

第五章 文化與經濟



2010

Cultural Statistics

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2010年「創意臺灣-文化創意產業發展方案」之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《2011臺灣文化創意產業發展年報》瞭解2010年文化創意產業發展之狀況。
2. 「文化消費」：以2011年9月執行「2010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。

在「行政院文化創意產業推動小組」指導下，「創意臺灣—文化創意產業發展方案」成立「文化創意產業推動小組辦公室」，實際負責推動與執行各項工作。有關「創意臺灣—文化創意產業發展方案」組織與分工請參考圖5-1-1。

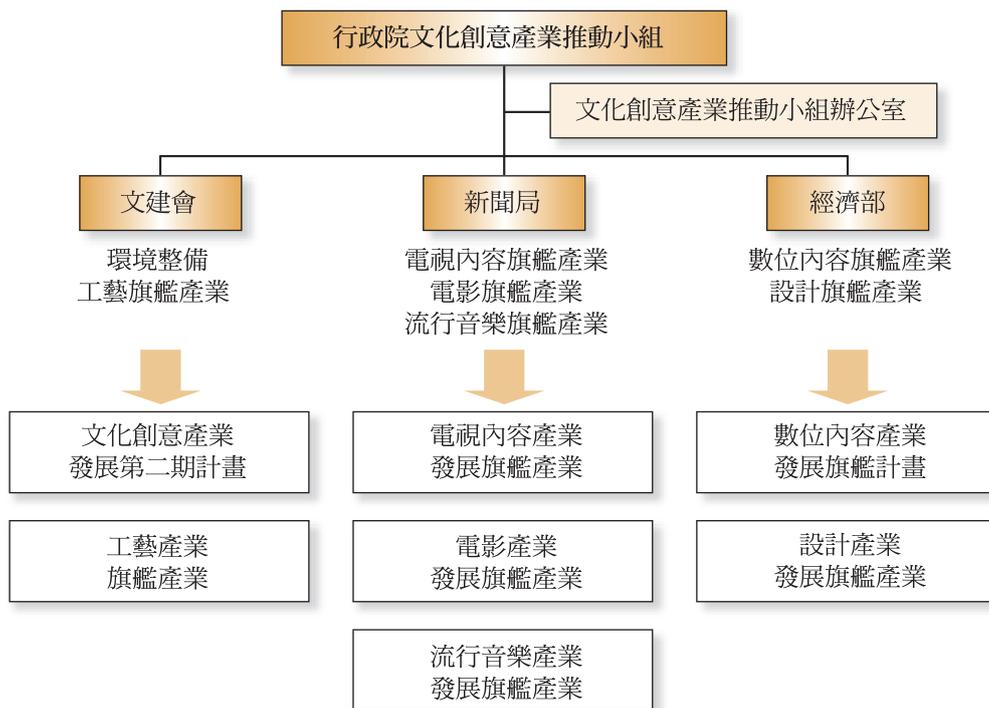


圖5-1-1 創意臺灣—文化創意產業發展方案之執行組織與分工圖

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2009-2013年（核定本）

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

蒐集時間：2011年12月

「創意臺灣—文化創意產業發展方案」可包含「環境整備」、「旗艦產業」兩大區塊。其中「環境整備」主要是針對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，並且透過文化創意產業第二期計畫下之「多元資金挹注」、「產業研發及輔導」、「市場流通及拓展」、「人才培育及媒合」、「產業集聚效應」共五項措施落實。「旗艦產業」則是由文化創意產業既有產業範疇中，選取較為成熟、具產值潛力、產業關連效益大的業別，例如：電視、電影、流行音樂、數位內容、設計、工藝產業等，針對各產業發展特性與需要提出規劃，進而給予重點推動。

此方案估計在2009年至2013年間將投入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。有關「創意臺灣—文化創意產業發展方案」預估經費需求請參考表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, 2009-2013—total projected expenditures for cultural and creative industry development

單位：億元

計畫名稱	年度	2009	2010	2011	2012	2013	總計
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2009-2013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



（二）2010年「創意臺灣—文化創意產業發展方案」執行成果

為說明2010年政府推動文化創意產業推動具體成果，以下分別由「環境整備」以及「旗艦產業」二區塊予以說明。

1. 環境整備

依據文化創意產業第二期計畫，文化創意產業環境整備將透過「多元資金挹注」、「產業研發及輔導」、「市場流通及拓展」、「人才培育及媒合」、「產業集聚效應」五大措施推行落實，2010年各項措施主要具體成效請參考表5-1-2。

