

第五章 文化與經濟

第一節 文化創意產業

第二節 文化消費



2008



第五章 文化與經濟

文化與經濟面向為呈現我國在文化與產業經濟效益之發展情形，本章節以「文化創意產業」代表文化經濟之生產面，以「文化消費」代表文化經濟之消費面，關於文化與經濟指標之內涵如下：

1. 「文化創意產業」：在公部門方面，回顧「挑戰2008：國家發展重點計畫」中文化創意產業發展計畫成果，檢視2002年至2007年文化創意產業發展樣貌。除此之外，為延續推動文化創意產業之能量，將概述文建會之第二期文化創意產業發展計畫內容及2008年執行成果，以期瞭解文化創意產業的未來發展方向。另外，在私部門方面，經由公務機關與機構調查資料，瞭解2008年文化創意產業發展之狀況。
2. 「文化消費」：以2010年1月執行「2008年文化參與及消費調查」之電話調查為基礎，呈現15歲以上民眾在大眾傳播媒體、視覺藝術類、表演藝術類、文化藝術機構與設施、文藝民俗節慶活動以及生活藝術活動等方面之消費狀況。

第一節 文化創意產業

一、公部門

臺灣在面對高度工業化後，以大規模製造業為主的生產型態，在鄰國的挑戰下已漸漸失去優勢，除了向高科技產業發展之外，更必須強化以知識為基礎的經濟競爭力。然而，知識經濟附加價值最高的類型即是以創意設計為核心的生產領域，此類型特質為多樣性、小型化以及分散式，其就業人口和產值在全球持續保持成長，對於提升環境和生活品質是有助益的，因此，行政院在2002年至2007年核定推動「挑戰2008：國家發展重點計畫——文化創意產業發展計畫」，主要願景為開拓創意領域，結合人文與經濟發展具國際水準之文化創意產業。

根據「挑戰2008：國家發展重點計畫」之產業定義，文化創意產業為「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業」，此計畫目標如下：

- 1.文化創意產業營業額由4,200億元提升為6,400億元，達1.5倍。
- 2.文化創意產業直接就業機會由15.7萬人提升為23.6萬人，達1.5倍。
- 3.娛樂教育及文化服務占家庭支出比重由13.5%提升為15.0%。
- 4.文化創意產（作）品參加國際競賽得獎數由42件提升為275件。
- 5.文化創意產業區域性國際品牌數由3件提升為21件，達7倍。

由「2008年臺灣文化創意產業發展年報」得知，文化創意產（作）品參加國際競賽得獎數，原訂目標由42件提升為275件，至2007年已達成291件。另外，在文化創意產業區域性國際品牌數方面，原訂目標為3件提升為21件，至2007年已達27件，上述2項成果皆已優於預期目標。

然而，在文化創意產業營業額、直接就業機會，以及娛樂教育及文化服務占家庭支出比重等3項目標，至2007年並未達到原本預計標準。在營業額方面，2007年文化創意產業營業額為6,329億元，離預訂目標6,400億元，尚差71億元。在直接就業機會方面，2007年實際直接就業機會為21.16萬人，較預訂目標為低。另外，2007年娛樂教育及文化服務占家庭支出比重為13.0%，亦低於預訂目標15.0%。

整體來看，臺灣文化創意產業在國際方面的表現具有優異的表現，雖然在其他目標表現上不如預期，但此產業營業額年平均成長率為7.78%，較臺灣整體經濟平均成長率3.70%來得高，由此可知，文化創意產業仍具有相當發展潛能的優勢。

為延續推動臺灣文化創意產業之能量及擴大執行效益，文建會於2008年1月11日奉 行政院核定文化創意產業第二期（2008年~2011年）發展計畫，計畫內容主要聚焦藝文產業的扶植與創新育成，於五大創意文化園區進行設施整建及引入民間參與機制，並以工藝作為旗艦產業，期望促成

文化資本的加值和累積，進行文化消費市場的開拓，以提昇臺灣整體的文化創意產業競爭力。其中包含三項子計畫，分別為強化產業環境發展計畫、工藝創意產業發展計畫以及創意文化園推動計畫，各項子計畫於2008年執行成果如下：

1. 強化產業環境發展計畫

- (1) 成立五家育成中心，包括智邦藝術基金會、臺灣藝術大學、崑山科技大學、屏東科技大學及臺北藝術大學，共計補助總金額為780萬元，並經由公務機關與機構調查得知，其中屏東科技大學育成中心於2008年未開設文化或文化創意相關人才培育課程，而智邦藝術基金會表示該單位資料闕如，無法提供相關資料，因此統計其餘三家育成中心共開設25場次文化或文化創意相關人才培育課程，上課總人數共計254人。另外，協助30家相關藝文產業領域之業者進駐，總產值為2,072萬元整。
- (2) 補助11案藝文產業研發生產及行銷推廣，10案直轄市及縣（市）政府推動藝文產業發展，共計補助總金額逾1,762萬元。
- (3) 辦理「Art Taipei 2008臺北國際藝術博覽會」參展畫廊，國內外共計111家，產值達7億5仟萬元。
- (4) 參與2008臺灣國際文化創意產業展覽會，成立「臺灣表演藝術展演專區」及「臺灣工藝新趨勢」二主題展區，重點推介表演藝術及工藝產業。
- (5) 完成「創意媒合王」網站建置及上線，已匯入31,588件數位創意素材，促進藝文數位物件加值運用。
- (6) 辦理「美好年代——第七屆臺灣衣party」，展出12位設計師作品；「青年藝術家作品購藏及流通計畫」之97年度青年購藏作品計51件；辦理公開?曲之音樂會，鼓勵並培植國人優秀原創作品。

2. 工藝創意產業發展計畫

- (1) 建立臺灣工藝創新育成網絡：公開徵求輔導團提案方式，共計3項輔導案，分別為鶯歌陶瓷工藝產業輔導案（北區）、南投縣埔里鎮手工紙工藝產業輔導案（中區）以及嘉義縣新港鄉交趾陶產業輔導案（南區）。另外，培育工藝卓越人才，辦理跨媒材、跨領域創新研發計畫，媒合得獎工藝師及設計師，合力創作產出23組新作品。成立「Yii」品牌，其成果記者發表會帶來國內外超過70篇媒體露出效益與1,600萬作品洽詢訂單。
- (2) 工藝品牌形塑計畫：媒合規劃設計團隊與工藝之家依需求就品牌識別體系設計、品牌導入包裝設計、品牌策略規劃三方面共同提出企劃書申請補助，已執行二梯次補助申請，審查通過14案。另外，參加7項國際競賽或覽展，其中以「Yii」品牌參加巴黎家飾展，於精品設計館進行發表，有洽計16案合作案、5案邀展洽詢案、265家洽詢買家、洽詢產值計1,767萬元以及有意願購買訂單金額計4,994萬元。

- (3) 建構工藝產業市場機制：設置共同行銷推廣據點，幫助117家徵選通過之「工藝之家」行銷當代臺灣工藝精品，並統一對外媒體文宣執行窗口，針對相關活動與計畫作系列性媒體宣傳。拍攝製作中英日版本之臺灣工藝之家宣傳廣告，及為開拓國內工藝體驗風潮，以介紹中部地區38位工藝之家主題宣傳片。
- (4) 工藝創新育成中心基地硬體設施整建計畫：進行園區營運及硬體建設計畫，以及辦理「工藝典藏展示館建置計畫初期規劃與可行性評估研究」。

