



# 第五章 文化與經濟

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2011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《2012臺灣文化創意產業發展年報》瞭解2011年文化創意產業發展之狀況。
2. 「文化消費」：以2012年11月執行「2011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。

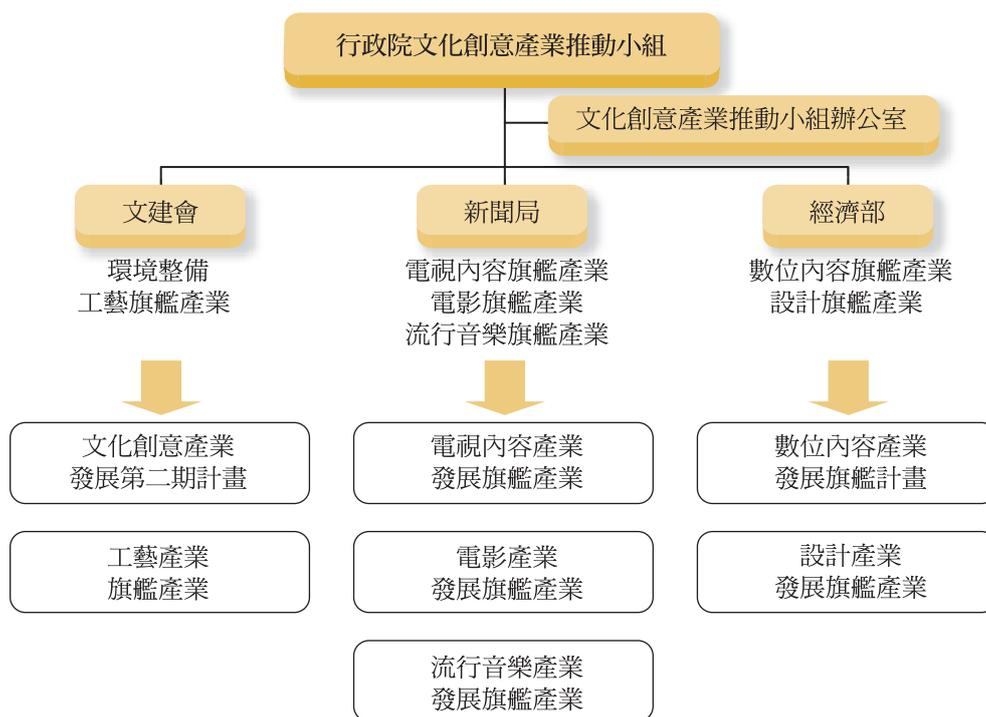


圖5-1-1 創意臺灣—文化創意產業發展方案之執行組織與分工圖

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98-102年（核定本）

「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
<b>總計</b>		<b>25.16</b>	<b>36.67</b>	<b>72.42</b>	<b>63.54</b>	<b>64.86</b>	<b>262.65</b>

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）

註：本表所列經費需求為98年5月14日所通過之核定本中所列經費。為落實文創產業發展方案各項策略，文建會由過去僅負責主管之四項藝術產業，轉為文化創意產業總體政策整合及協調的角色，並依據原「創意臺灣-文化創意產業發展方案」，完成「行政院文化建設委員會文化創意產業發展第二期（97-102年）修正計畫」，其後亦將文建會「國立台灣美術館典藏庫房擴建工程計畫」（100-102年）納入本計畫中執行，再度提出「行政院文化建設委員會文化創意產業發展第二期（97-102年）」第二次修正計畫。

## （二）2011年「創意臺灣—文化創意產業發展方案」執行成果

為說明2011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」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，2011年各項措施具體成效請參考表5-1-2。

表5-1-2 2011文化創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 2011—Environmental Structuring

項目	執行成果
多元資金挹注	<ul style="list-style-type: none"> <li>推動輔導藝文產業創新育成補助計畫：2011年共計補助7家創新育成中心<sup>18</sup>，共輔導96家藝文產業業者，創造296,748,180元產值、342就業人數。</li> <li>文化創意產業優惠貸款計畫：至2011年10月底已受理26件文創融資申請案，共計完成12件審查作業，其中5件申貸案審查通過，已有4家獲得銀行承貸，貸款額度達4,900萬元。</li> </ul>
產業研發及輔導	<ul style="list-style-type: none"> <li>華山文化創意產業園區成立「文創產業聯合服務中心」，於2011年完成巡迴北、中、南、東等縣市「文創特快列車巡迴說明會」兩梯次共8場，累計活動參與人次965人。</li> <li>文化創意產業專案辦公室暨聯合服務中心成果：單一諮詢輔導服務窗口，2011年1月1日至10月31日完民眾諮詢服務共計2,076件。完成「文創產業經營輔導顧問團」駐診諮詢服務累計辦理20次，診斷輔導31案；辦理21案小型工坊(財務管理小型工作坊輔導7家業者、品牌建構小型工作坊輔導8家業者、通路拓展小型工作坊輔導6家業者)；印製2011文化創意產業輔導資源手冊1,000本。</li> </ul>
市場流通及拓展	<ul style="list-style-type: none"> <li>參與國際重要展會：總計共協助60家/次業者參展，總B2B預估接單金額約為新臺幣66,680,000元。</li> <li>辦理文創精品獎：從189件精品大賞、118件原創潛力作品和報名創新服務的31家廠商、4家報名社會責任的組織團體中，決選出14件精品大賞、8件原創潛力產品、1家創新服務廠商與2家力行企業社會責任組織。</li> <li>臺灣國際文化創意產業博覽會：共有457個單位與會，攤位數達868個；國、間參觀人數約71,024人次，B2C成交金額約為新臺幣16,641,910元，B2B預估接單金額(含兩岸合作意向)約為230,7058,000元。</li> <li>Art Taipei 2011臺北國際藝術博覽會：參展之國內外畫廊共計124家，參觀人數達4萬5,000人，成交金額達10億元。</li> </ul>
人才培育及媒合	<ul style="list-style-type: none"> <li>青年藝術家培植計畫：青年藝術家作品公開徵件，2011年完成入選19件作品之價購，臺北國際畫廊博覽會選件，完成入選21件作品之價購。</li> <li>建置音樂創作與行銷平臺：國立臺灣交響樂團完成4部徵選管弦樂作品、8部鼓勵音樂創作、舉辦12場次專題座談會、音樂作品實踐與工作坊完成12部作品、出版2套CD出版品、2場次音樂會，吸引近700人次欣賞。</li> </ul>
產業集聚效應	<ul style="list-style-type: none"> <li>2011年度華山、臺中、花蓮、嘉義、臺南五大文化創意產業園區共計辦理1,281場次活動，吸引約126萬人次參與。</li> <li>打造故宮成為全球文化創意產業應用重鎮：培育文創人才300人次以上，培訓頂尖國際設計人才12人；鏈結故宮授權業務與文化創意產業之間的媒合，提升文化創意產業產值達6億以上。</li> </ul>

