

106年  
臺灣文化創意  
產業發展年報  
TAIWAN CULTURAL  
CREATIVE INDUSTRIES  
Annual Report 2017



106年

# 臺灣文化創意 產業發展年報

## TAIWAN CULTURAL CREATIVE INDUSTRIES

Annual Report 2017



TAIWAN CULTURAL CREATIVE INDUSTRIES

# 目錄

CONTENTS

文

化

創

業

## 第二篇

編輯說明 4

摘要 6

## 第一篇

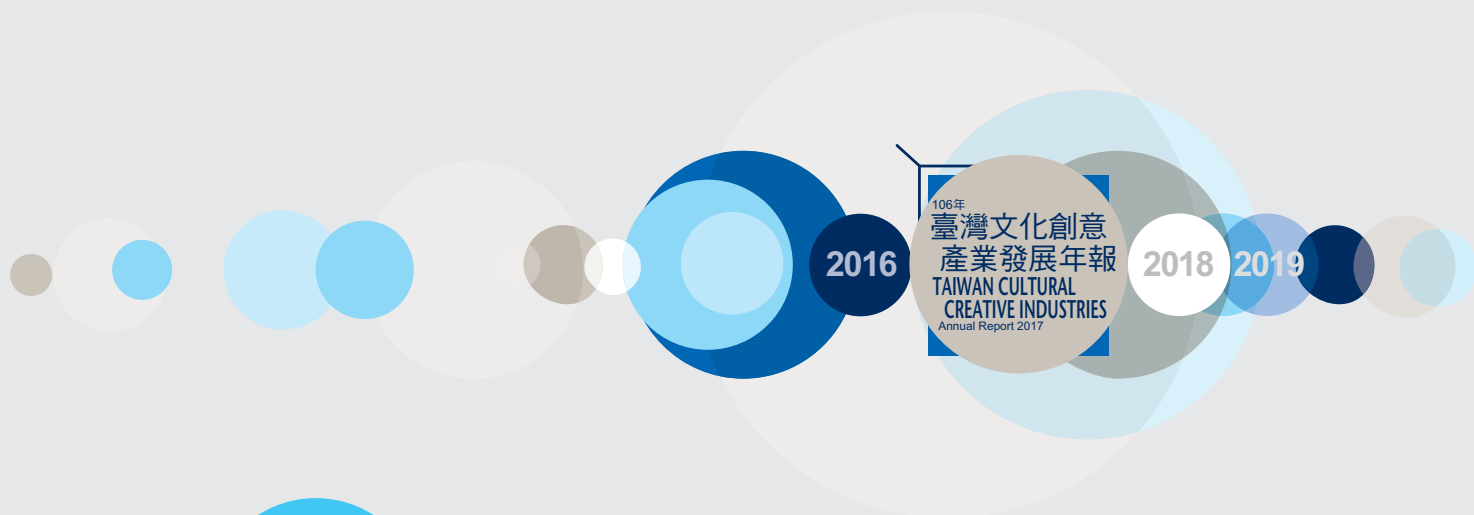
### 文創產業發展總論

第一章  
臺灣文創產業發展現況  
與趨勢 16

第二章  
我國文創產業發展政策  
現況與未來方向 40

### 臺灣文創產業發展現況 趨勢——個別產業發展現 況趨勢

一、視覺藝術產業	66
二、音樂及表演藝術產業	75
三、文化資產應用及展演設施產業	82
四、工藝產業	88
五、電影產業	96
六、廣播電視產業	105
七、出版產業	116
八、流行音樂及文化內容產業	123
九、廣告產業	132
十、產品設計產業	139



## 第二篇

十一、視覺傳達設計產業	144
十二、設計品牌時尚產業	149
十三、建築設計產業	154
十四、創意生活產業	159
十五、數位內容產業	164

## 第三篇

### 文創產業發展重要議題

#### 第一章

人口結構改變對文創產業的影響	172
----------------	-----

#### 第二章

文化觀光與文創產業新動能	178
--------------	-----

## 附錄

附錄一	190
附錄二	196

# 編輯說明

文

化

創

意

## 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15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）分析我國文化創意產業發展概況；（2）介紹我國文化創意產業主要政策與執行成果；（3）研析全球與我國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三大篇：第一篇為「文創產業發展總論」，描述文化創意產業發展總體概況。從臺灣整體文創產業發展趨勢以及重要推動措施並概括描述文創產業總體發展。

第二篇為「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」，包含角色產業推動與文創產業的整體經濟效益。這兩個議題都是屬於關注在資源整合以推動跨域相互加值的面向。

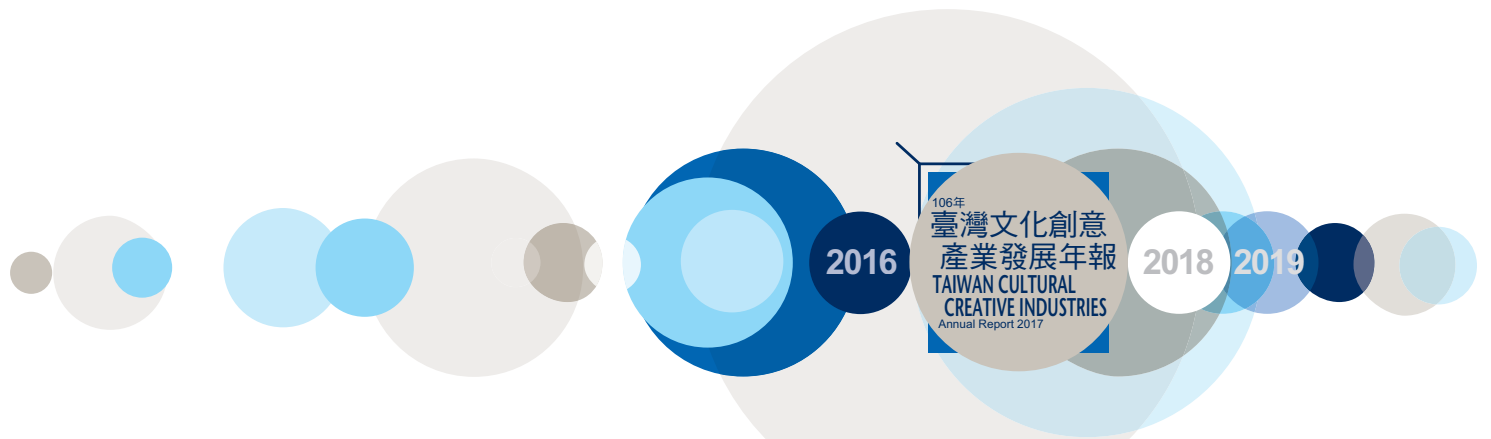
第一篇「文創產業發展總論」分為兩章，第一章為「臺灣文化創意產業發展現況」，從整體概況、各領域概況、各次產業概況、就業人數概況分析臺灣文化創意產業發展現況。第二章為「文創產業發展政策及推動計畫」，介紹政府相關部會機關推動文化創意產業的具體作為以及成果。

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

第三篇內容為國際主要文創產業發展的策略方向，從「人口結構改變對文創產業的影響」來探討文化創意產業各次產業特性及其受到人口結構改變的衝擊，以及透過「文化觀光與文創產業新動能」來檢視文化觀光的發展如何促進文化與文創產業的永續經營。

## 年報資料編輯原則與運用說明

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，如工藝產業。
- (2) 部分子類產業類別仍有跨產業共通的現象（如表演藝術與流行音樂演唱會的舞台音響搭建、電視與電影產業之後製作業），因此各文創細產業在運用財稅資料上只能利用互斥且不重複的原則歸納於其中一類。
- (3) 產業化愈弱之產業，財稅資料難以詮釋。
- (4) 我國文創產業多屬微型與中小企業，普遍採取合理避稅措施，本年報採用財稅資料與實際情況恐有低估現象。
- (5) 部分產業缺乏相對應之稅務行業分類（如創意生活產業以及數位內容產業的新興應用服務）。
- (6) 產業類別之歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定。以目前多元跨域發展以及新興科技應用蓬勃下，運用標準行業分類所能詮釋的文創產業發展可能被低估。
- (7) 根據稅捐稽徵法第33條，稅捐稽徵機關對其他政府機關、學校與教研人員、學術研究機構與研究人員、民意機關與民意代表等為統計、教學、研究與監督目的而供應資料，並不洩漏納稅義務人之姓名或名稱。因此本案親赴財政資訊中心進行臨場統計作業係根據已去識別化的資料進行統計，故無法了解個別產業實際包含哪些廠商，在產業發展的解讀上有一定的困難與限制。

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（2017）文創產業年報之編撰與出版精進改善工作包含：

- (1) 延續2016年年報，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。本年度並增加非文創產業中屬於文創相關職業的就業人數統計。
- (2) 本年度編印工作納入過去依據稅務行業標準分類詮釋的文創產業範疇無法納入的部分產業統計，如創意生活產業以及公立文化機構。由於創意生活產業係由經濟部經過評選後認定，無法連結行業標準分類，故本年度由經濟部提供創意生活廠商名單，由本案透過統一編號在個資保護下進行加總稅務統計資料的撈取，並扣除原文創產業六位碼行業別已涵蓋的部分，納入創意生活產業之營業額。然因創意生活產業在經濟部輔導認定的基礎係以個別廠商之個別營業據點為主，與本年報編印原則不同，本年報包含該統一編號下所有營業資料，因此可能產生創意生活經營型態雖屬於產業轉型調整的重要加值方向，但整體營業表現仍受本業經營所影響。公立文化機構則因部分收入免稅下，相關文創產業業務過去未能被計算，本年度透過問卷調查進行公立文化機構的收入推估。但因收入性質與一般產業營收狀態屬性上有所差異，且今年度增加大專校院文化設施的試行調查，相關統計機制尚未穩定，故暫不列入整體統計中。
- (3) 本年報根據盤點產業名單，加入部分文創產業重要數位平臺，但在稅務分類卻不屬於文創產業範疇的業者。數位平臺加入的基準以該平臺主要業務為提供文創產業商品及服務傳播，大型電信業者由於各業務營收比重難以拆分，本案根據相關用戶數及收費標準推估，並納入中華電信年報所公布之MOD經營數據。
- (4) 本年度因財政資訊中心顧及報稅廠商之個資保護，不提供廠商家數5筆（含）以下之次產業統計資料，故部分廠商家數小於（含）5家之次產業別將與性質相近之次產業進行合併呈現，詳見各產業說明。

# 摘要

文

化

創

意

## 2016年文創產業發展重要指標

2016年臺灣文化創意產業總家數為63,339家，較2015年成長0.72%，營業表現受到2016年全球經濟成長表現不佳影響，2016年文創產業營業額為新臺幣8,072.5億元，較2015年減少3.42%。



我國文化創意產業營業額主要來自於內銷收入，2016年占總營業額的88.53%，2016年雖然全球經濟降溫，但我國文創產業外銷收入逆勢成長4.51%。

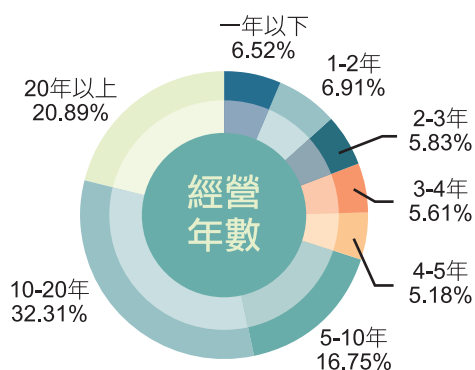
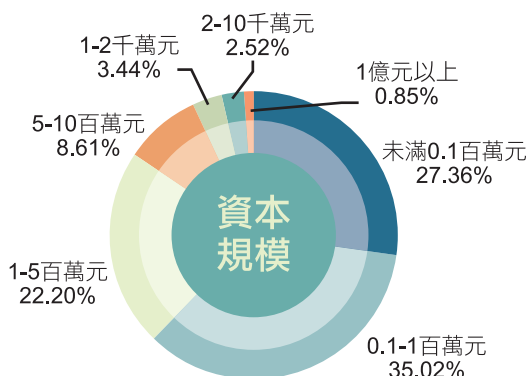


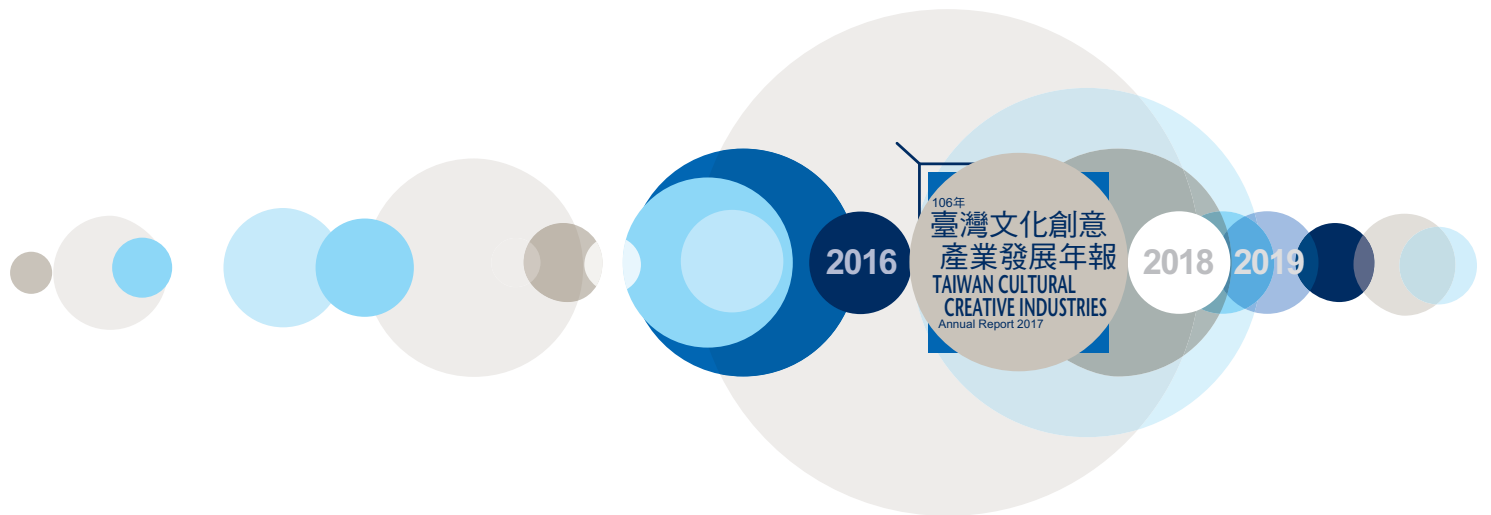
2016年我國名目國內生產毛額成長2.15%，文化創意產業之總營業額占名目國內生產毛額之比重為4.72%，文創產業總就業人數占全國就業人數比重為2.25%。雖然整體文創營業額與就業人數占全經濟的比重不是非常高，但根據英國的研究，文創產業的外部效益達本身產值貢獻的2.64倍，創造就業人數效果則是文創產業本身雇用的2.44倍。



2016年文化創意產業資本規模500萬以下之文創廠商家數占比84.58%，顯示文創產業以微型企業為主。新設文創廠商家數（一年以下）占比約6.52%、未滿五年之文創廠商家數占比30.05%，與我國中小企業結構非常相近。

(單位：新臺幣)



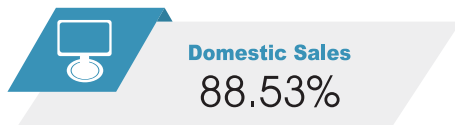


## Key Indicators of Taiwan Cultural & Creative Industries in 2016

In 2016, the total number of companies in Taiwan's Cultural and Creative Industries was 63,339, an increase of 0.72% compared with the previous year. However, the total sales revenue of the industries decreased by 3.42% compared to 2015, accounting for NT\$807.25 billion, an effect of sluggish global economic growth.



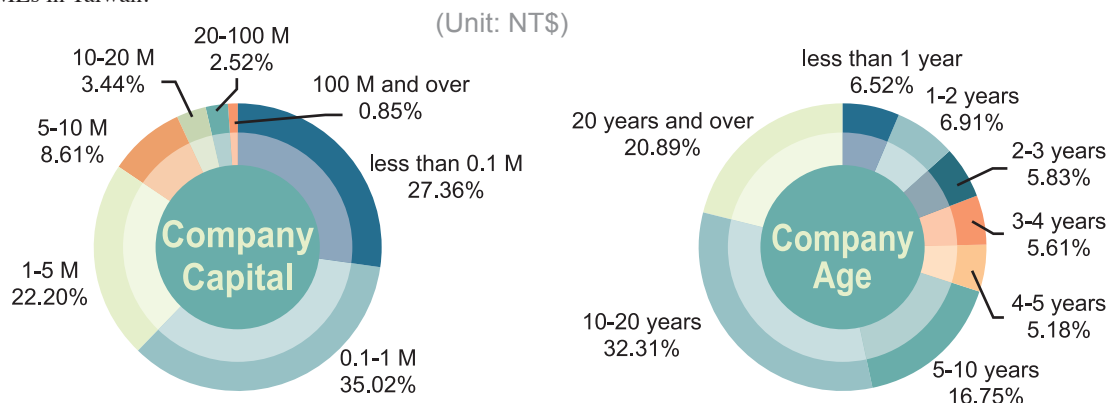
In 2016, about 88.53% of the total sales revenue of Taiwan's Cultural and Creative Industries came from the domestic market. Despite a global economic downturn, the industries' overseas sales increased by 4.51%.



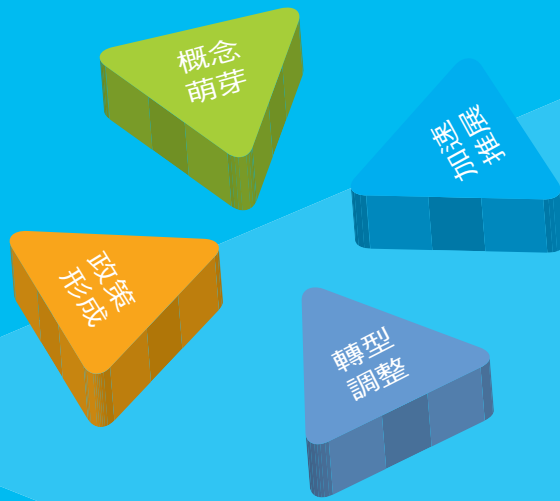
In 2016, Taiwan's nominal GDP increased by 2.15% and the sales revenue of the Cultural and Creative Industries accounted for 4.72% of the total nominal GDP. Employment within the Cultural and Creative Industries accounted for 2.25% of the employed population. Although the share of revenue and employment in proportion to the overall economy were not large, a study from the U.K. found that the overall economic contribution of Cultural and Creative Industries is 2.64 times of their direct production value. The total number of jobs generated is thus 2.44 times that of the actual employment within the industries themselves.



The size distribution of companies in Taiwan's Cultural and Creative Industries reveals that most companies are micro-enterprises. In 2016, the number of companies with capital of less than NT\$5 million accounted for 84.58%. Start-ups (companies that have existed for less than 1 year) accounted for 6.52% of the total companies, while companies that have been existed for less than 5 years accounted for 30.05%. This is similar to the overall structure of SMEs in Taiwan.







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

# 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

## 2010 文化創意 產業發展法

## 2012 文化部成立

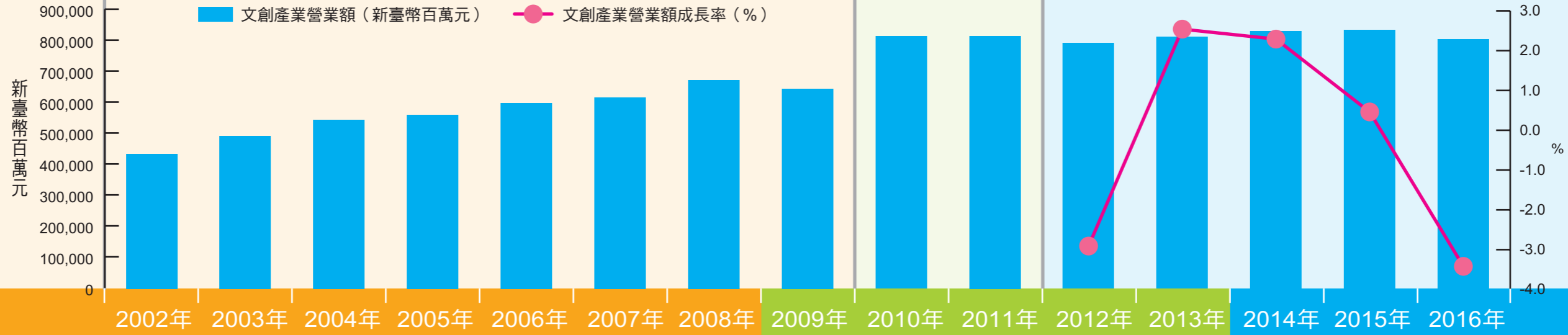
- 整備文化創意產業發展機制**
- 強化推動組織與協調機制
  - 建立網路流通整合機制
  - 整合發展活動產業
  - 加強智慧財產權保護機制
- 設置文化創意產業資源中心**
- 設立教學資源中心
  - 成立台灣创意设计中心
  - 規劃設置創意文化園區
  - 建置國家影音產業資訊平台
- 發展藝術產業**
- 人才延攬、進修及交流
  - 創意藝術產業
  - 數位藝術創作
  - 傳統工藝技術

- 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

- 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

- 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

- 再造文化治理、建構藝術自由支持體系**
- 由下而上推動文化事務
  - 規劃組織再造
  - 推動「文化教育計畫」，提升學生文化近用權
  - 推動「高齡人口文化近用計畫」
  - 輔導地方政府「演藝場館營運提升計畫」
  - 透過文化科技施政計畫，整建藝術史數位平臺
- 連結與再現土地與人民的歷史記憶**
- 再造歷史現場：有形、無形文化資產保存、活化與再生
  - 建立跨層級文化保存整體政策、整合博物館系統
- 深化社區營造，發揚生活「所在」的在地文化**
- 建構及推廣「地方學」
  - 鼓勵青年回（留）鄉、堅實在地社區組織
- 以提升文化內涵提振文化經濟**
- 推動成立中介組織、以臺灣文化生活品牌國際化，行銷臺灣價值
  - 提振文化經濟
- 開展文化未來新篇**
- 推動文化科技施政計畫
  - 多面向拓展文化外交
  - 提升资源配置效率



### 文化創意產業發展計畫

### 創意臺灣 文化創意產業發展方案

### 價值產值化 文創產業價值鏈建構與創新

	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	2015年	2016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	815,547	817,062	793,278	813,390	831,999	835,836	807,249
文創產業營業額成長率(%)											-2.91%	2.54%	2.29%	0.46%	-3.42%

資料來源：2002年至2005年資料引用自2009年文化創意產業發展年報；2006年資料引用自2011年文化創意產業發展年報；2007年資料引用自2012年文化創意產業發展年報；2008年資料引用自2013年文化創意產業發展年報；2009年資料引用自2014年文化創意產業發展年報、2010年資料引用自2015年文化創意產業發展年報。  
 註：本年度文創產業營業額加入創意生活產業及部分數位影音平臺資料，資料回溯自2010年，故2010年相對2009年有較大幅度的波動。

# 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
- 民意調查
- 行銷開發

## 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

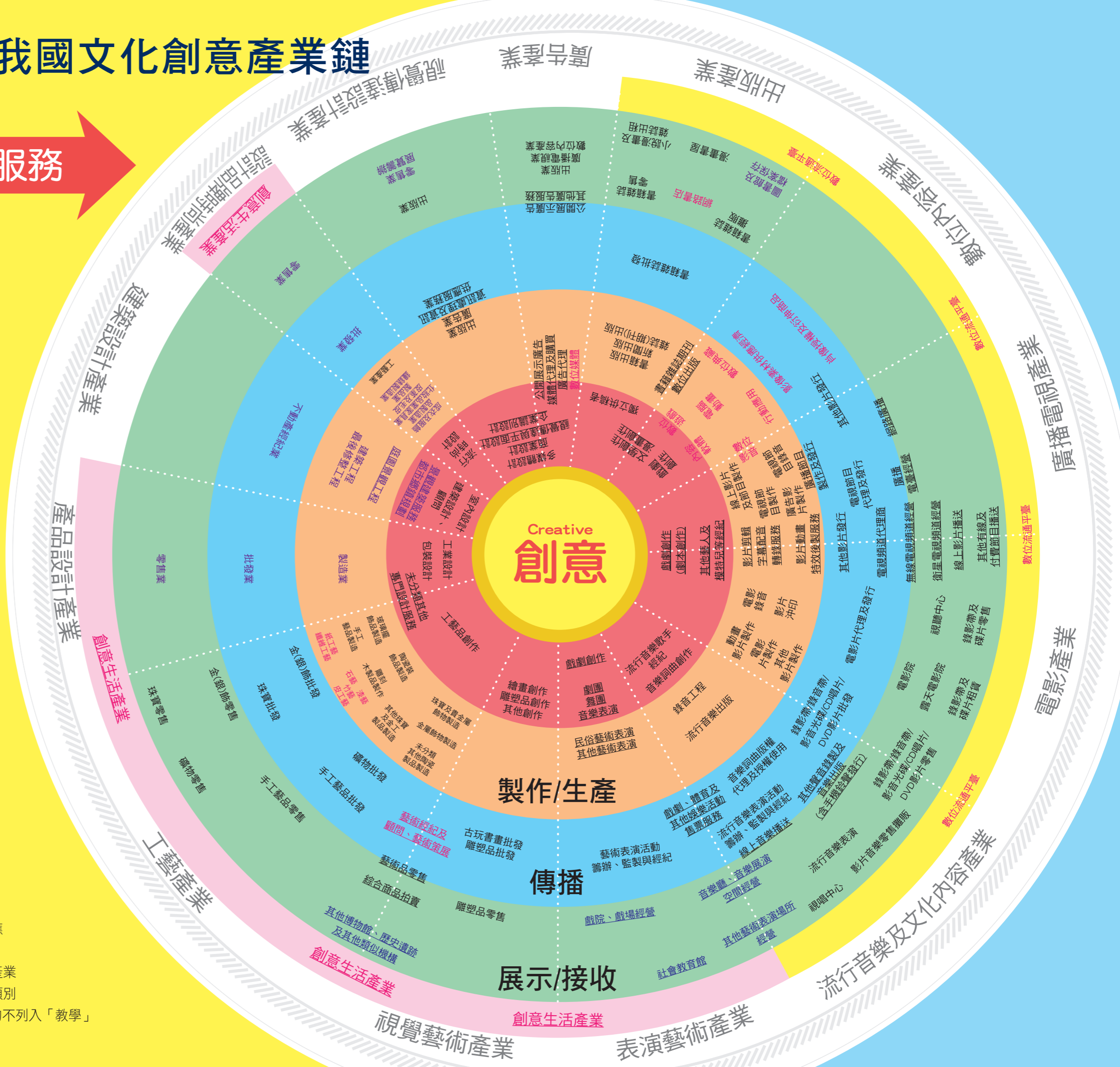
## 創意生活產業

- 觀光旅遊

### 註解：

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

為求版面清晰簡潔，本產業關聯繪製與支援服務均不列入「教學」





天  
地  
人  
道  
一  
理



2016北海岸音樂季開幕活動（新北市政府文化局圖片提供）

## 第一篇

# 文創產業發展總論

第一章、臺灣文創產業發展現況與趨勢

第二章、我國文創產業發展政策現況與未來方向

# 第一章 臺灣文創產業發展 現況與趨勢

## 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年制定並頒布《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+1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之附表2。

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，2017年8月。

文創產業雖然根據文創法區分為15+1項次產業，並分屬相關部會掌理。但因文創產業性質特殊，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。本年報第二篇從文化循環的概念描繪個別產業，不過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。如拉頁「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」所呈現，各產業中，除涵蓋原即隸屬之相關次產業外，另有部分次產業間互依共生，難以單獨切割開來。舉例來說，視覺藝術產業及工藝產業於傳播端，皆需藉由藝術經紀及顧問、藝術策展來拓展及推廣；而電影產業及廣播電視產業亦有類似情形，如創意端劇本創作、製作生產端的影片剪輯、字幕、配音、傳播端無線及衛星電視頻道經營，乃至於展示接收端的線上影片播送等，皆難以單獨切割，歸屬單一產業。本年報各次產業的範疇在互斥而周延下定義所屬稅務行業標準分類類別，然各類別中如拉頁互有共通無法明確分割者，均於個別次產業的統計中說明，也可透過拉頁的總體視角，觀察文創產業間的跨業互動。

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（2011年至2016年）的資料來呈現文化創意產業及相關次產業之趨勢變化。但因部分產業範疇過往一直未能以財政部稅務行業標準分類進行統計，為健全文創產業統計並完整呈現整體發展圖像，本年度延續上期年報增加創意生活產業、公立文化設施及數位平臺之統計。其中，創意生活產業採用經濟部提供獲選之創意生活廠商名單、數位平臺採計係以提供文創產業商品及服務傳播為主要業務之平臺名單，利用上述廠商名單撈取營業稅統計資料後，扣除原已納入個別文創次產業的部分後分別計入創意生活產業（詳見附錄一）、廣播電視產業（詳見表2-20註5）與流行音樂及文化內容產業（詳見表2-26註5），公立文化設施則透過本案問卷調查個別機構之歲入、歲出情形後推估（詳見附錄一之附表1）。

表1—2 文化創意產業家數及營業額

（單位：家、新臺幣千元、百分比）

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
家數	60,940	61,406	61,787	62,125	62,886	63,339
成長率		0.76%	0.62%	0.55%	1.22%	0.72%
營業額	817,062,148	793,278,438	813,389,877	831,998,687	835,836,305	807,249,241
成長率		-2.91%	2.54%	2.29%	0.46%	-3.42%

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

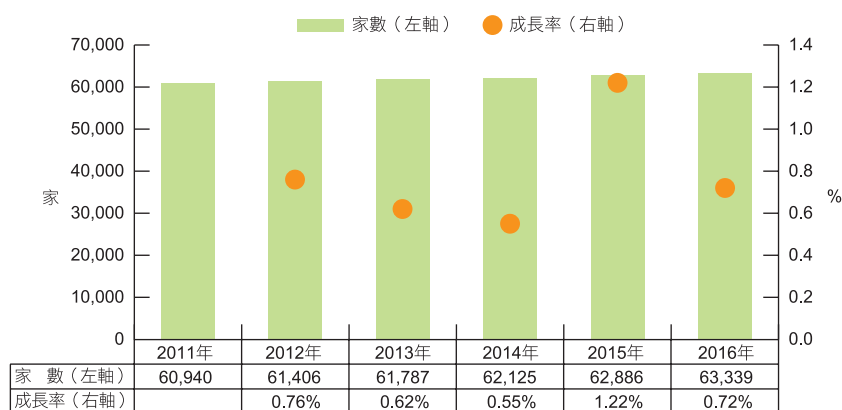
根據財政資訊中心數據（如表1-2），2016年臺灣文化創意產業總家數為63,339家，較2015年成長0.72%，其中視覺傳達設計產業持續前兩年的成長態勢，為整體文創產業中成長幅度最高的16.41%，設計品牌時尚產業以10.65%成長率居次；而廠商家數衰退最多者為數位內容產業，衰退幅度為6.27%。若從數位內容次產業觀察，以上網專門店、入口網站經營及電動玩具製造業廠商家數分別衰退14.49%、6.94%、6.90%最多，這些數位內容次產業主要受手機遊戲的應用增加，影響消費者在機臺遊戲、電腦遊戲的內容體驗，社群媒體的興起，也取代入口網站的部分功能（詳見附錄二），然而根據數位內容產業定義與範疇，很多存在於廣播電視、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。不過由於此處數位內容產業相關行業別尚未涵蓋上述文創產業數位化的部分，也未收錄如擴增實境（Augmented Reality, AR）、虛擬實境（Virtual Reality, VR）等新興數位發展應用之相關行業，因此可能有低估的情況，影響其趨勢判讀。



營業表現方面，2012年因歐債風暴的衝擊致國內外景氣呈現衰退後，文創產業營業額呈現一路復甦，2016年因全球經濟成長表現不佳，根據國際貨幣基金組織（IMF）數據，2016年先進國家經濟只成長1.6%，顯著低於2015年的2.1%，並創2009年金融海嘯時代的新低，主因全球貿易停滯、國際政治不確定性升高以及投資疲弱，因此影響2016年文創產業整體營業表現，較2015年衰退3.42%，營業額為新臺幣8,072.5億元（如圖1-2）。

圖1-1 2011~2016年臺灣文化創意產業家數概況

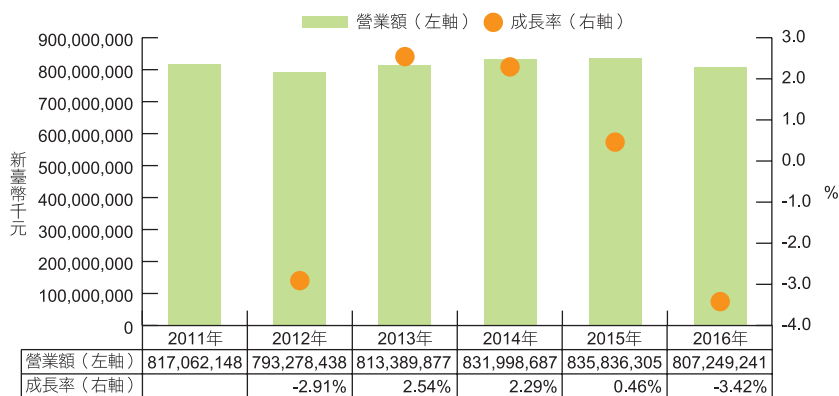
(單位：家、百分比)



資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2017年8月。

圖1-2 2011~2016年臺灣文化創意產業營業額概況

(單位：新臺幣千元、百分比)



資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2017年8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<sup>1</sup>（Gross Domestic Product, GDP）比較部分，2016年我國名目國內生產毛額成長2.15%，創下2011年以來的新低，文化創意產業易受景氣波動的特性，GDP雖成長，但因成長率減緩，致使文創產業總營業額衰退，且占名目國內生產毛額之比重從2015年4.99%下滑至2016年4.72%（如表1-5）。

1 根據行政院主計總處定義，國內生產毛額（Gross Domestic Product, GDP）為在本國疆域以內所有生產機構或單位之生產成果，不論這些生產者係本國人或外國人所經營者。

過去幾年我國GDP的主要成長動能來自於商品及服務淨輸出（如表1-3），但2016年商品及服務淨輸出反呈衰退現象。GDP主要結構之民間消費在2016年成長3.06%，優於GDP成長率，但根據主計總處家庭收支調查，我國家庭在休閒、文化及教育消費金額以及占家庭總消費支出比重自金融海嘯後仍呈現逐年下滑（如表1-4），因此民間消費雖呈成長但並無挹注文創產業營業額成長動能。整體而言，文創產業營業額占GDP比重近年呈現下滑態勢，主因民間消費表現在2016年雖有反轉，但休閒、文化及教育支出在經濟情況影響消費信心下仍為保守，持續減少。

表1—3 2009~2016年臺灣名目國內生產毛額概況

（單位：新臺幣億元、百分比）

年度	民間消費A	政府消費B	固定資本形C	存貨變動D	商品及服務淨輸出E	GDP=A+B+C+D+E
2009年	71,755.11	20,557.21	27,617.37	-1,814.88	115.02	129,616.56
2010年	74,976.82	20,987.17	33,358.81	1,887.64	99.82	141,192.13
2011年	77,989.76	21,675.95	33,469.45	359.21	96.28	143,122.00
2012年	80,351.05	22,542.82	32,821.31	220.29	109.34	146,869.17
2013年	82,483.85	22,426.37	33,787.31	-185.35	137.95	152,307.39
2014年	85,887.41	23,427.54	34,938.34	273.23	165.92	161,118.67
2015年	87,607.45	23,417.51	34,928.47	153.03	214.84	167,590.16
2016年	90,287.05	24,457.45	35,834.36	-164.35	207.72	171,186.94
各期成長率	民間消費A	政府消費B	固定資本形C	存貨變動D	商品及服務淨輸出E	GDP=A+B+C+D+E
2009年	-1.17%	3.24%	-9.32%	-205.77%	68.51%	-1.44%
2010年	4.49%	2.09%	20.79%	-204.01%	-13.22%	8.93%
2011年	4.02%	3.28%	0.33%	-80.97%	-3.55%	1.37%
2012年	3.03%	4.00%	-1.94%	-38.67%	13.57%	2.62%
2013年	2.65%	-0.52%	2.94%	-184.14%	26.17%	3.70%
2014年	4.13%	4.46%	3.41%	-247.41%	20.27%	5.79%
2015年	2.00%	-0.04%	-0.03%	-43.99%	29.48%	4.02%
2016年	3.06%	4.44%	2.59%	-207.40%	-3.31%	2.15%

資料來源：行政院主計總處，本年報整理，2017年8月。

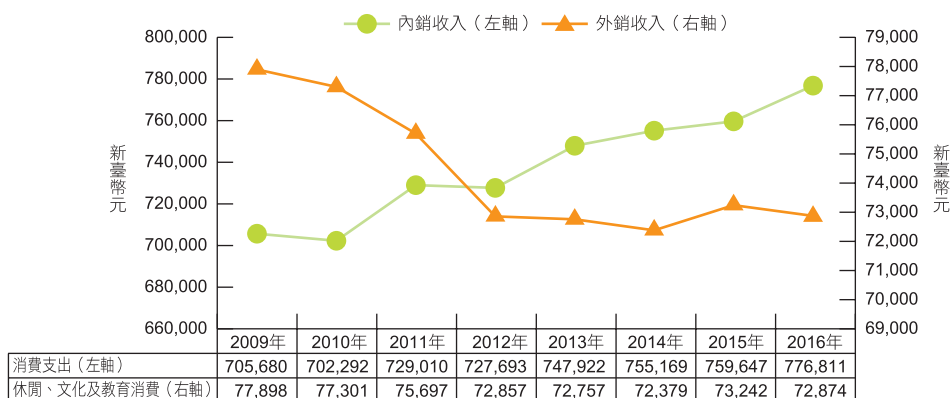
表1—4 2009~2016年臺灣家庭收支調查概況

（單位：百分比）

年度	食品飲料及菸草	衣著鞋襪類	住宅服務水電瓦斯及其他燃料	家具設備及家務服務	醫療保健	運輸交通及通訊	休閒、文化及教育消費	餐廳及旅館	什項消費
2009	16.68%	3.19%	24.30%	2.53%	14.45%	12.73%	11.04%	9.37%	5.71%
2010	16.64%	3.23%	24.57%	2.48%	14.39%	12.52%	11.01%	9.71%	5.45%
2011	16.22%	3.10%	24.39%	2.49%	14.62%	13.00%	10.39%	10.16%	5.63%
2012	16.54%	3.03%	24.36%	2.50%	14.55%	13.02%	10.01%	10.58%	5.41%
2013	16.30%	2.98%	24.27%	2.46%	14.67%	13.37%	9.73%	10.57%	5.65%
2014	15.87%	3.02%	24.46%	2.44%	14.87%	13.12%	9.58%	11.08%	5.55%
2015	15.88%	2.96%	24.64%	2.45%	15.05%	12.67%	9.64%	11.27%	5.46%
2016	15.76%	2.95%	24.22%	2.43%	15.33%	12.65%	9.38%	11.83%	5.45%

資料來源：行政院主計總處家庭收支調查，本年報整理，2017年8月。

圖1-3 2009~2016年臺灣家庭平均每戶每年休閒、文化及教育消費概況



資料來源：行政院主計總處家庭收支調查，本年報整理，2017年8月。

由於文創產業發展特性日趨複合且多元，年報使用之財稅資料對於文創產業整體發展，礙於統計特性明顯低估，尤其是數位化服務多數未能納入本年報統計。文創產業包含許多B to C的類型，如出版、影音等，在數位化趨勢下，不但透過電子商務形式消費，如網路書店、網路影音商城，消費者更進一步轉趨利用數位載具閱讀、收視／收聽等。然而這些服務商多是由原電子商務或電信業者跨足，其主要行業分類歸屬並不屬於文創產業，且不論是單一業者或行業分類均難以拆分本業與跨足文創的部分，目前統計上之限制致使現行年報所包含的文創產業下游通路多仍為傳統實體的形式，本年度編印雖已嘗試加入部分數位平臺之估算<sup>2</sup>，在數位科技多元應用發展下，仍難全面進行統計，如工藝產業與設計產業的電子商務平臺近年發展十分活絡，數家主要工藝電商平臺2016年的營業表現達新臺幣876億元，但因部分業務與設計產業實難切割，加上本案設計產業僅計算設計服務，未包含下端零售，故工藝與設計電商雖仍屬文創產業價值鏈的一環，但目前統計機制很難拆分並計入個別文創產業，故本年報對於未來性發展的範疇掌握度有限，使整體文創產業在現行統計的限制下，成長表現較為保守。

表1-5 2011~2016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)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
文化創意產業營業額	8,170.62	7,932.78	8,133.90	8,319.99	8,358.36	8,072.49
名目國內生產毛額(GDP)	143,122.00	146,869.17	152,307.39	161,118.67	167,590.16	171,186.94
名目國內生產毛額成長率	1.37%	2.62%	3.70%	5.79%	4.02%	2.15%
文創產業營業額占GDP比重	5.71%	5.40%	5.34%	5.16%	4.99%	4.72%

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，2017年8月。

若從內外銷角度來看(如圖1-4)，我國文化創意產業營業額主要來自於內銷收入，2016年占總營業額的88.53%，因此整體走勢與營業額相同，2016年內銷收入衰退4.36%，係受到經濟成長減緩、家庭在休閒、文化及教育支出減少所影響。

雖然國際景氣降溫，但2016年文創產業外銷收入較2015年逆勢成長4.51%，其中以文化資產應用及展演設施產業成長177.90%幅度最高，該業外銷規模不高，本年度增加500多萬元的外銷金額，呈現倍數成長，

2 計算基準請參閱編輯說明。

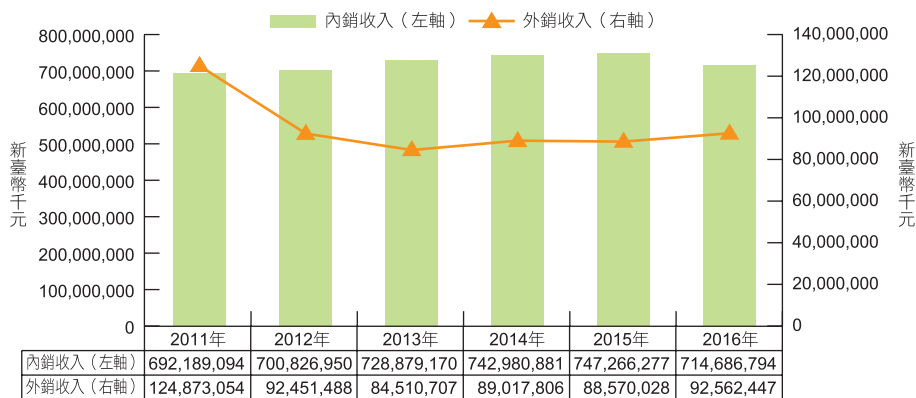
主因亞洲藝術授權業務起步迅速，本業公立設施也積極將臺灣數位典藏資源推向國際市場。其他外銷成長的次產業包含：

- 建築設計產業（69.41%）——建築設計產業的外銷表現取決於業者接單情形，因此波動較大。2016年中國大陸以政策推動基礎設施、新型城鎮之城鎮特色及改善住宅空間與生活品質發展，其建築產業帶動我國建築設計業者外銷表現；
- 視覺傳達設計產業（58.33%）——在數位科技的發展下，視覺傳達設計結合新興多媒體設計，新增產業需求，包含擴增實境、虛擬實境等應用；
- 流行音樂及文化內容產業（45.32%）——2016年我國許多知名歌手發行新專輯，帶動海外巡演、宣傳活動以及實體與線上串流平臺等海外銷售；
- 音樂及表演藝術產業（44.76%）——我國舞臺搭建、架設的技術與品質良好，部分業者承接海外演出活動之訂單，加上國內部分表演藝術團體海外市場巡演，因此使外銷收入增加；

而衰退幅度較大的產業為電影產業（-38.86%），其次為設計品牌時尚產業（-24.32%）及視覺藝術產業（-21.50%）（詳見附錄二）。電影產業因2016年國片國內票房表現低迷影響海外銷售，設計品牌時尚及視覺藝術產業則與全球景氣下滑有關。

圖1-4 2011~2016年文化創意產業之內外銷概況

（單位：新臺幣千元）



資料來源：財政部財政資訊中心資料，本年報整理，2017年8月。

## 二、各次產業概況

有鑑於過去依稅務行業標準分類未能納入部分產業之統計，為健全文創產業發展圖像，本年度年報新增創意生活產業、公立文化設施及數位平臺之統計，相關統計方法詳見編輯說明。

### （一）家數概況

2016年臺灣文創各產業中，廠商家數前5名依序為：廣告產業（14,577家）、工藝產業（12,840家）、出版產業（8,254家）、數位內容產業（5,170家）以及流行音樂及文化內容產業（3,866家）。2016年廠商家數成長率前5名則依序為：視覺傳達設計產業（16.41%）、設計品牌時尚（10.65%）、音樂及表演藝術

術產業（7.86%）、電影產業（6.31%）與產品設計產業（6.28%）。由於國內設計相關科系數量眾多，相關設計工作室數量每年增加，加上數位科技發達，多媒體設計領域亦相當活絡；廠商家數呈現衰退者分別為工藝產業（-0.69%）、出版產業（-1.49%）、流行音樂及文化內容產業（-1.90%）與數位內容產業（-6.27%）（如表1-6），其中衰退幅度較大的數位內容，主要受手機遊戲的應用增加，影響消費者在機臺遊戲、電腦遊戲的內容體驗，社群媒體的興起，也取代入口網站的部分功能（詳見附錄二），然而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，未被計入本年報的數位內容產業，故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，也未收錄如擴增實境（Augmented Reality, AR）、虛擬實境（Virtual Reality, VR）等新興數位發展應用之相關行業，因此可能有低估的情況，影響其趨勢判讀。

表1—6 2011~2016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）

次產業	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2016年占比	CAGR	
視覺藝術產業	家數	2,514	2,521	2,514	2,512	2,530	2,553	4.03%	0.31%
	成長率		0.28%	-0.28%	-0.08%	0.72%	0.91%		
音樂及表演藝術產業	家數	2,156	2,383	2,715	3,059	3,410	3,678	5.81%	11.27%
	成長率		10.53%	13.93%	12.67%	11.47%	7.86%		
文化資產應用及展演設施產業	家數	83	103	123	154	183	191	0.30%	18.14%
	成長率		24.10%	19.42%	25.20%	18.83%	4.37%		
工藝產業	家數	12,702	12,838	12,808	12,780	12,929	12,840	20.27%	0.22%
	成長率		1.07%	-0.23%	-0.22%	1.17%	-0.69%		
電影產業	家數	1,809	1,780	1,783	1,744	1,776	1,888	2.98%	0.86%
	成長率		-1.60%	0.17%	-2.19%	1.83%	6.31%		
廣播與電視產業	家數	1,770	1,795	1,823	1,826	1,831	1,855	2.93%	0.94%
	成長率		1.41%	1.56%	0.16%	0.27%	1.31%		
出版產業	家數	9,144	9,078	8,880	8,638	8,379	8,254	13.03%	-2.03%
	成長率		-0.72%	-2.18%	-2.73%	-3.00%	-1.49%		
流行音樂與文化內容產業	家數	4,358	4,233	4,083	3,981	3,941	3,866	6.10%	-2.37%
	成長率		-2.87%	-3.54%	-2.50%	-1.00%	-1.90%		
廣告產業	家數	13,229	13,547	13,901	14,209	14,454	14,577	23.01%	1.96%
	成長率		2.40%	2.61%	2.22%	1.72%	0.85%		
產品設計產業	家數	2,594	2,782	2,847	2,984	3,123	3,319	5.24%	5.05%
	成長率		7.25%	2.34%	4.81%	4.66%	6.28%		
視覺傳達設計產業	家數	391	438	656	820	1,042	1,213	1.92%	25.41%
	成長率		12.02%	49.77%	25.00%	27.07%	16.41%		
設計品牌時尚產業	家數	127	150	179	192	216	239	0.38%	13.48%
	成長率		18.11%	19.33%	7.26%	12.50%	10.65%		
建築設計產業	家數	2,630	2,791	2,933	3,157	3,414	3,556	5.61%	6.22%
	成長率		6.12%	5.09%	7.64%	8.14%	4.16%		
數位內容產業	家數	7,302	6,832	6,403	5,928	5,516	5,170	8.16%	-6.67%
	成長率		-6.44%	-6.28%	-7.42%	-6.95%	-6.27%		
創意生活產業	家數	131	135	139	141	142	140	0.22%	1.34%
	成長率		3.05%	2.96%	1.44%	0.71%	-1.41%		
整體	家數	60,940	61,406	61,787	62,125	62,886	63,339	100.00%	0.78%
	成長率		0.76%	0.62%	0.55%	1.22%	0.72%		

註：1.年複合成長率（Compound Annual Growth Rate, CAGR），統計年度為2011年至2016年。

2.本年報經經濟部工業局取得創意生活產業廠商家數名單與統一編號，經加總撈取營業額後並扣除與本年報其他文創產業有重複計算之處。因創意生活產業在經濟部輔導認定的基礎係以個別廠商之個別營業據點為主，與本年報編印原則不同（一個統一編號視為一家），因此家數資料的計算基礎不同。

3. 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。
4. 本年報加入部分文創產業OTT線上影音業者（為免重複計算，僅計入稅務分類不屬於文創產業範疇的業者），分別計入廣播電視產業與流行音樂產業。數位平臺加入的基準以該平臺主要業務為提供文創產業商品及服務傳播，大型電信業者由於各業務營收比重難以拆分，本案根據相關用戶數及收費標準推估，並納入中華電信年報所公布之MOD經營數據。

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2017年8月。

## （二）營業額概況

在各次產業營業額中（如表1-7），最高的前5名依序為：廣播電視產業（新臺幣1,581億元）、廣告產業（新臺幣1,455億元）、工藝產業（新臺幣1,026億元）、出版產業（新臺幣1,016億元）以及數位內容產業（新臺幣843億元）。營業額成長率前5名則依序為：視覺傳達設計產業（18.99%）、設計品牌時尚產業（9.20%）、創意生活產業（5.38%）、文化資產應用及展演設施產業（4.28%）以及流行音樂及文化內容產業（3.97%）。2016年營業額及家數同步出現高度成長的產業為視覺傳達設計產業及設計品牌時尚產業。視覺傳達設計結合多媒體用於博物館、商業特展、市場行銷、戶外媒體、主題樂園等多元用途，帶動成長動能，加上政策鼓勵新創產業，也促使各行各業的創業者對商業設計的需求；而近期自創品牌風格興起，許多設計師形成自我品牌，推升了設計品牌時尚產業。

2016年營業額呈現衰退的產業中，以工藝產業下滑14.43%最高，占整體文創產業營業額減少的60.51%，且衰退主因來自內需市場，主要係受到國內經濟景氣衝擊國內相關支出，以及來臺旅客的消費金額受到國際經濟降溫減少。另外，本年報以標準行業分類為依據，資料計算範圍除了工藝品尚涵蓋了部分大量生產的工業品，易受到生產基地外移影響國內營業額。其餘營業額下滑的產業包含：

- 電影產業——因2016年國片票房減少，影響產業鏈各環節分潤結果，使其營業額衰退9.01%；
- 音樂及表演藝術產業——受2016年休閒、文化及教育支出持續減少的情況下，影響消費意願；
- 產品設計產業——因多數品牌廠商逐漸成立內部設計部門，委外需求減少；
- 廣播電視產業——受到電視廣告投放量減少、有線電視收視戶飽和但新平臺營收模式尚未成熟，使營業額呈下滑趨勢；
- 出版產業——數位時代下，包含消費者閱讀習慣的改變，使業者獲利模式逐漸多元、分散，無法透過本年報的行業分類逐一計算，較難忠實呈現營業額發展概況；
- 建築設計產業——受到國內房地產市場冷清的影響；
- 數位內容產業——玩家由PC端轉往手機遊戲並降低消費，國內設計之新遊戲上市數量則有減少或延後推出的現象。

從營業額占比觀察，營業額最高之前兩大產業，廣播電視產業及廣告產業營業額合計占整體文化創意產業的37.61%；營業額最小之三個產業（設計品牌時尚產業0.06%、文化資產應用及展演設施產業0.21%、視覺傳達設計產業0.36%）之營業額總合僅占整體文創產業營業額0.63%，意謂文創產業的產業經濟規模差異大。

表1—7 2011~2016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)

次產業	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2016年占比	CAGR	
視覺藝術產業	營業額	4,643,490	5,784,769	6,179,811	6,557,169	5,581,277	5,594,193	0.69%	3.80%
	成長率		24.58%	6.83%	6.11%	-14.88%	0.23%		
音樂及表演藝術產業	營業額	11,271,749	12,578,676	14,661,693	15,754,458	19,668,388	18,143,819	2.25%	9.99%
	成長率		11.59%	16.56%	7.45%	24.84%	-7.75%		
文化資產應用及展演設施產業	營業額	1,187,289	1,026,088	949,121	1,351,939	1,661,002	1,732,161	0.21%	7.85%
	成長率		-13.58%	-7.50%	42.44%	22.86%	4.28%		
工藝產業	營業額	151,976,224	117,881,869	111,420,665	122,845,129	119,865,835	102,566,895	12.71%	-7.56%
	成長率		-22.43%	-5.48%	10.25%	-2.43%	-14.43%		
電影產業	營業額	26,083,188	26,080,175	27,174,431	28,239,156	30,502,123	27,754,793	3.44%	1.25%
	成長率		-0.01%	4.20%	3.92%	8.01%	-9.01%		
廣播與電視產業	營業額	139,213,259	141,319,203	147,743,710	151,228,907	160,908,259	158,069,959	19.58%	2.57%
	成長率		1.51%	4.55%	2.36%	6.40%	-1.76%		
出版產業	營業額	112,560,433	113,349,694	107,177,338	105,310,852	103,071,011	101,610,717	12.59%	-2.03%
	成長率		0.70%	-5.45%	-1.74%	-2.13%	-1.42%		
流行音樂與文化內容產業	營業額	30,922,028	30,558,750	29,805,719	29,752,164	28,921,705	30,070,464	3.73%	-0.56%
	成長率		-1.17%	-2.46%	-0.18%	-2.79%	3.97%		
廣告產業	營業額	145,306,804	146,307,128	161,986,444	155,849,073	147,708,099	145,524,712	18.03%	0.03%
	成長率		0.69%	10.72%	-3.79%	-5.22%	-1.48%		
產品設計產業	營業額	55,370,916	54,726,655	58,419,303	59,771,441	60,563,698	57,330,960	7.10%	0.70%
	成長率		-1.16%	6.75%	2.31%	1.33%	-5.34%		
視覺傳達設計產業	營業額	2,717,670	1,673,212	1,720,253	1,983,411	2,436,554	2,899,264	0.36%	1.30%
	成長率		-38.43%	2.81%	15.30%	22.85%	18.99%		
設計品牌時尚產業	營業額	270,649	302,106	357,462	447,429	457,861	499,979	0.06%	13.06%
	成長率		11.62%	18.32%	25.17%	2.33%	9.20%		
建築設計產業	營業額	27,609,046	28,194,621	29,528,490	34,854,915	33,586,084	33,477,217	4.15%	3.93%
	成長率		2.12%	4.73%	18.04%	-3.64%	-0.32%		
數位內容產業	營業額	75,058,703	78,391,921	81,497,720	81,459,145	85,123,616	84,267,508	10.44%	2.34%
	成長率		4.44%	3.96%	-0.05%	4.50%	-1.01%		
創意生活產業	營業額	32,870,700	35,103,570	34,767,716	36,593,500	35,780,796	37,706,601	4.67%	2.78%
	成長率		6.79%	-0.96%	5.25%	-2.22%	5.38%		
整體	營業額	817,062,148	793,278,438	813,389,877	831,998,687	835,836,305	807,249,241	100.00%	1.01%
	成長率		-2.91%	2.54%	2.29%	0.46%	-3.42%		

註：1.年複合成長率（Compound Annual Growth Rate，CAGR），統計年度為2011年至2016年。

2.本年報經洽經濟部工業局取得創意生活產業廠商名單與統一編號，經加總撈取營業額後並扣除與本年報其他文創產業有重複計算之處。因創意生活產業在經濟部輔導認定的基礎係以個別廠商之個別營業據點為主，與本年報編印原則不同，本年報包含該統一編號下所有營業資料，因此可能產生創意生活經營型態雖屬於產業轉型調整的重要加值方向，但整體營業表現仍受本業經營所影響。

3.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。

4.本年報加入部分文創產業之數位影音服務平臺業者（為免重複計算，僅計入稅務分類不屬於文創產業範疇的業者），分別計入廣播電視產業與流行音樂產業。數位平臺加入的基準以該平臺主要業務為提供文創產業商品及服務傳播，大型電信業者由於各業務營收比重難以拆分，本案根據相關用戶數及收費標準推估，並納入中華電信年報所公布之MOD經營數據。

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2017年8月。

### （三）內外銷概況

從臺灣文創產業營業額的分析顯示（如表1-8），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11.47%，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（58.70%）、創意生活產業（27.19%）、數位內容產業（25.62%）、工藝產業（14.25%）。

表1-8 2016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）

次產業	營業額	外銷	內銷	外銷比率
視覺藝術產業	5,594,193	161,597	5,432,596	2.89%
音樂及表演藝術產業	18,143,819	684,229	17,459,589	3.77%
文化資產應用及展演設施產業	1,732,161	8,981	1,723,181	0.52%
工藝產業	102,566,895	14,611,263	87,955,633	14.25%
電影產業	27,754,793	639,938	27,114,856	2.31%
廣播與電視產業	158,069,959	2,882,342	155,187,617	1.82%
出版產業	101,610,717	3,356,338	98,254,379	3.30%
流行音樂與文化內容產業	30,070,464	2,269,468	27,800,996	7.55%
廣告產業	145,524,712	1,545,528	143,979,184	1.06%
產品設計產業	57,330,960	33,650,830	23,680,130	58.70%
視覺傳達設計產業	2,899,264	228,303	2,670,961	7.87%
設計品牌時尚產業	499,979	9,110	490,868	1.82%
建築設計產業	33,477,217	673,028	32,804,189	2.01%
數位內容產業	84,267,508	21,589,562	62,677,946	25.62%
創意生活產業	37,706,601	10,251,930	27,454,670	27.19%
整體	807,249,241	92,562,447	714,686,794	11.47%

資料來源：財政部財政資訊中心資料，本年報整理，2017年8月。

### （四）平均每廠商營業額概況

從臺灣文創產業平均每廠商營業額角度分析（如表1-9），就整體產業觀察，在廠商家數成長幅度大於營業額成長幅度的情況下，使2016年平均每廠商營業額較2015年度下滑4.11%，平均每廠商營業額為新臺幣1,275萬元。

就次產業角度來看，平均每廠商營業額最高的前5名大致上以媒體產業為主，依序為：創意生活產業、廣播電視產業、產品設計產業、數位內容產業及電影產業，其中創意生活及廣播電視產業平均每廠商營業額分別達到新臺幣26,933萬元及8,521萬元。而較低者為設計品牌時尚產業，平均每廠商營業額為新臺幣209萬元，與創意生活相差超過129倍，而次低為視覺藝術產業，平均每廠商營業額為新臺幣219萬元，顯示臺灣文創產業營收規模差異大，其主因主要來自於資金進入門檻的不同，如廣播電視產業中，廣電三法的《廣播電視法》、《有線廣播電視法》及《衛星廣播電視法》等，皆針對相關所屬行業包含無線電視、衛星電視、有線電視系統業、廣播電臺等設有資本額限制，再加上本年度新增計入的線上影片播送業者許多由電信業者跨足，故資本規模較大。

另一方面，以次產業平均規模成長率來看，2016年平均每廠商營業額成長最高為創意生活產業，成長率為6.89%，其次為流行音樂及文化內容產業與數位內容產業，成長率分別為5.99%及5.62%；平均規模下降最多的是音樂及表演藝術產業（-14.47%）與電影產業（-14.40%），其中音樂及表演藝術產業由於營業



額衰退，但廠商家數增加的情況下，導致平均每廠商營業額大幅下滑；而電影產業則在廠商家數大幅增加、而營業額衰退的相互消長下，使平均每廠商營業額減少；工藝產業廠商家數減少，但因營業額也衰退，使平均每廠商營業額下滑衰退。

表1—9 2011~2016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)

次產業		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
視覺藝術產業	平均營業額	1,847	2,295	2,458	2,610	2,206	2,191
	成長率		24.23%	7.13%	6.19%	-15.49%	-0.67%
音樂及表演藝術產業	平均營業額	5,228	5,279	5,400	5,150	5,768	4,933
	成長率		0.96%	2.31%	-4.63%	11.99%	-14.47%
文化資產應用及展演設施產業	平均營業額	14,305	9,962	7,716	8,779	9,077	9,069
	成長率		-30.36%	-22.54%	13.77%	3.39%	-0.08%
工藝產業	平均營業額	11,965	9,182	8,699	9,612	9,271	7,988
	成長率		-23.26%	-5.26%	10.50%	-3.55%	-13.84%
電影產業	平均營業額	14,419	14,652	15,241	16,192	17,175	14,701
	成長率		1.62%	4.02%	6.24%	6.07%	-14.40%
廣播與電視產業	平均營業額	78,652	78,729	81,044	82,820	87,880	85,213
	成長率		0.10%	2.94%	2.19%	6.11%	-3.03%
出版產業	平均營業額	12,310	12,486	12,070	12,192	12,301	12,310
	成長率		1.43%	-3.34%	1.01%	0.90%	0.08%
流行音樂與文化內容產業	平均營業額	7,095	7,219	7,300	7,474	7,339	7,778
	成長率		1.74%	1.12%	2.38%	-1.80%	5.99%
廣告產業	平均營業額	10,984	10,800	11,653	10,968	10,219	9,983
	成長率		-1.68%	7.90%	-5.87%	-6.83%	-2.31%
產品設計產業	平均營業額	21,346	19,672	20,520	20,031	19,393	17,274
	成長率		-7.84%	4.31%	-2.38%	-3.18%	-10.93%
視覺傳達設計產業	平均營業額	6,951	3,820	2,622	2,419	2,338	2,390
	成長率		-45.04%	-31.35%	-7.76%	-3.33%	2.22%
設計品牌時尚產業	平均營業額	2,131	2,014	1,997	2,330	2,120	2,092
	成長率		-5.49%	-0.85%	16.69%	-9.04%	-1.31%
建築設計產業	平均營業額	10,498	10,102	10,068	11,041	9,838	9,414
	成長率		-3.77%	-0.34%	9.66%	-10.89%	-4.30%
數位內容產業	平均營業額	10,279	11,474	12,728	13,741	15,432	16,299
	成長率		11.63%	10.93%	7.96%	12.30%	5.62%
創意生活產業	平均營業額	250,921	260,026	250,127	259,528	251,977	269,333
	成長率		3.63%	-3.81%	3.76%	-2.91%	6.89%
整體	平均營業額	13,408	12,919	13,164	13,392	13,291	12,745
	成長率		-3.65%	1.90%	1.73%	-0.75%	-4.11%

註：1.本年報經洽經濟部工業局取得創意生活產業廠商名單與統一編號，經加總撈取營業額後並扣除與本年報其他文創產業有重複計算之處。因創意生活產業在經濟部輔導認定的基礎係以個別廠商之個別營業據點為主，與本年報編印原則不同，故相關數據無法直接連結計畫推動效益。

2.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。

3.本年報加入部分文創產業之數位影音服務平臺業者（為免重複計算，僅計入稅務分類不屬於文創產業範疇的業者），分別計入廣播電視產業與流行音樂產業。數位平臺加入的基準以該平臺主要業務為提供文創產業商品及服務傳播，大型電信業者由於各業務營收比重難以拆分，本案根據相關用戶數及收費標準推估，並納入中華電信年報所公布之MOD經營數據。

資料來源：財政部財政資訊中心之資料，本年報整理，2017年8月。

### (五) 資本額結構概況

就資本額結構來觀察臺灣文化創意產業(如表1-10)，2016年文化創意產業資本規模500萬以下之文創廠商家數占比84.58%，顯示文創產業以微型企業為主。且由於資本進入門檻低，使近年微型企業占整體文創廠商比例逐年提升，由2011年84.19%成長至2016年84.58%。

微型企業之平均每廠商營業額方面，除2012年受全球景氣影響大幅衰退外，近年在景氣震盪、且經營環境日益競爭的趨勢下，平均每廠商營業額趨勢大幅波動，加上2016年受到整體經濟景況不佳的影響，微型企業營運更加艱辛，2016年平均每廠商營業額約新臺幣443.1萬元較2015年衰退8.05%。

表1—10 2011~2016年文化創意產業之資本額結構及成長率

(單位：新臺幣千元、百分比)

資本結構	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年		2016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	19,150	83,389,938	18,887	76,919,215	18,445	80,815,695	17,929	83,901,060	17,638	83,768,222	17,330	68,294,756
			-1.37%	-7.76%	-2.34%	5.07%	-2.80%	3.82%	-1.62%	-0.16%	-1.75%	-18.47%
0.1-1百萬元	19,758	47,506,450	20,088	50,902,926	20,615	55,188,235	21,080	56,135,338	21,729	57,503,821	22,180	59,711,301
			1.67%	7.15%	2.62%	8.42%	2.26%	1.72%	3.08%	2.44%	2.08%	3.84%
1-5百萬元	12,400	150,579,348	12,746	119,813,915	13,010	111,691,064	13,370	113,365,071	13,733	114,624,974	14,063	109,387,997
			2.79%	-20.43%	2.07%	-6.78%	2.77%	1.50%	2.72%	1.11%	2.40%	-4.57%
5-10百萬元	5,477	72,378,248	5,489	70,369,313	5,470	74,773,009	5,455	76,965,296	5,462	76,578,795	5,453	72,944,154
			0.22%	-2.78%	-0.35%	6.26%	-0.27%	2.93%	0.13%	-0.50%	-0.16%	-4.75%
10-20百萬元	2,104	62,142,800	2,125	61,122,575	2,145	63,519,787	2,170	66,176,639	2,186	64,033,840	2,181	59,176,322
			1.00%	-1.64%	0.94%	3.92%	1.17%	4.18%	0.74%	-3.24%	-0.23%	-7.59%
20-30百萬元	784	52,970,374	782	55,261,454	798	59,887,377	802	58,268,895	821	55,023,801	826	54,897,990
			-0.26%	4.33%	2.05%	8.37%	0.50%	-2.70%	2.37%	-5.57%	0.61%	-0.23%
30-40百萬元	209	19,627,675	213	20,730,824	220	21,948,367	225	22,244,889	221	22,051,117	219	21,067,003
			1.91%	5.62%	3.29%	5.87%	2.27%	1.35%	-1.78%	-0.87%	-0.90%	-4.46%
40-50百萬元	137	12,015,103	143	11,200,819	144	10,870,225	142	11,627,628	142	12,389,930	139	13,752,805
			4.38%	-6.78%	0.70%	-2.95%	-1.39%	6.97%	0.00%	6.56%	-2.11%	11.00%
50-60百萬元	154	11,698,093	159	12,576,235	160	10,813,088	162	11,652,160	163	10,369,104	161	10,519,457
			3.25%	7.51%	0.63%	-14.02%	1.25%	7.76%	0.62%	-11.01%	-1.23%	1.45%
60-80百萬元	157	28,205,816	158	28,803,428	163	29,134,818	165	27,200,782	160	26,225,412	161	24,005,722
			0.64%	2.12%	3.16%	1.15%	1.23%	-6.64%	-3.03%	-3.59%	0.63%	-8.46%
0.8-1億元	84	9,855,734	87	9,590,602	85	11,711,154	87	11,424,453	89	13,496,540	90	11,755,365
			3.57%	-2.69%	-2.30%	22.11%	2.35%	-2.45%	2.30%	18.14%	1.12%	-12.90%
1-2億元	202	53,799,897	202	61,383,888	201	57,919,228	205	59,820,454	208	59,642,356	204	60,400,989
			0.00%	14.10%	-0.50%	-5.64%	1.99%	3.28%	1.46%	-0.30%	-1.92%	1.27%
2億元以上	324	212,892,671	327	214,963,244	331	225,117,830	333	233,216,021	334	240,128,394	332	241,335,379
			0.92%	0.97%	1.22%	4.72%	0.60%	3.60%	0.00%	2.96%	-0.60%	0.50%

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

### (六) 經營年數概況

在文創廠商經營年數方面(如表1-11)，新設文創廠商家數(一年以下)占比約6.52%、未滿五年之文創廠商家數占比30.05%，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20年以上之平均每廠商營業額最高，約為新臺幣2,041萬元；最低則為新設文創廠商(一年以下)的新臺幣213萬

元，較2015年成長47.20%，顯示隨著文創產業發展環境逐漸完善，尤其是文化部近年輔導政策專注產業環境的整備，使新設文創廠商在相關輔導資源的挹注下，於創業初期的經營成效提高。

表1-11 2011~2016年文化創意產業之經營年數結構及成長率

(單位：新臺幣千元、百分比)

經營年數	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年		2016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	5,002	58,907,536	4,483	16,153,614	4,571	8,395,902	4,351	8,272,365	4,412	6,372,415	4,132	8,782,918
			-10.38%	-72.58%	1.96%	-48.02%	-4.81%	-1.47%	1.40%	-22.97%	-6.35%	37.83%
1-2年	4,736	26,312,936	4,809	29,482,016	4,453	26,508,177	4,506	22,868,850	4,331	19,653,775	4,376	15,425,921
			1.54%	12.04%	-7.40%	-10.09%	1.19%	-13.73%	-3.88%	-14.06%	1.04%	-21.51%
2-3年	4,106	23,372,784	4,067	30,294,254	4,067	23,395,092	3,820	26,691,852	3,919	21,176,029	3,690	18,279,170
			-0.95%	29.61%	0.00%	-22.77%	-6.07%	14.09%	2.59%	-20.66%	-5.84%	-13.68%
3-4年	3,106	22,852,204	3,679	27,135,449	3,583	32,578,583	3,603	22,337,402	3,430	25,893,721	3,552	20,520,816
			18.45%	18.74%	-2.61%	20.06%	0.56%	-31.44%	-4.80%	15.92%	3.56%	-20.75%
4-5年	3,216	24,167,503	2,880	23,288,612	3,409	25,628,107	3,322	34,598,452	3,403	23,912,048	3,283	24,369,402
			-10.45%	-3.64%	18.37%	10.05%	-2.55%	35.00%	2.44%	-30.89%	-3.53%	1.91%
5-10年	12,410	122,028,310	11,791	121,583,073	10,906	107,051,737	10,576	98,680,531	10,458	106,163,486	10,610	92,079,860
			-4.99%	-0.36%	-7.51%	-11.95%	-3.03%	-7.82%	-1.12%	7.58%	1.45%	-13.27%
10-20年	18,616	365,622,672	19,104	371,704,692	19,675	373,932,633	20,226	386,733,449	20,474	385,169,948	20,464	357,743,949
			2.62%	1.53%	2.99%	0.52%	2.80%	3.36%	1.22%	-0.39%	-0.05%	-7.13%
20年以上	9,748	173,798,202	10,593	173,636,730	11,123	215,899,646	11,721	231,815,785	12,459	247,494,882	13,232	270,047,205
			8.67%	-0.09%	5.00%	24.34%	5.38%	7.37%	6.30%	6.76%	6.20%	9.11%

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

### 三、各縣市概況

#### (一) 廠商家數

2016年臺灣文創產業廠商家數以六都直轄市最高(如表1-12)，依序為臺北市(18,654)、新北市(9,654)、臺中市(7,538)、高雄市(5,830)、臺南市(4,142)及桃園市(3,534)，而其廠商家數合計共占整體文創產業家數的77.92%，較2015年之占比增加0.32%。此外，六都直轄市廠商家數除桃園市及臺南市衰退外，其他皆成長。

六都直轄市之外的各縣市中，家數成長幅度最高者為嘉義市的1.57%，其次為基隆市(1.38%)、臺東縣(1.15%)、新竹縣(1.00%)等，相較上年度表現，2016年各縣市家數成長幅度趨緩，成長幅度皆未超過2%；而家數衰退者，則以連江縣下滑13.33%最多。

#### (二) 營業額

就營業額角度來看，同樣以六都直轄市最高，依序分別為臺北市、新北市、臺中市、高雄市、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86.94%。值得注意的是，2016年六都直轄市營業額皆呈衰退，占全國文創產業營業額比重下滑，由2011年89.39%下降至2016年86.94%，顯示六都直轄市的文創產業發展已外溢到其他區域，近年來其他縣市之文創相關政策推動成果也逐步發酵，文創產業營業額表現漸漸擴散至各地區。

六都直轄市之外的各縣市中，以宜蘭縣之文創產業營業額成長最高，為18.91%，其次則為新竹縣（14.26%）；而營業額衰退者，則以臺東縣及花蓮縣分別下滑34.74%、23.58%最多，主要來自工藝產業在臺東縣及花蓮縣的營業額分別減少46億元及20億元所致。

表1—12 2016年臺灣各縣市文化創意產業廠商家數及營業額

（單位：家、新臺幣千元）

縣市別	2016年家數	年成長率	2016年營業額	年成長率
臺北市	18,654	1.83%	452,972,743	-3.42%
新北市	9,654	1.24%	112,369,551	-3.68%
桃園市	3,534	-1.51%	29,652,264	-1.37%
臺中市	7,538	1.78%	43,272,626	-1.27%
臺南市	4,142	-0.53%	22,399,072	-9.27%
高雄市	5,830	0.81%	41,190,262	-8.85%
基隆市	659	1.38%	3,135,867	12.09%
新竹市	1,096	-1.70%	20,220,262	5.50%
新竹縣	911	1.00%	16,011,668	14.26%
苗栗縣	1,095	-0.45%	3,927,129	-1.96%
彰化縣	2,049	-0.63%	8,394,523	3.01%
南投縣	970	-1.22%	5,933,143	4.19%
雲林縣	973	-2.99%	3,691,378	-3.95%
嘉義市	840	1.57%	3,419,586	-6.74%
嘉義縣	560	-1.41%	2,791,032	-0.43%
屏東縣	1,563	-1.57%	4,661,015	-1.38%
宜蘭縣	1,032	0.68%	16,226,769	18.91%
花蓮縣	1,035	-2.73%	7,011,824	-23.58%
臺東縣	701	1.15%	8,724,302	-34.74%
金門縣	266	0.00%	717,164	-7.72%
澎湖縣	224	-3.03%	514,621	-7.62%
連江縣	13	-13.33%	12,440	-1.19%
合計	63,339	0.72%	807,249,241	-3.42%

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

### （三）人均營業額

從各縣市文創產業人均營業額觀察（如表1-13），2016年六都直轄市中，以臺北市人均營業額約新臺幣16.8萬最高，其餘則依序為新北市（2.82萬）、臺中市（1.56萬）、高雄市（1.48萬）、桃園市（1.38萬）及臺南市（1.19萬）。然而六都直轄市2016年人均營業額均呈衰退，主因文創產業家數持續增加但整體營業額下滑所致。

六都直轄市之外的各縣市文創產業人均營業額，以新竹市4.62萬最高，其次為臺東縣（3.95萬）、宜蘭縣（3.55萬）、新竹縣（2.93萬）等；而人均營業額較低者則依序為屏東縣（0.56萬）、嘉義縣（0.54萬）、雲林縣（0.53萬）、金門縣（0.53萬）、澎湖縣（0.5萬）及連江縣（0.1萬）。就人均營業額成長幅度來看，成長最多者為宜蘭縣19.06%，其次為新竹縣（13.12%）、基隆市（12.09%），漲幅皆超過10%。人均營業額呈現衰退者，則以臺東縣衰退34.25%為最高。

表1—13 2011~2016年臺灣各縣市文化創意產業人均營業額

(單位：新臺幣千元、百分比)

縣市別		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
臺北市	人均營業額	170.60	168.15	170.57	171.19	173.40	168.04
	成長率		-1.43%	1.44%	0.36%	1.29%	-3.09%
新北市	人均營業額	36.63	29.54	29.74	29.51	29.38	28.24
	成長率		-19.36%	0.70%	-0.80%	-0.43%	-3.88%
桃園市	人均營業額	14.68	14.28	15.51	15.79	14.28	13.81
	成長率		-2.77%	8.66%	1.75%	-9.55%	-3.30%
臺中市	人均營業額	16.25	15.96	16.52	16.90	15.97	15.64
	成長率		-1.79%	3.48%	2.33%	-5.52%	-2.09%
臺南市	人均營業額	13.17	12.80	12.99	12.83	13.09	11.88
	成長率		-2.85%	1.50%	-1.26%	2.09%	-9.29%
高雄市	人均營業額	13.35	14.21	15.54	16.67	16.26	14.82
	成長率		6.47%	9.37%	7.21%	-2.43%	-8.86%
基隆市	人均營業額	6.32	6.16	7.91	7.02	7.52	8.43
	成長率		-2.57%	28.37%	-11.26%	7.17%	12.09%
新竹市	人均營業額	42.93	41.31	41.73	41.56	44.16	46.23
	成長率		-3.79%	1.02%	-0.40%	6.24%	4.70%
新竹縣	人均營業額	25.19	26.00	24.48	25.61	25.85	29.25
	成長率		3.20%	-5.87%	4.62%	0.96%	13.12%
苗栗縣	人均營業額	7.07	6.98	6.98	7.10	7.10	7.02
	成長率		-1.29%	0.03%	1.67%	0.08%	-1.13%
彰化縣	人均營業額	6.25	6.33	6.04	6.51	6.32	6.52
	成長率		1.26%	-4.47%	7.69%	-2.87%	3.16%
南投縣	人均營業額	9.31	9.85	9.71	10.83	11.18	11.75
	成長率		5.85%	-1.45%	11.54%	3.21%	5.09%
雲林縣	人均營業額	5.14	5.10	4.99	5.04	5.49	5.31
	成長率		-0.85%	-2.26%	1.05%	9.04%	-3.29%
嘉義市	人均營業額	11.58	12.22	11.90	12.23	13.56	12.67
	成長率		5.46%	-2.57%	2.75%	10.88%	-6.57%
嘉義縣	人均營業額	4.68	4.68	4.70	5.11	5.39	5.42
	成長率		-0.01%	0.38%	8.68%	5.61%	0.44%
屏東縣	人均營業額	4.97	5.06	5.46	5.50	5.62	5.58
	成長率		1.91%	7.86%	0.72%	2.16%	-0.74%
宜蘭縣	人均營業額	28.77	32.28	30.68	32.61	29.79	35.47
	成長率		12.20%	-4.94%	6.29%	-8.67%	19.06%
花蓮縣	人均營業額	15.74	18.99	20.96	27.51	27.64	21.19
	成長率		20.68%	10.34%	31.28%	0.47%	-23.34%
臺東縣	人均營業額	13.62	23.14	30.67	51.75	60.09	39.51
	成長率		69.81%	32.55%	68.73%	16.13%	-34.25%
金門縣	人均營業額	4.18	4.31	4.04	4.39	5.85	5.31
	成長率		3.00%	-6.17%	8.62%	33.21%	-9.30%
澎湖縣	人均營業額	5.92	5.28	5.05	5.17	5.45	4.98
	成長率		-10.68%	-4.49%	2.46%	5.31%	-8.48%
連江縣	人均營業額	1.59	1.36	1.23	1.08	1.00	0.99
	成長率		-14.38%	-9.91%	-11.98%	-7.19%	-1.56%
合計	人均營業額	35.21	34.03	34.83	35.50	35.50	34.20
	成長率		-3.36%	2.35%	1.93%	0.01%	-3.67%

資料來源：財政部財政資訊中心及內政部戶政司，本年報整理，2017年8月。

#### (四) LQ指標

各縣市廠商家數及營業額區位商數<sup>3</sup> (Location Quotient, LQ) 指標方面 (如表1-14), 2016年廠商家數LQ>1縣市中, 以臺北市1.80最高, 其次為臺東縣 (1.20)、花蓮縣 (1.13) 及嘉義市 (1.08)。營業額LQ>1則以臺東縣5.43最高, 其次為宜蘭縣 (2.84)、花蓮縣 (1.94)、臺北市 (1.76) 及新北市 (1.19)。

若從趨勢觀察, 2013年至2016年, 文化創意產業營業額區位商數呈現成長包含新竹縣、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、屏東縣、宜蘭縣等, 顯示文化創意產業於上述縣市中之重要性逐年提升。

表1—14 2013~2016年臺灣各縣市文化創意產業廠商家數及營業額區位商數

(單位：家、新臺幣千元)

縣市別	家數				營業額			
	2013年	2014年	2015年	2016年	2013年	2014年	2015年	2016年
臺北市	1.75	1.77	1.78	1.80	1.79	1.75	1.74	1.76
新北市	0.96	0.96	0.97	0.97	1.30	1.26	1.21	1.19
桃園市	0.74	0.73	0.73	0.70	0.43	0.44	0.41	0.42
臺中市	0.90	0.90	0.90	0.90	0.57	0.57	0.53	0.55
臺南市	0.85	0.85	0.85	0.84	0.51	0.49	0.51	0.49
高雄市	0.80	0.80	0.80	0.80	0.49	0.52	0.52	0.47
基隆市	0.80	0.78	0.78	0.79	0.81	0.73	0.78	0.88
新竹市	0.95	0.94	0.93	0.92	0.46	0.44	0.44	0.47
新竹縣	0.75	0.74	0.75	0.74	0.62	0.64	0.64	0.72
苗栗縣	0.93	0.94	0.93	0.92	0.24	0.23	0.23	0.24
彰化縣	0.67	0.65	0.65	0.64	0.27	0.29	0.29	0.31
南投縣	0.89	0.90	0.88	0.87	0.91	0.92	0.93	1.06
雲林縣	0.76	0.75	0.74	0.71	0.10	0.11	0.14	0.15
嘉義市	1.08	1.09	1.07	1.08	0.69	0.71	0.83	0.80
嘉義縣	0.61	0.62	0.61	0.60	0.44	0.47	0.48	0.48
屏東縣	0.97	0.95	0.92	0.90	0.58	0.58	0.59	0.59
宜蘭縣	0.84	0.83	0.82	0.83	2.41	2.54	2.31	2.84
花蓮縣	1.19	1.19	1.18	1.13	1.88	2.44	2.38	1.94
臺東縣	1.15	1.20	1.20	1.20	4.53	7.09	7.71	5.43
金門縣	0.30	0.30	0.30	0.30	0.43	0.50	0.64	0.61
澎湖縣	0.94	0.88	0.85	0.82	0.88	0.89	0.91	0.83
連江縣	0.40	0.35	0.37	0.31	0.15	0.14	0.14	0.12

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

#### 四、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的自營作業者。

3 該指標是以某縣市文創產業占比，對比全國文創產業占比。若LQ>1，即表示某縣市文創產業重要性高於全國平均水準。

根據該調查報告數據顯示（如表1-15），2016年臺灣文化創意產業之就業人數為26.1萬人左右，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分，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41.43%，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21.84%及16.47%。

表1—15 2016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	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	40,165	2,637	18,130	10,275	7,099	456	-	1,569
專門設計服務業	57,130	980	42,002	10,040	3,767	0	-	341
創作及藝術表演業	17,593	224	14,408	1,608	736	129	-	488
傳播及節目播送業	27,264	1,496	11,240	7,188	4,153	207	-	2,980
運動、娛樂及休閒 服務業	67,663	2,383	727	14,080	20,197	14,245	693	15,338
廣告業及市場研究 業	34,146	2,343	15,054	8,390	5,256	141	-	2,962
影片服務、聲音錄 製及音樂出版業	17,535	704	6,787	5,542	1,872	1,733	-	898
總就業人數	261,497	10,766	108,348	57,123	43,080	16,912	693	24,576
各類型人力占比	100.00%	4.12%	41.43%	21.84%	16.47%	6.47%	0.26%	9.40%
創意生活	11,889	-	-	-	-	-	-	-

註：1. 創意生活產業資料來自財團法人中衛發展中心統計，為避免重複計算，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，與文創個別次產業之範疇對應請參見附錄一之附表3。

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」。因此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，2017年8月。

近六年文創產業就業人數趨勢皆呈現穩定成長（如表1-16）。從各產業角度來看，2016年就業人數呈現衰退為「傳播及節目播送業」、「廣告業及市場研究業」，其中又以「傳播及節目播送業」就業人數下滑12.30%最高。就業人數為成長的產業中以「運動、娛樂及休閒服務業」成長最高，為13.41%，其次則為「影片服務、聲音錄製及音樂出版業」的12.49%。

另一方面，若以文創產業與服務業就業人數比較，整體而言，文創產業就業人數成長率皆高於總體服務業。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2.15%上升至2016年2.25%。

聯合國教科文組織（UNESCO）以及歐盟統計局（Eurostat）均認為，文創產業的定義不僅需要包含文創產業中的就業人數，還要包含非文創產業屬於文創職業的就業人數，例如製造廠商內部雇用的工業設計師等。根據勞動部職類別薪資調查統計，受雇於非文創產業而從事文創相關職務（詳附錄一附表4）約計63,274人，整體文化創意所帶動的就業人數可達32.5萬人。

表1-16 2011~2016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	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
出版業	就業人數	40,841	42,171	40,607	40,769	39,399	40,165
	成長率		3.26%	-3.71%	0.40%	-3.36%	1.94%
專門設計服務業	就業人數	28,590	31,812	37,719	50,311	54,420	57,130
	成長率		11.27%	18.57%	33.38%	8.17%	4.98%
創作及藝術表演業	就業人數	15,487	16,275	16,508	16,375	16,922	17,593
	成長率		5.09%	1.43%	-0.81%	3.34%	3.97%
傳播及節目播送業	就業人數	23,588	25,007	25,039	29,405	31,089	27,264
	成長率		6.02%	0.13%	17.44%	5.73%	-12.30%
運動、娛樂及休閒服務業	就業人數	58,200	57,945	56,764	56,093	59,660	67,663
	成長率		-0.44%	-2.04%	-1.18%	6.36%	13.41%
廣告業及市場研究業	就業人數	50,474	47,397	45,937	35,796	35,227	34,146
	成長率		-6.10%	-3.08%	-22.08%	-1.59%	-3.07%
影片服務、聲音錄製及音樂出版業	就業人數	12,851	15,780	17,540	16,771	15,589	17,535
	成長率		22.79%	11.15%	-4.38%	-7.05%	12.49%
文創產業總就業人數		230,031	236,387	240,114	245,520	252,306	261,497
成長率			2.76%	1.58%	2.25%	2.76%	3.64%
我國服務業就業人數		6,275,226	6,380,697	6,458,184	6,526,492	6,696,206	6,878,469
成長率			1.68%	1.21%	1.06%	2.60%	2.72%
我國總就業人數		10,708,808	10,859,924	10,967,165	11,078,687	11,197,800	11,626,513
成長率			1.41%	0.99%	1.02%	1.08%	3.83%
文創產業就業人數占我國總就業人數比重（不含創意生活）		2.15%	2.18%	2.19%	2.22%	2.25%	2.25%
創意生活	就業人數	10,000	10,460	10,600	10,991	11,610	11,889
	成長率		4.60%	1.34%	3.69%	5.63%	2.40%

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，與文創個別次產業之範疇對應請參見附錄一之附表3。

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，2017年8月。



## 五、國際比較

本年報除呈現國內文創產業發展現況之外，亦透過國際比較，作為了解我國文創產業長期發展以及近期腳步與國際脈動的異同，以作為後續產業政策研擬的參考。

英國是創意產業概念被提出的起點，韓國雖然整體文創規模不如美國、英國，但其發展的企圖心以及對我國的影響都不容忽視。惟因各國正式發表的統計報告其資料年度落後本年報，故將著重於我國歷年發展趨勢與各國之差異，無法即時回饋本期發展之比較。

就營業額方面，近五年英國創意產業附加價值毛額（Gross Value Added, GVA）呈現正成長趨勢，2015年成長率為近五年來新高，年複合成長率為4.71%（如表1-17）。就次產業觀察，2015年除建築產業、工藝產業、設計產業、出版產業、博物館、藝廊及圖書館產業外，其餘呈現正成長，其中影視廣播等影像及攝影相關產業、音樂、表演及視覺藝術產業在2015年皆成長近20%，近五年年複合成長率表現最佳則為廣告及行銷產業。

韓國文創產業亦呈現成長趨勢（如表1-18），其年複合成長率表現稍低於上一期，為4.91%。次產業方面，除占比最高的出版業之年複合成長率仍延續上期呈現為衰退，其餘皆為成長，其中以內容解決方案（10.74%）、商品化人物（8.74%）及知識情報（8.08%）長期成長率較高，不過整體來說，長期成長趨勢相對上一期趨緩。

相較我國近五年（2011年至2015年）營業額趨勢，年複合成長率為0.49%，除2012年呈現負成長，其餘亦為成長態勢，但成長幅度逐年縮小的發展樣態與韓國內容產業的整體趨勢相近。

表1—17 2011~2015年英國創意產業附加價值毛額及成長率——次產業別

（單位：百萬英鎊、百分比）

次產業	項目	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2015年占比	CAGR
廣告及行銷	附加價值毛額	6,751	7,793	9,236	9,956	10,721	12.27%	9.69%
	成長率	8.66%	15.43%	18.52%	7.80%	7.68%		
建築	附加價值毛額	2,857	3,040	2,987	3,466	3,368	3.86%	3.35%
	成長率	24.38%	6.41%	-1.74%	16.04%	-2.83%		
工藝	附加價值毛額	307	283	213	435	407	0.47%	5.80%
	成長率	5.14%	-7.82%	-24.73%	104.23%	-6.44%		
設計（包含產品、圖像及流行時尚）	附加價值毛額	2,292	2,533	2,676	2,643	2,576	2.95%	2.36%
	成長率	16.46%	10.51%	5.65%	-1.23%	-2.53%		
影視廣播等影像及攝影相關	附加價值毛額	12,573	12,998	13,112	13,266	15,880	18.18%	4.78%
	成長率	3.75%	3.38%	0.88%	1.17%	19.70%		
IT、軟體及電腦服務	附加價值毛額	27,917	28,865	30,619	33,094	34,733	39.76%	4.47%
	成長率	9.97%	3.40%	6.08%	8.08%	4.95%		
出版	附加價值毛額	9,841	10,178	10,088	10,311	10,122	11.59%	0.56%
	成長率	-3.80%	3.42%	-0.88%	2.21%	-1.83%		
博物館、藝廊及圖書館	附加價值毛額	1,223	1,236	1,432	1,279	1,086	1.24%	-2.35%
	成長率	-7.49%	1.06%	15.86%	-10.68%	-15.09%		
音樂、表演及視覺藝術	附加價值毛額	5,637	6,107	7,522	7,175	8,457	9.68%	8.45%
	成長率	5.17%	8.34%	23.17%	-4.61%	17.87%		
合計	附加價值毛額	69,398	73,033	77,885	81,625	87,350	100.00%	4.71%
	成長率	6.46%	5.24%	6.64%	4.80%	7.01%		

註：1.年複合成長率（Compound Annual Growth Rate, CAGR），統計年度為2011年至2015年。

2.英國GVA資料來源在2015年有所改變，詳見Economic estimates of DCMS sectors Methodology。

資料來源：英國文化、媒體暨體育部。

表1—18 2011~2015年韓國文創產業營業額及成長率—次產業別

(單位：億韓圓、百分比)

產業	項目	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2015年占比	CAGR
出版	營業額	212,446	210,973	207,998	205,868	205,098	20.41%	-0.88%
	成長率	0.00%	-0.69%	-1.41%	-1.02%	-0.37%		
漫畫	營業額	7,517	7,585	7,976	8,548	9,194	0.91%	5.16%
	成長率	1.31%	0.91%	5.16%	7.17%	7.56%		
音樂	營業額	38,175	39,949	42,772	46,069	49,752	4.95%	6.85%
	成長率	29.01%	4.65%	7.06%	7.71%	7.99%		
遊戲	營業額	88,047	97,525	97,197	99,706	107,223	10.67%	5.05%
	成長率	18.48%	10.76%	-0.34%	2.58%	7.54%		
電影	營業額	37,732	44,048	46,647	45,651	51,122	5.09%	7.89%
	成長率	9.91%	16.74%	5.90%	-2.14%	11.98%		
動畫	營業額	5,286	5,210	5,205	5,602	6,102	0.61%	3.65%
	成長率	2.75%	-1.43%	-0.10%	7.63%	8.92%		
廣播電視	營業額	127,525	141,825	149,409	157,746	164,630	16.38%	6.59%
	成長率	14.10%	11.21%	5.35%	5.58%	4.36%		
廣告	營業額	121,727	124,838	133,564	137,370	144,399	14.37%	4.36%
	成長率	17.92%	2.56%	6.99%	2.85%	5.12%		
商品化人物	營業額	72,096	75,176	83,068	90,527	100,807	10.03%	8.74%
	成長率	22.26%	4.27%	10.50%	8.98%	11.36%		
知識情報	營業額	90,457	95,295	103,882	113,436	123,421	12.28%	8.08%
	成長率	24.89%	5.35%	9.01%	9.20%	8.80%		
內容解決方案	營業額	28,672	30,291	34,378	38,947	43,116	4.29%	10.74%
	成長率	21.50%	5.65%	13.49%	13.29%	10.70%		
合計	營業額	829,679	872,716	912,096	949,472	1,004,863	100.00%	4.91%
	成長率	13.16%	5.19%	4.51%	4.10%	5.83%		

註：年複合成長率（Compound Annual Growth Rate, CAGR），統計年度為2011年至2015年。

資料來源：韓國文化內容振興院《2016韓國內容產業統計》。

具國際競爭力指標的外銷金額部分，近五年英國創意產業年複合成長率為8.18%（如表1-19），相對上一期的年複合成長率高，次產業中以音樂、表演及視覺藝術（28.62%）及設計（27.56%）表現最佳，年複合成長率均超過20%。韓國方面，近五年文創產業外銷金額年複合成長率達到7.11%（如表1-20），超越其營業額表現，但較上期趨緩。各次產業表現以音樂（18.06%）、電影（16.71%）及漫畫（14.28%）最佳，年複合成長率皆達10%以上，出版及廣告產業外銷表現則較疲弱。

我國外銷金額表現方面（如表1-21），2011年至2015年年複合成長率為-8.23%，由於2012年及2013年受經濟環境影響，使外銷金額大幅下滑，而近兩年已有逐步回穩趨勢。整體來看，我國文創產業外銷表現上不如英國、韓國強勢，整體產業政策需引進新的動能。

表1—19 2011~2015年英國創意產業外銷金額及成長率—次產業別

(單位：百萬英鎊、百分比)

產業	項目	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2015年占比	CAGR
廣告及行銷	外銷金額	2,013	2,343	2,641	2,771	2,645	12.46%	7.06%
	成長率	8.17%	16.39%	12.72%	4.92%	-4.55%		
建築	外銷金額	362	373	359	446	489	2.30%	7.81%
	成長率	-5.73%	3.04%	-3.75%	24.23%	9.66%		
設計(包含產品、圖像及流行時尚)	外銷金額	131	190	204	226	347	1.63%	27.56%
	成長率	7.38%	45.04%	7.37%	10.78%	53.49%		
影視廣播等影像及攝影相關	外銷金額	4,257	4,345	4,034	4,724	5,463	25.73%	6.43%
	成長率	-8.61%	2.07%	-7.16%	17.10%	15.64%		
IT、軟體及電腦服務	外銷金額	7,210	8,011	8,589	8,833	9,843	46.35%	8.09%
	成長率	14.70%	11.11%	7.22%	2.84%	11.43%		
出版	外銷金額	1,245	1,415	1,315	2,142	1,660	7.82%	7.45%
	成長率	20.64%	13.65%	-7.07%	62.89%	-22.52%		
音樂、表演及視覺藝術	外銷金額	275	574	704	644	753	3.54%	28.62%
	成長率	-22.97%	108.73%	22.65%	-8.52%	16.88%		
合計	外銷金額	15,503	17,258	17,856	19,809	21,233	100.00%	8.18%
	成長率	5.33%	11.32%	3.47%	10.94%	7.19%		

註：1.年複合成長率(Compound Annual Growth Rate, CAGR)，統計年度為2011年至2015年。

2.英國創意產業範疇另包含「工藝」、「博物館、藝廊及圖書館」，但原始報告即無相關統計數據，故未納入本表。

資料來源：英國文化、媒體暨體育部。

表1—20 2011~2015年韓國文創產業外銷金額及成長率—次產業別

(單位：億韓圓、百分比)

產業	項目	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2015年占比	CAGR
出版	外銷金額	28,344	24,515	29,186	24,727	22,274	3.93%	-5.85%
	成長率		-13.51%	19.05%	-15.28%	-9.92%		
漫畫	外銷金額	1,721	1,711	2,098	2,556	2,935	0.52%	14.28%
	成長率		-0.63%	22.67%	21.83%	14.84%		
音樂	外銷金額	19,611	23,510	27,733	33,565	38,102	6.73%	18.06%
	成長率		19.88%	17.96%	21.03%	13.52%		
遊戲	外銷金額	237,808	263,892	271,540	297,383	321,463	56.78%	7.83%
	成長率		10.97%	2.90%	9.52%	8.10%		
電影	外銷金額	1,583	2,018	3,707	2,638	2,937	0.52%	16.71%
	成長率		27.46%	83.75%	-28.84%	11.35%		
動畫	外銷金額	11,594	11,254	10,985	11,565	12,657	2.24%	2.22%
	成長率		-2.93%	-2.40%	5.29%	9.44%		
廣播電視	外銷金額	22,237	23,382	30,940	33,602	32,043	5.66%	9.56%
	成長率		5.15%	32.32%	8.60%	-4.64%		
廣告	外銷金額	10,222	9,749	10,288	7,641	9,451	1.67%	-1.94%
	成長率		-4.63%	5.53%	-25.73%	23.69%		
商品化人物	外銷金額	39,227	41,645	44,622	48,923	55,146	9.74%	8.89%
	成長率		6.17%	7.15%	9.64%	12.72%		
知識情報	外銷金額	43,226	44,484	45,691	47,965	51,570	9.11%	4.51%
	成長率		2.91%	2.71%	4.98%	7.52%		
內容解決方案	外銷金額	14,628	14,991	15,520	16,787	17,558	3.10%	4.67%
	成長率		2.48%	3.53%	8.16%	4.59%		
合計	外銷金額	430,201	461,151	492,310	527,352	566,137	100.00%	7.11%
	成長率		7.19%	6.76%	7.12%	7.35%		

註：年複合成長率(Compound Annual Growth Rate, CAGR)，統計年度為2011年至2015年。

資料來源：韓國文化內容振興院《2016韓國內容產業統計》。

表1—21 2011~2015年臺灣文化创意產業外銷金額及成長率—次產業別

(單位：新臺幣千元、百分比)