3. 創意文化園區推動計畫

- (1) 華山創意文化園區：華山園區ROT案試營運，舉辦超過398場活動，營運收入超過2,162萬元。另外「華山季節風——流行視覺季」、「文化創意達人競賽」及「簡單生活節」等多項文創產業相關展演活動，共計有48,000參觀人次。
- (2) 花蓮創意文化園區：舉辦超過60場活動，共計約有10,000人次參與。另外，辦理花蓮園區「紀念品創意設計比賽」暨「夜生活節」推廣計畫，共計約有8,000人次參與。
- (3) 臺中創意文化園區：舉辦大型活動，共計約有25,000人次參加。
- (4) 嘉義創意文化園區：規劃辦理「南方醉舒服」試營運系列活動，參與人次超過2,000人次。
- (5) 臺南創意文化園區：規劃研擬臺南園區引入文化創意產業及營運模式規劃之民間參與可行性評估案。

上述五大創意文化園區，皆有陸續辦理園區建物修繕及環境整備工程。其中，花蓮創意文化園區之宿舍區歷史建築工程已於2008年完工。

另外，由於2009年5月14日「創意臺灣——文化創意產業發展方案」獲行政院院會通過，執行期程為2009年至2013年，文建會由原先僅負責主管之藝文產業，轉換為文化創意產業總體政策整合及協調之角色，為落實各項策略，在「行政院文化創意產業推動小組」指導下，規劃成立「文化創意產業專案辦公室」，為應實際需求，故修正文化創意產業發展第二期計畫，修正計畫各項行動計畫之加構圖請參考圖5-1-1，相關修正內容如下：

1. 依據「創意臺灣——文化創意產業發展方案」之兩大主軸「環境整備」及「旗艦計畫」²¹，修正相關執行計畫。
2. 「環境整備」項目由文建會統籌，內容含「多元資金挹注（子計畫一）」、「產業研發及輔導（子計畫二）」、「市場流通及開拓（子計畫三）」、「人才培育及媒合（子計畫

21 「旗艦計畫」之旗艦產業係指從現有各產業範疇中，擇取發展較為成熟、具產值潛力、產業關聯效益大的業別，包括電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業，其中由文建會負責「工藝產業」旗艦計畫，由新聞局負責「電視內容產業」、「電影產業」及「流行音樂產業」三項旗艦計畫，另外由經濟部負責「數位內容產業」與「設計產業」兩項旗艦計畫。

四)」及「產業集聚效應（子計畫五）」五大策略之具體措施。

3.工藝產業旗艦計畫（子計畫六）：屬「創意臺灣——文化創意產業發展方案」六大旗艦計畫之一，計畫內容包含兩大策略、三大行動方案及十一項重點計畫執行，以加速工藝產業精質化的歷程，並讓臺灣工藝產品優質設計與品質，行銷國內外、提高市占，提升國家形象及文化競爭力。

其中，子計畫一多元資金挹注中，針對文化創意產業發展提供「補助」、「融資信保」以及「投資」等多元化資金挹注，目前經濟部工業局提供二項融資方法，分別為「數位內容產業及文化創意產業優惠貸款」及「促進產業研究發展貸款」，其中「促進產業研究發展貸款」自2009年始修正相關辦法。然而，「數位內容產業及文化創意產業優惠貸款」自2004年起已開始辦理，2008年共計13件申請案，申請貸款金額為32,190萬元，其中7件申請案已取得銀行融資，貸款金額為4,050萬元。

透過文建會修正後之「文化創意產業第二期（2008年至2011年）發展計畫」，期待可創造具競爭力的美感創新產業，以及建立文化創意的高附加價值產業園區，進而塑造一個創意有機的結構環境，將臺灣打造成為創意人才的國度。

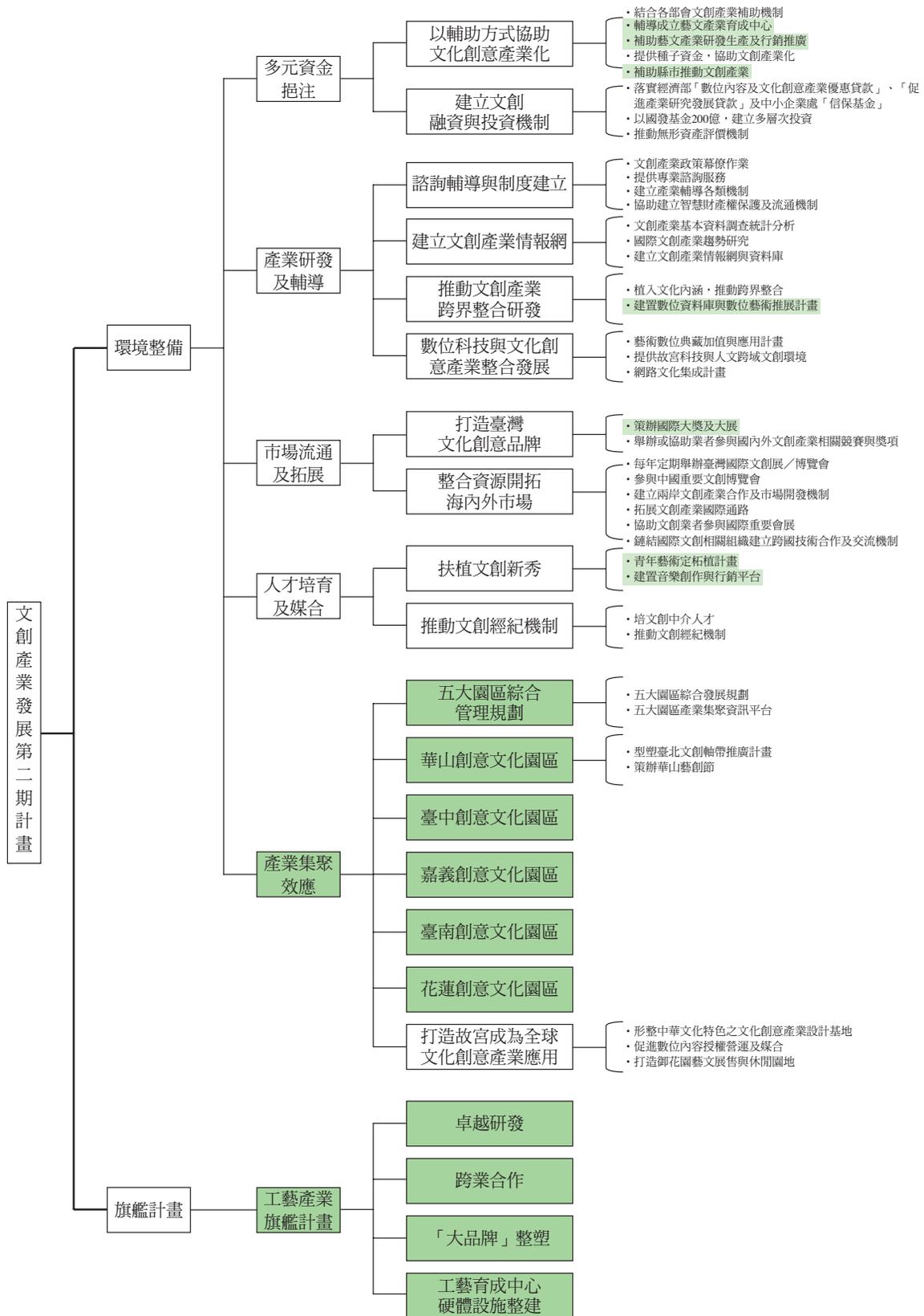


圖5-1-1 文化創意產業發展第二期修正計畫之各項行動計畫架構圖

Figure 5-1-1 The framework of various action schemes of the development of cultural creative industry, the second revised plan

