

# 文化創意產業

台灣經濟研究院研究二所 張建一所長

## 一、產業範圍

根據文化創意產業發展法對於文化創意產業（Cultural and Creative Industry）之定義為，「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。」

文建會根據定義，將文化創意產業分成視覺藝術產業、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、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、數位內容產業、創意生活產業及流行音樂、文化內容產業及其他經中央主管機關指定之產業等 16 類。詳細產業內容與範圍，如附表 1 所示。

## 二、整體產業發展概況

由於文化創意產業之產業範疇甚為廣泛，目前國內對於文化創意產業之相關統計資料主要是來自於「臺灣文化創意產業發展年報<sup>5</sup>」。因此，為求討論主體的一致性，本文係以歷年「臺灣文化創意產業發展年報」所公布之統計資料，作為檢視政府推動文化創意產業歷程之依據。然而，惟需說明的是，國內從 2004 年才開始有相關的統計資料，且年報所揭露的統計資料具有落後一年的時間落差，於是本文僅就 2003~2009 年這段期間內觀察文化創意產業之發展。此外，在 2010 年臺灣文化創意產業發展年報中亦僅有產業家數，卻並未揭露就業人數，故本文僅能取得至 2008 年之統計數據，來描述就業人數之變化。

### （一）營業額與附加價值

---

<sup>5</sup> 2004~2008 年由經濟部工業局負責出版，然至 2009 年之後則委由行政院文化建設委員會負責。

自從我國於 2002 年宣示推動文化創意產業開始，在政策引導及民間業者共同努力之下，逐漸擴大文化創意產業的發展規模。先就絕對金額而言，文化創意產業營業額從 2003 年的 5,031.60 億元新台幣不斷往上攀升至 2007 年的 6,329.40 億元新台幣。但是，2008 年因金融海嘯衝擊，民間消費力道緊縮，而文創產品及服務又並非是民生必要性支出項目，導致該年營業額減少至 5,923.99 億元新台幣，甚且 2009 年更是衰退至 5,150.39 億元新台幣。同一時間，觀察其附加價值，意即產值扣除中間投入的價值創造部分，同樣從 2003 年的 2,666.36 億元新台幣成長到 2007 年的 3,353.82 億元新台幣，再縮減至 2008 年的 3,155.08 億元新台幣及 2009 年的 2,834.16 億元新台幣。再者，由表 1 亦可看出，2009 年無論營業額或附加價值之規模均小於 2004 年水準，顯見文化創意產業受到金融海嘯之影響甚深，也使得產業推展面臨相當嚴峻的考驗。

若進一步計算成長率，如表 1 所示，2003 至 2007 年整體文化創意產業呈現不錯的成長態勢。雖然這段期間每年成長率的波動起伏略為明顯，但除了 2006 年之外，其餘年度無論是營業額或附加價值的成長率均接近或高於當年度的經濟成長率。不過，由於 2008 年下半年所爆發的金融海嘯嚴重影響文化創意產業之發展，以致於 2008 年全年營業額成長率衰退 6.41%，甚且 2009 年更是持續擴大負成長幅度，達-12.59%之多，的確值得政府持續關注文化創意產業的未來發展狀況。

表 1 文化創意產業之營業額與附加價值

單位：億元新台幣、%

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
金額	營業額	5,031.60	5,565.50	5,810.67	5,862.37	6,329.40	5,923.99	5,150.39
	附加價值	2,666.36	2,954.91	3,084.73	3,071.53	3,353.82	3,155.08	2,834.16
成長率	營業額	--	10.61	4.41	0.89	7.97	-6.41	-12.59
	附加價值	--	10.82	4.39	-0.43	9.19	-5.93	-9.42
經濟成長率		3.67	6.19	4.70	5.44	5.98	0.73	-1.93

註：1.附加價值=營業額×(1-中間投入)。

2.表格數據係根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算。

資料來源：經濟部工業局，2006~2008 年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，2009~2010 年臺灣文化創意產業發展年報。

## （二）家數與就業人數<sup>6</sup>

以家數增減變化而言，如表 2 所示，國內文化創意產業的家數從 2003 年的 48,052 家成長至 2005 年的 51,742 家，但從 2006 年之後卻呈現持續減少的趨勢，而且減幅亦有逐年擴大的現象，尤其是近 1、2 年受到金融海嘯影響，使得 2009 年家數相較上年縮減 1.88%（減少 932 家），僅為 48,520 家。

反觀國內文化創意產業的就業人數，則是在國內各大專院校積極成立文化創意產業相關科系，藉以培養相當多的人力供給之下，於 2003 至 2007 年此段時間內每年均維持正成長態勢，從 2003 年的 169,358 人增長至 2007 年的 211,550 人。惟有 2008 年面臨國內外經濟環境之丕變，整體文化創意產業之營業收入規模大幅衰退（如表 1 所示），加上國內文化創意產業之企業規模過小（如下所述），難以承受如此變化，直接導致 2008 年就業人數相較上年縮減 7.75%（減少 16,394 人），為 195,156 人。

續以觀察平均每家企業之就業人數，由於國內從事文化創意產業相關領域之業者大多以個人創業或小型工作室型態為主，因此，造就如表 2 所示，平均每家企業之就業人數大致約為 4 人左右之現象。此外，根據中小企業處之認定標準，員工未滿 5 人之企業即謂小企業，亦是微型企業之意。然而，這也表示國內大多數文化創意產業的企業規模不僅不大，甚至可說是微型企業之型態。

---

<sup>6</sup> 根據 2009 年臺灣文化創意產業發展年報所述，國內文化創意產業就業人數一直缺乏完整的統計資料，例如視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、工藝產業、文化展演設施產業、時尚品牌時尚產業均缺乏相關的統計數字可供參考。不過，依據現有的統計數據仍可概略看出就業人數發展情形。

表 2 文化創意產業之家數與就業人數

單位：家數、人數、%

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
數據	家數	48,052	50,111	51,742	51,667	50,667	49,452	48,520
	就業人數	169,358	185,758	195,684	207,785	211,550	195,156	--
	平均每家企業之人數	3.52	3.71	3.78	4.02	4.18	3.95	--
成長率	家數	--	4.28	3.25	-0.14	-1.94	-2.40	-1.88
	就業人數	--	9.68	5.34	6.18	1.81	-7.75	--
	平均每家企業之人數	--	5.18	2.02	6.34	3.82	-5.48	--

資料來源：經濟部工業局，2006~2008 年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，2009~2010 年臺灣文化創意產業發展年報。本文計算。

以平均每家企業之營業額而論，如表 3 所示，2003~2007 年均有不錯的成長表現，尤其是 2007 年平均每家企業之營業額甚至達到近年來的高點紀錄，為 1,249.21 萬元新台幣（成長 10.10%）。但是，同樣地，近 1、2 年囿於金融海嘯衝擊之影響，導致平均每家企業營業額便反轉向下，2008 年營收規模平均為 1,197.93 萬元新台幣（負成長 4.11%），而且 2009 年亦持續下探至 1,061.50 萬元新台幣，成長減幅擴大為-11.39%。

至於，近年平均每就業人數之營業額大多維持在接近 300 萬元新台幣左右。此外，比較特別的情形是 2008 年平均每就業人數之營業額相較 2007 年不僅成長 1.46%，同時平均每就業人數之營業額為 303.55 萬元新台幣亦是近年來新高，其原因或許是就業人數衰退幅度（2008 年負成長 7.75%）大於營業額減幅（2008 年負成長 6.41%）所致。

表 3 平均每家企業及每就業人數之營業額與附加價值

單位：萬元新台幣、%

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
金額	平均每家企業之營業額	1,047.12	1,110.63	1,123.01	1,134.65	1,249.21	1,197.93	1,061.50
	平均每家企業之附加價值	554.89	589.67	596.18	594.49	661.93	638.01	584.12
	平均每人之營業額	297.10	299.61	296.94	282.14	299.19	303.55	--
	平均每人之附加價值	157.44	159.07	157.64	147.82	158.54	161.67	--
成長率	平均每家企業之營業額	--	6.07	1.11	1.04	10.10	-4.11	-11.39
	平均每家企業之附加價值	--	6.27	1.10	-0.28	11.35	-3.61	-8.45
	平均每人之營業額	--	0.85	-0.89	-4.99	6.04	1.46	--
	平均每人之附加價值	--	1.04	-0.90	-6.23	7.25	1.98	--

資料來源：經濟部工業局，2006~2008 年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，

### (三) 資本結構及經營年數

從資本規模結構(如表 4)，可看出一個產業發展規模的態勢如何。以 2009 年為例，資本額在 1,000 萬元新台幣以下的企業家數多達 46,356 家，佔整體文化創意產業家數之比重高達 95.85%。其中，佔比最高的資本額級距是 10 萬元~100 萬元的企業規模，其比重多達 40.48% (19,580 家)；其次是未滿 10 萬元的企業規模(比重為 32.45%，15,692 家)及 100 萬元~500 萬元的企業規模(比重為 15.76%，7,620 家)。至於，資本額 1 億元新台幣以上的大公司則有 303 家，佔整體文化創意產業家數之比重僅為 0.63%。

再者，從經營年數觀之(如表 5)，以 2009 年為例，以經營年數為 5 年以下的新創事業之家數最多 15,997 家，佔比為 33.08%，其次依序是經營年數 5~10 年的企業(比重為 27.04%，13,076 家)，經營年數 10~20 年的企業(比重為 26.20%，12,671 家)。而經營年數達 20 年以上的企業家數則有 6,620 家，佔比為 13.69%。

