

第五章 文化與經濟

2009

第一節 文化創意產業

第二節 文化消費



第五章 文化與經濟

本章文化與經濟為呈現我國在文化與產業經濟效益之發展情形，本章節分別以「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則如下所述：

1. 「文化創意產業」：在公部門方面，概述2009年之「創意臺灣-文化創意產業發展方案」，並說明此方案執行組織、分工、執行內容以及執行成果，以期瞭解文化創意產業的發展方向。另外，在私部門方面，經由《2010文化創意產業年報》瞭解2009年文化創意產業發展之狀況。
2. 「文化消費」：以2010年9月執行「2009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

(一) 創意臺灣—文化創意產業發展方案

繼第三波「資訊產業」經濟後，文化創意產業被視為第四波經濟動力，並在2009年「當前總體經濟情勢及因應對策會議」中，特別強調文化創意是當前重要的六大新興產業之一，因此政府成立「行政院文化創意產業推動小組」，並研擬相關行動方案，於同年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，執行時程為2009年至2013年。

在「行政院文化創意產業推動小組」指導下，將成立「文化創意產業推動小組辦公室」推動與執行各項工作。其中由文建會負責「環境整備」與「工藝產業旗艦計畫」；新聞局負責「電視內容產業」、「電影產業」與「流行音樂產業」三項旗艦計畫；經濟部負責「設計產業」與「數位內容產業」兩項旗艦計畫。此方案行動計畫執行組織與分工請參考圖5-1-1。

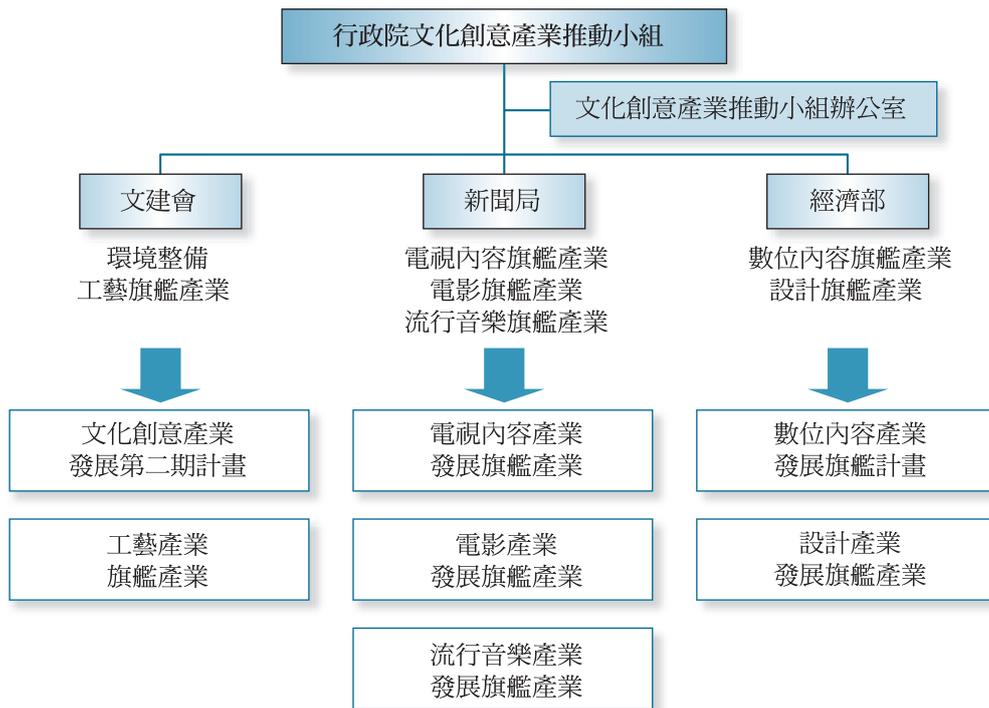


圖5-1-1 創意臺灣—文化創意產業發展方案之執行組織與分工圖

Figure 5-1-1 Creative Taiwan — Implementation and task chart for the cultural and creative industry development program

資料來源：文建會，創意臺灣-文化創意產業發展方案行動計畫98~102年（核定本）

網址：http://cci.culture.tw/cci/cci/law_detail.php?sn=3838

蒐集時間：2010年10月

此方案推動包含「環境整備」以及「旗艦產業」二方面，在「環境整備」方面，主要是對於

所有文化創意產業整體面臨的共通性問題，思考因應策略，著重於健全文化創意產業發展之相關面向，其中包含內容與具體策略如下：

1. 多元資金挹注

文化創意產業不同於一般產業，有廠房、機器設備、存貨等，可以做為銀行融資的抵押，其有價值的資產幾乎全是無形資產，因此如何投入充足資源，誘導國內創投基金及金融機構的投入，降低產業投入者資金進入門檻，創造一個多元投入的蓬勃市場，是現階段促進產業發展與提升產業競爭力之重要關鍵。

主要具體策略包含：（1）以補助方式協助文化創意產業化；（2）建立文創產業融資機制；（3）建立文創產業投資機制；（4）協助推動無形資產評價機制。

2. 產業研發及輔導

透過成立文化創意產業推動小組辦公室，設置單一服務窗口，協助業者了解政府法規、計畫及經費申請程序，提供財務、法律、稅務、行銷、智慧財產權等經營管理事宜之專業諮詢協助，組成顧問團及創新媒合平台，並從人才需求、創業資金、市場商機及異業合作建立縱向及橫向的整合平台。

主要具體策略包含：（1）文創產業政策幕僚作業；（2）諮詢輔導與制度建立；（3）建立文創產業情報網；（4）推動文創產業跨界整合研發；（5）植入文化元素，推動跨界整合；（6）數位科技與文化創意產業整合發展。

3. 市場流通及拓展

主要具體策略包含：（1）整合教育部、文建會等相關資源及政策，推動學生從小學開始加強文化美學欣賞及參與能力，將戲劇、音樂、電影、美術等藝術欣賞及體驗納入課程或活動中，並推動藝術家及藝文團體進駐校園，藉以培養國民創意品味及拓展國內消費市場；（2）打造臺灣文化創意品牌；（3）整合資源開拓海內外市場；（4）其他文化博覽會或相關展覽活動：例如上海、西部、東北、廈門等地區舉辦之文化博覽會。

4. 人才培育及媒合機制

補強中介人才之缺口，培養兼具文化內涵、創意思考及產業經營能力的跨界人才。

主要具體策略包含：（1）培養文創中介人才，推動文創經紀機制；（2）於高等教育及技職教育體系中，建立重點人才輔導措施，鼓勵大專校院增設文化創意產業相關領域之系所；（3）鼓勵大專校院相關系所開設實習課程，推薦學生進入產業實習，協助有潛力之人才順利進入文化創意產業服務。

5. 產業集聚效應

主要是由地理位置鄰近的優勢，串連區域內具有相同質性但不同類型的業者，運用價值鏈整合提供產業群聚之最大效益。

主要具體策略包含：(1) 臺北都會中心文創雙L軸帶計畫；(2) 臺中文創產業區域及集聚計畫；(3) 花蓮文創產業區域及集聚計畫；(4) 嘉義文創產業區域及集聚計畫；(5) 臺南文創產業區域及集聚計畫；(6) 活用故宮藏品及促進相關數位內容授權業務的營運；(7) 規劃於華山創意園區每年固定一個月以城市生活為主題辦理「華山藝創節」。

