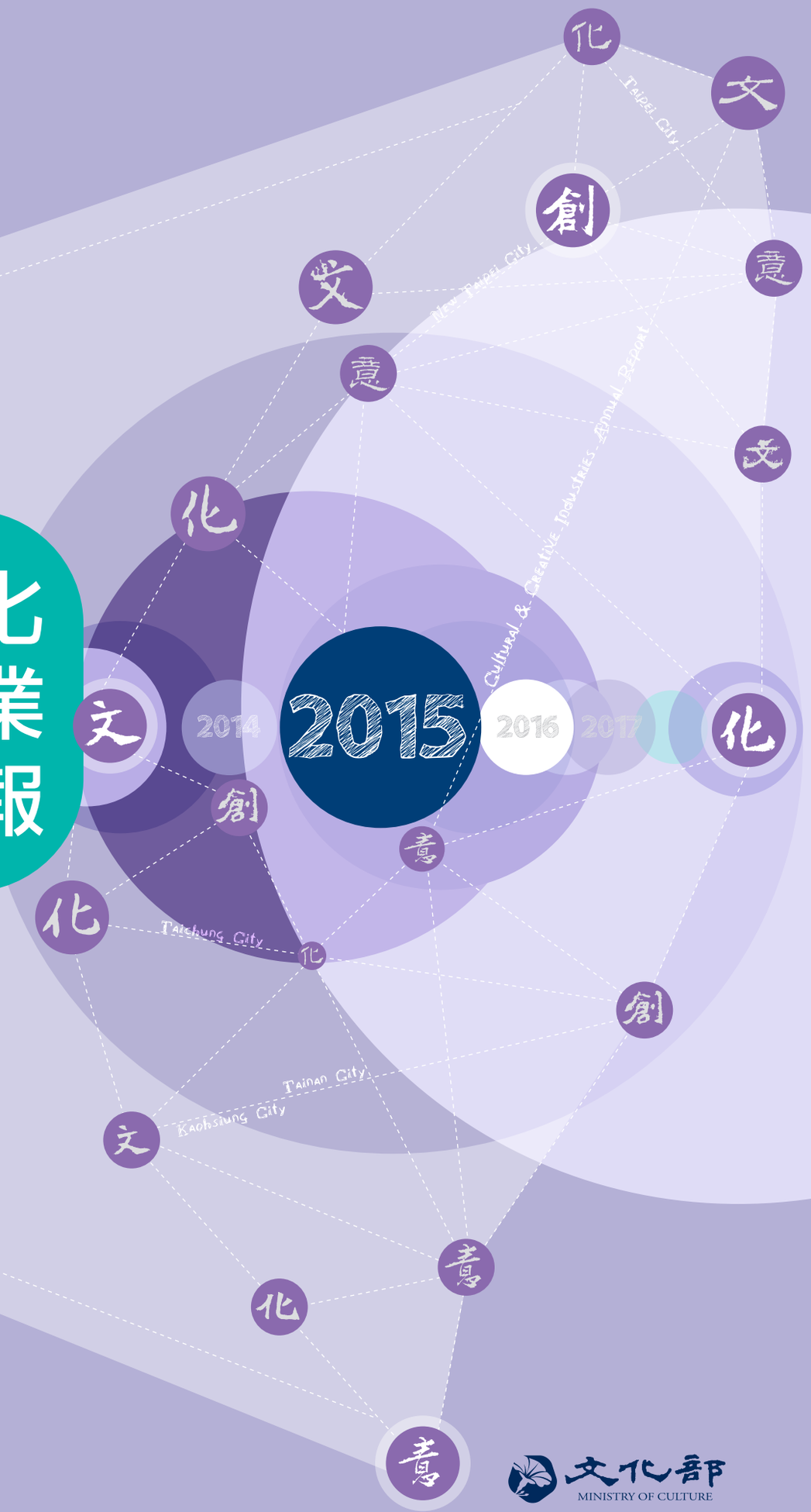
2015 臺灣文化創意產業發展年報

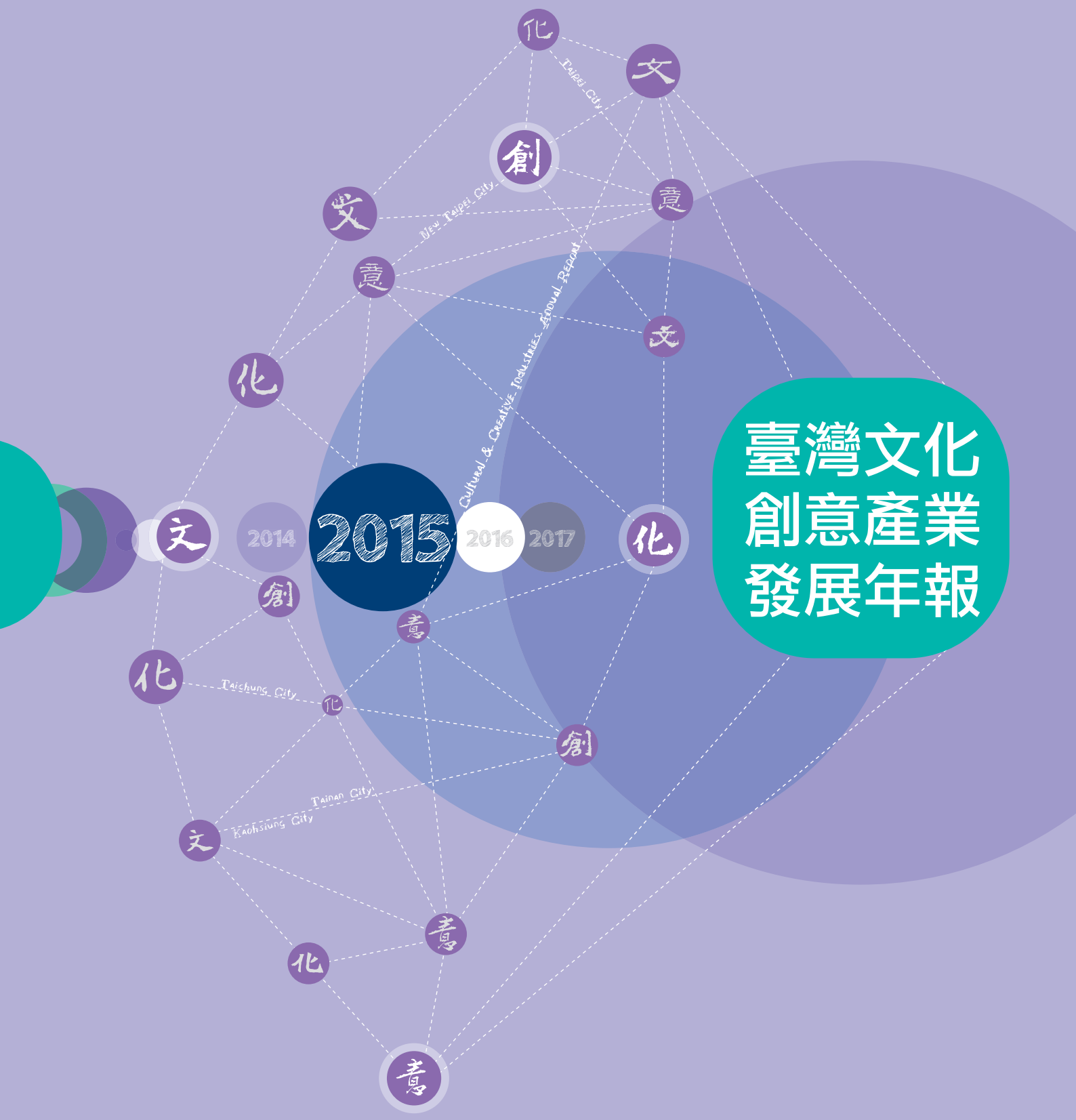
2015 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

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
摘要 7

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 16

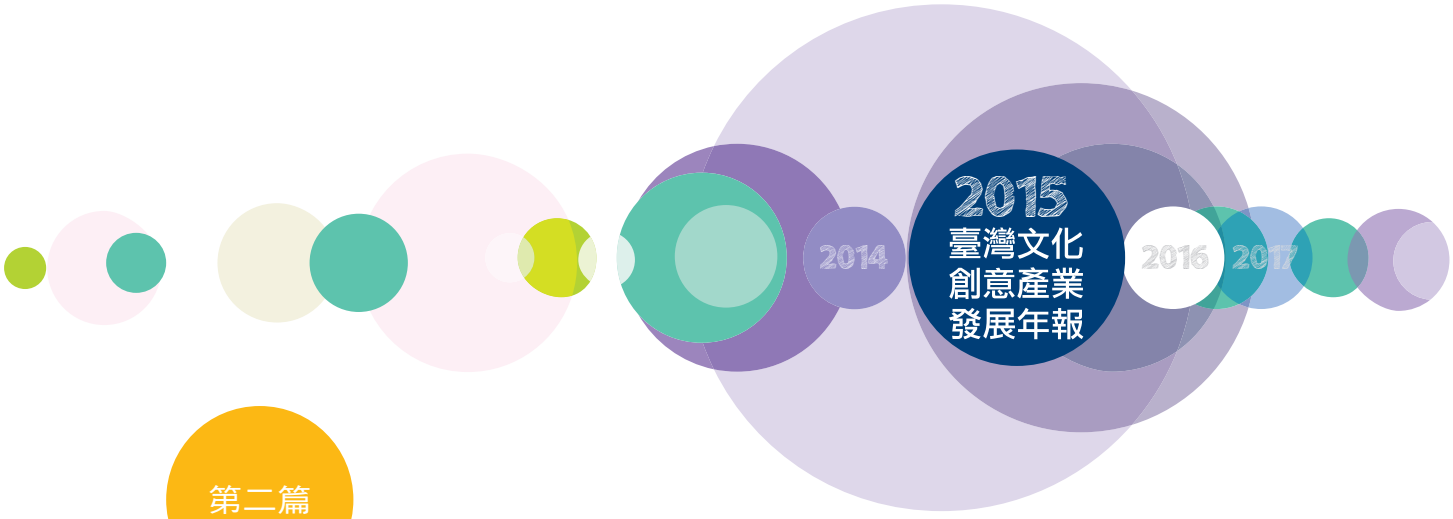
第二章
文創產業發展政策與推動計畫 32

第二篇

臺灣文創產業發展現況趨勢

第一章
個別產業發展現況趨勢

一、視覺藝術產業 42
二、音樂及表演藝術產業 49
三、文化資產應用及展演設施產業 55
四、工藝產業 60
五、電影產業 68
六、廣播電視產業 75
七、廣告產業 84
八、流行音樂及文化內容產業 91
九、出版產業 98
十、產品設計產業 105
十一、視覺傳達設計產業 110
十二、設計品牌時尚產業 115
十三、建築設計產業 120
十四、創意生活產業 125
十五、數位內容產業 130



第二篇

第二章
六都文創產業發展政策分析 136

第三篇

文創產業發展重要議題

第一章
主要國家地區文化創意產業政策

泰國——以創意經濟的概念，提高產品附加價值 154

英國——數位科技協助新營運模式創出 161

日本——酷日本的海外推展與導引入境消費 165

韓國——刺激文化內需消費的相關策略 172

中國大陸——整體文化產業人才培育策略規劃及執行 174

第二章
我國文化創意產業重要發展議題

國內外文化資料公開與加值推動平臺
／王仁甫 184

大數據與文創產業前瞻營運模式
／王仁甫 192

群眾創造與創意集結
／台灣經濟研究院編輯執行團隊 199

群眾智慧與跨界資訊整合應用
／台灣經濟研究院編輯執行團隊 204

附　錄

附錄一 212

附錄二 216

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13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為基礎，並概括描述文創產業總體發展。

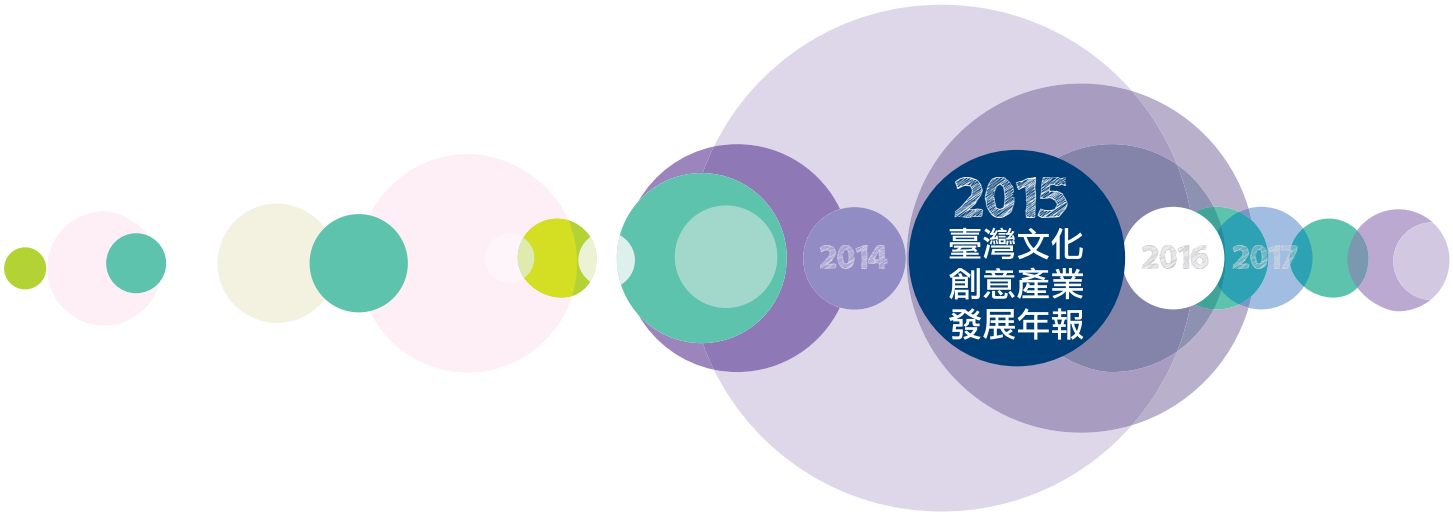
第二篇為「臺灣文創產業發展現況趨勢」，分述15項次產業發展現況，進一步深度解讀各次產業的發展輪廓。

第三篇為「文創產業發展重要議題」，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，以及進一步因應網路行動時代來臨，檢視「開放資料（Open Data）」、「大數據（Big Data）」與「群眾外包（Crowd-sourcing）」三大趨勢在文創產業的應用。

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、就業人數概況分析臺灣文化創意產業發展現況。第二章為「文創產業發展政策及推動計畫」，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「個別文創產業發展現況與趨勢」亦分為兩章，第一章依據文創產業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。

第二章為「六都文創產業發展政策分析」，針對桃園縣升格以及六都新任縣市首長，彙整六都文創產業發展策略與方向。



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「各國文創產業發展策略分析」，根據我國文化創意產業發展所面臨的主要問題，尋求其他國家成功案例以為我國發展上的參考。故本章整體架構援引泰國利用創意經濟的概念，提高產品附加價值；英國數位科技協助新營運模式創出；酷日本的海外推展與導引入境消費；韓國「文化日」的推行，提供民眾消費參與文化活動之誘因，以及中國大陸整體文化人才培育策略規劃及執行情況。

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較為細緻，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臺音響搭建、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。

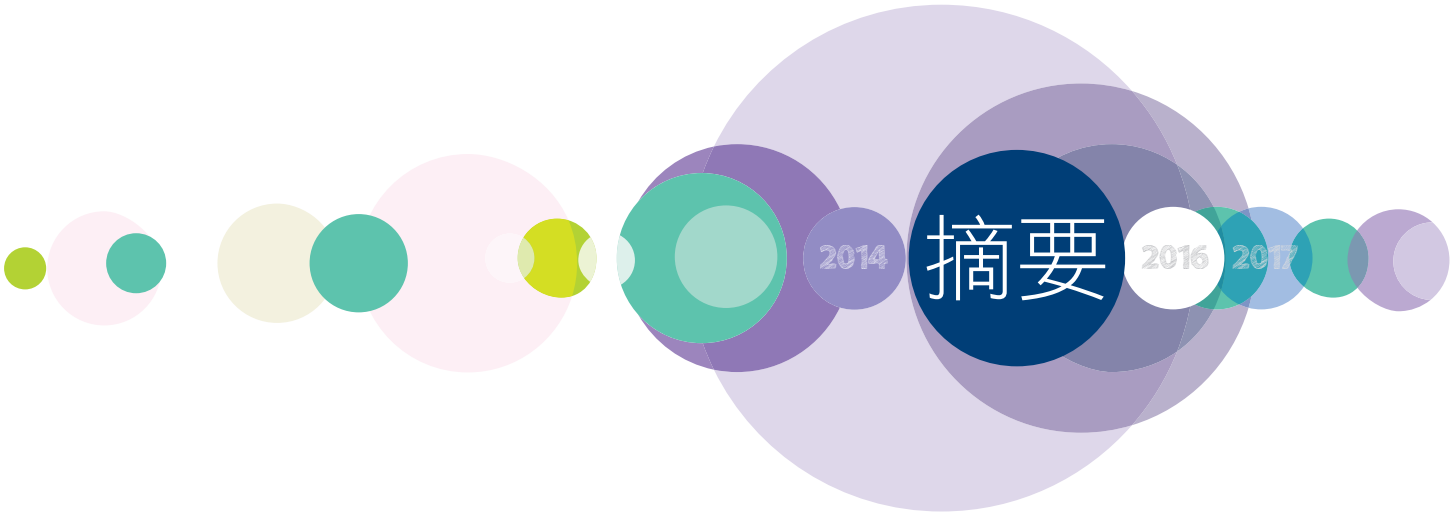
（5）產業類別之歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定。

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（2015）文創產業年報之編撰與出版精進改善工作包含：

（1）針對財政部稅務行業標準分類（第七次修訂）2014年子類增刪修結果，重新檢視年報統計範圍與產業鏈繪製。

（2）就業人數統計改採主計總處人力資源調查原始磁帶資料，取代過去勞動部職類別薪資調查。因主計總處該調查係以家戶為對象，調查資料包含自營作業者。

（3）去年度為克服財政資料的限制，採用主計總處2011年工商及服務業普查中有經營文創產業之母體名單撈取財政統計資料，作為補充說明，然本年度無法繼續使用該文創母體名單，因實務資料撈取結果，該母體退出廠商家數（即無報稅資料）隨時間更迭而增加，但並無新增廠商資料納入。



2014年臺灣文化創意產業總家數為62,264家，較2013年成長0.59%，其中又以視覺傳達設計產業家數成長27.42%為最高；營業額方面，2014年經濟景氣溫和復甦，2014年文創產業營業額為新臺幣7,945億元，較2013年成長1.80%，然2014年下半年全球經濟景氣開始趨緩，儘管國內全年度經濟成長力道較2013年度強，國內經濟成長率為3.77%。文創產業受景氣波動敏感之特性，2014年全年成長幅度不如總體經濟。

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，2014年占總營業額的90.33%（含數位內容產業）。近六年內銷收入金額持續擴大，顯示內需市場逐漸成長，2014年成長率為1.46%。

2014年文創產業外銷收入呈現自2011年以來首次成長，較2013年成長4.88%。除流行音樂與文化內容產業外銷收入呈衰退之外，其餘產業皆為成長，其中又以設計品牌時尚及視覺傳達設計產業成長583.75%及110.48%幅度最高。

由於近年我國GDP的主要成長動能來自於商品及服務輸出，文創產業由於外銷比重不高，且非民生必需品之特性亦使外銷收入亦受國際景氣變化影響，前幾年均呈衰退，2014年雖止跌回升，但近期成長幅度不如整體GDP，文創產業營業額占GDP比重呈現下滑。

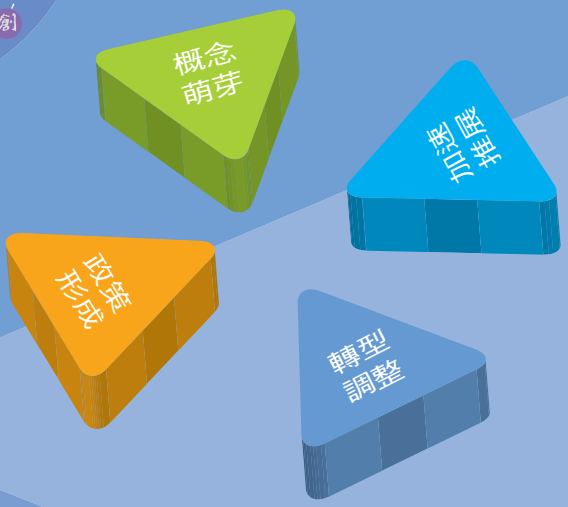
資本規模500萬以下之文創廠商家數占比84.85%，顯示文創產業以微型企業為主，但也因資本進入門檻低，使近年經營環境日益競爭，資本規模500萬以下之平均每廠商營業額呈逐年下滑趨勢，2014年微幅成長。

新設文創廠商家數（一年以下）占比約7.37%、未滿五年之文創廠商家數占比32.51%，與我國中小企業結構非常相近。

個別產業方面，除流行音樂及文化內容產業、廣告產業、出版產業衰退外，其餘產業皆成長。流行音樂與出版產業均受到數位化影響產業營業額。流行音樂在數位環境下，獲利模式多元，但無法透過本年報的行業分類逐一被計算。出版產業則在數位趨勢下，google map取代傳統地圖、搜尋引擎取代百科全書，現更面臨閱讀型態的轉變，不再以傳統出版形式為主，數位出版也未能涵蓋新的閱讀行為，如透過社群網站傳播的短文。

各縣市發展方面，根據財政部稅務資料的統計，2014年文創產業廠商家數成長較多的縣市包含臺東縣、金門縣以及南投縣；營業額成長較多的縣市為臺東縣、花蓮縣、金門縣及連江縣。





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

2015臺灣文化創意產業發展年報

2015 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

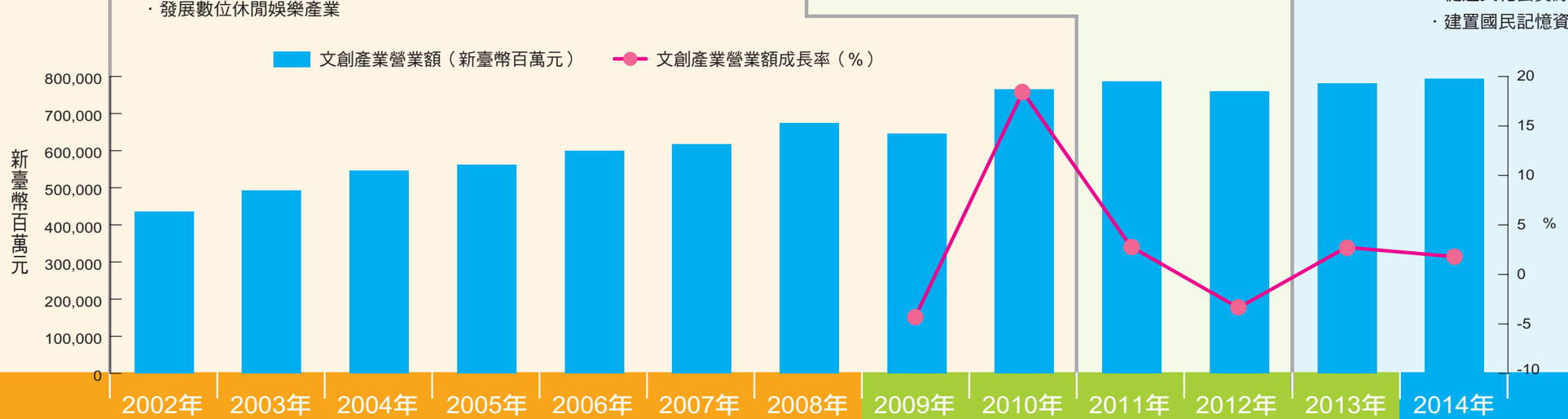
2012 文化部成立

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	2014年
文創產業營業額(百萬元)	435,260	493,056	545,159	562,048	599,758	617,415	674,720	645,442	764,471	786,129	759,632	780,442	794,477
文創產業營業額成長率(%)								-4.34%	18.44%	2.83%	-3.37%	2.74%	1.80%

資料來源：2002～2005年資料引用自2009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；2008～2014年資料為本年報資料。
註：調整內容請參見年報附錄一。

文化循環概念與我國文化創意產業鏈

（以稅務行業標準分類六位碼為基準）

視覺藝術產業
- 藝術評論
- 藝術作品修復
- 字畫裱背
- 藝術品鑑定、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、舞臺設計服務
- 未分類其他藝術表演輔助服務
- 舞臺燈光音響設備出租
- 工作平臺架設工程
- 觀光旅遊

工藝產業
- 原材料提供及研發
- 展覽籌辦
- 觀光旅遊

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

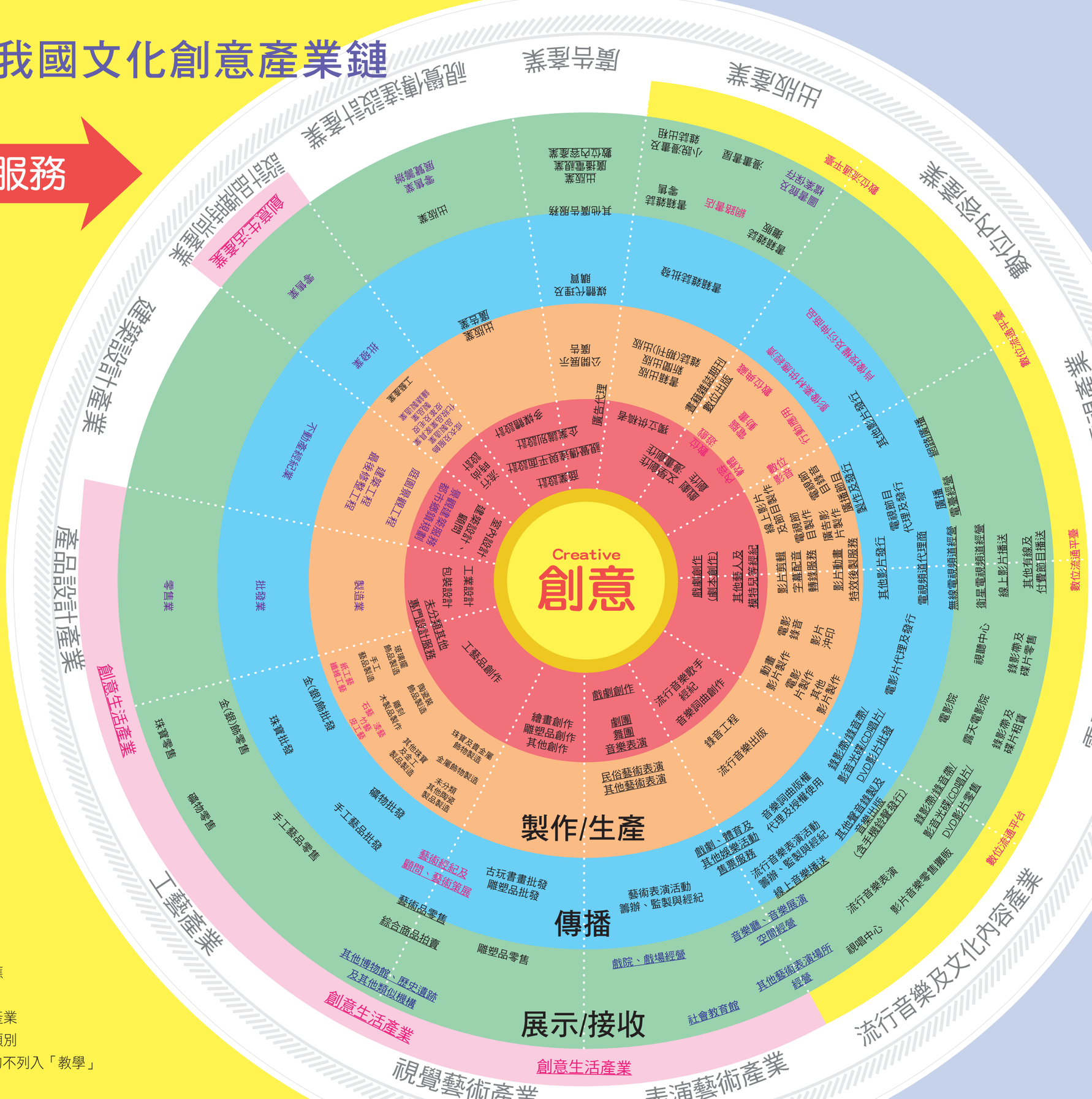
產品設計產業
- 市場研究
- 模具製造

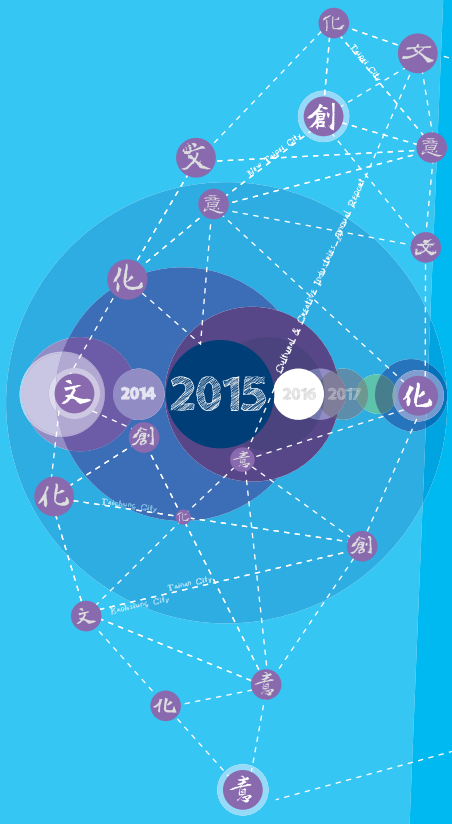
文化資產應用及展演設施產業
- 藝術經紀及顧問、藝術策展

廣播電視產業
- 其他藝人及模特兒等經紀

創意生活產業
- 觀光旅遊

支援服務


出版產業
廣告產業
視覺傳達設計產業
設計品牌時尚產業
建築設計產業
創意生活產業
數位內容產業
廣播電視產業
數位流通平臺
數位流通平臺
產品設計產業
電影產業
創意生活產業
工藝產業
流行音樂及文化內容產業
數位流通平臺
創意生活產業
視覺藝術產業
表演藝術產業
Creative
創意
製作/生產
傳播
展示/接收
書籍雜誌批發
媒體代理及購買
其他廣告服務
出版業
書籍雜誌零售
網路書店
圖書館及檔案保存
漫畫書屋
小說漫畫及雜誌出租
電影片代理及發行
電影院
露天電影院
錄影帶及碟片零售
錄影帶及碟片租賃
錄影帶/錄音帶/影音光碟/CD唱片/DVD影片出版
錄影帶/錄音帶/影音光碟/CD唱片/DVD影片零售
錄影帶/錄音帶/影音光碟/CD唱片/DVD影片批發
電影片後製服務
影片剪輯
字幕配音
轉錄服務
影片動畫特效後製服務
電影片製作
電影片沖印
動畫影片製作
其他影片製作
電視節目製作及發行
電視節目代理發行
廣告影片製作
電視節目製作
線上影片串流
線上影片播送
其他影音發行
電視頻道代理商
無線電視頻道經營
衛星電視頻道經營
線上影片播送
其他有線及付費節目播送
電影產業
數位內容產業
數位流通平臺
數位典藏
數位典藏
數位典藏



2015臺灣文化創意產業發展年報

2015 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report



2014臺北國際藝術博覽會（社團法人中華民國畫廊協會圖片提供）

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、文創產業發展政策與推動計畫

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，2015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（2009年～2014年）的資料來呈現文化創意產業及相關次產業之趨勢變化。

本年度編印工作在文化部與行政院主計總處、財政部數度溝通及爭取下，財政部於2014年底針對稅務行業標準分類（第七次修訂）進行子類增刪修，2015年開始適用。本年報將增訂之子類行業代碼加入（包含「線上影片及節目製作」、「電視頻道代理商」、「線上影片播送」、「其他有線及其他付費節目播送」、「其他藝人及模特兒經紀」、「影片音樂零售攤販」、「線上音樂播送」、「流行音樂歌手經紀」、「流行音樂表演」、「流行音樂展演空間經營」、「流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀」），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2009年之資料，整體而言，歷年趨勢無太大差異。

表1－2　文化創意產業調整後家數

（單位：家、百分比）

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
調整後家數（註）	59,597	60,011	61,063	61,532	61,900	62,264
調整後成長率		0.69%	1.75%	0.77%	0.60%	0.59%

註：共計調整11項子類產業，詳附錄一。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

表1－3　文化創意產業調整後營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
調整後營業額（註）	645,441,516	764,471,352	786,129,447	759,631,699	780,442,128	794,477,169
調整後成長率		18.44%	2.83%	-3.37%	2.74%	1.80%

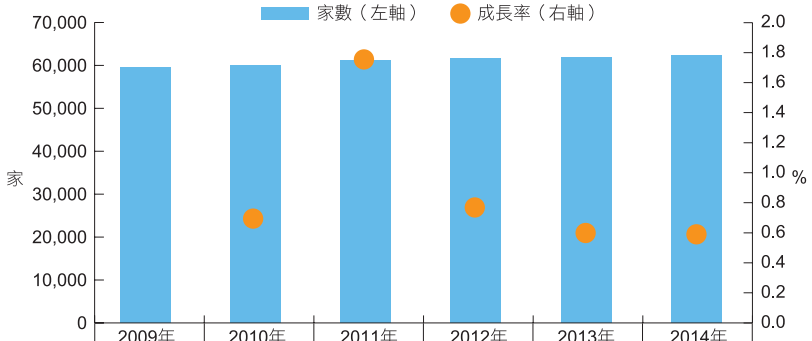
註：共計調整11項子類產業，詳附錄一。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

根據財政資訊中心數據，2014年臺灣文化創意產業總家數為62,264家，較2013年成長0.59%，其中又以視覺傳達設計產業家數成長27.42%為最高；而廠商家數衰退最多者則為數位內容產業，衰退幅度為7.30%（詳表1－5）。若從數位內容細產業觀察，以電動玩具店及上網專門店廠商家數分別衰退8.74%及12.27%最多，其主要原因在於，網際網路及行動裝置普及與網速的提升，逐漸改變消費者對於遊戲內容的體驗，從過去機臺遊戲、電腦遊戲轉移到手機遊戲的應用。

圖1－1　2009～2014年臺灣文化創意產業家數概況

（單位：家、百分比）



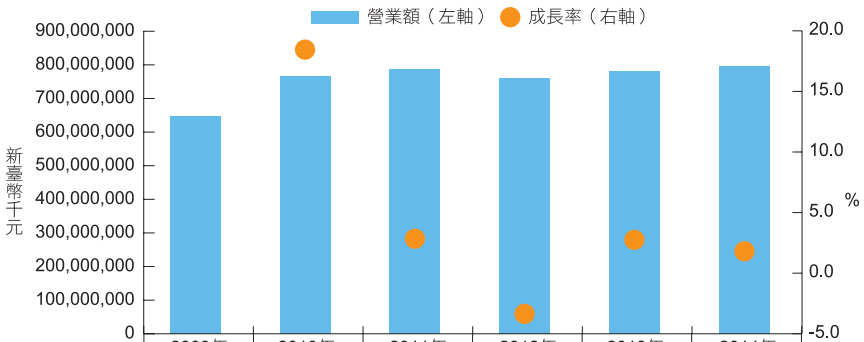
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	59,597	60,011	61,063	61,532	61,900	62,264
成長率（右軸）		0.69%	1.75%	0.77%	0.60%	0.59%

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2015年11月。

營業表現方面，2014年經濟景氣溫和復甦，2014年文創產業營業額為新臺幣7,945億元，較2013年成長1.80%，然2014年下半年全球經濟景氣開始趨緩，中國大陸經濟放緩，儘管國內全年度經濟成長力道較2013年度強，國內經濟成長率為3.77%。文創產業受景氣波動敏感之特性，2014年全年成長幅度不如總體經濟。

圖1－2　2009～2014年臺灣文化創意產業營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	645,441,516	764,471,352	786,129,447	759,631,699	780,442,128	794,477,169
成長率（右軸）		18.44%	2.83%	-3.37%	2.74%	1.80%

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，2015年11月。

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分（詳表1－4），2014年我國名目國內生產毛額成長5.67%，較文化創意產業總營業額成長率高，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2013年5.13%下滑至2014年4.94%，主因近年我國GDP的主要成長動能來自於商品及服務輸出，而文創產業外銷比重不高，且非民生必需品之特性使外銷收入亦受國際景氣變化影響，因此成長幅度不如整體GDP，故文創產業營業額占GDP比重呈現下滑。

表1－4　2009～2014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）

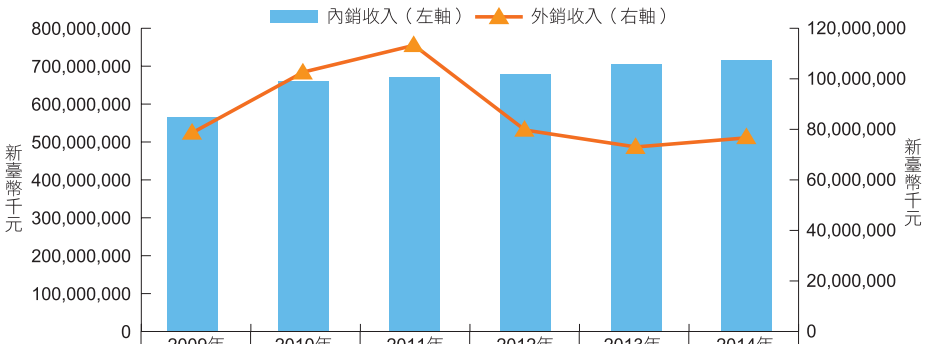
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
文化創意產業營業額	6,454.42	7,644.71	7,861.29	7,596.32	7,804.42	7,944.77
名目國內生產毛額(GDP)	129,616.56	141,192.13	143,122.00	146,869.17	152,212.01	160,840.03
名目國內生產毛額成長率	-1.44%	8.93%	1.37%	2.62%	3.64%	5.67%
文創產業營業額占GDP比重	4.98%	5.41%	5.49%	5.17%	5.13%	4.94%

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，2015年11月。

若從內外銷角度來看（詳圖1－3），我國文化創意產業營業額主要來自於內銷收入，2014年占總營業額的90.33%（含數位內容產業，不包含創意生活產業）。近六年整體內銷收入持續呈現擴大，2014年成長率為1.46%。

圖1－3　2009～2014年文化創意產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	566,550,761	661,581,242	672,599,079	679,701,404	707,243,849	717,651,846
內銷占比	87.78%	86.54%	85.56%	89.48%	90.62%	90.33%
外銷收入（右軸）	78,890,755	102,890,110	113,530,367	79,930,295	73,198,279	76,825,323
外銷占比	12.22%	13.46%	14.44%	10.52%	9.38%	9.67%

資料來源：財政部財政資訊中心資料，本年報整理，2015年11月。

2014年文創產業整體外銷收入呈現自2011年以來首次成長，較2013年成長4.88%。除流行音樂與文化內容產業外銷收入呈衰退之外，其餘產業皆為成長，其中又以設計品牌時尚及視覺傳達設計產業成長583.75%及110.48%幅度最高。

二、各次產業概況

2014年臺灣文創各產業中，廠商家數前5名依序為：廣告產業（14,297家）、工藝產業（12,815家）、出版產業（8,685家）、流行音樂及文化內容產業（4,133家）以及建築設計產業（3,182家）。2014年廠商家數成長率前5名則依序為：視覺傳達設計產業（27.42%）、文化資產應用及展演設施產業（27.20%）、音樂及表演藝術產業（12.50%）、建築設計產業（8.16%）以及設計品牌時尚（7.69%）；廠商家數呈現衰退者為數位內容產業、出版產業、流行音樂及文化內容產業與電影產業，家數分別減少7.30%、2.72%、2.59%及2.45%（詳表1－5）。

表1－5　2009～2014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）

		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2014年占比	CAGR
視覺藝術產業	家數	2,514	2,500	2,538	2,544	2,538	2,538	4.51%	0.19%
	成長率		-0.56%	1.52%	0.24%	-0.24%	0.00%		
音樂及表演藝術產業	家數	1,607	1,895	2,139	2,353	2,671	3,005	5.34%	13.34%
	成長率		17.92%	12.88%	10.00%	13.51%	12.50%		
文化資產應用及展演設施產業	家數	56	63	82	103	125	159	0.28%	23.21%
	成長率		12.50%	30.16%	25.61%	21.36%	27.20%		
工藝產業	家數	12,339	12,571	12,742	12,872	12,848	12,815	22.77%	0.76%
	成長率		1.88%	1.36%	1.02%	-0.19%	-0.26%		
電影產業	家數	1,895	1,825	1,789	1,756	1,753	1,710	3.04%	-2.03%
	成長率		-3.69%	-1.97%	-1.84%	-0.17%	-2.45%		
廣播電視產業	家數	1,616	1,637	1,633	1,654	1,667	1,675	2.98%	0.72%
	成長率		1.30%	-0.24%	1.29%	0.79%	0.48%		
出版產業	家數	9,378	9,279	9,188	9,131	8,928	8,685	15.43%	-1.52%
	成長率		-1.06%	-0.98%	-0.62%	-2.22%	-2.72%		
廣告產業	家數	12,615	12,910	13,304	13,622	13,980	14,297	25.41%	2.53%
	成長率		2.34%	3.05%	2.39%	2.63%	2.27%		
流行音樂及文化內容產業	家數	4,381	4,411	4,504	4,385	4,243	4,133	7.37%	-1.16%
	成長率		0.68%	2.11%	-2.64%	-3.24%	-2.59%		
產品設計產業	家數	2,267	2,433	2,665	2,868	2,938	3,086	5.48%	6.36%
	成長率		7.32%	9.54%	7.62%	2.44%	5.04%		
視覺傳達設計產業	家數	272	306	358	400	620	790	1.40%	23.77%
	成長率		12.50%	16.99%	11.73%	55.00%	27.42%		
設計品牌時尚產業	家數	74	103	127	151	182	196	0.35%	21.51%
	成長率		39.19%	23.30%	18.90%	20.53%	7.69%		
建築設計產業	家數	2,278	2,423	2,630	2,796	2,942	3,182	5.65%	6.91%
	成長率		6.37%	8.54%	6.31%	5.22%	8.16%		
整體（不包含數位內容產業及創意生活產業）	家數	51,292	52,356	53,699	54,635	55,435	56,271	100%	1.85%
	成長率		2.04%	2.53%	1.74%	1.45%	1.52%		
數位內容產業	家數	8,305	7,655	7,364	6,897	6,465	5,993	–	-6.32%
	成長率		-7.83%	-3.80%	-6.34%	-6.26%	-7.30%		

註：1.年複合成長率（Compound Annual Growth Rate，CAGR），統計年度為2009～2014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，2015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1,573億元）、廣播電視產業（新臺幣1,434億元）、工藝產業（新臺幣1,220億元）、出版產業（新臺幣1,070億元）以及產品設計產業（新臺幣609億元）。營業額成長率前5名則依序為：文化資產應用及展演設施產業（42.76%）、設計品牌時尚產業（24.94%）、建築設計產業（18.28%）、視覺傳達設計產業（13.14%）以及工藝產業（9.06%）。2014年營業額及家數同步出現高度成長的產業為文化資產應用及展演設施產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業與建築設計產業（詳表1－6）。

就各次產業營業額成長趨勢觀察（詳表1－6），除流行音樂及文化內容產業、廣告產業、出版產業衰退外，其餘產業皆成長。成長的產業中，以文化資產應用及展演設施產業成長幅度最高。而設計產業中，包含視覺傳達設計、設計品牌時尚以及建築設計產業等亦明顯成長，營業額成長率皆超過10%以上；值得注意的是，在近年文創相關輔導單位的扶植以及民眾對於藝文活動接受度提高的趨勢下，包含視覺藝術、表演藝術在營業額表現上有明顯成長的趨勢。而衰退的產業主因數位化致使傳統獲利模式面臨挑戰，如流行音樂及文化內容產業中，實體通路的式微；而廣告產業中，傳統廣告代理商角色逐漸被新興數位媒體代理取代；出版產業方面，不僅受到電子書等數位出版興起，社群媒體亦改變消費者閱讀形態等。而這些取而代之的多元新興商業模式，無法透過本年報的行業分類逐一被計算，使其營業額呈衰退的情況。

從營業額占比觀察，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0.55%，意味文創產業的產業經濟規模差異大。

表1－6　2009～2014年臺灣文化創意產業營業額及成長率－次產業別

（單位：新臺幣千元、百分比）

		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2014年占比	CAGR
視覺藝術產業	營業額	3,744,310	4,262,659	4,677,060	5,797,775	6,243,835	6,649,122	0.93%	12.17%
	成長率		13.84%	9.72%	23.96%	7.69%	6.49%		
音樂及表演藝術產業	營業額	8,491,078	10,365,385	11,257,448	12,825,424	14,703,424	15,854,748	2.23%	13.30%
	成長率		22.07%	8.61%	13.93%	14.64%	7.83%		
文化資產應用及展演設施產業	營業額	706,394	480,249	1,178,997	1,013,513	943,165	1,346,453	0.19%	13.77%
	成長率		-32.01%	145.50%	-14.04%	-6.94%	42.76%		
工藝產業	營業額	108,096,437	157,384,032	152,746,031	118,640,199	111,880,827	122,019,543	17.14%	2.45%
	成長率		45.60%	-2.95%	-22.33%	-5.70%	9.06%		
電影產業	營業額	20,183,981	21,272,005	27,652,799	27,498,641	28,530,863	29,324,876	4.12%	7.76%
	成長率		5.39%	30.00%	-0.56%	3.75%	2.78%		
廣播電視產業	營業額	115,662,338	128,947,675	133,005,812	134,807,130	140,561,540	143,345,609	20.13%	4.39%
	成長率		11.49%	3.15%	1.35%	4.27%	1.98%		
出版產業	營業額	103,978,562	114,580,858	114,875,215	115,428,495	109,250,982	107,040,700	15.04%	0.58%
	成長率		10.20%	0.26%	0.48%	-5.35%	-2.02%		
廣告產業	營業額	114,190,496	137,754,690	146,219,850	147,224,603	163,538,154	157,286,750	22.09%	6.61%
	成長率		20.64%	6.15%	0.69%	11.08%	-3.82%		
流行音樂及文化內容產業	營業額	28,014,858	29,108,694	31,072,181	30,867,556	30,407,804	30,095,117	4.23%	1.44%
	成長率		3.90%	6.75%	-0.66%	-1.49%	-1.03%		
產品設計產業	營業額	48,318,950	56,643,975	55,897,997	55,351,132	59,034,249	60,877,763	8.55%	4.73%
	成長率		17.23%	-1.32%	-0.98%	6.65%	3.12%		
視覺傳達設計產業	營業額	2,983,349	3,878,530	2,973,844	1,869,517	1,884,679	2,132,384	0.30%	-6.50%
	成長率		30.01%	-23.33%	-37.13%	0.81%	13.14%		
設計品牌時尚產業	營業額	159,249	208,503	265,300	304,647	367,827	459,570	0.06%	23.61%
	成長率		30.93%	27.24%	14.83%	20.74%	24.94%		
建築設計產業	營業額	19,143,007	25,393,316	28,021,936	28,368,001	30,014,190	35,501,397	4.99%	13.15%
	成長率		32.65%	10.35%	1.23%	5.80%	18.28%		
整體（不包含數位內容產業及創意生活產業）	營業額	573,673,008	690,280,569	709,844,470	679,996,633	697,361,541	711,934,033	100.00%	4.41%
	成長率		20.36%	2.82%	-4.22%	2.54%	2.08%		
數位內容產業	營業額	71,768,507	74,190,782	76,284,976	79,635,066	83,080,588	82,543,136	–	2.84%
	成長率		3.38%	2.82%	4.39%	4.33%	-0.65%		

註：1.年複合成長率（Compound Annual Growth Rate，CAGR），統計年度為2009～2014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，2015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占9.67%（包含數位內容產業，不包含創意生活產業），較2013年度占比增加0.47%，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（57.83%）、數位內容產業（21.02%）、工藝產業（11.84%）。

表1－7　2014年臺灣文化創意產業之內外銷－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	6,649,122	159,387	6,489,735	2.40%
音樂及表演藝術產業	15,854,748	328,315	15,526,433	2.07%
文化資產應用及展演設施產業	1,346,453	4,001	1,342,452	0.30%
工藝產業	122,019,543	14,448,664	107,570,879	11.84%
電影產業	29,324,876	388,842	28,936,034	1.33%
廣播電視產業	143,345,609	2,392,873	140,952,736	1.67%
出版產業	107,040,700	2,777,898	104,262,802	2.60%
廣告產業	157,286,750	1,550,218	155,736,532	0.99%
流行音樂及文化內容產業	30,095,117	1,555,739	28,539,378	5.17%
產品設計產業	60,877,763	35,208,071	25,669,692	57.83%
視覺傳達設計產業	2,132,384	58,180	2,074,205	2.73%
設計品牌時尚產業	459,570	19,328	440,242	4.21%
建築設計產業	35,501,397	585,026	34,916,371	1.65%
數位內容產業	82,543,136	17,348,780	65,194,356	21.02%
整體（包含數位內容產業，不包含創意生活產業）	794,477,169	76,825,323	717,651,846	9.67%

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，2015年11月。

從臺灣文創整體產業觀察，在營業額成長率高於廠商家數成長率的情況下，使2014年平均廠商營業額較2013年度增加0.57%，平均每家廠商營業額為新臺幣1,265萬元。

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、出版產業及建築設計產業，其中廣播電視產業平均每家廠商營業額達到新臺幣8,558萬元。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235萬元，與廣播電視相差超過36倍，而次低為視覺藝術產業，平均每家廠商營業額為新臺幣262萬元，顯示臺灣文創產業各次產業營收規模差異大，其差異主要來自部分產業進入門檻高（如廣播電視、電影），也有部分產業集團化、整合性發展，提高平均規模，但個別次產業中仍存在廠商規模差異懸殊、異質性高的狀況，因此需要更細緻的輔導策略。

另一方面，就次產業平均規模成長率來看，2014年平均廠商營業額成長最高為設計品牌時尚產業，成長率為16.02%，其次則為文化資產應用及展演設施產業的12.23%；由於新媒體平臺的出現，進入數位媒體產業之門檻降低，間接使小型廣告或平面設計公司陸續出現，使得視覺傳達設計產業與廣告產業之平均規模下降最多，分別為-11.02%及-5.96%。

表1－8　2009～2014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）

		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
視覺藝術產業	平均營業額	1,489	1,705	1,843	2,279	2,460	2,620
	成長率		14.48%	8.08%	23.67%	7.95%	6.49%
音樂及表演藝術產業	平均營業額	5,284	5,470	5,263	5,451	5,505	5,276
	成長率		3.52%	-3.78%	3.57%	0.99%	-4.15%
文化資產應用及展演設施產業	平均營業額	12,614	7,623	14,378	9,840	7,545	8,468
	成長率		-39.57%	88.61%	-31.56%	-23.32%	12.23%
工藝產業	平均營業額	8,761	12,520	11,988	9,217	8,708	9,522
	成長率		42.91%	-4.25%	-23.11%	-5.52%	9.34%
電影產業	平均營業額	10,651	11,656	15,457	15,660	16,275	17,149
	成長率		9.43%	32.61%	1.31%	3.93%	5.37%
廣播電視產業	平均營業額	71,573	78,771	81,449	81,504	84,320	85,579
	成長率		10.06%	3.40%	0.07%	3.46%	1.49%
出版產業	平均營業額	11,087	12,348	12,503	12,641	12,237	12,325
	成長率		11.37%	1.25%	1.11%	-3.20%	0.72%
廣告產業	平均營業額	9,052	10,670	10,991	10,808	11,698	11,001
	成長率		17.88%	3.00%	-1.66%	8.24%	-5.96%
流行音樂及文化內容產業	平均營業額	6,395	6,599	6,899	7,039	7,167	7,282
	成長率		3.20%	4.54%	2.04%	1.81%	1.61%
產品設計產業	平均營業額	21,314	23,282	20,975	19,300	20,093	19,727
	成長率		9.23%	-9.91%	-7.99%	4.11%	-1.82%
視覺傳達設計產業	平均營業額	10,968	12,675	8,307	4,674	3,040	2,699
	成長率		15.56%	-34.46%	-43.74%	-34.96%	-11.20%
設計品牌時尚產業	平均營業額	2,152	2,024	2,089	2,018	2,021	2,345
	成長率		-5.93%	3.19%	-3.42%	0.17%	16.02%
建築設計產業	平均營業額	8,403	10,480	10,655	10,146	10,202	11,157
	成長率		24.71%	1.67%	-4.78%	0.55%	9.36%
整體（不包含數位內容產業及創意生活產業）	平均營業額	11,184	13,184	13,219	12,446	12,580	12,652
	成長率		17.88%	0.26%	-5.85%	1.07%	0.57%
數位內容產業	平均營業額	8,642	9,692	10,359	11,546	12,851	13,773
	成長率		12.15%	6.89%	11.46%	11.30%	7.18%

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，2015年11月。

就資本額結構來觀察臺灣文化創意產業，資本規模500萬元以下之文創廠商家數占比84.85%，顯示文創產業以微型企業為主，但也因資本進入門檻低，使近年經營環境日益競爭，資本規模500萬元以下之平均每廠商營業額呈逐年下滑趨勢，不過2014年開始有微幅成長。

表1－9　2009～2014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	2009年		2010年		2011年		2012年		2013年		2014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	19,277	75,230,143	19,216	103,054,963	19,246	82,963,681	18,995	76,584,280	18,567	80,403,667	18,069	83,474,394
			-0.32%	36.99%	0.16%	-19.50%	-1.30%	-7.69%	-2.25%	4.99%	-2.68%	3.82%
0.1–1百萬元	18,961	40,491,051	19,215	46,899,370	19,860	47,976,756	20,225	51,631,096	20,766	55,670,184	21,322	57,396,938
			1.34%	15.83%	3.36%	2.30%	1.84%	7.62%	2.67%	7.82%	2.68%	3.10%
1–5百萬元	11,837	97,999,951	12,137	128,197,635	12,493	146,816,893	12,841	116,689,826	13,105	108,740,480	13,437	111,830,533
			2.53%	30.81%	2.93%	14.52%	2.79%	-20.52%	2.06%	-6.81%	2.53%	2.84%
5–10百萬元	5,510	70,032,502	5,457	71,656,265	5,438	73,545,362	5,432	71,412,014	5,385	75,731,272	5,340	76,943,071
			-0.96%	2.32%	-0.35%	2.64%	-0.11%	-2.90%	-0.87%	6.05%	-0.84%	1.60%
10–20百萬元	2,032	48,210,326	2,026	54,836,861	2,053	60,996,589	2,053	61,031,304	2,072	63,952,200	2,082	66,541,924
			-0.30%	13.75%	1.33%	11.23%	0.00%	0.06%	0.93%	4.79%	0.48%	4.05%
20–30百萬元	758	43,207,662	754	49,581,230	754	52,123,124	747	54,895,361	758	59,417,225	758	57,087,720
			-0.53%	14.75%	0.00%	5.13%	-0.93%	5.32%	1.47%	8.24%	0.00%	-3.92%
30–40百萬元	212	10,474,388	202	11,988,625	203	13,279,230	205	14,315,111	210	15,309,021	211	15,818,251
			-4.72%	14.46%	0.50%	10.77%	0.99%	7.80%	2.44%	6.94%	0.48%	3.33%
40–50百萬元	81	4,716,123	81	4,971,072	83	4,702,681	86	4,574,574	86	4,727,095	87	5,290,239
			0.00%	5.41%	2.47%	-5.40%	3.61%	-2.72%	0.00%	3.33%	1.16%	11.91%
50–60百萬元	201	11,892,211	198	14,777,598	202	16,926,837	212	17,488,443	212	15,510,562	210	16,262,346
			-1.49%	24.26%	2.02%	14.54%	4.95%	3.32%	0.00%	-11.31%	-0.94%	4.85%
60–80百萬元	147	17,736,962	144	20,812,524	142	24,646,643	142	24,193,409	147	23,757,925	147	21,578,089
			-2.04%	17.34%	-1.39%	18.42%	0.00%	-1.84%	3.52%	-1.80%	0.00%	-9.18%
0.8–1億元	74	5,543,830	73	6,745,973	73	7,045,731	74	6,845,739	72	7,865,981	72	7,216,915
			-1.35%	21.68%	0.00%	4.44%	1.37%	-2.84%	-2.70%	14.90%	0.00%	-8.25%
1–2億元	203	46,109,401	206	60,281,908	210	65,825,175	208	72,560,722	208	71,907,725	213	75,115,509
			1.48%	30.74%	1.94%	9.20%	-0.95%	10.23%	0.00%	-0.90%	2.40%	4.46%
2億元以上	304	173,796,967	302	190,667,327	306	189,280,744	312	187,409,819	312	197,448,792	316	199,921,239
			-0.66%	9.71%	1.32%	-0.73%	1.96%	-0.99%	0.00%	5.36%	1.28%	1.25%

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，2015年11月。

近六年微型企業家數占總家數比重呈現逐年成長趨勢，若以各次產業觀察占比，音樂及表演藝術產業、工藝產業、廣播電視產業、廣告產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業以及建築設計產業之微型企業家數占比亦有逐年成長趨勢。

這主要由於音樂及表演藝術產業在文化部及各縣市資源挹注與活動舉辦支持下，微型團隊增加；廣電及廣告產業則因為在新媒體發展趨勢下，微創及小型網路廣告代理商興起；近年來文創市集、創意小物風潮使工藝、設計類微型業者增加。

各次產業方面，則以出版產業、廣告產業以及視覺傳達設計產業微型企業營業額占總營業額比例自2010年起呈現逐年成長，顯示在數位化所帶來產業結構的轉型下，微型企業的增加及競爭力的強化，帶動其營業表現。

表1－10　2009～2014年文化創意產業之各次產業微型企業家數、營業額占比（不含創意生活產業）

（單位：百分比）

	2009年		2010年		2011年		2012年		2013年		2014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
視覺藝術產業	93.64	69.07	93.64	65.19	93.62	64.37	93.71	51.28	93.70	46.59	93.62	46.42
音樂及表演藝術產業	87.24	54.56	88.02	55.62	88.31	56.58	88.53	56.00	89.25	54.50	89.85	57.88
文化資產應用及展演設施產業	75.00	54.89	76.19	23.56	80.49	64.92	83.50	63.91	82.40	55.51	83.02	66.14
工藝產業	83.38	53.68	84.00	67.71	84.37	59.10	84.71	45.21	84.95	38.59	85.17	38.13
電影產業	81.58	40.17	80.77	41.75	80.21	39.04	79.38	41.91	78.89	43.95	78.30	45.56
廣播電視產業	53.47	9.65	54.18	8.43	54.19	11.20	54.23	10.13	55.55	9.66	55.70	8.70
出版產業	85.09	29.32	85.02	27.83	84.93	28.56	84.84	28.85	84.50	28.96	84.17	29.68
廣告產業	83.12	40.40	83.80	40.70	84.15	41.99	84.47	42.44	84.76	43.02	85.22	45.81
流行音樂與文化內容產業	91.74	54.38	91.82	54.30	92.16	53.49	91.90	53.11	91.82	52.45	91.99	54.19
產品設計產業	79.84	15.61	80.39	16.01	80.75	16.96	81.66	18.24	82.10	18.57	82.92	18.08
視覺傳達設計產業	80.88	17.26	82.35	16.97	85.75	24.39	86.25	40.66	89.84	50.42	90.89	58.17
設計品牌時尚產業	91.89	41.78	91.26	47.60	92.13	46.32	91.39	45.04	91.76	49.23	92.35	48.79
建築設計產業	74.32	37.89	76.02	33.69	77.79	35.64	79.15	38.94	80.29	41.71	81.27	39.82
數位內容產業	87.95	30.08	87.38	28.35	87.26	26.87	86.86	26.44	86.05	25.90	85.00	24.77
整體微型企業（不包含創意生活產業）	84.02	33.11	84.26	36.38	84.50	35.33	84.61	32.24	84.71	31.37	84.85	31.81

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，2015年11月。

在文創產業經營年度方面，新設文創廠商家數（一年以下）占比約7.04%、未滿五年之文創廠商家數占比31.60%，與我國中小企業結構非常相近。若從各經營年數之每廠商營業額觀察，以10～20年每廠商營業額最高，為新臺幣1,939萬元；最低則為新設文創廠商（一年以下）的188.4萬元，但平均營業額已較2013年成長3.03%。

表1－11　2009～2014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	2009年		2010年		2011年		2012年		2013年		2014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	4,661	11,333,767	4,829	36,363,189	5,029	58,912,106	4,493	16,134,049	4,564	8,346,817	4,385	8,262,222
			3.60%	220.84%	4.14%	62.01%	-10.66%	-72.61%	1.58%	-48.27%	-3.92%	-1.01%
1–2年	4,153	37,984,798	4,768	28,634,503	4,750	26,618,361	4,837	29,563,584	4,466	26,227,974	4,500	22,826,357
			14.81%	-24.62%	-0.38%	-7.04%	1.83%	11.06%	-7.67%	-11.28%	0.76%	-12.97%
2–3年	4,065	18,738,017	3,504	19,872,886	4,137	23,721,956	4,117	30,619,889	4,129	23,532,201	3,876	26,583,946
			-13.80%	6.06%	18.07%	19.37%	-0.48%	29.08%	0.29%	-23.15%	-6.13%	12.97%
3–4年	4,008	18,712,883	3,560	21,007,084	3,130	22,456,700	3,703	27,451,036	3,624	32,385,803	3,648	21,790,128
			-11.18%	12.26%	-12.08%	6.90%	18.31%	22.24%	-2.13%	17.98%	0.66%	-32.72%
4–5年	4,037	27,820,376	3,565	21,482,074	3,199	24,103,965	2,839	22,999,390	3,348	26,282,962	3,264	34,449,748
			-11.69%	-22.78%	-10.27%	12.21%	-11.25%	-4.58%	17.93%	14.28%	-2.51%	31.07%
5–10年	15,427	163,508,507	15,333	164,099,545	15,019	156,984,411	14,449	138,233,425	13,539	150,323,593	13,261	128,180,624
			-0.61%	0.36%	-2.05%	-4.34%	-3.80%	-11.94%	-6.30%	8.75%	-2.05%	-14.73%
10–20年	14,683	239,101,992	15,521	297,408,652	16,006	315,957,623	16,457	338,782,261	17,059	315,052,751	17,562	340,527,712
			5.71%	24.39%	3.12%	6.24%	2.82%	7.22%	3.66%	-7.00%	2.95%	8.09%
20年以上	8,552	128,225,451	8,917	175,590,537	9,781	157,361,338	10,627	155,840,518	11,158	198,286,664	11,763	211,856,377
			4.27%	36.94%	9.69%	-10.38%	8.65%	-0.97%	5.00%	27.24%	5.42%	6.84%
未知	11	15,724	14	12,881	12	12,986	10	7,548	13	3,362	5	55
			27.27%	-18.08%	-14.29%	0.82%	-16.67%	-41.88%	30.00%	-55.45%	-61.54%	-98.35%

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，2015年11月。

2014年度臺灣文創產業廠商家數以六大直轄市最高，依序為臺北市（17,048）、新北市（8,717）、臺中市（6,707）、高雄市（5,010）、臺南市（3,556）及桃園市（3,203）。而其廠商家數合計共占整體文創產業家數的78.62%，較2013年之占比增加0.03%。就營業額角度來看，同樣以六大直轄市最高，依序分別為臺北市、新北市、高雄市、臺中市、桃園市及臺南市，其營業額合計共占整體文創產業營業額的90.54%。值得注意的是，六大直轄市營業額合計占整體文創產業營業額比重自2010年起逐年下滑。

根據財政部稅務資料的統計，2014年文創產業廠商家數成長較多的縣市包含臺東縣（10.41%）、金門縣（4.89%）以及南投縣（4.59%），文創產業廠商家數負成長幅度較大的縣市為澎湖縣、連江縣。2014年

文創產業營業額成長較多的縣市為臺東縣、花蓮縣、金門縣及連江縣，主要因為上述地區成為外國觀光客熱門景點，使其文創產業營業額大幅成長，其中又以工藝產業漲幅最明顯。此外，六大直轄市文創產業營業額除臺北市以外，其餘皆為成長，其中又以高雄市及臺南市分別成長8.16%及4.31%最高，臺中市亦有3.96%的成長率。

表1－12　2014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）

縣市	2014年家數	成長率	2014營業額	成長率
臺北市	17,048	1.55%	410,387,799	-0.19%
臺中市	6,707	2.19%	40,742,579	3.96%
基隆市	553	-2.30%	2,213,869	1.67%
臺南市	3,556	1.66%	20,369,536	4.31%
高雄市	5,010	1.17%	44,166,055	8.16%
新北市	8,717	1.66%	97,876,004	0.05%
宜蘭縣	908	0.55%	3,120,203	1.41%
桃園市	3,203	0.41%	31,054,321	2.65%
嘉義市	727	1.54%	3,023,251	5.04%
新竹縣	712	2.15%	8,861,623	2.02%
苗栗縣	984	2.29%	2,983,033	-1.00%
南投縣	866	4.59%	2,598,207	6.94%
彰化縣	1,873	-0.32%	7,853,954	7.44%
新竹市	930	1.31%	8,141,091	3.90%
雲林縣	840	-0.36%	2,500,725	0.98%
嘉義縣	480	1.48%	1,806,417	6.91%
屏東縣	1,188	0.93%	3,185,716	1.34%
花蓮縣	966	1.36%	8,530,594	37.94%
臺東縣	562	10.41%	11,486,390	70.28%
金門縣	193	4.89%	443,324	35.25%
澎湖縣	211	-5.38%	521,661	1.77%
連江縣	37	-5.13%	67,683	21.49%
合　計	56,271	1.51%	711,934,033	2.09%

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，2015年11月。

三、就業人力概況

本年報透過行政院主計總處《人力資源調查統計》數據觀察我國文創相關產業就業人力現況。該調查係以家庭為對象，透過抽樣調查蒐集我國15歲以上人口之數量、勞動力結構、就業、失業原因等相關基本資料，可包含其他勞動統計未涵蓋到的自營作業者。

根據該調查報告數據顯示，2014年臺灣文化創意產業之就業人數為24.6萬人左右，其中又以「運動、娛樂及休閒服務業」及「專門設計服務業」就業人數最多。在各類型人力占比部份，文創產業的經營需要相關產業專業技術，因此專業人員占比較高，為42.67%，其次則分別為技術員及助理專業人員與事務支援人員，其比重分別為20.02%及15.58%。

表1－13　2014年臺灣文創產業就業人數－次產業別

（單位：人數、百分比）

項目	總計	民意代表、主管及經理人員*（註4）	專業人員	技術員及助理專業人員	事務支援人員	服務及銷售工作人員	農、林、漁、牧業生產人員	技藝有關工作人員、機械設備操作及勞力工
出版業	40,769	2,453	20,945	8,926	6,535	277	–	1,633
專門設計服務業	50,311	1,472	36,118	8,618	3,485	–	–	618
創作及藝術表演業	16,375	253	11,309	1,506	972	305	–	2,030
傳播及節目播送業	29,405	1,086	12,296	7,861	4,217	110	–	3,834
運動、娛樂及休閒服務業	56,093	1,873	1,069	9,017	16,312	16,254	238	11,329
廣告業及市場研究業	35,796	2,913	16,513	8,011	4,893	–	–	3,466
影片服務、聲音錄製及音樂出版業	16,771	1,355	6,516	5,215	1,825	1,420	–	440
總就業人數	245,520	11,405	104,766	49,154	38,239	18,366	238	23,350
各類型人力占比		4.65%	42.67%	20.02%	15.57%	7.48%	0.10%	9.51%
創意生活	10,600	–	–	–	–	–	–	–

註：1.創意生活產業資料來自中衛發展中心，為避免重複計算問題，創意生活之就業人數不納入總就業人數中。

2.《人力資源調查統計》乃按月調查，年資料為各月資料之平均。

3.主計總處相關統計僅公布至中類行業別，項目未涵蓋所有文創產業，與文創個別次產業之範疇對應請參見附錄一。

4.此處職業分類乃根據行政院主計總處「中華民國職業標準分類（第6次修訂）」，其中「民意代表、主管及經理人員」所包含之中類職業類別為「民意代表、高階主管及總執行長」、「行政及商業經理人員」以及「生產及專業服務經理人員」，該欄之數據為上述中類職業類別之就業人數加總。

5.過去所使用之勞動部《職類別薪資調查報告》調查內容為受雇員工人數；而行政院主計總處《人力資源調查統計》之就業人數則涵蓋自營作業者、受私人僱用者、受政府僱用者、無酬家屬工作者以及僱主等全面性就業人數狀況。

資料來源：本年報整理自行政院主計總處《人力資源調查統計》原始磁帶，2015年11月。

從近六年就業人數趨勢觀察，除2011年為衰退，其餘年度皆穩定成長。從各產業角度來看，2014年就業人數呈現衰退為「創作及藝術表演業」、「運動、娛樂及休閒服務」、「廣告業及市場研究業」以及「影片服務、聲音錄製及音樂出版業」，其中又以「廣告業及市場研究業」就業人數下滑22.08%最高。就業人數為成長的產業中以「專門設計服務業」成長最高，為33.38%，其次則為「傳播及節目播送業」的17.44%。

另一方面，若以文創產業與服務業就業人數比較，整體而言，除2011年外，文創產業就業人數成長率高於整體服務業。而文創產業總就業人數占我國總就業人數部分，由於近年投入文創產業之就業人數成長率高於我國總就業人數，使整體文創產業就業人數占我國總就業人數比重逐年提升，自2011年2.24%上升至2014年2.31%，為近六年來最高。

表1－14　2009～2014年臺灣文創產業就業人數－次產業別

（單位：人數、百分比）

產業	項目	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
出版業	就業人數	37,120	36,965	40,841	42,171	40,607	40,769
	成長率		-0.42%	10.49%	3.26%	-3.71%	0.40%
專門設計服務業	就業人數	26,807	29,746	28,590	31,812	37,719	50,311
	成長率		10.96%	-3.89%	11.27%	18.57%	33.38%
創作及藝術表演業	就業人數	14,652	14,181	15,487	16,275	16,508	16,375
	成長率		-3.21%	9.21%	5.09%	1.43%	-0.81%
傳播及節目播送業	就業人數	25,038	24,908	23,588	25,007	25,039	29,405
	成長率		-0.52%	-5.30%	6.02%	0.13%	17.44%
運動、娛樂及休閒服務業	就業人數	63,697	63,480	58,200	57,945	56,764	56,093
	成長率		-0.34%	-8.32%	-0.44%	-2.04%	-1.18%
廣告業及市場研究業	就業人數	44,946	49,288	50,474	47,397	45,937	35,796
	成長率		9.66%	2.41%	-6.10%	-3.08%	-22.08%
影片服務、聲音錄製及音樂出版業	就業人數	11,848	13,454	12,851	15,780	17,540	16,771
	成長率		13.55%	-4.48%	22.79%	11.15%	-4.38%
文創產業總就業人數		224,108	232,022	230,031	236,387	240,114	245,520
成長率			3.53%	-0.86%	2.76%	1.58%	2.25%
我國服務業就業人數		6,051,403	6,173,841	6,275,226	6,380,697	6,458,184	6,526,492
成長率			2.02%	1.64%	1.68%	1.21%	1.06%
我國總就業人數		10,278,632	10,493,143	10,708,808	10,859,924	10,967,165	11,078,687
成長率			2.09%	2.06%	1.41%	0.99%	1.02%
文創產業就業人數占我國總就業人數比重		2.26%	2.30%	2.24%	2.27%	2.28%	2.31%
創意生活	就業人數	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%

註：1.創意生活產業資料來自中衛發展中心，為避免重複計算問題，創意生活之就業人數不納入總就業人數中。

2.《人力資源調查統計》乃按月調查，年資料為各月資料之平均。

3.主計總處相關統計僅公布至中類行業別，項目未涵蓋所有文創產業，與文創個別次產業之範疇對應請參見附錄一。

4.此處職業分類乃根據行政院主計總處「中華民國職業標準分類（第6次修訂）」。

5.過去所使用之勞動部《職類別薪資調查報告》調查內容為受雇員工人數；而行政院主計總處《人力資源調查統計》之就業人數則涵蓋自營作業者、受私人僱用者、受政府僱用者、無酬家屬工作者以及僱主等全面性就業人數狀況。

資料來源：本年報整理自行政院主計總處《人力資源調查統計》原始磁帶，2015年11月。

第二章

文創產業發展政策與推動計畫

壹、文創產業政策背景

隨近年文創產業籌資熱潮持續發酵，櫃買中心新增「文化創意產業」掛牌類別，相關企業陸續興櫃掛牌交易後，我國文化創意產業發展再拓新局，其成長與發展備受社會大眾關注及期待。然無可否認的是，就整體產業而言，臺灣文化創意產業發展歷時尚短，整體產業發展環境需仰賴政府規劃相關長期性扶持政策，加以協助與輔導業者方得以突破發展困境。

爰此，文化部持續推動「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」，並加速落實2013年所提出之「價值產值化—文創產業價值鏈建構與創新（102年至105年）」中程個案計畫，針對我國文化創意產業面臨之共通性問題與產業需求，進一步思考因應策略，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2014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

依文創產業成長各階段之所需提供多元政策協助工具，由創業初期「圓夢」、「育成」至產業成長期「研發生產」、「品牌行銷」與「市場拓展」等補助，終於產業成熟或轉型階段之「貸款」與「投資」等協助，多面向扶植產業成長，給予業者適時協助。其資金挹注對象包含既存廠商、新創事業，以及透過地

方政府協助地方文創產業等；而資金挹注方式則涵蓋政府預算補助、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，其2014年重要執行成果說明如下：

1.文創產業創業圓夢與補助計畫：針對有意投入文創產業之個人或團體，提供創業第一桶金，2014年計協助56家文創業者成立新創企業。另，共計補助42家文創業者進行研發生產、品牌行銷及市場拓展。

2.獎助參與文創類國際展賽，2014年補助出國參展36案，協助業者獲得訂單金額逾3,700萬元，另國際獲獎作品加值應用補助3案。

3.文創聚落補助：支持文創工作者、個人工作室等微型企業進駐文創聚落，透過群聚效益促進文創事業發展，2014年共補助27案。

4.縣市政府補助：協助12個直轄市及縣市政府推動相關文創產業發展計畫。

5.文創事業優惠貸款：2014年度通過優惠貸款審查計98件，共取得資金9億1,365萬元。

（二）產業研發及輔導

1.推動產業輔導陪伴計畫：協助文創業者瞭解文創產業相關法規，提供經營管理之專業諮詢、輔導服務。2014年度共提供文創業者諮詢服務近2,444件，主動關懷文創業者並進行臨廠專業諮詢輔導至少263家業者，辦理工作坊、說明會、媒合會、顧問駐診及參訪行程等活動計115場次；另外亦維運「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.工藝研發成果智財再利用機制：提供法律諮詢案共11件，總諮詢時數15.5小時。工藝創新合作開發研究計畫：（1）進行茶與陶瓷茶倉、壺合適配對材料初探研究。（2）竹展開板產品開發完成12組件新品。（3）辦理工藝・文化新味特展。（4）進行陶瓷（藝）職能認證推動研擬計畫。（5）鶯歌分館進行「PLAY・坯—陶工藝複合媒材創意開發」研究會補助計畫，自2014年11月起為期一年，計完成26件「茶具組」設計提案，並繼續協助輔導研究會成員假新北市立鶯歌陶瓷博物館進行柴燒窯試驗。（6）選「工藝師、設計師團隊」共同提案，研發主題預定為「天然染服飾」，合計徵選出3組提案進行產品研發設計；並輔導成立8個工藝研究會進行產品研創及行銷，總產值達1,479萬元。（7）2014年辦理臺灣國際天然染織論壇，為臺灣首次主辦由聯合國教科文組織及世界工藝協會共同發起之國際天然染織論壇及展覽，共計超過45國150位以上專業人士投稿、66篇論文發表、為天然染織界一大盛事。開幕記者會暨時尚走秀計7國、12位頂尖知名服裝設計師與天然染織界專業人士，聯合發表72組件禮服系列作品，開幕活動超過30國500人的國際頂尖專家齊聚，45家媒體出席，本論壇涵蓋主題展覽、工坊技術觀摩、工作體驗營、手作市集等，大會活動整體媒體露出計101則，整體滿意度達85%以上。

3.誘發年輕工藝設計人才投入工藝研發設計案（工藝新趣）：2014年（跨年度執行至2015年3月）通過補助15組團隊（56人／組件作品）。並於8月20～22日完成一場次設計研習營，共計54位成員參與。

（三）市場流通及拓展

為協助文創業者拓展市場商機，2014年起進行臺灣文博會轉型計畫，辦理概念預展及洽商媒合會，並且提供文創品牌、中小型及微型企業與個人創作者出國參展補助，協助我國文創產業進行國際拓展，

2014年重要執行成果如下：

1.辦理「文化創意產業國際拓展計畫」，2014年徵選48家次業者參加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、上海國際時尚家居用品展及曼谷禮品暨家飾展等5場次，協助業者獲得採購訂單、合作意向書等累計金額逾1億7,800萬元。

2.國際文創產業及組織搭橋計畫：邀請包括博物館商店、網路商店、百貨精品通路及一般代理商等類型共33位國際買家來臺參訪臺灣文博會預展、重要文創聚落及品牌，並與遴選之53家文創業者進行採購媒合，現場採購額逾3,000萬元，調查買家後續採購額1億5,000萬元。

3.策辦臺灣文博會及洽商媒合會：於2014年10月3日至12日辦理臺灣文博會2014概念預展，集結60家以上文創品牌共同參與，並啟動2015年展會行銷推廣及招商工作，展會期間觀展人數超過1萬人次，並邀請33位國際買家來臺採購媒合，參與業者53家次，促成採購及訂單金額逾1億8,200萬元。

（四）人才培育及媒合

衡諸當前國內文創產業最為迫切需求之人才為中介與經紀、國際市場拓展及經營等兩種人才，因此2014年度持續關注於人才培育及媒合工作，以培育此兩種具跨界整合能力及國際行銷能力之專業人才為主要目標，重要執行成果如下。

1.文創產業中介經紀與國際人才培育計畫：除開設專業人才進階培育課程外，並增列企業教練制實務工作坊、國際論壇、跨界媒合交流活動，以強化培訓中高階中介經紀人才，2014年培育61人次專業經理人，工作坊計60人、國際論壇逾300人次參加。

2.2014年共建置22項產業專業人才職能基準及職能導向課程，作為未來機構或學校訓練人才及企業用人之參考資料。

3.文創產業創新育成補助計畫：辦理文創產業創新育成補助12家育成中心，輔導157家文創業者，創造就業人數近500人。

（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：定位為「文化創意產業、跨界藝術展現與生活美學風格塑造」，目前以OT（電影藝術館）及ROT方式委託民間機構營運中。其中，華山電影藝術館主要提供國片、紀錄片、短片、獨立製片、非商業性電影映演空間，2014年計放映3,910場電影，吸引15萬人次入館觀看，同時不定時策辦電影相關講座、導演映後座談、電影人才培育課程等活動，以推動發展影像藝術，並促進電影產業發展。另，華山園區ROT案2014年計有13家文創業者進駐，產業類別包含設計、流行音樂、創意生活、策覽、出版、時尚設計、工藝產業等，2014年計辦理1,387場活動，吸引323萬人次參與。

2.花蓮園區：定位為「文化藝術產業與觀光結合之實驗場域」，以ROT方式委託民間機構經營，並採分階段開放形式營運中，於2013年進入第二階段營運。2014年計有音樂、設計、工藝、視覺藝術、表演藝術、創意生活產業等逾13家業者及29位藝術家作品進駐展售。2014年計辦理788場次活動，吸引逾70萬人次參與。

3.嘉義園區：定位以「傳統藝術創新」為主軸，結合酒文化產業為基礎，實踐傳統技藝與傳統技術之轉型及創新。2014年因辦理招商作業，於完成招商前先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，2014年計辦理91場活動，吸引逾12萬人次參與。

4.臺南園區：定位為「臺灣創意生活產業發展中心」，已於2013年10月與民間機構簽訂租賃契約，由民間機構進行營運整建及招商作業中，部分空間已開放營運。2014年度計辦理35場活動，吸引4.6萬人次參與。

5.臺中園區：定位為「台灣建築・設計與藝術展演中心」，目前由文化部文化資產局經營管理，已完成修繕建築物共27棟，預計2016年可完成全區建築整修及內裝工程開放使用。2014年已完成4棟館舍出租民間經營管理。園區每年辦理A+創意季及春節元宵廟會活動等，並補助個人及團體運用展館辦理相關藝文活動；2014年9月啟動對外招募文創工作者進駐園區；2014年共計辦理528場展覽、表演、研討會、講座等活動，吸引80萬人次參與。

（六）跨界整合及加值運用

1.鼓勵一源多用與促成跨界跨業整合

本年度分「原創加值」及「跨界創新」2組進行補助，計核定補助17案，協助業者開發185項文創商品，於55個通路銷售，參加17場次以上國內外大型展會。

2.推動文化內容開放與加值應用

建置「文創咖啡廳」媒合平臺，該平臺於2013年8月1日上線啟用，網站瀏覽人次約46萬人、總會員數達7,390人，並於平臺上共募得717件創意提案。另2014年辦理2梯次「文創之星創意加值競賽」活動，並配合競賽活動辦理成果發表與媒合會，2梯次共選出44件優秀提案，進行後續資金與跨界合作之洽談，總計媒合成功318件，媒合項目包括創投資金、優惠貸款、國發基金天使計畫等補助、轉介群眾募資平臺、其他通路及開發合作、競賽得獎等。

3.協助文創智財權保護與應用

策辦「2014年文創產業智財權保護及加值應用工作營」，協助文創業者瞭解智財權保護及授權應用，完成11梯次，參與學員逾300人次，另提供智財權諮詢輔導5案。

4.主體工藝文化美學建構

以工藝為主體，聯合設計、科技、傳統產業等領域，由中央與地方機關單位合作策辦「遊木民族—小木器創作巡迴展」（工藝中心2013／11／27～2014／4／12、屏東市公所美術館2014／4／19～2014／5／18）、「鍊金術—當代金工複合媒材創作藝術巡迴展」（工藝中心2014／5／1～2014／10／5、苗栗分館

2014／11／6～2015／3／1）以及「織路染旅—臺灣當代纖維藝術展」（2014／10／2～2015／3／15）三檔主題展覽，累計參觀人數計約152,580人，共計出版發行三類主題展覽專輯計3,000冊，期間辦理教育推廣與導覽培訓活動計52場次，參與人數計約9,842人次。媒體、報導及宣傳露出計113則以上，拓展工藝新視野，創造工藝加值效益。

5.國美館應用與跨域計畫

完成當代藝術資產衍生商品開發案、博物館衍生商品開發案、青年藝術家作品購藏計畫、藏品數位化內容建置作業等相關業務。執行典藏之美及藝術品典藏管理資訊系統功能擴充案，以及國美館形象吉祥物設計徵件比賽。另辦理2014臺灣美術雙年展、科藝展演等活動，以及完成數位藝術發展資源平臺整合與維運。

6.臺灣史前文化國寶及品牌旗艦計畫

將史前館的館藏國寶「人獸形玉玦」插畫化，化身為文物小精靈。利用插畫，將文物明星化，在營造記憶點以及轉化成文創產品，推介至親子與青少年觀眾上，扮演重要的角色。插畫與印花，為此次文創品研發的設計策略，印花設計可應用於各種產品、開發市場普及度高、授權量產可行性高的文創品。完成15系列文創產品，共計95件品項，36款印花設計。另辦理特展一場，行銷文創品及其文化意涵。

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：



《雨後騎陽》獲文化部首屆「高畫質電視節目旗艦型連續劇類」之補助（臺灣電視事業股份有限公司圖片提供）

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，共計補助6案，且已全數完成結案核銷作業，培訓時數計760小時，共計培訓逾170人次，課程類型包含「編劇人才」、「幕後專業人才」及「演員」3類。

2.輔導業者參加「北美國際電視節展」、「香港國際影視展」、「法國坎城電視節MIPTV」、「釜山國際電視節」、「越南國際電影及電視技術展」、「上海電視節」、「中國國際影視節目展」、「東京國際電視展」及「新加坡亞洲電視節」等9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8,890小時。

3.「補助製作高畫質電視節目徵選案」共計輔導「哇！陳怡君」、「紫色大稻埕」、「女王的密室」等50件節目，總補助金額為新臺幣3億5,395萬元，補助節目類型包含旗艦型連續劇、一般型連續劇、電視電影、紀錄片及綜藝節目及兒童少年節目等。

4.委託三立電視股份有限公司辦理「高階電視影像專業人才培訓」及聲色盒子有限公司辦理「電視音效後製專業人才培訓」。前者邀請多位國際級專業師資，包含影集「六人行」導演Roger S. Christiansen、日劇「半澤直樹」製作人貴島誠一郎、魏德聖導演、蕭青陽老師等，分享國際影視製作經驗及最新技術，提升培訓學員影像美學素養與思維；後者為國內首度辦理之影視5.1聲音製作培訓，由我國知名音效師杜篤之及郭禮杞等擔任講座講師，並邀請杜比公司來臺講授國際趨勢，提升我國音效從業人員專業能力與觀念。總培訓時數逾190小時，培訓人數25人。

5.「電視節目劇本創作獎」賡續以兩階段方式徵件，第一階段徵得246件作品，創歷年新高，評選後授與入圍獎金者計40件，其中38件作品參與第二階段徵件，共10件作品獲獎，獎金總額新臺幣500萬元。

6.2014年第49屆廣播、電視金鐘獎頒獎典禮分別舉行，廣播金鐘獎共設有28個獎項，總計有870件作品報名參賽，共計131件作品入圍、27件作品獲獎；2014年第49屆電視金鐘獎共設有36個獎項，總計超過1,600件作品報名參賽，共計168件作品入圍、34件作品獲獎，並頒發特別貢獻獎2名。

7.「2014臺北電視節」主題為「拓展原創內容，強化產業核心」，活動內容包含「國際電視數位內容展」、「影視基地宣傳展示」、「華文出版媒合專區」及「國際影視產業論壇」等四大主軸。國內外共計114家公司參展，參觀總人數超過7,300人次，並依業者結案資料統計，現場版權交易時數逾2,600小時。

8.金視獎頒獎典禮於2014年8月8日假臺大醫院國際會議中心舉行，計有55家業者共366件作品報名角逐16個獎項，並頒發245萬元獎金。

（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2014年度優良電影劇本徵選，報名件數為386件（其中原創劇本372件，改編劇本為14件），較2013年的367件，增加了19件。

2.辦理第36屆金穗獎計有214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35屆的210件有所增加。於2014年3月21日至5月11日期間，辦理第36屆金穗獎入圍影展暨第5屆電影短片輔導金交替影展、全國巡迴影展，總計展映影片59部，吸引逾2萬人參與。



文化部國產電影片劇本開發之補助《大稻埕》（青睞影視製作有限公司圖片提供）

3.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，特別於德國柏林電影市場展、坎城電影市場展、韓國釜山電影市場展、美國電影市場展等4大電影市場展中租設「臺灣電影館」攤位，編印文宣品、刊登國際廣告、辦理記者會及臺灣之夜酒會等活動，協助業者建立通路、開創商機，增加國片市場展的能見度，以利國際市場行銷。

4.輔導86部國片參加國際影展，補助56人次參加國際影展，共計獲得16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》榮獲美國國家影評人協會「尚未在美發行電影獎」，使臺灣電影之國際知名度有所提升。

（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（獎勵保存）、傳播天音計畫（研發推廣）、飛騰萬里計畫（海外行銷）等相應的四大計畫。

重要執行成果包括：（2014年）

1.網羅明珠計畫（人才培育）

（1）「硬地音樂錄製暨行銷推廣案」，核定補助「錄製類」共計30組樂團；「行銷推廣類」共計9件獲補助。

（2）流行音樂人才培訓：（A）「流行音樂優才育成補助案」，共計補助「海外研習」3件與「開設課程」5件，合計輔助8件。（B）首次辦理「流行音樂燈光及音響音控人才職能基準建置案」，透過業界諮詢會議凝聚產業各方共識，完成建置「流行音樂燈光專業人員」與「流行音樂音響專業人員」兩項職能基準，以及職能基準課程藍圖。

（3）舉辦臺灣原創流行音樂大獎：計有273件作品參賽，入圍作品共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「音樂演出分享會」；此外，亦將3個語組首獎得主之作品製成MV，透過三立電視臺、MTV音樂臺播出。

（4）「旗艦型流行音樂製作與整合行銷產業促進計畫」轉型為「流行音樂產業輔導促進計畫」，經評選後共計8家業者獲得補助。

2.深耕夢土計畫（獎勵及保存）

（1）辦理第五屆金音創作獎：共有1,610件作品報名，角逐19個獎項，經評選共有102件作品入圍，1名評審團獎、1名傑出貢獻獎。頒獎典禮假新莊體育館舉行，首度整合有線電視、MOD數位臺、廣播及網路四大系統進行直播。

（2）舉辦第25屆流行音樂金曲獎：計有398張專輯，11,982件作品參賽，經評選共有123件作品入圍，共頒發24個獎項與1項特別貢獻獎。頒獎典禮平均收視5.98，有效收視6.32雙居全國第一，總收



文化部「103年度演藝團隊分級獎助計畫」獲補助團隊，榮興客家採茶劇團之客家大戲《金孫緣》
（榮興客家採茶劇團圖片提供）

視人口逾500萬人。國內外媒體主動爭取播出，包括：新加坡StarHub、馬來西亞Astro、中國大陸最大網路平臺騰訊、法國I-CONCERTS、香港TVB與鳳凰衛視、日本樂天網站VIKI，估計全球收視人口達數億。

（3）首度擴大辦理「金曲國際音樂節」系列活動，包括4場大師講堂、1場金曲周杰倫音樂講堂、10場國際論壇、2場創投座談會、商展交易中心、2場音樂工作坊，6場金曲@Live House售票演唱會、金曲25週年紀念特展及15場「金曲之星前進校園」等系列活動，逾8萬人次參與。

3.傳播天音計畫（研發及推廣）

（1）辦理「流行音樂跨界合作暨商務模式產業創新」補助案，共核定補助6家公司，帶動相對投資額估計逾9,000萬元。

（2）首次將硬地音樂錄製行銷推廣活動與硬地音樂校園巡演活動整併，辦理「2014臺灣樂團潮」系列活動，計辦理10場次校園巡迴演出、8場次巡迴講座、2場小型巡演、1場加場座談、2場次「成果發表會」、1場「合輯發表演唱會」，該合輯已於12月分別於KKBOX及Spotify發行「樂團潮線上合輯」，總參與人數近2萬人次。

（3）辦理「2014年度硬地音樂錄製補助案」，計補助30組樂團錄製專輯。

4.飛騰萬里計畫（海外行銷）

（1）推薦知名歌手及樂團參與7項國際大型音樂節，包括法國坎城MIDEM國際唱片展、英國Glastonbury音樂節、加拿大CMW音樂節、日本Summer Sonic夏日音速音樂節、新加坡Music Matters Festival、美國紐約CMJ音樂節與印尼Java Sounds Fair Festival音樂節。

（2）辦理流行音樂海外行銷暨跨國合作補助案，2014年度共補助24件，包括第1、2類「應邀赴海外表演及演講」第1期11件、第2期9件與第3類「跨國合作案」4件。



臺灣氣球博物館民眾體驗活動（臺灣氣球博物館提供）

第二篇

臺灣文創產業發展現況趨勢

第一章、個別產業發展現況趨勢

第二章、六都文創產業發展政策分析

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，多數循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2014年的發展樣貌。



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、廣告產業
八、流行音樂及文化內容產業
九、出版產業
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

視覺藝術產業

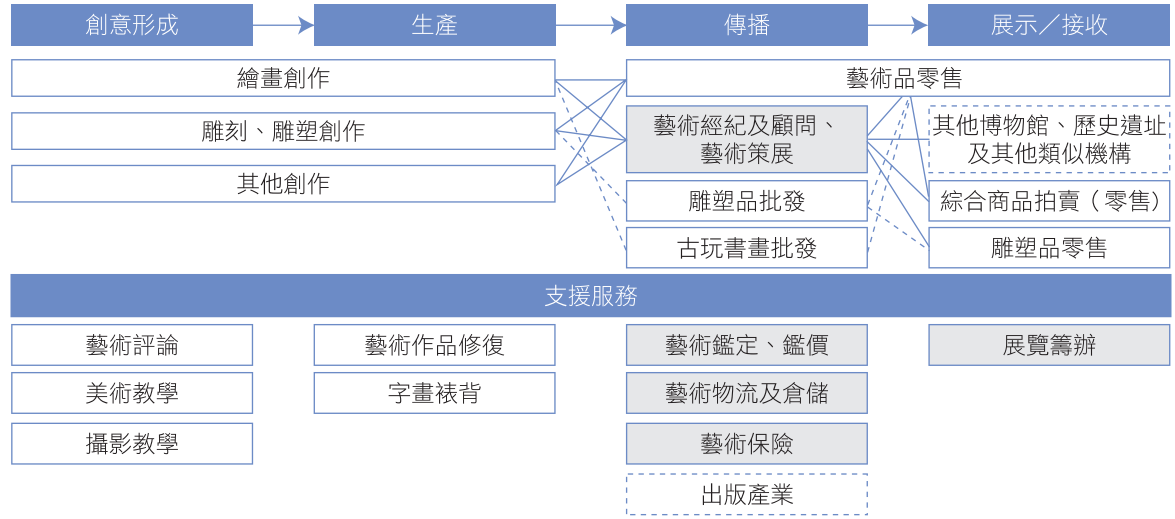
一、產業鏈及產業範疇

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、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；周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。傳播端的次行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、藝術品零售（藝廊）；周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／接收端則包括藝術品零售（藝廊）、雕塑品零售、藝術品拍賣業、其他博物館、歷史遺址及其他類似機構等；周邊支援服務則有展覽籌辦（藝術博覽會籌辦）。

產業鏈之中，藝術品零售業（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，代理推廣藝術家，而同時也是視覺藝術產業之初級市場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，2015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及零售、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十三項行業。

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.不包括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	藝術品零售	包括藝廊、畫廊、藝術中心等零售專賣店之藝術品零售或經紀
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：本年報所列之4853—11藝術品零售，原先於2014年年報中，該行業代碼名稱為古玩書畫零售。

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，2015年11月。

二、產業數據分析

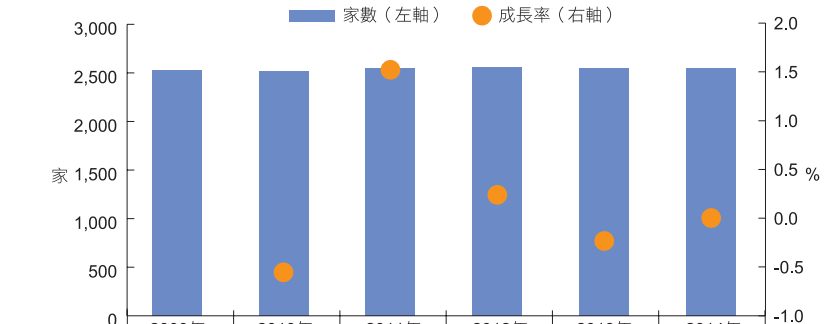
視覺藝術為文化創意產業的核心創意來源之一，具有收藏性的特點，因此衍生出藝術品修復、倉儲、運輸、包裝等相關周邊服務，而展示及交易的功能，亦須透過鑑價制度、經紀代理等核心業務讓作品能夠在市場上交易流通，產生經濟活動。

就目前視覺藝術產業的廠商家數及營業額觀察，自2009年至2014年廠商家數變動大抵呈現微幅增加情況，2009年為2,514家，2014年則為2,538家。在營業額表現方面，在2008～2009年遭遇金融海嘯之後，視覺藝術產業營業額呈現持續成長之趨勢；整體產業之營業額自2009年約新臺幣37億元成長至2014年約新臺幣66億元。平均每家廠商營業額也由2009年的新臺幣148.9萬元成長至2014年的新臺幣262.0萬元。

臺灣文創產業發展現況趨勢

圖2—2　2009～2014年視覺藝術產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



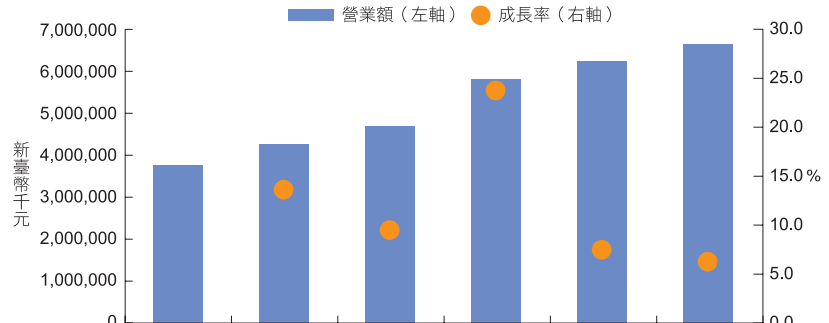
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	2,514	2,500	2,538	2,544	2,538	2,538
成長率（右軸）		-0.56%	1.52%	0.24%	-0.24%	0.00%

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，2015年11月。

圖2—3　2009～2014年視覺藝術產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	3,744,310	4,262,659	4,677,060	5,797,775	6,243,835	6,649,122
成長率（右軸）		13.84%	9.72%	23.96%	7.69%	6.49%

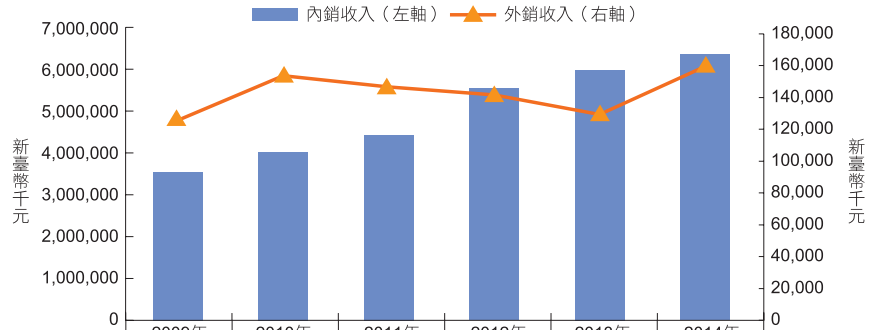
註：本年報之廠商營業額係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

在內、外銷表現方面，視覺藝術產業仍以內銷為主，2014年內銷收入約新臺幣65億元，占總營業額約97.60%；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，2010～2013年呈現下滑，而2014年則呈現成長。

圖2—4　2009～2014年視覺藝術產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	3,618,736	4,109,117	4,530,472	5,656,210	6,114,601	6,489,735
外銷收入（右軸）	125,574	153,541	146,588	141,564	129,234	159,387

註：本年報之廠商內外銷金額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，2015年11月。

視覺藝術產業各次產業的2014年營業額表現，除了古玩書畫批發、藝術品零售、雕刻、雕塑創作等呈現營收衰退之外，其餘次產業的營業額皆為成長。各次產業於2009～2014年營業額表現，除了古玩書畫批發之外，其餘次產業皆與整體產業相同而呈現持續成長趨勢。

表2—2　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
古玩書畫批發	營業額	139,389	106,744	121,565	120,166	146,420	136,751
	成長率	–	-23.42%	13.88%	-1.15%	21.85%	-6.60%
雕塑品批發	營業額	247,367	351,292	377,797	370,439	426,472	445,794
	成長率	–	42.01%	7.54%	-1.95%	15.13%	4.53%
綜合商品拍賣（零售）	營業額	16,832	17,474	18,113	20,137	42,601	122,506
	成長率	–	3.81%	3.66%	11.17%	111.55%	187.57%
雕塑品零售	營業額	1,344,086	1,386,353	1,507,206	1,495,755	1,444,146	1,497,730
	成長率	–	3.14%	8.72%	-0.76%	-3.45%	3.71%
藝術品零售	營業額	1,399,320	1,749,900	1,870,561	2,907,809	3,236,844	2,917,531
	成長率	–	25.05%	6.90%	55.45%	11.32%	-9.86%
美術教學	營業額	1,087	1,576	1,691	2,341	3,563	9,285
	成長率	–	45.01%	7.29%	38.41%	52.22%	160.59%
攝影教學	營業額	353	2,892	538	947	1,031	1,214
	成長率	–	720.26%	-81.39%	75.88%	8.93%	17.70%
繪畫創作	營業額	14,044	27,436	18,760	23,365	39,366	42,623
	成長率	–	95.35%	-31.62%	24.55%	68.48%	8.27%
雕刻、雕塑創作	營業額	1,851	1,957	2,789	3,946	32,105	28,774
	成長率	–	5.74%	42.48%	41.51%	713.61%	-10.37%
藝術作品修復	營業額	–	–	–	–	1,749	5,846
	成長率	–	–	–	–	–	234.18%
藝術評論	營業額	47,049	55,773	65,273	69,163	268,296	490,277
	成長率	–	18.54%	17.03%	5.96%	287.92%	82.74%
其他創作	營業額	223,088	247,608	361,397	441,789	268,815	615,875
	成長率	–	10.99%	45.96%	22.24%	-39.15%	129.11%
字畫裱背	營業額	309,843	313,653	331,370	341,918	332,427	334,917
	成長率	–	1.23%	5.65%	3.18%	-2.78%	0.75%

註：1.本年報之次產業營業額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次流通市場，其2014年營業額僅新臺幣12,250.6萬元，與拍賣業實際成交金額相差甚多，而藝術評論之營業額則有偏高現象。

3.公共藝術多由藝術創作者工作室承攬，故相關營業額係反應在創意形成及生產端之次產業，如繪畫創作、雕刻、雕塑創作、其他創作。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015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臺北國際藝術博覽會」為例，2014年申請參展家數較2013年增加，而最後申請參展通過率卻由76.3%降為71.4%，一方面顯示臺北國際藝術博覽會對於藝廊經營的重要性，另一方面也顯示臺北國際藝術博覽會所提供的參展名額是需求大於供給。除此之外，2014年實際參展藝廊家數雖然較2013年些微減少，但參觀人次則呈現增加；依主辦單位所公布的成交金額預估，平均每家參展藝廊的成交金額有所成長。

表2—3　2013～2014年臺北國際藝術博覽會相關資訊

（單位：萬人、新臺幣億元、家）

	2013年	2014年
參觀人次	3.5萬人	4.5萬人
成交金額	近11億元	逾11億元
實際參展藝廊家數	148家	145家
申請參展藝廊家數	194家	203家
申請參展通過率	76.3%	71.4%

資料來源：「Art Taipei臺北國際藝術博覽會」歷年官方網站、中華民國畫廊協會，本年報整理。

視覺藝術產業的通路平臺除了藝廊以外，拍賣廠商為視覺藝術作品的二次流通市場；國內拍賣市場以景薰樓、中誠國際、羅芙奧、金仕發等四大拍賣行為主，市場成交規模較大，因此可以四大拍賣行之成交金額表現作為觀察市場動向之指標。以四大拍賣行2013年及2014年的拍賣情況來看，不論春拍或秋拍，2014年的總委託拍賣件數及成交件數皆較2013年成長，不過因總委託拍賣件數增加較多，因此成交率略有下滑；總成交金額則因拍賣會場次數及成交件數增加而有所成長，2014年四大拍賣行合計成交金額約新臺幣24.21億元，較2013年的新臺幣19.28億元成長25.6%。不過，若以四大拍賣行整體平均每件成交金額來看，2014年與2013年相比，春拍的平均每件成交價格略微下滑，但秋拍的平均每件成交價格則呈現上升。

