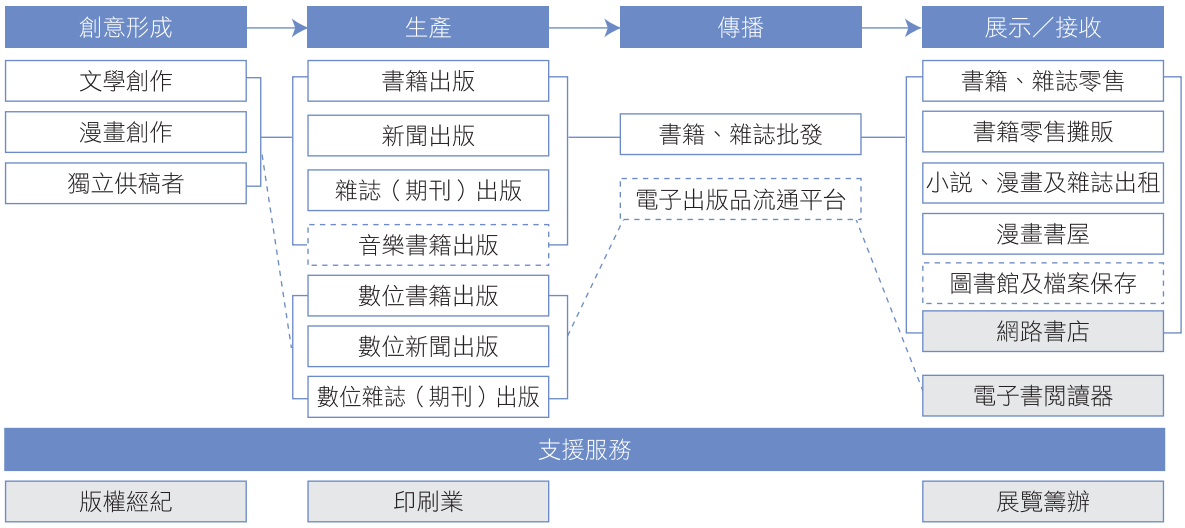
出版產業

一、產業鏈及產業範疇

出版產業是指從事新聞、雜誌（期刊）、圖書等紙本或以數位方式創作、企劃編輯、發行流通等之行業。根據「中華民國行業標準分類」，出版業包括從事新聞、雜誌（期刊）、書籍及其他出版品、軟體等具有著作權商品發行之行業。在2010年通過《文化創意產業發展法》後，軟體出版業被歸類至「數位內容產業」，音樂書籍出版則被歸類至流行音樂及文化內容產業。依財政部稅務行業標準分類第七次修訂之行業代碼，本年報之出版產業所涵蓋的行業代碼、名稱及定義如下所示。

出版產業的產業鏈包括上游創意形成端的創作及寫作活動，以及支援服務端的版權經紀業；中游的生產端則包括負責實體與電子刊物之編務與發行的出版社，以及負責製版、印刷、裝訂的印刷業；中下游的傳播端包括書籍及雜誌的批發流通、電子出版品流通平台；下游的展示／接收端則包括零售、出租、電子書閱讀器、圖書館等行業，以及支援服務端的展覽籌辦行業（書展籌辦）。

圖2—40　出版產業之產業鏈範疇



註：1. 虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線及虛線連結，分別用以表示現階段產業中的主要及次要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

依財政部稅務行業標準分類第七次修訂之行業代碼，本年報之出版產業所涵蓋的行業代碼、名稱及定義如下所示：

表2—20　出版產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
4581—12	書籍、雜誌批發	包括已錄製書籍內容之CD或DVD、賀卡、報紙等批發
4761—12	書籍、雜誌零售	包括已錄製書籍內容之CD或DVD、賀卡、報紙等零售
4869—11	書籍零售攤販	書籍零售攤販
5811—11	新聞出版	包括以印刷形式發行之新聞出版等
5811—12	數位新聞出版	包括以電子形式（含網路）發行之新聞出版等
5812—11	雜誌（期刊）出版	包括以印刷形式發行之雜誌（期刊）出版等亦包括以印刷形式發行之廣播及電視節目表出版
5812—12	數位雜誌（期刊）出版	包括以電子形式（含網路）發行之雜誌（期刊）出版等
5813—11	書籍出版	從事書籍出版，以印刷、有聲書或網路等形式發行之行業。不包括： ・從事書籍印刷而不涉及出版歸入1611細類「印刷業」 ・地球儀製造歸入3399細類「其他未分類製造業」 ・音樂書籍及樂譜之出版歸入5920細類「聲音錄製及音樂出版業」 ・個人作家及漫畫家歸入9010細類「創作業」
5813—12	數位書籍出版	包括以電子形式（含網路）發行之書籍、參考書、小冊子、字典、地圖、技術手冊、百科全書等出版
7739—13	小說、漫畫及雜誌出租	小說、漫畫及雜誌出租
9010—12	漫畫創作	漫畫創作
9010—13	文學創作	包括散文、小說、詩歌等創作
9010—18	獨立供稿者	包括獨立作業記者等
9329—16	漫畫書屋	1.包括提供複合式服務之漫畫書屋等 2.僅提供漫畫出租服務應歸入7739—13子類「小說、漫畫及雜誌出租」

註：與2013年年報相比，本年報增列4869—11書籍零售攤販、7739—13小說、漫畫及雜誌出租、9329—16漫畫書屋，主要考量該三業屬於出版產業之一環，另外考量9010—99其他創作之行業內涵，將其改列至視覺藝術產業。

資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

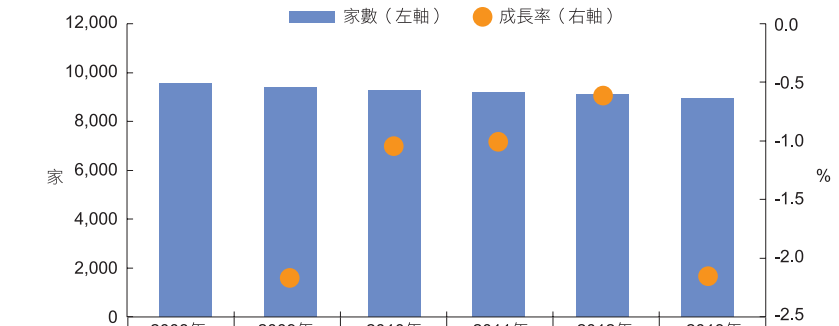
二、產業數據分析

出版產業的企業家數近六年呈現微幅下滑的情況，自2008年的9,587家稍降至2013年為8,933家；2013年家數成長率為-2.16%。營業額表現方面，2013年約新臺幣1,105億元，較前一年微幅下滑-5.42%。

此外，為考量以行業代碼來彙整財稅資料有其方法的侷限性，故本年報以2011年工商普查出版產業核心廠商母體資料，彙整2011年至2013年的營業額資料。2013年出版產業核心廠商的營業額約新臺幣610.28億元，僅為以依稅務行業代碼彙整得出之數據的55.24%。不過，雖然絕對金額數字有所差異，但觀察其近三年的營業額表現趨勢，則大抵與以依稅務行業代碼彙整得出的數據一致。

圖2—41　2008～2013年出版產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



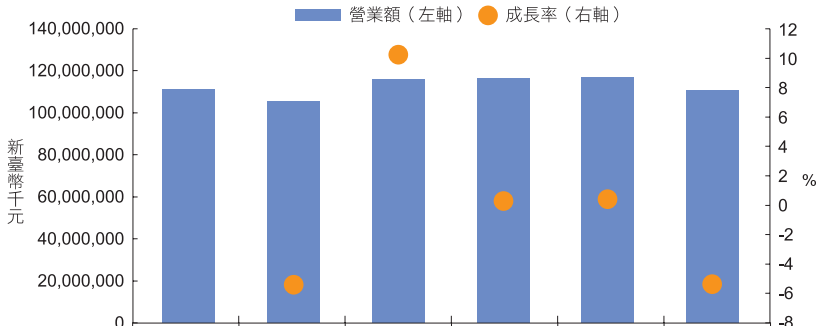
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	9,587	9,379	9,281	9,187	9,130	8,933
成長率（右軸）		-2.17%	-1.04%	-1.01%	-0.62%	-2.16%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—42　2008～2013年出版產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



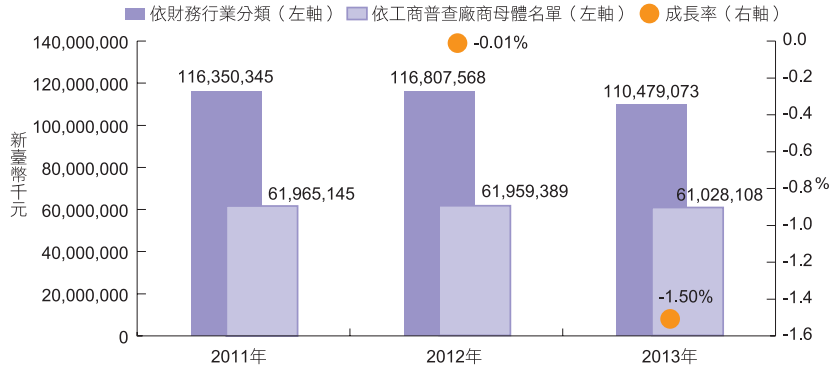
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	111,277,283	105,257,435	116,031,150	116,350,345	116,807,568	110,479,073
成長率（右軸）		-5.41%	10.24%	0.28%	0.39%	-5.42%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—43　2011～2013年出版產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



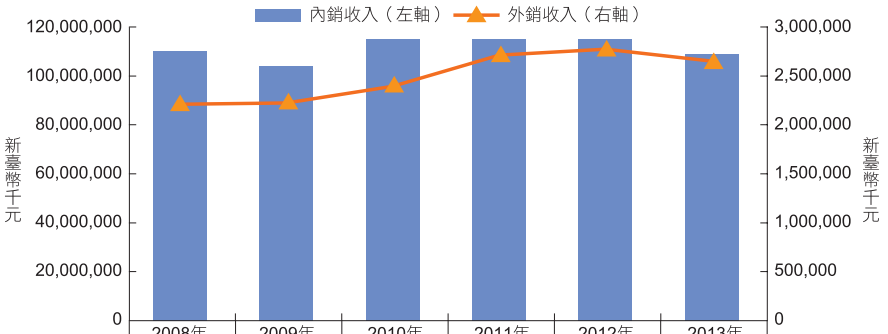
註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「報紙雜誌書刊出版」之廠商。
2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

在內外銷表現方面，出版產業的營收最主要仍來自內需市場的貢獻。內、外銷金額近六年的表現與整體產業的趨勢一致。內銷金額自2009年約新臺幣1,031億元成長至2012年約新臺幣1,141億元，2013年則略微下滑至約新臺幣1,079億元；2013年內銷金額約占整體營業額的97.63%。外銷表現部分，2013年約新臺幣26億元。

圖2—44　2008～2013年出版產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	109,093,274	103,058,657	113,664,404	113,665,398	114,059,190	107,855,369
外銷收入（右軸）	2,184,010	2,198,778	2,366,746	2,684,948	2,748,378	2,623,704

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

以次產業的營業額表現來看，以2013年表現來看，傳統出版端（包括書籍出版、雜誌期刊出版）、銷售通路的營業額皆較2012年衰退，但數位出版（包括數位書籍、數位雜誌期刊）的營業額表現卻呈現逆勢成長。

表2—21　2008～2013年出版產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
書籍、雜誌批發	營業額	33,688,772	33,231,491	38,668,962	37,999,413	38,922,904	32,937,554
	成長率	-	-1.36%	16.36%	-1.73%	2.43%	-15.38%
書籍、雜誌零售	營業額	24,869,126	24,044,142	24,868,008	25,517,005	24,565,868	24,208,347
	成長率	-	-3.32%	3.43%	2.61%	-3.73%	-1.46%
書籍零售攤販	營業額	26,690	38,851	37,951	49,095	44,837	43,275
	成長率	-	45.56%	-2.32%	29.36%	-8.67%	-3.49%
新聞出版	營業額	14,450,400	10,952,388	13,174,132	12,743,149	12,213,700	14,516,217
	成長率	-	-24.21%	20.29%	-3.27%	-4.15%	18.85%
數位新聞出版	營業額	2	10	542	1,568	1,960	4,480
	成長率	-	400.00%	5320.00%	189.30%	25.00%	128.57%
雜誌（期刊）出版	營業額	16,699,837	15,561,442	16,539,830	17,275,157	17,896,932	16,991,085
	成長率	-	-6.82%	6.29%	4.45%	3.60%	-5.06%
數位雜誌（期刊）出版	營業額	1,134,299	1,074,408	1,214,673	1,272,070	1,255,576	1,333,106
	成長率	-	-5.28%	13.06%	4.73%	-1.30%	6.17%
書籍出版	營業額	18,664,694	18,727,536	19,993,074	20,081,973	20,612,057	19,313,850
	成長率	-	0.34%	6.76%	0.44%	2.64%	-6.30%
數位書籍出版	營業額	102,304	107,432	136,577	108,691	104,767	110,036
	成長率	-	5.01%	27.13%	-20.42%	-3.61%	5.03%
小說、漫畫及雜誌出租	營業額	1,307,964	1,248,048	1,184,246	1,144,817	1,056,028	907,104
	成長率	-	-4.58%	-5.11%	-3.33%	-7.76%	-14.10%
漫畫創作	營業額	-	-	-	-	-	428
	成長率	-	-	-	-	-	-
獨立供稿者	營業額	-	-	-	-	-	249
	成長率	-	-	-	-	-	-
文學創作	營業額	-	-	-	0	81	137
	成長率	-	-	-	-	-	69.14%
漫畫書屋	營業額	333,196	271,687	213,155	157,408	132,857	113,206
	成長率	-	-18.46%	-21.54%	-26.15%	-15.60%	-14.79%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.根據營業稅法第八條規定，依法登記之報社、雜誌社、通訊社、電視台與廣播電台銷售其本事業之報紙、出版品、通訊稿、廣告、節目播映及節目播出等收入免徵營業稅。因此，本年報統計之營業額僅包含該業部分營業項目，有低估現象，且趨勢解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

目前國內出版業界多數業者也積極向數位出版轉型，包括博客來宣布於2015年進軍電子書市場等，但相較於國外數位出版的明顯成長，國內數位出版或發展電子刊物的進展卻是有限。

2013年國內的數位出版市場雖有所成長，但成長幅度仍不明顯，此主要是因為傳統出版業者顧忌於電子書市場發展太快可能傷害傳統紙本市場的銷售，因此對於電子書市場，目前多數國內出版業者仍抱持較保守的態度。例如業界人士指出，目前國內出版社對於電子書的價格通常是實體書訂價的五至七折，但實體書價格通常是訂價的七九折，兩者價格差距不大，導致電子書吸引讀者的價格誘因尚不明顯，電子書市場的進展因而受到侷限；究其原因是出版業者擔心電子書價格太低可能將衝擊固有的紙本書市場，而多數業者仍認為未來電子書不會取代紙本書市場。

另外，在創作端部分，對於電子書市場同樣也抱持較保守的看法。在國外已出現創作者跳過出版社，直接在電子書平台上進行個人數位出版的風潮，但是反觀國內，目前許多暢銷作家仍舊不偏好電子書發行形式，再加上前述出版社的猶疑，使得數位出版品取得電子版權不易，而形成數位出版品的書種不到紙本出版的十分之一。從中文暢銷排行中，即可觀察到此一情況；2013年十大暢銷書排行榜中，博客來只有兩本有同步發行電子書，金石堂有三本，誠品則有四本；不過，這些有發行電子書的作者，僅有一位是國內人士，其餘皆是國外作者，顯示國內作者對於電子書發行形式仍不甚積極。

（二）發展趨勢

1.數位出版市場崛起的衝擊效應日漸形成

儘管國內出版業對於數位出版市場仍不甚積極，但消費端的數位閱讀人口逐漸增加，正開始影響出版業的經營表現。過去受到網路技術的影響，部分出版社的出版銷售已出現虛擬書店的收益貢獻大於實體通路的情況；不過這樣的轉變，僅是涉及行銷方式的調整，銷售的物件仍是以實體書為主，也就是發行形式仍未受到改變。但觀察目前出版產業的趨勢，實體書的銷售已開始受到數位出版市場崛起的衝擊。根據國內最大網路書店博客來的統計，受到數位管道衝擊實體市場的影響，2013年的書籍銷售量較前一年呈現個位數衰退，顯示國內的數位閱讀人口已有逐漸成長（尤其是年輕閱讀族群），且已開始影響實體書的銷售市場[2]。國內出版業對於消費端的數位閱讀人口增加，有必要採取更積極的調整策略。

2.小雜誌市場將持續擴張

自2012年起，「小雜誌」開始在雜誌出版市場崛起並形成一股熱潮。小雜誌有別於傳統雜誌主要有幾項特色，包括出版社較小、發行規模較小、內容以生活小事及小我議題為主、風格強烈、實驗性質高、主題內容調整靈活等。根據業界觀察，小雜誌市場的崛起主要與臺灣逐步邁入個體化社會有關，因而在閱讀消費端越來越強調貼近讀者個人生活經驗、單一主題化、分眾化的需求。雖然目前已有部分小雜誌出現停刊情況，但業界人士認為，由於臺灣邁向個體化社會的趨勢確立，因此預估小雜誌市場未來仍將持續擴張。

2　博客來，「2013年博客來報告」。

廣告產業

一、產業鏈及產業範疇

廣告產業是指從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置、獨立經營分送廣告、招攬廣告、廣告設計等行業。

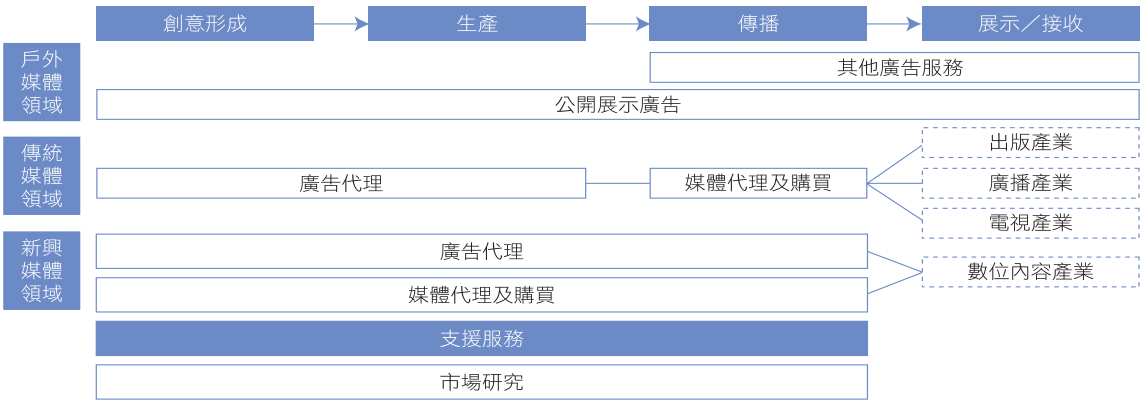
從產業鏈來看，可以概分為戶外媒體、傳統媒體、新興媒體（網路）等三大領域。

首先，在戶外媒體領域，主要是由公開展示廣告業（戶外廣告）以產業鏈垂直整合的經營型態，提供設計、製造、施工、展示空間出租或託租等全方位服務。其他廣告服務業則提供廣告產品分送至消費者等服務，屬於通路經營型態，因此其經營活動涵蓋了傳播及展示/接收端。而在傳統媒體領域，主要是指透過電視、廣播、紙本出版物等產業鏈下游媒介，為廣告主提供廣告展示服務。

其次，在傳統媒體領域中，因近年廣告主對於廣告策略愈來愈具有主導性及策略性，降低了傳統廣告代理商在價值鏈上的功能，因此有越來越多媒體代理商躍過廣告代理商而直接面對廣告主，廣告主會透過代理商購買特定媒體的廣告版位，甚至有廣告主直接向媒體購買版位，而使得產業鏈結構發生鬆動改變。影響所及，媒體代理及購買業雖然是廣告代理商的產業鏈下游，但是在實際經營活動中，反而是下游的媒體代理及購買商掌握了決定廣告投放的權力。

第三，在新興媒體領域，如今許多網路廣告代理商、網路媒體代理商的經營內容幾乎都涵蓋了創意形成、生產、傳播端的服務，從接獲廣告主委託到廣告產品至通路上架展示的中間過程，各行業幾乎可完全包辦，從而有別於傳統媒體領域的產業鏈經營關係。

圖2—45　廣告產業之產業鏈範疇



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。

2.次行業之間的實線連結，用以表示現階段產業中的主要互動網絡關係。

資料來源：本年報整理，2014年11月。

在財政部稅務行業標準分類第七次修訂之行業代碼上則包括廣告代理、媒體代理及購買、公開展示廣告、其他廣告服務及市場研究等五項行業，行業代碼、名稱及定義如下所示：

表2—22　廣告產業之行業代碼與名稱

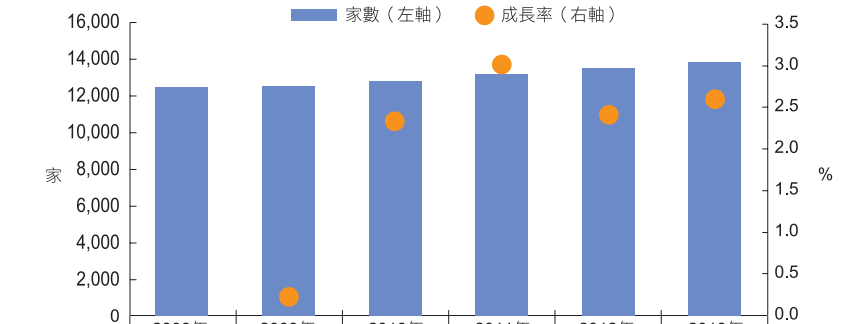
行業代碼	名稱	定義
7310—11	廣告代理	包括創作廣告活動、刊登廣告於期刊、報紙、廣播、電視及其他媒體等；此類活動提供了各類之廣告服務（透過內部製作或轉包其他業者執行），包括提供建議、創意、廣告品之製作、媒體策劃與購買
7310—12	媒體代理及購買	包括媒體代理（為各種招攬廣告之媒體出售播放時段與刊登之空間）、媒體購買（自媒體業購買廣告之播放時段與刊登之空間，再轉售與廣告代理或一般公司）等
7310—13	公開展示廣告	包括創作及設計於公共場所展示之廣告活動，如招牌廣告、車身廣告、公車站牌廣告、店面櫥窗設計等
7310—99	其他廣告服務	包括廣告樣品、廣告傳單分送等
7320—11	市場研究	包括以促進銷售和開發新產品為目的的市場潛力調查、消費者對產品的接受程度、熟識情況及其購買習慣的調查，以及對調查結果所作的統計分析等

註：與2013年年報相比，本年報增列7320—11市場研究，主要考量該業屬於廣告產業之支援服務的一環。

資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

圖2—46　2008～2013年廣告產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



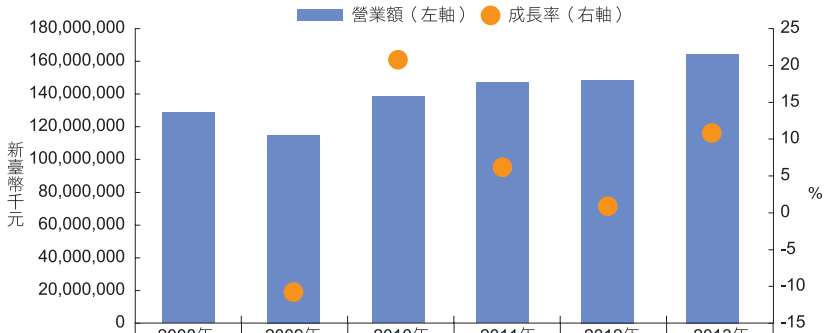
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	12,599	12,627	12,923	13,313	13,635	13,990
成長率（右軸）		0.22%	2.34%	3.02%	2.42%	2.60%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—47　2008～2013年廣告產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



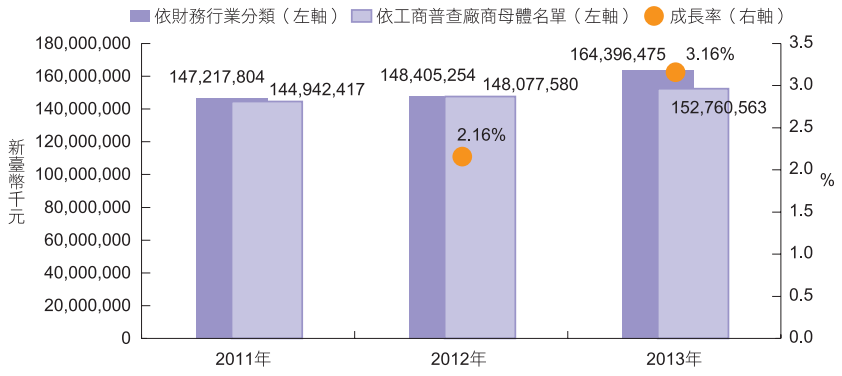
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	128,877,242	114,947,804	138,756,891	147,217,804	148,405,254	164,396,475
成長率（右軸）		-10.81%	20.71%	6.10%	0.81%	10.78%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—48　2011～2013年廣告產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



註：1. 工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「廣告產業」之廠商。

2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

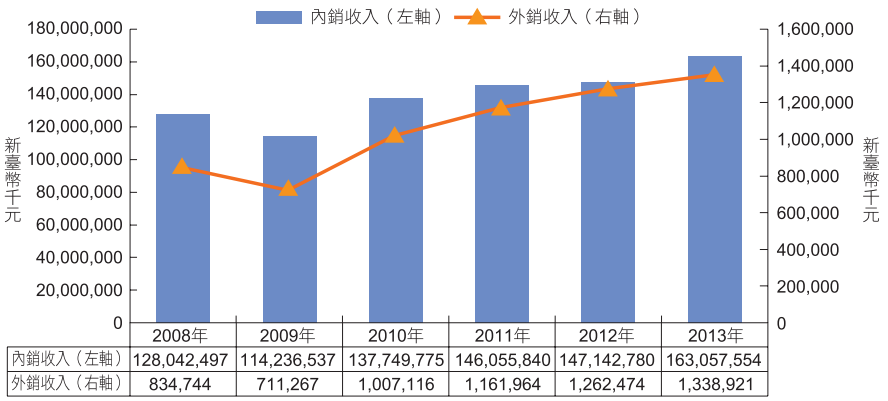
二、產業數據分析

整體廣告產業的企業家數呈現逐年穩定成長的趨勢，自2008年以來呈現成長趨勢，2012年已成長至1萬3,990家。在營業額表現方面，除數位內容產業以外，廣告產業是我國文化創意產業中最大者。近六年的營收表現與廠商家數情況一致，大抵呈現逐年成長的趨勢，自2008年約新臺幣1,289億元成長至2013年約新臺幣1,644億元。

此外，為考量以行業代碼來彙整財稅資料有其方法的侷限性，故本年報以2011年工商普查廣告產業核心廠商母體資料，彙整2011年至2013年的營業額資料。2013年廣告產業核心廠商的營業額為約新臺幣1,651億元，年成長率為3.05%，數據與以行業代碼彙整得出的數據接近。觀察其近三年的營業額表現趨勢，亦大抵與以行業代碼彙整得出的數據一致，皆呈現逐年成長的情況。

圖2—49　2008～2013年廣告產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	128,042,497	114,236,537	137,749,775	146,055,840	147,142,780	163,057,554
外銷收入（右軸）	834,744	711,267	1,007,116	1,161,964	1,262,474	1,338,921

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

在內、外銷表現方面，廣告產業仍以內銷為主，2013年內銷金額占整體營業額比重為99.19%。由於內銷營業額比重極大，因此其近六年的營業額趨勢與整體產業的表現相當；內銷金額自2008年的新臺幣1,280億元成長至2013年的新臺幣1,631億元。外銷部分，近六年外銷金額的變動趨勢與內銷表現一致，呈現成長趨勢。

廣告產業各次產業的2013年營業額表現均較2012年成長，其中尤以媒體代理及購買業成長幅度最為明顯，成長幅度最小者為市場研究。

表2—23　2008～2013年廣告產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
廣告代理	營業額	74,992,048	65,415,666	77,560,931	80,537,401	79,180,881	84,383,213
	成長率	-	-12.77%	18.57%	3.84%	-1.68%	6.57%
媒體代理及購買	營業額	6,563	3,503	11,073	13,085	7,243	12,720
	成長率	-	-46.63%	216.10%	18.17%	-44.65%	75.62%
公開展示廣告	營業額	20,363,582	18,268,653	21,498,638	22,600,630	22,650,523	23,784,679
	成長率	-	-10.29%	17.68%	5.13%	0.22%	5.01%
其他廣告服務	營業額	31,071,655	28,834,398	36,867,084	41,287,035	43,587,377	53,156,149
	成長率	-	-7.20%	27.86%	11.99%	5.57%	21.95%
市場研究	營業額	2,443,393	2,425,585	2,819,165	2,779,653	2,979,230	3,059,715
	成長率	-	-0.73%	16.23%	-1.40%	7.18%	2.70%

註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.承上，以媒體代理及購買業之營業額表現為例，因該業在廣告產業中扮演決定廣告投放配置之關鍵角色，但該業近六年之成長率表現起伏較大，有違產業界人士之觀察認知，且其走勢明顯與整體產業表現趨勢不同。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2013年11月。

除了財政部財稅資料之外，本年報也輔以其他產業調查資料加以補充說明目前廣告產業的經營情況。根據《台灣媒體白皮書》彙整統計，整體媒體廣告量2013年達新臺幣587.51億元，為近六年來新高；其中衛星電視及報紙為廣告量前二大之媒體，網路的廣告量則排名第三，並於2010年之後正式超越無線電視之廣告量。不過以廣告量占比表現趨勢來看，衛星電視及網路的廣告量占比近六年明顯成長，無線電視、報紙、雜誌、廣播的占比則相對下滑，顯示各媒體在廣告市場占有率的消長。

表2—24　2008～2013年各媒體廣告量

（單位：新臺幣億元）

年	無線電視	有線電視	報紙	雜誌	廣播	戶外	網路	合計
2008	43.53	166.78	155.47	65.45	30.76	28.44	30.48	520.91
2009	41.25	149.06	147.71	63.59	39.66	36.51	36.98	514.76
2010	40.94	140.48	136.68	64.45	37.71	33.51	49.50	503.27
2011	44.45	135.82	110.79	60.50	38.39	33.70	59.76	483.41
2012	43.44	158.19	100.09	50.59	37.61	28.62	69.89	488.42
2013	50.61	198.62	119.56	55.50	44.83	32.89	85.51	587.51

資料來源：《台灣媒體白皮書》整理自Nielsen廣告監播服務及台北市數位行銷經營協會（DMA）。

表2—25　2008～2013年各媒體廣告量占整體廣告量比例

（單位：百分比）

年	無線電視	有線電視	報紙	雜誌	廣播	戶外	網路
2008	9.20%	28.10%	22.92%	12.52%	7.94%	6.97%	12.36%
2009	8.89%	32.39%	20.49%	10.36%	7.70%	5.86%	14.31%
2010	8.61%	33.81%	20.35%	9.45%	7.63%	5.60%	14.55%
2011	8.10%	35.02%	17.65%	9.39%	6.85%	6.09%	16.89%
2012	6.94%	34.78%	16.51%	9.26%	6.16%	6.23%	20.12%
2013	6.39%	35.13%	14.53%	8.86%	5.22%	6.98%	22.89%

資料來源：《台灣媒體白皮書》整理自Nielsen廣告監播服務及台北市數位行銷經營協會（DMA）。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

在產業經營方面，由於台灣產業外移，在企業國際布局的情況下，企業主的廣告購買對象也不再限於國內廣告業者，同時也會以較高標準要求廣告費的投資報酬率。在此大環境趨勢下，廣告市場競爭日趨激烈，導致整體產業邁入微利時代。

一方面，相關業者的經營型態開始產生市場版圖位移，而逐漸趨同於向廣告主提供全方位解決方案的服務型態。例如，目前許多媒體代理商除了提供廣告主廣告投放的媒體策略建議之外，還提供很多額外的服務內容，包括結合節目內容、安排新聞媒體露出、贊助賽事活動、舉辦公關商業活動等。

另一方面，廣告業者也已逐漸掌握新興媒體領域的價值整合及創新應用的經營方向，包括增加活動行銷及強化數位行銷等策略，開拓新的價值來源。觀察廣告代理商2013年的經營表現，已走出近幾年的困境，不論是本土中小型廣告代理商或國際廣告代理商的業績表現都有所成長，此除了整體經濟環境逐漸復甦的因素之外，亦與上述廣告代理商成功調整經營方向有關。

（二）發展趨勢

觀察目前整體廣告產業的經營，主要有四大發展趨勢：

1.廣告業者日益發展整合行銷的功能

廣告主的行銷預算有愈來愈多的比例投入於傳統媒體之外，再加上廣告代理商因廣告主日漸降低對其策略建議的依賴，使得廣告代理或媒體代理必須發展新的商業模式。為拓展新的價值鏈功能，有不少廣告代理商和媒體代理商增設活動行銷部門，運用跨媒體行銷平台，為廣告主提供廣告、活動行銷、傳播、公關、異業媒合等全方位的整合服務，以爭取更多新業務。

2.數位行銷日益受到重視

隨著數位行動裝置等新媒體的崛起，廣告業者已更加積極運用數位工具，發展數位廣告業務。最為明顯的是，目前已有不少行動廣告代理商、數位整合行銷廣告代理商等新型態的數位廣告商出現；而自2011年開始，廣告業也連年舉辦了「台北國際數位廣告節」。相較於傳統廣告代理商擁有對不同媒體整合運用能力的優勢，數位廣告代理商則擁有較強數位技術能力的優勢，同時對於數位廣告發展趨勢較能掌握。而受到數位廣告需求越來越大的影響，近年來傳統廣告代理商的經營也逐漸跨足數位廣告及行銷，包括在組織內部創設數位部門，或者在公司集團旗下增設獨立的數位代理商等。而傳統媒體代理商雖然目前最主要的收益來源還是來自於傳統媒體，但為因應數位行銷的趨勢，目前許多傳統媒體代理商也已增設網路代理部門。

3.購物者行銷的概念興起

近幾年積極發展購物者行銷（Shopper marketing）或口碑行銷，運用社群軟體，例如Facebook、Twitter、Line等平台，透過朋友分享推薦的方式，影響消費者的購買行為。因此，除了過去的網路廣告、行動廣告等數位行銷方式之外，目前廣告業者也積極切入社群廣告的新業務領域。在「受眾採買」時代下，將影響廣告投放方式的轉變，需求方平台（Demand Side Platform）預計將成為廣告主的主要採買管道之一。

4.跨螢幕行銷整合將成為未來主流

隨著行動通訊裝置及網路技術的快速發展，消費者對於內容的觀賞和消費，已日漸朝向跨螢幕的趨勢。根據資策會FIND／經濟部技術處「資策會FIND（2014）／服務創新體驗設計系統研究與推動計畫（2/4）」，40歲以下的國內民眾習慣於行動裝置上收看影音節目，使用者透過視頻網站、智慧型手機或平板電腦收看影音節目的平均消費時間，約為電視用戶的一半（使用者每天看電視的平均時間約為2.5小時，透過網路或行動裝置的時間約為1小時）。在數位匯流的時代下，電視、雜誌、報紙等傳統媒體與行動裝置的多螢幕或跨螢幕（或稱「跨屏」）結合，將是未來最能接觸消費者的工具；而如何利用跨螢幕行銷整合與消費者對話，不僅將成為廣告客戶的關注需求，同時也會對廣告代理商形成經營挑戰。

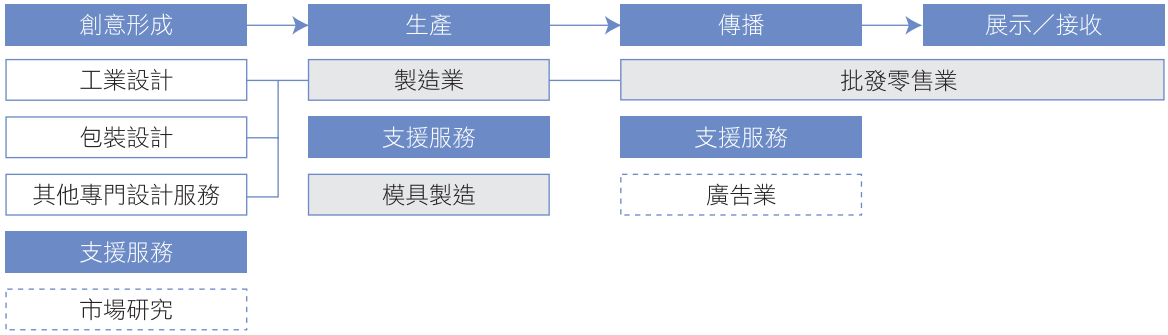
產品設計產業

一、產業鏈及產業範疇

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

產品設計的主要工作包含產品企劃、產品設計等及其相關產業。產品設計服務主要是產業鏈中創意形成的一環，由業主提出需求，設計完成後由業主自行生產製造或委託生產製造，經過傳播、展示接收端到達消費者。

圖2—50　產品設計產業鏈



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線連結，分別用以表示現階段產業中的主要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

依財政部稅務行業標準分類第七次修訂，產品設計產業的經營內容包括從事產品之外觀、機構、人機介面等規劃、設計，以利產品之使用、價值及外觀達到最適化之工業設計、包裝設計以及包含珠寶、家具設計等未分類其他專門設計服務。依財政部稅務行業標準分類第七次修訂之行業代碼，本年報之產品設計產業所涵蓋的行業代碼、名稱及定義如下所示：

表2—26　產品設計產業之行業代碼與名稱

行業代碼	行業別名稱	行業定義
7402—00	工業設計	從事產品之外觀、機構、人機介面等規劃、設計，以利產品之使用、價值及外觀達到最適化之行業
7409—13	包裝設計	包裝設計
7409—99	未分類其他專門設計服務	包括珠寶、家具等設計

註：與2013年年報相比，本年報刪減7409—16多媒體設計，主要考量該業與產品設計關聯性低。

資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

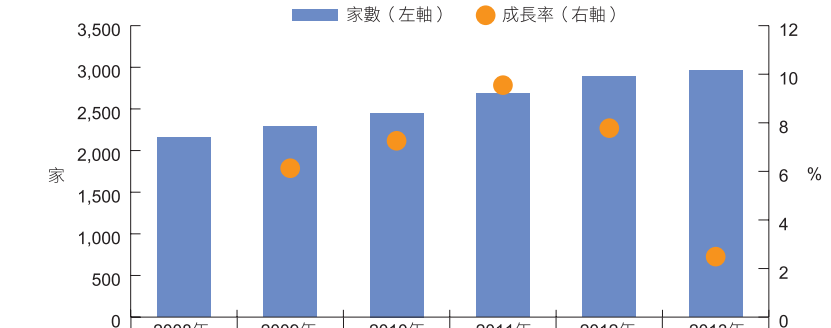
二、產業數據分析

產品設計產業與整體景氣波動息息相關，景氣熱絡時，商品不斷推陳出新，產品設計服務需求大增；景氣出現盤整狀態時，新商品的開發減少，降低對產品設計服務的需求。

2013年產品設計產業家數為2,966家，2008年以來，產業家數都是呈現成長趨勢。2013年營業額為581.5億元，較2012年成長6.61%，次產業中包裝設計大幅成長65.77%，工業設計成長12.33%，未分類其他專門設計服務業則衰退。

圖2—51　2008～2013年產品設計產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



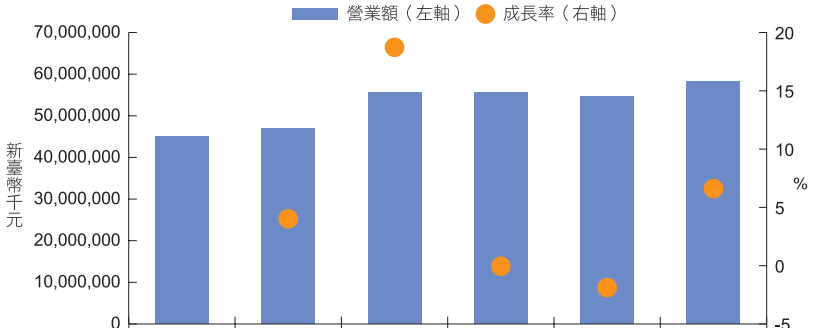
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	2,153	2,285	2,451	2,685	2,894	2,966
成長率（右軸）		6.13%	7.26%	9.55%	7.78%	2.49%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—52　2008～2013年產品設計產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



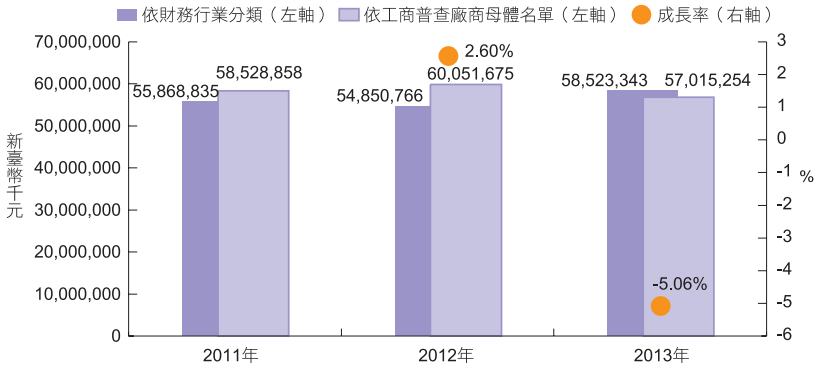
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	45,029,188	46,840,261	55,614,016	55,587,902	54,540,715	58,146,114
成長率（右軸）		4.02%	18.73%	-0.05%	-1.88%	6.61%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—53　2011～2013年產品設計產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「產品設計及設計品牌時尚產業」之廠商。

2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

資料來源：行政院主計總處及財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

由於本產業工商普查廠商母體名單包含設計品牌時尚產業，因此普查母體所得之營業額本應高於本業從稅務行業標準分類所取得之資料，但2013年實際資料卻較低，顯示設計公司不僅只從事單一設計服務項

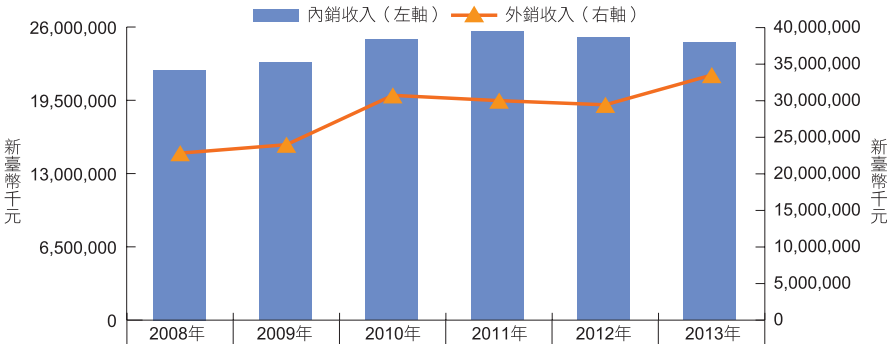
目（部分可能包含視覺傳達設計），因此透過普查母體營收比例拆分後，2013年產品設計產業活動之營業額低於稅務行業標準分類所取得之資料，且近兩年趨勢解讀上大不相同，產品設計產業活動營業額在2013年略為降低。

產品設計服務業是文化創意產業中，外銷比率最高的產業，外銷金額大於內銷金額。2013年本產業內銷金額衰退而外銷金額卻成長，內外銷金額的消長顯示設計業者在下游客戶，也就是台灣廠商憑藉優異彈性的製造能力在全球資訊產業立足及海外布局下，牽動設計服務市場的版圖變化。

在產品設計各次產業中，工業設計廠商家數最多，營業額最大，占整體產品設計服務營收達74.4%，且外銷收入達322億元，遠大於內銷的110億元。由於歐美景氣不確定因素減緩，工業設計2013年外銷金額成長14.1%（詳見附錄二）。

圖2—54　2008～2013年產品設計產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	22,197,300	22,852,427	24,877,228	25,574,702	25,098,894	24,637,649
外銷收入（右軸）	22,831,888	23,987,833	30,736,788	30,013,200	29,441,821	33,508,465

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

表2—27　2008～2013年產品設計產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
工業設計	營業額	30,923,126	34,216,560	39,592,667	38,678,627	38,489,396	43,236,838
	成長率	-	10.65%	15.71%	-2.31%	-0.49%	12.33%
包裝設計	營業額	31,863	31,582	49,652	31,757	38,471	63,772
	成長率	-	-0.88%	57.22%	-36.04%	21.14%	65.77%
未分類其他專門設計服務	營業額	14,074,199	12,592,119	15,971,696	16,877,518	16,012,849	14,845,504
	成長率	-	-10.53%	26.84%	5.67%	-5.12%	-7.29%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

2013年產品設計產業，受惠於國內外經濟不確定因素降低，帶動民眾消費意願逐漸好轉，且在國人愈趨重視產品外觀與設計感下，在工業設計方面，促使國內家電、生活用品、電子產品等廠商持續投入資源，強化產品外觀與機構設計；在包裝設計方面，由於大陸觀光客來台人數持續成長，兩岸伴手禮需求增溫下，也推升業者在包裝設計上愈趨重視；而包含珠寶、家具等設計的未分類其他專門設計服務，受到中國大陸禁奢令的影響，衝擊營業額表現。

（二）發展趨勢

1.公部門開創更多展示、交流、媒合空間與機會

自2013年11月臺北市獲選「2016世界設計之都」，臺北市積極打造適合設計產業發展的友善環境，包含計畫建置「原培英市場預定地」及「URS21中山創意基地」兩處設計產業園區，可望提供更多展示、交流與媒合的空間與機會。

2.設計加值，輔導傳統產業升級轉型

經濟部積極投入經費與資源以促進國內紡織與服飾產業轉型升級，包含「協助傳統產業技術發展計畫」下「產品設計」分項也提供傳統產業應用設計產業資源的一個重要管道；「科技美學設計加值計畫」邀請設計師參與研發專案，喚起企業對於工業設計之需求，提供設計業者與科技廠商更多交流與媒合機會。此外還有原民會及客委會的產業輔導，也使設計產業有深耕各族群的機會。設計的推動在各部會開始以產業輔導升級為出發的相關計畫相繼投入。

視覺傳達設計產業

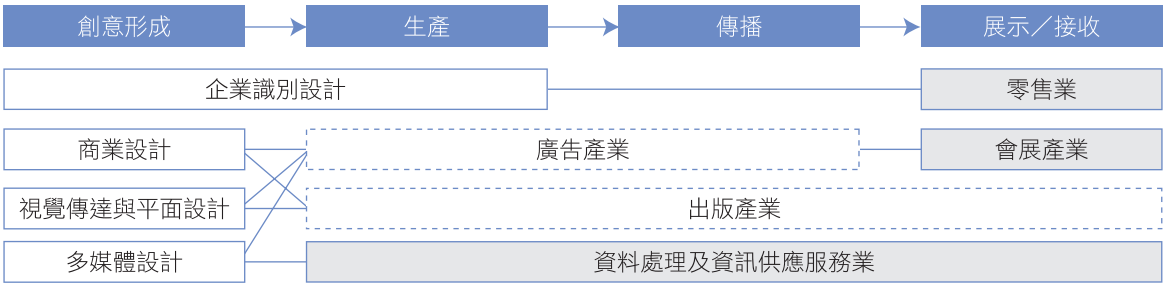
一、產業鏈及產業範疇

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

以傳送資訊消息為目標的視覺媒體設計，一般多採用平面型態，如常見的標誌、傳單、海報、書刊編輯等。此外視覺傳達設計也可以採用立體的形式，如櫥窗、展覽設計等多種項目。視覺傳達設計則可包含海報、標誌、宣傳單、產品包裝、書刊設計等。

視覺傳達設計服務主要是產業鏈中創意形成的一環，由業主提出需求，設計完成後可由設計服務公司自行生產製造（如櫥窗設計、展位設計）、由業主生產製造（產品包裝、企業識別系統）或由平面媒體出版，經過傳播、展示接收端到達消費者。

圖2—55　視覺傳達設計產業鏈



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線連結，分別用以表示現階段產業中的主要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

依財政部稅務行業標準分類第七次修訂，視覺傳達設計產業的經營內容包括商標等企業識別設計、商業設計、視覺傳達與平面設計以及多媒體設計。依財政部稅務行業標準分類第七次修訂，本年報之視覺傳達設計產業所涵蓋的行業代碼、名稱及定義如下所示：

表2—28　視覺傳達設計產業之行業代碼與名稱

行業代碼	行業別名稱	行業定義
7409—11	企業識別設計	包括商標等設計
7409—12	商業設計	商業設計
7409—14	視覺傳達與平面設計	視覺傳達與平面設計
7409—16	多媒體設計	多媒體設計

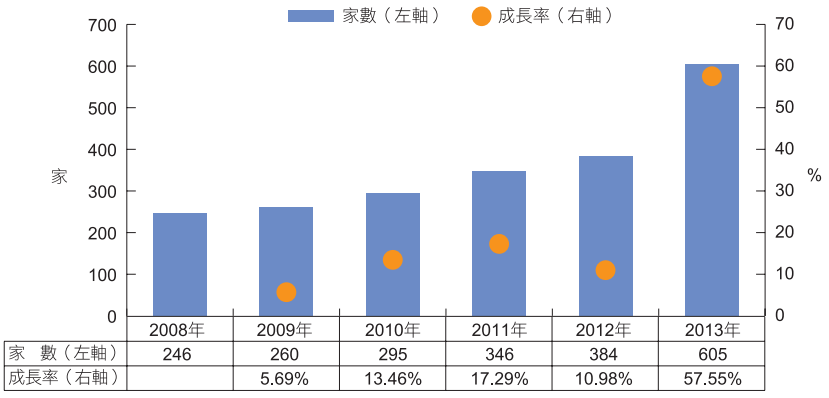
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

二、產業數據分析

2013年視覺傳達設計產業家數為605家，2008年以來，產業家數都是呈現成長趨勢。2013年營業額為新臺幣18.19億元，較2012年微幅成長0.71%。次產業中多媒體設計大幅成長223.76%，視覺傳達與平面設計營業額大幅成長138.54%，企業識別設計營業額則減少35%。

圖2—56　2008～2013年視覺傳達設計產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



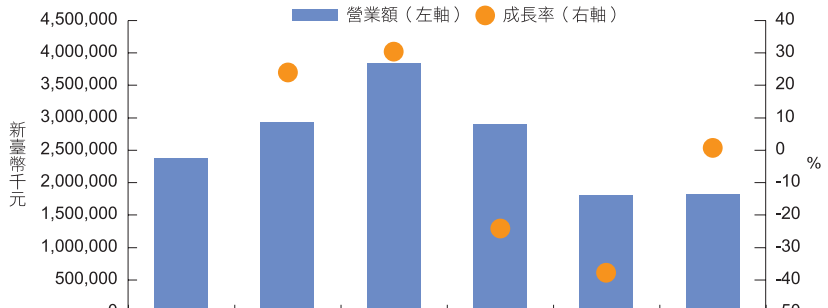
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	246	260	295	346	384	605
成長率（右軸）		5.69%	13.46%	17.29%	10.98%	57.55%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—57　2008～2013年視覺傳達設計產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



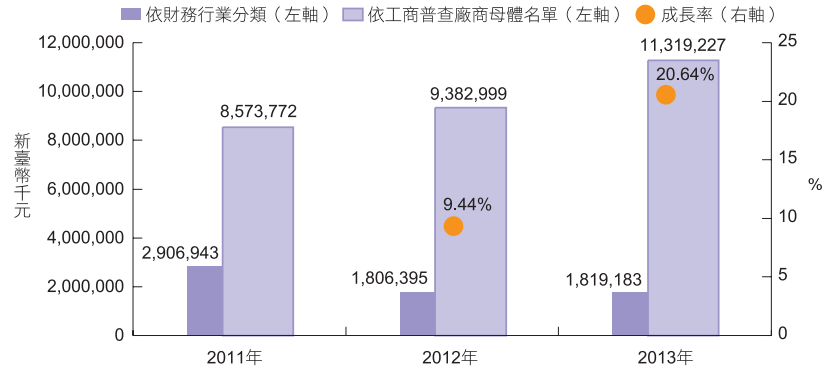
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	2,373,565	2,937,784	3,838,362	2,906,943	1,806,395	1,819,183
成長率（右軸）		23.77%	30.66%	-24.27%	-37.86%	0.71%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—58　2011～2013年視覺傳達設計產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）



註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「視覺及多媒體設計產業」之廠商。

2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

個別文創產業發展現況與趨勢

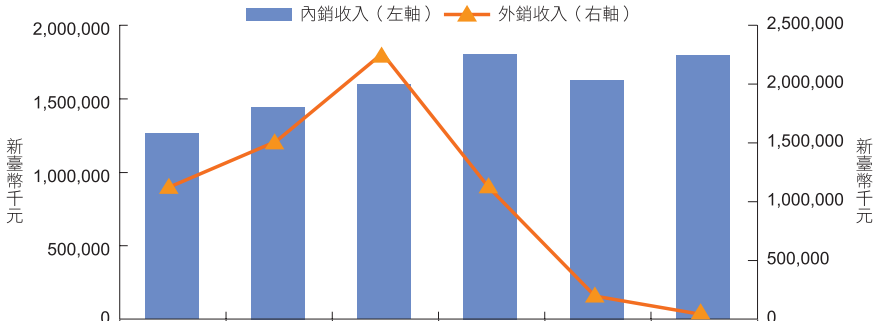
由於本產業活動許多並非由獨立的設計公司來執行，許多可能係由其他產業的單一部門來運作，或是產品設計公司、設計品牌時尚公司也兼營本項設計服務，以及資訊與軟體公司也有網頁多媒體設計之服務業務，故從工商普查所掌握有經營該項業務的企業在本業務之營業額加總遠大於利用稅務行業標準分類所取得之資料。若是從普查母體所得之近三年營運狀況，本項設計服務均呈成長，與財稅標準分類先跌後升的狀況有所差異。

2013年臺灣上市市場IPO活動與籌資總額皆顯著上升，相較於2012年，上市件數成長45%，籌資額成長27%。雖然根據本研究座談會討論，上游品牌廠商外移與廣告製作中心移往中國大陸，影響本業設計案量，但從工商普查母體資料所呈現趨勢來看，許多在地中小企業力圖升級轉型下，對相關設計需求有所攀升。

視覺傳達設計服務業2012年外銷比率為10.03%，2013年外銷比率下滑至1.31%。2013年本產業內銷金額成長，但外銷金額大幅衰退主因視覺傳達設計服務的客戶需求許多移往海外，尤其是中國大陸，因而影響外銷金額大幅滑落；內銷金額則受到反應在地產業升級轉型的需求。

圖2—59　2008～2013年視覺傳達設計產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	1,265,097	1,442,666	1,596,203	1,803,782	1,625,283	1,795,281
外銷收入（右軸）	1,108,468	1,495,117	2,242,158	1,103,161	181,113	23,902

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

在視覺傳達設計各次產業中，商業設計廠商家數最多，多媒體設計廠商家數最少，但營業額占比最大，達86.47%，且營業額在2013年度呈現大幅躍升，成長率達223.76%。

表2—29　2008～2013年視覺傳達設計產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
企業識別設計	營業額	1,608,540	1,994,020	2,675,751	1,474,375	479,216	311,493
	成長率		23.96%	34.19%	-44.90%	-67.50%	-35.00%
商業設計	營業額	744,538	900,641	1,088,313	1,385,666	1,292,196	1,421,199
	成長率		20.97%	20.84%	27.32%	-6.75%	9.98%
視覺傳達與平面設計	營業額	20,487	43,122	71,927	42,077	31,416	74,939
	成長率		110.48%	66.80%	-41.50%	-25.34%	138.54%
多媒體設計	營業額			2,370	4,825	3,568	11,552
	成長率				103.53%	-26.04%	223.76%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

商業設計，不僅是設計者的自我表現，它必須與商業行為發生關聯，必須與所有行銷環節相配合。因為設計並不是目的，促銷才是目的。作為行銷中關鍵一環的商業設計，應把生產力、銷售力與市場的機會結合在一起，經設計傳達出明顯的商品概念，正確吸引某個消費群體，並產生預期購買行為。

品牌形象設計的意義非常重要。單純就設計內容來講主要包括品牌的名稱、商標和標語的設計，共同構成了區隔於其它品牌的核心。

先進國家結合文化特色，以創意設計服務為核心，積極發展商業、品牌、行銷，以促進企業優勢及形象提升；而隨著全球化潮流及顧客喜好的轉變，「商業服務設計」已成為企業掌握市場新契機與維持企業永續經營的重要關鍵，協助企業提升價值感及形象已成為臺灣經濟發展的重要課題。

（二）發展趨勢

1.設計帶動情感共鳴，提升商品價值

隨著臺灣企業國際布局下，部分廣告設計和網頁設計案量亦受到其他地區業者的競爭，但在消費者生活美學提升下，視覺傳達設計在商業品牌的行銷上的角色日益重要。

歷經大量圖形符號充斥的促銷競爭，促使人們重新審視設計的內涵，躍升至呈現品牌文化內涵的階段。因而設計已經不再是原來單純傳達不同商品的概念，其被動的地位逐漸提升其主動性，向消費者行銷著其所代表的商品理念與觀念，試圖與消費者在情感上達到共鳴，因而能直接帶動商品的價值提高，將文化元素融合至商業設計中。



2013臺灣OTOP產品設計獎產品類得獎作品（經濟部中小企業處圖片提供）

2.相關補助與輔導機制提供能量展現舞台

為提升商業設計產業發展，經濟部商業司從民國93年起，開始策劃推動商業設計相關政策，其中推動的「商業設計發展計畫」方向包括，以企業設計輔導協助企業發展國際品牌、跨領域學習，以及促進創意設計在國際的能見度等；執行內容有，專業跨領域服務、設計輔導服務等。

隨著服務業國外輸出趨勢，商業設計產業扮演支援性角色越發顯得重要，商業司積極推動商業設計發展計畫，並透過企業輔導、交流等方式，協助業者致力國內外市場開拓及行銷。

另外，經濟部「地方產業發展基金」的補助與輔導相關機制，在協助地方產業特色發展的過程中，也提供平面包裝設計一個展現能量的舞台。

設計品牌時尚產業

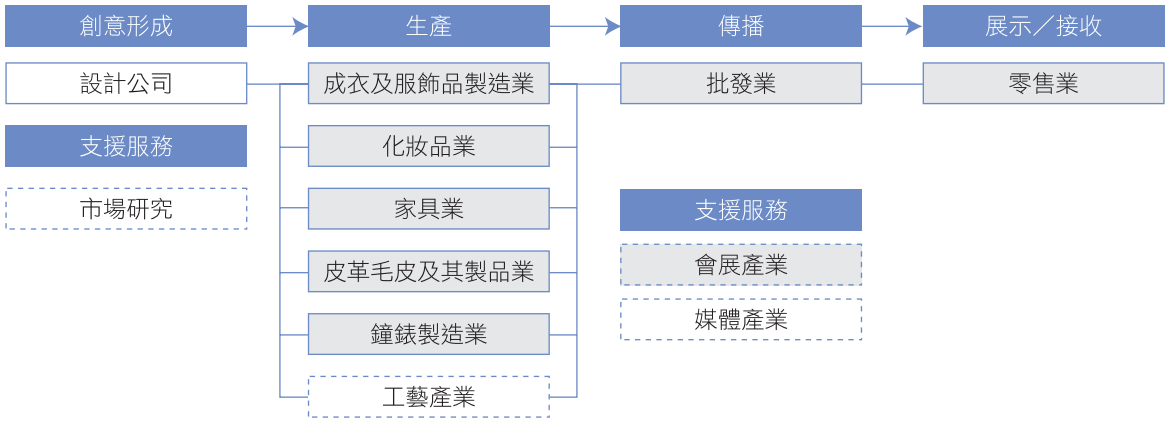
一、產業鏈及產業範疇

指從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設計、顧問、製造、流通等行業。

設計品牌時尚產業是由設計師主導產品創意與製作、販售與提供產品與客戶服務之產業，狹義的設計品牌時尚主要指時裝、飾品、化妝品、皮具、皮鞋、紡織，廣義的設計品牌時尚產業還包括家飾家具、美容美髮、禮品工藝品，以及零售、會展諮詢、出版、形象包裝等週邊產業。

設計品牌時尚服務主要是產業鏈中創意形成的一環，由業主提出需求，或設計師自創品牌，設計完成後可交付生產製造，經過傳播、展示接收端到達消費者。

圖2—60　設計品牌時尚產業鏈



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線及虛線連結，分別用以表示現階段產業中的主要及次要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

依財政部稅務行業標準分類第七次修訂，設計品牌時尚產業的經營內容包括服裝設計、打版、布料開發、圖案設計等流行時尚設計。依財政部稅務行業標準分類第七次修訂，本年報之設計品牌時尚產業所涵蓋的行業代碼、名稱及定義如下所示：

表2—30　設計品牌時尚產業之行業代碼與名稱

行業代碼	行業別名稱	行業定義
7409—15	流行時尚設計	包括服裝設計、打版、布料開發、圖案設計等

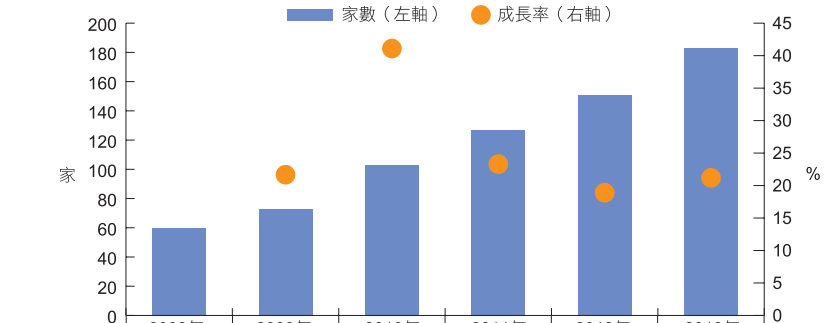
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

二、產業數據分析

2013年設計品牌時尚產業家數為183家，2008年以來，產業家數都是呈現成長趨勢。2013年營業額為新臺幣3.8億元，較2012年成長21.67%。體驗經濟時代，消費者個性化和獨特化的需求愈來愈顯著，也相對反應在設計品牌時尚產業的發展。

圖2—61　2008～2013年設計品牌時尚產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	60	73	103	127	151	183
成長率（右軸）		21.67%	41.10%	23.30%	18.90%	21.19%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

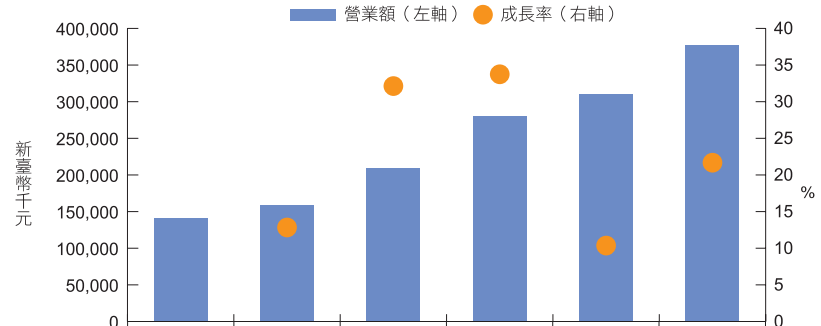
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。



2013時裝設計新人獎首獎—Formosa探寶島（中華民國紡織業拓展會圖片提供）

圖2—62　2008～2013年設計品牌時尚產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	140,905	158,983	210,064	280,933	310,051	377,229
成長率（右軸）		12.83%	32.13%	33.74%	10.36%	21.67%

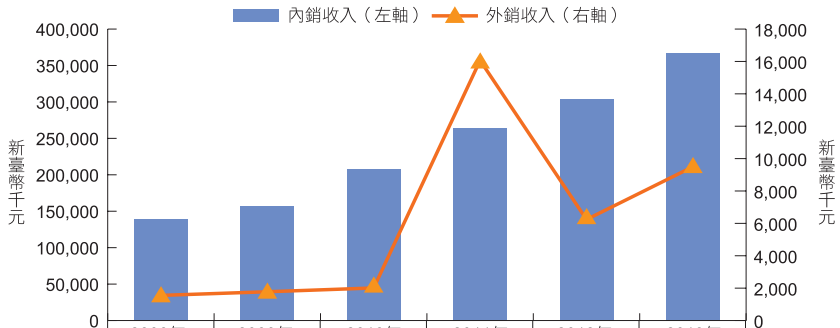
註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

設計品牌時尚產業2013年外銷比率為2.5%，主要仍以內銷市場為主。2013年本產業內、外銷金額皆有成長。

圖2—63　2008～2013年設計品牌時尚產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	139,353	157,205	208,053	264,869	303,813	367,731
外銷收入（右軸）	1,552	1,777	2,011	16,064	6,238	9,499

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

表2—31　2008～2013年設計品牌時尚產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
流行時尚設計	營業額	140,905	158,983	210,064	280,933	310,051	377,229
	成長率		12.83%	32.13%	33.74%	10.36%	21.67%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

臺灣紡織產業廠商已逐步朝向建立自有品牌，建立行銷通路，以提升產業附加價值方向邁進。臺灣近年致力研發應用，在機能性及產業用紡織品部分已成為重要的供應中心且深具競爭力，MIT微笑標章更已成為近日嶄新的時尚新指標，為提昇紡織業界技術創新及設計行銷能量，透過美學加值，協助紡織產業在質與量上全面升級與轉型。

經濟部為了因應「快速時尚」、「少量多樣」之市場趨勢，且落實活化地方聚落產業、建立一條龍產業價值鏈服務及提高產品附加價值等目標，由經濟部工業局委託工研院、紡織綜合所、紡拓會及鞋技中心成立「4+1快速設計打樣中心」，以提供紡織產業從設計、打樣、行銷之整合式服務、提升客製化接單能力，並帶動臺灣紡織與服飾產業持續升級。歷經調整與轉變，「4+1快速設計打樣中心」已蛻變成「6+1快速設計打樣中心與創作基地」；而近期在高雄在地商圈，更新建了1座高雄創作基地—「R7創藝所在」，期盼透過創新的「6+2快速設計打樣中心與創作基地」之建置，能夠完整服務在地產業、串聯並活化全台紡織聚落。

（二）發展趨勢

1.設計師自有品牌開創新道路

由於民眾的消費型態改變，加上文創商品展售平台日趨多元，很多設計公司這幾年陸陸續續推出自創品牌，這些臺灣設計師推出自有品牌，也為臺灣設計產業打開新路。

2.平價時尚品牌增加，串聯設計能量

由於M型化社會現象持續運作，使全球時尚服飾產業也相對受到影響，「平價時尚」風潮在國際間流竄，不僅多個國際平價時尚服飾品牌紛紛進駐臺灣，臺灣原創平價時尚品牌大增，不少為過去代工廠商的轉型。在同樣訴求平價的品牌競爭下，凸顯設計能量的重要。

3.整合多方資源、導入設計品牌，帶動全價值鏈提升

對於我國整體紡織產業而言，現階段在設計與品牌端能量仍相對較弱，未來要加以輔導廠商運用ICT技術，以快速設計打樣中心為後盾支援產業轉型，並導入時尚美學及流行趨勢，強化設計能量，發展高附加價值創新品牌及行銷通路，以「設計」與「品牌」帶動產業全價值鏈提升，引領臺灣紡織時尚產業邁入國際化。

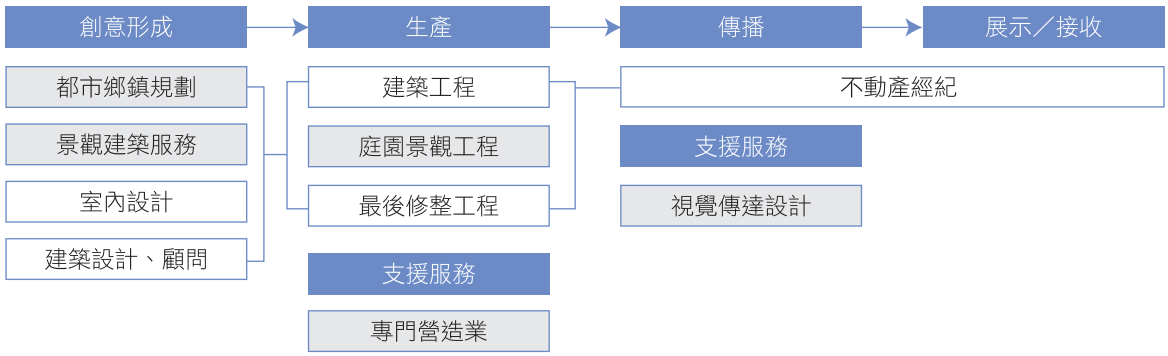
建築設計產業

一、產業鏈及產業範疇

指從事建築物設計、室內裝修設計等行業。建築設計是指為滿足特定建築物的建造目的（環境要求、功能要求、視覺要求）而進行的設計。與建築設計直接相關的產業包含建築設計與室內設計。

建築設計服務主要是產業鏈中創意形成的一環，由業主提出需求，設計完成後可交付建築工程或修整工程生產製造，經過不動產經紀業的仲介或代銷公司傳播與展示／接收端到達消費者。

圖2—64　建築設計產業鏈



註：1.虛框部分表示雖為本產業價值鏈相關細產業，但歸類在本年報其他產業範疇。
2.灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本年報之行業統計範圍。
3.次行業之間的實線連結，用以表示現階段產業中的主要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2014年11月。

依財政部稅務行業標準分類第七次修訂建築設計產業的經營內容包括從事室內空間規劃、配置等及設計服務之室內設計。依財政部稅務行業標準分類第七次修訂之行業代碼，本年報之建築設計產業所涵蓋的行業代碼、名稱及定義如下所示：

表2—32　建築設計產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
7401—00	室內設計	從事室內空間規劃、配置等及設計服務之行業
7111—11	建築設計、顧問	

註：與2013年年報相比，本年報增列7111—11建築設計、顧問，主要考量該業屬於建築設計產業之一環，並根據內政部營建署意見，刪除4320—00庭園景觀工程、7111—13都市、鄉鎮規劃及7111—12景觀建築服務。
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2014年11月。

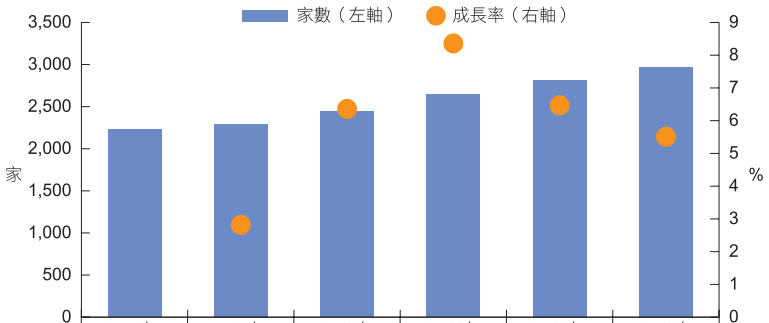
二、產業數據分析

建築設計產業的波動與房地產景氣密切相關。2009年受到金融海嘯的衝擊，使當年度營業額大幅下滑，隨即在2010年反彈回升。2012年因政府推出奢侈稅以及實價登錄等抑制房價政策使得國內房市出現價漲量縮的局面，導致2013交易量創10年來新低，2014年房市呈現盤整格局，房價持續修正，成交量穩健微增。

2013年建築設計產業家數為2,231家，過去六年以來，除2009年的金融海嘯衝擊外，產業家數都是呈現成長趨勢。2013年營業額約新臺幣304億元，較2012年增加5.93%，主因為各地交通建設陸續完工刺激沿線購屋需求，以及地方政府積極推動都市更新，增加本產業設計之需求，次產業中室內設計則成長4.36%，建築設計顧問業成長18.49%，其中以建築設計、顧問對本業成長的貢獻最大。

圖2—65　2008～2013年建築設計產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



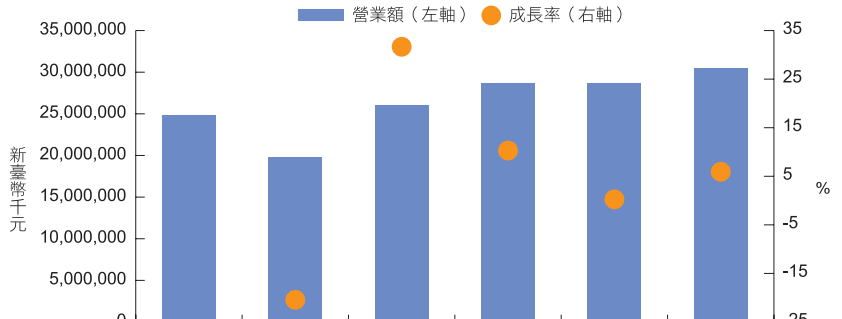
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	2,231	2,294	2,440	2,644	2,815	2,970
成長率（右軸）		2.82%	6.36%	8.36%	6.47%	5.51%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—66　2008～2013年建築設計產業之銷售額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
營業額（左軸）	24,781,706	19,719,483	25,961,771	28,632,686	28,704,177	30,405,276
成長率（右軸）		-20.43%	31.66%	10.29%	0.25%	5.93%

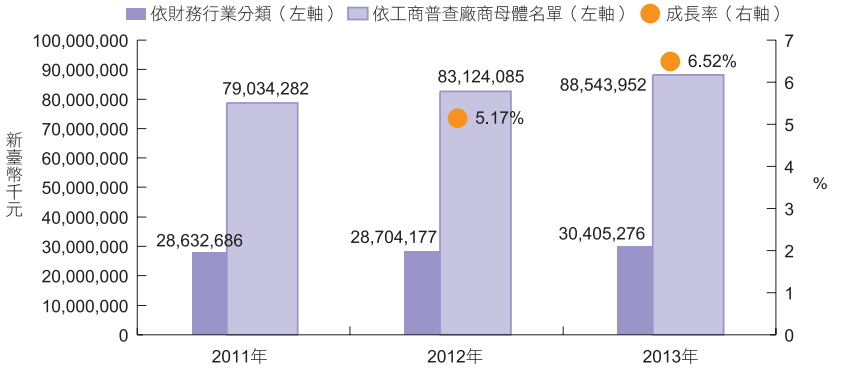
註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

本產業以內銷市場為主。2013年本產業外銷金額約衰退至3.26億元，內銷金額約成長至301億元。產業整體呈現外銷收入些微衰退，內銷成長之趨勢。

圖2—67　2011～2013年建築設計產業之營業額概況：依稅務行業分類V.S.依工商普查廠商母體名單

（單位：新臺幣千元、百分比）

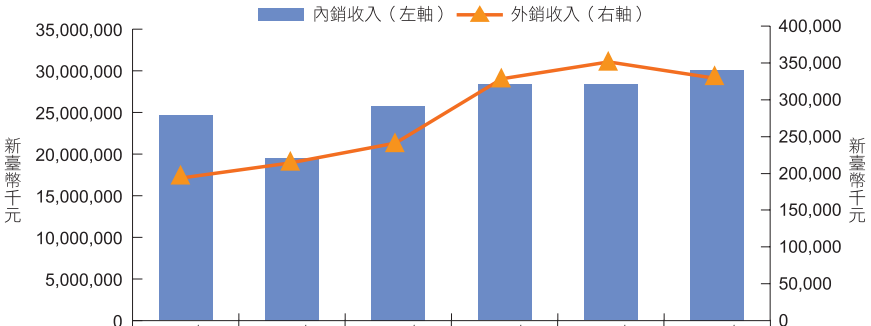


註：1.工商普查廠商母體名單係指2011年有從事「建築物及室內設計」之廠商。
2.工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

圖2—68　2008～2013年建築設計產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	24,590,840	19,508,449	25,723,169	28,307,075	28,355,787	30,079,327
外銷收入（右軸）	190,866	211,034	238,602	325,611	348,390	325,948

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

在建築設計各次產業中，室內設計廠商家數最多，營業額最大，占整體建築設計服務營收達87.58%，其次是室內設計業，營業額占比12.42%。

表2—33　2008～2013年建築設計產業之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
建築設計顧問	營業額	2,629,969	2,182,648	2,582,887	3,198,399	3,187,841	3,777,422
	成長率		-17.01%	18.34%	23.83%	-0.33%	18.49%
室內設計	營業額	22,151,736	17,536,834	23,378,883	25,434,286	25,516,335	26,627,852
	成長率		-20.83%	33.31%	8.79%	0.32%	4.36%

註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

本業53.80%的廠商家數經營五年以上，且78.98%的營業額集中在這些廠商，可見專業經驗在本產業相對較受重視。不過2013年規模新臺幣500萬元以上的業者家數多較2012年增加，平均每廠商營業額亦較2012年增加。

（二）發展趨勢

1.建築設計市場區隔明顯

近年房市趨於M型化發展，新建案主要包含大型造鎮、豪宅，以及都會小坪數三種類型，前兩種需要大量的庭園景觀工程，以及景觀建築服務，講究美學與生活享受，後者因空間小，著重於室內空間應用與便利性，預期未來在建築設計業發展上，將朝藝術性與功能實用性兩端發展。

2.樂活新概念，主題式民宿成新寵

近幾年觀光業蓬勃發展，飯店旅館已非遊客住宿的唯一選項，結合地方特色與自然環境的主題式民宿以及特色旅店成為遊客的新選擇，不但能親近大自然，消費相對較低，將刺激建築設計產業發展。

3.智慧建築與綠建築的興起

隨著資通訊技術日新月異以及環保意識抬頭，兼顧生活品質以及節能減碳的「智慧建築」備受期待，透過感測元件搭配物聯網分散多點的大量數據擷取計算，為建物提供節能、便利、安全，以及照護等智慧加值，有鑑於智慧建築應用技術範疇廣，政府未來應明訂權責督導單位或成立專案辦公室，提升智慧建築推廣效率。

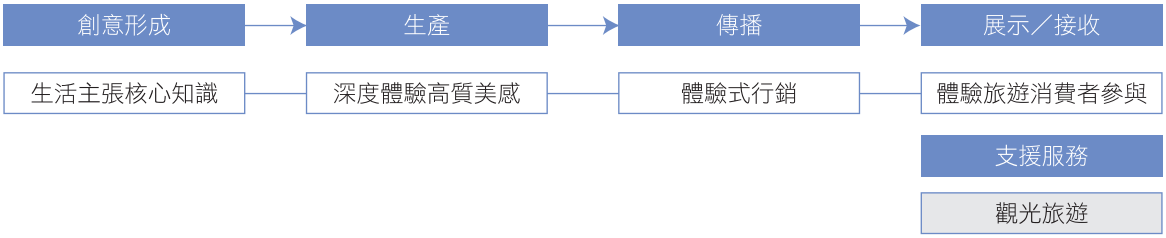
創意生活產業

一、產業鏈及產業範疇

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

創意生活產業的涵蓋範圍很廣，能提升服務業的層次，提供深度體驗、高質美感，增加附加價值，已被認為是未來台灣最具吸引國際人士的新特色產業。而創意生活產業推動六大類別，凡飲食、工藝、傢飾時尚、自然生態等領域都是人類生活體驗的一部份。其中蘊含著產業文化知識、高質商品、空間美感，並提供深度體驗服務與活動的創意生活產業，涵蓋食、衣、住、育、樂等各領域，讓消費者體驗下列六類的創意生活，包括飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗。

圖2—69　創意生活產業鏈範疇



資料來源：本年報整理，2014年11月。

企業以生活體驗之營運方式，創造出能造成顧客內心衝擊特別之體驗，並萃取出重要之要素，以成為生活體驗產業之相關構面。因此創意生活產業涵蓋食衣住行育樂等產業，而這些產業又分散到各個產業別中，因此本年報不以行業代碼作為營業額統計基礎。

表2—34　創意生活產業涵蓋範疇

產業分類	內容
飲食文化體驗	運用本業既有相關設施、廠區或作業等，進而挹注、深化其文化要素，提供多元體驗與生活服務及產品之事業
流行時尚體驗	以造形設計之裝置發展，展現家居衣飾主題風格，建置多元化體驗，提供生活型態相關產品或服務之事業
生活教育體驗	以提供生活學習，豐富美學感受之生活型態相關產品或服務之事業
自然生態體驗	以動植物生態或自然健康之生活的多元體驗，提供生活型態相關產品或服務之事業
特定文物體驗	以特定人本文化、地域、群體及文物等，提供生活型態相關產品或服務之事業
工藝文化體驗	以工藝創作所展開之相關事業營運，並提供生活型態相關產品或服務之事業

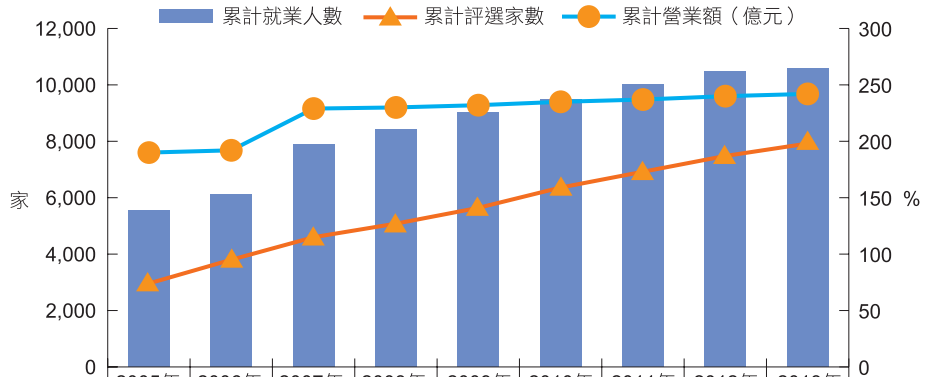
資料來源：2013年創意生活產業發展計畫執行成果。

二、產業數據分析

2013年經評選納入創意生活產業家數總計有11家，累計營業額達新臺幣242億元，累計創意生活產業之就業人數由2012年的10,460人成長至2013年的10,600人。

2013年通過評選之創意生活產業範疇，家數方面，流行時尚體驗以及飲食文化體驗各有3家業者，生活教育體驗以及自然生態體驗各有2家業者，工藝文化體驗僅1家業者；員工人數方面，以流行時尚體驗員工人數663人最多，自然生態體驗以及飲食文化體驗次之，員工數依序為260人以及232人；營業占比方面，以流行時尚體驗占比46%最高，生活教育體驗30.7%次之。

圖2—70　2013年創意生活產業發展家數、銷售額、就業人數



	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
累計就業人數	5,552	6,127	7,902	8,421	9,020	9,500	10,000	10,460	10,600
累計評選家數	74	95	115	127	141	159	173	187	198
累計營業額（億元）	190	192	229	230	232	235	237	240	242

資料來源：2013年創意生活產業發展計畫執行成果。

依財團法人中衛發展中心執行之創意生活事業評選作業要點的續約規定統計，創意生活產業的分布縣市別來看，以臺北市廠商家數最多，占總家數的17.68%，再者為宜蘭縣，占總家數的12.12%，苗栗縣、臺中市及南投縣則分別各占國內總家數的8.08%、10.10%，以及9.60%。

表2—35　2013年創意生活產業家數—各縣市別

縣市	廠商家數	百分比
臺北市	35	17.68%
新北市	17	8.59%
基隆市	6	3.03%
桃園市	1	0.51%
桃園縣	6	3.03%
新竹市	2	1.01%
新竹縣	4	2.02%
苗栗縣	16	8.08%
臺中市	20	10.10%
南投縣	19	9.60%
彰化縣	3	1.52%
雲林縣	4	2.02%
嘉義縣	4	2.02%
臺南市	4	2.02%
高雄市	13	6.57%
屏東縣	4	2.02%
金門縣	1	0.51%
宜蘭縣	24	12.12%
花蓮縣	11	5.56%
臺東縣	4	2.02%
合　計	198	100.00%

註：本表家數依創意生活事業評選作業要點續約規定統計，與評選通過家數略有差異。
資料來源：財團法人中衛發展中心。

觀察2013年各地區的創意生活產業型態，北部地區以流行時尚體驗為最多，例如誠品生活，中、南部地區則多元發展，如飲食文化體驗的中外餅舖、元首館；生活教育體驗的沉香博物館、寶島時代村，家數方面仍是以北部地區為大宗，明顯可見各地區已逐漸建立區域特色的創意生活型態。

表2—36　2013年創意生活產業家數—各地區別

	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	小計
飲食文化體驗	24	12	5	9	50
工藝文化體驗	9	18	9	9	45
特定文物體驗	5	4	3	6	18
自然生態體驗	5	11	5	12	33
生活教育體驗	20	10	5	3	38
流行時尚體驗	9	3	1	1	14
小計	72	58	28	40	198

註：本表家數依創意生活事業評選作業要點續約規定統計，與評選通過家數略有差異。
資料來源：財團法人中衛發展中心。

表2—37　2013年通過評選之創意生活產業家數

	事業名稱	地址	類型
1	Nice Green美蔬菜廚房	台北市信義路四段456號4F	飲食文化體驗
2	沉香博物館	高雄市大寮區光明路三段5號2樓	生活教育體驗
3	中外餅鋪	高雄市左營區蓮潭路60-1號	飲食文化體驗
4	誠品生活一敦南店	台北市大安區敦化南路一段245號	流行時尚體驗
5	誠品生活一信義店	台北市信義區松高路11號	流行時尚體驗
6	誠品生活一松菸店	台北市信義區菸廠路88號	流行時尚體驗
7	元首館	南投縣埔里鎮中山路四段219號	飲食文化體驗
8	金桔農莊	嘉義縣民雄鄉三興村38號	自然生態體驗
9	寶島時代村	南投縣草屯鎮中正路1039號	生活教育體驗
10	雅聞香草植物工廠	苗栗縣三義鄉西湖村八櫃42號	自然生態體驗
11	山城美館	新北市瑞芳區洞頂路155之8號	工藝文化體驗

資料來源：財團法人中衛發展中心。

三、發展現況與趨勢

1.創意生活品牌價值化

在政府長期推動下，以核心知識應用、深度體驗的模式、高質美感的感受，以及整體事業的經營特色等面相進行廠商評選與輔導，目前在新生活型態業者有顯著成長，營運模式亦穩健成熟，在民眾生活型態追求樂活慢活以及養生的趨勢下，可以預見未來創意生活產業需求將逐步增加，是我國業者建立品牌價值，模組化輸出國際的契機。