註：底色部份代表為原計畫內容。

二、私部門

本報告經公務機關與機構調查，由經濟部工業局文化創意產業推動辦公室提供2008年文化創意產業家數、營業額、外銷收入、內銷收入…等相關統計數據，並分別以產業別、經營年數、組織型態、資本結構、營業額結構以及縣市別為分類，探討各分類下文化創意產業之概況。

依據經濟部工業局文化創意產業推動辦公室規範，將文化創意產業範疇界定包含「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」、「廣告產業」、「設計產業」、「數位休閒娛樂產業」、「設計品牌時尚產業」及「創意生活產業」等之13項產業。

（一）產業別

1. 家數

2004年我國文化創意產業總家數為50,131家，自2005年起文化創意產業總家數有逐年小幅遞減的趨勢，至2008年總家數減少為49,372家。

觀察各產業家數，近五年來文化創意產業皆以「廣告產業」的家數最多，占總家數比率介於22.3%~25.2%之間，且此占比有逐年遞增的現象。其次為「工藝產業」，占總家數比率介於20.4%~21.3%之間，惟此占比卻是逐年遞減的現象。家數所占比率再次之業別則依年別不同而分別為「建築設計產業」及「數位休閒娛樂產業」。其餘各產業占總家數比率皆在8%以下。請參考表5-1-1。

2. 營業額

2004年我國文化創意產業總營業額為5,565億元，且有逐年遞增的趨勢，但至2008年總營業額卻略有降低為5,889億元。

觀察各產業營業額，除了2007年以「廣播電視產業」（占總營業額比率為20.7%）及「廣告產業」（占總營業額比率為20.6%）的營業額最高之外，其餘四年（2004年至2006年及2008年）皆以「廣告產業」的營業額最高，占總營業額比率介於20.6%~25.2%之間。2004年至2006年及2008年其次皆為「廣播電視產業」，占總營業額比率介於17.0%~17.4%之間。近五年再其次皆為「建築設計產業」。請參考表5-1-2。

表5-1-1 2004年至2008年文化創意產業業者總家數——按產業別分

Table 5-1-1 Total number of companies in the cultural and creative industries, 2004 to 2008 - by industry

單位：家

產業別	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
視覺藝術產業	3,121	3,086	2,972	2,888	2,783
音樂與表演藝術產業	872	1,019	1,169	1,354	1,487
工藝產業	10,696	10,892	10,714	10,437	10,086
文化展演設施產業	240	273	316	339	345
電影產業	659	648	620	602	609
廣播電視產業	1,762	1,743	1,702	1,609	1,531
出版產業	3,386	3,581	3,637	3,707	3,608
建築設計產業	8,294	8,249	7,969	7,699	7,439
廣告產業	11,175	11,766	12,221	12,303	12,449
設計產業	1,925	2,096	2,239	2,362	2,470
數位休閒娛樂產業	7,948	8,315	8,013	7,252	6,438
設計品牌時尚產業	-	-	-	-	-
創意生活產業	53	74	95	115	127
總計	50,131	51,742	51,667	50,667	49,372

資料來源：1.2004年至2006年資料來源為經濟部工業局，《2006年臺灣文化創意產業發展年報》及《2008年臺灣文化創意產業發展年報》

2.2007年至2008年資料來源為本專案公務機關與機構調查，調查對象為經濟部工業局文化創意產業推動辦公室

調查時間：2009年10月至12月

註：「-」表示無法取得數據資料。

表5-1-2 2004年至2008年文化創意產業業者營業額——按產業別分

Table 5-1-2 Business volume of the cultural and creative industries, 2004 to 2008 - by industry

單位：仟元

產業別	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
視覺藝術產業	3,121	3,086	2,972	2,888	2,783
音樂與表演藝術產業	872	1,019	1,169	1,354	1,487
工藝產業	10,696	10,892	10,714	10,437	10,086
文化展演設施產業	240	273	316	339	345
電影產業	659	648	620	602	609
廣播電視產業	1,762	1,743	1,702	1,609	1,531
出版產業	3,386	3,581	3,637	3,707	3,608
建築設計產業	8,294	8,249	7,969	7,699	7,439
廣告產業	11,175	11,766	12,221	12,303	12,449
設計產業	1,925	2,096	2,239	2,362	2,470
數位休閒娛樂產業	7,948	8,315	8,013	7,252	6,438
設計品牌時尚產業	-	-	-	-	-
創意生活產業	53	74	95	115	127
總計	50,131	51,742	51,667	50,667	49,372

資料來源：1.2004年至2006年資料來源為經濟部工業局，《2006年臺灣文化創意產業發展年報》及《2008年臺灣文化創意產業發展年報》

2.2007年至2008年資料來源為本專案公務機關與機構調查，調查對象為經濟部工業局文化創意產業推動辦公室

調查時間：2009年10月至12月

註：「-」表示無法取得數據資料。

3.文化創意產業產值占國內生產毛額比率

依據行政院主計處公告之2008年臺灣國內生產毛額（Gross Domestic Product，以下簡稱GDP）為12,698,501百萬元計算文化創意各產業營業額占GDP之比率，由圖5-1-2來看，臺灣文化創意產業於2008年的產值占總體GDP的4.64%，其中以廣告產業的占比最高，為0.97%，其次為廣播電視產業（0.79%），然而，以「文化展演設施產業」、「視覺藝術產業」及「音樂與表演藝術產業」的占比最低，皆不到0.10%。

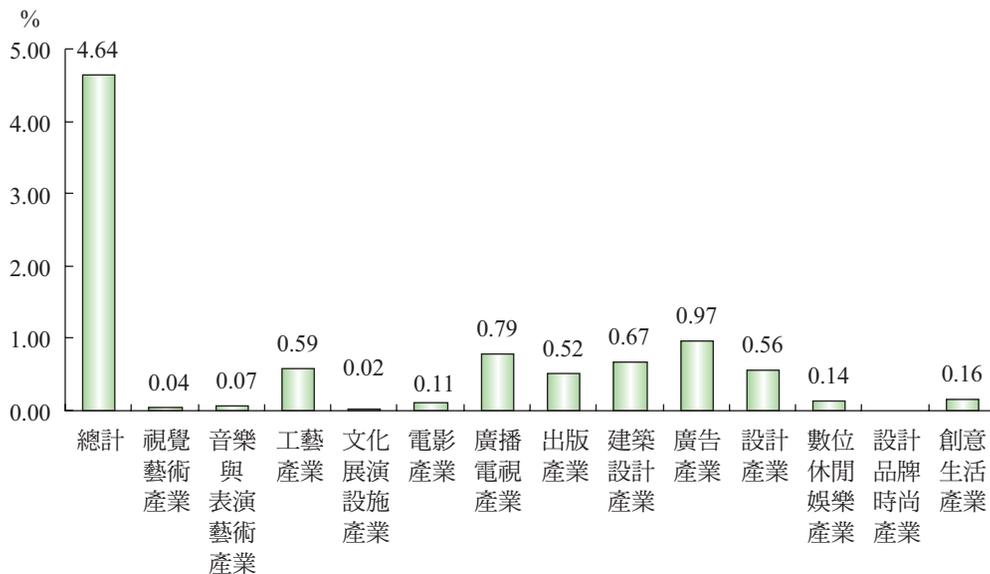


圖5-1-2 2008年文化創意產業占國內生產毛額比率

Figure 5-1-2 Cultural and creative industries as a percentage of gross domestic products in 2008

