

# 第一章

## 電影產業調查

影視廣播產業  
趨勢研究調查報告

電影、電視及廣播產業

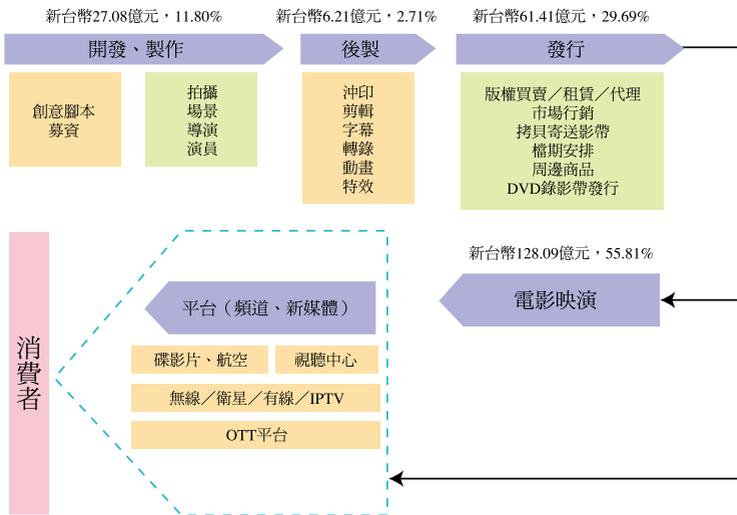


# 第一章 電影產業調查

## 第一節 電影產業發展概況

### 一、電影產業鏈與產值

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



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-1、電影產業鏈

2015年《我的少女時代》以4.1億元票房橫掃暑假檔期，且在中國大陸上映以3.594億人民幣票房，打破國片以引進片方式在中國大陸上映的紀錄。我國2015年電影產業總產值推估為229.527億元，較2014年成長9.03%。

### （一）電影製作業

推估2015年電影製作業產值為27.08億元，較2014年微幅衰退1.73%。主要是因為近兩年有回收盈餘的國片不多，業者投資風險較高，資金投入趨向保守，使得國片製作成本降低。

### （二）電影後製特效（含器材設備提供）業

2015年電影後製產業產值推估為6.21億元，較2014年的6.03億元成長3.00%。主因於2015年部分國片如《屍憶》、《紅衣小女孩》等類型電影，對於後製特效的運用與需求有所提升，加上部分後製、特效業者開始承接外國影片訂單，使得2015年度產值相對增加。

### （三）電影發行業

由於2015年整體國片產量較2014年增加，加上2015年台北市整體電影票房市場較2014年大幅成長13.38%，其中國片與其他外國片皆呈現增加之現象。另外，近兩年部分映演業者開始投入發行端，透過結合映演端之資源，使得部分商業型國片轉由國內業者發行。綜合上述，皆促使電影發行業在2015年產值大幅成長，推估2015年電影發行業產值為68.14億元，成長10.96%。

### （四）電影映演業

2015年電影映演業產值128.09億元，成長10.9%，主因於2015年我國電影市場整體票房提升，加上電影映演家數增加，及國內台北市以外的地區票房崛起，使得電影映演業產值較2014年明顯成長。

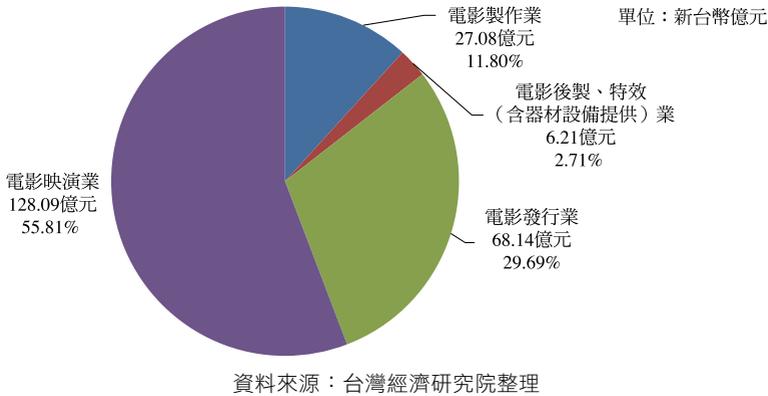


圖1-2、2015年電影產業產值及結構比例

## 二、電影產業重要觀察指標

2014年至2015年電影產業營業家數的表現，電影製作業、電影後製業及電影映演業分別成長20.04%、14.63%及5.0%，電影發行業則衰退3.85%。

各次產業產值表現部分，僅電影製作業微幅衰退1.73%，其餘各業別則皆呈現成長，電影後製業成長3.00%，電影發行業成長10.96%，電影映演業成長10.9%。

自2015年6月電影法修正後，電影片採審議分級制，2015年國片通過審議分級之數量，含劇情片、短片及紀錄片，總計94部，較2014年增加，其他外片核定分級數稍微減少到542部，港陸影片增加至43部。近五年國片數起起伏伏，顯示國內電影業者投入國片製作較不穩定。

國內電影票房市場部分，2015年台北市電影總票房為42億377萬元，較2014年成長13.88%，就各類別電影票房表現，其他外片票房收入較2014年明顯增加14.32%，國片則成長9.37%，港陸影片微幅衰退0.54%。

出口表現部分，2015年電影產業出口值推估為新台幣6.3億元，較2014年大幅成長143.75%，其中發行業出口值在2014／2015年增加506.49%，主因於《我的少女時代》在海外市場表現不錯，而《KANO》在日本上映票房表現突出。電影後製業2015年出口成長165.26%，多是於近年國內業者開始陸續踏入海外市場，如至中國大陸、東南亞接單，因此使得整體出口較2014年明顯成長。

而2015年國片榮獲國際影展獎項共有17個，其中侯孝賢導演的《刺客聶隱娘》獲得一級影展的坎城影展之最佳導演獎，為繼2013年《郊遊》之後，另一個獲得一級影展獎項的國片。

另外，2015年國片參與國際市場展情況較2014年些微下滑，但近三年參與數量大致仍維持在280部次至290部次左右。

表1-1、電影產業重要觀察指標

構面	指標	項目	2012年	2013年	2014年	2015年	2014至 2015年 變動率	
產業 結構面	營業家數	電影製作業	392	489	559	671	20.04%	
		電影後製業	79	82	82	94	14.63%	
		電影發行業	214	194	182	175	-3.85%	
		電影映演業	95	98	100	105	5.00%	
		合計	780	863	923	1,045	13.22%	
	產值* (億元)	電影製作業	26.34	25.93	27.56	27.084	-1.73%	
		電影後製業	6.18	6.43	6.03	6.211	3.00%	
		電影發行業	53.35	60.61	61.41	68.141	10.96%	
		電影映演業	101.05	108.77	115.5	128.091	10.90%	
		合計	186.92	201.74	210.51	229.527	9.03%	
商品 導向面	國片平均製作成本 <sup>1</sup> (萬元)		3,204	4,070	3,962	3,054	-22.92%	
	國片製作成本 結構	開發/前製	2.00%	4.00%	2.51%	2.64%		
		製作與拍攝	83.00%	77.00%	72.94%	78.59%		
		後製	15.00%	19.00%	24.54%	18.77%		
	國際合作情形	國片製作模式	自製	76.47%	83.89%	81.48%	69.70%	
			合製	23.53%	16.11%	18.52%	30.3%	

<sup>1</sup> 排除旗艦型、策略型及跨國合作之國片平均製作成本。

構面	指標	項目	2012年	2013年	2014年	2015年	2014至 2015年 變動率
商品 導向面	國片市場	台北市觀影人次(千人)	14,288	15,185	14,962	17,181	14.83%
		台北市國片觀影人次(千人)	1,824	2,188	1,809	2,009	11.06%
		電影人均觀影次數	1.21	1.30	1.28	1.46	14.06%
		國片人均觀影次數	0.16	0.19	0.15	0.17	13.33%
		電影平均票價 <sup>2</sup>	253	248	248	245	-1.21%
	出口值 (億元)	電影製作	1.168	1.35	1.41	3.247	130.45%
		電影後製	0.035	0.04	0.1	0.252	165.26%
		電影發行	0.077	0.17	0.46	2.802	506.49%
		電影映演	0.000	0.00	0.62	0.000	-100.00%
		合計	1.28	1.57	2.59	6.301	143.75%
	電影片審議分級 之數量(部)	國片審議分級數	76	101	76	94	23.68%
		港、陸片在台進口審議分級數	42	50	31	43	38.71%
		其他外片在台進口審議分級數	391	473	551	542	-1.63%
	影片票房 (千元)	台北市國產影片票房	430,434	529,863	427,833	467,938	9.37%
		台北市港陸影片票房	152,531	131,789	91,164	90,670	-0.54%
		台北市其他外國影片票房	3,035,001	3,134,963	3,188,665	3,645,163	14.32%
	國際影展活動 (部次)	參與國際市場展國片部次	244	294	289	286	-1.04%
		輔導參與國際市場展片商家次	122	138	122	153	25.41%
		入圍入選國際影展國片部次	96	86	86	88	2.33%
		榮獲國際影展獎項部次	35	31	16	17	6.25%
輔導參與國際影展國片部次		60	53	56	49	-12.50%	
產業 人力	就業人數	電影製作業	478	488	408	401	-1.72%
		電影後製業	394	405	417	429	2.88%
		電影發行業	374	370	385	427	10.91%
		電影映演業	3,166	3,215	3,279	3,636	10.89%
		合計	4,412	4,478	4,489	4,893	9.00%

註：1.因2013年12月主計總處公布2011年工商普查總報告，因此本研究利用2011年工商普查所公布之實際生產總額，追溯調整過去歷年（2009~2011年）產值以及出口值的估算值

2.電影製作、後製、發行、映演之營業家數資料來自財政部財政資訊中心

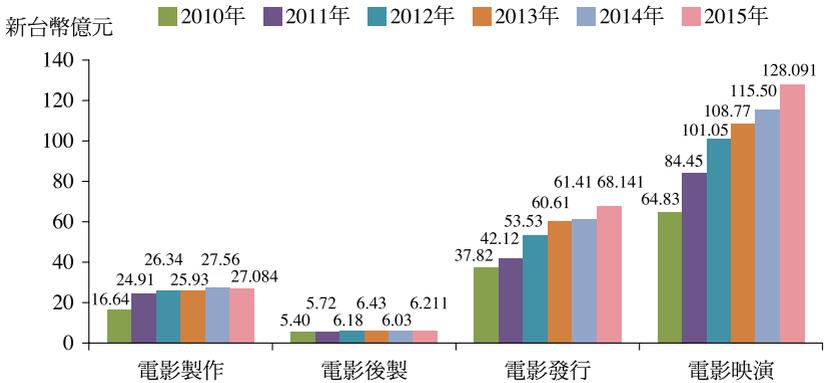
3.就業人數以主計總處2006年工商及服務業普查報告資料為基礎，以平均每員工產值不變下估算至2009年，爾後利用兩年同時回卷的調查公司之員工人數變化以及人均產值推算

