

文化與經濟面向主要呈現我國文化與產業經濟效益之發展情形。本報告沿用 2005 至 2006 年之設計，以「文化創意產業」代表文化經濟之生產面，「文化消費」代表文化經濟之消費面。相關說明，如下所示：

1. 「文化創意產業」包括視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、建築設計產業與數位休閒娛樂產業。本章節為呈現行政院文化建設委員會在文化創意產業推動情形，及文化創意產業層面發展概況。
2. 「文化消費」則以本計畫執行之電話調查為基礎，呈現民眾在大眾傳播、視覺藝術、表演藝術、文化機構、文化藝術節慶活動的消費情況。

第一節 文化創意產業

我國文化創意產業政策(2002-2007 年)，主要推動機關為經濟部、教育部、行政院新聞局及行政院文化建設委員會，並於經濟部下設文化創意產業推動辦公室。根據其出版的《2007 年臺灣文化創意產業發展年報》所示，在行政院「挑戰 2008：國家發展重點計畫」的前提之下，2007 年整體計畫架構以「整備文化創意產業發展機制」、「設置文化創意產業資源中心」、「發展藝術產業」、「發展重點媒體文化產業」及「臺灣設計產業起飛」等 5 大方向推動文化創意產業。其中，「整備文化創意產業發展機制」與「設置文化創意產業資源中心」為整體文化創意產業發展之共同目標；經濟部負責項目為「臺灣設計產業起飛」；新聞局負責項目為「發展重點媒體文化產業」；行政院文化建設委員會負責項目為「發展藝術產業」。

由於整體政策發展於該年報中皆有詳細說明，因此本報告僅就行政院文化建設委員會於年報中之說明以及其他補充資料進行介紹。

一、行政院文化建設委員會推動情形

2007 年行政院文化建設委員會文化創意產業政策，主要以發展藝術產業為目的，著重在人才培養及創意、數位及傳統藝術之發展，為此可分為「文化創意產業人才延攬、進修及交流」、「創意藝術產業」、「數位藝術創作」、「傳統工藝技術」四個細項，其成果分述如下：

(一) 文化創意產業人才延攬、進修及交流

1. 創意人才培育

(1) 舞蹈創意

為引進國際多元舞蹈樣貌，提供舞蹈相關專業人員國際交流平臺，辦理「國際創意舞蹈營」計畫，邀請歐美亞及國內專業舞蹈教師教授舞蹈技巧課程，課程內容包括舞蹈專業深造課程、亞洲新銳工作坊等，具有師資國際化、課程多元化、學習網路化與典藏數位化 4 大特點。



(2) 藝術與環境人才培育

由國立臺灣美術館策劃辦理「藝術人才培育計畫」，邀請視覺藝術、建築藝術領域藝術家及創作團隊進行藝術創作，同時結合中部藝文團隊、學校、社區等團隊參與各項活動之策劃與執行。結合環境生態之裝置藝術作品，培育並啟發藝術創作者對環境的省思，並藉由互動性、過程性之環境藝術，共同體驗自然、改善臺灣的人文環境。同時辦理森林音樂會、自然生活美學體驗、生態研習課程等系列活動，擴大社區與一般民眾參與層面，深植創意的種子，創造群策群力的力量。

2. 種子師資培育

(1) 舞蹈理論應用

為使舞蹈相關專業人員開拓知識領域，進而更廣泛地推廣舞蹈藝術，辦理「拉邦舞譜及教師認證深造課程」，邀請英國拉邦中心（Laban Centre）與美國舞譜局（Dance Notation Bureau）專家來臺授課，招收專業教師與舞蹈工作者，課程包括介紹舞譜紀錄的教學法、風格和策略，並以肢體律動等實作課程為例，應用所學技巧與資訊。

(2) 獎勵國內專業人才參與國際競賽組織與展演推廣

為有效結合藝術元素與人才，擴大參與國際組織範圍與國際影響力，行政院文化建設委員會輔助專業師資潘世姬教授「第 25 屆亞洲作曲家聯盟大會」及擔任作曲比賽評審、吳文翠參與丹麥星可賓 TeatetOM 劇院辦理示範演出及工作坊、柯芳隆及曾興魁受邀出席聯合國教科文組織「音樂評議會」、郭長揚出席澳洲伯斯「第 16 屆國際區域音樂教育會議」演出臺灣作品、蔡世豪擔任義大利「2007 國際歌劇夏令營」特約鋼琴家等活動。

3. 人才出國進修計畫

(1) 臺英藝術家互訪駐村計畫

為培育具發展潛力與實力的藝術創作者，英國文化協會（British Council）、英格蘭藝術委員會（Arts Council of England）及訪問藝術（Visiting Arts）策辦「臺英藝術家互訪駐村交流計畫」，分別選送臺灣視覺與表演藝術家各 1 名、英國視覺藝術家 1 名互訪，體驗二國生活型態、創意發想及消費品味等新知，拓展國際視野，並於不同文化觀點下，實驗新的創作理念並引介其作品至國際藝文界。

(2) 鼓勵民間參與文化創意國際交流活動，輔導辦理國際創意展演活動

為鼓勵民間自發參與文化創意產業活動策劃、經營、管理、行銷、參與國際競賽及展演推廣，行政院文化建設委員會擇優輔導藝術與設計之團體或個人參加相關國際組織年會、研討會及展覽會等。如劇場設計協會國際年會活動、「第 1 屆新加坡雙年展」、「第 1 屆 Novosibirsk 國際攝影節」、「2007 年臺北國際廣告影片大展」及創意講座、獎助青年藝術家參加波蘭「第 14 屆國際舞蹈研討會及表演藝術節」與「法國世界文化藝術節」等。

(二) 創意藝術產業

1. 青年藝術作品購藏徵件計畫

行政院文化建設委員會於 2003 年起仿效歐美「藝術銀行」的作法，開辦「青年繪畫作品典藏徵件計畫」，透過公開徵件與評選的方式購買青年藝術家繪畫作品。2005 年起將計畫名稱修正為「青年藝術作品購藏徵件計畫」，徵件方式、內容與對象依藝術環境發展現狀略作修正，分為兩階段方式辦理徵選，2007 年公開徵件達 554 件，共有 89 件進入複選。除了沿用公開徵件方式外，並增加市場購藏機制，由行政院文化建設委員會組成評審委員會依選件條件直接前往「臺北國際藝術博覽會」挑選年輕藝術家作品，除延續照顧年輕藝術家的立場外，並期望能提振畫廊產業，活絡藝術市場，建立更廣闊且多元的藝術作品蒐集及行銷管道，2007 年計購藏約 50 件作品。