由資本結構及經營年數可以概略釐清國內文化創意產業之產業特性。首先，雖然一般企業的資本形式多以土地、廠房、機器設備為主，但是，文化創意產業係以「發揮創造力，提供創意」之無形資本為主要利潤創造來源，故大多數文化創意企業並不需要大規模之實體資本。諸如廣告設計、建築設計、視覺藝術...等等產業均是以創意發想及提供為主要工作內容，至於，實體成品之製作則多採委外模式。因此，許多文化創意企業之商業登記類別為工作室或行號，相對而言，其資本額規模亦較小。

其次，國內文化創意企業之經營年數係以 5 年以下的新創事業之家數為最多，顯示台灣文化創意產業之發展歷程相較其他產業(如製造業、傳統產業)仍屬起步萌芽階段。然而，這也意味著該產業從人事、產銷到資金等各經營層面仍存有許多不確定性的發展因子有待解決。

表 4 文化創意產業之資本結構

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
家數 (家)	合計	47,922	50,058	51,671	51,572	50,552	49,325	48,364
	未滿 10 萬元	15,143	15,279	15,501	15,041	14,365	16,259	15,692
	0.1~1 百萬元	13,458	14,629	15,674	15,968	16,169	13,354	19,580
	1~5 百萬元	10,778	11,468	11,843	12,014	11,802	11,624	7,620
	5~10 百萬元	5,570	5,593	5,536	5,400	5,088	5,031	3,464
	1~2 千萬元	1,595	1,665	1,667	1,691	1,626	1,607	814
	2~3 千萬元	541	561	564	564	561	566	412
	3~4 千萬元	160	162	171	182	171	172	87
	4~5 千萬元	43	47	51	49	51	49	178
	5~6 千萬元	133	147	150	148	159	164	74
	6~8 千萬元	86	90	91	96	98	92	64
	0.8~1 億元	47	50	52	53	54	56	76
	1~2 億元	154	148	145	146	137	128	106
	2 億元以上	214	219	226	220	271	223	197
比重 (%)	合計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	未滿 10 萬元	31.60	30.52	30.00	29.17	28.42	32.96	32.45
	0.1~1 百萬元	28.08	29.22	30.33	30.96	31.98	27.07	40.48
	1~5 百萬元	22.49	22.91	22.92	23.30	23.35	23.57	15.76
	5~10 百萬元	11.62	11.17	10.71	10.47	10.06	10.20	7.16
	1~2 千萬元	3.33	3.33	3.23	3.28	3.22	3.26	1.68
	2~3 千萬元	1.13	1.12	1.09	1.09	1.11	1.15	0.85
	3~4 千萬元	0.33	0.32	0.33	0.35	0.34	0.35	0.18
	4~5 千萬元	0.09	0.09	0.10	0.10	0.10	0.10	0.37
	5~6 千萬元	0.28	0.29	0.29	0.29	0.31	0.33	0.15
	6~8 千萬元	0.18	0.18	0.18	0.19	0.19	0.19	0.13
	0.8~1 億元	0.10	0.10	0.10	0.10	0.11	0.11	0.16
	1~2 億元	0.32	0.30	0.28	0.28	0.27	0.26	0.22
	2 億元以上	0.45	0.44	0.44	0.43	0.54	0.45	0.41

註：1.表格數據未包括設計品牌時尚產業、創意生活產業。

2.表格數據係根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算。

資料來源：經濟部工業局，2006~2008 年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，2009~2010 年臺灣文化創意產業發展年報。本文計算。

表 5 文化創意產業之經營年數

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
家數 (家)	合計	47,922	50,058	51,671	51,572	50,552	49,323	48,364
	1 年以下	5,615	5,896	5,414	4,362	3,817	3,234	3,415
	1~2 年	5,518	5,664	5,819	5,242	4,230	3,714	3,104
	2~3 年	4,775	4,728	4,866	4,951	4,300	3,600	3,168

	3~4 年	3,806	4,135	4,215	4,231	4,215	3,660	3,143
	4~5 年	3,051	3,359	3,655	3,713	3,666	3,691	3,167
	5~10 年	11,298	11,607	12,037	12,429	12,718	12,829	13,076
	10~20 年	8,775	9,328	10,040	10,807	11,499	12,204	12,671
	20 年以上	5,084	5,341	5,625	5,837	6,107	6,391	6,620
比重 (%)	合計	--	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	1 年以下	--	11.78	10.48	8.46	7.55	6.56	7.06
	1~2 年	--	11.31	11.26	10.16	8.37	7.53	6.42
	2~3 年	--	9.45	9.42	9.60	8.51	7.30	6.55
	3~4 年	--	8.26	8.16	8.20	8.34	7.42	6.50
	4~5 年	--	6.71	7.07	7.20	7.25	7.48	6.55
	5~10 年	--	23.19	23.30	24.10	25.16	26.01	27.04
	10~20 年	--	18.63	19.43	20.96	22.75	24.74	26.20
	20 年以上	--	10.67	10.89	11.32	12.08	12.96	13.69

註：1.表格數據未包括設計品牌時尚產業、創意生活產業。

2.表格數據係根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算。

資料來源：經濟部工業局，2006~2008 年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，2009~2010 年臺灣文化創意產業發展年報。本文計算。

#### (四) 空間分佈結構

就空間分佈結構言之（如表 6、附表 2~3），大致可分成三個族群。首先是囊括 5 成以上文化創意產業的北部地區，其次是發展程度相當的中部與南部地區，最後是發展規模相對較低的東部和金馬地區。

先論述北部地區，其營業額從 2003 年 3,953.63 億元新台幣成長至 2008 年 4,672.13 億元新台幣，其比重亦從 2003 年的 80.22%提高至 2008 年的 82.05%；至於家數也從 2003 年的 25,654 家（比重為 53.53%）增加至 2008 年的 27,094 家（比重為 54.93%）。其中又以台北市為主要發展縣市，以 2008 年為例，全國文化創意產業之營業額有高達 60.34%發生在台北市、有 28.68%的家數比重集中在台北市，其次則是新北市（營業額比重為 11.33%、家數比重為 14.85%）。

中部與南部地區發展規模相似，但近年營業額佔全國比重均有減少情形。如中部地區從 2003 年 439.88 億元新台幣成長至 2008 年 472.14 億元新台幣，比重則是從 2003 年的 8.93%縮減至 2008 年的 8.29%；南部地

區從 2003 年 501.69 億元新台幣增加至 2008 年 508.18 億元新台幣，比重亦從 2003 年的 10.18% 縮減至 2008 年的 8.92%。在家數變化情形部分，中部地區從 2003 年 9,207 家增至 2008 年 9,659 家，比重亦從 2003 年 19.21% 微增至 2008 年 19.58%；南部地區則是從 2003 年 11,715 家減少至 2008 年 11,161 家，比重相對從 2003 年 24.45% 縮減至 2008 年 22.63%。

至於，東部和金馬地區之發展規模則與其他區域相差甚遠。以 2008 年營業額而言，東部地區僅有 37.18 億元新台幣，金馬地區更是只有 4.36 億元新台幣，佔全國營業額比重分別為 0.65%、0.08%。其家數亦然，東部地區有 1,209 家（比重為 2.45%）、金馬地區有 202 家（比重為 0.41%）。

若進一步觀察各縣市的文化創意產業發展態勢，以 2008 年為例，高達 60.34% 的營業額比重集中在台北市，其次是新北市（比重為 11.33%），反倒是其他縣市營業額比重幾乎都在 5% 以下。在家數比重方面，台北市仍舊是我國文化創意產業家數最多的縣市，共有 14,148 家（比重為 28.68%），其次是新北市（比重為 14.85%）、台中市（比重為 11.10%）及高雄市（比重為 10.22%）。

由此可知，北部地區之發展規模與其他區域相差懸殊，不僅有八成的營業額比重產生於北部地區、有接近 5 成 5 的家數集中在北部地區，其中更是明顯集中在台北市及新北市，顯示文化創意產業過度集中在某一區域，而有一極化現象。縱使政府政策並不刻意發展北部地區，但大部分資源卻有意無意地偏傾於台北市及新北市，進而造就這些城市文化創意產業的興盛發展。如以長期角度論之，則是相當不利於我國文化創意產業之推展。

但是，如反向思考，其實也表示其他縣市仍然具有相當大的開發空間，像是擁有諸多古蹟文化的府城古都台南、原住民文化濃厚的花東地區、充滿戰地風情的金門馬祖…等等城市，均具有豐富的歷史資源及人文文化等打造文文創意城市之重要條件。然而，這也隱含政府在文化創意相關推動政策的擬定及執行上，必須進一步考量文化創意產業之發展無論在城鄉差異或者南北差異皆是非常明顯的現實層面；因此，除了重