在「旗艦產業」方面，選擇發展較為成熟、具有產值潛力、產業關聯效益大的行業，包含電視、電影、流行音樂、數位內容、設計以及工藝產業，針對其特性及需求提出規劃，予以重點推動，期望在既有的基礎上進行強化及提昇。

1. 電視內容產業旗艦計畫

係指融合戲劇以及電影藝術形態，且以電視為載具之大眾文化產業。推動重點計畫包含(1) 才庫開發計畫；(2) 風潮崛起計畫；(3) 環境再造計畫；(4) 臺潮擴散計畫。

2. 電影產業旗艦計畫

乃指從事電影片製作、發行、映演或電影工業等電影周邊產製服務之行業，產業價值鏈包括創意開發、電影發行與映演、電影版權買賣、電影衍生性商品授權。推動重點計畫包含(1) 影航爭鋒計畫；(2) 四海翱翔計畫；(3) 神鬼奇兵計畫。

3. 流行音樂產業旗艦計畫

以錄音著作(出版品)、著作權利、現場演出為主要發展之行業，產業價值鏈包括：創意製作開發、各載體之出版發行與行銷宣傳、公播公演權利及重製使用、歌唱及演藝經紀活動。推動重點計畫包含(1) 網羅明珠計畫；(2) 深耕夢土計畫；(3) 傳播天音計畫；(4) 飛騰萬里計畫。

4. 數位內容產業發展旗艦計畫

係指將圖像、文字、影像、語音等資料，運用資訊科技加以數位化，並整合運用之產品或服務。其產業範疇分為八大領域，包含數位遊戲、電腦動畫、數位學習、數位影音應用、數位出版與典藏、內容軟體、行動應用服務業及網路服務。推動重點計畫包含(1) 產業發展躍進計畫；(2) 數位內容學院計畫；(3) 國際領航拓展計畫；(4) 數位學習與典藏增值計畫。

5. 設計產業發展旗艦計畫

凡從事產品設計企劃、產品外觀設計、機構設計、原型與模型的製作、流行設計、CIS企業識別系統設計、品牌形象設計、平面視覺設計、廣告設計、網頁多媒體設計、工業包裝設計、商業包裝設計之行業均屬之。推動重點計畫包含(1) 臺灣設計產業翱翔計畫；(2) 2011臺北世界設計大會暨設計年推動計畫；(3) 裝修松山菸廠暨臺灣創意設計中心進駐計畫；(4) 創意生活產業發展計畫；(5) 商業設計發展計畫。

6. 工藝產業旗艦計畫

凡從事工藝創作、工藝設計、工藝品展售、工藝品鑑定制度等行業均屬之。推動重點計畫包

含(1)卓越研發行動方案：成立各項計畫業務之推動服務平台計畫、培育工藝卓越人才計畫以及育成網絡資訊平台建置計畫；(2)產業跨業合作行動方案：工藝時尚「yii品牌」媒合計畫、跨產業商品工藝化合作開發計畫以及綠色生活用品研發計畫；(3)大品牌形塑行動方案：工藝品牌形塑計畫、工藝美學拓展臺灣文化魅力計畫、輔導多元行銷通路計畫以及環島型工藝文化產業聯盟計畫；(4)工藝創新育成中心基地硬體設施整建計畫。

此方案自2009年至2013年預計投入262.65億元，其中「環境整備」之總經費為56.86億元，「六大旗艦計畫」之總經費為205.79億元。在「六大旗艦計畫」中，以「電影產業發展旗艦計畫」總經費較高，為52.38億元，其次為「電視內容產業發展旗艦計畫」(40.75億元)。另外，依據行政院主計處公告之2009年臺灣國內生產毛額(Gross Domestic Product，以下簡稱GDP)為12,477,182百萬元，計算2009年文化創意發展方案預計投入文化創意發展方案計畫經費占GDP之比率可得知，政府預計投入經費占GDP之比率為0.02%，請參考表5-1-1。

表5-1-1 2009年至2013年創意臺灣—文化創意產業發展方案總經費需求

Table 5-1-1 Creative Taiwan from 2009 to 2013 — total projected expenditures for cultural and creative industry development

單位：億元

| 計畫名稱 | 年度 | | | | | | 總計 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | | |
| 環境整備 | 4.95 | 9.36 | 18.97 | 11.56 | 12.02 | 56.86 | |
| 電視內容產業發展旗艦計畫 | 2.84 | 4.31 | 9.00 | 11.80 | 12.80 | 40.75 | |
| 電影產業發展旗艦計畫 | 2.97 | 4.41 | 15.00 | 15.00 | 15.00 | 52.38 | |
| 流行音樂產業發展旗艦計畫 | 0.72 | 1.75 | 5.10 | 4.85 | 4.85 | 17.27 | |
| 數位內容產業發展旗艦計畫 | 7.53 | 7.83 | 7.83 | 7.83 | 7.84 | 38.86 | |
| 設計產業發展旗艦計畫 | 2.81 | 4.89 | 7.61 | 3.70 | 3.70 | 22.71 | |
| 工藝產業發展旗艦計畫 | 3.34 | 4.12 | 8.91 | 8.80 | 8.65 | 33.82 | |
| 總計 | 25.16 | 36.67 | 72.42 | 63.54 | 64.86 | 262.65 | |

資料來源：文建會，創意臺灣-文化創意產業發展方案行動計畫98-102年(核定本)

網址：http://cci.culture.tw/cci/cci/law_detail.php?sn=3838

蒐集時間：2010年10月

政府推動「創意臺灣—文化創意產業發展方案」預期完備文化創意產業相關法制，提供產業及人才良好發展環境，並且推動重點旗艦產業，發揮領頭羊綜效，形成產業群聚效應，以期能達到「攻占大華文市場，打造臺灣成為亞太文化創意產業匯流中心」之願景。

(二) 2009年「創意臺灣—文化創意產業發展方案」執行成果

以下將針對「環境整備」以及「旗艦產業」二方面，說明2009年「創意臺灣—文化創意產業發展方案」之執行成果。

在「環境整備」方面，為補助及輔導文化創意產業，2009年成立4家育成中心，協助40家相關藝文產業領域之業者進駐。另外，補助藝文產業研發生產及行銷推廣14案、補助直轄市及縣(市)政府推動藝文產業發展8案，補助金額約3,500萬。

此外，以培育數位藝術創意發展人力為目標，規劃辦理適合各年齡階層的學生及青少年參與之數位創作媒體體驗活動共11場次，並完成文化消費園區網站，目前有超過2,300件以上商品，超過500筆商家資訊。

觀察辦理活動成果，共計78家國內外畫廊參與「Art Taipei 2009臺北國際藝術博覽會」，創造之產值達4億6千萬，約5萬人次參觀，亦辦理「青年藝術家作品購藏及流通計畫」，青年購藏作品計59件，並舉辦相關展演活動。

另外，以臺北、臺中、花蓮、嘉義及臺南五大園區為據點，除持續進行硬體設備及建築整建外，並依各園區屬性舉辦各類文化創意產業活動。華山園區共計辦理381場次活動，吸引48萬人次入園參觀；臺中園區辦理「2009台灣設計博覽會」，共計吸引44萬5,840人次入園參觀；花蓮園區辦理「原聲音樂節」活動，共計吸引逾1萬人次參觀；嘉義園區展出「2009藝想天開—傳統藝術創新節」，共計吸引逾8,100人次參觀；臺南園區舉辦「2009國際動漫交流大展」，共計吸引逾1萬3,000人次參觀。綜觀五大園區截至12月底人數已累計超過100萬人次入園參觀。

