

第三章 著作權產業概況分析

一般而言，著作權集體管理機制主要是在下列幾個產業領域內呈現功能，包括：表演藝術及劇場、電影廣播電視、視覺藝術與攝影（包括藝術品的拍賣會）、音樂錄音事業、及印製出版事業，這些產業經營上於我國法制涉及的著作權利至少包含公開演出（劇场的表演、在公共場合播放音樂）、公開播送（電視、廣播電台）、公開上映（電影）、公開傳輸（數位內容）、音樂的機械重製（光碟、影帶）、文藝著作的重製（複印）等等，因為這些產業與著作權關係密切，可統稱其為「著作權產業」。

作為著作權集體管理機制主要運作場域的著作權產業，過去國際間已經逐步累積探討其意涵及產業範疇的文獻，對於其相關概念的釐清為探討我國著作權產業現況的基礎，因此本章首先針對著作權產業進行簡介，在瞭解何謂著作權產業之後，後續方進行我國著作權產業現況分析，並進行國際間的比較對照。

第一節 著作權產業簡介

壹、著作權產業的意涵

傳統上對於著作權的研究向來偏重於法律觀點，少有對其進行經濟面或產業面的分析，然而由於著作權相關產業在西元 1970 年代以來的蓬勃發展，使得國際間的專家學者對於著作權與經濟發展之間的連結關係產生興趣，紛紛著力於探討著作權對於各該國家經濟的貢獻度，遂開啟了一連串著作權產業之研究。¹³²

著作權產業此一概念，最早係由瑞典於西元 1978 年所提出，爾後德國與奧地利各於西元 1986 年對該國著作權產業進行研究，¹³³美國國際智慧財產聯盟（International Intellectual Property Alliance, IIPA）並自西元 1990 年起連續提出「美國經濟中的著作權產業」（Copyright Industries in the U.S. Economy）報告書，至今

¹³² 參見 WIPO, Copyright-based Industries: Assessing their Weight, *WIPO Magazine*, Issue3/2005, May-June 2005, p. 22。

¹³³ 參見尚永，美國的版權產業和版權貿易，知識產權，06 期，2002 年，p. 43。

已提出第十一版。¹³⁴ 西元 2003 年 WIPO 所提出的「調查著作權產業經濟貢獻度指南」(Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries), 更成為近年世界各國進行著作權產業研究的統一方針。該指南於論及著作權產業的意涵時, 指出其為: 以著作權為基礎的產業部門, 其產業活動完全或大部分基於著作權, 而與其他較不仰賴受著作權保護著作的產業有所區隔。¹³⁵ 但倘若欲更深入地瞭解著作權產業的意涵, 則可從兩個面向著手: (1) 產業範疇: 檢視哪些產業被歸類入著作權產業。(2) 產業分類: 將這些產業進行適當的分類。

136

貳、著作權產業的範疇與分類

究竟哪些產業活動應該被歸類入著作權產業? 又該如何進行分類? 過去世界各國在進行著作權產業研究時對於上述兩個問題各自採用不同的標準,¹³⁷ 各行其是的结果導致國際間比較上的困難, 這也正是為何 WIPO 提出前述的指南, 希望藉由研究方法上的統一, 為著作權產業研究的國際比較提供良好的基礎, 而這當中著作權產業範疇與分類的一致更是至關重要。

該指南所提供的研究方法中提出一套對著作權產業的分類法, 依據各該產業活動仰賴著作權的程度, 將著作權產業分成四大類別, 不僅對各個類別予以定義, 並提出其所包含的產業範疇(詳列如表 3-1)。

關於核心產業, 有幾點需要特別說明: (1) 核心產業的定義呈現了功能上的複雜性, 功能可分成三類—a. 創造: 創作、生產、及製造。b. 無形散播: 表演、廣播、通訊及展覽。c. 有形散播: 分配、銷售及服務。(2) 產業活動必須是一旦脫離著作或其他受著作權保護對象就不能生存、或是會產生重大改變者, 方可歸類於核心產業。(3) 只有完全從事著作權產品分配的分配產業, 方歸類於核心產業。¹³⁸ 由此可見, 核心產業百分之百與著作權密切相關, 並且較符合一般對於文化、創意、或資訊部門的認知, 因此在產業統計和經濟研究中特別地受到凸顯與