2. 辦理「2007 年臺北國際藝術博覽會」

2007 年臺北藝術博覽會共分為經典展區、當代展區、電子錄像區、戶外裝置藝術展區—超級平臺 Outre Fair、藝術出版展區等 6 大區域。行政院文化建設委員會除在經費上支援外，更透過政府部門間協調方式，建立了政府推展藝術經濟的深度參與模式。2007 年博覽會交易成績超過 4 億 5,000 萬元，較上屆成長近 2 倍，並創下 5 萬以上參觀人次，國內外畫廊參展家數達 65 家、收藏家出席人數約 1,000 人、藝術經紀人約 150 人，交易成果屢創新高，已成為國際藝術市場的指標之一，也為臺灣藝術市場創造更大的國際展現空間。



3. 辦理第 6 屆「臺灣衣 Party」

為推動臺灣服飾文化產業與國際文化交流，假國立臺灣博物館舉辦第 6 屆「臺灣衣 Party」活動，本屆以「啓動『婚嫁』時尚美學新禮儀」為主題，邀請 10 位頂尖服裝設計師，以「婚嫁」主題出發，讓民眾重新體驗「臺灣婚嫁文化時尚」的新風貌與人文價值。

4. 輔導補助藝術界具體推動創意藝術產業

為積極鼓勵藝術創作，提升國民美學素養，行政院文化建設委員會積極輔導藝術界辦理活動，具體推動創意藝術產業，如「2007 第 8 屆漫畫博覽會」、「角色藝術創作」、「藝術創作與交流的磁場」等，以活絡藝術發展。

(三) 數位藝術創作

1. 成立「數位藝術方舟—數位創意資源中心」，與 2005 年建置的「TDAIC 數位藝術知識與創作流通平臺網站」，結合人才培育計畫，做一整合呈現。
2. 與法國安互湖市市立藝術中心、巴黎臺北文化中心合作辦理「X 世代—國立臺灣美術館典藏展」，於 2007 年 4 月 27 日舉辦開幕，展出至 2007 年 6 月 30 日止。
3. 2007 年安互湖市雙年數位藝術節邀請臺灣團隊「T.N 跨領域藝術創作團隊」的研究計畫「Spin 轉」，於 2007 年 10 月於法國安互湖雙年數位藝術節展出。
4. 與國藝會合辦「科光幻影 2007—詩路漫遊」巡迴展，介紹第 2 屆國家文化藝術基金會「科技藝術創作發表專案」。
5. 舉辦數位藝術論壇、DBN 工作坊，互動藝術工作坊。DBN 工作坊為行政院文化建設委員會補助之「數位藝術教育暨創作推廣計畫」，本案於 2007 年 10 月 2 日至 5 日舉辦以「簡單與複雜的弔詭」為名的成果展示。
6. 互動藝術工作坊由互動藝術創作團隊「所以然」，於 2007 年 7 月 31 日至 8 月 4 日進行為期 5 天的工作坊，從互動藝術的發源與概念一直到程式撰寫與創作，使用 Wii、Webcam 作互動介面及 Processing 程式語言，來做進階的互動藝術展出教學。

7. 2007 夜市工作坊「Night market 2007 workshop」於 8 月 23 日至 8 月 26 日在數位藝術方舟－數位創意資源中心舉辦，以「合—Fusion」為主題。來自於美國麻省理工學院（MIT）、建築與都市規劃學院（MITSA+P）、媒體實驗室（MIT Media Lab）以及電腦科學人工智慧實驗室（MIT CSAIL）的研究生們，帶領臺灣學子，將臺北市生活中的環境與心情紀錄下來，再將這種經驗抽象化，成為用以創作的生活素材。
8. 舉辦跨領域數位專題演講有「互動裝置與程式設計」、「影音與程式設計」、「縱橫古今中外話機器人」、「兒童數位藝術教育」、「角色動畫在 3D 中的應用與創作分享」、「科技藝術」及「電影音樂的奧秘」等；並於 2007 年 8 月 7 日舉辦理「軟體藝術現況與趨勢」座談會。
9. 持續維運「數位藝術知識與創作流通平臺(www.digiarts.org.tw)」網站，提供科技與藝術之交流平臺，利用網路新科技宣傳臺灣數位藝術發展現況。
10. 配合數位藝術知識與創作流通平臺現有資源，延伸數位藝術方舟實體空間之網路服務，並增加聲音創作設備，培植藝術創作。

（四）傳統工藝技術

1. 年度完成生活工藝館後續工程及工藝資訊館規劃設計工程施作，並進行工藝資訊館內部裝修工程等規劃作業。
2. 除工藝文化館外，工藝文化園區增加生活工藝館對外開放。規劃有工藝創作體驗坊、兒童遊戲工坊、生活工藝思行坊及工藝五感等展區，並安排工藝推廣活動。截至 2007 年 9 月止，園區二大展館及活動參觀人數達 161,214 人次。
3. 創意工藝人才培訓結合產官學界，規劃融合工藝設計與技術之學程。年度完成 11 班別研習課程，共完成 264 組、543 件作品研發；另票選 30 件學員作品，進行創意加值量產計畫，俾利工藝行銷推廣。
4. 辦理「工藝思路系列座談會」，進行 16 場專題講座，議題面向有文化創意產業經營管理、創意開發觀念與態度、視覺與包裝設計、創建自我 ID、實踐與佈線、放眼他山之石、拓展新勢力與掌握流行風向球等 8 大單元，共有 1,325 人次參與。
5. 開辦兩期工藝基礎推廣班，共有 205 位學員結業；另工藝創作體驗坊截至 9 月體驗人數有 8,997 人次。



