

## 最近五年創意商品進口按貨值首五位來源地<sup>(1)</sup>

(資料來源：政府統計處)

### (1) 整體創意商品進口

(千港元)

排名	2014			2015			2016		
	來源地	貨值 (港幣)	百分比 <sup>#</sup>	來源地	貨值 (港幣)	百分比 <sup>#</sup>	來源地	貨值 (港幣)	百分比 <sup>#</sup>
1	中國內地	\$261,034,486	53.8%	中國內地	\$226,936,980	53.0%	中國內地	\$203,357,094	50.8%
2	瑞士	\$55,959,879	11.5%	瑞士	\$43,773,258	10.2%	意大利	\$36,878,469	9.2%
3	意大利	\$39,481,175	8.1%	意大利	\$36,031,321	8.4%	瑞士	\$36,334,218	9.1%
4	印度	\$24,779,464	5.1%	印度	\$24,007,400	5.6%	印度	\$29,990,377	7.5%
5	法國	\$19,092,524	3.9%	法國	\$15,168,250	3.5%	法國	\$15,232,596	3.8%
排名	2017			2018					
	來源地	貨值 (港幣)	百分比 <sup>#</sup>	來源地	貨值 (港幣)	百分比 <sup>#</sup>			
1	中國內地	\$202,719,213	48.3%	中國內地	\$213,561,932	48.1%			
2	瑞士	\$39,299,216	9.4%	意大利	\$45,810,767	10.3%			
3	意大利	\$39,038,978	9.3%	瑞士	\$44,870,281	10.1%			
4	印度	\$37,906,183	9.0%	法國	\$19,307,666	4.3%			
5	法國	\$16,034,999	3.8%	美國	\$14,423,911	3.2%			

註：

- (1) 詳細香港商品貿易統計和創意商品分類，請參閱載於本文件最後的「概念及定義」。
- (2) #佔該年創意商品進口總貨值的百分比。

## (2) 廣告相關創意商品

(千港元)

排名	2014			2015			2016		
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#
1	中國內地	\$478,257	74.6%	中國內地	\$456,928	77.2%	中國內地	\$419,903	79.8%
2	美國	\$67,088	10.5%	美國	\$40,110	6.8%	意大利	\$20,232	3.8%
3	意大利	\$21,504	3.4%	意大利	\$19,451	3.3%	美國	\$13,617	2.6%
4	日本	\$15,396	2.4%	瑞士	\$14,681	2.5%	瑞士	\$11,894	2.3%
5	德國	\$12,306	1.9%	日本	\$11,153	1.9%	日本	\$11,284	2.1%
排名	2017			2018					
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#			
1	中國內地	\$392,101	81.2%	中國內地	\$397,815	79.4%			
2	意大利	\$17,379	3.6%	意大利	\$20,767	4.1%			
3	美國	\$12,417	2.6%	美國	\$13,287	2.7%			
4	日本	\$10,346	2.1%	瑞士	\$13,138	2.6%			
5	瑞士	\$9,761	2.0%	日本	\$12,479	2.5%			

註：#佔該年廣告相關創意商品進口總貨值的百分比。

(3) 建築相關創意商品

(千港元)

排名	2014			2015			2016		
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#
1	德國	\$1,050	45.4%	美國	\$2,234	71.8%	美國	\$815	57.3%
2	美國	\$594	25.6%	英國	\$367	11.8%	加拿大	\$469	33.0%
3	中國內地	\$160	6.9%	德國	\$324	10.4%	日本	\$48	3.4%
4	加拿大	\$147	6.4%	中國內地	\$75	2.4%	中國內地	\$40	2.8%
5	意大利	\$137	5.9%	加拿大	\$53	1.7%	英國	\$28	2.0%
排名	2017			2018					
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#			
1	美國	\$672	53.2%	日本	\$842	37.6%			
2	日本	\$236	18.7%	美國	\$811	36.2%			
3	德國	\$164	13.0%	英國	\$396	17.7%			
4	意大利	\$126	10.0%	德國	\$93	4.2%			
5	中國內地	\$29	2.3%	中國內地	\$61	2.7%			

