

肆、文化與產業

一、文化創意產業

二、文化貿易





肆、文化與產業

一、文化創意產業

繼第三波「資訊產業」經濟之後，文化創意產業被視為是第四波的經濟動力，2009年「當前總體經濟情勢及因應對策會議」中，文化創意產業被視為當前重要的六大新興產業之一。為發展文化創意產業，政府成立「行政院文化創意產業推動小組」，研擬相關行動方案，2009年5月14日政府提出了「創意臺灣—文化創意產業發展方案」，以2009年至2013年的執行時程，積極發展文化創意產業。為促進文化創意產業之發展，建構具有豐富文化及創意內涵之社會環境，運用科技與創新研發，健全文化創意產業人才培育，並積極開發國內外市場，文化部於2010年初正式通過「文化創意產業發展法」，作為推動文化創意產業發展的政策依據。

根據「文化創意產業發展法」，文化創意產業係指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，包含：（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）廣告產業、（九）產品設計產業、（十）視覺傳達設計產業、（十一）設計品牌時尚產業、（十二）建築設計產業、（十三）數位內容產業、（十四）創意生活產業、（十五）流行音樂及文化內容產業及（十六）其他經中央主管機關指定之產業。

在此定義下，本部分將參照財政資訊中心之稅務行業代碼，以十五項次產業來呈現臺灣文化創意產業發展狀況。

（一）文化創意產業營運概況

本部分根據文化部《2015臺灣文化創意產業發展年報》之資料，選擇2014年文化創意產業家數、營業額、外銷收入及內銷收入等相關統計數據，探討各分類下文化創意產業之概況。

1. 家數與營業額概況

根據財政資訊中心數據，2014年臺灣文化創意產業（不含創意生活產業）總家數為62,264家，較2013年度成長0.59%，營業額為新臺幣7,945億元，較2013年增加1.80%。若從內外銷角度來看，我國文化創意產業營業額主要來自於內銷收入，2014年內銷收入占總營業額的90.33%，外銷占比為9.67%。近年來外銷收入金額逐年降低，2014年則止跌回升，較2013年增加4.96%，內銷收入金額則逐年上升。請參考圖3-4-1及統計表D-1-1。

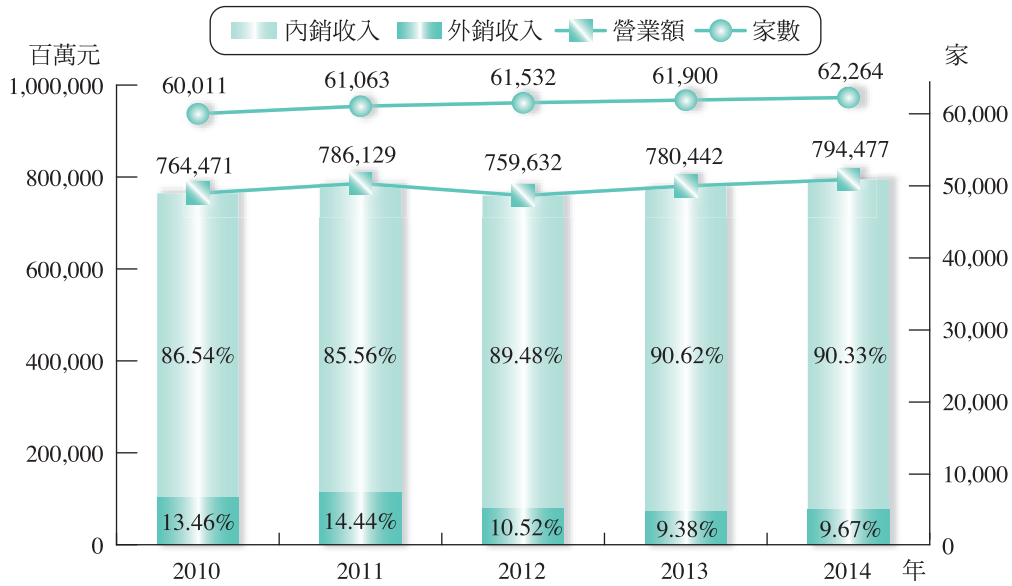


圖3-4-1 2010年至2014年文化創意產業家數與營業額

Figure 3-4-1 Total Number of Companies and Revenue of the Cultural and Creative Industries, 2010-2014