2.創意生活智財化

創意生活產業是以文創元素為核心，融合於民眾一般生活的經濟模式，強調民眾體驗，為維持創意能量，世界主要國家在推動創意生活產業上發展長期策略同盟關係，讓合作雙方清楚瞭解權利與義務，累積此合作模式的智慧資本。

3.管理人才需求增加

我國創意生活產業，多為微型創業或中小企業，若為藝文創作背景者，多專職於創意創作，在行政、行銷以及財務上多由創作者兼任。

在政府長期輔導下，已出現多個創意生活企業化經營標竿案例（如誠品生活敦南店、信義店，以及松菸店），未來創意生活產業在管理人才需求將增加，為創意生活模式注入管理能量。

4.創意生活在地化，跨業整合多元化

結合地方特色元素的創意生活模式具有城市行銷效果，應用影視多媒體節目置入行銷所創造的觀光收益，如高雄十鼓橋糖文創園區，為當地創造可觀的經濟動能，未來創意生活跨業整合範圍將擴大。

數位內容產業

一、產業鏈及產業範疇

數位內容產業是將圖像、字元、影像、語音等數位化並整合運用之技術、產品或服務，其係將各類內容素材經過數位技術製作處理後，從傳統資料轉換成數位化格式，並賦予新的應用型態，使其具有易於接取、互動、傳輸、複製、搜尋、編輯與重複使用等優點。再搭配服務、頻寬、收費及版權等管理機制，透過網際網路、行動通訊網路、無線 有線電視、衛星通訊、電影、數位廣播等「媒體載具」，由聯網智慧電視、智慧型手機、個人電腦、平板電腦、MP3等「系統設備」，傳送給消費者或機構用戶使用，即形成完整的數位內容產業架構。

經濟部工業局對數位內容產業範疇分為八個次領域，大致上分為五大主要產業與三大關聯產業，主要產業分別為數位遊戲、電腦動畫、數位學習、數位影音、數位出版與典藏五個領域，關聯產業則包含行動應用服務、網路服務及內容軟體。

在財政部財政資訊中心中，部分應屬於數位內容產業之次產業現階段是歸納於其他文創產業中，如電影、電視、音樂等，倘若將其計入數位內容產業中，則會有重複計算之疑慮，而且以現有資料難以做明確的拆分，故為求完整呈現數位內容產業之現況，本章資料與內容論述，援請經濟部數位內容推動辦公室提供。

圖2—71　數位內容產業之產業鏈範疇



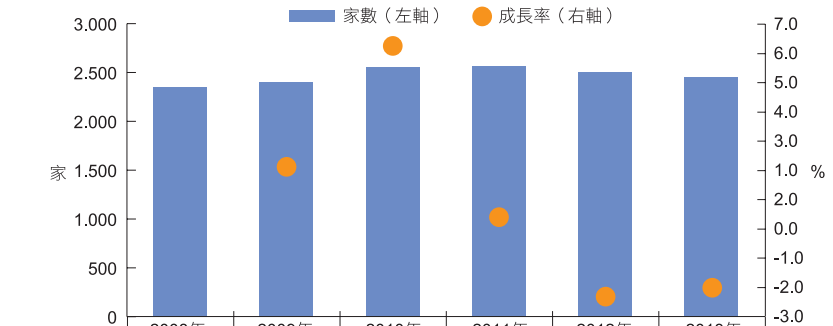
資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供。

二、產業數據分析

由於近年來智慧行動終端的普及、無線上網及行動上網用戶的增加，以及數位電視等類的新媒體、新技術及新載具的快速成長，數位內容產業快速發展且日益重要。根據經濟部數位內容產業推動辦公室的調查顯示，國內數位內容廠商家數於2011年達到2,560家，之後則呈現小幅減少，2013年廠商家數總計2,450家。但在產值方面則是大幅成長，2013年產業整體產值約新臺幣7,305億元，較2012年成長15.24%。數位內容在2013年的主要成長動能包括：1.受惠於智慧型手機、平板電腦等智慧行動終端的普及，以及無線上網及行動上網用戶的增加，對數位影音、遊戲、動畫等需求大增，帶動相關數位內容產業產值成長；2.有線電視數位化的加速推動，推動影音數位化趨勢越發顯著；3.雲端、Big Data、跨領域行動加值應用促使關聯產業產值提升；4.全球電子書閱讀器出貨持續下滑，但國內數位閱讀風氣逐年上升，數位出版內容及通路服務平台營收也持續成長；5.教材內容結合學習終端，以及智慧教室成功整體輸出帶動數位學習產業快速成長等，皆促使數位影音、數位出版、數位學習、通路服務平台等關聯產業的產值上升。

圖2—72　2008～2013年數位內容產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）

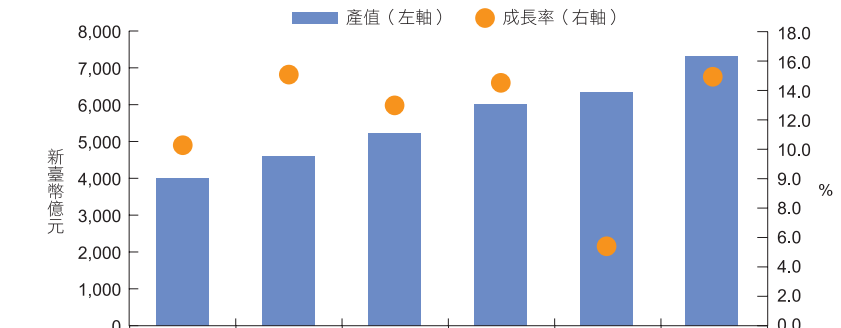


	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家　數（左軸）	2,350	2,400	2,550	2,560	2,500	2,450
成長率（右軸）		2.13%	6.25%	0.39%	-2.34%	-2.00%

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2014年11月。

圖2—73　2008～2013年數位內容產業之產值概況

（單位：新臺幣億元、百分比）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
產　值（左軸）	4,004	4,603	5,225	6,003	6,338	7,305
成長率（右軸）	10.94%	14.96%	13.51%	14.89%	5.59%	15.24%

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2014年11月。

個別文創產業發展現況與趨勢

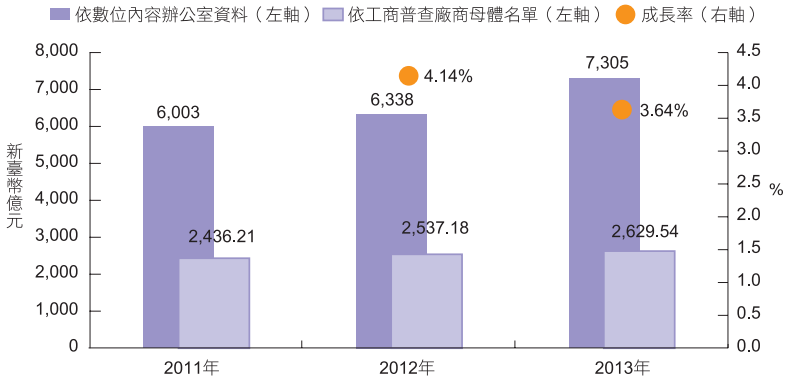
透過2011年工商普查母體資料，掌握經營數位內容業務之相關產業包括：（1）廣播電視產業中，經營動畫製作及數位播送部分；（2）電影產業中，經營動畫製作部分；（3）報紙雜誌書刊出版類別中，經營數位出版部分；（4）數位網路應用、製作及教學服務；（5）數位載具及遊戲機製造；（6）電腦套裝軟體開發出版；共計六項數位內容相關產業。其中廣播電視產業、電影產業及報紙雜誌出刊產業，已分別納入其他文創產業計算，故以普查母體資料推估之數位內容產業營業額，係有與廣播產業、電影產業及出版產業重複計算的情形。

工商普查與數位內容推動辦公室所推估的產值相異甚大，主要因為數位內容產業具一源多用、及軟硬與跨業整合特性，經工商普查資料將廠商營業額進行比例拆分後，核心數位內容產業營業額為2,629億元。不過就其趨勢判讀而言，工商普查母體資訊與經濟部所推估之趨勢一致，呈現同步成長態勢。

數位內容產業近年因數位匯流日趨成熟， 進而帶動軟硬產業整合、加速跨業投資及產業附加價值提升，為數位遊戲、數位學習、數位影音、網路服務、行動應用等領域創造不錯的成長動能。

圖2—74　2011～2013年數位內容產業之產值／營業額概況

（單位：新臺幣億元、百分比）



註：工商普查母體名單營業額及成長率係依工商普查相關廠商母體名單及其在該業之營收占比，比對營業稅徵收統計之營業額計算。

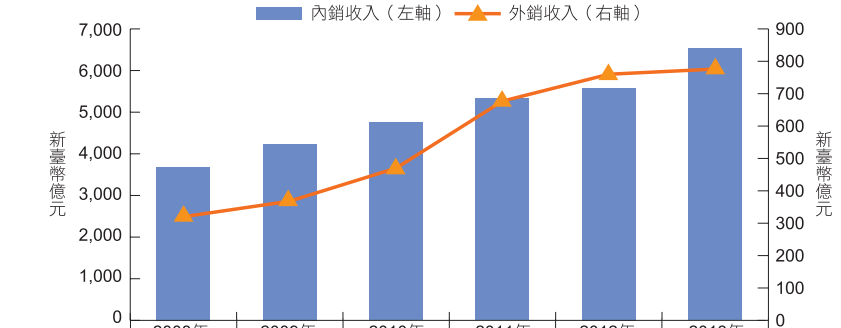
資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室，財政部財政資訊中心，本年報整理，2014年11月。



自製遊戲《末日少女》角色大集合（遊戲橘子圖片提供）

圖2—75　2008～2012年數位內容產業之內外銷概況

（單位：新臺幣億元）



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
內銷收入（左軸）	3,684	4,235	4,755	5,326	5,578	6,528
外銷收入（右軸）	320	368	470	677	760	776

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2014年11月。

就2013年各次產業的表現，數位影音、網路服務及數位學習，成長幅度最大，分別為28.89%、23.42%及23.23%。數位影音成長的主要原因為有線電視數位化的持續推動、智慧行動終端的普及、電影視覺特效的運用，使得數位電影銷售隨之成長，以及數位看板應用的增加，帶動應用服務產值的提升。數位學習之成長則是歸功於經濟部工業局推動之「數位學習產業躍升計畫」推動，透過行動影體等學習載具的普及，驅動相關業者發展行動數位教材與平台／工具，帶動學習服務的成長。

表2—38　2008～2013年數位內容產業之次產業產值

（單位：新臺幣億元、百分比）

次產業		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
數位遊戲	產值	283	354	422	436.2	407	453.2
	成長率	19.41%	25.09%	19.21%	3.36%	-6.69%	11.35%
電腦動畫	產值	29	40	43	44.8	53.4	58.3
	成長率	31.82%	37.93%	7.50%	4.19%	19.20%	9.18%
數位出版與典藏	產值	60	283	493	716	515	528
	成長率	7.14%	371.67%	74.20%	45.23%	-28.07%	2.52%
數位學習	產值	130	153	266	332	465	573
	成長率	8.33%	17.69%	73.86%	24.81%	40.06%	23.23%
數位影音	產值	410	420	451	594	668	861
	成長率	2.76%	2.44%	7.38%	31.71%	12.46%	28.89%
行動應用	產值	352	450	522	731	845	1,025
	成長率	25.27%	27.84%	16.00%	40.04%	15.60%	21.30%
網路服務	產值	820	1,210	1,355	1,408	1,443	1,781
	成長率	7.33%	47.56%	11.98%	3.91%	2.49%	23.42%
內容軟體	產值	1,920	1,693	1,673	1,741	1,942	2,025
	成長率	10.98%	-11.82%	-1.18%	4.06%	11.55%	4.27%

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2014年11月。

三、發展現況與趨勢[3]

展望未來，預期未來在國內數位內容創新元素加持，加上海外整廠服務輸出模式逐步穩定，可望為台灣數位內容產業注入新商機及新能量。

（一）4G釋照宣告行動大寬頻時代來臨

智慧型手機和平板電腦的快速普及已急遽改變無線通訊技術的發展，隨著台灣4G的釋照，後第四代（B4G）將建構行動大寬頻之次世代數位內容發展的環境，帶動高畫質影音、行動學習、O2O（Online To Offline）、遊戲等產業快速發展。

高速網路傳輸速度支持下，高畫質動畫電視電影線上觀看將不再是夢，將帶動原創影音、動畫等內容需求大幅提昇，高畫質影音（VOD）、mIPTV、VoLTE、互動學習、互動遊戲、O2O等新服務新應用新產業商機浮現。

另一方面，行動裝置吸引淺閱讀人口，增加作者創作、內容流通、民眾閱讀之便利性，也有助於發展無縫式學習環境、多元化教學，更為網路服務、行動應用廠商帶來龐大應用市場商機。

（二）行動世代帶動零碎時間商機

進入行動世代，新興商業服務模式與生活型態逐步成型，消費者利用零碎時間使用行動裝置等應用服務，帶來不同的消費應用情境，朝向快、輕、薄、短、小的型態發展。

微應用（APP）受年輕人喜愛，其快、輕、薄等產品特性，推動內容開發訴求創新創意，而具故事性和互動性更能擒獲消費者。

另一方面，微應用匯流時代來臨，行動遊戲及網頁遊戲等輕遊戲抬頭，過去的遊戲市場疆界不再。而訴求快（研發週期短）、輕（使用者介面方便）、薄（內容複雜度低）特性的輕遊戲，其開發成本低，為創新創業提供試煉環境。

（三）跨產業混搭趨勢帶動內容價值倍增

從LINE、微信的成功經驗可以看到，以行動通訊軟體為基礎，可創造遊戲、動畫、 影音之龐大效益，如何加強數位內容核心（蛋黃）與關聯產業（蛋白）的跨產業整合運用，將是驅動內容價值倍增的發展關鍵。

過去從肖像授權來發展一源多用商品，未來也可反向從社群通訊出發，連接遊戲、動畫、影音、學習、出版等跨業合作，帶動十倍擴大衍生商機。另一方面，從遊戲及動畫衍生到實體主題樂園的模式，進一步開創數位內容與視覺特效的新契機。

（四）終端即是內容入口

行動世代下多元裝置及大寬頻行動環境已成常態，消費者享受無所不在的數位內容已成趨勢，終端設備廠商如何透過軟體與內容加值硬體，將是勝出關鍵。

3　經濟部數位內容產業推動辦公室提供。



大英博物館—大廳

第三篇

文創產業發展重要課題

第一章、國際趨勢：各國文創產業發展策略分析

第二章、地方趨勢：各縣市藝文活動及文創產業發展潛勢分析



前言

根據文化部《價值產值化—文創產業價值鏈建構與創新」（2013～2016年）計畫》，我國文化創意產業發展重要的弱勢在於：（1）國內市場規模小，不足以支撐產業發展。（2）廠商規模小，研發與行銷投入不足。（3）經營型態多為追求文化價值的事業體，商品化與企業化經營不足。（4）文創產業計價評比依據不足，投融資不易。（5）產業斷鏈，缺乏經紀與中介體系。（6）人才質量不足，教育與產業之間的產學合作尚待加強。（7）代工產業型態與思維，不利文創品牌發展與商業模式創新。

因此，本年報根據上述我國產業弱點，援引其他國家作法作為國內各界的重要參考資訊。而有關投融資與教育資源係牽涉跨部會協力體制，故本年報以印尼資源結合與整合策略做法作為我國克服之參佐。

產業弱點	克服方向	標竿國家
國內市場規模小，不足以支撐產業發展	積極拓展國際市場	韓國：文化內容產業海外推廣計畫
廠商規模小，研發與行銷投入不足	微型文創輔導	德國：文創產業科技化創新之趨勢
經營型態多為追求文化價值的事業體，商品化與企業化經營不足	商品化與企業化經營的導入	英國：博物館服務及商品策略
代工產業型態與思維，不利文創品牌發展與商業模式創新	文創產業化、產業文創化	丹麥：產業文化化的推動機制
產業斷鏈，缺乏經紀與中介體系	塑造以版權為核心的經濟體系	美國：創造以版權產業為核心的發展環境
投融資不易及教育資源偏重之議題	跨部會協力體制	印尼：資源結合與整合的核心策略

在國內關鍵發展議題上，本年度承襲去年年報對於五都文創產業發展之分析，從泥土化的觀點，就藝文活動及文創產業兩大構面，擴大對22縣市的相關發展趨勢研析。

文化內容產業海外推廣計畫

韓國 Korea



一、韓國文化內容產業概念

文化內容產業是將人的感知、創造力、想像力等做為元素，表現於文化內容產品的經濟價值中，並透過資訊科技等形式傳達給消費者，其主要內容包含文字、聲音、圖像、影像等形式。近年來受數位科技、網路普及以及行動通訊技術快速發展的影響，使原本易受時空因素限制的內容傳播得到解決，內容產業主要出口類別如遊戲、影音、唱片音樂等，皆透過線上傳播方式觸及世界各地消費者，達到行銷宣傳的目的。

各國文化創意產業依照其行業標準的不同而分類成文化產業、內容產業、版權產業、創意產業等，透過知識、創造力、感知、創意的融入使文化商品賦有高度附加價值，而這樣的行為亦逐漸於世界各地普及化。在韓國，文化內容產業涵蓋範圍廣泛，不僅包含媒體、旅遊、體育等，亦與其他產業如教育、醫療服務、IT產業等息息相關。隨著近年的發展，文化內容產業除成為服務業中最重要的一環之外，亦能有效帶動其他製造業的出口成長。本文將透過針對韓國「文化內容產業出口策略」的解析，瞭解韓國文化內容產業最新海外市場策略。

二、韓國文化內容產業現況

根據韓國文化內容振興院數據指出，隨著新興媒體平台的出現、各國對文化內容產品需求的增溫，使韓國內容產業出口規模逐年擴大。2012年韓國文化內容產業出口額為46.12億美元，較2011年成長7.2%。就各產業角度觀察，2012年成長率最高者為電影產業的27.5%，為近七年來的新高，並已連續兩個年度呈現成長；其次則為音樂產業的19.9%，近五年出口年平均成長率達到76.09%，以日本為主要出口地區；遊戲產業成長率則排名第三，為11.0%，且其出口額占整體文化內容產業出口為57.2%，為韓國主打的文化內容次產業。

其他產業方面，在廣播電視產業部分，除電視劇出口持續成長，紀錄片及綜藝類節目出口比重亦有逐年增加的趨勢；而商品化人物產業，則是藉遊戲及動畫產業於海外市場逐年的拓展及推銷，使該產業海外收入亦有明顯成長。

表3—1　韓國內容產業出口現況

（單位：千美元）

領域	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2012年成長率	2012年比重
出版	184,867	213,100	260,010	250,764	357,881	283,439	245,154	-13.5%	5.3%
漫畫	3,917	3,986	4,135	4,209	8,153	17,213	17,105	-0.6%	0.4%
音樂	16,666	13,885	16,468	31,269	83,262	196,113	235,097	19.9%	5.1%
遊戲	671,994	781,004	1,093,865	1,240,856	1,606,102	2,378,078	2,638,916	11.0%	57.2%
電影	24,515	24,396	21,037	14,122	13,583	15,829	20,175	27.5%	0.4%
動畫	66,834	72,770	80,583	89,651	96,827	115,941	112,542	-2.9%	2.4%
廣電（含獨立電視節目製作）	133,917	150,953	171,348	184,577	184,700	222,372	233,821	5.1%	5.1%
廣告	75,981	93,859	14,212	93,152	75,554	102,224	97,492	-4.6%	2.1%
商品化人物	189,451	202,889	228,250	236,521	276,328	392,266	416,454	6.2%	9.0%
知識情報	5,016	275,111	339,949	348,906	368,174	432,256	444,837	2.9%	9.6%
內容解決方案	-	112,678	107,746	114,675	118,510	146,281	149,912	2.5%	3.3%
合計	1,373,158	1,944,631	2,337,603	2,608,708	3,189,074	4,302,012	4,611,505	7.2%	100.0%

資料來源：韓國文化內容振興院《文化內容海外出口方案（문화콘텐츠 해외진출 방안）》。

此外，隨著文化內容產業出口額的持續成長，韓國文化內容產業已由2006年19.1億美元逆差反轉至2012年29.4億美元的貿易順差，顯示近幾年來，韓國文化內容產業的快速進展，不僅減少進口需求，更進一步拓展國際市場。

表3—2　2006年至2012年韓國文化內容產業貿易順逆差

（單位：億美元）

類別	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
出口	13.7	19.4	23.4	26.1	31.9	43.0	46.1
進口	32.8	33.5	19.9	17.7	17.0	18.5	16.7
順逆差	-19.1	-14.1	3.5	8.4	14.9	24.5	29.4

資料來源：韓國文化內容振興院。

整體來看，在出口額逐年成長的加持，韓國內容產業市場規模由2011年全球排名第10，上升至2012年第7。且根據韓國文化內容振興院預估，韓國整體文化內容產業總產值將由2012年的878.81億美元以年平均成長率7.3%，攀升至2017年的1,251.13億美元。

三、遭遇困境及課題

儘管韓國文化內容產業蓬勃發展，在出口過程中，仍存在部分結構性問題待解決。

1.內容產業經濟貢獻程度仍較日本、美國低

相較日本及美國等成熟經濟市場，韓國內容產業出口占整體國家出口比重僅為0.58%，仍較日本0.88%及美國7.46%低。

表3—3　2010年各國文化內容產業出口比重

（單位：百萬美元）

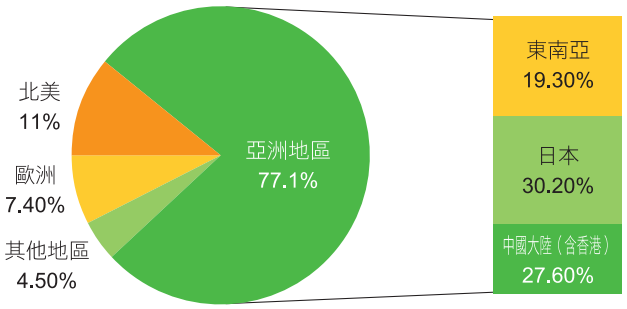
	韓國	日本	美國
總出口（商品及服務）	466,000	769,000	1,278,000
產業分類	文化內容產業	數位內容產業	著作權產業
內容產業出口	3,226	8,033	134,000
內容產業占出口比重	0.58%	0.88%	7.46%

資料來源：韓國文化內容振興院。

2.文化內容產業出口偏重亞洲地區

根據韓國文化內容振興院數據顯示，2012年韓國文化內容產業出口金額主要偏重於亞洲地區，占整體比重的77.1%。其中又以日本的30.20%高於中國大陸（含香港）的2.60%及東南亞的19.30%。就各產業角度觀察，音樂及廣播電視出口集中至亞洲地區，其比重各占80.53%及60.41%。相較之下，北美及歐洲地區僅各占11.0%及7.40%。

圖3—1　2012年韓國文化內容產業出口地區分佈



資料來源：韓國文化內容振興院。

3.韓國文化內容海外不法流通

隨著近年來「韓流」於世界各地的擴散，使尊重及保護著作權理念較低的國家開始出現不法內容的流通，根據韓國著作權委員會2012年報告指出，不法「韓流」商品流通的國家中，以印度、馬來西亞及巴西的比例最高，分別為57.1%、56.2%及48.8%。不法流通商品包含於網路盜播、盜版CD及DVD等。

4.多數文化內容企業為小型企業，無充足財源、人力從事海外輸出業務

根據韓國文化內容振興院發布的文化內容產業統計數據指出，2012年韓國內容產業中企業收入低於1億韓元以下占總文化內容產業企業的64.45%，收入達100億韓元以上之企業僅占1.1%，比例相差懸殊；在員工人數方面，員工人數僅1～4人之企業占總企業數的86.3%，反觀50人以上企業僅0.5%，說明韓國文化內容產業之企業大多為中小型企業。

5.企業對於扶植出口政策不了解

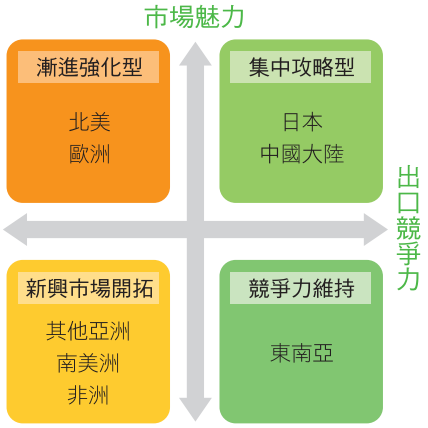
另一方面，根據韓國文化內容振興院調查，文化內容產業之企業對整體國家扶植政策的不了解，亦是目前韓國文化內容產業仍待加強宣導的部分。

四、出口策略

根據韓國文化內容振興院針對各出口地區、各產業類型之市場魅力，如市場規模、未來成長性、國家先進程度、不法流通程度（反向）與法令規章限制程度（反向）以及出口競爭力，如出口比重、文化障礙程度（反向）等指標進行分析後，進一步研擬韓國文化內容產業出口策略。

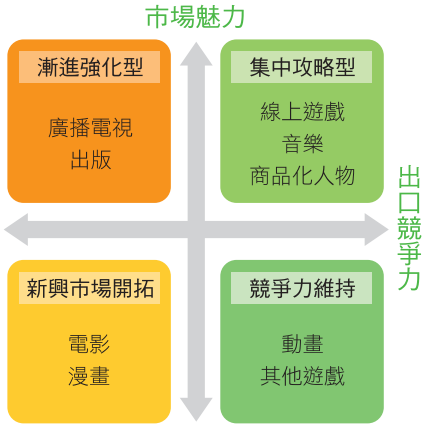
而地區與類型的策略可依市場魅力及出口競爭力的不同，區分為集中攻略型、漸進強化型、競爭力維持以及新興市場開拓等四大類，如圖3-2及圖3-3所呈現。

圖3—2　韓國出口策略（地區別）



資料來源：韓國文化內容振興院。

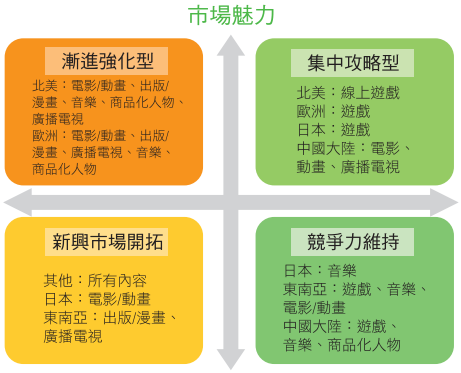
圖3—3　韓國出口策略（產業類別）



資料來源：韓國文化內容振興院。

再將地區與類型透過上述分析方式進行綜合歸納後，韓國提出如圖3-4所示的出口競爭類型。首先在集中攻略型方面，包含北美地區的線上遊戲、歐洲及日本市場的遊戲以及中國大陸的電影、動畫及廣播電視產業；漸進強化型則為北美地區的電影／動畫、出版／漫畫、音樂、商品化人物、廣播電視，以及歐洲市場的電影／動畫、出版／漫畫、廣播電視、音樂、商品化人物；競爭力維持方面則為日本市場的音樂、東南亞地區的遊戲、音樂、電影／動畫以及中國大陸的遊戲、音樂、商品化人物；最後在新興市場開拓部分則為其他地區所有內容、日本的電影／動畫以及東南亞的出版／漫畫及廣播電視產業。

圖3—4　韓國出口策略（地區＋產業類別）



資料來源：韓國文化內容振興院。

針對個別出口競爭類型，韓國政府亦擬訂不同出口策略，歸納如表3-4所示，再再預示韓國輸出文化內容的企圖心與整體擘劃能力。

表3—4　韓國文化內容產業出口競爭戰略

類型	策略	市場
集中攻略型	透過附加業務以及高階服務的開發，強化各區域出口	1.（北美線上遊戲、歐洲、日本遊戲）透過其他業務開發的支援，擴大服務範圍。例如從遊戲中衍生出其他多樣化內容，如玩具、人物等，並透過提供忠誠客戶超值服務及消費，以增加黏著度 2.（北美、歐洲、日本遊戲）藉由手機遊戲內容Freemium[1] 的商業模式，以免費下載搭配付費服務的方式有效促進遊戲內容的擴散。 3.（北美線上遊戲、歐洲遊戲）遊戲化（Gamification[2]）的擴大開發及活用。將遊戲中吸引人的因素應用於非遊戲的內容中，使消費者於各式內容，享受到有趣的過程。
	產品內容的多樣化策略	1.（北美線上遊戲、歐洲、日本遊戲）透過海外公開招募以及當地調查方式，進行符合區域特性的內容製作。 2.（中國大陸廣播電視）強化網路以及行動影音播放平台服務。 3.（北美線上遊戲、歐洲、日本遊戲）行動手機遊戲內容平台的開發及活化。 4.（中國大陸電影／動畫）透過社群網路服務（Social Network Services）的應用，擴大電影、動畫等影音服務範圍。
漸進強化型	針對個別利基市場進行不同內容類型的開發	1.（北美所有內容）針對北美其他對象，如拉丁美洲、亞洲、猶太等不同對象，開發所適合之內容。 2.（北美遊戲）針對各種不同年齡層對象進行專屬遊戲內容的開發。 3.（北美遊戲、商品化人物）傑斗（Kidult[3]）市場的開發。 4.（歐洲、日本出版／漫畫、商品化人物）受喜好之漫畫及商品化人物，開發製作成相關產品，如玩偶、甜點等。 5.（日本出版、動畫）強化智慧行動裝置利基市場的開拓，如發展透過行動裝置閱讀小說、雜誌及漫畫觀眾之市場等。
	透過海外市場行銷強化韓國內容之元素品牌[4]（ingredient brand）	1.（北美、歐洲電影及動畫）執導韓國電影之導演以及動畫製作企業之元素品牌的推進及強化。 2.（北美、歐洲廣播電視）藉由海外廣播電視平台的播出，強化韓國內容品牌，增加消費者觸及並加深其忠誠度。 3.（歐洲廣播電視）透過韓國國內高品質3D影視產品的開發，強化韓國內容品牌。 4.（北美、歐洲出版／漫畫）透過韓國漫畫產業於海外的品牌影響力，提高國內網路漫畫（Webtoon[5]）元素品牌的發展。

1　Freemium為「free」（免費）和「premium」（額外費用）所結合的名詞，是一種屬於專有軟體（通常是像軟體、多媒體、遊戲或Web服務等數字產品）的一種商業模式，它提供免費使用，但其中的一些先進的特性、功能或虛擬物品則需要付費。

2　Gamification「遊戲化」為Nick Pelling 在 2002 年所發明的詞。Kevin Werbach及與 Dan Hunter所合著的《For The Win》中，將Gamification定義為"The use of game elements and game-design techniques in non-game contexts."意即「在非遊戲的場合中使用遊戲的元素」。

3　Kidult為kid（小孩）及adult（成人）所組成的名詞，指一個成年人仍然熱衷年輕人文化，亦指心理上長不大的成年人，心思意念仍像孩子。

4　其定義為某個最終產品中的某元素或成分擁有自身品牌，最知名例子許多不同品牌個人電腦中，因採用「英特爾中央處理器」而受到消費者青睞。

5　Webtoon指在網路上直接連載的漫畫、動畫，讓網路用戶可以在網頁、手機上輕鬆閱讀的行動漫畫。目前最知名Webtoon為「偉大的隱藏者」，在網路受到歡迎後，甚至被改編成電影。

表3—4　韓國文化內容產業出口競爭戰略（續）

類型	策略	市場
漸進強化型	透過海外市場行銷強化韓國內容之元素品牌[4]（ingredient brand）	1.（北美、歐洲出版／漫畫）透過圖書預告片（Book Trailer）的製作，強化海外市場的行銷宣傳。 2.（歐洲商品化人物）具功能性的商品化人物開發，並透過海外授權，增加當地市場的銷售。
	強化策略夥伴關係	1.（北美所有內容）增加並強化與各國當地發行商合作。 2.（北美、歐洲出版）透過與海外新媒體通路建立夥伴關係以拓展韓國國內產品銷售管道。
競爭力維持	亞洲國家合作關係及合作項目的拓展	1.（亞洲所有內容企業）支援韓國國內企業參與亞太區域文化內容相關會議。 2.（日本、中國大陸、東南亞音樂）支援韓國企業與包含日本、中國大陸及東南亞等國家當地傳統、古典及大眾流行音樂等藝術家之間的合作關係
	直接提供表現優異之企業海外輸出支援	1.（東南亞電影／動畫、廣播電視、遊戲）於馬來西亞、印尼、新加坡等經濟自由指數及企業環境評價較高的海外市場，直接提供表現較優異之企業海外輸出支援。
	強化主要「韓流」消費市場國家之新服務的開發及利用	1.（日本、中國大陸音樂、東南亞音樂／廣播電視）透過巨量資料（Big Data）的活用增加新內容及服務的提供。 2.（東南亞音樂）透過社群網路服務（Social Network Services）的應用，擴大服務並開發其他商業模式，增加收入來源。
新興市場開拓	加強國際合作，促進合法內容出口及銷售	1.（其他地區合作）根據各國非法「韓流」市場規模，建立適當著作權內容保護機制。 2.（其他地區廣播電視、電影／動畫）透過線上及非線上平台增加內容於各地區曝光之機會。 3.（其他地區廣播電視）建立網路電視及行動電視平台。
	透過策略性思考，選定新進入市場	1.（南美電影／動畫）透過與西班牙電影業者的合製打進西語系的南美市場。
	與各國文化內容合作項目的拓展	1.（中亞、南美電影／動畫）支援國內業者與當地產學研等相關單位小規模共同內容創作。 2.（中國大陸出版）透過與中國大陸出版業合作，增加出版產業於當地市場銷售。 3.（其他地區所有內容）與各地廠商共同生產「韓流」商品、並建構專業人脈及網絡。 4.（南美內容）與該地區大學及研究單位合作，擴大並活動共同研究。

資料來源：韓國文化內容振興院。

文創產業科技化創新之趨勢

德國
Germany



德國文化創意產業除來自既有文化經濟的概念，亦參考英國創意產業的概念而形成，且在2009年始將文化創意產業做明確的定義，列出12個文化創意產業範疇：軟體／遊戲、出版、廣告、設計、圖書、廣電、建築、電影、音樂、表演藝術、藝術、其他；其中又分成市場導向產業（如軟體、廣告、設計、建築）、具文化性質產業（如藝術、表演藝術）與綜合（書籍、電影、音樂、出版及廣電）等共三種類別。

根據德國經濟科技部（BMWi）與文化媒體委員會的統計調查報告，2012年德國文化創意產業總計有24.66萬家廠商（包括自由職業與自營作業者），總營業額為1,428.3億歐元，占總體經濟的2.51%；貢獻628億歐元的毛附加價值，占總體經濟的2.35%。在勞動人力部分，受雇員工[6] 約有101.9萬人，自2009年到2012年間平均成長1.9%。另外，新成立企業的比例為6.1%，尤其在軟體／遊戲、設計與廣告等三個細產業比重最大。

一、德國文化創意產業之特徵

相對其他產業，創意產業的產品或服務仍以國內市場為主，且一大主要特點為具有高比例的自營作業者，故工作和所得收入不穩定是德國創意產業的常態現象。歸納目前德國文化創意產業之幾項特徵有：

1.微型企業（Micro-enterprises）是創意產業的基礎。
2.創意創作端與銷售行銷端，為價值鏈的兩個主要環節。
3.屬於知識密集型的產業；正式固定的員工數偏少。
4.缺乏跨學科教育；例如文創產業工作者，缺乏利用創作賺錢的經濟知識。
5.難以獲得資金或資金不足；許多微型公司沒有足夠的擔保品，或自營作業者沒有穩定的收入，都難以獲得創投的投資及取得信用基金等。
6.政府提供的資金補助只幫助文創產業內的部分業者；微型企業在現行的推動計畫下，仍沒有足夠的融資能力。雖有德國復興信貸銀行（如KfW銀行集團）及地區銀行、合作社等提供補助計畫，中小企業雖可獲得資金，但多數微型廠商仍難以進入資本市場。
7.創意產業需要具差異化的創新概念。

6　受雇員工包括年收入超過17,500歐元的自由業者與自營作業者。

8.創新的過程是透過群體共同合作所發展出來的。

9.具流動性、靈活的工作方式。

10.資通訊技術是極為重要的跨業技術，且資通訊技術的基礎設施需進一步擴展建置。

二、文化創意產業結合科技與創新之發展潛能

德國文化創意產業主要是以內容導向、具知識經濟為發展特色。產業本身不僅擁有強烈的創新潛力，同時也是創新及知識領域成長下的催化劑，而這些在跨領域間同時發生時，將會影響文化創意產業附加價值鏈的各個構面，無論是水平面或垂直面、供給面或需求面，而創意的投入會再回溯貢獻給具市場性及最佳化的產品、服務或者商業流程。

文化創意產業的組成分成三種，第一是自營作業者與自由職業者，孕育文化與創意的主要來源；第二則是以中小企業為主，文化與創意成為產業的規模，產生一定的勞動需求量，以及創造產值；第三則是大型公司企業，將文化創意帶入全球市場並具有市場支配地位的能力。在德國，文化創意產業主要是以自營作業、自由職業者及中小企業為組成，而且在政策輔助下，透過開放性的創新流程及短周期研發計畫的補助，除可降低研發風險，也增加了文化創意產業創新的意願；愈來愈多文創產業使用現代科技，特別是資通訊科技，從業人員具備很強的資訊應用能力，也樂於利用科技技術來進行產業創新，這也同時呼應了歐盟2020報告中的願景，強調著重在於智慧化、永續及整合的成長發展。

（一）文化創意產業的數位化

電子書的發行、網路行銷廣告、線上影音等數位產品與銷售管道，已逐漸取代傳統形式的產品與通路。文創產業面對科技化世代，可能面臨失去客戶與市占率的挑戰，但是相對來說，數位科技可消除地理位置的隔閡，帶來開拓新市場的機會。根據調查報告顯示[7]，在所有的數位技術與服務中，約2/3的德國文化創意產業應用社群媒體，是最廣泛、最主要的數位化使用方式，其他數位技術服務使用亦包括開放內容（Open data）的使用、雲端運算服務、提供消費者App與行動服務等。

網路與數位化的普及不僅有助於文創產業開拓新的客戶群（高達75%的文創業者因為網路數位化，開拓新客群），也更容易跨地區發展以及進入國際市場，提供高程度的流動性與靈活性。除此之外，網路通路更成為自營作業者及微型企業最重要的銷售管道（46.3%使用網路通路為銷售管道）。而在數位化逐漸普及的情況下，消費者透過網路，即可比較替代產品或服務的資訊與價格，對產品訊息充分了解，文創業者因此面臨價格與創新發展的壓力；另外也由於著作權保護的不足，使得數位化發展下，侵害著作權、版權的行為越來越嚴重。所以德國文創產業業者認為在數位化的發展下，主要面臨了消費者需求／要求提高，以及著作權保護的兩項大挑戰。

（二）文化創意產業的創新發展

根據研究報告顯示，德國文化創意產業本身不僅具有強烈的創新潛能，對於其他產業部門的創新與知識經濟成長，更扮演了重要的催化劑角色。在製程方面，以短周期且公開的創新過程，並採跨領域合作模

7 Monitoring of Selected Economic Key Data on the Culture and Creative Industries 2012, Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, 2014/01.

式，從不同觀點共同激發創新的方案，以新的方法與工作形式達到產品或服務的創新，更進一步了解使用者／消費者的需求，增加開拓新市場的機會。跨領域合作創新的重點並非在於增加創新活動，而是為更貼近消費者的需求，創新發展出更人性化的產品或服務；例如數位銷售管道、新的付費模式等。除此之外，甚至可讓消費者參與新產品初期階段的構思，藉此更準確鎖定特定目標市場的需求。

由於文創產業主要多為微型、小型企業，各自在差異很大的細產業中活動，因此都很難有足夠的知名度，故透過群聚創新或共同合作的方式，除可開發創新潛能，更能使文創產業的規模擴大。

（三）文創產業國際化策略

根據前述可知，德國中小型創意產業主要以國內市場為主；為鼓勵出口發展，德國政府強調創意產業需與其他產業進行良好的交互創新（Cross-innovation）。聯邦政府的主要政策包括：發展出口保障措施（例如減少貿易障礙、展開海外商務考察等）、提供諮詢輔導（例如智慧財產權諮詢）、資金援助以支持海外投資，及微型小額融資工具。透過創意產品與服務的出口，可使國際市場熟悉出口國家，也就是說，以“國家”為品牌的行銷策略。除了國家型的政策，地方政府也積極推廣創意產業，例如柏林早在聯邦政府之前，就規劃長期性政策，以加強中小型創意產業之競爭力與國際化，主要作法為聚集中小型創意企業並鼓勵開發新產品，協助該產品進行海外的行銷。

三、促進中小企業創新的主要措施與補助政策

為解決中小企業創新資金不足的問題，德國政府透過具體的補助項目協助企業發展創新，聯邦政府的資助項目包括科技、市場等方面，相當廣泛；也提供諮詢機構為中小企業尋找、協助申請相關補助。2013年，德國聯邦經濟與技術部為支持中小型企業（SMEs）創新，提撥了9億歐元的預算，其中包含給中小企業核心創新計畫（ZIM）的5億歐元。根據德國經濟研究所（DIW）的數據顯示，過去幾年以來，中小企業的研發投資提高了近5%，顯示聯邦政府對於中小企業創新發展的支援具關鍵性的影響。

（一）創新發展之主要政策

主要促進中小企業創新的政策包括：

1.中小企業核心創新計畫（Central Innovation Programme for SMEs, ZIM）

中小企業核心創新計畫自2008年起，將過去多項措施加以整合，平均每年提供5億歐元的經費，補助中小企業及與之合作的研究機構。目的為持續提高中小企業（包含自營作業等文創產業）的創新能力與競爭力，且同時有助於企業成長與產生新的就業機會。

2.EXIST初創企業計畫（EXIST funding programme）[8]

主要包括大學或研究機構技術創新研發、創業補助與研究移轉三種補助項目。

8 http://www.exist.de/englische_version/

3.高科技創業基金（High-tech Start-up Fund）

針對年輕且具高發展機會的科技公司，提供創投資金協助其初期發展。從2013年起，全部由歐洲復興計畫中的特別基金（ERP special fund）[9] 來資助；此特別基金主要也是提供資金給創新、成長型的中小企業。

（二）聯邦政府針對文化創意創新發展之預算經費

德國聯邦經濟與科技部（BMWi），近年皆提撥一定比例之預算，持續支持與中小企業創新相關的發展計畫，包括技術創新、ICT應用、補助創投基金，投資中小企業、設備設施現代化等項目，也投入經費補助技術人力的培訓、企業經營管理知識課程等，其中更針對包括文化創意產業在內的未來領導產業給予專項經費支援產業的發展。以德國的文化政策架構來看，聯邦政府直接分配給文創產業的經費比重微小，仍是以各邦或地區文化部的文化發展補助政策為主。

表3—5　德國聯邦政府歷年對於促進文創產業發展的相關補助經費

（單位：歐元）

<table>
<tr><th>項目類別</th><th colspan="2">2013</th><th colspan="2">2014</th><th colspan="2">2015年預算草案：約23.9億元支援創新技術發展；8.8億元促進中小企業的創新、成長與投資。</th></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td>經費</td><td>內容</td><td>經費</td><td>內容</td><td>經費</td><td>內容</td></tr>
<tr><td>創新、技術與機動性</td><td></td><td>6,700萬</td><td>致力於資通訊技術發展，以發展“數位經濟”為目標；其中包括鼓勵中小企業與工藝產業廣泛應用ICT。</td><td>7,300萬</td><td>發展資通訊技術，加以考量資訊安全，並持續以“數位經濟”為發展目標；其中包括鼓勵中小企業與工藝產業廣泛應用ICT。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">中小企業的創新、成長與投資</td><td rowspan="2">7,400萬</td><td rowspan="2">職業訓練計畫，提供工藝課程、協助建立現代化且設備齊全的訓練中心。</td><td>7,400萬</td><td>職業訓練計畫，提供工藝課程、協助建立現代化且設備齊全的訓練中心。</td><td rowspan="2">573萬</td><td rowspan="2">支援潛力市場的發展，如文化創意產業、電子醫療、觀光。</td></tr>
<tr><td>740萬</td><td>支援潛力市場的發展，如文化創意產業、電子醫療、觀光。</td></tr>
</table>

資料來源：Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, Departmental budget 09。

（三）中小企業及文創產業之主要融資工具

文化創意產業因為在產業結構上與其他行業不太相同，所面對的資金需求或融資性質也不相同。分析文創產業募集資金遇到的主要障礙，可從投資者與文化創意者兩端來說明：（1）投資者對於分析文創產業的風險與機會等相關商業技能不足；智慧財產價值難以衡量；缺乏足夠的有形資產作為擔保；對文創產業的成長潛力與發展重要性等認知或資訊不足；過於依賴公共政策支持，形成被動式的鼓勵，而顯得私部門的投資資源不夠積極。（2）文化創意者則存在對金融部門的誤解與偏見；對於可用基金、資金的資訊了

9　http://www.eif.org/what_we_do/resources/erp/



2013年法蘭克福消費用品展（工藝中心圖片提供）

解不多；文創產業間歧見甚多，無法組織團結；很少融資工具是針對文創產業之需求而量身訂製。因此，改善文創產業與投資者之間的關係，讓文創產業增加取得資金的機會，吸引更廣泛的投資，將是關鍵的挑戰。

如前述提到德國文化創意產業多半為個人自營、微型或中小企業為主，因此在資金及風險承擔上，需透過政府在政策、經費上提供協助。聯邦政府提供不少金融工具給中小企業使用，除全國性的，如德國復興信貸銀行（KfW銀行集團）提供貸款優惠；各區域性的銀行或合作社，更是提供初創或中小企業多種融資工具。如巴登—符騰堡地區的「MONEX微型貸款」，提供年輕企業最多20,000歐元的貸款；柏林投資銀行提供中小企業10,000歐元的微型貸款；NRW銀行提供規模5,000～25,000歐元的中小企業，可申請最高5,000萬元的長期貸款，並提供低利率貸款給研究發展計畫；專營非典型產業之GLS銀行，發展出結合銀行融資與補助或捐款的創新模式，稱為客製化夾層融資（Mezzanine financing）工具。除此之外，針對文化創意產業的金融工具，其規模則多偏向區域性或地方性，因此在自營作業者和中小型企業日漸增多的趨勢下，以區域性的政策來協助，將更有助於因應文創產業的快速變化和對產業內容的彈性需求。

表3—6　德國文化創意產業主要融資工具（區域性）

	對象	金融工具	利益
擔保	文化創意產業	由國家（州）擔保銀行提供擔保。（例如：北威州合作銀行、巴登—符騰堡區合作銀行）	提供各邦任何中小企業，高達80%的貸款擔保。例如北威州的NRW銀行，提供電影電視製作最高75萬歐元的擔保。
舉債融資	文化創意產業	北威州區域發展銀行（NRW銀行集團）提供微型貸款	1.創業微型貸款 2.創業基金小額貸款最多25,000歐元 3.主要集中於音樂、設計、藝術、電影與表演藝術產業。
	所有文化創意產業	「柏林創意產業創投基金」（Venture Capital Funds Creative Industries Berlin），是由柏林投資銀行管理的公私投資基金	每財政週期有高達150萬歐元的投資資金，相較傳統創投基金，獲利較少，但對創意產業較為開放，特別是電影、音像、軟體／遊戲、音樂、設計與時尚公司。
股權融資	所有文化創意產業	由NRW銀行管理之創意產業投資基金	提供北威州地區的新興、中型文化創意公司，25～300萬歐元的合作投資資金
	美術、電影、文學、表演藝術	由德國聯邦文化基金會提供之藝術補助，包括藝術基金會、世界電影基金、德國文學基金、國際戲劇合作基金、表演藝術基金。	工作補助、旅遊補助、具體藝術項目、數位修復、展覽等。
	電影	補助電影製作的國聯邦電影基金	透過減少應稅所得，每項計畫最高可獲得20%製作成本或400歐元的補助；為一種類似合法減稅的補助方式。
政府補助	電影	補助電影製作的國聯邦電影基金	透過減少應稅所得，每項計畫最高可獲得20%製作成本或400歐元的補助；為一種類似合法減稅的補助方式。

資料來源：Promoting Investment in the Cultural and Creative Sector: Financing Needs, Trends, and Opportunities.（2010/05）; Mini-Study on the Access to Finance activities of the European Creative Industry Alliance.（2010/01）。

博物館服務及商品策略

英國
England



文化創意與博物館的連結不外乎為將典藏與展覽品之概念延伸製作成商品加以販售。從製作符合博物館精神的複製品及出版品，到運用產品設計概念而開發出各式多樣化的衍伸性商品，皆可使博物館本身研究典藏與展示教育精神加以推廣，使民眾更加了解博物館的風格、定位與品牌形象。各國博物館對於典藏品授權皆十分重視，且其機制亦逐漸完善，而我國博物館在典藏品授權加值的情況尚不普及，如何結合國外經驗並發展出適合的模式為我國博物館往後的重要課題。

一、英國創意產業範疇

英國自1997年以來開始正式推動創意產業的政策發展，而其聞名全球之博物館及美術館產業亦為該政策之重要推手，但在多數歐美國家，包含英國在內，並未將博物館與美術館納入創意產業的範疇之中，但依據其發展狀況及政策支持力道來看，似乎較處於創意產業類別項之下的產業，更為接近創意產業政策的核心，因此英國文化媒體體育部（The Department of Culture, Media and Sport；簡稱DCMS），於2013年起將博物館、美術館與圖書館納入創意產業之分類項目中。下表為英國創意產業範疇之對照。

表3—7　英國創意產業分項差異對照表

修改前	修改後
1. 廣告	1. 廣告與市場行銷（納入市場行銷）
2. 建築	2. 建築（不變）
3. 藝術及古董市場	3. 工藝（不變）
4. 工藝	4. 產品、圖像與時尚設計（加入產品與圖像設計，刪除流行設計）
5. 設計	5. 電視、電影、錄影帶、廣播與攝影（合併電影與錄影帶、電視與廣播，新增攝影）
6. 流行設計與時尚	6. 資訊服務、軟體與電腦服務（納入資訊服務）
7. 電影與錄影帶	7. 出版（不變）
8. 休閒軟體遊戲	8. 博物館、美術館與圖書館（新增）
9. 音樂	9. 音樂、表演與視覺藝術（合併音樂與表演藝術，納入視覺藝術）
10. 藝術表演	
11. 出版	
12. 軟體與電腦服務業	
13. 電視與廣播	

資料來源：本研究整理自英國文化產業經濟統計報告（2011、2014）。

二、英國博物館典藏授權狀況

1980年代起，英國政府為節省預算開支因而刪減文化藝術機構之經費，對於藝術文化組織持企業化經營的態度，並由政府補助轉變為要求博物館須提高自籌款項，但因當時英國大部分博物館皆不收門票（2001年起全面對外免費開放），因此博物館開始積極從事商業化活動。而後，由於英國政府法令規定文化機構每年因從事商業化活動而得之收入來源設有上限，因此許多英國博物館，便相繼成立博物館公司，如：大英博物館（British Museum）、國家美術館（National Gallery of Art）、維多利亞與亞伯特博物館（The Victoria and Albert Museum；簡稱V&A Museum）以及泰特現代美術館（Tate Modern）皆是如此，由博物館公司負責從事各式商業化活動，其收入於年底時交由博物館從事館務運作。經營博物館商店及典藏品授權為博物館商業化活動主要的模式，以下透過大英博物館與V&A博物館的運作模式了解其典藏授權之機制。

（一）大英博物館 [10]

大英博物館為英國著名之公立博物館，在英國文化媒體體育部（The Department of Culture, Media and Sport；簡稱DCMS）的管轄之下，該博物館成立於1753年，為全世界歷史最悠久、規模最大以及最著名的博物館之一，亦是全英國具指標性的建築，其藏品幾乎涵蓋了全球最主要的文化，跨越了人類近200萬年的歷史。博物館成立的主要目的為吸引全世界各地之民眾來參觀博物館中的各式藏品，使民眾能更多元的了解世界各地的文化，因此參觀博物館是免收門票的。

大英博物館為一個非政府部門的公共機構，由英國文化媒體體育部（DCMS）出資成立受託人委員會（Board of Trustees），其目的是為確保全球人類的文化資產，能妥善地被保管，並能依此從事展示、教育與研究。受託人委員會一共由25位受託人組成董事會，依據1963年的大英博物館法案以及1992年的博物館與美術館法案所訂定之規範，依此制定博物館的管理政策，並推動及監督博物館行使其職能，以追求博物館的定位目標與使命。受託人委員會的25名成員，其中一位由英國皇室所任命，15位由英國總理所任命，其中五位由受託人委員會自行內部產生，剩下四名為由「皇家學院（the Royal Academy）」、「英國學院（the British Academy）」、「倫敦古物學家協會（the Society of Antiquaries of London）」以及「皇家社會（the Royal Society）」個別指派人員擔任，其任期為4年，任期經過委員會與首相批准便可延長，但其最長不得超過十年。

受託人委員會於1973年成立大英博物館股份有限公司（The British Museum Company Ltd.），其目的原先在於推廣博物館之教育功能，現今則是從事文物複製品與紀念商品的批發、零售、出版、製造以及授權業務等，以博物館典藏品透過授權方式與製造商合作，製造許多複製品或藝術紀念品，於博物館商店販售，且可透過網路線上訂購。

大英博物館的營運經費來源主要分為四大項：政府補助、商業交易／營收活動、投資與租借收益、以及慈善募款／捐贈／遺贈。其中政府補助占大部分，約占5～6成之間；其次為商業交易／營收活動，約占整體營收的四分之一；在慈善募款／捐贈／遺贈方面約占比兩成。在支出方面，主要是用來支應博物館藏品的保管、維護及研究、民眾教育活動、博物館行銷、商業推廣經營、慈善活動與管理成本等費用。

10　整理自大英博物館官方網站：http://www.britishmuseum.org/about_us/management.aspx



大英博物館的藏品授權模式以影像授權為主，目前其藏品圖像資料由大英博物館影像網站（The British Museum Images）所保存，大英博物館影像由大英博物館股份有限公司所成立並擁有，其為一商業交易但免稅的機構，其主要從事圖像的批發、零售、出版與製作複製品，民眾可以透過在網站上的搜索，購買圖像許可。其中高畫素的圖像可用於出版、電視與線上廣告的使用；而較低畫質的圖像則是主要提供民眾用於企劃文件。但其並不提供列印格式的檔案用於商業行為。

目前在大英博物館影像網站中提供民眾授權購買的圖像約有6,000份，僅占大英博物館近800萬藏品的一小部分，大英博物館影像網站會每週上傳更新，若民眾無法找尋到所需之圖檔，須直接與大英博物館本館的策展部門聯繫，在其確定民眾所需之圖檔格式後，另行安排拍攝。

以下就大英博物館對館藏品及影像經營模式整理如下[11]：

1.分權管理

所有藏品之影像檔案皆由大英博物館館方製作、保管以及維護，而大英博物館受託人委員會則是持有藏品檔案的著作權，影像授權業務交由大英博物館影像網站經營，並以大英博物館股份有限公司作管理。由於圖檔資源仍是大英博物館所提供，而且特殊用途以及尚未建置數位影像檔案的藏品，其申請皆須直接向博物館館方提出，顯示大英博物館的影像授權實際仍掌控於博物館本身。

典藏文物的保管維護、研究及展示工作仍以大英博物館館方負責，而衍生商品的製造、設計或出版品等商業推廣活動或藏品影像經營平台，則是交由博物館全額投資持有的公司負責，但在這些業務的經營上實質仍由受託人委員會所控制。這種將各式不同的業務交由不同性質的組織經營，使日常事務的處理流程較為簡便迅速。

2.藏品影像受著作權保護

大英博物館股份有限公司在管理影像授權認證的網站上，特別強調各項博物館之藏品影像檔案皆受到法律上著作權的保障，並要求申請者必須點選確認以表示其對藏品著作權之承認與允諾，因此申請者在使用藏品影像時，不得否認該藏品影像確實受到英國法律在著作權上的保障。在此機制下，可降低藏品影像檔案的侵權情形。

3.記錄網站使用者行為

欲申請藏品影像授權之申請者在登入大英博物館公司網站時，網站系統便會透過cookies軟體辨識申請者的位置並記錄其在網站上所從事之行為，若未來在市場上發生藏品侵權之糾紛，大英博物館館方可透過網站上申請者的行為紀錄，縮小侵權行為者的範圍，亦可作為侵權行為的證據之一。

4.依使用用途、媒介及次數計算費用

大英博物館影像網頁上提供使用費用的計算，申請者針對特定藏品影像檔案，點選其使用用途、媒介物、範圍以及數量後，若屬於費用計算系統所涵蓋的範圍，便可直接由系統計算費用。若作為特殊用途使用或是其他例外情形，系統則會要求申請者直接與博物館人員作聯繫，確定其申請使用的詳細內容與細節，以決定其所需支付的費用。

---

11 整理自周欣嫻（2007）《臺灣文化創意產業智慧財產之法律保護與藝術授權—以國立故宮博物院為例》與大英博物館影像網站：http://www.bmimages.com/aboutus.asp

（二）V&A博物館[12]

V&A博物館為英國著名的藝術與設計博物館，擁有豐富的館藏資源，其藏品類型包括珠寶、首飾、家具、服裝、繪畫與雕塑，與大英博物館的型態有所不同。V&A博物館所經營的文創商店亦有其獨特的風格與經營模式，V&A博物館不同於其他博物館，認為銷售獨家商品不一定能得到消費者青睞，且獨家商品之金額通常較為昂貴，其表示商品的新鮮感才是吸引消費的關鍵。因此，V&A博物館每年分6季推出新產品，結合各式不同的設計風格，融入時尚與趣味等元素，並且銷售時裝與首飾以吸引不同的客群前往參觀博物館。

V&A博物館為由英國文化媒體體育部（DCMS）所主管的非政府部門公共機構，而英國文化媒體體育部（DCMS）於1993年依據臂距原則而成立了V&A博物館的受託人委員會，該委員會每年須召開6次董事會向其會報V&A博物館的營運狀況。

V&A博物館轄下共有六個部門，分別為策展、採購、研究、教育、公共事務與開發。策展部門主要從事行銷推廣，採購部門則主要收購各式藝術品，研究部門則是致力於從事學術研究以支撐展覽的內涵與品質並出版學術與流行刊物，教育部門之主要工作在於推廣藝術教育，而公共事務部門從事品牌與遊客服務，開發部門負責硬體的建設與改造。

由V&A博物館設立的「V&A企業有限公司（V&A Enterprises Ltd.），簡稱VAE」為V&A博物館帶來可觀的收益，從博物館商店到線上百貨公司，在銷售區域上從日本到美國，不管是零售、出版與授權業務都有著相當蓬勃的發展，其所帶來的利潤收入為V&A博物館在館務運作上提供極大的支撐。

1.VAE 出版（VAE Publish）

VAE所生產的出版品屬於藝術與設計類，美觀與新穎的風格使其暢銷全球。其一年出版約30部實體書以及數位產品，其內容涵蓋相當廣泛，包括服裝、紡織、裝飾藝術、戲劇、工藝、美術與設計等，累計已有超過180部書籍在市面上流通，並翻譯成約20種不同的語言，目前最大的銷售市場在北美。

2.VAE 圖像（VAE Image）

VAE圖像為V&A博物館的商業圖片庫，其有豐富的圖片、錄音檔以及影片，由VAE媒體部門的設計師、編輯以及研究人員結合廣告、出版電影等相關專業人士所創作而成。其提供的檔案包括：時尚素材、設計師專訪、設計品以及攝影作品等。

3.VAE 國際（Internet Work）

VAE國際是一個全球性的組織，其合作夥伴包括，貿易、旅遊展覽、專業諮詢等。使VAE國際能夠不斷地創新，吸引新的觀眾，並建立聲譽和品牌。VAE國際藉由其豐富的知識和專長，並透過網上資源和世界各地巡迴展覽，建立了V&A博物館品牌並提升世界各地民眾前往博物館參觀的意願。

---

12 本年報整理自V&A博物館官網：http://www.vam.ac.uk/及VAE官網：http://www.vam.ac.uk/content/articles/a/v-and-a-enterprises/

產業文化化的推動機制

丹麥 Denmark

文創產業是丹麥五大重點輸出產業之一，約占丹麥總輸出10%，根據丹麥國貿局的定義，該國文創產業包括時裝、珠寶、皮草、設計、家具、建築、音樂、遊戲和電影。該部門2010年勞動人口約85萬人[13]，未來亦為丹麥重點發展產業。

一、丹麥文創產業推廣以及產業加值模式

丹麥政府認為，透過產業文創加值不但提升政府政策效率，亦可增進人類福祉，其概念類似經濟部工業局所推動的創意生活產業發展計畫，同樣從事創意整合生活產業之核心知識，進行跨業整合或是產業文創加值，同樣是以體驗經濟的概念創造新型態創意生活模式，但最大的差別在於，丹麥更加著重於增進人民福祉、改善生活品質，以及解決社會議題（如綠建築與永續都市、數位學習，以及遠距照護），企業亦可由文創加值提案發展出的創意生活型態累積企業核心競爭力。因此丹麥政府在2013年發表的創意產業發展方案中，針對產業文創加值部分，擬定四項施政方針，內容分述如下：

（一）透過公部門採購與基金輔助，促進產業文創加值模式快速成長

由政府政策公開徵求產業文創加值模式（如綠建築、低碳社區、偏遠地區教育與醫療），在採購流程上，優先考量各企劃案所帶來的效益，對政策目標的實質助益，透過公開招標評選，促進各界文創加值模式創意發想，進而選擇出與政府政策最契合的採購選項。

另一方面，丹麥政府考量到文創產業多為中小企業或是新創事業，要讓新興文創加值模式快速成熟或是商業化，丹麥政府透過新創基金提供業者穩定的資金協助，目前主要的補助產業範疇包含建築公司、設計機構，以及數位內容製作單位。具體做法包含：

1.為企業文創加值提供更好的融資管道。
2.輔導文創業者企業化營運或與企業媒合。
3.輔導企業培育文創人才。
4.協助國內文創產業瞭解全球節能減碳以及區域合作等國際情勢。
5.編列預算與資源，普及成功的產業文創加值模式。

---

13 The Danish Government (2013)，Denmark at Work, Plan for Growth in the Creative Industries Design. http://www.evm.dk/~/media/oem/pdf/2013/2013-publikationer/07-02-13-summary-vaekstplan-kreative-erhverv-english.ashx

6.促進數位內容文創加值。
7.檢視電影產業文創加值模式以及數位化程度。
8.於歐盟各地區拓展丹麥文創加值理念。
9.輔導有輸出潛力的文創業者與加值模式。

（二）促進各項產業文創加值方案市場成熟發展

丹麥政府認為有潛力的產業文創加值方案必須導入市場，可迅速解決社會問題以及發展成功文創加值亮點，例如資通訊技術快速發展，丹麥政府認為數位化教育產品可以導入中小學教育系統中，不但可以解決偏遠地區受教不便的問題，亦可以增加學齡兒童求學興趣。丹麥政府近年積極邀集地方政府、企業以及研究機構，針對教材內容數位化製作進行商討，丹麥政府認為以數位化產品做遠距教學的營運模式，可以作為文創加值輸出的重點項目。其主要內容包含：

1.優先以公部門以及學校單位進行文創加值方案採購。
2.於學校導入知識共享以及遠距教學系統。
3.為知識財產權提供更好的保護機制。
4.杜絕網路文創作品非法侵權使用。

（三）以智慧財產保護觀點促進產業文創加值

丹麥政府認為，產業文創加值所發展出的合作模式或創意生活型態，創意應用核心需透過專利保護，提供創意工作者穩定的創意發想環境，對於多為新創事業或中小企業的文創業者來說格外重要。其主要內容包含：

1.透過教育廣宣，對業者與民眾強調文創專利的價值與重要性。
2.相關部會亦提供文創業者必要的法律諮詢與協助，例如協助大型企業與文創業者簽訂智慧財產權商業化模式協議，以確保每個產業文創加值模式是長久的策略夥伴關係。
3.丹麥政府透過檢調體系加強國際重大經濟犯罪以及智慧財產權侵權偵查，維護丹麥文創業者在國際市場的權益，丹麥政府成立專責單位執行文創智慧財產保護。

（四）強化線上內容保護

丹麥政府認為，網路線上平台的侵權行為，如音樂、影片、電子書以及圖片的非法下載，對文創業者造成極大傷害，因此丹麥政府試圖建立合法的線上資料使用規範，讓線上業者以及文創業者瞭解自身的權益與義務。其主要內容包含：

1.強化文創智慧財產權線上使用規範。
2.呼籲搜尋平台業者排除盜版侵權網站。
3.由檢察體系主動執行線上侵權稽查與取締。

二、丹麥重要文創產業政策

近年來，文創產業受到世界主要國家重視，占全球經濟體系比重與日俱增，丹麥亦不例外，以既有「丹麥式設計」包含的極簡主義以及功能主義為發展文創產業的基礎，設計出一系列的文創產業政策。另外，為促進文創產業發展，帶動整體經濟成長，丹麥政府陸續推出「丹麥文化國際化戰略」以及「丹麥設計委員會2020願景」，分別從文創推廣輸出以及產業文創加值角度發展文創產業。

（一）DesginDenmark

丹麥的文創產業發展策略，可追溯自丹麥於2007年提出之政策白皮書「DesignDenmark」，該報告內容即指出，儘管產業仍有設計加值空間，然設計系所畢業生與業界需求有落差，以及丹麥設計產業在全球市場曝光度降低等設計產業發展瓶頸仍有待突破。有鑑於此，丹麥當局以體驗經濟概念，進行產業文創加值以及強化文創產業輸出，是丹麥在全球競爭激烈的文創市場中建立競爭優勢的關鍵，亦為丹麥帶來經濟發展的新動能。其主要內容包含：

1.由丹麥設計中心推廣地方特色產業。
2.推動公部門服務設計。
3.發展丹麥時尚園區。
4.落實設計、專利、商標之權益保護。
5.透過長期教育以及設計課程促進文創產業商業化與國際化。
6.透過中短期教育訓練與課程，培養具國際競爭力以及企業所需之創意人才。
7.提高設計人才競爭力。
8.在丹麥首都哥本哈哥舉辦大型設計展覽活動。
9.加強丹麥設計國際化。

（二）丹麥文化國際化戰略

丹麥政府於2009年，根據現有的藝文獎助體系以及資源，為2011年至2013年丹麥文化國際化進行策略化布局，並規劃文創產業權責與推動單位，致力於以策略合作方式推動丹麥文化國際化，除了持續與歐洲國家進行文化交流外，另有鑑於新興市場的消費潛力，丹麥政府亦將文創產業推廣目標市場擴大至巴西、俄羅斯、印度、中國大陸、以及南非等全球新興市場，進而擴大丹麥文創產業輸出。該政策為期三年（2011年至2013年），分為三個階段，並於第二階段（2012年）檢視執行成果。

為落實丹麥文化國際化戰略，丹麥政府制定了四個明確的政策目標，包含：

1.鼓勵發展丹麥藝術與文化產業發展。
2.以國家層次推廣丹麥文創品牌。
3.促進文化輸出。
4.促進文化交流。

（三）丹麥設計委員會2020願景

在二次大戰後，隨著工業技術改變，結合了「極簡主義」與「功能主義」的丹麥式設計風格逐漸成形，曾極盛於20世紀中期（1950年雪梨歌劇院即為舉世聞名的代表作）。為恢復丹麥式設計的昔日風采，繼Desgin Denmak後，丹麥政府於2010年成立丹麥設計委員會，並於2011年提出第三代設計政策與具體願景，期望促進丹麥各領域與設計結合，進而達到改善民眾生活品質、創造經濟價值，以及提升政府效率之目標。其中，知識共享、設計教育與研究，以及品牌推廣等三項因素，即為丹麥第三代設計政策成功推廣的關鍵。

相較於其他國家的設計政策，丹麥同樣視設計為創新的驅動力，主要政策內容包含公私部門之間的創新合作、提升企業創新能量、促進設計公司市場導向、智慧財產保護，以及以設計創新應用改善公部門效率等範疇。但丹麥的設計政策更加強調各產業透過設計所創造的附加價值，加上丹麥式設計風格講究「極簡」與「功能」，在設計理念上更加貼近市場需求與實用性，使得丹麥的設計政策推廣上同時兼具「文創」與「市場」價值。

此外，丹麥設計委員會所提出的2020願景，除了強調各產業導入設計理念外，為了讓世人再次認識兼具美學生活品味與實用性的「丹麥式設計」，委員會規劃多元配套措施作推廣，包含故事行銷、多媒體廣宣，以及舉辦大型設計展與活動。

（四）創意產業發展方案

從21世紀初期全球經濟發展趨勢，可以看出產業文創加值為全球經濟發展注入新動能，如資通訊技術普及帶動數位內容與遊戲需求，以及強調環境永續發展的綠色經濟如智慧綠建築、綠色都市以及環保材料等等，丹麥應用上述兩項全球趨勢大力推廣產業文創加值與輸出，尤其是在建築方面，丹麥式的建築風格，強調簡約實用與功能性的風格，與智慧綠建築相當契合，讓丹麥政府看到產業文創加值與輸出的新契機，因此丹麥政府於2013年發表「創意產業發展方案」，主要內容包含：

1.強化企業所需專業技能與提供融資

有鑑於文創產業業者多為中小企業甚至是微型創業，為鼓勵更多的業者進入文創產業，經由創新能耐的累積帶動經濟發展，丹麥政府以明確的融資管道、創業發展知識分享，並協助業者瞭解產業文創加值之關鍵，如電影產業數位化趨勢所帶動的數位內容需求，綠建築設計所需的節能減碳知識，以塑造適合文創產業發展的投資環境。

2.擴大產業需求，加速產業文創加值發展

檢視既定政府產業政策中可以進行文創加值的範疇，以政府採購使產業文創加值需求穩定成長，如都市規劃、數位學習，政策成果亦可作為國際文創加值學習標竿。

3.透過教育制度與研究刺激創意產業發展

為提供業界兼具專業知識與創意的人才，丹麥政府從教育體系扎根，於求學階段課程內加強藝術與創意元素，此舉不但為未來產業提供創意人才，亦對未來的消費市場塑造文創欣賞的消費者行為。

4.將丹麥打造為全球建築、時裝，與設計中心

丹麥政府認為，目前的國際趨勢，丹麥企業若能強化資源使用效率以及掌握綠色轉型的機會，對於講究簡約與功能主義的丹麥式設計風格，有很大的產業文創加值空間，甚至是把丹麥打造為全球建築、時裝、設計中心的絕佳契機。除了以政府政策打造產業文創加值成功案例外，尚需透過大型展覽或國際活動拓展國際知名度，鼓勵中堅企業從事產業文創加值與輸出，方能吸引國際頂尖企業與人才至丹麥，將丹麥塑造為國際設計中心。

三、文創產業推廣機構

（一）丹麥商務局Danish Business Authority

在丹麥一系列的文創產業政策中，丹麥商務局扮演輔導丹麥企業從事文創輸出與跨業整合的角色，為了將丹麥打造為全球設計重鎮，丹麥商務局長期關注文創產業發展應用趨勢、塑造丹麥國際品牌形象、促進文化交流，以及拓展產業國際化視野，主要任務包含：

1.蒐集產業資料進行產創趨勢分析。
2.彙整國際趨勢，研擬產業發展政策建議。
3.輔導企業文創加值，提升企業創新能耐。

（二）丹麥貿易局DANISH TRADE COUNCIL

為丹麥外交部轄下主管丹麥貿易與投資的單位，「Value, Growth and Knowledge for Denmark」為近期整體施政方向，輔導中小企業開發國際市場。由於開發中國家對於永續產品需求增加，正是各領域產業搭載丹麥式設計輸出的好時機，丹麥貿易局亦對全球文創市場需求進行分析，研究各種產業文創加值與國際合作的可能性。

在丹麥貿易局的積極推廣下，丹麥式設計在全球綠色經濟的趨勢中找到明確的品牌定位，其中以傢具產業以及建築業成長最為顯著。根據丹麥貿易局統計資料顯示，2012年丹麥傢具出口達129億丹麥克朗，成長率8%；另一方面，儘管建築業仍以國內市場為主，但出口成長迅速，過去幾年以42%的年成長率快速成長。

（三）文化與體驗經濟中心（Center for Cultural and Experience Economy, CKO）

由丹麥官方成立的獨立性非營利機構，以體驗經濟的概念，致力於促進各地文創產業發展，目前為北歐具代表性的文創產業民間推廣機構，從事產業文創加值以及輔導文化業者企業化經營。

CKO每年舉辦的創意商業盃（Creative Business Cup），廣邀世界各國創意業者參賽，促進國際各界創意、創業、跨業合作模式交流，業者除了有機會獲取高額獎金外，該活動為業者的宣傳以及媒合效果更是難以估計。

（四）Danish Crafts

成立於1990年的丹麥工藝品民間推廣組織，致力協助專業工藝品藝術家或是設計師於世界各大城市參展發表其作品，開拓丹麥藝術家國際知名度，進而累積丹麥整體國際藝術品牌形象。

（五）丹麥設計中心Danish Design Centre

為丹麥設計藝術產業推廣的核心研究與推廣機構，以丹麥為設計品牌概念剖析丹麥當代設計風格與設計能量，以專業設計角度為丹麥在全球設計市場中作出區隔定位規劃，透過丹麥設計品牌吸引更多外資與人才，成為丹麥厚實企業競爭力以及帶動丹麥創意經濟成長的動力。該中心以兼具極簡與時尚「丹麥式設計」為核心概念，一年約辦理15～20個展覽，該中心亦會邀請具備丹麥式設計風格的國際設計師參展，提供企業與設計師接觸的機會，進一步促進產業文創加值。

（六）Danish Film Institute

為丹麥電影產業與影視文化規劃推廣的政府單位，以各種配套方式協助丹麥電影業者進行國內推廣以及國際發展，如提供電影業者資金進行國際廣宣，協助業者於世界主要國家藝文活動參展發表，透過丹麥在世界各國文化辦事處發送年度電影成果精選集（Annual Film Package）與統計手冊，為丹麥電影作國際宣傳推廣。

（七）Dansk Fashion & Textile

為丹麥時尚紡織產業協會，由340個業界代表所組成，積極從事該業國際輸出推廣，包含與國際貿易業者及知名代理商簽約，建立國際實質合作夥伴關係。

綜觀丹麥發展文創產業的政策思維，可以看出丹麥政府期望以丹麥既有的文創基礎—「設計」，作為丹麥推動產業文創加值以及輸出的核心。並以「丹麥」作為文創品牌在國際市場推廣，朝全球設計中心的理想邁進。丹麥政府認為，全球數位內容與綠色轉型趨勢下蘊藏大量的文創加值商機，尤其是綠色經濟強調環境永續經營概念，與丹麥式設計所強調的簡約與功能性極為契合，因此在建築與都市設計上有更大的發揮空間，期望藉由成功的政府政策作為全球產業文創加值標竿，刺激海外對丹麥創意產業的需求。

整體來說，在一系列的文創政策推廣下，文創產業不論是在產值或是就業上，皆占丹麥一定程度的份額，且丹麥政府相信，未來全球對於文創產業的需求將持續擴大，因此大力輔導企業文創加值以及推動文創產業企業化經營，並研析其他產業可應用此種新型態企業模式的可能性，協助更多新創企業掌握文創商機。

創造以版權產業為核心的發展環境



一、全球版權產業發展趨勢

2002年世界智慧財產權組織（World Intellectual Property Organization；簡稱WIPO）支援了衡量版權產業的經濟貢獻研究，而其統計研究指導原則被超過40個國家執行。根據WIPO的統計，截至2013年12月底，全球版權產業所創造之經濟產值占GDP的5.18%，就業比重則占5.32%，重要性甚至高於傳統產業。本文根據WIPO在2014年發布版權產業對於經濟貢獻之報告，觀察版權產業與經濟部門間的緊密連結，並且具有啟動經濟良性循環的積極表現。

依照「世界智慧財產權組織」（WIPO）的定義將該產業分成以下四類[14]：

1.「核心版權產業」（Core Copyright Industries）：指生產和銷售受版權保護的作品的產業，為版權產業中最重要的產業。這些產業包括圖書出版、唱片、音樂、報紙和期刊、電影、廣播和影視以及電腦軟體（包括商業性軟體和娛樂軟體）。

2.「部分性版權產業」（Partial Copyright Industries）：主要是指商品的部份具有版權特質，例如：織品、家具、玩具與遊戲等。

3.「相互依賴的版權產業」（Interdependent Copyright Industries）：指從事生產、製造和銷售相關設備的產業，而這些設備的功能主要在促進受版權保護作品的創作、生產或使用。包括電視機、收音機、錄影機、電子遊戲設備及其他相關設備的生產或者使用企業。

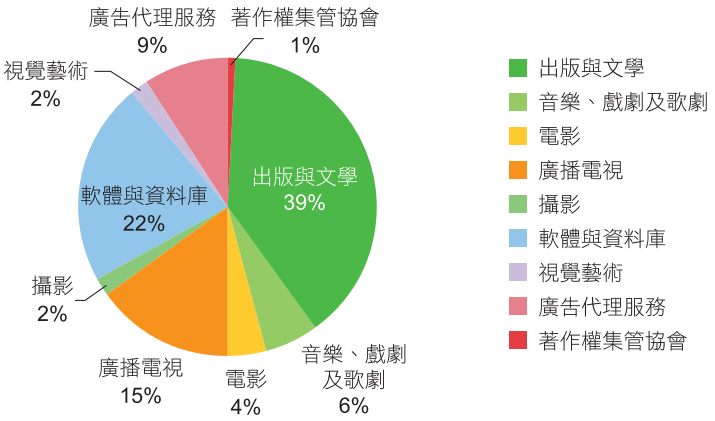
4.「非專門的支持性版權產業」（Non-Dedicated Support Copyright Industries）：指部分活動與版權內容的傳播、交流、發行或銷售相關，但未被歸為核心版權產業的產業，包括將版權產品發行給商家和消費者的產業，例如發行版權產品的運輸服務、批發商和零售商、以及電訊與網際網路等。

（一）核心版權產業

核心版權產業：各國平均經濟貢獻為2.77%，就業比率創造為2.77%，出版與文學目前在核心版權產業中的經濟貢獻及就業創造方面皆是最大者。

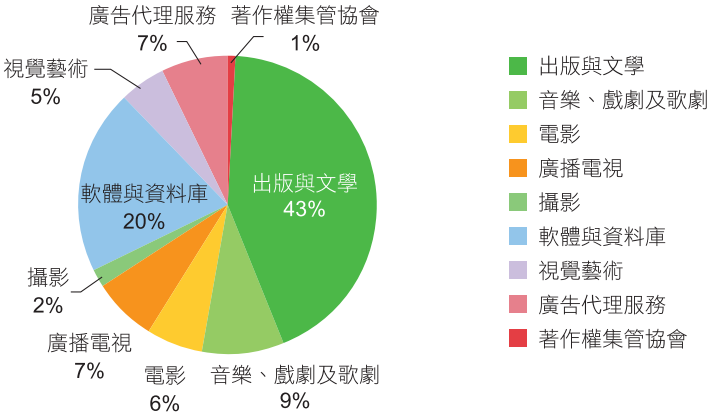
14　相關類別之中文翻譯係參考國家發展委員會（2012）「版權產業對經濟貢獻之國際比較與啟示」。

圖3—5　核心版權產業之個別產業別對GDP之貢獻占比



資料來源：2014 WIPO studies on the economic contribution of the copyright industries。

圖3—6　核心版權產業之個別產業別對就業之貢獻占比



資料來源：2014 WIPO studies on the economic contribution of the copyright industries。

（二）非核心版權產業

包含相互依賴的版權、部分性版權及非專門的支持性版權產業，其經濟貢獻為2.41%，就業比率創造為2.57%，其中在相互依賴的版權產業中，電腦設備業貢獻最大，在部分性版權產業則以工藝貢獻最多，在非專門的支持性版權產業則是一般批發零售為主。

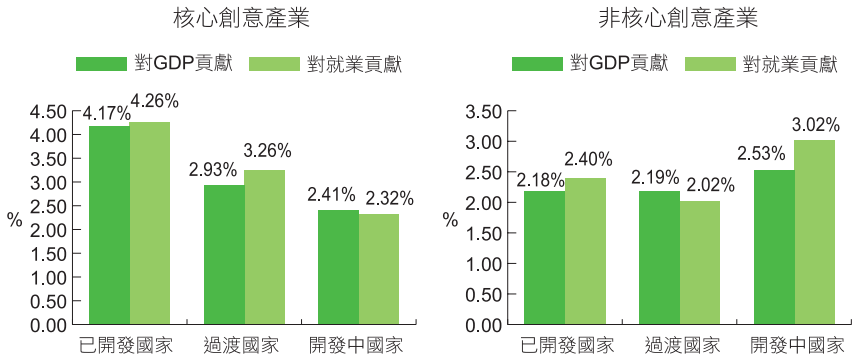
（三）國家表現

而在各國版權產業對於GDP的貢獻度及就業創造力中，可以觀察出美國版權產業最具實力，無論是經濟貢獻度及就業創造力均高於整體平均值，對國家經濟貢獻比重為42個比較國中排名第一，對國家就業貢獻度則排名第5；在亞洲國家中，韓國版權產業的發展，使其對國家經濟貢獻比重在42個國家中僅次於美國，對就業貢獻也高於42國平均值。

（四）發展脈絡

從不同國家發展程度來看，已開發國家在核心版權產業產出較大的價值與就業機會，開發中國家則在非核心版權產業上有較顯著的價值創造與就業產生。

圖3—7　核心版權產業脈絡之貢獻比較



資料來源：2014 WIPO studies on the economic contribution of the copyright industries。

二、美國版權產業最新概況

根據國際智慧財產權聯盟（International Intellectual Property Alliance；簡稱IIPA）每年發布的「版權產業對美國經濟的貢獻（Copyright Industries in the U.S. Economy）」報告，美國版權產業已成為帶動美國經濟成長的核心引擎。

（一）對GDP貢獻

2012年美國核心版權產業已經為美國經濟帶來10,156億美元的附加價值，約占GDP的6.48%，整體版權產業為美國帶來超過了17,650億美元的附加價值，占GDP的11.25%。

美國核心版權產業在2009～2012年間年成長4.73%，整體版權產業年成長4.99%，均大於同時期美國GDP年成長率2.14%，顯示美國版權產業的發展優於美國整體經濟表現。

表3—8　2009～2012年美國版權產業占GDP比重

	2009年	2010年	2011年	2012年
核心版權產業	884.8	910.1	965.1	1,015.6
占全美GDP	6.33%	6.28%	6.40%	6.48%
成長率		4.21%	6.07%	3.91%
整體版權產業	1,541.6	1,596.2	1,681.9	1,765.2
占全美GDP	11.03%	11.01%	11.16%	11.25%
成長率		5.67%	5.00%	4.32%
全美GDP	13,937.7	14,498.9	15,075.7	15,684.8
成長率		2.39%	1.81%	2.21%

資料來源：Copyright Industries in the U.S. Economy。



美國紐約—大都會博物館

除了美國本土市場外，在海外市場的消費者持續需求美國的創意產品。這銷往國外的版權產品可能在美國或其他海外市場進行製造，但不論是何種情況，這些產品的創意成分均孕育在美國法律的保障下。

美國版權產品“出口”的統計並不能準確衡量美國版權外銷的真實價值，特別是在數位交易的重要性日益增加。

（二）創造就業及薪資

美國核心版權產業在2012年雇用了539.9萬的工作者，約占美國勞動人口的4.04%，以及美國私部門就業人口的4.83%。這些核心版權工作者平均薪資為85,643.9美元，超過美國境內平均薪資水準64,593.6美元。整體版權產業雇用超過1,117萬就業人口，約占美國就業人口的8.35%，美國私部門就業人口的9.99%，薪資水準為759,25.9美元，也超越了美國境內平均薪資水準。

三、美國以版權產業為核心的發展策略

版權產業與美國的經濟發展、外匯收入、文化擴張息息相關，而美國版權產業的發展基本上是依循市場機制下的競爭，透過商業運作，發揮優勢資源，促進產業發展。但細究美國版權產業發展的背景，美國版權產業的戰略思維仍有其整體布局的脈絡可循。



（一）重視版權的保護並行之於法律制度

美國在立國之初，在美國憲法第一條第八款中就規定「為推動科學及實用藝術發展之目的，應保障作者及發明者對其作品及發明一定時間之專屬權利」。因此，美國第一次聯邦著作權立法在1790年通過；二十世紀初，美國著作權法制的依據是1909年著作權法；現行的聯邦著作權法是在1976年制訂，也就是在同時期，美國確立了以版權作為核心的產業發展策略，促使版權產業成為當今美國經濟最重要的產業之一。

1976年著作權法實施以來，歷經多次修正，如1998年延長著作權保障期間20年，即原則為著作人終身及其死後70年；不具名、別名及僱傭著作則為最初發行之日起95年或自著作完成之日起120年。

（二）版權企業聯手促進多項智財保護談判

除了美國本土外，美國也大力推動智慧財產權保護的國際化進程，包含伯恩公約（Berne Convention）、特別301條款、TRIPs「與貿易有關的智慧財產權協定」等，藉由提高國際版權保護的整體水準，使其優勢的版權產業得以在國際保護機制下發揮其最大價值。這些促進智慧財產權保護的運作，主要係來自國際智慧財產權聯盟（International Intellectual Property Alliance；簡稱IIPA）。

IIPA成立於1984年，是美國版權產業的一個民間組織，由8個協會組成，而這些協會的會員有1,900多家，其中很多是世界知名的大公司。IIPA及其成員協會，與美國政府、外國政府和當地的權益持有人代表一起合作，分析和致力於改革全球各地的版權法令和執法體制，尋求版權保護和有效執法的適當水準，從而促進這些國家的經濟、技術和文化發展。IIPA認為這將阻止盜版和改善市場准入條件，而這些變化反過來又會鼓勵地方投資、創意、創新和就業，從而提升了美國經濟的價值，創造良好的工作機會與增加出口。