表2—4　2013～2014年臺灣主要拍賣行成交率及成交金額

（單位：百分比、新臺幣億元）

		景薰樓	中誠國際	羅芙奧	金仕發	合計
2013春季拍賣會	拍賣會場次數	1	1	1	1	4
	拍賣／成交件數	186/154	200/165	152/135	157/126	695/580
	件數成交率（%）	83	82.91	88.82	80.25	83.45
	成交金額（新臺幣億元）	1.53	1.43	4.19	0.95	10.2
2013秋季拍賣會	拍賣會場次數	2	1	1	1	5
	拍賣／成交件數	452/287	206/165	189/162	166/117	1,013/731
	件數成交率（%）	63.49	80.1	85.71	70.56	72.16
	成交金額（新臺幣億元）	1.87	1.63	4.93	0.65	9.08
2014春季拍賣會	拍賣會場次數	2	1	1	1	5
	拍賣／成交件數	469/302	178/147	196/171	159/117	1,002/737
	件數成交率（%）	64.39	82.85	87.24	73.58	73.55
	成交金額（新臺幣億元）	2.62	2.2	5.91	1.08	11.81
2014秋季拍賣會	拍賣會場次數	3	1	1	1	6
	拍賣／成交件數	582/271	216/165	236/190	178/129	1,212/755
	件數成交率（%）	46.56	80.1	80.51	72.47	62.29
	成交金額（新臺幣億元）	2.85	1.7	6.77	1.08	12.4

註：2014年是景薰樓拍賣公司成立二十週年，秋季拍賣擴大舉行，同時也是中國書畫部正式成立後的首拍；秋拍共推出藝林集萃—渡臺名家書畫與臺灣文獻風華、二十世紀華人現當代藝術、中國古董珍玩等三個專場。

資料來源：各拍賣廠商官方網站，本年報整理，2015年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

整體而言，2014年國內藝術市場表現維持自2008～2009年金融海嘯以來的持續成長趨勢，此一趨勢與全球藝術市場表現一致。不過儘管整體產業呈成長趨勢，但營收占整體產業比重約44%的藝術品零售業

（包括藝廊、藝術中心等藝術品零售或經紀），其2014年的報稅營業額較2013年略微下滑，從此一報稅營業額表現，可觀察出一級市場可能存在成長力道不足的隱憂。但對照前述2014年臺北國際藝術博覽會的實績，平均每家參展藝廊的成交金額有所成長。據業內人士觀察，2014年一級市場的整體營業額雖呈現下滑，但部分廠商仍有不錯表現，綜合研判整體廠商營業額表現有趨於兩極化情況。

（二）發展趨勢

1.當代藝術市場成長快速

當代藝術領域的拍賣成交金額目前雖然占整體藝術市場的比重仍低（15%），但全球當代藝術市場近幾年成長卻非常快速。根據Artprice《2014年當代藝術市場報告》（Contemporary Art Market 2014）指出，2013／2014年全球當代藝術拍賣市場總成交金額較2009／2010年成長近一倍。Artprice《2014年藝術市場報告》（The Art Market in 2014），2014年歐美國家的當代藝術拍賣市場成交金額達12億美元，較十年前大幅增加10億美元；成交價格達100萬美元以上的當代藝術作品，其平均成交價格較十年前成長了55.8%。而臺灣的當代藝術市場表現亦相當亮眼；依Artprice統計，2013年7月～2014年7月臺灣當代藝術的總拍賣成交金額約新臺幣3.38億元，在全球當代藝術市場排名中位居第6，僅次於中國大陸、美國、英國、法國、德國。

2.亞洲藝術市場的競爭與合作趨勢

過去二十年來，藝術品博覽會成為藝術家、藝術經紀、畫廊共同向收藏家或買家直接銷售作品的重要平臺。根據TEFAF統計，全球一年約有近200場的藝博會舉辦，藝術經紀業者一年營收中有超過30%是在藝博會中創造出來的。而根據文化部2014年視覺藝術產業趨勢研究，我國畫廊於藝術博覽會所創造的營業額，也大約占其整體營業額將近30%～40%，由此可見藝術博覽會的舉辦對於一級市場的重要性。近年亞洲藝術市場成長相當強勁，例如香港、上海、新加坡等亞洲城市皆競相舉辦藝博會，在此趨勢之下，亞洲各國在爭取國際收藏家到訪時，往往面臨較大的競爭壓力。如何形成良性的競爭及合作關係，實為亞洲藝術市場的重要發展課題之一。2014年由臺灣、日本、韓國、中國大陸、香港、新加坡、印尼、澳洲等亞太地區八個畫廊協會共同組成了亞太畫廊協會聯盟（Asia-Pacific Art Gallery Alliance，APAGA），即希望整合彼此資源，共同推動亞洲藝術市場的發展，以因應歐美視覺藝術產業近幾年積極開拓亞洲藝術市場的競爭挑戰。

3.網路交易市場蓬勃發展

在網路及數位科技發展趨勢下，電子商務市場藝術品在傳統的交易管道之外，例如藝廊、藝術博覽會、拍賣會等，增加了更多元的行銷契機。不過，電子商務所產生的「去中介化」影響，卻可能威脅藝廊、藝術博覽會、拍賣會等傳統實體通路的經營及發展；對此，視覺藝術產業近年也開始被動或主動地結合網路數位科技，將經營觸角伸向電子商務領域。2013年網路書店龍頭Amazon與全美超過150家藝廊及藝術經紀公司合作，建立Amazon Art的藝術品交易網站；同年，網路搜尋Google也推動了Google Art 計劃，設立線上藝廊Open Gallery，提供藝術家、藝廊、美術館舉辦藝術品線上展覽的新管道；不過截至目前為止，藝術電子商務雖然是一個趨勢，但尚未發展出成功的商業模式，即使是目前最熱門的Artsy都還處於虧損狀態。除了初級市場開始與電子商務結合之外，近幾年國際拍賣公司也積極透過線上交易開拓新客源，使得線上拍賣市場也呈現快速發展。國際拍賣公司蘇富比除了擁有自家的線上拍賣之外，2014年更宣布與電商龍頭eBay合作，在eBay上設立虛擬拍賣行，為蘇富比開闢廣大的中產階級新客源。而另一家競爭對手國際拍賣公司佳士得的網路佈局更早，2011年即開始進行線上專拍，2014年線上拍賣共舉辦78場，成交總額達2,140萬英鎊，較2013年成長54%。

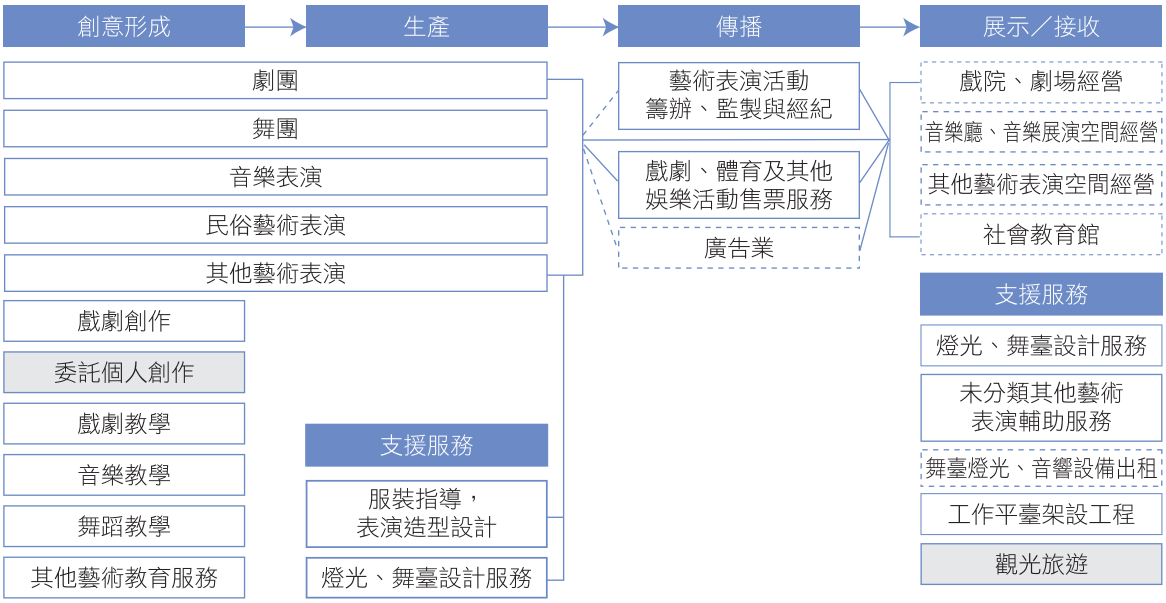
音樂及表演藝術產業

一、產業鏈及產業範疇

音樂及表演藝術產業主要是指從事流行音樂以外之音樂、戲劇、傳統戲曲、舞蹈之創作、訓練、表演等相關業務、表演藝術軟硬體（舞臺、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。而根據表演型態其大致可分為音樂、現代戲劇、傳統戲曲、舞蹈等四大創作與表演類型。若就產業的概念來看，則是以圍繞這四大表演類型所衍生的相關周邊服務等經濟活動。

從產業鏈角度來看，可以分成生產、傳播通路、展示／接收端等三個構面所組成。包含上游之創意形成教學、創作以及部份由表演藝術團體自行委託個人工作室執行表演內容設計與創作；中游生產端的樂團、劇團、各類型表演團體也肩負創意形成的角色（即樂團、劇團等跨足上游、中游端），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；中下游的傳播通路端則是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業；中下游的展示／接收端包括相關室內及戶外展演設施的經營行業，亦包括燈光、舞臺設備批發出租，工作平臺搭設、以及觀光旅遊等業者提供支援服務。

圖2—5　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，2015年11月。

依據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包括「工作平臺架設工程」、「戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務」、「戲劇教學」、「音樂教學」、「舞蹈教學」、「其他藝術教育服務」、「戲劇創作」、「劇團」、「舞團」、「音樂表演」、「民俗藝術表演」、「其他藝術表演」、「藝術表演活動籌辦、監製與經紀」、「服裝指導、表演造型設計」、「燈光、舞臺設計服務」、「未分類其他藝術表演輔助服務」等十六項行業，行業代碼及定義如下列所示：

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	工作平臺架設工程	包括非供興建、改建、修繕等營造目的使用之架設工程，如臨時舞臺架設、戲臺竹棚架設等工程
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	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	1.包括樂團、交響樂團、歌詠團、歌唱表演、音樂演奏等 2.不包括具有大眾普遍接受及具流行性質之音樂演唱及演奏，應歸入9020—16「流行音樂表演」
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、監製與經紀	包括節目安排等，但不包括從事流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀，其應歸入9039—14「流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀」
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、舞臺設計服務	包括燈光指導、舞臺設計及搭建、劇場設計等
9039—99	未分類其他藝術表演輔助服務	包括表演動物訓練等

註：音樂及表演藝術產業，演出者如為個人，相關收入不計入本年度營業額統計範圍。
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第七次修訂），本年報整理，2015年11月。

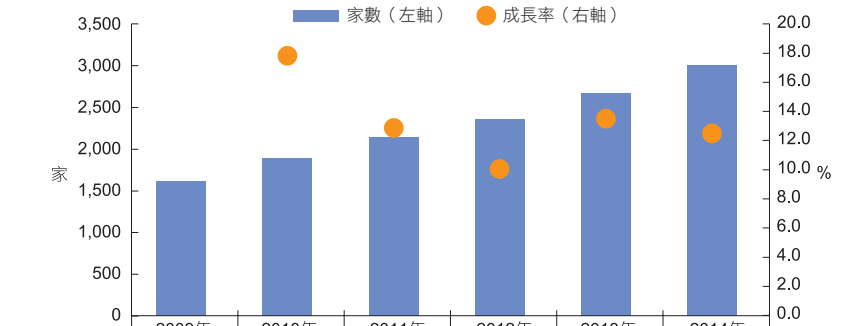
二、產業數據分析

近六年整體音樂及表演藝術產業的廠商家數皆維持兩位數的成長率，自2009年的1,607家增加至2014年的3,005家，占整體文化創意產業總廠商家數的5.34%。

在營業額表現方面，近六年呈現逐年穩定成長的趨勢，但相較2012年以及2013年營業額呈兩位數成長，2014年的成長率只有7.83%，整體產業營業額成長幅度減少，顯示2014年整體營業額表現未隨著廠商家數大幅成長而成長。觀察各產業數據，主要是由於「音樂表演」營業額衰退影響所致。

圖2—6　2009～2014年音樂及表演藝術產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	1,607	1,895	2,139	2,353	2,671	3,005
成長率（右軸）		17.92%	12.88%	10.00%	13.51%	12.50%

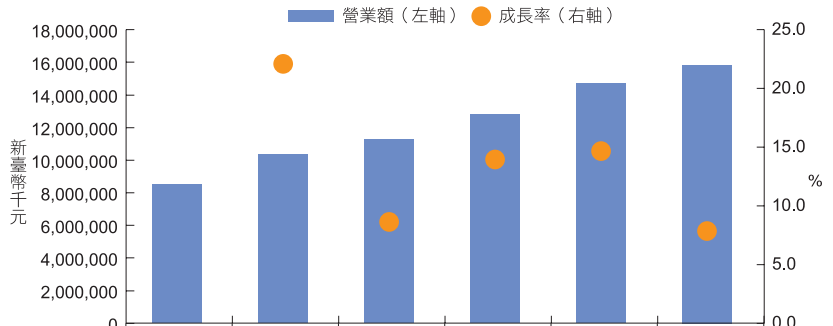
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.音樂及表演藝術產業，演出者如為個人，相關收入不計入本年度營業額統計範圍。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

圖2—7　2009～2014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）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	8,491,078	10,365,385	11,257,448	12,825,424	14,703,424	15,854,748
成長率（右軸）		22.07%	8.61%	13.93%	14.64%	7.83%

註：1.本年報之營業額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。

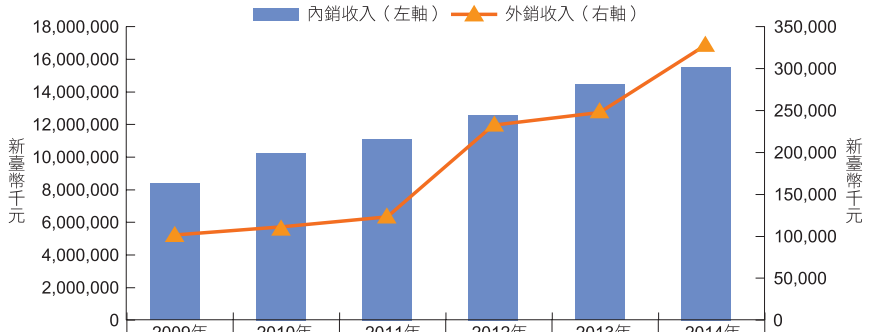
2.音樂及表演藝術產業，演出者如為個人，相關收入不計入本年度營業額統計範圍。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

在內外銷的表現方面，整體音樂及表演藝術產業的營業額部分仍以內需市場為主，2014年內銷金額占其整體產業營業額的97.93%，近六年的內銷金額呈現穩定成長，至2014年達到新臺幣155億元；外銷表現方面，自2011年起出現較大的成長幅度與趨勢，2014年成長率達到32.48%，上升到新臺幣3.28億元，主要是因為音樂表演與其他藝術表演之外銷收入大幅上升，影響整體產業外銷收入表現。

圖2—8　2009～2014年音樂及表演藝術產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	8,389,518	10,254,185	11,134,357	12,592,791	14,455,595	15,526,433
外銷收入（右軸）	101,561	111,200	123,092	232,633	247,829	328,315

註：1.本年報之內外銷金額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.音樂及表演藝術產業，演出者如為個人，相關收入不計入本年度營業額統計範圍。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

2014年音樂及表演藝術產業中各次產業的表現部分，戲劇教學、劇團、音樂表演等三項次產業呈現營業額衰退，其餘仍以藝術表演活動籌辦、監製與經紀的營業額成長最為明顯，其次為燈光、舞臺設計服務。藝術表演活動籌辦、監製與經紀產業雖為成長趨勢，但其服務範圍除國內表演團體外，尚包含流行音樂、國際表演團隊等，因此其營收雖大幅成長，但對國內表演團體的貢獻有限。

2014年劇團的營業額呈現下降，因為部分劇團近年開始以中國大陸巡演為主，另根據主要演出場館業者表示，2014年親子類型表演節目票房有所下滑。由兩廳院售票系統資料顯示，2014年整體親子類型節目平均每場售票金額與平均票價皆較2013年下滑。另外，自2014年5月新舞臺暫時停止演出，對於表演團體在安排演出場所上有所影響。

近六年音樂表演產業呈現衰退趨勢，其可能原因為近年許多國際知名樂團來台演出，有助於吸引潛在觀眾進入音樂廳欣賞演出，但其行銷策略與高票價定位，雖有助票房收入，但在民眾所得資源限制下，勢必會排擠到國內團體的票房。

表2—6　2009～2014年音樂及表演藝術之次產業營業額

（單位：新臺幣千元、百分比）

次產業		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
工作平臺架設工程	營業額	505,437	612,515	800,448	1,001,421	1,112,910	1,234,096
	成長率	–	21.19%	30.68%	25.11%	11.13%	10.89%
戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務	營業額	23,369	23,282	24,149	26,030	40,103	57,375
	成長率	–	-0.37%	3.72%	7.79%	54.06%	43.07%
戲劇教學	營業額	0	0.009	2,161	2,703	5,923	5,257
	成長率		–	24008144344.44%	25.09%	119.12%	-11.23%
音樂教學	營業額	8,596	37,329	124,249	179,501	188,198	277,122
	成長率		334.24%	232.85%	44.47%	4.84%	47.25%
舞蹈教學	營業額	12,319	25,495	35,714	25,409	32,714	40,924
	成長率		106.97%	40.08%	-28.86%	28.75%	25.10%
其他藝術教育服務	營業額	29,109	115,937	164,107	198,974	215,879	254,201
	成長率		298.28%	41.55%	21.25%	8.50%	17.75%
戲劇創作	營業額	–	–	–	–	507	3,183
	成長率		–	–	–	–	528.33%
劇團	營業額	636,059	843,834	837,974	924,546	1,089,821	754,130
	成長率		32.67%	-0.69%	10.33%	17.88%	-30.80%
舞團	營業額	42,944	48,018	39,782	43,292	50,369	55,327
	成長率		11.81%	-17.15%	8.82%	16.35%	9.84%
音樂表演	營業額	961,629	940,491	714,403	670,243	821,526	468,732
	成長率		-2.20%	-24.04%	-6.18%	22.57%	-42.94%
民俗藝術表演	營業額	3,304	3,777	4,628	5,079	6,194	8,730
	成長率		14.34%	22.52%	9.75%	21.95%	40.94%
其他藝術表演	營業額	1,798,170	2,110,858	2,533,336	2,591,262	2,659,157	2,877,827
	成長率		17.39%	20.01%	2.29%	2.62%	8.22%
藝術表演活動籌辦、監製與經紀	營業額	3,882,004	4,613,618	4,826,920	5,991,136	7,226,957	8,214,632
	成長率		18.85%	4.62%	24.12%	20.63%	13.67%
服裝指導、表演造型設計	營業額	28,386	29,089	34,260	44,626	58,787	61,818
	成長率		2.48%	17.78%	30.26%	31.73%	5.16%
燈光、舞臺設計服務	營業額	461,535	714,699	934,312	897,058	933,246	1,158,826
	成長率		54.85%	30.73%	-3.99%	4.03%	24.17%
未分類其他藝術表演輔助服務	營業額	98,218	246,444	181,005	224,145	261,134	382,568
	成長率		150.91%	-26.55%	23.83%	16.50%	46.50%

註：1.本年報之次產業營業額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.音樂及表演藝術產業，演出者如為個人，相關收入不計入本年度營業額統計範圍。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

以廠商經營年數來看，在2014年仍是以經營5年以上的廠商家數最多，共1,294家，占整體產業的43.1%，且其營業額更是占整體音樂及表演藝術產業的69.65%，對整體產業產值的貢獻極大。

從資本結構來看，2014年資本額在新臺幣100萬元以下的家數共2,048家，占整體產業的68.15%。然從銷售部分來看，其營業額卻只占整體產業的26%，顯示音樂及表演藝術廠商多以中小企業或微型企業為主，且其獲利能力有限。

以各表演類型來看，傳統藝術表演團體，其主要以民間廟會演出為主，近期各縣市政府主辦的匯演活動也開拓傳統表演藝術團體的演出空間，結合資源，讓藝文演出能走入民眾生活之中，如文化就在巷子裡、庄頭藝穗節等。音樂表演團體部分，近年多位國外歸國演奏家，其演奏成果大受好評；戲劇表演團體部分，近年由於少子化現象，民眾重視孩童藝文素養，各縣市政府開始舉辦兒童藝術節，以及表演團體亦推出親子類型表演節目。

（二）發展趨勢

1.跨界合作，表演形式改變

科技與藝術的合作是近年改變舞臺效果的重要元素，也是表演藝術的發展趨勢。臺灣表演藝術跨界合作大多含有濃厚的劇場元素，透過兩者的結合能讓表演藝術演出呈現截然不同風貌。而歐美各國跨界結合的形式多元，舉凡錄影藝術、互動式設計等，呈現多元角度發展。如稻草人現代舞蹈團「攀・城」或是安娜琪舞蹈劇場「Second Body」，兩個團體藉著將舞蹈結合影像、數位聲音及互動性科技等，將新興科技與舞蹈創作結合呈現出不同風貌的作品。

因此嘗試突破既有的侷限，促進科技與藝術能有更多層面的合作，將是未來發展重要趨勢之一。

2.結合觀光產業

喜愛表演藝術的觀眾可能會為欣賞音樂劇而專程前往紐約百老匯，或前往法國參加亞維儂藝術節；也有許多民眾是跟著旅行社行程安排，到韓國欣賞「亂打秀」，在中國大陸欣賞「印象系列」實境劇等。因此，近年各縣市政府積極推廣表演藝術結合在地觀光特色，如高雄推出與觀光結合之藝文活動「LOVE高雄ING」，結合原民樂舞、客家紙傘及夜市文化，並邀請知名表演團隊演出，藉以開發潛在表演藝術市場群眾。

此外，由交通部觀光局與臺灣好基金會推出「國際光點計畫」，結合木柵一優人神鼓、台東一鐵花村以及池上一四季耕耘等活動，讓國內外旅客能透過體驗相關表演藝術活動，讓更多遊客充份感受臺灣文化藝術之美。

3.異業結合，藝企合作新趨勢

2013年知名百貨業者首度與屏風表演班藝企合作，將劇場搬進百貨公司，並於2014年擴大規模舉辦「百貨表演藝術月」，演出類型涵蓋雜技、小丑默劇、表演工作坊與果陀劇場等劇團合作演出，打造複合式展演空間，以「小劇場」形式推出表演節目，提供表演團體更多表演空間。

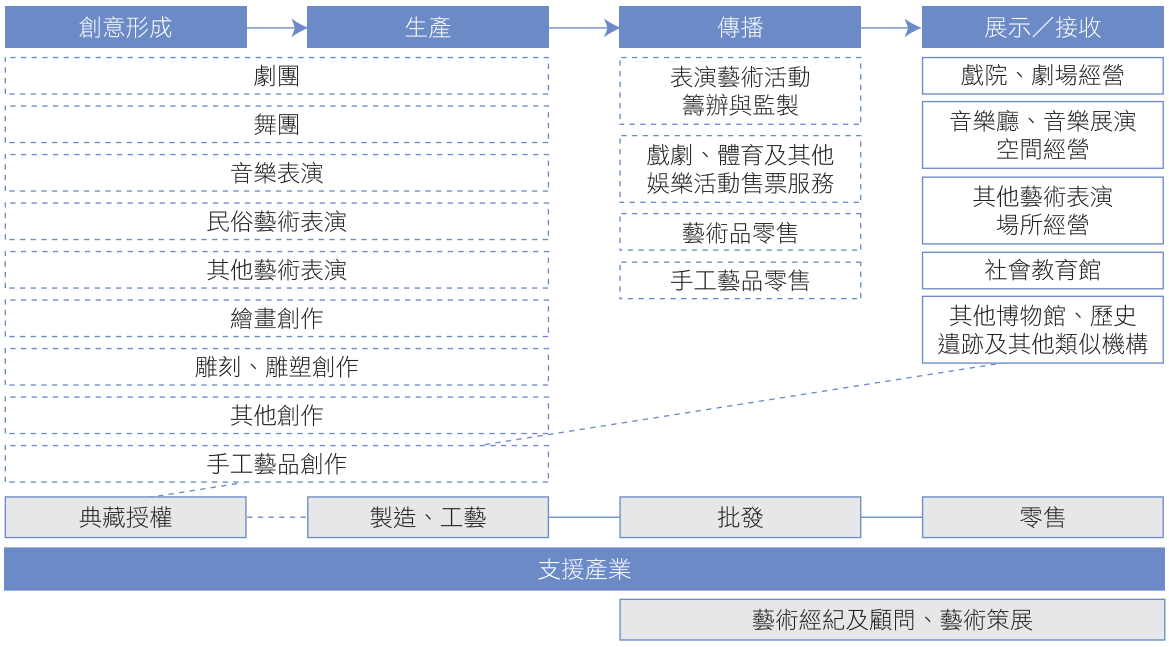
文化資產應用及展演設施產業

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。

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—9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「藝術品、手工藝品零售」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。

圖2—9　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，分別用以表示產業中的主要及次要互動網絡關係。
資料來源：本年報整理，2015年11月。

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	不包括：從事流行音樂展演空間經營，應歸入 9031－13「流行音樂展演空間經營」
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	社會教育館
9103－99	其他博物館、歷史遺址及其他類似機構	包括天文台、博物館、科學館、美術館、紀念館、文化中心、陳列館、蠟像館、展示藝廊等

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，2015年11月。

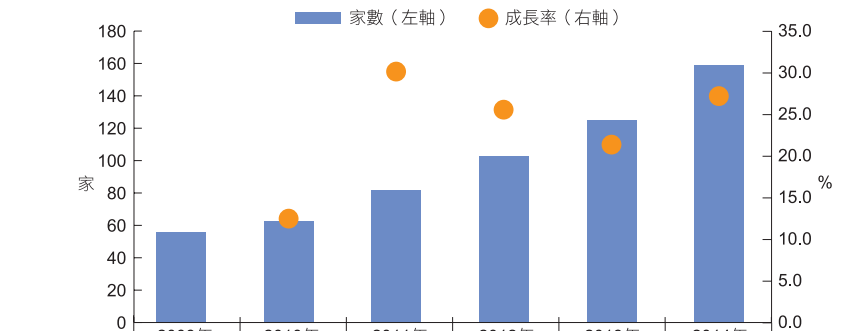
「劇院、劇場經營」、「音樂廳、音樂展演空間經營」及「其他藝術表演場所經營」三項次產業，均有業者將產業鏈垂直整合，自行企劃表演節目、販賣版權、劇本、音樂創作、戲劇、音樂製作、傳播發行以及展演之全方位服務，例如：兩廳院；然而其他較為中小型的業者仍多以展演場域的提供為主要項目。「其他博物館、歷史遺址及其他類似機構」，包括天文台、博物館、科學館、美術館、紀念館、文化中心、陳列館、蠟像館、展示藝廊等。在從事保存、維護、陳列、展示（覽）具歷史、文化、藝術或教育價值之文物、古蹟、歷史建築、考古遺址或自然文化景觀的同時，也身兼相關傳播發行及研究性質的工作。除此之外，亦有部分博物館開始從事典藏品授權的業務，以增加博物館收入來源，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報稅廠商家數呈現逐年成長的趨勢，2014年成長至159家，自2009年以來，報稅廠商家數歷年皆呈現二位數成長。在營業額表現方面，文化資產應用及展演設施產業自2011年到2013年之間，營業額呈現衰退變化，而2014年則有所回升，2014年營業額成長率達42.76%。

圖2—10　2009～2014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）



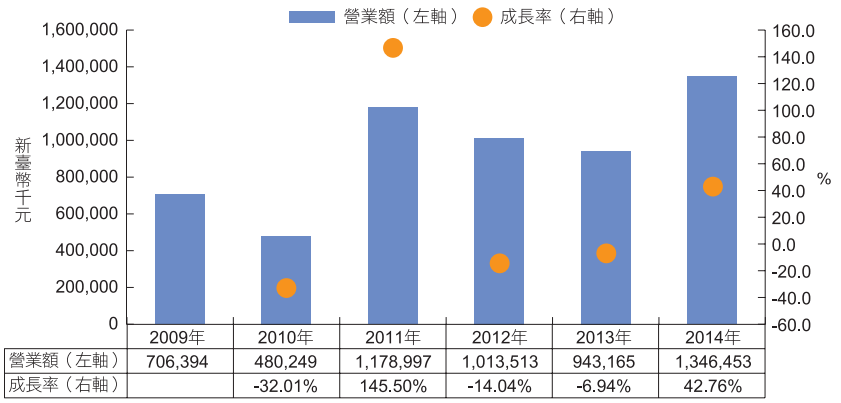
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	56	63	82	103	125	159
成長率（右軸）		12.50%	30.16%	25.61%	21.36%	27.20%

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，2015年11月。

圖2—11　2009～2014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）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	706,394	480,249	1,178,997	1,013,513	943,165	1,346,453
成長率（右軸）		-32.01%	145.50%	-14.04%	-6.94%	42.76%

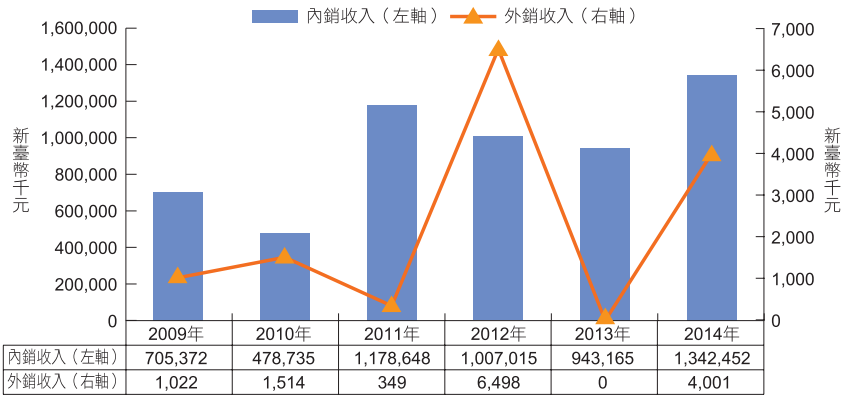
註：本年報之廠商營業額係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

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2009年到2014年，內銷占總營業額之比重皆超過99%，近六年間僅2013年度無外銷收入；而所有外銷收入來源皆來自於「其他表演藝術場所經營」，其可能是因部分表演團體有自行經營場館，而團體與所經營場館的性質非屬戲劇或音樂類型，因此被歸類於其他表演藝術，而此類團體有其自製表演節目的能力，並以場館的名義至國外表演，因而有外銷收入，但整體來看此情況屬極少數。

圖2—12　2009～2014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）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	705,372	478,735	1,178,648	1,007,015	943,165	1,342,452
外銷收入（右軸）	1,022	1,514	349	6,498	0	4,001

註：本年報之廠商內外銷金額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，2015年11月。

文化資產應用及展演設施產業之各次產業的2014年營業額表現，除了劇院、劇場經營呈現營業額衰退之外，其餘次產業的營業額皆為成長。各次產業的近六年營業額表現皆呈現較大起伏情況。劇院、劇場經營2014年營業額較2013年明顯下滑，其係受新舞臺劇場自2014年5月暫時停止演出所影響。

表2—8　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
劇院、劇場經營	營業額	21,600	22,860	18,494	11,013	46,882	18,801
	成長率	–	5.83%	-19.10%	-40.45%	325.68%	-59.90%
音樂廳、音樂展演空間經營	營業額	481,846	193,285	809,634	626,058	470,139	672,864
	成長率	-	-59.89%	318.88%	-22.67%	-24.90%	43.12%
其他藝術表演場所經營	營業額	53,090	84,975	97,170	110,445	137,507	306,303
	成長率	–	60.06%	14.35%	13.66%	24.50%	122.75%
圖書館及檔案保存	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	149,859	179,128	253,698	265,996	288,637	348,485
	成長率	–	19.53%	41.63%	4.85%	8.51%	20.73%

註：1.本年報之次產業營業額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。例如除了兩廳院的音樂廳之外，很少音樂廳僅單純供音樂演出，其設施使用經營仍有供戲劇等表演藝術類型演出。

2.社會教育館多數已改為生活美學館，而現存之社會教育館亦非營利、不需報稅，故自2009年起無營業額資料。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

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）。以展示為主之場館，目前國內有許多私人博物館、美術館或類博物館組織，許多場館定位為非營利之經營主體，而輔以採取部分商業化策略；目前許多私立館舍的營運並不穩定，近年整體私立館舍的經營表現已出現良窳兩極化的情況。

以表演為主的場館為支持表演藝術產業的重要角色，由於表演場館之設立及經營需投入較大資金，因此目前國內私立專業型表演場館並不多，少數由企業基金會或知名表演團體所設立，多數以公立為主。而過去公立表演場館為扶植表演藝術，大多採取低場租策略，而私立表演場館在場租定價上也會因此受到影響，因此場租收入雖然是私立表演場館的主要收入來源，但難以僅依靠此項業務來維持營運，因此許多表演場館會採取一些週邊商品開發、企業廣告贊助等商業策略以增加其收入來源。不過，近年公立場館為求財務自償率提高，開始上調場租費用，此對於自營能力較差的表演團體，將產生較大的經營生存壓力。

綜合類型場館部分，由於所需具備展示及表演設施，園區通常需要較大空間面積，因此較少民間業者投入，而多數係由公部門所創設。近年文創園區之經營亦多數採取委外經營模式。

（二）發展趨勢

1.地方文化館朝專業化、提高營運自主化發展

自1990年代推動社造運動以來，全臺地方文化館數量已有一定規模，目前也成為各地方重要的文化觀光資源；其中部分專業性館舍已具備博物館潛力，而部分館舍雖然尚未具備成為博物館潛力，但其長期在地耕耘，已獲得社區認同。未來在《博物館》實施之後，類型多元的地方文化館將面臨轉型契機，同時，在政府財政日益困難的情況下，地方文化館的永續經營，除兼顧原本的社會公益性目的之外，亦應考量提升自主營運的能力。在此趨勢下，未來地方文化館之間的競爭及合作機制亦將重組及鏈結。

2.異業跨足表演、展示空間經營之藝企合作趨勢

2013年百貨業者與屏風表演班合作，於百貨公司設立表演空間，把定目劇引入百貨公司，開創「頂樓經濟」新模式。其後，國內其他百貨業者也開始積極引入表演藝術並提供相關表演空間，而出現「百貨藝文展演」的新跨業經營型態。2014年百貨業者更加擴大與表演藝術的結合，甚至規劃「百貨戲劇月」的系列活動，打造複合式展演空間。另外，在藝術品實體展示部分，除了商業藝廊、替代空間、美術館等典型通路之外，近年來亦多有藝廊、藝術家與百貨公司合作舉辦展覽的情況。百貨公司結合娛樂休閒、影城、表演廳、藝廊的跨業經營新模式，有別於傳統專業型表演場館及藝廊之經營模式，其場館的定位、設施條件與發展策略亦有所不同，且目前百貨公司與專業型表演場館及藝廊鎖定開發和經營的客群之重疊性也不高，因此市場競爭情況尚不明顯。未來此一跨業新經營模式是否會影響未來專業性展演場館的經營策略，仍待關注及觀察。

3.文化展演設施經營與社會企業精神結合

近年文化創意產業園區之經營與定位引發社會關注，如何在公益性與經營效率之間取得平衡實為未來園區經營模式調整之關鍵課題。文創園區之模式係創造一個讓文創資源及產業聚合的平臺，因此取得委外經營權之業者應能兼顧本身獲利追求與促進文創產業發展之公共性。參考國際經驗做法，文創園區除了販售成熟產品之商業空間的規劃之外，也可納入更多讓文創工作者得以進行跨域交流、將創意試驗落實製作的互動空間，平衡私利與公共性的園區創設目的。社會企業即是以營利手段來達成非營利目的，國外相關文化展演設施之經營亦有引入社會企業的案例，此一模式可作為未來展演設施經營之思考。

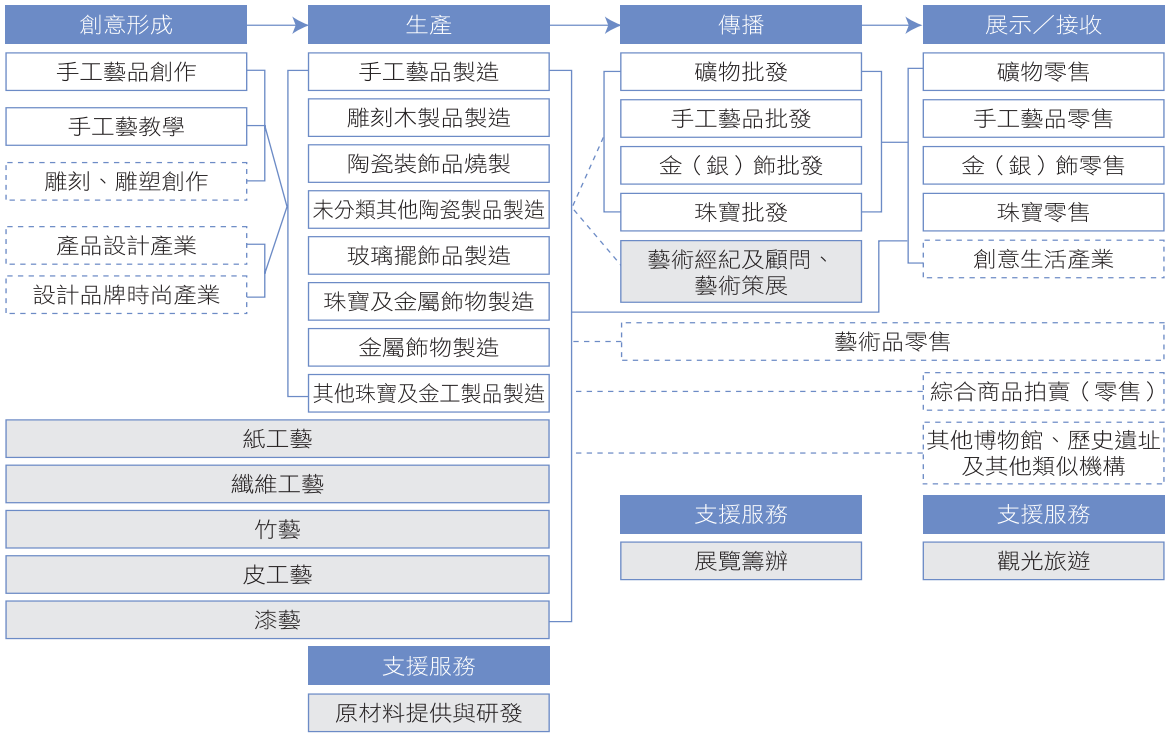
工藝產業

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、機器量產為輔的具功能性生活用品。

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—13　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。如9010—16雕刻、雕塑創作、4719—15綜合商品拍賣（零售）、4853—11藝術品零售列屬於視覺藝術產業；9103—99其他博物館、歷史遺址及其他類似機構列屬於文化資產應用及展演設施產業。

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。本年報所收錄之行業分類主要依財政部稅務行業標準分類之行業子類，陶瓷、玻璃、珠寶及金屬等材質項目因其組成成份夠大而得以單獨列為單一行業，至於紙工藝、纖維工藝、竹藝、皮工藝與漆藝雖為工藝產業材質分類之一，但因組成成份過小，財政部稅務行業標準分類未單獨列為單一行業，故其雖屬工藝產業而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，2015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／接收端則包括相關之工藝品與藝術品零售產業、其他博物館、歷史遺址及其他類似機構，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，以及觀光旅遊等支援服務產業。

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	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：手工藝教學、工藝品創作與手工藝品零售等產業別於稅務行業標準分類中為不同分類代碼，但廠商實際營運多為教學、創作、零售複合經營。

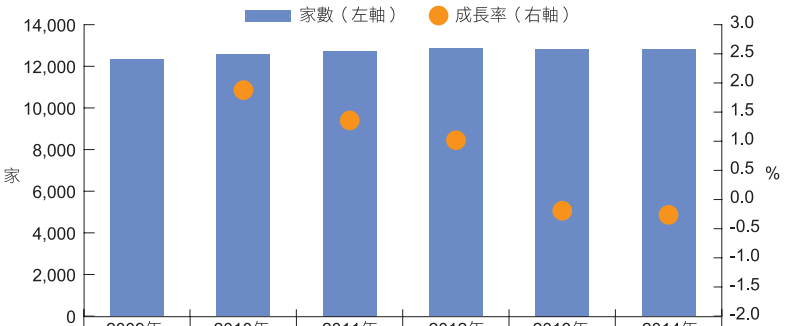
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2015年11月。

二、產業數據分析

近年來工藝產業廠商家數雖受2009年整體經濟衰退影響而導致成長力道有所趨緩，然整體而言廠商家數仍維持於平穩之總量水準；2014年工藝產業廠商家數已至1萬2,815家。

圖2—14　2009～2014年工藝產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	12,339	12,571	12,742	12,872	12,848	12,815
成長率（右軸）		1.88%	1.36%	1.02%	-0.19%	-0.26%

註：1.工藝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。

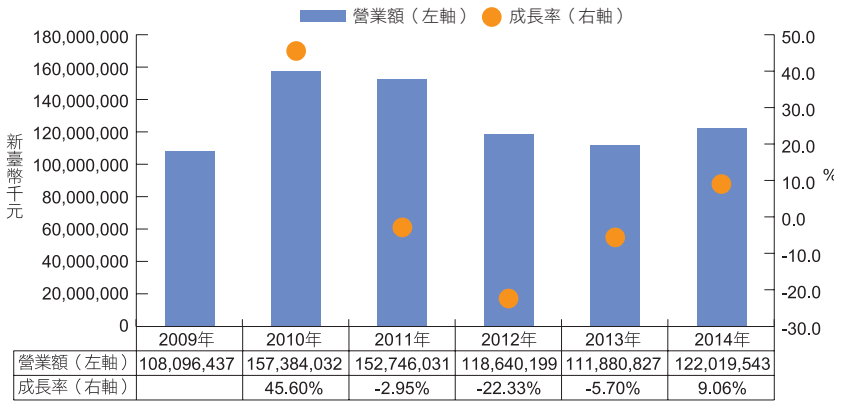
3.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年9月。

營業額表現方面，工藝產業近六年營業額表現呈現震盪波動之態勢。自2009年成長至2010年之新臺幣1,573.84億元高峰之後逐年下滑，2012年降為新臺幣1,186.40億元，成長率為-22.33%；2013年再降至新臺幣1,118.80億元，成長率為-5.70%；惟2014年即回升至新臺幣1,220.19億元，成長率達9.06%。近年來營業額衰退主因多歸咎於景氣與消費信心衝擊所影響；而2014年營業額回升原因來自珠寶批發、金（銀）飾及珠寶零售之營業額出現成長所帶動。

圖2—15　2009～2014年工藝產業之營業額成長概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	108,096,437	157,384,032	152,746,031	118,640,199	111,880,827	122,019,543
成長率（右軸）		45.60%	-2.95%	-22.33%	-5.70%	9.06%

註：1.工藝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.本年報之廠商營業額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。

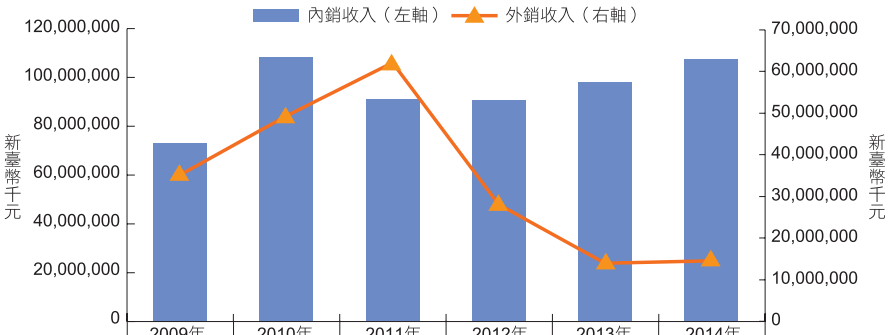
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

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年達高峰之新臺幣1,082.78億元，雖2011年與2012年分別下滑至新臺幣908.99億元及907.30億元，然隨後2013年逐漸回升，2014年成長率達9.75%。外銷表現部分，2009年至2011年呈現較明顯之成長態勢，2011年外銷金額高達新臺幣618.47億元，2012年降至新臺幣279.11億元，成長率為-54.87%；2013年更進一步降至新臺幣138.71億元，成長率為-50.30%，概係因珠寶批發（-93.54%）及金（銀）飾批發（-86.33%）之外銷金額大幅衰退而影響整體外銷表現，惟2014年因上述項目出口回溫而提振其外銷金額升至新臺幣144.49億元。

臺灣文創產業發展現況趨勢

圖2—16　2009～2014年工藝產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	73,102,460	108,278,332	90,898,830	90,729,655	98,010,262	107,570,879
外銷收入（右軸）	34,993,977	49,105,700	61,847,200	27,910,544	13,870,566	14,448,664

註：1.工藝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.本年報之廠商內外銷金額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，2015年11月。

工藝產業各次產業2014年營業額表現部分，玻璃擺飾品製造、陶瓷裝飾品燒製、其他珠寶及金工製品製造，以及金（銀）飾批發等四個次產業呈現營業額衰退，其餘次產業營業額皆為成長。其中2014年金（銀）飾與其他珠寶金工製品製造明顯衰退，而零售端呈正成長態勢，主要原因為百貨業與觀光工廠融合工藝體驗之新服務形式興起，製造業者與批發商逐漸轉型而兼營終端銷售，因此造成製造、批發與零售等供應鏈環結呈現相反之發展趨勢。而次產業中，近三年呈現持續衰退趨勢者僅金（銀）飾批發產業；而近三年呈現持續成長趨勢者，則包括礦物（寶石、貴金屬除外）批發、珠寶零售、礦物（寶石、貴金屬除外）零售、工藝品創作等次產業。

表2—10　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
雕刻木製品製造	營業額	9,477,055	11,730,198	12,404,494	11,968,553	12,822,045	13,838,524
	成長率	–	23.77%	5.75%	-3.51%	7.13%	7.93%
玻璃擺飾品製造	營業額	454,245	470,982	663,851	584,405	596,419	571,092
	成長率	–	3.68%	40.95%	-11.97%	2.06%	-4.25%
陶瓷裝飾品燒製	營業額	786,526	1,027,947	1,000,106	1,019,426	994,887	968,603
	成長率	–	30.69%	-2.71%	1.93%	-2.41%	-2.64%
未分類其他陶瓷紙品製造	營業額	8,695,697	9,232,286	10,439,916	9,767,234	10,004,454	11,211,502
	成長率	–	6.17%	13.08%	-6.44%	2.43%	12.07%
珠寶及貴金屬飾物製造	營業額	1,402,751	1,689,504	1,695,034	1,803,317	1,578,696	1,625,850
	成長率	–	20.44%	0.33%	6.39%	-12.46%	2.99%
金屬飾物製造	營業額	3,481,004	4,522,047	4,049,157	3,813,049	3,496,489	3,698,432
	成長率	–	29.91%	-10.46%	-5.83%	-8.30%	5.78%
其他珠寶及金工製品製造	營業額	1,210,528	1,791,681	1,982,158	3,708,889	3,978,217	3,483,633
	成長率	–	48.01%	10.63%	87.11%	7.26%	-12.43%
手工藝品製造	營業額	1,328,795	1,606,471	1,514,006	1,463,286	1,432,996	1,575,729
	成長率	–	20.90%	-5.76%	-3.35%	-2.07%	9.96%
金（銀）飾批發	營業額	32,441,820	46,904,917	61,691,214	25,369,629	18,103,824	15,822,784
	成長率	–	44.58%	31.52%	-58.88%	-28.64%	-12.60%
珠寶批發	營業額	2,399,746	2,887,893	5,208,598	10,792,496	7,474,623	11,557,380
	成長率	–	20.34%	80.36%	107.21%	-30.74%	54.62%
礦物（寶石、貴金屬除外）批發	營業額	807,207	873,469	983,988	1,139,820	1,611,533	1,967,789
	成長率	–	8.21%	12.65%	15.84%	41.38%	22.11%
手工藝品批發	營業額	7,366,315	8,694,938	9,626,093	8,607,420	8,062,065	8,413,614
	成長率	–	18.04%	10.71%	-10.58%	-6.34%	4.36%
金（銀）飾零售	營業額	27,121,019	53,455,906	24,416,649	18,799,414	19,939,536	22,659,571
	成長率	–	97.10%	-54.32%	-23.01%	6.06%	13.64%
珠寶零售	營業額	4,342,379	4,599,615	5,875,627	7,047,164	8,749,543	10,712,106
	成長率	–	5.92%	27.74%	19.94%	24.16%	22.43%
礦物（寶石、貴金屬除外）零售	營業額	1,485,212	1,785,361	3,328,706	5,131,102	5,895,987	6,239,447
	成長率	–	20.21%	86.44%	54.15%	14.91%	5.83%
手工藝品零售	營業額	5,281,142	6,091,502	7,838,602	7,581,208	7,097,301	7,604,855
	成長率	–	15.34%	28.68%	-3.28%	-6.38%	7.15%
手工藝教學	營業額	10,291	16,156	24,182	39,628	33,942	42,191
	成長率	–	56.99%	49.68%	63.87%	-14.35%	24.30%
工藝品創作	營業額	4,705	3,159	3,649	4,159	8,271	26,440
	成長率	–	-32.86%	15.50%	13.98%	98.86%	219.67%

註：1.工藝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.本年報之次產業營業額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。

4.同表2—9註解。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

2014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35.73%，未滿100萬元的廠商家數則占整體的71.56%（參見附錄二）。然而就銷售表現來看，2014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27.35%，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19.60%。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64.22%，營業額占59.19%，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

工藝品可泛定論為生活美學之具體實踐，依此本質進行思考，工藝產業可從幾個構面來協助其未來發展。於生產端方面，持續媒合工藝產業與設計產業、觀光旅遊、其他文創產業領域，以及製造業者等進行跨產業與跨域合作，使工藝產品設計與製作更符合消費者需求，以進一步延伸其價值鏈與建構微量產製程。同時應深化工藝產業群聚與地方特色工藝之發展，持續鼓勵工藝創作及工藝人才培育，以強化產業之根基。而消費端方面，需提升國人生活美學意識以擴大內需消費市場與激勵工藝家創作發想能力之提升。至於國際市場拓展部分，則需培養具產業趨勢判斷、行銷能力之藝術經紀人才，同時藉由國家形象品牌策略帶動，建立品牌特色與消費者認同感，提高我國工藝產業國際市場知名度。

1.3D列印技術輔助工藝設計與生產

當前3D列印技術與設備持續發展，其列印精密度提升促使質感益趨細膩，塑型材料亦已由早期塑膠、樹脂發展至多元素材，諸如紙、金屬、陶瓷、石膏、蠟、砂等，可適用於各類需求，並得以呈現工藝創作所需之細微表現與設計需求。目前業界已有設計師逐步開始運用3D列印數位製作優勢，實現工藝設計原型打樣與微量產生產製程簡化之運用。此外，於消費者愈加追求個性化與參與設計之趨勢下，3D列印技術可輔助試產並以此進行市場測試，達成工藝設計少量多樣之市場需求。

2.導入電子商務應用模式輔助經營

一般而言，由於批量製造之制式化商品多半缺乏感性元素，無法滿足當前消費者所偏好之個性化需求，因此市場逐漸興起為消費者量身打造專屬商品之微客製風潮。而拜網路科技發展之賜，工藝創作者已開始運用相關電子商務平臺刊登其創作，使消費者可透過電子商務網站搜尋別出心裁而符合自身喜好之手作產品。而由手作系列商品成功熱賣至Etsy、Pinkoi、uDesign與LINE等專業性電子商務平臺及專區之成立，皆可看出工藝商品導入電子商務應用業已逐漸成為產業主流趨勢。

此外，隨民眾對工藝意涵與認知之提升，創意觀光與工藝觀光等休閒型態日益為人們所廣為接受。部分工藝廠商察覺該發展趨勢，開始與觀光業者跨業合作，將相關資訊刊登於旅遊平臺，使需求者便於搜尋與選擇其所偏好之行程。工藝業者除提供高品質體驗學習機會，藉由體驗過程傳達工藝技能價值外，或可進一步達成誘發民眾對工藝產業之投入意願，宣揚地方特色工藝與凝聚地方意識等附屬價值。



2014臺灣工藝競賽創新組一等獎—童年騎趣（國立臺灣工藝研究發展中心圖片提供）

3.產品加值複合式經營與跨域整合之體驗行銷

由於工藝類產品因外觀型態與產品功能大同小異，若未融入前衛性之創意概念，將導致消費者審美疲倦而僅以價格作為選購基準，使整體產業陷於價格廝殺之割喉式競爭局面。因此部分市場反應敏銳之業者已由商品生產製造與提供服務，延伸至以消費者體驗為核心價值之新階段，以連結餐飲或展演之複合式經營創造產品加值，並將其視為未來發展主力與品牌核心競爭關鍵。此外，因該型態相對於一般行銷策略所需之創意能量與執行預算或將明顯偏高，因此近來工藝企業亦已逐漸興起採用優勢互補之跨域整合方式，於特定場域內集結各方所長，共同營造觸動消費者心靈感動之體驗氛圍，建構競爭對手難以複製與超越之獨特品牌意象及消費者忠誠度。舉例而言，工藝業者以茶為媒介而專業茶師為嫁接橋梁，融合跨文創產業領域者之藝術元素，打造展場即劇場之獨特茶席感官體驗；並藉由與歷史博物館進行雙品牌合作，將獨特歷史資源美感轉化為現代生活風格物件，使社會大眾於博物館內感受獨特之心靈體驗，藉由文創商品延伸至家居生活中，將藝術融入生活每一角落。

4.因應高齡少子化、環保議題等社會趨勢之功能性發展

於高齡少子化社會趨勢下，部分工藝產品已逐漸脫離過往之單工應用與裝飾範疇，益趨朝向符合消費者所需之科技應用與互動訴求發展。舉例而言，目前已有工藝業者以竹、籐等素材針對熟齡世代設計專屬商品如隨身藥盒、放大鏡筆以及行動光源提燈等相關商品，不僅表達了對環保議題之重視，亦呈現了對社會趨勢高度關懷。此外，亦有業者除針對親子互動打造工藝體驗課程外，另針對熟齡世代打造激發腦力與提升手感互動之專屬教程，以期達成健康保健功能性需求，並進一步完成全年齡層之系列產品開發。

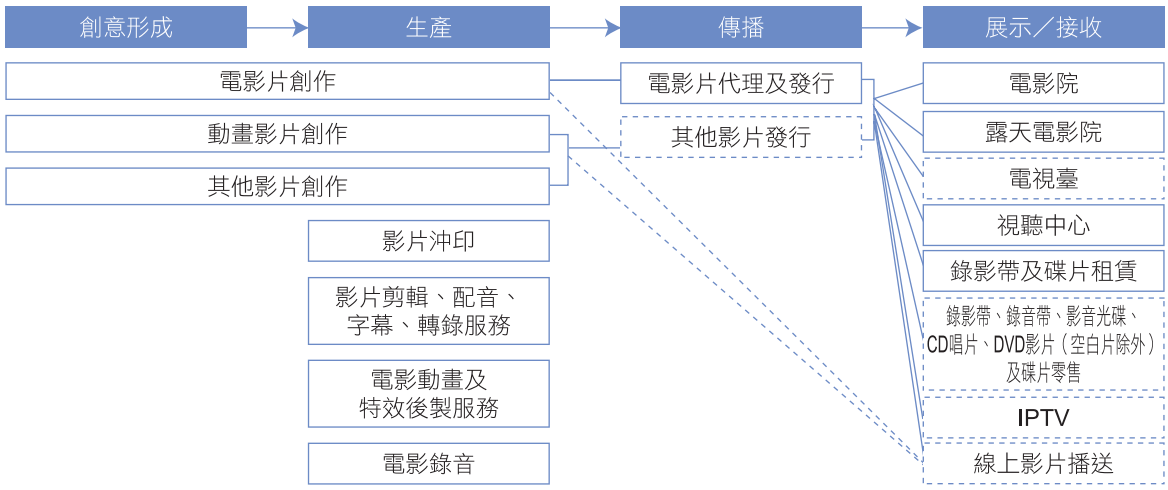
電影產業

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、電視臺與線上影音播送。

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，並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。另外，與線上影片播送之連結以虛線表示的主因為，現今臺灣在影音平臺的經營，仍未出現具規模及代表性的網路影視服務平臺，致使電影片於影音網站播方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—17　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.次行業之間的實線與虛線連結，分別用以表示產業中的主要及次要互動網絡關係。
4.IPTV（Internet Protocol Television，網路協定電視）。
5.2014年「中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂）」新增「線上影片播送」之行業分類，其行業定義為包括以網際網路傳輸、播放之影片及節目製作，故將2014年年報所列之VOD（Video On Demand，隨選視訊）、影音網站等合併納入「線上影片播送」中。

資料來源：本年報整理，2015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，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	1.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 2.不包括：從事線上動畫影片製作者，應歸入5911—15「線上影片及節目製作」
5911－14	電影片製作	不包括：從事線上影片節目製作者，應歸入5911—15「線上影片及節目製作」
5911－99	其他影片製作	不包括：從事線上影片及節目製作者，應歸入5911—15「線上影片及節目製作」
5912－11	影片沖印	影片沖印
5912－12	影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	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	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	包括影片、影音光碟等出租
9322－12	視聽中心	包括音樂影片視聽（MTV）店等

註：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。

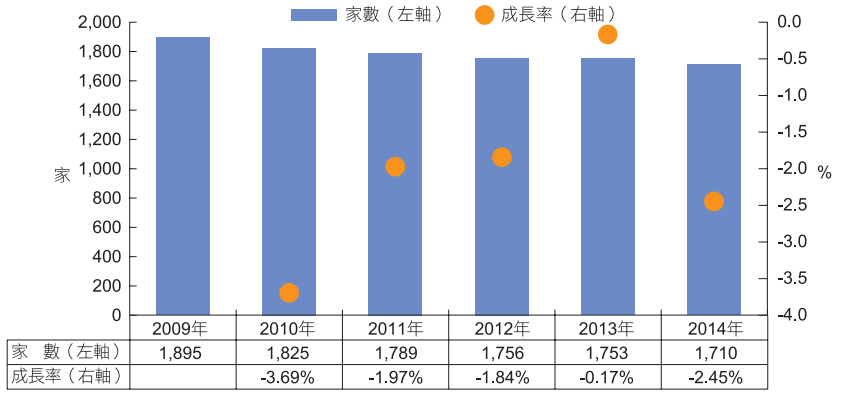
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2015年11月。

二、產業數據分析

根據臺灣電影網統計資料顯示，自2009年至2014年，平均每年國片上映部數約44部[4]，每年投入影片製作數量穩定，加上行動影音內容的快速竄起，影片製作相關廠商家數逐年增加，但也由於近年行動化與網路影音平臺的普及，民眾對於租借電影片或前往視聽中心觀賞電影片的需求明顯減少，使錄影帶及碟片租賃」與「視聽中心」的廠商家數逐年減少，使得整體電影產業之廠商家數近年呈現負成長。

圖2—18　2009～2014年電影產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	1,895	1,825	1,789	1,756	1,753	1,710
成長率（右軸）		-3.69%	-1.97%	-1.84%	-0.17%	-2.45%

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。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

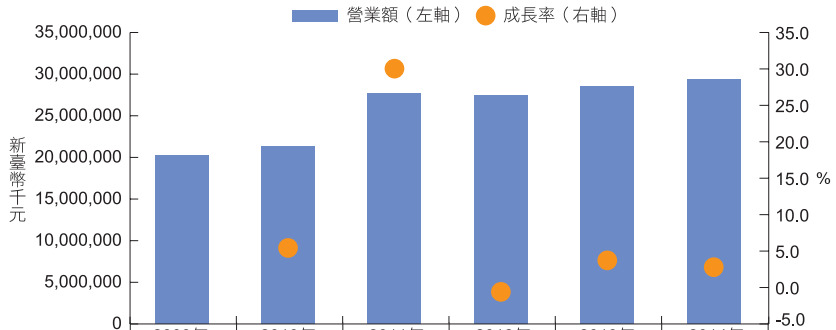
營業額表現方面，自2009年開始，電影產業營業額逐年增加，尤其2011年上映之大型史詩電影、喜劇賀歲電影及著名小說改編之清新愛情電影[5]，創造出亮眼的破億票房，使得2011年營業額呈跳躍式成長，2012年破億國片數量較少而導致營業額小幅衰退，之後2013年與2014年約各有3～4部之破億國片，如2013年的《大尾鱸鰻》、《總舖師》、《看見台灣》、2014年的《KANO》、《等一個人咖啡》、《大稻埕》及《閨蜜》，因此營業額皆為成長。

4　根據臺灣電影網之統計資料，2009～2014年國片上映部數分別為31部、38部、36部、51部、56部、54部。

5　2011年全臺票房破億國片包括《那些年，我們一起追的女孩》、《賽德克・巴萊（上）：太陽旗》、《賽德克・巴萊（下）：彩虹橋》、《雞排英雄》共四部。

圖2—19　2009～2014年電影產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	20,183,981	21,272,005	27,652,799	27,498,641	28,530,863	29,324,876
成長率（右軸）		5.39%	30.00%	-0.56%	3.75%	2.78%

註：1.本年報之廠商營業額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。

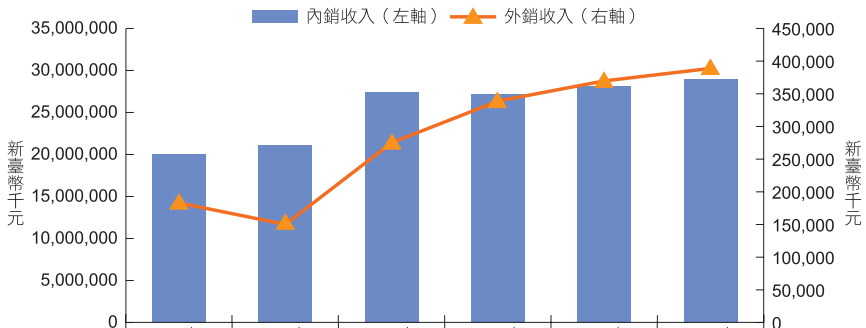
2.同表2－11註。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

在內銷與外銷表現方面，整體電影產業的銷售仍以內需市場為主，2014年內銷金額占整體營業額之比重超過九成，占比為98.67%。近六年的內銷額從2009年的新臺幣200億元成長至2014年的新臺幣289億元；外銷收入方面，自2011年開始，陸續受到幾部國片在海外市場的突出表現，例如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》在日本多廳上映，2014年《等一個人咖啡》在香港市場衝上華語票房冠軍，以及中國大陸電影產業興起，帶動華語片市場，國片不論是以合拍片或引進片的方式在中國大陸上映，這些都可能是使外銷收入增加的原因。

圖2—20　2009～2014年電影產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	20,000,962	21,121,819	27,377,696	27,159,811	28,161,152	28,936,034
外銷收入（右軸）	183,018	150,186	275,103	338,830	369,711	388,842

註：1.本年報之廠商內外銷金額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。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

表2—12　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
動畫影片製作	營業額	226,687	196,173	988,034	324,458	282,829	659,851
	成長率	–	-13.46%	403.66%	-67.16%	-12.83%	133.30%
電影片製作	營業額	213,851	257,564	315,566	487,252	747,867	842,416
	成長率	–	20.44%	22.52%	54.41%	53.49%	12.64%
其他影片製作	營業額	3,332,078	4,018,332	5,585,101	5,736,269	5,256,784	5,179,965
	成長率	–	20.60%	38.99%	2.71%	-8.36%	-1.46%
影片沖印	營業額	102,909	101,363	75,014	55,451	64,064	68,524
	成長率	–	-1.50%	-26.00%	-26.08%	15.53%	6.96%
影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	營業額	941,306	999,704	1,068,351	988,257	1,062,934	994,843
	成長率	–	6.20%	6.87%	-7.50%	7.56%	-6.41%
電腦動畫及特效後製服務	營業額	55,947	88,472	55,544	136,114	121,057	108,745
	成長率	–	58.14%	-37.22%	145.06%	-11.06%	-10.17%
電影片代理及發行	營業額	3,471,334	3,760,221	4,829,784	4,834,801	5,497,689	5,476,730
	成長率	–	8.32%	28.44%	0.10%	13.71%	-0.38%
電影院	營業額	5,201,799	5,801,102	7,746,642	8,519,776	9,495,468	9,730,081
	成長率	–	11.52%	33.54%	9.98%	11.45%	2.47%
露天電影院	營業額	34,691	34,672	32,284	23,964	24,681	31,963
	成長率	–	-0.05%	-6.89%	-25.77%	2.99%	29.50%
電影錄音	營業額	55,662	47,767	93,576	52,010	41,285	59,411
	成長率	–	-14.18%	95.90%	-44.42%	-20.62%	43.90%
錄影帶及碟片租賃	營業額	5,452,354	4,798,649	5,575,715	5,037,599	4,592,141	4,803,385
	成長率	–	-11.99%	16.19%	-9.65%	-8.84%	4.60%
視聽中心	營業額	1,095,364	1,167,986	1,287,189	1,302,688	1,344,063	1,368,965
	成長率	–	6.63%	10.21%	1.20%	3.18%	1.85%

註：1.本年報之次產業營業額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。例如「其他影片製作」包括短片、紀錄片、微電影、廣告、MV等各類型影片製作，多數電影業者除電影片拍攝外，亦兼營其他影片製作以維生，且由廠商於申報稅務時自行決定，使得「其他影片製作」營業額高於「電影片製作」；又例如「影片沖印」次產業，在數位化發展之下，國內使用影片拍攝的部數非常少，實際進行電影片沖印數量不多，但廠商轉經營其他業務，因此近兩年數據仍呈現正成長趨勢。

2.同表2-11註。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015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穩定成長。在電影製作方面，由於近幾年許多大型成本電影的製作，除啟用大量前期製作人員外，加上多部電影投入拍攝場景搭

建，進而使國片製作成本逐年增加，也因此透過票房回收的壓力也進一步提升。

電影發行方面，從歷年全臺票房破億國片之發行商來看，多以國外發行商為主，而外商發行公司的主要優勢是能替商業能量足夠的國片，排入熱門檔期，加上國片仰賴口碑效應的程度比較高，外商發行公司較有能力爭取較長的上映時間，整體而言，國外發行商在國內電影市場具有較優秀的排片能力。

至於在票房表現方面，國內電影市場的票房表現起起伏伏，相較於國片或港陸影片，其他外國影片的表現皆呈現穩定成長，2014年臺北市票房前10名之電影中，外國影片占了9部[6]，另一部則是國片，顯示臺灣電影市場外片表現較佳。另外，就國片票房市占率來看，除2011年受到幾部大型製作國片，及2013年賀歲喜劇片與突圍而出的紀錄片等影片所影響，國片票房市占率約為11%～12%左右，整體而言，票房表現力道仍待加強。

表2—13　2009～2014年電影上映部數及臺北市票房

（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
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	51	41	343	435
	票房	430,433,697	152,531,257	3,035,000,680	3,617,965,634
	票房比重	11.90%	4.22%	83.89%	100.00%
2013	上映部數	56	44	389	489
	票房	529,863,483	131,789,464	3,134,963,327	3,796,616,274
	票房比重	13.96%	3.47%	82.57%	100.00%
2014	上映部數	54	28	416	498
	票房	427,833,400	91,164,192	3,188,665,367	3,707,662,959
	票房比重	11.54%	2.46%	86.00%	100.00%

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

2.票房單位：新臺幣／元，百分比指票房比重

資料來源：臺灣電影網之產業情報—市場統計資料。

6　整理自臺北市片商公會之票房資料。

（二）發展趨勢

1.電影類型元素多元化

整體而言，2009年至2014年之國片類型以清新浪漫、本土喜劇為大宗，但近年國內電影製作業者嘗試歷史、傳記、勵志、犯罪等不同類型的突破，例如呈現史詩格局的《KANO》、動作警匪類型的《痞子英雄：黎明再起》及《甜蜜殺機》、犯罪懸疑類型的《共犯》、懸疑片《活路：妒忌私家偵探社》、改編真實訴訟案件的《寒蟬效應》等，甚至是2015年的黑色喜劇《青田街一號》、恐怖驚悚的《屍憶》與《紅衣小女孩》等，皆顯示業者努力製作多元類型電影，並逐漸開發重視商業市場的劇情電影。

2.電影法修正案通過

2015年6月12日「電影法修正案」已修正施行，其中明文規定，電影映演業應建置全國電腦票房統計機制。全面的票房統計將使業者能更準確地掌握各地區的票房情形，例如中南部票房表現，也將有助於製作端、行銷端，甚至是投資方對市場的了解。

3.電影業初探資本市場

國內兩家電影業者，影一製作所與華聯國際於2014年正式登錄興櫃，電影產業進入資本市場邁出第一步。國內電影產業一直以來都面臨資金不足或籌措困難的困境，進入資本市場以後，雖然有市場投資資金的挹注，但業者在營運成效上也將受到檢視。相對國內電影業者，中國大陸如博納影業、華誼兄弟、中國3D數碼等電影製作發行公司早於幾年前陸續進入資本市場，以取得較為穩定資金，也因此始能支持其業務的拓展。

4.影視人才外流的隱憂

中國大陸電影市場快速崛起，持續吸納臺灣影視人才，如編劇、演員、技術人員等，對臺灣電影產業長期發展是一大阻礙。

5.影視職人經紀的出現

演藝經紀不再侷限於歌手、演員等演藝人員，已有業者開始接觸導演、編劇等主創人員，提供事業發展規劃、媒合授權、跨業合作等經紀服務，例如華星娛樂從事包括作家、編劇等經紀規劃；又例如牽猴子整合行銷的職人經紀部門包括知名配樂作曲家、知名攝影家等，影視職人經紀逐漸以跨範疇、跨領域的方式進行，除創作者個人品牌經營，影視職能經紀的多元化之下，電影音樂、預告片剪接、海報設計等相關發展產生新的火花。

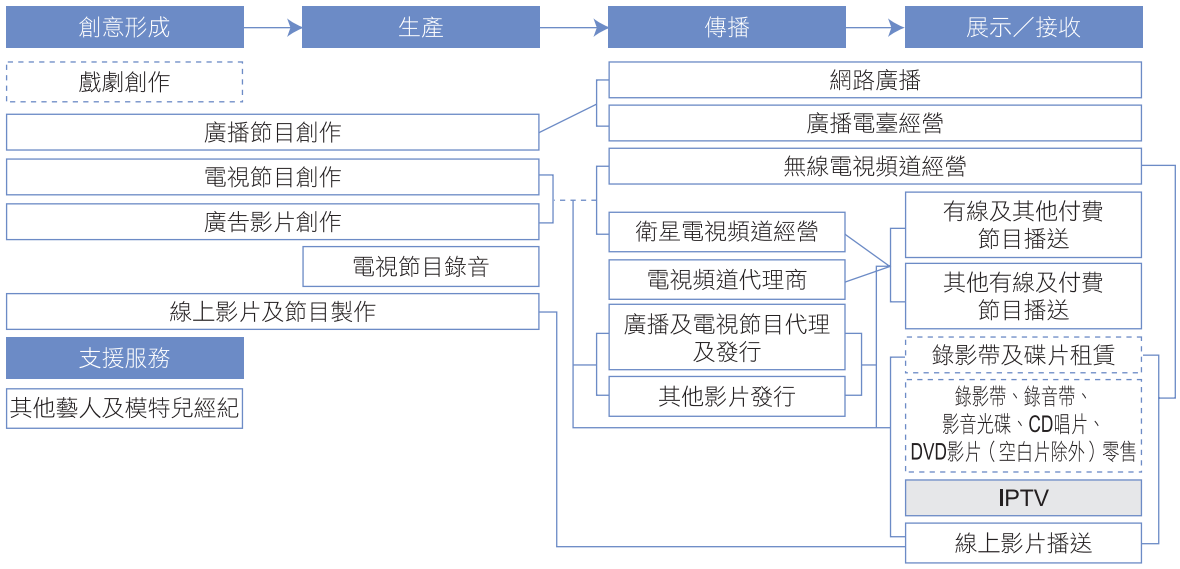
廣播電視產業

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、衛星廣播電視平臺或新興影音平臺，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。而播出平臺包含廣播節目的廣播平臺、電視節目的電視臺、有線及其他付費節目播送以及隨著數位匯流的趨勢及發展而逐漸成熟的線上影片播送業，如VOD（Video On Demand，隨選視訊）、網路影音以及IPTV（Internet Protocol Television，網路協定電視）等。

圖2—21　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。

4.2014年「中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂）」新增「線上影片播送」之行業分類，其行業定義為包括以網際網路傳輸、播放之影片及節目製作，故將2014年年報所列之VOD（Video On Demand，隨選視訊）、影音網站合併納入「線上影片播送」中。

5.IPTV（Internet Protocol Television）：網路協定電視。

資料來源：本年報整理，2015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、線上影片及節目製作、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、廣播電臺經營、網路廣播、無線電視頻道經營、衛星電視頻道經營、電視頻道代理商、有線及其他付費節目播送、線上影片播送、其他有線及付費節目播送與其他藝人及模特兒等經紀等十六項行業，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	1.包括電視廣告影片、非電視廣告影片等製作 2.不包括：從事線上廣告影片製作者，應歸入5911—15「線上影片及節目製作」
5911—13	電視節目製作	包括錄影節目帶等製作
5911—15	線上影片及節目製作	1.包括以網際網路傳輸、播放之影片及節目製作 2.不包括經由電視傳播之節目製作，應歸入5911—13「電視節目製作」 3.不包括經由電影院放映之影片製作，應歸入5911—14「電影片製作」
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	廣播電臺經營	廣播電台經營
6010—12	網路廣播	網路廣播
6021—11	無線電視頻道經營	包括採用數位方式製播之無線電視頻道經營等
6021—12	衛星電視頻道經營	包括提供衛星傳播電視服務頻道經營等
6021—13	電視頻道代理商	包括代理或購買無線及衛星電視頻道節目播放權，並授權或轉售有線電視系統經營業者轉播等
6022—00	有線及其他付費節目播送（註2）	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
6022—11	線上影片播送	包括以網際網路傳輸，提供電視節目、電影及影片串流收看等播送服務
6022—99	其他有線及付費節目播送	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等
7603—99	其他藝人及模特兒等經紀	包括代理非流行音樂歌手、演員、藝術家、作家、運動員、模特兒等簽訂合約或規劃事業發展等經紀服務

註：1.與2014年年報相比，本年報增列2015年度起適用稅務行業標準分類子類增修之新行業名稱及代碼，包含5911—15線上影片及節目製作、6021—13電視頻道代理商，6022—11線上影片播送、6022—99其他有線及付費節目播送有線及其他付費節目播送及7603—99其他藝人及模特兒經紀，主要考量上述增列者為2015年起新增且該業屬於廣播電視產業之一環。

2.依據中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂）子類增刪修結果，將6022—00有線及其他付費節目播送（適用至2014年）劃分為6022—11線上影片播送、6022—12線上音樂播送以及6022—99其他有線及付費節目播送等三大類。由於今年度正值稅務行業分類子類增修宣傳及調整期，仍有廠商稅籍為舊分類，因此今年度將舊有6022—00有線及其他付費節目播送，與新增6022—11線上影片播送以及6022—99其他有線及付費節目播送等實屬廣播電視產業鏈之次產業皆納入。

3.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。

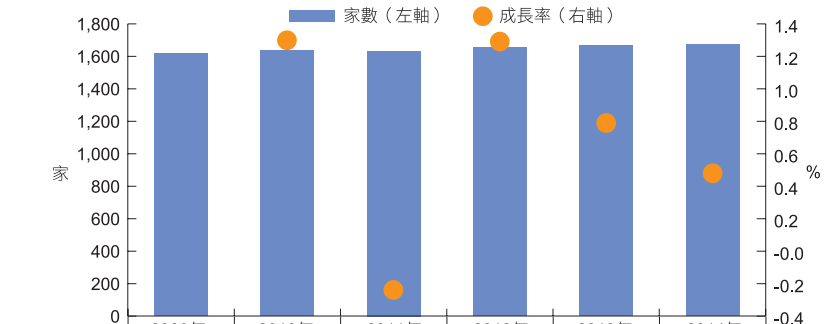
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2015年11月。

二、產業數據分析

近年來整體廣播電視產業的企業家數無太大變動，自2009年的1,616家成長至2014年的1,675家。近六年營業額表現方面，除2010年成長幅度超過10%之外，其餘年度皆呈現1%以上的穩定成長趨勢，2014年整體廣播電視產業營業額為新臺幣1,433億元，較2013年成長1.98%。

圖2—22　2009～2014年廣播電視產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	1,616	1,637	1,633	1,654	1,667	1,675
成長率（右軸）		1.30%	-0.24%	1.29%	0.79%	0.48%

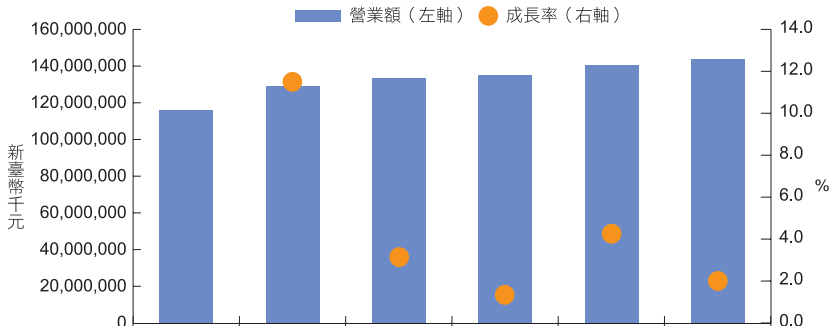
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2—14註3。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

圖2—23　2009～2014年廣播電視產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	115,662,338	128,947,675	133,005,812	134,807,130	140,561,540	143,345,609
成長率（右軸）		11.49%	3.15%	1.35%	4.27%	1.98%

註：1.本年報之廠商營業額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3。

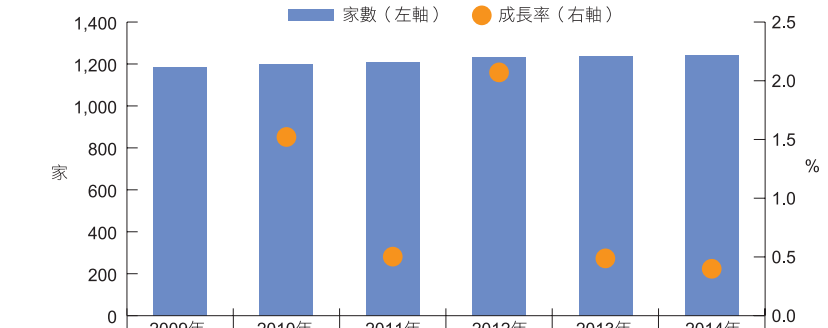
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

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、電視臺經營、電視頻道供應服務、有線及其他付費節目播送、線上影片播送、有其他有線及付費節目播送及其他藝人及模特兒等經紀等11項次產業），2014年電視產業廠商家數較2013年成長0.40%（圖2—24）；營業額方面，2014年電視產業營業額占整體廣播電視產業營業額的94.67%，較2013年度之占比增加1個百分點；2014年成長率部分為2.22%（圖2—25）。

廣播產業部分（所包含之行業為廣播節目製作及發行、廣播電臺經營及網路廣播等三項行業），2014年廠商家數為成長0.70%；營業額部分，隨著廣播產業廣告量的逐年下滑幅度擴大，使2014年營業額為負成長，成長幅度為-2.12%。

圖2—24　2009～2014年電視產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	1,183	1,201	1,207	1,232	1,238	1,243
成長率（右軸）		1.52%	0.50%	2.07%	0.49%	0.40%

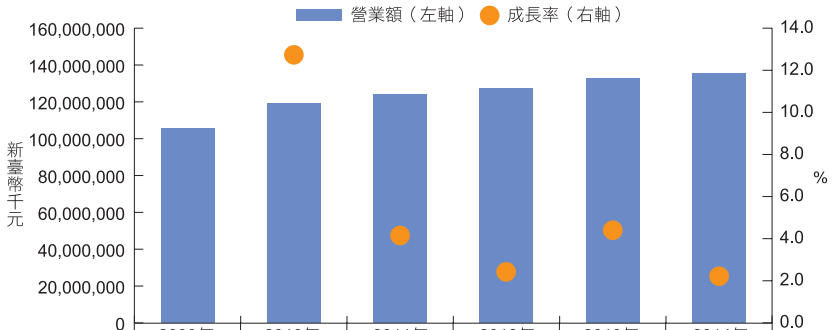
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2—14註3。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

圖2—25　2009～2014年電視產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	105,725,533	119,201,877	124,152,236	127,171,819	132,760,901	135,710,215
成長率（右軸）		12.75%	4.15%	2.43%	4.39%	2.22%

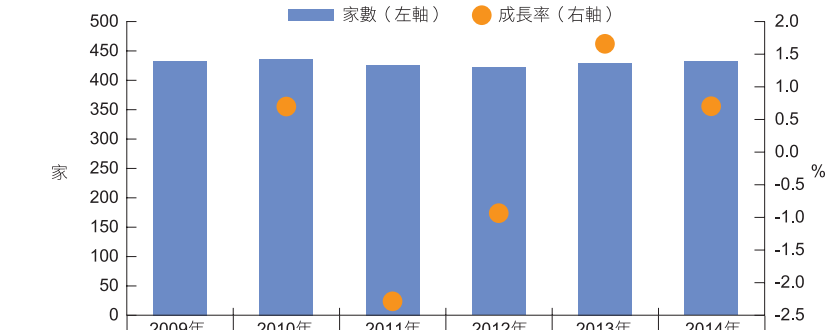
註：1.本年報之廠商營業額係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2—14註3。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

圖2—26　2009～2014年廣播產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	433	436	426	422	429	432
成長率（右軸）		0.69%	-2.29%	-0.94%	1.66%	0.70%

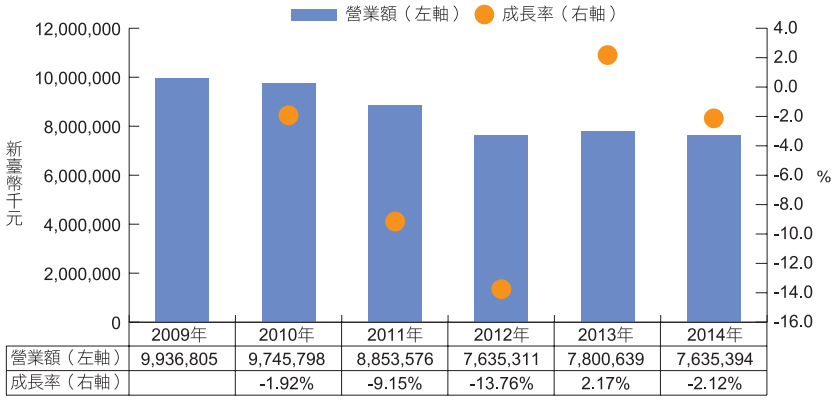
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2—14註3。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

圖2—27　2009～2014年廣播產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	9,936,805	9,745,798	8,853,576	7,635,311	7,800,639	7,635,394
成長率（右軸）		-1.92%	-9.15%	-13.76%	2.17%	-2.12%

註：1.本年報之廠商營業額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。

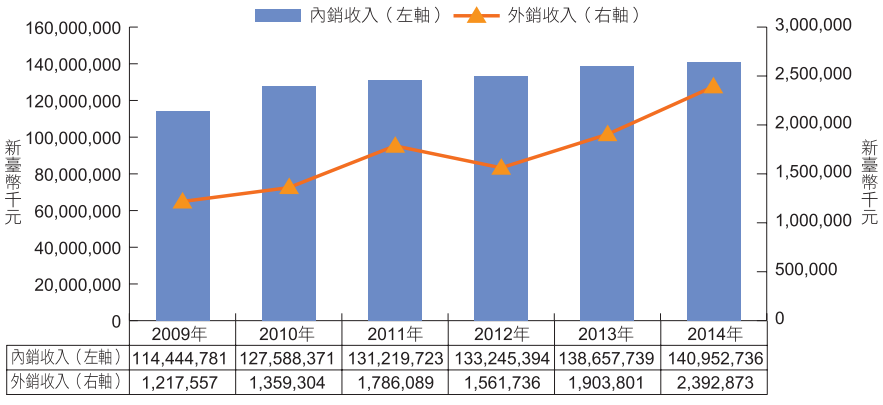
2.同表2—14註3。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

在內、外銷表現方面，2014年廣播電視產業內銷金額占整體營業額比重為98.33%。近六年的內銷金額自2009年的新臺幣1,144億元成長至2014年的新臺幣1,410億元。外銷部分，自2009年起呈現成長趨勢，且成長幅度較內銷金額明顯。就次產業外銷情況觀察，2014年外銷收入主要仍來自於從事內容製作業的海外版權銷售，如電視節目製作業、廣播節目製作及發行業、電視頻道供應服務等。

圖2—28　2009～2014年廣播電視產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	114,444,781	127,588,371	131,219,723	133,245,394	138,657,739	140,952,736
外銷收入（右軸）	1,217,557	1,359,304	1,786,089	1,561,736	1,903,801	2,392,873

註：1.本年報之廠商內外銷金額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3。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

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，其中尤以直接與廣告主接洽的廣播電臺、電視頻道等次產業關聯性最高。觀察2014年廣播電視產業各次產業的營業額表現，廣播電臺經營、網路廣播、電視臺經營、電視頻道供應服務以及有線及其他付費節目播送為負成長，其主要原因乃受到廣播電視產業媒體廣告金額下滑所造成，其中又以網路廣播及廣播電臺經營業分別下滑32.08%及6.81%最多；而正成長次產業方面，受惠新媒體平臺的崛起，使線上影片播送業營業額呈現大幅成長，成長幅度為78.06%，其餘成長幅度較高之次產業則包含其他影片發行（12.24%）、電視節目錄音（29.14%）、電視節目製作（5.12%）及其他有線及付費節目播送（4.52%）。

表2—15　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
廣告影片製作	營業額	8,162,393	8,107,276	6,355,163	4,311,319	4,632,287	4,633,470
	成長率		-0.68%	-21.61%	-32.16%	7.44%	0.03%
電視節目製作	營業額	46,793,586	56,044,608	60,143,824	65,823,912	70,154,359	73,747,730
	成長率		19.77%	7.31%	9.44%	6.58%	5.12%
電視節目代理及發行	營業額	4,154,034	6,544,892	6,912,045	6,691,062	5,350,008	5,502,004
	成長率		57.56%	5.61%	-3.20%	-20.04%	2.84%
其他影片發行	營業額	361,580	628,431	656,942	766,624	863,227	968,907
	成長率		73.80%	4.54%	16.70%	12.60%	12.24%
廣播節目製作及發行	營業額	6,314,158	5,794,178	5,773,383	4,842,097	4,645,904	4,701,037
	成長率		-8.24%	-0.36%	-16.13%	-4.05%	1.19%
電視節目錄音	營業額	–	–	–	–	3,126	4,037
	成長率		–	–	–	–	29.14%
廣播電臺經營	營業額	3,622,218	3,948,876	3,073,793	2,783,935	3,133,158	2,919,702
	成長率		9.02%	-22.16%	-9.43%	12.54%	-6.81%
網路廣播	營業額	429	2,743	6,400	9,279	21,577	14,654
	成長率		540.15%	133.29%	44.98%	132.54%	-32.08%
無線電視頻道經營	營業額	12,230,648	13,053,617	13,217,177	12,501,774	12,658,467	12,529,289
	成長率		6.73%	1.25%	-5.41%	1.25%	-1.02%
衛星電視頻道經營	營業額	25,960,629	26,193,350	28,035,464	27,855,967	29,773,455	28,927,709
	成長率		0.90%	7.03%	-0.64%	6.88%	-2.84%
有線及其他付費節目播送（註3）	營業額	2,391,817	2,408,331	2,386,625	2,389,760	2,502,085	2,481,362
	成長率		0.69%	-0.90%	0.13%	4.70%	-0.83%
線上影片播送	營業額	–	354	898	4,100	2,929	5,216
	成長率		–	153.94%	356.61%	-28.56%	78.06%
其他有線及付費節目播送	營業額	4,543,558	4,917,508	5,047,937	5,023,111	5,311,471	5,551,302
	成長率		8.23%	2.65%	-0.49%	5.74%	4.52%
其他藝人及模特兒經紀	營業額	1,127,287	1,303,510	1,396,162	1,804,191	1,509,488	1,359,188
	成長率		15.63%	7.11%	29.23%	-16.33%	-9.96%

註：1.本年報之次產業營業額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、電視臺與廣播電臺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。

3.依據中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂）子類增刪修結果，將6022—00有線及其他付費節目播送（適用至2014年）劃分為6022—11線上影片播送、6022—12線上音樂播送以及6022—99其他有線及付費節目播送等三大類。由於今年度正值稅務行業分類子類增修宣傳及調整期，仍有廠商稅籍為舊分類，因此今年度將舊有6022—00有線及其他付費節目播送，與新增6022—11線上影片播送以及6022—99其他有線及付費節目播送等實屬廣播電視產業鏈之次產業皆納入。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

新媒體的快速發展，逐漸改變電視產業生態，尤其在產業收入結構方面。過去電視產業主要收入來源分別為廣告收入以及訂戶收視費收入，然而下表可看出，電視廣告收入開始出現下滑趨勢，而有線電視訂戶數亦已呈現飽和的情況下，我國電視業者開始著手開發其他收入管道，如冠名及置入性廣告、透過影音平臺而發展的電子商務。

表2—16　2009～2014年無線電視、衛星電視及廣播廣告量與占整體廣告量比重

（單位：新臺幣千元、百分比）

	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
2009年	4,343,651	8.89%	15,819,154	32.39%	3,761,484	7.70%
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%
2014年	3,681,093	6.04%	20,906,497	34.32%	3,122,120	5.12%

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

表2—17　2008～2014年我國有線電視訂戶數及有線電視家戶普及率

（單位：戶、百分比）

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
有線電視訂戶數	4,885,309	4,980,251	5,084,491	5,061,737	4,989,155	4,985,222	5,002,216
有線電視家戶普及率	63.81%	63.80%	64.06%	62.82%	60.94%	60.16%	59.67%
有線電視數位機上盒訂戶數	–	256,727	391,462	570,727	1,049,321	2,275,194	3,947,507
有線電視數位機上盒訂戶比例	4.06%	5.20%	7.70%	11.28%	21.03%	45.64%	78.92%

資料來源：國家通訊傳播委員會（National Communications Commission，NCC）。

廣播產業方面，儘管廣告量呈現微幅成長，但在占總廣告量的比重方面已連續五年下滑，顯示在新媒體的發展下，相較其他媒體產業，廣告主對廣播產業的相對不重視；另一方面在近幾年景氣相對過去較差的情況下，廣播產業兼銷產品收入亦較有限；而在新媒體仍苦無較成熟的獲利模式下，廣播業者經營仍困難。

（二）發展趨勢

1.OTT的發展趨勢下，電視市場多元化發展

近年來隨著OTT（Over The Top）服務的發展，包含Netflix、愛奇藝、樂視等OTT業者將進入臺灣市場，使既有有線電視、IPTV（Internet Protocol Television，網路協定電視）及電信服務商等在數位化布建逐漸加速的趨勢下，亦已開始致力於透過多元化的發展維繫既存客戶並開發新市場，包含跨螢服務、智慧家庭服務、電子商務等。

2.數位化趨勢下，數位平臺數據應用的可能性

隨著數位化腳步逐漸加速以及多元平臺的出現，平臺業者開始重視透過後台系統蒐集消費者收視行為等數據，透過這類大數據（Big Data）的分析可進一步回饋到內容製作等多方面的應用，使過去消費者對於內容照單全收的情況，將轉變為消費者掌控製作內容的趨勢。

3.車上（in-car）娛樂多元化，廣播面臨激烈競爭

儘管廣播目前仍為車用主要娛樂內容，但隨著4G網路的出現以及車用科技的進步，車上娛樂逐漸多元化，包含目前逐漸受到車商及車主青睞的互動式儀錶板等，可結合手機APP系統，並透過聲控方式選取不同娛樂內容。而各國廣播產業在面臨此趨勢的發展下，紛紛加快數位廣播的升級，包含挪威、波蘭等國家都以宣布分別將於2017年及2020年完成廣播全面數位化。

4.廣播聯播網透過APP開發開創其他收入來源

行動裝置所帶來娛樂多元化的結果，雖使傳統廣播電臺廣告量的下滑，但亦為廣播電臺的經營業者帶來其他收益，如飛碟及台北之音等聯播網所開發APP下載量皆已達到10萬人次以上，在頻道逐漸邁向專業化的趨勢下，由於目標聽眾非常明確，使廣告主對於這類媒體的信心提升，進一步帶動廣告投放的金額增加。

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。

另外根據該產業主管機關經濟部商業司對廣告產業之定義為，廣告產業為從事廣告企劃、設計、製作及安排宣傳媒體、購買播放時段及刊登之空間等一系列服務之行業。廣告傳單與樣品分送、招攬廣告及為吸引顧客而從事之行銷活動亦歸入本產業範疇。惟不包含招牌製造、提供公共關係服務、視覺傳達（平面）設計、廣告攝影，以及廣播、電視及電影之廣告製作等服務範疇。

從產業鏈來看，可以概分為傳統代理服務、新興數位服務及支援性服務等三大領域。

首先，在傳統代理服務方面，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。接著透過媒體代理商購買媒體版位，如電視、廣播、紙本出版物等傳統媒體，以提供廣告展示服務。

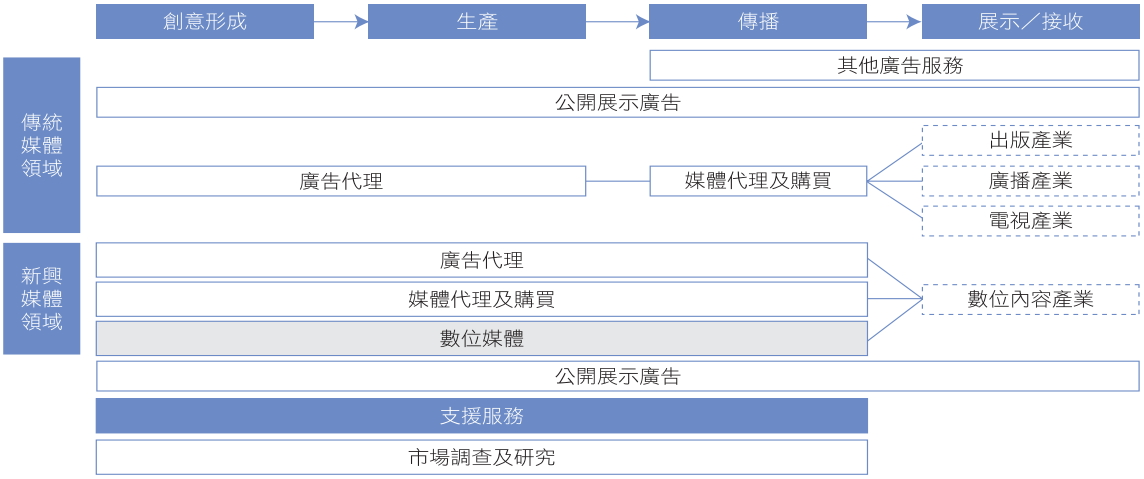
然而，近幾年廣告主對於廣告策略愈來愈具有主導性及策略性，降低了傳統廣告代理商在產業鏈上的功能，因此有愈來愈多媒體代理商越過廣告代理商而直接面對廣告主，廣告主會透過代理商購買特定媒體的廣告版位，甚至有廣告主直接向媒體購買版位，而使得產業鏈結構發生鬆動改變。影響所及，媒體代理及購買業雖然是廣告代理商的產業鏈下游，但是在實際經營活動中，反而是下游的媒體代理及購買商掌握了決定廣告投放的權力。

另外傳統代理領域尚包含公開展示廣告及其他廣告服務業。其中公開展示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，因此橫跨創意形成、生產、傳播及展示/接收端；而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。

其次，在新興數位服務領域，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。其具有同時結合傳統媒體的特色，例如將行動廣告與戶外媒體、報紙、雜誌等媒體透過行動裝置做互動，也將為傳統廣告業者帶來新的應用商機。另社群媒體的興起，也使得線上社群的交流與分享成為新焦點，口碑行銷將傳統一對多的行銷模式變為多對多的途徑，讓廣告主能以較節約的經費獲得更佳的市場推廣效果。而數位媒體也具有蒐集消費者資料的功能，透過大數據（Big Data）分析，達到客製化、精準行銷的廣告效果，已是數位媒體廣告商所關注的焦點。

支援性服務指從事市場研究及民意調查之設計、資料蒐集、整理及分析等服務之行業。

圖2—29　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.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，2015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：

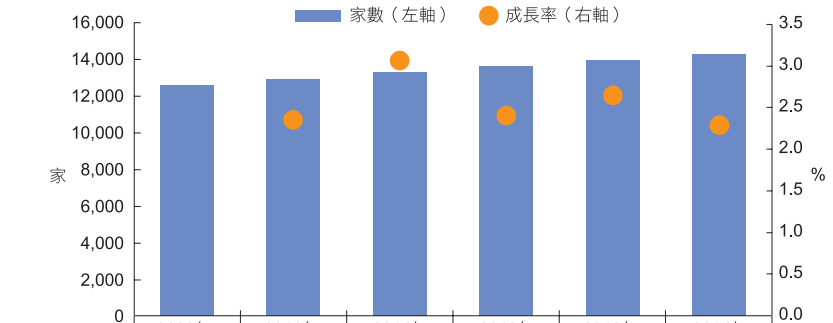
表2—18　廣告產業之行業代碼與名稱

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

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，2015年11月。

圖2—30　2009～2014年廣告產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



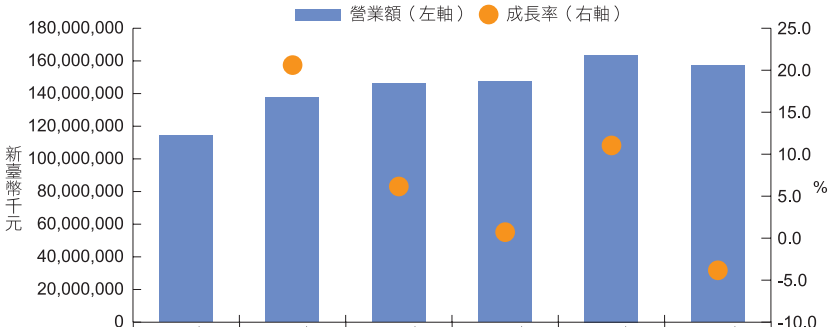
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	12,615	12,910	13,304	13,622	13,980	14,297
成長率（右軸）		2.34%	3.05%	2.39%	2.63%	2.27%

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，2015年11月。

圖2—31　2009～2014年廣告產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	114,190,496	137,754,690	146,219,850	147,224,603	163,538,154	157,286,750
成長率（右軸）		20.64%	6.15%	0.69%	11.08%	-3.82%

註：本年報之廠商營業額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。

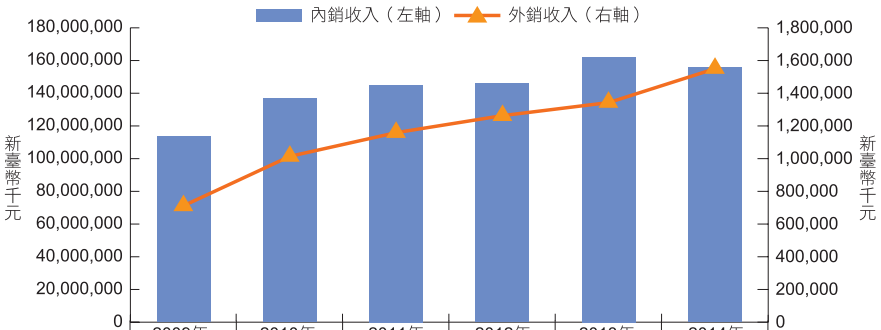
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

二、產業數據分析

近六年廣告產業的企業家數呈現逐年穩定成長的趨勢，自2009年起，每年成長率皆達到2%以上，截至2014年，廣告產業企業家數已成長至1萬4,297家。在營業額表現方面，作為我國文化創意產業中營業額最大者，影響整體產業消長趨勢亦最明顯。2014年廣告產業營業額約為新臺幣1,573億元，為近六年來首度出現衰退的情況。

圖2—32　2009～2014年廣告產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	113,477,931	136,740,326	145,059,867	145,960,893	162,194,225	155,736,532
外銷收入（右軸）	712,565	1,014,364	1,159,983	1,263,709	1,343,929	1,550,218

註：本年報之廠商內外銷金額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，2015年11月。

在內、外銷表現方面，廣告產業仍主要以內銷為主，2014年內銷金額占整體營業額比重為99.01%。在其比重極大的情況下，內銷金額趨勢大致與營業額相同，隨著2009年至2013年的穩定成長趨勢後，2014年首度出現下滑；外銷金額方面，近六年皆有不錯的表現，歷年成長率皆達到6%以上，2014年成長率為15.35%，為近六年來第二高。

2014年廣告產業各次產業的表現部分，以營業額占比最高的廣告代理及其他廣告服務呈現下滑，幅度分別為6.07%及3.41%。儘管整體廣告量呈現成長，不過其成長領域集中在數位媒體方面。然而在新興數位媒體代理及媒體購買業者逐漸跨足到傳統廣告代理商角色的情況下，壓縮傳統廣告公司業務，使其營業額有下滑情況。

而2014年營業額為成長的次產業中，以媒體代理及購買成長幅度最高，達到420.95%，其次為公開展示廣告及市場研究，成長幅度分別為2.18%及1.60%。

表2—19　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
廣告代理	營業額	64,268,270	76,122,606	79,159,821	77,824,638	82,999,724	77,959,111
	成長率	–	18.45%	3.99%	-1.69%	6.65%	-6.07%
媒體代理及購買	營業額	3,828	12,381	13,255	7,243	12,785	66,603
	成長率	–	223.42%	7.05%	-45.35%	76.51%	420.95%
公開展示廣告	營業額	18,189,184	21,453,038	22,535,944	22,552,264	23,726,373	24,243,339
	成長率	–	17.94%	5.05%	0.07%	5.21%	2.18%
其他廣告服務	營業額	29,303,492	37,350,428	41,734,348	43,864,772	53,740,484	51,910,081
	成長率	–	27.46%	11.74%	5.10%	22.51%	-3.41%
市場研究	營業額	2,425,722	2,816,237	2,776,483	2,975,686	3,058,788	3,107,616
	成長率	–	16.10%	-1.41%	7.17%	2.79%	1.60%