資料來源：本專案整理

蒐集時間：2009年12月

註：1.2008年國內生產毛額為12,698,501百萬元，此資料來源為行政院主計處之國民所得及經濟成長統計表。

2.由於無法取得「設計品牌時尚產業」之營業額數據，故圖中無該項資料。

（二）經營年數

依經營年數來觀察2008年文化創意產業家數及營業額，以經營「5~10年」的組織所占比例最高，為26.01%，其次為經營「10~20年」的組織（24.74%）。另外，經營年數「10~20年」的組織營業額最高，占總體營業額比例之40.27%，其具有最好的經營能力，請參考圖5-1-3、圖5-1-4及統計表D-1-3。

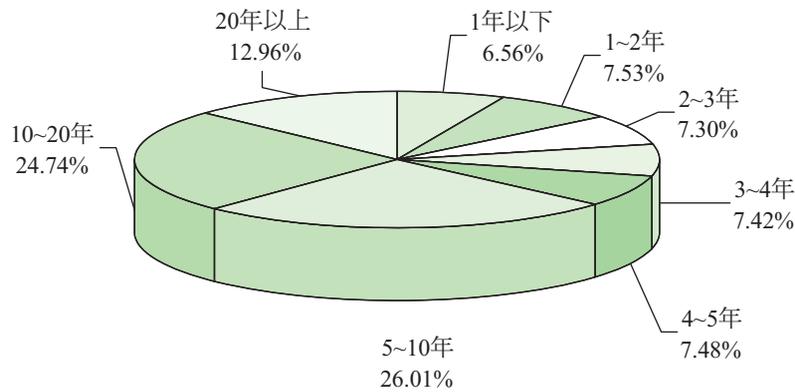


圖5-1-3 2008年文化創意產業家數——按經營年數分

Figure 5-1-3 Number of cultural and creative industry companies in 2008 - classified by the number of years in operation

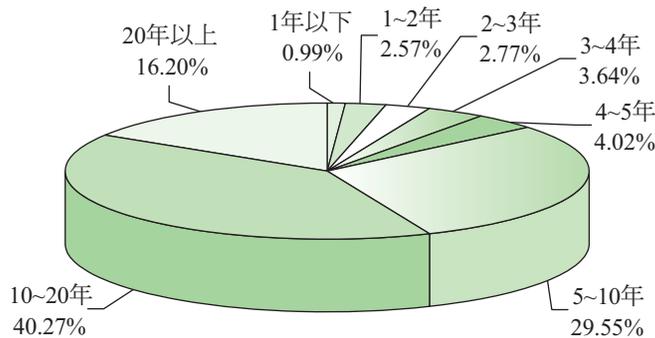


圖5-1-4 2008年文化創意產業營業額——按經營年數分

Figure 5-1-4 Business volume of cultural and creative industries in 2008 - classified by the number of years in operation

資料來源：本專案公務機關與機構調查
 調查對象：經濟部工業局文化創意產業推動辦公室
 調查時間：2009年10月至12月

註：1.營業額=外銷收入+內銷收入。

2.此部分統計數據未包括設計品牌時尚產業、創意生活產業及屬於視覺藝術產業與出版產業子項的「文藝與藝術」。

(三) 組織型態

依組織型態來觀察2008年文化創意產業家數及營業額，以「獨資」的型態占比最高，為53.46%，其次為「有限公司」（35.30%）。另外，在營業額方面，則以「股份有限公司」的占比最高，占產業總營業額之52.96%，其次為「有限公司」（24.46%），請參考圖5-1-5、圖5-1-6及統計表D-1-4。

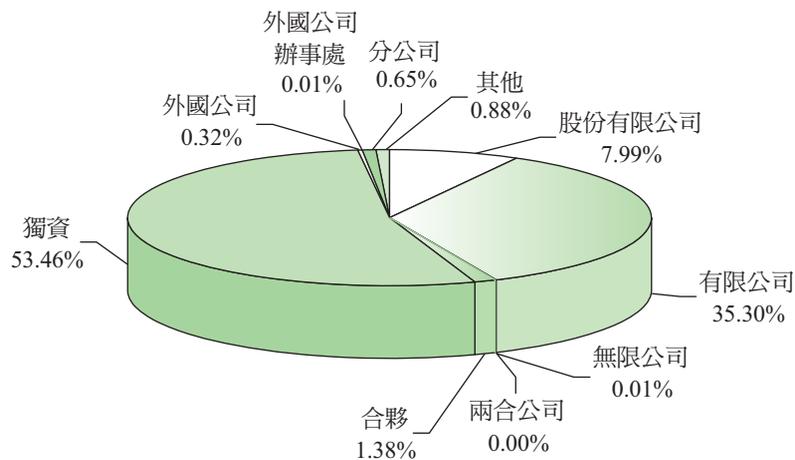


圖5-1-5 2008年文化創意產業家數——按組織型態分

Figure 5-1-5 Number of cultural and creative industry companies in 2008 - classified by organization types

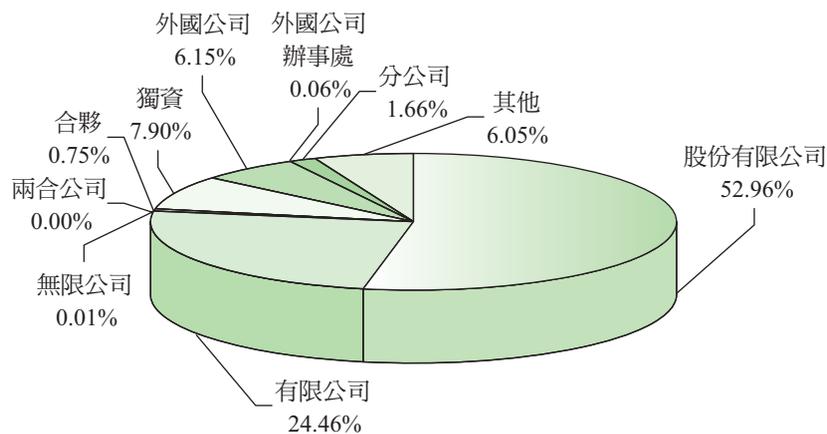


圖5-1-6 2008年文化創意產業營業額——按組織型態分

Figure 5-1-6 Business volume of cultural and creative industries in 2008 - classified by organization types