IIPA為美國版權產業所進行的努力包含每年提交給美國貿易代表的「特別301條款的審查」，檢視是否有任何國家的行為、政策或作法違反了智慧財產權的有效保護以及對美國存在不公正的市場准入條件；第二是TRIPs「與貿易有關的智慧財產權協定」和WIPO（世界智慧財產權組織）條約的執行。IIPA是協助美國政府在WTO TRIPs談判的主要代表，並且在WIPO組織外交會議期間主導完成兩個條約—WCT（世界智慧財產權組織著作權條約）和WPPT（世界智慧財產權組織表演與錄音物條約）；第三，IIPA還參加了多年區域和雙邊自由貿易協定的談判。這些協議可強制主要貿易夥伴執行版權法現代化、加強執法程序，有助於美國版權產業在國外市場上的公平競爭。除了TRIPs協議的實施，美國自由貿易協定（TPP）目前正在進行跨太平洋夥伴關係的談判，得以擴大環太平洋地區的市場。

（三）營造良好投資環境

美國政府一直鼓勵非文化部門和外來資金投入版權產業。美國政府對於非營利組織亦給予眾多優惠，例如：聯邦所得稅減免、郵資折扣、得發行免稅債券等不同的優惠。並且為鼓勵社會大眾及企業對非營利組織捐贈，美國稅法Internal Revenue Code（I.R.C.）§501（c）（3）亦規定對非營利藝術團體與機構之納稅義務人給予所得稅、遺產稅、贈與稅等扣除額優惠，及對藝術產業捐助者實行銷售稅和財產稅的減免優惠，在很大程度上鼓勵了企業與私人為藝術產業提供捐助。在此一政策的推動下，大批慈善機構和基金會應運而生，公司、團體和個人也積極資助文化藝術事業。

（四）落實相關統計核算，優化經濟發展指標

上述這些版權產業發展策略不僅要落實在具體的政策上，更要反映在統計監測中。美國經濟分析局（BEA）在2013年7月底宣布美國經濟統計方法上，一項長期以來影響最為深遠的變動，最新的國內生產總值（GDP）的核算方法將研究發展、及圖書、電影和音樂著作權等支出，列為投資。

國內生產總值核算方式的改變對於國家經濟發展方式的轉變具有重要影響，將進一步使得創新及智慧財產權在經濟發展中的作用得以顯現，有利於優化經濟發展指標的品質和構成，引導政府和企業更加重視創新和智慧財產權。

資源結合與整合的核心策略

印尼
Indonesia

一、印尼的創意經濟及產業

印尼對於創意經濟部門的產業範疇，主要界定為14項次產業，分別是建築、設計、時尚、電影及攝影、工藝、資訊服務及程式軟體、音樂、藝術品市場、出版及藝術印製、廣告、互動遊戲、研究及發展、表演藝術、電視及廣播等次產業。2014年在探討2015～2019年創意經濟發展計畫時，又把美食及烹飪產業納為第15個次產業。而創意經濟部門的表現，2013年其成長率達5.76%，高於全國經濟成長的5.74%；創意經濟的附加價值占國內生產毛額（GDP）比重約7.05%，就業人數達1,187萬名，占全國約10.72%，廠商家數達約5,400萬家（占全國總企業家數的9.68%），出口金額達195.7億美元，占全國整體出口的5.72%。

二、印尼的創意經濟發展策略

創意經濟部門被印尼視為是邁向先進經濟體的重要驅動力，同時更被視為是解決其低經濟成長率、高失業率和貧窮率、低產業競爭力的希望。因此，2008年印尼政府提出了2025創意經濟發展願景，以及2015～2019年創意經濟發展計畫，將2025年印尼創意經濟的發展願景訂為「讓全世界看見印尼的創意」，而其計畫執行的目標則是要讓人才成為驅動國家經濟發展的關鍵資本，其項下次目標則包括：提高創意產業附加價值占GDP的比重、提升承載地方文化與現代精神之創意產品及服務的出口值、增加就業機會、增加創意產業中具有競爭力的企業家數、優先利用可持續性資源、創意創新之經濟價值的創造、形塑創意集聚區域、透過創意產品及服務以強化國家整體形象。該策略計畫將2008～2014年訂為創意經濟的強化階段，2015～2025年則是訂為加速階段。2011年印尼更進一步參考了英國的模式，將原有的「文化暨觀光部」改名為「觀光暨創意經濟部」（Ministry for Tourism and Creative Economy），負責創意經濟的策略擬定及推動工作，以表示對於創意經濟部門的重視。

然而，依印尼政府規劃2008～2014年的創意經濟強化階段，其原先所設定多個項目的達成目標多未達成。例如原本預期在2009～2015年期間可將創意產業附加價值占GDP的比重可提高至7～8%，並且增加6～7%就業機會，但是上述兩項數字卻在2010～2013年期間出現下滑；創意產業附加價值占GDP的比重自2010年的7.34%微幅下降至2013年的7.05%，2010～2013年就業人數僅增加3.29%。又例如出口表現方面，原本設定創意經濟部門之產品及服務出口值占全國出口比重要達到11～12%，成長率要達9～11%，但是2010～2013年期間創意經濟之出口值占整體比重卻出現下滑，2010～2013年平均僅6.07%，創意經濟之出口成長率2010～2013年平均值為7.17%，皆較原先印尼政府所設定的目標值低許多。

因此，印尼政府在擬具2015～2019年創意經濟發展計畫時，也積極檢討過去的策略做法，同時針對未來創意經濟及產業的發展趨勢，提出新的政策規劃。2014年印尼政府所提出的創意經濟發展套案，該套案的重點包括三大子方案： 2009～2025年國家創意經濟發展計畫（根據2008年版本修正）、創意經濟中程發展方案、2015～2019年各創意次產業之中程發展方案。

在創意經濟發展套案中，印尼政府認為未來印尼創意經濟發展將面對七項策略議題，包括：（1）具有專業及競爭力之創意人才的獲取；（2）高品質、多樣性、具市場競爭力之自然資源的供給，以及文化資源的取得必須具有可近性；（3）創意產業未來將朝向高度競爭、高成長與多元化等方向發展；（4）對於創意產業取得金融資源，除了重視適切性、容易性之外，也必須考量到競爭性；（5）市場對於創意產品的需求將呈現成長；（6）具有競爭力的基礎建設、科技技術之供給；（7）對創意經濟發展的制度性支持。

從上述七項策略議題的列舉可以看出，印尼政府已清楚意識到跨產業之間進行合作以發揮綜效將是未來發展趨勢。因此，印尼規劃採取有別於以往針對個別產業進行協助發展的做法，改採整體性的策略觀點，亦即將促進或協助創意產業之間的跨業合作納為策略重點。而配合此一策略思維的改變，相應地在政府政策規劃和執行機制上也必須做出調整，建構一套跨政府部門、跨中央與地方之間的整體發展策略及協力合作機制。例如教育部門的學用落差，以及創意人才外流而使創意產業難以招募到合適的創意人才等問題，都需要跨政府部門的政策協調與合作。又例如在金融資源方面，政府應形成一套有利於支援早期創作的資金支持機制，應重視無形資產的價值，同時落實保護智慧財產權的有利環境。

三、印尼的創意經濟出口

如前所述，印尼對於2025年創意經濟發展的主要願景為「讓全世界看見印尼的創意」，因此雖然目前內需市場仍是其創意產業的主要產值創造來源，但是其對於出口的拓展亦非常積極。而創意產業的近年出口表現，儘管未如原先2008年政策規劃設定目標的預期，但是其近四年（2010～2013年）也達到7.17%的平均水準，甚至在2009年遭遇全球不景氣時仍有1.5%的成長率。而出口的優異表現主要與印尼境內舉辦許多國際性活動，帶動相關服務和產品出口有關，包括嘉年華會、工作坊、節慶慶典、博覽會、競賽活動等；而這些活動的舉辦多集中於雅加達（Jakarta）、日惹特區（Daerah Istimewa Yogyakarta）、西爪哇省（Jawa Barat）、峇里島（Bali）、中爪哇省（Jawa Tengah）等地區。由此可看出，印尼推動創意經濟出口的做法主要是加強與國際社群的互動與合作連結，同時採取與觀光結合的策略。

在加強與國際社群的互動與合作連結方面，例如2012年印尼與英國即簽署了《創意經濟合作備忘錄》（Creative Economy Memorandum of Understanding），雙方將就「10＋1」項產業領域進行合作，包括：音樂、電影、時尚、建築、藝術及工藝、設計、動畫、遊戲、數位內容、烹飪、其他雙方同意合作的產業領域。另外，電影產業也是近年來印尼積極拓展國際交流的一項重要領域，2012年印尼首度參與了柏林影展，在其電影向國際市場邁進上具有重要里程碑意義。

其次，印尼採取與觀光結合之策略用意在於，印尼的創意產業多以中小企業為主，約有340萬家，約占整體創意產業廠商家數的63%，而中小企業一般在出口市場拓展能力上較為有限，因此整體性的觀光行銷及國際活動的舉辦，將有助於將印尼的創意產業及產品推介至國際市場。

以印尼創意經濟中的兩個出口主力產業—時尚產業、工藝產業來看，在印尼的創意經濟出口中，時尚產業與工藝產業2013年的出口值分別占整體創意經濟出口的60%、36.5%，兩者合計就占了整體創意經濟出

口值的96.5%，幾乎等於全部的創意經濟出口表現。而工藝產業的出口增加，除了與印尼政府有計畫性地推動工藝產業聚落發展及「一村一特色產品」（one village one product；簡稱OVOP）等政策有關之外，也受益於印尼政府舉辦各種國際交流與節慶活動。例如雅加達國際工藝品博覽會（Jakarta International Handicraft Trade Fair；簡稱INACRAFT）為印尼工藝品拓展出口的重要管道之一，該博覽會的主辦宗旨即為「從小鎮村落邁向全球市場」（From Smart Village to Global Market），而該博覽會所在的雅加達，不僅是印尼首都，同時也是其主要觀光大城。

時尚產業的部分，雖然和工藝產業同樣呈現出口成長，但相較於工藝產業，其出口表現則更為亮麗。工藝產業出口值占整體創意經濟的比重，從2010年的42.6%下滑至2013年的36.5%，而時尚產業的同期出口比重則是從54.8%提升至60%。而印尼的時尚產業又以蠟染藝術（batik）之相關服飾及產品為其代表。印尼的蠟染藝術已於2009年被聯合國列為世界無形文化遺產。

為了確保印尼在蠟染布料藝術的代表性地位，同時也為了保存這項傳統文化特色，印尼政府採取了多項產業扶持措施，包括鼓勵蠟染布料工藝師與服飾生產商進行合作，以人民創業貸款（KUR）和國有銀行等金融工具支持蠟染布料藝術相關行業的創業和發展，並且透過舉辦展覽會等協助拓展的出口市場等。印尼的蠟染布料藝術主要推動者—峇澤合作社聯合會（Gabungan Koperasi Batik Indonesia, GKBI）則更進一步主張，政府應制定有關保護蠟染布料藝術的專法，以保護這項印尼傳統文化藝術，同時確保國內的消費市場需求；例如立法設立蠟染布料藝術日，規定在這一天全國都要穿著蠟染布料服飾。

蠟染布料藝術同時也被印尼政府視為可帶動其服飾品出口的重要推動力量。印尼對於創意經濟的重要推動策略之一，是將傳統文化知識與創新元素進行結合，而印尼的時尚產業則是將傳統的蠟染布料藝術，結合科技技術，應用於服飾、鞋子、其他紡織品的生產製作上，並且大量出口至海外市場。不過儘管如此，印尼欲以蠟染藝術來帶動服飾品出口成長的策略仍面臨一些課題有待解決。2013年印尼服飾品的出口表現為75.2億美元，低於越南的147億美元、土耳其的242.9億美元，以及孟加拉的199.5億美元；而2013年蠟染布料及其織品的出口雖有所成長，但其金額僅占印尼服飾品出口的20%，顯示蠟染布料藝術對於帶動印尼服飾品出口的成效尚不明顯。其主要原因之一是蠟染布料藝術並非印尼所獨有之技法，馬來西亞亦有蠟染布料藝術的傳統，再加上中國大陸的服飾出口品中亦有採用蠟染布料，因此對於印尼蠟染布料藝術服飾品的海外出口市場形成競爭。除此之外，在內需市場方面，印尼15～34歲的年輕人口約1.3億人，占全國人口55%，但是印尼的年輕人對於傳統的蠟染布料藝術卻往往無法辨識，因此也形成其內需市場推廣的一項阻礙。

然而儘管如此，透過印尼政府近年來的努力，從過去大力推廣的印尼工藝、時尚服飾，到近年力推的烹飪美食、電影等創意產業領域，印尼的創意產業已於國際上嶄露頭角。我們從印尼對於創意產業的推動經驗與成果可以看出，其主要推動策略的關鍵思維為「資源結合與整合」。印尼透過融合傳統文化與創意創新，以及會展、觀光與創意產業的策略結合，再加上週邊配套的金融支援政策，已逐步實現「讓全世界看見印尼的創意」的目標。邁入下一階段，印尼政府已開始重視創意產業之間的跨產業合作，以及政府部門之間的政策協力合作機制；此一新的結合與整合策略能否為印尼的創意經濟帶來新的變革與成長動能，值得持續關注。

表3—9　印尼創意經濟統計

	單位	2010年	2011年	2012年	2013年	2010～2013年平均
國內附加價值表現						
創意經濟之附加價值（名目值）	十億美元	52.03	60.09	61.66	61.35	58.78
創意經濟之附加價值對GDP的貢獻（名目值）	%	7.34	7.10	7.02	7.05	7.13
創意經濟之附加價值的年成長率（實質值）	%	-	5.02	4.47	5.76	5.09
就業表現						
創意經濟之就業人數	人	11,493,875	11,661,900	11,799,568	11,872,428	11,706.942
創意經濟之就業人數占全國比重	%	10.62	10.63	10.65	10.72	10.65
創意經濟之就業人數年成長率	%	-	1.46	1.18	0.62	1.09
創意經濟之勞動生產力	千美元／人	103	110	105	99	104
廠商經營表現						
創意經濟之廠商家數	家數	5,263,458	5,331,713	5,398,162	5,420,165	5,353,374
創意經濟之廠商家數占全國比重	%	9.65	9.70	9.72	9.68	9.69
創意經濟之廠商家數年成長率	%	-	1.30	1.25	0.41	0.98
創意經濟之出口值	百萬美元	10,638	11,994	11,734	11,372	11,435
創意經濟之出口值占全國比重	%	6.10	6.95	5.51	5.72	6.07
創意經濟之出口值年成長率	%	-	8.78	4.71	8.01	7.17
國內消費表現						
家庭對創意經濟相關之消費支出總額	百萬美元	70,660	80,669	83,297	82,834	79,365
家庭對創意經濟相關之消費支出占整體消費支出比重	%	17.63	17.45	17.39	17.17	17.41
家庭對創意經濟相關之消費支出年成長率	%	-	10.15	10.51	10.83	10.50

資料來源：印尼旅遊和創意經濟部（The Tourism and Creative Economy Ministry）。

第二章

地方趨勢：各縣市藝文活動及文創產業發展潛勢分析

對於觀察各縣市文創產業的發展趨勢，除了從產業面的營收表現指標進行分析之外，屬於環境整備面向的藝文活動籌辦，也有助於促進文化參與及消費意識，從而有利於產業經營環境的營造。因此，本年報將就藝文活動及文創產業兩大構面，論述各縣市的相關發展趨勢。

一、各縣市之藝文活動概況

隨著國人的文化意識抬頭及日益注重生活品質，整體藝文活動場次數有逐年增溫的趨勢，全國藝文活動場次數由2011年的59,300場成長至2013年的66,389場，年均複合成長率達5.8%。而觀察同一期間各縣市的藝文活動舉辦場次表現，則除了苗栗縣、彰化縣、屏東縣、臺東縣、基隆市、嘉義市呈現負成長之外，其餘縣市皆為正成長，其中又以連江縣、金門縣的藝文活動場次數增加最多，顯示該兩縣近三年的藝文活動相當活躍。

除了觀察藝文活動場次的成長率之外，也進一步分析各縣市藝文活動場次數占整體比重，以觀察其趨勢變化。2011年至2013年藝文活動場次數占全國比重呈現增加的縣市，包括新北市、臺中市、臺南市、高雄市、桃園縣、新竹縣、南投縣、新竹市、連江縣、金門縣，2013年各縣市藝文活動場次比重主要集中在人口數較多的五大直轄市和準直轄市桃園縣，依序為高雄市14.7%、臺中市13.7%、臺南市13.6%、新北市10.4%、臺北市8.9%、桃園縣6.6%。



藝遊山城一舞蹈巡迴活動（苗栗縣政府文化局圖片提供）



貢寮國際海洋音樂祭活動（新北市政府文化局圖片提供）



桃園縣

2013桃園藝術下鄉活動（桃園縣政府文化局圖片提供）

進一步從各縣市舉辦場次數最多的藝文活動類型來看，主要集中在表演藝術、影片、圖書及語文等三大類，此不僅顯示各縣市在藝文活動舉辦類型上的相似性，同時反映了國人參與端的文化活動類型偏好。

表3—10　2011～2013年各縣市藝文活動場次數

（單位：場、%）

	2011年	2012年	2013年	2011～2013年年均複合成長率
新北市	5,210	6,563	6,896	15.0%
臺北市	5,824	5,976	5,910	0.7%
臺中市	7,814	8,715	9,077	7.8%
臺南市	7,012	7,693	9,004	13.3%
高雄市	7,559	9,852	9,765	13.7%
宜蘭縣	2,826	2,924	2,985	2.8%
桃園縣	3,773	4,180	4,383	7.8%
新竹縣	1,086	1,074	1,245	7.1%
苗栗縣	1,096	840	856	-11.6%
彰化縣	4,454	4,173	3,660	-9.4%
南投縣	2,316	2,336	2,611	6.2%
雲林縣	790	677	830	2.5%
嘉義縣	767	767	782	1.0%
屏東縣	1,859	1,791	1,038	-25.3%
臺東縣	1,016	1,185	907	-5.5%
花蓮縣	955	1,047	995	2.1%
澎湖縣	384	390	401	2.2%
基隆市	961	883	814	-8.0%
新竹市	2,049	1,915	2,433	9.0%
嘉義市	1,198	1,120	1,177	-0.9%
連江縣	148	131	229	24.4%
金門縣	203	302	391	38.8%
總計	59,300	64,534	66,389	5.8%

資料來源：全國藝文活動資訊系統，本年報整理，2014年11月。

2013宜蘭椅設計大賞（宜蘭縣政府文化局圖片提供）

2013傳統藝術戲曲節（彰化縣政府文化局圖片提供）



表3—11　2011～2013年各縣市藝文活動占整體比重

（單位：%）

	2011年	2012年	2013年	2011～2013年年均複合成長率
新北市	8.8	10.2	10.4	8.7
臺北市	9.8	9.3	8.9	-4.8
臺中市	13.2	13.5	13.7	1.9
臺南市	11.8	11.9	13.6	7.1
高雄市	12.7	15.3	14.7	7.4
宜蘭縣	4.8	4.5	4.5	-2.9
桃園縣	6.4	6.5	6.6	1.9
新竹縣	1.8	1.7	1.9	1.2
苗栗縣	1.8	1.3	1.3	-16.5
彰化縣	7.5	6.5	5.5	-14.3
南投縣	3.9	3.6	3.9	0.3
雲林縣	1.3	1.0	1.3	-3.1
嘉義縣	1.3	1.2	1.2	-4.6
屏東縣	3.1	2.8	1.6	-29.4
臺東縣	1.7	1.8	1.4	-10.7
花蓮縣	1.6	1.6	1.5	-3.5
澎湖縣	0.6	0.6	0.6	-3.4
基隆市	1.6	1.4	1.2	-13.0
新竹市	3.5	3.0	3.7	3.0
嘉義市	2.0	1.7	1.8	-6.3
連江縣	0.2	0.2	0.3	17.6
金門縣	0.3	0.5	0.6	31.2
總計	100	100	100	-

資料來源：全國藝文活動資訊系統，本年報整理，2014年11月。

表3—12　2013年各縣市藝文活動類型：依場次數比重

（單位：%）

	工藝	表演藝術	設計	視覺藝術	影片	圖書及語文	民俗與文化資產	綜藝	其他	總計
新北市	3.5	11.4	0.7	5.5	36.1	28.5	7.0	3.5	3.8	100
臺北市	3.5	44.2	7.8	20.3	8.5	5.3	6.3	1.7	2.4	100
臺中市	3.1	14.0	2.0	9.6	26.4	30.8	4.2	4.1	5.8	100
臺南市	4.5	26.8	1.2	6.6	11.5	22.7	9.6	3.7	13.3	100
高雄市	3.1	12.9	1.0	5.9	12.2	51.3	2.0	3.3	8.2	100
宜蘭縣	4.1	37.5	2.4	4.0	12.2	17.1	15.3	1.9	5.5	100
桃園縣	3.1	18.7	2.0	8.7	27.9	25.4	8.8	5.0	0.4	100
新竹縣	3.0	14.4	0.7	12.6	7.5	40.7	15.0	4.2	1.8	100
苗栗縣	14.9	41.6	1.9	11.4	6.1	0.9	12.1	8.5	2.6	100
彰化縣	3.8	27.6	3.0	14.0	12.0	13.4	6.6	5.1	14.5	100
南投縣	11.4	14.1	1.8	9.4	31.3	13.6	8.5	6.9	3.1	100
雲林縣	1.8	50.5	0.8	12.3	3.7	13.7	9.9	3.2	4.1	100
嘉義縣	0.8	26.0	0.3	8.2	9.1	40.5	8.4	4.7	2.0	100
屏東縣	4.3	25.0	1.9	8.3	18.7	10.0	10.2	15.3	6.3	100
臺東縣	2.9	26.5	0.6	7.4	14.0	17.0	16.5	13.3	1.9	100
花蓮縣	6.1	18.9	0.2	11.1	15.0	27.9	15.6	0.7	4.4	100
澎湖縣	3.2	17.7	0.5	6.7	17.5	20.0	11.2	13.0	10.2	100
基隆市	2.6	32.8	0.0	13.6	14.4	13.4	9.6	5.3	8.4	100
新竹市	18.9	16.7	1.2	8.7	23.7	15.5	2.8	3.9	8.5	100
嘉義市	5.0	23.8	1.3	12.7	31.9	14.8	3.0	3.7	3.8	100
金門縣	3.6	22.7	0.3	19.6	15.3	4.6	9.9	4.6	19.4	100
連江縣	0.9	12.2	1.3	6.6	26.6	7.4	9.2	3.1	32.8	100
整　體	4.6	22.1	2.0	9.3	18.7	25.4	7.1	4.1	6.7	100

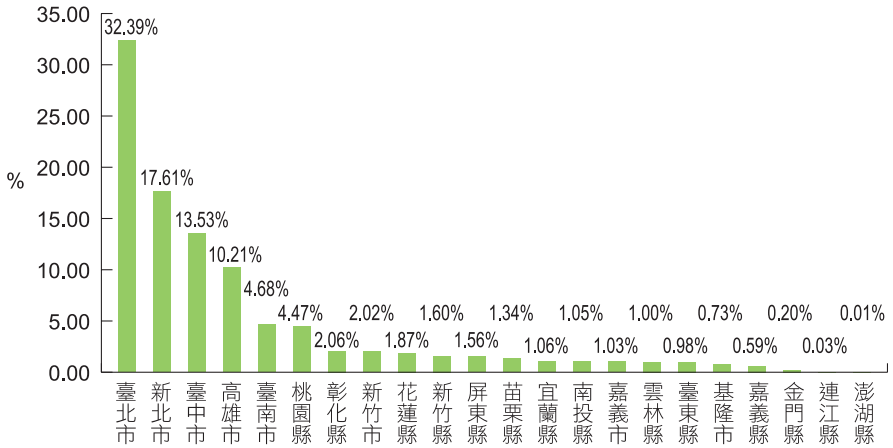
資料來源：全國藝文活動資訊系統，本年報整理，2014年11月。

二、各縣市之文創產業整體概況

（一）廠商家數

根據2011年行政院主計總處進行之工商普查，我國文化創意產業核心廠商共有46,168家，以各縣市家數占整體比重來看，以臺北市32.39%為最高，其次依序為新北市17.61%、臺中市13.53%、高雄市10.21%、臺南市4.68%、桃園縣4.47%、彰化縣2.06%、新竹市2.02%、花蓮縣1.87%、新竹縣1.60%、屏東縣1.56%、苗栗縣1.34%、宜蘭縣1.06%、南投縣1.05%、嘉義市1.03%、雲林縣1.00%、臺東縣0.98%、基隆市0.73%、嘉義縣0.59%、金門縣0.20%、連江縣0.03%、澎湖縣0.01%。五大直轄市的廠商家數在所有縣市排名中居前5名；五大直轄市合計占整體文創產業核心廠商家數的78.42%，顯示臺灣文創產業核心廠商多傾向以直轄市或西部主要都市為經營據點。

圖3—8　各縣市文創產業之核心廠商家數占整體比重（依2011年工商普查廠商母體資料）



資料來源：行政院主計總處《2011年工商普查》之資料，本年報整理，2014年11月。

（二）營業額表現

本年報以2011年工商普查核心廠商母體資料，彙整2011年至2013年的營業額資料。以2013年整體文創產業核心廠商的營業額約新臺幣7,464.19億元來看，以臺北市占68.39%為最高，其次依序為新北市10.97%、臺中市4.17%、高雄市4.08%、新竹市2.55%、桃園縣2.12%、臺南市1.66%、新竹縣1.52%，其餘縣市所占比重皆在1%以下。從營業額比重來看，臺北市廠商家數占比32.39%，但所創造的營業額占整體比重卻達68.39%；而臺北市與新北市合計起來的大臺北地區，家數比重為50%，但營業額比重則高達79.36%，顯示經營規模較大的文創產業廠商多群聚於大臺北地區，其中又以臺北市為主。

再以營業額占整體比重的歷年趨勢來看，則臺北市不僅營業額比重居整體之冠，其比重數字甚至有逐年提高的情況，顯示我國文創產業營業額表現有日益集中於臺北市的現象。而近三年期間，營業額占整體比重有所提升的縣市，包括臺北市、臺中市、高雄市、桃園縣、新竹縣、新竹市、花蓮縣、臺東縣、連江縣，在整體文創產業營業額逐年成長的情況下，研判這些縣市近三年文創產業廠商的經營情況應亦呈現成長趨勢。

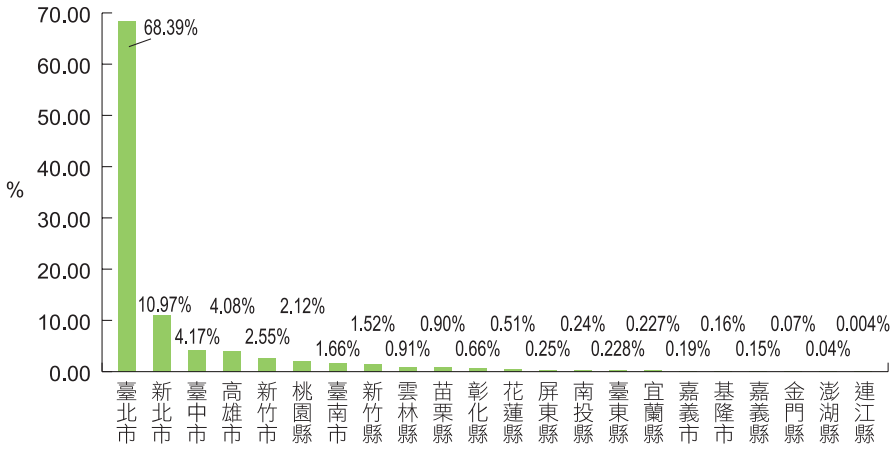


2013手拉手藝童趣校園（臺東縣政府文化局圖片提供）



2013北海仲夏音樂祭（馬祖國家風景區管理處圖片提供）

圖3—9　2013年各縣市文創產業核心廠商之營業額占整體文創產業比重
（依2011年工商普查廠商母體資料）



資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2014年11月。

表3—13　2011～2013年各縣市文創產業核心廠商之營業額占整體文創產業比重
（依2011年工商普查廠商母體資料）

（單位：%）

	2011年	2012年	2013年	2011～2013年年均複合成長率
臺北市	68.07%	68.11%	68.39%	0.23%
臺中市	4.01%	4.08%	4.17%	1.98%
基隆市	0.17%	0.16%	0.16%	-2.99%
臺南市	1.74%	1.70%	1.66%	-2.33%
高雄市	3.93%	4.03%	4.08%	1.89%
新北市	11.70%	11.19%	10.97%	-3.17%
宜蘭縣	0.24%	0.23%	0.23%	-2.11%
桃園縣	1.93%	1.96%	2.12%	4.81%
嘉義市	0.20%	0.20%	0.19%	-2.53%
新竹縣	1.38%	1.46%	1.52%	4.95%
苗栗縣	1.12%	0.89%	0.90%	-10.36%
南投縣	0.27%	0.24%	0.24%	-5.72%
彰化縣	0.73%	0.67%	0.66%	-4.92%
新竹市	2.42%	2.79%	2.55%	2.65%
雲林縣	1.07%	1.09%	0.91%	-7.78%
嘉義縣	0.15%	0.15%	0.15%	0.00%
屏東縣	0.25%	0.25%	0.24%	-2.02%
花蓮縣	0.36%	0.48%	0.51%	19.02%
臺東縣	0.14%	0.19%	0.23%	28.17%
金門縣	0.07%	0.07%	0.07%	0.00%
澎湖縣	0.05%	0.05%	0.04%	-10.56%
連江縣	0.003%	0.003%	0.004%	15.47%

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2014年11月。

（三）文創次產業核心廠商於各縣市的分布比重

以個別次產業的核心廠商家數分布比重來看，除了工藝產業廠商家數以新北市的占比為最高之外，其餘次產業的廠商家數皆以臺北市為最高，顯示我國文創次產業高度群聚於臺北市。至於其他縣市而言，直轄市在大部分文創次產業中皆是廠商家數比重較高的地區，此反映出文創產業具有都會型產業的特質。

表3—14　2011年各縣市在個別文創次產業中之核心廠商家數比重
（依2011年工商普查廠商母體資料）

（單位：%、家）

	文化資產應用及展演設施	視覺藝術	音樂及表演藝術	工藝產業	廣播電視	電影	出版	流行音樂及文化內容	產品設計及設計品牌時尚	視覺傳達設計	廣告	建築設計	創意生活	數位內容
宜蘭縣	1.0%	1.5%	1.3%	1.1%	1.3%	0.8%	0.3%	0.7%	0.8%	0.4%	1.2%	1.4%	10.3%	0.6%
桃園縣	5.8%	3.5%	4.5%	2.8%	2.5%	2.5%	2.4%	1.0%	5.0%	4.0%	6.2%	5.3%	4.0%	3.6%
新竹縣	3.4%	2.3%	3.1%	2.2%	0.8%	0.6%	0.6%	0.2%	2.0%	0.9%	1.2%	1.9%	2.4%	1.5%
苗栗縣	0.7%	0.5%	1.8%	5.8%	1.2%	0.6%	0.3%	0.0%	1.0%	0.4%	0.9%	0.7%	10.3%	0.2%
彰化縣	2.7%	2.0%	3.0%	3.6%	1.4%	1.2%	1.0%	0.8%	3.1%	1.6%	2.6%	1.3%	0.8%	1.1%
南投縣	1.0%	2.2%	1.1%	3.2%	0.5%	0.5%	0.5%	0.2%	1.0%	0.7%	1.0%	0.7%	9.5%	0.2%
雲林縣	1.0%	0.7%	2.3%	1.6%	1.1%	0.6%	0.3%	0.5%	0.8%	1.1%	1.2%	0.8%	1.6%	0.3%
嘉義縣	0.3%	0.6%	1.3%	1.8%	0.6%	0.0%	0.1%	0.3%	0.3%	0.3%	0.6%	0.3%	1.6%	0.2%
屏東縣	2.0%	3.3%	2.2%	4.0%	1.1%	1.4%	0.9%	0.3%	3.1%	0.6%	1.3%	0.9%	2.4%	0.6%
臺東縣	0.7%	0.6%	1.8%	4.8%	0.5%	0.0%	0.1%	0.2%	0.4%	1.0%	0.4%	0.4%	2.4%	0.2%
花蓮縣	1.7%	7.5%	1.2%	7.3%	1.4%	0.8%	0.6%	0.3%	3.3%	1.4%	1.1%	0.7%	4.8%	0.3%
澎湖縣	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
基隆市	2.4%	0.3%	0.9%	1.0%	0.9%	0.8%	0.4%	0.2%	0.7%	0.9%	0.8%	0.8%	0.8%	0.3%
新竹市	1.7%	4.3%	2.9%	2.6%	0.7%	1.7%	1.1%	1.2%	3.1%	3.4%	1.5%	2.0%	0.8%	1.7%
嘉義市	0.0%	1.0%	1.4%	1.6%	1.1%	0.3%	0.4%	0.3%	0.4%	0.7%	1.6%	1.1%	0.0%	0.1%
臺北市	38.6%	30.6%	20.5%	11.4%	57.1%	59.8%	53.2%	61.9%	35.1%	30.6%	30.6%	33.3%	21.4%	36.0%
高雄市	10.9%	8.6%	14.9%	12.8%	5.2%	5.5%	7.4%	6.1%	5.7%	12.8%	10.5%	11.0%	5.6%	9.0%
新北市	9.9%	11.3%	12.9%	18.0%	12.9%	16.8%	16.7%	16.0%	19.3%	18.1%	17.1%	20.0%	7.9%	19.0%
臺中市	7.8%	13.2%	14.5%	9.5%	6.1%	3.6%	9.8%	7.4%	9.8%	16.9%	14.4%	12.8%	9.5%	21.4%
臺南市	6.1%	5.3%	8.1%	4.4%	3.1%	2.5%	3.7%	2.2%	4.7%	3.8%	5.8%	4.4%	3.2%	3.5%
連江縣	0.0%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
金門縣	2.0%	0.6%	0.3%	0.4%	0.2%	0.0%	0.1%	0.2%	0.3%	0.3%	0.1%	0.1%	0.8%	0.1%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
產業家數	293	1,152	2,902	5,809	1,538	641	3,282	593	2,881	2,580	12,063	9,779	126	7,104

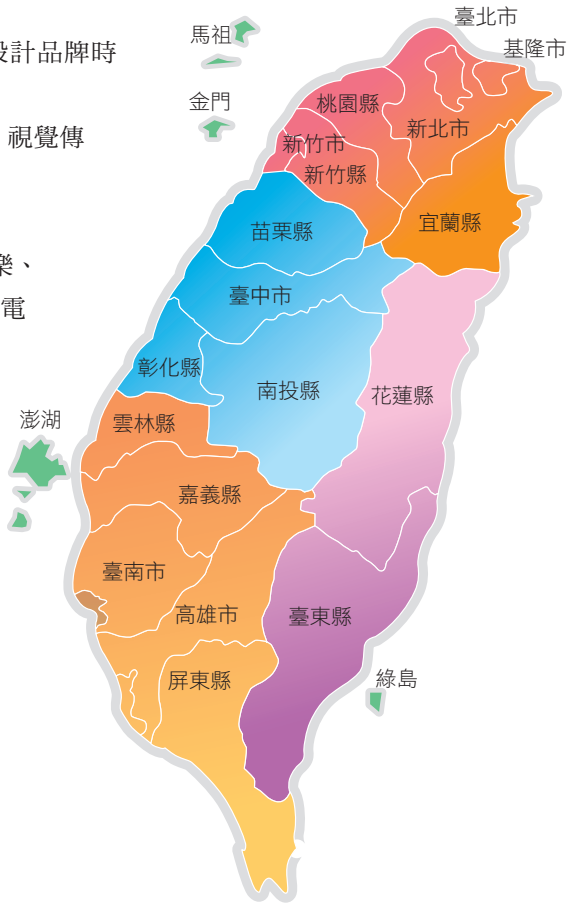
資料來源：行政院主計總處《2011年工商及服務業普查》之資料，本年報整理，2014年11月。

三、2011～2013年各縣市文創次產業之發展趨勢分析

（一）產業成長潛力

為觀察、判別各縣市境內之文創次產業是否具有成長潛力，本年報以各縣市境內文創次產業的營業額年均複合成長率是否高於整體產業平均水準的指標，作為分析依據；亦即，若某縣市之某文創次產業的年均複合成長率若高於該業整體平均表現，則可將該縣市之該次產業視為具有成長潛力之業別。本年報分析資料時期範圍為2011～2013年之營業額資料。綜合分析結果顯示，各縣市較具有成長潛力的文創次產業如下：

1. 宜蘭縣：展演設施、產品設計及設計品牌時尚、電影。
2. 基隆市：工藝、流行音樂、展演設施、產品設計及設計品牌時尚、廣電。
3. 臺北市：建築設計、表演藝術、流行音樂、展演設施、視覺傳達設計、廣告、視覺藝術、數位內容。
4. 新北市：出版、電影。
5. 桃園縣：工藝、出版、表演藝術、建築設計、流行音樂、展演設施、產品設計及設計品牌時尚、視覺傳達設計、電影、廣告、廣電。
6. 新竹市：建築設計、流行音樂、展演設施、產品設計及設計品牌時尚、電影、廣告、廣電。
7. 新竹縣：出版、視覺傳達設計、廣告、廣電、數位內容。
8. 苗栗縣：表演藝術、建築設計。
9. 臺中市：出版、展演設施、產品設計及設計品牌時尚、廣告、廣電、數位內容。
10. 南投縣：出版、電影、廣電。
11. 彰化縣：出版、展演設施、廣告。





2013十大創意商品得獎作品（臺南市政府文化局圖片提供）



12. 雲林縣：表演藝術、流行音樂、展演設施、產品設計及設計品牌時尚、廣告、視覺藝術、視覺傳達設計。
13. 嘉義市：建築設計、展演設施、電影、廣告、廣電。
14. 嘉義縣：出版、表演藝術、流行音樂、視覺傳達設計、廣電、數位內容、產品設計及設計品牌時尚、視覺藝術。
15. 臺南市：表演藝術、電影、廣告、廣電。
16. 高雄市：表演藝術、建築設計、流行音樂、視覺傳達設計、產品設計及設計品牌時尚、電影、廣電、數位內容。
17. 屏東縣：出版、展演設施、電影、廣告、廣電、數位內容。
18. 臺東縣：工藝、展演設施、視覺藝術。
19. 花蓮縣：工藝、表演藝術、流行音樂、電影、數位內容、產品設計及設計品牌時尚、視覺藝術。
20. 澎湖縣：電影。
21. 金門縣：出版、流行音樂、產品設計及設計品牌時尚、廣告、廣電、數位內容。
22. 連江縣：出版、廣告、廣電、數位內容。



第12屆溪頭竹文化節（南投縣政府文化局圖片提供）



遇見部落之旅的小幸福於沙滔琉璃珠藝術工坊DIY體驗（屏東縣政府文化局圖片提供）



中元祭演藝活動（基隆市政府文化局圖片提供）



2013臺中樂器節（臺中市政府文化局圖片提供）

表3—15　各縣市具成長潛力之文創次產業分布

文創次產業	2011～2013年營業額年均複合成長率	次產業營業額年均複合成長率高於該業整體平均之所在縣市（排除成長率為負值之縣市）
工藝	6.49%	基隆市（8.22%）、桃園縣（14.67%）、花蓮縣（41.22%）、臺東縣（54.26%）
出版	-0.62%	臺中市（3.12%）、新北市（2.38%）、桃園縣（2.40%）、新竹縣（2.64%）、南投縣（1.13%）、彰化縣（2.15%）、嘉義縣（25.28%）、屏東縣（3.05%）、金門縣（0.77%）、連江縣（2.18%）
表演藝術	6.02%	臺北市（6.82%）、臺南市（7.06%）、高雄市（13.13%）、桃園縣（25.47%）、苗栗縣（19.50%）、雲林縣（15.70%）、嘉義縣（23.04%）、花蓮縣（9.79%）
建築設計	4.58%	臺北市（5.70%）、高雄市（5.06%）、桃園縣（16.43%）、嘉義市（12.36%）、苗栗縣（30.72%）、新竹市（22.58%）
流行音樂及文化內容	10.10%	臺北市（11.75%）、基隆市（113.58%）、高雄市（21.42%）、桃園縣（18.84%）、新竹市（33.98%）、雲林縣（19.36%）、嘉義縣（33.79%）、花蓮縣（74.81%）、金門縣（65.79%）
文化展演設施	-1.66%	臺北市（3.77%）、臺中市（1.27%）、基隆市（1.37%）、宜蘭縣（4.08%）、桃園縣（31.81%）、嘉義市（200.55%）、彰化縣（21.31%）、新竹市（0.46%）、雲林縣（81.27%）、屏東縣（1.02%）、臺東縣（1.25%）
產品設計及設計品牌時尚	-3.55%	臺中市（3.00%）、基隆市（4.11%）、高雄市（8.90%）、宜蘭縣（10.34%）、桃園縣（7.90%）、新竹市（6.10%）、雲林縣（5.45%）、嘉義縣（5.94%）、花蓮縣（5.52%）、金門縣（5.00%）
視覺傳達設計	5.19%	臺北市（5.91%）、高雄市（6.57%）、桃園縣（9.83%）、新竹縣（78.19%）、雲林縣（10.08%）、嘉義縣（11.01%）
電影	1.17%	臺南市（48.58%）、高雄市（11.67%）、新北市（7.79%）、宜蘭縣（4.61%）、桃園縣（6.22%）、嘉義市（14.65%）、南投縣（116.46%）、新竹市（3.51%）、屏東縣（22.08%）、花蓮縣（8.38%）、澎湖縣（39.51%）
廣告	2.44%	臺北市（7.53%）、臺中市（10.50%）、臺南市（8.95%）、桃園縣（9.26%）、嘉義市（7.60%）、新竹縣（18.84%）、彰化縣（7.97%）、新竹市（17.46%）、雲林縣（8.66%）、屏東縣（8.58%）、金門縣（15.34%）、連江縣（15.76%）
廣播電視	0.28%	臺中市（5.08%）、基隆市（4.59%）、臺南市（6.49%）、高雄市（3.02%）、桃園縣（9.89%）、嘉義市（7.06%）、新竹縣（6.84%）、南投縣（5.58%）、新竹市（24.82%）、嘉義縣（3.23%）、屏東縣（5.52%）、金門縣（16.42%）、連江縣（22.55%）
視覺藝術	13.07%	臺北市（15.46%）、雲林縣（15.89%）、嘉義縣（27.85%）、花蓮縣（30.98%）、臺東縣（17.00%）
數位內容	3.89%	臺北市（4.11%）、臺中市（11.93%）、高雄市（8.02%）、新竹縣（44.00%）、嘉義縣（24.81%）、屏東縣（13.79%）、花蓮縣（15.99%）、金門縣（14.09%）、連江縣（32.70%）

資料來源：主計總處工商及服務業普查母體及財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2014年11月。



（二）各縣市重要文創次產業

本年報以區位商數指標分析各縣市中較為重要之文創次產業。區位商數（Location Quotient，LQ）的指標是以某縣市內部各文創次產業的占比，來對比全國整體各文創次產業的平均水準，若LQ > 1，即表示某產業對於某縣市的重要性，要高於全國整體平均水準。以營業額為例，若某縣市之某文創次產業的營業額占該縣市文創產業整體比重，大於全國某文創次產業營業額占文創產業整體比重（LQ > 1），即表示相較於全國平均水準而言，某文創次產業將是該縣市相對較重要之產業。據此，本年報以2013年營業額表現估算區位商數，則各縣市重要文創次產業如下表。



2013高雄電影節（高雄市政府文化局圖片提供）

表3—16　2013年各縣市重要文創次產業（依營業額區位商數）

縣市	營業額區位商數＞1之文創次產業
臺北市	流行音樂、電影、廣告、數位內容
臺中市	工藝、表演藝術、建築設計、視覺傳達設計、廣告、廣電、視覺藝術
基隆市	工藝、表演藝術、建築設計、展演設施、視覺傳達設計、廣告、廣電
臺南市	工藝、出版、表演藝術、建築設計、展演設施、視覺傳達設計、廣電、視覺藝術
高雄市	工藝、表演藝術、建築設計、展演設施、視覺傳達設計、廣電
新北市	工藝、出版、建築設計、視覺傳達設計、電影、廣告
宜蘭縣	工藝、表演藝術、建築設計、展演設施、廣電
桃園縣	工藝、建築設計、視覺傳達設計、電影、廣告、廣電
嘉義市	工藝、建築設計、流行音樂、展演設施、產品設計、電影、廣電
新竹縣	產品設計、視覺傳達設計
苗栗縣	工藝、產品設計
南投縣	工藝、建築設計、產品設計、視覺傳達設計、廣電、視覺藝術
彰化縣	工藝、建築設計、產品設計、廣電
新竹市	產品設計
雲林縣	工藝、數位內容
嘉義縣	工藝、表演藝術、建築設計、產品設計、廣電
屏東縣	工藝、表演藝術、展演設施、廣電
花蓮縣	工藝、表演藝術、視覺傳達設計、廣電、視覺藝術
臺東縣	工藝、表演藝術、展演設施、視覺傳達設計、廣電
金門縣	工藝、建築設計、產品設計、視覺藝術
澎湖縣	工藝、表演藝術、產品設計、視覺傳達設計、電影、廣電、視覺藝術
連江縣	工藝、廣告、廣電、視覺藝術

資料來源：主計總處工商及服務業普查母體及財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2014年11月。

四、總結

以文創產業作為地方產業發展的新動力，已是目前各縣市的重要政策推動方向；本年報從環境整備面向的藝文活動舉辦和文創產業面向的營業額表現趨勢，分析各縣市發展文創產業的環境現況，供各縣市政府及關心地方文創產業發展的各界人士參佐。

澎湖縣



2013澎湖縣地方文化館暨新故鄉社區總體營造聯合成果發表會（澎湖縣政府文化局圖片提供）

雲林縣



玉質台灣（花蓮縣政府文化局圖片提供）



2013雲林農業博覽會（雲林縣政府文化局圖片提供）

花蓮縣

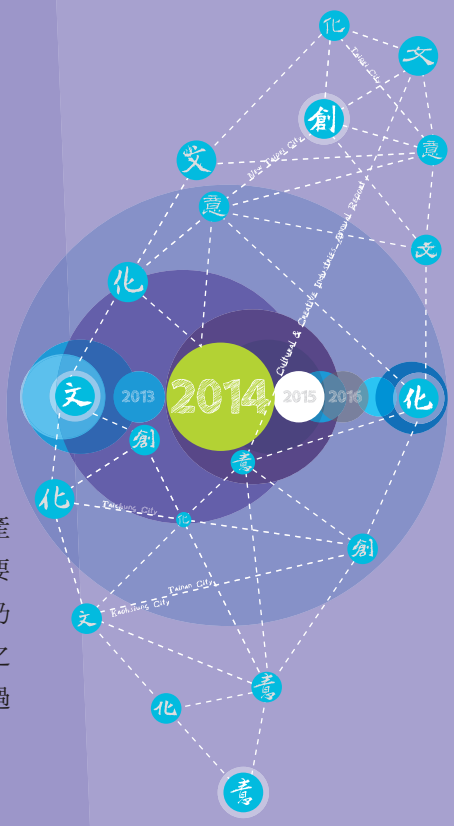


第三屆國家文化資產保存獎

第四篇

臺灣文創產業發展十年回顧與展望—各界觀點

關鍵年代：臺灣視覺藝術產業十年回顧／石隆盛
音樂及表演藝術十年回顧／于國華
臺灣文化資產應用及展演設施產業趨勢與發展分析／林詠能
臺灣工藝十年發展的回顧／黃世輝・劉秋雪
臺灣電影產業續航的下一步／龔明鑫・賴逸芳
廣播電視產業之十年回顧／關尚仁
流行音樂產業界之十年回顧與未來展望／梁序倫
臺灣出版產業發展特色分析／陳穎青



前言

從去年度臺灣文化創意產業發展年報開始繪製了我國文創產業發展歷程、呈現自2002年將文化創意產業發展計畫列為重要國家政策、並於2010年制定並頒布《文化創意產業發展法》，乃至2012年文化部成立的發展歷程。本年度特別針對文化部主管之文創產業近十年發展，邀集各界專家提出觀點，不論是回顧過去、勉勵當下或展望未來，均為我國文創產業下一個十年發展，提供鑑往知來的啟發。

2014臺灣文化創意產業發展年報

2014 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

石隆盛

關鍵年代：臺灣視覺藝術產業十年回顧

文／石隆盛（臺北藝術產經研究室執行長）

一、關鍵十年



2013臺北國際藝術博覽會（中華民國畫廊協會圖片提供）

自2004至2013年是亞洲在全球藝術產業發展史上驚豔連連的十年，中國大陸藝術品拍賣市場總額於2008年和2010年分別超越法國及英國，2011年已經和美國並駕齊驅；香港和紐約及倫敦並列全球三大藝術品拍賣中心；2012年全球藝術博覽會突破200家，其中亞洲地區的成長率達到53%；而藝術博覽會的興起也讓畫廊產業的生態發生變異；2012年全球500大藝術家之中亞洲藝術家占45%，歐美頂尖藝術博覽會和畫廊開始大舉進駐亞洲…等，這十年無疑是亞洲藝術產業脫胎換骨的黃金十年。

對臺灣而言，也是視覺藝術產業由衰再度興起，進入轉型升級的關鍵十年。這次的轉型升級是由藝術博覽會的全球性發展所帶動，進而對臺灣的視覺藝術產業起了結構性大變革，因此本文將以全球藝術博覽會的發展為主軸，回顧臺灣視覺藝術產業十年來幾項重要的事件與現象的發展和觀察，最後再以臺灣藝術家近十年的拍賣統計報告做結。

二、藝術博覽會的時代

歐洲知名的藝術經濟學者Clare McAndrew與歐洲美術基金會（TEFAF）合作，於2011年3月發表一篇名為「2010年全球藝術市場：危機和復甦」的研究報告指出：參加「藝術博覽會」所創造的營收占畫廊年度總營收的30%，顯示參加藝術博覽會已經成為畫廊經營的必要活動與支出。同年，世界藝術與骨董經銷商協會（CINOA）的報告亦發表類似的看法，甚至認為「藝術博覽會」的重要性已經凌駕「畫廊」之上。

美國邁阿密先驅報（The Miami Herald）於2011年11月28日一篇分析「邁阿密藝術博覽會的效益」文章中公佈「巴塞爾．邁阿密藝術博覽會」自2002年創辦以來吸引了大量的衛星博覽會進駐，2008年達到高峰，在「巴塞爾．邁阿密藝術博覽會」舉辦期間總共有25個衛星藝術博覽會同時舉行，即使受到歐美債務問題影響，2011年只有16個衛星藝術博覽會，但對邁阿密當地旅館的營收貢獻亦飆升了79%。

近十年，藝術博覽會的暴增是全球藝術市場最顯著的轉變之一。光是2005到2011年短短7年之間，全球藝術博覽會的總數就由68場急速攀升到189場。2012年突破200場，2013年更達到236場，全球平均成長幅度高達28%（亞洲地區達到53%）。其中2000年之前成立，至今仍然持續舉辦的藝術博覽會，全球只剩48家，僅占全球藝術博覽會的五分之一。

全球化讓藝術博覽會的生態正急速轉變中，評價極高、或專打造品牌效益的藝術博覽會開始向外擴張，如瑞士的Art Basel，2002年前進美國邁阿密，2011年買下60%的Art HK股權後，2013年起更名為Art Basel Hong Kong正式在亞洲設點。當代藝術博覽會中最具影響力的英國倫敦的Feieze art fair也在2012年於紐約設立分點；影像藝術博覽會的代表，法國的Paris Photo也同時在美國洛杉磯搶灘。其他像買得起的藝術博覽會Affordable Art Fair，以及SCOPE藝術博覽會等也都不斷增加它的舉辦城市。這些藝術博覽會的家數合計2013年就有57場次，占全年度總場次的24%，全球約四分之一的藝術博覽會是由這些集團型（連鎖型）的藝博會主辦單位所創辦。

三、藝術博覽會帶動臺灣畫廊產業的轉型升級

藝術博覽會的興起來自於成功建構「買家」和「畫廊」交易及交流的平台，雖然畫廊參加藝術博覽會所費不貲，但對畫廊營收占比年年升高的情形之下，參加藝術博覽會成為畫廊的年度重點計畫。而參加國外藝術博覽會對臺灣畫廊至少起到下面幾點重要影響：

（一）人事結構的改變

因應出國參展之需求，不僅工作人員數量快速攀升，專業經理人的重要性也日趨重要。2004年以前，臺灣畫廊的員工數頂多在5～6人，現今規模較大的畫廊10餘人以上是基本配置，多家畫廊員工數已高達30人上下。

（二）向當代藝術傾斜

合作及代理經紀的藝術家中，當代藝術家比例愈來愈高。2004年以前，臺灣畫廊甚少和年輕藝術家合作，2004～2006年在臺北藝術博覽會及亞洲當代藝術市場的帶動之下，2007年起年輕的當代藝術家在畫廊的展出次數大幅攀升，年輕藝術家從市場獲得的資源和機會甚至高過於他們的老師輩，而這一切均和藝術博覽會帶動的當代藝術市場有關。

（三）畫廊M型化發展

知名藝術博覽會的效益雖高，但參展費用同樣也很高貴，已經不是一般中小型畫廊能夠負擔的起。加上參加知名藝術博覽會對該畫廊在國內的品牌知名度、和認同度都有幫助，交互效應的影響之下，國內畫廊的規模也開始朝M型化的兩端發展。

（四）非商業性藝文空間營運的改變

過去非商業性的藝文空間如：新樂園、伊通等之營運模式均和商業性畫廊迥異，晚近成立的如2006年的VT非常廟、2013年的福利社等，開始接受國外藝術博覽會的邀請，參加商業性的市場活動，並日漸受到矚目，也獲得不錯的交易成績，打破臺灣藝術圈過去商業和非商業壁壘分明的界線，藝術博覽會為臺灣的非商業性的藝文空間注入市場的活水。

四、藝術博覽會成為市場觀測指標

藝術博覽會和畫廊產業息息相關，由於畫廊是藝術博覽會組成的核心成員，且畫廊參加藝術博覽會的成本甚高，如果當地的市場無法反應參展畫廊的效益，那麼也將無法支撐藝術博覽會的舉辦。因此，藝術博覽會也是反映一個國家和城市的藝術市場興衰最直接且現實的指標。從一個國家或城市舉辦藝術博覽會的家數、以及類型，便可清楚知悉該地區的藝術市場現狀，比藝術品的拍賣市場更為精準。

2013年臺灣的藝術博覽會家數在全球並列第六，僅次於美、中、英、法、德國等藝術產業大國，和日本及西班牙並駕齊驅。這樣的成績在臺北藝術博覽會的交易額和臺灣藝術市場在亞洲地區獲得高度評價上，完全充分表現出來。

表4—1　2013年全球前十大藝術博覽會舉辦國家

序號	國家	數量
1	美國	71
2	英國	20
3	中國大陸	13
4	法國	12
5	德國	10
6	臺灣	8
6	日本	8
6	西班牙	8
9	義大利	7
9	荷蘭	7
9	韓國	7
合計		171
占全球藝術博覽會總數比		72%

資料來源：臺北藝術產經研究室。

表4—2　2013年全球前十大藝術博覽會舉辦城市

序號	國家	數量
1	紐約	27
2	邁阿密	23
3	倫敦	17
4	巴黎	9
5	洛杉磯	6
6	巴塞爾	5
6	馬德里	5
6	臺北	5
6	香港	5
合計		102
占全球藝術博覽會總數比		43%

資料來源：臺北藝術產經研究室。

五、臺北藝術博覽會轉型成功

如果要問過去十年臺灣視覺藝術產業最顯著的轉變，非「臺北藝術博覽會」莫屬。

過去全球藝術博覽會面臨的共同問題是每年幾乎同樣的參展單位、同樣的參展藝術家，形成的重複性過高的參展作品，所引發買家的疲乏、甚至不願意登門看展的危機。而一個成熟的藝術博覽會，受到市場景氣影響的程度應該降至最低，同時能在不景氣時候扮演市場的中流砥柱。

2004年起，臺北藝術博覽會開始進行體質的調整，逐年進行內容結構的轉變，把原先被動式的由市場主導展出內容，調整為主動式規劃各種特展單元，如「年度藝術家」與「年度特展」，借以引介新的藝術類型與開發新的市場領域，帶動年輕藝術家和畫廊的合作，促使畫廊的展覽內容更多元化和當代化。

2005年臺北藝術博覽會決定重新向國外進行招商計畫，更名為：Art Taipei。同年獲得文建會陳其南主委的支持，文建會加入成為Art Taipei的主辦單位之一，而為更進一步鼓勵國內的畫廊和年輕藝術家合作，

讓市場成為年輕藝術家的創作支柱，文建會2003年開始辦理的「青年藝術家作品購藏計畫」，自2005年起同時於Art Taipei中遴選購藏作品，這也是公部門扶持藝術家的計劃首次和市場合作，結果帶來的計劃效益非常可觀，2004年前臺灣年輕藝術家能和畫廊合作進入市場的人數少之又少，2005年之後則開始呈現倍數成長，如今臺灣年輕藝術家在市場上的機會比他們的老師輩還要多很多。

文建會適時加入，帶來經費與行政上的支持是Art Taipei能成功進行體質調整的關鍵因素之一。

2006年時，保留「年度藝術家」的規劃，而把「年度特展」從以策展型態調整為由畫廊提出符合主題的藝術家參展，意即從原本以策展形式邀請藝術家展出，改為由畫廊為參展主題，讓開始經營新的藝術類型的畫廊享有更大的行銷資源，2006年的畫廊專題展區共有二個：「新形異貌—當代藝術展區」和「Ela-Video亞洲電子藝術展區」，吸引來自國內外22家畫廊參展。

2007年Art Taipei參展國內外畫廊來到了65家，參展人次刷新紀錄，為期五天的展覽總共吸引約五萬多人次的參觀民眾，總成交額約4億5,000萬元。

2008年西方爆發金融危機，全球藝術市場重心開始向亞洲移動，開啟亞洲藝術博覽會的時代。不僅藝術博覽會的數量增多，畫廊參加藝術博覽會的營收占其年度營業額比也愈來愈高，亞洲地區的藝術博覽會競爭也愈來愈激烈。成功轉型的Art Taipei也開始有更多的餘力加強參展畫廊和收藏家的服務，以提升Art Taipei在亞洲地區的競爭力。

2008年Art Taipei參展畫廊成長近一倍來到111家，其中海外畫廊48家，顯現國際畫廊對Art Taipei及臺灣藝術市場和收藏家的重視。同年繼「青年藝術家作品購藏計畫」於Art Taipei中遴選購藏作品之外，與文建會更進一步合作推出「Made In Taiwan新人推薦特區」，遴選8位35歲以下藝術家於現場展出，推動臺灣年輕藝術家進入國際藝壇。

2009年國內畫廊與國際畫廊比例已接近1：1。2010年國際畫廊參展家數再創新高，共53家海外畫廊當中有35家是首次參展的畫廊。同時擴大自2006年開辦的「Ela-Video」電子錄像特區，呈現臺灣當代藝術在新媒體使用上的熟稔和專業，建立臺北國際藝術博覽會的特色。並且新增「新銳藝術特區Fresh Art」鼓勵成立五年以下的畫廊參展，扶植畫廊新血。

2011年Art Taipei總參展畫廊124間，海外參展畫廊首次超過國內參展畫廊總數，同時建立參展審查制度，透過各區域代表畫廊提供專業建議，持續提升Art Taipei的展出品質。另有鑑於藝術市場愈來愈投資化的發展傾向，開始推出「One Love！One Art」將收藏藝術品的愉悅，透過收藏家的分享，讓藝術收藏回歸最原始的感動。

2012年Art Taipei國內外參展畫廊家數達到150家的歷年高峰，國際畫廊和國內畫廊家數比為8：7，申請參展通過率則謹有八成。但150家的參展數量，加上特展區的規劃需求，工程數量非常龐大，至此出現不曾有過的危機—國內展覽工程水平跟不上Art Taipei規模的成長和品質要求。也因此2013年將參展家數稍微下修為140家，申請參展通過率更降為只有六成五，競爭之激烈可見一般。

臺灣藝術市場雖號稱華人世界發展最早的地區，但過去十餘年來華人市場和亞洲市場發展都非常快速，臺灣先發的優勢已經完全喪失。而為了突破困境，自2004年起進行體質結構轉型的Art Taipei，正好遇上亞洲進入藝術博覽會的時代，而再度成功崛起，一方面對國內藝術市場起到雁行理論的效應。另一面從

新加坡、香港、臺北、上海、北京所形成的「華人藝術市場」已經成為亞洲地區最大、最具影響力的藝術市場。而臺灣成熟的藝術市場環境、經驗豐富的專業經理人、用功理性的收藏家，也讓Art Taipei在亞洲地區的重要性愈來愈受到矚目，並成為歐美藝術媒體評鑑亞洲前三大藝術博覽會中，唯一亞洲本土自行營運的藝術博覽會。

表4—3　2004～2013年臺北藝術博覽會各項統計數據

年份	總家數	國內畫廊	國際畫廊	參觀人數	成交額（NTD）	地點
2004	28	28	0	15,000	3,100萬元	華山藝文特區
2005	34	28	6	30,000	8,000萬元	世貿三館
2006	64	38	26	40,000	1.5億元	華山藝文特區
2007	67	50	17	50,000	4.5億元	世貿二館
2008	111	63	48	72,000	7.5億元	世貿一館
2009	78	41	37	50,000	4.6億元	世貿一館
2010	110	57	53	45,000	5.5億元	世貿一館
2011	124	58	66	45,000	近10億元	世貿一館
2012	150	70	80	50,000	近11億元	世貿一館
2013	148	70	78	35,000	近11億元	世貿一館

資料來源：社團法人中華民國畫廊協會。

六、拍賣市場

相較畫廊和藝術博覽會這十年的成長和競爭力的提升，我國藝術品拍賣市場近十年來的表現完全相反，因為我國關於藝術品拍賣稅制和國際無法接軌，經當時文建會邀集財政部和業者溝通無效之後，佳士得和蘇富比二大藝術品拍賣龍頭相繼於2000年初及2001年底退出臺灣市場，同時將已在臺灣奠定基礎的華人近現代藝術市場業務移轉至香港分公司，我國逐漸喪失領先的優勢。另一方面，2000年以後，在全球化及經濟貿易開放的趨勢下，亞洲藝術市場逐漸成形，原本封閉的自有市場之間開始大量交流，資金及藝術品相互流通，尤以文化區隔低的當代藝術為最，而中港臺三地更因同文同種，形成完整的大華人市場，彼此之間也最具競爭關係。

當國際聚焦中國大陸屢創新高的拍賣成績之時，本身即為自由港（free port）且為亞洲金融和運輸樞紐的香港，則吸引了許多國際及亞洲的拍賣公司入駐[17]，成為亞洲最具競爭力和國際化的藝術品交易中心。2002年，蘇富比和佳士得的當代藝術拍賣收入合計囊括全球的72%，其中來自香港的拍賣收入比例甚微：蘇富比香港只占該公司收入不到0.1%，佳士得香港則占該公司收入約2%。然而到了2011年及2012年，兩家公司的當代拍賣收入雖下跌至全球的50%，但其跌幅之所以有限，係仰賴其香港分公司的拍賣成績，兩者的當代藝術拍賣收入中，分別有高達29%和21%的比例來自香港[18]。若蘇富比和佳士得未因稅務問題撤出臺灣，如此亮眼的當代藝術拍賣成績可能造就臺灣藝術市場另一個榮景。

17　除了蘇富比和佳士得兩大龍頭拍賣商，亞洲鄰國的主要拍賣公司如中國的嘉德和保利、臺灣的羅芙奧和金仕發，日本的AAAA（Asian Art Auction Alliance）及伊斯特（Est-Ouest Auction）、以及韓國的首爾拍賣（Seoul Auction）等均在香港舉行拍賣。

18　Artprice.com（2013）The Emergence of an Open and Decentralised Asian Art Market in 2012, Singapore: Art Stage Singapore 2013.

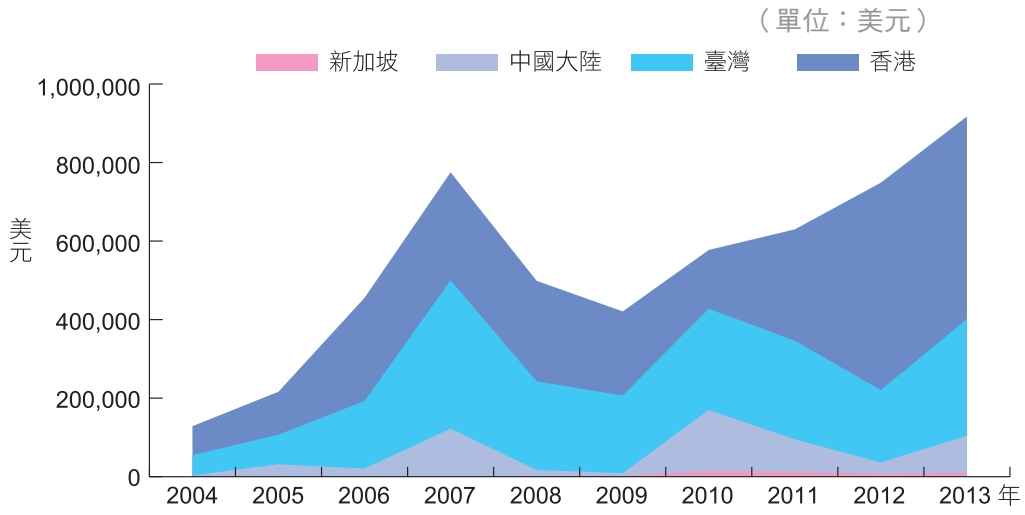
反觀我國在這段亞洲市場強勁成長的期間，民間收藏的重要藝術精品和資金隨著兩家國際拍賣公司流向香港。根據業界觀察，近年來香港藝術品拍賣市場中逾六成為臺灣買家，賣家中則至少有五成來自臺灣，形成買賣雙方多數均來自臺灣，但拍賣場地卻在香港的特殊現象，將原本可掌握的個人所得稅及營利事業所得稅稅收拱手讓予香港。此外，部分臺灣本土的拍賣公司也因我國稅制缺乏競爭力，須與外商拍賣公司合作（如羅芙奧和金仕發），在香港拍賣臺灣收藏家的藏品。這些現象導致我國拍賣市場空虛，喪失在亞洲市場熱潮中的發展契機。

七、臺灣現當代藝術家的拍賣市場概況

若就臺灣現當代藝術家的拍賣市場來看，香港仍是臺灣現當代藝術家拍賣的最大市場，其次才是臺灣、中國大陸，新加坡則是自2009年開始才加入臺灣現當代藝術家的作品，規模遠小於上述三地。

從統計數據中發現，2007年和2010年臺灣現當代藝術家在臺灣本地的拍賣成交總額超過香港，分別為37,787,588.76美元（為便於做跨國的統計分析比較，將成交額的幣別依當時匯率轉換成美元計）和25,763,771.58美元；同期香港為27,481,938.98元和14,972,155.41元。2010年之後，在香港的拍賣金額開始呈現倍數成長，2012年和2013年都超過5,000萬美元。但這些成交額只占香港地區拍賣總成交額的70分之1不到，顯示臺灣現當代藝術家在亞洲地區藝術拍賣市場的市占比之微小，值得大家警惕。

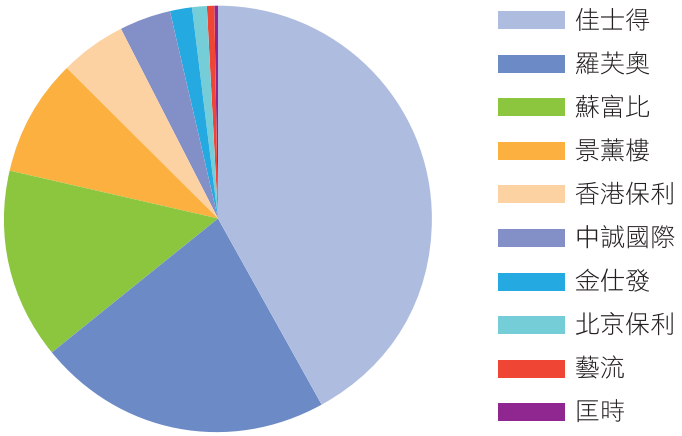
圖4—1　臺灣現當代藝術家在各國／地區之拍賣成交金額



資料來源：臺北藝術產經研究室。

其中以拍賣公司來計算，2013年臺灣現當代藝術家拍賣成交金額最高的前10大依序是佳士得、羅芙奧、蘇富比、景薰樓、香港保利、中誠國際、金仕發、北京保利、藝流、匡時等拍賣公司。顯示臺灣藝術家的主要拍賣市場仍以香港和臺灣為主，而香港又可視為臺灣市場的延伸，因其買家仍是以臺灣收藏家為主。

圖4—2　2013年臺灣現當代藝術家拍賣成交金額前十大之拍賣公司
（依成交金額占整體臺灣現當代藝術家拍賣成交金額比重）



資料來源：臺北藝術產經研究室。

其次，就藝術家個人的拍賣成績來看，累計這十年的拍賣成績，前十大藝術家依序為朱德群、朱銘、廖繼春、陳丹青、陳澄波、李真、楊三郎、劉國松、邱亞才、郭柏川等10人。進一步分析發現劉國松、李真、邱亞才三人近年的拍賣成績穩定成長，若以2013年計，這三人分屬第三、四、五名，僅次於朱德群和朱銘。

資訊公開的拍賣市場對於提昇藝術家的能見度實為一大助力，在產業鏈健全的狀態下，擁有豐富資源及國際知名度的大型國際拍賣公司，其推動市場成長的力量與速度往往優於一般規模的經紀商或畫廊，透過其運作也可使當地藝術產業較容易受到國際矚目，此對於市場規模小的臺灣來說影響更加顯著。近十年來，臺灣藝術家國際能見度遠較中國大陸、日本及韓國等地的藝術家低。以2006年香港佳士得成立20週年舉辦的「亞洲當代」特拍為例，195件上拍作品中，只有1件臺灣藝術家的作品；同年香港蘇富比舉辦的「中國當代藝術」秋拍，156件上拍作品，僅有兩位臺灣藝術家的作品。甚至到了2012年11月24日的「亞洲二十世紀及當代藝術」夜拍共有37件作品，除中國大陸及日本的藝術家，尚有來自印尼及菲律賓等東南亞的藝術家作品，但無臺灣藝術家的作品。

除了在國際拍賣場次上拍的作品數量稀少，作品銷售成績也反映了我國藝術家被邊緣化的困境：在2011年及2012年全球前五百大藝術家排行榜中，近半數（49%）的藝術家來自亞洲，其中中國大陸藝術家就高達199位，遠超過英國（31位）和美國（86位）；其次則為日本14位、印尼10位，韓國及印度均為7位，臺灣僅有5位入榜。若進一步檢視年輕藝術家的市場表現，針對四十歲以下的全球前五百大年輕藝術家排行榜，中國大陸更占據了220個席次，臺灣則榜上無名[19]。

19　Artprice.com（2013）The Emergence of an Open and Decentralised Asian Art Market in 2012, Singapore: Art Stage Singapore 2013.

八、展望下一個十年

過去十年，亞洲地區的藝術市場有三大奇蹟：中國大陸、香港、新加坡的崛起，在短短十年之內分別在全球、亞洲和東南亞地區扮演關鍵性的角色。進一步觀察，中國大陸經濟取得長足的進展，加上市場規模，中國大陸成為全球藝術市場的一方之霸，是早晚的事。反觀香港和新加坡，就藝術市場發展的基本條件：藝術家、畫廊、收藏家等因素觀之，都不足以發展成區域的市場中心。今天香港和新加坡的崛起，全拜其自由經濟制度之賜，也就是說，香港和新加坡過去十年的快速發展得利於經濟環境提供區域的高度競爭力。

展望未來十年，香港和新加坡是否仍能維持目前的地位？新加坡也許，香港似乎不是那麼樂觀，主要原因在於中國大陸境內多個城市正複製發展香港的產業環境和條件，加上中國大陸介入香港政局日益加深等因素，缺少本地藝術家和收藏家資源的香港，未來十年堪慮。

從香港看臺灣，未來十年我們又將面臨哪些機會和競爭：

（一）稅制與國際接軌

與國際脫軌的稅制，過去十餘年來造成藝術品和資金外流、外資進駐意願低，進而導致人才外流和邊緣化危機。如果無法解決這一個問題，在面對中國大陸多個城市正紛紛著手複製香港條件和環境之下，下一個十年非常不樂觀。

（二）法規檢討與鬆綁

臺灣目前的藝術產業金流來源仍以個人資金為主，缺少企業資金投入、亦不能發行藝術基金。當企業收藏成為全球藝術市場另一個主要核心之時，中國大陸積極佈建的「藝術金融」，正是在嘗試建構藝術產業的「第三市場」之可能性，這是另一個值得我們警惕的事件。當前我們對於中國大陸興起的藝術金融的試驗項目，缺少討論和因應，將來又該如何面對市場的新局面，值得政府和民間省思。

（三）新興的交易型態和衝擊

藝術產業一直都是全球數位化程度最低的產業，然這幾年歐美科技公司開始進入嘗試建構藝術產業的網路商場機制和技術；而中國大陸則熱衷藝術金融的市場開發。這些對全球藝術市場可能帶來的重大影響，臺灣產業界和政府對此討論的並不多，是另一個危機。

（四）臺灣藝術家在亞洲地區關注度的提升

隨著亞洲藝術市場在全球地位的提升，亞洲地區的畫廊、拍賣公司、收藏家、美術館等開始關注亞洲地區的當代藝術家，由於臺灣當代藝術發展得早，於是在亞洲各國愈來愈多以亞洲藝術為主題的商業和非商業性大型展覽中的能見度有大幅提高之勢，過去十年被亞洲快速發展的藝術市場所忽視的臺灣藝術家，未來十年可望獲得改善。

除上述幾點之外，政策和法規如何與時俱進、經貿自由化的趨勢下，開放和保護如何取得平衡等，都是需要被積極正視和解決的問題。展望未來十年，我們需要非常的努力和積極，才足以面對更競爭的亞洲時代。

于國華

音樂及表演藝術十年回顧

文／于國華（中華民國表演藝術協會理事長）

過去十年，臺灣表演藝術經歷許多起伏，有新契機，也有折兵損將的事件。必須承認，臺灣表演藝術的發展，即將進入新的時代，而過去經驗對於未來，只有相當限度的參考；最重要是，人口結構和產業條件變化快速，讓表演藝術發展很難獨守在象牙塔裡，靠著形而上的藝術理想得到成長支撐。即使如此，審視過去的重要政策和影響，依舊有助於標誌出行進軌跡，思考未來去向。

根據臺灣文化創意產業發展年報的資料統計，音樂與表演藝術產業的營業額，自2009年低點開始出現上揚走勢，連年達到年增率10%以上，似乎與這幾年的經驗符合。但細究統計項目，則又有若干疑點。例如，2013年貢獻營業額成長最大的是「藝術表演活動籌辦與監製」項目，營業額高達72億元，而該項目其實包括了流行音樂演出活動的製作，並非完全是表演藝術的營業額。直接可以辨識為表演藝術的項目，包括行業代碼9020的11至15項，2013年總營業額為19億5,000餘萬元，可能又較實際情況低估。例如舞團類，數字僅顯示5,000餘萬元，但根據雲門舞集的公開財報，2013年業務收入（演出、衍生商品利息等，不含贊助及補助）即已達到新臺幣1.1億元，差異相當明顯。而來自財政部的報稅資料，會出現誤差的原因在個別單位的營業歸類；即，雲門舞集因為登記的營業項目並非僅只舞團一項，因此營業額反應在表演藝術的某一項目下，但不在舞團類別中。

另外，民俗藝術類表演的5.5百萬元年度營業額，亦有低估情形。由於大多數民間的民俗表演活動，邀演方付予的酬勞類似旅行業「代收轉付」，即演出團體收到費用立刻發給參與演出人員和支付各種工作費用，其間沒有統一發票往來，不會被計算在營業額內。民間酬神、廟會和慶典演出，或許各年有增減，實際金額仍遠大於統計的數目。

由於統計使用的類別在各年度中一致，總營業額變化，可以概括視為流行音樂與表演藝術市場溫度增減的指標，但細部數字分析則需要更精確的分類資料佐證。即使難以分割流行音樂演唱會製作所占的營業額比例，在2008年至2013年間，各種表演活動呈現市場成長，是可以接受的趨勢。

從表演藝術產業的角度回望，政府獎助資源增加、市場觀眾開拓的多元、新表演場地的建設和籌備等，帶動了目前的市場發展，也將對未來產生延續性的影響。

一、政府獎助資源與表演藝術發展

表演藝術主要補助來源，大致分為中央政府、地方政府、國家文化藝術基金會幾個方面，其中，中央政府文化部（前文建會）分級獎助計畫，又是其中最重要且穩定的機制；在2009年之前幾年，因為主事者對生態缺乏了解，出現資源連年減少的情況，導致金融風暴危及表演藝術脆弱的產業經營。甫上任的前文建會主委黃碧端，及時大幅增加分級獎助經費，如今看來，應該是這幾年最重要的一次突破，讓原來體質較為健全的團隊，不但頂住金融風暴，甚至得到跳躍的成長機會。而後文化部部長龍應台「國家品牌」計畫，以每年1億元經費補助五個重要團隊，雖然執行方式依舊面對各界不同期許，但「國家品牌」計畫具有開創視野，協助大型表演藝術團隊面對藝術、產業和市場的升級挑戰。

此外，國家文化藝術基金會發展出專案型補助，以補助引導表演藝術發展，讓有限資源更靈活和有效使用，例如表演藝術追求卓越專案。這類型補助，執行難度和成本都較一般補助更高，但對團隊的效益也更為明顯。

前文建會主委盛治仁任內運用文化創意產業資源，自2010年起支持連續四年的「華山藝術生活節」，活絡原本沉寂的華山文創園區，開拓表演藝術國際連結的管道，以及觀眾市場開發的機會。2014年的「衛武營玩藝節」，同樣肩負開拓南臺灣觀眾和活絡產業的使命，替衛武營藝術文化中心日後營運暖身。同樣始於盛治仁主委時期的文化中心活化計畫，經過持續四年對文化中心的補助，讓資源始終缺乏的地方文化中心再現生機，其中部分積極的文化中心，已經展現更大雄心，除了提昇經營績效，規劃藝術節或甚至自製節目、開拓觀眾，並嘗試透過各地文化中心的串連，試探區域合作，以及創新的節目開發和觀眾連結策略。

二、市場觀眾開始呈現出更多可能性

如果視「商業」為劇團的市場經營模式、而不是與「藝術」站在對立面的貶抑，過去幾年可以看到許多較過去成功的劇場商業化案例。幾個大型劇團，對政府補助的依賴降到總營收的百分之十以下，主要收入來自觀眾票房的增加和企業合作方案，都是可喜的現象。

綠光劇團的「人間條件」系列，是近年最成功的市場開發範例。從2001年的首部「人間條件」開始，吳念真編導作品建立了口碑，新戲出現一票難求的現象。暫停前的屏風表演班，創下在百貨公司連續演出120場全部滿場的記錄，也是因為新觀眾的開發成功才能達成。全民大劇團藉由王偉忠和賴聲川兩位跨界大師加持，成功吸引新觀眾進入劇場，讓劇團對補助的依賴降低。特別是全民大劇團引入更多商業操作模式，例如合資、投資等概念，以及廣告人范可欽的《臺灣舞孃》，首次採用商業劇場的製作模式，從市場規模和投資收回考慮製作規模，都具有突破的意義。

近年中國大陸經濟起飛，對表演藝術出現殷切的需求，臺灣的劇團也西向發展，開拓更多新的市場資源。表演工作坊和果陀劇場是其中最明顯的案例，都在中國大陸市場站穩腳步；其他如雲門舞集、朱宗慶打擊樂團、紙風車劇團，在中國大陸也都有穩定的票房。這樣的成績並非偶然，幾個團體都經過很長時間的經營，經歷許多失敗和摸索，才能得到中國大陸市場的支持。

市場對部分團隊而言，成為政府補助之外，另外一個支持發展的力量。但市場是現實的，成功和失敗可以從天堂到地獄，反而政府的補助相對穩定且容易掌握。藉由向市場挑戰，團隊開始提升或擴大製作，

或嘗試同一場地更多場次的「長銷」型演出；這些努力開拓了更多觀眾人口。近年許多實驗性的演出，也出現很好的票房成績，顯示觀眾的口味也愈趨多元。只是這樣的現象集中在臺北市，尤其以戲劇較為明顯。雖然觀眾成長對於大多數的演出製作而言，距離能夠從票房回收投資還很遙遠，但仍是很大的鼓舞。

隨著少子化成為事實，整體經濟形勢不明以及政府財政困難，觀眾開發顯得更為必要。雖然《文化創意產業發展法》中已有價差優惠補助和學生觀賞優惠等政策設計，同時國民教育九年一貫制也比過去更強調表演藝術教育，但對於開創市場的效果都還有限。

三、表演場地供給增加，但大型劇場節目出現斷層

1987年兩廳院成立，是臺灣表演藝術發展的里程碑；經過將近三十年停滯，分布在北中南的新建表演藝術中心，臺北藝術中心、臺灣戲曲中心、臺中國家歌劇院、衛武營國家藝術文化中心等，將在2015年陸續啟用。表面上，這些場地解決了演出場所不夠的問題，但也直接面臨觀眾開發不易的挑戰。但相較於觀眾開發，更艱困的任務在充實舞臺上的節目。

長久以來，表演藝術界始終有「創作力斷層」的討論，但沒有共識。年輕世代源源不絕的創意，帶來更豐富的節目，但多半在中小型劇場演出，大型劇場的製作的確出現斷層；尤其屏風表演班暫停，以及表演工作坊將重心移往中國大陸，感受更為明顯。隨著世代交替以及中國大陸市場崛起，還會有更多團隊調整經營策略和重心。過去二十年，政府對表演藝術的補助以團隊為主，運用團隊做為拉動產業成長的火車頭，一旦表演團隊出現斷層，尤其是大型團隊，將成為這些大型劇場的隱憂。當臺灣自製大型節目不能填滿檔期，自然有演出公司引進國外節目，如此，對本地團隊的發展，將產生更多競爭與衝擊。

過去十年間，因為場地和製作資源不足、市場風險高，小團體缺少成長機會，尤以戲劇和舞蹈最為明顯。除了例如全民大劇團、音樂時代等少數團體，甫一成立，所有劇目都能在大劇場演出，臺灣超過4,000個表演團隊，經常在國家劇院和國家音樂廳等級的大型場館發表演出者，比例不到百分之二。所幸，包括國家兩廳院在內幾位新任的劇場藝術總監，都意識到團隊「大型製作斷層」問題；2015年陸續啟用的新場館，委託創作和協助年輕團隊發展大型製作，都會是經營重心。

此外，臺灣近年社會氣氛，愈向「不患寡而患不均」的方向傾斜，《夢想家》事件導致政府對於支持大型製作的卻步。但表演藝術發展，需要實驗作品，更需要大型製作和國際合作，在複雜的製作過程中培養人才。觀察中國大陸，動輒數千萬元的製作經費，打造一部部大型作品。不論這些作品藝術成就高低，從過程中培養許多有眼界和能力的年輕製作人，卻是事實。面對中國大陸的市場崛起，臺灣如果希望藉由多元和自由的強項成為華人表演藝術創作中心，不能忽視製作能力斷層的實際問題。臺灣缺乏有經驗執行大型演出計畫的製作人，更缺乏參與大型製作經驗，必須透過政府和商業力量推動大型製作，讓有能力的新一代劇場藝術工作者能夠成長。

四、產業鏈發展專業化、區域化

臺灣表演藝術市場的現況，存有相當大的地域差異；主要市場幾乎集中在臺北市，九成以上重要節目首演在臺北市，國際節目也高度集中在此。多數團隊的全國巡迴，利用大臺北票房盈餘填補其他縣市虧損。因此，中南部節目演出數量相對較少，加上大型團隊多集中臺北，呈現出對於表演藝術團隊或製作的補助，似乎偏重北部的現象。



2013藝傳千里—爵士舞蹈劇場

大臺北以外地區觀眾，仍不習慣買票觀賞演出，原因多重；如何讓觀眾付費走進劇場，必須先用心經營和推廣，讓劇場不再陌生，以及找到地方民眾喜歡的藝術與節目類型。臺南市文化中心如今的欣欣向榮，證明事在人為；高雄市文化局近年推動「春天藝術節」，再次證明觀眾並非不存在，而是沒有被關心和開發。

目前的表演藝術團隊，受限於人力和資源，很難跨越區域經營觀眾，導致巡迴演出票房很難提升；地方政府對文化中心劇場人力編制和經費的長期不足，導致地方觀眾難以開發。2014年的兩岸服務貿易協定爭議中，提醒表演藝術界的是，不論中資是否進入臺灣經營劇場，臺灣本地已有的劇場必須先團結振作，培養觀眾經營市場，打通表演藝術通路，支持臺灣的表演藝術團體發展。

在這些趨勢下，未來幾所新劇場的角色相當關鍵，政府的支持格外重要。它們是負擔節目規劃與製作、開發觀眾等任務的地方表演藝術龍頭，需要足夠資源投入才能發揮功能。

另一方面，地方政府首長大手筆邀請名家免費演出以饗民眾，美其名為平衡區域文化資源分布不均、提升民眾欣賞水準，但長期而言，對表演藝術產業的發展並無助益。雖然這種類型的演出活動，仍然會成為營業額統計數字中的一部分，但卻不能視為表演藝術的發展潛力，這也是深入分析營業額數字時，必須要審視的關鍵。