註：1.本年報之次產業營業額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，2015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。根據最新《台灣媒體白皮書》彙整統計，2014年整體媒體廣告量為新臺幣609.25億元，較2013年度成長1.96%，為近六年來新高；其中衛星電視廣告量最高，網路廣告則自2012年後超越報紙媒體，排名第二。若以各媒體廣告量占整體廣告量比重表現趨勢來看，隨著網路媒體的發展，除戶外廣告沒有受到影響之外，其餘媒體占比皆呈現下滑趨勢。

表2—20　2009～2014年各媒體廣告量

（單位：新臺幣億元）

年度	無線電視	衛星電視	報紙	雜誌	廣播	戶外	網路	合計
2009	43.44	158.19	100.09	50.59	37.61	28.62	69.89	488.42
2010	50.61	198.62	119.56	55.50	44.83	32.89	85.51	587.51
2011	49.00	211.75	106.74	56.78	41.40	36.80	102.15	604.62
2012	40.00	200.59	95.22	53.41	35.55	35.92	116.01	576.70
2013	38.17	209.92	86.79	52.94	31.21	41.68	136.80	597.52
2014	36.81	209.06	79.06	48.44	31.22	42.88	161.77	609.25

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

表2—21　2009～2014年各媒體廣告量占整體廣告量比例

（單位：百分比）

年度	無線電視	衛星電視	報紙	雜誌	廣播	戶外	網路
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%
2014	6.04%	34.32%	12.98%	7.95%	5.12%	7.04%	26.55%

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

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

新媒體平臺的出現，使進入數位媒體產業之門檻相對傳統平臺低，間接使小型的廣告產業公司陸續出現。從產業結構來觀察，自2009年起，資本額500萬元以下的廠商家數占整體廣告廠商家數比重呈現逐年成長趨勢。若從經營年數來看，近六年我國廣告產業成立一年以下新創家數變動不大，但營業額卻有逐年成長趨勢，顯示我國新進業者在面對新媒體所帶來的衝擊下，逐漸透過較創新的思考模式增強自身競爭力。

另一方面，根據資策會FIND 2015「2014～2015年臺灣關鍵廣告主媒體投資行為研究調查報告」指出，2014年臺灣500大廣告主媒體廣告投資約為新臺幣355.6億元，其中電視廣告占比為53.51%，網路廣告則以14.94%排名第二；針對2015年投資動向估計方面，僅電視及紙本媒體廣告市場為衰退，其餘皆為成長，其中又以行動廣告市場估計成長23.2%最高，戶外廣告估計亦有7.1%的成長率。

（二）發展趨勢

觀察目前國內外整體廣告產業的經營概況，主要有五大發展趨勢：

1.數位廣告中，影音及行動廣告快速成長，媒體廣告結構持續改變

根據臺北市數位行銷經營協會數據指出，由於消費者透過數位平臺收看影音內容的行為仍持續成長，使2014年影音廣告量大幅提升，規模達新臺幣17.9億元，較2013年成長61%。另一方面，智慧型裝置的普及所帶來消費者使用習慣的轉變，亦挹注廣告主對於行動廣告的投放，整體而言，2014年行動廣告規模為新臺幣22.87億元，較2013年度成長106.4%。

未來的全傳播時代，人手一機的趨勢，將使智慧型裝置成為各種媒體的驅動核心，其所帶來的不僅是行動廣告方面的貢獻，亦包含行動數據（Mobile Data）的紀錄，對未來在消費者行為的預測上，有相當大的助益。

2.面對新興媒體競爭，傳統廣告業者開發新廣告形式

2014年4月國家通訊傳播委員會（NCC）宣布進一步擴大開放廠商冠名贊助電視節目的規範，原「電視節目贊助暫行規範」規定僅可贊助商名稱，現已可讓品牌、產品名稱或商標圖像冠名，在不介入節目內容、維持製播自主及不影響觀眾收視權益的前提下，除新聞及兒童節目不得接受冠名贊助外，其餘節目皆可透過後製方式於節目畫面中呈現，使電視廣告業者獲得更多資源，以創造新的商業利基。

此外，社群媒體的興起，使透過交流與分享的口碑行銷逐漸受到關注。不同於以往傳統媒體的一對多單向傳播方式，口碑行銷的多對多傳播模式，藉助每位觀眾皆是廣告傳播者的概念，使企業能以更低的廣告經費獲得更佳的市場推廣效果。

3.程式化購買（Programmatic Buying）的發展

隨著廣告主日漸重視廣告費用的投資報酬率，在數位匯流的趨勢下，各類媒體皆具有蒐集消費者資料的功能，而大數據（Big Data）分析技術的應用，能使廣告主精準的把每一分錢投放在主要目標客群，也使個人化廣告逐漸成為廣告主所喜愛的廣告傳播模式。而程式化購買（Programmatic Buying）的出現即是

透過跨平臺大數據的分析，在需求方平臺（Demand Side Platform）設定目標客群相關篩選條件，並直接由系統進行媒體購買的方式，可使廣告主所投放的廣告達到更精準的目的，以提高其廣告效益。根據市場研究調查公司BI Intelligence預測，至2018年，即時競價廣告（Real-Time Bidding，RTB）將會占整個美國數位廣告銷售額的33%，而程式化購買廣告量將會占所有數位廣告金額的50%。

我國業者在即時競價廣告的經營上亦有相當程度的水準，如團隊是合作（ADPartner）建立一個以「數據管理平台（Data Management Platform，DMP）」為核心的數據行銷網絡，透過大數據(Big Data)分析為參考依據，掌握並追蹤消費者行為，進而優化數位媒體的選擇與投放，達到更高的廣告效益。

另外隨著行動電子商務（Mobile E-Commerce）時代的來臨，我國聯網裝置的增加，將有助於相關數位應用的發展，包含數位匯流、數據化行銷及O2O (Online To Offline)等應用的持續深化、跨境電商業務的延伸以及新興數位應用的出現（如擴增實境（Augmented Reality，AR）技術與行動支付的結合等）。

4.新科技所帶來的創新行銷手法

近年來新科技的應用使行銷手法逐漸多元，如近場通訊的技術（Near-Field Communication，NFC）使數位戶外廣告（Digital Out Of Home，DOOH）逐漸受到重視；行動裝置的普及使行動定位服務（Location Based Service，LBS）的技術開始應用於行動廣告市場上，較知名案例如APPLE透過藍芽技術所開發的iBeacon，APPLE於全美APPLE STORE實體商店建置iBeacon基地臺，當使用者拿著ios系統行動裝置進入商店，即可收到店家傳送商品或折扣等促銷訊息。美國速食業者麥當勞也曾應用iBeacon所開發Piper APP進行4週的試驗，其中有兩項產品銷售額分別成長8%、7.5%，顯示行動裝置的普及以及這類新科技的應用將使未來廣告主在行銷手法上有更多操作空間提升營收。

5.海外事業擴張及合作的發展趨勢

為擴展海外事業版圖並強化區域間整合業務能力，全球廣告業者在營運端皆有所突破，如日本博報堂廣告公司為掌握大中華地區廣告市場，於2015年5月中旬於中國大陸上海市設立新公司「Hakuhodo International China」，另亦併購美國數位代理商Digital Kitchen 100%股權，以強化其在亞洲新興國家分公司的企業結構；此外，由於越南線上遊戲市場在東南亞地區居於首位，日本愛德威集團看準其行動市場未來發展，2015年6月於越南設立子公司「Adways Vietnam」，作為其東南亞事業據點，致力於提供行動端之行銷服務。

而我國業者亦積極與國外業者尋求合作機會，包含聯廣傳播集團將100%股權移轉給達勝資本(KHL Capital)，使其可望成為臺灣第一家股票上市櫃的本土廣告公司；另外，關鍵數位行銷(Minmax Digital Consulting，MMdc)與北京華獅天下於2015年初正式結為兩岸廣告市場戰略夥伴，透過聯盟方式，積極開拓中國大陸市場；臺灣科技新創團隊VMFive Inc.（第五代虛擬科技股份有限公司）與日本愛德威集團合作，推出全球第一個提供試玩功能的App預約平臺；而數位廣告行銷公司聖洋集團之子公司群洋數位與全球最早期開發RTB技術的socicmantic合作，於臺灣獨家代理其需求方平臺(Demand Side Platform)，並由該集團另一子公司聖洋科技(cacaFly)團隊協同銷售。

流行音樂及文化內容產業

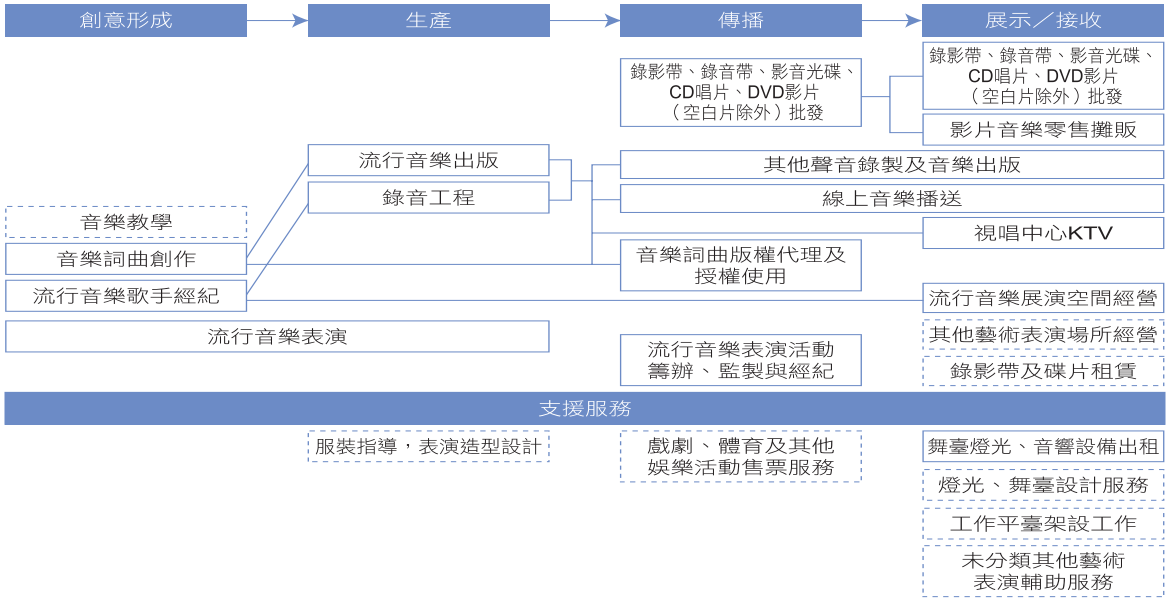
一、產業鏈及產業範疇

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、舞臺搭建、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—33　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，2015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，影片音樂零售攤販、流行音樂出版、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、線上音樂播送、流行音樂歌手經紀、舞臺燈光、音響設備出租、音樂詞曲創作、流行音樂表演、流行音樂展演空間經營、流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀及視唱中心（KTV）等十五項行業。

表2—22　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
4869—13	影片音樂零售攤販	影片音樂零售攤販
5920—11	流行音樂出版	1.包括從事具有大眾普遍接受及具流行性質特色之音樂出版，如流行音樂之唱片、錄音帶、線上音樂、音樂錄影帶、伴唱帶、音樂書籍等出版 2.不包括：非流行音樂出版，應歸入5920—99「其他聲音錄製及音樂出版」
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	1.包括非流行音樂出版、手機鈴聲製作、手機鈴聲發行等 2.不包括：未發行音樂，僅提供串流收聽或下載之服務，應歸入6022—12「線上音樂播送」
6022—12	線上音樂播送	包括以網際網路傳輸，提供音樂串流收聽、數位歌曲下載等播送服務
7603—00	藝人及模特兒等經紀（註2）	藝人及模特兒等經紀
7603—11	流行音樂歌手經紀	包括代理流行音樂歌手簽訂合約，培訓養成、規劃事業發展等經紀服務
7719—13	舞臺燈光、音響設備出租	舞臺燈光、音響設備出租
9010—15	音樂詞曲創作	音樂詞曲創作
9020—16	流行音樂表演	包括具有大眾普遍接受及具流行性質之音樂演唱及演奏等
9031—13	流行音樂展演空間經營	包括提供音響燈光等硬體設備，供現場表演流行音樂之展演場所等經營
9039—14	流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀	包括具有大眾普遍接受及具流行性質之音樂表演活動籌辦、監製與經紀
9322—11	視唱中心（KTV）	包括卡拉OK店等

註：1.與2014年年報相比，本年報增列2015年度起適用稅務行業標準分類子類增修之新行業名稱及代碼，包含4869—13影片音樂零售攤販、6022—12線上音樂播送、7603—11流行音樂歌手經紀、9020—16流行音樂表演、9031—13流行音樂展演空間經營，以及9039—14流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀。

2.依據中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂）2014年子類增刪修結果，將7603—00藝人及模特兒等經紀（適用至2014年）劃分為7603—11流行音樂歌手經紀及7603—99其他藝人及模特兒等經紀等兩大類。由於今年度正值稅務行業分類子類增修宣傳及調整期，仍有廠商稅籍為舊分類，今年度將7603—00藝人及模特兒等經紀以及7603—11流行音樂歌手經紀等實屬流行音樂產業鏈之次產業皆納入。

3.本年報與文化部影視及流行音樂產業局《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， 8572—13音樂教學與9039—13燈光、舞臺設計服務，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。

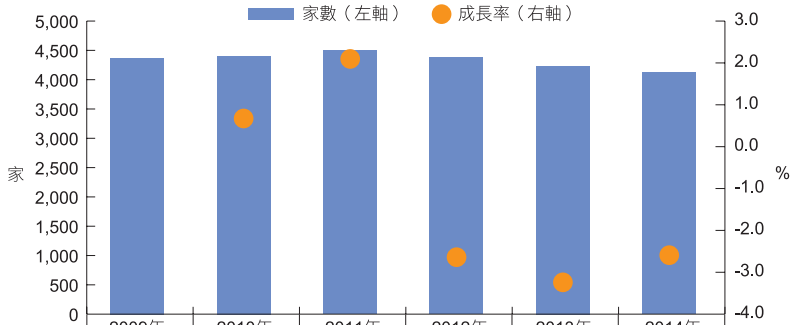
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2015年11月。

二、產業數據分析

流行音樂及文化內容產業的廠商家數於2013年度加入視唱中心（KTV）後，近三年呈現持續走低態勢；2014年衰退至4,133家。

圖2—34　2009～2014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）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	4,381	4,411	4,504	4,385	4,243	4,133
成長率（右軸）		0.68%	2.11%	-2.64%	-3.24%	-2.59%

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。

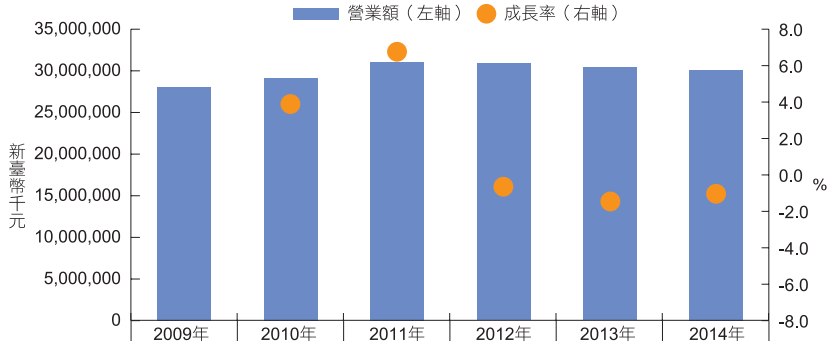
2.同表2—22註2、3。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

近六年營業額表現起伏亦呈現波動態勢，歷經2009年負成長後，2010年及2011年連續兩年呈正向成長走勢，2012～2014年呈現衰退情形。由於流行音樂產業為文創產業中最早受到數位科技衝擊之產業，使獲利模式逐漸由實體唱片解構為多元收益，包含線上串流、歌手經紀及演唱會體驗經濟。由於這些經營模式均為跨域、跨產業型態，因此難以透過稅務行業標準分類來劃分單一業者的營運範疇，例如線上串流業者多為電信業或資訊服務提供廠商、現場演出的相關週邊支援與表演藝術產業難以切割，故目前本年報的統計資料無法呈現流行音樂及文化內容產業發展之全貌，實為產業發展型態與統計資料應用的限制。

圖2—35　2009～2014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）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	28,014,858	29,108,694	31,072,181	30,867,556	30,407,804	30,095,117
成長率（右軸）		3.90%	6.75%	-0.66%	-1.49%	-1.03%

註：1.本年報之廠商營業額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。

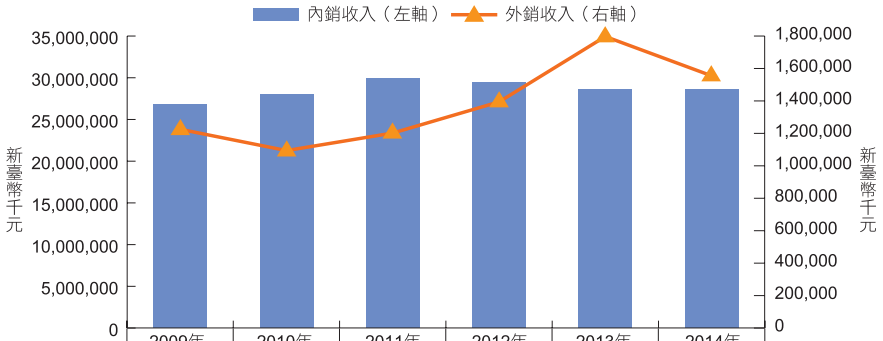
2.同表2—22註2、3。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

在內、外銷表現方面，我國流行音樂產業呈現先升後降之發展態勢，2014年外銷金額之走低，主要來自於錄音工程、其他聲音錄製及音樂出版衰退所影響，係因錄音相關軟硬體設備日趨普及，其操作與後製所需之技術門檻亦大幅降低，使用者無需再仰賴專業設備與空間，僅於住宅場域即可進行。此外，由於本年報使用之資料以企業報稅為主，個人所得未納入統計範圍，因此我國歌手雖然活躍於中國大陸演出市場，但歌手海外演出之相關收入未計入本項外銷金額，進而明顯低估我國流行音樂產業之海外影響力。

圖2—36　2009～2014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）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	26,789,849	28,014,621	29,870,177	29,473,411	28,610,798	28,539,378
外銷收入（右軸）	1,225,009	1,094,073	1,202,004	1,394,145	1,797,006	1,555,739

註：1.本年報之廠商內外銷金額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—22註2、3。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

流行音樂及文化內容產業各次產業的2014年營業額表現上，其他聲音錄製及音樂出版、流行音樂歌手經紀、舞臺燈光、音響設備出租，以及音樂詞曲創作等四個次產業近三年呈明顯成長趨勢，其他當年度呈現成長之次產業則包含音樂詞曲版權代理及授權使用、錄音工程與線上音樂播送等三個次產業，成長幅度分別為8.73%、3.30%及141.81%；反觀於通路端之CD唱片批發及影片音樂零售攤販則呈走低態勢，衰退幅度分別為14.52%及18.30%。

表2—23　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
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	6,184,184	6,716,895	6,745,450	6,312,596	5,314,844	4,543,152
	成長率	–	8.61%	0.43%	-6.42%	-15.81%	-14.52%
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	3,439,006	3,219,463	2,998,870	2,570,117	2,385,431	2,308,186
	成長率	–	-6.38%	-6.85%	-14.30%	-7.19%	-3.24%
影片音樂零售攤販	營業額	2,465	2,465	2,465	1,889	1,791	1,463
	成長率	–	0.00%	0.00%	-23.36%	-5.20%	-18.30%
音樂出版	營業額	4,218,813	4,262,573	4,826,210	5,222,330	5,894,136	5,376,846
	成長率	–	1.04%	13.22%	8.21%	12.86%	-8.78%
音樂詞曲版權代理及授權使用	營業額	182,355	278,336	321,954	371,134	370,652	403,017
	成長率	–	52.63%	15.67%	15.28%	-0.13%	8.73%
錄音工程	營業額	39,832	74,621	80,402	75,023	68,335	70,591
	成長率	–	87.34%	7.75%	-6.69%	-8.92%	3.30%
其他聲音錄製及音樂出版	營業額	1,245,739	1,432,981	2,098,057	2,325,731	2,899,304	3,617,670
	成長率	–	15.03%	46.41%	10.85%	24.66%	24.78%
線上音樂播送	營業額	–	–	8,993	3,634	3,709	8,969
	成長率	–	–	–	-59.59%	2.07%	141.81%
藝人及模特兒等經紀（註4）	營業額	577,670	490,062	588,611	646,118	744,825	859,609
	成長率	–	-15.17%	20.11%	9.77%	15.28%	15.41%
流行音樂歌手經紀	營業額	38,809	45,871	33,855	50,719	64,035	67,058
	成長率	–	18.20%	-26.20%	49.81%	26.25%	4.72%
舞臺燈光、音響設備出租	營業額	561,146	609,887	621,849	650,417	690,655	826,272
	成長率	–	8.69%	1.96%	4.59%	6.19%	19.64%
音樂詞曲創作	營業額	2,079	2,079	2,261	3,187	5,650	11,455
	成長率	–	0.00%	8.76%	40.93%	77.28%	102.73%
流行音樂表演	營業額	–	–	–	–	–	–
	成長率	–	–	–	–	–	–
流行音樂展演空間經營	營業額	–	–	–	–	124	1,396
	成長率	–	–	–	–	–	1021.54%
流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀	營業額	–	–	–	–	–	–
	成長率	–	–	–	–	–	–
視唱中心（KTV）	營業額	11,522,759	11,973,460	12,743,204	12,634,660	11,964,313	11,999,434
	成長率	–	3.91%	6.43%	-0.85%	-5.31%	0.29%

註：1.本年報之次產業營業額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.由於當前跨域經營商業型態盛行，部分業者認為其主要經營項目並非流行音樂產業而選擇申報其他稅務產業，故部分次產業呈現低估情形。

3.流行音樂表演，以及流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀等次行業代碼為稅務行業標準分類2014年底子類增刪修結果，於2015年度適用的新增行業代碼，此部分需業者於申報時主動申請變更所屬行業代碼，由於資料撈取期間仍屬稅務行業分類子類增修宣傳及調整期，故部分新增之行業代碼仍無相關數據，相關資料可能仍歸類於音樂及表演藝術相關子類下。

4.依據中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂）2014年子類增刪修結果，將7603—00藝人及模特兒等經紀（適用至2014年）劃分為7603—11流行音樂歌手經紀及7603—99其他藝人及模特兒等經紀等兩大類。由於今年度正值稅務行業分類子類增修宣傳及調整期，仍有廠商稅籍為舊分類，今年度將7603—00藝人及模特兒等經紀以及7603—11流行音樂歌手經紀等實屬流行音樂產業鏈之次產業皆納入。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015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，2014年我國實體唱片銷售金額為新臺幣986.69百萬元，占整體銷售金額的55.4%，數位音樂銷售金額則為新臺幣794.18百萬元，占整體銷售金額的44.6%。就成長率角度觀察，各類型實體唱片銷售金額皆較2013年度衰退，其中又以影音類別衰退較多，其衰退幅度達33.89%；數位音樂銷售金額則成長22.67%，於數位匯流的時代下，實體唱片銷售已逐漸式微，取而代之的是數位音樂市場的崛起。

表2—24　2012～2014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）

	類別	2012年	2013年	2014年	2014年成長率
銷售金額	國內單曲與專輯	452.15	435.12	407.37	-6.38%
	國外單曲與專輯	494.70	379.45	331.44	-12.65%
	古典專輯	155.60	126.55	104.18	-17.68%
	影音類	194.00	213.40	141.08	-33.89%
	數位音樂	475.88	647.42	794.18	22.67%
	合計	1,772.33	1,801.94	1,778.25	-1.31%
銷售數量（只含實體）	國內單曲與專輯	1.613	1.314	–	–
	國外單曲與專輯	1.827	1.364	–	–
	古典專輯	1.165	1.008	–	–
	影音類	0.525	0.502	–	–
	合計	5.130	4.188	–	–

資料來源：臺灣唱片出版事業基金會。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

隨全球網際網路連線速率日益提升以及個人行動裝置之普及，消費大眾獲取音樂之來源已逐漸由付費購買實體唱片，轉變為收取月費或年費而可享有無限制聽取曲目與專輯數之串流音樂服務；而以往唱片公司商業模式亦已由實體唱片銷售，轉變以演唱會、Live House等現場演唱之體驗經濟模式。整體而言，近年受音樂格式數位化之發展趨勢影響，使其愈趨便於傳遞與複製分享，進一步導致實體唱片市場逐年萎縮，而就產業鏈角度分析，展示接收端之唱片批發以及零售呈現逐年衰退態勢，取而代之為線上音樂播送之大幅成長。

就整體產業外銷而言，我國除歌手赴海外舉辦演唱會活動，近年Live House發展亦已臻純熟而延伸至海外市場。此外，隨中國大陸音樂市場崛起與亞洲數位音樂發展益趨成長，我國詞曲創作者與串流音樂平臺已逐漸跨足國際經營，占據其市場一席之地。

另一方面，隨著實體唱片式微與商業模式轉型，唱片公司與知名藝人已跨足演藝經紀事業，將歌手品牌概念融入產銷之中，從娛樂產業角度，從藝人定位、歌曲製作、演唱會至演藝經紀進行全方面經營思考。隨著此類模式成熟後，演唱會、代言逐漸成為唱片及演藝經紀公司主要收入來源，亦進一步帶動演唱會週邊如舞臺、燈光及音響設備出租等相關產業蓬勃發展。此外，儘管相關產業發展前景可期，然舞臺燈光、空間經營或活動籌辦等項目均無適當教育路徑引導年輕人入門與學習，正式科系、外界輔助或培養課程設置比例明顯相對偏低，導致其缺乏進入產業之適當管道。長此以往，於未來產業持續向上延伸發展，然而基層人才無法支援補足之情況下，或將抑制產業健全發展。

（二） 發展趨勢

1.串流音樂平臺導入社群媒體互動功能應用

隨串流音樂平臺之崛起，業者將消費者使用偏好資訊轉化為精確之行銷分析來源，提供分眾化產品及服務，如專屬音樂類型串流電臺、相關週邊產品等以增加收入的可能性。此外，在競爭激烈之音樂串流服務市場中，近年新興之社群分享與使用者即時互動服務業已成為指標性發展趨勢，此為過往實體唱片與網路下載均未曾提供之全新服務體驗。儘管社群分享與即時互動服務僅為數位音樂串流平臺所開發之附屬功能，然其受用戶高度肯定與依賴之應用成效，已可視為音樂串流服務高速發展關鍵之一。

2.跨業合作趨勢興起，延伸服務與經營範疇

鑒於資源限制與整體經營定位考量，企業傾向於以跨業合作方式快速接觸消費者與滲透市場，如KKBOX與時尚運動品牌SPACE CYCLE跨業合作，邀集各界知名人士與演藝人員推出專屬運動歌單及飛輪健身課程，期能營造集結時尚、社群、健身等生活型態之運動音樂體驗。就跨業服務而言，除可與合作對象進行資源整合進而快速拓展消費接觸範圍以及提升用戶數量外，更可於未來將服務範疇延伸觸及其他產品領域，達成多角化經營之發展目標，進而提升整體音樂產業之規模及產值。

3.產業規模兩極化發展，壓縮中型業者經營空間

整體而言，未來大型唱片製作公司所主導之企業經營型態，其主要以簽約知名藝人打造全方位發展，以及籌辦演唱會等活動為主；另一則為獨立音樂人所成立之小型工作室型態，掌握社群媒體的「即時性」與特殊消費者觀看模式，以「自媒體」方式經營旗下歌手，以進行跨國界、小眾而具樂迷動員能量之操作策略為主。面對此種發展趨勢，中型規模唱片經紀公司或將面臨資金規模龐大唱片企業，以及策略彈性靈活音樂工作室的雙重競爭壓力。

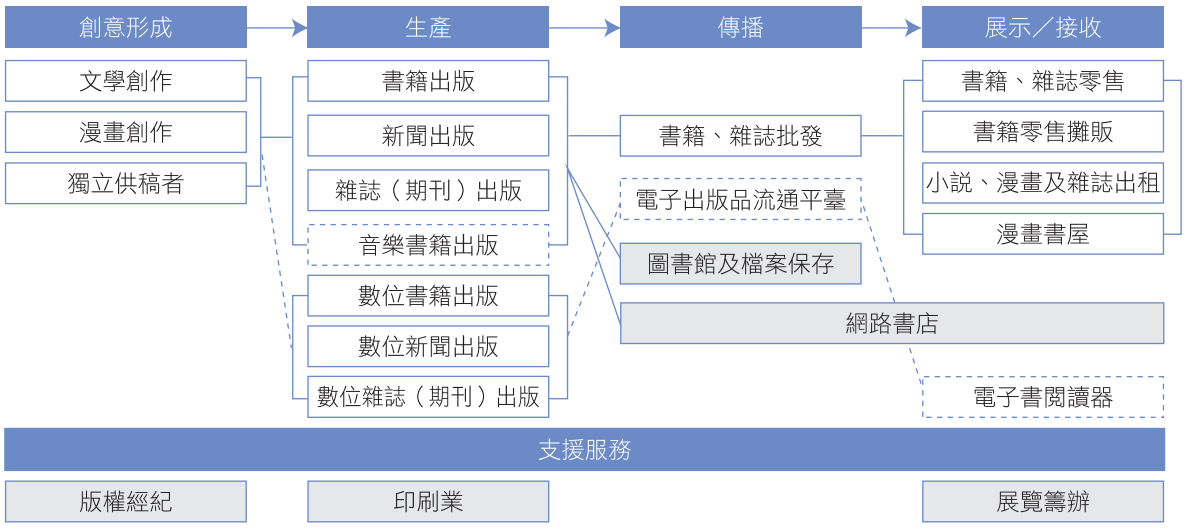
出版產業

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。而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、電子出版品流通平臺；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—37　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，2015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—25　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	包括以印刷形式發行之書籍、參考書、小冊子、字典、地圖、技術手冊、百科全書等出版。亦包括以印刷形式發行之有聲書出版
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.不包括：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：本年報與文化部人文及出版司《102年暨103年臺灣出版產業調查報告》所採計之調查範疇與統計資料來源有所差異，《102年暨103年臺灣出版產業調查報告》調查範疇為圖書、雜誌、通路，統計資料來源為研究單位另作量化調查。本年報範疇則以新聞、雜誌、書籍類為主，統計資料來源則為財政部財政資訊中心資料。

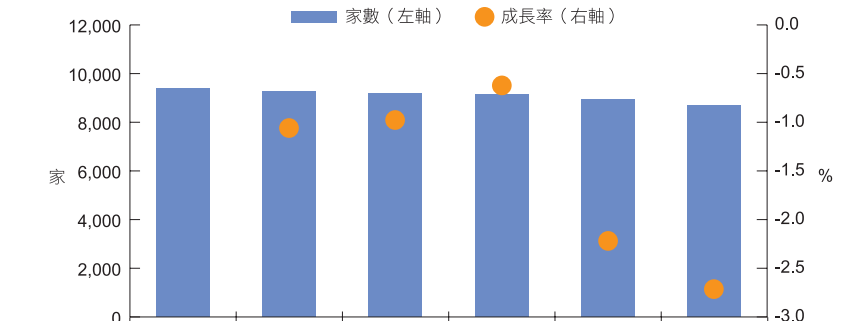
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2015年11月。

二、產業數據分析

出版產業的企業家數近六年呈現持續下滑的情況，自2009年的9,378家稍降至2014年為8,685家；2014年家數成長率為-2.72%。營業額表現方面，2014年約新臺幣1,070億元，較前一年微幅下滑2.02%。

圖2—38　2009～2014年出版產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



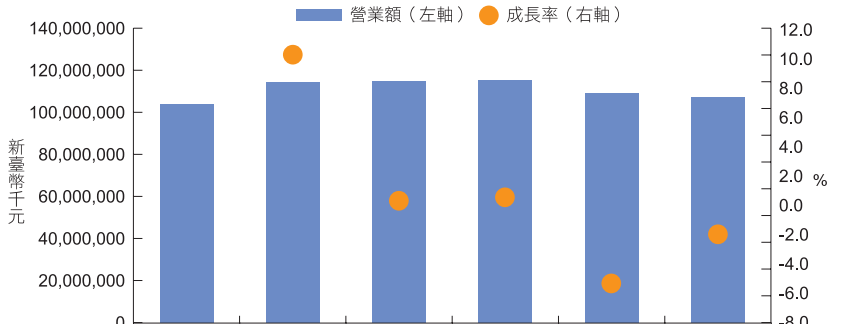
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	9,378	9,279	9,188	9,131	8,928	8,685
成長率（右軸）		-1.06%	-0.98%	-0.62%	-2.22%	-2.72%

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，2015年11月。

圖2—39　2009～2014年出版產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	103,978,562	114,580,858	114,875,215	115,428,495	109,250,982	107,040,700
成長率（右軸）		10.20%	0.26%	0.48%	-5.35%	-2.02%

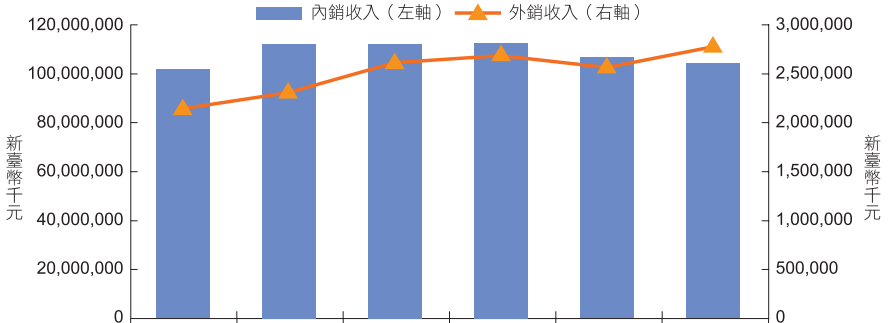
註：本年報之廠商營業額係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

在內外銷表現方面，出版產業的營業額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1,018億元成長至2012年約新臺幣1,127億元，2013年與2014年則分別略微下滑至約新臺幣1,069億元及1,042億元；2014年內銷金額約占整體營業額的97.40%。外銷表現部分，2014年約新臺幣28億元。

圖2—40　2009～2014年出版產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	101,834,341	112,271,383	112,259,928	112,741,003	106,685,180	104,262,802
外銷收入（右軸）	2,144,222	2,309,475	2,615,287	2,687,493	2,565,803	2,777,898

註：本年報之廠商內外銷金額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，2015年11月。

以次產業的營業額表現來看，以2014年表現來看，傳統出版端（包括新聞出版、雜誌期刊出版）、銷售通路的營業額皆較2013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—26　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
書籍、雜誌批發	營業額	33,272,555	38,683,361	38,018,417	38,948,532	32,884,346	33,069,285
	成長率	–	16.26%	-1.72%	2.45%	-15.57%	0.56%
書籍、雜誌零售	營業額	23,752,511	24,447,466	24,941,210	24,151,985	23,674,195	23,101,560
	成長率	–	2.93%	2.02%	-3.16%	-1.98%	-2.42%
書籍零售攤販	營業額	38,851	37,951	49,095	44,837	43,275	43,798
	成長率	–	-2.32%	29.36%	-8.67%	-3.49%	1.21%
新聞出版	營業額	10,951,894	13,173,638	12,742,787	12,213,735	14,527,547	12,891,043
	成長率	–	20.29%	-3.27%	-4.15%	18.94%	-11.26%
數位新聞出版	營業額	504	1,036	2,061	2,454	4,974	10,689
	成長率	–	105.57%	98.98%	19.02%	102.73%	114.89%
雜誌（期刊）出版	營業額	15,641,624	16,732,580	17,492,059	18,174,209	17,269,913	17,001,170
	成長率	–	6.97%	4.54%	3.90%	-4.98%	-1.56%
數位雜誌（期刊）出版	營業額	94,459	106,300	117,977	114,209	143,373	177,463
	成長率	–	12.54%	10.98%	-3.19%	25.54%	23.78%
書籍出版	營業額	18,600,435	19,865,985	20,102,167	20,486,381	19,579,511	19,767,856
	成長率	–	6.80%	1.19%	1.91%	-4.43%	0.96%
數位書籍出版	營業額	107,432	136,577	108,691	104,767	104,091	123,760
	成長率	–	27.13%	-20.42%	-3.61%	-0.65%	18.90%
小說、漫畫及雜誌出租	營業額	1,248,246	1,184,445	1,145,015	1,056,227	907,302	760,288
	成長率	–	-5.11%	-3.33%	-7.75%	-14.10%	-16.20%
漫畫創作	營業額	–	–	–	–	428	61
	成長率	–	–	–	–	–	-85.71%
文學創作	營業額	–	–	–	81	137	3,386
	成長率	–	–	–	–	68.57%	2379.84%
獨立供稿者	營業額	–	–	–	–	249	487
	成長率	–	–	–	–	–	95.65%
漫畫書屋	營業額	270,051	211,519	155,736	131,079	111,643	89,856
	成長率	–	-21.67%	-26.37%	-15.83%	-14.83%	-19.51%

註：1.本年報之次產業營業額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。例如我國「獨立供稿者」雖多為自營作業者，但由於各廠商於申報稅務時自行決定所屬業別，使得「獨立供稿者」相關統計數據偏高。

2.本年報與文化部人文及出版司《102年暨103年臺灣出版產業調查報告》所採計之調查範疇與統計資料來源有所差異，《102年暨103年臺灣出版產業調查報告》調查範疇為圖書、雜誌、通路，統計資料來源為研究單位另作廠商問卷調查。本年報範疇則以新聞、雜誌、書籍類為主，統計資料來源則為財政部財政資訊中心資料。例如本年報僅呈現「漫畫創作」之營業額，惟漫畫產業應包含出版、行銷等相關產業鏈，而根據《102年暨103年臺灣出版產業調查報告》指出，103年漫畫產業產值估計為新臺幣6.9億元。

3.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。

4.文學創作為2013年新增之行業代碼，廠商家數少而營業額波動大。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

依據國圖書號中心統計ISBN暨CIP書目資料申請數顯示，2014年我國總計5,087家出版社（單位），出版41,598種新書，較2013年出版機構減少30家（單位），出版總（種）數減少520種，亦較2012年減少707種，創下三年來最低點。出版數量連續下滑，除可解讀為總體經濟狀況不佳、網路時代取代傳統紙本閱讀、民眾購書意願降低外，亦顯示出版者投資意願持續遞減。

就產業概況而言，儘管當前臺灣數位閱讀風氣未若歐美、日本與中國大陸等國家普及，然讀者對電子閱讀之接受程度略有提升，EP同步（電子書與紙本同步出版）之比重亦逐年成長，顯示國內出版業界多數業者已積極向數位出版轉型。2014年國內數位出版市場成長幅度加速，此主要是因為出版業者發現消費者對傳統與數位出版品間之選擇行為互為獨立，消費者選擇購買電子書之原因在於書籍攜帶，抑或部分書籍本身不便於公共場合閱讀，其消費類型視民眾使用偏好與需求而定。

另外，在創作人才部分，中國大陸創作人才充沛，加上市場廣大，於未來數年華語小說市場之供需應仍由其主導。臺灣作者長文字創作意願動機不夠強烈、創作字數減少，難以與中國大陸小說動輒50萬字以上之長篇創作相比擬，加上作家知名度在兩岸讀者間存在認知差異，使得臺灣出版業在推廣本土作家作品時遭遇瓶頸，新生代臺灣作者僅九把刀與幾米透過影視作品知名度較高，此種文化地域性影響不僅是數位出版，一般出版市場亦遭遇同樣難題。政府需持續挹注資源於挖掘具創造力之人才，加以行銷推廣其作品，培養其具備國際發展潛能與能見度，並進一步藉由作品改編為影視作品、舞臺劇或商品授權等，以帶動文創整體產值提升。

（二） 發展趨勢

分析金石堂與誠品書店所出版之年度特刊，以及博客來等大型書籍銷售平臺相關報告後可發現，我國出版與閱讀之發展趨勢約可歸納如下：

1.跨業合作之創新營運模式

當前我國出版產業除朝數位化趨勢推進外，亦進一步與其他產業進行跨域整合，發展創新營運模式。如聯合線上公司（UDN）與新北市共同合作電子書牆服務項目，並與建商合作打造雲端圖書館，將書籍內容轉換為服務之提供，相較於實體社區圖書館，其可節約借閱人事成本與藏書空間；而數位圖書館亦不受空間限制，僅需社區居民持帳號密碼，讀者可於任何時間、任何地點登錄借書，且借閱到期書籍即自動消失，就採購業者角度而言，亦排除了實體書本折舊、讀者借閱未歸還之難題。出版業電子化不單僅是將傳統閱讀形式轉變為電子化型態，更需結合想像力創造出新型態服務模式，進而將服務延伸推廣應用至各層面。

2.國人樂活養生與社會關懷意識提升，出版與時事議題高度連結

受我國近年食安問題層出不窮與高齡化趨勢影響，養生保健與健康管理業已成為民眾持續關注之焦點議題，帶動相關出版與銷售持續成長；而受少子化衝擊影響，家長挹注相關資源培養子女之意願逆勢成長，諸如繪本、床前讀物與小百科等童書出版亦明顯呈走升態勢。此外，隨民眾公共事務參與意識提升之

影響，帶動相關哲學、法政、社會與環境知識等社科類書籍蓬勃出版，其亦勢必影響未來數年之出版趨勢。

3.娛樂影視與原著文學小說交互連動，一源多用趨勢發展

近年來娛樂影視與文學小說市場高度連結發展，根據相關報導指出，熱門影視作品上映後，明顯帶動原著文學小說銷售業績持續成長，如《等一個人咖啡》於上映後即成為博客來當月份文學小說銷售排行榜第2名，而後續推出之電影書衣版亦創下良好之銷量佳績。另外，不少翻譯小說亦因電影上映而帶動書籍銷售，如《格雷的五十道陰影》系列銷售逾20萬本之高。而熱門影視作品亦帶動相關衍生性商品暢銷，如《來自星星的你》劇中出現之讀物《愛德華的神奇旅行》2006年在臺發行，7年來賣出近3萬本，自《來》劇開播2個月後速銷1萬本，躍居博客來暢銷排行榜第4名。由上述可知娛樂影視與出版產業可高度相輔相成而達雙贏局勢，未來出版產業勢必益加關切一源多用商機之開發與效率運作。

4.電子商務發展趨勢下之群聚化書店減少與實體書店轉型

受網路消費蓬勃發展與閱讀人口下降衝擊，以及大型連鎖書店積極展店影響，小型書店不堪負荷而陸續外移或結束經營，導致部分區域群聚盛況不復以往。此外，於銷售金額逐年萎縮之態勢下，業者為維持消費者來店數與拓展收入來源，現已逐漸朝向複合經營模式之趨勢發展。傳統實體書店除書籍販售外，同時提供咖啡輕食、文創商品體驗與販售、場地租借…等非傳統書店經營業務，並輔以舉辦讀書會、朗讀會與藝文展演等教育娛樂活動，創造人與書相遇之新藝文生活空間。

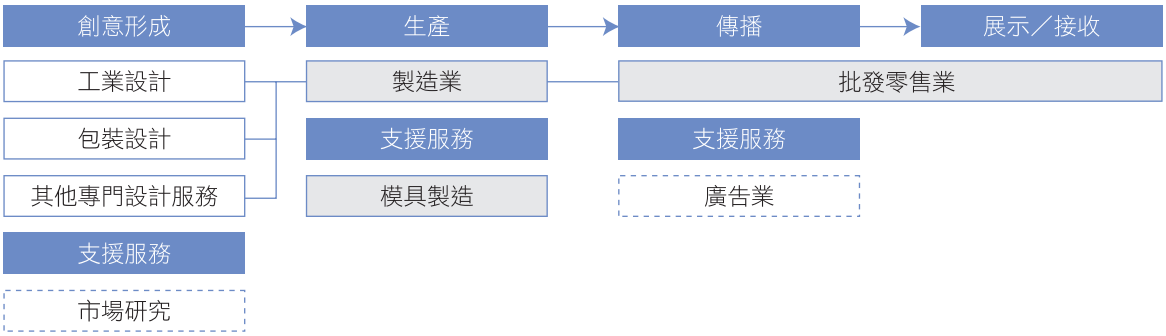
產品設計產業

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為產品企劃及產品設計等，產品設計服務是整個產業鏈很重要的一環，由業主提供需求，設計完成後經過市場調查調整市場需求，確認產品概念方向，再將提案給業主自行生產製造或委託生產製造，最後經由展示行銷送達到消費者手中。

圖2—41　產品設計產業鏈



註：1.虛框部分表示本產業價值鏈相關的細產業，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，未納入本年報之行業統計範圍。
3.次產業間的實線連結，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，2015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，以利產品使用、價值及外觀上達到最適化）、包裝設計（工業包裝設計及商業包裝設計）以及未分類之其他專門設計服務，其中未分類的其他專門設計服務包含如珠寶、家具等商品。參照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—27　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	包括模具等設計
7409—13	包裝設計	包括工業包裝設計及商業包裝設計
7409—99	未分類其他專門設計服務	包括珠寶、家具等設計

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，2015年11月。

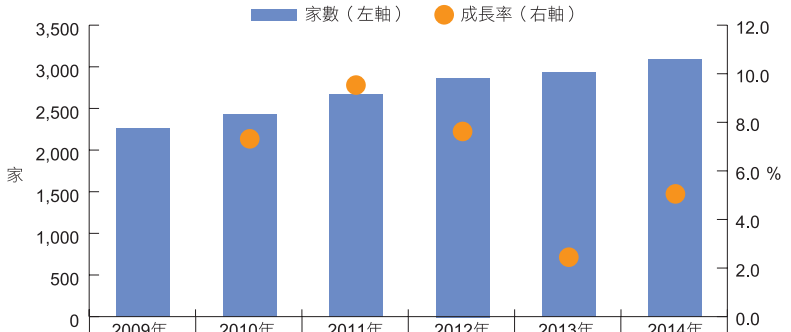
二、產業數據分析

產品設計產業與景氣波動之間有連動性，當景氣面臨衝擊較大時，許多大型企業內部設計部門，可能受到營運影響而減少開發新產品；景氣復甦成長時，則相對會開發更多新產品，增加對於產品設計服務的需求。

自2009年以來，產業家數皆呈現成長趨勢，2014年產品設計產業家數達到3,086家，由近幾年的成長率來看，可以發現產品設計產業家數成長趨勢較為趨緩。2014年營業額為新臺幣608.8億元，與2013年比較，成長幅度為3.12%，次產業中包裝設計大幅成長83.17%，而工業設計及未分類其他專門設計服務業，則分別小幅成長3.71%及1.14%。

圖2—42　2009～2014年產品設計產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



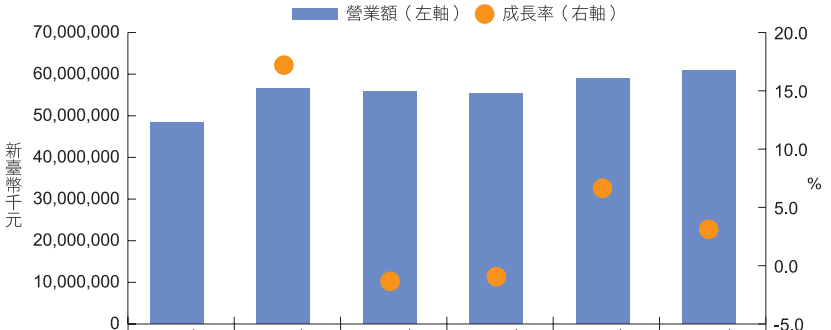
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	2,267	2,433	2,665	2,868	2,938	3,086
成長率（右軸）		7.32%	9.54%	7.62%	2.44%	5.04%

註：本年報之廠商家數係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源: 財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

圖2—43　2009～2014年產品設計產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	48,318,950	56,643,975	55,897,997	55,351,132	59,034,249	60,877,763
成長率（右軸）		17.23%	-1.32%	-0.98%	6.65%	3.12%

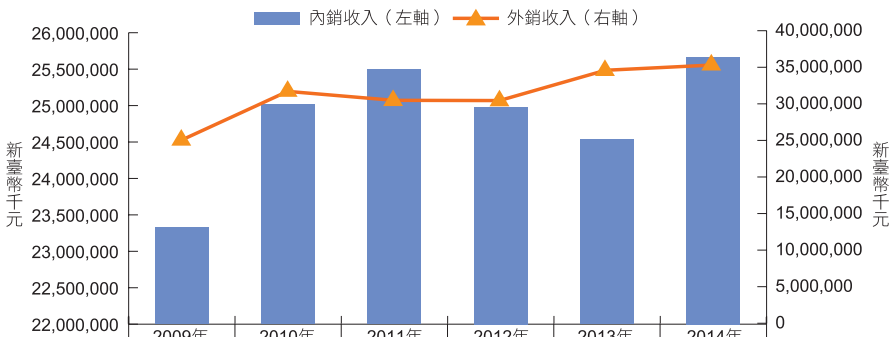
註：本年報之廠商營業額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

2014年本產業內銷收入與去年相比呈現成長，內銷收入成長顯示國內消費市場有復甦的趨勢，國內消費意願增加，代表著相關業者愈來愈重視產品設計的部分，有助於促進整個消費市場的擴張。

圖2—44　2009～2014年產品設計產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	23,325,018	25,019,745	25,493,140	24,979,416	24,535,882	25,669,692
外銷收入（右軸）	24,993,932	31,624,230	30,404,857	30,371,717	34,498,367	35,208,071

註：本年報之廠商內外銷金額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

表2—28　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
工業設計	營業額	35,547,858	40,439,963	38,881,016	38,579,135	43,395,238	45,006,596
	成長率	–	13.76%	-3.85%	-0.78%	12.48%	3.71%
包裝設計	營業額	39,679	57,950	39,034	46,120	66,473	121,759
	成長率	–	46.05%	-32.64%	18.16%	44.13%	83.17%
未分類其他專門設計服務	營業額	12,731,413	16,146,062	16,977,948	16,725,877	15,572,538	15,749,407
	成長率	–	26.82%	5.15%	-1.48%	-6.90%	1.14%

註：本年報之次產業營業額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

2014年不論在產品設計業家數、營業額及產品內外銷上，數據都較往年高。政府鼓勵青年創業下，許多小型設計公司成立，除了設計師品牌商品，跨界合作的成功案例也越來越多元。長期積極推廣文創產業並設置文創園區，整體發展趨漸成熟，努力終見成果，大眾對於美學的認知提升，進而帶動國內消費市場。大型企業in house如自行車產業，整合生產到通路系統，自家轉型增加產值，對外銷貢獻甚大。

設計服務業國際市場拓展方面，也有很多的突破。為創造國際市場商機，設計師以團隊合作、行銷合作名義，與國際品牌合作，開發主題性商品，其看準東南亞設計市場的未來發展，也組團參加泰國曼谷國際禮品家飾展，爭取臺灣設計在東協市場的商機；另外在地方產業的服務方面，部分設計師更前進日本市場，與日本東京都墨田區政府合作，協助當地廠商開發特色商品，間接拓展日本設計服務市場，提高臺灣設計國際上知名度及能見度。

（二）發展趨勢

臺灣廠商的製造代工優勢已不復存在，設計業隨著製造業的經營態勢轉變，在內容與方向也發生了質變：

1.自有品牌商品與事業發展

國內設計師開發自有商品已行之有年，設計師與「自製者」（Maker）之結合形成一股新趨勢，開拓除文創商品之外更多元的產品面向，例如：結合軟體、IOT的智慧型商品，創投資金與設計業會將有更多合作機會。

2.設計業團隊化提供跨領域設計服務

設計業者開始整合各種技術領域，包含材料、人機介面、軟體，乃至於生產及行銷等人才，共同協助產業解決產品開發問題。藉此提升設計服務的角色與專業度，同時對專案掌握度與執行度更加緊密。

3.與地方產業合作深耕臺灣特色

設計師深入臺灣，開始大量取材本土元素，與當地的工藝產業深度交流，共同改良或開發產品，此雙贏模式讓工藝予以保留、產業找回市場，正是設計價值所在，期待更多傳統技術延續傳承。

4.國家級設計獎進軍華人市場

我國的「金點設計獎」去年起已拓展到國外，此獎未來將具象化推廣臺灣的設計觀點，同時也將為臺灣產業在商品及品牌上，創造設計加值的效果。

總此，過去一年設計產業逐漸多元化發展，業者如何創造服務特色與創新經營模式，仍是須持續努力的一個課題。

視覺傳達設計產業

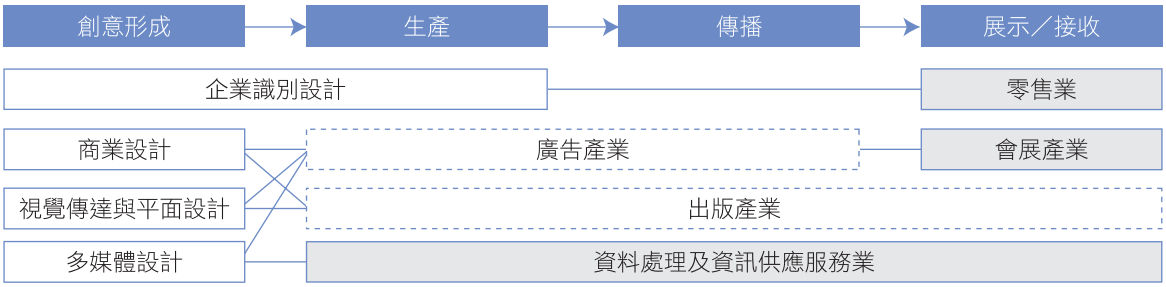
一、產業鏈及產業範疇

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，其中商業包裝設計包括食品、民生用品、伴手禮等包裝。

視覺傳達是透過視覺的方式來傳遞觀念或資訊，而且多半以平面的影像呈現。其範圍包含了藝術、符號、文字設計、攝影、素描、平面設計、插畫、色彩和電子資源，甚至擴及網頁設計，廣義來說，還包括動畫、互動媒體與櫥窗設計。視覺傳達設計則可包含標誌、海報、宣傳單、產品包裝、書刊設計等。

視覺傳達設計服務為產業鏈中重要的一環，由業主提出需求，設計完成後由設計公司直接提供產品（如網頁設計、平面設計），或提供給業主生產製造成品（如產品包裝、企業識別系統），最後經傳播行銷到達消費者端。

圖2—45　視覺傳達設計產業鏈



註：1.虛框部分表示本產業價值鏈相關的細產業，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，未納入本年報之行業統計範圍。
3.次產業間的實線連結，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，2015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、視覺表達與平面設計以及多媒體設計。參照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—29　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	包括商標設計等
7409—12	商業設計	以商業行銷為主，大部分為平面設計，如海報、傳單等
7409—14	視覺傳達與平面設計	以視覺做為溝通和表現，如平面廣告設計等
7409—16	多媒體設計	包括網頁設計、動畫設計等多媒體設計

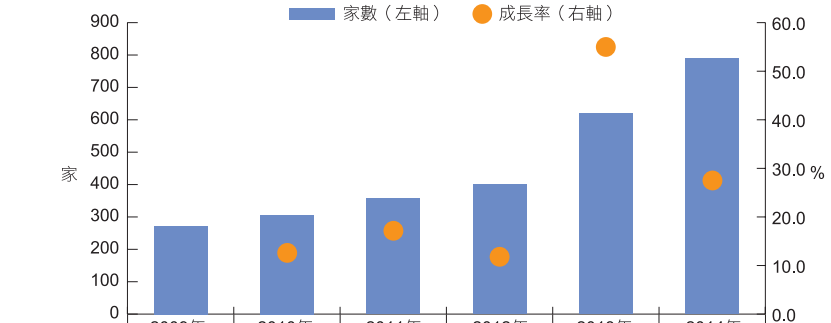
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2015年11月。

二、產業數據分析

2014年視覺表達設計產業家數為790家，自2009年以來，產業家數都是呈現成長的趨勢，近兩年家數有大幅度的成長。2014年營業額小幅成長13.14%，至於次產業中視覺傳達與平面設計營業額大幅成長129.06%，而多媒體設計營業額成長率也有96.58%的表現，至於企業識別設計營業額則是減少9.05%，可能由於產業家數的成長，市場需求並沒有因此擴大所造成的影響。

圖2—46　2009～2014年視覺傳達設計產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



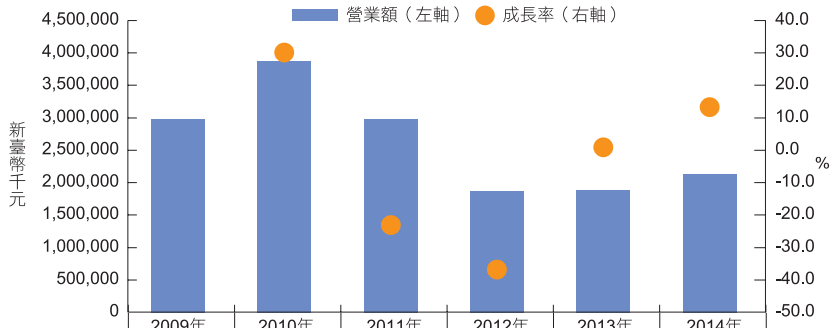
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	272	306	358	400	620	790
成長率（右軸）		12.50%	16.99%	11.73%	55.00%	27.42%

註：本年報之廠商家數係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

圖2—47　2009～2014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）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	2,983,349	3,878,530	2,973,844	1,869,517	1,884,679	2,132,384
成長率（右軸）		30.01%	-23.33%	-37.13%	0.81%	13.14%

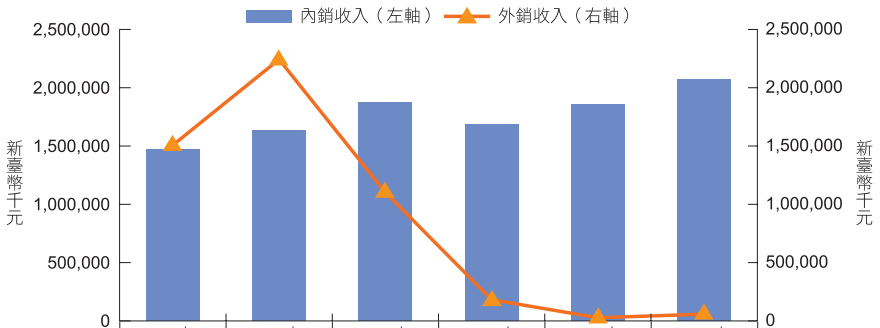
註：本年報之廠商營業額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

視覺傳達設計產業2013年外銷比率為1.47%，2014年外銷比率略為上升至2.73%，而2014年本產業之內銷收入則是穩定成長中。許多中小企業面臨轉型的情況下，近幾年對於設計需求明顯上升，因此內銷金額相對穩定上升，而外銷部分，則是因為中國大陸經濟快速崛起，文化創意產業也蓬勃發展，部分客戶可能轉往中國大陸，提升外銷收入。

圖2—48　2009～2014年視覺傳達設計產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	1,475,603	1,634,706	1,870,683	1,687,269	1,857,038	2,074,205
外銷收入（右軸）	1,507,747	2,243,824	1,103,161	182,248	27,641	58,180

註：本年報之廠商內外銷金額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

表2—30　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
企業識別設計	營業額	2,023,523	2,695,230	1,506,110	496,712	332,763	302,637
	成長率	–	33.19%	-44.12%	-67.02%	-33.01%	-9.05%
商業設計	營業額	912,639	1,101,146	1,413,223	1,329,572	1,452,823	1,606,518
	成長率	–	20.66%	28.34%	-5.92%	9.27%	10.58%
視覺傳達與平面設計	營業額	47,187	79,784	49,686	39,666	87,541	200,522
	成長率	–	69.08%	-37.72%	-20.17%	120.70%	129.06%
多媒體設計	營業額	–	2,370	4,825	3,568	11,552	22,708
	成長率	–	–	103.53%	-26.04%	223.76%	96.58%

註：本年報之次產業營業額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

商業設計其使命在於表達企業、品牌、商品或服務的整體形象，進而影響消費大眾的認知、偏好或行動，廣義涵蓋到視覺傳達設計、平面設計與企業識別設計等，商業設計公司所承接的業務通常包含了以上所提之設計服務，因此商業設計產業所占之營業額為最大宗，占整個產業約四分之三的營業額。

隨著時代的改變，臺灣產業結構如今已邁向服務業及高科技產業為發展主軸，過去我國產業是以代工為主軸，在全球化競爭下，產業利潤漸漸被壓縮，因此企業紛紛被迫轉型，透過品牌設計及商業設計，藉此增強企業的識別度及知名度，鞏固企業的競爭優勢。目前視覺傳達設計產業已成為臺灣企業永續經營及提升其價值的重要關鍵，也將是未來臺灣經濟發展的重要課題。

（二）發展趨勢

1.設計結合生活，改變商品價值

網際網路的發達和普及，造就資訊爆炸的時代，現代生活常需要透過眾多媒體、載具進行，漸漸增加對於影像與感官上的連結需求，越是數位化生活，使我們越渴望真實的形體。視覺傳達設計不只是商業美學的概念，而是逐漸與消費者渴望的生活產生共鳴，從機能的滿足到體驗的設計，激盪出商品多元的附加價值。

2.整合企業合作機制，開拓設計新市場

面對國際化及產業高價值化的趨勢，視覺傳達設計產業扮演的角色越顯重要，經濟部商業司於2004年起，開始推動「商業設計發展計畫」，輔導協助企業打造品牌規劃行銷，致力國內外市場開發及行銷，促

進產業進步，開辦至今，已陸續成功輔導許多企業轉型，以2014年為例，輔導明係事業創立自我品牌，擺脫以往的代工形象，以及協助達理精控企業重新建立企業識別度，有助拓展國內外市場等。

此外，經濟部工業局所推動的「品牌臺灣發展計畫」，提供了臺灣企業品牌發展諮詢及服務，媒合臺灣品牌管理顧問公司予以協助，也提供了設計產業展現能力的舞臺，如西螺大同醬油在計畫協助下，透過特一國際設計有限公司輔導，展開品牌再造工程，進軍國際市場，還有國內最老字號製藥廠之一的中美兄弟製藥，也透過計畫的協助，讓消費者更加認識中美製藥。

設計品牌時尚產業

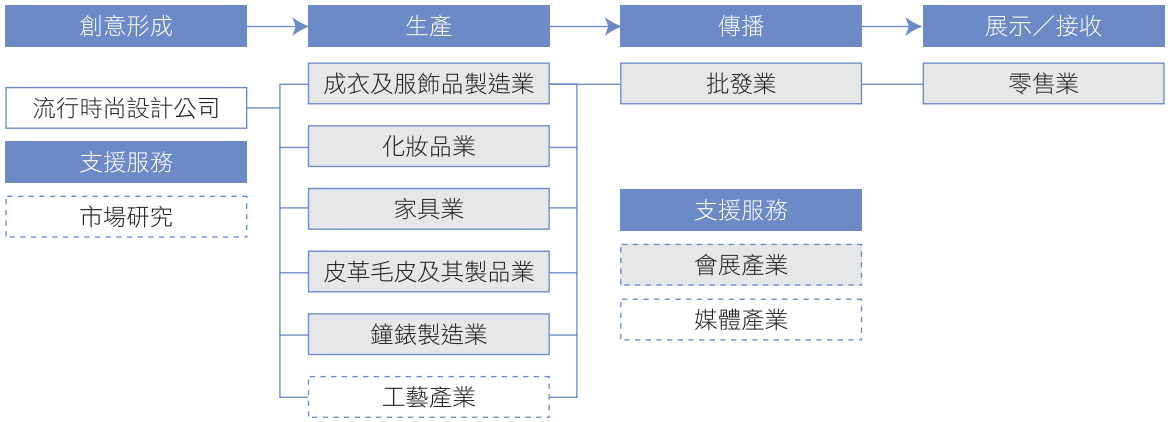
一、產業鏈及產業範疇

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、製作與販售，並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、紡織，廣義的設計品牌時尚產業包括家飾家具、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由設計師自創品牌，或業主有品牌需求，設計完成後交付生產製造，經過傳播、展示行銷到達消費者端。

圖2—49　設計品牌時尚產業鏈



註：1.虛框部分表示本產業價值鏈相關的細產業，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，未納入本年報之行業統計範圍。
3.次產業間的實線連結，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，2015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。參照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—31　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

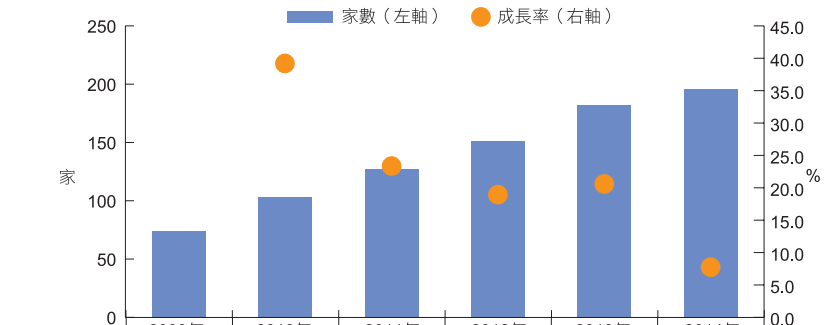
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2015年11月。

二、產業數據分析

2014年設計品牌時尚產業家數為196家，2009年以來，產業家數皆呈現成長趨勢。2014年營業額為新臺幣4.6億元，較2013年成長24.94%。時尚建立品牌，品牌帶動龐大週邊商機，形成特有族群文化的消費習慣，現今人們對於品牌追求的習慣，跟隨流行趨勢的腳步，也反映在設計品牌時尚產業的發展上。

圖2—50　2009～2014年設計品牌時尚產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



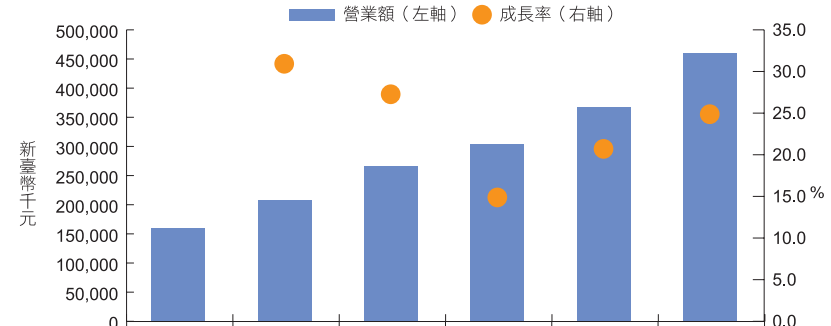
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	74	103	127	151	182	196
成長率（右軸）		39.19%	23.30%	18.90%	20.53%	7.69%

註：本年報之廠商家數係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

圖2—51　2009～2014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）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	159,249	208,503	265,300	304,647	367,827	459,570
成長率（右軸）		30.93%	27.24%	14.83%	20.74%	24.94%

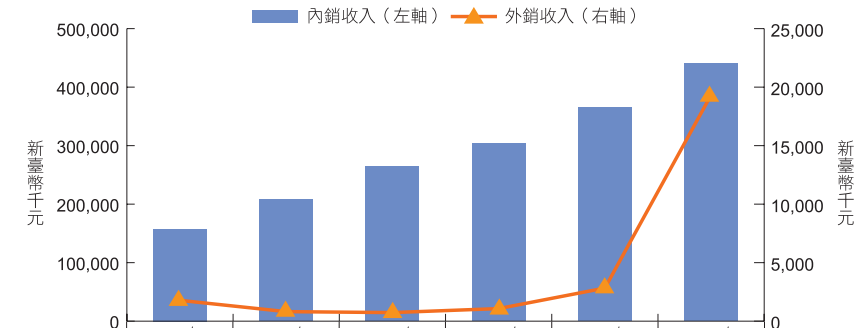
註：本年報之廠商營業額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

設計品牌時尚產業2014年外銷比率為4.2%，外銷收入相對2013年有大幅度的成長，成長原因可能是國內紡織廠商如儒鴻、聚陽等，接到國外大量的機能性布種訂單所帶來的效益，但設計品牌時尚產業仍以內銷市場為主，內銷收入2014年達新臺幣4.4億元。

圖2—52　2009～2014年設計品牌時尚產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	157,472	207,689	264,566	303,574	365,000	440,242
外銷收入（右軸）	1,777	814	733	1,074	2,827	19,328

註：本年報之廠商內外銷金額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

表2—32　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
流行時尚設計	營業額	159,249	208,503	265,300	304,647	367,827	459,570
	成長率	–	30.93%	27.24%	14.83%	20.74%	24.94%

註：本年報之次產業營業額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

大眾熟悉的時尚產業多以服飾為主要內容，流行時尚設計是當今世上改變最快的設計行業之一，主要分為時裝及時尚飾品兩大類。過去臺灣紡織產業是以代工為主，如今面對時代變遷與世界競爭下，已逐步朝向建立自有品牌、行銷通路，產業陸續轉型以提高附加價值，在發展機能性布料上具世界競爭力，但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。

政府為了因應「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，特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，於2011年成立「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。歷經近三年之調整與轉變，「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2014年更新建了1座高雄創作基地—「R7創藝所在」，殷切期盼透過創新的「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、串聯並活化全臺紡織聚落。

（二）發展趨勢

1.企業結合設計師開創品牌新道路

近年來國內有許多家設計通路品牌相繼成立，分別為由紡織企業向通路設計品牌延伸，如ARTIFACTS（新紡）、初衣食午（承展）；由百貨通路向多元化產品延伸，如3D STATION（遠百）、AXES（誠品生活）；由學界向市場延伸，如實踐大學菁英薈萃創立PRAXES品牌，對擁有完整供應鏈的臺灣紡織產業而言，結合設計能量更有助於提升產業價值。

2.設計商品展售與募資平臺管道多元化

多數獨立設計師品牌往往呈現一種小而美狀態，從設計、行銷、參加國際會展及尋找銷售通路，通通由設計師獨立完成，以至於設計師所付出之成本相對來的高，且臺灣國內市場小，無法單靠內銷撐起整個產業，因此還會多一個拓展海外市場的任務要克服。透過建立一個製造的顧問平臺，媒合企業與獨立設計師、設計師與投資者或設計師與消費者，如文化部的「文創咖啡廳媒合平臺」、聯合報系的「uDesign」等，經富機動性專業分工支援，將逐漸構出更完整的產業網路。

臺北市文化局規劃於中山區培英市場預定地建置設計產業園區，將朝時尚設計產業園區方向規劃，未來不限於服裝產業，珠寶、皮包等配件產業也可能納入，提供臺灣設計師展示作品平臺與銷售空間；可能連結永樂市場布料批發業、艋舺服飾商圈等在地特色商圈，帶動時尚設計產業發展。

3.推動臺灣時裝週，拓展海外通路

為積極推動臺灣時尚創意產業，並結合國內上、中游產業研發之優勢，鼓勵下游業者發展時尚設計及自創品牌，以延續臺灣紡織產業競爭力，提升設計與品牌的附加價值，自2006年起，由紡織業拓展會與對外貿易發展協會共同主辦「台北魅力展（Taipei IN Style）」，除了增加國內設計師品牌曝光度，也可以吸引國內外買家購買，創造實質商機，為臺灣品牌商與國外通路建立合作契機，將臺灣時尚品牌推廣到全世界。

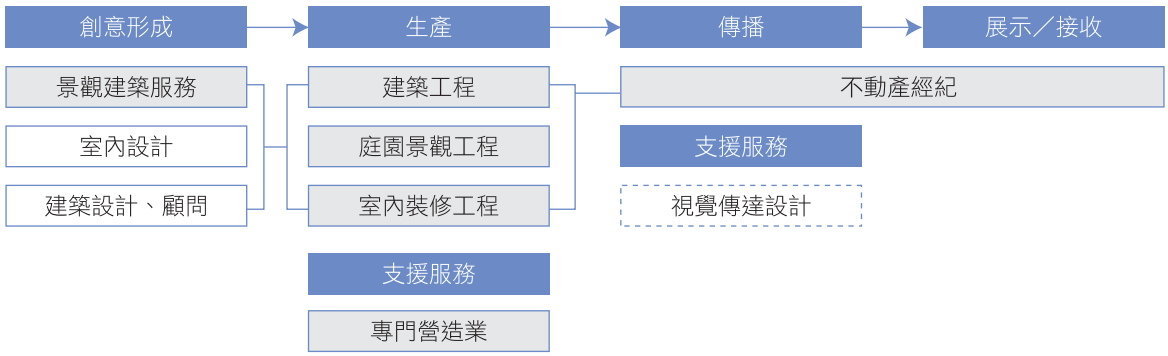
建築設計產業

一、產業鏈及產業範疇

係指從事建築物設計、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—53　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，2015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—33　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	建築設計、顧問

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，2015年11月。

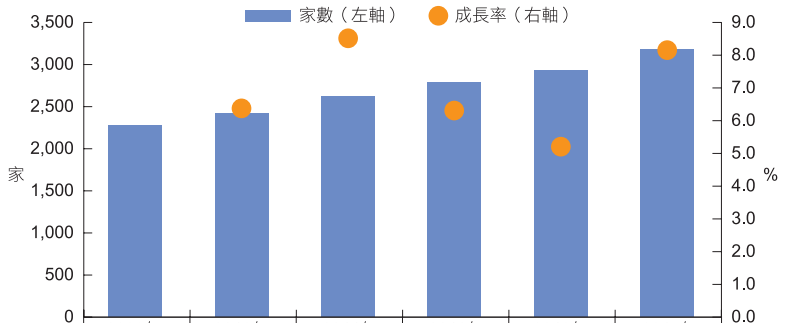
二、產業數據分析

建築設計產業的波動與房地產景氣之間具有緊密的連動關係。2009年受到前一年金融海嘯的衝擊，使當年度營業額大幅下滑，隨即在2010年回升。2012年由於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，增添本產業設計之需求。隨2013年景氣逐漸回溫，央行總體審慎措施有效抑制系統性風險，因而逐步放寬不動產信用管制，使商用不動產市場需求增加。建商推案信心增強之餘，亦展開多角化投資，特別是跨足飯店旅館業經營，上述因素皆有助於2014年建築設計營業額的穩健增加。

2014年建築設計產業家數為3,182家，在過去六年來，除2009年受金融海嘯影響外，產業家數呈現成長趨勢。2014年營業額約新臺幣355億元，較2013年成長18.28%，在次產業的營收方面，室內設計成長14.29%，建築設計、顧問業則成長46.05%，其中建築設計、顧問對本產業成長的貢獻最大。

圖2—54　2009～2014年建築設計產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



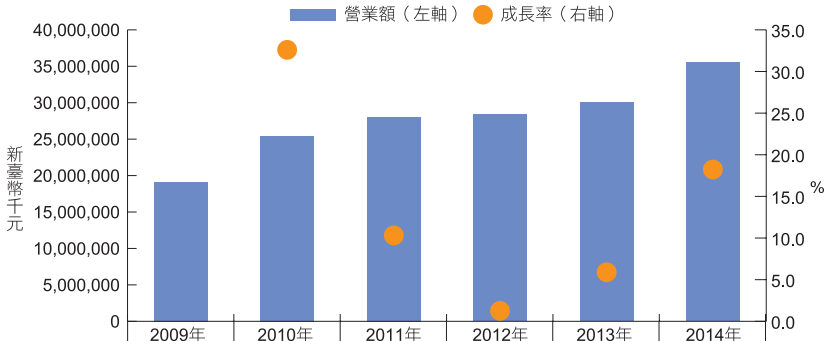
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	2,278	2,423	2,630	2,796	2,942	3,182
成長率（右軸）		6.37%	8.54%	6.31%	5.22%	8.16%

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，2015年11月。

圖2—55　2009～2014年建築設計產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
營業額（左軸）	19,143,007	25,393,316	28,021,936	28,368,001	30,014,190	35,501,397
成長率（右軸）		32.65%	10.35%	1.23%	5.80%	18.28%

註：1.本年報之廠商營業額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。

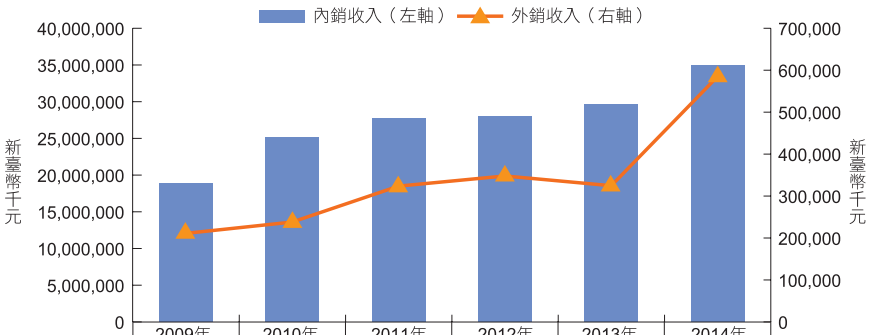
2.根據營業稅法第八條第二十二項規定，依同法第四章第二節規定計算稅額之營業人，銷售其非經常買進、賣出而持有之固定資產得免徵營業稅。本年報統計之營業額僅包含該業部分營業項目，因此有低估現象，且趨勢解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2015年11月。

本產業以內銷市場為主，產業整體呈現內外銷收入皆呈現成長之趨勢。2014年本產業內銷金額約349億元，較2013年提升了17.61%，而外銷金額亦較2013年成長80.17%，達到新臺幣5.85億元，各次產業皆明顯成長，尤其以建築設計顧問的成長幅度最大。

圖2—56　2009～2014年建築設計產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	18,931,973	25,155,260	27,698,256	28,020,093	29,689,491	34,916,371
外銷收入（右軸）	211,034	238,055	323,679	347,908	324,699	585,026

註：本年報之廠商內外銷金額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，2015年11月。

在建築設計的兩項次產業中，室內設計廠商家數較多，營業額較大，占整體建築設計產業營業額84.46%，而建築設計、顧問之營業額占比則為15.54%。

表2—34　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
建築設計顧問	營業額	2,186,986	2,586,814	3,195,374	3,186,074	3,776,463	5,515,428
	成長率		18.28%	23.53%	-0.29%	18.53%	46.05%
室內設計	營業額	16,956,021	22,806,502	24,826,562	25,181,927	26,237,727	29,985,969
	成長率		34.50%	8.86%	1.43%	4.19%	14.29%

註：1.本年報之次產業營業額係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬得由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第二十二項規定，依同法第四章第二節規定計算稅額之營業人，銷售其非經常買進、賣出而持有之固定資產得免徵營業稅。本年報統計之營業額僅包含該業部分營業項目，因此有低估現象，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，2015年11月。

三、發展現況與趨勢

（一）發展現況

本產業69.18%的廠商家數經營五年以上，且86.20%的營業額集中在這些廠商，可見專業經驗在本產業相對備受重視。不過2014年規模新臺幣500萬以上的業者家數較2013年增加，平均每廠商營業額亦較2013年顯著提升。

（二）發展趨勢

1.小坪數住宅的室內空間應用與便利性需求

由於國內房市仍處於供過於求階段，加以房價居高不下，使中低價位的小坪數住宅較受注目，因此購屋者對於室內空間活化應用仍有需求。

2.觀光活絡及公共藝文空間的興盛

隨著國際化與觀光客自由行的風行，加上受限於產品區位限制，近年商辦與店面需求呈現穩定成長，是構成本產業近年營業額持續成長的主因。具建設公司背景的飯店業者，以先取得土地再量身訂做興建旅店的模式展店，大型建商與壽險業者亦結合資金優勢，取得土地進入飯店業。有飯店業者直接購買舊商業大樓重新整修，除擁有飯店經營的利潤外，亦可享受不動產裝修後的增值利益，成為開發精品商旅新趨勢。加上近年來政府積極設置公共藝文空間，帶動對室內設計服務需求。

3.老屋活化改造，注入新生命

在臺灣，文風匯集的建物散布各個角落，惟因年代久遠而逐漸被人們淡忘。有鑑於此，近年有部分地區社員倡議回收舊有文化資產，透過建物的活化翻新，注入藝文元素，賦予老屋生命力。遠東建築獎在今年首度新增「舊屋改造特別獎」，鼓勵維持文化的延續性，營造在地化特色，亦有社員正透過集資平臺募款整修老屋。在不久的將來，這些改造建物有機會形成地方文化據點，提供民眾了解當地采風的管道，對創新在地文化價值，深具發展潛力。

4.智慧綠建築發展興起

智慧綠建築產業是2010年行政院通過的四大新興智慧型產業之一，整合智慧建築與綠建築，讓臺灣可以利用過去綠建築的基礎下，結合臺灣在資通訊之優勢與資源，發展出成熟的智慧綠建築，期促進建築節能減碳、提升居住環境品質及帶動產業發展。智慧綠建築產業政策於2010年至2015年間投入新臺幣32.36億元，帶動民間284億元投資。

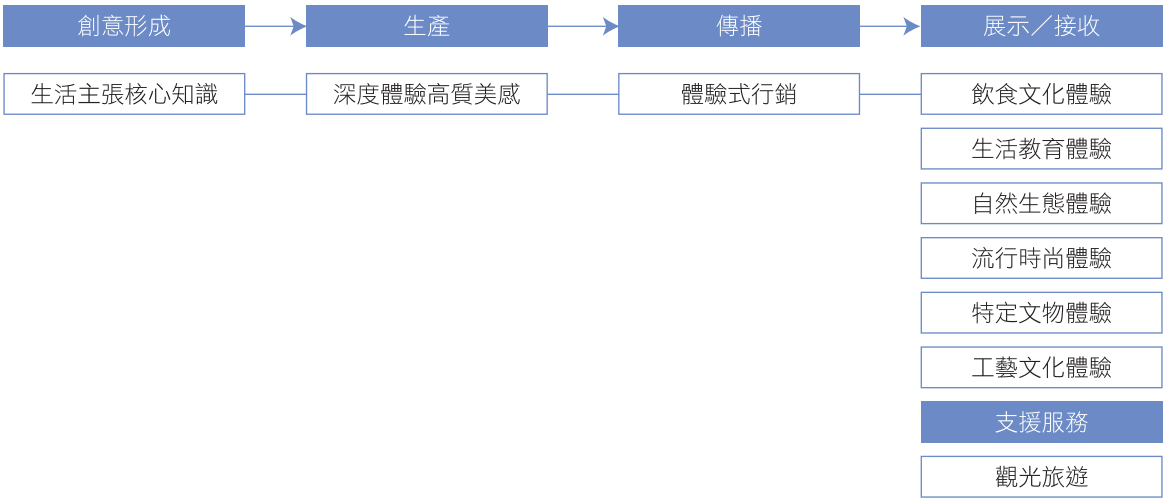
創意生活產業

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，已被認為是未來臺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，凡飲食文化、生活教育、自然生態、流行時尚、特定文物、工藝文化等領域都是人類生活體驗的一部分。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—57　創意生活產業鏈範疇



資料來源：本年報整理，2015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，本章資料與內容論述，爰請財團法人中衛發展中心提供。

表2—35　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

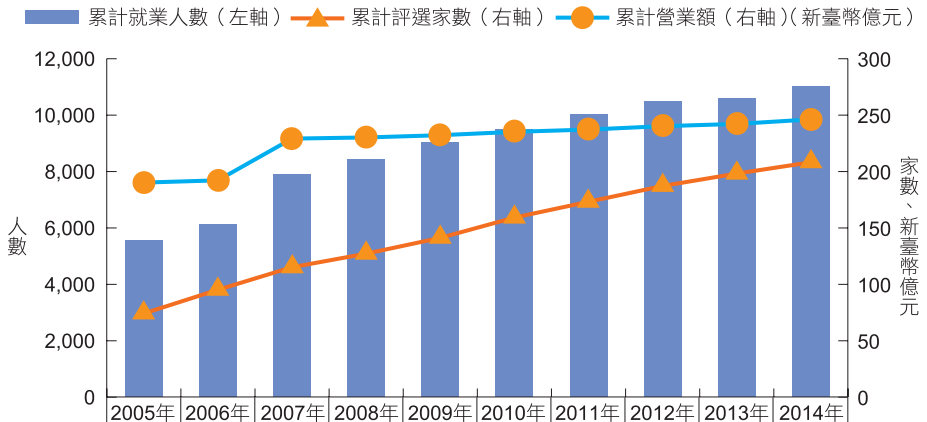
資料來源：2014年創意生活產業發展計畫執行成果。

二、產業數據分析

2014年經評選納入創意生活產業家數總計有10家，累計評選通過家數為208家，營業額達新臺幣246億元，創意生活產業之就業人數由2013年的10,600人成長至2014年的10,991人。

2014年通過評選之創意生活產業範疇，家數方面，生活教育體驗為最大宗，計有5家業者，流行時尚體驗和飲食文化體驗各有2家業者，自然生態體驗有1家業者；員工人數方面，以生活教育體驗員工人數478人最多，自然生態體驗員工數334人居第二，流行時尚體驗員工及飲食文化體驗次之，員工數依序為80人以及45人；營業占比方面，以生活教育體驗占比55.9%最高，自然生態體驗38.4%次之。

圖2—58　2005～2014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	2014年
累計就業人數（左軸）	5,552	6,127	7,902	8,421	9,020	9,500	10,000	10,460	10,600	10,991
累計評選家數（右軸）	74	95	115	127	141	159	173	187	198	208
累計營業額（右軸）(新臺幣億元)	190	192	229	230	232	235	237	240	242	246

資料來源：2014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18.75%，再者為宜蘭縣，占總家數的11.54%，臺中市、南投縣及新北市則分別各占國內總家數的11.06%、9.62%，以及8.17%。

表2—36　2014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	39	18.75%
新北市	17	8.17%
基隆市	6	2.88%
桃園市	1	0.48%
桃園縣	6	2.88%
新竹市	3	1.44%
新竹縣	4	1.92%
苗栗縣	16	7.69%
臺中市	23	11.06%
南投縣	20	9.62%
彰化縣	3	1.44%
雲林縣	5	2.40%
嘉義縣	4	1.92%
臺南市	4	1.92%
高雄市	13	6.25%
屏東縣	4	1.92%
金門縣	1	0.48%
宜蘭縣	24	11.54%
花蓮縣	11	5.29%
臺東縣	4	1.92%
合　計	208	100.00%

註：本表家數依創意生活事業評選作業要點規定統計。

資料來源：財團法人中衛發展中心。

觀察2014年各地區的創意生活產業型態，北部地區以生活教育體驗較多，例如騎士堡，中、南部地區則多元發展，如自然生態體驗的雅聞峇里海岸，流行時尚體驗的吉而好文創工廠和「趣活 in stage駁二設計師概念倉庫」，生活教育體驗的好好西屯店，都是透過不同生活風格，傳遞經營理念；生活教育體驗的臺灣氣球博物館、寶熊漁樂館，則是帶入寓教於樂的體驗課程，屬於傳統產業升級轉型。家數方面以中部地區為大宗，中部地區創意生活型態愈發多元，有逐漸追上北部地區的趨勢。

表2—37　2014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	25	13	5	9	52
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	22	12	5	3	42
流行時尚體驗	11	5	1	1	18
小計	77	63	28	40	208

註：本表家數依創意生活事業評選作業要點規定統計。

資料來源：財團法人中衛發展中心。

表2—38　2014年通過評選之創意生活產業家數

	事業名稱	地址	類型
1	茶二指故事館	南投縣名間鄉埔中巷32-1號	飲食文化體驗
2	雅聞峇里海岸	雲林縣斗六市石榴班中興路333號	自然生態體驗
3	臺灣氣球博物館	臺中市神岡區岸裡里大豐路5段505號	生活教育體驗
4	寶熊漁樂館	臺中市潭子區中山路三段11號	生活教育體驗
5	事茶文化創意學院	臺北市中山區松江路182號2樓	飲食文化體驗
6	騎士堡——小美人魚的家	臺北市松山區八德路四段138號7樓	生活教育體驗
7	騎士堡——桃樂絲的家	新竹市東區中央路241號2樓	生活教育體驗
8	好好　西屯店	臺中市西屯區朝富路232號	生活教育體驗
9	吉而好　文創工廠	臺南市安南區鹽田里1鄰科技五路63號	流行時尚體驗
10	趣活 in STAGE	高雄市林園區大義路32號	流行時尚體驗

資料來源：財團法人中衛發展中心。

三、發展現況與趨勢

（一）現況趨勢

1.生活資產輸出，展現生活品牌價值

創意生活產業係以生活設計的創新，產生經濟價值，主要發展模式大致循二種途徑：一種是傳統產業結合文創轉型升級，如富山香堂、紙箱王、臺灣氣球博物館等；另一種為觀察生活型態的需求或趨勢，設計新生活提案的服務模式，如好好、緩慢民宿、阿原肥皂淡水天光、趣活 in STAGE、騎士堡等。不論哪一種發展模式，於臺灣淬煉成熟後，漸向外擴展，將具有臺灣特色的生活資產輸出，展現生活風格體驗的品牌特色，此正代表臺灣生活資產的優勢特點。例如富山香堂、紙箱王、阿原肥皂、騎士堡，於中國大陸展現臺灣原生的生活設計，阿原肥皂更擴展於香港、馬來西亞等地，緩慢民宿則將慢活的生活設計輸出至日本北海道。

2.共創社會價值，外擴社會影響力

創意生活產業發展十餘年來，早期的轉型升級或創業，多是立足於企業生存發展或事業理想，歷經十餘年的經營成長，創意生活事業從自身的經營價值，外衍對於社區或社會發展的價值共創，朝向社會企業發展。例如青竹文化園區與在地小農合作，結合友善農地體驗、農產好物、發展在地性的文創小旅遊平臺。位於臺中的好好與高雄甲仙的好好相互串連，關注風災後甲仙美好的人、事、物產，結合好好的場域，以共好、分享美好的生活理念，透過廚房餐飲服務，結合生活主題策展、小農物產、工藝好物、生活選讀等，將潛藏在地方上的美好事物，共同傳達美好生活與經濟價值。

3.美感、科技數位體驗，優化顧客體驗力

生活體驗設計是傳達生活提案的策略工具，隨著少子化、高齡化、科技數位化生活型態的變遷，創意生活事業更加著重美感與科技數位體驗設計的運用，強化娛樂、教育、美感、逃遁現實的體驗價值，增進與消費者的黏著度與品牌認知度。例如訴求健康安全食材的天和鮮物，漁產養殖場位於澎湖，透過澎湖產



趣活 in STAGE（台灣吉而好股份有限公司圖片提供）

地小旅行與AR擴增實境的虛實體驗，讓消費者體驗無污染箱網養殖場到不落地漁產加工、再至餐桌美味料理的真實體驗，另一方面，於門市通路運用AR擴增實境，讓顧客觀看到食材的生產履歷，體驗安心安全享用餐食的過程。

4.跨域整合特色資源，平臺協力文創綜效

創意生活事業多為複合式經營，許多業者發展出同異業合作模式，提供文創展演整合平臺，如吉而好文創工廠及趣活 in stage駁二設計師概念倉庫，以開放分享的經營理念，支持本土文化、規劃常設講座及活動空間，成為文創整合溝通平臺。類此經營模式，展現創意生活產業跨域整合藝文、產業特色資源，作為文創產業協力的平臺，以價值合作創造產值綜效。

（二）結論

世界觀光組織報告指出，國際旅行正逐漸變成一般人可以隨手取得的消費服務，二十一世紀是觀光旅遊及文化創意產業的世紀，臺灣須把握此一契機，根據統計，國外來臺旅遊旅客中，4成以上採自由行方式，創意生活產業推廣對象，不只是針對國內消費者，國外來臺旅遊的自由行旅客，也可藉由深度體驗之旅深入認識臺灣生活文化特色，創造文化旅遊的經濟財。

另外，在智慧化時代，創意生活產業亦需適切運用物聯網、雲端、大數據、智慧生產4.0概念，提高服務效能，加強掌握消費需求與觀察生活變遷要素，作為強化創新深度體驗與感動的能量。

數位內容產業

一、產業鏈及產業範疇

數位內容的定義，是利用數位化的製作技術，將圖像、字元、影像、語音等傳統資料轉換成數位化格式，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，此類所賦予形成之新應用、產品或服務型態，即是完整的數位內容產業架構。

經濟部工業局將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。

若根據財政部稅務行業標準分類，囿於數位內容次產業中多項新興行業未納入財政部財政資訊中心之行業代碼，採目前現有與數位內容產業相關涵蓋之行業代碼，將包括電動玩具製造（3312—11）、電子玩具製造（3312—12）、遊樂器零售攤販（4869—14）、遊戲軟體出版（5820—11）、網際網路接取服務提供IASP（6100—14）、遊戲軟體設計（6201—11）、入口網站經營（6311—00）、遊樂園及主題樂園（9321—00）、電動玩具店（9324—11）、上網專門店（9329—15）。然而部分屬於數位內容產業之次產業現階段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，而且數位內容產業常需搭配資訊、通訊、軟體、硬體等產業以儲存、傳輸及呈現數位文字、影音內容始能提供完整的服務，以現有財稅統計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，爰請經濟部數位內容產業推動辦公室提供。

圖2—59　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。

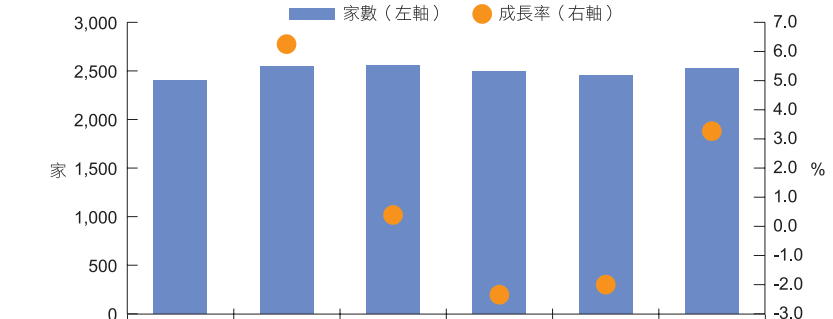
二、產業數據分析

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，近五年國內數位內容廠商家數皆在2,450～2,550家之間，維持穩定的發展，2014年廠商家數總計2,530家，較2013年小幅增加。至於產值方面，每年皆有顯著成長，2014年國內數位內容產業整體產值約新臺幣8,582億元，較2013年成長17.50%，為自2006年以來的成長新高。

分析2014年國內數位內容產業主要成長動能包括：1.無線網路、3G網路的普及，以及4G網路服務的開臺，帶動數位遊戲、影音、動畫等數位內容服務的需求增加；2.有線電視頻道及節目加速數位化，數位影音發展趨勢顯著；3.智慧行動裝置普及，以及各式App遊戲與應用程式的出現，帶動行動加值服務收入明顯增加；4.網路普及推動線上閱讀、教育及學習越來越便利，數位化風潮逐漸升溫；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。預計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，可望為臺灣數位內容產業注入新商機及新能量。

圖2—60　2009～2014年數位內容產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）

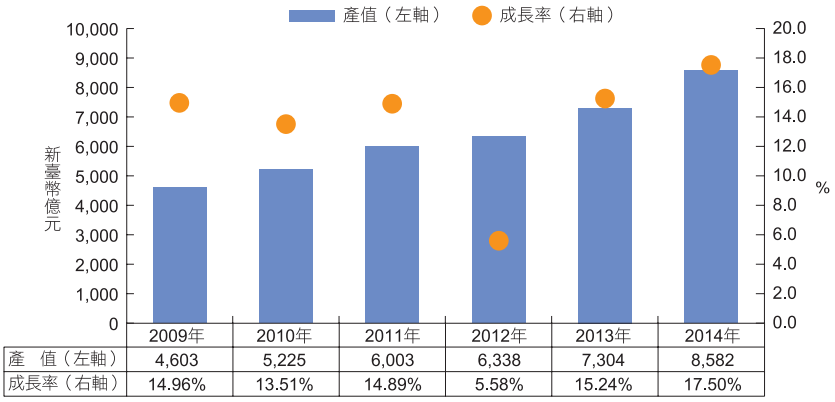


	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
家　數（左軸）	2,400	2,550	2,560	2,500	2,450	2,530
成長率（右軸）		6.25%	0.39%	-2.34%	-2.00%	3.27%

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2015年11月。

圖2—61　2009～2014年數位內容產業之產值概況

（單位：新臺幣億元、百分比）



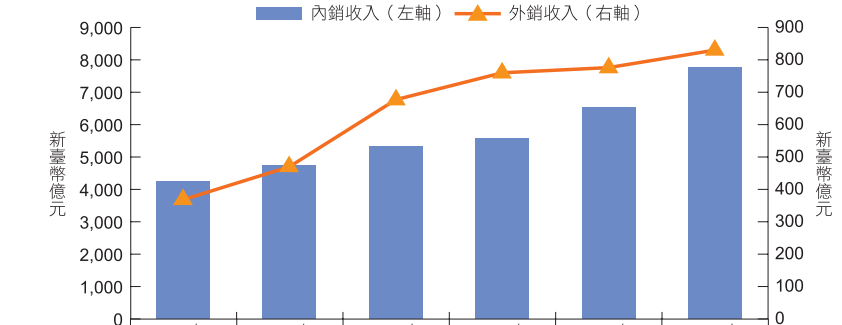
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
產　值（左軸）	4,603	5,225	6,003	6,338	7,304	8,582
成長率（右軸）	14.96%	13.51%	14.89%	5.58%	15.24%	17.50%

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2015年11月。

內外銷表現方面，臺灣數位內容產業以內銷市場為主，內銷占總產值的比重逐年增加，2014年內銷占比達到90%，內銷金額為7,752億新臺幣，較2013年成長18.75%；外銷金額則為新臺幣830億元，年成長7%。

圖2—62　2009～2014年數位內容產業之內外銷概況

（單位：新臺幣億元）



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
內銷收入（左軸）	4,235	4,755	5,326	5,578	6,528	7,752
外銷收入（右軸）	368	470	677	760	776	830

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2015年11月。

就各次產業的表現，2014年大部分皆維持正成長，其中以數位影音成長幅度最大，達60.76%，主要成長動力包括：1.有線電視數位化的持續推動，數位服務訂戶數連年提高，帶動國內數位電視及IPTV收入加速成長；2.4G網路開臺、大尺寸聯網智慧終端興起，帶動行動直播視頻愈來愈重要；3.數位音樂服務模式接受度和普及率持續提升；4.數位電子看板則受惠大尺寸化的發展、超高解析度4K、2K面板在電視機的應用逐漸發酵，有更多發展利基。其他包括行動應用、數位學習、數位遊戲及電腦動畫，也都呈現兩位數的高成長表現。

表2—39　2009～2014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		2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
數位遊戲	產值	354	422	436.2	407	453	506
	成長率	25.09%	19.21%	3.36%	-6.69%	11.30%	11.70%
電腦動畫	產值	40	43	44.8	53	58	67
	成長率	37.93%	7.50%	4.19%	18.30%	9.43%	15.52%
數位出版與典藏	產值	283	493	716	515	528	492
	成長率	371.67%	74.20%	45.23%	-28.07%	2.52%	-6.82%
數位學習	產值	153	266	332	465	573	719
	成長率	17.69%	73.86%	24.81%	40.06%	23.23%	25.48%
數位影音	產值	420	451	594	668	861	1,410
	成長率	2.44%	7.38%	31.71%	12.46%	28.89%	63.76%
行動應用	產值	450	522	731	845	1,025	1,353
	成長率	27.84%	16.00%	40.04%	15.60%	21.30%	32.00%
網路服務	產值	1,210	1,355	1,408	1,443	1,781	1,935
	成長率	47.56%	11.98%	3.91%	2.49%	23.42%	8.65%
內容軟體	產值	1,693	1,673	1,741	1,942	2,025	2,100
	成長率	-11.82%	-1.18%	4.06%	11.55%	4.27%	3.70%

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2015年11月。

三、發展現況與趨勢[4]

（一）推動硬帶軟的整合典範

透過數位內容核心產業與關聯產業的跨領域整合，國內內容及軟體服務業者與臺灣具優勢的硬體產業合作，形成跨界合作典範，是數位內容產業未來重要趨勢。如智崴或躍獅的體驗式主題樂園整廠輸出模式，其應用範圍從出版、學習、遊戲及動畫，衍生到實體主體樂園，進一步開創數位內容與動畫視覺特效融合的新格局；臺達電及緯創資通，透過平臺服務的方式，推出整合性教育科技解決方案，協助各級學校建立多元互動的智慧教育及數位學習環境。

（二）大型體感設備興起，開啟新應用領域

2008～2010年體感技術開始應用在PG和線上遊戲上，2011年之後逐步應用在主題樂園上。目前國內智崴科技的體感模擬設備已掀起熱潮，並與兔將、奇銳科技等電腦動畫內容供應商形成策略聯盟，將娛樂設備結合數位多媒體內容，一起搶攻全球電腦動畫結合體感設備新契機；鈊象電子則推出的5D互動式動感電影院《巨獸浩劫》，以Motion Capture動作捕捉，讓動畫劇情演出更細膩；中科院則以既有的成熟技術，籌組「互動體感遊戲產業聯盟」，跨業整合開發互動體感模擬系統、擬真實境場域、劇場主題與遊戲內容，帶動國內動畫、遊戲、數位影音與互動體感設備相關業者的合作與發展。隨著技術的進步，應用範圍更擴大到遊戲、主題樂園、動物園、博物館等將為數位內容產業開啟新的應用領域。

（三）加強亞洲華人新興市場的拓展

除中國大陸以外，亞洲其他新興市場商機龐大，例如東協各國的華人非常多，對於臺灣文化的接受度也相對較高。在國內市場逐漸飽和下，未來臺灣數位內容產業拓展東協市場仍有很大的成長空間。

（四）B4G（Beyond 4G）時代推動高畫質數位內容之應用

2014年5月臺灣4G服務正式開臺，在高速網路傳輸速度的支持下，高畫質影音影像傳輸帶動原創影音、動畫等內容需求大幅提昇，重新建構行動大寬頻之次數位內容發展環境和需求。未來隨著4G服務的更普及，將帶動高畫質影音（VOD）、mIPTV、VoLTE、互動學習、互動遊戲、O2O等新服務新應用商機浮現。中國大陸和歐美國家的數位應用發展已站穩創造優質內容的浪頭。臺灣數位內容產業之未來發展目標，應在於結合生產、發行、傳輸出具有競爭力的優質內容，以及新商機的創造。

（五）第三方支付服務起跑

隨着科技的日新月異，以及智慧型手機與行動上網的普及，NFC、iBeacon、mPOS、Apple Pay、PayPal、第三方支付等新興支付服務逐漸興起，開始與傳統支付方式（如銀行、信用卡公司）瓜分市場。臺灣「第三方支付專法」於2015年5月正式生效，未來臺灣支付工具將更加多元，不僅電子商務市場將隨之受惠，數位遊戲、數位影音、數位出版等產業也將可望透過第三方支付帶來更多的創新服務。

4　資料來源：2014臺灣數位內容產業年鑑，經濟部數位內容產業推動辦公室提供。

第二章

六都文創產業發展政策分析

一、前言

2009～2014年臺北市、新北市、桃園市、臺中市、臺南市、高雄市等六大直轄市，其境內文創產業之廠商家數合計占全國接近8成，且六年來比重變化不大。在營業額表現方面，六大直轄市合計占全國比重亦高達9成以上。六大直轄市不論是文創廠商家數或營業額，在所有縣市排名中皆高居前6名，顯示六大直轄市為我國主要文化創意產業的核心發展地區，其發展攸關整體文創產業動向。爰此，本章將就六大直轄市目前對於文創產業的發展構想及策略做法進行彙整分析，分析資料來源係依據六大直轄市之文化局的首長訪談內容或該局所提供之書面資料。