在「旗艦計畫」方面，將分為六個發展計畫來了解執行成果，分別包含電視、電影、流行音樂、數位內容、設計以及工藝產業。

1. 電視內容產業旗艦計畫

在補助方面，2009年辦理節目製作補助徵選，計有170件申請案，共24件獲選補助，總補助金額為1億1,580萬元；有18件申請案參與國際性節目行銷展會，積極運用完成翻譯字幕之節目版本，進行行銷推廣，總補助金額165萬元；補助行銷企劃類1件，海外行銷類5件，計補助151萬1,550元；補助4個電視節目，補助總金額為365萬元。

在培訓與輔導方面，辦理「98年度電視人才國外培訓案」，並輔導影視業者參加「2009法國坎城影視節目展MIPTV」、「2009香港國際影視展」、「2009上海電視節」、「2009中國國際影視節目展」及「2009韓國電視節BCWW」、「2009東京電影節影視節目展TIFFCOM」及「2009四川電視節」。

在辦理活動方面，舉行「2009臺北電視節」，參觀總人數超過6,000人。現場交易金額超過600萬美金（約新臺幣1億9,800萬元）。另外，分別舉行了98年度電視與廣播金鐘獎頒獎典禮活動，其中電視金鐘獎共設34個獎項，計有102家電視業者報名，1,435件作品參賽，149件作品入圍，33件獲獎；廣播金鐘獎共設25個獎項，計有88家廣播電臺報名，705件作品參賽，115件作品入圍，24件獲獎。

在合作製作方面，與國家地理頻道及Discovery合作製作節目，共7集以及「921大地震10週年」專輯。

2. 電影產業旗艦計畫

在補助與協助方面，輔導電影產業數位升級已補助26家電影業者，補助總金額2,740萬元；國產電影長片輔導金補助34部，補助總金額2億150萬元；補助電影業者開辦13場電影專題講座及人

才培訓班；協助業者拍攝國片產量40部，國片票房達1.27億元。

在培訓與輔導方面，於北、中、南、東4區辦理4場「種子教師培訓研習營」以及全國8縣市各高中開辦40場「全國中學生電影研習營」；輔導國片市場行銷及推廣，國片觀影人口達50萬，且國片榮獲國際影展獎項達12部次，參加國際影展暨市場展相關活動達336部次。

在辦理活動方面，開辦「國片影像教育扎根計畫」觀影人次達2,500人，並出版「電影製片人與創意管理—華語電影製片實務指南」。

在其他方面，成立「兩岸電影交流委員會」，擔負兩岸導演與片商、投資人、發行商之間的溝通平台；發布「大陸地區電影從業人員來臺參與國產電影片或本國電影片製作審核處理原則」，共8部電影片提出申請，計13位大陸演職員、5位助理來臺。

3. 流行音樂產業旗艦計畫

在補助與協助方面，首度補助業者，報名件數即達93件，核定補助6件，補助金額計1,000萬整，帶動業者相對投入資金約達2,269萬7,000元；辦理「補助樂團錄製有聲出版品」，報名224件，核定補助15件，補助總金額600萬元；辦理「補助參與國際流行音樂活動」，總報名件數20件，獲補助10件。

在辦理活動方面，賡續辦理金曲獎，以及舉行「臺灣原創流行音樂大獎」，總收件數435件；推薦3個樂團參加「2009年法國坎城MIDEM國際唱片展」Showcase活動，並赴巴黎演出；選薦1個樂團赴美國舊金山、洛杉磯、西雅圖、波特蘭等地駐點演唱及接受美國當地電視台、專業雜誌之專訪，以協助開拓國際市場；辦理「亞洲流行音樂節經驗交流論壇」活動，邀請日本、韓國、中國大陸及臺灣等知名音樂節之創辦人齊聚臺灣，以自身創辦音樂節的歷程與經驗，為亞洲地區首創音樂節交流論壇之先例。

4. 數位內容產業發展旗艦計畫

2009年產值預估可達4,603億元，較2008年4,004億元可成長約15%。

在補助方面，通過「數位內容產業發展補助計畫」，核定通過36件，核定計畫總經費6.34億元、補助款2.75億元。

在培訓方面，完成數位內容專業人才培訓1,109人，包括短期在職培訓675人、中長期養成培訓294人及企業包班140人，預估可增加至少206人就業，增加至少約2.4億元產值。

在其他方面，推薦及協助數位內容業者參與國際競賽獲得12項大獎。另外研訂「數位出版產業發展策略及行動計畫」，設立「經濟部電子書產業發展指導小組」及協助民間成立「電子閱讀產業推動聯盟」，多家業者之總投資超過新臺幣150億元，開發高附加價值產品至少25項，預期海內外產值2年內將增加新臺幣300億元。

5.設計產業發展旗艦計畫

促進設計服務業國內外設計媒合108案，並促成交易金額達新臺幣1億元以上，預估設計服務業整體營業額可達770億元。全年促使產業投入設計經費約新臺幣5,268萬元，衍生投資約新臺幣3.7億元，創造就業機會107人，產值效益約新臺幣60億元。

在輔導及培訓方面，辦理多元創新輔導13案，總輔導經費為949.41萬元、廠商2009年度配合投入費用為534.91萬元、2010年落實應用預計投入費用為1.9千萬元，預計明年增加營收成長新臺幣3.04億元、可增加就業115人。另培訓設計及品牌行銷專業國際化能量，共16班培訓1,003人。

在辦理活動方面，辦理臺灣國際平面設計獎，共計41國、1,750件作品參賽，甄選出204件優秀作品，臺灣獲選55件；協助國際參賽共5件獲獎（iF獎2件及Red Dot獎3件），參與ICOGRADA年會及與北京設計界交流，辦理設計成果展；在2009年度創意生活產業發展計畫中，受認證單位產值增加870萬9,000元、累計支撐就業人數4,000人、促進產業投資2億2,760萬元。

6.工藝產業旗艦計畫

在補助方面，完成工藝創新育成中心補助案29件；遴選117位臺灣工藝之家、20個工藝之家空間服務品質提升改善示範點、補助14個工藝之家品牌形塑計畫案、3支25分鐘臺灣工藝之家影片拍攝、中部地區工藝之家38支5分鐘個人影片；完成臺灣工藝之家及資深工藝師照護作業要點，核定補助15案；完成工藝新趣計畫2009年度團隊甄選，總計通過補助14組團隊。

在培訓方面，完成9類工藝卓越人才培訓，結訓人員共計122位，作品開發444件；完成2009年第一、二期工藝基礎推廣班，計7個班別，培訓150人次；完成工藝經紀人才培訓課程，結業人數75人；完成4項跨媒材跨領域創新研發計畫，培育19名學員，135組產品開發製作；徵選35個社區參與多角化社區工藝扶植計畫，完成70組以上新產品開發打樣。

在辦理活動方面，完成2009年臺灣工藝精品展，參觀人次約1.8萬人，產值（含洽詢產值）為1.6億元；完成包含米蘭、巴黎、東京、上海4場次國外商展及國際交流活動，洽詢產值16,025萬元，參觀人次約為15萬人；協助10個優質單位參加臺灣國際觀光特產展；工藝文化園區總參觀總人次達30萬人以上。