6. 「臺灣工藝之家」認證計畫，藉其認證機制，凝聚工藝家共識及激勵措施，並為工藝所推動文創計畫理念及後續輔導之工藝行銷聯營對象。截至 2007 年底，「臺灣工藝之家」總會員數累計至 125 位。
7. 推動工藝之家品牌形塑先期計畫，藉由工藝之家形象廣告宣傳，提升市場形象辨識度；發展整體工藝之家行銷策略，打造臺灣工藝之家優質品牌形象。
8. 地方特色工藝輔導為國立臺灣工藝研究所 2004 年起推動工藝在地化具體作為。以社區為單位、引介社區總體營造精神，利用在地資源、人力，期形成工藝微型產能及產值，俾利地方資源經濟之開發與創造當地就業機會。本年度甄選出 12 件社區產業計畫，除持續扶植小有規模及運作機制之社區外，更開發不同新的社區生力軍，共同以工藝再造新家園。
9. 工藝文化資源開發部分，年度執行有藍靛染藝創意工作營及國際研討座談會，以 3 階段展現藍染技藝媒合時尚研創、臺灣藍染技藝與社區工藝推動之成果，邀請日本藍染相關學者專家進行交流。
10. 生活工藝系列展覽部分辦理 25 檔次，展出地點包括國立臺灣工藝研究所各展館、總統府藝廊及 1 樓迴廊、行政院藝廊、臺北車站文化藝廊等處；薦送年輕工藝家參與國外各工藝競賽，如德國 Talent、紅點等，皆有不錯之成績。

二、文化創意產業發展概況

(一) 文化創意產業業者家數

我國 2003 年至 2007 年文化創意產業業者家數情形，如表 5-1 所示。2007 年文化創意產業業者共有 50,667 家，其中家數最多的產業是「廣告產業」，有 12,303 家（佔總家數之 24.28%）。其他關於文化創意產業細部情形，請參考統計表 D-1-1 至 D-1-6 之所示。

表 5-1 2003 年至 2007 年文化創意產業業者總家數—按產業別分

產業別	年別				
	2003	2004	2005	2006	*2007
視覺藝術產業	3,255	3,121	3,086	2,972	2,888
音樂與表演藝術產業	738	872	1,019	1,169	1,354
工藝產業	10,614	10,676	10,892	10,714	10,437
文化展演設施產業	205	240	273	316	339
電影產業	696	659	648	620	602
廣播電視產業	1,789	1,762	1,743	1,702	1,609
出版產業	3,190	3,386	3,581	3,637	3,707
建築設計產業	7,548	8,294	8,249	7,969	7,699
廣告產業	10,587	11,175	11,766	12,221	12,303
設計產業	1,826	1,925	2,096	2,239	23,62
數位休閒娛樂產業	7,576	7,948	8,315	8,013	7,252
設計品牌時尚產業	-	-	-	-	-
創意生活產業	-	53	74	95	115
總計	48,024	5,011	51,742	51,667	50,667

資料來源：經濟部文化創意產業推動小組辦公室，2008，《2007 年臺灣文化創意產業年報》。臺北：經濟部工業局，頁 310。

*2007 年資料為經濟部工業局文化創意產業推動小組辦公室提供。
調查時間：2009 年 3 月。

(二) 文化創意產業業者產值

2007 年文化創意產業業者產值，請參閱表 5-2。以整體來看，總計有 632,939,549 千元。而以各產業別來看，產值最高者為「廣播電視產業」產值為 130,772,462 千元（佔總產值的 20.66%）。

表 5-2 2003 年至 2007 年文化創意產業業者產值—按產業別分

單位：新臺幣千元

產業別	年別	2003	2004	2005	2006	*2007
視覺藝術產業		5,500,031	5,281,089	5,287,954	4,817,745	4,851,841
音樂與表演藝術產業		3,988,699	5,608,674	6,616,260	6,700,779	8,218,430
工藝產業		63,535,574	66,780,112	67,468,353	67,537,566	71,734,582
文化展演設施產業		756,810	2,069,086	2,696,308	2,031,408	1,892,515
電影產業		12,408,469	13,122,719	13,078,510	14,050,863	13,828,939
廣播電視產業		96,664,999	97,044,745	100,931,894	101,339,363	130,772,462
出版產業		66,813,666	72,916,451	71,583,504	65,551,874	68,160,631
建築設計產業		65,621,034	73,720,545	81,237,538	82,883,103	83,393,710
廣告產業		122,657,074	140,404,031	141,125,342	141,612,222	130,393,221
設計產業		36,310,240	48,236,087	50,257,096	55,694,472	77,091,247
數位休閒娛樂產業		18,799,493	19,975,013	21,764,800	24,808,838	19,701,971
設計品牌時尚產業		-	-	-	-	-
創意生活產業		-	11,391,000	19,019,690	19,209,124	22,900,000
總計		493,056,089	556,549,552	581,067,249	586,237,256	632,939,549

資料來源：經濟部文化創意產業推動小組辦公室，2008，《2007 年臺灣文化創意產業年報》。臺北：經濟部工業局，頁 310。

*2007 年資料為經濟部工業局文化創意產業推動辦公室提供。
調查時間：2009 年 3 月。

(三) 文化創意產業之區域分佈

2007 年文化創意產業之區域分佈結構可參閱表 5-3。從中可以明顯發現，北部地區文化創意產業業者家數佔總體的 54%，營收更是佔有總營收的 80%，明顯高於其他地區。

表 5-3 2007 年文化創意產業之區域分佈結構 (待續)

區域與空間分佈		單位：新臺幣千元；家		
		家數與營收	家數	營收
北部地區	臺北市		14,346	357,263,965
	臺北縣		7,363	68,918,248
	基隆市		631	3,204,721
	桃園縣		2,593	24,509,938
	新竹縣		660	20,501,395
	新竹市		848	12,215,384
	苗栗縣		942	3,737,369
	小計 (占總額百分比)		27,383 (54%)	490,351,020 (80%)
中部地區	臺中市		3,518	25,868,217
	臺中縣		2,080	12,057,948
	彰化縣		1,696	5,852,044
	南投縣		841	2,147,448
	小計 (占總額百分比)		8,135 (16%)	45,925,697 (7%)

資料來源：本計畫專案公務機關調查。
 調查單位：經濟部工業局文化創意產業推動辦公室提供。
 調查時間：2009 年 3 月。

表 5-3 2007 年文化創意產業之區域分佈結構 (續 1 完)

區域與空間分佈		單位：新臺幣千元：家		
		家數與營收	家數	營收
南部地區	雲林縣		955	4,679,448
	嘉義縣		428	1,341,171
	嘉義市		730	3,200,480
	臺南市		1,894	8,819,763
	臺南縣		1,544	7,661,926
	高雄市		3,520	26,733,867
	高雄縣		1,787	8,706,309
	屏東縣		1,572	5,049,431
	小計 (占總額百分比)		12,430 (25%)	66,192,395 (11%)
東部地區	宜蘭縣		872	2,414,473
	花蓮縣		846	2,962,614
	臺東縣		434	1,136,145
	小計		2,152 (4%)	6,513,232 (1%)
離島地區	金門縣		138	332,215
	澎湖縣		242	648,192
	連江縣		72	81,839
	小計 (占總額百分比)		452 (0.9%)	1,062,246 (0.2%)
	總計		50,552	610,039,549

