

文化創意產業發展與統計資料 檢討

自文化創意產業列為挑戰2008國家重點發展計畫以來，近幾年無論在家數、營業額、附加價值、就業人數均有所成長，然相關統計卻始終未受到應有的重視，實有必要針對此一問題進行全面性攷劃，俾作為提升文化創意產業發展能量的參據。

◎ 王素鸞 (中華經濟研究院第三研究所研究員兼副所長)

壹、前言

與其他國家的經濟發展軌跡一樣，臺灣也是從輕工業、重工業，再發展到服務業，因此過去幾十年來，臺灣為求經濟發展，將大部分的資源投注於工商業的建設與輔導上，建立了以製造和技術優勢為主的基礎，而臺灣也因為「製造優勢」寫下傲人的經濟成長史頁，更創造了全球著名的「臺

灣經濟奇蹟」，開啓多項資訊電子產品產值在世界名列前茅的傲人成就。

然而隨著國際化、全球化、數位化趨勢的興起，國家和國家之間的疆界逐漸消除，資金、人才及資源國際性流動，新興開發中國家快速工業化，臺灣以製造業與技術發展為主的產業型態，由於勞動、土地成本的提高，在競爭過程中因不具差異化特色而逐漸失

去競爭優勢，因此利潤不斷受到壓縮，製造業的地位也不斷受到其他新興發展中國家的挑戰。再加上進入1990年代，臺灣在以知識為主要競爭籌碼的新經濟世代迄未發展出足以立基的優勢領域產品或技術，使得臺灣陷入缺乏競爭優勢的危機中。

另一方面，為了追求經濟快速發展，許多傳統文化被遺忘已久，而許多藝術美學也在

工業發展過程中受到忽視，因此，一向代表一國人民生活智慧與美感經驗累積，具有促進人類文明提升作用的文化漸趨沒落。尤其隨著國際化與全球化的展開，東西方文化持續交流，外來文化憑藉著新奇與差異性，不斷與本土傳統文化融合，大大地影響在地文化的保存與延續，先民的智慧結晶在不斷西化的過程中點點滴滴的失去傳承。

就在知識經濟方興未艾的競爭潮流中，英國結合文化與創意於產業中，不但創造了就業機會，而且促進了經濟成長，也為國家帶來新的發展潛能與商機。激勵許多被外來文化融合的國家與人民，回頭挖掘先聖先賢既有的文化、藝術與珍寶，予以創意化、科技化，也可在目前冷硬的晶片叢林中，開啓具有力與美的新產業領域。

為此，政府在2002年提出「挑戰2008：國家發展重點計

畫」，將「文化创意產業發展計畫」納入，明確標示科技與文化雙主軸的發展方向，作為體現以人為本、永續發展的最高指導原則，以維繫世世代代國民的生存與福祉，充分展現政府推動文化创意產業的強烈企圖心。希望從各個領域整合臺灣的智慧與文化魅力，將其應用於產品發展或生活品質與美學中，以因應全球化的挑戰，同時平衡臺灣過度偏向製造業的產業發展型態，成為帶領臺灣產業發展的另一條大道。

貳、文化创意產業規模

臺灣文化创意產業的定義為「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成運用，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。」至於文化创意產業範疇的界定，除了考量符合文化创意產業的定義與精神外，亦加上了產業發展面的考量，其原

則為：

- 一、就業人數多或參與人數多；
- 二、產值大或關聯效益高；
- 三、成長潛力大；
- 四、原創性高或創新性高；
- 五、附加價值高。

進而界定出臺灣文化创意產業範疇，並依據屬性擇定主辦機關負責各個產業的推動。目前政府所制定的文化创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、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業及數位休閒娛樂產業等13種產業。有關「文化创意產業」範疇及主辦機關請參閱表1。

我國自2002年推動文化创意產業以來，至2005年家數已達51,742家，較2004年成長3.25%，營業額5,811億元，較2004年成長4.41%，附加價值也由2004年的2,955億元提高為

