

伍

第 章

文化創意產業

一般觀察產業發展概況皆以產值、營業額、就業人數等作為基本的衡量指標，即便自86年於英國正式揭櫫文化創意產業作為其主要的推動目標以來，仍然以產值、營業額、就業人數等作為描述產業貢獻及國際比較的共同標的。本章內容主要摘錄自經濟部文化創意產業推動小組所編製的「2004年臺灣文化創意產業發展年報」，藉以瞭解我國文化創意產業發展現況。

行政院在91年將文化創意產業的發展納入「挑戰2008：國家發展重點計畫」，也主要以產值、營業額與就業人數作為國際接軌的重要表徵。但因我國的文化創意產業涵蓋視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施、工藝、電影、廣播電視、出版、廣告、設計、設計品牌時尚、建築設計、創意生活及數位休閒娛樂等13項產業，且有多項是過去較少視為產業化的部分，因此有部分行業無法從現行行業分類中，單獨抽離，在統計資料的取得因而面臨相當大的困境。尤其現行行業分類標準之中，仍無法針對創意與文化生成面，以及製造層面做出區隔，以致許多被歸為文化創業產業的行業，都面臨了產業分類無法區隔的問題，而部分的新興藝文行業，更因無法適當歸類，而被分散在每個行業的「其他」類別之中。再者，藝文行業的規模不夠大，也往往無法單獨成為一個行業，而被併入其它業別中。

綜觀國內各項公務及調查資料，以財政部財稅中心的營業稅徵收統計資料最完整。該套資料的原始目的是記錄課徵營業稅之基本資料，因此，統計對象包括所有當年度申報營業稅的事業單位，未納稅單位如公營機構則無法納入計算。以「文化展演設施」產業為例，多數為非營利的文化機構，財稅資料無法呈現產業全貌。故除了使用財稅資料外，以文建會的調查資料輔助說明之。為比較91年與92年的文化創意產業發展現況，以營業稅徵收統計中的家數與營業額作為觀察指標，然而91年與92年的資料，因行業分類調整而分別應用不同版本的稅務行業分類，其中91年係依照「中華民國稅務行業標準分類」（第4次修訂），而92年則是依照「中華民國稅務行業標準分類」（第5次修訂）。在選取與各行業範疇內容相近的所有細類行業後，即得文化創意產業的13項產業的分業資料，並可據以加總為整體文化創意產業的家數與營業額。

國際上的文獻除了以營業額來觀察文化創意產業的規模之外，產值也是不可或缺的指標，而國內目前僅有部分相關行業的產值資料，因此參考90年產業關聯表中，各相近行業中間投入占生產總額的比重，據以推估文化創意產業各分業營業額的中間投入及產值。

在就業人數的估算方面，資料主要來自「人力資源調查統計月報」，該調查統計月報是目前國內最重要的人力資源調查，採家戶抽樣調查方式進行，再依比率推估臺灣地區整體產業的就業人數。該項調查的行業分類係按主計處發佈之「中華民國行業標準分類」（第7次修訂），即「中華民國稅務行業標準分類」（第5次修訂）的基本分類依據，因此與92年的營業額行業分類標準一致。但因人力資源調查的行業分類較稅務行業分類為粗，因此有多項分業的就業人數無法自其它業別抽離，因而有的行業資料以「臺灣地區職類別薪資調查」或自行調查替代。

壹 產業整體發展現況

以下分別就91年及92年文化創意產業整體發展概況，如家數、營業額、附加價值、就業人數及產業結構加以說明。文化創意產業之範疇請參見附錄24，詳細統計資料請參見統計表143至統計表144。

一、家數

92年臺灣文化創意產業家數共有48,024家（不含創意生活產業），其中以工藝產業的家數最多，達10,614家，其次為廣告產業的10,587家，最少的為文化展演設施產業的205家，可能與我們採用營業稅徵收統計的資料有關，因為國內的文化展演設施多以免徵營業稅的公立單位為主。

92年臺灣文化創意產業家數較91年成長7.41%（不含創意生活產業），其中以數位休閒娛樂產業的家數增加最快，成長率達24.71%，其次為音樂與表演藝術產業的20.20%，唯一家數衰退的產業為電影產業，可能與電影產業近年來逐漸沒落有關。

二、營業額

92年臺灣文化創意產業營業額共計4,930.5億（不含創意生活產業），其中以廣告產業的營業額最多，達1,226.6億，其次為廣播電視產業的966.7億，最少的為文化展演設施產業的7.6億。

