

# 第一章

電影產業調查

影視廣播產業  
趨勢研究調查報告

電影、電視及廣播產業



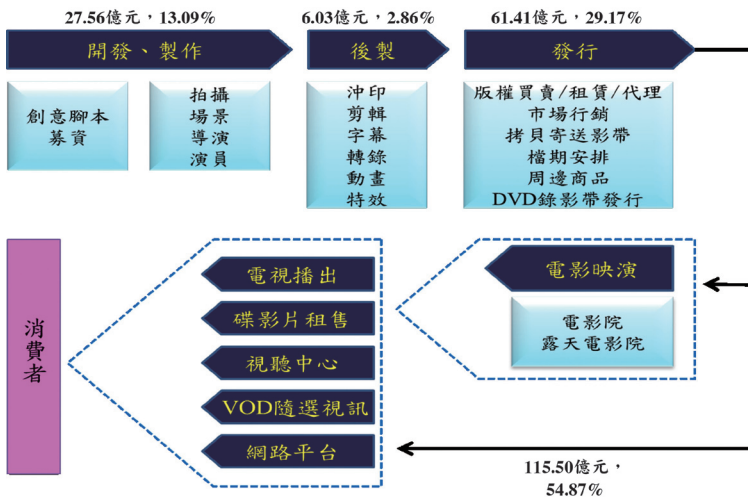
# 第一章 電影產業調查

## 第一節 電影產業發展概況

### 一、電影產業鏈與產值

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

圖1-1、電影產業鏈



資料來源：台灣經濟研究院整理

電影產業2014年總產值推估為210.51億元。整體而言，臺灣電影產業產值仍持續成長，但國片仍面對市場回收的不確定性與資金募集不易等問題，在產製上略顯和緩。

1.2014年國片總票房較2013年低，且上映國片之報酬率不若2013年，不過國內電影製作業者除電影拍攝，亦從事電視節目、廣告

等業務，因此2014年電影製作業產值約為27.56億元，較2013年成長6.29%。

- 2.雖然近年國片對於後製特效的需求增加，不過也僅限於大型製作，多數製作成本低於六千萬的小型國片，對特效製作需求不大，加上在數位化發展下，傳統影片沖印業務亦受到影響，因此2014年電影後製產值推估為6.03億元，較2013年產值衰退6.22%。
- 3.2014年國片核定准演數量較2013年減少，國片總票房收入亦下降，不過發行業者逐漸投入國片的企劃或前期製作，仍有一定的商業活動，且幾部國片於2014年海外版權販售有不錯的成績，推估2014年電影發行業產值為61.41億元，較2013年產值成長1.32%。
- 4.2014年國片臺北市總票房較2013年減少，但數部國片在中南部票房表現佳，加上大型連鎖影城在北部地區以外的縣市，甚至是外島金門擴展據點，促使2014年電影映演業呈成長態勢。推估2014年電影映演產值為115.50億元，較2013年產值成長6.19%。

表1-1、電影產業產值及結構比例

單位：億元；%

	2013年產值	2014年產值	2014年結構	2014年成長率
電影製作業	25.93億元	27.56億元	13.09%	6.29%
電影後製業	6.43億元	6.03億元	2.86%	-6.22%
電影發行業	60.61億元	61.41億元	29.17%	1.32%
電影映演業	108.77億元	115.50億元	54.87%	6.19%
電影產業合計	201.74億元	210.51億元	100.00%	4.35%

資料來源：台灣經濟研究院整理

## 二、電影產業重要觀察指標

綜觀2013至2014電影產業營業家數的表現，電影製作業及電影

映演業分別成長14.31%及2.04%，電影後製業者維持與2013年度相同家數，電影發行業則衰退6.19%。

在各業別產值的表現中，除電影後製業衰退6.22%外，其餘各業皆呈現成長，電影製作業成長6.29%，電影發行業成長1.32%，電影映演業則成長6.19%。

2013年至2014年國片核定准演數由101部減少至76部，上映54部，其他外片核定准演數增加到551部，港陸影片數量為31部。2014年臺北市電影總票房為37億766萬元，較2013年衰退2.34%，其他外片票房收入較2013年增加1.71%，國片與港陸影片皆有明顯幅度的衰退，國片衰退19.26%，港陸影片衰退30.83%。

2014年電影產業出口值推估為2.59億元，成長64.97%，其中國內電影發行業的出口值在2013年至2014年成長了170.59%，主要因為幾部國片於海外市場發行或版權販售有相當不錯的成績；電影後製業者則多有海外接單使得出口值成長150.00%。

表1-2、電影產業重要觀察指標

指標	項目	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2013年至 2014年 變動率
營業家數	電影製作業	262	326	392	489	559	14.31%
	電影後製業	79	75	79	82	82	0.00%
	電影發行業	220	203	214	194	182	-6.19%
	電影映演業	99	97	95	98	100	2.04%
	合計	660	701	780	863	923	6.95%
產值* (億元)	電影製作業	16.64	24.91	26.34	25.93	27.56	6.29%
	電影後製業	5.40	5.72	6.18	6.43	6.03	-6.22%
	電影發行業	37.82	42.12	53.35	60.61	61.41	1.32%
	電影映演業	64.83	84.45	101.05	108.77	115.50	6.19%
	合計	124.69	157.20	186.92	201.74	210.51	4.35%
國片平均製作成本(萬元)		1,377	2,064	3,204	4,070	3,962	-2.65%

指標	項目	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2013年至 2014年 變動率
出口值* (億元)	電影製作	0.172	0.338	1.168	1.354	1.41	4.44%
	電影後製	0.030	0.038	0.035	0.044	0.10	150.00%
	電影發行	0.675	0.528	0.077	0.167	0.46	170.59%
	電影映演	0.009	0.000	0.000	0.000	0.62	—
	合計	0.886	0.904	1.280	1.565	2.59	64.97%
影片核定准 演數(部)	國產影片核定准 演數	50	65	76	101	76	-24.75%
	港、陸片在臺進 口核定准演數	39	37	42	50	31	-38.00%
	其他外片在臺進 口核定准演數	391	391	391	473	551	16.49%
影片票房 (千元)	臺北市國產影片 票房	225,583	712,507	430,434	529,863	427,833	-19.26%
	臺北市港陸影片 票房	164,648	100,550	152,531	131,789	91,164	-30.83%
	臺北市其他外國 影片票房	2,696,736	3,006,442	3,035,001	3,134,963	3,188,665	1.71%
	合計	3,086,967	3,819,498	3,617,966	3,796,616	3,707,663	-2.34%
就業人數	電影製作業	452	468	478	488	408	-16.39%
	電影後製業	406	407	394	405	417	2.96%
	電影發行業	434	368	374	370	385	4.05%
	電影映演業	2,837	3,079	3,166	3,215	3,279	1.99%
	合計	4,129	4,322	4,412	4,478	4,489	0.25%

\*註：1.因2013年12月主計總處公布2011年工商普查總報告，因此本研究利用2011年工商普查所公布之實際生產總額，追溯調整2010、2011年產值以及出口值的估算值

2.電影製作、後製、發行、映演之營業家數資料來自財政部財政資訊中心

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

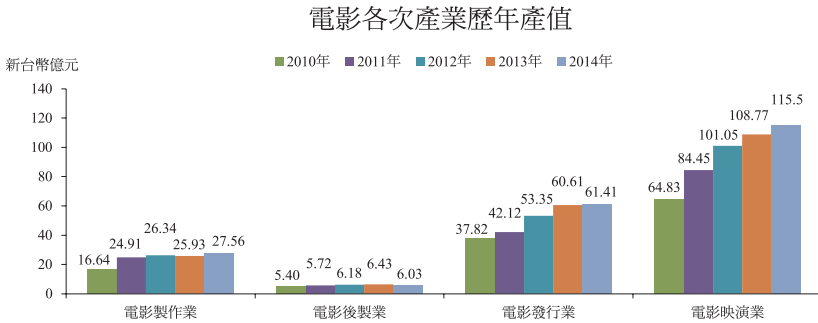
4.部分廠商之負責人為同一人或所屬員工為互相支援，主因電影產業資金營運特性，為單一影片製作成立一片公司，或為申請補助設立不同公司，故製作業就業人數推估少於廠商家數

5.國片平均製作成本係指扣除旗艦型、策略型及跨國合作之國片平均製作成本

6.影片票房四捨五入以千元為單位，故在合計數值部分，會因四捨五入而有誤差。

資料來源：文化部影視及流行音樂產業局、財政部財政資訊中心、台灣經濟研究院整理

圖1-2、2010年至2014年電影產業產值趨勢



\*註：因2013年12月主計總處公布2011年工商普查總報告，因此本研究利用2011年工商普查所公布之實際生產總額，追溯調整2010、2011年產值以及出口值的估算值

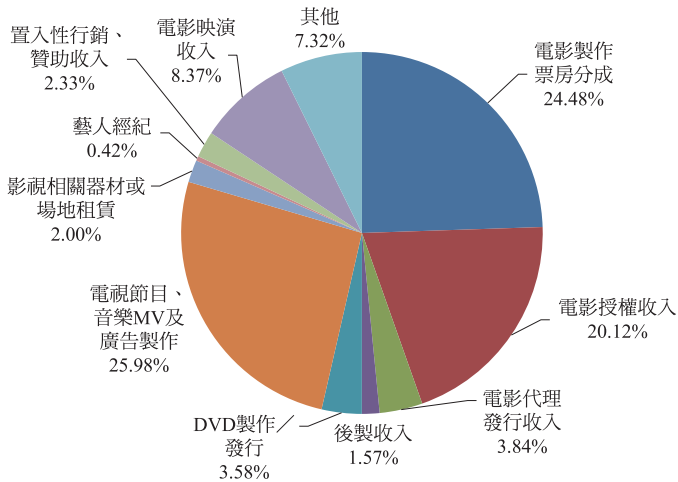
資料來源：台灣經濟研究院整理

## 第二節 我國電影產業發展分析

### 一、電影產業各類營收

國內電影製作公司呈多元化經營，非完全以電影製作為單一營業項目，收入來源以電視節目、音樂MV及廣告製作為主，比重最高，占25.98%；其次為電影製作票房分成及電影授權收入，占比分別為24.48%與20.12%；電影映演收入則占8.37%，例如小型影展、特映會、包場等；其他收入，包括漫畫出版代理、布袋戲代理發行、衍生性商品銷售與衛星電視臺節目代理等，比重占7.32%；電影代理發行收入占3.84%；DVD製作發行收入占3.58%；置入性行銷及贊助收入占2.33%；影視相關器材或場地租賃占2.00%；後製收入占1.57%；藝人經紀比重低，占0.42%。