林詠能

臺灣文化資產應用及展演設施產業趨勢與發展分析

文／林詠能（國立臺北教育大學文化創意產業經營學系副教授）

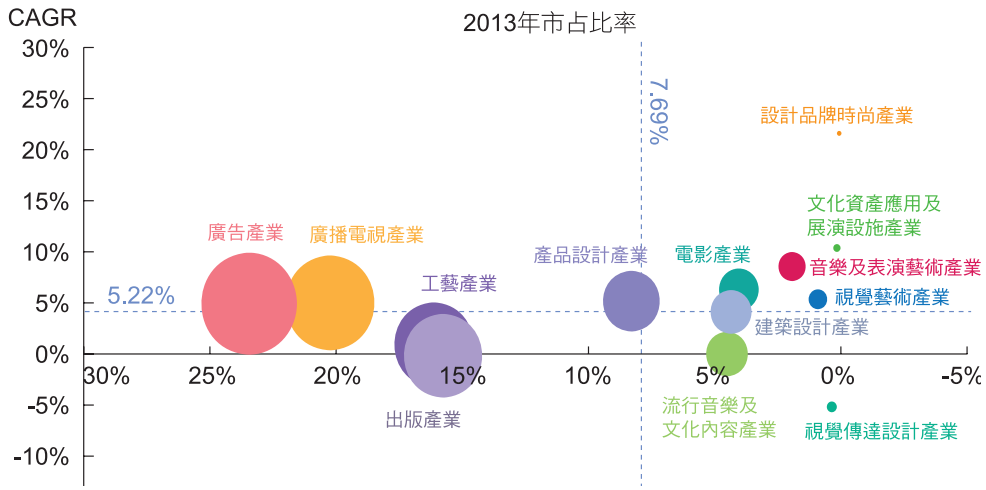
文化資產應用及展演設施產業提供了表演藝術的演出場域與視覺藝術的展覽空間為主，並包含部分二者兼俱或餐飲服務在內的複合式空間。而依我國文化創意產業發展法的定義，文化資產應用及展演設施產業指「從事文化資產利用、展演設施（如劇院、音樂廳、露天廣場、 美術館、博物館、藝術館（村）、演藝廳等）經營管理之行業。」我國行業標準分類之分類方式係以組織最大附加價值的主要經濟活動作為判斷行業細類的依據，而不論公營或民營，組織型態為公司組織、合夥或獨資經營。依此標準，國立中正文化中心（兩廳院）、故宮等公營或法人機構與民營劇場或博物館均屬於本產業之範疇；其須繳交營業稅的部分，均被納入統計的範圍。而文化展演產業相關稅務行業代碼則包含9031-11、9031-12、9031-99、9103-11與9103-99等五項子類代碼；但其中9103-11社會教育館在2008～2012年均無營業額資料（表2-7）。

一、文化資產應用及展演設施產業市占低但成長率高

文化資產應用及展演設施產業主要位於2009年UNESCO文化統計架構的文化循環概念所定義的產業價值鏈中第四項「展示與傳承」階段，是「創作」、「生產」與「傳播」重要的支撐者，也是提供社會大眾「消費與參與」的重要場域。雖然文化展演產業的營業額不高，但角色卻極為重要。

依我國文創產業發展年報顯示，文化資產應用及展演設施產業占我國文創產業的比例極低，但過去6年的營業額成長卻有不錯表現。圖4-3為我國2008至2013年各個文創子產業的BCG矩陣分佈，文化展演產業2013年的營業額約為新臺幣9.5億元、約占所有文創產業的0.14%，所占比例不多、僅高於設計品牌時尚產業。不過，在市場成長率方面，這6年間我國所有文創產業的年複合成長率（CARG）為5.22%，而文化資產應用及展演設施產業的年複合成長率則為10.48%，僅次於設計品牌時尚產業。

圖4—3　我國2008～2013年各個文創子產業的BCG矩陣



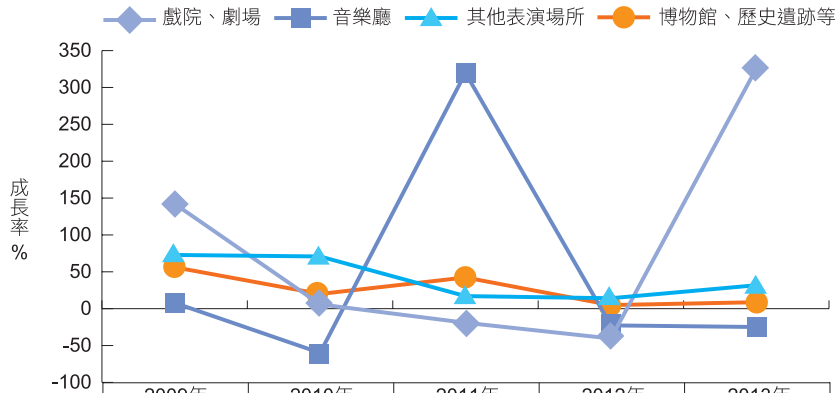
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，研究者繪圖。

二、音樂廳、音樂展演空間經營為文化展演設施產業之貢獻者

依文化創意產業發展年報顯示，文化展演設施產業的營業額主要來自稅務行業代碼子類9031-12的音樂廳、音樂展演空間經營的貢獻。以2012年為例，此項子產業的營業額超過整個文化展演設施產業的六成以上，將近6億3,000萬元。因此，此項子產業的消長，影響整個文化展演設施產業極鉅。自2009～2013年間，在四項子產業當中，音樂廳、音樂展演空間經營在2010、2012與2013年均大幅下滑近，而營業家數也從2008年的12家，一路下滑至2012年的7家，推測其原因，應是受到全球經濟衰退與數位音樂的發展所致。外此，劇院與劇場在2011、12年亦為負成長，但2013年卻大幅成長約326%；而其他藝術表演場所經營與其他博物館、歷史遺址及其他類似機構經營二項子產業則均為正成長。

進一步觀察四項子產業可發現，劇院與劇場經營、其他藝術表演場所有經營、博物館與歷史遺址經營等三類，主要是傳統的精緻藝術領域；這些領域的傳統消費者主要是擁有較高教育水準與所得的民眾，加上菁英藝術的消費受到經濟的影響較小，也更願意花錢在文化的消費上；因此，經濟下滑時，這些子產業仍有不錯的成長。而音樂廳、音樂展演空間經營子產業中，雖然有部分菁英藝術的機構與組織，但主要的貢獻應是來自大眾文化的流行音樂相關展演空間經營之業者。而對照文化部影視及流行音樂產業局出版的「101年度流行音樂產業調查」中也印證了此項論述，在2011年Live House舉辦活動達3,081場，推估總參與人數為153萬人次；而2012年大幅下降、僅有2,437場活動、總參與人次為120萬人次。同樣的策展單位在2011年共有151場次，推估人數為87萬人次；但2012年僅有120場次，人數降為68萬人次。顯示音樂廳、音樂展演空間經營受到外界環境變化的影響較大。

圖4—4　我國2009～2013年文化資產應用及展演設施子產業消長情形



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
戲院、劇場	142.25	5.83	-19.1	-40.45	325.68
音樂廳	7.86	-59.94	319.76	-22.67	-24.87
其他表演場所	72.85	70.79	17.05	14.15	31.78
博物館、歷史遺跡等	56.16	19.96	42.32	4.87	8.73

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，研究者繪圖。

三、文化展演設施產業是都會型的產業型態

文化資產應用及展演設施產業包含了公、民營組織型態，而我國大型的文化展演設施多位於都會地區；因此，文化展演設施亦是高度都會密集型的產業，從文創產業年報的縣市統計資料亦可得到印證。表4-4是我國2008年至2013年各縣市文化展演產業的營業額，2008～2012年前五名均為五都直轄市，顯示文化展演產業具有高度聚集性。而2013年苗栗縣進入前五名中，據估計可能是因為2011年底新落成的苗北演藝中心緣故，成效值得繼續觀察。此外，2012年高雄市所擁有的文化展演家數比臺南市多出近一倍，但營業額卻僅達臺南市的30%；2013年新北市的營業營雖有大幅成長，但仍僅為臺南市的50%左右。

表4—4　2008～2013年前十大縣市文化資產應用及展演設施產業營業額

縣市別	營業額（新台幣千元）					
	2013	2012	2011	2010	2009	2008
臺北市	592,059	731,758	927,857	331,555	595,384	510,152
臺南市	129,376	140,603	128,139	67,066	53,426	25,675
新北市	64,197	24,993	15,969	13,627	10,005	14,577
高雄市	53,936	42,319	29,778	13,683	10,343	10,657
苗栗縣	39,166	1,295	6,408	12,315	16,799	5,141
南投縣	14,278	19,646	10,477	6,517	3,576	0
臺中市	13,819	20,489	32,492	23,244	5,304	6,690
基隆市	10,413	9,932	10,624	3,677	13	0
宜蘭縣	8,540	4,665	0	0	0	0
新竹縣	8,012	6,786	9,369	19	80	129

註：本表依2013年營業額排序。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理。

從上述的文化資產應用及展演設施產業的數據分析中，數個值得思考議題浮現：

（一）營業額被低估的現象

文化資產應用及展演設施產業中各項子產業可能有營業額被低估的情形。以9031-12從事經營音樂廳、音樂展演空間之行業為例，雖然我國自2010年起將Live House營業登記項目增設了代碼J603010音樂展演空間業（行業代碼9031），不過，Live House產品包含餐飲、飲酒與音樂展演，多為複合式空間。依我國「101年流行音樂產業調查報告」數據顯示，音樂展演業者中Live House 經營模式以複合式比例較高，為68.42%。純展演模式則僅占31.58%。其規模較小者多為餐飲與表演的複合式型態，如女巫店等。規模較大的業者，如Legacy才可能採純展演經營模式。

我國行業標準分類係以企業最大附加價值的主要經濟活動作為判斷依據；許多複合式空間將可能被歸類為F501050餐館業（行業代碼5610）或F501060飲酒店業（行業代碼5622），而非音樂展演空間業（行業代碼9031）。這些複合式經營方式的Live House，若依聯合國ISIC Rev.4規定，應採由上而下法（top-down method），按我國行業分類之處理原則，此家Live House因營業比重在I大類有57%，將被列入該類的5610餐館業而非R類的9031藝術表演場所經營業（表4-5）。由於Live House消費者主要受音樂表演的吸引而來，因此，文化資產應用及展演設施產業如何納入Live House這些複合式場域的營業額，值得思考。

表4—5　Live House行業可能分類情形

大類	中類	小類	細類	名稱	比重（%）	合計比重
R	90	903	9031	藝術表演場所經營業	43	43%
I	56	561	5610	餐館業	36	57%
		562	5622	酒精飲料店業	21	

資料來源：研究者整理。

此外，依2012年文創產業發展年報顯示，財稅行業標準代碼9103-99的其他博物館、歷史遺址及其他類似機構子產業中年度營業額僅為2.62億元，產業營業額亦可能低估。例如，以國立故宮博物院為例，其2012年度施政績效報告書中顯示，故宮的圖像授權、品牌授權、文物仿製品、紀念品、出版品及文創商品等營收即達6.05億元，雖然其中可能含有免徵營業稅的部分商品，但加上其他博物館、美術館等其他館所，似乎不止2.62億元的營業額。其間差異有必要再做釐清。

（二）文化資產應用及展演設施產業範疇的重新定義

我國目前文化資產應用及展演設施產業的範疇，事實上包含了以非營利事業組織的文化事業與產業導向的文化產業二個內涵。其中在稅務行業編號的9031-11劇院、劇場經營、9103-11社會教育館與9103-99其他博物館、歷史遺址及其他類似機構等三項分類代碼主要是非營利事業組織，如兩廳院、故宮等文化事業單位。這些機構的使命在於促進公民的文化參與、提升全民福祉與文化資本，其外溢效果比自身的營業額來得更形重要；當這些機構過度專注於提升文創產業產值時，不可避免地將影響到全民的文化參與權利。此外，從統計數據觀察到這三項子產業的營業額，在2012年僅達文化展演產業的27.15%、占全國文創產業不到0.04%的比重、對整體文創產值貢獻極低，似乎沒有列入文創產業的必要。

而其中的文化展演設施中的9103-99其他博物館、歷史遺址及其他類似機構，主要是公立博物館與美術館等組織，這些單位是重要的學習與社會教育機構的看法，不但學術界有高度的共識，也廣為社會大眾所接受。這些非營利事業組織若過度聚焦在創造營業額，將可能落入與民爭利的窘境當中。例如，博物館的展品可透過適當的授權機制，讓全民所共享，當博物館釋出這些資源，可使民間企業獲得政府的奧援，從這些授權中轉化成可獲益的商品，本質上是藏富於民。反之，若博物設施著重於創造自身館所的營業額，將屬於全民所共享的資源，獨自享用，則為與民爭利。

（三）音樂展演空間經營行業仍需政府大力支持

從資源配置的角度來看，國家整體資源極為有限，文化展演設施產業似乎應投注在效益最高、產業關聯最大的子產業9031-12音樂廳、音樂展演空間經營與9031-99其他藝術表演場所經營之上。這二項子產業連結了政府六大旗艦產業的流行音樂，其消長對文化展演與流行音樂產業影響至鉅，也比較容易看出成效。臺灣的流行音樂產業在華人市場一向占有一席之地，不過新世紀以來，流行音樂受到數位化的容易分享與複製的影響，實體唱片市場大幅萎縮，唱片業者受到極大的衝擊；其公司經營模式也從唱片銷售轉變成線上音樂下載與現場演唱的體驗模式。而文化展演設施產業中的音樂廳、音樂展演空間經營業者，不但是創作、生產與傳播的重要支撐者，亦是提供全民消費與參與的場域。因此，政府在音樂展演空間的支持政策上，應有更積極的作法。

目前臺灣Live House的發展上，仍面臨一些問題。如2010年雖在營業項目增設音樂展演空間業，但如上述所言，將近七成的Live House屬複合式空間，在法規上會因所在區域土地使用分區管制、消防安全等因素，使業者受到約制，甚至被歸類在「夜店」等八大行業中。此外，我國公司登記主管機關為經濟部，公司設立後在特定地點營業，則由各主管機關負責。如經濟部主管商業登記、內政部主管地點之消防與土地使用分區管理、衛生福利部管理食品衛生等。因此，Live House設立公司後須分別至消防局、衛生局等主管機關取得許可，否則會發生公司合法、但營業違法的情形。或如部分Live House在地下室，其申請使用執照可能屬於防空避難室兼飲食店，依建築法規須有符合規定的逃生口，但因無法與社區居民取得共識，將無法繼續營業等問題。臺灣是全球華人流行音樂的重鎮，但政府在法令上目前給予Live House音樂展演空間業的協助顯然不足。

（四）設立Unique Venues Taiwan計畫，提供來臺參展人士體驗我國文化底蘊機會

文化具有很高的外溢效果，倘若僅關注在其直接產生的營業額，可能失去更多的外部效益。文化展演設施除了教育與學習功能外，亦可做為強化國家形象的工具，但目前卻也沒有被善加利用。文化展演設施包含了國內重要的文化機構如兩廳院、故宮與史博館及華山、松菸等深具歷史價值的文創園區。這些設施多處於大都會區，與舉辦國際大型會展活動的場地有很近的地緣性。這些機構不但擁有我國重要的文化與藝術資產，其空間也具有特殊的歷史氛圍，能使參觀或利用的國外參展人士留下深刻的印象，將有助提升我國的形象，並做為文化交流的最佳策略工具。

以日本國立博物館及歷史建築為例，由日本文化與觀光主管機關合作、印製日本國內可供租借的特殊博物館空間或歷史建物的Unique Venues Japan手冊，提供辦展單位參考，以做為會展活動或晚會的場地。這些空間的特殊性，可強化會展人士的參與動機、增進活動的趣味性與給予賓客在其他地方無法體會到的日本文化體驗的機會。而目前我國部分文化展演相關機構雖有提供租借服務，但仍缺乏整體的規畫策略。因



巷弄之間一家是博物館—2013博物館月暨蘭陽博物館三週年館慶活動（宜蘭縣立蘭陽博物館圖片提供）

此，建議可仿效日本Unique Venues Japan的做法，考慮與舉辦大型展覽的機構如外貿協會等合作，提供如大廳、廣場或中庭等場地等，做為策展單位的晚會或活動使用空間；不但有助於創造場租的收入、回饋至館所，亦有促進文化交流的重要角色。

（五）與文化觀光緊密結合

財稅行業標準分類編號下的9103-99其他博物館、歷史遺址及其他類似機構也是觀光的重要資源。這些博物館雖然大量仰賴公部門的支持，但其為博物館週邊所帶來的文化觀光效益，則十分龐大。依我國觀光統計年報顯示，2009年國人出遊每次約1.49天，每次平均花費1,866元、每天則花費1,525元。以新北市實施五館一園（陶博館、十三行、泰雅民族博物館、淡水古蹟博物館、黃金博物館與林本源園邸）免門票政策為例，若以保守估計，這些公立館舍在2009年即有超過2.82百萬之觀眾，約可為當地帶來新臺幣20億元的文化觀光收入，遠超過當地政府所投入這些館所的金額，顯示其外部效益極高。因此，這些組織應從整體層面思考可為館舍所在地區創造的附加價值。

黃世輝．劉秋雪

臺灣工藝十年發展的回顧

文／黃世輝（國立雲林科技大學設計學研究所及創意生活設計系教授）
劉秋雪（國立雲林科技大學設計學研究所博士班）

臺灣工藝從1956年組織「臺灣手工業推廣中心」，藉由手工業改善農村經濟開始，到1994年行政院開始推動社區營造，國立台灣工藝研究發展中心（以下簡稱工藝中心）透過工藝培力社區推動地域振興，臺灣工藝可以說是產業、文化、歷史、藝術、設計的縮影。工藝中心近幾年來對工藝推動不遺餘力，工藝中心為保存傳統技藝並鼓勵工藝創新的工藝師，從2004年開始，經過5次評選，截至2013年底為止，臺灣共有145位工藝之家散布於各大小社區裡，讓鄉里巷弄內有工藝之家的帶動，增添生活的美感學習，每一位工藝家的基地如同一座活的博物館，隨著社區共同的議題、生活型態、人文風情的互動，而展現別緻的風貌。在2005年到2014年連續辦理9年的「社區工藝扶植計畫」，已扶植超過180次以上的社區工藝計畫，期待社區工藝可以從小的工藝聚點到產業振興；從社區培力到文創概念的帶入；從單點類型的嘗試到地域振興的整體思考，讓工藝成為帶動社區學習，厚植文化創意產業基礎的行動。另外，2003年推動文化創意產業發展計畫後，臺灣工藝為服務不同階層觀眾與專業人士，更陸續整建工藝園區的多元服務平台，以工藝中心占地最完備，此園區規劃座落8館舍，包含有：工藝樂齡會館、地方工藝館、生活工藝館、工藝資訊館、工藝設計館、工藝文化館、工藝美學館以及知達工藝會館的特色工藝旅店等，功能含括：技藝學習、文創設計、研究保存、展示典藏、跨界媒合、工藝旅行等多元特色。其他尚有苗栗工藝產業園區研發分館、鶯歌多媒材造型研發分館、臺北當代工藝設計中心等三座館舍提供不同縣市居民學習工藝。在國際市場的競爭機制中，文化部為促進臺灣文化創意產業的能見度，於2007年臺灣工藝中心與臺灣創意設計中心合作「工藝時尚計畫」，媒合工藝師及設計師相互激盪、開發出具現代時尚感的工藝設計創作，於2008年臺灣工藝品牌Yii正式發表，迄今為臺灣工藝帶來令國際驚豔的創新價值，臺灣工藝展現亮眼的國際形象。於2010年結合產官學之功能辦理文化創意博覽會，文博會可謂工藝跨界的啟動，第一屆的文博會有超過700個參展單位，而工藝占重要的角色之一，成為臺灣文創的重要發展方向。以下先回顧臺灣工藝產值的十年變化與特色，再進一步瞭解臺灣工藝發展的政策布局。

一、臺灣工藝產業產值的十年變化

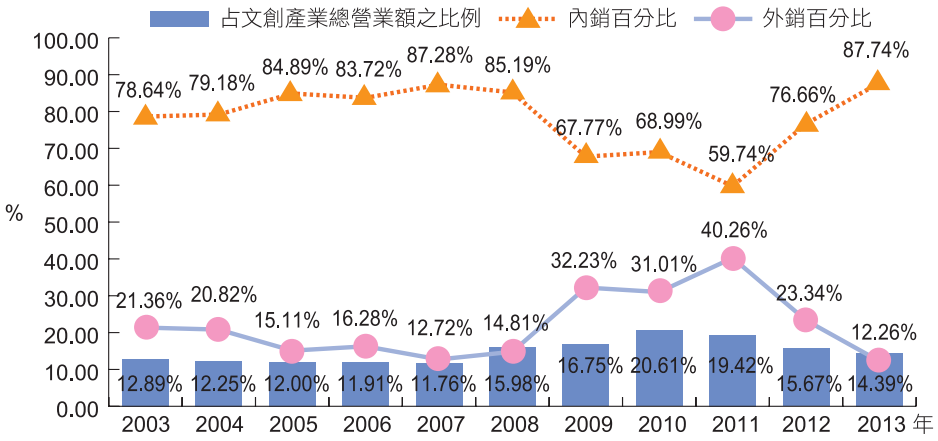
2014年臺灣文化創意產業年報顯示：2013年臺灣工藝產業營業額達1,130.3億元，其外銷營業額，占總產值約一成左右，而工藝產業的外銷營業額在2011年超過四成，與所有產業別的外銷產值相較，工藝產業在國際市場具有發展潛力。

以下根據2003年到2014年間的統計資料，整理出工藝產業具有以下特性[17]：

（一）外銷比例在整體文創產業之上，具有國際市場潛力

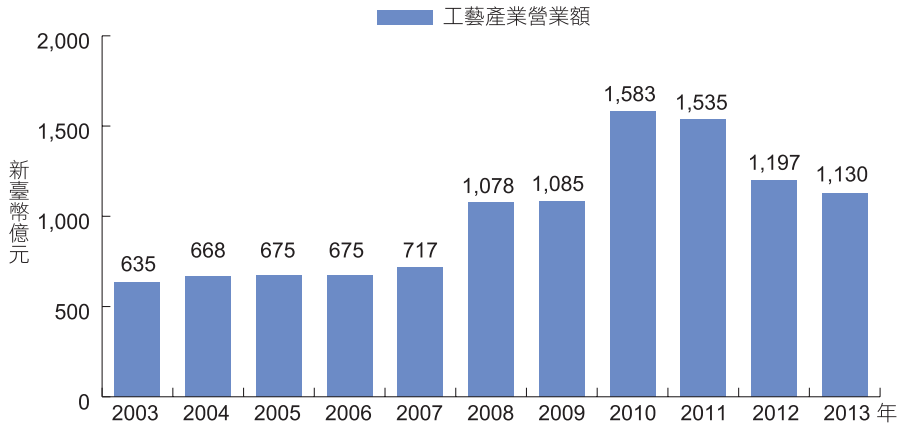
從2003年到2013年的工藝產業營業額內外銷之比例來看，外銷比例最高在2011年，達40.26%，最低在2013年，有12.26%，但仍維持在文創產業總體外銷比例之上（圖4-5）。工藝產業占文創產業營業額的比例以2011年最高，達20.16%。細看工藝產業的子項目，產值最大者為金、銀飾品批發，與珠寶、金工製造等，此部分也為臺灣工藝產業帶來龐大的產值。另外，工藝產業總體營業額方面（圖4-6），仍以2010年最高，達1,583億元。未來工藝產業的發展，除了原有的金工人才培育外，尚可開拓其他工藝領域的國際市場。

圖4—5　工藝產業營業額內、外銷比例與占總體營業額之比例



資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，研究者繪圖。

圖4—6　2003～2013年工藝產業營業額



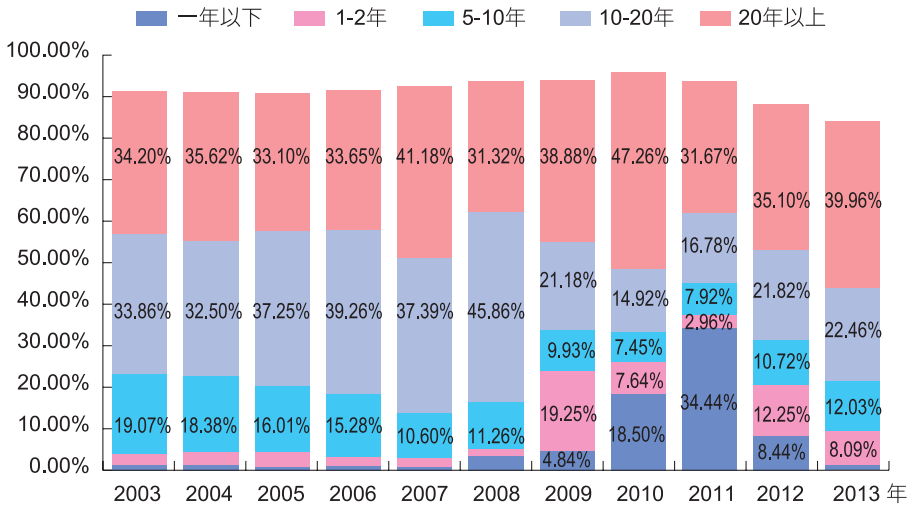
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，研究者繪圖。

17　統計自2003～2014年的文化創意產業年報。

（二）老品牌穩坐市場寶座，新興品牌潛力看好

從圖4-7來看工藝產業經營年數與產值的關係，發現20年以上的工藝產業在十年間的產值達三到四成的占有率，在2010年達47.26%。其次是10到20年間的產業，平均達29.98%，但是從2009年開始，卻呈現明顯衰退。成立不到一年的新興工藝產業，卻在2011年急起直追達34.44%。2010年文化創意產業發展法成立之後，隔年對於新創立的工藝產業有明顯的助益，但在2012年之後興新工藝產業卻急速下滑，特別在2013年成立一年以下的工藝產業其產值占整體工藝產業營業額只有1.50%和2011年有極大差距。

圖4—7　工藝產業經營年數占工藝產業總營業額的比例



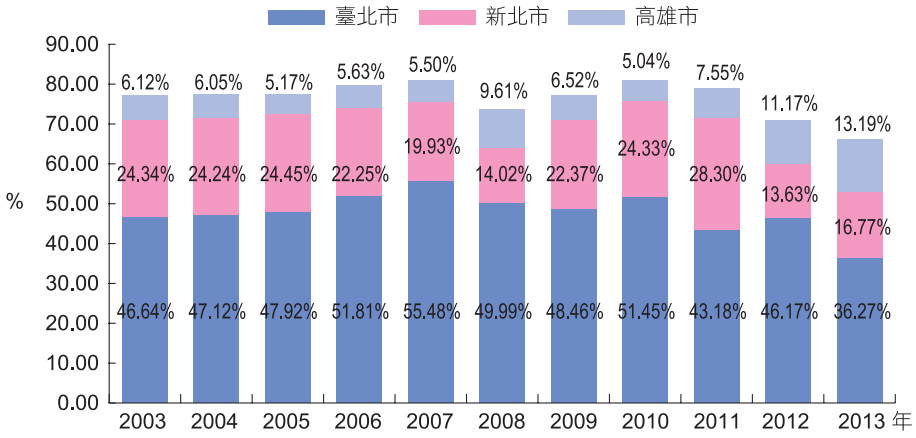
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，研究者繪圖。

（三）發展區域集中化，花東地區急起直追

文化創意產業有發展區域集中於都會的問題，而工藝產業也不例外，從圖4-8來看工藝產業產值前三名的的城市，分別是臺北市、新北市、高雄市，這三個城市的營業額占工藝展業整體營業額，在2003年達77.10%，最高在2007年達80.91%，其中臺北市占工藝產業的產值在2007高達55.48%。文化創意產業具有服務業的特質，因此一地區的勞動力結構中服務業占比較高，文化創意產業的從業人口相對較多，例如：臺北市服務業[18] 的比例高達81.5%。另外，從圖4-9的分析來看，2013年臺中、桃園與臺東三縣市，列居第四到第六名。花蓮與臺東地區，在2010年之後工藝產業產值有大幅度的成長，尤其是臺東地區，在2013年的工藝產業營業額達60.00億元，花蓮則是45.70億元，相較於2003年1.60億元與5.51億元，呈現極大幅度的成長。

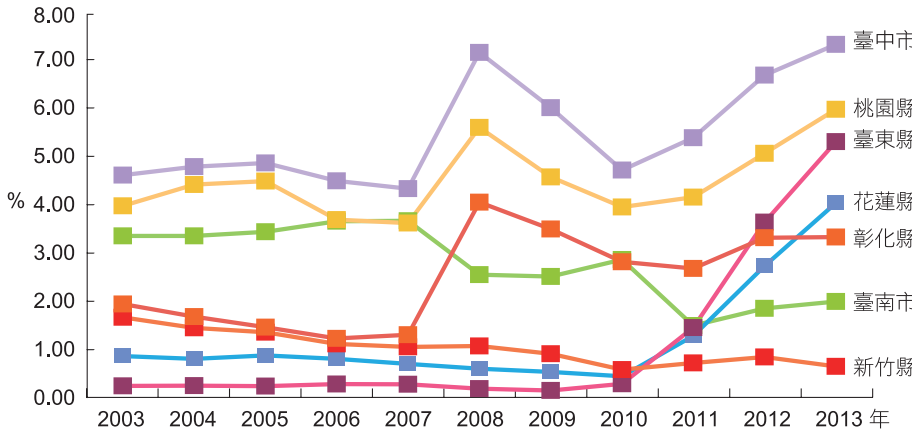
18　資料來源：市政統計週報／2013年2月27日資料，http://w2.dbas.taipei.gov.tw/news_weekly/S4_2%5C102707.htm

圖4—8　工藝產業產值前三名城市的累計比例



資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，研究者繪圖。

圖4—9　工藝產業前三名以外的其他城市產值發展趨勢



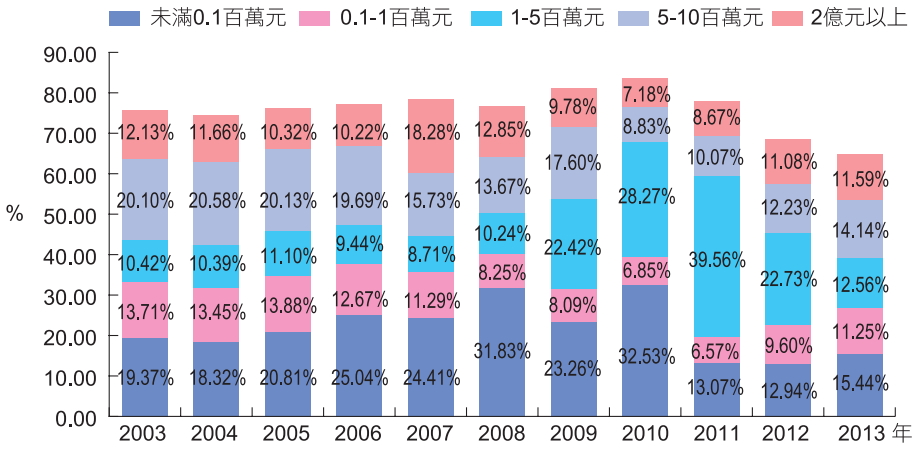
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，研究者繪圖。

（四）規模兩極化，微型企業為數眾多，成就大量產值

工藝產業的產業規模與營業額的比例呈現兩極化的現象；從圖4-8來看，資本額達2億元以上的產業其營業額占工藝產業總營業額的比例最高在2007年的18.22%，其家數是35家，占總家數比例的0.34%，最低在2010年的7.65%，其家數是23家，占總家數比例的0.18%。資本額在100萬元以下的產業，在2011年的營業額占工藝產業總營業額的19.64%，其家數是9,032家，占總家數比例的70.80%。最高在2008年達40.08%，其家數達8689家，占總家數比例的6.28%。產業資本額五百萬元以下，則在2010年最高達67.65%，其家數也達10,578家，占工藝產業總家數的84.07%。所以，工藝產業以微型企業為主力，資本額小、產業家

數多，平均下來每一家產業營業額雖不高，但仍為臺灣工藝創造經濟與文化價值。從2013年起，各規模的工藝產業營業額有趨向平均分布的趨勢。

圖4—10　各類工藝產業結構與工藝產業總營業額之比例



資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，研究者繪圖。

二、臺灣工藝發展的政策布局

亞洲各國在工藝產業的推動不遺餘力，從社區工藝的深耕、創意設計的加值、產業跨領域的合作、工藝展售與品牌行銷等策略，從過程中累積人才、技術、知識、創意及美感，作為工藝發展的內涵，促進區域經濟發展提升國家競爭力。韓國在1999年制定「文化產業振興基本法」，對於工藝產業的發展更是投注大量經費，成立了工藝設計文化振興院，透過該機構與60個以上的工藝協會保持互動合作，推動工藝國際市場。日本沖繩以工藝產業作為發展文化觀光的特色，目前沖繩人口增加，原因來自於許多人想到沖繩長居，為了長居與維生，就到振興中心學工藝。泰國工藝一直都是人民生活中不可或缺的一部分，泰國政府為了銜接工藝品的生產與銷售，2001年開始整合內政部、農業合作部、工業部、商業部、進出口促進局共同推動OTOP（One Town One Product）計畫，並且成立創意與設計中心（Thailand Creative & Design Center），提升泰國經濟發展及全球競爭力。

（一）從經濟面向走到到文化面向的工藝政策發展

每個地區皆有其獨到的人文特色，這些人文特色會變成該地區的精神，而工藝產業可以反映出當地的文化特色，也是人類歷史發展的記錄者、一個地方的精神指標，更是文化觀光的典範。回顧臺灣工藝產業發展的歷史，1953年成立「手工業推廣委員會」，1956年組織「臺灣手工業推廣中心」，期待藉由手工業改善農村經濟。至1980年代，展開一連串的文化建設運動；例如：1981年文化建設委員會成立，開始民族藝師選拔、薪傳獎的設置等。1988年實施匯率自由化政策，手工業產品出口成長趨緩，許多傳統工業受到影響。到1990年代的「社區總體營造」、「產業文化化，文化產業化」以及「古蹟、歷史建築修復再利用」等政策的推動，1994年行政院開始推動社區營造的時候，一條重要的脈絡是宮崎清教授指導工藝中心由工藝培力社區的地域振興的做法，工藝研究發展中心導入社區營造的思考可以說是與臺灣的社區營造運

動擁有一樣長的歷史。到2002年「挑戰2008國家發展重點計畫」中的「文化創意產業發展計畫」之子計畫「傳統工藝技術計畫[19]」（2002～2008年），2009年將工藝產業納入六大新興產業之文化創意產業發展方案的「工藝產業旗艦計畫[20]」（2008～2013年），以強化創新研發設計及會展行銷通路之二大實施計劃策略，將以「卓越研發」、「產業跨業合作」、及「大品牌型塑」等三大行動方案執行（文化部，2012：頁79 [21]）。工藝產業從以產業經濟為主的角色走向文化傳承的使命，更在文化創意產業發展政策的推動下，成為臺灣文化品牌的代言人，將臺灣工藝推向國際市場。

（二）工藝產業在國際上的文化創意產業角色

工藝產業具有：1.重視人力資源；2.反映在地生活經驗；3.有其獨特的性格；4.時間成本較高；5.多元且多樣性；6.規模趨向中小型等特質。國際上對於工藝在文化創意產業上的分類也有所不同，英國DCMS模式[22]（DCMS Model）與聯合國教科文組織統計模式（UNESCO Institute for Statistics Model）都將工藝歸納為文化產業領域的核心之一（Industries in core cultural domains）。聯合國貿易發展委員會（UNCTAD）對於工藝品的分類歸納在文化遺產、節慶活動、功能創意（設計工藝）的範圍下[23]，工藝產業不同於一般大規模量產的工業產品，它具有設計、藝術、文化及信仰等價值。世界各國對於工藝產業的推廣更是積極，透過工藝作為全球化潮流中區別地方特色的文化符碼。而工藝的多樣可以培養人民的包容力、工藝的人力資源能夠為弱勢地區帶來發展的契機、工藝反應生活經驗能夠增添生活品質、工藝獨特的性格作為一區域的精神象徵、工藝中小型的規模卻能夠吸納主體經濟以外的失業問題，工藝產業作為國家的文化特色，帶來文化經濟效益，成為國際競爭指標的軟實力。

（三）臺灣工藝政策十年的特點

回顧近十年的工藝政策，探究工藝產業面臨的問題，可分為三大部分：

1.教育傳承：人才培育、技藝研發、社區深耕

回顧亞洲鄰國的工藝政策，可以發現更多政策著重在培育與傳承工藝人才，包含：社區工藝、聚落工藝產業、工藝技藝人才的長期輔導等。透過教育傳承才能夠厚植臺灣工藝的文化基底，讓臺灣工藝真正與生活經驗貼近。工藝社區的深耕間接解決農漁村人口外流與老化的問題，讓居民共同找尋集體技藝與記憶。

2.品牌設計：國際工藝展售、創意設計與品牌、工藝品認證

早期工藝產業偏向二級產業，透過設計加值讓工藝產品賦予品牌形象，透過工藝品牌的魅力，提升工藝產品價值。工藝品牌的形塑傳統工藝師而言，仍需要政策的輔導，透過設計師的創意與工藝師的技藝，

19 資料來源：文化部網站，資料取自2014年9月8日，http://www.moc.gov.tw/business.do?method=list&id=1

20 國立臺灣工藝研究發展中心，2009，工藝產業旗艦計畫97～102年（核定本），國立臺灣工藝研究發展中心，南投。

21 整理自2005～2012年文化創意產業發展年報。

22 United Nations Conference on Trade and Development（UNCTAD）, 2013, The Creative Economy Report 2010, UNCTAD, New York.

23 林炎旦主編，2011，聯合國貿易與發展會議（UNCTAD）原著，2010創意經濟報告，師大書苑出版，臺北。

讓傳統工藝得以創新，但是，資深傳統工藝師表示缺乏傳承人才，而設計師的養成缺乏工藝技藝的學習或認識，是未來工藝設計人才培植的隱憂。

3.跨業整合：跨產業合作、跨部門執行

另外，在跨領域的整合上，工藝政策已進行許多的努力，例如：與休閒觀光產業合作開發、博物館延伸商品開發、科技3C產業合作研發、創新媒材合作研發等。但是，在跨部門的整合上需要更緊密的橫向溝通，整合各部會專長，共同研討執行方案的整合力尚顯不足。

三、工藝產業的另一個面向：無形文化資產的保存

（一）從經濟到文化資產保存的抗爭

工藝所展現的歷史傳承與技藝傳統，使工藝成為文化資產法中可以被歸為無型文化資產的項目。日治時期文化資產保存的法律的根據是日本的「史蹟名勝天然紀念物保存法」，但另有中華民國於1930年頒布之「古物保存法」及1931年公布的「古物保存法施行細則。1970年代，隨著經濟快速成長，在經濟與文化兩方矛盾下，發生了許多對於文化資產保存衝突的事件，1982年公布「文化資產保存法」，1987年臺灣解嚴，促進許多民間團體的發展，一股民間力量開始積極參與公眾事務，在地文史工作者如雨後春筍般地成立。許多社區的知識分子開始得到賦權，以不同以往的態度參與公眾事務，展開一連串的老街保存、古蹟維護的運動，過程中與居民產生衝突，這一場場的保存運動在經濟掛帥的大環境下，文化的角色仍難以獲得立基點。直到1994年開始推動社區營造運動時才逐漸獲得改善，「社區營造」觀念的提出使得社區運動和專業者重新找到新的空間與著力點[24] ，近十年間，更因為文化創意產業的推動，包含教育、產業、藝術、設計等概念也陸續投入社區振興的工作。

（二）從在全球化到在地化的文化資產保存

1992年，聯合國在巴西里約舉行「環境與發展」（environment and development）會議，並邀請到144個國家元首親臨參加「地球高蜂會議」（earth summit）會後，簽署「二十一世紀議程」（Agenda 21）[25] 。議程中提到：「真正成功的原因來自於微觀與地方的層次，政府應該更貼近人民，在教育上扮演至關重要的角色，動員並回應公眾去推動永續發展的角色。[26]」1998年全世界共有64個國家、超過2,000個地方政府或是機構已經開始推動 「二十一世紀地方議程（Local Agenda 21 campaigns）」方案，認為社區實踐地方文化、經濟、環境，並且永續的資源再利用，社區也擁有永續生存的機會與力量[27]。所以，在全球化的潮流中，地方的個性、文化、環境、古蹟、傳統、建築等成為在全球在地化的轉型過程中，特殊性變成的一種全球價值。1994年推動社區總體營造，開始「產業文化化」與「文化產業化」的推動，1999年九二一大地震，促進古蹟修復與保存的運動，文化資產保護的關注在震災之後達到最高點，而各地區也透過社區工藝來重建地方產業，2001年內政部發布「古蹟修復工程採購辦法[28]」，2002年「文化創意產業」的概念開始成

24 陳其南，2011，文化資產保存運動在臺灣—歷史的回顧與問題的反思，社區營造電子報100期，頁1-10。
25 資料取自2014年9月9日，http://en.wikipedia.org/wiki/Agenda_21
26 資料取自2014年9月10日，http://www.gdrc.org/uem/la21/la21.html
27 資料取自2014年9月11日， http://www.environ.ie/en/Environment/LocalAgenda21/
28 薛琴，2014，文化資產保存觀念變革與修法理念之探討，文化資產保存學刊，頁93-104。

為政策的主軸，2004年完成「文化資產保存法」修正案。聯合國教科文組織於2003年9月公布「保護非物質文化遺產工約」於2006年生效，指出「非物質文化遺產」的定義為：各社區、群體或個人視為文化遺產組成部分的各種社會實踐、觀念表達…手工藝品和文化空間。而臺灣亦於2005年再次大幅度修改《文化資產保存法》，並於2009年舉辦第一屆「重要傳統藝術暨文化資產保存技術授證典禮[29]」。文化資產保存為傳統工藝、文化藝術的傳承作最基礎的扎根，更成為推動文化創意產業的養分來源，從文化資產保存到經濟掛帥的衝突，再回到社區自主的營造，以及近十年推動的文化創意產業，我們逐步找到文化傳承的精神。生活中的信仰、工藝呈現了每個人，從農民、漁夫、商販、孩童、青年與老者，都能夠使用與欣賞的器具，再再呈現居民的生活經驗，或轉化為一種文化經濟所展現的軟實力。



鶯歌陶瓷博物館—2013年鶯歌燒品牌計畫「特色餐具評鑑展」（新北市立鶯歌陶瓷博物館圖片提供）

四、小結：工藝產業的民間奮鬥與政府治理

綜合前述分析，臺灣工藝近十年來，在企業奮鬥、地方政府治理、中央政府治理等三方面都有一些成果，但也存在著問題。

首先在民間企業方面，工藝產業的產值從635億元到近3年超過1,000億元，在市場開拓上有其成效，但也存在著產業規模兩極化的問題。其次在地方政府的治理方面，大臺北地區一枝獨秀，其工藝產業產值超過全國的六成，其他五都雖有增長，但分別都不超過14%，文創產業如何有效分散到其他縣市，是未來重要的課題。

再其次是中央政府治理方面，涉及的部門以經濟部及文化部為主。經濟部方面以中小企業處為主，從地方產業發展基金相關的計畫中可以發現許多工藝產業的主題，而中小企業處對地方產業的輔導可以追溯到1989年。文化部方面以臺灣工藝研究發展中心及文化資產局關連較多。文化資產局主要從無形文化資產保存的角度，建立重要技術保存者的推薦、審查、傳承、獎勵等制度；工藝中心則從文化產業的角度多方面進行工藝產業的扎根與扶植。包括：2007年起與臺灣創意設計中心共同策劃與執行的跨界合作案，結合工藝家與專業設計師共同成就工藝時尚，並透過參與國際競賽及展覽，讓工藝獲得國際的肯定；從2006年起，推動社區工藝扶植計畫，定期舉辦臺灣社區工藝的成果，讓大大小小的社區工藝作品，展現在地特色；2008年開始「工藝新趣」計畫，針對設計人才培育制度的跨界合作方案，讓工藝家與擁有設計專業的學生，共同開發工藝創新產品；2008～2009年間，臺灣工藝品在法國巴黎家飾展（Maison et Objet）等國際展覽，展現耀眼的成績；2011年以回顧與記憶的角度推出臺灣百年工藝展，透過「時代之眼」重新觀察與詮釋各歷史分期中，臺灣工藝百年來的發展樣貌。換言之，包括工藝展覽的推動、社區工藝發展的軌跡、青年設計師與工藝師的傳承、新工藝風格的形塑、工藝百年歷史的保存、臺灣工藝在國際市場定位等發展方向等。工藝中心對臺灣工藝文化與工藝產業的發展具有重大的影響力。

29 李宜萍，2013，天賜人間國寶，傳習珍貴技藝—102年重要傳統藝術暨文化資產保存技術指定與受證專題報導，文化資產保存學刊，頁55-70。

龔明鑫．賴逸芳

臺灣電影產業續航的下一步

文／龔明鑫（財團法人臺灣經濟研究院副院長）
賴逸芳（財團法人臺灣經濟研究院副研究員）

早年的臺灣電影曾經有段繁榮興盛的輝煌時期，但自影片進口配額、拷貝數限制開放後，電影市場自此幾乎是好萊塢的天下，國片也就沉寂沒落了很長一段時間。一直到2008年《海角七號》的出現，打破臺灣本土電影多項票房紀錄，也抬振了臺灣電影產業的信心。不過，2008年以來，臺灣電影仍經歷許多波折，主因是沉寂了太久，產業鏈各環節仍在磨合整裝中，本篇從審視臺灣電影近期的發展，思索產業續航的下一步。

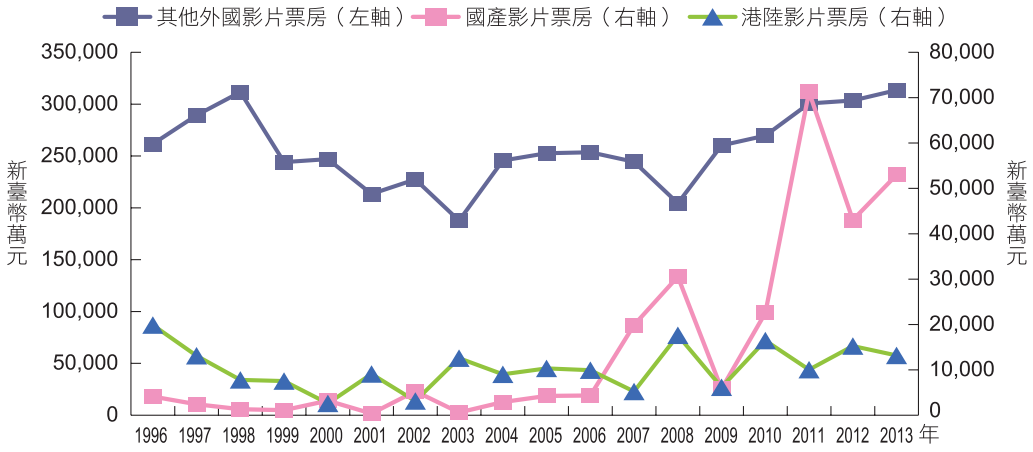
一、新票房、新類型、新觀眾

2008年《海角七號》以5,000萬的製作成本博得新臺幣5億元的票房，一舉捲動了國片的復甦。從臺北市票房的趨勢來看，2009年因無接替的大片，票房回落，但2010年以降，從《艋舺》、《陣頭》、《那些年，我們一起追的女孩》、《賽德克巴萊》、《雞排英雄》、《犀利人妻》、《大尾鱸鰻》、《總鋪師》、《大稻埕》、《KANO》…等，每年都有破億的臺灣電影接手，傳遞著國片好不容易恢復的氣勢。

不過從票房趨勢圖觀察，臺灣電影近幾年的突圍，除了2008年《海角七號》，確實影響了當年度的外國影片票房外，其餘年度外片聲勢仍持續走高，臺灣電影的高票房很難撼動好萊塢電影在臺表現，顯示近幾年臺灣電影的觀眾很多是另外被開發出來的新市場，而創造市場的原動力則是來自電影的新類型—本土電影。

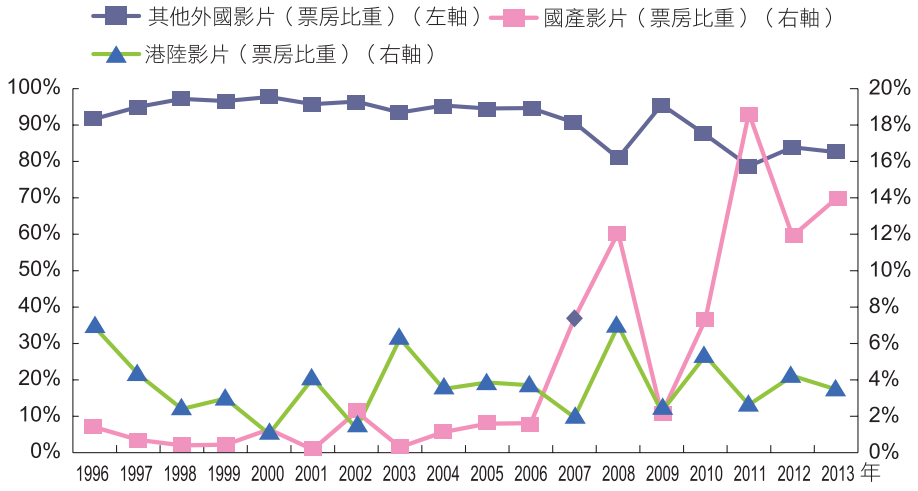
過去業界習慣以臺北市票房乘以二來推估全臺票房，然而新類型的臺灣電影總票房，卻通常是臺北市票房乘以二點五甚至乘以三。顯現過去很長一段時間，臺灣電影圈缺乏娛樂臺北市地區以外的觀眾之電影類型，而在這波臺灣電影復甦的浪潮下被發現了，賀歲檔已經是近幾年國片兵家必爭之地，業者也產製具娛樂題材的類型電影，吸引各種目標市場的觀眾，豐富了國片市場。而映演業者嗅覺更是敏銳，電影院近幾年大幅擴張、布局外縣市，包含新竹、臺中、板橋的威秀影城，國賓與秀泰影城亦分別在屏東與臺東設立新戲院。

圖4—11　臺灣電影票房金額趨勢



資料來源：《影視廣播產業趨勢研究產業調查報告》整理自臺灣電影網。

圖4—12　臺灣電影票房比重趨勢

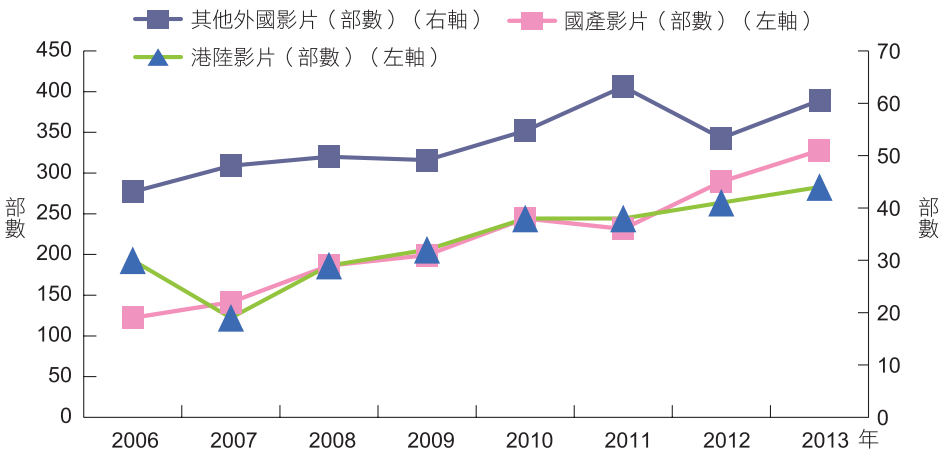


資料來源：《影視廣播產業趨勢研究產業調查報告》整理自臺灣電影網。

二、商業秩序開始出現

2011年國片能量大爆發，立刻反映在2012年及2013年的上映部數，顯示各方投資熱絡。國片產製熱烈活躍下，各種類型電影也開始勇於嘗試，包含史詩鉅作、動作電影…等，整體製作成本也大幅攀升。根據文化部影視及流行音樂產業局《影視廣播產業趨勢研究》，國片平均製作成本從2009年的1,462萬元增加至3,204萬元（不含旗艦影片、策略影片及合拍片）。

圖4—13　臺灣電影上映數量趨勢



資料來源：《影視廣播產業趨勢研究產業調查報告》整理自臺灣電影網。

製作規模的放大，開始帶領臺灣電影製作逐漸走向專業化的需求，各領域環節都需要有專責、專業的人員。過去導演兼製片、導演兼編劇、製作公司兼發行…等的現象，在專業分工、商業秩序開始出現後，有了改變。有愈來愈多的專業製片主導電影資源的整合；部分製作業者開始規劃電影的中長期量產，也衍伸對專業編劇需求的日益殷切；另外，為了尋求各類型臺灣電影的利基市場，專門服務國片的電影行銷公司也開始出現。

三、產業結構未臻成熟，致拍片風險高

然而，臺灣電影雖然往前邁出了第一步，但仍待持續建全產業發展的結構。臺灣電影失落了這麼長的時間，使整體電影產業缺乏完整的上、中、下游產業鏈支撐，幾部大製作的影片凸顯臺灣電影產業鏈上的缺口，如特效後製能力未完備，顯示過去產業需求端並沒有提供該產業練兵的機會；又如幾個國片熱門檔期的壅塞，也顯示臺灣電影發行權仍掌握在外片發行商。



《甜蜜殺機》電影海報（甲普國際媒體股份有限公司圖片提供）

這些產業鏈的缺口許多直接影響到市場端的回收報酬，也釋出了臺灣電影應思考如何前進的警訊。近二年個別影片的票房與資金回收面臨壓力下，開始出現讓投入觀望、冷卻的不安。電影本來就是高風險、高報酬的事業，歷年幾部全臺票房破億的影片撐起了臺灣電影的信心與熱情，但臺灣電影需要有更穩定的商業模式，支持臺灣電影走更長遠的路。但從國片票房結構來看，2008年《海角七號》一片占臺北市國片票房的75.53%；2011年，《賽德克．巴萊》（上下）、《那些年，我們一起追的女孩》與《雞排英雄》占當年度臺北市國產電影票房79.39%；2012年三大破億賣座片《陣頭》、《愛》、《犀利人妻》與《痞子英雄首部曲》合計占62.46%；2013年的《大尾鱸鰻》、《總舖師》與《看見臺灣》加總是60.16%。票房的集中度顯現出臺灣電影製作的高風險，而歷年票房前十大國片的累積票房占比的集中度下降也潛在說明了發行檔期集中產生的國片相互競爭、稀釋市場。

表4—6　2011年至2013年臺北市國片票房前十名占臺北市總國片電影票房比重及國際比較

（單位：新臺幣元；%）

年分	片名	臺北市票房	臺北市總票房	各國國片票房占比		
				臺灣	韓國	日本
2011	賽德克．巴萊（上）：太陽旗	198,191,442	712,506,985	95.07%	50.64%	35.74%
2011	那些年，我們一起追的女孩	181,099,534				
2011	賽德克．巴萊（下）：彩虹橋	134,970,699				
2011	雞排英雄	51,405,965				
2011	翻滾吧！阿信	37,730,018				
2011	殺手歐陽盆栽	20,285,974				
2011	五月天追夢3DNA	19,596,095				
2011	星空	17,775,907				
2011	命運化妝師	10,245,045				
2011	帶一片風景走	6,064,291				
2012	陣頭	105,910,275	430,441,572	87.87%	53.59%	35.82%
2012	愛	74,754,107				
2012	犀利人妻最終回：幸福男．不難	50,568,929				
2012	痞子英雄首部曲：全面開戰	37,640,008				
2012	女朋友．男朋友	25,986,336				
2012	逆光飛翔	25,426,741				
2012	BBS鄉民的正義	21,688,999				
2012	新天生一對	15,860,992				
2012	不老騎士：歐兜邁環台	13,115,805				
2012	愛的麵包魂	7,288,730				
2013	大尾鱸鰻	122,034,351	529,863,483	83.39%	57.21%	38.59%
2013	總鋪師	102,745,247				
2013	看見台灣	93,995,176				
2013	被偷走的那五年	34,724,083				
2013	十二夜	23,603,209				
2013	五月天諾亞方舟3D電影	18,222,575				
2013	變身	15,770,078				
2013	志氣	13,142,304				
2013	阿嬤的夢中情人	9,346,445				
2013	愛情無全順	8,160,350				

資料來源：《影視廣播產業趨勢研究產業調查報告》整理自臺北市片商公會資料及各國電影產業報告。

先從發行檔期產生的國片競爭問題談起，這些影片的製作成本高，部分電影即使票房破億仍無法從市場上獲得回收，因而，目前臺灣電影市場的困境在於，臺灣電影製作已突破了門檻，達到一定的規模與水準，所以在市場上有了能見度，但即便拓展了新觀眾，在檔期集中下，產製端即使提供多元、差異性的產品，觀影者的時間資源是僵固的，在國片相互競爭下，必然稀釋國片票房。因此，國片市場要進一步拓展就必須倚賴檔期的分散。不過檔期分散不僅是我國發行體系長期壟斷於外商，並與戲院緊密商業依存下的結果，部分原因也在於鮮少有國片願意直接在暑假或聖誕節檔期面臨好萊塢大片的競爭。

另外，電影製作的高風險在全世界都是無法避免的，一部獲利的影片可能足以填補九部影片的虧損。

不過在臺灣這樣的現象，獲利的可能是一位導演或一家小製片公司，承受損失的是九位導演或九家製片公司。電影的風險在臺灣現行產業結構下無法像好萊塢片廠制度被分散、被控制，即使臺灣電影票房集中度遠勝歐美也就顯示臺灣電影個別業者所承受的風險是更勝歐美。

四、向左走、向右走？國際市場之路

曾經，楊德昌、侯孝賢等導演讓全世界推崇臺灣電影，但近期衡量臺灣電影發展的重要指標是票房數字，許多人也擔憂臺灣電影的藝術性。的確，在近幾年來，除了2013年蔡明亮導演的《郊遊》，臺灣電影在國際A級影展獎項的表現不若以往，顯示現階段多數臺灣電影業者，選擇了先開拓市場觀眾。

國片轉型後，在海外市場的發展模式也就全然不同。過去的影展型電影，雖然不會登上主流院線、大規模發行，但各國的邀約、典藏重視，也讓獲獎導演容易在國際上取得其他資金來源，包含國外的相關補助。

現在臺灣商業電影要拓展海外市場，則必須紮紮實實面對國際市場上，好萊塢影片的競爭、當地國本土電影的競爭，這對產業基礎仍薄弱的臺灣電影的確是一條不容易的道路，需要長期耕耘。所幸，這些年幾部大片在臺灣市場的成績，加上臺日友好的氛圍，也開始在日本市場也大規模放映的機會，如《痞子英雄》、《賽德克巴萊》、《犀利人妻》。票房結果或許不突出，但終究是臺灣電影重要的里程碑。

ECFA後，雖然臺灣電影輸入中國大陸已無配額限制，但在題材、劇本的審批以及人治的產業環境下，仍讓臺灣電影進入中國大陸市場面臨許多無形阻礙。文化的差異加上市場經營的不熟悉，臺灣電影目前在中國大陸市場較有表現的仍是兩岸合拍片，純臺灣自製的引進片成功案例不多。

五、多元輔導、多元發展

臺灣觀眾在習慣好萊塢式電影之下，市場逐漸隨國片的產製有了新的不一樣的觀眾，顯示本地市場對於本土娛樂、本土觀點、本土文化有其認同與需求，這些觀眾一直存在，只是臺灣電影的產製端如何挖掘、開發，要端出什麼樣的菜吸引顧客上門消費。臺灣電影需要更了解市場、更深入市場，所謂的市場不見得是商業媚俗，而是開發出更多的可能性。

近年來臺灣電影的輔導機制，也隨著產業發展的態勢不斷調整，電影輔導金的規模從新人組、一般組、策略組、旗艦組，其後增加著重文化藝術價值的多元內容，且多元方案進行多元輔導。不少導演表示，新導演在臺灣的機會比其他國家多，只要有好劇本與企畫案，就有機會得到第一桶金，有了政府評選的背書，其他外部資源也會放心投資。

近年來各地方政府也著眼於城市行銷、文化觀光的波及效益，最主要的推手是在九份成為《悲情城市》拍攝景點後，隨著電影在義大利威尼斯影展獲得最佳影片金獅獎的殊榮，該片帶動起九份的第二次繁榮，讓金瓜石地區成為臺灣民眾與國外旅行團的遊覽勝地；而近幾年成功的案例包含在香港熱映的《那些年我們一起追的女孩》，因為該片在香港上映了112天，累積票房為6,186萬港元，成為香港華語電影史上最賣座的電影，亦使得片中拍攝景點如菁桐車站、平溪天燈、烏來老街…等地，成為香港來臺旅遊團必到景點。

從中央到地方的投入，支持臺灣電影的夢想逐步實現，臺灣電影品質與能見度都相對提高。但是從電影的產業結構以及產業鏈的成熟度來看，臺灣電影這一波的再起，產業現階段仍十分稚嫩，需要更多的支撐。

關尚仁

廣播電視產業之十年回顧

文／關尚仁（政治大學廣播電視學系教授）

一、緒論

回顧廣播電視產業在這十年的發展，宜用生態學的角度來進行，先析論產業外部的重要影響因素，再探討內部的關鍵因素，或許能勾勒出一幅較清晰的圖像。當然，在此要先界定一下「廣播電視產業」，其狹隘的定義可依據現行廣播電視法來界定，就僅指運用無線電波來傳播內容的無線電視與無線廣播，但依媒體的本質與特性來看，其廣義的定義則可包涵運用無線、有線或網路傳遞聲音、影像、或影音內容的媒體。由於進入數位時代，面對的是科技匯流與媒介整合，或者採行廣義的定義，回顧分析更能見其脈絡與深度。

二、產業環境

（一）政策促成產業版塊移動

1993年國家推動媒體自由化政策的結果，就是長期遭到黨國寡頭壟斷的廣電媒體，逐漸轉換成由資本家或財團壟斷掌控，廣電媒體開始墜入市場惡性競爭的深淵。1995年彼時「三退聯盟」訴求的「黨政軍退出無線三台」及「無線三台股權大眾化」，以及其後由此而生的無線電視公共化的訴求，到2003年第一次政黨輪替，成為執政黨的政策目標。同年12月立法院三讀通過法規修訂，限制所有權人的資格，要求在2005年底，黨政軍必須退出廣電媒體。

1.中視與中廣售出成就媒體集團

「黨政軍退出無線三台」，促成無線電視中國電視公司，與擁全臺最大聯播網的中國廣播公司，在2005年就轉讓給中國時報集團的控股公司「榮麗投資公司」，成就了報紙、廣播與電視合體的媒體集團。從2008年開始，擁有中視公司與中廣公司的中國時報集團，由於經營不理想，不斷傳出轉售的消息，有意的買主引發各界的關注，於2009年5月在國家通訊傳播委員會提出七項附帶條款與四項改善事項，有條件通過「中國電視股份有限公司及中天電視股份有限公司申請董事長、董監事及總經理變更案」，經營衛星頻道的中天電視與經營無線電視頻道的中視，再次同時由資本家同時擁有。

2.華視公共化

而2006年元月，立法院通過「無線電視事業公股處理條例」，促成中華電視公司官股釋出，由國家購買後捐贈給負責經營公共電視電臺的「財團法人公共電視文化事業基金會」。2007年華視執行官股捐贈成為公共化後，表象上所謂公共電視集團更為強大，但因為華視仍有17%的民股未能取得，華視仍需維持商業化的體質與營運，並因股票上櫃而受金融管理委員會的管制，在這「既公又商」的兩極拉扯下，面對國家通訊傳播委員會、文化部、金管會，以及財團法人公共電視文化事業基金會主導的董事會，華視從此面臨諸多完全不同基調的主管單位、政策與法規。

3.臺視民營化

「黨政軍退出無線三台」之舉，亦促成了臺灣電視公司官股與外資股權釋出，過程紛擾不斷，還折損了一名新聞局局長，直到2007年5月主管機關拍板定案，臺灣電視公司股權由擁有衛星頻道家族之非凡國際科技標得，步入中視2005年售出之後塵，成就資本家或財團同時擁有無線電視與衛星電視。尚幸非凡國際科技在擁有臺視之後，仍能穩定營運。

（二）主管機關依然多頭馬車

廣播電視產業一直到2005年，都是由行政院新聞局依據廣播電視法擔任事業主管機關，交通部郵電司掌控著電波頻率及廣播工程，雙頭馬車的拉扯，加上事業主管機關長期立場的矛盾，讓廣電產業近半世紀來都是在沒有傳播政策下混沌摸索。在面對二十一世紀數位時代科技匯流的衝擊，各界期盼有一個機制，能從更宏觀的方向訂定傳播政策，能整合廣電與電信產業，能將內容、服務、營運與工程技術一體治理，又能於政府體制內以專業獨立運作，在1990年代中後期，學者專家就開始在這個課題不斷著力。

1.通傳會的產業監理機制

國家通訊傳播委員會（通傳會），於2006年正式掛牌成立。遺憾的是，依據組織法，通傳會主要是負責通訊與傳播的監理機制，產業發展是由五年以後才成立的文化部負責。臺灣的廣電產業又恢復雙頭馬車的局面。

由於通傳會為推動匯流而草擬的通訊傳播法始終沒有進展，所期望對廣電產業由內容管制改為結構管制，也就難以落實；通傳會祇能對現有的廣電三法進行有限度的修法，當然廣電產業也祇能在既有的框架中發展。由於通傳會是監理機制，核發、換發與撤銷電臺執照是執法的手段，但是在缺乏廣電傳播政策指導下，能實施的措施就祇是技術性與行政作業的細節，對廣電產業界發展的推動也就大不如理想。但通傳會近十年在寬頻網路建設、防止財團壟斷、推動數位電視、有線電視數位化等的重大措施，的確使廣電產業產生結構性的變化，而2012年開放節目置入行銷與贊助，也為廣告業務下滑的電產業產帶來生機。

2.文化部的產業主管機關

行政院新聞局已於2012年5月20日走入歷史，廣電事業交由文化部接手，於部內設置「影視及流行音樂發展司」，接續原新聞局廣電處負責之廣播、電視產業政策之規劃與輔導相關政策，而做為與國內廣播、電視產業業界直接對應的輔導窗口，則由部內設置的「影視及流行音樂產業局」負責產業發展與推動，進行跨產業資源與行銷模式整合，以提升專業人才及創意能量、促進產業數位化發展、健全市場產銷環境，形塑臺灣影視音作品的文化價值，使全民共享流行文化的創作的果實，並向世界展現我國文化軟實力。

（三）數位電視推動緩慢、配套不足

世界各先進國家多在邁入二十一世紀之際，同時推展數位電視。我國則在2004年11月行政院第6次財經會報通過「數位電視導入時程及配套措施」，成為我國數位電視發展之主要政策依據。所訂定政策目標為「數位電視普及化、數位頻道多元化、數位內容優質化、數位落差極小化」。當時職司電視產業監理與輔導的行政院新聞局，依前揭既定政策方向，研提數位無線電視發展策略，會同交通部進行數位無線電視頻率核配運用與釋照規劃，除進行廣電法令研修，並協同經濟部等其他相關單位辦理數位電視推動作業。2005年11月行政院核定「公共廣電與文化創意及數位電視發展計畫」（以下簡稱公廣計畫），希望壯大公廣集團同時落實推展數位電視。惟此計畫一波三折，預算屢屢刪減，受委託執行的公共電視本位主義過重，不能與其他無線電視台協力合作，數位電視傳輸系統興建一再延遲。另外，近40億元的投資中，祇有百分十用於補助電視節目製作業者製播優質高畫質電視節目，讓以「內容為王」的數位電視／高畫質電視，軟體節目內容與硬體設施設備不能同步發展，導致我國在失衡的基礎上推展數位電視／高畫質電視。

我國至2012年才宣佈邁入數位電視元年，在同年6月五家無線電視台各播出一個數位高畫質頻道與三個標準頻道，同時停止類比頻道的播出。在沒有數位與類此同時播效（simulcast）的緩衝期，接收天線與機上盒由消費者自行承擔，加上普及率高達七成的有線電視系統尚未數位化，接收無線電視的高畫質訊號後，仍降轉為類比訊號傳送播出；缺乏合宜的配套措施，被迫進入製播數位高畫質內容的無線電視台，在面對鉅額的硬體投資與高昇的製播成本，更面對一個高畫質訊號的空殼市場，除了公視由政府提供各種補助以外，商業無線電視產業此時收視的快速下滑，造成的營業困境，足以說明電視數位化政策的配套不足，為無線電視產業帶來的不足成為發展契機，反而形成產業的危機。

三、產業內部

（一）公共電視的動盪

公共電視台自1998年設立，以公共服務的非營利定位，成為電視產業的一股清流，更代表了全民對電視媒體「使用公共資源、服務公共利益」的期盼。頭幾年因為預算逐年遞減，雖不盡理想，但總是穩定發展，尤其是節目創新與品質能獲得各方肯定。

2005年7月5日行政院舉行重要政策執行管控進度週報會議，會中就「新十大建設」計畫檢討修正，其中一項裁示為：「請經建會會同新聞局規劃評估，將現行公共電視規模及品質提升為國際級之公共電視，如日本NHK、英國BBC，讓臺灣邁向國際。」此項政策裁示，成為我國加強數位電視推展主要計畫之一，由行政院新聞局委託財團法人公共電視文化事業基金會（以下簡稱公視）規劃執行的「公共廣電與文化創意及數位電視發展計畫」（以下簡稱公廣計畫）。新聞局主要考量當時「無線電視事業公股處理條例」即將通過，公廣集團雛形初具，面臨發展關鍵；同時，推動數位無線電視普及更是我國重要政策，以公共資源投入新興技術服務與研發，協助提升相關產業發展動能實為趨勢必需。故責成公視基金會依政策研提「公廣計畫」，期盼透過此計畫能一舉數得，在推動數位電視發展同時，壯大公廣集團，使公共電視成為數位電視的領頭羊。

後於2005年11月行政院正式核定「公共廣電與文化創意及數位電視發展二年計畫」，包含：「海外國際頻道」、「境內外語頻道」、「DVB-H／IPDC行動電視」、「高畫質電視頻道」、「數位資料庫建置」、「第二單頻網建置」及「數位廣播」等七項子計畫，原列預算近60億元。2006年6月立法院審查，刪除「海外國際頻道」、「境內外語頻道」兩項子計畫，經費改列近47億元。2007年11月底，新聞局與公視簽訂合約，開始動用預算。2008年3月主計處刪減第二單頻網建置之7億元經費，同年6月新聞局申請變更原「公廣二年計畫」為「六年計畫」，總經費約40億元。2008年9月奉行政院核定，其中約36億元由新聞局與公視分別簽訂契約，主要執行「高畫質電視頻道」（HD製播設備與HD頻道內容）、「DVB-H／IPDC行動電視」以及「數位資料庫建置」等三項子計畫，其餘4億元由新聞局辦理補助電視節目製作業者製播優質高畫質電視節目案。

支離破碎的「公廣計畫」，不僅涉及公廣集團發展總體規劃，更是攸關全國未來數位電視／高畫質電視發展。該案之源起與當時政府推動黨政軍退出媒體，以及華視公共化等政策有明顯關聯，以國家資源投入公共廣播雖有理想與善意，但同時要公共電視擔負起帶動全國數位電視／高畫質電視發展之責是否妥適？而從後續執行時造成的諸多爭議，導致全國數位電視／高畫質電視發展的延遲。

（二）衛星電視穩定發展

「衛星廣播電視法」至1999年才公布施行，正式將存在多年的衛星電視頻道經營納入法律規範。在2001年間，有線電視普及率已達82.2%，隨著臺灣有線電視產業的蓬勃，衛星電視頻道的數量，從2006年的161台，到2011年劇增到282台，增幅約為175%，但其有線電視廣告量增幅卻比不上頻道數，嚴重形成20／80原則，頻道數多但廣告量卻不足的失衡窘境，因為80%的廣告量集中在少數頻道家族。

本土衛星電視頻道經過多年的整併發展，形成幾個較知名的頻道家族在主導市場，如東森、三立、八大、TVBS、緯來、非凡等衛星電視網，到2012年併購壹電視的年代電視。這些本土的衛星電視頻道，從開始就知道要靠製播節目來深耕市場，到近十年，如三立的偶像劇、TVBS的新聞、緯來的球賽轉播、非凡的財經資訊，都有相當的口碑。故而在邁入二十一世紀之初，衛星電視的廣告業務開始勝過無線電視，至2012年以後，更因為節目內容的多元與區隔，廣告業務更是占去近電視市場近七成，成為電視產業市場的主導者。

境外衛星落地播出是衛星電視產業的濫殤，知名的「衛星電視（衛視；Star TV）」則是典型代表。衛視原有五個被產業視為優質的頻道，在併入傳媒大亨梅鐸（Merdoc） 旗下的新聞集團後，改名為星空集團；後於2011年星空傳媒的三個知名的衛星頻道加入福斯國際電視網，加上該網原有福斯系列頻道與國家地理家族頻道（NGC），形構目前在臺灣最大的衛星頻道家族。為了開發收視市場、爭取廣告業務，福斯國際電視網近年除了推出大量高畫質頻道，更是採用全球在地化（Glocalization）的節目策略，除了積極引進適合本地觀眾市場的節目內容，更製播具本土色彩卻又可全國播映的節目。由於福斯公司在電影投資有卓著的聲譽，國際電視網同時擁有體育、中外電影、娛樂、新聞、音樂、知識等二十餘個頻道，其對我國電視產業在頻道經營、市場行銷、內容創製與廣告業務的影響，未來十年，更值得仔細觀察。

2006年，中華電信經營的IPTV，改為「中華電信多媒體內容傳輸平台」，簡稱「中華電信MOD」。因其經營模式與有線電視系統相近，故而促銷重點在強調其擁有之頻道數量，又在本土衛星頻道抵制下，大量引進境外衛星頻道。由於衛星電視頻道缺乏政策，加上MOD的經營需求，近十年，尤其在我國推動數位

高畫質電視之際，有超過近百個境外衛星電視頻道以MOD為橋頭堡，進入臺灣地區電視市場，由於這些衛星頻道祇是落地在MOD系統播出，甚至於翻譯字幕都沒有，對於市場競爭與產業影響也就相當有限。

2008年通傳會核發Echo Star境外直播衛星廣播電視執照，希望藉此帶出多元化與互動性的服務。業者原訂先推出24個高畫質頻道，透過衛星直播與行動接收，可與有線電視系統及衛星電視形成區隔服務。在韓國發展的有聲有色的Echo Star，因臺灣地區有線電視普及率太高，民眾長期習慣於固定收視，既有的三十萬衛星收視戶規模有限，Echo Star的投資就裹足不前，終而無聲無息。

2009年8月壹傳媒集團成立壹電視，向通傳播會申請五個頻道播放許可執照設立。其中新聞臺與綜合臺，於2009年12月被以「使用動畫表現犯罪行為」和「新聞動畫違反尺度」等理由不予許可；而娛樂臺、體育臺和電影臺則被以「資料不全」為由暫緩審議，電影臺和體育臺則遲至在2010年3月與7月分別通過審核，獲得執照。彼時，壹電視早已大規模投資設備及人力在影視動畫的產製。直至2011年7月20日，由壹傳媒主席黎智英親自赴公聽會說明，作出七大承諾後，通傳會才有條件通過新聞臺執照申請。由於壹電視自申請至取得執照長達兩年半，遲遲不能營運，大規模投資的設備及人力負擔極重，其間又斥資數億贈送百萬臺機上盒，造成虧損嚴重；故於2012年10月1日壹電視新聞臺與綜合臺售予年代電視，年代電視集團由四個頻道變為六個頻道。

（三）有線電視系統數位化遲到

有線電視系統經過國內財團與在地集團近十數年的水平整合，剩下幾個大的MSO與十數個獨立系統業者，在本世紀初可謂穩定發展。但自2003年起，有線電視系統逐步被澳洲星空傳媒、美國卡萊爾、澳洲麥格理、韓國安博凱在內的外資集團入股併食，形成外資集團掌控臺灣有線系統營運現象。直至2009年，凱擘有線電視系統被富邦集團所屬的臺灣大哥大收購，在地集團才又重新奪回有線電視經營主權。由於臺灣有線系統多在外資手中，電視數位化的政策在開始就未將其納入，直至無線電視數位化在2012年6月落實執行，普及率高達八成的有線電視系統訂戶是收看不到數位高畫質內容，才突顯出這個嚴重的疏失。政府因而要求系統業者在2013年起加速數位化的建設，至2015年底應完成至少80%。

電視購物頻道原本以衛星頻道形貌經營，東森購物及森森百貨合計取得5個電視購物臺，富邦momo及ViVi電視購物各2個電視購物臺，每年創造的營收超過300億元，付給系統的上架費也十分可觀。2014年6月通傳會為鼓勵有線電視業者數位化，先將電視購物頻道原先核准9個頻道鬆綁為12個頻道數，並對於全數位化的有線電視業者，如能將廣告頻道集中在一個區塊，提供購物商城式的經營模式，這個區塊裡面的廣告頻道數量就不受限制。而每年國內電視購物擁有將近400億元的市場商機，購物頻道業者近期更是積極跨足網購及行動購物領域，使得電視購物版圖仍不斷在擴大中。

（四）中華電信 MOD搶得先機

隨著近年網路寬頻技術發展，以寬頻網路作為介質傳送電信訊息的網路電視（IPTV）亦市場逐健成熟，且以中華電信之 MOD多媒體視訊服務最為代表。

2003年1月，中華電信向行政院新聞局申請經營IPTV業務，經過一年申請作業，2004年3月，中華電信受核准推出IPTV業務。2005年8月，中華電信MOD改名「中華電信大電視」開播，2006年改為「中華電信多媒體內容傳輸平台」，簡稱「中華電信MOD」。2006年10月，通傳播會核准中華電信MOD的經營，

但中華電信MOD應有「開放平台」，且其雖與一般傳播媒體不盡相同，但仍應遵守「黨政軍退出媒體」條款。中華電信MOD包含三項主要服務，電視頻道、隨選影片、及互動應用服務。

因中華電信MOD早期經營模式與有線電視系統相近，正面的市場競爭，引起本土衛星頻道及系統業者抵制下，祇好大量引進境外衛星頻道。又因為衛星電視頻道缺乏政策，加上中華電信MOD開放平台的經營需求；近十年，尤其在我國推動數位高畫質電視之際，有超過近百個境外衛星電視頻道以MOD為橋頭堡，進入臺灣地區電視市場。

2007年12月，中華民國電視學會主張，中華電信MOD適用《電信法》規定之多媒體內容傳輸平台服務，故不應再免費轉播各會員電視台的頻道，各會員電視台應各自與中華電信MOD之頻道商洽談版權授權事宜；2009年的中華電信MOD「蓋臺事件」即與此有關。

中華電信MOD在工程技術上有中華電信的支持，故在政府推動數位電視上能搶得先機。2008年3月中華電信MOD就開始播出高畫質節目，同年8月再以高畫質全面同步轉播北京奧運，又大量增加訂戶，從此成為我國高畫質電視市場的領先者。2011年6月，中華電信MOD系統升級，將同一執照的標準數位頻道與高畫質頻道整合為單一頻道；若收視戶同時是光世代用戶，MOD系統將自動傳送高畫質訊號給收視戶。故2010年至2012年間，由於國內數位高畫質頻道缺乏，中華電信MOD大量引進境外高畫質頻道，鞏固其為我國高畫質電視市場的領先者的地位。

（五）無線電視坐失良機

隨著衛星頻道產業日益成長，臺視、中視、華視因長期節目外製或委製，失去創製影視內容的核心能耐而無力競爭，廣告業績在近十年是一路滑落。無線電視台甚至與衛星頻道合作，引進後者製作之戲劇節目於八點檔全國首播，甚至為降低經營成本直接採取以購片代替製片的策略，導致無線電視台在國內電視市場的競爭力弱化。

無線電視台已於2012年7月正式全面邁入無線電視數位時代，我國5家無線電視台業者以多頻道型態經營數位電視事業，目前計有15個標準畫質頻道及5個HD高畫質電視頻道，均採免費收看，針對不同目標群族製播專門屬性的頻道，例如華視教學臺是強調終身學習之訴求，提供無廣告干擾的純教育使用的教學環境；而民視的交通電視台則提供即時路況，加強頻道的行動服務性。

為運用數位電視高品質影音的製播條件，且為促進數位電視產業健全發展，提升國內高畫質電視節目製作水準，政府自95年度起，辦理高畫質電視節目徵選案，補助涵蓋動畫、兒童少年節目、紀錄片、電視電影及連續劇等不同類別節目。

（六）數位廣播無疾而終

2001年政府共十梯次的廣播頻率釋出，使臺灣地區出現高達165家廣播電臺，廣播的市場競爭在過去十年完全是白熱化的局勢，但在面對隨身聽、手機等行動收聽裝置及網路音源日益普及，造成廣播收聽人口日益下滑，導致廣播電臺的廣告投放收入萎縮，使得國內廣播產業的經營也面臨更艱鉅的挑戰。

2000年至2005年，主管機關以歐規Eureka-147為技術標準，共發出十張數位廣播試播執照，共19個廣播電臺投資參與，組成10個實驗臺，其中有9個通過試播工程評鑑。2005年新聞局正式核發出5張數位音訊廣



《爸媽冏很大》（財團法人公共電視文化事業基金會圖片提供）

播執照，2006年通傳會亦核發一張數位音訊廣播執照給中國廣播公司。但迄今，仍無一家數位廣播電臺正式營運。

分析數位廣播滯礙難行的原因很多，主要是在缺乏能展現數位廣播特色的內容或服務，未能創造健全的營運模式，以及接收裝置不能規格化量產，再加上政府主管機關對推動數位廣播投資有限等，導致已拿到籌備許可的業者一一退出數位廣播市場。

梁序倫

流行音樂產業界之十年回顧與未來展望

文／梁序倫（貝特旺事業股份有限公司總經理）

「流行音樂」是反映當時的社會現象、時事變化及生活方式的群眾心情，體現在文化藝術上的音樂表現。並藉由歌曲與歌手結合的情感抒發、傳媒運用，引起社會的共鳴，成為大街小巷的傳唱、蔚為流行。並結合當時的影視、戲劇、網路用語、流行口頭禪及社會大事紀以及流行色彩、化妝造型、服裝、舞步、攝影手法等及主要的科技載體運用，影響著當時的藝文創作及演繹。

一、流行音樂的多元面貌與多元挑戰

臺灣的華語流行音樂，從七〇年代的校園民歌起逐漸成型，從八〇年代至九〇年代蔚為風潮、席捲華人區域，這也是臺灣流行音樂崛起及創造力最興盛的黃金階段。原本只是在校園抒發個人情懷的歌曲創作，藉由行銷規劃與大眾媒體宣傳，成為撫慰人心、引起社會大眾共鳴、創造高額商業利益的利器，於是許多人開始投入此行業。此階段裡不但歌手新人輩出，而且企劃行銷、製作及詞曲經紀、演藝經紀人才紛紛投入，除了音樂專輯出版、詞曲授權、卡拉OK伴唱、售票演唱會、廣告、歌曲、廣告代言、電影戲劇拍攝、衍生性明星商品開始流行，流行音樂的相關產值開始大幅提升，形成一個充滿希望及機會的流行新興產業。本土的大型音樂公司及國際唱片公司，在此階段崛起、並彼此在各華語區域裡分庭抗禮。

隨著時代科技的快速演進，新載體、新媒體、新娛樂不斷推陳出新，過去長期支持且忠實的流行音樂消費者，所面對及接觸的新事物也越來越多，自然開始瓜分群眾的注意力。在這娛樂多樣化的革命階段裡，因為消費者的喜好改變、選擇性增加，流行音樂業者過去所自豪、賴以持續成長的過往成功經驗值，突然失去方向。同一位歌手，前一張音樂專輯的成功因素，無法成為下一張專輯成功的基本保障，變成每一張音樂專輯的推出，都像是在新的戰場裡的新挑戰。再加上新媒體的快速發展，閱聽眾的選擇也越來越多，新科技的發展，看似可以讓音樂產品的複製、流通更便利，卻也讓流行音樂業者的經營，開始面對一連串的重大考驗。

快速的科技、快速的生活、快速的娛樂!在一切講究快速的效率之下，人們開始適應一閃即過的快速。快照、快洗、快乾、快遞、快活、速食…。因為快速，所以不容易留下記憶，除非具有特殊、亮眼的關鍵

要素存在。同時，娛樂及傳媒的多樣性，搭配著現代人的生活型態快速發展。不僅僅如此，從電視傳媒的發展來看，過去的無線臺，有著無線訊號覆蓋全臺的優越性而成長茁壯，而今，當所有影音訊號，經過有線系統業者鋪遍全臺，在同一個選台器的基礎上，過去無線臺的資源，卻成了經營上的包袱。

現在，每一個家庭，可以選擇觀賞或是聆聽的影音頻道數，如果加上MOD數位機上盒，可以多達200多個影像或音樂頻道。如果連上網路，那就更多更多了。過去的聽眾想要聆聽一張專輯或是一首歌曲，必須去唱片行購買實體（從黑膠到卡帶到CD），現在只要上網就可以馬上Streaming聆聽、下載購買，還可以上YouTube看MV或是歌手的演唱會。

二、科技演進下，流行音樂面臨的挑戰

過去，生活的步伐較緩，人們追求的是心靈。

現在，一切講求快速有效，人們追求的是感官。

音樂的創作更是如此，過去的媒體少數而且集中，閱聽眾的選擇少且忠誠度高。

而今，閱聽眾在訊息萬變的資訊爆炸時代裡成長。選擇性高、耐性低，沒有意願靜下來聆聽或理性分析，憑著當下感受判斷好惡。於是，旋律與節奏是否與眾不同、讓人著迷？歌詞的表達是否符合流行口語記憶？歌手的型及演譯是否符合現在流行…？就成為成敗的依據。

回顧過去迄今，世界潮流科技的演進更加飛快、載體不斷的升級汰舊翻新，從PC到Notebook到平板，從Mobile到智慧手機。各種Personal Device的發展，逐漸邁向All in One的階段。而且輕、薄、快速、便利、無遠弗屆，成為最基本的條件。

從音樂載體的演變來看，從唱盤→隨身聽→CD隨身聽→iPod→智慧手機→…。

從儲存內容的黑膠唱片→卡式帶→CD→MP3、WAV→AAC／M4A→…。

當音樂影像可以以檔案格式儲存、以檔案格式複製、燒錄…。

隨著使用工具的便利性增加，不肖業者覬覦可觀商業利益，於是實體的盜版開始猖獗，形成大規模的生產錄製。甚至在正版音樂專輯上架銷售的極短時間，盜版也正式上架。競爭從夜市擺攤堂而皇之進入門市，竊取合法業者資源、損害正版權益。於是業者們努力找尋法源，尋求政府支援，藉由公權力來扼阻盜版。

