



主計室統計通報

第 96-003 號

96 年 4 月 23 日

工商及服務業普查資料在都市發展與 文化創意產業分析之應用摘錄分析

三月份主計月刊逢甲大學都市計畫學系助理教授劉立偉所撰「工商及服務業普查資料在都市發展與文化創意產業分析之應用」摘錄如次：

全球化議題的探討，是過去幾年來區域研究的顯學，為了分析地方經濟活動的成長，本文採用經濟基礎理論中所用的最小需求法（minimum requirements approach）來估計產業的區域購買係數。區域購買係數代表某地區某產業的地方需求，可由該產業的地方生產提供的比例，係數值越高表示地方導向的經濟活動越興盛。選取臺灣三大都會區為空間分析單位：臺北基隆大都會區、高雄大都會區、以及臺中彰化大都會區分析，根據表 1，民國 70 年至 85 年間地方導向的經濟活動先降後升，而以貨物生產為主的二級產業，其地方生產提供地方需求的比例下降，反之生產者服務業與消費者服務業則增加。顯示去工業化（de-industrialization）的產業結構變遷二十年前即已開始。由於生產者服務業扮演著經濟活動協調統合的角色，是全球化過程中主要生產與創新中心。假使一個國家主要都會地區的生產者服務業，所進行的生產協調活動是以當地為核心，其與全球化接軌將相對地弱化。換言之，臺灣主要都會區於 70 年至 85 年間，生產者服務業呈現地方導向經濟活動的成長，顯示臺灣地區的區域化，而非全球化的程度愈來愈高，使得朝向世界城市發展道路充滿艱辛。

面對全球化影響產生的空間極化現象，逐漸導引臺灣的國土規劃形成區域經濟空間的建構。根據產業的分工，臺灣區域空間的發展將朝向三至四個區域發展：北基、桃竹苗、大臺中、南高屏四區域。這些區域經濟空間提供建構產業分工網絡的基礎，區內包含核心都市與數個經濟生活圈。

就一個都市而言，區域經濟發展與地方經濟發展是兩條並行的市政建設平行線，地方政府應努力建構良好與獨特的在地條件，使其成為全球化與地方化接合的平台。以臺中都會區為例，環繞都會生活核心四周的傳統與高科技工業園區是區域經濟的展現，而中間的都會生活核心變成為地方經濟發展的實踐場所。興建中與設立中的新市政中心、臺中市大都會歌劇院、臺中國際會議展覽中心與國家圖書館臺中新館，配合原有的自然科學博物館、國立臺灣美術館、圓滿戶外劇場、鐵道藝術網絡臺中站 20 號倉庫、以及臺灣建築設計與藝術展演中心（TADA），顯示臺中市地方發展文化經濟的企圖與嘗試。

前述文化與創意的地方經濟發展模式帶來產業發展新的想像：過去在產業結構分析中，臺中都會區一直是臺灣精密機械、金屬與光學元件的重鎮。但就文化創意產業來看，臺中區塊文化創意產業產值具相當潛力。就 90 年工商普查資料分析，臺中區塊文化創意產業產值比例主要以工藝產業 65.56% 最高，出版業 13.32% 次之，數位休閒娛樂業 7.76% 為第三，其餘業別占比例皆小於 5%（詳見圖 1）。就臺中區塊各縣市產業總產值排序及平均每員工產值（生產總額/員工數）分析探討，表 2 顯示本市產值較高者主要為出版業、工藝產業、數位休閒娛樂業、建築設計產業、廣告業。就平均每員工產值來分析，各縣市間文化創意產業之排序亦大不相同，本市每員工產值較高者主要為廣播電視業、品牌時尚設計產業、工藝產業、設計產業、建築設計產業，雖然這些業別的總產值並非最高，但每名員工的產值卻高於其他總產值高的業別，這其中似乎隱藏著產業所具備的潛力。（詳見表 3）

胡市長從就任以來，就以「文化、經濟、國際城」為總體施政目標。在文化方面，推動各項文化軟硬體建設，促進國際藝文交流，進而帶動地方經濟發展；在經濟方面，利用本身產業優勢，整合臺中區塊資源，促進工商業聯結，發展