資料來源：文化部，《2015臺灣文化創意產業發展年報》

蒐集時間：2015年12月

註：1.此資料係為文化部根據財政部財稅資料中心之磁帶資料估算。

2.創意生活產業為認證制度，每年增減之店家及產值與其他產業重複計算，故不列入本表中。

就文化創意產業總營業額與我國名目國內生產毛額比較部分，2014年我國名目國內生產毛額成長5.67%，文創產業營業額僅增加1.80%，使文化創意產業之總營業額占名目國內生產毛額之比重從2013年5.13%再下滑至2014年4.94%，已連續三年呈現下滑現象。從臺灣文創產業平均每廠商營業額分析，就整體產業觀察，隨著廠商家數及營業額相互消長的趨勢出現，使2014年平均每家廠商營業額為1,276萬元，較2013年度增加1.20%。請參考圖3-4-2及統計表D-1-2。

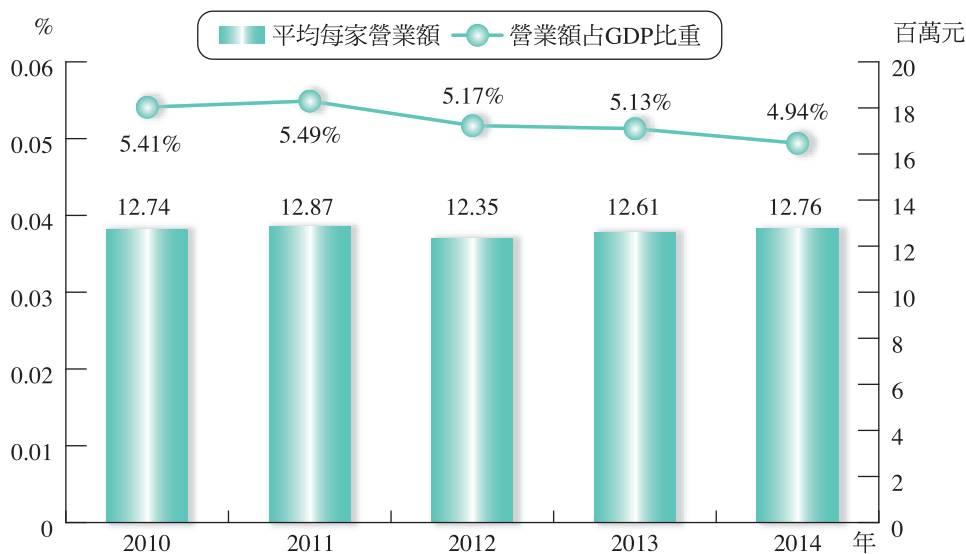


圖3-4-2 2010年至2014年文化創意產業營業額占GDP比重

Figure 3-4-2 Business Revenue of the Cultural and Creative Industries, 2010-2014

資料來源：文化部，《2015臺灣文化創意產業發展年報》

蒐集時間：2015年12月

註：1.此資料係為文化部根據財政部財稅資料中心之磁帶資料估算。

2.創意生活產業為認證制度，每年增減之店家及產值與其他產業重複計算，故不列入本表中。

3.本圖數據包含「數位內容產業」之資訊，故與臺灣文化創意產業年報中之占比不同。

2. 各次產業別概況

(1) 家數

在各產業家數占比上，近年來文化創意產業皆以「廣告產業」的家數最多，2014年達14,297家，占總家數比率達22.96%，其次為「工藝產業」，為12,815家，占總家數比率20.58%，再其次為「出版產業」，家數8,685家，占總家數比率為13.95%，其餘產業家數占比皆在10%以下。