表 1 文化創意產業之範疇及主辦機關

項次	產業名稱	主辦機關	產業概括說明	例示產業
1	視覺藝術產業	文建會	凡從事繪畫、雕塑及其他藝術品的創作、藝術品的拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品的公證鑑價、藝術品修復等之行業均屬之。	同左。
2	音樂與表演藝術產業	文建會	凡從事戲劇（劇本創作、戲劇訓練、表演等）、音樂劇及歌劇（樂曲創作、演奏訓練、表演等）、音樂的現場表演及作詞作曲、表演服裝設計與製作、表演造型設計、表演舞臺燈光設計、表演場地（大型劇院、小型劇院、音樂廳、露天舞臺等）、表演設施經營管理（劇院、音樂廳、露天廣場等）、表演藝術經紀代理、表演藝術硬體服務（道具製作與管理、舞臺搭設、燈光設備、音響工程等）、藝術節經營等之行業均屬之。	同左。
3	文化展演設施產業	文建會	凡從事美術館、博物館、藝術村等之行業均屬之。	同左。
4	工藝產業	文建會	凡從事工藝創作、工藝設計、工藝品展售、工藝品鑑定制度等之行業均屬之。	同左。
5	電影產業	新聞局	凡從事電影片創作、發行映演及電影周邊產製服務等之行業均屬之。	影片生產、幻燈片製作業、影片代理業、電影片買賣業、電影片租賃業、映演業、影片放映業、電影製片廠業、電影沖印廠業、卡通影片製作廠業、影片剪輯業、電影錄音廠業等。
6	廣播電視產業	新聞局	凡從事無線電、有線電、衛星廣播、電視經營及節目製作、供應之行業均屬之。	廣播電台業、無線電視台業、有線電視台業、其他電視業、配音服務業、廣播電視節目製作、錄影節目帶製作、廣播電視發行業等。
7	出版產業	新聞局	凡從事新聞、雜誌（期刊）、書籍、唱片、錄音帶、電腦軟體等具有著作權商品發行之行業均屬之。但從事電影發行之行業應歸入8520（電影片發行業，依中華民國行業標準分類第7次修訂）細類，從事廣播電視節目及錄影節目帶發行之行業應歸入8630（廣播節目供應業，依中華民國行業標準分類第7次修訂）細類。	報社業、期刊、雜誌出版業、書籍出版業、唱片出版業、雷射唱片出版業、錄音帶出版業、錄影帶、碟影片業等。

項次	產業名稱	主辦機關	產業概括說明	例示產業
8	廣告產業	經濟部	凡從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置等行業均屬之。獨立經營分送廣告、招攬廣告之行業亦歸入本類。	廣告製作業、廣告裝潢設計業、戶外海報製作業、戶外廣告板業、廣告塔製作業、霓虹燈廣告製作業、慶典彩牌業、廣告工程業、廣告代理業、廣告創意形象設計業、廣告行銷活動製作業、其他廣告業等。
9	設計產業	經濟部	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、專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、包裝設計、網頁多媒體設計、設計諮詢顧問等之行業均屬之。	視覺傳達設計業、視覺藝術業、工業設計業、工商業設計業、機構設計業、產品外觀設計業、模型製作業、專利商標設計業、產品設計企劃業、設計管理業、產品造形設計業、電腦輔助設計業、時尚造形設計業、流行時尚設計業、工藝產品設計業、包裝設計業、企業識別系統設計業、品牌視覺設計業、平面視覺設計業、廣告設計業、數位設計業、網頁設計業、動畫設計業、多媒體設計業、媒體傳達設計業、視訊傳播設計業等。
10	設計品牌時尚產業	經濟部	凡從事以設計師為品牌之服飾設計、顧問、製造與流通之行業均屬之。	同左。
11	建築設計產業	經濟部	凡從事建築設計、室內空間設計、展場設計、商場設計、指標設計、庭園設計、景觀設計、地景設計之行業均屬之。	造園業、景觀工程業、建築設計服務業、土木工程顧問服務業、電路管道設計業、景觀設計業、室內設計業、花園設計業等。
12	創意生活產業	經濟部	凡從事符合下列定義之行業均屬之： 以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之產業。	同左。
13	數位休閒娛樂產業	經濟部	凡從事數位休閒娛樂設備、環境生態休閒服務及社會生活休閒服務等之行業均屬之。 1. 數位休閒娛樂設備--3DVR設備、運動機臺、格鬥競賽機臺、導覽系統、電子販賣機臺、動感電影院設備等。 2. 環境生態休閒服務--數位多媒體主題園區、動畫電影場景主題園區、博物展覽館等。 3. 社會生活休閒服務--商場數位娛樂中心、社區數位娛樂中心、網路咖啡廳、親子娛樂學習中心、安親班/學校等。	上網專門店、電子遊戲場業（益智類）、遊樂園業、兒童樂園、綜合遊樂場、電動玩具、電子遊樂器、電動玩具店（益智類）。

資料來源：經濟部文化創意產業推動小組。

3,085億元，成長4.39%，就業人數也增1萬人，達19萬5,684人，成長5.34%（請參閱表2），均較2002年成長1倍多，除了政府的努力推動之外，國內產業界、學界的用心推廣也功不可沒，另外，各領域傑出人士陸續於國外嶄露頭角，並獲得國際的肯定，則逐漸建立臺灣文化創意產業的國際知名度。

