



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、（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我國文化創意產業發展狀況。

（一）文化創意產業營運概況

本部分根據文化內容策進院《2022~2023臺灣文化創意產業發展年報》之資料，選擇2022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，2022年我國文化創意產業總家數為71,636家，較2021年度增加2.88%，營業額為新臺幣10,905.15億元，較2021年成長13.09%，首次突破兆元。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，2022年內銷收入金額為9,778.11億元，占總營業額的89.67%。在外銷上，2022年外銷金額為1,127.03億元，外銷占比為10.33%。以近年數據觀察，2020年及2021年雖有疫情之影響，整體文創產業家數仍穩定增加，營業額亦是微幅增加，2022年隨著因疫情的管制逐漸解封下，營業額則大幅成長。請參考圖3-4-1及統計表D-1-1。

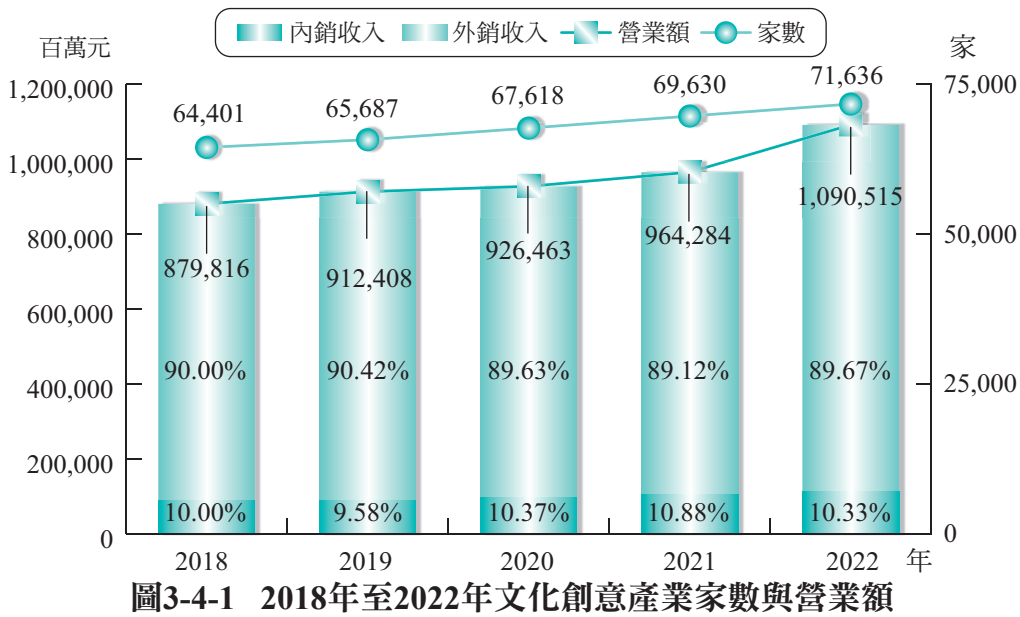


圖3-4-1 2018年至2022年文化創意產業家數與營業額

Figure 3-4-1 Total Number of Companies and Revenue of the Cultural and Creative Industries, 2018-2022

資料來源：文化內容策進院，《2022~2023臺灣文化創意產業發展年報》

蒐集時間：2024年9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.創意生活產業資訊為根據歷年經濟部創意生活產業發展計畫所評選之廠商名單，至財政部財稅資料中心進行稅務統計資料撈取，扣除與其他文化創意產業重複家數後之統計結果。

就文化創意產業總營業額與我國名目國內生產毛額比重觀察，2022年我國名目國內生產毛額成長4.81%，文化創意產業營業額增加13.09%，2022年文化創意產業之總營業額占名目國內生產毛額之比重為4.78%，較2021年增加。