在歷年家數的成長率方面，2014年成長率最高的產業為「視覺傳達設計產業」（790家，成長率27.42%），其次為「文化資產及展演設施產業」（159家，成長率27.20%）及「音樂與表演藝術產業」（3,005家，成長率12.5%），「建築設計產業」、「設計品牌時尚產業」、「產品設計產業」、「廣告產業」及「廣播電視產業」皆為正成長，「視覺藝術產業」零成長，其餘產業之家數成長率為負成長。

(2) 營業額

在營業額占比上，歷年來亦皆以「廣告產業」的營業額最高，2014年營業額為1,573億元，占總營業額比率為19.80%。占比在10%以上的次產業包括「廣告產業」、「廣播電視產業」（18.04%）、「工藝產業」（15.36%）、「出版產業」（13.47%）及「數位內容產業」（10.39%），其餘產業占比皆小於10%。



在營業額的成長率方面，2014年營業額成長最高的產業為「文化資產及展演設施產業」，成長率高達42.76%，其次為「設計品牌時尚產業」，成長率為24.94%，再其次為「建築設計產業」，成長18.28%。僅有「出版產業」、「廣告產業」、「流行音樂及文化內容產業」及「數位內容產業」2014年營業額皆為負成長，減少幅度在4%以下。

(3) 外銷金額

在外銷金額上，以「產品設計產業」之35,208百萬元最高，占整體文創產業外銷金額之45.83%，其次為「數位內容產業」，金額為17,349百萬元，占22.58%。在各行業外銷金額占營業額比率上，以「產品設計產業」（57.83%）、「數位內容產業」（21.02%）及「工藝產業」（11.84%）外銷占比最高，其餘10項產業外銷比例皆不到營業額的1成。

有關文化創意產業2014年產業家數、營業額及外銷金額概況請參考表3-4-1。有關歷年文化創意產業家數、營業額及內外銷金額，以及依經營年數、資本結構與縣市別區分之數據，請參考統計表D-1-1至D-1-5。

表3-4-1 2014年文化創意產業家數、營業額、外銷金額概況

Table 3-4-1 Total Number of Companies and Revenue of the Cultural and Creative Industries by Industry in 2014

單位：家；百萬元；%

產業別	家數			營業額			外銷金額		
	家	占比	成長率	百萬元	占比	成長率	百萬元	占比	占營業額比率
視覺藝術產業	2,538	4.08	0.00	6,649	0.84	6.49	159	0.21	2.40
音樂與表演藝術產業	3,005	4.83	12.50	15,855	2.00	7.83	328	0.43	2.07
文化資產及展演設施產業	159	0.26	27.20	1,346	0.17	42.76	4	0.01	0.30
工藝產業	12,815	20.58	-0.26	122,020	15.36	9.06	14,449	18.81	11.84
電影產業	1,710	2.75	-2.45	29,325	3.69	2.78	389	0.51	1.33
廣播電視產業	1,675	2.69	0.48	143,346	18.04	1.98	2,393	3.11	1.67
出版產業	8,685	13.95	-2.72	107,041	13.47	-2.02	2,778	3.62	2.60
廣告產業	14,297	22.96	2.27	157,287	19.80	-3.82	1,550	2.02	0.99
流行音樂及文化內容產業	4,133	6.64	-2.59	30,095	3.79	-1.03	1,556	2.03	5.17
產品設計產業	3,086	4.96	5.04	60,878	7.66	3.12	35,208	45.83	57.83
視覺傳達設計產業	790	1.27	27.42	2,132	0.27	13.14	58	0.08	2.73
設計品牌時尚產業	196	0.31	7.69	460	0.06	24.94	19	0.03	4.21
建築設計產業	3,182	5.11	8.16	35,501	4.47	18.28	585	0.76	1.65
數位內容產業	5,993	9.63	-7.30	82,543	10.39	-0.65	17,349	22.58	21.02
總計	62,264	100.00	0.59	794,477	100.00	1.80	76,825	100.00	9.67