4.國片平均製作成本係扣除旗艦型、策略型及跨國合作之國片平均製作成本

5.2014年出版品之2010年與2012年數值有誤，正確數值詳見本年度出版品

資料來源：文化部影視及流行音樂產業局、財政部統計資料庫、台灣經濟研究院整理

<sup>2</sup> 電影總平均票價。



註：2014年出版品之2010年與2012年數值有誤，正確數值詳見今年度出版品  
資料來源：台灣經濟研究院整理

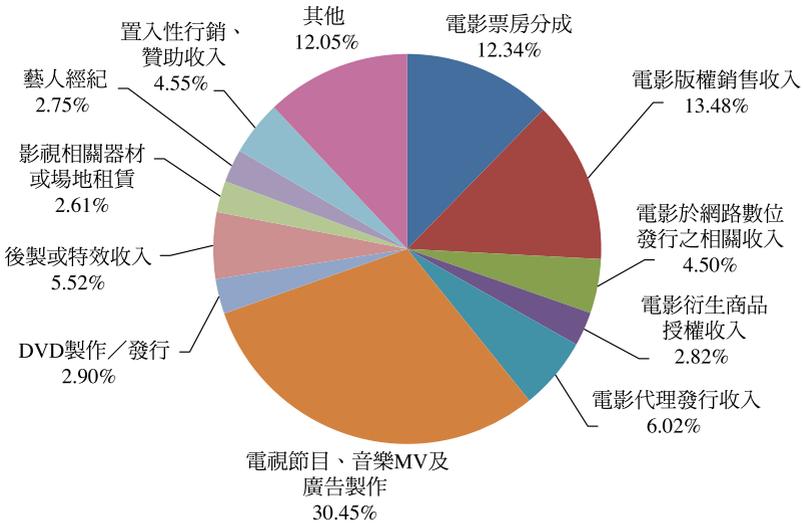
圖1-3、2010年至2015年電影各次產業產值變化趨勢

## 第二節 我國電影產業發展分析

### 一、電影產業各類營收

綜觀國內電影製作、發行業2015年收入結構，仍以電視節目、音樂MV及廣告製作為主占28.65%，其次依序為電影授權收入占13.48%、電影票房分成收入占12.34%。主要是因為國內電影產業產製量不多，且前期籌備（如劇本、資金）、拍攝等時間相對較長，加上若僅仰賴電影票分成難以支持業者長久營運，因此業者無法完全以電影製作為單一營業項目，故多會利用籌拍電影空檔，進行投入時間較短，如音樂MV、廣告等收入較為確定的影視作品。

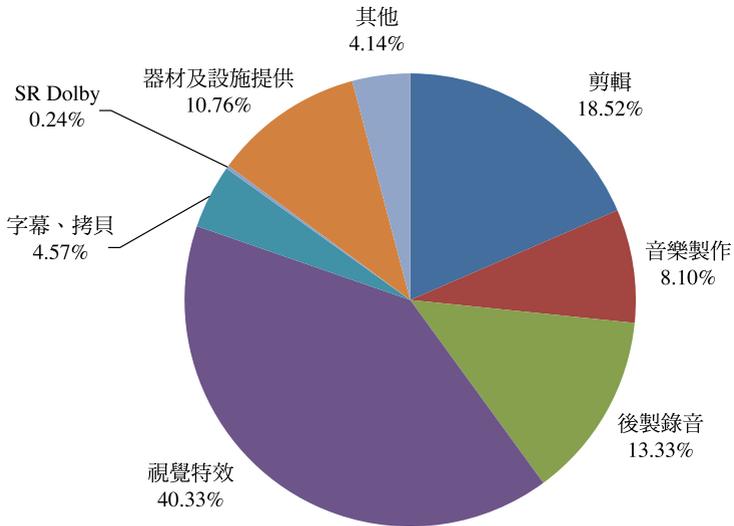
其他收入來源還包括電影代理發行收入（占6.02%）、後製或特效收入（占5.52%）、置入性行銷、贊助收入（占4.55%）等，顯示目前業者多數採取多角化經營的方式。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-4、2015年電影製作、發行者收入結構

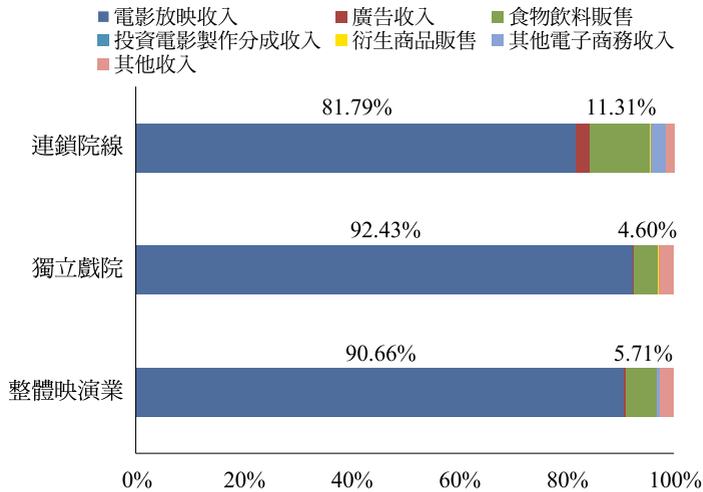
國內電影後製、特效（含器材設備提供者）業者在2015年收入結構以視覺特效（占40.33%）、剪輯（占18.52%）為主。由於2015年國片類型發展更為多元，如恐怖、驚悚題材，此部分國片多會透過視覺特效技術，提升其產製內容的吸引力，使得視覺特效收入占比相對較高。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-5、2015年電影後製、特效業者（含器材設備提供者）收入結構

電影映演業則以電影放映為主要營業收入來源，占90.66%。食物飲料販售占5.71%，目前國內多數電影院雖未禁止民眾攜帶外食進入，但在電影票券上會結合爆米花、飲料等餐點作為套餐販售，或者結合信用卡推出組合優惠價，因此食物販售收入仍有一定比例的占比，但獨立戲院業者與連鎖院線在食物飲料販售收入有較大差異，分別占4.6%與11.31%，主要是部分連鎖院線業者會結合餐飲服務，提供新型態的觀影環境，吸引消費者。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-6、2015年電影映演業者主要營收來源

## 二、我國電影市場分析

### (一) 國內電影上映情形與票房表現

#### 1. 台北市電影票房市場

2015年臺北市電影總票房為42億377萬元，較2014年成長13.38%。2015年票房破億的國片只有《我的少女時代》及《大囍臨門》，兩部之台北市票房總和2.15億元，相較2014年四部破億國片總和2.86億元來的減少，雖然國片上映部數較為增加，但面對港陸及其他外國影片上映數量同樣增加的競爭下，整體國片表現仍有待努力，使得2015年國片市占率為11.13%，較2014年些微下降0.41個百分點。

表1-2、2011年至2015年臺北市電影票房市場概況

年份	部數／票房	中華民國影片	港陸影片	其他外國影片	總計
2011	上映部數	36	38	406	480
	票房	712,506,985	100,549,646	3,006,441,597	3,819,498,228
	票房比重	18.65%	2.63%	78.71%	100.00%
2012	上映部數	51	41	343	435
	票房	430,433,697	152,531,257	3,035,000,680	3,617,965,634
	票房比重	11.90%	4.22%	83.89%	100.00%
2013	上映部數	56	44	389	489
	票房	529,863,483	131,789,464	3,134,963,327	3,796,616,274
	票房比重	13.96%	3.47%	82.57%	100%
2014	上映部數	54	28	416	498
	票房	427,833,400	91,164,192	3,188,665,367	3,707,662,959
	票房比重	11.54%	2.46%	86.00%	100%
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
	票房比重	11.13%	2.16%	86.71%	100%

註：1.台灣電影網所指之中華民國影片係指台灣電影（國片），即包括國產電影片及原產地為中華民國的非國產電影片。而其所顯示之上映部數及票房資料，係包括跨年度上映、重新上映及影展之所有影片統計資料

2.票房單位：新台幣／元，百分比指票房比率（國產影片票房／總台北市票房）

資料來源：台灣電影網產業情報—市場統計資料，2016年起將以在電影法基礎下所建立的全國票房統計機制為主

## （二）國內電影觀影人次

2015年國內平均每人每年觀看約1.46部次電影，為近五年來新高。就各影片來源顯示，國片觀影人次平均每人每年約0.17部次，港陸影片維持與2014年相同的平均每人約0.03次，其他外國電影則是增加到平均1.26部次。

表1-3、2011年至2015年國內人均觀影次數估算

單位：部次

	國片	港陸影片	其他外國影片	總計
2011年	0.26	0.12	1.00	1.38
2012年	0.16	0.05	1.00	1.21
2013年	0.19	0.04	1.07	1.30
2014年	0.15	0.03	1.09	1.28
2015年	0.15	0.03	1.09	1.28

註：國內人均觀影次數＝（台北市觀影人次＊2）／全國人口數

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

### （三）近五年國片審議分級之數量

自2015年6月電影法修正後，電影片由以往的核定准演改為審議分級制。2015年國片通過審議分級之數量，含劇情片、短片及紀錄片，總計94部，較2014年增加，其中短片與紀錄片之數量較2014年明顯成長。細分影片來源，2015年僅其他外國影片通過審議分級數量稍微減少，國片、港陸影片皆較2014年稍微增加。

表1-4、2011年至2015年國片、港陸影片暨其他外片審議分級數

單位：部次；%

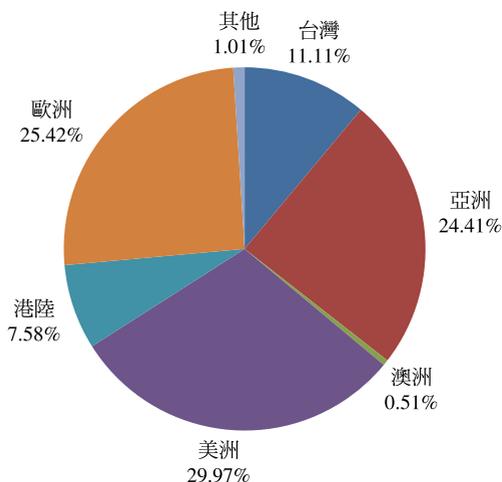
年度		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	
國片	劇情片	部數	44	47	55	41	42
		比重	8.92%	9.23%	8.81%	6.23%	6.19%
	短片與紀錄片	部數	21	29	30 (短片)	22 (短片)	31 (短片)
		比重	4.26%	5.70%	4.81%	3.34%	4.57%
	非國產片（原產地中華民國）	部數	-	-	16 (紀錄片)	13 (紀錄片)	18 (紀錄片)
		比重	-	-	2.56%	1.98%	2.65%
香港影片	部數	-	-	-	-	3	
	比重	-	-	-	-	0.44%	
香港影片	部數	27	32	42	21	29	
	比重	5.48%	6.29%	6.73%	3.19%	4.27%	

年度		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
大陸影片	部數	10	10	8	10	14
	比重	2.03%	1.96%	1.28%	1.52%	2.06%
其他外國影片	部數	391	391	473	551	542
	比重	79.31%	76.82%	75.80%	83.74%	79.82%

資料來源：台灣電影網之產業情報—市場統計資料

#### (四) 2015年國內上映外片來源地區

2015年國內院線電影仍以歐洲與美國電影為多數，總計有329部，其中美洲為178部，較2014年的183部減少5部，歐洲則為從2014年的111部增加至151部，歐洲電影數量占比也因此較為提升。而台灣電影上映數量方面，2015年上映國片數量占比為11.11%，較2014年的10.89%增加0.22%。



註：因影展上映之電影依主題性劃分，其影片來源多元，無法列入單一國家，故列入其他國別

資料來源：台北市影片商業同業公會

圖1-7、2015年國內上映電影之來源地區比重

### （五）2015年臺北市電影票房前五名之影片

2015年台北市電影票房前五名中，《侏羅紀世界》以2.78億元排名第一，第二、三名皆為好萊塢系列電影《玩命關頭7》、《復仇者聯盟2：奧創紀元》，前三名的台北市票房皆超過2億元，打破2014年的票房紀錄。2015年排入台北市票房前五名的國片僅有《我的少女時代》1部。綜觀而言，2015年有多檔好萊塢系列電影、英雄動作片推出，藉此吸引觀眾進戲院觀賞。

表1-5、2015年台北市電影票房收入前五名

排名	影片名稱	票房人次	票房收入（新臺幣/元）
1	侏羅紀世界	1,052,409	277,907,888
2	玩命關頭7	997,702	257,193,084
3	復仇者聯盟2：奧創紀元	797,399	204,249,883
4	我的少女時代	673,202	159,001,165
5	不可能的任務：失控國度	608,440	149,491,345
6	金牌特務	528,183	131,160,538
7	蟻人	500,965	127,735,969
8	小小兵	465,213	113,904,751
9	高年級實習生	466,265	111,531,978
10	加州大地震	324,659	81,206,672
11	移動迷宮：焦土試煉	320,681	77,762,194
12	007：惡魔四伏	302,389	73,582,937
13	星際大戰七部曲：原力覺醒	268,397	73,150,432
14	絕地救援	297,099	72,929,414
15	腦筋急轉彎	288,872	70,049,157

資料來源：台北市影片商業同業公會

### （六）2015年臺北市國片票房收入

2015年國片在台北市電影票房前三名分別是《我的少女時代》、《大囍臨門》、《追婚日記》。《我的少女時代》是以1990年代為背景的學生校園愛情電影，片中復古的場景及穿著，帶領觀眾重溫當時年代的時空背景。另外，該部電影係由華聯國際投資並