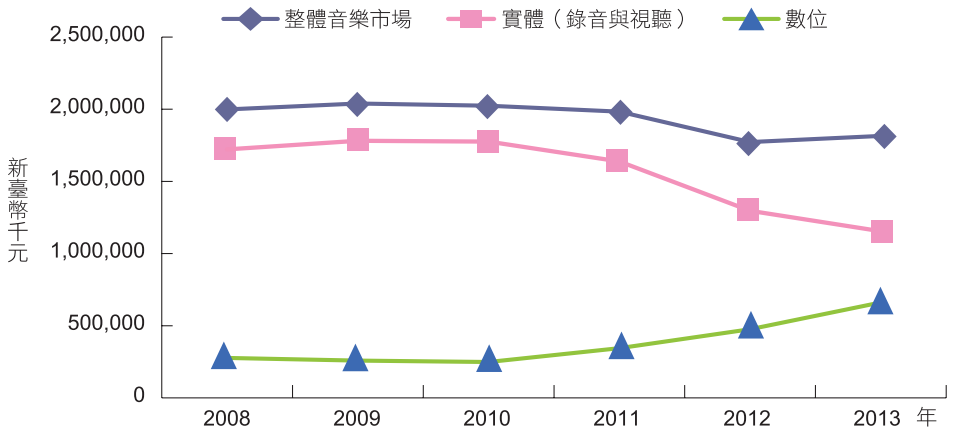
然而，幾年來的努力，好不容易看似稍有成效之際，另一個科技革命「網路」興起，把各個獨立的個人與單位，藉由網絡逐漸連結起來，像在天上搭起一座橋梁，人人皆可連上。當網路逐漸架起一座看來似乎有限制，卻實際沒有邊界的通道。大部分的資訊都得以網網相聯，加上SNS（社交網路服務Social Network Service）的蓬勃發展，改變了過去訊息接收的習慣、改變了傳統媒體運作的生態，人們真的可以即時與世界資訊同步與接軌。過去要精細計算的，高額與緩速的上傳與下載頻寬費用，因著科技的發展，在載具的大量生產與普及運用之下，更搭配著市場性的競爭，逐漸的進入人們的日常生活裡。過去動輒需要數小時方能複製或傳送的影音資訊，現在只需要幾分鐘就完成。

時代潮流的演進，原本即是淘汰不適時宜的、留下可長久的關鍵要素。如同照相機的數位化，雖然淘汰了許多沖洗相片的照相館，卻藉由可儲存影像的載具（隨身碟／硬碟），創造了更大量的影像攝錄。也

因為如此，未經合法授權的軟體，藉由檔案格式，可以經由尚未立法管控的區域，直接或間接的流入個人的電腦及載具。從音樂到影像到各類程式軟體，幾乎無一倖免。從過去產生的P2P涉及侵權網站，到現在合法的線上音樂服務平台（如iTunes、Spotify、KKBOX、OMusic、my Music、muziU、iNDIEVOX、YouTube…。）智慧財產權的保護與價值評估，成為這一階段最為重要的課題。

依據RIT（財團法人臺灣唱片出版事業基金會）2013資料，臺灣流行音樂市場的國際排名及產值，從1997年的亞洲第二名（僅次於日本）、世界排名為第13名。至2013年滑落為亞洲第五名（次於日本、南韓、印度、中國大陸）、世界排名第28名[17]。而臺灣整體音樂市場（實體Physical＋數位Digital），也從1997年的新臺幣122億餘元，滑落至2013年的新臺幣18億餘元[18]（此部分不含現場演唱、經紀及獨立音樂之實體與數位等產值）。

圖4—14　臺灣音樂市場銷售趨勢



資料來源：財團法人臺灣唱片出版事業基金會，研究者繪製。

即便如此，現在臺灣流行音樂業者及從業人員，這幾年所努力的範疇，已逐漸跳離感嘆過去的好景及市場不再，而是回歸到接受現在有的市場，努力創造現在臺灣的消費者會接受及喜歡的新流行音樂。另一方面則持續努力的爭取，在中國大陸地區的臺灣流行音樂歌曲的權利及權益，可以受到該有的保護。

雖然，在時代進步、科技發達的這個階段，看似臺灣的流行音樂，從整體產值到華語區域的影響力，沒有因為這些演進而更蓬勃，反而日趨下滑、逐漸喪失掉過去在這個大區域的競爭力。雖然，現在站在華語歌壇台面上，影響著華語流行音樂的主要音樂人歌手團體，仍然是當年那一波波流行音樂浪潮中，崛起的音樂人歌手團體，平均歌齡多已在十年以上。再加上近幾年來，看著鄰近韓國在科技領域、網路軟體創造運用、娛樂產業、流行音樂、歌手團體培育、演唱會、戲劇、明星商品等文創的發展推動及相互連結合作上的傲人成績，更讓臺灣的音樂人覺得懊喪不已。

17　臺灣唱片業發展現況：RIT（財團法人臺灣唱片出版事業基金會）／李瑞斌。
18　臺灣音樂市場銷售統計：RIT（財團法人臺灣唱片出版事業基金會）。

三、重新思維、理性思考改善與突破的契機

其實，流行文化原本即是隨著當時社會大眾的時尚喜愛，而產生波段性、區域性的潮流。依著當時的生活型態、社會氛圍、經濟力，甚至國際環境不斷的在改變。

這些年來，以臺灣流行音樂創作的量來說，無論是專輯出版數、歌曲數、歌手樂團數，並沒有減少，反而是增加的。以流行音樂的類型而言，隨著潮流的演進，臺灣的流行音樂也加入了搖滾、電音舞曲、嘻哈、饒舌、節奏藍調等各類新的元素。而過去已經成名的歌手或樂團，能夠長期持續的站在舞台上，代表他們仍然受到歌迷消費者的歡迎與支持，這樣更能證明他們在流行音樂歌壇上屹立不搖、實至名歸的地位。

雖然，有些人提出擔心：在過去十年裡，究竟有那些新的歌手或團體崛起，具有引領華流風潮或是具有區域影響力呢？而我們又該如何提振臺灣流行音樂在華語歌壇的領導地位？

其實，靜下心、理性的來分析：我們應該思考的是，當初臺灣的流行音樂為什麼會蔚為華語地區的流行風潮？是符合當時的時代意義？抑或創造了當時的生活態度？

在臺灣流行音樂大流行之前，從日本演歌、臺語流行歌曲、西方流行歌曲、香港流行歌曲，都曾經在臺灣風靡一時。那是依著當時的社會背景、生活型態，所建立及形成當時流行的要素。以歌曲而言，基本要素有三:節奏、旋律、歌詞。而要構成流行，則需要鮮明的節奏、好聽易記的旋律、貼切符合時空及社會氛圍的歌詞及編曲、特殊難忘的演唱者…。藉由這些基本條件，加上社會經濟的轉型成長、強烈的社會期待改變的心，這種種大環境氛圍的加持，才有大市場產生的機會。回顧過往，「解嚴」是臺灣流行音樂大躍進的重要階段。從聽說要解嚴、要解除許多過去的限制開始，這其中最重要的關鍵，並非真正解除了那些限制。而是當時整個社會的氛圍，充滿著「期待」與「渴望」改變的心！也正因為如此，音樂的創造力、歌手的遴選條件，才有新的創意及思維投入。這才奠定了臺灣流行音樂，在大華人地區，後來十餘年的風光歲月。

當我們站在這裡，看著中國大陸的華語流行音樂市場，開始蓬勃發展、全面當地化、產業規模化時，臺灣流行音樂界新的歌曲及新的歌手，要打入這個全球最大的音樂市場，跟過去相比確實不易。然而，區域市場的激烈競爭，在任何產業，原本即是早晚會遭遇到的。我們應該先放下「失去」中國大陸市場的心態，而先從要「建立」臺灣新市場的角度開始好好規劃！我們應該重新思維、理性思考，臺灣的新流行音樂裡，究竟還需要擁有那些可以區域化、國際化的元素存在？而在這一個曾被許多外來文化洗禮過的寶島裡，有那些特殊的因子，是可以融入及提升我們的音樂創意及人才？當資訊傳導的速度愈來愈快、到達率越高，也只有真的好的內容，才能造就流行。

回顧過去十年臺灣的流行音樂市場，以類型而言，獨立音樂風起雲湧不斷的崛起，從地下樂團到各類型音樂及各語種的歌手及樂團，不斷的浮出檯面。而音樂祭、演唱會及Live house的大小演出，文青創作及原民、客家特殊文化逐漸融入在各類型的音樂創作及演出裡。也正因為如此，臺灣這個2,300萬人的島嶼，必須持續的灌溉、注入豐盈的文化內涵、醞釀及孕育、不斷的創新模式，產生各種的流行音樂文化創意，這才會是未來在大華人區裡，臺灣的流行音樂可以持續穩定成長及競爭的要素。而更要藉由政府持續不斷的，在流行音樂產業最低迷的階段，長期的、積極的以符合產業需求的各種補助，來鼓勵、輔導、協助，從個別音樂人、樂團到音樂工作室乃至於大小音樂公司。這才會是我們的回顧與展望裡，可以試著從中找到改善與突破的契機。

陳穎青

臺灣出版產業發展特色分析

文／陳穎青（資深圖書編輯人和出版人）

臺灣出版產業在最近這十餘年來，有幾個重大鮮明的特色極少人談論，第一是「平台式集團」現象，其次是「中小型出版社所展現的力量」，最後則是「書市暢銷榜上本土書種的不足」。以下逐條加以分析。

一、平台式集團的誕生

臺灣出版業原本就有許多集團公司，他們大部分是因為原始的本公司經營獲利良好、業績成長，於是成立新品牌經營副線，看起來有兩家、三家，但進辦公室一看，其實還是一家。

但在最近的十幾年內，臺灣出現了另一種集團，我們可稱之為「平台式的集團」。

平台式集團的特色是，有個平台。最早大約在1996年，詹宏志整合麥田、貓頭鷹、商周三家出版社組成城邦集團。集團一開始部門合併的原則就確定了「合併可以產生力量的就合併，分散才有力量的就分散」。因為這樣的緣故，城邦一開始就有統一的集中平台，包括人事、財會、業務、倉儲、行政和資訊中心，以及分散的編輯部。

這個平台經過多年運作，不但讓城邦成長為全國第一大出版集團，透過平台化的運作，衍生出三十幾個獨立的出版品牌，同時也因為平台運作的成效，開啟了臺灣的集團化時代。陸續有共和國集團和大雁出版集團成立，以類似的平台化模式運作，並且也獲得成功。

臺灣的集團規模無法跟大陸或世界各國相提並論，因此很少人覺得臺灣的集團有什麼特別，但從這些新一代集團快速擴充品牌的能力看，臺灣自有發展的「平台式集團」也有獨特的價值，值得作為企管課程的案例研討對象。尤其在文創相關的產業裡，出版產業的平台化集團實在具有典範的意義。

因為編輯創意人向來是以「不服管教」著稱，如何在集團下保持大規模作戰的可能，但又讓創意人擁有自由揮灑的空間，在自由與規律之間，臺灣的平台化出版集團表現得平衡又有彈性，實在值得其他創意產業參考學習。

二、中小型出版社的實力

儘管臺灣出版集團實力堅強，但奇怪的是，臺灣的中小出版社，卻有更堅強的實力。在臺灣的暢銷書排行榜上，我們也可以看到最活躍、最有力量、戰鬥力最強的中小型出版社。他們在排行榜上的實力甚至勝過集團公司。

以2012年博客來不分類前一百大的暢銷榜為例，在這個清單上，我們會發現一百種書總共散佈在44家出版社裡面（見文末表4-7），如果是在美國，這是難以想像的情況。美國的暢銷榜基本上是六大集團（現在剩五大了）的天下，像臺灣這麼分散的家數，代表的意義是，臺灣的暢銷榜是沒有哪一家業者可以憑一己之力加以壟斷的。

這個暢銷榜還有另一個特徵，那就是上榜的中小型出版社（員工數幾個到幾十個的公司）非常多，超過一半以上，裡面甚至還有一些是傳奇的「一人出版社」。這些中小出版社無懼於大資本的出版集團，占有暢銷榜的能力甚至還超過集團出版社許多。

這個特點有什麼特別嗎？答案是，有的，這個特點代表臺灣出版是一個憑腦力，而不是憑資本取勝的市場。到目前為止，臺灣出版市場裡，有大集團，有港資、日資、英資、美資，各國的資本參與競爭。但沒有任何一個單一集團或外資可以壟斷，也沒有一個外資可以靠著資本雄厚打敗充滿活力與創意的中小出版社。

這是解嚴以來臺灣出版市場簡單的事實。

臺灣出版市場也許太自由、太放任毫無管制，可是正因為是這樣，這裡的業者特別嫻熟慘烈的市場競爭，每個人都在這樣的環境裡，養成了一身行走天下的本事。認為臺灣出版市場太自由，缺乏保護，因此很容易被侵略，這是對現狀的無視，也是對自由體系的無知。

臺灣的自由體系出版市場既然不設防，為什麼會有力量呢？原因就是「出版自由」這四個字。這四個字不只是字眼有效，而是實實在在的體系保證。這裡沒有人可以阻止你開出版社，或者在公司營業範圍裡加上出版項目，或者你根本不用公司，也沒有人可以剝奪你用個人作者名義，向國圖書號中心申請專屬書號（書號中心作業如果太慢，你還可以打電話去抱怨）。

因為加入這個行業是如此簡單，如此沒有資本門檻，幾十年來我們不斷在行業裡看到從大公司裡辭職，自己開起小公司的微型出版社，他們在書市呼風喚雨，排行榜的活力超過大公司非常多。

這是一個無法壟斷的行業，因為它容許新人、新公司，不只在制度上容許，也在生意面上容許。你不必靠大資本就可以參與遊戲，也不必靠大資本才有入場券。博客來的一百大暢銷榜告訴我們的事情是，你可以單憑一個人的智慧、努力，就改變排行榜。

全臺灣可以說再也找不到一個這麼能欣賞個人創造力的產業了。而這個產業完全是靠著讀者一本一本買單而形成的。你要主宰這個市場，不是買下所有出版社就能成事，你必須買下所有編輯，還要阻止他們一個不爽，自立門戶；但你如何阻斷這自由創業的整個體系呢？你又如何能指導全國讀者買書的偏好呢？如果資本就可以扭轉買書的偏好，現在排行榜上就應該是大資本公司的天下了。

臺灣的出版市場已經是一個健康的生態系，它有足夠的強度和堅韌，可以應對外來的「入侵者」，甚

至更有趣的，所有外來的「入侵者」反而會逆向增強這個體系的力量。這才是臺灣出版產業真正有威力的地方。

詹宏志在＜美好的讀書之地＞裡說：「歷史上，印書、出書最自由的地方經常成為百家爭鳴的文藝復興之地。」（見《壹週刊》632、633期）

啟蒙時代的荷蘭就是這樣。十六、七世紀許多英法思想家，因為思想不見容於本國，而被迫要把重要的著作拿到荷蘭出版。自由和開放使得當時的荷蘭成為歐陸思想最先進，人才最薈萃的國家，荷蘭憑藉著一個西歐小國的實力，竟然能在海上與西班牙、英國互爭雄長，荷蘭的製圖師甚至可以在當時左右世界貿易的動向。

自由與寬容造就了荷蘭十七世紀的黃金時代，同樣的，出版自由也是我們彌足珍貴的軟實力。這種軟實力不只是思想的薈萃，也是人心的召喚。只有出版自由的地方，才會贏得知識份子的認同。

服貿爭議裡所有關於出版的意見，最讓人詫異的，就是把臺灣明明具有的力量，反而視為孱弱，明明強悍的自由土壤，反而視為不堪一擊，明明應該捍衛的自由，反而要建立高牆阻絕。這種觀點既看不見出版產業的真相，也認不出出版產業的力量；如果這種觀點流行，那是臺灣的悲哀，如果進而變成政策，那將是臺灣的悲劇，我們等於親手毀了本來已經存在的優勢。

臺灣的出版自由確實需要保護，但最好的保護不是為它建立溫室，那樣反而會摧毀產業的競爭力。最好的保護是繼續給予自由競爭的環境，行業裡才會繼續培養出更堅強的出版人才，他們才有能力在不爽的時候，可以出走成為有影響力的獨立出版人。讓這個出版的生態系始終擁有平衡、動態、自由進出的多樣性，這才是對臺灣的出版產業真正的保護。

三、暢銷書本土率偏低

雖然臺灣出版產業中小公司活力創意勝過大資本集團公司，產業活水源源不絕，聽起來真是生龍活虎，健康得不得了，不過這個產業確實還有個天大的麻煩，藏在表像之下，極少人知道，也極少人談論，更不要說有什麼改善藥方了。

這個大麻煩，就是暢銷榜上外來書種太多。

請注意，我說的是暢銷榜，而不是整體的新書種總量。這是一個常見的誤會。很多人習慣說臺灣出版很發達，但出的都是翻譯書，翻譯書占了90%…。不過這不是事實。根據我對2004年金石堂新書資料庫所做的分析，當年共23,195種新書出版，其中翻譯類6,002種，占當年出版量的25.8%，也就是說全年出版的新書裡面只有約4/1是翻譯書。雖然是舊數字，但這幾年來翻譯書的比率也看不出有什麼巨大的變動。

論總量，翻譯書比例占四分之一，這不算太可怕（韓國和加拿大的翻譯書比例，也都差不多是這個水準），但如果看暢銷榜，情況就不一樣了。我認真算了一下2012年博客來不分類前一百大的暢銷榜的「暢銷書本土率」。結果如下：

本土自製書：翻譯引進書＝30 ：70

臺灣最暢銷的一百種書裡面只有30%是本土作者、本土自製的內容，其他絕大部分都是外來書種。跟我們實際總出版的書種數量是剛好相反的。

這是什麼意思呢？如果拿電影來比的話，差不多就是臺產電影拍很多，但在票房上打不過好萊塢製片同樣的意思。

我們自產自製的書在總量上比例不低，但一放到暢銷榜，怎樣都爭不過引進版的翻譯書。我們的人生整理是日本人教的，減肥塑身是韓國人教的，商業談判是美國人教的，兒童教養是德國媽媽教的，驚悚故事是英國人講的，連《正義》這種考驗腦力的書都能上榜，但那也是美國人寫的。

我們最吸引讀者，最激發讀者，最讓讀者願意掏腰包付帳的排行榜上，絕大部分是外國作者的作品。

這有什麼問題嗎？

本土作者無法感動本土讀者，這是第一個問題。暢銷書本土率代表的是創作者（無論虛構或非虛構）對整個社會的理解與對話。

如果你跟主流閱讀人口溝通的能力，都輸給遠在域外根本不知道（也不關切）臺灣人在想啥的國外作者，要嘛是我們對讀者的認識太少，要嘛是我們對人民的關切無能為力。我們無法回應讀者，跟讀者同呼吸共感受。這跟美國、日本的暢銷榜95%以上都是本國作者的現象是完全相反的。

你覺得我們不應該跟大國比嗎？那不妨看看香港的暢銷榜吧，香港書店裡面大部分的暢銷書作者，都是香港人。臺灣創作者攻榜實力不如人，這是毫無疑問的。

暢銷書本土率太低的第二個問題是，這會導致電子書市場的「暢銷書同步率」無法提升，最後使得電書市場遲遲無法成形。

因為榜上大部分是外國作者，你的溝通鏈太長，談判難度大增，有時候代理商就只有一個僵硬的授權指令，你連討價還價的空間都沒有。在這電子書市場的商業模式、授權政策都還不明確的初期，國外電子書的出版授權談判，比紙書難上太多。

臺灣的電子書市場始終溫吞牛步，原因就在於「暢銷書本土率」太低，導致的「暢銷書同步率」偏低。電子書平台上放眼望去，讀者最想看、最想買的書（這正是暢銷書為何會暢銷的原因），大部分都不在上面，這樣怎麼可能指望電子書市場會起飛呢？

第三個，同時也是最大的問題是，暢銷的原創作品不足，最後的結果就是出版無法提供養分給知識圈、戲劇圈、文創圈，或任何其他需要知識，需要故事的產業。

當我們缺少打動整個主流社會的作者，自然就缺少打動整個社會的影集，也就缺少打動整個社會的電影。這是一連串的。

因為說故事的產業中，出版是其中最基本的火車頭工業。《侏羅紀公園》開啟了科幻驚悚的原著、電影、玩具、遊戲的大產業鏈；《愛國者遊戲》推動了諜報動作片的類型；《哈利波特》席捲了影視、動漫、遊戲甚至是倫敦國王十字車站都要增設一個「九又四分之三月臺」，搭上JK羅琳這個「一個人的火車頭」所帶動的產業鏈。

寫小說正是這種「一個人的火車頭」最便宜的文創源頭。應該是百花齊放，才能在裡面開出百花之王。現在我們種花的人太少，負責培土、耕耘的人則根本沒有。本土種不出原生花，市場只好靠進口切花。我們看到的都是紐約的滄桑，北國的社會寫實，遠渡重洋的文化情懷。本鄉本土只剩下吃喝玩樂，沒有故事，也沒有傳奇。

我們有九把刀，可是只有一個原創暢銷作家是不夠的，一個作家無法服務整個社會，我們需要的是1,000個硬裡子，有內涵，能夠感動數以十萬計的主流讀者群的創作者，那才會讓說故事的力量開枝散葉，擴散到影視、戲劇、遊戲、文化乃至所有的商業世界去。變成公共藝術，變成地方傳奇，變成心靈的觸動。

我們缺少在自己的社會脈絡裡成長的原創暢銷書，我們沒有能夠打動50%收視戶的戲劇，也沒有從自己的集體意識裡發出、衝擊每個人的共鳴。

臺灣出版產業現在沒有這種條件，也沒有這種實力，去扮演說故事產業的火車頭角色。這是產業真正的麻煩。當然，也是整個臺灣的麻煩。因為拉動整個故事產業的火車頭，本身就缺乏動力。

四、結語

臺灣出版產業有獨特的魅力，跟世界各國都不相同，我們需要認真理解出版產業的優點缺點，不只做為產業改進的參考，更是整體國家軟實力重要的一環。對出版業有意義，對所有文化產業都有價值。

表4—7　2012博客來不分類暢榜前一百大進榜出版社

出版社	進榜書種數
1. 新經典文化	9
2. 先覺	8
3. 方智	7
4. 采實文化	5
5. 推守文化	4
6. 三采	4
7. 大是文化	3
8. 大塊文化	3
9. 天下文化	3
10. 天下雜誌	3
11. 早安財經	3
12. 究竟	3
13. 時報出版	3
14. 出版菊	2
15. 尖端	2
16. 春光	2
17. 柿子文化	2
18. 庫立馬媒體科技	2
19. 悅知文化	2
20. 商周出版	2
21. 寂寞	2
22. 麥田	2
23. 大大創意	1
24. 大樂文化	1

表4—7　2012博客來不分類暢榜前一百大進榜出版社（續）

出版社	進榜書種數
25. 小魯文化	1
26. 平安文化	1
27. 平裝本	1
28. 如何	1
29. 皇冠	1
30. 風車	1
31. 原水	1
32. 馬可孛羅	1
33. 高寶	1
34. 國語日報	1
35. 國際學村	1
36. 捷徑文化	1
37. 野人	1
38. 雅言文化	1
39. 愛孩子愛自己工作室	1
40. 瑞麗美人國際媒體	1
41. 漫遊者文化	1
42. 聯經出版公司	1
43. 臉譜	1
44. 趨勢文化	1

資料來源：研究者整理自博客來網站。

2014臺灣文化創意產業發展年報

2014 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report



附錄

附錄一

本年度編印工作歷經專家座談結果，均認為文創產業鏈應完整繪製並呈現其統計資訊，因此本年度編印特將過去許多次產業未納入統計範圍的通路端資料加入（包含「書籍零售攤販」、「小說漫畫出租」、「漫畫書屋」、「影片音樂零售攤販」、「視唱中心（KTV）」、「錄影帶及碟片租賃」、「視聽中心」）。

除上述行業類別範圍調整外，本年報為求產業鏈完整，新增「雕刻木製品製造」、「金屬飾物製造」、「建築設計、顧問」、「工作平台架設工程」、「其他藝術教育服務」、「攝影教學」、「市場研究」七個子類產業；另根據文創產業特性，將原歸類於出版產業之「其他創作」及產品設計產業之「多媒體設計」重新分類至視覺藝術產業及視覺傳達設計產業。另根據建築設計產業主管機關內政部營建署之建議，刪除建築設計產業中「庭園景觀工程」、「都市、鄉鎮規劃」、「景觀建築服務」。

附表1　2014文化創意產業發展年報產業範疇調整對照

稅務行業標準分類	產業名稱	調整方向
140912	雕刻木製品製造	新增至工藝產業
339113	金屬飾物製造	新增至工藝產業
486911	書籍零售攤販	新增至出版產業
773913	小說漫畫出租	新增至出版產業
932916	漫畫書屋	新增至出版產業
711111	建築設計、顧問	新增至建築設計產業
486913	影片音樂零售攤販	新增至流行音樂及文化內容產業
932211	視唱中心（KTV）	新增至流行音樂及文化內容產業
439013	工作平台架設工程	新增至音樂及表演藝術產業
857299	其他藝術教育服務	新增至音樂及表演藝術產業
471915	綜合商品拍賣（零售）	新增至視覺藝術產業
857215	攝影教學	新增至視覺藝術產業
901099	其他創作	原歸類於出版產業，重新分類至視覺藝術產業
773200	錄影帶及碟片租賃	新增至電影產業
932212	視聽中心	新增至電影產業
732011	市場研究	新增至廣告產業
711111	建築設計、顧問	新增至建築設計產業
432000	庭園景觀工程	自建築設計產業刪除
711113	都市、鄉鎮規劃	自建築設計產業刪除
711112	景觀建築服務	自建築設計產業刪除
740916	多媒體設計	原歸類於產品設計產業，重新分類至視覺傳達設計產業

資料來源：本研究整理。

附表2　文化創意產業發展法各產業內容及範圍

產業類別	中央目的事業主管機關	內容及範圍	備註
一、視覺藝術產業	文化部	指從事繪畫、雕塑、其他藝術品創作、藝術品拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品公證鑑價、藝術品修復等行業。	
二、音樂及表演藝術產業	文化部	指從事音樂、戲劇、舞蹈之創作、訓練、表演等相關業務、表演藝術軟硬體（舞台、燈光、音響、道具、服裝、造型等）設計服務、經紀、藝術節經營等行業。	
三、文化資產應用及展演設施產業	文化部	指從事文化資產利用、展演設施（如劇院、音樂廳、露天廣場、美術館、博物館、藝術館（村）、演藝廳等）經營管理之行業。	所稱文化資產利用，限於該資產之場地或空間之利用。
四、工藝產業	文化部	指從事工藝創作、工藝設計、模具製作、材料製作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等行業。	
五、電影產業	文化部	指從事電影片製作、電影片發行、電影片映演，及提供器材、設施、技術以完成電影片製作等行業。	
六、廣播電視產業	文化部	指利用無線、有線、衛星或其他廣播電視平台，從事節目播送、製作、發行等之行業。	
七、出版產業	文化部	指從事新聞、雜誌（期刊）、圖書等紙本或以數位方式創作、企劃編輯、發行流通等之行業。	1.數位創作係指將圖像、字元、影像、語音等內容，以數位處理或數位形式（含以電子化流通方式）公開傳輸或發行。 2.本產業內容包括數位出版產業價值鏈最前端數位出版內容之輔導。
八、廣告產業	經濟部	指從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置、獨立經營分送廣告、招攬廣告、廣告設計等行業。	
九、產品設計產業	經濟部	指從事產品設計調查、設計企劃、外觀設計、機構設計、人機介面設計、原型與模型製作、包裝設計、設計諮詢顧問等行業。	
十、視覺傳達設計產業	經濟部	指從事企業識別系統設計（CIS）、品牌形象設計、平面視覺設計、網頁多媒體設計、商業包裝設計等行業。	1.視覺傳達設計產業包括「商業包裝設計」，但不包括「繪本設計」。 2.商業包裝設計包括食品、民生用品、伴手禮產品等包裝。
十一、設計品牌時尚產業	經濟部	指從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設計、顧問、製造、流通等行業。	
十二、建築設計產業	內政部	指從事建築物設計、室內裝修設計等行業。	

附表2　文化創意產業發展法各產業內容及範圍（續）

產業類別	中央目的事業主管機關	內容及範圍	備註
十三、數位內容產業	經濟部	指從事提供將圖像、文字、影像或語音等資料，運用資訊科技加以數位化，並整合運用之技術、產品或服務之行業。	
十四、創意生活產業	經濟部	指從事以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之行業，如飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗等行業。	
十五、流行音樂及文化內容產業	文化部	指從事具有大眾普遍接受特色之音樂及文化之創作、出版、發行、展演、經紀及其周邊產製技術服務等之行業。	
十六、其他經中央主管機關指定之產業	指從事中央主管機關依下列指標指定之其他文化創意產業： 1.產業提供之產品或服務具表達性價值及功用性價值。 2.產業具成長潛力，如營業收入、就業人口數、出口值或產值等指標。		

附表3　受雇員工人數統計之中類產業別與各文創次產業之對應說明

中類	名稱	涵蓋之文創次產業	子類	名稱
58	出版業	出版產業	5811—11	新聞出版
			5811—12	數位新聞出版
			5812—11	雜誌（期刊）出版
			5812—12	數位雜誌（期刊）出版
			5813—11	書籍出版
			5813—12	數位書籍出版
		數位內容產業	5820—11	遊戲軟體出版
59	影片服務、聲音錄製及音樂出版業	流行音樂及文化內容產業	5920—11	音樂出版
			5920—12	音樂詞曲版權代理及授權使用
			5920—15	錄音工程
			5920—99	其他聲音錄製及音樂出版
		電影產業	5911—11	動畫影片製作
			5911—14	電影片製作
			5911—99	其他影片製作
			5912—11	影片沖印
			5912—12	影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務
			5912—13	電腦動畫及特效後製服務
			5913—11	電影片代理及發行
			5914—11	電影院
			5914—12	露天電影院
			5920—13	電影錄音
		廣播電視產業	5911—12	廣告影片製作
			5911—13	電視節目製作
			5913—12	電視節目代理及發行
			5913—99	其他影片發行
			5920—14	廣播節目製作及發行
			5920—16	電視節目錄音

附表3　受雇員工人數統計之中類產業別與各文創次產業之對應說明（續）

中類	名稱	涵蓋之文創次產業	子類	名稱
60	傳播及節目播送業	廣播電視產業	6010—11	廣播電台經營
			6010—12	網路廣播
			6021—11	電視台經營
			6021—12	電視頻道供應服務
			6022—00	有線及其他付費節目播送
73	廣告業及市場研究業	廣告業	7310—11	廣告代理
			7310—12	媒體代理及購買
			7310—13	公開展示廣告
			7310—99	其他廣告服務
			7320—11	市場研究
74	專門設計服務業	建築設計產業	7401—00	室內設計
		產品設計產業	7402—00	工業設計
			7409—13	包裝設計
			7409—99	未分類其他專門設計服務
		設計品牌時尚產業	7409—15	流行時尚設計
		視覺傳達產業	7409—11	企業識別設計
			7409—12	商業設計
			7409—14	視覺傳達與平面設計
		數位內容產業	7409—16	多媒體設計
90	創作及藝術表演業	工藝產業	9010—17	工藝品創作
		文化資產應用及展演設施產業	9031—11	劇院、劇場經營
			9031—12	音樂廳、音樂展演空間經營
			9031—99	其他藝術表演場所經營
		出版產業	9010—12	漫畫創作
			9010—13	文學創作
			9010—18	獨立供稿者
		流行音樂與文化內容產業	9010—15	音樂詞曲創作
		音樂及表演藝術產業	9010—14	戲劇創作
			9020—11	劇團
			9020—12	舞團
			9020—13	音樂表演
			9020—15	民俗藝術表演
			9020—99	其他藝術表演
			9039—11	藝術表演活動籌辦與監製
			9039—12	服裝指導、表演造型設計
			9039—13	燈光、舞台設計服務
			9039—99	未分類其他藝術表演輔助服務
		視覺藝術產業	9010—11	繪畫創作
			9010—16	雕刻、雕塑創作
			9010—19	藝術作品修復
			9010—20	藝術評論
			9010—99	其他創作
93	運動、娛樂及休閒服務業	出版產業	9329—16	漫畫書屋
		流行音樂與文化內容產業	9322—11	視唱中心（KTV）
		電影產業	9322—12	視聽中心
		數位內容產業	9321—00	遊樂園及主題樂園
			9324—11	電動玩具店
			9329—15	上網專門店

視覺藝術產業

視覺藝術產業2008～2013年家數與營業額

視覺藝術產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
469919	古玩書畫批發	71	144,206	15,167	129,039	67	148,782	21,928	126,854	67	109,096	19,688	89,408
						-5.6%	3.2%	44.6%	-1.7%	0.0%	-26.7%	-10.2%	-29.5%
469920	雕塑品批發	101	280,696	15,590	265,106	97	250,445	17,949	232,497	99	354,970	57,189	297,781
						-4.0%	-10.8%	15.1%	-12.3%	2.1%	41.7%	218.6%	28.1%
471915	綜合商品拍賣（零售）	1	13,777	0	13,777	1	15,742	0	15,742	1	16,383	0	16,383
						0.0%	14.3%	-	14.3%	0.0%	4.1%	-	4.1%
485218	雕塑品零售	1292	1,429,246	38,305	1,390,942	1,263	1,357,582	36,834	1,320,749	1,243	1,399,686	36,379	1,363,307
						-2.2%	-5.0%	-3.8%	-5.0%	-1.6%	3.1%	-1.2%	3.2%
485311	古玩書畫零售	652	2,179,388	61,965	2,117,424	628	1,399,937	47,398	1,352,538	612	1,750,521	35,090	1,715,431
						-3.7%	-35.8%	-23.5%	-36.1%	-2.5%	25.0%	-26.0%	26.8%
857211	美術教學	3	502	0	502	3	1,087	0	1,087	3	1,576	0	1,576
						0.0%	116.5%	-	116.5%	0.0%	45.0%	-	45.0%
857215	攝影教學	1	493	0	493	1	261	0	261	1	2,448	0	2,448
						0.0%	-47.0%	-	-47.0%	0.0%	837.7%	-	837.7%
901011	繪畫創作	19	10,508	0	10,508	17	14,044	0	14,044	21	27,436	0	27,436
						-10.5%	33.7%	-	33.7%	23.5%	95.3%	-	95.3%
901016	雕刻、雕塑創作	2	1,931	0	1,931	2	1,851	0	1,851	3	1,957	0	1,957
						0.0%	-4.1%	-	-4.1%	50.0%	5.7%	-	5.7%
901019	藝術作品修復	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
						-	-	-	-	-	-	-	-
901020	藝術評論	22	41,318	0	41,318	24	47,049	0	47,049	27	55,773	0	55,773
						9.1%	13.9%	-	13.9%	12.5%	18.5%	-	18.5%
901099	其他創作	99	380,312	520	379,792	94	227,777	243	227,534	103	255,774	5,024	250,750
						-5.1%	-40.1%	-53.2%	-40.1%	9.6%	12.3%	1966.6%	10.2%
969020	字畫裱背	332	331,574	1,374	330,200	326	314,304	1,353	312,951	327	316,695	41	316,655
						-1.8%	-5.2%	-1.5%	-5.2%	0.3%	0.8%	-97.0%	1.2%
合計		2,595	4,813,952	132,920	4,681,031	2,523	3,778,861	125,705	3,653,156	2,507	4,292,316	153,410	4,138,906
						-2.8%	-21.5%	-5.4%	-22.0%	-0.6%	13.6%	22.0%	13.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

視覺藝術產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	108	86,493	136	86,357	99	94,266	109	94,157	94	137,864	5,271	132,593
					-8.3%	9.0%	-19.9%	9.0%	-5.1%	46.3%	4735.6%	40.8%
1-2年	120	244,869	574	244,295	103	143,076	398	142,678	97	130,931	0	130,931
					-14.2%	-41.6%	-30.6%	-41.6%	-5.8%	-8.5%	-100.0%	-8.2%
2-3年	99	106,673	0	106,673	104	203,592	243	203,349	88	141,933	0	141,933
					5.1%	90.9%	-	90.6%	-15.4%	-30.3%	-100.0%	-30.2%
3-4年	102	82,931	0	82,931	85	102,947	1,710	101,236	93	326,234	66	326,168
					-16.7%	24.1%	-	22.1%	9.4%	216.9%	-96.1%	222.2%
4-5年	100	133,673	2,000	131,673	90	87,260	0	87,260	82	95,145	0	95,145
					-10.0%	-34.7%	-100.0%	-33.7%	-8.9%	9.0%	-	9.0%
5-10年	464	1,695,455	1,624	1,693,832	431	762,944	11,238	751,706	405	736,789	53,673	683,116
					-7.1%	-55.0%	592.1%	-55.6%	-6.0%	-3.4%	377.6%	-9.1%
10-20年	903	1,395,396	27,854	1,367,542	899	1,411,256	43,746	1,367,510	916	1,632,592	13,900	1,618,692
					-0.4%	1.1%	57.1%	0.0%	1.9%	15.7%	-68.2%	18.4%
20年以上	699	1,068,463	100,733	967,730	712	973,520	68,260	905,259	732	1,090,829	80,500	1,010,329
					1.9%	-8.9%	-32.2%	-6.5%	2.8%	12.1%	17.9%	11.6%
合計	2,595	4,813,952	132,920	4,681,031	2,523	3,778,861	125,705	3,653,156	2,507	4,292,316	153,410	4,138,906
					-2.8%	-21.5%	-5.4%	-22.0%	-0.6%	13.6%	22.0%	13.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

視覺藝術產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
469919	古玩書畫批發	62	120,186	27,180	93,007	66	118,981	15,975	103,006	63	144,341	18,428	125,913
		-7.5%	10.2%	38.0%	4.0%	6.5%	-1.0%	-41.2%	10.8%	-4.5%	21.3%	15.4%	22.2%
469920	雕塑品批發	104	378,015	31,550	346,465	106	371,275	24,525	346,750	107	430,059	14,034	416,026
		5.1%	6.5%	-44.8%	16.3%	1.9%	-1.8%	-22.3%	0.1%	0.9%	15.8%	-42.8%	20.0%
471915	綜合商品拍賣（零售）	1	17,022	0	17,022	1	19,046	0	19,046	19	41,702	0	41,702
		0.0%	3.9%	-	3.9%	0.0%	11.9%	-	11.9%	1800.0%	119.0%	-	119.0%
485218	雕塑品零售	1,259	1,520,856	36,344	1,484,512	1,247	1,511,235	54,084	1,457,151	1,230	1,455,989	40,862	1,415,127
		1.3%	8.7%	-0.1%	8.9%	-1.0%	-0.6%	48.8%	-1.8%	-1.4%	-3.7%	-24.4%	-2.9%
485311	古玩書畫零售	602	1,886,266	48,940	1,837,326	592	2,912,094	45,120	2,866,974	574	3,237,196	55,761	3,181,435
		-1.6%	7.8%	39.5%	7.1%	-1.7%	54.4%	-7.8%	56.0%	-3.0%	11.2%	23.6%	11.0%
857211	美術教學	4	1,691	0	1,691	5	2,341	0	2,341	7	3,563	0	3,563
		33.3%	7.3%	-	7.3%	25.0%	38.4%	-	38.4%	40.0%	52.2%	-	52.2%
857215	攝影教學	1	427	0	427	1	319	0	319	2	386	0	386
		0.0%	-82.5%	-	-82.5%	0.0%	-25.3%	-	-25.3%	100.0%	21.0%	-	21.0%
901011	繪畫創作	22	18,760	0	18,760	28	23,365	0	23,365	31	38,846	0	38,846
		4.8%	-31.6%	-	-31.6%	27.3%	24.5%	-	24.5%	10.7%	66.3%	-	66.3%
901016	雕刻、雕塑創作	5	2,789	0	2,789	6	3,946	0	3,946	12	32,105	0	32,105
		66.7%	42.5%	-	42.5%	20.0%	41.5%	-	41.5%	100.0%	713.6%	-	713.6%
901019	藝術作品修復	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1,749	0	1,749
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
901020	藝術評論	38	65,273	0	65,273	44	69,163	0	69,163	46	268,296	0	268,296
		40.7%	17.0%	-	17.0%	15.8%	6.0%	-	6.0%	4.5%	287.9%	-	287.9%
901099	其他創作	120	374,144	209	373,935	131	454,109	5	454,104	124	281,046	83	280,963
		16.5%	46.3%	-95.8%	49.1%	9.2%	21.4%	-97.5%	21.4%	-5.3%	-38.1%	1511.5%	-38.1%
969020	字畫裱背	327	334,023	2,365	331,659	326	343,688	1,855	341,833	324	334,479	66	334,413
		0.0%	5.5%	5732.8%	4.7%	-0.3%	2.9%	-21.6%	3.1%	-0.6%	-2.7%	-96.4%	-2.2%
合計		2,545	4,719,454	146,588	4,572,866	2,553	5,829,563	141,564	5,687,999	2,541	6,269,757	129,234	6,140,524
		1.5%	10.0%	-4.4%	10.5%	0.3%	23.5%	-3.4%	24.4%	-0.5%	7.6%	-8.7%	8.0%

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	120	85,109	0	85,109	93	56,775	0	56,775	89	117,745	9	117,736
	27.7%	-38.3%	-100.0%	-35.8%	-22.5%	-33.3%	-	-33.3%	-4.3%	107.4%	-	107.4%
1-2年	90	248,346	2,528	245,818	117	153,596	0	153,596	96	135,456	31	135,425
	-7.2%	89.7%	-	87.7%	30.0%	-38.2%	-100.0%	-37.5%	-17.9%	-11.8%	-	-11.8%
2-3年	88	214,485	495	213,990	82	258,226	6,464	251,762	108	346,503	1,051	345,451
	0.0%	51.1%	-	50.8%	-6.8%	20.4%	1205.3%	17.7%	31.7%	34.2%	-83.7%	37.2%
3-4年	82	175,864	135	175,729	83	165,321	0	165,321	77	218,545	5,493	213,052
	-11.8%	-46.1%	104.7%	-46.1%	1.2%	-6.0%	-100.0%	-5.9%	-7.2%	32.2%	-	28.9%
4-5年	92	229,916	209	229,707	76	370,207	5,165	365,043	74	129,070	0	129,070
	12.2%	141.6%	-	141.4%	-17.4%	61.0%	2368.8%	58.9%	-2.6%	-65.1%	-100.0%	-64.6%
5-10年	398	767,200	15,958	751,241	404	609,634	4,211	605,423	362	1,049,899	4,671	1,045,228
	-1.7%	4.1%	-70.3%	10.0%	1.5%	-20.5%	-73.6%	-19.4%	-10.4%	72.2%	10.9%	72.6%
10-20年	898	1,764,895	13,723	1,751,172	855	2,763,880	9,631	2,754,250	840	2,919,209	5,309	2,913,900
	-2.0%	8.1%	-1.3%	8.2%	-4.8%	56.6%	-29.8%	57.3%	-1.8%	5.6%	-44.9%	5.8%
20年以上	777	1,233,640	113,540	1,120,099	843	1,451,924	116,094	1,335,830	895	1,353,330	112,669	1,240,661
	6.1%	13.1%	41.0%	10.9%	8.5%	17.7%	2.2%	19.3%	6.2%	-6.8%	-3.0%	-7.1%
合計	2,545	4,719,454	146,588	4,572,866	2,553	5,829,563	141,564	5,687,999	2,541	6,269,757	129,234	6,140,524
	1.5%	10.0%	-4.4%	10.5%	0.3%	23.5%	-3.4%	24.4%	-0.5%	7.6%	-8.7%	8.0%

視覺藝術產業

視覺藝術產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	584	2,363,073	87,886	2,275,187	564	1,491,725	77,238	1,414,487	563	1,836,620	63,261	1,773,359
臺中市	280	527,979	6,915	521,064	287	442,705	8,419	434,286	284	528,947	3,108	525,839
基隆市	33	29,760	0	29,760	33	27,829	0	27,829	33	35,524	208	35,316
臺南市	190	300,978	20,272	280,706	181	238,876	12,456	226,420	170	223,450	16,617	206,833
高雄市	293	297,945	10,426	287,520	275	315,153	9,881	305,272	265	307,844	8,776	299,068
新北市	232	293,447	1,710	291,737	213	283,408	586	282,822	222	313,780	1,580	312,201
宜蘭縣	57	50,151	670	49,481	59	50,010	902	49,109	58	49,735	976	48,759
桃園縣	132	181,628	3,859	177,769	126	177,370	15,731	161,638	122	223,813	58,176	165,637
嘉義市	50	45,785	0	45,785	48	43,637	0	43,637	45	43,101	0	43,101
新竹縣	33	30,928	0	30,928	33	33,903	0	33,903	35	33,146	0	33,146
苗栗縣	183	212,395	618	211,777	189	206,798	0	206,798	179	206,904	99	206,805
南投縣	66	52,441	0	52,441	66	64,892	0	64,892	69	66,686	0	66,686
彰化縣	131	107,377	0	107,377	132	115,264	0	115,264	134	114,614	0	114,614
新竹市	50	70,275	0	70,275	46	46,769	0	46,769	49	51,846	0	51,846
雲林縣	60	47,232	0	47,232	56	45,221	0	45,221	57	47,319	0	47,319
嘉義縣	30	23,886	0	23,886	27	23,601	0	23,601	28	24,727	0	24,727
屏東縣	89	76,161	0	76,161	88	77,943	0	77,943	92	94,124	0	94,124
花蓮縣	50	61,040	565	60,476	48	53,139	492	52,647	51	51,168	608	50,560
臺東縣	21	14,428	0	14,428	23	14,843	0	14,843	23	14,797	0	14,797
金門縣	17	16,703	0	16,703	15	14,879	0	14,879	14	13,313	0	13,313
澎湖縣	12	8,960	0	8,960	12	9,519	0	9,519	12	9,479	0	9,479
連江縣	2	1,379	0	1,379	2	1,379	0	1,379	2	1,379	0	1,379
合計	2,595	4,813,952	132,920	4,681,031	2,523	3,778,861	125,705	3,653,156	2,507	4,292,316	153,410	4,138,906

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

視覺藝術產業2008～2013年資本結構

資本結構	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	1,799	1,810,097	119	1,809,978	1,747	1,685,254	4,534	1,680,720	1,720	1,806,488	9,269	1,797,218
					-2.9%	-6.9%	3706.8%	-7.1%	-1.5%	7.2%	104.4%	6.9%
0.1-1百萬元	444	540,709	1,662	539,047	449	519,397	1,145	518,252	463	546,262	1,311	544,951
					1.1%	-3.9%	-31.1%	-3.9%	3.1%	5.2%	14.6%	5.2%
1-5百萬元	186	471,484	4,262	467,222	167	413,117	3,786	409,332	165	461,517	8,986	452,530
					-10.2%	-12.4%	-11.2%	-12.4%	-1.2%	11.7%	137.4%	10.6%
5-10百萬元	123	649,428	119,256	530,172	116	510,746	83,522	427,224	115	560,011	81,459	478,553
					-5.7%	-21.4%	-30.0%	-19.4%	-0.9%	9.6%	-2.5%	12.0%
10-20百萬元	20	78,001	1,962	76,039	21	75,313	8,391	66,922	23	174,169	51,849	122,319
					5.0%	-3.4%	327.7%	-12.0%	9.5%	131.3%	517.9%	82.8%
20-30百萬元	12	528,598	5,659	522,938	12	338,410	24,327	314,083	10	470,164	535	469,629
					0.0%	-36.0%	329.8%	-39.9%	-16.7%	38.9%	-97.8%	49.5%
30-40百萬元	3	3,167	0	3,167	4	8,103	0	8,103	4	10,364	0	10,364
					33.3%	155.9%	-	155.9%	0.0%	27.9%	-	27.9%
40-50百萬元	1	1,378	0	1,378	1	1,759	0	1,759	1	1,338	0	1,338
					0.0%	27.7%	-	27.7%	0.0%	-24.0%	-	-24.0%
50-60百萬元	2	14,640	0	14,640	1	25,046	0	25,046	1	31,117	0	31,117
					-50.0%	71.1%	-	71.1%	0.0%	24.2%	-	24.2%
60-80百萬元	1	26,072	0	26,072	1	29,919	0	29,919	1	52,596	0	52,596
					0.0%	14.8%	-	14.8%	0.0%	75.8%	-	75.8%
0.8-1億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
1-2億元	2	11,152	0	11,152	2	11,458	0	11,458	2	5,287	0	5,287
					0.0%	2.7%	-	2.7%	0.0%	-53.9%	-	-53.9%
2億元以上	2	679,227	0	679,227	2	160,338	0	160,338	2	173,005	0	173,005
					0.0%	-76.4%	-	-76.4%	0.0%	7.9%	-	7.9%
合計	2,595	4,813,952	132,920	4,681,031	2,523	3,778,861	125,705	3,653,156	2,507	4,292,316	153,410	4,138,906
					-2.8%	-21.5%	-5.4%	-22.0%	-0.6%	13.6%	22.0%	13.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	563	2,126,594	87,957	2,038,637	558	3,140,175	82,744	3,057,431	556	3,592,353	79,063	3,513,290
臺中市	289	479,934	2,757	477,176	290	493,046	2,554	490,492	294	531,103	340	530,764
基隆市	34	28,689	0	28,689	35	29,570	345	29,225	36	31,399	0	31,399
臺南市	174	285,147	16,223	268,924	177	363,391	13,173	350,218	174	355,561	14,056	341,505
高雄市	268	281,601	1,395	280,206	270	289,102	9,541	279,561	261	288,609	0	288,609
新北市	221	412,721	10,097	402,624	224	448,564	7,855	440,708	228	360,640	10,957	349,683
宜蘭縣	59	50,147	1,381	48,767	59	54,041	4,102	49,939	58	50,635	1,845	48,790
桃園縣	124	209,049	26,779	182,270	125	192,888	18,511	174,377	127	224,050	16,852	207,198
嘉義市	45	43,537	0	43,537	46	44,644	0	44,644	44	44,098	0	44,098
新竹縣	35	33,661	0	33,661	39	37,731	2,740	34,992	37	66,814	4,187	62,627
苗栗縣	188	232,679	0	232,679	186	242,682	0	242,682	183	238,924	1,933	236,991
南投縣	71	94,398	0	94,398	74	84,427	0	84,427	70	74,614	0	74,614
彰化縣	134	135,121	0	135,121	130	117,874	0	117,874	130	109,795	0	109,795
新竹市	50	52,800	0	52,800	51	50,503	0	50,503	53	51,569	0	51,569
雲林縣	56	46,529	0	46,529	56	45,616	0	45,616	54	44,875	0	44,875
嘉義縣	29	26,977	0	26,977	29	27,403	0	27,403	29	28,559	0	28,559
屏東縣	89	96,570	0	96,570	83	76,811	0	76,811	83	76,130	0	76,130
花蓮縣	53	42,244	0	42,244	51	40,896	0	40,896	56	54,230	0	54,230
臺東縣	36	17,432	0	17,432	42	26,714	0	26,714	41	24,350	0	24,350
金門縣	14	13,313	0	13,313	15	13,352	0	13,352	14	12,815	0	12,815
澎湖縣	11	9,479	0	9,479	12	9,479	0	9,479	12	8,596	0	8,596
連江縣	2	835	0	835	1	654	0	654	1	38	0	38
合計	2,545	4,719,454	146,588	4,572,866	2,553	5,829,563	141,564	5,687,999	2,541	6,269,757	129,234	6,140,524

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	1,722	1,862,835	8,567	1,854,268	1,720	1,887,079	13,886	1,873,193	1,686	1,799,404	14,264	1,785,140
	0.1%	3.1%	-7.6%	3.2%	-0.1%	1.3%	62.1%	1.0%	-2.0%	-4.6%	2.7%	-4.7%
0.1-1百萬元	485	687,530	2,100	685,430	491	666,438	4,123	662,315	512	749,040	3,088	745,952
	4.8%	25.9%	60.1%	25.8%	1.2%	-3.1%	96.3%	-3.4%	4.3%	12.4%	-25.1%	12.6%
1-5百萬元	176	514,080	5,877	508,203	183	469,522	10,585	458,937	185	416,623	11,120	405,504
	6.7%	11.4%	-34.6%	12.3%	4.0%	-8.7%	80.1%	-9.7%	1.1%	-11.3%	5.1%	-11.6%
5-10百萬元	118	487,111	107,772	379,339	114	586,096	100,688	485,408	111	508,378	90,223	418,156
	2.6%	-13.0%	32.3%	-20.7%	-3.4%	20.3%	-6.6%	28.0%	-2.6%	-13.3%	-10.4%	-13.9%
10-20百萬元	23	237,507	17,613	219,893	22	355,505	9,148	346,357	23	571,270	5,677	565,593
	0.0%	36.4%	-66.0%	79.8%	-4.3%	49.7%	-48.1%	57.5%	4.5%	60.7%	-37.9%	63.3%
20-30百萬元	9	623,823	4,658	619,165	10	861,103	741	860,361	11	1,119,064	4,862	1,114,202
	-10.0%	32.7%	770.1%	31.8%	11.1%	38.0%	-84.1%	39.0%	10.0%	30.0%	555.9%	29.5%
30-40百萬元	5	13,568	0	13,568	6	48,472	0	48,472	6	231,205	0	231,205
	25.0%	30.9%	-	30.9%	20.0%	257.2%	-	257.2%	0.0%	377.0%	-	377.0%
40-50百萬元	1	818	0	818	1	940	0	940	1	867	0	867
	0.0%	-38.9%	-	-38.9%	0.0%	15.0%	-	15.0%	0.0%	-7.8%	-	-7.8%
50-60百萬元	1	23,470	0	23,470	1	4,831	0	4,831	1	20,894	0	20,894
	0.0%	-24.6%	-	-24.6%	0.0%	-79.4%	-	-79.4%	0.0%	332.5%	-	332.5%
60-80百萬元	1	27,751	0	27,751	1	23,080	2,393	20,686	1	18,303	0	18,303
	0.0%	-47.2%	-	-47.2%	0.0%	-16.8%	-	-25.5%	0.0%	-20.7%	-100.0%	-11.5%
0.8-1億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1-2億元	2	675	0	675	2	0	0	0	2	0	0	0
	0.0%	-87.2%	-	-87.2%	0.0%	-100.0%	-	-100.0%	0.0%	-	-	-
2億元以上	2	240,287	0	240,287	2	926,499	0	926,499	2	834,710	0	834,710
	0.0%	38.9%	-	38.9%	0.0%	285.6%	-	285.6%	0.0%	-9.9%	-	-9.9%
合計	2,545	4,719,454	146,588	4,572,866	2,553	5,829,563	141,564	5,687,999	2,541	6,269,757	129,234	6,140,524
	1.5%	10.0%	-4.4%	10.5%	0.3%	23.5%	-3.4%	24.4%	-0.5%	7.6%	-8.7%	8.0%

音樂及表演藝術產業

音樂及表演藝術產業2008～2013年家數與營業額

音樂及表演藝術產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
439013	工作平台架設工程	8	34,304	0	34,304	7	29,153	0	29,153	7	39,482	0	39,482
						-12.5%	-15.0%	-	-15.0%	0.0%	35.4%	-	35.4%
790012	戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務	6	21,937	0	21,937	6	23,369	0	23,369	6	23,282	0	23,282
						0.0%	6.5%	-	6.5%	0.0%	-0.4%	-	-0.4%
857212	戲劇教學	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0
						-	-	-	-	100.0%	-	-	-
857213	音樂教學	6	4,863	0	4,863	11	7,346	0	7,346	20	36,492	0	36,492
						83.3%	51.1%	-	51.1%	81.8%	396.7%	-	396.7%
857214	舞蹈教學	6	9,670	0	9,670	12	11,577	0	11,577	18	24,754	0	24,754
						100.0%	19.7%	-	19.7%	50.0%	113.8%	-	113.8%
857299	其他藝術教育服務	15	61,834	0	61,834	30	29,109	0	29,109	39	115,937	0	115,937
						100.0%	-52.9%	-	-52.9%	30.0%	298.3%	-	298.3%
901014	戲劇創作	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
						-	-	-	-	-	-	-	-
902011	劇團	213	839,331	74	839,257	241	628,201	0	628,201	261	840,995	8	840,987
						13.1%	-25.2%	-100.0%	-25.1%	8.3%	33.9%	-	33.9%
902012	舞團	18	42,410	0	42,410	30	42,944	0	42,944	35	48,018	0	48,018
						66.7%	1.3%	-	1.3%	16.7%	11.8%	-	11.8%
902013	音樂表演	142	1,355,302	924	1,354,378	151	1,009,962	2,305	1,007,658	186	969,178	1,792	967,386
						6.3%	-25.5%	149.4%	-25.6%	23.2%	-4.0%	-22.2%	-4.0%
857299	民俗藝術表演	4	1,794	0	1,794	8	3,300	0	3,300	7	3,166	0	3,166
						100.0%	84.0%	-	84.0%	-12.5%	-4.1%	-	-4.1%
902099	其他藝術表演	344	1,922,575	68,953	1,853,622	380	1,841,617	23,010	1,818,607	451	2,143,545	1,621	2,141,924
						10.5%	-4.2%	-66.6%	-1.9%	18.7%	16.4%	-93.0%	17.8%
903911	藝術表演活動籌辦與監製	565	4,219,498	140,458	4,079,040	593	3,832,501	75,480	3,757,021	702	4,401,246	85,962	4,315,283
						5.0%	-9.2%	-46.3%	-7.9%	18.4%	14.8%	13.9%	14.9%
903912	服裝指導、表演造型設計	16	18,208	0	18,208	19	25,527	0	25,527	21	25,706	0	25,706
						18.8%	40.2%	-	40.2%	10.5%	0.7%	-	0.7%
903913	燈光、舞台設計服務	76	364,677	500	364,177	85	458,208	118	458,090	105	709,726	9,648	700,077
						11.8%	25.6%	-76.3%	25.8%	23.5%	54.9%	8051.1%	52.8%
903999	未分類其他藝術表演輔助服務	7	12,926	0	12,926	9	11,538	0	11,538	9	14,044	0	14,044
						28.6%	-10.7%	-	-10.7%	0.0%	21.7%	-	21.7%
合計		1,426	8,909,329	210,908	8,698,421	1,583	7,954,354	100,913	7,853,441	1,869	9,395,570	99,032	9,296,538
						11.0%	-10.7%	-52.2%	-9.7%	18.1%	18.1%	-1.9%	18.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

音樂及表演藝術產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	224	418,758	650	418,108	260	345,103	0	345,103	327	389,034	0	389,034
					16.1%	-17.6%	-100.0%	-17.5%	25.8%	12.7%	-	12.7%
1-2年	219	632,705	4,914	627,791	209	504,270	19,197	485,073	267	787,048	16,387	770,661
					-4.6%	-20.3%	290.6%	-22.7%	27.8%	56.1%	-14.6%	58.9%
2-3年	172	893,090	25,034	868,056	188	651,493	2,315	649,178	197	662,146	13,048	649,098
					9.3%	-27.1%	-90.8%	-25.2%	4.8%	1.6%	463.7%	0.0%
3-4年	144	605,819	17,012	588,807	158	930,074	4,072	926,002	171	728,289	5,504	722,785
					9.7%	53.5%	-76.1%	57.3%	8.2%	-21.7%	35.2%	-21.9%
4-5年	122	524,289	17,865	506,424	131	595,961	25,726	570,235	146	859,947	4,234	855,713
					7.4%	13.7%	44.0%	12.6%	11.5%	44.3%	-83.5%	50.1%
5-10年	342	2,698,755	89,435	2,609,320	410	2,059,365	27,831	2,031,533	457	2,392,986	48,184	2,344,802
					19.9%	-23.7%	-68.9%	-22.1%	11.5%	16.2%	73.1%	15.4%
10-20年	155	2,679,410	55,998	2,623,412	180	2,522,869	21,772	2,501,097	242	2,858,089	2,406	2,855,683
					16.1%	-5.8%	-61.1%	-4.7%	34.4%	13.3%	-89.0%	14.2%
20年以上	47	456,376	0	456,376	46	345,219	0	345,219	61	718,031	9,269	708,762
					-2.1%	-24.4%	-	-24.4%	32.6%	108.0%	-	105.3%
未知	1	126	0	126	1	0	0	0	1	0	0	0
					0.0%	-100.0%	-	-100.0%	0.0%	-	-	-
合計	1,426	8,909,329	210,908	8,698,421	1,583	7,954,354	100,913	7,853,441	1,869	9,395,570	99,032	9,296,538
					11.0%	-10.7%	-52.2%	-9.7%	18.1%	18.1%	-1.9%	18.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

音樂及表演藝術產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
439013	工作平台架設工程	8	57,382	0	57,382	8	67,396	0	67,396	13	76,461	0	76,461
		14.3%	45.3%	-	45.3%	0.0%	17.5%	-	17.5%	62.5%	13.5%	-	13.5%
790012	戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務	6	24,149	0	24,149	6	26,030	0	26,030	11	40,103	0	40,103
		0.0%	3.7%	-	3.7%	0.0%	7.8%	-	7.8%	83.3%	54.1%	-	54.1%
857212	戲劇教學	2	2,161	0	2,161	2	2,703	0	2,703	3	5,923	0	5,923
		0.0%	24008044.4%	-	24008044.4%	0.0%	25.1%	-	25.1%	50.0%	119.1%	-	119.1%
857213	音樂教學	31	123,464	0	123,464	33	178,881	0	178,881	41	187,505	0	187,505
		55.0%	238.3%	-	238.3%	6.5%	44.9%	-	44.9%	24.2%	4.8%	-	4.8%
857214	舞蹈教學	23	34,972	0	34,972	27	24,667	0	24,667	34	31,972	0	31,972
		27.8%	41.3%	-	41.3%	17.4%	-29.5%	-	-29.5%	25.9%	29.6%	-	29.6%
857299	其他藝術教育服務	58	164,107	0	164,107	74	199,085	0	199,085	84	210,860	0	210,860
		48.7%	41.5%	-	41.5%	27.6%	21.3%	-	21.3%	13.5%	5.9%	-	5.9%
901014	戲劇創作	0	0	0	0	0	0	0	0	1	507	0	507
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
902011	劇團	279	822,683	0	822,683	284	882,996	1,967	881,029	302	1,043,983	5,231	1,038,753
		6.9%	-2.2%	-100.0%	-2.2%	1.8%	7.3%	-	7.1%	6.3%	18.2%	165.9%	17.9%
902012	舞團	40	39,782	0	39,782	46	43,292	0	43,292	61	50,029	0	50,029
		14.3%	-17.2%	-	-17.2%	15.0%	8.8%	-	8.8%	32.6%	15.6%	-	15.6%
902013	音樂表演	204	767,744	1,374	766,370	211	707,641	2,648	704,993	240	854,966	262	854,704
		9.7%	-20.8%	-23.3%	-20.8%	3.4%	-7.8%	92.7%	-8.0%	13.7%	20.8%	-90.1%	21.2%
857299	民俗藝術表演	9	4,023	0	4,023	12	4,479	0	4,479	21	5,594	0	5,594
		28.6%	27.0%	-	27.0%	33.3%	11.4%	-	11.4%	75.0%	24.9%	-	24.9%
902099	其他藝術表演	507	2,570,378	4,769	2,565,609	545	2,624,056	21,394	2,602,663	584	2,703,212	6,183	2,697,029
		12.4%	19.9%	194.2%	19.8%	7.5%	2.1%	348.6%	1.4%	7.2%	3.0%	-71.1%	3.6%
903911	藝術表演活動籌辦與監製	789	4,953,835	74,845	4,878,990	903	5,972,704	27,377	5,945,327	961	7,219,168	102,024	7,117,144
		12.4%	12.6%	-12.9%	13.1%	14.4%	20.6%	-63.4%	21.9%	6.4%	20.9%	272.7%	19.7%
903912	服裝指導、表演造型設計	23	32,363	0	32,363	24	35,202	0	35,202	34	45,225	0	45,225
		9.5%	25.9%	-	25.9%	4.3%	8.8%	-	8.8%	41.7%	28.5%	-	28.5%
903913	燈光、舞台設計服務	120	916,551	7,322	909,230	132	860,069	5,331	854,737	156	876,551	3,545	873,006
		14.3%	29.1%	-24.1%	29.9%	10.0%	-6.2%	-27.2%	-6.0%	18.2%	1.9%	-33.5%	2.1%
903999	未分類其他藝術表演輔助服務	12	26,314	0	26,314	15	27,095	115	26,980	89	135,454	0	135,454
		33.3%	87.4%	-	87.4%	25.0%	3.0%	-	2.5%	493.3%	399.9%	-100.0%	402.0%
合計		2,111	10,539,908	88,310	10,451,599	2,322	11,656,296	58,832	11,597,465	2,635	13,487,513	117,245	13,370,268
		12.9%	12.2%	-10.8%	12.4%	10.0%	10.6%	-33.4%	11.0%	13.5%	15.7%	99.3%	15.3%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	347	432,190	572	431,619	300	512,909	1,111	511,798	440	579,122	6,272	572,850
	6.1%	11.1%	-	10.9%	-13.5%	18.7%	94.3%	18.6%	46.7%	12.9%	464.5%	11.9%
1-2年	327	817,471	14,982	802,488	342	969,319	10,207	959,113	324	908,040	21,063	886,978
	22.5%	3.9%	-8.6%	4.1%	4.6%	18.6%	-31.9%	19.5%	-5.3%	-6.3%	106.4%	-7.5%
2-3年	237	791,031	6,965	784,066	295	836,800	336	836,464	307	990,504	2,238	988,266
	20.3%	19.5%	-46.6%	20.8%	24.5%	5.8%	-95.2%	6.7%	4.1%	18.4%	565.5%	18.1%
3-4年	182	644,339	948	643,391	222	1,032,752	2,222	1,030,531	260	833,963	146	833,817
	6.4%	-11.5%	-82.8%	-11.0%	22.0%	60.3%	134.5%	60.2%	17.1%	-19.2%	-93.4%	-19.1%
4-5年	152	680,127	11,204	668,923	174	621,408	150	621,258	202	866,031	1,398	864,632
	4.1%	-20.9%	164.6%	-21.8%	14.5%	-8.6%	-98.7%	-7.1%	16.1%	39.4%	834.9%	39.2%
5-10年	494	3,042,465	21,337	3,021,128	571	3,342,013	24,418	3,317,595	625	3,462,616	63,017	3,399,599
	8.1%	27.1%	-55.7%	28.8%	15.6%	9.8%	14.4%	9.8%	9.5%	3.6%	158.1%	2.5%
10-20年	302	3,133,825	24,414	3,109,411	324	2,836,908	8,869	2,828,039	373	3,934,926	17,895	3,917,031
	24.8%	9.6%	914.9%	8.9%	7.3%	-9.5%	-63.7%	-9.0%	15.1%	38.7%	101.8%	38.5%
20年以上	70	998,461	7,887	990,573	94	1,504,187	11,519	1,492,668	103	1,909,233	5,217	1,904,016
	14.8%	39.1%	-14.9%	39.8%	34.3%	50.7%	46.1%	50.7%	9.6%	26.9%	-54.7%	27.6%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3,078	0	3,078
	-100.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	2,111	10,539,908	88,310	10,451,599	2,322	11,656,296	58,832	11,597,465	2,635	13,487,513	117,245	13,370,268
	12.9%	12.2%	-10.8%	12.4%	10.0%	10.6%	-33.4%	11.0%	13.5%	15.7%	99.3%	15.3%

音樂及表演藝術產業

音樂及表演藝術產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	570	5,314,475	193,668	5,120,807	597	4,895,506	98,767	4,796,739	700	5,580,938	98,452	5,482,486
臺中市	97	177,100	0	177,100	103	157,435	0	157,435	127	260,182	279	259,903
基隆市	14	36,165	0	36,165	14	41,784	0	41,784	20	86,758	0	86,758
臺南市	77	245,352	0	245,352	98	258,123	0	258,123	116	261,061	51	261,010
高雄市	87	1,338,661	0	1,338,661	101	1,113,312	0	1,113,312	126	1,323,130	0	1,323,130
新北市	224	1,055,280	16,692	1,038,587	259	756,000	2,146	753,854	298	1,007,570	0	1,007,570
宜蘭縣	31	143,217	0	143,217	37	153,601	0	153,601	41	165,489	0	165,489
桃園縣	69	312,054	0	312,054	76	285,640	0	285,640	85	337,085	0	337,085
嘉義市	4	1,556	0	1,556	5	1,616	0	1,616	5	1,616	0	1,616
新竹縣	22	25,928	0	25,928	21	18,558	0	18,558	22	50,292	0	50,292
苗栗縣	29	74,701	0	74,701	30	71,826	0	71,826	37	69,640	0	69,640
南投縣	21	11,118	0	11,118	21	20,423	0	20,423	20	28,628	0	28,628
彰化縣	50	25,958	0	25,958	60	20,050	0	20,050	68	34,730	250	34,481
新竹市	13	5,368	519	4,849	18	6,714	0	6,714	22	9,227	0	9,227
雲林縣	34	13,980	0	13,980	30	14,588	0	14,588	34	14,701	0	14,701
嘉義縣	14	8,569	0	8,569	13	10,784	0	10,784	19	15,661	0	15,661
屏東縣	39	88,099	29	88,070	41	96,800	0	96,800	48	104,857	0	104,857
花蓮縣	17	29,458	0	29,458	17	23,445	0	23,445	18	28,564	0	28,564
臺東縣	9	403	0	403	36	5,774	0	5,774	56	9,694	0	9,694
金門縣	3	1,447	0	1,447	5	1,935	0	1,935	5	4,733	0	4,733
澎湖縣	2	439	0	439	1	439	0	439	2	1,013	0	1,013
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	1,426	8,909,329	210,908	8,698,421	1,583	7,954,354	100,913	7,853,441	1,869	9,395,570	99,032	9,296,538

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

音樂及表演藝術產業2008～2013年資本結構

資本結構	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	348	510,586	45	510,541	418	577,135	1,855	575,281	524	623,007	652	622,355
					20.1%	13.0%	4021.4%	12.7%	25.4%	7.9%	-64.8%	8.2%
0.1-1百萬元	525	1,488,007	5,594	1,482,413	590	1,377,771	119	1,377,652	698	1,669,255	17,071	1,652,184
					12.4%	-7.4%	-97.9%	-7.1%	18.3%	21.2%	14219.0%	19.9%
1-5百萬元	373	2,825,638	57,104	2,768,534	383	2,734,908	53,401	2,681,507	436	3,512,696	58,611	3,454,085
					2.7%	-3.2%	-6.5%	-3.1%	13.8%	28.4%	9.8%	28.8%
5-10百萬元	116	1,973,214	30,458	1,942,756	126	1,632,151	5,540	1,626,611	133	1,747,921	4,048	1,743,874
					8.6%	-17.3%	-81.8%	-16.3%	5.6%	7.1%	-26.9%	7.2%
10-20百萬元	32	498,880	59,799	439,081	35	394,428	18,787	375,642	43	420,995	9,413	411,582
					9.4%	-20.9%	-68.6%	-14.4%	22.9%	6.7%	-49.9%	9.6%
20-30百萬元	12	217,385	57,907	159,478	12	124,519	21,212	103,307	14	123,550	0	123,550
					0.0%	-42.7%	-63.4%	-35.2%	16.7%	-0.8%	-100.0%	19.6%
30-40百萬元	8	633,268	0	633,268	8	534,984	0	534,984	7	791,363	9,237	782,126
					0.0%	-15.5%	-	-15.5%	-12.5%	47.9%	-	46.2%
40-50百萬元	1	8,860	0	8,860	1	8,828	0	8,828	1	9,440	0	9,440
					0.0%	-0.4%	-	-0.4%	0.0%	6.9%	-	6.9%
50-60百萬元	4	161,562	0	161,562	4	71,564	0	71,564	4	85,512	0	85,512
					0.0%	-55.7%	-	-55.7%	0.0%	19.5%	-	19.5%
60-80百萬元	2	0	0	0	1	0	0	0	3	4,954	0	4,954
					-50.0%	-	-	-	200.0%	-	-	-
0.8-1億元	1	0	0	0	1	1,704	0	1,704	1	15,589	0	15,589
					0.0%	-	-	-	0.0%	814.7%	-	814.7%
1-2億元	1	187,367	0	187,367	1	38,342	0	38,342	2	67,169	0	67,169
					0.0%	-79.5%	-	-79.5%	100.0%	75.2%	-	75.2%
2億元以上	3	404,561	0	404,561	3	458,017	0	458,017	3	324,120	0	324,120
					0.0%	13.2%	-	13.2%	0.0%	-29.2%	-	-29.2%
合計	1,426	8,909,329	210,908	8,698,421	1,583	7,954,354	100,913	7,853,441	1,869	9,395,570	99,032	9,296,538
					11.0%	-10.7%	-52.2%	-9.7%	18.1%	18.1%	-1.9%	18.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	763	6,369,438	87,813	6,281,625	833	6,694,279	57,683	6,636,595	945	8,161,999	112,717	8,049,282
臺中市	147	294,115	269	293,846	164	317,854	504	317,350	177	353,703	1,194	352,508
基隆市	26	146,545	0	146,545	25	71,825	0	71,825	27	77,058	0	77,058
臺南市	138	348,770	228	348,542	150	384,785	29	384,756	171	467,435	58	467,377
高雄市	144	970,477	0	970,477	151	1,530,761	0	1,530,761	181	1,384,355	2,920	1,381,435
新北市	339	1,311,191	0	1,311,191	379	1,401,869	615	1,401,254	444	1,708,371	355	1,708,016
宜蘭縣	44	220,337	0	220,337	47	202,646	0	202,646	51	237,729	0	237,729
桃園縣	95	423,890	0	423,890	102	459,303	0	459,303	119	458,920	0	458,920
嘉義市	9	3,690	0	3,690	10	10,241	0	10,241	12	12,912	0	12,912
新竹縣	27	66,790	0	66,790	27	53,543	0	53,543	30	52,922	0	52,922
苗栗縣	42	76,558	0	76,558	47	102,504	0	102,504	50	106,000	0	106,000
南投縣	24	20,612	0	20,612	27	42,243	0	42,243	31	62,064	0	62,064
彰化縣	76	51,097	0	51,097	82	119,544	0	119,544	89	78,979	0	78,979
新竹市	27	12,700	0	12,700	33	14,880	0	14,880	38	27,526	0	27,526
雲林縣	35	25,223	0	25,223	37	32,294	0	32,294	41	40,265	0	40,265
嘉義縣	22	15,300	0	15,300	28	22,782	0	22,782	28	29,580	0	29,580
屏東縣	51	114,716	0	114,716	60	124,781	0	124,781	63	147,064	0	147,064
花蓮縣	22	29,796	0	29,796	23	30,842	0	30,842	28	32,343	0	32,343
臺東縣	70	20,234	0	20,234	81	19,788	0	19,788	92	20,932	0	20,932
金門縣	6	12,064	0	12,064	9	7,327	0	7,327	9	9,357	0	9,357
澎湖縣	4	6,365	0	6,365	5	5,932	0	5,932	6	7,926	0	7,926
連江縣	0	0	0	0	2	6,272	0	6,272	3	10,073	0	10,073
合計	2,111	10,539,908	88,310	10,451,599	2,322	11,656,296	58,832	11,597,465	2,635	13,487,513	117,245	13,370,268

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	606	765,224	0	765,224	652	902,436	2,351	900,085	741	1,003,930	354	1,003,575
	15.6%	22.8%	-100.0%	23.0%	7.6%	17.9%	-	17.6%	13.7%	11.2%	-84.9%	11.5%
0.1-1百萬元	782	1,843,824	31,885	1,811,939	892	2,153,043	27,222	2,125,822	1,046	2,564,011	14,981	2,549,030
	12.0%	10.5%	86.8%	9.7%	14.1%	16.8%	-14.6%	17.3%	17.3%	19.1%	-45.0%	19.9%
1-5百萬元	493	3,842,454	33,188	3,809,266	530	4,217,840	16,557	4,201,283	589	4,537,168	57,815	4,479,352
	13.1%	9.4%	-43.4%	10.3%	7.5%	9.8%	-50.1%	10.3%	11.1%	7.6%	249.2%	6.6%
5-10百萬元	141	1,835,794	3,554	1,832,240	149	1,752,546	3,246	1,749,300	156	1,997,628	2,851	1,994,777
	6.0%	5.0%	-12.2%	5.1%	5.7%	-4.5%	-8.7%	-4.5%	4.7%	14.0%	-12.2%	14.0%
10-20百萬元	48	558,597	13,057	545,540	55	808,129	3,604	804,525	56	757,205	40,749	716,456
	11.6%	32.7%	38.7%	32.5%	14.6%	44.7%	-72.4%	47.5%	1.8%	-6.3%	1030.7%	-10.9%
20-30百萬元	14	176,106	0	176,106	15	172,311	0	172,311	18	184,272	211	184,061
	0.0%	42.5%	-	42.5%	7.1%	-2.2%	-	-2.2%	20.0%	6.9%	-	6.8%
30-40百萬元	7	729,130	6,626	722,505	8	807,616	5,293	802,323	8	652,204	283	651,921
	0.0%	-7.9%	-28.3%	-7.6%	14.3%	10.8%	-20.1%	11.0%	0.0%	-19.2%	-94.7%	-18.7%
40-50百萬元	2	8,386	0	8,386	2	10,887	0	10,887	2	12,343	0	12,343
	100.0%	-11.2%	-	-11.2%	0.0%	29.8%	-	29.8%	0.0%	13.4%	-	13.4%
50-60百萬元	7	92,834	0	92,834	7	307,150	0	307,150	7	268,848	0	268,848
	75.0%	8.6%	-	8.6%	0.0%	230.9%	-	230.9%	0.0%	-12.5%	-	-12.5%
60-80百萬元	3	7,406	0	7,406	3	9,697	558	9,139	2	993	0	993
	0.0%	49.5%	-	49.5%	0.0%	30.9%	-	23.4%	-33.3%	-89.8%	-100.0%	-89.1%
0.8-1億元	1	8,752	0	8,752	1	3,114	0	3,114	1	1,102	0	1,102
	0.0%	-43.9%	-	-43.9%	0.0%	-64.4%	-	-64.4%	0.0%	-64.6%	-	-64.6%
1-2億元	3	258,719	0	258,719	4	98,238	0	98,238	4	271,518	0	271,518
	50.0%	285.2%	-	285.2%	33.3%	-62.0%	-	-62.0%	0.0%	176.4%	-	176.4%
2億元以上	4	412,683	0	412,683	4	413,288	0	413,288	5	1,236,292	0	1,236,292
	33.3%	27.3%	-	27.3%	0.0%	0.1%	-	0.1%	25.0%	199.1%	-	199.1%
合計	2,111	10,539,908	88,310	10,451,599	2,322	11,656,296	58,832	11,597,465	2,635	13,487,513	117,245	13,370,268
	12.9%	12.2%	-10.8%	12.4%	10.0%	10.6%	-33.4%	11.0%	13.5%	15.7%	99.3%	15.3%

文化資產應用及展演設施產業

文化資產應用及展演設施產業2008～2013年家數與營業額

文化資產應用及展演設施產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
903111	劇院、劇場經營	7	8,916	0	8,916	7	21,600	0	21,600	7	22,860	0	22,860
						0.0%	142.3%	-	142.3%	0.0%	5.8%	-	5.8%
903112	音樂廳、音樂展演空間經營	12	445,686	0	445,686	9	480,729	0	480,729	8	192,597	0	192,597
						-25.0%	7.9%	-	7.9%	-11.1%	-59.9%	-	-59.9%
903199	其他藝術表演場所經營	15	28,437	0	28,437	20	49,153	1,022	48,132	28	83,950	1,514	82,436
						33.3%	72.9%	-	69.3%	40.0%	70.8%	48.1%	71.3%
910399	其他博物館、歷史遺址及其他類似機構	17	93,748	0	93,748	19	146,394	0	146,394	19	175,618	0	175,618
						11.8%	56.2%	-	56.2%	0.0%	20.0%	-	20.0%
合計		51	576,787	0	576,787	55	697,877	1,022	696,855	62	475,025	1,514	473,511
						7.8%	21.0%	-	20.8%	12.7%	-31.9%	48.1%	-32.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

文化資產應用及展演設施產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	9	47,821	0	47,821	8	6,272	24	6,248	10	28,915	1,514	27,401
					-11.1%	-86.9%	-	-86.9%	25.0%	361.0%	6134.8%	338.6%
1-2年	2	10,324	0	10,324	8	91,243	0	91,243	8	17,255	0	17,255
					300.0%	783.8%	-	783.8%	0.0%	-81.1%	-	-81.1%
2-3年	10	32,351	0	32,351	2	37,842	0	37,842	7	72,970	0	72,970
					-80.0%	17.0%	-	17.0%	250.0%	92.8%	-	92.8%
3-4年	5	7,147	0	7,147	9	31,798	0	31,798	2	48,841	0	48,841
					80.0%	344.9%	-	344.9%	-77.8%	53.6%	-	53.6%
4-5年	6	7,421	0	7,421	5	2,967	0	2,967	8	34,384	0	34,384
					-16.7%	-60.0%	-	-60.0%	60.0%	1058.7%	-	1058.7%
5-10年	10	196,629	0	196,629	15	196,905	0	196,905	16	229,220	0	229,220
					50.0%	0.1%	-	0.1%	6.7%	16.4%	-	16.4%
10-20年	7	263,981	0	263,981	5	319,735	998	318,738	8	21,859	0	21,859
					-28.6%	21.1%	-	20.7%	60.0%	-93.2%	-100.0%	-93.1%
20年以上	2	11,113	0	11,113	3	11,114	0	11,114	3	21,581	0	21,581
					50.0%	0.0%	-	0.0%	0.0%	94.2%	-	94.2%
合計	51	576,787	0	576,787	55	697,877	1,022	696,855	62	475,025	1,514	473,511
					7.8%	21.0%	-	20.8%	12.7%	-31.9%	48.1%	-32.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

文化資產應用及展演設施產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
903111	劇院、劇場經營	7	18,494	0	18,494	6	11,013	0	11,013	6	46,882	0	46,882
		0.0%	-19.1%	-	-19.1%	-14.3%	-40.5%	-	-40.5%	0.0%	325.7%	-	325.7%
903112	音樂廳、音樂展演空間經營	8	808,439	0	808,439	8	625,156	0	625,156	20	469,664	0	469,664
		0.0%	319.8%	-	319.8%	0.0%	-22.7%	-	-22.7%	150.0%	-24.9%	-	-24.9%
903199	其他藝術表演場所經營	45	98,266	349	97,917	63	112,174	6,498	105,677	72	147,825	0	147,825
		60.7%	17.1%	-77.0%	18.8%	40.0%	14.2%	1764.0%	7.9%	14.3%	31.8%	-100.0%	39.9%
910399	其他博物館、歷史遺址及其他類似機構	20	249,931	0	249,931	26	262,096	0	262,096	29	284,965	0	284,965
		5.3%	42.3%	-	42.3%	30.0%	4.9%	-	4.9%	11.5%	8.7%	-	8.7%
合計		80	1,175,130	349	1,174,781	103	1,010,439	6,498	1,003,941	127	949,336	0	949,336
		29.0%	147.4%	-77.0%	148.1%	28.8%	-14.0%	1764.0%	-14.5%	23.3%	-6.0%	-100.0%	-5.4%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	17	6,865	0	6,865	25	18,046	0	18,046	30	30,654	0	30,654
	70.0%	-76.3%	-100.0%	-74.9%	47.1%	162.9%	-	162.9%	20.0%	69.9%	-	69.9%
1-2年	11	34,633	349	34,284	16	36,454	0	36,454	25	47,701	0	47,701
	37.5%	100.7%	-	98.7%	45.5%	5.3%	-100.0%	6.3%	56.3%	30.9%	-	30.9%
2-3年	9	32,701	0	32,701	10	34,586	5,393	29,193	14	19,407	0	19,407
	28.6%	-55.2%	-	-55.2%	11.1%	5.8%	-	-10.7%	40.0%	-43.9%	-100.0%	-33.5%
3-4年	6	65,452	0	65,452	9	33,245	0	33,245	10	30,769	0	30,769
	200.0%	34.0%	-	34.0%	50.0%	-49.2%	-	-49.2%	11.1%	-7.4%	-	-7.4%
4-5年	2	107,552	0	107,552	6	67,270	0	67,270	7	31,787	0	31,787
	-75.0%	212.8%	-	212.8%	200.0%	-37.5%	-	-37.5%	16.7%	-52.7%	-	-52.7%
5-10年	24	277,861	0	277,861	23	168,232	1,105	167,127	22	218,703	0	218,703
	50.0%	21.2%	-	21.2%	-4.2%	-39.5%	-	-39.9%	-4.3%	30.0%	-100.0%	30.9%
10-20年	7	630,352	0	630,352	10	642,712	0	642,712	15	294,301	0	294,301
	-12.5%	2783.7%	-	2783.7%	42.9%	2.0%	-	2.0%	50.0%	-54.2%	-	-54.2%
20年以上	4	19,713	0	19,713	4	9,893	0	9,893	4	276,015	0	276,015
	33.3%	-8.7%	-	-8.7%	0.0%	-49.8%	-	-49.8%	0.0%	2690.0%	-	2690.0%
合計	80	1,175,130	349	1,174,781	103	1,010,439	6,498	1,003,941	127	949,336	0	949,336
	29.0%	147.4%	-77.0%	148.1%	28.8%	-14.0%	1764.0%	-14.5%	23.3%	-6.0%	-100.0%	-5.4%