新檢討相關推動政策之外，亦需同時提高這些城市的資源配比，方能有效全面推展文化創意產業之發展。

表 6 文化創意產業之空間分佈結構

	營業額 (億元新台幣)						家數 (家)					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
合計	4,928.50	5,451.59	5,620.48	5,670.28	6,100.40	5,693.99	47,922	50,058	51,671	51,572	50,552	49,325
北部地區	3,953.63	4,398.42	4,522.93	4,595.92	4,890.23	4,672.13	25,654	26,756	27,654	27,694	27,313	27,094
臺北市	3,027.78	3,315.33	3,345.18	3,359.79	3,572.64	3,435.94	13,981	14,281	14,503	14,511	14,346	14,148
新北市	577.24	633.18	700.18	687.89	689.18	645.12	6,676	7,166	7,511	7,500	7,363	7,325
基隆市	22.52	21.91	25.45	25.20	32.05	24.57	627	647	655	640	631	612
新竹市	81.30	115.57	110.96	120.03	122.10	102.12	808	828	866	874	848	836
宜蘭縣	24.60	27.57	25.87	26.23	24.14	28.47	802	831	872	885	872	880
桃園縣	165.97	200.20	214.50	238.78	245.10	221.95	2,274	2,444	2,629	2,620	2,593	2,623
新竹縣	54.22	84.67	100.80	138.01	205.01	213.97	486	559	618	664	660	670
中部地區	439.88	474.43	511.64	498.46	543.42	472.14	9,207	9,665	10,061	10,214	10,032	9,659
臺中市	291.52	321.93	354.67	346.53	379.26	333.26	5,057	5,265	5,512	5,652	5,598	5,477
苗栗縣	30.54	32.20	33.26	32.77	37.37	32.30	847	880	915	919	942	900
彰化縣	51.54	47.59	50.26	50.95	58.52	49.14	1,545	1,621	1,683	1,724	1,696	1,590
南投縣	22.44	25.64	24.82	21.76	21.47	20.02	763	825	874	895	841	785
雲林縣	43.83	47.09	48.64	46.44	46.79	37.42	995	1,074	1,077	1,024	955	907
南部地區	501.69	538.35	544.83	537.05	621.61	508.18	11,715	12,178	12,471	12,212	11,717	11,161
高雄市	278.20	304.98	300.38	292.93	354.40	282.07	5,512	5,744	5,813	5,560	5,307	5,043
臺南市	146.27	149.22	157.68	153.97	164.82	139.61	3,456	3,546	3,621	3,604	3,438	3,280
嘉義市	22.46	26.44	26.24	29.19	32.00	27.71	654	694	753	780	730	694
嘉義縣	13.42	13.17	15.14	14.10	13.41	14.03	413	433	429	429	428	408
屏東縣	36.58	38.97	38.96	41.57	50.49	39.95	1,451	1,516	1,607	1,596	1,572	1,500
澎湖縣	4.77	5.56	6.41	5.29	6.48	4.81	229	245	248	243	242	236
東部地區	30.27	35.56	36.42	35.22	40.99	37.18	1,223	1,322	1,351	1,314	1,280	1,209
花蓮縣	22.13	25.61	26.61	25.73	29.63	25.72	799	867	897	870	846	812
臺東縣	8.14	9.95	9.82	9.49	11.36	11.47	424	455	454	444	434	397
金馬地區	3.03	4.82	4.66	3.64	4.14	4.36	123	137	134	138	210	202
金門縣	3.03	4.82	4.66	3.64	3.32	3.50	123	137	134	138	138	135
連江縣	--	--	--	--	0.82	0.86	--	--	--	--	72	67

註：1.表格數據未包括設計品牌時尚產業、創意生活產業。

2.表格數據係根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算。

資料來源：經濟部工業局，2006~2008年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，2009年臺灣文化創意產業發展年報。本文計算。

### 三、細產業發展概況

在文化創意產業之各項細項產業發展情形，基於篇幅限制，故本文僅以營業額、企業家數與就業人數等較為重要統計資料論述之；同時，亦從中針對較為重要之變化及發現，嘗試進行說明與解釋。

## （一）營業額

細觀文化創意產業之各項細項產業發展情形，先就 2009 年營業額規模而言，以廣告產業的 1,105.73 億元新台幣居冠，占整體文化創意產業之比重為 20.84%，其次是廣播電視產業（986.19 億元，19.15%），再者依序是建築設計產業（731.10 億元，14.41%）、工藝產業（628.45 億元，12.20%）、出版產業（615.35 億元，11.95%）、設計產業（571.77 億元，11.10%）、數位休閒娛樂產業（218.81 億元，4.25%）、電影產業（138.55 億元，2.69%）、音樂及表演藝術產業（95.33 億元，1.85%）、視覺藝術產業（38.02 億元，0.76%）以及文化展演設施產業（20.15 億元，0.39%）。

進一步觀察近年各細項產業之比重消長態勢（如表 7），比重有所增長之細產業有音樂及表演藝術產業（2003 年 0.79%，2009 年 1.85%）、文化展演設施產業（2003 年 0.15%，2009 年 0.39%）、電影產業（2003 年 2.47%，2009 年 2.69%）、建築設計產業（2003 年 13.04%，2009 年 14.20%）、設計產業（2003 年 7.22%，2009 年 11.10%）、數位休閒娛樂產業（2003 年 3.74%，2009 年 4.25%）及創意生活產業（2003 年 2.01%，2008 年 3.88%）。至於，比重降低的有視覺藝術產業（2003 年 1.09%，2009 年 0.76%）、工藝產業（2003 年 12.63%，2009 年 12.20%）、廣播電視產業（2003 年 19.21%，2009 年 19.15%）、出版產業（2003 年 13.28%，2009 年 11.95%）及廣告產業（2003 年 24.38%，2009 年 21.47%）。值得注意的是雖近年來國片逐漸引起民眾注意，且獲得熱烈迴響，但是從統計數據來看，電影產業不僅營業額規模相對其他細項產業較小，且占整體文化創意產業之比重也僅有 2.69%（2009 年）。歸咎其因，或許在於盜版、網路非法下載等情形仍舊存在相當程度的威脅所致。

續以論述營業額成長率，以 2009 年而言，多數文化創產業皆面臨環境極大的挑戰。呈現正成長的細項產業僅有數位休閒娛樂產業、文化展演設施產業以及音樂與表演藝術產業等 3 項細產業的營業額出現正成長，而增幅最大的細產業即是數位休閒娛樂產業（24.10%），其主要原因或許在於金融海嘯期間，宅經濟當道，導致數位休閒娛樂產業成為 2009

年台灣文化創意產業中營收表現一枝獨秀的細產業。其次為文化展演設施產業（4.69%）及音樂及表演藝術產業（1.89%），然這2項細產業之發展有相互連動之關係，畢竟音樂及表演藝術需要舞台、燈光、音響等設備，而這些設備的提供者便是文化展演設施產業。

至於，其他細產業則是均呈現衰退的狀態，其中以視覺藝術產業衰退幅度最大，達-20.24%之多，其次是設計產業（-19.72%）、工藝產業（-16.75%）、建築設計產業（-14.36%）、廣告產業（-10.45%）、出版展業（-7.16%）、廣播電視產業（-1.26%）以及電影產業（-0.21%）。

然而，若與金融海嘯之前後年度（即2007~2009年）成長率相較，如表7所示，2007年呈現出高度成長的設計產業（38.42%）、廣播電視產業（29.04%）、音樂及表演藝術產業（22.65%）及創意生活產業（19.21%）等四項細項產業，除了音樂及表演藝術產業雖受到網路非法下載，以致於以往動輒數十萬乃至上百萬張專輯銷售額已不復見，但透過演唱會及其周邊商品之販售，仍可相當程度地填補其銷售空缺，故2008、2009年仍能維持正向成長之外，其餘細項產業在2009年的成長率表現均較2007年減少許多，甚至出現負成長，尤其是設計產業受到金融海嘯衝擊之後，2008、2009年營業額之成長率分別為-7.61%、-19.72%。其主因除了由於金融海嘯促使業主為節省營運成本支出而縮減相關設計費用，進而導致設計產業之訂單減少之外，設計產業的進入門檻亦相對較低、企業規模也相對較小，只要對設計充滿憧憬，僅用一台電腦便可創立個人工作室，因此，更容易受到經濟不景氣衝擊而歇業，進而影響整體設計產業之營業額表現。

至於，廣播電視產業減幅雖有明顯縮小（2008年為-23.62%、2009年為-1.26%），但廣播廣告製作費用卻從2008年的9.06億元新台幣衰退到2009年的5.87億元新台幣，衰退幅度高達35.21%；且錄影帶節目製作費用亦從2008年的141.04億元新台幣下降到2009年的93.04億元新台幣，同樣大幅減少34.03%，均嚴重影響到未來廣播電視產業之發展。無怪乎許多電視人近期針對台灣演藝節目製作費縮減狀況及衍生之節目

製作生態提出不少評論，政府亦需持續關注該細產業之發展。

此外，營收規模佔整體文化創意產業居冠的廣告產業已是從 2007～2009 年連續 3 年出現負成長，且減幅均不算小（2007 年為-7.92%、2008 年為-5.31%、2009 年為-10.45%），同樣值得政府注意。雖然此段期間廣告業者的家數增長態勢相當不錯（如表 8 所示），但在市場需求有限之下，削價競爭的紅海策略便浮現於檯面上，再加上金融海嘯後，各大企業均盡可能地壓低人事成本、行銷成本，亦連帶影響廣告業者的營收表現。因此，顯示廣告產業相當容易受到經濟不景氣之衝擊。