註：#佔該年建築相關創意商品進口總貨值的百分比。

## (4) 設計相關創意商品

(千港元)

排名	2014			2015			2016		
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#
1	中國內地	\$219,704,976	53.0%	中國內地	\$188,968,423	51.7%	中國內地	\$168,879,892	48.8%
2	瑞士	\$55,867,224	13.5%	瑞士	\$43,693,734	12.0%	意大利	\$36,784,614	10.6%
3	意大利	\$39,387,429	9.5%	意大利	\$35,937,380	9.8%	瑞士	\$36,268,331	10.5%
4	印度	\$24,768,867	6.0%	印度	\$24,001,204	6.6%	印度	\$29,980,706	8.7%
5	法國	\$18,966,892	4.6%	法國	\$14,956,182	4.1%	法國	\$14,998,428	4.3%
排名	2017			2018					
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#			
1	中國內地	\$159,311,134	45.2%	中國內地	\$164,064,747	45.9%			
2	瑞士	\$39,253,614	11.1%	意大利	\$45,686,066	12.8%			
3	意大利	\$38,954,180	11.0%	瑞士	\$44,834,587	12.5%			
4	印度	\$37,880,690	10.7%	法國	\$19,152,935	5.4%			
5	法國	\$15,914,673	4.5%	美國	\$12,802,853	3.6%			

註：#佔該年設計相關創意商品進口總貨值的百分比。

## (5) 數碼娛樂相關創意商品

(千港元)

排名	2014			2015			2016		
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#
1	中國內地	\$15,539,555	72.4%	中國內地	\$13,895,871	77.3%	中國內地	\$8,610,786	78.5%
2	日本	\$4,709,888	21.9%	日本	\$3,156,401	17.6%	日本	\$1,781,000	16.2%
3	韓國	\$493,725	2.3%	韓國	\$313,932	1.7%	韓國	\$227,105	2.1%
4	美國	\$232,917	1.1%	台灣	\$156,617	0.9%	美國	\$107,963	1.0%
5	台灣	\$178,773	0.8%	美國	\$153,437	0.9%	台灣	\$90,462	0.8%
排名	2017			2018					
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#			
1	中國內地	\$19,501,024	90.9%	中國內地	\$17,348,269	89.0%			
2	日本	\$1,305,734	6.1%	日本	\$1,299,108	6.7%			
3	台灣	\$153,626	0.7%	越南	\$320,461	1.6%			
4	韓國	\$148,897	0.7%	美國	\$140,022	0.7%			
5	美國	\$142,020	0.7%	台灣	\$121,628	0.6%			

註：#佔該年數碼娛樂相關創意商品進口總貨值的百分比。

## (6) 電影及電視相關創意商品

(千港元)

排名	2014			2015			2016		
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#
1	中國內地	\$855,517	23.1%	中國內地	\$812,667	24.2%	中國內地	\$819,727	25.7%
2	馬來西亞	\$697,078	18.8%	日本	\$628,886	18.7%	日本	\$764,855	24.0%
3	日本	\$674,652	18.2%	新加坡	\$533,192	15.9%	美國	\$524,782	16.5%
4	美國	\$571,571	15.4%	美國	\$451,493	13.4%	新加坡	\$433,899	13.6%
5	新加坡	\$379,386	10.2%	馬來西亞	\$426,138	12.7%	台灣	\$173,847	5.5%
排名	2017			2018					
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#			
1	日本	\$1,139,843	35.0%	日本	\$1,505,177	35.0%			
2	美國	\$642,664	19.7%	愛爾蘭	\$652,716	15.2%			
3	中國內地	\$569,541	17.5%	美國	\$572,433	13.3%			
4	韓國	\$212,197	6.5%	中國內地	\$456,496	10.6%			
5	新加坡	\$160,971	4.9%	新加坡	\$289,795	6.7%			