在其他方面，完成「工藝時尚43懸臂椅國際專利申請案」，並取得中華民國、日本新型專利證書；辦理工藝新貌異業結合創作應用計畫第三期計畫，媒合23位工藝家與18位設計師完成26組件可量產之工藝創新設計作品開發；完成工藝智財服務網站建置、工藝產業資料庫建置及資料匯入；完成「2009優良工藝品評鑑」作業，通過決審者共17件；完成編印北、中、南、東工藝之家旅遊專書三種各5千本；媒合22位工藝之家與8家旅館通路結合；完成輔導6家工藝之家團體網路商店開設及上線營運；完成中部地區勤美誠品臺灣美學生活工藝概念館之實體通路的建置，總參觀人數超過5萬人，營業額達新臺幣750萬元。

二、私部門

本報告根據文建會文化創意產業專案辦公室之《2010文化創意產業年報》，選擇2009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，並分別以產業別、經營年數、資本結構、營業額結構以及地區別為分類，探討各分類下文化創意產業之概況。

依據《2010文化創意產業年報》將文化創意產業統計資料範疇界定為「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」及「數位休閒娛樂產業」共計11項產業。

(一) 產業別

1. 家數

自2005年起文化創意產業總家數有逐年小幅遞減的趨勢，至2009年總家數減少為48,520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22.74%~25.65%之間，且此比率有逐年遞增的現象。其次為「工藝產業」，占總家數比率介於20.40%~21.05%之間，至2008年前此比率卻是有逐年遞減的現象。家數所占比率再次之產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10%以下。請參考表5-1-2。

2. 營業額

2005年我國文化創意產業總營業額為5,811億元，且有逐年遞增的趨勢，但至2009年總營業額卻略有降低，為5,150億元。

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20.66%）及「廣告產業」（占總營業額比率為20.60%）的營業額最高之外，其餘四年（2005年至2006年及2008年至2009年）皆以「廣告產業」的營業額最高，占總營業額比率介於20.97%~24.29%之間。2005年至2006年及2008年至2009其次產業別皆為「廣播電視產業」，占總營業額比率介於16.95%~19.15%之間，請參考表5-1-3。

表5-1-2 2005年至2009年文化創意產業總家數—依產業別分

Table 5-1-2 Total number of companies in the cultural and creative industries from 2005 to 2009 — by industry

單位：家

| 產業別 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2008年 | 2009年 |
|-----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 視覺藝術產業 | 3,086 | 2,972 | 2,888 | 2,783 | 2,698 |
| 音樂與表演藝術產業 | 1,019 | 1,169 | 1,354 | 1,487 | 1,618 |
| 工藝產業 | 10,892 | 10,714 | 10,437 | 10,086 | 9,924 |
| 文化展演設施產業 | 273 | 316 | 339 | 345 | 356 |
| 電影產業 | 648 | 620 | 602 | 609 | 631 |
| 廣播電視產業 | 1,746 | 1,702 | 1,609 | 1,531 | 1,556 |
| 出版產業 | 3,581 | 3,637 | 3,707 | 3,688 | 3,724 |
| 建築設計產業 | 8,249 | 7,969 | 7,699 | 7,439 | 7,203 |
| 廣告產業 | 11,766 | 12,221 | 12,303 | 12,449 | 12,443 |
| 設計產業 | 2,096 | 2,239 | 2,362 | 2,470 | 2,634 |
| 數位休閒娛樂產業 | 8,315 | 8,013 | 7,252 | 6,438 | 5,733 |
| 設計品牌時尚產業 | - | - | - | - | - |
| 創意生活產業 | 74 | 95 | 115 | 127 | - |
| 總計 | 51,742 | 51,667 | 50,667 | 49,452 | 48,520 |

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2010文化創意產業年報》

蒐集時間：2011年2月

註：1. 「-」表示無法取得數據資料。

2. 此資料係為文建會文化創意產業專案辦公室根據財政部財稅資料中心之磁帶資料估算。

3. 因四捨五入關係，總計與表上各項加總略有些微誤差。

4. 由於2005年至2008年統計資料範疇包含「設計品牌時尚產業」及「創意生活產業」，故表中亦提供此兩個產業之歷年家數數據。

表5-1-3 2005年至2009年文化創意產業營業額—依產業別分

Table 5-1-3 Business volume of the cultural and creative industries from 2005 to 2009 — by industry

單位：仟元

| 產業別 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2008年 | 2009年 |
|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 視覺藝術產業 | 5,287,954 | 4,817,745 | 4,851,841 | 4,880,209 | 3,892,477 |
| 音樂與表演藝術產業 | 6,616,260 | 6,700,779 | 8,218,430 | 9,355,637 | 9,532,732 |
| 工藝產業 | 67,468,353 | 67,537,566 | 71,734,582 | 75,492,988 | 62,845,453 |
| 文化展演設施產業 | 2,696,308 | 2,031,408 | 1,892,515 | 1,924,817 | 2,015,018 |
| 電影產業 | 13,078,510 | 14,050,863 | 13,828,939 | 13,883,545 | 13,854,841 |
| 廣播電視產業 | 100,931,894 | 101,339,363 | 130,772,462 | 99,878,434 | 98,618,836 |
| 出版產業 | 71,583,504 | 65,551,874 | 68,160,631 | 66,282,518 | 61,538,988 |
| 建築設計產業 | 81,237,538 | 82,883,103 | 83,393,710 | 85,370,596 | 73,109,826 |
| 廣告產業 | 141,125,342 | 141,612,222 | 130,393,221 | 123,472,275 | 110,572,906 |
| 設計產業 | 50,257,096 | 55,694,472 | 77,091,247 | 71,225,700 | 57,176,998 |
| 數位休閒娛樂產業 | 21,764,800 | 24,808,838 | 19,701,971 | 17,631,791 | 21,880,926 |
| 設計品牌時尚產業 | - | - | - | - | - |
| 創意生活產業 | 19,019,690 | 19,209,124 | 22,900,000 | 19,800,000 | - |
| 總計 | 581,067,249 | 586,237,356 | 632,939,549 | 589,198,511 | 515,039,015 |

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2010文化創意產業年報》

蒐集時間：2011年2月

註：1.「-」表示無法取得數據資料。

2.此資料係為文建會文化創意產業專案辦公室根據財政部財稅資料中心之磁帶資料估算。

3.因四捨五入關係，總計與表上各項加總略有些微誤差。

4.由於2005年至2008年統計資料範疇包含「設計品牌時尚產業」及「創意生活產業」，故表中亦提供此兩個產業之歷年營業額數據。

（二）經營年數

依經營年數來觀察2009年文化創意產業家數及營業額，以經營「5~10年」的組織所占比率最高，為27.04%，其次為經營「10~20年」（26.20%）。另外，經營年數為「10~20年」的組織之營業額最高，占產業總營業額之39.90%，其次為經營「5~10年」的組織（24.87%），請參考圖5-1-2、圖5-1-3及統計表D-1-2。