表 7 文化創意產業各項細產業之營業額

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
營業額 (億元新台幣)	合計	5,031.60	5,565.50	5,810.67	5,862.37	6,329.40	5,923.99	5,150.39
	視覺藝術產業	55.00	52.81	52.88	48.18	48.52	48.80	38.92
	音樂與表演藝術產業	39.89	56.09	66.16	67.01	82.18	93.56	95.33
	工藝產業	635.36	667.80	674.68	675.38	717.35	754.93	628.45
	文化展演設施產業	7.57	20.69	26.96	20.31	18.93	19.25	20.15
	電影產業	124.08	131.23	130.79	140.51	138.29	138.84	138.55
	廣播電視產業	966.65	970.45	1,009.32	1,013.39	1,307.72	998.78	986.19
	出版產業	668.14	729.16	715.84	655.52	681.61	662.83	615.39
	建築設計產業	656.21	737.21	812.38	828.83	833.94	853.71	731.10
	廣告產業	1,226.57	1,404.04	1,411.25	1,416.12	1,303.93	1,234.72	1,105.73
	設計產業	363.10	482.36	502.57	556.94	770.91	712.26	571.77
	數位休閒娛樂產業	187.99	199.75	217.65	248.09	197.02	176.32	218.81
	設計品牌時尚產業	—	—	—	—	—	—	—
創意生活產業	101.04	113.91	190.20	192.09	229.00	230.00	—	
比重 (%)	合計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	視覺藝術產業	1.09	0.95	0.91	0.82	0.77	0.82	0.76
	音樂與表演藝術產業	0.79	1.01	1.14	1.14	1.30	1.58	1.85
	工藝產業	12.63	12.00	11.61	11.52	11.33	12.74	12.20
	文化展演設施產業	0.15	0.37	0.46	0.35	0.30	0.32	0.39
	電影產業	2.47	2.36	2.25	2.40	2.18	2.34	2.69
	廣播電視產業	19.21	17.44	17.37	17.29	20.66	16.86	19.15
	出版產業	13.28	13.10	12.32	11.18	10.77	11.19	11.95
	建築設計產業	13.04	13.25	13.98	14.14	13.18	14.41	14.20
	廣告產業	24.38	25.23	24.29	24.16	20.60	20.84	21.47
	設計產業	7.22	8.67	8.65	9.50	12.18	12.02	11.10
	數位休閒娛樂產業	3.74	3.59	3.75	4.23	3.11	2.98	4.25

	設計品牌時尚產業	—	—	—	—	—	—	—
	創意生活產業	2.01	2.05	3.27	3.28	3.62	3.88	—
成長率 (%)	合計	—	10.61	4.41	0.89	7.97	-6.41	-12.59
	視覺藝術產業	—	-3.98	0.13	-8.89	0.71	0.58	-20.24
	音樂與表演藝術產業	—	40.61	17.96	1.28	22.65	13.84	1.89
	工藝產業	—	5.11	1.03	0.10	6.21	5.24	-16.75
	文化展演設施產業	—	173.40	30.31	-24.66	-6.84	1.71	4.69
	電影產業	—	5.76	-0.34	7.43	-1.58	0.39	-0.21
	廣播電視產業	—	0.39	4.01	0.40	29.04	-23.62	-1.26
	出版產業	—	9.13	-1.83	-8.43	3.98	-2.76	-7.16
	建築設計產業	—	12.34	10.20	2.03	0.62	2.37	-14.36
	廣告產業	—	14.47	0.51	0.34	-7.92	-5.31	-10.45
	設計產業	—	32.84	4.19	10.82	38.42	-7.61	-19.72
	數位休閒娛樂產業	—	6.25	8.96	13.99	-20.58	-10.51	24.10
	設計品牌時尚產業	—	—	—	—	—	—	—
	創意生活產業	—	12.74	66.97	1.00	19.21	0.44	—

註：1. “—”表示無法自財稅中心處取得資料。

2. 表格數據係根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算。

資料來源：經濟部工業局，2006~2008年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，2009~2010年臺灣文化創意產業發展年報。

## (二) 家數與就業人數

各項細項產業的家數方面，近年來變化幅度不大，如表 8 所示。故僅就 2008 年為例，以廣告產業的 12,443 家居冠，占整體文化創意產業之比重為 25.65%，其次是工藝產業(9,924 家，20.45%)、建築設計產業(7,203 家，14.85%)、數位休閒娛樂產業(5,733 家，11.82%)、出版產業(3,646 家，7.68%)、視覺藝術產業(2,698 家，5.56%)、設計產業(2,634 家，5.43%)、音樂與表演藝術產業(1,618 家，3.33%)、廣播電視產業(1,556 家，3.21%)、電影產業(631 家，1.30%)以及文化展演設施產業(356 家，0.73%)。

如以家數成長率而言，2004~2009 年每年均呈現穩定的正成長現象的細項產業有音樂及表演藝術產業、文化展演設施產業、設計產業及創意生活產業，其中又以音樂及表演藝術產業、創意生活產業展現高度成長態勢。至於，其他細項產業則是負成長次數多於正成長次數，尤其是視覺藝術產業(2004~2009 年均為負成長)和廣播電視產業(2004~2008

年均為負成長，2009 年方轉為正成長 1.63%)。

在各項細項產業的就業人數方面（如表 9），由於缺乏完整的統計資料，故暫以既有統計資料進行論述。由前文內容可知，國內文化創意產業的就業人數從 2003 年的 169,358 人開始便是每年持續增加，故進一步觀察表 11 所示，整體而言，各項細項產業就業成長率以正成長居多，故大多能創造許多的就業機會。然而，直到 2008 年因金融海嘯之故，整體文化創意產業之就業人數才較 2007 年減少 16,394 人，為 195,156 人。如以各項細項產業之就業表現論之，僅設計產業及創意生活產業仍有所成長，分別為 4.57%、11.17%，其餘細項產業的就業人數均呈現減少現象，其中以廣告產業的衰退幅度最大，達 12.16%，其次是數位休閒娛樂產業（11.45%）、出版產業（9.96%）。

表 8 文化創意產業各項細產業之家數

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
家數	合計	48,052	50,111	51,742	51,667	50,667	49,452	48,520
	視覺藝術產業	3,255	3,121	3,086	2,972	2,888	2,783	2,698
	音樂與表演藝術產業	738	872	1,019	1,169	1,354	1,487	1,618
	工藝產業	10,614	10,676	10,892	10,714	10,437	10,086	9,924
	文化展演設施產業	205	240	273	316	339	345	356
	電影產業	696	659	648	620	602	609	631
	廣播電視產業	1,789	1,762	1,743	1,702	1,609	1,531	1,556
	出版產業	3,190	3,386	3,581	3,637	3,707	3,688	3,724
	建築設計產業	7,548	8,294	8,249	7,969	7,699	7,439	7,203
	廣告產業	10,587	11,175	11,766	12,221	12,303	12,449	12,443
	設計產業	1,826	1,925	2,096	2,239	2,362	2,470	2,634
	數位休閒娛樂產業	7,576	7,948	8,315	8,013	7,252	6,438	5,733
	設計品牌時尚產業	—	—	—	—	—	—	—
創意生活產業	28	53	74	95	115	127	—	
比重 (%)	合計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	視覺藝術產業	6.77	6.23	5.96	5.75	5.70	5.63	5.56
	音樂與表演藝術產業	1.54	1.74	1.97	2.26	2.67	3.01	3.33
	工藝產業	22.09	21.30	21.05	20.74	20.60	20.40	20.45
	文化展演設施產業	0.43	0.48	0.53	0.61	0.67	0.70	0.73
	電影產業	1.45	1.32	1.25	1.20	1.19	1.23	1.30
	廣播電視產業	3.72	3.52	3.37	3.29	3.18	3.10	3.21
	出版產業	6.64	6.76	6.92	7.04	7.32	7.46	7.68

	建築設計產業	15.71	16.55	15.94	15.42	15.20	15.04	14.85
	廣告產業	22.03	22.30	22.74	23.65	24.28	25.17	25.65
	設計產業	3.80	3.84	4.05	4.33	4.66	4.99	5.43
	數位休閒娛樂產業	15.77	15.86	16.07	15.51	14.31	13.02	11.82
	設計品牌時尚產業	—	—	—	—	—	—	—
	創意生活產業	0.06	0.11	0.14	0.18	0.23	0.26	—
成長率 (%)	合計	—	4.28	3.25	-0.14	-1.94	-2.40	-1.88
	視覺藝術產業	—	-4.12	-1.12	-3.69	-2.83	-3.64	-3.05
	音樂與表演藝術產業	—	18.16	16.86	14.72	15.83	9.82	8.81
	工藝產業	—	0.58	2.02	-1.63	-2.59	-3.36	-1.61
	文化展演設施產業	—	17.07	13.75	15.75	7.28	1.77	3.19
	電影產業	—	-5.32	-1.67	-4.32	-2.90	1.16	3.61
	廣播電視產業	—	-1.51	-1.08	-2.35	-5.46	-4.85	1.63
	出版產業	—	6.14	5.76	1.56	1.92	-0.51	-1.14
	建築設計產業	—	9.88	-0.54	-3.39	-3.39	-3.38	-3.17
	廣告產業	—	5.55	5.29	3.87	0.67	1.19	-0.05
	設計產業	—	5.42	8.88	6.82	5.49	4.57	6.64
	數位休閒娛樂產業	—	4.91	4.62	-3.63	-9.50	-11.22	-10.75
	設計品牌時尚產業	—	—	—	—	—	—	—
	創意生活產業	—	89.29	39.62	28.38	21.05	10.43	—