92年臺灣文化創意產業營業額較91年成長13.28%（不含創意生活產業），其中以設計產業的營業額增加最快，成長率達64.82%，其次為數位休閒娛樂產業的19.20%，可見設計產業正在展現其潛力，而數位休閒娛樂產業也極具前瞻性。在所有文化創意產業中，因為92年上半年爆發的SARS疫情，使得許多與展演有關的產業，如：文化展演設施、電影產業的營業額在92年皆處於衰退狀態，在文化創意產業中屬於受SARS影響較大的產業。

三、附加價值

由於無法取得文化創意產業附加價值的資料，因此採用由營業額扣除中間投入的方式處理。中間投入乃利用行政院主計處出版的產業關聯表，挑選其中最符合各分項產業的內容，計算該產業對其他部門的總需求占其生產總值的比率。其中廣告產業的中間投入率最高達0.70，亦即營業額中有70%屬於中間投入，附加價值的創造僅有30%，而附加價值創造率最高的為視覺藝術產業，達72%。

由於91年與92年附加價值皆係由營業額扣除中間投入而來，在二年投入率均相同的基礎下，92年附加價值的成長率與營業額的成長率完全相同，因此有關其變化，不再贅述。

四、就業人數

92年臺灣文化創意產業就業人數共計167,443人，不過該數據僅涵蓋7個行業，其他行業因人數資料闕如，因此無法統計。文化創意產業的就業人數中，以廣告產業的人數最多，達40,192人，其次為出版產業的40,009人，最少的為文化展演設施產業的4,815人，不過，成長最快的為建築設計產業，由91年的7,684人大幅成長45.56%達11,185人，其次數位休閒娛樂產業在92年也成長14.16%，達27,238人。

五、產業結構分析

在行業分類中，因缺乏設計品牌時尚產業與創意生活產業的詳細產業結構資料，故產業結構說明僅包括11個產業。另因「文學與藝術」行業各項統計值平分至視覺藝術及出版產業，結構資料未包括該項行業。

（一）組織型態

文化創意產業92年家數由91年的44,615家增加至47,922家，其中仍以獨資家數最多，有2萬餘家，占55.96%，較91年成長9.04%。不過，營收總額則以股份有限公司的金額最高。92年股份有限公司營收增加至2,755億元，成長12.26%，不過所占比重卻由91年的56.39%降為55.89%。92年外國公司的家數及營收都有大幅成長，可見他們對於國內的文化創意產業相當看好。另外，合夥或獨資在92年的外銷收入較91年減少近100%，可見在92年的文化創意產業，合夥及獨資等小規模事業的外銷受較大影響，但它們在內銷方面則有較大幅度的成長。

（二）經營年數

文化創意產業無論在91年或92年，其家數都隨著經營年數的提高而減少，若以經營年數5年為分水嶺，則5年以上（含5年）及5年以下的家數各約占整體文化創意產業的5成左右，而營業額則以5至10年的公司為主，91年營業額近1,423億，占整體的3成以上，至92年雖增加至1,552億元，成長9.02%，不過所占比重卻由32.72%降為31.50%。

其次為5年以下的文化創意事業的營收，由91年的1,230億元增加為92年的1,498億元。我們由營業額的表現可以看出成立5至10年的營收較10年以上的營收為高，可見文化創意事業經營10年以上會面臨瓶頸的限制，因而影響其再創商機的可能性。

就2年的變化來看，92年新設1年的文化創意事業家數成長達22.17%，但營收卻以經營1至2年的文化創意事業成長80.85%最高。

（三）空間分布

就企業空間分布來看，國內文化創意廠商主要集中在經濟活動最為熱絡的臺北縣市、臺中市與高雄市，91年此4縣市家數合計為26,439家，占全體文化創意事業的6成，營業額更占全體的83.1%，到92年，家數合計為27,576家，但占全體文化創意事業的比重降為5成7，營業額比重也降為81.67%，可見文化創意產業在92年雖仍以都會地區為主要的活動據點，但已略有分散現象。就成長率來看，金門縣在92年的家數成長最多，可能與兩岸三通，因而逐漸拓展文化創意產業商機有關，其次為高雄縣，則可能與其推動文化創意產業的育成中心有關。至於營收則以新竹縣與臺南縣的成長較快。