註：#佔該年電影及電視相關創意商品進口總貨值的百分比。

## (7) 音樂相關創意商品

(千港元)

排名	2014			2015			2016		
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#
1	中國內地	\$16,634,455	48.3%	中國內地	\$14,650,532	47.8%	中國內地	\$16,928,414	56.4%
2	台灣	\$12,147,726	35.3%	台灣	\$10,644,139	34.7%	台灣	\$8,252,045	27.5%
3	韓國	\$2,571,372	7.5%	馬來西亞	\$1,181,941	3.9%	韓國	\$1,188,971	4.0%
4	美國	\$813,504	2.4%	韓國	\$1,147,400	3.7%	馬來西亞	\$1,054,937	3.5%
5	日本	\$486,052	1.4%	美國	\$940,539	3.1%	美國	\$605,321	2.0%
排名	2017			2018					
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#			
1	中國內地	\$16,027,180	48.2%	中國內地	\$24,074,229	45.8%			
2	台灣	\$7,941,307	23.9%	台灣	\$9,725,566	18.5%			
3	韓國	\$3,151,296	9.5%	韓國	\$6,857,206	13.1%			
4	馬來西亞	\$1,947,568	5.9%	馬來西亞	\$5,149,359	9.8%			
5	菲律賓	\$873,492	2.6%	新加坡	\$2,878,830	5.5%			

註：#佔該年音樂相關創意商品進口總貨值的百分比。

## (8) 印刷及出版相關創意商品

(千港元)

排名	2014			2015			2016		
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#
1	中國內地	\$7,821,565	77.3%	中國內地	\$8,152,484	79.9%	中國內地	\$7,698,332	79.0%
2	美國	\$363,467	3.6%	韓國	\$327,656	3.2%	美國	\$343,561	3.5%
3	韓國	\$350,091	3.5%	美國	\$319,813	3.1%	韓國	\$295,678	3.0%
4	英國	\$289,245	2.9%	英國	\$263,808	2.6%	台灣	\$252,035	2.6%
5	台灣	\$219,142	2.2%	台灣	\$227,716	2.2%	日本	\$224,968	2.3%
排名	2017			2018					
	來源地	貨值 (港幣)	百分比#	來源地	貨值 (港幣)	百分比#			
1	中國內地	\$6,918,204	77.7%	中國內地	\$7,220,316	76.0%			
2	日本	\$393,274	4.4%	日本	\$500,547	5.3%			
3	美國	\$360,200	4.0%	美國	\$322,520	3.4%			
4	台灣	\$250,705	2.8%	加拿大	\$298,992	3.1%			
5	英國	\$192,559	2.2%	台灣	\$222,928	2.3%			

註：#佔該年印刷及出版相關創意商品進口總貨值的百分比。

## 概念及定義

- (a) 以上載列的貿易統計數字是創意香港根據由政府統計處整理及提供的進出口報關單上的資料所編製。
- (b) 港產品出口貨物是指香港的天然產品或在本港經過製造工序，以致其基本生產物料的形狀、性質、結構或效用受到永久及實質改變的產品。港產品出口以「離岸價」計算。
- (c) 轉口貨品是指輸出曾經自外地輸入本港的貨品，而這些貨品並沒有在本港經過任何製造工序，以致永久及實質改變其基本原料的形狀、性質、結構或效用。轉口貨品以「離岸價」計算。
- (d) 進口貨品是指自香港以外出產或製成的貨品，輸入香港供本地使用或轉口，以及再進口的香港產品。進口以「到岸價」計算。
- (e) 為方便數據的可比性，所載列的數字是按「標準國際貿易分類」(第四次修訂版)的貨物分類制度編製。
- (f) 在編製創意商品統計數字中所採用的定義及分類時已參考由聯合國貿易和發展會議及聯合國教科文組織所發佈的相關統計指引，並因應本地實際情況作適當調整。