資料來源：本專案公務機關與機構調查
 調查對象：經濟部工業局文化創意產業推動辦公室
 調查時間：2009年10月至12月

註：1.營業額=外銷收入+內銷收入。

2.此部分統計數據未包括設計品牌時尚產業、創意生活產業及屬於視覺藝術產業與出版產業子項的「文藝與藝術」。

(四) 資本結構

依資本結構來觀察2008年文化創意產業家數及營業額，以資本額為「未滿0.1百萬元」的組織占比最高，為32.96%，其次為資本額在「0.1-1百萬元」（27.07%）。另外，在營業額方面，則以資本額為「2億元以上」的占比最高，占產業總營業額之27.92%。整體來看，資本額在100萬元以下之小型組織家數最多（60.03%），顯示臺灣文化創意產業主要是以中小企業為主力，然而近二

成八的營業額集中於223家企業（占總家數的0.45%），顯示資本額高之大型企業在營業額上的表現有規模經濟的優勢，請參考圖5-1-7、圖5-1-8及統計表D-1-5。

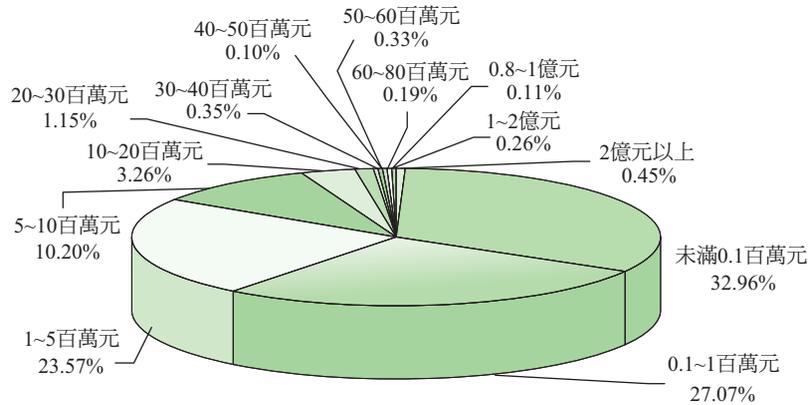


圖5-1-7 2008年文化創意產業家數——按資本結構分

Figure 5-1-7 Number of cultural and creative industry companies in 2008 - classified by capital structure

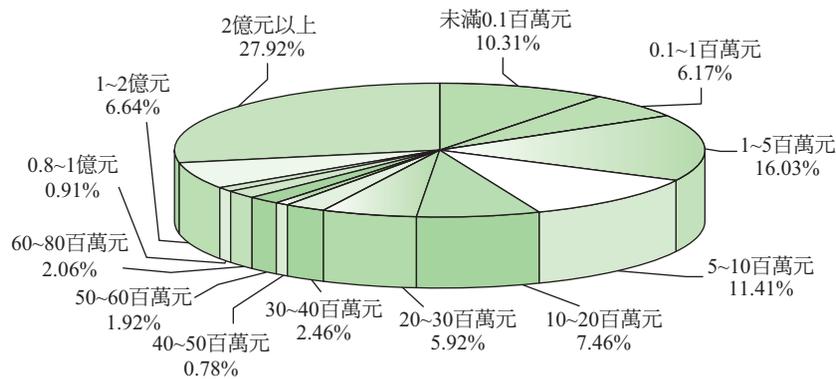


圖5-1-8 2008年文化創意產業營業額——按資本結構分

Figure 5-1-8 Business volume of cultural and creative industries in 2008 - classified by capital structure

資料來源：本專案公務機關與機構調查
 調查對象：經濟部工業局文化創意產業推動辦公室
 調查時間：2009年10月至12月
 註：1.營業額=外銷收入+內銷收入。
 2.此部分統計數據未包括設計品牌時尚產業及創意生活產業。

（五）營業額結構

依營業額結構來觀察2008年文化創意產業家數及營業額，以營業額為「0.5-5百萬元」的組織占比最高，為51.41%，其次為營業額在「未滿0.5百萬元」（28.48%）。另外，在營業額方面，則以營業額為「2億元以上」的占比最高，占產業總營業額之56.57%。整體來看，營業額在500萬元以下之企業家數最多（79.89%），然而近五成七的營業額集中於340家企業（占總家數的0.69%），顯示能夠獲取較大收益的企業家數仍為少數，請參考圖5-1-9、圖5-1-10及統計表D-1-6。

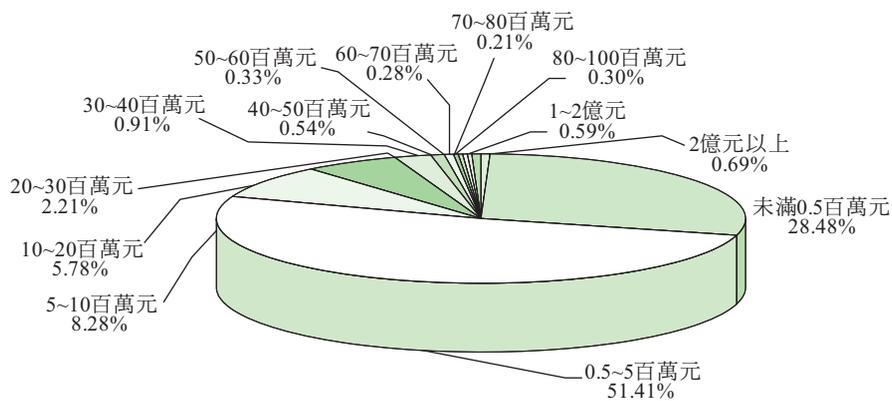


圖5-1-9 2008年文化創意產業家數——按營業額結構分

Figure 5-1-9 Number of cultural and creative industry companies in 2008 - classified by the structure of business volume

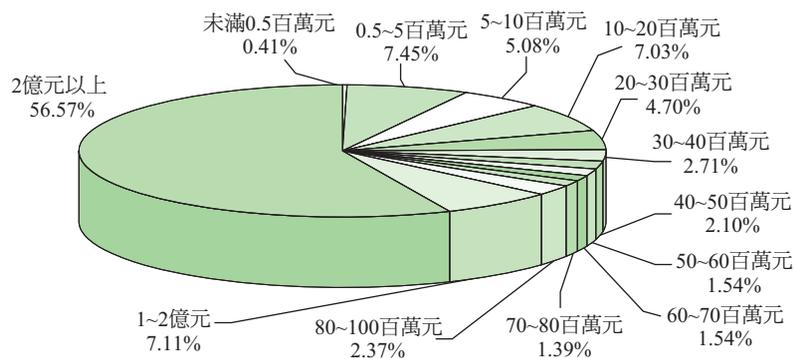


圖5-1-10 2008年文化創意產業營業額——按營業額結構分

Figure 5-1-10 Business volume of cultural and creative industries in 2008 - classified by the structure of business volume

資料來源：本專案公務機關與機構調查

調查對象：經濟部工業局文化創意產業推動辦公室

調查時間：2009年10月至12月

註：1.營業額=外銷收入+內銷收入。

2.此部分統計數據未包括設計品牌時尚產業及創意生活產業。

(六) 縣市別

依縣市別結構來觀察2008年文化創意產業家數及營業額，以「北部地區」的組織占比最高，為54.93%，其次為「南部地區」（22.63%）。另外，在營業額方面，亦以「北部地區」的占比最高，占產業總營業額之82.05%。整體來看，臺灣文化創意產業地域性主要以北部地區為主，且超過八成的收益皆為北部地區所貢獻，請參考圖5-1-11、圖5-1-12及統計表D-1-7。