（四）資本結構

文化創意產業家數集中在資本額1千萬以下的公司，91年共計有41,549家，占全體文化創意事業的93.1%，92年增為44,949家，所占比重也提高為93.8%，其中尤以資本額10萬元以下的家數最多。營業額的創造以資本額2億以上的企業所占比率最高，91年達1,172億，占全體文化創意事業的2成7，不過至92年2億元以上的企業營收達1,241億元，所占比重略降為2成5左右。92年家數以資本額100萬元以下的增加最多，但營收則以10萬元以下的成長最快。

（五）銷售額

文化創意產業的營收規模通常不大，91年銷售額低於500萬元的廠商共有36,219家，占全體文化創意事業的比重為81.2%。92年銷售額低於500萬元的廠商增加至38,736家，但占比略降為80.8%，可見92年廠商營收規模略有擴大。此外，銷售額以2億元以上的廠商營收總額最高，91年占整體營收的51.8%，92年提高為52.94%。不過，家數與營收成長最快的則都以營業額在4千萬至5千萬的廠商為主。至於內銷與外銷額也均以2億元以上的廠商為主，分別占整體的52.61%與57.6%，但外銷成長最快的廠商以營業額8,000萬至1億居多，而內銷則以銷售額50萬以下的成長最高，達112.91%。

貳 各產業發展現況

以下針對視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、工藝產業、文化展演設施產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、建築設計產業、廣告業、設計產業及數位休閒娛樂產業等產業現況加以說明。詳細資料請參見統計表145至統計表155。

一、視覺藝術

92年視覺藝術產業的營業額約為55億，較91年成長10.6%；從組織結構來看，相較於91年，92年的經營家數不但增加了52家，而且營收總額增加了4.93億元，成長了大約一成，在外銷市場方面，91年外銷收入20億6,715萬3千元，92年外銷收入1億3,762萬3千元。

在產業家數上，視覺藝術產業的總家數為3,204家，以臺北市最多，有609家，其次為高雄市，有316家，臺北縣居第三，有283家。從空間分布來看，視覺藝術業者的分布在大都會地區有很明顯的減少，例如臺北市和臺中市，反而是在較偏遠的地區有增加的趨勢。詳細資料請參見統計表145。

二、音樂與表演藝術產業

臺灣音樂與表演藝術產業組織結構，至92年共有738家，較91年614家增加124家；營收總額新臺幣39億8,869萬9千元，較91年新臺幣45億5,677萬2千元減少5億6,807萬3千元。

以縣市別來看，91年614個產業營運體中，依分布密度，前5名分別為臺北市329家、臺北縣67家、桃園縣29家、高雄市26家、以及臺中市和雲林現皆為25家，92年前5名依次為臺北市393家、臺北縣88家、桃園縣40家、臺中市30家、以及雲林縣24家。詳細資料請參見統計表146。

三、工藝產業

92年工藝產業之營業家數共計10,614家；營收總額約為635億3,557萬元，較91年成長9.33%。以縣市別來看，以臺北市的家數最多，有2,929家（占27.6%），其次為臺北縣，共計1,767家（占16.6%），再來為高雄市，共計686家；若以各縣市別的營收總額來看，以臺北市的營收總額最高，達296億元（占46.6%），臺北縣次之，應收總額達155億元（占24.3%），高雄市排名第3，應收總額達28億元（占4.5%）。詳細資料請參見統計表147。

四、文化展演設施產業

92年文化展演設施產業包括舞台音響設備出租、社會教育機構、劇院經營、音樂廳經營，計有205家，相關行業中以舞台音響設備出租家數最多。其中多數為獨資企業（共計157家），次為有限公司（共計38家）；全體營收總額共約7.57億元，均為內銷收入；各公司平均營收約為369萬元。

以縣市別來看，文化展演設施產業之經營頗為分散，其中臺北縣28家，臺北市23家，彰化縣21家，臺中縣13家；營收總額方面，臺北市的金額最高，達約4.67億元。就平均營收而言，也以臺北市的平均營收最高，約為2,030萬元，其次為臺北縣，約481萬元。詳細資料請參見統計表148。

五、電影產業

民國91年和92年電影產業之經營家數各703、696家，營收總額兩年各將近142和124億元新臺幣，且皆以內銷為主，內銷收入各達128和118億元，外銷收入各為13.5和6.5億元。