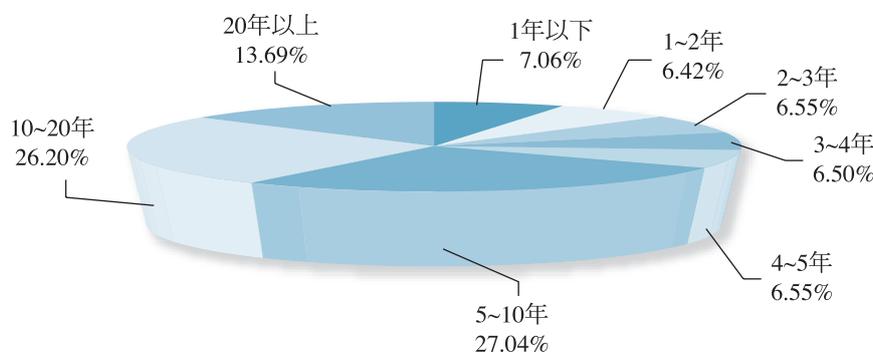


圖5-1-2 2009年文化創意產業家數—依經營年數分

Figure 5-1-2 Number of cultural and creative industry companies in 2009 — by years of operation

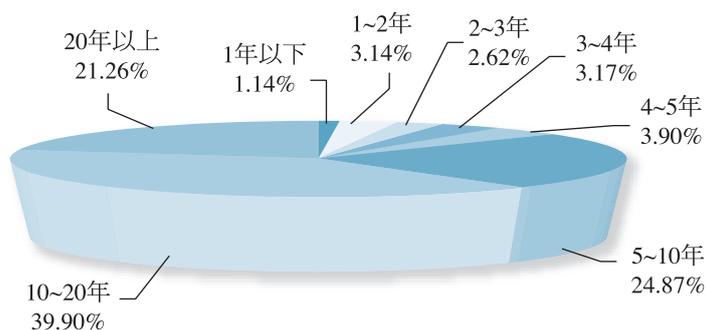


圖5-1-3 2009年文化創意產業營業額—依經營年數分

Figure 5-1-3 Business volume of cultural and creative industries in 2009 — by years of operation

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2010文化創意產業年報》
蒐集時間：2011年2月

(三) 資本結構

依資本結構來觀察2009年文化創意產業家數及營業額，以資本額為「0.1~1百萬元」的組織所占比率最高，為40.48%，其次為資本額在「未滿0.1百萬元」（32.45%）。另外，在營業額方面，則以資本額為「2億元以上」所占比率最高，占產業總營業額之26.51%，其次營業額為10百萬元以下所占比率介於10.09%~15.42%之間，請參考圖5-1-4、圖5-1-5及統計表D-1-3。

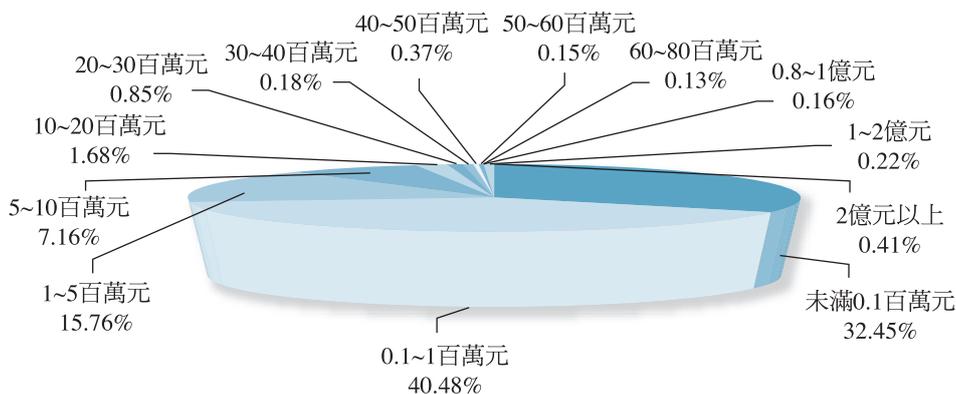


圖5-1-4 2009年文化創意產業家數—依資本結構分

Figure 5-1-4 Number of cultural and creative industry companies in 2009 — by capital structure

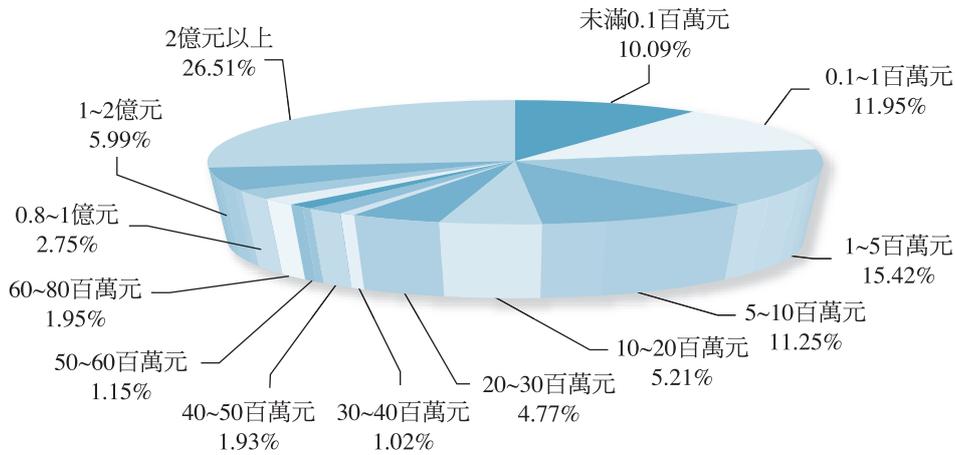


圖5-1-5 2009年文化創意產業營業額—依資本結構分

Figure 5-1-5 Business volume of cultural and creative industries in 2009 — by capital structure

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2010文化創意產業年報》
蒐集時間：2011年2月

(四) 營業額結構

依營業額結構來觀察2009年文化創意產業家數及營業額，以營業額在「0.5~5百萬元」的組織所占比率最高，為51.66%。另外，在營業額方面，則以營業額為「2億元以上」所占比率最高，占產業總營業額之56.82%，請參考圖5-1-6、圖5-1-7及統計表D-1-4。

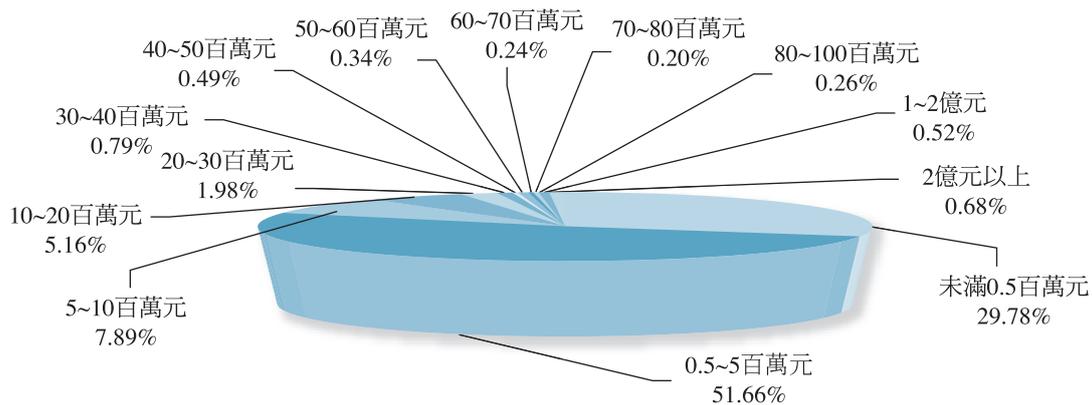


圖5-1-6 2009年文化創意產業家數—依營業額結構分

Figure 5-1-6 Number of cultural and creative industry companies in 2009 — by the structure of business volume