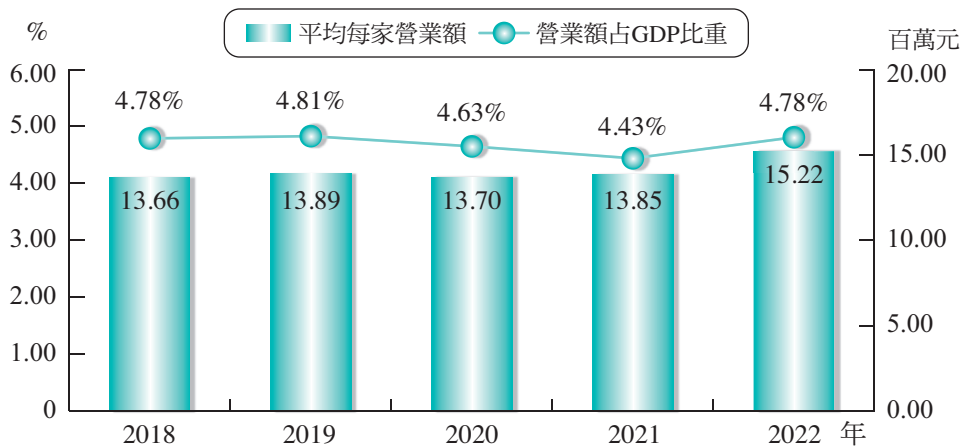


圖3-4-2 2018年至2022年文化創意產業營業額占GDP比重

Figure 3-4-2 Business Revenue of the Cultural and Creative Industries, 2018-2022

資料來源：文化內容策進院，《2022~2023臺灣文化創意產業發展年報》

蒐集時間：2024年9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.創意生活產業資訊為根據歷年經濟部創意生活產業發展計畫所評選之廠商名單，至財政部財稅資料中心進行稅務統計資料撈取，扣除與其他文化創意產業重複家數後之統計結果。

3.歷年名目國內生產毛額GDP依主計總處2024年11月公佈資料修正。

從歷年趨勢觀察，2017年以前我國文化創意產業之總營業額占名目國內生產毛額之比重逐年降低，2018年小幅回升為4.78%，2019年雖提升至4.81%，其後因疫情之故，2020年下降至4.63%，2021年降至4.43%，2022年則回升至4.78%。從我國文化創意產業平均每家廠商營業額分析，就整體產業觀察，2022年平均每家廠商營業額為1,522萬元，較2021年之1,385萬元增加9.92%。請參考圖3-4-2及統計表D-1-2。

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，2022年達17,749家，占總家數比率達24.78%，其次為「工藝產業」，為11,048家，占總家數比率15.42%，再其次為「出版產業」，家數7,838家，占總家數比率為10.94%，其餘產業家數占比皆在10%以下。

在歷年家數的成長率方面，2022年成長率最高的產業為「電影產業」（2,993家，成長率8.56%），其次為「文化資產及展演設施產業」（702家，成長率8.50%），「工藝產業」、「出版產業」、「流行音樂及文化內容」、「產品設計產業」及「數位內容產業」為負成長，其中以「數位內容產業」成長率最低，為減少4.33%。

(2) 營業額

在營業額占比上，歷年來亦皆以「廣播電視產業」及「廣告產業」的營業額最高，2022年則以「廣播電視產業」營業額為2,709億元最高，占總營業額比率為24.84%。占比在10%以上的次產業包括「廣播電視產業」（24.84%）、「廣告產業」（18.43%）及「數位內容產業」（10.26%），其餘產業占比皆小於10%。

在營業額的成長率方面，2022年營業額成長最高的產業為「音樂與表演藝術產業」，成長率高達46.22%，其次為「創意生活產業」，成長率為41.47%，再其次為「視覺傳達設計產業」、「文化資產及展演設施產業」及「電影產業」，成長率分別為35.96%、33.91%及30.36%，2022年並未有產業負成長，所有產業皆為正成長。

(3) 外銷金額

在外銷金額上，以「數位內容產業」之38,609百萬元最高，占整體文創產業外銷金額之34.26%，其次為「產品設計產業」，金額為28,742百萬元，占25.50%。在各行業外銷金額占營業額比率上，以「產品設計產業」（60.43%）、「數位內容產業」（34.51%）、「工藝產業」（18.52%）、「設計品牌時尚產業」（16.18%）、「視覺傳達設計產業」（12.05%）及「創意生活產業」（10.81%）之外銷占比最高，其餘產業外銷比例皆不到營業額的1成。

有關文化創意產業2022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 2022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 2022