資料來源：本計畫專案公務機關調查。
 調查單位：經濟部工業局文化創意產業推動辦公室提供。
 調查時間：2009 年 3 月。

第二節 文化消費

基本上，我國整體家庭娛樂教育及文化服務平均消費支出可由表 5-4 得知，主要消費支出在教育與研究經費上，其次為旅遊費用，書報雜誌文具的項目最少。本報告實際調查結果，可分為以下幾個部分加以說明。

表 5-4 2007 年平均每戶家庭娛樂教育及文化服務平均消費支出

單位：新臺幣元；%		
項目	金額（元）	年增率
旅遊費用	22,149	-2.99
娛樂消遣服務	8,372	4.43
書報雜誌文具	3,871	-2.93
娛樂器材及附屬品	9,045	2.71
教育與研究費	46,243	-3.71

資料來源：行政院主計處，《九十六年家庭收支調查報告》。
調查時間：2009 年 3 月。

一、電影活動與消費概況

2007 年欣賞電影的民眾中，以一次花費 1,000 元以內最多，有 51 人，佔 4.7%。其次為 1,000~3,000 元，佔 2.8%。再其次為 3,000~5,000 元，佔 1.6%。如圖 5-1 所示。

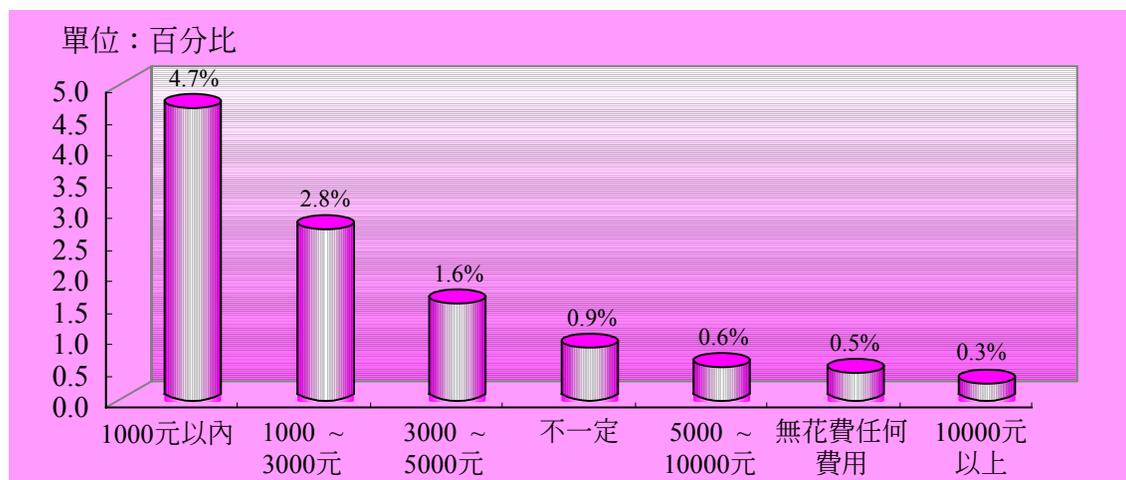


圖 5-1 2007 年 20 歲以上民眾欣賞電影的實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 4 題），樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

二、視覺藝術類活動消費概況

(一) 攝影

2007 年欣賞攝影作品的民眾中，一次花費 1,000 元以內者佔 0.3%，1,000~3,000 元者佔 0.2%，3,000~5,000 元者佔 0.2%。如圖 5-2 所示。

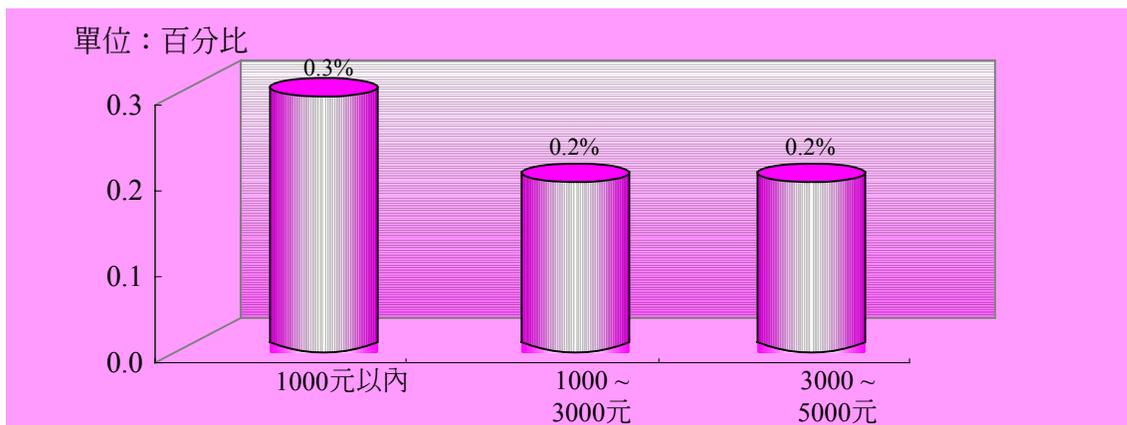


圖 5-2 2007 年 20 歲以上民眾欣賞攝影作品實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 8 題），樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

(二) 繪畫

2007 年欣賞繪畫作品的民眾中，花費 1,000 元以內購買繪畫作品的人最多，佔 0.8%。其次為 1,000~3,000 及不一定，各佔 0.6%。如圖 5-3 所示。