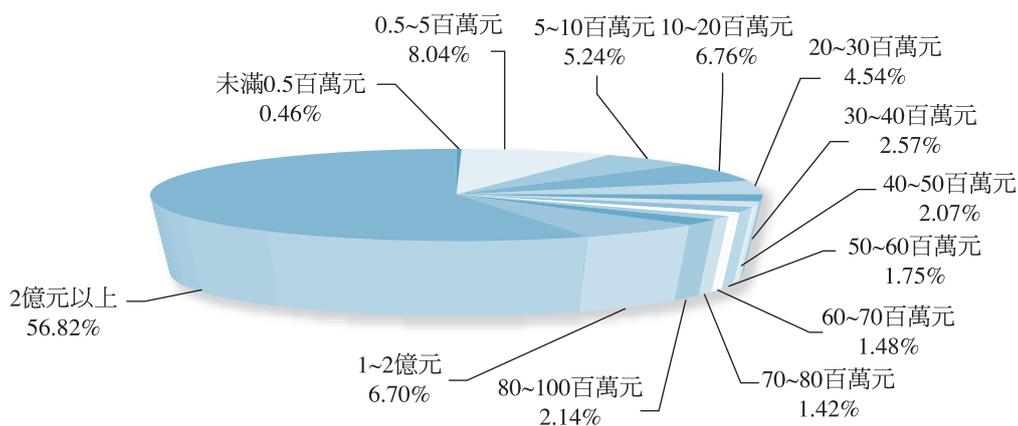


圖5-1-7 2009年文化創意產業營業額—依營業額結構分

Figure 5-1-7 Business volume of cultural and creative industries in 2009 — by the structure of business volume

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2010文化創意產業年報》
蒐集時間：2011年2月

(五) 地區別

依地區別結構來觀察2009年文化創意產業家數及營業額，以「北部地區」的組織所占比率最高，為55.50%，其次為「南部地區」（22.16%）。另外，在營業額方面，亦以「北部地區」所占比率最高，占產業總營業額之80.54%。整體來看，臺灣文化創意產業地域性主要以北地區為主，且超過八成的收益皆為北部地區所貢獻，請參考圖5-1-8、圖5-1-9及統計表D-1-5。

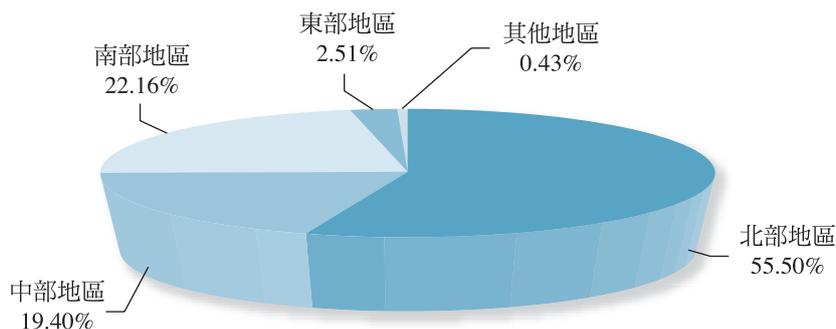


圖5-1-8 2009年文化創意產業家數—依地區別分

Figure 5-1-8 Number of cultural and creative industry companies in 2009 — by region

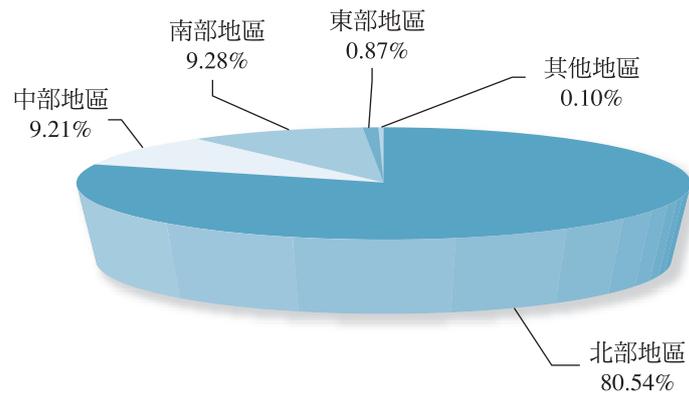


圖5-1-9 2009年文化創意產業營業額—依地區別分

Figure 5-1-9 Business volume of cultural and creative industries in 2009 — by region

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2010文化創意產業年報》
蒐集時間：2011年2月

第二節 文化消費

一、我國家庭休閒、文化及教育平均消費支出

由《98年家庭收支調查報告電子書》可得知2009年我國平均每戶家庭消費支出為705,680元，其中休閒、文化及教育消費支出為77,899元，占消費支出之11.04%。

進一步了解我國平均每戶家庭休閒、文化及教育之各消費支出概況，由圖5-2-1得知，2009年主要消費支出為教育，其次為套裝旅遊（不含自助旅遊），而以書報雜誌文具的消費支出最少。

觀察2009年之年增率，整體平均每戶家庭休閒、文化及教育消費支出減少11.60%，其中除了書報雜誌文具支出大幅增加（年增為88.70%）和娛樂消遣及文化服務（年增為6.19%）有增加的現象之外，其餘消費支出項目年增率皆為負成長，請參考統計表D-2-2。

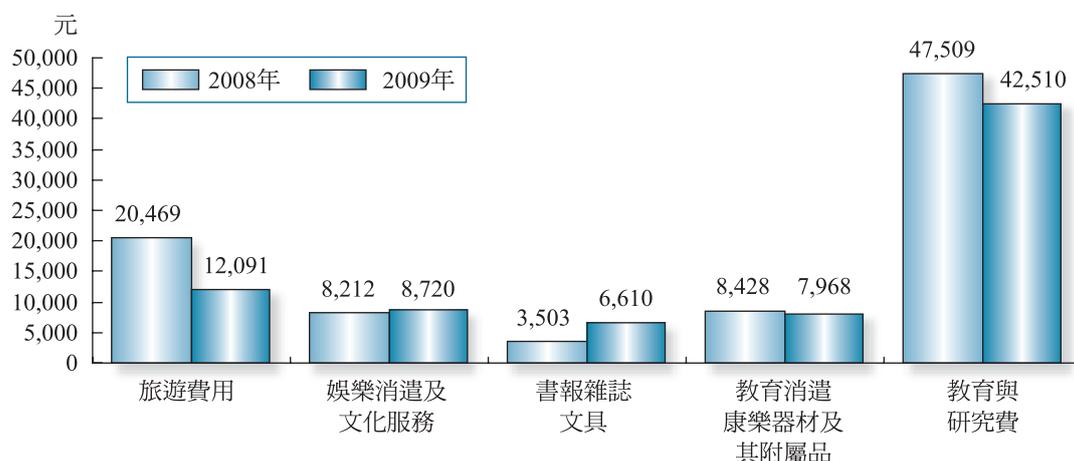


圖5-2-1 2008年至2009年臺灣地區平均每戶家庭休閒、文化及教育消費支出

Figure 5-2-1 Average family recreation, culture, and education expenditures in Taiwan from 2008 to 2009

資料來源：行政院主計處網站，《97、98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：2010年10月