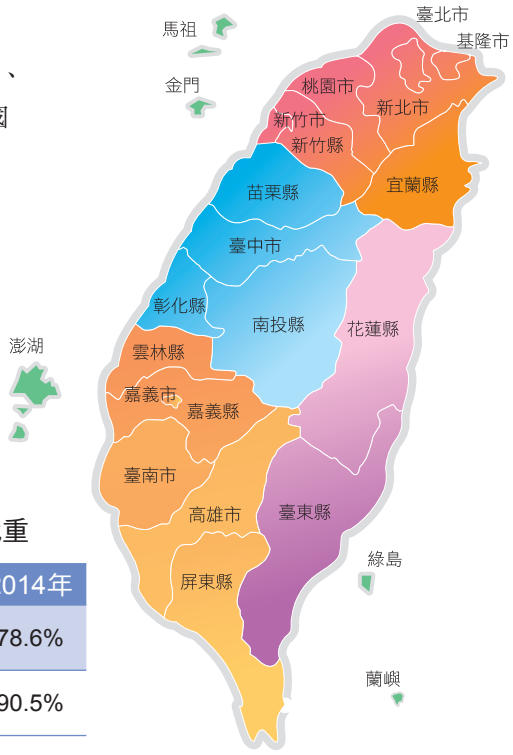


表2—39　六大直轄市文創廠商家數及營業額占全國比重

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
廠商家數比重	78.5%	78.6%	78.5%	78.5%	78.6%	78.6%
營業額比重	92.2%	93.2%	92.7%	91.9%	91.6%	90.5%

二、臺北市

根據2015年臺北市政府文化局施政計畫指出，其發展願景係藉由「文化領航」整合型旗艦計畫創新的思維與作法，以「文化臺北計畫」、「設計之都計畫」、「創意聚落計畫」、「老房子文化運動計畫」、及「文化雲計畫」等五大計畫，致力於讓臺北市成為華人社會中城市文化治理的新典範。



2014臺北電影節—策展人向觀眾介紹選片指南
（臺北市政府文化局圖片提供）



2014臺北設計城市展—城市創合
（臺北市政府文化局圖片提供）

（一）整體文創產業發展願景及核心策略思維

對於文化政策與文創產業的發展策略主軸，文化局認為應讓文化回歸公民生活的時代！未來文化政策的重點應重新回到市民生活中，再從生活面去推動產業化，以文化、生活、產業等三個層面的整套系統策略思考來推動文創產業政策。發展文創產業所需的政策配套，與過去發展工業的政策思維不同，文創產業最核心所需要的是創意、人才，而工業核心所需要的則是土地、勞工、減稅等；因此，對於文創產業的發展，文化局主要係從人才培育、行銷協助、市民參與等構面做為切入重點。

（二）整體文創產業發展定位、施政方向及內容

在上述願景及發展策略主軸下，文化局回顧臺灣文化政策的時代精神，以及文創產業轉型所面對的挑戰，以十年為願景，提出具有國際思潮前瞻，以及符合臺灣地方精神的六大文化施政方向：

1.生活文化與文化生活：以打造具有臺北人文精神的文化生活為施政核心；從市民生活的經驗來推動文化施政。

主要政策想法係從市民生活的經驗與場域，來推動文化施政，提高在民眾日常生活中文化精神與意涵的體驗。主要政策作法包括：聲音地景、教育文化化、以世界設計之都融進民眾生活議題、美食文化設計計畫、臺北設計長計畫、以設計思考解決酒駕社會問題等。

2.從設計之都到「社計之都」：在設計之都政策上，將重新定義世界設計之都，從設計之都到「社計之都」，推動世界「社計」之都，做為公民設計參與改變的「社計運動」。

承接上述「讓文化回歸公民生活」的想法，文化局要重新定義世界設計之都為世界「社計之都」，鼓勵市民透過設計參與解決城市問題的「社計運動」。讓2016年不只是單一年度的設計活動，而是有十年文化願景之社計運動。讓世界設計之都在臺北，成為社會設計運動在臺灣。主要政策作法包括：調整世界設計之都政策方向，培育「公民社計師」。

3.文創產業變社會企業：在文創政策上，推動具有社會企業家精神的文化施政（文化社會企業家精神），調整文創產業扶植微小型年輕人，讓文創產業變社會企業。

主要政策構想係以「文化社會企業家精神」強調社會與文化影響力，改變現有文創產業園區爭議只看合約與財務的困境，進而支持微型及小型文創企業。主要政策作法包括：選定試辦計劃，在重要標案、BOT與營運委託，要求在投標書及年度財報上進行三大影響力評估，包括財務、社會與文化影響力評估，並有審核機制。

4.園區政策與農場機制：打造文創農場與教練機制，協助培育微小與中小型文創工作者，完整文創產業生態系統，讓臺北成為能夠留下年輕創意人才，並給予舞臺的城市。

主要政策構想係因未來臺北市將陸續有大型文化場館即將落成，因此目前政策重點之一係與在地產業及學研社群合作，實施實驗教育計畫，培育展演人才，提供大型文化設施落成後所衍生的展演內容需求。針對微型、小型文創團隊的農場，文化局將提出培育機制，提供如搖籃般的文創小農場與教練。園區未來也將有廠辦合一的共創空間，讓人能夠深自體會職人藝匠的頂真精神，並建立文創國際合作交流的機制，打造臺灣最具國際化之園區。

5.文創產業與產業文創：推動產業文創化，協助形象良好企業認識了解文化藝術精神內涵，進而在企業設計創新與品牌行銷，提高藝文界跨領域的影響力。

由於臺灣文創產業營業額占GDP比重僅5%左右，因此文化施政的方向應在於如何推動95%的產業認識並導入文化、藝術與設計專業，做為企業創新升級的重要基礎，以藉此提高文化藝術在企業界的影響力。

6.從文創臺北到人文臺北：打造人文品牌的城市印象，向國際行銷臺北做為一座以人文為核心精神的城市。

主要政策構想係在發掘定位臺北做為人文城市品牌，並透過政府、民間與企業合作，共同推動具臺北歷史文化精神的品牌行銷合作。主要政策作法包括：運用舉辦大型活動及賽事提高國際能見度的機會，推動國際企業與臺北精神媒合專案。

三、新北市

就新北市文化創意產業之整體發展而言，因與臺北市鄰近地理位置所產生的大臺北生活圈作為區位優勢，並結合豐富文創資源（包括自然景觀、文化資產、移民組成等多元人文風土因素）以及科技創新產業之群聚拉力，不僅可吸引更多文創人才至新北市，更有機會形塑出獨樹一格的實驗性文化氛圍與形象，發展出有別於臺北市較主流、較成熟的文化創意產業生態及多元意象。

（一）整體文創產業發展願景及核心策略思維

對於發展文創產業之道，目前新北市政府訂有「文創產業政策綱領」，架構未來各創意產業發展策略方向，綱領標列未來新北市的整體文創產業發展願景為：

1.強化文化拉力，成為「文化創新夢工廠、文創人的宜居城市」

鼓勵設計、表演藝術與工藝等各項產業投入「新北市『城市文化體驗』建構計畫（Touch My Heart體驗城市）」，並以公、私立博物館資源為基礎，再融入在地文化、特色自然景觀、藝術人文傳統及表演藝術等元素進行包裝、推廣與行銷，藉此設計、創造出具地方特色、有生命、有故事、且能感動人的優質文創

新北市



泰山獅王節—鬥陣來弄獅（第一名）
（新北市政府泰山區公所圖片提供）



2014新北鼓藝節—鼓藝之夜（新北市政府文化局圖片提供）

活動與商品，不僅有助於打造「城市品牌」，更可吸引文創工作者、微型文創及藝文產業進駐新北市，活絡全市文創產業能量。

2.轉型多元產業結構，強化藝術創作並提升產業附加價值

新北市不僅是全國人口最多的縣市，更擁有「鮮明城鄉文化」、「富饒文化資產」、「多元族群融合」、「多元地方文化館」，若結合許多在地固有特色節慶與特殊產業文化，不僅可向藝文產業供輸源源不絕的創作能量、累積深厚文化底蘊，亦能藉此打造具差異化特色的創作氛圍與具高度競爭力的藝文產品。

3.促進區域均衡發展、重視地方特色，並扶植微型企業創造多元商機

文創產業與在地文化脈絡密不可分，除了與社區自主成立的發展協會長期合作，共同推廣區域特色產業、文化活動之外，並結合經濟部4年商圈發展計畫，輔導新北市各地知名商圈結合在地文化商品，透過既有行銷及販售通路進行媒合展售，充分凸顯商圈特色。為扶植微型企業，新北市亦打造設計創意基地平臺，透過多元主題展會與設計講座，整合設計資源與能量，為微型企業創造更多合作通路與商機。

（二）整體文創產業發展定位、施政方向及內容

觀察國際文創產業發展可知，文化與科技結合蔚為時下發展趨勢。考量目前許多高科技研發、電子製造業、電腦軟體及數位內容等產業聚落皆位於新北市，不啻為多元文化與科技創新結合的堅實基礎，同時也成為文化科技創新應用所不可或缺的內容來源，讓新北市在推動文創產業過程中有機會比其他縣市發展創新性較高的產業，或嘗試較創新的推動目標。

爰此，新北市將透過以下策略，打造專屬文創產業城市品牌：

1.強化數位內容產業群聚結構、鼓勵業者運用科技新媒體平臺、協助高科技產品搭載優質內容

數位內容產業不僅可創造實質產業效益如產值規模與就業機會，更肩負協助產業轉型與升級之使命，考量新北市數位內容業者之分布以數位遊戲類居多，發展關鍵即在於數位匯流帶動內容創新應用、促成產業群聚結構、對外國際商情平臺並加強國際拓銷服務等。

為使數位內容產業維持穩定成長態勢，未來新北市將持續鼓勵文化內容發展創新應用、整備數位產業環境及擴大數位體驗場域、促進國際交流與市場開發。具體作法例如串連數位內容場館與節慶，擴大數位體驗場域，逐步建立民眾對於數位內容之熟悉感與認同感，藉由體驗引導消費，並進一步回饋至產業，形成良性循環。

2.打造數位匯流的創新基地、健全媒體友善環境

為擴大視聽市場與強化產品之國際競爭力，媒體產業應多元均衡發展、提升產業附加價值，同時亦需加速促成產業群聚，期產生群聚綜效、健全產業環境。發展關鍵仍在鼓勵影視創作內容多元化、創造友善工作環境、打造多元映演平臺與管道並培養小眾藝文內容市場。

相較臺北市以商業電影作為發展主軸，新北市則鎖定紀錄片作為產業扶植重點，除打造新北市紀錄片放映院（府中15）成為新北市專屬映演平臺之外，每年並定期舉辦「新北市紀錄片影展」，映演內容多為獲得國內外知名影展肯定之紀錄片，不僅提供有別於商業電影的敘事角度，更可建立市民對紀實攝影及時事反思之認同感、擴大觀影基礎，養成新北市特有之小眾藝文內容市場，並發展出有別於臺北市的影視產業特色。此外，新北市自2015年起亦針對學生影像製作進行補助，除舉辦成果觀摩展增加曝光度之外，未來將逐步落實成為國內公部門僅見、常態辦理之學生影像製作競賽，促成影視人才交流媒合機制，並成為學生影像製作領域之指標性獎項。

為促成產業群聚並創造友善工作環境，新北市設有影視協拍中心提供業者自前期籌劃至影片後製階段一系列行政協助，並透過高速網路建置、延攬媒體專業人才等措施，實質提升影片製作效率。

3.促進設計美學加值、提升跨業合作機制

為普及設計產業所帶來的專業與美學加值效應，並提升設計產業水準與競爭力，發展關鍵仍在挖掘潛力設計人才、協助優質設計業者進行曝光。持續結合產官學輔導機制，並依產業需求提供設計或媒合諮詢服務，俾使新北市企業充分運用設計加值之能量，不僅可促成設計產業與各項產業進行跨業合作，亦可提升整體產業環境之品牌價值。

國內設計產業之規模多屬微型企業、個人工作室或獨立工作者，在資源有限、經營規模較小的情況下，資金投入成為產業運作的重要環節。有鑑於此，新北市自2012年起即辦理「文創藝術、設計媒合產業補助計畫」，透過補助文創業者個人及團體組，除了鼓勵其創作構想與日常生活層面、新北市地方文化特色相結合，發揮地方產業的文化價值及創意內涵之外，也支持業者於創作後開拓通路，促成藝術家、文創工作者與產業界進行跨業合作。

此外，新北市亦持續透過創意市集、藝術家地圖等計畫，替微型文創業者創造銷售通路、創投媒合通路，並將活動成果彙整成資料庫，未來亦期擴充現有新北市文化局網站之連結性與國際性，讓新北市各文創設計業者之網站皆可與之連結，不僅文創商品或設計能量皆可在平臺上獲得國際曝光，也讓國內外創投業者得以近用新北市文創產業鏈資源。

4.促進藝文活動的外溢效果、提升藝文產品的國際影響力

在藝文類產業方面，新北市幅員廣大，不同時節於各區域均有許多特色節慶，雖然舉辦主題與時節多半相互獨立，未來仍可透過該區域既有的特色場館或展示空間，不僅可做為建立多元藝術展演活動平臺之

基礎，更可打造亮點特色藝術節慶，鼓勵地方辦理藝文特色活動持續塑造地方形象，並帶動新北市各區推動文化活動之風潮，讓藝術家、社區居民皆有展現創意的空間與舞臺。

為振興地方文化產業，自2008年起亦推動「鶯歌燒」品牌計畫，擷取鶯歌陶瓷文化中極具特色的歷史元素，並透過公開徵選機制，廣邀鶯歌鄰近地區（含三峽、樹林及土城等區）在地業者參與，目的不僅在形塑鶯歌陶瓷產業文化，也在建立產業觀摩交流平臺機制，藉由鶯歌陶瓷博物館統合行銷推薦在地生產，並舉辦一系列競賽、展覽、講座、主題販售區或異業策略聯盟等活動，促進鶯歌陶瓷銷售市場實質交易與效益，進而將臺灣陶瓷產業的特色推向國際。

此外，新北市亦持續推動社區分級補助及培力機制，連結區域內營造點共同合作，將社區自主發展與文創聚落、文創產業進行連結，以打造新北市社區文化品牌。此外，雖然國內「藝文社會企業」的概念推動尚處於起步期，「藝文社會企業」鼓勵多元社會經濟體投入文創產業發展的想法實仍十分值得借鏡。尤其新北市社區營造成果向來為六都之首，亦多次獲得中央相關部會表揚並作為模範，藝文社會企業若能以社區為基礎，積極促成社區自主性投入文創產業鏈，即可成為新北市發展文創產業的優勢之一。

為觀摩考察其他國家推動文創產業作法，進而提升文化創意產業的格局與視野，新北市先前亦規劃辦理一系列國際會議或策展，除可宣傳文創品牌總體形象，亦有助於城市文化力之展現及文創品牌形象之提升。

四、桃園市

（一）整體文創產業發展願景及策略核心思維

桃園市在升格直轄市之前，曾於2011年提出「桃園縣文化創意產業白皮書」，該白皮書提到「政府的介入太深並無法為文創產業帶來發展的契機，政府只需要提供輔導機制措施與完善產業發展環境，民間的活力將隨著市場自由機制自行在這之中找到發展的空間。」因此政策重點在環境整備，亦即健全文化創意產業之發展環境，並透過公部門盤點桃園文化資源，以點、線、面的串連，帶動周邊相關資源的投入，形成一個具在地性與創意性的「體驗經濟」概念。桃園市升格直轄市之後，目前對於文創產業的政策態度亦大致沿續上述定位想法。



2014桃園地景藝術節：國際亮點特展—月兔（桃園市政府文化局圖片提供）



2014龍岡米干節（桃園市政府文化局圖片提供）



（二）整體文創產業發展定位、施政方向及內容

1.形塑重要文創基地

桃園市政府文化局2015年度的施政計畫及工作報告指出，將推動「地方文化館舍轉型規劃，整體評估桃園市各區域特色，推行強化輔導機制，據此提升地方文化館之內涵品質，並串聯區域特色資源，形成在地文化生活圈。另修復、活化老建築為城市故事館，作為區域文化發展推動基地。」其規劃想法主要係以健全有利文創產業發展之環境整備，以及承繼既有社區營造及扶植在地特色文化產業（例如工藝）的政策，透過重點文化資源據點之營造及串連，例如中壢區的馬祖新村文創基地、大溪區的大溪老街，來帶動相關資源的投入及整合發揮。以大溪老街的街角博物館計劃為例，大溪由於過去歷史因素而擁有許多木器、木藝業者，街角博物館計劃即從「生態博物館」的概念，以大溪百年木匠工藝為主軸，並以「生態博物館」的精神，以社區營造的方式輔導在地文化產業的發展，發展區域文化特色。透過市政府各局處積極與在地產業及社區網絡合作，讓在地傳統的木器商行得以透過整體生態博物館形象的塑造，而成為生態博物館的一份子。而藉由生態博物館與傳統工藝的特色結合，也逐漸形塑出地區性的工藝品牌形象。目前桃園市赴國外參加文化博覽會時，即以木藝作為城市力推的特色文創產業之一。

2.發展策略性影視產業

桃園市的潛在優勢條件之一係擁有許多傑出的藝文人才，惟多數均赴外地發展，因此如何積極形塑桃園市的藝文城市形象，以吸引人才回流及新人才的流入，以及吸引新產業來此群聚，也成為目前桃園市政府努力的方向之一。因此，政策投入的重點除了前述環境整備及文化資源據點的營造及串連之外，有助於提升桃園市城市形象的影視產業也成為桃園市文創產業發展的重點。由於桃園市政府認為，桃園市擁有鄰近臺北市的距離優勢，以及具有交通樞紐（桃園機場）的重要交通優勢，具有吸引臺北影視業者來此拍攝及製作影片的潛在利基。

目前對於影視產業的扶植及資源投入，也與既有重點營造文化資源據點的政策相結合。例如前述中壢區的馬祖新村文創基地，目前桃園市政府定位該區是「文創產業政策的實驗基地」，規劃該區與影視產業結合，據此，桃園市也在馬祖新村文創基地內設立影視協拍中心，同時園區內擁有小型試片及放映的功能性設施，得以支援商業性或實驗性電影的拍攝及製作。同時，透過影視作品的拍攝，也可為文創基地帶來更多觀光人潮。依據桃園市政府文化局2015年度的施政計畫及工作報告，目前桃園市對於影視文創業務的推動重點，包含「桃園電影節活動」、「影視文創補助計畫」、「影視協拍」等業務，鼓勵優質影視作品在桃園拍攝及吸引相關影視人才進駐，同時行銷、推廣桃園人、事、史、地、物等特色，進而達到城市行銷及帶動影視文創產業發展之目的。

3.增加展演設施供給

除了產業端的重點扶植做法之外，在需求端的部分，桃園市政府認為由於目前桃園市境內的藝文展演空間及設施仍舊不足，使得收費型藝文表演不易全面性推展，從而難以刺激藝文消費。桃園市目前擁有的公立展演設施，僅包括桃園展演中心、中壢藝術館等兩個大型展演設施，以及規模較小的桃園藝文中心；目前桃園市正規劃增加藝文展演空間的設置，包括未來在航空城內也將有設置藝文展演空間的規劃。

五、臺中市

（一）整體文創產業發展願景及策略核心思維

臺中市政府主要市政藍圖，將臺中市定位為「創意城市、生活首都」，以文創與樂活為兩大施政重點。臺中市文創政策以「OPEN綻放文創新視界」為願景，透過組織（Organize）、職人（People）、環境（Environment）、本質（Nature）等四個面向，發展出七個策略。（一）組織面：「建構媒合平臺」及「創造產學鏈結」。（二）職人面：「匯集文創人才」及「傳承生活職人」。（三）環境面：「形塑文創聚落」。（四）本質面：「發展創意節慶」及「行銷城市品牌」。

（二） 整體文創產業發展定位、施政方向及內容

1.組織（Organize）

重新組織與盤整臺中文創領域中的人才、學校與企業的連結性，希望建構文創產業上下游鏈結之結構，促進產業的升級、人才的發揮及青年的就業，在組織面提出「建構媒合平臺」及「創造產學鏈結」策略方案。

● 策略一、建構媒合平臺

臺中擁有豐沛的文創人才，透過平臺建置「文創酵母服務機制」將臺中文創產業人才線上登錄建檔，讓產業業者可透過此平臺搜尋文創人才，進行媒合、合作，舉凡透過平臺媒合成功者，提報臺中市政府經濟發展局之臺中市地方產業創新研發推動計畫（地方型SBIR），並經由文化局審核、確認為媒合成功者，即可享有5分的加分成績；未來也可運用此媒合機制，套用在各局會所舉辦之文創相關活動、計畫，達成永續經營的目的。

（1）媒合服務網站：由文化局成立推動服務平臺，結合網站平臺計劃，建置文創人才入籍創新研發人才資料庫，並提供產業創新研發媒合服務機制，如臺中市文化創意產業輔導計畫。





2014臺中爵士音樂節（臺中市政府文化局圖片提供）



2014臺中媽祖國際觀光文化節—瓊瑤舞蹈團（臺中市政府文化局圖片提供）

（2）跨局會文創人才資料庫：網羅各局會的達人或職人，建立公平透明的遴選鑑定機制，提供有潛力發展的文創人才名冊資料，如大雅區原住民綜合服務中心滅飛計畫、勞工局、民政局的移工、移民文創工作者等。

（3）創新研發資源：協助產業進行創意研發或開發創新產品，為臺中產業加值，如臺中市地方產業創新研發推動計畫（SBIR）。

● 策略二、創造產學鏈結

培養「務實致用」的人力資源，縮小學術界與產業界之間的落差，而其中「產學聯盟行動方案」，由學校與業界共同培育人才，進行實務教學，透過產學密切互動，以「做中學」、「學中做」的方式，協助設計科技相關青年厚植職場工作能力，提升個人就業競爭力，是產學合作培育人才的核心要素。並依此一精神，規劃出各種適性的產學合作策略模式，並整合臺中市政府相關局會之計畫，藉以符合當前產業之人力需求。

依年度推動主軸，媒合產業與學校設計相關科系，藉由專題報告或畢業製作展現在臺中花卉、工藝、時尚設計等地方美學，並輔導其提報相關研發補助計畫，將文創產業價值鏈建構與創新，讓文創產值化、產業創新化。

2.職人（People）

臺中擁有許多優秀的傳統工藝匠師與職人，專注且堅持，傳承近百年的傳統手工藝，加上臺中是個創新創意的城市，適合年輕創意人才駐留，因此透過政策讓傳統工藝匠師與職人繼續發光或轉型，並吸引更多創意人才留在臺中，爰在職人面提出「匯集文創人才」及「傳承生活職人」策略方案。

● 策略三、匯集文創人才

為發揚文創產業，並吸引人才扎根於臺中市，因而規劃文創補助計畫、研習課程，藉由公開計畫提案補助方式，讓民眾發揮其創意發想，透過補助使其落實，塑造臺中市良好藝文發展環境，及創造文創人才駐留臺中。

（1）文創拔萃計畫：提供文創補助計畫，輔導有意投入文創工作者進行創作與開發，以臺中文化特色為題材進行主題徵選競賽及成果發表，吸引人才投入臺中市文化創意產業。

（2）專才培訓課程：提供文化創意產業專業知能，針對有意以文化創意作為職業，且具有創業潛能之新創人才，提供初期發展時可能面對之課題進行培訓，並配合文創政策規劃三階段課程，為人才及臺中市文化創意產業永續發展奠基，有利於文創人才根留臺中。

● 策略四、傳承生活職人

在知識經濟的時代裡，最缺乏的是人與人之間的溫度。臺中市各街區與聚落裡隱藏許多生活職人，含括文創、導覽、農業、傳產、工藝等各領域，值得大家走入街區，感受生活職人對生活的堅持以及手作工藝傳達出的溫度。爰將透過展覽、體驗等方式，規劃「OPEN匠師－發現百位藝匠生活之道」活動，讓民眾探索臺中文創體質，開始挖掘街區內的職人，並透過職人紀錄片的拍攝，記錄其親身經驗、所長、所學，將職人技藝與科技相結合，達到記錄、傳承之目的，以及記錄與探索各文創街區及聚落內之文創能量與文化意涵。

（1）職人紀錄片：將創意聚落的職人加以盤點、紀錄、傳承，並落實體驗工作坊、座談會，讓職人親自與民眾接觸。

（2）OPEN匠師：結合本局職人資源，與各局處職人資料建檔，推行OPEN匠師系列活動。透過職人資料庫的建立，可於各大活動中邀請職人分享、座談，達永續發展之目的。

3.環境（Environment）

● 策略五、形塑文創聚落

文創聚落在臺中市山海屯市逐漸呈現，從十大文創街區的成效將擴展成為文創聚落，透過整合臺中市各地方文化館及工藝匠師與職人，形塑文創聚落，並配合文創政策年度發展方向，改善文創聚落之環境及文化氛圍，進而帶動城市文創的發展，因此在環境面上推動「形塑文創聚落」策略方案。

透過空間活化生成文創聚落，鼓勵文創工作者進駐閒置空間，形成群聚效應，吸引文創及青創者來臺中創業或就業，並規劃創意市集，進而形塑區域特色。同時推廣各類文化館舍，利用臺中市地方文化館及博物館，提供文創業者、民眾有個實質露出平臺，統合為臺中市文創版圖，形塑成好感生活圈，整合文化創意產業發展環境，打造創意聚落，並藉由群聚合作提升品牌能量，並傳遞聚落理念。

4.本質（Nature）

● 策略六、發展創意節慶

藉由彙整市府各局會文創相關活動能量，以年度目標「2016工藝職人」、「2017花卉」、「2018花博及設計展」為主題式行銷，透各局會所舉辦之各項節慶活動，以及結合文創人才與業者，型塑節慶品牌，由創意節慶驅動臺中市文創經濟，共同打造一座具有國際規格的文化城市。

● 策略七、行銷城市品牌

臺中市早已因各項創意點子而聞名國際，現在更要透過「文化創意」來經營城市、樹立城市品牌，讓臺中市躍升為世界上最具活力及潛力的創意生活設計都市，藉由大型展覽或博覽會，將品牌定位具體落實在臺中市形象，帶動城市經濟，並透過時尚生活工藝、創意生活、展演設施等文創旗艦產業，強化臺中市潛藏的設計動能、連結產品設計業的群聚效益，展覽形塑「創意臺中」的城市樣貌，進一步累積出城市行銷的核心能力，啟動「創意城市 生活首都」之引擎。

六、臺南市

（一）整體文創產業發展願景及策略核心思維

臺南市擁有豐富的歷史文化資產，在文創產業的特色發展上即具備有別於其他縣市的先天優勢。臺南市的文創產業發展政策思維，並非單獨將產業獨立出來，而是將產業融入於文化、生活之中。藉由打造「文化首都」的城市品牌意象，以深度人文的生活風格來吸引創意人才及產業至此群聚。依據臺南市政府文化局中程施政計畫（2016年度至2019年度）所指，未來臺南市的文化施政發展願景為：「以豐富的文化資產，帶動區域性發展，以多元的歷史文化根基，架構全球化的城市競爭力，形塑大臺南地區成為臺灣文化資產的研究中心，擘劃未來世界級的文化城市圖像。」





跟著博物館去旅行－2014臺南市博物館月：「帶著博物館去旅行」主題展（臺南市政府文化局圖片提供）



2014臺南愛情城市七夕嘉年華：幸福臺南・小鵲幸裝置藝術展（吳園公會堂）（臺南市政府文化局圖片提供）

（二）整體文創產業發展定位、施政方向及內容

目前臺南市「文化首都」的城市品牌形象已形確立，同時也發揮了吸引創意人才移居臺南打拚的風潮。文化局觀察到，這幾年臺南市文創產業的發展相當蓬勃，主要係來自一股強勁，由下而上的力量在推動著臺南市的文創產業往前。這股力量特別是一些外地移入的年輕人口，投入微型文創的設立和經營；他們將創新的概念結合臺南在地的傳統文化生活，從而開展出許多令人驚豔的作品及產品，例如老屋新建，以及以臺南文化資產為元素所開發出的文創生活產品等等。文化局的角色和任務即在給予這些年輕文創人相關政策支援及輔導，以及持續營造文化首都的城市品牌形象，以吸引更多人才來臺南。

1.文資保存活化，將歷史價值轉化為文創產值

老屋和老街巷弄是臺南文化首都的重要資產之一，許多老屋和老街巷弄並未得到身份的認定，因此文化局推動了《歷史街區振興自治條例》的立法，主要就是針對不屬於文資身份，但卻是對城市很重要的老屋和老街巷弄，讓它們可以保存下來。過去在都市計畫中的道路規劃，都是想把這些巷弄拓寬，透過《歷史街區振興自治條例》，將都市計畫道路廢除，保留歷史老屋及老街區。同時透過補助老屋修復及補助民間業者租用老屋，讓原本閒置的老屋得以再度被使用，目前已有許多有理想的創業者進駐這些老屋，作為個人工作室、共同工作空間或文創商品銷售據點等；這些都是以政策來引導文創產業發展的例子。另一個活化文資的例子，是結合臺南市擁有眾多月老廟的無形文化資產，發展出「愛情城市」的行銷概念，賦予臺南歷史文化風貌的新意涵與新價值。

2.資源整合與跨界合作，引導文創產業發展

對於文創產業的發展，臺南市一方面是運用所有可與文創連結的在地元素及產業，進行跨界合作與資源整合，另一方面則是將政府既有資源進行整合並提高其產出效益。

在表演藝術的部分，文化局透過資源整合及政策引導的方式，一方面培養藝文消費人口，另一方面也強化對表演團隊的支持。首先對於提升藝文消費人口增加的部分，由於縣市合併後預算資源有限，因此文化局也努力思考如何提升資源運用的整合及效率；在落實文化公民權和藝文資源區域均衡部分，文化局推

動了「藝術進區」的作法，把表演藝術帶到各區，一來可提供民眾就近參與藝文活動的機會，二來也可藉此培養藝文付費觀賞人口。而「藝術進區」的表演團隊主要是邀請隔年上半年預計將在文化中心演出的團隊，在今年下半年先至各區巡演，目標是希望藉此行銷表演團隊的知名度，吸引民眾在免費觀賞表演後，能於隔年上半年再次買票進場觀賞。五年實施下來，以臺南市文化中心來看，過去觀賞人口中70%是來自市中心，而現在則是50%來自市中心，30%來自原臺南縣地區，其餘來自嘉義或高雄，由此可看出政策發揮引導的效果。另外，也推動藝企合作，為表演團隊開發新的藝文消費人口。

其次，與此相關的是扶植表演團隊的部分，臺南市的表演團隊很多，但過去得到的補助較少，目前文化局則是將原本藝文團隊補助與舉辦藝術節的兩項預算資源結合起來，徵選表演團隊在藝術節演出，並大幅提高獲選團隊的補助金額，如此一來，表演團隊有更多經費製作更好的表演內容，藝術節也有了高品質的節目演出。同時，藝術節也會邀請國內外知名的表演團隊或演出者，吸引更多人參與，也可拉抬藝術節和臺南表演團隊的知名度。實施下來，過去在臺南縣市合併的時候，臺南表演團隊獲選文化部縣市傑出演藝團隊只有三個，現在則有十個團隊獲選，此即是因為政策發揮引導的效果。目前文化局在藝術節的演出內容設定部分，也將原本補助文學與表演的資源進行整合，透過結合經典文學作品與表演的跨界結合，讓泥土記憶能夠融入表演藝術內容中。

在視覺藝術的部分，臺南擁有歷史久遠的藝術氛圍和眾多的藝術創作者，文化局目前的作法是舉辦「新藝獎」，鎖定40歲以下的年輕藝術創作者參與，該獎項沒有獎金，而是透過與畫廊協會舉辦的藝博會合作，讓新藝獎的前6名可以進到藝博會，目前已舉辦了4年；4年實施下來，已有許多年輕藝術家獲得畫廊的經紀合約。另外，除了前6名可以進到藝博會之外，另外也會選取14名的作品進駐到另類藝術空間（結合藝術展演與餐飲的經營），增加其作品被看見的機會。

在發展在地特色文創產業的部分，文化局設立了文創中心（文創plus）， 負責資源盤點及推動產業媒合的工作。目前推動的重點之一是「農創」，臺南擁有豐沛的農業資源，因此文化局也結合文創與農特產品進行包裝，賦予其故事性來進行加值行銷，讓農特產品提升到美學經濟的價值層次。例如窯燒龍眼、結合白河蓮花特色的蓮花茶道、結合設計師開發出竹製電風扇並外銷至歐洲等等。除了農創之外，也針對在地傳統工藝老店，盤點資源並結合產學的設計能量進行特色產品開發，同時也結合募資平臺，讓開發出的新產品可以進行募資。在社區產業的部分，也結合文創來推動，協助其開發出具有在地特色的社區產業，推動在地生產、在地販售的概念。例如菁寮藍染工藝開發冷染技法產品；又例如大港社區開發出香草手工皂，目前已在新光三越百貨上架銷售。

七、高雄市

（一）整體文創產業發展願景及策略核心思維

為落實高雄在地文創產能及產業深耕，結合學術界、產業界及藝術界，策辦產業連結平臺，共同推動文化創意產業，文化局近年來積極推動「創意高雄－文創產業」推動計畫，以「文創設計人才回流駐市獎助計畫」、「活化流行音樂營運空間試辦計畫」及「文創輔導行銷計畫」為重點扶植方向，且積極推動大東文化藝術中心、文化中心、流行音樂中心等文化空間，並創設駁二藝術特區、及未來規劃左營眷村文化園區、橋頭藝術特區等做為文創基地。其中，駁二藝術特區以推動表演藝術產業、數位內容產業、視覺藝術產業為主，橋頭藝術特區係以影視產業、工藝及藝術家駐村基地為主，左營眷村文化園區則以南戲小鎮





2014高雄春天藝術節－紙風車三國奇遇3（高雄市政府文化局圖片提供）



2014青春設計節－青春影展（高雄市政府文化局圖片提供）

（如戲獅甲、宋江陣等）及藝術工坊結合臺灣豫劇團為發展主軸，形塑傳統藝術產業及創意市集園區為主，期能透過這些文創園區間的聯結以形成周邊產業鏈，帶動民間更多的投資與發展。

在文創政策的發展已逐漸從傳統「補助」轉變為「產值化」的戰略思維，文化局於推廣「文創產業」政策即積極以「文化資產」為主核心，並企圖藉由創意的創新運用提升產品與服務的附加價值，進而創造利潤。從產業的觀點，針對各種有形、無形的文化資產若能經過適當的運用與加值，將可衍生出具「文化意涵」，且可以實際買賣交易的商業資產。然而據觀察，臺灣多數文創產業工作者，雖不乏創意表現，但卻缺乏營利與企業化經營的策略與思維。因此應如何針對全球文創消費市場需求，協助進行文創事業產業化之體質調整，將是未來文化政策推動重點。

（二）整體文創產業發展定位、施政方向及內容

1.打造文創產業發展實踐場域

駁二藝術特區近年積極推動設計、創新、前衛及實驗性的展覽活動，同時對整體園區景觀及設施上亦不斷努力投入，改造為藝術氛圍濃厚之休憩園區，於2013年底新啟用的大義倉庫群，更做為文創產業發展的重要據點，規劃以小坪數10～40坪空間為主，輔導文創業者進駐，做為創作、研發、服務等空間，並與園區內其他文化創意事業進行異業或跨領域合作，充分發揮群聚效益。未來駁二藝術特區的經營推動，將持續以高雄人文意涵為基礎，廣納社區文化、鹽埕風華、鋼鐵城市、海港景觀等優勢，並作為南部藝文資源整合平臺，全力推動藝文活動及文化創意產業，創造高雄城市獨特的文化價值。

而新圖書總館啟用營運後，接續推動「高雄市立圖書館總館共構會展文創會館」BOT計畫，於總館基地南側空間以BOT方式規劃擴建「共構會展文創會館」，結合圖書館藝文氛圍與文化聚集效應，發展文創及文教產業，增加文創書局空間，並提供文創會館、研習中心、餐飲及賣店之複合式服務，整體提升高雄市立圖書館總館機能，建立高雄市文創產業發展據點，發展城市文創產業，並強化其收益能力以挹注無法自償之圖書館總館主體後續營運及管理，以減輕市府財政壓力。

2.提升藝文展演能量

高雄市自製自辦的高雄春天藝術節，自2010年至2014年辦理268場國內外優質舞蹈、戲劇、音樂、傳統

戲劇、兒童戲劇等節目，提供南部地區民眾高品質的演出，共計累積超過25萬人次購票觀賞。其中歌仔戲系列自2009年至2014年，總計辦理13檔、35場次，逾2萬5,000人次參與，透過聯合製作等相關監督機制，刺激傳統戲曲創新、有效提升歌仔戲藝文市場及創作能量。

庄頭藝穗節從傳統在地文化出發，自2011年起每年超過50場次的庄頭歌仔戲、囝仔戲、音樂會在大高雄行政區巡演，深入高雄山區、海邊各社區，均衡偏區藝術資源並促進在地演藝團隊產業發展。

偶戲節活動參與人次與票房逐年增加，自2012年起每年約以10%～15%的數量成長，而在新圖書總館加入偶戲節活動行列後，票房與參與人次比僅於岡山文化中心辦理時提高20%。

表2—40　2011～2014年城市藝術節辦理成果表

年度別	春天藝術節	庄頭藝穗節	偶戲節
2011年	10國參與 19檔節目32場次 6萬人次參與	56場次 4萬6,100人次參與	以愛河布袋戲展演季方式辦理 28場次 4,800人次參與
2012年	8國參與 30檔節目25場次 7萬5,000人次參與	54場次 4萬9,000人次參與	8國參與 36場次 1萬500人次參與
2013年	14國參與 32檔節目65場次 8萬人次參與	55場次 5萬1,250人次參與	9國參與 49場次 1萬2,000人次參與
2014年	14國參與 33檔節目75場次 8萬5,000人次參與	51場次 4萬2,000人次參與	8國參與 49場次 1萬4,500人次參與

資料來源：高雄市政府文化局。

3.打造影視產業重鎮

高雄市擁有山海河港等自然環境，加以陽光普照，是個青春熱情的城市，非常適合影視業者拍片取景，除先天的自然景觀外，市府文化局的「影視發展暨拍片支援中心」，有專業的工作團隊，提供從勘景、拍攝到映演全方位的協助。嘗試以投資的角度與電影製作，希冀將高雄從工業城市成功轉型為國際電影城。

（1）拍片支援服務

文化局於2009年正式成立「拍片支援中心」協助劇組拍攝，吸引許多劇組在高雄取景，成功打造友善拍片城市形象，從2010年底開始擴大編制成立「影視發展暨拍片支援中心」，提供更完整的6大面向拍片支援服務：行政協助、勘景支援、場地支援、器材協助、後製支援及資訊提供。

（2）電影行銷宣傳

為推動國片市場，文化局協助辦理影片行銷宣傳活動-如開鏡儀式、媒體採班、特映會、首映會等，並結合文化局相關通路推廣行銷。2013年上半年辦理之大型行銷活動計有電影「世界第一麥方」行銷記者會、「甜蜜殺機」採訪記者會、「親愛的奶奶」首映會、「看不見的跑道」首映會。

（3）高雄電影節暨國際短片競賽

高雄電影節自2001年開始舉辦，2006年擴大影節主題，並大幅增加影展片量，以2012年即以「未來時代」為年度主題，規劃16個單元，共計176部影片，播映254場次，總參與人次超過2萬人。為促進交流並提供映演平臺，辦理國際短片競賽，打造國內最大短片競賽，提升高雄電影節國際能見度。

（4）臺灣華文原創故事編劇駐市計畫

為推動影視產業，使高雄成為華文世界故事創作基地，特邀請編劇駐市，以獎助與扶植並進方式，鼓勵劇本創作。

透過各種配套措施，如獎勵編劇創作、投資影片製作、補助劇組至本市拍片及補助影視行銷活動，整合影視上、中、下游產業，吸引國內電影業者向南移動，並策辦高雄電影節及國際片競賽等各項電影文化活動行銷本市。

「高雄人」出品之作品於第51屆金馬獎大放異彩，電影「KANO」、「迴光奏鳴曲」、「甜蜜殺機」共入圍9項大獎，「KANO」監製黃志明榮獲「年度臺灣傑出電影工作者」，其中「迴光奏鳴曲」除在臺北電影節及國內外影展屢獲佳績，更榮獲第51屆金馬獎「最佳女主角（陳湘琪）」；連奕琦導演執導的《甜蜜殺機》受邀第50屆金馬影展觀摩片，上映後票房亮眼。

高雄電影節觀影人次逐年增加，成功建立自我品牌及城市特色，同步辦理國際短片競賽，於2014年共收到來自66個國家、2,056部作品報名，參賽數量遠超過2013年的564件，已成為國內最大短片競賽平臺，2015年更將首次攜帶近兩年的入圍臺片，前往法國參加克萊蒙費洪短片市場展，期許讓入圍臺片有更多的國際曝光機會。



日本東京文化會館

第三篇

文創產業發展重要議題

第一章、主要國家地區文化創意產業政策

第二章、我國文化創意產業重要發展議題

前言

本年度文創產業關鍵議題，包含各國文創產業發展策略分析以及因應網路行動時代來臨，研析文創產業創新應用發展趨勢。

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》，綜整全球與兩岸等外部環境變化，以及當前政策方向、產業課題等內部發展需求，歸納我國文創產業發展面臨之問題如下：

（一）因應產業轉型升級，須應用文創內容以提升各產業附加價值提升。

（二）因應科技與文化匯流，文創產業發展應善用我國獨步全球的科技產業實力。

（三）針對文創消費市場需求，進行文創事業產業化之體質調整。

（四）因應中國大陸人才磁吸與兩岸交流談判，應提出我國文創產業中長期發展策略規劃。

因此，本年度年報將根據上述我國產業面臨之課題，援引其他國家作法作為國內各界的重要參考資訊。

問題評析	標竿國家
因應產業轉型升級，須應用文創內容以提升各產業附加價值提升	泰國：以創意經濟的概念．提高產品附加價值
因應科技與文化匯流，文創產業發展應善用我國獨步全球的科技產業實力	英國：數位科技協助新營運模式創出
針對文創消費市場需求，進行文創事業產業化之體質調整	日本：酷日本的海外推展與導引入境消費 韓國：透過「文化日」的推行，提供民眾消費參與文化活動之誘因
因應中國大陸人才磁吸與兩岸交流談判，應提出我國文創產業中長期發展策略規劃	中國大陸：整體文化人才培育策略規劃及執行情況

因應網路行動時代來臨，行政院大力推廣「開放資料（Open Data）」、「大數據（Big Data）」與「群眾外包（Crowd-sourcing）」三支箭，這三大趨勢在文創產業的應用也將是文創產業因應新環境發展的重要前瞻課題。

開放資料、大數據應用、群眾外包，均有助於文創產業集結多方創意，不論是來自開放資料平臺的素材共享，或是網路平臺的大數據加值應用，以及群眾外包向外借助資源與合作，活用這些創意來源，也對於文創產業後端的傳播行銷能在具有市場基礎上更容易突破、更進一步貼近消費者。

以創意經濟的概念．提高產品附加價值

泰國 Thailand



泰國政府為提高國際競爭力與穩定泰國的社會經濟發展，不斷藉由創意與設計來推動泰國的產業升級轉型，而泰國的文化創意產業主要分成四個類別：1.文化遺產（Cultural Heritage），如工藝、歷史文化觀光、泰國食物、傳統醫藥等；2.藝術（Art），如視覺藝術、表演藝術；3.媒體（Media），如電影、出版、廣播與音樂；4.功能性創意（Functional Creation），如設計、時尚、建築、廣告、軟體等。政府陸續在整體產業方面投入許多政策資源，來發展泰國的文化創意產業，如今，泰國的設計、時尚、工藝、電影等產業的發展已漸具成效，不僅使泰國走出經濟危機，更成功透過文創產業提升國家競爭力。本文將透過政策與產業案例，瞭解泰國應用文化創意創造產業附加價值之策略。

一、泰國創意產業之主要政策

亞洲金融風暴的影響使泰國深受衝擊，後來又加上其他東南亞國家及中國大陸市場的崛起，泰國在米、糖等原物料或商品已不再具有低成本的出口優勢，勞動力低廉與代工生產也逐漸失去優勢，因此泰國政府藉由創意與設計的結合，協助並支援泰國的中小企業發展多樣化且具競爭潛力的商品，遂將文創產業作為主要產業發展的重點。泰國政府推動文化創意產業的重大計畫包括：一鄉一產品（One Tambon one Product，OTOP）、曼谷時尚之都（Bangkok Fashion City）、泰國創意設計中心（Thailand Creative and Design Center，TCDC）、支持電影產業發展的政策、創意泰國（Creative Thailand）等。在創意泰國計畫之後，泰國政府將創意經濟發展項目納入國家經濟振興方案（又稱泰堅強計畫）中，更於2012年的國家經濟與社會發展計畫，將創意經濟列入優先發展項目，強調以知識與創造力為基礎，將文化創意視為國家與社會發展的關鍵。

若從經濟發展的三個成長階段：資源驅動成長、效益驅動成長及創新驅動成長來看，泰國已擺脫代工為主的經濟成長模式，進入第二階段的效益驅動發展[1]，而從上述政策發展策略中可發現，泰國政府投入大量資源，不僅協助企業轉型升級，更讓創意產業成功跨入國際市場。以下針對主要的創意產業政策說明。

1 A creative economy for Thailand: a dream or reality? (2013), Chodechai Suwanaporn.

圖3—1　泰國創意產業相關政策歷程



資料來源：本年報整理，2015年11月。

（一）一鄉一產品（One Tambon One Product，OTOP）計畫

為推廣泰國各鄉村的手工藝品或農產品，協助其開拓國內市場，2001年開始推動OTOP計畫，進一步藉由多樣化的商品行銷至海外市場，以增加當地的就業與收入。泰國OTOP的主要目標包括：

1.協助地區特色文化或自然資源轉型成具附加價值的文化商品，並有助於振興該地區的經濟成長。

2.鼓勵具地方或村落特色的產品生產製造，但需考量原料取得、技術成熟度及地方認同感。

3.協助建立可操作的行銷策略，以及在全球市場中建立具競爭力的區域品牌。

4.鼓勵生產者對其特色產品進行智慧財產權的登記，以防止仿冒的情況發生。

（二）「曼谷時尚之都」（Bangkok Fashion City）計畫[2]

2004年由泰國工業部開始推動的曼谷時尚之都計畫，以舉辦專業展覽的方式，行銷推廣泰國的設計產品，以及把泰國設計師推向國際時尚舞臺，並將曼谷定位發展為全球時尚的連結點。惟兩年後因政治動盪而停辦，之後改舉辦「曼谷國際時裝展及曼谷國際皮革展」（Bangkok International Fashion Fair & Bangkok International Leather Fair，BIFF & BIL），但其目的相去不遠，透過建立國際時尚資訊交流平臺，協助泰國時尚設計師，拓展國內或國外時尚相關產業的市場。

2　泰國創意產業「藝」軍突起（2010），經貿透視雙周刊，第298期；2011臺北國際城市發展論壇－曼谷，政府引領與民間動能相互協力的創意城市。

（三）創意設計中心（Thailand Creative and Design Center，TCDC）

於2005年正式開幕的泰國創意設計中心（Thailand Creative and Design Center，TCDC）坐落於曼谷的The Emporium 購物商場中，隸屬於泰國知識管理發展辦公室（Office of Knowledge Management and Development，OKMD），在政府政策與資金支援下運作，為世界第一個提供設計資源與學習的設施。設計中心裡包括常設展廳、特展展廳、圖書館、材質資料庫、設計商店等，提供所有與設計相關之館藏、多媒體視聽資源等，其材質資料庫更是擁有超過上千種廣泛被使用在產品製造上的材料樣本，讓設計人才、學生或製造業者，有機會學習、體驗、接觸國際知名藝術家或設計師的創意及所使用的材料，了解世界設計潮流與材質運用等資訊。除此之外，不是只有設計業者或設計系學生才有創意，創意設計中心的目的，更希望可以讓一般民眾更容易地吸取設計創意等相關知識，增加對設計的了解與激發創意。

另外泰國知識公園（Thailand Knowledge Park）雖與設計中心所設定的對象不同，係屬於綜合型資訊圖書館，但在區位選擇上，同樣選擇在人潮聚集的百貨商場內，由此可看出，泰國政府透過文創藝文中心與購物商場空間的結合，以新型態的場域設置，將創意產業帶進民眾的日常生活中。

（四）創意泰國（Creative Thailand）計畫

2010年泰國政府更進一步施行創意泰國（Creative Thailand）計畫，從基礎設施、教育、社會意識、產業等面向，全面推動創意經濟發展。根據《臺北產經》之報導[3] 指出，泰堅強計畫（Thai Khem Khaeng Project）陸續投入上百億泰銖於藝術表演、工藝、創意產品、媒體、文化遺產、軟體及設計研發等領域，其內容則包括創意王（Creative King）、泰國歷史文化創意電影、創意城市、創意經濟意識、泰國產品新國際印象、創意經濟研討會或工作坊、兒童與青少年之創意推動、提升創意產業之潛力與競爭力等子計畫。其中創意城市方面，泰國商務部智慧財產局提出創意城市示範計畫，選定泰國十個城市（包括清邁、清萊、楠府、也拉、猜納等[4] ），藉由結合在地文化與創意，提高文創產品價值，推展城市文化觀光，進一步達到增加該地區就業機會與收入之目標。

（五）第十一屆國家經濟和社會發展計畫（The 11th National Economic and Social Development Plan，NESDP）

然而在邁向知識經濟的趨勢下，泰國在各面向之政策或戰略都面臨重新定位的挑戰，如教育、金融、智慧財產權等[5] ，因此第十一屆國家經濟和社會發展計畫（The 11th National Economic and Social Development Plan，NESDP），以五年（2012～2016年）為一期之規劃，將創意經濟列為重點策略之一，在泰國所擁有豐富且獨特的文化資源基礎下，引導泰國提升產業附加價值且永續的成長。

主要包括三個領域：1.創意經濟的技能發展；2.創意經濟的知識體系發展，提供強而有力的政策決策能力；3.加強有利於創意經濟發展之環境，如法制面。

---

3 臺北產經（2012），驅動經濟邁向新世紀－泰國的創意設計，戴卉姍，No.11，P.41-44。

4 創意城市示範計畫之十個城市為：Chai Nat、Chiang Rai、Chiang Mai、Nan、Phetchaburi、Maha Sarakham、Yala、Lop Buri、Lampang、Ang Thong。

5 THE ELEVENTH NATIONAL ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT PLAN (2012), National Economic and Social Development Board Office of the Prime Minister, Thailand.

在政府政策的引導與業者共同的努力下，泰國時尚設計、電影等產業的發展已有一定成效，以下針對OTOP、設計、電影產業及數位科技結合等進一步了解其發展成效。

二、泰國一鄉一產品（OTOP）計畫與設計產業

泰國OTOP計畫的執行，在產品開發方面，為協助生產者能達到一定的品質標準，在主要城市設立的訓練中心提供了諮詢、技術支援與培訓等服務，例如基礎會計、市場銷售、企業管理、提高生產效能的工序、產品包裝等知識的訓練課程。此外，亦透過邀請國際設計師進行指導，使地方特色產品不僅充滿地方智慧與創意，也能符合國外消費市場的喜好。

在市場行銷策略方面，依品質、市場需求性、設計感、實用性等將各鄉或村自行開發的產品區分一至五顆星等級，之後再根據市場需求，劃分為三個市場：適合外銷市場、適合內銷市場及侷限於地方性銷售等三種，採取分級輔導制度，協助各地區建立長期的產業發展計畫，輔導業者發展成中小型企業。

表3—1　泰國OTOP地方特色產業分級

依品質、市場需求性、設計感、實用性等區分產品星等	市場劃分
5顆星	最高等級：該產品可直接出口銷售，且由政府協助出口
4顆星	第二等級：此為高潛力產品，已有國家級的程度，可在全國各通路銷售，且再經過政府協助後即具備國際級水準，進行海外市場販售
3顆星	第三等級：此等級產品可於地方性、區域性市場販售，且經過政府協助改善缺失與修正弱點後，即可納入第二等級
2顆星	第四等級：為低潛力且在經過政府反覆的測試，仍無法邁入第三等級，政府可因此要求其停產，或更改為其他產品
1顆星	

資料來源：泰國OTOP網站、臺灣OTOP網站、臺灣與泰國工藝類地方特色產業發展之比較研究（2011）、台灣經濟研究院彙整。

OTOP計畫持續多年後，雖然於2006年泰國政府將OTOP計畫改為「地方與社區產品」計畫（Local and Community Products），商品分類則分為區域性多個鄉村所出產的產品，及特定鄉村所生產的商品，共兩大類別，之後的政策較著重在發展地方社區，並導入提升生產效率及管理方面的專業知識，不過，泰國政府在整體行銷政策上，仍以OTOP作為共同品牌的識別[6]。

在銷售通路方面，政府更於機場、車站等人群聚集的地方設立OTOP商店，不僅如此，由於泰國觀光旅遊的興盛，OTOP商品逐漸出現在泰國主要的觀光景點周圍，例如在曼谷市區的快速橋墩下方，常設置大型的OTOP展覽區，提供觀光客方便又特別的體驗。另外泰國創意設計中心（TCDC）替OTOP商品設計創新的包裝方式，例如參考日式便當的做法，設計名為泰便當（Thai Pinto）的食物包裝飯盒，可以維持蔬菜的鮮脆與米飯的溫度，不僅中小企業可用以作為會議餐盒，也能吸引年輕消費族群，甚至在觀光客進出頻繁的交通據點或高速列車上進行特色餐盒的販售。

6　臺灣與泰國工藝類地方特色產業發展之比較研究（2011），國立雲林科技大學創意生活設計系碩士畢業論文。

除了實體商店、市區設展區進行販售外，OTOP亦定期舉行大型博覽會，提供國內與國外業者或民眾近距離接觸全泰國各地區之特色產品。另外，OTOP更於2012年設立網路電子交易平臺，正式將OTOP產品推進電商市場。

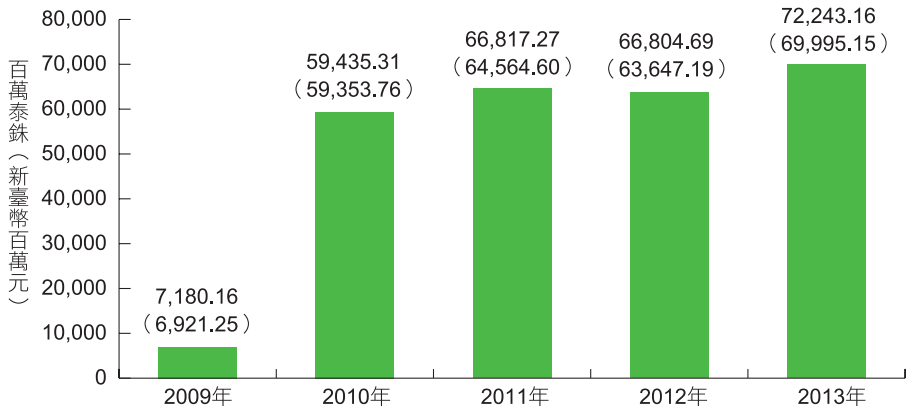
圖3—2　泰國OTOP地方特色產業政策推動之架構



資料來源：文化產業之科技媒介策略專案（2013），「我國竹藝、染織、蘭草編織等傳統工藝加入科技元素後的各種創新途徑、獲利加值模式及形成文化產業的相關議題研究」，文化部。

根據OTOP官網統計，目前OTOP商品包括食品、飲料、織品與服飾、裝飾品與紀念品、非食用草藥等主要五大類商品，銷售額自2009年的71.8億泰銖（約新臺幣69.21億元），成長至2013年的722億泰銖（約新臺幣699.95億元），五年內成長非常驚人，其中以食品的占比最高，且OTOP商品更是深受如美國、日本、其他東南亞國家的歡迎。

圖3—3　2009～2013年泰國OTOP產品銷售額



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

資料來源：Challenges for Thai OTOP Community Enterprises：Experiences from Thailand and Japan, A Comparative Study（2105）、台灣經濟研究院彙整。

除了OTOP的成功外，泰國的設計產業亦受到國際市場的注目，其中又以家具家飾設計產業表現亮眼。在泰國政府與民間業者的合作努力下，泰國家具家飾於2013年市場總值約為610億泰銖（約新臺幣591億元）[7]，且從設計到生產都在泰國，創意的結合成功帶動傳統產業的轉型，並以日本與美國為最大的出口市場。例如泰國國際知名環保概念家具品牌YOTHAKA，主要是將布袋蓮纖維編織工藝應用於家具設計上，一張座椅至少需40天作業時間，但因泰國人力充足，且有清楚完整的製程工序，仍可以手工為主、機械為輔的方式進行大量生產，加上設計師藉由本身於家具設計及產品開發的專業，結合工藝師的編織技藝，使設計產品可以量產並仍具有手工藝的美感。其家具風格兼具設計、環保與功能性，在日本、歐美國家廣受好評，且繼布袋蓮纖維材質之後，YOTHAKA持續研發泰國天然材質的設計應用，如鳳梨纖維、麥稈、藤蔓等，並開發家飾品或其他生活用品[8]。

另外，每年由泰國政府貿易推廣部（Department of International Trade Promotion）、泰國設計師、家具公會與製造商合作，定期於三月在曼谷舉辦的「泰國國際家具展（Thailand International Furniture Fair，TIFF）」，以泰國時尚設計作品為主，是極具能見度的國際性展覽。國際家具展提供泰國企業或廠商等企業間媒合的絕佳機會，不僅能拓展業務，更能藉此建立合作網絡，而最主要的特色是能提供小訂單客製化服務（Small Order OK，SOOK），例如精品旅館、度假村或小規模建商，尋求高品質、風格設計的家具以凸顯其個案的獨特性，家具展的SOOK服務可說是替小訂單廠商帶來很大的便利性。

另外每年亦定期舉辦兩次的「國際家飾家用禮品展（Bangkok International Gift & Houseware Fair，BIG＋BIH Fair）」規模不亞於TIFF，只是參展的多屬外銷商品，平時亦無法在泰國境內購得，因此除了海外買家，也吸引許多泰國企業與民眾前往採購。

三、泰國電影產業

在泰國創意產業發展中，電影產業亦替泰國帶來相當大的效益。泰國政府不僅鼓勵國產片的拍攝，也藉由優惠政策，吸引外資來泰國拍攝與進行後製等工作，主要優惠政策包括個人與企業稅率的減免，外國演員在泰國拍片，免課個人所得稅，其次是免收政府所屬產物的拍攝核准費用，包括國家公園、鐵路局、移民廳、蘇凡納布國際機場等；另外，還有減少拍攝器材的進口關稅等。

根據泰國電影辦公室（Thailand Film Office）的統計，2014年至泰國拍攝的影片數為631部，創造了19.35億泰銖（新臺幣18.09億元）的收益，且這些影片並非全是劇情片，還包括紀錄片、廣告、音樂影片、電視劇等。而且泰國電影產業更是與觀光緊密連結，泰國電影辦公室就隸屬於泰國觀光部，除大力配合電影產業的推動，外國製片公司前往泰國拍片的同時，透過電影的宣傳與播送，拍攝景點因此成為旅遊景點，例如好萊塢電影《醉後大丈夫2》、《海灘》，都成功替泰國觀光帶來更進一步的曝光度與經濟效益。

另外，泰國亦能提供如沖片、調光、數位後期、特效等完整的後製服務，一次滿足製片商可能的需求，而能如此提供完整產業鏈服務的背後原因，主要是泰國政府藉由引進國際大型電影公司的投資，提升國內相關技術與培養人才，再來加上泰國政府的鼓勵措施與減稅優惠，每年至泰國拍攝的影片數量愈來愈多，許多好萊塢、中國大陸等影片，都到泰國進行後製工作，也因為技術與人才都能與國際接軌，使得泰國電影產業能快速發展成長。

7　泰國投資環境簡介（2014），經濟部投資業務處。

8　泰國創意產業「藝」軍突起（2010），經貿透視雙周刊，第298期。



四、數位科技之應用結合發展

泰國創意經濟的成長，亦與數位內容產業有關，泰國於2010年成立數位內容協會，主要目的是結合泰國國內包括數位遊戲、電腦動畫、視覺特效、電影、音樂、電子書、數位學習等數位內容業者，共同進入國際市場。

「2009～2013泰國ICT總體規劃」（Thailand ICT Master Plan 2009～2013）以發展智慧化泰國為願景，發展充足的人力資源、發展高速的通信網絡、支援製造流程以提升產品與服務的價值、智慧政府等發展目標。泰國於2013年啟用4G通訊，在政府大力推動與業者努力下，數位內容市場規模已超過上百億泰銖，且持續保持成長趨勢。相關應用例如平價火鍋餐廳採平板電腦自助點餐，菜單與價格皆已數位化，直接與廚房連線，顧客也可直接以平板瀏覽目前消費金額，目前在曼谷有許多連鎖餐廳都已採行動裝置點餐服務。又例如電影院設置大型觸控螢幕購票機，從場次查詢、預告播放、訂位、結帳、取票皆可透過觸控售票機完成[9]。

五、結語

整體來看，泰國成功的關鍵在於泰國政府把產業透過政策所提供的平臺串聯起來，以完整的產業鏈來發展創意產業，例如OTOP及家具家飾的設計創意、製作到銷售都在泰國，以及電影產業除了拍攝，也吸引大量國際製片商前往進行後製。泰國以本身多元的文化為基礎，發展文化創意、時尚產業，積極推動以創意經濟的概念，提高產業附加價值，並培養民眾設計美學，拉近文化創意與消費者生活之間的距離，其目前創意產業所帶來的就業、產值及國際知名度，已居領先地位，泰國政府的最終目標是成為東協國家之創意產業樞紐。

9 「泰國現在智慧型手機普遍嗎？泰國不落後，落後的是臺灣人的眼界」（2015）。

數位科技協助新營運模式創出

英國 England



數位科技正在破壞過去已建立的運作規則，並為整個創意經濟創造新的機會。部份文化體驗形式，如電玩，憑藉數位科技而存在，其他包含電影、音樂及文學，雖然發展早於數位科技，但現在這些領域現正運用數位科技進行產製與傳播行銷。在消費端方面，民眾透過網路、社群、行動等媒體，來發掘、消費、分享文化內容經驗等活動也愈來愈頻繁且多元。

2010年，前英格蘭首席經濟學家，目前擔任NESTA常務董事的Hasan Bakhshi和文化經濟學家David Throsby建議文化藝術組織使用科技來觸及新的觀眾、創造新的收入來源、增進營運效益，展現全新型態的藝術體驗與文化價值。

一、藝術數位研發基金之運作

為探索數位科技拓展新機會之可能，促使英格蘭藝術委員會（Arts Council England；簡稱ACE）、藝術與人文研究委員會（The Arts and Humanities Research Council；簡稱AHRC）與國家科學、技術與藝術推動組織（The National Endowment for Science，Technology，and the Arts；簡稱NESTA）建立藝術數位研發基金（The Digital R&D Fund for the Arts）。藝術數位研發基金的前身為藝術文化數位研發基金，係為ACE、AHRC與NESTA於2011～2012年間發展的實驗性計畫，該計畫支援英國藝術文化組織使用數位技術來拓展新觀眾，增進文化體驗與活動交流，為創意產業開展全新的營運模式。

該基金核心組織架構係來自藝術文化組織與技術提供者、研究者之間的合作夥伴關係，而實驗計畫的目的，係為獲取藝術文化組織所高度重視的研究資訊與數據，或是該計畫可能為創意相關產業開發新產品，甚至提供全新的服務模式。

藝術數位研發基金於2012年、2013年間正式推出，過去三年基金共補助670萬英鎊（約新臺幣3.35億元）來支援52個研究發展專案。該基金有6項優先主題：用戶生成內容和社群媒體、數位發行和放映、行動位置和遊戲、數據和檔案典藏、資源、教育和學習。

除資助專案的執行，從資助項目中所學習到的知識共享，是該基金設立獲致的重要成果，透過網站及雜誌定期更新補助計畫資訊、以及蒐集愈來愈多對創新藝術科技應用實務洞察的文章、資源以及其他訊息。



二、基金資助案例

該資金過去三年支援了52個創意產業計畫，其中有24個計畫正在進行，目前已不再接受計畫申請。該基金提出兩項核心價值：將大數據（Big Data）與研究（Research）奉為圭臬，目的為協助藝術工作者及企業團體瞭解數位科技應用範疇，消弭地域與合作型態的隔閡，改革、開拓其商業模式，讓觀眾透過更多元的方式體驗藝文活動。該基金以針對文化創意產業之研究為主軸，提出許多勉勵創新數位科技的研發計畫，期盼結合科技領域以輔助創意產業蓬勃發展，勉勵業者授予數位知識及傳承經驗，以嘉惠相關領域。

在英國蘇格蘭與威爾斯地區，其基金之營運則由創意蘇格蘭（Creative Scotland）與威爾斯藝術委員會（Arts Council of Wales）以夥伴形式與NESTA、AHRC及文化與數位科技研究發展基金協力合作，目前創意蘇格蘭（Creative Scotland）提出十個計畫，花費50萬英鎊的基金運用於實證研究及個案討論，邀集英國在地藝文組織，提出計畫試驗、探討數位科技於觀眾體驗應用的可能性，及如何將數位科技創新運用至更深更廣的藝文活動範疇，並嘗試開展全新的商業模式。威爾斯藝術委員會（Arts Council of Wales）提出的計畫執行方向與蘇格蘭大致相似，投入4萬英鎊（約新臺幣200萬元）支持其合作性計畫，並於2015年初提出6項計畫。

藝術數位研發基金的各項計畫藉由不同主題的科技應用試驗，希望為藝術文化產業的營運尋找新機會、帶來新效益。本篇針對創造新收入、提供全新體驗、提升觀眾互動等三個面向，彙整藝術數位研發基金主要的科技應用案例實施成果。

（一）創造新的收入來源、增進營運效益

未來的收入加值是藝術數位研發基金提出的一項重要概念，在創意產業活用科技，企業可發展更多元的融資型態，例如企業組織透過數位媒體的異業整合模式增加營收，或善用線上平臺、網路工具發起線上募捐集資（Online Fundraising）、群眾募資（Crowd Funding）活動，及運用雲端運算技術儲存線上資訊，皆為數位科技嘉惠創意產業經營效率的近期趨勢。此外，透過群眾外包製作軟體技術手冊，資料庫及匯集研究方法，也打破地理環境的限制，進一步促成業者間的合作關係。

在藝術教育服務方面，藝術數位研發基金運用電子輔導平臺、遠距課程和導師諮詢等服務，拉近產學間的落差，無形中亦降低人員編制、經費的成本，解決偏遠學校各方資源不足的難題。拜科技進步所賜，目前許多藝文組織、企業透過計畫夥伴的方式進行產學合作，為學校籌辦社團活動，或利用線上募資平臺協助社團、學校籌辦募資活動，進而達到獨立自償的效果。

（二）全新型態的藝術體驗

科技應用所帶來的新體驗型態包含視覺特效、實時事件（Real-Time Event）、觸覺體驗、線上觀覽等。擴增實境較常運用於遊戲、電影產業，該特效結合3D成像技術、電腦特效、高解析度全景攝影掃描（360 Degree Laser Scanner Photography），和立體成像的虛擬化技術來呈現視覺效果。

另外，實時事件的行動位置個案應用，可即時發表身處環境周遭所發生的事件，根據具體地點、人物、熱門話題標籤，透過網友瀏覽、分享及挖掘功能，可支援實境節目的進行。

藝術數位研發基金近期受矚目的一項計畫，係標榜盲人與視障者也能體驗藝術之美，而一般觀眾穿戴專用可攜式觸覺裝置，也能體驗暫失視覺的深刻感受。該計畫期盼藉由部份畫廊、博物館、劇院以及其他即時表演場所對觸覺裝置的運用，讓觀眾模擬表演場地摸黑的情境，以試驗該款觸覺裝置效果，未來待該裝置正式問世後，其原理可能應用於開發給予視障族群協助的工具，更讓美學與數位科技應用延伸至觸覺感官領域。該觸覺裝置仍在實驗階段，透過計畫的試行成果，增進未來其他場合的普及應用。

在線上觀覽的應用，許多博物館透過擴增實境（Augmented Reality）作為線上博物館網站典藏藝術作品的方式，匯集電影、攝影及藝術家之創作素材等多重元素，用更獨特、生動活潑的遊戲形式描繪作品內容；或是運用虛擬線上圖書館、畫廊功能，進行主題式企畫；或是研發供遊客體驗的瀏覽介面應用程式，嵌入令使用者感覺身歷其境的場館周邊街角影片與口白描述。這些科技應用最主要係為提升讀者線上觀覽的體驗，並同步獲取完整性的作品與展覽資訊。

（三）用科技來提升觀眾互動與意見反饋

藝術數位研發計畫亦透過群眾外包方式為創意產業設計開放數位工具包及應用程式，建構虛擬互動環境，使觀眾得以遠距離互動、立即回饋意見交流，達到宣傳、吸引新觀眾的效果。

在虛擬線上圖書館、畫廊功能中，館方將靜態典藏轉化為生動活潑的數位影像典藏之餘，亦能捕捉使用者與作品互動情形及搜尋結果，將其記錄下來，可轉化為供研析的有效數據資訊；博物館的線上導覽功能，也可以結合用戶生成內容（User-Generated Content）和社群媒體（Social Network），讓觀眾透過發布館內藝術創作的定位標記（地標打卡）揭露作品相關資訊，傳達其對觀賞作品的感受。

囿於資料保護法與各式售票場地提供片面訊息的限制，許多數位技術開發單位嘗試另闢新徑，例如發展出偵測表演場館附近觀眾即時簡訊收發的機制，將所擷取到的簡訊內容過濾關鍵字，使策展單位得以透悉觀眾體驗藝文活動當下的感受。

三、數位文化調查

儘管英國有感於科技應用對文化藝術組織的重要性，而推動藝術數位研發基金，然而這個領域的量化證據相當有限，不同的文化機構如何使用數位科技？他們經歷了什麼樣的影響？尤其是數位科技是否協助文化藝術組織實現其核心任務？運用數位科技時又遭遇了什麼樣的障礙？這些經驗教訓可否提供其他組織擁抱新科技時的參考？

為了探討這些問題，藝術數位研發基金的資金合作夥伴委託獨立研究機構MTM[10] 針對英國藝術文化組織進行「數位文化調查」，從2013～2015年執行縱向調查研究，調查問題包含：

1.英國有多少文化機構正使用數位科技，其目的以及跨文化藝術領域間的差異？

2.文化機構的數位科技創新有哪些關鍵有利因素？

3.接受新科技時有哪些障礙？如何從經驗教訓中指導其他組織克服這些障礙？

10　MTM為英國知名研究與策略顧問公司。



4.那些數位科技有助於文化組織更有效率地實現核心任務，並提升產出？

5.參與數位研發基金對組織的影響？

MTM自基金成立後，即對逾6,500家組織和企業團體進行調查，2013年與2014年度回卷數分別為891分及943份。

根據上述調查，英國藝術文化組織認知到數位科技對其營運功能的重要性，仍以行銷面為重點，其次才是保存典藏、營運、創意、傳播、商業模式等面向。然而在兩年度的調查比較中，數位科技對於文化藝術的商業模式之重要性日益增加，有愈來愈多組織正運用數位科技創造新的收入來源。相對2013年，2014年較戲劇化的改變是藝術中心與表演藝術場館認為數位科技對商業模式很重要的比例呈現倍數成長（從38%～69%及25%～80%）。

在運用科技所面臨的課題，缺乏資金以及人力是最主要障礙。而在執行數位科技應用時，最主要的組織能力缺口在於數據分析、資料庫管理、軟體開發及智慧財產權的法律建議。這些文化藝術組織所能運用的數位科技資源如建議、想法、服務的提供主要來自非正式的網絡／合作夥伴、內部研究與數據分析、資助機構或委託第三方服務提供者。

2014年度的調查顯示，在展望2015年，科技對文化藝術商業模式的重要性主要表現在幾個部分：21%的回卷者有意願開展群眾募資；19%的回卷者開始接受線上捐款；16%的回卷者將第一次透過網路銷售商品。

總而言之，這些調查顯示英國文化藝術部門已經逐漸看到數位科技所帶來的有形效益，包含觀眾的參與及財務表現。

四、小結

英國藝術數位研發基金的運作緣起於數位科技可能對文化藝術組織所帶來的機會，其執行運作的機制與過去國內的相關補助計畫有相當大的差異。1.計畫的執行強調透過文化藝術組織、科技服務提供者與研究機構三方的策略夥伴關係，確保數位科技研發能為文化藝術組織帶來效益；2.相對於計畫的實質研究成果，該基金更重視計畫執行過程與各界感受資訊的分享，希望透過共享機制的建立，擴大專案對文化藝術組織正向的外部性；3.計畫執行啟動後，同步對英國整體數位應用進行全面性調查，了解普遍性應用趨勢與課題，並回饋到研發專案的執行。

酷日本的海外推展與導引入境消費

日本
Japan

一、「酷日本」機構

為了因應日本內需市場需求下降的經濟情況，日本政府與民間企業、組織在2013年6月時，共同出資設立「酷日本」機構（以下簡稱CJ機構），將製造業以外，日本特有的文化或是生活方式轉變為具有附加價值的「日本魅力」產業（如內容產業、時尚產業、生活產業等），以獲得海外新興國家對日本商品、產業的需求，並連結日本的經濟成長動能。

在《2013年臺灣文化創意產業發展年報》的日本篇中，曾詳細說明酷日本戰略的發展背景，故本篇將以酷日本戰略實施二年後的個案實例為主，深入瞭解酷日本的執行策略。

根據日本經濟產業省在2015年8月份所提出「關於酷日本政策」資料顯示，CJ機構為推廣酷日本，制定了三大基本戰略方向（圖3—4），分別為第一、創造日本的風潮，希望能有效宣傳與發展日本的魅力。例如將動畫輔以字幕在中國大陸或全球播放，以及採用日本具知名度的人物、著名作品等，作為情報傳送至海外市場。

第二、在當地獲利，建構能在當地獲利的平臺。例如市場測試的支援，是當販售、廣告、製造、流通等業者共同在新興市場推廣日本文化、產品以及服務時，可向日本經濟產業省申請「新興國市場開拓等事業費補助金」，以作為市場拓展時一部分的經費補助。

第三、在日本消費，促使海外國家民眾前往日本進行多量、高額的消費。例如將體驗觀光資源、傳統工藝器具等產品或內容輸出至海外，再透過海外市場的宣傳、產品銷售，最終吸引外籍旅客訪日。

圖3—4　酷日本海外發展戰略

創造日本風潮	在當地獲利	在日本消費
有效傳達日本的魅力	建構當地的獲利平臺	促進民眾前往日本進行（大型）消費
創造出能提高對日本產生興趣或關心的機會 1.支援內容在海外發展及當地發展 ● J-POP+事業 2.推動日本的活動以及傳送海外情報 ● 傳送海外情報事業 ● 傳送日本酒相關情報（多國語言） 3.米蘭國際博覽會的公關	確認（日本）內容的專用頻道、販售與商業設施等相關之商品 1.產品開發・組織團隊 ● 支援發掘 ● 支援生產 ● 企業配對 2.當地企業配對 3.市場測試 4.酷日本機構（CJ機構）資金供給 5.日本政策金融公庫資金融資	吸引訪日旅客前往日本各地區並擴大其停留時間、消費 1.活用酷日本資源來振興觀光 ● 發掘酷日本資源 ● 向海外傳送有效的情報

資料來源：クールジャパン政策について，経済産業省商務情報政策局。本年報整理，2015年11月。

二、「酷日本」機構投資程序

在投資程序部分，因「酷日本」的主要目的是藉由「衣」、「食」、「住」或其他內容（卡通、日劇、音樂等），將日本的文化或生活方式的魅力轉變為具附加價值的事業。以獲得新興國家對日本的消費需求，再將此需求透過企業成長、增加雇用以及訪日觀光客的增加等來連結日本經濟的成長。

因此，在日本經濟產業省於2015年7月所發布的「關於酷日本機構」資料中，明確指出CJ機構與一般機構的投資程序並不相同。藉由圖3—5可得知一般性機構對於投資案件是採案件審查、監控以及退場的機制。而CJ機構則是主動發掘／開拓案件，並策劃發展戰略／事業計畫（①），以強化案件組成時的事業戰略企劃／立案機能，另將CJ機構作為樞紐，建構民間部門無法達成的企業合作與商業範例。確立投資後，CJ機構將給予積極支援（②、③），積極支援可分成兩部分，第一部分是對經營／事業的積極支援，第二部分則是在長期投資間進行對該事業的極力支援，並從CJ機構派遣推動戰略／事業計畫所需之人才。

基本上，CJ機構的投資程序特色為長期支援事業者，積極推動事業的戰略策訂及經營支援，並且特別強化策劃事業戰略／事業計畫的支援及事業推動的積極支援。

圖3—5　一般機構與CJ機構投資程序比較



資料來源：クールジャパン機構について，経済産業省商務情報政策局。本年報整理，2015年11月。

三、「酷日本」機構投資案例

自CJ機構設立後，從日本經濟產業省、CJ機構的資料顯示，目前CJ機構於2015年8月前已通過12項投資案例。這12個案例分別包含生活風格相關事業、飲食相關事業、內容相關事業等3項領域（表3—2）。根據CJ機構的12項投資案例一覽表，顯示目前與文化創意產業相關的案例有7項，而非文化創意產業的相關案例則有5項，以下將主要介紹與文化創意產業相關的7項案例。

表3—2　CJ機構投資案例一覽表

類型	內容	對象國	民間出資者	CJ機構出資金額（項目總資金規模）	事業體名稱（合資後）
生活風格	日本購物中心	馬來西亞（吉隆坡）	三越伊勢丹公司等	約新臺幣3.07億元（該項目規模約新臺幣5.73億元）	ICJ Department Store Sdn. Bhd.
	日本購物中心	中國大陸（寧波市）	H2O、阪急阪神控股公司等 ＊中方—杉杉集團	約新臺幣1.04億元（該項目規模約新臺幣4.81億元）	寧波阪急商業有限公司
飲食	日本食材冷鏈	越南（胡志明市）	Japan Logistic Systems Corp、「K」Line等	約新臺幣2.65億元（該項目規模約新臺幣4.30億元）	CLK Cold Storage Company Limited.
	日本飲食Food Towns	新加坡	日本餐飲冒險海外展開協會（JAOF）、其他支持企業等	約新臺幣2.01億元（該項目規模約新臺幣2.87億元）	Japan Food Town Development Pte. Ltd.
	餐飲產業／日本食材的海外發展基礎設施建設	歐洲、美國、澳洲	民間企業等	約新臺幣2.01億元（融資額度約新臺幣3.73億元）	力之源控股公司
	日本茶café事業	美國	Maeda-en、十八銀行、白山陶器、文明堂本電、長崎縣貿易公社等共同組成Green Tea World HOLDINGS Co., Ltd.	約新臺幣0.75億元（該項目規模約新臺幣1.49億元）	GREEN TEA WORLD USA, Inc.
內容	正版動漫相關通信銷售	全球	萬代南夢宮控股公司、旭通廣告公司、DAISUKI、Aniplex等	約新臺幣2.87億元（該項目規模約新臺幣14.33億元）	Anime Consortium Japan Inc.
	娛樂節目製作	亞洲（臺灣、泰國等）	吉本興業、電通、滋慶學園、多玩國株式會社、索尼音樂等	約新臺幣2.87億元（該項目規模約新臺幣5.73億元）	MCIP Holdings Co., Ltd.
	日本內容本土化海外通路擴大事業	世界35國以上	IMAGICA Corp.、住友商事、銀行（融資）等	約新臺幣20.07億元（該項目規模約新臺幣54.46億元）	SDI Media Group, Inc.（收購）
	日本頻道	世界20國以上	SKY Perfect JSAT Corporation.	約新臺幣12.61億元（該項目規模約新臺幣31.53億元）	WAKUWAKU JAPAN CORPORATION.
	人才育成學校事業	臺灣、新加坡等	角川、紀伊國屋書店、保聖那集團等	約新臺幣1.29億元（該項目規模約新臺幣2.87億元）	角川內容學院
	日本內容相關通信銷售	全球（美國、印尼等）	VC（ITV、Mitsubishi UFJ Capital Co., Ltd.、DeNA、YJCapital等）	約新臺幣4.30億元	Tokyo Otaku Mode Inc.

註：1.標註灰底為與文化創意產業相關案例。

2.根據中央銀行公佈中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料計算得之，日幣兌臺幣3.4885。

資料來源：クールジャパン機構について，経済産業省商務情報政策局；クールジャパン機構，http://www.cj-fund.co.jp/。本年報整理，2015年11月。

（一）事業一：日本內容相關通訊銷售（Tokyo Otaku Mode Inc.）

日本的動畫片、漫畫等日本流行文化，始終很受到海外民眾的歡迎。但是對於具有販售正規版權作品或相關商品執照的內容業者來說，複雜的權利關係、翻譯、不足的販售據點、盜版等問題都是造成海外銷售的障礙。因此，未來將以內需為中心，擴大海外市場作為重要課題。

此課題的解決方式，將透過CJ機構與風險投資（VC）所成立的合資企業TOM社（Tokyo Otaku Mode），將海外發展漫畫、動畫相關內容等資訊內容翻譯成英文後，藉由Facebook傳達至海外1,600萬元的用戶，以強化漫畫、動畫市場的行銷（如：品牌、商品廣告等）。另外，TOM社也將支援日本動漫角色週邊商品在美國、印尼等國的販售事業、投資海外物流（販售產品）功能網站的系統開發、網站支援多語言以及行銷的強化。主要目標是希望能將日本國內所引以為傲的「酷日本」體現在製作者的原作品上，並於海外市場直接發表以形成可銷售之平臺，此外也期待能透過販賣著名內容的正規商品來有效打擊盜版品。

（二）事業二：日本茶café事業 （GREEN TEA WORLD USA, Inc.）

近年來，「茶」風潮在美國吹起前所未有的風潮，茶相關製品的消費市場可達到1億日圓（約新臺幣2,867萬元），且至今仍快速成長當中。其原因可歸因為美國近年來追求健康生活的因素，使得綠茶能在美國獲得人氣。未來，「茶」消費市場的成長率約為每年5%，預計可連帶增加其他茶製品的銷量。

因此，透過長崎縣內的部分企業（如Maeda-en、十八銀行、白山淘氣、文明堂本電等）以及CJ機構的合作，共同合資成立GREEN TEA WORLD USA公司，未來將透過此公司在美國開設日本茶café店。在此店鋪中，將使用長崎縣波佐見燒茶具來盛裝日本產的優良茶製飲品，且副食、點心、盤子及雜貨也使用以長崎為首的各日本地區名品，試圖創造出「不僅提供日本茶，也能體驗日本文化」的店鋪。預計於2015年中，於美國加利福尼亞州設立第一家店，未來目標是希望能在十年間於美國開設50家店[11]。

（三）事業三：正版動漫相關非實體銷售（Anime Consortium Japan Inc.）

作為日本具代表性的流行文化—動畫片，長年以來相當受到全世界的歡迎。但是，因具版權動畫的輸出較慢以及盜版網站的盛行，使得動畫對外的輸出能量受到影響，所以未來主要的課題為擴大日本動畫相關產業的海外市場。

透過以BANDAI NAMUKO、ADK、ANIPLEX等動漫製作公司做為核心，設立以全日本體制做正規動漫的海外傳送事業公司—Anime Consortium Japan Inc.。透過不同的動漫製作公司提供動漫內容給Anime Consortium Japan公司後，Anime Consortium Japan公司將諸多高人氣動漫集結於一個平臺，並以多國語言進行動漫的網路傳送及銷售事業。目前此公司是全球擁有最多動漫新作品傳送數、語言量的事業，且該公司除了發揮對中小型製作公司提供具魅力之海外發展平臺的機能外，在日本播放時也同步對世界各地獨家播放，以排除盜版的流通，增加正規商品的銷售、流通。

（四）事業四：娛樂節目製作（MCIP Holdings Co., Ltd.）

在亞洲地區的經濟快速發展之下，其生活方式、消費行為都較為多樣化。在這樣的趨勢轉變下，為了回應消費者的關心、滿足消費者的娛樂慾望，未來對於節目內容的需求可能會被擴大。

因此，透過不同的企業投資者（吉本興業、多玩國株式會社、索尼音樂等）與CJ機構共同成立的MCIP Holdings公司，試圖將日本的娛樂內容產業（電視節目製作產業等）以商業活動方式在海外進行多方位發展，其商業活動主要以配合各國觀眾之喜好與當地企業共同製作日本相關的新節目，並舉辦與節目相關的大型活動及開發日本製商品。

11　根據CJ機構投資案例「米国における長崎県発「日本茶カフェ」事業へ出資」資料。

本事業將著重於節目製作、確保節目的播放額度、販售節目相關產品，其中在確保播放額度上，是選在高市場侵透力的當地線上頻道播出，並確保該節目在當地電視臺黃金時段的播放份量；而在販售相關產品中，主要是能透過節目宣傳日本食材、觀光，進而增加日本的海外潛在消費者，帶動日系企業消費市場的開拓。

（五） 事業五：日本內容本土化、擴大海外通路事業（SDI Media Group, Inc.）

近年來，隨著科技技術的進步，各式各樣的媒體也隨之出現，全世界對於受歡迎節目的需求也在成長中。但是，日本的電視節目、動畫、電影等內容，卻未能完全地在海外市場銷售、輸出。為解決此問題，優先處理的是，將節目內容（日語）翻譯成其他國家當地語言的費用、品質問題。

透過CJ機構與IMAGICA公司等所成立的合資公司（JV），收購全球最大規模媒體本土化供應商—SDI Media（美國）公司的所有股份，以獲得能活用80種以上語言的本土化專有技術或知識（Know How）、37國據點以及150處公司內攝影棚所形成的當地媒體、電視臺等流通網。後續透過整備的程序，一併提供本土化、圖像編輯、通路開拓的供應網，來對全球各國進行大規模的日本內容傳送播放。

（六）事業六：日本頻道播放事業（WAKUWAKU JAPAN CORPORATION.）

隨著經濟的成長，新興國家為主的頻道數量正在快速增加，對節目內容的需求也會持續增加。就日本電視節目而言，雖然有個別被海外電視臺購入，也成為當地相當受歡迎的節目，但是總體來說，銷售至海外的電視節目數量卻極為少量。

因此，CJ機構與SKY Perfect JSAT共同出資成立WAKUWAKU JAPAN公司，本事業的核心是開辦綜合娛樂頻道「WAKUWAKU JAPAN」，透過24小時365日不間斷的播放模式，播放著日語發音的日本之動畫、連續劇、體育、音樂、電影等節目。目前該頻道已在印尼及緬甸播出，隨著CJ機構投資本事業，應可加速本事業在海外國家的拓展計畫。目前推估約有1,125萬人收看，預估在2020年可在全球22國進行播放、吸引到4,100萬名的視聽觀眾[12]。

（七）事業七：對海外創作人才育成學校的投資（角川內容學院）

漫畫與動畫等日本內容已受到許多海外人士的喜愛，為了加速擴展海外市場，為當地文化、需求製作相應的內容將會是必要的。但是現行日本內容產業能夠因應海外當地文化，製作出相對應內容的人才仍不足，因此希望能培養精通日本內容製作方法的當地人才。

為解決上述課題，藉由角川內容學院（角川、紀伊國屋書店、保聖那集團株式會社以及CJ機構共同合資成立）自日本派遣專業講師至當地（如：臺灣、新加坡），對希望學習創作的學生教授日本內容製作的專有技術或知識（Know How）。藉由設立此學院來作為長期事業的基礎建設，希望能達到滿足各國職能教育需求的事業發展、擴充E-Learning事業以及促成與本事業相關國內內容企業間的合作。未來期望能以亞洲為中心向歐洲、澳洲等12國開拓此學院的事業版圖，以建立起人力資源開發平臺、擴張日本的內容產業以及國際化的程度。

12　根據CJ機構投資案例「海外におけるジャパン・チャンネル事業へ出資」資料。

由上述7項與文化創意產業相關案例的介紹，可發現CJ機構有超過半數以上的投資案皆與文化創意產業相關。其餘5項CJ機構所投資的案例則分別與生活風格、飲食產業有關，在生活風格相關產業中，有由CJ機構與三越伊勢丹公司合資所成立的ICJ Department Store Sdn. Bhd.，將三越伊勢丹在吉隆坡的既存據點，改造成東南亞國家中第一個具酷日本風格的購物中心（2015年10月開幕）[13] 。以及透過日方、中方的機構、企業的合資，共同成立寧波阪急商業有限公司，此公司將於中國大陸寧波市打造日系百貨中規模最大的寧波阪急百貨，在此百貨公司內將設立活動會場作為體驗日系娛樂的場所，並透過以日本各地區為主題的物產展及文化展等活動，以協助地方企業在海外的發展。

而在飲食相關產業中，則透過由CJ機構、Japan Logistic Systems公司以及「K」Line公司合資成立在越南當地的合資企業—CLK Cold Storage Company Limited。此公司設立的目標是讓日本對越南的精肉、生鮮食品、日本酒等產品在運輸上更加順暢，且為普及日本飲食，提供可冷凍、冷藏、常溫之溫度調節的高品質且大量物流服務。此外，基於餐飲企業在單獨進出海外時，很難在競爭激烈的餐飲地區，持續維持其競爭力，因此，透過CJ機構與日本餐飲冒險海外展開協會（JAOF）、其他支持企業的投資，設立能提供其他餐飲企業（包含初次於海外發展的企業）在當地的整合平臺公司，使日本餐飲企業能在海外展開種類豐富的日本飲食事業。最後，透過力之源控股公司的餐廳在各主要都市設店，共同與其他企業推動、販售日本酒。此外，並透過各地區工廠（中央廚房）的食材供給，讓日本餐飲企業能取得原本在當地難以取得之日本食材。最後，期望能藉由在歐美國家傳達日本飲食資訊及提供難以取得的日系食材，以作為日本餐飲企業在海外發展的基礎。

四、未來戰略

日本內閣官房（Cabinet Secretariat）於2015年6月時，召開酷日本戰略推進會議。在此會議中，內閣大臣們決定，未來日本的「酷日本」戰略將從設計、音樂、飲食、在地觀光等四方面著手。並期許此「酷日本」戰略能於2020年日本舉辦奧林匹克運動會、殘障奧林匹克運動會時，可看到實際具體成果。

（一）設計

將把設計領域定位為提升日本產業競爭力中重要的動能，並設立能招納海外設計人才、加速產業創新的世界級設計實驗室或設計學校。

期望透過設計實驗室或設計學校的在籍研究生與畢業生所形成的世界網絡，使日本能以國際設計樞紐的形象，提升國際間的存在感。此外，也希望透過在籍研究生與由設計實驗室育成BTC型（BUSINESS、TECHNOLIGY、CREATIVE；簡稱BTC）高階人才的活用，來提升日本在設計領域的發展及產業競爭力。

（二）音樂

未來將設立能支援日本音樂外銷的JPOP代理機構及活用音樂內容的據點。期望能繼續實現音樂界一體化的海外發展，並透過音樂及其他領域的合作作為JPOP融入海外當地的基礎，最後藉由建構代理機構（AGENT）、藝術家共享（ARTIST COMMONS）、保存（ARCHIVE）的「AAA」以達成對「酷日本」戰略中的其他領域產生連動效果。

13　根據CJ機構投資案例「マレーシアにおけるクールジャパン発信の拠点となる商業施設事業へ出資」資料。

（三）飲食

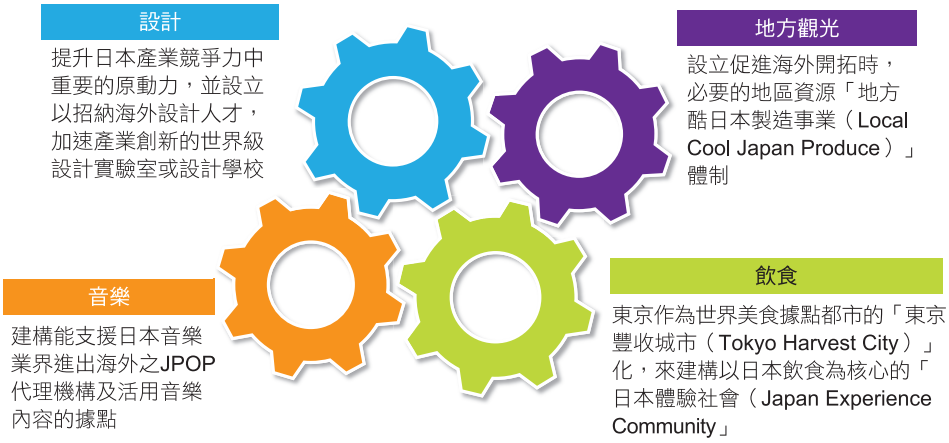
「東京豐收城市（Tokyo Harvest City）」化，東京作為世界美食據點，建構以日本飲食為核心的「日本體驗社會（Japan Experience Community）」。

期待藉由將東京推向美食據點都市的過程中，也作為向外傳達日本情報的據點，並同時作為熱門觀光據點來經營活用，以吸引外國旅客。此外，為了將日本飲食普及於海外，將在國內持續宣傳日本飲食文化以及在國外實行與飲食相關產業的海外發展戰略。盼能提升商業性飲食活動在海外的發展，並對日本各地飲食品牌的普及化做出貢獻，最終連結至地方上的發展。

（四）地方觀光

設立促進海外開拓時，必要的地區資源「地方酷日本製造事業（Local Cool Japan Produce）」體制。期望透過「地方酷日本（Local Cool Japan）」戰略，視覺化日本海外行銷國家的行銷戰略、提供透過地區資源開發各地區的具體成功案例，以提升廠商參與市場的意願、事業的專有技術或知識（Know How）的發展與地區品牌發展。另外，藉由建構飲食或技術相關的地區資源「地方酷日本」戰略來促進區域體驗型的部落客觀光計畫，以提供外國人體驗日本相關文化的樂趣。最後，藉由融合「酷日本」戰略與地方產業，以活化地區經濟、地區產業的開發以及提升地方上雇用率等。

圖3—6　2015年酷日本戰略政府、民間合作倡議



資料來源：クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ，內閣官房。本年報整理，2015年11月。

五、小結

藉由酷日本機構所實施的政策、戰略以及投資案件來看，未來臺灣亦可循求官民共同出資成立機構，並藉由該機構投資、協助相關產業在海外經營的方式，來帶起另一股屬於臺灣的風潮。

刺激文化內需消費的相關策略

韓國 Korea



文化消費，顧名思義即是消費者實際將鈔票用於購買相關文化產品，使文化產品得以形成產業，並透過相關市場機制，使這些收入回饋到創作者中，促使產業有正向循環的發展。而作為文化產業價值鏈的最後一環，文化消費一直以來都是各國政府相當重視的面向。

以韓國為例，近年來，「韓流」的風潮在亞洲各國快速席捲，作為亞洲地區文創產業海外輸出最成功的國家，其主要除韓國國內文創產業業者具創新及創意構想，韓國政府所扮演的推手角色亦至關重要。韓國政府除了針對各海外市場及文創產品出口類型規劃出一系列出口策略之外，對於國內民眾在文化素養上的培養以及文化消費參與亦有全盤的推廣計畫，顯示韓國政府對文創產業的重視程度。本文後續將透過韓國家計單位統計，了解其國內整體文化消費狀況，並介紹2014年《文化基本法》通過並實行後，韓國政府刺激國內文化消費之相關政策。

一、韓國家計單位「文化娛樂」消費狀況

（一）韓國家計單位消費狀況

本文首先藉由韓國統計局（Korean Statistical Information Service，KOSIS）之家計單位月平均收支狀況瞭解其國內民眾平均每月收入及支出概況，如表3—3所示，2014年韓國家計單位月平均收入為430.2萬韓元（約為新臺幣12.4萬元），較2013年成長3.38%，扣除稅賦等非消費支出之可支配所得為349.8萬韓元（約為新臺幣10.1萬元），較2013年成長3.46%；消費支出方面，近年亦維持穩定成長趨勢，2014年月平均消費支出為335.6萬韓元（約為新臺幣9.7萬元），較2013年成長2.88%。

表3—3　2004年至2014年韓國家計單位月平均收支概況

（單位：新臺幣千元、百分比）

	收入		可支配收入		消費支出	
	實際值	成長率	實際值	成長率	實際值	成長率
2004年	81.4	—	67.4	—	66.4	—
2005年	91.0	3.94%	75.5	4.11%	74.3	3.93%
2006年	103.5	4.83%	85.5	4.33%	84.3	4.60%
2007年	113.1	5.32%	93.0	4.95%	91.3	4.38%
2008年	97.0	5.96%	79.7	5.88%	77.7	5.20%
2009年	88.8	1.22%	72.6	0.67%	71.8	2.12%
2010年	99.4	5.82%	81.0	5.42%	81.0	6.68%
2011年	102.1	5.78%	82.9	5.46%	82.8	5.20%
2012年	107.2	6.13%	87.2	6.35%	84.6	3.27%
2013年	113.2	2.08%	91.9	1.92%	88.7	1.39%
2014年	124.1	3.38%	100.9	3.46%	96.8	2.88%

註：為避免因匯率轉換影響成長率，各年度成長率為原始韓元成長率。
資料來源：韓國統計局（Korean Statistical Information Service，KOSIS）。

（二）韓國家計單位「文化娛樂」消費狀況

更進一步從消費支出細項觀察韓國民眾消費狀況，如表3—4所示，2014年隨著整體景氣的復甦使消費支出成長2.84%，也進而帶動各項消費的成長。整體而言，除「酒精飲料及菸草」、「服裝及鞋類」、「住房、水、電、燃氣和其他燃料」以及「通訊」等四大類消費支出為負成長以外，其餘皆為正成長，其中又以「交通運輸」、「其他商品及服務」、「文化娛樂」以及「家具、家庭設備用品及日常家居維修」分別成長8.62%、5.88%、5.61%以及5.54%最高，而「文化娛樂」消費支出自2005年起逐年皆為正成長。

就各細項消費支出占整體消費比重觀察，2014年占比最高者分別為「食品、非酒精飲料」、「餐飲住宿」及「交通運輸」，其占整體消費支出比重分別為13.77%、13.13%以及13.09%。就「文化娛樂」消費支出占整體消費支出比重來看，近年有明顯成長，自2011年5.39%成長至2014年5.75%。

表3—4　2004年至2014年韓國家計單位月平均支出細項概況

（單位：新臺幣千元、百分比）

		2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
消費支出	實際值	52.4	58.8	66.3	71.2	60.5	55.6	62.6	63.6	64.6	67.5	73.6
	成長率		4.15%	3.91%	3.65%	4.88%	1.66%	6.41%	4.63%	2.70%	0.95%	2.84%
	占比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
食品、非酒精飲料	實際值	7.9	8.6	9.4	9.8	8.5	7.7	8.7	9.0	9.2	9.5	10.1
	成長率		1.00%	0.84%	0.73%	7.42%	-0.20%	6.45%	7.10%	2.89%	-0.29%	0.86%
	占比	15.06%	14.61%	14.17%	13.78%	14.11%	13.85%	13.86%	14.18%	14.21%	14.04%	13.77%
酒精飲料及菸草	實際值	0.8	0.9	1.0	1.0	0.8	0.7	0.8	0.7	0.7	0.8	0.8
	成長率		8.81%	3.17%	-3.07%	0.00%	-5.99%	3.00%	1.45%	0.72%	-0.36%	-0.71%
	占比	1.45%	1.52%	1.51%	1.41%	1.34%	1.24%	1.20%	1.17%	1.14%	1.13%	1.09%
服裝及鞋類	實際值	3.3	3.7	4.2	4.5	3.8	3.4	4.0	4.2	4.4	4.6	4.9
	成長率		5.04%	3.62%	4.14%	2.50%	0.15%	10.94%	7.33%	5.87%	2.17%	-0.06%
	占比	6.29%	6.35%	6.33%	6.36%	6.22%	6.12%	6.38%	6.55%	6.75%	6.83%	6.64%
住房、水、電、燃氣和其他燃料	實際值	5.1	5.8	6.6	6.9	5.9	5.5	6.3	6.5	6.7	7.3	7.6
	成長率		5.40%	5.07%	1.50%	4.95%	2.63%	9.15%	5.47%	5.48%	4.26%	-0.86%
	占比	9.69%	9.81%	9.92%	9.71%	9.72%	9.81%	10.07%	10.15%	10.42%	10.76%	10.38%
家具、家庭設備用品及日常家居維修	實際值	1.8	2.1	2.3	2.7	2.1	2.0	2.4	2.4	2.4	2.7	3.0
	成長率		8.59%	1.34%	10.60%	-2.26%	4.36%	12.40%	4.41%	3.56%	6.55%	5.54%
	占比	3.43%	3.58%	3.49%	3.73%	3.47%	3.56%	3.76%	3.76%	3.79%	4.00%	4.10%
衛生保健	實際值	3.0	3.5	4.1	4.5	3.7	3.6	4.2	4.2	4.2	4.5	4.9
	成長率		8.26%	7.90%	6.66%	1.72%	7.90%	8.17%	2.76%	1.60%	3.08%	2.75%
	占比	5.73%	5.95%	6.18%	6.36%	6.17%	6.55%	6.66%	6.54%	6.47%	6.60%	6.60%
交通運輸	實際值	6.1	7.1	8.3	8.8	7.5	6.9	7.4	7.8	7.9	8.4	9.6
	成長率		7.95%	8.16%	2.54%	4.76%	1.45%	2.03%	8.67%	2.41%	1.92%	8.62%
	占比	11.62%	12.04%	12.53%	12.40%	12.39%	12.36%	11.85%	12.31%	12.28%	12.40%	13.09%

表3—4　2004年至2014年韓國家計單位月平均支出細項概況（續）

（單位：千韓元、百分比

		2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
通訊	實際值	3.8	4.1	4.5	4.7	3.8	3.4	3.8	3.8	4.0	4.2	4.3
	成長率		0.08%	0.69%	1.59%	-0.22%	-1.12%	4.60%	3.10%	6.65%	0.26%	-1.57%
	占比	7.30%	7.01%	6.80%	6.66%	6.34%	6.17%	6.06%	5.97%	6.20%	6.16%	5.90%
文化娛樂	實際值	2.9	3.2	3.5	3.8	3.1	2.9	3.5	3.4	3.6	3.8	4.2
	成長率		3.05%	2.87%	3.46%	1.11%	3.12%	12.73%	1.82%	5.28%	2.43%	5.61%
	占比	5.46%	5.41%	5.35%	5.34%	5.15%	5.23%	5.54%	5.39%	5.52%	5.60%	5.75%
教育	實際值	5.9	6.7	7.6	8.5	7.8	7.5	8.1	7.8	7.6	7.7	8.2
	成長率		4.75%	4.96%	8.28%	12.63%	6.90%	2.42%	-0.71%	-2.10%	-1.73%	0.39%
	占比	11.25%	11.31%	11.43%	11.94%	12.82%	13.48%	12.98%	12.32%	11.74%	11.43%	11.16%
餐飲住宿	實際值	7.4	8.1	8.9	9.6	8.2	7.2	8.0	8.0	8.2	8.7	9.7
	成長率		1.25%	0.58%	4.42%	5.64%	-2.55%	4.08%	2.82%	4.18%	2.63%	4.72%
	占比	14.20%	13.81%	13.37%	13.47%	13.57%	13.00%	12.72%	12.50%	12.68%	12.89%	13.13%
其他商品及服務	實際值	4.5	5.1	5.9	6.3	5.3	4.8	5.6	5.8	5.7	5.5	6.2
	成長率		5.29%	7.70%	2.77%	3.25%	0.60%	10.10%	7.60%	-1.41%	-6.43%	5.88%
	占比	8.51%	8.61%	8.92%	8.84%	8.71%	8.62%	8.92%	9.17%	8.80%	8.16%	8.40%