圖1-3、2014年電影製作業者主要營業項目

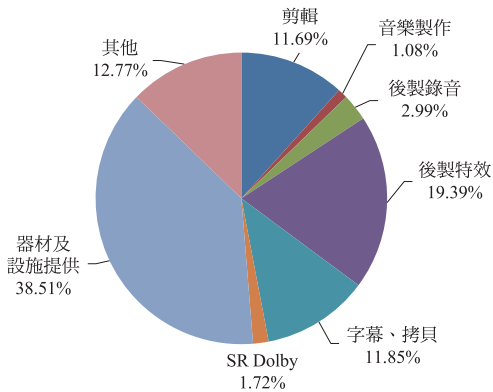


資料來源：台灣經濟研究院整理

國內電影後製業與電影工業者的主要營業項目以器材及設施提供為主，占比38.51%；後製特效則占了19.39%，其他後期製作，包括字幕與拷貝占11.85%，剪輯占11.6%，後製錄音占2.99%，音樂製作1.08%，SR 杜比占1.72%，其他營業項目占比為12.77%，主要是後期製作公司除上述營業項目外，亦從事調光、套片等項目。



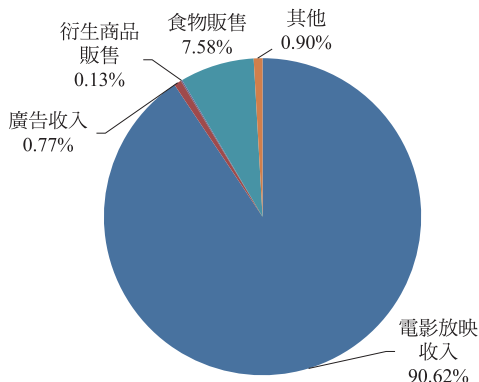
圖1-4、2014年電影後製業者（含電影工業）主要營業項目



資料來源：台灣經濟研究院整理

國內電影映演業以電影放映為主要收入來源，占90.62%，其次為食物販售，占比為7.58%，這是因為國內多數業者將電影票券結合電影院的餐點作為套裝販售或搭配信用卡作組合優惠販售；另外電影映演業的收入來源，還包括衍生商品販售占0.13%，廣告收入占0.77%，其他收入則占0.9%。

圖1-5、2014年電影映演業者主要營收來源



資料來源：台灣經濟研究院整理

## 二、我國電影市場分析

### ● 國內電影上映情形與票房表現

歷年採台北市片商同業公會統計之台北市電影票房資料，推估國片票房市占率，2014年度透過專業數據機構票房統計資料庫，觀察發現國片於國內其他地區之票房已超過台北市國片票房，故此部分將先說明台北市國片市占率，再藉由專業數據機構資料推估全台票房結構。

#### 1. 台北市國片市場占有率

2014年台北市國片票房市占率為11.54%，由於2014年全臺票房破億的國片《KANO》、《等一個人咖啡》、《大稻埕》及《閩蜜》，四部國片之臺北市總和票房，較2013年破億國片的總和少三千多萬臺幣，整體國片票房表現力道無特別突出，因此2014年國片在台北市市占率較2013年減少。

表1-3、2010年至2014年國內電影市場占有率（臺北市累積票房）

年份	部次／票房	國產影片	港陸影片	其他外國影片	總計
2010	上映部次	38	38	352	428
	票房（元）	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	上映部次	36	38	406	480
	票房（元）	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	上映部次	51	41	343	435
	票房（元）	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	上映部次	56	44	389	489
	票房（元）	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%

年份	部次／票房	國產影片	港陸影片	其他外國影片	總計
2014	上映部次	54	28	416	498
	票房(元)	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%

註：1.「票房」單位：新臺幣／元

2.票房比重之數值取至小數點第二位後四捨五入，故加總之數值可能存在0.01%的誤差

3.上映部次係包含影展、跨年度上映、重複上映之影片

資料來源：臺灣電影網

## 2.國內票房市場結構

根據專業機構票房數據，自2012年開始，台北市票房占全國票房占比下降至約四成，也就是說國內其他縣市的票房占比已提升，且國片與外片，甚至不同類型、不同目標觀眾的電影，台北市與國內其他地區的票房差距更加明顯，在在顯示票房市占率已改變。因此，根據本研究推估，2014年全台灣國片票房占比為14.01%，與表1-3所列之台北市票房結構相比，可觀察出國片在中南部及東部地區的票房總和優於台北市，國內票房結構已有所變化。

表1-4、2014年全台灣電影票房市場與市占率推估

年度	資料別	國片	港陸影片	其他外國影片	總計
2014	推估票房(億元)	12.95	2.29	77.21	92.45
	票房占比	14.01%	2.47%	83.52%	100.00%

資料來源：台灣經濟研究院推估

### ● 國內電影觀影人次

2014年國內平均人均觀影次數，平均每人每年約觀看1.28部次電影，細分來源，國產影片觀影人次平均每人約0.15部次，港陸影片為0.03部次，其他外國影片則是1.09部次，相較於2013年，除其他外國影片之人均觀影次數微幅增加，國片與港陸影片皆為下降。

表1-5、2011年至2014年國內人均觀影次數估算

		國產影片	港陸影片	其他 外國影片	總計
2011年 人口數23,162,123人	觀影人次	5,988,200	2,887,863	23,143,107	32,019,170
	平均人均觀影次數	0.26	0.12	1.00	1.38
2012年 人口數23,315,822人	觀影人次	3,648,270	1,229,384	23,387,798	28,265,452
	平均人均觀影次數	0.16	0.05	1.00	1.21
2013年 人口數23,373,517人	觀影人次	4,532,242	1,107,474	24,929,008	30,568,724
	平均人均觀影次數	0.19	0.04	1.07	1.30
2014年 人口數23,433,753人	觀影人次	3,618,124	753,280	25,552,022	29,923,426
	平均人均觀影次數	0.15	0.03	1.09	1.28

註：國內平均人均觀影次數係以當年觀影人次除以總人口數

資料來源：臺北市影片商業同業公會、台灣經濟研究院估算；人口數資料來源為行政院主計總處之全國統計資料

### ● 歷年國內電影核定准演數

相較於2013年，2014年國內電影業者投入國片製作較為緩和，國片核准映演數量為76部。臺灣電影市場以外國影片數量占比最高，近七年外國電影核定准演數量逐年增加，顯示市場愈趨競爭。

表1-6、2010年至2014年國片、港陸影片暨其他外片核定准演數

年度	國片		香港影片		中國大陸影片		其他外國影片	
	核定 准演數	百分比	核定 准演數	百分比	核定 准演數	百分比	核定 准演數	百分比
2010	50	10.42%	29	6.04%	10	2.08%	391	81.46%
2011	65	13.18%	27	5.48%	10	2.03%	391	79.31%
2012	76	14.93%	32	6.29%	10	1.96%	391	76.82%
2013	101	16.19%	42	6.73%	8	1.28%	473	75.80%
2014	76	11.55%	21	3.19%	10	1.52%	551	83.74%

註：核定准演數比重之數值取至小數點第二位後四捨五入，故加總之數值可能存在0.01%的誤差

資料來源：臺灣電影網



## ● 2014年國內上映外片之前十大來源國

排除國片，細分其他外片的來源地區，2014年國內上映電影主要來源國第一為美國，占39.41%；日本排名第二，占比為18.47%；第三名則是歐洲地區的法國，占比為10.14%。2012年至2014年我國引進外片的來源地區之前三名皆維持不變。

表1-7、2014年國內上映外國電影之前十大來源國

排名	國別	上映電影總部數	上映電影部數比重
1	美國	175	39.41%
2	日本	82	18.47%
3	法國	45	10.14%
4	英國	21	4.73%
5	香港	18	4.05%
6	韓國	15	3.38%
7	德國	11	2.48%
8	義大利	10	2.25%
9	中國大陸	10	2.25%
10	泰國	9	2.03%

註：2014年國內上映之外國電影總數為444部， $\text{上映電影部數比重} = (\text{來源國別上映電影數} / \text{外國電影總上映部數})$ ；此表僅列上映外國電影之前十大來源國，未列出所有來源國家，故此表上映電影部數比重加總不等於100%

資料來源：臺北市影片商業同業公會

## ● 2014年臺北市整體票房前十名之影片

2014年臺北市電影票房第一名為《變形金剛4：絕跡重生》，第二名則是在臺北大量取景拍攝的《露西》。從臺北市整體票房前十名之影片觀察到，好萊塢片商近年多藉由製作超大型英雄片或大型動作片，以吸引觀眾進戲院觀賞，或者循過去成功經驗，推出同系列影片的續集。

表1-8、2014年臺北市票房前十大影片

排名	影片名稱	票房人次	票房收入（新臺幣／元）
1	變形金剛4：絕跡重生	771,713	206,415,860
2	露西	594,852	147,906,967
3	星際效應	484,519	129,146,984
4	KANO	489,981	115,954,722
5	美國隊長2：酷寒戰士	443,197	113,208,489
6	蜘蛛人驚奇再起2：電光之戰	378,897	101,116,209
7	X戰警—未來昔日	367,943	91,577,267
8	明日邊界	352,791	90,516,154
9	移動迷宮	351,271	87,213,456
10	黑魔女：沉睡魔咒	328,341	82,459,104

資料來源：臺北市影片商業同業公會

### ● 2014年臺北市票房前十大國片

2014年國片臺北市票房第一名到第三名分別為《KANO》、《等一個人咖啡》及《大稻埕》。《KANO》以臺灣日治時期嘉義棒球隊打進日本甲子園為故事主軸，勵志且激勵人心，取得國片票房第一的佳績。《等一個人咖啡》改編自國內知名小說，在擁有忠實書迷的基礎下，更利用選角替影片製造話題性，不僅在臺灣有亮眼票房，在中國大陸與香港也有好成績。《大稻埕》於2014年春節檔期上映，以本土戲劇風格吸引民眾前往觀賞。

表1-9、2014年臺北市票房前十大國片

編號	影片名稱	票房人次	總金額（新臺幣／元）
1	KANO	489,981	115,954,722
2	等一個人咖啡	314,648	75,640,510
3	大稻埕	239,905	56,370,357
4	閨蜜	160,370	38,388,563
5	軍中樂園	102,436	24,198,517
6	鐵獅玉玲瓏	70,623	16,387,813
7	痞子英雄：黎明再起	59,798	14,645,928
8	大宅們	51,981	12,028,294

