

97 年度國際經貿事務研究及培訓中心計畫
子計畫二：即時性議題之（1）

台灣推動文化創意產業對婦女創業之契機與
影響

委託單位：外交部／經濟部國際貿易局

研究單位：中華經濟研究院（台灣 WTO 中心）

民國 97 年 7 月

97 年度國際經貿事務研究及培訓中心計畫
子計畫二：即時性議題之（1）

台灣推動文化創意產業對婦女創業之契機與
影響

計畫主持人：徐遵慈

研究人員：徐遵慈、方立維、賴琬妮

委託單位：外交部／經濟部國際貿易局

研究單位：中華經濟研究院（台灣 WTO 中心）

民國 97 年 7 月

目次

目次.....	i
表次.....	iii
圖次.....	iv
第一章 研究緣起與內容.....	1
第一節 研究目的.....	1
第二節 研究內容、方法與限制.....	1
第二章 文化創意產業之內涵及 APEC 會員發展之情形.....	4
第一節 文化創意產業之定義與範圍.....	4
第二節 文化創意產業之國際貿易趨勢－對 APEC 會員之影響.....	5
第三章 台灣文化創業產業之發展.....	11
第一節 「文化創意產業發展計畫」之推動與成績.....	11
第二節 文化創意產業與策略性服務業.....	18
第三節 台灣中小企業參與文化創業產業之貢獻與機會.....	23
第四章 台灣文化創業產業之發展與婦女之參與情形.....	28
第一節 台灣文化創業產業與婦女創業、就業之關連性分析.....	28
第二節 女性參與文化創業產業之現狀與障礙.....	34
第五章 台灣推動文化創意產業政策之檢討－性別角度之影響分析.....	37
第一節 台灣政府推動文化創業產業政策與鼓勵措施.....	37
第二節 台灣推動文化創意產業政策之檢討－性別角度之分析.....	38

第六章 結論與政策建議	45
第一節 結論	45
第二節 政策建議	46
參考文獻	48

表次

表 1	文化產業範疇分類表	5
表 2	2004 年中小型策略性服務業概況	21
表 3	2004 年策略性服務業新設營業者概況	22
表 4	2005、2006 年中小企業就業人數	24
表 5	2006 年企業各項指標產業部門之規模別概況	26
表 6	各類設計產業就業人口數－按性別分	33
表 7	APEC 計畫指南之性別影響評估參考依據	41
表 8	「APEC 方案提議表之性別相關參考依據檢視清單（Gender Criteria Checklist for APEC Project Proposal Forms）」	42

圖次

圖 1	2002-2006 年文化創意產業營業額及附加價值統計	16
圖 2	2002-2006 年文化創意產業家數統計	17
圖 3	2002-2006 年文化創意產業就業人數統計	17
圖 4	2006 年中小企業經營指標產業結構比率	23
圖 5	2006 年女性勞動力參與率之國際比較	30

第一章 研究緣起與內容

第一節 研究目的

近年以來，國際組織如經濟合作暨發展組織(OECD)、世界銀行(World Bank)、亞太經濟合作會議(APEC)及其他國際組織等，對於經濟全球化趨勢對於世界各國女性參與經濟活動之機會與影響日漸重視，國際間探討如何藉由鼓勵、協助女性參與貿易自由化，以強化其經濟地位與貢獻之工作，也日漸受到重視。在各項經濟領域中，由於女性以其創立或主導之企業投身服務業領域之情形漸趨頻繁，以及越來越多女性本身即為優秀之服務業提供者，因此服務業被視為二十一世紀中較諸製造業更適合女性投入的產業。

在我國經濟發展過程中，女性一向扮演重要之角色，女性創立之企業及人力資源，對於經濟發展具有重要貢獻。不過，由於女性創立之企業規模多以中小企業為主，如何透過政府政策與提供有利之競爭環境，使其能夠穩健成長與茁壯，並成功打入國際市場，為我政府近年施政之重要目標與考驗。

在前述研究背景下，本項研究計畫旨在針對台灣近年積極推動之文化創意產業，研析其產業發展前景，及政府政策對於女性提供之經濟機會，是否符合經由性別分析下之實際女性需要；並擬參酌國際經驗及 APEC 會員體之討論，提供政策建議，俾能協助相關機關提出具有性別敏感度及性別意涵之政策與執行架構，進而對女性投入文化創意產業發揮較高之政策效益。

第二節 研究內容、方法與限制

基於上述研究目的，本研究擬定之研究內容包括：

一、 文化創意產業之內涵及 APEC 會員發展之情形；

- 二、 文化創業產業之發展及其與女性(創業、就業)之關連性 – 台灣與其他國家對文化創業產業之定義、發展現狀、產值推估、未來政策方向等；
- 三、 台灣中小企業(含微型企業)參與文化創業產業之貢獻與機會；
- 四、 台灣女性參與文化創業產業之現狀、障礙與前景；
- 五、 台灣政府推動文化創業產業政策與鼓勵措施之內涵與性別影響分析(gender impact analysis)；
- 六、 結論與政策建議。

本研究將蒐集國際(如 APEC 會員體)、台灣有關文化創業產業之探討文獻與相關產業統計，以及中小企業(含微型企業)投入文化創意產業之貢獻與商機，進而嘗試探討女性企業家參與文化創意產業之現狀與前景。本研究亦將探討台灣推動文化創業產業的過程中，政府實施之相關政策、措施對女性參與文化創意產業之內涵及影響。

除文獻整理與蒐集外，本研究亦擬以訪談方式，瞭解女性企業家、女性文化藝術工作者等實際投入文化創業產業人士，對於其工作或企業營運及政府政策之意見與看法，俾能整理納入本研究之政策建議，提供各界參考。

本研究主要以質性方法進行分析，但需大量倚賴相關統計資料，本研究在統計資料之使用上面臨研究限制，主要限制為：

- 一、 國際(如 APEC 會員體)及國內對於婦女薪資、就業、所得、創業等相關統計不夠完整，使用資料之定義與範圍亦未必統一，尤其眾多統計結果未能以部門別、產業別逐年呈現，使得分析出現困難。在國內眾多統計資料中，除行政院主計處及經濟部中小企業處發布的部分統計資料具有性別識別性(sex-disaggregated data)外，多數之統計資料因並未區分性別而不具有性別意涵，顯示女性在經濟、財稅、產業發展等統計資料與文獻上呈現之「部門隱形性」(sectoral invisibility)現象，

構成本研究及相關議題研究之困難，亦容易造成政府政策規劃工作上之盲點。

- 二、國際間及國內對於服務業、文化創意產業等定義、範圍不一，導致眾多統計資料內容不盡精確。以我國而言，我國不同政府部會在不同之國家或產業政策中使用之用語及涵蓋產業(行業)並非全然一致，在文化創意產業下涵蓋之相關子行業更不盡相同，導致統計資料之比較、分析十分困難。此一問題亦顯示文化創意產業之推展因涉及不同主管機關、業務功能之考慮、與產業面向，因此整合不易，目前國內尚未建立一套完整且分類標準一致之文化創意產業統計資料，對於相關研究及產業調查工作，形成極大之障礙。

第二章 文化創意產業之內涵及 APEC 會員發展之情形

第一節 文化創意產業之定義與範圍

截至目前為止，國際間對於「文化創意產業」一詞尚未出現一致性的定義與解釋，在多數文獻之討論上主要係依據聯合國教科文組織（UNESCO）曾提出對「文化產業」（Cultural Industries）的定義：「結合創作、生產與商業的內容，同時這內容的本質，具有文化資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，以產品或服務的型式呈現；從內容上來看，文化產業可以被視為是創意產業，包含書報雜誌、音樂、影片、多媒體、觀光，及其他靠創意生產的產業。」

依據 UNESCO 說明文化產業的概念，其產業範圍通常包括印刷、出版、多媒體、視聽產品、電影、工藝與設計，但國際上有些國家文化產業的概念尚包括建築、視覺藝術、表演藝術、運動、歌舞劇與音樂的製造、廣告與文化觀光等。由於文化產業的範疇十分多元，各國多自行決定其產業涵蓋內容。