表5-1-2 2010文化创意產業發展方案執行成果—環境整備

Table 5-1-2 The outcome of Creative Taiwan in 2010—Environmental Structuring

項目	執行成果
多元資金挹注	<ul style="list-style-type: none"> 推動輔導藝文產業創新育成補助計畫：2010年共計補助成立7家創新育成中心²⁹，共輔導96家藝文產業業者，創造93,757,668元產值、519個就業人數，促進投資金額達27,091,600元。 推動文化创意產業一般補助計畫：2010年審核通過11案，補助1,729萬4,805元。並辦理媒合計畫，審核通過7案，補助金額為2,000萬元。 鼓勵直轄市及縣(市)政府投入地方文創產業之推動：補助臺北縣、新竹市、雲林縣、嘉義縣、臺南市、屏東縣、宜蘭縣及連江縣等8縣市投入地方文創產業。 文創產業創業圓夢計畫補助：計有200件申請案件，55案進入決選，分別獲得5萬元及45萬元獎金，共計創造出5,500萬元之政府與民間資金挹注文創產業，其中政府投入2,750萬元獎勵獎金。
產業研發及輔導	<ul style="list-style-type: none"> 諮詢輔導與制度建立：2010年4月成立文化创意產業辦公室，提供對外單一諮詢輔導服務窗口，共計提供917位民眾諮詢服務，診斷輔導30個案，其中10案為重點輔導；印製2,000本文化创意產業輔導資源手冊；完成16場次文創特快列車巡迴說明會，821人次參加說明會。 建立文化创意產業推動服務網及Facebook文化创意產業辦公室粉絲團 提供科技與人文跨域文創環境計畫：透過故宮執行輔導文創產業研發。
市場流通及拓展	<ul style="list-style-type: none"> 臺灣國際文化创意產業博覽會：參展廠商超過350家、展位近700個，參觀人數更達6,447人次，B2C交易金額達9,617萬元，B2B交易金額達15,569萬元，兩岸合作意向金額達10,558萬元。 2010 ART TAIPEI臺北國際藝術博覽會：53家國際畫廊參展，其中25家首次參展；2009、2010年近9萬人次參與，累積交易金額約10.1億元。
人才培育及媒合	<ul style="list-style-type: none"> 視覺藝術創意推廣計畫：包含數位藝術推展、藝術數位典藏增值與應用、青年藝術家培植三項子計畫，共辦理8檔展覽及多場講座、工作坊及表演；提供藏品數位影像非營利使用；開發衍生商品；購置59件青年藝術家創作作品；辦理5檔青年藝術家作品展；建置相關網站。 建置音樂創作與行銷平台計畫：9部委託創作、6部徵選音樂作品、8部鼓勵音樂創作、出版13套出版品(含樂譜9套、CD 2套、DVD 2套)，舉辦11場次專題座談會、11場次音樂會，吸引近2萬人次欣賞。
產業集聚效應	<ul style="list-style-type: none"> 2010年度華山、臺中、花蓮、嘉義、臺南五大文化创意產業園區共計辦理1,411場次活動，吸引約133萬人次參與。 打造故宮成為全球文化创意產業應用重鎮：辦理7場文創相關之研討會、座談會、博覽會，培育文創人才及吸引參觀人次達1,353人；各項設計競賽、研習營，產出226件數位內容創新應用文創商品設計成果；授權業務與文化创意產業合作之廠商數達136家，其中合作開發廠商計79家、圖像授權廠商計38家、品牌授權廠商計19家，提升國內文化创意產業產值約10.4億元。

資料來源：文建會文化创意產業專案辦公室，《2011臺灣文化创意產業發展年報》

2. 旗艦計畫

在「旗艦計畫」方面，以下將以「媒體、流行音樂產業旗艦計畫」、「數位內容產業旗艦計畫」、「設計產業旗艦計畫」、「工藝產業旗艦計畫」來說明公部門在產業面的執行成果。2010年各項措施主要具體成效請參考表5-1-3。

29 7家創新育成中心分別是：崑山科技大學、國立臺北藝術大學、學學文創志業股份有限公司、國立臺灣藝術大學、國立臺灣師範大學、財團法人臺北市文化基金會、竹圍創藝國際有限公司。

表5-1-3 2010文化創意產業發展方案執行成果—旗艦計畫

Table 5-1-3 The outcome of Creative Taiwan in 2010—Flagship Plan

項目	執行成果
媒體、流行音樂產業旗艦計畫	<ul style="list-style-type: none"> • 2010年至2014年新聞局預計將投入136億元，估計至2014年止產值可達1,246.67億元。 • 電視內容：產值估計為1,149.58億元。 • 重點工作內容包含： <ol style="list-style-type: none"> (1)人才培育：電視人才國外培訓案遴派20名電視從業人員赴日韓接受相關培訓課程；鼓勵產學辦理電視專業人才培訓補助610萬元，8家業者辦理927小時培訓課程，培訓239人；電視節目劇本創作獎90件企畫案參賽，作品時數達30,738小時。 (2)創意製作：補助製作高畫質電視節目徵選31部企畫案，總計補助350小時節目，總補助金額達2億540萬元。 (3)海外行銷：辦理「2010臺北電視節」活動，補助業者參加國外活動，節目行銷交易量達104,073萬元；電視節目行銷海外地區公開播送獎勵案頒發9件海外行銷獎、1件企畫行銷獎，核發金額305萬元。 • 電影：重點工作包括「輔導業者拍攝具華語市場競爭力之大中小型國片」、「加強輔導國片海內、外市場行銷及推廣」、「配合法令鬆綁及政策談判」、「引導國內、外及大陸影片在臺進行前、後製工作」、「提升我國電影工業前、後製及數位化水準」。2010年票房達2,000萬之國片達到3部、國片上映數量達38部；獲得35項國際影展獎項；14案獲得「鼓勵辦理電影人才培訓補助作業要點」補助，培訓530人次。 • 流行音樂：產值估計為80.23億元。透過辦理「補助樂團錄製有聲出版品」及補助「旗艦型唱片企畫製作與宣傳」，補助16個樂團、20位歌手或團體；辦理「有聲出版品創意行銷補助要點」，補助8件作品，促使業界投資4,042萬元；透過金曲獎彙集12,359件作品參賽；辦理臺灣原創流行音樂大獎，吸引308件作品參賽，並選出27組優勝；首辦金音創作獎，並有1,817件作品角逐20個獎項。
數位內容產業旗艦計畫	<ul style="list-style-type: none"> • 數位內容產業產值為5,225億元。 • 重要推動工作：「促進產業大型投資，擴大產業規模成長」、「國際拓銷，促進國際兩岸產業交流」、「學研整合，擴大產業人培能量」、「推動智慧教室帶動國內科技化教學風潮」、「推動數位出版標準與國際接軌」。 • 具體成果：促使廠商成立共同製作專案及AGT(Animation、Game、Toy)跨業合作模式；以「臺灣形象館」整體包裝方式參加國外展覽，促成國際合作及潛在商機超過50億元；推動5家法人與產業聯盟及16家業者加入國際數位出版組織IDPF(International Digital Publishing Forum)，並參與制訂國際新版EPUB3.0，完成10案需求與建議的解決方案；推薦75部優秀臺灣原創作品參與國際競賽，並獲得12個國際獎項。
設計產業旗艦計畫	<ul style="list-style-type: none"> • 2010年設計產業產值達575億元。 • 重要工作：「塑造我國國家品牌形象以設計行銷臺灣」、「推動臺灣全民設計運動—提升全民美學素質」、「協助設計產業拓展國際市場」、「臺灣設計與國際接軌」、「運用設計提升產業附加價值」、「跨領域設計合作開發商品—以行銷通路領頭羊公司主導串連設計、製造及行銷之產業鏈」。 • 具體成果：協助臺灣廠商及設計公司參與德國iF及reddot、日本Good Design Award及美國IDEA等4大設計獎項，並獲得260件獎項，其中德國iF獎項109件、reddot獎項101件、日本Good Design Award 獎項48件、美國IDEA獎項6件；辦理臺灣設計博覽會，吸引200家廠商參展，展出作品達1,000件以上，並有220萬人次參觀；辦理臺灣國際創意設計大賽，並有57個國家，2,500件作品參賽；2009年至2010年帶領358家加設計業者參加21次國際專業展會及洽商會，洽商媒合3,177件，成交金額超過2.7億元，洽商中訂單約6億元。
工藝產業旗艦計畫	<ul style="list-style-type: none"> • 重要工作：「強化創新研發設計」、「拓展行銷通路」為策略，以卓越研發行動方案、產業跨業合作行動方案、大品牌形塑行動方案之11項重點計畫推動工藝產業發展。 • 具體成果：2010年臺灣工藝研究發展中心完成58件育成諮詢輔導案件；培育工藝卓越人才362人；以工藝時尚Yi品牌媒合異業資源合作開發案件數達16組；輔導臺灣工藝之家的設置、空間改善、體驗聯盟、照護、參展等共67位；執行臺灣工藝品牌之家形塑案達11件；參加國際展覽及競賽計9場次；輔導設置常態及臨時聚合市場3個；參加國際商展預估訂單金額達20,867萬元；執行4項綠色生活用品研發計畫，開發103組203件作品；設置南區、東區2處工藝育成中心；辦理良品美器—臺灣優質工藝品認證17組件；輔導15個工藝之家設置虛擬通路；透過多角化社區扶植計畫，遴選31個社區，完成70組以上產品開發；於1家旅館設置工藝體驗示範空間；8處工藝園區館舍完工。