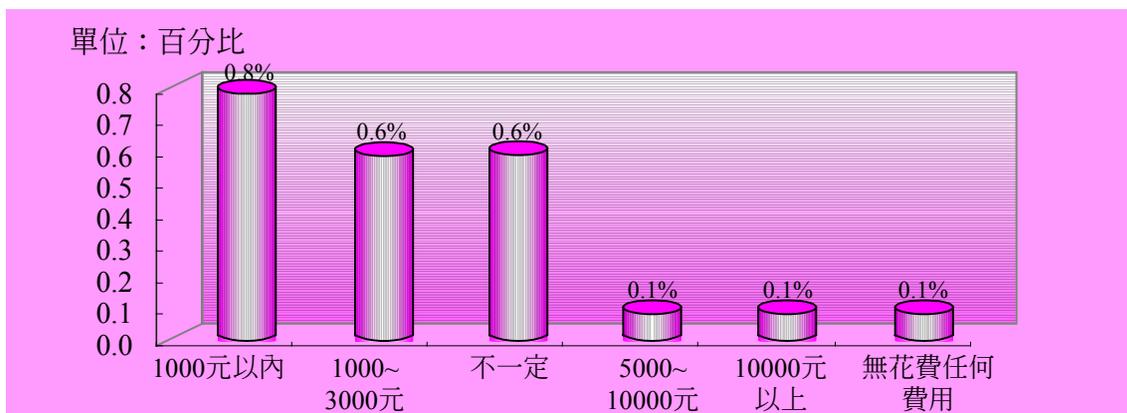


圖 5-3 2007 年 20 歲以上民眾購買繪畫作品實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 13 題），樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

(三) 書法或篆刻

2007 年欣賞書法或篆刻的民眾中，花費 1,000~3,000 元購買書法或篆刻作品者佔 0.1%。如圖 5-4 所示。

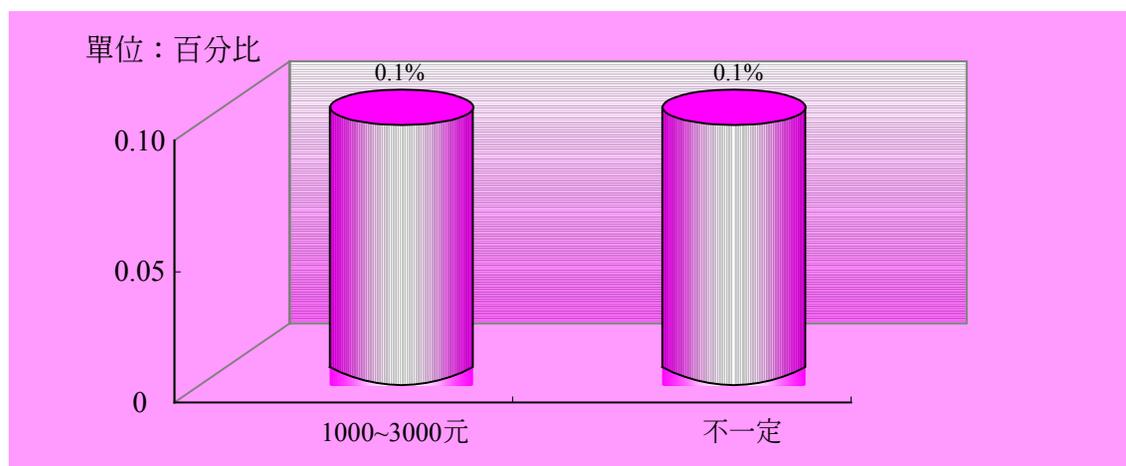


圖 5-4 2007 年 20 歲以上民眾購買書法或篆刻作品實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 16 題），樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

(四) 古董文物

2007 年欣賞古董文物的民眾中，花費 1,000 元以內購買古董文物作品者佔 0.1%。（該次訪問中，僅有一位民眾表示有欣賞並購買古董文物之經驗）

(五) 設計

2007 年欣賞設計相關活動的民眾中花費 10,000 元以上購買設計作品者佔 0.1%，不一定者佔 0.1%。如圖 5-5 所示。

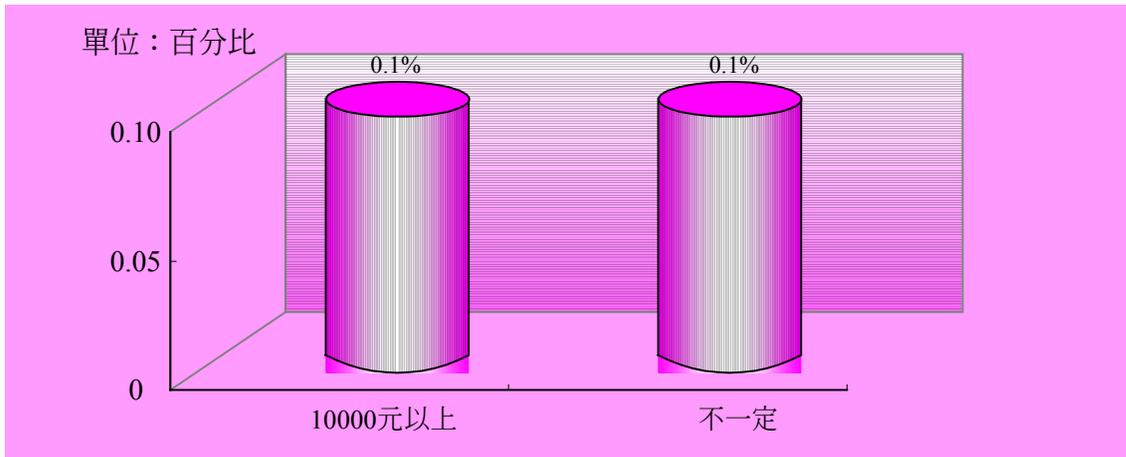


圖 5-5 2007 年 20 歲以上民衆購買設計作品實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 25 題），樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

（六）工藝

2007 年欣賞工藝活動的民衆中，花費 1,000~3,000 元購買工藝品的人最多，佔 0.2%，其次為 1,000 元以內、3,000~5,000 元及不一定，各佔 0.1%。如圖 5-6 所示。