不過，UNESCO 基於文化與貿易的觀念，必須進行全球文化貿易統計的建立與分析，並以貿易的角度來建立可進行跨國比較之統計資料，因此必須給予文化產品一個明確的定義，才得以統計國際文化貿易。依其貿易統計分類下之的文化產品，包括六大類別，分別為音樂、視覺藝術、電影與攝影、廣播與電視、遊戲與運動產品。¹

1

¹ 財團法人國家文化藝術基金會，文化創意產業概況分析調查，行政院經濟建設委員會委託研究，九十一年十二月。

表 1 國際組織及部分國家對於文化產業範疇之分類

國別 產業別	教科文組織與 其他國家 ³⁵	韓國 ³⁶	英國	香港	紐西蘭
總數	約 12 類	6 類	13 類	13 類	10 類(實 13 類) ³⁷
視覺藝術	視覺藝術	---	藝術及古董市場	藝術及古董市場	視覺藝術(精緻藝術、工藝與古董)
表演藝術	表演藝術	---	表演藝術	表演藝術	---
設計	工藝與設計	---	工藝	---	---
			設計	設計	設計
			時尚設計	時尚設計	時尚設計
建築	建築	---	建築	建築	建築
電影	電影	電影產業	電影與錄影帶	電影	電影與錄影帶
電視廣播	---	---	電視與廣播	電視	電視與電台
廣告	廣告	---	廣告	廣告	廣告
出版	印刷、出版	漫畫產業	出版	出版	出版
				漫畫產業	
音樂產業	歌舞劇與音樂的製造	音樂產業	音樂	音樂	音樂與表演藝術
內容產業	多媒體、視聽產品	---	軟體與電腦服務業	軟體與資訊服務	軟體與資訊服務(包括休閒軟體)
		電玩產業	互動休閒軟體	遊戲軟體	---
		動畫產業	---	---	---
其他產業	文化觀光	人物產業	---	---	---
	運動				

資料來源：文化創意產業概況分析調查，行政院經濟建設委員會委託研究，九十一年十二月。

第二節 文化創意產業之國際貿易趨勢－對APEC會員之影響

文化創意產業之發展、貿易與消費與一國之經濟發展程度及國民所得

具有直接的關係。根據 UNESCO 一份研究報告估計，國際間文化產品與服務的跨境貿易日漸重要，佔全球 GDP 的比重超過 7%。²從 1994 年至 2002 年近 10 年期間，文化創意產品的國際貿易金額增加幾近一倍，年貿易額從 383 億美元增至 589 億美元。而另如根據聯合國貿易發展會議(United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD)2005 年發布的資料，如將具有強烈文化及創意色彩或要素的產品一併計算，則全球文化產業市場的規模可達到 1.3 兆美元。

全球最大的核心文化產品(core cultural product)出口地區為歐盟，在 2002 年時即已占全球核心文化產品出口總值比重之 51.8%，亞洲則在近年急起直追，成為第二大出口地區，占全球出口總值比重之 20.6%，排名第三的地區為北美，占出口總值比重之 16.9%，但已較 1994 年約占 25%之情形下滑許多。³

亞洲地區核心文化產品強勁的成長動力，主要來自於東亞國家的出口成長，在 1994 年時僅占出口總值之 7.6%，至 2002 年成長超過一倍，增加至 15.6%左右，出口值達 85 億 5,350 萬美元。東南亞國家協會(以下簡稱 ASEAN)的成長亦十分明顯，1994 年時僅占全球出口總值之 3.6%，至 2002 年增長至 4.5%，出口值約為 24 億 4,570 萬美元。

文化產業具有創造高產值的特性，根據加拿大的統計，該國文化產業創造逾 220 億美元的收入，並創造超過 67 萬個工作機會；而澳洲的文化藝術產業則佔該國國內生產毛額 (GDP) 的 3%，每年創造 3,600 萬美元營收⁴。英國創意產業的表現證明其經濟效益，2001 年統計創意產業占英國 GDP 的 7.9%，十三個創意產業內的四個產業則占四分之三，如設計占

1

² International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003: Defining and capturing the flows of global cultural trade, UNESCO Institute for Statistics, 2005. 該報告所稱之核心文化產品包括：文化遺產產品、書籍、報紙與期刊、其他印刷品、錄影產品、視覺藝術、視聽產品七大類。

³ 參前註，第 21 頁。

⁴ See S Cunningham, From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications, Media International Australia, 2002, Via <http://creativeindustries.qut.edu.au>.

全經濟的 2.8%；軟體與電腦服務占 1.6%；出版占 0.9%；廣告占 0.7%。

1997 年到 2001 年間，相較於同期內 2.8%的經濟成長率，創意產業每年即成長 9%⁵。創意產業外銷對英國 2001 年貿易平衡的貢獻有 8.7 兆英鎊，是所有外銷貨品與服務的 3.3%。外銷在 1997 年到 2001 年間，每年成長 13%，但同時間內整體外銷僅成長 9%，所有貨品與服務僅成長 5%⁶。以上數據，足以顯見文化創意產業確實突飛猛進，不容我國小覷。

文化創意產業已成為世界各國拓展貿易的重要領域，亞太經濟合作會議(以下簡稱 APEC)近年亦開始討論文化創意產業之發展對於亞太地區經濟發展與繁榮的意義。APEC 近年討論文化創意產業之議題，主要係從貿易與投資自由化、中小企業發展、及性別與婦女議題的角度與領域，探討推動文化創意產業在經濟及社會發展上之重要性、現有障礙、及政策方向。APEC 將其討論聚焦於中小企業發展及婦女議題，主要原因係基於亞太地區從事於文化創意產業之企業多屬中小企業甚或微型企業，其中婦女與原住民更扮演重要角色，也提供主要的勞動力，因此尤其需要政府提供良好之發展環境以及協助支援。

中小企業的另一重要功能，為有效帶動地方經濟發展，以達到平衡城鄉發展差距的目標。APEC 中小企業工作小組(SME Working Group)近年致力推動地方性中小企業及微型企業發展出口貿易，協助具有地方特色的企業拓銷文化產品及服務業出口，成為其中重要的一環。

例如，近年來為促進地方繁榮，所謂「地方特色產業」逐漸受到各國政府的重視，在 APEC 架構下，「一鄉一產品」(One Product One Village, OPOV)的發展模式受到 APEC 各國的推崇，包括日本、泰國、台灣等皆提出以「一鄉一產品」(One Town One Product, OTOP)模式，作為其輔導地方

1

⁵ See C Hoskins, S McFadyen, Global Television and Film: An Introduction to the Economics of the Business, A Finn - Canadian Journal of Communication-, 2000 - cjc-online.ca

⁶台灣經濟研究院，文化創意產業產值調查與推估研究報告，文建會委託研究計畫，2003 年。

特色產業的政策主軸。台灣在 APEC 中小企業工作小組下提出的 OTOP 倡議，最新之焦點在藉由推動地方特色產業以帶動其經濟發展，因此具有地方特色之文化創意產業即成為當地推展觀光及地方產業的重要資產。⁷

在中小企業工作小組之外，APEC 自 1996 年起開始關注婦女議題，APEC 下之婦女領袖網路會議(Women Leaders' Network, WLN)自 1997 年成立以來，每年召集 APEC 各會員體婦女事務之主管機關、婦女企業家、婦女團體與非政府組織(NGO)等，討論如何協助婦女參與經濟全球化，及自貿易、投資自由化與科技發展中受益。由於婦女擁有或主導之企業多屬小型或微型企業規模，投入製造業有其資金、技術取得之困難，因此協助婦女企業投入服務業，包括教育、醫療、文化、觀光等服務業及出口，遂成為婦女領袖網路會議之工作重點。