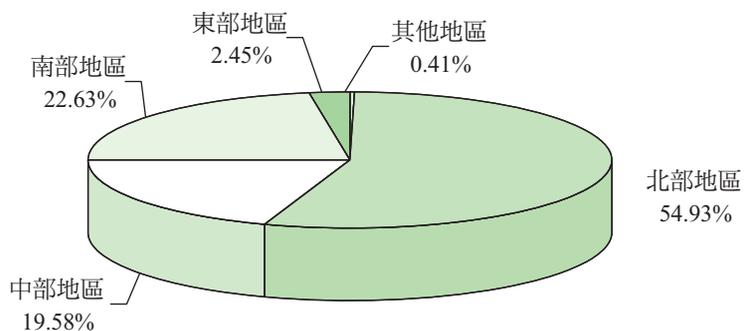


圖5-1-11 2008年文化創意產業家數——按縣市別分

Figure 5-1-11 Number of cultural and creative industry companies in 2008 - classified by county and city

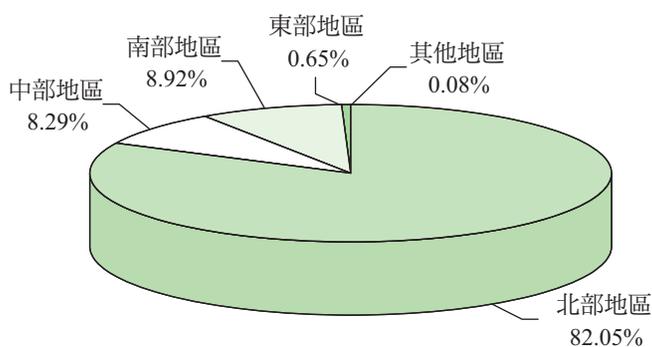


圖5-1-12 2008年文化創意產業營業額——按縣市別分

Figure 5-1-12 Business volume of cultural and creative industries in 2008 - classified by county and city

資料來源：本專案公務機關與機構調查

調查對象：經濟部工業局文化創意產業推動辦公室

調查時間：2009年10月至12月

註：1.營業額=外銷收入+內銷收入。

2.此部分統計數據未包括設計品牌時尚產業及創意生活產業。

第二節 文化消費

（一）我國家庭娛樂消遣及教育文化服務平均消費支出

由圖5-2-1得知，在我國平均每戶家庭娛樂消遣及教育文化服務消費支出中，2007年及2008年主要消費支出為教育與研究費，其次為旅遊費用，然而書報雜誌文具的消費支出最少。

觀察2008年之年增率，整體平均每戶家庭娛樂消遣及教育文化服務消費支出為-1.7%，其中除了教育與研究費支出有增加的現象之外（年增為2.7%），其餘消費支出項目年增率皆為負成長，請參考統計表D-2-4。

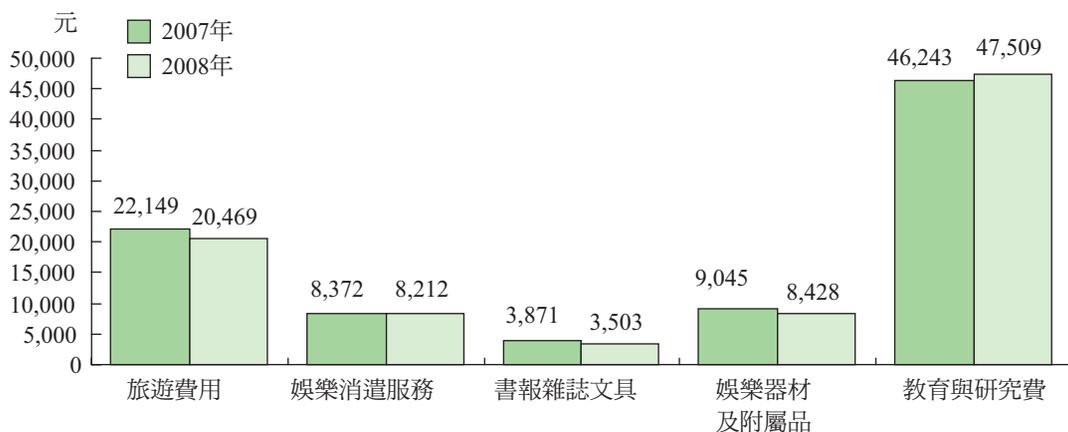


圖5-2-1 2007年至2008年臺灣地區平均每戶家庭娛樂消遣及教育文化服務消費支出

Figure 5-2-1 The average family entertainment and cultural education service expenditures in Taiwan from 2007 to 2008

資料來源：行政院主計處網站，《96、97年家庭收支調查報告電子書》

網址：<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=19882&CtNode=3241&mp=1>

蒐集時間：2009年12月

註：年增率 = (2008年消費支出 - 2007年消費支出) ÷ 2007年消費支出 * 100%。

二、主要文化藝術相關活動消費概況

（一）大眾傳播類活動的消費金額

本專案調查之大眾傳播類活動包含電影、電視、廣播、報紙、雜誌/期刊、書籍以及視聽產品等七項活動，分別瞭解15歲以上民眾在各項活動上之實際消費金額。

1. 全體15歲以上民眾

在全體15歲以上民眾於2008年接觸大眾傳播媒體的實際消費金額方面，以書籍的消費金額最高，為4,210元，其次為視聽產品（3,129元），再其次分別為雜誌/期刊（1,799元）、報紙（1,697元）以及電影（572元），請參考圖5-2-2及統計表D-2-5至D-2-9。

2.有參與過各項大眾傳播類活動的15歲以上民眾

在有參與過各項大眾傳播類活動的15歲以上民眾於2008年接觸的實際消費金額方面，以書籍的消費金額最高，為11,170元，其次為視聽產品（9,841元），再其次分別為雜誌/期刊（5,993元）、報紙（3,734元）以及電影（1,739元），請參考圖5-2-2及統計表D-2-5至D-2-9。

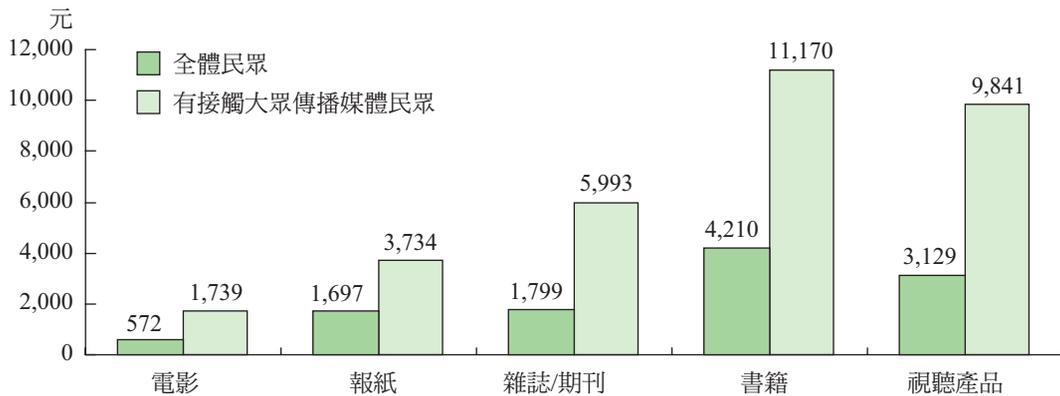


圖5-2-2 15歲以上全體民眾以及有接觸大眾傳播媒體民眾於2008年實際消費金額

Figure 5-2-2 Amount of actual consumption for being exposed to mass media in 2008 for the entire population over 15 years old and people over 15 years old who participated in various forms of mass communication activities