產業	項目	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2015年占比	CAGR
視覺藝術產業	外銷金額	141,723	145,736	123,586	153,356	205,866	0.23%	9.78%
	成長率		2.83%	-15.20%	24.09%	34.24%		
音樂及表演藝術產業	外銷金額	135,696	248,633	256,141	346,917	472,679	0.53%	36.62%
	成長率		83.23%	3.02%	35.44%	36.25%		
文化資產應用及展演設施產業	外銷金額	349	6,498	0	4,001	3,232	0.00%	74.49%
	成長率		1,763.99%	-100.00%	-	-19.24%		
工藝產業	外銷金額	62,051,296	27,988,869	14,078,848	14,505,989	12,961,706	14.63%	-32.40%
	成長率		-54.89%	-49.70%	3.03%	-10.65%		
電影產業	外銷金額	1,481,917	1,370,031	1,273,250	1,511,337	1,046,636	1.18%	-8.33%
	成長率		-7.55%	-7.06%	18.70%	-30.75%		
廣播與電視產業	外銷金額	1,756,270	1,520,861	1,759,954	2,331,972	2,464,614	2.78%	8.84%
	成長率		-13.40%	15.72%	32.50%	5.69%		
出版產業	外銷金額	2,580,056	2,672,223	2,535,738	2,802,939	3,241,659	3.66%	5.87%
	成長率		3.57%	-5.11%	10.54%	15.65%		
流行音樂與文化內容產業	外銷金額	1,132,608	1,383,168	1,772,289	1,478,707	1,561,691	1.76%	8.36%
	成長率		22.12%	28.13%	-16.57%	5.61%		
廣告產業	外銷金額	1,182,007	1,285,599	1,371,980	1,535,912	1,683,670	1.90%	9.25%
	成長率		8.76%	6.72%	11.95%	9.62%		
產品設計產業	外銷金額	30,324,614	30,199,460	34,338,091	34,867,392	35,138,060	39.67%	3.75%
	成長率		-0.41%	13.70%	1.54%	0.78%		
視覺傳達設計產業	外銷金額	1,120,977	199,993	48,249	78,883	144,192	0.16%	-40.11%
	成長率		-82.16%	-75.87%	63.49%	82.79%		
設計品牌時尚產業	外銷金額	733	368	2,676	11,232	12,038	0.01%	101.29%
	成長率		-49.82%	627.31%	319.67%	7.18%		
建築設計產業	外銷金額	326,893	347,238	342,389	581,887	397,267	0.45%	5.00%
	成長率		6.22%	-1.40%	69.95%	-31.73%		
數位內容產業	外銷金額	12,188,629	13,117,282	15,697,550	17,099,359	18,993,709	21.44%	11.73%
	成長率		7.62%	19.67%	8.93%	11.08%		
創意生活產業	外銷金額	10,451,321	11,967,565	10,911,734	11,709,334	10,244,373	11.57%	-0.50%
	成長率		14.51%	-8.82%	7.31%	-12.51%		
整體	外銷金額	124,875,088	92,453,522	84,512,477	89,019,216	88,571,392	100.00%	-8.23%
	成長率		-25.96%	-8.59%	5.33%	-0.50%		

註：1.年複合成長率（Compound Annual Growth Rate, CAGR），統計年度為2011年至2015年。

2.我國統計數據計算至2016年，但為與韓國、英國比較基準相同，因此僅摘錄2011年至2015年資料。

資料來源：財政部財政資料中心，本年報整理，2017年8月。

## 六、我國文創產業發展課題與方向

從國內的統計以及國際的比較，我國文創產業的發展雖已初步展現成效，占GDP比重高於全球平均，不過近兩年隨著國際經濟景氣動盪，影響國內消費信心，我國文創產業發展面臨內需與輸出兩大引擎動能不足的課題。

內需疲弱主要來自國人對文化消費的偏好以及來臺旅客的消費支出易受經濟景氣影響，因文創產業非民生必需品的特性，近年在國內經濟成長趨緩下，相對其他產業，受到較大的衝擊；外銷則來自於國際經濟發展不確定因素攀升致成長放緩，各國貿易表現均不如以往，我國文創產業外銷金額在2016年雖已反轉回升，但長期也將面臨國際貿易保護主義升溫的壓力。

我國文創產業發展的雙引擎，應優先重塑國內市場秩序，讓國內市場提供文化創意商品及服務茁壯的養分，因此，除了厚實國內原生文化內容，落實「愈在地、愈國際」的文化內容扶植與策進，並且透過文化金融體系健全文創產業發展環境等的供給面策略外，在數位科技的影響下，文化與科技的結合係為文創產業拓展新動能的重要方向；另外，在需求端，提高國人文化參與、促進文化消費需要短期提振措施與長期文化教育的扎根雙管齊下，而在引導旅客入境臺灣進行文化觀光也是擴大內需市場的重要策略。

在出口方面，韓國的出口展策略採取整合式的拓銷，先期透過內容產業輸出帶動其他韓國品牌的發展，後期再透過韓國商品與服務攻略消費者生活體驗，以降低文化內容輸出所面臨當地國的文化反彈。目前我國重點推動的新南向政策，多數為臺商重點投資區域，但囿於我國長期以來的產業結構以代工、中間財為主要發展模式，需要更進一步轉化「工廠」的投資策略，積極研擬「市場」整體攻略，亟需整合當地設廠投資或拓展當地市場品牌的所有臺灣廠商，利用文創產業軟實力的滲透，組成國家隊，跨域加值、擴大力量。

另外，數位科技發展產生的產業界線模糊與產業鏈主要參與者的改變，在文創產業的定義與範疇愈來愈難與其他產業切割時，文創產業的生態系統不能自外於其他產業的發展，因此在政策上強化跨領域合作之推動，是促進整體生態體系良性互動的重要關鍵。



# 第二章 我國文創產業發展 政策現況與未來方向

## 壹、文創產業政策背景

《文化創意產業發展法》自2010年通過、施行迄今，文化部持續朝向相關法令的完善，落實政策推動之目標邁進。在文化部新一期（2017年至2020年）中程施政計畫，將文化創意產業的施政，由扶植產業導向，轉為挖掘文化本身的創意，意即透過創意的手法，整合文化本身的底蘊與深植人心的魅力，連結土地和過去，說自己在地的故事，以提升文化內涵來提振我國文化經濟。為顯現政府當前對於我國文化產業的重視，2017年之文化預算（單計文化部）已近全國全年總預算之1%；亦因文化事務涉及政府跨部會業務，故已建請行政院設立「文化會報」，以建立中央政府跨部會溝通協調平臺；以及為讓文化由下而上展現臺灣的生命力，舉辦「全國文化會議」，以翻轉過去由上而下的文化治理模式，並持續推動「文化基本法」立法，以達我國文化事業的生生不息，並促進我國文化創意產業之永續發展。

在本年度（2016年）文化部的施政推動上，以「向下扎根，走向國際」為目標，透過「深耕文化內容，以文化內涵提升文化經濟」、「以市場庇護概念支持新銳新創」、「結合科技創新，豐富文化產業內涵與應用」、「打造國家隊，行銷臺灣文化品牌」、「精進多元資金應用」、「成立文化經濟專業中介組織」等6大策略，以期藉由文化經濟的傳播，將在地文化推向全球，得以提升經濟，讓我國文化創意產業形成一種正向的循環，實現「愈在地、愈國際」的文化價值。

## 貳、2016年文創產業政策執行概況與成效

### 一、文化扎根與奠基工作

文化是國家的根本，人民是文化創造的主體。為促進我國文化創意產業永續發展，整體產業的奠基須持續地進行完善。在「價值產值化——文創產業價值鏈建構與創新」計畫中，訂定以下施政策略，以完備我國文化創意產業的發展環境，使臺灣文創企業成為華人文創經濟領先者，並使文創成為產業升級轉型的新引擎，帶動國家美學經濟，由下而上地持續地進行產業奠基工作，以期打造平等參與之多元文化環境。

### （一）深耕文化內容，以文化內涵提升文化經濟

為鼓勵國人投入參與文化活動，及提升文化創意業者研發內容之動能，文化部推動多個協助、輔導計畫，從國人人文素養的養成、社區營造的投入、博物館與地方文化館的轉型與加值，乃至針對電影、電視、流行音樂產業的扶植，以及表演藝術團隊之多元文化內容創作等，以促進我國文化創意產業供需兩端的永續發展。

#### 1. 公有文創資產授權推廣

2015年至2016年首度推動「公有文創資產授權推廣計畫」，以公有文創資產衍生素材之「授權媒合」與「應用推廣」為主軸，協助歷史博物館、臺灣博物館、臺灣歷史博物館、臺灣史前文化博物館、中正紀念堂及基隆市文化局等6個管理機關進行授權應用，籌組產業專家顧問團，提供商業授權、商品開發、市場通路拓展等諮詢輔導。以「飲食文化」、「工藝文化」、「流行時尚」等產品類型進行創新開發應用及設計轉化；並結合2016臺灣文博會策辦授權洽商會，串聯管理機關及授權應用方，創造後續合作機會及提供媒合管道。

#### 2. 充實工藝文化原創知識、素材庫

文化部與國立臺灣工藝研究發展中心為充實工藝文化之原創知識庫、素材庫，辦理主體文化美學建構及工藝文化知識庫內容建置及運用計畫，舉辦多場工藝展，以吸引工藝家創作，累積知識素材量。如「界域之外—當代光影藝術創作展」（參觀人數達36,237人次，教育推廣活動共8場次，出版展覽專輯1冊共1,000本，參觀滿意度99%）、「磊—當代石藝創作新貌展」（2016年至2017跨年度之展覽計畫，截至2016年12月31日止計有5,863人次參觀，教育推廣活動2場次，預計出版展覽專輯1冊共1,000本。）、「對對—臺灣婚創形質意展」等展會，並完成「臺灣婚俗演變中的工藝創新應用調查計畫」，產出283頁報告、148,800餘字，蒐集物品圖片325件、圖像233張。出版發行《翻轉工藝設計的24個故事》（2,500本），以及復刻版顏水龍《臺灣工藝》專書（4,200本）等。

#### 3. 表演藝術的多元內容創作

為健全我國藝術生態，均衡各類藝術發展；促進相關藝文活動交流發展，並增加國內藝術工作者、藝術團隊至不同場域之展演經驗；創造國內更多元藝術創作，2016年文化部持續就國內「藝文環境整備」、「促進文化活動交流」、「科技藝術跨界」等面向進行補助與輔導，以培育藝術人才、扶植團隊營運；以及徵選國內文化人才前往國外藝術村，並補助國內藝文團體及藝文工作者赴海外展演活動；透過「表演藝術結合科技跨界創作補助計畫」及「臺灣科技藝術節」，辦理30場次跨界活動演出。並同時協助、輔導各縣市政府活化縣市文化中心劇場營運、培植縣市傑出團隊、發展縣市藝文特色發展計畫。

#### 4. 增進國人人文素養

為培養文化經濟之消費族群，以及提供優質文化創意產業服務之體驗，文化部辦理多項文化活動與持續精進相關文化館所與園區，以增進國人之文化素養與文化消費的動力。

- （1）鼓勵人文、文學閱讀推廣及跨界合作：2016年共辦理116案，補助金額約新臺幣4,516萬元。計有各地文學寫作班、文學營、文學獎、文學研討、國際文學交流、讀書會導讀、說故事人才培育、閱讀推廣、人文思想議題相關講座、研討會、出版應用、工作坊、國際交流等推廣活動，以及文學電視節目、兒童戲劇、歌舞劇、現代舞、舞臺劇、音樂會等多元形式之節目與展演。





文化部2016年全國巡迴書展——桃園場（文化部人文出版司圖片提供）

- (2) 鼓勵整合發展地方藝文活動：為鼓勵各縣市之鄉鎮市區公所成立社區營造平臺進行資源整合，並輔導社區參與社造計畫，2016年輔導獲得補助之48個公所推動進階社造計畫，藉由一般社造模式、公民審議及參與式預算執行策略，引導當地居民提出適合在地社區之提案，並進行表決與計畫執行，以擴大社區參與度。2016年累計輔導、擾動在地社區參與地方地方藝文展演社區達200多個社區。
- (3) 我國五大文化創意產業園區：我國當前設有臺北華山、臺中、花蓮、嘉義及臺南等5大文化創意產業園區，依照所在不同地區之文化特性，分別賦予其不同的營運屬性。2016年華山園區ROT案計辦理1,682場活動，吸引392萬人次參與；華山電影藝術館計放映3,822場電影，吸引19萬人次觀影；花蓮園區計辦理1,405場活動，吸引逾122萬人次參與；臺中國區計辦理752場活動，吸引125萬人次參與；嘉義園區於2016年1月委外經營，試營運期間計辦理45場活動，吸引約9萬人次參與；臺南園區計辦理411場活動，吸引約11萬人次參與。

## （二）庇護多元創作環境，策略性支持新銳新創

文化需要生生不息的新血投入，協助青年世代走上創作生涯的第一哩路。文化部提供多元的輔導與資源，完備藝術支持體系，鼓勵青年及新銳創意以文化內涵為核心進行創作；並強化青年創意整合能力；藝術家國外駐村進行國際交流，以促進我國文化、文化人才於國際之能見度。透過藝術家創意呈現的我國文化，培養國人文化敏感度，增進國人對於本國文化的認同感。

### 1. 文化創意產業創業圓夢計畫

勾勒「夢想的起點」，提供有意從事文化創意產業之創業者第一桶金的支持。在文化部所轄管之「視覺藝術產業」、「音樂及表演藝術產業」、「文化資產應用及展演設施產業」、「工藝產業」、「電影產業」、「廣播電視產業」、「出版產業」、「流行音樂及文化內容產業」的範圍內，2016年共計594件投件參與，決選出60個具文化實驗精神之創業者（單位），協助創業者從零到一的創意孵化到夢想實踐。



松菸創作者工廠，18家新創品牌與創作者進駐——松菸文創園區（臺北市文化基金會松山文創園區營運中心圖片提供）

## 2. 文化創意產業輔導陪伴計畫

為扶植國內文創產業發展，2013年起推動「文化創意產業輔導陪伴計畫」，提供文創業者財務、法律、稅務、行銷、智慧財產等相關經營管理事宜之專業諮詢服務，至2016年12月底，累計達6,144件、主動關懷文創業者並進行臨廠專業諮詢輔導計862家，辦理駐診、工作坊、說明會及參訪行程等活動計404場次。

## 3. 文創產業中介經紀人才培育課程

由文化部主辦、財團法人資訊工業策進會執行之「文創產業中介經紀人才培育課程」，為增進國內文化創意產業中介經紀人才能量，透過「故事行銷」、「圖像授權」及「文創科技」三組課程，培養強化產品／品牌文化意涵、感動力、吸引力之故事行銷；增加我國文化典藏多元加值運用之圖像授權；協助文創業者進行導入科技跨界合作之文創科技等三大面向之人才，以完善我國文創產業經紀制度，發掘我國文創產業「千里馬」。

## 4. 輔導藝文產業創新育成補助計畫

為輔導藝文產業核心創作及獨立工作者，文化部2016年補助10家藝文產業育成中心，提供進駐空間及管理諮詢等軟、硬體資源及服務，給予藝文產業有關技術、知識、資金等諮詢與協助。在輔導成效上，2016年各育成中心共輔導122家業者；創造就業人數達793人，業別涵蓋工藝產業、產品設計產業、音樂及表演藝術產業、視覺藝術產業。

## 5. 青年創作及培力新秀補助作業

為培育國內文學創作新秀、提升臺灣文學創作能量，文化部於2016年12月頒布「文化部青年創作及培力新秀補助作業要點」，並辦理「青年創作及培力新秀補助作業」，補助20~40歲青年進行文學創作，以及補助首次個人文學創作專書出版及其相關發表、推廣計畫，以促進我國文學、出版產業之永續發展。

## 6.藝術新秀首次創作發表補助

為培養文化創作人才，鼓勵藝術新秀進行相關創作發表，文化部補助個人辦理首次創作出版、展覽、演出、映演等，補助類別包括文學、圖文創作、視覺藝術、音樂暨舞蹈及戲劇（曲）以及影視媒體藝術等5大類別。2016年共補助80位新興創作者，其中文學類12位、圖文創作類7位、視覺藝術42位、音樂暨舞蹈及戲劇（曲）19位，補助總金額達新臺幣622.5萬元。

## 7.Comic Stars漫畫繁星——文化部漫畫產業人才培育計畫

由文化部主辦、南臺科技大學承辦的「Comic Stars漫畫繁星」漫畫產業人才培育計畫，以具有漫畫基礎之學員作為招募對象，與國內漫畫出版社合作邀請第一線產業人員親自授課，課程內容包括我國漫畫產業結構、腳本、編輯、創作等相關實際產業運作模式。在2016年的培育計畫中，於臺北、臺中及臺南三地同步開課，共培育150名學員，並首次開設漫畫助手進階課程，媒合了12位優秀學員與職業漫畫家、漫畫工作室合作，透過產學合作成就雙贏。

## 8.Made In Taiwan新人推薦特區

文化部主辦、中華民國畫廊協會協辦的「Made In Taiwan新人推薦特區」，為推薦我國35歲（含）以下之年輕藝術新秀登上國際舞臺：「ART TAIPEI臺北國際藝術博覽會」展出。2016年度吸引178位（組）來自不同領域的藝術家報名徵件，由吳育霈、陳云、莊志維、彭譯毅、吳芊頤、溫孟瑜、黃舜廷、黃至正等8位優秀藝術家脫穎而出。透過畫廊協會的專業媒合、協助下，年輕藝術家能夠更專注於藝術創作，以及藝術經紀制度建立對視覺藝術產業發展的重要性，並鼓勵更多收藏家關注年輕藝術家市場。

## 9.國外駐村交流創作計畫

文化部為拓展臺灣文化人才到國外參加國際藝術村駐村機會，辦理「選送文化相關人才出國駐村交流計畫」，由文化部與10多個國外藝術村簽約合作，選送國內視覺類、表演類、策展類、工藝類、文學類及影視流行音樂類等人才出國。這項出國駐村交流計畫自2000年實施以來，累計至今已有近300人次出國駐村，足跡遍布美國、法國、德國、西班牙、捷克與澳洲等國。促進臺灣文化人才與國際藝文人士交流，激發文化人才的創作靈感與創作型態。透過多元的駐村管道，文化人才有機會與國際策展人、藝評人接觸，有利於未來之國際發展。

- （1）法國安古蘭國際漫畫暨影像城駐村交流計畫：文化部為扶植臺灣漫畫產業，以及發掘漫畫新人才，積極推薦臺灣漫畫家至國際文化園區駐村。獲選安古蘭國際漫畫暨影像城（La Cité internationale de la bande dessinée et de l'image）的駐村漫畫家，可獲得文化部資金補助，以及使用該園區「作者之家」的各式創作器具與空間，並可參與文化部法國安古蘭漫畫節臺灣館等漫畫相關推廣活動。2016年度選送劉宜其、陳沛珩等2位駐村漫畫家到法駐村創作，與來自全世界的漫畫家進行交流。
- （2）西班牙巴塞隆納Homesession駐村創作計畫：文化部為促進我國藝術家與西班牙藝文界交流與接觸，透過我國駐西班牙代表處文化組與巴塞隆納Homesession合作辦理甄選駐村計畫。獲選駐村者，Homesession將提供住宿與工作空間，以及創作或策展發展上的專業指導，並分享其人際網絡資源、定期安排與策展人及藝術家面對面、參訪巴塞隆納藝廊及文化活動等，於駐村結束前協助規劃小型駐村成果展。

- (3) 補助文學創作人才出國駐村交流：2016年度計與德國柏林文學學會（LCB）、美國愛荷華大學國際寫作計畫（IWP）、聖塔菲藝術學院（SFAI）、法國瑪內藝術村（CAMAC）等單位合作，共薦送5位作家赴海外駐村。

### （三）結合科技創新，豐富文化產業內涵及應用

文化部為鼓勵業者跨界應用，輔助產業跨域交流整合，提高文化產業結合科技創新應用。加強集中資源，透過創意、創新、科技前瞻的手法呈現文化內容，加強內容與民眾互動的體驗，整合資金、技術、人才、團隊、內容，強化臺灣文化國力的展現。

#### 1. 結合文化科技，跨界整合產業鏈

在智慧城市、高速網路、虛擬實境等技術支援下，文化部規劃發展跨世代、跨境、跨領域、跨虛實文化科技產業，結合影視音新興垂直應用服務與市場，輔助電影、電視、線上影音、流行音樂、動畫／漫畫／遊戲等，以「跨界」為發展方向建立文化科技產業創新價值鏈，創新不同業別之跨界合作模式及分工營運模式，加強產業鏈串聯與整合。

#### 2. 文化科技增進流行音樂體驗

因應數位載體多元發展，鼓勵流行音樂業者以IP概念創意產製內容，同時與平臺業者跨領域合作，製播具即時、互動、多元等體驗式之影音活動內容，以及輔助企製創意型音樂節目等，豐沛我國網路影音內容質量；另配合流行單曲概念，開發科技應用（AR、VR等技術）並結合影像與音樂，製播創意影音短片，以科技、影像展現流行音樂，提升流行音樂產業競爭力並接軌國際發展趨勢。

#### 3. 文化科技再造歷史現場

運用先進科技於文化資產、博物館、各類文化場域之創新服務，透過AR、VR、Beacon與3D等技術，建構智慧型博物館與再現歷史現場，利用科技達到文化公民平權與文化近用體驗；並透過科技與藝術融合，以數位串流及虛擬實境等不同形式的創作，展現表演藝術、視覺藝術的無限可能。

#### 4. 臺灣電影數位修復及加值利用

2016年共完成6部經典影片高階數位修復，包括《山中傳奇》、《王哥柳哥遊臺灣》〈上、下集〉、《再見臺北》、《秋蓮》及自主修復臺灣珍貴影像史料《臺影新聞002輯》；以及完成《海女紅短褲》、《王哥柳哥007》及《窗外》等30部早期臺語片及劇情片之高階掃描；並持續擴充「臺灣電影數位博物館」策展及藏品內容，以雲端網路科技展示國家電影中心的典藏資源，讓民眾對於臺灣電影有基礎認識，透過辦理「臺語片時代」、「電影大事記」等線上主題展覽，讓民眾重視臺灣電影文化以及文物保存和膠捲修復，進而厚植國民文化素養。

國家電影中心修復完成的經典國片，受邀參與法國坎城影展、德國柏林影展、義大利威尼斯影展等21個國外知名影展共計放映61場次，使臺灣電影揚名海外，大大提升我國電影文化之國際知名度。亦於國內之金馬國際影展、臺北國際電影節、金馬奇幻影展放映。同時舉辦多場文物展及專題講座、大型露天播映活動，並配合聯合國教科文組織訂定之「世界影音遺產日」辦理相關推廣活動，不僅喚起觀眾重視影像資產，同時看見臺灣老電影再次活化推廣的可能性。

### 5. 行動寬頻影音節目製作補助計畫

文化部影視及流行音樂產業局為提升行動寬頻影音節目內容及影音品質，加強我國影視節目競爭力，鼓勵運用科技技術製作行動寬頻影音節目，辦理「行動寬頻影音節目製作補助計畫」，以期能夠以影視內容為核心，結合國內動畫、特效技術、跨界合作，並帶動國內新興人才發展。

2016年辦理2類型節目的徵選：戲劇類節目、非戲劇類節目。戲劇類節目：指符合行動寬頻特性，能發揮即時、互動、參與、分享及／或多視角等特色之單元劇、連續劇；非戲劇類節目：指符合行動寬頻特性，能發揮即時、互動、參與、分享及／或多視角等特色，且內容為藝文、科普、歷史、工程、生態、人文、校園、遊戲、益智、選秀、談話、行腳或其他非流行音樂、非體育、非電競之節目。在2016年共2梯次的徵選當中，戲劇類節目共入選12件、非戲劇類節目共9件，補助金額達新臺幣1億3,182萬元。

### 6. 新型態流行音樂節目製播計畫

文化部影視及流行音樂產業局因應4G行動寬頻網路基礎建設成熟，流行音樂產業的發展及環境變革，積極導入新科技，以有效提升流行音樂內容與商務模式再創新，擴大產業跨界之流通傳播與加值應用；為鼓勵流行音樂業者運用即時、互動、快速等4G行動寬頻網路科技特性，開發並製播具創意之影音內容，以創新流行音樂產業商務模式。

2016年共入選12件，內容包括線上直播節目、演唱會、4G創作教學、一般節目、音樂講座、Live互動節目等，補助金額達新臺幣5,600餘萬元。

### 7. 臺灣科技融藝創新計畫

(1) 科技融藝——表演藝術：2016年文化部「表演藝術結合科技跨界創作補助案」，共補助6案，總展演場次達16場，觀賞人次6,145人；並辦理「科技藝術節」推廣數位表演藝術，邀請6檔節目，於臺北、新北、桃園等地辦理15場展演，觀眾人數3,848人次。

(2) 科技融藝——傳統藝術：為開發建置新媒體展示系統，辦理科技與傳統音樂、戲曲跨界創作，進行傳統表演藝術跨界實驗。

以臺灣戲曲中心音樂館為展示基底，完成了臺灣音樂新媒體互動展置系統。並以《關公在劇場》作為科技輔助表演藝術創作與展現之實驗京劇，於淡水、香港演出7場，觀眾總人數計1,651人次；以及「傾聽臺灣土地的聲音風景」、「Mauliyav在哪裡？」兩場音樂會，為科技跨界國樂展演，打造全新音樂劇場模式，帶給觀眾全新感受。此外，在劇場管理方面，建置RFID劇場服裝道具管理系統，已完成2,708筆，占總量約45%之服裝資料。

(3) 科技融藝——視覺藝術：為營造科技與藝術開放對話環境，培育跨域合作人才，辦理國際連結與建立跨域合作範例。2016年辦理營造科技與藝術開放對話環境相關論壇12場次，受益人數約710人。並同時辦理「2016年科技融藝人才國外駐棧創作」、「2016年科技融藝跨界創作補助」、「再生運動——數位時代的科技反思」，以培育科技藝術跨域合作專業人才並試圖與國際連結與建立跨域合作典範。



數位藝術表演首獎——遊牧行星《火炬下的囚犯》  
(臺北市政府圖片提供)

- (4) 科技融藝——視藝典藏：為促進以數位及網路科技增值視覺藝術內容之公共應用服務，文化部辦理「延續研發建置多感官體驗互動裝置」、「創新媒體應用於典藏品公共服務規劃及展示」、「多感藝境—藏品科技應用展」、出版「集新求變—新媒體藝術作品典藏保存與維護國際研討會論文集」、「辦理典藏品數位資源內容擴充及相關應用」，以及完善「典藏品環控RFID系統維運」。

#### (四) 打造國家隊，行銷臺灣文化品牌

##### 1. 臺灣文化創意設計博覽會（臺灣文博會）

2016年臺灣文博會以「城市即展場、展場即生活」概念，於華山文創園區、松山文創園區、花博公園爭艷館共同展出，共計697家國內外業者參展，串聯250家文創商家共同行銷，涵蓋設計、創意生活、工藝、圖像授權、時尚、創意生活等產業，參與買家及民眾22萬7千餘人次，創造採購及訂單金額新臺幣4.77億元。

##### 2. Fresh Taiwan國家館

鑑於臺灣圖像世代崛起，創作市場潛力可觀，2016年首次規劃辦理「圖像授權類文創產業國際拓展計畫」，以專業輔導業者參展，大幅提升業者國際洽商能力，並獲得授權績效。其中參加「2016上海國際授權展」，獲合作授權金額達新臺幣3.6億元。2016年計帶領50家次文創業者以國家館（Fresh Taiwan）形象參加法蘭克福春季消費展、紐約禮品展、東京禮品展、曼谷國際禮品展暨家飾展及上海授權展等地5項國際展會，計協助業者獲得新臺幣5億元採購訂單。

##### 3. 協助文創業者拓展國際市場

除了Fresh Taiwan國家館形象協助業者拓展國際市場外，另協助54家文創業者個別參與包含巴黎家具家飾展、米蘭設計週、柏林國際工藝展等32場國際展會，以及協助我國視覺藝術業者開拓國際市場，2016年共核定補助59案，參加之國際藝術展會包含具指標性、專業性之大型核心藝術博覽會，如香港巴塞爾藝術展（Art Basel HK）、紐約斐列茲藝術博覽會（Frieze New York）、藝術登陸新加坡博覽會（Art Stage Singapore）等。

為打造大型國際藝術交流平臺，補助中華民國畫廊協會辦理臺北國際藝術博覽會，2016年度業於11月12日至11月15日於世貿一館舉行，計有167家國際畫廊參展，其中國外參展家數逾80家（含東南亞畫廊11家），總參觀人數超過5萬人次。

##### 4. 以文化交流為手段，提升圖文出版產業國際競爭力

2016年文化部共協助辦理參與15次國際書展或動漫展，含5次中國大陸書展活動。包括法國安古蘭漫畫節、義大利波隆那兒童書展、新加坡書展、馬來西亞海外華文書市、首爾書展、東京書展、京都國際動漫節、德國法蘭克福書展、墨西哥瓜達拉哈拉書展、北京圖書訂貨會、北京國際圖書博覽會、上海書展、上海國際童書展、香港書展等出版業海外書展參展活動，各書展皆安排版權會議，透過文化交流，推廣我國出版產業國際市場。

2016年臺北國際書展，計有66個國家、626個參展單位共同參與，參觀人次達50萬人，於展期間辦理536場版權會議、308場華文出版與影視媒合平臺會議、44場專業論壇、875場閱讀推廣活動。

## 5. 促成跨國合作

文化部透過12個駐外館處爭取國內藝文各領域重要作品於國際露出，以提升我國國際能見度及影響力。辦理達110項活動、超過500場次，包括第51屆法國外亞維農藝術節、愛丁堡藝穗節臺灣季、西班牙卡地斯舞蹈藝術節及薩拉戈薩國際舞蹈藝術節、德國杜塞道夫舉辦的國際舞蹈博覽會，以及辦理為期52天的2016主題臺灣月活動，包括音樂、劇場、展覽、體驗活動、講座等73場活動，逾3.5萬人次參與。

## 6. 推廣國際藝文合作與活動

- (1) 輔導國內優秀藝文團體及藝術家赴海外及大陸港澳地區文化交流計84案，如補助雲門2、無垢舞蹈劇場、優人神鼓、明華園戲劇團，以及雲門舞集等團體。
- (2) 辦理跨國跨領域合創專案（彩虹計畫），協助藝文界國際接軌、引進國際資源，合製具多元性、跨域性、前瞻性之創作，本年度計補助11案，共辦理12場演出、2場展覽。
- (3) 香港光華新聞文化中心嫁接臺灣和香港交流共製契機，輔導如春水堂、幸福果食、好蟾蜍工作室等19案臺灣藝文團體或個人赴港合作推出多項節目。成功結合香港官方及學界具代表性機關，如香港藝術中心、香港大學、香港科技大學、香港動漫基地等，共同推辦2016年臺灣月「臺灣再設計」活動。為期52天的音樂、劇場、展覽、體驗活動、講座等活動，逾3.5萬人次參與。

## （五）精進多元資金應用

### 1. 金融挺文創

配合我國金融監督管理委員會（金管會）「金融挺文創」政策，協助推薦文創業者至信保基金申請擔保，並按年利率2%補貼利息，為期5年；自2011年開辦迄今累計審核通過308案，核定貸款金額約為新臺幣28.45億元，本部暨所屬機關補貼利息計約6,878.7萬元。

### 2. 活絡文創資金

文創產業共同投資計畫：為活絡文創產業之資金活水，自2011年起開辦文創產業共同投資計畫，迄今累計審核通過48案（第一期投資42案，第二期投資6案），核定投資金額11.18億元，帶動民間投資約16.4億元；另自2013年起，透過上市櫃與民間募資等管道，協助挹注更豐沛的民間資金，計推薦27家公司登錄創櫃板、協助2家公司出具評估意見書，以降低上櫃門檻，促成29家公司登錄國內外募資平臺，總計順利取得所需資金約5,100萬元。

### 3. 文化創意產業補助計畫

為加強扶植文創重點產業及具潛力的個人與業者，在文化部轄管的8大文創產業裡，依照產業重點發展策略，分為「研發生產與品牌行銷組」、「市場拓展組」、「一源多用組」、「跨界創新組」4大主軸進行補助計畫。2016年共286個投件，計有45案獲得補助，包括研發生產與品牌行銷組19案、市場拓展組9案、一源多用組8案、跨界創新組9案，個案最高補助金額新臺幣345萬元，總補助金額為新臺幣7,940萬元。

### 4. 漫畫出版發行及推廣行銷補助

為輔導我國出版事業出版及推廣原創漫畫，以厚植我國漫畫產業軟實力，拓展原創漫畫作品閱讀人口，並促進漫畫產業發展，文化部訂定「文化部漫畫出版發行及推廣行銷補助作業要點」，分別針對漫畫

「出版發行」業者、「推廣行銷」業者與個人、「數位漫畫平臺」進行補助。其中，從事漫畫相關創作工作之個人，文化部提供「出席海外國際漫畫交流活動」經費補助的申請。2016年「出版發行」類補助4家業者，補助金額達新臺幣350萬元；「推廣行銷」類補助10家業者（協會、個人）補助金額為新臺幣264萬元。

## 二、文化創意產業旗艦計畫

文化部2016年之文創產業旗艦計畫，為推動文創重點產業發展，計有4大類別，包括「電影產業旗艦計畫」、「廣播電視內容產業發展旗艦計畫」、「流行音樂產業發展旗艦計畫」、「推動科技與工藝創意產業結合旗艦計畫」。

### （一）電影產業旗艦計畫

#### 1. 產製輔導與資金募集

- (1) 2016年國產電影長片輔導金依影片內容屬性與導演執導經驗，分「一般組」、「多元組」及「新人組」等3類，2016年度（共2梯次）計輔導19部類型及題材多元之電影長片製作企畫案（一般組6部、多元組1部、新人組12部），核定輔導金總金額為新臺幣2億1,600萬元。2016年上映之劇情片計31部（不含重映及重新剪輯上映者），輔導金電影共計22部，占國產劇情片之71%，共入圍2016年第53屆金馬獎35個獎項，獲得5項獎項。
- (2) 2016年電影短片輔導金機制依影片內容屬性與製作特性，分為一般組及動畫組等2組，在97件申請案中評選出24件申請案獲補助（一般組21件，動畫組3件），核定輔導金總額為新臺幣3,000萬元。另有2部輔導之動畫短片入圍2016年第53屆金馬獎。
- (3) 2016年劇本開發補助共計有37件申請案，經辦理評選，共計有14件申請案獲補助開發，核定總補助金額為新臺幣599萬元。
- (4) 為協助電影資金之多元募集，2016年持續辦理文化創意產業優惠貸款、電影事業優惠貸款等之貸款及貸款利息補貼業務。2016年提供電影事業優惠貸款及利息補貼案件，計有5件電影片製作及行銷貸款案（《大稻埕》、《痞子英雄：黎明再起》、《酸菜泡菜配》、《52赫茲我愛你》、《只有大海知道》等5部電影片）及1件電影片映演業新建經營貸款案（喜樂時代影城）。

#### 2. 輔導行銷與拓展通路

- (1) 2016年共60部次國片入圍國際影展、補助44人次參加國際影展，共獲得12個國際獎項，並輔導377部次國片參加國際電影市場展，總計437部次。
- (2) 持續推動國片院線及補助國片映演，保障國片映演空間，2016年參與國片院線廳數計486廳，補助國片24部，較2015年國片院線之429廳，補助22部國片映演均有所成長。
- (3) 辦理國產電影片國內創意行銷補助，以鼓勵業者運用新媒體及其他行銷通路進行電影創意行銷、拓展通路。2016年度（共2梯次）計補助22部行銷企劃案。



### 3. 觀影人口培養

2016年補助財團法人國家電影中心辦理「國片暨紀錄片影像教育扎根計畫」，辦理「種子教師培訓研習營」、「高中生電影研習營」及「偏遠地區國中小電影體驗營」等活動，共計有892人次參與，深化落實「文化平權」及「藝術教育體驗」之政策目標。



2016國片暨紀錄片影像教育扎根計畫  
(文化部影視及流行音樂產業局圖片提供)

### 4. 產製環境的完善

- (1) 建立友善的電影產製環境，提供電影拍攝之行政協助，2016年共計受理案38件，並協調外交部、國防部、內政部、財政部、交通部、法務部及經濟部等44個單位提供劇組行政協助。
- (2) 為提升我國電影人才素質及技術水準，2016年鼓勵民間單位或大專校院辦理電影製片、國際燈光技術指導以及產學實習等人才培育專業訓練課程、研討會、專題講座等計8案，共計培訓3,019人次。另主動持續辦理及開辦「國際提案一對一工作坊」、「國際電影特效應用大師講座」，及「新媒體與電影行銷應用課程」，計培訓1,013人次。
- (3) 為提升我國電影產業數位內容之品質，輔導及鼓勵我國電影事業購置電影數位製作設備器材，2016年核定補助17件申請案，總計補助2,641萬元，帶動民間投資達6,800多萬元。合計投資總額達9,500萬元以上。

## (二) 廣播電視內容產業發展旗艦計畫

### 1. 培訓廣電產業基礎人才

- (1) 2016年「電視人才培訓補助案」共6件，培訓內容涵蓋編劇、表演人才及特殊化妝等面向，培訓時數1,380小時，培訓電視從業人員、影視科系學生及有志從事影視工作之社會人士共263人，已有13名以上學員進入業界，從事演員、編劇及造型師等工作。
- (2) 辦理「綜藝節目企製人才培訓」，洽邀國際知名專業人士來臺分享國際大型實境綜藝節目製作趨勢與創意發想，以及如何結合新媒體、電商等應用拓展節目行銷多元性及創新模組，培訓時數55小時，培訓業界現職之綜藝節目製作人、編導、導演(播)、企編、剪輯等共33人，並另對外開放3場課程予電視產業工作者及影視科系師生報名旁聽，計約150人參與。

### 2. 2016年電視節目劇本創作獎

- (1) 2016年「電視節目劇本創作獎」以兩階段方式徵件，第一階段共徵得336件，計評選出40件入圍作品。第二階段徵件，共選出9件得獎作品(優等獎3件、佳作6件)。第一階段入圍及第二階段得獎獎金合計新臺幣500萬元。
- (2) 2016年電視節目劇本創作獎活動辦理「入圍劇本提案及促推技巧交流會」，並舉辦入圍作品媒合會及頒獎典禮，以提升我國原創劇本曝光機會。2016年入圍作品「勞動之王」已於客家電視臺播出並廣受好評、得獎作品「最佳利益」、「未來商城」已獲業者採用，顯見媒合成效。

### 3. 輔製優質多元之高畫質電視節目

- (1) 為提升我國電視內容國際競爭力為目標，2016年計補助製作202小時多元類型高畫質電視節目，獲補助電視節目在劇種及節目類型更加多元。
- (2) 近年補助之高畫質電視節目，如「一把青」、「紫色大稻埕」、「必娶女人」、「燦爛時光」、「長不大的爸爸」、「滾石愛情故事」、「一字千金榜中榜」等12個節目，於2016年電視金鐘獎共入圍45項，並獲得「戲劇節目獎」、「戲劇節目導演獎」、「戲劇節目男主角獎」、「戲劇節目女主角獎」及「戲劇節目編劇獎」等10項大獎；「一把青」並獲亞洲電視大獎最佳導演獎、最佳編劇獎、最佳女主角獎及最佳女配角等大獎，顯見節目輔導成效。

### 4. 輔導業者組團參展

- (1) 2016年組團參加「香港國際影視節目展（Filmart）」；並設立臺灣館計有30家電視內容業者參展，參展作品81部次，總計銷售56部次作品，銷售金額350萬3,580美元。
- (2) 配合政府「新南向政策」，組團參加2016年「新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場暨新加坡影匯市場展」並設立臺灣館，計有32家電視影視業者參展，參展作品59部次，總計銷售89部次，銷售金額217萬5,250美元。
- (3) 2016年補助業者組團參加「美洲國際電視節」、「法國坎城電視節」、「上海電視節」、「越南國際電影及電視技術展覽會」、「中國國際影視節目展」、「東京國際電視展」等6項國際影視展，參展部數351部次，銷售作品共191部次，銷售金額計2,841萬7,025美元。

### 5. 2016臺北電視內容交易、創投媒合會

- (1) 為創造我國電視節目之國際市場內容交易與創投媒合契機，邀請曾購買我國節目或具購片潛力之國外買家及投資者，來臺洽談交易及媒合創投，計邀請15國及地區、36家、47名海外買家來臺，國內參展業者計52家、282部作品參展。
- (2) 首次設置展現我國影視技術的「科技展示區（AR／VR體驗區）」，行銷推廣我國景點、促進觀光的「協拍服務區」及文學影視化的「華文出版區」等展區，充分呈現本交易媒合會以內容為主、跨界媒合與創投的趨勢。
- (3) 因應新媒體及OTT平臺崛起，以討論IP戲劇創作、製作與行銷為核心議題，辦理三場「國際電視產業論壇」，邀集我國、日、韓、中國大陸知名業者與會探討，藉此擴展我國行動寬頻影音節目國際知名度。活動洽談室媒合計467場次，交易作品時數1,752小時、交易金額710萬美元，展後延伸交易預估1,420萬美元，2天展會造訪人次共3,280人次。



2016臺北電視內容交易、創投媒合會  
(文化部影視及流行音樂產業局圖片提供)

## 6.2016年電視金鐘獎頒獎典禮

於2016年10月8日晚上7時在國父紀念館舉行，平均收視率7.69。在典禮節目製播方面，加強新媒體、新技術的使用，除多場景、多視角轉播外，並運用「虛擬實境（VR）」技術及「VR——360度全景影像」技術進行直播，突破國內典禮直播規格，提供觀眾更佳收視體驗，YouTube當日收看流量達230萬人次、「金鐘51」APP達40萬人次、三立新聞網達23萬人次、遠傳friDay影音及麥卡貝總計達7萬5,000人次。

### （三）流行音樂產業發展旗艦計畫

#### 1.人才培育

- (1) 辦理「大學校院辦理流行音樂學程暨系所教育補助案」，將流行音樂相關人才及知識納入大學校院常規教育，以穩定產業人才發展及厚植產業發展續航力。2016年共補助4件。
- (2) 辦理「國際交流工作坊」案，為強化流行音樂展演人才養成，2016年已完成開設流行音樂現場演出「燈光設計」、「音響技術」、「多媒體系統應用大師」等國際大師班工作坊，邀請美國、新加坡、英國等國際級大師來臺，與國內音樂產業專業人士進行專業交流，總計業界參與人數達166人。
- (3) 完成「流行音樂演唱會執行製作」、「流行音樂演藝執行經紀」2項職能基準登錄iCAP職能發展應用平臺及完成「演唱會助理導播」、「音樂（唱片）製作人」2項職能課程開發。
- (4) 辦理「硬地樂團音樂專輯錄製補助」案，核定補助40組硬地樂團錄製音樂專輯，培植硬地音樂創作優秀人才及樂團新血，豐富我國流行音樂面貌。
- (5) 2016金曲國際音樂節，辦理「金曲工作坊」，規劃「錄音技術講座」、「樂團編曲工作坊」、「DJ全系統專業訓練工作坊」三大主題，培訓人數達142人，增強學員音樂創作基礎知能，扎根音樂教育，培養國內音樂創作人才。另辦理「前進校園產學合作」與國立臺北科技大學、國立臺灣科技大學等2所影視科系合作，校園講座吸引200名學生參與，由同學為歌手及樂團設計、製作音樂MV，作品搭配歌手及樂團在「金曲售票演唱會」的表演播出，並於金曲音樂節會場公開播放，促成學訓用合一。
- (6) 辦理「鼓勵流行音樂人士及產業赴海外參與國際活動」補助案，2016年計有海外研習、海外發表演講或擔任與談人、國際參展及參與國際演出等項目共補助15件。
- (7) 辦理第27屆金曲獎，計有482張專輯、11,177件作品報名參賽，經評選後有128件作品入圍，共頒發26個獎項及1項特別貢獻獎，第27屆金曲獎頒獎典禮於6月25日假臺北小巨蛋舉行，平均收視4.38、有效收視5.08，雙居當日全國第一，另結合多視角4G網路線上直播，觀看總人次達到138萬6,974人次，並結合新媒體及社群軟體強化宣傳，包括金曲APP下載總數為4.6萬次、活動Facebook粉絲專頁人數為55,896人，LINE官方帳號人數為24,507人，Twitter專頁人數55,000人，金曲獎微博話題閱讀量更突破8億人次，金曲YouTube觀看人次計超過900餘萬人次。
- (8) 舉辦「第7屆金音創作獎」活動，計有1,856件作品報名參賽，經評選後有117件作品入圍，共頒發19個獎項及1個傑出貢獻獎、1個評審團獎。頒獎典禮於2016年10月29日於臺北世界貿易中心南港展覽館（四樓）雲端展場舉行，參與人數約3,500人。
- (9) 辦理「2016年臺灣原創流行音樂大獎」，計有227件作品參賽，30件作品入圍，於2016年9月3日舉辦決賽暨頒獎典禮，另於2016年9月30日假信義香堤廣場舉辦原音重現音樂分享會。

## 2. 品牌經紀

- (1) 為提升流行音樂產業發展競爭力，開創與推廣臺灣流行音樂品牌，辦理「流行音樂產業輔導促進計畫」，共22件申請案，計有8件獲補助，總計引導業者投入超過新臺幣5,253萬元。
- (2) 為提升流行音樂經紀功能、健全專業型演藝經紀發展，以拓展國際市場，發展流行音樂國際品牌，辦理「流行音樂星品牌經紀發展計畫」補助案，共23件申請案，計5件獲補助，引導業者投入約新臺幣5,240萬元。

## 3. 產製研發

- (1) 為提升流行音樂企製品質，於2016年首次辦理「流行音樂企製發行補助案」，補助類型分為品牌發展類及影視作品原聲帶類。品牌發展類共計36件申請案，計7件獲補助，影視作品原聲帶類計1件獲補助。
- (2) 辦理「流行音樂跨界合作及商務模式產業創新案」，共18件申請案，共5件獲補助，涵蓋面向包括結合傳統藝術、展覽活動、科技如體感偵測技術（Microsoft Kinect）、4D Box等，總計引導業者相對投入新臺幣5,403萬元。
- (3) 辦理「推動流行音樂展演空間數位發展」補助案，共補助3件企畫案，計60場次現場直播，引導業者投入達新臺幣1,297萬3,828元以上，並協助業者數位轉型升級，創造現場直播之新興營運模式。
- (4) 辦理「2015年流行音樂產業調查暨2016年產業動態統計」，以掌握我國流行音樂產業發展現況及進行趨勢預測。

## 4. 行銷推廣

- (1) 為推動金曲獎活動國際化及市場化，舉辦金曲國際音樂節，包括舉行國際論壇、主題講座、商展交易中心、展示活動、金曲售票演唱會等系列活動，並於2016年首度增設辦理「快速媒合會」、「投售簡報會議（Pitching）」，以增進國內產業與國際音樂人士交流機會，參展國內外廠商共計341家5,000人次，確認媒合場次396場，成交值達5.8億元。整體系列活動參與人數超過14萬人次；首度與日本東京國際音樂市場展（TIMM）及馬來西亞Malaysia Major Events（MME）完成策略聯盟，以互相參展及選薦藝人交流演出方式，逐步擴大在國際市場之影響力與市占率。
- (2) 辦理硬地音樂行銷推廣補助案，輔導硬地音樂業者以多元行銷方式，共計16件，其中，海外行銷部分，已完成國內樂團參加澳洲、新加坡及馬來西亞等地舉行之國際性音樂節共5場，赴海外辦理音樂節及巡迴表演共37場，以推介臺灣音樂特色。並辦理2016年臺灣樂團潮及硬地音樂校園巡迴系列活動，整體活動總計有3萬250人次參與。
- (3) 為促進流行音樂產業於新媒體之推廣應用，規劃及經營臺灣流行音樂專屬影音及資訊頻道，包括經營Taiwan Beats中英文網站、Facebook、Twitter、YouTube、Weibo、Spotify等。
- (4) 輔助國內歌手、樂團參演國際音樂節，拓展流行音樂海外市場。
- (5) 辦理「2016世界音樂節@臺灣」，計有10組國際藝人及臺灣演出團隊、4場策展人講座、4場音樂工作坊、1場國際媒合會，及連續三日的特色市集，促成50個媒合場次，參與人數約3萬7千人。

#### （四）推動科技與工藝創意產業結合旗艦計畫

文化部期待以工藝人文的溫度與科技人才相互媒合，以「生活科技美學」為主題，希望借助工藝職人的技術與美感，結合科技人才的技術去解決或創造生活中的新想法，辦理「推動科技與工藝創意產業結合旗艦計畫」。推動的內容，包括「工藝與創客媒合平臺計畫」：建構結合創作、製作、平臺、社群的創新價值鏈與服務；「科技產業與工藝產業跨界創新研發計畫」：提升工藝與科技結合應用開發；「工藝科技技術研究計畫」：在2016年共完成開發5件技術研究。並於2016年底於TAF空總創新基地，舉辦「創·藝進化論——2016推動科技與工藝創意產業結合旗艦計畫成果展」，以呈現科技、工藝融合之人文手感的嶄新層次。

### 三、數位智慧化：新興科技引領創意生活

2016年被許多媒體、業者稱之為「VR元年」，眾多業者推出「VR」相關裝置、硬體；若稱2016年為「VR硬體元年」，2017年將可謂為「VR軟體元年」。在這股VR的浪潮之下，經濟部工業局實施「智慧內容產業發展計畫」、眾家VR裝置業者齊聚「臺北國際電玩展」亮相、與臺北市文化局與經濟部工業局共同主辦「2016臺北設計之都：國際設計大展」，以協助／促進業者、大專校院，針對VR新興技術進行開發、教學、應用，並在各個領域、日常生活當中實現產業化、生活化，以達我國數位／智慧內容產業的永續發展。

#### （一）智慧內容產業發展計畫

「智慧內容產業發展計畫」係為經濟部工業局所推動之計畫，以內容為核心，透過新興科技，發揮內容衍生價值，透過產業規模化、倍增自製率與產值，推升產業競爭力、創新力與成長力，發展臺灣成為智慧內容創新應用領先國家，同時在過去發展智慧校園解決方案之基礎上，推動下世代創新學習應用。未來智慧內容將結合穿戴式科技、虛擬實境、擴增實境、高階影視特效等新興科技，與既有內容產業結合，衍生更多元、更創新之智慧內容，帶動國內產業跨域創新與整合輸出。

##### 1. 提供技術支援及諮詢，促成多方投資與合作

- (1) 2016年累計提供173人／件次技術服務，促成智慧內容產業投資達新臺幣92.93億元，促成產學研合作案2件次。
- (2) 12月6日至8日於澳門地區參加Siggraph Asia 2016臺灣館展出，此次為臺灣首度以「臺灣館」名義參與展覽，邀集國內包括：銘傳大學、國立臺北藝術大學、國立臺灣藝術大學、國立臺南藝術大學等4間大學院校學生作品，以及映CG、Yobi3D等2家業者參與展出。本屆展覽會的主題是「通向未來的鑰匙」，臺灣館所展出的作品，有大學院校的學生實驗性質作品，也有業界開發完成、已商品化的產品，均緊扣著此主題，再加上臺灣館攤位設置於展會主通道，展出之內容為動畫特效、VR應用相關技術與體驗，吸引大批專業人士駐足瞭解，並進一步詢問未來合作機會。
- (3) 與國際大廠Unity研議Unity Unite國際技術交流活動，並規劃於產業技術支援中心進行工作坊事宜。

##### 2. 辦理成果與經驗分享活動

- (1) 已於10月5日辦理補助計畫成果推廣或經驗分享活動1場次，邀請數位內容業者，以及霹靂國際多媒體

股份有限公司行銷部經理與會擔任主講人，現場說明開發成果、分享執行計畫經驗，促進交流互動並協助計畫推廣。

- (2) 截至12月底共受理36案數位內容補助計畫新案申請。

### 3.完善產學師資、學程與職能基準修訂

- (1) 產業技師計畫完成辦理11件培育補助案，2016年累計培育產業技師267人，提供企業穩定人才來源。
- (2) 特色學程累計完成分包7案次，累計投入21位業界師資、業師授課時數累計460小時，已有72位學生進行實習。
- (3) 種子師資完成辦理高雄地區辦理2班次VR開發系列課程，累計培訓34人次，提升數位內容種子師資實務教學能力、增加產業實務師資供給來源。
- (4) 完成修訂「數位內容遊戲企劃專業人員、數位內容遊戲美術專業人員、系統分析師、專案管理師、網路工程師、嵌入式軟體開發工程師」等6類產業職能基準。

### 4.應用新興科技，協助業者創新服務

- (1) 以技術指導（結合VR內容與Leap Motion動作偵測），協助國內業者發展VR虛擬實驗室與創新學習產品服務，並輔導申請工業局產業升級創新平臺輔導計畫（計畫名稱：智慧科學教室創新內容服務應用解決方案），現已通過補助並展開計畫推動。
- (2) 以博物館教育為主軸，運用內容設計、技術指導等方式協助國內業者發展臺灣史前博物館VR360觀光導覽學習服務、VR卑南遺址、AR卑南文化等體驗服務。
- (3) 以技術指導協助業者共同發展創新學習服務，結合無人載具系統、視訊串流、空氣品質偵測、座標定位等物聯網裝置應用，完成研發遠端實驗室系統服務，帶動創新學習產品與服務的發展。

## （二）2016臺北國際電玩展

為推動國產遊戲發展，不讓海外產品專美於前，結合臺北國際電玩展（Taipei Game Show），於展中設置「臺灣好遊戲專區」，集結國內遊戲代表性獎項得獎產品，包含：數位內容產品獎、臺灣原創遊戲大賞及GAME STAR遊戲之星玩家票選等，共15款臺灣最優質的國產數位遊戲，並邀集國內18家廠商共同參與，帶來豐富多元的遊戲互動體驗與精采刺激的電競比賽等活動。另結合時下最夯的線上直播平臺，讓民眾充分感受國產遊戲魅力，VR裝置與遊戲體驗亦成為展場最大亮點，展覽期間總計45萬人次入場觀展。

## （三）辦理數位出版獎補助，輔導業者數位化轉型

### 1.獎勵優良數位出版

為鼓勵出版業進行數位出版品創作，促進數位出版產業發展，於金鼎獎設立「數位內容獎」及「數位創新獎」2大數位出版獎項。2016年數位內容獎獲獎作品《國家地理雜誌互動數位版》整合了文字、影像、影音與網路互動，為讀者帶來更佳的數位閱讀體驗；獲數位創新獎的《WebEnglish影音翻轉教室》則將課堂講授和學生自行練習的順序對調，讓學生在課外先觀看已錄製好的課堂講授影片，繼而將課堂時間用於練習、解決問題或討論等互動教學。

## 2. 輔導數位出版產業發展補助

為促進出版產業轉型升級，引進數位化流程，補助業者發行符合國際標準規格之數位出版品、開發創新營運或數位閱讀模式。2016年共補助22案，挹注新臺幣1,018萬3,000元補助金，帶動業界逾新臺幣5,720萬元資金投入。第一類「數位出版品」獲補助之數位出版品逾1,715本，主題廣泛且內容豐富多元，包括文學、小說、漫畫、圖文書等，現皆已於市面流通，且大多數也上國際知名電子書平臺，有利我國出版品拓展海外市場；第二類「創新營運或數位閱讀模式」，獲補助計畫案包括「數位出版品平臺海外通路佈建計畫」華文電子書平臺國際推廣及「SOS文學出版暨數位訂閱計畫」創新數位出版服務及盈利模式。

### （四）補助業者辦理數位出版人才培育相關訓練及活動

#### 1. 補助辦理「第六屆全國暨海外教育盃電子書創作大賽」

補助「臺灣電子書協會」辦理「第六屆全國暨海外教育盃電子書創作大賽」。活動獲得全國各地學校師生熱烈支持，共計671所學校、505隊、6,479人報名參賽，網路票選總投票數超過13萬5,000多票。藉由競賽舉辦，激發數位原創能量，並促進推廣數位出版及數位閱讀。

#### 2. 補助辦理「2016雜誌媒體數位創新人才培訓」

因應全球出版數位化趨勢，國內雜誌業面臨數位轉型階段，文化部補助「台北市雜誌商業同業公會」辦理「2016雜誌媒體數位創新人才培訓」，全年度課程包括「雜誌數位媒體學院系列課程」、「未來數位人才培訓活動」、「雜誌媒體數位新趨勢國際講座」及「媒體數位經營人才交流活動」，藉由雜誌出版人才數位化技能之培訓，提升雜誌出版業數位化能力。

#### 3. 補助辦理「ePub3標準及臺灣出版數位化發展推廣計畫」

補助「臺灣電子書協會」辦理「ePub3標準及臺灣出版數位化發展推廣計畫」。透過舉辦研討說明會，積極向業者推廣適用ePub3電子書格式。ePub3推廣說明會於臺北及高雄各舉辦1場，由提供範例之業者說明ePub3電子書之製作，並邀請平臺業者說明電子書合作模式及ePub3發展策略。

#### 4. 補助參加IDPF國際數位出版論壇年會暨辦理趨勢分享講座

補助「台灣數位出版聯盟」考察2016美國書展暨IDPF國際數位出版論壇年會，及回國辦理趨勢分享講座。藉考察美國書展及數位出版年會，走進國際交流網絡平臺，與國際最新趨勢、數位科技技術及標準格式接軌，並帶回最新營運模式及創新服務成功案例，與國內出版業者分享，引領我國數位出版走向國際。

### （五）輔導數位出版業者參加國際、兩岸重要書展及交流活動

#### 1. 參加歐、亞重要國際書展，並設置數位出版專區

為輔導業者開拓海外數位出版市場，邀集國內重要數位出版業者參加國際重要書展，在臺灣館主題專區特別設置數位出版展示空間，推介國內優質數位出版品、積極布局海外華文電子書市場。

2016年義大利波隆納兒童書展邀請國內數位出版業者，展出臺灣原創數位出版作品共14件，透過互動方式展現臺灣數位出版面貌；馬來西亞海外華文書市及新加坡書展徵集臺灣電子書業者共同參展，另外，德國法蘭克福書展亦特別設有數位出版區，邀集國內出版業者共同參展，展現國內數位出版成果。

## 2. 參加「第5屆FIPP亞太數字期刊大會」

2016年文化部補助「台北市雜誌商業同業公會」邀集國內主要雜誌業者之高階經理代表，共同組成臺灣數位高峰媒體參訪團參加「第5屆FIPP亞太數字期刊大會」。同時呼應政府新南向政策，前進東協經濟共同體「2015資訊與通訊技術計畫」樞紐地區新加坡。此次我國代表與會除吸收國際知名雜誌媒體主管分享最新產業趨勢觀察，亦參與B2B展會，洽談具體商業合作案。

## 3. 參加「第23屆北京國際圖書博覽會」

北京國際圖書博覽會是國際間重要的版權貿易平臺，2016年文化部補助「中華民國出版商業同業公會全國聯合會」參展，臺灣主題館及童書館共32個攤位，臺灣主題館展館設計獲主辦單位評選為本屆國際館最美麗展館之一，參訪者絡繹不絕，主題館內設置之Books From Taiwan專區、獨立出版書區皆深受好評，童書館亦受一般民眾好評。

## 4. 辦理輔導數位出版產業發展補助案成果展

2016年特於第24屆臺北國際書展，設置數位出版補助成果專區，藉以擴大補助效益，推廣行銷優良數位出版品，並促進民眾數位閱讀風氣。本次展出展品多達600多件且分別由19家獲補助出版單位提供，為達到展區整體性，並讓民眾可輕鬆一覽數位區全數展品，選擇以大型數位展示牆整合呈現所有展品，並介紹國內重要數位出版平臺。

# 參、文化創意產業施政方向

文化是國家的根本，人民是文化創造的主體。文化部施政的核心理念，即以積極、開放、自由的態度，讓人民充分表達其所代表的文化、藝術、鄉土的理念與生命歷程，以期厚植我國文化力，帶起全體國人文化參與的動力，更與全世界分享堅韌的臺灣文化、藝術與生活體驗。

以文化治理國家，建構藝術自由支持體系，鼓勵人民自由地表達其理念思維、藝術創意、生活方式，連結人民所在之地方在地文化、歷史記憶，透過社區營造串聯社區大大小小對於地方認同感，提升文化敏感度、豐富其文化內涵，以奠定我國「文化經濟」的潛力。

對此，文化部新訂定之《中程施政計畫（2017年至2020年度）》共有五大面向：1.再造文化治理、建構藝術自由支持體系；2.連結與再現土地與人民的歷史記憶；3.深化社區營造，發揚生活「所在」的在地文化；4.以提升文化內涵提振文化經濟；5.開展文化未來新篇。在此中程施政計畫的目標、架構下，訂定2017年施政計畫，以「提升文化內涵提振文化經濟」為目標，奠定自由的文化氛圍與友善的文化環境，一同述說歷史記憶、自由無拘的創作、提振文化經濟、共享文化生活。

## 一、文化部2017年度施政計畫

文化部之文化創意產業係以「提升文化內涵來提振文化經濟」為核心理念逐步開展，將核心理念融入2017年之施政計畫當中，在打造文化公共體系以提升文化進用，乃為提升國人接觸文化的可及性，以提升國人對於文化（虛擬或物質）消費的意願與動力；再造歷史現場與文化保存，結合博物館之政策，並建構地方學與鼓勵回鄉，以堅實社區發展，是為提供國人文化體驗的空間，提高國人對於文化與創意本身歷史的尊重與價值的認同，以奠定文化經濟的基礎。成立中介組織、加強投融资補助機制與打造臺灣國家隊，



乃為提供文化或創意生產者一強而有力的發展後盾，協助臺灣品牌業者走出國門，讓臺灣的特色文化與創意在世界發光，開創臺灣文化與創意經濟一條璀璨明路。

### （一）打造文化公共體系，提升文化近用

為推動「文化基本法」立法，以作為國家文化施政綱領規劃的基準，藉由文化白皮書的研擬、舉辦全國文化會議、規劃文化論壇等公民審議程序，廣納各界意見，凝聚人民文化共識、匯聚民間文化價值。籌設專業文化中介組織推動藝文及文化經濟發展，引入參與式治理與公共課責機制，並召開行政院文化會報，協調整合跨部會文化資源，提升行政部門間之文化意識，以促進跨部會合作及整體施政文化。

推動「文化體驗教育」、「高齡人口文化近用」，培養人民自教育階段起具藝文欣賞能力，以提升人民文化消費的興趣與意願，配合各地方文化機構、博物館系統，引入在地高齡長者的生命歷程，籌集屬於在地的「地方學」，納入長照體系、社區培力系統，成為各地不同年齡層居民就近體驗、欣賞藝文的媒介，以提升整體藝文消費人口。並同時輔導地方政府「演藝場館營運提升計畫」，強化場館軟硬體設備、研發、策劃及行銷能力，培養藝術行政人才。媒介演藝團隊進駐演出，並與地方政府合作帶動在地參與。盤點既有場館資源，並挑選具有潛力的場館輔導升級達到可使用需求，進而媒合表演藝術團隊、學生使用。協調開放社區閒置空間，提供藝文團隊進駐及藝文教學之用，並以專案計畫建立專業支援師資。

### （二）再造歷史現場：有形、無形文化資產保存、活化與再生

再造歷史現場，重現歷史記憶，並建構文化觀光的價值與生命力。結合各部會發展計畫，並與各地方政府合作，選定指標性文化資產個案，強化整合文資保存前期調查研究至後續經營維運，以重新連結與再現土地與人民的歷史記憶，如於臺北市定古蹟「大阪商船株式會社——臺北支店」建置攝影文化中心；傳統表演藝術、工藝美術、口述傳統、民俗節慶、傳統知識等保存與再生；「國民記憶庫」統整地方文史研究資料，鼓勵公眾書寫，讓全民一起說自己的鄉土故事；促進轉型正義，建置臺灣人權檔案文件研究平臺，以歷史記憶現地凍結式保存之歷史建築，落實臺灣的民主化。



2016臺灣燈會燈區演出（桃園市政府圖片提供）

### （三）建立跨層級文化保存整體政策、整合博物館系統

研擬建立跨層級的文化保存「協力」機制，引導各級政府建立以行政區為單位之文化保存整體計畫，使文化保存更能連結在地生活，各級政府也能就爭議個案進行意見交流與協調。建立地方文化會報，每年開平臺會議，提出參與式方法。

整合博物館系統，選定現有國家級博物館，發展為各區域與各領域的研究核心博物館，並帶動鄰近或同種類公、私立博物館。輔導建立私人、中小微型博物館，協助建置或豐富企業博物館。以博物館系統支援地方文化空間，成為社區的「MLA」（博物館——圖書館——檔案館）複合設施，形成社區文化核心，並帶動社區居民參與，已形成一社區博物館，帶動人民文化敏感度。

#### （四）建構及推廣「地方學」

建構及推廣「地方學」，結合社區文化工作者、學術社群、地方政府的串聯，並整合在地學校、圖書館、區里辦公室、文史工作室、社區組織、藝文空間、博物館、美術館、文化地標、書店乃至民宿等公私空間，成為傳播地方學的「文化熱點」。並結合對文化資產的擴大投資、新科技的運用，以擴大對地方學的研究、整理、推廣能量，建構「可及且有效」，且包含地方文史與產業生態等地方知識的學習網絡。

#### （五）鼓勵青年回（留）鄉、堅實在地社區組織

鼓勵青年回（留）鄉、堅實在地社區組織，串聯各種地方組織與產業，作為在地文化種子的培力教學平臺，建構有利新血投入社造的環境，提升地方知識傳承和社區治理能量，透過社區營造由下而上推動社會轉型。透過媒合民間資源投入、協助結合社會企業，並導入專業專職人員等策略，使社區組織具備發揚在地文化，進而成為在地產業、社福醫療、社區安全、人文教育、環保生態、環境景觀、社區照護等「社會安全網」的一環。

#### （六）推動成立中介組織、以臺灣文化生活品牌國際化，行銷臺灣價值

為提振我國文化經濟，將針對影視音產業、出版產業、動漫暨遊戲產業進行相關的輔導與工作，持續推動成立行政法人「文化內容策進院」，以臺灣文化生活品牌國際化，促進臺灣文化生活品牌國際化，行銷臺灣價值。將「財團法人國家電影中心」轉型為行政法人：以中介組織推動國家電影資產之保存、修復、研究及教育推廣等高度專業性工作，厚植以電影影像為載體的國家文化記憶。並盡快結合相關部會建立「文化經濟推動平臺」，即時商討跨部會分工，並提出文化經濟的短中長期發展策略。同時推動文化資金雙軌制，強化階梯式人才養成、輔導機制與打造通路。

#### （七）提振文化經濟

從產製與流通提升影視音產業，在產製方面，強化學校與公共廣電機制的人才培育功能；以專業行政法人作為推動產業的主導機構。資金方面，擴大媒合、創投基金等多重來源強化投資。流通方面，擴大推動國片院線，拓展映演通路，擴大觀眾人口，提升本國電視自製節目的能見度。輔導方面，穩定本國節目品質、數量及強化國際競爭力；持續推動「北部流行音樂中心」與「海洋文化流行音樂中心」計畫，作為帶動臺灣流行音樂人才培育與產業發展的雙引擎，另持續強化流行音樂中小型演出場地之運用與設備升級，以拓展市場通路，完備臺灣流行音樂表演市場之發展。

振興出版產業與扶植動漫畫及遊戲產業，強化公立及學校圖書館作為地方知識中心的角色，並透過「文化教育計畫」、「高齡人口文化近用計畫」，帶動學生與銀髮族群閱讀；出版跨界應用的強化、與表演藝術、動漫畫及遊戲產業、影視音產業的串聯，以及學院研究成果的公共化，讓出版業成為臺灣文創強而有力的「故事後勤」。鞏固獨立出版與獨立書店創造的出版文化多樣性，並以「華語地區最自由開放的出版文化」優勢，拓展海外華語市場。將設立漫畫基地，促進創作交流、跨界媒合及展示銷售，並規劃「國家漫畫史料館計畫」，及研擬ACG整體產業發展計畫。持續推動出版產業數位化，協助中小型業者因應數位化發展。

打造「臺灣文化路徑」，配合國家重大文化資產發展、數項已經或將啟用表演藝術場館之營運，乃至行政院「智慧城市」施政，將臺灣的發展軌跡跨部會、虛擬實體整合，打造多條主題式的「臺灣文化路徑」。並利用文化政策，一方面提高觀光旅遊的「品質」、「單位產值」與「產業附加價值」等「三質／值」，另一方面也能強化全國各類型文化設施的營運能量。

### （八）推動文化科技施政計畫

文化與科技結合背後的核心價值，是對人文的追求及想像，對生活改善及前進的期待。例如臺灣的原生文化如何透過科技的方式，送到全世界觀眾的眼前。科技雖可促進文化發展，但需要一個超越式的文化想像，包括科技如何促進人文發展，並驅動臺灣未來科技政策想像，作為臺灣未來國家轉型發展重要驅動力。在檢討文化部組織法，研擬相關組織創設，以提升文化施政的科技能量，全力推動「文化科技施政綱領」。

打造文化實驗室，以「展望21世紀臺灣文化」為定位，以文化內涵為核心，導入科技創新應用，從「現在到未來」、「在地到國際」、「文化與科技」三大軸線出發，建構創作者「從0到1」的文化實驗場域、完善多元的支持機制／臺灣文化及創意的完整生態系、臺灣文化面向國際和國際文化走入臺灣的環境、首都文化和創意網絡的虛實樞紐。形塑產、製、銷的創新流程包括建構及應用文化記憶庫、鼓勵文化創新實驗、提供資源輔導、展演及市場測試、國際合作交流等。並藉由青年文化萌芽計畫及高教創新體系的整合，提供青年及新創的萌芽環境，同時，文化實驗室將成為開放公眾參與的創意樞紐。

整合數位文化資料庫平臺及文化大數據，並建立常設性跨域、跨藝的科技整合平臺及藝文技術共享平臺。提升文化場域、文化保存及藝術等文化與科技技術結合運用產製與創作。提出文化內容跨域結合，創造附加價值。盤點數位化資產，協助建立業者及創作者授權利用之友善環境。運用先進科技辦理文化資產、博物館等各類型文化場域硬體修復及軟體故事敘述，連結藝文參與網路，創設音樂互動體驗。強化現有機構的職能，並與大學相關系所、研究單位充分合作，建構圍繞創作核心的典藏、研究與詮釋體系，整建藝術史數位平臺。

辦理「文化內容科技應用與創新產業領航旗艦計畫」，期望協助催生臺灣文化內容及衍生創作，並連結科技創新工作或商業模式，透過建構文化金融體系、強化原生內容及IP開發與跨域、拓展國內外市場通路與品牌行銷，整體擴大影視產業投融资、健全生態系。

### （九）多面向拓展文化外交

國際合作在地化，持續促成國際文化機構在臺深耕、與地方政府的協調，促成三方的合作。在地文化國際化，以文化行銷臺灣的「國家品牌」，引介臺灣當代藝術及經典作品（建築、文化資產）進入國際，並透過市場機制將臺灣影視產業推向國際。促進兩岸文化交流及產業輸出，確保臺灣在華文社會之品牌優勢。包括與經濟部合作，推動涉及文化的經貿法規與文創產業的海外行銷；加入TPP、TiSA對各文化產業整體影響評估之整體思維與策略；參與各項國際經貿會議時，須有文化例外的上位政策及智庫網絡，並應納入文化經貿實務及談判人才，組成戰略小組及學術社群。



「2016臺北市界設計之都——設計成癮夜」講者與聽眾合影（臺北市政府文創發展科圖片提供）

## 二、跨部會2017年度文化創意施政計畫

### （一）持續推動智慧內容產業發展計畫

以內容為核心，透過新興科技，發揮內容衍生價值，透過產業規模化、倍增自製率與產值，推升產業競爭力、創新力與成長力，發展臺灣成為智慧內容創新應用領先國家。未來智慧內容將結合穿戴式科技、虛擬實境、擴增實境、高階影視特效等新興科技，與既有內容產業結合，衍生更多元、更創新之智慧內容，帶動國內產業跨域創新與整合輸出。

預期透過科技帶動內容產業創新，以已建立之產業技術支援中心為基地，協助產業應用先進科技，帶動產業創新、完善產業生態。並以具有前瞻性和延續性的原則制定政策，協助解決產業環境法規問題、升級技術能力，同時推廣行銷智慧內容產業，促使核心領域產值增加10%以上。並透過多元創新研發補助，輔導跨平臺創意智慧內容推動及異業整合示範應用服務，推動虛實整合與異業合作，達成一源多用乘數效應並擴散新興智慧內容。務實人才培育養成，結合學校和企業資源，推動產學合作，培育中階實務技術人才，以改善學用落差與實務技術人才斷層之現象。進行智慧內容原創加值，運用軟硬整合，激發原創人才創作能量，發展智慧內容原創產品，協助國內產業開發原創虛擬育樂內容，應用在娛樂、育樂領域達到寓教於樂目標，提供更效率、有感之互動體驗。

透過上述相關工作，持續強化臺灣智慧內容產業，同時對於內容創新應用及整體產業鏈的上下游整合，帶動全面性發展效益。

## （二）數位內容跨域創新應用推動計畫

數位內容產業兼具發展知識經濟及數位經濟雙重指標之意義。隨著行動上網與智慧型載具的普及、大數據、雲端儲存、數位匯流、以及AR／VR（擴增實境／虛擬實境）技術的蓬勃發展，遊戲、動畫、影音、生活、社群與學習等數位內容都在同一個匯流平臺上競爭，意謂數位內容已打破情境、時空和過去媒體形式，成為增強國家文化軟實力及全球競爭力之關鍵性產業。爰此，我國與多數先進國家均將其列為經濟發展之重點並予以積極推動。

面對數位匯流發展環境成熟，牽動消費型態與市場需求轉變，相關服務與應用發展持續創新。為推動我國數位內容產業之創新與增值、提升原創國際能見度與拓展國際市場，策略上宜透過結合終端平臺多樣化，使內容應用化於各領域、各平臺及市場中，促使內容與行動應用科技互相融合，以推動跨域創新應用為核心主軸，為數位內容產業尋找新市場及創造新商機。

隨著亞太區域國家近年經濟快速興起，東協各國經濟成長的亮眼表現成為國際投資者的關注焦點。藉由策略性聚焦網路環境及基礎建設日漸完備、具龐大消費潛力之東協市場，透過在地化深耕及精準對接拓銷策略運用，協助業者佈建國際通路，提升數位內容業者商機促成效益，擴大國產數位內容產品在重點目標市場之市場曝光度及占有率。

## （三）時尚設計：紡織產業發展整合推動計畫

紡織產業與設計品牌時尚產業持續朝向智慧化、綠色化、文創化邁進，包括透過諮詢、訪視、專家診斷等客製化實體服務，提供產業輔導、輔助及相關獎勵措施，以協助排除投資障礙，更透過專業服務團隊提供業界營運、技術及行銷等相關指導。並建立紡織產業產政學研交流與合作平臺，發揮即時宣導政策之基本功能，亦協助業者技術引進或國際合作方式與國外廠商進行產業資訊交流或實質技術合作，推動紡織產業國際交流及媒合商機，提升整體紡織產業國際競爭力。此外，為成就「產業升級轉型行動方案」之推高值／質精神，並融入綠色化、文創化，以及科技、美學、品牌及創新材料等元素，規劃人才培訓中高階課程方案，培育符合紡織產業需求之人才；課程內容包含鞋／包專業技術與設計增值系列、紡織產業整合技術增值系列、時尚設計增值行銷系列、纖維材料應用增值系列及織物織造設計行銷增值系列等。

## （四）建築設計產業2017年施政計畫

為內政部轄管的建築設計產業，2017年施政計畫主要圍繞在智慧化、高齡化、低碳化、防災／減災化等面向。

在智慧化方面，推動永續智慧城市：智慧綠建築與社區推動方案，遴選規劃及辦理永續智慧社區示範場域實證，並改善既有建築物之智慧綠建築功能，以及評定智慧綠建築及綠建材。在智慧化環境科技發展推廣計畫的部分，推動辦公室與推動小組運作、產業發展與人才培育、示範應用與展示推廣、創新服務與整合發展、相關機制研擬與法規研修等工作。以及推動建築資訊整合分享與應用研發推廣計畫，普及推廣應用，研訂國內BIM（Building Information Modeling，建築資訊模型）指南架構；延伸深化應用，結合BIM於建築維管，提升建築使用效能；開發本土應用，開發本土BIM元件通用格式及資料庫架構；整合研究力量及成果，邀集營建產官學組織推動團隊。

在高齡化方面，推動高齡者安全安心生活環境科技計畫，以高齡者生命歷程及照顧環境規劃設計，建構公共建築物友善生活環境，並研析先進國家身心無障礙環境法令趨勢，以及推動高齡者生活空間與輔具應用，研析高齡與特殊身體及心理認知障礙者空間行為模式。

在低碳化方面，推動創新低碳綠建築環境科技計畫，建構建築節能技術服務環境基礎，研發創新低碳綠建築與二氧化碳排放減緩之建築節能科技，以本土化氣候條件建立都市綠資源評估架構，整合建築實驗研究設施進行創新營建材料、技術與研發，擴大低碳綠建築節能科技、生態與綠能評估及創新智慧綠建築技術，導入建築管理提升建築環境品質。

在防災／減災化方面，推動建築技術多元創新與推廣應用精進計畫，進行建築物延壽與耐久性能創新研究，提供修復技術及維護策略。配合災害防救應用科技方案，推動建築耐震相關設計、施工規範研修與技術推廣，以及辦理風工程技術提升多元整合研究，強化居住舒適性與風能利用。推動建築防火安全工程創新科技及應用研發中程計畫，研發防火安全風險評估技術及風險溝通對策、智慧綠建築設計、綠建材及綠能科技調合之創新技術、創新耐火技術及評估驗證規範，精進避難行動安全與順暢性之防火、煙控及避難技術，創新火災延燒控制、煙控及避難設計及驗證技術。推動都市與建築減災與調適科技精進及整合應用發展計畫，強化國土計畫與災害韌性、耐震補強在都市韌性之角色分工，推動綜合治水落實於都市開發審議、雨水貯蓄滯洪設施與雲端系統應用，推動坡地社區防災自主管理法制、雲端及智慧科技於坡地社區應用，並研擬高齡化社會行為弱勢者災害應變對策。推動鋼構建築複合性災害作用下耐火科技研發計畫，促進實尺寸鋼構屋及構件火害結構行為研究，並建立火害前後識別參數及損壞指標。

### 三、文化施政：前瞻基礎建設計畫

文化部以普及公民文化科技基礎建設、開創智能城市的文化內涵為核心，將部分「文化科技」政策，納入行政院「前瞻基礎建設計畫」施行，包括屬「城鄉建設」的「文化生活圈建設計畫」，以及屬「數位建設」的3項子計畫：「國家文化記憶庫及促進數位加值應用計畫」、「推動超高畫質電視內容升級前瞻計畫」、「新媒體跨平臺內容產製計畫」。其中，城鄉建設預算達新臺幣158億元；數位建設預算則為新臺幣64.7億元。

在城鄉建設方面，文化部所提的「文化生活圈建設計畫」4項計畫，將打破過去以文化場館硬體興建為主的模式，主要以文化資產保存修復與活化利用，以及透過充實軟體帶動硬體升級的思維為主，並充分融合既有地方文化特色與歷史重建的工作，既讓歷史記憶扎根，也賦予當代觀點，從文化治理的角度帶動在地城鄉風貌發展；包含「文化保存」計畫、「地方館舍升級」計畫、「重建臺灣藝術史」計畫及「地方文化特色活動」計畫等。

數位建設總計為新臺幣64.7億元，三項計畫中，「國家文化記憶庫及促進數位加值應用計畫」（新臺幣22.7億元）透過授權機制建構，提供文化資料收存取用，以建構臺灣文化DNA來支持創作取材的基礎建設。「推動超高畫質電視內容升級前瞻計畫」（新臺幣24億元）以期打造更多在世界舞臺發光發熱的《通靈少女》。「新媒體跨平臺內容產製計畫」（新臺幣18億元）則將鼓勵民間業者善用OTT等新媒體平臺，以及AR、VR新科技特性，革新技術、行銷與商業模式，發展臺灣原創故事，讓故事內容透過多元應用擴大價值，涵蓋範圍並首度納入動漫ACG產業支持計畫。

2016南島文化節開幕式——南島之夜  
(臺東縣政府文化處圖片提供)



## 第二篇

# 臺灣文創產業發展 現況趨勢

—— 個別產業發展現況趨勢

## 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、消費者信心及來臺旅客消費狀況所左右。而整個文創產業分類正面臨數位化科技下，由消費者驅動的產業轉型調整，跨域與跨產業的模式更加盛行，也造成新經濟模式無法適用標準行業分類，以致在文創產業統計上也產生相當的限制。

因此，以下除了透過次級量化資料逐一檢視個別文創產業在2016年的發展樣貌，本年報也透過深度訪談與專家座談會補充質性觀點說明。

- 
- 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、出版產業
  - 八、流行音樂及文化內容產業
  - 九、廣告產業
  - 十、產品設計產業
  - 十一、視覺傳達設計產業
  - 十二、設計品牌時尚產業
  - 十三、建築設計產業
  - 十四、創意生活產業
  - 十五、數位內容產業



# 視覺藝術產業

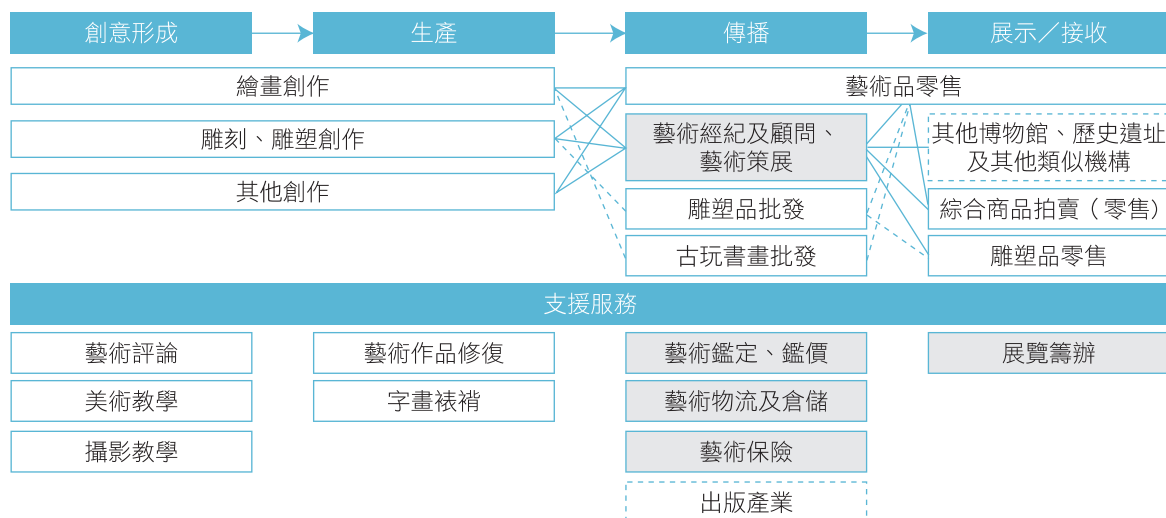
## 一、產業鏈及產業範疇

視覺藝術產業是指從事繪畫、雕塑及其他藝術品的創作，藝術品拍賣零售、藝術品零售（藝廊），藝術品展覽、經紀代理，藝術品公證鑑價、藝術品修復等之行業。

從產業鏈觀察，視覺藝術產業之創意及生產端最主要包括繪畫創作、雕刻及雕塑創作、其他創作；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、字畫裱褙等行業。傳播端的次產業則為視覺藝術作品之批發及零售，包括古玩書畫及雕塑品批發、藝術經紀及顧問、藝術策展、藝術品零售（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、綜合商品拍賣（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，同時也是視覺藝術產業之初級市場中最重要之通路之一。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次產業，但歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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.次產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，2017年8月。

依據財政部稅務行業標準分類第7次修訂，視覺藝術產業包括「古玩書畫批發」、「雕塑品批發」、「綜合商品拍賣（零售）」、「雕塑品零售」、「藝術品零售」、「美術教學」、「攝影教學」、「繪畫創作」、「雕刻」、「雕塑創作」、「藝術品修復」、「藝術評論」、「其他創作」、「字畫裱褙」等十三項行業。上述圖2-1中，部分支援服務行業未納入行業統計範圍，係因該些行業於稅務行業標準分類中無專門對照之行業別，惟為呈現完整產業鏈活動，故仍於圖2-1中呈現。

表2—1 視覺藝術產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
4699—19	古玩書畫批發	古玩書畫批發
4699—20	雕塑品批發	包括印章、雕刻品等批發
4719—15	綜合商品拍賣（零售）	1.包括從事代為拍賣畫作、書法、雕塑、珠寶、首飾、家具、裝設品等各類型商品之綜合商品拍賣 2.從事代為拍賣單一類型商品者應依照其所拍賣商品類型分別歸入G大類「批發及零售業」之適當類別
4852—18	雕塑品零售	包括印章、雕刻品等零售
4853—11	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	字畫裱褙	字畫裱褙

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，2017年8月。

## 二、產業數據分析

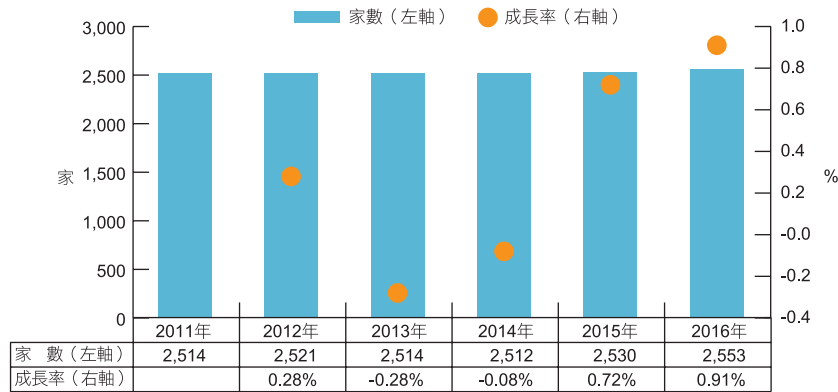
視覺藝術為文化創意產業的核心創意來源之一，具有蒐藏性的特點，因此衍生出藝術品修復、倉儲、運輸、包裝等相關周邊服務，而展示及交易的功能，亦須透過鑑價制度、經紀代理等核心業務，讓作品能夠在市場上交易流通，產生經濟活動。

就目前視覺藝術產業的廠商家數及營業額觀察，自2014年至2016年廠商家數變動大抵呈現微幅增加情況，2016年報稅廠商家數2,553家，較2015年增加0.91%（如圖2-2）。在營業額表現方面，在2011年至2014年期間，視覺藝術產業營業額呈現持續成長趨勢，惟2015年營業額新臺幣55.81億元，較2014年明顯減少14.88%，2016年再度回升至新臺幣55.94億元，微幅增加0.23%（如圖2-3）。

# 臺灣文創產業發展現況趨勢

圖2—2 2011~2016年視覺藝術產業之家數成長概況

(單位：家、百分比)

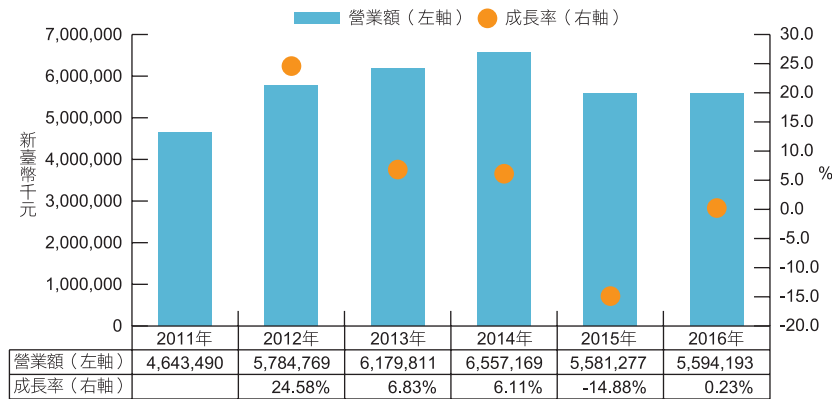


註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—3 2011~2016年視覺藝術產業之營業額概況

(單位：新臺幣千元、百分比)



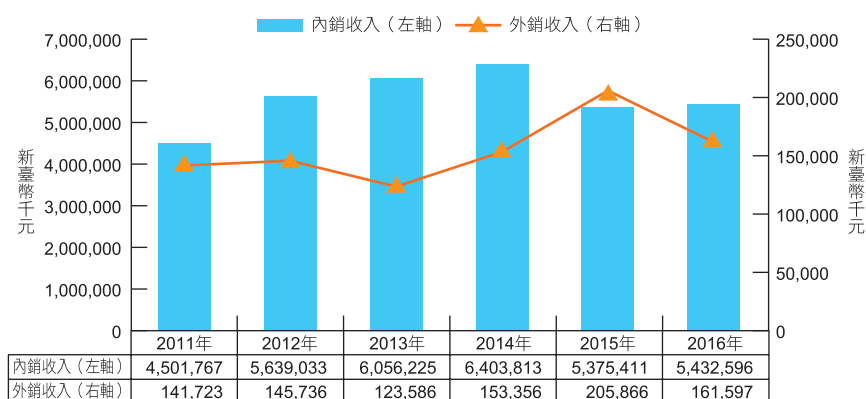
註：本年報之廠商營業額係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

在內、外銷表現方面，視覺藝術產業仍以內銷為主，2016年內銷收入約新臺幣54.33億元，占總營業額約97.11%；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，2012年至2013年呈走低態勢，直至2014年與2015年藝術品出口至東南亞及中國大陸明顯增加而有所成長，惟2016年再度受中國大陸整體藝術市場交易衰退影響，外銷金額降至新臺幣1.62億元，衰減21.50%。

圖2—4 2011~2016年視覺藝術產業之內外銷概況

(單位：新臺幣千元)



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，2017年8月。

針對視覺藝術產業各次產業的2016年營業額表現，除綜合商品拍賣（零售）、雕塑品零售、繪畫創作、美術與攝影教學、藝術評論、其他創作及藝術作品修復等營收呈現成長之外，其餘次產業的營業額皆為衰退。

表2—2 2011~2016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		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
古玩書畫批發	營業額	113,324	112,018	133,283	124,355	119,302	118,881
	成長率		-1.15%	18.98%	-6.70%	-4.06%	-0.35%
雕塑品批發	營業額	369,918	362,593	418,618	434,253	495,985	374,819
	成長率		-1.98%	15.45%	3.74%	14.22%	-24.43%
綜合商品拍賣 (零售)	營業額	1,488,437	1,480,816	44,890	124,193	185,297	199,783
	成長率			-	176.66%	49.20%	7.82%
雕塑品零售	營業額	1,897,798	2,951,313	1,387,539	1,433,404	1,850,761	1,895,069
	成長率			-	3.31%	29.12%	2.39%
藝術品零售	營業額	1,897,798	2,951,313	3,251,773	2,919,651	1,974,354	1,947,117
	成長率				55.51%	10.18%	-10.21%
繪畫創作	營業額	19,651	22,739	38,499	42,251	30,773	57,052
	成長率				-	69.31%	9.75%
· 攝影教學	營業額	19,651	3,128	5,168	8,357	14,015	18,017
	成長率				-	65.21%	61.71%
· 美術教學	營業額	19,651	3,128	5,168	8,357	14,015	18,017
	成長率				-	65.21%	61.71%
藝術評論	營業額	59,070	66,756	265,834	487,527	236,108	331,330
	成長率		13.01%	298.22%	83.40%	-51.57%	40.33%
· 其他創作	營業額	357,586	435,997	266,002	613,657	310,426	312,648
	成長率		21.93%	-38.99%	130.70%	-49.41%	0.72%
· 藝術作品修復	營業額	357,586	435,997	266,002	613,657	310,426	312,648
	成長率		21.93%	-38.99%	130.70%	-49.41%	0.72%
雕刻、雕塑創作	營業額	4,392	5,550	33,709	30,066	34,392	22,047
	成長率		26.35%	507.40%	-10.81%	14.39%	-35.89%
字畫裱褙	營業額	333,313	343,861	334,499	339,455	329,864	317,430
	成長率		3.16%	-2.72%	1.48%	-2.83%	-3.77%

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。以藝術評論為例，實務上多為個人工作者，但本年報所呈現為藝術評論機構，可能與評論相關刊物與平臺有關。

2.財政資訊中心顧及報稅廠商之個人資料保護，不提供廠商家數5筆(含)以下之統計資料，故將廠商家數小於(含)5家之次產業與性質相近之次產業合併呈現，如「美術教學」小於5家，故與「攝影教學」及「繪畫創作」進行合併呈現；「綜合商品拍賣」小於5家，故與「雕塑品零售」進行合併呈現；「藝術作品修復」小於5家，故與「其他創作」進行合併呈現。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

其次，雖然藝廊及藝術品拍賣業已分別被歸類於藝術品零售、綜合商品拍賣(零售)等行業之中，但為進一步觀察藝廊及藝術品拍賣業之經營情況，本年報彙整現有藝廊及藝術品拍賣業之統一編號，以產業加總的方式向財政部取得我國藝廊及藝術品拍賣業近六年發展資料。

以平均每廠商營業額表現來看，自2011年至2016年間，藝廊業及藝術品拍賣業的歷年表現呈現起伏情況，且增減波動幅度較大；藝廊業2015年出現72.82%顯著成長後，2016年再度衰退38.24%，平均每廠商營業額降至約新臺幣1,721萬元，反觀藝術品拍賣業則係自37.25%明顯負成長後，2016年趨緩至萎縮1.75%，平均每廠商營業額約為新臺幣3,982萬元(如表2-3)。

表2—3 2011~2016年藝廊及藝術品拍賣業之營業額

(單位：新臺幣千元、家、百分比)

次產業		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
報稅廠商家數	藝廊	162	173	191	198	211	206
	藝術品拍賣	20	25	29	34	40	40
營業額	藝廊	4,431,264	3,026,379	4,359,252	3,193,600	5,881,569	3,546,152
	藝術品拍賣	818,781	1,077,080	1,683,917	2,196,211	1,621,193	1,592,773
平均每廠商營業額—藝廊	營業額	27,353	17,494	22,823	16,129	27,875	17,214
	成長率		-36.05%	30.47%	-29.33%	72.82%	-38.24%
平均每廠商營業額—藝術品拍賣	營業額	40,939	43,083	58,066	64,594	40,530	39,819
	成長率		5.24%	34.78%	11.24%	-37.25%	-1.75%

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

此外，由畫廊及藝術品拍賣業之重要市場指標表現，亦可觀察整體視覺藝術產業發展情況。於畫廊業方面，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，2016年申請參展家數192家，較2015年減少，同時由於2016年臺北國際藝術博覽會延展走道空間與擴增休息區域，故實際參展藝廊家數較2015年微降至167家，從而致申請參展通過率由2015年75%提升為80%（如表2-4）。此一方面顯示藝廊移轉國際藝術博覽會參與配置至其他區域，另一方面或彰顯臺北國際藝術博覽會所提供之參展名額是供過於求。儘管經營環境相對過往艱辛，然於主辦方積極跨業結合與同步連結各類藝文活動下，2016年參觀人次相對2015年明顯成長。

表2—4 2015~2016年臺北國際藝術博覽會相關資訊

(單位：萬人、新臺幣億元、家)

次產業	2015年	2016年
參觀人次	4.7萬人	5.5萬
實際參展藝廊家數	168家	167家
申請參展藝廊家數	224家	192家
申請參展通過率	75%	80%

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，2017年8月。

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2015年及2016年的拍賣情況來看，不論春拍或秋拍，2016年的總委託拍賣件數及成交件數皆較2015年明顯減少，成交率亦趨下滑，2016年四大拍賣行合計成交金額約新臺幣13.34億元，較2015年的新臺幣17.63億元減少約24.33%。

表2—5 2015~2016年臺灣主要拍賣行成交率及成交金額

(單位：新臺幣億元、百分比)

拍賣時間暨場次 拍賣結果	2015年			2016年		
	春季	秋季	合計	春季	秋季	合計
拍賣會場次數	5	5	10	4	4	8
拍賣／成交件數	926/629	1,055/547	1,981/1,176	655/437	547/362	1,202/799
件數成交率(%)	67.93	51.85	59.36	66.72	66.18	66.47
成交金額(億元)	10.85	6.78	17.63	5.49	7.85	13.34

資料來源：景薰樓、中誠國際、羅芙奧與金仕發等四大拍賣公司官方網站，本年報整理，2017年8月。

### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

概括而言，2016年國內藝術市場之初級與次級市場均呈衰退趨勢，主要係因國內經濟前景不明，藏家藝術消費轉趨保守觀望態度；而次級市場買家除國內人士外，尚包含中國大陸買家，而受中國大陸總體經濟欠佳與藝術市場衰退之影響，連帶衝擊其來臺參與次級市場之消費力道。初級市場中指標性之臺北國際藝術博覽會，2016年申請及實際參展廠商家數均低於2015年。至於次級市場表現，由前述2011年至2016年藝術品拍賣業之平均每廠商營業額遞減幅度轉趨平穩情況，可看出整體次級市場雖表現不佳，然其衰跌走勢已有所趨緩。此外，據Artprice<sup>1</sup>發布《2016年全球藝術市場》(The Art Market in 2016)指出，2016年香港、澳門與臺灣之藝術拍賣市場成交量雖同比下降16.22%，然成交額相對上升16.67%，由諸項市場指標表現可看出次級市場未來或可呈復甦景況。

值得關注的是，2016年財政部公告《財政部核釋個人拍賣文物或藝術品之財產交易所得計算規定》，確定個人拍賣藝術品之課稅所得，改以拍賣收入按6%純益率計算，其實質租稅負擔率將落於0.3%~2.7%區間，欲縮減我國與中國大陸、香港稅賦差距，以提升國際收藏家來臺參與拍賣意願，從而提振國內藝術品拍賣市場。惟國際趨勢多採就源扣繳方式課徵，稅款由拍賣公司代扣，此免除賣方隔年申報而導致財產曝光，該稅制改革之執行成效尚待後續密切觀察。

#### (二) 發展趨勢

綜整視覺藝術產業鏈各階段之發展趨勢，就創意形成與生產而言，受新銳藝術與二代藏家之前衛藝術構思與典藏類型接受度提升影響，錄像、裝置藝術與實驗性創作等新興藝術型態之創作及交易相對過往興盛。就傳播端而論，因全球經濟復甦景況未見明朗，藏家相對重視交易隱私與要求匿名，從而致藝術市場交易漸由拍賣型態移轉至經紀商交易模式，連帶促使拍賣業者跨足藝術家與藝術家作品收藏經紀業務。至於展示／接收方面，受惠於數位科技發展與消費者偏好改變，相關藝術電商平臺與日俱增而交易持續蓬勃發展；此外，隨藝術收藏策略變革與企業社會責任漸為世人所重視，企業藝術投資與關建私人美術館之景況愈顯頻仍。

1 Artprice為目前全球最大的藝術品市場資料庫，每年會發表國際藝術市場統計分析的權威報告，國際上對於藝術市場的相關研究分析亦多參考Artprice的統計分析數據。

### 1. 新銳藝術家與二代藏家勢力漸興

儘管全球藝術市場與整體產業面臨消費需求持續走低等嚴峻挑戰，然視覺藝術產業內仍有諸多新銳與二代藏家持續加入，進而緩解市場衰退衝擊。整體而言，該類參與者與傳統畫廊所長久經營之資深藏家有所差異，其相對較具國際化，年輕藝術藏家消費著重於個人審美意識，更加傾向選購貼近自身生活經驗之當代藝術，偏好新銳藝術家創作、富設計感與適宜家居裝飾之藝術作品，對錄像、裝置藝術與實驗性創作接受度亦遠高於傳統藏家，間接扶掖新銳藝術家市場表現，以及加速繼承藏品市場流通。值得注意的是，新世代藏家受成長背景影響，相對不排斥線上交易型態，從而改變藝術市場收藏結構與藏家收購標的選擇。