註：為避免因匯率轉換影響成長率，各年度成長率為原始韓元成長率。

資料來源：韓國統計局（Korean Statistical Information Service，KOSIS）。

二、「文化日」—每月最後一週的禮拜三

近年來在韓國政府大力宣導「文化立國」的政策下，不僅是文化產業的出口使全球各國吹起「韓流」風，另外在內需方面，如上述數據所呈現，2004年至2014年韓國家計單位月平均文化娛樂支出之年複合成長率[14]（Compound Annual Growth Rate，CAGR）為4.10%，較整體消費支出年複合成長率的3.56%高，顯示在韓國政府相關政策支援下，民眾對於文化娛樂的消費有一定程度的提升。

韓國政府為了更進一步刺激民眾增加文化參與並提升文化素養，透過降低文化參與門檻的方式，使文化成為生活的一部分，因此自2014年起，將每個月的最後一個禮拜三訂定為「文化日」。根據韓國觀光公社網站指出，「文化日」當天將針對特定文化活動及設施，包含電影欣賞、運動賽事欣賞、公演欣賞、展覽、文化資產相關設施觀覽以及圖書館利用等，提供優惠及折扣，如京畿道博物館、仁川市立博物館、光州市立民俗博物館及國立現代美術館、仁川松巖美術館、光州廣域市立美術館等博物館、美術館的常設展與館內特展皆實施免費入場；另外朝鮮四大宮及宗廟、朝鮮王陵等文化資產、國立中央劇場、國立國樂院、明洞劇場、韓國工藝藝術中心等公演設施及國立藝術團體的演出也將免費或提供優惠票價；此外，樂天、Megabox等電影院也有電影票優惠之活動。除票價上的優惠外，部分文化活動及設施亦將擴大舉辦夜間的文化體驗活動，使所有民眾，包含上班族等，皆能夠參與「文化日」的活動。

14　指一特定時間內之平均成長率。其計算方式為CAGR＝（現有數值／基礎數值）$^{(1/N)}$－1，N為特定時段之年數。

韓國政府亦針對每種文化活動類別提供不一樣的標語以及誘因，歸納如下：

1.電影欣賞：「於每月最後一週禮拜三下班後，看一部電影」。針對部分韓國電影院於文化日提供相關折扣，其中晚間6點至8點可享提供相關折扣。

2.體育賽事：「每月最後一週禮拜三為家庭體育賽事日」。為消弭平日工作所累積的壓力，於每月最後一週禮拜三，父母及子女一同入場觀賞體育賽事，包含職業籃球、排球等，則可享票價半價優惠。

3.公演欣賞：「每月最後一週禮拜三欣賞高品質表演藝術」。提供免費或優惠價格使民眾能夠欣賞並參與到更高品質的表演。

4.展覽：「每月最後一週禮拜三為文化外出日」。包含許多文化設施，如博物館、美術館等文化設施，皆提供免費或優惠入場，提供民眾外出誘因，以增加文化設施展覽的參與程度。

5.文化財（文化資產）欣賞：「每月最後一週禮拜三感受歷史的氣息」。如同上述展覽，提供民眾免費及優惠的誘因，使其增加文化資產的欣賞。

6.圖書館的利用：「每月最後一週禮拜三增加心靈層面的累積」。全國公立圖書館皆提供晚間擴大經營。另外會舉辦符合各式年齡層之文化相關專題講座及展覽。

此外，主要參與機關，按文化活動類別及其優惠概況摘錄如下：

表3—5　韓國「文化日」主要參與機關優惠概況

文化活動類別	優惠概況
博物館	國立中央博物館館內特展（3,000～5,000韓元→免費，外部特展協議後給予特別折扣）、京畿道博物館（4,000韓元→免費）、仁川市立博物館（400韓元→免費）、光州市立民俗博物館（500韓元→免費）、濟州特別自治道民俗自然史博物館（1,100韓元→免費）
美術館	國立現代美術館（果川館、首爾館、德壽宮館）（館內特展 3,000～7,000韓元→免費，外部特展協議後給予特別折扣）、Soma美術館（3,000韓元→免費）、京畿道美術館（4,000韓元→免費）、仁川松巖美術館（400韓元→免費）、光州廣域市立美術館（500韓元→免費）、大邱美術館（1,000韓元→免費）、慶南道立美術館（1,000韓元→免費）、濟州道立美術館（1,000韓元→免費）
文化財	景福宮（3,000韓元→免費）、昌德宮與後苑（3,000韓元→免費）、德壽宮（1,000韓元→免費）、昌慶宮（1,000韓元→免費）、宗廟（1,000韓元→免費）、朝鮮王陵（1,000韓元→免費）
公演設施	國立中央劇場、國立國樂院、藝術殿堂、貞洞劇場、明洞劇場、韓國工藝藝術中心、國立中央博物館龍劇場、國立劇團、國立歌劇團、國立合唱團、國立唱劇團、國立芭蕾舞團、國立現代舞團、國立國樂管弦樂團、韓國交響樂團、首爾藝術團→自行主辦的演出免費或提供折扣，如為外部巡迴演出則會與主辦單位協議盡量提供折扣
其他國立設施	國立果川科學館（4,000韓元→2,000韓元）、國立海洋博物館（2,000韓元→免費），國立樹木園（1,000韓元→免費）
電影院	CGV、樂天電影院、Megabox等電影票優惠（晚間6點至8點可享8,000韓元→5,000韓元折扣）

資料來源：韓國觀光公社（Korea Tourism Organization）。



隨著「文化日」不斷擴大舉辦，參與機構亦逐月增加，根據「文化日」官方網站數據指出，參與機構已從2014年1月的883個，增加至2015年9月的1,777個。韓國政府期望持續透過提供國內民眾文化參與誘因，培養並增加民眾對於文化事物的需求，使國內文化產業價值鏈形成良性的正循環及健康的生態系統。

除了全國性的文化日之外，根據韓國觀光公社官方網站資料顯示，首爾市政府於2014年2月起亦規劃於每月最後一週禮拜六下午4點至6點，於首爾市民廳舉辦文化活動，包含古典、音樂會、搖滾、舞蹈等各種類型的公演，供市民免費參與。

三、從「文化利用券」、「體育利用券」、「旅遊利用券」到「文化樂享卡」

2010年至2011年間，為了讓更多民眾能夠參與到文化事物的欣賞，韓國政府推行「文化利用券」、「體育利用券」以及「旅遊利用券」等政策，提供「基本生活保障受助者[15]（기초생활보장수급자와）」擁有參與文化事物的機會，使文化參與不再是中、高收入民眾的專利。

歷經三年多的推行，並伴隨著《文化基本法》的通過及實行，在確保國民享有自由參與文化藝術活動權利的法律基礎下，韓國政府於2014年2月，正式推出「文化樂享卡」，其主要是將上述三種利用券結合，補助對象及金額為針對「基本生活保障受助者」及低收入階層發放，每個家庭提供每年10萬韓元（約新臺幣2,884元）的補助，家中有青少年者，每位可多申請5萬韓元（約新臺幣1,442元），至多有5位青少年補助名額。而「文化樂享卡」可使用的範圍廣泛，包含電影、展覽、圖書購買以及音樂劇、音樂會等表演藝術等多種內容，加盟「文化樂享卡」之文化機構皆可直接進行使用。

表3—6　「文化樂享卡」使用領域

領域	使用範圍
文化相關	公演、展覽、電影、圖書、電視劇、線上文化內容（電子書、線上電影下載）、藝術商品、文化藝術講座等
旅遊	・參與該項政策之相關旅行社所銷售相關之相關商品 ・國內線機票、客輪乘船券、高速巴士及旅遊期間車輛租用等 ・住宿方面，如參與該項政策之相關酒店、汽車旅館等 ・大型主題公園、水上樂園、滑雪等門票 ・韓國當地節日及旅遊景點
體育觀覽	國內四大職業體育賽事（足球、籃球、棒球及排球）、韓國國內所舉辦之國際體育比賽以及其他競賽之門票

資料來源：韓國觀光公社（Korea Tourism Organization）。

除針對家庭為單位的「文化樂享卡」，韓國政府為鼓勵年輕人投入文化創作，亦針對低收入戶中，18歲至24歲青少年推出「文化通行證」政策。提供相關文化設施，如劇場、博物館、美術館等場域票價打折或減免優惠等誘因，主要希望藉由增加年輕人文化參與機會，使之願意投入文化創作領域。

15　「基本生活保障受助者」為韓國國民中，年收入未達到最低生活費標準的民眾。

整體文化產業人才培育策略規劃及執行

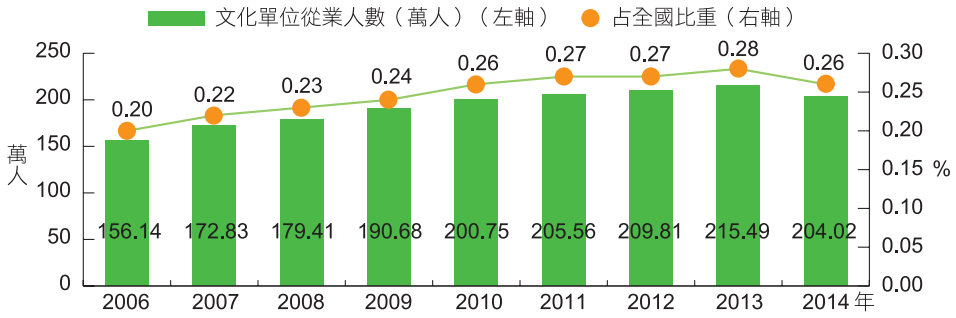
中國大陸
Mainland China

一、中國大陸文化產業人才現況

中國大陸對於文化人才的定義，主要包括非營利之文化事業及營利之文化產業內所從事工作之人員。依中國大陸政府的統計，2014年文化單位[16]之從業人數共有204.02萬人，約占全國總從業人數的0.26%；而其中屬於文化市場[17]的從業人士則有132.32萬人，約占文化單位整體的76.6%，換言之，屬於產業內的從業人數逾整體文化人才的四分之三。

以2006年至2014年為期間觀察，整體文化單位的從業人數及占全國比重，除了2014年有所下滑之外，大致呈現成長趨勢。其中，文化市場從業人數、占全國文化單位比重、占全國從業人數比重除了2013年、2014年因受到景氣不佳衝擊而有下滑之外，2006年至2012年大致呈現成長趨勢。

圖3—7　2006～2014年中國大陸文化單位之從業人數



資料來源：中華人民共和國文化部2012～2014年文化發展統計公報。

16　根據中國大陸文化統計公報的定義，「文化單位是指全國各級文化部門（含文化系統和文物系統）主辦的或實行行業管理的文化機構，不含各級新聞出版、廣播影視等部門主辦或管理的文化機構。根據現行的統計制度，文化部門主辦的文化單位（如公共圖書館、文化館、文化站、博物館等）全部納入了統計範圍，實行行業管理的文化單位中，民營藝術表演團體、互聯網上網服務營業場所和娛樂場所納入了統計範圍，藝術品交易機構、網路文化經營機構等未納入統計範圍。」

17　根據中國大陸文化統計公報的定義，「文化市場經營單位指經文化市場行政部門審批或備案並領取相關許可或備案檔的、從事文化經營和文化服務活動的機構。按照現行統計制度，文化市場經營單位統計範圍只包括民營藝術表演團體、娛樂場所和互聯網上網服務營業場所。」

表3—7　2006～2014年中國大陸文化市場經營單位之從業人數

（單位：萬人、百分比）

	文化市場從業人數（萬人）	文化市場從業人數占全國文化單位比重	文化市場從業人數占全國從業人數比重
2006年	116.76	74.8%	0.15%
2007年	122.73	71.0%	0.16%
2008年	132.16	73.7%	0.17%
2009年	137.88	72.3%	0.18%
2010年	148.50	74.0%	0.20%
2011年	157.29	76.5%	0.21%
2012年	160.76	76.6%	0.21%
2013年	145.18	67.4%	0.19%
2014年	132.32	64.9%	0.17%

資料來源：中華人民共和國文化部2012～2014 年文化發展統計公報。

二、中國大陸文化產業面臨的人才問題

根據北京大學文化產業研究院2003年針對文化產業領域人士所做的一項調查，在文化產業所涉及的文化、創意及產業三個面向中，有61.02%的受訪者認為創意是當前中國大陸推動文化產業最需要加強的面向；可見，創意已成為制約中國大陸文化產業高品質發展的最大難題。而調查中，有60.17%的文創企業認為目前面臨的困境為「創意人才匱乏」；可見，「創意人才匱乏」已成為導致企業發展受侷限的最重要原因。[18]

另外，根據中國大陸學者的看法[19]，近年中國大陸文化產業人才的數量與結構現狀可歸納為「四個並存」：人力資源豐富與文化產業人力資本短缺並存，文化產業人力資本短缺與人力結構不合理並存，文化產業人才結構不合理與專業化程度不高並存，文化產業人才資本總體短缺與區域分佈不合理並存。換言之，與其他文創產業、創意產業或內容產業較發達的國家相比，近年中國大陸文化產業人才供需主要面臨的問題為：產業人才素質待提升、人才數量和品質無法滿足新興文化產業的需求（例如影視動漫、遊戲動漫、數位媒體等產業）、青年世代在文化產業中的人力結構占比較低、複合型及創業型人才稀缺、文化產業人才集中於東部沿海地區等。

三、中國大陸的文化產業人才培育政策及執行

對於文化人才的培育，過去在國家控制文化及媒體的統治模式之下，文化人才培養的目的主要以準確傳達執政者思想為主，並非為了產業需求而培育。而隨著中國大陸產業發展日益面臨升級轉型的壓力，其政府開始重視具有較高附加價值之文化產業的發展，因此其培養文化人才的重點乃逐漸從過去的政治需求導向轉變為產業需求導向。此一轉變可以從中國大陸對文化人才培育的相關政策脈絡觀察出。

18　北京大學文化產業研究院，〈中國文化產業發展現狀與趨勢大調查結果發布〉，《工作簡報》2013年第9期，2013年9月25日。

19　「黃永林：文化產業人才培養存在四大問題」，2010年01月09日，新浪財經，http:/finance.sina.com.cn/hy/20100109/14247218991.shtml。

（一）2003年全國宣傳文化系統「四個一批」人才培養工程

2003年中共中央為落實人才強國戰略，提出實施全國宣傳文化系統「四個一批」人才培養工程的主張，目的在培養四個一批「能正確傳遞中央思想、導引社會輿論」的文化人才。隨後2004年4月中國大陸文化部也據此提出了《關於實施「人才興文」戰略，進一步加強文化人才隊伍建設的意見》的具體政策規劃。「四個一批」人才培養工程擬用5～10年時間，選拔培養1,300名高層次人才，其中理論界200名，新聞界300名，出版界100名，文藝界400名，經營管理和專門技術人才300名。「四個一批」人才培養工程為[20]：

1.一批全面掌握中國大陸特色社會主義理論體系、學貫中西、熟悉實際的理論家；5～10年內培養200名人才。

2.一批堅持正確導向、深入反映生活、受到人民群眾喜愛的名記者、名編輯、名評論員、名主持人；5～10年內培養300名新聞界人才。

3.一批熟悉中國大陸共產黨和國家方針政策、社會責任感強、精通業務知識的出版家；5～10年內培養100名出版界人才。

4.一批緊跟時代步伐、熱愛國家和人民、藝術水平精湛的作家、藝術家；5～10年內培養400名文藝界人才。

從上述2003年的「四個一批」人才培養工程內涵來看，其文化人才培養的政策考量完全以政治需求導向為主。而2009年7月22日中國大陸國務院提出《文化產業振興規劃》，則可視為其文化人才培養由政治需求轉向產業需求的分水嶺。在此國家推出全面性的政策之前，對於文化產業人才的培育，則是先由教育系統試點式的逐步展開。

例如正規教育系統為培養文化人才的重要體系，而過去中國大陸教育系統主要著重於非營利、非產業型的文化人才培養，因此在文化人才培養上，缺乏產業界的參與。直至2003年中國大陸教育部才核准山東大學、中國傳媒大學等大學開始試點設立文化產業管理科系，2006年開始，則又核准了南京大學、北京大學、中國人民大學等大學相繼開設文化產業相關的碩博士班學程。自此，教育系統開始與產業界合作攜手培養文化產業人才。例如北京大學文化產業研究所與美國時代華納公司合作開辦的「文化產業經營管理人才工程」培訓專案，採取產業經營案例和實際情境模擬演練的方式，培養理論與實務兼具的文化產業人才。

（二）2009年《文化產業振興規劃》

國家層級的文化產業人才培育政策，則是在2009年中國大陸提出《文化產業振興規劃》之後才有較全面性的規劃。2009年的《文化產業振興規劃》把文化產業視為國家的戰略性產業，將重點發展文化創意、影視製作、出版發行、印刷複製、廣告、演藝娛樂、文化會展、數位內容和動漫等九大文化產業。《文化產業振興規劃》中提及「培養文化產業人才」的政策，除了繼續沿襲2003年的「四個一批」人才培養工程政策之外，也逐漸加入了產業需求的考量，強調要「培養一批熟悉市場經濟規律，懂經營、善管理的人

20 人民網，「全國宣傳文化系統“四個一批”人才培養工程簡介」，http://renshi.people.com.cn/BIG5/140384/184744/184868/11607265.html。

才；吸引財經、金融、科技等領域的優秀人才進入文化產業領域；注重海外文化創意、研發、管理等高端人才的引進。」而在《文化產業振興規劃》發布之後，同年中國大陸文化部也據此提出了《文化部關於加快文化產業發展的指導意見》，其中有關文化產業人才的部分，將加強文化產業的人才培訓及使用：

1.建立健全文化產業在職人員業務培訓和繼續教育制度。

2.重點培養文化產業領域的領軍人物、創意創新人才、專業技術人才和經營管理人才。

3.完善文化產業人才職稱評定制度。

4.鼓勵文化單位與高等學校（大學）合作舉辦研修班、培訓班。

5.鼓勵在有條件的大型文化企業設立博士後科研工作站。

6.鼓勵政府部門、科研機構、企業與高校聯合建立文化產業人才培養基地。

7.完善公平競爭和分配激勵機制，鼓勵和支持優秀拔尖人才脫穎而出。

8.比照科技人才引進政策和科技留學歸國人才政策，加大引進文化產業人才的力度，促進高端文化產業人才就業和創業。

從上述2009年《文化產業振興規劃》的政策內涵來看，其文化人才的培養目標已逐漸關照到產業需求的面向。而從中國大陸文化部的政策措施規劃也可看出，其文化產業人才培育的機制構面涵蓋了職訓系統、大學與產業合作的產學合作系統，而在文化產業人才施展長才所需的制度環境方面，也朝向建立公平競爭與合理利潤分配的激勵機制，改革過去「吃大鍋飯」的齊頭式平等機制，同時也提供優惠誘因以吸引海外及歸國人才，以紓解短期之內高階文化產業人才緊缺的問題。綜合而言，2009年的文化產業人才政策重點，在於培育和吸引中國大陸明顯短缺的高階或高端文化產業人才。

（三）2014年「關於推進文化創意和設計服務與相關產業融合發展的若干意見」

五年之後，2014年中國國務院發布了「關於推進文化創意和設計服務與相關產業融合發展的若干意見」，提出推動培育文化創意與設計服務相關產業人才的政策方向。而中國大陸文化部也據此提出了具體的政策規劃，其中有關人才培育的部分：

1.文化產業創業創意人才扶持計畫

適應創業創意人才成果轉化、市場推廣的需要，通過加大資金投入、提供展示機會、擴大品牌影響，鼓勵各類文化人才大膽創意、創造和創新，促進融合發展。制訂人才選拔條件，5年內重點扶持5,000名青年創業創意人才，建設創業創意人才庫。以文化會展、畫廊、競技比賽等為平臺，通過提供展示交易機會、獎勵、補助等形式對創意人才予以支持。依託文化產業園區基地和各類支援平臺，建設文化產業創業創意人才扶持計畫實踐基地。

2.加大人才培養力度

發揮高校（大學）院所、文化企業、園區基地、創業創意孵化器等各自優勢，推進產學研用合作培養人才。實施重點文化設施經營管理人才培養計畫，有效提升劇院、圖書館、博物館、文化產業園區基地等各類文化設施經營管理水準。辦好國家數字（數位）文化產業高級研修班、國家原創動漫高級研修班、西

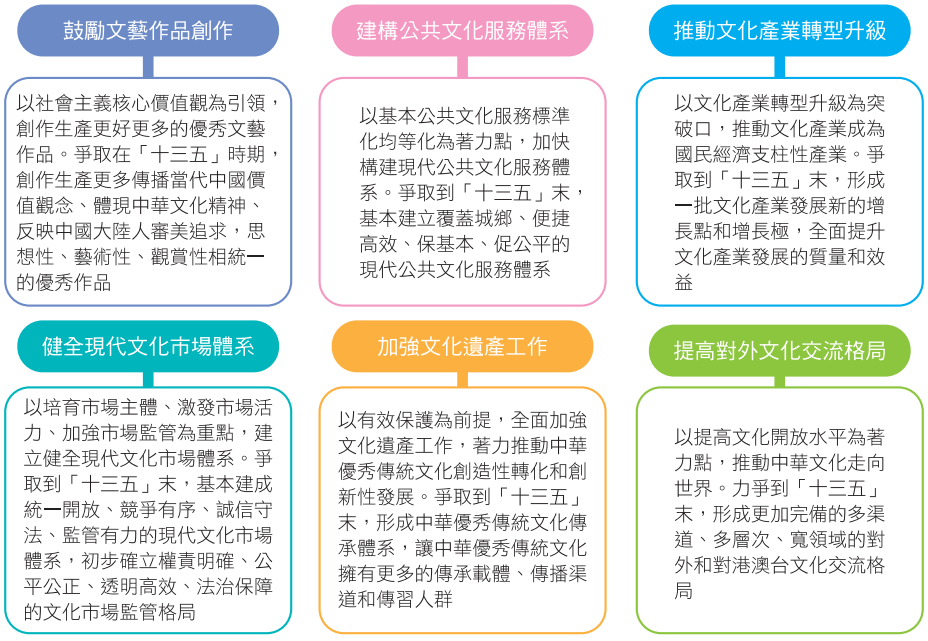
部文化產業經營管理人才培訓班、文化產業投融資實務系列研修班，組織全國演藝企業經營管理人才進行分批次系統化輪訓。鼓勵依托工作室、文化名人、藝術大師，培養具有較強創意創新能力和國際視野的文化創意和設計服務人才。推動將非物質文化遺產傳承人培養納入職業教育體系，推動將學藝者納入免費中等職業教育範疇，並提供資金補助、免費培訓等扶持。規範和鼓勵舉辦國際化、專業化的創意和設計競賽活動，促進創意和設計人才創新成果展示交易。

2014年與2009年的政策內涵重點相比，2014年的政策除了持續重視高階或高端文化產業人才的培育和吸引之外，為因應中國大陸文化產業邁向國際化、數位化、市場秩序健全化、創作技法紮根深化等發展趨勢及需要，開始重視青年創業、數位內容人才、具國際視野的創意人才、文化金融人才、藝術經紀人才、文化技藝人才等，其人才培育的構面相較於2009年《文化產業振興規劃》政策顯得更為多元化，其成效如何有待未來觀察。

（四）2016年至2020年「十三五」規劃

目前中國大陸已著手編制「十三五」規劃，預定於2016年3月提交中國大陸全國人民代表大會審議通過後實施，將成為2016年至2020年國家經濟發展的依歸。而根據2015年7月中於北京舉行之中國大陸「文化廳局長座談會暨十三五規劃工作座談會」結論，未來「十三五」時期即將推動之文化產業重點仍延續現有「推動文化產業成為國民經濟支柱性產業、建立健全現代文化市場體系、加強文化遺產保護利用、推動文化與科技深度融合、推動中華文化走向世界、全面提升中國大陸之文化軟實力」等目標。在此政策目標延續之下，未來文化產業人才的培育及海外人才吸引策略亦將持續推動現有政策措施。

圖3—8　中國大陸十三五時期文化改革發展重點項目



資料來源：彙整自2015年中國大陸文化局長暨『十三五』規劃工作座談會。

四、小結

伴隨中國大陸文化產業的快速發展，對於相關產業之人才及人力的需求亦將同步成長。雖然在政策規劃上，其人才培育及吸引策略已大致符合其文化產業發展趨勢及人才需求，不過在執行層面上，目前中國大陸仍存在一些多年未能有效解決的實務問題；而這些執行面的問題未來若無法進一步突破解決，則將影響未來中國大陸文化產業人才培育及海外人才吸引等相關政策的成效。在教育系統方面的問題包括[21]：

1.大學專業系所設置和調整滯後：由於教育系統的師資多從哲學、中文、歷史等學科轉調，缺乏產業理論和實務訓練，再加上文化產業相關教材雖然數量眾多但品質較佳者不多，最終，大學課程設置偏重理論化，各大學在專業教學計畫中設置的案例教學與實踐教學課程普遍較少，學生對於文化行業和文化市場缺乏具體瞭解，運用理論知識解決實際問題的能力較弱。

2.人才培養方式缺乏區別性和層次性：目前的文化產業人才培養缺乏科學的差異化定位，精英教育和職業教育占比較低，無法滿足文化市場對於不同專業和不同層次文化產業人才的多樣化需求。

除了正規教育系統的師資與培訓課程內容有待改進之外，產業和社會層面也沒有提供適合高階文化產業人才發展的制度環境[22]：

1.人才培養機制缺乏有效激勵：長久以來非營利導向的文化發展模式並沒有形成一套權責相等的績效考核機制，加上智慧財產權保護始終缺乏效率，使得產業鏈高端環節的文化產業人才難以脫穎而出；此外，從海外引進急需的文化產業人才被認為是短期內解決人才短缺問題、優化人才隊伍結構的有效辦法，但多數海外引進人才並不適應中國大陸文化產業發展的整體環境，程度較高的內容審查和傳播管道監管等行政干預使其無法完全施展自己的才華，一定程度上限制了其創意創新的動力。

2.社會上針對文化產業從業人員技能培訓的專業培訓機構相對欠缺，培訓專案、培訓內容、培訓方式等也有待進一步加強特色化、專業性和互動性。在培訓評價方面，也還不存在一個具有較高社會認可度的職業資格認證體系。

整體而言，雖然中國大陸為了對應產業升級轉型的壓力，對於文化人才的培育已逐漸從過去的政治需求導向轉變為產業需求導向。不過，文化人才及創意人才的培育，依靠既有教育系統是很難達成的；原因在於既有教育系統內的師資，本身亦可能需要接受創意設計或產業經營技能等相關知識訓練。因此，中國大陸對於文化及創意人才的培育，若要能在短時間內見到成效，並支援文化產業發展所需，則勢必需要從國內外相關產業中引入專業師資人力，教授產業現場所需的相關知識和技能；同時，也必須同步在教育內容、授課方式、學習制度等既有體制內進行調整，建立人才激勵及學習認證等相關機制。換言之，中國大陸的文化人才培育工作，面臨的是一個產業和教育體系改革環環相扣的問題，因此必須同步在兩大體系內進行調整，否則文化人才培育及發展不易達到預期的政策成效。

21　胡慧源，2014，〈文化產業人才培養：問題、經驗與目標模式〉，《學術論壇》，第280期，頁139～143。
22　同上註。

王仁甫

國內外文化資料公開與加值推動平臺

文／王仁甫（台灣經濟研究院研究二所　科技應用組組長）

開放資料（Open Data）所指的是一種經過挑選與許可的資料，在不受著作權、專利權及其他管理機制所限制的情況下，分享並開放給社會大眾使用，讓資料可充分的達到互通性使用的目的。而這類資料於文創產業使用範圍可以很廣泛，包含研究統計數據、公共資訊、數位典藏和文化設施等。

一、我國文化資料公開與加值推動平臺概況

我國因應國際資料開放趨勢，則於2012年11月本於政府開放資料與民間無限創意加值應用，完成建置「文化資料開放服務網」[23]，並以全國藝文活動資料為釋出第一版的文化領域開放資料服務。

其後文化部提出「價值產值化—文創產業價值鏈建構與創新」中程（2013年至2016年）個案計畫，推動文化內容開放（Open Data）與加值應用，包含建立雲端「文創咖啡廳」媒合平臺，及公有文創素材推廣與加值應用，前者以創意提案採線上提案、輔導和媒合服務，讓創意可順利轉化成商品。

後者，公有文創素材推廣與加值應用計畫，是以促進文化創意產業之發展，及公有文化創意資產流通及再利用為目的，補助最高新臺幣500萬元，鼓勵政府與民間共同合作，充分開發、運用圖書、史料、典藏文物或影音資料等公有文化創意資產衍生之豐富素材[24]。

在開放資料推動面，2013年，文化部提供文化資產古蹟、公共藝術、社區、博物館、獨立書店與文創商店等文化設施資料，2014年則以文化部所屬博物館典藏文物為主軸，開放資料以詮釋資料、小圖與片段影音為主[25]，如表3—8。

23　http://cloud.culture.tw/opendata/

24　文化部「推動公有文化創意素材加值應用補助申請須知」即日起開始收件，文化部，2013年5月10日。Source: http://www.moc.gov.tw/information_250_23225.html。

25　Open Data聯盟，聯盟月刊，第12期，2015年2月28日。

表3—8　國內外文化資料開放平臺應用案例

項次	類別	內容
1	藝文活動	音樂、舞蹈、演唱會、戲劇、親子、展覽、講座、電影、競賽、綜藝、徵選、獨立音樂、研習課程、其他類、所有類別
2	文化設施	遺址、聚落、歷史建築、文化景觀、古蹟、工藝之家、地方文化館、展示空間、藝文中心、創意園區、藝術村、社區、博物館、公共藝術、文化行政據點、特色圖書館、文創商店、獨立書店
3	國家文化資料庫	音樂、電影、舞蹈、戲劇、建築、設計、工藝、美術、文學、民俗、教育、經濟、法政、社會學、地理、歷史
4	新聞稿	新聞稿
5	典藏目錄	原住民類、歷史類、北美類、南洋類、哺乳類、礦石類、維管束類、貨幣類、苔蘚類、藻類、魚類、貝類、考古類、甲殼類、兩棲類、昆蟲類、爬蟲類、鳥類、東南亞南島民族、中國西南少數民族、化石、書籍、雜誌期刊、報紙、文書檔案、明信片、照片與相簿、圖像書籍、手稿、藝術圖像、地圖、宗教禮俗、產業、商業財產、生活衣飾與用品、飲食用具、建築與居處空間、交通運輸與通訊、娛樂、政治社教、醫療衛生、武器防禦、音樂資料、攝影、總統府移交類、工藝文物類、文獻書籍類、水墨、膠彩畫、書法、篆刻、油畫、水彩畫、版畫、壓克力畫、粉彩畫、雕塑、工藝美術、觀念藝術、應用美術、複合媒材、素描、陶藝、新媒體藝術、裝置藝術、平面書畫類、攝影印刷類、漆器類、竹材類、陶瓷類、織維染織類、玻璃類、皮革類、金屬類、紙材類、籐材類、石材類、木材類、樹脂類、工藝、綜合類
6	獎補助	要點、報名資訊
7	文化統計	文化事務財團法人名錄、高等教育推廣教育中心名錄（高等教育文化人才培訓單位名錄）、文化志工統計、國家與地方考試文化行政類錄取人數、我國國產與進口影片核定准演部數、駐外單位藝文活動辦理、文創產業家數與營業額、業務統計、性別平等統計
8	Open API	查詢單一類別未過期活動資料、經緯度查詢附近未過期活動、查詢單一活動詳細資料、查詢單一類別文化設施資料、經緯度查詢附近文化設施資料、查詢單一文化設施詳細資料
9	錄影節目影片	錄影節目影片
10	預算經費	預決算報表、 政策宣導廣告執行情形、 支付或接受之補助、 補捐助預算執行情形、補助款報表、接受外界捐贈款辦理情形、 國家賠償事件收結情形表
11	施政計畫	施政計畫
12	個資保管項目	個資保管項目

資料來源：文化資料開放服務網https://cloud.culture.tw/opendata/。

二、國際先進國家數位著作開放資料（Open Data）平臺趨勢

（一）美國數位著作開放資料平臺

1.數位圖書發展概況

美國隨電子文件典藏機制形成後，首先2004年Google提出圖書館計畫，讓數位圖書由典藏概念走向開放與分享機制，如2008年由美國中西部大學十所大學成立組成的（CIC）聯盟，並加入加州大學系統，成立了Hathi Trust數位圖書館，並將所有資料均存於密西根大學圖書館[26] 。在費用分攤方面，目前每館每年則以每GB價值3.86美元（約新臺幣117元）的費用承擔。

26　資料備份則由印第安納大學圖書館負責。

再者，2011年美國國際圖書館電腦中心（Online Computer Library Center Inc.，以下稱OCLC）與美國HathiTrust簽署協議，允許OCLC將HathiTrust全文索引整合到OCLC服務，讓會員圖書館及其使用者能夠更輕鬆地透過WorldCat探索此重要數位館藏的資源。2012年董事會形成，讓授權與合作模式形成法人化，提高授權內容數量[27]，至2015年9月HathiTrust數位資料累積達1,373.55萬冊，包含685.16萬本圖書，而數位化內容已經進入公有領域（Public Domain）約提升9%至39%（2012年至2015年9月），形成Open Data的應用範疇[28]。

2.數位圖書館整合開放政府資料

2012年美國博物館與圖書館協會（Institute of Museum and Library Service，IMLS）[29]發布2012至2016年戰略計畫[30]，聚焦於五大重點[31]，包含透過數位化與相關創新技術，讓館藏內容得以保護和開發，進一步提升資訊搜尋品質。再者，IMLS為了建立績效改善模型（Performance Improvement Model），提供明確之框架，讓公民參與該模型程序開發，及監測博物館或圖書館的相關投資計畫，進一步也可藉此找出成功的館藏內容新興應用。

公民參與策略方面，IMLS認為應結合社群媒體，透過公民參與社群媒體平臺Idea Scale，以推動「開放政府資料（Open Government）」的概念，除能有效加強公眾參與博物館與圖書館的發展方向，並提高館和館之間的合作可能性外，更可藉此提高教育、服務與產業運用的品質[32]。前者，如IMLS近期推出Web網站，強化教育、衛生、人力資源等教育範疇資訊，後者則讓民眾和產業得以獲得科學、技術、工程等各項解決問題的簡報資料和數據，即透過社群、開放式創新的概念擴大數位資料應用範疇。這樣的概念，就誠如劉襄儀（2012）[33]所言，博物館結合虛擬化，並不是要在網路上再製沒有生命的磚牆石柱，而是人與人之間互動所激盪出的靈魂與精神。

換句話說，結合資料開放（Open Data）等概念，再透過社群與開放式創新的理念，讓數位典藏資訊能夠產生跨社群間流動，促成跨領域應用之可能。

3.雲端資料庫VertNet平臺

美國柏克萊大學（Uc Berkley）所建構的雲端資料庫VertNet，除把美國國內各大學（加利福尼亞州、科羅拉多州、堪薩斯州和圖蘭等大學合作）、博物館（如美國自然歷史博物館）、研究中心（如密蘇里研究中心）中的8,500萬筆以上的標本資料、田野調查資料、音源紀錄和組織樣本等資訊整合在一起外，更匯

---

27 2012年HathiTrust數位化圖書累積達550多萬種，1,050萬冊，27萬多種期刊，大約30%的內容已經進入公有領域（Public Domain）。

28 詳見美國HathiTrust，網址：https://www.hathitrust.org/statistics_visualizations

29 美國博物館與圖書館協會（Institute of Museum and Library Service，IMLS）之參與者為，美國所有的博物館與圖書館。

30 http://www.imls.gov/assets/1/AssetManager/StrategicPlan2012-16_Brochure.pdf，2013年8月。

31 分別為提供平等之學習機會、強化社區服務功能、保護和開發館藏內容、提升資訊搜尋品質，以及把美國博物館與圖書館服務協會樹立成公共機構典範。

32 此外，社群參與者可參加投票，為自己喜愛的想法，加入新的想法和評論的想法，其中社群包含如UpNext、IMLS的部落格（http://blog.imls.gov），促進公眾參與、鼓勵民眾和博物館與圖書館對話。

33 劉襄儀（2012），博物館運用線上社群之策略分析，博物館學季刊26（2），國立自然科學博物館，2012年4月。

集國內外171館藏，包括來自12個國家參與、和52個機關構承諾幫助此計畫，形成跨國或跨院的合作機制。VertNet雲端資料庫分成哺乳類動物、鳥類、爬蟲類和魚類等4個項目，以藉此與手機和Apps等服務結合，讓需求者隨時能取得研究資訊，多方應用於食品、畜牧等產業，該服務每週被點閱次數約為250萬人次，顯見其效益之大。

因此，未來VertNet將擴展的搜索功能（關鍵字、全文同義字搜索條件等瀏覽進化）的新用戶介面，並加入新類型開放數據（古生物），透過改進開放的方法搜尋數據（連接網頁瀏覽器應用程序編程、移動裝置等應用程序），產生新的資訊註釋和用戶回饋服務，同時連結具生物多樣性和目標的管理應用程序（如大地定位、生命大百科全書和動物多樣性網絡等），提高加值性應用資料（Open Data）的效益。

不過，雖個別網絡間之合作及分享資訊後的數位資產活化，可以彰顯出展覽服務之附加價值，然該數位資產活化仍面對許多挑戰，如資料存取的速度、公部門手中所擁有的加值性應用資料（Open Data），有很大比例可能尚未規格化，甚至尚未數位化等問題，均尚待解決。

（二）法國

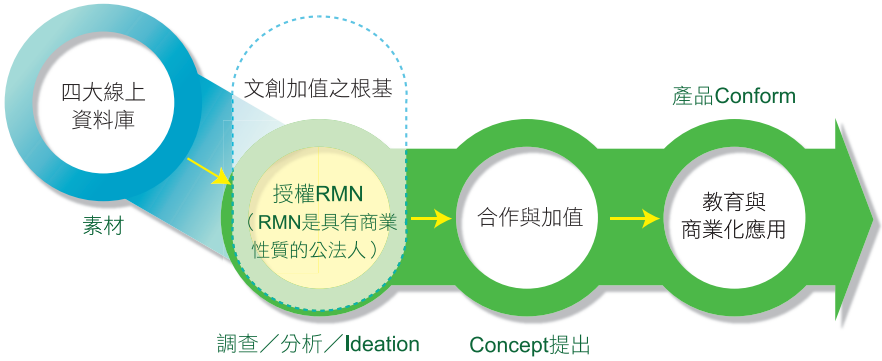
1.數位典藏商業應用平臺RMN簡介

法國之所以能夠順利發展文化經濟，主要因為法國擁有豐富的文化素材，如眾所皆知的羅浮宮文物等，而文化能夠商業化，進而滲透至經濟產生產值，則必須藉由法國博物館協會（RMN）素材授權平臺，透過創新與商業化產生合作與加值，進一步達成教育與商業化應用。RMN的數位典藏業務源自於1998年文化部推行之國家型數位典藏計畫，其中RMN負責執行計畫名稱為圖說歷史之數位典藏計畫，此網站由文化部國立博物館司與教育部合作執行，將RMN成員博物館之館藏品數位化，再統一交由Photo Agency網站來管理專業授權，提供外部使用人申請使用數位影像之管道，目前總計共代理至少64所博物館典藏影像授權，其中包含羅浮宮，奧賽美術館，龐畢度中心及畢卡索博物館，總共擁有超過60萬筆的數位典藏。

羅浮宮線上資源主要可分為四個線上資料庫，其中Atlas為提供外部使用者線上瀏覽3萬5,000件藏品之功能，並於2009年推出英文版Atlas資料庫[34]。同時，Atlas上的羅浮宮藏品，部分授權於影像代理商Photo Agency，並提供影像資料，包含影像代號、物件狀況描述及館藏地點，而物件資訊及使用條件則由原有博物館決定。外部使用人可以透過網站申請影像使用並支付使用費，透過單一平臺的統合，促進影像利用的便利性（圖3—9）。

34 2004年羅浮宮美國夥伴（American Friends of the Louvre，AFL）提供300,000歐元（約為380,000美元）贊助英文版的成立。

圖3—9　法國數位典藏的傳播與商業化應用—以羅浮宮為例



資料來源：本研究彙整[35]。

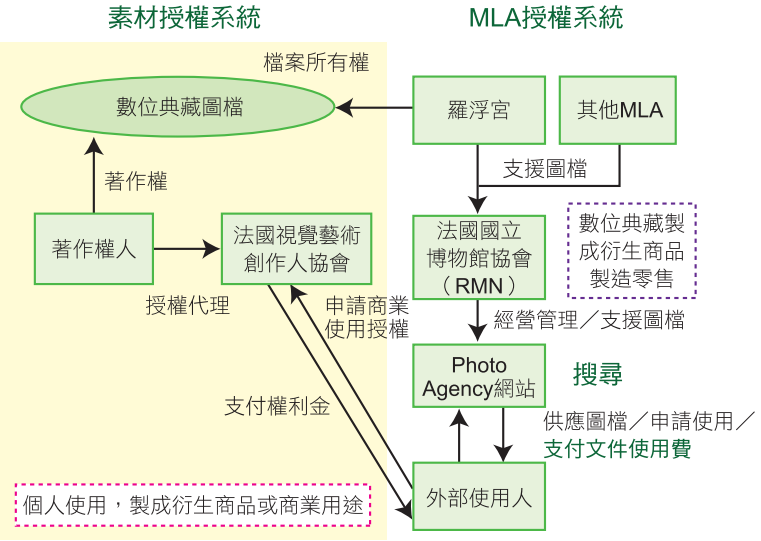
目前RMN所提供之加值應用商品方面大致可區分為大量與客制化二種，前者如DVD、藝術書籍、藝術品再製或生活用品等類別，後者亦提供消費者客製化商品或可滿足企業需求之大量訂購之服務，而產品製成由博物館專業人員參與重製，因此可確保其忠實呈現原始作品之精神[36]。如RMN為巴黎大皇宮推出之喬治布拉克展為例，RMN以數位典藏圖像為展覽製作導覽手冊及導覽App，同時推出線上網站及電子書，最後再針對青少年推出手做書以體驗畫作精神，此一源多用的商業模式讓RMN財政得以獨立，同時也讓珍貴的畫作得以另一種形式被應用。

2.RMN商業授權模式

當外部使用者於Photo Agency網站發現欲使用的圖像，須先透過網頁申請影像使用權，同時須先說明使用用途、地區及語言、使用數量、需求的圖檔規格及寄送方式等資訊，申請以後再由影像代理商回覆處理情形及費用支付等事項。若該數位典藏屬於RMN自有之圖像且非商業用途使用的話，收取的費用為文件使用費（Use of Document），若該數位典藏仍受著作權保護或做為商業用途使用的話，外部使用者應向法國視覺藝術創作人協會申請後繳交權利金方能使用。同時在使用數位典藏時，必須註明這些圖檔來源，如RMN或攝影師的名稱（圖3—10）。

35　參酌龔明鑫、張建一、王仁甫和黃純皜等，兩岸文創研究，2013年12月，資策會委託，科技會報指導。
36　謝銘洋、趙義隆、陳曉慧，2008，數位典藏之保護與授權加值應用相關法律問題探討，藝術教育研究，77～106。

圖3—10　羅浮宮數位典藏授權RMN經營模式案例



資料來源：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，政治大學碩士論文。

（三）荷蘭

1.文化遺產開放資料應用平臺簡介

荷蘭文化資料的開放最早案例之一為2009年荷蘭皇家研究院（Royal Tropical Institute）與維基百科合作，提供許多收藏影像供維基百科開放外界增補或校對影像資訊。2010年，阿姆斯特丹博物館（Amsterdam Museum）針對其超過7萬個物件建立影像與後設資料（Metadata）。荷蘭文化遺產委員會（Netherlands Heritage Board）也於2011年宣布釋出超過40萬個影像及相關後設資料供外界使用。同時，荷蘭官方之文化遺產局採用OpenText公司的服務平臺，對未經整合、解構及未管理的資料進行自動分類與組織，文化遺產局得藉以自動建構數以百萬計的歷史和建築文獻，為當地學者與公民建立知識庫[37]。

2011年9月荷蘭當地關心文化遺產的專家學者，及相關人士於開始推動開放文化資料網路（Open Culture Data Network）[38]，針對政府開放資料進行再利用，在開始後3個月內，該平臺已完成識別、敘述和整合來自6個個別數據供應商的8個開放資料庫，包括阿姆斯特丹博物館（Amesterdam Museum）、荷蘭當地電影公司及視聽協會等。

37　OpenText, OpenText helps dutch cultural heritage agency to digitize the past, http://www.opentext.com/who-we-are/press-releases?id=4ed1ff9b00104b6b9708d0e72e6948c7

38　荷蘭文化資料網路創建的目的，是為了鼓勵文化機構如博物館、圖書館等能夠釋出更多文化資料，同時透過開放數位設施蒐集相關開放文化資料，蒐集與分享有關開放文化資料的知識與經驗，並鼓勵更多基於開放文化資料的新應用誕生。

目前，開放文化資料網路已獲得來自22個文化機構提供共39個資料集，經各界運用資料庫後，已有40個APP供外界使用。

2.開放文化平臺使用之API介面簡介

荷蘭開放文化資料平臺的應用程式介面（API）採取較務實的做法，不強調對每一種蒐集資料都進行標準化，而是以基本文字搜尋的方式來處理跨類別的資料蒐集。關鍵作法是建立一個簡易API可提供各類文獻資料，而非一個具備細資訊的統合資料庫。該API的格式採多數開發者通用的共同設計（REST）及文檔格式（JSON）[39]。

總而言之，荷蘭開放文化資料會透過工作坊、簡報發表或出版的方式達成開放目的，同時也會協助文化機構開放其自有資料庫，並為相關機構舉辦課程和舉行應用程式的競賽獎項。

（四）日本

日本發展應用性數位巨量資料平臺，此類型為新衍生出的數位典藏應用模式，透過將數位典藏品單一格式化，並與商品連結形成新商品後，大量生產降低成本。這類型的數位典藏對象通常為博物館、美術館及國立圖書館以外的機構，例如大學圖書館或影視單位等，手上擁有大批內容產品，如論文或過去節目資源。卻苦無數位化管道或無法獨立建立搜索引擎等問題，因此傾向外包業務，讓網路公司為自家資料數位化並建立雲端管理系統，促進自有資源的再利用。例如網路服務企業東芝Solution公司，就專門為電視臺推出MEIFY這個數位典藏雲端企劃，透過將過去製作的節目建立雲端資料庫，並為該公司建立資料庫搜尋登記系統，讓公司內部使用者得以自由使用，同時亦可將過去節目製成DVD再次出售，透過資料庫的建立，以利於自有資源的再利用。

國家經費補助較少的地方圖書館亦會透過建立外包資料庫發展數位典藏計畫，如NTT電信公司所推出的數位典藏計畫AMLAD即針對地方圖書館的數位化、雲端數位資源的搜尋，及閱覽所推出的服務，並透過數位資料庫的建立與其他圖書館共同建立資料聯合網絡，透過資源分享加大外部使用者的可使用範圍。

三、小結

目前，國內文化資料開放策略，以擴大開放資料，而創意提案採線上提案、媒合和輔導等誘因機制，是以創意為導向，鼓勵政府與民間共同合作，充分開發文創應用。

反觀，國外Open Data推動政策則是政府主導力道較強，且以商業化應用為導向，如將典藏品的影像圖片資料、藝文活動資訊整合平臺，及影片資料庫等開放，並透過學、研等機構研究加值應用。進一步，透過外部網路服務商，提供內容產出商數位化、資料庫建立的服務，開發各種具商業化的App應用。再由公協會等相關機構進行推廣，並建立國家級平臺連結全球，如法國透過博物館協會（RMN）素材授權平臺，進而加速民間企業共同投入資源，達成應用，甚至達成文化輸出。

---

39 荷蘭開放文化資料API的設計，是讓不同的文化遺產機構數據都能以相同的方式搜尋，且所有原始數據都能保存，用戶可搜尋其原始資料形式。

換言之，先進國家Open Data的主軸，是政府整合文創素材資源，引入外部企業商業化運用，串起產學合作的契機，讓文化資源不只開放，更能多元表現和商業應用，達成文化輸出之目的，值得國內未來施政考量。

王仁甫

大數據與文創產業前瞻營運模式

文／王仁甫（台灣經濟研究院研究二所　科技應用組組長）

大數據[40] 對於文創產業前瞻營運產生內部與外部的改變，前者為透過不同的大數據分析工具瞭解消費需求，以大量文本製作組合等方式，讓文創創造者能夠有更多靈感。後者，則透過大數據將藝術變為科學（Big Data has Attempted to Turn art Into Science），包含預測、差異化、口碑與精準行銷，進而讓整體營運模式發生改變。

一、大數據改變文創產業內部營運模式

大數據改變文創產業內部營運模式的力量，源自於許多新的分析技術崛起，及社群互動的模式改變，讓新的營運模式發生轉變。

（一）大數據新分析技術作為營運模式的基礎

1.文本挖掘法

大數據中透過文本挖掘（Text Analytics）的方法，加速文化鑽石（The Cultural Diamond）（概念詳見Griswold，1994[41]）體系的形成，包括挖掘文本客體，讓社會中交互關係中之產物能夠加快融合，如社會與生活世界、創造者、文化客體、接收者等各種文本，再透過消費者對於各種文本的感受程度，重組成視聽者喜歡的電視、電影、動漫畫等內容，就像中國大陸愛奇藝自製劇開發中心總經理戴瑩所言[42]：

40　大數據（Big Data）或稱巨量資料，指的是在一定時間內，無法透過人工方式達到擷取、管理的資料集合，需透過新處理模式才能整理成為人類所能解讀的資訊。這類資料型式涵蓋許多種，除一般熟為人知的文字之外，包含影像、圖片、聲音、位置訊息等。大數據具有四個特點，分別為資料體量巨大（Volume）、資料類型多樣（Variety）、處理速度快（Velocity）、價值密度低（Value）等。

41　Griswold, W. (1994). Cultures and Societies in a Changing World. Thousand Oaks: Pine Forge Press.

42　伊珊，網劇時代，愛奇藝要給編劇們當“大數據”老師，2015年9月。網址：http://www.wtoutiao.com/p/K805Qk.html

網劇成功與否，最重要的就是對「網感」的把握。

所謂「網感」，是精密而科學的計量方法，轉換傳統電視劇製作中，全憑製作人的經驗和心情，挑選題材和演員，反而堅決杜絕「靈感、直覺」這種不著邊際的文藝青年式任性行為，每一個選擇背後都有詳實的大資料支援。

就學術觀點而言，這樣的營運模式就如同Nelson & Glotfelty（2012）[43] 所解釋，好萊塢（Hollywood）愈來愈多的戲劇元素，來自於大量的開放的劇本（Strong Theatrical Opening），如把國際電影數據庫（imdb.com）首映的周末票房作為大數據的因變數，然後把各種劇本的文本作為自變數，而將區域（如美洲區或亞洲區）、性別和年紀做為控制變數，以迴歸等模型，挖掘目前受歡迎的文本，再進行編劇撰寫，達成文化科技化的目標。

2.視頻內容分析法

數位內容商運用大數據視頻內容分析（Video Content Analysis，VCA），是透過多種技術來監測、分析，以從內容流中提取有意義的資訊。目前相較其他類型的技術雖仍處於起步階段（Panigrahi，Abraham，& Das，2010）[44] ，然各種技術已被開發於處理和分析即時和預錄的視頻，獲得內容商營運所需的資訊，像是愈來愈多的使用者運用閉路電視（CCTV）攝像機，於視頻分享網站即時分享生活的感受（如YouTube），甚至是他對歌曲、電視或電影的看法，錄製影像放在社群網站上（如Facebook），而相關廣告商或關係人則透過VCA，來瞭解社群中消費者的需求。

3.語音分析法

文創未來也可以透過大數據中的語音分析法（Speech Analytics）提升營運效率， 包含大量連續語音辨識（Large-Vocabulary Continuous Speech Recognition，LVCSR）和語音辨識的基礎方法（Phonetic-Based ），並透過語音索引和搜索兩階段達成，進而組合形成音頻感知系統（Audio Aware System），如駱駝研究室（公司）（ Llama Labs）音頻感知機器學習的應用程序，能夠分析數百種音效、音樂[45] ，瞭解人們喜愛樂理的形成機制，並在2014年初與Google Play合作，除了能夠模擬音效輔助音樂製作外（如分析模擬鳥類和其他野生動物聲音），更可創建音頻機器學習軟體幫助聾人用戶，讓他們能夠聽到警報器等報警聲音，和簡單的音樂節奏。

---

43 Nelson, R. A., & Glotfelty, R. (2012). Movie Stars and box office revenues: an empirical analysis. Journal of Cultural Economics, 36 (2), 141-166.

44 Panigrahi, Abraham, & Das (2010), Computational intelligence in power engineering, Springer.

45 Jeff Bertolucci，Real-Time Acoustic Processing Has Big Data Potential，InformationWeek，2014年3月。網址：http://www.informationweek.com/big-data/big-data-analytics/real-time-acoustic-processing-has-big-data-potential/d/d-id/1114194

（二）大數據（Big Data）應用與社群互動

文創產業在社交媒體崛起以後，充分的透過社交媒體分析，活化產業發展。亦即從社會媒體[46]渠道，由結構化和非結構化數據進行分析，瞭解各種網絡平臺中的用戶資訊和交換訊息，製作文創內容、提升閱聽者滿意度。舉例來說，韓國民營化經營的公共電視臺MBC[47]，透過社群媒體力量，進行閱聽溝通、內容製作輔助和品牌經營，前者如MBC透過韓國社群網站Cyworld進行節目內容推廣。之後隨著Facebook、Twitter相繼誕生後，也被用作MBC傳播節目內容、與觀眾溝通的管道。後者，MBC也在YouTube上開設頻道，向全球市場大量播放其電視劇、綜藝等節目，以傳遞MBC品牌價值，並蒐集分析視聽者回應的大數據，調整營用策略，達成具高附加價值的節目製作與品牌，並讓節目版權銷售、維護與控制取得更好的績效。

我國也有類似的案例，如2014年TVBS電視臺自行製作的原創概念劇《16個夏天》，於7月19日首播後，有許多網友在PTT的TaiwanDrama板，及各大留言討論區分享感想，好評如病毒行銷擴散，大數據分析廠商網路溫度計統計指出[48]：

隨劇情高潮起伏，網路聲量從第一個月大約500，一路飆升到2014年10月已經成長了3倍左右。

顯示出文創產業透過大數據（Big Data）應用分析，除能夠強化社群互動外，更能夠即時掌握視聽者情緒，改變劇情內容，提高社群討論熱度，達成病毒行銷的目的。

此外，如音樂大數據[49]分析也受到許多製作商的青睞，即透過分析全球在線消費者活動，如Twitter、Facebook、YouTube或從頁面訪問量的網站等大量資訊，和高度複雜的數據資料，瞭解行銷策略，如音樂下載付費機制、演唱會需求和大型展演媒合等，甚至也可以分析非法音樂分享活動的成因，進而減少盜版，增加產業附加價值。

二、大數據改變文創產業外部營運模式

文創產業將透過大數據（Big Data）分析，瞭解消費者需求，改變外部前瞻營運模式，以強化文創市場預測能力，達成差異化與精準行銷。

---

46 社交媒體可以分為以下幾種類型：社交網絡（如Facebook和LinkedIn）、部落格（如Blogger和WordPress）、微博（如微博和Tumblr）、社會新聞（如Digg和Reddit）、社會化書籤（如StumbleUpon）、媒體共享（如Instagram和YouTube）、維基百科（如維基百科和Wikihow）、提問和回答的網站（如雅虎問答和Ask.com）和評論網站（如：Yelp）。定義詳見G. Barbier, H. Liu（2011），Data Mining in Social Media，C.C. Aggarwal（Ed.），Social Network Data Analytics，Springer，United States，pp.327～352。

47 韓國民營化經營的公共電視臺MBC旗下擁有《大長今》、《我叫金三順》等韓劇版權，為順應數位匯流新趨勢，2000年MBC成立電視網路平臺iMBC，透過網路平臺吸引更多人收看MBC節目。目前iMBC業務範圍包含新媒體業務、IT商務合作、節目分銷及娛樂業務，主要為投資電視劇和演藝項目，同時兼具與閱聽人即時交流的功能，以了解用戶的需求。

48 十六個夏天，精采劇情大回顧，網路溫度計時事網路大數據分析，2014年10月。網址：http://dailyview.tw/Daily/2014/10/30

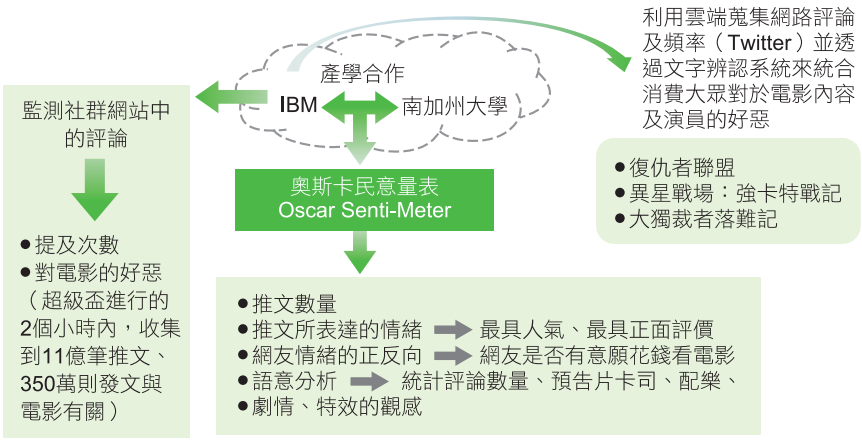
49 Big Data and the Music Industry, MEDIACLARITY Jeremy Silver's regular insights into the digital media world，2015年2月。網址：https://jeremy1.wordpress.com/2015/02/22/big-data-and-the-music-industry/

（一）強化文創市場預測能力

雲端與大數據（Big Data）科技的加入，讓文創產品在發行前能夠由數據瞭解消費者需求，同時於發行中瞭解市場反應，以即時地調整行銷策略，舉例來說Google所建構的票房預測模型[50] 指出，愈來愈多的影迷習慣於網上搜尋電影資訊，如2011～2012年電影相關搜索量成長56%，且透過此實證發現電影相關搜索量與票房收入之間存在關聯性，能以迴歸模型進行預測，預測能力達到約9成。同時，微軟研究院與經濟學家建構預測智者（PredictWise）平臺，於2014年奧斯卡頒獎前預測《自由之心》（12 Years a Slave）贏得最佳影片的機率為85.8%，《地心引力》（Gravity）則有98.6%的機率獲得最佳導演獎，均雙雙準確[51] 。

同時，2012年IBM與南加州大學合作研發監測社群網站評論系統奧斯卡民意量表（Oscar Senti-Meter）（圖3—11），透過大量蒐集Twitter和Facebook等社交網路，及部落格的文章資料，記錄網友每分鐘提到每部電影的次數，及對電影的喜惡評論、表達的情緒，以統計最具人氣、最具正面評價的電影，並預測網友是否有意願花錢看電影，同時藉由語意分析統計關於預告片卡司、配樂、劇情與特效的觀感，預測奧斯卡候選影片與影星的排名，讓電影公司取得後續行銷的策略面向擬定，如奧斯卡民意量表（Oscar Senti-Meter）已透過巨量資料分析協助《復仇者聯盟》、《異星戰場：強卡特戰記》、《大獨裁者落難記》、《3D惡靈戰警：復仇時刻》、《海豹神兵：英勇行動》等強片，並取得很好的效益。

圖3—11　美國奧斯卡電影民意量表



資料來源：本研究彙整[52] 。

50　Quantifying Movie Magic with Google Search, google, 2013.

51　Oscars 2015: Big Data number crunchers try their hand at calling the awards, Los Angeles Times；詳見：http://www.latimes.com/entertainment/movies/la-et-mn-oscar-big-data-number-crunchers-best-picture-predictions-20150221-story.html

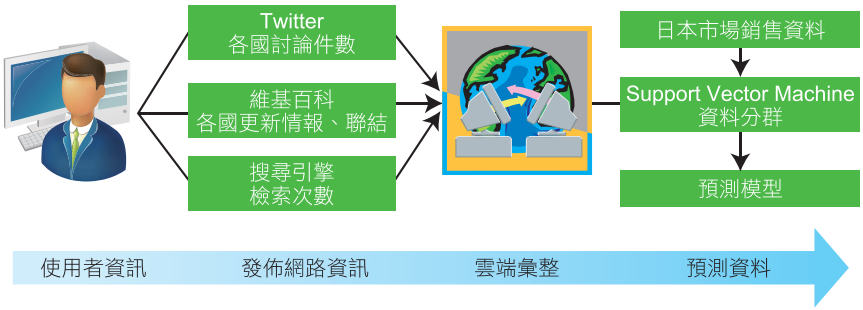
52　參酌龔明鑫、張建一、王仁甫和黃純皜等，兩岸文創研究，2013年12月，資策會委託，科技會報指導。

無獨有偶，2010年日本經濟產業省所成立「酷日本海外推展室」，為開發海外市場，及加速日本文化輸出至亞洲各國，以達成客製化輸出目標，經濟產業省於東京大學工學部的協助下，開發Asia Trend Map網站，透過雲端彙整動漫畫市場大數據，藉以了解亞洲各地消費者需求、未來發展趨勢，包含即時性動漫畫人氣預測，及亞洲市場的類型偏好，再決定漫畫單行本，是否有繪製成動畫的價值，如石田翠的日本青年漫畫作品「東京喰種Tokyo Ghoul」，是由Asia Trend Map亞洲各國人氣分析後[53]，發現有動畫市場需求，於2014年1月宣布動畫化，同年7月3日首播，獲得各界好評（圖3—12）。

目前，日本Asia Trend Map已擁有超過5,000部動畫的人氣相關大數據，包含亞洲12國未來半年消費趨勢指標與數據，並透過市場預測模型，了解各國動畫流行趨勢，發展不同輸出策略。

由上述案例顯示出，大數據不僅可作為文創產業發行前消費需求預測分析，更能作為發行中擬定策略的基礎，協助文創產業提出更貼近消費者所需的服務內容，進而提升整體文創產業附加價值。

圖3—12　動漫市場與雲端科技應用，以Asia Trend Map為例



資料來源：本研究彙整[54]。

（二）大數據（Big Data）應用達成差異化與精準行銷

隨著網路與數位化興起，播映通路的多元化也為電視內容製作帶來改變，讓產業鏈整合發生顯著的變化，不僅帶給閱聽人更多的頻道選擇，更擴大播映通路商的競爭，進而愈來愈注重閱聽人對於製作內容的反應，而運用大數據分析，提出差異化文創內容，增加顧客忠誠度。進一步，再以社群為基礎的口碑行銷（Word of-Mouth）[55]技術，透過好友喜愛商品，及使用者喜好之相似度來做推薦；相較於傳統根據商品相似度來做推薦，將更具精準與效率性。

53　「東京喰種Tokyo Ghoul」刊載於集英社旗下漫畫雜誌《週刊Young Jump》，並發行單行本，於2014年1月宣布動畫化，同年7月3日首播。2014年10月，宣布第二季動畫製作決定，並由原作者石田翠擔任劇本監督，於2015年1月8日開始放送，於2015年3月26日完結。詳見Asia Trend Map網址：http://asiatrendmap.jp/

54　參酌龔明鑫、張建一、王仁甫和黃純碩等，兩岸文創研究，2013年12月，資策會委託，科技會報指導。

55　以大數據分析技術來進行社群（Facebook、Twitter）口碑分析，運用會員對社群使用特性、創作及瀏覽資料查找等網路使用習慣，藉由使用者行為比對及口碑量化的數據及經驗，拆解、分析、重組社群行銷活動，進而剖析網友行為、找出網路熱門話題與趨勢等。

舉例來說，網路平臺業者Netflix[56] 分析網路會員收視影片習慣，決定產製影片類型、卡司，以及後端行銷推薦系統，提高行銷效率，並節省銷售成本，如Netflix分析指出75%的觀眾會受Netflix推薦觀看所影響。其中，2013年「紙牌屋」就是Netflix運用大數據分析與行銷的成功案例，其運用大數據分析發現，喜歡看BBC舊版「紙牌屋」的觀眾，同時喜歡大衛芬奇（DavidFincher）導演的電視劇，或凱文史貝西（Kevin Spacey）主演電視劇。所以Netflix認為購買這部具觀眾交集喜好的電視劇，應該會有好的收視率，於是用一億元美金（約新臺幣29.77億元）買下版權，打破過去先跟HBO、FOX購買美國網路影音服務，或其他大電視頻道買節目後，才於網路上播出的模式，而直接由網路首播，並於一天就推出一季13集的內容，而大受好評。

Netflix大數據分析是如何做到的？

Netflix的大數據分析源自它的6,500萬人觀眾（2015年第二季估計），由搜集觀眾每次的正評或負評搜尋，及對應尼爾森的收視數據等第三方數據分析，加上地理位置數據、裝置數據、社群媒體分享數據、觀眾加書籤數據、觀眾登入授權等數據，透過演算法，Netflix就可以瞭解收視群哪個時段喜歡看喜劇，哪個時候想看恐怖片，甚至也能夠瞭解觀眾喜歡用什麼載具來看片，是電腦、手機還是平板[57] ，甚至是他的哪些朋友喜歡觀看哪些影集等。進一步，Netflix再透過分析結果，以差異化的手法自製和授權節目和影集，並予以推薦達成精準行銷，提高推薦成功率，降低銷售成本。

同時，中國大陸的土豆網則是將大數據，做為連結自製策略，以差異化內容，讓優酷、土豆雙平臺差異化運營，加快視頻業的演進[58] 。相較之下，中國大陸百度糯米電影[59] 則透過O2O（Online to Offline）平臺，以其擁有大數據技術優勢，為電影宣傳提供觀影人群類別、媒體投放選擇、輿論即時監控等，讓電影行銷、投資決定更加精准有效，同時也會反饋電影產業上游，助力優秀的電影內容生產，如幫助近期上映「小黃人大眼萌」的行銷手法，更是引發網路中的關注，成為破首日過億動畫片紀錄。

以上案例再再顯示出，東西方的相關內容播映平臺商，均透過大數據掌握閱聽人習慣，以差異化文創內容鎖住（Lock In）消費者的營運模式，將是這幾年競爭的關鍵策略，與取得優勢的強勢武器。

---

56 Netflix原先主力業務為DVD的實體租借，透過雲端科技規制降低DVD在庫時間，後來逐漸衍生出類似MOD的電影服務，最後在2013年時終於加入電視劇製作的範疇。由Netflix垂直整合的歷程可發現美國通路業者為在競爭激烈的平臺中確保產品差異化而向後整合的趨勢。

57 Netflix是如何用大數據捧紅「紙牌屋」的，INSIDE，2013年2月26日。網址：http://www.inside.com.tw/2013/02/26/netflix-big-data-houseof-card

58 土豆網大自製大資料策略　推進視頻業態快速演進，中國經濟網，2014年11月18日。網址：http://www.ce.cn/cysc/tech/gd2012/201411/18/t20141118_3931954.shtml

59 電影事業部成立開始，即與「重返20歲」合作成為該影片獨家線上發行平臺，後又陸續與「哆啦A夢」、「捉妖記」等叫座的優質影片做聯合推廣，而與「小時代4」的深度聯合宣發，則開創影片網路粉絲行銷的先鋒。詳見：百度糯米與金雞百花電影節合作　大數據助力電影產業發展，光明網，2015年9月。網址：http://big5.jschina.com.cn/gate/big5/ent.jschina.com.cn/system/2015/09/21/026369654.shtml

三、大數據（Big Data）讓創作流程改變

由前文可知，文創產業透過各種大數據的分析方法為工具，挖掘消費需求，刺激創作靈感，進而改變創作流程，提高附加價值，舉例來說雕塑的一般創作流程為：

創作圖畫稿子→捏小稿→翻製小模型→根據修改意見做終稿→再翻製終稿模型→泥塑放大→翻製大型玻璃鋼模型→運輸到廠家製作→運輸到現場安裝等至少9個步驟[60] 。

然在大數據的發展中，雕塑家可透過美術館等所作成的分析報告，瞭解參訪者關注和感興趣的作品[61] ，作為刺激雕塑家靈感的文本及媒介，用電腦3D建模和3D列印雕塑樣品（縮小版），待與雕塑使用方或展覽方協調、修改後，再將數位檔發送到目的地，進行3D列印等製作並安裝，全程只需要三個步驟[62] ，讓雕塑創作更為精簡。

因此文創產業透過大數據分析，不僅可掌握最即時的消費者動態，更可透過文本預測分析刺激創作者，衍生後續的創新與創意，進而透過以社群為基礎的口碑行銷（Word of-Mouth）模式達成精準銷售，形成以新的營運模式活絡文化創意產業發展。

60　概念參酌：張冉，基於大資料時代下的雕塑創作研究，赤子　社會觀察，2015年11月。

61　大數據入侵美術館！當你看著畫作，畫作也在凝視你，Inside，2015年7月。網址：http://www.inside.com.tw/2015/07/29/big-data-meets-art

62　概念參酌同前註：張冉，基於大資料時代下的雕塑創作研究，赤子　社會觀察，2015年11月。

台灣經濟研究院編輯執行團隊

群眾創造與創意集結

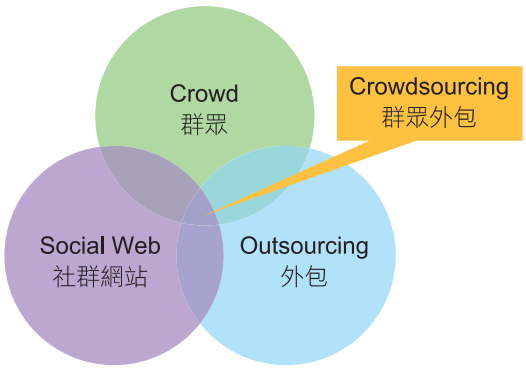
文／台灣經濟研究院編輯執行團隊

一、群眾外包的概念

群眾外包（Crowdsourcing，或稱為眾包）是Wired雜誌記者Jeff Howe於2006年發表的一個商業術語，代表一種新型商業模式，運用大量網路社群吸納資訊、分配工作、發現創意或解決問題，簡單來說，是將傳統上由指定代理人所執行的工作，在網際網路普及的情況下，外包給不特定大眾來處理。

根據Gregory D. Saxton，Onook Oh & Rajiv Kishore（2013），群眾外包的概念可以更清楚易被解釋為「群眾」、「外包」、「社群網站（先進網路技術）」三者的交集。外包係指從外部購買過去由內部提供的產品或服務；群眾指的是不特定、非專業及異質性的網路群眾，群眾可以是生產者、服務提供者、創新者或問題解決者；先進網路技術則是拜網路科技的發展，在Web 2.0的時代，可以快速透過網際網路找到可能的群眾，成本低、容易、具互動性、多樣性。

圖3—13　群眾外包概念



資料來源：Gregory D. Saxton, Onook Oh & Rajiv Kishore (2013): Rules of Crowdsourcing: Models, Issues, andSystems of Control, Information Systems Management, 30:1, 2-20。

群眾外包的運用模式非常多樣化，例如全民編輯的維基百科、愛看電影的人上電影院前會先去全球最大知名電影網站「IMDB」，查詢其透過社群網站、部落格、APP等多元形式整合並呈現電影資訊內容，包含對近期電影的評價。隨著網路科技不斷發展以及開放式創新等分散智慧的核心價值下，群眾外包已成為近期發展的重要趨勢。根據500 Startups Demo Day[63]，2013年即有想要當出版業「Rotten Tomatto」的iDreamBooks，透過群眾外包建立書評評價機制；還有Hunie提供一個媒合新創公司與設計師的平臺，從中收取12%類似「仲介費」的費用。

Gregory D. Saxton，Onook Oh & Rajiv Kishore（2013）蒐集了103個國外知名群眾外包網站，將群眾外包依據外包之產品、服務的不同分區成9種模式。

表3—9　群眾外包模式分類

模式	外包之產品或服務
媒介模式	研發、創新
公民媒體產製	電視、廣告、音樂、新聞、電影、雜誌、文學、教科書…等
合作軟體開發	專案設計、分析、開發、行銷、募資
數位商品銷售	數位影像、圖像
產品設計	商品設計
P2P融資模式	個人融資
消費者報告	當地承包商、產品審查
知識基礎建構	百科全書、建構數據、商業趨勢觀測、評論
合作科學計畫	設備訓練、搜尋結果分析

資料來源：Gregory D. Saxton, Onook Oh & Rajiv Kishore (2013): Rules of Crowdsourcing: Models, Issues, andSystems of Control, Information Systems Management, 30:1, 2-20。

二、群眾外包之創意集結與文創產業

群眾外包對於文創產業所產生的影響主要有兩個構面，一是透過群眾外包平臺的建構，以群眾智慧與群眾創造的概念讓文創工作者獲取豐富的靈感，進而激盪出不同的火花；二是群眾募資對於文創產業化的影響，透過互動、評價及市場篩選機制，了解市場的偏好與消費需求。

本篇著重在第一構面的研析，主要蒐集國內外透過群眾智慧集結文化創意的平臺，並解析這些平臺如何與文創產業的商業模式連結，以促進源源不斷的創意保有誘因持續上傳至該平臺發表。

群眾外包在時尚設計與藝術產業中已相當普及，例如客製化的服飾或手工藝術品。業者提供平臺讓消費者展現創意，再將集思廣益後的點子製作成產品。

（一）Threadless

Threadless.com是各類文獻探討群眾外包模式的經典案例。它是一家專門在網路販售創意T恤的商店，一直到2009年才有實體店面。Threadless沒有專屬的設計師，而是讓消費者來設計樣式、匯集Web2.0的群

63　十家在500 Startups Demo Day獲得矚目的新創公司，inside，2013年2月7日，網址http://www.inside.com.tw/2013/02/07/5th-500-startups-demo-day-1

眾創意然後對大眾銷售創意結果的網站。每個星期大概會接到千件以上的設計，透過幾十萬的社群會員票選接著再生產上市，Threadless會將熱門的T-shirt的版稅支付給設計師，協助設計師作廣大的銷售。2015年Threadless推出新服務「Artist Shop」，可以讓設計師線上販售自己設計的免費平臺，不用等票選結果。

（二）Cut On Your Bias

美國2012年推出的Cut On Your Bias，則是把群眾外包的過程變得更有趣。該網站每一、兩週就會推出新設計的創意元素，讓消費者根據這些元素搭配設計師的包包、衣服，透過款式及顏色搭配出最佳風格，再經由網友票選。得票數最高的設計就會被做成產品，而且把票投給該設計的網友可以用折扣價購買這個產品[64]。沒有投票給該設計的網友還是可以購買網友所選中的商品，只是沒有折扣。Cut On Your Bias透過這種方式，在設計階段就能直接與設計師互動、參與設計的過程，並讓使用者有回饋的誘因，設計師也有機會在展示作品的同時融入消費者的偏好。

（三）iStock [65]

iStock是群眾外包的另一經典案例。過去，設計師要找合法授權、擁有良好品質的圖片，只能和大型圖片供應商購買，但售價非常高。在iStock網站上，讓業餘攝影師能上傳作品並進行販售，這些精彩照片，如果有機會被人採用，放在報紙、雜誌或廣告當中，或許拍照的人可以從中收點酬勞，不過作品被肯定的那種成就感，比起微薄的酬勞更吸引人。

相對於傳統版權照片的提供者，iStock對客戶收取非常少的費用，而「業餘玩家」的攝影作品，大部分也進不了傳統版權照片提供者的大門。在這個平臺上，其實只有大約4%的人認為「攝影師」是他們的正職。但是這些「業餘玩家」前仆後繼，只因為熱誠及樂趣。

（四）Entertainment Experience

「娛樂體驗」（Entertainment Experience®）是一個由荷蘭電影製作及發行公司Film Content Company Europe（FCCE）在2011年所推出的全新電影製作概念，透過建立一個跨媒體的說故事平臺，讓群眾共同參與。Entertainment Experience® 專案先由專業團隊提出故事架構和前導的內容影片，利用互動電視和網路VOD的傳播，引導任何夢想在電影娛樂行業工作的群眾來參與後續創作[66]。

在專案執行的39週，「娛樂體驗」（Entertainment Experience®）這個跨媒體專案執行平臺，包含互動電視、網站、社交媒體和隨選視訊，公眾能夠即時登入表達意見，投票關於角色的選擇或上傳自創電影腳本。募集結果超乎FCCE預期，該製作專案獲得國際艾美獎Digital Program-Non-Fiction最後在2013年產出了電影「Tricked」，也賣到法國、德國、日本、韓國、巴西、美國和阿根廷等地[67]。

---

64 群眾力量大！群眾外包的另類網路行銷，Inside網摘。網址：https://share.inside.com.tw/posts/4091

65 林士強，《群眾外包 素人也能改變商業模式》，北美智權報，2014年12月17日。網址：http://www.naipo.com/Portals/1/web_tw/Knowledge_Center/Editorial/publish-221.htm

66 「Entertainment Experience wins Digital Emmy Award 」，網址：http://www.clicknl.nl/media-ict/2013/04/10/entertainment-experience-wins-emmy-award/?lang=en

67 「Heilongjiang Longmedia Group & FCCE Sign Agreement For Entertainment Experience In China」，網址：http://www.thebusinessoffilmdaily.com/mipcom2012/D4 S3.html

中國大陸黑龍江電視臺聯合荷蘭FCCE公司推出《全民電影》，將荷蘭娛樂體驗（Entertainment Experience）引進中國大陸，由吳宇森擔任總導師，最終希望完成一部全民參與的院線電影，並能發掘更多電影新鮮人才，能和年輕電影人更多交流、激盪火花[68]。

（五）Party Project

FCCE運用的群創共創案例不僅電影，「派對計畫（Party Project）」亦是第一個用戶創造的舞蹈活動，透過多功能社群平臺，派對計畫的參與者可以上傳並展示他們的派對企劃與創意點子，包含主題、DJ陣容、舞者、設計師。有抱負的音樂製作人也可以利用平臺上的基本旋律寫「派對頌歌」[69]。

（六）Advance Editions

出版產業應用群眾外包也進入一個新的領域—群眾編輯（Crowdsourced Editing）。Advance Editions目標係透過全球讀者的智慧、知識和技能來「讓好書更好」。Advance Editions邀請讀者針對已完成編輯、即將出版的書，免費提供第一章節試讀，歡迎讀者校對、提供情節、人物、用字遣詞、專業知識、排版等各種建議，讓作者在圖書正式出版前得以針對內容進行修正改善[70]。

（七）Kindle Scout

Amazon在2014年發布了「Kindle書探」（Kindle Scout），把出版選題權下放給讀者。Amazon邀請Kindle作者群提出從未出版的小說手稿，進入出版評估。接著，讀者可以閱讀部分摘文，並票選其最希望哪一部作品勝出，左右了哪一部作品可由Kindle出版發行。參與過程的讀者能得到的回饋是日後若此書出版，便能獲得免費贈書[71]。

「Kindle書探」對Amazon來說，可讓參與程度高的讀者與Amazon用戶討論他們可能希望出版的書籍，也為給了Amazon關於「讀者想看到什麼出版」的回饋。另一方面而言，也為Amazon的Kindle平臺提供了原創內容。

三、小結

群眾外包與傳統的電子商務有很大的差異，傳統電子商務只是消費者與供給者交易的平臺，網站扮演採購背後的供應鏈運籌、配銷、廣告…等功能，而群眾外包則是生產、創新、解決問題、開發潛在人力資源的平臺。

---

68 《全民電影》圓普通人電影夢　章子怡吳宇森當導師，人民網，2014年4月5日。網址：http://media.people.com.cn/BIG5/n/2014/0405/c14677-24834601.html

69 Entertainment Experience wins Digital Emmy Award 」，網址：http://www.clicknl.nl/media-ict/2013/04/10/entertainment-experience-wins-emmy-award/?lang=en

70 http://www.advanceeditions.com/about/

71 Amazon's Kindle Scout Crowdsourced Publishing Platform Expands Globally, Remains English-Only，2015年9月9日，網址：http://techcrunch.com/2015/09/09/amazons-kindle-scout-crowdsourced-publishing-platform-expands-globally-remains-english-only/

表3—10　群眾外包與傳統電子商務之差異

	傳統電子商務	群眾外包
網站功能	採購，供應鏈運籌，配銷、廣告、銷售通路	生產、創新、解決問題、開發潛在人力資源的平臺
網站使用者的角色	供給者、消費者	生產者、創新者、潛在人力資源

資料來源：Gregory D. Saxton, Onook Oh & Rajiv Kishore (2013): Rules of Crowdsourcing: Models, Issues, andSystems of Control, Information Systems Management, 30:1, 2-20。

群眾外包的目的包羅萬象，是為解決企業內部無法克服的問題、是為集結創新想法、是為測試市場、某種程度也是一種人力資源的媒合，企業透過外包的過程找尋到合適的人才，如影視工作者、設計師…等。

網際網路的發展，讓現今社會出現集體合作（Mass Collaboration）的可能，讓群眾得以共同發揮創意，組織不再僅依賴內部解決問題，反而要能借助或利用外部資源尋求支援，並透過網路，取代傳統的合作模式。

臺灣文創產業運用群眾外包案例仍不多，群眾外包與社群媒體有許多共同的特質，透過群眾外包的群體智慧可以獲致新產品的創意、可做為免費的內容行銷管道、推廣獨立藝文工作者…等。對文化創意產業中文化循環的各個環節在群眾外包的科技應用發展下，可能更縮短文創產業的價值鏈，並改變創意發想、產製、傳播行銷的運作模式，更開放、更貼近消費者、更去中介化，文創產業組織在此浪潮之下，其核心目標與定位都要有更明確藍圖，才能運用科技趨勢，有效地達成任務。

台灣經濟研究院編輯執行團隊

群眾募資與跨界資訊整合應用

文／台灣經濟研究院編輯執行團隊

群眾外包對於文創產業所產生的影響主要有兩個構面，本篇偏重在群眾募資對於文創產業化的影響，透過互動、評價及市場篩選機制，了解市場的偏好與消費需求。

依美國全國群眾募資協會（National Crowdfunding Association；簡稱NLCFA）對群眾募資（Crowdfunding）的定義，「群眾募資」為社會大眾透過小額資金的贊助，發揮群體集結的力量，共同支持個人或組織使其目標或專案得以執行完成[72]。多數的群眾募資係透過網路平臺，這些平臺扮演連結提案者與贊助者的中介角色。

一般而言，群眾募資有四種形式，一是公益捐贈性質（Donation-Based）；二是以服務或產品做為報酬的回饋模式（Reward-Based）；三是籌募資金以股權質押為基礎（Equity-Based）；四是籌募資金係以債權為基礎（Lending-Based）；也有混合型的模式存在。目前大家比較熟知的包含美國Kickstarter、Indiegogo、臺灣FlyingV、ZecZec都是屬於回饋或捐贈導向為基礎的群眾募資平臺。

群眾募資可運用的範圍很廣，各種活動包含創業募資、藝術創作、設計發明、自由軟體…等。群眾募資也是一個非常有利的行銷工具。

根據市調公司Massolution所發布的2015年群眾募資產業報告（2015CF The Crowdfunding Industry Report），全球群眾募資在2014年加速成長，相對2013年的募資總額61億美元（約新臺幣1,816億元）成長167%至162億美元（約新臺幣4,919.6億元）。其中回饋式及股權式募資總金額為110.8億美元（約新臺幣3,364.8億元），不過以債權為基礎的群眾募資在亞洲快速成長，包含P2P（Peer-to-Peer）及P2B（Peer-to-Business）。

一、群眾募資與文創產業應用實例

根據Massolution的統計，企業和創業領域仍是最受歡迎的集資類別，2014年共計募集了67億美元（約新臺幣2,034.7億元），占總募資金額的41.3%，其次則分別是社會事業（30.6億美元；約新臺幣929.3億

72　林雅燕（2013），新興募資方式－群眾募資行為之初探，經濟研究第14期。

元），電影及表演藝術（19.7億美元；約新臺幣598.2億元）、房地產（10.1億美元；約新臺幣306.7億元）及音樂及錄音藝術（7.36億美元；約新臺幣223.5億元），為前五大受歡迎的群眾募資類型。

獲取資金一直是文創產業主要的發展障礙，在爭取投資時也面臨一些挑戰，包含缺乏資訊並了解融資管道、難以建立和提出一個令人信服的營運計畫、商業模式。群眾募資可以是一個新的資金來源模式來解決文創產業上述的問題。本篇將例舉文創產業運用群眾募資的案例，以協助我國文創經營者，了解群眾募資的資金募集模式對文創產業產生的助益。

（一）視覺藝術

巴塞爾藝術展（Art Basel）在2014年與專門為創意計畫籌募資金的網路群眾募資平臺Kickstarter推出全新募資計畫，名為「巴塞爾藝術展網上籌募計畫」（The Art Basel Crowdfunding Initiative），旨在透過將優秀計畫推廣至巴塞爾藝術展在世界各地的觀眾群，為不同國家的藝術家及藝術機構帶來跨國性的經濟支援[73]。

英國Culturecrowd提到，Kickstarter自2009年以來，已為藝術及攝影類計畫募集5,000萬美元（約新臺幣15.2億元）資金，藝術類募資計劃成功率在該平臺約有45%，是成功率較高的類型之一，而同時期，2009～2014年美國國家藝術基金會在視覺藝術相關獎補助計畫金額不到2,000萬美元（約新臺幣6.1億元）[74]。

巴塞爾藝術展在Kickstarter網路平臺上推出策展專頁，展示由獨立評審團選出的藝術專案，題材包羅萬象。根據巴塞爾藝術展2014年9月14日的新聞稿文件[75]，獨立評審團成員包括策展人、作家兼香港亞洲藝術文獻庫研究及節目部主管Hammad Nasar、洛杉磯Getty研究中心（Getty Research Institute）建築及當代藝術部署理部門主任Glenn Phillips、伊斯坦堡及紐約Protocinema創辦人兼總監Mari Spirito。

相對於近期全球景氣環境迫使許多國家縮減對藝術的補助，大眾捐贈藝術的風氣日盛，群眾募資將過去的觀眾轉化為出資者，為藝術的發展注入一股全新的力量。只要是非營利的藝術機構，都可以提出巴塞爾藝術展網上籌募計畫申請，經過巴塞爾藝術展的核可後，即能將案件放至Kickstarter頁面的Art Basel專區，範圍涵蓋非營利展覽、公共裝置藝術、電影、藝術叢書、教育項目、藝術家駐留計畫、講座、文化對談、文庫收藏及其他創新藝術項目。平均單筆贊助金額和成功率都高過一般的Kickstarter募款案。

Kickstarter主要是回饋式的群眾募資平臺，出資者依其出資規模獲取不同的回饋，舉例來說，巴塞爾藝術展網上籌募計畫其中一個專案的大型出資者可獲得與藝術家共進晚餐的機會。

（二）電影

電影及其他影片募資計畫是Kickstarter與Indiegogo這類群眾募資平臺最受歡迎的類型。影片製作的群眾募資在美國相當盛行，常可以看到不少學生在Kickstarter或Indiegogo上替自己的畢業製作募資。

---

73 Art Basel & Kickstarter team up to support non-commercial art projects，CultureCrowd，2014年9月14日，網址：http://www.culturecrowd.co.uk/art-basel-kickstarter-team-up-to-support-non-commercial-art-projects/

74 Crowdfunding for the Arts–An Article for Art Map Hong Kong，CultureCrowd，2014年12月14日，網址：http://www.culturecrowd.co.uk/crowdfunding-for-the-arts-for-art-map-hong-kong/

75 https://d2u3kfwd92fzu7.cloudfront.net/asset/pressreleases/Art_Basel_I_Crowdfunding_Initiative_I_2014_I_TC_I_September_12-en.pdf

根據Indiegogo電影操作手冊，運用群眾募資拍片的好處包含：100%的創意主導權、即早從粉絲及跟隨者獲取回饋、在拍片前或進行中就建立觀眾。

電影群眾募資計畫募得的款項主要用於拍片的經費，而非用於行銷、設計、製作和寄送回饋（Reward）商品，但多數募資計畫的回饋包含電影延伸商品，如海報、T恤、DVD、親筆簽名，甚至一些成功的募資計畫讓粉絲參與專案，讓他們能夠與主角或導演、製作人見面。影片拍攝的募資計畫相對其他類型較難提供信賴感，投資者無法預見拍片的結果，除非導演或主創人員已具有相當的知名度。又因為拍片過程的風險高，無法預期是否能在計畫時程內完成作品，目前實務操作方法多數把預告片變成前導片、宣傳活動變成募款計畫、商品販售變成回饋項目[76]。

近幾年，群募亦於中國大陸電影產業領域中興起。2014年阿里巴巴推出「娛樂寶」，影視劇計畫投資金額每份人民幣100元（約新臺幣494元），亦即網民只要出資100元就可以投資熱門影視作品。娛樂寶連結的是保險產品，用戶的出資係透過投資該保險產品，間接投資電影。另外，百度也推出「百發有戲」，定位為群募消費＋金融的信託商品，最低門檻僅10元人民幣（約新臺幣49元），投資者可以獲得電影票等權益，並根據票房情形可能得到8%～16%的現金收益，但如果電影虧損就沒有金融收益。娛樂寶與百發有戲均定位為理財金融商品，淡化群眾募資的色彩，因為中國大陸規定群眾募資不得向外界承諾任何資金回報與收益。

而中國大陸股權式群眾募資的近期關注的焦點則是動畫片《大聖歸來》。2014年底《大聖歸來》為宣發費進行募資，一星期內即有89名投資人參與，募集了780萬人民幣（約新臺幣3,856萬元），而股權式群眾募資的機制也讓這89名投資人深度參與了這部電影的宣傳發行過程，他們為這部電影的宣傳發行出謀獻策、貢獻資源，也成了電影第一批粉絲，不僅在上映初期包場，也各自調動資源為電影推廣盡力，協助電影成就了口碑行銷的起點，使這部電影從上映首日僅有8.7%的超低排片量到打破中國大陸動畫電影的票房紀錄[77]。

（三）流行音樂

群眾募資對於流行音樂產業最重要的意義在於蒐集群體的意見，而非由少數專家主導。傳統的流行音樂產業主導權在於唱片公司，唱片公司少數專家的意見決定了音樂的產製、宣傳、發行，若沒有獲得唱片公司的簽約，歌手成名的機會相當低，唱片公司的少數專家決定了發掘、主打哪些歌手。

在群眾募資與2.0的網路時代，透過科技的進步，包含數位音樂傳輸、社群媒體，歌手有更多獨立的管道、方法可以獲得資助、發行、宣傳他們自己的音樂。群眾募資也影響音樂的產製、行銷與銷售，因為它具有促進歌手愈加獨立於大型唱片公司運作的潛力。這股「做自己」（Do-It-Yourself）的方法已經對流行音樂產業產生顯著的影響力。

---

76 【請投資我拍電影吧！】Kickstarter & 嘖嘖 群眾募資經驗談 Day 3—初步決策，網址：http://dianachaos.com/2013/09/23/%e3%80%90%e8%ab%8b%e6%8a%95%e8%b3%87%e6%88%91%e6%8b%8d%e9%9b%bb%e5%bd%b1%e5%90%a7%ef%bc%81%e3%80%91kickstarter-%e5%98%96%e5%98%96-%e5%8b%9f%e8%b3%87%e7%b6%93%e9%a9%97%e8%ab%87-day-3/#more-4426

77 新浪專欄《股權眾籌是中國電影的一劑新藥？》http://finance.sina.com.cn/zl/money/20150807/110322904702.shtml

過去幾年流行音樂透過群眾募資的計畫項目非常多元，包含生產、行銷、預售音樂作品、現場演出、音樂錄影帶、紀錄影片，也有資助購買相關設備，甚至從唱片公司買回音樂版權，這些募資項目都是以從未與唱片公司簽約或已與唱片公司解約的歌手為主。因為一般認為傳統唱片公司運作的精神與群眾募資的理念並不相符。然而，近期也開始有針對唱片公司或音樂機構的群募平臺，可以結合唱片公司商品的預售、宣傳行銷甚至是年輕歌手的發掘與培養。

二、國內文創產業群眾募資概況

根據Kickstarter 2014年的營運數據，音樂、影片類型的成功集資案件占總件數的35%，募資金額也占了19%。從數據與上述這些文創產業運用群眾募資的實例，可以看出群眾募資的確是種充滿吸引力的籌資模式，除了解決資金門檻、測試市場水溫，並且能創造話題達到宣傳行銷的效果。雖然音樂、影片類的訴求清楚、感染力強，容易獲得贊助者相挺，但這類募資案件所需資金不高，贊助門檻低，相對也很難獲得巨額資金挹注。

（一）國內主要文創商品群眾募資平臺與募資案例

國內群眾募資平臺在創新創業的熱潮下，除了全方位的綜合型群眾募資平臺，也出現許多專注特定領域的平臺。文創產業經常利用的群眾募資平臺主要包含FlyingV、嘖嘖Zeczec、群募貝果、Fuudai、LimitStyle…等。

表3—11　文創相關群眾募資平臺例舉

平臺名稱	說明	網址
FlyingV	綜合型募資平臺	https://www.flyingv.cc/
ZecZec嘖嘖	專注文創商品	https://www.zeczec.com/
Fuudai	以電影、音樂、漫畫為主	http://www.fuudai.com/
群募貝果	遊戲橘子成立的綜合型募資平臺	https://www.webackers.com/
LimitStyle限定風格	生活創意設計用品的募資與意見徵集	http://www.limitstyle.com/
Hereo	原創設計與音樂	http://www.hereo.cc/
創夢群募	專注文化創意產業	https://www.ditfunding.com/

資料來源：本研究整理。

根據各網站的資料，我國文創產業在這些募資平臺進行群眾募資的案例包含FlyingV平臺上的齊柏林《看見台灣》露天首映會、雷亞原創遊戲、南投親愛國小的原住民絃樂團[78]、一心戲劇團的《芙蓉歌》、二分之一Q劇場創意新崑劇《情書》2013巡演計畫…等。在Fuudai平臺上集資成功的有紀實電影《那個靜默的陽光午後》的集資製作、紀錄片《人型島嶼》之人型裝置藝術環臺計畫、《臨界邊緣Living On The Edge》的出版計畫、〈晴天蛙蛙〉成軍第一場Party互動音樂會…等。在群募貝果平臺上達到募資目標的文創產品及服務包含「魔鏡異旅」動畫展覽—募資計畫、《求婚練習曲》—愛情紀錄片集資計畫、漫畫「夜的事變」出版募資提案…等。在嘖嘖平臺上募資成功的案例則有《七點半的太空人》原創動畫短片周邊產品製作計畫、送「紅蛋」前進愛丁堡藝穗節…等。

78　經濟日報（2014），《FlyingV我挺，你做得到！群眾募資，30個成功個案的15個關鍵祕訣》。

紀錄片類的集資製作計畫在募資平臺上案件數相當活絡，除著名案例《看見台灣》外，《太陽，不遠》、《行者》、《灣生回家》和《老鷹想飛》都募集超過百萬元，群眾募資讓紀錄片行銷變得更多元、有趣。

另外，臺灣今年也出現音樂的專屬募資平臺，企圖替音樂工作者謀求一條新的籌措資金途徑。閃靈樂團主唱、亦為出日音樂創意總監林昶佐與Flying V聯合創辦FreeBird，FreeBird作為Flying V旗下第一個分眾化品牌，特別針對音樂屬性作出調整，例如網頁有更多空間呈現樂團主視覺，並提供線上試聽功能等。

（二）多元募資管道的選擇

群眾募資的四種形式中，國內主要群眾募資平臺，包含FlyingV、嘖嘖zeczec、群募貝果…等，均屬於回饋的模式。股權是募資平臺則有證券櫃檯買賣中心（櫃買中心）在2014年推出的創櫃板，2015年又增加了民間企業經營此類平臺的法源—「證券商經營股權性質群眾募資管理辦法」。

根據英國CultureCrowd對藝術及文創產業的群眾募資案例探討，股權式群眾募資有潛力為藝術與創意產業吸引新的投資者，並鼓勵既有投資者擴展投資組合；股權式群眾募資較適合大預算的計畫，而回饋式群眾募資較適合小預算的活動；股權及回饋混合式的群眾募資減輕了立即退出以及財務回報的壓力，各有其優缺點。

這些模式的宗旨均在於希望協助有創意的提案者透過不同的募資管道，能夠順利追求自己的夢想資金，最終文創產業資金需求方要明確清楚定位自己的訴求並選擇合適的平臺。

三、小結

根據Xiaoji Sun、Qingjun Meng（2015）[79] 的研究，文創產業在運用群眾募資上仍有一些課題待解，包含法令的支持、募資平臺的特色建立、文創產業投資收益小風險大、創作者與生態系統缺乏合作。我國雖然在2015年中已針對公司法增訂閉鎖型公司專章，也增訂股權式群眾募資的法源，但是文創產業本身要透過群眾募資募集資金並成功進入市場發展，如Xiaoji Sun、Qingjun Meng的研究，仍有許多周邊配套要完善。

不過，群眾募資在文創產業的運用，除了做為資金來源的另一管道外，機制背後更是透過預購／預售、測試消費者偏好來降低文創產業的產製風險，包含唱片、圖書的出版、歌手的挖掘、培養、轉化電影觀眾為早期投資者。群眾與社群媒體的能力，使得傳統產製流程，可以簡化到直接由創意發想直接面對消費需求，預期未來將有更多元的文創商品與服務在此運作之下蓬勃發展。

雖然我國文創產業因發展時期不長、相關統計機制仍有待透過部會積極協商來完備，市場資訊之蒐集在電影票房方面已有電影法通過的支持。除此之外，透過科技的進步，文創產業有更多管道、藉由群眾的力量得以了解市場趨勢與消費者偏好，藉此調整優化自身的創作或產品，協助我國文創產業的發展在市場基礎之下愈形穩健。

---

79 Xiaoji Sun, Qingjun Meng (2015), "Puzzles about the "Crowdfunding" in Cultural Industry and Its Ecological Countermeasures", Open Journal of Social Sciences, 2015, 3, 7-14.