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	3,111	4.34	5.07	9,790	0.90	12.24	248	0.22	2.53
音樂與表演藝術產業	5,855	8.17	6.01	29,527	2.71	46.22	521	0.46	1.76
文化資產及展演設施產業	702	0.98	8.50	5,203	0.48	33.91	1	0.00	0.02
工藝產業	11,048	15.42	-0.23	88,102	8.08	29.65	16,320	14.48	18.52
電影產業	2,993	4.18	8.56	28,841	2.64	30.36	1,108	0.98	3.84
廣播電視產業	2,457	3.43	4.64	270,929	24.84	14.55	2,703	2.40	1.00
出版產業	7,838	10.94	-0.11	103,216	9.46	2.46	3,341	2.96	3.24
廣告產業	17,749	24.78	4.14	201,012	18.43	6.33	1,841	1.63	0.92
流行音樂及文化內容產業	3,951	5.52	-0.53	34,259	3.14	23.37	2,782	2.47	8.12
產品設計產業	1,405	1.96	-0.21	47,560	4.36	14.68	28,742	25.50	60.43
視覺傳達設計產業	2,306	3.22	7.76	9,095	0.83	35.96	1,096	0.97	12.05
設計品牌時尚產業	3,511	4.90	5.88	70,291	6.45	2.20	11,370	10.09	16.18
建築設計產業	4,866	6.79	6.13	48,268	4.43	17.72	505	0.45	1.05
數位內容產業	3,694	5.16	-4.33	111,892	10.26	5.15	38,609	34.26	34.51
創意生活產業	150	0.21	2.04	32,531	2.98	41.47	3,517	3.12	10.81
總計	71,636	100.00	2.88	1,090,515	100.00	13.09	112,703	100.00	10.33

資料來源：文化內容策進院，《2022~2023臺灣文化創意產業發展年報》；本計畫整理與計算
蒐集時間：2024年9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，占比及成長率之計算皆以「元」為單位進行計算。

3.創意生活產業資訊為根據歷年經濟部創意生活產業發展計畫所評選之廠商名單，至財政部財稅資料中心進行稅務統計資料撈取，扣除與其他文化創意產業重複家數後之統計結果。

（二）文化就業

本報告以「出版業」、「影片及電視節目業、聲音錄製及音樂發行業」、「廣播、電視節目編排及傳播業」、「廣告業及市場研究業」、「專門設計業」、「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，2022年文化相關產業就業人數計286,958人，較2021年增加5.08%，占全國總就業人數比重為2.51%，比重較2021年高。請參考圖3-4-3。

七大相關產業中，以「專門設計業」之就業人數最多，2022年達76,412人；其次為「運動、娛樂及休閒服務業」，計67,502人；「影片及電視節目業；聲音錄製及音樂發行業」及「廣播、電視節目編排及傳播業」就業人數相對較少，計19,158人及22,468人。請參考統計表D-1-6。