### 2. 藝術市場交易漸由拍賣型態移轉至經紀商交易模式

據《TEFAF 2017藝術品市場報告》指出，2016年全球拍賣銷售額僅169億美元，相對2015年208億美元大幅跌降18.8%，惟同期之經紀商收入顯著成長20%~25%。其主因係經紀商市場可為藏家提供交易隱私與匿名等相關安全性服務，收藏家們相對傾向於迴避拍賣型態交易。諸多私人銷售拍賣企業亦已有所體認，該變化不僅影響拍賣業者調整經營模式，亦使獨立經紀商從中受益；2016年透過經紀商與畫廊達成之私人銷售大幅躍升，零售額較去年同期成長24%。

### 3. 拍賣業者跨足藝術家與藝術家作品收藏經紀業務

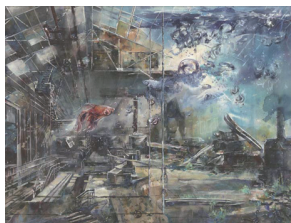
由於藝術品係屬奢侈財消費而非民生必需項目，其市場易受景氣循環干擾；而受全球經濟復甦趨緩與未來需求前景不明等諸多因素影響，近年國際視覺藝術市場多呈衰退景況。基於此，國際拍賣業者蘇富比（Sotheby's）為提升經營利潤與拓展市場，已由藝術拍賣服務延伸至以消費需求體驗為核心之新範疇，其藉於拍賣陳列室舉辦類似畫廊展覽，與涉足在世藝術家與藝術家作品收藏之經紀業務等複合經營模式創造產品增值，並將其視為未來發展主力及品牌核心競爭關鍵。

### 4. 藝術電商交易持續蓬勃發展

整體而言，於過往以實體展售空間為主流通路之時代，於缺乏銷售管道背景下，藝術創作通常僅得藉間歇性舉辦之展覽與藝博會增加展售機會，否則惟有依賴收藏家口碑宣傳、或是躋身聯合藝術空間，被動等待藏家前往鑑賞收購。於此情況下，藝術品銷售對象多半侷限於特定藏家與展會參與者，而難以推廣至全國各地，甚或海外之潛在消費族群。然拜數位科技發達所賜，如今藝術家、畫廊經營者與藝術經紀等相關從業者，僅需將相關創作資訊上傳至相關電商或社群平臺（如Facebook、Instagram），配合適宜之網路行銷推廣方式，藝術創作宣傳即可以更低成本、更簡單方式為社會大眾所接收，而免除時間與空間因素影響。

《2017年線上藝術品交易報告》載示，線上藝術交易受全球藝術市場緩步復甦景勢帶動，於2016年續攀15%至37.5億美元，占整體藝術市場比重達8.4%，預估2021年線上藝術市場交易總額將擴增至91.4億美元。基於此趨勢，近年國際視覺藝術產業初級與次級市場業者均積極開發線上藝術交易新版圖，新興藝術電商平臺相繼設立。惟我國金融監管相對嚴謹而第三方支付系統仍未普及，當前線上藝術品交易模式仍處多元發展之探索階段，尚無穩健獲利模式借鑑典範，相關交易型態仍有諸多疑難待進一步克服。概括而論，我國相對穩定藝術電商應用模式，係屬由藝術市場衍生出來之配套交易型態，如虛實整合線上拍賣模式。





2016新竹美展得獎作品（新竹市政府文化局視覺藝術科圖片提供）

## 5. 企業投資與私人美術館崛起

受全球金融經濟環境前景未明，以及國際主要交易貨幣持續貶值影響，藝術品收藏已成為企業新興資產配置組合之一。整體而言，企業將競拍所得之藝術品用於辦公建築陳列裝飾，有助於彰顯企業與個人文化形象，更有助於提升客戶信任感以及朝向文化範疇發展。其次，於部分國家租稅相關政策，藝術品收藏可獲得一定額度抵免稅額，此有助於企業資產保值與等同留存後續發展資金。惟我國藝術品鑑價機制尚未完備，金融監管機構對上市企業藝術品投資之財報認列或有疑義，從而導致諸多財稅爭議與抑損藝術投資意願，亟待加速相關制度與公正機構之建置。

另一方面，隨企業與個人收藏歷時愈久，部分大型財團與資深藏家均相繼籌設私人美術館陳展自身典藏，而此類由企業或個人創辦之美術館，現已經成為珍貴之社會資源，有助於提升藏家文化形象與實現企業社會責任。

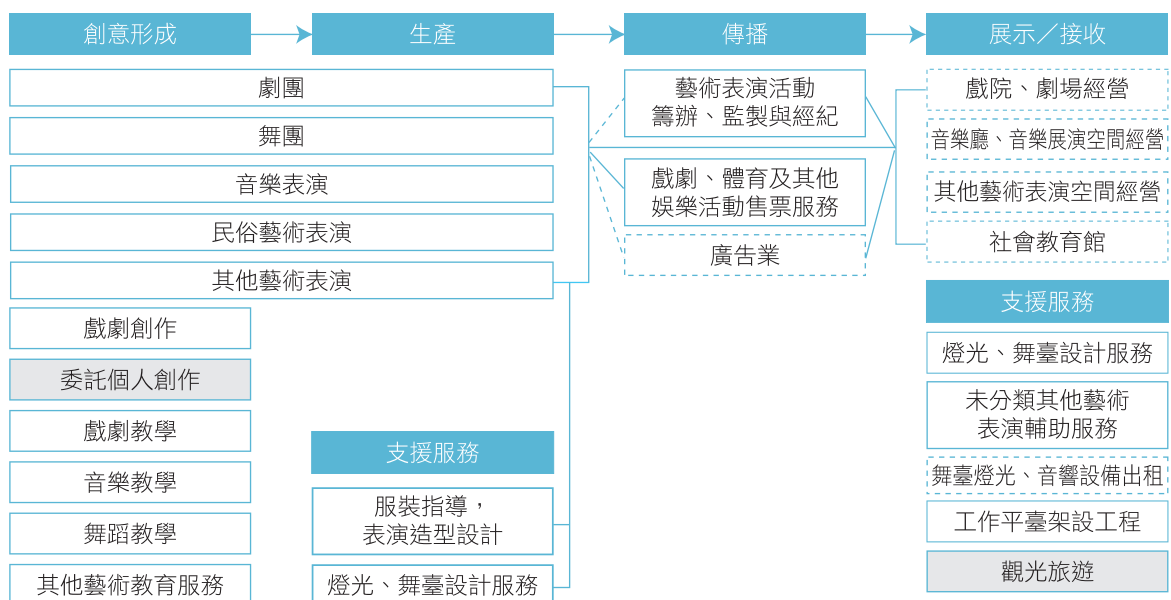
# 音樂及表演藝術產業

## 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，而相關周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售票系統業；產業鏈中下游的展示／接收端包括相關室內及戶外展演設施經營等行業，亦包括燈光、舞臺之設計與設備批發出租，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次產業，但歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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.次產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，2017年8月。

依據財政部財稅行業標準分類第7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表2-6所示：

表2—6 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
8572—12	戲劇教學	戲劇教學
8572—13	音樂教學	音樂教學
8572—14	舞蹈教學	舞蹈教學
8572—99	其他藝術教育服務	
9010—14	戲劇創作	包括劇本創作
9020—11	劇團	包括戲劇、歌劇、歌舞劇、話劇、國劇、地方戲、皮影戲、木偶戲、布袋戲、歌仔戲等
9020—12	舞團	包括舞蹈演出等
9020—13	音樂表演	包括樂團、交響樂團、歌詠團、歌唱表演、音樂演奏等
9020—15	民俗藝術表演	包括捏麵人、說書、說大鼓、相聲、醒獅團、鑼鼓陣、八家將、宋江陣、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，但不含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、舞臺搭建、劇場設計等
9039—99	未分類其他藝術表演輔助服務	

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：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

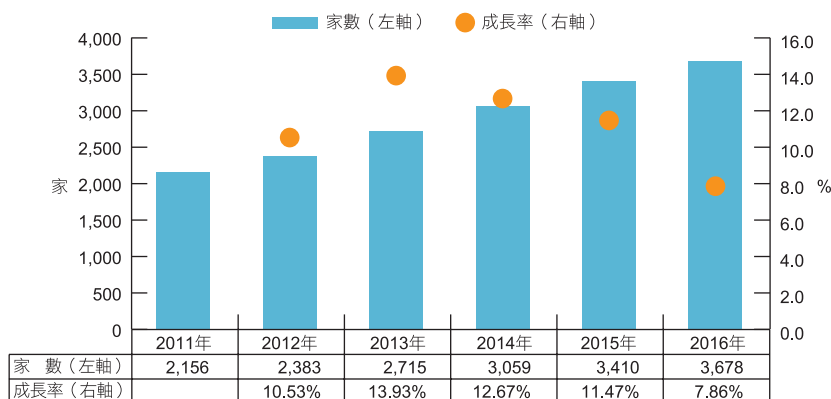
## 二、產業數據分析

2016年音樂及表演藝術產業的廠商家數為3,678家（如圖2-6），較2015年增加7.86%，其中以藝術表演活動籌辦、監製與經紀的廠商家數較多，占35.7%。細看2016年各次產業廠商家數皆較上一年度增加，其中又以戲劇創作、未分類其他藝術表演輔助服務、民俗藝術表演、工作平臺架設工程及燈光舞臺設計服務等次產業的廠商家數呈現雙位數的成長較為明顯（詳見附錄二）。

營業額表現方面，2016年因國內民眾消費信心不足，在休閒娛樂等非必需品的花費趨於保守，因而降低購票欣賞藝術表演意願，故2016年音樂及表演藝術產業的營業額年減7.75%至新臺幣181.44億元，為近六年來首度下滑（如圖2-7）。

圖2—6 2011~2016年音樂及表演藝術產業之家數成長概況

(單位：家、百分比)



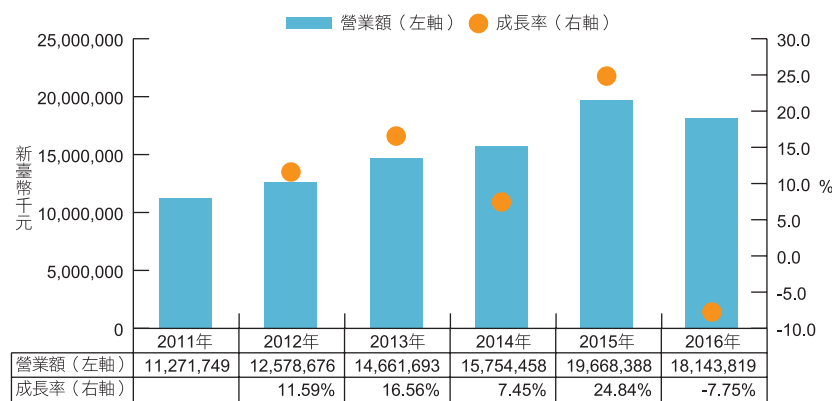
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.音樂及表演藝術產業中，若演出者為個人，不計入本年度家數統計範圍。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—7 2011~2016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)



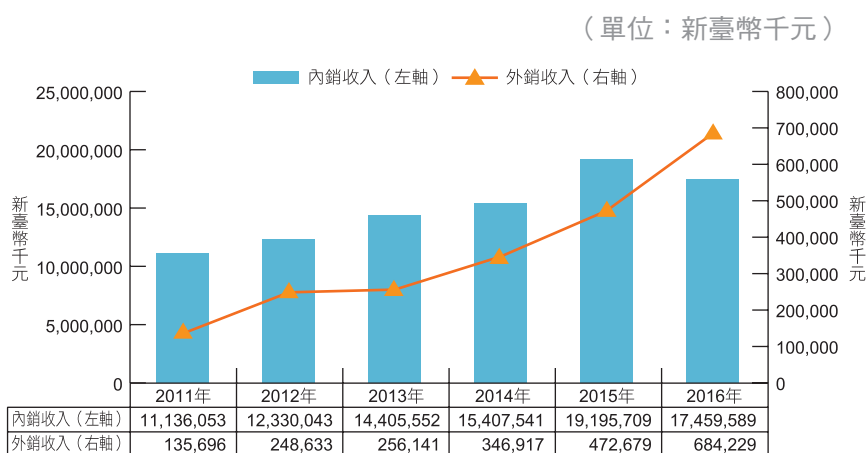
註：1.本年報之次廠商營業額係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.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，2017年8月。

在內外銷的表現方面（如圖2-8），2016年內銷金額為新臺幣174.6億元，占整體營業額96.23%；而外銷金額在近六年間則為穩定成長的態勢，2016年達新臺幣6.84億元。整體來說雖然音樂及表演藝術產業仍是以內需市場為主，不過由於我國舞臺搭建、架設的技術與品質良好，近年部分業者承接海外演出活動之訂單，加上國內部分表演藝術團體將經典劇目帶至海外市場進行巡演，因此使得音樂及表演藝術產業的外銷收入呈現增加之態勢。細看2016年各次產業在外銷收入的表現，以其他藝術表演、劇團及工作平臺架設工程增加幅度最多，分別成長223.23%、94.42%及84.74%（詳見附錄二）。

圖2—8 2011~2016年音樂及表演藝術產業之內外銷概況



註：1.本年報之廠商內外銷收入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，2017年8月。

綜觀音樂及表演藝術產業，2016年各次產業營業額表現較上一年度相比變動較大（如表2-7），其中民俗藝術表演、戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務、工作平臺架設工程、舞蹈教學及戲劇教學、其他藝術教育服務、服裝指導、表演造型設計、音樂教學等次產業較2015年呈現正成長，其餘次產業則為衰退。

近期各縣市政府多透過舉辦藝文節慶活動，帶動當地觀光發展，因此如工作平臺架設工程、燈光、舞臺設計服務等周邊支援服務產業的營業額多呈現穩定增加的情形。而在戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務部分，由於該次產業之廠商的營運項目包含國內外藝文團體在臺辦理活動的售票服務，其中也包括其他文創產業活動，因此雖我國音樂及表演藝術產業的售票情形不佳，但受惠其他文創產業的藝文活動帶動之下，使營業額較2015年大幅增加21.69%，且近六年來皆為穩定成長的態勢。

另外，因國內藝文團體在新製作的數量上有所減少，以及2016年下半年度起，國內重要的展演場館國家表演藝術中心轄下兩廳院國家戲劇院及實驗劇場等進行整修，使得臺北地區演出場地與檔期更為緊繃，進而影響到相關藝文團體的演出機會，因而使得舞團、劇團及戲劇創作分別較上一年度衰退10.3%、4.36%及50.19%。

此外，為考量以行業代碼來彙整財稅資料有其方法的侷限性，本年報以文化部（2016）《2014年表演藝術產業環境與趨勢研究》中表演藝術傳播行銷業者母體資料，彙整核心廠商2011年至2016年的營業額資料，2016年營業額為新臺幣19.26億元，較上一年度些微衰退0.3%。

表2—7 2011~2016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		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
工作平臺架設工程	營業額	799,681	1,001,605	1,101,026	1,246,843	1,261,479	1,493,012
	成長率		25.25%	9.93%	13.24%	1.17%	18.35%
未分類其他藝術表演輔助服務	營業額	219,991	274,256	285,365	394,165	1,133,744	1,084,731
	成長率		24.67%	4.05%	38.13%	187.63%	-4.32%
民俗藝術表演	營業額	5,280	5,677	8,767	11,750	14,410	22,978
	成長率		7.52%	54.44%	34.02%	22.64%	59.47%
其他藝術表演	營業額	2,494,301	2,559,514	2,663,721	2,885,406	3,091,330	3,091,068
	成長率		2.61%	4.07%	8.32%	7.14%	-0.01%
其他藝術教育服務	營業額	164,246	199,207	216,533	251,095	253,890	286,315
	成長率		21.29%	8.70%	15.96%	1.11%	12.77%
服裝指導、表演造型設計	營業額	35,734	43,097	59,757	57,342	73,125	73,952
	成長率		20.60%	38.66%	-4.04%	27.52%	1.13%
音樂表演	營業額	767,542	706,657	856,215	514,032	1,639,583	498,469
	成長率		-7.93%	21.16%	-39.96%	218.97%	-69.60%
音樂教學	營業額	126,068	182,932	191,306	280,154	321,618	326,075
	成長率		45.11%	4.58%	46.44%	14.80%	1.39%
舞團	營業額	44,181	46,463	56,311	58,939	62,982	56,492
	成長率		5.17%	21.20%	4.67%	6.86%	-10.30%
· 戲劇教學 · 舞蹈教學	營業額	36,126	25,780	36,922	43,274	47,997	56,695
	成長率		-28.64%	43.22%	17.20%	10.91%	18.12%
燈光、舞臺設計服務	營業額	962,072	936,050	953,253	1,223,822	1,264,485	1,368,640
	成長率		-2.70%	1.84%	28.38%	3.32%	8.24%
戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務	營業額	26,241	27,615	40,988	58,156	60,216	73,279
	成長率		5.24%	48.43%	41.88%	3.54%	21.69%
劇團	營業額	814,850				825,483	789,483
	成長率		901,628	1,065,680	734,298	-	-4.36%
戲劇創作	營業額		10.65%	18.20%	-31.10%	51,362	25,582
	成長率					-	-50.19%
藝術表演活動籌辦、監製與經紀	營業額	4,775,436	5,668,196	7,125,847	7,995,183	9,566,684	8,897,046
	成長率		18.69%	25.72%	12.20%	19.66%	-7.00%

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中，若演出者為個人，相關收入不計入本年度營業額統計範圍。

3.財政資訊中心顧及報稅廠商之個人資料保護，不提供廠商家數5筆（含）以下之統計資料，故將廠商家數小於（含）5家之次產業與性質相近之次產業合併呈現，如「戲劇教學」小於5家，故與「舞蹈教學」進行合併呈現；「戲劇創作」小於5家，故與「劇團」進行合併呈現。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

在廠商經營年數方面，目前仍以經營5年以上的廠商家數較多，占整體產業的46.82%，而1年以下的廠商約占11.56%；而以資本結構來看，資本額在新臺幣100萬元以下的家數占整體產業的68.38%，但其營業額僅占26.45%，表示音樂及表演藝術產業的廠商仍以中小企業為主，但其獲利營利有限。以分布地區來看，音樂及表演藝術產業廠商仍以臺北地區為主，臺北市與新北市各占33.71%與16.86%，主要與目前國內的藝文消費市場仍是集中於臺北地區，臺北以外地區的售票情形相對較為困難有所關聯（詳見附錄二）。

整體來說，由於國人消費信心持續下滑，對於休閒娛樂等非必需品的消費支出趨向保守，民眾購票欣賞節目的意願更為謹慎，使得2016年整體音樂及表演藝術相關節目售票速度及金額皆較上一年度下滑。而隨著消費者的購票意願謹慎，在挑選觀看的節目上多會以知名團隊、經典節目為主，因此在售票情形上出現大者恆大的現象，中小型團隊在售票上更為困難。

然隨著臺中國家歌劇院正式營運之下，未來我國在北、中、南地區皆將擁有國家級展演場館，因此表演團隊在各地進行巡迴演出的機會將有所提升，加上近年各縣市政府積極辦理相關藝文活動，拓展各地區的藝文消費市場，如高雄春天藝術節透過推廣民眾付費欣賞藝文節目的觀念，長期經營與開發在地藝文消費市場等，皆將促使我國音樂及表演藝術產業有新的發展面貌。

#### (二) 發展趨勢

目前我國音樂及表演藝術產業在各環結的發展趨勢來看，創意形成與生產端的部分，隨著科技的進步，國內藝文團體透過結合相關科技技術，改變演出形式；傳統戲曲團體則透過跨域合作，創新製作內容，打造新型態演出模式。而在展示／接收端，隨著國內展演場館的數量增加之下，場館與藝文團體間的製作模式也隨之改變與多元化，加上藝文團體透過走出制式的劇場空間進行創作、演出，進而使得觀眾與表演者的關係有所變化。

##### 1. 科技應用，虛擬實境突破傳統演出形式

隨著科技技術的發展對於藝術創作內容與模式、傳播管道、展演形式等多有所影響。近年表演藝術結合科技應用持續發展，如涅所開發《虛擬沉浸劇場Render Ghost 2.0》、人嶼科技藝術國際有限公司《耦合世代》、阡陌所與木天寮《風到哪去了》，為結合虛擬實境（Virtual Reality，VR）、穿戴式互動裝置等技術，將肢體表演和影像融入到創作之中，突破傳統演出形式，藉由創新的內容與形式，提升消費者參與文化活動的經驗。

##### 2. 跨域思維，傳統戲曲新編創作模式崛起

近年國內傳統戲曲團體結合不同藝術領域的人才，創作實驗性戲曲、新編劇目等，打造我國傳統戲曲新型演出形式，為國內傳統戲曲創造自有風格，藉此使傳統戲曲找到現代的定位。如透過與現代戲劇界的導演合作，從不同的角度進行創作與詮釋，使得作品能兼顧劇作內容及現代劇場演出的專業，以拓展不同的觀眾市場。



2016臺南藝術節——城市舞臺：雞屎藤新民族舞團～府城風景畫——霧·風·社——風神廟版（臺南市政府文化局提供）

### 3. 特定場域創作，演出空間多元化

近年不論是國內外藝術節慶活動，多透過讓藝文團體走出制式的劇場空間，在一般街道、公寓等特定場域進行演出，讓觀眾得以更近距離地體驗與參與演出。而國內因應兩廳院的整修使得此型態的演出在近一年間更為頻繁，如「2016國際劇場藝術節」的莫比斯圓環創作公社《夢外之境》、金枝演社《伊底帕斯王》等，即是利用戶外公共空間進行創作。透過特定場域進行創作，讓觀眾得以享受到不同場域及藝術所呈現型態上的差異，也改變了觀眾與表演者的關係。



2016仲夏藝文季：金枝演社～祭特洛伊（新竹市政府文化局提供）

### 4. 大型展演場館供給增加，改變製作模式

在國內大型展演場館供給增加之下，各場館為發展獨有特色，須導入藝術策展的概念，透過整體節目策劃，結合外在資源，創造場館特色。因此場館與團體間不再是單純場地出租關係，而是轉變成共同製作、各地巡演等模式，如國家表演藝術中心為使轄下三場館資源發揮至極大，於2016年推出「國家表演藝術中心場館共同製作計畫」及「國家表演藝術中心巡演場地租用申請」等計畫，讓表演團體可一次申請各場館的演出檔期，讓演出規劃能更加完善，也使得團體與場館的關係更為緊密。



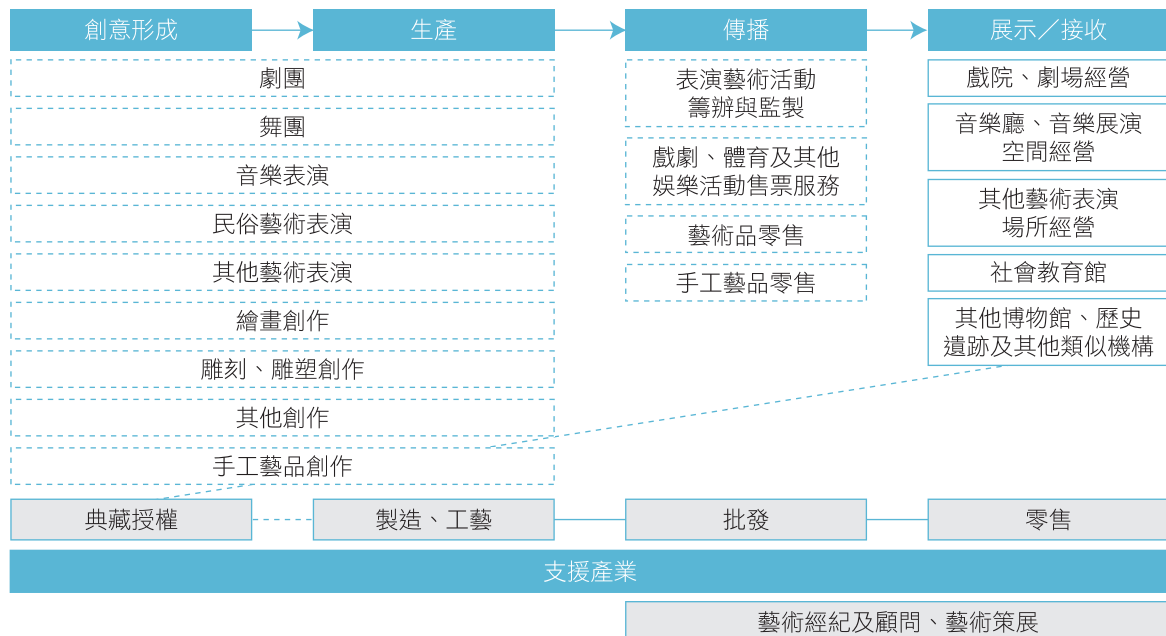
# 文化資產應用及展演設施產業

## 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「藝術品零售」、「手工藝品零售」所組成。近來部分博物館已從事典藏品授權業務，因此將「典藏授權」納入產業鏈上游之創意形成部分，再由製造商及工藝製作生產，乃至下游之批發與零售。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次產業，但歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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.次產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，2017年8月。

根據財政部稅務行業標準分類第7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—8 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	從事保存、維護、陳列、展示（覽）具歷史、文化、藝術或教育價值之文物、古蹟、歷史建築、考古遺址或自然文化景觀之行業

註：本年報統計之業別係參考財政部中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），與博物館法定義不同。

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，2017年8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」則是在從事保存、維護、陳列、展示（覽）具歷史、文化、藝術或教育價值之文物、古蹟、歷史建築、考古遺址或自然文化景觀的同時，也身兼文化傳承與推廣的工作。除此之外，亦有部分博物館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。

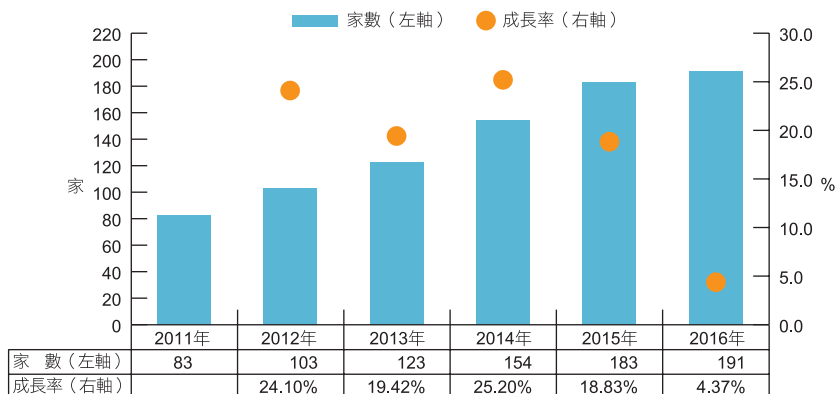
## 二、產業數據分析

整體而言，近六年間文化資產應用及展演設施產業的廠商家數呈現逐年穩定成長的趨勢，廠商家數在2016年以前皆呈現二位數成長，而2016年成長至191家，較2015年成長4.37%（如圖2-10），其中以「其他藝術表演場所」經營增加8間為最多，「音樂廳、音樂展演空間經營」增加1間，「其他博物館、歷史遺址及其他類似機構」則是減少1間（詳見附錄二）。

在營業額表現方面，文化資產應用及展演設施產業在歷經2014年及2015年營業額雙位數的成長態勢後，2016年營業額為新臺幣17.32億元，較2015年小幅成長4.28%（如圖2-11）。

圖2—10 2011~2016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)



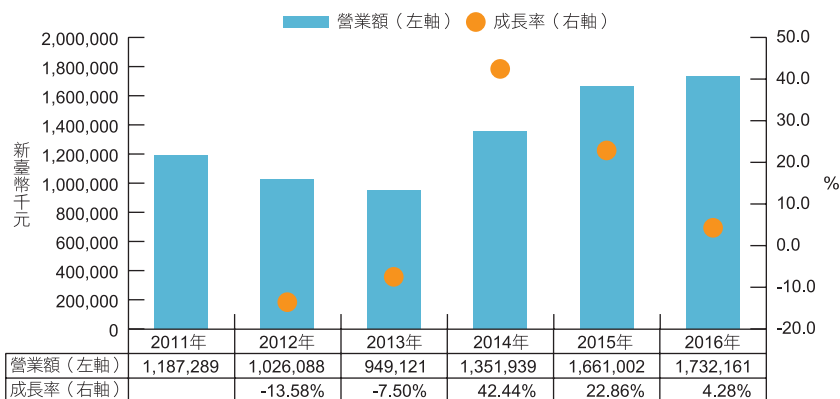
註：1.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2.同表2—8註。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—11 2011~2016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)



註：1.本年報之廠商營業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—8註。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

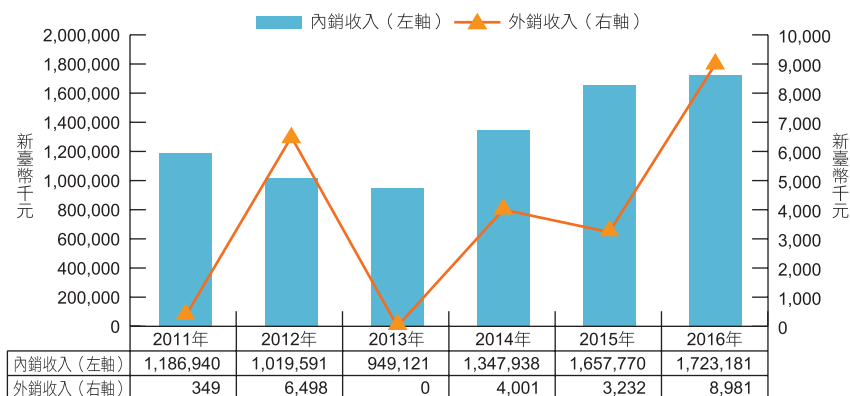
由於歷年本產業統計資訊主要來自於財政部之廠商報稅資料，但文化資產應用及展演設施多數為公立機關，部分收入並不需要報稅，因此無法由財稅相關統計得到相關完整的資訊。故本年新增對公立文化設施的調查，主要包含歲入、歲出以及人力，期能齊備文化設施產業資訊。

根據問卷調查與推估結果，我國公立文化設施2016年總收入約為新臺幣41.8億元（詳見附錄一之附表1），高於目前稅務資料所呈現之數據，但因收入性質與一般產業營業狀態屬性上有所差異，且今年度加入大專校院文化設施試行調查，故暫不列入整體統計中。今年度公立文化設施的收入調查結果較前一年度下滑11.77%，雖然臺中國家歌劇院加入營運，但因來臺旅客減少，使故宮包含門票及周邊商品銷售等整體收入下滑。

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2011年到2016年，內銷收入皆占總營業額99%以上，且2013年並無外銷收入，2016年所有外銷收入來源皆來自於「其他表演藝術場所經營」，且較2015年成長177.90%（如圖2-12）。

圖2—12 2011~2016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）



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—8註。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

2016年各次產業營業額表現，「其他表演藝術場所經營」、「其他博物館、歷史遺址及其他類似機構」呈現營業額衰退，其餘次產業營業額皆為成長。近六年各次產業的營業額皆呈現震盪起伏之現象。其中，2016年「劇場、劇院經營」營業額為新臺幣1.66億元，較2015年成長高達390.98%，其可能原因為臺中國家歌劇院於2016年9月30日正式開幕啟用所致（如表2-9）。

表2—9 2011~2016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		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
· 劇院、劇場經營 · 社會教育館	營業額	18,494	11,013	46,882	18,801	33,942	166,649
	成長率		-40.45%	325.68%	-59.90%	80.53%	390.98%
音樂廳、音樂展演空間 經營	營業額	824,793	641,811	487,649	690,009	647,714	678,748
	成長率		-22.19%	-24.02%	41.50%	-6.13%	4.79%
其他藝術表演場所經營	營業額	90,171	105,892	125,501	294,330	664,680	589,146
	成長率		17.43%	18.52%	134.52%	125.83%	-11.36%
其他博物館、歷史遺址 及其他類似機構	營業額	253,831	267,373	289,090	348,799	314,666	297,618
	成長率		5.33%	8.12%	20.65%	-9.79%	-5.42%

註：1.同表2—8註。

2.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。

3.財政資訊中心顧及報稅廠商之個人資料保護，不提供廠商家數5筆（含）以下之統計資料，故將廠商家數小於（含）5家之次產業與性質相近之次產業合併呈現，如「社會教育館」小於5家，故與「劇院、劇場經營」進行合併呈現。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8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目前主要可分為，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、各縣市演藝廳）以及綜合型場館（如：文創園區）。以展示為主之場館，國內目前有部分民間私人成立的博物館、美術館或類博物館組織，多數定位為非營利之經營主體。

以表演為主之場館為表演藝術產業重要的展演空間角色，由於表演場館的設立與營運需要較龐大的資金投入，故多以公營為主，僅少數民營場館是由企業基金會或知名表演團體所設立。近年來，政府持續推廣各類型文化展演活動，增加表演團體的演出機會，使各地方文化中心等展演場館使用率逐年提升，但現行消費市場並不足以支撐如此數量的表演活動，形成上座率較低抑或是以舉辦免費活動為主。

綜合型場館目前多為公部門所創設，但因人力有限，近年文創園區經營方式多是採取委外經營，而經營廠商為求提高營運收益，投入商業化活動之比例過高，進而排擠部分藝術工作者的創作空間與創作品呈現的機會。

#### （二）發展趨勢

文化資產應用及展演設施產業主要是為視覺藝術、表演藝術及工藝等產業提供展演的場域，故其產業鏈範疇集中於展示／接收端。但在產業發展趨勢上，除了逐漸轉由行政法人模式營運以提升場館在人員聘雇與資金運用的彈性之外，其餘主要是由展演場館透過創意發想，經由結合餐飲以及新興科技來提升民眾參與的誘因與興趣。

##### 1. 公營機構與展演場館逐漸轉以行政法人模式營運

國立中正文化中心成立於2004年，為我國首個行政法人機構，於2014年併入國家表演藝術中心，自此



松山文創園區落實園區作為臺北市創意櫥窗之理念，以全方位空間使用與多元化概念經營  
(臺北市文化基金會松山文創園區營運中心圖片提供)

開始許多行政法人機構陸續開始成立，如：國家中山科學研究院、國家災害防救科技中心與國家運動訓練中心等。此外，自2016年起，部分展演場館亦開始或規劃未來以行政法人模式營運，如：臺南市立美術館於2016年11月由文化部核准設立行政法人，並於2017年3月成立董監事會，預計將於2018年1月開始試營運；高雄市專業文化機構於2017年1月成立，為我國第一個由地方政府成立的行政法人，目前轄下設有高雄市立博物館與高雄市電影館，第二階段改制將納入高雄市立美術館，未來尚有高雄市立圖書館以及臺北藝術中心可能設立行政法人進行營運。

行政法人的實施可以提升政府施政效率、確保公共任務妥善實施、在政策執行方式的選擇上更具彈性、人員任用上不受行政機關相關制度束縛且可使營運更具效率。雖然行政法人制度的優點頗多，但其營運經費將由政府預算轉為自籌，且營運成本高需盈虧自負，對於整體展演設施產業的發展未必有利。

#### 2. 複合式藝文展演空間興起，場館經營者與藝術工作者互利雙贏

近年國內興起小型複合式藝文展演空間，如書店、餐飲業者開設展覽、藝廊，或是藝廊內含有咖啡館等，多以跨界、新型態的作品作呈現，提供較難進入一般商業型藝廊的年輕自營工作者及業餘創作者發揮的場域，並且讓民眾可有多元的觀賞空間。此外，亦有許多餐廳與酒吧結合表演藝術演出，如：爵士樂、小型舞臺劇與脫口秀等，為表演者提供揮灑演出的空間，提高市場知名度，也為空間增加客源並提高收益。

#### 3. 數位科技創新應用，新型態互動導覽模式逐漸普及

近年以展為主的博物館、美術館等設施，為提升各年齡層民眾參觀之誘因，透過行動裝置推出新型態的導覽模式，如：國立自然科學博物館推出結合AR、VR、實境解謎尋寶遊戲APP；國立臺灣文學館行動博物館推出搭配的AR互動應用程式則使文學更立體與多元；國立故宮博物院則將紙本票券結合AR功能的APP、線上虛擬博物館等，提供受限於時間、空間等外在限制之民眾新的參觀管道，並透過結合AR、VR提高民眾現場參觀意願。

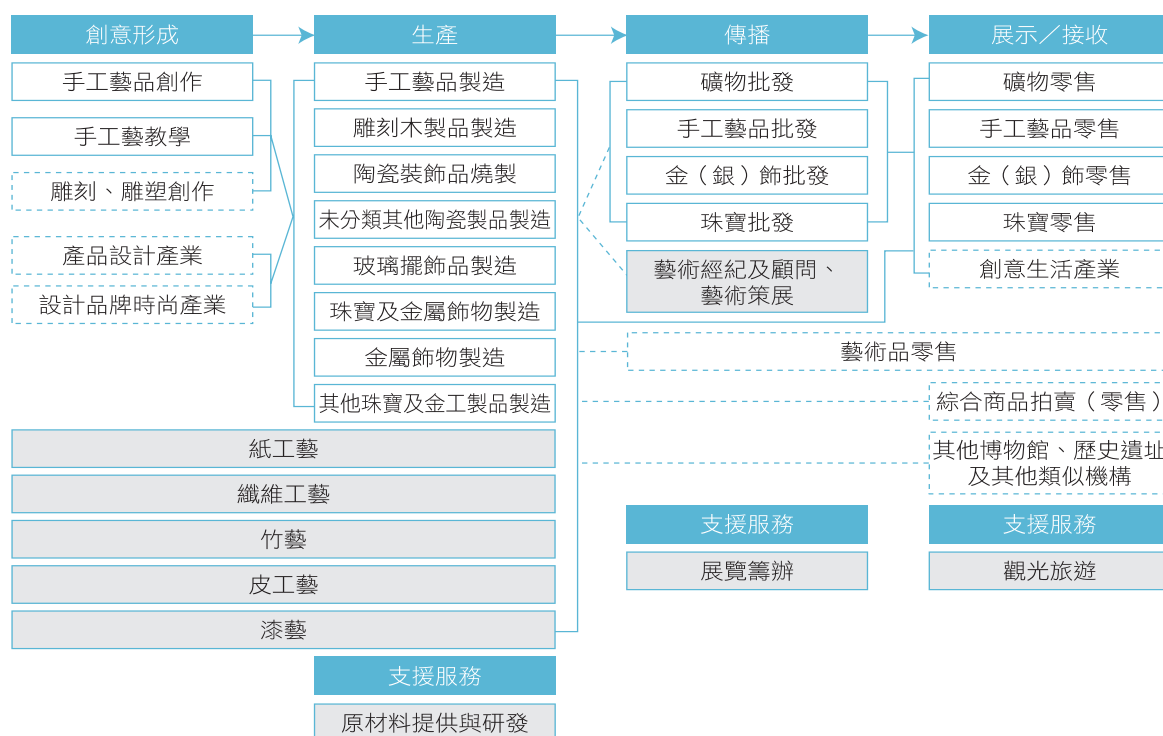
# 工藝產業

## 一、產業鏈及產業範疇

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

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

圖2—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次產業，但歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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.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分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，但因組成成分過小，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。

4.次產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，2017年8月。

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

惟須注意的是，財政部稅務行業標準分類內產業範疇涵蓋批量製造類型之工業工藝品，與我國工藝產業主管機關—國立臺灣工藝研究發展中心，主軸推動之精緻手工藝有所差異，部分個人與工作室之發展亦未能透過財稅資料統計。故年報內工藝產業所呈現之市場現況與經營數據變動，或與工藝產業調查報告結果具一定之落差。

依據財政部財稅行業標準分類第7次修訂之行業代碼，本年報之工藝產業包括「雕刻木製品製造」、「玻璃擺飾品製造」、「陶瓷裝飾品燒製」、「未分類其他陶瓷製品製造」、「珠寶及貴金屬飾物製造」、「金屬飾物製造」、「其他珠寶及金工製品製造」、「手工藝品製造」、「金（銀）飾批發」、「珠寶批發」、「礦物（寶石、貴金屬除外）批發」、「手工藝品批發」、「金（銀）飾零售」、「珠寶零售」、「礦物（寶石、貴金屬除外）零售」、「手工藝品零售」、「手工藝教學」、「工藝品創作」等十八項行業，行業代碼及定義如下列所示：

表2—10 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，2017年8月。

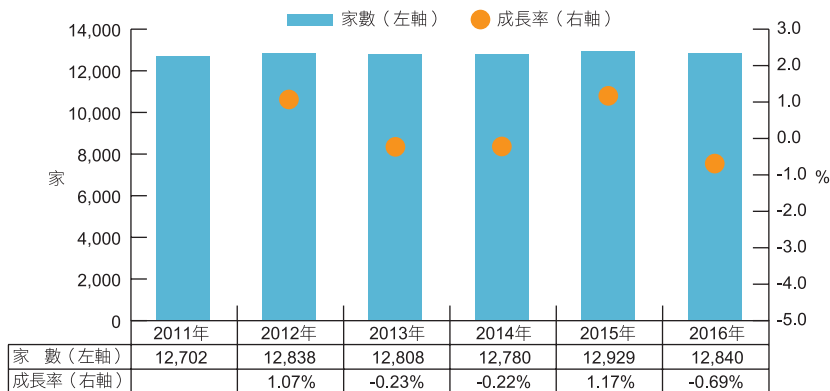


## 二、產業數據分析

近年來工藝產業廠商家數雖受整體經濟衰退影響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；2016年工藝產業廠商家數為1萬2,840家（如圖2-14）。

圖2—14 2011~2016年工藝產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



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。

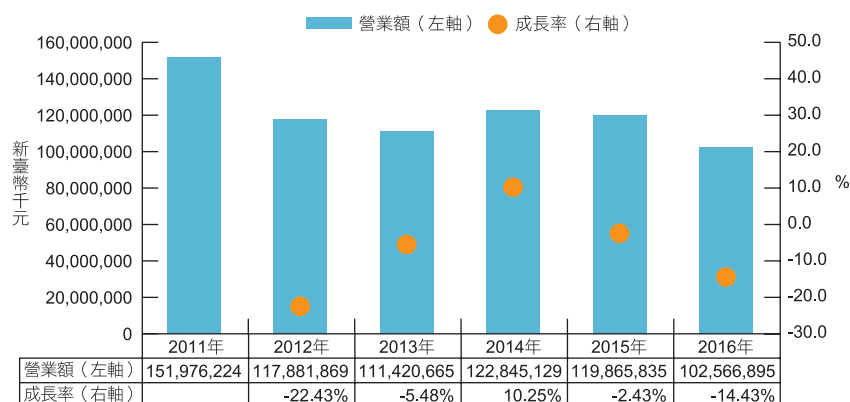
3.本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

營業額表現方面，工藝產業近六年營業額收入表現呈現震盪波動之態勢。自2011年新臺幣1,519.76億元高峰之後逐年下滑，2012年降為新臺幣1,178.82億元（-22.43%）；2013年再降至新臺幣1,114.21億元（-5.48%）；2014年因珠寶批發、金（銀）飾與珠寶零售消費成長而提振營業額回升至新臺幣1,228.45億元（10.25%）；惟近年受國內經濟景氣衝擊國內相關支出，加上整體來臺旅客人數減退，以及旅客赴臺消費金額亦受國際經濟降溫而減少之影響，2016年營業額衰退至新臺幣1,025.67億元（-14.43%）。另一方面，本年報以標準行業分類為依據，資料計算範圍除了工藝品尚涵蓋了部分大量生產的工業品，易受到生產基地外移影響國內營業額。（如圖2-15）。

圖2—15 2011~2016年工藝產業之營業額成長概況

(單位：新臺幣千元、百分比)



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。

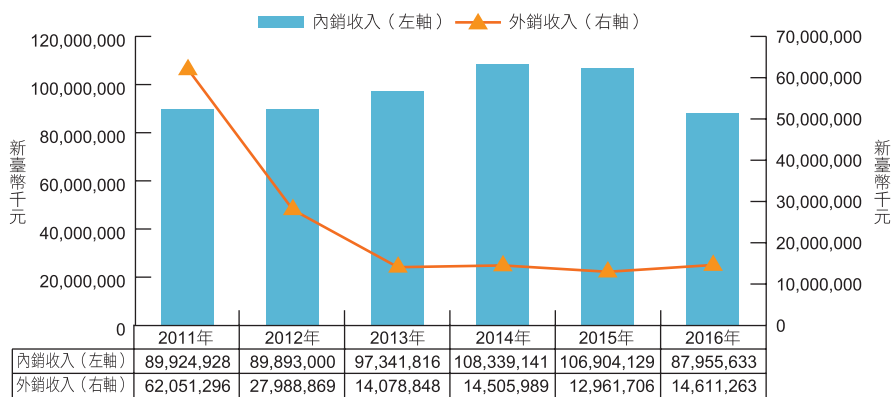
3.本年報之廠商營業額係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

內外銷表現方面，整體工藝產業銷售仍以內需市場為主。內銷自2011年達高峰之新臺幣899.25億元，雖2012年下滑至新臺幣898.93億元，然隨後2013年即逐漸回升，2014年成長率高達11.30%，惟2015年受整體景氣衝擊國內工藝品消費支出始呈走低趨勢，2016年因來臺旅客人數與消費金額降低，以及部分工藝業者生產基地外移而進一步跌落至新臺幣879.56億元。出口表現部分，其由2011年外銷金額高點之新臺幣620.51億元，2012年始降至新臺幣279.89億元（-54.89%）；2013年進一步降至新臺幣140.79億元（-49.70%），概係因珠寶批發（-93.53%）及金（銀）飾批發（-87.02%）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145.06億元，2016年進一步受金（銀）飾批發（213.71%）與珠寶零售（141.47%）等次產業顯著成長而走升至新臺幣146.11億元（如圖2-16）。

圖2—16 2011~2016年工藝產業之內外銷概況

(單位：新臺幣千元)



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，2017年8月。

工藝產業各次產業2016年營業額表現部分，除金（銀）飾批發產業呈營業額成長外，其餘次產業營業額皆為衰退。其中2016年金工類製造明顯衰退，而其下游銷售端萎縮幅度相對呈趨緩態勢，主要因為金工設計師品牌與批量製造業者進行融合工藝體驗、文化觀光，以及消費者個人訂製等新服務轉型，製造業者逐漸轉型兼營終端銷售，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。就次產業發展而言，無任何次產業近三年呈現持續成長趨勢；而於近三年呈現持續衰退趨勢者則包含玻璃擺飾品製造業、陶瓷裝飾品燒製業與其他珠寶及金工製品製造業等次產業（如表2-11）。

表2—11 2011~2016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		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
雕刻木製品製造	營業額	12,344,031	11,842,736	12,687,065	13,650,461	13,509,494	12,884,196
	成長率		-4.06%	7.13%	7.59%	-1.03%	-4.63%
玻璃擺飾品製造	營業額	666,195	586,905	602,058	573,478	497,973	444,356
	成長率		-11.90%	2.58%	-4.75%	-13.17%	-10.77%
陶瓷裝飾品燒製	營業額	1,010,388	1,046,522	1,013,031	980,925	966,787	881,737
	成長率		3.58%	-3.20%	-3.17%	-1.44%	-8.80%
未分類其他陶瓷製品製造	營業額	9,700,698	9,042,458	9,146,831	10,204,155	9,695,329	8,972,664
	成長率		-6.79%	1.15%	11.56%	-4.99%	-7.45%
珠寶及貴金屬飾物製造	營業額	1,652,373	1,751,485	1,603,027	1,683,608	1,791,722	1,675,511
	成長率		6.00%	-8.48%	5.03%	6.42%	-6.49%
金屬飾物製造	營業額	3,971,509	3,737,098	3,412,149	3,610,212	3,091,807	3,036,834
	成長率		-5.90%	-8.70%	5.80%	-14.36%	-1.78%
其他珠寶及金工製品製造	營業額	2,258,091	4,036,665	4,332,716	3,924,071	2,410,806	1,699,340
	成長率		78.76%	7.33%	-9.43%	-38.56%	-29.51%
手工藝品製造	營業額	1,351,033	1,299,187	1,264,730	1,431,358	1,354,994	1,233,522
	成長率		-3.84%	-2.65%	13.18%	-5.34%	-8.96%
金(銀)飾批發	營業額	61,390,947	24,993,354	17,764,614	16,251,971	15,845,268	17,092,915
	成長率		-59.29%	-28.92%	-8.51%	-2.50%	7.87%
珠寶批發	營業額	5,462,844	11,013,057	8,209,082	12,442,771	13,572,446	9,954,158
	成長率		101.60%	-25.46%	51.57%	9.08%	-26.66%
礦物(寶石、貴金屬除外)批發	營業額	1,341,080	1,589,564	2,474,296	3,401,000	3,050,239	3,027,672
	成長率		18.53%	55.66%	37.45%	-10.31%	-0.74%
手工藝品批發	營業額	9,421,811	8,352,368	7,772,264	8,100,715	8,155,002	7,409,118
	成長率		-11.35%	-6.95%	4.23%	0.67%	-9.15%
金(銀)飾零售	營業額	24,700,657	19,123,254	19,794,643	22,184,608	23,053,736	14,944,283
	成長率		-22.58%	3.51%	12.07%	3.92%	-35.18%
珠寶零售	營業額	5,977,296	7,244,990	8,901,854	10,926,300	9,387,697	7,446,094
	成長率		21.21%	22.87%	22.74%	-14.08%	-20.68%
礦物(寶石、貴金屬除外)零售	營業額	2,910,584	4,620,437	5,320,844	5,812,912	6,513,558	4,953,598
	成長率		58.75%	15.16%	9.25%	12.05%	-23.95%
手工藝品零售	營業額	7,788,162	7,557,650	7,076,507	7,592,612	6,838,411	6,808,850
	成長率		-2.96%	-6.37%	7.29%	-9.93%	-0.43%
手工藝教學	營業額		39,981	36,683	47,533	72,679	67,849
	成長率		-	-8.25%	29.58%	52.90%	-6.65%
工藝品創作	營業額	28,524	4,159	8,271	26,440	57,886	34,198
	成長率		-	98.86%	219.67%	118.94%	-40.92%

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.財政資訊中心顧及報稅廠商之個人資料保護，不提供廠商家數5筆(含)以下之統計資料，故將廠商家數小於(含)5家之次產業與性質相近之次產業合併呈現，如「工藝品創作」小於5家，故與「手工藝教學」進行合併呈現。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

2016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34.74%，未滿100萬元的廠商家數則占整體71.23%（詳見附錄二）。然而就銷售表現來看，2016年資本額未滿100萬元廠商之營業額卻僅占工藝產業整體26.30%，顯示工藝產業廠商仍以中小企業甚或微型企業為主，且經營獲利能力有限；反觀資本額1億元以上的廠商家數僅占整體0.37%，但營業額卻占整體20.00%。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67.59%，營業額占64.93%，顯示經營10年以上之工藝廠商，為此整體工藝產業營業額之主要貢獻者。因此，我國工藝產業面臨的發展課題之一即是如何協助微型與中小型工藝事業擴大經營規模與轉型，克服當前生產斷鏈困境，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

為克服傳統工藝未符市場審美偏好與知名度不足之競爭困境，工藝家持續藉跨域合作方式將東方傳統技藝結合當代設計與科技元素，透過創新設計思維啟發突破傳統創作界限，為工藝注入新設計亮點。而隨與設計師合作益漸深化，工藝師觀念日益開放而願意進行繁瑣工藝技法簡化，以及異材質結合或替代等步驟，微量產製程障礙已逐漸克服。至於行銷推廣方面，業者體認我國市場規模不足且競爭益趨激烈，除持續增加行銷管道與參與國內相關展覽外，更積極爭取國際商展／會展席次，積極增加品牌知名度、市場版圖與爭取消費者認同。整體而言，我國工藝產業呈多元創新發展態勢；惟產業依舊面臨跨業合作存在創作理念溝通及利益分配等障礙、產業斷鏈與廠商群聚成效尚待強化之隱憂、整合行銷能量不足，以及工藝人才缺乏而導致技藝斷層等困境，亟待政府進一步協助與輔導。

而概括工藝產業鏈各階段之發展趨勢論析，就創意形成而言，由於工藝品轉趨多元發展及強調生活化概念，加之設計商品亦愈加重視融合職人手感元素，工藝與設計劃分界線愈趨模糊。於生產方面，受惠於科技發展與社群分享趨勢之興起，工藝創作者已導入科技輔助經營，運用相關平臺與新興產製科技，針對消費者需求進行產品開發與互動溝通；此外，受手作風潮日益興盛與相關政策鼓勵影響，提供共享機具設備工具之創客空間亦漸有所增。就傳播端而論，近年工藝業者與百貨業者跨業合作，或拓展文化觀光、工藝體驗課程，打造大眾參與工藝手作之互動式消費體驗空間；另一方面，部分青年返鄉從事工藝創新與體驗導覽服務，成為推廣地方文化創意與媒合交流之平臺，為當地工藝聚落發展與永續經營帶來更多可能性。至於展示／接收方面，部分工藝品商店現已調整經營模式，其藉商品故事核心建構與主題展覽等方式，從而強化創作意涵與市場消費者之連結。

##### 1. 工藝與設計界線愈趨模糊

近年來由於工藝品轉趨多元發展及強調生活化概念，且其漸具批量製造需求；加之設計商品因融合職人手感元素，以跳脫冰冷距離感與大量複製刻板印象，兩者各學所長而致其界線愈趨模糊。概括而言，工藝與設計劃分已不再涇渭分明，諸多產品整合發展，以符合消費者需求為核心考量，不再試圖至臻無瑕而係講求獨一無二，些許瑕疵殘存昇華為特殊手感美學，從而成為個人鑑賞品味之表彰。

##### 2. 科技輔助經營與創客空間興起

隨資通訊科技發展與社群網絡資訊分享趨勢之興起，消費者行為模式已呈明顯之轉變，過往高度仰賴實體通路據點之工藝業者察覺此消費模式，多已調整其通路經營策略朝電子商務發展。而由於當前消費者

偏好個性化商品，市場逐漸興起為其打造專屬商品之微客製風潮，工藝創作者亦開始運用電商、群募與社群媒體等相關平臺，刊登創作並與消費者進行即時互動討論或市場測試，甚至進一步連結3D列印協作、訂製化商品設計等創客專屬平臺，依消費者需求意見開發商品，闢拓新型態商業經營模式。



EXTRA-2 2016工藝之夢——展覽現場（國立臺灣工藝研究發展中心圖片提供）

另一方面，受手作風潮日益興盛影響，松菸文創園區為自造者建置資源共享與便捷跨界合作之友善空間，其設置共享機具設備工具間，降低設備使用門檻並予以提供相關教學服務，從而使部分工藝設計創作構想得以實踐為具體物件。

### 3. 工藝體驗行銷與跨業合作發展興盛

近年來工藝業者持續與百貨業者進行跨業合作，或拓展文化觀光、工藝體驗課程等業務，運用互動式消費體驗空間規劃，聯合打造普羅大眾參與工藝手作體驗課程之媒介平臺，深化實體通路與消費體驗間之連結。此策略除可讓消費者透過手作過程建構創作成品回憶，打造專屬獨特商品外，更可藉參與者於體驗工藝創作感動之餘，進一步口碑宣傳而深化商品與服務識別度。此外，部分業者亦藉與文創風格旅店合作之機會，提供入住者或VIP客戶商品體驗，觀察各類型消費者喜好與市場發展趨勢，加速構思與推出符合社會大眾需求之創作。

### 4. 青年返鄉參與社區營造並導入工藝創新概念

社會企業思維日益受世人重視與普及，結合社區營造概念，鏈接在地資源進行商品開發、促進地方就業供給之「在地創業」成為當前發展趨勢，諸多優秀青年相繼返鄉設立工藝創作據點或協助行銷調整。其亦將工藝創新導入體驗導覽服務，以鄉土情懷與突破窠臼為初衷，積極舉辦各類主題活動凝聚社區共識，而除相關工藝活動外更組成志願性服務組織，從事各項社區服務工作，成為推廣地方文化創意與媒合交流之平臺，為當地工藝聚落發展與永續經營帶來更多可能性。

### 5. 「選物店」展售型態興起

部分工藝品商店經營模式現已調整為「選物店」型態，其主要藉由商品故事核心建構與主題展覽等方式，進一步強化創作意涵與市場消費者之連結。其從展覽主題與工藝價值傳達思考，打造不同型態之展示及體驗氛圍，自策劃場域配置初期即將消費者參與概念納入其中，並於場域配置的同時，思考相關體驗課程設計及消費者參與程度。此外，少數選物店設有工藝體驗課程，其以提供相對正式之初階工藝教育為定位，期許藉由教學過程傳達工藝技能價值外，可進一步達成誘發民眾對工藝產業之投入意願，此相對與一般手作DIY體驗有所差異。

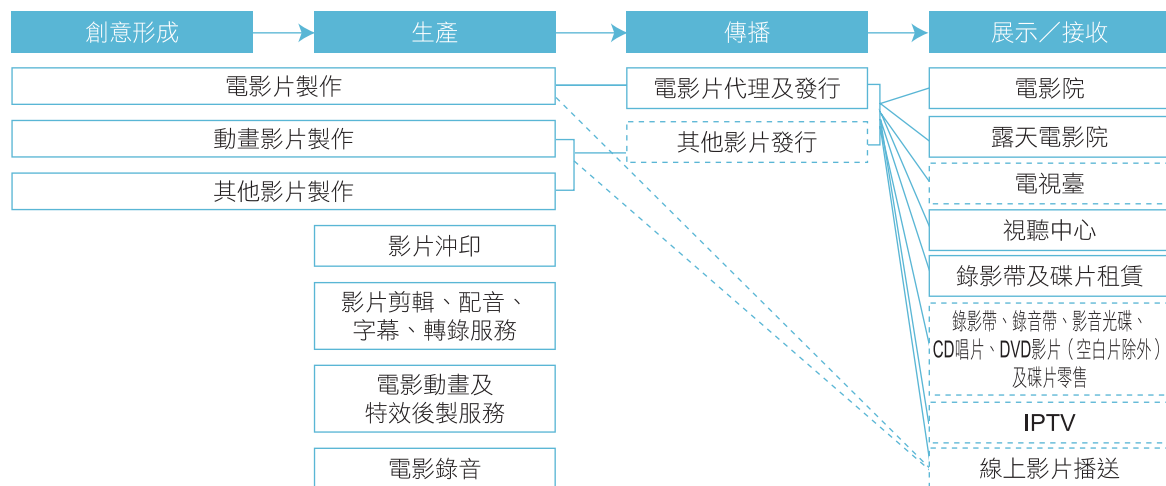
# 電影產業

## 一、產業鏈及產業範疇

電影產業是指從事電影片製作、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仍以電影製作為主，臺灣國片在早期較難找到發行商代為發行，製作業者需要身兼發行業者的角色，進行電影製作完成後的後續行銷及排片事宜。近來雖有許多國片的代理發行商成立，但整體而言仍由外商公司所主導，因此在圖2-17的電影產業鏈中各類影片製作與代理發行商之連結以虛線表示。另外，與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放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次產業，但歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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. 次產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)。

資料來源：本年報整理，2017年8月。

在財政部稅務行業標準分類第7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—12 電影產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
5911—11	動畫影片製作	包括電腦動畫影片、非電腦動畫影片等製作。亦包括全部以動畫影片製成之電視節目、電影片製作。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	從事電影、電視節目、電視廣告及其他影片製作之行業。不包括： 1. 影片複製（供電影院放映之電影片複製除外）及自母片複製內容到錄影（音）帶、CD 或DVD歸入1620細類「資料儲存媒體複製業」 2. 供電影院放映之電影片複製歸入5912細類「影片後製服務業」 3. 從事電視廣告企劃、設計、製作及安排宣傳媒體等一系列服務歸入7310細類「廣告業」 4. 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	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	從事電影、電視節目、電視廣告及其他影片之電影沖印服務之行業
5912—12	影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	從事電影、電視節目、電視廣告及其他影片之剪輯、轉錄、標題、字幕、電影沖印、電腦動畫及特殊效果及其他後製服務之行業
5912—13	電腦動畫及特效後製服務	從事電影、電視節目、電視廣告及其他影片之電腦動畫及特殊效果服務之行業
5913—11	電影片代理及發行	包括電影片版權代理、電影片發行等。亦包括電影片版權買賣及授權使用
5914—11	電影院	從事在電影院放映影片之行業
5914—12	露天電影院	從事在戶外或其他場所放映影片之行業
5920—13	電影錄音	從事電影錄音之行業
7732—00	錄影帶及碟片租賃	凡從事錄影帶、錄音帶、CD 及 DVD 出租而收取租金之行業均屬之。不包括提供場地放映出租影帶之視聽中心應歸入9322細類「視聽及視唱業」
9322—12	視聽中心	凡從事提供視聽、視唱場所之行業

註：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《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》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《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》之範疇不同，本年報包含錄影帶及碟片租賃與視聽中心，影視廣播內容產業調查及趨勢研究則無。有關電影片後製，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》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。

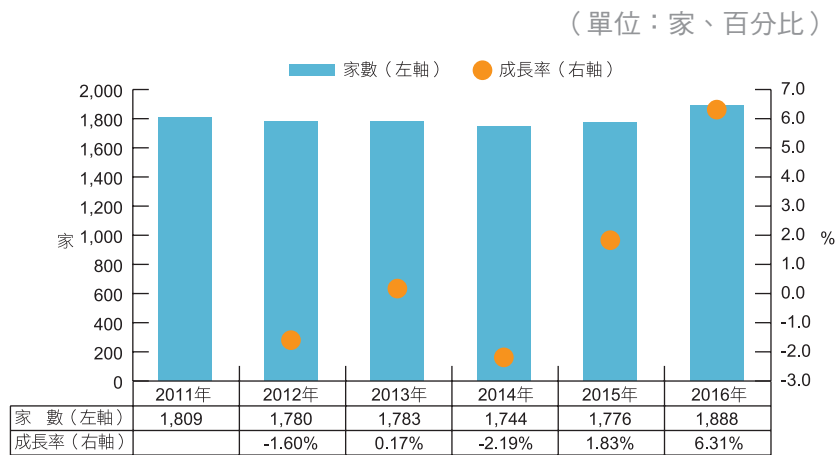
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2017年8月。



## 二、產業數據分析

2016年電影產業廠商家數為1,888家，較2015年成長6.31%，其中動畫影片製作與電影片製作等次產業廠商家數成長較多，最主要與《電影法》修正廠商負責人學歷、特許經營等相關限制，因此使得營業家數有所成長（詳見附錄二）。

圖2—18 2011~2016年電影產業之家數成長概況



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。

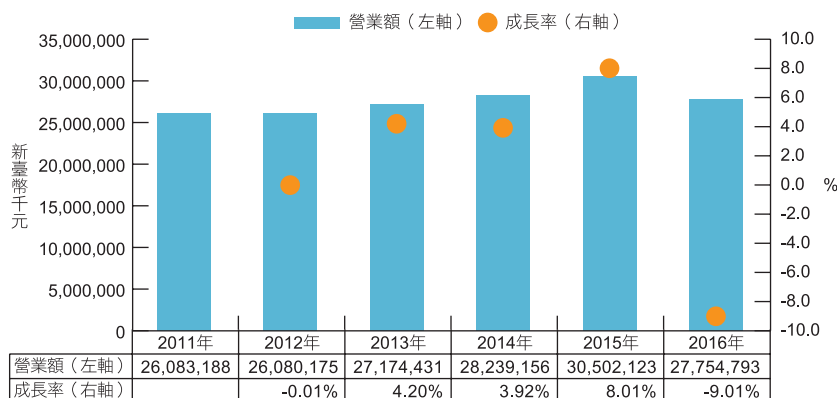
2.同表2—12註。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

營業額表現方面，2016年全臺電影票房不論是國片與外片的表現皆有所下滑，國片部分全年度也僅《樓下的房客》與《大尾鱸鰻2》票房破億，加上因近期國片在國內市場的票房與口碑表現不如以往，進而影響到國片在海外市場的表現，因此使得電影產業營業額較2015年衰退9.01%，為新臺幣277.55億元（如圖2-19）。

圖2—19 2011~2016年電影產業之營業額成長概況

(單位：新臺幣千元、百分比)



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—12註。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

另外，對照文化部影視及流行音樂產業局《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》估算之電影產業產值<sup>2</sup>，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》利用工商及服務業普查之四位碼行業別「生產總額」（五年一次）及財政部營業稅徵收統計之六位碼行業別銷售趨勢，以現有次級統計資料進行彙整推估。2016年電影產業總產值部分，推估為207.41億元（含電影製作業、電影後製、特效（含器材設備提供）業、電影發行業、電影映演業），較2015年衰退9.64%，主要因目前我國國片在國內電影市場上所能回收的資金有限，使得業者在投資、製作的金額上趨向保守（詳見表2-13）。

整體來說，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》的產值數據雖涵蓋的次產業別與本年報有所差異，但整體產業趨勢變化仍為一致。

2 本年報所使用資料為營業額，與文化部影視及流行音樂產業局《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》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《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》之範疇不同，本年報包含錄影帶及碟片租賃與視聽中心，影視廣播內容產業調查及趨勢研究則無。有關電影片後製，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》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。

表2—13 2011~2016年電影產業產值

(單位：新臺幣億元、百分比)

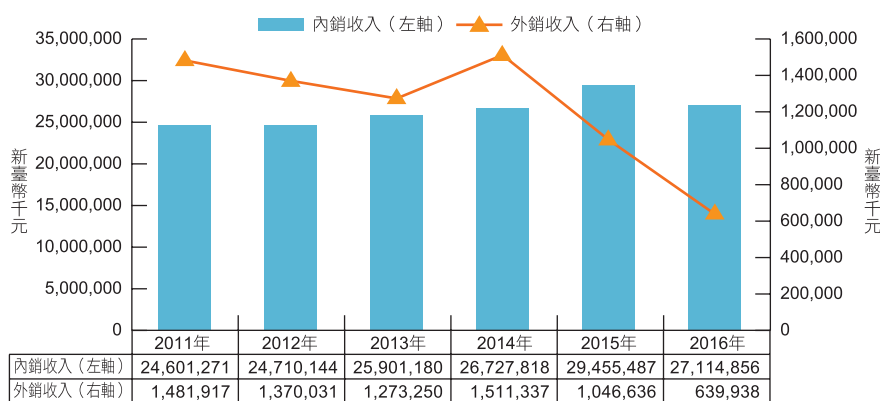
	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
電影產業產值	157.20	186.92	201.74	210.51	229.53	207.41
成長率	26.07%	18.91%	7.93%	4.35%	9.04%	-9.64%

資料來源：文化部影視及流行音樂產業局，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》。

在內銷與外銷部分，電影產業內銷收入2016年為新臺幣271.15億元，占總營業額97.69%，顯示目前電影產業的銷售仍以內需市場為主，而外銷收入2016年為新臺幣6.4億元，較2015年下降38.86%（如圖2-10）。細看各次產業別外銷收入變化，以電影片製作、電影片代理及發行兩個次產業的跌幅最為明顯，主因近期國片在國內票房與口碑不如預期，影響到海外版權的銷售，加上2016年國際電影版權銷售也相對較為保守，使得外銷收入較2015年明顯減少（詳見附錄二）。

圖2—20 2011~2016年電影產業之內外銷概況

(單位：新臺幣千元)



註：1.本年報之廠商內外銷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—12註。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

對照文化部影視及流行音樂產業局《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》電影產業出口值推估，2016年電影產業出口值推估為新臺幣2.66億元，較2015年減少57.77%，主要是2015年因《我的少女時代》海外市場票房表現亮眼，帶動當年度出口值創高峰，2016年則受到國片國內票房表現低迷影響海外銷售，使2016年之出口值變動率呈現雙位數下滑，然若以近六年趨勢來看，2016年電影產業出口值實乃2011年以來第二高（如表2-14）。

表2—14 2011~2016年國內電影出口值

(單位：新臺幣億元、百分比)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2015年至2016年變動率
電影製作	0.338	1.168	1.354	1.409	3.247	1.93	-40.68%
電影後製	0.038	0.035	0.044	0.095	0.252	0.20	-22.19%
電影發行	0.528	0.077	0.167	0.462	2.802	0.54	-80.78%
電影映演	0.000	0.000	0.000	0.621	0.000	0.00	-
合計	0.904	1.280	1.565	2.585	6.301	2.66	-57.77%

資料來源：文化部影視及流行音樂產業局，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》。

各次產業2016年營業額表現，電影片製作、電影片代理與發行、影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務、錄影帶及碟片租賃、電影院及露天電影院等，營業額較2015年下滑，其餘次產業則為成長之態勢（詳見表2-15）。

整體來說，2016年臺北市電影市場票房表現較上一年度下滑，直接影響產業各環節之收益與分潤，導致電影片製作、電影片代理及發行、電影院與露天電影院等次產業，分別較上一年度衰退29.18%、24.43%及5.88%。不過，在電腦動畫及特效後製服務部分，近期國片在後製、特效的花費預算比例上有所增加，加上國內部分業者開始承接中國大陸影視作品及當地網路平臺業者自製作品的後製工作，使其2016年營業額較2015年成長35.66%。

表2—15 2011~2016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		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
電影片製作	營業額	1,937,663	1,872,104	1,970,429	2,321,584	2,737,699	1,938,722
	成長率		-3.38%	5.25%	17.82%	17.92%	-29.18%
其他影片製作	營業額	5,604,100	5,730,070	5,308,892	5,244,636	4,638,200	4,957,809
	成長率		2.25%	-7.35%	-1.21%	-11.56%	6.89%
動畫影片製作	營業額	1,011,719	341,838	310,307	682,841	757,916	775,709
	成長率		-66.21%	-9.22%	120.05%	10.99%	2.35%
視聽中心	營業額	1,279,876	1,302,938	1,341,481	1,356,523	1,319,390	1,320,234
	成長率		1.80%	2.96%	1.12%	-2.74%	0.06%
電腦動畫及特效後製服務	營業額	54,652	133,903	127,845	118,217	124,754	169,237
	成長率		145.01%	-4.52%	-7.53%	5.53%	35.66%
電影片代理及發行	營業額	4,306,545	4,217,466	5,017,273	5,045,187	5,532,464	4,180,609
	成長率		-2.07%	18.96%	0.56%	9.66%	-24.43%
影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	營業額	1,068,351	989,193	1,067,521		1,097,571	981,275
	成長率		-7.41%	7.92%	1,059,158	-	-10.60%
電影錄音	營業額	93,576	52,010	41,285	-	42,961	57,393
	成長率		-44.42%	-20.62%		-	33.59%
影片沖印	營業額	74,310	54,659	63,467	67,685	64,364	73,535
	成長率		-26.44%	16.11%	6.65%	-4.91%	14.25%
錄影帶及碟片租賃	營業額	2,873,469	2,842,253	2,405,781	2,581,281	2,493,995	2,294,942
	成長率		-1.09%	-15.36%	7.29%	-3.38%	-7.98%
電影院	營業額	7,766,066	8,538,622	9,515,682			
	成長率		9.95%	11.44%	9,762,043	11,692,810	11,005,328
露天電影院	營業額	12,860	5,119	4,468	-	19.78%	-5.88%
	成長率		-60.20%	-12.71%			

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.同表2—12註。

3.財政資訊中心顧及報稅廠商之個人資料保護，不提供廠商家數5筆（含）以下之統計資料，故將廠商家數小於（含）5家之次產業與性質相近之次產業合併呈現，如「電影錄音」小於5家，故與「影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務」進行合併呈現；「露天電影院」小於5家，故與「電影院」進行合併呈現。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

2016年電影產業廠商分布地區仍以臺北市為主，占38.72%；經營年數部分，10年以上的廠商家數占整體產業的40.78%，1年以下的廠商約占12.39%，其較上一年度成長35.26%，顯示近一年來有許多新的廠商投入電影產業。而在廠商資本規模部分，新臺幣100萬元以下的廠商家數約占52.65%，而新臺幣1億元以上的廠商僅占1.75%，顯示我國電影產業廠商仍以中小企業為主（詳見附錄二）。

根據文化部影視局《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》資料顯示，2016年在臺北市上映電影片總數為734部，其中國片有67部，占整體上映數9.13%。2016年臺北市電影票房市場約為38.98億，較2015年下滑7.28%。細看各類別電影片的票房表現，其他外國影片雖仍以好萊塢英雄系列電影的票房亮眼，但包含《屍速列車》、《你的名字》等非英語系電影，其票房也獲得不錯的佳績，總票房為新臺幣35.49億元，占91.04%。港陸影片則因《寒戰2》、《葉問3》等續集電影上映，帶動票房提升至新臺幣1.63億元，占4.19%。

國片部分，2016年全臺票房破億僅《大尾鱸鰻2》及《樓下的房客》，而其在臺北市票房總和較2015年破億國片《我的少女時代》、《大囍臨門》所獲得的票房有所下滑。整體而言，2016年國片在臺北市獲得的票房約為新臺幣1.86億元，占4.77%，較上一年度減少，主要與上映的國片缺乏代表性作品有關（詳見表2-16）。

表2—16 2012~2016年臺北市電影上映部數及電影票房市場概況

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

註：1.本文所稱國產電影係指「國產電影片及非國產電影片認定基準」所稱之國產電影片，以及經認定原產地為臺灣（中華民國）之非國產電影片。

2.臺灣電影網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。

3.票房單位：新臺幣／元；票房比重＝臺北市票房／總臺北市票房。

資料來源：文化部影視及流行音樂產業局，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》。

臺北市院線放映的國片部分，2016年紀錄片的上映部數比重有所增加，而在劇情片部分，電影片的創作題材與元素均有朝向多元嘗試的趨勢，如《六弄咖啡館》及《樓下的房客》為改編自同名小說，《萌學園：尋找磐古》則為電視劇的延伸劇情。而在電影片的元素部分，除原有本土喜劇、校園愛情題材之外，帶有懸疑／驚悚、恐怖元素的電影片之比例也有所提升。

除上述臺北市電影市場之外，我國電影片映演業者自2016年6月11日起，依據《電影法》之規定提供全國票房資料，而根據文化部影視局《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》透過臺北市影片商業公會、Rentrak資料庫資料，並結合全國票房統計系統之數據，推估2016年全臺總票房收入為98.35億元，其中2016年國片全臺票房收入為5.82億元（占5.92%），港陸影片的票房收入約為4.04億元（占4.11%），其他外國影片部分則為88.49億元（占89.97%）（詳見表2-17）。

表2—17 2016年全臺電影票房市場推估

（單位：新臺幣億元、百分比）

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

資料來源：文化部影視及流行音樂產業局，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》。

## （二）發展趨勢

綜觀電影產業各環節之發展趨勢，創意形成與生產階段，目前產業內外各環節業者（包含電影發行、後製、映演及OTT平臺等業者）相繼投入電影製作環節，並結合各自資源以提升與改變現有的製作模式。此外，近期國內外電影片在擴增實境（Augmented Reality, AR）與虛擬實境（Virtual Reality, VR）技術的應用上有所增加，且部分國際影展已增設相關競賽單元。在傳播、展示／接收階段部分，隨著線上影音平臺興起，民眾觀影渠道趨於多元化，也間接改變了電影片播映的策略。另外，近期國內民眾在觀影行為與偏好也有所轉變，使得故事內容吸引人的電影，更有表現空間。

### 1. 現有製作模式改變，電影產業相關業者投入劇本開發、企劃階段

近期部分電影產業相關業者如發行、後製及映演業者，對於國片的投資不再限於資金方面，而是開始投入電影前期開發、企劃階段，如發行與映演業者帶入市場端一手觀察意見；後製業者則提升國片使用後製、特效所呈現的品質等。透過改變現有的製作模式，以及結合各業者的自有資源，提升國片質與量。

### 2. 電影播映策略改變，發行窗口期縮短

自2016年起，國內線上影音平臺的崛起，使得民眾觀看電影片的管道不再僅限於電影院，也間接改變了電影片播映的策略。加上由於業者對於影視內容的需求增加，部分平臺透過購買電影片首映權以增加用戶數及忠誠度，因此使得電影發行窗口期縮短。以往線上平臺發行時間多須與DVD發行同步，近期部分電影片在線上平臺發行時間則早於DVD發行時間，顯示隨著民眾的觀影習慣改變，業者在電影播映策略的擬定上也有所調整。



第十八屆臺北電影節——星空野餐影展前夜祭（臺北市政府圖片提供）

### 3.OTT平臺製作、投資電影作品

近期以Netflix為首的國際影音平臺，開始將觸角轉向電影產業上游延伸，參與製作、投資影視作品等，並透過原創影視內容，提升用戶數及用戶忠誠度，甚至先於該平臺進行全球首映，爾後再於院線放映，如Netflix投資、製作《玉子》、中國愛奇藝投資《一萬公里的約定》等。而此項模式也可能改變傳統上電影製作、放映形式，亦或使得拍攝資金來源多樣化。

### 4.好萊塢英雄系列電影表現疲乏

近期國內民眾在選擇觀看電影片的因素多以故事、內容題材為主，而自2016年起，好萊塢英雄系列電影在臺票房表現不如以往，消費者對相關系列作品已出現疲態。隨之而來的是如《屍速列車》、《你的名字》等，內容題材、敘事風格多元化的電影片，在口碑與票房上均有亮眼的表現。此情況顯示未來內容優質之電影片，更有表現的空間。

### 5.擴增實境（Augmented Reality，AR）與虛擬實境（Virtual Reality，VR）技術之應用

隨著擴增實境（Augmented Reality，AR）與虛擬實境（Virtual Reality，VR）等技術的進步，2017年坎城影展（Cannes Film Festival）首度以VR技術展映短片與電視劇；威尼斯影展也於今年首次增設VR競賽單元，將VR電影列入競賽類別，顯示此項技術也是未來電影製作重要的技術之一。

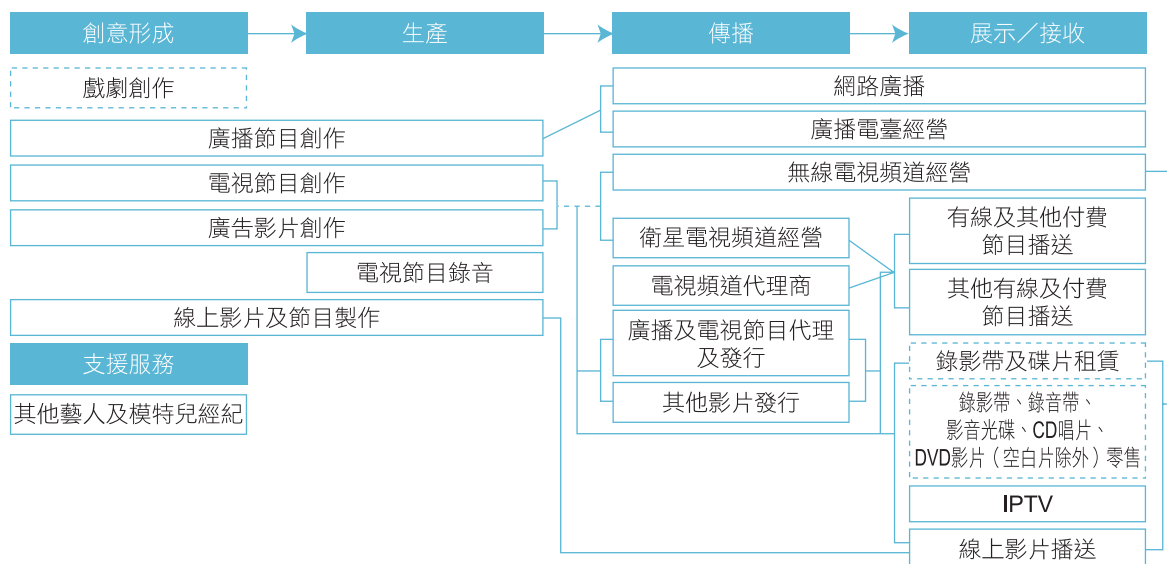
# 廣播電視產業

## 一、產業鏈及產業範疇

廣播電視產業是指從事利用無線、有線、衛星或其他廣播電視平臺，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周邊美術、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。而播出平臺包含播送廣播節目的廣播電臺、電視節目的電視臺、有線及其他付費節目播送，以及隨著趨勢發展逐漸成熟的線上影片播送業，如網路影視OTT（Over The Top）平臺等，提供服務包括線性頻道、VOD（Video On Demand，隨選視訊）服務、直播服務等。

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次產業，但歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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.次產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.IPTV（Internet Protocol Television，網路協定電視）的服務項目雖歸屬於有線及其他付費節目播送，但因國內目前僅中華電信一家業者，其稅務資料應歸為電信業，故本年報以其財報為準納入實際計算範圍。

資料來源：本年報整理，2017年8月。



依據財政部稅務行業標準分類第7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」以及「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—18 廣播電視產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
5911—12	廣告影片製作	包括電視廣告影片、非電視廣告影片等製作
5911—13	電視節目製作	包括錄影節目帶等製作
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	廣播電臺經營
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）	從事將電視頻道節目以自有傳輸設施或經由第三者（電信業者），在收視戶付費基礎上傳播影像及聲音，供收視戶收視之行業。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：1.2015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。由於今年度仍屬於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《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》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8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《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》之範疇不同，本年報包含廣告影片製作、其他影片製作及其他影片發行，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》則無。有關電視節目後製，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》5912—12影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務依電視及電影之拆分，本年報則全數計入電影產業。

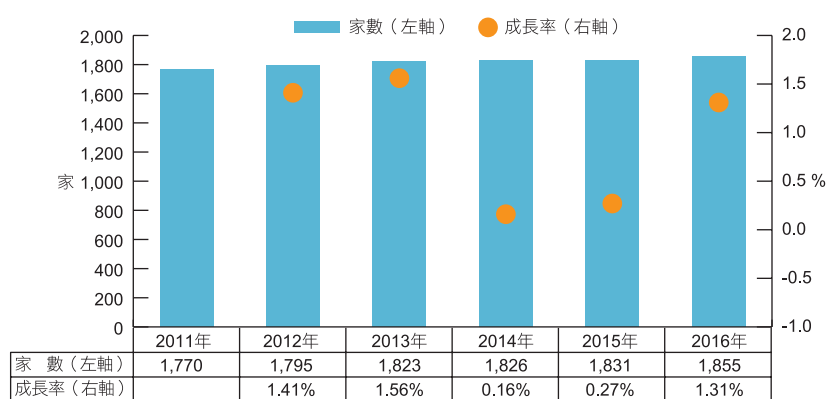
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2017年8月。

## 二、產業數據分析

整體而言，廣播電視產業的廠商家數變動不大，近年內呈每年小幅成長，2016年營業家數較2015年增加1.31%，為1,855家（如圖2-22），其中增加家數較多之次產業為廣告影片製作與其他藝人及模特兒等經紀，其他次產業的家數則多為持平或減少。營業額部分，2016年整體廣播電視產業營業額約為新臺幣1,580.7億元，較2015年下滑1.76%（如圖2-23），其中以廣告影片製作、電視節目代理及發行、衛星頻道經營商等次產業別的下滑幅度較大，使廠商平均營業額減少。

圖2—22 2011~2016年廣播電視產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



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—18註2。

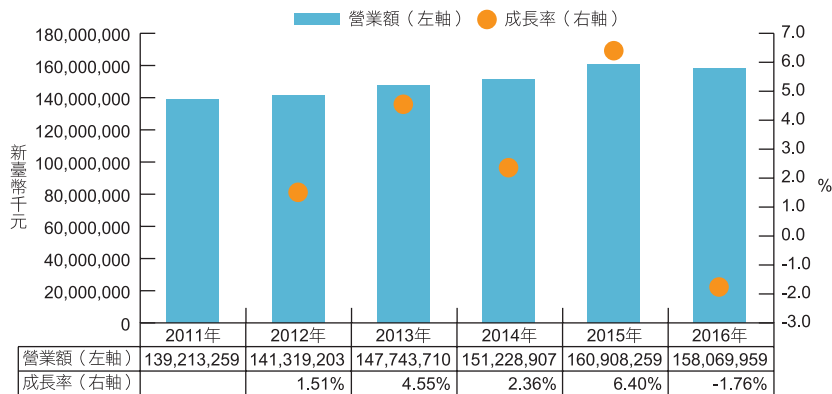
3. 本年度納入IPTV；另外，由於大部分的數位線上播送平臺業者報稅時所屬行業類別不屬於文創產業，因此本年報今年度將有推出影視傳播服務之業者（扣除重複業者）名單，加入廣播電視產業計算。

4. 本年報所定義的產業範疇與文化部《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》不同，使其計算之營業家數有所不同。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—23 2011~2016年廣播電視產業之營業額概況

(單位：新臺幣千元、百分比)



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—18註2。

3.本年度納入IPTV；另外，由於大部分的數位線上播送平臺業者報稅時所屬行業類別不屬於文創產業，因此本年報今年度以有推出影視傳播服務之業者（扣除重複業者）名單撈取營業額，並針對電信業者平臺之用戶數、收費標準及市占率進行推估，共同加入廣播電視產業計算。

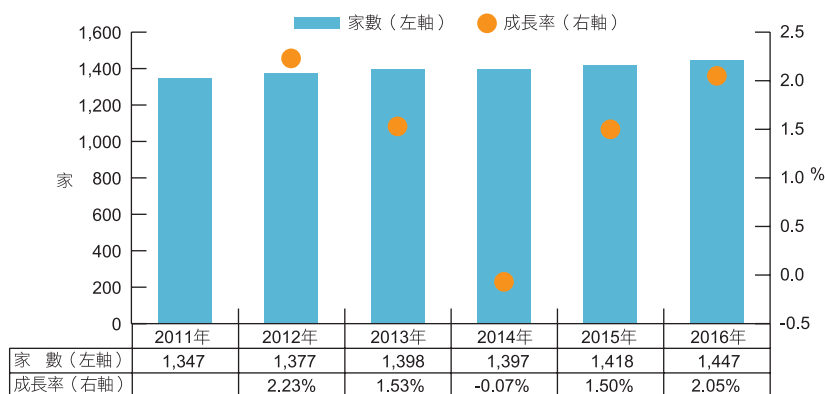
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

由於電視與廣播產業特性不盡相同，本年報個別探討電視產業與廣播產業。其中，電視產業包含廣告影片製作、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、電視節目錄音、無線廣播電視頻道經營、衛星廣播電視頻道經營、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和其他藝人及模特兒等經紀等十三項行業；廣播產業則包含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。

首先針對電視產業，2016年電視產業廠商家數較2015年增加2.05%（如圖2-24），帶動家數增加的業別包含廣告影片製作業、其他藝人及模特兒等經紀業等。營業額方面，2016年電視產業營業額較2015年減少2.08%（如圖2-25），約占整體廣播電視產業營業額的93.40%。

圖2—24 2011~2016年電視產業之家數成長概況

(單位：家、百分比)



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—18註2。

3.本年度納入IPTV，由於IPTV目前僅中華電信一家業者，故以其財報為準。

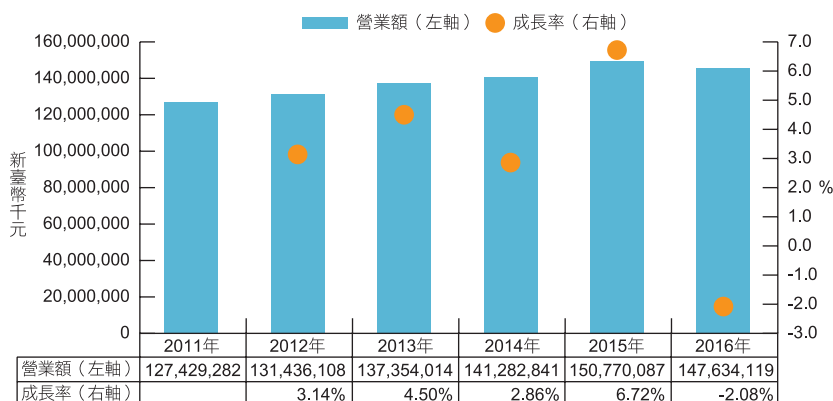
4.由於大部分的數位線上播送平臺業者報稅時所屬行業類別不屬於文創產業，因此本年報今年度將有推出影視傳播服務之業者（扣除重複業者）名單，加入電視產業計算。

5.本年報所定義的產業範疇與文化部《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》不同，使其計算之營業家數有所不同。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—25 2011~2016年電視產業之營業額概況

(單位：新臺幣千元、百分比)



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—18註2。

3.本年度納入IPTV，由於IPTV目前僅中華電信一家業者，故以其財報為準。

4.由於大部分的數位線上播送平臺業者報稅時所屬行業類別不屬於文創產業，因此本年報今年度將有推出影視傳播服務之業者（扣除重複業者）名單撈取營業額，並針對電信業者平臺之用戶數、收費標準及市占率進行推估，共同加入電視產業計算。

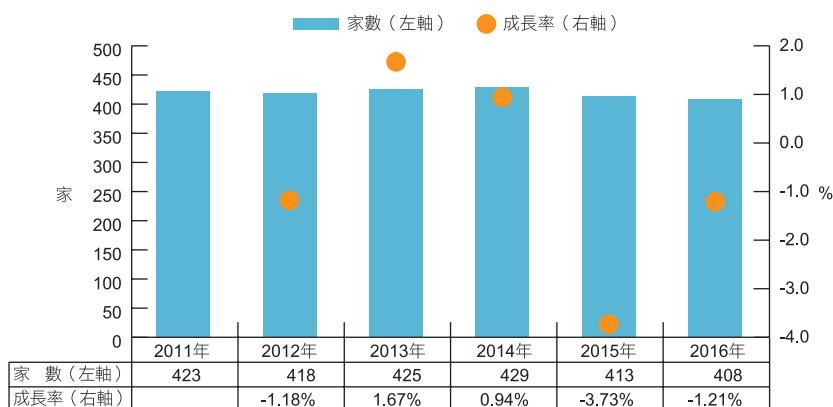
5.部分業別（如有線電視系統經營者與節目播送系統業者）可能因有法規所列之免稅項目，而使營業額有低估的現象。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

廣播產業部分，2016年廣播產業廠商家數為408家，較2015年約減少1.21%，創2008年以來最低紀錄（如圖2-26）；營業額則較2015年成長2.94%（如圖2-27），但從NCC發照許可之電臺來看，其營業額仍未有起色，一方面可能顯示廣播產業整體經營狀況落差較大，另一方面也反映有其他產業業者或兼營其他事業之業者，因本業同業利潤標準較低而選擇報稅於此，影響廣播產業營業額變化趨勢的判讀。

圖2—26 2011~2016年廣播產業之家數成長概況

(單位：家、百分比)



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。

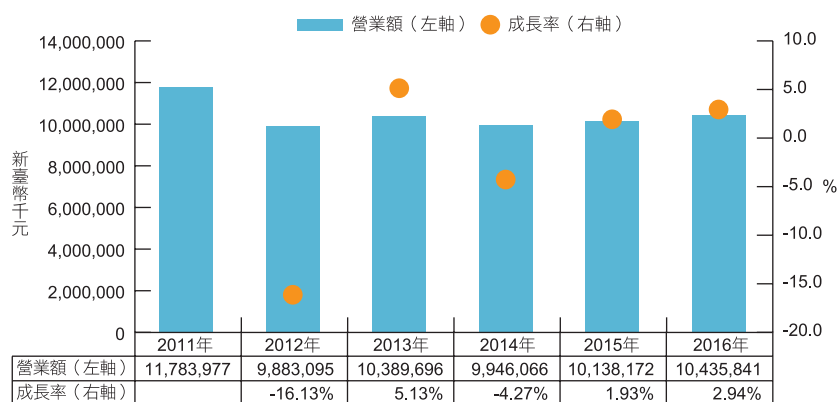
2.同表2—18註2。

3.本年報所定義的產業範疇與文化部《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》不同，使其計算之營業家數有所不同。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—27 2011~2016年廣播產業之營業額概況

(單位：新臺幣千元、百分比)



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—18註2。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

對照文化部影視及流行音樂產業局《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》估算之廣播電視產業產值<sup>3</sup>，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》利用工商及服務業普查之四位碼行業別「生產總額」（五年一次）及財政部營業稅徵收統計之六位碼行業別銷售趨勢，以現有次級統計資料進行彙整推估。2016年整體廣播電視產業產值約為1,426.05億元，整體較2015年減少2.94%，其中，電視產業總產值約為新臺幣1,360.73億元（包含電視節目製作及後製、電視節目發行、電視頻道、電視平臺、線上節目製作與線上節目播送業等項目之產值），廣播產業產值則為新臺幣65.32億元，皆較2015年減少。綜整而言，雖然《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》之產值數據與本年報呈現之營業額不同，涵蓋之次產業也略有差異，但整體廣播電視產業趨勢落差不大，皆下滑2%~3%。

表2—19 2011~2016年廣播電視產業之產值推估

(單位：新臺幣億元、百分比)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
電視產業產值	1,259.25	1,264.71	1,317.56	1,356.83	1,400.18	1,360.73
廣播產業產值	82.08	72.38	71.65	70.26	69.09	65.32
廣播電視產業產值	1,341.33	1,337.09	1,389.21	1,427.09	1,469.27	1,426.05
廣播電視產業產值成長率		-0.32%	3.90%	2.73%	2.96%	-2.94%

註：1. 廣播產業之產值資料起始調查年為2011年。

2. 電視產業之產值自2014年起包含線上影片製作業及線上影片播送業之產值。

3. 本年報所定義之廣播電視產業範疇與《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》之範疇不同，本年報包含5911—12廣告影片製作、5913—99其他影片發行，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》則無；而5912—12影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務，該產業調查報告係依電視及電影拆分，本年報則全數計入電影產業。另外，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》之廣播電視產業產值僅包含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、5920—14廣播節目製作及發行、6010—11廣播電臺經營、電視頻道（含6021—11無線電視頻道經營及6021—12衛星電視頻道經營）、6022—11線上影片播送、6022—99其他有限及付費節目播送；而6021—13電視頻道代理商及7603—99其他藝人及模特兒等經紀雖有在產業調查範圍，但因計算基礎而未於整體廣播電視產業產值計算。

資料來源：文化部影視及流行音樂產業局，《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》。

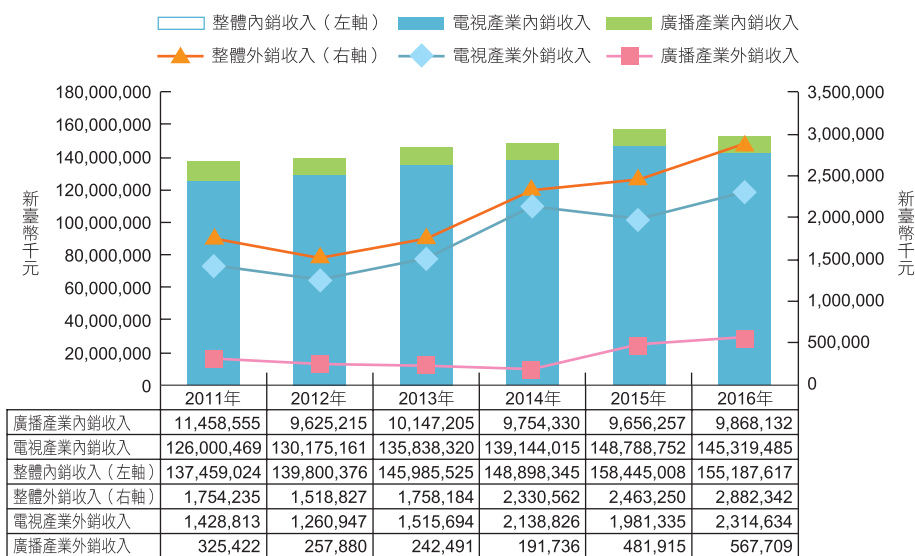
在內、外銷表現方面，廣播電視產業市場以內銷為主，2016年廣播電視產業內銷金額約為新臺幣1,551.88億元（如圖2-28），當中又以電視節目代理及發行、廣告影片製作及衛星頻道經營的衰退幅度較大。分次產業別來看，電視產業的內銷表現較2015年減少2.33%，不過，其他有線及付費節目播送、線上影片播送等播映平臺端仍有不錯的成長；廣播產業則較2015年成長2.19%，其中廣播電臺在國內市場的發展相對穩固（詳見附錄二）。

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《影視廣播內容產業調查及趨勢研究》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8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。

外銷部分，整體廣播電視產業2016年外銷金額成長，整體約有28.82億，各次產業別的外銷表現多為成長，電視產業的外銷金額較2015年成長16.82%，廣播產業外銷金額亦較2015年成長17.80%（詳見附錄二），反映我國製作端與國際交流密切，但也可能從事內容代工，難以直接從外銷金額表現判斷對未來海外市場的影響。

圖2—28 2011~2016年廣播電視產業之內外銷概況

(單位：新臺幣千元)



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—18註2。

3.本年度納入IPTV；由於大部分的數位線上播送平臺業者報稅時所屬行業類別不屬於文創產業，因此本年報今年度以有推出影視傳播服務之業者（扣除重複業者）名單撈取內外銷金額，並針對電信業者平臺之用戶數、收費標準及市占率進行推估內銷金額，共同後納入廣播電視產業計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

觀察2016年廣播電視產業各次產業的營業額表現，屬內容供應端之次產業營業額下滑比例較高，其中以衛星電視頻道經營的營業情形較為嚴峻，而播送通路如其他有線及付費節目播送、線上影片播送等，則呈現成長態勢（如表2-20）。

表2—20 2011~2016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	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	
廣告影片製作	營業額 6,354,439	4,312,147	4,631,941	4,633,749	4,972,497	4,073,123	
	成長率	-32.14%	7.42%	0.04%	7.31%	-18.09%	
· 電視節目製作 · 電視節目錄音 (註4)	營業額	59,635,907	65,560,836	69,735,692	73,673,651	76,366,267	77,409,761
	成長率						9.94%
· 線上影片及節目製作	營業額						40,257
	成長率						-
電視節目代理及發行	營業額 6,644,894	6,418,109	5,070,118	5,233,949	6,292,470	5,248,672	
	成長率	-3.41%	-21.00%	3.23%	20.22%	-16.59%	
其他影片發行	營業額 657,367	767,873	864,906	967,714	976,895	1,103,370	
	成長率	16.81%	12.64%	11.89%	0.95%	12.95%	
無線電視頻道經營	營業額 12,162,436	11,462,856	11,619,243	11,445,576	11,559,692	11,561,602	
	成長率	-5.75%	1.36%	-1.49%	1.00%	0.02%	
· 衛星電視頻道經營 · 電視頻道代理商 (註4)	營業額 29,745,569	29,582,991	31,515,043	30,487,516	33,105,673	28,279,969	
	成長率	-0.55%	6.53%	-3.26%	8.59%	-14.58%	
有線及其他付費節目播送	營業額 544,518	550,298	555,503	567,131	574,495	-	
	成長率	1.06%	0.95%	2.09%	1.30%	-	
其他有線及付費節目播送	營業額 8,809,357	9,268,496	9,881,084	10,474,690	10,957,276	12,943,430	
	成長率	5.21%	6.61%	6.01%	4.61%	18.13%	
線上影片播送	營業額 952,413	1,142,174	1,365,354	1,758,399	3,280,715	4,350,341	
	成長率	19.92%	19.54%	28.79%	86.57%	32.60%	
其他藝人及模特兒等經紀	營業額 1,922,383	2,370,326	2,115,130	2,040,469	2,684,109	2,623,593	
	成長率	23.30%	-10.77%	-3.53%	31.54%	-2.25%	
廣播節目製作及發行	營業額 8,704,405	7,090,672	7,235,768	7,012,518	7,435,981	7,611,262	
	成長率	-18.54%	2.05%	-3.09%	6.04%	2.36%	
· 廣播電臺經營 · 網路廣播(註4)	營業額 3,079,572	2,792,423	3,153,928	2,933,548	2,702,190	2,824,578	
	成長率	-9.32%	12.95%	-6.99%	-7.89%	4.53%	