¹³⁴ 參見 Stephen E. Siwek, *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2006 Report*, IIPA Report, November 2006, http://www.iipa.com/pdf/2006_siwek_full.pdf (last visited: January 2, 2008)

¹³⁵ 參見 WIPO, *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries* (Geneva: WIPO Pub. 893(E), 2003), para. 95-96, p. 26。

¹³⁶ 同上註, para. 95, p. 26。

¹³⁷ 同上註, para. 96, p. 26。

¹³⁸ 同上註, para. 116, pp. 29-30。

重視，至於另外三類非核心著作權產業，則居於互補性或支援性的角色。以上四類產業，又可總稱為「整體著作權產業」(Total Copyright-based Industries)。

表 3-1 著作權產業的範疇與分類

產業分類	產業定義	例示產業
核心產業 (Core Industries)	完全從事著作及其他受著作權保護對象之創作、生產、製造、表演、廣播、通訊及展覽、或分配及銷售的產業。	(1) 報紙及圖書業 (2) 音樂、劇場、歌劇 (3) 動畫及錄影帶 (4) 廣播及電視 (5) 攝影 (6) 軟體及資料庫 (7) 視覺及平面藝術 (8) 廣告服務 (9) 著作權集體管理團體
互賴產業 (Interdependent Industries)	從事設備的生產、製造及銷售的產業，而該設備的功能完全或主要係為促進著作及其他受著作權保護對象之創作、生產或利用。	製造、批發、零售下列設備的產業： (1) 電視機、收音機、卡式錄放影機、CD 播放機、DVD 播放機、卡帶播放機 (2) 電腦及配備 (3) 樂器 (4) 攝影及錄影器械 (5) 影印機 (6) 空白錄製材料 (7) 紙張
部份產業 (Partial Industries)	產業活動中的一部份與著作及其他受著作權保護對象相關，並且可能涉及其創作、生產、製造、表演、廣播、通訊及展覽、或分配及銷售的產業。	(1) 服裝、織品及鞋業 (2) 珠寶及鑄幣 (3) 其他手工藝 (4) 家具 (5) 家用品、瓷器及玻璃 (6) 壁飾及地毯 (7) 玩具及遊戲 (8) 建築、工程及調查 (9) 內部設計

		(10) 博物館
非專一支援產業 (Non-dedicated Support Industries)	產業活動中的一部份與促進著作及其他受著作權保護對象之廣播、通訊、分配或銷售相關，並且未被歸類於核心著作權產業。	(1) 一般批發及零售業 (2) 一般運輸業 (3) 電話及網路

資料來源：WIPO, *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries* (Geneva: WIPO Pub. 893(E), 2003), para. 115-140, pp. 29-35.

參、 著作權產業的趨勢

自西元 2003 年 WIPO 發表前述指南之後，好幾個國家（包括：新加坡、美國、加拿大、拉脫維亞）便開始遵循其所提出的研究方法，對本身的著作權產業進行研究，這些國家的研究結果歸納得出從經濟角度觀察的著作權產業近年趨勢，詳述如下：¹³⁹

一、 經濟貢獻度超出預期

著作權產業對國家經濟的貢獻的確是值得注意的，研究結果顯示其貢獻度高於過去研究的主張，這也反映出近年來著作權產業的良好發展。

二、 高經濟成長率及易受景氣波動衝擊

相較於一國經濟的其他部門，著作權產業呈現較高的總成長率。然而相較於傳統產業而言，著作權產業也較容易受到景氣波動的衝擊，景氣繁榮時，著作權產業的擴張速度比傳統產業更快，景氣衰退時，著作權產業的萎縮速度也比傳統產業快。