以區域別來看，在91和92年仍以北部居多，南部次之，且大多集中於人口密集之都會區，其中臺北縣市91和92年分別有400和415家，高雄縣市91和92年分別有62和55家。營收總額方面，以臺北市之營收總額最高，91和92分別為91億和77.4億，其次是臺北縣91和92年分為21.2億和25.1億，第三為高雄市91和92年分別為18.4億和6.4億。詳細資料請參見統計表149。

六、廣播電視產業

91及92年廣播電視產業之經營家數分別為1,742、1,789家，營收總額各為新臺幣883億元及966.6億元，皆以內銷為主，內銷收入各達874億元及957億元，占99%，而外銷收入各占8.6億元及9.4億元，占1%。企業組織型態有近半數為有限公司型態，其次是股份有限公司（占31%）以及獨資（占14%）。

以區域別來看，在91及92年仍以北部為主，多集中於人口密集之都會區，其中北部地區（包括臺北縣市及桃園縣）在91及92年皆為1,300家，占7成，臺中縣市由91年82家（占4.70%）至92年成長為87家（占4.86%），高雄縣市則由91年83家（占4.76%）至92年成長為90家（占5.03%）。營收總額方面，亦以北部地區（臺北縣市及桃園縣）居多，91及92年分別為648及722億元，約占全體營收總額的74%，其次是高雄縣市91及92年分別為71億元及74億元，第3為臺中縣市91及92年分別為40億元及46億元。詳細資料請參見統計表150。

七、出版產業

92年出版產業之營業家數（包括文學與藝術之部分）共計3,190家；營收總額約為668億元（包括文學與藝術之部分），與91年相較，成長約8.31%。組織型態以獨資與有限公司型態經營為主，共計2,406家，占全國出版業的76.6%。

以縣市別來看，出版業多集中於人口密集之都會區，92年臺北縣市共有2,289家（占72.9%），臺中縣市共有301家（占10.4%）。營收總額方面，高度集中於臺北市，達540億元，占出版業營收總額的81%，領先第2名之臺北縣（61億元，占9.2%）。詳細資料請參見統計表151。

八、建築設計產業

92年建築設計產業之經營家數共計7,548家，其中多為有限公司（共計4,438家），次為獨資（共計2,333家），外國公司則有14家；營收總額約為656億元。

以縣市別來看，以北部居多，多集中於人口密集之都會區，近5成的家數集中在臺北縣市，其中臺北市共有2,179家（占30.2%），臺北縣有1,382家（約占18.3%），臺中市共有532家（約占7%），高雄市共有489家（約占6.5%）。詳細資料請參見統計表152。

九、廣告產業

至92年底，廣告業營利事業家數共計為10,587家，較91年成長了4.11%（增加418家）。其中大企業有157家，中小企業有10,430家，占98.51%。92年廣告業的營業額總計為122,657百萬元，較91年增加14.38%（增加15,421百萬元），廣告業營利事業平均每家營業額為11.58百萬元，較91年的10.54百萬元，增加了9.86%。

廣告業的區域分布基本上與都市發展程度有關，凡都市發展程度愈高的縣市其廣告業家數愈多，以北部地區所占的比例較高，臺北市多達3,809家，臺北縣次之，1,623家，第三則為臺中市，有1,054家。詳細資料請參見統計表153。

十、設計產業

92年設計產業廠商家數為1,826家，總營業額較91年增加142億7,978萬元，為363億1,024萬元，其中內銷收入占66.9%，外銷收入占33.1%。92年臺灣地區設計產業的組織結構跟91年一樣還是以有限公司為主，共805家，占全體設計產業的44.09%，其次為獨資公司，共672家，占全體設計產業的36.8%，兩者合計占全體設計產業的80.89%。

在區域分佈上，設計產業廠商主要集中在經濟活動最熱絡的臺北縣市，臺北縣市的设计產業廠商合計共939家，占全體設計產業的51.42%，營業額合計更達全體設計產業的61.03%。詳細資料請參見統計表154。

十一、數位休閒娛樂產業

92年數位休閒娛樂產業之經營家數共計7,576家，營收總額將近188億元新臺幣，以內銷為主，內銷收入達184億元（占營收總額的97.9%），外銷收入為4億元（占營收總額的2.1%）。組織型態多以獨資型態經營為主（共計7,099家，占總家數的93.7%）。

就區域分布來看，以南部居多，中部次之，多集中於人口密集之都會區，其中高雄市共有1,023家，高雄縣共有909家，屏東也有728家。營收總額方面，以臺中市之營收總額最高，達23億元，占全國的12.60%，其次是高雄市（21.56億元，占11.47%），第3為雲林縣（17.8億元，占9.47%），這3個地區的營收總額占了全國的33.51%。詳細資料請參見統計表155。