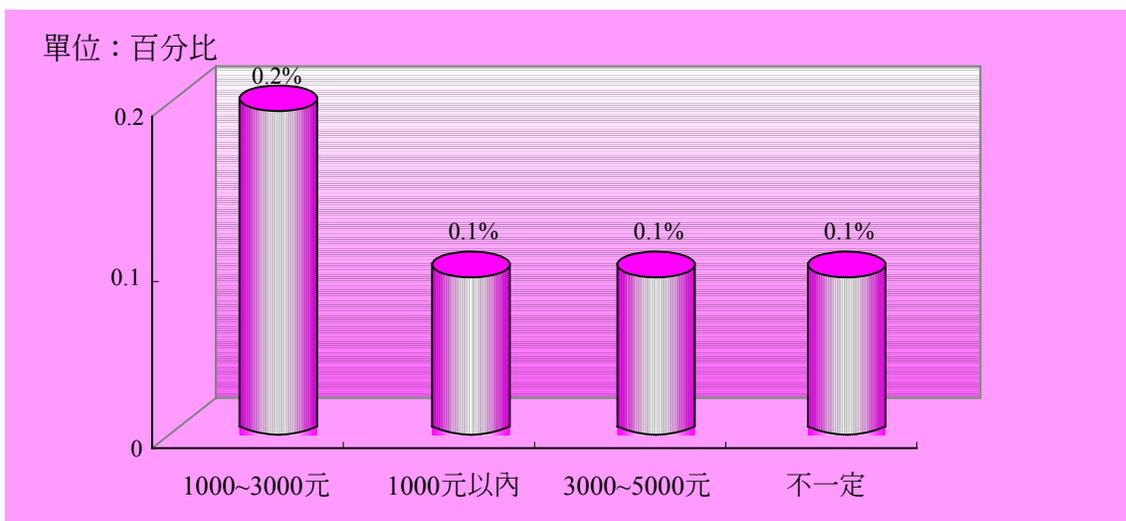


圖 5-6 2007 年 20 歲以上民衆購買工藝品實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 28 題），樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

三、表演藝術類活動消費概況

(一) 音樂

2007 年參與音樂活動的民眾中，花費 1,000~3,000 元欣賞音樂活動的人最多，佔 1.0%，其次為 3,000~5,000 元，佔 0.6%，再其次為無花費任何費用，佔 0.5%。如圖 5-7 所示。

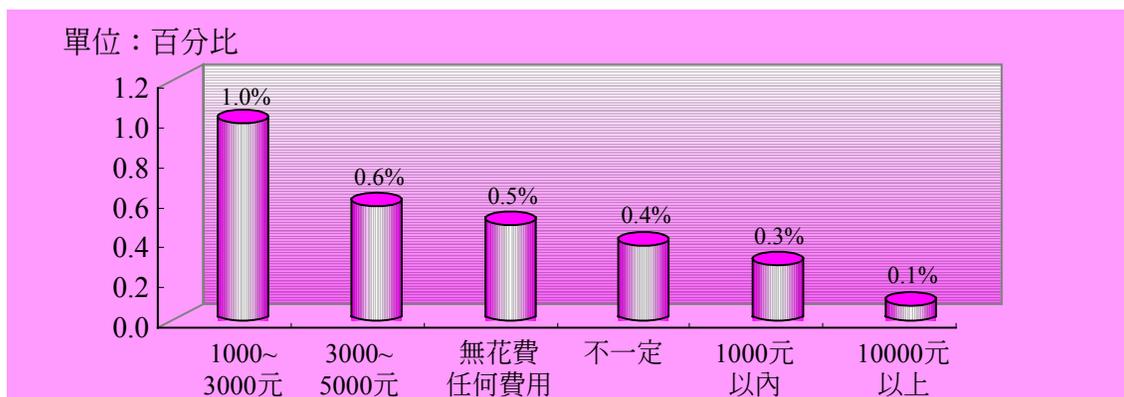


圖 5-7 2007 年 20 歲以上民眾欣賞音樂活動實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 37 題），樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

(二) 戲劇

2007 年欣賞戲劇的民眾中，花費 1,000~3,000 元欣賞戲劇的人最多，佔 0.3%，其次為 1,000 元以內、3,000~5,000 元、10,000 元以上及無花費任何費用，各佔 0.1%。如圖 5-8 所示。

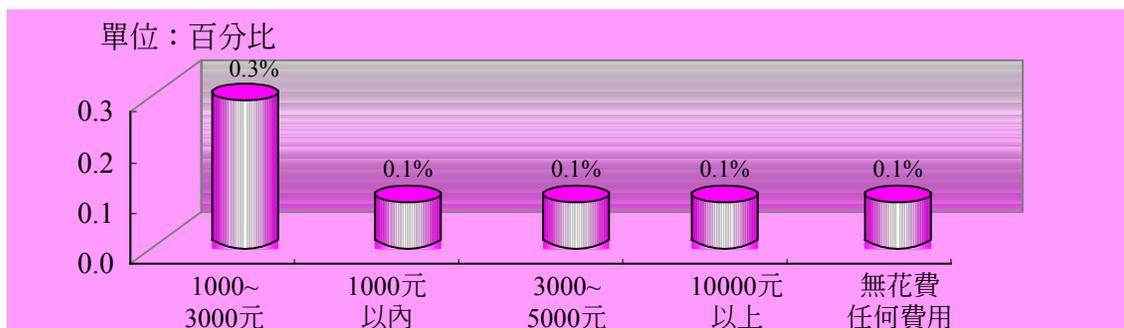


圖 5-8 2007 年 20 歲以上民眾欣賞戲劇實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 43 題），樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

(三) 舞蹈

2007 年欣賞舞蹈表演的民眾中，無花費任何費用欣賞舞蹈表演的人最多，佔 0.3%，其次為花費 1,000 元以內，佔 0.2%。如圖 5-9 所示。

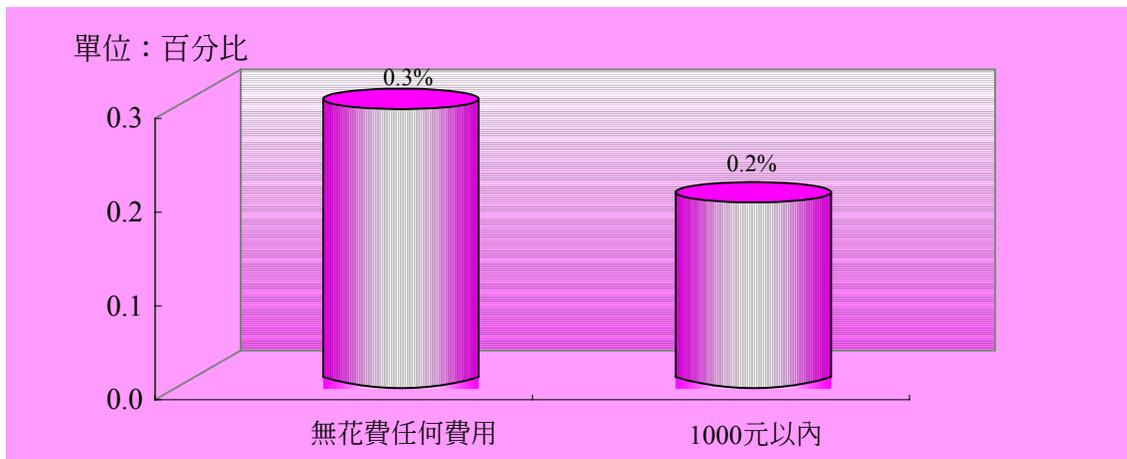


圖 5-9 2007 年 20 歲以上民眾欣賞舞蹈表演實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 47 題），樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