三、 與數位科技相關者成長快速

因應數位革命的到來，著作權產業也做出了相當的回應。不意外地是，著作權產業當中與數位科技相關者近年來成長較之以往快速。

¹³⁹ 同前註(132), p. 23。

第二節 我國著作權產業現況

我國官方或業界，雖有時亦會以「著作權產業」來稱呼與著作權相關的產業，但至今並未以其作為產業調查的對象。然而，我國近年來出現一個新名詞「文化創意產業」，此名詞於西元 2002 年被提出時，不僅官方對於此概念意涵予以定義，並且自西元 2003 年起，對文化創意產業概念下細部的子產業持續進行產業資料蒐集與統計。對照前述國際間對於著作權產業意涵、範疇、與分類的論述，文化創意產業所包括的產業幾乎與著作權產業的範疇重疊（尤其是核心產業與部份產業），因此透過文化創意產業現有的產業資料，自可對我國著作權產業的現況有所瞭解。

為更進一步釐清為何援用文化創意產業之產業資料，以下將首先對於我國文化創意產業的定義與範疇予以說明，方對其產業資料進行分析。

壹、文化創意產業的定義、範疇與分類

文化產業在我國行政院主計處編造的中華民國行業標準分類當中，¹⁴⁰向來一直不屬於獨立的產業型態，¹⁴¹直至西元 2001 年的第七次修訂，首次將文化產業與運動、休閒服務業合併，獨立成為「文化、運動及休閒服務業」，文化產業在我國才首度被視作獨立的產業型態。西元 2002 年政府更進一步提出「文化創意產業」一詞，不僅將其列為國家重點發展計畫，更由經濟部設立文化創意產業推動小組，協調跨部會進行合作，執行相關經濟文化建設，足見國內對文化創意產業的重視程度日益提升，並將之視為國家經濟發展的新生命，企盼其能逐步影響我國經濟發展的結構。¹⁴²

¹⁴⁰ 中華民國行業標準分類係供統計分類之用，並因應經濟社會環境、產業結構的變遷，約莫五年修訂一次，目前最新版本為西元 2006 年 5 月比照聯合國標準分類修訂的第八次修訂版，詳見：http://law.dgbas.gov.tw/system_1.php?LawID=O0300001 (last visited: January 4, 2008)

¹⁴¹ 中華民國行業標準分類從西元 1967 年 1 月公布試行以來，電影業、廣播電視業、出版業等等被歸類為「服務業」，歷經第一次修訂（西元 1971 年 6 月）、第二次修訂（西元 1975 年 12 月）改歸類為「社會團體及個人服務業」，第三次修訂（西元 1983 年 6 月）、第四次修訂（西元 1987 年 6 月）改歸類為「公共行政、社會服務及個人服務業」，第五次修訂（西元 1991 年 8 月）、第六次修訂（西元 1996 年 12 月）改歸類為「社會服務及個人服務業」。綜觀歷次修訂，主要是歸類名稱的改換，基本上還是屬於「服務業」的範疇。詳請參見行政院主計處行業標準分類歷次修訂，<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=16410&ctNode=3213> (last visited: January 4, 2008)

¹⁴² 參見行政院文建會文化創意產業發展計畫之計畫緣起，

國內在嘗試為文化創意產業下定義時，係參酌國際間對於文化或創意產業的定義。根據聯合國教育、科學及文化組織(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 以下簡稱 UNESCO) 的定義，文化產業為「結合內容的創作、生產與商品化的產業，那些內容本質上為無形、具有文化特徵的，典型上受著作權保護，並且可以採取產品或服務的型態來呈現」。¹⁴³而目前世界各國當中對於創意產業的產業別架構分類最為完整的英國，則定義創意產業為「起源於個體創意、技巧及才能的產業，通過智慧財產權的生成與運用，而有潛力創造財富和就業機會。」¹⁴⁴綜合上述觀點，我國將文化創意產業定義為：「文化創意產業係指源自於文化或創意積累，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。」¹⁴⁵

在產業範疇方面，UNESCO 認為文化產業一般包括：印刷、出版、多媒體、視聽、攝影或電影生產或工藝設計，對某些國家來說，這些概念也包含了建築、視覺與表達藝術、運動、音樂器具的製造、廣告與文化觀光等。¹⁴⁶我國有關單位參酌 UNESCO 的論點，並根據文化創意產業的定義及考量本國產業發展的特殊性，界定出我國文化創意產業的範疇，共分成十三類，並依據不同的屬性擇定主辦機關負責推動，詳見表 3-2：¹⁴⁷