資料來源：文化部文化創意產業專案辦公室，《2011、2012臺灣文化創意產業發展年報》

## 2. 旗艦計畫

在「旗艦計畫」方面，以下將以「電視、電影及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。2011年各項措施具體成效請參考表5-1-3。

18 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 2011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 2011—Flagship Plan

項目	執行成果
電視、電影及流行音樂產業旗艦計畫	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 電視內容：2010年至2014年「電視內容產業發展旗艦計畫」，計畫為期5年，包含5大發展策略、4項具體計畫及17項行動方案。2011年重點工作內容包含：               <ol style="list-style-type: none"> <li>(1)培訓數位內容產業人才：2011年「電視人才培訓案」共培訓120人次；「鼓勵產學辦理電視專業人才培訓」補助案，計有3家業者及大學校院共5案獲得補助，培訓約100名學員。</li> <li>(2)協助影視業者行銷海外市場：2011臺北電視節國內外共84家公司報名參展，國內外買家參訪人數達3,000人，現場交易時數1,313小時，現場交易金額約1,570萬美金，展後延伸交易金額約3,140萬美金。</li> <li>(3)補助製作數位電視節目：補助32部企劃案，共350小時節目，補助金額為新臺幣1億9,010萬元。</li> <li>(4)電視節目劇本創作獎：總計徵得47件作品，包括長篇組16件、短篇組31件，共獎勵12件優秀劇本作品。</li> <li>(5)2011年度廣播金鐘計960件作品報名參賽，獲選入圍作品134件，11件作品獲節目獎，16人獲個人獎，2件作品分獲商品類與非商品類廣告獎，3件作品分獲電臺呼聲獎、電臺行銷創新獎及專業頻道獎，1件作品獲研究發展獎；電視金鐘獎共有1,567件作品報名角逐32個獎項，有151件作品入圍，有8件作品獲節目獎，30人獲個人獎，2件作品分獲節目行銷獎及頻道廣告獎。</li> </ol> </li> <li>• 電影：重點工作包括「協助業者拍出華語市場叫好又叫座之國片」、「策略性輔導國片華語市場行銷及推廣」、「厚植我國電影人才及工業基礎」。2011年「德國柏林歐洲電影市場展」、「香港國際影視展」、「法國坎城電影市場展」、「釜山亞洲電影市場展」，共輔導75家臺灣片商參展、176部次影片參展；推動「電影製作實務傳承」，培訓250人次電影專業人才；2011年國片票房市占率已突破18%(截至11月底)，創下近10年來新高。2011年票房達2,000萬之國片達到9部，其中有4部票房破億。</li> <li>• 流行音樂：辦理「旗艦型流行音樂製作與整合行銷」、「流行音樂跨界產品及商務模式服務製作與開發」及「數位網站服務模式推廣流行音樂」產業促進計畫，2010、2011年已促成業者相對投資達新臺幣4億3,490萬4,205元；辦理「補助樂團錄製有聲出版品案」、「有聲出版品創意行銷補助案」及「旗艦型流行音樂製作與整合行銷」，2010、2011年合計輔導66家優質唱片業者製作、發行或行銷100張唱片專輯；辦理「流行音樂人才培育計畫」促成參與培訓人員至少達3,882人次；補助參與國際音樂活動，成功推薦超過40組以上之歌手團體在國際舞臺表演。</li> </ul>
數位內容產業旗艦計畫	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 重要推動工作：「軟硬整合，帶動產業規模成長」、「一源多用，鼓勵文創產業投資」、「國際拓銷，促進兩岸產業交流」、「學研整合，擴大產業人培能量」。</li> <li>• 具體成果：               <ol style="list-style-type: none"> <li>(1)促進產業大型投資，擴大產業規模成長：促成產業投資額達194億元，創造就業人數約5,400人。促成產業開發新產品或應用服務達49案，預期帶動投資約7億元、創造約41億元之經濟效益，並增加就業161人。</li> <li>(2)鼓勵多元內容、應用及服務創新研發：於2011年成立數位影音產業相關研究聯盟，促成具代表性或產業效益之數位影音內容或技術開發專案；建置設計、技術、文史藝術等人才匯聚與創意激發平臺，達成匯集150個原創創意作品，並於數位內容學院網站「新創連線(原創達人創作同盟(OriginalContent Creator, OCC))」展示。</li> <li>(3)拓銷國際市場與全球招商投資：累計促成國際合作達20案，合作內容包括共同開發、授權、技術移轉及投資，合作金額達31億元。</li> <li>(4)國際化師資及專案實作，擴大產業人才培訓：開辦中長期專業人才培訓20班次330人，增加至少230人就業，每年產值效益至少2.78億元。開辦短期在職人才培訓66班次1,056人次；引進國際師資4人次，提升中長期培訓人才之國際最新經驗與技術。</li> </ol> </li> </ul>
設計產業旗艦計畫	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 設計產業旗艦計畫包括臺灣設計產業翱翔計畫、2011世界設計大會暨設計年推動計畫、裝修松山菸廠暨臺灣創意設計中心進駐計畫、創意生活產業發展計畫及商業設計發展計畫等五項重點計畫。</li> <li>• 重要工作及具體成果：               <ol style="list-style-type: none"> <li>(1)強化設計服務能量，提高設計服務業之產值：辦理設計菁英前瞻趨勢國際培訓及設計整合人才培訓計210人次；完成辦理設計技術服務機構能量登錄審查會11場，通過合格登錄廠商計75家。</li> <li>(2)運用設計資源輔導廠商，提升產品與服務之附加價值：辦理聯合說明會及媒合洽商會共41場次，共計2,198人次參加，提供媒合服務827案，增加產業衍生產值達新臺幣138億元。舉辦15場設計交叉工作營，計有176家廠商參與。</li> <li>(3)打造設計產業園區，促進產業群聚效應：協助臺灣創意設計中心進駐松山文創園區；完成設計圖書館之建置，並促成設計公司之間交流合作案共5案；完成創新設計實驗室建置。</li> <li>(4)帶動全國設計運動，活化全民美學素養：辦理2011臺北世界設計大展，共34個國家、58家企業、50家設計公司、25所學校、43個以上政府及設計組織參展，共計吸引136萬2,822人次參觀；推動建國一百年臺灣設計年設計認證活動，於全臺舉辦32項設計相關認證活動；完成臺灣設計館七大展區之建置；舉辦22場金點設計產品評選會議，計有944件產品報名，573件通過評選，取得「金點設計標章」使用權，其中計有15件產品獲得年度大獎「金點設計獎」。</li> </ol> </li> </ul>