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2011臺灣文化創意產業發展年報》

二、私部門

依據2010年頒布之文化創意產業發展法（文創法）內容，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」，故文創產業也從過去13大類擴增到16大類。16大類可分為四大塊相關連的產業：藝文產業、媒體產業、設計產業及新增的數位內容產業。

- 1.藝文產業：包含「視覺藝術產業」、「音樂及表演藝術產業」、「文化資產應用及展演設施產業」、「工藝產業」四項產業。
- 2.媒體產業：包含「電影產業」、「廣播電視產業」、「出版產業」、「廣告產業」及新增的「流行音樂及文化內容產業」共五項產業。
- 3.設計產業：包含「建築設計產業」、「創意生活產業」、「產品設計產業」、「視覺傳達設計產業」及「設計品牌時尚產業」五大產業。
- 4.數位內容產業。

以外，亦保留其他經中央機關指定之產業為彈性增列用。

本報告根據文建會文化創意產業專案辦公室之《2011臺灣文化創意產業發展年報》，選擇2010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、資本結構以及地區別為分類，探討各分類下文化創意產業之概況。

（一）產業別

1.家數

近年來，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52,263家，而2010年則略為增加至52,673家。

在歷年家數的成長率方面，2010年家數成長最多的前五名分別是設計品牌時尚產業（74家，成長率72.1%）、視覺傳達設計產業（143家，成長率26.5%）、音樂及表演藝術產業（1,722家，成長率17.4%）、文化資產及展演設施產業（66家，13.8%）及產品設計產業（2,642家，成長率7.4%）。

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，到2010年達12,743家，占總家數比率介於22.6~24.2%之間，且比率有逐年增加。其次為「工藝產業」，為10,056家，占總家數比率介於18.9~19.1%之間，近四年比率變化不大。再其次分別為「數位內容產業」（12.7~17.1%之間）、「建築設計產業」（13.2%），而「數位內容產業」家數所占比率則逐年下降，自2007年之17.1%降至2010年的12.7%，其餘各產業占總家數比率皆在10%以下。請參考表5-1-4。

表5-1-4 2007年至2010年文化創意產業總家數—依產業別分

Table 5-1-4 Total number of companies in the cultural and creative industries, 2007-2010—by industry