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。由於今年度仍屬於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。

4.財政資訊中心顧及報稅廠商之個人資料保護，不提供廠商家數5筆(含)以下之統計資料，故將廠商家數小於(含)5家之次產業與性質相近之次產業合併呈現，如「電視節目錄音」、「線上影片及節目製作(2011~2015年)」小於5家，故與「電視節目製作」進行合併呈現；「網路廣播」小於5家，故與「廣播電臺經營」進行合併呈現；「電視頻道代理」小於5家，故與「電視頻道供應服務」進行合併呈現。

5.今年度考量產業特性，將IPTV之營業額納入其他有線及付費節目播送；另外，由於大部分的數位線上播送平臺業者報稅時所屬行業類別不屬於文創產業，因此本年報今年度以有推出影視傳播服務之業者(扣除重複業者)名單撈取營業額，並針對電信業者平臺之用戶數、收費標準及市占率進行推估，共同納入線上影片播送。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。



### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

從產業生態來看，廣播電視產業整體結構逐漸改變，在收入方面，廣告為廣播電視產業重要的收入來源，然近年傳統媒體上的廣告式微（如表2-21），而電視產業之有線電視訂戶數亦近於飽和（如表2-22），整體而言，我國廣播電視產業業者急需擴增其他收入管道，但因成本增加且苦無新的成熟獲利模式，導致產業經營愈來愈困難。

另一方面，隨著網路新媒體的發展，電視產業面臨嚴重盜版問題，部分業者將網站IP成立於海外，以集成式平臺分享盜版影音內容，加上免責聲明、無法可管等因素，已然大幅影響本業業者的收入規模，目前電視頻道及線上影片播送業諸多業者組成聯盟，以打擊盜版。

表2—21 2011~2016年無線電視、衛星電視及廣播廣告量及占整體廣告量比重

（單位：新臺幣千元、百分比）

年份	無線電視		衛星電視		廣播	
	廣告量	占整體比重	廣告量	占整體比重	廣告量	占整體比重
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%
2015年	3,610,981	5.92%	20,553,840	33.67%	2,731,078	4.47%
2016年	3,370,710	5.39%	19,163,422	30.64%	2,080,615	3.32%

資料來源：《臺灣媒體白皮書》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—22 2011~2016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）

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
有線電視訂戶數	5,061,737	4,989,155	4,985,222	5,002,216	5,078,876	5,205,562
有線電視家戶普及率	62.82%	60.94%	60.16%	59.67%	59.97%	60.80%
有線電視數位機上盒訂戶數	570,727	1,049,321	2,275,194	3,947,507	4,563,243	4,988,968
有線電視數位機上盒訂戶比例	11.28%	21.03%	45.64%	78.92%	89.85%	95.84%

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

#### (二) 發展趨勢

隨著科技技術與媒體環境的變革，廣播電視產業從創意、生產端、傳播端到展示接收端，皆面臨結構性的變化。分述電視產業及廣播產業，電視產業部分，觀眾消費行為模式轉變影響產業發展，創意生產端逐漸朝向內容分眾發展，而傳播及展示接收端對於內容與觀眾的即時互動需求也有所突顯，整體而言，電視產業的變化快速，以內容為核心的發展逐漸打破既有產業鏈，走向跨業、跨鏈的合作趨勢。廣播產業的發展趨勢，主要是因應大眾媒體播送及接收環境轉變所衍生的轉型服務，如：線上收聽服務的服務內容增加、分眾化的內容與媒體經營等，有助於市場的拓展與深耕。



第51屆電視金鐘獎頒獎典禮（文化部影視及流行音樂產業局圖片提供）

### 1. 內容製作開發朝向分眾發展

由於觀眾的觀看行為及內容偏好已有明顯的分眾，加上網路社群帶來的同溫效應緊密連結日常生活，內容將愈來愈難滿足所有的觀眾。因此，目標觀眾的設定愈來愈重要，未來內容製作端將朝向分眾化發展，透過消費端數據分析的應用，掌握性別年齡等人口資料、生活型態、興趣、次文化等族群特性，進而影響內容題材的開發、製作、節目行銷、露出管道等環節，透過掌握目標群眾提升忠誠度及黏著度，有助於建立市場。

### 2. 互動性及即時性的需求增強

由於生活型態的快速，電視「直播LIVE」頻道聚集觀眾能力增強，而直播科技的發展逐漸改變內容播映模式，網路電視的直播節目如雨後春筍冒出，加上社群互動與連結的運作，觀看模式不再只是選擇與接收的關係，而是更加強調即時性及互動性的播出模式，多螢同步互動的觀看行為擴大網臺連動的可能性。

### 3. 跨產業鏈及跨產業的合作趨勢

電視產業收益結構改變，單一環節的經營環境艱難，未來的合作將以內容為核心，電視產業內不同環節的業者不只能相互投資，上下游之間的交易模式也將有更多元化的可能性，同時也將連結不同內容產業的製作團隊、製作公司，發展新的商業操作模式導入製作資金，傳統媒體與新興網路媒體之間不再是競爭瓜分的關係，策略性的合作將創造臺網連動的雙贏局面。

### 4. 線上收聽廣播內容比例增加

在媒體數位化的環境之下，聽眾逐漸轉而透過手機接收FM/AM，以及手機APP、網頁等線上收聽。由於近年國內聯播網陸續開發APP，等同透過不同的媒介擴大功率傳播範圍，突破過去頻譜有限資源的框架，延伸出不同的服務，例如影像直播服務、網路留言互動功能…等。

### 5. 分眾深耕廣播市場

廣播內容與地方社會或特定族群之日常生活有所連結，因此在分眾化的趨勢下，廣播產業可藉由明確的目標聽眾，創造其存在的特殊價值，並為流行音樂、有聲出版、表演藝術…等其他內容產業帶來加值效應，突顯了產業轉型的必要性。

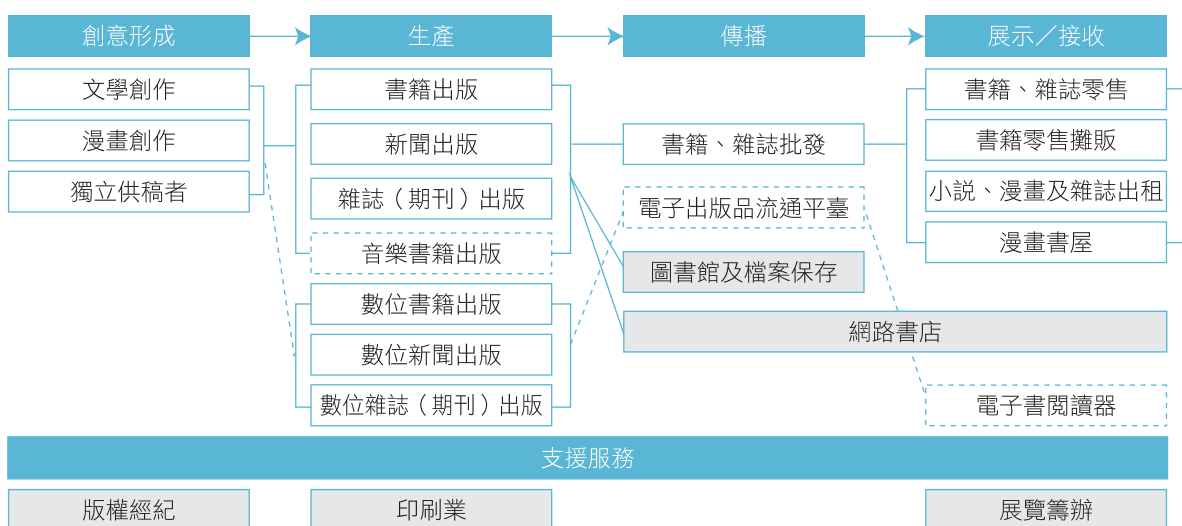
# 出版產業

## 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。根據2014年3月19日文化部文創字第10330059511號令修正發布之《文化創意產業內容及範圍》，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7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—29 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次產業，但歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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.次產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，2017年8月。

依財政部稅務行業標準分類第7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—23 出版產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
4581—12	書籍、雜誌批發	包括已錄製書籍內容之CD或DVD、賀卡、報紙等批發
4761—12	書籍、雜誌零售	包括已錄製書籍內容之CD或DVD、賀卡、報紙等零售
4869—11	書籍零售攤販	書籍零售攤販
5811—11	新聞出版	包括以印刷形式發行之新聞出版等
5811—12	數位新聞出版	包括以電子形式（含網路）發行之新聞出版等
5812—11	雜誌（期刊）出版	包括以印刷形式發行之雜誌（期刊）出版等。亦包括以印刷形式發行之廣播及電視節目表出版
5812—12	數位雜誌（期刊）出版	包括以電子形式（含網路）發行之雜誌（期刊）出版等
5813—11	書籍出版	從事書籍出版，以印刷、有聲書或網路等形式發行之行業。不包括： 1.從事書籍印刷而不涉及出版歸入1611細類「印刷業」 2.地球儀製造歸入3399細類「其他未分類製造業」 3.音樂書籍及樂譜之出版歸入5920細類「聲音錄製及音樂出版業」 4.個人作家及漫畫家歸入9010細類「創作業」
5813—12	數位書籍出版	包括以電子形式（含網路）發行之書籍、參考書、小冊子、字典、地圖、技術手冊、百科全書等出版
7739—13	小說、漫畫及雜誌出租	小說、漫畫及雜誌出租
9010—12	漫畫創作	漫畫創作
9010—13	文學創作	包括散文、小說、詩歌等創作
9010—18	獨立供稿者	包括獨立作業記者等
9329—16	漫畫書屋	1.包括提供複合式服務之漫畫書屋等 2.僅提供漫畫出租服務應歸入7739-13子類「小說、漫畫及雜誌出租」

註：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》與《104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》與《104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。

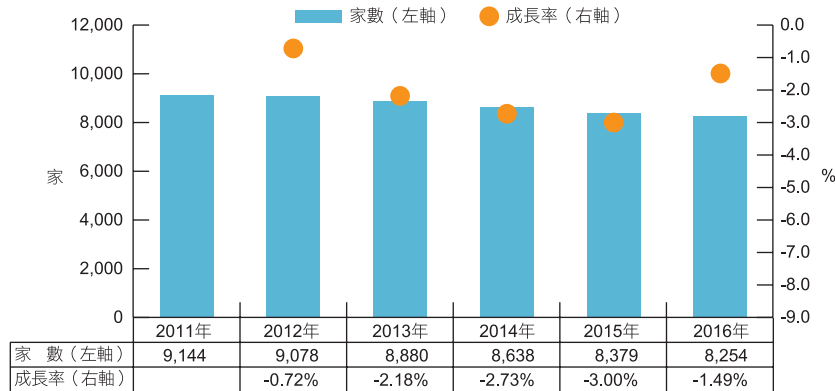
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2017年8月。

## 二、產業數據分析

出版產業的廠商家數近六年呈現持續下滑的情況，自2011年9,144家下降至2016年8,254家，2016年家數較2015年減少1.49%（如圖2-30）。營業額表現方面，2016年約新臺幣1,016.11億元，較2015年微幅下滑1.42%（如圖2-31）。

圖2—30 2011~2016年出版產業之家數成長概況

(單位：家、百分比)

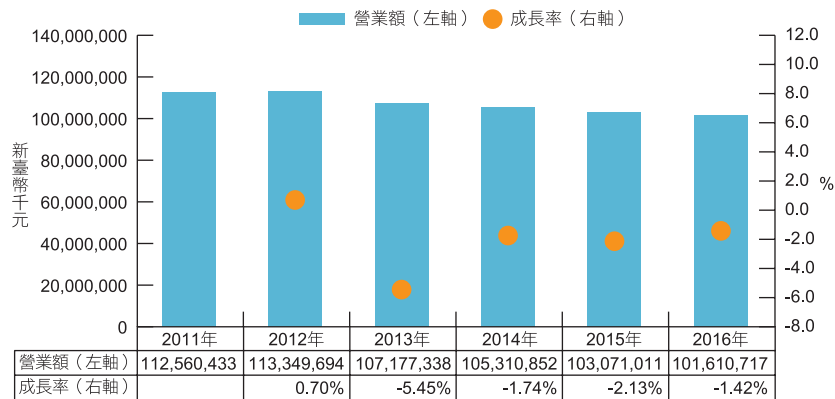


註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—31 2011~2016年出版產業之營業額概況

(單位：新臺幣千元、百分比)

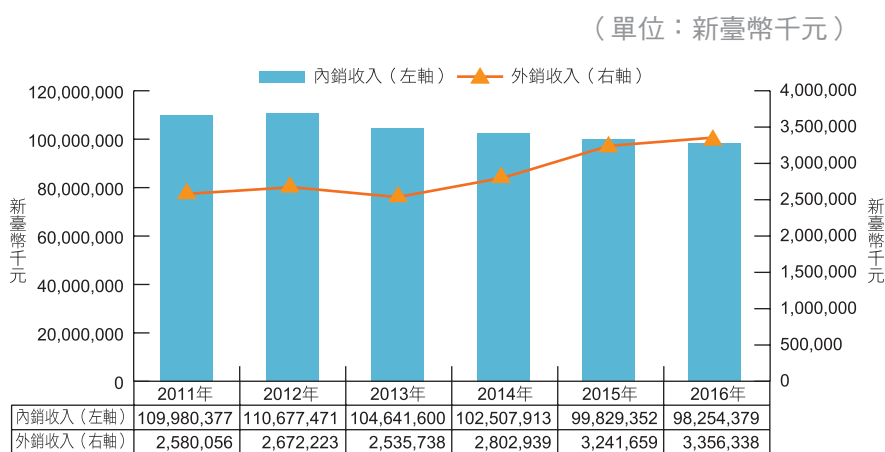


註：本年報之廠商營業額係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

在內外銷表現方面，出版產業的營收最主要仍來自內需市場的貢獻。內銷金額自2011年新臺幣1,099.8億元成長至2012年新臺幣1,106.77億元，2013年始轉趨走低態勢而降至新臺幣1,046.42億元，2014年至2016年則再度由新臺幣1,025.08億元續降至982.54億元；2016年內銷金額約占整體營業額的96.70%。出口表現部分，外銷金額自2011年新臺幣25.8億元成長至2012年新臺幣26.72億元，2013年微幅跌降至新臺幣25.36億元，2014年至2016年則再度由新臺幣28.03億元持續成長至33.56億元（如圖2-32）。

圖2—32 2011~2016年出版產業之內外銷概況



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，2017年8月。

次產業營業額部分，以2016年表現來看，傳統書籍出版端與銷售通路之營業額皆較2015年衰退，然數位書籍出版營業額表現卻呈逆勢成長態勢（如表2-24），此或許與出版業者察現消費者對傳統與數位出版品間之選擇行為互為獨立，進而積極發展數位出版業務有所關聯。

表2—24 2011~2016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		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
書籍、雜誌批發	營業額	37,854,601	38,849,724	32,803,567	32,913,063	32,260,934	32,976,097
	成長率		2.63%	-15.56%	0.33%	-1.98%	2.22%
書籍、雜誌零售	營業額	24,630,835	23,868,080	23,433,918	22,880,048	22,722,643	21,716,928
	成長率		-3.10%	-1.82%	-2.36%	-0.69%	-4.43%
書籍零售攤販	營業額	46,610	42,426	39,562	40,676	37,800	36,287
	成長率		-8.98%	-6.75%	2.82%	-7.07%	-4.00%
新聞出版	營業額	11,074,453	10,644,708	13,017,744	11,558,155	11,486,651	10,871,610
	成長率			-	-11.21%	-0.62%	-5.35%
數位新聞出版	營業額		-3.88%	5,084	10,703	16,430	14,162
	成長率			-	110.54%	53.51%	-13.80%
雜誌(期刊)出版	營業額	17,384,194	18,153,650	17,121,914	17,092,147	16,594,761	16,388,085
	成長率		4.43%	-5.68%	-0.17%	-2.91%	-1.25%
數位雜誌(期刊)出版	營業額	123,221	121,358	150,073	186,156	166,790	173,375
	成長率		-1.51%	23.66%	24.04%	-10.40%	3.95%
· 書籍出版 · 漫畫創作 · 文學創作 · 獨立供稿者	營業額	20,039,197	20,375,416	19,469,768	19,639,211	18,844,048	18,476,299
	成長率		1.68%	-4.44%	0.87%	-4.05%	-1.95%
數位書籍出版	營業額	112,713	114,144	121,499	146,509	199,780	290,168
	成長率		1.27%	6.44%	20.59%	36.36%	45.24%
小說、漫畫及雜誌出租	營業額	1,138,001	1,048,238	901,694	753,455	660,600	591,599
	成長率		-7.89%	-13.98%	-16.44%	-12.32%	-10.45%
漫畫書屋	營業額	156,609	131,951	112,515	90,729	80,573	76,106
	成長率		-15.74%	-14.73%	-19.36%	-11.19%	-5.54%

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.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》與《104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》與《104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。

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。

4.財政資訊中心顧及報稅廠商之個人資料保護，不提供廠商家數5筆(含)以下之統計資料，故將廠商家數小於(含)5家之次產業與性質相近之次產業合併呈現，如「數位新聞出版」小於5家，故與「新聞出版」進行合併呈現；「漫畫創作」、「文學創作」及「獨立供稿者」小於5家，故與「書籍出版」進行合併呈現。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

依據國家圖書館國際標準書號中心統計ISBN暨CIP書目資料申請數顯示，2016年我國總計4,979家出版社(單位)，出版38,807種新書，較2015年出版機構減少51家(單位)，出版總(種)數減少910種，亦較

2014年減少2,791種，創下十年來最低點。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，實體圖書飽受影視音數位匯流娛樂競爭與閱讀型態轉移影響，近年一般類與專業類實體書籍市場續呈持平甚或衰退態勢，而於總體經濟前景未明及出版產業創新商業模式尚未建構完善之景況下，或難帶動消費者增加購書預算，預估未來或將呈持平甚或微幅衰退態勢。

圖書貿易部分，我國各類圖書近年進口總值呈震盪走低態勢，其由2014年新臺幣29.6億元增加至2015年新臺幣30.4億元，2016年則再度回降至新臺幣29.5億元。出口總值則呈持續走高發展，其由2014年新臺幣23億元成長至2015年新臺幣25.8億元，2016年進一步揚升至新臺幣35.6億元。臺灣為華文市場主要圖書版權輸出國家之一，亦為繼中國大陸後之第二大華文圖書出版者，出口市場相對集中於中國大陸、香港、馬來西亞與新加坡等國家（區域）。

而受網際網路與電子閱讀器日益普及，以及出版社選題方向趨於謹慎保守影響，愈來愈多臺灣作家選擇跳過出版社環節，藉由自助出版平臺進行作品發表，從而帶動個人出版產業蓬勃發展。據國家圖書館統計數據所載，儘管2016年一般出版社（機構）總計出版34,134種新書，其比重（87.96%）仍遠高於政府機關（3,644種；占9.39%）與個人（1,029種；占2.65%）等型態之出版總量。然整體而言，其出版新書總（種）數與比例續呈跌落走向，反觀個人出版則顯呈揚升態勢。

## （二）發展趨勢

而概括出版產業鏈各階段之發展趨勢論析，就創意形成而言，受惠於國人對在地議題之關注與日俱增，加上翻譯書籍平均銷售量相對走低而預付國外版權版稅未必得回收，從而提振我國議題型自製書之出版數量。於生產方面，儘管資源稟賦難以與大型出版集團相比擬，然獨立出版業者善於利用自身選題優勢尋求利基經營，專注於小眾群體特定範疇與殊異價值意識之讀者需求，進而促使其漸據圖書出版市場一席之地。就傳播端而論，受惠於當前資訊技術突破性發展，部分創作者嘗試藉社群媒體經營、運用直播技術或相關數位平臺，與消費者進行互動溝通宣傳、尋求創作發想等事務，自媒體行銷互動逐漸成為出版產業發展核心。至於展示／接收方面，仰賴當前科技建設之完善，部分網路書店與數位平臺應用「資料採礦」與「大數據分析」技術，提供智慧搜尋與精準行銷之服務，進一步掌握消費者需求脈絡；此外，由於近年實體書店因圖書銷售不佳、店租成本上漲，一般專賣圖書之傳統書店開始調整經營轉型策略，增加文具、文創精品，或增加咖啡餐飲、舉辦專家講座、讀書會與簽書會等相關營業活動，以提升其獲利空間。

### 1. 自製書市場近年呈現成長

受惠於近年國人對在地議題高度關注，包括青年在參與、改造、解決社會問題的過程中，將其自身觀察及見解，以包括自製書在內之各種創作形式進行展現，提振議題型自製書出版數量；此外，由於國外版權翻譯書平均銷售較以往下滑，支出國外版權之預付版稅不一定能夠回收，而反觀自製書版稅相對國外翻譯書預付版稅低，於自製書市場需求有所成長，一般國外翻譯書平均銷售表現亦與自製書接近之情況下，出版社基於經營成本考量，從而選擇增加自製書之出版。

### 2. 獨立出版業者特色經營與開發利基市場

儘管近年來大型出版集團於我國出版產業中所占比重持續獨占鰲頭，然仍有諸多新興之小型獨立出版社與微型出版社加入市場競爭。縱使該類業者無法與大型出版集團於出版規模與書籍價格等項目進行競



爭，然其善於利用自身選題優勢尋求利基經營，專注於小眾讀者市場，為具專業需求、特定範疇與殊異價值意識之讀者提供多重選擇。部分獨立出版業者兼具出版商與書店功能，進一步扮演拾遺補闕角色，出版各類少量印刷、定價偏高而盈利相對豐厚之書籍，滿足不同層次讀者需要。另一方面，獨立出版社亦相對重視與讀者互動，於圖書出版前即運用社群媒介徵集消費者建議，並即時回饋予作者，植基於此基礎而整合各面向意見，調整書籍內容以滿足讀者差異性需求。於整體出版產業轉型與發展停滯之際，獨立出版社藉開發利基群眾而逆勢成長，於圖書出版市場漸據一席之地。



2016臺北文學季——文學閱讀講座  
（從左至右：陳怡蓁、白先勇、陳義芝@臺北市圖書館演講廳）  
（臺北市政府圖片提供）

### 3. 新興行銷媒介崛起與自媒體宣傳

受惠於當前資訊技術突破性發展，部分創作者嘗試藉社群媒體經營或運用直播技術，與消費者進行互動溝通與新書宣傳，或針對當前社會關注議題尋求創作發想，自媒體行銷互動逐漸成為出版產業發展核心。此外，在出版社因基於投資風險考量，而於出版策略及選題方向上漸趨謹慎保守之景況下，部分作者躍過出版社環節，透過自助出版平臺自行出版作品，其中亦不乏知名暢銷作家。而目前各規模出版社或電子書平臺，均有提供創作者自助出版及協助通路鋪貨上架服務。另一方面，除虛擬媒介外，出版業者與作者亦持續關注實體傳播場域，積極舉辦讀書會、座談會與新書發表等相關活動，邀集讀者與潛在消費者群聚一堂，進行虛實整合與尋求相關廠商宣傳贊助，進一步促使商業模式快速建立與流暢運行。

### 4. 消費數據分析應用

由於文學創作為作家對情感抒發與價值觀傳達之表徵，深具獨特風格而集中於特定受眾群體。而仰賴當前科技建設之完善，加上「資料採礦」與「大數據分析」應用技術日趨成熟，除得使消費者便於搜尋符合自身需求之商品，亦已發展至可將圖書商品精準投射於潛在消費者通訊設備，進一步擴展行銷範圍與取得消費意見回饋，掌握市場需求脈絡。另，藉圖書銷售即時數據分析，出版商可開發創新獲利商業模式、優化編輯出版流程以及圖書庫存管理，提升企業經營效率。此外，部分網路書店平臺利用個性化推薦引擎，於用戶瀏覽創作與點擊選擇該類書籍過程中，協助使用者搜尋其所偏好風格之文學作品，以此達精準推薦效果。

### 5. 實體圖書零售通路積極調整經營轉型策略

由於近年實體書店因圖書銷售不佳、店租成本上漲，一般專賣圖書之傳統書店開始調整經營轉型策略，逐漸於店內展示、上架空間配比，增加文具、文創精品，以及農特產品等商品之展售空間，抑或增加咖啡餐飲、舉辦專家講座、讀書會與簽書會等相關營業活動。此外，部分實體通路業者則調整經營策略方向為涉足網路書店業務，或者結束實體通路經營而改以網路書店型態繼續經營。

# 流行音樂及文化內容產業

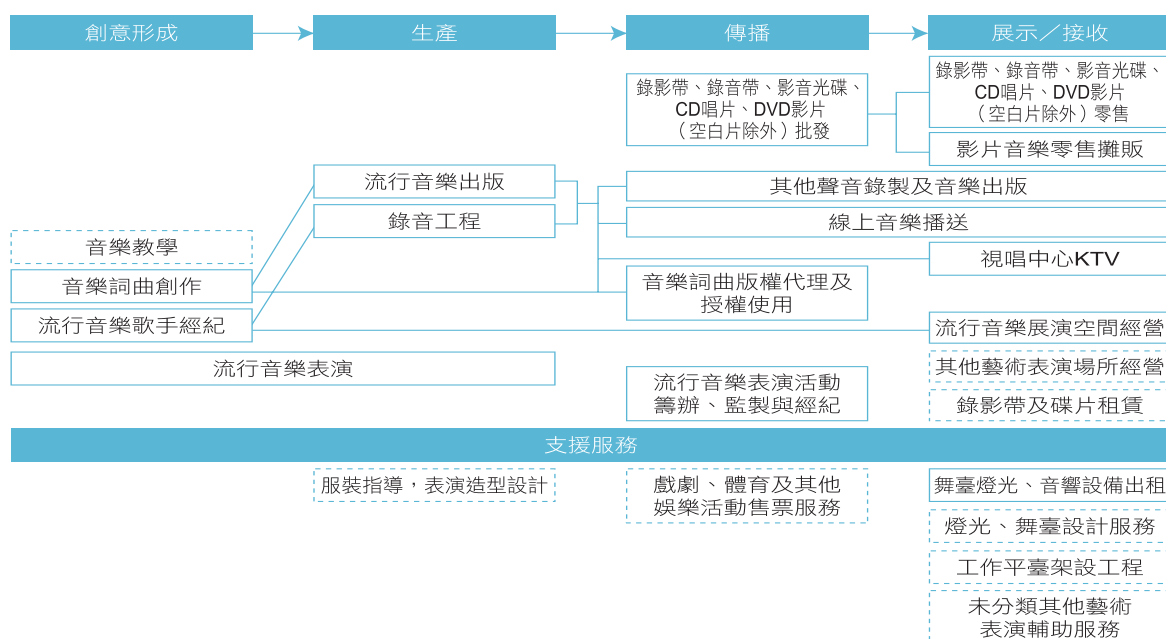
## 一、產業鏈及產業範疇

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、經紀及其周邊產製技術服務等之行業。

依據圖2-33流行音樂及文化內容產業之產業鏈，顯示音樂詞曲創作為流行音樂及文化內容產業的主要創意來源，生產製作端部分則包含錄音工程及流行音樂出版。而流行音樂及文化內容產業的銷售通路為實體唱片CD的批發及零售銷售、影片音樂零售攤販以及線上音樂，其中線上音樂播送近年來逐漸受到業界與消費者的重視。此外，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之一。

在全球數位化趨勢之下，實體唱片式微，使得流行音樂及文化內容產業的主要收入來源轉向現場演唱等相關活動的收入，相關周邊服務則包含服裝、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等。而在流行音樂及文化內容產業通路中，除前述所提及之唱片CD銷售、演唱會票務及相關周邊收入外，流行音樂及文化內容產業的收入也包含視唱中心（KTV）。

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次產業，但歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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.次產業之間的實線連結，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，2017年8月。

依據財政部稅務行業標準分類第7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」、「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（如表2-25）。

表2—25 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	音樂出版	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。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	包括非流行音樂出版、手機鈴聲製作、手機鈴聲發行等。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—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等

註：1.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。

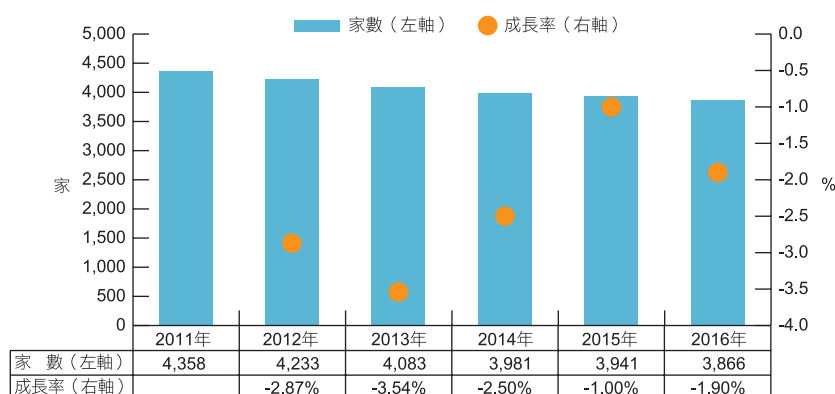
2.本年報與文化部影視及流行音樂產業局《流行音樂產業調查》所使用之流行音樂產業相關行業代碼範疇不同，8572—13音樂教學與9039—13燈光、舞臺設計服務，雖亦屬於流行音樂及文化內容產業之一環，但為避免重複計算，本年報則計入音樂及表演藝術產業。

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，2017年8月。

## 二、產業數據分析

我國流行音樂及文化內容產業的廠商家數自2012年至2016年連續五年逐年下滑，2016年流行音樂及文化內容產業的廠商家數減少至3,866家，較2015年衰退1.90%（如圖2-34）。

圖2—34 2011~2016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）



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—25註2。

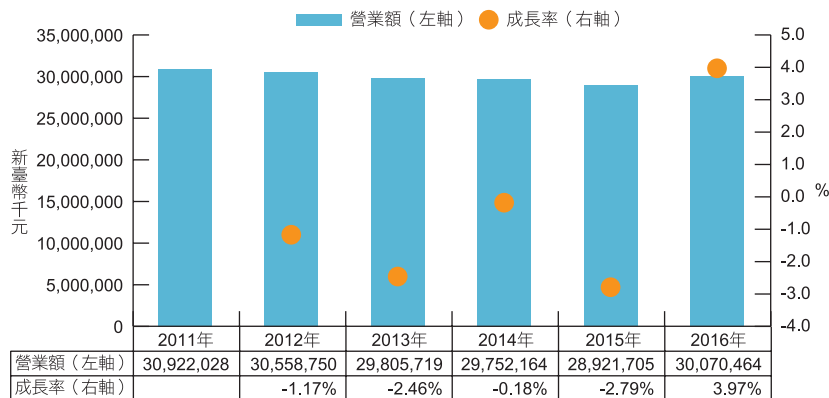
3. 由於大部分的線上音樂串流平臺之業者報稅時所屬行業類別不屬於文創產業，因此本年報今年度以業者名單（扣除重複業者後），加入流行音樂及文化內容產業計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

我國流行音樂及文化內容產業營業額自2012年至2015年連續四年衰退的現象在2016年止跌回升，雖然我國流行音樂及文化內容產業之廠商家數逐年衰退，但2016年營業額呈現逆勢成長較2015年成長3.97%，達到新臺幣300.7億元（如圖2-35）。

圖2—35 2011~2016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)



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—25註2。

3.由於大部分的線上音樂串流平臺之業者報稅時所屬行業類別不屬於文創產業，因此本年報今年度以業者名單撈取營業額，扣除重複業者後，加入流行音樂及文化內容產業計算。

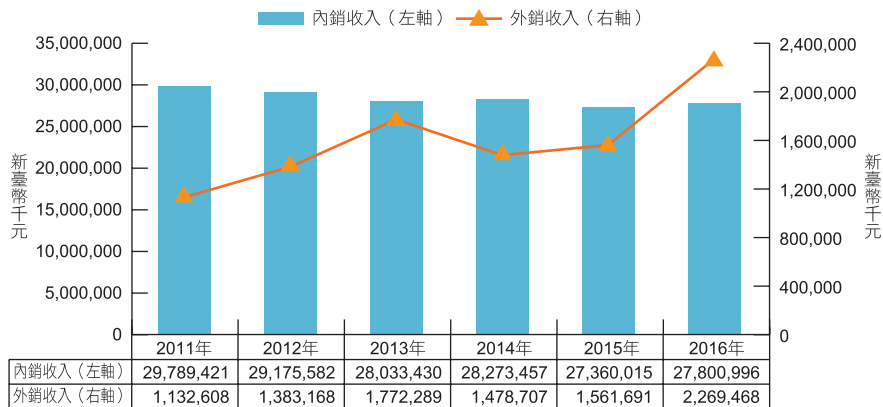
資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

在內、外銷表現方面，2016年流行音樂及文化內容產業內銷金額約為新臺幣278億元，較2015年成長1.61%（如圖2-36），觀察近六年內銷金額發展態勢較為穩定，各年度波動起伏比例小於4%，但卻呈現逐漸衰退的現象，2016年內銷金額較2011年已減少將近新臺幣20億元，跌幅達6.67%。

在外銷金額部分，2016年流行音樂及文化內容產業外銷金額約為新臺幣22.69億元，較2015年成長45.32%（如圖2-36），總金額增加約新臺幣7.08億元。觀察各次產業外銷金額，2016年外銷增加主要來自於「音樂出版」、「其他聲音錄製及音樂出版」與「線上音樂播送」，上述次產業2016年外銷金額較2015年增加約新臺幣6.71億元。由於2016年我國許多知名歌手皆發行新專輯，進而帶動海外巡演、宣傳活動以及實體與線上串流平臺等海外銷售。此外，整體而言2011年至2016年外銷金額發展態勢呈現成長，2016年之外銷金額約為2011年外銷金額的2倍（詳見附錄二）。

圖2—36 2011~2016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)



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—25註2。

3.由於大部分的線上音樂串流平臺之業者報稅時所屬行業類別不屬於文創產業，因此本年報今年度以業者名單撈取內外銷金額，扣除重複業者後，加入流行音樂及文化內容產業計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

在2016年流行音樂及文化內容產業各次產業營業額部分，以「流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀」與「流行音樂歌手經紀」成長幅度最大，分別為30.08%與23.72%（如表2-26）。

國內流行音樂演唱會舉辦場次以及國外藝人來臺演出的場次日漸增加為形成「流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀」營業額成長的原因之一，但在「流行音樂展演空間經營」與「流行音樂表演」的營業額卻大幅衰退78.39%，由於我國現行流行音樂展演空間多數為公營場館或非流行音樂專屬之場館，而以流行音樂表演為主的展演空間，如：Live house，多數為結合餐飲的複合式展演空間，故其報稅項目未必會納入「流行音樂展演空間經營」之中，為造成演出營業額成長但展演場館卻衰退的原因之一。

另外，在次產業「錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）批發」2016年營業額較2015年衰退8.23%，但其下游產業「錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片（空白片除外）零售」2016年營業額卻較2015年成長2.18%，其可能原因為黑膠唱片銷售市場的活絡，以及部分實體零售商直接自國外進口商品銷售，故而形成上游供應商營業額衰退，但下游銷售卻成長的現象。

表2—26 2011~2016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		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016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	6,572,390	6,182,563	5,138,185	4,389,384	3,851,905	3,534,974
	成長率		-5.93%	-16.89%	-14.57%	-12.24%	-8.23%
·錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片(空白片除外)零售 ·影片音樂零售攤販	營業額	3,277,113	2,775,106	2,619,074	2,612,816	2,526,996	2,582,150
	成長率		-15.32%	-5.62%	-0.24%	-3.28%	2.18%
音樂出版	營業額	4,684,783	5,141,658	5,575,368	5,303,404	5,258,672	5,892,964
	成長率		9.75%	8.44%	-4.88%	-0.84%	12.06%
音樂詞曲版權代理及授權使用	營業額	323,321	372,320	377,590	407,969	405,537	453,373
	成長率		15.15%	1.42%	8.05%	-0.60%	11.80%
錄音工程	營業額	75,342	71,068	66,246	68,437	150,667	181,331
	成長率		-5.67%	-6.78%	3.31%	120.15%	20.35%
·其他聲音錄製及音樂出版 ·線上音樂播送	營業額	2,260,732	2,487,821	3,109,137	3,879,357	3,655,872	4,035,599
	成長率		10.04%	24.97%	24.77%	-5.76%	10.39%
流行音樂歌手經紀	營業額	77,275	107,322	153,612	181,886	215,313	266,387
	成長率		38.88%	43.13%	18.41%	18.38%	23.72%
舞臺燈光、音響設備出租	營業額	593,416	625,916	667,037	794,894	826,382	861,057
	成長率		5.48%	6.57%	19.17%	3.96%	4.20%
·流行音樂展演空間經營 ·流行音樂表演	營業額					3,835	829
	成長率					-	-78.39%
音樂詞曲創作	營業額	512,625	381,683	342,799	282,276	21,448	21,901
	成長率		-25.54%	-10.19%	-17.66%	-	2.11%
流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀	營業額					128,901	167,671
	成長率					-	30.08%
視唱中心(KTV)	營業額	12,545,031	12,413,293	11,756,671	11,831,740	11,876,176	12,072,228
	成長率		-1.05%	-5.29%	0.64%	0.38%	1.65%

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。

- 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。
- 財政資訊中心顧及報稅廠商之個人資料保護，不提供廠商家數5筆(含)以下之統計資料，故將廠商家數小於(含)5家之次產業與性質相近之次產業合併呈現，如「影片音樂零售攤販」小於5家，故與「錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片(空白片除外)零售」進行合併呈現；「線上音樂播送」小於5家，故與「其他聲音錄製及音樂出版」進行合併呈現；「音樂詞曲創作」、「流行音樂表演」、「流行音樂展演空間」小於5家，故與「流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀」進行合併呈現。
- 流行音樂表演，以及流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀等次產業之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。
- 由於線上音樂串流平臺之部分業者報稅時所屬行業類別不屬於文創產業，因此本年報以業者名單撈取，扣除重複業者後，加入線上音樂播送計算。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

此外，本年報輔以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資料，補充說明目前流行音樂及文化內容產業的經營情況（如表2-27）。由於近幾年流行音樂產業產生結構性變化，基金會以往之統計資料主要著重在實體單曲與專輯銷售，在數位音樂方面並無細部資料，為求該統計資料更加符合現行流行音樂產業現況，故該單位於2016年起改變統計項目，並回溯計算2015年之銷售狀況。在實體音樂方面，主要分為專輯、單曲以及音樂錄影帶（MV）三項，其中在專輯項目上再細分黑膠唱片、CD唱片及其他項目；在數位音樂方面，共分為下載、串流與手機音樂三項，其中數位下載中又分為單曲、專輯、MV與其他下載，另在數位串流上，則是分為訂閱、共享及影音三部分。

2016年流行音樂產業實體音樂整體銷售金額，較2015年成長1.27%，除CD專輯銷售與MV銷售呈現衰退之外，其餘各細項皆呈現成長態勢，其中又以黑膠唱片銷售成長181.08%最高，單曲銷售成長24.23%次之，顯示2016年實體音樂銷售小幅成長的主要動力來自於黑膠唱片市場的活絡。在數位音樂方面，2016年數位音樂總銷售金額約為新臺幣14.62億元，較2015年增加約3.15億元，成長率為27.49%，其主要來自於串流音樂成長35.82%所致，數位音樂中除串流音樂外，數位下載與手機音樂之銷售金額皆呈現衰退現象。

表2—27 2012~2016年臺灣音樂市場銷售金額統計

（單位：新臺幣百萬元、百分比）

項目	類別	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2016年成長率
實體音樂	專輯						
	黑膠唱片	-	-	-	23.52	66.11	181.08%
	CD唱片	-	-	-	654.07	630.91	-3.54%
	其他	-	-	-	0.93	0.97	4.30%
	專輯總銷售	-	-	-	678.51	697.98	2.87%
	單曲總銷售	-	-	-	23.11	28.71	24.23%
	專輯與單曲合計	1,102.45	941.12	842.99	701.62	726.69	3.57%
	MV總銷售	194.00	213.40	141.08	149.02	134.77	-9.56%
實體總計	1,296.45	1,154.52	984.07	850.64	861.46	1.27%	
數位音樂	數位下載						
	單曲	-	-	-	47.53	26.34	-44.58%
	專輯	-	-	-	28.67	27.00	-5.82%
	MV與其他	-	-	-	3.94	1.76	-55.33%
	數位下載總計	-	-	-	80.14	55.10	-31.25%
	數位串流						
	訂閱	-	-	-	840.57	1098.69	30.71%
	共享	-	-	-	128.34	82.91	-
	影音	-	-	-	-	134.39	-
	數位串流總計	-	-	-	968.91	1,315.99	35.82%
手機數位音樂	-	-	-	98.22	91.56	-6.78%	
數位音樂總計	475.88	647.42	794.18	1,147.28	1,462.66	27.49%	
實體與數位音樂總計	1,772.33	1,801.94	1,778.25	1,997.92	2,324.12	16.33%	

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

由於網路技術的不斷進步，使數位化浪潮興起，消費者欣賞流行音樂習慣改變，造成實體唱片銷售逐漸衰退，在2015年數位音樂收益首次超越實體唱片收益之後，2016年兩者之間的差距更進一步擴大，其中又以串流音樂的成長最為顯著，顯示付費收聽線上音樂之消費習慣逐漸建立。

近年來，體驗式經濟已成為全球趨勢，消費者對於現場演出的情境體驗亦日漸重視，我國各類型演唱會、音樂節與音樂祭、其他現場演出等活動舉辦持續增加，使流行音樂演唱會的收益成為整體流行音樂產業中最主要的收入來源。由於觀眾對現場體驗感受的重視，因此對於流行音樂演唱會聲光效果的要求逐漸提高，再者，部分歌手舉辦演唱會常會指定導演，而導演為展現其規劃功力常會設置與安排許多炫麗的科技與聲光技術，加上表演者或歌手之間有著相互競爭的關係，也使現行演唱會的規模與製作成本更趨龐大。此外，自2014年Live nation臺灣分公司成立、日本持續大力推動「Cool Japan」計畫拓展海外市場以及中國大陸頒布禁韓令等因素影響，使歐、美、日、韓等國外著名歌手來臺演出的場次數逐漸增加，也開始豐富臺灣觀眾對於流行音樂現場演出的視野與接受度。

#### (二) 發展趨勢

針對流行音樂及文化內容產業鏈各階段的發展趨勢，在創意形成方面，由於科技不斷進步，流行音樂演唱會在演出內容的規劃與製作上開始融入許多炫麗的科技元素，使演唱會的演出形式呈現與以往不同的面貌；此外，因直播興起，部分素人與網紅歌手可透過直播平臺直接與觀眾互動，進而衍生新形態的音樂演出形式，並經由觀眾的意見反饋而調整其創作。在生產方面，由於現今影音平臺眾多，流行音樂創作的露出除了透過實體出版外，亦可以線上串流及影音播送的方式呈現。在傳播端，隨著實體唱片銷售逐漸式微，流行音樂歌手與公司需有更多元的收入來源，因此，藝人經紀約的簽訂開始呈現全經紀約與跨業經紀的發展態勢。最後在展示／接收端方面，由於影音與直播平臺的興起，加上AR、VR技術的出現，使消費者開始透過網路收聽與收看流行音樂歌曲以及節目。

##### 1. 直播科技興起，成為新生代歌手主要行銷工具

隨著直播科技的興起，許多新生代創作歌手或是素人歌手可在各式直播平臺上直接發表自己的創作或展現才藝，透過唱片或經紀公司呈現歌曲創作與歌唱才能已不再是唯一的管道，經由直播平臺新生代歌手與創作者可直接與觀眾互動，並立即得到觀眾的意見反饋而進行修正，能夠針對其目標消費市場進行深耕，並提高觀眾的黏著度與忠誠度，這將使流行音樂產業原有的中間者角色逐漸模糊，產生去中介化的現象。這雖然可使流行音樂型態更具多元特色，但也更趨於小眾。

##### 2. 新興科技於流行音樂產業之應用逐漸頻繁

由於科技的日新月異，擴增實境（AR）與虛擬實境（VR）於近二年受到大量的關注，流行音樂產業也開始嘗試與AR、VR技術結合，提供給消費者更為多元與新鮮的體驗，如：鄧麗君全息投影演唱會，以及我國知名流行音樂串流平臺KKBOX也將於2017年舉辦的KKBOX風雲榜演唱會投入VR直播，並計畫在臺、港、星、馬舉辦10場VR直播演唱會，並且鎖定在較大型的場地，以展現VR的視覺效果。但由於現今



2016臺北周末音樂不斷電（臺北市政府文創發展科圖片提供）

VR裝置在技術上仍有部分限制無法突破，且對觀眾而言長時間配戴易產生暈眩與肩頸痠痛等不適感，因此AR、VR技術在流行音樂產業上之應用並不如想像中的頻繁。而目前應用較為頻繁的技術為，在流行音樂演唱會上，由表演者穿戴感應式的燈光、音效與特效等控制系統，透過歌手的動作改變作出更多元的效果變化。

### 3. 新生代歌手養成條件將愈來愈嚴苛，全經紀約與跨業經紀將成為主流

流行音樂產業中，音樂為產業的本質，而歌手為主要的核心，隨著實體唱片逐漸式微，僅單靠歌曲銷售已難維持足夠收益，演唱會收入已成為整體流行音樂產業中最主要的收入來源，因此歌手將需要具有相當強的現場演出能力。除此之外，唱片公司或經紀公司在歌曲銷售收入逐年下滑下，必須為歌手及公司尋找更多元的收入管道，除一般的商業演出、活動出席與演唱會之外，尚需跨足電影、戲劇等領域，如：滾石愛情故事等，因此與藝人簽訂全經紀約並從事跨業經紀的趨勢相當明顯，且未來將逐漸成為常態。

### 4. 建立流行音樂數位網路市場合法秩序

在實體唱片銷售逐漸式微下，網路數位串流音樂將成流行音樂產業中重要收益來源之一，但網路盜版侵權事件仍層出不窮，近幾年在國內唱片業者的努力之下，臺灣本土的數位音樂平臺在盜版侵權事件上已幾乎不復見，但消費者仍可透過網路在境外平臺上輕易取得未經授權的內容，對臺灣流行音樂產業業者造成相當大的傷害。此外，臺灣現行的法令與相關規範無法跟上流行音樂產業需求，如：著作權法之規範尚不夠周延，另在稅務相關制度方面，未來應可適度給予部分優惠與減免措施，以鼓勵本土原創，使創作者有更大的誘因留在臺灣本土發展。

# 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，隨著數位媒體等新興數位領域的崛起，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。從而有別於過去傳統媒體領域的產業鏈經營關係，從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進行互動，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轉變為多對多的途徑，讓廣告主能以較節約的經費獲得最佳的市場推廣效果。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。

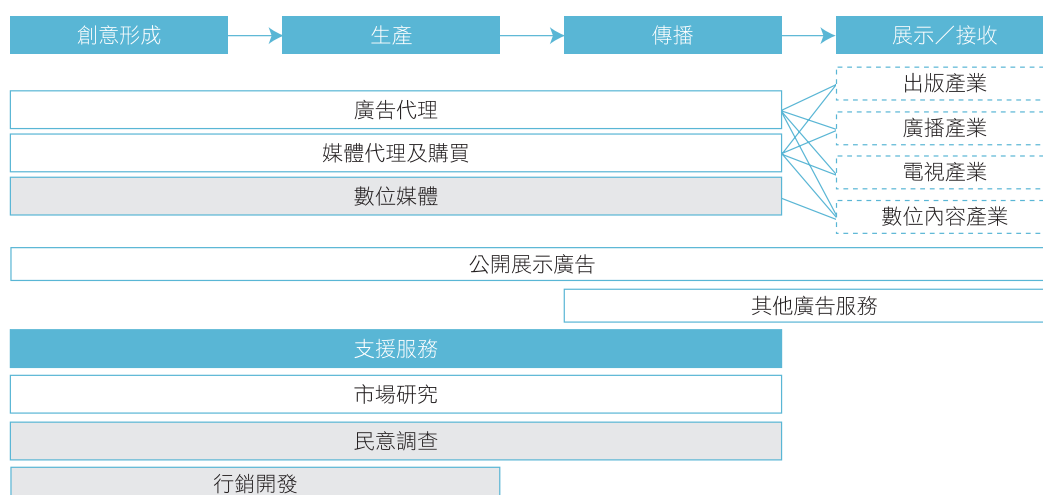
在此趨勢下，過去主要透過廣告活動創作、提供各類廣告服務（透過內部製作或轉包其他業者執行），包括提供建議、創意、廣告品之製作、媒體策劃與購買的傳統廣告代理業者的角色已逐漸弱化。為因應產業趨勢的轉變，傳統廣告代理公司開始藉由併購數位媒體代理公司或成立數位部門，以提供完整的全媒體服務。

此外，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躍過廣告代理商而直接面對廣告主，廣告主會透過代理商購買特定媒體的廣告版位，甚至有廣告主直接向媒體購買版位，使得產業鏈結構發生鬆動改變，如過去媒體代理及購買業雖為廣告代理商的產業鏈下游，但以目前實際經營活動觀察，兩者角色已逐漸混淆，執行業務皆涵蓋創意形成、生產以至於傳播端服務等。

另外產業鏈亦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。

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。此外，若以更廣義的定義，可將廣告產業視為行銷產業，因此應將廣告產業初期所涵蓋的行銷開發，如透過電話行銷開發、網路行銷開發等，納入支援服務行業。

圖2—37 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次產業，但歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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.次產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，2017年8月。

在財政部稅務行業標準分類第7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—28 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

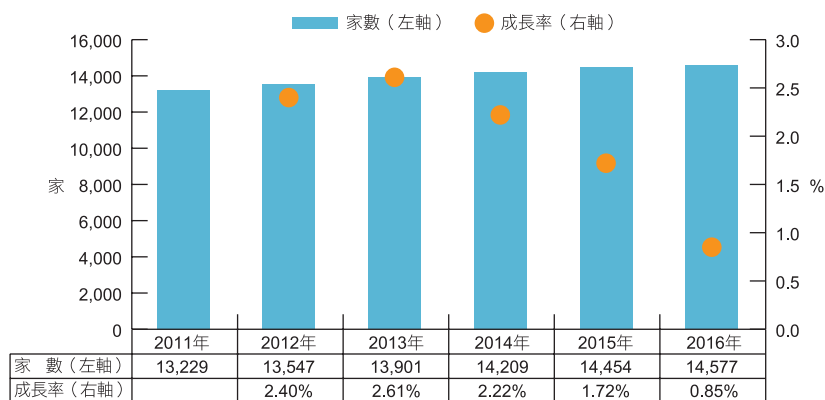
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2017年8月。

## 二、產業數據分析

2016年廣告產業的廠商家數為1萬4,577家，較2015年成長0.85%，其成長幅度有逐年下滑趨勢（如圖2-38）。在營業額表現方面，2016年廣告產業營業額約為新臺幣1,455.25億元，較2015年下滑1.48%，已連續三年負成長（如圖2-39）。

圖2—38 2011~2016年廣告產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）

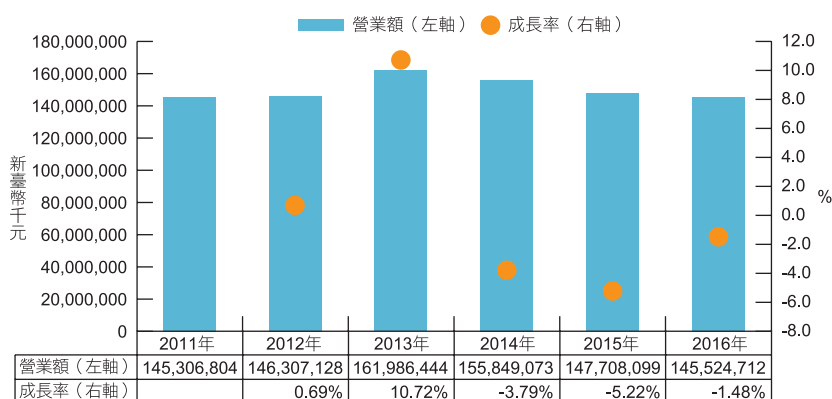


註：本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—39 2011~2016年廣告產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）

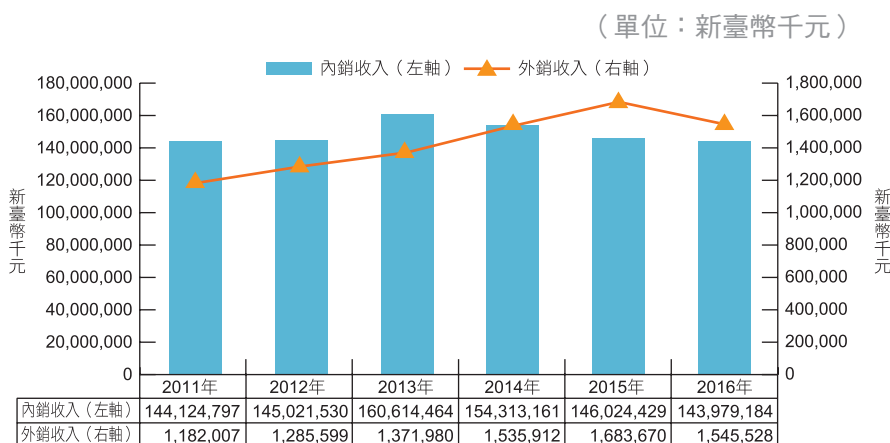


註：本年報之廠商營業額係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

整體廣告產業仍以內銷為主，2016年內銷金額占整體廣告總營業額比重為98.94%。2016年廣告產業內、外銷表現皆呈現衰退，內銷金額約為新臺幣1,439.79億元，較2015年減少，外銷則約為新臺幣15.46億元（如圖2-40）。

圖2—40 2011~2016年廣告產業之內外銷概況



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，2017年8月。

從各次產業來看，2016年以媒體代理及購買的表現最佳，較2015年成長27.83%，其次為其他市場服務，其他次產業則多呈下滑趨勢，主要受到數位媒體發展影響，使其他廣告服務，如廣告樣本、廣告傳單發送等實體廣告內容逐漸被取代，而數位投放的發展也使廣告代理面臨去中介的衝擊，導致近年營業額持續下滑（如表2-29）。

表2—29 2011~2016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		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
廣告代理	營業額	78,158,480	76,884,861	81,700,303	76,408,598	73,619,208	71,991,812
	成長率			-	-6.48%	-3.65%	-2.21%
媒體代理及購買	營業額	13,255	-	12,725	66,414	230,358	294,459
	成長率			-	421.93%	246.85%	27.83%
公開展示廣告	營業額	22,209,254	22,412,346	23,501,313	24,086,846	23,492,898	22,525,088
	成長率		0.91%	4.86%	2.49%	-2.47%	-4.12%
其他廣告服務	營業額	42,136,539	44,022,669	53,699,137	52,168,094	47,107,469	47,480,654
	成長率		4.48%	21.98%	-2.85%	-9.70%	0.79%
市場研究	營業額	2,789,276	2,987,253	3,072,967	3,119,121	3,258,166	3,232,699
	成長率		7.10%	2.87%	1.50%	4.46%	-0.78%

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。

3.財政資訊中心顧及報稅廠商之個人資料保護，不提供廠商家數5筆(含)以下之統計資料，故將廠商家數小於(含)5家之次產業與性質相近之次產業合併呈現，如「媒體代理及購買」小於5家，故與「廣告代理」進行合併呈現。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

除了財政部財稅資料，本年報亦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《臺灣媒體白皮書》彙整統計，2016年整體媒體廣告量為新臺幣625.51億元，較2015年成長2.47%，其中，網路廣告大量成長，首次成為廣告量占比最高的媒體，其餘媒體占比皆突破近六年新低（如表2-30及表2-31）。

從網路廣告來看，據臺北市數位行銷經營協會（DMA）統計，2016年網路廣告以社交媒體廣告（社群）的占比最大，約為31.2%，其次為關鍵字廣告。而其投放媒介以行動裝置為主，手機／平板的廣告量比例約達68.5%（如表2-32）。

表2—30 2011~2016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
2011年	49.00	211.75	106.74	56.78	41.40	36.80	102.15	604.62
2012年	40.00	200.59	95.22	53.41	35.55	35.92	116.01	576.70
2013年	38.17	209.92	86.79	52.94	31.21	41.68	136.80	597.52
2014年	36.81	209.06	79.06	48.44	31.22	42.88	161.77	609.25
2015年	36.11	205.54	64.27	41.23	27.31	42.45	193.52	610.43
2016年	33.71	191.63	50.80	31.15	20.81	38.71	258.71	625.51

資料來源：《臺灣媒體白皮書》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—31 2011~2016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
2011年	8.10%	35.02%	17.65%	9.39%	6.85%	6.09%	16.89%
2012年	6.94%	34.78%	16.51%	9.26%	6.16%	6.23%	20.12%
2013年	6.39%	35.13%	14.53%	8.86%	5.22%	6.98%	22.89%
2014年	6.04%	34.32%	12.98%	7.95%	5.12%	7.04%	26.55%
2015年	5.92%	33.67%	10.53%	6.75%	4.47%	6.95%	31.70%
2016年	5.39%	30.64%	8.12%	4.98%	3.32%	6.19%	41.36%

資料來源：《臺灣媒體白皮書》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—32 2016年各類網路廣告量<sup>4</sup>

（單位：新臺幣億元）

項目	口碑／內容操作	關鍵字廣告	影音廣告	社交媒體廣告	展示型廣告	其他類廣告	總計
2016年投放量	16.69	62.73	50.07	80.77	47.17	1.28	258.71
2016年占比	6.5%	24.2%	19.4%	31.2%	18.2%	0.5%	100%
投放裝置							
電腦	34.8%	44.7%	38.3%	15.7%	33.5%	2.5%	31.5%
手機／平板	65.2%	55.3%	61.7%	84.3%	66.5%	97.2%	68.5%

資料來源：臺北市數位行銷經營協會（DMA）。

4 根據主管機關經濟部商業司指出，目前新興數位廣告公司登記立案過程，有部分業者並非計入廣告領域中；此外從網路投放端觀察，國內主要廣告投放平臺（包含Yahoo、Facebook、Google及Line等）皆為外商，使國內業者投放之廣告量未能真實呈現於國內相關統計數據，相關技術投放公司可能登記在其他非文創產業，因此礙於資料限制，可能有數值低估的狀況。

### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

過去因數位媒體產業之進入門檻較低，使小型的廣告公司陸續出現，不過近年臺灣廣告市場逐漸飽和，經營兩年以下的新業者較過去減少，面對整體廣告媒體環境的轉變，以經營五年以上的公司較具有海外接單能力。

另一方面，根據《2017年臺灣媒體白皮書》，2016年我國五大媒體廣告量皆呈現下滑，唯網路廣告有明顯的成長，已達全媒體廣告量的四成，成為廣告量占比最大的媒體。若就前十大產業所投放的廣告量（不含網路廣告量）來看，第一名為醫藥美容類，電腦資訊相關廣告量排名也進入第二名，取代前幾年廣告量居冠之建築類及交通工具。而網路廣告的投放量前十大產業中，第一名為化妝、保養、香水、美容、美髮等美容服務，其次為遊戲產業及其應用程式。

#### (二) 發展趨勢

廣告產業各次產業之範疇皆非單一產業鏈環節，加上科技應用進步及整體媒體環境不斷改變，廣告產業業者營業項目更加豐富多元，其發展趨勢包含內容形式、商業與經營模式、投放媒介與科技應用變化等面向。從產業鏈各環節探討，就創意生產及製作端而言，市占率大的廣告品牌逐漸轉變，廣告內容形式也隨著投放媒介變化而愈發多樣，然而廣告主製作重心移至中國大陸的現象，直接影響廣告產業上游之營運。從傳播端來看，網路媒體的蓬勃帶動展示接收端的消費行為轉變，跨媒體、全媒體的投放及操作策略將更為重要，未來主流亦朝向社群化及行動化發展，而聯播網、平臺演算法等投放端之科技應用，則使產業邁向去中介化的趨勢。綜觀而論，廣告產業不斷發展新技術、新平臺、新媒體，使廣告的呈現方式愈來愈多樣化，並因而激發創意思維，藉由跨界合作創造「混血」行銷，開創出獨特具價值之服務型態，形成新興廣告之媒體生態，大數據分析也使廣告服務朝向更精準、更客製化的方向發展。

##### 1. 傳統廣告形式多元化

面對主要傳統媒體生態的轉變，傳統廣告的投放相形保守、困難，因此廣告形式逐漸朝向多元化發展，例如電視節目、網路影音內容及廣播節目的品牌置入、商品置入、冠名贊助的範圍擴大，而在法規限制之下，亦開始直接與各種內容製作端合作製作多元的內容。隨著網路新媒體的環境變化，網路原生廣告的模式也受到廣告主歡迎，結合社群行銷更成為常見的模式。

##### 2. 廣告主製作外移

過去我國為大中華區廣告製作的中心，然而近年因中國大陸市場的快速發展，許多國際品牌為了打入中國大陸市場，選擇於對岸製作大中華區廣告，導致我國廣告主大量流失，而日韓等區之部分品牌也不再針對臺灣製作華語廣告，國內整體廣告製作量大減。

##### 3. 全媒體服務與多角化經營

由於傳統媒體與新媒體間的產業結構改變，數位媒體逐漸受到廣告主重視，加上受眾的媒體使用愈來愈複雜，只透過單一媒介的廣告效果不彰，因此傳統廣告代理產業近年積極整併數位媒體，期望透過全媒體服務來發展更多元的廣告服務業務，作為因應產業趨勢的轉型。



## 4. 網路廣告走向行動化、影音化與社群化

根據臺北市數位行銷經營協會（DMA）的統計，近兩年網路廣告以行動廣告及影音廣告的廣告量及金額較高、成長幅度也大，突顯網路廣告逐漸朝向行動化、影音化的現象。同時，由於媒體使用的社群化與分眾化，廣告多需配合社群傳散或社群操作，包括社群平臺推播系統、社群小編及用戶口碑等。



第11屆臺灣廣告節活動現場——TAAA（臺北市廣告代理商業同業公會圖片提供）

## 5. 系統投放導致產業去中介化

隨著技術發展，程式化購買已逐漸成為主流的投放方式，可透過目標客群的行為鎖定進行精準行銷，聯播網及各類平臺投放系統導致原有產業鏈去中介化的現象，且為不可逆的趨勢。不過，由於程式化購買機制的特性可能會將廣告導入內容農場、盜版網站等網站，因此已有業者開始推動廣告推播互動式交易認證機制，以進行更完善的投放監控進而提升投放效率。

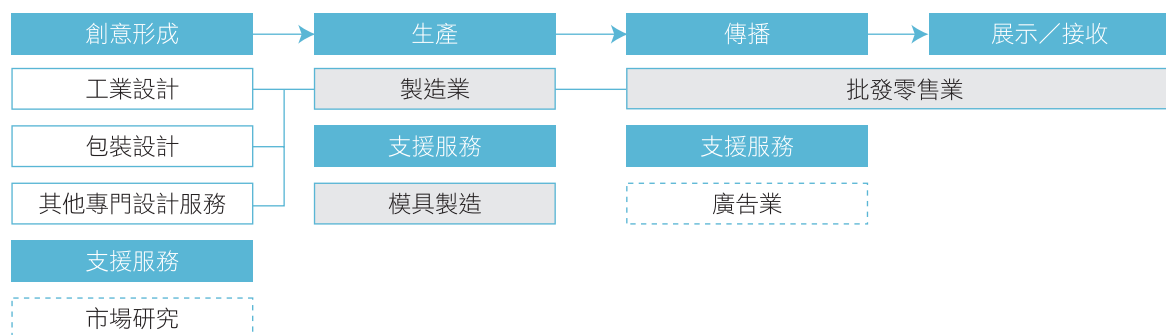
# 產品設計產業

## 一、產業鏈及產業範疇

產品設計產業是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，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，依據市場需求調整設計方案，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，最終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次產業，歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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，2017年8月。

依財政部稅務行業標準分類第7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」，「未分類之其他專門設計服務」包含如珠寶、家具等商品。參照財政部稅務行業標準分類第7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—33 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

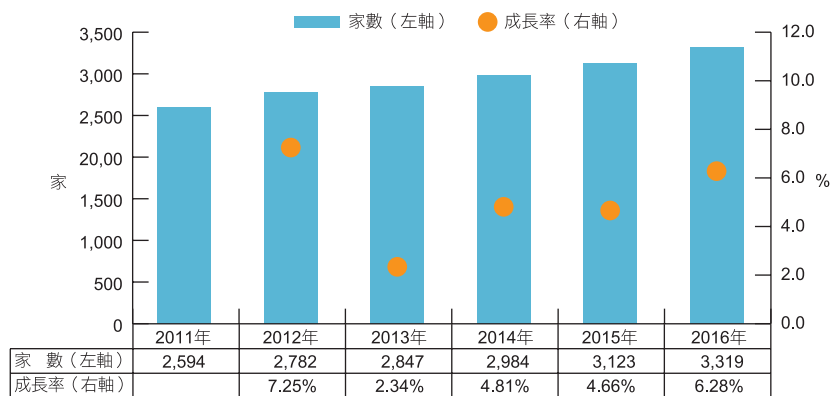
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2017年8月。

## 二、產業數據分析

近六年我國產品設計產業之廠商家數皆呈現成長趨勢，2016年廠商家數為3,319家，成長率達6.28%（如圖2-42）。營業額2012年至2015年皆呈現成長的狀態，2015年達新臺幣605.64億元，但2016年出現下滑現象，約減少5.34%，為新臺幣573.31億元（如圖2-43）。

圖2—42 2011~2016年產品設計產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）

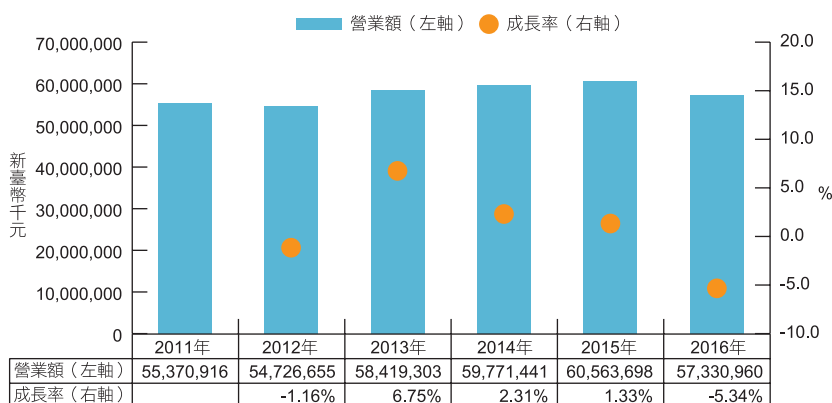


註：本年報之廠商家數係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—43 2011~2016年產品設計產業之營業額概況

(單位：新臺幣千元、百分比)



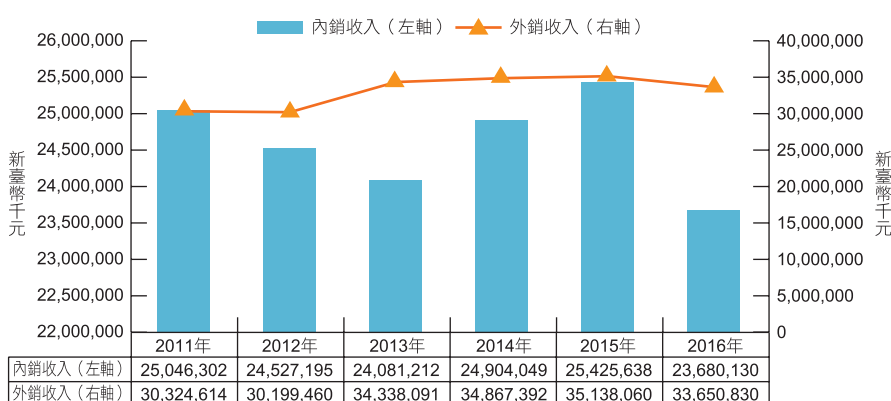
註：本年報之廠商營業額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

產品設計產業之內外銷表現以外銷市場為導向，其內銷金額於2015年達到近年高點，然2016年下滑6.87%至新臺幣236.8億元，為2013年以來首次負成長；而在外銷方面，近年以2015年的成長表現最好，2016年則較2015年減少4.23%，為新臺幣336.51億元（如圖2-44）。

圖2—44 2011~2016年產品設計產業之內外銷概況

(單位：新臺幣千元)



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，2017年8月。

次產業營業額觀察，以包裝設計的成長力道最為強勁，在過去五年皆呈現雙位數的成長趨勢；未分類其他專門設計服務自2014年迄今也呈現成長的狀態，不過2016年表現相對持平；反觀工業設計自2015年下滑2.41%後，於2016年再度下滑7.67%，至新臺幣396.81億元，此亦為造成產品設計產業營業額下滑的原因（如表2-34）。

由於2016年我國自行車業於歐美、中國大陸市場尚未復甦，持續進行去庫存化，智慧型手機消費市場也呈現衰退，加上全球個人電腦市場已連續五年呈現出貨量下滑趨勢等因素影響，使得各廠商對於新品開發與推出量有所保留。此外，部分大型業者陸續於集團內設立產品設計、工業設計部門（In House），導致整體產品設計產業領域之衛星公司營業規模與營收成長力道受到侷限與壓力，造成營業額連帶下滑之勢。

表2-34 2011~2016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		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
工業設計	營業額	38,414,931	38,005,557	42,794,530	44,041,886	42,978,749	39,681,181
	成長率		-1.07%	12.60%	2.91%	-2.41%	-7.67%
包裝設計	營業額	57,813	64,577	88,127	130,351	170,556	231,882
	成長率		11.70%	36.47%	47.91%	30.84%	35.96%
未分類其他專門設計服務	營業額	16,898,172	16,656,521	15,536,645	15,599,204	17,414,393	17,417,897
	成長率		-1.43%	-6.72%	0.40%	11.64%	0.02%

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，2017年8月。

### 三、發展現況與趨勢

#### （一）發展現況

受惠於2016年我國舉辦「2016臺北設計之都」，以及適逢臺灣設計師週活動邁入第10個年頭，在「包裝設計」與「未分類其他專門設計服務」呈現向上發展的態勢。「2016臺北世界設計之都——國際設計大展」之主題為「不斷提升的城市」，於松山文創園區開展，設有「設計量能館」、「臺北風格1、2館」、「國際城市1、2館」，以及「讀衣時尚藝術跨界展」等六大主題展館，展出內容包括產品設計、視覺設計、書法與服裝等跨領域創作設計作品。此外，2016臺灣設計師週推出13項展覽與活動，包含展覽、設計論壇、設計沙龍與工作坊等，超過200位臺灣與國際設計師參與。

產品服務業於國際市場拓展方面，為創造國際市場商機，自2012年起，由文化部主辦、臺灣創意設計中心執行「文化創意產業國際拓展計畫」，持續以「Fresh Taiwan」臺灣館形象前進全世界各大展會參展，透過多元行銷方式整合行銷，建立臺灣設計之國際形象，提高臺灣設計國際上知名度及能見度，激發國際合作與交流，達成協助業者海外通路拓展的效益。2016年「Fresh Taiwan」以點、線、面、體積、時間作為維度，試圖融合臺灣的「自然」與「人文」兩大元素，豐富呈現2016年的副標題：「Multi-Dimension」之內涵。

## （二）發展趨勢

本年報收錄之「產品設計產業」以產業上游之創意形成端為主，包含工業設計、珠寶與家具設計，以及隨著產品本身性質與特色的包裝設計等設計服務。我國「產品設計產業」過往的思維，大都圍繞在產品本身的功能與品質上。近年來，在社會大眾對於富有文化與創意意涵的產品需求逐漸提升之下，產品設計產業除了注重產品硬體本身之外，也逐漸重視使用者的體驗，包括產品使用的功能體驗、包裝或外觀上的視覺體驗，以及產品使用的觸感體驗等，帶動產品設計產業朝向「體驗」的方向前進。同時，在當前高齡化與少子女化的趨勢下，透過人因工程的設計理念，設計出符合不同族群使用者需求與體驗的產品，亦成為整體產業發展新路徑。

### 1. 綠能產品平價化

綠能產品普遍售價較高，推出市場初期銷售較為疲軟。產品設計部門隨著市場的意見回饋、相關產業鏈的建置、協力廠商的合作，在新一代的產品設計當中，以多數消費者可以接受的價格範圍，作為開發的主要考量，如我國新創電動機車品牌第2代產品。

### 2. 體驗為王

產品設計除了須符合當前潮流的外型與風格外，具有一定水準的效能與功能、提供使用者舒適的體驗，成為當前消費者所關注的面向。例如將Ultrabook筆記型電腦打造成電競等級之水準；電動機車除具綠能、吸睛的外型外，亦擁有高扭力、高時速、遠程能力；使用特殊天然材質（如月桃葉）製成的家具（或器皿）不再只是裝飾品，而是擁有美觀、具在地文化與傳統技術、舒適實用的日常生活用品。

### 3. 面向高齡少子女化的消費市場

在我國與其它先進國家之人口組成邁向高齡化、少子女化的趨勢之下，面向缺乏醫療照護、長照人力的（高齡）使用者成為一新興開發的客群。例如透過社會學方法設計出之兼具實用且效益，符合人因工程的輔助失智老人專用餐具；結合智慧型手機APP設計之「膝關節復健智能穿戴」，讓患者能夠自主地訓練大腿肌，以達有效減緩疼痛與退化；以及為解決糖尿病患者在日常生活中的問題「糖友健康手環」等。

### 4. 臺灣在地文化的連結

隨著文化部推動「愈在地、愈國際」政策，配合今年度「Fresh Taiwan」融合臺灣的「自然」與「人文」兩大元素，以達「Multi-Dimension」之中心思想，我國各產業領域隨之與其呼應。例如將傳統的古物轉變成現代容器；以傳統籬編、榫卯工藝設計開發家飾及個人用品；以及重新設計傳統花茶沖泡方式，讓花瓣能夠在沖泡之後於玻璃杯中綻放。除了透過臺灣傳統技術、材料進行產品設計吸引市場目光外，最重要的是能夠藉此傳承我國傳統工藝、技藝生生不息。

### 5. 設計思維的翻轉：社會設計

「社會設計」的概念出現已近40年，在舊有世代對於設計的概念，總是著墨在「美感」與產品本身的實用層面。近年來，設計界開始反思設計的意義，希望利用設計作為解決問題的工具，透過設計解決社會大眾、城市鄉村必須面對的問題，以達社會設計的目的：「為社會90%的人而設計」。例如我國作為全世界高資源回收率國家之優勢，將回收資源作為新興材料應用於建築、機能紡織上；重新設計街友販賣的口香糖包裝計畫，讓城市街頭多了一份設計感。從上述例子或許僅可解決少數人的社會問題，但其背後所帶動的設計產業鏈，除了可以解決社會問題，亦可帶動設計人才的育成與人才外流的問題。

# 視覺傳達設計產業

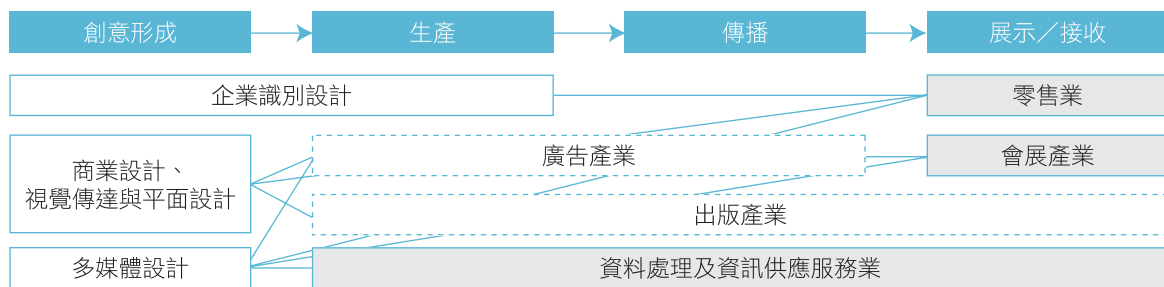
## 一、產業鏈及產業範疇

視覺傳達設計產業是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、商業設計等行業。

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次產業，歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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，2017年8月。

依財政部稅務行業標準分類第7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7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—35 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，2017年8月。

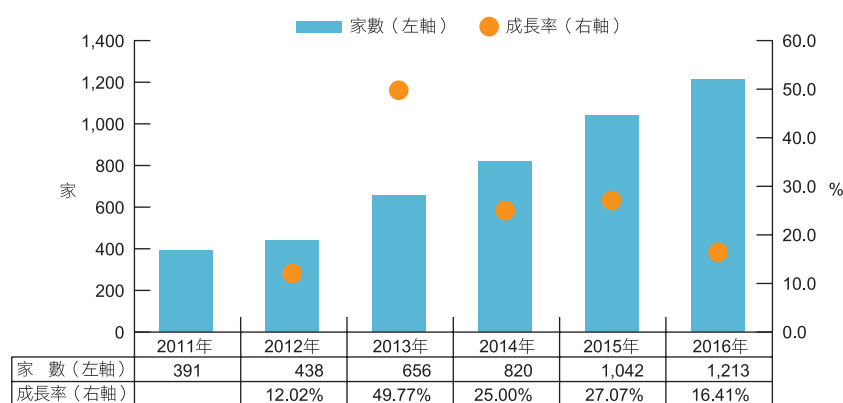
## 二、產業數據分析

近年我國視覺傳達設計產業之廠商家數皆呈現雙位數的成長，至2016年達到新高，為1,213家（如圖2-46）。營業額表現部分，在歷經2012年大幅衰退38.43%至近年低點之後，已連續四年呈現成長之勢，至2016年已回復2011年水準，達新臺幣28.99億元。

2016年營業額成長之動能，主要因其結合多媒體用於博物館、商業特展、市場行銷、戶外媒體、主題樂園等多元用途，加上政策鼓勵新創產業，也促使各行各業的創業者對商業設計的需求增加。此外，在數位科技的發展下，視覺傳達設計結合新興多媒體設計，新增產業需求，包含擴增實境、虛擬實境等應用，使得本產業之內外銷情況亦逐年成長（如圖2-47）。

圖2—46 2011~2016年視覺傳達設計產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）



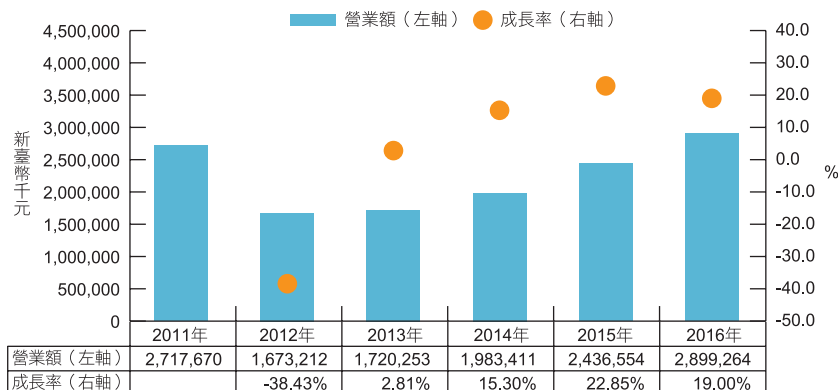
註：本年報之廠商家數係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。



圖2-47 2011~2016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)



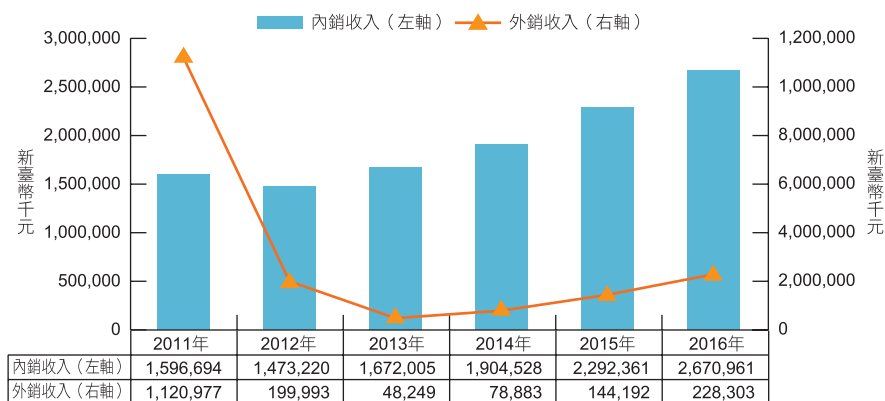
註：本年報之廠商營業額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

內外銷表現部分，視覺傳達設計產業的內銷與外銷金額近三年來皆呈現逐年成長的狀態。整體而言，視覺傳達設計產業仍以內銷市場為導向，2016年創近五年新高紀錄，達新臺幣26.71億元；外銷方面，在連續三年的成長之下，2016年達新臺幣2.28億元，已回復到2012年之水準（如圖2-48）。

圖2-48 2011~2016年視覺傳達設計產業之內外銷概況

(單位：新臺幣千元)



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，2017年8月。

觀察各次產業營業額表現，商業設計、多媒體設計、視覺傳達與平面設計等次產業，自2013年以來，年年出現雙位數以上之成長力道。惟企業識別設計，除2015年成長12.33%外，其餘年份皆呈現下跌的情況，2016年營業額則為近六年新低（如表2-36）。

表2—36 2011~2016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		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
企業識別設計	營業額	1,599,615	597,965	402,155	366,927	412,172	362,146
	成長率		-62.62%	-32.75%	-8.76%	12.33%	-12.14%
商業設計	營業額	1,046,779	1,020,017	1,197,471	1,377,509	1,636,861	1,963,104
	成長率		-2.56%	17.40%	15.03%	18.83%	19.93%
多媒體設計	營業額	71,276	6,451	20,651	32,962	95,812	172,483
	成長率		-	220.11%	59.62%	190.67%	80.02%
視覺傳達與平面設計	營業額		48,779	99,977	206,013	291,709	401,531
	成長率		-	104.96%	106.06%	41.60%	37.65%

註：1.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。

2.財政資訊中心顧及報稅廠商之個人資料保護，不提供廠商家數5筆（含）以下之統計資料，故將廠商家數小於（含）5家之次產業與性質相近之次產業合併呈現，如「多媒體設計」小於5家，故與「視覺傳達與平面設計」進行合併呈現。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

### 三、發展現況與趨勢

#### （一）發展現況

視覺傳達設計的目的，在於畫面第一眼打動人心的力量，進而吸引觀賞者持續地閱覽畫面的細節。我國視覺傳達設計產業自2012年起，整體營業額、內銷、外銷（自2013年起）皆呈現成長的狀態。2016年歷經我國總統大選、就職典禮籌辦，以及相關周邊商品的推出，也逐漸帶動社會大眾對於「視覺設計」的重視。

2016年適逢我國舉辦「2016臺北世界設計之都」，除了舉行國際設計週論壇、國際設計政策論壇、國際設計大展，將國外經驗帶進國內進行對話之外，亦希望透過設計解決市民的問題，例如在設計師與傳統市場店家相互瞭解經營理念之下，透過視覺傳達設計，重新活化傳統市場蓬勃的生命力。藉此除了吸引社會大眾為之一亮的目光外，亦向其推廣視覺藝術設計的力量與重要性。

此外，2016年舉辦的「2016臺灣國際文化創意產業博覽會」（臺灣文博會）共規劃三大主題館，串聯華山、松山文創園區，以及花博爭艷館，分別聚焦在工藝、設計、授權領域。其中於花博爭艷館舉行的「授權展區」，設有「藝術圖像」、「Talent 100」、「角色創作」、「品牌代理」四大專區。「藝術圖像」專區聚集國家級文資保存單位，如故宮博物院、臺灣博物館、國家美術館、臺灣歷史博物館、以及公有文創資產授權推廣計畫等；「Talent 100」專區主要邀請全球插畫、漫畫、動畫、攝影、遊戲、公仔等100位創作新銳；「角色創作」專區則集結了國內當代原創角色；「品牌代理」專區則首度納入運動授權品牌一同共襄盛舉。場中，手機通訊APP廠商邀約國內「貼圖設計師」進行專訪簽名活動，國內出版業者亦集結眾多擁有一定數量粉絲的插畫家進行「簽畫會」，使得臺灣文博會「授權展區」已逐漸成為我國視覺傳達設計領域的主要朝聖殿堂，近而向社會大眾述說「設計即生活，生活即設計」的理念。

#### （二）發展趨勢

本年報收錄之「視覺傳達設計產業」主要集中於整體產業鏈上游端，包含設計之創意形成、設計成品製造及相關設計服務，文化部、經濟部以及負責輔導與推廣業務之財團法人臺灣創意設計中心，皆期許透

過本業帶動中、下游相關產業的經濟成長與未來發展。針對整體視覺傳達設計產業鏈的發展趨勢，不論是國內民眾及品牌業者對於通訊軟體貼圖、插畫的需求提升，或是政府單位利用插畫、吉祥物進行政策宣導，皆帶動視覺傳達設計的人才需求與發展，隨著市場需求逐漸成熟，也使得授權經理人的重要性有所提升，綜觀而言，對於跨產業之品牌加值、形象翻轉與生活美學的建構具有重要意義。

### 1. 插畫逐漸佔據國人日常生活

隨著智慧型手機的普及，使得手機通訊軟體APP的貼圖使用頻率增加，不論是自主投稿貼圖，或是與廠商聯名之限時貼圖，皆造成需求端大量地增加，促使我國視覺傳達設計師投入其中。當前，已有許多整合／經理業者嗅到商機，紛紛主動接洽個別設計師進行其個人版權作品之實體化、商品化，或媒介個別設計師與有設計需求之企業，作為個別設計師與市場之間的中間經理人之角色。除此之外，在當前文化觀光、城市鄉村徒步小旅行的興起之下，許多從業者結合視覺傳達設計師，透過其在地柔軟的筆觸，結合社區營造與具在地特色的角落，設計小旅行導覽地圖，讓參與導覽者可以身歷其境。另外，2016年受到日本著名動畫電影影響，手機軟體APP開發業者瞄準商機，設計照片「濾鏡」功能，讓一般的照片能夠轉變成電影的動畫風格，造成全國風靡。

### 2. 插畫人物代言公部門施政逐漸成為主流

我國各級政府以往在推動相關活動與政策時，皆會以「吉祥物」進行代言，隨著視覺傳達設計的普遍性與認同度提高，各級政府也改以平面插畫（動漫）人物取代吉祥物進行政策宣導、活動代言、城市象徵，如於2014年發表的高雄捷運「高捷少女」，在2016年持續結合高雄在地元素與文化觀光，推出許多衍生性商品；臺南府城代言人：「小滿」，為文化部指導之臺南市文化與觀光的專屬動漫代言角色；花蓮縣政府透過經濟部SBIR創新研發推動計畫，推出「紅面鴨遊花蓮」等。透過公部門對於視覺傳達設計的需求，帶動我國視覺傳達設計產業的人才育成與產業鏈的形成。

### 3. 新創品牌重視企業識別

隨著國人對於視覺設計美學的重視，以及透過品牌設計及品牌重塑帶動產業高價值化的趨勢，促使各行各業的創業者尋求設計師協助進行企業識別設計的需求大幅提高，甚至設計師本身已形成自我品牌，與企業合作推出聯名文創產品。

### 4. 授權經理人的引進與介入

個別視覺傳達設計師常缺乏中間經理人的協助與引介，造成這群具有潛力之新興創作家的作品與能力，常因在市場上「單打獨鬥」而被埋沒，也造成整個視覺傳達設計產業易忽略這群新興創作家所創造出的產值。在當前許多視覺傳達相關科系畢業之新興創作者缺乏展現舞臺與維生工具的情況下，授權經理人的介入對於新興創作家的幫助實為重要，例如可為這些創作家媒介適當企業進駐、接案；為具有特色之創作家打造專屬品牌；舉辦「簽畫會」為新興創作家創造發表新舞臺等，都是未來值得且需要朝向的目標。

### 5. 傳統產業藉由視覺傳達設計翻轉形象

傳統產業業者，為了擴展消費客群，結合大專校院學生、年輕設計師，合作設計符合潮流與設計感的裝瓶、包裝，並具備商業模式之商業設計。如著名糕餅業者結合著名插畫師推出聯名產品，除了包裝外觀的結合外，糕餅內容口味亦同步配合插畫風格進行改良；國內大學商業設計相關系所學生，將在地傳統「食材」，透過設計的力量轉化為增添生活風味的伴手禮。

# 設計品牌時尚產業

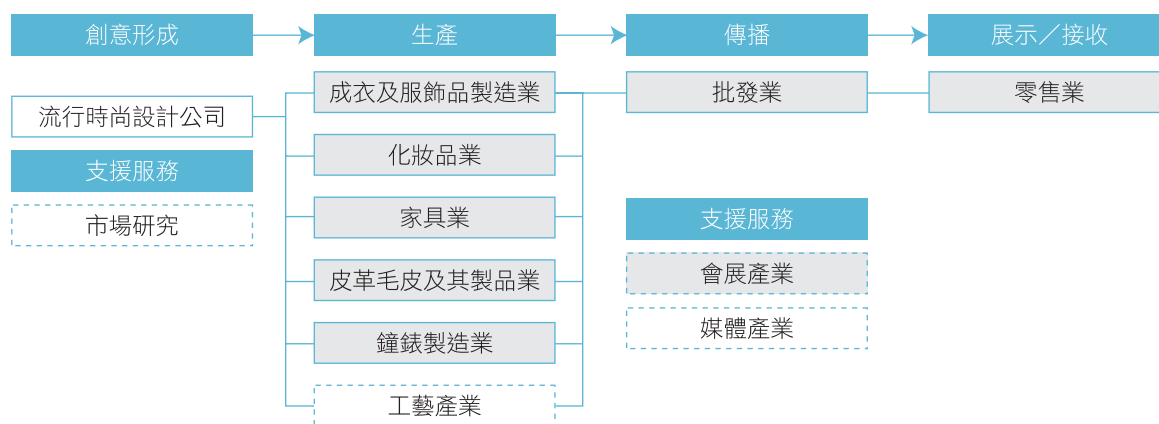
## 一、產業鏈及產業範疇

設計品牌時尚產業是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、形象包裝等周邊產業。

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次產業，歸類在本年報其他產業範疇，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

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，2017年8月。

依財政部稅務行業標準分類第7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7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—37 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

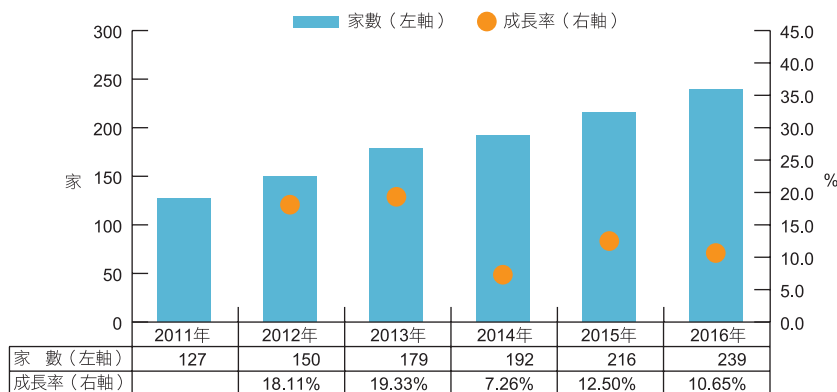
資料來源：中華民國稅務行業標準分類（第7次修訂），本年報整理，2017年8月。

## 二、產業數據分析

我國設計品牌時尚產業之廠商家數近年來逐年增加，除2014年外，其餘年份皆為雙位數的成長，並於2016年達到新高，為239家（如圖2-50）。在設計品牌時尚產業之營業額表現，近六年也皆呈現成長。雖然2015年的營業額成長幅度有所縮小，但2016年營業額仍創近六年新高，約為新臺幣5億元，較上一年度成長9.20%（如圖2-51）。

圖2—50 2011~2016年設計品牌時尚產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）

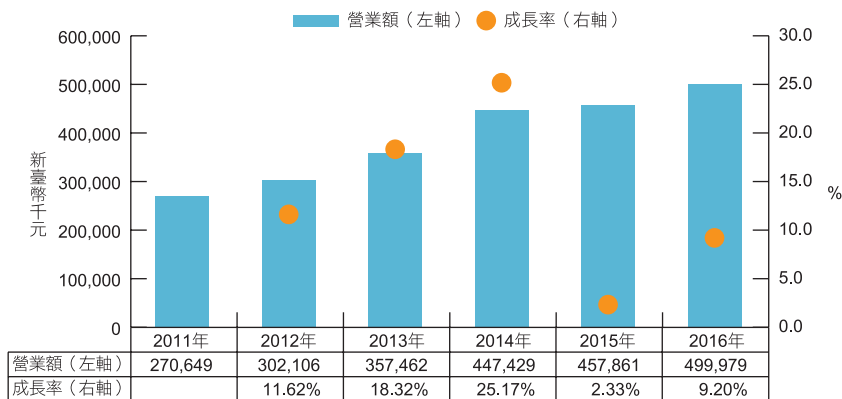


註：本年報之廠商家數係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—51 2011~2016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）



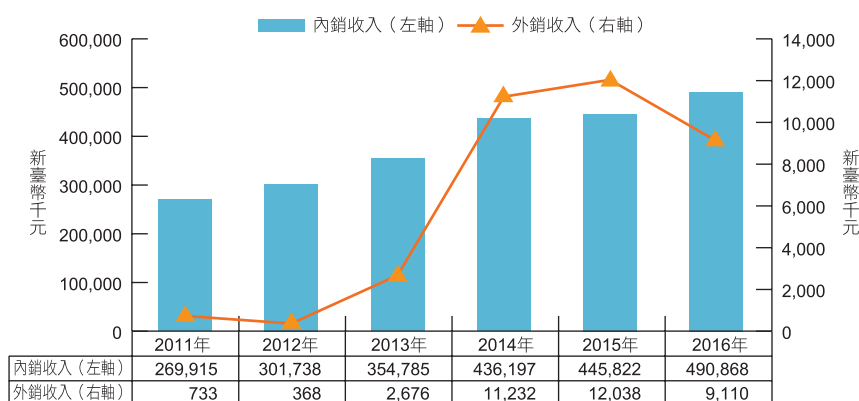
註：本年報之廠商營業額係以財政部資料為準，由於廠商申報稅務時所選擇的產業類別是自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目校正，在產業數據統計上有其侷限性。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

內外銷概況，整體而言，我國設計品牌時尚產業仍以內銷市場為主，內銷金額在近六年間皆呈現成長的狀態；外銷的部分，2016年之外銷金額較2015年減少24.32%，為2012年以來首次出現下滑現象，主要受到國際之經濟景氣不佳，連帶使得部分以高價取向的精品設計品牌時尚業者之外銷情況走弱（如圖2-52）。

圖2—52 2011~2016年設計品牌時尚產業之內外銷概況

(單位：新臺幣千元)



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，2017年8月。

表2—38 2011~2016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	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	
流行時尚設計	營業額	270,649	302,106	357,462	447,429	457,861	499,979
	成長率		11.62%	18.32%	25.17%	2.33%	9.20%

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，2017年8月。

### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

2016年是全球快時尚品牌的低谷。據《紐約郵報》報導，快時尚已經變慢，主要乃受到市場飽和，以及新對手以更低價的手法搶攻市占所致。此外，消費者的思維也逐漸改變，進而不再追求快時尚，轉變為適合自己的風格，造成我國於2015年度之外銷收入出現成長趨緩，至2016年甚至首度出現下滑的跡象。

為推廣我國設計品牌時尚產業的發展，各級政府、機構籌辦時尚服裝發表展，藉由發表平臺的提供，帶動我國大專校院學生、新銳服裝設計師擁有展現作品的舞臺。例如2016臺灣文博會與臺北魅力展合作，透過主題與展演方式，協助新銳時尚品牌走上舞臺，展現臺灣文化價值與時尚設計產業的多元性；2016風

格臺南・創意時尚展《FUTURE IS NOW藝術時尚展》，首次串聯大臺南地區上游的設計、中游的紡織製造、下游的品牌業者共襄盛舉；2016臺北好時尚（Fashion in Taipei）頒發「臺北TOP時裝設計大賞」，以評選出優秀設計師，藉此發掘我國新銳時尚設計人才。以及為培育時尚設計之人才，國立臺灣師範大學成立「藝／時尚中心」，結合既有國際時尚GF-EMBA碩士在職專班，以及尚在籌備之臺灣藝術時尚協會，透過三大藝術時尚平臺整合藝術、時尚、科技、文化，成為我國翻轉時尚設計產業的新動力。

## （二）發展趨勢

本年報收錄之「設計品牌時尚產業」，主要聚焦在「服裝設計、打版、布料開發、圖案設計」等創意形成端，以及整體產業鏈上游的設計服務，其中以服裝類之設計品牌時尚為大宗，亦帶動紡織工業的成長。整體而言，因我國為歐美主要時尚品牌之代工國，產業發展會依循國際時尚品牌的布局與趨勢而動，造成我國設計品牌時尚產業擁有的自主性較弱。當前，各級政府與學校、機構紛紛投入資源以培養時尚相關人才，由產業上中下游之人才的養成，以提升未來整體產業的自主性。同時，積極提升我國設計內涵與文化獨特性，如運用綠色環保材質及在地傳統文化元素等，並結合我國科技大國的優勢，發展科技帶動時尚體驗的新互動模式。

### 1. 結合在地傳統文化與配件的時尚穿搭與設計

在產業上游之設計端，時尚設計師依照個別母國傳統文化，結合在地傳統文化象徵、傳統服飾配件進行整體時尚穿搭與設計，進而成立新品牌或內入既有自主品牌進行推廣。除了藉此推廣我國在地文化與相關工藝產品外，亦可連帶對於即將消逝的無形文化、工藝技藝，吸引有志之士進行學習與傳承。例如配合整體穿搭風格的設計，與工藝師聯合設計符合風格需求的編織品進行搭配；利用臺灣傳統花布融入整體時尚的設計當中；以及結合我國原住民族古老的歷史和神話故事、特殊的傳統圖騰融入設計當中。

### 2. 設計品牌時尚跨界結合

藉由發表與設計的結合、相輔相成，帶動整體產業朝向「設計創造風格、風格引領設計」的新興趨勢。近期部分影視作品的製作，透過融入時尚設計師協同進行整體服裝風格的制定，乃至與時尚設計相關公司之聯名投資、合作等等，形成另一形式的「國際時尚發表會」。另外，也有創作者將時尚設計與藝術領域結合，如藝廊、博物館等，透過新型態的表現方式，提供多元化的接觸管道。

### 3. 無毒環保生產全球趨勢

在產業製造端方面，ZDHC聯盟（Zero Discharge of Hazardous Chemicals，有害化學物質零排放），是由adidas、PUMA、H&M、Gap、Inditex、Burberry等22個主要品牌及零售商所領導的環境績效組織，藉此推動全產業於2020年實現有害化學物質的零排放，將為全世界時尚服裝及鞋類設計、生產行業樹立全新的環保標準。面對這領導品牌所帶動的全球趨勢，雖然對於我國廠商是個挑戰，但也是我國做為資源回收大國的新商機。

### 4. 持續發展使用回收材料製衣

在面對中國大陸廠商大量生產、壓低成本搶進市場的情況下，我國紡織產業逐漸改以高技術密集、高品質、高單價的機能產品生產為主，以提供國外領導品牌採用，或成立我國自主品牌推廣。例如我國知名領導紡織業者已採用PET塑膠材質之回收寶特瓶進行抽絲紡紗，作為生產具彈性、防穿透、抗紫外線功能的全新布料。除了提升我國對於回收資源的再利用管道外，亦配合全球對於環境保護的高標準，提前準備。