表5-1-3 2011文化創意產業發展方案執行成果—旗艦計畫（續）

Table 5-1-3 The Outcome of Creative Taiwan in 2011—Flagship Plan

項目	執行成果
設計產業旗艦計畫	<p>(5)塑造我國國家設計形象，以創意設計力行銷臺灣；辦理2011臺北世界設計大會，辦理IDA國際設計論壇吸引來自全球56國3,036位國內外設計專業人士與會；協助臺灣廠商及設計公司參與國際4大設計獎項，2011年總計獲獎產品290件。</p> <p>(6)促進創意生活產業：評選出2011年創意生活事業14家；諮詢62家、診斷20家及專案輔導4案，共促進業者投資約3.9億餘元。</p> <p>(7)促進商業及廣告服務設計發展：執行設計諮詢診斷服務共36案，商業服務設計輔導8家企業，增加產值新臺幣1.604億元。另成功促進國際設計媒合10案，金額達新臺幣2,665.6萬元。透過產業輔導創意服務模式，促進跨領域協同合作及營運效能提升個案共計5案，提供諮詢診斷服務至少24案，帶動營業額提升約新臺幣4.65億元。</p>
工藝產業旗艦計畫	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>具體成果：2011年臺灣工藝研究發展中心進階技藝人才培育共培育170人，研習產品294組件。品牌工坊人才培育辦理6大研究會，共204人參與，年度開發新產品160組，已統計之產值約860萬；和法國三位設計師合作，以臺灣工藝技法或材質為底蘊，為臺灣的工藝人才示範開發15組件作品；2011年共計補助21家工藝之家，臺灣工藝之家總數為136人，總產值約為4億4,665萬元，平均每人每年約380萬元；辦理「臺灣優良工藝品評鑑」(Taiwan Good Crafts, 簡稱C-Mark)，計畫自2003年起共歷經六屆的徵審評選，共計徵選147家廠商、310組件足堪膺任C-Mark殊榮的產品；辦理「工藝新趣—新工藝人才入籍活動徵選計畫」，自2008年四年來，共計補助49組團隊，並開發出248組創新工藝作品。</li> </ul>

資料來源：文化部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15+1大類。15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「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《2012臺灣文化創意產業發展年報》，選擇2011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3年來，文化創意產業總家數有逐年小幅遞增的趨勢，從2009年總家數為52,079家，2010年52,534家，至2011年之53,461家。

在歷年家數的成長率方面，2011年成長率最高的前五名分別是設計品牌時尚產業（101家，成長率31.17%）、文化資產及展演設施產業（82家，成長率30.16%）、視覺傳達設計產業（225家，成長率28.57%）、音樂與表演藝術產業（1,926家，11.59%）及產品設計產業（2,830家，成長率9.14%）。

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2011年達13,295家，占總家數比率介於22.94~24.87%之間，近四年比率變化不大。其次為「工藝產業」，為10,190家，占總家數比率介於18.99~19.20%之間。再其次為「建築設計產業」，占總家數比率介於12.49~12.70%之間，比重逐年下降，而「數位內容產業」家數所占比率亦逐年下降，自2007年之17.04%降至2011年的11.99%，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2011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, 2007-2011—by Industry

單位：家；%

類別	產業別	項目	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
藝文類	視覺藝術	家數	2,748	2,662	2,589	2,560	2,560
		比重	5.06	5.02	4.97	4.87	4.79
		成長率	-	-3.13	-2.74	-1.12	0.00
	音樂與表演藝術	家數	1,211	1,338	1,462	1,726	1,926
		比重	2.23	2.53	2.81	3.29	3.60
		成長率	-	10.49	9.27	18.06	11.59
	文化資產及展演設施	家數	43	53	56	63	82
		比重	0.08	0.10	0.11	0.12	0.15
		成長率	-	23.26	5.66	12.50	30.16
	工藝	家數	10,357	10,060	9,903	10,085	10,190
		比重	19.08	18.99	19.02	19.20	19.06
		成長率	-	-2.87	-1.56	1.84	1.04
媒體類	電影	家數	623	636	670	696	730
		比重	1.15	1.20	1.29	1.32	1.37
		成長率	-	2.09	5.35	3.88	4.89
	廣播電視	家數	1,604	1,580	1,594	1,603	1,579
		比重	2.95	2.98	3.06	3.05	2.95
		成長率	-	-1.50	0.89	0.56	-1.50
	出版	家數	5,095	5,031	5,006	5,031	5,094
		比重	9.39	9.50	9.61	9.58	9.53
		成長率	-	-1.26	-0.50	0.50	1.25

表5-1-4 2007年至2011年文化創意產業總家數—依產業別分（續）

Table 5-1-4 Total Number of Companies in the Cultural and Creative Industries, 2007-2011—by Industry