發行，藉由旗下秀泰及國賓的影城資源，擁有不錯的場次安排。

《大囍臨門》則是以兩岸合資合製的方式進行拍攝，希望透過此方式將本土喜劇型國片帶進中國大陸市場。

《追婚日記》則屬於原產地為中華民國之非國產電影片，由中國大陸出資拍攝，台灣導演及台灣演員參與拍攝工作。由於內容題材貼近女性觀念，探討女性在愛情糾葛與職場競爭等面向。

另外，《紅衣小女孩》則是改編自鄉野靈異事件，在上映首周即獲得不錯的票房，打破《厲陰宅》、《詭絲》等恐怖片紀錄，創下10年來台灣恐怖片最賣座的新紀錄。

表1-6、2015年國片台北市電影票房前十名之影片

影片名稱	票房人次	票房收入（新臺幣／元）
我的少女時代	673,202	159,001,165
大囍臨門	239,338	55,706,056
追婚日記	118,812	28,571,668
紅衣小女孩	109,466	26,017,577
刺客聶隱娘	97,674	22,240,258
角頭	93,508	22,185,063
灣生回家	62,227	13,729,877
剩者為王	53,692	12,827,725
鐵獅玉玲瓏2	38,722	8,869,363
234說愛你	36,272	8,531,495

資料來源：台北市影片商業同業公會

### 三、我國電影製作分析

#### （一）電影製作成本

2015年國片之平均製作成本為5,146萬元，扣除與他國合作影片，國片平均製作成本為3,054萬元。整體而言，國片平均製作成本較2014年減少。

2015年國片製作規模，劇情片以3,000萬～5000萬之間為主（占32.43%），如《百日告別》、《艾琳娜》等；紀錄片製作成本則多集中在500萬元以下（占63.16%），而如《阿罩霧風雲II—落子》、《灣生回家》、《沖天》等製作成本超過千萬。

表1-7、2013年至2015年國片不同製作規模之部數占比

	2013年	2014年	2015年
小型國片（製作成本6,000萬新臺幣以下）	64.10%	76.47%	75.00%
中型國片（製作成本6,000萬～1億新臺幣）	17.95%	8.82%	10.71%
大型國片（製作成本1億新臺幣以上）	17.95%	14.71%	14.29%

註：部數占比=小型（或中型、大型）國片部數／總盤點部數

資料來源：台灣經濟研究院整理

表1-8、2015年國片製作規模概況

	劇情片與動畫片比重	紀錄片比重
500萬以下	0.00%	63.16%
500萬～1,000萬元以下	2.70%	21.05%
1,000萬～3,000萬元以下	21.62%	5.26%
3,000萬～5,000萬元以下	32.43%	10.53%
5,000萬～6,000萬元以下	5.41%	0.00%
6000萬～1億元以下	16.22%	0.00%
1億元以上	21.62%	0.00%

資料來源：台灣經濟研究院整理

2014年及2015年輔導金已無進行旗艦型影片或策略型影片<sup>3</sup>的評選，惟於2014年上映的《痞子英雄：黎明再起》與2015年上映的《風中家族》，分別於2013年及2010年獲得旗艦組輔導金，故為符合一致性，2014年與2015年國片平均製作成本，仍另外呈現排除旗艦型影片與合拍片之平均製作成本。

<sup>3</sup> 依據文化部影視及流行音樂產業局102年旗艦組及策略組國產影片補助要點，影視及流行音樂產業局為輔導兼具文化藝術與商業價值，並鼓勵跨國合作拓展國際市場，總製作成本在新臺幣六千萬元以上之國產電影長片可申請策略型補助，而總製作成本在新臺幣一億元以上之國產電影長片可申請旗艦型補助。

表1-9、2011年至2015年台灣電影平均製作成本

		平均製作成本（新臺幣萬元）
2011年	全部	4,791
	排除旗艦及策略型	3,769
	排除旗艦及策略型、跨國合作	2,064
2012年	全部	6,359
	排除旗艦及策略型	4,339
	排除旗艦及策略型、跨國合作	3,204
2013年	全部	5,737
	排除旗艦及策略型	5,230
	排除旗艦及策略型、跨國合作	4,070
2014年	全部	6,111
	排除旗艦及策略型	4,879
	排除旗艦及策略型、跨國合作	3,962
2015年	全部	5,146
	排除旗艦及策略型	4,948
	排除旗艦及策略型、跨國合作	3,054

資料來源：台灣經濟研究院整理

國片細部成本結構方面，以現場拍攝人事費用占比最高，占43.37%，開發階段的故事版權或編劇費用部分，占比為3.01%，較2014年些微提升，但整體比重仍然偏低。

表1-10、2011年至2015年國片細部成本結構

單位：%

時間	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年		
製作流程	占比										
開發	故事版權/ 編劇費用	6.00%	6.00%	2.00%	2.00%	4.00%	4.00%	2.51%	2.51%	3.01%	3.01%
製作與 拍攝	現場拍攝人 事費用	64.00%	23.00%	83.00%	21.00%	77.14%	42.00%	72.94%	44.45%	77.38%	43.37%
	硬體及設備 費用		20.00%		34.00%		16.29%		11.44%		15.00%
	服裝及道具 費用		6.00%		20.00%		12.14%		7.86%		9.69%
	製作期間雜 支費用		15.00%		8.00%		6.71%		9.19%		9.32%
後製	沖印、剪輯 及錄音費用	30.00%	27.00%	15.00%	10.00%	18.71%	8.57%	24.54%	8.32%	19.61%	11.19%
	2D視覺特 效費用		-		-		2.00%		0.79%		2.91%
	3D視覺特 效費用		-		-		4.00%		8.84%		2.66%
	後製期間雜 支		3.00%		5.00%		4.14%		6.59%		2.84%
總計		100%		100%		100%		100%		100%	

資料來源：台灣經濟研究院整理

## (二) 台灣電影跨國合作情形

2015年上映國片中，跨國合作的部數為20部次，占該年度總上映部數的30.3%，其中6部為與中國大陸合作之電影、2部與香港合作、3部與日本合作、3部為中港台合作、1部為中日台合作、1部為中國大陸、香港及韓國合作、1部為中國大陸、香港、日本及法國，其餘3部則是與其他國家合作，整體總數量較2014年增加10部。

表1-11、2011年至2015年跨國合作影片數量之比重

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	總計
該年度跨國合作影片之上映部數	11	12	9	10	20	62
該年度國片總上映部數	36	51	56	54	66	263
上映之跨國合作影片比重	30.6%	23.5%	16.1%	18.5%	30.3%	23.6%

註：1.該年度國片總上映部數係包括影展、跨年度上映、重複上映之影片

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

資料來源：台灣經濟研究院整理自台灣電影網、台北市片商公會

近年我國國片跨國合作之國家仍以中國大陸為主，合作模式除純資金投資外，亦有是由台灣演員參與演出或台灣導演的合作模式，如《勝者為王》、《追婚日記》。另外，《刺客聶隱娘》因製作預算較高，在尋求資金挹注的時候，即與法國代理商接洽尋求投資資金，也因侯孝賢導演於國際的知名度，以及投資者對故事題材、類型接受度，順利於電影開拍前即取得投資資金，並協議該部電影之後的歐洲版權交由該法國公司處理，類似版權預售的概念。

另外，3部與日本合作的國片，除演員參與演出的《沙西米》外，《南風》係由日本電影公司Dream Kid與台灣業者共同出資製作，並與交通部觀光局合作，全片90%在台灣取景拍攝。另一部《屍憶》則是邀請日本經典恐怖片製作人來擔任該部電影的監製，並與台灣年輕導演與團隊共同合作，以恐怖電影嘗試突破國片的類型。

表1-12、2015年上映國片跨國合作名單

	中文片名	合作國家	出品國
1	台北工廠I	南韓、法國、智利、伊朗	台灣
2	台北工廠II	義大利	台灣
3	重返20歲	中國大陸、香港、韓國	台灣、韓國、中國大陸
4	大囍臨門	中國大陸	台灣、中國大陸
5	台北夜遊團團轉	香港	台灣（註2）
6	念念	香港	台灣
7	沙西米	日本	台灣
8	滿月酒	美國、中國大陸	台灣、中國大陸、美國
9	風中家族	中國大陸	台灣
10	我的少女時代	中國大陸	台灣、中國大陸
11	青田街一號	中國大陸	台灣
12	屍憶	中國大陸、日本	台灣
13	刺客聶隱娘	中國大陸、香港、法國、日本	台灣、香港、中國大陸
14	落跑吧愛情	中國大陸、香港	台灣、香港、中國大陸
15	南風	日本	台灣
16	灣生回家	日本	台灣
17	234說愛你	中國大陸	台灣
18	剩者為王	中國大陸、香港	中國大陸（註2）
19	追婚日記	中國大陸	中國大陸（註2）
20	我們全家不太熟	中國大陸	台灣

註：1.《我們全家不太熟》上映日期為2015年12月31日

2.臺灣電影網無《台北夜遊團團轉》、《剩者為王》與《追婚日記》出品國資料，其出品國資料取自開眼電影網

資料來源：台灣經濟研究院整理；出品國資料來源為臺灣電影網

## 四、我國電影發行

### （一）國內發行商票房市占率

2013年至2015年國內整體票房市占率前五名皆是好萊塢片商，前五名家總市占率為70.92%，為近三年來比重最高。環球取代博偉拿下2015年市佔率第一，主要是因為台北市票房冠亞軍的《侏羅紀世界》及《玩命關頭7》皆由環球所發行。

至於在本土發行商的表現，由秀泰、國賓及大魯閣組成的華聯國際，從2014年開始布局投資電影製作與發行，為台灣首家整合電影製作、發行及電影院通路的公司。2015年發行多部國片，其投資製作與發行的《我的少女時代》為國片台北市票房第一名，其餘如《夢想海洋》、《大囍臨門》、《落跑吧愛情》、《滿月酒》、《缺角一族》、《沙西米》、紀錄片《有任務的旅行》等等，使其拿下2015年本土發行商市占率最高，其是繼威視電影之後，國內較具規模的電影發行商。

表1-13、2011年至2015年國內發行商台北市票房市占率

單位：%

	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年	
	發行商	市佔率	發行商	市佔率	發行商	市佔率	發行商	市佔率	發行商	市佔率
1	派拉蒙	20.45%	博偉	24.61%	博偉	21.39%	博偉	15.52%	環球	20.17%
2	博偉	17.04%	福斯	16.35%	華納	13.56%	華納	15.13%	博偉	17.80%
3	福斯	14.24%	華納	12.18%	環球	11.80%	福斯	13.70%	福斯	14.70%
4	華納	12.06%	環球	11.72%	福斯	8.88%	派拉蒙	10.11%	華納	11.61%
5	中藝	9.33%	威望	6.50%	派拉蒙	8.26%	環球	7.49%	派拉蒙	6.64%
6	威望	6.38%	派拉蒙	3.79%	龍祥	7.77%	威視	7.14%	華聯	5.32%
7	環球	5.75%	龍祥	3.30%	威望	3.83%	龍祥	6.39%	龍祥	3.86%
8	龍祥	4.47%	威視	3.14%	柏合麗	3.24%	威望	3.32%	甲上	3.40%
9	山水	2.08%	甲上	2.54%	牽猴子	2.80%	原子 映象	2.44%	威視	2.55%
10	青睞	1.35%	紅豆	2.07%	影一	2.75%	安邁進	2.04%	英屬威望	2.45%
	其他	6.86%	其他	13.80%	其他	15.72%	其他	16.73%	其他	11.49%
	總計	100%	總計	100%	總計	100%	總計	100%	總計	100%

註：1.2014年資料顯示安邁進為電影發行商，但藉由該部影片之演職人員表，發現安邁進仍以電影製作為主，故其所製作仍交由專職電影發行商發行，故《等一個人咖啡》之發行商為威視

2.2013年資料顯示柏合麗與影一為電影發行商，但本研究透過業者訪談發現，上述二者仍以電影製作為主，其所製作之電影仍交由專職電影發行商發行。此二家電影製作公司於2013年合作的電影發行商皆為華納兄弟