參、文化創意產業統計問題之檢討

文化創意產業雖然在2002年成爲國家重點發展計畫之一，因所涵蓋的多項行業未具有明顯的產業化特性，加上以創意跨足生活產業之核心概念，在既有行業分類上無法取得完整對應的經濟活動資料，或尚未列爲產業調查項目（例如設計品牌時尚產業），因此在統計上面臨相當大的困境。

目前文化創意產業的基本



資料僅有營業額與就業人數，其中營業額的原始資料來自財政部財稅中心的營業稅徵收統計，由於營業稅徵收統計原始目的是課徵營業稅之用，因此，記錄對象明確，統計資料完整。在計算文化創意產業營業額時，係依照各個產業定義與範疇，選取「中華民國稅務行業標準分類」適合的相關子類加總而得。至於無法根據行業標準分類界定的產業，則採用相近行業替代，如視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、

文化展演設施產業、工藝產業等屬之；也有另行調查者，如創意生活產業等屬之；也有迄今仍缺乏資料者，如設計品牌時尚產業等屬之。

在就業人數的資料方面，主要來自行政院主計處的「人力資源調查」統計，該資料是目前國內最重要的人力調查資料，採抽樣調查方式進行，再依比率估計法得出臺灣地區的整体產業就業人數的估計值，具一定之可信度。但因為該項調查係按主計處發布之「中華

表 2 2004~2005年文化創意產業家數、就業人數及產值

單位：新臺幣百萬元；家：人

產業別	2004年				2005年			
	家數	營業額	附加價值	就業人數	家數	營業額	附加價值	就業人數
視覺藝術 產業	3,121	5,281	3,802	—	3,086 (-1.12%)	5,288 (0.13%)	3,807 (0.13%)	—
音樂與表演 藝術產業	872	5,609	3,870	—	1,019 (16.86%)	6,616 (17.96%)	4,565 (17.96%)	—
工藝產業	10,676	66,780	38,065	—	10,892 (2.02%)	67,468 (1.03%)	38,457 (1.03%)	—
文化展演 設施產業	240	2,069	1,428	—	273 (13.75%)	2,696 (30.31%)	1,860 (30.31%)	—
電影產業	659	13,123	6,561	5,867	648 (-1.67%)	13,079 (-0.34%)	6,539 (-0.34%)	4,694 (-19.99%)
廣播電視 產業	1,762	97,045	48,522	31,834	1,743 (-1.08%)	100,932 (4.01%)	50,466 (4.01%)	30,669 (-3.66%)
出版產業	3,386	72,916	43,750	39,005	3,581 (5.76%)	71,583 (-1.83%)	42,950 (-1.83%)	40,554 (3.97%)
建築設計 產業	8,294	73,721	56,028	13,520	8,249 (-0.54%)	81,238 (10.20%)	61,741 (10.20%)	14,246 (5.37%)
廣告產業	11,175	140,404	42,121	42,162	11,766 (5.29%)	141,125 (0.51%)	42,338 (0.51%)	46,158 (9.48%)
設計產業	1,925	48,236	34,248	17,159	2,096 (8.88%)	50,257 (4.19%)	35,683 (4.19%)	19,939 (16.2%)
數位休閒 娛樂產業	7,948	19,975	13,783	32,622	8,315 (4.62%)	21,765 (8.96%)	15,018 (8.96%)	34,128 (4.62%)
設計品牌 時尚產業	—	—	—	—	—	—	—	—
創意生活 產業	53	11,391	3,313	3,589	74 (39.62%)	19,020 (66.97%)	5,049 (52.41%)	5,296 (47.56%)
合計	50,111	556,550	295,491	185,758	51,742 (3.25%)	581,067 (4.41%)	308,473 (4.39%)	195,684 (5.34%)

註：附加價值={營業額* (1-中間投入率)}，即所謂「產值」。

資料來源：經濟部文化創意產業推動小組，《2006年臺灣文化創意產業發展年報》。

民國行業標準分類」，以中分類行業別統計而得，因此，也無法與13項文化創意產業完全對應，例如視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、工藝產業、文化展演設施產業、設計品牌時尚產業即無法取得相對應的就業人數資料。另外，建築設計產業及設計產業則因考慮人力資源調查統計的資料涵蓋範圍過大，因此採用行政院勞工委員會「臺灣地區職類別薪資調查」的受雇員工資料，數位休閒娛樂產業、創意生活產業也因無法覓得適切的資料而由經濟部工業局另行調查。