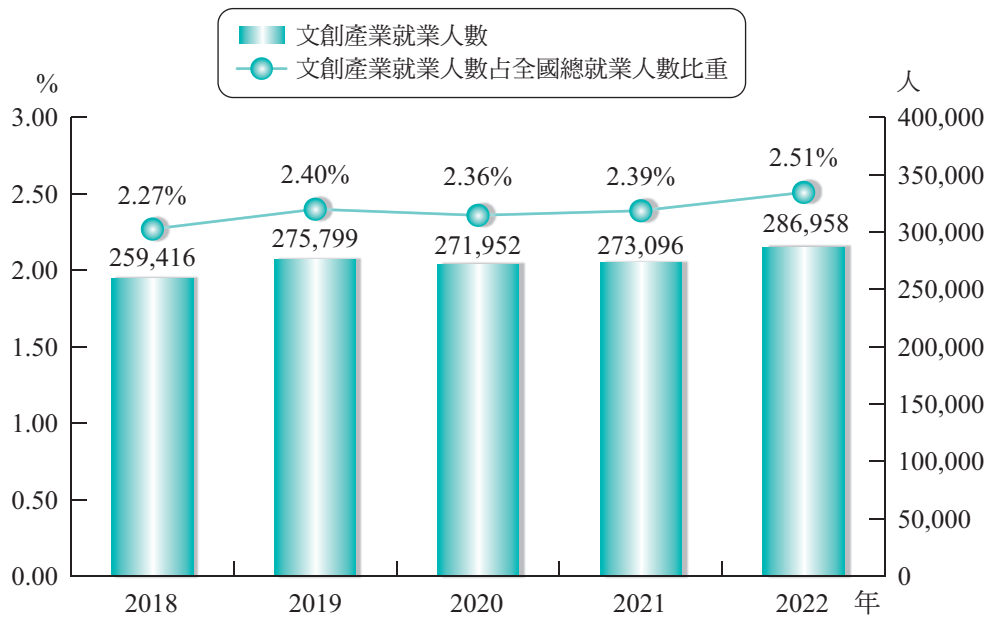


圖3-4-3 2018年至2022年文化相關產業就業人數

Figure 3-4-3 Total Employment in Cultural Industries, 2018-2022

資料來源：文化內容策進院，《2022~2023臺灣文化創意產業發展年報》
蒐集時間：2024年9月

(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（原文建會）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，惟其中臺中文創園區於2018年7月30日轉型為文化部文化資產園區，原文化部之文化創意產業園區僅包含臺北、花蓮、嘉義及臺南四園區。2022年此四大園區活動舉辦場次達7,522場，活動參與人次達312.5萬人次。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 2022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, 2022

單位：公頃；家；場；人次

園區名稱	面積(公頃)	廠商進駐家數(家)	活動舉辦場次(場)	活動參與人次(人次)
華山園區	5.56	22	6,058	2,164,870
花蓮園區	3.38	3	482	431,998
嘉義園區	3.92	45	40	410,809
臺南園區	0.61	13	942	117,373
總計	13.47	83	7,522	3,125,050
文化資產園區	5.6	29	267	441,664

資料來源：文化部
蒐集時間：2024年8月至9月



2.TAICCA SCHOOL文策學院辦理概況

為培育產業關鍵人才，媒合國內外產業資源以建立文化內容產業網絡社群，並進行跨產業領域媒合交流，文化內容策進院成立TAICCA SCHOOL（文策學院），文策學院致力提升文化內容業者營運知能，增加國際產業媒合機會，開設新創營運管理、提案孵育和國際大師講堂等多元類型課程，2022年以線上與實體方式共計開設了98門課程，超過314小時、6,319人次參與，全方位導入產業化關鍵能力。有關TAICCA SCHOOL在2022年所開設之課程概況請參考統計表D-1-8。

3.文創產業投融資

為協助文化創意產業發展與升級，改善文化內容產業之投融資環境，文化內容策進院持續挹注多元資金、建構資源媒合平臺，以及提供信用保證及利息補貼等優惠措施，促使文化內容業者獲得投資金援，取得營運資金，並系統性建構臺灣文化內容產業資金生態系，促進文化創意產業發展之良性循環。2022年文化內容策進院推動相關投融資計畫，協助文創產業業者取得核准投資金額為7.3億元，核定貸款及獲補貼之貸款金額等共計3.71億元。有關2022年文化內容策進院協助文創產業投融資概況請參考表3-4-3及統計表D-1-9。

表3-4-3 2022年文創產業投融資計畫辦理概況

Table 3-4-3 Overview of Plan for Investment and loan of Cultural and Creative Industry, 2022

單位：元

項目	計畫名稱	投融資金額
投資	文創投資計畫第二期	10,000,000
	文化內容投資計畫	656,604,000
	國際合作投資專案計畫TICP 1.0	62,995,627
融資	文化創意產業貸款利息補貼	211,709,999
	加強文化創意產業升級轉型貸款（第1至4類）	128,140,000
	加強文化創意產業升級轉型貸款（利息補貼）	31,620,000