編號	影片名稱	票房人次	總金額（新臺幣/元）
9	甜蜜殺機	36,535	8,589,360
10	想飛	34,686	7,938,066

資料來源：臺北市影片商業同業公會

### 三、我國電影製作分析

#### ● 電影製作成本

2014年全部國片平均製作成本為6,111萬元，扣除旗艦型、策略型<sup>1</sup>及跨國合作等資金需求較大的國片後，平均製作成本為3,962萬元。

表1-10、2010年至2014年臺灣電影細部成本結構<sup>2</sup>

單位：新臺幣萬元；%

時間		2010年		2011年		2012年		2013年		2014年	
平均製作成本金額		2,763 (註1) 1,377 (註2)		4,791 (註1) 2,064 (註2)		6,359 (註1) 3,204 (註2)		5,737 (註1) 4,070 (註2)		6,111 (註1) 3,962 (註2)	
製作流程		比重									
開發	故事版權／編劇費用	3%	3%	6%	6%	2%	2%	4%	4%	2.51%	2.51%
	現場拍攝人事費用		49%		23%		21%		42%		44.45%
製作與 拍攝	硬體及設備費用	74%	11%	64%	20%	83%	34%	77%	16%	72.94%	11.44%
	服裝及道具費用		5%		6%		20%		12%		7.86%
	製作期間雜支費用		9%		15%		8%		7%		9.19%

<sup>1</sup> 依據文化部影視及流行音樂產業局102年旗艦組及策略組國產影片補助要點，影視及流行音樂產業局為輔導兼具文化藝術與商業價值，並鼓勵跨國合作拓展國際市場，總製作成本在新臺幣一億元以上之國產電影長片可申請旗艦型補助；總製作成本在新臺幣六千萬元以上之國產電影長片則可申請策略型補助。

<sup>2</sup> 2014年輔導金已無進行旗艦型影片及策略型影片的評選，惟於2014年發行之國片《痞子英雄：黎明再起》，係於2013年獲得旗艦組輔導金，故為符合一致性，2014年國片平均製作成本，仍另外呈現排除旗艦型影片與跨國合作影片之平均製作成本。

時間		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年					
平均製作成本金額		2,763 (註1) 1,377 (註2)	4,791 (註1) 2,064 (註2)	6,359 (註1) 3,204 (註2)	5,737 (註1) 4,070 (註2)	6,111 (註1) 3,962 (註2)					
製作流程		比重									
後製	沖印、剪輯及錄音費用		18%		27%		10%		9%		8.32%
	後製期間雜支	23%	5%	30%	3%	15%	5%	19%	4%	24.54%	6.59%
	2D視覺特效費用		-		-		-		2%		0.79%
	3D視覺特效費用		-		-		-		4%		8.84%
總計		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

註：1.全部國片平均製作成本

2.排除旗艦型、策略型及跨國合作之國片平均製作成本

資料來源：台灣經濟研究院整理

## ● 臺灣電影國際合作狀況

2014年跨國合作的國片，上映部數為10部，占該年度國片總上映部數比重為18.5%。其中5部為與中國大陸合作之電影、1部為中港臺合作、1部為港臺合作、1部臺法合作、1部臺灣與新加坡合作、1部為臺灣與日本之合作電影，跨國合作影片之合作國家多以中國大陸為主。

表1-11、2010年至2014年跨國合作之電影部數比重

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	總計
該年度跨國合作影片之上映部數	11	11	12	9	10	53
該年度國片總上映部次	38	36	51	56	54	235
上映之跨國合作影片比重	28.90%	30.60%	23.53%	16.07%	18.52%	22.55%

註：1.該年度國片總上映部次係包含影展、跨年度上映、重複上映之影片

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

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

資料來源：臺灣電影網、台灣經濟研究院整理



表1-12、2014年國際合作之國產電影在臺上映名單

	中文片名	類型	導演	合作國家
1	KANO	劇情片	馬志翔	臺灣、日本
2	大宅們	劇情片	朱延平	臺灣、中國大陸
3	軍中樂園	劇情片	鈕承澤	臺灣、中國大陸
4	郊遊	劇情片	蔡明亮、李康生	臺灣、法國
5	做你愛做的事	劇情片	王道南、劉嫻運	臺灣、新加坡
6	痞子英雄：黎明再起	劇情片	蔡岳勳	臺灣、中國大陸
7	愛在墾丁—痞子遇到愛	劇情片	黃朝亮	臺灣、中國大陸
8	閨蜜	劇情片	黃真真	臺灣、香港、中國大陸
9	寒蟬效應	劇情片	王維明	臺灣、中國大陸
10	屍城	劇情片	錢人豪	臺灣、香港

註：經查《郊遊》在臺灣上映日期為2014年2月21日，故將其修正列於2014年度中，並追溯調整2013年之跨國合作影片上映部數  
資料來源：臺灣電影網、台灣經濟研究院整理

#### 四、我國電影發行及海外行銷概況

##### ● 國內發行商票房市占率

2014年整體電影票房市占率仍集中在前四大發行商，分別為博偉、華納、福斯、派拉蒙，與2013年差別在於派拉蒙取代環球，上升至第四排名，前四名廠商總計市占率達54.46%。

表1-13、2010年至2014年國內發行商票房市占率

	2010年		2011年		2012年		2013年		2014年	
	發行商	市占率	發行商	市占率	發行商	市占率	發行商	市占率	發行商	市占率
1	華納	20.08%	派拉蒙	20.45%	博偉	24.61%	博偉	21.39%	博偉	15.52%
2	博偉	19.46%	博偉	17.04%	福斯	16.35%	華納	13.56%	華納	15.13%
3	福斯	17.23%	福斯	14.24%	華納	12.18%	環球	11.80%	福斯	13.70%
4	派拉蒙	8.93%	華納	12.06%	環球	11.72%	福斯	8.88%	派拉蒙	10.11%
5	威望	7.92%	中藝	9.33%	威望	6.50%	派拉蒙	8.26%	環球	7.49%
6	龍祥	3.73%	威望	6.38%	派拉蒙	3.79%	龍祥	7.77%	威視	7.14%
7	甲上	3.65%	環球	5.75%	龍祥	3.30%	威望	3.83%	龍祥	6.39%

	2010年		2011年		2012年		2013年		2014年	
	發行商	市占率	發行商	市占率	發行商	市占率	發行商	市占率	發行商	市占率
8	環球	3.35%	龍祥	4.47%	威視	3.14%	柏合麗	3.24%	威望	3.32%
9	中藝	3.11%	山水	2.08%	甲上	2.54%	牽猴子	2.80%	原子 映象	2.44%
10	山水	2.76%	青睞	1.35%	紅豆	2.07%	影一	2.75%	安邁進	2.04%
	其他	9.79%	其他	6.86%	其他	13.80%	其他	15.72%	其他	16.73%
	總計	100.00%	總計	100.00%	總計	100.00%	總計	100%	總計	100%

註：1.根據片商公會資料顯示柏合麗與影一為電影發行商，但透過業者訪談發現，上述二者仍以電影製作為主，其所製作之電影仍交由專職電影發行商發行。此二家電影製作公司於2013年合作的電影發行商皆為華納兄弟

2.2014年資料顯示安邁進為電影發行商，但藉由該部影片之演職人員表，發現安邁進仍以電影製作為主，故其製作之電影發行商為威視

3.各發行商市占率之數值取至小數點第二位後四捨五入，故加總之數值可能存在0.01%的誤差

資料來源：臺北市影片商業同業公會

## ● 2010年至2014年國內國片製作兼發行情形

近年國內製作兼發行的情況有下降的趨勢，2014年上映國片中，製作兼發行的影片數量為7部，占比為13%，較2013年減少7部，所占比重亦下滑12%。

表1-14、2010年至2014年國內國片製作兼發行情形

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	總計
製作兼發行部數	9	16	18	14	7	64
總發行部數	38	36	51	56	54	235
製作兼發行占總 上映部次之比重	24%	44%	35%	25%	13%	27%

註：1.該年度國片總上映部次係包含影展、跨年度上映、重複上映之影片

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

資料來源：臺灣電影網、台灣經濟研究院整理

## ● 出口概況

2014年電影產業出口值推估為2.59億元，較2013年成長64.97%，其中國內電影發行業的出口值在2013年至2014年成長了170.59%，主要因為幾部國片於海外市場發行或版權販售有相當不錯的成績，如《痞子英雄：黎明再起》非常成功預售至東南亞國家，甚至也賣給了巴西的電視臺，另外於日本上映之國片數量也較2013年增加，因而使電影發行業的出口值較2013年成長。

表1-15、2012年至2014年國內電影出口值

	2012年	2013年	2014年	2013/2014成長率
電影製作	1.168億元	1.354億元	1.41億元	4.44%
電影後製	0.035億元	0.044億元	0.10億元	150.00%
電影發行	0.077億元	0.167億元	0.46億元	170.59%
電影映演	0.000億元	0.000億元	0.62億元	-
電影產業總計	1.280億元	1.565億元	2.59億元	64.97%

資料來源：財政部財政資訊中心、台灣經濟研究院估算

## ● 國際影展活動參與度

2014年參加國際市場展國片部次有289部次，較2013年下滑1.70%，另外，本局輔導參加國際電影市場片商減少至122家次，主要因為2014年國片產製量下降，不過入圍國際影展國片部次則維持86部次，顯示國內仍有一定數量的電影製作業者以追求藝術價值為重。至於國際發行專業度方面，每家片商參展之平均影片數量，近年皆未超過3部次，國內片商仍有強化海外發行規模的空間。

表1-16、2010年至2014年臺灣電影於國際影展活動參與度

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
參與國際市場展國片部次	239	206	244	294	289
本局輔導參與國際市場展片商家次	82	80	122	138	122
入圍國際影展國片部次	124	122	96	86	86
榮獲國際影展獎項項次	32	23	35	31	16

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
本局輔導參與國際影展國片人次	77	51	60	53	56
每家片商參展之平均影片數量	2.91	2.57	2.00	2.13	2.37

資料來源：臺灣電影網

2014年國片榮獲國際影展獎項共16個，相對2013年的31個明顯減少。其中《郊遊》除於2014年美國國家影評人協會獲獎，於2013年亦獲獎無數，包括一級影展的威尼斯國際影展之評審團大獎。近年臺灣商業電影數量越來越多，藝術電影不如以往蓬勃，從2014年獲獎之部次即可發現，面對中國大陸、韓國電影的崛起，國片不論是藝術電影或商業電影在海外市場的發展都面臨更大的競爭挑戰。

表1-17、2014年國片獲選國際影展獎項

月份	影片名稱	參加影展	榮獲獎項	總計
1月	郊遊	美國國家影評人協會	獲尚未在美發行電影獎	1個
2月	五月天諾亞方舟3D演唱會電影	美國洛杉磯3D創意藝術獎	國際現場大事件獎	1個
3月	KANO	2014大阪電影節	大阪電影節觀眾獎	2個
	阿嬤的夢中情人		大阪電影節朝日電視ABC獎	
4月	果醬	第47屆美國休士頓國際影展	評審團特別獎	4個
	看見臺灣		評審團特別獎、攝影金牌獎	
	暑假作業		家庭倫理獎	
6月	冰毒	英國愛丁堡影展	最佳國際劇情片獎	2個
		瑞典「和平與愛影展」	最佳導演獎	
7月	空殼與複製人	南韓「富川奇幻影展」	富川奇幻影展創投現金獎、中國美迅影視傳媒現金獎	3個
	暑假作業	首爾Guro兒童國際影展	最佳劇情片獎	
8月	熱線1999	2014印度喀什米爾國際電影節	最佳短片獎	1個
10月	四十三階	第19屆釜山影展	最佳國際短片獎	1個
11月	慢吞吞小學	2014日本廣島國際電影節	最佳短片	1個
總計				16個