2015臺灣文化創意產業發展年報

2015 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report


2014
2015
2016
2017
Cultural & Creative Industries Annual Report
Taipei City
Taichung City
Tainan City

附錄

附錄一

本年度編印工作在文化部與主計總處、財政部數度溝通及爭取下，財政部於2014年底針對稅務行業標準分類（第七次修訂）進行子類增刪修，2015年開始適用。本年報將增訂之子類行業代碼加入（包含「線上影片及節目製作」、「電視頻道代理商」、「線上影片播送」、「其他有線及其他付費節目播送」、「其他藝人及模特兒經紀」、「影片音樂零售攤販」、「線上音樂播送」、「流行音樂歌手經紀」、「流行音樂表演」、「流行音樂展演空間經營」、「流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀」）。

附表1　2015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
4869-13	影片音樂零售攤販	新增至流行音樂及文化內容產業
5911-15	線上影片及節目製作	新增至廣播電視產業
6021-13	電視頻道代理商	新增至廣播電視產業
6022-11	線上影片播送	新增至廣播電視產業
6022-12	線上音樂播送	新增至流行音樂及文化內容產業
6022-99	其他有線及其他付費節目播送	新增至廣播電視產業
7603-11	流行音樂歌手經紀	新增至流行音樂及文化內容產業
7603-99	其他藝人及模特兒等經紀	新增至廣播電視產業
9020-16	流行音樂表演	新增至流行音樂及文化內容產業
9031-13	流行音樂展演空間經營	新增至流行音樂及文化內容產業
9039-14	流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀	新增至流行音樂及文化內容產業

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（舞臺、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。	本項所稱之「音樂」專指第十五項所稱「流行音樂」以外之音樂類型。
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。	包括動畫電影之製作、發行、映演。
六、廣播電視產業	文化部	指利用無線、有線、衛星廣播電視平臺或新興影音平臺，從事節目製作、發行、播送等之行業。	包括動畫節目之製作、發行、播送。

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
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。	
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。	1.包括數位遊戲、行動應用服務、內容軟體、數位學習，以及提供內容數位化創作、企劃編輯、發行流通所需之技術面產品或服務。 2.以數位方式創作、企劃編輯、發行流通新聞報紙、雜誌（期刊）、圖書、電影、電視、音樂，包括將其典藏數位化，仍分屬其原有之出版、電影、電視、音樂產業。
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： 一、產業提供之產品或服務具表達性價值及功用性價值。 二、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。		

附註：一、文化創意產業所提供之產品或服務應呈現透過創意將文化元素加以運用、展現或發揮之特質。

二、文化創意產業其既有內容以數位化呈現，或透過其他流通載具傳播，不影響其產業別認定。

三、對附表之產業內容與範圍有疑義者，得申請各中央目的事業主管機關為產業認定。

四、申請認定之產業若有橫跨二以上中央目的事業主管機關之虞者，由中央主管機關會同有關機關認定。

附表3　就業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
			5911-15	線上影片及節目製作
			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
60	傳播及節目播送業	廣播電視產業	6010-11	廣播電臺經營
			6010-12	網路廣播
			6021-11	無線電視頻道經營
			6021-12	衛星電視頻道經營
			6021-13	電視頻道代理商
			6022-00	有線及其他付費節目播送
			6022-13	線上影片播送
			6022-99	其他有線及其他付費節目播送
		流行音樂及文化內容產業	6022-12	線上音樂播送
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

附表3　就業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
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
			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
			9020-16	流行音樂表演
			9031-13	流行音樂展演空間經營
			9039-14	流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀
		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、舞臺設計服務
			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2009～2014年家數與營業額

視覺藝術產業		2009年				2010年				2011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	65	139,389	21,928	117,461	65	106,744	19,688	87,056	60	121,565	27,180	94,386
						0.0%	-23.4%	-10.2%	-25.9%	-7.7%	13.9%	38.0%	8.4%
469920	雕塑品批發	96	247,367	17,949	229,419	98	351,292	57,189	294,103	103	377,797	31,550	346,246
						2.1%	42.0%	218.6%	28.2%	5.1%	7.5%	-44.8%	17.7%
471915	綜合商品拍賣（零售）	2	16,832	0	16,832	2	17,474	0	17,474	2	18,113	0	18,113
						0.0%	3.8%	-	3.8%	0.0%	3.7%	-	3.7%
485218	雕塑品零售	1255	1,344,086	36,834	1,307,253	1,236	1,386,353	36,379	1,349,974	1,253	1,507,206	36,344	1,470,862
						-1.5%	3.1%	-1.2%	3.3%	1.4%	8.7%	-0.1%	9.0%
485311	藝術品零售	629	1,399,320	47,398	1,351,922	614	1,749,900	35,090	1,714,811	604	1,870,561	48,940	1,821,621
						-2.4%	25.1%	-26.0%	26.8%	-1.6%	6.9%	39.5%	6.2%
857211	美術教學	3	1,087	0	1,087	3	1,576	0	1,576	4	1,691	0	1,691
						0.0%	45.0%	-	45.0%	33.3%	7.3%	-	7.3%
857215	攝影教學	2	353	0	353	2	2,892	0	2,892	2	538	0	538
						0.0%	720.3%	-	720.3%	0.0%	-81.4%	-	-81.4%
901011	繪畫創作	17	14,044	0	14,044	21	27,436	0	27,436	22	18,760	0	18,760
						23.5%	95.3%	-	95.3%	4.8%	-31.6%	-	-31.6%
901016	雕刻、雕塑創作	2	1,851	0	1,851	3	1,957	0	1,957	5	2,789	0	2,789
						50.0%	5.7%	-	5.7%	66.7%	42.5%	-	42.5%
901019	藝術作品修復	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
						-	-	-	-	-	-	-	-
901020	藝術評論	24	47,049	0	47,049	27	55,773	0	55,773	38	65,273	0	65,273
						12.5%	18.5%	-	18.5%	40.7%	17.0%	-	17.0%
901099	其他創作	93	223,088	112	222,976	102	247,608	5,154	242,454	118	361,397	209	361,188
						9.7%	11.0%	4494.0%	8.7%	15.7%	46.0%	-95.9%	49.0%
969020	字畫裱背	326	309,843	1,353	308,490	327	313,653	41	313,612	327	331,370	2,365	329,006
						0.3%	1.2%	-97.0%	1.7%	0.0%	5.6%	5732.8%	4.9%
合計		2,514	3,744,310	125,574	3,618,736	2,500	4,262,659	153,541	4,109,117	2,538	4,677,060	146,588	4,530,472
						-0.6%	13.8%	22.3%	13.6%	1.5%	9.7%	-4.5%	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，2015年11月。

視覺藝術產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	99	94,358	109	94,249	96	137,869	5,271	132,598	120	85,040	0	85,040
					-3.0%	46.1%	4735.6%	40.7%	25.0%	-38.3%	-100.0%	-35.9%
1-2年	103	143,076	398	142,678	97	131,374	0	131,374	92	247,232	2,528	244,704
					-5.8%	-8.2%	-100.0%	-7.9%	-5.2%	88.2%	-	86.3%
2-3年	102	197,068	112	196,956	88	141,933	0	141,933	88	200,590	495	200,095
					-13.7%	-28.0%	-100.0%	-27.9%	0.0%	41.3%	-	41.0%
3-4年	87	104,050	1,710	102,339	91	316,233	197	316,036	82	175,864	135	175,729
					4.6%	203.9%	-88.5%	208.8%	-9.9%	-44.4%	-31.5%	-44.4%
4-5年	91	91,658	0	91,658	84	96,236	0	96,236	90	215,553	209	215,344
					-7.7%	5.0%	-	5.0%	7.1%	124.0%	-	123.8%
5-10年	428	742,095	11,238	730,857	405	734,585	53,673	680,912	399	768,703	15,958	752,745
					-5.4%	-1.0%	377.6%	-6.8%	-1.5%	4.6%	-70.3%	10.5%
10-20年	897	1,409,766	43,746	1,366,020	912	1,623,659	13,900	1,609,758	897	1,765,441	13,723	1,751,718
					1.7%	15.2%	-68.2%	17.8%	-1.6%	8.7%	-1.3%	8.8%
20年以上	707	962,240	68,260	893,980	727	1,080,770	80,500	1,000,270	770	1,218,638	113,540	1,105,097
					2.8%	12.3%	17.9%	11.9%	5.9%	12.8%	41.0%	10.5%
合計	2,514	3,744,310	125,574	3,618,736	2,500	4,262,659	153,541	4,109,117	2,538	4,677,060	146,588	4,530,472
					-0.6%	13.8%	22.3%	13.6%	1.5%	9.7%	-4.5%	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，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

視覺藝術產業		2012年				2013年				2014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	64	120,166	15,975	104,191	61	146,420	18,428	127,992	66	136,751	18,527	118,225
		6.7%	-1.2%	-41.2%	10.4%	-4.7%	21.8%	15.4%	22.8%	8.2%	-6.6%	0.5%	-7.6%
469920	雕塑品批發	105	370,439	24,525	345,914	106	426,472	14,034	412,439	108	445,794	16,901	428,892
		1.9%	-1.9%	-22.3%	-0.1%	1.0%	15.1%	-42.8%	19.2%	1.9%	4.5%	20.4%	4.0%
471915	綜合商品拍賣（零售）	3	20,137	0	20,137	20	42,601	0	42,601	34	122,506	1,813	120,693
		50.0%	11.2%	-	11.2%	566.7%	111.6%	-	111.6%	70.0%	187.6%	-	183.3%
485218	雕塑品零售	1,239	1,495,755	54,084	1,441,671	1,225	1,444,146	40,862	1,403,284	1,202	1,497,730	44,091	1,453,639
		-1.1%	-0.8%	48.8%	-2.0%	-1.1%	-3.5%	-24.4%	-2.7%	-1.9%	3.7%	7.9%	3.6%
485311	藝術品零售	595	2,907,809	45,120	2,862,689	579	3,236,844	55,761	3,181,083	568	2,917,531	75,995	2,841,535
		-1.5%	55.5%	-7.8%	57.2%	-2.7%	11.3%	23.6%	11.1%	-1.9%	-9.9%	36.3%	-10.7%
857211	美術教學	5	2,341	0	2,341	7	3,563	0	3,563	10	9,285	0	9,285
		25.0%	38.4%	-	38.4%	40.0%	52.2%	-	52.2%	42.9%	160.6%	-	160.6%
857215	攝影教學	2	947	0	947	3	1,031	0	1,031	4	1,214	0	1,214
		0.0%	75.9%	-	75.9%	50.0%	8.9%	-	8.9%	33.3%	17.7%	-	17.7%
901011	繪畫創作	28	23,365	0	23,365	33	39,366	0	39,366	36	42,623	0	42,623
		27.3%	24.5%	-	24.5%	17.9%	68.5%	-	68.5%	9.1%	8.3%	-	8.3%
901016	雕刻、雕塑創作	6	3,946	0	3,946	12	32,105	0	32,105	16	28,774	0	28,774
		20.0%	41.5%	-	41.5%	100.0%	713.6%	-	713.6%	33.3%	-10.4%	-	-10.4%
901019	藝術作品修復	0	0	0	0	2	1,749	0	1,749	4	5,846	0	5,846
		-	-	-	-	-	-	-	-	100.0%	234.2%	-	234.2%
901020	藝術評論	44	69,163	0	69,163	46	268,296	0	268,296	45	490,277	0	490,277
		15.8%	6.0%	-	6.0%	4.5%	287.9%	-	287.9%	-2.2%	82.7%	-	82.7%
901099	其他創作	127	441,789	5	441,784	120	268,815	83	268,731	122	615,875	333	615,542
		7.6%	22.2%	-97.5%	22.3%	-5.5%	-39.2%	1511.5%	-39.2%	1.7%	129.1%	299.4%	129.1%
969020	字畫裱背	326	341,918	1,855	340,063	324	332,427	66	332,361	323	334,917	1,727	333,190
		-0.3%	3.2%	-21.6%	3.4%	-0.6%	-2.8%	-96.4%	-2.3%	-0.3%	0.7%	2518.2%	0.2%
合計		2,544	5,797,775	141,564	5,656,210	2,538	6,243,835	129,234	6,114,601	2,538	6,649,122	159,387	6,489,735
		0.2%	24.0%	-3.4%	24.8%	-0.2%	7.7%	-8.7%	8.1%	0.0%	6.5%	23.3%	6.1%

經營年數	2012年				2013年				2014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	92	55,739	0	55,739	93	118,245	9	118,236	93	80,294	2,195	78,099
	-23.3%	-34.5%	-	-34.5%	1.1%	112.1%	-	112.1%	0.0%	-32.1%	24395.1%	-33.9%
1-2年	117	153,479	0	153,479	96	135,810	31	135,779	97	355,865	102	355,763
	27.2%	-37.9%	-100.0%	-37.3%	-17.9%	-11.5%	-	-11.5%	1.0%	162.0%	232.9%	162.0%
2-3年	84	258,402	6,464	251,938	108	346,928	1,051	345,877	88	123,635	0	123,635
	-4.5%	28.8%	1205.3%	25.9%	28.6%	34.3%	-83.7%	37.3%	-18.5%	-64.4%	-100.0%	-64.3%
3-4年	83	161,757	0	161,757	79	218,658	5,493	213,165	100	598,613	0	598,613
	1.2%	-8.0%	-100.0%	-8.0%	-4.8%	35.2%	-	31.8%	26.6%	173.8%	-100.0%	180.8%
4-5年	76	370,207	5,165	365,043	74	129,704	0	129,704	74	270,407	76	270,331
	-15.6%	71.7%	2368.8%	69.5%	-2.6%	-65.0%	-100.0%	-64.5%	0.0%	108.5%	-	108.4%
5-10年	404	601,878	4,211	597,668	363	1,042,483	4,671	1,037,812	348	908,546	13,866	894,679
	1.3%	-21.7%	-73.6%	-20.6%	-10.1%	73.2%	10.9%	73.6%	-4.1%	-12.8%	196.8%	-13.8%
10-20年	854	2,760,054	9,631	2,750,424	838	2,912,727	5,309	2,907,418	780	2,839,756	7,174	2,832,582
	-4.8%	56.3%	-29.8%	57.0%	-1.9%	5.5%	-44.9%	5.7%	-6.9%	-2.5%	35.1%	-2.6%
20年以上	834	1,436,258	116,094	1,320,164	887	1,339,280	112,669	1,226,610	958	1,472,007	135,974	1,336,032
	8.3%	17.9%	2.2%	19.5%	6.4%	-6.8%	-3.0%	-7.1%	8.0%	9.9%	20.7%	8.9%
合計	2,544	5,797,775	141,564	5,656,210	2,538	6,243,835	129,234	6,114,601	2,538	6,649,122	159,387	6,489,735
	0.2%	24.0%	-3.4%	24.8%	-0.2%	7.7%	-8.7%	8.1%	0.0%	6.5%	23.3%	6.1%

視覺藝術產業

視覺藝術產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	562	1,482,813	77,029	1,405,783	563	1,827,421	63,348	1,764,073	563	2,111,683	87,910	2,023,773
臺中市	286	441,931	8,419	433,512	283	528,173	3,108	525,064	289	479,310	2,757	476,553
基隆市	33	27,829	0	27,829	33	35,524	208	35,316	35	30,050	0	30,050
臺南市	181	238,876	12,456	226,420	170	223,450	16,617	206,833	174	285,147	16,223	268,924
高雄市	270	298,508	9,881	288,627	260	296,747	8,776	287,971	263	278,568	1,395	277,173
新北市	214	283,707	664	283,042	223	313,548	1,623	311,925	222	412,876	10,143	402,733
宜蘭縣	59	50,010	902	49,109	58	49,735	976	48,759	59	50,147	1,381	48,767
桃園縣	125	175,125	15,731	159,394	122	220,903	58,176	162,727	124	205,807	26,779	179,028
嘉義市	50	47,420	0	47,420	47	46,884	0	46,884	47	47,006	0	47,006
新竹縣	32	32,180	0	32,180	34	30,284	0	30,284	34	30,389	0	30,389
苗栗縣	188	197,548	0	197,548	178	198,801	99	198,701	187	223,429	0	223,429
南投縣	66	64,892	0	64,892	69	66,686	0	66,686	71	94,398	0	94,398
彰化縣	129	114,022	0	114,022	131	113,372	0	113,372	130	118,511	0	118,511
新竹市	47	48,492	0	48,492	49	54,708	0	54,708	50	54,872	0	54,872
雲林縣	56	44,932	0	44,932	57	46,639	0	46,639	56	47,068	0	47,068
嘉義縣	28	24,179	0	24,179	29	25,305	0	25,305	30	27,555	0	27,555
屏東縣	89	78,575	0	78,575	93	94,756	0	94,756	90	97,202	0	97,202
花蓮縣	48	53,139	492	52,647	51	51,168	608	50,560	52	42,024	0	42,024
臺東縣	22	14,356	0	14,356	22	14,385	0	14,385	35	17,389	0	17,389
金門縣	15	14,879	0	14,879	14	13,313	0	13,313	14	13,313	0	13,313
澎湖縣	12	9,519	0	9,519	12	9,479	0	9,479	11	9,479	0	9,479
連江縣	2	1,379	0	1,379	2	1,379	0	1,379	2	835	0	835
合計	2,514	3,744,310	125,574	3,618,736	2,500	4,262,659	153,541	4,109,117	2,538	4,677,060	146,588	4,530,472

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

視覺藝術產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	1,741	1,681,335	4,534	1,676,801	1,714	1,801,977	9,269	1,792,708	1,716	1,857,467	8,567	1,848,900
					-1.6%	7.2%	104.4%	6.9%	0.1%	3.1%	-7.6%	3.1%
0.1-1百萬元	447	504,306	1,014	503,293	461	529,568	1,442	528,125	483	642,565	2,100	640,465
					3.1%	5.0%	42.3%	4.9%	4.8%	21.3%	45.6%	21.3%
1-5百萬元	166	400,476	3,786	396,690	166	447,313	8,986	438,327	177	510,550	5,877	504,673
					0.0%	11.7%	137.4%	10.5%	6.6%	14.1%	-34.6%	15.1%
5-10百萬元	116	514,906	83,522	431,384	115	566,538	81,459	485,079	118	494,927	107,772	387,155
					-0.9%	10.0%	-2.5%	12.4%	2.6%	-12.6%	32.3%	-20.2%
10-20百萬元	21	75,313	8,391	66,922	23	174,169	51,849	122,319	23	237,507	17,613	219,893
					9.5%	131.3%	517.9%	82.8%	0.0%	36.4%	-66.0%	79.8%
20-30百萬元	13	340,708	24,327	316,381	11	475,269	535	474,733	10	627,789	4,658	623,131
					-15.4%	39.5%	-97.8%	50.1%	-9.1%	32.1%	770.1%	31.3%
30-40百萬元	3	5,805	0	5,805	3	5,259	0	5,259	4	9,602	0	9,602
					0.0%	-9.4%	-	-9.4%	33.3%	82.6%	-	82.6%
40-50百萬元	1	1,759	0	1,759	1	1,338	0	1,338	1	818	0	818
					0.0%	-24.0%	-	-24.0%	0.0%	-38.9%	-	-38.9%
50-60百萬元	1	25,046	0	25,046	1	31,117	0	31,117	1	23,470	0	23,470
					0.0%	24.2%	-	24.2%	0.0%	-24.6%	-	-24.6%
60-80百萬元	1	29,919	0	29,919	1	52,596	0	52,596	1	27,751	0	27,751
					0.0%	75.8%	-	75.8%	0.0%	-47.2%	-	-47.2%
0.8-1億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
1-2億元	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
					0.0%	-	-	-	0.0%	-	-	-
2億元以上	3	164,735	0	164,735	3	177,516	0	177,516	3	244,614	0	244,614
					0.0%	7.8%	-	7.8%	0.0%	37.8%	-	37.8%
合計	2,514	3,744,310	125,574	3,618,736	2,500	4,262,659	153,541	4,109,117	2,538	4,677,060	146,588	4,530,472
					-0.6%	13.8%	22.3%	13.6%	1.5%	9.7%	-4.5%	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，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	560	3,128,457	82,744	3,045,714	560	3,588,367	79,063	3,509,304	565	3,756,413	93,745	3,662,668
臺中市	290	492,814	2,554	490,261	295	531,918	340	531,579	292	510,546	1,853	508,693
基隆市	36	30,694	345	30,349	37	33,560	0	33,560	34	33,207	0	33,207
臺南市	176	363,256	13,173	350,083	173	355,369	14,056	341,313	176	513,480	22,012	491,468
高雄市	266	286,325	9,541	276,784	257	282,881	0	282,881	257	335,030	1,287	333,742
新北市	223	446,546	7,855	438,690	228	353,929	10,957	342,972	232	368,797	12,264	356,533
宜蘭縣	59	54,041	4,102	49,939	58	50,635	1,845	48,790	56	51,544	2,053	49,491
桃園縣	125	190,025	18,511	171,513	127	221,273	16,852	204,420	128	229,888	17,618	212,270
嘉義市	48	48,298	0	48,298	46	47,452	0	47,452	47	48,869	0	48,869
新竹縣	38	35,952	2,740	33,212	36	64,251	4,187	60,064	36	66,434	8,519	57,915
苗栗縣	185	233,383	0	233,383	182	230,962	1,933	229,029	187	232,388	0	232,388
南投縣	73	83,859	0	83,859	69	73,959	0	73,959	68	63,294	0	63,294
彰化縣	126	111,317	0	111,317	127	106,396	0	106,396	125	104,879	0	104,879
新竹市	51	52,132	0	52,132	53	54,060	0	54,060	51	58,008	0	58,008
雲林縣	56	45,350	0	45,350	55	44,114	0	44,114	53	43,344	0	43,344
嘉義縣	30	27,982	0	27,982	30	29,137	0	29,137	32	31,572	0	31,572
屏東縣	84	77,443	0	77,443	84	76,762	0	76,762	81	99,049	0	99,049
花蓮縣	50	40,236	0	40,236	55	53,570	0	53,570	52	53,110	36	53,074
臺東縣	40	26,183	0	26,183	39	23,789	0	23,789	40	27,066	0	27,066
金門縣	15	13,352	0	13,352	14	12,815	0	12,815	14	12,815	0	12,815
澎湖縣	12	9,479	0	9,479	12	8,596	0	8,596	12	9,391	0	9,391
連江縣	1	654	0	654	1	38	0	38	0	0	0	0
合計	2,544	5,797,775	141,564	5,656,210	2,538	6,243,835	129,234	6,114,601	2,538	6,649,122	159,387	6,489,735

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	1,712	1,880,566	13,886	1,866,680	1,680	1,793,187	14,264	1,778,923	1,663	1,870,214	10,227	1,859,987
	-0.2%	1.2%	62.1%	1.0%	-1.9%	-4.6%	2.7%	-4.7%	-1.0%	4.3%	-28.3%	4.6%
0.1-1百萬元	488	632,821	4,123	628,698	511	716,808	3,088	713,720	527	760,099	2,533	757,566
	1.0%	-1.5%	96.3%	-1.8%	4.7%	13.3%	-25.1%	13.5%	3.1%	6.0%	-18.0%	6.1%
1-5百萬元	184	459,694	10,585	449,108	187	398,977	11,120	387,858	186	456,343	15,876	440,466
	4.0%	-10.0%	80.1%	-11.0%	1.6%	-13.2%	5.1%	-13.6%	-0.5%	14.4%	42.8%	13.6%
5-10百萬元	114	600,033	100,688	499,345	111	534,397	90,223	444,174	111	606,422	121,898	484,524
	-3.4%	21.2%	-6.6%	29.0%	-2.6%	-10.9%	-10.4%	-11.0%	0.0%	13.5%	35.1%	9.1%
10-20百萬元	22	355,505	9,148	346,357	22	571,270	5,677	565,593	23	464,566	3,716	460,850
	-4.3%	49.7%	-48.1%	57.5%	0.0%	60.7%	-37.9%	63.3%	4.5%	-18.7%	-34.5%	-18.5%
20-30百萬元	11	867,916	741	867,175	12	1,139,027	4,862	1,134,165	13	1,488,932	5,138	1,483,795
	10.0%	38.2%	-84.1%	39.2%	9.1%	31.2%	555.9%	30.8%	8.3%	30.7%	5.7%	30.8%
30-40百萬元	5	41,659	0	41,659	6	211,241	0	211,241	6	452,228	0	452,228
	25.0%	333.8%	-	333.8%	20.0%	407.1%	-	407.1%	0.0%	114.1%	-	114.1%
40-50百萬元	1	940	0	940	1	867	0	867	1	1,320	0	1,320
	0.0%	15.0%	-	15.0%	0.0%	-7.8%	-	-7.8%	0.0%	52.3%	-	52.3%
50-60百萬元	1	4,831	0	4,831	2	20,894	0	20,894	2	10,650	0	10,650
	0.0%	-79.4%	-	-79.4%	100.0%	332.5%	-	332.5%	0.0%	-49.0%	-	-49.0%
60-80百萬元	1	23,080	2,393	20,686	1	18,303	0	18,303	1	10,762	0	10,762
	0.0%	-16.8%	-	-25.5%	0.0%	-20.7%	-100.0%	-11.5%	0.0%	-41.2%	-	-41.2%
0.8-1億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1-2億元	2	200	0	200	2	0	0	0	2	10,762	0	10,762
	100.0%	-	-	-	0.0%	-100.0%	-	-100.0%	0.0%	-	-	-
2億元以上	3	930,532	0	930,532	3	838,864	0	838,864	3	516,826	0	516,826
	0.0%	280.4%	-	280.4%	0.0%	-9.9%	-	-9.9%	0.0%	-38.4%	-	-38.4%
合計	2,544	5,797,775	141,564	5,656,210	2,538	6,243,835	129,234	6,114,601	2,538	6,649,122	159,387	6,489,735
	0.2%	24.0%	-3.4%	24.8%	-0.2%	7.7%	-8.7%	8.1%	0.0%	6.5%	23.3%	6.1%

音樂及表演藝術產業

音樂及表演藝術產業2009～2014年家數與營業額

音樂及表演藝術產業		2009年				2010年				2011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	工作平臺架設工程	9	505,437	2,371	503,066	9	612,515	11,666	600,848	10	800,448	34,712	765,735
						0.0%	21.2%	392.0%	19.4%	11.1%	30.7%	197.5%	27.4%
790012	戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務	6	23,369	0	23,369	6	23,282	0	23,282	6	24,149	0	24,149
						0.0%	-0.4%	-	-0.4%	0.0%	3.7%	-	3.7%
857212	戲劇教學	1	0	0	0	2	0	0	0	2	2,161	0	2,161
						100.0%	-	-	-	0.0%	24008044.4%	-	24008044.4%
857213	音樂教學	12	8,596	0	8,596	21	37,329	0	37,329	32	124,249	0	124,249
						75.0%	334.2%	-	334.2%	52.4%	232.9%	-	232.9%
857214	舞蹈教學	13	12,319	0	12,319	19	25,495	0	25,495	24	35,714	0	35,714
						46.2%	107.0%	-	107.0%	26.3%	40.1%	-	40.1%
857299	其他藝術教育服務	30	29,109	0	29,109	39	115,937	0	115,937	58	164,107	0	164,107
						30.0%	298.3%	-	298.3%	48.7%	41.5%	-	41.5%
901014	戲劇創作	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
						-	-	-	-	-	-	-	-
902011	劇團	247	636,059	0	636,059	266	843,834	8	843,826	286	837,974	0	837,974
						7.7%	32.7%	-	32.7%	7.5%	-0.7%	-100.0%	-0.7%
902012	舞團	30	42,944	0	42,944	35	48,018	0	48,018	40	39,782	0	39,782
						16.7%	11.8%	-	11.8%	14.3%	-17.2%	-	-17.2%
902013	音樂表演	151	961,629	450	961,179	186	940,491	1,140	939,351	203	714,403	1,374	713,029
						23.2%	-2.2%	153.2%	-2.3%	9.1%	-24.0%	20.5%	-24.1%
902015	民俗藝術表演	9	3,304	0	3,304	8	3,777	0	3,777	10	4,628	0	4,628
						-11.1%	14.3%	-	14.3%	25.0%	22.5%	-	22.5%
902099	其他藝術表演	376	1,798,170	23,010	1,775,159	446	2,110,858	2,517	2,108,341	497	2,533,336	4,769	2,528,567
						18.6%	17.4%	-89.1%	18.8%	11.4%	20.0%	89.4%	19.9%
903911	藝術表演活動籌辦、監製與經紀	604	3,882,004	75,611	3,806,393	717	4,613,618	86,220	4,527,398	805	4,826,920	74,915	4,752,005
						18.7%	18.8%	14.0%	18.9%	12.3%	4.6%	-13.1%	5.0%
903912	服裝指導、表演造型設計	20	28,386	0	28,386	22	29,089	0	29,089	24	34,260	0	34,260
						10.0%	2.5%	-	2.5%	9.1%	17.8%	-	17.8%
903913	燈光、舞臺設計服務	86	461,535	118	461,417	106	714,699	9,648	705,051	123	934,312	7,322	926,990
						23.3%	54.9%	8051.1%	52.8%	16.0%	30.7%	-24.1%	31.5%
903999	未分類其他藝術表演輔助服務	13	98,218	0	98,218	13	246,444	0	246,444	19	181,005	0	181,005
						0.0%	150.9%	-	150.9%	46.2%	-26.6%	-	-26.6%
合計		1,607	8,491,078	101,561	8,389,518	1,895	10,365,385	111,200	10,254,185	2,139	11,257,448	123,092	11,134,357
						17.9%	22.1%	9.5%	22.2%	12.9%	8.6%	10.7%	8.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

音樂及表演藝術產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	264	359,589	0	359,589	329	411,740	0	411,740	350	438,796	572	438,224
					24.6%	14.5%	-	14.5%	6.4%	6.6%	-	6.4%
1-2年	211	505,714	19,197	486,517	271	824,371	16,645	807,726	330	844,534	14,982	829,551
					28.4%	63.0%	-13.3%	66.0%	21.8%	2.4%	-10.0%	2.7%
2-3年	189	652,624	2,446	650,178	199	664,090	13,048	651,043	241	825,778	7,035	818,744
					5.3%	1.8%	433.5%	0.1%	21.1%	24.3%	-46.1%	25.8%
3-4年	159	930,320	4,072	926,248	172	735,151	5,504	729,646	184	644,681	948	643,734
					8.2%	-21.0%	35.2%	-21.2%	7.0%	-12.3%	-82.8%	-11.8%
4-5年	133	583,214	23,872	559,343	147	859,967	4,234	855,733	153	697,908	11,204	686,703
					10.5%	47.5%	-82.3%	53.0%	4.1%	-18.8%	164.6%	-19.8%
5-10年	413	2,021,343	27,831	1,993,512	461	2,412,379	47,532	2,364,847	497	3,026,820	21,337	3,005,483
					11.6%	19.3%	70.8%	18.6%	7.8%	25.5%	-55.1%	27.1%
10-20年	191	3,094,084	24,143	3,069,941	253	3,601,805	14,072	3,587,734	312	3,665,392	59,126	3,606,266
					32.5%	16.4%	-41.7%	16.9%	23.3%	1.8%	320.2%	0.5%
20年以上	46	344,190	0	344,190	62	855,882	10,165	845,716	72	1,113,538	7,887	1,105,651
					34.8%	148.7%	-	145.7%	16.1%	30.1%	-22.4%	30.7%
未知	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
					0.0%	-	-	-	-100.0%	-	-	-
合計	1,607	8,491,078	101,561	8,389,518	1,895	10,365,385	111,200	10,254,185	2,139	11,257,448	123,092	11,134,357
					17.9%	22.1%	9.5%	22.2%	12.9%	8.6%	10.7%	8.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

音樂及表演藝術產業		2012年				2013年				2014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	工作平臺架設工程	11	1,001,421	175,286	826,135	16	1,112,910	128,995	983,915	22	1,234,096	171,683	1,062,412
		10.0%	25.1%	405.0%	7.9%	45.5%	11.1%	-26.4%	19.1%	37.5%	10.9%	33.1%	8.0%
790012	戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務	6	26,030	0	26,030	11	40,103	0	40,103	17	57,375	50	57,325
		0.0%	7.8%	-	7.8%	83.3%	54.1%	-	54.1%	54.5%	43.1%	-	42.9%
857212	戲劇教學	2	2,703	0	2,703	3	5,923	0	5,923	3	5,257	0	5,257
		0.0%	25.1%	-	25.1%	50.0%	119.1%	-	119.1%	0.0%	-11.2%	-	-11.2%
857213	音樂教學	34	179,501	0	179,501	42	188,198	0	188,198	51	277,122	43	277,079
		6.3%	44.5%	-	44.5%	23.5%	4.8%	-	4.8%	21.4%	47.3%	-	47.2%
857214	舞蹈教學	28	25,409	0	25,409	35	32,714	0	32,714	42	40,924	0	40,924
		16.7%	-28.9%	-	-28.9%	25.0%	28.8%	-	28.8%	20.0%	25.1%	-	25.1%
857299	其他藝術教育服務	74	198,974	0	198,974	84	215,879	1,397	214,481	97	254,201	1,142	253,059
		27.6%	21.2%	-	21.2%	13.5%	8.5%	-	7.8%	15.5%	17.8%	-18.3%	18.0%
901014	戲劇創作	0	0	0	0	1	507	0	507	3	3,183	0	3,183
		-	-	-	-	-	-	-	-	200.0%	528.3%	-	528.3%
902011	劇團	292	924,546	1,967	922,578	310	1,089,821	5,422	1,084,399	330	754,130	5,191	748,939
		2.1%	10.3%	-	10.1%	6.2%	17.9%	175.6%	17.5%	6.5%	-30.8%	-4.3%	-30.9%
902012	舞團	46	43,292	0	43,292	62	50,369	0	50,369	78	55,327	0	55,327
		15.0%	8.8%	-	8.8%	34.8%	16.3%	-	16.3%	25.8%	9.8%	-	9.8%
902013	音樂表演	209	670,243	297	669,946	238	821,526	262	821,265	278	468,732	46,850	421,882
		3.0%	-6.2%	-78.4%	-6.0%	13.9%	22.6%	-11.8%	22.6%	16.8%	-42.9%	17809.8%	-48.6%
902015	民俗藝術表演	13	5,079	0	5,079	22	6,194	0	6,194	39	8,730	0	8,730
		30.0%	9.8%	-	9.8%	69.2%	21.9%	-	21.9%	77.3%	40.9%	-	40.9%
902099	其他藝術表演	537	2,591,262	21,394	2,569,868	575	2,659,157	6,183	2,652,973	594	2,877,827	25,133	2,852,694
		8.0%	2.3%	348.6%	1.6%	7.1%	2.6%	-71.1%	3.2%	3.3%	8.2%	306.5%	7.5%
903911	藝術表演活動籌辦、監製與經紀	920	5,991,136	28,243	5,962,893	982	7,226,957	102,024	7,124,933	1,068	8,214,632	67,342	8,147,290
		14.3%	24.1%	-62.3%	25.5%	6.7%	20.6%	261.2%	19.5%	8.8%	13.7%	-34.0%	14.3%
903912	服裝指導、表演造型設計	25	44,626	0	44,626	35	58,787	0	58,787	41	61,818	0	61,818
		4.2%	30.3%	-	30.3%	40.0%	31.7%	-	31.7%	17.1%	5.2%	-	5.2%
903913	燈光、舞臺設計服務	134	897,058	5,331	891,726	159	933,246	3,545	929,700	182	1,158,826	2,944	1,155,882
		8.9%	-4.0%	-27.2%	-3.8%	18.7%	4.0%	-33.5%	4.3%	14.5%	24.2%	-17.0%	24.3%
903999	未分類其他藝術表演輔助服務	22	224,145	115	224,031	96	261,134	0	261,134	160	382,568	7,937	374,631
		15.8%	23.8%	-	23.8%	336.4%	16.5%	-100.0%	16.6%	66.7%	46.5%	-	43.5%
合計		2,353	12,825,424	232,633	12,592,791	2,671	14,703,424	247,829	14,455,595	3,005	15,854,748	328,315	15,526,433
		10.0%	13.9%	89.0%	13.1%	13.5%	14.6%	6.5%	14.8%	12.5%	7.8%	32.5%	7.4%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	300	533,280	1,111	532,169	446	578,846	6,272	572,574	434	429,898	1,774	428,123
	-14.3%	21.5%	94.3%	21.4%	48.7%	8.5%	464.5%	7.6%	-2.7%	-25.7%	-71.7%	-25.2%
1-2年	345	987,815	10,207	977,609	324	969,625	22,460	947,165	449	1,294,895	7,446	1,287,449
	4.5%	17.0%	-31.9%	17.8%	-6.1%	-1.8%	120.1%	-3.1%	38.6%	33.5%	-66.8%	35.9%
2-3年	300	856,986	336	856,650	310	1,012,353	2,429	1,009,924	295	1,108,336	25,384	1,082,952
	24.5%	3.8%	-95.2%	4.6%	3.3%	18.1%	622.4%	17.9%	-4.8%	9.5%	944.9%	7.2%
3-4年	226	1,065,107	3,088	1,062,019	265	850,057	146	849,911	283	1,107,725	9,466	1,098,259
	22.8%	65.2%	225.9%	65.0%	17.3%	-20.2%	-95.3%	-20.0%	6.8%	30.3%	6380.7%	29.2%
4-5年	176	623,534	150	623,384	206	883,611	1,398	882,213	250	870,807	2,262	868,544
	15.0%	-10.7%	-98.7%	-9.2%	17.0%	41.7%	834.9%	41.5%	21.4%	-1.4%	61.8%	-1.5%
5-10年	577	3,398,617	22,067	3,376,550	633	3,534,374	63,017	3,471,357	705	3,905,620	38,809	3,866,811
	16.1%	12.3%	3.4%	12.3%	9.7%	4.0%	185.6%	2.8%	11.4%	10.5%	-38.4%	11.4%
10-20年	334	3,708,311	184,156	3,524,155	382	4,755,968	146,890	4,609,079	465	5,183,849	232,862	4,950,987
	7.1%	1.2%	211.5%	-2.3%	14.4%	28.3%	-20.2%	30.8%	21.7%	9.0%	58.5%	7.4%
20年以上	95	1,651,775	11,519	1,640,256	105	2,118,591	5,217	2,113,374	124	1,953,619	10,312	1,943,308
	31.9%	48.3%	46.1%	48.4%	10.5%	28.3%	-54.7%	28.8%	18.1%	-7.8%	97.7%	-8.0%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	2,353	12,825,424	232,633	12,592,791	2,671	14,703,424	247,829	14,455,595	3,005	15,854,748	328,315	15,526,433
	10.0%	13.9%	89.0%	13.1%	13.5%	14.6%	6.5%	14.8%	12.5%	7.8%	32.5%	7.4%

音樂及表演藝術產業

音樂及表演藝術產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	606	5,303,279	99,414	5,203,864	710	6,317,932	110,620	6,207,311	776	7,085,545	122,595	6,962,951
臺中市	105	171,421	0	171,421	129	271,378	279	271,099	150	311,095	269	310,826
基隆市	14	41,784	0	41,784	20	86,758	0	86,758	25	146,545	0	146,545
臺南市	99	259,301	0	259,301	118	264,208	51	264,157	139	358,712	228	358,485
高雄市	106	1,173,350	0	1,173,350	130	1,409,619	0	1,409,619	149	1,047,760	0	1,047,760
新北市	263	758,712	2,146	756,565	301	976,507	0	976,507	340	1,100,389	0	1,100,389
宜蘭縣	37	153,601	0	153,601	41	165,489	0	165,489	44	220,337	0	220,337
桃園縣	79	336,005	0	336,005	89	514,252	0	514,252	100	537,972	0	537,972
嘉義市	5	1,616	0	1,616	5	1,616	0	1,616	9	3,690	0	3,690
新竹縣	21	18,558	0	18,558	22	50,292	0	50,292	27	66,790	0	66,790
苗栗縣	30	71,826	0	71,826	37	69,640	0	69,640	42	76,558	0	76,558
南投縣	21	20,423	0	20,423	20	28,628	0	28,628	24	20,612	0	20,612
彰化縣	60	20,050	0	20,050	68	34,730	250	34,481	75	51,097	0	51,097
新竹市	18	6,714	0	6,714	22	9,227	0	9,227	27	12,700	0	12,700
雲林縣	30	39,297	0	39,297	35	27,774	0	27,774	36	37,769	0	37,769
嘉義縣	13	10,784	0	10,784	19	15,661	0	15,661	22	15,300	0	15,300
屏東縣	40	72,048	0	72,048	47	76,928	0	76,928	50	87,162	0	87,162
花蓮縣	17	23,445	0	23,445	18	28,564	0	28,564	23	38,009	0	38,009
臺東縣	36	5,774	0	5,774	56	9,694	0	9,694	70	20,234	0	20,234
金門縣	6	2,652	0	2,652	6	5,475	0	5,475	7	12,806	0	12,806
澎湖縣	1	439	0	439	2	1,013	0	1,013	4	6,365	0	6,365
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	1,607	8,491,078	101,561	8,389,518	1,895	10,365,385	111,200	10,254,185	2,139	11,257,448	123,092	11,134,357

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

音樂及表演藝術產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	419	532,414	0	532,414	523	598,030	0	598,030	603	714,957	0	714,957
					24.8%	12.3%	-	12.3%	15.3%	19.6%	-	19.6%
0.1-1百萬元	595	1,374,135	250	1,373,885	700	1,660,063	17,071	1,642,992	784	1,842,251	31,885	1,810,366
					17.6%	20.8%	6725.6%	19.6%	12.0%	11.0%	86.8%	10.2%
1-5百萬元	388	2,725,806	53,401	2,672,406	445	3,506,752	58,611	3,448,141	502	3,812,453	33,188	3,779,265
					14.7%	28.7%	9.8%	29.0%	12.8%	8.7%	-43.4%	9.6%
5-10百萬元	133	1,701,199	5,540	1,695,659	142	1,857,430	4,944	1,852,486	152	1,976,744	3,554	1,973,190
					6.8%	9.2%	-10.8%	9.2%	7.0%	6.4%	-28.1%	6.5%
10-20百萬元	37	456,844	18,787	438,058	46	511,538	9,671	501,867	53	630,819	13,127	617,693
					24.3%	12.0%	-48.5%	14.6%	15.2%	23.3%	35.7%	23.1%
20-30百萬元	12	103,991	21,212	82,779	14	104,951	0	104,951	14	155,999	0	155,999
					16.7%	0.9%	-100.0%	26.8%	0.0%	48.6%	-	48.6%
30-40百萬元	8	534,984	0	534,984	7	791,363	9,237	782,126	7	729,130	6,626	722,505
					-12.5%	47.9%	-	46.2%	0.0%	-7.9%	-28.3%	-7.6%
40-50百萬元	2	8,828	0	8,828	2	9,440	0	9,440	3	8,386	0	8,386
					0.0%	6.9%	-	6.9%	50.0%	-11.2%	-	-11.2%
50-60百萬元	4	71,564	0	71,564	4	85,512	0	85,512	7	92,834	0	92,834
					0.0%	19.5%	-	19.5%	75.0%	8.6%	-	8.6%
60-80百萬元	2	450,847	2,371	448,476	4	564,681	11,666	553,015	4	737,914	34,712	703,202
					100.0%	25.2%	392.0%	23.3%	0.0%	30.7%	197.5%	27.2%
0.8-1億元	1	1,704	0	1,704	1	15,589	0	15,589	1	8,752	0	8,752
					0.0%	814.7%	-	814.7%	0.0%	-43.9%	-	-43.9%
1-2億元	1	780	0	780	2	27,710	0	27,710	3	16,162	0	16,162
					100.0%	3452.5%	-	3452.5%	50.0%	-41.7%	-	-41.7%
2億元以上	5	527,980	0	527,980	5	632,325	0	632,325	6	531,045	0	531,045
					0.0%	19.8%	-	19.8%	20.0%	-16.0%	-	-16.0%
合計	1,607	8,491,078	101,561	8,389,518	1,895	10,365,385	111,200	10,254,185	2,139	11,257,448	123,092	11,134,357
					17.9%	22.1%	9.5%	22.2%	12.9%	8.6%	10.7%	8.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	842	7,610,797	231,485	7,379,313	955	9,368,142	243,301	9,124,841	1,025	10,019,489	315,799	9,703,690
臺中市	169	350,427	504	349,923	181	402,935	1,194	401,740	222	470,664	947	469,718
基隆市	24	71,825	0	71,825	26	76,547	0	76,547	26	67,078	0	67,078
臺南市	151	403,843	29	403,814	173	480,332	58	480,274	188	582,584	98	582,486
高雄市	154	1,588,299	0	1,588,299	187	1,416,166	2,920	1,413,246	219	1,302,321	1,290	1,301,031
新北市	384	1,366,205	615	1,365,590	452	1,528,709	355	1,528,353	513	1,731,259	4,091	1,727,168
宜蘭縣	47	202,646	0	202,646	51	237,729	0	237,729	53	270,850	0	270,850
桃園縣	109	624,801	0	624,801	125	554,178	0	554,178	136	590,990	6,089	584,901
嘉義市	10	10,241	0	10,241	11	10,070	0	10,070	15	37,662	0	37,662
新竹縣	27	53,543	0	53,543	30	52,922	0	52,922	45	65,876	0	65,876
苗栗縣	47	102,504	0	102,504	50	106,000	0	106,000	59	140,289	0	140,289
南投縣	26	26,348	0	26,348	30	30,724	0	30,724	37	44,776	0	44,776
彰化縣	81	119,544	0	119,544	88	78,979	0	78,979	97	130,099	0	130,099
新竹市	33	14,880	0	14,880	38	27,526	0	27,526	42	37,925	0	37,925
雲林縣	39	74,295	0	74,295	43	84,404	0	84,404	45	82,269	0	82,269
嘉義縣	28	22,782	0	22,782	28	29,580	0	29,580	30	31,372	0	31,372
屏東縣	60	101,474	0	101,474	63	125,757	0	125,757	69	133,014	0	133,014
花蓮縣	24	40,908	0	40,908	29	43,693	0	43,693	33	55,125	0	55,125
臺東縣	81	19,788	0	19,788	92	20,932	0	20,932	127	29,990	0	29,990
金門縣	10	8,069	0	8,069	10	10,099	0	10,099	14	10,284	0	10,284
澎湖縣	5	5,932	0	5,932	6	7,926	0	7,926	7	11,572	0	11,572
連江縣	2	6,272	0	6,272	3	10,073	0	10,073	3	9,260	0	9,260
合計	2,353	12,825,424	232,633	12,592,791	2,671	14,703,424	247,829	14,455,595	3,005	15,854,748	328,315	15,526,433

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	650	878,284	0	878,284	738	980,441	354	980,086	852	1,179,759	1,020	1,178,740
	7.8%	22.8%	-	22.8%	13.5%	11.6%	-	11.6%	15.4%	20.3%	187.8%	20.3%
0.1-1百萬元	893	2,153,523	27,072	2,126,451	1,045	2,559,972	14,981	2,544,990	1,196	2,943,325	37,399	2,905,926
	13.9%	16.9%	-15.1%	17.5%	17.0%	18.9%	-44.7%	19.7%	14.4%	15.0%	149.6%	14.2%
1-5百萬元	540	4,150,244	16,557	4,133,687	601	4,473,544	57,815	4,415,729	652	5,052,995	84,931	4,968,064
	7.6%	8.9%	-50.1%	9.4%	11.3%	7.8%	249.2%	6.8%	8.5%	13.0%	46.9%	12.5%
5-10百萬元	162	1,971,567	3,395	1,968,171	171	2,296,164	2,851	2,293,313	182	2,007,776	10,589	1,997,187
	6.6%	-0.3%	-4.5%	-0.3%	5.6%	16.5%	-16.0%	16.5%	6.4%	-12.6%	271.4%	-12.9%
10-20百萬元	59	890,938	4,470	886,468	64	816,515	40,941	775,574	63	774,997	15,841	759,155
	11.3%	41.2%	-65.9%	43.5%	8.5%	-8.4%	815.9%	-12.5%	-1.6%	-5.1%	-61.3%	-2.1%
20-30百萬元	16	153,637	0	153,637	19	174,973	1,608	173,365	23	172,677	0	172,677
	14.3%	-1.5%	-	-1.5%	18.8%	13.9%	-	12.8%	21.1%	-1.3%	-100.0%	-0.4%
30-40百萬元	8	807,616	5,293	802,323	8	652,204	283	651,921	9	625,624	762	624,862
	14.3%	10.8%	-20.1%	11.0%	0.0%	-19.2%	-94.7%	-18.7%	12.5%	-4.1%	169.3%	-4.2%
40-50百萬元	3	13,430	0	13,430	3	28,368	0	28,368	3	43,205	0	43,205
	0.0%	60.1%	-	60.1%	0.0%	111.2%	-	111.2%	0.0%	52.3%	-	52.3%
50-60百萬元	7	307,150	0	307,150	7	268,848	0	268,848	7	294,916	0	294,916
	0.0%	230.9%	-	230.9%	0.0%	-12.5%	-	-12.5%	0.0%	9.7%	-	9.7%
60-80百萬元	4	901,185	175,845	725,340	3	994,142	128,995	865,148	5	1,116,645	171,683	944,962
	0.0%	22.1%	406.6%	3.1%	-25.0%	10.3%	-26.6%	19.3%	66.7%	12.3%	33.1%	9.2%
0.8-1億元	1	3,114	0	3,114	1	1,102	0	1,102	1	857	0	857
	0.0%	-64.4%	-	-64.4%	0.0%	-64.6%	-	-64.6%	0.0%	-22.2%	-	-22.2%
1-2億元	3	13,909	0	13,909	3	11,846	0	11,846	3	11,241	0	11,241
	0.0%	-13.9%	-	-13.9%	0.0%	-14.8%	-	-14.8%	0.0%	-5.1%	-	-5.1%
2億元以上	7	580,828	0	580,828	8	1,445,304	0	1,445,304	9	1,630,731	6,089	1,624,642
	16.7%	9.4%	-	9.4%	14.3%	148.8%	-	148.8%	12.5%	12.8%	-	12.4%
合計	2,353	12,825,424	232,633	12,592,791	2,671	14,703,424	247,829	14,455,595	3,005	15,854,748	328,315	15,526,433
	10.0%	13.9%	89.0%	13.1%	13.5%	14.6%	6.5%	14.8%	12.5%	7.8%	32.5%	7.4%

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2009～2014年家數與營業額

文化資產應用及展演設施產業		2009年				2010年				2011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	21,600	0	21,600	7	22,860	0	22,860	7	18,494	0	18,494
						0.0%	5.8%	-	5.8%	0.0%	-19.1%	-	-19.1%
903112	音樂廳、音樂展演空間經營	10	481,846	0	481,846	9	193,285	0	193,285	9	809,634	0	809,634
						-10.0%	-59.9%	-	-59.9%	0.0%	318.9%	-	318.9%
903199	其他藝術表演場所經營	19	53,090	1,022	52,068	27	84,975	1,514	83,461	45	97,170	349	96,822
						42.1%	60.1%	48.1%	60.3%	66.7%	14.4%	-77.0%	16.0%
910399	其他博物館、歷史遺址及其他類似機構	20	149,859	0	149,859	20	179,128	0	179,128	21	253,698	0	253,698
						0.0%	19.5%	-	19.5%	5.0%	41.6%	-	41.6%
合計		56	706,394	1,022	705,372	63	480,249	1,514	478,735	82	1,178,997	349	1,178,648
						12.5%	-32.0%	48.1%	-32.1%	30.2%	145.5%	-77.0%	146.2%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

文化資產應用及展演設施產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	7	6,272	24	6,248	10	28,915	1,514	27,401	18	6,865	0	6,865
					42.9%	361.0%	6134.8%	338.6%	80.0%	-76.3%	-100.0%	-74.9%
1-2年	7	90,262	0	90,262	7	16,231	0	16,231	11	34,633	349	34,284
					0.0%	-82.0%	-	-82.0%	57.1%	113.4%	-	111.2%
2-3年	3	42,759	0	42,759	6	71,989	0	71,989	8	32,280	0	32,280
					100.0%	68.4%	-	68.4%	33.3%	-55.2%	-	-55.2%
3-4年	9	31,798	0	31,798	3	51,872	0	51,872	5	64,471	0	64,471
					-66.7%	63.1%	-	63.1%	66.7%	24.3%	-	24.3%
4-5年	5	2,967	0	2,967	8	34,384	0	34,384	3	107,860	0	107,860
					60.0%	1058.7%	-	1058.7%	-62.5%	213.7%	-	213.7%
5-10年	15	196,905	0	196,905	16	229,220	0	229,220	24	277,861	0	277,861
					6.7%	16.4%	-	16.4%	50.0%	21.2%	-	21.2%
10-20年	7	324,316	998	323,319	10	26,057	0	26,057	9	635,314	0	635,314
					42.9%	-92.0%	-100.0%	-91.9%	-10.0%	2338.1%	-	2338.1%
20年以上	3	11,114	0	11,114	3	21,581	0	21,581	4	19,713	0	19,713
					0.0%	94.2%	-	94.2%	33.3%	-8.7%	-	-8.7%
合計	56	706,394	1,022	705,372	63	480,249	1,514	478,735	82	1,178,997	349	1,178,648
					12.5%	-32.0%	48.1%	-32.1%	30.2%	145.5%	-77.0%	146.2%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015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		2012年				2013年				2014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	6	11,013	0	11,013	6	46,882	0	46,882	6	18,801	0	18,801
		-14.3%	-40.5%	-	-40.5%	0.0%	325.7%	-	325.7%	0.0%	-59.9%	-	-59.9%
903112	音樂廳、音樂展演空間經營	9	626,058	0	626,058	21	470,139	0	470,139	31	672,864	0	672,864
		0.0%	-22.7%	-	-22.7%	133.3%	-24.9%	-	-24.9%	47.6%	43.1%	-	43.1%
903199	其他藝術表演場所經營	61	110,445	6,498	103,948	68	137,507	0	137,507	90	306,303	4,001	302,302
		35.6%	13.7%	1764.0%	7.4%	11.5%	24.5%	-100.0%	32.3%	32.4%	122.8%	-	119.8%
910399	其他博物館、歷史遺址及其他類似機構	27	265,996	0	265,996	30	288,637	0	288,637	32	348,485	0	348,485
		28.6%	4.8%	-	4.8%	11.1%	8.5%	-	8.5%	6.7%	20.7%	-	20.7%
合計		103	1,013,513	6,498	1,007,015	125	943,165	0	943,165	159	1,346,453	4,001	1,342,452
		25.6%	-14.0%	1764.0%	-14.6%	21.4%	-6.9%	-100.0%	-6.3%	27.2%	42.8%	-	42.3%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	24	18,046	0	18,046	28	30,654	0	30,654	35	44,078	0	44,078
	33.3%	162.9%	-	162.9%	16.7%	69.9%	-	69.9%	25.0%	43.8%	-	43.8%
1-2年	17	36,623	0	36,623	24	39,610	0	39,610	31	177,982	4,001	173,981
	54.5%	5.7%	-100.0%	6.8%	41.2%	8.2%	-	8.2%	29.2%	349.3%	-	339.2%
2-3年	10	34,586	5,393	29,193	15	19,407	0	19,407	22	142,379	0	142,379
	25.0%	7.1%	-	-9.6%	50.0%	-43.9%	-100.0%	-33.5%	46.7%	633.7%	-	633.7%
3-4年	8	32,328	0	32,328	10	30,769	0	30,769	13	19,326	0	19,326
	60.0%	-49.9%	-	-49.9%	25.0%	-4.8%	-	-4.8%	30.0%	-37.2%	-	-37.2%
4-5年	5	66,289	0	66,289	6	30,541	0	30,541	10	34,473	0	34,473
	66.7%	-38.5%	-	-38.5%	20.0%	-53.9%	-	-53.9%	66.7%	12.9%	-	12.9%
5-10年	23	168,232	1,105	167,127	21	217,722	0	217,722	22	174,841	0	174,841
	-4.2%	-39.5%	-	-39.9%	-8.7%	29.4%	-100.0%	30.3%	4.8%	-19.7%	-	-19.7%
10-20年	12	647,515	0	647,515	17	298,448	0	298,448	21	270,314	0	270,314
	33.3%	1.9%	-	1.9%	41.7%	-53.9%	-	-53.9%	23.5%	-9.4%	-	-9.4%
20年以上	4	9,893	0	9,893	4	276,015	0	276,015	5	483,060	0	483,060
	0.0%	-49.8%	-	-49.8%	0.0%	2690.0%	-	2690.0%	25.0%	75.0%	-	75.0%
合計	103	1,013,513	6,498	1,007,015	125	943,165	0	943,165	159	1,346,453	4,001	1,342,452
	25.6%	-14.0%	1764.0%	-14.6%	21.4%	-6.9%	-100.0%	-6.3%	27.2%	42.8%	-	42.3%

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2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	598,849	1,022	597,827	24	334,040	0	334,040	25	931,202	0	931,202
臺中市	4	5,304	0	5,304	6	23,244	1,514	21,730	7	32,492	349	32,144
基隆市	1	13	0	13	2	3,677	0	3,677	2	10,624	0	10,624
臺南市	5	53,426	0	53,426	5	67,066	0	67,066	6	128,139	0	128,139
高雄市	8	10,343	0	10,343	8	13,683	0	13,683	12	29,778	0	29,778
新北市	9	16,038	0	16,038	9	17,346	0	17,346	11	17,472	0	17,472
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	2	482	0	482
嘉義市	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
新竹縣	1	80	0	80	1	19	0	19	4	9,369	0	9,369
苗栗縣	2	16,799	0	16,799	2	12,315	0	12,315	2	6,408	0	6,408
南投縣	1	3,576	0	3,576	1	6,517	0	6,517	3	10,477	0	10,477
彰化縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
新竹市	1	1,262	0	1,262	1	742	0	742	2	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	2	0	0	0	2	232	0	232	3	443	0	443
花蓮縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
臺東縣	2	157	0	157	1	818	0	818	2	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	56	706,394	1,022	705,372	63	480,249	1,514	478,735	82	1,178,997	349	1,178,648

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

文化資產應用及展演設施產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	18	348,243	0	348,243	19	37,376	0	37,376	27	662,054	0	662,054
					5.6%	-89.3%	-	-89.3%	42.1%	1671.3%	-	1671.3%
0.1-1百萬元	14	19,412	0	19,412	17	22,071	0	22,071	23	36,625	0	36,625
					21.4%	13.7%	-	13.7%	35.3%	65.9%	-	65.9%
1-5百萬元	10	20,078	24	20,054	12	53,724	0	53,724	16	66,781	0	66,781
					20.0%	167.6%	-100.0%	167.9%	33.3%	24.3%	-	24.3%
5-10百萬元	6	30,024	998	29,026	5	12,414	0	12,414	4	11,099	0	11,099
					-16.7%	-58.7%	-100.0%	-57.2%	-20.0%	-10.6%	-	-10.6%
10-20百萬元	1	964	0	964	1	1,124	0	1,124	2	530	0	530
					0.0%	16.5%	-	16.5%	100.0%	-52.8%	-	-52.8%
20-30百萬元	0	0	0	0	1	1,933	1,514	419	1	2,198	349	1,849
					-	-	-	-	0.0%	13.7%	-77.0%	341.0%
30-40百萬元	2	41,679	0	41,679	2	51,067	0	51,067	3	112,578	0	112,578
					0.0%	22.5%	-	22.5%	50.0%	120.5%	-	120.5%
40-50百萬元	1	155,384	0	155,384	2	199,984	0	199,984	2	202,614	0	202,614
					100.0%	28.7%	-	28.7%	0.0%	1.3%	-	1.3%
50-60百萬元	1	63,434	0	63,434	1	66,281	0	66,281	1	59,802	0	59,802
					0.0%	4.5%	-	4.5%	0.0%	-9.8%	-	-9.8%
60-80百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
0.8-1億元	2	27,129	0	27,129	2	32,579	0	32,579	2	24,715	0	24,715
					0.0%	20.1%	-	20.1%	0.0%	-24.1%	-	-24.1%
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	1,696	0	1,696	1	0	0	0
					0.0%	3462.0%	-	3462.0%	0.0%	-100.0%	-	-100.0%
合計	56	706,394	1,022	705,372	63	480,249	1,514	478,735	82	1,178,997	349	1,178,648
					12.5%	-32.0%	48.1%	-32.1%	30.2%	145.5%	-77.0%	146.2%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	24	734,742	1,105	733,637	35	586,127	0	586,127	54	816,759	4,001	812,758
臺中市	11	20,489	5,393	15,096	9	14,086	0	14,086	13	148,609	0	148,609
基隆市	2	9,932	0	9,932	3	10,413	0	10,413	3	14,472	0	14,472
臺南市	8	140,603	0	140,603	11	129,376	0	129,376	13	77,842	0	77,842
高雄市	15	42,488	0	42,488	16	53,936	0	53,936	18	139,458	0	139,458
新北市	14	25,896	0	25,896	20	64,671	0	64,671	23	75,576	0	75,576
宜蘭縣	1	4,665	0	4,665	1	8,540	0	8,540	1	9,066	0	9,066
桃園縣	3	1,959	0	1,959	4	3,315	0	3,315	7	29,429	0	29,429
嘉義市	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
新竹縣	4	6,786	0	6,786	3	8,012	0	8,012	3	10,459	0	10,459
苗栗縣	2	1,295	0	1,295	2	39,166	0	39,166	2	2,917	0	2,917
南投縣	4	19,646	0	19,646	3	14,278	0	14,278	3	14,018	0	14,018
彰化縣	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
新竹市	4	1,177	0	1,177	4	3,734	0	3,734	4	1,284	0	1,284
雲林縣	2	1,201	0	1,201	2	2,114	0	2,114	2	1,645	0	1,645
嘉義縣	0	0	0	0	1	263	0	263	1	1,068	0	1,068
屏東縣	4	694	0	694	4	420	0	420	4	404	0	404
花蓮縣	0	0	0	0	0	0	0	0	1	76	0	76
臺東縣	3	1,138	0	1,138	3	1,739	0	1,739	3	1,769	0	1,769
金門縣	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
澎湖縣	2	801	0	801	2	2,975	0	2,975	2	1,603	0	1,603
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	103	1,013,513	6,498	1,007,015	125	943,165	0	943,165	159	1,346,453	4,001	1,342,452

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	33	541,460	0	541,460	34	385,435	0	385,435	41	664,485	0	664,485
	22.2%	-18.2%	-	-18.2%	3.0%	-28.8%	-	-28.8%	20.6%	72.4%	-	72.4%
0.1-1百萬元	29	37,581	0	37,581	39	59,059	0	59,059	61	90,656	0	90,656
	26.1%	2.6%	-	2.6%	34.5%	57.2%	-	57.2%	56.4%	53.5%	-	53.5%
1-5百萬元	24	68,694	1,105	67,589	30	79,098	0	79,098	30	135,383	4,001	131,382
	50.0%	2.9%	-	1.2%	25.0%	15.1%	-100.0%	17.0%	0.0%	71.2%	-	66.1%
5-10百萬元	5	8,434	0	8,434	6	12,312	0	12,312	9	13,724	0	13,724
	25.0%	-24.0%	-	-24.0%	20.0%	46.0%	-	46.0%	50.0%	11.5%	-	11.5%
10-20百萬元	1	648	0	648	3	6,259	0	6,259	3	56,740	0	56,740
	-50.0%	22.1%	-	22.1%	200.0%	866.4%	-	866.4%	0.0%	806.6%	-	806.6%
20-30百萬元	1	7,293	5,393	1,900	3	10,534	0	10,534	3	7,060	0	7,060
	0.0%	231.9%	1447.1%	2.8%	200.0%	44.4%	-100.0%	454.3%	0.0%	-33.0%	-	-33.0%
30-40百萬元	3	106,944	0	106,944	2	94,135	0	94,135	2	30,224	0	30,224
	0.0%	-5.0%	-	-5.0%	-33.3%	-12.0%	-	-12.0%	0.0%	-67.9%	-	-67.9%
40-50百萬元	2	178,528	0	178,528	2	190,409	0	190,409	2	180,241	0	180,241
	0.0%	-11.9%	-	-11.9%	0.0%	6.7%	-	6.7%	0.0%	-5.3%	-	-5.3%
50-60百萬元	1	53,549	0	53,549	1	57,338	0	57,338	1	58,555	0	58,555
	0.0%	-10.5%	-	-10.5%	0.0%	7.1%	-	7.1%	0.0%	2.1%	-	2.1%
60-80百萬元	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0%	-	-	-
0.8-1億元	2	10,239	0	10,239	2	47,696	0	47,696	2	16,700	0	16,700
	0.0%	-58.6%	-	-58.6%	0.0%	365.8%	-	365.8%	0.0%	-65.0%	-	-65.0%
1-2億元	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2億元以上	2	143	0	143	2	890	0	890	2	92,686	0	92,686
	100.0%	-	-	-	0.0%	523.2%	-	523.2%	0.0%	10310.3%	-	10310.3%
合計	103	1,013,513	6,498	1,007,015	125	943,165	0	943,165	159	1,346,453	4,001	1,342,452
	25.6%	-14.0%	1764.0%	-14.6%	21.4%	-6.9%	-100.0%	-6.3%	27.2%	42.8%	-	42.3%

工藝產業

工藝產業2009～2014年家數與營業額

工藝產業		2009年				2010年				2011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	1,497	9,477,055	1,115,329	8,361,726	1,461	11,730,198	1,246,203	10,483,995	1,443	12,404,494	1,191,922	11,212,572
						-2.4%	23.8%	11.7%	25.4%	-1.2%	5.7%	-4.4%	6.9%
231911	玻璃擺飾品製造	55	454,245	63,285	390,961	53	470,982	43,885	427,097	58	663,851	44,812	619,039
						-3.6%	3.7%	-30.7%	9.2%	9.4%	41.0%	2.1%	44.9%
232912	陶瓷裝飾品燒製	110	786,526	128,302	658,224	111	1,027,947	121,881	906,067	110	1,000,106	211,986	788,120
						0.9%	30.7%	-5.0%	37.7%	-0.9%	-2.7%	73.9%	-13.0%
232999	未分類其他陶瓷製品製造	210	8,695,697	1,063,809	7,631,888	221	9,232,286	1,037,748	8,194,539	235	10,439,916	1,063,367	9,376,548
						5.2%	6.2%	-2.4%	7.4%	6.3%	13.1%	2.5%	14.4%
339112	珠寶及貴金屬飾物製造	17	1,402,751	39,354	1,363,396	16	1,689,504	27,175	1,662,329	19	1,695,034	20,652	1,674,383
						-5.9%	20.4%	-30.9%	21.9%	18.8%	0.3%	-24.0%	0.7%
339113	金屬飾物製造	258	3,481,004	1,522,610	1,958,395	251	4,522,047	1,653,035	2,869,012	250	4,049,157	1,517,042	2,532,115
						-2.7%	29.9%	8.6%	46.5%	-0.4%	-10.5%	-8.2%	-11.7%
339199	其他珠寶及金工製品製造	196	1,210,528	219,187	991,341	198	1,791,681	165,957	1,625,723	198	1,982,158	187,304	1,794,854
						1.0%	48.0%	-24.3%	64.0%	0.0%	10.6%	12.9%	10.4%
339919	手工藝品製造	264	1,328,795	511,970	816,826	263	1,606,471	596,814	1,009,656	257	1,514,006	554,719	959,287
						-0.4%	20.9%	16.6%	23.6%	-2.3%	-5.8%	-7.1%	-5.0%
456611	金（銀）飾批發	972	32,441,820	25,368,216	7,073,603	995	46,904,917	38,967,506	7,937,410	1,045	61,691,214	50,222,066	11,469,149
						2.4%	44.6%	53.6%	12.2%	5.0%	31.5%	28.9%	44.5%
456612	珠寶批發	271	2,399,746	156,583	2,243,163	272	2,887,893	167,231	2,720,662	277	5,208,598	201,437	5,007,161
						0.4%	20.3%	6.8%	21.3%	1.8%	80.4%	20.5%	84.0%
469916	礦物（寶石、貴金屬除外）批發；貝殼紋石品、玩賞石、水晶、天珠等	167	807,207	140,634	666,573	160	873,469	161,074	712,395	164	983,988	157,917	826,071
						-4.2%	8.2%	14.5%	6.9%	2.5%	12.7%	-2.0%	16.0%
469917	手工藝品批發	673	7,366,315	2,713,528	4,652,787	672	8,694,938	2,807,509	5,887,430	652	9,626,093	2,719,132	6,906,961
						-0.1%	18.0%	3.5%	26.5%	-3.0%	10.7%	-3.1%	17.3%
474511	金（銀）飾零售	4,073	27,121,019	361,878	26,759,141	4,026	53,455,906	199,663	53,256,243	4,036	24,416,649	240,434	24,176,215
						-1.2%	97.1%	-44.8%	99.0%	0.2%	-54.3%	20.4%	-54.6%
474512	珠寶零售	1,153	4,342,379	142,559	4,199,820	1,384	4,599,615	67,245	4,532,369	1,397	5,875,627	120,471	5,755,156
						20.0%	5.9%	-52.8%	7.9%	0.9%	27.7%	79.2%	27.0%
485216	礦物（寶石、貴金屬除外）零售；貝殼紋石品、玩賞石、水晶、天珠等	647	1,485,212	64,921	1,420,291	647	1,785,361	88,136	1,697,226	718	3,328,706	66,764	3,261,942
						0.0%	20.2%	35.8%	19.5%	11.0%	86.4%	-24.2%	92.2%
485217	手工藝品零售	1,761	5,281,142	1,381,812	3,899,330	1,817	6,091,502	1,754,639	4,336,862	1,853	7,838,602	3,327,178	4,511,424
						3.2%	15.3%	27.0%	11.2%	2.0%	28.7%	89.6%	4.0%
857216	手工藝教學	12	10,291	0	10,291	21	16,156	0	16,156	27	24,182	0	24,182
						75.0%	57.0%	-	57.0%	28.6%	49.7%	-	49.7%
901017	工藝品創作	3	4,705	0	4,705	3	3,159	0	3,159	3	3,649	0	3,649
						0.0%	-32.9%	-	-32.9%	0.0%	15.5%	-	15.5%
合計		12,339	108,096,437	34,993,977	73,102,460	12,571	157,384,032	49,105,700	108,278,332	12,742	152,746,031	61,847,200	90,898,830
						1.9%	45.6%	40.3%	48.1%	1.4%	-2.9%	25.9%	-16.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

工藝產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	515	5,257,208	4,662,429	594,779	575	29,266,085	28,387,365	878,720	664	52,883,322	49,103,277	3,780,044
					11.7%	456.7%	508.9%	47.7%	15.5%	80.7%	73.0%	330.2%
1-2年	488	20,890,497	19,202,389	1,688,108	764	12,087,067	9,781,982	2,305,085	570	4,538,189	77,960	4,460,230
					56.6%	-42.1%	-49.1%	36.5%	-25.4%	-62.5%	-99.2%	93.5%
2-3年	480	1,642,310	127,100	1,515,210	436	1,739,022	27,817	1,711,205	707	4,984,824	205,849	4,778,975
					-9.2%	5.9%	-78.1%	12.9%	62.2%	186.6%	640.0%	179.3%
3-4年	480	3,298,917	1,055,845	2,243,072	430	2,183,225	210,782	1,972,443	396	2,231,168	62,005	2,169,164
					-10.4%	-33.8%	-80.0%	-12.1%	-7.9%	2.2%	-70.6%	10.0%
4-5年	541	1,487,336	102,745	1,384,591	444	2,808,580	113,586	2,694,994	387	2,291,963	240,325	2,051,638
					-17.9%	88.8%	10.6%	94.6%	-12.8%	-18.4%	111.6%	-23.9%
5-10年	1,784	10,773,223	598,842	10,174,381	1,829	11,781,319	703,948	11,077,372	1,885	12,113,079	739,551	11,373,527
					2.5%	9.4%	17.6%	8.9%	3.1%	2.8%	5.1%	2.7%
10-20年	3,793	22,326,585	1,868,342	20,458,242	3,752	22,561,919	1,880,214	20,681,706	3,265	24,738,780	1,817,418	22,921,362
					-1.1%	1.1%	0.6%	1.1%	-13.0%	9.6%	-3.3%	10.8%
20年以上	4,256	42,416,262	7,376,284	35,039,978	4,339	74,954,701	8,000,007	66,954,694	4,866	48,963,779	9,600,816	39,362,963
					2.0%	76.7%	8.5%	91.1%	12.1%	-34.7%	20.0%	-41.2%
未知	2	4,098	0	4,098	2	2,114	0	2,114	2	927	0	927
					0.0%	-48.4%	-	-48.4%	0.0%	-56.1%	-	-56.1%
合計	12,339	108,096,437	34,993,977	73,102,460	12,571	157,384,032	49,105,700	108,278,332	12,742	152,746,031	61,847,200	90,898,830
					1.9%	45.6%	40.3%	48.1%	1.4%	-2.9%	25.9%	-16.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

工藝產業		2012年				2013年				2014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	1,422	11,968,553	1,253,213	10,715,339	1,393	12,822,045	1,235,655	11,586,390	1,373	13,838,524	1,366,598	12,471,926
		-1.5%	-3.5%	5.1%	-4.4%	-2.0%	7.1%	-1.4%	8.1%	-1.4%	7.9%	10.6%	7.6%
231911	玻璃擺飾品製造	59	584,405	48,136	536,269	55	596,419	36,323	560,096	57	571,092	49,994	521,098
		1.7%	-12.0%	7.4%	-13.4%	-6.8%	2.1%	-24.5%	4.4%	3.6%	-4.2%	37.6%	-7.0%
232912	陶瓷裝飾品燒製	105	1,019,426	186,056	833,371	100	994,887	155,033	839,854	101	968,603	127,316	841,287
		-4.5%	1.9%	-12.2%	5.7%	-4.8%	-2.4%	-16.7%	0.8%	1.0%	-2.6%	-17.9%	0.2%
232999	未分類其他陶瓷製品製造	227	9,767,234	883,165	8,884,069	239	10,004,454	827,271	9,177,184	247	11,211,502	862,686	10,348,816
		-3.4%	-6.4%	-16.9%	-5.3%	5.3%	2.4%	-6.3%	3.3%	3.3%	12.1%	4.3%	12.8%
339112	珠寶及貴金屬飾物製造	19	1,803,317	34,465	1,768,852	31	1,578,696	33,939	1,544,757	38	1,625,850	67,641	1,558,210
		0.0%	6.4%	66.9%	5.6%	63.2%	-12.5%	-1.5%	-12.7%	22.6%	3.0%	99.3%	0.9%
339113	金屬飾物製造	246	3,813,049	1,505,839	2,307,210	238	3,496,489	1,235,926	2,260,562	227	3,698,432	1,259,788	2,438,644
		-1.6%	-5.8%	-0.7%	-8.9%	-3.3%	-8.3%	-17.9%	-2.0%	-4.6%	5.8%	1.9%	7.9%
339199	其他珠寶及金工製品製造	199	3,708,889	1,557,091	2,151,798	195	3,978,217	2,623,421	1,354,796	193	3,483,633	2,193,248	1,290,385
		0.5%	87.1%	731.3%	19.9%	-2.0%	7.3%	68.5%	-37.0%	-1.0%	-12.4%	-16.4%	-4.8%
339919	手工藝品製造	255	1,463,286	558,906	904,379	255	1,432,996	573,284	859,712	252	1,575,729	593,007	982,722
		-0.8%	-3.4%	0.8%	-5.7%	0.0%	-2.1%	2.6%	-4.9%	-1.2%	10.0%	3.4%	14.3%
456611	金（銀）飾批發	1,148	25,369,629	11,448,097	13,921,532	1,126	18,103,824	1,565,299	16,538,525	1,089	15,822,784	1,825,973	13,996,811
		9.9%	-58.9%	-77.2%	21.4%	-1.9%	-28.6%	-86.3%	18.8%	-3.3%	-12.6%	16.7%	-15.4%
456612	珠寶批發	284	10,792,496	4,360,168	6,432,329	304	7,474,623	281,658	7,192,964	324	11,557,380	132,507	11,424,873
		2.5%	107.2%	2064.5%	28.5%	7.0%	-30.7%	-93.5%	11.8%	6.6%	54.6%	-53.0%	58.8%
469916	礦物（寶石、貴金屬除外）批發；貝殼敘石品、玩賞石、水晶、天珠等	169	1,139,820	41,155	1,098,665	191	1,611,533	71,353	1,540,179	217	1,967,789	291,082	1,676,707
		3.0%	15.8%	-73.9%	33.0%	13.0%	41.4%	73.4%	40.2%	13.6%	22.1%	307.9%	8.9%
469917	手工藝品批發	630	8,607,420	2,400,715	6,206,706	604	8,062,065	2,272,841	5,789,224	594	8,413,614	2,465,506	5,948,108
		-3.4%	-10.6%	-11.7%	-10.1%	-4.1%	-6.3%	-5.3%	-6.7%	-1.7%	4.4%	8.5%	2.7%
474511	金（銀）飾零售	4,004	18,799,414	215,952	18,583,462	3,876	19,939,536	177,956	19,761,580	3,777	22,659,571	138,972	22,520,599
		-0.8%	-23.0%	-10.2%	-23.1%	-3.2%	6.1%	-17.6%	6.3%	-2.6%	13.6%	-21.9%	14.0%
474512	珠寶零售	1,405	7,047,164	67,766	6,979,398	1,431	8,749,543	32,758	8,716,785	1,461	10,712,106	57,203	10,654,903
		0.6%	19.9%	-43.7%	21.3%	1.9%	24.2%	-51.7%	24.9%	2.1%	22.4%	74.6%	22.2%
485216	礦物（寶石、貴金屬除外）零售；貝殼敘石品、玩賞石、水晶、天珠等	752	5,131,102	102,999	5,028,102	785	5,895,987	71,658	5,824,329	805	6,239,447	89,763	6,149,684
		4.7%	54.1%	54.3%	54.1%	4.4%	14.9%	-30.4%	15.8%	2.5%	5.8%	25.3%	5.6%
485217	手工藝品零售	1,909	7,581,208	3,246,822	4,334,386	1,963	7,097,301	2,676,190	4,421,112	1,971	7,604,855	2,927,380	4,677,475
		3.0%	-3.3%	-2.4%	-3.9%	2.8%	-6.4%	-17.6%	2.0%	0.4%	7.2%	9.4%	5.8%
857216	手工藝教學	33	39,628	0	39,628	43	33,942	0	33,942	53	42,191	0	42,191
		22.2%	63.9%	-	63.9%	30.3%	-14.3%	-	-14.3%	23.3%	24.3%	-	24.3%
901017	工藝品創作	6	4,159	0	4,159	19	8,271	0	8,271	36	26,440	0	26,440
		100.0%	14.0%	-	14.0%	216.7%	98.9%	-	98.9%	89.5%	219.7%	-	219.7%
合計		12,872	118,640,199	27,910,544	90,729,655	12,848	111,880,827	13,870,566	98,010,262	12,815	122,019,543	14,448,664	107,570,879
		1.0%	-22.3%	-54.9%	-0.2%	-0.2%	-5.7%	-50.3%	8.0%	-0.3%	9.1%	4.2%	9.8%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	630	10,108,940	7,224,489	2,884,451	572	1,672,204	297,535	1,374,668	544	2,425,129	326	2,424,803
	-5.1%	-80.9%	-85.3%	-23.7%	-9.2%	-83.5%	-95.9%	-52.3%	-4.9%	45.0%	-99.9%	76.4%
1-2年	636	14,687,170	7,562,672	7,124,498	632	9,143,026	114,820	9,028,207	574	7,949,430	658,911	7,290,520
	11.6%	223.6%	9600.8%	59.7%	-0.6%	-37.7%	-98.5%	26.7%	-9.2%	-13.1%	473.9%	-19.2%
2-3年	519	6,238,378	99,012	6,139,366	549	7,119,594	37,601	7,081,993	552	9,037,885	115,362	8,922,523
	-26.6%	25.1%	-51.9%	28.5%	5.8%	14.1%	-62.0%	15.4%	0.5%	26.9%	206.8%	26.0%
3-4年	661	5,332,437	201,110	5,131,327	472	6,951,709	50,039	6,901,670	494	5,756,115	163,269	5,592,846
	66.9%	139.0%	224.3%	136.6%	-28.6%	30.4%	-75.1%	34.5%	4.7%	-17.2%	226.3%	-19.0%
4-5年	374	2,345,337	16,694	2,328,644	629	3,996,316	194,230	3,802,086	436	9,514,894	56,731	9,458,162
	-3.4%	2.3%	-93.1%	13.5%	68.2%	70.4%	1063.5%	63.3%	-30.7%	138.1%	-70.8%	148.8%
5-10年	1,882	12,880,308	756,276	12,124,032	1,820	13,558,343	641,302	12,917,041	1,984	15,111,188	935,286	14,175,902
	-0.2%	6.3%	2.3%	6.6%	-3.3%	5.3%	-15.2%	6.5%	9.0%	11.5%	45.8%	9.7%
10-20年	3,007	26,108,415	2,618,774	23,489,641	2,877	25,436,926	1,639,693	23,797,233	2,840	25,706,441	1,428,853	24,277,588
	-7.9%	5.5%	44.1%	2.5%	-4.3%	-2.6%	-37.4%	1.3%	-1.3%	1.1%	-12.9%	2.0%
20年以上	5,162	40,938,998	9,431,518	31,507,481	5,294	44,002,483	10,895,345	33,107,138	5,390	46,518,440	11,089,925	35,428,514
	6.1%	-16.4%	-1.8%	-20.0%	2.6%	7.5%	15.5%	5.1%	1.8%	5.7%	1.8%	7.0%
未知	1	215	0	215	3	225	0	225	1	21	0	21
	-50.0%	-76.8%	-	-76.8%	200.0%	5.0%	-	5.0%	-66.7%	-90.5%	-	-90.5%
合計	12,872	118,640,199	27,910,544	90,729,655	12,848	111,880,827	13,870,566	98,010,262	12,815	122,019,543	14,448,664	107,570,879
	1.0%	-22.3%	-54.9%	-0.2%	-0.2%	-5.7%	-50.3%	8.0%	-0.3%	9.1%	4.2%	9.8%

工藝產業

工藝產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	3,092	52,970,654	16,988,619	35,982,035	3,318	81,629,746	16,163,402	65,466,344	3,365	67,367,764	27,071,151	40,296,613
臺中市	1,611	6,450,943	1,106,809	5,344,133	1,610	7,374,606	1,156,534	6,218,071	1,610	8,089,543	1,148,835	6,940,708
基隆市	139	366,016	13,107	352,909	139	352,924	13,219	339,705	140	299,582	7,580	292,003
臺南市	827	2,716,987	922,003	1,794,984	824	4,520,411	2,194,983	2,325,427	829	2,275,184	168,122	2,107,062
高雄市	1,036	7,096,752	1,073,570	6,023,182	1,037	7,882,576	1,063,213	6,819,363	1,060	10,823,125	1,191,309	9,631,816
新北市	1,847	24,208,091	12,329,047	11,879,043	1,857	38,434,806	25,552,286	12,882,520	1,865	43,371,282	29,472,507	13,898,775
宜蘭縣	245	654,304	118,682	535,622	243	868,021	135,031	732,990	240	925,338	137,034	788,304
桃園縣	633	4,893,347	614,093	4,279,254	636	6,045,527	845,812	5,199,715	646	6,236,406	763,776	5,472,630
嘉義市	152	379,990	29,919	350,071	150	402,683	26,561	376,122	158	421,966	25,442	396,524
新竹縣	143	458,369	127,427	330,942	144	526,910	171,152	355,758	139	607,586	177,756	429,830
苗栗縣	260	535,879	45,315	490,564	251	622,337	49,141	573,195	258	671,550	31,455	640,095
南投縣	260	767,995	122,716	645,279	257	821,743	185,839	635,904	259	863,030	168,293	694,737
彰化縣	644	3,777,064	1,376,663	2,400,401	625	4,446,007	1,451,980	2,994,027	620	4,101,460	1,378,760	2,722,699
新竹市	227	556,524	95,463	461,061	236	643,275	69,052	574,224	226	651,309	67,797	583,512
雲林縣	202	441,303	16,777	424,526	201	498,454	12,761	485,693	205	570,708	22,605	548,103
嘉義縣	140	475,965	4,791	471,174	136	524,719	6,386	518,332	137	556,180	5,141	551,039
屏東縣	301	490,156	4,824	485,332	299	548,839	4,531	544,309	296	608,376	2,427	605,949
花蓮縣	311	473,587	4,152	469,435	331	529,443	3,021	526,422	397	1,791,729	1,458	1,790,271
臺東縣	101	171,519	0	171,519	106	463,351	796	462,556	118	2,237,478	5,752	2,231,726
金門縣	42	58,248	0	58,248	45	63,242	0	63,242	48	71,429	0	71,429
澎湖縣	122	149,832	0	149,832	122	181,501	0	181,501	122	202,093	0	202,093
連江縣	4	2,912	0	2,912	4	2,912	0	2,912	4	2,912	0	2,912
合計	12,339	108,096,437	34,993,977	73,102,460	12,571	157,384,032	49,105,700	108,278,332	12,742	152,746,031	61,847,200	90,898,830

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

工藝產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	4,201	25,221,682	11,442	25,210,240	4,452	51,435,473	18,536	51,416,937	4,539	20,015,042	21,823	19,993,220
					6.0%	103.9%	62.0%	104.0%	2.0%	-61.1%	17.7%	-61.1%
0.1-1百萬元	4,399	8,724,409	916,069	7,808,340	4,424	10,780,232	2,161,767	8,618,465	4,485	10,032,609	158,495	9,874,114
					0.6%	23.6%	136.0%	10.4%	1.4%	-6.9%	-92.7%	14.6%
1-5百萬元	1,688	24,083,927	17,711,477	6,372,449	1,684	44,352,765	36,540,236	7,812,528	1,727	60,227,761	49,685,441	10,542,319
					-0.2%	84.2%	106.3%	22.6%	2.6%	35.8%	36.0%	34.9%
5-10百萬元	1,449	19,212,931	9,443,069	9,769,862	1,423	14,063,426	2,786,252	11,277,173	1,399	15,507,149	2,571,715	12,935,434
					-1.8%	-26.8%	-70.5%	15.4%	-1.7%	10.3%	-7.7%	14.7%
10-20百萬元	352	6,219,413	1,882,759	4,336,654	337	7,473,776	2,080,048	5,393,728	341	10,808,763	2,284,728	8,524,035
					-4.3%	20.2%	10.5%	24.4%	1.2%	44.6%	9.8%	58.0%
20-30百萬元	132	5,789,829	1,095,312	4,694,517	135	7,023,173	1,290,266	5,732,907	134	7,152,868	1,206,245	5,946,622
					2.3%	21.3%	17.8%	22.1%	-0.7%	1.8%	-6.5%	3.7%
30-40百萬元	24	1,247,262	317,149	930,113	24	1,457,017	346,011	1,111,006	25	2,059,044	339,187	1,719,857
					0.0%	16.8%	9.1%	19.4%	4.2%	41.3%	-2.0%	54.8%
40-50百萬元	10	262,293	163,256	99,037	9	364,897	226,112	138,786	8	339,899	159,391	180,509
					-10.0%	39.1%	38.5%	40.1%	-11.1%	-6.9%	-29.5%	30.1%
50-60百萬元	18	1,428,867	381,374	1,047,493	18	2,412,855	635,521	1,777,335	16	4,151,146	2,092,554	2,058,593
					0.0%	68.9%	66.6%	69.7%	-11.1%	72.0%	229.3%	15.8%
60-80百萬元	15	1,734,572	236,416	1,498,156	14	2,381,339	365,104	2,016,234	17	3,706,885	328,658	3,378,227
					-6.7%	37.3%	54.4%	34.6%	21.4%	55.7%	-10.0%	67.6%
0.8-1億元	7	355,629	105,618	250,011	7	932,325	103,352	828,973	7	518,435	111,662	406,773
					0.0%	162.2%	-2.1%	231.6%	0.0%	-44.4%	8.0%	-50.9%
1-2億元	20	3,483,775	1,186,239	2,297,536	20	3,916,564	1,158,223	2,758,341	20	5,416,249	1,208,343	4,207,906
					0.0%	12.4%	-2.4%	20.1%	0.0%	38.3%	4.3%	52.6%
2億元以上	24	10,331,847	1,543,797	8,788,050	24	10,790,191	1,394,272	9,395,918	24	12,810,180	1,678,959	11,131,221
					0.0%	4.4%	-9.7%	6.9%	0.0%	18.7%	20.4%	18.5%
合計	12,339	108,096,437	34,993,977	73,102,460	12,571	157,384,032	49,105,700	108,278,332	12,742	152,746,031	61,847,200	90,898,830
					1.9%	45.6%	40.3%	48.1%	1.4%	-2.9%	25.9%	-16.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	3,421	55,914,904	20,414,908	35,499,996	3,351	40,416,839	5,150,116	35,266,723	3,324	38,657,297	4,916,579	33,740,718
臺中市	1,641	7,925,382	1,253,505	6,671,876	1,598	8,165,728	1,257,642	6,908,086	1,586	9,200,121	1,585,912	7,614,209
基隆市	144	296,285	6,399	289,886	136	350,027	3,917	346,110	133	371,569	4,165	367,405
臺南市	820	2,192,788	141,072	2,051,716	823	2,228,910	136,226	2,092,684	834	2,428,682	142,204	2,286,478
高雄市	1,056	12,573,147	1,071,256	11,501,890	1,056	14,961,534	1,243,221	13,718,312	1,062	17,773,986	1,510,898	16,263,088
新北市	1,860	16,273,307	2,491,235	13,782,073	1,863	18,894,416	3,848,907	15,045,509	1,836	18,836,491	3,841,747	14,994,745
宜蘭縣	238	1,056,989	126,608	930,380	245	995,707	132,668	863,039	235	944,617	70,549	874,068
桃園縣	642	5,847,836	675,352	5,172,484	643	6,565,188	665,694	5,899,493	628	7,212,792	721,322	6,491,470
嘉義市	164	413,175	19,553	393,622	161	464,797	29,606	435,191	164	495,789	33,279	462,510
新竹縣	134	511,212	55,507	455,706	135	500,231	37,354	462,876	131	580,503	52,231	528,272
苗栗縣	256	635,866	29,675	606,191	254	602,951	30,234	572,717	256	689,046	43,636	645,410
南投縣	268	822,937	151,572	671,365	278	894,704	138,399	756,306	294	1,021,412	125,680	895,732
彰化縣	616	3,953,238	1,350,441	2,602,797	613	3,739,495	1,097,720	2,641,775	608	3,953,681	1,305,511	2,648,170
新竹市	227	782,810	90,702	692,108	224	699,046	72,740	626,307	222	598,316	52,820	545,496
雲林縣	202	616,313	23,292	593,021	208	612,790	14,442	598,348	207	589,159	14,254	574,905
嘉義縣	133	417,851	5,447	412,404	131	361,103	1,200	359,903	131	417,793	6,758	411,035
屏東縣	302	613,451	1,754	611,697	312	673,021	4,847	668,174	318	613,865	16,745	597,120
花蓮縣	435	3,205,498	2,064	3,203,434	492	4,523,515	2,063	4,521,452	515	6,732,196	3,440	6,728,756
臺東縣	130	4,355,903	203	4,355,701	146	5,996,241	2,464	5,993,776	161	10,604,059	0	10,604,059
金門縣	51	68,501	0	68,501	51	74,671	0	74,671	53	144,566	0	144,566
澎湖縣	128	160,648	0	160,648	126	158,223	1,106	157,117	115	151,910	934	150,976
連江縣	4	2,158	0	2,158	2	1,690	0	1,690	2	1,690	0	1,690
合計	12,872	118,640,199	27,910,544	90,729,655	12,848	111,880,827	13,870,566	98,010,262	12,815	122,019,543	14,448,664	107,570,879

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	4,619	15,449,039	21,864	15,427,175	4,614	17,426,478	21,675	17,404,803	4,579	21,412,668	15,783	21,396,886
	1.8%	-22.8%	0.2%	-22.8%	-0.1%	12.8%	-0.9%	12.8%	-0.8%	22.9%	-27.2%	22.9%
0.1-1百萬元	4,536	11,460,621	174,430	11,286,191	4,571	12,631,549	450,523	12,181,026	4,591	11,964,898	754,871	11,210,027
	1.1%	14.2%	10.1%	14.3%	0.8%	10.2%	158.3%	7.9%	0.4%	-5.3%	67.6%	-8.0%
1-5百萬元	1,749	26,730,097	15,111,065	11,619,032	1,729	13,120,040	518,455	12,601,585	1,744	13,146,452	456,598	12,689,854
	1.3%	-55.6%	-69.6%	10.2%	-1.1%	-50.9%	-96.6%	8.5%	0.9%	0.2%	-11.9%	0.7%
5-10百萬元	1,381	14,702,403	2,545,332	12,157,070	1,348	16,114,943	2,228,808	13,886,135	1,312	17,875,374	2,626,142	15,249,232
	-1.3%	-5.2%	-1.0%	-6.0%	-2.4%	9.6%	-12.4%	14.2%	-2.7%	10.9%	17.8%	9.8%
10-20百萬元	338	13,820,505	3,453,001	10,367,504	335	13,881,545	4,526,830	9,354,715	335	14,921,750	4,261,121	10,660,629
	-0.9%	27.9%	51.1%	21.6%	-0.9%	0.4%	31.1%	-9.8%	0.0%	7.5%	-5.9%	14.0%
20-30百萬元	129	6,724,735	1,160,671	5,564,065	131	8,769,640	1,168,627	7,601,013	132	9,453,162	1,120,114	8,333,049
	-3.7%	-6.0%	-3.8%	-6.4%	1.6%	30.4%	0.7%	36.6%	0.8%	7.8%	-4.2%	9.6%
30-40百萬元	25	2,185,292	186,061	1,999,231	25	2,506,337	182,031	2,324,306	26	2,755,370	238,951	2,516,419
	0.0%	6.1%	-45.1%	16.2%	0.0%	14.7%	-2.2%	16.3%	4.0%	9.9%	31.3%	8.3%
40-50百萬元	9	434,314	185,303	249,011	10	497,270	180,651	316,618	10	498,156	167,145	331,011
	12.5%	27.8%	16.3%	37.9%	11.1%	14.5%	-2.5%	27.2%	0.0%	0.2%	-7.5%	4.5%
50-60百萬元	17	3,556,156	1,983,831	1,572,325	17	2,871,946	1,427,980	1,443,967	16	2,900,315	1,404,430	1,495,884
	6.3%	-14.3%	-5.2%	-23.6%	0.0%	-19.2%	-28.0%	-8.2%	-5.9%	1.0%	-1.6%	3.6%
60-80百萬元	17	4,046,636	353,975	3,692,662	17	3,142,233	335,314	2,806,919	17	2,709,978	498,138	2,211,840
	0.0%	9.2%	7.7%	9.3%	0.0%	-22.3%	-5.3%	-24.0%	0.0%	-13.8%	48.6%	-21.2%
0.8-1億元	7	498,156	105,450	392,706	7	435,361	112,922	322,439	8	470,732	100,365	370,367
	0.0%	-3.9%	-5.6%	-3.5%	0.0%	-12.6%	7.1%	-17.9%	14.3%	8.1%	-11.1%	14.9%
1-2億元	21	6,643,400	1,136,212	5,507,188	20	8,394,485	842,056	7,552,429	21	10,924,427	905,275	10,019,152
	5.0%	22.7%	-6.0%	30.9%	-4.8%	26.4%	-25.9%	37.1%	5.0%	30.1%	7.5%	32.7%
2億元以上	24	12,388,846	1,493,348	10,895,498	24	12,089,001	1,874,694	10,214,307	24	12,986,261	1,899,731	11,086,530
	0.0%	-3.3%	-11.1%	-2.1%	0.0%	-2.4%	25.5%	-6.3%	0.0%	7.4%	1.3%	8.5%
合計	12,872	118,640,199	27,910,544	90,729,655	12,848	111,880,827	13,870,566	98,010,262	12,815	122,019,543	14,448,664	107,570,879
	1.0%	-22.3%	-54.9%	-0.2%	-0.2%	-5.7%	-50.3%	8.0%	-0.3%	9.1%	4.2%	9.8%

電影產業

電影產業2009～2014年家數與營業額

電影產業		2009年				2010年				2011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	4	226,687	0	226,687	7	196,173	4,385	191,788	12	988,034	138,557	849,477
						75.0%	-13.5%	-	-15.4%	71.4%	403.7%	3060.1%	342.9%
591114	電影片製作	32	213,851	31,046	182,804	39	257,564	22,955	234,608	38	315,566	26,924	288,642
						21.9%	20.4%	-26.1%	28.3%	-2.6%	22.5%	17.3%	23.0%
591199	其他影片製作	289	3,332,078	143,394	3,188,684	324	4,018,332	113,821	3,904,511	366	5,585,101	93,671	5,491,429
						12.1%	20.6%	-20.6%	22.4%	13.0%	39.0%	-17.7%	40.6%
591211	影片沖印	16	102,909	1,363	101,546	16	101,363	1,031	100,333	15	75,014	1,094	73,920
						0.0%	-1.5%	-24.4%	-1.2%	-6.3%	-26.0%	6.1%	-26.3%
591212	影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	50	941,306	3,359	937,947	49	999,704	3,988	995,716	47	1,068,351	3,752	1,064,599
						-2.0%	6.2%	18.7%	6.2%	-4.1%	6.9%	-5.9%	6.9%
591213	電腦動畫及特效後製服務	10	55,947	0	55,947	19	88,472	0	88,472	22	55,544	188	55,356
						90.0%	58.1%	-	58.1%	15.8%	-37.2%	-	-37.4%
591311	電影片代理及發行	199	3,471,334	1,986	3,469,348	175	3,760,221	474	3,759,747	165	4,829,784	1,942	4,827,843
						-12.1%	8.3%	-76.1%	8.4%	-5.7%	28.4%	309.6%	28.4%
591411	電影院	102	5,201,799	1,709	5,200,090	100	5,801,102	680	5,800,422	103	7,746,642	4,344	7,742,298
						-2.0%	11.5%	-60.2%	11.5%	3.0%	33.5%	538.6%	33.5%
591412	露天電影院	9	34,691	0	34,691	8	34,672	0	34,672	7	32,284	0	32,284
						-11.1%	-0.1%	-	-0.1%	-12.5%	-6.9%	-	-6.9%
592013	電影錄音	10	55,662	0	55,662	12	47,767	2,851	44,916	9	93,576	4,631	88,945
						20.0%	-14.2%	-	-19.3%	-25.0%	95.9%	62.4%	98.0%
773200	錄影帶及碟片租賃	812	5,452,354	162	5,452,192	686	4,798,649	0	4,798,649	604	5,575,715	0	5,575,715
						-15.5%	-12.0%	-100.0%	-12.0%	-12.0%	16.2%	-	16.2%
932212	視聽中心	362	1,095,364	0	1,095,364	390	1,167,986	0	1,167,986	401	1,287,189	0	1,287,189
						7.7%	6.6%	-	6.6%	2.8%	10.2%	-	10.2%
合計		1,895	20,183,981	183,018	20,000,962	1,825	21,272,005	150,186	21,121,819	1,789	27,652,799	275,103	27,377,696
						-3.7%	5.4%	-17.9%	5.6%	-2.0%	30.0%	83.2%	29.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

電影產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	201	162,776	0	162,776	193	246,084	15,533	230,552	167	564,388	188	564,200
					-4.0%	51.2%	-	41.6%	-13.5%	129.3%	-98.8%	144.7%
1-2年	156	457,442	97	457,345	186	794,958	4,842	790,116	188	749,495	232	749,263
					19.2%	73.8%	4902.3%	72.8%	1.1%	-5.7%	-95.2%	-5.2%
2-3年	108	880,148	61,680	818,468	121	564,107	4,394	559,712	149	963,700	10,165	953,536
					12.0%	-35.9%	-92.9%	-31.6%	23.1%	70.8%	131.3%	70.4%
3-4年	96	354,708	0	354,708	95	1,026,502	22,955	1,003,546	108	1,027,224	138,557	888,667
					-1.0%	189.4%	-	182.9%	13.7%	0.1%	503.6%	-11.4%
4-5年	93	1,115,282	3,521	1,111,762	76	368,208	0	368,208	81	1,322,405	18,813	1,303,591
					-18.3%	-67.0%	-100.0%	-66.9%	6.6%	259.1%	-	254.0%
5-10年	433	4,726,546	19,030	4,707,516	382	5,739,293	3,738	5,735,555	343	5,873,220	27,571	5,845,649
					-11.8%	21.4%	-80.4%	21.8%	-10.2%	2.3%	637.6%	1.9%
10-20年	403	6,820,872	6,653	6,814,219	398	6,881,683	6,109	6,875,574	388	9,439,091	9,381	9,429,710
					-1.2%	0.9%	-8.2%	0.9%	-2.5%	37.2%	53.6%	37.1%
20年以上	405	5,666,207	92,038	5,574,169	373	5,649,850	92,615	5,557,235	365	7,713,276	70,196	7,643,081
					-7.9%	-0.3%	0.6%	-0.3%	-2.1%	36.5%	-24.2%	37.5%
未知	0	0	0	0	1	1,320	0	1,320	0	0	0	0
					-	-	-	-	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%
合計	1,895	20,183,981	183,018	20,000,962	1,825	21,272,005	150,186	21,121,819	1,789	27,652,799	275,103	27,377,696
					-3.7%	5.4%	-17.9%	5.6%	-2.0%	30.0%	83.2%	29.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

電影產業		2012年				2013年				2014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	13	324,458	54,914	269,544	21	282,829	73,940	208,889	27	659,851	139,566	520,285
		8.3%	-67.2%	-60.4%	-68.3%	61.5%	-12.8%	34.6%	-22.5%	28.6%	133.3%	88.8%	149.1%
591114	電影片製作	43	487,252	70,416	416,836	97	747,867	117,729	630,138	148	842,416	96,107	746,309
		13.2%	54.4%	161.5%	44.4%	125.6%	53.5%	67.2%	51.2%	52.6%	12.6%	-18.4%	18.4%
591199	其他影片製作	410	5,736,269	204,213	5,532,057	425	5,256,784	132,607	5,124,176	425	5,179,965	105,976	5,073,989
		12.0%	2.7%	118.0%	0.7%	3.7%	-8.4%	-35.1%	-7.4%	0.0%	-1.5%	-20.1%	-1.0%
591211	影片沖印	16	55,451	0	55,451	15	64,064	19	64,045	14	68,524	1,138	67,386
		6.7%	-26.1%	-100.0%	-25.0%	-6.3%	15.5%	-	15.5%	-6.7%	7.0%	5810.0%	5.2%
591212	影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	46	988,257	6,018	982,239	52	1,062,934	12,952	1,049,982	45	994,843	3,737	991,106
		-2.1%	-7.5%	60.4%	-7.7%	13.0%	7.6%	115.2%	6.9%	-13.5%	-6.4%	-71.1%	-5.6%
591213	電腦動畫及特效後製服務	19	136,114	1,843	134,271	22	121,057	22,883	98,174	21	108,745	14,573	94,171
		-13.6%	145.1%	881.7%	142.6%	15.8%	-11.1%	1141.6%	-26.9%	-4.5%	-10.2%	-36.3%	-4.1%
591311	電影片代理及發行	163	4,834,801	1,212	4,833,589	152	5,497,689	9,581	5,488,108	142	5,476,730	27,746	5,448,984
		-1.2%	0.1%	-37.6%	0.1%	-6.7%	13.7%	690.4%	13.5%	-6.6%	-0.4%	189.6%	-0.7%
591411	電影院	107	8,519,776	0	8,519,776	102	9,495,468	0	9,495,468	99	9,730,081	0	9,730,081
		3.9%	10.0%	-100.0%	10.0%	-4.7%	11.5%	-	11.5%	-2.9%	2.5%	-	2.5%
591412	露天電影院	7	23,964	0	23,964	7	24,681	0	24,681	6	31,963	0	31,963
		0.0%	-25.8%	-	-25.8%	0.0%	3.0%	-	3.0%	-14.3%	29.5%	-	29.5%
592013	電影錄音	8	52,010	0	52,010	7	41,285	0	41,285	5	59,411	0	59,411
		-11.1%	-44.4%	-100.0%	-41.5%	-12.5%	-20.6%	-	-20.6%	-28.6%	43.9%	-	43.9%
773200	錄影帶及碟片租賃	537	5,037,599	214	5,037,385	483	4,592,141	0	4,592,141	428	4,803,385	0	4,803,385
		-11.1%	-9.7%	-	-9.7%	-10.1%	-8.8%	-100.0%	-8.8%	-11.4%	4.6%	-	4.6%
932212	視聽中心	387	1,302,688	0	1,302,688	370	1,344,063	0	1,344,063	350	1,368,965	0	1,368,965
		-3.5%	1.2%	-	1.2%	-4.4%	3.2%	-	3.2%	-5.4%	1.9%	-	1.9%
合計		1,756	27,498,641	338,830	27,159,811	1,753	28,530,863	369,711	28,161,152	1,710	29,324,876	388,842	28,936,034
		-1.8%	-0.6%	23.2%	-0.8%	-0.2%	3.8%	9.1%	3.7%	-2.5%	2.8%	5.2%	2.8%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	169	287,220	889	286,332	154	483,551	858	482,693	130	203,122	12,075	191,046
	1.2%	-49.1%	373.2%	-49.3%	-8.9%	68.4%	-3.4%	68.6%	-15.6%	-58.0%	1307.2%	-60.4%
1-2年	157	1,377,749	13,434	1,364,315	169	856,848	26,455	830,393	145	1,242,530	26,551	1,215,979
	-16.5%	83.8%	5680.2%	82.1%	7.6%	-37.8%	96.9%	-39.1%	-14.2%	45.0%	0.4%	46.4%
2-3年	147	1,334,506	3,675	1,330,830	135	1,528,017	12,673	1,515,344	147	906,552	12,917	893,636
	-1.3%	38.5%	-63.8%	39.6%	-8.2%	14.5%	244.8%	13.9%	8.9%	-40.7%	1.9%	-41.0%
3-4年	127	974,863	39,615	935,248	131	1,045,180	67,741	977,439	113	1,174,154	25,035	1,149,119
	17.6%	-5.1%	-71.4%	5.2%	3.1%	7.2%	71.0%	4.5%	-13.7%	12.3%	-63.0%	17.6%
4-5年	98	710,609	56,304	654,305	108	1,045,870	64,143	981,728	120	1,077,494	18,536	1,058,958
	21.0%	-46.3%	199.3%	-49.8%	10.2%	47.2%	13.9%	50.0%	11.1%	3.0%	-71.1%	7.9%
5-10年	312	5,406,214	124,289	5,281,925	324	5,205,502	88,402	5,117,100	336	4,999,539	230,331	4,769,208
	-9.0%	-8.0%	350.8%	-9.6%	3.8%	-3.7%	-28.9%	-3.1%	3.7%	-4.0%	160.6%	-6.8%
10-20年	383	10,433,722	10,688	10,423,034	391	10,932,792	44,368	10,888,424	393	11,943,500	14,861	11,928,639
	-1.3%	10.5%	13.9%	10.5%	2.1%	4.8%	315.1%	4.5%	0.5%	9.2%	-66.5%	9.6%
20年以上	363	6,973,758	89,935	6,883,822	341	7,433,102	65,071	7,368,031	326	7,777,984	48,536	7,729,448
	-0.5%	-9.6%	28.1%	-9.9%	-6.1%	6.6%	-27.6%	7.0%	-4.4%	4.6%	-25.4%	4.9%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	1,756	27,498,641	338,830	27,159,811	1,753	28,530,863	369,711	28,161,152	1,710	29,324,876	388,842	28,936,034
	-1.8%	-0.6%	23.2%	-0.8%	-0.2%	3.8%	9.1%	3.7%	-2.5%	2.8%	5.2%	2.8%