資料來源：文化部，《2015臺灣文化創意產業發展年報》；本計畫整理與計算蒐集時間：2015年12月

註：1.此資料係為文化部根據財政部財政資訊中心之磁帶資料估算。

2.因四捨五入關係，總計與表上各項加總略有些微誤差。

3.創意生活產業為認證制度，每年增減之店家及產值與其他產業重複計算，故不列入本表中。

4.本表之家數、營業額及外銷金額占比，皆已將「數位內容產業」之數據計入，故與臺灣文化創意產業年報中之占比不同。



（二）文化就業

本報告以「出版業」、「影片服務、聲音錄製及音樂出版業」、「傳播及節目播送業」、「廣告業及市場研究業」、「專門設計服務業」、「創作及藝術表演業」、「運動、娛樂及休閒服務業」共7個文化相關產業說明就業概況。根據文創年報資料顯示，2014年文化相關產業就業人數計245,520人，較2013年增加2.25%，占全國總就業人數比重由2013年之2.19%上升至2014年之2.22%。請參考圖3-4-3。

七大相關產業中，以「運動、娛樂及休閒服務業」之就業人數最多，2014年達56,093人；其次為「專門設計服務業」，計50,311人；「創作及藝術表演業」就業人數相對較少，計16,375人。請參考統計表D-1-6。