文化資產應用及展演設施產業

文化資產應用及展演設施產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	19	510,152	0	510,152	19	595,384	1,022	594,362	24	331,555	0	331,555
臺中市	3	6,690	0	6,690	4	5,304	0	5,304	6	23,244	1,514	21,730
基隆市	0	0	0	0	1	13	0	13	2	3,677	0	3,677
臺南市	5	25,675	0	25,675	5	53,426	0	53,426	5	67,066	0	67,066
高雄市	8	10,657	0	10,657	8	10,343	0	10,343	8	13,683	0	13,683
新北市	7	14,577	0	14,577	7	10,005	0	10,005	7	13,627	0	13,627
宜蘭縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
桃園縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
嘉義市	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
新竹縣	1	129	0	129	1	80	0	80	1	19	0	19
苗栗縣	2	5,141	0	5,141	2	16,799	0	16,799	2	12,315	0	12,315
南投縣	0	0	0	0	1	3,576	0	3,576	1	6,517	0	6,517
彰化縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
新竹市	1	114	0	114	1	1,262	0	1,262	1	742	0	742
雲林縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
嘉義縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
屏東縣	3	3,104	0	3,104	3	981	0	981	3	1,213	0	1,213
花蓮縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
臺東縣	1	0	0	0	2	157	0	157	1	818	0	818
金門縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
澎湖縣	1	549	0	549	1	549	0	549	1	549	0	549
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	51	576,787	0	576,787	55	697,877	1,022	696,855	62	475,025	1,514	473,511

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

文化資產應用及展演設施產業2008～2013年資本結構

資本結構	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	15	284,894	0	284,894	18	345,759	0	345,759	19	34,847	0	34,847
					20.0%	21.4%	-	21.4%	5.6%	-89.9%	-	-89.9%
0.1-1百萬元	13	13,308	0	13,308	14	14,496	0	14,496	17	20,064	0	20,064
					7.7%	8.9%	-	8.9%	21.4%	38.4%	-	38.4%
1-5百萬元	10	30,043	0	30,043	10	20,078	24	20,054	12	53,724	0	53,724
					0.0%	-33.2%	-	-33.2%	20.0%	167.6%	-100.0%	167.9%
5-10百萬元	5	8,748	0	8,748	5	28,907	998	27,910	4	11,726	0	11,726
					0.0%	230.4%	-	219.0%	-20.0%	-59.4%	-100.0%	-58.0%
10-20百萬元	1	1,182	0	1,182	1	964	0	964	1	1,124	0	1,124
					0.0%	-18.4%	-	-18.4%	0.0%	16.5%	-	16.5%
20-30百萬元	1	166,765	0	166,765	1	155,384	0	155,384	2	190,291	1,514	188,777
					0.0%	-6.8%	-	-6.8%	100.0%	22.5%	-	21.5%
30-40百萬元	2	16,414	0	16,414	2	41,679	0	41,679	2	51,067	0	51,067
					0.0%	153.9%	-	153.9%	0.0%	22.5%	-	22.5%
40-50百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	1	11,626	0	11,626
					-	-	-	-	-	-	-	-
50-60百萬元	2	50,531	0	50,531	2	74,052	0	74,052	2	86,833	0	86,833
					0.0%	46.5%	-	46.5%	0.0%	17.3%	-	17.3%
60-80百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
0.8-1億元	1	4,853	0	4,853	1	16,511	0	16,511	1	12,027	0	12,027
					0.0%	240.2%	-	240.2%	0.0%	-27.2%	-	-27.2%
1-2億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
2億元以上	1	48	0	48	1	48	0	48	1	1,696	0	1,696
					0.0%	0.0%	-	0.0%	0.0%	3462.0%	-	3462.0%
合計	51	576,787	0	576,787	55	697,877	1,022	696,855	62	475,025	1,514	473,511
					7.8%	21.0%	-	20.8%	12.7%	-31.9%	48.1%	-32.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	25	927,857	0	927,857	26	731,758	1,105	730,654	38	592,059	0	592,059
臺中市	7	32,492	349	32,144	10	20,489	5,393	15,096	8	13,819	0	13,819
基隆市	2	10,624	0	10,624	2	9,932	0	9,932	3	10,413	0	10,413
臺南市	6	128,139	0	128,139	8	140,603	0	140,603	11	129,376	0	129,376
高雄市	11	29,778	0	29,778	14	42,319	0	42,319	15	53,936	0	53,936
新北市	9	15,969	0	15,969	13	24,993	0	24,993	19	64,197	0	64,197
宜蘭縣	0	0	0	0	1	4,665	0	4,665	1	8,540	0	8,540
桃園縣	2	482	0	482	3	1,959	0	1,959	4	3,315	0	3,315
嘉義市	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
新竹縣	4	9,369	0	9,369	4	6,786	0	6,786	3	8,012	0	8,012
苗栗縣	2	6,408	0	6,408	2	1,295	0	1,295	2	39,166	0	39,166
南投縣	3	10,477	0	10,477	4	19,646	0	19,646	3	14,278	0	14,278
彰化縣	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
新竹市	2	742	0	742	4	1,177	0	1,177	5	3,734	0	3,734
雲林縣	0	0	0	0	2	1,201	0	1,201	2	2,114	0	2,114
嘉義縣	0	0	0	0	0	0	0	0	1	263	0	263
屏東縣	4	1,425	0	1,425	5	1,675	0	1,675	5	1,402	0	1,402
花蓮縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
臺東縣	2	818	0	818	3	1,138	0	1,138	3	1,739	0	1,739
金門縣	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
澎湖縣	1	549	0	549	2	801	0	801	2	2,975	0	2,975
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	80	1,175,130	349	1,174,781	103	1,010,439	6,498	1,003,941	127	949,336	0	949,336

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	27	659,268	0	659,268	33	538,541	0	538,541	35	382,744	0	382,744
	42.1%	1791.9%	-	1791.9%	22.2%	-18.3%	-	-18.3%	6.1%	-28.9%	-	-28.9%
0.1-1百萬元	23	36,739	0	36,739	30	38,497	0	38,497	41	60,305	0	60,305
	35.3%	83.1%	-	83.1%	30.4%	4.8%	-	4.8%	36.7%	56.6%	-	56.6%
1-5百萬元	15	66,781	0	66,781	23	68,525	1,105	67,420	29	79,098	0	79,098
	25.0%	24.3%	-	24.3%	53.3%	2.6%	-	1.0%	26.1%	15.4%	-100.0%	17.3%
5-10百萬元	3	9,903	0	9,903	5	7,532	0	7,532	7	22,405	0	22,405
	-25.0%	-15.5%	-	-15.5%	66.7%	-23.9%	-	-23.9%	40.0%	197.5%	-	197.5%
10-20百萬元	2	530	0	530	1	648	0	648	2	3,782	0	3,782
	100.0%	-52.8%	-	-52.8%	-50.0%	22.1%	-	22.1%	100.0%	484.0%	-	484.0%
20-30百萬元	2	204,234	349	203,886	2	185,822	5,393	180,429	4	200,178	0	200,178
	0.0%	7.3%	-77.0%	8.0%	0.0%	-9.0%	1447.1%	-11.5%	100.0%	7.7%	-100.0%	10.9%
30-40百萬元	3	112,578	0	112,578	3	106,944	0	106,944	2	94,135	0	94,135
	50.0%	120.5%	-	120.5%	0.0%	-5.0%	-	-5.0%	-33.3%	-12.0%	-	-12.0%
40-50百萬元	1	577	0	577	1	0	0	0	1	764	0	764
	0.0%	-95.0%	-	-95.0%	0.0%	-100.0%	-	-100.0%	0.0%	-	-	-
50-60百萬元	2	78,397	0	78,397	2	62,781	0	62,781	2	66,156	0	66,156
	0.0%	-9.7%	-	-9.7%	0.0%	-19.9%	-	-19.9%	0.0%	5.4%	-	5.4%
60-80百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0.8-1億元	1	6,120	0	6,120	1	1,007	0	1,007	1	38,878	0	38,878
	0.0%	-49.1%	-	-49.1%	0.0%	-83.6%	-	-83.6%	0.0%	3762.0%	-	3762.0%
1-2億元	0	0	0	0	1	0	0	0	1	419	0	419
	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0%	-	-	-
2億元以上	1	0	0	0	1	143	0	143	1	471	0	471
	0.0%	-100.0%	-	-100.0%	0.0%	-	-	-	0.0%	229.7%	-	229.7%
合計	80	1,175,130	349	1,174,781	103	1,010,439	6,498	1,003,941	127	949,336	0	949,336
	29.0%	147.4%	-77.0%	148.1%	28.8%	-14.0%	1764.0%	-14.5%	23.3%	-6.0%	-100.0%	-5.4%

工藝產業

工藝產業2008～2013年家數與營業額

工藝產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
140912	雕刻木製品製造	1,586	12,104,208	1,486,601	10,617,607	1,503	9,513,375	1,107,466	8,405,909	1,469	11,829,138	1,240,482	10,588,656
						-5.2%	-21.4%	-25.5%	-20.8%	-2.3%	24.3%	12.0%	26.0%
231911	玻璃擺飾品製造	58	560,978	108,802	452,176	55	454,245	63,285	390,961	52	469,864	43,885	425,979
						-5.2%	-19.0%	-41.8%	-13.5%	-5.5%	3.4%	-30.7%	9.0%
232912	陶瓷裝飾品燒製	118	970,156	139,450	830,705	112	798,455	128,302	670,153	113	1,037,177	121,881	915,297
						-5.1%	-17.7%	-8.0%	-19.3%	0.9%	29.9%	-5.0%	36.6%
232999	未分類其他陶瓷製品製造	207	12,256,818	939,284	11,317,533	210	8,264,326	1,036,273	7,228,054	221	8,831,102	998,838	7,832,264
						1.4%	-32.6%	10.3%	-36.1%	5.2%	6.9%	-3.6%	8.4%
339112	珠寶及貴金屬飾物製造	18	1,598,961	11,243	1,587,718	17	1,331,911	17,956	1,313,955	16	1,704,161	10,174	1,693,987
						-5.6%	-16.7%	59.7%	-17.2%	-5.9%	27.9%	-43.3%	28.9%
339113	金屬飾物製造	273	4,292,805	1,778,613	2,514,192	260	3,483,810	1,522,610	1,961,200	253	4,525,607	1,653,035	2,872,572
						-4.8%	-18.8%	-14.4%	-22.0%	-2.7%	29.9%	8.6%	46.5%
339199	其他珠寶及金工製品製造	203	2,427,020	948,210	1,478,809	193	1,157,314	196,553	960,761	195	1,738,270	153,723	1,584,547
						-4.9%	-52.3%	-79.3%	-35.0%	1.0%	50.2%	-21.8%	64.9%
339919	手工藝品製造	257	1,765,014	745,428	1,019,586	264	1,342,490	528,733	813,757	263	1,609,684	609,167	1,000,517
						2.7%	-23.9%	-29.1%	-20.2%	-0.4%	19.9%	15.2%	23.0%
456611	金（銀）飾批發	958	11,961,842	3,941,832	8,020,010	979	32,507,534	25,379,638	7,127,896	1,003	47,106,356	38,966,627	8,139,729
						2.2%	171.8%	543.9%	-11.1%	2.5%	44.9%	53.5%	14.2%
456612	珠寶批發	267	2,163,325	163,302	2,000,023	265	2,333,966	154,144	2,179,823	263	2,681,966	164,532	2,517,434
						-0.7%	7.9%	-5.6%	9.0%	-0.8%	14.9%	6.7%	15.5%
469916	礦物（寶石、貴金屬除外）批發；貝殼或石品、玩賞石、水晶、天珠等	178	837,503	81,774	755,730	165	723,320	75,529	647,791	158	770,551	81,483	689,068
						-7.3%	-13.6%	-7.6%	-14.3%	-4.2%	6.5%	7.9%	6.4%
469917	手工藝品批發	689	8,285,109	3,103,413	5,181,696	675	7,392,709	2,721,701	4,671,008	674	8,708,798	2,808,041	5,900,757
						-2.0%	-10.8%	-12.3%	-9.9%	-0.1%	17.8%	3.2%	26.3%
474511	金（銀）飾零售	4,148	36,450,763	243,068	36,207,695	4,078	27,144,757	358,682	26,786,075	4,033	53,495,238	198,404	53,296,834
						-1.7%	-25.5%	47.6%	-26.0%	-1.1%	97.1%	-44.7%	99.0%
474512	珠寶零售	1,170	4,609,667	195,772	4,413,895	1,152	5,177,448	233,247	4,944,201	1,382	5,634,502	169,100	5,465,402
						-1.5%	12.3%	19.1%	12.0%	20.0%	8.8%	-27.5%	10.5%
485216	礦物（寶石、貴金屬除外）零售；貝殼或石品、玩賞石、水晶、天珠等	635	1,574,141	64,610	1,509,531	643	1,594,168	65,607	1,528,561	644	1,973,011	88,901	1,884,110
						1.3%	1.3%	1.5%	1.3%	0.2%	23.8%	35.5%	23.3%
485217	手工藝品零售	1,766	5,938,710	2,010,445	3,928,264	1,763	5,288,933	1,384,245	3,904,689	1,819	6,116,116	1,757,644	4,358,472
						-0.2%	-10.9%	-31.1%	-0.6%	3.2%	15.6%	27.0%	11.6%
857216	手工藝教學	8	13,483	0	13,483	12	10,291	0	10,291	21	16,156	0	16,156
						50.0%	-23.7%	-	-23.7%	75.0%	57.0%	-	57.0%
901017	工藝品創作	3	3,299	0	3,299	3	4,705	0	4,705	3	3,159	0	3,159
						0.0%	42.6%	-	42.6%	0.0%	-32.9%	-	-32.9%
合計		12,542	107,813,801	15,961,848	91,851,953	12,349	108,523,757	34,973,969	73,549,788	12,582	158,250,858	49,065,918	109,184,940
						-1.5%	0.7%	119.1%	-19.9%	1.9%	45.8%	40.3%	48.5%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

工藝產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	486	3,892,318	2,623,858	1,268,460	515	5,257,208	4,662,429	594,779	575	29,270,059	28,387,365	882,693
					6.0%	35.1%	77.7%	-53.1%	11.7%	456.8%	508.9%	48.4%
1-2年	543	1,856,457	214,861	1,641,596	486	20,892,097	19,202,389	1,689,708	765	12,090,570	9,781,982	2,308,588
					-10.5%	1025.4%	8837.1%	2.9%	57.4%	-42.1%	-49.1%	36.6%
2-3年	544	2,432,792	82,115	2,350,677	481	1,635,529	127,100	1,508,429	435	1,737,641	27,898	1,709,743
					-11.6%	-32.8%	54.8%	-35.8%	-9.6%	6.2%	-78.1%	13.3%
3-4年	609	1,709,124	98,999	1,610,125	478	3,283,181	1,055,845	2,227,336	430	2,185,718	210,782	1,974,936
					-21.5%	92.1%	966.5%	38.3%	-10.0%	-33.4%	-80.0%	-11.3%
4-5年	490	2,567,262	104,171	2,463,091	546	1,491,707	102,612	1,389,095	442	2,788,769	113,586	2,675,183
					11.4%	-41.9%	-1.5%	-43.6%	-19.0%	87.0%	10.7%	92.6%
5-10年	1,780	12,143,093	948,177	11,194,916	1,780	10,775,781	595,360	10,180,420	1,827	11,781,718	676,495	11,105,223
					0.0%	-11.3%	-37.2%	-9.1%	2.6%	9.3%	13.6%	9.1%
10-20年	3,875	49,447,465	2,523,682	46,923,783	3,794	22,986,327	1,849,205	21,137,122	3,756	23,609,828	1,974,246	21,635,582
					-2.1%	-53.5%	-26.7%	-55.0%	-1.0%	2.7%	6.8%	2.4%
20年以上	4,212	33,763,836	9,365,985	24,397,852	4,267	42,197,829	7,379,029	34,818,799	4,350	74,784,441	7,893,563	66,890,878
					1.3%	25.0%	-21.2%	42.7%	1.9%	77.2%	7.0%	92.1%
未知	3	1,453	0	1,453	2	4,098	0	4,098	2	2,114	0	2,114
					-33.3%	182.1%	-	182.1%	0.0%	-48.4%	-	-48.4%
合計	12,542	107,813,801	15,961,848	91,851,953	12,349	108,523,757	34,973,969	73,549,788	12,582	158,250,858	49,065,918	109,184,940
					-1.5%	0.7%	119.1%	-19.9%	1.9%	45.8%	40.3%	48.5%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

工藝產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
140912	雕刻木製品製造	1,451	12,461,833	1,183,633	11,278,200	1,430	12,016,245	1,247,375	10,768,870	1,401	12,870,549	1,229,704	11,640,845
		-1.2%	5.3%	-4.6%	6.5%	-1.4%	-3.6%	5.4%	-4.5%	-2.0%	7.1%	-1.4%	8.1%
231911	玻璃擺飾品製造	57	661,927	44,812	617,116	58	580,831	48,136	532,695	54	594,994	36,323	558,671
		9.6%	40.9%	2.1%	44.9%	1.8%	-12.3%	7.4%	-13.7%	-6.9%	2.4%	-24.5%	4.9%
232912	陶瓷裝飾品燒製	112	1,000,041	211,986	788,055	107	1,022,901	186,056	836,845	103	1,009,636	155,033	854,603
		-0.9%	-3.6%	73.9%	-13.9%	-4.5%	2.3%	-12.2%	6.2%	-3.7%	-1.3%	-16.7%	2.1%
232999	未分類其他陶瓷製品製造	235	9,896,179	1,040,767	8,855,412	226	9,256,730	870,034	8,386,696	238	9,508,898	815,802	8,693,096
		6.3%	12.1%	4.2%	13.1%	-3.8%	-6.5%	-16.4%	-5.3%	5.3%	2.7%	-6.2%	3.7%
339112	珠寶及貴金屬飾物製造	19	2,737,329	13,851	2,723,478	19	3,676,086	23,036	3,653,050	31	5,040,666	18,922	5,021,744
		18.8%	60.6%	36.1%	60.8%	0.0%	34.3%	66.3%	34.1%	63.2%	37.1%	-17.9%	37.5%
339113	金屬飾物製造	252	4,051,899	1,517,042	2,534,858	248	3,815,331	1,505,839	2,309,492	240	3,499,305	1,235,926	2,263,379
		-0.4%	-10.5%	-8.2%	-11.8%	-1.6%	-5.8%	-0.7%	-8.9%	-3.2%	-8.3%	-17.9%	-2.0%
339199	其他珠寶及金工製品製造	195	1,929,685	174,756	1,754,929	197	3,660,405	1,547,732	2,112,673	193	3,926,844	2,616,798	1,310,045
		0.0%	11.0%	13.7%	10.8%	1.0%	89.7%	785.7%	20.4%	-2.0%	7.3%	69.1%	-38.0%
339919	手工藝品製造	257	1,520,527	568,196	952,330	255	1,468,834	567,679	901,155	254	1,429,788	581,156	848,631
		-2.3%	-5.5%	-6.7%	-4.8%	-0.8%	-3.4%	-0.1%	-5.4%	-0.4%	-2.7%	2.4%	-5.8%
456611	金（銀）飾批發	1,059	60,762,487	50,213,162	10,549,325	1,165	24,481,570	11,455,982	13,025,588	1,146	17,006,736	1,577,554	15,429,182
		5.6%	29.0%	28.9%	29.6%	10.0%	-59.7%	-77.2%	23.5%	-1.6%	-30.5%	-86.2%	18.5%
456612	珠寶批發	265	3,945,651	194,976	3,750,674	272	8,571,916	4,359,965	4,211,951	292	3,628,805	278,662	3,350,143
		0.8%	47.1%	18.5%	49.0%	2.6%	117.2%	2136.2%	12.3%	7.4%	-57.7%	-93.6%	-20.5%
469916	礦物（寶石、貴金屬除外）批發：貝殼款石品、玩賞石、水晶、天珠等	161	864,713	101,666	763,047	166	1,173,106	80,751	1,092,354	187	1,518,606	70,920	1,447,686
		1.9%	12.2%	24.8%	10.7%	3.1%	35.7%	-20.6%	43.2%	12.7%	29.5%	-12.2%	32.5%
469917	手工藝品批發	655	9,712,238	2,704,180	7,008,058	630	8,576,534	2,366,862	6,209,672	605	8,045,104	2,197,370	5,847,734
		-2.8%	11.5%	-3.7%	18.8%	-3.8%	-11.7%	-12.5%	-11.4%	-4.0%	-6.2%	-7.2%	-5.8%
474511	金（銀）飾零售	4,041	25,543,938	238,884	25,305,055	4,009	19,965,023	212,431	19,752,592	3,882	21,136,469	174,716	20,961,753
		0.2%	-52.3%	20.4%	-52.5%	-0.8%	-21.8%	-11.1%	-21.9%	-3.2%	5.9%	-17.8%	6.1%
474512	珠寶零售	1,393	6,996,533	196,527	6,800,006	1,401	8,520,057	120,150	8,399,907	1,427	10,583,637	112,952	10,470,685
		0.8%	24.2%	16.2%	24.4%	0.6%	21.8%	-38.9%	23.5%	1.9%	24.2%	-6.0%	24.7%
485216	礦物（寶石、貴金屬除外）零售：貝殼款石品、玩賞石、水晶、天珠等	714	3,539,676	67,076	3,472,600	746	5,280,719	103,999	5,176,720	778	6,071,843	71,914	5,999,929
		10.9%	79.4%	-24.5%	84.3%	4.5%	49.2%	55.0%	49.1%	4.3%	15.0%	-30.9%	15.9%
485217	手工藝品零售	1,856	7,864,006	3,330,212	4,533,795	1,910	7,607,001	3,249,156	4,357,845	1,963	7,113,000	2,678,905	4,434,095
		2.0%	28.6%	89.5%	4.0%	2.9%	-3.3%	-2.4%	-3.9%	2.8%	-6.5%	-17.6%	1.7%
857216	手工藝教學	27	24,182	0	24,182	32	38,874	0	38,874	42	32,742	0	32,742
		28.6%	49.7%	-	49.7%	18.5%	60.8%	-	60.8%	31.3%	-15.8%	-	-15.8%
901017	工藝品創作	3	3,649	0	3,649	4	3,585	0	3,585	17	6,765	0	6,765
		0.0%	15.5%	-	15.5%	33.3%	-1.8%	-	-1.8%	325.0%	88.7%	-	88.7%
合計		12,752	153,516,494	61,801,725	91,714,769	12,875	119,715,746	27,945,181	91,770,564	12,853	113,024,388	13,852,658	99,171,729
		1.4%	-3.0%	26.0%	-16.0%	1.0%	-22.0%	-54.8%	0.1%	-0.2%	-5.6%	-50.4%	8.1%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	657	52,872,536	49,103,277	3,769,259	625	10,105,211	7,224,489	2,880,721	577	1,695,297	297,535	1,397,762
	14.3%	80.6%	73.0%	327.0%	-4.9%	-80.9%	-85.3%	-23.6%	-7.7%	-83.2%	-95.9%	-51.5%
1-2年	571	4,547,562	74,744	4,472,818	629	14,670,355	7,562,618	7,107,737	626	9,138,917	114,820	9,024,098
	-25.4%	-62.4%	-99.2%	93.7%	10.2%	222.6%	10018.0%	58.9%	-0.5%	-37.7%	-98.5%	27.0%
2-3年	708	4,994,624	205,849	4,788,775	520	6,225,999	94,209	6,131,790	542	7,090,746	37,601	7,053,145
	62.8%	187.4%	637.9%	180.1%	-26.6%	24.7%	-54.2%	28.0%	4.2%	13.9%	-60.1%	15.0%
3-4年	395	2,259,262	62,193	2,197,069	661	5,337,613	201,110	5,136,503	473	6,957,641	50,039	6,907,601
	-8.1%	3.4%	-70.5%	11.2%	67.3%	136.3%	223.4%	133.8%	-28.4%	30.4%	-75.1%	34.5%
4-5年	387	2,298,164	240,325	2,057,840	373	2,393,335	16,512	2,376,823	628	3,994,708	194,230	3,800,478
	-12.4%	-17.6%	111.6%	-23.1%	-3.6%	4.1%	-93.1%	15.5%	68.4%	66.9%	1076.3%	59.9%
5-10年	1,886	12,163,518	709,982	11,453,536	1,884	12,834,466	710,375	12,124,092	1,820	13,597,606	641,437	12,956,169
	3.2%	3.2%	5.0%	3.1%	-0.1%	5.5%	0.1%	5.9%	-3.4%	5.9%	-9.7%	6.9%
10-20年	3,267	25,756,734	1,919,743	23,836,991	3,007	26,127,134	2,656,160	23,470,974	2,874	25,387,850	1,554,186	23,833,664
	-13.0%	9.1%	-2.8%	10.2%	-8.0%	1.4%	38.4%	-1.5%	-4.4%	-2.8%	-41.5%	1.5%
20年以上	4,879	48,623,167	9,485,612	39,137,555	5,175	42,021,418	9,479,709	32,541,709	5,311	45,161,512	10,962,811	34,198,702
	12.2%	-35.0%	20.2%	-41.5%	6.1%	-13.6%	-0.1%	-16.9%	2.6%	7.5%	15.6%	5.1%
未知	2	927	0	927	1	215	0	215	2	110	0	110
	0.0%	-56.1%	-	-56.1%	-50.0%	-76.8%	-	-76.8%	100.0%	-48.8%	-	-48.8%
合計	12,752	153,516,494	61,801,725	91,714,769	12,875	119,715,746	27,945,181	91,770,564	12,853	113,024,388	13,852,658	99,171,729
	1.4%	-3.0%	26.0%	-16.0%	1.0%	-22.0%	-54.8%	0.1%	-0.2%	-5.6%	-50.4%	8.1%

工藝產業

工藝產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	3,135	53,901,014	8,565,891	45,335,123	3,086	52,587,111	16,920,192	35,666,919	3,308	81,426,709	16,059,119	65,367,590
臺中市	1,660	7,707,768	1,217,990	6,489,778	1,614	6,516,805	1,128,828	5,387,977	1,612	7,458,364	1,191,447	6,266,916
基隆市	140	366,023	14,081	351,942	139	363,433	13,107	350,327	139	349,661	13,219	336,442
臺南市	831	2,750,990	160,211	2,590,779	829	2,726,689	922,003	1,804,686	826	4,534,533	2,194,983	2,339,549
高雄市	1,046	10,359,279	1,309,392	9,049,887	1,035	7,075,936	1,070,297	6,005,640	1,035	7,971,224	1,062,417	6,908,807
新北市	1,878	15,110,244	1,558,749	13,551,494	1,849	24,278,665	12,365,654	11,913,012	1,862	38,507,208	25,587,585	12,919,623
宜蘭縣	242	766,838	141,401	625,437	246	657,253	118,682	538,572	244	870,775	135,031	735,744
桃園縣	630	6,034,126	754,623	5,279,503	634	4,960,394	614,093	4,346,301	636	6,256,429	845,149	5,411,280
嘉義市	161	410,431	34,163	376,267	155	383,616	29,919	353,698	153	406,310	26,561	379,749
新竹縣	144	1,162,162	168,104	994,058	144	991,483	127,671	863,811	146	934,480	171,706	762,773
苗栗縣	274	634,618	52,261	582,358	263	540,579	45,315	495,263	255	629,847	49,141	580,705
南投縣	262	902,033	193,577	708,456	261	763,500	122,639	640,861	259	854,050	185,678	668,372
彰化縣	665	4,369,049	1,582,456	2,786,593	648	3,792,339	1,376,663	2,415,676	629	4,461,385	1,451,980	3,009,404
新竹市	233	695,744	127,787	567,957	227	550,755	94,487	456,268	238	632,304	68,547	563,756
雲林縣	215	547,713	62,699	485,014	201	402,557	9,967	392,590	200	458,214	7,853	450,361
嘉義縣	143	474,074	6,929	467,144	141	476,881	4,791	472,090	137	525,635	6,386	519,249
屏東縣	307	530,284	7,880	522,403	300	489,283	4,824	484,459	298	547,967	4,531	543,436
花蓮縣	302	654,973	3,654	651,319	310	584,937	4,838	580,099	330	715,730	3,786	711,944
臺東縣	97	207,475	0	207,475	100	170,548	0	170,548	105	462,381	796	461,585
金門縣	41	57,100	0	57,100	41	58,248	0	58,248	44	63,242	0	63,242
澎湖縣	132	168,952	0	168,952	122	149,832	0	149,832	122	181,501	0	181,501
連江縣	4	2,912	0	2,912	4	2,912	0	2,912	4	2,912	0	2,912
合計	12,542	107,813,801	15,961,848	91,851,953	12,349	108,523,757	34,973,969	73,549,788	12,582	158,250,858	49,065,918	109,184,940

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

工藝產業2008～2013年資本結構

資本結構	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	4,279	34,319,741	64,572	34,255,170	4,219	25,245,852	10,466	25,235,386	4,472	51,484,644	28,812	51,455,832
					-1.4%	-26.4%	-83.8%	-26.3%	6.0%	103.9%	175.3%	103.9%
0.1-1百萬元	4,410	8,897,013	187,195	8,709,818	4,390	8,774,729	916,806	7,857,923	4,413	10,835,789	2,169,218	8,666,572
					-0.5%	-1.4%	389.8%	-9.8%	0.5%	23.5%	136.6%	10.3%
1-5百萬元	1,751	11,039,654	3,239,637	7,800,017	1,692	24,328,842	17,701,726	6,627,117	1,693	44,737,170	36,513,694	8,223,476
					-3.4%	120.4%	446.4%	-15.0%	0.1%	83.9%	106.3%	24.1%
5-10百萬元	1,505	14,741,426	3,774,463	10,966,963	1,449	19,101,786	9,435,088	9,666,698	1,420	13,967,833	2,755,468	11,212,365
					-3.7%	29.6%	150.0%	-11.9%	-2.0%	-26.9%	-70.8%	16.0%
10-20百萬元	351	7,118,526	2,877,227	4,241,299	353	6,267,555	1,940,769	4,326,786	339	7,647,705	2,204,388	5,443,317
					0.6%	-12.0%	-32.5%	2.0%	-4.0%	22.0%	13.6%	25.8%
20-30百萬元	133	7,397,968	1,380,398	6,017,570	133	5,601,765	1,075,444	4,526,321	134	6,859,444	1,213,276	5,646,168
					0.0%	-24.3%	-22.1%	-24.8%	0.8%	22.5%	12.8%	24.7%
30-40百萬元	21	1,303,075	355,467	947,608	21	1,093,570	210,318	883,252	21	1,232,614	219,677	1,012,937
					0.0%	-16.1%	-40.8%	-6.8%	0.0%	12.7%	4.5%	14.7%
40-50百萬元	7	340,433	313,694	26,739	8	179,872	160,620	19,252	7	247,272	220,059	27,214
					14.3%	-47.2%	-48.8%	-28.0%	-12.5%	37.5%	37.0%	41.4%
50-60百萬元	16	1,748,525	513,749	1,234,775	17	1,284,656	381,374	903,282	17	2,281,596	635,521	1,646,076
					6.3%	-26.5%	-25.8%	-26.8%	0.0%	77.6%	66.6%	82.2%
60-80百萬元	13	1,687,989	234,136	1,453,854	15	1,734,572	236,416	1,498,156	14	2,381,339	365,104	2,016,234
					15.4%	2.8%	1.0%	3.0%	-6.7%	37.3%	54.4%	34.6%
0.8-1億元	10	418,687	129,534	289,153	8	375,636	89,213	286,422	8	949,699	94,231	855,469
					-20.0%	-10.3%	-31.1%	-0.9%	0.0%	152.8%	5.6%	198.7%
1-2億元	22	4,944,952	1,431,565	3,513,387	21	3,916,436	1,203,436	2,713,000	21	4,255,854	1,167,644	3,088,210
					-4.5%	-20.8%	-15.9%	-22.8%	0.0%	8.7%	-3.0%	13.8%
2億元以上	24	13,855,812	1,460,211	12,395,601	23	10,618,486	1,612,294	9,006,193	23	11,369,898	1,478,826	9,891,072
					-4.2%	-23.4%	10.4%	-27.3%	0.0%	7.1%	-8.3%	9.8%
合計	12,542	107,813,801	15,961,848	91,851,953	12,349	108,523,757	34,973,969	73,549,788	12,582	158,250,858	49,065,918	109,184,940
					-1.5%	0.7%	119.1%	-19.9%	1.9%	45.8%	40.3%	48.5%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	3,355	66,294,422	26,963,248	39,331,174	3,412	55,269,739	20,397,525	34,872,214	3,339	40,997,628	5,108,851	35,888,777
臺中市	1,612	8,268,089	1,202,689	7,065,400	1,644	7,995,098	1,300,325	6,694,773	1,602	8,266,540	1,263,573	7,002,967
基隆市	140	296,841	7,580	289,262	143	293,732	6,399	287,333	135	337,805	3,917	333,888
臺南市	832	2,300,296	168,122	2,132,174	823	2,217,731	141,072	2,076,660	827	2,255,108	136,226	2,118,881
高雄市	1,057	11,582,941	1,190,165	10,392,776	1,052	13,376,615	1,071,204	12,305,412	1,052	14,902,911	1,242,913	13,659,998
新北市	1,872	43,445,265	29,491,699	13,953,566	1,863	16,314,687	2,501,500	13,813,186	1,866	18,955,894	3,863,780	15,092,114
宜蘭縣	242	927,477	137,034	790,443	241	1,059,359	126,608	932,750	248	992,836	132,668	860,168
桃園縣	646	6,382,285	762,089	5,620,196	640	6,061,619	673,169	5,388,450	643	6,751,950	673,422	6,078,528
嘉義市	161	425,580	25,442	400,139	167	416,827	19,553	397,274	164	468,568	29,606	438,962
新竹縣	141	1,114,414	177,945	936,469	137	1,018,412	57,516	960,897	138	741,202	38,181	703,021
苗栗縣	261	678,560	31,455	647,105	259	643,833	29,159	614,674	257	611,568	30,234	581,334
南投縣	261	855,954	168,213	687,741	270	816,176	151,572	664,604	278	872,610	138,399	734,211
彰化縣	624	4,118,223	1,378,760	2,739,462	620	3,971,849	1,350,441	2,621,407	618	3,763,243	1,097,720	2,665,523
新竹市	228	641,616	67,696	573,920	228	778,472	90,702	687,770	225	697,441	72,740	624,701
雲林縣	204	533,672	14,497	519,174	201	591,631	17,969	573,661	207	582,467	8,491	573,976
嘉義縣	138	557,097	5,141	551,955	133	418,617	5,447	413,171	132	361,671	1,200	360,471
屏東縣	294	606,919	2,427	604,492	300	611,858	1,754	610,104	311	671,747	4,847	666,900
花蓮縣	394	1,973,911	1,770	1,972,140	432	3,273,976	3,064	3,270,912	488	4,564,850	2,320	4,562,531
臺東縣	117	2,236,507	5,752	2,230,755	128	4,354,401	203	4,354,198	145	5,994,724	2,464	5,992,260
金門縣	47	71,421	0	71,421	50	68,306	0	68,306	50	74,359	0	74,359
澎湖縣	122	202,093	0	202,093	128	160,648	0	160,648	126	157,575	1,106	156,470
連江縣	4	2,912	0	2,912	4	2,158	0	2,158	2	1,690	0	1,690
合計	12,752	153,516,494	61,801,725	91,714,769	12,875	119,715,746	27,945,181	91,770,564	12,853	113,024,388	13,852,658	99,171,729

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	4,557	20,061,160	21,721	20,039,439	4,634	15,489,032	21,348	15,467,683	4,629	17,453,987	21,675	17,432,312
	1.9%	-61.0%	-24.6%	-61.1%	1.7%	-22.8%	-1.7%	-22.8%	-0.1%	12.7%	1.5%	12.7%
0.1-1百萬元	4,475	10,079,132	167,343	9,911,789	4,523	11,490,096	178,494	11,311,602	4,558	12,714,618	461,794	12,252,824
	1.4%	-7.0%	-92.3%	14.4%	1.1%	14.0%	6.7%	14.1%	0.8%	10.7%	158.7%	8.3%
1-5百萬元	1,736	60,723,535	49,662,230	11,061,305	1,761	27,207,139	15,092,610	12,114,529	1,743	14,192,900	505,942	13,686,958
	2.5%	35.7%	36.0%	34.5%	1.4%	-55.2%	-69.6%	9.5%	-1.0%	-47.8%	-96.6%	13.0%
5-10百萬元	1,395	15,462,480	2,538,122	12,924,358	1,373	14,641,871	2,507,509	12,134,362	1,339	15,979,212	2,149,194	13,830,018
	-1.8%	10.7%	-7.9%	15.3%	-1.6%	-5.3%	-1.2%	-6.1%	-2.5%	9.1%	-14.3%	14.0%
10-20百萬元	345	11,177,683	2,445,330	8,732,353	341	13,951,900	3,577,203	10,374,697	339	13,563,653	4,604,287	8,959,366
	1.8%	46.2%	10.9%	60.4%	-1.2%	24.8%	46.3%	18.8%	-0.6%	-2.8%	28.7%	-13.6%
20-30百萬元	133	6,735,844	1,101,759	5,634,085	128	6,334,889	1,100,702	5,234,188	130	8,414,079	1,117,408	7,296,671
	-0.7%	-1.8%	-9.2%	-0.2%	-3.8%	-6.0%	-0.1%	-7.1%	1.6%	32.8%	1.5%	39.4%
30-40百萬元	21	1,565,756	220,479	1,345,277	21	2,004,428	163,688	1,840,740	21	2,178,083	160,762	2,017,322
	0.0%	27.0%	0.4%	32.8%	0.0%	28.0%	-25.8%	36.8%	0.0%	8.7%	-1.8%	9.6%
40-50百萬元	6	223,395	158,047	65,348	7	315,474	184,927	130,547	8	367,064	180,328	186,737
	-14.3%	-9.7%	-28.2%	140.1%	16.7%	41.2%	17.0%	99.8%	14.3%	16.4%	-2.5%	43.0%
50-60百萬元	15	4,083,927	2,092,554	1,991,373	16	3,478,284	1,983,831	1,494,453	16	2,770,084	1,423,529	1,346,555
	-11.8%	79.0%	229.3%	21.0%	6.7%	-14.8%	-5.2%	-25.0%	0.0%	-20.4%	-28.2%	-9.9%
60-80百萬元	17	3,706,885	328,658	3,378,227	17	4,046,636	353,975	3,692,662	17	3,142,233	335,314	2,806,919
	21.4%	55.7%	-10.0%	67.6%	0.0%	9.2%	7.7%	9.3%	0.0%	-22.3%	-5.3%	-24.0%
0.8-1億元	8	581,143	112,705	468,438	8	584,472	110,283	474,189	8	556,871	144,561	412,310
	0.0%	-38.8%	19.6%	-45.2%	0.0%	0.6%	-2.1%	1.2%	0.0%	-4.7%	31.1%	-13.0%
1-2億元	21	5,812,426	1,217,510	4,594,916	24	6,907,174	1,131,985	5,775,189	23	8,592,414	811,700	7,780,714
	0.0%	36.6%	4.3%	48.8%	14.3%	18.8%	-7.0%	25.7%	-4.2%	24.4%	-28.3%	34.7%
2億元以上	23	13,303,127	1,735,267	11,567,861	22	13,264,350	1,538,626	11,725,725	22	13,099,188	1,936,165	11,163,023
	0.0%	17.0%	17.3%	17.0%	-4.3%	-0.3%	-11.3%	1.4%	0.0%	-1.2%	25.8%	-4.8%
合計	12,752	153,516,494	61,801,725	91,714,769	12,875	119,715,746	27,945,181	91,770,564	12,853	113,024,388	13,852,658	99,171,729
	1.4%	-3.0%	26.0%	-16.0%	1.0%	-22.0%	-54.8%	0.1%	-0.2%	-5.6%	-50.4%	8.1%

電影產業

電影產業2008～2013年家數與營業額

電影產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
591111	動畫影片製作	2	236,902	0	236,902	2	218,502	0	218,502	5	184,686	4,385	180,301
						0.0%	-7.8%	-	-7.8%	150.0%	-15.5%	-	-17.5%
591114	電影片製作	26	174,048	2,697	171,352	27	160,819	16,123	144,696	34	209,585	12,786	196,799
						3.8%	-7.6%	497.9%	-15.6%	25.9%	30.3%	-20.7%	36.0%
591199	其他影片製作	261	3,763,880	146,686	3,617,194	283	3,321,881	143,394	3,178,487	319	3,994,339	114,717	3,879,622
						8.4%	-11.7%	-2.2%	-12.1%	12.7%	20.2%	-20.0%	22.1%
591211	影片沖印	17	111,801	1,640	110,162	16	102,909	1,363	101,546	16	101,363	1,031	100,333
						-5.9%	-8.0%	-16.9%	-7.8%	0.0%	-1.5%	-24.4%	-1.2%
591212	影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	44	620,160	8,205	611,955	49	655,781	3,359	652,422	48	746,335	3,988	742,346
						11.4%	5.7%	-59.1%	6.6%	-2.0%	13.8%	18.7%	13.8%
591213	電腦動畫及特效後製服務	6	29,540	0	29,540	10	55,947	0	55,947	19	88,472	0	88,472
						66.7%	89.4%	-	89.4%	90.0%	58.1%	-	58.1%
591311	電影片代理及發行	198	3,605,237	9,750	3,595,487	199	3,467,354	1,727	3,465,627	175	3,756,789	180	3,756,609
						0.5%	-3.8%	-82.3%	-3.6%	-12.1%	8.3%	-89.6%	8.4%
591411	電影院	105	5,129,165	0	5,129,165	101	5,280,520	0	5,280,520	99	5,850,940	680	5,850,260
						-3.8%	3.0%	-	3.0%	-2.0%	10.8%	-	10.8%
591412	露天電影院	10	36,963	0	36,963	9	34,691	0	34,691	8	34,672	0	34,672
						-10.0%	-6.1%	-	-6.1%	-11.1%	-0.1%	-	-0.1%
592013	電影錄音	14	52,921	0	52,921	10	55,662	0	55,662	12	47,767	2,851	44,916
						-28.6%	5.2%	-	5.2%	20.0%	-14.2%	-	-19.3%
773200	錄影帶及碟片租賃	885	5,788,195	0	5,788,195	813	5,453,058	162	5,452,896	687	4,799,353	0	4,799,353
						-8.1%	-5.8%	-	-5.8%	-15.5%	-12.0%	-100.0%	-12.0%
932212	視聽中心	362	1,227,136	0	1,227,136	362	1,115,737	0	1,115,737	390	1,184,692	0	1,184,692
						0.0%	-9.1%	-	-9.1%	7.7%	6.2%	-	6.2%
合計		1,930	20,775,949	168,977	20,606,971	1,881	19,922,860	166,128	19,756,732	1,812	20,998,994	140,618	20,858,376
						-2.5%	-4.1%	-1.7%	-4.1%	-3.7%	5.4%	-15.4%	5.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

電影產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	185	188,305	0	188,305	197	159,171	0	159,171	193	246,063	15,533	230,531
					6.5%	-15.5%	-	-15.5%	-2.0%	54.6%	-	44.8%
1-2年	145	746,920	5,721	741,199	156	458,181	97	458,084	182	786,814	4,842	781,972
					7.6%	-38.7%	-98.3%	-38.2%	16.7%	71.7%	4902.3%	70.7%
2-3年	117	339,119	0	339,119	103	836,574	46,757	789,817	121	552,674	4,394	548,280
					-12.0%	146.7%	-	132.9%	17.5%	-33.9%	-90.6%	-30.6%
3-4年	115	1,108,075	3,145	1,104,930	96	354,708	0	354,708	91	993,134	12,786	980,348
					-16.5%	-68.0%	-100.0%	-67.9%	-5.2%	180.0%	-	176.4%
4-5年	104	1,082,557	36,053	1,046,503	93	1,114,056	3,521	1,110,535	76	368,208	0	368,208
					-10.6%	2.9%	-90.2%	6.1%	-18.3%	-66.9%	-100.0%	-66.8%
5-10年	484	4,111,663	1,094	4,110,569	427	4,486,926	19,029	4,467,897	377	5,488,252	3,738	5,484,514
					-11.8%	9.1%	1638.9%	8.7%	-11.7%	22.3%	-80.4%	22.8%
10-20年	367	6,483,244	12,487	6,470,757	402	6,845,661	4,686	6,840,974	396	6,909,576	5,814	6,903,762
					9.5%	5.6%	-62.5%	5.7%	-1.5%	0.9%	24.1%	0.9%
20年以上	412	6,239,531	110,476	6,129,055	407	5,667,582	92,038	5,575,545	375	5,652,952	93,511	5,559,441
					-1.2%	-9.2%	-16.7%	-9.0%	-7.9%	-0.3%	1.6%	-0.3%
未知	1	476,534	0	476,534	0	0	0	0	1	1,320	0	1,320
					-100.0%	-100.0%	-	-100.0%	-	-	-	-
合計	1,930	20,775,949	168,977	20,606,971	1,881	19,922,860	166,128	19,756,732	1,812	20,998,994	140,618	20,858,376
					-2.5%	-4.1%	-1.7%	-4.1%	-3.7%	5.4%	-15.4%	5.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

電影產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
591111	動畫影片製作	10	975,273	138,557	836,716	11	309,478	54,250	255,228	19	269,898	73,684	196,213
		100.0%	428.1%	3060.1%	364.1%	10.0%	-68.3%	-60.8%	-69.5%	72.7%	-12.8%	35.8%	-23.1%
591114	電影片製作	32	291,080	26,924	264,156	36	434,159	70,373	363,786	90	687,709	117,729	569,981
		-5.9%	38.9%	110.6%	34.2%	12.5%	49.2%	161.4%	37.7%	150.0%	58.4%	67.3%	56.7%
591199	其他影片製作	362	5,567,472	93,671	5,473,801	407	5,744,452	204,213	5,540,239	420	5,279,210	134,196	5,145,014
		13.5%	39.4%	-18.3%	41.1%	12.4%	3.2%	118.0%	1.2%	3.2%	-8.1%	-34.3%	-7.1%
591211	影片沖印	15	75,014	1,094	73,920	16	55,451	0	55,451	15	64,064	19	64,045
		-6.3%	-26.0%	6.1%	-26.3%	6.7%	-26.1%	-100.0%	-25.0%	-6.3%	15.5%	-	15.5%
591212	影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	46	770,826	3,752	767,074	44	717,321	6,018	711,303	50	759,827	12,952	746,875
		-4.2%	3.3%	-5.9%	3.3%	-4.3%	-6.9%	60.4%	-7.3%	13.6%	5.9%	115.2%	5.0%
591213	電腦動畫及特效後製服務	22	55,544	188	55,356	19	136,114	1,843	134,271	22	121,057	22,883	98,174
		15.8%	-37.2%	-	-37.4%	-13.6%	145.1%	881.7%	142.6%	15.8%	-11.1%	1141.6%	-26.9%
591311	電影片代理及發行	165	4,823,768	1,788	4,821,980	164	4,827,960	1,199	4,826,761	154	5,494,151	9,581	5,484,570
		-5.7%	28.4%	896.1%	28.4%	-0.6%	0.1%	-33.0%	0.1%	-6.1%	13.8%	699.0%	13.6%
591411	電影院	102	7,806,776	0	7,806,776	106	8,568,152	0	8,568,152	101	9,586,077	0	9,586,077
		3.0%	33.4%	-100.0%	33.4%	3.9%	9.8%	-	9.8%	-4.7%	11.9%	-	11.9%
591412	露天電影院	7	32,284	0	32,284	7	23,964	0	23,964	7	24,681	0	24,681
		-12.5%	-6.9%	-	-6.9%	0.0%	-25.8%	-	-25.8%	0.0%	3.0%	-	3.0%
592013	電影錄音	9	93,576	4,631	88,945	8	52,010	0	52,010	7	41,285	0	41,285
		-25.0%	95.9%	62.4%	98.0%	-11.1%	-44.4%	-100.0%	-41.5%	-12.5%	-20.6%	-	-20.6%
773200	錄影帶及碟片租賃	604	5,575,880	0	5,575,880	536	5,035,579	214	5,035,365	482	4,589,285	0	4,589,285
		-12.1%	16.2%	-	16.2%	-11.3%	-9.7%	-	-9.7%	-10.1%	-8.9%	-100.0%	-8.9%
932212	視聽中心	401	1,318,792	0	1,318,792	388	1,334,759	0	1,334,759	370	1,371,538	0	1,371,538
		2.8%	11.3%	-	11.3%	-3.2%	1.2%	-	1.2%	-4.6%	2.8%	-	2.8%
合計		1,775	27,386,286	270,606	27,115,680	1,742	27,239,400	338,110	26,901,290	1,737	28,288,782	371,044	27,917,738
		-2.0%	30.4%	92.4%	30.0%	-1.9%	-0.5%	24.9%	-0.8%	-0.3%	3.9%	9.7%	3.8%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	167	564,638	188	564,450	169	288,141	889	287,252	153	481,715	858	480,857
	-13.5%	129.5%	-98.8%	144.8%	1.2%	-49.0%	373.2%	-49.1%	-9.5%	67.2%	-3.4%	67.4%
1-2年	188	746,757	232	746,524	157	1,381,227	13,434	1,367,793	168	862,088	27,852	834,235
	3.3%	-5.1%	-95.2%	-4.5%	-16.5%	85.0%	5680.2%	83.2%	7.0%	-37.6%	107.3%	-39.0%
2-3年	145	952,815	10,165	942,651	147	1,336,490	3,675	1,332,815	135	1,530,694	12,864	1,517,829
	19.8%	72.4%	131.3%	71.9%	1.4%	40.3%	-63.8%	41.4%	-8.2%	14.5%	250.0%	13.9%
3-4年	108	1,023,723	138,557	885,166	123	964,301	39,615	924,686	131	1,051,110	67,741	983,369
	18.7%	3.1%	983.7%	-9.7%	13.9%	-5.8%	-71.4%	4.5%	6.5%	9.0%	71.0%	6.3%
4-5年	76	1,309,644	18,813	1,290,830	98	708,833	56,304	652,529	104	1,037,923	64,143	973,780
	0.0%	255.7%	-	250.6%	28.9%	-45.9%	199.3%	-49.4%	6.1%	46.4%	13.9%	49.2%
5-10年	339	5,613,280	27,571	5,585,709	304	5,136,983	124,246	5,012,737	317	4,950,644	88,402	4,862,243
	-10.1%	2.3%	637.6%	1.8%	-10.3%	-8.5%	350.6%	-10.3%	4.3%	-3.6%	-28.8%	-3.0%
10-20年	385	9,459,963	4,884	9,455,079	380	10,458,094	10,675	10,447,419	388	10,957,455	44,368	10,913,087
	-2.8%	36.9%	-16.0%	37.0%	-1.3%	10.6%	118.6%	10.5%	2.1%	4.8%	315.6%	4.5%
20年以上	367	7,715,466	70,196	7,645,271	364	6,965,332	89,272	6,876,060	341	7,417,153	64,815	7,352,338
	-2.1%	36.5%	-24.9%	37.5%	-0.8%	-9.7%	27.2%	-10.1%	-6.3%	6.5%	-27.4%	6.9%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	1,775	27,386,286	270,606	27,115,680	1,742	27,239,400	338,110	26,901,290	1,737	28,288,782	371,044	27,917,738
	-2.0%	30.4%	92.4%	30.0%	-1.9%	-0.5%	24.9%	-0.8%	-0.3%	3.9%	9.7%	3.8%

電影產業

電影產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	496	12,539,686	76,451	12,463,235	497	12,097,725	105,900	11,991,825	503	12,988,155	77,751	12,910,403
臺中市	142	996,885	0	996,885	147	1,081,424	0	1,081,424	132	1,114,017	0	1,114,017
基隆市	29	125,201	0	125,201	33	93,108	0	93,108	23	80,812	0	80,812
臺南市	133	497,489	0	497,489	120	490,654	0	490,654	115	570,959	0	570,959
高雄市	218	1,236,381	988	1,235,393	217	1,327,446	97	1,327,350	220	1,441,729	10	1,441,719
新北市	311	3,561,447	91,538	3,469,908	299	3,082,758	60,131	3,022,627	283	3,032,408	62,857	2,969,551
宜蘭縣	45	52,210	0	52,210	46	51,920	0	51,920	53	58,277	0	58,277
桃園縣	144	740,696	0	740,696	136	728,467	0	728,467	127	683,847	0	683,847
嘉義市	30	72,078	0	72,078	29	83,439	0	83,439	28	99,414	0	99,414
新竹縣	31	49,388	0	49,388	23	28,902	0	28,902	22	25,612	0	25,612
苗栗縣	31	88,971	0	88,971	31	76,288	0	76,288	29	82,075	0	82,075
南投縣	25	26,975	0	26,975	21	22,126	0	22,126	19	20,342	0	20,342
彰化縣	75	121,867	0	121,867	70	113,753	0	113,753	62	100,510	0	100,510
新竹市	31	446,264	0	446,264	24	434,953	0	434,953	25	478,849	0	478,849
雲林縣	34	47,074	0	47,074	39	48,435	0	48,435	43	54,240	0	54,240
嘉義縣	27	19,357	0	19,357	25	16,896	0	16,896	23	13,746	0	13,746
屏東縣	57	58,869	0	58,869	59	64,973	0	64,973	54	78,864	0	78,864
花蓮縣	27	53,269	0	53,269	26	43,390	0	43,390	19	46,549	0	46,549
臺東縣	19	18,010	0	18,010	17	13,845	0	13,845	13	10,631	0	10,631
金門縣	8	6,610	0	6,610	6	5,998	0	5,998	6	4,762	0	4,762
澎湖縣	9	9,563	0	9,563	8	8,969	0	8,969	8	8,955	0	8,955
連江縣	8	7,660	0	7,660	8	7,390	0	7,390	5	4,241	0	4,241
合計	1,930	20,775,949	168,977	20,606,971	1,881	19,922,860	166,128	19,756,732	1,812	20,998,994	140,618	20,858,376

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

電影產業2008～2013年資本結構

資本結構	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	527	5,938,588	0	5,938,588	519	5,337,815	0	5,337,815	497	5,925,194	0	5,925,194
					-1.5%	-10.1%	-	-10.1%	-4.2%	11.0%	-	11.0%
0.1-1百萬元	842	1,222,413	0	1,222,413	791	1,153,326	97	1,153,229	714	1,095,798	4,851	1,090,946
					-6.1%	-5.7%	-	-5.7%	-9.7%	-5.0%	4912.1%	-5.4%
1-5百萬元	230	1,716,646	5,310	1,711,336	241	1,732,172	0	1,732,172	268	1,990,006	0	1,990,006
					4.8%	0.9%	-100.0%	1.2%	11.2%	14.9%	-	14.9%
5-10百萬元	165	1,908,189	15,502	1,892,687	164	1,781,846	11,808	1,770,038	168	1,958,507	17,672	1,940,836
					-0.6%	-6.6%	-23.8%	-6.5%	2.4%	9.9%	49.7%	9.6%
10-20百萬元	76	3,075,425	67,504	3,007,921	75	2,926,007	82,172	2,843,835	76	2,460,159	42,388	2,417,771
					-1.3%	-4.9%	21.7%	-5.5%	1.3%	-15.9%	-48.4%	-15.0%
20-30百萬元	38	2,973,457	7,754	2,965,703	36	3,301,671	1,027	3,300,644	34	3,556,001	0	3,556,001
					-5.3%	11.0%	-86.8%	11.3%	-5.6%	7.7%	-100.0%	7.7%
30-40百萬元	7	81,767	0	81,767	9	47,770	0	47,770	8	65,503	0	65,503
					28.6%	-41.6%	-	-41.6%	-11.1%	37.1%	-	37.1%
40-50百萬元	1	5,549	0	5,549	1	26,701	0	26,701	2	5,064	0	5,064
					0.0%	381.1%	-	381.1%	100.0%	-81.0%	-	-81.0%
50-60百萬元	7	835,516	988	834,528	8	994,020	304	993,716	8	967,693	22	967,671
					14.3%	19.0%	-69.2%	19.1%	0.0%	-2.6%	-92.8%	-2.6%
60-80百萬元	4	342,282	0	342,282	4	352,835	0	352,835	4	361,457	0	361,457
					0.0%	3.1%	-	3.1%	0.0%	2.4%	-	2.4%
0.8-1億元	8	375,715	119	375,596	8	424,400	1,988	422,412	7	426,424	25	426,398
					0.0%	13.0%	1569.5%	12.5%	-12.5%	0.5%	-98.7%	0.9%
1-2億元	13	597,936	3,235	594,701	13	682,169	16,132	666,037	14	814,941	12,786	802,155
					0.0%	14.1%	398.7%	12.0%	7.7%	19.5%	-20.7%	20.4%
2億元以上	12	1,702,466	68,566	1,633,900	12	1,162,130	52,600	1,109,530	12	1,372,247	62,874	1,309,373
					0.0%	-31.7%	-23.3%	-32.1%	0.0%	18.1%	19.5%	18.0%
合計	1,930	20,775,949	168,977	20,606,971	1,881	19,922,860	166,128	19,756,732	1,812	20,998,994	140,618	20,858,376
					-2.5%	-4.1%	-1.7%	-4.1%	-3.7%	5.4%	-15.4%	5.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	509	17,471,441	232,212	17,239,229	514	16,010,148	266,434	15,743,714	552	16,348,821	308,888	16,039,933
臺中市	125	1,406,763	8	1,406,755	120	1,571,165	0	1,571,165	116	1,697,119	0	1,697,119
基隆市	24	77,322	0	77,322	19	62,161	0	62,161	21	63,874	0	63,874
臺南市	105	647,025	188	646,838	97	616,314	955	615,360	95	698,823	5,896	692,927
高雄市	218	1,829,028	0	1,829,028	201	1,959,269	0	1,959,269	196	2,069,857	0	2,069,857
新北市	268	3,581,542	38,198	3,543,344	273	4,547,119	70,721	4,476,398	263	4,642,806	56,260	4,586,546
宜蘭縣	55	66,185	0	66,185	47	59,097	0	59,097	45	58,710	0	58,710
桃園縣	121	1,054,885	0	1,054,885	121	1,071,431	0	1,071,431	127	1,190,000	0	1,190,000
嘉義市	23	93,842	0	93,842	22	87,401	0	87,401	19	87,855	0	87,855
新竹縣	21	19,786	0	19,786	19	17,246	0	17,246	13	15,216	0	15,216
苗栗縣	26	94,081	0	94,081	30	87,256	0	87,256	25	73,811	0	73,811
南投縣	22	17,811	0	17,811	22	25,974	0	25,974	19	31,196	0	31,196
彰化縣	58	127,246	0	127,246	56	165,499	0	165,499	52	112,289	0	112,289
新竹市	26	637,505	0	637,505	32	699,622	0	699,622	31	807,447	0	807,447
雲林縣	50	60,870	0	60,870	50	65,024	0	65,024	47	66,048	0	66,048
嘉義縣	17	11,296	0	11,296	17	11,309	0	11,309	19	12,589	0	12,589
屏東縣	54	105,390	0	105,390	50	96,002	0	96,002	49	193,126	0	193,126
花蓮縣	19	55,115	0	55,115	21	55,917	0	55,917	18	44,885	0	44,885
臺東縣	16	9,878	0	9,878	14	8,517	0	8,517	13	48,743	0	48,743
金門縣	5	4,303	0	4,303	6	4,424	0	4,424	6	4,668	0	4,668
澎湖縣	9	11,180	0	11,180	8	16,354	0	16,354	8	18,627	0	18,627
連江縣	4	3,791	0	3,791	3	2,151	0	2,151	3	2,272	0	2,272
合計	1,775	27,386,286	270,606	27,115,680	1,742	27,239,400	338,110	26,901,290	1,737	28,288,782	371,044	27,917,738

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	479	7,405,008	0	7,405,008	452	7,758,304	0	7,758,304	421	8,611,473	0	8,611,473
	-3.6%	25.0%	-	25.0%	-5.6%	4.8%	-	4.8%	-6.9%	11.0%	-	11.0%
0.1-1百萬元	681	1,201,213	0	1,201,213	646	1,390,025	7,413	1,382,611	628	1,251,404	21,183	1,230,220
	-4.6%	9.6%	-100.0%	10.1%	-5.1%	15.7%	-	15.1%	-2.8%	-10.0%	185.7%	-11.0%
1-5百萬元	280	2,358,499	9,901	2,348,597	301	2,567,182	41,856	2,525,325	338	2,886,495	60,518	2,825,976
	4.5%	18.5%	-	18.0%	7.5%	8.8%	322.7%	7.5%	12.3%	12.4%	44.6%	11.9%
5-10百萬元	163	2,634,519	2,597	2,631,923	166	2,451,816	1,094	2,450,722	165	2,760,558	21,098	2,739,460
	-3.0%	34.5%	-85.3%	35.6%	1.8%	-6.9%	-57.9%	-6.9%	-0.6%	12.6%	1829.1%	11.8%
10-20百萬元	79	3,764,795	44,698	3,720,097	78	3,489,422	43,683	3,445,739	79	3,245,131	137,470	3,107,660
	3.9%	53.0%	5.4%	53.9%	-1.3%	-7.3%	-2.3%	-7.4%	1.3%	-7.0%	214.7%	-9.8%
20-30百萬元	35	3,900,094	0	3,900,094	35	4,125,906	229	4,125,676	35	3,708,689	1,397	3,707,292
	2.9%	9.7%	-	9.7%	0.0%	5.8%	-	5.8%	0.0%	-10.1%	509.2%	-10.1%
30-40百萬元	8	80,352	0	80,352	9	86,333	0	86,333	12	113,813	205	113,609
	0.0%	22.7%	-	22.7%	12.5%	7.4%	-	7.4%	33.3%	31.8%	-	31.6%
40-50百萬元	2	25,512	0	25,512	3	1,602	0	1,602	3	29,470	21	29,449
	0.0%	403.8%	-	403.8%	50.0%	-93.7%	-	-93.7%	0.0%	1740.0%	-	1738.7%
50-60百萬元	8	1,273,537	21,489	1,252,048	9	1,311,004	88,530	1,222,474	9	973,471	0	973,471
	0.0%	31.6%	98616.5%	29.4%	12.5%	2.9%	312.0%	-2.4%	0.0%	-25.7%	-100.0%	-20.4%
60-80百萬元	4	522,190	0	522,190	8	499,126	1,217	497,909	10	808,115	2,889	805,226
	0.0%	44.5%	-	44.5%	100.0%	-4.4%	-	-4.6%	25.0%	61.9%	137.4%	61.7%
0.8-1億元	7	663,892	12	663,879	7	651,217	332	650,885	7	748,003	420	747,584
	0.0%	55.7%	-51.3%	55.7%	0.0%	-1.9%	2576.4%	-2.0%	0.0%	14.9%	26.5%	14.9%
1-2億元	15	983,938	18,906	965,032	14	1,194,415	33,292	1,161,122	15	1,777,027	12,780	1,764,247
	7.1%	20.7%	47.9%	20.3%	-6.7%	21.4%	76.1%	20.3%	7.1%	48.8%	-61.6%	51.9%
2億元以上	14	2,572,738	173,003	2,399,735	14	1,713,051	120,463	1,592,587	15	1,375,134	113,062	1,262,072
	16.7%	87.5%	175.2%	83.3%	0.0%	-33.4%	-30.4%	-33.6%	7.1%	-19.7%	-6.1%	-20.8%
合計	1,775	27,386,286	270,606	27,115,680	1,742	27,239,400	338,110	26,901,290	1,737	28,288,782	371,044	27,917,738
	-2.0%	30.4%	92.4%	30.0%	-1.9%	-0.5%	24.9%	-0.8%	-0.3%	3.9%	9.7%	3.8%

廣播電視產業

廣播電視產業2008～2013年家數與營業額

廣播與電視產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
			成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
591112	廣告影片製作	88	7,266,600	1,472	7,265,128	96	7,945,028	348	7,944,680	99	7,893,671	9,326	7,884,345
						9.1%	9.3%	-76.4%	9.4%	3.1%	-0.6%	2582.5%	-0.8%
591113	電視節目製作	759	49,563,092	669,421	48,893,671	764	48,199,748	552,975	47,646,773	779	57,354,641	708,788	56,645,854
						0.7%	-2.8%	-17.4%	-2.6%	2.0%	19.0%	28.2%	18.9%
591312	電視節目代理及發行	104	5,034,764	24,270	5,010,494	105	4,431,725	27,224	4,404,501	98	6,872,420	15,297	6,857,123
						1.0%	-12.0%	12.2%	-12.1%	-6.7%	55.1%	-43.8%	55.7%
591399	其他影片發行	47	289,666	23,512	266,154	58	363,586	12,221	351,366	49	631,043	8,973	622,071
						23.4%	25.5%	-48.0%	32.0%	-15.5%	73.6%	-26.6%	77.0%
592014	廣播節目製作及發行	258	3,428,710	196,655	3,232,054	254	6,285,610	262,632	6,022,978	263	5,697,572	254,111	5,443,461
						-1.6%	83.3%	33.5%	86.4%	3.5%	-9.4%	-3.2%	-9.6%
592016	電視節目錄音	1	347	0	347	1	481	0	481	1	481	0	481
						0.0%	38.5%	-	38.5%	0.0%	0.0%	-	0.0%
601011	廣播電台經營	168	4,775,829	146,001	4,629,828	176	4,337,464	162,881	4,174,584	169	4,778,628	163,180	4,615,448
						4.8%	-9.2%	11.6%	-9.8%	-4.0%	10.2%	0.2%	10.6%
601012	網路廣播	1	0	0	0	3	429	0	429	3	2,743	0	2,743
						200.0%	-	-	-	0.0%	540.1%	-	540.1%
602111	電視台經營	16	10,168,716	116,030	10,052,686	11	9,734,273	136,631	9,597,642	11	10,470,573	138,272	10,332,301
						-31.3%	-4.3%	17.8%	-4.5%	0.0%	7.6%	1.2%	7.7%
602112	電視頻道供應服務	89	26,753,268	20,483	26,732,785	86	29,000,107	61,268	28,938,840	90	29,470,568	27,380	29,443,188
						-3.4%	8.4%	199.1%	8.3%	4.7%	1.6%	-55.3%	1.7%
602200	有線及其他付費節目播送	24	3,572,835	10,319	3,562,516	27	4,149,860	39,455	4,110,405	26	4,537,451	38,287	4,499,164
						12.5%	16.2%	282.4%	15.4%	-3.7%	9.3%	-3.0%	9.5%
合計		1,555	110,853,827	1,208,162	109,645,665	1,581	114,448,310	1,255,634	113,192,677	1,588	127,709,791	1,363,613	126,346,179
						1.7%	3.2%	3.9%	3.2%	0.4%	11.6%	8.6%	11.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

廣播電視產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	76	640,693	0	640,693	104	924,710	1,448	923,262	103	353,691	0	353,691
					36.8%	44.3%	-	44.1%	-1.0%	-61.8%	-100.0%	-61.7%
1-2年	93	1,057,041	11,482	1,045,559	83	5,051,521	0	5,051,521	104	2,156,749	8,248	2,148,501
					-10.8%	377.9%	-100.0%	383.1%	25.3%	-57.3%	-	-57.5%
2-3年	80	666,265	2,845	663,420	81	1,504,681	39,815	1,464,866	71	3,691,505	0	3,691,505
					1.3%	125.8%	1299.3%	120.8%	-12.3%	145.3%	-100.0%	152.0%
3-4年	91	5,920,595	0	5,920,595	77	926,228	5,607	920,621	73	1,942,290	70,987	1,871,303
					-15.4%	-84.4%	-	-84.5%	-5.2%	109.7%	1166.0%	103.3%
4-5年	94	9,094,841	3,847	9,090,994	83	6,877,999	0	6,877,999	66	1,123,336	2,159	1,121,177
					-11.7%	-24.4%	-100.0%	-24.3%	-20.5%	-83.7%	-	-83.7%
5-10年	437	14,984,764	335,803	14,648,961	436	25,209,849	73,702	25,136,147	433	26,943,612	38,156	26,905,456
					-0.2%	68.2%	-78.1%	71.6%	-0.7%	6.9%	-48.2%	7.0%
10-20年	559	64,858,342	709,734	64,148,607	566	61,045,744	916,539	60,129,205	557	70,571,128	786,636	69,784,492
					1.3%	-5.9%	29.1%	-6.3%	-1.6%	15.6%	-14.2%	16.1%
20年以上	125	13,631,286	144,450	13,486,837	151	12,907,578	218,522	12,689,056	181	20,927,479	457,427	20,470,052
					20.8%	-5.3%	51.3%	-5.9%	19.9%	62.1%	109.3%	61.3%
合計	1,555	110,853,827	1,208,162	109,645,665	1,581	114,448,310	1,255,634	113,192,677	1,588	127,709,791	1,363,613	126,346,179
					1.7%	3.2%	3.9%	3.2%	0.4%	11.6%	8.6%	11.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

廣播與電視產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
591112	廣告影片製作	99	6,087,055	5,756	6,081,299	101	4,107,959	16,615	4,091,344	121	4,453,816	7,844	4,445,972
		0.0%	-22.9%	-38.3%	-22.9%	2.0%	-32.5%	188.6%	-32.7%	19.8%	8.4%	-52.8%	8.7%
591113	電視節目製作	772	61,566,115	1,127,831	60,438,283	767	67,664,839	943,558	66,721,281	750	71,518,688	1,232,945	70,285,743
		-0.9%	7.3%	59.1%	6.7%	-0.6%	9.9%	-16.3%	10.4%	-2.2%	5.7%	30.7%	5.3%
591312	電視節目代理及發行	92	7,241,355	15,054	7,226,301	93	7,027,077	10,122	7,016,954	92	5,693,979	11,704	5,682,276
		-6.1%	5.4%	-1.6%	5.4%	1.1%	-3.0%	-32.8%	-2.9%	-1.1%	-19.0%	15.6%	-19.0%
591399	其他影片發行	46	660,640	9,409	651,231	54	771,854	6,949	764,905	52	867,078	7,970	859,108
		-6.1%	4.7%	4.9%	4.7%	17.4%	16.8%	-26.1%	17.5%	-3.7%	12.3%	14.7%	12.3%
592014	廣播節目製作及發行	264	5,776,793	306,402	5,470,391	259	5,123,216	514,538	4,608,679	266	5,142,704	720,373	4,422,331
		0.4%	1.4%	20.6%	0.5%	-1.9%	-11.3%	67.9%	-15.8%	2.7%	0.4%	40.0%	-4.0%
592016	電視節目錄音	1	361	0	361	1	274	0	274	1	3,126	0	3,126
		0.0%	-25.0%	-	-25.0%	0.0%	-23.9%	-	-23.9%	0.0%	1039.6%	-	1039.6%
601011	廣播電台經營	159	3,874,706	129,533	3,745,174	158	3,543,894	96,344	3,447,550	157	3,875,145	24,326	3,850,819
		-5.9%	-18.9%	-20.6%	-18.9%	-0.6%	-8.5%	-25.6%	-7.9%	-0.6%	9.3%	-74.8%	11.7%
601012	網路廣播	3	6,400	0	6,400	4	9,279	0	9,279	4	21,577	0	21,577
		0.0%	133.3%	-	133.3%	33.3%	45.0%	-	45.0%	0.0%	132.5%	-	132.5%
602111	電視台經營	12	10,482,134	183,973	10,298,161	12	9,731,017	223,187	9,507,830	13	9,773,533	203,965	9,569,568
		9.1%	0.1%	33.1%	-0.3%	0.0%	-7.2%	21.3%	-7.7%	8.3%	0.4%	-8.6%	0.6%
602112	電視頻道供應服務	92	31,381,821	37,607	31,344,214	98	31,682,421	31,186	31,651,235	88	35,578,806	38,411	35,540,395
		2.2%	6.5%	37.4%	6.5%	6.5%	1.0%	-17.1%	1.0%	-10.2%	12.3%	23.2%	12.3%
602200	有線及其他付費節目播送	34	4,679,119	33,897	4,645,222	36	4,794,517	34,716	4,759,801	35	5,002,813	144,182	4,858,631
		30.8%	3.1%	-11.5%	3.2%	5.9%	2.5%	2.4%	2.5%	-2.8%	4.3%	315.3%	2.1%
合計		1,574	131,756,499	1,849,463	129,907,036	1,583	134,456,347	1,877,215	132,579,131	1,579	141,931,266	2,391,720	139,539,546
		-0.9%	3.2%	35.6%	2.8%	0.6%	2.0%	1.5%	2.1%	-0.3%	5.6%	27.4%	5.3%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	74	426,813	6,128	420,686	71	266,868	0	266,868	74	274,735	14,503	260,232
	-28.2%	20.7%	-	18.9%	-4.1%	-37.5%	-100.0%	-36.6%	4.2%	2.9%	-	-2.5%
1-2年	103	3,377,147	2,047	3,375,100	75	845,306	5,149	840,157	72	504,399	36	504,363
	-1.0%	56.6%	-75.2%	57.1%	-27.2%	-75.0%	151.6%	-75.1%	-4.0%	-40.3%	-99.3%	-40.0%
2-3年	95	2,419,761	42,549	2,377,212	99	3,305,014	15,756	3,289,259	70	777,308	10,236	767,072
	33.8%	-34.5%	-	-35.6%	4.2%	36.6%	-63.0%	38.4%	-29.3%	-76.5%	-35.0%	-76.7%
3-4年	67	5,251,542	1,821	5,249,720	93	4,445,118	43,377	4,401,741	89	3,170,030	21,637	3,148,393
	-8.2%	170.4%	-97.4%	180.5%	38.8%	-15.4%	2281.5%	-16.2%	-4.3%	-28.7%	-50.1%	-28.5%
4-5年	69	3,631,077	60,131	3,570,947	65	6,717,086	177	6,716,909	80	3,356,907	25,105	3,331,802
	4.5%	223.2%	2685.0%	218.5%	-5.8%	85.0%	-99.7%	88.1%	23.1%	-50.0%	14062.3%	-50.4%
5-10年	395	26,826,073	60,168	26,765,905	347	30,226,552	112,683	30,113,869	314	42,693,543	162,714	42,530,829
	-8.8%	-0.4%	57.7%	-0.5%	-12.2%	12.7%	87.3%	12.5%	-9.5%	41.2%	44.4%	41.2%
10-20年	573	69,999,581	1,038,750	68,960,831	610	69,236,955	1,049,077	68,187,877	634	67,429,903	1,419,160	66,010,742
	2.9%	-0.8%	32.0%	-1.2%	6.5%	-1.1%	1.0%	-1.1%	3.9%	-2.6%	35.3%	-3.2%
20年以上	198	19,824,506	637,871	19,186,636	223	19,413,447	650,996	18,762,451	246	23,724,442	738,329	22,986,113
	9.4%	-5.3%	39.4%	-6.3%	12.6%	-2.1%	2.1%	-2.2%	10.3%	22.2%	13.4%	22.5%
合計	1,574	131,756,499	1,849,463	129,907,036	1,583	134,456,347	1,877,215	132,579,131	1,579	141,931,266	2,391,720	139,539,546
	-0.9%	3.2%	35.6%	2.8%	0.6%	2.0%	1.5%	2.1%	-0.3%	5.6%	27.4%	5.3%

廣播電視產業

廣播電視產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	880	72,989,444	1,070,848	71,918,597	899	76,265,523	1,091,889	75,173,634	904	87,176,869	1,185,935	85,990,933
臺中市	81	4,521,820	0	4,521,820	82	5,063,055	0	5,063,055	82	5,327,211	0	5,327,211
基隆市	7	661,857	0	661,857	7	667,458	0	667,458	8	695,937	0	695,937
臺南市	47	2,244,199	0	2,244,199	53	2,169,879	0	2,169,879	53	2,240,321	0	2,240,321
高雄市	74	7,614,863	95,703	7,519,160	77	7,423,338	94,783	7,328,554	79	8,601,542	95,824	8,505,719
新北市	197	9,730,861	41,612	9,689,250	194	9,544,867	68,179	9,476,689	192	10,205,538	81,854	10,123,684
宜蘭縣	17	674,910	0	674,910	15	663,020	0	663,020	13	678,641	0	678,641
桃園縣	44	3,893,747	0	3,893,747	45	3,994,486	783	3,993,703	48	3,891,548	0	3,891,548
嘉義市	18	582,754	0	582,754	16	545,634	0	545,634	16	575,637	0	575,637
新竹縣	10	887,269	0	887,269	11	965,136	0	965,136	11	951,369	0	951,369
苗栗縣	20	955,754	0	955,754	19	1,009,832	0	1,009,832	23	1,005,100	0	1,005,100
南投縣	16	659,714	0	659,714	14	646,020	0	646,020	16	655,737	0	655,737
彰化縣	28	727,004	0	727,004	27	712,084	0	712,084	29	722,148	0	722,148
新竹市	16	999,073	0	999,073	18	981,662	0	981,662	17	1,037,683	0	1,037,683
雲林縣	22	828,122	0	828,122	24	809,102	0	809,102	21	862,756	0	862,756
嘉義縣	14	660,550	0	660,550	15	711,064	0	711,064	14	740,869	0	740,869
屏東縣	22	1,094,158	0	1,094,158	22	1,137,718	0	1,137,718	21	1,169,212	0	1,169,212
花蓮縣	17	592,346	0	592,346	18	629,725	0	629,725	19	666,226	0	666,226
臺東縣	12	318,436	0	318,436	11	289,147	0	289,147	9	274,081	0	274,081
金門縣	4	54,129	0	54,129	4	53,437	0	53,437	4	56,824	0	56,824
澎湖縣	7	161,471	0	161,471	7	164,109	0	164,109	7	170,279	0	170,279
連江縣	2	1,346	0	1,346	3	2,014	0	2,014	2	4,263	0	4,263
合計	1,555	110,853,827	1,208,162	109,645,665	1,581	114,448,310	1,255,634	113,192,677	1,588	127,709,791	1,363,613	126,346,179

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

廣播電視產業2008～2013年資本結構

資本結構	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	79	1,145,436	2,364	1,143,072	81	3,067,947	0	3,067,947	82	3,298,149	0	3,298,149
					2.5%	167.8%	-100.0%	168.4%	1.2%	7.5%	-	7.5%
0.1-1百萬元	144	472,551	0	472,551	147	361,752	653	361,099	131	371,036	21	371,016
					2.1%	-23.4%	-	-23.6%	-10.9%	2.6%	-96.9%	2.7%
1-5百萬元	596	5,501,176	53,513	5,447,664	607	7,637,204	49,588	7,587,616	634	7,009,280	42,119	6,967,161
					1.8%	38.8%	-7.3%	39.3%	4.4%	-8.2%	-15.1%	-8.2%
5-10百萬元	293	6,474,121	64,739	6,409,382	296	7,439,530	50,391	7,389,139	288	6,927,501	67,533	6,859,968
					1.0%	14.9%	-22.2%	15.3%	-2.7%	-6.9%	34.0%	-7.2%
10-20百萬元	156	5,105,174	36,157	5,069,017	159	3,979,323	64,409	3,914,914	164	3,935,201	68,434	3,866,767
					1.9%	-22.1%	78.1%	-22.8%	3.1%	-1.1%	6.2%	-1.2%
20-30百萬元	61	5,393,456	84,051	5,309,405	62	5,434,597	72,345	5,362,252	61	5,998,952	77,512	5,921,440
					1.6%	0.8%	-13.9%	1.0%	-1.6%	10.4%	7.1%	10.4%
30-40百萬元	22	1,515,812	9,733	1,506,079	23	911,504	0	911,504	22	956,444	2,848	953,597
					4.5%	-39.9%	-100.0%	-39.5%	-4.3%	4.9%	-	4.6%
40-50百萬元	7	482,969	388	482,582	8	446,226	2,366	443,860	9	682,364	0	682,364
					14.3%	-7.6%	510.4%	-8.0%	12.5%	52.9%	-100.0%	53.7%
50-60百萬元	56	1,890,430	1,666	1,888,764	57	1,829,855	1,265	1,828,590	58	2,236,084	52,478	2,183,606
					1.8%	-3.2%	-24.1%	-3.2%	1.8%	22.2%	4048.6%	19.4%
60-80百萬元	17	1,776,525	6,485	1,770,041	18	2,297,802	9,049	2,288,753	18	2,559,120	11,296	2,547,824
					5.9%	29.3%	39.5%	29.3%	0.0%	11.4%	24.8%	11.3%
0.8-1億元	7	703,143	10,240	692,903	7	825,389	10,886	814,503	7	485,719	10,033	475,685
					0.0%	17.4%	6.3%	17.5%	0.0%	-41.2%	-7.8%	-41.6%
1-2億元	25	9,350,975	96,286	9,254,689	25	8,414,185	124,354	8,289,831	24	11,117,425	85,708	11,031,717
					0.0%	-10.0%	29.2%	-10.4%	-4.0%	32.1%	-31.1%	33.1%
2億元以上	92	71,042,058	842,541	70,199,517	91	71,802,998	870,328	70,932,670	90	82,132,517	945,630	81,186,886
					-1.1%	1.1%	3.3%	1.0%	-1.1%	14.4%	8.7%	14.5%
合計	1,555	110,853,827	1,208,162	109,645,665	1,581	114,448,310	1,255,634	113,192,677	1,588	127,709,791	1,363,613	126,346,179
					1.7%	3.2%	3.9%	3.2%	0.4%	11.6%	8.6%	11.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	897	90,240,296	1,667,688	88,572,608	896	94,459,040	1,697,850	92,761,190	895	99,944,390	2,101,382	97,843,009
臺中市	82	5,191,738	0	5,191,738	79	4,981,337	0	4,981,337	77	5,177,662	1,154	5,176,508
基隆市	9	743,166	0	743,166	9	714,248	0	714,248	9	722,908	0	722,908
臺南市	50	2,242,722	0	2,242,722	51	2,185,897	0	2,185,897	53	2,224,336	0	2,224,336
高雄市	78	8,629,992	95,789	8,534,202	83	8,022,221	101,996	7,920,225	78	9,086,022	117,819	8,968,203
新北市	195	11,063,832	85,842	10,977,990	199	10,357,627	77,329	10,280,299	204	10,774,099	171,325	10,602,774
宜蘭縣	13	672,013	0	672,013	13	700,909	0	700,909	13	663,826	0	663,826
桃園縣	44	4,024,600	0	4,024,600	46	3,955,036	0	3,955,036	49	4,057,174	0	4,057,174
嘉義市	15	556,861	0	556,861	15	552,864	0	552,864	14	542,239	0	542,239
新竹縣	12	1,017,614	0	1,017,614	10	1,019,576	0	1,019,576	10	1,027,316	0	1,027,316
苗栗縣	25	1,012,687	0	1,012,687	24	1,016,256	0	1,016,256	23	1,117,274	0	1,117,274
南投縣	15	662,027	0	662,027	17	669,808	0	669,808	18	647,808	0	647,808
彰化縣	31	731,287	143	731,144	33	745,242	40	745,202	30	748,781	40	748,741
新竹市	16	964,147	0	964,147	16	987,299	0	987,299	14	1,018,374	0	1,018,374
雲林縣	21	871,940	0	871,940	22	899,244	0	899,244	20	901,195	0	901,195
嘉義縣	12	720,344	0	720,344	11	694,993	0	694,993	10	730,894	0	730,894
屏東縣	20	1,219,664	0	1,219,664	21	1,262,920	0	1,262,920	23	1,300,910	0	1,300,910
花蓮縣	17	657,923	0	657,923	17	694,402	0	694,402	18	709,202	0	709,202
臺東縣	9	286,745	0	286,745	8	300,241	0	300,241	9	306,721	0	306,721
金門縣	4	65,203	0	65,203	4	66,369	0	66,369	4	66,463	0	66,463
澎湖縣	7	176,862	0	176,862	7	164,276	0	164,276	6	158,553	0	158,553
連江縣	2	4,836	0	4,836	2	6,540	0	6,540	2	5,116	0	5,116
合計	1,574	131,756,499	1,849,463	129,907,036	1,583	134,456,347	1,877,215	132,579,131	1,579	141,931,266	2,391,720	139,539,546

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	72	7,283,153	0	7,283,153	75	6,418,136	473	6,417,663	73	7,290,919	0	7,290,919
	-12.2%	120.8%	-	120.8%	4.2%	-11.9%	-	-11.9%	-2.7%	13.6%	-100.0%	13.6%
0.1-1百萬元	127	361,346	2,316	359,030	129	470,317	280	470,037	141	499,133	250	498,883
	-3.1%	-2.6%	11175.2%	-3.2%	1.6%	30.2%	-87.9%	30.9%	9.3%	6.1%	-10.6%	6.1%
1-5百萬元	638	7,106,185	45,409	7,060,776	636	6,556,471	113,230	6,443,241	642	5,455,929	92,862	5,363,066
	0.6%	1.4%	7.8%	1.3%	-0.3%	-7.7%	149.4%	-8.7%	0.9%	-16.8%	-18.0%	-16.8%
5-10百萬元	275	6,212,812	107,364	6,105,447	272	4,632,138	55,268	4,576,870	263	4,970,335	25,938	4,944,396
	-4.5%	-10.3%	59.0%	-11.0%	-1.1%	-25.4%	-48.5%	-25.0%	-3.3%	7.3%	-53.1%	8.0%
10-20百萬元	168	3,819,684	53,565	3,766,119	172	3,547,200	41,204	3,505,996	165	3,239,421	153,768	3,085,653
	2.4%	-2.9%	-21.7%	-2.6%	2.4%	-7.1%	-23.1%	-6.9%	-4.1%	-8.7%	273.2%	-12.0%
20-30百萬元	61	6,424,690	51,136	6,373,554	61	7,983,624	50,462	7,933,161	58	8,972,343	71,991	8,900,352
	0.0%	7.1%	-34.0%	7.6%	0.0%	24.3%	-1.3%	24.5%	-4.9%	12.4%	42.7%	12.2%
30-40百萬元	23	1,316,321	1,011	1,315,309	24	1,250,217	800	1,249,417	23	1,347,238	16,566	1,330,672
	4.5%	37.6%	-64.5%	37.9%	4.3%	-5.0%	-20.9%	-5.0%	-4.2%	7.8%	1970.8%	6.5%
40-50百萬元	9	487,101	0	487,101	9	336,030	0	336,030	8	427,165	0	427,165
	0.0%	-28.6%	-	-28.6%	0.0%	-31.0%	-	-31.0%	-11.1%	27.1%	-	27.1%
50-60百萬元	58	2,103,473	51,664	2,051,808	61	3,672,147	43,786	3,628,361	61	3,076,762	19,358	3,057,404
	0.0%	-5.9%	-1.6%	-6.0%	5.2%	74.6%	-15.2%	76.8%	0.0%	-16.2%	-55.8%	-15.7%
60-80百萬元	18	2,765,960	8,666	2,757,294	18	3,285,845	8,636	3,277,209	19	2,283,813	6,913	2,276,900
	0.0%	8.1%	-23.3%	8.2%	0.0%	18.8%	-0.4%	18.9%	5.6%	-30.5%	-19.9%	-30.5%
0.8-1億元	8	733,710	9,763	723,947	8	776,390	8,276	768,115	8	1,092,819	14,822	1,077,997
	14.3%	51.1%	-2.7%	52.2%	0.0%	5.8%	-15.2%	6.1%	0.0%	40.8%	79.1%	40.3%
1-2億元	25	14,126,654	59,964	14,066,690	26	15,220,765	34,915	15,185,850	25	15,741,021	48,060	15,692,960
	4.2%	27.1%	-30.0%	27.5%	4.0%	7.7%	-41.8%	8.0%	-3.8%	3.4%	37.6%	3.3%
2億元以上	92	79,015,410	1,458,604	77,556,806	92	80,307,067	1,519,886	78,787,181	93	87,534,369	1,941,191	85,593,178
	2.2%	-3.8%	54.2%	-4.5%	0.0%	1.6%	4.2%	1.6%	1.1%	9.0%	27.7%	8.6%
合計	1,574	131,756,499	1,849,463	129,907,036	1,583	134,456,347	1,877,215	132,579,131	1,579	141,931,266	2,391,720	139,539,546
	-0.9%	3.2%	35.6%	2.8%	0.6%	2.0%	1.5%	2.1%	-0.3%	5.6%	27.4%	5.3%