資料來源：台北市影片商業同業公會

## （二）國內國片製作兼發行情形

近五年上映國片中，製作兼發行的比例約為26%，2014年數量為7部，是近年最少，2015年則有13部，占當年度總上映部數的19.70%。

表1-14、2011年至2015年國內國片製作兼發行情形

單位：部；%

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	總計
製作兼發行部數	16	18	14	7	13	68
總上映部數	36	51	56	54	66	263
製作兼發行佔總上映部數之比重	44.44%	35.29%	25.00%	12.96%	19.70%	25.86%

註：1.各年度國片總上映部數係包括影展、跨年度上映、重複上映之影片。重複上映是指非於當年度首次於電影院播映，即指再次上映

2.經查《到不了的地方》在臺灣上映日期為2014年5月23日，故將其修正列於2014年度中，追溯調整2013年製作兼發行部數為14部次

資料來源：臺灣電影網，台灣經濟研究院整理

## 五、我國電影海外行銷概況

### （一）出口概況

2015年電影產業出口值推估為新台幣6.3億元，較2014年大幅成長143.75%，其中發行業出口值在2014至2015年增加506.49%，主因於《我的少女時代》在海外市場表現不錯，如中國大陸、香港等皆有好的票房表現。另外，如《KANO》2015年度在日本上映時，共獲得1.4億日圓的票房，表現突出。電影後製業2015年出口成長165.26%，主因於部分類型的國片，對於後製、特效的運用有所提升，因此部分國內後製、特效業者開始承接外國影片、遊戲、動漫等業務，且服務客戶除國內業者外，亦有國外客戶，使得後製、特效業出口值較2014年大幅提升。

表 1-15、2012年至2015年國內電影出口值

單位：新台幣億元；%

	2012年	2013年	2014年	2015年	2014年至2015年變動率
電影製作	1.168	1.354	1.409	3.247	130.45%
電影後製	0.035	0.044	0.095	0.252	165.26%
電影發行	0.077	0.167	0.462	2.802	506.49%
電影映演	0.000	0.000	0.621	0.000	-100.00%
合計	1.280	1.565	2.585	6.301	143.75%

資料來源：財政部財政資訊中心，台灣經濟研究院估算

## （二）國際影展市場展活動參與度

2015年國片參與國際市場展共有286部次，較2014年些微減少1.04%，輔導參加國際電影市場片商則增至153家次，而在入選國際影展電影部次及榮獲國際影展之部次，皆較2014年增加。2015年國片榮獲國際影展獎項共計17個，侯孝賢導演《刺客聶隱娘》獲得一級影展的坎城影展最佳導演獎，是繼2013年《郊遊》之後，另一個獲得一級影展獎項的國片。

另外，2015年國片參與國際市場展情況較2014年微幅減少，但近三年整體國片參與市場展數量仍維持在280部次至290部次之間。由於近期國內電影業者投入國片製作趨緩，且部分電影加入國內在地文化元素易產生文化隔閡，再加上受到國片在台票房表現以及主創人員的國際知名度等因素，因而影響片商攜帶國片參加國際電影市場展之數量與成績。

表1-16、2011年至2015年台灣電影於國際影展市場展活動參與度

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2014至 2015年變動率
參與國際市場展國片部次	206	244	294	289	286	-1.04%
輔導參與國際市場展片商家次	80	122	138	122	153	25.41%
入圍入選國際影展國片部次	122	96	86	86	88	2.33%
榮獲國際影展獎項部次	23	35	31	16	17	6.25%
輔導參與國際影展國片人次	51	60	53	56	49	-12.50%
每家片商平均攜帶至市場展之影片數量	2.57	2.00	2.13	2.37	1.87	-21.1%

資料來源：台灣經濟研究院整理自臺灣電影網

表1-17、2015年國片獲選國際影展獎項

月份	影片名稱	參加影展	榮獲獎項	總計
2月	迴光奏鳴曲	法國費索爾亞洲國際影展	國際評審團大獎、影評人獎、女主角（陳湘琪）特別獎	3個
	星球上的樂園	日本松本映畫祭	商店街映祭第2名	1個
3月	行動代號：孫中山	2015大阪亞洲電影節	最佳影片獎、最佳觀眾票選獎	2個
4月	相愛的七種設計	休士頓國際影展	最佳影片獎	1個
5月	刺客聶隱娘	法國坎城影展	最佳導演獎、坎城影展會外「電影原聲帶獎」	2個
	原來，你還在	韓國光州電影節	評審團獎	1個
6月	愛情的盡頭	菲律賓國際影展	評審團特別獎	1個
9月	學習的理由	2015年亞美國際影展	青年觀點獎	1個
10月	書店裡的影像詩	2015關島國際電影節	最佳紀錄片短片評審團大獎	1個
	五星級魚干女		最佳影片獎	1個
11月	小孩	夏威夷國際影展	最佳亞太電影獎	1個
	刺客聶隱娘	2015澳洲亞太電影獎	最佳攝影	1個
	百日告別	第19屆愛沙尼亞塔林黑夜國際電影節	天主教人道主義精神獎	1個
總計				17個

資料來源：臺灣電影網

## 六、電影產業人力概況

### (一) 電影產業就業人數

2015年整體電影產業就業人數為4,893人，較2014年成長9.00%。在各產業環節之電影就業人數中，僅電影製作業衰退1.72%，其餘業別均呈現成長之趨勢。

表1-18、電影產業就業人數

單位：人、%

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2014至2015年 成長率
電影製作	468	478	488	408	401	-1.72%
電影後製	407	394	405	417	429	2.88%
電影發行	368	374	370	385	427	10.91%
電影映演	3,079	3,166	3,215	3,279	3,636	10.89%
總計	4,322	4,412	4,478	4,489	4,893	9.00%

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

資料來源：台灣經濟研究院

### (二) 國片製作人力聘任型態

2015年上映之國片製作人力之聘任型態，以專案形式合作的人才仍為主要人力，如專業技術人才（如導演、製片）的自營作業者占42.88%，兼職人員占29.66%，正式員工僅占26.36%，顯示國片在拍攝時期中需大型人力支援，但在非拍攝期間，僅需少數人力維持公司基本營運即可。

表1-19、2015年國片製作人力聘任型態

員工型態	正式員工	自營作業者	兼職人員	其他
比例	26.36%	42.88%	29.66%	1.10%

資料來源：台灣經濟研究院整理自回收問卷

## 1. 編劇人才

觀察近五年我國上映國片之導演兼任編劇的情形，整體約是56.62%，不過比重自2011年逐年下降。2015年共有24部導演兼任編劇的國片，其中11部電影完全由導演兼任編劇，無其他編劇共同參與，另有13部除導演以外，還有其他編劇參與共同創作。導演兼任編劇的比例高多是因為國內電影較偏向導演制，作為創意發想的導演，會由自己初步撰寫故事大綱，再尋找其他編劇來共同撰寫。

表1-20、2011年至2015年國片導演兼任編劇情形

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	總計
導演兼任編劇之部數	21	25	30	24	24	124
盤點電影之部數	29	45	49	40	56	219
比重	72.41%	55.56%	61.22%	60.00%	42.86%	56.62%

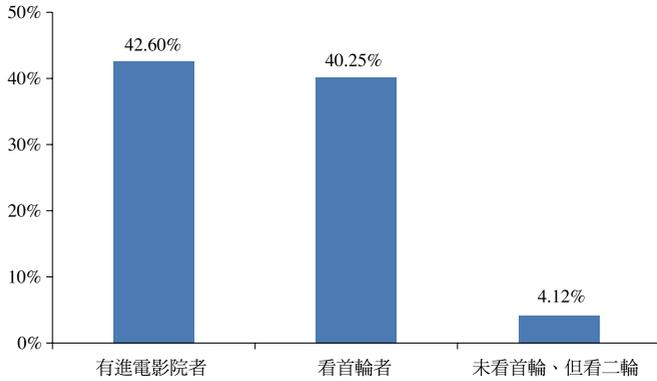
註：盤點電影之部數，排除重複上映、跨年度上映之電影片

資料來源：台灣經濟研究院盤點整理

## 七、電影消費行為概況

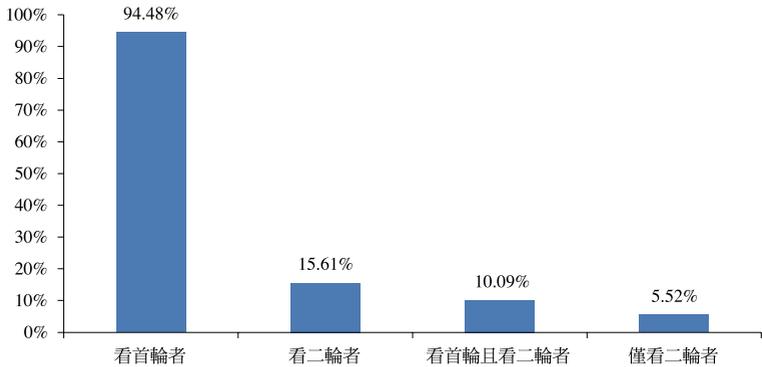
### (一) 首輪電影觀看概況

本研究於2016年8月針對年滿15歲以上之國內消費者進行電影消費狀況調查。根據調查結果顯示，過去一年中有42.60%的民眾曾前往電影院觀看電影，其中觀看首輪電影的民眾占比為94.48%，有15.61%的民眾看過二輪電影。即使線上影音內容與行動裝置等娛樂選擇越來越多，國內民眾前往電影院觀賞電影比例仍高，屬於民眾社交休閒活動的選擇之一。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-8、民眾近一年至電影院觀看的比例

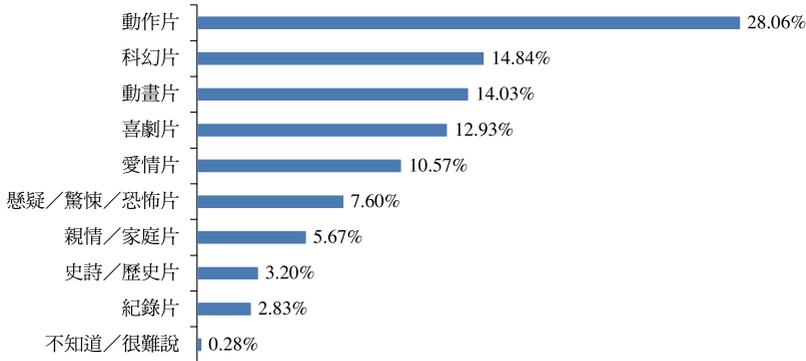


資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-9、民眾近一年至電影院觀賞電影片之首輪及二輪選擇

## （二）觀看首輪電影片之影片類型

觀看首輪電影片的类型分布方面，以動作片比例最高，占28.06%，其次為科幻片14.84%與動畫片14.03%，主要與2015年暑假檔期的好萊塢動畫片表現不俗有關。