單位：家；%

類別	產業別	2007年			2008年			2009年			2010年		
		家數	占比 (%)	成長率 (%)	家數	占比 (%)	成長率 (%)	家數	占比 (%)	成長率 (%)	家數	占比 (%)	成長率 (%)
藝文類	視覺藝術	2,777	5.1	-3.3	2,692	5.1	-3.1	2,614	5.0	-2.9	2,586	4.9	-1.1
	音樂與表演藝術	1,218	2.2	13.3	1,341	2.5	10.1	1,467	2.8	9.4	1,722	3.3	17.4
	文化資產及展演設施	45	0.1	2.3	54	0.1	20.0	58	0.1	7.4	66	0.1	13.8
	工藝	10,337	19.0	-2.8	10,034	18.9	-2.9	9,879	18.9	-1.5	10,056	19.1	1.8
媒體類	電影	602	1.1	-2.9	609	1.1	1.2	642	1.2	5.4	664	1.3	3.4
	廣播電視	1,601	2.9	-0.1	1,576	3.0	-1.6	1,594	3.0	1.1	1,603	3.0	0.6
	出版	5,104	9.4	-1.3	5,046	9.5	-1.1	5,042	9.6	-0.1	5,051	9.6	0.2
	廣告	12,312	22.6	0.9	12,457	23.4	1.2	12,477	23.9	0.2	12,743	24.2	2.1
	流行音樂及文化內容	1,679	3.1	0.1	1,652	3.1	-1.6	1,629	3.1	-1.4	1,672	3.2	2.6
設計類	產品設計	2,215	4.1	5.3	2,320	4.4	4.7	2,461	4.7	6.1	2,642	5.0	7.4
	視覺傳達設計	77	0.1	0.0	98	0.2	27.3	113	0.2	15.3	143	0.3	26.5
	設計品牌	13	0.0	8.3	30	0.1	130.8	43	0.1	43.3	74	0.1	72.1
	建築設計產業	7,211	13.2	-3.2	7,030	13.2	-2.5	6,886	13.2	-2.0	6,940	13.2	0.8
數位內容	9,301	17.1	-8.6	8,225	15.5	-11.6	7,358	14.1	-10.5	6,711	12.7	-8.8	
總計	54,492	100.0	-2.2	53,164	100.0	-2.4	52,263	100.0	-1.7	52,673	100.0	0.8	

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2011臺灣文化創意產業發展年報》

蒐集時間：2011年12月

註：1.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。

2.因四捨五入關係，總計與表上各項加總略有些微誤差。

3.創意生活產業為認證制度，每年增減之店家及產值與其他產業重複計算，故不列入本表中。

2. 營業額

2010年整體文化創意產業營業額約為6,616.0億元（不含創意生活產業），在2008年及2009年連續兩年成長率下滑後，2010年的營業額較前一年成長16.1%，為歷年來最高。

在歷年營業額的成長率方面，除「數位內容產業」外，各產業營業額在2010年皆有增加的現象，其中，成長率最高為「工藝產業」，營業額較2009年成長51.5%，其次為「文化資產及展演設施產業」，成長30.1%。

觀察各產業營業額，近年皆以「廣告產業」的營業額最高，占總營業額比率介於19.5~20.9%之間。整體營業額中最高前五項產業為：「廣告產業」、「廣播電視產業」、「工藝產業」、「出版產業」及「建築設計產業」，其餘產業占比皆小於10%，請參考表5-1-5。

表5-1-5 2007年至2010年文化創意產業營業額—依產業別分

Table 5-1-5 Business volume of the cultural and creative industries, 2007-2010—by industry

單位：仟元；%

類別	產業別	項目	2007年	2008年	2009年	2010年	
藝文類	視覺藝術	營業額	4,601,733	4,665,858	3,837,712	4,321,454	
		比重	0.75	0.77	0.67	0.65	
		成長率	1.07	1.39	-17.75	12.60	
	音樂與表演藝術	營業額	7,165,456	8,496,886	7,629,424	8,741,608	
		比重	1.16	1.39	1.34	1.32	
		成長率	15.41	18.58	-10.21	14.58	
	文化資產及展演設施	營業額	1,319,329	1,342,710	1,351,608	1,758,638	
		比重	0.21	0.22	0.24	0.27	
		成長率	-8.96	1.77	0.66	30.11	
	工藝	營業額	70,338,613	75,406,338	63,000,431	95,422,576	
		比重	11.39	12.38	11.06	14.42	
		成長率	4.36	7.20	-16.45	51.46	
媒體類	電影	營業額	12,517,786	12,962,289	13,126,555	14,602,032	
		比重	2.03	2.13	2.30	2.21	
		成長率	1.12	3.55	1.27	11.24	
	廣播電視	營業額	103,003,353	102,021,034	99,961,770	109,787,176	
		比重	16.68	16.75	17.54	16.59	
		成長率	3.11	-0.95	-2.02	9.83	
	出版	營業額	83,311,601	82,404,005	77,690,637	88,667,578	
		比重	13.49	13.53	13.63	13.40	
		成長率	4.13	-1.09	-5.72	14.13	
	廣告	營業額	129,062,729	124,610,844	111,246,780	132,842,495	
		比重	20.90	20.46	19.52	20.08	
		成長率	-2.35	-3.45	-10.72	19.41	
	流行音樂及文化內容	營業額	16,139,031	15,192,698	14,536,754	15,858,204	
		比重	2.61	2.49	2.55	2.40	
		成長率	-6.64	-5.86	-4.32	9.09	
	設計類	產品設計	營業額	63,424,025	54,463,139	55,618,877	64,425,458
			比重	10.27	8.94	9.76	9.74
			成長率	24.69	-14.13	2.12	15.83
視覺傳達設計		營業額	1,199,701	1,304,498	1,328,127	1,629,875	
		比重	0.19	0.21	0.23	0.25	
		成長率	9.66	8.74	1.81	22.72	
設計品牌時尚		營業額	138,459	120,528	145,202	186,721	
		比重	0.02	0.02	0.03	0.03	
		成長率	30.89	-12.95	20.47	28.59	
建築設計		營業額	80,974,553	83,427,792	73,414,143	78,537,723	
		比重	13.12	13.70	12.88	11.87	
		成長率	3.59	3.03	-12.00	6.98	
數位內容類	數位內容產業	營業額	44,218,534	42,718,562	46,946,206	44,815,820	
		比重	7.16	7.01	8.24	6.77	
		成長率	-8.21	-3.39	9.90	-4.54	
總計	營業額	617,414,903	609,137,181	569,834,226	661,597,358		
	比重	100	100	100	100		
	成長率	2.94	-1.34	-6.45	16.10		