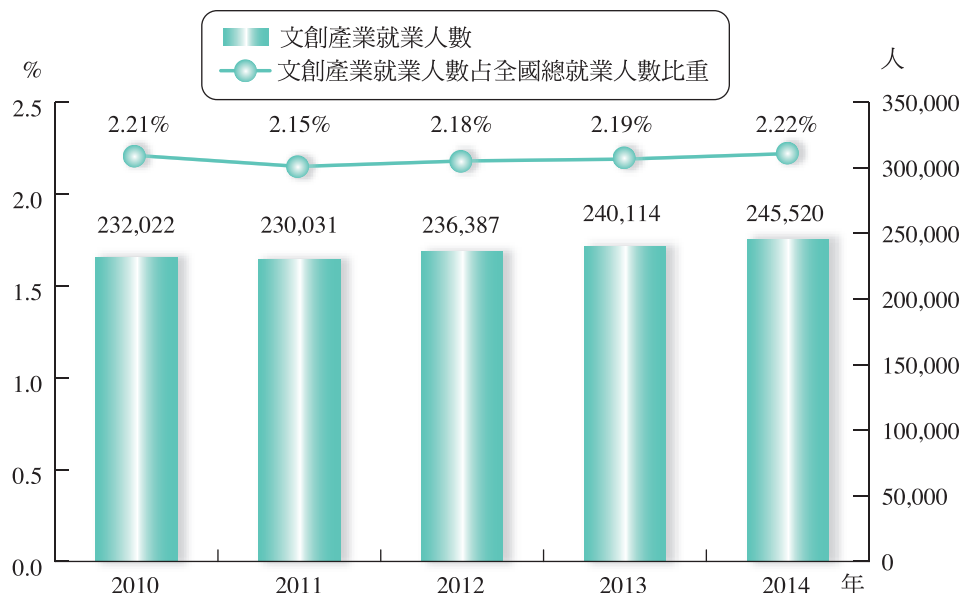


圖3-4-3 2010年至2014年文化相關產業就業人數

Figure 3-4-3 Total Employment in Cultural Industries, 2010-2014

資料來源：文化部，《2015臺灣文化創意產業發展年報》

蒐集時間：2015年12月

註：1.創意生活產業為認證制度，每年增減之店家及產值與其他產業重複計算，故不列入。

2.本圖之就業人數不包含創意生活產業，故與臺灣文化創意產業年報中之占比不同。

（三）文創產業活動概況

1. 文創園區

為發揮產業群聚所帶動的價值鏈整合及產業競爭優勢，文化部（文建會）特別將臺灣菸酒股份有限公司減資繳回國家的臺北、花蓮、臺中、嘉義等酒廠舊址與臺南倉庫群等5個閒置空間規劃為文化創意產業園區，此五大園區面積共計19.07公頃。2014年活動舉辦場次達2,829場，活動參與人次達504.5萬人次。請參考表3-4-2。各園區歷年活動舉辦概況請參考統計表D-1-7。

表3-4-2 2014年文化創意產業園區營運概況

Table 3-4-2 Overview of the Cultural and Creative Industry Parks, 2014

單位：公頃；家；萬元；場；萬人次

園區名稱	面積 (公頃)	廠商進駐家數 (家)	園區總產值 (萬元)	活動舉辦場次 (場)	活動參與人次 (萬人次)
華山園區	5.56	25	267,601	1,387	337.5
花蓮園區	3.38	21	22,962	788	70.1
臺中園區	5.60	4	68,538	528	80.1
嘉義園區	3.92	-	-	91	12.2
臺南園區	0.61	-	16	35	4.6
總計	19.07	50	359,117	2,829	504.5

資料來源：文化部提供
蒐集時間：2015年9月至10月

2. 文創育成中心補助概況

文化部為協助設置文化創意聚落，輔導藝文產業核心創作及獨立工作者進駐，故依文化創意產業發展法第12條補助文創育成機構，期望能透過群聚效益，促進文化創意事業發展。2014年文化部共計補助12家文創育成機構，此12個育成機構共計進駐159家廠商，創造1.17億之產值，增加之就業人數達922人。有關文化部補助之各育成中心概況，請參考統計表D-1-8。

3. 文創圓夢計畫辦理概況

為落實「文化創意產業發展法」，鼓勵優秀人才投入臺灣文創產業，提升我國文創產業質能等多元目的，以健全產業底蘊，活絡產業氛圍，進而促進整體文創產業發展，文化部自2010年辦理文創產業創業圓夢計畫，2014年共56案計畫通過審查，共計補助2,800萬元，以工藝產業計畫件數最多，達14件，其次為產品設計產業13件。有關2014年文創產業創業圓夢計畫補助概況請參考表3-4-3及統計表D-1-9。

表3-4-3 2014年文創產業創業圓夢計畫辦理概況

Table 3-4-3 Overview of Plan for Entrepreneurship of Cultural and Creative Industry, 2014

單位：件

年別	工藝產業	文化資產應用	音樂及表演藝術產業	出版產業	電影產業	流行音樂及文化內容產業	設計品牌時尚產業	產品設計產業	視覺傳達設計產業	數位內容產業	創意生活產業
2014	14	1	1	2	1	1	9	13	1	5	8

資料來源：文化部提供
蒐集時間：2015年9月至10月



二、文化貿易

文化貿易係指與文化智慧財產權有關的貿易活動，包含文化產品貿易與文化服務貿易，由於文化服務貿易屬非實體物品之流動，無法進行統計，故本部分以文化產品之進出口概況進行說明。惟目前對文化產品並未有明確的定義與分類，亦受限於海關進出口之統計項目，故以「藝術品及古董」、「書籍、新聞報紙及圖書」及「已錄製聲音及影像之雷射影碟（LD）、影音光碟（VCD）及數位影音光碟（DVD）」三類產品之進出口概況描述我國文化產品貿易概況。