單位：家；%

類別	產業別	項目	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
媒體類	廣告	家數	12,453	12,588	12,617	12,903	13,295
		比重	22.94	23.76	24.23	24.56	24.87
		成長率	-	1.08	0.23	2.27	3.04
	流行音樂及文化內容	家數	1,721	1,692	1,681	1,731	1,764
		比重	3.17	3.19	3.23	3.30	3.30
		成長率	-	-1.69	-0.65	2.97	1.91
設計類	產品設計	家數	2,172	2,277	2,414	2,593	2,830
		比重	4.00	4.30	4.64	4.94	5.29
		成長率	-	4.83	6.02	7.42	9.14
	視覺傳達設計	家數	99	123	142	175	225
		比重	0.18	0.23	0.27	0.33	0.42
		成長率	-	24.24	15.45	23.24	28.57
	設計品牌時尚	家數	17	33	47	77	101
		比重	0.03	0.06	0.09	0.15	0.19
		成長率	-	94.12	42.42	63.83	31.17
	建築設計	家數	6,896	6,712	6,561	6,596	6,676
		比重	12.70	12.67	12.60	12.56	12.49
		成長率	-	-2.67	-2.25	0.53	1.21
數位內容類	數位內容產業	家數	9,248	8,191	7,337	6,695	6,409
		比重	17.04	15.46	14.09	12.74	11.99
		成長率	-	1.00	-10.43	-8.75	-4.27
總計		家數	<b>54,287</b>	<b>52,976</b>	<b>52,079</b>	<b>52,534</b>	<b>53,461</b>
		比重	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
		成長率	-	<b>-2.41</b>	<b>-1.69</b>	<b>0.87</b>	<b>1.76</b>

資料來源：文化部文化創意產業專案辦公室，《2012臺灣文化創意產業發展年報》

蒐集時間：2013年4月

註：1.此資料係為文化部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。

## 2.營業額

2011年的整體文化創意產業營業額約為6,654.8億元（不含創意生活產業），較2010年的營業額略微減少0.5%。

在歷年營業額的成長率方面，除「產品設計產業」（減少3.31%）與「工藝產業」（減少24.34%）外，各產業營業額在2011年皆有增加的現象，其中，成長率最高為「文化資產及展演設施產業」，營業額較2010年成長154.56%，其次為「設計品牌時尚產業」，成長38.75%。

在營業額占比上，近年皆以「廣告產業」的營業額最高，占總營業額比率介於19.88~21.96%之間。整體營業額中最高前三項次產業為：「廣告產業」、「廣播電視產業」、「出版產業」、「建築設計產業」及「工藝產業」，其餘產業占比皆小於10%，請參考表5-1-5。

表5-1-5 2007年至2011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, 2007-2011—by Industry

單位：仟元；%

類別	產業別	項目	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	
藝文類	視覺藝術	營業額	4,517,264	4,770,665	3,805,406	4,326,825	4,608,274	
		比重	0.74	0.79	0.67	0.65	0.69	
		成長率	-	5.61	-20.23	13.70	6.50	
	音樂與表演藝術	營業額	7,078,317	8,403,978	7,561,181	8,785,689	9,652,284	
		比重	1.15	1.38	1.33	1.31	1.45	
		成長率	-	18.73	-10.03	16.19	9.86	
	文化資產及展演設施	營業額	505,329	574,285	685,664	469,393	1,194,869	
		比重	0.08	0.09	0.12	0.07	0.18	
		成長率	-	13.65	19.39	-31.54	154.56	
	工藝	營業額	66,528,195	72,443,867	60,605,219	92,844,238	70,244,812	
		比重	10.83	11.93	10.62	13.88	10.56	
		成長率	-	8.89	-16.34	53.20	-24.34	
媒體類	電影	營業額	13,401,367	13,764,007	13,322,963	14,916,872	19,962,295	
		比重	2.18	2.27	2.33	2.23	3.00	
		成長率	-	2.71	-3.20	11.96	33.82	
	廣播電視	營業額	107,351,470	108,129,996	110,898,291	123,424,055	126,857,011	
		比重	17.48	17.80	19.44	18.45	19.06	
		成長率	-	0.73	2.56	11.29	2.78	
	出版	營業額	86,259,642	84,373,231	78,942,342	88,919,813	89,149,806	
		比重	14.04	13.89	13.83	13.29	13.40	
		成長率	-	-2.19	-6.44	12.64	0.26	
	廣告	營業額	132,564,996	127,825,543	113,423,484	137,142,333	146,137,087	
		比重	21.58	21.04	19.88	20.50	21.96	
		成長率	-	-3.58	-11.27	20.91	6.56	
	流行音樂及文化內容	營業額	16,818,879	15,730,174	15,120,377	16,389,142	16,565,629	
		比重	2.74	2.59	2.65	2.45	2.49	
		成長率	-	-6.47	-3.88	8.39	1.08	
	設計類	產品設計	營業額	57,424,230	48,249,241	49,972,256	59,611,512	57,640,822
			比重	9.35	7.94	8.76	8.91	8.66
			成長率	-	-15.98	3.57	19.29	-3.31
視覺傳達設計		營業額	759,027	803,689	902,787	1,123,628	1,434,080	
		比重	0.12	0.13	0.16	0.17	0.22	
		成長率	-	5.88	12.33	24.46	27.63	
設計品牌時尚		營業額	177,486	137,787	155,095	203,367	282,169	
		比重	0.03	0.02	0.03	0.03	0.04	
		成長率	-	-22.37	12.56	31.12	38.75	
建築設計		營業額	74,389,376	76,885,336	65,777,972	72,238,599	72,798,183	
		比重	12.11	12.66	11.53	10.80	10.94	
		成長率	-	3.36	-14.45	9.82	0.77	

表5-1-5 2007年至2011年文化創意產業營業額—依產業別分（續）

Table 5-1-5 Business Volume of the Cultural and Creative Industries, 2007-2011—by Industry

單位：仟元；%

類別	產業別	項目	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
數位內容類	數位內容產業	營業額	46,448,215	45,349,424	49,428,207	48,432,880	48,949,967
		比重	7.56	7.47	8.66	7.24	7.36
		成長率	-	1.00	8.99	-2.01	1.07
總計		營業額	614,223,793	607,441,224	570,601,244	668,828,346	665,477,288
		比重	100	100	100	100	100
		成長率	-	-1.10	-6.06	17.21	-0.50