資料來源：臺灣電影網

## 五、電影產業人力概況

### ● 電影產業就業人數

2014 整體電影產業就業人數為 4,489 人，較 2013 年成長 0.25%，且自 2012 年以來就業人數逐年增加，惟成長幅度稍微趨緩。在各產業環節之電影就業人數中，僅電影製作業衰退 16.39%，其餘業別均呈現成長。

表 1-18、電影產業就業人數

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2013至 2014年成長率
電影製作	452	468	478	488	408	-16.39%
電影後製	406	407	394	405	417	2.96%
電影發行	343	368	374	370	385	4.05%
電影映演	2,837	3,079	3,166	3,215	3,279	1.99%
電影產業總計	4,037	4,322	4,412	4,478	4,489	0.25%

\*註：就業人數以主計總處 2006 年工商及服務業普查報告資料為基礎，以平均每員工產值不變下估算至 2009 年，爾後利用兩年同時回卷的調查公司之員工人數變化推算資料來源：台灣經濟研究院估算

### ● 電影製作各領域專職人力供需狀況

#### 1. 產業內各類別人才供需狀況

目前電影產業各類型人力的供需狀況，以 3D 特效人才、國外發行行銷人才的供不應求狀況較為明顯。3D 特效人才主要供需缺口來自於中國大陸磁吸效應，使既有產業資深人力不斷流失，新進人員遞補不及；而國外發行行銷部分，國內片商規模偏小，且以目前國內電影產製量來看，業者實無法培養國際版權販售的專門海外行銷人才。

## 2.編劇人才

早年由於國內導演多擔任創作者的角色，多獨自進行劇本的編撰或尋找其他編劇來共同撰寫，而近年電影產製數量大致維持在五十部左右，導演兼任編劇的比重在2011年後逐年降低，2014年與2013年的比例皆約53%。不過，國內受到中國大陸利用優渥薪資吸引資深編劇的影響，加上編劇養成時間相當長，國內電影編劇人才仍有明顯缺口，尤其素質佳的專業編劇人才更是難尋。

表1-19、2010年至2014年國片導演兼任編劇情形

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	總計
導演兼任編劇之部數	18	22	36	30	29	135
盤點電影之部數	26	31	55	56	54	222
比重	69.23%	70.97%	65.45%	53.57%	53.70%	60.81%

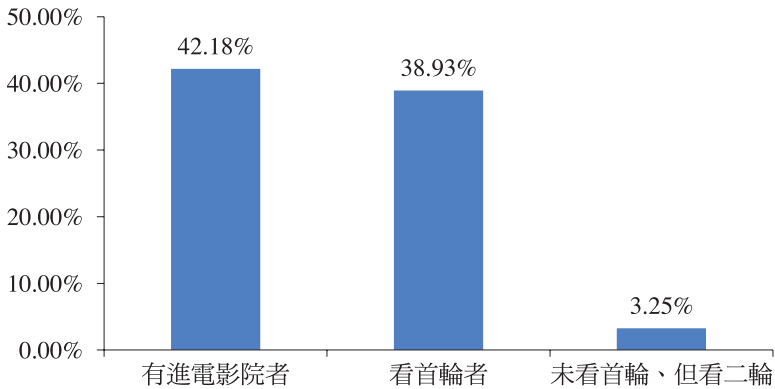
資料來源：台灣經濟研究院整理

## 六、電影消費行為概況

### ●首輪電影觀看概況

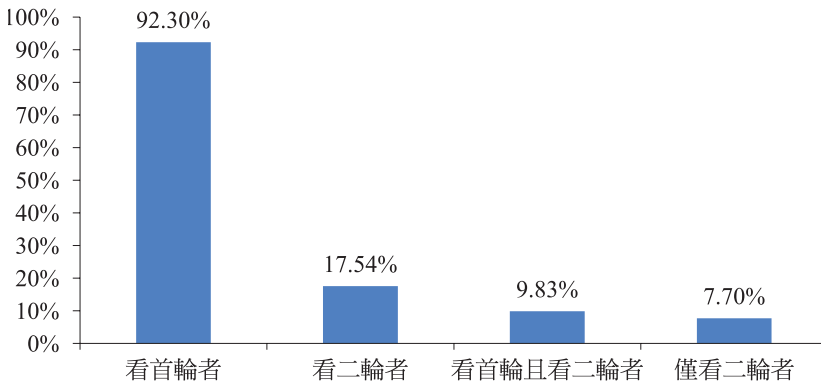
本研究於2015年8月針對年滿15歲以上之國內消費者進行電影消費狀況調查，過去一年中有42.18%的民眾曾前往電影院觀看電影，其中觀看首輪電影的民眾占比為92.30%，有17.54%的民眾看過二輪電影。雖然線上影音內容與行動裝置等娛樂選擇越來越多，不過前往電影院觀賞電影除了聲光效果外，亦可說是目前國內民眾作為社交活動的選擇之一，因此仍有很高比例的民眾前往電影院觀賞電影。

圖1-6、民眾近一年至電影院觀看的比例



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-7、民眾近一年至電影院觀賞電影片之首輪及二輪選擇



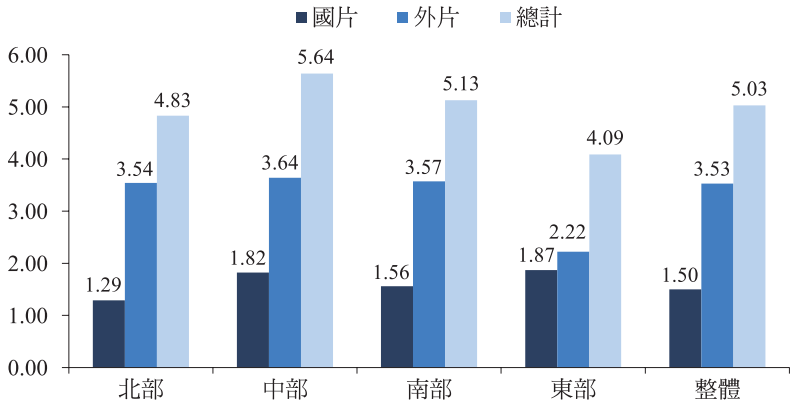
資料來源：台灣經濟研究院整理

### ● 首輪影片觀看部數

臺灣15歲以上、近一年有進電影院觀賞首輪電影的民眾平均每年觀賞5.03部電影，其中國片為1.50部，非國片為3.53部，而且以各區域來看，首輪外片的平均觀影片數皆較國片高，顯示國內電影

市場仍以外片為主。另外，中部、南部及東部地區民眾平均觀看國片部數較北部地區高。

圖1-8、觀賞首輪電影民眾觀影部數



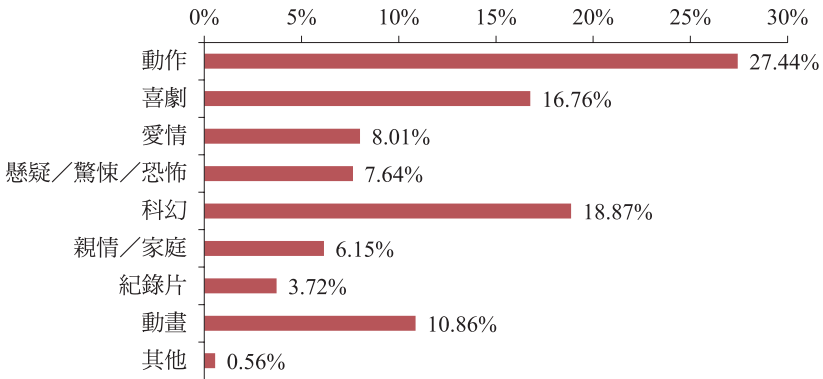
資料來源：台灣經濟研究院整理

### ● 觀看首輪影片之影片類型

在觀看首輪影片的類型分布上，觀看「動作片」的比例最高，占27.44%，其次為「科幻片」（占18.87%），第三則為「喜劇片」（占16.76%）。進一步分析民眾觀賞國片與外片的類型差異，觀看首輪外片的民眾以「動作片」的比例最高，其次是「科幻片及「動畫片」；而觀看首輪國片的民眾則以「喜劇片」的比例最高，其次是「紀錄片」與「愛情片」。



圖1-9、民眾至電影院觀看首輪電影的類型比率



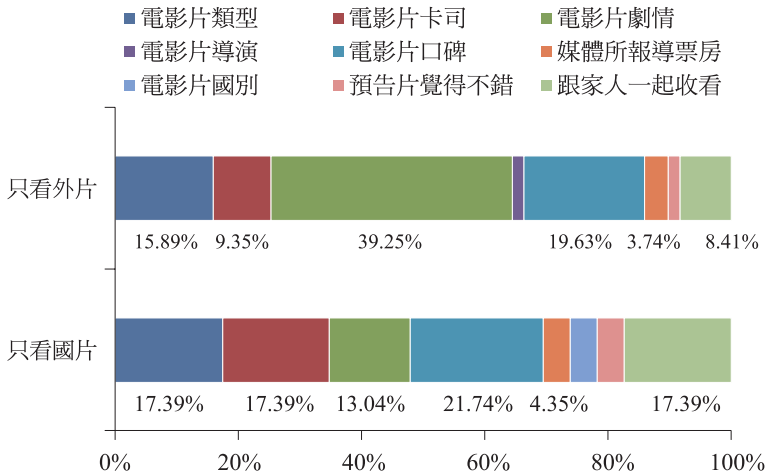
資料來源：台灣經濟研究院整理

### ● 選擇電影片之考慮因素

在選擇電影片考量因素方面，觀賞外片的民眾，其主要考量因素為電影片「劇情」、「口碑」及「類型」，觀賞國片的民眾，最重視的則是電影片「口碑」，其次則是「類型」、「卡司」以及「跟家人一起收看」。本土喜劇片多排在過年賀歲檔期，因此過年期間跟家人一起收看國片的比例較高。