國際設計大展——國際城市館（臺北市政府文創發展科圖片提供）

### 5. 結合虛擬實境（VR）的觀秀與購物體驗

產業末端的品牌推廣與提升消費者體驗，是未來持續努力的方向。自VR技術發表迄今，已有許多時尚業者開始摸索、採用虛擬實境進行相關的合作案例。例如美國Tommy Hilfiger品牌於2015年於其門市推出VR展秀的體驗；以及日本時尚專營商場Parco與Voyage Group合作，推出VR購物體驗：VR Parco等等。對於未來VR技術應用於時尚設計產業當中，仍有許多可能性、問題存在，例如VR軟體環境的開發、VR時尚人才的培育等。在面臨生活數位化的浪潮之下，朝向虛擬實境發展，是個不可避免的潮流。



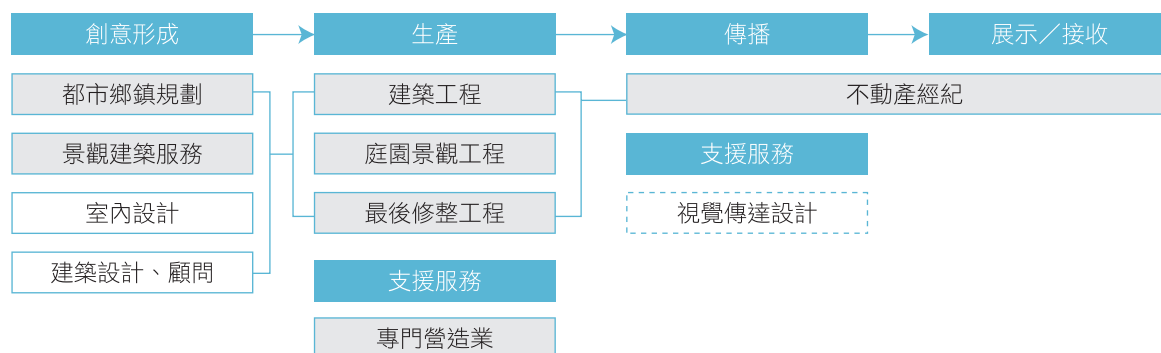
# 建築設計產業

## 一、產業鏈及產業範疇

建築設計產業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次產業，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，詳見本年報拉頁「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」所呈現之各文創產業間的跨業互動。

3. 次產業之間的實線連結，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，2017年8月。

依財政部稅務行業標準分類第7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—39 建築設計產業之行業代碼與名稱

行業代碼	名稱	定義
7111—11	建築設計、顧問	
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

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，2017年8月。

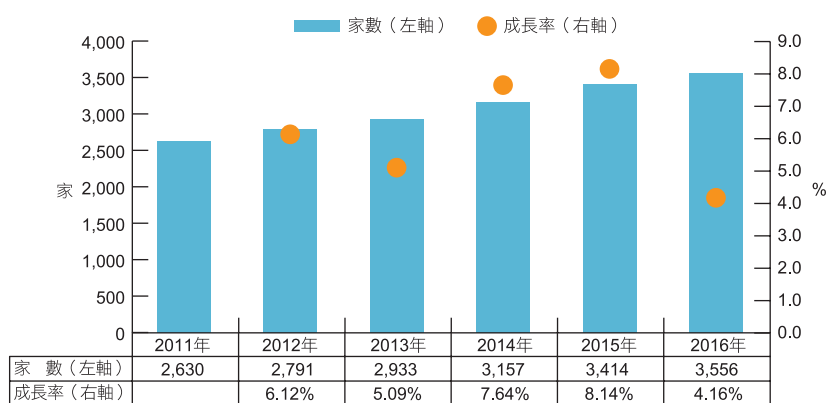
## 二、產業數據分析

建築設計產業的波動與整體社會環境景氣及房市之間有緊密的連動關係，自2014年以來，臺灣房市景氣冷清，房屋推案量及成交量皆已連續三年下滑，直接影響建築設計相關需求，其中以2015年的波動較為明顯，2016年的發展則相對持穩，變動幅度較2015年縮小。

建築設計產業家數過去六年來皆呈成長趨勢，2016年為3,556家，較2015年增加142家。營業額方面，2016年的建築設計產業整體營業額約為新臺幣334.77億元，較2015年減少0.32%。

圖2—54 2011~2016年建築設計產業之家數成長概況

(單位：家、百分比)



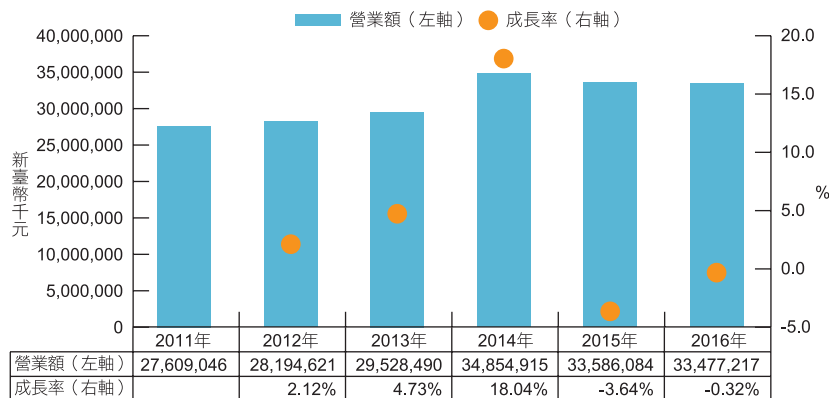
註：1. 本年報之廠商家數係以財政統計資料為準，廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本年報統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

2. 由於建築師多為個人執業，繳交業務所得，與本年報係以組織型態的營業稅作為統計基準的範圍有所差異，然現因個人資料保護法，難以取得相關數據進行呈現。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

圖2—55 2011~2016年建築設計產業之營業額概況

(單位：新臺幣千元、百分比)



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，2017年8月。

此外，本年報輔以內政部營建署的《營建統計年報》補充說明產業家數及執業人數，以描繪建築設計產業發展情形。根據該年報收錄情形來看，近年建築師事務所及開業建築師皆持續增加，建築物室內裝修業的廠商家數也呈現成長趨勢，其中以設計施工廠商的占比最大。整體專業人力也持續增加，以專業設計施工技術人員為多。儘管《營建統計年報》與本年報的行業定義與計算方式不同，但皆能看出本業營業家數之成長趨勢。

表2—40 2012~2016年《營建統計年報》相關統計趨勢

(單位：家數、人數、百分比)

項目	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	
建築師事務所	家數	3,554	3,627	3,725	3,833	3,921
	成長率	2.6%	2.1%	2.7%	2.9%	2.3%
建築師	人數	3,643	3,720	3,834	3,959	4,039
	成長率	2.7%	2.1%	3.1%	3.3%	2.0%
室內裝修業	家數總計	5,477	5,906	6,458	7,034	7,742
	設計廠商	54	68	75	95	103
	施工廠商	1,551	1,781	2,117	2,434	2,811
	設計施工廠商	3,872	4,057	4,266	4,505	4,828
專業技術人員	人數總計	15,357	16,180	17,267	18,472	19,622
	專業設計技術人員	394	457	458	578	627
	專業施工技術人員	4,974	5,461	6,159	6,878	7,551
	專業設計施工技術人員	9,989	10,262	10,650	11,016	11,444

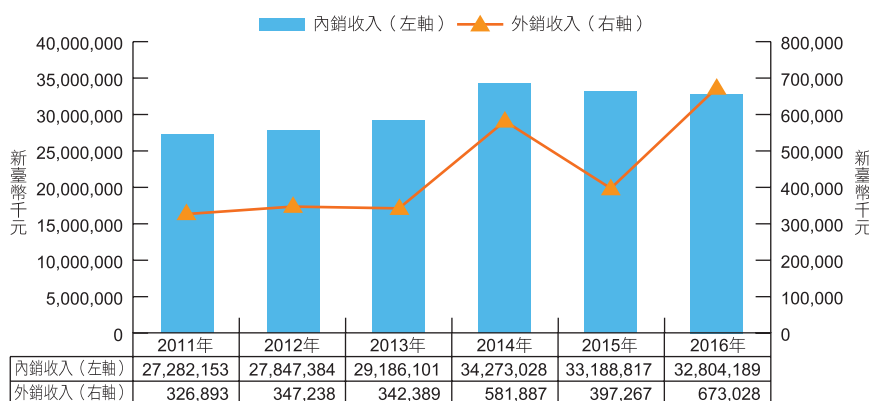
資料來源：本年報整理自內政部營建署《105年營建統計年報》。

建築設計產業以內銷市場為主要營收來源，2016年整體內銷收入減少，金額約為新臺幣328.04億元，較2015年減少了1.16%；外銷金額則有所增加，2016年約為新臺幣6.73億元，較2015年增加69.41%（如圖2-56）。探究原因，建築設計產業內外銷表現取決於廠商合作接單情形，因此可能有較大的波動。2016年建築設計、顧問業在海外的接單合作案量增加，亦可能接到大單，使海外營收大量增加。中國大陸為不容忽視的海外市場，其在以政策支持推動整體建築產業，積極耕耘基礎設施與投資，促進新型城鎮及農村市

鎮建設、發展城鎮特色，改善整體住宅生活空間與品質，因此帶動我國建築設計產業外銷金額的成長，甚至出現內外銷轉移的現象。

圖2—56 2011~2016年建築設計產業之內外銷概況

(單位：新臺幣千元)



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，2017年8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，2016年占整體建築設計服務營收達88.96%，而建築設計、顧問之營業額占比則為11.04%。2016年建築設計的營業額為負成長，約減少21.46%，反觀室內設計的營業額則有所提升，約成長3.12%（如表2-41）。

表2—41 2011~2016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	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	
建築設計、顧問	營業額	3,077,352	3,068,015	3,660,131	5,196,777	4,706,240	3,696,214
	成長率		-0.30%	19.30%	41.98%	-9.44%	-21.46%
室內設計	營業額	24,531,694	25,126,607	25,868,359	29,658,138	28,879,844	29,781,003
	成長率		2.43%	2.95%	14.65%	-2.62%	3.12%

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，2017年8月。

### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

2016年整體廠商家數增加，但屬於5年以下的新進業者不多，且主要營業額集中在發展10年以上的業者，顯示長期經營的業者已樹立品牌，專業經驗受到肯定，因此營業額較高，新進業者則可能出現削價競爭的問題，導致成熟業者與新進業者之間的差距逐年拉大。

此外，根據內政部營建署的統計，建築師人數逐年增加，但營建執照數量卻下滑，顯示建築設計產業競爭激烈，每家廠商之服務量可能有減少的現象。目前建築服務業中跨業經營的業者不在少數，如設計業者兼做室內裝修，多元拓展業務範圍。

另一方面，自2014年以來，受到景氣及房市冷清影響，房屋推案量及交易量皆明顯下滑，銀行對於房貸放款也更為審慎，2016年此情勢更加明顯，建築設計產業的營業額較2015年減少，而整體海外市場以中國大陸為主，其他地區的市場拓展也相形困難。不過，未來三年內的房市可能有所變化，將有望提升整體建築設計的發展。

## （二）發展趨勢

由於本年報所論之建築設計產業相關服務主要集中於創意形成階段，趨勢上以設計方向與內涵為主要探討對象。首先，在建築設計的角度注重社會關係的連結，包含在地情感、生活環境優化、公共性、文化參與和創新等概念成為指標，而在室內設計上則愈來愈講究生活美學及品牌塑造。同時，環保議題（如綠建材、綠建築）及科技應用（如智慧家庭、智慧城市等）的發展，也影響建築設計產業的未來。

### 1.老舊建築強調新生與傳承

近年老屋再造成為文化資產轉型、社群新生的關注焦點，透過將老舊建築改造成不同型態的體驗空間，不僅注入濃厚藝文元素，也帶動周邊環境的文化創新，提升本土環境的永續發展及文化參與。例如遠東建築獎近年增設的「舊屋改造特別獎」、臺北市都市更新處近年推行的「老屋新生大獎」等，皆重視與周邊環境共生的形態與脈絡，鼓勵日常文化的永續傳承與創新活化，因此近年除了技術性、設計感之外，也看重人文情感、社區連結、環境優化等面向。

### 2.建築設計著重社會公共性

近年新型態圖書館設計興起，圖書館的設計陸續擺脫僵硬建築印象，強調都市空間中的友善建築，而博物館及美術館的設計發展也愈來愈關注與社會公眾的連結性，社會文化動態以及生活環境與公共性的連結成為重要的設計養分與美學價值。

### 3.室內設計講求生活美學的品牌性

近年微型設計當道，國人愈來愈講究生活美學的享受，因此在住宅及商用空間的規劃朝向精巧及獨特性發展，無論豪宅或小坪數住宅，皆注重空間應用、便利性、設計感及舒適性，而商家室內空間規劃會朝向品牌設計思考，或強調使用環保綠建材，以尋求特色定位並加深消費者印象。此現象也反映建築設計業與產品設計、品牌設計產業之間的跨業發展。

### 4.智慧綠建築連結智慧城市

隨著國際發展，臺灣近年透過數位轉型持續朝向智慧生活發展，自2010年起，政府將智慧綠建築作為重點發展的智慧新興產業，即整合綠建築與物聯網的技術應用，由內政部建築研究所主辦的「智慧綠建築設計創意競賽」至2016年已舉辦九屆競賽，不少縣市政府也持續推動智慧綠色城市，期望能打造都市特色並協助產業與國際趨勢接軌。

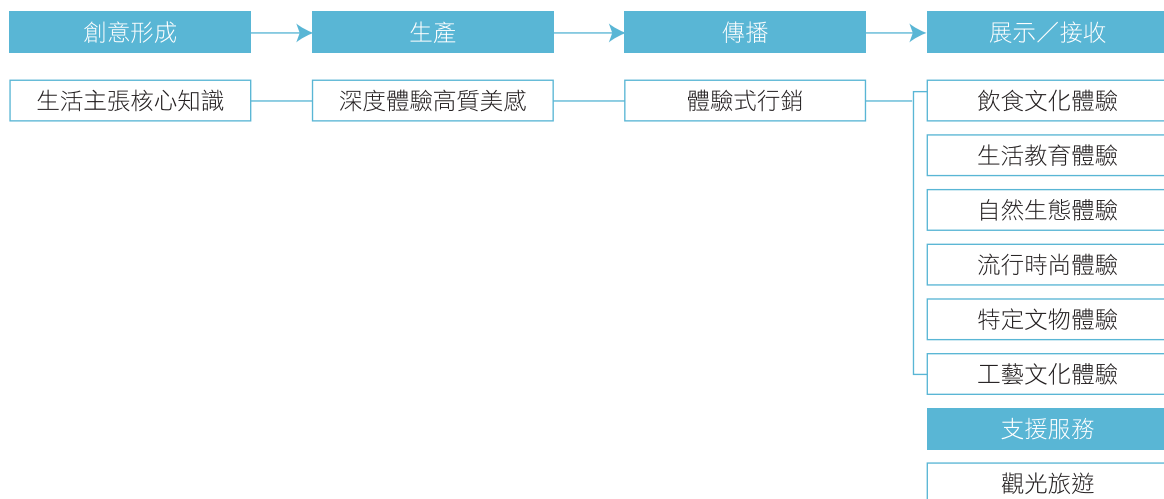
# 創意生活產業

## 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，2017年8月。

企業以生活體驗之營運方式，創造出能造成顧客內心共鳴之特別體驗，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2-42 創意生活產業涵蓋範疇

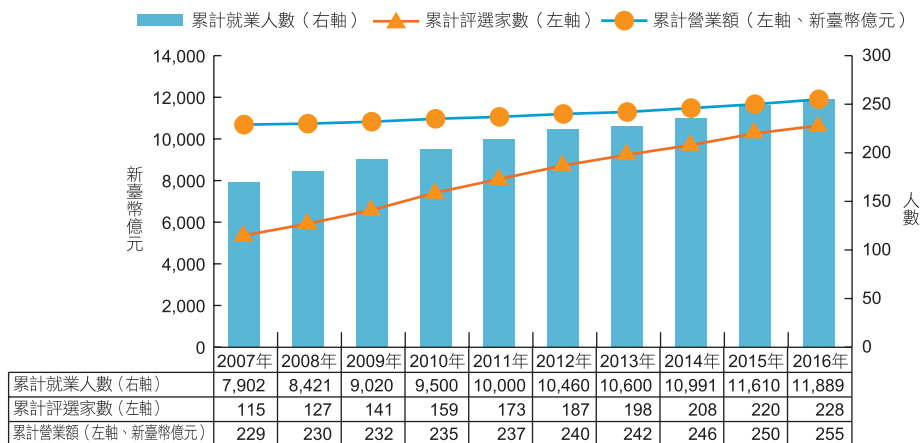
產業分類	內容
飲食文化體驗	運用本業既有相關設施、廠區或作業等，進而挹注、深化其文化要素，提供多元體驗與生活服務及產品之事業
流行時尚體驗	以造型設計之裝置發展，展現家居衣飾主題風格，建置多元化體驗，提供生活型態相關產品或服務之事業
生活教育體驗	以提供生活學習，豐富美學感受之生活型態相關產品或服務之事業
自然生態體驗	以動植物生態或自然健康之生活的多元體驗，提供生活型態相關產品或服務之事業
特定文物體驗	以特定人本文化、地域、群體及文物等，提供生活型態相關產品或服務之事業
工藝文化體驗	以工藝創作所展開之相關事業營運，並提供生活型態相關產品或服務之事業

資料來源：2016年創意生活產業發展計畫執行成果。

## 二、產業數據分析

2016年經評選納入創意生活產業家數總計有8家，其中生活教育體驗4家最多，其次為飲食文化體驗2家，而流行時尚體驗與自然生態體驗各1家業者。自2005年起累計至今已有一228家業者通過評選，營業額達新臺幣255億元，而創意生活產業之就業人數則是由2015年的11,610人成長至2016年的11,889人，成長率為2.40%（如圖2-58）。

圖2-58 2007~2016年創意生活產業發展家數、銷售額、就業人數



註：創意生活產業通過評選的廠商家數自2005年累積至今已有一228家，由於經濟部開始針對過往已通過評選的廠商建立篩選淘汰機制，故現行存留於產業中的家數，會少於累積家數。

資料來源：2016年創意生活產業發展計畫執行成果，財團法人中衛發展中心提供。

由於創意生活執行計畫係每年評選，累計家數逐年成長，因此上述家數、銷售額與就業人數等資料亦呈逐年成長。本案另外由財團法人中衛發展中心提供2016年創意生活廠商名單，進行稅務統計資料撈取，創意生活產業之營業額為新臺幣377.07億元，相較2015年成長5.38%（如表2-43）。

表2—43 2011~2016年創意生活產業發展營業額（財稅資料）

（單位：新臺幣千元；百分比）

創意生活產業	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
營業額	32,870,700	35,103,570	34,767,716	36,593,500	35,780,796	37,706,601
成長率		6.79%	-0.96%	5.25%	-2.22%	5.38%

註：1.創意生活執行計畫之廠商評選以單店為基礎，本表撈取之數據以廠商統一編號進行統計，故包含未獲選之分店，意即獲選廠商整體營運概況。

2.本表之營業額可能與文創產業營業額有所重疊，故須扣除重複使能計入文創產業加總統計。

資料來源：財政部財政資訊中心，本年報整理，2017年8月。

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，就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18.86%，再者為宜蘭縣，占總家數的10.96%，臺中市、南投縣及新北市則分別各占國內總家數的10.09%、8.77%，以及7.89%（如表2-44）。

表2—44 2016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	43	18.86%
新北市	18	7.89%
基隆市	6	2.63%
桃園市	1	0.44%
桃園縣	6	2.63%
新竹市	3	1.32%
新竹縣	4	1.75%
苗栗縣	17	7.46%
臺中市	23	10.09%
南投縣	20	8.77%
彰化縣	4	1.75%
雲林縣	9	3.95%
嘉義縣	5	2.19%
臺南市	7	3.07%
高雄市	16	7.02%
屏東縣	4	1.75%
金門縣	1	0.44%
宜蘭縣	25	10.96%
花蓮縣	12	5.26%
臺東縣	4	1.75%
合計	228	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。

創意生活產業累積至今業者家數達228家，其中以北部地區82家為最多，占比為35.96%，中部地區69家次之，占比為30.26%。觀察各地區創意生活型態發現，北部地區主要集中於飲食文化體驗（28家）與生活教育體驗（22家）；中部地區的分布狀況則是較為多元且平均，除了特定文物體驗（4家）與流行時尚體驗（6家）家數較少外，其餘皆超過10家，其中又以工藝文化體驗（19家）最多；南部地區則是以工藝文化體驗（10家）最多，其次為飲食體驗文化（8家）與生活教育體驗（8家）；而東部地區以自然生態體驗（13家）最多，飲食文化體驗（10家）次之。



觀察2016年通過創意生活產業評選的業者，並無北部地區業者入選，中部地區入選4家為最多，其類型分布亦相當多元且平均，流行時尚體驗、生活教育體驗、飲食文化體驗及自然生態體驗各1家；南部地區入選3家，類型全為生活教育體驗；而東部地區唯一入選的廠商為，位於花蓮縣的地耕味——玩味蕃樂園，其形態為飲食文化體驗。

表2—45 2016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	28	14	8	10	60
工藝文化體驗	11	19	10	9	49
特定文物體驗	5	4	3	6	18
自然生態體驗	5	12	5	13	35
生活教育體驗	22	14	8	3	47
流行時尚體驗	11	6	1	1	19
小計	82	69	35	42	228

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—46 2016年通過評選之創意生活產業家數

	事業名稱	地址	類型
1	雅聞七里香玫瑰森林	苗栗縣頭屋鄉明德村明德路226號	流行時尚體驗
2	地耕味—玩味蕃樂園	花蓮縣新城鄉康樂村加灣17-1號	飲食文化體驗
3	愛玩創意館	彰化縣北斗鎮三號路296號	生活教育體驗
4	黑金釀造館	雲林縣斗六市斗工二路39號	飲食文化體驗
5	臺灣鯛生態創意園區	雲林縣口湖鄉崙東村民生路1-88號	自然生態體驗
6	熊大庄森林主題休閒園區	嘉縣民雄鄉頭橋工業區工業二路17號	生活教育體驗
7	天一中藥生活化園區	臺南市官田區工業路31號	生活教育體驗
8	黃金菠蘿城堡	高雄市三民區同協路199號	生活教育體驗

資料來源：財團法人中衛發展中心。

### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

##### 1. 透過體驗行銷，加深文化力量

為了讓顧客擁有具溫度的手感體驗，許多觀光工廠蒐羅一系列手作課程與體驗活動。透過最原始的製作流程，深度了解各種產品的文創能量。例如雅聞七里香玫瑰森林，提供多元化服務，結合餐飲與手作DIY教學，使遊程更豐富。此外，熊大庄森林主題休閒園區亦設計彩繪香氛包以及創意黏土的體驗課程，讓遊客更加沉浸在少女的可愛氛圍中，實踐了以內容為本質的產業初衷。

##### 2. 營造復古歷史氛圍，透過故事傳遞文化

匯集過往的人文精萃，建構一套故事脈絡，透過導覽解說，或是營造深刻的空間氛圍讓顧客更貼近文化。此外，亦可能透過小短片向讀者述說故事起源與理念，使其快速掌握企業的核心價值。例如，位於花蓮的地耕味——玩味蕃樂園，布置復古場景，道出花蓮光陰的故事；大同醬油黑金釀造館，透過時光走廊介紹大同醬油的歷史；天一中藥生活化園區製作中醫起源的小短片，闡述穿越古今的時代故事。



大同醬油黑金釀造館參觀入口（大同醬油公司圖片提供）

### 3. 數位科技應用，優化顧客體驗

創意生活產業提供顧客生活體驗，透過現代各類數位科技應用，以利強化各感官知覺的體驗，或是利用錯覺藝術營造3D空間。此科技的輔助應用得以設計在產品創意、活動創意、場域創意及服務創意。例如臺灣鯛生態創意園區的生態互動池，以及黃金波蘿城堡的牆面互動式遊戲。

#### （二）發展趨勢

根據創意生活產業的定義與產業鏈範疇，顯示創意生活產業主要在展示／接收端提供民眾各類生活體驗。而創意生活產業的發展模式，是將文化、藝術等美學涵養透過不同形式傳遞給參與者，藉此推廣產品故事或是在地文化，使其深刻挹注於顧客生活中。有鑑於此，在創意場域方面，力求創造生活風格的情境空間，並透過情境體驗加深感染力，是創意生活場域企劃的未來趨勢。

除了展示／接收端外，在創意形成方面，部分廠商透過發展創意商品，藉由品牌故事的包裝吸引遊客的目光、美感消費與感性設計使產品更貼近生活，近日許多業者更是推出手作體驗企劃，讓創意思維經由顧客的雙手持續傳遞，因此創意生活產業不僅提供民眾休閒場域，亦運用美學經濟加深產業效益。

另外在傳播端方面，由於國際旅遊的便利性，使創意生活產業得以透過人文及文化的豐富性來吸引各國觀光客的目光，持續深耕既有地方特色，並透過國際合作交流與觀摩研習來提升產業的多樣性與精緻性，使其得以乘著數位時代的順風車將創意推向國際。

# 數位內容產業

## 一、產業鏈及產業範疇

臺灣的數位內容（Digital Content）定義係指「將圖像、字元、影像、語音等資料加以數位化並整合運用之技術、產品或服務」。其將各類內容素材經過數位技術製作處理後，從傳統資料轉換成數位化格式，並賦予新的應用型態，使其具有易於接取、互動、傳輸、複製、搜尋、編輯與重複使用等優點。再搭配服務、頻寬、收費及版權等管理機制，透過網際網路、行動通訊網路、無線與有線電視、衛星通訊、電影、數位廣播等「媒體載具」，再由聯網、智慧電視、智慧型手機、個人電腦、平板電腦、MP3、AR與VR等系統裝置設備，傳送給消費者或機構用戶使用，即形成完整的數位內容產業架構。簡言之，臺灣數位內容產業是涵蓋內容、載具、系統平臺及通路等一連串之完整產業架構。

經濟部工業局將數位內容產業範疇分為8個次領域，即5大核心產業與3大關聯產業。核心產業係指數位遊戲、電腦動畫、數位影音、數位出版與典藏及數位學習，而關聯產業則係指行動應用服務、網路服務及內容軟體。

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

圖2—59 臺灣數位內容產業之範疇



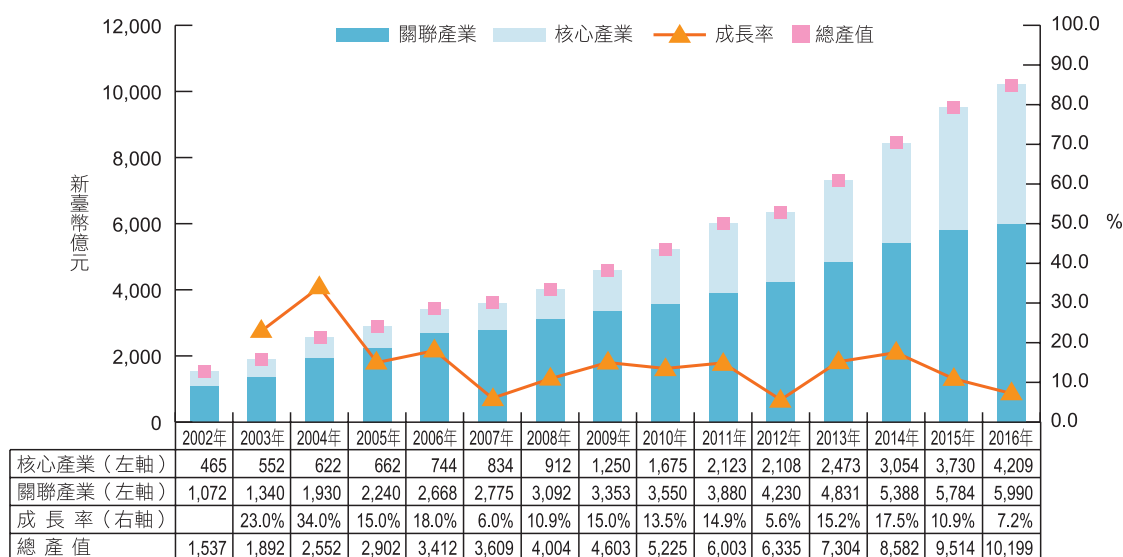
資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室，2017年8月。

## 二、產業數據分析

由於近年來智慧行動終端普及、無線上網及行動上網用戶增加，以及數位電視等新媒體、新技術及新載具的快速成長，使得數位內容產業發展快速且日益重要。根據經濟部數位內容產業推動辦公室的調查顯示，2016年數位內容產值突破1兆，達約新臺幣1兆199億元，較2015年成長約7.2%。其中，2016年的5大核心產業的產值規模為新臺幣4,209億元，較2015年成長12.8%，占整體產業比重約為41.3%。3大關聯產業的產值規模為新臺幣5,990億元，較2015年成長3.6%，占整體產業比重約為58.7%（如圖2-60）。

圖2—60 2016年臺灣數位內容產業產值——核心產業與關聯產業

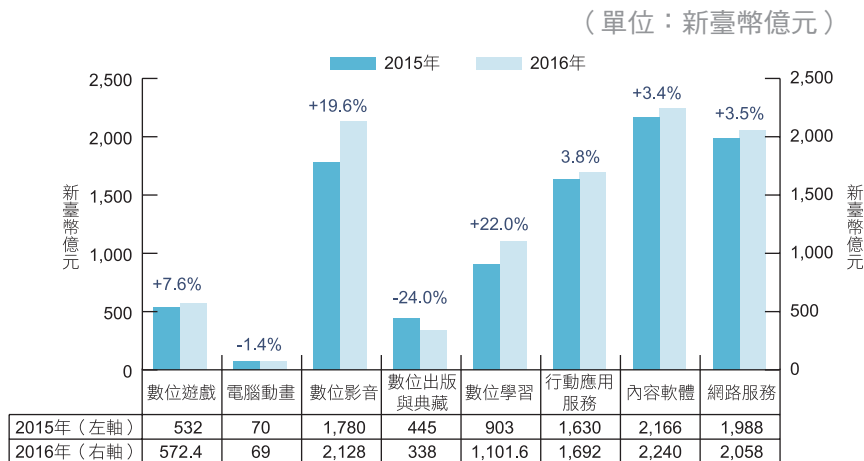
（單位：新臺幣億元、百分比）



資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2017年8月。

分析2016年臺灣數位內容產業之產值結構，數位遊戲產業產值約新臺幣572.4億元，較2015年成長7.6%；電腦動畫產業產值約新臺幣69億元，較2015年衰退1.4%；數位影音產業產值約新臺幣2,128億元，較2015年大幅成長19.6%，成長率居次；數位出版與典藏產值約新臺幣338億元，較2015年衰退24.0%；數位學習產業產值約新臺幣1,102億元，較2015年成長22.0%，成長率居冠。

圖2—61 2016年臺灣數位內容產業各領域之成長率



資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2017年8月。

進一步分析臺灣數位內容核心產業之產值結構，其中，數位遊戲產業產值約新臺幣572.4億元，較2015年成長7.59%；電腦動畫產業產值約新臺幣69億元，較2015年下滑1.43%；數位出版與典藏產值約新臺幣338億元，較2015年下滑24.04%，為下滑最多的次產業；數位學習產業產值約新臺幣1,102億元，較2015年成長21.99%，成長率居冠；數位影音產業產值約新臺幣2,128億元，較2015年成長19.55%，成長率居次（如表2-47）。

順應行動上網與智慧型載具的普及、大數據、雲端儲存、數位匯流、以及AR/VR技術的蓬勃發展，遊戲、動畫、影音、生活、社群與學習等數位內容都在同一個匯流平臺上競爭，意謂數位內容已打破情境、時空和過去媒體形式，為新型態的內容產品開發劃下新頁。

表2—47 2010~2016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	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
數位遊戲	產值	422	436.2	407	453	506	572.4
	成長率	19.21%	3.36%	-6.69%	11.30%	11.70%	5.13%
電腦動畫	產值	43	44.8	53	58	67	70
	成長率	7.50%	4.19%	18.30%	9.43%	15.52%	4.47%
數位出版與典藏	產值	493	716	515	528	492	445
	成長率	74.20%	45.23%	-28.07%	2.52%	-6.82%	-9.55%
數位學習	產值	266	332	465	573	719	903
	成長率	73.86%	24.81%	40.06%	23.23%	25.48%	25.59%
數位影音	產值	451	594	668	861	1,270	1,780
	成長率	7.38%	31.71%	12.46%	28.89%	47.50%	40.15%
行動應用	產值	522	731	845	1,025	1,353	1,630
	成長率	16.00%	40.04%	15.60%	21.30%	32.00%	20.47%
網路服務	產值	1,355	1,408	1,443	1,781	1,935	1,988
	成長率	11.98%	3.91%	2.49%	23.42%	8.65%	2.73%
內容軟體	產值	1,673	1,741	1,942	2,025	2,100	2,166
	成長率	-1.18%	4.06%	11.55%	4.27%	3.70%	3.14%

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室提供，2017年8月。

### 三、發展現況與趨勢

#### (一) 發展現況

依據愛立信消費者行為研究室（Ericsson ConsumerLab）提出的2016年電視與媒體消費研究報告指出，臺灣消費者收看網路影音的時間逐年增加，另外由於行動裝置的日漸普及，相較於2012年，臺灣民眾在行動裝置上觀看節目與影片的年平均時間增加了170多個小時，平均每周增加3個多小時，顯示我國民眾的消費習慣正逐漸由收看定點定時的電視節目轉而觀看串流隨選的影音內容，使2016年數位影音產值達到新臺幣2,128億元，較2015年成長19.6%。

自Facebook於2016年2月全面開放用戶直播後，臺灣各類網路直播平臺如雨後春筍般不斷湧現，使網路直播產業開始蓬勃發展；由於行動載具的普及與網路速度的提升，加上Netflix、Apple music等影音串流平臺於2016年登陸臺灣，連帶使網路服務、內容軟體與行動應用服務等次產業皆較2015年小幅成長。

#### (二) 發展趨勢

##### 1. 掌握數位內容產業進入虛擬實境時代之商機

從2016年的美國E3電玩展、MWC全球行動通訊大會、臺北電腦展、TGS東京電玩展及GDC中國遊戲開發者大會等全球各大展會中，VR虛擬實境儼然已成為遊戲新寵兒。目前全球VR硬體裝置現階段處於發展初期，Oculus、Sony和HTC等國際大廠目前已掌握高階頭戴式顯示器的關鍵技術，並積極進行專利布局，未來成長可期，且目前商業模式未完全定調，因此，臺灣資通訊硬體業者若能及早轉型切入，打入VR設備及相關硬體品牌市場，並結合多元化VR應用內容，有機會掌握市場先機。

短期而言，可優先切入目前為VR主流應用的消費性娛樂內容領域，如動畫、遊戲、電影、音樂演唱會，打造360度沉浸式視覺娛樂體驗，甚至可針對主題樂園、購物商場等場域設計虛擬實境互動騎乘設施或劇場；中長期來看，可持續投入技術研發，進軍商務性之臨場（On-Site）應用，如透過VR設備便可看房、試車、博物館導覽、購物、看展等，節省商務現場的服務人力。在B2B市場方面，亦可嘗試布局專業特殊訓練之模擬（Simulation）應用，如學術醫療之臨床實驗、建物構造模擬或設計、飛行器模擬、軍事演練和工程爆破等，讓受訓人員可在VR虛擬情境中進行測試和訓練，降低相關成本和風險。

##### 2. 跨產業混搭趨勢帶動創意發想

隨著全球遊戲市場規模快速擴大，泛娛樂行銷促使遊戲跨界合作成為一種重要的趨勢，運用具知名度的IP成為娛樂產業連結的核心，布局成為整個文化娛樂行業發展的走向。鼓勵業者間的跨業合作進行，不僅僅以開發遊戲的角度，而是朝著塑造明星的計畫方式來逐步進行，從打造IP的角度來著手，並用開放的合作精神來整合產業資源，有效提升IP知名度及故事性，並建立品牌。透過創新及整合資源，創造更多行銷管道及商機，並在其中衍生出更多的行銷素材及機會，激發與粉絲之間的黏著度和互動，促成內容產生IP價值並進行最大化的商業開發與利用，才有機會放大產業效果。另外更要有長期推動的心理準備，才能形成一個多元娛樂文化產業生態。

隨著3D動畫製作、AR/VR、視覺特效、4K高畫質等技術進步，以及行動裝置、頭戴式裝置等新媒體載具崛起，提升感官體驗，應用於影視、廣告、娛樂場域等的電腦動畫與服務成為產業成長趨動力。世界



2016臺灣燈會在桃園——光雕秀（桃園市政府圖片提供）

電影工廠好萊塢福斯與許多電影特效團隊皆相繼導入VR技術，積極整合原創內容與虛實互動技術積極布局未來市場。未來臺灣需掌握文本創新、周邊授權和整合行銷的市場思維，以故事內容為核心，輔以前瞻製作技術，提升臺灣電腦動畫作品之能見度和競爭力。

### 3. OTT百家爭鳴，優質內容創造差異化

OTT指服務提供者透過網路向使用者提供內容、服務或應用。臺灣OTT業者大致可分為三種：線上影音平臺、頻道業者、電信業者。收購版權是取得內容最快的做法。不過，對於有野心的OTT業者來說，產出具有差異化、高品質的影音內容，才是留住使用者的最佳手段。2016年1月，串流影音霸主Netflix挾著全球資源，直入臺灣，連帶宏達電董事長王雪紅投資的電影發行商CATCHPLAY推出數位影音服務CATCHPLAY On Demand，百度撐腰的愛奇藝臺灣站也接續開站；接下來，KKBOX集團旗下的KKTV、由雅虎奇摩影音服務集結而成的Yahoo TV跟著加入戰局；再加上LiTV、酷瞧和CHOCO TV，電信業者如中華電信、臺灣大哥大、遠傳、亞太電信的影音布局，以及民視、三立等衛星頻道業者提供的OTT服務，2016年實為OTT百家爭鳴的一年，同時也預告了影音內容即將爆發成長。

### 4. 數位經濟是未來產業發展的重要指標

數位內容產業為我國大力推動的重點產業，具有發展知識經濟與數位經濟雙重指標意義。數位經濟發展的關鍵在於軟體研發及數位內容產製的能力，一旦軟體研發及數位內容產製的能力有所突破，新興科技應用及服務就會遍地開花，才有機會發展出各種殺手級的應用。

臺灣擁有良好的ICT製造與研發優勢，包括近年來最火紅的VR虛擬實境與AR擴增實境應用，臺灣業者都積極投入，目前全世界性能最好的頭戴式顯示器，正是臺灣HTC的產品VIVE，其他如華碩、宏碁、微星、技嘉、智崴、鈺象等大廠也相繼投入VR/AR/MR、電競硬體設備、體感科技等新興領域，並已獲得不錯的銷售成績及產業地位。若能持續提升「軟實力」的內涵，並結合ICT硬體的優勢，導入「軟硬整合」系統性思維，將能發展出更多的創新應用。







2016「鐵花新聚落」年度瘋街季系列活動（臺東縣政府文化處圖片提供）

## 第三篇

# 文創產業發展重要議題

第一章、人口結構改變對文創產業的影響

第二章、文化觀光與文創產業新動能

## 前言

本年度文創產業關鍵議題，主要從消費面切入。歷年文創年報策劃之專題多從供給面向來看各國文創產業推動政策與文創產業的發展動態。然而文創產業多為B to C的產業型態，消費是影響文創產業發展的重要動能，因而消費行為的改變以及消費模式的轉換更是長期政策規劃與產業發展需要格外關注的焦點。因此今年度的專題係從需求面出發，由人口結構的改變以及文化觀光的體驗發展，檢視對整體文創產業發展的可能影響與因應。



# 第一章 人口結構改變對 文創產業的影響

我國65歲以上老年人口於1993年底已達總人口數7%，正式進入世界衛生組織所定義的高齡化社會。據國家發展委員會（下文簡稱國發會）預估，2018年我國65歲以上人口比率將超過14%，2025年我國65歲以上人口比率將增加至20%。而臺灣過去50年婦女平均生育數快速下降，從1984年起，總生育率下滑至2.1人的替代水準以下，到2003年總生育率僅為1.23人，2010年總生育率更進一步下跌到0.895人的新低點，高齡少子化的現象及趨勢將對我國文創產業經營與發展帶來深遠影響。

文創產業與總體經濟表現及社會發展息息相關，高齡少子化之人口結構轉變對於總體經濟及社會的影響層面相當廣泛。經濟層面的影響，包括勞動人口萎縮及結構變化將影響整體產業之生產力及創新能力表現，財政收入減少將影響政府對於文創產業的支持資源投入，以及高齡者人口比重增加將改變整體消費型態及需求偏好，進而影響各產業廠商之經營走向等。社會層面的影響，包括家庭型態、生活安排、人口移動等，都可能因人口結構變化而隨之改變，並進而影響文創產業之經營及人力運用。由此可看出人口結構轉變對於文創產業的直接及間接影響可謂深遠及複雜；本文限於篇幅，將針對直接影響層面，包括人口結構轉變對於文創產業的人才供需及潛在需求之影響，以既有研究文獻成果為基礎，進行概要性分析。

## 一、我國文創產業現況及近年趨勢

自文創產業首次在2002年被納入「挑戰2008：國家發展重點計畫（2002年至2007年）」以來，至今已有十餘年。觀察期間整體文創產業之營業額表現趨勢，自2002年迄今，除了2009年、2012年及2016年呈現衰退外，其餘年份皆呈現成長，以十餘年長期趨勢來看，整體係呈現向上成長景況。觀察近幾年我國文創產業發展有兩個重要趨勢，第一項趨勢是，文創產業整體營收來源中，內銷收入所占比重日益提高，自2011年84.72%上升至2016年88.53%，顯示內需市場已是影響近幾年文創產業表現的重要因素。第二項趨勢為，近幾年大專校院的文創相關系所紛紛開設，每年培養許多年輕人才投入文創產業，已成為當前推動產業發展的重要力量。然而，未來在前述高齡少子化及整體人口將呈負成長的人口結構轉變下，上述產業經營面及人才投入面的兩項發展趨勢皆將面臨嚴峻挑戰。

## 二、人口結構轉變對文創產業人才供需之影響

目前雖然尚未有文創產業從業人員的各年齡別完整統計資料，無法進行文創產業的人力供需量化影響評估，不過依據2015年度國發會委託研究的產業人力供需評估（含模型建立），該報告雖無推估各文創產業的未來就業人數，但根據行業中分類之藝術、娛樂及休閒服務業，仍可瞭解未來娛樂與藝術相關的就業人數趨勢。

該報告係考量未來在不同產業發展情境下，透過下列三種推估情境，分析影響我國產業結構發展與就業需求人數的變化趨勢，其結果值得參考：

- 情境一（Base Model）：在不考量產業結構升級轉型或外在經濟環境下，單以2014年產業結構與就業人數結構推估中長期就業需求人數，亦即假設2015年至2025年產業產出結構與2014年產業產出結構相同。
- 情境二（Time Trend Model）：透過過往（2007年至2014年）各業別結構增加減少的變化，推估未來2015年至2025年的產業產出結構。
- 情境三（Policy Objectives Model）：主要考量政府政策目標對未來產業結構所產生的變化影響，相較於情境一與情境二，情境三的推估模式參酌政府單位對未來各產業的發展目標，並以此作為重要影響因素。（主要政府政策包含生產力4.0政策、生物經濟發展方案、產業升級轉型行動方案、服務業發展藍圖、長照保險制度規劃、六大新興產業之預期效益、電影產業發展旗艦計畫、流行音樂產業發展旗艦計畫）。

在上述情境一當中，2014年藝術、娛樂及休閒服務業的就業需求人數為9.5萬人，至2025年時就業需求人數將略增至9.9萬人，預期將增加0.4萬就業需求人數（成長率約4%）。在情境二中，2014年藝術、娛樂及休閒服務業的就業需求人數為9.5萬人，推估2025年就業需求人數將降至7.4萬人，較2014年減少約22%（減少1.8萬就業需求人數）。在情境三中，2014年藝術、娛樂及休閒服務業的就業需求人數為9.5萬人，推估2025年就業需求人數將降為6.9萬人，較2014年減少約27%（減少2.6萬就業需求人數）。未來藝術、娛樂及休閒服務業中，除情境一之外，其餘情境皆將呈現就業需求人數下降之趨勢，其中又以情境三的就業需求人數減少幅度最大，顯示未來高齡少子化時代，在各項產業政策皆產生效果的假設下，各產業將競相爭取有限人力資源，於此景況下，藝術、娛樂及休閒服務業預估將出現人才供需缺口。

## 三、消費人口結構轉變對文創產業經營之潛在需求影響分析

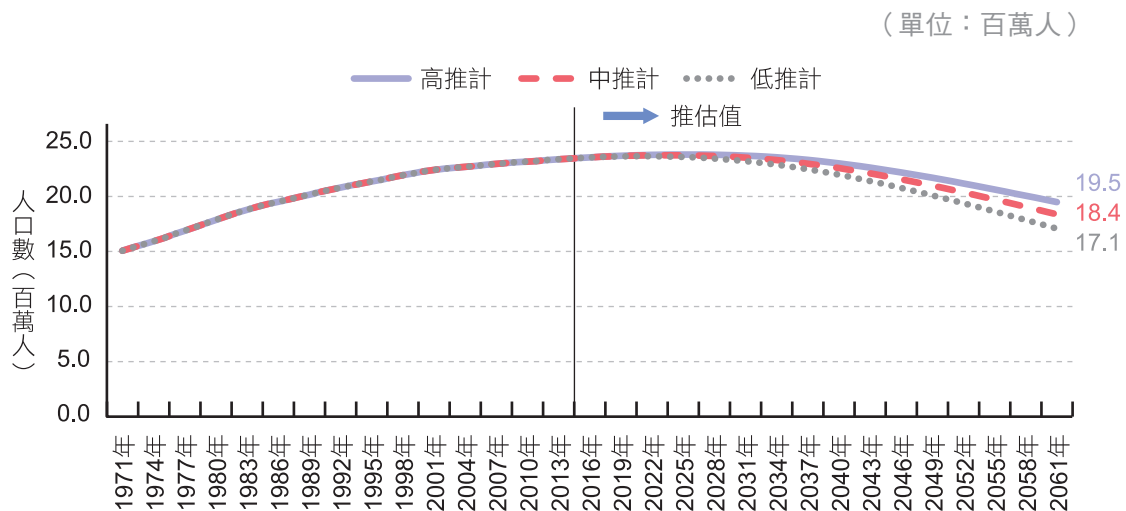
人口結構轉變除了將影響未來文創產業的人才供需之外，文創產業的消費需求及偏好也將隨著人口結構轉變而產生新的變化，對於不同文創產業的經營也將因此帶來不同影響與挑戰。

以文化部主責之視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、流行音樂及文化內容產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、文化資產應用及展演設施產業等八項文創產業而言，外銷比率均不高，且歷年變化不大，顯示以內銷為主的產業經營特性，未來在面臨內需市場人口結構轉變時，必定會對各文創產業的需求端產生變化。

有關預估整體及文創各產業潛在人口消費減少、影響數之推算方式，係依據文化統計有關我國民眾於

各項文化領域之消費及參與行為調查，並採用短期預測法——指數平滑法，預測後二年度的文化參與率，以延長基礎數據資料，而後取其各年度中最高、最低、平均值之文化參與率，分別代表未來各文化領域參與率的可能變動趨勢之情境假設。同時，配合國發會發布之2014年至2061年人口推計（如圖3-1），以不同情境假設推估未來中長期（至2033年）我國各文化領域之參與人數（潛在消費人口）之可能增減變化。

圖3-1 中華民國人口推估（至2061年）



資料來源：國家發展委員會「中華民國人口推估（105年至150年）」報告。

整體八大文創產業，預估未來中長期，65歲以上的潛在消費人數將呈現明顯成長，而相對地，15~19歲、20~29歲、30~39歲等三個年齡層的潛在消費人數則預估將隨著少子化趨勢而減少。各產業亦將因未來人口結構轉變趨勢及各領域不同參與率表現等情境，而可能面臨不同的消費需求變化影響。預估中長期整體出版領域（含網路）的潛在消費人口將減少3%~10%。音樂及表演藝術領域部分，可進一步區分為傳統與現代表演藝術形式，以中高齡人口為主要消費參與族群的（傳統）音樂與表演藝術，整體潛在消費人口的影響數約介於+5%~-8%之間，而（現代）音樂及表演藝術預估整體潛在消費人口影響數約介於+2%~-34%之間。在電影領域部分，預估未來潛在消費人數將減少12%~38%。在流行音樂及文化內容領域部分，預估未來潛在消費人數將減少10%~34%。在廣播電視領域部分，65歲及以上的潛在消費人數呈現大幅的正向成長，預估整體潛在消費人口影響數約介於-3%~+7%之間。在視覺藝術領域部分，整體潛在消費人口影響數約介於-28%~+0.8%之間。在文化資產應用及展演設施（博物館）領域部分，整體潛在消費人口影響數約介於-16%~+18%。在工藝領域部分，整體潛在消費人口影響數約介於-30%~+12%之間。

以整體八項文化創意產業而言，合計中長期整體潛在消費人數預估將減少0.8%~16%；其中，以電影領域與流行音樂及文化內容領域的潛在消費人口減少幅度將較為明顯，而未來潛在消費人口呈現較高變動性者，則有工藝、音樂與表演藝術（現代）等兩項領域，此兩項領域由於過去文化參與率呈現大幅變動，因此預估未來潛在消費人口亦將呈現大幅增加或大幅減少的情況，端視產業因應人口結構轉變之調整作為而定。

#### 四、文創產業對於高齡少子化趨勢的挑戰看法和因應做法

對於高齡少子化未來可能帶來的衝擊，目前國內各個文化創意產業的對應方式不一。八項文化創意產

業的消費客群結構及特性其實有所不同，有的文創產業是以經營高所得的金字塔頂端客群為主，有的產業則是屬於大眾消費取向的經營模式；由此，各文創產業對於高齡少子化趨勢的挑戰看法和因應做法亦將有所不同，分析各文創產業業者之相關看法如下。

### （一）視覺藝術產業

創作內容活動以藝術家個人主觀想法為主要導向的視覺藝術產業，其創作係呈現藝術家主觀的藝術想法及表現形式，並不完全以藏家的收藏偏好為設限範圍。同時，長期以來我國較積極參與的視覺藝術收藏家為40~55歲以上的金字塔頂端高消費族群，屬於高端精品的市場特性，因此高齡少子化對於視覺藝術產業的影響並不嚴重，甚至基於少子化緣故，未來父母留給子女的財富將較現今更為集中，可望增加視覺藝術的頂端收藏客群。另一方面，隨著高齡化社會的來臨，視覺藝術創作本身除了既有以收藏及拍賣等交易為主的商業模式之外，國內亦將逐漸衍生出藝術治療的市場需求，並形塑新的產業鏈活動及人才需求。在結合藝術、心理、醫療等概念之下，除了將產生藝術治療師、相關心理諮商及照護人員的人才需求之外，陪伴及教育高齡藝術創作者之師資也將成為未來需求人才之一。

### （二）出版產業

目前出版產業已受到高齡化及少子化的衝擊影響。在高齡化影響方面，相較於以往，圖書和雜誌出版品的出書或出刊主題取向，已較多側重於健康生活、健康醫療、退休規劃、休閒生活、兩代溝通、旅遊移居等熟齡題材。在美國、日本目前皆有針對退休人士、高齡者的雜誌出版，例如美國退休人雜誌、日本孫之力雜誌等。而臺灣出版業者有鑑於臺灣社會高齡化趨勢，亦受到其他國家出版市場的啟發，現於國內市場也已有以高齡者為主要閱讀人口的專屬雜誌出現。在銷售管道上，由於高齡者購買書籍、雜誌的管道並非以網路為主，因此相關出版品的銷售管道也多側重實體通路、郵寄訂購為主；實體鋪貨通路除了傳統的書店零售據點之外，目前亦有雜誌出版業者布局高級精品飯店、醫療院所、社區大學等高齡族群較常接觸的場所。

在少子化影響方面，儘管整體圖書出版市場銷售表現趨緩，惟近幾年童書銷售業績則逆勢成長，顯示在少子化情況下，父母更願意增加投資在子女教育上；此一景況亦出現於國外出版產業之市場銷售趨勢中，例如美國、英國等國際主要出版市場，以兒童及青少年為對象的書籍皆有不錯銷售表現。未來，出版業仍持續看好兒童及青少年讀者市場。

### （三）音樂及表演藝術產業

整體而言，未來在高齡少子化的社會結構下，表演藝術市場將面臨消費客群的質（消費能力）、量（消費人數）課題。中老年族群的消費能力高，可望成為音樂及表演藝術產業的主要消費族群，但礙於高齡者對現代音樂及表演藝術活動的參與率偏低，因此存在參與人數不易提高的「量」的課題；反之，青年族群雖然觀賞現代表演藝術活動的參與率高，但是消費能力偏低，因此存在於「質」的課題。不過儘管如此，表演團隊立基於本身已擁有穩定客源的基礎上，近年則積極開發年輕觀眾群。

近幾年長期經營的成人劇團，雖然本身已有穩定的觀眾源，但仍積極引入年輕創作者，推出多檔以開發20~40歲世代觀眾的新劇作，開發及經營年輕觀眾，並且將提高年輕觀眾回流率視為重要經營策略目標，而這也影響了整體表演團隊的經營和創作演出方向。

對於兒童劇團而言，相關表演團隊認為，少子化應不會對於劇團經營造成巨大損害，原因係兒童劇屬於小眾市場，願意購票觀賞的民眾有限，未來即便消費客群母體數縮小，也不致於影響參與觀賞兒童劇的人數。此外，目前部分企業有意支持或投資成立兒童劇團，亦可見未來即便面臨少子化社會，兒童表演藝術市場仍是有商機可期。

### （四）電影產業

相較於國外電影類型較為多元，而使其觀影客群能擴及更多年齡層，目前國片市場仍主要以吸引18~30歲的觀影族群入場為主，因此電影拍攝題材也多以符合其觀影偏好為主，例如愛情喜劇電影。在國內外電影多以年輕族群為主的情況下，我國電影業者認為高齡化與少子化對於電影產業將產生可能的衝擊，在潛在消費市場比重變化上，如何增加製作符合中高齡族群題材的電影，讓人口比重逐年增加的中高齡族群參與電影產業活動，將是未來國內電影產業的挑戰。此外，在少子化的趨勢下，鑑於未來可能面臨人才供給不足的問題，目前已有電影院業者推動無服務人員影城，以紓緩未來人才可能不足的問題。

### （五）流行音樂及文化內容產業

流行音樂及文化內容產業目前的主力消費客群為年輕人，流行音樂的創作內容、表演形式、行銷策略等早已轉變為只專注於年輕世代需求。因此，高齡少子化對於流行音樂的挑戰，主要聚焦於少子化的影響。雖然國內市場的整體消費客群可能因少子化受到衝擊，但國際市場的開拓仍可彌補相關需求，惟少子化對流行音樂的最大挑戰仍在於未來人才供給可能面臨不足的問題。透過專業、系統性地培養流行音樂人才，將成為未來少子化社會中，流行音樂產業界的最主要課題。

### （六）廣播電視產業

近年來，廣播電視產業受到線上影音平臺盛行以及影音全球化的影響，我國廣播電視的收視率陷入長期的低迷，但其中中高齡收視族群較不受到數位化影響，使得播映鄉土電視劇為主的電視臺在低迷的收視率中異軍突起。

一般而言，電視臺的財務收入取決於廣告商看到節目收視率及節目內容後，決定投入多少的廣告量，因此，廣告商能間接影響節目製作的取向。事實上，廣告商早已瞭解我國高齡化和少子化的社會趨勢轉變，但在尼爾森給的兩種年齡區間收視率：4~14歲、15~44歲中，廣告商僅重視15~44歲間的收視率，由此收視率決定是否繼續投資。基於廣告商只重視15~44歲的有效消費年齡區間，導致電視臺較不願意製作中高齡族群與幼童節目。此現象說明了電視臺與廣告商仍未因應高齡化的趨勢，未來若電視節目的目標觀眾不變，恐怕將會流失掉中高齡族群的收視群眾，此為廣播電視產業未來面對高齡少子化的重要挑戰。

### （七）文化資產應用及展演設施產業

文化資產應用及展演設施的參與對象多設定是以家庭為主，目前已有館所感受到少子化影響，兒童的團體預約導覽已出現減少趨勢。對此，國內已有展演場館設計許多針對兒童專屬的體驗設施，如水畫牆、親子塗鴉區等，同時館舍也著重在兒童教育部分，希望透過兒童教育培養孩子自主探索、獨立思考的能力，並將文化藝術涵養落實在孩童的生活中，希望藉以吸引家庭參與者進場。此外，館方也積極將館內資源與當地學校結合，透過結合學校的藝術與人文課程設計，來教導國小生（含低中高年級）相關文化資產或藝術創作的概念，朝向在地文化生活圈扎根。

## （八）工藝產業

目前工藝產業的未來整體發展趨勢係以少量多樣、高感質產品為主，而高齡少子化的人口結構轉變，對工藝產業所產生影響，則是更促使業者朝向開發多樣性產品的動機，目前已有工藝業者逐漸在既有設計基礎下，開發符合中高齡及幼童族群的偏好與需求。例如受到少子化影響，業者們預估未來家長將願意投入較多資源在子女身上，因此目前陸續有業者推出具質感的孩童工藝產品，如原木學步車、原木教具等。此外，也有紙工藝業者原先將產品定位為促進孩童創造力及親子互動為主，而後發現該功能亦可轉換為促進熟年世代之創造力，以及提升手感互動以達到健康保健之功能性需求，故而產品研發轉向可同時提供幼童及中高齡族群使用之紙工藝產品。

對於未來高齡少子化時代，工藝產業界預估，未來工藝產品將擴大開發符合中高齡者族群生活需求的陪伴型產品、輔助產品以及健康生活相關產品；而針對幼童族群則關注開發遊樂型及教育型產品，以同時兼顧購買者（家長）與使用者（孩童）的需求。

## 五、小結

未來高齡少子化對文創產業的衝擊將同步展現於供給面及需求面。在高齡少子化趨勢下，於人才供給端，在各產業競爭有限人力資源下，預估藝術、娛樂及休閒服務業將出現人才供需缺口，系統性培育人才、投入資源輔導文創產業發展、改善就業環境和保障勞動權益，將是未來重要課題。而在消費端，人口眾多的中高齡族群，其文化參與率多不及青年族群，在高齡少子化的人口結構轉變下，未來我國文創產業的潛在消費人口將逐漸減少，影響文創產業成長動能。為突破此一當前及未來市場供需落差的問題，如何運用創作補助案，引導內容創作類型因應高齡化少子化時代之需求，同時培育專門針對少子化及高齡化偏好題材為主的創作人才，並強化數位化文化內容產品及服務開發及行銷能力，將是因應高齡少子化趨勢對文創產業衝擊影響的因應方向。

另外，國外為因應高齡少子化對於內需市場需求下降之衝擊，而積極開拓海外市場需求的政策措施，亦值得我國借鏡。例如日本於2010年時，長者人口比例達23.1%，已邁向超高齡社會；對於高齡少子化對內容產業之影響，日本政府雖然沒有提出針對性的內容產業因應對策，不過在面對高齡少子化可能致使內容產業之內需市場需求下降的影響下，日本政府於2011年時提出了「酷日本戰略」，目標是希望以輸出日本特有文化或生活風格的方式，於海外市場形塑「日本魅力」產業（如：內容產業、時尚產業、生活產業等），並期待因此吸引更多外人赴日旅遊消費，為日本內容產業及整體經濟創造新的成長動能。「酷日本戰略」經過幾次檢視修正，最終於2015年時形成三大基本戰略方向，包括：（1）將日本文化魅力有效宣傳與發展，於海外創造「哈日」的文化風潮；（2）建構支援業者於海外市場獲利的平臺；（3）藉由文化產品或內容輸出，進一步吸引外籍旅客赴日本旅遊消費，增加其國內經濟動能。而具體推動機構主要是於2013年由日本政府與民間共同出資設立「酷日本基金」（Cool Japan Fund），根據日本經產省的資料，截至2017年4月，日本政府與民間共出資了693億日元。酷日本基金透過投資事業的方式，與日本的內容產業、製造業、農業、餐飲業、觀光業等業者共同協力合作，扶植具有日本文化特色或風格且有意進軍海外市場的日本企業，共同推動將日本特有文化及生活方式轉變為具有附加價值的「日本魅力」產業。日本此一因應高齡少子化衝擊而積極提出的整體國家經濟戰略，值得我國參考。



# 第二章 文化觀光與文創 產業新動能

## 一、文化觀光定義與類型

世界觀光組織（UNWTO）在1985年將文化觀光定義為因特定的文化動機，而從事觀光的行為，如藝文演出與文化旅遊、節慶與其他文化活動旅遊、參觀景點與古蹟等。聯合國教科文組織（UNESCO）則將所謂的文化觀光定義為：「一種與文化環境參與有關的觀光活動；文化環境包括景觀、視覺和表演藝術及其它特殊地區生活型態、價值傳統、事件活動以及其它具文化創造和交流的過程」。

由於上述文化觀光的定義非常廣，許多學者也紛紛提出不同看法，在Dr. McKercher與Dr. Cros所合著《文化觀光：觀光與文化遺產管理》<sup>1</sup>一書中，透過文獻的整理表示文化觀光基本上可區分為衍生於觀光的、動機性的、體驗性的和操作性的四種類型，且在文化觀光發展過程中，因應各種文化觀光型態、產品以及體驗，使得文化觀光的定義依照供給方、需求方的需求，而延伸出各自對文化觀光的定義。

表3—1 文化觀光定義

衍生於觀光的定義 (Tourism-Derived Definitions)	動機性定義 (Motivational Definitions)
<ul style="list-style-type: none"><li>· 將文化觀光視為特殊興趣觀光的一種形式，在此形式中，文化的構成成為吸引觀光客或激勵人們旅行的基礎（McIntosh &amp; Goeldner, 1990；Zeppel, 1992；Ap, 1999）。</li><li>· 將文化觀光置於觀光系統之背景下，認為文化觀光包含了人、地方和文化遺產之間的相互關係（Zeppel &amp; Hall, 1991）。</li><li>· 將文化觀光置於人的暫時性移動此一背景中而加以定義的文化觀光（Richards, 1996c）。</li><li>· 從商業活動的觀點來界定文化觀光的概念，認為文化觀光包含了針對國內外觀光客而對不同遺跡或景點所進行的開發與行銷（Goodrich, 1997）。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 人類本質上出於文化動機而產生的移動，如遊學，藝術表演和文化之旅；旅行去參加節慶或其他活動；造訪歷史遺址遺跡；旅行去研究自然、民俗或藝術；和宗教朝聖等（WTO, 1985:6）。</li><li>· 加拿大安大略省所採用的文化觀光定義為由目的地以外的人所進行的造訪活動，此種造訪是完全地或部分地出於人們對該社區、地區、群體或機構，在歷史、藝術、科學或生活方式、遺產提供物的興趣所從事的（Silberberg, 1995:361）。</li></ul>

1 劉以德審譯（2010），《文化觀光：觀光與文化遺產管理》（Bob McKercher、Hilary du Cros (2002). “Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management”），桂魯：臺北市。

體驗性或渴望性定義 (Experiential or Aspirational Definitions)	操作性定義 (Operational Definitions)
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 在最低程度上，文化觀光涉及到對不同地方的獨特社會結構、遺產和特殊品質的體驗，或在不同程度上的接觸（TC, 1991；Blackwell, 1997；Schweitzer, 1999）。</li> <li>· 人們同樣希望，透過對文化的體驗，觀光客除了獲得娛樂之外還能得到教育（VICNET, 1996）。</li> <li>· 有機會瞭解目的地社會（IDCCA, 1997）。</li> <li>· 或有機會瞭解某一地方的意義、它與當地社會的聯繫、它的遺產及其文化和自然景觀（AHC &amp; TCA, 1999）。</li> <li>· 甚至有些人將文化觀光比作是為獲得更多瞭解而做的一次追尋或探索（Bachleitner &amp; Zins, 1999；Hannabus, 1999）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 主要強調消費者參與文化觀光活動的定義，透過觀光文獻可將文化觀光活動的範圍界定為對下列文化遺產資產的使用，包含：考古遺址、博物館、城堡、宮殿、歷史建築、著名建築物、廢墟、藝術品、雕塑、工藝品、美術館、節慶、盛事、音樂舞蹈、民俗藝術、劇院、原始文化、次文化、族群社區、教堂，和能代表民族及其文化的其他項目（Richards, 1996a；Goodrich, 1997；Miller, 1997；Jamieson, 1994）。</li> </ul>

資料來源：B. McKercher & H. du Cros (2002)，《文化觀光：觀光與文化遺產管理》（劉以德譯）。

透過國內外文獻檢視發現，「文化觀光」為傘形詞語，依據不同構面也會產生不同的文化觀光定義，文化觀光可以被視為在文化活動、體驗中的參與行為，但也可與地方文化進行深度體驗、交流，或是以文化為主要因素的旅遊動機，抑或是將文化觀光視為特殊興趣觀光的一種形式。

而文化觀光的類型，國內外學者也有不同的分類，根據Csapo, J. (2012)<sup>2</sup>的定義，文化觀光類型包含遺產觀光、文化主題觀光、文化城市觀光／文化行程、傳統／民族觀光、活動與節慶觀光、宗教觀光／朝聖行程、創意文化觀光等七種。而我國學者則從文化觀光供給面，將文化觀光類型區分成遺產觀光、族群觀光、宗教觀光、節慶觀光、美食觀光、文學觀光與藝術創意觀光等七種類型<sup>3</sup>。

由於我國並沒有相對歐陸國家歷史悠久的文化遺產，目前文化觀光資源多半是在既有文化資產上以創意加值、行銷的概念所成形。本年報將文化觀光視為動機性定義，旅客的觀光旅遊動機以文化為出發點，一種有意識或有計畫性的參與及體驗有形、無形之文化環境或文化活動，並透過此動機性定義來探討文化觀光與文創產業的發展。

根據前述我國學者的分類，再增加近期較為活絡的影視拍攝景點觀光與工藝體驗觀光，可將我國文化觀光區分為八種類型：（1）文化資產觀光（包含文化資產保存與再利用、博物館觀光、社區文史導覽等）、（2）族群觀光（包含客家社區、原住民部落觀光）、（3）節慶觀光（以民俗節慶為主）、（4）藝術觀光（包含博覽會、視覺藝術、表演藝術與文學）、（5）工藝觀光（如工藝品參觀以及相關體驗活動等）、（6）影視音觀光（如影視拍攝景點觀光、大型演唱會／音樂節）、（7）文學觀光（如特色書店、作家故居等）、（8）其他文化觀光類型（產業觀光、宗教觀光、地方產業、美食觀光等）。

2 Janos Csapo (2012). *The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry*. (in "Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives", edited by Murat Kasimoglu and Handan Aydin, published on line by NTEC).

3 馮祥勇、劉鳳錦（2012），《文化觀光的內涵與發展趨勢》，聯大學報，11卷1期，頁1～25。

## 二、文化與觀光發展的關係

文化觀光係將文化資源轉換成觀光資源，以提供消費者有意識或有計畫性的參與及體驗有形、無形之文化環境或文化活動。

### （一）文化有助提升觀光競爭力

世界經濟論壇（WEF）每兩年的觀光競爭力評比報告（The Travel & Tourism Competitiveness Report）中，將觀光競爭力的衡量分為「觀光法規架構」、「觀光商務環境與基礎建設」、「觀光人力、文化、自然資源」三大構面，「文化資源」是影響觀光競爭力的一環。而在該評比的文化資源體系下又分四項細指標，包含「世界文化遺產數」、「體育場容量」、「國際博覽會、展會數」、「創意產業出口」。

根據英國的研究<sup>4</sup>，創意產業扮演吸引觀光客的重要角色，影響層次主要為觀光客的住宿、餐飲、休閒娛樂等花費。英國電影協會（BFI）認為，電影產業對經濟貢獻的外溢效果包含導引的觀光，該協會估算有8.4億英鎊的英國觀光消費是來自英國電影所誘發的效益。另外，韓國透過國際市場的調查，也證明各國當地的韓流指數與赴韓觀光有顯著正向關係，韓流所誘發的觀光效益在2015年達2兆韓元<sup>5</sup>。

雖然文化已被視為旅遊產品和目的地形象策略下重要的一部分，但是透過文化觀光真正能挹注到文化部門的經費實則相當有限，多數經費仍花費於旅程的交通、餐飲、住宿上，真正用於文化體驗、文化消費的金額並不多，因此文化觀光結合的效益，對於文化部門更重要的是透過外部效果來爭取更多資源挹注，進而維護、保存、發展文化資源與文化創意，以提高文化供給。

### （二）觀光有助促進文化可親性

英國的Institute for Government與Monocle雜誌合作，從2010年發表世界軟實力評比。Monocle根據哈佛大學學者Joseph Nye提出的概念，「軟實力」應包含文化、政治價值、外交政策三個構面，延伸至「外交」、「政治」、「文化」、「教育」、「商業創新」等五個構面進行統計指標調查。五大構面中，文化是軟實力表現的一環，而在文化體系細指標中，以「國際觀光客人數與消費」來詮釋該國的文化感染力。

依據經濟合作暨發展組織（OECD）於2009年所發布的“The Impact of Culture on Tourism”報告，80年代後，文化與觀光間的關係愈趨密切，主要來自於需求面與供給面的影響。在需求面部分，影響因素包含增加對文化瞭解的興趣、對非物質文化的需求等；在供給面部分，影響因素則包含文化觀光可促進就業與收入、提升地區和國家形象等。在文化與觀光持續的結合下，OECD也認為文化與觀光結合可為國家帶來的益處包含經濟活動的增加、保留在地傳統與文化以及強化社區自豪感等。

OECD（2009）認為，觀光與文化的結合是一個非常有力的經濟引擎。在歐洲旅遊活動的50%以上是由文化遺產帶動文化觀光，也是觀光部門中成長最快速的部分，同樣正向評價也顯示在聯合國世界觀光組織的統計中，他們估計文化觀光占國際旅遊的40%。

4 文化部《2016臺灣文化創意產業發展年報》，頁172~173。

5 文化部《2016臺灣文化創意產業發展年報》，頁176~177。

### （三）文化觀光對文創產業的影響

過去談到文化觀光的概念，通常在探討文化資源如何加值觀光活動，卻鮮少觸及發展文化觀光對文創產業的影響。

本年報第一篇第一章由主計總處的家庭收支調查可知，國人對於文化消費的偏好易受到經濟景氣的影響，且近年來動能不足。加上本年報第三篇第一章對於未來人口結構呈現高齡少子化下，需要引導入境觀光的人口來挹注文創產業消費動能。文化觀光透過文化特色與元素，除了可以吸引外人來臺觀光，增加文化商品與服務的市場規模，在國人的部分，因文化觀光提供的互動式體驗，從工藝手作體驗教學、獨立書店參訪、影視拍攝景點朝聖等，透過體驗經濟的形式將文化產品與服務和遊客的拜訪經驗連結，有助增進國人文化接取與文化消費體驗，縮短消費者與文化商品／服務的距離。

另外，歐盟自1985年起，每年指定若干歐洲城市為歐洲文化之都（European Capital of Culture），以推廣該城市的生活和文化發展。英國的利物浦（Liverpool）在2008年獲選為歐洲文化之都，也是英國城市首次獲選，從英國文化城市工作小組藉由2008年歐洲文化之都——利物浦的經驗，可以更全面地來說明文化觀光可帶來的效益包含經濟、文化藝術及社會層面。

#### 1.經濟

依據2008年利物浦文化公司報告，利物浦2008年被命名為歐洲文化之都所帶來的經濟利益為8億英鎊。此外，2008年利物浦住宿設施的入住率高達77%，其中有75%的旅客表示決定拜訪利物浦的因素之一，即是受到歐洲文化城市的名稱所影響。

#### 2.文化和藝術

利物浦作為2008年歐洲文化之都，總共舉辦7,000個文化活動，並邀請約10,000名藝術家參與文化活動，其文化活動的領域包含音樂、戲劇、藝術、文學以及歷史古蹟等。

#### 3.社會

在社會效益部分，可區分為三個面向討論，第一、文化參與程度提升：2008年英國民眾參與博物館或畫廊的平均參與率為59%，但利物浦民眾參與博物館或畫廊的平均參與率為70%，此外，在2007年的數據也顯示少數族群、低社經族群以及年輕成年人的參與呈現增加趨勢；第二、鼓勵社區參與：2005年註冊的志願服務者為259名，但2008年註冊的志願服務者為9,894名，其中851名曾接受培訓；第三、建立自豪感：透過利物浦人口調查顯示，當地民眾對利物浦感到自豪，且認為利物浦優於其他英國城市，特別是在文化提供與社區意識方面。此外，80%的居民認為外界對於利物浦的印象將導向於積極面，75%的居民認為獲選為歐洲文化之都為利物浦帶來正向投資。

由此可見，透過藝術創作與文化元素，經由文化觀光行銷與消費，可將文化觀光對經濟社會的影響深入到參與者的文化資本累積上，也是文化觀光對於文化與文創產業發展最重要的回饋。

### 三、各國推動文化觀光策略

#### (一) 英國

英國的文化與遺產資源存在於許多不同的形式，包含建築遺產、流行文化、生活文化、文化活動、飲食文化等。英國國家旅遊局將英國文化與遺產分為三大支柱，包含文化遺產（如莎士比亞），建築或歷史文物（倫敦鐵塔）與當代文化（如現代藝術、戲劇），而文化遺產是英國觀光最主要的一部分，幾乎所有訪英觀光客的行程一定會規劃，英國國家旅遊局（VisitBritain）也認為英國是少數能夠提供文化遺產觀光與當代文化魅力的國家。

根據英國文化媒體體育部（DCMS）的統計，英國的遺產觀光每年約貢獻英國260億英鎊、占英國GDP的2%。且據英國文化協會（British Council）的調查，使英國具有吸引力的因素中，文化及歷史魅力排名第一，其次是城市與鄉間景觀。英國文化與觀光間的聯繫，最初是建立在「文化遺產」對觀光的重要性以及反之亦然的基础上，往後英國開始直接鏈結創意和觀光。英國並沒有非常明確的文化觀光政策，主要因為在英國文化與觀光的治理、管理架構下，英國國家旅遊局是直接由文化媒體體育部資助的非政府部門之公共事務機構，向全世界行銷英國和發展拜訪經濟，故與韓國一樣，文化與觀光是隸屬同一部會的權責。

英國文化媒體體育部在2016年提出新的觀光行動計畫（Tourism Action Plan），包含加強協調旅遊景觀、提升技能吸引更多人從事旅遊行業、鬆綁管制、加強大眾運輸連結及持續改進簽證服務。而在行動計畫提出一年的滾動檢視中，有鑑於2017年英國文化城市赫爾市（Hull）的推動實績（前3個月即創下140萬人造訪），英國文化媒體體育部將英國文化城市景觀納入觀光行動計畫中加強協調旅遊景觀的一環。

自1985年起，歐盟每年指定歐洲文化之都，英國城市利物浦在2008年首度獲選，獲選當年利物浦的遊客人數即增加970萬人次，約占該年旅客總人次35%，並為利物浦與周邊地區增加7.54億英鎊的經濟效果。因此，英國政府便於國內規劃四年一次的英國文化城市政策，希望運用當地的文化與創意，吸引旅客前往，以支持地區經濟的發展。此政策的規劃並非由中央政府直接撥款給獲選城市，而是透過主辦活動獲得相關經費，以振興當地經濟並留下長久性資產。2013年第一屆的英國文化城市當選都市為倫敦德里（Londonderry），而當選2017年第二屆英國文化城市的都市則為赫爾市。

以赫爾市的推動為例，赫爾市為了確保文化城市計畫能被執行，協助赫爾市成為文化城市的夥伴，將有明確的夥伴關係協定，並說明協助角色與責任。赫爾市文化城市的夥伴共有4種：（1）策略公共夥伴關係：為建立文化城市提供相關資源，例如：計畫、技能、行銷、維護／建立遺產、資源、資金、工作人員等。（2）資金夥伴：包含國家信託、基金會與樂透經銷商，他們將協助赫爾市成為文化城市。（3）宣傳夥伴：包含地方、國家、藝術家、私人公司、場地與相關組織能傳達內容並連結觀眾的夥伴。（4）合作夥伴：赫爾市將與民營部門建立夥伴關係，企業領域來自於地方、國家、跨國等小型供應商，將包含行銷、分銷、贊助、活化、人力資源等協助。

英國文化城市的機制與歐洲文化之都相似，以城市為範圍，從事文化相關活動的規劃與執行，並希望能藉此增加國內外旅客前往該城市，促進地方產業的活絡。英國文化城市的案例顯示，相較於著重文化、觀光以及產業發展的目標與策略，英國文化城市還兼顧當地居民的健康福利、文化參與等目標，期望在建構英國文化城市時，除了吸引國內外旅客前往，同時間也能為當地居民留下永久性的文化遺產與長期性的經濟活動。

## （二）韓國

韓國文化體育觀光部的觀光戰略主要分為五大面向，一是旅遊內容：改變旅遊模式以培育三維度旅遊內容；二是觀光服務：提升國家級旅遊接待品質；三是企業支持：推動旅遊新創，創造就業機會；四是外國遊客：提高入境旅遊市場的質與量；五是觀光戰略產業：加強醫療健康旅遊和會展業競爭力。

在三維度的旅遊內容強化戰略中，細部項目幾乎都與藝術文化有關，包含十大旅遊目的地與藝術家／作家合作拓展旅遊無形資源（如獨特的當地故事）、結合歷史文化創造差異性旅遊享受、促進八個地區歷史文化與生態資源的銜接與發展地方旅遊等。

韓國積極強化旅遊內容的背景係由於韓國既有文化觀光資產並不豐富，主要透過影視傳播的方式，提升韓國傳統文化的觀光價值，活化既有文化資源。以韓國近年來相當大力推廣的韓屋建築等韓國傳統文化為例，韓國在推動韓屋建築上，投了相當的資源賦予其新的價值，在文化體育觀光部相關的計畫包含「韓國生活文化空間試點計畫徵選」、「古宅名品化計畫」、「韓屋住宿認證計畫」，而在國土部也有相關計畫，如「韓屋建築支援事業」、「韓屋專門人才養成計畫」、「青年體驗韓屋建築營」。另外也成立由韓國國土部與文化體育觀光部共同推動的「新韓屋村建置事業合作」，由國土部負責硬體，文化體育觀光部負責軟體，並合作韓屋的研究，促進韓屋的資訊和數據共享，國土部掌握韓屋建築現況，文化體育觀光部則執掌文化財的登錄，因此掌握可體驗的韓屋狀況。計畫執行期間並將韓屋作為韓劇拍攝景點，完成韓屋保存與活化應用的最後一哩路。

在韓國的文化與觀光治理架構下，文化與觀光隸屬同一部會，亦即韓國文化體育觀光部，因此從過去韓國的推動模式，可以相當清楚顯示，韓國優先推動韓國流行文化產業的出口，進一步提升韓國整體國家形象，導引入境觀光，具體案例包含韓劇《大長今》所帶動的片場觀光、《冬季戀歌》所引發的韓國春川明洞與南怡島觀光熱潮，以及近期《來自星星的你》、《太陽的後裔》所創造的另一波訪韓高峰。在前述強化韓國旅遊內容戰略中，結合韓劇《太陽的後裔》拍攝景點之旅也是戰略推動項目之一。另外，從「韓流產業化下的觀光策略」，也看到韓國積極透過流行音樂帶動演唱會體驗經濟以及粉絲旅遊。

韓國觀光公社網站也積極宣傳行銷韓國文化觀光資源，包含文化觀光慶典總整理、韓流觀光活動資訊（包含影視音動漫節展活動資訊、韓劇拍攝景點資訊、韓流演藝動態）、表演藝術公演旅遊資訊等。

## （三）日本

日本的觀光廳隸屬於國土交通省，與主管文化藝術的文化廳分屬不同部會。日本主要觀光政策是基於2007年6月經內閣會議決定的「觀光立國推動基本計劃」中，以「延長每一名日本人在國內觀光旅行住宿設施多住一天」和「使訪日外國旅客人數達到1,000萬人」等為主題。為了實現觀光立國的目標，目前在日本各地正透過熱情與創意，打造充滿吸引力的觀光區，並將自然、歷史、文化等有密切關聯的觀光區融為一體，形塑觀光圈，由該觀光圈的業者攜手合作，以便提高觀光區的魅力。因此，觀光圈的核心是觀光社區營造，也可以說是文化觀光的一環。

在此發展脈絡之下，日本文化觀光的發展結合地方創生的概念，透過城鄉營造，建立對鄉土的自豪感情，放大城鄉獨一無二的特色，自然吸引觀光客的到來。「瀨戶內國際藝術祭」（The Setouchi Triennial）即是從振興地域的觀點，透過藝術介入社區，打造新的文化觀光模式，突顯了當地的文化與農食，透過藝

術，讓居民更有自信、快樂、且充滿笑容，讓鄉村地區停止人口外流<sup>6</sup>。為了進一步提升瀨戶內地區的價值，酷日本機構2015年結合地方銀行投資成立「瀨戶內地區旅遊產業促進基金」，促進瀨戶內品牌推廣聯盟、旅遊相關經營者、金融機構等合作，給予當地文化觀光關聯業者多元資金支持與經營協助，希望2020年達成360萬旅客人次。

日本的既有文化觀光資產相當豐富，包含歷史街景、傳統工藝故鄉、古代遺址、神社寺廟、和小笠原諸島、京都、高野山、姬路城等世界遺產。除了透過觀光社區營造再擴大到觀光圈的整備，促進觀光來訪，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，甚至吸引外籍旅客訪日，將此連結日本的經濟成長動能。

## （四）小結

從英國、日本及韓國的例子可以看出，各國所推動的文化觀光類型並非特別針對單一類型推動，但各國就其所擁有的文化資源，也有別具優勢的文化觀光類型，如英國的文化遺產、藝術觀光，日本的觀光社區營造以及韓國的影視拍攝地點觀光等。

而根據英國、韓國與日本推動文化觀光發展的經驗，資源整合是最重要的，包含文化部門、觀光部門、資金部門的策略夥伴關係。英國與韓國的文化及觀光屬於同一部會管轄，除了文化觀光部門的資源外，在英國文化城市以及韓國韓屋活化都還可以見到其擴大資源整合的範圍，如英國的私部門以及韓國的國土部。日本雖然在文化與觀光事務的推動上隸屬不同部會，但無論是在觀光社區營造以至觀光圈的整備推動，都整合了在地文化歷史與觀光資源，在觀光圈整備的相關補助事項上也擴及修復與活化相關歷史建築物。

另外，國際經驗也看到文化觀光對外傳播與包裝的重要性，無論是酷日本的日本魅力行銷，或是韓屋透過韓流影劇的包裝，文化觀光資源的整備與對外宣傳，需要有完整的從既有資產的保存、維護、加值到傳播的配套策略，也就更有賴於價值鏈上的資源整合。

## 四、我國文化觀光發展現況

### （一）我國觀光發展概況

隨著全球化的交流活動日益頻繁，以及民眾對於生活品質意識的重視而帶動體驗經濟的崛起，全球觀光市場的需求呈現逐年增加趨勢。

近年來，從國外來臺觀光人次大幅增加，2016年以觀光為目的的旅客人次已達756萬人次，但來臺旅客平均每人每次的消費金額卻是在下降，2016年來臺旅客平均每人每日消費支出為192.77美元，較2015年減少15.1美元，減少幅度較2015年增加。來臺旅客人次增加，但人均消費金額衰退，減少幅度最大的分別是娛樂費及購物費，此現象似意謂需要借助文化來提升觀光品質，以增加平均每人每天的體驗與消費金額。

6 西村幸夫（2010），大家一起來！打造觀光城鄉，天下雜誌出版。

## （二）我國文創產業發展概況

根據本年報數據顯示，我國文創產業以內需市場為主，占比高達九成，但我國市場規模僅2,300萬人口，國內目前文化消費模式加上高齡少子的人口結構因素難以支撐文創產業發展的長期動能。因此，文創產業需要結合觀光體驗，不僅透過新的消費方式傳遞文化與創意，也吸引入境觀光的國際旅客，增加文化服務的體驗與文化商品的消費，擴大國內市場規模，帶動文創產業的新驅力。

## （三）我國文化觀光發展概況

### 1. 多樣文化觀光元素

我國因為政治因素影響，缺乏聯合國評定的世界文化遺產，但也不乏有透過影視作品成功行銷的發展案例，其中最為代表性的則是「水金九礦業遺址」，主要的推手是在成為《悲情城市》拍攝景點後，帶動觀光發展，也成為前文建會時期陸續選出18處臺灣世界遺產潛力點之一。

臺灣沒有相當具有國際知名度的文化資產、文化遺產，因此目前極力推展文化觀光的型態，乃是期待透過既有、在地人文特色的營造，吸引更多的國內外遊客。社區營造及地方文化館相關輔導計畫，在過去為文化觀光奠定了相當豐厚的基礎，如新港板頭村交趾陶、土溝農村美術館、災後重建的桃米生態村等。

另外，我國具豐富多樣的傳統文化活動，如臺中大甲媽祖繞境進香活動、臺南鹽水蜂炮、宜蘭頭城搶孤、臺東炸寒單、屏東燒王船等。近年來，隨著文化創意產業的盛行，藝術節慶因與觀光旅遊關係密切，也受高度關注。前文建會自1996年開始「輔導地方辦理小型國際展演活動」計畫，觀光局自2001年起與各縣市合作推動「臺灣十二節慶」活動，其中許多係由前文建會輔導開辦的地方國際藝術節，包括「雞籠中元祭藝文華會」、「宜蘭國際童玩藝術節」、「苗栗國際假面藝術節」、「臺東南島文化節」、「花蓮國際石雕藝術季」等<sup>7</sup>。

近幾年民間的大型文創節慶也日益活躍，包含墾丁春天吶喊音樂祭、後起的墾丁春浪音樂祭；在東部地區，由臺灣好基金會、復華投信所舉辦的臺東池上秋收稻穗藝術節，歷經優人神鼓、陳冠宇、雲門舞集等知名團體結合地景的演出後，知名度大幅提升等。各部會及地方政府也積極採取類似的文化旅遊策略，如新北市的貢寮海洋音樂祭、客家委員會與各地方政府合作的客家桐花祭等。

內政部也於2013年推出「臺灣宗教百景」票選活動，目的是選出「臺灣宗教百景」，由政府依必要性改善其周圍基礎建設，並將景點資料登錄於「臺灣宗教文化地圖」（Taiwan Religious Culture Map）系統，在國內外進行我國宗教文化特色的觀光行銷。另外，內政部也借鏡韓國，提出臺灣的「Temple Stay in Taiwan」宗教樂活體驗行程，規劃整合出具臺灣特色的宗教體驗行程，以宗教飲食、住宿與體驗活動為主。

### 2. 國內外遊客文化觀光參與

根據交通部觀光局「來臺旅客消費及動向調查」報告顯示，吸引旅客來臺觀光因素包含「風光景色」、「美食或特色小吃」、「臺灣民情風俗和文化」、「人民友善」、「購物」等。但從過去5年的統計數據也顯示，外來旅客受到臺灣民情風俗和文化吸引而來臺旅遊的比例持續衰退中，美食或特色小吃的吸引力則增加。

7 郭麗敏（2002），藝術節在臺灣的發展現象，[http://w3.sce.pccu.edu.tw/creative/2002/info-case\\_1.htm](http://w3.sce.pccu.edu.tw/creative/2002/info-case_1.htm)



表3—2 2011~2016年吸引受訪旅客來臺觀光因素

(單位：百分比)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
風光景色	60.80%	60.38%	59.38%	64.31%	61.29%	63.62%
美食或特色小吃	41.37%	37.25%	41.36%	39.67%	34.46%	65.03%
臺灣民情風俗和文化	34.8%	31.25%	29.39%	24.85%	24.36%	19.67%
人民友善	26.28%	24.88%	24.23%	22.36%	19.74%	18.07%
歷史文物	24.57%	20.57%	18.17%	15.86%	16.31%	13.83%
水果	20.37%	19.38%	19.66%	19.4%	16.54%	12.81%
距離居住地近	19.41%	13.96%	12.45%	-	-	-
物品價格	18.22%	-	-	-	-	-
購物	-	24.22%	29.97%	28.56%	25.09%	28.65%

資料來源：交通部觀光局（2016），「來臺旅客消費及動向調查」。

近年國人旅客旅遊時主要從事文化體驗活動的比例約為28%~30%，而在各項文化體驗活動中，又以參與宗教活動（9.4%）、觀賞文化古蹟（7.6%）以及參觀藝文展覽（6.0%）的比例較高。

觀光局針對來臺旅客及國人旅客的調查，顯示出國內外旅客對文化觀光的反應不一。國人旅客對文化觀光資訊的可獲得性相對外國旅客高，外國旅客可能受限於資訊落差或是對外觀光宣傳重點，影響動機性的文化旅遊。

表3—3 2011~2016年國人旅遊時主要從事遊憩活動——文化體驗活動

(單位：百分比)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
文化體驗活動	29.7%	30.1%	29.5%	27.9%	29.8%	29.9%
觀賞文化古蹟	6.2%	6.8%	7.3%	6.4%	7.9%	7.6%
節慶活動	1.7%	2.2%	2.1%	1.3%	0.9%	1.3%
表演節目欣賞	3.0%	2.9%	1.9%	1.6%	1.5%	1.5%
參觀藝文展覽	7.1%	6.6%	6.0%	5.4%	6.8%	6.0%
參觀活動展覽	3.6%	2.5%	3.5%	2.5%	2.0%	2.4%
傳統技藝學習	1.2%	0.9%	0.8%	0.6%	0.6%	0.5%
原住民文化體驗	0.8%	0.7%	0.7%	0.7%	0.8%	0.9%
宗教活動	8.4%	9.8%	10.1%	9.9%	9.3%	9.4%
農場農村旅遊體驗	1.3%	2.4%	2.0%	2.2%	2.2%	2.1%
懷舊體驗	0.8%	1.5%	1.3%	1.5%	1.8%	1.2%
參觀有特色的建築物	4.1%	3.0%	2.6%	2.5%	3.8%	4.8%
戲劇節目熱門景點	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%

資料來源：交通部觀光局（2016），「國人旅遊狀況調查」。

目前政府各部門推動相關文化觀光的輔導計畫相當豐富、多元，包含文化部的社區營造計畫（如南投縣桃米社區）、地方文化館計畫（如宜蘭縣的蘭陽博物館家族）、交通部觀光局的國際光點計畫（如北區國際光點的優人神鼓體驗）、農委會休閒農業、食材旅行計畫、教育部的青年壯遊計畫，以及內政部 Temple stay in Taiwan與經濟部的觀光工廠、品牌商圈、客委會的客家桐花季等。因此在國人文化體驗活動上的參與比重上皆能維持一定的比例（約30%），隨著國人旅次的增加，實際文化觀光的效益亦逐步成長。但對外國旅客的資訊傳播與行銷推廣，則有需重新檢視資源的挹注與連結。



藍染文化的傳承（蘇健安攝，新北市政府圖片提供）

## 五、結語

從上述的各部會推動資源也可以看出我國發展文化觀光的利基與日本較為類似，各部會的資源挹注都可以說是協助文化觀光社區營造，深度挖掘地方特色與在地故事，無論是農業／食材的故事、宗教的故事或是族群的故事、產業的故事，透過在地歷史文化深化文化觀光體驗。

但將這些深度文化觀光體驗向國外旅客的拓展上，文化部需要整合多方的資源來協力促進文化觀光的發展。文化觀光的核⼼——文化資產／風俗文化保存的課題應由文化部持續深解決；而目前具能量的文化資產／風俗文化則亟待文化部整合並引入各方公私部門資源，運用各項轉化機制提升文化資源的觀光吸引力，包含文化內容的強化、史實的考據、科技的應用、宣傳管道的加強、增加體驗活動、結合影視作品傳播等；已成為文化觀光資源的文化資產，則需藉由文化部與交通部觀光局的國際行銷能力，擬訂明確宣傳主軸，以吸引外籍旅客前來，促進我國文化觀光消費市場的成長，進而帶動文創產業下一波發展的新動能。



2017臺灣文化創意產業發展年報

2017 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

文

TAIWAN CULTURAL &  
CREATIVE INDUSTRIES ANNUAL REPORT

創  
意

附錄

## 附錄一

歷年年報編印過程，文化部與執行單位戮力於完善並健全文創產業統計機制。本年度編印工作納入過去依據稅務行業標準分類詮釋的文創產業範疇無法納入的部分產業統計，如創意生活產業以及公立文化機構。

### （一）創意生活產業

由於創意生活產業係由經濟部經過評選後認定，無法連結行業標準分類，故本年度由經濟部提供創意生活廠商名單，由本案透過統一編號在個資保護下進行加總稅務統計資料的撈取，並扣除原文創產業六位碼行業別已涵蓋的部分，納入創意生活產業之營業額。因此附錄二所呈現之創意生活產業非指所有創意生活廠商的營業概況，而是非屬文創產業的創意生活廠商之營業狀況。又因創意生活產業在經濟部輔導認定的基礎係以個別廠商之個別營業據點為主，與本年報編印原則不同，本年報包含該統一編號下所有營業資料，因此可能產生創意生活經營型態雖屬於產業轉型調整的重要加值方向，但整體營業表現仍受本業經營所影響。

### （二）公立文化設施

由於歷年文創產業統計資訊主要來自於財政部企業之報稅資訊，但對於文化資產應用及展演設施產業之資訊，多數之設施皆為公立機關，部分收入並不需要報稅，因此無法由財稅相關統計得到相關完整的資訊。故本年將新增對公立文化設施的調查，主要包含歲入、歲出以及人力，期能齊備文化設施產業資訊。

#### 1. 調查對象

- 向文化部文化資源司索取符合博物館法所定義之博物館，以及公立地方文化館名單。
- 透過全國藝文活動資訊系統蒐集公立演藝場所。
- 本調查採用全查方式進行，協請文化部行文至各館所，再由執行單位輔之以電話訪問方式進行催收。

#### 2. 收入概況

根據問卷調查與推估結果，我國公立文化設施2016年總收入約為新臺幣41.8億元，高於目前稅務資料所呈現之數據，但因收入性質與一般產業營業狀態屬性上有所差異，且今年度增加大專校院文化設施的試行調查，相關統計機制尚未穩定，故暫不列入整體統計中。

由於本案調查公立文化設施之收入項目包含政府補助經費、企業及私人贊助與捐贈、場租、票務／資料使用費收入、館舍相關授權收入、委外經營權利金、活動報名收入、刊物出版／兼銷及周邊商品販售等項目，進行上述收入推估時，已扣除政府補助收入，且於政府委託民間經營的部分僅調查公部門端的權利金，不會與本年報產業營業額重複計算。

附表1 2016年公立文化設施收入試算

(單位：千元)

類別	總館數	回答收入館數	收入金額	平均每館收入	以平均數推估收入
國立	31	31	2,446,881	78,932	2,446,881
中央文化設施	38	34	140,126	4,121	156,611
地方政府文化局主管公立文化設施	276	256	959,996	3,750	1,034,996
地方政府其他文化設施	58	57	162,046	2,843	164,889
鄉鎮市公所及其他	60	58	19,480	336	20,151
小計	463	436	3,728,529	8,552	3,823,528
動物園	1	1	165,085	165,085	165,085
加入動物園小計	464	437	3,893,613	8,910	3,988,613
大專校院	58	48	156,785	3,266	189,448
總計	522	485	4,050,398	8,351	4,178,061

註：設施類別依據所屬機構之名稱及管理單位為區分依據，舉例如下：(1) 國立文化設施——如：「國立國父紀念館」、「國立故宮博物院」以及「國家表演藝術中心國家兩廳院」；(2) 中央文化設施——如：「六堆客家文化園區」、「華山文化創意產業園區」；(3) 地方政府文化局主管公立文化設施——如：「新北市立鶯歌陶瓷博物館」、「臺北市立美術館」以及「大稻埕戲苑」；(4) 地方政府其他文化設施——如：「客家文化會館(臺南市)」與「R7創藝所在展演廳」；(5) 鄉鎮市公所及其他——如：「大城演藝廳」與「集集鎮地方文化館」。

資料來源：本年報整理。

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。	
三、文化資產應用及展演設施產業	文化部	指從事文化資產利用、展演設施(如劇院、音樂廳、露天廣場、美術館、博物館、藝術館(村)、演藝廳等)經營管理之行業。	所稱文化資產利用，限於該資產之場地或空間之利用。
四、工藝產業	文化部	指從事工藝創作、工藝設計、模具製作、材料製作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等行業。	
五、電影產業	文化部	指從事電影片製作、電影片發行、電影片映演，及提供器材、設施、技術以完成電影片製作等行業。	
六、廣播電視產業	文化部	指利用無線、有線、衛星或其他廣播電視平台，從事節目播送、製作、發行等之行業。	
七、出版產業	文化部	指從事新聞、雜誌(期刊)、圖書等紙本或以數位方式創作、企劃編輯、發行流通等之行業。	1.數位創作係指將圖像、字元、影像、語音等內容，以數位處理或數位形式(含以電子化流通方式)公開傳輸或發行。 2.本產業內容包括數位出版產業價值鏈最前端數位出版內容之輔導。

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
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。	
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
		非文創產業	5819—00	其他出版*
		5820—99	其他軟體出版*	
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

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1）

中類	名稱	涵蓋產業	子類	名稱
59	影片服務、聲音錄製及音樂出版業	電影產業	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	廣播電台經營
			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—11	線上影片播送
			6022—99	其他有線及其他付費節目播送
			6022—12	線上音樂播送
		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
		非文創產業	7320—12	民意調查*
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



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2）

中類	名稱	涵蓋產業	子類	名稱
90	創作及藝術表演業	流行音樂與文化內容產業	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、監製與經紀
			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
		非文創產業	9020—14	電子琴花車
93	運動、娛樂及休閒服務業	非文創產業	9311—00	職業運動
			9312—11	撞球室
			9312—12	棒（壘）球場
			9312—13	網球館
			9312—14	羽球（場）館
			9312—15	高爾夫球場及練習場
			9312—16	保齡球館
			9312—17	道館
			9312—18	游泳池
			9312—19	健身中心、健康俱樂部
			9312—20	馬術館
			9312—21	賽車場
			9312—99	其他運動場館
			9319—11	籌辦運動活動
			9319—99	未分類其他運動服務
			9323—11	特種茶室
			9323—12	特種咖啡廳
			9323—13	酒家、酒吧
			9323—14	歌廳
			9323—15	舞廳
			9323—16	夜總會
			9323—17	舞場
			9323—18	特種視唱、視聽中心
			9323—19	夜店
			9324—12	小鋼珠（柏青哥）店
			9324—13	投幣式兒童騎乘機械玩具店
			9324—14	夾娃娃機店
			9324—99	其他遊戲場
			9329—11	釣魚場
			9329—12	釣蝦場
			9329—13	泛舟等水域遊憩活動

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3）

中類	名稱	涵蓋產業	子類	名稱
93	運動、娛樂及休閒服務業	非文創產業	9329—14	海水浴場
			9329—99	未分類其他娛樂及休閒服務
			9329—16	漫畫書屋
		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