出版產業

出版產業2008～2013年家數與營業額

出版產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
458112	書籍、雜誌批發	1,889	33,688,772	541,782	33,146,990	1,845	33,231,491	594,895	32,636,596	1,831	38,668,962	721,184	37,947,779
						-2.3%	-1.4%	9.8%	-1.5%	-0.8%	16.4%	21.2%	16.3%
476112	書籍雜誌零售	2,679	24,869,126	513,094	24,356,032	2,611	24,044,142	592,301	23,451,840	2,582	24,868,008	540,774	24,327,234
						-2.5%	-3.3%	15.4%	-3.7%	-1.1%	3.4%	-8.7%	3.7%
486911	書籍零售攤販	9	26,690	0	26,690	8	38,851	0	38,851	10	37,951	0	37,951
						-11.1%	45.6%	-	45.6%	25.0%	-2.3%	-	-2.3%
581111	新聞出版	182	14,450,400	281,611	14,168,788	189	10,952,388	154,228	10,798,160	196	13,174,132	179,583	12,994,549
						3.8%	-24.2%	-45.2%	-23.8%	3.7%	20.3%	16.4%	20.3%
581112	數位新聞出版	1	2	0	2	1	10	0	10	1	542	0	542
						0.0%	411.9%	-	411.9%	0.0%	5196.8%	-	5196.8%
581211	雜誌（期刊）出版	990	16,699,837	305,651	16,394,186	1,029	15,561,442	346,602	15,214,840	1,068	16,539,830	359,789	16,180,041
						3.9%	-6.8%	13.4%	-7.2%	3.8%	6.3%	3.8%	6.3%
581212	數位雜誌（期刊）出版	6	1,134,299	104	1,134,196	6	1,074,408	95	1,074,313	6	1,214,673	70	1,214,603
						0.0%	-5.3%	-8.1%	-5.3%	0.0%	13.1%	-26.3%	13.1%
581311	書籍出版	1,844	18,664,694	541,508	18,123,186	1,827	18,727,536	510,039	18,217,496	1,817	19,993,074	563,573	19,429,501
						-0.9%	0.3%	-5.8%	0.5%	-0.5%	6.8%	10.5%	6.7%
581312	數位書籍出版	20	102,304	260	102,044	17	107,432	616	106,815	17	136,577	1,773	134,804
						-15.0%	5.0%	137.4%	4.7%	0.0%	27.1%	187.7%	26.2%
773913	小說漫畫出租	1,705	1,307,964	0	1,307,964	1,611	1,248,048	0	1,248,048	1,544	1,184,246	0	1,184,246
						-5.5%	-4.6%	-	-4.6%	-4.2%	-5.1%	-	-5.1%
901012	漫畫創作	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
						-	-	-	-	-	-	-	-
901013	文學創作	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
						-	-	-	-	-	-	-	-
901018	獨立供稿者	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
						-	-	-	-	-	-	-	-
932916	漫畫書屋	262	333,196	0	333,196	235	271,687	0	271,687	209	213,155	0	213,155
						-10.3%	-18.5%	-	-18.5%	-11.1%	-21.5%	-	-21.5%
合計		9,587	111,277,283	2,184,010	109,093,274	9,379	105,257,435	2,198,778	103,058,657	9,281	116,031,150	2,366,746	113,664,404
						-2.2%	-5.4%	0.7%	-5.5%	-1.0%	10.2%	7.6%	10.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

出版產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	544	1,013,999	20,917	993,082	620	728,999	2,867	726,132	581	732,890	6,264	726,626
					14.0%	-28.1%	-86.3%	-26.9%	-6.3%	0.5%	118.5%	0.1%
1-2年	656	2,645,401	46,284	2,599,117	540	3,636,551	146,638	3,489,913	632	2,122,562	17,884	2,104,678
					-17.7%	37.5%	216.8%	34.3%	17.0%	-41.6%	-87.8%	-39.7%
2-3年	649	2,322,080	4,812	2,317,268	571	2,506,779	45,778	2,461,001	469	4,085,957	226,920	3,859,037
					-12.0%	8.0%	851.3%	6.2%	-17.9%	63.0%	395.7%	56.8%
3-4年	734	5,280,909	63,049	5,217,860	554	2,249,882	5,264	2,244,618	516	2,484,676	79,942	2,404,734
					-24.5%	-57.4%	-91.7%	-57.0%	-6.9%	10.4%	1418.7%	7.1%
4-5年	716	3,554,905	65,031	3,489,874	641	5,342,005	77,655	5,264,350	487	2,480,927	8,301	2,472,626
					-10.5%	50.3%	19.4%	50.8%	-24.0%	-53.6%	-89.3%	-53.0%
5-10年	2,792	35,937,125	986,222	34,950,904	2,721	23,711,576	832,615	22,878,960	2,653	26,047,777	877,309	25,170,468
					-2.5%	-34.0%	-15.6%	-34.5%	-2.5%	9.9%	5.4%	10.0%
10-20年	2,335	32,544,830	539,386	32,005,444	2,534	37,180,984	638,731	36,542,254	2,679	42,503,622	536,331	41,967,291
					8.5%	14.2%	18.4%	14.2%	5.7%	14.3%	-16.0%	14.8%
20年以上	1,158	27,970,129	458,309	27,511,820	1,195	29,890,352	449,230	29,441,122	1,261	35,565,722	613,795	34,951,926
					3.2%	6.9%	-2.0%	7.0%	5.5%	19.0%	36.6%	18.7%
未知	3	7,903	0	7,903	3	10,306	0	10,306	3	7,017	0	7,017
					0.0%	30.4%	-	30.4%	0.0%	-31.9%	-	-31.9%
合計	9,587	111,277,283	2,184,010	109,093,274	9,379	105,257,435	2,198,778	103,058,657	9,281	116,031,150	2,366,746	113,664,404
					-2.2%	-5.4%	0.7%	-5.5%	-1.0%	10.2%	7.6%	10.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

出版產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
458112	書籍、雜誌批發	1,782	37,999,413	1,002,120	36,997,293	1,778	38,922,904	963,434	37,959,470	1,764	32,937,554	834,321	32,103,234
		-2.7%	-1.7%	39.0%	-2.5%	-0.2%	2.4%	-3.9%	2.6%	-0.8%	-15.4%	-13.4%	-15.4%
476112	書籍雜誌零售	2,570	25,517,005	616,216	24,900,789	2,540	24,565,868	571,208	23,994,660	2,470	24,208,347	558,037	23,650,310
		-0.5%	2.6%	14.0%	2.4%	-1.2%	-3.7%	-7.3%	-3.6%	-2.8%	-1.5%	-2.3%	-1.4%
486911	書籍零售攤販	10	49,095	0	49,095	8	44,837	0	44,837	8	43,275	0	43,275
		0.0%	29.4%	-	29.4%	-20.0%	-8.7%	-	-8.7%	0.0%	-3.5%	-	-3.5%
581111	新聞出版	200	12,743,149	106,093	12,637,055	219	12,213,700	114,885	12,098,816	214	14,516,217	141,582	14,374,635
		2.0%	-3.3%	-40.9%	-2.8%	9.5%	-4.2%	8.3%	-4.3%	-2.3%	18.9%	23.2%	18.8%
581112	數位新聞出版	1	1,568	0	1,568	1	1,960	0	1,960	4	4,480	0	4,480
		0.0%	189.1%	-	189.1%	0.0%	25.0%	-	25.0%	300.0%	128.6%	-	128.6%
581211	雜誌（期刊）出版	1,121	17,275,157	385,211	16,889,947	1,222	17,896,932	498,967	17,397,965	1,242	16,991,085	474,213	16,516,873
		5.0%	4.4%	7.1%	4.4%	9.0%	3.6%	29.5%	3.0%	1.6%	-5.1%	-5.0%	-5.1%
581212	數位雜誌（期刊）出版	6	1,272,070	49	1,272,021	7	1,255,576	116	1,255,460	9	1,333,106	267	1,332,839
		0.0%	4.7%	-29.8%	4.7%	16.7%	-1.3%	136.9%	-1.3%	28.6%	6.2%	129.1%	6.2%
581311	書籍出版	1,830	20,081,973	574,925	19,507,048	1,848	20,612,057	599,570	20,012,487	1,863	19,313,850	615,279	18,698,571
		0.7%	0.4%	2.0%	0.4%	1.0%	2.6%	4.3%	2.6%	0.8%	-6.3%	2.6%	-6.6%
581312	數位書籍出版	15	108,691	334	108,357	18	104,767	198	104,569	22	110,036	6	110,030
		-11.8%	-20.4%	-81.2%	-19.6%	20.0%	-3.6%	-40.5%	-3.5%	22.2%	5.0%	-97.0%	5.2%
773913	小說漫畫出租	1,471	1,144,817	0	1,144,817	1,339	1,056,028	0	1,056,028	1,204	907,104	0	907,104
		-4.7%	-3.3%	-	-3.3%	-9.0%	-7.8%	-	-7.8%	-10.1%	-14.1%	-	-14.1%
901012	漫畫創作	0	0	0	0	0	0	0	0	2	428	0	428
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
901013	文學創作	1	0	0	0	1	81	0	81	2	137	0	137
		-	-	-	-	0.0%	-	-	-	100.0%	68.6%	-	68.6%
901018	獨立供稿者	0	0	0	0	0	0	0	0	1	249	0	249
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
932916	漫畫書屋	180	157,408	0	157,408	149	132,857	0	132,857	128	113,206	0	113,206
		-13.9%	-26.2%	-	-26.2%	-17.2%	-15.6%	-	-15.6%	-14.1%	-14.8%	-	-14.8%
合計		9,187	116,350,345	2,684,948	113,665,398	9,130	116,807,568	2,748,378	114,059,190	8,933	110,479,073	2,623,704	107,855,369
		-1.0%	0.3%	13.4%	0.0%	-0.6%	0.4%	2.4%	0.3%	-2.2%	-5.4%	-4.5%	-5.4%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	549	657,158	36,077	621,081	535	1,082,187	12,843	1,069,344	465	461,382	1,930	459,452
	-5.5%	-10.3%	476.0%	-14.5%	-2.6%	64.7%	-64.4%	72.2%	-13.1%	-57.4%	-85.0%	-57.0%
1-2年	586	1,922,864	37,601	1,885,263	563	1,421,554	122,336	1,299,218	544	2,353,001	26,658	2,326,343
	-7.3%	-9.4%	110.3%	-10.4%	-3.9%	-26.1%	225.4%	-31.1%	-3.4%	65.5%	-78.2%	79.1%
2-3年	551	2,352,787	35,247	2,317,540	527	1,978,052	31,556	1,946,495	482	1,398,647	67,940	1,330,707
	17.5%	-42.4%	-84.5%	-39.9%	-4.4%	-15.9%	-10.5%	-16.0%	-8.5%	-29.3%	115.3%	-31.6%
3-4年	416	4,158,824	329,766	3,829,058	483	2,379,348	39,879	2,339,469	465	1,877,709	21,448	1,856,261
	-19.4%	67.4%	312.5%	59.2%	16.1%	-42.8%	-87.9%	-38.9%	-3.7%	-21.1%	-46.2%	-20.7%
4-5年	464	2,307,076	65,782	2,241,294	373	3,838,742	259,859	3,578,883	428	2,315,888	53,900	2,261,988
	-4.7%	-7.0%	692.5%	-9.4%	-19.6%	66.4%	295.0%	59.7%	14.7%	-39.7%	-79.3%	-36.8%
5-10年	2,497	22,553,044	891,470	21,661,575	2,276	17,891,875	798,297	17,093,578	1,946	17,392,265	374,995	17,017,270
	-5.9%	-13.4%	1.6%	-13.9%	-8.9%	-20.7%	-10.5%	-21.1%	-14.5%	-2.8%	-53.0%	-0.4%
10-20年	2,781	45,249,482	665,066	44,584,416	2,929	51,056,336	806,186	50,250,150	3,081	44,009,189	1,355,120	42,654,069
	3.8%	6.5%	24.0%	6.2%	5.3%	12.8%	21.2%	12.7%	5.2%	-13.8%	68.1%	-15.1%
20年以上	1,340	37,140,571	623,939	36,516,632	1,442	37,156,366	677,423	36,478,943	1,520	40,670,464	721,712	39,948,751
	6.3%	4.4%	1.7%	4.5%	7.6%	0.0%	8.6%	-0.1%	5.4%	9.5%	6.5%	9.5%
未知	3	8,538	0	8,538	2	3,108	0	3,108	2	528	0	528
	0.0%	21.7%	-	21.7%	-33.3%	-63.6%	-	-63.6%	0.0%	-83.0%	-	-83.0%
合計	9,187	116,350,345	2,684,948	113,665,398	9,130	116,807,568	2,748,378	114,059,190	8,933	110,479,073	2,623,704	107,855,369
	-1.0%	0.3%	13.4%	0.0%	-0.6%	0.4%	2.4%	0.3%	-2.2%	-5.4%	-4.5%	-5.4%

出版產業

出版產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	3,095	65,879,391	1,277,680	64,601,711	3,006	61,575,437	1,121,449	60,453,988	3,005	70,126,051	1,265,665	68,860,386
臺中市	1,108	4,465,881	46,927	4,418,954	1,083	4,341,433	28,033	4,313,400	1,076	4,502,943	38,866	4,464,078
基隆市	98	252,344	1,164	251,180	90	258,927	1,378	257,549	94	262,516	455	262,061
臺南市	644	7,781,575	7,970	7,773,606	647	7,831,579	13,899	7,817,680	633	8,012,141	24,857	7,987,284
高雄市	959	3,896,627	19,649	3,876,977	930	3,657,960	58,838	3,599,121	907	3,787,311	87,186	3,700,125
新北市	1,544	22,075,870	708,446	21,367,424	1,518	20,556,951	800,028	19,756,923	1,499	22,161,664	888,154	21,273,510
宜蘭縣	96	277,534	0	277,534	95	272,484	0	272,484	92	297,047	0	297,047
桃園縣	525	2,027,666	32,808	1,994,858	527	1,988,912	11,013	1,977,899	528	2,181,551	11,229	2,170,322
嘉義市	132	589,331	0	589,331	123	607,894	0	607,894	119	596,636	0	596,636
新竹縣	121	253,533	0	253,533	118	276,545	0	276,545	113	307,898	0	307,898
苗栗縣	131	347,440	6,712	340,727	132	371,612	16,203	355,409	123	366,568	6,269	360,299
南投縣	120	291,886	30	291,856	110	264,216	88	264,128	109	247,292	90	247,202
彰化縣	263	1,027,057	61,020	966,036	254	1,111,808	125,049	986,758	248	1,018,499	29,771	988,728
新竹市	171	920,902	2,178	918,724	168	900,165	1,228	898,937	165	921,071	786	920,285
雲林縣	116	230,943	0	230,943	121	229,329	0	229,329	117	248,417	0	248,417
嘉義縣	75	145,523	0	145,523	67	137,936	0	137,936	67	158,547	0	158,547
屏東縣	166	347,948	19,425	328,524	163	371,380	21,573	349,807	161	330,261	13,418	316,843
花蓮縣	114	219,544	0	219,544	114	238,440	0	238,440	113	254,972	0	254,972
臺東縣	43	104,199	0	104,199	43	108,577	0	108,577	42	117,505	0	117,505
金門縣	32	83,156	0	83,156	35	90,530	0	90,530	36	74,610	0	74,610
澎湖縣	26	54,529	0	54,529	27	60,641	0	60,641	25	53,706	0	53,706
連江縣	8	4,406	0	4,406	8	4,681	0	4,681	9	3,944	0	3,944
合計	9,587	111,277,283	2,184,010	109,093,274	9,379	105,257,435	2,198,778	103,058,657	9,281	116,031,150	2,366,746	113,664,404

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

出版產業2008～2013年資本結構

資本結構	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	3,450	11,848,702	10,243	11,838,459	3,331	12,307,268	9,583	12,297,685	3,259	12,712,907	11,756	12,701,150
					-3.4%	3.9%	-6.4%	3.9%	-2.2%	3.3%	22.7%	3.3%
0.1-1百萬元	2,939	7,255,180	108,294	7,146,887	2,899	7,344,542	86,452	7,258,090	2,895	7,694,487	88,896	7,605,591
					-1.4%	1.2%	-20.2%	1.6%	-0.1%	4.8%	2.8%	4.8%
1-5百萬元	1,776	10,920,043	532,133	10,387,910	1,748	10,610,168	443,954	10,166,215	1,738	11,288,534	483,767	10,804,768
					-1.6%	-2.8%	-16.6%	-2.1%	-0.6%	6.4%	9.0%	6.3%
5-10百萬元	747	10,056,836	377,345	9,679,490	728	9,482,238	331,052	9,151,186	720	10,046,848	346,537	9,700,310
					-2.5%	-5.7%	-12.3%	-5.5%	-1.1%	6.0%	4.7%	6.0%
10-20百萬元	350	9,028,040	393,266	8,634,774	353	8,618,654	508,861	8,109,792	352	8,912,070	528,825	8,383,244
					0.9%	-4.5%	29.4%	-6.1%	-0.3%	3.4%	3.9%	3.4%
20-30百萬元	139	11,795,847	225,486	11,570,361	136	10,857,430	246,482	10,610,947	134	11,227,579	265,526	10,962,053
					-2.2%	-8.0%	9.3%	-8.3%	-1.5%	3.4%	7.7%	3.3%
30-40百萬元	40	1,556,104	9,600	1,546,504	38	1,471,178	22,071	1,449,108	37	1,549,087	27,323	1,521,764
					-5.0%	-5.5%	129.9%	-6.3%	-2.6%	5.3%	23.8%	5.0%
40-50百萬元	21	2,200,215	7,606	2,192,608	21	1,780,935	20,965	1,759,971	20	1,778,723	27,602	1,751,122
					0.0%	-19.1%	175.6%	-19.7%	-4.8%	-0.1%	31.7%	-0.5%
50-60百萬元	28	2,439,522	13,221	2,426,300	29	2,708,325	25,233	2,683,092	28	2,856,227	15,219	2,841,008
					3.6%	11.0%	90.9%	10.6%	-3.4%	5.5%	-39.7%	5.9%
60-80百萬元	22	5,622,078	147,074	5,475,004	22	6,426,735	206,218	6,220,517	22	7,152,134	238,431	6,913,703
					0.0%	14.3%	40.2%	13.6%	0.0%	11.3%	15.6%	11.1%
0.8-1億元	14	1,051,689	2,373	1,049,315	14	964,378	4,735	959,642	14	1,121,219	6,142	1,115,077
					0.0%	-8.3%	99.5%	-8.5%	0.0%	16.3%	29.7%	16.2%
1-2億元	31	16,116,512	47,460	16,069,052	31	15,705,477	49,279	15,656,198	33	19,966,664	51,270	19,915,394
					0.0%	-2.6%	3.8%	-2.6%	6.5%	27.1%	4.0%	27.2%
2億元以上	30	21,386,517	309,908	21,076,608	29	16,980,106	243,893	16,736,214	29	19,724,671	275,451	19,449,220
					-3.3%	-20.6%	-21.3%	-20.6%	0.0%	16.2%	12.9%	16.2%
合計	9,587	111,277,283	2,184,010	109,093,274	9,379	105,257,435	2,198,778	103,058,657	9,281	116,031,150	2,366,746	113,664,404
					-2.2%	-5.4%	0.7%	-5.5%	-1.0%	10.2%	7.6%	10.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	2,971	70,028,254	1,481,936	68,546,317	3,008	71,375,392	1,402,536	69,972,856	2,971	64,227,836	1,350,787	62,877,049
臺中市	1,077	4,624,777	60,665	4,564,112	1,070	4,877,547	46,308	4,831,239	1,045	4,806,011	34,551	4,771,460
基隆市	89	251,544	0	251,544	80	250,739	0	250,739	90	267,692	0	267,692
臺南市	616	7,850,391	15,833	7,834,558	608	7,707,110	11,313	7,695,797	609	7,304,218	10,957	7,293,261
高雄市	886	3,875,817	135,565	3,740,252	880	3,905,559	116,117	3,789,442	838	3,745,397	18,744	3,726,654
新北市	1,488	22,576,780	948,736	21,628,044	1,473	21,840,993	1,129,149	20,711,843	1,444	23,569,630	1,140,762	22,428,867
宜蘭縣	88	321,852	0	321,852	96	315,172	12,576	302,596	94	296,981	20,416	276,565
桃園縣	526	2,150,198	20,430	2,129,768	520	2,097,368	21,707	2,075,660	503	2,044,348	34,770	2,009,577
嘉義市	113	613,017	0	613,017	114	579,391	0	579,391	110	545,424	0	545,424
新竹縣	111	306,775	3,421	303,354	116	286,092	161	285,931	114	264,090	0	264,090
苗栗縣	123	398,286	8,530	389,756	120	336,430	4,453	331,977	113	302,005	8,258	293,746
南投縣	110	238,805	90	238,715	103	224,021	178	223,843	99	225,876	188	225,688
彰化縣	244	974,931	0	974,931	240	928,391	0	928,391	225	877,333	0	877,333
新竹市	165	859,383	1,552	857,832	160	852,272	196	852,076	163	782,329	491	781,838
雲林縣	119	253,094	0	253,094	111	241,051	77	240,973	105	216,358	99	216,259
嘉義縣	68	175,673	0	175,673	64	171,607	0	171,607	63	177,901	0	177,901
屏東縣	167	321,487	8,190	313,297	156	274,658	3,607	271,051	146	266,161	3,680	262,480
花蓮縣	111	275,216	0	275,216	100	289,726	0	289,726	100	317,411	0	317,411
臺東縣	44	122,409	0	122,409	40	123,210	0	123,210	38	112,643	0	112,643
金門縣	37	70,045	0	70,045	33	69,707	0	69,707	32	68,657	0	68,657
澎湖縣	25	56,966	0	56,966	30	55,361	0	55,361	26	57,887	0	57,887
連江縣	9	4,645	0	4,645	8	5,772	0	5,772	5	2,886	0	2,886
合計	9,187	116,350,345	2,684,948	113,665,398	9,130	116,807,568	2,748,378	114,059,190	8,933	110,479,073	2,623,704	107,855,369

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	3,161	13,062,049	11,183	13,050,866	3,057	12,811,865	11,500	12,800,365	2,861	12,713,466	13,389	12,700,078
	-3.0%	2.7%	-4.9%	2.8%	-3.3%	-1.9%	2.8%	-1.9%	-6.4%	-0.8%	16.4%	-0.8%
0.1-1百萬元	2,909	7,623,438	55,468	7,567,971	2,904	7,547,072	62,644	7,484,428	2,895	7,374,082	70,547	7,303,536
	0.5%	-0.9%	-37.6%	-0.5%	-0.2%	-1.0%	12.9%	-1.1%	-0.3%	-2.3%	12.6%	-2.4%
1-5百萬元	1,736	11,872,905	596,914	11,275,990	1,796	12,866,129	671,662	12,194,467	1,807	11,537,021	581,879	10,955,141
	-0.1%	5.2%	23.4%	4.4%	3.5%	8.4%	12.5%	8.1%	0.6%	-10.3%	-13.4%	-10.2%
5-10百萬元	720	9,942,765	382,875	9,559,891	708	9,881,276	425,217	9,456,059	701	9,821,612	426,370	9,395,242
	0.0%	-1.0%	10.5%	-1.4%	-1.7%	-0.6%	11.1%	-1.1%	-1.0%	-0.6%	0.3%	-0.6%
10-20百萬元	349	9,277,660	603,244	8,674,416	358	9,305,559	517,730	8,787,829	360	9,039,690	478,918	8,560,772
	-0.9%	4.1%	14.1%	3.5%	2.6%	0.3%	-14.2%	1.3%	0.6%	-2.9%	-7.5%	-2.6%
20-30百萬元	128	11,473,389	409,415	11,063,974	125	11,273,798	322,288	10,951,511	124	10,435,503	266,169	10,169,335
	-4.5%	2.2%	54.2%	0.9%	-2.3%	-1.7%	-21.3%	-1.0%	-0.8%	-7.4%	-17.4%	-7.1%
30-40百萬元	38	1,581,355	41,389	1,539,966	37	1,608,179	27,149	1,581,030	39	1,561,225	39,625	1,521,601
	2.7%	2.1%	51.5%	1.2%	-2.6%	1.7%	-34.4%	2.7%	5.4%	-2.9%	46.0%	-3.8%
40-50百萬元	20	1,581,931	26,417	1,555,515	20	1,641,211	32,404	1,608,806	21	1,625,522	30,555	1,594,967
	0.0%	-11.1%	-4.3%	-11.2%	0.0%	3.7%	22.7%	3.4%	5.0%	-1.0%	-5.7%	-0.9%
50-60百萬元	28	2,751,828	24,083	2,727,746	28	2,422,237	33,305	2,388,932	27	2,538,542	14,997	2,523,545
	0.0%	-3.7%	58.2%	-4.0%	0.0%	-12.0%	38.3%	-12.4%	-3.6%	4.8%	-55.0%	5.6%
60-80百萬元	21	7,163,970	236,905	6,927,064	20	6,934,591	278,603	6,655,988	21	6,919,592	298,743	6,620,849
	-4.5%	0.2%	-0.6%	0.2%	-4.8%	-3.2%	17.6%	-3.9%	5.0%	-0.2%	7.2%	-0.5%
0.8-1億元	14	1,120,035	4,231	1,115,805	14	1,165,741	1,330	1,164,411	13	1,170,200	2,820	1,167,380
	0.0%	-0.1%	-31.1%	0.1%	0.0%	4.1%	-68.6%	4.4%	-7.1%	0.4%	112.1%	0.3%
1-2億元	35	19,328,654	86,346	19,242,308	33	20,574,806	123,169	20,451,637	32	14,294,415	136,765	14,157,650
	6.1%	-3.2%	68.4%	-3.4%	-5.7%	6.4%	42.6%	6.3%	-3.0%	-30.5%	11.0%	-30.8%
2億元以上	28	19,570,366	206,478	19,363,887	30	18,775,106	241,380	18,533,726	32	21,448,203	262,927	21,185,275
	-3.4%	-0.8%	-25.0%	-0.4%	7.1%	-4.1%	16.9%	-4.3%	6.7%	14.2%	8.9%	14.3%
合計	9,187	116,350,345	2,684,948	113,665,398	9,130	116,807,568	2,748,378	114,059,190	8,933	110,479,073	2,623,704	107,855,369
	-1.0%	0.3%	13.4%	0.0%	-0.6%	0.4%	2.4%	0.3%	-2.2%	-5.4%	-4.5%	-5.4%

廣告產業

廣告產業2008～2013年家數與營業額

廣告產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
731011	廣告代理	6,168	74,992,048	365,452	74,626,596	6,006	65,415,666	317,964	65,097,702	5,998	77,560,931	519,655	77,041,276
						-2.6%	-12.8%	-13.0%	-12.8%	-0.1%	18.6%	63.4%	18.3%
731012	媒體代理及購買	6	6,563	0	6,563	11	3,503	0	3,503	9	11,073	0	11,073
						83.3%	-46.6%	-	-46.6%	-18.2%	216.1%	-	216.1%
731013	公開展示廣告	2,960	20,363,582	93,890	20,269,693	2,884	18,268,653	71,095	18,197,557	2,876	21,498,638	71,632	21,427,006
						-2.6%	-10.3%	-24.3%	-10.2%	-0.3%	17.7%	0.8%	17.7%
731099	其他廣告服務	3,375	31,071,655	155,580	30,916,075	3,626	28,834,398	128,226	28,706,172	3,938	36,867,084	176,155	36,690,930
						7.4%	-7.2%	-17.6%	-7.1%	8.6%	27.9%	37.4%	27.8%
732011	市場研究	90	2,443,393	219,823	2,223,571	100	2,425,585	193,982	2,231,603	102	2,819,165	239,675	2,579,490
						11.1%	-0.7%	-11.8%	0.4%	2.0%	16.2%	23.6%	15.6%
合計		12,599	128,877,242	834,744	128,042,497	12,627	114,947,804	711,266	114,236,537	12,923	138,756,891	1,007,116	137,749,775
						0.2%	-10.8%	-14.8%	-10.8%	2.3%	20.7%	41.6%	20.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

廣告產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	1,012	1,786,299	8,222	1,778,077	1,081	1,524,841	3,305	1,521,536	1,115	2,897,146	3,466	2,893,680
					6.8%	-14.6%	-59.8%	-14.4%	3.1%	90.0%	4.9%	90.2%
1-2年	1,144	6,431,849	56,509	6,375,340	987	4,023,337	11,904	4,011,433	1,087	5,111,567	15,464	5,096,103
					-13.7%	-37.4%	-78.9%	-37.1%	10.1%	27.0%	29.9%	27.0%
2-3年	1,135	6,215,357	23,189	6,192,168	995	5,273,454	47,325	5,226,129	873	5,358,940	10,851	5,348,089
					-12.3%	-15.2%	104.1%	-15.6%	-12.3%	1.6%	-77.1%	2.3%
3-4年	1,089	6,256,010	29,310	6,226,700	1,002	4,628,496	30,818	4,597,678	887	5,529,574	72,040	5,457,534
					-8.0%	-26.0%	5.1%	-26.2%	-11.5%	19.5%	133.8%	18.7%
4-5年	941	5,699,029	41,697	5,657,332	966	5,486,185	14,273	5,471,912	909	6,074,968	38,647	6,036,322
					2.7%	-3.7%	-65.8%	-3.3%	-5.9%	10.7%	170.8%	10.3%
5-10年	3,154	53,443,566	212,820	53,230,745	3,237	40,970,358	192,927	40,777,431	3,423	45,572,774	239,169	45,333,605
					2.6%	-23.3%	-9.3%	-23.4%	5.7%	11.2%	24.0%	11.2%
10-20年	3,133	34,717,588	296,603	34,420,985	3,283	38,265,407	246,075	38,019,332	3,452	50,358,198	385,728	49,972,470
					4.8%	10.2%	-17.0%	10.5%	5.1%	31.6%	56.8%	31.4%
20年以上	990	14,323,532	166,392	14,157,140	1,075	14,775,721	164,639	14,611,082	1,174	17,852,875	241,751	17,611,123
					8.6%	3.2%	-1.1%	3.2%	9.2%	20.8%	46.8%	20.5%
未知	1	4,010	0	4,010	1	5	0	5	3	848	0	848
					0.0%	-99.9%	-	-99.9%	200.0%	18144.3%	-	18144.3%
合計	12,599	128,877,242	834,744	128,042,497	12,627	114,947,804	711,266	114,236,537	12,923	138,756,891	1,007,116	137,749,775
					0.2%	-10.8%	-14.8%	-10.8%	2.3%	20.7%	41.6%	20.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

廣告產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
731011	廣告代理	6,053	80,537,401	554,297	79,983,105	6,093	79,180,881	683,107	78,497,773	5,920	84,383,213	695,819	83,687,394
		0.9%	3.8%	6.7%	3.8%	0.7%	-1.7%	23.2%	-1.9%	-2.8%	6.6%	1.9%	6.6%
731012	媒體代理及購買	6	13,085	0	13,085	5	7,243	0	7,243	8	12,720	0	12,720
		-33.3%	18.2%	-	18.2%	-16.7%	-44.6%	-	-44.6%	60.0%	75.6%	-	75.6%
731013	公開展示廣告	2,881	22,600,630	120,222	22,480,408	2,868	22,650,523	82,373	22,568,150	2,852	23,784,679	58,534	23,726,145
		0.2%	5.1%	67.8%	4.9%	-0.5%	0.2%	-31.5%	0.4%	-0.6%	5.0%	-28.9%	5.1%
731099	其他廣告服務	4,263	41,287,035	248,407	41,038,628	4,553	43,587,377	231,102	43,356,275	5,093	53,156,149	236,907	52,919,242
		8.3%	12.0%	41.0%	11.8%	6.8%	5.6%	-7.0%	5.6%	11.9%	22.0%	2.5%	22.1%
732011	市場研究	110	2,779,653	239,038	2,540,614	116	2,979,230	265,892	2,713,339	117	3,059,715	347,661	2,712,054
		7.8%	-1.4%	-0.3%	-1.5%	5.5%	7.2%	11.2%	6.8%	0.9%	2.7%	30.8%	0.0%
合計		13,313	147,217,804	1,161,964	146,055,840	13,635	148,405,254	1,262,474	147,142,780	13,990	164,396,475	1,338,921	163,057,554
		3.0%	6.1%	15.4%	6.0%	2.4%	0.8%	8.7%	0.7%	2.6%	10.8%	6.1%	10.8%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	1,095	1,794,490	919	1,793,571	1,025	1,935,785	11,740	1,924,046	1,087	2,320,700	256	2,320,444
	-1.8%	-38.1%	-73.5%	-38.0%	-6.4%	7.9%	1178.0%	7.3%	6.0%	19.9%	-97.8%	20.6%
1-2年	1,142	9,424,214	21,794	9,402,419	1,093	4,649,946	18,060	4,631,887	1,043	6,609,752	14,615	6,595,137
	5.1%	84.4%	40.9%	84.5%	-4.3%	-50.7%	-17.1%	-50.7%	-4.6%	42.1%	-19.1%	42.4%
2-3年	951	5,454,195	14,950	5,439,246	1,024	9,349,620	17,008	9,332,612	970	5,762,742	33,109	5,729,633
	8.9%	1.8%	37.8%	1.7%	7.7%	71.4%	13.8%	71.6%	-5.3%	-38.4%	94.7%	-38.6%
3-4年	804	4,917,041	21,211	4,895,830	878	5,801,198	12,738	5,788,460	922	9,850,602	52,949	9,797,653
	-9.4%	-11.1%	-70.6%	-10.3%	9.2%	18.0%	-39.9%	18.2%	5.0%	69.8%	315.7%	69.3%
4-5年	802	5,473,249	92,741	5,380,508	736	4,657,077	13,910	4,643,166	808	7,108,310	10,342	7,097,968
	-11.8%	-9.9%	140.0%	-10.9%	-8.2%	-14.9%	-85.0%	-13.7%	9.8%	52.6%	-25.6%	52.9%
5-10年	3,591	44,384,472	285,919	44,098,554	3,573	30,346,670	284,422	30,062,248	3,534	31,509,478	163,579	31,345,899
	4.9%	-2.6%	19.5%	-2.7%	-0.5%	-31.6%	-0.5%	-31.8%	-1.1%	3.8%	-42.5%	4.3%
10-20年	3,633	54,794,360	462,129	54,332,230	3,807	67,812,305	460,118	67,352,187	3,971	73,661,595	630,700	73,030,895
	5.2%	8.8%	19.8%	8.7%	4.8%	23.8%	-0.4%	24.0%	4.3%	8.6%	37.1%	8.4%
20年以上	1,292	20,974,071	262,302	20,711,769	1,496	23,850,668	444,478	23,406,190	1,651	27,571,952	433,370	27,138,582
	10.1%	17.5%	8.5%	17.6%	15.8%	13.7%	69.5%	13.0%	10.4%	15.6%	-2.5%	15.9%
未知	3	1,712	0	1,712	3	1,984	0	1,984	4	1,343	0	1,343
	0.0%	101.8%	-	101.8%	0.0%	15.9%	-	15.9%	33.3%	-32.3%	-	-32.3%
合計	13,313	147,217,804	1,161,964	146,055,840	13,635	148,405,254	1,262,474	147,142,780	13,990	164,396,475	1,338,921	163,057,554
	3.0%	6.1%	15.4%	6.0%	2.4%	0.8%	8.7%	0.7%	2.6%	10.8%	6.1%	10.8%

廣告產業

廣告產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	3,892	89,211,722	661,540	88,550,182	3,896	80,232,493	537,491	79,695,002	3,928	96,699,003	731,507	95,967,497
臺中市	1,672	7,008,434	46,457	6,961,977	1,659	6,016,317	43,387	5,972,930	1,728	7,498,647	43,891	7,454,756
基隆市	126	347,806	308	347,498	130	300,634	85	300,549	132	354,531	0	354,531
臺南市	675	2,477,298	32,131	2,445,167	684	2,521,484	22,597	2,498,886	712	2,792,635	62,808	2,729,828
高雄市	1,278	4,419,019	14,295	4,404,724	1,265	3,698,351	2,610	3,695,740	1,303	4,159,930	17,136	4,142,794
新北市	2,273	16,191,096	77,959	16,113,137	2,324	13,901,434	101,948	13,799,486	2,365	17,289,215	133,868	17,155,347
宜蘭縣	182	291,157	0	291,157	178	284,189	0	284,189	188	286,283	0	286,283
桃園縣	837	4,580,043	520	4,579,524	820	3,892,077	1,437	3,890,640	836	5,129,213	2,648	5,126,566
嘉義市	181	907,562	0	907,562	178	804,656	0	804,656	179	723,527	0	723,527
新竹縣	149	754,486	853	753,633	155	667,262	904	666,358	174	871,739	7,828	863,911
苗栗縣	117	268,639	0	268,639	114	275,797	0	275,797	118	296,714	0	296,714
南投縣	128	199,280	0	199,280	127	191,371	0	191,371	133	181,267	0	181,267
彰化縣	322	860,826	0	860,826	318	851,210	0	851,210	330	903,735	4,697	899,038
新竹市	178	602,941	682	602,259	178	527,914	798	527,116	183	761,898	2,734	759,164
雲林縣	134	149,593	0	149,593	135	162,139	0	162,139	142	160,074	0	160,074
嘉義縣	82	107,730	0	107,730	78	99,715	0	99,715	77	114,946	0	114,946
屏東縣	152	147,116	0	147,116	159	164,031	9	164,023	162	156,113	0	156,113
花蓮縣	130	212,877	0	212,877	131	213,547	0	213,547	134	223,408	0	223,408
臺東縣	51	100,360	0	100,360	55	102,947	0	102,947	52	103,706	0	103,706
金門縣	18	16,390	0	16,390	19	18,627	0	18,627	23	18,371	0	18,371
澎湖縣	18	14,865	0	14,865	18	14,033	0	14,033	18	18,702	0	18,702
連江縣	4	8,002	0	8,002	6	7,577	0	7,577	6	13,231	0	13,231
合計	12,599	128,877,242	834,744	128,042,497	12,627	114,947,804	711,266	114,236,537	12,923	138,756,891	1,007,116	137,749,775

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

廣告產業2008～2013年資本結構

資本結構	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	2,454	2,896,707	1,476	2,895,231	2,449	2,687,970	372	2,687,599	2,494	3,132,937	113	3,132,824
					-0.2%	-7.2%	-74.8%	-7.2%	1.8%	16.6%	-69.6%	16.6%
0.1-1百萬元	3,826	9,993,199	116,392	9,876,807	3,944	8,511,385	101,329	8,410,056	4,164	11,349,307	177,943	11,171,364
					3.1%	-14.8%	-12.9%	-14.9%	5.6%	33.3%	75.6%	32.8%
1-5百萬元	4,192	41,155,362	145,584	41,009,778	4,125	34,974,364	130,298	34,844,066	4,200	41,762,121	157,058	41,605,063
					-1.6%	-15.0%	-10.5%	-15.0%	1.8%	19.4%	20.5%	19.4%
5-10百萬元	1,363	18,267,159	138,577	18,128,581	1,350	16,369,638	115,326	16,254,312	1,316	20,663,207	129,149	20,534,058
					-1.0%	-10.4%	-16.8%	-10.3%	-2.5%	26.2%	12.0%	26.3%
10-20百萬元	466	17,829,486	129,277	17,700,210	462	16,124,245	73,253	16,050,992	458	19,470,027	72,865	19,397,162
					-0.9%	-9.6%	-43.3%	-9.3%	-0.9%	20.8%	-0.5%	20.8%
20-30百萬元	146	9,614,011	46,777	9,567,233	139	8,469,093	34,373	8,434,720	136	11,178,799	40,625	11,138,174
					-4.8%	-11.9%	-26.5%	-11.8%	-2.2%	32.0%	18.2%	32.1%
30-40百萬元	35	5,695,832	104,984	5,590,848	36	4,948,466	79,573	4,868,892	37	5,934,492	112,406	5,822,086
					2.9%	-13.1%	-24.2%	-12.9%	2.8%	19.9%	41.3%	19.6%
40-50百萬元	14	1,718,652	7,068	1,711,584	15	1,375,114	605	1,374,509	12	1,530,916	722	1,530,195
					7.1%	-20.0%	-91.4%	-19.7%	-20.0%	11.3%	19.3%	11.3%
50-60百萬元	22	1,683,184	28,811	1,654,373	24	2,024,999	24,817	2,000,182	25	1,810,364	41,942	1,768,422
					9.1%	20.3%	-13.9%	20.9%	4.2%	-10.6%	69.0%	-11.6%
60-80百萬元	22	3,861,417	45,764	3,815,653	23	3,931,611	72,732	3,858,879	22	4,728,809	144,331	4,584,478
					4.5%	1.8%	58.9%	1.1%	-4.3%	20.3%	98.4%	18.8%
0.8-1億元	10	2,001,034	3,169	1,997,865	10	1,609,803	6,915	1,602,888	10	1,964,534	2,577	1,961,957
					0.0%	-19.6%	118.2%	-19.8%	0.0%	22.0%	-62.7%	22.4%
1-2億元	28	6,680,854	4,612	6,676,243	29	6,518,887	119	6,518,769	28	8,702,742	1,137	8,701,605
					3.6%	-2.4%	-97.4%	-2.4%	-3.4%	33.5%	856.4%	33.5%
2億元以上	21	7,480,345	62,254	7,418,091	21	7,402,228	71,554	7,330,673	21	6,528,635	126,250	6,402,385
					0.0%	-1.0%	14.9%	-1.2%	0.0%	-11.8%	76.4%	-12.7%
合計	12,599	128,877,242	834,744	128,042,497	12,627	114,947,804	711,266	114,236,537	12,923	138,756,891	1,007,116	137,749,775
					0.2%	-10.8%	-14.8%	-10.8%	2.3%	20.7%	41.6%	20.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	4,015	102,022,859	788,433	101,234,426	4,094	99,629,406	881,079	98,748,328	4,216	109,234,210	924,834	108,309,376
臺中市	1,826	8,513,828	60,147	8,453,681	1,896	9,553,175	34,849	9,518,325	1,929	10,858,099	45,040	10,813,059
基隆市	121	308,955	0	308,955	127	281,118	18	281,100	129	333,172	26,794	306,378
臺南市	751	2,895,367	66,441	2,828,926	769	3,221,593	107,610	3,113,983	787	3,658,595	111,567	3,547,028
高雄市	1,333	4,423,201	23,538	4,399,664	1,333	5,292,580	40,854	5,251,726	1,371	5,893,840	33,987	5,859,853
新北市	2,439	18,453,448	182,489	18,270,958	2,498	18,047,259	157,965	17,889,294	2,556	20,177,437	147,181	20,030,256
宜蘭縣	186	337,836	0	337,836	201	354,504	0	354,504	202	406,861	0	406,861
桃園縣	859	5,235,723	6,853	5,228,870	893	6,624,514	5,343	6,619,171	942	8,236,420	3,286	8,233,134
嘉義市	194	800,333	0	800,333	191	966,292	0	966,292	187	761,860	0	761,860
新竹縣	169	1,147,618	22,484	1,125,134	174	1,309,397	22,220	1,287,177	176	1,370,140	25,857	1,344,283
苗栗縣	129	265,831	0	265,831	136	282,002	0	282,002	140	308,306	8,597	299,709
南投縣	133	222,266	0	222,266	137	195,409	0	195,409	127	206,892	0	206,892
彰化縣	334	978,694	10,159	968,535	333	1,023,583	10,420	1,013,164	353	1,086,402	8,416	1,077,986
新竹市	199	758,646	1,418	757,228	196	776,122	2,116	774,006	207	944,126	2,313	941,813
雲林縣	147	175,533	0	175,533	158	177,033	0	177,033	162	205,056	143	204,913
嘉義縣	78	105,853	0	105,853	81	112,090	0	112,090	79	105,893	0	105,893
屏東縣	165	166,987	0	166,987	171	170,195	0	170,195	171	187,832	905	186,927
花蓮縣	135	248,598	0	248,598	140	244,249	0	244,249	143	247,742	0	247,742
臺東縣	52	103,164	0	103,164	58	93,738	0	93,738	60	106,127	0	106,127
金門縣	26	22,365	0	22,365	25	26,173	0	26,173	29	36,831	0	36,831
澎湖縣	18	18,857	0	18,857	19	16,049	0	16,049	18	13,087	0	13,087
連江縣	4	11,841	0	11,841	5	8,772	0	8,772	6	17,547	0	17,547
合計	13,313	147,217,804	1,161,964	146,055,840	13,635	148,405,254	1,262,474	147,142,780	13,990	164,396,475	1,338,921	163,057,554

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	2,544	6,564,601	55	6,564,546	2,563	6,379,016	213	6,378,803	2,569	6,731,706	816	6,730,891
	2.0%	109.5%	-51.2%	109.5%	0.7%	-2.8%	286.6%	-2.8%	0.2%	5.5%	283.1%	5.5%
0.1-1百萬元	4,407	12,670,585	249,908	12,420,677	4,613	13,349,706	199,175	13,150,531	4,889	15,643,450	158,598	15,484,852
	5.8%	11.6%	40.4%	11.2%	4.7%	5.4%	-20.3%	5.9%	6.0%	17.2%	-20.4%	17.8%
1-5百萬元	4,286	42,228,200	190,667	42,037,533	4,385	43,259,448	201,573	43,057,875	4,452	48,486,342	283,315	48,203,027
	2.0%	1.1%	21.4%	1.0%	2.3%	2.4%	5.7%	2.4%	1.5%	12.1%	40.6%	11.9%
5-10百萬元	1,328	20,963,795	160,680	20,803,116	1,324	21,359,641	183,208	21,176,433	1,322	23,147,198	193,443	22,953,754
	0.9%	1.5%	24.4%	1.3%	-0.3%	1.9%	14.0%	1.8%	-0.2%	8.4%	5.6%	8.4%
10-20百萬元	455	20,435,281	100,369	20,334,912	460	18,968,692	117,606	18,851,087	462	21,564,836	146,753	21,418,083
	-0.7%	5.0%	37.7%	4.8%	1.1%	-7.2%	17.2%	-7.3%	0.4%	13.7%	24.8%	13.6%
20-30百萬元	138	11,090,235	71,069	11,019,166	135	12,123,513	116,148	12,007,365	140	13,934,661	97,621	13,837,040
	1.5%	-0.8%	74.9%	-1.1%	-2.2%	9.3%	63.4%	9.0%	3.7%	14.9%	-16.0%	15.2%
30-40百萬元	38	6,127,603	93,669	6,033,934	39	6,543,619	106,165	6,437,454	40	6,773,549	97,026	6,676,523
	2.7%	3.3%	-16.7%	3.6%	2.6%	6.8%	13.3%	6.7%	2.6%	3.5%	-8.6%	3.7%
40-50百萬元	13	1,673,089	0	1,673,089	15	1,346,928	365	1,346,563	15	1,497,850	791	1,497,059
	8.3%	9.3%	-100.0%	9.3%	15.4%	-19.5%	-	-19.5%	0.0%	11.2%	116.7%	11.2%
50-60百萬元	25	1,969,759	16,672	1,953,086	27	2,122,002	74,294	2,047,709	27	2,211,898	66,099	2,145,798
	0.0%	8.8%	-60.2%	10.4%	8.0%	7.7%	345.6%	4.8%	0.0%	4.2%	-11.0%	4.8%
60-80百萬元	21	5,457,596	152,152	5,305,444	17	5,537,396	212,473	5,324,923	19	6,600,277	198,735	6,401,542
	-4.5%	15.4%	5.4%	15.7%	-19.0%	1.5%	39.6%	0.4%	11.8%	19.2%	-6.5%	20.2%
0.8-1億元	10	2,382,364	626	2,381,738	11	2,034,277	0	2,034,277	9	2,573,864	0	2,573,864
	0.0%	21.3%	-75.7%	21.4%	10.0%	-14.6%	-100.0%	-14.6%	-18.2%	26.5%	-	26.5%
1-2億元	27	9,492,544	6,638	9,485,906	27	9,471,199	10,156	9,461,043	26	9,612,984	34,199	9,578,785
	-3.6%	9.1%	483.9%	9.0%	0.0%	-0.2%	53.0%	-0.3%	-3.7%	1.5%	236.7%	1.2%
2億元以上	21	6,162,153	119,459	6,042,694	19	5,909,816	41,098	5,868,719	20	5,617,862	61,525	5,556,337
	0.0%	-5.6%	-5.4%	-5.6%	-9.5%	-4.1%	-65.6%	-2.9%	5.3%	-4.9%	49.7%	-5.3%
合計	13,313	147,217,804	1,161,964	146,055,840	13,635	148,405,254	1,262,474	147,142,780	13,990	164,396,475	1,338,921	163,057,554
	3.0%	6.1%	15.4%	6.0%	2.4%	0.8%	8.7%	0.7%	2.6%	10.8%	6.1%	10.8%

流行音樂與文化內容產業

流行音樂與文化內容產業2008～2013年家數與營業額

流行音樂與文化內容產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
458313	錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）批發	311	7,961,343	348,967	7,612,376	290	6,193,878	523,566	5,670,312	287	6,737,812	452,381	6,285,431
						-6.8%	-22.2%	50.0%	-25.5%	-1.0%	8.8%	-13.6%	10.8%
476411	錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）零售	553	4,007,573	61,479	3,946,095	524	3,599,229	48,964	3,550,265	493	3,426,987	53,244	3,373,742
						-5.2%	-10.2%	-20.4%	-10.0%	-5.9%	-4.8%	8.7%	-5.0%
592011	音樂出版	444	3,957,860	237,022	3,720,837	442	3,951,183	242,791	3,708,392	452	3,980,548	254,190	3,726,358
						-0.5%	-0.2%	2.4%	-0.3%	2.3%	0.7%	4.7%	0.5%
592012	音樂詞曲版權代理及授權使用	33	170,890	4,329	166,561	33	179,069	4,699	174,370	31	268,702	4,031	264,671
						0.0%	4.8%	8.5%	4.7%	-6.1%	50.1%	-14.2%	51.8%
592015	錄音工程	9	59,904	0	59,904	15	38,924	0	38,924	21	73,713	0	73,713
						66.7%	-35.0%	-	-35.0%	40.0%	89.4%	-	89.4%
592099	其他聲音錄製及音樂出版	23	1,109,174	147,134	962,040	32	1,141,967	180,072	961,895	57	1,310,011	157,260	1,152,751
						39.1%	3.0%	22.4%	0.0%	78.1%	14.7%	-12.7%	19.8%
760300	藝人及模特兒等經紀	161	1,244,906	134,489	1,110,418	168	2,066,464	93,284	1,973,179	202	2,225,498	118,184	2,107,314
						4.3%	66.0%	-30.6%	77.7%	20.2%	7.7%	26.7%	6.8%
771913	舞台燈光、音響設備出租	330	547,124	0	547,124	339	555,630	0	555,630	361	627,560	1,232	626,328
						2.7%	1.6%	-	1.6%	6.5%	12.9%	-	12.7%
901015	音樂詞曲創作	1	820	0	820	2	0	0	0	2	0	0	0
						100.0%	-100.0%	-	-100.0%	0.0%	-	-	-
932211	視唱中心（KTV）	2,672	12,427,727	106,740	12,320,986	2,581	11,627,051	94,976	11,532,075	2,563	12,060,289	61,014	11,999,275
						-3.4%	-6.4%	-11.0%	-6.4%	-0.7%	3.7%	-35.8%	4.1%
合計		4,537	31,487,321	1,040,160	30,447,161	4,426	29,353,395	1,188,352	28,165,043	4,469	30,711,119	1,101,536	29,609,584
						-2.4%	-6.8%	14.2%	-7.5%	1.0%	4.6%	-7.3%	5.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

流行音樂與文化內容產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	2,298	10,071,555	487	10,071,067	2,240	8,494,514	1,001	8,493,513	2,200	8,881,622	1,160	8,880,462
					-2.5%	-15.7%	105.3%	-15.7%	-1.8%	4.6%	15.9%	4.6%
0.1-1百萬元	1,358	3,337,109	4,841	3,332,268	1,327	3,391,197	178,775	3,212,423	1,379	3,616,354	176,518	3,439,837
					-2.3%	1.6%	3592.9%	-3.6%	3.9%	6.6%	-1.3%	7.1%
1-5百萬元	496	3,349,553	189,769	3,159,784	483	3,514,092	206,906	3,307,185	515	3,655,421	191,585	3,463,836
					-2.6%	4.9%	9.0%	4.7%	6.6%	4.0%	-7.4%	4.7%
5-10百萬元	232	2,609,090	228,642	2,380,448	224	2,411,907	125,148	2,286,759	225	2,629,256	170,327	2,458,929
					-3.4%	-7.6%	-45.3%	-3.9%	0.4%	9.0%	36.1%	7.5%
10-20百萬元	70	1,107,454	40,621	1,066,833	72	1,102,770	41,218	1,061,552	72	1,143,719	34,008	1,109,711
					2.9%	-0.4%	1.5%	-0.5%	0.0%	3.7%	-17.5%	4.5%
20-30百萬元	29	1,273,727	123,986	1,149,741	28	1,429,682	184,216	1,245,466	27	1,444,373	181,227	1,263,145
					-3.4%	12.2%	48.6%	8.3%	-3.6%	1.0%	-1.6%	1.4%
30-40百萬元	9	413,573	42,342	371,231	9	287,292	27,408	259,885	9	290,127	12,693	277,433
					0.0%	-30.5%	-35.3%	-30.0%	0.0%	1.0%	-53.7%	6.8%
40-50百萬元	2	79,138	0	79,138	2	63,965	0	63,965	3	69,914	0	69,914
					0.0%	-19.2%	-	-19.2%	50.0%	9.3%	-	9.3%
50-60百萬元	12	2,051,778	148,965	1,902,812	12	1,713,622	180,132	1,533,490	11	1,611,677	155,966	1,455,710
					0.0%	-16.5%	20.9%	-19.4%	-8.3%	-5.9%	-13.4%	-5.1%
60-80百萬元	4	231,068	1,580	229,488	3	63,416	852	62,564	2	42,264	739	41,525
					-25.0%	-72.6%	-46.1%	-72.7%	-33.3%	-33.4%	-13.3%	-33.6%
0.8-1億元	2	488,295	5,788	482,507	1	598,778	8,169	590,609	1	574,952	4,494	570,459
					-50.0%	22.6%	41.1%	22.4%	0.0%	-4.0%	-45.0%	-3.4%
1-2億元	13	3,425,302	102,696	3,322,607	13	3,276,560	97,942	3,178,618	12	3,643,929	84,470	3,559,458
					0.0%	-4.3%	-4.6%	-4.3%	-7.7%	11.2%	-13.8%	12.0%
2億元以上	12	3,049,679	150,442	2,899,237	12	3,005,602	136,587	2,869,015	13	3,107,512	88,348	3,019,164
					0.0%	-1.4%	-9.2%	-1.0%	8.3%	3.4%	-35.3%	5.2%
合計	4,537	31,487,321	1,040,160	30,447,161	4,426	29,353,395	1,188,352	28,165,043	4,469	30,711,119	1,101,536	29,609,584
					-2.4%	-6.8%	14.2%	-7.5%	1.0%	4.6%	-7.3%	5.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

流行音樂與文化內容產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
458313	錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）批發	270	6,773,191	447,295	6,325,896	266	6,339,037	310,458	6,028,579	249	5,346,937	277,507	5,069,430
		-5.9%	0.5%	-1.1%	0.6%	-1.5%	-6.4%	-30.6%	-4.7%	-6.4%	-15.7%	-10.6%	-15.9%
476411	錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）零售	459	3,186,502	71,948	3,114,553	420	2,754,922	79,888	2,675,034	394	2,599,227	71,961	2,527,266
		-6.9%	-7.0%	35.1%	-7.7%	-8.5%	-13.5%	11.0%	-14.1%	-6.2%	-5.7%	-9.9%	-5.5%
592011	音樂出版	449	4,459,191	325,300	4,133,891	449	4,548,308	372,033	4,176,275	452	5,006,066	383,984	4,622,083
		-0.7%	12.0%	28.0%	10.9%	0.0%	2.0%	14.4%	1.0%	0.7%	10.1%	3.2%	10.7%
592012	音樂詞曲版權代理及授權使用	34	313,151	4,207	308,944	34	365,309	3,464	361,844	34	363,241	4,488	358,753
		9.7%	16.5%	4.4%	16.7%	0.0%	16.7%	-17.7%	17.1%	0.0%	-0.6%	29.6%	-0.9%
592015	錄音工程	29	79,613	0	79,613	33	75,194	0	75,194	32	69,052	147	68,906
		38.1%	8.0%	-	8.0%	13.8%	-5.6%	-	-5.6%	-3.0%	-8.2%	-	-8.4%
592099	其他聲音錄製及音樂出版	72	1,880,539	138,000	1,742,539	93	2,031,096	186,603	1,844,494	116	2,451,241	392,219	2,059,021
		26.3%	43.6%	-12.2%	51.2%	29.2%	8.0%	35.2%	5.9%	24.7%	20.7%	110.2%	11.6%
760300	藝人及模特兒等經紀	239	2,412,149	114,104	2,298,044	262	2,950,332	99,556	2,850,776	290	2,796,403	159,218	2,637,185
		18.3%	8.4%	-3.5%	9.1%	9.6%	22.3%	-12.8%	24.1%	10.7%	-5.2%	59.9%	-7.5%
771913	舞台燈光、音響設備出租	380	671,919	0	671,919	399	707,046	0	707,046	416	754,740	0	754,740
		5.3%	7.1%	-100.0%	7.3%	5.0%	5.2%	-	5.2%	4.3%	6.7%	-	6.7%
901015	音樂詞曲創作	3	702	0	702	3	1,183	0	1,183	9	5,189	0	5,189
		50.0%	-	-	-	0.0%	68.5%	-	68.5%	200.0%	338.7%	-	338.7%
932211	視唱中心（KTV）	2,642	12,897,847	46,546	12,851,302	2,507	12,799,007	35,938	12,763,069	2,350	12,145,571	28,282	12,117,289
		3.1%	6.9%	-23.7%	7.1%	-5.1%	-0.8%	-22.8%	-0.7%	-6.3%	-5.1%	-21.3%	-5.1%
合計		4,577	32,674,804	1,147,401	31,527,404	4,466	32,571,433	1,087,940	31,483,493	4,342	31,537,667	1,317,806	30,219,862
		2.4%	6.4%	4.2%	6.5%	-2.4%	-0.3%	-5.2%	-0.1%	-2.8%	-3.2%	21.1%	-4.0%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	2,258	9,302,014	992	9,301,022	2,181	8,850,734	1,081	8,849,653	2,073	8,433,193	1,844	8,431,349
	2.6%	4.7%	-14.5%	4.7%	-3.4%	-4.9%	9.0%	-4.9%	-5.0%	-4.7%	70.6%	-4.7%
0.1-1百萬元	1,433	3,667,724	132,095	3,535,628	1,395	3,763,225	133,597	3,629,628	1,376	3,662,289	128,036	3,534,252
	3.9%	1.4%	-25.2%	2.8%	-2.7%	2.6%	1.1%	2.7%	-1.4%	-2.7%	-4.2%	-2.6%
1-5百萬元	516	4,182,699	217,737	3,964,962	515	4,428,780	238,964	4,189,816	525	4,609,451	222,262	4,387,189
	0.2%	14.4%	13.7%	14.5%	-0.2%	5.9%	9.7%	5.7%	1.9%	4.1%	-7.0%	4.7%
5-10百萬元	225	2,774,138	205,327	2,568,811	232	2,882,101	246,923	2,635,178	225	3,083,653	450,956	2,632,697
	0.0%	5.5%	20.5%	4.5%	3.1%	3.9%	20.3%	2.6%	-3.0%	7.0%	82.6%	-0.1%
10-20百萬元	71	1,334,054	46,150	1,287,904	68	1,210,439	50,443	1,159,996	72	1,100,137	38,478	1,061,659
	-1.4%	16.6%	35.7%	16.1%	-4.2%	-9.3%	9.3%	-9.9%	5.9%	-9.1%	-23.7%	-8.5%
20-30百萬元	27	1,345,990	216,091	1,129,899	28	1,139,557	158,958	980,600	27	1,085,144	165,712	919,432
	0.0%	-6.8%	19.2%	-10.5%	3.7%	-15.3%	-26.4%	-13.2%	-3.6%	-4.8%	4.2%	-6.2%
30-40百萬元	8	302,795	32,199	270,596	9	250,980	27,543	223,438	8	337,757	26,571	311,186
	-11.1%	4.4%	153.7%	-2.5%	12.5%	-17.1%	-14.5%	-17.4%	-11.1%	34.6%	-3.5%	39.3%
40-50百萬元	3	60,808	0	60,808	2	65,740	0	65,740	2	67,463	0	67,463
	0.0%	-13.0%	-	-13.0%	-33.3%	8.1%	-	8.1%	0.0%	2.6%	-	2.6%
50-60百萬元	10	1,817,692	122,516	1,695,176	11	1,419,521	143,972	1,275,549	10	1,434,630	151,351	1,283,280
	-9.1%	12.8%	-21.4%	16.5%	10.0%	-21.9%	17.5%	-24.8%	-9.1%	1.1%	5.1%	0.6%
60-80百萬元	2	42,080	647	41,433	2	41,469	218	41,251	2	33,973	0	33,973
	0.0%	-0.4%	-12.4%	-0.2%	0.0%	-1.5%	-66.4%	-0.4%	0.0%	-18.1%	-100.0%	-17.6%
0.8-1億元	1	585,172	6,898	578,274	1	554,813	5,408	549,405	1	567,800	9,646	558,155
	0.0%	1.8%	53.5%	1.4%	0.0%	-5.2%	-21.6%	-5.0%	0.0%	2.3%	78.4%	1.6%
1-2億元	11	4,213,366	106,129	4,107,236	10	4,538,372	35,956	4,502,416	9	4,045,751	88,611	3,957,140
	-8.3%	15.6%	25.6%	15.4%	-9.1%	7.7%	-66.1%	9.6%	-10.0%	-10.9%	146.4%	-12.1%
2億元以上	12	3,046,273	60,619	2,985,654	12	3,425,703	44,878	3,380,825	12	3,076,427	34,339	3,042,088
	-7.7%	-2.0%	-31.4%	-1.1%	0.0%	12.5%	-26.0%	13.2%	0.0%	-10.2%	-23.5%	-10.0%
合計	4,577	32,674,804	1,147,401	31,527,404	4,466	32,571,433	1,087,940	31,483,493	4,342	31,537,667	1,317,806	30,219,862
	2.4%	6.4%	4.2%	6.5%	-2.4%	-0.3%	-5.2%	-0.1%	-2.8%	-3.2%	21.1%	-4.0%

流行音樂與文化內容產業

流行音樂與文化內容產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	937	16,632,202	796,296	15,835,906	915	15,808,488	1,001,422	14,807,066	946	16,781,035	943,821	15,837,214
臺中市	545	2,419,087	32,146	2,386,941	523	2,140,509	14,804	2,125,706	499	2,245,761	21,168	2,224,594
基隆市	49	239,020	0	239,020	48	216,250	0	216,250	49	207,648	0	207,648
臺南市	284	1,514,108	7,176	1,506,933	276	1,358,456	11,981	1,346,475	271	1,308,998	8,412	1,300,586
高雄市	506	2,199,128	55,206	2,143,922	477	1,973,985	13,655	1,960,330	451	1,969,108	3,993	1,965,116
新北市	535	3,819,053	39,240	3,779,812	527	3,592,688	51,084	3,541,605	533	3,839,398	52,856	3,786,542
宜蘭縣	117	207,525	0	207,525	112	202,515	0	202,515	115	201,831	0	201,831
桃園縣	237	2,123,282	110,097	2,013,185	239	1,887,295	95,407	1,791,888	240	1,920,585	69,962	1,850,624
嘉義市	117	271,831	0	271,831	101	259,050	0	259,050	105	257,473	0	257,473
新竹縣	72	63,812	0	63,812	76	74,458	0	74,458	80	71,986	0	71,986
苗栗縣	112	160,890	0	160,890	110	161,332	0	161,332	117	158,977	0	158,977
南投縣	153	183,369	0	183,369	153	179,760	0	179,760	156	187,050	0	187,050
彰化縣	230	393,577	0	393,577	220	370,538	0	370,538	229	393,836	92	393,744
新竹市	50	375,558	0	375,558	47	326,261	0	326,261	48	343,501	1,232	342,269
雲林縣	108	178,779	0	178,779	117	162,284	0	162,284	120	178,234	0	178,234
嘉義縣	90	56,941	0	56,941	83	56,222	0	56,222	91	60,093	0	60,093
屏東縣	190	225,947	0	225,947	190	185,184	0	185,184	214	173,576	0	173,576
花蓮縣	70	239,782	0	239,782	68	211,642	0	211,642	64	230,808	0	230,808
臺東縣	71	92,563	0	92,563	84	95,222	0	95,222	84	103,770	0	103,770
金門縣	28	27,397	0	27,397	25	29,763	0	29,763	26	23,762	0	23,762
澎湖縣	19	46,587	0	46,587	18	44,843	0	44,843	15	37,193	0	37,193
連江縣	17	16,881	0	16,881	17	16,649	0	16,649	16	16,495	0	16,495
合計	4,537	31,487,321	1,040,160	30,447,161	4,426	29,353,395	1,188,352	28,165,043	4,469	30,711,119	1,101,536	29,609,584

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

流行音樂與文化內容產業2008～2013年資本結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	751	499,438	44,885	454,552	684	962,735	173,968	788,767	707	621,480	0	621,480
					-8.9%	92.8%	287.6%	73.5%	3.4%	-35.4%	-100.0%	-21.2%
1-2年	593	1,608,042	136,596	1,471,446	566	972,507	55,005	917,502	565	2,037,990	173,540	1,864,451
					-4.6%	-39.5%	-59.7%	-37.6%	-0.2%	109.6%	215.5%	103.2%
2-3年	442	811,897	615	811,282	399	1,593,467	95,625	1,497,842	391	918,839	70,380	848,459
					-9.7%	96.3%	15449.6%	84.6%	-2.0%	-42.3%	-26.4%	-43.4%
3-4年	372	1,381,677	29,587	1,352,090	336	741,486	1,308	740,178	309	1,534,270	129,706	1,404,565
					-9.7%	-46.3%	-95.6%	-45.3%	-8.0%	106.9%	9814.7%	89.8%
4-5年	333	1,573,133	101,538	1,471,595	304	1,823,855	24,772	1,799,083	288	735,364	1,232	734,132
					-8.7%	15.9%	-75.6%	22.3%	-5.3%	-59.7%	-95.0%	-59.2%
5-10年	1,195	9,378,592	74,901	9,303,691	1,184	7,812,651	247,562	7,565,089	1,148	7,368,930	136,445	7,232,485
					-0.9%	-16.7%	230.5%	-18.7%	-3.0%	-5.7%	-44.9%	-4.4%
10-20年	660	12,989,021	403,396	12,585,625	756	11,773,506	358,522	11,414,984	844	12,875,297	405,460	12,469,837
					14.5%	-9.4%	-11.1%	-9.3%	11.6%	9.4%	13.1%	9.2%
20年以上	190	3,245,521	248,641	2,996,880	197	3,673,189	231,591	3,441,598	217	4,618,950	184,774	4,434,176
					3.7%	13.2%	-6.9%	14.8%	10.2%	25.7%	-20.2%	28.8%
未知	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-100.0%	-	-	-	-	-	-	-
合計	4,537	31,487,321	1,040,160	30,447,161	4,426	29,353,395	1,188,352	28,165,043	4,469	30,711,119	1,101,536	29,609,584
					-2.4%	-6.8%	14.2%	-7.5%	1.0%	4.6%	-7.3%	5.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	960	18,384,369	992,069	17,392,300	974	18,547,581	919,489	17,628,092	980	17,874,410	1,180,618	16,693,792
臺中市	503	2,305,734	16,604	2,289,130	464	2,195,937	17,327	2,178,611	417	1,979,438	11,742	1,967,696
基隆市	51	200,580	55	200,525	49	185,175	0	185,175	47	195,548	2,275	193,274
臺南市	268	1,347,424	3,252	1,344,172	271	1,318,516	2,214	1,316,302	277	1,249,629	3,239	1,246,390
高雄市	468	2,041,381	1,865	2,039,515	486	2,063,115	7,941	2,055,174	496	1,970,399	5,557	1,964,842
新北市	522	3,861,296	63,174	3,798,123	465	4,039,187	82,763	3,956,423	433	3,932,237	66,042	3,866,195
宜蘭縣	115	214,602	0	214,602	109	216,507	0	216,507	108	215,755	0	215,755
桃園縣	254	1,910,162	70,382	1,839,780	232	1,601,807	58,206	1,543,601	202	1,795,329	48,333	1,746,996
嘉義市	111	272,086	0	272,086	121	290,594	0	290,594	119	277,513	0	277,513
新竹縣	81	65,389	0	65,389	69	63,552	0	63,552	64	65,374	0	65,374
苗栗縣	125	166,791	0	166,791	124	173,144	0	173,144	118	161,208	0	161,208
南投縣	152	180,090	0	180,090	135	162,696	0	162,696	123	151,492	0	151,492
彰化縣	226	425,541	0	425,541	242	422,931	0	422,931	246	392,130	0	392,130
新竹市	50	376,254	0	376,254	47	366,514	0	366,514	42	357,259	0	357,259
雲林縣	135	197,741	0	197,741	128	204,696	0	204,696	132	208,107	0	208,107
嘉義縣	94	72,267	0	72,267	86	66,229	0	66,229	85	68,957	0	68,957
屏東縣	256	219,482	0	219,482	257	245,059	0	245,059	257	250,408	0	250,408
花蓮縣	65	243,305	0	243,305	64	230,439	0	230,439	60	228,607	0	228,607
臺東縣	86	113,588	0	113,588	93	108,570	0	108,570	87	96,115	0	96,115
金門縣	24	22,464	0	22,464	22	21,211	0	21,211	23	23,889	0	23,889
澎湖縣	13	38,168	0	38,168	12	32,705	0	32,705	11	29,626	0	29,626
連江縣	18	16,090	0	16,090	16	15,270	0	15,270	15	14,235	0	14,235
合計	4,577	32,674,804	1,147,401	31,527,404	4,466	32,571,433	1,087,940	31,483,493	4,342	31,537,667	1,317,806	30,219,862

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	702	590,151	125	590,026	530	394,504	8,989	385,516	508	355,377	0	355,377
	-0.7%	-5.0%	-	-5.1%	-24.5%	-33.2%	7103.3%	-34.7%	-4.2%	-9.9%	-100.0%	-7.8%
1-2年	605	1,114,883	8,471	1,106,413	590	1,028,347	327	1,028,020	443	810,367	10,249	800,118
	7.1%	-45.3%	-95.1%	-40.7%	-2.5%	-7.8%	-96.1%	-7.1%	-24.9%	-21.2%	3036.0%	-22.2%
2-3年	432	1,915,478	128,792	1,786,686	445	1,066,114	29,326	1,036,788	438	981,340	0	981,340
	10.5%	108.5%	83.0%	110.6%	3.0%	-44.3%	-77.2%	-42.0%	-1.6%	-8.0%	-100.0%	-5.3%
3-4年	320	944,317	91,383	852,934	341	1,768,223	131,729	1,636,494	347	1,073,967	174,738	899,229
	3.6%	-38.5%	-29.5%	-39.3%	6.6%	87.2%	44.2%	91.9%	1.8%	-39.3%	32.6%	-45.1%
4-5年	273	1,619,433	160,670	1,458,764	266	745,315	60,836	684,479	293	1,685,382	129,195	1,556,186
	-5.2%	120.2%	12941.1%	98.7%	-2.6%	-54.0%	-62.1%	-53.1%	10.2%	126.1%	112.4%	127.4%
5-10年	1,101	6,897,281	142,072	6,755,209	1,050	7,467,721	307,537	7,160,184	986	6,601,276	302,243	6,299,033
	-4.1%	-6.4%	4.1%	-6.6%	-4.6%	8.3%	116.5%	6.0%	-6.1%	-11.6%	-1.7%	-12.0%
10-20年	909	14,229,044	417,414	13,811,630	972	14,295,081	399,978	13,895,103	1,027	13,815,885	402,748	13,413,137
	7.7%	10.5%	2.9%	10.8%	6.9%	0.5%	-4.2%	0.6%	5.7%	-3.4%	0.7%	-3.5%
20年以上	235	5,364,217	198,475	5,165,742	271	5,805,784	149,219	5,656,564	300	6,214,074	298,633	5,915,441
	8.3%	16.1%	7.4%	16.5%	15.3%	8.2%	-24.8%	9.5%	10.7%	7.0%	100.1%	4.6%
未知	0	0	0	0	1	344	0	344	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%
合計	4,577	32,674,804	1,147,401	31,527,404	4,466	32,571,433	1,087,940	31,483,493	4,342	31,537,667	1,317,806	30,219,862
	2.4%	6.4%	4.2%	6.5%	-2.4%	-0.3%	-5.2%	-0.1%	-2.8%	-3.2%	21.1%	-4.0%

產品設計產業

產品設計產業2008～2013年家數與營業額

產品設計產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
740200	工業設計	1,211	30,923,126	20,261,608	10,661,518	1,298	34,216,560	21,990,378	12,226,181	1,393	39,592,667	29,148,604	10,444,063
						7.2%	10.7%	8.5%	14.7%	7.3%	15.7%	32.6%	-14.6%
740913	包裝設計	15	31,863	7	31,856	19	31,582	67	31,515	25	49,652	165	49,488
						26.7%	-0.9%	857.4%	-1.1%	31.6%	57.2%	145.8%	57.0%
740999	未分類其他專門設計服務	927	14,074,199	2,570,273	11,503,926	968	12,592,119	1,997,388	10,594,731	1,033	15,971,696	1,588,019	14,383,677
						4.4%	-10.5%	-22.3%	-7.9%	6.7%	26.8%	-20.5%	35.8%
合計		2,153	45,029,188	22,831,888	22,197,300	2,285	46,840,261	23,987,833	22,852,427	2,451	55,614,016	30,736,788	24,877,228
						6.1%	4.0%	5.1%	3.0%	7.3%	18.7%	28.1%	8.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

產品設計產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	257	329,128	55,764	273,364	309	292,801	7,435	285,367	335	375,838	53,732	322,105
					20.2%	-11.0%	-86.7%	4.4%	8.4%	28.4%	622.7%	12.9%
1-2年	295	639,506	70,355	569,151	261	671,975	258,232	413,742	301	969,833	184,405	785,428
					-11.5%	5.1%	267.0%	-27.3%	15.3%	44.3%	-28.6%	89.8%
2-3年	263	1,388,917	262,045	1,126,872	258	626,072	89,466	536,606	228	734,555	153,083	581,473
					-1.9%	-54.9%	-65.9%	-52.4%	-11.6%	17.3%	71.1%	8.4%
3-4年	211	710,053	96,772	613,281	231	1,137,871	199,885	937,986	230	680,716	69,287	611,429
					9.5%	60.3%	106.6%	52.9%	-0.4%	-40.2%	-65.3%	-34.8%
4-5年	157	2,854,649	243,083	2,611,566	189	639,687	47,549	592,138	211	1,362,088	221,820	1,140,268
					20.4%	-77.6%	-80.4%	-77.3%	11.6%	112.9%	366.5%	92.6%
5-10年	591	14,020,312	4,316,130	9,704,182	619	18,274,455	5,617,192	12,657,263	679	13,315,991	3,316,230	9,999,761
					4.7%	30.3%	30.1%	30.4%	9.7%	-27.1%	-41.0%	-21.0%
10-20年	315	23,916,087	17,654,287	6,261,800	350	24,078,112	17,661,914	6,416,198	390	36,854,898	26,583,266	10,271,632
					11.1%	0.7%	0.0%	2.5%	11.4%	53.1%	50.5%	60.1%
20年以上	63	1,170,408	133,451	1,036,957	67	1,118,908	106,161	1,012,748	76	1,319,972	154,965	1,165,008
					6.3%	-4.4%	-20.4%	-2.3%	13.4%	18.0%	46.0%	15.0%
未知	1	126	0	126	1	379	0	379	1	125	0	125
					0.0%	200.1%	-	200.1%	0.0%	-67.1%	-	-67.1%
合計	2,153	45,029,188	22,831,888	22,197,300	2,285	46,840,261	23,987,833	22,852,427	2,451	55,614,016	30,736,788	24,877,228
					6.1%	4.0%	5.1%	3.0%	7.3%	18.7%	28.1%	8.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

產品設計產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
740200	工業設計	1,496	38,678,627	28,690,772	9,987,855	1,592	38,489,396	28,255,394	10,234,002	1,524	43,236,838	32,249,044	10,987,794
		7.4%	-2.3%	-1.6%	-4.4%	6.4%	-0.5%	-1.5%	2.5%	-4.3%	12.3%	14.1%	7.4%
740913	包裝設計	29	31,757	256	31,502	34	38,471	201	38,270	58	63,772	1,457	62,315
		16.0%	-36.0%	55.2%	-36.3%	17.2%	21.1%	-21.3%	21.5%	70.6%	65.8%	624.3%	62.8%
740999	未分類其他專門設計服務	1,160	16,877,518	1,322,173	15,555,345	1,268	16,012,849	1,186,226	14,826,623	1,384	14,845,504	1,257,965	13,587,539
		12.3%	5.7%	-16.7%	8.1%	9.3%	-5.1%	-10.3%	-4.7%	9.1%	-7.3%	6.0%	-8.4%
合計		2,685	55,587,902	30,013,200	25,574,702	2,894	54,540,715	29,441,821	25,098,894	2,966	58,146,114	33,508,465	24,637,649
		9.5%	0.0%	-2.4%	2.8%	7.8%	-1.9%	-1.9%	-1.9%	2.5%	6.6%	13.8%	-1.8%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	383	279,317	5,759	273,559	357	312,532	49,594	262,938	269	290,346	11,256	279,090
	14.3%	-25.7%	-89.3%	-15.1%	-6.8%	11.9%	761.2%	-3.9%	-24.6%	-7.1%	-77.3%	6.1%
1-2年	344	830,281	125,800	704,481	383	1,011,485	198,012	813,473	351	864,788	165,170	699,619
	14.3%	-14.4%	-31.8%	-10.3%	11.3%	21.8%	57.4%	15.5%	-8.4%	-14.5%	-16.6%	-14.0%
2-3年	266	1,098,485	212,385	886,100	311	1,104,653	351,939	752,714	344	1,302,882	312,862	990,020
	16.7%	49.5%	38.7%	52.4%	16.9%	0.6%	65.7%	-15.1%	10.6%	17.9%	-11.1%	31.5%
3-4年	206	695,394	105,850	589,544	242	1,641,708	594,914	1,046,794	278	1,261,921	549,623	712,298
	-10.4%	2.2%	52.8%	-3.6%	17.5%	136.1%	462.0%	77.6%	14.9%	-23.1%	-7.6%	-32.0%
4-5年	211	711,580	50,972	660,608	193	693,503	95,639	597,864	219	1,944,202	796,218	1,147,984
	0.0%	-47.8%	-77.0%	-42.1%	-8.5%	-2.5%	87.6%	-9.5%	13.5%	180.3%	732.5%	92.0%
5-10年	740	12,279,085	2,395,699	9,883,386	779	5,803,043	968,651	4,834,392	780	5,633,720	610,825	5,022,895
	9.0%	-7.8%	-27.8%	-1.2%	5.3%	-52.7%	-59.6%	-51.1%	0.1%	-2.9%	-36.9%	3.9%
10-20年	448	38,358,673	26,906,238	11,452,434	519	42,321,432	26,941,309	15,380,123	599	20,206,982	6,367,410	13,839,573
	14.9%	4.1%	1.2%	11.5%	15.8%	10.3%	0.1%	34.3%	15.4%	-52.3%	-76.4%	-10.0%
20年以上	85	1,333,366	210,497	1,122,868	109	1,650,464	241,763	1,408,700	125	26,640,006	24,695,101	1,944,905
	11.8%	1.0%	35.8%	-3.6%	28.2%	23.8%	14.9%	25.5%	14.7%	1514.1%	10114.6%	38.1%
未知	2	1,722	0	1,722	1	1,896	0	1,896	1	1,265	0	1,265
	100.0%	1277.7%	-	1277.7%	-50.0%	10.2%	-	10.2%	0.0%	-33.3%	-	-33.3%
合計	2,685	55,587,902	30,013,200	25,574,702	2,894	54,540,715	29,441,821	25,098,894	2,966	58,146,114	33,508,465	24,637,649
	9.5%	0.0%	-2.4%	2.8%	7.8%	-1.9%	-1.9%	-1.9%	2.5%	6.6%	13.8%	-1.8%

產品設計產業

產品設計產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	621	28,361,330	14,817,755	13,543,576	675	29,663,004	15,218,739	14,444,265	702	36,128,424	23,602,797	12,525,627
臺中市	324	2,796,649	651,648	2,145,001	343	2,300,031	550,968	1,749,063	371	3,028,553	817,475	2,211,078
基隆市	19	20,366	0	20,366	18	11,928	0	11,928	21	17,658	0	17,658
臺南市	204	501,897	18,051	483,846	223	510,289	16,175	494,114	236	647,615	56,729	590,886
高雄市	123	399,598	17,637	381,961	139	303,523	4,889	298,634	155	412,318	16,165	396,152
新北市	388	2,189,903	342,308	1,847,595	398	2,804,269	455,080	2,349,189	440	4,686,624	385,476	4,301,148
宜蘭縣	22	25,242	0	25,242	20	18,918	0	18,918	18	26,629	0	26,629
桃園縣	163	2,841,565	1,528,268	1,313,297	160	2,645,043	1,417,350	1,227,693	172	3,242,918	1,622,331	1,620,587
嘉義市	23	16,376	676	15,701	24	16,452	20	16,431	22	13,811	0	13,811
新竹縣	34	5,986,634	4,721,640	1,264,995	39	7,221,462	5,879,629	1,341,833	45	5,850,555	3,691,133	2,159,422
苗栗縣	16	12,928	91	12,838	16	17,681	0	17,681	22	27,462	3,639	23,823
南投縣	16	23,901	965	22,936	20	36,087	3,362	32,724	23	36,094	1,205	34,889
彰化縣	64	128,404	83	128,320	64	93,730	7	93,723	73	108,739	142	108,598
新竹市	72	1,544,978	700,636	844,342	76	1,027,779	420,192	607,587	80	1,192,115	502,196	689,918
雲林縣	12	7,689	335	7,354	10	9,271	178	9,093	13	7,767	0	7,767
嘉義縣	15	121,022	28,383	92,639	12	109,954	18,229	91,724	10	132,635	29,702	102,934
屏東縣	24	29,257	3,414	25,843	31	35,741	3,014	32,727	30	35,089	7,200	27,889
花蓮縣	9	7,471	0	7,471	13	6,853	0	6,853	13	7,018	0	7,018
臺東縣	2	785	0	785	2	1,050	0	1,050	3	4,248	599	3,650
金門縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
澎湖縣	2	13,190	0	13,190	2	7,197	0	7,197	2	7,746	0	7,746
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	2,153	45,029,188	22,831,888	22,197,300	2,285	46,840,261	23,987,833	22,852,427	2,451	55,614,016	30,736,788	24,877,228