四、使用或參觀文化藝術相關機構或設施消費概況

2007 年參觀博物館的民眾中，花費 1,000 元以內參觀博物館的人最多，佔 0.8%，其次為 1,000~3,000 元，佔 0.6%，再其次為無花費任何費用及不一定，各佔 0.5%。如圖 5-10 所示。

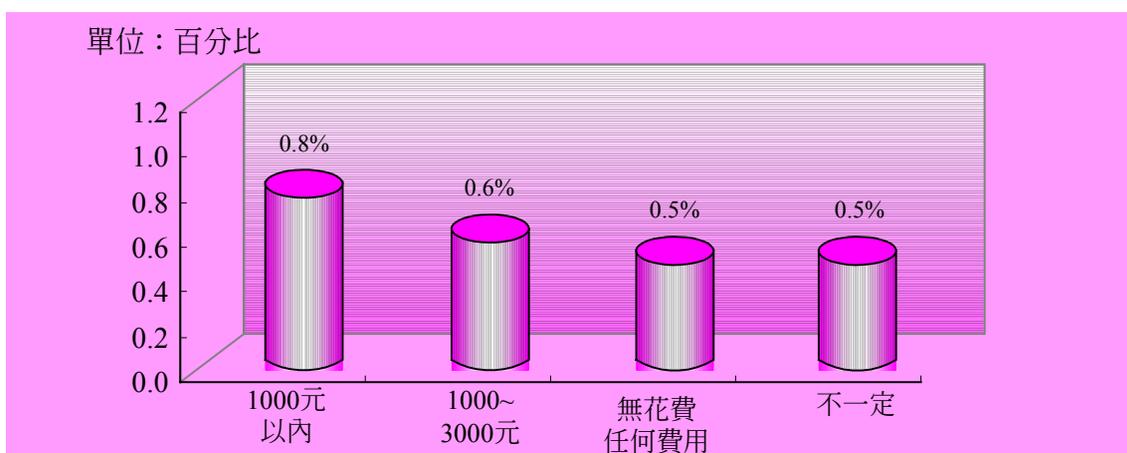


圖 5-10 2007 年 20 歲以上民眾參觀博物館實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 52 題），樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

五、文化藝術節慶活動消費概況

2007 年欣賞文化藝術節慶活動的民眾中，花費 1,000 元以內欣賞文化藝術節慶活動的人最多，佔 3.5%，其次為 1,000~3,000 元，佔 3.0%，再其次為無花費任何費用，佔 2.2%。如圖 5-11 所示。

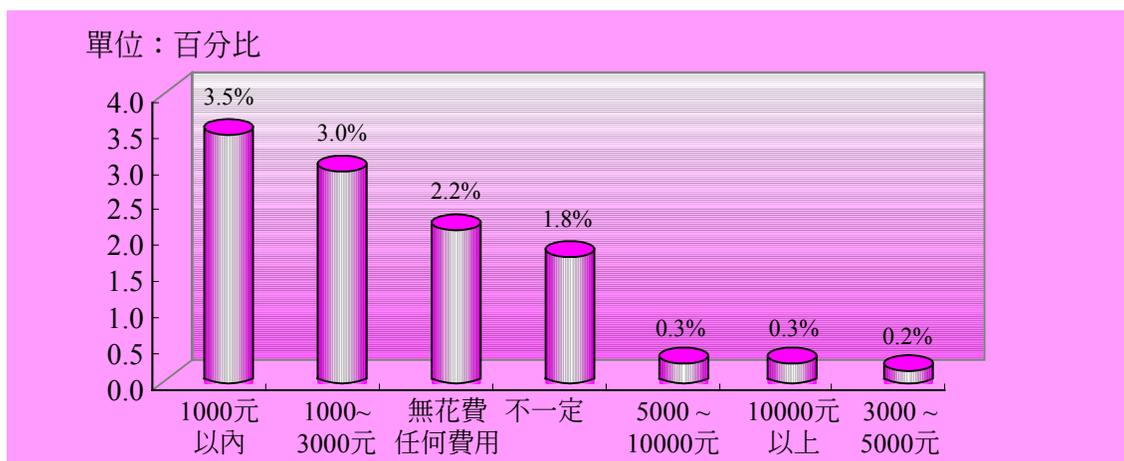


圖 5-11 2007 年 20 歲以上民眾欣賞文化藝術節慶實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查，樣本數為 1083 人。
調查時間：2009 年 3 月。

六、觀光旅遊

文化觀光的重點在使無形文化遺產的維護可及於各相關使用者，以增進遊客遊憩體驗。此部分統計主要呈現我國民眾過去一年參與文化藝術節慶活動的概況。2006 年國內旅遊平均總花費約為 2,090 元，其中交通費用、餐飲費用及購物費用佔較高的比例。而 2007 年之整體國內旅遊花費則大幅上升，平均總花費約為 4,776 元，其中比例較高的項目則轉為交通費用及住宿費用，可看出國人在國內旅遊上的旅遊品質需求已經轉變。有關民眾國內旅遊及國外旅遊消費情形，請參照表 5-5 與圖 5-12。

表 5-5 2006、2007 年國人國內每次旅遊平均花費統計表

項 目	單位：新臺幣元							
	2006 年 第一季	2006 年 第二季	2006 年 第三季	2006 年 第四季	2007 年 第一季	2007 年 第二季	2007 年 第三季	2007 年 第四季
總 計	2,177	2,246	2,020	1,917	4,718	4,631	4,791	4,964
交通費用	479	565	496	448	952	1,005	1,026	1,048
住宿費用	315	463	402	363	1,723	1,688	1,695	1,847
餐飲費用	496	511	505	502	1,035	860	951	978
娛樂費用	178	147	146	132	275	304	309	269
購物費用	452	454	404	395	668	619	683	745
其他費用	257	106	67	77	65	155	127	77