資料來源：文化內容策進院

蒐集時間：2024年8月至9月

註：1.融資核定通過案件如跨年度，依「申請年度」計算。

2.貸款以「核定通過貸款金額」為準，指通過審議小組會議核定之金額。

3.利息補貼的額度計算，係依「獲得補貼之『貸款額度』」，非「實際核給之利息補貼金額」。

4.文創產業青創貸款統計係依財團法人中小企業信用保證基金提供之資料。

5.111年合計國發核准投資額為6.67億元，民間共投為12.06億元，合計18.73億元，共12案。

4.臺灣國際文化創意產業博覽會辦理概況

為建立企業採購、品牌授權、通路商交流及商機媒合等文創交易暨交流平臺，文化部自2010年辦理「臺灣國際文化創意產業博覽會」，辦理以來，每屆參與之企業家數、參觀人次及現場交易金額逐年升高。2020年因疫情暫緩辦理，2021年恢復辦理。2022年共計有來自全球14個國家／地區500個機構／公司參展，10天展期共吸引507,979人次參觀，交易金額達5.79億元，充分扮演原創者與產業鏈結的平臺，為臺灣在地文創品牌走向國際市場的重要窗口。有關臺灣國際文化創意產業博覽會辦理概況請參考表3-4-4及統計表D-1-10。

表3-4-4 2017年至2022年臺灣國際文化創意產業博覽會辦理概況

Table 3-4-4 Overview of the Taiwan International Cultural and Creative Industry Expo, 2017-2022

單位：天；家；個；人次；千元

年別	展覽天數	參展國家數	參展企業家數	參觀人次	交易金額
2017	5	25	644	230,032	478,130
2018	5	23	559	303,110	577,450
2019	5	25	573	351,252	620,440
2021	5	23	522	375,297	538,792
2022	10	14	500	507,979	579,160

資料來源：文化部

蒐集時間：2024年8月至9月

註：2020年因新冠肺炎疫情影響停辦一次。

5. 創意內容大會市場交易暨創投媒合展會

為使臺灣成為華語影視人才的供應重鎮，奠定臺灣於華人地區節目製作品牌風格及代表地位，並打造臺灣成為亞太華語文地區電視劇產製王國，台北電視節自2004年開始辦理，已成為吸引國外廠商來臺洽談交易的重要平臺。2015年起則改為「台北電視內容交易及創投媒合會」，2020年起移交文化內容策進院辦理，並改為「TCCF創意內容大會」，為臺灣首個整合多元產業及作品的商業盛會，促成電影、電視、動畫產業相關的內容版權交易及製作提案，同時匯集出版、漫畫、表演藝術、遊戲產業等領域的授權IP改編。2022年參展的廠商有83家，共有25個國家／地區，逾156位國際專業人士及國際買家，計有13,920人次之專業人士參與，媒合超過1,000場商務會議，延伸交易金額估計達10億元以上。2022年TCCF創意內容大會辦理成果請參考統計表D-1-11。

6. 文創事業國際參展

為提升臺灣文創產業行銷國際之能量，文化部推動「補助文創事業國際參展」，鼓勵文創各領域優秀人才及文創事業藉由參與國際性展覽或競賽，擴大文創品牌及個人創作者國際曝光及市場拓展機會，為臺灣文創產業發聲。2022年文化部補助設計品牌時尚產業參與文化創意類國際性展賽，共計獎助26間公司（39家次）參加39個展次展覽。

除此之外，文化內容策進院為協助文化內容產業開拓國際銷售通路、促進國際合作，形塑臺灣內容於國際市場之影響力，以期取得海外市場營收，亦推動「全球影展市場展參展計畫」、「全球書展參展計畫」、「全球授權展參展計畫」等計畫，2022年共計輔導業者參加15個展覽。有關補助與輔導參與文化創意類國際性展會活動概況請參考表3-4-5及統計表D-1-12、D-1-13。



表3-4-5 2022年文化部及文化內容策進院輔導支持文創事業國際參展

Table 3-4-5 Overview of Cultural and Creative Industry Joined the International Cultural Activities Sponsored by Ministry of Culture and TAICCA, 2022

單位：件；個

類別	展覽個數	參與團隊(業者)/輔導家次	國家/地區數
文化部設計品牌時尚產業	39	39	5
文策院小計	15	678	-
出版展	4	207	4
授權展	2	20	2
影視展(含動畫)	9	收錄451/實體74	6
總計	54	717	-