表 3-2 我國文化創意產業的範疇與分類

產業名稱	主辦機關	產業概括說明	例示產業
視覺藝術產業		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	參見產業概括說明所述。

http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_02.htm (last visited: January 4, 2008)

¹⁴³ 參見 UNESCO 文化部網頁，

http://portal0.unesco.org/culture/admin/ev.php?URL_ID=18668&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201&reload=1199463661&PHPSESSID=37cce25835db3945c80cd139223a5a31 (last visited: January 4, 2008)

¹⁴⁴ 參見英國文化媒體體育部網站，http://www.culture.gov.uk/what_we_do/Creative_industries/ (last visited: May 2, 2007)

¹⁴⁵ 陳昭義等，2006 年台灣文化創意產業發展年報，台北：經濟部工業局，2007 年 5 月，p. 25。

¹⁴⁶ 同前註(142)。

¹⁴⁷ 同前註(145), pp. 26-27。

		品的公證鑑價、藝術品修復等之行業均屬之。	
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、表演舞台燈光設計、表演場地（大型劇院、小型劇院、音樂廳、露天舞台等）、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、舞台搭設、燈光設備、音響工程等）、藝術節經營等之行業均屬之。	參見產業概括說明所述。
文化展演設施產業		凡從事美術館、博物館、藝術村等之行業均屬之。	參見產業概括說明所述。
工藝產業		凡從工藝創作、工藝設計、工藝品展售、工藝品鑑定制度等之行業均屬之。	參見產業概括說明所述。
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。
廣播電視產業		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。
出版產業		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。	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。
廣告產業	經濟部	凡從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、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。
設計產業		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。
設計品牌時尚產業		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。	參見產業概括說明所述。
建築設計產業		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。
創意生活產業		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	參見產業概括說明所述。

數位休閒娛樂產業	<p>感之產業」。</p> <p>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。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 數位休閒娛樂設備--3DVR 設備、運動機台、格鬥競賽機台、導覽系統、電子販賣機台、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

- (一) 藝術產業：視覺藝術、音樂及表演、文化展演設施、工藝、數位休閒娛樂。
- (二) 媒體產業：電影、廣播電視、出版、數位休閒娛樂。
- (三) 設計產業：廣告、設計、設計品牌時尚、建築設計、創意生活。

若將此十三類產業的產業範疇與著作權產業相對照，將發現與著作權產業當中的三類產業相重疊，然而卻未包含促進著作流通的非專一支援產業，因此著作權產業與文化創意產業大致相同，但範圍略大（詳見表 3-3）。

¹⁴⁸ 陳昭義等，2005 年台灣文化創意產業發展年報，台北：經濟部工業局，2006 年 4 月，p. 25。

表 3-3 文化創意產業與著作權產業分類對照

項次	文化創意產業分類	對照著作權產業分類
1	視覺藝術產業	核心產業
2	音樂與表演藝術產業	核心產業
3	文化展演設施產業	部份產業
4	工藝產業	部份產業
5	電影產業	核心產業
6	廣播電視產業	核心產業
7	出版產業	核心產業
8	廣告產業	核心產業
9	設計產業	部份產業
10	設計品牌時尚產業	部份產業
11	建築設計產業	部份產業
12	創意生活產業	部份產業
13	數位休閒娛樂產業	部份產業、互賴產業

資料來源：本研究

貳、我國文化創意產業的規模

在衡量一國著作權產業規模時，WIPO 的指南建議考慮三項指標：(1) 著作權產業的附加價值額 (Value Added, VA) 佔一國國民生產毛額 (Gross Domestic Product, 以下簡稱 GDP)¹⁴⁹ 的比重。(2) 著作權產業的就業人數 (employment)。(3) 國際貿易 (佔進出口貿易額的比重)¹⁵⁰。而以推動創意產業著名的英國，向