註：1.《97年家庭收支調查報告電子書》之消費支出項目名稱分別為「旅遊費用」、「娛樂消遣服務」、「書報雜誌文具」、「娛樂器材及附屬品」及「教育與研究費」，與《98年家庭收支調查報告電子書》之消費支出項目名稱不同。

2.年增率=(2009年消費支出-2008年消費支出)÷2008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

本報告針對民眾接觸電影、報紙、雜誌/期刊、書籍及視聽產品共5項大眾傳播類活動，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

2009年全體15歲以上民眾接觸大眾傳播類活動的消費金額方面，以書籍的消費金額最高，為3,978元，其次為視聽產品（2,739元），再其次分別為雜誌/期刊（1,801元）、報紙（1,667元）以及電影（566元），請參考圖5-2-2及統計表D-2-5至D-2-9。

2. 有接觸過各項大眾傳播類活動的15歲以上民眾

2009年有接觸過各項大眾傳播類活動的15歲以上民眾中，其書籍的消費金額最高，為7,300元，其次為視聽產品（6,220元），再其次分別為雜誌/期刊（3,387元）、報紙（2,379元）以及電影（1,323元），請參考圖5-2-2及統計表D-2-5至D-2-9。

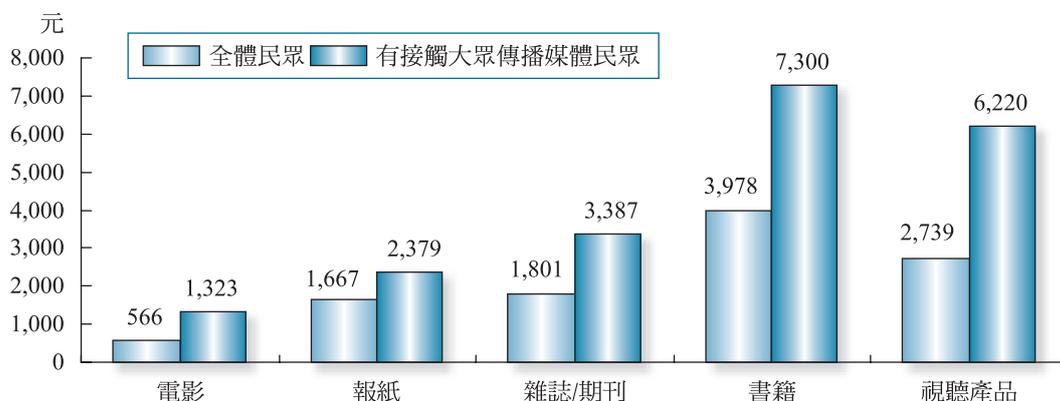


圖5-2-2 2009年全體以及有接觸大眾傳播類活動民眾之實際消費金額

Figure 5-2-2 Amount of consumption of people exposed to mass media in 2009

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4、8、10、12、14題）

調查時間：2010年9月

註：1.全體民眾樣本數為1,309。

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560；報紙樣本數為917；雜誌/期刊樣本數為696；書籍樣本數為713；視聽產品樣本數為576。

（二）視覺藝術類活動的消費金額

本報告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、設計類以及工藝類共7項活動，分別瞭解15歲以上民眾在各項活動上之消費金額。

1. 全體15歲以上民眾

2009年全體15歲以上民眾欣賞、參觀或購買視覺藝術類相關作品或產品的消費金額方面，以古董文物類的消費金額最高，為1,999元，其次為設計類（1,518元），再其次雕塑類（992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

2009年有參與過各項視覺藝術類活動的15歲以上民眾，其中以古董文物類的消費金額最高，為15,249元，其次為設計類（9,531元），再其次為雕塑類（6,169元），請參考圖5-2-3及統計表D-2-10至D-2-16。

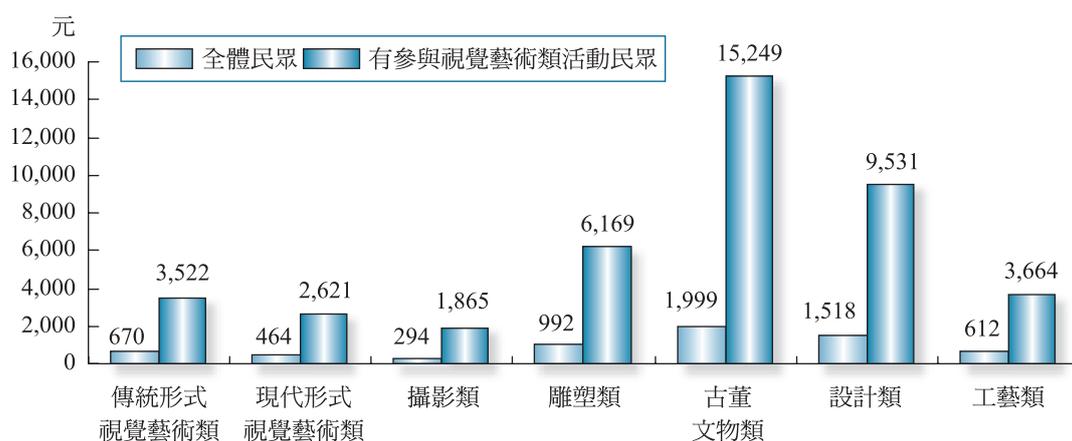


圖5-2-3 2009年全體以及有參與視覺藝術類活動民眾欣賞、參觀、購買相關作品或產品的消費金額

Figure 5-2-3 Amount of consumption of people who appreciated, visited, or purchased visual artworks or products in 2009

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19、22、25、28、31、34、37題）

調查時間：2010年9月

註：1.全體民眾樣本數為1,309。

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249；現代形式視覺藝術類樣本數為232；攝影類樣本數為206；雕塑類樣本數為211；古董文物類樣本數為172；設計類樣本數為209；工藝類樣本數為219。

（三）表演藝術類活動的消費金額

本報告之表演藝術類活動包含現代戲劇類、傳統戲曲類、舞蹈類以及音樂類共4項活動，分別瞭解15歲以上民眾在各項活動上之消費金額。

1.全體15歲以上民眾

2009年全體15歲以上民眾參與或欣賞表演藝術類相關活動的消費金額以音樂類的消費金額最高，為1,280元，其次為現代戲劇類（873元），再其次為傳統戲曲類（367元）。而舞蹈類（209元）的消費金額相較為低，請參考圖5-2-4及統計表D-2-17至D-2-20。

2.有參與過各項表演藝術類活動的15歲以上民眾

2009年有參與過各項表演藝術類活動的15歲以上民眾，以音樂類及現代戲劇類的消費金額最高，分別為5,248元及4,791元，其次為傳統戲曲類（2,080元）。而舞蹈類（1,574元）的消費金額相較為低，請參考圖5-2-4及統計表D-2-17至D-2-20。