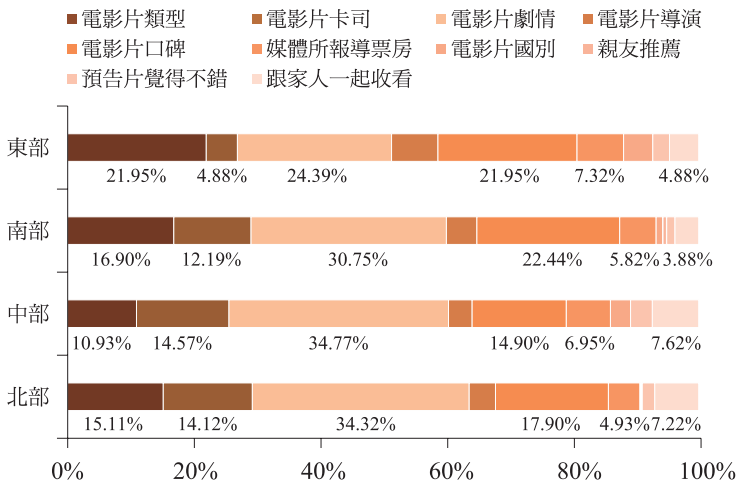
另外，各地區民眾選擇電影片的考量因素皆以電影片「劇情」作為最主要的考量。其中北部與中部較重視電影片「卡司」、「劇情」，南部與東部則較重視電影片「口碑」、「類型」。

圖1-10、民眾選擇國片與外片的考慮因素



資料來源：台灣經濟研究院整理

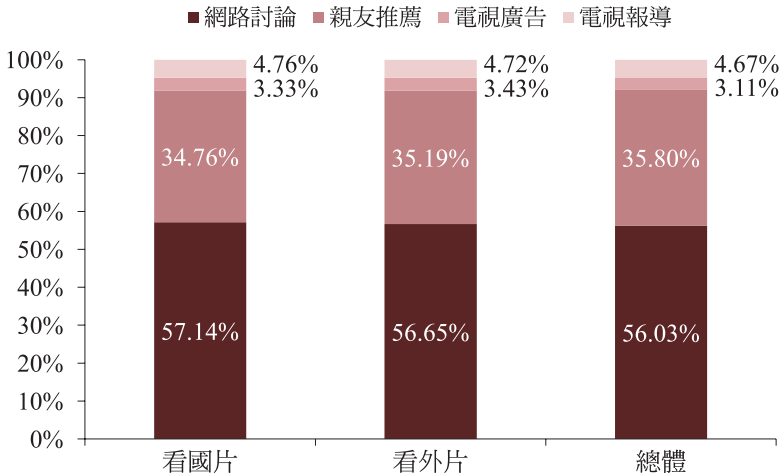
圖1-11、各地區民眾選擇電影片的考量因素



資料來源：台灣經濟研究院整理

至於電影口碑來源方面，不論國片或外片皆以網路討論的占比最高，其次則是親友推薦，主要因為國內民眾對於網路黏著度非常高，使用社群媒體的比例亦高，根據本研究盤點資料顯示國片透過Facebook粉絲團作為宣傳工具的比例將近九成，因此透過網路平臺提供民眾對該影片的注意力，透過討論度的提升、口碑效應傳播，達到宣傳行銷的效果。

圖1-12、國片與外片電影口碑來源



資料來源：台灣經濟研究院整理

## ● 透過網路裝置觀看電影概況

### 1. 觀看電影的類型

臺灣15歲以上民眾近一年以網路裝置觀看電影的比例為29.24%，平均每位民眾觀看部數為5.99部。其中以觀看「動作片」的比率最高，達22.22%，其次為「喜劇片」（17.82%）及「科幻片」（12.65%）。

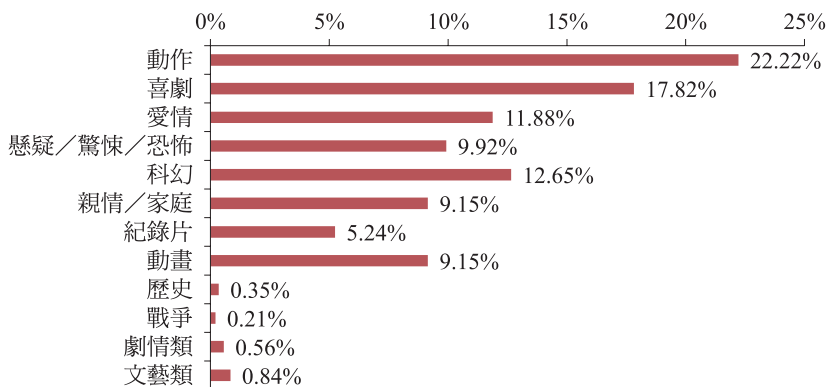
表1-20、民眾透過網路觀看電影概況

項目	回答人數(人)	占比	平均觀看部數(部/年)
透過網路看電影片	647	32.33%	5.99
透過網路付費看電影片	525	26.24%	1.41
至電影院看電影	844	42.18%	-

註：占比計算分母為電影消費狀況調查之總樣本數（共2001筆）

資料來源：台灣經濟研究院估算

圖1-13、民眾透過網路裝置觀看電影的類型

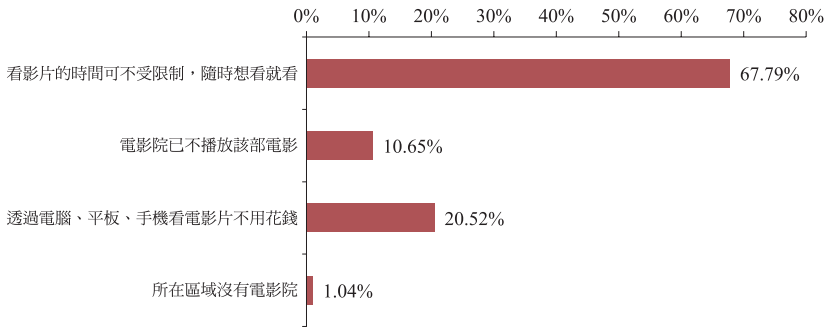


資料來源：台灣經濟研究院整理

## 2. 觀看電影的因素

民眾選擇透過網路裝置觀看電影片的最主要因素為「看影片的時間可不受限制，隨時想看就看」，占比為67.79%，其次則是「透過電腦、平板、手機看電影片不用花錢」，占比為20.52%。進一步觀察付費比重，民眾付費觀賞線上電影的部次占透過網路裝置觀看之電影總數，其比例為21.11%，顯示民眾已逐漸出現付費觀看線上電影的行為，惟實際付費觀看部數仍有強化的空間。

圖1-14、民眾透過網路裝置觀看電影的因素



資料來源：台灣經濟研究院整理

### 第三節 臺灣電影產業發展趨勢

#### 一、產製及映演面

##### ● 國內電影製作資金來源趨勢

2014年跨業投資國片較過去兩年增加，單一部國片的資金來源不再單一化，業者透過多種管道來募集資金，其中中國大陸及香港影視業者的投資挹注更較過去明顯。除此之外，金融業者從最一開始贊助或捐助方式，這一兩年則是以投資國片拍攝或融資等方式提供製作資金，如金融創投公司投資國片拍攝，或優惠貸款措施及政府鼓勵金融業給予融資。另外，國內影視業者與創投等其他公司合作進入資本市場，如影一、華聯國際，藉由資本市場較穩定的資金來支援影視作品製作。

近幾年興起的群眾募資，屬互動式創新融資方式，國內多數以紀錄片募集公開映演資金居多，又以社會相關議題最為成功。電影透過群募平臺雖無法獲得完整資金或補足資金缺口，但藉由網路平臺除能增加電影曝光機會，擴大宣傳效益，透過贊助與多樣化的回

饋方式提升參與感，達到話題性。

### ● 製作成本出現下降情形

2014年全部國片平均製作成本為6,111萬元，扣除旗艦及策略型之國片、跨國合作片後<sup>3</sup>，國片平均製作成本為3,962萬元，較2013年減少2.65%；由於2014年多部跨國合作片之製作成本在6,000萬以上，屬中、大型製作規模，臺灣自製的電影製作資金相對縮減，加上2014年國片票房表現不甚理想，可能更增加了業者募集資金的難度。

### ● 電影製作所需人力增加

2014年整體電影製作平均所動用人力較過去增加，尤其大型國片多屬與中國大陸合作拍攝的電影，動用人力較多；而且《KANO》、《痞子英雄：黎明再起》等影片使用大量特效製作，特效人員數量明顯增加。至於中型與小型國片方面，主因2014年紀錄片數量較2013年少，而一般劇情片所使用之人力較紀錄片來得多，因此拉高了中型及小型國片平均動用人力。

### ● 國內電影業者嘗試不同的類型元素

整體而言國片仍以清新浪漫、本土喜劇為大宗，但仍有業者嘗試歷史、傳記、勵志、犯罪等不同類型的製作，如史詩類型《KANO》和《軍中樂園》、動作、警匪類型《痞子英雄：黎明再起》和《甜蜜殺機》、改編自真實訴訟案例《寒蟬效應》或者較少出現的犯罪懸疑類型《共犯》，都可看出業者在類型突破上的努力，惟國內民眾對於國片類型選擇較為狹隘，對於動作、科幻類型

<sup>3</sup> 2014年已無進行旗艦型或策略型的輔導金評選，惟於2014年發行之國片《痞子英雄：黎明再起》，係於2013年獲得旗艦組輔導金，故為符合一致性，2014年國片平均製作成本，仍另外計算排除旗艦型影片與跨國合作片之平均製作成本。

的國片較不信任、接受度亦不高，不過，元素多元化一直都是電影業者努力的方向。

表1-21、臺灣上映劇情片元素類型比重

類型元素	2012年	2013年	2014年
動作	4.88%	9.76%	6.00%
冒險	0.00%	0.00%	2.00%
傳記	0.00%	2.44%	2.00%
喜劇	21.95%	24.39%	26.00%
犯罪	0.00%	0.00%	6.00%
家庭	9.76%	14.63%	10.00%
奇幻	12.20%	2.44%	0.00%
懸疑／驚悚	4.88%	4.88%	6.00%
恐怖	0.00%	2.44%	2.00%
音樂歌舞	2.44%	7.32%	0.00%
浪漫	39.02%	7.32%	24.00%
戰爭	0.00%	0.00%	0.00%
歷史	0.00%	2.44%	6.00%
勵志	4.88%	21.95%	10.00%
小計	100.00%	100.00%	100.00%

註：類型元素之命名及採用乃參考英國電影協會（BFI）之類型項目  
資料來源：台灣經濟研究院整理

### ● 專業管理制度的引進：完工保險的投保

目前在香港、中國大陸的大型製作電影中，有業者開始引進專業管理層面的運作制度，如完工保險，即針對電影拍攝過程在拍攝器材、設備、道具或人員安全等的保險，例如演員在拍攝過程受傷，而造成拍攝必須中斷所產生的損失，電影製作方可向保險公司申請停工損失理賠。國內業者亦開始在較大型的製作上面，進行此部分的風險管理，以增加電影投資方的保障。

## 二、人力供需面

### ● 國內專業編劇人才短缺

在編劇人才方面，國內優秀的編劇多受到中國大陸高薪資的磁吸而外流，所以好劇本難求，加上編劇養成的時間相當長，因此編劇人才在數量與招募素質上有超過五成的業者認為有難度。