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

產品設計產業2008～2013年資本結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	310	2,695,165	51,449	2,643,716	326	2,453,960	4,912	2,449,048	360	2,912,326	69,960	2,842,366
					5.2%	-8.9%	-90.5%	-7.4%	10.4%	18.7%	1324.2%	16.1%
0.1-1百萬元	731	1,264,371	37,985	1,226,386	796	1,295,505	40,573	1,254,931	876	1,772,972	109,059	1,663,913
					8.9%	2.5%	6.8%	2.3%	10.1%	36.9%	168.8%	32.6%
1-5百萬元	672	4,569,074	268,826	4,300,248	711	3,787,678	184,650	3,603,028	743	4,375,545	270,976	4,104,569
					5.8%	-17.1%	-31.3%	-16.2%	4.5%	15.5%	46.8%	13.9%
5-10百萬元	231	4,340,042	672,227	3,667,815	235	4,108,278	510,477	3,597,800	249	5,089,212	452,634	4,636,579
					1.7%	-5.3%	-24.1%	-1.9%	6.0%	23.9%	-11.3%	28.9%
10-20百萬元	82	1,763,648	811,394	952,254	82	1,772,547	1,005,743	766,804	84	2,026,687	1,199,659	827,028
					0.0%	0.5%	24.0%	-19.5%	2.4%	14.3%	19.3%	7.9%
20-30百萬元	39	1,230,280	317,419	912,861	43	915,088	186,722	728,366	45	1,101,149	266,584	834,565
					10.3%	-25.6%	-41.2%	-20.2%	4.7%	20.3%	42.8%	14.6%
30-40百萬元	16	870,073	248,138	621,935	18	442,107	200,979	241,128	16	472,601	162,153	310,448
					12.5%	-49.2%	-19.0%	-61.2%	-11.1%	6.9%	-19.3%	28.7%
40-50百萬元	4	118,575	95,725	22,849	5	107,793	77,751	30,042	5	114,536	77,630	36,906
					25.0%	-9.1%	-18.8%	31.5%	0.0%	6.3%	-0.2%	22.8%
50-60百萬元	9	1,356,084	74,374	1,281,709	10	920,529	67,259	853,270	11	1,352,516	128,880	1,223,636
					11.1%	-32.1%	-9.6%	-33.4%	10.0%	46.9%	91.6%	43.4%
60-80百萬元	10	169,435	80,307	89,128	10	210,651	82,567	128,084	11	210,260	41,365	168,895
					0.0%	24.3%	2.8%	43.7%	10.0%	-0.2%	-49.9%	31.9%
0.8-1億元	7	120,609	69,884	50,725	7	116,376	71,879	44,497	7	132,562	82,403	50,159
					0.0%	-3.5%	2.9%	-12.3%	0.0%	13.9%	14.6%	12.7%
1-2億元	15	948,632	570,364	378,268	16	618,559	353,140	265,419	18	998,778	483,666	515,112
					6.7%	-34.8%	-38.1%	-29.8%	12.5%	61.5%	37.0%	94.1%
2億元以上	27	25,583,201	19,533,796	6,049,405	26	30,091,189	21,201,179	8,890,010	26	35,054,870	27,391,819	7,663,051
					-3.7%	17.6%	8.5%	47.0%	0.0%	16.5%	29.2%	-13.8%
合計	2,153	45,029,188	22,831,888	22,197,300	2,285	46,840,261	23,987,833	22,852,427	2,451	55,614,016	30,736,788	24,877,228
					6.1%	4.0%	5.1%	3.0%	7.3%	18.7%	28.1%	8.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	766	34,583,141	22,545,736	12,037,404	836	34,927,442	22,398,330	12,529,112	856	39,207,867	26,568,028	12,639,839
臺中市	400	3,452,120	813,237	2,638,883	423	3,303,073	674,440	2,628,633	423	3,214,144	675,223	2,538,921
基隆市	21	32,820	620	32,200	20	30,803	864	29,939	23	27,159	441	26,719
臺南市	248	663,513	40,528	622,986	268	647,543	36,704	610,839	279	716,684	29,718	686,966
高雄市	183	439,267	7,801	431,466	198	451,066	14,347	436,719	208	566,814	20,609	546,205
新北市	476	5,349,545	369,650	4,979,895	506	4,336,931	366,743	3,970,188	524	3,268,508	418,975	2,849,533
宜蘭縣	20	27,177	0	27,177	24	30,348	0	30,348	26	30,012	0	30,012
桃園縣	190	3,644,276	2,127,777	1,516,499	204	3,602,955	1,865,091	1,737,865	204	3,748,907	2,103,960	1,644,948
嘉義市	25	13,930	0	13,930	27	23,505	0	23,505	28	32,010	0	32,010
新竹縣	50	6,034,192	3,722,077	2,312,115	58	5,394,000	3,390,105	2,003,895	58	5,136,542	2,747,474	2,389,068
苗栗縣	25	43,371	14,799	28,572	26	49,864	15,909	33,955	23	42,487	2,992	39,495
南投縣	28	46,791	170	46,621	31	45,203	77	45,126	35	47,032	0	47,032
彰化縣	84	121,756	423	121,333	89	135,465	204	135,262	97	150,682	198	150,485
新竹市	87	895,532	323,045	572,487	87	1,292,826	621,388	671,438	85	1,673,952	900,666	773,286
雲林縣	18	13,568	0	13,568	23	31,674	6,939	24,735	27	29,910	2,442	27,468
嘉義縣	10	147,901	34,043	113,858	13	168,053	44,113	123,940	13	173,481	35,701	137,780
屏東縣	33	36,784	12,274	24,510	34	40,642	5,922	34,721	34	33,288	2,039	31,249
花蓮縣	15	13,935	0	13,935	19	10,098	0	10,098	16	16,262	0	16,262
臺東縣	3	3,878	1,020	2,857	4	2,865	645	2,220	3	3,018	0	3,018
金門縣	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
澎湖縣	3	24,404	0	24,404	3	16,359	0	16,359	3	27,354	0	27,354
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	2,685	55,587,902	30,013,200	25,574,702	2,894	54,540,715	29,441,821	25,098,894	2,966	58,146,114	33,508,465	24,637,649

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	388	3,192,276	73,291	3,118,985	411	2,985,259	47,976	2,937,283	431	3,060,192	13,262	3,046,930
	7.8%	9.6%	4.8%	9.7%	5.9%	-6.5%	-34.5%	-5.8%	4.9%	2.5%	-72.4%	3.7%
0.1-1百萬元	990	1,996,912	135,326	1,861,586	1,108	2,051,915	91,515	1,960,399	1,147	2,359,029	113,575	2,245,453
	13.0%	12.6%	24.1%	11.9%	11.9%	2.8%	-32.4%	5.3%	3.5%	15.0%	24.1%	14.5%
1-5百萬元	800	4,343,767	237,384	4,106,383	854	4,552,603	403,514	4,149,090	870	5,208,802	560,740	4,648,062
	7.7%	-0.7%	-12.4%	0.0%	6.7%	4.8%	70.0%	1.0%	1.9%	14.4%	39.0%	12.0%
5-10百萬元	268	4,605,507	268,313	4,337,194	277	5,006,917	317,612	4,689,305	273	4,383,611	343,085	4,040,527
	7.6%	-9.5%	-40.7%	-6.5%	3.4%	8.7%	18.4%	8.1%	-1.4%	-12.4%	8.0%	-13.8%
10-20百萬元	95	2,304,033	1,210,149	1,093,884	101	2,286,871	1,059,161	1,227,710	106	2,229,460	1,099,850	1,129,610
	13.1%	13.7%	0.9%	32.3%	6.3%	-0.7%	-12.5%	12.2%	5.0%	-2.5%	3.8%	-8.0%
20-30百萬元	46	1,377,161	297,857	1,079,304	47	1,384,650	280,369	1,104,281	46	1,353,899	304,230	1,049,670
	2.2%	25.1%	11.7%	29.3%	2.2%	0.5%	-5.9%	2.3%	-2.1%	-2.2%	8.5%	-4.9%
30-40百萬元	16	498,071	138,888	359,183	16	533,410	148,508	384,901	15	535,972	119,033	416,939
	0.0%	5.4%	-14.3%	15.7%	0.0%	7.1%	6.9%	7.2%	-6.3%	0.5%	-19.8%	8.3%
40-50百萬元	5	150,652	83,196	67,456	5	161,972	73,067	88,905	5	186,025	73,191	112,834
	0.0%	31.5%	7.2%	82.8%	0.0%	7.5%	-12.2%	31.8%	0.0%	14.9%	0.2%	26.9%
50-60百萬元	14	1,788,884	135,978	1,652,905	13	1,893,313	369,902	1,523,411	13	1,945,175	466,504	1,478,671
	27.3%	32.3%	5.5%	35.1%	-7.1%	5.8%	172.0%	-7.8%	0.0%	2.7%	26.1%	-2.9%
60-80百萬元	11	228,543	24,932	203,611	11	274,576	33,208	241,367	11	300,145	65,999	234,146
	0.0%	8.7%	-39.7%	20.6%	0.0%	20.1%	33.2%	18.5%	0.0%	9.3%	98.7%	-3.0%
0.8-1億元	7	165,631	96,785	68,847	7	131,815	75,120	56,695	7	133,983	31,038	102,945
	0.0%	24.9%	17.5%	37.3%	0.0%	-20.4%	-22.4%	-17.7%	0.0%	1.6%	-58.7%	81.6%
1-2億元	20	998,057	422,516	575,541	19	1,101,464	337,851	763,613	19	1,135,620	328,474	807,146
	11.1%	-0.1%	-12.6%	11.7%	-5.0%	10.4%	-20.0%	32.7%	0.0%	3.1%	-2.8%	5.7%
2億元以上	25	33,938,408	26,888,587	7,049,821	25	32,175,951	26,204,018	5,971,933	23	35,314,201	29,989,484	5,324,717
	-3.8%	-3.2%	-1.8%	-8.0%	0.0%	-5.2%	-2.5%	-15.3%	-8.0%	9.8%	14.4%	-10.8%
合計	2,685	55,587,902	30,013,200	25,574,702	2,894	54,540,715	29,441,821	25,098,894	2,966	58,146,114	33,508,465	24,637,649
	9.5%	0.0%	-2.4%	2.8%	7.8%	-1.9%	-1.9%	-1.9%	2.5%	6.6%	13.8%	-1.8%

視覺傳達設計產業

視覺傳達設計產業2008～2013年家數與營業額

視覺傳達設計產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
740911	企業識別設計	117	1,608,540	1,107,407	501,133	106	1,994,020	1,481,824	512,197	99	2,675,751	2,208,107	467,644
						-9.4%	24.0%	33.8%	2.2%	-6.6%	34.2%	49.0%	-8.7%
740912	商業設計	119	744,538	1,061	743,477	141	900,641	13,293	887,348	180	1,088,313	34,051	1,054,262
						18.5%	21.0%	1153.2%	19.4%	27.7%	20.8%	156.1%	18.8%
740914	視覺傳達與平面設計	10	20,487	0	20,487	13	43,122	0	43,122	15	71,927	0	71,927
						30.0%	110.5%	-	110.5%	15.4%	66.8%	-	66.8%
740916	多媒體設計	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2,370	0	2,370
						-	-	-	-	-	-	-	-
合計		246	2,373,565	1,108,468	1,265,097	260	2,937,784	1,495,117	1,442,666	295	3,838,362	2,242,158	1,596,203
						5.7%	23.8%	34.9%	14.0%	13.5%	30.7%	50.0%	10.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

視覺傳達設計產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	43	42,878	0	42,878	43	25,425	479	24,946	47	53,862	1,214	52,648
					0.0%	-40.7%	-	-41.8%	9.3%	111.8%	153.4%	111.1%
1-2年	27	41,135	0	41,135	36	84,073	3,664	80,410	45	56,404	3,665	52,739
					33.3%	104.4%	-	95.5%	25.0%	-32.9%	0.0%	-34.4%
2-3年	28	45,193	0	45,193	22	42,253	0	42,253	28	122,508	7,167	115,341
					-21.4%	-6.5%	-	-6.5%	27.3%	189.9%	-	173.0%
3-4年	34	164,484	8,590	155,894	24	53,096	0	53,096	20	23,715	0	23,715
					-29.4%	-67.7%	-100.0%	-65.9%	-16.7%	-55.3%	-	-55.3%
4-5年	21	93,535	1,061	92,474	27	171,420	5,767	165,653	22	83,342	32	83,309
					28.6%	83.3%	443.6%	79.1%	-18.5%	-51.4%	-99.4%	-49.7%
5-10年	54	1,590,464	1,098,817	491,647	63	2,047,740	1,481,689	566,052	80	2,844,730	2,216,847	627,884
					16.7%	28.8%	34.8%	15.1%	27.0%	38.9%	49.6%	10.9%
10-20年	27	328,538	0	328,538	33	446,007	3,519	442,487	39	551,873	13,233	538,640
					22.2%	35.8%	-	34.7%	18.2%	23.7%	276.0%	21.7%
20年以上	12	67,337	0	67,337	12	67,770	0	67,770	14	101,926	0	101,926
					0.0%	0.6%	-	0.6%	16.7%	50.4%	-	50.4%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	246	2,373,565	1,108,468	1,265,097	260	2,937,784	1,495,117	1,442,666	295	3,838,362	2,242,158	1,596,203
					5.7%	23.8%	34.9%	14.0%	13.5%	30.7%	50.0%	10.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

視覺傳達設計產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
740911	企業識別設計	90	1,474,375	1,068,737	405,638	82	479,216	148,009	331,207	101	311,493	4,448	307,046
		-9.1%	-44.9%	-51.6%	-13.3%	-8.9%	-67.5%	-86.2%	-18.3%	23.2%	-35.0%	-97.0%	-7.3%
740912	商業設計	235	1,385,666	34,425	1,351,242	280	1,292,196	33,104	1,259,092	416	1,421,199	19,253	1,401,945
		30.6%	27.3%	1.1%	28.2%	19.1%	-6.7%	-3.8%	-6.8%	48.6%	10.0%	-41.8%	11.3%
740914	視覺傳達與平面設計	19	42,077	0	42,077	19	31,416	0	31,416	80	74,939	201	74,738
		26.7%	-41.5%	-	-41.5%	0.0%	-25.3%	-	-25.3%	321.1%	138.5%	-	137.9%
740916	多媒體設計	2	4,825	0	4,825	3	3,568	0	3,568	8	11,552	0	11,552
		100.0%	103.5%	-	103.5%	50.0%	-26.0%	-	-26.0%	166.7%	223.8%	-	223.8%
合計		346	2,906,943	1,103,161	1,803,782	384	1,806,395	181,113	1,625,283	605	1,819,183	23,902	1,795,281
		17.3%	-24.3%	-50.8%	13.0%	11.0%	-37.9%	-83.6%	-9.9%	57.6%	0.7%	-86.8%	10.5%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	74	33,357	0	33,357	66	25,357	0	25,357	220	133,417	1,496	131,921
	57.4%	-38.1%	-100.0%	-36.6%	-10.8%	-24.0%	-	-24.0%	233.3%	426.2%	-	420.3%
1-2年	49	102,971	2,451	100,519	68	66,018	665	65,353	75	108,294	104	108,190
	8.9%	82.6%	-33.1%	90.6%	38.8%	-35.9%	-72.9%	-35.0%	10.3%	64.0%	-84.4%	65.5%
2-3年	38	54,461	5,250	49,211	41	110,983	6,464	104,519	62	73,479	1,811	71,668
	35.7%	-55.5%	-26.8%	-57.3%	7.9%	103.8%	23.1%	112.4%	51.2%	-33.8%	-72.0%	-31.4%
3-4年	26	111,923	2,724	109,199	33	55,710	3,773	51,937	42	132,627	3,013	129,614
	30.0%	371.9%	-	360.5%	26.9%	-50.2%	38.5%	-52.4%	27.3%	138.1%	-20.1%	149.6%
4-5年	17	23,841	0	23,841	24	113,289	237	113,052	32	51,575	752	50,823
	-22.7%	-71.4%	-100.0%	-71.4%	41.2%	375.2%	-	374.2%	33.3%	-54.5%	216.8%	-55.0%
5-10年	82	403,327	9,484	393,844	84	319,555	13,129	306,426	97	419,885	6,637	413,248
	2.5%	-85.8%	-99.6%	-37.3%	2.4%	-20.8%	38.4%	-22.2%	15.5%	31.4%	-49.5%	34.9%
10-20年	47	2,061,850	1,083,152	978,698	53	997,308	156,490	840,818	62	806,097	10,090	796,007
	20.5%	273.6%	8085.2%	81.7%	12.8%	-51.6%	-85.6%	-14.1%	17.0%	-19.2%	-93.6%	-5.3%
20年以上	13	115,213	100	115,113	15	118,174	354	117,820	14	93,809	0	93,809
	-7.1%	13.0%	-	12.9%	15.4%	2.6%	253.4%	2.4%	-6.7%	-20.6%	-100.0%	-20.4%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	346	2,906,943	1,103,161	1,803,782	384	1,806,395	181,113	1,625,283	605	1,819,183	23,902	1,795,281
	17.3%	-24.3%	-50.8%	13.0%	11.0%	-37.9%	-83.6%	-9.9%	57.6%	0.7%	-86.8%	10.5%

視覺傳達設計產業

視覺傳達設計產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	84	687,263	456	686,807	81	789,963	3,699	786,263	96	950,455	14,615	935,840
臺中市	27	108,798	8,252	100,546	30	101,638	10,907	90,732	32	115,495	15,704	99,791
基隆市	0	0	0	0	1	61	0	61	1	57	0	57
臺南市	14	34,616	0	34,616	13	40,398	4,161	36,237	17	46,846	7,640	39,206
高雄市	6	16,535	0	16,535	7	22,341	0	22,341	10	30,087	0	30,087
新北市	80	153,997	1,511	152,486	87	148,923	312	148,611	95	179,882	425	179,458
宜蘭縣	2	23,792	0	23,792	4	25,118	0	25,118	4	27,673	0	27,673
桃園縣	11	1,230,690	1,082,737	147,953	10	1,749,117	1,475,559	273,558	14	2,438,418	2,200,310	238,108
嘉義市	0	0	0	0	1	698	0	698	1	81	0	81
新竹縣	8	69,070	15,513	53,558	11	17,143	479	16,664	10	28,944	3,465	25,480
苗栗縣	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
南投縣	1	525	0	525	3	1,508	0	1,508	3	2,261	0	2,261
彰化縣	3	23,725	0	23,725	3	17,219	0	17,219	2	0	0	0
新竹市	3	4,869	0	4,869	3	3,057	0	3,057	3	3,047	0	3,047
雲林縣	3	6,510	0	6,510	3	6,607	0	6,607	3	4,820	0	4,820
嘉義縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
屏東縣	1	9,745	0	9,745	1	6,549	0	6,549	1	5,434	0	5,434
花蓮縣	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
臺東縣	1	2,285	0	2,285	1	6,299	0	6,299	1	3,715	0	3,715
金門縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
澎湖縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
連江縣	1	1,145	0	1,145	1	1,145	0	1,145	1	1,145	0	1,145
合計	246	2,373,565	1,108,468	1,265,097	260	2,937,784	1,495,117	1,442,666	295	3,838,362	2,242,158	1,596,203

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

視覺傳達設計產業2008～2013年資本結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	16	24,102	0	24,102	18	22,110	0	22,110	22	23,863	0	23,863
					12.5%	-8.3%	-	-8.3%	22.2%	7.9%	-	7.9%
0.1-1百萬元	97	140,420	7,647	132,772	98	126,755	9,598	117,157	111	191,668	18,670	172,998
					1.0%	-9.7%	25.5%	-11.8%	13.3%	51.2%	94.5%	47.7%
1-5百萬元	89	346,120	0	346,120	96	348,148	4,244	343,903	112	422,712	9,271	413,441
					7.9%	0.6%	-	-0.6%	16.7%	21.4%	118.5%	20.2%
5-10百萬元	33	284,197	2,572	281,626	33	328,850	2,970	325,881	35	277,628	1,225	276,403
					0.0%	15.7%	15.5%	15.7%	6.1%	-15.6%	-58.8%	-15.2%
10-20百萬元	5	77,122	0	77,122	9	104,861	3,519	101,342	10	180,558	12,681	167,876
					80.0%	36.0%	-	31.4%	11.1%	72.2%	260.3%	65.7%
20-30百萬元	3	244,665	0	244,665	3	283,449	0	283,449	3	328,129	0	328,129
					0.0%	15.9%	-	15.9%	0.0%	15.8%	-	15.8%
30-40百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
40-50百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
50-60百萬元	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
					0.0%	-	-	-	0.0%	-	-	-
60-80百萬元	1	58,211	15,513	42,698	1	17	0	17	0	0	0	0
					0.0%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%
0.8-1億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
1-2億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
2億元以上	1	1,198,728	1,082,737	115,991	1	1,723,593	1,474,787	248,806	1	2,413,803	2,200,310	213,493
					0.0%	43.8%	36.2%	114.5%	0.0%	40.0%	49.2%	-14.2%
合計	246	2,373,565	1,108,468	1,265,097	260	2,937,784	1,495,117	1,442,666	295	3,838,362	2,242,158	1,596,203
					5.7%	23.8%	34.9%	14.0%	13.5%	30.7%	50.0%	10.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	112	1,268,390	20,602	1,247,789	120	1,184,885	26,170	1,158,715	175	1,242,131	11,702	1,230,429
臺中市	46	113,152	7,967	105,185	47	132,080	6,043	126,037	72	188,062	4,782	183,280
基隆市	2	294	0	294	2	329	0	329	5	3,216	0	3,216
臺南市	22	42,060	2,724	39,336	23	39,309	903	38,406	52	42,964	2,879	40,085
高雄市	13	29,483	0	29,483	15	15,651	0	15,651	43	35,689	0	35,689
新北市	100	173,593	1,937	171,656	117	155,593	3,060	152,533	151	194,338	3,787	190,551
宜蘭縣	4	21,016	0	21,016	5	6,330	0	6,330	9	10,369	0	10,369
桃園縣	15	1,209,167	1,064,682	144,485	17	217,681	141,086	76,595	32	32,628	0	32,628
嘉義市	2	110	0	110	1	134	0	134	2	235	0	235
新竹縣	10	31,946	5,250	26,696	11	32,869	3,851	29,018	16	35,656	752	34,904
苗栗縣	0	0	0	0	1	387	0	387	1	600	0	600
南投縣	5	1,732	0	1,732	3	1,766	0	1,766	5	2,394	0	2,394
彰化縣	2	608	0	608	3	1,224	0	1,224	7	1,466	0	1,466
新竹市	4	3,083	0	3,083	8	4,177	0	4,177	8	7,816	0	7,816
雲林縣	4	4,563	0	4,563	6	5,261	0	5,261	13	12,609	0	12,609
嘉義縣	0	0	0	0	0	0	0	0	2	490	0	490
屏東縣	1	6,204	0	6,204	1	6,899	0	6,899	5	5,734	0	5,734
花蓮縣	1	67	0	67	1	310	0	310	3	1,084	0	1,084
臺東縣	2	329	0	329	2	365	0	365	2	336	0	336
金門縣	0	0	0	0	0	0	0	0	1	222	0	222
澎湖縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
連江縣	1	1,145	0	1,145	1	1,145	0	1,145	1	1,145	0	1,145
合計	346	2,906,943	1,103,161	1,803,782	384	1,806,395	181,113	1,625,283	605	1,819,183	23,902	1,795,281

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	28	26,641	0	26,641	36	30,077	0	30,077	73	37,599	0	37,599
	27.3%	11.6%	-	11.6%	28.6%	12.9%	-	12.9%	102.8%	25.0%	-	25.0%
0.1-1百萬元	144	227,743	11,439	216,304	164	247,339	14,771	232,569	280	351,860	6,211	345,649
	29.7%	18.8%	-38.7%	25.0%	13.9%	8.6%	29.1%	7.5%	70.7%	42.3%	-58.0%	48.6%
1-5百萬元	127	408,667	5,798	402,869	133	416,264	833	415,431	193	500,206	1,945	498,262
	13.4%	-3.3%	-37.5%	-2.6%	4.7%	1.9%	-85.6%	3.1%	45.1%	20.2%	133.5%	19.9%
5-10百萬元	34	249,310	3,585	245,725	39	215,642	11,509	204,133	45	292,969	10,615	282,354
	-2.9%	-10.2%	192.7%	-11.1%	14.7%	-13.5%	221.0%	-16.9%	15.4%	35.9%	-7.8%	38.3%
10-20百萬元	8	321,243	17,657	303,586	7	289,971	12,915	277,057	11	279,675	5,132	274,543
	-20.0%	77.9%	39.2%	80.8%	-12.5%	-9.7%	-26.9%	-8.7%	57.1%	-3.6%	-60.3%	-0.9%
20-30百萬元	3	489,135	0	489,135	3	413,212	0	413,212	3	356,874	0	356,874
	0.0%	49.1%	-	49.1%	0.0%	-15.5%	-	-15.5%	0.0%	-13.6%	-	-13.6%
30-40百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
40-50百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
50-60百萬元	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	0.0%	-	-	-	0.0%	-	-	-	-100.0%	-	-	-
60-80百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0.8-1億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1-2億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2億元以上	1	1,184,204	1,064,682	119,522	1	193,890	141,086	52,804	0	0	0	0
	0.0%	-50.9%	-51.6%	-44.0%	0.0%	-83.6%	-86.7%	-55.8%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	-100.0%
合計	346	2,906,943	1,103,161	1,803,782	384	1,806,395	181,113	1,625,283	605	1,819,183	23,902	1,795,281
	17.3%	-24.3%	-50.8%	13.0%	11.0%	-37.9%	-83.6%	-9.9%	57.6%	0.7%	-86.8%	10.5%

設計品牌時尚產業

設計品牌時尚產業2008～2013年家數與營業額

設計品牌時尚產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
740915	流行時尚設計	60	140,905	1,552	139,353	73	158,983	1,777	157,205	103	210,064	2,011	208,053
						21.7%	12.8%	14.5%	12.8%	41.1%	32.1%	13.1%	32.3%
合計		60	140,905	1,552	139,353	73	158,983	1,777	157,205	103	210,064	2,011	208,053
						21.7%	12.8%	14.5%	12.8%	41.1%	32.1%	13.1%	32.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

設計品牌時尚產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	16	13,453	0	13,453	15	7,940	0	7,940	31	27,420	1,224	26,196
					-6.3%	-41.0%	-	-41.0%	106.7%	245.3%	-	229.9%
1-2年	3	1,667	0	1,667	15	28,488	0	28,488	15	10,307	0	10,307
					400.0%	1608.5%	-	1608.5%	0.0%	-63.8%	-	-63.8%
2-3年	4	3,007	0	3,007	2	1,289	0	1,289	15	32,264	0	32,264
					-50.0%	-57.1%	-	-57.1%	650.0%	2402.8%	-	2402.8%
3-4年	3	7,110	1,552	5,558	4	1,947	0	1,947	2	1,289	0	1,289
					33.3%	-72.6%	-100.0%	-65.0%	-50.0%	-33.8%	-	-33.8%
4-5年	2	574	0	574	3	7,099	1,777	5,322	4	3,777	0	3,777
					50.0%	1137.3%	-	827.5%	33.3%	-46.8%	-100.0%	-29.0%
5-10年	11	35,293	0	35,293	11	28,341	0	28,341	13	42,240	787	41,453
					0.0%	-19.7%	-	-19.7%	18.2%	49.0%	-	46.3%
10-20年	8	19,973	0	19,973	10	18,450	0	18,450	9	5,767	0	5,767
					25.0%	-7.6%	-	-7.6%	-10.0%	-68.7%	-	-68.7%
20年以上	13	59,828	0	59,828	13	65,429	0	65,429	14	86,999	0	86,999
					0.0%	9.4%	-	9.4%	7.7%	33.0%	-	33.0%
合計	60	140,905	1,552	139,353	73	158,983	1,777	157,205	103	210,064	2,011	208,053
					21.7%	12.8%	14.5%	12.8%	41.1%	32.1%	13.1%	32.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

設計品牌時尚產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
740915	流行時尚設計	127	280,933	16,064	264,869	151	310,051	6,238	303,813	183	377,229	9,499	367,731
		23.3%	33.7%	699.0%	27.3%	18.9%	10.4%	-61.2%	14.7%	21.2%	21.7%	52.3%	21.0%
合計		127	280,933	16,064	264,869	151	310,051	6,238	303,813	183	377,229	9,499	367,731
		23.3%	33.7%	699.0%	27.3%	18.9%	10.4%	-61.2%	14.7%	21.2%	21.7%	52.3%	21.0%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	30	7,903	0	7,903	28	16,413	0	16,413	39	16,416	0	16,416
	-3.2%	-71.2%	-100.0%	-69.8%	-6.7%	107.7%	-	107.7%	39.3%	0.0%	-	0.0%
1-2年	29	82,092	16,064	66,028	31	18,865	0	18,865	28	41,074	747	40,327
	93.3%	696.5%	-	540.6%	6.9%	-77.0%	-100.0%	-71.4%	-9.7%	117.7%	-	113.8%
2-3年	12	8,925	0	8,925	29	84,007	5,487	78,520	23	14,336	0	14,336
	-20.0%	-72.3%	-	-72.3%	141.7%	841.3%	-	779.8%	-20.7%	-82.9%	-100.0%	-81.7%
3-4年	14	38,737	0	38,737	10	6,903	0	6,903	29	98,795	8,297	90,498
	600.0%	2904.9%	-	2904.9%	-28.6%	-82.2%	-	-82.2%	190.0%	1331.2%	-	1211.0%
4-5年	2	1,289	0	1,289	12	25,740	45	25,695	10	9,551	0	9,551
	-50.0%	-65.9%	-	-65.9%	500.0%	1896.7%	-	1893.2%	-16.7%	-62.9%	-100.0%	-62.8%
5-10年	16	33,778	0	33,778	15	24,590	0	24,590	22	35,730	304	35,426
	23.1%	-20.0%	-100.0%	-18.5%	-6.3%	-27.2%	-	-27.2%	46.7%	45.3%	-	44.1%
10-20年	9	6,384	0	6,384	10	15,871	0	15,871	15	30,524	0	30,524
	0.0%	10.7%	-	10.7%	11.1%	148.6%	-	148.6%	50.0%	92.3%	-	92.3%
20年以上	15	101,825	0	101,825	16	117,662	706	116,957	17	130,803	150	130,653
	7.1%	17.0%	-	17.0%	6.7%	15.6%	-	14.9%	6.3%	11.2%	-78.7%	11.7%
合計	127	280,933	16,064	264,869	151	310,051	6,238	303,813	183	377,229	9,499	367,731
	23.3%	33.7%	699.0%	27.3%	18.9%	10.4%	-61.2%	14.7%	21.2%	21.7%	52.3%	21.0%

設計品牌時尚產業

設計品牌時尚產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	27	97,802	0	97,802	30	110,246	0	110,246	44	140,257	28	140,230
臺中市	3	7,165	1,552	5,613	5	7,970	1,777	6,193	11	10,231	1,983	8,248
基隆市	2	1,155	0	1,155	2	537	0	537	1	487	0	487
臺南市	3	15,833	0	15,833	4	14,262	0	14,262	4	19,420	0	19,420
高雄市	1	468	0	468	5	670	0	670	7	3,548	0	3,548
新北市	15	14,105	0	14,105	16	12,984	0	12,984	22	22,254	0	22,254
宜蘭縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
桃園縣	5	2,335	0	2,335	5	8,349	0	8,349	7	10,406	0	10,406
嘉義市	1	163	0	163	1	1,619	0	1,619	1	0	0	0
新竹縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
苗栗縣	0	0	0	0	1	22	0	22	1	852	0	852
南投縣	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
彰化縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
新竹市	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
雲林縣	2	1,372	0	1,372	2	1,372	0	1,372	2	1,372	0	1,372
嘉義縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
屏東縣	1	506	0	506	2	951	0	951	2	1,236	0	1,236
花蓮縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
臺東縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
金門縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
澎湖縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	60	140,905	1,552	139,353	73	158,983	1,777	157,205	103	210,064	2,011	208,053

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

設計品牌時尚產業2008～2013年資本結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	28	16,928	0	16,928	29	15,625	0	15,625	34	17,539	0	17,539
					3.6%	-7.7%	-	-7.7%	17.2%	12.2%	-	12.2%
0.1-1百萬元	15	8,384	0	8,384	23	18,341	0	18,341	37	39,435	28	39,407
					53.3%	118.8%	-	118.8%	60.9%	115.0%	-	114.9%
1-5百萬元	11	25,203	1,552	23,651	15	32,306	1,777	30,528	22	42,631	787	41,844
					36.4%	28.2%	14.5%	29.1%	46.7%	32.0%	-55.7%	37.1%
5-10百萬元	5	38,186	0	38,186	5	34,905	0	34,905	7	47,167	0	47,167
					0.0%	-8.6%	-	-8.6%	40.0%	35.1%	-	35.1%
10-20百萬元	1	52,204	0	52,204	1	57,806	0	57,806	3	63,293	1,196	62,096
					0.0%	10.7%	-	10.7%	200.0%	9.5%	-	7.4%
20-30百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
30-40百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
40-50百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
50-60百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
60-80百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
0.8-1億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
1-2億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
2億元以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	60	140,905	1,552	139,353	73	158,983	1,777	157,205	103	210,064	2,011	208,053
					21.7%	12.8%	14.5%	12.8%	41.1%	32.1%	13.1%	32.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	55	171,347	733	170,614	69	198,490	45	198,445	81	237,948	1,002	236,946
臺中市	12	23,498	15,331	8,167	14	13,646	5,164	8,482	14	28,656	6,721	21,935
基隆市	2	612	0	612	2	911	0	911	4	1,502	0	1,502
臺南市	5	19,476	0	19,476	8	21,184	706	20,479	10	18,768	150	18,618
高雄市	9	4,943	0	4,943	9	4,409	0	4,409	10	5,006	0	5,006
新北市	29	42,206	0	42,206	31	56,773	0	56,773	36	65,096	596	64,500
宜蘭縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
桃園縣	6	13,464	0	13,464	7	9,839	323	9,516	11	14,291	1,030	13,261
嘉義市	1	714	0	714	2	1,227	0	1,227	1	447	0	447
新竹縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
苗栗縣	1	1,878	0	1,878	1	702	0	702	1	1,051	0	1,051
南投縣	0	0	0	0	0	0	0	0	3	522	0	522
彰化縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
新竹市	1	254	0	254	1	460	0	460	2	523	0	523
雲林縣	2	1,372	0	1,372	2	1,372	0	1,372	2	1,372	0	1,372
嘉義縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
屏東縣	4	1,169	0	1,169	3	751	0	751	4	1,277	0	1,277
花蓮縣	0	0	0	0	1	0	0	0	3	388	0	388
臺東縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
金門縣	0	0	0	0	1	288	0	288	1	384	0	384
澎湖縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	127	280,933	16,064	264,869	151	310,051	6,238	303,813	183	377,229	9,499	367,731

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	41	19,867	0	19,867	43	21,186	0	21,186	49	24,421	0	24,421
	20.6%	13.3%	-	13.3%	4.9%	6.6%	-	6.6%	14.0%	15.3%	-	15.3%
0.1-1百萬元	52	59,711	733	58,977	71	78,700	0	78,700	85	90,174	0	90,174
	40.5%	51.4%	2539.3%	49.7%	36.5%	31.8%	-100.0%	33.4%	19.7%	14.6%	-	14.6%
1-5百萬元	23	43,602	0	43,602	23	37,533	323	37,211	33	68,955	1,826	67,130
	4.5%	2.3%	-100.0%	4.2%	0.0%	-13.9%	-	-14.7%	43.5%	83.7%	465.6%	80.4%
5-10百萬元	8	63,627	0	63,627	10	75,233	751	74,482	12	81,187	1,001	80,186
	14.3%	34.9%	-	34.9%	25.0%	18.2%	-	17.1%	20.0%	7.9%	33.3%	7.7%
10-20百萬元	3	94,126	15,331	78,795	4	97,398	5,164	92,234	4	112,492	6,672	105,820
	0.0%	48.7%	1181.5%	26.9%	33.3%	3.5%	-66.3%	17.1%	0.0%	15.5%	29.2%	14.7%
20-30百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30-40百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
40-50百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
50-60百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60-80百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0.8-1億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1-2億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2億元以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	127	280,933	16,064	264,869	151	310,051	6,238	303,813	183	377,229	9,499	367,731
	23.3%	33.7%	699.0%	27.3%	18.9%	10.4%	-61.2%	14.7%	21.2%	21.7%	52.3%	21.0%

建築設計產業

建築設計產業2008～2013年家數與營業額

建築設計產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
711111	建築設計、顧問	115	2,629,969	4,046	2,625,924	115	2,182,648	7,515	2,175,134	122	2,582,888	16,812	2,566,076
						0.0%	-17.0%	85.7%	-17.2%	6.1%	18.3%	123.7%	18.0%
740100	室內設計	2,116	22,151,736	186,820	21,964,916	2,179	17,536,834	203,519	17,333,315	2,318	23,378,883	221,790	23,157,093
						3.0%	-20.8%	8.9%	-21.1%	6.4%	33.3%	9.0%	33.6%
合計		2,231	24,781,706	190,866	24,590,840	2,294	19,719,483	211,034	19,508,449	2,440	25,961,771	238,602	25,723,169
						2.8%	-20.4%	10.6%	-20.7%	6.4%	31.7%	13.1%	31.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

建築設計產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	270	400,402	0	400,402	245	341,211	5,660	335,551	293	697,890	3,568	694,322
					-9.3%	-14.8%	-	-16.2%	19.6%	104.5%	-37.0%	106.9%
1-2年	223	951,400	9,137	942,262	258	670,357	1,405	668,952	245	915,929	12,853	903,075
					15.7%	-29.5%	-84.6%	-29.0%	-5.0%	36.6%	814.8%	35.0%
2-3年	217	1,966,475	385	1,966,089	194	845,611	10,890	834,721	227	754,713	2,329	752,384
					-10.6%	-57.0%	2725.1%	-57.5%	17.0%	-10.7%	-78.6%	-9.9%
3-4年	215	1,257,305	0	1,257,305	201	1,633,406	3,851	1,629,555	174	1,059,727	7,183	1,052,544
					-6.5%	29.9%	-	29.6%	-13.4%	-35.1%	86.5%	-35.4%
4-5年	178	1,413,076	633	1,412,443	185	763,636	974	762,662	190	2,244,697	24,602	2,220,094
					3.9%	-46.0%	53.9%	-46.0%	2.7%	193.9%	2425.9%	191.1%
5-10年	455	5,168,742	1,132	5,167,610	510	4,957,430	10,490	4,946,941	575	5,672,261	5,767	5,666,494
					12.1%	-4.1%	826.6%	-4.3%	12.7%	14.4%	-45.0%	14.5%
10-20年	565	10,981,014	162,078	10,818,936	585	7,661,197	166,425	7,494,772	603	10,833,485	164,781	10,668,704
					3.5%	-30.2%	2.7%	-30.7%	3.1%	41.4%	-1.0%	42.3%
20年以上	107	2,643,292	17,500	2,625,792	115	2,846,078	11,339	2,834,739	132	3,781,996	17,519	3,764,476
					7.5%	7.7%	-35.2%	8.0%	14.8%	32.9%	54.5%	32.8%
未知	1	0	0	0	1	557	0	557	1	1,075	0	1,075
					0.0%	-	-	-	0.0%	93.0%	-	93.0%
合計	2,231	24,781,706	190,866	24,590,840	2,294	19,719,483	211,034	19,508,449	2,440	25,961,771	238,602	25,723,169
					2.8%	-20.4%	10.6%	-20.7%	6.4%	31.7%	13.1%	31.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

建築設計產業		2012年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
		成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
711111	建築設計、顧問	139	3,198,399	38,258	3,160,141	138	3,187,841	7,455	3,180,386	143	3,777,423	9,959	3,767,463
		13.9%	23.8%	127.6%	23.2%	-0.7%	-0.3%	-80.5%	0.6%	3.6%	18.5%	33.6%	18.5%
740100	室內設計	2,505	25,434,286	287,353	25,146,934	2,677	25,516,336	340,935	25,175,401	2,827	26,627,853	315,989	26,311,864
		8.1%	8.8%	29.6%	8.6%	6.9%	0.3%	18.6%	0.1%	5.6%	4.4%	-7.3%	4.5%
合計		2,644	28,632,686	325,611	28,307,075	2,815	28,704,177	348,390	28,355,787	2,970	30,405,276	325,948	30,079,327
		8.4%	10.3%	36.5%	10.0%	6.5%	0.2%	7.0%	0.2%	5.5%	5.9%	-6.4%	6.1%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	331	785,346	0	785,346	316	744,725	901	743,824	342	837,514	922	836,593
	13.0%	12.5%	-100.0%	13.1%	-4.5%	-5.2%	-	-5.3%	8.2%	12.5%	2.2%	12.5%
1-2年	296	1,701,570	12,397	1,689,173	341	1,670,690	3,431	1,667,259	316	1,448,295	7,569	1,440,726
	20.8%	85.8%	-3.6%	87.0%	15.2%	-1.8%	-72.3%	-1.3%	-7.3%	-13.3%	120.6%	-13.6%
2-3年	220	932,841	41,594	891,247	260	1,719,266	7,489	1,711,777	304	1,507,568	17,857	1,489,712
	-3.1%	23.6%	1686.0%	18.5%	18.2%	84.3%	-82.0%	92.1%	16.9%	-12.3%	138.4%	-13.0%
3-4年	202	912,861	6,786	906,076	196	881,405	4,496	876,908	231	1,704,688	10,554	1,694,134
	16.1%	-13.9%	-5.5%	-13.9%	-3.0%	-3.4%	-33.7%	-3.2%	17.9%	93.4%	134.7%	93.2%
4-5年	165	1,056,819	12,880	1,043,939	191	883,437	8,631	874,806	179	893,406	3,274	890,131
	-13.2%	-52.9%	-47.6%	-53.0%	15.8%	-16.4%	-33.0%	-16.2%	-6.3%	1.1%	-62.1%	1.8%
5-10年	668	7,148,853	13,318	7,135,535	720	7,417,458	53,302	7,364,157	737	7,309,570	59,907	7,249,663
	16.2%	26.0%	131.0%	25.9%	7.8%	3.8%	300.2%	3.2%	2.4%	-1.5%	12.4%	-1.6%
10-20年	598	10,783,497	226,645	10,556,852	592	10,165,486	265,104	9,900,382	639	11,411,586	194,791	11,216,795
	-0.8%	-0.5%	37.5%	-1.0%	-1.0%	-5.7%	17.0%	-6.2%	7.9%	12.3%	-26.5%	13.3%
20年以上	164	5,310,898	11,990	5,298,907	199	5,221,710	5,036	5,216,674	222	5,292,648	31,074	5,261,574
	24.2%	40.4%	-31.6%	40.8%	21.3%	-1.7%	-58.0%	-1.6%	11.6%	1.4%	517.1%	0.9%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	2,644	28,632,686	325,611	28,307,075	2,815	28,704,177	348,390	28,355,787	2,970	30,405,276	325,948	30,079,327
	8.4%	10.3%	36.5%	10.0%	6.5%	0.2%	7.0%	0.2%	5.5%	5.9%	-6.4%	6.1%

建築設計產業

建築設計產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	1,015	15,438,172	43,604	15,394,568	1,021	12,365,773	42,381	12,323,392	1,059	16,868,924	52,260	16,816,664
臺中市	285	2,538,031	549	2,537,483	298	1,873,565	7,418	1,866,148	312	1,816,809	14,502	1,802,307
基隆市	25	60,124	0	60,124	26	32,448	0	32,448	21	32,503	0	32,503
臺南市	115	440,095	0	440,095	105	257,878	0	257,878	115	394,419	0	394,419
高雄市	111	746,511	659	745,852	126	567,611	0	567,611	147	892,506	568	891,938
新北市	297	2,858,857	5,806	2,853,051	308	2,153,217	10,211	2,143,007	343	2,720,050	20,040	2,700,010
宜蘭縣	31	69,926	0	69,926	33	70,576	0	70,576	39	78,083	1,442	76,640
桃園縣	150	1,600,219	140,247	1,459,972	166	1,439,638	151,024	1,288,614	182	1,859,232	149,787	1,709,446
嘉義市	8	13,992	0	13,992	10	24,057	0	24,057	12	23,092	0	23,092
新竹縣	29	84,767	0	84,767	30	81,654	0	81,654	30	151,446	0	151,446
苗栗縣	18	21,477	0	21,477	20	27,649	0	27,649	19	26,435	0	26,435
南投縣	18	37,592	0	37,592	19	31,604	0	31,604	18	35,242	0	35,242
彰化縣	29	38,269	0	38,269	27	27,818	0	27,818	31	49,009	0	49,009
新竹市	28	652,344	0	652,344	29	577,959	0	577,959	29	801,100	3	801,097
雲林縣	20	78,270	0	78,270	21	51,540	0	51,540	20	52,575	0	52,575
嘉義縣	7	48,397	0	48,397	7	61,925	0	61,925	8	75,284	0	75,284
屏東縣	14	14,148	0	14,148	17	16,765	0	16,765	18	15,889	0	15,889
花蓮縣	11	15,104	0	15,104	11	12,051	0	12,051	14	31,105	0	31,105
臺東縣	14	13,039	0	13,039	11	18,786	0	18,786	13	12,166	0	12,166
金門縣	4	11,177	0	11,177	6	25,403	0	25,403	7	24,086	0	24,086
澎湖縣	2	1,193	0	1,193	3	1,566	0	1,566	3	1,817	0	1,817
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	2,231	24,781,706	190,866	24,590,840	2,294	19,719,483	211,034	19,508,449	2,440	25,961,771	238,602	25,723,169

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

建築設計產業2008～2013年資本結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	181	1,441,426	4	1,441,422	179	1,364,253	0	1,364,253	199	1,532,251	3	1,532,248
					-1.1%	-5.4%	-100.0%	-5.4%	11.2%	12.3%	-	12.3%
0.1-1百萬元	623	1,788,974	4,121	1,784,853	677	1,648,212	10,890	1,637,322	742	2,015,442	11,304	2,004,138
					8.7%	-7.9%	164.2%	-8.3%	9.6%	22.3%	3.8%	22.4%
1-5百萬元	829	5,438,486	6,302	5,432,183	853	4,402,405	17,710	4,384,695	921	5,272,102	47,640	5,224,461
					2.9%	-19.1%	181.0%	-19.3%	8.0%	19.8%	169.0%	19.2%
5-10百萬元	378	4,931,442	13,654	4,917,789	367	3,731,696	3,217	3,728,479	364	4,620,418	5,774	4,614,645
					-2.9%	-24.3%	-76.4%	-24.2%	-0.8%	23.8%	79.5%	23.8%
10-20百萬元	144	3,544,696	9,034	3,535,661	143	2,744,750	10,444	2,734,306	140	4,374,295	5,757	4,368,538
					-0.7%	-22.6%	15.6%	-22.7%	-2.1%	59.4%	-44.9%	59.8%
20-30百萬元	33	924,971	4,544	920,427	34	1,048,367	7,853	1,040,514	33	1,132,533	1,164	1,131,369
					3.0%	13.3%	72.8%	13.0%	-2.9%	8.0%	-85.2%	8.7%
30-40百萬元	11	804,734	109	804,625	11	723,511	0	723,511	11	767,736	0	767,736
					0.0%	-10.1%	-100.0%	-10.1%	0.0%	6.1%	-	6.1%
40-50百萬元	1	29,493	0	29,493	1	99,203	0	99,203	1	155,787	0	155,787
					0.0%	236.4%	-	236.4%	0.0%	57.0%	-	57.0%
50-60百萬元	5	1,134,880	149,352	985,527	4	536,768	150,727	386,040	4	865,911	149,967	715,944
					-20.0%	-52.7%	0.9%	-60.8%	0.0%	61.3%	-0.5%	85.5%
60-80百萬元	9	1,648,413	0	1,648,413	9	855,738	26	855,712	9	723,871	181	723,690
					0.0%	-48.1%	-	-48.1%	0.0%	-15.4%	589.1%	-15.4%
0.8-1億元	5	816,087	301	815,786	4	201,233	225	201,009	4	132,662	0	132,662
					-20.0%	-75.3%	-25.3%	-75.4%	0.0%	-34.1%	-100.0%	-34.0%
1-2億元	5	1,476,376	0	1,476,376	5	1,223,472	0	1,223,472	5	1,455,257	0	1,455,257
					0.0%	-17.1%	-	-17.1%	0.0%	18.9%	-	18.9%
2億元以上	7	801,729	3,444	798,284	7	1,139,874	9,942	1,129,933	7	2,913,507	16,813	2,896,694
					0.0%	42.2%	188.6%	41.5%	0.0%	155.6%	69.1%	156.4%
合計	2,231	24,781,706	190,866	24,590,840	2,294	19,719,483	211,034	19,508,449	2,440	25,961,771	238,602	25,723,169
					2.8%	-20.4%	10.6%	-20.7%	6.4%	31.7%	13.1%	31.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	1,126	17,438,376	94,568	17,343,808	1,167	17,893,285	57,202	17,836,083	1,198	18,948,993	111,166	18,837,827
臺中市	356	3,216,862	12,465	3,204,397	389	2,214,913	28,082	2,186,831	408	2,154,938	21,431	2,133,506
基隆市	20	35,884	0	35,884	21	45,193	0	45,193	23	59,173	0	59,173
臺南市	126	447,174	0	447,174	140	458,156	0	458,156	152	517,321	0	517,321
高雄市	165	807,180	3,027	804,153	185	1,044,556	4,273	1,040,283	203	988,751	3,150	985,601
新北市	361	3,024,285	10,292	3,013,994	390	3,302,702	9,347	3,293,355	419	3,427,360	12,515	3,414,845
宜蘭縣	44	72,613	0	72,613	47	67,002	0	67,002	53	91,040	0	91,040
桃園縣	197	2,133,680	205,260	1,928,420	201	2,144,648	248,498	1,896,150	206	2,548,325	177,225	2,371,101
嘉義市	17	29,324	0	29,324	20	47,905	0	47,905	23	165,355	0	165,355
新竹縣	33	146,188	0	146,188	40	169,557	0	169,557	41	221,537	461	221,076
苗栗縣	22	29,545	0	29,545	25	34,997	0	34,997	33	27,275	0	27,275
南投縣	16	38,174	0	38,174	19	57,281	0	57,281	17	99,862	0	99,862
彰化縣	37	72,793	0	72,793	35	81,707	988	80,719	44	87,141	0	87,141
新竹市	34	834,815	0	834,815	37	813,388	0	813,388	43	809,237	0	809,237
雲林縣	19	134,183	0	134,183	21	79,176	0	79,176	25	69,888	0	69,888
嘉義縣	10	67,662	0	67,662	10	87,728	0	87,728	12	58,469	0	58,469
屏東縣	18	20,996	0	20,996	19	17,726	0	17,726	18	25,409	0	25,409
花蓮縣	16	33,262	0	33,262	17	26,745	0	26,745	19	23,216	0	23,216
臺東縣	14	15,504	0	15,504	17	21,357	0	21,357	18	28,931	0	28,931
金門縣	9	32,249	0	32,249	10	19,990	0	19,990	10	23,323	0	23,323
澎湖縣	4	1,936	0	1,936	5	76,167	0	76,167	5	29,730	0	29,730
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	2,644	28,632,686	325,611	28,307,075	2,815	28,704,177	348,390	28,355,787	2,970	30,405,276	325,948	30,079,327

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	229	2,109,750	0	2,109,750	246	2,311,809	0	2,311,809	254	2,804,059	0	2,804,059
	15.1%	37.7%	-100.0%	37.7%	7.4%	9.6%	-	9.6%	3.3%	21.3%	-	21.3%
0.1-1百萬元	837	2,180,915	16,155	2,164,759	934	2,580,960	18,514	2,562,446	1,041	3,160,409	35,069	3,125,339
	12.8%	8.2%	42.9%	8.0%	11.6%	18.3%	14.6%	18.4%	11.5%	22.5%	89.4%	22.0%
1-5百萬元	999	6,051,700	34,518	6,017,181	1,059	6,375,514	35,318	6,340,196	1,100	6,948,469	26,173	6,922,296
	8.5%	14.8%	-27.5%	15.2%	6.0%	5.4%	2.3%	5.4%	3.9%	9.0%	-25.9%	9.2%
5-10百萬元	364	4,988,792	39,632	4,949,159	365	4,875,023	14,939	4,860,084	363	4,561,547	22,347	4,539,200
	0.0%	8.0%	586.4%	7.2%	0.3%	-2.3%	-62.3%	-1.8%	-0.5%	-6.4%	49.6%	-6.6%
10-20百萬元	138	4,049,169	15,250	4,033,920	133	3,587,319	6,397	3,580,922	133	3,709,020	16,688	3,692,332
	-1.4%	-7.4%	164.9%	-7.7%	-3.6%	-11.4%	-58.1%	-11.2%	0.0%	3.4%	160.9%	3.1%
20-30百萬元	35	1,087,114	2,034	1,085,080	34	1,354,836	22,431	1,332,405	33	935,333	34,455	900,879
	6.1%	-4.0%	74.7%	-4.1%	-2.9%	24.6%	1003.0%	22.8%	-2.9%	-31.0%	53.6%	-32.4%
30-40百萬元	11	881,649	779	880,869	10	899,928	0	899,928	10	925,388	0	925,388
	0.0%	14.8%	-	14.7%	-9.1%	2.1%	-100.0%	2.2%	0.0%	2.8%	-	2.8%
40-50百萬元	1	192,909	0	192,909	1	222,360	684	221,677	1	209,416	0	209,416
	0.0%	23.8%	-	23.8%	0.0%	15.3%	-	14.9%	0.0%	-5.8%	-100.0%	-5.5%
50-60百萬元	5	647,322	209,590	437,732	7	1,074,971	247,561	827,411	8	902,069	177,225	724,844
	25.0%	-25.2%	39.8%	-38.9%	40.0%	66.1%	18.1%	89.0%	14.3%	-16.1%	-28.4%	-12.4%
60-80百萬元	10	1,615,030	587	1,614,443	10	479,697	0	479,697	10	554,403	4,652	549,750
	11.1%	123.1%	224.3%	123.1%	0.0%	-70.3%	-100.0%	-70.3%	0.0%	15.6%	-	14.6%
0.8-1億元	4	123,792	0	123,792	4	118,045	0	118,045	5	135,969	0	135,969
	0.0%	-6.7%	-	-6.7%	0.0%	-4.6%	-	-4.6%	25.0%	15.2%	-	15.2%
1-2億元	5	1,691,142	0	1,691,142	6	1,563,832	0	1,563,832	6	1,873,637	0	1,873,637
	0.0%	16.2%	-	16.2%	20.0%	-7.5%	-	-7.5%	0.0%	19.8%	-	19.8%
2億元以上	6	3,013,403	7,065	3,006,337	6	3,259,882	2,547	3,257,335	6	3,685,556	9,338	3,676,218
	-14.3%	3.4%	-58.0%	3.8%	0.0%	8.2%	-64.0%	8.3%	0.0%	13.1%	266.6%	12.9%
合計	2,644	28,632,686	325,611	28,307,075	2,815	28,704,177	348,390	28,355,787	2,970	30,405,276	325,948	30,079,327
	8.4%	10.3%	36.5%	10.0%	6.5%	0.2%	7.0%	0.2%	5.5%	5.9%	-6.4%	6.1%

數位內容產業

歷屆年報在研究方法上皆以各次產業之行業代碼，至行政院財政部財稅資料中心取得相關數據。今年也依循歷年的研究方法進行數據統計分析。本年報所整理的統計數據範圍乃依據「文化創意產業發展法」所定義的十五項產業進行資料撈取。

囿於數位內容次產業中多項新興行業尚未納入財稅中心行業代碼，本年報採目前現有與數位內容產業相關涵蓋之行業代碼，統計其廠商家數、營業額及內外銷收入等。數位內容產業具有產業匯流的特性，範疇涵蓋各文創次產業，甚至常需搭配資訊、通訊、軟體、硬體等產業以儲存、傳輸及呈現數位文字、影、音內容方能提供完整的服務，如欲瞭解整體數位內容營業額，詳見本年報第十三章。

數位內容產業2008～2013年家數與營業額

數位內容產業		2008年				2009年				2010年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
331211	電動玩具製造	36	384,086	181,127	202,960	34	391,842	205,249	186,593	32	374,402	212,873	161,530
						-5.6%	2.0%	13.3%	-8.1%	-5.9%	-4.5%	3.7%	-13.4%
331212	電子玩具製造	28	563,658	288,287	275,371	27	748,640	481,244	267,396	23	756,708	529,296	227,412
						-3.6%	32.8%	66.9%	-2.9%	-14.8%	1.1%	10.0%	-15.0%
486914	遊樂器零售攤販	1	89	0	89	1	231	0	231	1	262	0	262
						0.0%	161.4%	-	161.4%	0.0%	13.1%	-	13.1%
582011	遊戲軟體出版	34	2,855,387	1,392,878	1,462,509	59	3,745,790	2,027,395	1,718,395	62	3,450,844	1,507,607	1,943,238
						73.5%	31.2%	45.6%	17.5%	5.1%	-7.9%	-25.6%	13.1%
610014	網際網路接取服務提供（IASP）	21	4,104,243	1,416,190	2,688,053	29	4,988,433	1,636,200	3,352,232	38	4,922,352	1,402,789	3,519,563
						38.1%	21.5%	15.5%	24.7%	31.0%	-1.3%	-14.3%	5.0%
620111	遊戲軟體設計	1,096	30,563,323	7,286,115	23,277,208	1,064	23,467,898	5,540,909	17,926,989	1,060	26,058,621	6,666,243	19,392,378
						-2.9%	-23.2%	-24.0%	-23.0%	-0.4%	11.0%	20.3%	8.2%
631100	入口網站經營	1,499	20,882,550	1,655,043	19,227,507	1,293	18,910,047	1,848,130	17,061,917	1,147	23,000,554	3,464,002	19,536,552
						-13.7%	-9.4%	11.7%	-11.3%	-11.3%	21.6%	87.4%	14.5%
932100	遊樂園及主題樂園	336	7,279,650	9,786	7,269,864	329	11,646,765	3,987	11,642,778	312	8,003,589	2,757	8,000,832
						-2.1%	60.0%	-59.3%	60.2%	-5.2%	-31.3%	-30.9%	-31.3%
932411	電動玩具店	4,703	8,004,191	0	8,004,191	4,086	7,200,397	0	7,200,397	3,670	6,767,217	0	6,767,217
						-13.1%	-10.0%	-	-10.0%	-10.2%	-6.0%	-	-6.0%
932915	上網專門店	1,491	2,372,443	0	2,372,443	1,430	2,235,228	0	2,235,228	1,357	2,183,784	0	2,183,784
						-4.1%	-5.8%	-	-5.8%	-5.1%	-2.3%	-	-2.3%
合計		9,245	77,009,620	12,229,426	64,780,194	8,352	73,335,271	11,743,114	61,592,157	7,702	75,518,333	13,785,567	61,732,767
						-9.7%	-4.8%	-4.0%	-4.9%	-7.8%	3.0%	17.4%	0.2%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

數位內容產業2008～2013年經營年數結構

經營年數	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
一年以下	504	340,771	778	339,993	471	526,371	3,382	522,989	421	567,956	25,744	542,212
					-6.5%	54.5%	334.8%	53.8%	-10.6%	7.9%	661.2%	3.7%
1-2年	849	2,806,720	136,725	2,669,994	455	854,261	17,132	837,129	446	1,206,298	15,889	1,190,409
					-46.4%	-69.6%	-87.5%	-68.6%	-2.0%	41.2%	-7.3%	42.2%
2-3年	884	2,404,548	212,459	2,192,089	679	2,928,758	100,231	2,828,527	365	1,163,813	30,188	1,133,625
					-23.2%	21.8%	-52.8%	29.0%	-46.2%	-60.3%	-69.9%	-59.9%
3-4年	951	3,361,915	363,061	2,998,854	740	2,761,459	419,206	2,342,253	575	3,530,799	128,042	3,402,758
					-22.2%	-17.9%	15.5%	-21.9%	-22.3%	27.9%	-69.5%	45.3%
4-5年	894	3,092,437	485,091	2,607,346	774	3,128,610	158,666	2,969,945	621	3,273,177	685,938	2,587,239
					-13.4%	1.2%	-67.3%	13.9%	-19.8%	4.6%	332.3%	-12.9%
5-10年	3,656	28,554,553	3,471,525	25,083,027	3,616	24,962,219	3,128,587	21,833,632	3,268	17,739,512	1,893,553	15,845,959
					-1.1%	-12.6%	-9.9%	-13.0%	-9.6%	-28.9%	-39.5%	-27.4%
10-20年	1,235	26,857,778	6,291,701	20,566,077	1,311	24,733,188	7,021,963	17,711,225	1,664	37,878,266	9,873,624	28,004,643
					6.2%	-7.9%	11.6%	-13.9%	26.9%	53.1%	40.6%	58.1%
20年以上	272	9,590,898	1,268,085	8,322,813	306	13,440,405	893,948	12,546,457	342	10,158,512	1,132,590	9,025,921
					12.5%	40.1%	-29.5%	50.7%	11.8%	-24.4%	26.7%	-28.1%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	9,245	77,009,620	12,229,426	64,780,194	8,352	73,335,271	11,743,114	61,592,157	7,702	75,518,333	13,785,567	61,732,767
					-9.7%	-4.8%	-4.0%	-4.9%	-7.8%	3.0%	17.4%	0.2%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

2008～2013年數位內容產業經營現況（係根據上述12個行業代碼之財稅資料進行統計）

單位：家、新臺幣千元、百分比

數位內容產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
331211	電動玩具製造
331212	電子玩具製造
486914	遊樂器零售攤販
582011	遊戲軟體出版
610014	網際網路接取服務提供（IASP）
620111	遊戲軟體設計
631100	入口網站經營
932100	遊樂園及主題樂園
932411	電動玩具店
932915	上網專門店

		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
家數	值	9,245	8,352	7,702	7,410	6,948	6,517
	成長率	–	-9.7%	-7.8%	-3.8%	-6.2%	-6.2%
營業額	值	77,009,620	73,335,271	75,518,333	77,563,043	80,995,150	84,462,980
	成長率	–	-4.8%	3.0%	2.7%	4.4%	4.3%
平均每家廠商營業額	值	8,330	8,781	9,805	10,467	11,657	12,960
	成長率	–	5.4%	11.7%	6.8%	11.4%	11.2%
外銷營業額	值	12,229,426	11,743,114	13,785,567	12,877,441	13,676,738	16,258,785
	成長率	–	-4.0%	17.4%	-6.6%	6.2%	18.9%
	占營業額比例	15.9%	16.0%	18.3%	16.6%	16.9%	19.2%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

數位內容產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
331211	電動玩具製造	26	453,091	200,578	252,513	26	532,414	252,484	279,930	27	365,759	216,989	148,769
		-18.8%	21.0%	-5.8%	56.3%	0.0%	17.5%	25.9%	10.9%	3.8%	-31.3%	-14.1%	-46.9%
331212	電子玩具製造	20	718,628	449,312	269,315	16	682,834	336,406	346,427	17	456,508	222,385	234,123
		-13.0%	-5.0%	-15.1%	18.4%	-20.0%	-5.0%	-25.1%	28.6%	6.3%	-33.1%	-33.9%	-32.4%
486914	遊樂器零售攤販	1	446	0	446	1	61	0	61	0	0	0	0
		0.0%	70.4%	-	70.4%	0.0%	-86.3%	-	-86.3%	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%
582011	遊戲軟體出版	72	4,608,997	1,771,549	2,837,448	74	5,026,300	1,085,746	3,940,554	62	6,678,817	693,711	5,985,106
		16.1%	33.6%	17.5%	46.0%	2.8%	9.1%	-38.7%	38.9%	-16.2%	32.9%	-36.1%	51.9%
610014	網際網路接取服務提供（IASP）	34	3,983,208	154,034	3,829,174	39	3,832,457	106,878	3,725,579	53	3,769,931	139,315	3,630,616
		-10.5%	-19.1%	-89.0%	8.8%	14.7%	-3.8%	-30.6%	-2.7%	35.9%	-1.6%	30.3%	-2.5%
620111	遊戲軟體設計	1,066	27,314,978	6,556,137	20,758,842	1,051	26,868,721	5,778,645	21,090,076	1,018	28,406,553	7,588,554	20,817,998
		0.6%	4.8%	-1.7%	7.0%	-1.4%	-1.6%	-11.9%	1.6%	-3.1%	5.7%	31.3%	-1.3%
631100	入口網站經營	1,087	23,087,411	3,745,065	19,342,346	986	25,773,882	6,115,820	19,658,062	909	27,046,497	7,394,674	19,651,822
		-5.2%	0.4%	8.1%	-1.0%	-9.3%	11.6%	63.3%	1.6%	-7.8%	4.9%	20.9%	0.0%
932100	遊樂園及主題樂園	302	8,485,473	765	8,484,709	299	9,762,794	759	9,762,035	290	9,271,286	3,156	9,268,130
		-3.2%	6.0%	-72.3%	6.0%	-1.0%	15.1%	-0.8%	15.1%	-3.0%	-5.0%	316.0%	-5.1%
932411	電動玩具店	3,413	6,525,675	0	6,525,675	3,148	6,271,712	0	6,271,712	2,904	6,564,111	0	6,564,111
		-7.0%	-3.6%	-	-3.6%	-7.8%	-3.9%	-	-3.9%	-7.8%	4.7%	-	4.7%
932915	上網專門店	1,389	2,385,134	0	2,385,134	1,308	2,243,976	0	2,243,976	1,237	1,903,519	0	1,903,519
		2.4%	9.2%	-	9.2%	-5.8%	-5.9%	-	-5.9%	-5.4%	-15.2%	-	-15.2%
合計		7,410	77,563,043	12,877,441	64,685,602	6,948	80,995,150	13,676,738	67,318,412	6,517	84,462,980	16,258,785	68,204,196
		-3.8%	2.7%	-6.6%	4.8%	-6.2%	4.4%	6.2%	4.1%	-6.2%	4.3%	18.9%	1.3%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
一年以下	473	368,849	0	368,849	362	374,229	11,643	362,586	278	741,392	435	740,957
	12.4%	-35.1%	-100.0%	-32.0%	-23.5%	1.5%	-	-1.7%	-23.2%	98.1%	-96.3%	104.4%
1-2年	409	1,744,480	56,280	1,688,200	421	1,033,749	108,982	924,767	359	2,415,527	88,501	2,327,026
	-8.3%	44.6%	254.2%	41.8%	2.9%	-40.7%	93.6%	-45.2%	-14.7%	133.7%	-18.8%	151.6%
2-3年	377	2,184,685	1,420	2,183,266	325	3,331,903	121,006	3,210,897	320	1,194,777	295,138	899,639
	3.3%	87.7%	-95.3%	92.6%	-13.8%	52.5%	8424.5%	47.1%	-1.5%	-64.1%	143.9%	-72.0%
3-4年	313	1,539,708	60,947	1,478,761	318	2,576,939	9,011	2,567,928	268	4,393,806	266,650	4,127,156
	-45.6%	-56.4%	-52.4%	-56.5%	1.6%	67.4%	-85.2%	73.7%	-15.7%	70.5%	2859.2%	60.7%
4-5年	498	5,044,942	126,778	4,918,164	263	1,487,162	230,043	1,257,119	273	2,351,296	11,842	2,339,454
	-19.8%	54.1%	-81.5%	90.1%	-47.2%	-70.5%	81.5%	-74.4%	3.8%	58.1%	-94.9%	86.1%
5-10年	2,793	15,617,788	1,775,649	13,842,139	2,430	18,914,476	1,694,228	17,220,248	1,992	17,610,578	2,720,601	14,889,977
	-14.5%	-12.0%	-6.2%	-12.6%	-13.0%	21.1%	-4.6%	24.4%	-18.0%	-6.9%	60.6%	-13.5%
10-20年	2,189	41,194,855	10,124,501	31,070,354	2,430	40,457,814	9,612,805	30,845,009	2,590	41,470,890	11,207,274	30,263,616
	31.6%	8.8%	2.5%	10.9%	11.0%	-1.8%	-5.1%	-0.7%	6.6%	2.5%	16.6%	-1.9%
20年以上	358	9,867,736	731,867	9,135,869	399	12,818,878	1,889,019	10,929,858	437	14,284,715	1,668,344	12,616,371
	4.7%	-2.9%	-35.4%	1.2%	11.5%	29.9%	158.1%	19.6%	9.5%	11.4%	-11.7%	15.4%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	7,410	77,563,043	12,877,441	64,685,602	6,948	80,995,150	13,676,738	67,318,412	6,517	84,462,980	16,258,785	68,204,196
	-3.8%	2.7%	-6.6%	4.8%	-6.2%	4.4%	6.2%	4.1%	-6.2%	4.3%	18.9%	1.3%

數位內容產業

數位內容產業2008～2013年空間分布結構

縣市別	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	1,259	29,188,191	3,507,861	25,680,330	1,209	25,510,857	3,350,964	22,159,893	1,175	29,368,820	4,798,198	24,570,622
臺中市	873	5,626,599	792,545	4,834,054	778	4,974,196	644,417	4,329,779	714	5,163,142	668,427	4,494,715
基隆市	154	372,125	26,487	345,638	138	339,433	485	338,949	125	275,065	4,295	270,770
臺南市	968	6,614,892	15,530	6,599,362	847	6,151,448	37,106	6,114,342	757	6,139,249	29,338	6,109,911
高雄市	1,427	2,925,118	39,553	2,885,565	1,239	2,640,768	33,055	2,607,712	1,102	2,472,328	40,741	2,431,587
新北市	903	14,877,249	4,626,581	10,250,668	819	14,274,183	5,179,197	9,094,986	771	15,060,141	5,061,653	9,998,489
宜蘭縣	166	256,482	0	256,482	156	235,129	0	235,129	152	229,799	0	229,799
桃園縣	423	1,563,573	93,541	1,470,032	391	1,362,789	38,067	1,324,722	371	1,685,801	49,023	1,636,778
嘉義市	201	519,037	0	519,037	177	476,042	0	476,042	160	401,870	0	401,870
新竹縣	143	2,920,134	671,037	2,249,097	149	2,435,238	515,022	1,920,216	145	2,946,335	925,237	2,021,098
苗栗縣	218	832,134	0	832,134	179	593,647	25,499	568,148	154	661,777	18,432	643,345
南投縣	215	891,953	76	891,877	190	887,418	0	887,418	184	1,552,721	0	1,552,721
彰化縣	406	1,475,097	514,715	960,382	366	1,189,217	456,917	732,300	315	1,045,244	353,164	692,080
新竹市	275	4,246,805	1,929,594	2,317,211	265	3,523,127	1,458,874	2,064,252	243	4,381,044	1,836,565	2,544,478
雲林縣	304	2,076,861	0	2,076,861	268	5,693,090	0	5,693,090	243	1,539,493	0	1,539,493
嘉義縣	90	245,052	0	245,052	86	230,279	0	230,279	80	176,856	0	176,856
屏東縣	774	1,501,959	8,765	1,493,194	676	1,332,100	3,511	1,328,589	614	1,902,720	495	1,902,225
花蓮縣	145	533,203	3,142	530,061	127	1,163,296	0	1,163,296	120	206,086	0	206,086
臺東縣	167	203,137	0	203,137	159	190,827	0	190,827	153	182,665	0	182,665
金門縣	35	48,716	0	48,716	44	48,060	0	48,060	45	56,285	0	56,285
澎湖縣	59	65,675	0	65,675	51	60,015	0	60,015	41	49,270	0	49,270
連江縣	40	25,629	0	25,629	38	24,114	0	24,114	38	21,623	0	21,623
合計	9,245	77,009,620	12,229,426	64,780,194	8,352	73,335,271	11,743,114	61,592,157	7,702	75,518,333	13,785,567	61,732,767

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

數位內容產業2008～2013年資本額結構

資本結構	2008年				2009年				2010年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
未滿0.1百萬元	4,266	12,621,706	13,675	12,608,031	3,751	12,038,323	12,202	12,026,121	3,387	11,126,138	2,738	11,123,399
					-12.1%	-4.6%	-10.8%	-4.6%	-9.7%	-7.6%	-77.6%	-7.5%
0.1-1百萬元	3,116	6,169,477	9,564	6,159,913	2,832	5,901,348	11,714	5,889,634	2,613	5,811,165	52,340	5,758,825
					-9.1%	-4.3%	22.5%	-4.4%	-7.7%	-1.5%	346.8%	-2.2%
1-5百萬元	814	3,924,277	229,679	3,694,598	752	3,765,081	401,898	3,363,183	720	4,266,584	709,874	3,556,710
					-7.6%	-4.1%	75.0%	-9.0%	-4.3%	13.3%	76.6%	5.8%
5-10百萬元	409	4,007,144	546,496	3,460,648	394	3,335,421	410,792	2,924,629	381	3,612,461	374,895	3,237,566
					-3.7%	-16.8%	-24.8%	-15.5%	-3.3%	8.3%	-8.7%	10.7%
10-20百萬元	264	4,030,627	798,885	3,231,742	262	4,169,846	915,448	3,254,398	256	4,404,581	1,227,312	3,177,269
					-0.8%	3.5%	14.6%	0.7%	-2.3%	5.6%	34.1%	-2.4%
20-30百萬元	103	3,312,899	495,481	2,817,418	96	3,328,484	238,004	3,090,481	91	4,062,580	593,584	3,468,996
					-6.8%	0.5%	-52.0%	9.7%	-5.2%	22.1%	149.4%	12.2%
30-40百萬元	35	872,114	99,408	772,707	36	1,191,516	110,926	1,080,590	32	1,470,836	408,376	1,062,460
					2.9%	36.6%	11.6%	39.8%	-11.1%	23.4%	268.2%	-1.7%
40-50百萬元	21	457,119	9,676	447,443	20	444,705	5,940	438,764	21	478,152	4,817	473,335
					-4.8%	-2.7%	-38.6%	-1.9%	5.0%	7.5%	-18.9%	7.9%
50-60百萬元	36	3,599,484	434,415	3,165,068	35	1,273,614	170,326	1,103,288	31	1,973,476	202,482	1,770,994
					-2.8%	-64.6%	-60.8%	-65.1%	-11.4%	55.0%	18.9%	60.5%
60-80百萬元	31	1,792,442	314,957	1,477,485	33	1,275,204	81,774	1,193,431	31	1,368,501	118,772	1,249,729
					6.5%	-28.9%	-74.0%	-19.2%	-6.1%	7.3%	45.2%	4.7%
0.8-1億元	15	582,171	53,743	528,428	15	563,471	55,175	508,296	14	619,233	44,939	574,294
					0.0%	-3.2%	2.7%	-3.8%	-6.7%	9.9%	-18.6%	13.0%
1-2億元	60	5,203,734	1,219,026	3,984,709	56	4,956,636	1,463,281	3,493,355	58	6,351,387	2,366,135	3,985,252
					-6.7%	-4.7%	20.0%	-12.3%	3.6%	28.1%	61.7%	14.1%
2億元以上	75	30,436,425	8,004,422	22,432,003	70	31,091,621	7,865,635	23,225,986	67	29,973,239	7,679,303	22,293,936
					-6.7%	2.2%	-1.7%	3.5%	-4.3%	-3.6%	-2.4%	-4.0%
合計	9,245	77,009,620	12,229,426	64,780,194	8,352	73,335,271	11,743,114	61,592,157	7,702	75,518,333	13,785,567	61,732,767
					-9.7%	-4.8%	-4.0%	-4.9%	-7.8%	3.0%	17.4%	0.2%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2014年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	1,172	32,295,479	5,965,280	26,330,198	1,147	35,701,065	7,943,959	27,757,107	1,108	39,204,478	10,272,787	28,931,691
臺中市	676	4,899,553	626,007	4,273,547	633	4,643,721	362,761	4,280,960	586	4,676,123	364,348	4,311,775
基隆市	116	264,750	2,448	262,303	114	259,461	2,008	257,453	115	802,953	467	802,486
臺南市	705	5,534,204	61,012	5,473,192	654	4,924,073	6,704	4,917,369	607	5,065,990	7,377	5,058,613
高雄市	1,038	2,537,538	27,683	2,509,855	950	2,404,995	71,522	2,333,472	830	2,196,942	28,339	2,168,603
新北市	735	14,247,470	3,275,804	10,971,666	707	15,081,847	2,486,852	12,594,995	665	14,997,843	1,811,368	13,186,476
宜蘭縣	144	266,378	0	266,378	138	465,753	0	465,753	134	469,477	0	469,477
桃園縣	430	1,870,007	41,187	1,828,819	355	1,439,600	63,573	1,376,027	363	1,486,683	19,544	1,467,140
嘉義市	144	396,880	0	396,880	126	400,900	0	400,900	119	378,909	0	378,909
新竹縣	157	3,161,172	712,218	2,448,954	148	4,242,495	918,362	3,324,133	143	3,343,731	1,103,760	2,239,972
苗栗縣	151	674,495	11,626	662,869	141	671,717	4,544	667,173	130	668,891	9,325	659,566
南投縣	170	1,585,988	0	1,585,988	148	1,506,273	0	1,506,273	140	1,267,541	0	1,267,541
彰化縣	290	1,019,824	341,970	677,854	271	992,810	350,703	642,108	248	1,010,721	250,666	760,055
新竹市	239	4,703,819	1,811,931	2,891,888	231	4,254,974	1,465,750	2,789,223	228	4,993,260	2,388,307	2,604,953
雲林縣	220	1,488,809	275	1,488,534	208	1,341,041	0	1,341,041	194	1,229,347	0	1,229,347
嘉義縣	76	235,798	0	235,798	65	323,520	0	323,520	62	326,745	0	326,745
屏東縣	554	1,458,973	0	1,458,973	533	1,428,379	0	1,428,379	504	1,456,317	2,499	1,453,818
花蓮縣	117	607,037	0	607,037	106	598,558	0	598,558	93	591,856	0	591,856
臺東縣	157	179,236	0	179,236	160	174,418	0	174,418	143	152,942	0	152,942
金門縣	45	65,774	0	65,774	40	63,900	0	63,900	39	72,477	0	72,477
澎湖縣	41	53,452	0	53,452	40	60,508	0	60,508	39	54,833	0	54,833
連江縣	33	16,408	0	16,408	33	15,141	0	15,141	27	14,922	0	14,922
合計	7,410	77,563,043	12,877,441	64,685,602	6,948	80,995,150	13,676,738	67,318,412	6,517	84,462,980	16,258,785	68,204,196

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
未滿0.1百萬元	3,190	11,039,496	473	11,039,024	2,953	10,747,655	15,297	10,732,358	2,741	10,586,193	14,159	10,572,034
	-5.8%	-0.8%	-82.7%	-0.8%	-7.4%	-2.6%	3137.3%	-2.8%	-7.2%	-1.5%	-7.4%	-1.5%
0.1-1百萬元	2,564	5,540,876	44,259	5,496,618	2,395	5,486,635	7,942	5,478,693	2,225	5,303,086	14,534	5,288,552
	-1.9%	-4.7%	-15.4%	-4.6%	-6.6%	-1.0%	-82.1%	-0.3%	-7.1%	-3.3%	83.0%	-3.5%
1-5百萬元	700	4,023,881	445,582	3,578,299	677	4,907,623	367,751	4,539,873	634	5,718,496	334,915	5,383,581
	-2.8%	-5.7%	-37.2%	0.6%	-3.3%	22.0%	-17.5%	26.9%	-6.4%	16.5%	-8.9%	18.6%
5-10百萬元	361	3,663,195	330,125	3,333,070	353	3,249,426	352,387	2,897,039	351	4,420,112	327,082	4,093,030
	-5.2%	1.4%	-11.9%	2.9%	-2.2%	-11.3%	6.7%	-13.1%	-0.6%	36.0%	-7.2%	41.3%
10-20百萬元	259	5,804,442	1,021,626	4,782,816	240	5,674,385	696,136	4,978,249	235	5,691,255	554,464	5,136,791
	1.2%	31.8%	-16.8%	50.5%	-7.3%	-2.2%	-31.9%	4.1%	-2.1%	0.3%	-20.4%	3.2%
20-30百萬元	91	4,416,848	518,330	3,898,518	83	4,228,686	316,029	3,912,657	83	5,095,000	493,148	4,601,852
	0.0%	8.7%	-12.7%	12.4%	-8.8%	-4.3%	-39.0%	0.4%	0.0%	20.5%	56.0%	17.6%
30-40百萬元	27	1,213,986	229,297	984,688	26	1,529,425	212,191	1,317,234	27	2,021,340	172,663	1,848,677
	-15.6%	-17.5%	-43.9%	-7.3%	-3.7%	26.0%	-7.5%	33.8%	3.8%	32.2%	-18.6%	40.3%
40-50百萬元	21	381,357	6,530	374,828	21	392,666	7,169	385,497	20	1,037,746	13,023	1,024,723
	0.0%	-20.2%	35.6%	-20.8%	0.0%	3.0%	9.8%	2.8%	-4.8%	164.3%	81.7%	165.8%
50-60百萬元	31	2,017,657	182,937	1,834,720	30	1,713,897	200,731	1,513,166	31	1,453,316	177,780	1,275,536
	0.0%	2.2%	-9.7%	3.6%	-3.2%	-15.1%	9.7%	-17.5%	3.3%	-15.2%	-11.4%	-15.7%
60-80百萬元	26	1,402,585	174,924	1,227,661	27	1,418,562	188,902	1,229,660	27	1,247,762	170,629	1,077,134
	-16.1%	2.5%	47.3%	-1.8%	3.8%	1.1%	8.0%	0.2%	0.0%	-12.0%	-9.7%	-12.4%
0.8-1億元	13	469,541	20,132	449,409	13	483,464	13,418	470,046	13	607,218	49,848	557,369
	-7.1%	-24.2%	-55.2%	-21.7%	0.0%	3.0%	-33.4%	4.6%	0.0%	25.6%	271.5%	18.6%
1-2億元	58	7,592,296	3,243,678	4,348,617	57	10,590,510	5,797,738	4,792,772	59	12,440,948	7,099,468	5,341,480
	0.0%	19.5%	37.1%	9.1%	-1.7%	39.5%	78.7%	10.2%	3.5%	17.5%	22.5%	11.4%
2億元以上	69	29,996,883	6,659,549	23,337,334	73	30,572,217	5,501,048	25,071,168	71	28,840,509	6,837,071	22,003,438
	3.0%	0.1%	-13.3%	4.7%	5.8%	1.9%	-17.4%	7.4%	-2.7%	-5.7%	24.3%	-12.2%
合計	7,410	77,563,043	12,877,441	64,685,602	6,948	80,995,150	13,676,738	67,318,412	6,517	84,462,980	16,258,785	68,204,196
	-3.8%	2.7%	-6.6%	4.8%	-6.2%	4.4%	6.2%	4.1%	-6.2%	4.3%	18.9%	1.3%

國家圖書館出版品預行編目（CIP）資料

臺灣文化創意產業發展年報. 2014 / 許秋煌總編輯.
-- 初版. -- 新北市：文化部, 2014. 12
面 ； 公分
ISBN 978-986-04-3661-7（平裝附光碟片）

1. 文化事業 2. 臺灣

541.2933 103025847

2014 臺灣文化創意產業發展年報

2014 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

發 行 人：洪孟啟

總 編 輯：許秋煌

編審委員：李顯峰、邱俊榮、胡愈寧、孫華翔、廖世璋（依姓氏筆劃順序排列）

出 版 者：文化部

地 址：24219新北市新莊區中平路439號南棟13樓

電 話 ：（02）8512-6000

網 址：http://www.moc.gov.tw/

主 編：張建一

編輯執行：賴逸芳、盧俊偉、周蓉慧、游凱文、劉光哲、甯家洋、邵意軒

美術設計：豐盈美術印刷有限公司

執行單位：財團法人臺灣經濟研究院

印 刷：豐盈美術印刷有限公司

版 次：初版

定 價：700元

出版日期：2014年12月

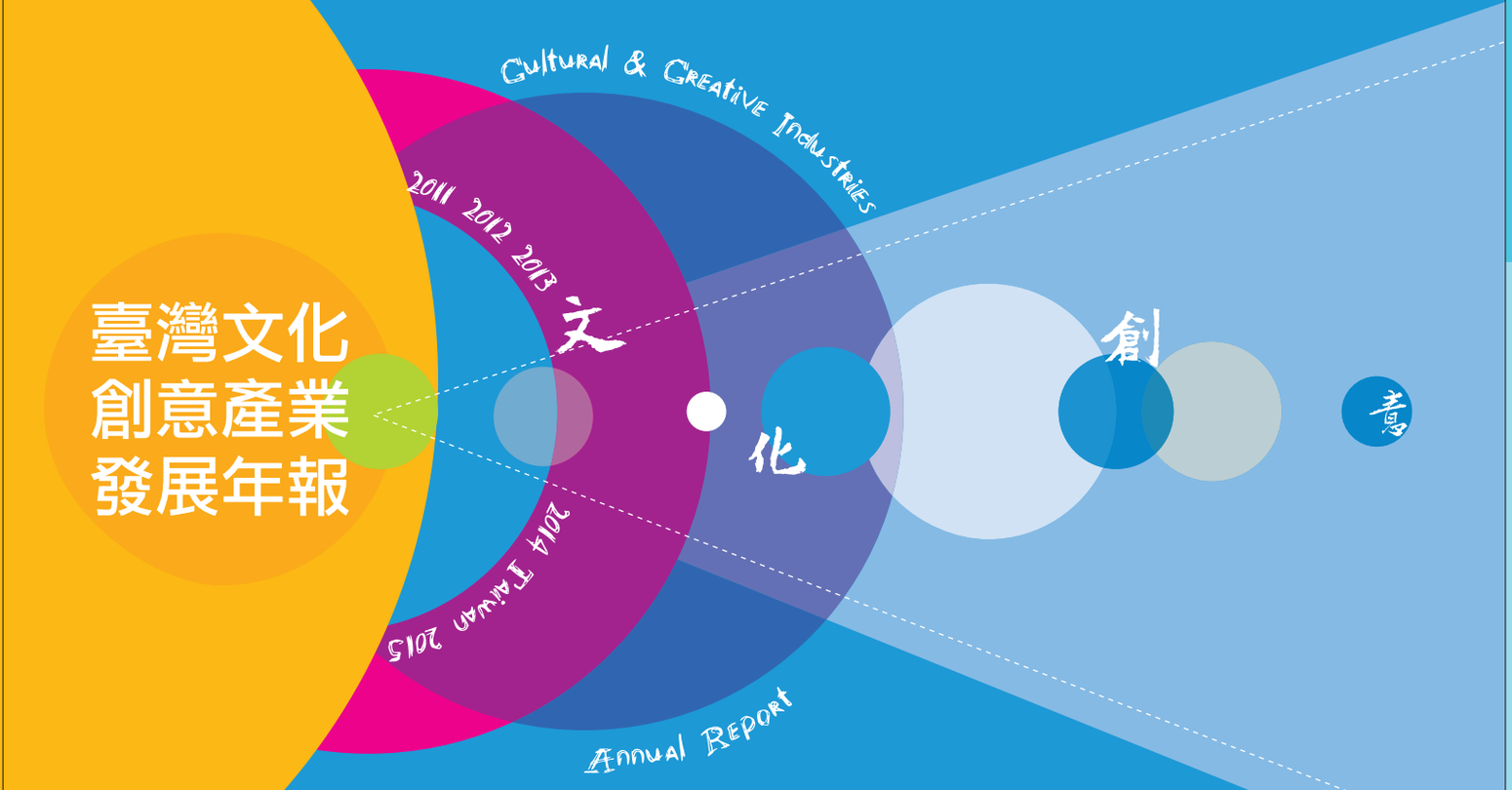
ISBN：978-986-04-3661-7（平裝附光碟片）

GPN：1010302983

內頁圖片提供：文化部暨所屬相關單位、經濟部暨所屬相關單位…等

本刊文字及圖片未經同意不得轉載

臺灣文化創意產業發展年報



文化部
MINISTRY OF CULTURE

新北市新莊區中平路439號南棟15樓
電話｜(02)8512-6000
傳真｜(02)8995-6429
網址｜http://www.moc.gov.tw/

ISBN 978-986-04-3661-7
9 789860 436617

2014 臺灣文化創意產業發展年報

2014 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

文化部 MINISTRY OF CULTURE