附表4 文創職業類別

(216101) 建築工程師（含建築師）
(216102) 景觀設計師
(217100) 室內設計師
(217200) 平面及多媒體設計師
(217300) 產品及服裝設計師（含工業設計）
(264100) 編輯、作家及有關撰稿人員
(264200) 新聞記者
(264300) 翻譯人員
(265290) 表演藝術人員（含演員、配音員）
(265400) 電影、舞臺及有關導演與製作人
(265600) 廣播、電視及其他媒體播報員
(311800) 製圖員
(343100) 攝影師、攝影記者
(343900) 節目助理及舞臺相關工作人員
(731200) 樂器製造及調音人員
(731490) 陶瓷製品有關工作人員（含磚瓦）
(731790) 各種材質手工藝人員

註：上述文創職業類別篩選融合了歐盟與UNESCO對於文化職業的定義範疇以及我國職業分類。

# 視覺藝術產業

## 視覺藝術產業2011~2016年家數與營業額

視覺藝術產業	2011年				2012年				2013年					
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入		
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率		
469919 古玩書畫批發	60	113,324	27,180	86,145	64	112,018	15,975	96,043	61	133,283	18,428	114,855		
					6.7%	-1.2%	-41.2%	11.5%	-4.7%	19.0%	15.4%	19.6%		
469920 雕塑品批發	102	369,918	31,550	338,368	104	362,593	24,525	338,068	105	418,618	14,034	404,584		
					2.0%	-2.0%	-22.3%	-0.1%	1.0%	15.5%	-42.8%	19.7%		
471915 綜合商品拍賣(零售)	1,239	1,488,437	36,344	1,452,092	1,227	1,480,816	54,084	1,426,732	22	44,890	0	44,890		
485218 雕塑品零售					-1.0%	-0.5%	48.8%	-1.7%	1,207	1,387,539	40,862	1,346,677		
485311 藝術品零售	602	1,897,798	44,075	1,853,724	593	2,951,313	49,291	2,902,021	577	3,251,773	50,113	3,201,659		
					-1.5%	55.5%	11.8%	56.6%	-2.7%	10.2%	1.7%	10.3%		
857215 攝影教學	26	19,651	0	19,651	7	3,128	0	3,128	10	5,168	0	5,168		
857211 美術教學														
901011 繪畫創作					27	22,739	0	22,739	32	38,499	0	38,499		
					-	-	-	-	18.5%	69.3%	-	69.3%		
901016 雕刻、雕塑創作	7	4,392	0	4,392	8	5,550	0	5,550	14	33,709	0	33,709		
					14.3%	26.4%	-	26.4%	75.0%	507.4%	-	507.4%		
901099 其他創作	113	357,586	209	357,377	122	435,997	5	435,991	117	266,002	83	265,918		
901019 藝術作品修復														
					8.0%	21.9%	-97.5%	22.0%	-4.1%	-39.0%	1511.5%	-39.0%		
901020 藝術評論	37	59,070	0	59,070	42	66,756	0	66,756	44	265,834	0	265,834		
					13.5%	13.0%	-	13.0%	4.8%	298.2%	-	298.2%		
969020 字畫裱褙	328	333,313	2,365	330,948	327	343,861	1,855	342,006	325	334,499	66	334,433		
					-0.3%	3.2%	-21.6%	3.3%	-0.6%	-2.7%	-96.4%	-2.2%		
合計	2,514	4,643,490	141,723	4,501,767	2,521	5,784,769	145,736	5,639,033	2,514	6,179,811	123,586	6,056,225		
					0.3%	24.6%	2.8%	25.3%	-0.3%	6.8%	-15.2%	7.4%		

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 視覺藝術產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	118	84,227	0	84,227	92	56,025	0	56,025	93	118,245	9	118,236
					-22.0%	-33.5%	-	-33.5%	1.1%	111.1%	-	111.0%
1-2年	91	246,315	2,528	243,788	115	148,662	0	148,662	96	135,854	31	135,824
					26.4%	-39.6%	-100.0%	-39.0%	-16.5%	-8.6%	-	-8.6%
2-3年	88	200,590	495	200,095	83	257,557	6,464	251,093	106	343,588	1,051	342,536
					-5.7%	28.4%	1205.3%	25.5%	27.7%	33.4%	-83.7%	36.4%
3-4年	82	175,864	135	175,729	83	161,757	0	161,757	78	217,820	5,493	212,327
					1.2%	-8.0%	-100.0%	-8.0%	-6.0%	34.7%	-	31.3%
4-5年	87	206,203	209	205,993	76	370,207	5,165	365,043	74	129,704	0	129,704
					-12.6%	79.5%	2368.8%	77.2%	-2.6%	-65.0%	-100.0%	-64.5%
5-10年	322	421,401	15,002	406,399	311	476,478	4,213	472,265	296	921,406	4,399	917,007
					-3.4%	13.1%	-71.9%	16.2%	-4.8%	93.4%	5.4%	94.2%
10-20年	963	2,139,938	14,684	2,125,254	933	2,912,472	9,631	2,902,841	893	3,031,841	5,581	3,026,260
					-3.1%	36.1%	-34.4%	36.6%	-4.3%	4.1%	-42.0%	4.3%
20年以上	763	1,168,952	108,671	1,060,281	828	1,401,613	120,263	1,281,350	878	1,281,353	107,022	1,174,331
					8.5%	19.9%	10.7%	20.9%	6.0%	-8.6%	-11.0%	-8.4%
合計	2,514	4,643,490	141,723	4,501,767	2,521	5,784,769	145,736	5,639,033	2,514	6,179,811	123,586	6,056,225
					0.3%	24.6%	2.8%	25.3%	-0.3%	6.8%	-15.2%	7.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

視覺藝術產業		2014年				2015年				2016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	65	124,355	18,527	105,828	65	119,302	15,102	104,200	57	118,881	20,513	98,368
		6.6%	-6.7%	0.5%	-7.9%	0.0%	-4.1%	-18.5%	-1.5%	-12.3%	-0.4%	35.8%	-5.6%
469920	雕塑品批發	107	434,253	16,901	417,352	108	495,985	30,309	465,676	110	374,819	21,348	353,471
		1.9%	3.7%	20.4%	3.2%	0.9%	14.2%	79.3%	11.6%	1.9%	-24.4%	-29.6%	-24.1%
471915	綜合商品拍賣 (零售)	36	124,193	1,813	122,380	48	185,297	1,261	184,036	64	199,783	0	199,783
		63.6%	176.7%	-	172.6%	33.3%	49.2%	-30.4%	50.4%	33.3%	7.8%	-100.0%	8.6%
485218	雕塑品零售	1,185	1,433,404	44,091	1,389,313	1,171	1,850,761	55,875	1,794,886	1,162	1,895,069	40,932	1,854,137
		-1.8%	3.3%	7.9%	3.2%	-1.2%	29.1%	26.7%	29.2%	-0.8%	2.4%	-26.7%	3.3%
485311	藝術品零售	567	2,919,651	69,964	2,849,688	574	1,974,354	94,317	1,880,037	585	1,947,117	75,667	1,871,450
		-1.7%	-10.2%	39.6%	-11.0%	1.2%	-32.4%	34.8%	-34.0%	1.9%	-1.4%	-19.8%	-0.5%
857215	攝影教學	12	8,357	0	8,357	16	14,015	0	14,015	18	18,017	0	18,017
857211	美術教學	20.0%	61.7%	-	61.7%	33.3%	67.7%	-	67.7%	12.5%	28.6%	-	28.6%
901011	繪畫創作	36	42,251	0	42,251	42	30,773	0	30,773	53	57,052	0	57,052
		12.5%	9.7%	-	9.7%	16.7%	-27.2%	-	-27.2%	26.2%	85.4%	-	85.4%
901016	雕刻、雕塑創作	18	30,066	0	30,066	26	34,392	0	34,392	30	22,047	0	22,047
		28.6%	-10.8%	-	-10.8%	44.4%	14.4%	-	14.4%	15.4%	-35.9%	-	-35.9%
901099	其他創作	118	613,657	333	613,323	121	310,426	7,304	303,122	120	312,648	1,330	311,317
901019	藝術作品修復	0.9%	130.7%	299.4%	130.6%	2.5%	-49.4%	2091.4%	-50.6%	-0.8%	0.7%	-81.8%	2.7%
901020	藝術評論	43	487,527	0	487,527	41	236,108	0	236,108	37	331,330	2	331,328
		-2.3%	83.4%	-	83.4%	-4.7%	-51.6%	-	-51.6%	-9.8%	40.3%	-	40.3%
969020	字畫裱褙	325	339,455	1,727	337,727	318	329,864	1,698	328,166	317	317,430	1,805	315,625
		0.0%	1.5%	2518.2%	1.0%	-2.2%	-2.8%	-1.7%	-2.8%	-0.3%	-3.8%	6.3%	-3.8%
	合計	2,512	6,557,169	153,356	6,403,813	2,530	5,581,277	205,866	5,375,411	2,553	5,594,193	161,597	5,432,596
		-0.1%	6.1%	24.1%	5.7%	0.7%	-14.9%	34.2%	-16.1%	0.9%	0.2%	-21.5%	1.1%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數		2014年				2015年				2016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	90	79,206	2,195	77,011	98	95,772	223	95,550	106	62,057	0	62,057	
	-3.2%	-33.0%	24395.1%	-34.9%	8.9%	20.9%	-89.9%	24.1%	8.2%	-35.2%	-100.0%	-35.1%	
1-2年	97	355,865	102	355,763	97	192,144	1,261	190,883	102	179,896	0	179,896	
	1.0%	161.9%	232.9%	161.9%	0.0%	-46.0%	1136.7%	-46.3%	5.2%	-6.4%	-100.0%	-5.8%	
2-3年	88	123,663	0	123,663	83	197,287	0	197,287	91	180,951	508	180,443	
	-17.0%	-64.0%	-100.0%	-63.9%	-5.7%	59.5%	-	59.5%	9.6%	-8.3%	-	-8.5%	
3-4年	98	592,903	0	592,903	77	150,441	0	150,441	71	173,661	10	173,651	
	25.6%	172.2%	-100.0%	179.2%	-21.4%	-74.6%	-	-74.6%	-7.8%	15.4%	-	15.4%	
4-5年	73	269,275	76	269,199	89	694,957	0	694,957	70	146,513	3,257	143,256	
	-1.4%	107.6%	-	107.5%	21.9%	158.1%	-100.0%	158.2%	-21.3%	-78.9%	-	-79.4%	
5-10年	284	827,207	13,866	813,341	266	797,681	43,644	754,037	274	1,468,126	12,751	1,455,375	
	-4.1%	-10.2%	215.2%	-11.3%	-6.3%	-3.6%	214.7%	-7.3%	3.0%	84.0%	-70.8%	93.0%	
10-20年	835	2,890,894	7,174	2,883,720	797	1,860,847	9,045	1,851,802	746	1,883,490	12,313	1,871,177	
	-6.5%	-4.6%	28.5%	-4.7%	-4.6%	-35.6%	26.1%	-35.8%	-6.4%	1.2%	36.1%	1.0%	
20年以上	947	1,418,155	129,943	1,288,212	1,023	1,592,147	151,693	1,440,454	1,093	1,499,500	132,758	1,366,742	
	7.9%	10.7%	21.4%	9.7%	8.0%	12.3%	16.7%	11.8%	6.8%	-5.8%	-12.5%	-5.1%	
	合計	2,512	6,557,169	153,356	6,403,813	2,530	5,581,277	205,866	5,375,411	2,553	5,594,193	161,597	5,432,596
		-0.1%	6.1%	24.1%	5.7%	0.7%	-14.9%	34.2%	-16.1%	0.9%	0.2%	-21.5%	1.1%

# 視覺藝術產業

## 視覺藝術產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	561	2,128,371	87,915	2,040,456	558	3,184,304	93,229	3,091,076	558	3,613,591	79,072	3,534,519
新北市	219	415,064	5,273	409,791	221	434,825	1,542	433,283	224	349,501	5,301	344,200
宜蘭縣	59	50,147	1,381	48,767	59	54,041	4,102	49,939	59	50,635	1,845	48,790
基隆市	34	28,689	0	28,689	35	29,570	345	29,225	36	31,399	0	31,399
桃園市	122	203,960	26,779	177,181	123	188,434	18,511	169,923	125	213,311	16,852	196,459
新竹縣	33	29,583	0	29,583	37	35,145	2,740	32,406	35	63,574	4,187	59,387
新竹市	50	54,872	0	54,872	51	52,132	0	52,132	53	54,060	0	54,060
苗栗縣	186	219,535	0	219,535	184	230,416	0	230,416	182	233,362	1,933	231,429
臺中市	285	466,458	2,757	463,701	286	477,348	2,554	474,794	290	503,513	340	503,174
彰化縣	130	117,775	0	117,775	126	110,752	0	110,752	127	105,660	0	105,660
南投縣	70	93,602	0	93,602	72	83,062	0	83,062	68	73,163	0	73,163
雲林縣	56	46,743	0	46,743	56	44,982	0	44,982	55	43,370	0	43,370
嘉義縣	30	27,555	0	27,555	30	27,982	0	27,982	30	29,137	0	29,137
嘉義市	47	47,006	0	47,006	48	48,298	0	48,298	46	47,452	0	47,452
臺南市	171	258,506	16,223	242,283	173	336,832	13,173	323,659	170	314,304	14,056	300,248
高雄市	261	277,810	1,395	276,415	264	283,770	9,541	274,229	255	280,701	0	280,701
屏東縣	89	96,550	0	96,550	83	76,791	0	76,791	83	76,110	0	76,110
澎湖縣	11	9,479	0	9,479	12	9,479	0	9,479	12	8,596	0	8,596
金門縣、連江縣	14	12,945	0	12,945	14	12,803	0	12,803	13	12,570	0	12,266
花蓮縣	52	42,024	0	42,024	50	40,236	0	40,236	55	53,570	0	53,570
臺東縣	34	16,816	0	16,816	39	23,568	0	23,568	38	22,534	0	22,534
合計	2,514	4,643,490	141,723	4,501,767	2,521	5,784,769	145,736	5,639,033	2,514	6,179,811	123,586	6,056,225

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 視覺藝術產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	1,698	1,838,932	8,567	1,830,365	1,695	1,860,694	13,886	1,846,809	1,662	1,771,320	14,264	1,757,057
					-0.2%	1.2%	62.1%	0.9%	-1.9%	-4.8%	2.7%	-4.9%
0.1-1百萬元	479	635,528	2,100	633,428	484	627,137	4,123	623,014	506	707,909	3,079	704,830
					1.0%	-1.3%	96.3%	-1.6%	4.5%	12.9%	-25.3%	13.1%
1-5百萬元	173	382,750	1,007	381,743	180	370,453	4,271	366,182	182	328,564	5,472	323,092
					4.0%	-3.2%	324.0%	-4.1%	1.1%	-11.3%	28.1%	-11.8%
5-10百萬元	112	440,801	107,772	333,029	108	560,927	111,170	449,757	107	463,318	90,232	373,086
					-3.6%	27.3%	3.2%	35.1%	-0.9%	-17.4%	-18.8%	-17.0%
10-20百萬元	29	353,635	17,618	336,017	28	430,691	9,150	421,540	28	620,516	5,677	614,839
					-3.4%	21.8%	-48.1%	25.5%	0.0%	44.1%	-38.0%	45.9%
20-30百萬元	11	685,116	4,658	680,458	12	933,626	741	932,885	13	1,195,878	4,862	1,191,017
					9.1%	36.3%	-84.1%	37.1%	8.3%	28.1%	555.9%	27.7%
30百萬元-2億元以上	12	306,727	0	306,727	14	1,001,240	2,393	998,847	16	1,092,306	0	1,092,306
					16.7%	226.4%	-	225.6%	14.3%	9.1%	-100.0%	9.4%
合計	2,514	4,643,490	141,723	4,501,767	2,521	5,784,769	145,736	5,639,033	2,514	6,179,811	123,586	6,056,225
					0.3%	24.6%	2.8%	25.3%	-0.3%	6.8%	-15.2%	7.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	559	3,762,888	93,745	3,669,143	569	2,418,511	126,575	2,291,936	573	2,620,849	102,550	2,518,299
新北市	230	366,996	6,232	360,763	234	347,503	1,831	345,671	240	365,587	3,816	361,771
宜蘭縣	57	51,544	2,053	49,491	57	48,401	567	47,834	60	60,197	495	59,702
基隆市	33	29,978	0	29,978	32	26,184	0	26,184	32	30,855	0	30,855
桃園市	126	212,132	17,618	194,514	122	194,801	17,871	176,930	123	171,277	5,167	166,110
新竹縣	35	66,146	8,519	57,627	33	82,557	14,789	67,768	35	55,622	10,089	45,533
新竹市	51	58,008	0	58,008	52	51,655	0	51,655	57	54,147	0	54,147
苗栗縣	187	237,409	0	237,409	187	245,328	0	245,328	188	235,999	138	235,861
臺中市	287	473,607	1,853	471,754	289	519,441	5,233	514,207	293	398,486	6,627	391,859
彰化縣	124	104,142	0	104,142	124	105,330	0	105,330	123	106,256	0	106,256
南投縣	67	62,497	0	62,497	69	69,824	0	69,824	67	55,958	0	55,958
雲林縣	53	42,471	0	42,471	53	42,375	0	42,375	51	42,657	0	42,657
嘉義縣	32	31,572	0	31,572	32	32,338	0	32,338	32	28,614	0	28,614
嘉義市	47	48,869	0	48,869	46	45,707	0	45,707	47	45,620	0	45,620
臺南市	173	479,306	22,012	457,294	174	779,061	34,620	744,441	176	840,665	29,426	811,239
高雄市	255	332,979	1,287	331,691	257	356,048	4,182	351,866	260	312,682	3,289	309,392
屏東縣	80	98,282	0	98,282	82	125,489	0	125,489	79	73,094	0	73,094
澎湖縣	12	9,391	0	9,391	12	9,380	0	9,380	12	9,140	0	9,140
金門縣、連江縣	13	12,266	0	12,266	13	12,266	0	12,266	14	18,266	0	18,266
花蓮縣	52	53,110	36	53,074	53	46,678	198	46,480	54	47,929	0	47,929
臺東縣	39	23,577	0	23,577	40	22,402	0	22,402	37	20,293	0	20,293
合計	2,512	6,557,169	153,356	6,403,813	2,530	5,581,277	205,866	5,375,411	2,553	5,594,193	161,597	5,432,596

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	1,644	1,848,989	10,227	1,838,762	1,643	1,849,736	9,163	1,840,573	1,644	1,868,880	1,876	1,867,004
	-1.1%	4.4%	-28.3%	4.7%	-0.1%	0.0%	-10.4%	0.1%	0.1%	1.0%	-79.5%	1.4%
0.1-1百萬元	522	737,959	2,533	735,426	532	751,058	8,006	743,053	549	745,108	3,802	741,306
	3.2%	4.2%	-17.7%	4.3%	1.9%	1.8%	216.1%	1.0%	3.2%	-0.8%	-52.5%	-0.2%
1-5百萬元	180	368,885	9,845	359,040	190	333,196	16,950	316,246	192	365,669	10,640	355,028
	-1.1%	12.3%	79.9%	11.1%	5.6%	-9.7%	72.2%	-11.9%	1.1%	9.7%	-37.2%	12.3%
5-10百萬元	107	524,537	121,898	402,639	104	600,353	144,516	455,837	109	498,155	136,544	361,611
	0.0%	13.2%	35.1%	7.9%	-2.8%	14.5%	18.6%	13.2%	4.8%	-17.0%	-5.5%	-20.7%
10-20百萬元	29	529,276	3,716	525,560	31	336,067	22,914	313,152	30	333,882	1,180	332,702
	3.6%	-14.7%	-34.5%	-14.5%	6.9%	-36.5%	516.6%	-40.4%	-3.2%	-0.7%	-94.9%	6.2%
20-30百萬元	14	1,531,668	5,138	1,526,530	14	878,096	4,317	873,779	14	812,649	4,243	808,406
	7.7%	28.1%	5.7%	28.2%	0.0%	-42.7%	-16.0%	-42.8%	0.0%	-7.5%	-1.7%	-7.5%
30百萬元-2億元以上	16	1,015,854	0	1,015,854	16	832,771	0	832,771	15	969,850	3,312	966,538
	0.0%	-7.0%	-	-7.0%	0.0%	-18.0%	-	-18.0%	-6.3%	16.5%	-	16.1%
合計	2,512	6,557,169	153,356	6,403,813	2,530	5,581,277	205,866	5,375,411	2,553	5,594,193	161,597	5,432,596
	-0.1%	6.1%	24.1%	5.7%	0.7%	-14.9%	34.2%	-16.1%	0.9%	0.2%	-21.5%	1.1%

# 音樂及表演藝術產業

## 音樂及表演藝術產業2011~2016年家數與營業額

音樂及表演藝術產業	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
439013 工作平臺架設工程	11	799,681	34,712	764,968	12	1,001,605	175,286	826,318	18	1,101,026	128,995	972,031
					9.1%	25.3%	405.0%	8.0%	50.0%	9.9%	-26.4%	17.6%
790012 戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務	7	26,241	0	26,241	8	27,615	0	27,615	12	40,988	0	40,988
					14.3%	5.2%	-	5.2%	50.0%	48.4%	-	48.4%
857212 戲劇教學	25	36,126	0	36,126	29	25,780	0	25,780	37	36,922	0	36,922
857214 舞蹈教學									16.0%	-28.6%	-	-28.6%
857213 音樂教學	34	126,068	0	126,068	37	182,932	0	182,932	44	191,306	0	191,306
					8.8%	45.1%	-	45.1%	18.9%	4.6%	-	4.6%
857299 其他藝術教育服務	59	164,246	0	164,246	74	199,207	0	199,207	84	216,533	1,397	215,136
					25.4%	21.3%	-	21.3%	13.5%	8.7%	-	8.0%
901014 戲劇創作	284	814,850	0	814,850	290	901,628	1,967	899,660	310	1,065,680	5,422	1,060,258
902011 劇團									2.1%	10.6%	-	10.4%
857299 舞團	44	44,181	0	44,181	50	46,463	0	46,463	65	56,311	0	56,311
					13.6%	5.2%	-	5.2%	30.0%	21.2%	-	21.2%
902013 音樂表演	203	767,542	1,374	766,168	209	706,657	2,648	704,009	238	856,215	262	855,954
					3.0%	-7.9%	92.7%	-8.1%	13.9%	21.2%	-90.1%	21.6%
902015 民俗藝術表演	10	5,280	0	5,280	13	5,677	0	5,677	23	8,767	0	8,767
					30.0%	7.5%	-	7.5%	76.9%	54.4%	-	54.4%
902099 其他藝術表演	492	2,494,301	4,769	2,489,532	533	2,559,514	21,394	2,538,120	574	2,663,721	2,832	2,660,889
					8.3%	2.6%	348.6%	2.0%	7.7%	4.1%	-86.8%	4.8%
903911 藝術表演活動籌辦與監製	812	4,775,436	87,520	4,687,917	934	5,668,196	41,930	5,626,266	1,010	7,125,847	112,912	7,012,935
					15.0%	18.7%	-52.1%	20.0%	8.1%	25.7%	169.3%	24.6%
903912 服裝指導、表演造型設計	24	35,734	0	35,734	25	43,097	0	43,097	34	59,757	776	58,980
					4.2%	20.6%	-	20.6%	36.0%	38.7%	-	36.9%
903913 燈光、舞臺設計服務	126	962,072	7,322	954,750	140	936,050	5,293	930,756	164	953,253	3,545	949,708
					11.1%	-2.7%	-27.7%	-2.5%	17.1%	1.8%	-33.0%	2.0%
903999 未分類其他藝術表演輔助服務	25	219,991	0	219,991	29	274,256	115	274,141	102	285,365	0	285,365
					16.0%	24.7%	-	24.6%	251.7%	4.1%	-100.0%	4.1%
合計	2,156	11,271,749	135,696	11,136,053	2,383	12,578,676	248,633	12,330,043	2,715	14,661,693	256,141	14,405,552
					10.5%	11.6%	83.2%	10.7%	13.9%	16.6%	3.0%	16.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 音樂及表演藝術產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	356	457,381	572	456,809	308	528,139	1,111	527,028	453	598,548	3,289	595,259
					-13.5%	15.5%	94.3%	15.4%	47.1%	13.3%	196.1%	12.9%
1-2年	329	825,577	14,982	810,595	353	1,045,740	10,207	1,035,533	333	980,197	22,460	957,738
					7.3%	26.7%	-31.9%	27.7%	-5.7%	-6.3%	120.1%	-7.5%
2-3年	244	739,313	19,617	719,696	300	835,308	298	835,010	319	1,114,069	2,429	1,111,640
					23.0%	13.0%	-98.5%	16.0%	6.3%	33.4%	714.5%	33.1%
3-4年	181	641,973	948	641,026	230	631,582	16,753	614,829	265	840,953	146	840,807
					27.1%	-1.6%	1668.0%	-4.1%	15.2%	33.2%	-99.1%	36.8%
4-5年	154	697,343	11,204	686,139	173	617,381	150	617,232	210	590,969	19,606	571,364
					12.3%	-11.5%	-98.7%	-10.0%	21.4%	-4.3%	13009.9%	-7.4%
5-10年	436	2,828,759	21,110	2,807,650	511	3,027,825	24,418	3,003,407	530	3,037,178	55,213	2,981,965
					17.2%	7.0%	15.7%	7.0%	3.7%	0.3%	126.1%	-0.7%
10-20年	385	3,977,362	59,354	3,918,008	414	4,255,482	184,156	4,071,326	501	5,417,078	147,666	5,269,412
					7.5%	7.0%	210.3%	3.9%	21.0%	27.3%	-19.8%	29.4%
20年以上	71	1,104,040	7,909	1,096,131	94	1,637,219	11,542	1,625,677	104	2,082,700	5,332	2,077,368
					32.4%	48.3%	45.9%	48.3%	10.6%	27.2%	-53.8%	27.8%
合計	2,156	11,271,749	135,696	11,136,053	2,383	12,578,676	248,633	12,330,043	2,715	14,661,693	256,141	14,405,552
					10.5%	11.6%	83.2%	10.7%	13.9%	16.6%	3.0%	16.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

音樂及表演藝術產業	2014年				2015年				2016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	25	1,246,843	171,683	1,075,159	35	1,261,479	303,152	958,327	40	1,493,012	560,056	932,956
		38.9%	13.2%	33.1%	10.6%	40.0%	1.2%	76.6%	-10.9%	14.3%	18.4%	84.7%	-2.6%
790012	戲劇、體育及其他娛樂活動售票服務	18	58,156	50	58,106	25	60,216	0	60,216	27	73,279	0	73,279
		50.0%	41.9%	-	41.8%	38.9%	3.5%	-100.0%	3.6%	8.0%	21.7%	-	21.7%
857212	戲劇教學	43	43,274	0	43,274	46	47,997	0	47,997	50	56,695	0	56,695
857214	舞蹈教學	16.2%	17.2%	-	17.2%	7.0%	10.9%	-	10.9%	8.7%	18.1%	-	18.1%
857213	音樂教學	53	280,154	43	280,110	55	321,618	0	321,618	57	326,075	0	326,075
		20.5%	46.4%	-	46.4%	3.8%	14.8%	-100.0%	14.8%	3.6%	1.4%	-	1.4%
857299	其他藝術教育服務	96	251,095	1,142	249,953	110	253,890	0	253,890	119	286,315	1,045	285,271
		14.3%	16.0%	-18.3%	16.2%	14.6%	1.1%	-100.0%	1.6%	8.2%	12.8%	-	12.4%
901014	戲劇創作	331	734,298	5,191	729,107	6	51,362	31,411	19,951	9	25,582	10,553	15,029
		6.8%	-31.1%	-4.3%	-31.2%	-	-	-	-	50.0%	-50.2%	-66.4%	-24.7%
902011	劇團	339	825,483	1,400	824,083	343	789,483	2,723	786,760	343	789,483	2,723	786,760
		-	-	-	-	-	-	-	-	1.2%	-4.4%	94.4%	-4.5%
857299	舞團	81	58,939	0	58,939	95	62,982	0	62,982	98	56,492	0	56,492
		24.6%	4.7%	-	4.7%	17.3%	6.9%	-	6.9%	3.2%	-10.3%	-	-10.3%
902013	音樂表演	275	514,032	47,331	466,701	301	1,639,583	547	1,639,036	328	498,469	794	497,674
		15.5%	-40.0%	17993.7%	-45.5%	9.5%	219.0%	-98.8%	251.2%	9.0%	-69.6%	45.2%	-69.6%
902015	民俗藝術表演	40	11,750	0	11,750	59	14,410	0	14,410	73	22,978	0	22,978
		73.9%	34.0%	-	34.0%	47.5%	22.6%	-	22.6%	23.7%	59.5%	-	59.5%
902099	其他藝術表演	599	2,885,406	21,839	2,863,567	616	3,091,330	6,748	3,084,582	648	3,091,068	21,811	3,069,257
		4.4%	8.3%	671.3%	7.6%	2.8%	7.1%	-69.1%	7.7%	5.2%	0.0%	223.2%	-0.5%
903911	藝術表演活動籌辦與監製	1,109	7,995,183	88,757	7,906,426	1,229	9,566,684	113,296	9,453,388	1,313	8,897,046	78,521	8,818,525
		9.8%	12.2%	-21.4%	12.7%	10.8%	19.7%	27.6%	19.6%	6.8%	-7.0%	-30.7%	-6.7%
903912	服裝指導、表演造型設計	39	57,342	0	57,342	46	73,125	1,427	71,699	48	73,952	0	73,952
		14.7%	-4.0%	-100.0%	-2.8%	17.9%	27.5%	-	25.0%	4.3%	1.1%	-100.0%	3.1%
903913	燈光、舞臺設計服務	189	1,223,822	2,944	1,220,878	206	1,264,485	10,031	1,254,454	234	1,368,640	5,748	1,362,892
		15.2%	28.4%	-17.0%	28.6%	9.0%	3.3%	240.7%	2.8%	13.6%	8.2%	-42.7%	8.6%
903999	未分類其他藝術表演輔助服務	161	394,165	7,937	386,228	242	1,133,744	4,667	1,129,076	291	1,084,731	2,979	1,081,752
		57.8%	38.1%	-	35.3%	50.3%	187.6%	-41.2%	192.3%	20.2%	-4.3%	-36.2%	-4.2%
	合計	3,059	15,754,458	346,917	15,407,541	3,410	19,668,388	472,679	19,195,709	3,678	18,143,819	684,229	17,459,589
		12.7%	7.5%	35.4%	7.0%	11.5%	24.8%	36.3%	24.6%	7.9%	-7.8%	44.8%	-9.0%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016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	443	459,334	1,774	457,560	477	515,364	528	514,837	425	610,380	23,754	586,626
	-2.2%	-23.3%	-46.1%	-23.1%	7.7%	12.2%	-70.3%	12.5%	-10.9%	18.4%	4400.6%	13.9%
1-2年	459	1,391,415	4,465	1,386,949	458	1,910,884	66,936	1,843,948	474	986,027	3,050	982,977
	37.8%	42.0%	-80.1%	44.8%	-0.2%	37.3%	1399.0%	32.9%	3.5%	-48.4%	-95.4%	-46.7%
2-3年	304	1,115,632	25,384	1,090,248	417	1,237,694	11,426	1,226,268	411	1,463,127	27,057	1,436,070
	-4.7%	0.1%	944.9%	-1.9%	37.2%	10.9%	-55.0%	12.5%	-1.4%	18.2%	136.8%	17.1%
3-4年	292	1,273,581	9,466	1,264,115	279	1,270,202	12,972	1,257,229	382	1,622,675	491	1,622,184
	10.2%	51.4%	6380.7%	50.3%	-4.5%	-0.3%	37.0%	-0.5%	36.9%	27.7%	-96.2%	29.0%
4-5年	250	868,948	2,262	866,686	274	1,264,158	4,681	1,259,477	264	1,116,317	15,756	1,100,561
	19.0%	47.0%	-88.5%	51.7%	9.6%	45.5%	106.9%	45.3%	-3.6%	-11.7%	236.6%	-12.6%
5-10年	604	2,762,830	40,784	2,722,045	707	2,767,904	36,509	2,731,395	816	3,276,576	21,347	3,255,229
	14.0%	-9.0%	-26.1%	-8.7%	17.1%	0.2%	-10.5%	0.3%	15.4%	18.4%	-41.5%	19.2%
10-20年	585	5,962,900	252,469	5,710,431	664	6,314,865	29,886	6,284,980	756	5,656,295	28,355	5,627,941
	16.8%	10.1%	71.0%	8.4%	13.5%	5.9%	-88.2%	10.1%	13.9%	-10.4%	-5.1%	-10.5%
20年以上	122	1,919,818	10,312	1,909,507	134	4,387,318	309,742	4,077,576	150	3,412,422	564,420	2,848,001
	17.3%	-7.8%	93.4%	-8.1%	9.8%	128.5%	2903.7%	113.5%	11.9%	-22.2%	82.2%	-30.2%
合計	3,059	15,754,458	346,917	15,407,541	3,410	19,668,388	472,679	19,195,709	3,678	18,143,819	684,229	17,459,589
	12.7%	7.5%	35.4%	7.0%	11.5%	24.8%	36.3%	24.6%	7.9%	-7.8%	44.8%	-9.0%



# 音樂及表演藝術產業

## 音樂及表演藝術產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	784	7,243,330	135,199	7,108,131	848	7,797,755	246,877	7,550,879	968	9,609,458	249,849	9,359,608
新北市	341	1,106,617	0	1,106,617	391	1,418,780	1,219	1,417,561	460	1,573,320	1,736	1,571,584
宜蘭縣	44	213,511	0	213,511	47	195,232	0	195,232	50	208,166	0	208,166
基隆市	24	146,731	0	146,731	24	72,475	0	72,475	25	71,785	0	71,785
桃園市	102	542,021	0	542,021	114	637,798	4	637,795	135	572,731	384	572,348
新竹縣	27	66,790	0	66,790	27	53,543	0	53,543	30	52,922	0	52,922
新竹市	27	12,700	0	12,700	33	14,880	0	14,880	38	27,526	0	27,526
苗栗縣	42	77,047	0	77,047	47	107,429	0	107,429	49	109,469	0	109,469
臺中市	151	306,307	269	306,038	172	360,693	504	360,189	185	422,008	1,194	420,814
彰化縣	77	51,367	0	51,367	84	120,324	0	120,324	92	87,292	0	87,292
南投縣	24	17,627	0	17,627	26	25,260	0	25,260	30	30,937	0	30,937
雲林縣	36	37,769	0	37,769	39	74,295	0	74,295	43	84,404	0	84,404
嘉義縣、嘉義市	33	27,956	0	27,956	41	41,226	0	41,226	42	50,051	0	50,051
臺南市	137	350,061	228	349,833	149	366,209	29	366,180	173	458,129	58	458,071
高雄市	152	882,658	0	882,658	159	1,095,723	0	1,095,723	191	1,070,053	2,920	1,067,133
屏東縣	49	78,274	0	78,274	59	92,045	0	92,045	63	116,706	0	116,706
金門縣、澎湖縣、連江縣	11	19,171	0	19,171	16	14,143	0	14,143	18	18,783	0	18,783
花蓮縣	25	71,579	0	71,579	26	71,074	0	71,074	31	77,023	0	77,023
臺東縣	70	20,234	0	20,234	81	19,788	0	19,788	92	20,932	0	20,932
合計	2,156	11,271,749	135,696	11,136,053	2,383	12,578,676	248,633	12,330,043	2,715	14,661,693	256,141	14,405,552

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 音樂及表演藝術產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	605	776,732	0	776,732	652	939,841	2,351	937,490	741	1,047,675	354	1,047,320
					7.8%	21.0%	-	20.7%	13.7%	11.5%	-84.9%	11.7%
0.1-1百萬元	783	2,050,077	31,885	2,018,192	894	2,369,571	27,072	2,342,499	1,053	2,945,856	14,981	2,930,875
					14.2%	15.6%	-15.1%	16.1%	17.8%	24.3%	-44.7%	25.1%
1-5百萬元	499	3,583,907	33,188	3,550,719	546	3,561,726	16,519	3,545,207	605	3,983,632	47,028	3,936,604
					9.4%	-0.6%	-50.2%	-0.2%	10.8%	11.8%	184.7%	11.0%
5-10百萬元	160	1,617,897	3,576	1,614,321	170	1,625,543	3,418	1,622,126	183	1,789,044	3,743	1,785,301
					6.3%	0.5%	-4.4%	0.5%	7.6%	10.1%	9.5%	10.1%
10-20百萬元	60	749,118	25,709	723,408	69	1,067,821	18,135	1,049,686	76	1,150,174	59,431	1,090,743
					15.0%	42.5%	-29.5%	45.1%	10.1%	7.7%	227.7%	3.9%
20-30百萬元	18	263,013	0	263,013	20	269,630	0	269,630	24	324,054	1,608	322,446
					11.1%	2.5%	-	2.5%	20.0%	20.2%	-	19.6%
30-40百萬元	6	691,713	6,626	685,087	6	751,887	5,293	746,594	7	590,869	0	590,869
					0.0%	8.7%	-20.1%	9.0%	16.7%	-21.4%	-100.0%	-20.9%
40-60百萬元	8	109,912	0	109,912	8	326,636	0	326,636	8	293,567	0	293,567
					0.0%	197.2%	-	197.2%	0.0%	-10.1%	-	-10.1%
60百萬元-2億元以上	17	1,429,380	34,712	1,394,668	18	1,666,020	175,845	1,490,175	18	2,536,822	128,995	2,407,827
					5.9%	16.6%	406.6%	6.8%	0.0%	52.3%	-26.6%	61.6%
合計	2,156	11,271,749	135,696	11,136,053	2,383	12,578,676	248,633	12,330,043	2,715	14,661,693	256,141	14,405,552
					10.5%	11.6%	83.2%	10.7%	13.9%	16.6%	3.0%	16.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	1,049	10,379,138	332,917	10,046,221	1,154	12,786,133	456,942	12,329,192	1,240	12,187,463	675,999	11,511,464
新北市	519	1,782,723	10	1,782,713	589	1,947,273	5,460	1,941,813	620	2,023,111	2,086	2,021,024
宜蘭縣	52	251,622	0	251,622	56	227,090	0	227,090	62	222,548	0	222,548
基隆市	25	61,958	0	61,958	29	69,669	0	69,669	27	67,832	0	67,832
桃園市	148	634,748	7,574	627,174	169	631,141	2,818	628,322	182	662,265	315	661,951
新竹縣	44	72,313	0	72,313	60	100,069	0	100,069	64	85,509	0	85,509
新竹市	43	37,998	0	37,998	50	52,657	0	52,657	58	62,726	0	62,726
苗栗縣	58	190,850	4,081	186,769	64	124,888	0	124,888	66	105,805	0	105,805
臺中市	229	506,812	947	505,865	255	577,650	420	577,230	293	674,191	1,098	673,093
彰化縣	101	143,383	0	143,383	107	120,381	39	120,341	118	102,270	0	102,270
南投縣	36	43,036	0	43,036	37	51,915	28	51,887	40	58,882	0	58,882
雲林縣	43	81,438	0	81,438	45	79,512	0	79,512	49	107,309	0	107,309
嘉義縣、嘉義市	47	79,528	0	79,528	56	92,564	0	92,564	57	114,607	0	114,607
臺南市	187	553,584	98	553,486	200	586,127	77	586,050	214	595,952	79	595,873
高雄市	225	660,619	1,290	659,329	244	1,955,069	6,894	1,948,175	265	760,343	4,653	755,690
屏東縣	69	126,503	0	126,503	86	98,586	0	98,586	93	122,372	0	122,372
金門縣、澎湖縣、連江縣	23	22,780	0	22,780	24	23,444	0	23,444	25	33,673	0	33,673
花蓮縣	34	95,435	0	95,435	36	100,245	0	100,245	35	108,928	0	108,928
臺東縣	127	29,990	0	29,990	149	43,974	0	43,974	170	48,030	0	48,030
合計	3,059	15,754,458	346,917	15,407,541	3,410	19,668,388	472,679	19,195,709	3,678	18,143,819	684,229	17,459,589

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	853	1,275,405	1,501	1,273,905	962	1,438,268	3,913	1,434,354	1,034	1,466,451	4,282	1,462,169
	15.1%	21.7%	323.5%	21.6%	12.8%	12.8%	160.8%	12.6%	7.5%	2.0%	9.4%	1.9%
0.1-1百萬元	1,200	2,949,055	37,399	2,911,656	1,360	4,574,747	59,146	4,515,601	1,481	3,333,352	31,971	3,301,382
	14.0%	0.1%	149.6%	-0.7%	13.3%	55.1%	58.1%	55.1%	8.9%	-27.1%	-45.9%	-26.9%
1-5百萬元	667	4,099,556	71,692	4,027,864	733	4,542,120	24,264	4,517,856	799	4,749,712	53,792	4,695,920
	10.2%	2.9%	52.4%	2.3%	9.9%	10.8%	-66.2%	12.2%	9.0%	4.6%	121.7%	3.9%
5-10百萬元	196	2,045,531	10,841	2,034,690	209	3,001,910	38,698	2,963,212	216	3,051,302	10,604	3,040,698
	7.1%	14.3%	189.6%	14.0%	6.6%	46.8%	257.0%	45.6%	3.3%	1.6%	-72.6%	2.6%
10-20百萬元	77	1,070,452	41,457	1,028,995	85	1,140,570	42,826	1,097,744	88	1,102,869	20,647	1,082,223
	1.3%	-6.9%	-30.2%	-5.7%	10.4%	6.6%	3.3%	6.7%	3.5%	-3.3%	-51.8%	-1.4%
20-30百萬元	29	419,099	5,494	413,605	28	551,495	0	551,495	28	602,781	110	602,671
	20.8%	29.3%	241.6%	28.3%	-3.4%	31.6%	-100.0%	33.3%	0.0%	9.3%	-	9.3%
30-40百萬元	8	564,417	762	563,655	7	553,897	0	553,897	7	576,938	49	576,888
	14.3%	-4.5%	-	-4.6%	-12.5%	-1.9%	-100.0%	-1.7%	0.0%	4.2%	-	4.2%
40-60百萬元	8	336,262	0	336,262	7	339,123	0	339,123	7	440,748	0	440,748
	0.0%	14.5%	-	14.5%	-12.5%	0.9%	-	0.9%	0.0%	30.0%	-	30.0%
60百萬元-2億元以上	21	2,994,680	177,772	2,816,908	19	3,526,258	303,833	3,222,426	18	2,819,664	562,775	2,256,890
	16.7%	18.0%	37.8%	17.0%	-9.5%	17.8%	70.9%	14.4%	-5.3%	-20.0%	85.2%	-30.0%
合計	3,059	15,754,458	346,917	15,407,541	3,410	19,668,388	472,679	19,195,709	3,678	18,143,819	684,229	17,459,589
	12.7%	7.5%	35.4%	7.0%	11.5%	24.8%	36.3%	24.6%	7.9%	-7.8%	44.8%	-9.0%

# 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2011~2016年家數與營業額

文化資產應用及 展演設施產業	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
903111 劇院、劇場經營	7	18,494	0	18,494	6	11,013	0	11,013	6	46,882	0	46,882
910311 社會教育館					-14.3%	-40.5%	-	-40.5%	0.0%	325.7%	-	325.7%
903112 音樂廳、音樂展 演空間經營	11	824,793	0	824,793	11	641,811	0	641,811	23	487,649	0	487,649
					0.0%	-22.2%	-	-22.2%	109.1%	-24.0%	-	-24.0%
903199 其他藝術表演場 所經營	43	90,171	349	89,823	58	105,892	6,498	99,394	63	125,501	0	125,501
					34.9%	17.4%	1764.0%	10.7%	8.6%	18.5%	-100.0%	26.3%
910399 其他博物館、歷 史遺址及其他類 似機構	22	253,831	0	253,831	28	267,373	0	267,373	31	289,090	0	289,090
					27.3%	5.3%	-	5.3%	10.7%	8.1%	-	8.1%
合計	83	1,187,289	349	1,186,940	103	1,026,088	6,498	1,019,591	123	949,121	0	949,121
					24.1%	-13.6%	1764.0%	-14.1%	19.4%	-7.5%	-100.0%	-6.9%
920000 公立文化設施	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 文化資產應用及展演設施產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	17	6,865	0	6,865	23	18,046	0	18,046	26	26,129	0	26,129
					35.3%	162.9%	-	162.9%	13.0%	44.8%	-	44.8%
1-2年	11	34,633	349	34,284	16	35,937	0	35,937	23	39,342	0	39,342
					45.5%	3.8%	-100.0%	4.8%	43.8%	9.5%	-	9.5%
2-5年	18	219,769	0	219,769	24	148,932	5,393	143,539	30	80,031	0	80,031
					33.3%	-32.2%	-	-34.7%	25.0%	-46.3%	-100.0%	-44.2%
5-10年	21	68,825	0	68,825	16	153,912	1,105	152,807	18	223,589	0	223,589
					-23.8%	123.6%	-	122.0%	12.5%	45.3%	-100.0%	46.3%
10年以上	16	857,197	0	857,197	24	669,260	0	669,260	26	580,031	0	580,031
					50.0%	-21.9%	-	-21.9%	8.3%	-13.3%	-	-13.3%
合計	83	1,187,289	349	1,186,940	103	1,026,088	6,498	1,019,591	123	949,121	0	949,121
					24.1%	-13.6%	1764.0%	-14.1%	19.4%	-7.5%	-100.0%	-6.9%
公立文化設施	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8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		2014年				2015年				2016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	18,801	0	18,801	7	33,942	0	33,942	7	166,649	0	166,649
910311	社會教育館	0.0%	-59.9%	-	-59.9%	16.7%	80.5%	-	80.5%	0.0%	391.0%	-	391.0%
903112	音樂廳、音樂展 演空間經營	32	690,009	0	690,009	42	647,714	182	647,533	43	678,748	0	678,748
		39.1%	41.5%	-	41.5%	31.3%	-6.1%	-	-6.2%	2.4%	4.8%	-100.0%	4.8%
903199	其他藝術表演場 所經營	83	294,330	4,001	290,328	100	664,680	3,050	661,630	108	589,146	8,981	580,166
		31.7%	134.5%	-	131.3%	20.5%	125.8%	-23.8%	127.9%	8.0%	-11.4%	194.4%	-12.3%
910399	其他博物館、歷 史遺址及其他類 似機構	33	348,799	0	348,799	34	314,666	0	314,666	33	297,618	0	297,618
		6.5%	20.7%	-	20.7%	3.0%	-9.8%	-	-9.8%	-2.9%	-5.4%	-	-5.4%
合計		154	1,351,939	4,001	1,347,938	183	1,661,002	3,232	1,657,770	191	1,732,161	8,981	1,723,181
		25.2%	42.4%	-	42.0%	18.8%	22.9%	-19.2%	23.0%	4.4%	4.3%	177.9%	3.9%
920000	公立文化設施	-	-	-	-	412	4,581,606	3,380	4,578,226	485	4,050,398	-	-

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016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	32	40,694	0	40,694	35	57,836	0	57,836	21	10,823	0	10,823	
	23.1%	55.7%	-	55.7%	9.4%	42.1%	-	42.1%	-40.0%	-81.3%	-	-81.3%	
1-2年	29	173,874	4,001	169,873	33	150,616	1,681	148,935	35	98,832	0	98,832	
	26.1%	342.0%	-	331.8%	13.8%	-13.4%	-58.0%	-12.3%	6.1%	-34.4%	-100.0%	-33.6%	
2-5年	43	194,988	0	194,988	55	624,494	1,275	623,219	69	627,146	8,981	618,165	
	43.3%	143.6%	-	143.6%	27.9%	220.3%	-	219.6%	25.5%	0.4%	604.4%	-0.8%	
5-10年	20	184,993	0	184,993	24	179,080	0	179,080	30	182,619	0	182,619	
	11.1%	-17.3%	-	-17.3%	20.0%	-3.2%	-	-3.2%	25.0%	2.0%	-	2.0%	
10年以上	30	757,390	0	757,390	36	648,975	276	648,700	36	812,742	0	812,742	
	15.4%	30.6%	-	30.6%	20.0%	-14.3%	-	-14.4%	0.0%	25.2%	-100.0%	25.3%	
合計		154	1,351,939	4,001	1,347,938	183	1,661,002	3,232	1,657,770	191	1,732,161	8,981	1,723,181
		25.2%	42.4%	-	42.0%	18.8%	22.9%	-19.2%	23.0%	4.4%	4.3%	177.9%	3.9%
公立文化設施		-	-	-	-	412	4,581,606	3,380	4,578,226	485	4,050,398	-	-

# 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2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	25	744,324	0	744,324	24	571,281	1,105	570,176	35	421,081	0	421,081
新北市、基隆市、宜蘭縣 桃園市、新竹縣、新竹市	22	240,726	0	240,726	29	228,943	0	228,943	33	276,030	0	276,030
臺中市、苗栗縣、南投縣 彰化縣	13	49,511	349	49,162	17	42,806	5,393	37,413	15	67,715	0	67,715
臺南市、屏東縣	9	128,582	0	128,582	12	141,297	0	141,297	15	129,797	0	129,797
高雄市、嘉義市、雲林縣 嘉義縣、花蓮縣、臺東縣 金門縣、澎湖縣	14	24,146	0	24,146	21	41,761	0	41,761	25	54,498	0	54,498
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	83	1,187,289	349	1,186,940	103	1,026,088	6,498	1,019,591	123	949,121	0	949,121
公立文化設施	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 文化資產應用及展演設施產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	26	662,054	0	662,054	32	540,774	0	540,774	33	384,749	0	384,749
					23.1%	-18.3%	-	-18.3%	3.1%	-28.9%	-	-28.9%
0.1-1百萬元	24	36,769	0	36,769	30	37,604	0	37,604	39	57,384	0	57,384
					25.0%	2.3%	-	2.3%	30.0%	52.6%	-	52.6%
1-5百萬元	16	66,781	0	66,781	22	68,506	1,105	67,401	27	75,640	0	75,640
					37.5%	2.6%	-	0.9%	22.7%	10.4%	-100.0%	12.2%
5-20百萬元	7	19,777	0	19,777	8	22,508	0	22,508	10	28,954	0	28,954
					14.3%	13.8%	-	13.8%	25.0%	28.6%	-	28.6%
20百萬元-2億元以上	10	401,907	349	401,559	11	356,696	5,393	351,303	14	402,394	0	402,394
					10.0%	-11.2%	1447.1%	-12.5%	27.3%	12.8%	-100.0%	14.5%
合計	83	1,187,289	349	1,186,940	103	1,026,088	6,498	1,019,591	123	949,121	0	949,121
					24.1%	-13.6%	1764.0%	-14.1%	19.4%	-7.5%	-100.0%	-6.9%
公立文化設施	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	53	650,214	4,001	646,213	67	607,076	3,025	604,051	65	686,095	3,235	682,861
新北市、基隆市、宜蘭縣	38	316,017	0	316,017	41	365,742	182	365,561	44	395,694	0	395,694
桃園市、新竹縣、新竹市	18	164,840	0	164,840	22	432,216	0	432,216	27	412,274	0	412,274
臺中市、苗栗縣、南投縣 彰化縣	17	78,245	0	78,245	20	85,587	25	85,562	18	95,201	5,746	89,455
臺南市、屏東縣	28	142,622	0	142,622	33	170,380	0	170,380	37	142,897	0	142,897
高雄市、嘉義市、雲林縣 嘉義縣、花蓮縣、臺東縣 金門縣、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	154	1,351,939	4,001	1,347,938	183	1,661,002	3,232	1,657,770	191	1,732,161	8,981	1,723,181
公立文化設施	-	-	-	-	412	4,581,606	3,380	4,578,226	485	4,050,398	-	-

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	40	663,799	0	663,799	47	566,020	0	566,020	43	597,569	0	597,569
	21.2%	72.5%	-	72.5%	17.5%	-14.7%	-	-14.7%	-8.5%	5.6%	-	5.6%
0.1-1百萬元	57	86,758	0	86,758	72	129,398	25	129,374	80	145,910	5,746	140,164
	46.2%	51.2%	-	51.2%	26.3%	49.1%	-	49.1%	11.1%	12.8%	23353.1%	8.3%
1-5百萬元	27	128,790	4,001	124,788	30	125,641	1,250	124,391	31	184,533	0	184,533
	0.0%	70.3%	-	65.0%	11.1%	-2.4%	-68.7%	-0.3%	3.3%	46.9%	-100.0%	48.3%
5-20百萬元	14	72,828	0	72,828	16	58,693	94	58,599	18	63,528	0	63,528
	40.0%	151.5%	-	151.5%	14.3%	-19.4%	-	-19.5%	12.5%	8.2%	-100.0%	8.4%
20百萬元-2億元以上	16	399,765	0	399,765	18	781,250	1,863	779,387	19	740,621	3,235	737,387
	14.3%	-0.7%	-	-0.7%	12.5%	95.4%	-	95.0%	5.6%	-5.2%	73.7%	-5.4%
合計	154	1,351,939	4,001	1,347,938	183	1,661,002	3,232	1,657,770	191	1,732,161	8,981	1,723,181
	25.2%	42.4%	-	42.0%	18.8%	22.9%	-19.2%	23.0%	4.4%	4.3%	177.9%	3.9%
公立文化設施	-	-	-	-	412	4,581,606	3,380	4,578,226	485	4,050,398	-	-

# 工藝產業

## 工藝產業2011~2016年家數與營業額

工藝產業	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
140912 雕刻木製品製造	1,437	12,344,031	1,180,164	11,163,868	1,418	11,842,736	1,245,461	10,597,276	1,391	12,687,065	1,223,696	11,463,369
					-1.3%	-4.1%	5.5%	-5.1%	-1.9%	7.1%	-1.7%	8.2%
231911 玻璃擺飾品製造	57	666,195	44,812	621,383	58	586,905	48,136	538,770	54	602,058	36,323	565,735
					1.8%	-11.9%	7.4%	-13.3%	-6.9%	2.6%	-24.5%	5.0%
232912 陶瓷裝飾品燒製	114	1,010,388	211,986	798,402	109	1,046,522	186,093	860,429	104	1,013,031	155,033	857,998
					-4.4%	3.6%	-12.2%	7.8%	-4.6%	-3.2%	-16.7%	-0.3%
232999 未分類其他陶瓷製品製造	233	9,700,698	1,126,733	8,573,964	225	9,042,458	919,690	8,122,768	236	9,146,831	868,905	8,277,926
					-3.4%	-6.8%	-18.4%	-5.3%	4.9%	1.2%	-5.5%	1.9%
339112 珠寶及貴金屬飾物製造	22	1,652,373	36,038	1,616,336	22	1,751,485	18,284	1,733,201	35	1,603,027	37,134	1,565,893
					0.0%	6.0%	-49.3%	7.2%	59.1%	-8.5%	103.1%	-9.7%
339113 金屬飾物製造	240	3,971,509	1,508,464	2,463,045	236	3,737,098	1,498,807	2,238,291	228	3,412,149	1,225,795	2,186,354
					-1.7%	-5.9%	-0.6%	-9.1%	-3.4%	-8.7%	-18.2%	-2.3%
339199 其他珠寶及金工製品製造	196	2,258,091	187,440	2,070,651	197	4,036,665	1,561,834	2,474,830	193	4,332,716	2,697,300	1,635,416
					0.5%	78.8%	733.2%	19.5%	-2.0%	7.3%	72.7%	-33.9%
339919 手工藝品製造	251	1,351,033	554,719	796,314	249	1,299,187	553,906	745,281	249	1,264,730	570,436	694,294
					-0.8%	-3.8%	-0.1%	-6.4%	0.0%	-2.7%	3.0%	-6.8%
456611 金(銀)飾批發	1,030	61,390,947	50,173,058	11,217,889	1,131	24,993,354	11,395,212	13,598,142	1,108	17,764,614	1,479,011	16,285,603
					9.8%	-59.3%	-77.3%	21.2%	-2.0%	-28.9%	-87.0%	19.8%
456612 珠寶批發	280	5,462,844	215,647	5,247,197	290	11,013,057	4,383,320	6,629,736	308	8,209,082	283,721	7,925,361
					3.6%	101.6%	1932.6%	26.3%	6.2%	-25.5%	-93.5%	19.5%
469916 礦物(寶石、貴金屬除外)批發:貝殼、寶石、玩賞石、水晶、天珠等	169	1,341,080	442,268	898,813	176	1,589,564	213,573	1,375,991	199	2,474,296	339,371	2,134,924
					4.1%	18.5%	-51.7%	53.1%	13.1%	55.7%	58.9%	55.2%
469917 手工藝品批發	644	9,421,811	2,681,649	6,740,162	622	8,352,368	2,360,116	5,992,251	596	7,772,264	2,233,626	5,538,638
					-3.4%	-11.4%	-12.0%	-11.1%	-4.2%	-6.9%	-5.4%	-7.6%
474511 金(銀)飾零售	4,028	24,700,657	226,584	24,474,074	3,996	19,123,254	216,454	18,906,800	3,867	19,794,643	180,667	19,613,977
					-0.8%	-22.6%	-4.5%	-22.7%	-3.2%	3.5%	-16.5%	3.7%
474512 珠寶零售	1,405	5,977,296	167,853	5,809,443	1,413	7,244,990	158,728	7,086,262	1,437	8,901,854	75,319	8,826,535
					0.6%	21.2%	-5.4%	22.0%	1.7%	22.9%	-52.5%	24.6%
485216 礦物(寶石、貴金屬除外)零售:貝殼、寶石、玩賞石、水晶、天珠等	719	2,910,584	11,966	2,898,618	753	4,620,437	3,980	4,616,457	785	5,320,844	26,344	5,294,500
					4.7%	58.7%	-66.7%	59.3%	4.2%	15.2%	561.9%	14.7%
485217 手工藝品零售	1,846	7,788,162	3,281,496	4,506,666	1,903	7,557,650	3,225,274	4,332,376	1,955	7,076,507	2,646,168	4,430,338
					3.1%	-3.0%	-1.7%	-3.9%	2.7%	-6.4%	-18.0%	2.3%
857216 手工藝教學	31	28,524	420	28,104	34	39,981	0	39,981	44	36,683	0	36,683
					-	-	-	29.4%	-8.2%	-	-8.2%	
901017 工藝品創作	31	28,524	420	28,104	6	4,159	0	4,159	19	8,271	0	8,271
					-	-	-	216.7%	98.9%	-	98.9%	
合計	12,702	151,976,224	62,051,296	89,924,928	12,838	117,881,869	27,988,869	89,893,000	12,808	111,420,665	14,078,848	97,341,816
					1.1%	-22.4%	-54.9%	0.0%	-0.2%	-5.5%	-49.7%	8.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 工藝產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	661	52,884,936	49,103,277	3,781,659	634	10,109,730	7,224,489	2,885,240	569	1,670,993	297,535	1,373,457
					-4.1%	-80.9%	-85.3%	-23.7%	-10.3%	-83.5%	-95.9%	-52.4%
1-2年	566	4,414,444	77,494	4,336,950	633	14,699,524	7,562,672	7,136,852	634	9,152,927	114,820	9,038,107
					11.8%	233.0%	9659.1%	64.6%	0.2%	-37.7%	-98.5%	26.6%
2-3年	706	4,985,005	206,458	4,778,547	515	6,087,408	99,285	5,988,124	545	7,148,007	37,601	7,110,406
					-27.1%	22.1%	-51.9%	25.3%	5.8%	17.4%	-62.1%	18.7%
3-4年	396	2,306,537	73,094	2,233,443	660	5,334,041	201,862	5,132,179	468	6,857,618	102,548	6,755,070
					66.7%	131.3%	176.2%	129.8%	-29.1%	28.6%	-49.2%	31.6%
4-5年	389	2,253,699	198,101	2,055,597	375	2,404,077	17,139	2,386,939	628	3,974,470	195,077	3,779,393
					-3.6%	6.7%	-91.3%	16.1%	67.5%	65.3%	1038.2%	58.3%
5-10年	1,603	10,000,935	609,835	9,391,100	1,568	10,456,760	516,952	9,939,808	1,480	11,037,838	413,278	10,624,560
					-2.2%	4.6%	-15.2%	5.8%	-5.6%	5.6%	-20.1%	6.9%
10-20年	3,561	27,445,584	1,997,166	25,448,418	3,337	28,924,463	2,804,533	26,119,930	3,233	28,193,771	1,803,325	26,390,447
					-6.3%	5.4%	40.4%	2.6%	-3.1%	-2.5%	-35.7%	1.0%
20年以上	4,820	47,685,083	9,785,871	37,899,212	5,116	39,865,866	9,561,937	30,303,929	5,251	43,385,040	11,114,665	32,270,376
					6.1%	-16.4%	-2.3%	-20.0%	2.6%	8.8%	16.2%	6.5%
合計	12,702	151,976,224	62,051,296	89,924,928	12,838	117,881,869	27,988,869	89,893,000	12,808	111,420,665	14,078,848	97,341,816
					1.1%	-22.4%	-54.9%	0.0%	-0.2%	-5.5%	-49.7%	8.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

工藝產業	2014年				2015年				2016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	1,372	13,650,461	1,354,147	12,296,314	1,379	13,509,494	1,579,460	11,930,034	1,356	12,884,196	1,665,152	11,219,045
		-1.4%	7.6%	10.7%	7.3%	0.5%	-1.0%	16.6%	-3.0%	-1.7%	-4.6%	5.4%	-6.0%
231911	玻璃擺飾品製造	56	573,478	49,994	523,484	53	497,973	44,300	453,672	52	444,356	38,848	405,507
		3.7%	-4.7%	37.6%	-7.5%	-5.4%	-11.4%	-11.4%	-13.3%	-1.9%	-10.8%	-12.3%	-10.6%
232912	陶瓷裝飾品燒製	105	980,925	127,316	853,609	103	966,787	99,757	867,030	103	881,737	107,247	774,490
		1.0%	-3.2%	-17.9%	-0.5%	-1.9%	-1.4%	-21.6%	1.6%	0.0%	-8.8%	7.5%	-10.7%
232999	未分類其他陶瓷製品製造	244	10,204,155	920,737	9,283,419	260	9,695,329	1,024,698	8,670,631	264	8,972,664	1,021,685	7,950,979
		3.4%	11.6%	6.0%	12.1%	6.6%	-5.0%	11.3%	-6.6%	1.5%	-7.5%	-0.3%	-8.3%
339112	珠寶及貴金屬飾物製造	43	1,683,608	65,488	1,618,120	55	1,791,722	73,574	1,718,148	62	1,675,511	47,132	1,628,379
		22.9%	5.0%	76.4%	3.3%	27.9%	6.4%	12.3%	6.2%	12.7%	-6.5%	-35.9%	-5.2%
339113	金屬飾物製造	217	3,610,212	1,250,063	2,360,149	213	3,091,807	1,041,212	2,050,595	208	3,036,834	1,074,185	1,962,650
		-4.8%	5.8%	2.0%	7.9%	-1.8%	-14.4%	-16.7%	-13.1%	-2.3%	-1.8%	3.2%	-4.3%
339199	其他珠寶及金工製品製造	191	3,924,071	2,630,793	1,293,278	194	2,410,806	1,226,199	1,184,607	183	1,699,340	502,440	1,196,900
		-1.0%	-9.4%	-2.5%	-20.9%	1.6%	-38.6%	-53.4%	-8.4%	-5.7%	-29.5%	-59.0%	1.0%
339919	手工藝品製造	245	1,431,358	591,180	840,179	235	1,354,994	665,315	689,679	229	1,233,522	623,832	609,690
		-1.6%	13.2%	3.6%	21.0%	-4.1%	-5.3%	12.5%	-17.9%	-2.6%	-9.0%	-6.2%	-11.6%
456611	金(銀)飾批發	1,069	16,251,971	1,361,822	14,890,149	1,076	15,845,268	1,248,735	14,596,533	1,087	17,092,915	3,917,466	13,175,449
		-3.5%	-8.5%	-7.9%	-8.6%	0.7%	-2.5%	-8.3%	-2.0%	1.0%	7.9%	213.7%	-9.7%
456612	珠寶批發	329	12,442,771	156,179	12,286,592	358	13,572,446	211,816	13,360,630	384	9,954,158	181,484	9,772,674
		6.8%	51.6%	-45.0%	55.0%	8.8%	9.1%	35.6%	8.7%	7.3%	-26.7%	-14.3%	-26.9%
469916	禮物(寶石、貴金屬除外)批發:貝殼、鑽石、玩賞石、水晶、天珠等	227	3,401,000	411,494	2,989,506	281	3,050,239	423,181	2,627,057	298	3,027,672	318,412	2,709,260
		14.1%	37.5%	21.3%	40.0%	23.8%	-10.3%	2.8%	-12.1%	6.0%	-0.7%	-24.8%	3.1%
469917	手工藝品批發	586	8,100,715	2,414,089	5,686,626	563	8,155,002	2,462,069	5,692,933	555	7,409,118	2,149,622	5,259,497
		-1.7%	4.2%	8.1%	2.7%	-3.9%	0.7%	2.0%	0.1%	-1.4%	-9.1%	-12.7%	-7.6%
474511	金(銀)飾零售	3,769	22,184,608	133,550	22,051,057	3,717	23,053,736	141,342	22,912,394	3,633	14,944,283	124,211	14,820,072
		-2.5%	12.1%	-26.1%	12.4%	-1.4%	3.9%	5.8%	3.9%	-2.3%	-35.2%	-12.1%	-35.3%
474512	珠寶零售	1,470	10,926,300	114,096	10,812,204	1,503	9,387,697	71,584	9,316,113	1,500	7,446,094	172,852	7,273,242
		2.3%	22.7%	51.5%	22.5%	2.2%	-14.1%	-37.3%	-13.8%	-0.2%	-20.7%	141.5%	-21.9%
485216	禮物(寶石、貴金屬除外)零售:貝殼、鑽石、玩賞石、水晶、天珠等	804	5,812,912	32,294	5,780,619	818	6,513,558	16,917	6,496,641	789	4,953,598	12,238	4,941,360
		2.4%	9.2%	22.6%	9.2%	1.7%	12.1%	-47.6%	12.4%	-3.5%	-23.9%	-27.7%	-23.9%
485217	手工藝品零售	1,962	7,592,612	2,892,749	4,699,863	2,012	6,838,411	2,602,352	4,236,059	2,017	6,808,850	2,654,457	4,154,393
		0.4%	7.3%	9.3%	6.1%	2.5%	-9.9%	-10.0%	-9.9%	0.2%	-0.4%	2.0%	-1.9%
857216	手工藝教學	56	47,533	0	47,533	64	72,679	0	72,679	71	67,849	0	67,849
		27.3%	29.6%	-	29.6%	14.3%	52.9%	-	52.9%	10.9%	-6.6%	-	-6.6%
901017	工藝品創作	35	26,440	0	26,440	45	57,886	29,194	28,692	49	34,198	0	34,198
		84.2%	219.7%	-	219.7%	28.6%	118.9%	-	8.5%	8.9%	-40.9%	-100.0%	19.2%
	合計	12,780	122,845,129	14,505,989	108,339,141	12,929	119,865,835	12,961,706	106,904,129	12,840	102,566,895	14,611,263	87,955,633
		-0.2%	10.3%	3.0%	11.3%	1.2%	-2.4%	-10.6%	-1.3%	-0.7%	-14.4%	12.7%	-17.7%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016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	544	2,444,492	326	2,444,166	650	1,472,084	28,291	1,443,793	513	3,434,044	2,929,729	504,314	
	-4.4%	46.3%	-99.9%	78.0%	19.5%	-39.8%	8574.8%	-40.9%	-21.1%	133.3%	10255.8%	-65.1%	
1-2年	570	7,933,569	658,810	7,274,758	557	4,294,414	44,386	4,250,028	633	2,911,221	35,064	2,876,157	
	-10.1%	-13.3%	473.8%	-19.5%	-2.3%	-45.9%	-93.3%	-41.6%	13.6%	-32.2%	-21.0%	-32.3%	
2-3年	555	9,095,380	115,777	8,979,603	502	5,642,422	679,808	4,962,614	468	2,159,415	56,154	2,103,261	
	1.8%	27.2%	207.9%	26.3%	-9.5%	-38.0%	487.2%	-44.7%	-6.8%	-61.7%	-91.7%	-57.6%	
3-4年	491	5,773,945	189,631	5,584,313	503	8,324,742	180,795	8,143,947	452	3,571,205	416,260	3,154,945	
	4.9%	-15.8%	84.9%	-17.3%	2.4%	44.2%	-4.7%	45.8%	-10.1%	-57.1%	130.2%	-61.3%	
4-5年	432	9,451,639	102,499	9,349,140	453	7,264,041	135,639	7,128,402	465	6,927,990	127,071	6,800,919	
	-31.2%	137.8%	-47.5%	147.4%	4.9%	-23.1%	32.3%	-23.8%	2.6%	-4.9%	-6.3%	-4.6%	
5-10年	1,602	12,227,088	786,941	11,440,147	1,606	18,552,431	743,409	17,809,021	1,630	16,969,285	944,687	16,024,598	
	8.2%	10.8%	90.4%	7.7%	0.2%	51.7%	-5.5%	55.7%	1.5%	-8.5%	27.1%	-10.0%	
10-20年	3,240	29,566,705	1,497,070	28,069,635	3,197	28,270,428	1,639,878	26,630,550	3,048	23,906,604	1,419,895	22,486,709	
	0.2%	4.9%	-17.0%	6.4%	-1.3%	-4.4%	9.5%	-5.1%	-4.7%	-15.4%	-13.4%	-15.6%	
20年以上	5,346	46,352,312	11,154,934	35,197,378	5,461	46,045,272	9,509,499	36,535,773	5,371	42,687,132	8,682,403	34,004,729	
	1.8%	6.8%	0.4%	9.1%	2.2%	-0.7%	-14.8%	3.8%	3.1%	-7.3%	-8.7%	-6.9%	
	合計	12,780	122,845,129	14,505,989	108,339,141	12,929	119,865,835	12,961,706	106,904,129	12,840	102,566,895	14,611,263	87,955,633
		-0.2%	10.3%	3.0%	11.3%	1.2%	-2.4%	-10.6%	-1.3%	-0.7%	-14.4%	12.7%	-17.7%



# 工藝產業

## 工藝產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	3,355	67,673,117	27,355,899	40,317,218	3,413	56,414,163	20,591,452	35,822,711	3,342	41,688,609	5,498,408	36,190,201
新北市	1,860	42,407,453	29,412,916	12,994,538	1,858	15,477,197	2,437,733	13,039,464	1,858	17,783,582	3,791,300	13,992,282
宜蘭縣	238	1,005,778	134,987	870,790	236	1,110,898	124,503	986,395	243	1,064,367	116,754	947,613
基隆市	142	312,404	7,580	304,825	145	308,117	6,399	301,719	137	385,217	3,917	381,300
桃園市	652	6,565,652	823,746	5,741,906	648	6,117,332	710,505	5,406,828	649	6,875,756	685,568	6,190,188
新竹縣	140	637,455	177,756	459,699	134	553,046	55,507	497,540	136	527,211	37,354	489,857
新竹市	226	651,828	67,797	584,031	227	783,399	90,702	692,697	224	699,646	72,740	626,907
苗栗縣	257	669,676	31,455	638,221	255	634,596	29,712	604,884	253	603,098	30,234	572,864
臺中市	1,605	8,048,481	1,096,654	6,951,828	1,635	7,892,495	1,188,863	6,703,633	1,592	8,151,844	1,187,751	6,964,093
彰化縣	606	3,839,829	1,370,183	2,469,640	602	3,753,361	1,343,483	2,409,877	600	3,485,627	1,087,589	2,398,038
南投縣	259	862,764	168,293	694,477	269	823,775	151,572	672,203	279	894,990	138,399	756,591
雲林縣	204	440,627	22,605	418,022	201	468,485	23,292	445,194	206	471,937	14,442	457,496
嘉義縣	139	560,101	5,141	554,959	135	421,904	5,447	416,457	133	364,173	1,200	362,973
嘉義市	157	421,726	25,442	396,285	163	412,110	19,553	392,557	159	462,303	29,606	432,697
臺南市	825	2,300,674	165,856	2,134,818	817	2,216,593	141,072	2,075,521	818	2,242,492	136,226	2,106,265
高雄市	1,051	10,736,223	1,174,742	9,561,481	1,047	12,500,067	1,065,413	11,434,654	1,047	14,919,481	1,236,976	13,682,505
屏東縣	293	568,013	2,427	565,586	299	576,269	1,754	574,515	309	633,677	4,847	628,830
澎湖縣	122	202,093	0	202,093	128	160,648	0	160,648	126	158,223	1,106	157,117
金門縣、連江縣	54	78,166	0	78,166	57	74,830	0	74,830	55	80,316	0	80,316
花蓮縣	399	1,757,167	2,066	1,755,101	438	2,826,370	1,708	2,824,662	495	3,932,202	1,968	3,930,234
臺東縣	118	2,236,996	5,752	2,231,244	131	4,356,214	203	4,356,011	147	5,995,911	2,464	5,993,447
合計	12,702	151,976,224	62,051,296	89,924,928	12,838	117,881,869	27,988,869	89,893,000	12,808	111,420,665	14,078,848	97,341,816

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 工藝產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	4,509	19,944,212	21,823	19,922,389	4,588	15,369,578	21,864	15,347,713	4,578	17,419,602	21,675	17,397,926
					1.8%	-22.9%	0.2%	-23.0%	-0.2%	13.3%	-0.9%	13.4%
0.1-1百萬元	4,482	9,874,493	147,618	9,726,874	4,530	11,198,598	156,878	11,041,720	4,563	12,379,507	435,581	11,943,927
					1.1%	13.4%	6.3%	13.5%	0.7%	10.5%	177.7%	8.2%
1-5百萬元	1,732	60,198,488	49,692,725	10,505,763	1,753	26,688,980	15,127,721	11,561,259	1,732	13,025,634	522,382	12,503,252
					1.2%	-55.7%	-69.6%	10.0%	-1.2%	-51.2%	-96.5%	8.1%
5-10百萬元	1,381	14,733,765	2,351,100	12,382,665	1,367	13,904,736	2,280,886	11,623,850	1,334	15,199,636	1,909,633	13,290,004
					-1.0%	-5.6%	-3.0%	-6.1%	-2.4%	9.3%	-16.3%	14.3%
10-20百萬元	346	11,083,112	2,435,460	8,647,652	348	14,182,976	3,628,800	10,554,177	345	14,445,296	4,745,197	9,700,099
					0.6%	28.0%	49.0%	22.0%	-0.9%	1.8%	30.8%	-8.1%
20-30百萬元	128	7,306,382	1,055,084	6,251,298	125	6,839,409	1,039,042	5,800,367	127	8,640,233	1,011,375	7,628,857
					-2.3%	-6.4%	-1.5%	-7.2%	1.6%	26.3%	-2.7%	31.5%
30-40百萬元	23	1,874,390	391,434	1,482,957	23	1,847,218	233,361	1,613,857	23	2,069,272	262,280	1,806,992
					0.0%	-1.4%	-40.4%	8.8%	0.0%	12.0%	12.4%	12.0%
40-50百萬元	11	881,094	163,874	717,221	12	1,024,207	190,392	833,814	13	1,204,875	186,873	1,018,003
					9.1%	16.2%	16.2%	16.3%	8.3%	17.6%	-1.8%	22.1%
50-60百萬元	17	3,517,472	1,988,466	1,529,006	18	3,023,105	1,862,682	1,160,423	20	2,340,292	1,311,885	1,028,407
					5.9%	-14.1%	-6.3%	-24.1%	11.1%	-22.6%	-29.6%	-11.4%
60-80百萬元	18	4,432,535	380,967	4,051,568	18	4,722,028	434,427	4,287,600	18	3,907,600	408,133	3,499,467
					0.0%	6.5%	14.0%	5.8%	0.0%	-17.2%	-6.1%	-18.4%
0.8-1億元	9	735,737	224,079	511,659	9	743,373	163,971	579,402	9	750,103	222,511	527,592
					0.0%	1.0%	-26.8%	13.2%	0.0%	0.9%	35.7%	-8.9%
1-2億元	19	3,978,764	1,443,889	2,534,875	20	4,313,404	1,307,525	3,005,880	19	4,845,462	1,106,365	3,739,097
					5.3%	8.4%	-9.4%	18.6%	-5.0%	12.3%	-15.4%	24.4%
2億元以上	27	13,415,780	1,754,777	11,661,003	27	14,024,257	1,541,319	12,482,938	27	15,193,150	1,934,958	13,258,192
					0.0%	4.5%	-12.2%	7.0%	0.0%	8.3%	25.5%	6.2%
合計	12,702	151,976,224	62,051,296	89,924,928	12,838	117,881,869	27,988,869	89,893,000	12,808	111,420,665	14,078,848	97,341,816
					1.1%	-22.4%	-54.9%	0.0%	-0.2%	-5.5%	-49.7%	8.3%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	3,309	41,511,130	5,139,910	36,371,220	3,287	40,940,749	5,094,892	35,845,857	3,293	36,651,924	7,780,531	28,871,392
新北市	1,839	17,719,393	3,729,221	13,990,172	1,851	15,855,826	2,509,075	13,346,751	1,833	12,532,609	1,497,686	11,034,923
宜蘭縣	233	1,007,824	62,402	945,421	241	1,065,078	89,582	975,496	246	989,960	123,470	866,489
基隆市	134	383,970	4,165	379,805	133	511,972	3,221	508,751	134	680,809	3,603	677,207
桃園市	634	7,568,629	784,628	6,784,001	673	7,224,951	845,509	6,379,442	662	6,939,802	877,239	6,062,563
新竹縣	132	597,778	52,305	545,473	135	650,472	48,208	602,264	136	679,617	80,870	598,747
新竹市	222	598,658	52,820	545,838	227	552,493	34,822	517,671	227	610,227	38,319	571,908
苗栗縣	255	689,711	43,636	646,075	268	779,373	34,709	744,664	268	860,378	28,764	831,614
臺中市	1,585	9,139,650	1,489,355	7,650,295	1,603	8,590,464	1,330,453	7,260,011	1,608	8,463,166	1,263,152	7,200,014
彰化縣	595	3,702,495	1,296,696	2,405,799	594	3,676,461	1,246,794	2,429,667	580	3,691,651	1,377,990	2,313,662
南投縣	293	1,020,032	125,680	894,351	299	935,363	113,922	821,441	296	918,123	91,852	826,271
雲林縣	206	477,159	14,254	462,905	206	503,721	15,463	488,258	205	449,180	21,707	427,473
嘉義縣	133	421,427	6,758	414,669	136	399,005	1,238	397,767	133	379,432	734	378,699
嘉義市	162	494,390	33,279	461,111	162	490,432	65,859	424,573	155	499,940	65,325	434,615
臺南市	829	2,405,882	142,131	2,263,751	834	2,485,330	166,220	2,319,110	813	2,420,216	161,859	2,258,357
高雄市	1,053	17,944,955	1,508,051	16,436,903	1,095	15,834,966	1,283,944	14,551,022	1,091	13,233,184	1,134,105	12,099,080
屏東縣	315	568,750	16,745	552,005	318	577,727	8,381	569,346	316	540,210	278	539,932
澎湖縣	115	151,910	934	150,976	115	179,806	0	179,806	113	155,642	0	155,642
金門縣、連江縣	57	150,144	0	150,144	58	371,993	0	371,993	55	305,219	0	305,219
花蓮縣	516	5,686,526	3,018	5,683,508	524	5,888,260	949	5,887,311	506	3,851,945	5,132	3,846,813
臺東縣	163	10,604,718	0	10,604,718	170	12,351,393	68,464	12,282,930	170	7,713,660	58,647	7,655,013
合計	12,780	122,845,129	14,505,989	108,339,141	12,929	119,865,835	12,961,706	106,904,129	12,840	102,566,895	14,611,263	87,955,633

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	4,544	21,072,985	16,501	21,056,484	4,532	19,254,027	5,025	19,249,003	4,460	13,326,686	4,060	13,322,626
	-0.7%	21.0%	-23.9%	21.0%	-0.3%	-8.6%	-69.5%	-8.6%	-1.6%	-30.8%	-19.2%	-30.8%
0.1-1百萬元	4,583	11,680,011	744,795	10,935,215	4,704	11,847,656	691,122	11,156,534	4,686	13,653,204	3,347,737	10,305,468
	0.4%	-5.7%	71.0%	-8.4%	2.6%	1.4%	-7.2%	2.0%	-0.4%	15.2%	384.4%	-7.6%
1-5百萬元	1,747	12,996,891	451,899	12,544,992	1,785	14,900,648	497,456	14,403,193	1,808	11,215,683	356,608	10,859,075
	0.9%	-0.2%	-13.5%	0.3%	2.2%	14.6%	10.1%	14.8%	1.3%	-24.7%	-28.3%	-24.6%
5-10百萬元	1,305	16,860,049	1,959,837	14,900,212	1,299	16,186,892	1,951,561	14,235,331	1,275	13,558,443	1,854,073	11,704,371
	-2.2%	10.9%	2.6%	12.1%	-0.5%	-4.0%	-0.4%	-4.5%	-1.8%	-16.2%	-5.0%	-17.8%
10-20百萬元	344	15,683,633	4,842,016	10,841,617	349	14,958,688	3,286,974	11,671,713	348	11,149,393	2,373,315	8,776,079
	-0.3%	8.6%	2.0%	11.8%	1.5%	-4.6%	-32.1%	7.7%	-0.3%	-25.5%	-27.8%	-24.8%
20-30百萬元	125	9,359,401	1,070,910	8,288,490	127	9,153,783	1,095,565	8,058,218	131	9,254,665	941,213	8,313,452
	-1.6%	8.3%	5.9%	8.6%	1.6%	-2.2%	2.3%	-2.8%	3.1%	1.1%	-14.1%	3.2%
30-40百萬元	25	2,221,808	296,654	1,925,154	25	2,134,806	318,148	1,816,658	23	1,934,886	302,047	1,632,839
	8.7%	7.4%	13.1%	6.5%	0.0%	-3.9%	7.2%	-5.6%	-8.0%	-9.4%	-5.1%	-10.1%
40-50百萬元	13	1,150,944	179,019	971,925	13	1,067,682	155,748	911,934	14	934,418	136,587	797,831
	0.0%	-4.5%	-4.2%	-4.5%	0.0%	-7.2%	-13.0%	-6.2%	7.7%	-12.5%	-12.3%	-12.5%
50-60百萬元	19	2,768,938	1,301,803	1,467,135	20	2,520,902	1,102,156	1,418,746	20	2,612,456	1,291,186	1,321,270
	-5.0%	18.3%	-0.8%	42.7%	5.3%	-9.0%	-15.3%	-3.3%	0.0%	3.6%	17.2%	-6.9%
60-80百萬元	18	3,566,695	560,367	3,006,328	18	3,340,179	673,837	2,666,342	18	3,328,255	651,674	2,676,582
	0.0%	-8.7%	37.3%	-14.1%	0.0%	-6.4%	20.2%	-11.3%	0.0%	-0.4%	-3.3%	0.4%
0.8-1億元	10	807,390	214,110	593,280	10	805,134	202,787	602,347	10	1,083,152	309,510	773,642
	11.1%	7.6%	-3.8%	12.5%	0.0%	-0.3%	-5.3%	1.5%	0.0%	34.5%	52.6%	28.4%
1-2億元	20	5,711,694	1,025,687	4,686,008	21	5,209,306	856,861	4,352,445	21	5,837,121	1,013,752	4,823,369
	5.3%	17.9%	-7.3%	25.3%	5.0%	-8.8%	-16.5%	-7.1%	0.0%	12.1%	18.3%	10.8%
2億元以上	27	18,964,690	1,842,389	17,122,301	26	18,486,132	2,124,465	16,361,666	26	14,678,533	2,029,502	12,649,030
	0.0%	24.8%	-4.8%	29.1%	-3.7%	-2.5%	15.3%	-4.4%	0.0%	-20.6%	-4.5%	-22.7%
合計	12,780	122,845,129	14,505,989	108,339,141	12,929	119,865,835	12,961,706	106,904,129	12,840	102,566,895	14,611,263	87,955,633
	-0.2%	10.3%	3.0%	11.3%	1.2%	-2.4%	-10.6%	-1.3%	-0.7%	-14.4%	12.7%	-17.7%

# 電影產業

## 電影產業2011~2016年家數與營業額

電影產業	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
591111 動畫影片製作	16	1,011,719	138,557	873,162	17	341,838	54,914	286,924	25	310,307	75,095	235,212
					6.3%	-66.2%	-60.4%	-67.1%	47.1%	-9.2%	36.7%	-18.0%
591114 電影片製作	59	1,937,663	1,216,450	721,213	66	1,872,104	1,098,676	773,428	120	1,970,429	1,006,020	964,409
					11.9%	-3.4%	-9.7%	7.2%	81.8%	5.3%	-8.4%	24.7%
591199 其他影片製作	368	5,604,100	93,773	5,510,327	415	5,730,070	200,644	5,529,426	434	5,308,892	132,970	5,175,922
					12.8%	2.2%	114.0%	0.3%	4.6%	-7.4%	-33.7%	-6.4%
591211 影片沖印	15	74,310	0	74,310	16	54,659	0	54,659	15	63,467	0	63,467
					6.7%	-26.4%	-	-26.4%	-6.3%	16.1%	-	16.1%
591212 影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	47	1,068,351	3,752	1,064,599	47	989,193	6,907	982,286	54	1,067,521	13,846	1,053,675
					0.0%	-7.4%	84.1%	-7.7%	14.9%	7.9%	100.5%	7.3%
592013 電影錄音	9	93,576	4,631	88,945	8	52,010	0	52,010	7	41,285	0	41,285
					-11.1%	-44.4%	-100.0%	-41.5%	-12.5%	-20.6%	-	-20.6%
591213 電腦動畫及特效後製服務	21	54,652	188	54,465	18	133,903	955	132,948	22	127,845	21,989	105,856
					-14.3%	145.0%	408.4%	144.1%	22.2%	-4.5%	2203.6%	-20.4%
591311 電影片代理及發行	162	4,306,545	20,222	4,286,323	160	4,217,466	7,722	4,209,744	149	5,017,273	23,331	4,993,942
					-1.2%	-2.1%	-61.8%	-1.8%	-6.9%	19.0%	202.1%	18.6%
591411 電影院	104	7,766,066	4,344	7,761,722	108	8,538,622	0	8,538,622	103	9,515,682	0	9,515,682
					3.8%	9.9%	-100.0%	10.0%	-4.6%	11.4%	-	11.4%
591412 露天電影院	6	12,860	0	12,860	6	5,119	0	5,119	6	4,468	0	4,468
					0.0%	-60.2%	-	-60.2%	0.0%	-12.7%	-	-12.7%
773200 錄影帶及碟片租賃	599	2,873,469	0	2,873,469	532	2,842,253	214	2,842,039	478	2,405,781	0	2,405,781
					-11.2%	-1.1%	-	-1.1%	-10.2%	-15.4%	-100.0%	-15.4%
932212 視聽中心	403	1,279,876	0	1,279,876	387	1,302,938	0	1,302,938	370	1,341,481	0	1,341,481
					-4.0%	1.8%	-	1.8%	-4.4%	3.0%	-	3.0%
合計	1,809	26,083,188	1,481,917	24,601,271	1,780	26,080,175	1,370,031	24,710,144	1,783	27,174,431	1,273,250	25,901,180
					-1.6%	-0.1%	-7.6%	0.4%	0.2%	4.2%	-7.1%	4.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 電影產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	169	609,081	188	608,893	173	293,893	889	293,004	160	514,408	858	513,550
					2.4%	-51.7%	373.2%	-51.9%	-7.5%	75.0%	-3.4%	75.3%
1-2年	191	757,391	232	757,159	159	1,439,818	13,434	1,426,384	174	874,678	26,455	848,223
					-16.8%	90.1%	5680.2%	88.4%	9.4%	-39.3%	96.9%	-40.5%
2-3年	153	974,241	10,266	963,974	150	1,341,925	3,675	1,338,250	137	1,592,931	12,673	1,580,258
					-2.0%	37.7%	-64.2%	38.8%	-8.7%	18.7%	244.8%	18.1%
3-4年	106	1,023,047	138,557	884,490	130	965,051	36,047	929,004	134	1,055,254	67,741	987,513
					22.6%	-5.7%	-74.0%	5.0%	3.1%	9.3%	87.9%	6.3%
4-5年	84	1,353,669	37,094	1,316,576	97	708,194	56,304	651,891	111	1,053,702	64,505	989,197
					15.5%	-47.7%	51.8%	-50.5%	14.4%	48.8%	14.6%	51.7%
5-10年	289	4,040,249	27,571	4,012,677	257	3,986,672	130,799	3,855,873	271	3,486,574	102,770	3,383,805
					-11.1%	-1.3%	374.4%	-3.9%	5.4%	-12.5%	-21.4%	-12.2%
10-20年	457	10,848,408	9,381	10,839,027	454	11,463,830	10,688	11,453,142	459	12,287,198	44,665	12,242,534
					-0.7%	5.7%	13.9%	5.7%	1.1%	7.2%	317.9%	6.9%
20年以上	360	6,477,101	1,258,628	5,218,474	360	5,880,792	1,118,195	4,762,597	337	6,309,685	953,584	5,356,101
					0.0%	-9.2%	-11.2%	-8.7%	-6.4%	7.3%	-14.7%	12.5%
合計	1,809	26,083,188	1,481,917	24,601,271	1,780	26,080,175	1,370,031	24,710,144	1,783	27,174,431	1,273,250	25,901,180
					-1.6%	0.0%	-7.6%	0.4%	0.2%	4.2%	-7.1%	4.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

電影產業	2014年				2015年				2016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	32	682,841	139,566	543,275	51	757,916	187,744	570,172	77	775,709	162,084	613,625
	28.0%	120.1%	85.9%	131.0%	59.4%	11.0%	34.5%	5.0%	51.0%	2.3%	-13.7%	7.6%
591114 電影片製作	170	2,321,584	1,200,776	1,120,808	245	2,737,699	650,639	2,087,061	359	1,938,722	215,694	1,723,028
	41.7%	17.8%	19.4%	16.2%	44.1%	17.9%	-45.8%	86.2%	46.5%	-29.2%	-66.8%	-17.4%
591199 其他影片製作	442	5,244,636	108,454	5,136,182	444	4,638,200	127,730	4,510,470	460	4,957,809	200,607	4,757,201
	1.8%	-1.2%	-18.4%	-0.8%	0.5%	-11.6%	17.8%	-12.2%	3.6%	6.9%	57.1%	5.5%
591211 影片沖印	14	67,685	1,138	66,547	13	64,364	8,253	56,110	14	73,535	9,912	63,623
	-6.7%	6.6%	-	4.9%	-7.1%	-4.9%	625.4%	-15.7%	7.7%	14.2%	20.1%	13.4%
591212 影片剪輯、配音、字幕、轉錄服務	52	1,059,158	3,737	1,055,421	56	1,097,571	8,825	1,088,746	60	981,275	7,009	974,265
	-3.7%	-0.8%	-73.0%	0.2%	-	-	-	-	7.1%	-10.6%	-20.6%	-10.5%
592013 電影錄音	6	42,961	0	42,961	6	42,961	0	42,961	11	57,393	0	57,393
	-	-	-	-	-	-	-	-	83.3%	33.6%	-	33.6%
591213 電腦動畫及特效後製服務	20	118,217	14,573	103,644	24	124,754	34,425	90,329	26	169,237	24,980	144,257
	-9.1%	-7.5%	-33.7%	-2.1%	20.0%	5.5%	136.2%	-12.8%	8.3%	35.7%	-27.4%	59.7%
591311 電影片代理及發行	138	5,045,187	43,093	5,002,094	133	5,532,464	28,489	5,503,975	130	4,180,609	19,618	4,160,991
	-7.4%	0.6%	84.7%	0.2%	-3.6%	9.7%	-33.9%	10.0%	-2.3%	-24.4%	-31.1%	-24.4%
591411 電影院	105	9,762,043	0	9,762,043	108	11,692,810	0	11,692,810	115	11,005,328	33	11,005,295
	-	-	-	-	2.9%	19.8%	-	19.8%	6.5%	-5.9%	-	-5.9%
591412 露天電影院	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
773200 錄影帶及碟片租賃	423	2,581,281	0	2,581,281	372	2,493,995	531	2,493,463	331	2,294,942	0	2,294,942
	-11.5%	7.3%	-	7.3%	-12.1%	-3.4%	-	-3.4%	-11.0%	-8.0%	-100.0%	-8.0%
932212 視聽中心	348	1,356,523	0	1,356,523	324	1,319,390	0	1,319,390	305	1,320,234	0	1,320,234
	-5.9%	1.1%	-	1.1%	-6.9%	-2.7%	-	-2.7%	-5.9%	0.1%	-	0.1%
合計	1,744	28,239,156	1,511,337	26,727,818	1,776	30,502,123	1,046,636	29,455,487	1,888	27,754,793	639,938	27,114,856
	-2.2%	3.9%	18.7%	3.2%	1.8%	8.0%	-30.7%	10.2%	6.3%	-9.0%	-38.9%	-7.9%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016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	136	215,212	13,239	201,972	173	569,238	717	568,521	234	526,493	89,916	436,576
	-15.0%	-58.2%	1442.8%	-60.7%	27.2%	164.5%	-94.6%	181.5%	35.3%	-7.5%	12436.4%	-23.2%
1-2年	150	1,285,651	26,551	1,259,100	134	893,194	5,863	887,331	184	1,657,361	31,103	1,626,258
	-13.8%	47.0%	0.4%	48.4%	-10.7%	-30.5%	-77.9%	-29.5%	37.3%	85.6%	430.5%	83.3%
2-3年	152	926,630	14,217	912,414	132	1,443,967	14,059	1,429,908	114	781,667	43,182	738,485
	10.9%	-41.8%	12.2%	-42.3%	-13.2%	55.8%	-1.1%	56.7%	-13.6%	-45.9%	207.1%	-48.4%
3-4年	115	1,201,298	25,035	1,176,263	133	1,064,482	35,117	1,029,365	121	1,397,881	7,449	1,390,432
	-14.2%	13.8%	-63.0%	19.1%	15.7%	-11.4%	40.3%	-12.5%	-9.0%	31.3%	-78.8%	35.1%
4-5年	123	1,085,565	18,536	1,067,029	99	1,293,870	1,336	1,292,534	123	1,119,562	42,138	1,077,424
	10.8%	3.0%	-71.3%	7.9%	-19.5%	19.2%	-92.8%	21.1%	24.2%	-13.5%	3054.8%	-16.6%
5-10年	298	3,738,792	242,374	3,496,418	335	4,259,114	608,315	3,650,799	342	3,763,681	209,710	3,553,971
	10.0%	7.2%	135.8%	3.3%	12.4%	13.9%	151.0%	4.4%	2.1%	-11.6%	-65.5%	-2.7%
10-20年	448	12,862,098	18,180	12,843,918	443	12,751,203	69,278	12,681,925	450	11,365,580	150,172	11,215,408
	-2.4%	4.7%	-59.3%	4.9%	-1.1%	-0.9%	281.1%	-1.3%	1.6%	-10.9%	116.8%	-11.6%
20年以上	322	6,923,909	1,153,205	5,770,704	327	8,227,055	311,950	7,915,104	320	7,142,570	66,268	7,076,302
	-4.5%	9.7%	20.9%	7.7%	1.6%	18.8%	-72.9%	37.2%	-2.1%	-13.2%	-78.8%	-10.6%
合計	1,744	28,239,156	1,511,337	26,727,818	1,776	30,502,123	1,046,636	29,455,487	1,888	27,754,793	639,938	27,114,856
	-2.2%	3.9%	18.7%	3.2%	1.8%	8.0%	-30.7%	10.2%	6.3%	-9.0%	-38.9%	-7.9%

# 電影產業

## 電影產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	524	16,134,795	1,443,421	14,691,374	535	14,903,181	1,298,146	13,605,034	573	15,001,373	1,210,491	13,790,882
新北市	280	3,618,046	38,198	3,579,848	286	4,484,554	70,771	4,413,783	281	4,852,446	55,346	4,797,100
宜蘭縣	53	63,685	0	63,685	45	56,596	0	56,596	43	56,209	0	56,209
基隆市	24	76,234	0	76,234	19	61,796	0	61,796	21	63,446	0	63,446
桃園市	126	1,062,893	0	1,062,893	123	1,079,856	0	1,079,856	128	1,195,349	0	1,195,349
新竹縣	21	19,786	0	19,786	19	17,246	0	17,246	13	15,216	0	15,216
新竹市	26	637,505	0	637,505	32	699,622	0	699,622	31	807,447	0	807,447
苗栗縣	26	94,081	0	94,081	30	87,256	0	87,256	25	73,811	0	73,811
臺中市	131	1,380,912	110	1,380,802	127	1,548,402	159	1,548,242	124	1,687,625	1,517	1,686,109
彰化縣	58	127,246	0	127,246	56	165,499	0	165,499	52	112,289	0	112,289
南投縣	22	17,811	0	17,811	21	25,648	0	25,648	18	30,476	0	30,476
雲林縣	51	66,205	0	66,205	51	68,372	0	68,372	48	69,894	0	69,894
嘉義縣	18	40,747	0	40,747	18	29,991	0	29,991	20	25,420	0	25,420
嘉義市	22	64,390	0	64,390	21	68,718	0	68,718	18	75,024	0	75,024
臺南市	104	655,345	188	655,157	96	638,302	955	637,347	95	721,523	5,896	715,627
高雄市	219	1,833,496	0	1,833,496	203	1,958,961	0	1,958,961	200	2,072,181	0	2,072,181
屏東縣	51	102,609	0	102,609	47	93,392	0	93,392	46	190,395	0	190,395
澎湖縣、金門縣、連江縣	18	18,550	0	18,550	17	22,931	0	22,931	17	25,568	0	25,568
花蓮縣	20	63,064	0	63,064	22	65,472	0	65,472	19	54,359	0	54,359
臺東縣	15	5,789	0	5,789	12	4,380	0	4,380	11	44,378	0	44,378
合計	1,809	26,083,188	1,481,917	24,601,271	1,780	26,080,175	1,370,031	24,710,144	1,783	27,174,431	1,273,250	25,901,180