註：1. “—”表示無法自財稅中心處取得資料。

2. 表格數據係根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算。

資料來源：經濟部工業局，2006~2008年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，2009~2010年臺灣文化創意產業發展年報。

表 9 文化創意產業各項細產業之就業人數

		2003	2004	2005	2006	2007	2008
就業 人數	合計	169,358	185,758	195,684	207,785	211,550	195,156
	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	4,815	5,867	4,694	4,112	37,976	34,396
	廣播電視產業	30,498	31,834	30,669	32,464		
	出版產業	40,009	39,005	40,554	44,431	45,207	40,706
	建築設計產業	11,185	13,520	14,246	15,005	14,467	13,978
	廣告產業	40,192	42,162	46,158	49,259	52,447	46,071
	設計產業	13,506	17,159	19,939	23,184	24,178	25,284
	數位休閒娛樂產業	27,238	32,622	34,128	32,889	29,700	26,300
	設計品牌時尚產業	—	—	—	—	—	—
	創意生活產業	1,915	3,589	5,296	6,441	7,575	8,421
合計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

	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	2.84	3.16	2.40	1.98	17.95	17.62
	廣播電視產業	18.01	17.14	15.67	15.62		
	出版產業	23.62	21.00	20.72	21.38	21.37	20.86
	建築設計產業	6.60	7.28	7.28	7.22	6.84	7.16
	廣告產業	23.73	22.70	23.59	23.71	24.79	23.61
	設計產業	7.97	9.24	10.19	11.16	11.43	12.96
	數位休閒娛樂產業	16.08	17.56	17.44	15.83	14.04	13.48
	設計品牌時尚產業	—	—	—	—	—	—
	創意生活產業	1.13	1.93	2.71	3.10	3.58	4.32
成長率 (%)	合計	—	9.68	5.34	6.18	1.81	-7.75
	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	—	21.85	-19.99	-12.40	3.83	-9.43
	廣播電視產業	—	4.38	-3.66	5.85		
	出版產業	—	-2.51	3.97	9.56	1.75	-9.96
	建築設計產業	—	20.88	5.37	5.33	-3.59	-3.38
	廣告產業	—	4.90	9.48	6.72	6.47	-12.16
	設計產業	—	27.05	16.20	16.27	4.29	4.57
	數位休閒娛樂產業	—	19.77	4.62	-3.63	-9.70	-11.45
	設計品牌時尚產業	—	—	—	—	—	—
	創意生活產業	—	87.42	47.56	21.62	17.61	11.17

註：1. “—” 表示無法得資料數據資料。

2. 就業人數的資料來源如下：電影、廣播電視、出版與廣告等 4 產業為行政院主計處「2005 年人力資源調查統計」、建築設計產業及設計產業為行政院勞工委員會「臺灣地區職類別薪資調查」、數位休閒娛樂產業則由經濟部工業局數位內容推動辦公室提供。

資料來源：經濟部工業局，2006~2008 年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，2009 年臺灣文化創意產業發展年報。

#### 四、現行政策與相關法令

我國自從 2002 年將文化創意產業列為「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之一開始，文建會即針對其所主管之視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、文化展演設施產業及工藝產業等文創產業範疇，提出文創產業第一期發展計畫（2003~2007 年），主要著重文化創意源頭之耕耘，進行



「培基固本」的文化藝術觀念強化，以推動藝術美學的扎根與觀念推廣，豐富台灣文化創意產業的文化藝術內涵。

為延續推動之能量及擴大執行效益，文建會於 2008 年推動文創產業第二期發展計畫（2008～2011 年）。其計畫內容主要聚焦藝文產業的扶植與創新育成，將台灣菸酒公司減資繳回國家之台北、台中、嘉義、花蓮等酒廠舊址及台南倉庫群等五個閒置空間規劃為「創意文化園區」，並針對此五大創意文化園區進行設施整建及引入民間參與機制。同時，以工藝作為旗艦產業，期望促成文化資本的加值和累積，進行文化消費市場的開拓，以提昇台灣整體的文化創意產業競爭力。

2009 年政府召開「當前總體經濟情勢及因應對策會議」，並強調文化創意是當前重要的六大關鍵新興產業之一。為建立跨部會、跨領域之整合平台，於同年 3 月成立「行政院文化創意產業推動小組」，由文建會擔任小組幕僚單位，統整各方建議，研擬「創意臺灣-文化創意產業發展方案」。該方案執行期程為 2009～2013 年，針對台灣當前發展文化創意產業之優勢、潛力、困境及產業需求，提出推動策略，以期達到打造台灣成為亞太文化創意產業匯流中心之願景。五年總經費約新台幣 262 億元，由文建會、新聞局及經濟部循中長程個案計畫相關程序編列，其效益預計至 2013 年將會提升家庭娛樂教育及文化服務支出比率至 15%，六大旗艦產業營業額突破 1 兆元新台幣，累計創造六萬七千個就業機會，培養約一萬人次之專業及中介人才。

然「創意臺灣-文化創意產業發展方案」推動策略可分為「環境整備」及「旗艦計畫」等兩大主軸，茲分述如下（2010 年臺灣文化創意產業發展年報，行政院文化建設委員會）：

#### （一）環境整備

對於文化創意產業面臨的共通性問題，其因應策略著重於健全文化創意產業發展面向，並以「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」及「產業集聚效應」5 項計

畫具體措施進行。希望建構文創產業的友善發展環境，使其獲得輔導及成長，且進一步培養成為明日之旗艦產業，簡述如下：

### 1.多元資金挹注

- (1) 以補助方式協助文化創意產業化。例如文建會已於 99 年 9 月 24 日令頒「行政院文化建設委員會文創產業創業圓夢計畫補助作業要點」，透過競爭機制，提供有意創業的個人適當補助。
- (2) 建立文創融資與投資機制。例如文建會協調行政院國發基金通過「加強投資文化創意產業實施方案」，匡列 100 億元新台幣。由文建會加強投資文創事業，並搭配原有行政院國發基金及經濟部中小企業處投資文創產業之相關計畫。又如在文建會積極促成下，國內多位知名企業家如正崴集團董事長郭台強、聯電集團榮譽副董事長宣明智、實聯集團董事長暨學學文創志業創辦人林伯實及徐莉玲伉儷等，均已成立文創創投基金積極培育文創產業，希冀帶動民間資金投入文創產業，促成整體文創產業之成長與發展。

### 2.產業研發及輔導

- (1) 諮詢輔導與制度建立。文建會於民國 99 年 4 月成立「文化創意產業專案辦公室」，目的在整合產官學研文創產業相關資源（包括橫向連結文創產業其他相關推動辦公室）。
- (2) 對內作為文創產業推動之專責單位，負責政策幕僚作業、相關計畫統籌，以及成果彙整；對外則為文創產業之「單一諮詢輔導服務窗口」，以整合性的政府相關部會計畫資源，提供業者諮詢輔導與資源轉介、媒合等服務，設置專線電話、專屬電子郵件信箱、「文化創意產業推動服務網」諮詢管道。

### 3.市場流通及拓展

- (1) 打造臺灣文化創意品牌。文建會舉辦諸如 2010 臺灣國際文化創意產業博覽會、2010 ART TAIPEI 臺北國際藝術博覽會等等會展，希望藉此為台灣文化創意產業打開「行銷」及「通路」之門戶。
- (2) 「建置音樂創作與行銷平臺」計畫。本計畫主要工作分為創作、實踐、出版與行銷，鼓勵原創作品的對象從本國知名作曲家、中生代作曲家乃至青少年作曲家，涵蓋各世代的創作者，以期更廣大帶動音樂原創作品之活力。