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2011臺灣文化創意產業發展年報》

蒐集時間：2011年12月

註：1.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。

2.因四捨五入關係，總計與表上各項加總略有些微誤差。

(二) 經營年數

依經營年數來觀察2010年文化創意產業家數及營業額，以經營「5~10年」的企業所占比率最高，為27.26%，其次為經營「10~20年」（27.0%）。另外，經營年數為「10~20年」的企業之營業額總值最高，占全產業總營業額之41.19%，其次為經營「20年以上」的企業（25.44%），請參考圖5-1-2、圖5-1-3及統計表D-1-2。

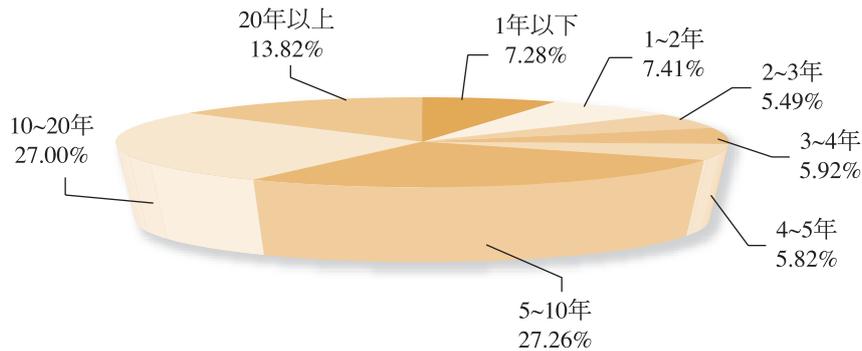


圖5-1-2 2010年文化創意產業家數—依經營年數分

Figure 5-1-2 Number of cultural and creative industry companies in 2010—by years of operation

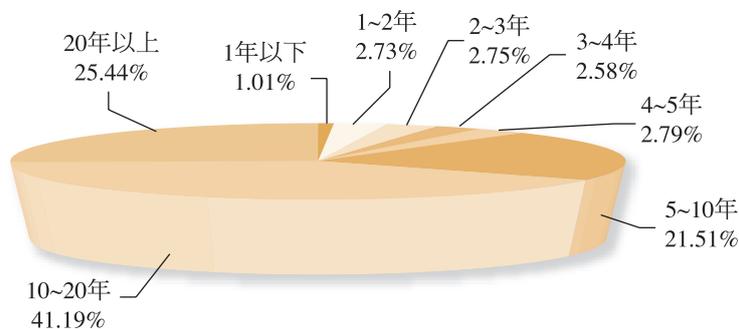


圖5-1-3 2010年文化創意產業營業額—依經營年數分

Figure 5-1-3 Business volume of cultural and creative industries in 2010—by years of operation

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2011臺灣文化創意產業發展年報》
蒐集時間：2011年12月

(三) 資本結構

依資本結構來觀察2010年文化創意產業家數及營業額，以資本額為「0.1~1百萬元」的企業所占比率最高，為33.14%，其次為資本額在「未滿0.1百萬元」（26.49%）。另外，在營業額方面，則以資本額為「2億元以上」之營業額所占比率最高，占產業總營業額之25.96%，其次資本額為「10~50百萬元」所占比率為16.68%，請參考圖5-1-4、圖5-1-5及統計表D-1-3。

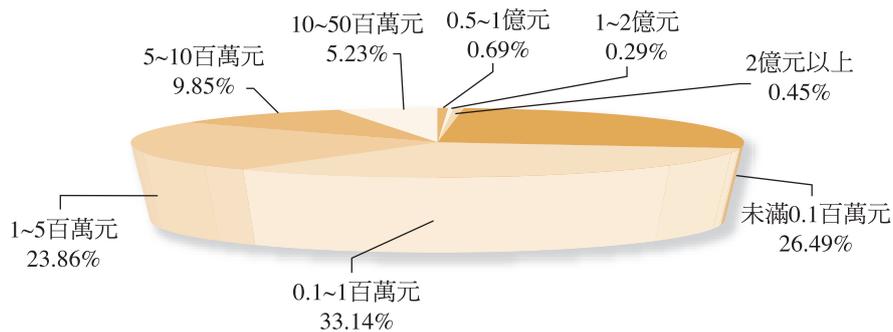


圖5-1-4 2010年文化創意產業家數—依資本結構分

Figure 5-1-4 Number of cultural and creative industry companies in 2010—by capital structure

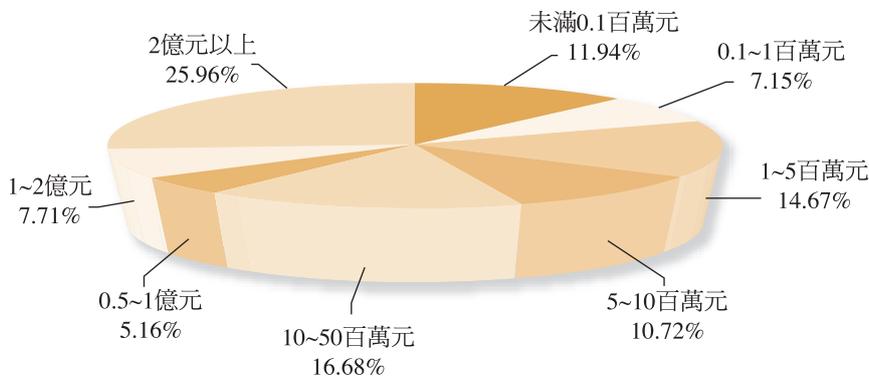


圖5-1-5 2010年文化創意產業營業額—依資本結構分

Figure 5-1-5 Business volume of cultural and creative industries in 2010—by capital structure

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2011臺灣文化創意產業發展年報》
蒐集時間：2011年12月

(四) 地區別

依地區別結構來觀察2010年文化創意產業家數及營業額，以「北部地區」的企業家數所占比率最高，為56.30%，其次為「南部地區」（21.35%）。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82.61%。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5-1-6、圖5-1-7及統計表D-1-4。