資料來源：文化部文化創意產業專案辦公室，《2012臺灣文化創意產業發展年報》

蒐集時間：2013年4月

註：1.此資料係為文化部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2011年文化創意產業家數及營業額，以經營「10~20年」的企業所占比率最高，為29.65%，其次為經營「5~10年」（25.96%）。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46.24%，其次為經營「5~10年」的企業（22.06%），請參考圖5-1-2、圖5-1-3及統計表D-1-2。

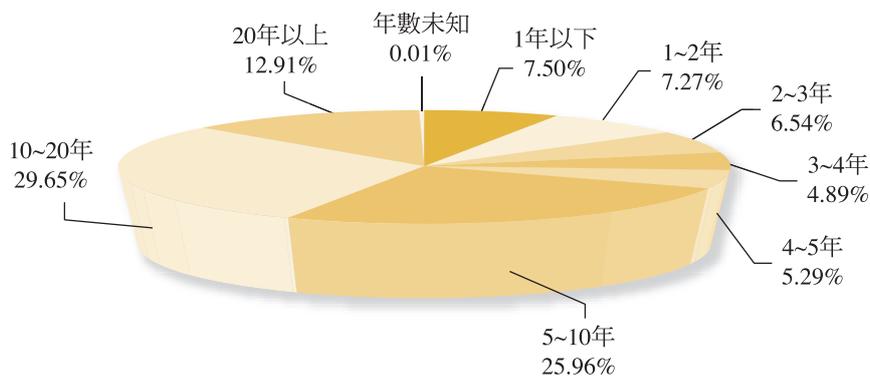


圖5-1-2 2011年文化創意產業家數—依經營年數分

Figure 5-1-2 Number of Cultural and Creative Industry Companies in 2011—by Years of Operation

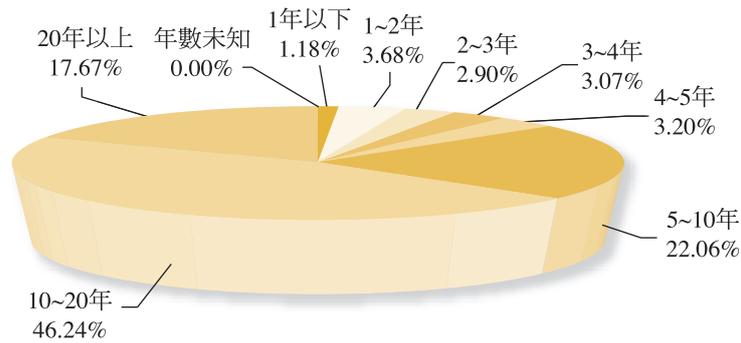


圖5-1-3 2011年文化創意產業營業額—依經營年數分

Figure 5-1-3 Business Volume of Cultural and Creative Industries in 2011—by Years of Operation

資料來源：文化部文化創意產業專案辦公室，《2012臺灣文化創意產業發展年報》  
蒐集時間：2013年4月

### (三) 資本結構

依資本結構來觀察2011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33.61%，其次為資本額在「未滿0.1百萬元」（26.30%）。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25.86%，其次資本額為「10~50百萬元」所占比率為17.82%，請參考圖5-1-4、圖5-1-5及統計表D-1-3。

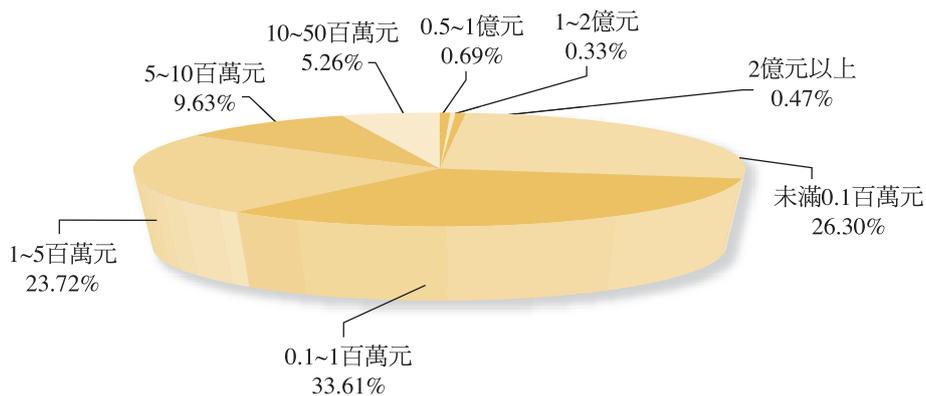


圖5-1-4 2011年文化創意產業家數—依資本結構分

Figure 5-1-4 Number of Cultural and Creative Industry Companies in 2011—by Capital Structure

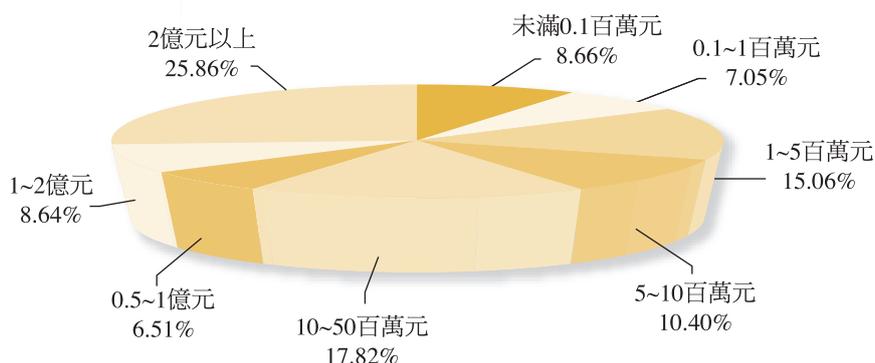


圖5-1-5 2011年文化創意產業營業額—依資本結構分

Figure 5-1-5 Business Volume of Cultural and Creative Industries in 2011—by Capital Structure