電影產業

電影產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	504	12,356,627	122,791	12,233,836	509	13,280,422	87,319	13,193,102	515	17,758,296	236,709	17,521,587
臺中市	148	1,042,337	0	1,042,337	134	1,073,319	0	1,073,319	127	1,355,759	8	1,355,751
基隆市	33	93,108	0	93,108	23	80,812	0	80,812	25	77,322	0	77,322
臺南市	121	520,164	0	520,164	116	581,395	0	581,395	106	656,887	188	656,700
高雄市	219	1,332,639	97	1,332,542	222	1,447,588	10	1,447,579	220	1,834,265	0	1,834,265
新北市	301	3,083,974	60,131	3,023,842	284	3,034,073	62,857	2,971,216	268	3,585,418	38,198	3,547,220
宜蘭縣	45	51,183	0	51,183	52	57,540	0	57,540	54	65,449	0	65,449
桃園縣	138	731,635	0	731,635	129	686,386	0	686,386	124	1,063,055	0	1,063,055
嘉義市	29	83,439	0	83,439	28	99,414	0	99,414	23	93,842	0	93,842
新竹縣	23	28,902	0	28,902	22	25,612	0	25,612	21	19,786	0	19,786
苗栗縣	31	76,288	0	76,288	29	82,075	0	82,075	26	94,081	0	94,081
南投縣	21	22,126	0	22,126	19	20,342	0	20,342	22	17,811	0	17,811
彰化縣	70	113,753	0	113,753	62	100,510	0	100,510	58	127,246	0	127,246
新竹市	24	434,953	0	434,953	25	478,849	0	478,849	26	637,505	0	637,505
雲林縣	40	52,337	0	52,337	44	57,000	0	57,000	51	66,205	0	66,205
嘉義縣	25	16,896	0	16,896	23	13,746	0	13,746	17	11,296	0	11,296
屏東縣	58	64,028	0	64,028	53	77,784	0	77,784	53	104,310	0	104,310
花蓮縣	26	43,390	0	43,390	19	46,549	0	46,549	19	55,115	0	55,115
臺東縣	17	13,845	0	13,845	13	10,631	0	10,631	16	9,878	0	9,878
金門縣	6	5,998	0	5,998	6	4,762	0	4,762	5	4,303	0	4,303
澎湖縣	8	8,969	0	8,969	8	8,955	0	8,955	9	11,180	0	11,180
連江縣	8	7,390	0	7,390	5	4,241	0	4,241	4	3,791	0	3,791
合計	1,895	20,183,981	183,018	20,000,962	1,825	21,272,005	150,186	21,121,819	1,789	27,652,799	275,103	27,377,696

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

電影產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	513	5,289,734	0	5,289,734	491	5,876,187	0	5,876,187	473	7,342,681	0	7,342,681
					-4.3%	11.1%	-	11.1%	-3.7%	25.0%	-	25.0%
0.1-1百萬元	789	1,171,807	97	1,171,710	712	1,119,569	4,751	1,114,818	680	1,224,224	0	1,224,224
					-9.8%	-4.5%	4808.8%	-4.9%	-4.5%	9.3%	-100.0%	9.8%
1-5百萬元	244	1,646,122	0	1,646,122	271	1,885,050	0	1,885,050	282	2,228,197	1,791	2,226,406
					11.1%	14.5%	-	14.5%	4.1%	18.2%	-	18.1%
5-10百萬元	177	1,888,959	12,067	1,876,891	181	2,108,693	17,170	2,091,523	177	2,817,936	2,750	2,815,187
					2.3%	11.6%	42.3%	11.4%	-2.2%	33.6%	-84.0%	34.6%
10-20百萬元	78	3,018,225	84,160	2,934,065	78	2,567,050	39,562	2,527,488	82	3,861,315	48,190	3,813,125
					0.0%	-14.9%	-53.0%	-13.9%	5.1%	50.4%	21.8%	50.9%
20-30百萬元	37	3,323,007	1,027	3,321,980	35	3,573,756	2,851	3,570,905	36	3,935,111	4,631	3,930,480
					-5.4%	7.5%	177.6%	7.5%	2.9%	10.1%	62.4%	10.1%
30-40百萬元	10	180,326	0	180,326	9	177,472	0	177,472	9	157,843	0	157,843
					-10.0%	-1.6%	-	-1.6%	0.0%	-11.1%	-	-11.1%
40-50百萬元	0	0	0	0	1	193	0	193	1	1,031	0	1,031
					-	-	-	-	0.0%	433.8%	-	433.8%
50-60百萬元	8	570,350	304	570,046	8	521,629	22	521,608	8	794,438	21,489	772,950
					0.0%	-8.5%	-92.8%	-8.5%	0.0%	52.3%	98616.5%	48.2%
60-80百萬元	4	352,835	0	352,835	4	361,457	0	361,457	4	522,190	0	522,190
					0.0%	2.4%	-	2.4%	0.0%	44.5%	-	44.5%
0.8-1億元	8	380,167	14,923	365,243	7	348,760	10,169	338,590	7	565,142	0	565,142
					-12.5%	-8.3%	-31.9%	-7.3%	0.0%	62.0%	-100.0%	66.9%
1-2億元	14	1,247,145	17,840	1,229,304	15	1,394,266	11,806	1,382,461	15	1,595,417	18,950	1,576,467
					7.1%	11.8%	-33.8%	12.5%	0.0%	14.4%	60.5%	14.0%
2億元以上	13	1,115,306	52,600	1,062,706	13	1,337,922	63,854	1,274,068	15	2,607,275	177,303	2,429,971
					0.0%	20.0%	21.4%	19.9%	15.4%	94.9%	177.7%	90.7%
合計	1,895	20,183,981	183,018	20,000,962	1,825	21,272,005	150,186	21,121,819	1,789	27,652,799	275,103	27,377,696
					-3.7%	5.4%	-17.9%	5.6%	-2.0%	30.0%	83.2%	29.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	522	16,257,965	267,110	15,990,855	558	16,593,450	307,555	16,285,895	576	17,110,301	353,408	16,756,893
臺中市	122	1,523,453	0	1,523,453	119	1,654,593	0	1,654,593	109	1,929,172	0	1,929,172
基隆市	20	62,885	0	62,885	22	64,534	0	64,534	21	93,082	0	93,082
臺南市	98	641,367	955	640,413	96	719,358	5,896	713,462	88	673,621	5,886	667,736
高雄市	203	1,962,073	0	1,962,073	198	2,071,944	0	2,071,944	185	2,027,894	6,712	2,021,181
新北市	272	4,570,770	70,765	4,500,005	265	4,655,560	56,260	4,599,299	261	4,472,965	22,437	4,450,528
宜蘭縣	46	58,360	0	58,360	44	57,973	0	57,973	42	72,784	0	72,784
桃園縣	123	1,076,804	0	1,076,804	129	1,191,912	0	1,191,912	122	1,223,002	0	1,223,002
嘉義市	22	87,401	0	87,401	19	87,855	0	87,855	20	84,272	0	84,272
新竹縣	19	17,246	0	17,246	13	15,216	0	15,216	12	10,766	0	10,766
苗栗縣	30	87,256	0	87,256	25	73,811	0	73,811	25	65,279	0	65,279
南投縣	22	25,974	0	25,974	19	31,196	0	31,196	17	33,628	399	33,229
彰化縣	56	165,499	0	165,499	52	112,289	0	112,289	51	131,630	0	131,630
新竹市	32	699,622	0	699,622	31	807,447	0	807,447	29	855,938	0	855,938
雲林縣	51	68,372	0	68,372	48	69,894	0	69,894	49	71,762	0	71,762
嘉義縣	17	11,309	0	11,309	19	12,589	0	12,589	15	9,945	0	9,945
屏東縣	49	94,922	0	94,922	48	192,046	0	192,046	44	214,469	0	214,469
花蓮縣	21	55,917	0	55,917	18	44,885	0	44,885	17	61,758	0	61,758
臺東縣	14	8,517	0	8,517	13	48,743	0	48,743	11	131,435	0	131,435
金門縣	6	4,424	0	4,424	6	4,668	0	4,668	6	28,077	0	28,077
澎湖縣	8	16,354	0	16,354	8	18,627	0	18,627	7	20,180	0	20,180
連江縣	3	2,151	0	2,151	3	2,272	0	2,272	3	2,915	0	2,915
合計	1,756	27,498,641	338,830	27,159,811	1,753	28,530,863	369,711	28,161,152	1,710	29,324,876	388,842	28,936,034

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	445	7,693,710	0	7,693,710	416	8,545,705	0	8,545,705	378	8,507,743	945	8,506,798
	-5.9%	4.8%	-	4.8%	-6.5%	11.1%	-	11.1%	-9.1%	-0.4%	-	-0.5%
0.1-1百萬元	646	1,406,371	7,413	1,398,958	629	1,267,006	21,183	1,245,823	602	1,296,077	8,284	1,287,793
	-5.0%	14.9%	-	14.3%	-2.6%	-9.9%	185.7%	-10.9%	-4.3%	2.3%	-60.9%	3.4%
1-5百萬元	303	2,424,073	7,748	2,416,325	338	2,725,214	10,364	2,714,849	359	3,556,608	53,173	3,503,435
	7.4%	8.8%	332.7%	8.5%	11.6%	12.4%	33.8%	12.4%	6.2%	30.5%	413.0%	29.0%
5-10百萬元	180	2,647,752	1,814	2,645,938	176	2,949,135	21,354	2,927,781	172	2,931,364	22,282	2,909,082
	1.7%	-6.0%	-34.0%	-6.0%	-2.2%	11.4%	1077.5%	10.7%	-2.3%	-0.6%	4.3%	-0.6%
10-20百萬元	82	3,634,863	78,123	3,556,740	85	3,768,963	187,853	3,581,111	91	3,363,259	67,437	3,295,821
	0.0%	-5.9%	62.1%	-6.7%	3.7%	3.7%	140.5%	0.7%	7.1%	-10.8%	-64.1%	-8.0%
20-30百萬元	35	4,149,336	229	4,149,106	36	3,723,755	0	3,723,755	38	3,870,007	715	3,869,292
	-2.8%	5.4%	-95.0%	5.6%	2.9%	-10.3%	-100.0%	-10.3%	5.6%	3.9%	-	3.9%
30-40百萬元	9	169,514	0	169,514	12	157,589	205	157,385	12	143,552	0	143,552
	0.0%	7.4%	-	7.4%	33.3%	-7.0%	-	-7.2%	0.0%	-8.9%	-100.0%	-8.8%
40-50百萬元	3	14,468	0	14,468	4	51,683	21	51,662	4	146,887	0	146,887
	200.0%	1302.8%	-	1302.8%	33.3%	257.2%	-	257.1%	0.0%	184.2%	-100.0%	184.3%
50-60百萬元	9	811,888	88,530	723,358	9	478,615	0	478,615	8	383,995	0	383,995
	12.5%	2.2%	312.0%	-6.4%	0.0%	-41.0%	-100.0%	-33.8%	-11.1%	-19.8%	-	-19.8%
60-80百萬元	8	499,126	1,217	497,909	10	808,115	2,889	805,226	9	815,360	1,138	814,222
	100.0%	-4.4%	-	-4.6%	25.0%	61.9%	137.4%	61.7%	-10.0%	0.9%	-60.6%	1.1%
0.8-1億元	7	571,846	0	571,846	7	663,065	0	663,065	6	695,068	39,809	655,259
	0.0%	1.2%	-	1.2%	0.0%	16.0%	-	16.0%	-14.3%	4.8%	-	-1.2%
1-2億元	14	1,712,316	19,818	1,692,498	15	1,727,535	8,590	1,718,945	15	1,688,149	13,819	1,674,331
	-6.7%	7.3%	4.6%	7.4%	7.1%	0.9%	-56.7%	1.6%	0.0%	-2.3%	60.9%	-2.6%
2億元以上	15	1,763,377	133,938	1,629,439	16	1,664,483	117,252	1,547,231	16	1,926,807	181,241	1,745,566
	0.0%	-32.4%	-24.5%	-32.9%	6.7%	-5.6%	-12.5%	-5.0%	0.0%	15.8%	54.6%	12.8%
合計	1,756	27,498,641	338,830	27,159,811	1,753	28,530,863	369,711	28,161,152	1,710	29,324,876	388,842	28,936,034
	-1.8%	-0.6%	23.2%	-0.8%	-0.2%	3.8%	9.1%	3.7%	-2.5%	2.8%	5.2%	2.8%

廣播電視產業

廣播電視產業2009～2014年家數與營業額

廣播與電視產業		2009年				2010年				2011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
591112	廣告影片製作	100	8,162,393	10,230	8,152,163	104	8,107,276	9,326	8,097,950	104	6,355,163	5,756	6,349,406
						4.0%	-0.7%	-8.8%	-0.7%	0.0%	-21.6%	-38.3%	-21.6%
591113	電視節目製作	746	46,793,586	546,758	46,246,828	761	56,044,608	706,504	55,338,104	755	60,143,824	1,127,678	59,016,146
						2.0%	19.8%	29.2%	19.7%	-0.8%	7.3%	59.6%	6.6%
591312	電視節目代理及發行	104	4,154,034	27,224	4,126,810	97	6,544,892	15,297	6,529,595	90	6,912,045	15,054	6,896,991
						-6.7%	57.6%	-43.8%	58.2%	-7.2%	5.6%	-1.6%	5.6%
591399	其他影片發行	57	361,580	12,221	349,359	48	628,431	8,973	619,458	45	656,942	9,409	647,533
						-15.8%	73.8%	-26.6%	77.3%	-6.3%	4.5%	4.9%	4.5%
592014	廣播節目製作及發行	256	6,314,158	217,889	6,096,269	266	5,794,178	248,648	5,545,530	266	5,773,383	242,111	5,531,272
						3.9%	-8.2%	14.1%	-9.0%	0.0%	-0.4%	-2.6%	-0.3%
592016	電視節目錄音	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
						-	-	-	-	-	-	-	-
601011	廣播電臺經營	174	3,622,218	162,881	3,459,337	167	3,948,876	163,180	3,785,696	157	3,073,793	129,533	2,944,260
						-4.0%	9.0%	0.2%	9.4%	-6.0%	-22.2%	-20.6%	-22.2%
601012	網路廣播	3	429	0	429	3	2,743	0	2,743	3	6,400	0	6,400
						0.0%	540.1%	-	540.1%	0.0%	133.3%	-	133.3%
602111	無線電視頻道經營	13	12,230,648	137,275	12,093,373	13	13,053,617	138,658	12,914,959	14	13,217,177	184,204	13,032,972
						0.0%	6.7%	1.0%	6.8%	7.7%	1.3%	32.8%	0.9%
602112	衛星電視頻道經營	82	25,960,629	61,268	25,899,361	86	26,193,350	27,338	26,166,012	88	28,035,464	37,590	27,997,874
						4.9%	0.9%	-55.4%	1.0%	2.3%	7.0%	37.5%	7.0%
602200	有線及其他付費節目播送	18	2,391,817	38,812	2,353,005	16	2,408,331	37,901	2,370,430	23	2,386,625	33,523	2,353,102
						-11.1%	0.7%	-2.3%	0.7%	43.8%	-0.9%	-11.6%	-0.7%
602211	線上影片播送	0	0	0	0	1	354	0	354	2	898	0	898
						-	-	-	-	100.0%	153.9%	-	153.9%
602299	其他有線及付費節目播送	12	4,543,558	95	4,543,463	12	4,917,508	112	4,917,396	13	5,047,937	209	5,047,728
						0.0%	8.2%	17.6%	8.2%	8.3%	2.7%	87.1%	2.7%
760399	其他藝人及模特兒經紀	51	1,127,287	2,905	1,124,383	63	1,303,510	3,367	1,300,142	73	1,396,162	1,020	1,395,142
						23.5%	15.6%	15.9%	15.6%	15.9%	7.1%	-69.7%	7.3%
合計		1,616	115,662,338	1,217,557	114,444,781	1,637	128,947,675	1,359,304	127,588,371	1,633	133,005,812	1,786,089	131,219,723
						1.3%	11.5%	11.6%	11.5%	-0.2%	3.1%	31.4%	2.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

廣播電視產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	114	935,049	1,448	933,601	114	388,043	0	388,043	84	449,063	6,128	442,935
					0.0%	-58.5%	-100.0%	-58.4%	-26.3%	15.7%	-	14.1%
1-2年	95	5,103,683	0	5,103,683	114	2,206,510	8,248	2,198,262	114	3,446,674	2,047	3,444,627
					20.0%	-56.8%	-	-56.9%	0.0%	56.2%	-75.2%	56.7%
2-3年	78	1,819,059	126,849	1,692,210	83	3,752,156	0	3,752,156	106	2,475,389	42,549	2,432,840
					6.4%	106.3%	-100.0%	121.7%	27.7%	-34.0%	-	-35.2%
3-4年	84	970,713	10,632	960,081	71	2,263,185	184,023	2,079,162	78	5,323,608	1,821	5,321,786
					-15.5%	133.1%	1630.9%	116.6%	9.9%	135.2%	-99.0%	156.0%
4-5年	87	7,731,016	2,905	7,728,111	73	1,167,355	1,066	1,166,288	67	3,580,201	166,241	3,413,960
					-16.1%	-84.9%	-63.3%	-84.9%	-8.2%	206.7%	15488.0%	192.7%
5-10年	442	25,026,684	72,602	24,954,082	442	27,455,046	40,627	27,414,419	411	27,897,717	61,880	27,835,836
					0.0%	9.7%	-44.0%	9.9%	-7.0%	1.6%	52.3%	1.5%
10-20年	566	61,202,473	793,647	60,408,825	563	71,759,356	679,209	71,080,147	578	70,882,408	876,219	70,006,189
					-0.5%	17.2%	-14.4%	17.7%	2.7%	-1.2%	29.0%	-1.5%
20年以上	150	12,873,662	209,474	12,664,188	177	19,956,025	446,131	19,509,894	195	18,950,754	629,204	18,321,549
					18.0%	55.0%	113.0%	54.1%	10.2%	-5.0%	41.0%	-6.1%
合計	1,616	115,662,338	1,217,557	114,444,781	1,637	128,947,675	1,359,304	127,588,371	1,633	133,005,812	1,786,089	131,219,723
					1.3%	11.5%	11.6%	11.5%	-0.2%	3.1%	31.4%	2.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

廣播與電視產業		2012年				2013年				2014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	107	4,311,319	16,615	4,294,705	126	4,632,287	7,844	4,624,443	134	4,633,470	35,186	4,598,283
		2.9%	-32.2%	188.6%	-32.4%	17.8%	7.4%	-52.8%	7.7%	6.3%	0.0%	348.6%	-0.6%
591113	電視節目製作	751	65,823,912	942,881	64,881,030	735	70,154,359	1,229,839	68,924,519	730	73,747,730	1,683,297	72,064,433
		-0.5%	9.4%	-16.4%	9.9%	-2.1%	6.6%	30.4%	6.2%	-0.7%	5.1%	36.9%	4.6%
591312	電視節目代理及發行	91	6,691,062	10,122	6,680,940	91	5,350,008	11,704	5,338,305	83	5,502,004	14,264	5,487,740
		1.1%	-3.2%	-32.8%	-3.1%	0.0%	-20.0%	15.6%	-20.1%	-8.8%	2.8%	21.9%	2.8%
591399	其他影片發行	53	766,624	6,949	759,675	51	863,227	7,970	855,257	47	968,907	20,795	948,112
		17.8%	16.7%	-26.1%	17.3%	-3.8%	12.6%	14.7%	12.6%	-7.8%	12.2%	160.9%	10.9%
592014	廣播節目製作及發行	262	4,842,097	190,251	4,651,845	270	4,645,904	229,388	4,416,516	271	4,701,037	197,498	4,503,539
		-1.5%	-16.1%	-21.4%	-15.9%	3.1%	-4.1%	20.6%	-5.1%	0.4%	1.2%	-13.9%	2.0%
592016	電視節目錄音	0	0	0	0	1	3,126	0	3,126	1	4,037	0	4,037
		-	-	-	-	-	-	-	-	0.0%	29.1%	-	29.1%
601011	廣播電臺經營	156	2,783,935	96,344	2,687,591	155	3,133,158	24,326	3,108,832	157	2,919,702	18,701	2,901,002
		-0.6%	-9.4%	-25.6%	-8.7%	-0.6%	12.5%	-74.8%	15.7%	1.3%	-6.8%	-23.1%	-6.7%
601012	網路廣播	4	9,279	0	9,279	4	21,577	0	21,577	4	14,654	0	14,654
		33.3%	45.0%	-	45.0%	0.0%	132.5%	-	132.5%	0.0%	-32.1%	-	-32.1%
602111	無線電視頻道經營	14	12,501,774	223,364	12,278,410	15	12,658,467	204,078	12,454,389	14	12,529,289	267,943	12,261,346
		0.0%	-5.4%	21.3%	-5.8%	7.1%	1.3%	-8.6%	1.4%	-6.7%	-1.0%	31.3%	-1.5%
602112	衛星電視頻道經營	94	27,855,967	31,185	27,824,782	84	29,773,455	38,405	29,735,049	89	28,927,709	45,190	28,882,519
		6.8%	-0.6%	-17.0%	-0.6%	-10.6%	6.9%	23.2%	6.9%	6.0%	-2.8%	17.7%	-2.9%
602200	有線及其他付費節目播送	24	2,389,760	34,499	2,355,261	22	2,502,085	144,029	2,358,056	21	2,481,362	99,977	2,381,385
		4.3%	0.1%	2.9%	0.1%	-8.3%	4.7%	317.5%	0.1%	-4.5%	-0.8%	-30.6%	1.0%
602211	線上影片播送	2	4,100	0	4,100	2	2,929	0	2,929	2	5,216	0	5,216
		0.0%	356.6%	-	356.6%	0.0%	-28.6%	-	-28.6%	0.0%	78.1%	-	78.1%
602299	其他有線及付費節目播送	13	5,023,111	79	5,023,032	14	5,311,471	59	5,311,412	17	5,551,302	95	5,551,207
		0.0%	-0.5%	-62.4%	-0.5%	7.7%	5.7%	-25.0%	5.7%	21.4%	4.5%	61.7%	4.5%
760399	其他藝人及模特兒經紀	83	1,804,191	9,446	1,794,745	97	1,509,488	6,158	1,503,330	105	1,359,188	9,927	1,349,262
		13.7%	29.2%	825.9%	28.6%	16.9%	-16.3%	-34.8%	-16.2%	8.2%	-10.0%	61.2%	-10.2%
合計		1,654	134,807,130	1,561,736	133,245,394	1,667	140,561,540	1,903,801	138,657,739	1,675	143,345,609	2,392,873	140,952,736
		1.3%	1.4%	-12.6%	1.5%	0.8%	4.3%	21.9%	4.1%	0.5%	2.0%	25.7%	1.7%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	82	277,557	0	277,557	92	305,535	14,503	291,032	71	132,547	0	132,547
	-2.4%	-38.2%	-100.0%	-37.3%	12.2%	10.1%	-	4.9%	-22.8%	-56.6%	-100.0%	-54.5%
1-2年	85	882,153	5,149	877,004	83	524,883	36	524,848	94	1,287,375	97,191	1,190,184
	-25.4%	-74.4%	151.6%	-74.5%	-2.4%	-40.5%	-99.3%	-40.2%	13.3%	145.3%	271208.8%	126.8%
2-3年	110	3,398,792	15,756	3,383,037	80	851,081	10,236	840,845	71	467,737	6,201	461,536
	3.8%	37.3%	-63.0%	39.1%	-27.3%	-75.0%	-35.0%	-75.1%	-11.3%	-45.0%	-39.4%	-45.1%
3-4年	103	4,517,036	43,377	4,473,659	100	3,262,949	21,637	3,241,312	77	664,041	50,513	613,528
	32.1%	-15.2%	2281.5%	-15.9%	-2.9%	-27.8%	-50.1%	-27.5%	-23.0%	-79.6%	133.5%	-81.1%
4-5年	77	6,778,267	177	6,778,090	90	3,436,061	25,105	3,410,956	92	3,052,269	0	3,052,269
	14.9%	89.3%	-99.9%	98.5%	16.9%	-49.3%	14062.3%	-49.7%	2.2%	-11.2%	-100.0%	-10.5%
5-10年	362	30,758,059	205,476	30,552,583	337	41,473,597	321,932	41,151,665	332	20,193,385	259,880	19,933,506
	-11.9%	10.3%	232.1%	9.8%	-6.9%	34.8%	56.7%	34.7%	-1.5%	-51.3%	-19.3%	-51.6%
10-20年	617	69,638,248	650,104	68,988,144	644	67,801,515	777,906	67,023,610	673	85,948,135	982,328	84,965,808
	6.7%	-1.8%	-25.8%	-1.5%	4.4%	-2.6%	19.7%	-2.8%	4.5%	26.8%	26.3%	26.8%
20年以上	218	18,557,018	641,697	17,915,321	241	22,905,919	732,447	22,173,472	265	31,600,119	996,761	30,603,359
	11.8%	-2.1%	2.0%	-2.2%	10.6%	23.4%	14.1%	23.8%	10.0%	38.0%	36.1%	38.0%
合計	1,654	134,807,130	1,561,736	133,245,394	1,667	140,561,540	1,903,801	138,657,739	1,675	143,345,609	2,392,873	140,952,736
	1.3%	1.4%	-12.6%	1.5%	0.8%	4.3%	21.9%	4.1%	0.5%	2.0%	25.7%	1.7%

廣播電視產業

廣播電視產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	933	76,907,627	1,047,727	75,859,899	949	87,743,542	1,177,600	86,565,941	951	90,757,227	1,601,424	89,155,802
臺中市	83	5,063,756	0	5,063,756	83	5,332,813	0	5,332,813	84	5,192,480	0	5,192,480
基隆市	8	667,586	0	667,586	10	696,068	0	696,068	11	752,309	0	752,309
臺南市	54	3,150,069	95	3,149,974	54	3,348,781	70	3,348,711	51	3,396,815	49	3,396,766
高雄市	76	7,422,960	94,783	7,328,177	78	8,601,131	95,824	8,505,307	77	8,629,580	95,789	8,533,791
新北市	193	9,131,318	74,168	9,057,149	192	9,769,462	85,810	9,683,652	194	10,637,230	88,683	10,548,548
宜蘭縣	15	663,020	0	663,020	13	678,641	0	678,641	13	672,013	0	672,013
桃園縣	44	3,989,050	783	3,988,267	48	3,881,705	0	3,881,705	45	4,017,608	0	4,017,608
嘉義市	17	545,677	0	545,677	17	575,656	0	575,656	16	556,877	0	556,877
新竹縣	12	978,024	0	978,024	12	961,325	0	961,325	13	1,028,429	0	1,028,429
苗栗縣	19	1,009,832	0	1,009,832	23	1,005,100	0	1,005,100	25	1,012,687	0	1,012,687
南投縣	14	646,020	0	646,020	16	655,737	0	655,737	15	662,027	0	662,027
彰化縣	26	711,603	0	711,603	28	721,667	0	721,667	30	730,927	143	730,784
新竹市	18	979,908	0	979,908	17	1,031,965	0	1,031,965	16	956,513	0	956,513
雲林縣	24	809,102	0	809,102	21	862,756	0	862,756	21	871,940	0	871,940
嘉義縣	15	711,064	0	711,064	14	740,869	0	740,869	12	720,344	0	720,344
屏東縣	21	1,137,290	0	1,137,290	20	1,168,784	0	1,168,784	19	1,219,236	0	1,219,236
花蓮縣	19	629,725	0	629,725	20	666,226	0	666,226	18	657,923	0	657,923
臺東縣	11	289,147	0	289,147	9	274,081	0	274,081	9	286,745	0	286,745
金門縣	4	53,437	0	53,437	4	56,824	0	56,824	4	65,203	0	65,203
澎湖縣	7	164,109	0	164,109	7	170,279	0	170,279	7	176,862	0	176,862
連江縣	3	2,014	0	2,014	2	4,263	0	4,263	2	4,836	0	4,836
合計	1,616	115,662,338	1,217,557	114,444,781	1,637	128,947,675	1,359,304	127,588,371	1,633	133,005,812	1,786,089	131,219,723

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

廣播電視產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	81	3,080,535	0	3,080,535	83	3,334,567	0	3,334,567	73	7,307,199	0	7,307,199
					2.5%	8.2%	-	8.2%	-12.0%	119.1%	-	119.1%
0.1-1百萬元	163	397,740	653	397,087	151	435,890	21	435,869	151	431,018	2,316	428,702
					-7.4%	9.6%	-96.9%	9.8%	0.0%	-1.1%	11175.2%	-1.6%
1-5百萬元	620	7,678,010	43,631	7,634,379	653	7,101,757	38,958	7,062,798	661	7,158,707	46,102	7,112,605
					5.3%	-7.5%	-10.7%	-7.5%	1.2%	0.8%	18.3%	0.7%
5-10百萬元	299	7,843,398	137,166	7,706,232	294	7,364,624	180,275	7,184,349	281	6,636,271	213,321	6,422,950
					-1.7%	-6.1%	31.4%	-6.8%	-4.4%	-9.9%	18.3%	-10.6%
10-20百萬元	164	4,138,419	74,291	4,064,128	169	4,118,229	68,434	4,049,795	173	4,059,476	53,565	4,005,911
					3.0%	-0.5%	-7.9%	-0.4%	2.4%	-1.4%	-21.7%	-1.1%
20-30百萬元	64	5,522,869	72,345	5,450,524	63	6,119,136	77,512	6,041,624	63	6,548,970	51,136	6,497,834
					-1.6%	10.8%	7.1%	10.8%	0.0%	7.0%	-34.0%	7.6%
30-40百萬元	23	722,030	0	722,030	22	801,461	2,848	798,614	24	1,272,419	1,011	1,271,407
					-4.3%	11.0%	-	10.6%	9.1%	58.8%	-64.5%	59.2%
40-50百萬元	7	426,073	2,366	423,707	8	324,406	0	324,406	8	279,679	0	279,679
					14.3%	-23.9%	-100.0%	-23.4%	0.0%	-13.8%	-	-13.8%
50-60百萬元	57	1,829,855	1,265	1,828,590	58	2,236,084	52,478	2,183,606	58	2,103,473	51,664	2,051,808
					1.8%	22.2%	4048.6%	19.4%	0.0%	-5.9%	-1.6%	-6.0%
60-80百萬元	19	2,697,087	113,134	2,583,954	19	3,189,075	76,246	3,112,829	20	3,228,582	49,744	3,178,839
					0.0%	18.2%	-32.6%	20.5%	5.3%	1.2%	-34.8%	2.1%
0.8-1億元	6	676,519	10,886	665,633	6	332,173	10,033	322,139	7	488,060	9,763	478,296
					0.0%	-50.9%	-7.8%	-51.6%	16.7%	46.9%	-2.7%	48.5%
1-2億元	25	10,811,587	14,126	10,797,461	24	15,933,836	14,001	15,919,834	26	17,943,471	11,241	17,932,230
					-4.0%	47.4%	-0.9%	47.4%	8.3%	12.6%	-19.7%	12.6%
2億元以上	88	69,838,217	747,695	69,090,523	87	77,656,437	838,497	76,817,940	88	75,548,487	1,296,226	74,252,261
					-1.1%	11.2%	12.1%	11.2%	1.1%	-2.7%	54.6%	-3.3%
合計	1,616	115,662,338	1,217,557	114,444,781	1,637	128,947,675	1,359,304	127,588,371	1,633	133,005,812	1,786,089	131,219,723
					1.3%	11.5%	11.6%	11.5%	-0.2%	3.1%	31.4%	2.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	959	94,016,722	1,380,383	92,636,339	975	97,853,364	1,612,253	96,241,111	973	99,893,606	2,060,738	97,832,868
臺中市	81	4,981,989	0	4,981,989	79	5,177,662	1,154	5,176,508	78	5,014,312	0	5,014,312
基隆市	11	730,100	0	730,100	11	739,370	0	739,370	11	761,195	0	761,195
臺南市	53	3,335,202	37	3,335,165	55	3,421,519	14	3,421,505	58	3,530,089	36	3,530,053
高雄市	81	8,021,799	101,996	7,919,803	77	9,085,939	117,819	8,968,120	80	9,330,671	178,616	9,152,056
新北市	199	9,990,801	79,279	9,911,522	203	10,271,104	172,521	10,098,583	217	10,522,353	151,624	10,370,729
宜蘭縣	13	700,909	0	700,909	13	663,826	0	663,826	14	696,100	0	696,100
桃園縣	49	3,948,581	0	3,948,581	52	4,050,029	0	4,050,029	48	4,165,533	0	4,165,533
嘉義市	16	552,873	0	552,873	15	542,240	0	542,240	13	576,619	0	576,619
新竹縣	11	1,032,457	0	1,032,457	11	1,042,183	0	1,042,183	11	1,066,773	0	1,066,773
苗栗縣	24	1,016,256	0	1,016,256	23	1,117,274	0	1,117,274	25	999,870	0	999,870
南投縣	17	669,808	0	669,808	18	647,808	0	647,808	16	681,155	932	680,223
彰化縣	32	744,968	40	744,927	30	748,781	40	748,741	29	769,442	59	769,382
新竹市	16	976,107	0	976,107	14	1,021,812	0	1,021,812	14	1,027,289	0	1,027,289
雲林縣	22	899,244	0	899,244	20	901,195	0	901,195	18	926,558	868	925,690
嘉義縣	11	694,993	0	694,993	10	730,894	0	730,894	10	735,074	0	735,074
屏東縣	20	1,262,492	0	1,262,492	22	1,300,482	0	1,300,482	21	1,317,331	0	1,317,331
花蓮縣	18	694,402	0	694,402	18	709,202	0	709,202	17	769,390	0	769,390
臺東縣	8	300,241	0	300,241	9	306,721	0	306,721	9	324,785	0	324,785
金門縣	4	66,369	0	66,369	4	66,463	0	66,463	4	70,340	0	70,340
澎湖縣	7	164,276	0	164,276	6	158,553	0	158,553	7	161,362	0	161,362
連江縣	2	6,540	0	6,540	2	5,116	0	5,116	2	5,762	0	5,762
合計	1,654	134,807,130	1,561,736	133,245,394	1,667	140,561,540	1,903,801	138,657,739	1,675	143,345,609	2,392,873	140,952,736

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	76	6,437,050	473	6,436,578	75	7,310,449	0	7,310,449	73	6,897,646	0	6,897,646
	4.1%	-11.9%	-	-11.9%	-1.3%	13.6%	-100.0%	13.6%	-2.7%	-5.6%	-	-5.6%
0.1-1百萬元	156	569,606	280	569,326	175	621,954	250	621,704	174	562,566	415	562,151
	3.3%	32.2%	-87.9%	32.8%	12.2%	9.2%	-10.6%	9.2%	-0.6%	-9.5%	65.7%	-9.6%
1-5百萬元	665	6,652,586	113,230	6,539,356	676	5,648,691	90,012	5,558,679	686	5,017,133	146,969	4,870,164
	0.6%	-7.1%	145.6%	-8.1%	1.7%	-15.1%	-20.5%	-15.0%	1.5%	-11.2%	63.3%	-12.4%
5-10百萬元	281	5,109,912	137,939	4,971,973	275	5,535,982	178,439	5,357,544	272	5,460,272	110,908	5,349,364
	0.0%	-23.0%	-35.3%	-22.6%	-2.1%	8.3%	29.4%	7.8%	-1.1%	-1.4%	-37.8%	-0.2%
10-20百萬元	177	3,652,494	41,204	3,611,290	171	3,346,758	154,072	3,192,686	166	3,090,457	180,915	2,909,542
	2.3%	-10.0%	-23.1%	-9.9%	-3.4%	-8.4%	273.9%	-11.6%	-2.9%	-7.7%	17.4%	-8.9%
20-30百萬元	63	8,143,068	50,462	8,092,606	60	9,089,864	71,991	9,017,873	62	9,214,292	61,221	9,153,071
	0.0%	24.3%	-1.3%	24.5%	-4.8%	11.6%	42.7%	11.4%	3.3%	1.4%	-15.0%	1.5%
30-40百萬元	25	1,309,685	800	1,308,885	24	1,287,244	16,566	1,270,678	25	1,238,449	1,101	1,237,348
	4.2%	2.9%	-20.9%	2.9%	-4.0%	-1.7%	1970.8%	-2.9%	4.2%	-3.8%	-93.4%	-2.6%
40-50百萬元	8	180,072	0	180,072	7	144,570	0	144,570	7	199,099	12,242	186,857
	0.0%	-35.6%	-	-35.6%	-12.5%	-19.7%	-	-19.7%	0.0%	37.7%	-	29.3%
50-60百萬元	61	3,672,147	43,786	3,628,361	61	3,076,762	19,358	3,057,404	63	3,812,946	50,970	3,761,976
	5.2%	74.6%	-15.2%	76.8%	0.0%	-16.2%	-55.8%	-15.7%	3.3%	23.9%	163.3%	23.0%
60-80百萬元	20	3,563,611	26,537	3,537,074	21	2,662,993	39,989	2,623,003	21	2,790,437	55,711	2,734,726
	0.0%	10.4%	-46.7%	11.3%	5.0%	-25.3%	50.7%	-25.8%	0.0%	4.8%	39.3%	4.3%
0.8-1億元	7	592,730	8,276	584,454	7	865,954	14,822	851,132	7	1,039,983	22,167	1,017,816
	0.0%	21.4%	-15.2%	22.2%	0.0%	46.1%	79.1%	45.6%	0.0%	20.1%	49.6%	19.6%
1-2億元	27	19,062,167	17,824	19,044,343	26	19,403,778	15,516	19,388,262	26	18,684,982	19,855	18,665,126
	3.8%	6.2%	58.6%	6.2%	-3.7%	1.8%	-13.0%	1.8%	0.0%	-3.7%	28.0%	-3.7%
2億元以上	88	75,862,003	1,120,925	74,741,077	89	81,566,543	1,302,786	80,263,757	93	85,337,347	1,730,400	83,606,947
	0.0%	0.4%	-13.5%	0.7%	1.1%	7.5%	16.2%	7.4%	4.5%	4.6%	32.8%	4.2%
合計	1,654	134,807,130	1,561,736	133,245,394	1,667	140,561,540	1,903,801	138,657,739	1,675	143,345,609	2,392,873	140,952,736
	1.3%	1.4%	-12.6%	1.5%	0.8%	4.3%	21.9%	4.1%	0.5%	2.0%	25.7%	1.7%

出版產業

出版產業2009～2014年家數與營業額

出版產業		2009年				2010年				2011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	1,847	33,272,555	594,632	32,677,923	1,835	38,683,361	722,887	37,960,474	1,787	38,018,417	1,011,487	37,006,930
						-0.6%	16.3%	21.6%	16.2%	-2.6%	-1.7%	39.9%	-2.5%
476112	書籍、雜誌零售	2,608	23,752,511	537,194	23,215,317	2,576	24,447,466	482,744	23,964,722	2,565	24,941,210	541,069	24,400,141
						-1.2%	2.9%	-10.1%	3.2%	-0.4%	2.0%	12.1%	1.8%
486911	書籍零售攤販	8	38,851	0	38,851	10	37,951	0	37,951	10	49,095	0	49,095
						25.0%	-2.3%	-	-2.3%	0.0%	29.4%	-	29.4%
581111	新聞出版	188	10,951,894	154,228	10,797,666	195	13,173,638	179,583	12,994,055	200	12,742,787	106,093	12,636,693
						3.7%	20.3%	16.4%	20.3%	2.6%	-3.3%	-40.9%	-2.8%
581112	數位新聞出版	3	504	0	504	3	1,036	0	1,036	3	2,061	0	2,061
						0.0%	105.6%	-	105.6%	0.0%	99.0%	-	99.0%
581211	雜誌（期刊）出版	1,034	15,641,624	346,567	15,295,057	1,074	16,732,580	359,282	16,373,298	1,127	17,492,059	381,379	17,110,680
						3.9%	7.0%	3.7%	7.0%	4.9%	4.5%	6.2%	4.5%
581212	數位雜誌（期刊）出版	6	94,459	0	94,459	6	106,300	0	106,300	6	117,977	0	117,977
						0.0%	12.5%	-	12.5%	0.0%	11.0%	-	11.0%
581311	書籍出版	1,823	18,600,435	510,984	18,089,451	1,812	19,865,985	563,206	19,302,779	1,824	20,102,167	574,925	19,527,242
						-0.6%	6.8%	10.2%	6.7%	0.7%	1.2%	2.1%	1.2%
581312	數位書籍出版	16	107,432	616	106,815	16	136,577	1,773	134,804	15	108,691	334	108,357
						0.0%	27.1%	187.7%	26.2%	-6.3%	-20.4%	-81.2%	-19.6%
773913	小說、漫畫及雜誌出租	1,611	1,248,246	0	1,248,246	1,544	1,184,445	0	1,184,445	1,471	1,145,015	0	1,145,015
						-4.2%	-5.1%	-	-5.1%	-4.7%	-3.3%	-	-3.3%
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	1	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	234	270,051	0	270,051	208	211,519	0	211,519	179	155,736	0	155,736
						-11.1%	-21.7%	-	-21.7%	-13.9%	-26.4%	-	-26.4%
合計		9,378	103,978,562	2,144,222	101,834,341	9,279	114,580,858	2,309,475	112,271,383	9,188	114,875,215	2,615,287	112,259,928
						-1.1%	10.2%	7.7%	10.2%	-1.0%	0.3%	13.2%	0.0%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

出版產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	622	747,868	2,867	745,000	578	727,936	8,259	719,677	552	655,163	36,077	619,086
					-7.1%	-2.7%	188.0%	-3.4%	-4.5%	-10.0%	336.8%	-14.0%
1-2年	539	3,646,666	146,638	3,500,028	634	2,152,716	17,884	2,134,832	583	1,922,047	47,987	1,874,060
					17.6%	-41.0%	-87.8%	-39.0%	-8.0%	-10.7%	168.3%	-12.2%
2-3年	571	2,515,776	45,778	2,469,998	468	4,092,103	226,920	3,865,183	553	2,393,366	35,247	2,358,119
					-18.0%	62.7%	395.7%	56.5%	18.2%	-41.5%	-84.5%	-39.0%
3-4年	561	2,251,391	5,051	2,246,340	516	2,497,155	79,942	2,417,214	415	4,167,079	329,766	3,837,313
					-8.0%	10.9%	1482.8%	7.6%	-19.6%	66.9%	312.5%	58.7%
4-5年	639	5,358,167	77,655	5,280,512	494	2,537,570	8,009	2,529,561	464	2,320,956	65,739	2,255,217
					-22.7%	-52.6%	-89.7%	-52.1%	-6.1%	-8.5%	720.8%	-10.8%
5-10年	2,713	23,493,881	833,578	22,660,303	2,646	25,850,726	880,388	24,970,338	2,499	22,802,551	891,316	21,911,235
					-2.5%	10.0%	5.6%	10.2%	-5.6%	-11.8%	1.2%	-12.3%
10-20年	2,528	36,049,990	627,171	35,422,819	2,674	41,545,403	536,298	41,009,105	2,772	43,965,431	664,194	43,301,237
					5.8%	15.2%	-14.5%	15.8%	3.7%	5.8%	23.8%	5.6%
20年以上	1,201	29,904,518	405,485	29,499,034	1,265	35,170,231	551,776	34,618,455	1,346	36,640,085	544,961	36,095,124
					5.3%	17.6%	36.1%	17.4%	6.4%	4.2%	-1.2%	4.3%
未知	4	10,306	0	10,306	4	7,017	0	7,017	4	8,538	0	8,538
					0.0%	-31.9%	-	-31.9%	0.0%	21.7%	-	21.7%
合計	9,378	103,978,562	2,144,222	101,834,341	9,279	114,580,858	2,309,475	112,271,383	9,188	114,875,215	2,615,287	112,259,928
					-1.1%	10.2%	7.7%	10.2%	-1.0%	0.3%	13.2%	0.0%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

出版產業		2012年				2013年				2014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	1,780	38,948,532	977,344	37,971,188	1,766	32,884,346	845,909	32,038,437	1,743	33,069,285	932,085	32,137,200
		-0.4%	2.4%	-3.4%	2.6%	-0.8%	-15.6%	-13.4%	-15.6%	-1.3%	0.6%	10.2%	0.3%
476112	書籍、雜誌零售	2,536	24,151,985	498,969	23,653,016	2,464	23,674,195	491,542	23,182,653	2,403	23,101,560	472,015	22,629,544
		-1.1%	-3.2%	-7.8%	-3.1%	-2.8%	-2.0%	-1.5%	-2.0%	-2.5%	-2.4%	-4.0%	-2.4%
486911	書籍零售攤販	8	44,837	0	44,837	8	43,275	0	43,275	7	43,798	0	43,798
		-20.0%	-8.7%	-	-8.7%	0.0%	-3.5%	-	-3.5%	-12.5%	1.2%	-	1.2%
581111	新聞出版	219	12,213,735	114,885	12,098,850	214	14,527,547	141,582	14,385,964	218	12,891,043	204,229	12,686,813
		9.5%	-4.2%	8.3%	-4.3%	-2.3%	18.9%	23.2%	18.9%	1.9%	-11.3%	44.2%	-11.8%
581112	數位新聞出版	3	2,454	0	2,454	6	4,974	0	4,974	11	10,689	0	10,689
		0.0%	19.0%	-	19.0%	100.0%	102.7%	-	102.7%	83.3%	114.9%	-	114.9%
581211	雜誌（期刊）出版	1,232	18,174,209	496,267	17,677,942	1,251	17,269,913	470,035	16,799,878	1,300	17,001,170	524,066	16,477,104
		9.3%	3.9%	30.1%	3.3%	1.5%	-5.0%	-5.3%	-5.0%	3.9%	-1.6%	11.5%	-1.9%
581212	數位雜誌（期刊）出版	7	114,209	79	114,130	9	143,373	253	143,120	14	177,463	1,200	176,263
		16.7%	-3.2%	-	-3.3%	28.6%	25.5%	220.3%	25.4%	55.6%	23.8%	374.3%	23.2%
581311	書籍出版	1,840	20,486,381	599,750	19,886,631	1,852	19,579,511	616,475	18,963,036	1,843	19,767,856	644,302	19,123,555
		0.9%	1.9%	4.3%	1.8%	0.7%	-4.4%	2.8%	-4.6%	-0.5%	1.0%	4.5%	0.8%
581312	數位書籍出版	18	104,767	198	104,569	21	104,091	6	104,085	27	123,760	0	123,760
		20.0%	-3.6%	-40.5%	-3.5%	16.7%	-0.6%	-97.0%	-0.5%	28.6%	18.9%	-100.0%	18.9%
773913	小說、漫畫及雜誌出租	1,339	1,056,227	0	1,056,227	1,204	907,302	0	907,302	1,004	760,288	0	760,288
		-9.0%	-7.8%	-	-7.8%	-10.1%	-14.1%	-	-14.1%	-16.6%	-16.2%	-	-16.2%
901012	漫畫創作	0	0	0	0	2	428	0	428	2	61	0	61
		-	-	-	-	-	-	-	-	0.0%	-85.7%	-	-85.7%
901013	文學創作	1	81	0	81	2	137	0	137	6	3,386	0	3,386
		0.0%	-	-	-	100.0%	68.6%	-	68.6%	200.0%	2379.8%	-	2379.8%
901018	獨立供稿者	0	0	0	0	1	249	0	249	1	487	0	487
		-	-	-	-	-	-	-	-	0.0%	95.7%	-	95.7%
932916	漫畫書屋	148	131,079	0	131,079	128	111,643	0	111,643	106	89,856	0	89,856
		-17.3%	-15.8%	-	-15.8%	-13.5%	-14.8%	-	-14.8%	-17.2%	-19.5%	-	-19.5%
合計		9,131	115,428,495	2,687,493	112,741,003	8,928	109,250,982	2,565,803	106,685,180	8,685	107,040,700	2,777,898	104,262,802
		-0.6%	0.5%	2.8%	0.4%	-2.2%	-5.4%	-4.5%	-5.4%	-2.7%	-2.0%	8.3%	-2.3%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	532	1,073,795	12,843	1,060,953	461	461,125	1,930	459,195	444	531,392	10,461	520,931
	-3.6%	63.9%	-64.4%	71.4%	-13.3%	-57.1%	-85.0%	-56.7%	-3.7%	15.2%	441.9%	13.4%
1-2年	569	1,414,784	122,336	1,292,448	541	2,330,295	26,658	2,303,637	475	1,040,615	10,491	1,030,124
	-2.4%	-26.4%	154.9%	-31.0%	-4.9%	64.7%	-78.2%	78.2%	-12.2%	-55.3%	-60.6%	-55.3%
2-3年	524	1,987,330	45,467	1,941,863	488	1,382,398	67,940	1,314,458	465	2,454,656	42,353	2,412,302
	-5.2%	-17.0%	29.0%	-17.7%	-6.9%	-30.4%	49.4%	-32.3%	-4.7%	77.6%	-37.7%	83.5%
3-4年	485	2,423,999	39,879	2,384,120	462	1,886,213	33,037	1,853,176	438	1,234,274	66,295	1,167,979
	16.9%	-41.8%	-87.9%	-37.9%	-4.7%	-22.2%	-17.2%	-22.3%	-5.2%	-34.6%	100.7%	-37.0%
4-5年	372	3,847,988	259,859	3,588,129	430	2,351,610	53,900	2,297,710	408	1,990,695	34,855	1,955,840
	-19.8%	65.8%	295.3%	59.1%	15.6%	-38.9%	-79.3%	-36.0%	-5.1%	-15.3%	-35.3%	-14.9%
5-10年	2,279	18,089,164	798,297	17,290,866	1,949	17,975,334	374,995	17,600,339	1,798	17,300,452	363,645	16,936,807
	-8.8%	-20.7%	-10.4%	-21.1%	-14.5%	-0.6%	-53.0%	1.8%	-7.7%	-3.8%	-3.0%	-3.8%
10-20年	2,919	49,761,069	806,319	48,954,750	3,067	42,663,000	1,354,863	41,308,137	3,032	42,355,499	1,543,700	40,811,799
	5.3%	13.2%	21.4%	13.1%	5.1%	-14.3%	68.0%	-15.6%	-1.1%	-0.7%	13.9%	-1.2%
20年以上	1,448	36,827,259	602,494	36,224,765	1,527	40,200,479	652,480	39,547,999	1,623	40,133,115	706,098	39,427,017
	7.6%	0.5%	10.6%	0.4%	5.5%	9.2%	8.3%	9.2%	6.3%	-0.2%	8.2%	-0.3%
未知	3	3,108	0	3,108	3	528	0	528	2	3	0	3
	-25.0%	-63.6%	-	-63.6%	0.0%	-83.0%	-	-83.0%	-33.3%	-99.5%	-	-99.5%
合計	9,131	115,428,495	2,687,493	112,741,003	8,928	109,250,982	2,565,803	106,685,180	8,685	107,040,700	2,777,898	104,262,802
	-0.6%	0.5%	2.8%	0.4%	-2.2%	-5.4%	-4.5%	-5.4%	-2.7%	-2.0%	8.3%	-2.3%

出版產業

出版產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	2,983	51,557,492	1,076,474	50,481,018	2,980	56,498,665	1,204,042	55,294,623	2,948	57,019,130	1,410,360	55,608,770
臺中市	1,087	4,503,944	28,977	4,474,966	1,079	4,649,638	38,866	4,610,772	1,080	4,752,133	60,818	4,691,315
基隆市	91	258,938	1,378	257,560	95	263,164	455	262,709	90	251,773	0	251,773
臺南市	650	6,847,267	13,804	6,833,462	637	6,899,413	24,787	6,874,626	620	6,859,274	15,784	6,843,490
高雄市	932	3,703,776	58,838	3,644,938	911	3,878,144	87,186	3,790,959	890	4,069,212	135,565	3,933,647
新北市	1,529	30,095,770	788,635	29,307,136	1,509	35,245,029	889,094	34,355,935	1,496	34,814,728	950,548	33,864,180
宜蘭縣	94	272,037	0	272,037	91	296,600	0	296,600	87	321,406	0	321,406
桃園縣	530	1,998,448	11,975	1,986,473	531	2,192,370	14,711	2,177,659	531	2,166,023	20,430	2,145,593
嘉義市	121	587,327	0	587,327	117	581,931	0	581,931	111	595,891	0	595,891
新竹縣	117	275,388	0	275,388	112	307,229	0	307,229	110	305,238	3,421	301,817
苗栗縣	131	370,740	16,203	354,537	122	365,696	6,269	359,427	122	397,413	8,530	388,883
南投縣	111	271,439	88	271,351	110	253,452	90	253,362	111	243,730	90	243,640
彰化縣	251	1,071,139	125,049	946,090	245	969,665	29,771	939,893	241	919,669	0	919,669
新竹市	169	901,322	1,228	900,094	166	921,740	786	920,954	165	860,920	1,552	859,369
雲林縣	121	229,329	0	229,329	117	248,417	0	248,417	119	253,094	0	253,094
嘉義縣	68	157,761	0	157,761	68	172,510	0	172,510	69	192,058	0	192,058
屏東縣	165	372,836	21,573	351,263	163	331,717	13,418	318,299	170	323,258	8,190	315,068
花蓮縣	114	238,440	0	238,440	113	254,972	0	254,972	112	275,461	0	275,461
臺東縣	44	109,319	0	109,319	43	118,246	0	118,246	45	123,150	0	123,150
金門縣	35	90,530	0	90,530	36	74,610	0	74,610	37	70,045	0	70,045
澎湖縣	27	60,641	0	60,641	25	53,706	0	53,706	25	56,966	0	56,966
連江縣	8	4,681	0	4,681	9	3,944	0	3,944	9	4,645	0	4,645
合計	9,378	103,978,562	2,144,222	101,834,341	9,279	114,580,858	2,309,475	112,271,383	9,188	114,875,215	2,615,287	112,259,928

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

出版產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	3,328	12,267,313	9,583	12,257,729	3,255	12,673,678	11,756	12,661,922	3,156	13,172,448	11,183	13,161,265
					-2.2%	3.3%	22.7%	3.3%	-3.0%	3.9%	-4.9%	3.9%
0.1-1百萬元	2,898	7,443,224	87,453	7,355,771	2,889	7,778,595	94,112	7,684,482	2,904	7,702,730	63,414	7,639,316
					-0.3%	4.5%	7.6%	4.5%	0.5%	-1.0%	-32.6%	-0.6%
1-5百萬元	1,754	10,776,706	443,150	10,333,556	1,745	11,436,881	481,851	10,955,031	1,743	11,936,456	594,676	11,341,780
					-0.5%	6.1%	8.7%	6.0%	-0.1%	4.4%	23.4%	3.5%
5-10百萬元	727	9,432,840	321,581	9,111,259	722	9,959,218	316,716	9,642,502	724	9,916,424	346,292	9,570,133
					-0.7%	5.6%	-1.5%	5.8%	0.3%	-0.4%	9.3%	-0.8%
10-20百萬元	347	8,448,101	462,900	7,985,201	345	8,700,599	463,003	8,237,596	343	8,901,046	527,412	8,373,634
					-0.6%	3.0%	0.0%	3.2%	-0.6%	2.3%	13.9%	1.7%
20-30百萬元	141	10,702,893	240,834	10,462,059	140	11,163,983	283,111	10,880,872	134	11,508,606	433,997	11,074,609
					-0.7%	4.3%	17.6%	4.0%	-4.3%	3.1%	53.3%	1.8%
30-40百萬元	34	1,111,008	17,384	1,093,624	33	1,188,265	24,032	1,164,233	34	1,218,166	30,588	1,187,578
					-2.9%	7.0%	38.2%	6.5%	3.0%	2.5%	27.3%	2.0%
40-50百萬元	23	1,887,087	20,965	1,866,122	22	1,904,447	27,602	1,876,846	22	1,724,668	26,417	1,698,252
					-4.3%	0.9%	31.7%	0.6%	0.0%	-9.4%	-4.3%	-9.5%
50-60百萬元	29	2,529,605	14,325	2,515,280	29	2,613,769	14,935	2,598,835	29	2,444,554	17,187	2,427,367
					0.0%	3.3%	4.3%	3.3%	0.0%	-6.5%	15.1%	-6.6%
60-80百萬元	24	6,710,014	228,236	6,481,779	24	7,457,328	259,564	7,197,763	23	7,485,154	267,115	7,218,039
					0.0%	11.1%	13.7%	11.0%	-4.2%	0.4%	2.9%	0.3%
0.8-1億元	13	841,895	4,735	837,159	13	972,863	6,142	966,720	13	953,522	4,231	949,291
					0.0%	15.6%	29.7%	15.5%	0.0%	-2.0%	-31.1%	-1.8%
1-2億元	31	15,815,677	49,279	15,766,398	33	20,087,234	51,270	20,035,964	35	19,442,410	86,346	19,356,064
					6.5%	27.0%	4.0%	27.1%	6.1%	-3.2%	68.4%	-3.4%
2億元以上	29	16,012,200	243,798	15,768,402	29	18,643,997	275,381	18,368,616	28	18,469,030	206,429	18,262,601
					0.0%	16.4%	13.0%	16.5%	-3.4%	-0.9%	-25.0%	-0.6%
合計	9,378	103,978,562	2,144,222	101,834,341	9,279	114,580,858	2,309,475	112,271,383	9,188	114,875,215	2,615,287	112,259,928
					-1.1%	10.2%	7.7%	10.2%	-1.0%	0.3%	13.2%	0.0%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	2,991	57,653,570	1,346,997	56,306,574	2,951	56,671,536	1,285,849	55,385,687	2,915	55,741,677	1,466,100	54,275,577
臺中市	1,075	5,018,536	46,308	4,972,228	1,047	4,935,187	34,551	4,900,636	1,025	4,616,332	33,589	4,582,743
基隆市	81	251,000	0	251,000	91	268,016	0	268,016	84	256,877	0	256,877
臺南市	611	6,576,774	11,275	6,565,499	613	6,137,361	10,943	6,126,418	578	6,168,348	10,024	6,158,323
高雄市	882	4,021,828	116,287	3,905,541	839	3,837,046	18,574	3,818,473	804	3,763,184	35,876	3,727,308
新北市	1,478	35,095,833	1,123,671	33,972,162	1,447	30,892,659	1,147,983	29,744,676	1,401	30,056,684	1,187,236	28,869,449
宜蘭縣	95	314,726	12,576	302,150	94	296,644	20,416	276,228	98	229,836	23,488	206,348
桃園縣	526	2,114,208	21,707	2,092,500	509	2,055,315	34,770	2,020,545	488	2,086,234	13,208	2,073,026
嘉義市	112	556,673	0	556,673	108	518,668	0	518,668	104	488,916	1,372	487,544
新竹縣	113	284,399	161	284,239	110	261,503	0	261,503	106	259,707	0	259,707
苗栗縣	119	335,557	4,453	331,104	112	301,132	8,258	292,874	106	254,549	2,229	252,320
南投縣	104	228,957	178	228,779	100	230,519	188	230,331	104	210,968	0	210,968
彰化縣	236	870,408	0	870,408	222	813,830	0	813,830	210	860,500	273	860,227
新竹市	160	849,325	196	849,129	164	781,413	491	780,922	154	787,750	831	786,919
雲林縣	111	241,051	77	240,973	105	216,358	99	216,259	104	217,223	230	216,994
嘉義縣	65	193,583	0	193,583	64	203,916	0	203,916	62	189,067	0	189,067
屏東縣	159	277,362	3,607	273,755	149	268,863	3,680	265,183	152	262,997	3,442	259,556
花蓮縣	102	290,151	0	290,151	102	319,154	0	319,154	93	327,033	0	327,033
臺東縣	40	123,714	0	123,714	38	112,431	0	112,431	35	120,703	0	120,703
金門縣	33	69,707	0	69,707	32	68,657	0	68,657	32	74,866	0	74,866
澎湖縣	30	55,361	0	55,361	26	57,887	0	57,887	25	62,162	0	62,162
連江縣	8	5,772	0	5,772	5	2,886	0	2,886	5	5,086	0	5,086
合計	9,131	115,428,495	2,687,493	112,741,003	8,928	109,250,982	2,565,803	106,685,180	8,685	107,040,700	2,777,898	104,262,802

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	3,051	12,771,292	11,670	12,759,622	2,853	12,667,585	13,219	12,654,366	2,671	12,448,852	8,454	12,440,398
	-3.3%	-3.0%	4.3%	-3.1%	-6.5%	-0.8%	13.3%	-0.8%	-6.4%	-1.7%	-36.0%	-1.7%
0.1-1百萬元	2,894	7,576,236	75,062	7,501,173	2,878	7,359,781	81,342	7,278,439	2,827	7,433,304	96,777	7,336,527
	-0.3%	-1.6%	18.4%	-1.8%	-0.6%	-2.9%	8.4%	-3.0%	-1.8%	1.0%	19.0%	0.8%
1-5百萬元	1,802	12,957,541	668,180	12,289,361	1,813	11,611,639	578,536	11,033,103	1,812	11,885,475	707,540	11,177,935
	3.4%	8.6%	12.4%	8.4%	0.6%	-10.4%	-13.4%	-10.2%	-0.1%	2.4%	22.3%	1.3%
5-10百萬元	713	9,814,025	405,267	9,408,758	707	9,718,612	413,029	9,305,583	704	9,428,431	381,750	9,046,680
	-1.5%	-1.0%	17.0%	-1.7%	-0.8%	-1.0%	1.9%	-1.1%	-0.4%	-3.0%	-7.6%	-2.8%
10-20百萬元	356	8,856,070	452,630	8,403,440	359	8,643,854	403,503	8,240,351	355	8,452,231	521,646	7,930,585
	3.8%	-0.5%	-14.2%	0.4%	0.8%	-2.4%	-10.9%	-1.9%	-1.1%	-2.2%	29.3%	-3.8%
20-30百萬元	133	11,550,215	335,712	11,214,503	133	10,649,621	276,517	10,373,104	128	10,129,038	242,308	9,886,730
	-0.7%	0.4%	-22.6%	1.3%	0.0%	-7.8%	-17.6%	-7.5%	-3.8%	-4.9%	-12.4%	-4.7%
30-40百萬元	33	1,217,194	21,040	1,196,154	37	1,207,731	28,333	1,179,398	38	1,323,867	32,991	1,290,876
	-2.9%	-0.1%	-31.2%	0.7%	12.1%	-0.8%	34.7%	-1.4%	2.7%	9.6%	16.4%	9.5%
40-50百萬元	22	1,811,760	32,404	1,779,356	22	1,822,459	30,555	1,791,904	22	1,975,204	38,409	1,936,795
	0.0%	5.0%	22.7%	4.8%	0.0%	0.6%	-5.7%	0.7%	0.0%	8.4%	25.7%	8.1%
50-60百萬元	29	2,228,330	16,129	2,212,200	28	2,229,059	10,978	2,218,081	30	2,452,295	11,203	2,441,092
	0.0%	-8.8%	-6.2%	-8.9%	-3.4%	0.0%	-31.9%	0.3%	7.1%	10.0%	2.0%	10.1%
60-80百萬元	22	7,271,567	303,557	6,968,011	22	7,611,985	327,293	7,284,692	22	6,948,541	280,841	6,667,700
	-4.3%	-2.9%	13.6%	-3.5%	0.0%	4.7%	7.8%	4.5%	0.0%	-8.7%	-14.2%	-8.5%
0.8-1億元	13	1,000,713	1,330	999,383	12	989,187	1,820	987,367	12	1,024,631	3,020	1,021,611
	0.0%	4.9%	-68.6%	5.3%	-7.7%	-1.2%	36.9%	-1.2%	0.0%	3.6%	65.9%	3.5%
1-2億元	33	20,693,991	123,169	20,570,822	33	14,406,052	137,765	14,268,287	33	14,479,949	135,481	14,344,468
	-5.7%	6.4%	42.6%	6.3%	0.0%	-30.4%	11.9%	-30.6%	0.0%	0.5%	-1.7%	0.5%
2億元以上	30	17,679,563	241,342	17,438,221	31	20,333,418	262,914	20,070,505	31	19,058,884	317,478	18,741,405
	7.1%	-4.3%	16.9%	-4.5%	3.3%	15.0%	8.9%	15.1%	0.0%	-6.3%	20.8%	-6.6%
合計	9,131	115,428,495	2,687,493	112,741,003	8,928	109,250,982	2,565,803	106,685,180	8,685	107,040,700	2,777,898	104,262,802
	-0.6%	0.5%	2.8%	0.4%	-2.2%	-5.4%	-4.5%	-5.4%	-2.7%	-2.0%	8.3%	-2.3%

廣告產業

廣告產業2009～2014年家數與營業額

廣告產業		2009年				2010年				2011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	5,951	64,268,270	310,802	63,957,468	5,934	76,122,606	516,060	75,606,546	5,983	79,159,821	552,823	78,606,998
						-0.3%	18.4%	66.0%	18.2%	0.8%	4.0%	7.1%	4.0%
731012	媒體代理及購買	12	3,828	0	3,828	10	12,381	0	12,381	7	13,255	0	13,255
						-16.7%	223.4%	-	223.4%	-30.0%	7.1%	-	7.1%
731013	公開展示廣告	2,888	18,189,184	80,355	18,108,829	2,883	21,453,038	84,045	21,368,993	2,889	22,535,944	127,664	22,408,280
						-0.2%	17.9%	4.6%	18.0%	0.2%	5.0%	51.9%	4.9%
731099	其他廣告服務	3,663	29,303,492	127,426	29,176,065	3,981	37,350,428	174,584	37,175,844	4,314	41,734,348	240,457	41,493,890
						8.7%	27.5%	37.0%	27.4%	8.4%	11.7%	37.7%	11.6%
732011	市場研究	101	2,425,722	193,982	2,231,740	102	2,816,237	239,675	2,576,562	111	2,776,483	239,038	2,537,445
						1.0%	16.1%	23.6%	15.5%	8.8%	-1.4%	-0.3%	-1.5%
合計		12,615	114,190,496	712,565	113,477,931	12,910	137,754,690	1,014,364	136,740,326	13,304	146,219,850	1,159,983	145,059,867
						2.3%	20.6%	42.4%	20.5%	3.1%	6.1%	14.4%	6.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

廣告產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	1,084	1,522,202	3,305	1,518,897	1,122	2,894,301	3,466	2,890,835	1,097	1,771,699	919	1,770,780
					3.5%	90.1%	4.9%	90.3%	-2.2%	-38.8%	-73.5%	-38.7%
1-2年	983	3,942,788	11,904	3,930,884	1,087	5,143,440	15,464	5,127,976	1,149	9,458,266	12,182	9,446,084
					10.6%	30.5%	29.9%	30.5%	5.7%	83.9%	-21.2%	84.2%
2-3年	998	5,259,989	47,325	5,212,664	869	5,231,974	10,851	5,221,123	951	5,530,161	17,611	5,512,550
					-12.9%	-0.5%	-77.1%	0.2%	9.4%	5.7%	62.3%	5.6%
3-4年	999	4,570,578	30,818	4,539,760	891	5,483,227	72,040	5,411,187	800	4,711,351	21,211	4,690,140
					-10.8%	20.0%	133.8%	19.2%	-10.2%	-14.1%	-70.6%	-13.3%
4-5年	967	5,672,228	14,273	5,657,954	906	6,019,377	38,370	5,981,007	806	5,409,618	92,741	5,316,878
					-6.3%	6.1%	168.8%	5.7%	-11.0%	-10.1%	141.7%	-11.1%
5-10年	3,232	39,701,857	194,226	39,507,632	3,415	44,362,237	234,281	44,127,956	3,584	43,263,253	281,300	42,981,953
					5.7%	11.7%	20.6%	11.7%	4.9%	-2.5%	20.1%	-2.6%
10-20年	3,280	38,685,124	246,075	38,439,049	3,447	50,800,106	398,141	50,401,965	3,625	55,131,500	471,718	54,659,783
					5.1%	31.3%	61.8%	31.1%	5.2%	8.5%	18.5%	8.4%
20年以上	1,071	14,835,726	164,639	14,671,087	1,170	17,819,179	241,751	17,577,428	1,289	20,942,289	262,302	20,679,987
					9.2%	20.1%	46.8%	19.8%	10.2%	17.5%	8.5%	17.7%
未知	1	5	0	5	3	848	0	848	3	1,712	0	1,712
					200.0%	18144.3%	-	18144.3%	0.0%	101.8%	-	101.8%
合計	12,615	114,190,496	712,565	113,477,931	12,910	137,754,690	1,014,364	136,740,326	13,304	146,219,850	1,159,983	145,059,867
					2.3%	20.6%	42.4%	20.5%	3.1%	6.1%	14.4%	6.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

廣告產業		2012年				2013年				2014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	6,021	77,824,638	685,071	77,139,567	5,850	82,999,724	715,030	82,284,694	5,705	77,959,111	858,271	77,100,840
		0.6%	-1.7%	23.9%	-1.9%	-2.8%	6.6%	4.4%	6.7%	-2.5%	-6.1%	20.0%	-6.3%
731012	媒體代理及購買	5	7,243	0	7,243	8	12,785	0	12,785	13	66,603	61	66,542
		-28.6%	-45.4%	-	-45.4%	60.0%	76.5%	-	76.5%	62.5%	420.9%	-	420.5%
731013	公開展示廣告	2,874	22,552,264	90,878	22,461,386	2,864	23,726,373	61,536	23,664,838	2,864	24,243,339	58,236	24,185,103
		-0.5%	0.1%	-28.8%	0.2%	-0.3%	5.2%	-32.3%	5.4%	0.0%	2.2%	-5.4%	2.2%
731099	其他廣告服務	4,606	43,864,772	221,868	43,642,903	5,141	53,740,484	219,702	53,520,781	5,600	51,910,081	334,902	51,575,179
		6.8%	5.1%	-7.7%	5.2%	11.6%	22.5%	-1.0%	22.6%	8.9%	-3.4%	52.4%	-3.6%
732011	市場研究	116	2,975,686	265,892	2,709,794	117	3,058,788	347,661	2,711,127	115	3,107,616	298,747	2,808,868
		4.5%	7.2%	11.2%	6.8%	0.9%	2.8%	30.8%	0.0%	-1.7%	1.6%	-14.1%	3.6%
合計		13,622	147,224,603	1,263,709	145,960,893	13,980	163,538,154	1,343,929	162,194,225	14,297	157,286,750	1,550,218	155,736,532
		2.4%	0.7%	8.9%	0.6%	2.6%	11.1%	6.3%	11.1%	2.3%	-3.8%	15.3%	-4.0%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	1,019	1,920,323	10,674	1,909,648	1,093	2,380,026	256	2,379,771	1,019	2,489,950	33,578	2,456,372
	-7.1%	8.4%	1062.1%	7.8%	7.3%	23.9%	-97.6%	24.6%	-6.8%	4.6%	13039.5%	3.2%
1-2年	1,095	4,570,634	18,060	4,552,574	1,040	6,616,734	14,026	6,602,708	1,106	5,183,858	4,505	5,179,354
	-4.7%	-51.7%	48.2%	-51.8%	-5.0%	44.8%	-22.3%	45.0%	6.3%	-21.7%	-67.9%	-21.6%
2-3年	1,031	9,337,533	11,769	9,325,764	972	5,697,134	33,109	5,664,024	944	6,230,833	50,512	6,180,321
	8.4%	68.8%	-33.2%	69.2%	-5.7%	-39.0%	181.3%	-39.3%	-2.9%	9.4%	52.6%	9.1%
3-4年	880	5,829,704	10,159	5,819,545	929	9,874,560	52,850	9,821,710	884	5,232,073	14,405	5,217,668
	10.0%	23.7%	-52.1%	24.1%	5.6%	69.4%	420.2%	68.8%	-4.8%	-47.0%	-72.7%	-46.9%
4-5年	732	4,432,669	13,910	4,418,758	809	7,192,417	10,342	7,182,074	855	9,148,081	44,162	9,103,919
	-9.2%	-18.1%	-85.0%	-16.9%	10.5%	62.3%	-25.6%	62.5%	5.7%	27.2%	327.0%	26.8%
5-10年	3,569	29,235,636	281,272	28,954,364	3,524	31,452,927	163,021	31,289,905	3,505	28,088,805	143,068	27,945,737
	-0.4%	-32.4%	0.0%	-32.6%	-1.3%	7.6%	-42.0%	8.1%	-0.5%	-10.7%	-12.2%	-10.7%
10-20年	3,800	68,067,801	473,199	67,594,602	3,962	72,838,291	636,954	72,201,337	4,135	73,019,832	582,330	72,437,501
	4.8%	23.5%	0.3%	23.7%	4.3%	7.0%	34.6%	6.8%	4.4%	0.2%	-8.6%	0.3%
20年以上	1,493	23,828,318	444,666	23,383,652	1,647	27,484,723	433,370	27,051,352	1,849	27,893,317	677,658	27,215,659
	15.8%	13.8%	69.5%	13.1%	10.3%	15.3%	-2.5%	15.7%	12.3%	1.5%	56.4%	0.6%
未知	3	1,984	0	1,984	4	1,343	0	1,343	0	0	0	0
	0.0%	15.9%	-	15.9%	33.3%	-32.3%	-	-32.3%	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%
合計	13,622	147,224,603	1,263,709	145,960,893	13,980	163,538,154	1,343,929	162,194,225	14,297	157,286,750	1,550,218	155,736,532
	2.4%	0.7%	8.9%	0.6%	2.6%	11.1%	6.3%	11.1%	2.3%	-3.8%	15.3%	-4.0%

廣告產業

廣告產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	3,880	79,479,401	538,299	78,941,102	3,914	95,589,800	740,048	94,849,752	4,001	101,198,764	787,198	100,411,567
臺中市	1,653	6,034,891	43,387	5,991,504	1,723	7,557,404	43,891	7,513,513	1,818	8,519,908	60,147	8,459,761
基隆市	132	301,031	85	300,946	134	354,685	0	354,685	123	309,052	0	309,052
臺南市	685	2,513,764	22,597	2,491,167	713	2,755,374	62,808	2,692,566	751	2,848,626	66,441	2,782,185
高雄市	1,265	3,624,605	2,610	3,621,995	1,303	4,119,008	17,136	4,101,872	1,334	4,355,786	23,538	4,332,248
新北市	2,331	14,038,783	102,439	13,936,344	2,371	17,454,561	132,575	17,321,985	2,450	18,505,685	181,744	18,323,941
宜蘭縣	179	290,653	0	290,653	189	301,945	0	301,945	187	346,752	0	346,752
桃園縣	818	3,799,296	1,437	3,797,859	834	5,068,450	2,648	5,065,803	856	5,084,194	6,853	5,077,341
嘉義市	176	801,548	0	801,548	175	720,338	0	720,338	190	794,948	0	794,948
新竹縣	155	663,762	904	662,858	174	877,378	7,828	869,550	169	1,155,969	22,484	1,133,485
苗栗縣	115	277,464	0	277,464	119	298,807	0	298,807	130	268,204	0	268,204
南投縣	128	191,371	0	191,371	134	182,068	0	182,068	133	223,119	0	223,119
彰化縣	315	843,532	0	843,532	327	887,242	4,697	882,545	333	978,287	10,159	968,128
新竹市	181	531,509	798	530,711	186	764,724	2,734	761,991	202	761,914	1,418	760,496
雲林縣	137	176,234	0	176,234	144	175,169	0	175,169	149	194,352	0	194,352
嘉義縣	76	101,372	0	101,372	74	114,788	0	114,788	76	104,928	0	104,928
屏東縣	160	164,200	9	164,191	163	156,636	0	156,636	167	164,755	0	164,755
花蓮縣	130	213,145	0	213,145	133	222,274	0	222,274	134	247,859	0	247,859
臺東縣	55	102,947	0	102,947	52	103,706	0	103,706	52	103,164	0	103,164
金門縣	20	19,377	0	19,377	24	18,401	0	18,401	27	22,885	0	22,885
澎湖縣	18	14,033	0	14,033	18	18,702	0	18,702	18	18,857	0	18,857
連江縣	6	7,577	0	7,577	6	13,231	0	13,231	4	11,841	0	11,841
合計	12,615	114,190,496	712,565	113,477,931	12,910	137,754,690	1,014,364	136,740,326	13,304	146,219,850	1,159,983	145,059,867

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

廣告產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	2,443	2,690,675	372	2,690,303	2,486	3,121,136	113	3,121,023	2,534	6,547,123	55	6,547,068
					1.8%	16.0%	-69.6%	16.0%	1.9%	109.8%	-51.2%	109.8%
0.1-1百萬元	3,931	8,414,965	101,329	8,313,637	4,146	11,169,551	177,943	10,991,608	4,387	12,485,118	249,908	12,235,210
					5.5%	32.7%	75.6%	32.2%	5.8%	11.8%	40.4%	11.3%
1-5百萬元	4,111	35,025,096	130,839	34,894,257	4,186	41,771,154	148,753	41,622,400	4,274	42,367,711	179,251	42,188,460
					1.8%	19.3%	13.7%	19.3%	2.1%	1.4%	20.5%	1.4%
5-10百萬元	1,368	16,307,622	115,323	16,192,300	1,336	20,462,458	138,726	20,323,732	1,349	20,803,003	164,044	20,638,958
					-2.3%	25.5%	20.3%	25.5%	1.0%	1.7%	18.3%	1.6%
10-20百萬元	467	16,210,932	83,075	16,127,857	466	19,528,041	84,384	19,443,656	465	20,381,466	107,719	20,273,747
					-0.2%	20.5%	1.6%	20.6%	-0.2%	4.4%	27.7%	4.3%
20-30百萬元	142	8,733,841	34,373	8,699,468	140	11,716,430	40,745	11,675,685	144	11,610,057	73,215	11,536,842
					-1.4%	34.1%	18.5%	34.2%	2.9%	-0.9%	79.7%	-1.2%
30-40百萬元	35	5,047,083	78,579	4,968,503	35	5,515,858	112,406	5,403,452	37	5,723,356	93,669	5,629,686
					0.0%	9.3%	43.0%	8.8%	5.7%	3.8%	-16.7%	4.2%
40-50百萬元	12	1,302,017	605	1,301,412	9	1,401,102	722	1,400,380	10	1,459,209	0	1,459,209
					-25.0%	7.6%	19.3%	7.6%	11.1%	4.1%	-100.0%	4.2%
50-60百萬元	24	1,001,938	0	1,001,938	25	927,059	0	927,059	25	939,748	0	939,748
					4.2%	-7.5%	-	-7.5%	0.0%	1.4%	-	1.4%
60-80百萬元	20	2,690,484	69,274	2,621,210	19	3,317,403	139,782	3,177,621	18	3,817,855	149,545	3,668,309
					-5.0%	23.3%	101.8%	21.2%	-5.3%	15.1%	7.0%	15.4%
0.8-1億元	11	1,709,452	6,915	1,702,537	12	2,524,349	2,577	2,521,772	12	2,990,752	626	2,990,126
					9.1%	47.7%	-62.7%	48.1%	0.0%	18.5%	-75.7%	18.6%
1-2億元	31	6,668,912	119	6,668,793	30	8,887,474	1,137	8,886,337	29	9,874,554	6,638	9,867,917
					-3.2%	33.3%	856.4%	33.3%	-3.3%	11.1%	483.9%	11.0%
2億元以上	20	8,387,479	91,763	8,295,716	20	7,412,677	167,076	7,245,600	20	7,219,899	135,312	7,084,587
					0.0%	-11.6%	82.1%	-12.7%	0.0%	-2.6%	-19.0%	-2.2%
合計	12,615	114,190,496	712,565	113,477,931	12,910	137,754,690	1,014,364	136,740,326	13,304	146,219,850	1,159,983	145,059,867
					2.3%	20.6%	42.4%	20.5%	3.1%	6.1%	14.4%	6.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	4,086	98,930,107	882,308	98,047,799	4,216	108,859,563	929,766	107,929,797	4,283	103,616,074	1,086,205	102,529,869
臺中市	1,883	9,380,167	34,806	9,345,361	1,912	10,805,060	45,040	10,760,020	1,975	9,891,833	61,576	9,830,257
基隆市	130	281,404	18	281,386	131	333,774	26,794	306,980	132	322,458	0	322,458
臺南市	765	3,146,034	107,610	3,038,424	786	3,528,847	111,567	3,417,280	814	3,663,314	121,547	3,541,767
高雄市	1,334	5,198,487	40,854	5,157,633	1,376	5,772,776	33,987	5,738,789	1,409	5,781,844	45,848	5,735,996
新北市	2,501	18,181,289	158,014	18,023,275	2,553	20,237,752	147,257	20,090,495	2,601	19,920,167	181,744	19,738,423
宜蘭縣	201	364,703	0	364,703	202	414,476	0	414,476	213	460,011	0	460,011
桃園縣	895	6,472,925	5,343	6,467,582	946	8,140,398	3,286	8,137,112	964	7,612,534	6,114	7,606,420
嘉義市	188	960,816	0	960,816	183	752,988	0	752,988	184	829,733	0	829,733
新竹縣	172	1,159,733	22,220	1,137,513	175	1,228,011	25,857	1,202,154	173	1,355,115	32,696	1,322,419
苗栗縣	137	283,330	0	283,330	140	309,478	8,597	300,881	144	368,970	278	368,692
南投縣	138	195,526	0	195,526	128	207,042	0	207,042	134	188,619	0	188,619
彰化縣	335	1,024,844	10,420	1,014,425	355	1,076,772	8,416	1,068,355	364	1,215,147	11,134	1,204,013
新竹市	199	778,848	2,116	776,732	209	946,712	2,313	944,399	224	1,025,723	3,075	1,022,647
雲林縣	160	197,680	0	197,680	162	222,120	143	221,976	163	236,089	0	236,089
嘉義縣	80	111,160	0	111,160	79	105,448	0	105,448	87	140,759	0	140,759
屏東縣	173	170,437	0	170,437	173	187,997	905	187,092	179	208,540	0	208,540
花蓮縣	138	242,638	0	242,638	142	235,705	0	235,705	142	250,841	0	250,841
臺東縣	57	93,435	0	93,435	58	105,572	0	105,572	57	119,338	0	119,338
金門縣	26	26,217	0	26,217	30	37,031	0	37,031	32	47,583	0	47,583
澎湖縣	19	16,049	0	16,049	18	13,087	0	13,087	17	15,035	0	15,035
連江縣	5	8,772	0	8,772	6	17,547	0	17,547	6	17,025	0	17,025
合計	13,622	147,224,603	1,263,709	145,960,893	13,980	163,538,154	1,343,929	162,194,225	14,297	157,286,750	1,550,218	155,736,532

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	2,550	6,354,717	213	6,354,505	2,556	6,703,693	816	6,702,878	2,522	6,655,819	1,239	6,654,580
	0.6%	-2.9%	286.6%	-2.9%	0.2%	5.5%	283.1%	5.5%	-1.3%	-0.7%	51.9%	-0.7%
0.1-1百萬元	4,587	13,072,384	194,437	12,877,947	4,853	15,325,203	158,598	15,166,606	5,140	16,748,226	167,777	16,580,449
	4.6%	4.7%	-22.2%	5.3%	5.8%	17.2%	-18.4%	17.8%	5.9%	9.3%	5.8%	9.3%
1-5百萬元	4,370	43,055,162	195,637	42,859,525	4,440	48,324,065	276,116	48,047,948	4,522	48,650,183	316,779	48,333,404
	2.2%	1.6%	9.1%	1.6%	1.6%	12.2%	41.1%	12.1%	1.8%	0.7%	14.7%	0.6%
5-10百萬元	1,347	21,351,685	173,985	21,177,700	1,351	23,001,659	182,956	22,818,703	1,330	22,539,084	202,157	22,336,927
	-0.1%	2.6%	6.1%	2.6%	0.3%	7.7%	5.2%	7.7%	-1.6%	-2.0%	10.5%	-2.1%
10-20百萬元	473	18,727,047	135,245	18,591,802	479	20,982,123	167,896	20,814,228	487	20,476,284	151,585	20,324,698
	1.7%	-8.1%	25.6%	-8.3%	1.3%	12.0%	24.1%	12.0%	1.7%	-2.4%	-9.7%	-2.4%
20-30百萬元	144	12,817,756	122,462	12,695,294	149	15,422,081	99,466	15,322,614	148	12,323,669	131,293	12,192,376
	0.0%	10.4%	67.3%	10.0%	3.5%	20.3%	-18.8%	20.7%	-0.7%	-20.1%	32.0%	-20.4%
30-40百萬元	38	6,073,674	105,432	5,968,242	38	6,334,508	97,026	6,237,483	38	6,338,468	78,555	6,259,913
	2.7%	6.1%	12.6%	6.0%	0.0%	4.3%	-8.0%	4.5%	0.0%	0.1%	-19.0%	0.4%
40-50百萬元	11	1,209,537	365	1,209,172	12	1,304,165	791	1,303,374	12	1,317,006	319	1,316,687
	10.0%	-17.1%	-	-17.1%	9.1%	7.8%	116.7%	7.8%	0.0%	1.0%	-59.7%	1.0%
50-60百萬元	28	914,835	126	914,710	28	1,007,237	0	1,007,237	27	985,033	17,614	967,419
	12.0%	-2.7%	-	-2.7%	0.0%	10.1%	-100.0%	10.1%	-3.6%	-2.2%	-	-4.0%
60-80百萬元	14	3,888,595	211,790	3,676,805	16	4,918,237	198,735	4,719,502	15	2,621,951	229,798	2,392,153
	-22.2%	1.9%	41.6%	0.2%	14.3%	26.5%	-6.2%	28.4%	-6.3%	-46.7%	15.6%	-49.3%
0.8-1億元	13	2,740,562	0	2,740,562	11	3,285,773	0	3,285,773	11	2,570,309	0	2,570,309
	8.3%	-8.4%	-100.0%	-8.3%	-15.4%	19.9%	-	19.9%	0.0%	-21.8%	-	-21.8%
1-2億元	29	9,939,350	10,156	9,929,193	28	10,117,059	34,199	10,082,859	28	10,509,774	46,989	10,462,785
	0.0%	0.7%	53.0%	0.6%	-3.4%	1.8%	236.7%	1.5%	0.0%	3.9%	37.4%	3.8%
2億元以上	18	7,079,298	113,860	6,965,438	19	6,812,350	127,330	6,685,020	17	5,550,943	206,113	5,344,830
	-10.0%	-1.9%	-15.9%	-1.7%	5.6%	-3.8%	11.8%	-4.0%	-10.5%	-18.5%	61.9%	-20.0%
合計	13,622	147,224,603	1,263,709	145,960,893	13,980	163,538,154	1,343,929	162,194,225	14,297	157,286,750	1,550,218	155,736,532
	2.4%	0.7%	8.9%	0.6%	2.6%	11.1%	6.3%	11.1%	2.3%	-3.8%	15.3%	-4.0%

流行音樂與文化內容產業

流行音樂與文化內容產業2009～2014年家數與營業額

流行音樂與文化內容產業		2009年				2010年				2011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	287	6,184,184	527,434	5,656,750	285	6,716,895	454,119	6,262,776	268	6,745,450	447,295	6,298,155
						-0.7%	8.6%	-13.9%	10.7%	-6.0%	0.4%	-1.5%	0.6%
476411	錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）零售	520	3,439,006	48,964	3,390,042	489	3,219,463	53,244	3,166,219	454	2,998,870	71,948	2,926,922
						-6.0%	-6.4%	8.7%	-6.6%	-7.2%	-6.9%	35.1%	-7.6%
486913	影片音樂零售攤販	3	2,465	0	2,465	3	2,465	0	2,465	3	2,465	0	2,465
						0.0%	0.0%	-	0.0%	0.0%	0.0%	-	0.0%
592011	流行音樂出版	441	4,218,813	365,519	3,853,295	451	4,262,573	361,393	3,901,180	448	4,826,210	487,727	4,338,484
						2.3%	1.0%	-1.1%	1.2%	-0.7%	13.2%	35.0%	11.2%
592012	音樂詞曲版權代理及授權使用	34	182,355	4,699	177,655	32	278,336	4,031	274,305	35	321,954	4,207	317,747
						-5.9%	52.6%	-14.2%	54.4%	9.4%	15.7%	4.4%	15.8%
592015	錄音工程	17	39,832	0	39,832	23	74,621	0	74,621	31	80,402	0	80,402
						35.3%	87.3%	-	87.3%	34.8%	7.7%	-	7.7%
592099	其他聲音錄製及音樂出版	35	1,245,739	180,072	1,065,667	60	1,432,981	157,260	1,275,721	75	2,098,057	138,000	1,960,057
						71.4%	15.0%	-12.7%	19.7%	25.0%	46.4%	-12.2%	53.6%
602212	線上音樂播送	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8,993	0	8,993
						-	-	-	-	-	-	-	-
760300	藝人及模特兒等經紀	102	577,670	3,346	574,324	122	490,062	1,781	488,281	144	588,611	6,281	582,330
						19.6%	-15.2%	-46.8%	-15.0%	18.0%	20.1%	252.7%	19.3%
760311	流行音樂歌手經紀	7	38,809	0	38,809	9	45,871	0	45,871	10	33,855	0	33,855
						28.6%	18.2%	-	18.2%	11.1%	-26.2%	-	-26.2%
771913	舞臺燈光、音響設備出租	345	561,146	0	561,146	364	609,887	1,232	608,655	383	621,849	0	621,849
						5.5%	8.7%	-	8.5%	5.2%	2.0%	-100.0%	2.2%
901015	音樂詞曲創作	3	2,079	0	2,079	3	2,079	0	2,079	4	2,261	0	2,261
						0.0%	0.0%	-	0.0%	33.3%	8.8%	-	8.8%
903113	流行音樂展演空間經營	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
						-	-	-	-	-	-	-	-
932211	視唱中心（KTV）	2,587	11,522,759	94,976	11,427,783	2,570	11,973,460	61,014	11,912,446	2,648	12,743,204	46,546	12,696,658
						-0.7%	3.9%	-35.8%	4.2%	3.0%	6.4%	-23.7%	6.6%
合計		4,381	28,014,858	1,225,009	26,789,849	4,411	29,108,694	1,094,073	28,014,621	4,504	31,072,181	1,202,004	29,870,177
						0.7%	3.9%	-10.7%	4.6%	2.1%	6.7%	9.9%	6.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

流行音樂與文化內容產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	673	1,050,587	173,968	876,619	695	566,757	0	566,757	686	561,055	125	560,930
					3.3%	-46.1%	-100.0%	-35.3%	-1.3%	-1.0%	-	-1.0%
1-2年	555	907,047	55,005	852,043	554	2,132,409	173,540	1,958,869	594	1,019,086	8,471	1,010,616
					-0.2%	135.1%	215.5%	129.9%	7.2%	-52.2%	-95.1%	-48.4%
2-3年	396	1,278,011	8,591	1,269,420	380	825,099	70,380	754,719	420	2,073,394	128,792	1,944,602
					-4.0%	-35.4%	719.2%	-40.5%	10.5%	151.3%	83.0%	157.7%
3-4年	334	737,639	6,166	731,473	305	1,178,378	16,670	1,161,708	310	833,281	91,383	741,898
					-8.7%	59.8%	170.4%	58.8%	1.6%	-29.3%	448.2%	-36.1%
4-5年	303	995,018	21,867	973,152	286	726,660	2,325	724,335	269	1,337,314	54,560	1,282,755
					-5.6%	-27.0%	-89.4%	-25.6%	-5.9%	84.0%	2247.0%	77.1%
5-10年	1,176	7,668,885	247,562	7,421,322	1,140	6,416,411	133,722	6,282,688	1,093	5,857,701	140,359	5,717,341
					-3.1%	-16.3%	-46.0%	-15.3%	-4.1%	-8.7%	5.0%	-9.0%
10-20年	746	11,703,681	480,260	11,223,421	833	12,657,607	512,663	12,144,944	898	14,142,024	579,841	13,562,183
					11.7%	8.2%	6.7%	8.2%	7.8%	11.7%	13.1%	11.7%
20年以上	198	3,673,990	231,591	3,442,399	218	4,605,373	184,774	4,420,600	234	5,248,326	198,475	5,049,852
					10.1%	25.4%	-20.2%	28.4%	7.3%	14.0%	7.4%	14.2%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	4,381	28,014,858	1,225,009	26,789,849	4,411	29,108,694	1,094,073	28,014,621	4,504	31,072,181	1,202,004	29,870,177
					0.7%	3.9%	-10.7%	4.6%	2.1%	6.7%	9.9%	6.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015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		2012年				2013年				2014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	263	6,312,596	310,458	6,002,138	247	5,314,844	277,507	5,037,336	244	4,543,152	217,637	4,325,515
		-1.9%	-6.4%	-30.6%	-4.7%	-6.1%	-15.8%	-10.6%	-16.1%	-1.2%	-14.5%	-21.6%	-14.1%
476411	錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）零售	415	2,570,117	79,888	2,490,229	389	2,385,431	71,961	2,313,470	378	2,308,186	64,781	2,243,405
		-8.6%	-14.3%	11.0%	-14.9%	-6.3%	-7.2%	-9.9%	-7.1%	-2.8%	-3.2%	-10.0%	-3.0%
486913	影片音樂零售攤販	3	1,889	0	1,889	2	1,791	0	1,791	2	1,463	0	1,463
		0.0%	-23.4%	-	-23.4%	-33.3%	-5.2%	-	-5.2%	0.0%	-18.3%	-	-18.3%
592011	流行音樂出版	448	5,222,330	771,031	4,451,299	451	5,894,136	1,022,402	4,871,734	441	5,376,846	900,847	4,475,999
		0.0%	8.2%	58.1%	2.6%	0.7%	12.9%	32.6%	9.4%	-2.2%	-8.8%	-11.9%	-8.1%
592012	音樂詞曲版權代理及授權使用	35	371,134	3,464	367,670	35	370,652	4,488	366,165	39	403,017	7,352	395,665
		0.0%	15.3%	-17.7%	15.7%	0.0%	-0.1%	29.6%	-0.4%	11.4%	8.7%	63.8%	8.1%
592015	錄音工程	34	75,023	0	75,023	32	68,335	147	68,188	34	70,591	95	70,496
		9.7%	-6.7%	-	-6.7%	-5.9%	-8.9%	-	-9.1%	6.3%	3.3%	-35.3%	3.4%
592099	其他聲音錄製及音樂出版	96	2,325,731	186,603	2,139,128	119	2,899,304	392,219	2,507,084	137	3,617,670	305,102	3,312,567
		28.0%	10.9%	35.2%	9.1%	24.0%	24.7%	110.2%	17.2%	15.1%	24.8%	-22.2%	32.1%
602212	線上音樂播送	1	3,634	0	3,634	1	3,709	0	3,709	1	8,969	0	8,969
		0.0%	-59.6%	-	-59.6%	0.0%	2.1%	-	2.1%	0.0%	141.8%	-	141.8%
760300	藝人及模特兒等經紀	149	646,118	6,763	639,356	161	744,825	0	744,825	156	859,609	51,910	807,699
		3.5%	9.8%	7.7%	9.8%	8.1%	15.3%	-100.0%	16.5%	-3.1%	15.4%	-	8.4%
760311	流行音樂歌手經紀	19	50,719	0	50,719	22	64,035	0	64,035	24	67,058	0	67,058
		90.0%	49.8%	-	49.8%	15.8%	26.3%	-	26.3%	9.1%	4.7%	-	4.7%
771913	舞臺燈光、音響設備出租	403	650,417	0	650,417	420	690,655	0	690,655	445	826,272	0	826,272
		5.2%	4.6%	-	4.6%	4.2%	6.2%	-	6.2%	6.0%	19.6%	-	19.6%
901015	音樂詞曲創作	4	3,187	0	3,187	10	5,650	0	5,650	13	11,455	0	11,455
		0.0%	40.9%	-	40.9%	150.0%	77.3%	-	77.3%	30.0%	102.7%	-	102.7%
903113	流行音樂展演空間經營	0	0	0	0	1	124	0	124	1	1,396	0	1,396
		-	-	-	-	-	-	-	-	0.0%	1021.5%	-	1021.5%
932211	視唱中心（KTV）	2,515	12,634,660	35,938	12,598,722	2,353	11,964,313	28,282	11,936,031	2,218	11,999,434	8,015	11,991,419
		-5.0%	-0.9%	-22.8%	-0.8%	-6.4%	-5.3%	-21.3%	-5.3%	-5.7%	0.3%	-71.7%	0.5%
合計		4,385	30,867,556	1,394,145	29,473,411	4,243	30,407,804	1,797,006	28,610,798	4,133	30,095,117	1,555,739	28,539,378
		-2.6%	-0.7%	16.0%	-1.3%	-3.2%	-1.5%	28.9%	-2.9%	-2.6%	-1.0%	-13.4%	-0.2%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	522	384,229	8,989	375,240	490	322,143	0	322,143	463	365,625	555	365,070
	-23.9%	-31.5%	7103.3%	-33.1%	-6.1%	-16.2%	-100.0%	-14.2%	-5.5%	13.5%	-	13.3%
1-2年	574	977,007	327	976,681	434	787,224	10,249	776,975	422	904,361	20,782	883,579
	-3.4%	-4.1%	-96.1%	-3.4%	-24.4%	-19.4%	3036.0%	-20.4%	-2.8%	14.9%	102.8%	13.7%
2-3年	435	957,237	29,326	927,911	422	887,739	0	887,739	313	608,546	8,687	599,859
	3.6%	-53.8%	-77.2%	-52.3%	-3.0%	-7.3%	-100.0%	-4.3%	-25.8%	-31.4%	-	-32.4%
3-4年	330	1,965,260	131,729	1,833,531	337	958,431	174,738	783,693	332	808,926	1,392	807,534
	6.5%	135.8%	44.2%	147.1%	2.1%	-51.2%	32.6%	-57.3%	-1.5%	-15.6%	-99.2%	3.0%
4-5年	255	650,037	60,836	589,201	282	2,016,845	129,195	1,887,649	263	755,368	4,456	750,912
	-5.2%	-51.4%	11.5%	-54.1%	10.6%	210.3%	112.4%	220.4%	-6.7%	-62.5%	-96.6%	-60.2%
5-10年	1,037	5,709,295	214,744	5,494,551	967	5,193,764	143,025	5,050,739	950	5,744,668	251,531	5,493,136
	-5.1%	-2.5%	53.0%	-3.9%	-6.8%	-9.0%	-33.4%	-8.1%	-1.8%	10.6%	75.9%	8.8%
10-20年	961	14,516,932	798,975	13,717,956	1,015	14,159,549	1,041,167	13,118,382	1,064	14,776,635	897,099	13,879,536
	7.0%	2.7%	37.8%	1.1%	5.6%	-2.5%	30.3%	-4.4%	4.8%	4.4%	-13.8%	5.8%
20年以上	270	5,707,215	149,219	5,557,996	296	6,082,110	298,633	5,783,477	325	6,130,957	371,238	5,759,720
	15.4%	8.7%	-24.8%	10.1%	9.6%	6.6%	100.1%	4.1%	9.8%	0.8%	24.3%	-0.4%
未知	1	344	0	344	0	0	0	0	1	31	0	31
	-	-	-	-	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%	-	-	-	-
合計	4,385	30,867,556	1,394,145	29,473,411	4,243	30,407,804	1,797,006	28,610,798	4,133	30,095,117	1,555,739	28,539,378
	-2.6%	-0.7%	16.0%	-1.3%	-3.2%	-1.5%	28.9%	-2.9%	-2.6%	-1.0%	-13.4%	-0.2%

流行音樂與文化內容產業

流行音樂與文化內容產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	859	14,531,434	1,038,043	13,493,391	879	15,279,947	935,229	14,344,718	879	16,902,917	1,046,137	15,856,780
臺中市	528	2,195,269	15,830	2,179,439	503	2,278,112	22,203	2,255,909	507	2,337,084	17,120	2,319,964
基隆市	50	219,644	0	219,644	51	210,749	0	210,749	53	207,665	55	207,610
臺南市	278	1,358,101	11,981	1,346,120	272	1,300,602	8,412	1,292,189	270	1,332,073	3,252	1,328,821
高雄市	478	1,864,442	13,655	1,850,787	453	1,863,673	3,993	1,859,680	470	1,939,139	1,865	1,937,274
新北市	521	3,573,923	50,094	3,523,829	526	3,806,172	52,950	3,753,222	513	3,818,208	63,193	3,755,015
宜蘭縣	113	203,505	0	203,505	116	202,821	0	202,821	116	215,593	0	215,593
桃園縣	240	1,889,702	95,407	1,794,295	241	1,923,605	69,962	1,853,643	256	1,913,447	70,382	1,843,066
嘉義市	100	259,006	0	259,006	104	257,454	0	257,454	109	266,771	0	266,771
新竹縣	77	75,497	0	75,497	81	73,034	0	73,034	82	65,770	0	65,770
苗栗縣	110	161,332	0	161,332	117	158,977	0	158,977	125	166,791	0	166,791
南投縣	152	179,431	0	179,431	155	186,505	0	186,505	151	179,544	0	179,544
彰化縣	221	371,019	0	371,019	230	394,317	92	394,225	228	426,237	0	426,237
新竹市	47	326,261	0	326,261	48	343,501	1,232	342,269	50	376,254	0	376,254
雲林縣	120	165,668	0	165,668	123	182,568	0	182,568	138	202,117	0	202,117
嘉義縣	82	54,414	0	54,414	90	57,912	0	57,912	94	75,406	0	75,406
屏東縣	193	186,985	0	186,985	217	175,511	0	175,511	259	221,457	0	221,457
花蓮縣	67	211,642	0	211,642	63	230,808	0	230,808	63	235,092	0	235,092
臺東縣	85	96,328	0	96,328	85	104,977	0	104,977	87	114,795	0	114,795
金門縣	25	29,763	0	29,763	26	23,762	0	23,762	23	21,564	0	21,564
澎湖縣	18	44,843	0	44,843	15	37,193	0	37,193	13	38,168	0	38,168
連江縣	17	16,649	0	16,649	16	16,495	0	16,495	18	16,090	0	16,090
合計	4,381	28,014,858	1,225,009	26,789,849	4,411	29,108,694	1,094,073	28,014,621	4,504	31,072,181	1,202,004	29,870,177