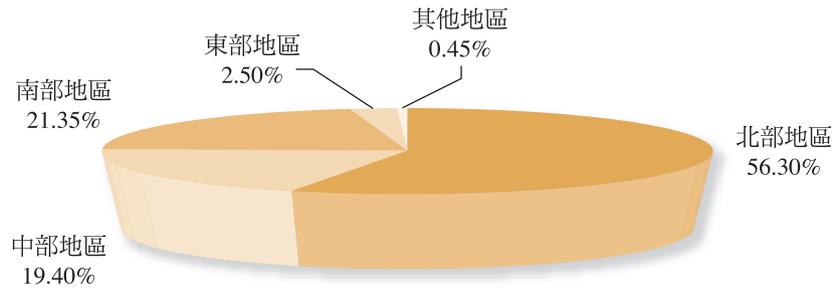


圖5-1-6 2010年文化創意產業家數—依地區別分

Figure 5-1-6 Number of cultural and creative industry companies in 2010—by region



圖5-1-7 2010年文化創意產業營業額—依地區別分

Figure 5-1-7 Business volume of cultural and creative industries in 2010—by region

資料來源：文建會文化創意產業專案辦公室，《2011臺灣文化創意產業發展年報》
蒐集時間：2011年12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《99年家庭收支調查報告》可得知2010年我國平均每戶家庭消費支出為702,292元，其中休閒、文化及教育消費支出為77,301元，占消費支出之11.01%。

進一步了解我國平均每戶家庭休閒、文化及教育之各項消費支出概況，由圖5-2-1得知，2010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2010年整體平均每戶家庭休閒、文化及教育消費支出微幅減少0.77%，其中除了套裝旅遊（不含自助旅遊）支出增加（年增為14.86%）和娛樂消遣及文化服務（年增為12.33%）有增加的現象之外，其餘消費支出項目年增率皆為負成長，請參考圖5-2-1及統計表D-2-2。

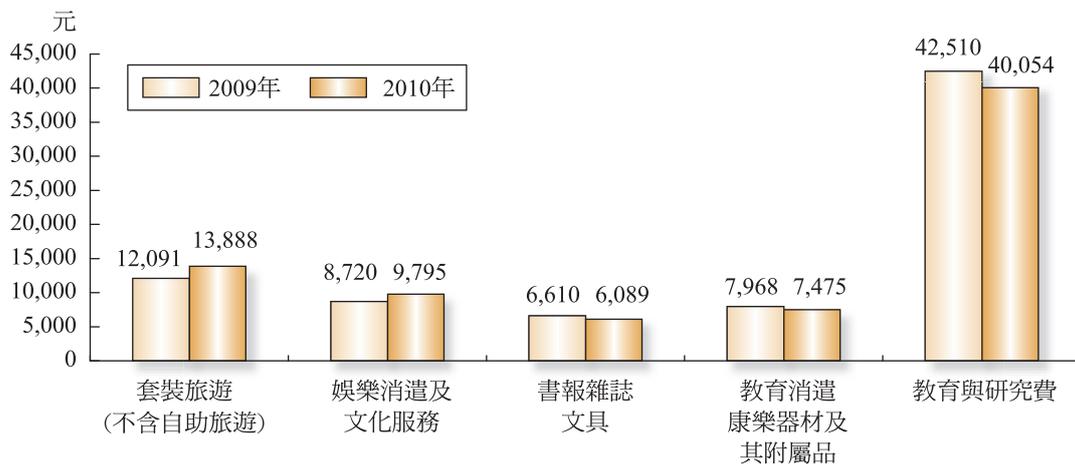


圖5-2-1 2009年至2010年臺灣地區平均每戶家庭休閒、文化及教育消費支出

Figure 5-2-1 Average family recreation, culture, and education expenditures in Taiwan, 2009-2010

資料來源：行政院主計處網站，《98、99年家庭收支調查報告》

網址：<http://win.dgbas.gov.tw/fies/a11.asp?year=99>

蒐集時間：2011年9月

註：年增率 = (2010年消費支出 - 2009年消費支出) ÷ 2009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、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

2010年全體15歲以上民眾在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4,223元，其次為視聽產品（2,294元），再其次分別為雜誌（1,786元）、報紙（1,670元）以及電影（573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

2010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，平均每位民眾為7,194元，其次為視聽產品（4,883元），再其次分別為雜誌（3,218元）、報紙（2,319元）以及電影（1,448元），請參考圖5-2-2及統計表D-2-5至D-2-9。

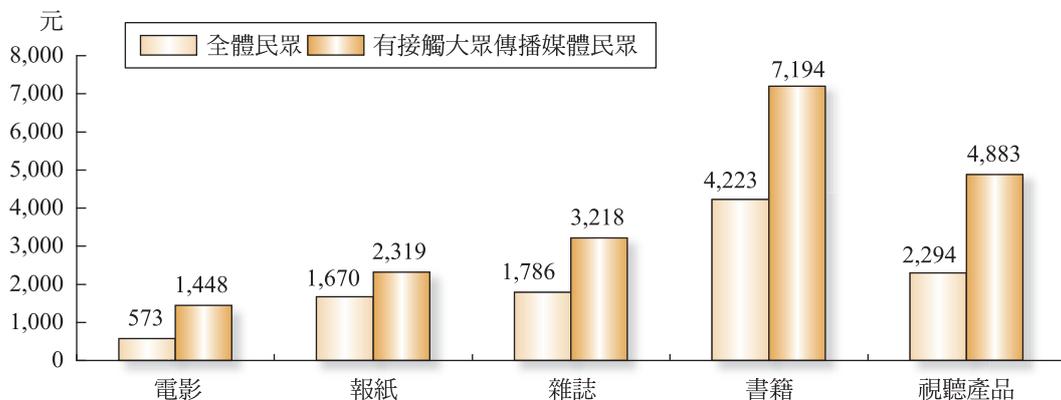


圖5-2-2 2010年全體及有接觸大眾傳播類活動民眾之平均實際消費金額

Figure 5-2-2 Amount of consumption of people exposed to mass media in 2010

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：2011年9月

註：1. 全體民眾樣本數為2,105。

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833；報紙樣本數為1,516；雜誌樣本數為1,168；書籍樣本數為1,236；視聽產品樣本數為989。故有接觸過大眾傳播類民眾之消費金額即為有參與過者之平均消費金額，其中包含有參與但未消費之狀況。