壹
前言

貳
文化環境

參
文化活動

肆
文化交流

伍
文化創意產業

陸
文化素養

參 各國文化創意產業比較

有鑑於國際上推動文化創意產業的國家皆針對該國文化創意產業的發展及推動現況，提出詳盡的相關報告供關心文化創意產業的人士參考，故我國自92年起編纂臺灣文化創意產業發展年報。有關文化創意產業國際比較內容，主要摘錄自經濟部文化創意產業推動小組所編製的「2004年臺灣文化創意產業發展年報」，藉以瞭解我國文化創意產業在國際上的發展情形。

各國文化創意產業的範疇不同，各國文化創意產業範疇之差異請參見附錄25。因各國文化創意產業的範疇不同，在進行國際產值或就業人口比較時，需調整產業範圍，才能在相同的基礎上做比較。由於臺灣的文化創意產業部分產業的產值及就業人數資料尚無法取得，因此產值及就業人數分別僅計算11個及7個產業，也使得產值佔GDP比重與就業人口比重都有低估的情形。

在未調整產業範疇前（表5-1），臺灣92年文化創意產業占GDP比重為2.78%，低於美國的5.98%、英國的8.00%、南韓的6.57%、澳洲的3.30%、紐西蘭的3.10%、香港的3.80%，而就業比重1.75%，也低於美國的3.51%、英國的6.64%、澳洲的3.80%、紐西蘭的3.60%、香港的5.10%。

表5-1文化創意產業之國際比較（產業範疇調整前）

單位：%

國家	產值占GDP比重	就業人口比重
臺灣（2003）	2.78	1.75
美國（2002）	5.98	3.51
英國（2002）	8.00	6.64
南韓（2002）	6.57	--
澳洲（2000）	3.30	3.80
紐西蘭（2000）	3.10	3.60
香港（2004）	3.80	5.10

資料來源：經濟部文化創意產業推動小組，《2004年臺灣文化創意產業發展年報》。

附註：1.臺灣的數據由中華經濟研究院推估而得，產值及就業人口分別僅包括13個文化創意產業中的11個及7個產業，故產值佔GDP比例與就業人口佔總就業人口比重都有低估的情形。

- 2.美國資料取自Stephen E. Siwek (2004), Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2002 Report, International Intellectual Property Alliance.
- 3.英國資料取自DCMS (2002), Creative Industries Economic Estimates http://www.culture.gov.uk/global/research/statistics_outputs/creative_industries_eco_est.ht.
- 4.南韓資料來自南韓文化內容興院（2004），南韓2003年文化產業白皮書。
- 5.澳洲資料取自The Allen Consulting Group (2001), The Economic Contribution of Australia's Copyright Industries.
- 6.紐西蘭資料取自INC (2002), Creative Industries in New Zealand.
- 7.香港資料取自香港貿易發展局(2002), Creative Industries in Hong Kong, <http://www.tdctrade.com/econforum/tdc/tdc020902.htm>

在調整產業範疇後（表5-2），臺灣增加了線上遊戲、影音應用及電腦動畫產業，英國、紐西蘭、香港刪除了軟體及電腦服務業。臺灣文化創意產業占GDP比提升到2.85%、英國降為5.47%、南韓降為4.06%、紐西蘭降為1.70%、香港降為3.44%。臺灣因就業人口無進一步的資料，就業人口比仍為1.75%、英國則降為4.62%、紐西蘭降為3.50%、香港降為4.15%。

表5-2文化創意產業之國際比較（產業範疇調整後）

單位：%

國家	產值占GDP比重	就業人口比重
臺灣（2003）	2.85	1.75
美國（2002）	5.98	3.51
英國（2002）	5.47	4.62
南韓（2002）	4.06	--
澳洲（2000）	3.30	3.80
紐西蘭（2000）	1.70	3.50
香港（2004）	3.44	4.15

資料來源：經濟部文化創意產業推動小組，《2004年臺灣文化創意產業發展年報》。

附註：為使各國的產業範疇更接近，臺灣增加線上遊戲、影音應用及電腦動畫產業，英國、紐西蘭、香港刪除軟體及電腦服務業，南韓刪除角色造型產業。

壹 前言

貳 文化環境

參 文化活動

肆 文化交流

伍 文化創意產業

陸 文化素養