1998 年 10 月 APEC 於菲律賓召開第一屆婦女事務部長會議，通過「整合婦女參與 APEC 架構」(Framework for the Integration of Women in APEC)，以期逐步將性別工作整合至 APEC 所有論壇中，並將該案提報至 APEC 部長及領袖會議。第二屆婦女事務部長會議於 2002 年 9 月在墨西哥召開，會議的主題為「在新經濟下提升婦女的經濟利益與機會」，三項子題分別為：婦女企業家、微小企業與貿易自由化對婦女的衝擊，並持續針對 APEC 內性別整合與延續其在經濟內角色的工作為重點。會議結論並針對婦女發展企業以及婦女對貿易自由化的關係向 APEC 領袖提出建議，首重確認婦女對於參與經濟發展之重要性，以推動 APEC 經濟體加強微小及中小企業參與國際貿易之能力。

APEC 貿易部長會議亦針對女性具有潛力能改善 APEC 區域的社經活動，體認貿易對兩性不同的衝擊，部長們將特別重視在婦女在財務、技術以及 APEC 參與程度之改善，並於 2005 年確認將性別考量放在貿易政策中，並指示資深官員(SOM)繼續進行「支持潛在婦女出口者」(Supporting Potential Women Exporters)計畫，包括各經濟體報告支持婦女出口商之政

1

⁷ 參台灣地方特色網，<http://www.otop.tw/>。

策現況、確認 APEC 區域的最佳範例等，以落實貿易自由化及便捷化，有利於婦女出口商及小型企業之發展。⁸

此外，2005 年馬來西亞在 APEC 中小企業工作小組會議發表「2005 APEC 區域內婦女企業家之表現」(Performance of Women Entrepreneurs in APEC Economies 2005.) 的問卷調查報告。⁹該份問卷針對 APEC 會員體內的婦女企業家進行調查，計有來自澳洲、汶萊、智利、印尼、日本、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓與台灣共計 190 份的問卷回收，該問卷調查發現 APEC 區域內婦女企業家面對之共同問題如下：

- 一、大部分的婦女企業家採獨資企業方式運作。
- 二、大部分的婦女企業家從事服務業領域。
- 三、在一般金融體系上，女性之小型企業或獨資企業在獲得資金方面明顯較為困難。
- 四、在使用網路作為新型行銷通路上，婦女企業家在此方面的參與率仍比較低。
- 五、在保護智慧財產權方面的意識較為薄弱。
- 六、還是相當依賴人工操作的方式，而比較少使用科技技術的協助。
- 七、婦女企業家間普遍存在著需要增加資訊科技能力的需求。
- 八、尚未體認到建立產品品質保證的重要性。

2006 年 11 月 APEC 與 OECD 聯合在希臘首都雅典舉辦「中小企業進入國際市場障礙調查研討會」(OECD-APEC Global Conference: Removing

1

⁸ APEC, 2005, "MEETING OF APEC MINISTERS RESPONSIBLE FOR TRADE STATEMENT OF THE CHAIR", http://www.apec.org/apec/ministerial_statements/sectoral_ministerial/trade/2005_trade.html

⁹ APEC, 2005, "Results of the Survey on Performance of Women Entrepreneurs In APEC Economies 2005", 2005/SMEWG/023.

Barriers to SMEs Access to International Markets), 在該研討會中發布一份中小企業進入國際市場障礙調查報告，係針對從事於汽車、工程；航太、運輸；農業、食品；創意產業(creative industries)；教育、訓練；能源；環境；財務、商業；健康、生技；資通訊科技(ICT)；旅遊、休閒、傳統文化(tourism, leisure and heritage)等領域之多國中小企業進行調查，¹⁰ 調查結果顯示，在造成中小企業進入國際市場的各项障礙之中，「高額之運輸與保險成本」以及「對於智慧財產權之保護不足」兩項障礙對於創意產業之影響程度高於對於其他領域之影響程度；至於「提供客戶滿意之價格」、「提供技術服務或售後服務」、「符合出口品質、標準與規格」、及「食品衛生檢驗檢疫規定之限制」等四項，雖被其他領域中小企業視為嚴重出口障礙的項目，但卻對從事創意產業之中小企業不致造成困擾。¹¹

在各项障礙事項中，除前述「高額之運輸與保險成本」及「對於智慧財產權之保護不足」外，對從事創意產業之中小企業構成較嚴重之出口障礙者尚包括「欠缺用以出口的資金」及「不易取得出口及銷售管道」。

上述調查結果雖非代表所有 APEC 會員體之共同經驗，但足以顯示創意產業或文化創意產業對於拓展出口的關切事項實有別於其他產業，例如對於智慧財產權保護之重視與需要等，因此有賴政府提出針對其特殊性規劃之鼓勵及輔導措施，始能針對創意產業之需求對症下藥。

1

¹⁰ 調查國家計有加拿大、希臘、瑞士、土耳其、日本、西班牙、紐西蘭等。

¹¹ 該項調查設定之障礙包括：Shortage of working capital to finance exports, Obtaining reliable foreign representation, Excessive transportation/insurance costs, Offering satisfactory prices to customers, Accessing export/distribution channels, Offering technical/after-sale services, Inadequate property rights protection, High costs of customs administration, Unfavorable home rules and regulations, Restrictive health, safety and technical standards (e.g. SPS requirements), Political instability in foreign markets, Unfavorable quotas and/or embargoes.

第三章 台灣文化創業產業之發展

第一節 「文化創意產業發展計畫」之推動與成績

台灣政府有系統地積極推動文化創意產業，源自 2002 年規劃提出之「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，該計畫羅列未來台灣經濟發展的重點產業，其中基於全球競爭環境已逐漸邁入知識經濟時代，鑒於文化創意產業屬於知識密集產業的一部分，世界先進國家將其列為推動的重點方向，政府在考慮文化創意如能結合產業、科技、文化、服務等，加以產業化，將是我國未來擴大內需、創造就業、產業轉型及下一波經濟成長的關鍵，遂將文化創意產業列入重點推動之產業項目。

此外，台灣近年因國內生產成本上升等原因，製造業相繼將其生產基地轉移至國外，造成國內產業面臨逐步空洞化，及衍生社會、就業等諸多問題，過去政府及產業「重製造業，輕服務業」的思維尤需調整，以符合全球逐步邁入知識經濟時代的趨勢，同時協助產業轉型及升級，並足以吸納產業調整後之就業人口。¹²

基此，不論根據我國對於知識型服務業之分類，¹³抑或依據國際間對於知識型服務業(Knowledge-based service industries)之定義與範圍，¹⁴與文

1

¹² 我國服務業發展研討研究，理律法律事務所，行政院經濟建設委員會委託研究，2003 年 12 月。

¹³ 依據行政院主計處 90 年 1 月第七次行業標準分類，服務業可分為批發及零售業、住宿及餐飲業、運輸倉儲及通信業、金融及保險業、不動產及租賃業、專業科學及技術服務業、教育服務業、醫療保健及社會福利服務業、文化運動及休閒服務業、公共行政業及其他服務業等十一大類。

¹⁴ 例如，美國商務部 (Department of Commerce) 所定義之知識型服務業 (Knowledge-based service industries) 為提供服務時，融入科學、工程、技術等的產業，或協助科學、工程、技術推動之服務業，包括通訊服務、金融服務、商業服務 (包括電腦軟體、電腦及資料處理、研究發展與工程服務及其他相關服務)、教育服務及健康醫療服務等。

化及創意有關服務業均屬於具有發展潛力之服務業項目。值得注意的是，一般而言，知識型服務業具有以智慧資產為重要的收入來源，及授權費、權利金等智財權及顧問費、設計費等收入比例高，營收毛利高、設備的折舊佔成本結構低等特性，另外亦特別重視人才培養與訓練，及研發費用比例高，如能符合此類特色，始足堪真正具備知識型服務業之發展條件與競爭優勢。¹⁵

依據「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之說明，以及《文化創意產業發展法》（草案）中之定義，我國對文化創意產業（Culture Creative Industries）的定義為：「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，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」。鑒於文化創意產業的內涵甚廣，未必均具有產業發展意義與經濟價值，因此「挑戰 2008：國家發展重點計畫」選定我國適宜推動之文化創意行業，其遴選原則包括：（1）就業人數多或參與人數多；（2）產值大或關聯效益高；（3）成長潛力大；（4）原創性高或創新性高；（5）附加價值高。

¹⁶

基於以上定義與原則，政府擬定「文化創意產業發展計畫」，認為台灣文化創意產業的範疇包括：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、數位休閒娛樂產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業等共 13 項產業；並於 2002 年 10 月 1 日成立「經濟部文化創意產業推動小組」，負責進行跨部會整合與文化創意產業相關政府單位窗口聯繫、研修設計及文化創意相關法規，並協調文化創意產業推動之人才培訓、國際交流、技術輔導等工作。

上述十三項產業內容，又可歸納為三大類，包括：

一、文化藝術核心類：精緻藝術之創作與發表，如表演（音樂、戲

1

¹⁵ 參前註 10，第 3 頁。

¹⁶ See <http://www.ejob.gov.tw>, last view on Jan. 29, 2008.