¹⁴⁹ 國內生產毛額係指在本國 (或一定地區) 疆域以內所有生產機構或單位之生產成果。

¹⁵⁰ 同前註(132)。

外公布其自西元 1997 以來的統計成果時，向來以附加價值毛額(Gross Value Added, GVA, 亦可看作產值)、出口值 (exports)、就業人數 (employment) 及企業家數 (numbers of businesses) 為指標。¹⁵¹因此帶動了世界其他國家在進行著作權相關產業研究時，亦以上述幾項指標為觀察重點。

我國自西元 2003 年起，為能對國內的文化創意產業發展情形有全貌性的掌握，亦開始委託中華經濟研究院依十三個產業類別（惟設計品牌時尚業缺乏相關數據，故略去）公布基本的統計資料，根據的指標則有企業家數、營業額、¹⁵²產值、¹⁵³及就業人數。¹⁵⁴已公布的西元 2003 年及 2004 年數據如表 3-4，¹⁵⁵並說明如下：

一、 企業家數

西元 2004 年台灣文化創意產業的企業家數達 50,111 家（不包含設計品牌時尚產業），較西元 2003 年成長了 4.28%。家數居冠的為廣告產業的 11,175 家，其次為工藝產業的 10,676 家。需注意地是視覺藝術產業、電影產業、廣播電視產業的家數都呈現微幅下降（-4.12%，-5.32%，-1.51%）。¹⁵⁶

二、 營業額

西元 2004 年台灣文化創意產業的整體營業額達新台幣 5,565.49 億元（不包含設計品牌時尚產業），仍以廣告產業居冠，營業額達新台幣 1,404.04 億元，其次為廣播電視產業的新台幣 970.44 億元，緊接在後的包括建築設計產業的新台幣 737.2 億元及出版產業的新台幣 729.16 億元。¹⁵⁷

三、 產值

西元 2004 年台灣文化創意產業的產值為新台幣 2,954.3 億元（不包含設計品

¹⁵¹ 請參考英國文化媒體體育部對創意產業之說明，

http://www.culture.gov.uk/about_us/creativeindustries/default.htm (last visited: January 5, 2008)

¹⁵² 企業家數及營業額，係根據財政部財稅資料中心的營業稅徵收統計資料。

¹⁵³ 由於我國部分相關產業缺乏產值資料，因此計算上改以產業關聯表中的中間投入佔生產總額的比重，據以推估產值，計算公式為：產值=（營業額 * (1-中間投入)），即所謂「附加價值」。

¹⁵⁴ 就業人數係根據行政院主計處人力資源調查及勞委會台灣地區職類別薪資調查等統計數據。

¹⁵⁵ 同前註(145), p. 29.

¹⁵⁶ 同上註，pp. 27-28。

¹⁵⁷ 同上註，p. 28。

牌時尚產業)，較西元 2003 年成長 10.8%。¹⁵⁸ 產值的產業排行，則是建築設計產業最高(560.2 億元)，廣播電視產業居次(485.2 億元)，再其次為出版產業(437.4 億元)。

四、 就業人數

就業人數部分，西元 2004 年台灣文化創意產業就業人數總數達 185,758 人，由於只能取得八個產業的統計數據，因此實際上的數額應該更大。¹⁵⁹ 就業人數以廣告產業的 42,162 人最多，其次為出版產業的 39,005 人。而廣播電視產業從西元 2003 年的 30,498 人成長至西元 2004 年的 31,834 人，電影產業從西元 2003 年的 4,815 人成長至西元 2004 年的 5,867 人，分別有 4.38% 及 21.85% 的成長率。