資料來源：文化部文化創意產業專案辦公室，《2012臺灣文化創意產業發展年報》  
蒐集時間：2013年4月

#### (四) 地區別

依地區別結構來觀察2011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56.43%，其次為「南部地區」（21.12%）。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81.77%。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。

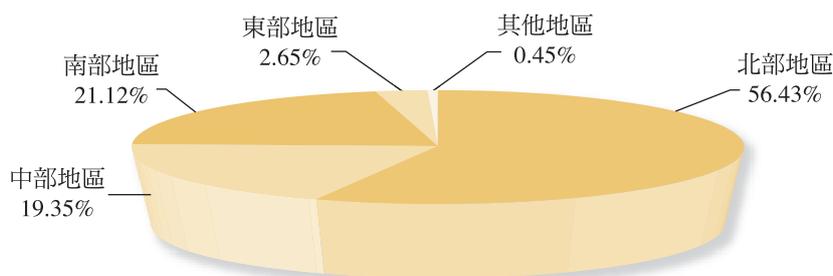


圖5-1-6 2011年文化創意產業家數—依地區別分

Figure 5-1-6 Number of Cultural and Creative Industry Companies in 2011—by Region

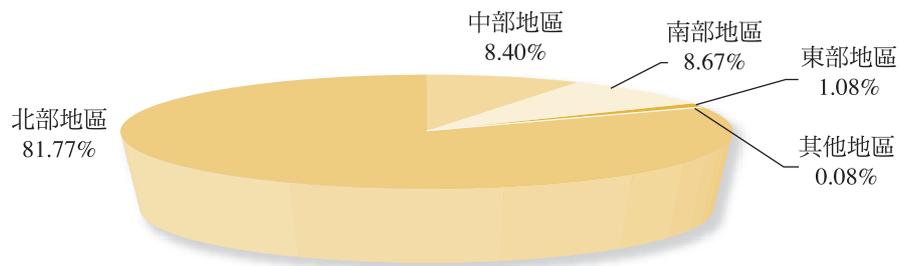


圖5-1-7 2011年文化創意產業營業額—依地區別分

Figure 5-1-7 Business Volume of Cultural and Creative Industries in 2011—by Region

資料來源：文化部文化創意產業專案辦公室，《2012臺灣文化創意產業發展年報》  
蒐集時間：2013年4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《100年家庭收支調查報告》可得知2011年我國平均每戶家庭消費支出為729,010元，其中休閒、文化及教育消費支出為75,697元，占消費支出之10.38%。

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，由表5-2-1得知，2011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2011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2.08%，其中套裝旅遊（不含自助旅遊）（年增為6.22%）、娛樂消遣及文化服務（年增為5.46%）和教育消遣康樂器材及其附屬品（年增為3.44%）支出有增加的現象，書報雜誌文具及教育之消費支出則為負成長。觀察歷年來家庭在休閒、文化及教育消費支出上，近3年來呈現逐年縮減的現象，其中套裝旅遊、娛樂消遣及文化服務為增加的現象，書報雜誌文具及教育的支出為逐年減少。請參考表5-2-1及統計表D-2-2。

表5-2-1 2007年至2011年臺灣地區平均每戶家庭休閒、文化及教育消費支出

Table 5-2-1 Average Family Recreation, Culture, and Education expenditures in Taiwan, 2007-2011

單位：元

項目	2007	2008	2009	2010	2011
套裝旅遊(不含自助旅遊)	22,149	20,649	12,091	13,888	14,752
娛樂消遣及文化服務	8,372	8,212	8,720	9,795	10,330
書報雜誌文具	3,871	3,503	6,610	6,089	5,690
教育消遣康樂器材及其附屬品	9,045	8,428	7,968	7,475	7,732
教育	46,243	47,509	42,510	40,054	37,193
總計	89,680	88,122	77,899	77,301	75,697

資料來源：行政院主計總處網站，《96~100年家庭收支調查報告》

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

蒐集時間：2012年10月

註：2007-2008年之消費支出項目定義不同，消費項目分別為「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」。

### 二、主要文化藝術相關活動消費概況

為瞭解民眾在文化藝術相關活動之消費概況，本報告針對大眾傳播類活動、視覺藝術類活動、表演藝術類活動、文化藝術機構與設施活動、文藝民俗節慶活動及生活藝術類活動共6大類項，分別瞭解15歲以上民眾在各項活動上之實際消費金額。2008年至2011年民眾在主要文化藝術活動之消費概況請參考表5-2-2。

表5-2-2 2008年至2011年主要文化藝術活動消費概況

Table 5-2-2 Amount of Consumption of Cultural Activities, 2008-2011

單位：元

類型	項目	2008	2009	2010	2011
大眾傳播類活動	電影	572	566	573	724
	報紙	1,697	1,667	1,670	1,393
	雜誌	1,799	1,801	1,786	1,462
	書籍	4,210	3,978	4,223	3,322
	視聽產品	3,129	2,739	2,294	1,685
視覺藝術類活動	傳統形式視覺藝術類	262	670	309	290
	現代形式視覺藝術類	236	464	252	255
	攝影類	88	294	397	318
	雕塑類	159	992	488	240
	古董文物類	358	1,999	577	185
	設計類	156	1,518	494	371
	工藝類	169	612	377	197
表演藝術類活動	現代戲劇類	-	873	713	701
	傳統戲曲類	-	367	336	476
	舞蹈類	929	209	391	219
	音樂類	3,749	1,280	1,193	1,644
文化藝術機構與設施活動	博物館	720	2,667	840	1,082
	社區文化活動中心/地方文化館	865	1,192	205	242
文藝民俗節慶活動		977	1,308	881	1,672
生活藝術類活動		12,334	14,084	8,970	10,157

資料來源：2008年至2010年文化統計、本專案電話調查

調查時間：2012年11月

註：1.本表呈現全體民眾平均每位民眾消費金額，2008年1,319人、2009年1,309人、2010年2,105人、2011年2,009人。

2.因部分項目參與率低，消費人數亦不多，故平均消費金額易受單一消費樣本影響。

## （一）大眾傳播類活動的消費金額

在大眾傳播類上，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2011年在各項活動上之實際消費金額。

### 1.全體15歲以上民眾

2011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3,322元，其次為視聽產品（1,685元），再其次分別為雜誌（1,462元）、報紙（1,393元）以及電影（724元），請參考圖5-2-1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