表1-22、臺灣電影產業專業人才供需調查

	供需現況			招募難易		年資需求	海外人才需求
	供過於求	供不應求	供需平衡	數量(難)	素質(難)		
製作企劃	5.71%	25.71%	68.57%	26.67%	34.48%	2.24	22.22%
編劇	5.71%	48.57%	45.71%	43.75%	54.84%	2.42	30.77%
導演	11.76%	17.65%	70.59%	25.00%	42.86%	2.25	27.27%
攝影	16.13%	16.13%	67.74%	10.34%	17.24%	1.97	36.36%
燈光	6.67%	30.00%	63.33%	14.29%	21.43%	1.86	17.86%
美術設計	6.90%	34.48%	58.62%	25.00%	39.29%	2.25	17.86%
造型設計	11.11%	25.93%	62.96%	20.00%	28.00%	2.00	12.00%
特殊化妝	4.17%	45.83%	50.00%	42.86%	45.45%	2.36	18.18%
音樂	6.67%	26.67%	66.67%	18.52%	30.77%	2.15	15.38%
錄音	0.00%	16.67%	83.33%	14.81%	11.11%	1.85	7.69%
演員	26.92%	26.92%	46.15%	29.17%	58.33%	2.50	28.00%
跨平臺							
數據收視分析	16.67%	33.33%	50.00%	40.91%	50.00%	2.53	28.00%
社群經營人才	7.14%	35.71%	57.14%	28.00%	44.00%	2.40	23.08%
2D—特效	14.29%	38.10%	47.62%	41.18%	47.06%	2.47	21.05%
3D—特效	10.53%	57.89%	31.58%	52.94%	58.82%	2.59	16.67%
剪接	18.75%	37.50%	43.75%	28.57%	42.86%	2.43	0.00%
動畫	6.25%	56.25%	37.50%	37.50%	56.25%	2.56	21.43%
成音	13.33%	26.67%	60.00%	21.43%	35.71%	2.21	0.00%
調光	0.00%	47.06%	52.94%	53.33%	57.14%	2.50	0.00%
國內發行行銷	10.00%	35.00%	55.00%	5.00%	20.00%	2.05	10.53%
國外發行行銷	5.26%	57.89%	36.84%	58.82%	58.82%	2.56	37.50%

資料來源：台灣經濟研究院整理



### ● 3D特效人才短缺

根據電影產業專業人才供需現況調查結果顯示，3D特效人才供不應求狀況較為嚴重，占比將近六成。資深後製人才出現斷層的原因，除面臨中國大陸磁吸影響，尚有國內投入後製工作的人員尚未累積足夠經驗便轉換跑道，以及教育體系培育之人才無法因應產業需求等因素。而目前學校教育屬基礎教育，因此多數業者認為教育體系所培育的人才無法立即與業者接軌，然而後製特效人才養成時間長，且以特效製作需要龐大的人力，若能更加著重於在職教育的延續，或許對於這部分的人才培育會更有幫助。

### ● 國外行銷人才短缺

供需調查結果也顯示有近六成國外發行行銷人才供不應求，由於平均每年國片數量約40-50部次，難以支撐專門電影國際代理業者的發展，加上國內發行商規模小及學校行銷課程比例低，難以培養專門處理國際版權販售的海外行銷人才，因此國外行銷人才同時存在數量與素質上的缺口。

### ● 創意來源管道集中

2014年有幾部改編國內文學、漫畫作品或影視內容的國片，如《等一個人咖啡》改編自知名網路同名小說、《男生女生騙》改編自知名漫畫家朱德庸作品、知名綜藝節目改編的《鐵獅玉玲瓏》，以及改編舞臺劇的《極光之愛》等。不過根據本研究調查國內電影製作業者未來以自行開發原創劇本為其主要創意來源管道，對國內外文學、影視內容或競賽作品改編的積極度不如自行開發劇本。主要因為除了購買版權費用較高，可拍性也是電影製作業者考量的因素之一。

### 三、行銷面

#### ● 票房收入與人均觀影次數較2013年衰退，顯示國內電影市場趨緩

2014年國片產製情形較為疲弱，產製部數與上映部數都較2013年減少許多，雖然有幾部國片跳脫本土喜劇或清新浪漫的框架，不過要成功吸引國內觀眾的關注仍有段距離要努力，因此2014年國片票房收入與人均觀影次數較2013年下降。

#### ● 國外發行商在國內電影市場具較優秀的發行排片能力

國內電影市場還是以國外發行商掌握比較強的發行能力，而外商發行公司主要優勢包括：能說服映演業將商業能量足夠的國片，排入熱門檔期；國片主要依賴的是口碑效應，國外發行商較有能力替國片多爭取1~2周的上映時間（口碑發酵期）。大製作成本或具商業性的國片在回收票房的壓力下，多傾向由排片較有優勢的國外發行商協助安排影片的放映檔期與通路。

#### ● 國片於國內其他縣市票房市占率明顯提升

以往估算全台票房的方式係是將台北市票房乘以2來計算，惟本研究近來透過專業機構之票房資料庫得知，2014年劇情國片的臺北市票房占全臺灣票房比重為33.21%，國內其他縣市的票房占比為66.79%，顯示出國內票房市占率結構的改變，且不同類型元素或不同目標觀眾的電影，臺北市與國內其他地區的票房差距更為明顯。推估2014年國片全臺票房收入為新臺幣12億9,542萬元，約臺北市票房之三倍，故完整且明確的票房統計機制可提供電影製作者、發行業者、投資者更準確的參考依據。

## ● 社群媒體平臺的使用

國片利用Facebook粉絲團作為宣傳工具的比例，從2011年的72.22%上升至2014年的88.89%，亦有業者開始使用通訊軟體LINE的官方帳號，作為行銷推播的工具之一；此外，群眾募資目前雖無法完全達到電影製作的資金金額，但具有一定的行銷效果。透過本研究的消費調查，民眾參考電影的口碑以網路討論比例最高，皆顯見社群媒體與新媒體平臺的普及與應用，可提供互動性更高的宣傳方式。

## ● 不論是以引進片或合拍片方式進入中國大陸電影市場的部數較2013年減少，且合拍片以中國大陸市場為優先考量

自2010年起臺灣電影不論是以引進片或兩岸合拍片形式在中國大陸放映的數量逐年增加，惟2014年國片產製情形較為趨緩，使得2014年國片不論是以引進片或合拍片方式進入中國大陸電影市場之數量皆較2013年減少。面對中國大陸這幾年電影市場快速的擴張，合拍片《痞子英雄：黎明再起》、《閨蜜》、《大宅們》等，皆以中國大陸市場為優先考量，甚至引進片《甜蜜殺機》在拍攝期間即布局中國大陸市場與上映規模。

## ● 國片於日本市場能見度提高

自2012年臺灣影片在日本上映的數量有逐年增加的趨勢。2014年日本引進的臺灣影片總共8部，其中3部為跨國合作影片。就放映規模來看，《總鋪師》在日本40間戲院上映，《男朋友女朋友》為28間、《郊遊》則是26間。

## 第四節 目標市場概況

### 一、日本

日本電影市場之日本電影發行數量自2010逐年成長，2014年日本電影之發行數量達到615部，較2010年成長50.74%，亦較2013年成長4.06%。而在外片方面，雖然一直以來外片於日本市場的發行數量與日本國片有段差距，但從2010年至2014年呈現逐年成長，2014年外片之發行數量為569部，較2013年成長8.17%。

總票房人次方面，2011年大幅衰退近3,000萬人後，雖逐年增加，但2014年仍較2010年衰退7.57%。在票房收入方面，日本2014年國片票房收入為1,207億日圓，較2013年成長2.55%，而外片票房則較2013年更是成長12.66%。進一步觀察日本市場票房前十名中僅兩部美國電影，其餘皆為日本電影，若統計票房破10億日圓的電影，日本電影共計31部次，外片則共計18部次，顯示雖然日本消費者仍較偏好自身本土電影，但接受外片之比例越來越高，日本電影與外片之差距已逐漸縮小。

表1-23、日本電影產業重要觀察指標

資料時間		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2010至 2014年 變動率	2013至 2014年 變動率
製作及 發行	國片發行數量	408	441	554	591	615	50.74%	4.06%
	外片發行數量	308	358	429	526	569	84.74%	8.17%
票房人數 及收入	總觀影人次（百萬人）	174.3	144.7	155.1	155.8	161.1	-7.57%	3.40%
	總票房收入（億日圓）	2,207	1,811	1,951	1,942	2,070	-6.21%	6.59%
	總票房收入（億臺幣）	796	669	724	592	593	-	-
	國片票房收入（億日圓）	1,182	995	1,282	1,177	1,207	2.12%	2.55%
	國片票房收入（億臺幣）	426	367	475	359	346	-	-
	外片票房收入（億日圓）	1,025	817	670	766	863	-15.80%	12.66%
外片票房收入（億臺幣）	369	301	249	234	247	-	-	

資料時間		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2010至 2014年 變動率	2013至 2014年 變動率
映演場所 及收入	電影平均單價（日圓）	1,266	1,252	1,258	1,246	1,285	1.50%	3.13%
	電影平均單價（臺幣）	456	462	467	380	368	-	-
	電影院螢幕數	3,412	3,339	3,290	3,318	3,364	-1.41%	1.39%

註：1.各年度之數據將依照官方網站最新資料進行追溯調整

2.匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算

資料來源：Motion Picture Producers Association of Japan, Inc

## 二、中國大陸

2014年中國大陸電影市場總票房收入為296.39億元人民幣，相較於2013年的217.69億元，成長36.15%。其中，中國大陸國產電影票房為161.55億元人民幣，占全國總票房54.5%。而在中國大陸影片製作數量方面則是較2013年稍微下滑3.13%，減少了20部，不過中國大陸影片上映數量較2013年成長3.6%，增加了9部，仍有將近360部片無法上映，顯示中國大陸影片有著嚴重供過於求的現象，但上映部數占製作數量的比重有稍微上升。

2014年中國大陸影片共計有36部票房破億，較2013年增加4部，創下中國大陸影片億元票房數量的紀錄。其中，有8部中國大陸影片票房高達5億人民幣、有16部票房介於2億～5億之間，顯示中國大陸影片質與量的整體提升。

而在中國大陸票房前10名影片中，引進片與中國大陸影片各5部，引進片的部分，主要是因為好萊塢英雄大片雇用中國大陸演員或至中國大陸取景，吸引中國大陸民眾前往觀賞；中國大陸影片方面，則以公路喜劇類型、當紅綜藝節目衍生之電影版深受中國大陸消費者的喜愛。