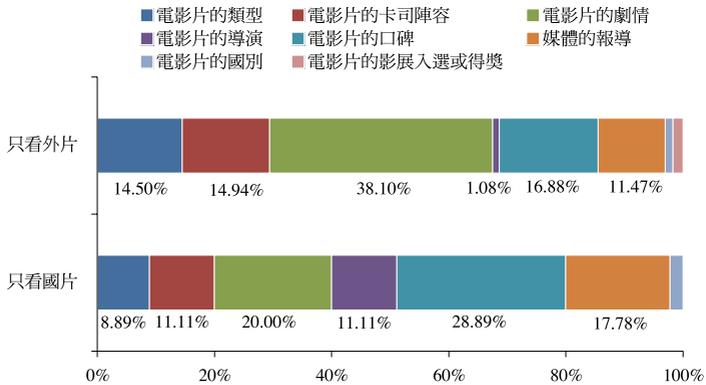


資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-10、觀賞首輪電影民眾之電影類型

## （三）選擇進電影院觀看首輪電影片之考慮因素

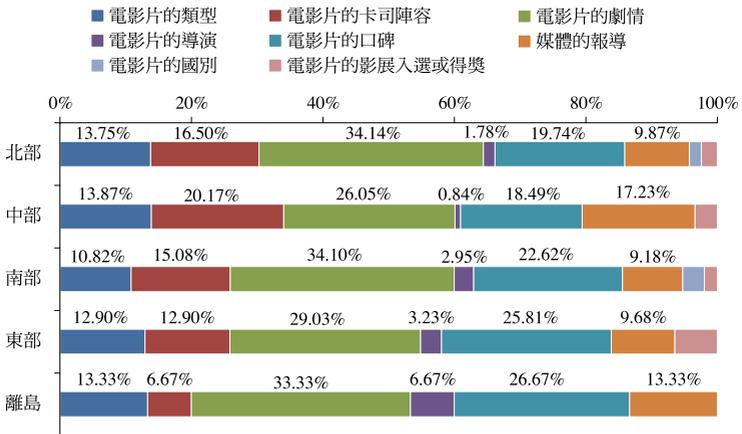
觀看首輪電影的考量因素方面，觀賞外片的民眾，主要考量因素是「電影片劇情」，占比38.10%，其次是「口碑」，再來則是「類型」與「卡司陣容」。相較之下，觀賞國片的民眾，最主要考量的因素則是「口碑」，是因為目前國片的品質不一，因此民眾在選擇上，多會參考前人口碑，占比近29%，其次才是「劇情」、「媒體相關報導」，而且國片導演對民眾來說，相較外片，也是另一明顯的考量因素。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-11、民眾至電影院選擇觀看首輪國片與外片的考量因素

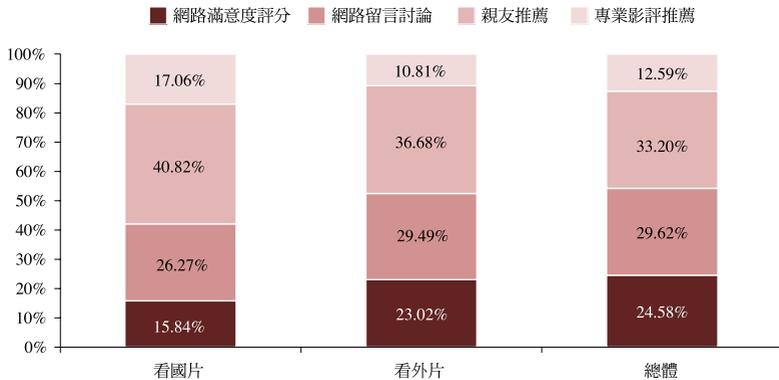
不同區域民眾選擇觀看首輪電影片的考量因素以電影片劇情及口碑為主。不過中部地區的民眾，重視卡司陣容及媒體報導的比例較其他地區高。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-12、不同區域民眾至電影院選擇觀看首輪電影片的考量因素

至於口碑來源，網路相關口碑包括網路滿意度評分（如IMDB、Yahoo電影滿意度評分等）與網路社群的留言討論，不論是國片或外片皆以網路討論與評分占比最高。不過，觀看國片民眾的參考口碑來自專業影評推薦及親友推薦比例較外片高。



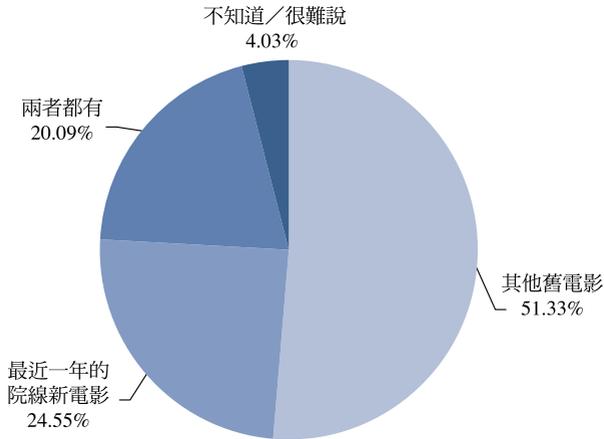
資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-13、國片與外片電影口碑來源

#### （四）透過網路裝置觀看電影概況

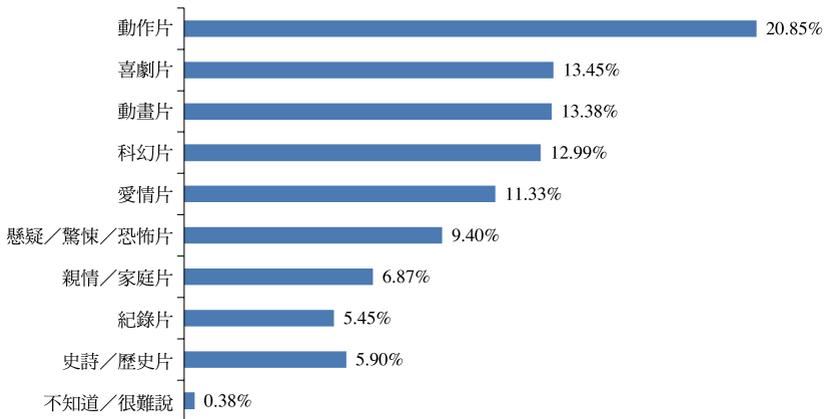
##### 1. 觀看比例與電影類型

根據調查，國內民眾過去一個月透過網路觀看電影的比例為22.76%，而平均觀看部數為8.85部次，而透過網路觀看院線新電影的比例為24.55%。而在觀看類型方面，「動作片」比例最高，為20.85%，其次是「喜劇片」與「動畫片」，分別占13.45%與13.38%。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-14、最近一個月民眾透過網路裝置觀看的院線電影的比例



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-15、最近一個月民眾過網路裝置觀看電影的類型

## 2. 透過網路裝置觀看電影的因素

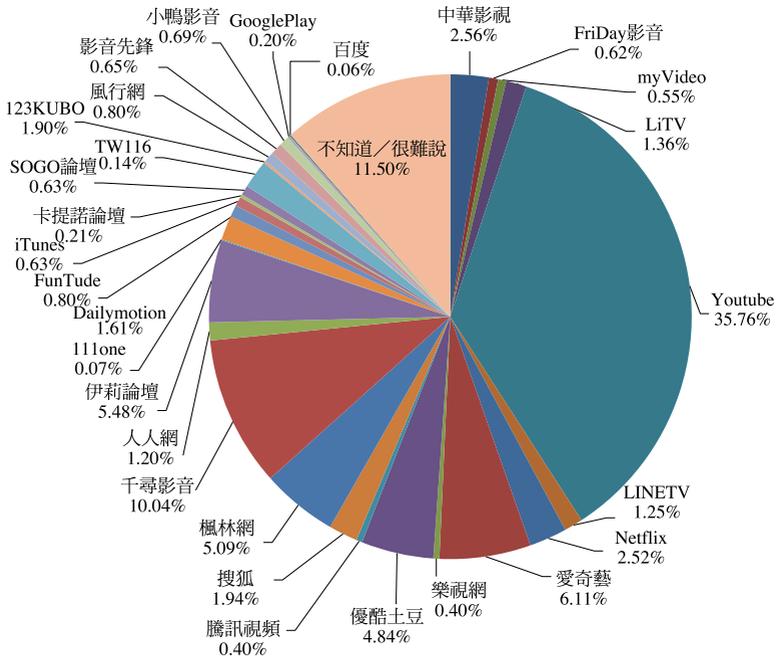
民眾選擇透過網路裝置觀看電影的因素，超過五成民眾認為「網路看影片，較不受限制，隨時想看就可以觀看」，其次則是因為「透過網路觀看電影片不須花錢」。進一步了解透過網路裝置觀看付費電影片的情形，付費觀看的民眾占透過網路裝置觀看電影片的人次比例為7.77%，不超過一成，加上從民眾觀看的網路平台，可發現以免費平台、國外或中國大陸平台占多數，如Youtube、千尋影音、愛奇藝等，顯示國內民眾付費觀賞線上電影片的風氣仍有努力空間。

另外，近期因國內外OTT平台興起，對觀眾觀影習慣亦有所影響，如縮短大螢幕與小螢幕的窗口期，表示一部新的電影上映數週後，即可至OTT平台上觀看，因此當電影片的內容不具有足夠吸引力之下，消費者並不會想額外花費數百元至戲院觀看影片，而是選擇在家使用OTT平台觀看即可。



資料來源：台灣經濟研究院整理

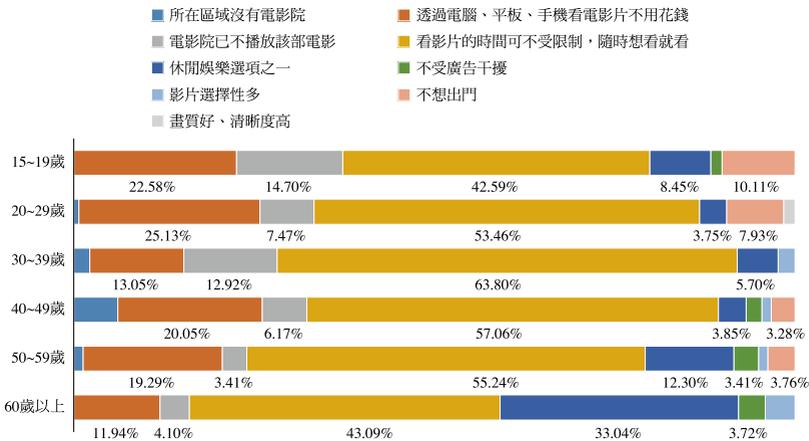
圖1-16、民眾透過網路裝置觀看電影的因素



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-17、民眾過網路觀看電影的平台

進一步觀察不同年齡層民眾，最近一個月透過網路裝置觀看電影的原因，60歲以上的民眾將透過網路觀看電影片做為休閒娛樂選項之一的比例高於其他年齡族群。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖1-18、不同年齡層透過網路裝置觀看電影之因素

### 第三節 台灣電影產業發展趨勢

#### 一、產製及映演面

##### (一) 製作成本降低，資金投入趨向保守

2015年全部國片平均製作成本為5,146萬元，扣除旗艦及策略型之國片、跨國合作片之後，國片之平均製作成本為3,054萬元，較2014年減少22.92%。由於2015年多部跨國合作片之製作成本在6,000萬以上，屬中型、大型製作規模，因此扣除旗艦及策略型、跨國合作片之後，台灣自製的電影製作資金反而縮減。加上據訪談業者及座談會中業者均表示，未來在中國大陸市場的不確定性及風險提高之下，不論是國片或合拍片的資金投入上會更趨向保守。

## （二）國片製作所需人力減少

2015年整體來說電影製作平均所動用人力較為縮減，尤其製作成本一億元以上的大型國片所用人力減少最多，主要是因為相較2014年《痞子英雄：黎明再起》因爆破、武術指導、特效等投入800多人的大人力規模，2015年大型國片的人力規模約400~500人左右，造成2015年大型國片所動用人力減少的情形。另外，小型國片方面，則是因2015年上映紀錄片數量較2014年增加，而紀錄片所需人力較少，連帶使得2015年小型國片之平均動用人力較為減少。

## （三）國片製作模式改變，產業聯盟合作，資源整合

由於我國電影公司多為中小企業，無足夠資金能同時製作或處理多部電影，因此近兩年國內電影業者出現產業聯盟的製作模式，透過資源整合，優化我國電影產業的結構，藉以帶動國片的質與量。

凱擘影藝透過投資國內影視製作者晴天影像，進行具主題性的電影與電視電影的影視企劃，即《台北愛情捷運系列電影》，並提供凱擘集團的相關資源，如頻道、OTT等通路；威視、華聯國際等，由映演業踏入發行業再投製電影，透過垂直整合，提供製作端來自市場端的資訊與判斷。

華文創則結合創投資本，從上游開發、製作到宣傳、國內發行均有長期合作的團隊，運用專業化、系統化的操作模式進行專案的規劃，其目標在於整合產業鏈上下游資源，有助於專案在開發企劃階段，就能掌握市場觀點並規劃宣傳發行。另外，可透過創投業者，結合旗下投資公司的資源，提供業者跨產業的資源。