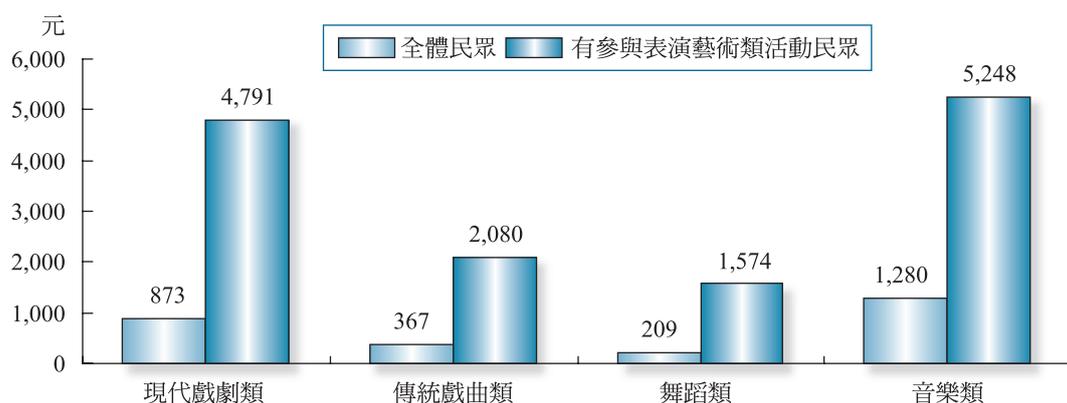


圖5-2-4 2009年全體民眾以及有參與或欣賞表演藝術類相關活動民眾之消費金額

Figure 5-2-4 Amount of consumption of people who appreciated, visited, or purchased performing art or related activities in 2009

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43、46、49、52題）

調查時間：2010年9月

註：1.全體民眾樣本數為1,309。

2.有參與過各項表演藝術類活動民眾樣本數分別如下：現代戲劇類樣本數為239；傳統戲曲類樣本數為231；舞蹈類樣本數為174；音樂類樣本數為319。

（四）文化藝術機構與設施活動的消費金額

本報告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、各級公立學校與附屬藝文設施、劇場、舞蹈及音樂教室、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/歷史建築共12項機構與設施，然而本報告僅分別瞭解15歲以上民眾在博物館以及社區文化活動中心、地方文化館之消費金額。

1.全體15歲以上民眾

2009年全體15歲以上民眾參觀或參與博物館的消費金額為2,667元，另外參觀或參與社區文化活動中心、地方文化館的消費金額為1,192元，請參考圖5-2-5及統計表D-2-21至D-2-22。

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

2009年有參觀或參與博物館的15歲以上民眾，其消費金額為6,330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，其消費金額為5,085元，請參考圖5-2-5及統計表D-2-21至D-2-22。

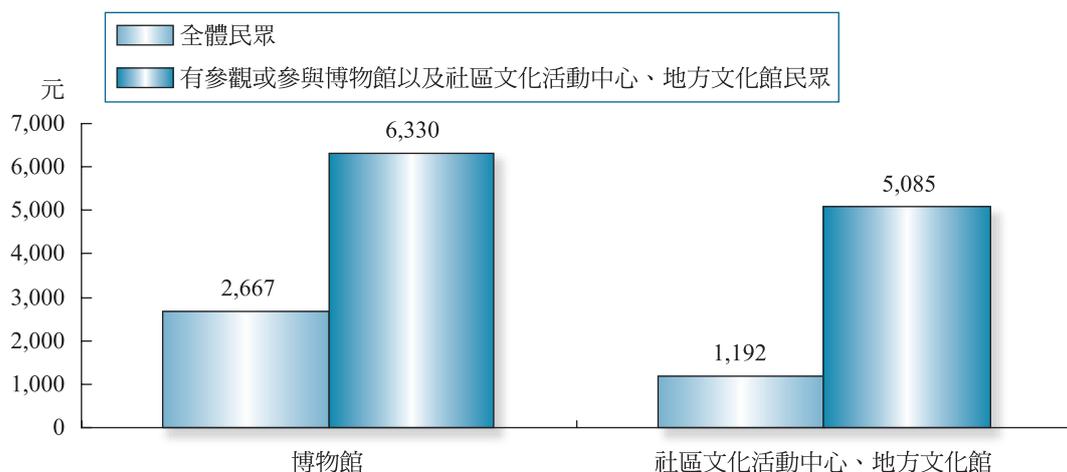


圖5-2-5 2009年全體民眾以及有參觀或參與博物館以及社區文化活動中心、地方文化館相關活動民眾之消費金額

Figure 5-2-5 Amount of consumption of people who visited museums, community cultural centers, and local cultural centers in 2009

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59、61題）

調查時間：2010年9月

註：1.全體民眾樣本數為1,309。

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551；社區文化活動中心、地方文化館樣本數為307。

（五）文藝民俗節慶活動的消費金額

本報告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、各縣市地方文化節及新興節慶活動共5項活動，然而僅針對15歲以上民眾在文藝民俗節慶活動之消費金額，未依各項活動分別進行探討。

1.全體15歲以上民眾

2009年全體15歲以上民眾參觀或參與文藝民俗節慶的消費金額為1,308元，請參考圖5-2-6及統計表D-2-23。

2.有參觀或參與文藝民俗節慶的15歲以上民眾

2009年有參觀或參與文藝民俗節慶的15歲以上民眾，其消費金額為3,133元，請參考圖5-2-6及統計表D-2-23。

（六）生活藝術活動的消費金額

本報告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、品酒調酒、下棋、歌唱舞蹈、樂器彈奏、釣魚、運動技藝、彩妝造型、趣味手藝及茶藝品茗等17項活動，然而僅針對15歲以上民眾在生活藝術活動之消費金額，未依各項活動進行探討。

1. 全體15歲以上民眾

2009年全體15歲以上民眾從事生活藝術相關活動的消費金額為14,084元，請參考圖5-2-6及統計表D-2-24。

2. 有參觀或參與生活藝術相關活動的15歲以上民眾

2009年有從事生活藝術相關活動的15歲以上民眾，其消費金額為18,137元，請參考圖5-2-6及統計表D-2-24。

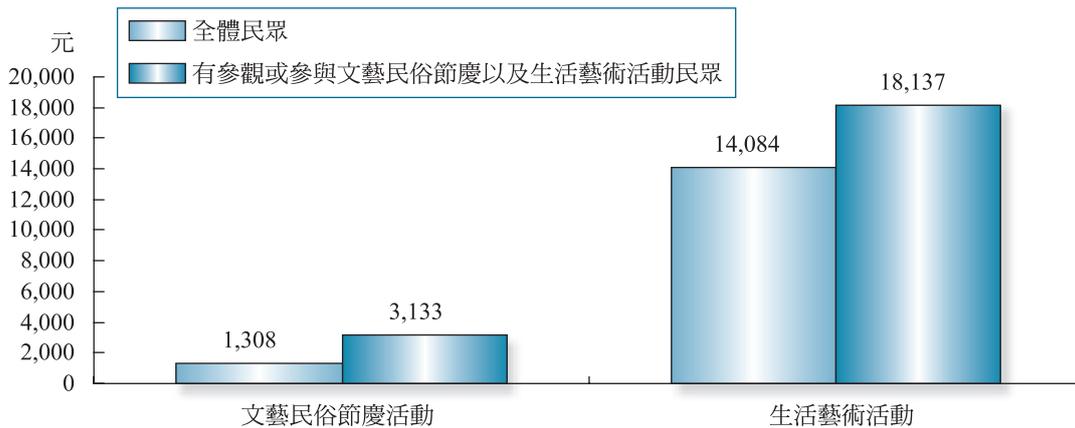


圖5-2-6 2009年全體民眾以及有參觀或參與文藝民俗節慶以及生活藝術相關活動民眾之消費金額

Figure 5-2-6 Amount of consumption of people who visited or participated in folk arts festivals and life arts in 2009

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64、67題）

調查時間：2010年9月

註：1.全體民眾樣本數為1,309。

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546；生活藝術活動樣本數為1,016。