依據《中國電影產業研究報告》指出，2014年中國大陸總共上映了85部高技術規格的電影（包括3D、IMAX與IMAX 3D），中國

大陸影片就有41部，占比近五成，其中3D電影更是增加至31部。全球3D熱潮逐漸退燒，但中國大陸對重點製片基地發展、新興技術升級的政策支持，以及對高技術規格電影實施補貼等政策，使中國大陸市場在3D、IMAX與IMAX 3D的表現持續成長。

另外，2014年影視產業開始發展各種IP內容資源，包括小說、遊戲、動漫等領域，例如近年知名小說改編系列電影《小時代》、由熱播的綜藝節目衍生的電影《爸爸去哪兒》、改編自同名話劇的喜劇片《分手大師》，顯示中國大陸逐漸成功地將IP所能帶來的粉絲經濟價值展現現在電影票房上，業者亦逐漸開始將IP應用在多平臺互動，強化其衍生能力。

2014年中國大陸影片海外銷售額為18.7億人民幣，雖較2013年成長32.25%，但相較於中國大陸國內市場的表現來看，兩者仍有不小差距，顯示中國大陸雖然國內電影市場快速成長，但在歐美國家、亞洲地區仍面臨好萊塢影片的強勢競爭，加上中國大陸影片品質仍參差不齊，現階段難在海外市場獲得認同。

表1-24、中國大陸電影產業重要觀察指標

資料時間		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2010至 2014年 變動率	2013至 2014年 變動率
國片數量		526	558	745	638	618	17.49%	-3.13%
上映國片數量		91	154	242	250	259	184.62%	3.60%
票房人數及 收入	總觀影人次（億人次）	2.81	6.38	4.71	6.17	8.30	195.37%	34.52%
	人均觀影次數	0.43	0.48	0.56	0.86	0.61	41.86%	-29.07%
	總票房收入（億人民幣）	101.72	131.15	170.73	217.69	296.39	191.38%	36.15%
	總票房收入（億臺幣）	475	598	801	1,046	1,465	-	-
	國片票房收入（億人民幣）	57.98	70.3	82.73	127.67	161.55	178.63%	26.54%
	國片票房收入（億臺幣）	271	321	388	613	800	-	-
國片海外銷售額（億人民幣）		35	20.24	10.63	14.14	18.70	-46.57%	32.25%
國片海外銷售額（億臺幣）		164	92	50	68	92	-	-

資料時間		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2010至 2014年 變動率	2013至 2014年 變動率
映演場所及 收入	電影平均單價（人民幣元）	36.20	35.63	36.25	35.28	35.71	-1.35%	1.22%
	電影平均單價（新臺幣元）	167	162	170	171	177	-	-
	戲院家數	2,000	2,800	3,680	4,583	5,813	190.65%	26.84%
	電影院螢幕數	6,256	9,286	13,118	18,398	24,317	288.70%	32.17%
	數位螢幕數	6,086	8,393	12,225	17,505	23,424	284.88%	33.81%
	3D螢幕數	2,020	5,355	9,500	12,607	13,448	565.74%	6.67%

註：1.人均觀影次數為總票房人次除以城鎮人口

2.匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算

3.各年度之數據將依照官方網站最新資料進行追溯調整

4.國片數量為中國大陸之劇情片產量

資料來源：2015中國電影產業研究報告、藝恩網

## ● 臺灣電影在中國大陸市場的表现

自2010年起臺灣電影不論是以引進片或兩岸合拍片形式在中國大陸放映的數量逐年增加，惟2014年國片產製情形較為趨緩，使得2014年國片進入中國大陸之數量較為減少。2014年在中國大陸上映之兩岸合拍片有3部<sup>4</sup>，以兩岸三地合拍片《閨蜜》的2億466萬人民幣（約10.12億元臺幣）表現最突出，第二則是《痞子英雄：黎明再起》的2億429萬人民幣（約10億元臺幣）。

根據《2015中國電影產業研究報告》顯示，中國大陸觀眾觀看華語片以喜劇類型比例最高，其次是青春／愛情類型，第三則是動作類型，而且演員卡司對中國大陸電影票房亦是很重要的影響因素之一，加上，因此如《閨蜜》主要演員來自中、港、臺三地，《痞子英雄：黎明再起》的主要中國大陸演員皆是目前票房亮眼的明

<sup>4</sup> 根據過去盤點發現臺灣與中國大陸之跨國合作電影，部分因未在臺灣申請准演執照，無法判定是否為國片（如2013年於中國大陸上映之《愛愛囡事》、《回到愛開始的地方》、《愛別離》、《控制》等電影）或者臺灣電影與中國大陸合作攝製，但未能通過審查而無法於中國大陸放映，上述情形皆不屬於本研究盤點臺灣電影以引進片或兩岸合拍片模式在中國大陸上映之範疇。

星，也都屬於中國大陸觀眾所偏好的類型，因此在中國大陸都有不錯的票房。

目前全世界主要電影市場在資金、製作、人才配置等跨國流動、分工等情形越來越普遍，從前述盤點資料可發現，除了在製作與人才的跨國合作，2014年出現多部國片有中國大陸或香港資金投資的情形，因為兩岸市場規模差異大，尤其中國大陸這幾年電影市場快速的擴張，合拍片多以中國大陸市場為優先考量，甚至引進片在拍攝期間即布局中國大陸市場與上映規模。

表1-25、2014年臺灣電影於中國大陸市場表現

影片名稱	年份	類型	國家	大陸票房 (人民幣萬元)	臺北市票房 (新臺幣)
痞子英雄：黎明再起	2014	合拍片	中國大陸／臺灣	20,429	14,645,928
大宅男（大宅們）	2014	合拍片	中國大陸／臺灣	115	12,028,294
閨蜜	2014	合拍片	中國大陸／香港／臺灣	20,466	38,388,563
<b>合拍片合計：共3部</b>				<b>41,010</b>	<b>65,062,785</b>
甜蜜殺機	2014	引進片	臺灣	3,723	8,589,360
不能說的夏天（寒蟬效應）	2014	引進片	臺灣	1,666	4,085,341
等一個人咖啡	2014	引進片	臺灣	1,067	75,640,510
追愛大布局（愛情無全順）	2014	引進片	臺灣	566	8,383,766
<b>引進片合計：共4部</b>				<b>7,022</b>	<b>96,698,977</b>

註：《愛情無全順》在臺灣上映的年份為2013年，但是在中國大陸上映年份為2014年  
資料來源：本研究整理自文化部影視及流行音樂產業局電影組、藝恩網、臺北市影片商業同業公會所提供之2014年臺北市電影票房資料

### 三、香港

香港電影產業生產總額自2012年的75.04億港幣衰退至2013年的73.39億港幣，小幅衰退2.2%，附加價值也自2012年的25.22億港幣衰退至2013年的24.08億港幣，衰退幅度為4.52%。

2014年首輪上映的電影整體數量為310部，香港影片占51部，非香港影片占259部，與2013年比較，整體數量持平沒有增減，而



香港電影上映數量則成長18.6%。整體香港電影市場之票房收入為15.99億港幣，較2013年衰退9.92%，雖然香港電影上映數量有所提高，但卻沒有獲得香港市場的青睞，即使2014年香港影片於國內票房收入較2013年成長了9.87%，但僅《金雞SSS》與《賭城風雲》兩部香港影片擠進票房前十名，2012年至2014年香港電影市場票房前十名中，香港電影數量都不超過兩部，顯見香港電影市場依然以好萊塢影片為主。

在出口方面，2014年較2013年成長33.4%，主要是因為中港合拍片在中國大陸市場有不錯的表現，且進入日本市場之香港影片數量也較往年增加許多。

表1-26、香港電影產業重要觀察指標

資料時間	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2010至 2014年 變動率	2013至 2014年 變動率	
產業家數	1,421	1,560	1,671	1,771	1,811	27.45%	2.26%	
就業人數(人)	6,945	7,249	7,895	8,327	8,393	20.85%	0.79%	
經評級的電影數量*	1,571	1,581	1,878	1,945	1,996	27.05%	2.62%	
上映香港影片	56	56	52	43	51	-8.93%	18.60%	
上映非香港影片	220	220	249	267	259	17.73%	-3.00%	
生產總額(億港幣)	63.06	73.95	75.04	73.39	n/a	16.38%*	-2.20%**	
生產總額(億臺幣)	256.67	279.91	286.50	281.69	-	-	-	
附加價值(億港幣)	16.79	19.7	25.22	24.08	n/a	43.42%*	-4.52%**	
附加價值(億臺幣)	68.22	74.57	96.29	92.94	n/a	-	-	
附加價值率	26.60%	26.64%	33.61%	32.81%	n/a	23.35%*	-2.38%**	
票房人數 及收入	票房收入(億港幣)	13.39	14.25	15.58	17.75	15.99	19.42%	-9.92%
	票房收入(億臺幣)	54.53	53.94	59.48	68.13	62.62	-	-
	港產片票房收入(億港幣)	2.76	2.39	3.37	3.14	3.45	25.00%	9.87%
	港產片票房收入(億臺幣)	11.24	9.05	12.87	12.05	13.51	-	-

資料時間		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2010至 2014年 變動率	2013至 2014年 變動率
服務貿易	出口額 (億港幣)	2.85	2.88	2.06	4.12	5.51	93.33%	33.74%
	出口額 (億臺幣)	11.61	10.90	7.87	15.81	21.58	-	-
	港產品出口 (億港幣)	1.25	1.27	1.03	0.92	1.08	-13.60%	17.39%
	港產品出口 (億臺幣)	5.09	4.81	3.93	3.53	4.23	-	-
	轉口 (億港幣)	1.59	1.62	1.03	3.20	4.44	179.25%	38.75%
	轉口 (億臺幣)	6.48	6.13	3.93	12.28	17.39	-	-
	進口額 (億港幣)	1.94	2.45	1.43	1.39	1.58	-18.56%	13.67%
	進口額 (億臺幣)	7.90	9.27	5.46	5.34	6.19	-	-

註：1.各年度之數據將依照官方網站最新資料進行追溯調整

2.\*為2010至2013年變動率；\*\*為2012至2013年變動率

3.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：2014香港服務業統計摘要

#### 四、韓國

2014年韓國影片製作數量較2013年明顯成長了19.81%，發行數量亦成長18.58%，不只韓國影片，外片的進口及發行數量也是分別大幅成長22.46%及21.61%，這兩年的顯著成長主要與韓國境內IPTV及網路平臺逐漸發展成熟有關，因此對外片進口的需求也增強。

韓國2014年整體票房為16,641 億韓元，總觀影人次計215.06 百萬人次，分別較2013年成長7.27%及0.82%；然而韓國本土影片票房收入卻衰退9.81%，為8,206億韓元，為自2010年以來首次衰退，主要因為2014年票房前十名的韓國電影表現較2013年票房前十名遜色，也顯示韓國消費者對於本土影片之偏好可能改變，加上國際大片前往韓國取景拍攝，增加行銷話題、拓展韓國市場，出現排擠韓國本土影片票房的情形。