3. 電影消費金額 = (平均每年觀看次數) × (平均每次實際花費金額)

4. 報紙／雜誌／書籍／視聽產品消費金額 = (平均每月實際花費金額) × 12

(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

2010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，平均每位民眾之消費金額為577元，其次為設計類（494元），再其次為雕塑類（488元），請參考圖5-2-3及統計表D-2-10至D-2-16。

2. 有參與過或欣賞各項視覺藝術類活動的15歲以上民眾

2010年有參與過或欣賞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，平均每位消費金額為4,884元，其次為雕塑類（3,353元），再其次為設計類（3,125元），請參考圖5-2-3及統計表D-2-10至D-2-16。

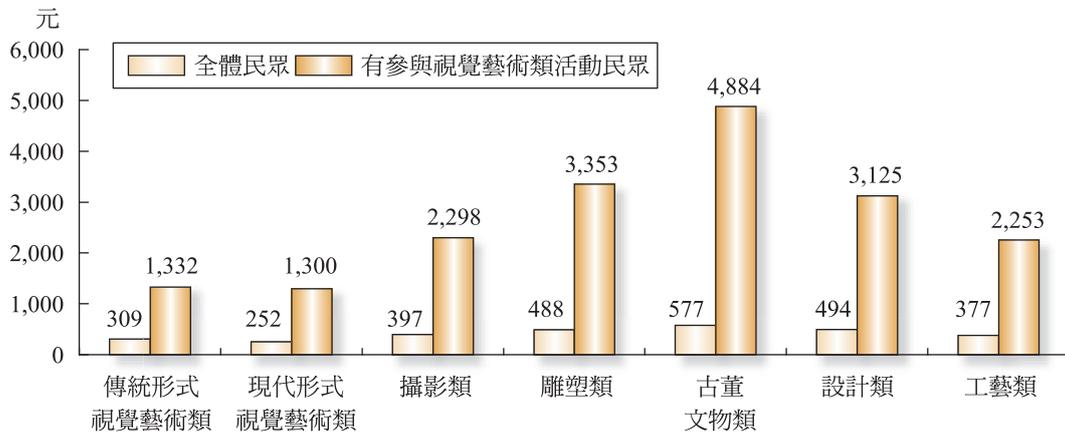


圖5-2-3 2010年全體及有參與視覺藝術類活動民眾欣賞、參觀、購買相關作品或產品的平均消費金額

Figure 5-2-3 Amount of consumption of people who appreciated, visited, or purchased visual artworks or products in 2010

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21、24、27、30、33、36、39題）

調查時間：2011年9月

註：1.全體民眾樣本數為2,105。

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489；現代形式視覺藝術類樣本數為408；攝影類樣本數為364；雕塑類樣本數為306；古董文物類樣本數為249；設計類樣本數為335；工藝類樣本數為352。故有參與視覺藝術類活動民眾之消費金額即為有參與過者之平均消費金額，其中包含有參與但未消費之狀況。

3.各項視覺藝術類活動消費金額 = (平均每年參與或欣賞次數) × (平均每次實際花費金額)

（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

2010年全體15歲以上民眾參與或欣賞表演藝術類相關活動的平均每位民眾消費金額以音樂類的金額最高，為1,193元，其次為現代戲劇類（713元），再其次為舞蹈類（391元）以及傳統戲曲類（336元），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

2010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，平均每位民眾分別為4,417元及4,056元，其次為舞蹈類（2,577元），而傳統戲曲類（1,784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。

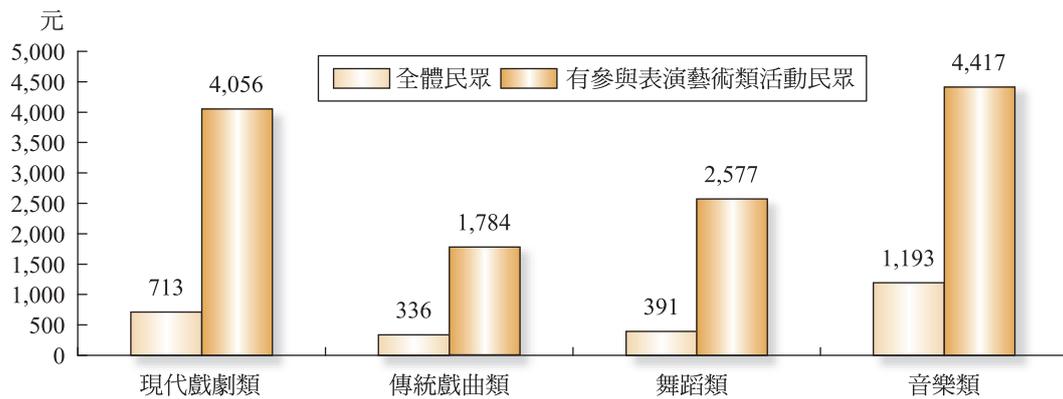


圖5-2-4 2010年全體民眾及有參與或欣賞表演藝術類相關活動民眾之平均消費金額

Figure 5-2-4 Amount of consumption of people who appreciated, visited, or purchased performing art or related activities in 2010

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45、48、51、54題）

調查時間：2011年9月

註：1.全體民眾樣本數為2,105。

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370；傳統戲曲類樣本數為396；舞蹈類樣本數為320；音樂類樣本數為569。故有參與表演藝術類活動民眾之消費金額即為有參與過者之平均消費金額，其中包含有參與但未消費之狀況。