劇、舞蹈)、視覺藝術(繪畫、雕塑、裝置等)、傳統民俗藝術等。

二、設計類：建立在文化藝術核心基礎上的應用藝術類型，如流行音樂、服裝設計、廣告與平面設計、影像與廣播製作、遊戲軟體設計等。

三、創意支援與周邊創意類：支援上述產業之部門，如展覽設施經營、策展專業、展演經紀、活動規劃、出版行銷、廣告企劃、流行文化包裝。

根據行政院揭示的「文化創意產業發展計畫」，則有以下五大重點工作：

一、創意產業發展機制，包括：1.強化推動組織與協調機制；2.建立網路流通整合機制；3.整合發展活動產業；4.加強智慧財產權保護機制。

二、設置文化創意產業資源中心，包括：1.設置教學資源中心；2.成立臺灣創意設計中心；3.規劃設置創意文化園區；4.成立國家事業發展中心。

三、發展藝術產業，包括：1.文化創意產業人才延攬、進修及交流；2.創意藝術產業；3.數位藝術創作；4.傳統工藝技術。

四、發展重點媒體文化產業，包括：1.振興電影產業；2.振興電視產業；3.發展流行音樂產業；4.發展圖文出版產業；5.發展數位休閒娛樂產業。

五、臺灣設計產業起飛，包括：1.活化設計產業推動機制；2.開發設計產業資源；3.強化設計主題研究；4.促進重點設計發展；5.臺灣設計運動。

該計畫共分為二階段，2003-2007年之第一期計畫著重的是文化創意源頭之耕耘，並為藝文產業發展奠定基礎，進行「培基固本」的文化藝術

觀念強化與藝術美學的觀念推廣，並積極規劃引進民間力量，以 OT、ROT 及 BOT 方式活化創意文化園區，使之成為文化創意產業交流平臺。172008 年起，文化創意產業之後續推動事宜，將由行政院文化建設委員會、行政院新聞局及經濟部等部會納入相關專案計畫共同推動。

在文建會負責之「文化創意產業發展第二期計畫(2008-2011)」方面，主要將聚焦於藝文產業的扶植及創新育成，強化交流平臺及地方推動能量，扶植青年藝術家，建置數位創意銀行，並結合產、官、學界相關資源。本計畫擬定政策性的補助措施，並以第一期計畫完成初步建置之五大創意文化園區及工藝園區為基礎場域，推動產業扶植輔導及創新育成之相關計畫，以軟硬體相互輝映促成美感創新及產業升級。

在新聞局負責之「振興流行文化產業方案(2008-2011)」方面，為培育台灣影視、圖文出版、流行音樂人才，重整台灣流行文化發展環境，繁榮本國流行文化消費市場，主要策略將包括：(一)藉由獎勵業者創意、人才、資金、行銷等措施，建立具台灣本土特色的品牌形象。(二)積極獎勵輸出臺灣流行文化產品，並藉國際行銷打開海外市場。(三)目標市場設定為中國市場、歐美學習華文華語熱潮的利基市場及鄰近亞太市場。¹⁸

在經濟部負責之「設計產業翱翔計畫(2008-2011)」方面，為使台灣成為亞太地區具有知識運籌能力之創意設計重鎮，其策略將包括：(一)協助產業建立設計合作體系、跨領域合作機制，及設計創新管理制度，提供全球設計情報及協助產業國際設計運籌等，來協助我國產業的持續創新發展。(二)加強拓展設計的服務市場，擴大設計應用領域與國際市場的需求。(三)加強國內設計人力的設計與行銷管理能力，並協助產業引進國際設計師資源。(四)整合國內設計相關資源，全力辦好 2011 年世界設計大會，加強台灣優良設計與國際接軌。

1

¹⁷ Via http://cci.cca.gov.tw/page/p_01.php, last view on Jan.30, 2008.

¹⁸ 挑戰 2008：國家發展重點計畫-文化創意產業發展計畫，經建會彙整，主辦機關：經濟部、新聞局、文建會教育部、內政部，2008 年 4 月。

整體而言，文化創意產業範疇涵蓋的內容與工作項目相當多元，納入產業價值鏈上下游的所有行業，包括在產業前端的設計開發、研究與發展；產業中端的生產製造、演出發表；產業後端的行銷推廣、活動支援、展演策劃等。無論是核心事業或周邊服務事業所產生的產業價值及就業機會實在相當可觀。

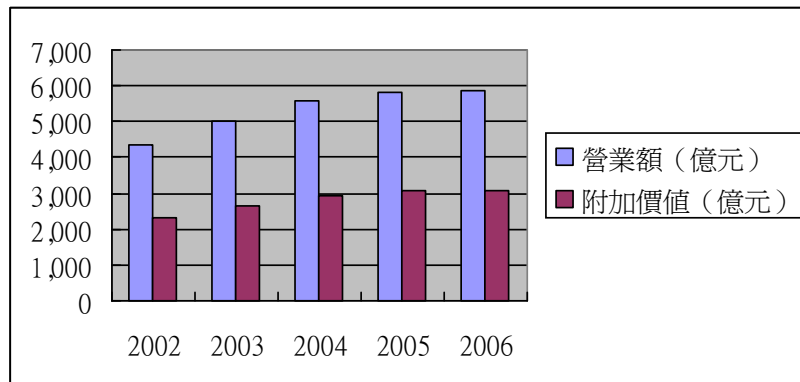
在「挑戰 2008：國家發展重點計畫」下，行政院擬定「文化創意服務業發展綱領」，訂定第一期發展目標(2005-2007 年) 如下：

- 一、 文化創意產業營業額提升為 1.5 倍，由 4,200 億元增加至 6,400 億元。
- 二、 文化創意產業直接就業機會提升為 1.5 倍，由 15.7 萬人增加至 23.6 萬人。
- 三、 文化創意消費占家庭總支出比重由 13.5% 提升為 15%。
- 四、 文化創意產（作）品參加國際競賽得獎提升為 2 倍，由 42 增加至 275 件。
- 五、 文化創意產業區域性國際品牌提升 5 倍，由 3 件增加至 21 件。

根據行政院檢討文化創意產業實施後之相關統計，從 2002 年至 2006 年間，不論從企業家數、就業人口、營業金額及附加價值觀察，台灣文化創意產業總體呈現穩定成長的趨勢。在企業家數方面，2006 年台灣從事文化創意產業的企業家數從 2002 年的 44,713 家，增加至 2006 年的 51,667 家，增加 6,954 家；在就業人口方面，文化創意產業的就業人口從 2002 年的 16.24 萬人增加至 2006 年的 20.78 萬人，增加 4.55 萬人；在營業金額方面，文化創意產業的整體營業金額從 2002 年的 4,353 億元增加至 2006 年的 5,862 億元，增加 1,509 億元；在附加價值方面，文化創意產業的整體附加價值從 2002 年的 2,311 億元增加至 2006 年的 3,072 億元，增加 761 億元。(參圖 1、2、3)

如果以成長幅度來看，從 2002 年至 2006 年，企業家數成長 1.2 倍，就業人口成長 1.3 倍，占全國就業人口比重約 2.06%，營業金額及附加價值

值分別成長 1.34 倍及 1.33 倍。雖然該項表現尚未達到行政院預定之發展目標，不過如果將文化創意產業每年平均成長率與我 GDP 成長率做一比較，則前者每年平均成長率達 7.73%，較 GDP 平均成長率 3.7% 高出甚多，充分顯示該產業之成長潛力。