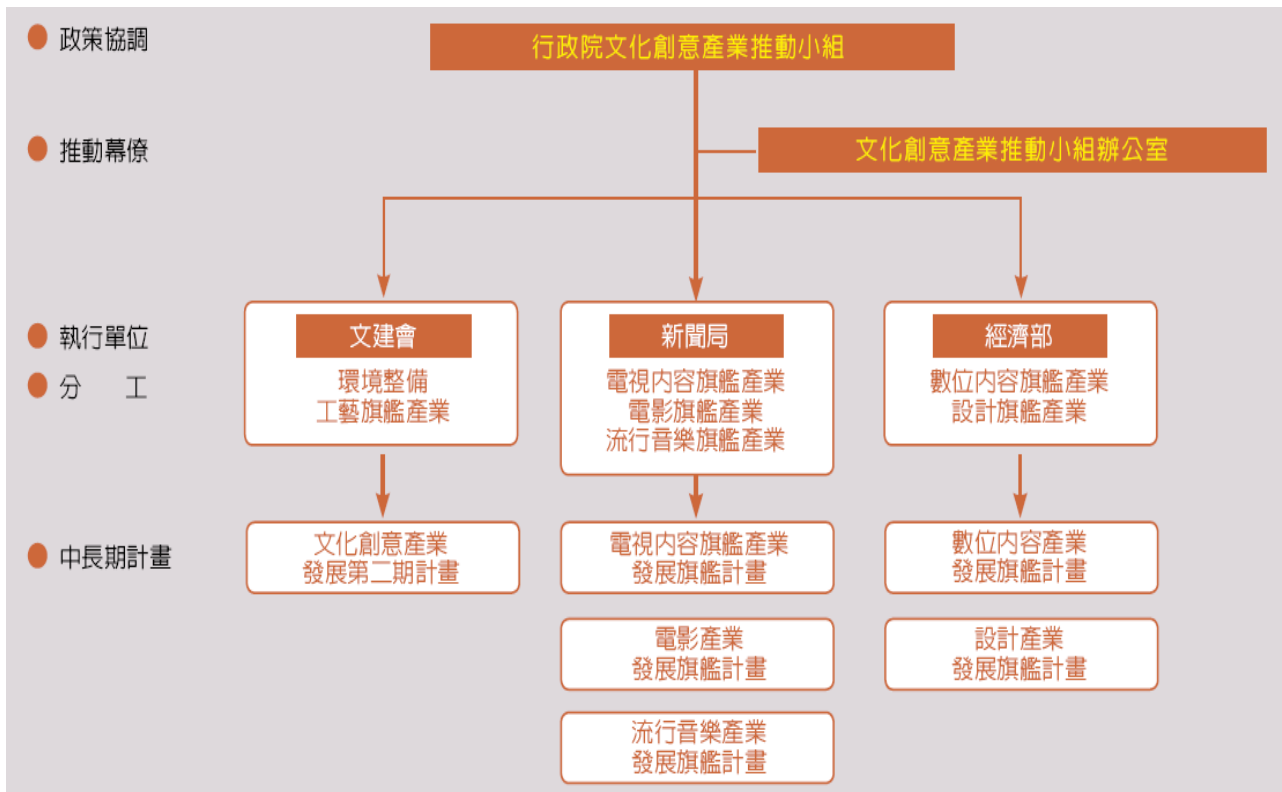
#### 4. 產業集聚效應

- (1) 在華山、台中、花蓮、嘉義、台南等 5 大文化創意產業園區辦理多場次之活動，藉以發揮產業集聚效應。
- (2) 打造故宮成為全球文化創意產業應用重鎮，並透過辦理文化創意相關之各項研討會、座談會、博覽會等，來培育文化創意人才及吸引參觀人數。

#### (二) 旗艦產業

從現有產業範疇中，篩選發展較成熟、具產值潛力、產業關聯效益大的業別，包括電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業，針對其發展特性及需求給予重點推動，使其在現有基礎上強化，藉以發揮領頭羊效益，帶動其他產業。分工的部分則由文建會負責「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。

圖 1 創意臺灣－文化創意產業發展方案之組織分工圖



資料來源：2010 年臺灣文化創意產業發展年報，行政院文化建設委員會

此外，「文化創意產業發展法」於 2010 年 8 月 30 日起正式施行，政府並同時公告「文化創意產業內容及範圍」、「行政院文化建設委員會協助獎勵或補助文化創意事業辦法」、「學生觀賞藝文展演補助及藝文體驗券發放辦法」、「文化創意事業原創產品或服務價差優惠補助辦法」、「行政院文化建設委員會促進民間提供適當空間供文化創意事業使用獎勵或補助辦法」、「行政院文化建設委員會公有文化創意資產利用辦法」等六項子法。希冀藉由文化創意產業發展法各項配套規劃的落實，協助降低文化創意產業進入市場與發展障礙，突破或鬆綁既有法令限制，使文化創意事業得以在有利於事業發展的法律框架下，實現其文化創意內容形成商品或相關服務，為我國文化創意產業串連形成創作到流通、行銷的完整產業鏈。

## 五、產業建言

根據前述我國文化創意產業的現況，提出以下幾點建議，期望能使我國文化創意產業更加蓬勃發展。

### (一) 提高相關投資優惠措施或協助，以鼓勵民間投入創業

從資本規模結構，國內文化創意產業是以中小企業為主要結構，資本額在 1,000 萬元新台幣以下的企業家數佔整體文化創意產業家數之比重高達 93.80%，其中，不到 100 萬元的微型企業比重更是多達 60.03%，這些企業容易因為大環境衝擊（如金融海嘯）或是產業競爭激烈，而導致經營發展不穩定（如營運資金取得困難），甚至成為競爭下的犧牲者。但是，微型企業又一直是我國文化創意產業的活力來源，例如創意市集的興盛便是此一現象的最佳例證，對於激發創意、學習創業、培育人才等方面均有不容忽視的貢獻（2009 年臺灣文化創意產業發展年報，行政院文化建設委員會）。

然而，從前文論述可知，我國文化創意產業多以個人創業或小型工作室型態為主，不僅具有微型企業之特質，也常因尚未發展成熟，又不知如何鏈結相關政府或民間創投資金之資源網絡，而錯失進一步擴大營業規模之可能；甚且也有許多充滿創意又具發展潛力的個人，由於未作公司或商業登記，而無法申請到政府相關補助輔導案，遑論永續經營之可能性。縱使目前文建會已成立投融資辦公室，並針對個人或公司從事相關創投、融資的相關業務推動，同時民間亦有諸多相關文創產業創投資金之協助，但是，對於文化創意產業發展前端（意即企業草創萌芽階段）之輔導力道及資金挹注機制雖有著墨，但實則較為不足。

因此，政府必須提高對於文化創意產業發展前端之輔導力道及相關投資優惠措施或協助，以解決文化創意工作者對於資金不足的困擾，實為必要之舉。

## (二) 建立代理人機制，協助文化創意工作者從事行銷、通路、管理、定價策略等

許多文化創意工作者大多埋首於自己領域中進行創意製作，且藝文界缺乏整合、行銷與管理人才，因而容易導致好的文創產品難以在市場上嶄露頭角。因此，可透過建立代理人機制，協助創作者進行行銷、通路、管理、定價策略等，以具體落實文化創意產業之發展。再者，亦可以策略聯盟的方式引導業者聯合，朝向企業化、組織化與產業化的大規模發展。

此外，依據現行稅法規定，藝文團體演出基本上需繳個人所得稅、營業稅及娛樂稅等 3 種稅<sup>7</sup>，但這些稅已經變相轉嫁至舉辦藝文活動的主辦單位，加重從事者的成本，故建議重新審視「藝術家的外僑稅（意即從事藝術工作的外籍人士或團體，其主辦單位必須依法負擔演出者的所得稅及銷售稅，業界通稱為外僑稅）」，以減輕相關業者營運成本之負擔，進而活絡文化創意產業之發展。

例如或許可在文化創意產業發展法第 15 條「為發展本國文化創意產業，政府應鼓勵文化創意事業以優惠之價格提供原創產品或服務；其價差由中央主管機關補助之」中討論。畢竟第 15 條採用的是「價格補貼」概念，其常被用於調整市場價格失靈，或補償生產者與消費者交易過程的經濟損失。但是，在低迷經濟環境下，透過公共資源補貼所形成的有限「折扣」是否能激勵民眾購票、擴大市場參與，卻有待時間驗證。同時，折扣補貼的經費來自國家預算，預算的編列必須預估支出額度；但是折扣的補貼，卻是在消費發生之後才會發生，其中的消費次數、消費

---

<sup>7</sup> (1) 人事費項目需繳納個人所得稅：總計 5000 元以上扣 10%，而國外藝人滯留台灣期間，若不超過 90 天，由邀請團體自行與員工一起繳 20% 所得稅；不超過 183 天，邀請單位需至國稅局外僑科報備，攜帶證件有扣繳憑單（繳交 20% 所得稅）、契約書、護照；超過 183 天者，與台灣國民一般，繳交 6% 的國民所得稅。  
(2) 營業稅：凡演出團體採售票方式演出，皆須繳營業稅，職業劇團需繳納 5% 的營業稅；非營利單位演出需繳納 1% 的營業稅。  
(3) 娛樂稅：依稅捐處規定，學校、劇團的售票演出，一律繳納 1.25% 的稅，若符合文建會「文化藝術事業減免營業稅及娛樂稅辦法」減免優惠條件，並提出申請獲得通過，則可免徵營業稅或減徵娛樂稅。

金額兩項變數，都難以預估（于國華，2010）。所以，與其採用執行相對困難、可能耗費相當大的行政成本的「價格補貼」機制，不如選擇審視表演藝術團體或個人（無論是演出者或主辦單位）相關之所得稅及銷售稅，以減輕相關業者營運成本之負擔，可能較為實際。

### （三）重新檢討文化創意產業的軟硬體環境建設與法規

為建立文化創意產業的長期創作環境，以提供藝文團體或個人揮灑空間，政府其實已有諸多的相關建設，且不少地方成效良好，例如文建會已於華山、台中、花蓮、嘉義、台南等地設立文化創意產業園區，並辦理多場次之活動，不僅藉以吸引消費者欣賞之外，亦可建構文化創意產業之群聚效益。但是，問題重重的各項重大公共建設卻是佔大多數，不是國際標案開標問題（如台中國家歌劇院），就是淪為蚊子館所（如各式各樣文物館）。

以全國各地將近 300 餘家之博物館和地方文物館而言，就是近年來政府為了落實本土意識及保存地方特色，投資超過 80 億元新台幣所興建而成，其中固然有經營良好的博物館和地方文物館，但卻有為數不少的文物館不但門可羅雀，並陷入乏力營運之窘境，以致於花費數千萬甚至上億元的文物館遭到閒置荒廢。深入探究其原因，主要在於無論是中央或地方政府只看到政策經費之多寡，尤其是大多數地方政府或鄉鎮市公所抱持著「別人有，我也要有」的觀念，極力爭取經費來興建文物館，卻沒有永續經營的規劃與配套。一旦正式營運之後，才發現缺乏文物館的營運經驗、人力與經費，根本無以為繼，也逐漸讓這些文物館變成當地的燙手山芋，再再顯示以硬體帶動軟體之模式有其盲點。