在電影出口額方面，韓國電影作品自2010年對外出口連年成長，但2014年首次下滑，衰退了28.84%，造成2014年大幅下跌的原因是2013年上映的韓國科幻片《末日列車》，其海外成績過於亮眼，相對於2014年無海外成績較突出的影片，使得2014年出口額明顯下滑。另外，在主要出口國家方面，以中國大陸為最大宗，對中國大陸出口亦逐年成長，更在2014年創新高紀錄，達821萬美元。

表1-27、韓國電影產業重要觀察指標

資料時間		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2010至 2014年 成長率	2013至 2014年 成長率
製作及 發行	國片製作數量	152	216	229	207	248	63.16%	19.81%
	進口外片數量	381	551	773	846	1,036	171.92%	22.46%
	國片發行數量	140	150	175	183	217	55.00%	18.58%
	外片發行數量	286	289	456	722	878	206.99%	21.61%
票房人次 及收入	總票房人次(百萬人次)	149.18	159.72	194.89	213.32	215.06	44.16%	0.82%
	國片票房人次(百萬人次)	69.4	82.86	114.61	127.29	107.7	55.19%	-15.39%
	人均觀影次數	2.92	3.15	3.83	4.17	4.19	43.49%	0.48%
	總票房收入(億韓元)	11,684	12,358	14,551	15,513	16,641	42.43%	7.27%
	總票房收入(億臺幣)	319.80	328.51	382.53	421.78	479.92	-	-
	國片票房收入(億韓元)	5,125	6,137	8,361	9,099	8,206	60.12%	-9.81%
國片票房收入(億臺幣)	140.27	163.15	219.80	247.41	236.66	-	-	
進出口	國片出口額(千萬美元)	1.36	1.58	2.02	3.71	2.64	94.12%	-28.84%
	國片出口額(千萬臺幣)	43.03	46.55	59.82	110.45	80.17	-	-
製作成本	平均淨製作成本(億韓元)	14.2	15.5	13.4	15.0	14.9	4.93%	-0.67%
	平均淨製作成本(億臺幣)	0.39	0.41	0.35	0.41	0.43	-	-
	廣告成本(億韓元)	7.4	7.2	6.9	6.4	5.2	-29.73%	-18.75%
	廣告成本(億臺幣)	0.20	0.19	0.18	0.17	0.15	-	-
映演場所 及收入	電影平均單價(韓元)	7,834	7,737	7,466	7,271	7,738	-1.23%	6.42%
	電影平均單價(臺幣)	214	206	196	198	223.16	-	-
	戲院家數	301	292	314	333	356	18.27%	6.91%
	電影院螢幕數	2,003	1,974	2,081	2,184	2,281	13.88%	4.44%

註：1.各年度之數據將依照官方網站最新資料進行追溯調整

2.匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算

資料來源：韓國電影振興委員會

## 第五節 國際比較

### 一、各國電影票房總收入

比較各國的電影票房表現，雖然美國電影在全球的優勢地位依然明顯，但2014年北美地區觀影人次出現近幾年來的新低，在娛樂選項越來越多元化的趨勢下，美國電影市場出現下滑走勢，近年好萊塢多以大型製作的英雄影片，吸引觀眾進電影院觀賞，但顯然在美國票房市場沒有獲得同等的迴響，也因此好萊塢電影開始重視中國大陸、韓國等新興電影市場的潛在消費能力。以各國幣值計算各國電影產業產值成長率來看，2014年整體票房成長率呈現衰退國家為美國（-4.59%）、香港（-9.92%）、英國（-2.31%），而我國則是衰退2.34%。2014年票房成長率最高者為中國大陸（36.15%），其次依序為韓國（7.27%）、日本（6.59%）及法國（6.55%）。

由於2014年幾部好萊塢英雄大片雇用中國大陸演員或至中國大陸取景，如《變形金剛4：絕跡重生》、《美國隊長2：酷寒戰士》，使得這類引進片在中國大陸獲得超過10億人民幣的票房佳績，加上喜劇公路影片《心花路放》，以及由真人秀綜藝節目衍生的《爸爸去哪兒》綜藝型電影等中國大陸本土影片的成功，帶動中國大陸2014年票房收入的大幅提升。

### 二、各國總票房收入占該國GDP比重

2014年各國總票房收入占該國GDP比重，以韓國0.109%為最高，其次為香港（0.071%）、英國（0.061%）及法國（0.061%）。我國2014年電影總票房收入較2013年減少，但我國於2014年之GDP較2013年成長，且其成長幅度高於電影市場之成長，因此2014年電影總票房收入占GDP之比重較2013年下滑了0.003%。

### 三、各國國產電影票房收入占該國總票房收入比重

綜觀2014年各國國產電影票房收入占國內總票房收入比重，日本為最高（58.31%），其次是中國大陸（54.51%），韓國次之（49.31%），再來則是法國（41.29%）、英國（26.27%）與香港（21.58%），我國則是11.54%。

觀察上述比重之成長率變化，僅香港、英國與法國較2013年成長，且法國成長最多，增加幅度達9.37個百分點，其餘各國皆呈現衰退現象。其中衰退幅度最高的是韓國，減少了9.3%，其次為中國大陸衰退了4.14百分比、日本減少2.25個百分比。我國國片於2014年的票房表現較2013年衰退2.42個百分點，顯示出這一兩年國片的疲態，加上好萊塢以超級英雄大片的製作方式，排擠國內國片的票房表現。

### 四、各國電影發行人量占其國內所有電影發行人量比重

2014年日本、韓國、英國、法國及臺灣的國產影片發行人量，占其國內所有影片發行人量之比重中，以日本為最高（51.94%）、其次是法國（51.73%）。與國際相較，國內產製量相對其他國家國片來的少，雖然2011年至2013年發行國片數量呈成長趨勢，但2014年卻減緩，雖然每年都有幾部票房亮眼之國片，但也因為票房過度集中，整體國片虧損比例仍高，因此2014年國內國片產製明顯進入調整期。

### 五、各國電影產業出口額成長情形

比較中國大陸、香港、韓國、英國及臺灣之電影產業出口規模（各國幣值換算為新臺幣），以英國的出口規模最大，法國於2012年超越中國大陸，位居第二，不過2013年中國大陸的出口規模又略高於法國。出口額成長率方面，2013年僅法國的出口額呈現衰退，其他如中國大陸、香港、韓國、臺灣與英國的出口都呈現正成長，其中以香港成長最多。至於2014年的出口則以我國成長最為明顯，

韓國則是衰退的情形。

## 六、各國人均觀影次數

比較2014年各國人均觀影次數，韓國國人平均每人一年觀看4.19部次電影，美國為3.7部次，法國為3.16部次，英國為2.4部次，日本為1.27部次，中國大陸為0.61部次。

國內2014年國片票房破億組合較2013年減少，整體票房也較2013年下降，因此2014年臺灣人均觀影部次較2013年略為減少0.02部。

表1-28、電影產業國際比較指標

指標	年份	美國	日本	中國大陸	香港	韓國	英國	法國	臺灣
各國電影總票房 (新臺幣/億元)	2011	3,005	669	598	54	329	491	563	76
	2012	3,198	724	801	59	383	516	497	72
	2013	3,245	592	1,046	68	422	504	494	76
	2014	3,158	593	1,465	63	480	529	537	74
各國總票房收入占 該國GDP比重	2011	0.068%	0.039%	0.028%	0.075%	0.100%	0.069%	0.074%	0.056%
	2012	0.066%	0.041%	0.033%	0.076%	0.114%	0.070%	0.064%	0.052%
	2013	0.065%	0.036%	0.038%	0.084%	0.114%	0.070%	0.059%	0.051%
	2014	0.060%	0.041%	0.047%	0.071%	0.109%	0.061%	0.061%	0.048%
各國國產電影票房 收入占該國總票房 收入比重	2011	-	54.96%	53.60%	16.77%	50.32%	39.42%	39.80%	18.65%
	2012	-	65.66%	48.46%	21.63%	57.46%	34.30%	38.90%	11.90%
	2013	-	60.56%	58.65%	17.69%	58.61%	23.55%	31.92%	13.96%
	2014	-	58.31%	54.51%	21.58%	49.31%	26.75%	41.29%	11.54%
各國國產電影發行 量占其該國所有電 影發行量比重	2011	-	55.19%	-	-	34.17%	22.76%	47.48%	13.60%
	2012	-	56.36%	-	-	27.73%	25.04%	48.13%	14.93%
	2013	-	52.91%	-	-	20.22%	19.91%	50.46%	16.19%
	2014	-	51.94%	-	-	19.82%	21.63%	51.73%	11.55%
各國電影產業出口 額占該國電影產業 產值比重(看有沒 有最新的統計)	2011	-	-	12.27%	3.89%	0.42%	22.33%	-	0.58%
	2012	-	-	5.53%	2.75%	0.50%	19.18%	-	0.69%
	2013	-	-	6.14%	5.61%	0.87%	19.34%	-	0.78%
	2014	-	-	-	-	-	-	-	1.23%

指標	年份	美國	日本	中國大陸	香港	韓國	英國	法國	臺灣
各國人均觀影次數	2011	3.9	1.13	0.54	-	3.10	2.7	3.45	1.38
	2012	4.1	1.22	0.56	-	3.83	2.7	3.11	1.21
	2013	4.0	0.91	0.86	-	4.17	2.6	5.10	1.30
	2014	3.7	1.27	0.61	-	4.19	2.4	3.16	1.28

註：英國於2013年至2014年原幣別之電影總票房趨勢為下跌，但經過匯率轉換為等值新台幣後，呈現上升情形

資料來源：Theatrical market statistics 2014／British Film Institute／香港服務業統計摘要／Korean Film Council／中國電影產業研究報告／文化部影視及流行音樂產業局／法國CNC統計報告／財政部財政資訊中心／中央銀行我國與主要貿易對手通貨之匯率年資料

## 參考文獻

- 1.2011年工商及服務業普查報告。中華民國行政院主計處（2013年公布）
- 2.2015中國電影產業研究報告。北京：中國電影出版社。
- 3.2014香港服務業統計摘要。香港特別行政區政府統計處。
- 4.2015Statistical Yearbook. UK: British Film Institute.
- 5.CNC Dossiers（result 2014）. France: centre National de Cinéma et de l image Animée.
- 6.Korean Cinema 2014. Korea: Korean Film Council.
- 7.Statistics of film industry in Japan box office leaders. Japan: Motion Picture Producers Association of Japan, Inc.
- 8.Theatrical Market Statistics 2014. USA: Motion Picture Association of America.
- 9.臺灣電影網：<http://www.taiwancinema.com>
- 10.藝恩網：<http://www.entgroup.cn/>