資料來源：本專案電話調查(調查內容詳見附錄二專案調查問卷第5、12、15、18、21題)

調查時間：2010年1月

註：1.全體民眾樣本數為1,319。

2.有參與過各項大眾傳播類活動民眾樣本數分別如下：電影樣本數為462；報紙樣本數為599；雜誌/期刊樣本數為396；書籍樣本數為497；視聽產品樣本數為419。

(二) 視覺藝術類活動的消費金額

本專案調查之視覺藝術類活動包含傳統形式視覺藝術、現代形式視覺藝術、攝影類、雕塑類、古董文物類、設計類以及工藝類等七項活動，分別瞭解15歲以上民眾在各項活動上之實際消費金額。

1.全體15歲以上民眾

在全體15歲以上民眾於2008年欣賞、參觀、購買視覺藝術類相關作品或產品的實際消費金額方面，以古董文物類的消費金額最高，為358元，其次分別為傳統形式視覺藝術類（262元）以及現代形式視覺藝術類（236元），再其次分別為工藝類（169元）、雕塑類（159元）、設計類（156元）以及攝影類（88元），請參考圖5-2-3及統計表D-2-10至D-2-16。

2.有參與過各項視覺藝術類活動的15歲以上民眾

在有參與過各項視覺藝術類活動的15歲以上民眾於2008年欣賞、參觀、購買實際消費金額方面，以現代形式視覺藝術類的消費金額最高，為7,567元，其次為古董文物類（5,707元），再其次分別為雕塑類（3,662元）、設計類（3,344元）、攝影類（3,071元）、工藝類（2,886元）以及傳統形式視覺藝術類（2,872元），請參考圖5-2-3及統計表D-2-10至D-2-16。

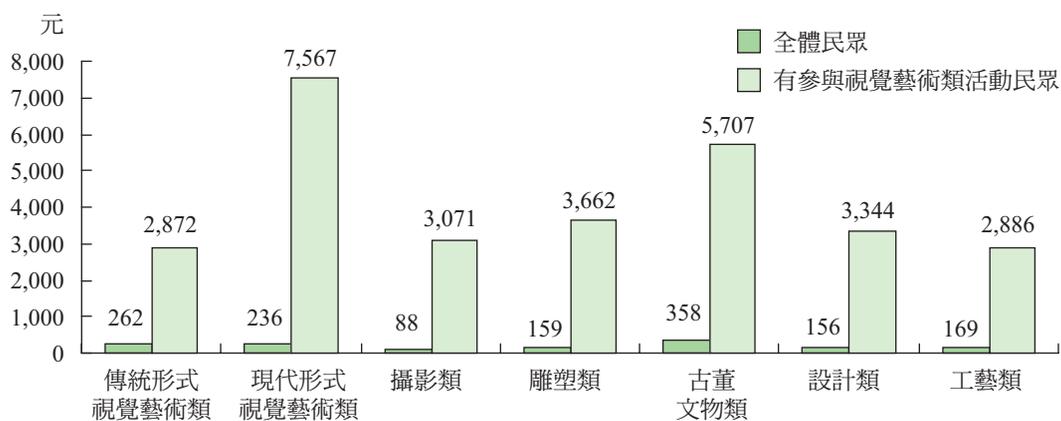


圖5-2-3 15歲以上全體民眾以及有參與視覺藝術類活動民眾於2008年欣賞、參觀、購買相關作品或產品的實際消費金額

Figure 5-2-3 Amount of actual consumption for appreciating, visiting or purchasing visual art works or products in 2008 for the entire population over 15 years old and over 15 years old who participated in various forms of visual art activities in 2008

資料來源：本專案電話調查(調查內容詳見附錄二專案調查問卷第26、29、32、35、38、41、44題)

調查時間：2010年1月

註：1.全體民眾樣本數為1,319。

2.有參與過各項視覺藝術類活動民眾樣本數分別如下：傳統形式視覺藝術類樣本數為120；現代形式視覺藝術類樣本數為41；攝影類樣本數為38；雕塑類樣本數為57；古董文物類樣本數為83；設計類樣本數為62；工藝類樣本數為77。

(三) 表演藝術類活動的消費金額

本專案調查之表演藝術類活動包含音樂類、戲劇類、舞蹈類以及綜合類等四項活動，然而僅分別瞭解15歲以上民眾在音樂類、戲劇類以及舞蹈類活動上之實際消費金額。

1. 全體15歲以上民眾

在全體15歲以上民眾於2008年參與或欣賞表演藝術類相關活動參與或欣賞的實際消費金額方面，以音樂類的消費金額最高，為3,749元，戲劇類(852元)以及舞蹈類(929元)的實際消費金額相當，請參考圖5-2-4及統計表D-2-17至D-2-19。

2. 有參與過各項表演藝術類活動的15歲以上民眾

在有參與過各項表演藝術類活動的15歲以上民眾於2008年參與或欣賞實際消費金額方面，以音樂類的消費金額最高，為24,540元，其次為舞蹈類(17,481元)，再其次戲劇類(10,161元)，請參考圖5-2-4及統計表D-2-17至D-2-19。

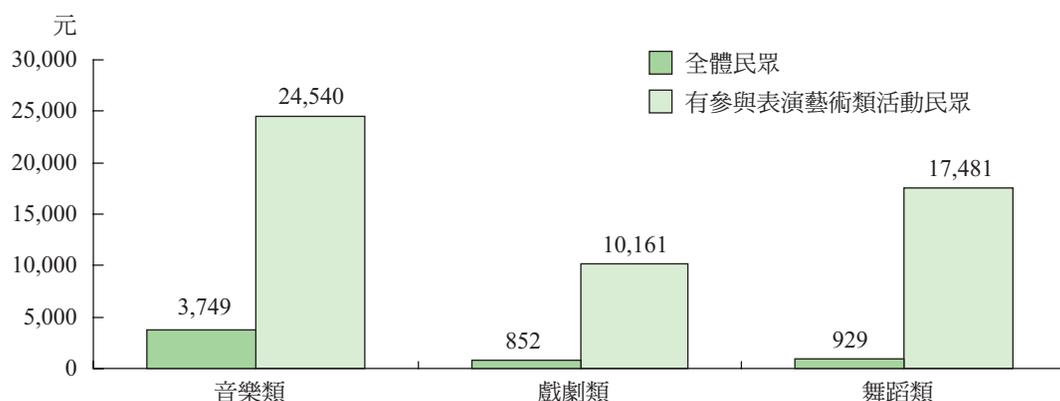


圖5-2-4 15歲以上全體民眾以及有參與表演藝術類活動民眾於2008年參與或欣賞相關活動的實際消費金額

Figure 5-2-4 Amount of actual consumption for participating in or appreciating performing arts-related activities in 2008 for the entire population over 15 years old and people over 15 years old who participated in various forms of performing arts activities in 2008

資料來源：本專案電話調查(調查內容詳見附錄二專案調查問卷第50、53、56題)