表 3-4 我國文化創意產業近年產業統計資料

單位：新台幣千元；家：人

產業類別	2003 年				2004 年			
	家數	營業額	產值	人數	家數	營業額	產值	人數
視覺藝術	3,255	5,500,031	3,960,022	--	3,121	5,281,089	3,802,384	--
音樂與表演藝術	738	3,988,699	2,752,202	--	872	5,608,674	3,869,985	--
工藝	10,614	63,535,574	36,215,277	--	10,676	66,780,112	38,064,664	--
文化展演設施	205	756,810	522,199	--	240	2,069,086	1,427,669	--
電影	696	12,408,469	6,204,235	4,815	659	13,122,719	6,561,360	5,867
廣播電視	1,789	96,664,999	48,332,500	30,498	1,762	97,044,745	48,522,373	31,834
出版	3,190	66,813,666	40,089,000	40,009	3,386	72,916,451	43,749,871	39,005
建築設計	7,548	65,621,034	49,871,986	11,185	8,294	73,720,545	56,027,614	13,520
廣告	10,587	122,657,074	36,797,122	40,192	11,175	140,404,031	42,121,209	42,162
設計	1,826	36,310,240	25,780,270	13,506	1,925	48,236,087	34,247,622	17,159
設計品牌時尚	--	--	--	--	--	--	--	--
數位休閒	7,576	18,799,493	12,971,650	27,238	7,948	19,975,013	13,782,759	32,622

¹⁵⁸ 同上註。

¹⁵⁹ 同上註, p. 29。

娛樂								
創意生活	28	10,104,000	3,140,000	1,915	53	11,391,000	3,313,000	3,589
合計	48,502	503,160,089	266,636,463	169,358	50,111	556,549,552	295,430,510	185,758

資料來源：1. 中華經濟研究院之估算

2. 創意生活產業趨勢調查，經濟部工業局委託，2005 年。

第三節 國際比較

某一產業的附加價值額或產值佔該國 GDP 的比重，以及產業就業人口佔該國就業人口的比重，在著作權相關產業研究時是兩個重要的指標，可據以得知產業發展情形及對該國經濟的貢獻度，當其佔 GDP 比重或就業人口比重越高，表示該國的著作權相關產業運作越為良好，並且對該國的經濟發展越有影響力。

然而此數據更可進行跨國之間的比較，單就一國的比重數據來看，無法得知該比重究竟為高或低，比較上的意涵顯得更有意義。表 3-5 為採用 WIPO 著作權產業意涵的國家所公布的產業數據之比較，包括：新加坡、美國、加拿大、及拉脫維亞，這些產業研究皆為西元 2004 年之後發表，但各自採用之前不同年度的數據。表 3-6 則為我國西元 2006 年發表的「2005 台灣文化創意產業發展年報」所彙整的國際比較，針對台灣與美國、英國、韓國、澳洲、紐西蘭、香港各國的文化創意產業進行比較。¹⁶⁰

另外，觀察各國的數據發現：一般國家著作權產業附加價值額佔 GDP 的比重約為 5%-6%，就業人口比重約為 5%-7%，美國著作權產業則是不論在附加價值額或就業人口皆大幅領先各國。而大部分國家文化創意產業產值佔 GDP 比重約為 3%-5%，表現較好的國家則有 5% 以上的水準，如美國的 5.98%、英國的 5%；就業人口比重大部分則落於 3.5%-4.5%。

若以我國文化創意產業數據與各國比較，台灣在文化創意產業的產值佔 GDP 的比重為 2.85%，僅僅領先紐西蘭的 1.7%。就業人口比重方面更是落後各國，僅佔總就業人口的 1.75%。

¹⁶⁰ 雖然產業資料各國年度有所不同，然產業結構更動非一蹴可及，因此就各國西元 2000 年以來的資料進行比較，仍有其參考價值。

表 3-5 著作權產業之國際比較

單位：%

國家	附加價值額佔 GDP 比重	就業人口比重
新加坡(2001)	5.7	5.8
美國(2002)	11.06*	8.86*
加拿大(2002)	5.38	6.9
拉脫維亞(2000)	4**	4.4**

*：此為整體著作權產業之數據，若僅視核心產業則附加價值額為佔 GDP6.48%，佔就業人口比重 4.22%。

**：僅包含核心產業及互賴產業之數據。

- 資料來源：1. **WIPO, Copyright-based Industries: Assessing their Weight, *WIPO Magazine*, Issue3/2005, May-June 2005.**
2. **Stephen E. Siwek, *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2006 Report*, IIPA Report, November 2006.**

表 3-6 文化創意產業之國際比較*

單位：%

國家	產值佔 GDP 比重	就業人口比重
台灣(2004)	2.85	1.75
美國(2002)	5.98	4.02
英國(2003)	5.00	4.43
韓國(2004)	4.06	--
澳洲(2000)	3.30	3.80
紐西蘭(2000)	1.70	3.50
香港(2001)	3.44	4.10