因此，建議政府不必一窩蜂地興建劇院、藝文特區、表演空間、多媒體影音室、實驗室、製作工廠等軟硬體設施，而是應該先評估、了解需求性，並且縝密規劃後續營運、維護等內容之後才予以動工興建，避免因營運不善，虛擲公帑。

在法規方面，以文化創意產業發展法第 26 條規定營利事業購買文創

商品捐贈特定對象得以減稅，鼓勵企業成為買家，活絡文化創意商品或服務的市場。由於文化創意產業發展法提供一千萬元以下全額認列費用的優惠，對有節稅需要的企業造成誘因，資源將被導入文創商品和服務市場，如此對原本以非營利組織方式經營的文化創意事業，例如表演藝術團體，造成排擠。表演藝術團體因為所得稅法提供的抵稅優惠，過去得以向社會勸募，未來表演藝術必須與所有文創商品和服務競爭，因為電影、出版品、影音產品、視覺藝術作品、工藝品、演唱會門票甚至創意生活產品等，都可以因為循著文化創意產業發展法第 26 條規範，讓企業的購買支出扣抵所得。這將令表演藝術團體的募款不再具有優勢，但也將迫使表演藝術團體必須加強「產品力」，並且以品牌行銷等策略競爭市場（于國華，2010）。然而，這對於原本即較為弱勢之表演藝術團體較為不利，因此，建議未來可進一步審視這條規定對於文化創意產業的影響程度。

#### （四）提昇國內城市創意產業之發展力道

從前文論述可知，我國文化創意產業有 7 成以上的營業額比重、4 成以上的企業家數集中在台北市及新北市，顯示文化創意產業過度集中在此一區域，將不利於我國文化創意產業之長期發展。

然而，目前中央政府及各縣市均已將發展地方特色產業列為地方經濟發展之重點，實際上也收到不錯的成效。但是，檢視中央政府的相關政策作法卻有過於分散之虞，難以進一步提昇國內城市創意產業之發展力道。例如「改造城鄉新風貌」、「一鄉鎮一特色」等讓各縣市雨露均沾之發展政策，雖立意良善，但容易使有限資源過於發散，難以有效結合人文、風情、歷史與地理景觀。所謂的地方特色展現，充其量只是讓民眾更認識自己的家鄉，無法藉由其鄉鎮文化特色構成一個完整的文化創意產業鏈。同時，也難以將各地方獨特的地域特色、文化背景、文化符號意象等特質予以彰顯出來，以致於全國各地到處都看的到相同或相似的產品、手工品（尤其是各個主要觀光景點更是如此）。

因此，建議重新審視及調整各縣市文化創意產業的發展措施，並搭



配觀光產業政策，從大格局、長期性且整體性的角度，重新規劃及調整相關產業促進計畫，應先集中資源、優先整備具國際魅力的景點，並以大區域性找出地方特色作為賣點，而非個體式的個別發展，進而具體發展出該地區獨有的文化創意產品，使得地方文化產業行銷成為地區的新興發展重點，進而有效擴大我國文化創意產業之市場規模。

#### **(五) 協助業者善用政府相關支援，以加強國際市場的開發能力**

我國文化創意產業之企業規模不大，其資產的動能雖足以建立小眾的消費市場，但卻是無法形成更大的市場規模，導致發展上常會面臨經營的限制。

然而，政府針對協助業者開拓國際市場已有諸多政策計畫與行動方案，諸如文建會於 2010-11 年啟動文化創意產業市場流通及拓展計畫，協助產業拓展國內外商機，又如經濟部、國貿局、新聞局等單位亦經常輔助業者參與國際展會，拓展外銷市場。惟國內文化創意產業之企業規模小，又不知如何鏈結相關政府之資源網絡，因此，政府可整合相關資源之搜尋平台，以供業者自行搜尋，並從中找尋對自己有用、合適的資源來加以利用；同時，亦可舉辦多場次之說明會、宣導會，讓業者多所瞭解政府相關相關支援，以加強業者國際市場的開發能力。

#### **(六) 調整教育制度，加強美學及創意教育課程**

文化創意產業的發展核心是創意及美學，然這些特質的養成即在於教育的累積。例如英國認為發展文化創意產業的關鍵在於國人文化素質與創造力的提升，而最根本的養成便是從基礎教育做起，因此，特別重視青少年的創意教育。英國學校一直設有「科技和設計」課程，英國政府規定 11 歲到 16 歲的孩子要修相關課程，若以後孩子長大後，即使不是設計師，也能欣賞各種事物的美感，亦培養未來潛在之文化消費市場族群。

雖然我國在一般大專院校已經開始重視藝術、設計、表演藝術、廣告、電視相關科系的設立，但是對於小學、國高中階段的美學教育卻略

嫌不足及粗糙，其主要原因還是在於國內教育制度與觀念仍是以升學為主，導致縱使學校課程規劃雖有人文藝術等相關內容，但相對上較不受到重視。因此，我國如要進一步發展文化創意產業，勢必要調整我國教育制度，加強美學及創意教育課程。

### （七）加強智慧財產權之保護

文化創意產業是個高度知識化、創意化的產業，但也容易被模仿、抄襲或盜版。以電影為例，雖近年如海角七號、賽德克巴萊、那些年我們一起追的女孩等等國片獲得民眾肯定，也掀起一波觀看國片的風潮，但若與以往相比，真正實際進入戲院的民眾數量卻未見顯著增長，其原因或許在於盜版、網路非法下載等情形仍舊猖獗存在所致。縱使產業有所因應之道，如線上音樂商城 EZpeer 的崛起，但畢竟網路非法下載所獲得的音樂專輯不僅免費，而且品質也和實體 CD 及線上音樂商城一樣好，容易讓人趨之若鶩。如此一來，不但容易澆熄文創工作者的熱情，也會戕害文化創意產業之發展性。因此，政府必須加強對於文化創意產業的智慧財產權保護以及對消費者、業者進行相關宣導活動，灌輸智慧財產權保護之重要性與必要性。

## 六、結語

整體而言，台灣擁有細膩精緻的文化內涵、完整且繽紛的自然環境，是任何一座華人城市或地區所無法比擬的寶貴資產，加上台灣亦具備豐厚的創作人才與能量，無論是在電影、設計、工藝或流行音樂等文化創意領域上，在國際競賽中都能夠取得佳績與讚許。此外，在亞太文化創意產業協會於今年所發表「2011 兩岸城市文創產業競爭力調查報告」中，台北市在 36 座城市中名列第 5 名，台中、高雄、新北市、台南則分別位居第 11、12、15 與 17 名。如此得天獨厚的自然秉賦與人文文化，均是台灣發展文化創意產業的籌碼與契機

然而，從前文論述可知，我國文化創意產業目前面臨的發展癥結主要在於根本結構性的問題：如企業型態多屬於微型企業，經營活動不穩

定；資金來源不足，缺乏投資的鼓勵措施；國內市場小，無法靠內需市場形成產業，且國際市場的開發力弱，不易擴大市場規模；智慧財產權未受尊重保護；藝文界缺乏整合、行銷與管理人才；產業基礎研究不足，藝文資源產業化程度低，產業鏈未能建立等等相關問題。

因此，我國現今所面對的主要發展課題便是從產業的根本結構開始做起，政府所要做做的就是如何讓文化創意產業業者能夠得到更多的專業技能、更充沛的資金挹注、更大的政府行政協助與支援等為未來施政重心，以解決對於受限於其本身的條件而無法突破及整體產業面臨之共通性問題，以提昇整體文化創意產業的競爭力。

附表 1 台灣文化創意產業內容及範圍

	產業類別	中央目的事業 主管機關	內容及範圍
1	視覺藝術產業	行政院文化建設委員會	指從事繪畫、雕塑、其他藝術品創作、藝術品拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品公證鑑價、藝術品修復等行業。
2	音樂及表演藝術產業	行政院文化建設委員會	指從事音樂、戲劇、舞蹈之創作、訓練、表演等相關業務、表演藝術軟硬體（舞台、燈光、音響、道具、服裝、造型等）設計服務、經紀、藝術節經營等行業。
3	文化資產應用及展演設施產業	行政院文化建設委員會	指從事文化資產利用、展演設施（如劇院、音樂廳、露天廣場、美術館、博物館、藝術館（村）、演藝廳等）經營管理之行業。 （此處所稱文化資產利用，限於該資產之場地或空間之利用。）
4	工藝產業	行政院文化建設委員會	指從事工藝創作、工藝設計、模具製作、材料製作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等行業。
5	電影產業	行政院新聞局	指從事電影片製作、電影片發行、電影片映演，及提供器材、設施、技術以完成電影片製作等行業。
6	廣播電視產業	行政院新聞局	指利用無線、有線、衛星或其他廣播電視平台，從事節目播送、製作、發行等之行業。
7	出版產業	行政院新聞局	指從事新聞、雜誌（期刊）、圖書等紙本或以數位方式創作、企劃編輯、發行流通等之行業。 （1.數位創作係指將圖像、字元、影像、語音等內容，以數位處理或數位形式（含以電子化流通方式）公開傳輸或發行。 2.本產業內容包括數位出版產業價值鏈最前端數位出版內容之輔導。）
8	廣告產業	經濟部	指從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置、獨立經營分送廣告、招攬廣告、廣告設計等行業。
9	產品設計產業	經濟部	指從事產品設計調查、設計企劃、外觀設計、機構設計、人機介面設計、原型與模型製作、包裝設計、設計諮詢顧問等行業。
10	視覺傳達設計產業	經濟部	指從事企業識別系統設計（CIS）、品牌形象設計、平面視覺設計、網頁多媒體設計、商業包裝設計等行業。 （1.視覺傳達設計產業包括「商業包裝設計」，但不包括「繪本設計」。 2.商業包裝設計包括食品、民生用品、伴手禮產品等包裝。）
11	設計品牌時尚產業	經濟部	指從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設計、顧問、製造、流通等行業。
12	建築設計產業	內政部	指從事建築物設計、室內裝修設計等行業。
13	數位內容產業	經濟部	指從事提供將圖像、文字、影像或語音等資料，運用資訊科技加以數位化，並整合運用之技術、產品或服務之行業。
14	創意生活產業	經濟部	指從事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行業，如飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗等行業。
15	流行音樂及文化內容產業	行政院新聞局	指從事具有大眾普遍接受特色之音樂及文化之創作、出版、發行、展演、經紀及其周邊產製技術服務等之行業。
16	其他經中央主管機關指定之產業	指從事中央主管機關依下列指標指定之其他文化創意產業： 1.產業提供之產品或服務具表達性價值及功用性價值。 2.產業具成長潛力，如營業收入、就業人口數、出口值或產值等指標。	