2011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5,737元，其次為視聽產品（4,384元），再其次分別為雜誌（2,987元）、報紙（2,058元）以及電影（1,728元），請參考圖5-2-1及統計表D-2-5至D-2-9。

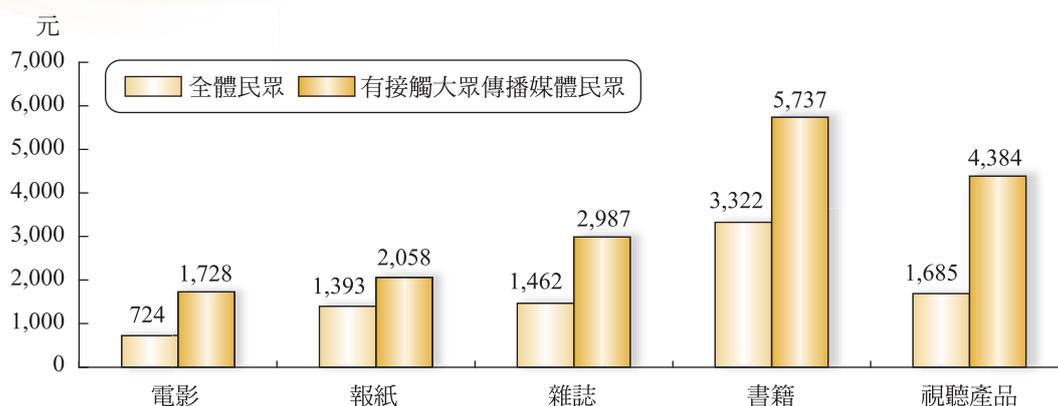


圖5-2-1 2011年全體民眾及有接觸大眾傳播類活動民眾之平均實際消費金額

Figure 5-2-1 Amount of Consumption of People Exposed to Mass Media in 2011

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：2012年11月

註：1.全體民眾樣本數為2,009。

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841；報紙樣本數為1,360；雜誌樣本數為983；書籍樣本數為1,163；視聽產品樣本數為772。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

2011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，以設計類的消費金額最高，平均每位民眾之消費金額為371元，其次為攝影類（318元），再其次為傳統形式視覺藝術類（290元），請參考圖5-2-2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

2011年有參與過各項視覺藝術類活動的15歲以上民眾，其中以設計類的消費金額最高，平均每位消費金額為2,109元，其次為攝影類（1,902元），再其次為雕塑類（1,563元），請參考圖5-2-2及統計表D-2-10至D-2-16。

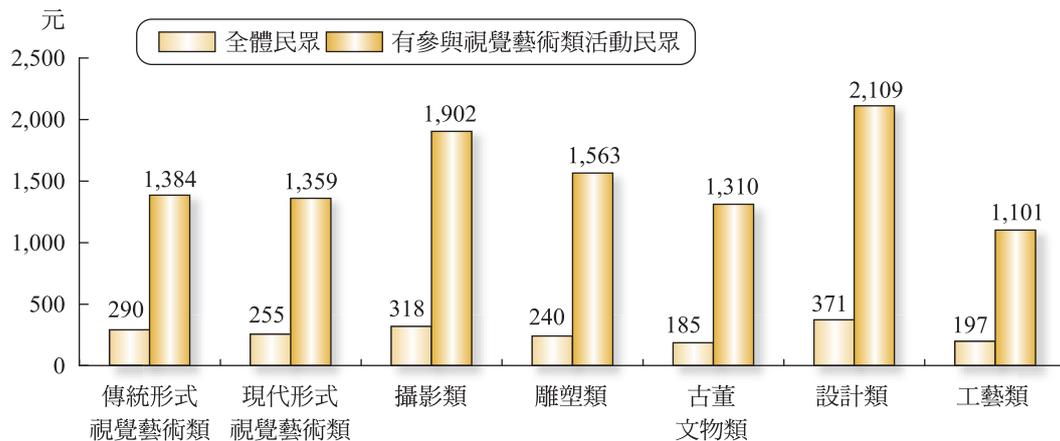


圖5-2-2 2011年全體民眾及有參與視覺藝術類活動民眾欣賞、參觀、購買相關作品或產品的平均消費金額

Figure 5-2-2 Amount of Consumption of People Who Appreciated, Visited, or Purchased Visual Artworks or Products in 2011

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：2012年11月

註：1.全體民眾樣本數為2,009。

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421；現代形式視覺藝術類樣本數為376；攝影類樣本數為336；雕塑類樣本數為308；古董文物類樣本數為283；設計類樣本數為354；工藝類樣本數為359。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

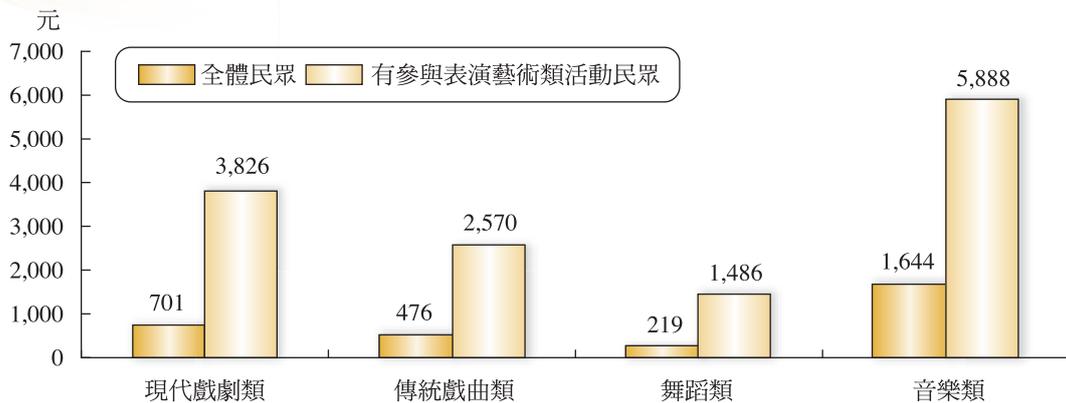
本報告之表演藝術類活動包含現代戲劇類、傳統戲曲類、舞蹈類以及音樂類共4項活動，分別瞭解15歲以上民眾在各項活動上之消費金額。