## （四）國片製作缺乏完善的流程規劃

近年因好萊塢片商挾帶發行影片數量之優勢，加上其多提早規畫相關影片檔期，而映演業者在降低營運風險為前提考量的情況之

下，較容易將相關檔期保留給好萊塢片。而國片部分，據本研究訪談業者表示，目前多數國片在產製階段無暇或沒有能力找到合作的發行、宣傳業者，多半是拍攝完成後才會提供給發行商進行排片或行銷，僅少數大型國片，在產製初期就有完整的流程規劃，如上映檔期、行銷管道等。

### （五）恐怖類型國片突圍

2015年出現過去少見的恐怖類型國片，如《紅衣小女孩》、《屍憶》，以及混和黑色喜劇、愛情、懸疑／驚悚等元素的《青田街一號》，其中《紅衣小女孩》全台票房約8,200萬，打破經典恐怖片《厲陰宅》的開片紀錄，創下近十年來最賣座台灣恐怖片的紀錄，此外入圍韓國富川奇幻影展創投項目、獲選為2015金馬國際影展閉幕片，以及獲第53屆金馬獎四項提名，不論是海內外票房、影展表現都相當出色。

### （六）IP開發，發展作品及延伸商業模式

據訪談了解，目前部分製作者，在企劃開發時，即以內容IP發展為核心，來規劃整體資源配置，並且以IP為中心的概念，延伸應用也配合作品產製腳步搭配推出，如《紅衣小女孩》結合密室逃脫的活動。

## 二、人力供需面

### （一）各類關鍵人力缺乏實作機會，人才出現斷層

根據訪談了解，許多劇本初稿或電影企劃具有潛力，除了缺乏嚴謹且周全的前端作業，導致開拍後到作品完成，可能與當初企劃或劇本初稿有很大的落差，甚至導致票房不甚理想之外，業者表示，即使提出完整企劃並獲得政府輔導金的電影也會有落差。雖然好萊塢影片也不全然都成功獲得票房回收，但針對國內風險較高的

現象，業者解讀為國內練兵的機太少，使得企劃製作對不同片型的掌握度低，因而影響執行面的實際產出。

表1-21、電影產業專業人才供需調查

	供需現況		招募程度		年資需求	有海外人才需求
	供過於求	供不應求	數量(困難)	素質(困難)		
監製／製片	9.38%	40.63%	33.33%	41.38%	7.19	36.67%
編劇	13.33%	53.33%	40.00%	70.00%	4.56	32.14%
導演	32.26%	16.13%	20.00%	44.83%	7.28	28.57%
攝影	25.00%	12.50%	6.67%	20.00%	6.71	36.67%
燈光	15.63%	6.25%	0.00%	16.67%	5.34	23.33%
美術設計	10.34%	20.69%	14.29%	25.93%	6.24	25.93%
造型設計	22.22%	25.93%	15.38%	20.00%	5.50	26.92%
特殊化妝	10.71%	39.29%	40.74%	42.31%	4.81	23.08%
音樂	10.34%	24.14%	13.79%	31.03%	6.87	22.22%
收音	11.11%	25.93%	10.34%	17.24%	4.82	7.41%
演員	16.67%	33.33%	7.69%	34.62%	3.31	29.17%
跨平台數據收視分析	15.79%	42.11%	37.84%	41.67%	3.96	18.92%
社群經營人才	13.64%	34.09%	25.00%	34.88%	4.21	12.20%
2D-特效	25.00%	0.00%	36.36%	50.00%	4.14	23.81%
3D-特效	14.29%	33.33%	38.10%	50.00%	4.31	38.10%
動畫	22.73%	36.36%	31.82%	50.00%	4.00	23.81%
剪輯	25.00%	20.83%	12.50%	29.17%	3.50	17.39%
錄音	19.05%	23.81%	22.73%	33.33%	2.71	19.05%
調光	28.57%	23.81%	33.33%	38.10%	3.64	25.00%
國內發行星	10.53%	31.58%	21.05%	27.78%	4.43	12.50%
國外發行星	11.76%	52.94%	41.18%	43.75%	6.83	37.50%
現場售票人員	16.22%	21.62%	26.67%	14.29%	0.50	0.00%
財會人員	3.13%	9.38%	17.39%	27.27%	1.31	0.00%
公關／行銷人員	0.00%	15.38%	20.00%	27.78%	1.13	0.00%
網路消費行為分析人員	0.00%	21.74%	23.53%	26.67%	1.03	0.00%
現場售票人員	0.00%	28.57%	23.53%	26.67%	1.17	0.00%

資料來源：台灣經濟研究院整理自回收問卷

## （二）產學落差，出現人才銜接問題

由於目前部分電影科系之師資缺乏商業電影實務操作的經驗，雖然部分系所有開設實習課程，但其並非皆屬必修學分，且安排的時間多集中在暑假期間，使得學生多半無法充分了解產業概況。另外由於部分產業本身所提供的實習名額不多，又加上部分學校具有優先實習的優勢，導致學生學習的機會與效果皆不如預期，亦造成畢業生在就業上出現銜接問題。

另外，部分科系希望藉由引入相關業界教師、建立產學合作關係及開設實習課程，以填補相關缺口。但就現有制度上仍有許多障礙，如教師認證問題、薪資問題…等因此，在學校課程上的調整與業師引入的障礙是目前學校需突破之困境，促使未來學生能逐漸與產業接軌。

## （三）專業編劇人才

整體而言，不論是透過問卷調查或是深度訪談，業者均表示目前國內編劇人才供不應求的情況最為明顯。由於近年中國大陸的電影市場崛起，對於好劇本的需求提高，加上我國市場規模小，資金規模有限，在無形中亦限縮了編劇在劇本上的創意，使得部分有經驗的編劇轉往中國大陸發展。

另外，由於國內電影編劇多為仰賴共同或通識課程培養人才，但畢業生進入職場後所創作之作品，並未達到業者需求，加上各類型片型的實務產製機會不高，編劇亦無實地練兵機會，造成業界對於編劇人才以及劇本的需求一直無法獲得滿足，亦使得國內編劇人才上供不應求現象持續出現。

## （四）監製／製片

以往我國國片在拍攝上多由導演一人負責多項業務，但近期國內部分業者有感於電影專業分工對於整體產業發展的重要性，因此

多需要由監製／製片等專業人士進行相關拍攝流程之控管，讓導演得以專心進行影片的拍攝，藉以提升整體國片製作的品質。但目前國內並未有兼職／製片相關的培育機制，加上人才多需要透過長時間的累積實際經驗，因此目前國內在此部分人才較為不足及斷層的情況。

### 三、國內電影市場

#### （一）國外發行商市占率提升

據調查顯示，2015年整體台北市票房市占率前五名皆為好萊塢片商，總計有70.92%的票房市占率，惟近三年來比重最高，表示目前國內電影市場仍以國外發行商發行能力相對較高。

#### （二）國內發行業者投入製作端

近兩年國內發行業者如華聯國際、威視電影等，透過結合其映演資源（如華聯國際擁有國賓影城、秀泰影城；威視則為威秀影城轉投資之公司），成為國內較具規模之本土商業片發行商。並且透過第一線接觸消費者之觀察，投入製作端，提供製作者從市場面角度觀點之建議（如影片時長、劇本設計）。

#### （三）OTT平台對我國電影產業影響

近年由於OTT平台的興起，對於電影產業亦產生影響，以消費者而言，由於在影音平台上可觀看的國內外影視內容增加的情況下，要進入電影院觀看電影需要更強的誘因驅動，因此品質不夠好的影片將首先面臨到OTT的衝擊，使得未來電影票房可能更顯集中化。加上，因影音平台興起，平台業者間對於影視內容的競爭會更為激烈，且透過網路技術的普及，使得民眾觀看國內外內容更為方便，長期而言，將使電影院線與線上發行的時間縮短，使得消費者觀看電影的通路有所改變。

另外，2015年國內業者紛紛投入OTT及海外業者開啟台灣服務，近期部份海外OTT業者開始跨足投資創作電影，如Netflix、愛奇藝-網路大電影等，雖然國內尚無像美國或中國大陸平台業者投入電影的製作，但目前對國內製作者來說，是新的版權銷售通路，而且需求量很大的情況下，其實可以談到不錯的價錢，惟若是透過點擊次數拆分利潤，則可能面對點擊次數不夠透明的問題。

#### （四）透過網路裝置觀看電影片的平台以免費平台比例最高

根據調查顯示，民眾選擇透過網路裝置觀看電影片的因素，最主要是因為網路看影片，較不受時間與空間的限制，且網路觀看電影片並不須花錢（僅7.77%觀眾為付費）。進一步了解民眾觀看電影片的平台，發現仍以免費平台、國外或中國大陸平台為多數，如Youtube、千尋影音、愛奇藝等，顯示國內民眾付費觀賞線上電影片的風氣仍有努力空間。

#### （五）好萊塢外片競爭賀歲檔期

自2011年的《雞排英雄》、2012年的《陣頭》、2013年的《大尾鱸鰻》等本土影片，帶動國片在春節賀歲檔期的票房收入，均突破億元。然近兩年《金牌特務》、《死侍》等外片看準新春檔期的商機，排入賀歲檔期，使得近兩年賀歲國片在春節票房不如以往。

### 四、海外市場

#### （一）以引進片方式進入中國大陸市場的票房破近年紀錄

《我的少女時代》雖以引進片方式於中國大陸上映，但因華策影業的投資，協助其在中國大陸的宣傳與發行，加上台灣票房與口碑效應，成功創造出話題性與討論度，使該部電影打破台灣電影以引進片方式在中國大陸上映的紀錄。

## （二）台灣電影《KANO》於日本票房表現突出

2015年台灣電影（含跨國合作）在日本上映數量雖較2014年減少，但《KANO》於2015年在日本上映時，總計63個螢幕數播映，票房表現也最為突出，獲得1.4億日圓的票房。

## （三）於香港、星馬上映的台灣電影以喜劇、愛情為主，但紀錄片、類型電影仍有機會於首輪上映

在國內獲得不錯票房的紀錄片仍有機會於香港、新加坡電影院上映。另外，本土賀歲片雖有在星馬院線播映，但票房並沒有特別突出，反而是台灣偶像明星主演的電影，在星馬可以獲得不錯的迴響，由此看出明星效應在星馬電影市場的重要性。

## （四）國片海外發行資源有待集中

綜觀2015年國內片商攜帶至市場展之影片數量平均為1.87部，顯示國片國際版權販售或發行規模仍無法提升。對製作公司主要是希望能藉由參加市場展，直接推廣與銷售本身的電影，也藉此觀察海外市場的趨勢以回饋至本身的創作。另外，部分國內發行業者參與海外市場展的主要目的在於購片，並非以專門銷售臺灣電影的角色，加上由於台灣電影的內容多加入國內在地文化元素，因此容易因文化隔閡使得海外銷售受到影響。

## 第四節 目標市場概況

### 一、日本

近年在日本電影市場上，不論是日本電影或外國電影的發行數量皆自2010年逐年增加，惟於2015年出現減少的現象。而雖然日本電影發行數量仍較外片多，但兩者間的差距有縮小之情況，2015年日本電影與外片發行數量僅差26部次。

觀影人次方面，近五年呈現逐年增加，2015年共有1.666億的觀影人次，較2011年成長15.16%。在票房收入方面，2015年日本電影票房收入為1,204億日圓，較2014年微幅衰退0.25%，不過外片票房收入卻明顯成長了12.11%，總計有967億日圓。透過日本市場票房前十名的片單，2014年前十名有兩部美國電影，其中票房冠軍為動畫片《冰雪奇緣》，票房高達254.8億日圓，打破近年日本票房紀錄。到2015年前十名則有六部美國電影，票房冠亞軍分別是《侏羅紀世界》及《大英雄天團》，日本動畫片《電影版妖怪手錶》位居第三，其他前十名的電影還包括《小小兵》、《腦筋急轉彎》等好萊塢動畫片，顯示日本觀眾對於動畫片的喜愛。整體而言，日本國產電影票房市占率雖仍超過五成，但透過歷年數據資料顯示，日本觀眾對於外片接受比例愈來愈高，不論是發行數量或票房收入之間的差距已逐漸縮小。