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 電影產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	474	7,338,413	0	7,338,413	444	7,687,828	0	7,687,828	417	8,543,638	0	8,543,638
					-6.3%	4.8%	-	4.8%	-6.1%	11.1%	-	11.1%
0.1-1百萬元	683	1,250,637	102	1,250,536	653	1,432,131	7,573	1,424,558	635	1,313,795	21,546	1,292,249
					-4.4%	14.5%	7353.0%	13.9%	-2.8%	-8.3%	184.5%	-9.3%
1-5百萬元	290	2,289,322	1,791	2,287,532	313	2,497,659	3,801	2,493,858	348	2,837,637	9,922	2,827,715
					7.9%	9.1%	112.2%	9.0%	11.2%	13.6%	161.1%	13.4%
5-10百萬元	173	2,743,134	1,656	2,741,479	177	2,575,065	2,027	2,573,038	176	2,841,891	17,319	2,824,572
					2.3%	-6.1%	22.4%	-6.1%	-0.6%	10.4%	754.4%	9.8%
10-20百萬元	84	1,135,042	40,079	1,094,963	83	1,309,613	44,015	1,265,599	87	1,567,846	137,939	1,429,907
					-1.2%	15.4%	9.8%	15.6%	4.8%	19.7%	213.4%	13.0%
20-30百萬元	47	4,004,070	22,912	3,981,159	47	4,081,601	6,746	4,074,855	49	3,820,492	19,122	3,801,370
					0.0%	1.9%	-70.6%	2.4%	4.3%	-6.4%	183.5%	-6.7%
30-40百萬元	8	194,015	0	194,015	8	356,402	0	356,402	10	260,132	205	259,927
					0.0%	83.7%	-	83.7%	25.0%	-27.0%	-	-27.1%
40-60百萬元	8	861,319	0	861,319	10	850,536	0	850,536	12	658,945	21	658,924
					25.0%	-1.3%	-	-1.3%	20.0%	-22.5%	-	-22.5%
60百萬元-1億元	10	1,081,231	0	1,081,231	14	1,067,159	1,217	1,065,942	16	1,456,664	2,889	1,453,775
					40.0%	-1.3%	-	-1.4%	14.3%	36.5%	137.4%	36.4%
1-2億元	16	1,063,136	40,438	1,022,698	15	1,198,444	108,562	1,089,883	16	1,126,877	8,590	1,118,287
					-6.3%	12.7%	168.5%	6.6%	6.7%	-6.0%	-92.1%	2.6%
2億元以上	16	4,122,867	1,374,940	2,747,927	16	3,023,738	1,196,092	1,827,646	17	2,746,514	1,055,698	1,690,816
					0.0%	-26.7%	-13.0%	-33.5%	6.3%	-9.2%	-11.7%	-7.5%
合計	1,809	26,083,188	1,481,917	24,601,271	1,780	26,080,175	1,370,031	24,710,144	1,783	27,174,431	1,273,250	25,901,180
					-1.6%	0.0%	-7.6%	0.4%	0.2%	4.2%	-7.1%	4.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	591	15,856,759	1,474,491	14,382,268	642	15,742,885	1,029,791	14,713,095	731	15,043,496	603,931	14,439,566
新北市	276	4,603,621	23,445	4,580,176	298	5,694,183	13,592	5,680,591	323	4,168,245	25,516	4,142,729
宜蘭縣	42	71,020	0	71,020	41	155,295	0	155,295	40	168,454	0	168,454
基隆市	21	93,404	0	93,404	21	125,350	0	125,350	24	168,570	0	168,570
桃園市	121	1,213,137	0	1,213,137	118	1,316,897	0	1,316,897	115	1,192,801	0	1,192,801
新竹縣	13	10,766	0	10,766	12	10,637	0	10,637	12	20,508	0	20,508
新竹市	29	855,938	0	855,938	27	938,301	0	938,301	26	772,116	0	772,116
苗栗縣	25	65,279	0	65,279	26	169,918	0	169,918	24	208,211	0	208,211
臺中市	114	1,958,960	404	1,958,556	119	2,322,320	177	2,322,143	130	2,155,569	0	2,155,569
彰化縣	51	131,630	0	131,630	44	105,033	0	105,033	38	101,530	0	101,530
南投縣	16	32,908	399	32,509	15	32,474	0	32,474	14	32,838	0	32,838
雲林縣	49	71,762	0	71,762	40	70,529	0	70,529	35	61,763	0	61,763
嘉義縣	16	18,745	0	18,745	13	10,605	0	10,605	13	6,876	0	6,876
嘉義市	20	75,471	0	75,471	18	81,836	0	81,836	18	213,522	0	213,522
臺南市	88	687,044	5,886	681,158	81	946,653	349	946,305	76	800,879	0	800,879
高雄市	187	2,028,919	6,712	2,022,207	181	2,249,022	2,727	2,246,294	188	2,141,775	10,491	2,131,284
屏東縣	42	212,954	0	212,954	39	256,853	0	256,853	39	233,567	0	233,567
澎湖縣、金門縣、連江縣	16	51,173	0	51,173	16	58,184	0	58,184	15	48,528	0	48,528
花蓮縣	18	70,808	0	70,808	17	85,304	0	85,304	18	101,339	0	101,339
臺東縣	9	128,856	0	128,856	8	129,843	0	129,843	9	114,207	0	114,207
合計	1,744	28,239,156	1,511,337	26,727,818	1,776	30,502,123	1,046,636	29,455,487	1,888	27,754,793	639,938	27,114,856

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	378	8,504,689	945	8,503,743	350	10,034,595	0	10,034,595	347	9,154,058	33	9,154,025
	-9.4%	-0.5%	-	-0.5%	-7.4%	18.0%	-100.0%	18.0%	-0.9%	-8.8%	-	-8.8%
0.1-1百萬元	603	1,325,609	9,462	1,316,147	601	1,367,728	65,723	1,302,005	647	1,363,983	27,216	1,336,767
	-5.0%	0.9%	-56.1%	1.8%	-0.3%	3.2%	594.6%	-1.1%	7.7%	-0.3%	-58.6%	2.7%
1-5百萬元	374	3,641,564	54,473	3,587,091	420	4,250,232	31,566	4,218,665	470	3,444,655	143,057	3,301,598
	7.5%	28.3%	449.0%	26.9%	12.3%	16.7%	-42.1%	17.6%	11.9%	-19.0%	353.2%	-21.7%
5-10百萬元	175	2,888,378	22,184	2,866,194	183	3,049,342	53,047	2,996,295	191	3,150,610	77,433	3,073,177
	-0.6%	1.6%	28.1%	1.5%	4.6%	5.6%	139.1%	4.5%	4.4%	3.3%	46.0%	2.6%
10-20百萬元	93	1,102,880	40,363	1,062,518	96	1,082,401	88,522	993,879	106	1,746,697	142,711	1,603,986
	6.9%	-29.7%	-70.7%	-25.7%	3.2%	-1.9%	119.3%	-6.5%	10.4%	61.4%	61.2%	61.4%
20-30百萬元	50	3,897,467	16,160	3,881,307	53	3,706,860	17,452	3,689,408	55	3,133,028	31,038	3,101,990
	2.0%	2.0%	-15.5%	2.1%	6.0%	-4.9%	8.0%	-4.9%	3.8%	-15.5%	77.8%	-15.9%
30-40百萬元	12	329,608	0	329,608	10	354,956	0	354,956	11	300,375	870	299,505
	20.0%	26.7%	-100.0%	26.8%	-16.7%	7.7%	-	7.7%	10.0%	-15.4%	-	-15.6%
40-60百萬元	12	643,436	0	643,436	15	724,152	66	724,086	13	880,458	437	880,021
	0.0%	-2.4%	-100.0%	-2.4%	25.0%	12.5%	-	12.5%	-13.3%	21.6%	562.9%	21.5%
60百萬元-1億元	14	1,470,327	1,138	1,469,189	14	1,782,107	8,239	1,773,867	15	1,516,903	9,912	1,506,992
	-12.5%	0.9%	-60.6%	1.1%	0.0%	21.2%	624.2%	20.7%	7.1%	-14.9%	20.3%	-15.0%
1-2億元	16	1,116,918	53,627	1,063,290	17	1,288,209	320,895	967,314	16	897,389	23,297	874,092
	0.0%	-0.9%	524.3%	-4.9%	6.3%	15.3%	498.4%	-9.0%	-5.9%	-30.3%	-92.7%	-9.6%
2億元以上	17	3,318,280	1,312,985	2,005,295	17	2,861,543	461,126	2,400,417	17	2,166,637	183,934	1,982,703
	0.0%	20.8%	24.4%	18.6%	0.0%	-13.8%	-64.9%	19.7%	0.0%	-24.3%	-60.1%	-17.4%
合計	1,744	28,239,156	1,511,337	26,727,818	1,776	30,502,123	1,046,636	29,455,487	1,888	27,754,793	639,938	27,114,856
	-2.2%	3.9%	18.7%	3.2%	1.8%	8.0%	-30.7%	10.2%	6.3%	-9.0%	-38.9%	-7.9%

# 廣播電視產業

## 廣播電視產業2011~2016年家數與營業額

廣播與電視產業		2011年				2012年				2013年						
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率			
591112	廣告影片製作	106	6,354,439	5,756	6,348,682	111 4.7%	4,312,147 -32.1%	16,615 188.6%	4,295,532 -32.3%	130 17.1%	4,631,941 7.4%	7,844 -52.8%	4,624,097 7.6%			
591113	電視節目製作	750	59,635,907	1,168,972	58,466,935	746 -0.5%	65,560,836 9.9%	956,205 -18.2%	64,604,632 10.5%	736 -1.3%	69,735,692 6.4%	1,235,845 29.2%	68,499,847 6.0%			
591115	線上影片及節目製作															
592016	電視節目錄音															
591312	電視節目代理及發行	88	6,644,894	15,054	6,629,840	89 1.1%	6,418,109 -3.4%	10,122 -32.8%	6,407,987 -3.3%	88 -1.1%	5,070,118 -21.0%	10,549 4.2%	5,059,569 -21.0%			
591399	其他影片發行	46	657,367	9,409	647,958	52 13.0%	767,873 16.8%	6,949 -26.1%	760,924 17.4%	50 -3.8%	864,906 12.6%	7,970 14.7%	856,935 12.6%			
592014	廣播節目製作及發行	264	8,704,405	195,889	8,508,516	259 -1.9%	7,090,672 -18.5%	161,536 -17.5%	6,929,136 -18.6%	267 3.1%	7,235,768 2.0%	218,165 35.1%	7,017,603 1.3%			
601011	廣播電臺經營	159	3,079,572	129,533	2,950,039	159 0.0%	2,792,423 -9.3%	96,344 -25.6%	2,696,079 -8.6%	158 -0.6%	3,153,928 12.9%	24,326 -74.8%	3,129,602 16.1%			
601012	網路廣播															
602111	無線電視頻道經營	12	12,162,436	184,204	11,978,231	12 0.0%	11,462,856 -5.8%	223,364 21.3%	11,239,493 -6.2%	13 8.3%	11,619,243 1.4%	204,078 -8.6%	11,415,165 1.6%			
602112	衛星電視頻道經營	91	29,745,569	37,590	29,707,978	97 6.6%	29,582,991 -0.5%	31,185 -17.0%	29,551,806 -0.5%	87 -10.3%	31,515,043 6.5%	38,405 23.2%	31,476,638 6.5%			
602113	電視頻道代理商															
602211	線上影片播送	8	952,413	316	952,096	9 11.1%	1,142,174 19.9%	220 -30.6%	1,141,955 19.9%	10 10.0%	1,365,354 19.5%	4,784 2078.3%	1,360,570 19.1%			
602200	有線及其他付費節目播送	10	544,518	0	544,518	11 10.0%	550,298 1.1%	0 -	550,298 1.1%	9 -18.2%	555,503 0.9%	0 -	555,503 0.9%			
602299	其他有線及付費節目播送	23	8,809,357	209	8,809,148	23 0.0%	9,268,496 5.2%	79 -62.4%	9,268,418 5.2%	24 4.3%	9,881,084 6.6%	59 -25.0%	9,881,025 6.6%			
760399	其他藝人及模特兒等經紀	213	1,922,383	7,301	1,915,082	227 6.6%	2,370,326 23.3%	16,209 122.0%	2,354,117 22.9%	251 10.6%	2,115,130 -10.8%	6,158 -62.0%	2,108,972 -10.4%			
合計		1,770	139,213,259	1,754,235	137,459,024	1,795 1.4%	141,319,203 1.5%	1,518,827 -13.4%	139,800,376 1.7%	1,823 1.6%	147,743,710 4.5%	1,758,184 15.8%	145,985,525 4.4%			

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 廣播電視產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
一年以下	113	494,012	6,128	487,885	99 -12.4%	346,145 -29.9%	0 -100.0%	346,145 -29.1%	119 20.2%	355,308 2.6%	17,855 -	337,453 -2.5%
1-2年	142	3,580,622	2,047	3,578,576	114 -19.7%	961,663 -73.1%	5,149 151.6%	956,514 -73.3%	102 -10.5%	962,725 0.1%	36 -99.3%	962,689 0.6%
2-3年	122	2,570,415	42,549	2,527,866	134 9.8%	3,493,707 35.9%	15,756 -63.0%	3,477,951 37.6%	106 -20.9%	932,920 -73.3%	14,710 -6.6%	918,210 -73.6%
3-4年	86	5,357,160	1,821	5,355,339	116 34.9%	4,619,869 -13.8%	43,377 2281.5%	4,576,492 -14.5%	120 3.4%	3,351,853 -27.4%	21,637 -50.1%	3,330,216 -27.2%
4-5年	76	4,064,905	148,352	3,916,553	84 10.5%	6,811,231 67.6%	177 -99.9%	6,811,054 73.9%	100 19.0%	3,538,182 -48.1%	25,105 14062.3%	3,513,077 -48.4%
5-10年	348	26,539,569	42,323	26,497,246	308 -11.5%	30,284,424 14.1%	130,413 208.1%	30,154,011 13.8%	287 -6.8%	17,519,362 -42.2%	165,942 27.2%	17,353,420 -42.5%
10-20年	688	74,959,449	881,812	74,077,638	724 5.2%	74,127,284 -1.1%	697,044 -21.0%	73,430,240 -0.9%	749 3.4%	96,126,229 29.7%	792,831 13.7%	95,333,398 29.8%
20年以上	195	21,647,127	629,204	21,017,922	216 10.8%	20,674,881 -4.5%	626,911 -0.4%	20,047,970 -4.6%	240 11.1%	24,957,131 20.7%	720,069 14.9%	24,237,062 20.9%
合計	1,770	139,213,259	1,754,235	137,459,024	1,795 1.4%	141,319,203 1.5%	1,518,827 -13.4%	139,800,376 1.7%	1,823 1.6%	147,743,710 4.5%	1,758,184 15.8%	145,985,525 4.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

廣播與電視產業		2014年				2015年				2016年			
		家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
591112	廣告影片製作	135	4,633,749	35,186	4,598,563	152	4,972,497	115,254	4,857,242	170	4,073,123	79,156	3,993,968
		3.8%	0.0%	348.6%	-0.6%	12.6%	7.3%	227.6%	5.6%	11.8%	-18.1%	-31.3%	-17.8%
591113	電視節目製作									717	77,409,761	1,654,557	75,755,204
591115	線上影片及節目製作	734	73,673,651	1,688,330	71,985,320	724	76,366,267	1,356,014	75,010,253	-	-	-	-
		-0.3%	5.6%	36.6%	5.1%	-1.4%	3.7%	-19.7%	4.2%				
592016	電視節目錄音									7	40,257	0	40,257
										-	-	-	-
591312	電視節目代理及發行	80	5,233,949	14,264	5,219,685	73	6,292,470	23,947	6,268,523	70	5,248,672	3,739	5,244,933
		-9.1%	3.2%	35.2%	3.2%	-8.8%	20.2%	67.9%	20.1%	-4.1%	-16.6%	-84.4%	-16.3%
591399	其他影片發行	46	967,714	20,795	946,919	48	976,895	14,292	962,603	47	1,103,370	31,816	1,071,553
		-8.0%	11.9%	160.9%	10.5%	4.3%	0.9%	-31.3%	1.7%	-2.1%	12.9%	122.6%	11.3%
592014	廣播節目製作及發行	269	7,012,518	173,036	6,839,483	256	7,435,981	468,289	6,967,692	253	7,611,262	536,243	7,075,020
		0.7%	-3.1%	-20.7%	-2.5%	-4.8%	6.0%	170.6%	1.9%	-1.2%	2.4%	14.5%	1.5%
601011	廣播電臺經營	160	2,933,548	18,701	2,914,847	157	2,702,190	13,625	2,688,565	155	2,824,578	31,466	2,793,112
601012	網路廣播	1.3%	-7.0%	-23.1%	-6.9%	-1.9%	-7.9%	-27.1%	-7.8%	-1.3%	4.5%	130.9%	3.9%
602111	無線電視頻道經營	12	11,445,576	267,943	11,177,633	13	11,559,692	189,446	11,370,246	13	11,561,602	229,665	11,331,937
		-7.7%	-1.5%	31.3%	-2.1%	8.3%	1.0%	-29.3%	1.7%	0.0%	0.0%	21.2%	-0.3%
602112	衛星電視頻道經營	92	30,487,513	46,121	30,441,391	90	33,105,673	151,293	32,954,380	87	28,279,969	60,268	28,219,702
602113	電視頻道代理商	5.7%	-3.3%	20.1%	-3.3%	-2.2%	8.6%	228.0%	8.3%	-3.3%	-14.6%	-60.2%	-14.4%
602211	線上影片播送	12	1,758,399	13,207	1,745,193	17	3,280,715	20,237	3,260,477	18	4,350,341	99,518	4,250,823
		18.2%	28.8%	176.0%	28.3%	30.8%	86.6%	53.2%	86.8%	5.9%	32.6%	391.8%	-2.3%
602200	有線及其他付費節目播送	8	567,131	868	566,263	9	574,495	0	574,495	0	0	0	0
		-11.1%	2.1%	-	1.9%	12.5%	1.3%	-100.0%	1.5%	-100.0%	-100.0%	-	-100.0%
602299	其他有線及付費節目播送	27	10,474,690	95	10,474,594	27	10,957,276	32	10,957,244	33	12,943,430	32	12,943,398
		12.5%	6.0%	61.7%	6.0%	0.0%	4.6%	-66.1%	4.6%	22.2%	18.1%	0.0%	18.1%
760399	其他藝人及模特兒等經紀	251	2,040,469	52,015	1,988,454	265	2,684,109	110,820	2,573,289	285	2,623,593	155,882	2,467,711
		0.0%	-3.5%	744.7%	-5.7%	5.6%	31.5%	113.1%	29.4%	7.5%	-2.3%	40.7%	-4.1%
	合計	1,826	151,228,907	2,330,562	148,898,345	1,831	160,908,259	2,463,250	158,445,008	1,855	158,069,959	2,882,342	155,187,617
		0.2%	2.4%	32.6%	2.0%	0.3%	6.4%	5.7%	6.4%	1.3%	-1.8%	17.0%	-2.1%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016年			
	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
一年以下	85	148,377	0	148,377	91	196,688	0	196,688	107	311,788	8,892	302,896
	-28.6%	-58.2%	-100.0%	-56.0%	7.1%	32.6%	-	32.6%	17.6%	58.5%	-	54.0%
1-2年	120	1,382,222	104,721	1,277,501	88	499,255	36,104	463,151	94	683,414	78,865	604,549
	17.6%	43.6%	292228.1%	32.7%	-26.7%	-63.9%	-65.5%	-63.7%	6.8%	36.9%	118.4%	30.5%
2-3年	88	780,054	4,901	775,153	105	1,300,301	68,412	1,231,889	78	1,093,189	3,066	1,090,123
	-17.0%	-16.4%	-66.7%	-15.6%	19.3%	66.7%	1295.9%	58.9%	-25.7%	-15.9%	-95.5%	-11.5%
3-4年	99	761,228	57,909	703,318	77	1,304,278	5,090	1,299,188	100	1,844,925	73,638	1,771,286
	-17.5%	-77.3%	167.6%	-78.9%	-22.2%	71.3%	-91.2%	84.7%	29.9%	41.5%	1346.8%	36.3%
4-5年	108	3,148,460	0	3,148,460	94	1,318,916	155,630	1,163,286	76	1,581,152	9,209	1,571,943
	8.0%	-11.0%	-100.0%	-10.4%	-13.0%	-58.1%	-	-63.1%	-19.1%	19.9%	-94.1%	35.1%
5-10年	291	15,958,026	185,524	15,772,502	321	16,315,405	758,674	15,556,731	331	8,924,658	178,399	8,746,258
	1.4%	-8.9%	11.8%	-9.1%	10.3%	2.2%	308.9%	-1.4%	3.1%	-45.3%	-76.5%	-43.8%
10-20年	772	95,403,617	1,003,909	94,399,709	753	102,332,596	813,383	101,519,213	704	82,714,918	1,436,480	81,278,438
	3.1%	-0.8%	26.6%	-1.0%	-2.6%	7.3%	-19.0%	7.5%	-6.5%	7.5%	76.6%	-19.9%
20年以上	263	33,646,922	973,598	32,673,324	302	37,640,819	625,958	37,014,862	365	60,915,916	1,093,792	59,822,124
	9.6%	34.8%	35.2%	34.8%	14.8%	11.9%	-35.7%	13.3%	20.9%	61.8%	74.7%	61.6%
合計	1,826	151,228,907	2,330,562	148,898,345	1,831	160,908,259	2,463,250	158,445,008	1,855	158,069,959	2,882,342	155,187,617
	0.2%	2.4%	32.6%	2.0%	0.3%	6.4%	5.7%	6.4%	1.3%	-1.8%	17.0%	-2.1%



# 廣播電視產業

## 廣播電視產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	1,027	96,295,829	1,620,959	94,674,870	1,038	99,792,949	1,386,218	98,406,731	1,058	103,980,641	1,622,816	102,357,824
新北市	232	10,599,187	38,208	10,560,979	238	10,000,461	30,815	9,969,646	247	10,586,894	17,746	10,569,148
宜蘭縣	14	674,043	0	674,043	14	702,480	0	702,480	14	664,336	0	664,336
基隆市	14	730,728	0	730,728	14	711,107	0	711,107	15	723,136	0	723,136
桃園市	50	4,146,837	0	4,146,837	54	4,081,926	0	4,081,926	58	4,177,246	0	4,177,246
新竹縣	14	1,028,001	0	1,028,001	12	1,031,722	0	1,031,722	12	1,041,376	0	1,041,376
新竹市	18	963,698	0	963,698	17	979,714	0	979,714	16	1,025,873	0	1,025,873
苗栗縣	25	1,012,687	0	1,012,687	24	1,016,256	0	1,016,256	23	1,117,274	0	1,117,274
臺中市	87	5,784,233	0	5,784,233	84	5,594,993	0	5,594,993	82	5,799,601	0	5,799,601
彰化縣	31	735,300	143	735,157	33	750,633	40	750,592	31	752,417	40	752,377
南投縣	15	662,027	0	662,027	17	669,808	0	669,808	18	647,808	0	647,808
雲林縣	21	871,940	0	871,940	22	899,244	0	899,244	20	901,195	0	901,195
嘉義縣	12	720,344	0	720,344	11	694,993	0	694,993	10	730,894	0	730,894
嘉義市	16	556,877	0	556,877	17	552,873	0	552,873	16	542,258	0	542,258
臺南市	54	3,408,329	49	3,408,280	57	3,345,359	37	3,345,322	59	3,430,966	14	3,430,953
高雄市	80	8,612,395	94,876	8,517,519	84	8,000,365	101,716	7,898,649	82	9,075,256	117,569	8,957,687
屏東縣	19	1,219,236	0	1,219,236	20	1,262,492	0	1,262,492	22	1,300,482	0	1,300,482
澎湖縣	7	176,862	0	176,862	7	164,276	0	164,276	6	158,553	0	158,553
金門縣、連江縣	6	70,039	0	70,039	6	72,909	0	72,909	6	71,579	0	71,579
花蓮縣	18	657,923	0	657,923	18	694,402	0	694,402	19	709,202	0	709,202
臺東縣	10	286,745	0	286,745	8	300,241	0	300,241	9	306,721	0	306,721
合計	1,770	139,213,259	1,754,235	137,459,024	1,795	141,319,203	1,518,827	139,800,376	1,823	147,743,710	1,758,184	145,985,525

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 廣播電視產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	78	7,310,900	0	7,310,900	82	6,441,185	473	6,440,712	81	7,318,856	0	7,318,856
					5.1%	-11.9%	-	-11.9%	-1.2%	13.6%	-100.0%	13.6%
0.1-1百萬元	217	521,094	1,403	519,691	221	709,047	0	709,047	251	940,590	0	940,590
					1.8%	36.1%	-100.0%	36.4%	13.6%	32.7%	-	32.7%
1-5百萬元	700	7,835,226	67,010	7,768,216	703	7,183,712	120,220	7,063,492	717	6,208,895	93,828	6,115,067
					0.4%	-8.3%	79.4%	-9.1%	2.0%	-13.6%	-22.0%	-13.4%
5-10百萬元	286	6,597,932	213,414	6,384,518	287	5,032,243	137,939	4,894,304	278	5,451,324	178,403	5,272,921
					0.3%	-23.7%	-35.4%	-23.3%	-3.1%	8.3%	29.3%	7.7%
10-20百萬元	178	6,592,408	26,944	6,565,464	184	5,721,051	12,783	5,708,268	183	5,310,670	19,695	5,290,975
					3.4%	-13.2%	-52.6%	-13.1%	-0.5%	-7.2%	54.1%	-7.3%
20-30百萬元	58	6,669,160	90,904	6,578,256	59	8,080,667	35,526	8,045,141	55	9,093,336	91,913	9,001,423
					1.7%	21.2%	-60.9%	22.3%	-6.8%	12.5%	158.7%	11.9%
30-40百萬元	33	1,258,612	1,959	1,256,653	35	1,309,805	1,132	1,308,673	33	1,501,969	16,566	1,485,403
					6.1%	4.1%	-42.2%	4.1%	-5.7%	14.7%	1363.4%	13.5%
40-50百萬元	9	507,764	592	507,172	9	452,777	28,459	424,318	8	156,962	14,847	142,115
					0.0%	-10.8%	4706.6%	-16.3%	-11.1%	-65.3%	-47.8%	-66.5%
50-60百萬元	62	2,232,574	34,462	2,198,112	65	3,868,994	35,051	3,833,943	66	3,398,764	8,211	3,390,552
					4.8%	73.3%	1.7%	74.4%	1.5%	-12.2%	-76.6%	-11.6%
60-80百萬元	16	2,308,581	0	2,308,581	16	2,773,015	0	2,773,015	18	1,517,435	0	1,517,435
					0.0%	20.1%	-	20.1%	12.5%	-45.3%	-	-45.3%
0.8-1億元	8	1,162,995	10,080	1,152,915	8	1,152,827	8,495	1,144,332	8	1,550,261	15,049	1,535,213
					0.0%	-0.9%	-15.7%	-0.7%	0.0%	34.5%	77.1%	34.2%
1-2億元	28	14,705,328	11,241	14,694,087	29	16,015,312	17,824	15,997,488	28	16,816,614	16,803	16,799,811
					3.6%	8.9%	58.6%	8.9%	-3.4%	5.0%	-5.7%	5.0%
2億元以上	97	81,510,685	1,296,226	80,214,459	97	82,578,568	1,120,925	81,457,643	97	88,478,032	1,302,869	87,175,163
					0.0%	1.3%	-13.5%	-1.5%	0.0%	7.1%	16.2%	7.0%
合計	1,770	139,213,259	1,754,235	137,459,024	1,795	141,319,203	1,518,827	139,800,376	1,823	147,743,710	1,758,184	145,985,525
					1.4%	1.5%	-13.4%	1.7%	1.6%	4.5%	15.8%	4.4%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	1,040	106,577,174	2,116,187	104,460,986	1,051	115,583,467	2,321,847	113,261,620	1,080	114,107,159	2,609,218	111,497,942
新北市	268	10,940,570	34,278	10,906,292	270	11,729,352	31,805	11,697,547	274	10,293,486	42,899	10,250,587
宜蘭縣	16	699,450	0	699,450	16	720,615	0	720,615	16	746,451	0	746,451
基隆市	13	746,419	0	746,419	13	751,877	0	751,877	13	764,694	0	764,694
桃園市	57	4,307,432	0	4,307,432	58	4,250,739	0	4,250,739	58	4,298,687	0	4,298,687
新竹縣	11	1,065,965	0	1,065,965	12	1,077,062	0	1,077,062	12	1,118,027	0	1,118,027
新竹市	17	1,034,993	0	1,034,993	19	1,016,700	0	1,016,700	17	1,123,663	78,885	1,044,779
苗栗縣	25	999,870	0	999,870	22	965,852	0	965,852	22	925,613	0	925,613
臺中市	83	5,661,624	0	5,661,624	83	5,630,184	0	5,630,184	81	5,348,063	6,000	5,342,063
彰化縣	30	772,374	59	772,315	26	740,228	0	740,228	27	827,756	0	827,756
南投縣	16	681,155	932	680,223	16	697,389	0	697,389	14	710,469	0	710,469
雲林縣	18	926,558	868	925,690	18	956,559	0	956,559	16	1,025,544	0	1,025,544
嘉義縣	10	735,074	0	735,074	9	733,885	0	733,885	10	686,951	0	686,951
嘉義市	14	576,641	0	576,641	15	611,869	0	611,869	16	508,694	0	508,694
臺南市	64	3,537,895	36	3,537,859	64	3,686,699	32	3,686,667	66	3,856,513	32	3,856,481
高雄市	84	9,316,744	178,201	9,138,543	79	9,117,349	109,566	9,007,783	75	9,023,392	145,309	8,878,084
屏東縣	21	1,317,331	0	1,317,331	20	1,346,069	0	1,346,069	19	1,343,660	0	1,343,660
澎湖縣	7	161,362	0	161,362	7	160,786	0	160,786	7	158,104	0	158,104
金門縣、連江縣	6	76,102	0	76,102	6	74,932	0	74,932	6	83,494	0	83,494
花蓮縣	17	769,390	0	769,390	18	738,860	0	738,860	18	795,901	0	795,901
臺東縣	9	324,785	0	324,785	9	317,786	0	317,786	8	323,636	0	323,636
合計	1,826	151,228,907	2,330,562	148,898,345	1,831	160,908,259	2,463,250	158,445,008	1,855	158,069,959	2,882,342	155,187,617

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	78	6,911,975	0	6,911,975	76	7,840,822	0	7,840,822	77	3,841,771	990	3,840,780
	-3.7%	-5.6%	-	-5.6%	-2.6%	13.4%	-	13.4%	1.3%	-51.0%	-	-51.0%
0.1-1百萬元	253	902,134	0	902,134	270	932,370	703	931,667	300	1,175,229	69,221	1,106,008
	0.8%	-4.1%	-	-4.1%	6.7%	3.4%	-	3.3%	11.1%	26.0%	9749.4%	18.7%
1-5百萬元	719	5,523,960	220,381	5,303,579	698	5,850,179	249,440	5,600,739	703	5,278,698	225,868	5,052,829
	0.3%	-11.0%	134.9%	-13.3%	-2.9%	5.9%	13.2%	5.6%	0.7%	-9.8%	-9.4%	-9.8%
5-10百萬元	277	5,424,635	116,340	5,308,294	278	5,689,209	427,090	5,262,119	267	5,654,625	481,413	5,173,211
	-0.4%	-0.5%	-34.8%	0.7%	0.4%	4.9%	267.1%	-0.9%	-4.0%	-0.6%	12.7%	-1.7%
10-20百萬元	177	5,234,317	63,658	5,170,659	178	5,811,693	114,604	5,697,088	176	5,496,624	219,732	5,276,892
	-3.3%	-1.4%	223.2%	-2.3%	0.6%	11.0%	80.0%	10.2%	-1.1%	-5.4%	91.7%	-7.4%
20-30百萬元	57	9,125,836	81,374	9,044,462	60	8,714,854	139,399	8,575,455	59	9,492,785	51,990	9,440,795
	3.6%	0.4%	-11.5%	0.5%	5.3%	-4.5%	71.3%	-5.2%	-1.7%	8.9%	-62.7%	10.1%
30-40百萬元	32	1,270,552	1,101	1,269,451	31	759,827	30,645	729,182	31	673,815	101,230	572,585
	-3.0%	-15.4%	-93.4%	-14.5%	-3.1%	-40.2%	2683.0%	-42.6%	0.0%	-11.3%	230.3%	-21.5%
40-50百萬元	9	256,599	14,434	242,165	9	782,303	219,613	562,690	9	305,981	21,799	284,182
	12.5%	63.5%	-2.8%	70.4%	0.0%	204.9%	1421.5%	132.4%	0.0%	-60.9%	-90.1%	-49.5%
50-60百萬元	69	4,017,892	28,320	3,989,571	71	3,415,423	15,323	3,400,101	72	3,774,630	15,907	3,758,723
	4.5%	18.2%	244.9%	17.7%	2.9%	-15.0%	-45.9%	-14.8%	1.4%	10.5%	3.8%	10.5%
60-80百萬元	18	1,548,769	0	1,548,769	19	1,621,433	271	1,621,162	19	1,424,759	287	1,424,472
	0.0%	2.1%	-	2.1%	5.6%	4.7%	-	4.7%	0.0%	-12.1%	6.1%	-12.1%
0.8-1億元	8	1,855,146	27,977	1,827,168	10	3,218,130	28,310	3,189,820	11	1,845,623	38,262	1,807,361
	0.0%	19.7%	85.9%	19.0%	25.0%	73.5%	1.2%	74.6%	10.0%	-42.6%	35.2%	-43.3%
1-2億元	28	16,161,629	46,902	16,114,727	29	16,666,127	209,047	16,457,080	29	15,845,363	184,856	15,660,507
	0.0%	-3.9%	179.1%	-4.1%	3.6%	3.1%	345.7%	2.1%	0.0%	-4.9%	-11.6%	-4.8%
2億元以上	101	92,995,464	1,730,073	91,265,390	102	99,605,888	1,028,807	98,577,081	102	103,260,058	1,470,786	101,789,272
	4.1%	5.1%	32.8%	4.7%	0.0%	7.1%	-40.5%	8.0%	0.0%	3.7%	43.0%	3.3%
合計	1,826	151,228,907	2,330,562	148,898,345	1,831	160,908,259	2,463,250	158,445,008	1,855	158,069,959	2,882,342	155,187,617
	0.2%	2.4%	32.6%	2.0%	0.3%	6.4%	5.7%	6.4%	1.3%	-1.8%	17.0%	-2.1%

# 出版產業

## 出版產業2011~2016年家數與營業額

出版產業	2011年				2012年				2013年						
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入			
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率			
458112 書籍、雜誌批發	1,782	37,854,601	1,013,210	36,841,391	1,777	38,849,724	986,899	37,862,824	1,769	32,803,567	843,316	31,960,251			
476112 書籍雜誌零售	2,546	24,630,835	529,935	24,100,900	2,512	23,868,080	494,225	23,373,854	2,440	23,433,918	483,025	22,950,894			
486911 書籍零售攤販	10	46,610	0	46,610	8	42,426	0	42,426	8	39,562	0	39,562			
581111 新聞出版	202	11,074,453	106,093	10,968,359	220	10,644,708	114,885	10,529,823	-	-	-	-			
581112 數位新聞出版					8.9%	-3.9%	8.3%	-4.0%	7	5,084	0	5,084	-	-	-
581211 雜誌(期刊)出版	1,111	17,384,194	370,807	17,013,387	1,213	18,153,650	490,247	17,663,404	1,229	17,121,914	454,836	16,667,078			
581212 數位雜誌(期刊)出版	14	123,221	253	122,967	15	121,358	383	120,975	17	150,073	431	149,642			
581311 書籍出版	1,815	20,039,197	559,425	19,479,773	1,828	20,375,416	585,386	19,790,031	1,843	19,469,768	612,461	18,857,307			
901012 漫畫創作					0.7%	1.7%	4.6%	1.6%	0.8%	-4.4%	4.6%	-4.7%			
901013 文學創作					22	114,144	198	113,946	26	121,499	87	121,411	-	-	-
901018 獨立供稿者					22.2%	1.3%	-40.5%	1.4%	18.2%	6.4%	-56.1%	6.6%			
581312 數位書籍出版	18	112,713	334	112,380	1,334	1,048,238	0	1,048,238	1,200	901,694	0	901,694			
773913 小說漫畫及雜誌出租	1,466	1,138,001	0	1,138,001	-9.0%	-7.9%	-	-7.9%	-10.0%	-14.0%	-	-14.0%			
932916 漫畫書屋	180	156,609	0	156,609	149	131,951	0	131,951	129	112,515	0	112,515			
合計	9,144	112,560,433	2,580,056	109,980,377	9,078	113,349,694	2,672,223	110,677,471	8,880	107,177,338	2,535,738	104,641,600			
					-0.7%	0.7%	3.6%	0.6%	-2.2%	-5.4%	-5.1%	-5.5%			

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 出版產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	553	613,743	36,077	577,666	525	1,070,035	12,744	1,057,291	466	462,028	1,930	460,098
1-2年	581	1,819,557	47,442	1,772,115	569	1,371,104	122,336	1,248,768	534	2,317,113	26,658	2,290,455
2-3年	551	2,321,410	35,269	2,286,141	522	1,937,450	43,585	1,893,865	487	1,345,633	67,940	1,277,693
3-4年	411	4,092,847	329,766	3,763,081	483	2,332,559	39,879	2,292,680	460	1,828,968	29,827	1,799,141
4-5年	458	2,267,102	47,459	2,219,643	368	3,789,928	259,859	3,530,069	429	2,274,277	53,900	2,220,376
5-10年	1,995	15,506,349	709,854	14,796,495	1,766	14,427,757	288,893	14,138,864	1,519	15,238,610	325,484	14,913,126
10-20年	3,250	51,206,819	847,197	50,359,622	3,398	53,312,984	1,311,346	52,001,638	3,459	45,174,802	1,390,604	43,784,198
20年以上	1,345	34,732,606	526,992	34,205,614	1,447	35,107,878	593,583	34,514,295	1,526	38,535,909	639,395	37,896,513
合計	9,144	112,560,433	2,580,056	109,980,377	9,078	113,349,694	2,672,223	110,677,471	8,880	107,177,338	2,535,738	104,641,600
					-0.7%	0.7%	3.6%	0.6%	-2.2%	-5.4%	-5.1%	-5.5%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

出版產業		2014年				2015年				2016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	1,750	32,913,063	927,087	31,985,975	1,730	32,260,934	1,042,564	31,218,369	1,725	32,976,097	1,159,711	31,816,386
		-1.1%	0.3%	9.9%	0.1%	-1.1%	-2.0%	12.5%	-2.4%	-0.3%	2.2%	11.2%	1.9%
476112	書籍雜誌零售	2,382	22,880,048	469,172	22,410,877	2,319	22,722,643	442,559	22,280,084	2,264	21,716,928	447,687	21,269,241
		-2.4%	-2.4%	-2.9%	-2.4%	-2.6%	-0.7%	-5.7%	-0.6%	-2.4%	-4.4%	1.2%	-4.5%
486911	書籍零售攤販	7	40,676	0	40,676	6	37,800	0	37,800	6	36,287	0	36,287
		-12.5%	2.8%	-	-	-14.3%	-7.1%	-	-	0.0%	-4.0%	-	-4.0%
581111	新聞出版	216	11,558,155	204,229	11,353,926	218	11,486,651	284,292	11,202,359	229	10,871,610	300,775	10,570,835
		1.9%	-11.2%	44.2%	-11.8%	0.9%	-0.6%	39.2%	-1.3%	5.0%	-5.4%	5.8%	-5.6%
581112	數位新聞出版	12	10,703	0	10,703	18	16,430	1,768	14,662	23	14,162	181	13,982
		71.4%	110.5%	-	-	50.0%	53.5%	-	37.0%	27.8%	-13.8%	-89.8%	-4.6%
581211	雜誌（期刊）出版	1,274	17,092,147	561,879	16,530,268	1,258	16,594,761	711,392	15,883,369	1,261	16,388,085	782,376	15,605,709
		3.7%	-0.2%	23.5%	-0.8%	-1.3%	-2.9%	26.6%	-3.9%	0.2%	-1.2%	10.0%	-1.7%
581212	數位雜誌（期刊）出版	23	186,156	1,429	184,727	25	166,790	109	166,682	33	173,375	98	173,277
		35.3%	24.0%	231.3%	23.4%	8.7%	-10.4%	-92.4%	-9.8%	32.0%	3.9%	-9.9%	4.0%
581311	書籍出版												
901012	漫畫創作	1,837	19,639,211	639,133	19,000,077	1,826	18,844,048	758,965	18,085,083	1,849	18,476,299	665,476	17,810,823
901013	文學創作	-0.3%	0.9%	4.4%	0.8%	-0.6%	-4.0%	18.7%	-4.8%	1.3%	-2.0%	-12.3%	-1.5%
901018	獨立供稿者												
581312	數位書籍出版	31	146,509	10	146,500	34	199,780	10	199,770	41	290,168	35	290,134
		19.2%	20.6%	-89.0%	20.7%	9.7%	36.4%	3.1%	36.4%	20.6%	45.2%	248.3%	45.2%
773913	小說漫畫及雜誌出租	999	753,455	0	753,455	856	660,600	0	660,600	744	591,599	0	591,599
		-16.8%	-16.4%	-	-16.4%	-14.3%	-12.3%	-	-12.3%	-13.1%	-10.4%	-	-10.4%
932916	漫畫書屋	107	90,729	0	90,729	89	80,573	0	80,573	79	76,106	0	76,106
		-17.1%	-19.4%	-	-19.4%	-16.8%	-11.2%	-	-11.2%	-11.2%	-5.5%	-	-5.5%
	合計	8,638	105,310,852	2,802,939	102,507,913	8,379	103,071,011	3,241,659	99,829,352	8,254	101,610,717	3,356,338	98,254,379
		-2.7%	-1.7%	10.5%	-2.0%	-3.0%	-2.1%	15.7%	-2.6%	-1.5%	-1.4%	3.5%	-1.6%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數		2014年				2015年				2016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	445	526,819	10,461	516,359	394	561,951	6,971	554,980	402	449,344	3,742	445,601	
	-4.5%	14.0%	441.9%	12.2%	-11.5%	6.7%	-33.4%	7.5%	2.0%	-20.0%	-46.3%	-19.7%	
1-2年	477	1,060,395	10,491	1,049,904	457	1,354,039	97,137	1,256,902	406	1,426,618	27,492	1,399,126	
	-10.7%	-54.2%	-60.6%	-54.2%	-4.2%	27.7%	825.9%	19.7%	-11.2%	5.4%	-71.7%	11.3%	
2-3年	458	2,440,255	42,353	2,397,902	414	1,186,558	10,086	1,176,472	404	1,421,559	218,441	1,203,119	
	-6.0%	81.3%	-37.7%	87.7%	-9.6%	-51.4%	-76.2%	-50.9%	-2.4%	19.8%	2065.8%	2.3%	
3-4年	437	1,239,238	66,295	1,172,943	411	2,306,683	65,950	2,240,733	373	1,256,180	18,946	1,237,234	
	-5.0%	-32.2%	122.3%	-34.8%	-5.9%	86.1%	-0.5%	91.0%	-9.2%	-45.5%	-71.3%	-44.8%	
4-5年	406	1,995,873	32,741	1,963,132	389	1,345,616	76,087	1,269,529	377	2,380,664	42,304	2,338,360	
	-5.4%	-12.2%	-39.3%	-11.6%	-4.2%	-32.6%	132.4%	-35.3%	-3.1%	76.9%	-44.4%	84.2%	
5-10年	1,409	10,013,480	276,300	9,737,180	1,308	9,060,418	339,436	8,720,982	1,273	8,408,298	335,920	8,072,379	
	-7.2%	-34.3%	-15.1%	-34.7%	-7.2%	-9.5%	22.9%	-10.4%	-2.7%	-7.2%	-1.0%	-7.4%	
10-20年	3,384	49,412,277	1,664,574	47,747,703	3,283	47,117,334	1,677,952	45,439,383	3,184	45,008,910	1,566,468	43,442,441	
	-2.2%	9.4%	19.7%	9.1%	-3.0%	-4.6%	0.8%	-4.8%	-3.0%	-4.5%	-6.6%	-4.4%	
20年以上	1,622	38,622,514	699,724	37,922,790	1,723	40,138,410	968,039	39,170,371	1,835	41,259,145	1,143,025	40,116,119	
	6.3%	0.2%	9.4%	0.1%	6.2%	3.9%	38.3%	3.3%	6.5%	2.8%	18.1%	2.4%	
合計	8,638	105,310,852	2,802,939	102,507,913	8,379	103,071,011	3,241,659	99,829,352	8,254	101,610,717	3,356,338	98,254,379	
	-2.7%	-1.7%	10.5%	-2.0%	-3.0%	-2.1%	15.7%	-2.6%	-1.5%	-1.4%	3.5%	-1.6%	

# 出版產業

## 出版產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	2,906	53,661,664	1,391,672	52,269,992	2,945	54,000,131	1,350,063	52,650,068	2,905	53,164,442	1,276,290	51,888,152
新北市	1,515	36,345,545	942,281	35,403,263	1,497	37,081,239	1,109,479	35,971,759	1,470	32,780,382	1,135,557	31,644,824
宜蘭縣	86	294,190	0	294,190	94	290,082	12,576	277,506	93	271,099	20,416	250,683
基隆市	90	251,388	0	251,388	81	250,654	0	250,654	91	267,735	0	267,735
桃園市	528	2,188,713	20,430	2,168,283	524	2,108,057	21,707	2,086,349	508	2,051,738	34,770	2,016,968
新竹縣	111	311,259	3,421	307,837	113	286,527	161	286,366	108	262,633	0	262,633
新竹市	162	822,685	1,552	821,133	157	815,065	196	814,869	161	739,991	491	739,500
苗栗縣	122	353,506	0	353,506	119	327,166	0	327,166	112	293,560	0	293,560
臺中市	1,075	4,604,654	60,818	4,543,835	1,070	4,859,722	46,308	4,813,414	1,040	4,773,001	34,551	4,738,450
彰化縣	243	915,561	253	915,308	238	872,848	304	872,544	225	813,115	178	812,937
南投縣	111	229,022	90	229,922	104	219,240	178	219,062	100	219,234	188	219,046
雲林縣	119	254,913	0	254,913	111	240,573	77	240,495	105	215,764	99	215,664
嘉義縣	68	185,638	0	185,638	64	185,644	0	185,644	63	194,524	0	194,524
嘉義市	110	592,392	0	592,392	111	554,867	0	554,867	107	518,762	0	518,762
臺南市	614	6,749,967	15,784	6,734,183	604	6,471,295	11,279	6,460,016	607	6,008,544	10,943	5,997,601
高雄市	887	3,931,650	135,565	3,796,085	876	3,949,991	116,287	3,833,704	834	3,761,977	18,574	3,743,403
屏東縣	171	324,379	8,190	316,189	160	281,205	3,607	277,598	150	272,706	3,680	269,026
澎湖縣	25	56,966	0	56,966	30	55,361	0	55,361	26	57,887	0	57,887
金門縣、連江縣	44	73,208	0	73,208	39	73,999	0	73,999	36	70,156	0	70,156
花蓮縣	111	285,144	0	285,144	100	298,741	0	298,741	100	324,290	0	324,290
臺東縣	46	126,991	0	126,991	41	127,289	0	127,289	39	115,798	0	115,798
總計	9,144	112,560,433	2,580,056	109,980,377	9,078	113,349,694	2,672,223	110,677,471	8,880	107,177,338	2,535,738	104,641,600

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 出版產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
未滿0.1百萬元	3,138	13,056,253	23,821	13,032,432	3,028	12,702,787	23,381	12,679,405	2,828	12,603,374	24,849	12,578,525
					-3.5%	-2.7%	-1.8%	-2.7%	-6.6%	-0.8%	6.3%	-0.8%
0.1-1百萬元	2,883	7,574,282	61,433	7,512,849	2,866	7,445,554	70,796	7,374,758	2,852	7,230,394	75,267	7,155,128
					-0.6%	-1.7%	15.2%	-1.8%	-0.5%	-2.9%	6.3%	-3.0%
1-5百萬元	1,733	12,151,403	596,782	11,554,621	1,791	13,148,274	672,423	12,475,850	1,802	11,702,095	583,196	11,118,899
					3.3%	8.2%	12.7%	8.0%	0.6%	-11.0%	-13.3%	-10.9%
5-10百萬元	726	9,759,833	352,718	9,407,114	718	9,791,321	410,778	9,380,543	715	9,709,239	412,044	9,297,195
					-1.1%	0.3%	16.5%	-0.3%	-0.4%	-0.8%	0.3%	-0.9%
10-20百萬元	344	8,248,649	465,717	7,782,933	356	8,089,145	392,289	7,696,856	357	7,768,386	326,701	7,441,685
					3.5%	-1.9%	-15.8%	-1.1%	0.3%	-4.0%	-16.7%	-3.3%
20-30百萬元	144	11,914,287	455,716	11,458,572	145	11,993,201	360,763	11,632,438	147	11,410,861	297,532	11,113,329
					0.7%	0.7%	-20.8%	1.5%	1.4%	-4.9%	-17.5%	-4.5%
30-40百萬元	35	1,786,812	60,283	1,726,529	34	1,708,132	46,159	1,661,973	37	1,948,353	70,123	1,878,230
					-2.9%	-4.4%	-23.4%	-3.7%	8.8%	14.1%	51.9%	13.0%
40-50百萬元	22	1,581,950	26,833	1,555,118	22	1,683,665	32,832	1,650,833	22	2,110,618	30,894	2,079,724
					0.0%	6.4%	22.4%	6.2%	0.0%	25.4%	-5.9%	26.0%
50-60百萬元	23	2,303,376	10,514	2,292,863	23	2,545,215	10,258	2,534,957	22	2,112,249	9,552	2,102,697
					0.0%	10.5%	-2.4%	10.6%	-4.3%	-17.0%	-6.9%	-17.1%
60-80百萬元	20	6,996,398	254,283	6,742,115	20	6,784,488	274,244	6,510,245	21	6,779,913	293,067	6,486,846
					0.0%	-3.0%	7.8%	-3.4%	5.0%	-0.1%	6.9%	-0.4%
0.8-1億元	12	1,234,846	7,472	1,227,374	12	1,295,245	25,068	1,270,177	11	1,264,995	31,086	1,233,909
					0.0%	4.9%	23.5%	3.5%	-8.3%	-2.3%	24.0%	-2.9%
1-2億元	36	19,154,989	58,056	19,096,933	34	20,124,002	111,890	20,012,111	34	13,985,865	118,513	13,867,352
					-5.6%	5.1%	92.7%	4.8%	0.0%	-30.5%	5.9%	-30.7%
2億元以上	28	16,797,354	206,429	16,590,924	29	16,038,667	241,342	15,797,324	32	18,550,996	262,914	18,288,083
					3.6%	-4.5%	16.9%	-4.8%	10.3%	15.7%	8.9%	15.8%
合計	9,144	112,560,433	2,580,056	109,980,377	9,078	113,349,694	2,672,223	110,677,471	8,880	107,177,338	2,535,738	104,641,600
					-0.7%	0.7%	3.6%	0.6%	-2.2%	-5.4%	-5.1%	-5.5%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	2,867	52,476,393	1,497,096	50,979,297	2,797	51,136,763	1,805,568	49,331,195	2,783	49,990,265	1,852,614	48,137,651
新北市	1,426	31,909,505	1,183,281	30,726,223	1,384	31,478,892	1,274,903	30,203,988	1,362	31,139,986	1,323,096	29,816,890
宜蘭縣	96	210,853	23,488	187,365	88	200,805	26,592	174,212	88	182,229	26,698	155,532
基隆市	85	256,171	0	256,171	80	268,189	17,529	250,660	79	309,895	23,523	286,372
桃園市	487	2,091,030	13,208	2,077,822	455	1,940,768	7,378	1,933,390	450	1,943,373	4,576	1,938,796
新竹縣	104	252,592	0	252,592	107	249,469	0	249,469	109	262,501	0	262,501
新竹市	150	754,569	831	753,738	146	755,707	4,271	751,436	138	750,215	7,822	742,393
苗栗縣	106	253,006	0	253,006	96	217,164	0	217,164	98	222,676	7,017	215,659
臺中市	1,016	4,433,192	33,589	4,399,603	993	4,350,831	36,192	4,314,639	972	4,539,610	30,549	4,509,061
彰化縣	213	866,860	502	866,358	209	820,479	495	819,984	207	770,746	1,315	769,431
南投縣	104	202,576	0	202,576	98	177,968	0	177,968	96	194,972	69	194,904
雲林縣	103	216,480	230	216,251	101	200,380	227	200,153	91	188,621	197	188,424
嘉義縣	62	181,665	0	181,665	63	176,415	0	176,415	59	165,243	0	165,243
嘉義市	103	487,987	1,372	486,615	98	485,176	4,893	480,283	102	483,436	8,831	474,605
臺南市	574	6,055,603	10,024	6,045,579	557	5,956,474	10,952	5,945,522	539	5,881,805	35,271	5,846,534
高雄市	799	3,794,553	35,876	3,758,677	775	3,811,088	51,840	3,759,248	772	3,780,710	33,838	3,746,872
屏東縣	155	269,581	3,442	266,139	149	256,891	819	256,072	137	263,898	921	262,977
澎湖縣	25	62,162	0	62,162	25	71,850	0	71,850	23	59,512	0	59,512
金門縣、連江縣	35	79,017	0	79,017	35	81,492	0	81,492	33	67,097	0	67,097
花蓮縣	92	333,184	0	333,184	89	313,783	0	313,783	83	295,716	0	295,716
臺東縣	36	123,872	0	123,872	34	120,427	0	120,427	33	118,210	0	118,210
總計	8,638	105,310,852	2,802,939	102,507,913	8,379	103,071,011	3,241,659	99,829,352	8,254	101,610,717	3,356,338	98,254,379

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	2,646	12,344,133	19,037	12,325,096	2,489	11,992,797	39,302	11,953,494	2,381	11,677,016	53,011	11,624,004
	-6.4%	-2.1%	-23.4%	-2.0%	-5.9%	-2.8%	106.5%	-3.0%	-4.3%	-2.6%	34.9%	-2.8%
0.1-1百萬元	2,796	7,292,796	89,778	7,203,018	2,731	7,089,741	106,783	6,982,958	2,702	6,994,921	124,287	6,870,634
	-2.0%	0.9%	19.3%	0.7%	-2.3%	-2.8%	18.9%	-3.1%	-1.1%	-1.3%	16.4%	-1.6%
1-5百萬元	1,805	12,144,806	764,964	11,379,842	1,788	11,690,460	842,447	10,848,013	1,809	11,404,419	858,460	10,545,959
	0.2%	3.8%	31.2%	2.3%	-0.9%	-3.7%	10.1%	-4.7%	1.2%	-2.4%	1.9%	-2.8%
5-10百萬元	713	9,401,650	381,658	9,019,992	695	9,213,215	372,698	8,840,517	685	8,733,332	338,007	8,395,325
	-0.3%	-3.2%	-7.4%	-3.0%	-2.5%	-2.0%	-2.3%	-2.0%	-1.4%	-5.2%	-9.3%	-5.0%
10-20百萬元	351	7,612,118	434,752	7,177,366	344	7,708,925	523,521	7,185,404	349	7,458,543	430,537	7,028,006
	-1.7%	-2.0%	33.1%	-3.6%	-2.0%	1.3%	20.4%	0.1%	1.5%	-3.2%	-17.8%	-2.2%
20-30百萬元	143	11,173,007	260,026	10,912,981	145	10,273,466	327,782	9,945,684	143	9,995,010	357,549	9,637,461
	-2.7%	-2.1%	-12.6%	-1.8%	1.4%	-8.1%	26.1%	-8.9%	-1.4%	-2.7%	9.1%	-3.1%
30-40百萬元	39	1,469,306	76,980	1,392,326	39	1,521,336	95,151	1,426,185	38	1,506,270	113,962	1,392,308
	5.4%	-24.6%	9.8%	-25.9%	0.0%	3.5%	23.6%	2.4%	-2.6%	-1.0%	19.8%	-2.4%
40-50百萬元	21	1,908,712	38,742	1,869,970	21	2,005,231	31,555	1,973,676	22	2,351,470	35,613	2,315,856
	-4.5%	-9.6%	25.4%	-10.1%	0.0%	5.1%	-18.6%	5.5%	4.8%	17.3%	12.9%	17.3%
50-60百萬元	23	2,162,814	5,659	2,157,155	23	1,991,697	18,314	1,973,384	23	1,892,093	23,262	1,868,831
	4.5%	2.4%	-40.8%	2.6%	0.0%	-7.9%	223.6%	-8.5%	0.0%	-5.0%	27.0%	-5.3%
60-80百萬元	24	6,461,592	254,452	6,207,140	25	6,359,671	279,828	6,079,843	24	6,281,233	279,471	6,001,763
	14.3%	-4.7%	-13.2%	-4.3%	4.2%	-1.6%	10.0%	-2.1%	-4.0%	-1.2%	-0.1%	-1.3%
0.8-1億元	12	1,431,475	30,726	1,400,749	12	1,535,906	46,232	1,489,674	12	1,693,337	113,939	1,579,398
	9.1%	13.2%	-1.2%	13.5%	0.0%	7.3%	50.5%	6.3%	0.0%	3.0%	146.5%	6.0%
1-2億元	34	14,433,115	131,720	14,301,395	36	14,018,272	171,497	13,846,774	36	14,338,628	183,598	14,155,030
	0.0%	3.2%	11.1%	3.1%	5.9%	-2.9%	30.2%	-3.2%	0.0%	2.3%	7.1%	2.2%
2億元以上	31	17,475,328	314,446	17,160,882	31	17,670,294	386,549	17,283,744	30	17,284,445	444,641	16,839,804
	-3.1%	-5.8%	19.6%	-6.2%	0.0%	1.1%	22.9%	0.7%	-3.2%	-2.2%	15.0%	-2.6%
合計	8,638	105,310,852	2,802,939	102,507,913	8,379	103,071,011	3,241,659	99,829,352	8,254	101,610,717	3,356,338	98,254,379
	-2.7%	-1.7%	10.5%	-2.0%	-3.0%	-2.1%	15.7%	-2.6%	-1.5%	-1.4%	3.5%	-1.6%

# 流行音樂與文化內容產業

## 流行音樂與文化內容產業2011~2016年家數與營業額

流行音樂與文化內容產業	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
458313 錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片(空白片除外)批發	270	6,572,390	388,880	6,183,510	265	6,182,563	305,657	5,876,906	249	5,138,185	253,178	4,885,007
476411 錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片(空白片除外)零售	453	3,277,113	71,948	3,205,165	414	2,775,106	79,888	2,695,219	387	2,619,074	71,961	2,547,113
486913 影片音樂零售攤販					-8.6%	-15.3%	11.0%	-15.9%	-6.5%	-5.6%	-9.9%	-5.5%
592011 音樂出版	440	4,684,783	483,026	4,201,757	440	5,141,658	770,366	4,371,292	445	5,575,368	1,022,014	4,553,354
592012 音樂詞曲版權代理及授權使用	37	323,321	4,207	319,114	0.0%	9.8%	59.5%	4.0%	1.1%	8.4%	32.7%	4.2%
592015 錄音工程	32	75,342	0	75,342	37	372,320	3,464	368,855	36	377,590	4,488	373,102
592099 其他聲音錄製及音樂出版					0.0%	15.2%	-17.7%	15.6%	-2.7%	1.4%	29.6%	1.2%
602212 線上音樂播送	81	2,260,732	138,000	2,122,732	35	71,068	0	71,068	33	66,246	147	66,099
760311 流行音樂歌手經紀	15	77,275	0	77,275	9.4%	-5.7%	-	-5.7%	-5.7%	-6.8%	-	-7.0%
771913 舞臺燈光、音響設備出租	385	593,416	0	593,416	101	2,487,821	187,854	2,299,967	124	3,109,137	392,219	2,716,917
901015 音樂詞曲創作					24.7%	10.0%	36.1%	8.3%	22.8%	25.0%	108.8%	18.1%
902016 流行音樂表演	8	512,625	0	512,625	24	107,322	0	107,322	30	153,612	0	153,612
903113 流行音樂展演空間經營					60.0%	38.9%	-	38.9%	25.0%	43.1%	-	43.1%
903914 流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀					405	625,916	0	625,916	423	667,037	0	667,037
932211 視唱中心(KTV)	2,637	12,545,031	46,546	12,498,485	5.2%	5.5%	-	5.5%	4.4%	6.6%	-	6.6%
合計	4,358	30,922,028	1,132,608	29,789,421	8	381,683	0	381,683	16	342,799	0	342,799
					0.0%	-25.5%	-	-25.5%	100.0%	-10.2%	-	-10.2%
					2,504	12,413,293	35,938	12,377,354	2,340	11,756,671	28,282	11,728,390
					-5.0%	-1.1%	-22.8%	-1.0%	-6.5%	-5.3%	-21.3%	-5.2%
					4,233	30,558,750	1,383,168	29,175,582	4,083	29,805,719	1,772,289	28,033,430
					-2.9%	-1.2%	22.1%	-2.1%	-3.5%	-2.5%	28.1%	-3.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 流行音樂與文化內容產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
一年以下	650	510,943	125	510,819	506	350,040	8,989	287,409	465	287,409	0	287,409
1-2年	570	945,839	8,471	937,368	-22.2%	-31.5%	7103.3%	-33.2%	-8.1%	-17.9%	-100.0%	-15.7%
2-3年	410	2,053,964	128,792	1,925,172	538	868,727	327	868,400	417	676,540	10,249	666,292
3-4年	302	808,812	91,383	717,429	-5.6%	-8.2%	-96.1%	-7.4%	-22.5%	-22.1%	3036.0%	-23.3%
4-5年	259	1,304,899	54,560	1,250,340	414	955,126	29,326	925,800	389	778,628	0	778,628
5-10年	877	3,899,250	129,360	3,769,890	1.0%	-53.5%	-77.2%	-51.9%	-6.0%	-18.5%	-100.0%	-15.9%
10-20年	1,057	16,126,018	587,885	15,538,133	321	1,949,255	131,729	1,817,526	320	987,412	174,738	812,674
20年以上	233	5,272,303	132,032	5,140,271	6.3%	141.0%	44.2%	153.3%	-0.3%	-49.3%	32.6%	-55.3%
合計	4,358	30,922,028	1,132,608	29,789,421	248	628,920	60,836	568,084	277	1,993,358	129,195	1,864,162
					-4.2%	-51.8%	11.5%	-54.6%	11.7%	216.9%	112.4%	228.1%
					795	4,006,912	98,580	3,908,332	760	3,180,764	81,726	3,099,037
					-9.4%	2.8%	-23.8%	3.7%	-4.4%	-20.6%	-17.1%	-20.7%
					1,140	16,100,594	915,336	15,185,258	1,159	15,857,271	1,106,065	14,751,206
					7.9%	-0.2%	55.7%	-2.3%	1.7%	-1.5%	20.8%	-2.9%
					271	5,699,176	138,046	5,561,130	296	6,044,339	270,316	5,774,022
					16.3%	8.1%	4.6%	8.2%	9.2%	6.1%	95.8%	3.8%
					4,233	30,558,750	1,383,168	29,175,582	4,083	29,805,719	1,772,289	28,033,430
					-2.9%	-1.2%	22.1%	-2.1%	-3.5%	-2.5%	28.1%	-3.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

流行音樂與 文化內容產業	2014年				2015年				2016年			
	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 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	246	4,389,384	182,409	4,206,975	237	3,851,905	218,947	3,632,958	228	3,534,974	228,251	3,306,723
	-1.2%	-14.6%	-28.0%	-13.9%	-3.7%	-12.2%	20.0%	-13.6%	-3.8%	-8.2%	4.2%	-9.0%
476411 錄影帶、錄音帶、影音光碟、CD唱片、DVD影片(空白片除外)零售	375	2,612,816	64,781	2,548,036	354	2,526,996	59,338	2,467,659	328	2,582,150	71,581	2,510,569
486913 影片音樂零售攤販	-3.1%	-0.2%	-10.0%	0.0%	-5.6%	-3.3%	-8.4%	-3.2%	-7.3%	2.2%	20.6%	1.7%
592011 音樂出版	437	5,303,404	900,288	4,403,116	427	5,258,672	996,394	4,262,278	418	5,892,964	1,378,681	4,514,283
	-1.8%	-4.9%	-11.9%	-3.3%	-2.3%	-0.8%	10.7%	-3.2%	-2.1%	12.1%	38.4%	5.9%
592012 音樂詞曲版權代理及授權使用	40	407,969	7,352	400,617	41	405,537	14,592	390,945	41	453,373	36,212	417,161
	11.1%	8.0%	63.8%	7.4%	2.5%	-0.6%	98.5%	-2.4%	0.0%	11.8%	148.2%	6.7%
592015 錄音工程	35	68,437	95	68,342	44	150,667	292	150,376	48	181,331	443	180,888
	6.1%	3.3%	-35.3%	3.4%	25.7%	120.2%	206.9%	120.0%	9.1%	20.4%	51.9%	20.3%
592099 其他聲音錄製及音樂出版	140	3,879,357	305,945	3,573,412	152	3,655,872	259,292	3,396,580	163	4,035,599	548,120	3,487,479
602212 線上音樂播送	12.9%	24.8%	-22.0%	31.5%	8.6%	-5.8%	-15.2%	-4.9%	7.2%	10.4%	111.4%	2.7%
760311 流行音樂歌手經紀	33	181,886	9,822	172,064	38	215,313	12,165	203,148	38	266,387	5,542	260,845
	10.0%	18.4%	-	12.0%	15.2%	18.4%	23.9%	18.1%	0.0%	23.7%	-54.4%	28.4%
771913 舞臺燈光、音響設備出租	453	794,894	0	794,894	469	826,382	673	825,710	489	861,057	0	861,057
	7.1%	19.2%	-	19.2%	3.5%	4.0%	-	3.9%	4.3%	4.2%	-100.0%	4.3%
901015 音樂詞曲創作					24	21,448	0	21,448	28	21,901	0	21,901
					-	-	-	-	16.7%	2.1%	-	2.1%
902016 流行音樂表演	19	282,276	0	282,276	9	3,835	0	3,835	7	829	0	829
903113 流行音樂展演空間經營	18.8%	-17.7%	-	-17.7%	-	-	-	-	-22.2%	-78.4%	-	-78.4%
903914 流行音樂表演活動籌辦、監製與經紀	12	128,901	0	128,901	-	-	-	-	21	167,671	639	167,032
	-	-	-	-	-	-	-	-	75.0%	30.1%	-	29.6%
932211 視唱中心(KTV)	2,203	11,831,740	8,015	11,823,725	2,134	11,876,176	0	11,876,176	2,057	12,072,228	0	12,072,228
	-5.9%	0.6%	-71.7%	0.8%	-3.1%	0.4%	-100.0%	0.4%	-3.6%	1.7%	-	1.7%
合計	3,981	29,752,164	1,478,707	28,273,457	3,941	28,921,705	1,561,691	27,360,015	3,866	30,070,464	2,269,468	27,800,996
	-2.5%	-0.2%	-16.6%	0.9%	-1.0%	-2.8%	5.6%	-3.2%	-1.9%	4.0%	45.3%	1.6%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016年			
	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
一年以下	451	353,828	555	353,273	420	236,056	101	235,956	380	262,407	0	262,407
	-3.0%	23.1%	-	22.9%	-6.9%	-33.3%	-81.9%	-33.2%	-9.5%	11.2%	-100.0%	11.2%
1-2年	397	820,359	16,546	803,813	391	778,619	1,341	777,277	362	554,561	0	554,561
	-4.8%	21.3%	61.4%	20.6%	-1.5%	-5.1%	-91.9%	-3.3%	-7.4%	-28.8%	-100.0%	-28.7%
2-3年	299	568,144	8,687	559,457	306	788,006	22,455	765,551	276	782,203	4,548	777,655
	-23.1%	-27.0%	-	-28.1%	2.3%	38.7%	158.5%	36.8%	-9.8%	-0.7%	-79.7%	1.6%
3-4年	302	692,947	1,392	691,555	250	486,486	5,286	481,200	258	749,438	34,542	714,896
	-5.6%	-29.8%	-99.2%	-14.9%	-17.2%	-29.8%	279.7%	-30.4%	3.2%	54.1%	553.5%	48.6%
4-5年	250	818,689	4,456	814,233	265	612,215	215	611,999	211	477,995	95	477,900
	-9.7%	-58.9%	-96.6%	-56.3%	6.0%	-25.2%	-95.2%	-24.8%	-20.4%	-21.9%	-55.8%	-21.9%
5-10年	771	4,796,849	205,633	4,591,216	743	4,705,776	150,432	4,555,344	764	3,592,157	121,536	3,470,621
	1.4%	50.8%	151.6%	48.1%	-3.6%	-1.9%	-26.8%	-0.8%	2.8%	-23.7%	-19.2%	-23.8%
10-20年	1,184	15,498,939	907,207	14,591,732	1,214	15,493,900	1,047,061	14,446,839	1,243	16,049,130	1,431,862	14,617,268
	2.2%	-2.3%	-18.0%	-1.1%	2.5%	0.0%	15.4%	-1.0%	2.4%	3.6%	36.8%	1.2%
20年以上	327	6,202,408	334,231	5,868,177	352	5,820,648	334,801	5,485,847	372	7,602,573	676,883	6,925,689
	10.5%	2.6%	23.6%	1.6%	7.6%	-6.2%	0.2%	-6.5%	5.7%	30.6%	102.2%	26.2%
合計	3,981	29,752,164	1,478,707	28,273,457	3,941	28,921,705	1,561,691	27,360,015	3,866	30,070,464	2,269,468	27,800,996
	-2.5%	-0.2%	-16.6%	0.9%	-1.0%	-2.8%	5.6%	-3.2%	-1.9%	4.0%	45.3%	1.6%



# 流行音樂與文化內容產業

## 流行音樂與文化內容產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	796	16,759,337	979,972	15,779,365	803	16,737,222	1,213,915	15,523,307	798	16,576,216	1,636,370	14,939,846
新北市	476	3,862,530	63,127	3,799,403	412	4,033,641	82,925	3,950,716	379	3,880,353	66,355	3,813,998
宜蘭縣	114	212,552	0	212,552	108	214,476	0	214,476	107	214,786	0	214,786
基隆市	49	207,390	0	207,390	47	188,338	0	188,338	44	201,961	0	201,961
桃園市	250	1,752,127	65,681	1,686,446	227	1,491,021	57,541	1,433,480	195	1,452,233	47,945	1,404,288
新竹縣	80	61,418	0	61,418	68	58,628	0	58,628	64	61,444	0	61,444
新竹市	50	711,394	0	711,394	47	626,872	0	626,872	42	634,478	0	634,478
苗栗縣	125	165,839	0	165,839	124	172,337	0	172,337	118	160,762	0	160,762
臺中市	500	2,154,374	18,711	2,135,663	461	2,018,454	18,631	1,999,823	413	1,812,540	12,824	1,799,716
彰化縣	229	432,542	0	432,542	244	430,091	0	430,091	246	401,539	0	401,539
南投縣	151	179,544	0	179,544	134	162,152	0	162,152	121	149,742	0	149,742
雲林縣	139	201,696	0	201,696	132	206,879	0	206,879	135	209,293	0	209,293
嘉義縣	94	75,406	0	75,406	85	88,066	0	88,066	83	91,293	0	91,293
嘉義市	109	266,771	0	266,771	119	266,588	0	266,588	117	254,541	0	254,541
臺南市	270	1,326,820	3,252	1,323,568	272	1,287,042	2,214	1,284,828	278	1,224,775	3,239	1,221,535
高雄市	470	1,944,386	1,865	1,942,521	489	1,970,363	7,941	1,962,422	494	1,887,624	5,557	1,882,068
屏東縣	258	221,679	0	221,679	260	246,129	0	246,129	260	251,334	0	251,334
澎湖縣	14	38,744	0	38,744	13	33,281	0	33,281	12	30,202	0	30,202
金門縣	22	20,820	0	20,820	20	19,149	0	19,149	21	22,298	0	22,298
連江縣	18	16,090	0	16,090	17	15,419	0	15,419	16	14,941	0	14,941
花蓮縣	57	191,685	0	191,685	56	178,738	0	178,738	52	172,527	0	172,527
臺東縣	87	118,883	0	118,883	95	113,863	0	113,863	88	100,836	0	100,836
總計	4,358	30,922,028	1,132,608	29,789,421	4,233	30,558,750	1,383,168	29,175,582	4,083	29,805,719	1,772,289	28,033,430

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 流行音樂與文化內容產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	2,259	8,963,882	992	8,962,890	2,179	8,514,453	1,081	8,513,372	2,063	8,090,844	1,844	8,089,000
					-3.5%	-5.0%	9.0%	-5.0%	-5.3%	-5.0%	70.6%	-5.0%
0.1-1百萬元	1,320	3,218,595	132,095	3,086,500	1,284	3,225,437	133,597	3,091,840	1,247	3,053,044	128,036	2,925,007
					-2.7%	0.2%	1.1%	0.2%	-2.9%	-5.3%	-4.2%	-5.4%
1-5百萬元	433	3,737,833	154,398	3,583,435	427	3,889,572	182,573	3,706,999	436	4,058,937	180,003	3,878,934
					-1.4%	4.1%	18.2%	3.4%	2.1%	4.4%	-1.4%	4.6%
5-10百萬元	201	2,123,066	91,022	2,032,044	202	2,139,222	134,397	2,004,825	198	2,087,549	123,175	1,964,374
					0.5%	0.8%	47.7%	-1.3%	-2.0%	-2.4%	-8.3%	-2.0%
10-20百萬元	65	1,065,199	102,569	962,630	60	979,557	99,925	879,632	61	878,744	80,773	797,971
					-7.7%	-8.0%	-2.6%	-8.6%	1.7%	-10.3%	-19.2%	-9.3%
20-30百萬元	28	1,017,459	184,201	833,258	29	855,753	87,961	767,792	28	782,870	62,578	720,292
					3.6%	-15.9%	-52.2%	-7.9%	-3.4%	-8.5%	-28.9%	-6.2%
30-40百萬元	7	294,989	40,686	254,303	7	286,144	57,042	229,102	7	440,083	201,256	238,827
					0.0%	-3.0%	40.2%	-9.9%	0.0%	53.8%	252.8%	4.2%
40-60百萬元	14	1,984,841	122,516	1,862,325	15	1,613,242	143,972	1,469,269	14	1,661,053	151,351	1,509,702
					7.1%	-18.7%	17.5%	-21.1%	-6.7%	3.0%	5.1%	2.8%
60百萬元-2億元	17	4,793,645	46,145	4,747,500	16	4,613,188	22,213	4,590,975	15	4,632,263	63,782	4,568,481
					-5.9%	-3.8%	-51.9%	-3.3%	-6.3%	0.4%	187.1%	-0.5%
2億元以上	14	3,722,519	257,982	3,464,536	14	4,442,182	520,406	3,921,776	14	4,120,333	779,491	3,340,842
					0.0%	19.3%	101.7%	13.2%	0.0%	-7.2%	49.8%	-14.8%
合計	4,358	30,922,028	1,132,608	29,789,421	4,233	30,558,750	1,383,168	29,175,582	4,083	29,805,719	1,772,289	28,033,430
					-2.9%	-1.2%	22.1%	-2.1%	-3.5%	-2.5%	28.1%	-3.9%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	787	16,581,463	1,378,412	15,203,051	799	15,713,221	1,476,473	14,236,747	789	16,677,294	2,134,846	14,542,448
新北市	369	3,654,770	50,539	3,604,231	349	3,543,215	55,312	3,487,903	338	3,418,358	71,676	3,346,682
宜蘭縣	107	219,090	0	219,090	101	199,221	0	199,221	96	200,717	0	200,717
基隆市	44	199,829	2,692	197,137	39	206,955	683	206,272	40	227,426	985	226,440
桃園市	196	1,529,468	31,568	1,497,900	199	1,500,679	21,686	1,478,994	187	1,465,595	19,268	1,446,328
新竹縣	58	68,098	0	68,098	53	55,443	0	55,443	47	56,747	0	56,747
新竹市	43	704,036	0	704,036	49	699,213	0	699,213	41	655,034	0	655,034
苗栗縣	116	149,469	0	149,469	111	147,380	0	147,380	107	143,738	0	143,738
臺中市	392	1,780,595	9,299	1,771,296	373	1,943,426	2,727	1,940,700	361	2,188,521	4,679	2,183,842
彰化縣	230	407,536	0	407,536	225	410,511	0	410,511	219	458,875	0	458,875
南投縣	119	161,804	0	161,804	120	148,469	0	148,469	112	152,369	0	152,369
雲林縣	130	232,196	0	232,196	144	334,050	0	334,050	152	388,814	0	388,814
嘉義縣	83	89,564	0	89,564	86	80,268	0	80,268	85	72,306	0	72,306
嘉義市	112	245,499	0	245,499	97	227,088	0	227,088	96	213,428	0	213,428
臺南市	275	1,218,044	1,828	1,216,217	280	1,194,120	806	1,193,314	267	1,295,610	34,115	1,261,496
高雄市	481	1,905,272	4,369	1,900,903	472	1,887,088	3,788	1,883,300	490	1,820,286	3,466	1,816,820
屏東縣	247	249,935	0	249,935	248	254,536	215	254,320	255	252,145	434	251,711
澎湖縣	12	30,080	0	30,080	10	31,493	0	31,493	13	43,243	0	43,243
金門縣	21	21,969	0	21,969	20	21,927	0	21,927	20	22,807	0	22,807
連江縣	14	13,520	0	13,520	15	12,589	0	12,589	13	12,440	0	12,440
花蓮縣	52	189,702	0	189,702	53	200,293	0	200,293	44	191,935	0	191,935
臺東縣	93	100,226	0	100,226	98	110,522	0	110,522	94	112,776	0	112,776
總計	3,981	29,752,164	1,478,707	28,273,457	3,941	28,921,705	1,561,691	27,360,015	3,866	30,070,464	2,269,468	27,800,996

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016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	1,965	8,109,508	3,258	8,106,250	1,907	7,986,861	1,736	7,985,125	1,836	7,819,467	1,108	7,818,359
	-4.8%	0.2%	76.7%	0.2%	-3.0%	-1.5%	-46.7%	-1.5%	-3.7%	-2.1%	-36.2%	-2.1%
0.1-1百萬元	1,239	3,144,548	110,100	3,034,447	1,253	3,076,473	111,433	2,965,040	1,251	3,209,998	152,193	3,057,805
	-0.6%	3.0%	-14.0%	3.7%	1.1%	-2.2%	1.2%	-2.3%	-0.2%	4.3%	36.6%	3.1%
1-5百萬元	451	4,222,753	216,012	4,006,741	457	4,189,653	242,581	3,947,072	455	4,537,110	279,407	4,257,702
	3.4%	4.0%	20.0%	3.3%	1.3%	-0.8%	12.3%	-1.5%	-0.4%	8.3%	15.2%	7.9%
5-10百萬元	191	1,976,496	74,992	1,901,504	190	1,980,761	60,958	1,919,803	189	2,071,706	49,760	2,021,946
	-3.5%	-5.3%	-39.1%	-3.2%	-0.5%	0.2%	-18.7%	1.0%	-0.5%	4.6%	-18.4%	5.3%
10-20百萬元	59	736,793	69,350	667,443	58	718,436	49,441	668,995	61	749,230	90,291	658,939
	-3.3%	-16.2%	-14.1%	-16.4%	-1.7%	-2.5%	-28.7%	0.2%	5.2%	4.3%	82.6%	-1.5%
20-30百萬元	28	712,073	44,142	667,931	28	839,361	32,956	806,406	27	934,302	21,786	912,516
	0.0%	-9.0%	-29.5%	-7.3%	0.0%	17.9%	-25.3%	20.7%	-3.6%	11.3%	-33.9%	13.2%
30-40百萬元	7	396,236	108,946	287,290	6	225,750	33,266	192,485	6	268,217	55,377	212,840
	0.0%	-10.0%	-45.9%	20.3%	-14.3%	-43.0%	-69.5%	-33.0%	0.0%	18.8%	66.5%	10.6%
40-60百萬元	12	1,571,591	219,600	1,351,990	12	1,516,184	141,501	1,374,682	11	2,097,124	418,759	1,678,365
	-14.3%	-5.4%	45.1%	-10.4%	0.0%	-3.5%	-35.6%	1.7%	-8.3%	38.3%	195.9%	22.1%
60百萬元-2億元	15	4,881,990	90,463	4,791,527	15	4,134,613	89,545	4,045,068	15	3,628,165	63,310	3,564,855
	0.0%	5.4%	41.8%	4.9%	0.0%	-15.3%	-1.0%	-15.6%	0.0%	-12.2%	-29.3%	-11.9%
2億元以上	14	4,000,176	541,843	3,458,333	15	4,253,613	798,274	3,455,339	15	4,755,145	1,137,476	3,617,669
	0.0%	-2.9%	-30.5%	7.1%	6.3%	47.3%	-0.1%	0.0%	0.0%	11.8%	42.5%	4.7%
合計	3,981	29,752,164	1,478,707	28,273,457	3,941	28,921,705	1,561,691	27,360,015	3,866	30,070,464	2,269,468	27,800,996
	-2.5%	-0.2%	-16.6%	0.9%	-1.0%	-2.8%	5.6%	-3.2%	-1.9%	4.0%	45.3%	1.6%

# 廣告產業

## 廣告產業2011~2016年家數與營業額

廣告產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
731011	廣告代理	5,861	78,158,480	547,728	77,610,752	5.896	76,884,861	682,574	76,202,287	5.723	81,700,303	710,624	80,989,679
731012	媒體代理及購買	7	13,255	0	13,255	-	-	-	-	7	12,725	0	12,725
731013	公開展示廣告	2,873	22,209,254	127,664	22,081,590	2.863	22,412,346	90,784	22,321,562	2.858	23,501,313	61,589	23,439,724
731099	其他廣告服務	4,376	42,136,539	267,577	41,868,962	4.672	44,022,669	246,349	43,776,320	5.196	53,699,137	252,106	53,447,031
732011	市場研究	112	2,789,276	239,038	2,550,238	116	2,987,253	265,892	2,721,361	117	3,072,967	347,661	2,725,306
合計		13,229	145,306,804	1,182,007	144,124,797	13.547	146,307,128	1,285,599	145,021,530	13.901	161,986,444	1,371,980	160,614,464
						2.4%	0.7%	8.8%	0.6%	2.6%	10.7%	6.7%	10.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 廣告產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	1,094	1,805,924	919	1,805,006	1,015	1,910,911	10,674	1,900,236	1,094	2,352,005	256	2,351,750
1-2年	1,143	9,411,833	9,728	9,402,105	1,093	4,627,526	18,060	4,609,466	1,032	6,601,700	14,026	6,587,674
2-3年	939	5,331,668	17,611	5,314,057	1,025	9,345,614	11,774	9,333,840	969	5,683,597	33,109	5,650,488
3-4年	793	4,777,283	27,418	4,749,864	867	5,559,319	9,942	5,549,377	923	9,813,514	52,903	9,760,610
4-5年	796	5,046,726	92,625	4,954,101	725	4,520,923	23,256	4,497,667	795	6,758,910	9,716	6,749,193
5-10年	2,992	24,564,097	268,558	24,295,539	2,980	23,410,473	175,113	23,235,360	2,862	23,324,376	124,065	23,200,311
10-20年	4,186	73,584,925	471,269	73,113,656	4,354	73,418,246	567,527	72,850,719	4,587	80,184,351	688,021	79,496,330
20年以上	1,286	20,784,348	293,879	20,490,469	1,488	23,514,117	469,253	23,044,864	1,639	27,267,990	449,883	26,818,107
合計	13,229	145,306,804	1,182,007	144,124,797	13,547	146,307,128	1,285,599	145,021,530	13,901	161,986,444	1,371,980	160,614,464
					2.4%	0.7%	8.8%	0.6%	2.6%	10.7%	6.7%	10.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

廣告產業		2014年				2015年				2016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	5,583	76,408,598	851,862	75,556,737	5,458	73,619,208	781,458	72,837,750	5,326	71,991,812	657,779	71,334,033
		-2.4%	-6.5%	19.9%	-6.7%	-2.2%	-3.7%	-8.3%	-3.6%	-2.4%	-2.2%	-15.8%	-2.1%
731012	媒體代理及購買	12	66,414	61	66,353	17	230,358	52	230,306	22	294,459	3,221	291,239
		71.4%	421.9%	-	421.4%	41.7%	246.9%	-15.3%	247.1%	29.4%	27.8%	6098.0%	26.5%
731013	公開展示廣告	2,860	24,086,846	60,303	24,026,544	2,849	23,492,898	147,641	23,345,256	2,843	22,525,088	62,246	22,462,841
		0.1%	2.5%	-2.1%	2.5%	-0.4%	-2.5%	144.8%	-2.8%	-0.2%	-4.1%	-57.8%	-3.8%
731099	其他廣告服務	5,640	52,168,094	324,939	51,843,155	6,008	47,107,469	416,914	46,690,555	6,260	47,480,654	481,966	46,998,688
		8.5%	-2.9%	28.9%	-3.0%	6.5%	-9.7%	28.3%	-9.9%	4.2%	0.8%	15.6%	0.7%
732011	市場研究	114	3,119,121	298,747	2,820,373	122	3,258,166	337,605	2,920,561	126	3,232,699	340,316	2,892,383
		-2.6%	1.5%	-14.1%	-3.7%	7.0%	4.5%	13.0%	3.6%	3.3%	-0.8%	0.8%	-3.8%
合計		14,209	155,849,073	1,535,912	154,313,161	14,454	147,708,099	1,683,670	146,024,429	14,577	145,524,712	1,545,528	143,979,184
		2.2%	-3.8%	11.9%	-3.9%	1.7%	-5.2%	9.6%	-5.4%	0.9%	-1.5%	-8.2%	-1.4%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數		2014年				2015年				2016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		1,013	2,475,005	32,414	2,442,591	891	1,598,759	50,856	1,547,903	840	1,616,177	10,410	1,605,767
		-7.4%	5.2%	12584.0%	3.9%	-12.0%	-35.4%	56.9%	-36.6%	-5.7%	1.1%	-79.5%	3.7%
1-2年		1,108	5,144,540	4,505	5,140,036	1,026	5,832,312	105,768	5,726,544	907	4,260,822	87,255	4,173,567
		7.4%	-22.1%	-67.9%	-22.0%	-7.4%	13.4%	2248.0%	11.4%	-11.6%	-26.9%	-17.5%	-27.1%
2-3年		935	6,239,061	50,636	6,188,425	1,011	5,539,697	33,474	5,506,223	919	6,803,617	32,898	6,770,719
		-3.5%	9.8%	52.9%	9.5%	8.1%	-11.2%	-33.9%	-11.0%	-9.1%	22.8%	-1.7%	23.0%
3-4年		882	5,191,738	16,427	5,175,311	853	4,751,168	48,787	4,702,381	925	5,925,402	28,160	5,897,242
		-4.4%	-47.1%	-68.9%	-47.0%	-3.3%	-8.5%	197.0%	-9.1%	8.4%	24.7%	-42.3%	25.4%
4-5年		849	9,164,235	43,061	9,121,174	832	4,586,222	20,459	4,565,763	793	4,098,045	12,555	4,085,490
		6.8%	35.6%	343.2%	35.1%	-2.0%	-50.0%	-52.5%	-49.9%	-4.7%	-10.6%	-38.6%	-10.5%
5-10年		2,747	21,684,323	131,931	21,552,392	2,735	22,941,261	88,114	22,853,147	2,739	21,371,859	116,097	21,255,762
		-4.0%	-7.0%	6.3%	-7.1%	-0.4%	5.8%	-33.2%	6.0%	0.1%	-6.8%	31.8%	-7.0%
10-20年		4,837	78,341,465	557,635	77,783,829	5,016	70,391,449	756,021	69,635,428	5,174	67,949,404	753,107	67,196,297
		5.5%	-2.3%	-19.0%	-2.2%	3.7%	-10.1%	35.6%	-10.5%	3.1%	-3.5%	-0.4%	-3.5%
20年以上		1,838	27,608,706	699,302	26,909,404	2,090	32,067,232	580,191	31,487,041	2,280	33,499,387	505,046	32,994,341
		12.1%	1.2%	55.4%	0.3%	13.7%	16.1%	-17.0%	17.0%	9.1%	4.5%	-13.0%	4.8%
合計		14,209	155,849,073	1,535,912	154,313,161	14,454	147,708,099	1,683,670	146,024,429	14,577	145,524,712	1,545,528	143,979,184
		2.2%	-3.8%	11.9%	-3.9%	1.7%	-5.2%	9.6%	-5.4%	0.9%	-1.5%	-8.2%	-1.4%

# 廣告產業

## 廣告產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	3,965	101,890,569	795,612	101,094,957	4,048	99,854,483	897,117	98,957,366	4,181	109,105,811	949,305	108,156,507
新北市	2,417	17,389,431	208,832	17,180,599	2,471	16,717,377	175,234	16,542,143	2,517	18,959,205	162,257	18,796,949
宜蘭縣	185	345,262	0	345,262	201	364,060	0	364,060	203	415,579	0	415,579
基隆市	123	306,410	0	306,410	129	357,458	18	357,440	129	324,221	26,794	297,427
桃園市	869	5,078,016	2,475	5,075,541	909	6,487,015	1,094	6,485,921	956	8,121,991	567	8,121,424
新竹縣	172	1,174,404	22,484	1,151,920	175	1,209,316	22,220	1,187,096	178	1,279,022	25,857	1,253,165
新竹市	194	736,754	1,418	735,336	191	702,946	2,116	700,830	201	896,931	2,313	894,618
苗栗縣	130	265,393	0	265,393	136	283,663	0	283,663	139	308,990	8,597	300,393
臺中市	1,811	8,173,190	51,242	8,121,949	1,872	8,998,653	28,955	8,969,698	1,902	10,403,507	41,312	10,362,195
彰化縣	331	975,589	10,159	965,430	333	1,019,139	10,420	1,008,719	356	1,087,941	8,416	1,079,524
南投縣	136	229,844	0	229,844	141	198,296	0	198,296	131	209,117	0	209,117
雲林縣	151	200,080	0	200,080	162	203,490	0	203,490	166	226,361	143	226,218
嘉義縣	76	99,054	0	99,054	80	104,874	0	104,874	78	103,394	0	103,394
嘉義市	189	758,597	0	758,597	187	938,561	0	938,561	184	736,455	0	736,455
臺南市	748	2,835,741	66,247	2,769,494	762	3,132,713	107,571	3,025,142	781	3,498,084	111,567	3,386,517
高雄市	1,330	4,274,526	23,538	4,250,989	1,331	5,166,041	40,854	5,125,187	1,370	5,700,446	33,946	5,666,499
屏東縣	168	165,378	0	165,378	175	174,019	0	174,019	175	188,623	905	187,718
澎湖縣	18	18,986	0	18,986	19	16,178	0	16,178	18	13,196	0	13,196
金門縣、連江縣	31	37,350	0	37,350	31	42,437	0	42,437	37	72,507	0	72,507
花蓮縣	132	249,025	0	249,025	136	242,844	0	242,844	140	229,323	0	229,323
臺東縣	53	103,203	0	103,203	58	93,563	0	93,563	59	105,738	0	105,738
總計	13,229	145,306,804	1,182,007	144,124,797	13,547	146,307,128	1,285,599	145,021,530	13,901	161,986,444	1,371,980	160,614,464

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 廣告產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	2,507	6,480,419	55	6,480,364	2,527	6,268,883	213	6,268,670	2,529	6,611,997	793	6,611,204
					0.8%	-3.3%	286.6%	-3.3%	0.1%	5.5%	272.3%	5.5%
0.1-1百萬元	4,356	12,458,159	249,619	12,208,539	4,537	12,924,254	193,048	12,731,206	4,789	15,021,554	155,604	14,865,950
					4.2%	3.7%	-22.7%	4.3%	5.6%	16.2%	-19.4%	16.8%
1-5百萬元	4,223	41,425,944	176,485	41,249,459	4,326	42,301,629	196,677	42,104,952	4,398	47,611,175	280,437	47,330,739
					2.4%	2.1%	11.4%	2.1%	1.7%	12.6%	42.6%	12.4%
5-10百萬元	1,375	21,301,656	161,792	21,139,864	1,374	21,963,630	172,404	21,791,226	1,386	23,744,093	168,321	23,575,772
					-0.1%	3.1%	6.6%	3.1%	0.9%	8.1%	-2.4%	8.2%
10-20百萬元	473	20,003,394	115,392	19,888,002	485	18,461,041	155,563	18,305,477	494	20,319,149	196,974	20,122,175
					2.5%	-7.7%	34.8%	-8.0%	1.9%	10.1%	26.6%	9.9%
20-30百萬元	145	11,444,160	52,593	11,391,567	146	12,430,929	96,861	12,334,068	151	14,635,890	91,369	14,544,521
					0.7%	8.6%	84.2%	8.3%	3.4%	17.7%	-5.7%	17.9%
30-40百萬元	35	11,566,943	93,484	11,473,459	37	11,597,155	105,432	11,491,723	38	12,278,539	97,026	12,181,513
					5.7%	0.3%	12.8%	0.2%	2.7%	5.9%	-8.0%	6.0%
40-50百萬元	13	2,301,337	31,763	2,269,575	15	2,059,049	28,281	2,030,768	16	2,077,108	21,192	2,055,916
					15.4%	-10.5%	-11.0%	-10.5%	6.7%	0.9%	-25.1%	1.2%
50-60百萬元	24	1,773,136	3,354	1,769,783	26	1,500,976	4,118	1,496,858	25	1,617,809	0	1,617,809
					8.3%	-15.3%	22.8%	-15.4%	-3.8%	7.8%	-100.0%	8.1%
60-80百萬元	18	3,991,640	146,191	3,845,449	14	4,054,368	207,798	3,846,571	16	5,201,233	198,735	5,002,497
					-22.2%	1.6%	42.1%	0.0%	14.3%	28.3%	-4.4%	30.1%
0.8-1億元	9	1,507,450	9,329	1,498,121	11	1,169,265	1,187	1,168,078	9	1,895,494	0	1,895,494
					22.2%	-22.4%	-87.3%	-22.0%	-18.2%	62.1%	-100.0%	62.3%
1-2億元	28	3,181,654	198	3,181,456	28	3,766,914	0	3,766,914	26	3,451,426	9,701	3,441,725
					0.0%	18.4%	-100.0%	18.4%	-7.1%	-8.4%	-	-8.6%
2億元以上	23	7,870,912	141,752	7,729,160	21	7,809,035	124,017	7,685,018	24	7,520,977	151,828	7,369,149
					-8.7%	-0.8%	-12.5%	-0.6%	14.3%	-3.7%	22.4%	-4.1%
合計	13,229	145,306,804	1,182,007	144,124,797	13,547	146,307,128	1,285,599	145,021,530	13,901	161,986,444	1,371,980	160,614,464
					2.4%	0.7%	8.8%	0.6%	2.6%	10.7%	6.7%	10.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	4,256	104,171,488	1,052,558	103,118,930	4,346	101,106,684	1,092,465	100,014,219	4,393	99,781,829	1,078,992	98,702,837
新北市	2,559	18,771,125	208,238	18,562,886	2,605	17,203,067	286,093	16,916,974	2,649	17,232,414	170,433	17,061,981
宜蘭縣	216	466,169	0	466,169	223	467,907	0	467,907	217	467,095	0	467,095
基隆市	129	308,808	0	308,808	139	283,429	17	283,412	142	361,490	0	361,490
桃園市	971	7,528,272	1,480	7,526,792	971	6,238,769	1,341	6,237,427	959	5,975,329	1,259	5,974,070
新竹縣	177	1,560,922	32,696	1,528,226	179	1,212,372	25,282	1,187,090	181	1,174,951	17,761	1,157,190
新竹市	214	789,088	3,075	786,013	219	715,109	1,559	713,550	217	774,929	14,274	760,655
苗栗縣	144	363,628	278	363,350	143	276,985	0	276,985	138	229,208	0	229,208
臺中市	1,964	9,362,532	58,520	9,304,012	1,987	8,153,660	70,103	8,083,557	1,984	7,832,800	90,404	7,742,396
彰化縣	364	1,226,102	11,134	1,214,968	370	1,157,159	9,575	1,147,584	375	1,209,203	15,598	1,193,605
南投縣	133	189,098	0	189,098	132	240,127	6,280	233,847	136	197,466	1,942	195,524
雲林縣	166	245,800	0	245,800	174	226,082	0	226,082	177	246,763	1,492	245,271
嘉義縣	85	135,468	0	135,468	85	122,043	0	122,043	90	97,734	0	97,734
嘉義市	186	794,668	0	794,668	188	1,134,404	0	1,134,404	196	827,922	3,438	824,484
臺南市	809	3,588,025	121,559	3,466,467	832	3,256,557	130,431	3,126,127	835	3,084,329	95,031	2,989,298
高雄市	1,403	5,690,659	46,373	5,644,286	1,409	5,291,903	60,524	5,231,378	1,410	5,380,520	54,906	5,325,614
屏東縣	181	211,647	0	211,647	187	201,675	0	201,675	195	201,697	0	201,697
澎湖縣	17	15,171	0	15,171	20	12,645	0	12,645	19	13,318	0	13,318
金門縣、連江縣	39	67,194	0	67,194	42	54,588	0	54,588	45	53,816	0	53,816
花蓮縣	139	242,917	0	242,917	142	242,330	0	242,330	148	251,159	0	251,159
臺東縣	57	120,294	0	120,294	61	110,605	0	110,605	71	130,741	0	130,741
總計	14,209	155,849,073	1,535,912	154,313,161	14,454	147,708,099	1,683,670	146,024,429	14,577	145,524,712	1,545,528	143,979,184

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	2,491	6,560,988	1,208	6,559,780	2,513	7,108,790	8,456	7,100,334	2,516	6,938,533	3,409	6,935,124
	-1.5%	-0.8%	52.4%	-0.8%	0.9%	8.3%	599.8%	8.2%	0.1%	-2.4%	-59.7%	-2.3%
0.1-1百萬元	5,049	16,275,361	163,861	16,111,501	5,229	15,911,123	136,219	15,774,904	5,316	16,743,523	161,073	16,582,450
	5.4%	8.3%	5.3%	8.4%	3.6%	-2.2%	-16.9%	-2.1%	1.7%	5.2%	18.2%	5.1%
1-5百萬元	4,484	47,604,728	274,103	47,330,625	4,535	44,185,243	332,004	43,853,239	4,603	44,037,584	339,098	43,698,485
	2.0%	0.0%	-2.3%	0.0%	1.1%	-7.2%	21.1%	-7.3%	1.5%	-0.3%	2.1%	-0.4%
5-10百萬元	1,372	23,542,718	193,252	23,349,466	1,365	21,968,447	283,908	21,684,539	1,360	21,551,116	250,283	21,300,833
	-1.0%	-0.8%	14.8%	-1.0%	-0.5%	-6.7%	46.9%	-7.1%	-0.4%	-1.9%	-11.8%	-1.8%
10-20百萬元	509	19,918,126	183,103	19,735,024	512	18,204,327	315,113	17,889,214	487	17,256,805	213,916	17,042,889
	3.0%	-2.0%	-7.0%	-1.9%	0.6%	-8.6%	72.1%	-9.4%	-4.9%	-5.2%	-32.1%	-4.7%
20-30百萬元	152	11,835,536	111,969	11,723,567	152	10,994,056	92,579	10,901,477	147	10,452,909	89,418	10,363,491
	0.7%	-19.1%	22.5%	-19.4%	0.0%	-7.1%	-17.3%	-7.0%	-3.3%	-4.9%	-3.4%	-4.9%
30-40百萬元	39	12,812,861	78,555	12,734,305	39	13,257,027	103,413	13,153,614	40	12,787,488	78,777	12,708,711
	2.6%	4.4%	-19.0%	4.5%	0.0%	3.5%	31.6%	3.3%	2.6%	-3.5%	-23.8%	-3.4%
40-50百萬元	16	1,776,301	28,814	1,747,487	15	2,465,456	24,015	2,441,442	14	2,618,637	45,158	2,573,479
	0.0%	-14.5%	36.0%	-15.0%	-6.3%	38.8%	-16.7%	39.7%	-6.7%	6.2%	88.0%	5.4%
50-60百萬元	25	1,546,401	0	1,546,401	24	1,425,261	0	1,425,261	24	1,246,620	0	1,246,620
	0.0%	-4.4%	-	-4.4%	-4.0%	-7.8%	-	-7.8%	0.0%	-12.5%	-	-12.5%
60-80百萬元	15	2,639,996	229,798	2,410,198	14	2,173,969	209,878	1,964,091	14	1,765,269	150,362	1,614,907
	-6.3%	-49.2%	15.6%	-51.8%	-6.7%	-17.7%	-8.7%	-18.5%	0.0%	-18.8%	-28.4%	-17.8%
0.8-1億元	9	1,310,621	17,614	1,293,007	9	1,302,467	24,960	1,277,507	9	1,363,149	1,469	1,361,680
	0.0%	-30.9%	-	-31.8%	0.0%	-0.6%	41.7%	-1.2%	0.0%	4.7%	-94.1%	6.6%
1-2億元	26	3,671,975	5,516	3,666,458	24	3,434,941	5,180	3,429,761	24	3,448,317	18,319	3,429,998
	0.0%	6.4%	-43.1%	6.5%	-7.7%	-6.5%	-6.1%	-6.5%	0.0%	0.4%	253.6%	0.0%
2億元以上	22	6,353,462	248,118	6,105,344	23	5,276,992	147,945	5,129,047	23	5,314,764	194,247	5,120,517
	-8.3%	-15.5%	63.4%	-17.1%	4.5%	-16.9%	-40.4%	-16.0%	0.0%	0.7%	31.3%	-0.2%
合計	14,209	155,849,073	1,535,912	154,313,161	14,454	147,708,099	1,683,670	146,024,429	14,577	145,524,712	1,545,528	143,979,184
	2.2%	-3.8%	11.9%	-3.9%	1.7%	-5.2%	9.6%	-5.4%	0.9%	-1.5%	-8.2%	-1.4%