調查時間：2010年1月

註：1.全體民眾樣本數為1,319。

2.有參與過各項表演藝術類活動民眾樣本數分別如下：音樂類樣本數為206；戲劇類樣本數為116；舞蹈類樣本數為72。

(四) 文化藝術機構與設施活動的消費金額

本專案調查之文化藝術機構與設施包含博物館、縣(市)立文化中心、公園、圖書館、紀念堂/紀念館/紀念碑、各級公私立學校與附屬藝文設施、劇場/舞蹈/音樂教室、社區文化活動中心、地方文化館、宗教與民俗機構、民間文教機構或組織、名勝古蹟/遺址/歷史建築等十一項機構與設施，然而僅分別瞭解15歲以上民眾在博物館以及社區文化活動中心、地方文化館之實際消費金額。

1. 全體15歲以上民眾

在全體15歲以上民眾於2008年參觀或參與博物館的實際消費金額為720元，另外參觀或參與社區文化活動中心、地方文化館的實際消費金額為865元，請參考圖5-2-5及統計表D-2-20至D-2-21。

2. 有參觀或參與博物館以及社區文化活動中心、地方文化館的15歲以上民眾

在有參觀或參與博物館的15歲以上民眾於2008年參觀或參與的實際消費金額為2,752元，另外在有參觀或參與社區文化活動中心、地方文化館的15歲以上民眾參觀或參與的實際消費金額為17,487元，請參考圖5-2-5及統計表D-2-20至D-2-21。

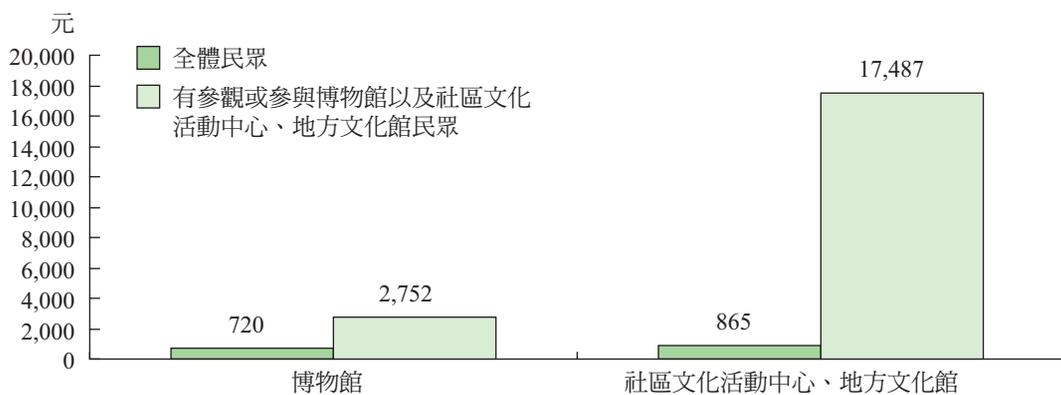


圖5-2-5 15歲以上全體民眾以及有參觀或參與博物館以及社區文化活動中心、地方文化館民眾於2008年參觀或參與相關活動的實際消費金額

Figure 5-2-5 Amount of actual consumption in 2008 for visiting or participating in museums, community cultural centers and local cultural centers that conducted relevant activities for the entire population over 15 years old and people over 15 years old who participated or visited those places in 2008

資料來源：本專案電話調查(調查內容詳見附錄二專案調查問卷第63、65題)

調查時間：2010年1月

註：1.全體民眾樣本數為1,319。

2.有參觀或參與博物館以及社區文化活動中心、地方文化館博物館民眾樣本數分別如下：樣本數為366；社區文化活動中心、地方文化館樣本數為71。

(五) 文藝民俗節慶活動的消費金額

本專案調查之文藝民俗節慶活動包含國家慶典、傳統與民俗慶典、原住民祭典、各縣市地方文化節、新興節慶活動等五項活動，然而僅針對15歲以上民眾在文藝民俗節慶活動之實際消費金額，未依各項活動進行探討。

1. 全體15歲以上民眾

在全體15歲以上民眾於2008年參觀或參與文藝民俗節慶的實際消費金額為977元，請參考圖5-2-6及統計表D-2-22。

2. 有參觀或參與文藝民俗節慶的15歲以上民眾

在有參觀或參與文藝民俗節慶的15歲以上民眾於2008年參觀或參與的實際消費金額為5,704元，請參考圖5-2-6及統計表D-2-22。

(六) 生活藝術活動的消費金額

本專案調查之生活藝術活動包含蒐集趣物、園藝花藝、養殖、烹飪廚藝、讀小說、觀星、賞鳥等生態活動、生態活動、品酒調酒、下棋、歌唱舞蹈、樂器彈奏、釣魚、運動技藝、彩妝造型、趣味手藝、茶藝品茗等十七項活動，然而僅針對15歲以上民眾在生活藝術活動之實際消費金額，未依各項活動進行探討。

1.全體15歲以上民眾

在全體15歲以上民眾於2008年參觀或參與生活藝術相關活動的實際消費金額為12,334元，請參考圖5-2-6及統計表D-2-23。

2.有參觀或參與生活藝術相關活動的15歲以上民眾

在有參觀或參與生活藝術相關活動的15歲以上民眾於2008年參觀或參與的實際消費金額為24,896元，請參考圖5-2-6及統計表D-2-23。

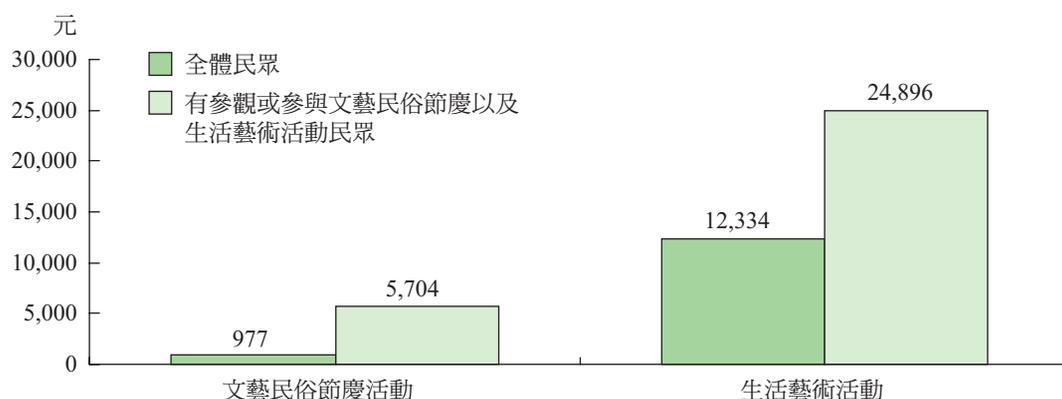


圖5-2-6 15歲以上全體民眾以及有參觀或參與文藝民俗節慶以及生活藝術活動民眾於2008年參觀或參與相關活動的實際消費金額

Figure 5-2-6 Amount of actual consumption for visiting or participating in culture and arts activities and folk festivals and art of living-related activities in 2008 for the entire population over 15 years old and people over 15 years old who had participated or visited in those activities

資料來源：本專案電話調查(調查內容詳見附錄二專案調查問卷第68、71題)

調查時間：2010年1月

註：1.全體民眾樣本數為1,319。

2.有參觀或參與文藝民俗節慶以及生活藝術活動民眾樣本數分別如下：文藝民俗節慶樣本數為239；生活藝術活動樣本數為653。