表1-22、日本電影產業重要觀察指標

資料時間		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2011至 2015年 變動率	2014至 2015年 變動率
製作及 發行	國片發行數量	441	554	591	615	581	31.75%	-5.53%
	外片發行數量	358	429	526	569	555	55.03%	-2.46%
票房人數 及收入	總觀影人次（百萬人）	144.7	155.1	155.8	161.1	166.6	15.16%	3.43%
	總票房收入（億日圓）	1,811	1,951	1,942	2,070	2,171	19.81%	4.88%
	總票房收入（億台幣）	669	724	592	593	572	-	-
	國片票房收入（億日圓）	995	1,282	1,177	1,207	1,204	21.01%	-0.25%
	國片票房收入（億台幣）	367	475	359	346	317	-	-
	外片票房收入（億日圓）	817	670	766	863	967	18.42%	12.11%
外片票房收入（億台幣）	301	249	234	247	255	-	-	
映演場所 及收入	電影平均單價（日圓）	1,252	1,258	1,246	1,285	1,303	4.07%	1.40%
	電影平均單價（台幣）	462	467	380	368	343	-	-
	電影院螢幕數	3,339	3,290	3,318	3,364	3,437	2.94%	2.17%

註：匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算資料來源：Motion Picture Producers Association of Japan, Inc

## 二、中國大陸

2015年中國大陸電影市場總票房收入為440.69億元人民幣，較2014年成長51.81%，市場規模為全球第二，僅次於美國。其中，中國大陸國產電影之票房收入為271.36億元，較2014年大幅成長67.97%，占中國大陸電影總票房約62%。觀察本年度票房前十名的電影，中國大陸電影共有七部入榜，另三部為美國好萊塢電影。電影類型方面，中國大陸國產電影如《捉妖記》及《尋龍訣》屬於奇幻、驚悚類型，另外《夏洛特煩惱》則是改編話劇團的跨界作品成本的喜劇電影，外片則仍以好萊塢英雄、商業大片為主。

在國產電影製作數量方面，2015年中國大陸國產電影產製量為686部，較2014年成長11%，而上映數量也是成長，較2014年增加61部，上映部數占製作數量的比例提升到47%。

整體來看，自2014年起，中國大陸影視產業開始進入IP的發展期，如改編自網路小說、漫畫、遊戲等跨界作品。根據《2016年中國傳媒產業發展報告》統計，2015年各類IP改編的電影有36部，總票房達85.87億元人民幣，占2015年總中國大陸電影票房的19.5%，如網路文學改編的《九層妖塔》、《尋龍訣》、《左耳》，網劇衍生《煎餅俠》、《萬萬沒想到》、漫畫改編的《滾蛋吧！腫瘤君》，網路遊戲衍生的《洛克王國4：出發！巨人谷》，電視劇衍生的《咱們結婚吧》…等等。雖然近年IP改編在電影藝術或品質呈現上參差不齊，但中國大陸影視業者仍不斷挖掘IP的市場價值。

表1-23、中國大陸電影產業重要觀察指標

資料時間		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2011至 2015年 變動率	2014至 2015年 變動率
國片數量		558	745	638	618	686	22.94%	11.00%
上映國片數量		154	242	250	259	320	107.79%	23.55%
票房人數 及收入	總觀影人次(億人次)	6.38	4.71	6.17	8.30	12.60	97.49%	51.81%
	人均觀影次數	0.48	0.56	0.86	0.61	0.87	81.25%	43.39%
	總票房收入(億人民幣)	131.15	170.73	217.69	296.39	440.69	236.02%	48.69%
	總票房收入(億台幣)	598	801	1,046	1,465	2,258	-	-
	國片票房收入(億人民幣)	70.3	82.73	127.67	161.55	271.36	286.00%	67.97%
國片海外銷售額(億人民幣)		20.24	10.63	14.14	18.70	27.70	36.86%	48.13%
國片海外銷售額(億台幣)		92	50	68	92	142	-	-
映演場所 及收入	電影平均單價(人民幣元)	35.63	36.25	35.28	35.71	34.98	-1.82%	-2.04%
	電影平均單價(新台幣元)	162	170	171	177	179	-	-
	戲院家數	2,800	3,680	4,583	5,785	7,205	157.32%	24.55%
	電影院螢幕數	9,286	13,118	18,398	24,317	31,627	240.59%	30.06%
	數位螢幕數	8,393	12,225	17,505	23,424	n/a	384.88%*	33.81%**
3D螢幕數		5,355	9,500	12,607	13,448	n/a	565.74*	6.67%**

註：1.人均觀影次數為總票房人次除以城鎮人口

2.匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算

3.國片數量為中國大陸之劇情片產量

4.\*為2011至2015年變動率；\*\*為2014至2015年變動率

資料來源：2016中國電影產業研究報告、藝恩網

### (一) 國片於中國大陸市場之表現

2015年共有14部台灣電影於中國大陸上映，其中7部是以引進片的方式進入，7部是以合拍片等非引進片形式於中國大陸上映。

整體來說，以往在中國大陸上映之電影片，明星、知名導演或製作等原因皆是影響其票房表現的重要因素之一。但近年陸續出現不少中小成本電影、無大明星的電影或導演、IP改編帶來的粉絲效應等電影的異軍突起，逐漸凸顯口碑效應在中國大陸對電影票房

逐漸具有一定的影響力。如《我的少女時代》影片內容以懷舊背景來包裝青春、校園愛情、喜劇故事，加上台灣票房成績亮眼與好口碑，成功創造出話題性與討論度，使得該部電影在中國大陸拿到3.594億人民幣的票房收入，打破台灣電影以引進片方式在中國大陸上映的紀錄。

表1-24、2015年國片在中國大陸上映之票房表現

影片名稱	年份	類型	國家/地區	中國大陸票房 (人民幣萬元)	台北市票房 (新台幣)
我的少女時代	2015	引進片	台灣	35,940	159,001,165
我的男友和狗(只要一分鐘)	2015	引進片	台灣	2,419	1,737,645
念念	2015	引進片	台灣	1,391	6,376,973
十七歲(5月一號)	2015	引進片	台灣	395	4,402,187
聽說	2015	引進片	台灣	244	14,564,701
十萬伙急(十萬夥急)	2015	引進片	台灣	128	5,194,780
逆轉勝	2015	引進片	台灣	40	6,682,183
<b>引進片合計：共7部</b>				40,557	197,959,634
重返20歲	2015	非引進片	中國大陸/台灣/韓國/香港	36,607	7,676,020
剩者為王	2015	非引進片	中國大陸/香港/台灣	6,149	12,827,725
刺客聶隱娘	2015	非引進片	中國大陸/台灣	6,140	22,240,258
追婚日記	2015	非引進片	中國大陸/台灣	4,967	28,571,668
落跑吧，愛情	2015	非引進片	中國大陸/台灣/香港	1,305	2,104,881
對風說愛你(風中家族)	2015	非引進片	中國大陸/台灣	278	3,603,470
大囍臨門	2015	非引進片	中國大陸/台灣	777	55,706,056
<b>非引進片合計：共7部</b>				56,223	132,730,078

註：本表統計之數據不含重新上映之部數

資料來源：本研究整理自文化部影視及流行音樂局電影組、臺灣電影網、藝恩網、台北市影片商業同業公會所提供之台北市電影票房資料

### 三、香港

根據香港服務務業統計摘要，香港電影、錄像及電視節目製作活動服務業的生產總額自2012年開始逐年衰退，2014年生產總額為73.11億港幣，較2013年減少0.38%。2015年香港從事電影、

錄像及電視節目製作活動服務業的產業家數有1,848家，較2014年成長2.04%，香港電影產業就業人數僅較2014年增加199人，成長2.37%。經評級的電影數量由2014年的1,996部成長至2,065部，成長幅度3.46%。2015年首輪上映的電影整體數量為332部，較2014年增加22部，其中香港影片59部，非香港影片為273部，與2014年比較，非香港電影增加較多。

整體票房收入方面，2015年香港整體票房收入是19.22億港幣，較2014年明顯成長20.20%，不過港產片電影票房收入僅些微增加0.87%，從票房排名前十名來看，2014年兩部香港影片《金雞SSS》與《賭城風雲》擠進票房前十名，2015年則只有《五個小孩的校長》以4,673萬港幣位居第十名，前面九名都是好萊塢的電影。

出口額部分，2015年約為1.54億港幣（新台幣6.34億元），較2014年下滑46.53%，除因海外市場對香港電影的興趣減弱之外，加上近年興起的未獲授權之線上影音串流平台，影響到海外銷售情況、錄影帶、DVD影碟等，進而降低香港電影出口總額。

表1-25、香港電影產業重要觀察指標

資料時間	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2011至 2015年 變動率	2014至 2015年 變動率
產業家數	1,560	1,671	1,771	1,811	1,848	18.46%	2.04%
就業人數(人)	7,249	7,895	8,327	8,393	8,592	18.53%	2.37%
經評級的電影數量*	1,581	1,878	1,945	1,996	2,065	30.61%	3.46%
上映香港影片	56	52	43	52	59	5.36%	13.46%
上映非香港影片	220	249	267	258	273	24.09%	5.81%
生產總額(億港幣)	73.95	75.04	73.39	73.11	n/a	15.94%*	-0.38%**
生產總額(億台幣)	279.91	286.50	281.69	286.33	n/a	-	-
附加價值(億港幣)	19.7	25.22	24.08	22.65	n/a	34.90%*	-5.94%**
附加價值(億台幣)	74.57	96.29	92.94	88.71	n/a	-	-
附加價值率	26.64%	33.61%	32.81%	30.98%	n/a	16.47%*	-5.58%**

資料時間		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2011至 2015年 變動率	2014至 2015年 變動率
票房人數 及收入	票房收入（億港幣）	14.25	15.58	17.75	15.99	19.22	34.88%	20.20%
	票房收入（億台幣）	53.94	59.48	68.13	62.62	79.09	-	-
	港產片票房收入（億港幣）	2.39	3.37	3.14	3.45	3.48	25.00%	0.87%
	港產片票房收入（億台幣）	9.05	12.87	12.05	13.51	14.32	-	-
服務貿易	出口額（億港幣）	2.88	2.06	4.12	5.51	1.54	-46.53%	-72.05%
	出口額（億台幣）	10.90	7.87	15.81	21.58	6.34	-	-
	港產品出口（億港幣）	1.27	1.03	0.92	1.08	0.73	-42.52%	-32.41%
	港產品出口（億台幣）	4.81	3.93	3.53	4.23	3.00	-	-
	轉口（億港幣）	1.62	1.03	3.20	4.44	0.81	-50.00%	-81.76%
	轉口（億台幣）	6.13	3.93	12.28	17.39	3.33	-	-
	進口額（億港幣）	2.45	1.43	1.39	1.58	1.07	-56.33%	-32.28%
進口額（億台幣）	9.27	5.46	5.34	6.19	4.40	-	-	

註：1.\*為2011至2015年變動率；\*\*為2014至2015年變動率

2.匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算

資料來源：2015香港服務業統計摘要

#### 四、韓國

近五年韓國電影市場對於影片的需求不斷增加，2015年韓國國產電影與外片在韓國的發行數量皆較2014年增加，尤其外片增加了66部。製作端方面，2015年韓國電影平均淨製作成本為14.5億韓元，連續兩年下降，但行銷費用方面，為5.4億韓元，較2014年增加，顯示業者在競爭激烈的市場下，希望藉由更多的行銷與宣傳，吸引更多觀眾的關注。映演方面，韓國戲院家數與電影院螢幕數於2015年分別是388家與2,424，較2014年分別成長8.99%及6.27%。

票房表現方面，2015年整體票房收入為17,154億韓元，較2014年3.08%。整體來說，韓國電影於2015年表現較2014年佳，不論是韓國電影的票房、觀影人數、出口額都相較成長。2015年韓

國電影票房成長7.19%，且票房市占率為51.28%，較2014年稍微上升。觀影人次方面，韓國電影觀影人次成長4.85%，總計1.13億人次，連帶平均每人觀看部次成長為4.22部次。

從2013至2015年韓國電影有起有落的情形來看，反映韓國電影產製端可能遇到創作瓶頸或轉型，加上好萊塢電影不斷以超大型商業電影進攻全球市場，因此可能改變了韓國觀眾的偏好，進而使韓國電影票房近兩三年較為不平穩，然就2015年而言，整體表現仍有7.19%的成長率，當年度票房前十名的電影有六部是韓國國產電影。