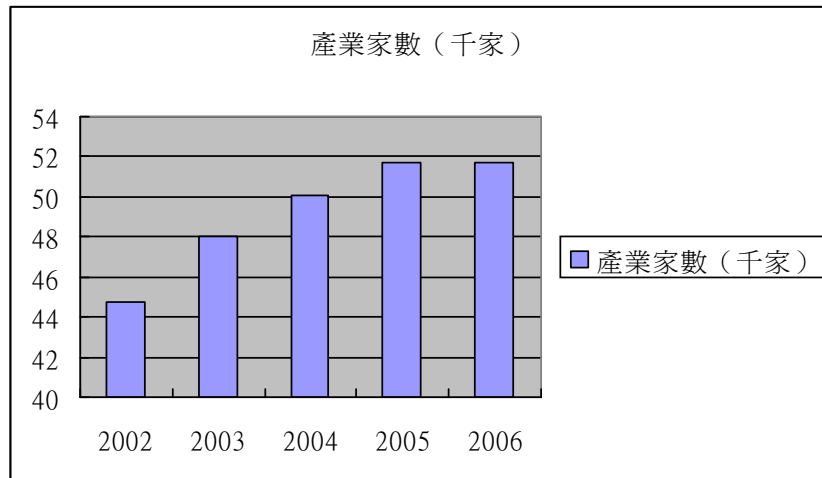


	2002	2003	2004	2005	2006
營業額 (億元)	4,353	5,032	5,565	5,811	5,862
附加價值 (億元)	2,311	2,664	2,955	3,085	3,072

原始資料來源：中華經濟研究院根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算；

圖表資料來源：「挑戰 2008：國家發展重點計畫 文化創意產業發展計畫」，第 19 頁。

圖 1 2002-2006 年文化創意產業營業額及附加價值統計

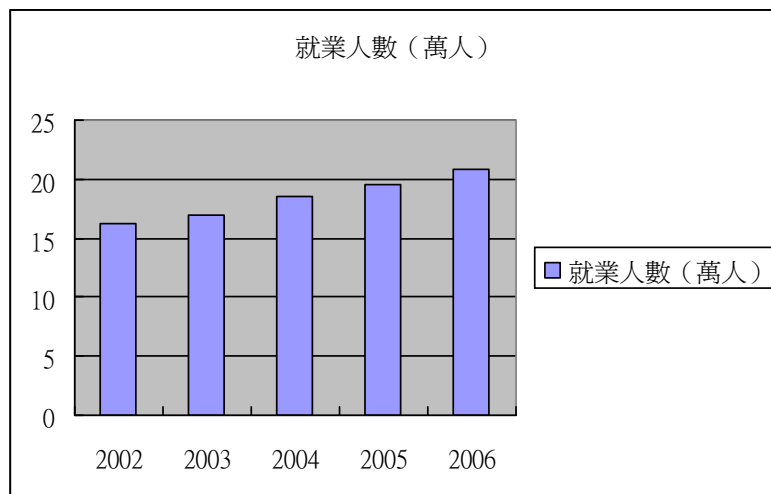


	2002	2003	2004	2005	2006
產業家數(千家)	44.713	48.052	50.111	51.742	51.667

原始資料來源：中華經濟研究院根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算；

圖表資料來源：「挑戰 2008：國家發展重點計畫 文化創意產業發展計畫」，第 20 頁。

圖 2 2002-2006 年文化創意產業家數統計



	2002	2003	2004	2005	2006
就業人數(萬人)	16.24	16.94	18.58	19.57	20.78

原始資料來源：中華經濟研究院根據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算；

圖表資料來源：「挑戰 2008：國家發展重點計畫 文化創意產業發展計畫」，第 20 頁。

圖 3 2002-2006 年文化創意產業就業人數統計

第二節 文化創意產業與策略性服務業

如從產業內涵觀之，文化創意產業包括文化創意產品以及文化創意服務業，因此推動文化創意產業之發展除有形商品之發展外，亦與服務業之發展息息相關。

在服務業占我 GDP 比重逐漸攀高的趨勢下，為推動服務業之發展，提升其經濟價值，行政院擬訂《服務業發展綱領及行動方案》，擇定十二項策略性服務業，作為我國發展服務業之重點產業，這十二項服務業包括：金融、流通、通訊媒體、醫療保健及照顧、人才培訓人力派遣、物業管理、觀光運動休閒、文化創意、設計、資訊、研發、環保、以及工程顧問服務業。在十二產業中，通訊媒體、觀光運動休閒、文化創意、設計服務業屬於本研究所指文化創意產業之範圍，以下即以此四類相關統計資訊，進行分析。

根據經濟部中小企業處於 2005 年委託進行之一份調查報告，2004 年台灣所有服務業中小企業中，屬於十二項策略性服務業之中小企業家數共計 877,498 家，占有所有服務業比重達 92.16%。其中，屬於通訊媒體、觀光運動休閒、文化創意及設計服務業四項服務業之中小企業家數計為 46,572 家，依序為文化創意 21,599 家、觀光運動休閒 16,677 家、設計 7,617 家、及通訊媒體服務業 679 家。值得注意的是，四項服務業中，除觀光及運動休閒服務業之中小企業家數較 2003 年家數年增率較低(0.97%)外，其餘如通訊媒體、設計、文化創意服務業家數年增率均較大多數其他策略性服務業明顯，增幅依序為 5.11%、3.62%、2.73%，顯示中小企業對於投入這類服務業的興趣。

如以銷售值觀察，2004 年台灣服務業中小企業銷售值總計達 4 兆 993,1 萬元，在 12 項策略性服務業中，通訊媒體、設計、文化創意四項服務業的銷售值合計 2,156 億 1,500 萬元，其中文化創意服務業與觀光及運動休閒服務業分別位居 12 項策略性服務業第 5 位及第 7 位，銷售值分別為 901 億 600 萬元及 782 億 6,300 萬元。

值得注意的是，四項服務業中，除通訊媒體銷售值較 2003 年增長率略低，約為 5.24%，其餘三項成長情形均十分明顯，均超過 8%，其中設計服務業年增長率達 14.47%，在 12 項策略性服務業中，僅次於環保服務業的 23.14%，排名第 2 位。如以四項服務業平均年增長率為 9.07% 觀察，表現較多數其他策略性服務業出色。

此一成長情形與本章第一節所述之文化創意產業成長趨勢十分一致，亦即其年平均成長率大抵優於整體 GDP 或其他服務業產業。

另外一項值得觀察的重點，則是相較於四項服務業在銷售值(含內銷值及出口值)方面的表現與成長情形，四項服務業出口值合計僅約 178 億 8,700 萬元，占銷售值比重僅約 8.3%，其中觀光及運動休閒服務業出口值為 105 億 8,300 萬美元，排名第一；其次為文化創意服務業，計 51 億 8,000 萬元；設計服務業，計 18 億 6,500 萬元；及通訊媒體服務業，僅 2 億 5,200 萬元。如從年增長幅度觀察，則觀光及運動休閒服務業年增長率最高，為 6.70%；其次為文化創意與設計服務業，各為 1.44% 與 0.97%；通訊媒體服務業更出現負成長 13.25%。

此一現象反映出我國推展服務業所面臨之共同問題，亦即其係以國內市場為主，推展出口之比例極其有限。申言之，我國中小企業發展雖然活絡，而且投入服務業的企業家數逐年成長，然而中小型服務業拓展出口市場表現實差強人意。事實上，2004 年所有中小服務業出口總值共計 4,726 億 800 萬元，佔整體銷售值之比重僅為 9.07%，因此前述四項服務業出口成績有限的現象，實反應中小型服務業及大型服務業共同之處境。政府如能協助中小型文化創業產業走入國際市場，應能開啓文化創意產業更多的商機及更多元豐富的發展基礎。

不過，在四項服務業中，觀光及運動休閒服務業之出口值占銷售值比重為 13.52%，除遠高於整體平均比重之 9.07% 外，亦高於被視為極具出口潛力之資訊服務業所占比重之 11.90%，而其出口值成長率亦高於多數其他策略性服務業。分析此一原因，應與國外觀光客來台灣旅遊消費有關，由此亦可顯見文化創意產業之發展對於帶動其他相關產業(如觀光旅遊服務