*：為了使各國的產業範疇更接近，作了以下的調整：

1. 台灣的產值增加了線上遊戲、影音應用及電腦動畫
2. 英國、紐西蘭、香港刪除了軟體及電腦服務業
3. 韓國刪除了角色造型產業

資料來源：2005 台灣文化創意產業發展年報，經濟部工業局。

第四節 本章小結

壹、 我國著作權產業的產業概況

綜觀本章所述，我國著作權產業的產業概況可歸納為以下幾點：

一、 我國著作權產業規模尚小

透過前述的產業數據國際比較，可知我國著作權產業發展情形不甚理想，相較於發展較好的國家更是有相當的差距。而我國不論著作權法制的大幅更動、著作權集體管理機制的建置，都不過是近十年的發展，對相關產業開始重視予以培植，亦只是西元 2002 年之後的政策目標而已，發展以來，各界的評估認為發展遠遠不如政府的預期。¹⁶¹

二、 電影及廣播電視產業有產業集中的趨勢

我國產業數據中的企業家數及就業人數，呈現了電影產業及廣播電視產業值得注意的趨勢。前者的企業家數下降了 5.32%，後者的企業家數下降了 1.51%，然而兩者整體的就業人口卻呈現上漲（電影業就業人口成長 21.85%，廣電業成長 4.38%），顯示我國電影產業及廣播電視產業有日益集中的趨勢。¹⁶²

三、 不同產業類別發展情況差異甚大

我國的產業數據另外顯示不同產業類別的發展情況未盡相同，並且差異甚大。若以產值來看，發展較好的產業為：建築設計、廣播電視、出版、廣告、工藝、設計等產業，產值各在新台幣 300 億至 600 億元之間，規模較小的如：電影、音樂與表演藝術、視覺藝術、創意生活、文化展演設施等產業，僅各有不到新台幣 60 億元的產值。若以就業人數來看，達三萬人以上的產業為：廣告、出版、數位休閒娛樂、廣播電視等產業，電影及創意生活產業的就業人口則在六千人以下。

¹⁶¹ 余麗姿，文化創意產業發展不如預期，經濟日報，第 7 版，2006 年 10 月 8 日。

¹⁶² 參見本研究，pp. 56-57。

貳、應改採著作權產業概念

雖然我國自西元 2002 年提出「文化創意產業」一詞後，即從西元 2003 年開始對文化創意產業持續進行統計，然而本研究主張我國未來應改採「著作權產業」的意涵、範疇與分類進行產業研究，理由如下：

一、文化創意產業概念的缺失

本研究認為，即便我國官方對文化創意產業予以定義，然而概念意涵仍然是非常地籠統不明確，此乃因文化的定義本屬廣泛，加以創意可以運用在任何的科技上，使得文化創意產業的定義與範疇相對地模糊。再者，我國將文化創意產業分類成十三個產業類別，並且擇定不同的主辦機關負責推動，然而實際上這些產業彼此互通有無、互相依賴，難以如此明確地切割，更有論者主張劃分不同主辦機關的作法造成文化創意產業發展上的阻礙。¹⁶³

二、改採著作權產業更能與國際接軌

目前世界各國進行著作權相關產業研究時，多半遵循 WIPO 的著作權產業概念，除已經發表研究成果的新加坡、美國、加拿大、及拉脫維亞之外，目前正在進行研究或即將發表的國家尚有：馬來西亞、中國大陸、巴西、菲律賓、墨西哥、哥倫比亞、秘魯、牙買加、黎巴嫩、摩洛哥、保加利亞、羅馬尼亞、克羅埃西亞、俄羅斯、烏克蘭等國。¹⁶⁴由此可見，改採著作權產業概念進行產業研究更能夠與國際標準接軌，並有助於未來的國際比較。

¹⁶³ 現任教育部長鄭瑞城先生主張：文化創意產業發展緩慢的主因，包括各部會間沒有充分協調。詳請參見前註(161)。

¹⁶⁴ 同前註(135), p. 1。