3.各項表演藝術類活動消費金額 = (平均每年參與或欣賞次數) × (平均每次實際花費金額)

(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

2010年全體15歲以上民眾參觀或參與博物館的平均消費金額為840元，而參觀或參與社區文化活動中心、地方文化館的平均消費金額為205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

2010年有參觀或參與博物館的15歲以上民眾，其平均每位民眾消費金額為1,906元，而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，每位平均消費金額為820元，請參考圖5-2-5及統計表D-2-21至D-2-22。

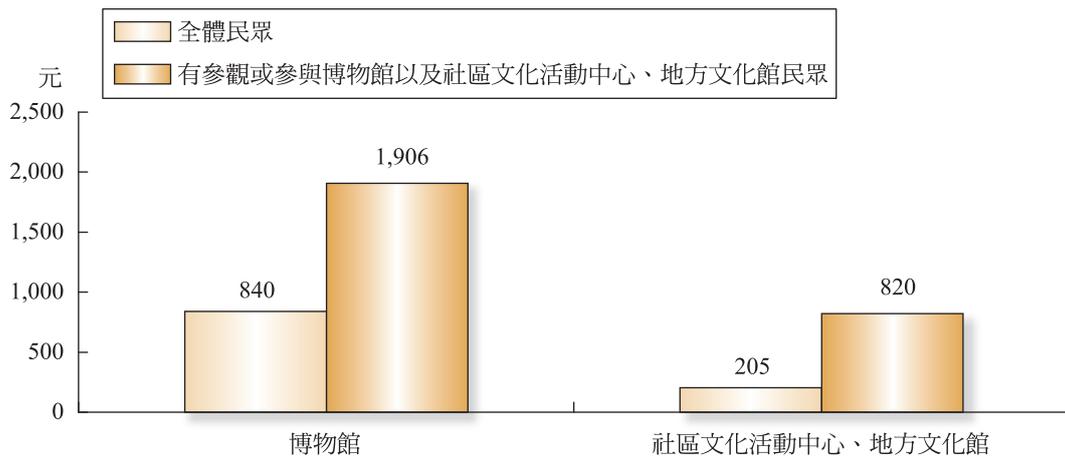


圖5-2-5 2010年全體民眾及有參觀或參與博物館以及社區文化活動中心、地方文化館相關活動民眾之平均消費金額

Figure 5-2-5 Amount of consumption of people who visited museums, community cultural centers, and local cultural centers in 2010

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61、63題）

調查時間：2011年9月

註：1.全體民眾樣本數為2,105。

2.有參觀或參與博物館以及社區文化活動中心、地方文化館民眾樣本數分別如下：博物館樣本數為928；社區文化活動中心、地方文化館樣本數為527。故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即為有參與過者之平均消費金額，其中包含有參與但未消費之狀況。

3.博物館以及社區文化活動中心、地方文化館相關活動消費金額 = (平均每年參觀或參與次數) × (平均每次實際花費金額)

（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客家祭典節慶活動共5項活動，然而本報告僅針對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

2010年全體15歲以上民眾參觀或參與文藝民俗節慶的平均消費金額為881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

2010年有參觀或參與文藝民俗節慶的15歲以上民眾，其平均每位民眾消費金額為2,293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、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、繪畫等18項活動，然而本報告僅針對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

2010年全體15歲以上民眾每位從事生活藝術相關活動的平均消費金額為8,970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

2010年有從事生活藝術相關活動的15歲以上民眾，其平均每位民眾消費金額為13,684元，請參考圖5-2-6及統計表D-2-24。

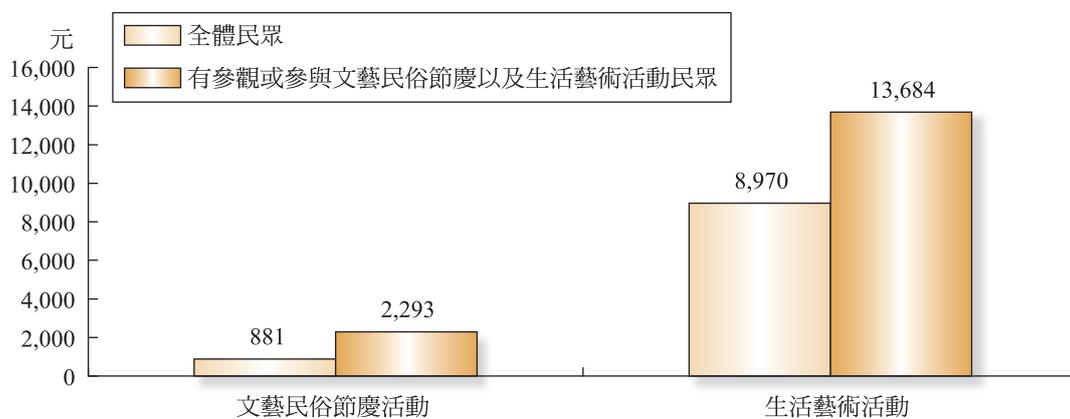


圖5-2-6 2010年全體民眾以及有參觀或參與文藝民俗節慶以及生活藝術相關活動民眾之平均消費金額

Figure 5-2-6 Amount of consumption of people who visited or participated in folk arts festivals and life arts in 2010

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66、69題）

調查時間：2011年9月

註：1. 全體民眾樣本數為2,105。

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809；生活藝術活動樣本數為1,380。故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即為有參與過者之平均消費金額，其中包含有參與但未消費之狀況。

3. 文藝民俗節慶活動消費金額 = (平均每年參觀或參與次數) × (平均每次實際花費金額)

4. 生活藝術相關活動消費金額 = (平均每月實際花費金額) × 12