電影出口方面，2015年韓國電影出口額為2,940萬美元，較2014年成長11.36%。主要出口國家以亞洲地區為主，其次為北美地區，近年出口至亞洲的比例更是快速成長，其中又以中國大陸為亞洲地區第一、日本第二，2014年韓國電影輸出至中國大陸的金額為821萬美元，2015年為925萬美元，成長12.8%。

表1-26、韓國電影產業重要觀察指標

資料時間		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2011至 2015年 變動率	2014至 2015年 變動率
製作及 發行	國片製作數量	216	229	207	248	n/a	63.16%*	19.81%**
	進口外片數量	551	773	846	1,036	n/a	171.92%*	22.46%**
	國片發行數量	150	175	183	217	232	54.67%	6.91%
	外片發行數量	289	456	722	878	944	226.64%	7.52%
票房人次 及收入	總觀影人次(百萬人次)	159.72	194.89	213.32	215.06	217.29	36.04%	1.04%
	國片票房人次(百萬人次)	82.86	114.61	127.29	107.7	112.93	36.29%	4.86%
	人均觀影次數	3.15	3.83	4.17	4.19	4.22	33.97%	0.72%
	總票房收入(億韓元)	12,358	14,551	15,513	16,641	17,154	38.81%	3.08%
	總票房收入(億台幣)	328.51	382.53	421.78	479.92	484.00	-	-
	國片票房收入(億韓元)	6,137	8,361	9,099	8,206	8,796	43.33%	7.19%
	國片票房收入(億台幣)	163.15	219.80	247.41	236.66	248.18	-	-

資料時間		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2011至 2015年 變動率	2014至 2015年 變動率
進出口	國片出口額(千萬美元)	1.58	2.02	3.71	2.64	2.94	86.08%	11.36%
	國片出口額(千萬台幣)	46.55	59.82	110.45	80.17	93.78	-	-
製作成本	平均淨製作成本(億韓元)	15.5	13.4	15.0	14.9	14.5	-6.45%	-2.68%
	平均淨製作成本(億台幣)	0.41	0.35	0.41	0.43	0.41	-	-
	行銷成本(億韓元)	7.2	6.9	6.4	5.2	5.4	-25.00%	3.85%
	行銷成本(億台幣)	0.19	0.18	0.17	0.15	0.15	-	-
映演場所 及收入	電影平均單價(韓元)	7,737	7,466	7,271	7,738	7,895	2.04%	2.03%
	電影平均單價(台幣)	206	196	198	223	223	-	-
	戲院家數	292	314	333	356	388	32.88%	8.99%
	電影院螢幕數	1,974	2,081	2,184	2,281	2,424	22.80%	6.27%

註：匯率換算為依據中央銀行我國主要貿易對手通貨匯率年資料，以各年度匯率換算資料來源：韓國電影振興委員會（KOFIC）

## 第五節 國際比較

### 一、各國國產電影發行量占其國內總電影發行量比重

比較各國之國產電影發行量，占其國內所有電影總發行量之比例，近五年資料顯示，日本仍是比重最高的國家，其次是法國。觀察2014年至2015年變化情況，僅英國與台灣因該國國產電影數量增加而比重呈現成長，至於日本、韓國、法國皆呈現下滑的情形，其中又以法國下降比例最高。比較之下，韓國是因外片發行量增加的幅度較多，日本與法國則是因該國國產電影產量減少所致。

### 二、各國國片票房市占率與國片發行量市占率之關係

另外，透過各國國片票房市場占有率及國片發行量市占率數據計算<sup>4</sup>，當數值大於1時，則表示該國國產影片在其電影市場具有比較優勢。以2015年情況來看，韓國、日本、台灣的數值皆大於1，

<sup>4</sup> 計算方式為各國國片票房市占率/各國國片發行量市占率。

其中又以韓國數值最高，為2.6；英國與法國其數值相對較低。

韓國部分，以2015年韓國票房前十位來看，有6部為國產電影、4部為外國電影，主因於近年相關輔導政策吸引大量資源與人才流入電影產業，並且協助、支持小眾電影創作與院線公演，讓韓國國產電影類型趨向多元化發展，使得其國片票房市占率在近五年皆維持在五成左右。日本部分，就近五年資料顯示，日本國產影片在市場上仍保有其自身競爭力，主要與其國產影片多為動畫電影及漫畫、電視改編為主，加上日本電視台與電影公司皆有長期合作，使得近年日本國產影片表現穩定發展，但透過近年數據資料顯示，日本觀眾對於外片接受比例愈來愈高，因而影響到其國產電影票房，因此其近四年國產影片雖仍具有比較優勢，但程度有所下滑。

台灣近年國片產製量均維持在一成左右，而國片票房因影片品質不穩定，未有顯著提升，且受到好萊塢外片表現強勢影響，使得國片票房市占率成長幅度不大，因此近幾年該數值雖仍超過1，但其變動情況相對較大。

英國國產影片在2015年受到好萊塢商業大片的競爭，使得其票房相對2014年疲憊，故數值較2014年有明顯的下降；法國部分，雖近年國產電影發行量皆維持在五成附近，但其票房受到好萊塢影片影響，加上2015年其喜劇型國產電影上映數相對較少，使得其數值相對2014年減少。

### 三、各國觀影人次占該國總人口比重

各國人均觀影次數來看，韓國人均觀影次數連續2014年、2015年皆是最高，2015年人均觀影次數為4.22部次，近五年呈現逐年成長的情形，而美國則是位居第二，2015年人均觀影次數為3.8部次。台灣在2015年整體觀影人次增加了14.83%，次數為近五年來新高，顯示2015年觀眾對於到電影院觀賞的程度較為熱絡，其中又以觀賞其他外國電影明顯地增加。

#### 四、各國國產電影片票房收入占該國總票房收入比重

觀察近五年各國國產電影票房占總票房之比重，整體而言，以日本、中國大陸、韓國的國產電影市占率較高，約在五成至六成左右，法國則大概三成至四成。各國的趨勢來看，2015年國產電影市占率下降最多的是法國，較2014年減少9.16個百分點，其次是英國下降4.09個百分點，亞洲則是以香港減少3.47個百分點為最多。而2015年我國國片票房其實較2014年增加9.37%，只是2015年外片票房表現過於強勢，增加幅度更為大，因而稀釋了我國國片票房市占率。

#### 五、各國總票房收入占該國GDP比重

近五年各國電影總票房占該國之GDP比重，以韓國為最高。就趨勢來看，除韓國2015年比較相對2014年減少，其餘各國的比重則是呈現上升的情形。其中、中國大陸、香港、英國、美國成長幅度都相當明顯。中國大陸比重為首次超過我國比重達0.065%。

我國2015年電影總票房收入較2014年增加，GDP也是增加，且票房成長幅度高於GDP之增加，因此2015年我國電影總票房收入占GDP之比重較2014年上升了0.002%。

#### 六、各國電影票價占該國人均GDP比重

觀察近五年各國電影平均票價占該國人均GDP之比重，除英國、韓國起起伏伏，中國大陸與台灣的比重是呈現逐年遞減的趨勢，由中國大陸最為明顯，多少是受到中國大陸透過網路平台進行票價促銷所影響，消費者更有能力與誘因購票觀賞電影。另外，法國與日本的比重相對穩定，近年多維持不變。

相較於其他國家，我國2015電影票價雖然較2014年下降，但我國2015年人均GDP較2014年成長，因此2015年我國電影平均票價占人均GDP比較下降0.005%。



## 七、各國電影產業出口額

各國電影產業出口規模以英國的出口規模最大，中國大陸則位居第二。出口額成長率則僅台灣、中國大陸與韓國呈現正向。

出口規模占產業營收比重來看，2014年以英國電影產業出口額佔營收比重13.64%為最高。而我國與韓國的出口規模占產業營生比重相對其他國家都較低，顯示目前國內電影產業仍以內銷為主。但2015年我國受惠於《我的少女時代》在中國大陸、香港、東南亞等地區票房表現優異，使得出口額大幅提升。

表1-27、電影產業國際比較指標

項目	年度	美國	日本	中國大陸	香港	韓國	英國	法國	台灣
各國電影總票房 (新台幣/億元)	2011	3,005	669	598	54	329	491	563	76
	2012	3,198	724	801	59	383	516	497	72
	2013	3,245	592	1,046	68	422	504	494	72
	2014	3,158	593	1,465	63	480	529	537	74
	2015	3,541	572	2,258	79	484	603	471	84
各國總票房收入佔 該國GDP比重	2011	0.068%	0.039%	0.028%	0.075%	0.100%	0.069%	0.074%	0.056%
	2012	0.066%	0.041%	0.033%	0.076%	0.114%	0.070%	0.064%	0.052%
	2013	0.065%	0.036%	0.038%	0.084%	0.114%	0.070%	0.059%	0.051%
	2014	0.060%	0.041%	0.047%	0.071%	0.109%	0.061%	0.061%	0.048%
	2015	0.068%	0.044%	0.065%	0.086%	0.105%	0.071%	0.064%	0.050%
各國國產電影票房 收入佔該國總票房 收入比重	2011	-	54.96%	53.60%	16.77%	50.32%	39.42%	39.80%	18.65%
	2012	-	65.66%	48.46%	21.63%	57.46%	34.30%	38.90%	11.90%
	2013	-	60.56%	58.65%	17.69%	58.61%	23.55%	31.92%	13.96%
	2014	-	58.31%	54.51%	21.58%	49.31%	26.75%	41.29%	11.54%
	2015	-	55.46%	61.58%	18.11%	51.28%	22.65%	33.16%	11.13%
各國國產發行人占 該國所有電影發行 量比重	2011	-	55.19%	-	-	34.17%	22.76%	47.48%	7.50%
	2012	-	56.36%	-	-	27.73%	25.04%	48.13%	11.72%
	2013	-	52.91%	-	-	20.22%	19.19%	50.46%	11.45%
	2014	-	51.94%	-	-	19.82%	21.63%	51.73%	10.84%
	2015	-	51.14%	-	-	19.73%	27.54%	49.24%	11.11%
各國國片票房市占 率與國片發行人市 占率之關係	2011	-	0.99	-	-	1.45	1.74	0.81	2.49
	2012	-	1.16	-	-	2.07	1.37	0.79	1.01
	2013	-	1.15	-	-	2.90	1.19	0.62	1.22
	2014	-	1.12	-	-	2.49	1.22	0.82	1.06
	2015	-	1.08	-	-	2.60	0.82	0.67	1.00

項目	年度	美國	日本	中國大陸	香港	韓國	英國	法國	台灣
各國電影產業出口額	2011	-	-	92.29	10.90	4.66	822.00	64.30	0.91
	2012	-	-	49.87	7.87	5.98	630.00	80.29	1.28
	2013	-	-	67.94	15.81	11.04	633.87	66.48	1.57
	2014	-	-	92.44	21.58	8.02	587.33	78.16	2.59
	2015	-	-	141.91	6.34	10.41	-	-	6.30
各國人均觀影次數	2011	3.9	1.13	0.54	-	3.1	2.7	3.45	1.38
	2012	4.1	1.22	0.56	-	3.83	2.7	3.11	1.21
	2013	4	0.91	0.86	-	4.17	2.6	5.1	1.3
	2014	3.7	1.27	0.61	-	4.19	2.4	3.16	1.28
	2015	3.8	1.31	0.87	-	4.22	2.65	3.22	1.46

資料來源：台灣經濟研究院整理自Theatrical market statistics 2015／British Film Institute／UNI JAPAN International Promotion Department／香港服務業統計摘要／Korean Film Council／中國電影產業研究報告／法國CNC統計報告

## 參考文獻

- 1.Theatrical market statistics 2015，美國：MPAA。
- 2.British Film Institute Statistical Yearbook 2015，英國：BFI。
- 3.2016年香港服務業統計摘要，香港特別行政區政府統計處。
- 4.2015-2016年中國電影產業研究報告，北京：中國電影出版社。
- 5.2015年法國國家電影委員會CNC統計報告，法國：CNC。
- 6.2015年韓國內容產業統計，韓國：KOFIC。
- 7.日本數位內容白書，日本：數位內容協會。
- 8.臺灣電影網：<http://www.taiwancinema.com/CH>。
- 9.藝恩網：<http://www.entgroup.cn/>。