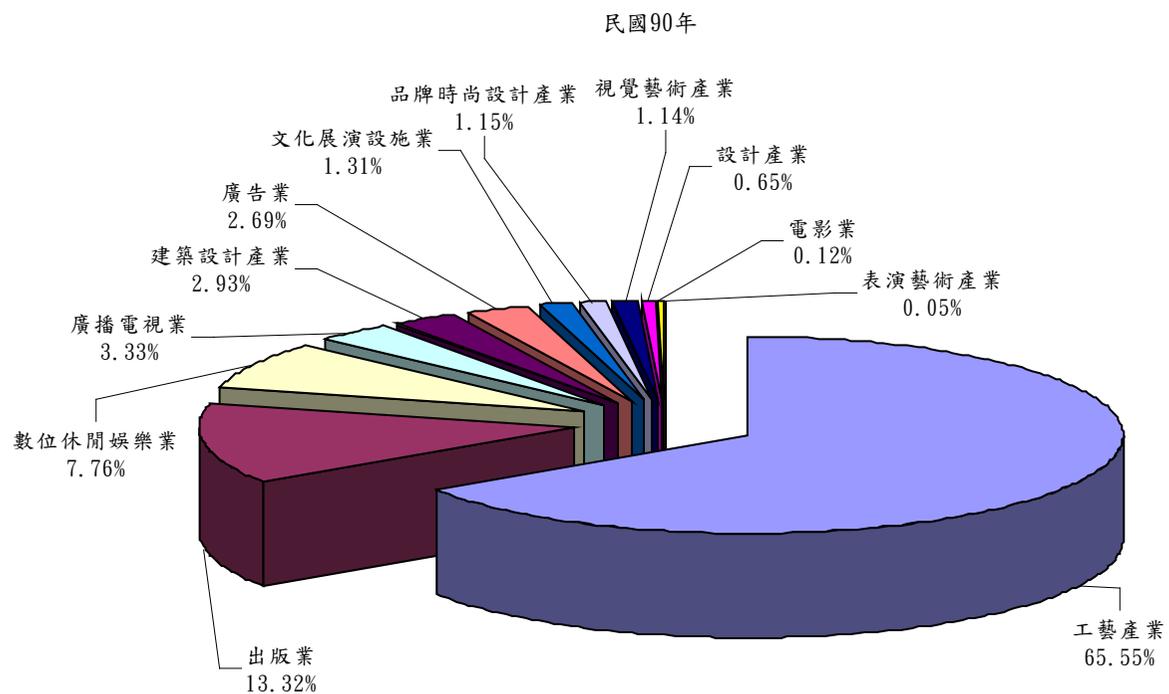
國際化、多元化及自由化的工商業及服務業，並配合新的都市空間營造（如新市政中心專用區）與交通運輸系統的更新，期本市在全球城市競爭中突圍勝出，打造一個屬於臺中自己的天下，這與劉立偉教授在本文中所提”地方政府應努力建構良好與獨特的在地條件，使其成為全球化與地方化接合的平台”觀念不謀而合，在在顯示市府團隊在胡市長在這行動架構與創新思維引領下，建構成為全球化城市的努力。

表1、台灣三大都會區的區域購買係數與占整體產出比例

產業分類	民國70年	民國80年	民國85年
購買係數			
工業及服務業	0.78	0.72	0.73
工業（二級產業）	0.93	0.86	0.86
生產者服務業	0.18	0.39	0.44
消費者服務業	0.82	0.91	0.98
占整體產出比例（附加價值）			
工業（二級產業）	0.60	0.55	0.49
生產者服務業	0.16	0.16	0.19
消費者服務業	0.24	0.29	0.32

資料來源：行政院主計處主計月刊No. 615

圖 1、臺中區塊文化創意產業產值比例圖



資料來源：行政院主計處主計月刊No. 615

表2、中部區塊五縣市文化創意產值前五名產業

民國90年

縣市 \ 序位	一	二	三	四	五
苗栗縣	工藝產業	出版業	廣播電視業	數位休閒娛樂業	建築設計產業
臺中市	出版業	工藝產業	數位休閒娛樂業	建築設計產業	廣告業
台中縣	工藝產業	出版業	數位休閒娛樂業	廣播電視業	廣告業
彰化縣	工藝產業	出版業	數位休閒娛樂業	廣播電視業	廣告業
南投縣	工藝產業	出版業	數位休閒娛樂業	廣播電視業	建築設計產業

資料來源：行政院主計處主計月刊No. 615

表3、中部區塊五縣市平均每員工前五大文化創意產業及產值

民國90年

單位：千元

縣市		序位	一	二	三	四	五
苗栗縣	產業名稱		廣播電視業	工藝產業	廣告業	數位休閒娛樂業	品牌時尚設計產業
	每員工產值		3,681	2,079	1,188	1,128	1,059
臺中市	產業名稱		廣播電視業	品牌時尚設計產業	工藝產業	設計產業	建築設計產業
	每員工產值		3,196	2,527	2,034	1,770	1,573
台中縣	產業名稱		電影業	廣播電視業	工藝產業	建築設計產業	數位休閒娛樂業
	每員工產值		5,280	3,086	2,093	1,539	1,468
彰化縣	產業名稱		廣播電視業	工藝產業	建築設計產業	設計產業	數位休閒娛樂業
	每員工產值		3,396	1,840	1,553	1,448	1,284
南投縣	產業名稱		工藝產業	建築設計產業	廣播電視業	廣告業	視覺藝術產業
	每員工產值		2,088	1,445	1,280	1,157	1,139

資料來源：行政院主計處主計月刊No. 615