國際上進行文化創意產業比較時，多採用GDP或產值的資料，以窺知相關產業的規模，由於國內文化創意產業的營業額係由營業稅徵收統計而來，並未涵蓋有關中間投入的訊息，而為了進行國際比較，因此採用產值 = 營業額 * (1 - 中間投入率) 的方式換算，其中中間投入來自90年度的產業關

聯表相近行業，例如視覺藝術產業採用其他個人服務業；音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、數位休閒娛樂產業採用娛樂文化服務；工藝產業採用陶瓷製品業；電影產業、廣播電視產業採用廣播、電視及電影服務業；出版產業採用印刷出版品業；建築設計產業採用顧問服務業；廣告產業採用廣告服務業；設計產業採用其他專業及技術服務業等（請參閱表3）。

由於部分文化創意產業的

相關資料，來自近似產業，因此部分行業的家數、營業額、就業人數可能只包含一部分擬包括的文化創意產業的內涵，而在計算產值時又多以近似產業的中間投入率推估，因此除了部分產業如電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業等的資訊較精確外，其餘產業資料均可能有誤差，更有部分產業在近似產業中尚無法取得參考值，如視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、工藝產業、文化展演設施產業、設計

表3 文化創意產業附加價值中間投入替代產業

文化創意產業	替代行業	中間投入率
視覺藝術產業	其他個人服務業	0.28
音樂與表演藝術產業	娛樂文化服務	0.31
工藝產業	陶瓷製品	0.43
文化展演設施產業	娛樂文化服務	0.31
電影產業	廣播、電視及電影服務	0.50
廣播電視產業	廣播、電視及電影服務	0.50
出版產業	印刷出版品	0.40
建築設計產業	顧問服務	0.24
廣告產業	廣告服務	0.70
設計產業	其他專業及技術	0.29
數位休閒娛樂產業	娛樂文化服務	0.31

資料來源：行政院主計處，《民國90年產業關聯表》。

品牌時尚產業等的就業人數，均為文化創意產業發展迄今近5年，仍無法解決的難題。

另外，現行行政院主計處的行業分類，受限於與國際接軌的前提，難以符合現有業者慣有的稱呼，且分類項目涵蓋範圍過於廣泛，致許多不同產業被歸屬在同一分類中，因而無法從主計處的統計中，分離出擬研究的對象。財稅資料的行業分類，也因為建基於主計處的分類上，因此與從業者自身規範的行業有所出入。而公務機關基於保密原則，各單位彼此間的資料無法接軌或互補，則形成產業資訊蒐集上的盲點。

肆、結論與建議

由於基礎資料的掌握是各項政策分析、規劃、評估的依據，統計資料之廣泛流通，也有助於強化資訊對稱性，從而促成經濟運行效率之提升。然

我國自2002年將文化創意產業發展計畫列為「挑戰2008：國家重點發展計畫」中的重點項目以來，其中相關的統計資料，卻始終未受到應有的重視，尤其部分產業迄今無法提出宏觀的長遠發展計畫，統計資料的不健全，應是其主因。因此個人認為為促進文化創意產業的發展，文化創意產業的基礎統計工作，應確實進行，才能提升政策的可行性與有效性。

由於視覺藝術、音樂與表演藝術、工藝、文化展演設施等文化相關產業在所有文化創意產業中的統計資料最為缺乏，實有必要針對該產業，進行長期性、系統性的研究，俾突破現行研究障礙，使文化產業得以開創一個多元化、包容力強、開放的環境，在文化創意產業成為臺灣下一波經濟主流時，文化產業本其文化藝術所具有的核心價值，凝聚成為文化創意產業的能量中心，進

而發展出帶動就業機會及經濟成長的明星產業。

另為增加社會大眾對文化創意產業的瞭解，以及研究產業發展困境，俾利於發展目標的設定、推動政策的擬定及政策工具的制訂，目前在其他次級統計資料難以運用與現行行業分類無法對應，且既有資料多未涵蓋文化創意產業的前提下，建議仿照英國、紐西蘭作法，於行業標準分類之外，另訂產業分類，並召開全國產官學研文化創意產業統計會議，共同訂定明確的產業涵蓋範圍及統計調查內容，就資料闕如的行業辦理產業調查，使文化創意產業的統計工作更臻完善；並且每年進行產業生態調查，以及時掌握產業發展現況，發掘問題，為臺灣文化創意產業發展能吸引國外目光，爭取全球認同的明星之路立下基礎，為開啓另一扇臺灣產業之門鋪路。❖