資料來源：文化部；文化內容策進院

蒐集時間：2024年8月至9月

註：文化部補助設計品牌時尚產業，係因文化部與經濟部共同辦理「時尚跨界整合旗艦計畫」，並運用該計畫經費。

7.文化內容策進院獎勵／補助文化內容產業概況

為加速我國文化內容產業積極轉型升級，加速推動新技術結合文化內容的創作，文化內容策進院以多元機制提供文化內容產品前期資源挹注、協助內容產業注入企業經營及商業營運思維，以帶動更多民間資源挹注產業。2022年推動辦理支持計畫，包含「文化新創加速推進計畫作業要點」、「未來內容原型開發支持作業要點」、「沉浸式內容國際合資合製要點」，支持前瞻文化內容原型與潛力創新商模。各項計畫概況請參考表3-4-6及統計表D-1-14。

表3-4-6 2022年文化內容策進院輔導支持文化內容產業概況

Table 3-4-6 Subsidies of Taiwan Creative Content Agency to Cultural and Creative Industry, 2022

單位：件；元

補助計畫名稱	補助件數	補助金額
文化創業加速器計畫	20	12,000,000
沉浸式內容國際合資合製支持計畫	5	16,100,000
未來內容原型開發支持方案	20	17,000,000
市場導向之未來內容支持計畫	8	18,183,000

資料來源：文化內容策進院

蒐集時間：2024年8月至9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。2022年我國藝術品與古董市場進口總額為2,479.13百萬元，出口總額為216.51百萬元，進口金額遠高於出口金額，進口金額較2021年減少1.51%，出口金額則較2021年減少26.05%。在進口國家中，以法國進口金額最高，為515.09百萬元，占藝術品與古董進口金額之20.78%，其次為美國（20.38%）及中國（15.88%）。出口國家則以香港的金額最高，占39.15%，其次為韓國（13.80%）及美國（12.55%）。有關藝術品與古董進出口概況，請參考表3-4-7、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、新聞報紙及圖書進口與出口金額進行的統計。2022年我國書籍、新聞報紙及圖書進口金額為4,730.76百萬元，較2021年增加2.02%，出口金額為7,727.39百萬元，較2021年增加3.41%。就進口國家觀察，2022年我國書籍、新聞報紙及圖書進口的主要國家為美國，占22.38%，其次為日本（14.15%）、中國（12.88%）及英國（12.17%），此四地進口金額占書籍、新聞報紙及圖書總進口金額的61.58%。在出口方面，2022年我國書籍、新聞報紙及圖書出口主要國家為中國，占21.64%，其次為香港，占14.92%，再其次為越南（14.05%），出口至此三地之出口金額占書籍、新聞報紙及圖書總出口金額的50.61%。有關書籍、新聞報紙及圖書進出口概況，請參考表3-4-7、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，2022年我國影音錄製商品進口金額為467.78百萬元，較2021年減少23.27%，出口金額為391.66百萬元，較2021年減少13.69%。我國主要進口影音錄製商品之國家依序為日本（42.18%）、新加坡（25.02%）、韓國（9.07%），出口則以日本地區為主，比率占79.02%。有關我國影音錄製商品進出口概況，請參考表3-4-7、統計表D-2-5及D-2-6。



表3-4-7 2018年至2022年文化產品進出口概況

Table 3-4-7 Overview of Culture Products Import and Export Value, 2018-2022

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
2018	2,063.20	172.12	5,303.08	6,163.21	726.55	753.53
2019	2,886.87	197.61	5,656.83	7,024.18	639.23	713.50
2020	1,856.21	276.53	4,964.34	6,517.98	502.71	514.55
2021	2,517.13	292.76	4,637.21	7,472.68	609.62	453.79
2022	2,479.13	216.51	4,730.76	7,727.39	467.78	391.66
	主要進出口國家					
	法國20.78%	香港39.15%	美國22.38%	中國21.64%	日本42.18%	日本79.02%
	美國20.38%	韓國13.80%	日本14.15%	香港14.92%	新加坡25.02%	中國8.45%
	中國15.88%	美國12.55%	中國12.88%	越南14.05%	韓國9.07%	香港7.97%
	日本11.88%		英國12.17%			

資料來源：中華民國海關進出口磁帶資料，本研究統計

蒐集時間：2024年8月至9月