# 產品設計產業

## 產品設計產業2011~2016年家數與營業額

產品設計產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
740200	工業設計	1,406	38,414,931	29,032,384	9,382,547	1,486	38,005,557	28,391,113	9,614,444	1,418	42,794,530	32,453,113	10,341,418
						5.7%	-1.1%	-2.2%	2.5%	-4.6%	12.6%	14.3%	7.6%
740913	包裝設計	38	57,813	256	57,558	42	64,577	201	64,376	66	88,127	1,460	86,668
						10.5%	11.7%	-21.3%	11.8%	57.1%	36.5%	625.7%	34.6%
740999	未分類其他專門設計服務	1,150	16,898,172	1,291,974	15,606,198	1,254	16,656,521	1,808,146	14,848,376	1,363	15,536,645	1,883,519	13,653,126
						9.0%	-1.4%	40.0%	-4.9%	8.7%	-6.7%	4.2%	-8.0%
合計		2,594	55,370,916	30,324,614	25,046,302	2,782	54,726,655	30,199,460	24,527,195	2,847	58,419,303	34,338,091	24,081,212
						7.2%	-1.2%	-0.4%	-2.1%	2.3%	6.7%	13.7%	-1.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 產品設計產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年				
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	
一年以下	370	269,180	5,796	263,384	338	300,786	49,514	251,272	262	282,363	11,259	271,105	
					-8.6%	11.7%	754.2%	-4.6%	-22.5%	-6.1%	-77.3%	7.9%	
1-2年	333	750,941	120,309	630,631	369	1,519,129	736,425	782,704	334	815,783	155,848	659,934	
					10.8%	102.3%	512.1%	24.1%	-9.5%	-46.3%	-78.8%	-15.7%	
2-3年	257	1,060,861	211,994	848,868	300	1,025,944	351,681	674,263	330	1,734,047	789,646	944,400	
					16.7%	-3.3%	65.9%	-20.6%	10.0%	69.0%	124.5%	40.1%	
3-4年	201	666,580	108,112	558,468	234	1,587,868	591,226	996,643	267	1,172,033	511,623	660,409	
					16.4%	138.2%	446.9%	78.5%	14.1%	-26.2%	-13.5%	-33.7%	
4-5年	203	709,930	50,963	658,967	187	666,834	95,752	571,082	211	1,876,702	793,431	1,083,271	
					-7.9%	-6.1%	87.9%	-13.3%	12.8%	181.4%	728.6%	89.7%	
5-10年	589	5,176,626	922,780	4,253,846	607	4,653,686	653,965	3,999,721	647	3,388,169	461,031	2,927,138	
					3.1%	-10.1%	-29.1%	-6.0%	6.6%	-27.2%	-29.5%	-26.8%	
10-20年	552	45,372,822	28,708,399	16,664,423	633	43,281,142	27,494,388	15,786,754	665	22,456,089	6,913,408	15,542,681	
					14.7%	-4.6%	-4.2%	-5.3%	5.1%	-48.1%	-74.9%	-1.5%	
20年以上	89	1,363,976	196,260	1,167,716	114	1,691,266	226,509	1,464,757	131	26,694,118	24,701,844	1,992,274	
					28.1%	24.0%	15.4%	25.4%	14.9%	1478.4%	10805.4%	36.0%	
合計		2,594	55,370,916	30,324,614	25,046,302	2,782	54,726,655	30,199,460	24,527,195	2,847	58,419,303	34,338,091	24,081,212
						7.2%	-1.2%	-0.4%	-2.1%	2.3%	6.7%	13.7%	-1.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

產品設計產業		2014年				2015年				2016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	1,386	44,041,886	32,830,336	11,211,551	1,362	42,978,749	31,587,887	11,390,862	1,325	39,681,181	28,432,635	11,248,546
		-2.3%	2.9%	1.2%	8.4%	-1.7%	-2.4%	-3.8%	1.6%	-2.7%	-7.7%	-10.0%	-1.2%
740913	包裝設計	87	130,351	2,279	128,073	104	170,556	19,695	150,861	127	231,882	20,884	210,997
		31.8%	47.9%	56.1%	47.8%	19.5%	30.8%	76.4%	17.8%	22.1%	36.0%	6.0%	39.9%
740999	未分類其他專門設計服務	1,511	15,599,204	2,034,778	13,564,426	1,657	17,414,393	3,530,478	13,883,915	1,867	17,417,897	5,197,311	12,220,587
		10.9%	0.4%	8.0%	-0.6%	9.7%	11.6%	73.5%	2.4%	12.7%	0.0%	47.2%	-12.0%
合計		2,984	59,771,441	34,867,392	24,904,049	3,123	60,563,698	35,138,060	25,425,638	3,319	57,330,960	33,650,830	23,680,130
		4.8%	2.3%	1.5%	3.4%	4.7%	1.3%	0.8%	2.1%	6.3%	-5.3%	-4.2%	-6.9%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016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	297	474,706	234,745	239,961	326	163,117	16,248	146,869	350	431,560	44,702	386,858	
	13.4%	68.1%	1985.0%	-11.5%	9.8%	-65.6%	-93.1%	-38.8%	7.4%	164.6%	175.1%	163.4%	
1-2年	271	615,995	72,530	543,465	297	1,003,318	327,905	675,413	333	450,827	43,675	407,152	
	-18.9%	-24.5%	-53.5%	-17.6%	9.6%	62.9%	352.1%	24.3%	12.1%	-55.1%	-86.7%	-39.7%	
2-3年	298	1,057,085	266,072	791,013	248	796,921	196,341	600,581	264	1,089,605	301,890	787,715	
	-9.7%	-39.0%	-66.3%	-16.2%	-16.8%	-24.6%	-26.2%	-24.1%	6.5%	36.7%	53.8%	31.2%	
3-4年	289	1,528,711	448,143	1,080,567	267	981,383	174,355	807,028	239	784,488	223,018	561,470	
	8.2%	30.4%	-12.4%	63.6%	-7.6%	-35.8%	-61.1%	-25.3%	-10.5%	-20.1%	27.9%	-30.4%	
4-5年	245	1,771,829	877,593	894,236	259	1,536,641	428,147	1,108,495	241	1,026,901	189,705	837,196	
	16.1%	-5.6%	10.6%	-17.5%	5.7%	-13.3%	-51.2%	24.0%	-6.9%	-33.2%	-55.7%	-24.5%	
5-10年	687	5,051,515	1,423,702	3,627,813	735	5,835,315	2,702,179	3,133,136	795	7,082,727	3,332,934	3,749,793	
	6.2%	49.1%	208.8%	23.9%	7.0%	15.5%	89.8%	-13.6%	8.2%	21.4%	23.3%	19.7%	
10-20年	750	23,241,792	7,616,080	15,625,712	828	22,619,758	8,780,186	13,839,572	907	23,533,916	11,046,855	12,487,061	
	12.8%	3.5%	10.2%	0.5%	10.4%	-2.7%	15.3%	-11.4%	9.5%	4.0%	25.8%	-9.8%	
20年以上	147	26,029,809	23,928,527	2,101,282	163	27,627,243	22,512,699	5,114,543	190	22,930,934	18,468,051	4,462,884	
	12.2%	-2.5%	-3.1%	5.5%	10.9%	6.1%	-5.9%	143.4%	16.6%	-17.0%	-18.0%	-12.7%	
合計		2,984	59,771,441	34,867,392	24,904,049	3,123	60,563,698	35,138,060	25,425,638	3,319	57,330,960	33,650,830	23,680,130
		4.8%	2.3%	1.5%	3.4%	4.7%	1.3%	0.8%	2.1%	6.3%	-5.3%	-4.2%	-6.9%



# 產品設計產業

## 產品設計產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	731	34,411,611	22,795,792	11,615,818	790	35,214,100	23,170,266	12,043,834	810	39,505,623	27,354,279	12,151,343
新北市	465	5,436,475	411,201	5,025,274	488	4,465,111	406,724	4,058,387	506	3,437,513	446,114	2,991,399
宜蘭縣	18	25,729	0	25,729	23	27,962	0	27,962	26	31,158	0	31,158
基隆市	21	32,607	620	31,986	19	32,457	864	31,593	21	24,581	441	24,141
桃園市	182	2,722,779	1,271,690	1,451,089	196	2,923,842	1,240,741	1,683,101	195	2,985,214	1,364,719	1,620,495
新竹縣	54	6,326,699	3,844,366	2,482,334	62	5,737,060	3,509,655	2,227,405	67	5,584,952	3,004,015	2,580,937
新竹市	83	1,462,655	1,016,331	446,325	84	1,450,469	969,755	480,714	81	1,841,489	1,264,144	577,345
苗栗縣	25	43,371	14,799	28,572	26	49,864	16,505	33,359	23	42,487	2,992	39,495
臺中市	378	3,347,207	813,237	2,533,970	403	3,162,677	674,440	2,488,237	402	3,076,707	676,050	2,400,656
彰化縣	77	106,920	412	106,508	84	116,954	201	116,753	90	136,844	198	136,646
南投縣	25	32,846	170	32,676	27	38,226	77	38,149	32	35,923	0	35,923
雲林縣	19	15,220	0	15,220	24	33,326	6,939	26,387	28	31,562	2,442	29,120
嘉義縣	10	147,901	34,043	113,858	14	168,053	44,113	123,940	14	177,341	35,701	141,640
嘉義市	24	14,855	0	14,855	26	24,302	0	24,302	27	29,597	0	29,597
臺南市	248	712,151	99,458	612,693	266	752,684	138,371	614,313	275	840,554	164,051	676,504
高雄市	178	474,698	9,199	465,499	187	471,630	14,242	457,387	191	580,793	20,907	559,886
屏東縣	35	37,087	12,274	24,813	36	41,059	5,922	35,137	36	33,547	2,039	31,509
花蓮縣、臺東縣、金門縣 澎湖縣、連江縣	21	20,104	1,020	19,083	27	16,880	645	16,235	23	23,418	0	23,418
合計	2,594	55,370,916	30,324,614	25,046,302	2,782	54,726,655	30,199,460	24,527,195	2,847	58,419,303	34,338,091	24,081,212

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 產品設計產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	376	3,179,379	73,291	3,106,088	398	2,932,667	47,976	2,884,692	414	3,028,522	13,262	3,015,260
					5.9%	-7.8%	-34.5%	-7.1%	4.0%	3.3%	-72.4%	4.5%
0.1-1百萬元	943	1,835,311	97,938	1,737,373	1,047	2,511,818	707,610	1,804,208	1,077	2,733,825	666,567	2,067,258
					11.0%	36.9%	622.5%	3.8%	2.9%	8.8%	-5.8%	14.6%
1-5百萬元	764	3,932,176	191,447	3,740,729	812	4,059,475	325,483	3,733,991	828	4,564,567	482,764	4,081,803
					6.3%	3.2%	70.0%	-0.2%	2.0%	12.4%	48.3%	9.3%
5-10百萬元	268	4,250,009	286,825	3,963,184	278	4,556,191	312,324	4,243,866	279	4,055,521	345,115	3,710,406
					3.7%	7.2%	8.9%	7.1%	0.4%	-11.0%	10.5%	-12.6%
10-20百萬元	100	2,965,355	1,525,863	1,439,491	105	2,791,206	1,393,903	1,397,303	110	2,559,322	1,281,401	1,277,921
					5.0%	-5.9%	-8.6%	-2.9%	4.8%	-8.3%	-8.1%	-8.5%
20-30百萬元	46	1,635,427	671,534	963,893	45	1,518,804	515,631	1,003,173	45	1,595,975	585,693	1,010,283
					-2.2%	-7.1%	-23.2%	4.1%	0.0%	5.1%	13.6%	0.7%
30-40百萬元	16	478,632	147,119	331,513	16	535,373	193,533	341,841	15	570,113	231,937	338,176
					0.0%	11.9%	31.5%	3.1%	-6.3%	6.5%	19.8%	-1.1%
40-60百萬元	14	826,560	147,356	679,204	14	810,600	153,784	656,816	14	821,057	121,755	699,303
					0.0%	-1.9%	4.4%	-3.3%	0.0%	1.3%	-20.8%	6.5%
60-80百萬元	13	1,549,381	36,075	1,513,306	13	1,448,905	45,155	1,403,750	13	1,494,455	83,830	1,410,625
					0.0%	-6.5%	25.2%	-7.2%	0.0%	3.1%	85.6%	0.5%
0.8-1億元	11	219,542	96,785	122,757	12	185,559	75,120	110,438	12	198,645	31,038	167,608
					9.1%	-15.5%	-22.4%	-10.0%	0.0%	7.1%	-58.7%	51.8%
1-2億元	13	634,040	372,532	261,507	12	690,300	311,813	378,488	12	727,222	271,343	455,879
					-7.7%	8.9%	-16.3%	44.7%	0.0%	5.3%	-13.0%	20.4%
2億元以上	30	33,865,106	26,677,849	7,187,256	30	32,685,757	26,117,127	6,568,630	28	36,070,078	30,223,387	5,846,690
					0.0%	-3.5%	-2.1%	-8.6%	-6.7%	10.4%	15.7%	-11.0%
合計	2,594	55,370,916	30,324,614	25,046,302	2,782	54,726,655	30,199,460	24,527,195	2,847	58,419,303	34,338,091	24,081,212
					7.2%	-1.2%	-0.4%	-2.1%	2.3%	6.7%	13.7%	-1.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	850	39,400,101	27,158,021	12,242,080	867	38,270,396	25,240,393	13,030,003	915	31,321,868	20,569,873	10,751,996
新北市	526	3,955,567	506,291	3,449,276	559	5,377,928	1,618,209	3,759,719	598	7,060,522	3,375,260	3,685,261
宜蘭縣	24	30,895	11	30,885	27	30,130	0	30,130	32	29,848	0	29,848
基隆市	23	28,261	345	27,917	24	30,432	1,679	28,752	30	26,090	2,399	23,691
桃園市	206	3,490,940	1,911,303	1,579,636	220	3,197,310	1,720,339	1,476,971	227	3,486,677	1,865,196	1,621,481
新竹縣	74	5,296,685	2,788,189	2,508,497	75	5,234,646	2,973,750	2,260,896	84	6,418,560	3,732,378	2,686,182
新竹市	83	2,033,462	1,455,120	578,342	83	3,010,751	2,505,299	505,452	91	3,519,765	2,937,909	581,857
苗栗縣	25	20,810	0	20,810	25	26,133	0	26,133	33	17,009	0	17,009
臺中市	425	3,402,921	795,488	2,607,433	445	3,169,857	838,178	2,331,679	468	3,108,400	835,564	2,272,837
彰化縣	92	178,289	22,369	155,920	101	169,254	15,449	153,805	110	181,341	21,490	159,852
南投縣	34	45,246	0	45,246	34	72,247	0	72,247	38	88,517	210	88,307
雲林縣	30	30,982	417	30,565	27	38,894	1,570	37,324	26	24,779	1,491	23,288
嘉義縣	13	175,555	31,809	143,746	13	176,803	46,097	130,706	13	191,045	48,859	142,186
嘉義市	30	32,468	0	32,468	31	33,269	0	33,269	30	34,755	0	34,755
臺南市	289	872,352	156,329	716,023	312	1,040,103	161,552	878,551	317	1,028,068	234,315	793,752
高雄市	196	704,738	39,503	665,235	212	616,750	12,906	603,844	237	715,896	22,328	693,568
屏東縣	40	47,795	2,198	45,597	39	54,412	2,639	51,773	36	60,256	3,559	56,698
花蓮縣、臺東縣、金門縣 澎湖縣、連江縣	24	24,373	0	24,373	29	14,383	0	14,383	34	17,563	0	17,563
合計	2,984	59,771,441	34,867,392	24,904,049	3,123	60,563,698	35,138,060	25,425,638	3,319	57,330,960	33,650,830	23,680,130

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016年			
	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率	家數 成長率	營業額 成長率	外銷收入 成長率	內銷收入 成長率
未滿0.1百萬元	431 4.1%	3,256,204 7.5%	85,915 547.8%	3,170,289 5.1%	455 5.6%	2,890,294 -11.2%	58,224 -32.2%	2,832,071 -10.7%	486 6.8%	1,293,046 -55.3%	36,634 -37.1%	1,256,412 -55.6%
0.1-1百萬元	1,156 7.3%	2,540,935 -7.1%	298,311 -55.2%	2,242,624 8.5%	1,239 7.2%	2,540,021 0.0%	229,822 -23.0%	2,310,198 3.0%	1,349 8.9%	2,606,909 2.6%	155,140 -32.5%	2,451,768 6.1%
1-5百萬元	864 4.3%	4,347,800 -4.7%	602,734 24.9%	3,745,066 -8.2%	902 4.4%	4,799,067 10.4%	742,150 23.1%	4,056,917 8.3%	943 4.5%	4,925,690 2.6%	869,854 17.2%	4,055,836 0.0%
5-10百萬元	280 0.4%	3,952,285 -2.5%	300,713 -12.9%	3,651,572 -1.6%	284 1.4%	4,355,678 10.2%	386,023 28.4%	3,969,655 8.7%	292 2.8%	4,225,832 -3.0%	381,129 -1.3%	3,844,703 -3.1%
10-20百萬元	116 5.5%	3,177,991 24.2%	1,613,825 25.9%	1,564,166 22.4%	107 -7.8%	3,148,105 -0.9%	1,619,105 0.3%	1,529,000 -2.2%	111 3.7%	3,148,872 0.0%	1,769,742 9.3%	1,379,129 -9.8%
20-30百萬元	44 -2.2%	1,473,050 -7.7%	488,897 -16.5%	984,153 -2.6%	47 6.8%	1,475,879 0.2%	538,942 10.2%	936,937 -4.8%	50 6.4%	1,426,251 -3.4%	370,250 -31.3%	1,056,001 12.7%
30-40百萬元	14 -6.7%	724,821 27.1%	306,351 32.1%	418,471 23.7%	13 -7.1%	752,026 3.8%	163,016 -46.8%	589,010 40.8%	13 0.0%	774,548 3.0%	211,011 29.4%	563,537 -4.3%
40-60百萬元	14 0.0%	877,284 6.8%	126,694 4.1%	750,590 7.3%	14 0.0%	1,019,174 16.2%	103,232 -18.5%	915,942 22.0%	14 0.0%	857,386 -15.9%	101,466 -1.7%	755,919 -17.5%
60-80百萬元	11 -15.4%	1,590,828 6.4%	112,955 34.7%	1,477,873 4.8%	10 -9.1%	1,254,787 -21.1%	117,529 4.0%	1,137,258 -23.0%	8 -20.0%	1,131,037 -9.9%	185,127 57.5%	945,910 -16.8%
0.8-1億元	12 0.0%	185,786 -6.5%	43,821 41.2%	141,965 -15.3%	11 -8.3%	131,239 -29.4%	20,389 -53.5%	110,849 -21.9%	11 0.0%	207,274 57.9%	35,836 75.8%	171,439 54.7%
1-2億元	14 16.7%	733,016 0.8%	314,987 16.1%	418,029 -8.3%	13 -7.1%	926,619 26.4%	284,153 -9.8%	642,466 53.7%	13 0.0%	1,233,595 33.1%	406,331 43.0%	827,264 28.8%
2億元以上	28 0.0%	36,911,441 2.3%	30,572,189 1.2%	6,339,252 8.4%	28 0.0%	37,270,809 1.0%	30,875,474 1.0%	6,395,335 0.9%	29 3.6%	35,500,520 -4.7%	29,128,310 -5.7%	6,372,211 -0.4%
合計	2,984 4.8%	59,771,441 2.3%	34,867,392 1.5%	24,904,049 3.4%	3,123 4.7%	60,563,698 1.3%	35,138,060 0.8%	25,425,638 2.1%	3,319 6.3%	57,330,960 -5.3%	33,650,830 -4.2%	23,680,130 -6.9%

# 視覺傳達設計產業

## 視覺傳達設計產業2011~2016年家數與營業額

視覺傳達設計產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
740911	企業識別設計	103	1,599,615	1,085,259	514,356	98	597,965	162,396	435,568	114	402,155	25,646	376,508
						-4.9%	-62.6%	-85.0%	-15.3%	16.3%	-32.7%	-84.2%	-13.6%
740912	商業設計	254	1,046,779	34,710	1,012,069	302	1,020,017	34,240	985,777	435	1,197,471	18,359	1,179,112
						18.9%	-2.6%	-1.4%	-2.6%	44.0%	17.4%	-46.4%	19.6%
740914	視覺傳達與平面設計	34	71,276	1,008	70,269	32	48,779	3,356	45,423	94	99,977	4,243	95,734
						-	-	-	-	193.8%	105.0%	26.4%	110.8%
740916	多媒體設計					6	6,451	0	6,451	13	20,651	0	20,651
						-	-	-	-	116.7%	220.1%	-	220.1%
合計		391	2,717,670	1,120,977	1,596,694	438	1,673,212	199,993	1,473,220	656	1,720,253	48,249	1,672,005
						12.0%	-38.4%	-82.2%	-7.7%	49.8%	2.8%	-75.9%	13.5%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 視覺傳達設計產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	79	36,448	285	36,163	75	43,368	1,136	42,232	220	138,451	1,496	136,955
					-5.1%	19.0%	298.4%	16.8%	193.3%	219.2%	31.8%	224.3%
1-2年	53	126,210	10,863	115,347	73	71,302	771	70,531	82	119,988	104	119,884
					37.7%	-43.5%	-92.9%	-38.9%	12.3%	68.3%	-86.5%	70.0%
2-3年	41	62,725	5,250	57,475	45	133,846	18,365	115,481	67	79,756	1,811	77,946
					9.8%	113.4%	249.8%	100.9%	48.9%	-40.4%	-90.1%	-32.5%
3-4年	29	188,378	11,842	176,536	36	63,987	3,773	60,215	46	165,213	16,680	148,532
					24.1%	-66.0%	-68.1%	-65.9%	27.8%	158.2%	342.1%	146.7%
4-5年	21	41,145	0	41,145	27	180,734	6,416	174,318	35	63,112	752	62,360
					28.6%	339.3%	-	323.7%	29.6%	-65.1%	-88.3%	-64.2%
5-10年	81	397,105	9,484	387,621	85	291,452	11,821	279,630	85	329,537	13,148	316,389
					4.9%	-26.6%	24.6%	-27.9%	0.0%	13.1%	11.2%	13.1%
10-20年	72	1,747,803	1,083,152	664,651	80	766,625	157,357	609,267	105	724,672	14,258	710,414
					11.1%	-56.1%	-85.5%	-8.3%	31.3%	-5.5%	-90.9%	16.6%
20年以上	15	117,857	100	117,757	17	121,900	354	121,546	16	99,525	0	99,525
					13.3%	3.4%	253.4%	3.2%	-5.9%	-18.4%	-100.0%	-18.1%
合計	391	2,717,670	1,120,977	1,596,694	438	1,673,212	199,993	1,473,220	656	1,720,253	48,249	1,672,005
					12.0%	-38.4%	-82.2%	-7.7%	49.8%	2.8%	-75.9%	13.5%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

視覺傳達設計產業		2014年				2015年				2016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	121	366,927	31,200	335,727	131	412,172	36,068	376,105	141	362,146	37,997	324,149
		6.1%	-8.8%	21.7%	-10.8%	8.3%	12.3%	15.6%	12.0%	7.6%	-12.1%	5.3%	-13.8%
740912	商業設計	528	1,377,509	38,235	1,339,274	663	1,636,861	82,415	1,554,446	754	1,963,104	91,207	1,871,897
		21.4%	15.0%	108.3%	13.6%	25.6%	18.8%	115.5%	16.1%	13.7%	19.9%	10.7%	20.4%
740914	視覺傳達與平面設計	148	206,013	6,985	199,028	205	291,709	3,800	287,909	266	401,531	13,598	387,933
		57.4%	106.1%	64.6%	107.9%	38.5%	41.6%	-45.6%	44.7%	29.8%	37.6%	257.8%	34.7%
740916	多媒體設計	23	32,962	2,463	30,499	43	95,812	21,909	73,902	52	172,483	85,501	86,982
		76.9%	59.6%	-	47.7%	87.0%	190.7%	789.7%	142.3%	20.9%	80.0%	290.3%	17.7%
合計		820	1,983,411	78,883	1,904,528	1,042	2,436,554	144,192	2,292,361	1,213	2,899,264	228,303	2,670,961
		25.0%	15.3%	63.5%	13.9%	27.1%	22.8%	82.8%	20.4%	16.4%	19.0%	58.3%	16.5%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016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	194	98,813	6,534	92,279	257	238,972	22,714	216,258	227	220,738	16,087	204,651	
	-11.8%	-28.6%	336.7%	-32.6%	32.5%	141.8%	247.6%	134.4%	-11.7%	-7.6%	-29.2%	-5.4%	
1-2年	221	350,113	10,227	339,887	197	235,327	11,498	223,829	268	549,207	103,271	445,936	
	169.5%	191.8%	9740.3%	183.5%	-10.9%	-32.8%	12.4%	-34.1%	36.0%	133.4%	798.1%	99.2%	
2-3年	79	158,727	940	157,788	203	397,361	12,742	384,619	177	253,146	22,620	230,526	
	17.9%	99.0%	-48.1%	102.4%	157.0%	150.3%	1256.2%	143.8%	-12.8%	-36.3%	77.5%	-40.1%	
3-4年	57	91,806	2	91,804	73	205,982	4,607	201,376	179	409,717	27,372	382,345	
	23.9%	-44.4%	-100.0%	-38.2%	28.1%	124.4%	256396.8%	119.4%	145.2%	98.9%	494.2%	89.9%	
4-5年	41	141,591	29,439	112,152	52	85,153	142	85,011	68	232,113	20,065	212,048	
	17.1%	124.3%	3816.9%	79.8%	26.8%	-39.9%	-99.5%	-24.2%	30.8%	172.6%	14048.3%	149.4%	
5-10年	98	302,448	6,894	295,554	112	377,428	41,195	336,233	136	377,668	23,946	353,722	
	15.3%	-8.2%	-47.6%	-6.6%	14.3%	24.8%	497.5%	13.8%	21.4%	0.1%	-41.9%	5.2%	
10-20年	115	690,859	24,847	666,012	130	790,258	51,294	738,963	139	763,833	14,942	748,891	
	9.5%	-4.7%	74.3%	-6.3%	13.0%	14.4%	106.4%	11.0%	6.9%	-3.3%	-70.9%	1.3%	
20年以上	15	149,053	0	149,053	18	106,073	0	106,073	19	92,841	0	92,841	
	-6.3%	49.8%	-	49.8%	20.0%	-28.8%	-	-28.8%	5.6%	-12.5%	-	-12.5%	
合計		820	1,983,411	78,883	1,904,528	1,042	2,436,554	144,192	2,292,361	1,213	2,899,264	228,303	2,670,961
		25.0%	15.3%	63.5%	13.9%	27.1%	22.8%	82.8%	20.4%	16.4%	19.0%	58.3%	16.5%

# 視覺傳達設計產業

## 視覺傳達設計產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	118	841,884	20,602	821,282	130	806,731	27,641	779,090	187	909,166	14,561	894,605
新北市、基隆市、宜蘭縣	127	361,434	19,467	341,967	150	322,876	20,363	302,512	190	370,357	25,275	345,083
桃園市	16	1,222,455	1,064,682	157,773	18	232,947	141,086	91,861	33	47,559	0	47,559
新竹縣、新竹市	17	36,467	5,250	31,217	22	38,005	3,851	34,154	26	44,251	752	43,500
臺中市、苗栗縣、南投縣 彰化縣	59	175,991	7,967	168,024	60	197,049	6,043	191,006	90	245,105	4,782	240,323
雲林縣、嘉義縣、嘉義市	7	6,450	0	6,450	8	7,463	0	7,463	19	15,447	0	15,447
臺南市	25	31,250	2,724	28,526	26	36,149	903	35,246	54	40,187	2,879	37,308
高雄市、屏東縣、花蓮縣 臺東縣、金門縣、澎湖縣 連江縣	22	41,739	285	41,454	24	31,992	105	31,887	57	48,181	0	48,181
合計	391	2,717,670	1,120,977	1,596,694	438	1,673,212	199,993	1,473,220	656	1,720,253	48,249	1,672,005

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 視覺傳達設計產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	32	31,664	0	31,664	40	32,734	0	32,734	77	40,786	0	40,786
					25.0%	3.4%	-	3.4%	92.5%	24.6%	-	24.6%
0.1-1百萬元	163	273,436	20,363	253,074	185	300,495	27,474	273,020	297	411,282	20,585	390,697
					13.5%	9.9%	34.9%	7.9%	60.5%	36.9%	-25.1%	43.1%
1-5百萬元	136	433,382	5,798	427,584	146	449,277	1,528	447,749	206	539,636	508	539,129
					7.4%	3.7%	-73.6%	4.7%	41.1%	20.1%	-66.8%	20.4%
5-10百萬元	42	277,320	4,366	272,954	49	251,506	14,167	237,339	56	330,411	14,493	315,918
					16.7%	-9.3%	224.5%	-13.0%	14.3%	31.4%	2.3%	33.1%
10百萬元以上	18	1,701,869	1,090,450	611,419	18	639,200	156,823	482,377	20	398,137	12,663	385,474
					0.0%	-62.4%	-85.6%	-21.1%	11.1%	-37.7%	-91.9%	-20.1%
合計	391	2,717,670	1,120,977	1,596,694	438	1,673,212	199,993	1,473,220	656	1,720,253	48,249	1,672,005
					12.0%	-38.4%	-82.2%	-7.7%	49.8%	2.8%	-75.9%	13.5%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	231	925,939	13,771	912,168	299	1,068,611	55,753	1,012,858	345	1,274,262	61,017	1,213,245
新北市、基隆市、宜蘭縣	224	468,189	42,256	425,933	261	545,597	51,254	494,343	273	592,894	40,365	552,529
桃園市	36	77,602	26	77,576	42	117,306	0	117,306	49	121,677	0	121,677
新竹縣、新竹市	28	46,758	527	46,231	39	63,834	3,102	60,732	43	140,445	33,373	107,072
臺中市、苗栗縣、南投縣 彰化縣	129	317,200	20,040	297,161	177	420,265	33,501	386,764	228	501,494	92,600	408,894
雲林縣、嘉義縣、嘉義市	27	29,244	0	29,244	39	42,369	0	42,369	51	64,380	0	64,380
臺南市	68	52,856	697	52,159	86	71,158	582	70,576	106	88,764	949	87,815
高雄市、屏東縣、花蓮縣 臺東縣、金門縣、澎湖縣 連江縣	77	65,624	1,567	64,057	99	107,413	0	107,413	118	115,350	0	115,350
合計	820	1,983,411	78,883	1,904,528	1,042	2,436,554	144,192	2,292,361	1,213	2,899,264	228,303	2,670,961

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	112	65,788	790	64,998	144	83,924	2,320	81,604	181	113,447	4,679	108,768
	45.5%	61.3%	-	59.4%	28.6%	27.6%	193.8%	25.5%	25.7%	35.2%	101.7%	33.3%
0.1-1百萬元	385	558,068	35,356	522,711	495	639,421	32,300	607,120	584	807,379	36,175	771,204
	29.6%	35.7%	71.8%	33.8%	28.6%	14.6%	-8.6%	16.1%	18.0%	26.3%	12.0%	27.0%
1-5百萬元	236	652,961	7,567	645,393	295	828,101	21,166	806,935	331	1,032,263	56,769	975,494
	14.6%	21.0%	1389.8%	19.7%	25.0%	26.8%	179.7%	25.0%	12.2%	24.7%	168.2%	20.9%
5-10百萬元	64	378,538	27,223	351,315	77	432,943	60,736	372,207	81	439,549	35,606	403,943
	14.3%	14.6%	87.8%	11.2%	20.3%	14.4%	123.1%	5.9%	5.2%	1.5%	-41.4%	8.5%
10百萬元以上	23	328,057	7,947	320,110	31	452,165	27,670	424,495	36	506,625	95,073	411,552
	15.0%	-17.6%	-37.2%	-17.0%	34.8%	37.8%	248.2%	32.6%	16.1%	12.0%	243.6%	-3.0%
合計	820	1,983,411	78,883	1,904,528	1,042	2,436,554	144,192	2,292,361	1,213	2,899,264	228,303	2,670,961
	25.0%	15.3%	63.5%	13.9%	27.1%	22.8%	82.8%	20.4%	16.4%	19.0%	58.3%	16.5%

# 設計品牌時尚產業

## 設計品牌時尚產業2011~2016年家數與營業額

設計品牌時尚產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
740915	流行時尚設計	127	270,649	733	269,915	150	302,106	368	301,738	179	357,462	2,676	354,785
						18.1%	11.6%	-49.8%	11.8%	19.3%	18.3%	627.3%	17.6%
合計		127	270,649	733	269,915	150	302,106	368	301,738	179	357,462	2,676	354,785
						18.1%	11.6%	-49.8%	11.8%	19.3%	18.3%	627.3%	17.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 設計品牌時尚產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
一年以下	27	6,040	0	6,040	28	16,413	0	16,413	37	16,267	0	16,267
					3.7%	171.8%	-	171.8%	32.1%	-0.9%	-	-0.9%
1-2年	27	66,155	733	65,422	28	15,946	0	15,946	28	41,080	747	40,333
					3.7%	-75.9%	-100.0%	-75.6%	0.0%	157.6%	-	152.9%
2-5年	30	48,053	0	48,053	49	106,552	368	106,184	59	108,180	1,625	106,555
					63.3%	121.7%	-	121.0%	20.4%	1.5%	341.7%	0.3%
5-10年	16	51,209	0	51,209	12	29,380	0	29,380	19	43,081	304	42,777
					-25.0%	-42.6%	-	-42.6%	58.3%	46.6%	-	45.6%
10-20年	13	15,614	0	15,614	18	35,828	0	35,828	20	35,288	0	35,288
					38.5%	129.5%	-	129.5%	11.1%	-1.5%	-	-1.5%
20年以上	14	83,577	0	83,577	15	97,987	0	97,987	16	113,565	0	113,565
					7.1%	17.2%	-	17.2%	6.7%	15.9%	-	15.9%
合計	127	270,649	733	269,915	150	302,106	368	301,738	179	357,462	2,676	354,785
					18.1%	11.6%	-49.8%	11.8%	19.3%	18.3%	627.3%	17.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

設計品牌時尚產業		2014年				2015年				2016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	192	447,429	11,232	436,197	216	457,861	12,038	445,822	239	499,979	9,110	490,868
		7.3%	25.2%	319.7%	22.9%	12.5%	2.3%	7.2%	2.2%	10.6%	9.2%	-24.3%	10.1%
合計		192	447,429	11,232	436,197	216	457,861	12,038	445,822	239	499,979	9,110	490,868
		7.3%	25.2%	319.7%	22.9%	12.5%	2.3%	7.2%	2.2%	10.6%	9.2%	-24.3%	10.1%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016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	25	7,679	0	7,679	34	14,573	2,066	12,507	26	19,584	19	19,566
	-32.4%	-52.8%	-	-52.8%	36.0%	89.8%	-	62.9%	-23.5%	34.4%	-99.1%	56.4%
1-2年	38	54,318	0	54,318	27	26,142	658	25,484	38	39,365	555	38,811
	35.7%	32.2%	-100.0%	34.7%	-28.9%	-51.9%	-	-53.1%	40.7%	50.6%	-15.7%	52.3%
2-5年	67	154,242	6,278	147,964	70	134,260	7,072	127,188	75	131,217	3,164	128,053
	13.6%	42.6%	286.2%	38.9%	4.5%	-13.0%	12.7%	-14.0%	7.1%	-2.3%	-55.3%	0.7%
5-10年	25	68,692	606	68,086	44	119,114	0	119,114	56	151,962	1,668	150,293
	31.6%	59.4%	99.2%	59.2%	76.0%	73.4%	-100.0%	74.9%	27.3%	27.6%	-	26.2%
10-20年	22	34,592	0	34,592	23	54,604	1,790	52,814	26	65,093	1,472	63,621
	10.0%	-2.0%	-	-2.0%	4.5%	57.9%	-	52.7%	13.0%	19.2%	-17.8%	20.5%
20年以上	15	127,907	4,348	123,558	18	109,168	452	108,716	18	92,757	2,233	90,524
	-6.3%	12.6%	-	8.8%	20.0%	-14.7%	-89.6%	-12.0%	0.0%	-15.0%	393.6%	-16.7%
合計	192	447,429	11,232	436,197	216	457,861	12,038	445,822	239	499,979	9,110	490,868
	7.3%	25.2%	319.7%	22.9%	12.5%	2.3%	7.2%	2.2%	10.6%	9.2%	-24.3%	10.1%



# 設計品牌時尚產業

## 設計品牌時尚產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	55	158,582	733	157,848	69	182,746	45	182,701	81	215,389	1,002	214,387
新北市、基隆市、宜蘭縣 桃園市、新竹市	37	90,521	0	90,521	40	99,578	323	99,255	51	107,523	1,625	105,898
新竹縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
臺中市、苗栗縣、南投縣 彰化縣	14	11,239	0	11,239	16	10,226	0	10,226	19	24,295	49	24,246
臺南市、嘉義市、雲林縣 屏東縣	11	4,483	0	4,483	14	4,859	0	4,859	15	4,626	0	4,626
高雄市、花蓮縣、金門縣	10	5,825	0	5,825	11	4,697	0	4,697	13	5,629	0	5,629
澎湖縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
連江縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	127	270,649	733	269,915	150	302,106	368	301,738	179	357,462	2,676	354,785

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 設計品牌時尚產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	40	19,431	0	19,431	42	20,295	0	20,295	48	23,561	0	23,561
					5.0%	4.4%	-	4.4%	14.3%	16.1%	-	16.1%
0.1-1百萬元	50	56,015	733	55,282	69	72,978	0	72,978	80	75,522	0	75,522
					38.0%	30.3%	-100.0%	32.0%	15.9%	3.5%	-	3.5%
1-5百萬元	24	43,851	0	43,851	24	37,571	323	37,249	34	70,157	1,826	68,331
					0.0%	-14.3%	-	-15.1%	41.7%	86.7%	465.6%	83.4%
5-40百萬元	13	151,352	0	151,352	15	171,262	45	171,216	17	188,222	851	187,371
					15.4%	13.2%	-	13.1%	13.3%	9.9%	1782.5%	9.4%
40-50百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
50-60百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
60-80百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
0.8-1億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
1-2億元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
2億元以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
合計	127	270,649	733	269,915	150	302,106	368	301,738	179	357,462	2,676	354,785
					18.1%	11.6%	-49.8%	11.8%	19.3%	18.3%	627.3%	17.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	88	269,264	10,626	258,638	94	270,236	10,214	260,022	100	266,112	5,970	260,142
新北市、基隆市、宜蘭縣 桃園市、新竹市	53	146,473	0	146,473	63	131,638	34	131,604	75	165,372	1,668	163,703
新竹縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
臺中市、苗栗縣、南投縣 彰化縣	22	18,034	0	18,034	24	27,692	0	27,692	22	21,463	0	21,463
臺南市、嘉義市、雲林縣 屏東縣	15	7,816	606	7,211	20	20,603	1,790	18,813	24	36,247	1,472	34,775
高雄市、花蓮縣、金門縣	14	5,842	0	5,842	15	7,691	0	7,691	18	10,785	0	10,785
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	192	447,429	11,232	436,197	216	457,861	12,038	445,822	239	499,979	9,110	490,868

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	52	28,207	0	28,207	53	28,789	658	28,131	55	32,669	1,663	31,006
	8.3%	19.7%	-	19.7%	1.9%	2.1%	-	-0.3%	3.8%	13.5%	152.7%	10.2%
0.1-1百萬元	87	97,527	0	97,527	101	124,045	34	124,011	120	146,219	19	146,201
	8.7%	29.1%	-	29.1%	16.1%	27.2%	-	27.2%	18.8%	17.9%	-44.7%	17.9%
1-5百萬元	36	85,579	5,448	80,132	42	107,402	8,632	98,770	42	102,970	2,026	100,944
	5.9%	22.0%	198.4%	17.3%	16.7%	25.5%	58.4%	23.3%	0.0%	-4.1%	-76.5%	2.2%
5-40百萬元	17	236,116	5,784	230,332	20	197,625	2,714	194,911	22	218,120	5,402	212,718
	0.0%	25.4%	579.9%	22.9%	17.6%	-16.3%	-53.1%	-15.4%	10.0%	10.4%	99.0%	9.1%
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	192	447,429	11,232	436,197	216	457,861	12,038	445,822	239	499,979	9,110	490,868
	7.3%	25.2%	319.7%	22.9%	12.5%	2.3%	7.2%	2.2%	10.6%	9.2%	-24.3%	10.1%

# 建築設計產業

## 建築設計產業2011~2016年家數與營業額

建築設計產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						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	137	3,077,352	38,258	3,039,094	135	3,068,015	7,455	3,060,559	138	3,660,131	9,959	3,650,172
						-1.5%	-0.3%	-80.5%	0.7%	2.2%	19.3%	33.6%	19.3%
740100	室內設計	2,493	24,531,694	288,635	24,243,059	2,656	25,126,607	339,782	24,786,824	2,795	25,868,359	332,429	25,535,929
						6.5%	2.4%	17.7%	2.2%	5.2%	3.0%	-2.2%	3.0%
	合計	2,630	27,609,046	326,893	27,282,153	2,791	28,194,621	347,238	27,847,384	2,933	29,528,490	342,389	29,186,101
						6.1%	2.1%	6.2%	2.1%	5.1%	4.7%	-1.4%	4.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 建築設計產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年				
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	
一年以下	325	758,563	0	758,563	311	739,186	901	738,285	330	818,616	922	817,695	
					-4.3%	-2.6%	-	-2.7%	6.1%	10.7%	2.2%	10.8%	
1-2年	292	1,594,901	15,697	1,579,204	333	1,635,280	3,431	1,631,849	310	1,383,809	7,569	1,376,240	
					14.0%	2.5%	-78.1%	3.3%	-6.9%	-15.4%	120.6%	-15.7%	
2-3年	224	900,240	41,594	858,646	256	1,632,536	7,794	1,624,742	295	1,446,833	17,857	1,428,976	
					14.3%	81.3%	-81.3%	89.2%	15.2%	-11.4%	129.1%	-12.0%	
3-4年	196	810,374	6,795	803,579	199	880,913	4,496	876,416	227	1,621,155	10,831	1,610,324	
					1.5%	8.7%	-33.8%	9.1%	14.1%	84.0%	140.9%	83.7%	
4-5年	161	1,027,990	12,880	1,015,110	185	781,428	8,631	772,797	181	848,468	3,274	845,193	
					14.9%	-24.0%	-33.0%	-23.9%	-2.2%	8.6%	-62.1%	9.4%	
5-10年	597	6,005,905	13,318	5,992,587	611	5,668,775	52,202	5,616,573	609	5,748,575	38,116	5,710,458	
					2.3%	-5.6%	291.9%	-6.3%	-0.3%	1.4%	-27.0%	1.7%	
10-20年	666	11,351,511	225,404	11,126,107	693	11,681,156	265,722	11,415,434	754	12,393,615	218,772	12,174,843	
					4.1%	2.9%	17.9%	2.6%	8.8%	6.1%	-17.7%	6.7%	
20年以上	169	5,159,562	11,205	5,148,357	203	5,175,348	4,061	5,171,287	227	5,267,419	45,047	5,222,372	
					20.1%	0.3%	-63.8%	0.4%	11.8%	1.8%	1009.2%	1.0%	
	合計	2,630	27,609,046	326,893	27,282,153	2,791	28,194,621	347,238	27,847,384	2,933	29,528,490	342,389	29,186,101
						6.1%	2.1%	6.2%	2.1%	5.1%	4.7%	-1.4%	4.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

建築設計產業		2014年				2015年				2016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	165	5,196,777	58,795	5,137,981	187	4,706,240	57,315	4,648,925	189	3,696,214	395,983	3,300,232
		19.6%	42.0%	490.4%	40.8%	13.3%	-9.4%	-2.5%	-9.5%	1.1%	-21.5%	590.9%	-29.0%
740100	室內設計	2,992	29,658,138	523,092	29,135,046	3,227	28,879,844	339,953	28,539,891	3,367	29,781,003	277,046	29,503,957
		7.0%	14.7%	57.4%	14.1%	7.9%	-2.6%	-35.0%	-2.0%	4.3%	3.1%	-18.5%	3.4%
	合計	3,157	34,854,915	581,887	34,273,028	3,414	33,586,084	397,267	33,188,817	3,556	33,477,217	673,028	32,804,189
		7.6%	18.0%	69.9%	17.4%	8.1%	-3.6%	-31.7%	-3.2%	4.2%	-0.3%	69.4%	-1.2%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數		2014年				2015年				2016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		369	717,686	0	717,686	368	440,000	11	439,989	332	565,295	8,251	557,044
		11.8%	-12.3%	-100.0%	-12.2%	-0.3%	-38.7%	-	-38.7%	-9.8%	28.5%	72874.2%	26.6%
1-2年		330	1,457,759	6,994	1,450,765	390	1,803,868	54,997	1,748,871	369	879,996	14,737	865,259
		6.5%	5.3%	-7.6%	5.4%	18.2%	23.7%	686.3%	20.5%	-5.4%	-51.2%	-73.2%	-50.5%
2-3年		289	1,523,489	9,881	1,513,608	302	1,664,420	11,805	1,652,616	349	1,498,960	60,306	1,438,654
		-2.0%	5.3%	-44.7%	5.9%	4.5%	9.3%	19.5%	9.2%	15.6%	-9.9%	410.9%	-12.9%
3-4年		264	1,635,249	4,072	1,631,177	265	1,198,025	12,673	1,185,352	283	1,416,044	12,655	1,403,390
		16.3%	0.9%	-62.4%	1.3%	0.4%	-26.7%	211.2%	-27.3%	6.8%	18.2%	-0.1%	18.4%
4-5年		215	1,805,808	33,513	1,772,295	243	1,817,283	2,352	1,814,931	243	1,143,004	20,405	1,122,599
		18.8%	112.8%	923.5%	109.7%	13.0%	0.6%	-93.0%	2.4%	0.0%	-37.1%	767.5%	-38.1%
5-10年		610	5,724,330	28,416	5,695,914	653	4,871,847	62,394	4,809,453	715	5,661,560	37,274	5,624,286
		0.2%	-0.4%	-25.4%	-0.3%	7.0%	-14.9%	119.6%	-15.6%	9.5%	16.2%	-40.3%	16.9%
10-20年		803	14,799,343	295,775	14,503,568	869	13,075,632	50,479	13,025,152	910	13,435,897	38,672	13,397,224
		6.5%	19.4%	35.2%	19.1%	8.2%	-11.6%	-82.9%	-10.2%	4.7%	2.8%	-23.4%	2.9%
20年以上		277	7,191,249	203,235	6,988,014	324	8,715,008	202,556	8,512,453	355	8,876,463	480,728	8,395,735
		22.0%	36.5%	351.2%	33.8%	17.0%	21.2%	-0.3%	21.8%	9.6%	1.9%	137.3%	-1.4%
	合計	3,157	34,854,915	581,887	34,273,028	3,414	33,586,084	397,267	33,188,817	3,556	33,477,217	673,028	32,804,189
		7.6%	18.0%	69.9%	17.4%	8.1%	-3.6%	-31.7%	-3.2%	4.2%	-0.3%	69.4%	-1.2%

# 建築設計產業

## 建築設計產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	1,119	16,730,062	95,719	16,634,343	1,155	17,439,013	58,249	17,380,764	1,191	18,238,454	129,385	18,109,070
新北市	367	3,247,629	10,673	3,236,956	392	3,494,896	7,148	3,487,749	415	3,555,016	10,276	3,544,739
宜蘭縣	45	81,401	0	81,401	46	69,091	0	69,091	50	93,366	0	93,366
基隆市	26	41,415	0	41,415	26	48,837	0	48,837	29	63,928	0	63,928
桃園市	190	2,128,045	205,260	1,922,785	194	2,188,297	248,498	1,939,799	199	2,593,484	177,225	2,416,259
新竹縣	33	137,534	0	137,534	38	151,703	0	151,703	41	190,267	461	189,806
新竹市	34	840,515	0	840,515	38	813,030	0	813,030	42	790,468	0	790,468
苗栗縣	22	32,805	0	32,805	25	36,055	0	36,055	31	27,684	0	27,684
臺中市	351	2,893,276	12,214	2,881,061	387	2,063,786	28,082	2,035,704	404	1,952,220	21,892	1,930,328
彰化縣	38	73,038	0	73,038	37	84,295	988	83,307	45	91,171	0	91,171
南投縣	19	48,906	0	48,906	22	74,570	0	74,570	22	111,607	0	111,607
雲林縣	19	45,642	0	45,642	21	44,636	0	44,636	23	44,149	0	44,149
嘉義縣	10	67,662	0	67,662	10	87,728	0	87,728	11	57,640	0	57,640
嘉義市	16	26,983	0	26,983	18	46,296	0	46,296	21	170,564	0	170,564
臺南市	122	432,661	0	432,661	134	436,054	0	436,054	146	484,493	0	484,493
高雄市	160	693,847	3,027	690,820	181	911,626	4,273	907,353	195	835,953	3,150	832,802
屏東縣	16	13,517	0	13,517	18	65,919	0	65,919	16	125,640	0	125,640
金門縣、澎湖縣、連江縣	14	34,686	0	34,686	16	96,658	0	96,658	16	53,554	0	53,554
花蓮縣	15	23,917	0	23,917	16	20,774	0	20,774	18	19,901	0	19,901
臺東縣	14	15,504	0	15,504	17	21,357	0	21,357	18	28,931	0	28,931
合計	2,630	27,609,046	326,893	27,282,153	2,791	28,194,621	347,238	27,847,384	2,933	29,528,490	342,389	29,186,101

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 建築設計產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	227	2,099,011	0	2,099,011	241	2,295,492	0	2,295,492	246	2,762,747	0	2,762,747
					6.2%	9.4%	-	9.4%	2.1%	20.4%	-	20.4%
0.1-1百萬元	817	2,099,493	16,155	2,083,338	904	2,485,938	18,514	2,467,424	1,005	2,936,988	35,069	2,901,919
					10.6%	18.4%	14.6%	18.4%	11.2%	18.1%	89.4%	17.6%
1-5百萬元	981	5,541,390	36,586	5,504,804	1,035	5,986,699	34,240	5,952,459	1,073	6,536,378	28,640	6,507,738
					5.5%	8.0%	-6.4%	8.1%	3.7%	9.2%	-16.4%	9.3%
5-10百萬元	374	4,520,492	39,493	4,480,999	382	4,404,574	14,305	4,390,269	377	4,274,589	35,822	4,238,767
					2.1%	-2.6%	-63.8%	-2.0%	-1.3%	-3.0%	150.4%	-3.5%
10-20百萬元	150	4,118,747	5,279	4,113,468	149	3,737,875	6,803	3,731,072	149	4,096,418	16,373	4,080,045
					-0.7%	-9.2%	28.9%	-9.3%	0.0%	9.6%	140.7%	9.4%
20-30百萬元	41	1,304,500	2,034	1,302,467	39	1,621,996	22,431	1,599,565	40	1,108,963	34,455	1,074,508
					-4.9%	24.3%	1003.0%	22.8%	2.6%	-31.6%	53.6%	-32.8%
30-40百萬元	10	593,454	80	593,374	10	795,149	0	795,149	10	621,056	0	621,056
					0.0%	34.0%	-100.0%	34.0%	0.0%	-21.9%	-	-21.9%
40-80百萬元	14	2,600,498	220,201	2,380,298	15	2,007,672	248,398	1,759,275	16	1,520,177	182,691	1,337,486
					7.1%	-22.8%	12.8%	-26.1%	6.7%	-24.3%	-26.5%	-24.0%
0.8-2億元	10	2,328,340	4,178	2,324,162	10	2,201,351	1,379	2,199,972	11	2,638,153	9,169	2,628,984
					0.0%	-5.5%	-67.0%	-5.3%	10.0%	19.8%	564.8%	19.5%
2億元以上	6	2,403,120	2,888	2,400,232	6	2,657,875	1,168	2,656,708	6	3,033,020	170	3,032,850
					0.0%	10.6%	-59.6%	10.7%	0.0%	14.1%	-85.5%	14.2%
合計	2,630	27,609,046	326,893	27,282,153	2,791	28,194,621	347,238	27,847,384	2,933	29,528,490	342,389	29,186,101
					6.1%	2.1%	6.2%	2.1%	5.1%	4.7%	-1.4%	4.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	1,254	21,574,888	303,543	21,271,345	1,316	21,268,441	157,171	21,111,270	1,339	20,611,407	524,600	20,086,807
新北市	441	3,884,679	61,773	3,822,907	463	3,850,023	21,875	3,828,147	492	4,220,894	12,062	4,208,833
宜蘭縣	50	112,863	0	112,863	54	152,920	1,495	151,425	56	154,865	0	154,865
基隆市	29	46,767	0	46,767	31	52,263	0	52,263	36	42,179	0	42,179
桃園市	218	2,675,169	186,991	2,488,178	243	2,314,156	190,746	2,123,411	247	2,355,614	124,699	2,230,915
新竹縣	48	275,767	0	275,767	62	264,157	0	264,157	67	273,451	0	273,451
新竹市	47	849,701	0	849,701	51	875,009	0	875,009	50	1,067,973	0	1,067,973
苗栗縣	33	53,481	0	53,481	33	74,793	0	74,793	34	87,273	0	87,273
臺中市	455	3,087,065	26,571	3,060,495	505	2,246,581	23,099	2,223,481	546	2,089,833	9,787	2,080,046
彰化縣	49	87,106	0	87,106	58	95,475	0	95,475	58	98,614	0	98,614
南投縣	28	132,242	0	132,242	29	180,926	0	180,926	30	247,592	91	247,501
雲林縣	23	40,307	0	40,307	24	37,530	0	37,530	24	49,690	0	49,690
嘉義縣	13	86,614	0	86,614	15	78,791	0	78,791	15	84,837	0	84,837
嘉義市	25	183,265	0	183,265	28	182,818	0	182,818	25	181,905	0	181,905
臺南市	157	608,072	0	608,072	191	661,946	0	661,946	201	711,697	0	711,697
高雄市	216	1,003,004	3,009	999,995	236	1,120,998	2,881	1,118,117	256	1,069,806	1,790	1,068,017
屏東縣	19	62,325	0	62,325	18	29,069	0	29,069	20	37,349	0	37,349
金門縣、澎湖縣、連江縣	18	47,742	0	47,742	19	45,396	0	45,396	22	35,208	0	35,208
花蓮縣	16	18,049	0	18,049	19	18,353	0	18,353	20	27,835	0	27,835
臺東縣	18	25,806	0	25,806	19	36,442	0	36,442	18	29,194	0	29,194
合計	3,157	34,854,915	581,887	34,273,028	3,414	33,586,084	397,267	33,188,817	3,556	33,477,217	673,028	32,804,189

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	267	2,795,991	18	2,795,974	283	2,827,617	0	2,827,617	277	2,787,646	91	2,787,555
	8.5%	1.2%	-	1.2%	6.0%	1.1%	-100.0%	1.1%	-2.1%	-1.4%	-	-1.4%
0.1-1百萬元	1,101	3,405,508	60,353	3,345,155	1,238	3,685,747	59,261	3,626,486	1,355	3,667,719	74,800	3,592,919
	9.6%	16.0%	72.1%	15.3%	12.4%	8.2%	-1.8%	8.4%	9.5%	-0.5%	26.2%	-0.9%
1-5百萬元	1,158	7,369,268	43,933	7,325,335	1,249	7,481,643	52,533	7,429,110	1,286	7,967,460	54,928	7,912,531
	7.9%	12.7%	53.4%	12.6%	7.9%	1.5%	19.6%	1.4%	3.0%	6.5%	4.6%	6.5%
5-10百萬元	391	4,854,658	27,698	4,826,960	400	4,851,672	51,851	4,799,821	396	4,776,715	396,038	4,380,677
	3.7%	13.6%	-22.7%	13.9%	2.3%	-0.1%	87.2%	-0.6%	-1.0%	-1.5%	663.8%	-8.7%
10-20百萬元	157	6,028,897	135,159	5,893,738	161	5,496,682	19,714	5,476,968	160	5,234,837	32,557	5,202,280
	5.4%	47.2%	725.5%	44.5%	2.5%	-8.8%	-85.4%	-7.1%	-0.6%	-4.8%	65.1%	-5.0%
20-30百萬元	39	1,725,642	35,123	1,690,519	39	1,246,789	21,419	1,225,370	39	1,161,765	7,091	1,154,674
	-2.5%	55.6%	1.9%	57.3%	0.0%	-27.7%	-39.0%	-27.5%	0.0%	-6.8%	-66.9%	-5.8%
30-40百萬元	11	863,431	0	863,431	12	1,131,112	1,213	1,129,898	12	750,961	260	750,701
	10.0%	39.0%	-	39.0%	9.1%	31.0%	-	30.9%	0.0%	-33.6%	-78.6%	-33.6%
40-80百萬元	16	2,478,974	193,908	2,285,067	15	1,574,943	174,305	1,400,638	14	2,267,027	105,739	2,161,288
	0.0%	63.1%	6.1%	70.8%	-6.3%	-36.5%	-10.1%	-38.7%	-6.7%	43.9%	-39.3%	54.3%
0.8-2億元	11	2,358,534	57,926	2,300,609	11	2,610,775	16,265	2,594,509	11	1,743,949	535	1,743,414
	0.0%	-10.6%	531.8%	-12.5%	0.0%	10.7%	-71.9%	12.8%	0.0%	-33.2%	-96.7%	-32.8%
2億元以上	6	2,974,012	27,770	2,946,242	6	2,679,105	705	2,678,400	6	3,119,139	988	3,118,151
	0.0%	-1.9%	16259.3%	-2.9%	0.0%	-9.9%	-97.5%	-9.1%	0.0%	16.4%	40.2%	16.4%
合計	3,157	34,854,915	581,887	34,273,028	3,414	33,586,084	397,267	33,188,817	3,556	33,477,217	673,028	32,804,189
	7.6%	18.0%	69.9%	17.4%	8.1%	-3.6%	-31.7%	-3.2%	4.2%	-0.3%	69.4%	-1.2%

# 創意生活產業

## 創意生活產業2011~2016年家數與營業額

創意生活產業		2011年				2012年				2013年			
		家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
						成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
999999	創意生活產業	131	32,870,700	10,451,321	22,419,379	135	35,103,570	11,967,565	23,136,005	139	34,767,716	10,911,734	23,855,983
合計		131	32,870,700	10,451,321	22,419,379	135	35,103,570	11,967,565	23,136,005	139	34,767,716	10,911,734	23,855,983
						3.1%	6.8%	14.5%	3.2%	3.0%	-1.0%	-8.8%	3.1%

註：本年報經洽經濟部工業局取得創意生活產業廠商名單與統一編號，經加總撈取營業額後並扣除與本年報其他文創產業有重複計算之處。因創意生活產業在經濟部輔導認定的基礎係以個別廠商之個別營業據點為主，與本年報編印原則不同。  
資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 創意生活產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
4年以下	12	399,266	0	399,266	8	493,360	0	493,360	11	575,190	0	575,190
					-33.3%	23.6%	-	23.6%	37.5%	16.6%	-	16.6%
4-10年	46	10,803,691	123,865	10,679,827	41	5,744,300	67,946	5,676,354	36	5,542,357	93,021	5,449,336
					-10.9%	-46.8%	-45.1%	-46.8%	-12.2%	-3.5%	36.9%	-4.0%
10-20年	38	2,625,180	72,777	2,552,403	51	8,210,212	84,531	8,125,681	55	8,175,278	105,104	8,070,175
					34.2%	212.7%	16.2%	218.4%	7.8%	-0.4%	24.3%	-0.7%
20年以上	35	19,042,563	10,254,679	8,787,884	35	20,655,698	11,815,087	8,840,610	37	20,474,891	10,713,609	9,761,282
					0.0%	8.5%	15.2%	0.6%	5.7%	-0.9%	-9.3%	10.4%
合計	131	32,870,700	10,451,321	22,419,379	135	35,103,570	11,967,565	23,136,005	139	34,767,716	10,911,734	23,855,983
					3.1%	6.8%	14.5%	3.2%	3.0%	-1.0%	-8.8%	3.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

創意生活產業		2014年				2015年				2016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
999999	創意生活產業	141	36,593,500	11,709,334	24,884,166	142	35,780,796	10,244,373	25,536,422	140	37,706,601	10,251,930	27,454,670
		1.4%	5.3%	7.3%	4.3%	0.7%	-2.2%	-12.5%	2.6%	-1.4%	5.4%	0.1%	7.5%
	合計	141	36,593,500	11,709,334	24,884,166	142	35,780,796	10,244,373	25,536,422	140	37,706,601	10,251,930	27,454,670
		1.4%	5.3%	7.3%	4.3%	0.7%	-2.2%	-12.5%	2.6%	-1.4%	5.4%	0.1%	7.5%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數		2014年				2015年				2016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
4年以下		13	828,823	0	828,823	14	955,371	0	955,371	9	617,786	0	617,786
		18.2%	44.1%	-	44.1%	7.7%	15.3%	-	15.3%	-35.7%	-35.3%	-	-35.3%
4-10年		26	1,630,656	133,533	1,497,124	21	1,202,847	1,700	1,201,147	16	957,494	4,645	952,849
		-27.8%	-70.6%	43.6%	-72.5%	-19.2%	-26.2%	-98.7%	-19.8%	-23.8%	-20.4%	173.2%	-20.7%
10-20年		63	12,356,599	93,858	12,262,742	63	12,640,892	188,797	12,452,095	68	12,301,094	171,755	12,129,338
		14.5%	51.1%	-10.7%	52.0%	0.0%	2.3%	101.2%	1.5%	7.9%	-2.7%	-9.0%	-2.6%
20年以上		39	21,777,421	11,481,944	10,295,478	44	20,981,686	10,053,876	10,927,810	47	23,830,227	10,075,530	13,754,697
		5.4%	6.4%	7.2%	5.5%	12.8%	-3.7%	-12.4%	6.1%	6.8%	13.6%	0.2%	25.9%
合計		141	36,593,500	11,709,334	24,884,166	142	35,780,796	10,244,373	25,536,422	140	37,706,601	10,251,930	27,454,670
		1.4%	5.3%	7.3%	4.3%	0.7%	-2.2%	-12.5%	2.6%	-1.4%	5.4%	0.1%	7.5%



# 創意生活產業

## 創意生活產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	28	6,854,203	1,017,216	5,836,987	29	7,443,867	982,153	6,461,715	32	8,264,709	982,563	7,282,146
新北市	14	4,606,820	387,480	4,219,339	14	4,681,478	513,463	4,168,016	15	5,231,450	624,678	4,606,771
宜蘭縣、基隆市	12	9,977,556	8,299,436	1,678,120	13	11,260,201	9,779,302	1,480,899	12	10,538,694	8,591,835	1,946,859
桃園市、新竹縣、新竹市	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
苗栗縣	11	379,490	0	379,490	10	330,056	18	330,038	10	325,077	478	324,599
臺中市	13	1,023,305	166,592	856,713	13	967,266	194,606	772,660	12	1,001,753	182,221	819,532
南投縣	23	904,580	54,830	849,750	23	1,298,498	28,228	1,270,271	24	1,351,955	13,822	1,338,133
雲林縣、彰化縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
高雄市	8	808,708	208,241	600,468	8	731,605	190,148	541,457	8	761,306	247,515	513,791
屏東縣、臺南市、嘉義縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
花蓮縣、臺東縣、金門縣	8	1,338,403	397	1,338,006	9	1,318,543	506	1,318,037	9	815,914	0	815,914
合計	131	32,870,700	10,451,321	22,419,379	135	35,103,570	11,967,565	23,136,005	139	34,767,716	10,911,734	23,855,983

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 創意生活產業2011~2016年資本結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
					成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率	成長率
未滿0.1百萬元	26	715,674	0	715,674	25	632,059	0	632,059	27	642,717	0	642,717
					-3.8%	-11.7%	-	-11.7%	8.0%	1.7%	-	-1.7%
0.1-1百萬元	10	122,785	0	122,785	10	134,862	0	134,862	10	175,938	0	175,938
					0.0%	9.8%	-	9.8%	0.0%	30.5%	-	30.5%
1-5百萬元	18	5,122,708	14,866	5,107,842	19	4,810,286	12,531	4,797,756	21	4,610,271	1,744	4,608,527
					5.6%	-6.1%	-15.7%	-6.1%	10.5%	-4.2%	-86.1%	-3.9%
5-10百萬元	18	354,874	4,965	349,909	18	369,764	4,092	365,672	18	465,361	5,857	459,504
					0.0%	4.2%	-17.6%	4.5%	0.0%	25.9%	43.1%	25.7%
10-20百萬元	13	300,632	8,408	292,225	14	327,517	7,613	319,905	15	384,689	40,457	344,233
					7.7%	8.9%	-9.5%	9.5%	7.1%	17.5%	431.4%	7.6%
20-30百萬元	11	867,858	16,623	851,235	12	892,997	21,179	871,818	11	1,028,861	30,773	998,087
					9.1%	2.9%	27.4%	2.4%	-8.3%	15.2%	45.3%	14.5%
30-40百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
					-	-	-	-	-	-	-	-
30百萬元-1億元	11	2,153,685	420,716	1,732,969	11	2,151,836	352,408	1,799,428	11	2,277,309	374,857	1,902,452
					0.0%	-0.1%	-16.2%	3.8%	0.0%	5.8%	6.4%	5.7%
1-2億元	10	3,071,507	376,310	2,695,197	11	4,162,679	343,191	3,819,488	11	3,758,257	305,534	3,452,723
					10.0%	35.5%	-8.8%	41.7%	0.0%	-9.7%	-11.0%	-9.6%
2億元以上	14	20,160,976	9,609,433	10,551,543	15	21,621,570	11,226,553	10,395,017	15	21,424,312	10,152,511	11,271,801
					7.1%	7.2%	16.8%	-1.5%	0.0%	-0.9%	-9.6%	8.4%
合計	131	32,870,700	10,451,321	22,419,379	135	35,103,570	11,967,565	23,136,005	139	34,767,716	10,911,734	23,855,983
					3.1%	6.8%	14.5%	3.2%	3.0%	-1.0%	-8.8%	3.1%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	33	8,585,001	901,943	7,683,058	33	8,863,193	1,118,880	7,744,313	32	8,541,560	1,408,025	7,133,535
新北市	14	5,314,874	554,844	4,760,030	14	5,069,596	491,337	4,578,259	14	4,817,730	347,501	4,470,229
宜蘭縣、基隆市	12	11,336,063	9,516,862	1,819,201	12	10,094,358	7,914,409	2,179,949	12	12,726,490	7,759,232	4,967,258
桃園市、新竹縣、新竹市	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
苗栗縣	10	337,240	96	337,144	10	324,216	0	324,216	10	289,978	0	289,978
臺中市	12	1,039,652	209,540	830,112	12	1,008,036	194,085	813,951	12	1,009,032	204,653	804,380
南投縣	24	1,694,130	12,502	1,681,628	24	1,734,192	17,071	1,717,121	24	1,711,164	11,306	1,699,857
雲林縣、彰化縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
高雄市	8	768,750	225,833	542,917	8	753,624	210,845	542,779	8	742,391	207,770	534,621
屏東縣、臺南市、嘉義縣	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
花蓮縣、臺東縣、金門縣	10	1,020,290	7	1,020,283	11	906,486	0	906,486	10	758,256	0	758,256
合計	141	36,593,500	11,709,334	24,884,166	142	35,780,796	10,244,373	25,536,422	140	37,706,601	10,251,930	27,454,670

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	26	1,008,495	0	1,008,495	26	978,983	0	978,983	25	992,142	0	992,142
	-3.7%	56.9%	-	56.9%	0.0%	-2.9%	-	-2.9%	-3.8%	1.3%	-	1.3%
0.1-1百萬元	10	198,895	0	198,895	10	147,897	0	147,897	10	152,677	0	152,677
	0.0%	13.0%	-	13.0%	0.0%	-25.6%	-	-25.6%	0.0%	3.2%	-	3.2%
1-5百萬元	21	4,434,152	979	4,433,173	21	4,445,592	613	4,444,979	21	4,226,295	26,132	4,200,163
	0.0%	-3.8%	-43.9%	-3.8%	0.0%	0.3%	-37.3%	0.3%	0.0%	-4.9%	4160.5%	-5.5%
5-10百萬元	19	486,073	7,901	478,172	19	510,265	8,388	501,877	18	396,363	9,777	386,586
	5.6%	4.5%	34.9%	4.1%	0.0%	5.0%	6.2%	5.0%	-5.3%	-22.3%	16.6%	-23.0%
10-20百萬元	16	435,662	12,294	423,367	16	468,025	18,361	449,664	16	466,046	19,539	446,507
	6.7%	13.3%	-69.6%	23.0%	0.0%	7.4%	49.3%	6.2%	0.0%	-0.4%	6.4%	-0.7%
20-30百萬元	12	1,053,660	25,652	1,028,008	12	1,051,807	27,203	1,024,604	12	976,044	26,896	949,148
	9.1%	2.4%	-16.6%	3.0%	0.0%	-0.2%	6.0%	-0.3%	0.0%	-7.2%	-1.1%	-7.4%
30-40百萬元	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30百萬元-1億元	11	2,615,799	478,140	2,137,659	12	2,882,270	377,563	2,504,707	12	2,919,521	345,216	2,574,304
	0.0%	14.9%	27.6%	12.4%	9.1%	10.2%	-21.0%	17.2%	0.0%	1.3%	-8.6%	2.8%
1-2億元	11	3,847,860	327,410	3,520,450	11	3,961,089	360,657	3,600,432	11	3,922,205	341,771	3,580,434
	0.0%	2.4%	7.2%	2.0%	0.0%	2.9%	10.2%	2.3%	0.0%	-1.0%	-5.2%	-0.6%
2億元以上	15	22,512,904	10,856,958	11,655,946	15	21,334,869	9,451,588	11,883,280	15	23,655,308	9,482,599	14,172,709
	0.0%	5.1%	6.9%	3.4%	0.0%	-5.2%	-12.9%	2.0%	0.0%	10.9%	0.3%	19.3%
合計	141	36,593,500	11,709,334	24,884,166	142	35,780,796	10,244,373	25,536,422	140	37,706,601	10,251,930	27,454,670
	1.4%	5.3%	7.3%	4.3%	0.7%	-2.2%	-12.5%	2.6%	-1.4%	5.4%	0.1%	7.5%

# 數位內容產業

囿於數位內容次產業中多項新興行業尚未納入財稅中心行業代碼，本年報採目前現有與數位內容產業相關涵蓋之行業代碼，統計其廠商家數、營業額及內外銷收入等。數位內容產業具有產業匯流的特性，範疇涵蓋各文創次產業，甚至常需搭配資訊、通訊、軟體、硬體等產業以儲存、傳輸及呈現數位文字、影、音內容方能提供完整的服務，如欲瞭解整體數位內容營業額，詳見本年報第十三章。

## 數位內容產業2011~2016年家數與營業額

數位內容產業	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
331211 電動玩具製造	27	564,254	298,887	265,366	27	641,849	348,316	293,532	28	457,351	294,829	162,521
					0.0%	13.8%	16.5%	10.6%	3.7%	-28.7%	-15.4%	-44.6%
331212 電子玩具製造	17	311,433	169,106	142,327	13	385,298	238,449	146,850	14	354,496	193,322	161,173
					-23.5%	23.7%	41.0%	3.2%	7.7%	-8.0%	-18.9%	9.8%
582011 遊戲軟體出版	68	4,605,302	1,771,549	2,833,754	71	5,133,135	1,085,746	4,047,389	59	7,687,821	693,711	6,994,110
					4.4%	11.5%	-38.7%	42.8%	-16.9%	49.8%	-36.1%	72.8%
610014 網際網路接取服務提供 (IASP)	35	4,003,428	154,034	3,849,393	40	3,867,821	106,878	3,760,943	53	3,795,697	139,315	3,656,382
					14.3%	-3.4%	-30.6%	-2.3%	32.5%	-1.9%	30.3%	-2.8%
620111 遊戲軟體設計	1,024	25,742,704	6,040,491	19,702,213	1,002	25,226,778	5,248,487	19,978,291	971	26,484,016	6,976,048	19,507,968
					-2.1%	-2.0%	-13.1%	1.4%	-3.1%	5.0%	32.9%	-2.4%
631100 入口網站經營	1,033	22,377,792	3,753,644	18,624,148	933	24,824,952	6,088,562	18,736,390	855	24,903,906	7,397,168	17,506,738
					-9.7%	10.9%	62.2%	0.6%	-8.4%	0.3%	21.5%	-6.6%
932100 遊樂園及主題樂園	296	8,470,444	765	8,469,679	293	9,732,707	759	9,731,949	285	9,257,268	3,156	9,254,112
					-1.0%	14.9%	-0.8%	14.9%	-2.7%	-4.9%	316.0%	-4.9%
932411 電動玩具店	3,398	6,572,297	152	6,572,145	3,131	6,307,932	84	6,307,847	2,884	6,623,455	0	6,623,455
					-7.9%	-4.0%	-44.8%	-4.0%	-7.9%	5.0%	-100.0%	5.0%
932915 上網專門店	1,404	2,411,049	0	2,411,049	1,322	2,271,449	0	2,271,449	1,254	1,933,709	0	1,933,709
					-5.8%	-5.8%	-	-5.8%	-5.1%	-14.9%	-	-14.9%
合計	7,302	75,058,703	12,188,629	62,870,074	6,832	78,391,921	13,117,282	65,274,640	6,403	81,497,720	15,697,550	65,800,170
					-6.4%	4.4%	7.6%	3.8%	-6.3%	4.0%	19.7%	0.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 數位內容產業2011~2016年經營年數結構

經營年數	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
一年以下	470	370,193	0	370,193	356	370,899	11,643	359,256	277	755,131	435	754,696
					-24.3%	0.2%	-	-3.0%	-22.2%	103.6%	-96.3%	110.1%
1-2年	407	1,738,517	55,652	1,682,865	416	1,041,660	115,226	926,434	354	2,406,441	82,498	2,323,943
					2.2%	-40.1%	107.0%	-44.9%	-14.9%	131.0%	-28.4%	150.8%
2-3年	371	2,172,353	1,420	2,170,933	323	3,247,832	92,398	3,155,434	317	1,195,084	294,269	900,815
					-12.9%	49.5%	6409.2%	45.3%	-1.9%	-63.2%	218.5%	-71.5%
3-4年	311	1,604,083	61,099	1,542,984	312	2,555,889	9,011	2,546,878	264	4,091,600	155,275	3,936,324
					0.3%	59.3%	-85.3%	65.1%	-15.4%	60.1%	1623.2%	54.6%
4-5年	480	4,926,070	122,481	4,803,588	262	1,553,270	230,127	1,323,143	269	2,338,043	11,842	2,326,201
					-45.4%	-68.5%	87.9%	-72.5%	2.7%	50.5%	-94.9%	75.8%
5-10年	2,198	11,724,339	1,608,592	10,115,747	1,923	14,964,268	1,396,282	13,567,985	1,487	14,030,321	2,239,572	11,790,749
					-12.5%	27.6%	-13.2%	34.1%	-22.7%	-6.2%	60.4%	-13.1%
10-20年	2,712	43,364,041	9,867,704	33,496,337	2,851	42,545,113	9,668,010	32,877,104	3,010	43,295,119	11,580,955	31,714,164
					5.1%	-1.9%	-2.0%	-1.8%	5.6%	19.8%	19.8%	-3.5%
20年以上	353	9,159,107	471,680	8,687,427	389	12,112,989	1,594,584	10,518,405	425	13,385,981	1,332,704	12,053,277
					10.2%	32.3%	238.1%	21.1%	9.3%	10.5%	-16.4%	14.6%
合計	7,302	75,058,703	12,188,629	62,870,074	6,832	78,391,921	13,117,282	65,274,640	6,403	81,497,720	15,697,550	65,800,170
					-6.4%	4.4%	7.6%	3.8%	-6.3%	4.0%	19.7%	0.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

2011~2016年數位內容產業經營現況(係根據上述12個行業代碼之財稅資料進行統計)

單位：家、新臺幣千元、百分比

## 數位內容產業之行業代碼與名稱

代碼	名稱
331211	電動玩具製造
331212	電子玩具製造
582011	遊戲軟體出版
610014	網際網路接取服務提供(IASP)
620111	遊戲軟體設計
631100	入口網站經營
932100	遊樂園及主題樂園
932411	電動玩具店
932915	上網專門店

		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
家數	值	7,302	6,832	6,403	5,928	5,516	5,170
	成長率	-	-6.4%	-6.3%	-7.4%	-7.0%	-6.3%
營業額	值	75,058,703	78,391,921	81,497,720	81,459,145	85,123,616	84,267,508
	成長率	-	4.4%	4.0%	0.0%	4.5%	-1.0%
平均每家公司	值	10,279	11,474	12,728	13,741	15,432	16,299
	營業額	-	11.6%	10.9%	8.0%	12.3%	5.6%
外銷營業額	值	12,188,629	13,117,282	15,697,550	17,099,359	18,993,709	21,589,562
	成長率	-	7.6%	19.7%	8.9%	11.1%	13.7%
		占營業額比例	16.2%	16.7%	19.3%	21.0%	25.6%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元、百分比

數位內容產業		2014年				2015年				2016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	27	596,558	353,289	243,269	29	553,604	312,545	241,059	27	509,002	299,083	209,920
		-3.6%	30.4%	19.8%	49.7%	7.4%	-7.2%	-11.5%	-0.9%	-6.9%	-8.1%	-4.3%	-12.9%
331212	電子玩具製造	13	390,376	209,977	180,400	14	396,197	236,775	159,422	14	510,317	295,893	214,424
		-7.1%	10.1%	8.6%	11.9%	7.7%	1.5%	12.8%	-11.6%	0.0%	28.8%	25.0%	34.5%
582011	遊戲軟體出版	62	8,091,057	887,990	7,203,067	63	9,033,831	1,301,671	7,732,161	78	10,035,022	2,091,963	7,943,059
		5.1%	5.2%	28.0%	3.0%	1.6%	11.7%	46.6%	7.3%	23.8%	11.1%	60.7%	2.7%
610014	網際網路接取服務提供(IASP)	49	4,043,822	309,069	3,734,753	53	4,301,715	282,778	4,018,936	50	4,428,871	512,657	3,916,214
		-7.5%	6.5%	121.8%	2.1%	8.2%	6.4%	-8.5%	7.6%	-5.7%	3.0%	81.3%	-2.6%
620111	遊戲軟體設計	950	24,319,615	6,609,319	17,710,296	916	25,881,760	7,607,536	18,274,223	899	24,432,638	8,886,185	15,546,453
		-2.2%	-8.2%	-5.3%	-9.2%	-3.6%	6.4%	15.1%	-3.2%	-1.9%	-5.6%	16.8%	-14.9%
631100	入口網站經營	819	26,643,852	8,728,431	17,915,421	792	28,084,182	9,250,074	18,834,108	737	27,886,330	9,500,833	18,385,497
		-4.2%	7.0%	18.0%	2.3%	-3.3%	5.4%	6.0%	5.1%	-6.9%	-0.7%	2.7%	-2.4%
932100	遊樂園及主題樂園	276	9,832,965	1,284	9,831,681	267	9,677,945	2,330	9,675,615	275	9,541,192	2,948	9,538,244
		-3.2%	6.2%	-59.3%	6.2%	-3.3%	-1.6%	81.4%	-1.6%	3.0%	-1.6%	26.5%	-1.4%
932411	電動玩具店	2,632	5,972,109	0	5,972,109	2,464	5,862,885	0	5,862,885	2,305	5,684,012	0	5,684,012
		-8.7%	-9.8%	-	-9.8%	-6.4%	-1.8%	-	-1.8%	-6.5%	-3.1%	-	-3.1%
932915	上網專門店	1,100	1,568,790	0	1,568,790	918	1,331,497	0	1,331,497	785	1,240,123	0	1,240,123
		-12.3%	-18.9%	-	-18.9%	-16.5%	-15.1%	-	-15.1%	-14.5%	-6.9%	-	-6.9%
合計		5,928	81,459,145	17,099,359	64,359,786	5,516	85,123,616	18,993,709	66,129,907	5,170	84,267,508	21,589,562	62,677,946
		-7.4%	0.0%	8.9%	-2.2%	-7.0%	4.5%	11.1%	2.8%	-6.3%	-1.0%	13.7%	-5.2%

單位：家、新臺幣千元、百分比

經營年數	2014年				2015年				2016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	227	230,513	2,493	228,020	198	212,003	79,376	132,627	169	262,228	42,108	220,120
	-18.1%	-69.5%	473.1%	-69.8%	-12.8%	-8.0%	3084.4%	-41.8%	-14.6%	23.7%	-47.0%	66.0%
1-2年	239	842,774	6,225	836,549	179	679,642	62,585	617,057	171	747,775	70,884	676,891
	-32.5%	-65.0%	-92.5%	-64.0%	-25.1%	-19.4%	905.4%	-26.2%	-4.5%	10.0%	13.3%	9.7%
2-3年	275	2,663,731	20,966	2,642,765	196	981,395	45,845	935,550	139	751,732	44,144	707,588
	-13.2%	122.9%	-92.9%	193.4%	-28.7%	-63.2%	118.7%	-64.6%	-29.1%	-23.4%	-3.7%	-24.4%
3-4年	264	1,525,937	403,136	1,122,801	228	2,894,478	29,086	2,865,392	160	751,415	71,118	680,297
	0.0%	-62.7%	159.6%	-71.5%	-13.6%	89.7%	-92.8%	155.2%	-29.8%	-74.0%	144.5%	-76.3%
4-5年	220	3,727,308	179,175	3,548,132	229	1,334,223	481,537	852,686	208	3,360,783	95,879	3,264,904
	-18.2%	59.4%	1413.1%	52.5%	4.1%	-64.2%	168.8%	-76.0%	-9.2%	151.9%	-80.1%	282.9%
5-10年	1,104	13,709,301	2,698,574	11,010,727	848	14,177,865	2,111,433	12,066,432	693	9,891,191	2,835,671	7,055,520
	-25.8%	-2.3%	20.5%	-6.6%	-23.2%	3.4%	-21.8%	9.6%	-18.3%	-30.2%	34.3%	-41.5%
10-20年	3,158	44,913,980	12,067,163	32,846,817	3,158	50,807,207	14,454,092	36,353,115	3,073	52,297,046	15,524,663	36,772,383
	4.9%	3.7%	4.2%	3.6%	0.0%	13.1%	19.8%	10.7%	-2.7%	2.9%	7.4%	1.2%
20年以上	441	13,845,602	1,721,627	12,123,975	480	14,036,803	1,729,754	12,307,049	557	16,205,338	2,905,095	13,300,242
	3.8%	3.4%	29.2%	0.6%	8.8%	1.4%	0.5%	1.5%	16.0%	15.4%	67.9%	8.1%
合計	5,928	81,459,145	17,099,359	64,359,786	5,516	85,123,616	18,993,709	66,129,907	5,170	84,267,508	21,589,562	62,677,946
	-7.4%	0.0%	8.9%	-2.2%	-7.0%	4.5%	11.1%	2.8%	-6.3%	-1.0%	13.7%	-5.2%

# 數位內容產業

## 數位內容產業2011~2016年空間分布結構

縣市別	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
臺北市	1,112	30,715,607	5,891,829	24,823,778	1,081	35,164,303	8,071,787	27,092,516	1,049	37,954,432	10,134,219	27,820,213
新北市	729	13,730,117	2,919,259	10,810,858	703	13,412,976	2,049,231	11,363,745	661	13,894,177	1,635,881	12,258,296
宜蘭縣	140	263,262	0	263,262	133	458,454	0	458,454	129	459,324	0	459,324
基隆市	117	267,316	2,448	264,868	115	261,744	2,008	259,736	116	806,392	467	805,925
桃園市	433	1,947,712	41,187	1,906,525	357	1,447,294	28,589	1,418,704	364	1,422,593	19,164	1,403,429
新竹縣	160	3,212,390	759,930	2,452,460	151	4,452,580	1,107,442	3,345,138	145	3,861,491	1,580,445	2,281,047
新竹市	230	4,493,289	1,705,177	2,788,112	222	3,873,934	1,188,354	2,685,581	219	4,222,768	1,754,728	2,468,041
苗栗縣	149	659,602	0	659,602	138	660,519	0	660,519	127	652,145	0	652,145
臺中市	671	4,886,324	629,476	4,256,848	628	4,662,262	362,761	4,299,501	581	4,705,600	364,348	4,341,252
彰化縣	289	766,877	150,353	616,524	270	800,806	222,639	578,167	246	759,779	166,479	593,300
南投縣	169	1,585,988	0	1,585,988	147	1,506,010	0	1,506,010	138	1,266,398	0	1,266,398
雲林縣	220	1,489,951	275	1,489,676	208	1,342,385	0	1,342,385	194	1,230,691	0	1,230,691
嘉義縣	76	234,415	0	234,415	65	321,295	0	321,295	62	324,881	0	324,881
嘉義市	139	389,535	0	389,535	121	393,549	0	393,549	114	371,784	0	371,784
臺南市	702	5,530,420	61,012	5,469,408	651	4,914,053	12,948	4,901,105	605	5,063,037	10,983	5,052,055
高雄市	1,032	2,496,497	27,683	2,468,814	944	2,376,047	71,522	2,304,525	823	2,158,179	28,339	2,129,841
屏東縣	548	1,467,506	0	1,467,506	527	1,436,299	0	1,436,299	498	1,464,349	2,499	1,461,850
澎湖縣	40	53,041	0	53,041	39	60,097	0	60,097	38	54,421	0	54,421
金門縣、連江縣	75	88,340	0	88,340	69	80,634	0	80,634	61	86,744	0	86,744
花蓮縣	114	601,278	0	601,278	103	592,264	0	592,264	90	585,591	0	585,591
臺東縣	157	179,236	0	179,236	160	174,418	0	174,418	143	152,942	0	152,942
合計	7,302	75,058,703	12,188,629	62,870,074	6,832	78,391,921	13,117,282	65,274,640	6,403	81,497,720	15,697,550	65,800,170

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

## 數位內容產業2011~2016年資本額結構

資本結構	2011年				2012年				2013年			
	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入	家數	營業額	外銷收入	內銷收入
未滿0.1百萬元	3,155	10,972,984	473	10,972,511	2,914	10,679,945	15,297	10,664,648	2,701	10,525,307	14,159	10,511,148
					-7.6%	-2.7%	3137.3%	-2.8%	-7.3%	-1.4%	-7.4%	-1.4%
0.1-1百萬元	2,548	5,499,775	44,259	5,455,516	2,374	5,427,504	7,942	5,419,562	2,211	5,204,646	14,099	5,190,547
					-6.8%	-1.3%	-82.1%	-0.7%	-6.9%	77.5%	-4.2%	-4.2%
1-5百萬元	678	3,834,185	452,167	3,382,018	649	4,760,097	377,188	4,382,909	601	5,537,845	333,534	5,204,311
					-4.3%	24.1%	-16.6%	29.6%	-7.4%	16.3%	-11.6%	18.7%
5-10百萬元	341	3,486,341	318,497	3,167,845	336	3,000,821	322,232	2,678,589	336	4,143,855	280,754	3,863,101
					-1.5%	-13.9%	1.2%	-15.4%	0.0%	38.1%	-12.9%	-44.2%
10-20百萬元	244	3,825,641	845,692	2,979,949	226	3,384,883	641,445	2,743,437	220	4,020,437	596,715	3,423,723
					-7.4%	-11.5%	-24.2%	-7.9%	-2.7%	18.8%	-7.0%	24.8%
20-30百萬元	97	5,457,033	514,444	4,942,589	92	5,386,146	306,184	5,079,962	94	5,847,570	489,322	5,358,248
					-5.2%	-1.3%	-40.5%	2.8%	2.2%	8.6%	59.8%	5.5%
30-40百萬元	24	581,388	227,263	354,124	23	542,317	208,734	333,583	24	575,675	171,386	404,289
					-4.2%	-6.7%	-8.2%	-5.8%	4.3%	6.2%	-17.9%	21.2%
40-50百萬元	24	359,827	8,126	351,701	23	372,436	31,468	340,968	21	365,863	33,847	332,015
					-4.2%	3.5%	287.3%	-3.1%	-8.7%	-1.8%	7.6%	-2.6%
50-60百萬元	28	1,871,534	136,189	1,735,345	27	1,637,946	160,318	1,477,627	27	1,343,974	114,995	1,228,979
					-3.6%	-12.5%	17.7%	-14.9%	0.0%	-17.9%	-28.3%	-16.8%
60-80百萬元	28	1,623,023	248,387	1,374,636	29	1,674,257	224,100	1,450,157	28	1,608,434	226,125	1,382,309
					3.6%	3.2%	-9.8%	5.5%	-3.4%	-3.9%	0.9%	-4.7%
0.8-1億元	14	513,139	3,685	509,454	14	691,145	5,265	685,880	14	1,136,193	44,916	1,091,277
					0.0%	34.7%	42.9%	34.6%	0.0%	64.4%	753.1%	59.1%
1-2億元	52	8,010,479	3,038,242	4,972,237	53	11,112,832	5,438,326	5,674,506	55	13,207,505	6,628,717	6,578,788
					1.9%	38.7%	79.0%	14.1%	3.8%	18.8%	21.9%	15.9%
2億元以上	69	29,023,354	6,351,206	22,672,148	72	29,721,593	5,378,782	24,342,811	71	27,980,416	6,748,982	21,231,434
					4.3%	2.4%	-15.3%	7.4%	-1.4%	-5.9%	25.5%	-12.8%
合計	7,302	75,058,703	12,188,629	62,870,074	6,832	78,391,921	13,117,282	65,274,640	6,403	81,497,720	15,697,550	65,800,170
					-6.4%	4.4%	7.6%	3.8%	-6.3%	4.0%	19.7%	0.8%

資料來源：財政部財政資訊中心之磁帶資料，本年報整理，2017年8月。

單位：家、新臺幣千元

縣市別	2014年				2015年				2016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	1,028	39,882,029	10,889,825	28,992,204	997	43,227,689	12,050,586	31,177,104	976	43,211,159	12,513,398	30,697,761
新北市	594	13,215,810	1,851,252	11,364,558	555	13,517,125	1,751,872	11,765,253	519	13,942,650	2,869,571	11,073,078
宜蘭縣	117	505,597	0	505,597	109	284,415	0	284,415	107	277,914	0	277,914
基隆市	112	461,766	261	461,505	109	471,418	1,283	470,135	102	456,025	627	455,398
桃園市	350	1,162,266	32,430	1,129,835	318	1,137,515	25,774	1,111,741	275	1,039,168	4,477	1,034,691
新竹縣	138	4,452,862	1,827,478	2,625,384	135	5,012,783	2,363,638	2,649,145	121	5,725,729	2,893,831	2,831,898
新竹市	205	4,064,437	1,811,105	2,253,332	186	3,980,254	2,030,661	1,949,593	168	4,282,554	2,351,693	1,930,861
苗栗縣	119	664,229	0	664,229	115	653,460	0	653,460	107	601,239	0	601,239
臺中市	536	4,628,269	452,204	4,176,064	519	4,438,578	496,611	3,941,968	513	4,529,724	562,291	3,967,433
彰化縣	223	786,323	193,146	593,176	204	749,234	206,362	542,872	194	846,279	277,700	568,580
南投縣	122	1,304,470	0	1,304,470	109	1,353,376	0	1,353,376	103	1,564,793	0	1,564,793
雲林縣	187	1,188,073	478	1,187,594	171	1,353,371	508	1,352,863	147	1,106,259	0	1,106,259
嘉義縣	54	400,676	0	400,676	48	392,392	0	392,392	41	400,298	0	400,298
嘉義市	112	344,575	0	344,575	105	331,586	0	331,586	104	345,985	0	345,985
臺南市	548	4,021,474	11,527	4,009,947	513	3,917,207	10,270	3,906,936	490	1,663,128	13,809	1,649,319
高雄市	742	1,948,150	29,651	1,918,499	668	1,909,561	56,144	1,853,416	605	1,940,243	102,148	1,838,095
屏東縣	443	1,497,757	0	1,497,757	402	1,524,944	0	1,524,944	374	1,532,768	17	1,532,751
澎湖縣	33	44,903	0	44,903	26	32,933	0	32,933	22	27,135	0	27,135
金門縣、連江縣	57	83,893	0	83,893	49	91,110	0	91,110	46	97,585	0	97,585
花蓮縣	85	668,397	0	668,397	73	620,504	0	620,504	65	563,317	0	563,317
臺東縣	123	133,188	0	133,188	105	124,162	0	124,162	91	113,555	0	113,555
合計	5,928	81,459,145	17,099,359	64,359,786	5,516	85,123,616	18,993,709	66,129,907	5,170	84,267,508	21,589,562	62,677,946

單位：家、新臺幣千元、百分比

資本結構	2014年				2015年				2016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	2,402	9,453,904	12,794	9,441,110	2,158	8,886,699	4,135	8,882,564	1,968	6,385,377	1,630	6,383,746
	-11.1%	-10.2%	-9.6%	-10.2%	-10.2%	-6.0%	-67.7%	-5.9%	-8.8%	-28.1%	-60.6%	-28.1%
0.1-1百萬元	2,039	4,940,174	13,707	4,926,466	1,894	4,686,396	19,648	4,666,748	1,750	4,965,168	325,476	4,639,692
	-7.8%	-5.1%	-2.8%	-5.1%	-7.1%	-5.1%	43.3%	-5.3%	-7.6%	1556.5%	1556.5%	-0.6%
1-5百萬元	601	5,743,380	245,129	5,498,251	588	6,895,798	641,812	6,253,986	570	5,915,257	344,498	5,570,759
	0.0%	3.7%	-26.5%	5.6%	-2.2%	20.1%	161.8%	13.7%	-3.1%	-14.2%	-46.3%	-10.9%
5-10百萬元	334	4,320,806	279,527	4,041,279	323	4,481,787	252,774	4,229,013	334	4,554,757	262,002	4,292,756
	-0.6%	4.3%	-0.4%	4.6%	-3.3%	3.7%	-9.6%	4.6%	3.4%	1.6%	3.7%	1.5%
10-20百萬元	219	4,318,437	736,585	3,581,852	218	4,507,757	1,223,205	3,284,552	213	4,525,899	1,410,962	3,114,938
	-0.5%	7.4%	23.4%	4.6%	-0.5%	4.4%	66.1%	-8.3%	-2.3%	0.4%	15.3%	-5.2%
20-30百萬元	93	5,562,692	605,670	4,957,023	98	5,356,104	682,140	4,673,964	102	5,915,180	686,028	5,229,152
	-1.1%	-4.9%	23.8%	-7.5%	5.4%	-3.7%	12.6%	-5.7%	4.1%	10.4%	0.6%	11.9%
30-40百萬元	22	575,994	96,507	479,487	23	527,610	57,545	470,065	23	523,656	33,772	489,884
	-8.3%	0.1%	-43.7%	18.6%	4.5%	-8.4%	-40.4%	-2.0%	0.0%	-0.7%	-41.3%	4.2%
40-50百萬元	21	627,525	51,644	575,881	21	895,683	109,183	786,500	21	999,557	296,950	702,607
	0.0%	71.5%	52.6%	73.4%	0.0%	42.7%	111.4%	36.6%	0.0%	11.6%	172.0%	-10.7%
50-60百萬元	26	1,156,116	134,790	1,021,327	25	1,015,820	98,786	917,035	22	993,659	181,379	812,280
	-3.7%	-14.0%	17.2%	-16.9%	-3.8%	-12.1%	-26.7%	-10.2%	-12.0%	-2.2%	83.6%	-11.4%
60-80百萬元	29	2,045,904	255,470	1,790,435	26	2,032,396	109,186	1,923,210	30	2,110,437	82,231	2,028,206
	3.6%	27.2%	13.0%	29.5%	-10.3%	-0.7%	-57.3%	7.4%	15.4%	3.8%	-24.7%	5.5%
0.8-1億元	14	859,701	9,318	850,384	14	1,010,621	7,773	1,002,849	14	899,359	14,924	884,436
	0.0%	-24.3%	-79.3%	-22.1%	0.0%	17.6%	-16.6%	17.9%	0.0%	-11.0%	92.0%	-11.8%
1-2億元	56	14,144,247	7,795,050	6,349,197	57	14,137,793	8,228,747	5,909,047	54	14,878,370	8,718,249	6,160,121
	1.8%	7.1%	17.6%	-3.5%	1.8%	0.0%	5.6%	-6.9%	-5.3%	3.0%	5.4%	4.2%
2億元以上	72	27,710,265	6,863,169	20,847,095	71	30,689,150	7,558,775	23,130,375	69	31,600,831	9,231,462	22,369,369
	1.4%	-1.0%	1.7%	-1.8%	-1.4%	10.8%	10.1%	11.0%	-2.8%	3.0%	22.1%	-3.3%
合計	5,928	81,459,145	17,099,359	64,359,786	5,516	85,123,616	18,993,709	66,129,907	5,170	84,267,508	21,589,562	62,677,946
	-7.4%	0.0%	8.9%	-2.2%	-7.0%	4.5%	11.1%	2.8%	-6.3%	-1.0%	13.7%	-5.2%

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. 2017 / 李連權總編輯.

-- 初版.-- 新北市：文化部, 2017. 12

面；公分

ISBN 978-986-05-4489-3 (平裝附光碟片)

1. 文化事業 2. 臺灣

541.2933

106022820

2017 臺灣文化創意產業發展年報

2017 Taiwan Cultural & Creative Industries Annual Report

發行人：鄭麗君

總編輯：李連權

編審委員：侍安宇、林詠能、胡愈寧、劉慧娟、謝明宏（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、古芷諼、楊惠嵐、林韋葳、陳智豪、徐亦慧、  
寧家洋、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：2017年12月

ISBN：978-986-05-4489-3 (平裝附光碟片)

GPN：1010602373

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

106年  
臺灣文化創意  
產業發展年報  
TAIWAN CULTURAL  
CREATIVE INDUSTRIES  
Annual Report 2017

TAIWAN CULTURAL &  
CREATIVE INDUSTRIES ANNUAL REPORT

文創產業發展總論  
臺灣文創產業發展現況趨勢  
文創產業發展重要議題



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 978-986-05-4489-3



9 789860 544893