業)之關連性。

表 2 2004 年中小型策略性服務業概況

單位：家；千人；百萬元；%

行業別	家數	年增率	就業人數	年增率	銷售值	年增率	出口值	年增率
中小型服務業總計	952,122	---	4,103	---	4,993,108	---	472,608	---
金融服務業	10,933	4.00	199	-0.79	176,237	6.78	308	42.70
流通服務業	644,810	2.08	1,937	1.73	3,897,175	6.61	452,748	0.26
通訊媒體服務業	679	5.11	18	10.63	5,789	5.24	252	-13.25
醫療保健及照顧派遣服務業	25,442	1.44	141	6.10	87,297	7.24	2,459	20.54
人才培訓、人力派遣及物業管理服務業	118,503	5.87	238	8.64	514,194	8.23	80,274	-0.60
觀光及運動休閒服務業	16,677	0.97	111	3.94	78,263	8.09	10,583	6.70
文化創意服務業	21,599	2.73	106	3.66	90,106	8.49	5,187	1.44
設計服務業	7,617	3.62	60	7.25	41,457	14.47	1,865	0.97
資訊服務業	22,419	1.65	52	8.66	177,187	5.98	21,077	2.85
研發服務業	176	1.73	2	-37.36	1,066	-10.04	67	-44.38
環保服務業	3,875	6.40	16	17.53	40,329	23.14	1,067	17.81
工程顧問服務業	4,768	-0.44	24	6.25	30,398	7.55	315	-44.80

資料來源：1.財政部財稅資料中心營業稅徵收資料原始資料統計處理。

2.行政院主計處《人力資源統計月報》原始統計資料。

表 3 2004 年策略性服務業新設營業者概況

單位：家；億元

業別	新設企業家數			新設企業銷售值		
	總計	中小企業	大企業	總計	中小企業	大企業
金融服務業	1,010	997	13	99	34	64
流通服務業	55,561	55,316	245	2,207	1,477	730
通訊媒體服務業	105	105	---	3	3	---
醫療保健及照顧服務業	1,328	1,326	2	34	26	8
人才培訓、人力派遣及物業管理服務業	14,337	14,293	44	315	211	104
觀光及運動休閒服務業	1,383	1,380	3	31	27	4
文化創意服務業	2,250	2,244	6	51	39	12
設計服務業	911	909	2	24	22	2
資訊服務業	2,805	2,791	14	137	67	70
研發服務業	21	20	1	3	1	2
環保服務業	388	379	9	51	24	27
工程顧問服務業	458	456	2	18	11	7

資料來源：財政部財稅資料中心營業稅徵收

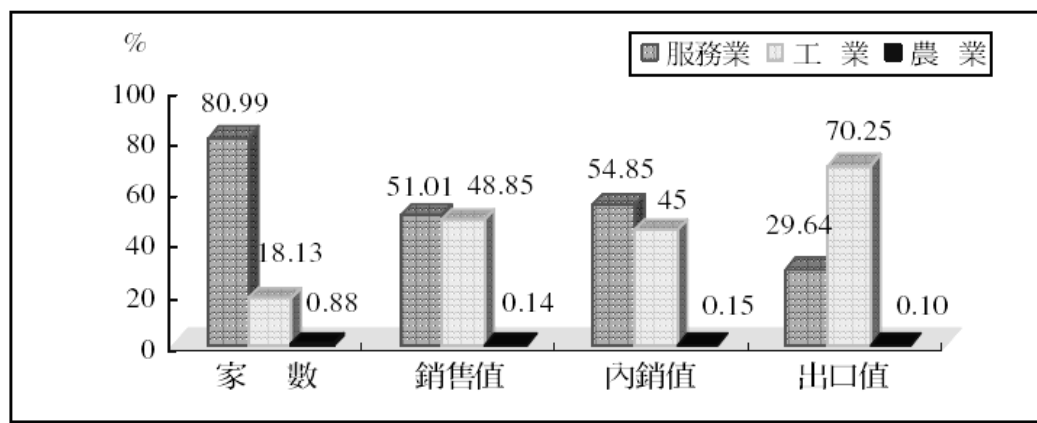
總括來說，中小型文化創意服務業有 2 萬 1,599 家，中小型文化創意服務業占全體文化創意服務業的比重達到 98.41%，年增率 2.73%。經營 5 年以上者占中小型文化創意服務業家數 58.94%，銷售值占中小型文化創意服務業 64.67%；經營未滿 5 年者占 41.06%，銷售值占 35.33%。中小型文化創意服務業以經營較久者占多數，營收情形亦較佳。

文化創意服務業就業人力包含藝文及運動服務業、圖書館及檔案保存業、博物館、歷史遺址及類似機構、電影業、廣播電視業、出版業及廣告業等業別人力。2004 年文化創意服務業就業人數合計 16 萬 1 千人，較上年增加 5,470 人，年增 3.52%，占全體服務業就業人數 3.02%；受雇人數 13 萬 7 千人，3.06% 增幅，占全體服務業受雇人數 3.75%。

第三節 台灣中小企業參與文化創業產業之貢獻 與機會¹⁹

台灣中小企業對於經濟發展的貢獻卓著，受到國際注目。中小企業不僅在台灣早期發展傳統製造業的歷程中，扮演重要角色，近年台灣積極推展產業升級及重要服務業，包括文化創意產業，中小企業同樣發揮舉足輕重的功能。

根據經濟部中小企業處統計，自 1982 年至 2006 年，台灣中小企業家數從 701,839 家增加至 2006 年的 1,244,099 家，惟中小企業家數占台灣全部企業家數的比重，大致一直維持在 96.49% 至 98.67% 之間。若從就業人數來看，國內就業市場每年約有 77% 至 80% 的就業機會是源自於中小企業，2006 年中小企業就業人數已達 775 萬人。



資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2006 年。

圖 4 2006 年中小企業經營指標產業結構比率

1

¹⁹依經濟部現行中小型企業認定標準，中小型企業在排除製造業、營造業、礦業土石採取、農林漁牧業及水電燃氣業等非屬服務業業別後，產業規模係依經濟部中小企業定義，服務業以前一年營業額在新台幣一億元以下者或經常僱用員工數未滿 50 人為中小型企業；以上者，則為大型企業。

表 4 2005、2006 年中小企業就業人數

項目	2005 年			2006 年		
	中小企業	大企業	政府雇用	中小企業	大企業	政府雇用
總人數	7,648	1,333	961	7,751	1,426	934
	(76.92)	(13.41)	(9.67)	(76.66)	(14.11)	(9.24)
年齡	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
15~24	10.02	10.32	4.16	9.39	9.62	3.95
25~40	45.23	59.64	43.27	44.86	59.54	42.77
41~55	36.20	27.25	46.06	36.93	27.61	46.29
56~65	6.95	2.61	6.26	7.09	3.07	6.70
65 以上	1.60	0.18	0.25	1.73	0.16	0.28
性別	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
男	59.10	53.66	53.80	58.62	53.80	53.43
女	40.90	46.34	46.20	41.38	46.20	46.57
學歷	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
不識字	0.75	0.06	0.05	0.64	0.04	0.02
自修	0.22	0.01	0.06	0.15	0.01	0.03
國小	15.07	2.74	3.59	13.95	2.35	3.11
國(初)中	19.20	5.44	4.13	18.70	5.30	4.23
高中	9.40	6.48	6.99	9.21	6.36	6.39
高職	29.53	23.81	16.27	29.57	22.90	15.76
專科	14.97	26.07	24.08	15.18	25.13	24.01
大學	9.60	25.77	34.12	11.00	27.33	33.61
碩士	1.19	8.16	8.61	1.51	9.01	10.48
博士	0.08	1.44	2.10	0.09	1.57	2.36