資料來源：交通部觀光局，《中華民國 96 年國人旅遊狀況調查報告》。
網 址：http://library.tbrc.gov.tw/web/sear_show.asp?no=A20011458。
調查時間：2009 年 3 月。

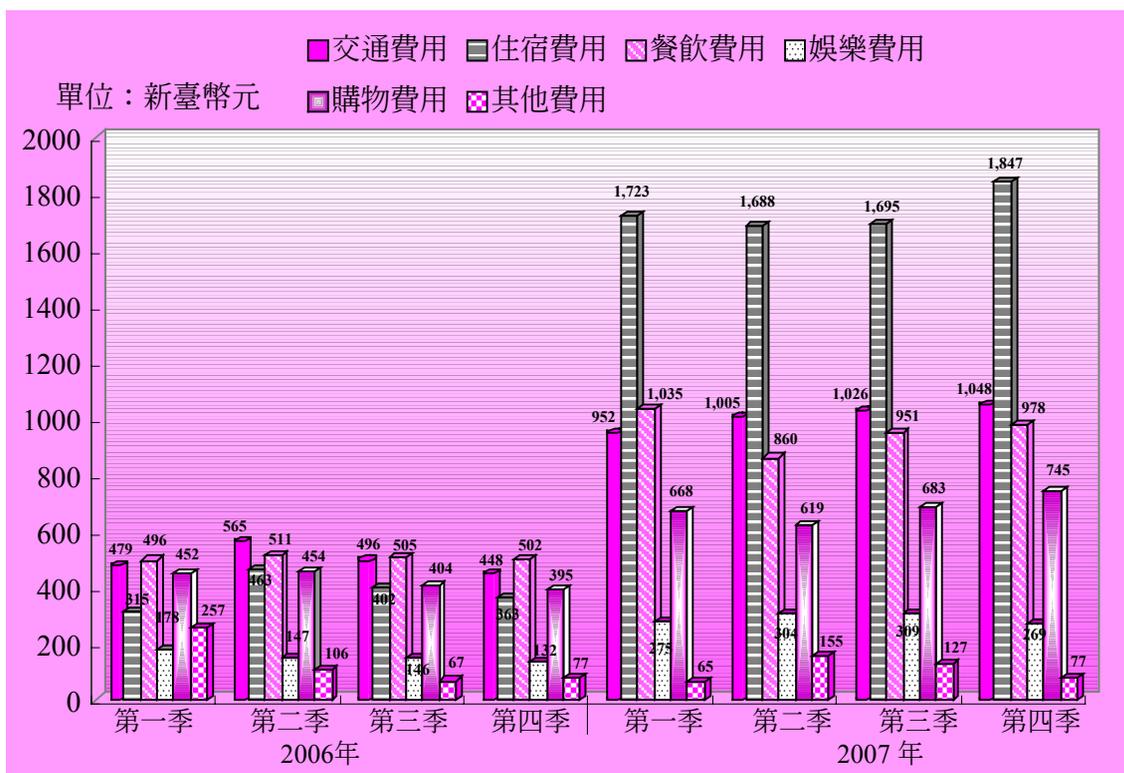


圖 5-12 2006、2007 年國人國內每次旅遊平均花費統計表

資料來源：交通部觀光局，《中華民國 96 年國人旅遊狀況調查報告》。
網 址：http://library.tbrc.gov.tw/web/sear_show.asp?no=A20011458。
調查時間：2009 年 3 月。

七、未來參與文化相關活動預算

2007 年參與文化活動的民眾中，未來願意在參與文化活動上花費金額為不一定的人最多，佔 7.9%，其次為 1,000 元以內，佔 5.6%，再其次為 1,000-3,000 元，佔 5.4%。如圖 5-13 所示。

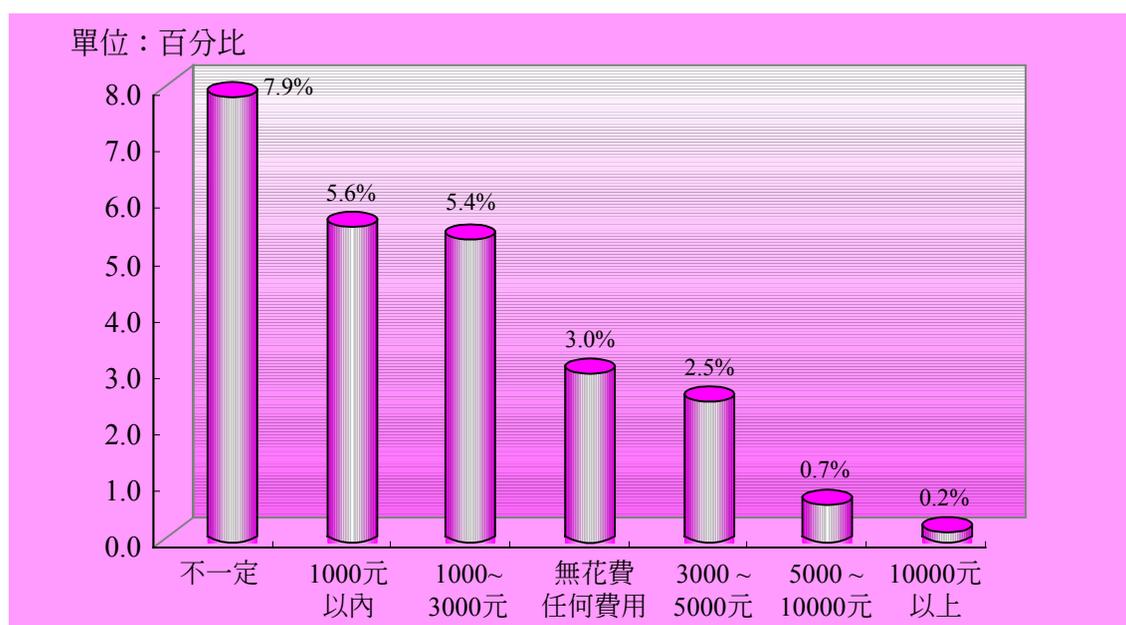


圖 5-13 2007 年 20 歲以上民眾願意在參與文化活動實際花費金額比例

資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二第 57 題），樣本數為 1083 人。

調查時間：2009 年 3 月。

備註：本題為複選題，故百分比累計後不等於 100%。



第伍章 文化與經濟