（一）藝術品與古董

在藝術品與古董商品之進出口狀況，本報告主要以中華民國海關進出口磁帶資料，針對藝術品及古董進出口金額進行統計。2014年我國藝術品與古董市場進口總額為16.44億元，出口總額為1.36億元，進出口金額皆不高，且進口金額遠高於出口金額，進口金額較2013年成長3.10%，出口金額則較2013年增加5.11%。在進口國家中，以中國大陸進口金額最高，為5.98億元，占藝術品與古董進口金額之36.37%，其次為法國（22.38%）及香港（9.57%）。出口國家則以美國的金額較高，占35.36%，其次為香港（25.16%）及新加坡（15.42%）。有關藝術品與古董進出口概況，請參考表3-4-4、統計表D-2-1及D-2-2。

（二）書籍、新聞報紙與圖書

在出版文化交流上，本報告主要以中華民國海關進出口磁帶資料，針對書籍、新聞報紙及圖書進行進口與出口金額方面的統計。2014年我國書籍、新聞報紙及圖書進口金額為5,926.98百萬元，較2013年減少2.36%，出口金額為5,077.08百萬元，較2013年增加13.55%。就進口國家觀察，2014年我國書籍、新聞報紙及圖書進口的主要國家為美國，進口金額為1,322.34百萬元，占22.31%，其次為日本（17.97%）、英國（13.47%）及中國（11.04%）。整體觀之，國內進口書籍、新聞報紙及圖書來源國家以美國、日本、英國及中國為主，此四地進口金額占書籍、新聞報紙及圖書總進口金額的64.79%。在出口方面，2014年我國書籍、新聞報紙及圖書出口主要國家為香港，出口金額為1,309.20百萬元，占25.79%，其次為美國，占12.65%，再其次為中國大陸（10.55%）及馬來西亞（10.54%），出口至此四地之出口金額占書籍、新聞報紙及圖書總出口金額的59.53%。有關書籍、新聞報紙及圖書進出口概況，請參考表3-4-4、統計表D-2-3及D-2-4。

（三）影音錄製商品

為瞭解我國音樂產業狀況，在本報告以影音錄製商品之進出口資料進行說明。主要以中華民國海關進出口磁帶資料，針對產品別為「已錄製聲音及影像之雷射影碟（LD）、影音光碟（VCD）及數位影音光碟（DVD）」之進口與出口金額進行統計。根據中華民國海關進出口磁帶資料顯示，2014年我國聲音及影像光碟進口金額為607.17百萬元，較2013年增加31.11%，出口金額為1,361.57百萬元，較2013年減少18.25%。我國主要進口聲音及影像光碟之國家依序為日本（23.89%）、美國（16.70%）、荷蘭（13.91%）及香港（13.81%），出口則以日本地區為主，比率占82.56%。有關我國聲音及影像光碟進出口概況，請參考表3-4-4、統計表D-2-5及D-2-6。

表3-4-4 2010年至2014年文化產品進出口概況

Table 3-4-4 Overview of Culture Products Import and Export Value, 2010-2014

單位：百萬元

年別	藝術品與古董		書籍、新聞報紙及圖書		影音錄製商品	
	進口	出口	進口	出口	進口	出口
2010	834.82	60.63	6,382.99	4,768.71	565.76	2,403.12
2011	791.36	68.17	6,197.56	4,086.71	495.09	2,334.99
2012	869.1	118.61	6,389.51	4,687.40	420.79	2,228.41
2013	1,594.54	129.18	6,070.20	4,471.14	463.11	1,665.60
	1,643.97	135.78	5,926.98	5,077.08	607.17	1,361.57
	主要進出口國家					
2014	中國36.37%	美國35.36%	美國22.31%	香港25.79%	日本23.89%	日本82.56%
	法國22.38%	香港25.16%	日本17.97%	美國12.65%	美國16.70%	香港8.30%
	香港9.57%	新加坡15.42%	英國13.47%	中國10.55%	荷蘭13.91%	美國3.85%
			中國11.04%	馬來西亞10.54%	香港13.81%	

資料來源：中華民國海關進出口磁帶資料，本計畫統計蒐集時間：2015年10月