原始資料來源：行政院主計處，《人力資源統計月報》原始資料，2005 年、2006 年。

如果以中小企業之產業部門觀察，則在農業、工業及服務業中，中小企業從事農業、工業及服務業的家數比重，分別占 0.88%、18.13% 及 80.99%。其中，中小型服務業業者家數突破百萬家，共計 1,007,575 家，服務業占有所有中小企業產業別之結構比超過八成。

如以企業銷售金額觀察，則中小企業在農業、工業及服務業銷售金額所占整體銷售金額比重，分別為 0.14%、48.85% 及 51.01%。

2006 年全國服務業就業人數為 591.3 萬人，占所有就業人數結構比為 58.48%，如以企業規模區分，中小型服務業就業人數為 428.3 萬人，占全體服務業就業人數比重為 72.43%；大型服務業就業人數 77.4 萬人，占全體服務業就業人數比重為 13.09%；政府雇用 85.6 萬人，占全體服務業就業人數 14.48%。

在 1987 年至 2006 年，中小企業就業人數淨增加近 149 萬人，其中以中小型商業、社會服務及個人服務業為最多，而中小企業就業機會提供的增加速度與大企業相近，可見對就業貢獻之一斑。

由上述可知，隨著我國產業結構逐漸轉型，以及製造業在全球分工趨勢下逐漸外移，國內之中小企業從事於農業之比重逐年降低，其家數與銷售金額均已降至 1% 以下，從事於服務業之比重則逐年增加。不過，服務業在中小企業所有產業銷售值、內銷及出口值、以及就業人數及受雇人數等所佔比重則相對較低，如服務業占產業別結構比約 51.01%，占出口值結構比更僅有 29.64%，遠低於工業所占出口值比重之 70.25%，而與大型企業相較，中小型服務業者在銷售值、內銷及出口值之表現，亦相對低於工業，服務業之中小企業營運規模與銷售情形仍有待努力。

此一現象亦說明我國服務業中小企業主要以國內市場為主，多半無興趣或無能力拓展國外市場，對於政府有意推展服務業出口，以及對於我國中小企業之進一步發展而言，是一個值得注意的重要課題。(參表 4)

表 5 2006 年企業各項指標產業部門之規模別概況

單位：家；百萬元；千人；%

產業別 指標/規模別	總計	中小企業		大企業				
		結構比	比率	結構比	比率			
家數	合計	1,272,508	100.00	1,244,099	100.00	97.77	28,409	100.00
	農業	10,989	0.86	10,949	0.88	99.64	40	0.14
	工業	231,631	18.20	225,575	18.13	97.39	6,056	21.32
	服務業	1,029,888	80.93	1,007,575	80.99	97.83	22,313	78.54
銷售值	合計	34,326,070	100.00	10,241,215	100.00	29.84	24,084,855	100.00
	農業	33,005	0.10	14,441	0.14	43.75	18,564	0.08
	工業	14,475,083	42.17	5,002,835	48.85	34.56	9,472,248	39.33
	服務業	19,817,982	57.73	5,223,939	51.01	26.36	14,594,043	60.59
內銷值	合計	25,594,318	100.00	8,678,992	100	33.91	16,915,326	100.00
	農業	30,061	0.12	12,834	0.15	42.69	17,227	0.10
	工業	8,812,947	34.43	3,905,331	45.00	44.31	4,907,617	29.01
	服務業	16,751,310	65.45	4,760,827	54.85	28.42	11,990,482	70.89
出口值	合計	8,731,753	100.00	1,562,224	100.00	17.89	7,169,529	100.00
	農業	2,945	0.03	1,608	0.10	54.59	1,337	0.02
	工業	5,662,136	64.85	1,097,504	70.25	19.38	4,564,631	63.67
	服務業	3,066,672	35.12	463,112	29.64	15.10	2,603,561	36.31
就業人數	合計	10,111	100.00	7,751	100.00	76.66	1,426	100.00
	農業	555	5.49	548	7.07	98.74	2	0.14
	工業	3,643	36.03	2,921	37.69	80.18	651	45.65
	服務業	5,913	58.48	4,283	55.26	72.43	774	54.28
受雇人數	合計	7,542	100.00	5,186	100.00	68.76	1,422	100.00
	農業	73	0.97	66	1.27	90.41	2	0.14
	工業	3,225	42.76	2,505	48.30	77.67	650	45.71
	服務業	4,243	56.26	2,616	50.44	61.65	770	54.15

附註：

- 表中之農業係指農林漁牧業；工業包括礦業及土石採取業、製造業、水電燃氣業、營造業；服務業包括批發及零售業、住宿及餐飲業、運輸倉儲及通信業、金融及保險業、不動產業及租賃業、專業、科學及技術服務業、教育服務業、醫療保健及社會福利服務業、文化、運動及休閒服務業、其他服務業。
- 表中之結構比為各行業部門占全部(大、中小)企業之百分比；比率為中小企業占全部企業之百分比。
- 表中就業及受雇人數的總計尚包括受政府雇用的 93 萬 4 千人。

原始資料來源：

- 財政部財稅資料中心，營業稅徵收資料，2006 年。
- 行政院主計處，《人力資源統計月報》資料，2006 年。

此外，經濟部中小企業處執行地方特色產業輔導計畫迄今，有許多成功案例，可分為田園休閒；工藝產品及農特產品等三大類，例如建構金瓜石社區黃金城深度體驗、打造屏東縣三地門成為「琉璃珠的故鄉」及南投

縣魚池鄉為台灣紅茶故鄉，對當地就業機會增加、觀光人潮、文化資產傳承，以及地方經濟發展都有耀眼成績。截至 2006 年年底，共計已輔導有 111 個案例，累計於 2003 年至 2006 年，估計收益約 5.3 億元，並帶動就業達 5,500 人。²⁰

²⁰ 同上，第 85-86 頁。

第四章 台灣文化創業產業之發展與婦女之參與情形

第一節 台灣文化創業產業與婦女創業、就業之關連性分析

一、台灣女性創業之發展趨勢

拜台灣經濟成長與兩性性別角色調整之賜，女性走出「家管」角色與「受雇者」身分，創立企業的情形日益普及。根據統計，2006年台灣地區由女性擔任企業主的企業家數共計 359,316 家，占所有企業家數 974,983 之比率約為 36.85%，超過三分之一。²¹

如果以企業規模區分，2006年女性擔任企業主的大企業家數共計 2,656 家，約占大企業合計家數的 17.11%；女性擔任企業主的中小企業家數共計 356,660 家，占中小企業合計家數的 37.17%。此外，女性企業主的中小企業家數，占全部女性企業主家數比率的 99.26%，顯示由女性擔任企業主的企業絕大多數都是中小企業。

事實上，台灣由女性企業主所建立之中小企業家數逐年增加，女性企業所占比率從 1978 年的 15.79% 逐年成長至超過 37%，每年平均呈現超過 7% 的成長率，顯示中小企業部門對於台灣女性創業之重要，以及台灣女性藉由創立中小企業對經濟發展之重要貢獻。

如果以產業部門觀察，由於我國農業部門的重要性逐漸降低，因此無

1

²¹財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料所作分類，女性或男性企業主係指企業負責人登記為女性或男性者，如因部分企業負責人為法人或外國人，無法區分性別者，則未納入統計。

論男性或女性中小企業在工業及服務業部門的比率均明顯高於農業部門，其中又以服務業部門高於工業部門。男性或女性在服務業部門之中小企業家數占所有企業比率分別為 80.51%與 89.14%，銷售值與出口值占所有企業比率分別為 47.07%與 23.86%，以及 66.81%與 57.25%。由此比率觀之，女性企業主無論在企業家數、銷售值及出口值方面，均高度仰賴服務業部門，顯示台灣服務業之發展對於女性企業主企業之重要性，相對而言，更較對男性企業主企業具重要地位。

不過，如果以企業平均每家銷售額來看，則女性企業平均每年銷售額約為 585 萬元，男性企業約為 1,605 萬元，為女性之 2.7 倍。此一現象，顯示女性服務業企業雖為女性創業最普遍的部門，但其平均規模與營業成績十分有限，亦即平均每月尚不到 50 萬元之銷售額。