#### 1. 全體15歲以上民眾

2011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1,644元，其次為現代戲劇類（701元），再其次為傳統戲曲類（476元）以及舞蹈類（219元），請參考圖5-2-3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

2011年有參與過各項表演藝術類活動的15歲以上民眾，以音樂類的消費金額最高，平均每位民眾為5,888元，其次為現代戲劇類（3,826元），再其次為傳統戲曲類（2,570元），而舞蹈類（1,486元）的消費金額較為低，請參考圖5-2-3及統計表D-2-17至D-2-20。



**圖5-2-3 2011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 5-2-3 Amount of Consumption of People Who Appreciated, Visited, or Purchased Performing Art or Related Activities in 2011**

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：2012年11月

註：1.全體民眾樣本數為2,009。

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368；傳統戲曲類樣本數為372；舞蹈類樣本數為296；音樂類樣本數為561。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、各級公立學校與附屬藝文設施、表演廳及表演館所、民間文教機構或組織之舞蹈及音樂教室及相關文教活動之場所、社區文化活動中心、地方文化館、宗教與民俗機構、名勝古蹟／遺址／歷史建築以及創意文化園區共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

2011年全體15歲以上民眾參觀或參與博物館的消費金額為1,082元，而參觀或參與社區文化活動中心、地方文化館的消費金額為242元，請參考圖5-2-4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

2011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2,282元，而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，每位平均消費金額為1,025元，請參考圖5-2-4及統計表D-2-21至D-2-22。

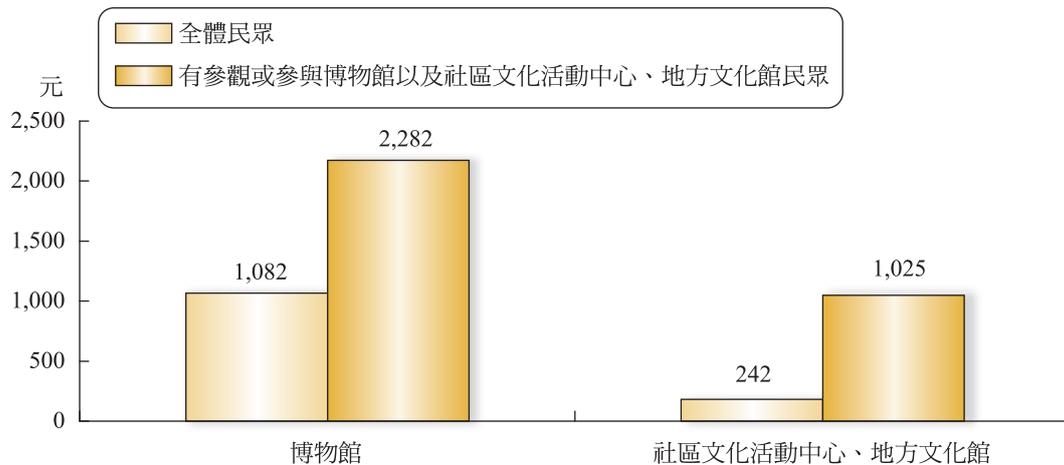


圖5-2-4 2011年全體民眾及有參觀或參與博物館以及社區文化活動中心、地方文化館相關活動民眾之平均消費金額

Figure 5-2-4 Amount of Consumption of People Who Visited Museums, Community Cultural Centers, and Local Cultural Centers in 2011

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：2012年11月

註：1.全體民眾樣本數為2,009。

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953；社區文化活動中心、地方文化館樣本數為474。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、客家祭典與節慶及各縣市地方文化節共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

2011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1,672元，請參考圖5-2-5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

2011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4,090元，請參考圖5-2-5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、讀小說或文章閱讀、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、茶藝品茗及繪畫等18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

2011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10,157元，請參考圖5-2-5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

2011年有從事生活藝術相關活動的15歲以上民眾，其每位消費金額為15,893元，請參考圖5-2-5及統計表D-2-24。

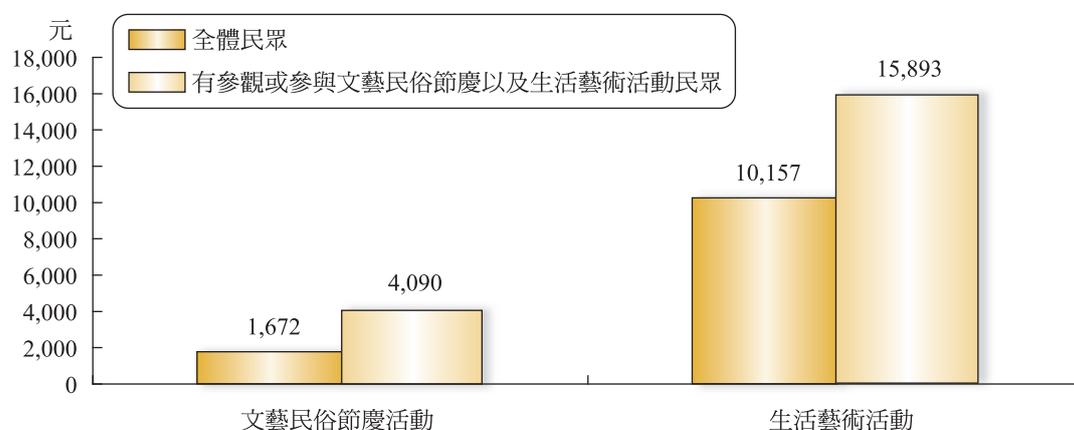


圖5-2-5 2011年全體民眾以及有參觀或參與文藝民俗節慶以及生活藝術相關活動民眾之平均消費金額

Figure 5-2-5 Amount of Consumption of People Who Visited or Participated in Folk Arts Festivals and Life Arts in 2011

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：2012年11月

註：1.全體民眾樣本數為2,009。

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825；生活藝術活動樣本數為1,284。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