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

流行音樂與文化內容產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	2,247	8,242,122	1,001	8,241,121	2,205	8,583,256	1,160	8,582,096	2,263	8,969,014	992	8,968,022
					-1.9%	4.1%	15.9%	4.1%	2.6%	4.5%	-14.5%	4.5%
0.1-1百萬元	1,311	3,365,520	178,775	3,186,746	1,357	3,548,677	176,518	3,372,159	1,404	3,571,624	132,095	3,439,529
					3.5%	5.4%	-1.3%	5.8%	3.5%	0.6%	-25.2%	2.0%
1-5百萬元	461	3,627,329	211,764	3,415,565	488	3,675,009	192,677	3,482,331	484	4,080,303	217,044	3,863,259
					5.9%	1.3%	-9.0%	2.0%	-0.8%	11.0%	12.6%	10.9%
5-10百萬元	212	1,891,946	37,124	1,854,822	212	2,033,912	57,291	1,976,621	209	2,189,289	91,076	2,098,214
					0.0%	7.5%	54.3%	6.6%	-1.4%	7.6%	59.0%	6.2%
10-20百萬元	68	1,073,880	41,218	1,032,662	68	981,298	34,653	946,644	66	1,126,618	46,150	1,080,467
					0.0%	-8.6%	-15.9%	-8.3%	-2.9%	14.8%	33.2%	14.1%
20-30百萬元	28	1,429,682	184,216	1,245,466	27	1,444,373	181,227	1,263,145	27	1,345,990	216,091	1,129,899
					-3.6%	1.0%	-1.6%	1.4%	0.0%	-6.8%	19.2%	-10.5%
30-40百萬元	9	287,292	27,408	259,885	10	291,099	12,693	278,406	9	344,981	40,340	304,641
					11.1%	1.3%	-53.7%	7.1%	-10.0%	18.5%	217.8%	9.4%
40-50百萬元	2	63,965	0	63,965	3	69,914	0	69,914	3	60,808	0	60,808
					50.0%	9.3%	-	9.3%	0.0%	-13.0%	-	-13.0%
50-60百萬元	12	1,713,622	180,132	1,533,490	11	1,611,677	155,966	1,455,710	10	1,817,692	122,516	1,695,176
					-8.3%	-5.9%	-13.4%	-5.1%	-9.1%	12.8%	-21.4%	16.5%
60-80百萬元	5	916,388	78,991	837,397	4	1,319,998	70,286	1,249,712	4	1,799,616	35,072	1,764,544
					-20.0%	44.0%	-11.0%	49.2%	0.0%	36.3%	-50.1%	41.2%
0.8-1億元	1	598,778	8,169	590,609	1	574,952	4,494	570,459	1	585,172	6,898	578,274
					0.0%	-4.0%	-45.0%	-3.4%	0.0%	1.8%	53.5%	1.4%
1-2億元	11	1,524,119	16,898	1,507,221	10	1,548,848	11,555	1,537,292	10	1,754,182	70,684	1,683,498
					-9.1%	1.6%	-31.6%	2.0%	0.0%	13.3%	511.7%	9.5%
2億元以上	14	3,280,215	259,314	3,020,901	15	3,425,682	195,551	3,230,131	14	3,426,890	223,045	3,203,845
					7.1%	4.4%	-24.6%	6.9%	-6.7%	0.0%	14.1%	-0.8%
合計	4,381	28,014,858	1,225,009	26,789,849	4,411	29,108,694	1,094,073	28,014,621	4,504	31,072,181	1,202,004	29,870,177
					0.7%	3.9%	-10.7%	4.6%	2.1%	6.7%	9.9%	6.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	886	16,938,165	1,225,544	15,712,621	880	16,847,870	1,659,528	15,188,342	854	16,839,660	1,455,256	15,384,404
臺中市	468	2,229,566	17,476	2,212,090	420	2,005,873	12,033	1,993,840	400	1,937,618	8,612	1,929,006
基隆市	51	193,381	0	193,381	49	203,660	2,275	201,385	48	211,397	3,010	208,388
臺南市	272	1,292,128	2,214	1,289,913	278	1,230,799	3,239	1,227,560	277	1,222,509	1,828	1,220,682
高雄市	490	1,967,056	7,941	1,959,115	497	1,882,786	5,557	1,877,230	482	1,900,408	4,369	1,896,039
新北市	455	4,036,183	82,763	3,953,419	424	3,919,963	66,042	3,853,921	417	3,778,838	50,539	3,728,300
宜蘭縣	110	217,498	0	217,498	109	216,746	0	216,746	110	223,890	0	223,890
桃園縣	233	1,595,859	58,206	1,537,653	203	1,782,735	48,333	1,734,402	205	1,616,045	32,126	1,583,918
嘉義市	119	265,412	0	265,412	117	248,514	0	248,514	112	239,226	0	239,226
新竹縣	70	63,552	0	63,552	65	65,374	0	65,374	59	65,306	0	65,306
苗栗縣	124	173,144	0	173,144	118	161,208	0	161,208	116	152,686	0	152,686
南投縣	134	162,152	0	162,152	122	150,952	0	150,952	120	163,417	0	163,417
彰化縣	243	424,855	0	424,855	245	392,688	0	392,688	229	397,875	0	397,875
新竹市	47	366,514	0	366,514	42	357,259	0	357,259	44	359,894	0	359,894
雲林縣	131	207,624	0	207,624	134	209,913	0	209,913	128	232,184	0	232,184
嘉義縣	86	89,242	0	89,242	84	97,339	0	97,339	84	95,860	0	95,860
屏東縣	260	247,033	0	247,033	260	252,382	0	252,382	249	252,578	0	252,578
花蓮縣	62	220,374	0	220,374	59	217,257	0	217,257	58	241,676	0	241,676
臺東縣	94	109,777	0	109,777	88	97,322	0	97,322	94	98,291	0	98,291
金門縣	21	19,919	0	19,919	22	22,598	0	22,598	22	22,735	0	22,735
澎湖縣	12	32,705	0	32,705	11	29,626	0	29,626	11	29,504	0	29,504
連江縣	17	15,419	0	15,419	16	14,941	0	14,941	14	13,520	0	13,520
合計	4,385	30,867,556	1,394,145	29,473,411	4,243	30,407,804	1,797,006	28,610,798	4,133	30,095,117	1,555,739	28,539,378

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	2,186	8,524,540	1,081	8,523,459	2,074	8,104,842	1,844	8,102,998	1,978	8,134,627	3,258	8,131,369
	-3.4%	-5.0%	9.0%	-5.0%	-5.1%	-4.9%	70.6%	-4.9%	-4.6%	0.4%	76.7%	0.4%
0.1-1百萬元	1,364	3,644,969	133,597	3,511,372	1,335	3,487,686	128,036	3,359,650	1,330	3,573,314	110,100	3,463,214
	-2.8%	2.1%	1.1%	2.1%	-2.1%	-4.3%	-4.2%	-4.3%	-0.4%	2.5%	-14.0%	3.1%
1-5百萬元	480	4,223,220	238,964	3,984,256	487	4,357,548	222,262	4,135,286	494	4,601,529	283,885	4,317,643
	-0.8%	3.5%	10.1%	3.1%	1.5%	3.2%	-7.0%	3.8%	1.4%	5.6%	27.7%	4.4%
5-10百萬元	213	2,224,265	134,250	2,090,014	206	2,150,889	123,211	2,027,678	197	2,048,532	78,289	1,970,243
	1.9%	1.6%	47.4%	-0.4%	-3.3%	-3.3%	-8.2%	-3.0%	-4.4%	-4.8%	-36.5%	-2.8%
10-20百萬元	62	1,016,633	50,443	966,190	65	927,189	38,478	888,710	62	839,473	40,267	799,206
	-6.1%	-9.8%	9.3%	-10.6%	4.8%	-8.8%	-23.7%	-8.0%	-4.6%	-9.5%	4.6%	-10.1%
20-30百萬元	28	1,139,557	158,958	980,600	27	1,085,144	165,712	919,432	27	945,977	92,931	853,047
	3.7%	-15.3%	-26.4%	-13.2%	-3.6%	-4.8%	4.2%	-6.2%	0.0%	-12.8%	-43.9%	-7.2%
30-40百萬元	11	326,847	56,869	269,978	10	549,682	201,256	348,426	8	417,401	109,079	308,322
	22.2%	-5.3%	41.0%	-11.4%	-9.1%	68.2%	253.9%	29.1%	-20.0%	-24.1%	-45.8%	-11.5%
40-50百萬元	2	65,740	0	65,740	2	67,463	0	67,463	2	57,134	0	57,134
	-33.3%	8.1%	-	8.1%	0.0%	2.6%	-	2.6%	0.0%	-15.3%	-	-15.3%
50-60百萬元	11	1,419,521	143,972	1,275,549	10	1,434,630	151,351	1,283,280	8	1,318,087	219,467	1,098,619
	10.0%	-21.9%	17.5%	-24.8%	-9.1%	1.1%	5.1%	0.6%	-20.0%	-8.1%	45.0%	-14.4%
60-80百萬元	4	1,781,932	6,364	1,775,568	4	1,388,674	334	1,388,340	4	1,090,078	3,165	1,086,913
	0.0%	-1.0%	-81.9%	0.6%	0.0%	-22.1%	-94.7%	-21.8%	0.0%	-21.5%	847.3%	-21.7%
0.8-1億元	1	554,813	5,408	549,405	1	567,800	9,646	558,155	1	606,420	6,935	599,486
	0.0%	-5.2%	-21.6%	-5.0%	0.0%	2.3%	78.4%	1.6%	0.0%	6.8%	-28.1%	7.4%
1-2億元	9	1,809,924	20,364	1,789,560	8	2,277,617	82,119	2,195,498	8	2,755,369	116,527	2,638,842
	-10.0%	3.2%	-71.2%	6.3%	-11.1%	25.8%	303.3%	22.7%	0.0%	21.0%	41.9%	20.2%
2億元以上	14	4,135,595	443,875	3,691,720	14	4,008,640	672,757	3,335,883	14	3,707,176	491,835	3,215,341
	0.0%	20.7%	99.0%	15.2%	0.0%	-3.1%	51.6%	-9.6%	0.0%	-7.5%	-26.9%	-3.6%
合計	4,385	30,867,556	1,394,145	29,473,411	4,243	30,407,804	1,797,006	28,610,798	4,133	30,095,117	1,555,739	28,539,378
	-2.6%	-0.7%	16.0%	-1.3%	-3.2%	-1.5%	28.9%	-2.9%	-2.6%	-1.0%	-13.4%	-0.2%

產品設計產業

產品設計產業2009～2014年家數與營業額

產品設計產業		2009年				2010年				2011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	1,276	35,547,858	22,977,872	12,569,985	1,368	40,439,963	30,011,089	10,428,874	1,471	38,881,016	29,081,203	9,799,812
						7.2%	13.8%	30.6%	-17.0%	7.5%	-3.9%	-3.1%	-6.0%
740913	包裝設計	21	39,679	67	39,612	27	57,950	165	57,785	32	39,034	256	38,778
						28.6%	46.0%	145.8%	45.9%	18.5%	-32.6%	55.2%	-32.9%
740999	未分類其他專門設計服務	970	12,731,413	2,015,992	10,715,421	1,038	16,146,062	1,612,976	14,533,086	1,162	16,977,948	1,323,398	15,654,550
						7.0%	26.8%	-20.0%	35.6%	11.9%	5.2%	-18.0%	7.7%
合計		2,267	48,318,950	24,993,932	23,325,018	2,433	56,643,975	31,624,230	25,019,745	2,665	55,897,997	30,404,857	25,493,140
						7.3%	17.2%	26.5%	7.3%	9.5%	-1.3%	-3.9%	1.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

產品設計產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	306	293,518	7,435	286,084	335	368,879	45,948	322,931	381	283,614	6,081	277,533
					9.5%	25.7%	518.0%	12.9%	13.7%	-23.1%	-86.8%	-14.1%
1-2年	259	667,293	258,232	409,060	298	965,666	184,405	781,261	344	826,640	120,309	706,331
					15.1%	44.7%	-28.6%	91.0%	15.4%	-14.4%	-34.8%	-9.6%
2-3年	257	698,541	89,466	609,074	226	725,674	153,083	572,591	263	1,093,475	212,385	881,090
					-12.1%	3.9%	71.1%	-6.0%	16.4%	50.7%	38.7%	53.9%
3-4年	230	1,130,314	199,885	930,429	229	753,161	69,287	683,873	204	685,546	105,617	579,929
					-0.4%	-33.4%	-65.3%	-26.5%	-10.9%	-9.0%	52.4%	-15.2%
4-5年	189	636,406	46,143	590,263	210	1,355,465	221,993	1,133,471	209	768,559	50,972	717,587
					11.1%	113.0%	381.1%	92.0%	-0.5%	-43.3%	-77.0%	-36.7%
5-10年	608	18,245,775	5,602,677	12,643,099	671	13,314,609	3,322,080	9,992,529	732	12,256,311	2,395,223	9,861,088
					10.4%	-27.0%	-40.7%	-21.0%	9.1%	-7.9%	-27.9%	-1.3%
10-20年	349	25,523,438	18,683,934	6,839,505	385	37,830,078	27,472,469	10,357,609	443	38,639,508	27,303,772	11,335,736
					10.3%	48.2%	47.0%	51.4%	15.1%	2.1%	-0.6%	9.4%
20年以上	68	1,123,285	106,161	1,017,124	78	1,330,319	154,965	1,175,354	87	1,342,621	210,497	1,132,124
					14.7%	18.4%	46.0%	15.6%	11.5%	0.9%	35.8%	-3.7%
未知	1	379	0	379	1	125	0	125	2	1,722	0	1,722
					0.0%	-67.1%	-	-67.1%	100.0%	1277.7%	-	1277.7%
合計	2,267	48,318,950	24,993,932	23,325,018	2,433	56,643,975	31,624,230	25,019,745	2,665	55,897,997	30,404,857	25,493,140
					7.3%	17.2%	26.5%	7.3%	9.5%	-1.3%	-3.9%	1.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

產品設計產業		2012年				2013年				2014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	1,558	38,579,135	28,534,322	10,044,812	1,490	43,395,238	32,618,798	10,776,440	1,455	45,006,596	33,162,665	11,843,931
		5.9%	-0.8%	-1.9%	2.5%	-4.4%	12.5%	14.3%	7.3%	-2.3%	3.7%	1.7%	9.9%
740913	包裝設計	36	46,120	201	45,919	60	66,473	1,457	65,016	82	121,759	924	120,835
		12.5%	18.2%	-21.3%	18.4%	66.7%	44.1%	624.3%	41.6%	36.7%	83.2%	-36.6%	85.9%
740999	未分類其他專門設計服務	1,274	16,725,877	1,837,193	14,888,684	1,388	15,572,538	1,878,112	13,694,426	1,549	15,749,407	2,044,482	13,704,926
		9.6%	-1.5%	38.8%	-4.9%	8.9%	-6.9%	2.2%	-8.0%	11.6%	1.1%	8.9%	0.1%
合計		2,868	55,351,132	30,371,717	24,979,416	2,938	59,034,249	34,498,367	24,535,882	3,086	60,877,763	35,208,071	25,669,692
		7.6%	-1.0%	-0.1%	-2.0%	2.4%	6.7%	13.6%	-1.8%	5.0%	3.1%	2.1%	4.6%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	352	310,198	49,594	260,604	267	285,323	11,256	274,067	314	478,742	234,745	243,997
	-7.6%	9.4%	715.5%	-6.1%	-24.1%	-8.0%	-77.3%	5.2%	17.6%	67.8%	1985.5%	-11.0%
1-2年	380	1,665,820	845,769	820,051	346	846,806	164,662	682,144	275	664,348	78,391	585,957
	10.5%	101.5%	603.0%	16.1%	-8.9%	-49.2%	-80.5%	-16.8%	-20.5%	-21.5%	-52.4%	-14.1%
2-3年	311	1,105,627	351,939	753,688	341	1,887,235	891,263	995,971	310	1,108,908	282,066	826,842
	18.3%	1.1%	65.7%	-14.5%	9.6%	70.7%	153.2%	32.1%	-9.1%	-41.2%	-68.4%	-17.0%
3-4年	240	1,630,298	594,914	1,035,384	278	1,257,663	549,623	708,040	300	1,843,558	590,193	1,253,364
	17.6%	137.8%	463.3%	78.5%	15.8%	-22.9%	-7.6%	-31.6%	7.9%	46.6%	7.4%	77.0%
4-5年	191	676,697	95,639	581,058	217	1,930,797	796,218	1,134,579	256	1,864,356	877,593	986,762
	-8.6%	-12.0%	87.6%	-19.0%	13.6%	185.3%	732.5%	95.3%	18.0%	-3.4%	10.2%	-13.0%
5-10年	770	5,814,294	967,680	4,846,614	770	5,631,516	616,823	5,014,692	846	6,044,497	1,567,746	4,476,751
	5.2%	-52.6%	-59.6%	-50.9%	0.0%	-3.1%	-36.3%	3.5%	9.9%	7.3%	154.2%	-10.7%
10-20年	512	42,481,394	27,224,402	15,256,992	591	20,541,551	6,773,268	13,768,283	640	22,863,648	7,641,531	15,222,117
	15.6%	9.9%	-0.3%	34.6%	15.4%	-51.6%	-75.1%	-9.8%	8.3%	11.3%	12.8%	10.6%
20年以上	111	1,664,908	241,780	1,423,128	127	26,652,092	24,695,253	1,956,839	145	26,009,706	23,935,806	2,073,900
	27.6%	24.0%	14.9%	25.7%	14.4%	1500.8%	10113.9%	37.5%	14.2%	-2.4%	-3.1%	6.0%
未知	1	1,896	0	1,896	1	1,265	0	1,265	0	0	0	0
	-50.0%	10.2%	-	10.2%	0.0%	-33.3%	-	-33.3%	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%
合計	2,868	55,351,132	30,371,717	24,979,416	2,938	59,034,249	34,498,367	24,535,882	3,086	60,877,763	35,208,071	25,669,692
	7.6%	-1.0%	-0.1%	-2.0%	2.4%	6.7%	13.6%	-1.8%	5.0%	3.1%	2.1%	4.6%

產品設計產業

產品設計產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	667	31,170,782	16,217,499	14,953,283	694	37,217,722	24,488,463	12,729,259	759	35,003,750	22,941,998	12,061,752
臺中市	335	2,286,537	550,905	1,735,633	362	3,005,996	817,395	2,188,602	391	3,421,598	813,237	2,608,361
基隆市	20	14,091	0	14,091	23	19,129	0	19,129	22	35,213	620	34,593
臺南市	223	513,272	14,352	498,920	236	654,087	56,121	597,966	246	670,036	40,230	629,805
高雄市	137	308,379	12,224	296,154	153	416,224	22,703	393,521	181	435,530	8,476	427,054
新北市	400	2,846,792	456,970	2,389,822	443	4,727,337	381,402	4,345,935	479	5,370,948	364,665	5,006,283
宜蘭縣	19	18,806	0	18,806	17	26,258	0	26,258	19	26,574	0	26,574
桃園縣	156	2,202,902	989,215	1,213,687	168	2,869,096	1,292,926	1,576,169	187	2,782,999	1,314,315	1,468,684
嘉義市	24	16,452	20	16,431	22	13,811	0	13,811	25	13,930	0	13,930
新竹縣	40	7,252,651	5,898,821	1,353,830	46	5,907,532	3,722,227	2,185,306	51	6,134,624	3,758,023	2,376,601
苗栗縣	16	17,681	0	17,681	22	27,462	3,639	23,823	25	43,371	14,799	28,572
南投縣	19	33,146	3,362	29,784	22	32,924	1,205	31,719	27	44,135	170	43,965
彰化縣	65	96,159	7	96,152	74	117,346	142	117,204	84	123,505	423	123,082
新竹市	76	1,431,863	829,135	602,728	80	1,499,965	800,507	699,457	87	1,651,599	1,100,560	551,039
雲林縣	10	9,271	178	9,093	13	7,767	0	7,767	18	13,568	0	13,568
嘉義縣	11	43,108	18,229	24,878	9	42,927	29,702	13,226	9	47,462	34,043	13,419
屏東縣	31	35,741	3,014	32,727	30	35,089	7,200	27,889	33	36,784	12,274	24,510
花蓮縣	13	6,853	0	6,853	13	7,018	0	7,018	15	13,935	0	13,935
臺東縣	2	1,050	0	1,050	3	4,248	599	3,650	3	3,878	1,020	2,857
金門縣	1	6,219	0	6,219	1	4,292	0	4,292	1	152	0	152
澎湖縣	2	7,197	0	7,197	2	7,746	0	7,746	3	24,404	0	24,404
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	2,267	48,318,950	24,993,932	23,325,018	2,433	56,643,975	31,624,230	25,019,745	2,665	55,897,997	30,404,857	25,493,140

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

產品設計產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	323	2,448,088	4,912	2,443,176	357	2,905,822	69,960	2,835,862	382	3,185,935	73,291	3,112,644
					10.5%	18.7%	1324.2%	16.1%	7.0%	9.6%	4.8%	9.8%
0.1-1百萬元	790	1,355,677	38,750	1,316,927	868	1,824,520	100,667	1,723,852	979	2,045,234	129,628	1,915,606
					9.9%	34.6%	159.8%	30.9%	12.8%	12.1%	28.8%	11.1%
1-5百萬元	697	3,739,368	183,181	3,556,188	731	4,338,818	277,433	4,061,384	791	4,247,169	221,456	4,025,713
					4.9%	16.0%	51.5%	14.2%	8.2%	-2.1%	-20.2%	-0.9%
5-10百萬元	236	4,063,941	509,476	3,554,466	250	4,987,325	451,189	4,536,136	269	4,499,597	265,970	4,233,627
					5.9%	22.7%	-11.4%	27.6%	7.6%	-9.8%	-41.1%	-6.7%
10-20百萬元	84	1,838,267	994,116	844,151	86	2,142,005	1,198,296	943,709	98	2,434,633	1,229,553	1,205,080
					2.4%	16.5%	20.5%	11.8%	14.0%	13.7%	2.6%	27.7%
20-30百萬元	46	2,382,456	1,254,087	1,128,370	49	2,114,132	1,211,270	902,862	50	1,765,265	769,675	995,591
					6.5%	-11.3%	-3.4%	-20.0%	2.0%	-16.5%	-36.5%	10.3%
30-40百萬元	18	426,054	155,635	270,419	16	477,657	109,651	368,007	16	449,988	63,290	386,698
					-11.1%	12.1%	-29.5%	36.1%	0.0%	-5.8%	-42.3%	5.1%
40-50百萬元	4	78,562	76,512	2,050	4	81,104	75,021	6,083	4	70,663	69,516	1,147
					0.0%	3.2%	-1.9%	196.8%	0.0%	-12.9%	-7.3%	-81.1%
50-60百萬元	10	942,560	77,608	864,952	10	1,515,605	139,813	1,375,792	13	2,007,230	121,343	1,885,886
					0.0%	60.8%	80.2%	59.1%	30.0%	32.4%	-13.2%	37.1%
60-80百萬元	13	250,790	83,806	166,985	14	251,659	43,974	207,685	14	354,128	38,611	315,516
					7.7%	0.3%	-47.5%	24.4%	0.0%	40.7%	-12.2%	51.9%
0.8-1億元	7	116,376	71,879	44,497	7	132,562	82,403	50,159	7	165,631	96,785	68,847
					0.0%	13.9%	14.6%	12.7%	0.0%	24.9%	17.5%	37.3%
1-2億元	11	498,309	276,138	222,172	12	651,594	351,842	299,752	12	589,543	372,532	217,011
					9.1%	30.8%	27.4%	34.9%	0.0%	-9.5%	5.9%	-27.6%
2億元以上	28	30,178,500	21,267,833	8,910,667	29	35,221,171	27,512,710	7,708,461	30	34,082,980	26,953,205	7,129,774
					3.6%	16.7%	29.4%	-13.5%	3.4%	-3.2%	-2.0%	-7.5%
合計	2,267	48,318,950	24,993,932	23,325,018	2,433	56,643,975	31,624,230	25,019,745	2,665	55,897,997	30,404,857	25,493,140
					7.3%	17.2%	26.5%	7.3%	9.5%	-1.3%	-3.9%	1.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	822	35,883,653	23,328,749	12,554,904	841	40,240,319	27,540,364	12,699,955	892	40,295,109	27,451,342	12,843,767
臺中市	415	3,254,622	674,440	2,580,182	414	3,165,638	675,223	2,490,415	437	3,474,533	788,098	2,686,435
基隆市	21	34,282	864	33,418	24	29,860	441	29,419	26	30,726	345	30,382
臺南市	266	650,918	34,894	616,024	277	717,841	35,419	682,422	290	778,725	48,693	730,032
高雄市	192	447,716	14,347	433,368	201	560,095	20,609	539,486	208	715,062	46,263	668,800
新北市	509	4,353,807	367,412	3,986,395	527	3,273,273	415,488	2,857,785	550	3,906,974	497,664	3,409,310
宜蘭縣	23	29,089	0	29,089	25	29,292	0	29,292	22	24,798	11	24,787
桃園縣	202	2,986,061	1,288,463	1,697,597	204	3,045,976	1,406,556	1,639,420	212	3,545,361	1,941,660	1,603,701
嘉義市	27	23,505	0	23,505	28	32,010	0	32,010	31	31,855	0	31,855
新竹縣	59	5,485,203	3,392,866	2,092,338	61	5,190,434	2,764,252	2,426,183	69	5,054,511	2,655,800	2,398,711
苗栗縣	26	49,864	16,505	33,359	23	42,487	2,992	39,495	25	20,810	0	20,810
南投縣	30	42,912	77	42,835	34	44,619	0	44,619	36	59,882	0	59,882
彰化縣	90	135,665	204	135,461	96	152,453	198	152,255	97	203,646	21,472	182,173
新竹市	89	1,809,463	1,195,277	614,186	86	2,332,511	1,596,644	735,867	86	2,528,049	1,722,299	805,750
雲林縣	23	31,674	6,939	24,735	27	29,910	2,442	27,468	29	29,330	417	28,913
嘉義縣	12	57,949	44,113	13,836	12	60,767	35,701	25,065	11	56,078	31,809	24,269
屏東縣	34	40,642	5,922	34,721	34	33,288	2,039	31,249	39	47,653	2,198	45,455
花蓮縣	19	10,098	0	10,098	16	16,262	0	16,262	15	17,193	0	17,193
臺東縣	4	2,865	645	2,220	3	3,018	0	3,018	5	2,812	0	2,812
金門縣	2	4,787	0	4,787	2	6,843	0	6,843	3	9,025	0	9,025
澎湖縣	3	16,359	0	16,359	3	27,354	0	27,354	3	45,629	0	45,629
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	2,868	55,351,132	30,371,717	24,979,416	2,938	59,034,249	34,498,367	24,535,882	3,086	60,877,763	35,208,071	25,669,692

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	405	2,943,616	47,976	2,895,641	422	3,037,096	13,262	3,023,834	442	3,285,683	85,915	3,199,768
	6.0%	-7.6%	-34.5%	-7.0%	4.2%	3.2%	-72.4%	4.4%	4.7%	8.2%	547.8%	5.8%
0.1-1百萬元	1,091	2,730,963	737,463	1,993,500	1,126	2,924,195	691,912	2,232,284	1,217	2,818,873	314,302	2,504,572
	11.4%	33.5%	468.9%	4.1%	3.2%	7.1%	-6.2%	12.0%	8.1%	-3.6%	-54.6%	12.2%
1-5百萬元	846	4,421,874	367,944	4,053,930	864	5,000,602	515,033	4,485,569	900	4,900,280	667,116	4,233,163
	7.0%	4.1%	66.1%	0.7%	2.1%	13.1%	40.0%	10.6%	4.2%	-2.0%	29.5%	-5.6%
5-10百萬元	277	4,912,203	308,936	4,603,267	275	4,308,682	340,654	3,968,029	274	4,073,904	300,859	3,773,046
	3.0%	9.2%	16.2%	8.7%	-0.7%	-12.3%	10.3%	-13.8%	-0.4%	-5.4%	-11.7%	-4.9%
10-20百萬元	102	2,422,046	1,096,659	1,325,387	107	2,389,235	1,145,671	1,243,563	112	3,069,347	1,542,573	1,526,774
	4.1%	-0.5%	-10.8%	10.0%	4.9%	-1.4%	4.5%	-6.2%	4.7%	28.5%	34.6%	22.8%
20-30百萬元	52	1,692,605	649,102	1,043,503	52	1,756,357	724,064	1,032,293	50	1,843,860	836,938	1,006,922
	4.0%	-4.1%	-15.7%	4.8%	0.0%	3.8%	11.5%	-1.1%	-3.8%	5.0%	15.6%	-2.5%
30-40百萬元	15	487,085	70,470	416,614	14	570,604	98,308	472,295	13	655,235	72,232	583,003
	-6.3%	8.2%	11.3%	7.7%	-6.7%	17.1%	39.5%	13.4%	-7.1%	14.8%	-26.5%	23.4%
40-50百萬元	5	66,977	57,326	9,651	5	62,483	51,058	11,425	5	53,037	48,920	4,117
	25.0%	-5.2%	-17.5%	741.2%	0.0%	-6.7%	-10.9%	18.4%	0.0%	-15.1%	-4.2%	-64.0%
50-60百萬元	13	1,869,590	126,165	1,743,425	13	1,858,409	100,111	1,758,299	13	1,973,461	133,807	1,839,654
	0.0%	-6.9%	4.0%	-7.6%	0.0%	-0.6%	-20.7%	0.9%	0.0%	6.2%	33.7%	4.6%
60-80百萬元	14	413,491	48,949	364,542	14	441,277	88,132	353,145	12	537,148	92,858	444,290
	0.0%	16.8%	26.8%	15.5%	0.0%	6.7%	80.0%	-3.1%	-14.3%	21.7%	5.4%	25.8%
0.8-1億元	7	131,815	75,120	56,695	7	133,983	31,038	102,945	7	123,774	43,305	80,469
	0.0%	-20.4%	-22.4%	-17.7%	0.0%	1.6%	-58.7%	81.6%	0.0%	-7.6%	39.5%	-21.8%
1-2億元	11	651,489	307,490	343,999	11	739,226	302,004	437,222	13	704,097	309,208	394,889
	-8.3%	10.5%	-17.5%	58.5%	0.0%	13.5%	-1.8%	27.1%	18.2%	-4.8%	2.4%	-9.7%
2億元以上	30	32,607,379	26,478,116	6,129,263	28	35,812,099	30,397,120	5,414,979	28	36,839,063	30,760,039	6,079,024
	0.0%	-4.3%	-1.8%	-14.0%	-6.7%	9.8%	14.8%	-11.7%	0.0%	2.9%	1.2%	12.3%
合計	2,868	55,351,132	30,371,717	24,979,416	2,938	59,034,249	34,498,367	24,535,882	3,086	60,877,763	35,208,071	25,669,692
	7.6%	-1.0%	-0.1%	-2.0%	2.4%	6.7%	13.6%	-1.8%	5.0%	3.1%	2.1%	4.6%

視覺傳達設計產業

視覺傳達設計產業2009～2014年家數與營業額

視覺傳達設計產業		2009年				2010年				2011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	110	2,023,523	1,494,453	529,070	104	2,695,230	2,209,774	485,456	96	1,506,110	1,068,737	437,373
						-5.5%	33.2%	47.9%	-8.2%	-7.7%	-44.1%	-51.6%	-9.9%
740912	商業設計	145	912,639	13,293	899,345	181	1,101,146	34,051	1,067,096	235	1,413,223	34,425	1,378,798
						24.8%	20.7%	156.1%	18.7%	29.8%	28.3%	1.1%	29.2%
740914	視覺傳達與平面設計	17	47,187	0	47,187	20	79,784	0	79,784	25	49,686	0	49,686
						17.6%	69.1%	-	69.1%	25.0%	-37.7%	-	-37.7%
740916	多媒體設計	0	0	0	0	1	2,370	0	2,370	2	4,825	0	4,825
						-	-	-	-	100.0%	103.5%	-	103.5%
合計		272	2,983,349	1,507,747	1,475,603	306	3,878,530	2,243,824	1,634,706	358	2,973,844	1,103,161	1,870,683
						12.5%	30.0%	48.8%	10.8%	17.0%	-23.3%	-50.8%	14.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

視覺傳達設計產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	46	26,177	479	25,699	45	50,779	1,214	49,565	76	32,753	0	32,753
					-2.2%	94.0%	153.4%	92.9%	68.9%	-35.5%	-100.0%	-33.9%
1-2年	36	84,073	3,664	80,410	48	58,787	3,665	55,122	47	101,527	2,451	99,076
					33.3%	-30.1%	0.0%	-31.4%	-2.1%	72.7%	-33.1%	79.7%
2-3年	22	42,253	0	42,253	28	122,508	7,167	115,341	40	56,865	5,250	51,615
					27.3%	189.9%	-	173.0%	42.9%	-53.6%	-26.8%	-55.3%
3-4年	26	59,237	0	59,237	20	23,715	0	23,715	26	111,923	2,724	109,199
					-23.1%	-60.0%	-	-60.0%	30.0%	371.9%	-	360.5%
4-5年	27	171,420	5,767	165,653	24	89,867	32	89,834	17	23,841	0	23,841
					-11.1%	-47.6%	-99.4%	-45.8%	-29.2%	-73.5%	-100.0%	-73.5%
5-10年	67	2,078,121	1,494,318	583,803	83	2,851,548	2,216,847	634,702	88	425,538	9,484	416,055
					23.9%	37.2%	48.4%	8.7%	6.0%	-85.1%	-99.6%	-34.4%
10-20年	35	453,103	3,519	449,584	42	574,140	14,899	559,241	49	2,103,398	1,083,152	1,020,246
					20.0%	26.7%	323.4%	24.4%	16.7%	266.4%	7169.9%	82.4%
20年以上	13	68,963	0	68,963	16	107,186	0	107,186	15	117,999	100	117,899
					23.1%	55.4%	-	55.4%	-6.3%	10.1%	-	10.0%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	272	2,983,349	1,507,747	1,475,603	306	3,878,530	2,243,824	1,634,706	358	2,973,844	1,103,161	1,870,683
					12.5%	30.0%	48.8%	10.8%	17.0%	-23.3%	-50.8%	14.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

視覺傳達設計產業		2012年				2013年				2014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	89	496,712	148,009	348,703	106	332,763	8,187	324,576	115	302,637	15,923	286,713
		-7.3%	-67.0%	-86.2%	-20.3%	19.1%	-33.0%	-94.5%	-6.9%	8.5%	-9.1%	94.5%	-11.7%
740912	商業設計	282	1,329,572	34,240	1,295,332	418	1,452,823	19,253	1,433,570	514	1,606,518	38,013	1,568,505
		20.0%	-5.9%	-0.5%	-6.1%	48.2%	9.3%	-43.8%	10.7%	23.0%	10.6%	97.4%	9.4%
740914	視覺傳達與平面設計	26	39,666	0	39,666	88	87,541	201	87,340	142	200,522	1,781	198,741
		4.0%	-20.2%	-	-20.2%	238.5%	120.7%	-	120.2%	61.4%	129.1%	785.2%	127.5%
740916	多媒體設計	3	3,568	0	3,568	8	11,552	0	11,552	19	22,708	2,463	20,246
		50.0%	-26.0%	-	-26.0%	166.7%	223.8%	-	223.8%	137.5%	96.6%	-	75.3%
合計		400	1,869,517	182,248	1,687,269	620	1,884,679	27,641	1,857,038	790	2,132,384	58,180	2,074,205
		11.7%	-37.1%	-83.5%	-9.8%	55.0%	0.8%	-84.8%	10.1%	27.4%	13.1%	110.5%	11.7%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	70	37,602	1,136	36,466	219	131,655	1,496	130,159	201	102,613	6,534	96,079
	-7.9%	14.8%	-	11.3%	212.9%	250.1%	31.8%	256.9%	-8.2%	-22.1%	336.7%	-26.2%
1-2年	70	63,801	665	63,136	79	111,226	104	111,122	220	367,099	9,750	357,349
	48.9%	-37.2%	-72.9%	-36.3%	12.9%	74.3%	-84.4%	76.0%	178.5%	230.0%	9281.3%	221.6%
2-3年	39	107,571	6,464	101,107	64	71,485	1,811	69,674	76	145,799	940	144,859
	-2.5%	89.2%	23.1%	95.9%	64.1%	-33.5%	-72.0%	-31.1%	18.8%	104.0%	-48.1%	107.9%
3-4年	35	58,385	3,773	54,612	40	129,049	3,013	126,037	54	81,274	2	81,272
	34.6%	-47.8%	38.5%	-50.0%	14.3%	121.0%	-20.1%	130.8%	35.0%	-37.0%	-99.9%	-35.5%
4-5年	24	113,289	237	113,052	34	56,379	752	55,627	35	109,651	14,931	94,720
	41.2%	375.2%	-	374.2%	41.7%	-50.2%	216.8%	-50.8%	2.9%	94.5%	1886.6%	70.3%
5-10年	90	339,659	13,129	326,530	103	440,022	6,637	433,386	109	291,084	20,683	270,401
	2.3%	-20.2%	38.4%	-21.5%	14.4%	29.5%	-49.5%	32.7%	5.8%	-33.8%	211.6%	-37.6%
10-20年	55	1,027,167	156,490	870,677	64	845,196	13,829	831,366	80	885,704	5,341	880,363
	12.2%	-51.2%	-85.6%	-14.7%	16.4%	-17.7%	-91.2%	-4.5%	25.0%	4.8%	-61.4%	5.9%
20年以上	17	122,042	354	121,688	16	99,667	0	99,667	15	149,162	0	149,162
	13.3%	3.4%	253.4%	3.2%	-5.9%	-18.3%	-100.0%	-18.1%	-6.3%	49.7%	-	49.7%
未知	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-100.0%	-	-	-
合計	400	1,869,517	182,248	1,687,269	620	1,884,679	27,641	1,857,038	790	2,132,384	58,180	2,074,205
	11.7%	-37.1%	-83.5%	-9.8%	55.0%	0.8%	-84.8%	10.1%	27.4%	13.1%	110.5%	11.7%

視覺傳達設計產業

視覺傳達設計產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	87	815,175	16,328	798,847	99	960,471	16,281	944,190	113	1,284,099	20,602	1,263,497
臺中市	32	111,060	10,907	100,153	33	129,135	15,704	113,431	47	141,804	7,967	133,837
基隆市	1	61	0	61	1	57	0	57	2	294	0	294
臺南市	14	40,398	4,161	36,237	18	47,259	7,640	39,619	24	42,926	2,724	40,202
高雄市	9	33,274	0	33,274	12	37,211	0	37,211	15	36,540	0	36,540
新北市	88	148,921	312	148,609	96	187,979	425	187,555	103	185,186	1,937	183,250
宜蘭縣	4	25,118	0	25,118	4	27,673	0	27,673	4	21,016	0	21,016
桃園縣	10	1,749,117	1,475,559	273,558	15	2,438,532	2,200,310	238,222	16	1,209,926	1,064,682	145,244
嘉義市	1	698	0	698	2	358	0	358	3	1,888	0	1,888
新竹縣	11	17,143	479	16,664	10	28,944	3,465	25,480	10	31,946	5,250	26,696
苗栗縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
南投縣	3	1,508	0	1,508	3	2,261	0	2,261	5	1,732	0	1,732
彰化縣	3	17,219	0	17,219	2	0	0	0	2	608	0	608
新竹市	3	3,057	0	3,057	3	3,047	0	3,047	4	3,083	0	3,083
雲林縣	3	6,607	0	6,607	3	4,820	0	4,820	4	4,563	0	4,563
嘉義縣	0	0	0	0	1	487	0	487	1	487	0	487
屏東縣	1	6,549	0	6,549	1	5,434	0	5,434	1	6,204	0	6,204
花蓮縣	0	0	0	0	1	0	0	0	1	67	0	67
臺東縣	1	6,299	0	6,299	1	3,715	0	3,715	2	329	0	329
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	272	2,983,349	1,507,747	1,475,603	306	3,878,530	2,243,824	1,634,706	358	2,973,844	1,103,161	1,870,683

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

視覺傳達設計產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	18	22,110	0	22,110	23	24,350	0	24,350	30	27,128	0	27,128
					27.8%	10.1%	-	10.1%	30.4%	11.4%	-	11.4%
0.1-1百萬元	101	138,329	9,598	128,731	114	204,138	18,670	185,468	147	242,898	11,666	231,232
					12.9%	47.6%	94.5%	44.1%	28.9%	19.0%	-37.5%	24.7%
1-5百萬元	101	354,507	4,244	350,263	115	429,651	9,271	420,379	130	455,428	5,798	449,630
					13.9%	21.2%	118.5%	20.0%	13.0%	6.0%	-37.5%	7.0%
5-10百萬元	36	338,556	2,970	335,587	38	294,271	1,225	293,046	37	243,690	3,358	240,332
					5.6%	-13.1%	-58.8%	-12.7%	-2.6%	-17.2%	174.2%	-18.0%
10-20百萬元	9	45,429	12,629	32,800	10	48,935	1,698	47,237	8	41,469	0	41,469
					11.1%	7.7%	-86.6%	44.0%	-20.0%	-15.3%	-100.0%	-12.2%
20-30百萬元	4	360,809	3,519	357,289	4	463,382	12,649	450,733	4	779,027	17,657	761,370
					0.0%	28.4%	259.4%	26.2%	0.0%	68.1%	39.6%	68.9%
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	17	0	17	0	0	0	0	0	0	0	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	1,723,593	1,474,787	248,806	1	2,413,803	2,200,310	213,493	1	1,184,204	1,064,682	119,522
					0.0%	40.0%	49.2%	-14.2%	0.0%	-50.9%	-51.6%	-44.0%
合計	272	2,983,349	1,507,747	1,475,603	306	3,878,530	2,243,824	1,634,706	358	2,973,844	1,103,161	1,870,683
					12.5%	30.0%	48.8%	10.8%	17.0%	-23.3%	-50.8%	14.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	125	1,200,688	27,306	1,173,382	179	1,254,996	15,441	1,239,554	227	1,273,605	13,549	1,260,055
臺中市	48	163,770	6,043	157,726	73	217,046	4,782	212,264	101	277,450	20,040	257,410
基隆市	2	329	0	329	5	3,216	0	3,216	4	4,846	0	4,846
臺南市	25	40,585	903	39,682	54	45,662	2,879	42,783	69	54,786	697	54,089
高雄市	17	15,658	0	15,658	44	35,579	0	35,579	59	48,934	1,567	47,368
新北市	120	166,902	3,060	163,842	154	211,672	3,787	207,885	191	296,685	21,774	274,910
宜蘭縣	5	6,330	0	6,330	9	10,369	0	10,369	10	15,135	0	15,135
桃園縣	18	218,164	141,086	77,078	34	33,675	0	33,675	36	59,967	26	59,941
嘉義市	2	2,202	0	2,202	4	2,349	0	2,349	9	6,262	0	6,262
新竹縣	12	33,589	3,851	29,737	16	36,561	752	35,809	17	40,720	527	40,193
苗栗縣	1	387	0	387	1	600	0	600	5	3,273	0	3,273
南投縣	3	1,766	0	1,766	5	2,394	0	2,394	8	2,789	0	2,789
彰化縣	3	1,224	0	1,224	7	1,466	0	1,466	13	3,928	0	3,928
新竹市	7	3,458	0	3,458	7	6,911	0	6,911	8	5,489	0	5,489
雲林縣	6	5,261	0	5,261	13	12,609	0	12,609	15	20,074	0	20,074
嘉義縣	1	487	0	487	3	977	0	977	3	3,088	0	3,088
屏東縣	1	6,899	0	6,899	6	6,003	0	6,003	7	10,213	0	10,213
花蓮縣	1	310	0	310	2	892	0	892	5	3,660	0	3,660
臺東縣	2	365	0	365	2	336	0	336	2	336	0	336
金門縣	0	0	0	0	1	222	0	222	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	400	1,869,517	182,248	1,687,269	620	1,884,679	27,641	1,857,038	790	2,132,384	58,180	2,074,205

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	38	30,564	0	30,564	76	38,686	0	38,686	113	65,283	790	64,493
	26.7%	12.7%	-	12.7%	100.0%	26.6%	-	26.6%	48.7%	68.8%	-	66.7%
0.1-1百萬元	168	266,027	15,469	250,559	281	372,241	7,021	365,220	380	547,467	20,371	527,095
	14.3%	9.5%	32.6%	8.4%	67.3%	39.9%	-54.6%	45.8%	35.2%	47.1%	190.1%	44.3%
1-5百萬元	139	463,611	1,969	461,642	200	539,363	1,298	538,065	225	627,656	7,822	619,834
	6.9%	1.8%	-66.1%	2.7%	43.9%	16.3%	-34.1%	16.6%	12.5%	16.4%	502.6%	15.2%
5-10百萬元	42	211,537	10,811	200,726	48	290,617	10,451	280,166	54	318,058	22,019	296,039
	13.5%	-13.2%	221.9%	-16.5%	14.3%	37.4%	-3.3%	39.6%	12.5%	9.4%	110.7%	5.7%
10-20百萬元	7	32,574	0	32,574	11	37,278	4,540	32,738	12	62,037	3,965	58,072
	-12.5%	-21.4%	-	-21.4%	57.1%	14.4%	-	0.5%	9.1%	66.4%	-12.7%	77.4%
20-30百萬元	4	671,313	12,915	658,399	4	606,494	4,331	602,164	5	511,884	3,213	508,671
	0.0%	-13.8%	-26.9%	-13.5%	0.0%	-9.7%	-66.5%	-8.5%	25.0%	-15.6%	-25.8%	-15.5%
30-40百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	1	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	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	193,890	141,086	52,804	0	0	0	0	0	0	0	0
	0.0%	-83.6%	-86.7%	-55.8%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	-	-	-	-
合計	400	1,869,517	182,248	1,687,269	620	1,884,679	27,641	1,857,038	790	2,132,384	58,180	2,074,205
	11.7%	-37.1%	-83.5%	-9.8%	55.0%	0.8%	-84.8%	10.1%	27.4%	13.1%	110.5%	11.7%

設計品牌時尚產業

設計品牌時尚產業2009～2014年家數與營業額

設計品牌時尚產業		2009年				2010年				2011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	74	159,249	1,777	157,472	103	208,503	814	207,689	127	265,300	733	264,566
						39.2%	30.9%	-54.2%	31.9%	23.3%	27.2%	-9.9%	27.4%
合計		74	159,249	1,777	157,472	103	208,503	814	207,689	127	265,300	733	264,566
						39.2%	30.9%	-54.2%	31.9%	23.3%	27.2%	-9.9%	27.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

設計品牌時尚產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	15	7,940	0	7,940	30	26,224	28	26,196	30	7,903	0	7,903
					100.0%	230.3%	-	229.9%	0.0%	-69.9%	-100.0%	-69.8%
1-2年	14	27,526	0	27,526	15	10,307	0	10,307	28	66,761	733	66,028
					7.1%	-62.6%	-	-62.6%	86.7%	547.7%	-	540.6%
2-3年	3	1,890	0	1,890	14	30,702	0	30,702	12	8,925	0	8,925
					366.7%	1524.2%	-	1524.2%	-14.3%	-70.9%	-	-70.9%
3-4年	4	1,947	0	1,947	3	1,979	0	1,979	13	36,889	0	36,889
					-25.0%	1.6%	-	1.6%	333.3%	1764.3%	-	1764.3%
4-5年	3	7,099	1,777	5,322	4	3,777	0	3,777	3	2,471	0	2,471
					33.3%	-46.8%	-100.0%	-29.0%	-25.0%	-34.6%	-	-34.6%
5-10年	11	28,341	0	28,341	13	42,240	787	41,453	16	33,778	0	33,778
					18.2%	49.0%	-	46.3%	23.1%	-20.0%	-100.0%	-18.5%
10-20年	11	19,078	0	19,078	10	6,275	0	6,275	10	6,749	0	6,749
					-9.1%	-67.1%	-	-67.1%	0.0%	7.5%	-	7.5%
20年以上	13	65,429	0	65,429	14	86,999	0	86,999	15	101,825	0	101,825
					7.7%	33.0%	-	33.0%	7.1%	17.0%	-	17.0%
合計	74	159,249	1,777	157,472	103	208,503	814	207,689	127	265,300	733	264,566
					39.2%	30.9%	-54.2%	31.9%	23.3%	27.2%	-9.9%	27.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

設計品牌時尚產業		2012年				2013年				2014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	151	304,647	1,074	303,574	182	367,827	2,827	365,000	196	459,570	19,328	440,242
		18.9%	14.8%	46.4%	14.7%	20.5%	20.7%	163.3%	20.2%	7.7%	24.9%	583.8%	20.6%
合計		151	304,647	1,074	303,574	182	367,827	2,827	365,000	196	459,570	19,328	440,242
		18.9%	14.8%	46.4%	14.7%	20.5%	20.7%	163.3%	20.2%	7.7%	24.9%	583.8%	20.6%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	28	16,413	0	16,413	38	16,267	0	16,267	26	8,191	0	8,191
	-6.7%	107.7%	-	107.7%	35.7%	-0.9%	-	-0.9%	-31.6%	-49.6%	-	-49.6%
1-2年	31	18,865	0	18,865	28	41,074	747	40,327	39	59,453	5,134	54,318
	10.7%	-71.7%	-100.0%	-71.4%	-9.7%	117.7%	-	113.8%	39.3%	44.7%	587.4%	34.7%
2-3年	28	78,801	323	78,478	23	14,336	0	14,336	22	41,728	6,278	35,450
	133.3%	782.9%	-	779.3%	-17.9%	-81.8%	-100.0%	-81.7%	-4.3%	191.1%	-	147.3%
3-4年	10	6,903	0	6,903	28	91,857	1,625	90,232	21	23,380	0	23,380
	-23.1%	-81.3%	-	-81.3%	180.0%	1230.7%	-	1207.2%	-25.0%	-74.5%	-100.0%	-74.1%
4-5年	11	24,307	45	24,262	10	9,551	0	9,551	28	95,457	0	95,457
	266.7%	883.8%	-	882.0%	-9.1%	-60.7%	-100.0%	-60.6%	180.0%	899.4%	-	899.4%
5-10年	16	25,570	0	25,570	22	33,240	304	32,936	26	50,340	606	49,734
	0.0%	-24.3%	-	-24.3%	37.5%	30.0%	-	28.8%	18.2%	51.4%	99.2%	51.0%
10-20年	11	16,127	0	16,127	16	30,699	0	30,699	18	33,490	0	33,490
	10.0%	139.0%	-	139.0%	45.5%	90.4%	-	90.4%	12.5%	9.1%	-	9.1%
20年以上	16	117,662	706	116,957	17	130,803	150	130,653	16	147,533	7,310	140,222
	6.7%	15.6%	-	14.9%	6.3%	11.2%	-78.7%	11.7%	-5.9%	12.8%	4759.1%	7.3%
合計	151	304,647	1,074	303,574	182	367,827	2,827	365,000	196	459,570	19,328	440,242
	18.9%	14.8%	46.4%	14.7%	20.5%	20.7%	163.3%	20.2%	7.7%	24.9%	583.8%	20.6%

設計品牌時尚產業

設計品牌時尚產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	30	109,885	0	109,885	44	139,385	28	139,357	55	170,680	733	169,947
臺中市	6	8,598	1,777	6,820	11	9,543	787	8,757	12	8,532	0	8,532
基隆市	2	537	0	537	1	487	0	487	2	612	0	612
臺南市	4	14,262	0	14,262	4	19,420	0	19,420	5	19,476	0	19,476
高雄市	5	670	0	670	7	3,548	0	3,548	9	4,943	0	4,943
新北市	16	12,984	0	12,984	22	22,254	0	22,254	29	42,206	0	42,206
宜蘭縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
桃園縣	5	8,349	0	8,349	7	10,406	0	10,406	6	13,464	0	13,464
嘉義市	1	1,619	0	1,619	1	0	0	0	1	714	0	714
新竹縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
苗栗縣	1	22	0	22	1	852	0	852	1	1,878	0	1,878
南投縣	0	0	0	0	1	0	0	0	0	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	1	254	0	254
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	2	951	0	951	2	1,236	0	1,236	4	1,169	0	1,169
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	74	159,249	1,777	157,472	103	208,503	814	207,689	127	265,300	733	264,566

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

設計品牌時尚產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	29	15,625	0	15,625	34	17,539	0	17,539	41	19,867	0	19,867
					17.2%	12.2%	-	12.2%	20.6%	13.3%	-	13.3%
0.1-1百萬元	24	18,607	0	18,607	38	39,071	28	39,043	53	59,408	733	58,675
					58.3%	110.0%	-	109.8%	39.5%	52.1%	2539.3%	50.3%
1-5百萬元	15	32,306	1,777	30,528	22	42,631	787	41,844	23	43,602	0	43,602
					46.7%	32.0%	-55.7%	37.1%	4.5%	2.3%	-100.0%	4.2%
5-10百萬元	5	34,905	0	34,905	7	47,167	0	47,167	8	63,627	0	63,627
					40.0%	35.1%	-	35.1%	14.3%	34.9%	-	34.9%
10-20百萬元	1	57,806	0	57,806	2	62,096	0	62,096	2	78,795	0	78,795
					100.0%	7.4%	-	7.4%	0.0%	26.9%	-	26.9%
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	74	159,249	1,777	157,472	103	208,503	814	207,689	127	265,300	733	264,566
					39.2%	30.9%	-54.2%	31.9%	23.3%	27.2%	-9.9%	27.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	69	198,037	45	197,992	81	235,458	1,002	234,456	87	285,818	10,626	275,192
臺中市	14	8,695	0	8,695	14	21,893	49	21,844	16	15,447	0	15,447
基隆市	2	911	0	911	4	1,502	0	1,502	3	1,563	0	1,563
臺南市	8	21,184	706	20,479	10	18,768	150	18,618	11	29,464	8,702	20,762
高雄市	9	4,409	0	4,409	10	5,006	0	5,006	10	4,971	0	4,971
新北市	31	56,773	0	56,773	36	65,096	596	64,500	41	104,076	0	104,076
宜蘭縣	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
桃園縣	7	9,839	323	9,516	11	14,291	1,030	13,261	10	11,034	0	11,034
嘉義市	2	1,227	0	1,227	1	447	0	447	1	768	0	768
新竹縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
苗栗縣	1	702	0	702	1	1,051	0	1,051	1	1,079	0	1,079
南投縣	0	0	0	0	3	522	0	522	4	678	0	678
彰化縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
新竹市	1	460	0	460	2	523	0	523	2	1,322	0	1,322
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	3	751	0	751	4	1,277	0	1,277	4	1,106	0	1,106
花蓮縣	1	0	0	0	2	238	0	238	2	487	0	487
臺東縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
金門縣	1	288	0	288	1	384	0	384	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	151	304,647	1,074	303,574	182	367,827	2,827	365,000	196	459,570	19,328	440,242

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	43	21,186	0	21,186	49	24,421	0	24,421	54	29,191	0	29,191
	4.9%	6.6%	-	6.6%	14.0%	15.3%	-	15.3%	10.2%	19.5%	-	19.5%
0.1-1百萬元	72	78,503	0	78,503	85	87,710	0	87,710	91	109,574	5,134	104,439
	35.8%	32.1%	-100.0%	33.8%	18.1%	11.7%	-	11.7%	7.1%	24.9%	-	19.1%
1-5百萬元	23	37,533	323	37,211	33	68,955	1,826	67,130	36	85,472	5,448	80,024
	0.0%	-13.9%	-	-14.7%	43.5%	83.7%	465.6%	80.4%	9.1%	24.0%	198.4%	19.2%
5-10百萬元	10	75,233	751	74,482	12	81,187	1,001	80,186	13	114,170	4,397	109,772
	25.0%	18.2%	-	17.1%	20.0%	7.9%	33.3%	7.7%	8.3%	40.6%	339.3%	36.9%
10-20百萬元	3	92,192	0	92,192	3	105,554	0	105,554	2	121,164	4,348	116,816
	50.0%	17.0%	-	17.0%	0.0%	14.5%	-	14.5%	-33.3%	14.8%	-	10.7%
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	151	304,647	1,074	303,574	182	367,827	2,827	365,000	196	459,570	19,328	440,242
	18.9%	14.8%	46.4%	14.7%	20.5%	20.7%	163.3%	20.2%	7.7%	24.9%	583.8%	20.6%

建築設計產業

建築設計產業2009～2014年家數與營業額

建築設計產業		2009年				2010年				2011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	117	2,186,986	7,515	2,179,471	124	2,586,814	16,812	2,570,002	142	3,195,374	38,258	3,157,115
						6.0%	18.3%	123.7%	17.9%	14.5%	23.5%	127.6%	22.8%
740100	室內設計	2,161	16,956,021	203,519	16,752,502	2,299	22,806,502	221,244	22,585,258	2,488	24,826,562	285,421	24,541,141
						6.4%	34.5%	8.7%	34.8%	8.2%	8.9%	29.0%	8.7%
合計		2,278	19,143,007	211,034	18,931,973	2,423	25,393,316	238,055	25,155,260	2,630	28,021,936	323,679	27,698,256
						6.4%	32.7%	12.8%	32.9%	8.5%	10.4%	36.0%	10.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

建築設計產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	243	343,616	5,660	337,956	289	682,806	3,568	679,238	334	801,119	0	801,119
					18.9%	98.7%	-37.0%	101.0%	15.6%	17.3%	-100.0%	17.9%
1-2年	254	669,202	1,405	667,797	245	903,965	12,853	891,112	292	1,621,588	12,397	1,609,191
					-3.5%	35.1%	814.8%	33.4%	19.2%	79.4%	-3.6%	80.6%
2-3年	190	825,672	10,890	814,781	223	751,188	2,329	748,859	220	896,940	41,594	855,346
					17.4%	-9.0%	-78.6%	-8.1%	-1.3%	19.4%	1686.0%	14.2%
3-4年	203	1,637,575	3,851	1,633,724	170	1,031,069	8,334	1,022,735	198	908,320	6,795	901,525
					-16.3%	-37.0%	116.4%	-37.4%	16.5%	-11.9%	-18.5%	-11.9%
4-5年	186	772,613	974	771,639	192	2,250,421	24,602	2,225,819	162	1,027,959	12,880	1,015,078
					3.2%	191.3%	2425.9%	188.5%	-15.6%	-54.3%	-47.6%	-54.4%
5-10年	506	4,962,135	10,490	4,951,645	572	5,658,783	5,767	5,653,016	667	7,062,485	13,318	7,049,166
					13.0%	14.0%	-45.0%	14.2%	16.6%	24.8%	131.0%	24.7%
10-20年	580	7,089,015	166,425	6,922,591	598	10,305,995	163,083	10,142,912	591	10,571,917	225,404	10,346,513
					3.1%	45.4%	-2.0%	46.5%	-1.2%	2.6%	38.2%	2.0%
20年以上	115	2,842,622	11,339	2,831,283	133	3,808,014	17,519	3,790,495	166	5,131,608	11,291	5,120,317
					15.7%	34.0%	54.5%	33.9%	24.8%	34.8%	-35.6%	35.1%
未知	1	557	0	557	1	1,075	0	1,075	0	0	0	0
					0.0%	93.0%	-	93.0%	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%
合計	2,278	19,143,007	211,034	18,931,973	2,423	25,393,316	238,055	25,155,260	2,630	28,021,936	323,679	27,698,256
					6.4%	32.7%	12.8%	32.9%	8.5%	10.4%	36.0%	10.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

建築設計產業		2012年				2013年				2014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	140	3,186,074	7,455	3,178,618	144	3,776,463	9,959	3,766,504	173	5,515,428	58,795	5,456,632
		-1.4%	-0.3%	-80.5%	0.7%	2.9%	18.5%	33.6%	18.5%	20.1%	46.0%	490.4%	44.9%
740100	室內設計	2,656	25,181,927	340,452	24,841,475	2,798	26,237,727	314,740	25,922,988	3,009	29,985,969	526,230	29,459,739
		6.8%	1.4%	19.3%	1.2%	5.3%	4.2%	-7.6%	4.4%	7.5%	14.3%	67.2%	13.6%
合計		2,796	28,368,001	347,908	28,020,093	2,942	30,014,190	324,699	29,689,491	3,182	35,501,397	585,026	34,916,371
		6.3%	1.2%	7.5%	1.2%	5.2%	5.8%	-6.7%	6.0%	8.2%	18.3%	80.2%	17.6%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	313	742,734	901	741,833	334	820,214	922	819,293	384	733,845	0	733,845
	-6.3%	-7.3%	-	-7.4%	6.7%	10.4%	2.2%	10.4%	15.0%	-10.5%	-100.0%	-10.4%
1-2年	344	1,692,486	3,431	1,689,055	313	1,422,818	7,569	1,415,249	334	1,483,244	7,125	1,476,119
	17.8%	4.4%	-72.3%	5.0%	-9.0%	-15.9%	120.6%	-16.2%	6.7%	4.2%	-5.9%	4.3%
2-3年	256	1,650,711	7,489	1,643,221	306	1,523,021	17,857	1,505,164	292	1,546,202	9,881	1,536,321
	16.4%	84.0%	-82.0%	92.1%	19.5%	-7.7%	138.4%	-8.4%	-4.6%	1.5%	-44.7%	2.1%
3-4年	195	874,266	4,496	869,770	227	1,629,944	10,831	1,619,113	275	1,729,881	4,072	1,725,809
	-1.5%	-3.7%	-33.8%	-3.5%	16.4%	86.4%	140.9%	86.2%	21.1%	6.1%	-62.4%	6.6%
4-5年	187	878,213	8,631	869,582	178	850,282	3,274	847,008	216	1,816,206	33,513	1,782,693
	15.4%	-14.6%	-33.0%	-14.3%	-4.8%	-3.2%	-62.1%	-2.6%	21.3%	113.6%	923.5%	110.5%
5-10年	718	7,306,831	53,302	7,253,529	733	7,291,374	59,907	7,231,466	739	8,374,346	68,980	8,305,366
	7.6%	3.5%	300.2%	2.9%	2.1%	-0.2%	12.4%	-0.3%	0.8%	14.9%	15.1%	14.9%
10-20年	583	10,034,389	264,622	9,769,767	628	11,197,790	193,265	11,004,524	670	12,666,120	255,211	12,410,909
	-1.4%	-5.1%	17.4%	-5.6%	7.7%	11.6%	-27.0%	12.6%	6.7%	13.1%	32.1%	12.8%
20年以上	200	5,188,371	5,036	5,183,336	223	5,278,748	31,074	5,247,675	272	7,151,553	206,244	6,945,310
	20.5%	1.1%	-55.4%	1.2%	11.5%	1.7%	517.1%	1.2%	22.0%	35.5%	563.7%	32.4%
未知	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	2,796	28,368,001	347,908	28,020,093	2,942	30,014,190	324,699	29,689,491	3,182	35,501,397	585,026	34,916,371
	6.3%	1.2%	7.5%	1.2%	5.2%	5.8%	-6.7%	6.0%	8.2%	18.3%	80.2%	17.6%

建築設計產業

建築設計產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	1,009	11,728,466	45,104	11,683,362	1,053	16,365,752	55,751	16,310,001	1,126	16,884,401	95,545	16,788,856
臺中市	291	1,723,060	7,418	1,715,642	304	1,652,417	14,502	1,637,915	349	3,082,369	12,474	3,069,895
基隆市	27	32,931	0	32,931	23	33,208	0	33,208	24	36,554	0	36,554
臺南市	104	257,878	0	257,878	114	394,006	0	394,006	125	446,405	0	446,405
高雄市	123	555,998	0	555,998	141	859,305	568	858,737	159	705,484	3,027	702,457
新北市	316	2,311,800	7,488	2,304,312	347	2,827,724	15,890	2,811,835	359	3,186,618	7,373	3,179,245
宜蘭縣	32	60,326	0	60,326	39	78,867	1,442	77,424	44	74,446	0	74,446
桃園縣	163	1,510,025	151,024	1,359,001	178	1,895,504	149,787	1,745,718	193	2,159,819	205,260	1,954,559
嘉義市	11	24,781	0	24,781	13	23,884	0	23,884	17	29,646	0	29,646
新竹縣	30	80,069	0	80,069	30	143,466	0	143,466	33	143,124	0	143,124
苗栗縣	20	27,649	0	27,649	19	26,435	0	26,435	22	29,545	0	29,545
南投縣	21	35,867	0	35,867	20	35,524	113	35,411	18	39,297	0	39,297
彰化縣	27	27,818	0	27,818	31	49,009	0	49,009	37	72,793	0	72,793
新竹市	29	579,508	0	579,508	29	808,036	3	808,033	35	834,988	0	834,988
雲林縣	21	51,540	0	51,540	20	52,575	0	52,575	19	134,183	0	134,183
嘉義縣	7	61,925	0	61,925	8	75,284	0	75,284	10	67,662	0	67,662
屏東縣	17	16,765	0	16,765	18	15,889	0	15,889	18	20,996	0	20,996
花蓮縣	10	10,845	0	10,845	13	18,361	0	18,361	15	23,917	0	23,917
臺東縣	11	18,786	0	18,786	13	12,166	0	12,166	14	15,504	0	15,504
金門縣	6	25,403	0	25,403	7	24,086	0	24,086	9	32,249	0	32,249
澎湖縣	3	1,566	0	1,566	3	1,817	0	1,817	4	1,936	0	1,936
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	2,278	19,143,007	211,034	18,931,973	2,423	25,393,316	238,055	25,155,260	2,630	28,021,936	323,679	27,698,256

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

建築設計產業2009～2014年資本結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	179	1,364,998	0	1,364,998	199	1,531,381	3	1,531,378	228	2,109,042	0	2,109,042
					11.2%	12.2%	-	12.2%	14.6%	37.7%	-100.0%	37.7%
0.1-1百萬元	676	1,675,417	10,890	1,664,526	737	1,998,857	11,304	1,987,553	827	2,152,139	16,155	2,135,984
					9.0%	19.3%	3.8%	19.4%	12.2%	7.7%	42.9%	7.5%
1-5百萬元	838	4,213,781	17,710	4,196,071	906	5,024,264	47,093	4,977,170	991	5,725,989	33,286	5,692,702
					8.1%	19.2%	165.9%	18.6%	9.4%	14.0%	-29.3%	14.4%
5-10百萬元	360	3,468,726	3,217	3,465,509	358	4,342,819	5,774	4,337,045	359	4,751,790	39,632	4,712,157
					-0.6%	25.2%	79.5%	25.1%	0.3%	9.4%	586.4%	8.6%
10-20百萬元	147	2,955,423	10,444	2,944,979	146	4,727,953	5,757	4,722,196	145	4,331,674	15,250	4,316,424
					-0.7%	60.0%	-44.9%	60.3%	-0.7%	-8.4%	164.9%	-8.6%
20-30百萬元	38	1,169,952	7,853	1,162,099	37	1,249,644	1,164	1,248,480	39	1,227,238	2,034	1,225,205
					-2.6%	6.8%	-85.2%	7.4%	5.4%	-1.8%	74.7%	-1.9%
30-40百萬元	10	239,481	0	239,481	10	273,624	0	273,624	10	446,784	80	446,704
					0.0%	14.3%	-	14.3%	0.0%	63.3%	-	63.3%
40-50百萬元	1	99,203	0	99,203	1	155,787	0	155,787	1	192,909	0	192,909
					0.0%	57.0%	-	57.0%	0.0%	23.8%	-	23.8%
50-60百萬元	4	536,768	150,727	386,040	4	865,911	149,967	715,944	5	647,322	209,590	437,732
					0.0%	61.3%	-0.5%	85.5%	25.0%	-25.2%	39.8%	-38.9%
60-80百萬元	9	855,738	26	855,712	9	723,871	181	723,690	10	1,615,030	587	1,614,443
					0.0%	-15.4%	589.1%	-15.4%	11.1%	123.1%	224.3%	123.1%
0.8-1億元	3	199,413	225	199,189	3	130,402	0	130,402	3	117,697	0	117,697
					0.0%	-34.6%	-100.0%	-34.5%	0.0%	-9.7%	-	-9.7%
1-2億元	5	1,222,412	0	1,222,412	5	1,453,037	0	1,453,037	5	1,684,823	0	1,684,823
					0.0%	18.9%	-	18.9%	0.0%	16.0%	-	16.0%
2億元以上	8	1,141,694	9,942	1,131,752	8	2,915,767	16,813	2,898,954	7	3,019,498	7,065	3,012,433
					0.0%	155.4%	69.1%	156.1%	-12.5%	3.6%	-58.0%	3.9%
合計	2,278	19,143,007	211,034	18,931,973	2,423	25,393,316	238,055	25,155,260	2,630	28,021,936	323,679	27,698,256
					6.4%	32.7%	12.8%	32.9%	8.5%	10.4%	36.0%	10.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	1,166	17,518,260	59,223	17,459,037	1,205	18,672,804	112,156	18,560,648	1,273	22,081,992	307,508	21,774,484
臺中市	383	2,169,292	28,082	2,141,210	402	2,091,190	21,431	2,069,758	453	3,255,942	25,745	3,230,197
基隆市	24	45,858	0	45,858	27	63,030	0	63,030	28	45,398	0	45,398
臺南市	138	457,125	0	457,125	149	513,675	0	513,675	160	646,092	0	646,092
高雄市	179	942,727	4,273	938,454	194	869,757	3,150	866,606	217	1,042,291	3,009	1,039,282
新北市	385	3,432,933	6,843	3,426,089	403	3,457,339	10,276	3,447,063	434	3,805,137	61,773	3,743,364
宜蘭縣	46	67,640	0	67,640	52	94,827	0	94,827	53	121,570	0	121,570
桃園縣	198	2,198,824	248,498	1,950,325	203	2,593,414	177,225	2,416,189	219	2,671,513	186,991	2,484,522
嘉義市	20	48,035	0	48,035	23	170,774	0	170,774	27	183,282	0	183,282
新竹縣	39	174,176	0	174,176	42	221,082	461	220,622	50	285,451	0	285,451
苗栗縣	25	34,997	0	34,997	31	27,016	0	27,016	33	51,876	0	51,876
南投縣	21	58,579	0	58,579	19	100,984	0	100,984	25	113,572	0	113,572
彰化縣	35	81,707	988	80,719	43	87,141	0	87,141	49	83,128	0	83,128
新竹市	39	814,931	0	814,931	44	796,480	0	796,480	50	854,105	0	854,105
雲林縣	21	79,176	0	79,176	24	69,743	0	69,743	25	49,715	0	49,715
嘉義縣	10	87,728	0	87,728	12	57,640	0	57,640	14	94,742	0	94,742
屏東縣	19	17,726	0	17,726	18	25,409	0	25,409	21	24,497	0	24,497
花蓮縣	16	20,774	0	20,774	18	19,901	0	19,901	16	18,049	0	18,049
臺東縣	17	21,357	0	21,357	18	28,931	0	28,931	18	25,806	0	25,806
金門縣	10	19,990	0	19,990	10	23,323	0	23,323	11	22,649	0	22,649
澎湖縣	5	76,167	0	76,167	5	29,730	0	29,730	5	13,312	0	13,312
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	1	11,279	0	11,279
合計	2,796	28,368,001	347,908	28,020,093	2,942	30,014,190	324,699	29,689,491	3,182	35,501,397	585,026	34,916,371

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	245	2,311,708	0	2,311,708	252	2,802,715	0	2,802,715	273	2,837,460	0	2,837,460
	7.5%	9.6%	-	9.6%	2.9%	21.2%	-	21.2%	8.3%	1.2%	-	1.2%
0.1-1百萬元	919	2,568,674	18,514	2,550,160	1,024	3,027,005	35,069	2,991,936	1,139	3,555,453	60,353	3,495,100
	11.1%	19.4%	14.6%	19.4%	11.4%	17.8%	89.4%	17.3%	11.2%	17.5%	72.1%	16.8%
1-5百萬元	1,049	6,165,828	34,836	6,130,992	1,086	6,690,238	24,924	6,665,314	1,174	7,744,356	44,064	7,700,292
	5.9%	7.7%	4.7%	7.7%	3.5%	8.5%	-28.5%	8.7%	8.1%	15.8%	76.8%	15.5%
5-10百萬元	363	4,599,655	14,939	4,584,716	356	4,419,941	22,347	4,397,594	367	5,002,526	33,617	4,968,909
	1.1%	-3.2%	-62.3%	-2.7%	-1.9%	-3.9%	49.6%	-4.1%	3.1%	13.2%	50.4%	13.0%
10-20百萬元	140	3,826,757	6,397	3,820,360	142	4,153,526	16,688	4,136,838	148	6,237,440	136,414	6,101,027
	-3.4%	-11.7%	-58.1%	-11.5%	1.4%	8.5%	160.9%	8.3%	4.2%	50.2%	717.4%	47.5%
20-30百萬元	38	1,533,933	22,431	1,511,501	38	1,063,210	34,455	1,028,755	37	1,582,896	32,167	1,550,729
	-2.6%	25.0%	1003.0%	23.4%	0.0%	-30.7%	53.6%	-31.9%	-2.6%	48.9%	-6.6%	50.7%
30-40百萬元	9	655,004	0	655,004	9	511,706	0	511,706	9	611,937	0	611,937
	-10.0%	46.6%	-100.0%	46.6%	0.0%	-21.9%	-	-21.9%	0.0%	19.6%	-	19.6%
40-50百萬元	1	222,360	684	221,677	1	209,416	0	209,416	1	194,765	80	194,685
	0.0%	15.3%	-	14.9%	0.0%	-5.8%	-100.0%	-5.5%	0.0%	-7.0%	-	-7.0%
50-60百萬元	7	1,074,971	247,561	827,411	8	902,069	177,225	724,844	8	820,218	187,001	633,218
	40.0%	66.1%	18.1%	89.0%	14.3%	-16.1%	-28.4%	-12.4%	0.0%	-9.1%	5.5%	-12.6%
60-80百萬元	10	479,697	0	479,697	10	554,403	4,652	549,750	10	1,587,842	4,557	1,583,285
	0.0%	-70.3%	-100.0%	-70.3%	0.0%	15.6%	-	14.6%	0.0%	186.4%	-2.1%	188.0%
0.8-1億元	3	103,634	0	103,634	4	117,262	0	117,262	4	74,917	1,078	73,839
	0.0%	-11.9%	-	-11.9%	33.3%	13.2%	-	13.2%	0.0%	-36.1%	-	-37.0%
1-2億元	5	1,551,488	0	1,551,488	5	1,858,437	0	1,858,437	5	1,394,935	0	1,394,935
	0.0%	-7.9%	-	-7.9%	0.0%	19.8%	-	19.8%	0.0%	-24.9%	-	-24.9%
2億元以上	7	3,274,292	2,547	3,271,745	7	3,704,263	9,338	3,694,924	7	3,856,651	85,696	3,770,955
	0.0%	8.4%	-64.0%	8.6%	0.0%	13.1%	266.6%	12.9%	0.0%	4.1%	817.7%	2.1%
合計	2,796	28,368,001	347,908	28,020,093	2,942	30,014,190	324,699	29,689,491	3,182	35,501,397	585,026	34,916,371
	6.3%	1.2%	7.5%	1.2%	5.2%	5.8%	-6.7%	6.0%	8.2%	18.3%	80.2%	17.6%

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統計數據分析。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，如欲瞭解數位內容產值，詳見本年報第二篇第一章之第十五數位內容產業。

數位內容產業2009～2014年家數與營業額

數位內容產業		2009年				2010年				2011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	33	386,145	203,209	182,936	31	368,902	211,409	157,493	25	445,805	199,550	246,255
						-6.1%	-4.5%	4.0%	-13.9%	-19.4%	20.8%	-5.6%	56.4%
331212	電子玩具製造	24	412,384	212,021	200,363	20	392,719	233,533	159,185	17	311,433	169,106	142,327
						-16.7%	-4.8%	10.1%	-20.6%	-15.0%	-20.7%	-27.6%	-10.6%
486914	遊樂器零售攤販	1	231	0	231	1	262	0	262	1	446	0	446
						0.0%	13.1%	-	13.1%	0.0%	70.4%	-	70.4%
582011	遊戲軟體出版	56	3,739,630	2,027,395	1,712,234	59	3,443,468	1,507,607	1,935,861	67	4,601,396	1,771,549	2,829,847
						5.4%	-7.9%	-25.6%	13.1%	13.6%	33.6%	17.5%	46.2%
610014	網際網路接取服務提供（IASP）	30	4,988,433	1,636,200	3,352,232	39	4,922,352	1,402,789	3,519,563	36	3,984,618	154,034	3,830,583
						30.0%	-1.3%	-14.3%	5.0%	-7.7%	-19.1%	-89.0%	8.8%
620111	遊戲軟體設計	1,047	22,970,344	5,538,228	17,432,117	1,041	25,584,266	6,645,495	18,938,771	1,047	26,925,829	6,492,581	20,433,248
						-0.6%	11.4%	20.0%	8.6%	0.6%	5.2%	-2.3%	7.9%
631100	入口網站經營	1,267	18,129,381	1,850,721	16,278,660	1,121	22,467,858	3,480,239	18,987,619	1,060	22,544,894	3,754,656	18,790,238
						-11.5%	23.9%	88.0%	16.6%	-5.4%	0.3%	7.9%	-1.0%
932100	遊樂園及主題樂園	329	11,665,078	3,987	11,661,091	312	8,020,537	2,757	8,017,780	303	8,507,084	765	8,506,319
						-5.2%	-31.2%	-30.9%	-31.2%	-2.9%	6.1%	-72.3%	6.1%
932411	電動玩具店	4,077	7,206,869	0	7,206,869	3,663	6,772,922	0	6,772,922	3,407	6,535,879	0	6,535,879
						-10.2%	-6.0%	-	-6.0%	-7.0%	-3.5%	-	-3.5%
932915	上網專門店	1,441	2,270,013	0	2,270,013	1,368	2,217,496	0	2,217,496	1,401	2,427,593	0	2,427,593
						-5.1%	-2.3%	-	-2.3%	2.4%	9.5%	-	9.5%
合計		8,305	71,768,507	11,471,762	60,296,745	7,655	74,190,782	13,483,829	60,706,953	7,364	76,284,976	12,542,242	63,742,735
						-7.8%	3.4%	17.5%	0.7%	-3.8%	2.8%	-7.0%	5.0%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

數位內容產業2009～2014年經營年數結構

經營年數	2009年				2010年				2011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	472	526,607	3,382	523,225	418	566,772	25,744	541,027	470	371,326	0	371,326
					-11.4%	7.6%	661.2%	3.4%	12.4%	-34.5%	-100.0%	-31.4%
1-2年	453	849,529	17,132	832,397	448	1,206,703	15,889	1,190,814	408	1,741,689	55,907	1,685,782
					-1.1%	42.0%	-7.3%	43.1%	-8.9%	44.3%	251.9%	41.6%
2-3年	668	2,881,919	100,231	2,781,688	363	1,160,342	30,188	1,130,154	379	2,186,270	1,420	2,184,851
					-45.7%	-59.7%	-69.9%	-59.4%	4.4%	88.4%	-95.3%	93.3%
3-4年	736	2,633,697	419,051	2,214,645	564	3,462,232	126,371	3,335,861	311	1,535,295	60,947	1,474,348
					-23.4%	31.5%	-69.8%	50.6%	-44.9%	-55.7%	-51.8%	-55.8%
4-5年	773	3,195,950	163,453	3,032,498	617	3,164,210	685,938	2,478,272	488	4,997,358	122,481	4,874,877
					-20.2%	-1.0%	319.7%	-18.3%	-20.9%	57.9%	-82.1%	96.7%
5-10年	3,599	23,842,715	3,123,864	20,718,851	3,258	17,251,148	1,906,201	15,344,947	2,781	15,325,393	1,781,725	13,543,669
					-9.5%	-27.6%	-39.0%	-25.9%	-14.6%	-11.2%	-6.5%	-11.7%
10-20年	1,297	24,400,468	6,752,740	17,647,728	1,644	37,234,568	9,562,372	27,672,195	2,169	40,270,671	9,788,923	30,481,748
					26.8%	52.6%	41.6%	56.8%	31.9%	8.2%	2.4%	10.2%
20年以上	306	13,437,245	891,909	12,545,336	342	10,144,426	1,131,127	9,013,300	357	9,856,887	730,839	9,126,048
					11.8%	-24.5%	26.8%	-28.2%	4.4%	-2.8%	-35.4%	1.3%
未知	1	378	0	378	1	382	0	382	1	88	0	88
					0.0%	1.0%	-	1.0%	0.0%	-77.1%	-	-77.1%
合計	8,305	71,768,507	11,471,762	60,296,745	7,655	74,190,782	13,483,829	60,706,953	7,364	76,284,976	12,542,242	63,742,735
					-7.8%	3.4%	17.5%	0.7%	-3.8%	2.8%	-7.0%	5.0%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

數位內容產業		2012年				2013年				2014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	25	527,388	252,322	275,066	26	363,612	216,974	146,639	25	487,283	293,842	193,441
		0.0%	18.3%	26.4%	11.7%	4.0%	-31.1%	-14.0%	-46.7%	-3.8%	34.0%	35.4%	31.9%
331212	電子玩具製造	13	385,298	238,449	146,850	14	354,496	193,322	161,173	13	390,376	209,977	180,400
		-23.5%	23.7%	41.0%	3.2%	7.7%	-8.0%	-18.9%	9.8%	-7.1%	10.1%	8.6%	11.9%
486914	遊樂器零售攤販	1	61	0	61	0	0	0	0	0	0	0	0
		0.0%	-86.3%	-	-86.3%	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%	-	-	-	-
582011	遊戲軟體出版	70	5,015,742	1,085,746	3,929,996	58	6,665,612	693,711	5,971,901	62	7,444,032	899,783	6,544,249
		4.5%	9.0%	-38.7%	38.9%	-17.1%	32.9%	-36.1%	52.0%	6.9%	11.7%	29.7%	9.6%
610014	網際網路接取服務提供（IASP）	41	3,836,027	106,878	3,729,148	56	3,774,279	139,315	3,634,964	53	4,020,440	309,069	3,711,370
		13.9%	-3.7%	-30.6%	-2.6%	36.6%	-1.6%	30.3%	-2.5%	-5.4%	6.5%	121.8%	2.1%
620111	遊戲軟體設計	1,029	26,357,830	5,681,756	20,676,074	994	27,922,275	7,472,389	20,449,886	974	25,315,380	6,905,221	18,410,159
		-1.7%	-2.1%	-12.5%	1.2%	-3.4%	5.9%	31.5%	-1.1%	-2.0%	-9.3%	-7.6%	-10.0%
631100	入口網站經營	959	25,156,833	6,124,289	19,032,544	882	26,178,689	7,398,000	18,780,689	847	27,553,361	8,729,605	18,823,756
		-9.5%	11.6%	63.1%	1.3%	-8.0%	4.1%	20.8%	-1.3%	-4.0%	5.3%	18.0%	0.2%
932100	遊樂園及主題樂園	299	9,786,957	759	9,786,199	293	9,297,254	3,156	9,294,098	283	9,843,044	1,284	9,841,760
		-1.3%	15.0%	-0.8%	15.0%	-2.0%	-5.0%	316.0%	-5.0%	-3.4%	5.9%	-59.3%	5.9%
932411	電動玩具店	3,141	6,284,540	0	6,284,540	2,895	6,575,902	0	6,575,902	2,642	5,922,636	0	5,922,636
		-7.8%	-3.8%	-	-3.8%	-7.8%	4.6%	-	4.6%	-8.7%	-9.9%	-	-9.9%
932915	上網專門店	1,319	2,284,390	0	2,284,390	1,247	1,948,469	0	1,948,469	1,094	1,566,584	0	1,566,584
		-5.9%	-5.9%	-	-5.9%	-5.5%	-14.7%	-	-14.7%	-12.3%	-19.6%	-	-19.6%
合計		6,897	79,635,066	13,490,198	66,144,868	6,465	83,080,588	16,116,867	66,963,721	5,993	82,543,136	17,348,780	65,194,356
		-6.3%	4.4%	7.6%	3.8%	-6.3%	4.3%	19.5%	1.2%	-7.3%	-0.6%	7.6%	-2.6%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2012年				2013年				2014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	360	367,973	11,643	356,330	277	741,030	435	740,595	227	236,796	14,180	222,616
	-23.4%	-0.9%	-	-4.0%	-23.1%	101.4%	-96.3%	107.8%	-18.1%	-68.0%	3160.0%	-69.9%
1-2年	417	1,035,198	108,982	926,216	357	2,401,995	82,498	2,319,498	239	815,301	6,225	809,076
	2.2%	-40.6%	94.9%	-45.1%	-14.4%	132.0%	-24.3%	150.4%	-33.1%	-66.1%	-92.5%	-65.1%
2-3年	323	3,273,430	107,602	3,165,827	316	1,191,474	290,664	900,810	279	2,660,752	20,966	2,639,786
	-14.8%	49.7%	7480.2%	44.9%	-2.2%	-63.6%	170.1%	-71.5%	-11.7%	123.3%	-92.8%	193.0%
3-4年	320	2,578,693	9,011	2,569,682	266	4,198,764	234,435	3,964,329	264	1,516,788	394,585	1,122,202
	2.9%	68.0%	-85.2%	74.3%	-16.9%	62.8%	2501.7%	54.3%	-0.8%	-63.9%	68.3%	-71.7%
4-5年	261	1,481,948	230,043	1,251,904	275	2,352,979	11,842	2,341,138	221	3,849,591	271,191	3,578,399
	-46.5%	-70.3%	87.8%	-74.3%	5.4%	58.8%	-94.9%	87.0%	-19.6%	63.6%	2190.2%	52.8%
5-10年	2,410	18,499,668	1,681,272	16,818,396	1,973	17,273,396	2,702,973	14,570,423	1,561	16,993,313	2,722,185	14,271,129
	-13.3%	20.7%	-5.6%	24.2%	-18.1%	-6.6%	60.8%	-13.4%	-20.9%	-1.6%	0.7%	-2.1%
10-20年	2,409	39,581,116	9,452,789	30,128,327	2,567	40,638,299	11,125,693	29,512,606	2,751	42,034,791	12,031,875	30,002,916
	11.1%	-1.7%	-3.4%	-1.2%	6.6%	2.7%	17.7%	-2.0%	7.2%	3.4%	8.1%	1.7%
20年以上	396	12,817,042	1,888,857	10,928,185	433	14,282,651	1,668,328	12,614,322	450	14,435,805	1,887,573	12,548,232
	10.9%	30.0%	158.5%	19.7%	9.3%	11.4%	-11.7%	15.4%	3.9%	1.1%	13.1%	-0.5%
未知	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
	0.0%	-100.0%	-	-100.0%	0.0%	-	-	-	0.0%	-	-	-
合計	6,897	79,635,066	13,490,198	66,144,868	6,465	83,080,588	16,116,867	66,963,721	5,993	82,543,136	17,348,780	65,194,356
	-6.3%	4.4%	7.6%	3.8%	-6.3%	4.3%	19.5%	1.2%	-7.3%	-0.6%	7.6%	-2.6%

數位內容產業

數位內容產業2009～2014年空間分布結構

縣市別	2009年				2010年				2011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	1,181	24,426,814	3,157,721	21,269,093	1,146	28,324,132	4,493,177	23,830,955	1,142	31,333,627	5,722,884	25,610,743
臺中市	770	4,933,912	644,417	4,289,495	708	5,115,740	668,427	4,447,313	670	4,848,872	626,007	4,222,866
基隆市	138	340,897	485	340,413	126	277,225	4,295	272,930	117	266,910	2,448	264,463
臺南市	846	6,151,431	37,106	6,114,325	756	6,139,163	29,338	6,109,825	705	5,535,139	61,012	5,474,128
高雄市	1,236	2,631,450	33,055	2,598,394	1,100	2,456,558	40,741	2,415,818	1,036	2,533,736	27,683	2,506,053
新北市	822	14,112,638	5,103,054	9,009,584	772	15,033,724	5,083,399	9,950,325	736	14,114,072	3,241,789	10,872,283
宜蘭縣	155	234,158	0	234,158	151	228,828	0	228,828	143	265,407	0	265,407
桃園縣	391	1,361,943	38,067	1,323,877	371	1,684,208	49,023	1,635,185	432	1,873,076	41,187	1,831,889
嘉義市	175	474,747	0	474,747	158	400,311	0	400,311	142	395,261	0	395,261
新竹縣	149	2,405,215	513,055	1,892,160	145	2,931,566	921,998	2,009,568	156	3,134,199	708,534	2,425,665
苗栗縣	179	593,647	25,499	568,148	154	661,777	18,432	643,345	151	674,495	11,626	662,869
南投縣	190	887,418	0	887,418	184	1,552,721	0	1,552,721	170	1,585,988	0	1,585,988
彰化縣	366	1,189,217	456,917	732,300	315	1,045,244	353,164	692,080	290	1,019,824	341,970	677,854
新竹市	263	3,259,617	1,458,874	1,800,743	240	4,175,057	1,821,341	2,353,716	236	4,575,092	1,756,828	2,818,264
雲林縣	268	5,693,090	0	5,693,090	243	1,539,493	0	1,539,493	220	1,488,809	275	1,488,534
嘉義縣	86	230,279	0	230,279	80	176,856	0	176,856	76	235,798	0	235,798
屏東縣	674	1,349,574	3,511	1,346,063	612	1,919,030	495	1,918,535	552	1,477,463	0	1,477,463
花蓮縣	127	1,163,378	0	1,163,378	120	206,167	0	206,167	117	607,118	0	607,118
臺東縣	159	190,827	0	190,827	153	182,665	0	182,665	157	179,236	0	179,236
金門縣	43	54,991	0	54,991	44	70,289	0	70,289	44	71,859	0	71,859
澎湖縣	51	60,015	0	60,015	41	49,270	0	49,270	41	53,452	0	53,452
連江縣	36	23,250	0	23,250	36	20,759	0	20,759	31	15,544	0	15,544
合計	8,305	71,768,507	11,471,762	60,296,745	7,655	74,190,782	13,483,829	60,706,953	7,364	76,284,976	12,542,242	63,742,735

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

數位內容產業2009～2014年資本額結構

資本結構	2009年				2010年				2011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	3,737	12,025,270	12,202	12,013,068	3,375	11,114,191	2,738	11,111,453	3,181	11,033,723	473	11,033,250
					-9.7%	-7.6%	-77.6%	-7.5%	-5.7%	-0.7%	-82.7%	-0.7%
0.1-1百萬元	2,823	5,887,503	11,495	5,876,008	2,601	5,788,570	52,340	5,736,230	2,553	5,508,311	44,259	5,464,052
					-7.9%	-1.7%	355.3%	-2.4%	-1.8%	-4.8%	-15.4%	-4.7%
1-5百萬元	744	3,676,439	402,324	3,274,116	713	4,131,867	710,912	3,420,956	692	3,955,786	453,179	3,502,607
					-4.2%	12.4%	76.7%	4.5%	-2.9%	-4.3%	-36.3%	2.4%
5-10百萬元	386	3,302,549	406,111	2,896,438	374	3,555,972	369,061	3,186,911	352	3,633,816	319,808	3,314,008
					-3.1%	7.7%	-9.1%	10.0%	-5.9%	2.2%	-13.3%	4.0%
10-20百萬元	256	3,671,308	659,145	3,012,163	249	3,800,049	939,303	2,860,745	252	4,102,478	746,398	3,356,081
					-2.7%	3.5%	42.5%	-5.0%	1.2%	8.0%	-20.5%	17.3%
20-30百萬元	101	3,347,625	236,037	3,111,588	98	4,131,068	590,345	3,540,723	98	5,464,005	514,646	4,949,359
					-3.0%	23.4%	150.1%	13.8%	0.0%	32.3%	-12.8%	39.8%
30-40百萬元	36	631,384	110,736	520,648	31	958,482	408,376	550,106	25	755,339	229,238	526,100
					-13.9%	51.8%	268.8%	5.7%	-19.4%	-21.2%	-43.9%	-4.4%
40-50百萬元	18	430,951	4,089	426,862	19	458,459	4,553	453,906	20	361,997	5,949	356,048
					5.6%	6.4%	11.4%	6.3%	5.3%	-21.0%	30.6%	-21.6%
50-60百萬元	32	1,178,602	141,118	1,037,485	28	1,890,099	189,211	1,700,889	28	1,845,128	137,412	1,707,715
					-12.5%	60.4%	34.1%	63.9%	0.0%	-2.4%	-27.4%	0.4%
60-80百萬元	34	1,048,269	186,245	862,024	32	1,193,117	198,408	994,709	27	1,351,537	248,267	1,103,270
					-5.9%	13.8%	6.5%	15.4%	-15.6%	13.3%	25.1%	10.9%
0.8-1億元	15	636,769	55,175	581,594	14	749,419	44,939	704,480	13	627,852	20,132	607,720
					-6.7%	17.7%	-18.6%	21.1%	-7.1%	-16.2%	-55.2%	-13.7%
1-2億元	53	4,836,685	1,379,986	3,456,699	54	6,381,347	2,244,942	4,136,405	54	7,508,363	3,024,839	4,483,524
					1.9%	31.9%	62.7%	19.7%	0.0%	17.7%	34.7%	8.4%
2億元以上	70	31,095,152	7,867,100	23,228,052	67	30,038,142	7,728,701	22,309,441	69	30,136,642	6,797,643	23,339,000
					-4.3%	-3.4%	-1.8%	-4.0%	3.0%	0.3%	-12.0%	4.6%
合計	8,305	71,768,507	11,471,762	60,296,745	7,655	74,190,782	13,483,829	60,706,953	7,364	76,284,976	12,542,242	63,742,735
					-7.8%	3.4%	17.5%	0.7%	-3.8%	2.8%	-7.0%	5.0%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2015年11月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2012年				2013年				2014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	1,112	34,588,807	7,757,708	26,831,099	1,077	38,045,812	10,084,117	27,961,695	1,058	39,896,937	10,815,679	29,081,258
臺中市	629	4,620,934	362,761	4,258,173	582	4,653,511	364,348	4,289,162	536	4,585,614	452,204	4,133,409
基隆市	115	261,621	2,008	259,613	116	804,556	467	804,090	112	459,944	261	459,682
臺南市	654	4,925,426	6,704	4,918,723	607	5,066,926	7,377	5,059,548	551	4,027,348	2,976	4,024,372
高雄市	948	2,410,333	71,522	2,338,810	828	2,200,578	28,339	2,172,239	747	1,964,460	29,545	1,934,915
新北市	708	14,984,950	2,559,675	12,425,275	663	14,933,741	1,935,854	12,997,887	595	13,854,490	1,974,205	11,880,285
宜蘭縣	137	464,782	0	464,782	133	468,506	0	468,506	123	516,291	0	516,291
桃園縣	357	1,441,130	63,573	1,377,557	365	1,489,781	19,544	1,470,237	351	1,260,149	33,505	1,226,644
嘉義市	124	399,386	0	399,386	117	377,663	0	377,663	115	350,454	0	350,454
新竹縣	147	4,219,803	908,624	3,311,179	141	3,325,009	1,100,005	2,225,004	134	3,777,073	1,206,041	2,571,031
苗栗縣	141	671,717	4,544	667,173	130	668,891	9,325	659,566	122	789,790	69,165	720,625
南投縣	147	1,506,010	0	1,506,010	139	1,266,814	0	1,266,814	123	1,305,895	0	1,305,895
彰化縣	271	992,810	350,703	642,108	247	1,010,715	250,666	760,050	224	883,000	240,162	642,838
新竹市	228	4,122,546	1,402,376	2,720,170	225	4,853,250	2,314,328	2,538,923	211	4,839,320	2,524,558	2,314,762
雲林縣	208	1,341,041	0	1,341,041	194	1,229,347	0	1,229,347	187	1,186,729	478	1,186,250
嘉義縣	65	323,520	0	323,520	62	326,745	0	326,745	54	402,612	0	402,612
屏東縣	531	1,446,986	0	1,446,986	502	1,473,226	2,499	1,470,727	447	1,505,314	0	1,505,314
花蓮縣	106	598,640	0	598,640	93	591,937	0	591,937	88	674,390	0	674,390
臺東縣	160	174,418	0	174,418	143	152,942	0	152,942	123	133,188	0	133,188
金門縣	39	65,568	0	65,568	38	72,454	0	72,454	36	72,828	0	72,828
澎湖縣	40	60,508	0	60,508	39	54,833	0	54,833	34	45,314	0	45,314
連江縣	30	14,128	0	14,128	24	13,352	0	13,352	22	11,997	0	11,997
合計	6,897	79,635,066	13,490,198	66,144,868	6,465	83,080,588	16,116,867	66,963,721	5,993	82,543,136	17,348,780	65,194,356

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2012年				2013年				2014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	2,942	10,746,549	15,297	10,731,252	2,728	10,582,934	14,159	10,568,775	2,430	9,484,965	12,794	9,472,171
	-7.5%	-2.6%	3137.3%	-2.7%	-7.3%	-1.5%	-7.4%	-1.5%	-10.9%	-10.4%	-9.6%	-10.4%
0.1-1百萬元	2,382	5,432,818	7,942	5,424,876	2,214	5,230,015	14,534	5,215,481	2,047	4,993,107	25,500	4,967,607
	-6.7%	-1.4%	-82.1%	-0.7%	-7.1%	-3.7%	83.0%	-3.9%	-7.5%	-4.5%	75.5%	-4.8%
1-5百萬元	667	4,879,671	371,386	4,508,285	621	5,702,506	329,945	5,372,560	617	5,970,669	236,572	5,734,098
	-3.6%	23.4%	-18.0%	28.7%	-6.9%	16.9%	-11.2%	19.2%	-0.6%	4.7%	-28.3%	6.7%
5-10百萬元	344	3,183,310	325,566	2,857,743	343	4,316,751	283,097	4,033,655	343	4,523,435	280,366	4,243,069
	-2.3%	-12.4%	1.8%	-13.8%	-0.3%	35.6%	-13.0%	41.1%	0.0%	4.8%	-1.0%	5.2%
10-20百萬元	231	3,703,034	598,264	3,104,770	226	4,322,132	532,472	3,789,660	223	4,612,179	677,240	3,934,939
	-8.3%	-9.7%	-19.8%	-7.5%	-2.2%	16.7%	-11.0%	22.1%	-1.3%	6.7%	27.2%	3.8%
20-30百萬元	93	5,443,996	310,880	5,133,116	94	5,926,525	502,534	5,423,991	92	5,544,265	629,710	4,914,555
	-5.1%	-0.4%	-39.6%	3.7%	1.1%	8.9%	61.6%	5.7%	-2.1%	-6.4%	25.3%	-9.4%
30-40百萬元	24	934,597	210,368	724,228	25	1,226,040	165,663	1,060,377	24	1,225,896	77,588	1,148,308
	-4.0%	23.7%	-8.2%	37.7%	4.2%	31.2%	-21.3%	46.4%	-4.0%	0.0%	-53.2%	8.3%
40-50百萬元	19	376,447	6,641	369,807	17	347,942	13,023	334,920	18	624,184	46,111	578,073
	-5.0%	4.0%	11.6%	3.9%	-10.5%	-7.6%	96.1%	-9.4%	5.9%	79.4%	254.1%	72.6%
50-60百萬元	27	1,575,475	160,343	1,415,132	28	1,304,753	114,164	1,190,589	27	1,251,876	134,790	1,117,086
	-3.6%	-14.6%	16.7%	-17.1%	3.7%	-17.2%	-28.8%	-15.9%	-3.6%	-4.1%	18.1%	-6.2%
60-80百萬元	28	1,324,490	224,100	1,100,390	28	1,217,563	226,125	991,439	29	1,349,347	255,470	1,093,877
	3.7%	-2.0%	-9.7%	-0.3%	0.0%	-8.1%	0.9%	-9.9%	3.6%	10.8%	13.0%	10.3%
0.8-1億元	13	638,117	13,418	624,699	13	758,798	49,848	708,949	13	593,524	17,377	576,147
	0.0%	1.6%	-33.4%	2.8%	0.0%	18.9%	271.5%	13.5%	0.0%	-21.8%	-65.1%	-18.7%
1-2億元	54	10,482,490	5,417,510	5,064,981	57	12,971,691	6,692,306	6,279,385	58	13,951,825	7,842,569	6,109,256
	0.0%	39.6%	79.1%	13.0%	5.6%	23.7%	23.5%	24.0%	1.8%	7.6%	17.2%	-2.7%
2億元以上	73	30,914,074	5,828,484	25,085,590	71	29,172,937	7,178,997	21,993,939	72	28,417,865	7,112,695	21,305,170
	5.8%	2.6%	-14.3%	7.5%	-2.7%	-5.6%	23.2%	-12.3%	1.4%	-2.6%	-0.9%	-3.1%
合計	6,897	79,635,066	13,490,198	66,144,868	6,465	83,080,588	16,116,867	66,963,721	5,993	82,543,136	17,348,780	65,194,356
	-6.3%	4.4%	7.6%	3.8%	-6.3%	4.3%	19.5%	1.2%	-7.3%	-0.6%	7.6%	-2.6%

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. 2015 / 賴逸芳等編輯執行.
-- 初版. -- 新北市：文化部, 2015. 12
面 ； 公分
ISBN 978-986-04-6513-6（平裝附光碟片）

1. 文化事業 2. 臺灣

541.2933 104024282

2015 臺灣文化創意產業發展年報

2015 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

發 行 人：洪孟啟

總 編 輯：蔡炳坤

編審委員：李顯峰、胡愈寧、孫華翔、廖世璋、劉瑞華（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13-18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、古芷諼、林昀嬋、鄭慶萱、楊惠嵐、葉啟池、邵意軒、張辰玥

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：2015年12月

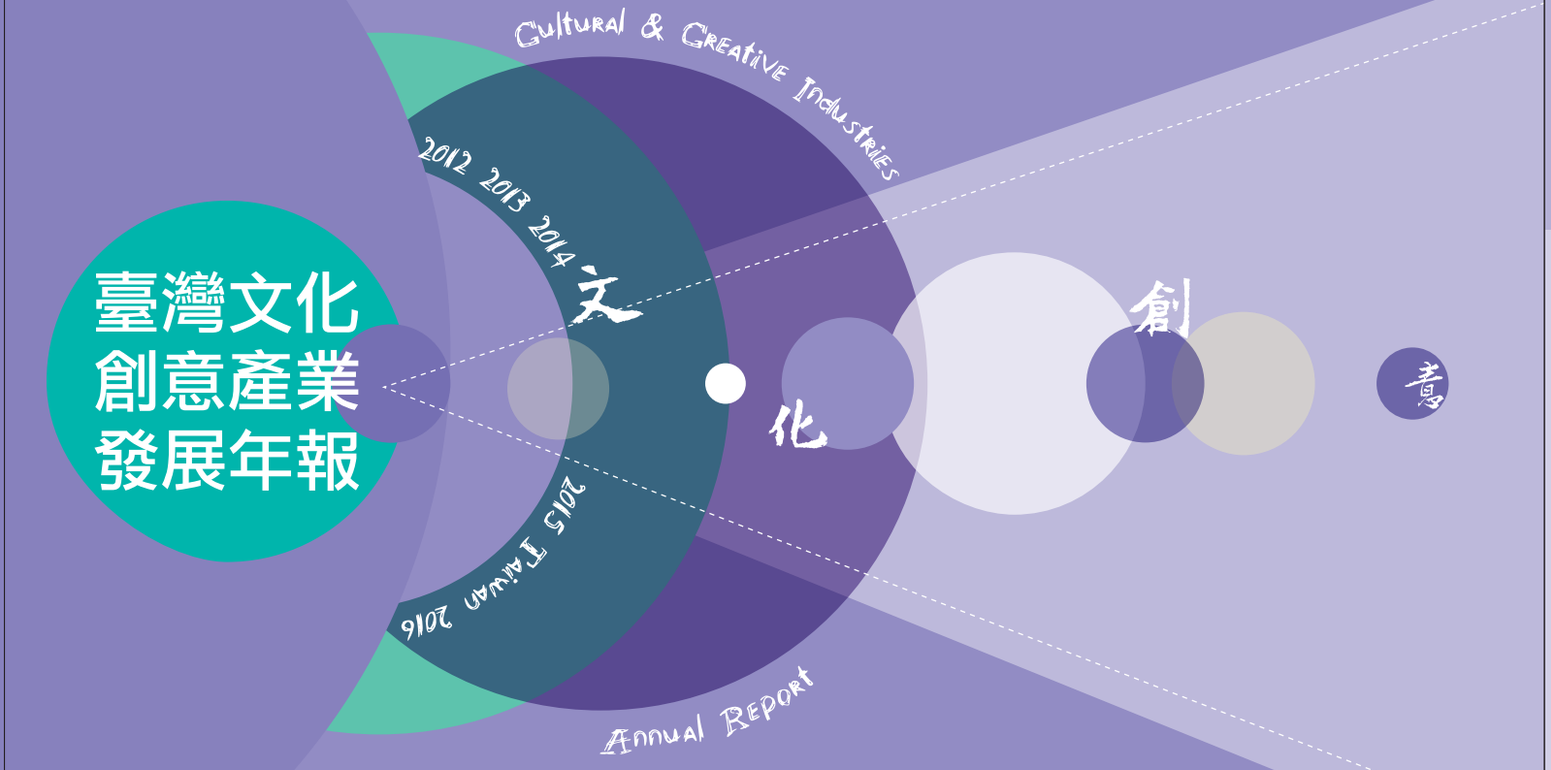
ISBN：978-986-04-6513-6（平裝附光碟片）

GPN：1010402372

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13-18樓
電話｜(02)8512-6000
傳真｜(02)8995-6429
網址｜http://www.moc.gov.tw/

ISBN 978-986-04-6513-6

2015 臺灣文化創意產業發展年報

2015 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

文化部 MINISTRY OF CULTURE