附註：1.對附表之產業內容與範圍有疑義者，得申請各中央目的事業主管機關為產業認定。

2.申請認定之產業若有橫跨二以上中央目的事業主管機關之虞者，由中央主管機關會同有關機關認定。

資料來源：行政院公報，第 016 卷第 167 期，2010 年 9 月 1 日。

附表 2 文化創意產業之空間分佈結構-營業額之比重和成長率

	比重 (%)						成長率 (%)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
合計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	10.61	3.10	0.89	7.59	-6.66
北部地區	80.22	80.68	80.47	81.05	80.16	82.05	11.25	2.83	1.61	6.40	-4.46
臺北市	61.43	60.81	59.52	59.25	58.56	60.34	9.50	0.90	0.44	6.34	-3.83
新北市	11.71	11.61	12.46	12.13	11.30	11.33	9.69	10.58	-1.76	0.19	-6.39
基隆市	0.46	0.40	0.45	0.44	0.53	0.43	-2.72	16.14	-0.98	27.18	-23.34
新竹市	1.65	2.12	1.97	2.12	2.00	1.79	42.15	-3.99	8.18	1.73	-16.37
宜蘭縣	0.50	0.51	0.46	0.46	0.40	0.50	12.08	-6.17	1.39	-7.94	17.90
桃園縣	3.37	3.67	3.82	4.21	4.02	3.90	20.62	7.15	11.32	2.65	-9.45
新竹縣	1.10	1.55	1.79	2.43	3.36	3.76	56.18	19.04	36.92	48.55	4.37
中部地區	8.93	8.70	9.10	8.79	8.91	8.29	7.86	7.84	-2.58	9.02	-13.12
臺中市	5.92	5.91	6.31	6.11	6.22	5.85	10.43	10.17	-2.30	9.45	-12.13
苗栗縣	0.62	0.59	0.59	0.58	0.61	0.57	5.42	3.30	-1.48	14.05	-13.57
彰化縣	1.05	0.87	0.89	0.90	0.96	0.86	-7.66	5.61	1.38	14.85	-16.03
南投縣	0.46	0.47	0.44	0.38	0.35	0.35	14.24	-3.20	-12.30	-1.33	-6.79
雲林縣	0.89	0.86	0.87	0.82	0.77	0.66	7.43	3.29	-4.51	0.76	-20.03
南部地區	10.18	9.88	9.69	9.47	10.19	8.92	7.31	1.20	-1.43	15.75	-18.25
高雄市	5.64	5.59	5.34	5.17	5.81	4.95	9.63	-1.51	-2.48	20.99	-20.41
臺南市	2.97	2.74	2.81	2.72	2.70	2.45	2.02	5.67	-2.35	7.04	-15.29
嘉義市	0.46	0.49	0.47	0.51	0.52	0.49	17.73	-0.75	11.22	9.65	-13.42
嘉義縣	0.27	0.24	0.27	0.25	0.22	0.25	-1.85	15.00	-6.89	-4.88	4.59
屏東縣	0.74	0.71	0.69	0.73	0.83	0.70	6.55	-0.04	6.70	21.48	-20.89
澎湖縣	0.10	0.10	0.11	0.09	0.11	0.08	16.62	15.30	-17.45	22.46	-25.82
東部地區	0.61	0.65	0.65	0.62	0.67	0.65	17.46	2.44	-3.30	16.37	-9.28
花蓮縣	0.45	0.47	0.47	0.45	0.49	0.45	15.73	3.90	-3.29	15.14	-13.19
臺東縣	0.17	0.18	0.17	0.17	0.19	0.20	22.18	-1.32	-3.31	19.69	0.91
金馬地區	0.06	0.09	0.08	0.06	0.07	0.08	59.02	-3.27	-21.85	13.70	5.21
金門縣	0.06	0.09	0.08	0.06	0.05	0.06	59.02	-3.27	-21.85	-8.78	5.24
連江縣	--	--	--	--	0.01	0.02	--	--	--	--	5.08

註：1.表格數據未包括設計品牌時尚產業、創意生活產業。

2.表格數據係根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算。

資料來源：經濟部工業局，2006~2008年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，2009年臺灣文化創意產業發展年報。本文計算。

附表 3 文化創意產業之空間分佈結構-家數之比重和成長率

	比重 (%)						成長率 (%)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
合計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	4.46	3.22	-0.19	-1.98	-2.43
北部地區	53.53	53.45	53.52	53.70	54.03	54.93	4.30	3.36	0.14	-1.38	-0.80
臺北市	29.17	28.53	28.07	28.14	28.38	28.68	2.15	1.55	0.06	-1.14	-1.38
新北市	13.93	14.32	14.54	14.54	14.57	14.85	7.34	4.81	-0.15	-1.83	-0.52
基隆市	1.31	1.29	1.27	1.24	1.25	1.24	3.19	1.24	-2.29	-1.41	-3.01
新竹市	1.69	1.65	1.68	1.69	1.68	1.69	2.48	4.59	0.92	-2.97	-1.42
宜蘭縣	1.67	1.66	1.69	1.72	1.72	1.78	3.62	4.93	1.49	-1.47	0.92
桃園縣	4.75	4.88	5.09	5.08	5.13	5.32	7.48	7.57	-0.34	-1.03	1.16
新竹縣	1.01	1.12	1.20	1.29	1.31	1.36	15.02	10.55	7.44	-0.60	1.52
中部地區	19.21	19.31	19.47	19.81	19.84	19.58	4.97	4.10	1.52	-1.78	-3.72
臺中市	10.55	10.52	10.67	10.96	11.07	11.10	4.11	4.69	2.54	-0.96	-2.16
苗栗縣	1.77	1.76	1.77	1.78	1.86	1.82	3.90	3.98	0.44	2.50	-4.46
彰化縣	3.22	3.24	3.26	3.34	3.35	3.22	4.92	3.82	2.44	-1.62	-6.25
南投縣	1.59	1.65	1.69	1.74	1.66	1.59	8.13	5.94	2.40	-6.03	-6.66
雲林縣	2.08	2.15	2.08	1.99	1.89	1.84	7.94	0.28	-4.92	-6.74	-5.03
南部地區	24.45	24.33	24.14	23.68	23.18	22.63	3.95	2.41	-2.08	-4.05	-4.75
高雄市	11.50	11.47	11.25	10.78	10.50	10.22	4.21	1.20	-4.35	-4.55	-4.97
臺南市	7.21	7.08	7.01	6.99	6.80	6.65	2.60	2.12	-0.47	-4.61	-4.60
嘉義市	1.36	1.39	1.46	1.51	1.44	1.41	6.12	8.50	3.59	-6.41	-4.93
嘉義縣	0.86	0.86	0.83	0.83	0.85	0.83	4.84	-0.92	0.00	-0.23	-4.67
屏東縣	3.03	3.03	3.11	3.09	3.11	3.04	4.48	6.00	-0.68	-1.50	-4.58
澎湖縣	0.48	0.49	0.48	0.47	0.48	0.48	6.99	1.22	-2.02	-0.41	-2.48
東部地區	2.55	2.64	2.61	2.55	2.53	2.45	8.09	2.19	-2.74	-2.59	-5.55
花蓮縣	1.67	1.73	1.74	1.69	1.67	1.65	8.51	3.46	-3.01	-2.76	-4.02
臺東縣	0.88	0.91	0.88	0.86	0.86	0.80	7.31	-0.22	-2.20	-2.25	-8.53
金馬地區	0.26	0.27	0.26	0.27	0.42	0.41	11.38	-2.19	2.99	52.17	-3.81
金門縣	0.26	0.27	0.26	0.27	0.27	0.27	11.38	-2.19	2.99	0.00	-2.17
連江縣	--	--	--	--	0.14	0.14	--	--	--	--	-6.94

註：1.表格數據未包括設計品牌時尚產業、創意生活產業。

2.表格數據係根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算。

資料來源：經濟部工業局，2006~2008年臺灣文化創意產業發展年報；行政院文化建設委員會，2009年臺灣文化創意產業發展年報。本文計算。