如再觀察 2006 年依據行業別所做的企業統計，則女性企業主企業(含大企業及中小企業)在包括製造業及服務業之所有行業中，以從事於批發零售業之情形最多，占全部女性企業之比率達到 55.69%，批發零售業之銷售值及出口值亦占全部女性企業比率高居 51.30%與 68.61%，至於其他服務業行業如住宿及餐飲業；專業、科學及技術服務業；文化、運動及休閒服務業；及醫療保健及社會福利服務業等，其企業家數比率與銷售額比率則遜色甚多，依序為 13.83%(企業家數)與 2.86%(銷售額)；2.87%與 2.17%；2.39%與 1.02%；及 0.02%與 1.01%。²²

總體而言，我國中小企業蓬勃發展，促使女性創業風潮日趨興盛，近年政府更規劃及實施針對女性創業所開設之訓練課程、育成中心、諮詢服務中心等輔導措施。不過，儘管女性企業家已逐漸成為台灣經濟成長的重要動力，然而國內對於女性企業家營運相關之問題仍十分陌生，此外，根據相關研究調查顯示，台灣地區女性企業家經營企業所遭遇的困難多年來依然存在，並未全然改善，這些營運障礙或困難主要包括：資金不足、管理制度欠佳、技術創新有限、行銷能力薄弱及專業新進員

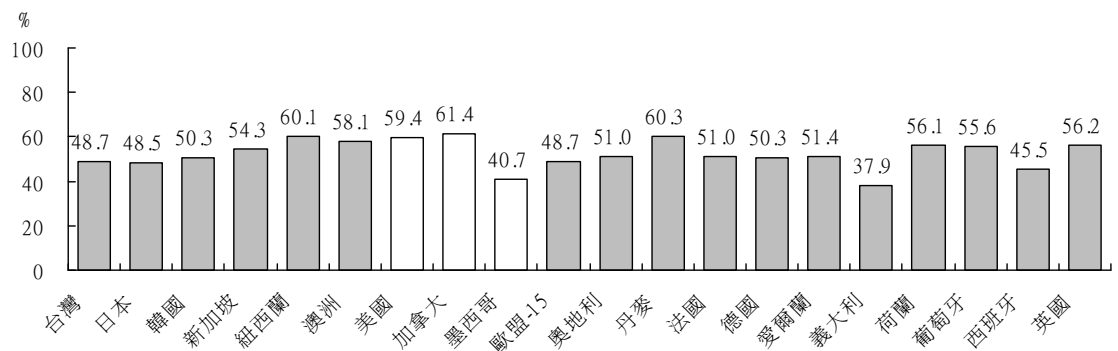
²² 參 2007 年中小企業白皮書，第 50 頁及表 2-3-4。

工聘僱不易等，使得女性企業家之發展受到限制。這類困難對於從事服務業的女性企業家而言，因服務業型態、市場、行業間差異等較製造業更為複雜，因此對於女性企業家造成的困難也更加明顯。

二、台灣女性就業之發展趨勢

從 1980 年代開始，台灣女性的勞動參與率極隨著經濟發展而逐年攀升，女性的勞動參與率於 1980 年之 39.25% 逐漸成長，自 1990 年代以來尤其明顯，近年則大抵維持在 46% 至 48% 的範圍間，2002 年我國加入世界貿易組織(WTO)後大幅開放市場，力行貿易自由化，女性勞動參與率在 2002 年以後仍呈穩定成長，顯示貿易自由化對女性參與勞動市場確有助益。

不過，相較於其他已開發國家如美國、歐洲國家等，以及亞洲鄰近國家如南韓、新加坡等，我國整體婦女勞參率仍屬偏低，在過去多年甚至低於日本，顯示當前我國婦女之人力資源開發有限，仍未全然投入就業市場。



資料來源：勞委會國際勞動力指標，2007 年 10 月 16 日

圖 5 2006 年女性勞動力參與率之國際比較

另一個觀察婦女勞動之重要指標，則是婦女所得及薪資之變化。如以農業、工業與服務業部門男女薪資差距觀察，1991 年台灣女性在工業與服務業部門受雇之員工薪資所得約占男性薪資所得比率之 67.8%，過去十年來由於女性薪資成長速度高於男性，因此目前男女薪資差距逐漸縮小，其中尤其以服務業之男女薪資差異縮小情形最為顯著。目前，服務

he flows of gl

業的女性薪資佔男性薪資比例超過八成，但在製造業部門之女性薪資佔男性薪資比例仍低於七成，顯示女性在服務業的地位和競爭力有所提升。

如果以就業之企業規模觀察，根據行政院主計處的統計，2007 年全國就業總人數約為 1,029 萬 4 千人，女性就業人數達 442 萬 6 千人，其中中小企業女性就業人數為 332 萬 5 千人，較 2006 年約增加 12 萬人，在中小企業就業人口中女性所占比重也從 41.38% 提高至 41.88%。

雖然此處之 41.88% 較大企業與政府部門女性就業人口比重分別超過 46% 的情形，仍有一段差距，但近年來，中小企業女性就業人數比重逐年增加，而大企業女性就業人數比重卻呈逐年減少，使得中小企業成為提供女性就業機會的最重要來源。2007 年間中小企業占女性就業總人數比重之 75.14%，剩餘約四分之一的就業人口才係由大企業及政府雇用吸納。²³

另外，如果以雇用屬性分析，近年台灣女性自營作業者人數逐年增加，成為另一個提供女性就業機會的重要指標。自營作業者係指除自己或合夥經營事業者，以及無酬工作者(如家人)外，未以酬金雇用他人工作者，通常其規模極小，屬於中小企業或微型企業。近年國內自營作業者人數在 1991 及 1992 年達到最高紀錄，逼近 158 萬人左右，其後則呈小幅減少趨勢，至 2006 年時降至 140 萬 5,850 人，分析其原因主要為國內家庭結構改變，導致無酬工作者減少所致。

值得注意的是，近年女性自營作業者人數漸增，2005 年占自營作業者人數比重之 23.46%，2006 年時增加至 24.61%，顯示女性透過自營事業創業的趨勢正盛，惟其規模不足，亦產生不同的問題。

根據 2005 年台灣研究單位之另一份研究調查報告，²⁴如以就業人數觀察，2004 年通訊媒體、觀光運動休閒、文化創意、設計四項服務業共計就

1

²³ 參行政院主計處 2007 年人力資源調查統計。

²⁴ 中華經濟研究院，台灣中小型服務業發展的機會與策略，94 年度經濟部中小企業處中小企業白皮書編撰相關議題研究。

業人數為 29 萬 5,000 人，占所有中小型服務業就業總數 410 萬 3,000 人之比重為 7.19%，比重並不高。不過，如以男性、女性就業人數之結構與變化觀察，則文化創意產業(廣義)對於提供女性就業機會而言，其重要性正逐漸升高。

根據另一份研究調查，²⁵在其挑選文化創意產業相關產業中之建築設計、設計、廣告、出版、電影、及廣播電視六項產業，所進行之就業人口分析結果中，2005 年六項產業就業人數合計為 181,918 人，其中男性與女性就業人數分別為 100,587 人及 81,331 人，所佔比重為 55.29%與 44.71%。²⁶(參表 6)

值得注意的是，從 2002 年起至 2005 年，女性在該六類產業的就業人數快速成長，成長速度明顯超過男性，其中尤其以設計產業最為明顯，3 年平均成長率達 13.83%，其餘如建築設計、廣告、廣播電視產業亦均有超過 5%以上的平均成長率，依序為 5.74%、5.33%、5.31%，遠超過男性。

該報告雖非最新之完整統計，但其統計比較訊息顯示，在與文化較具關係之設計產業、建築設計、廣告、廣播電視產業等服務業行業中，女性就業之成長情形高於男性，因此此類產業之發展對於女性之就業亦更具影響。

²⁵ 中華經濟研究院，文化創意產業發展策略研究及彙編出版台灣文化創意產業發展年報，經濟部工業局 95 年委託研究。

²⁶ 參前註，第 2-3-10 至 2-3-48 頁。

表 6 各類設計產業就業人口數－按性別分

單位：人；%

產業類別	2002			2003			2004			2005			2002~2005 平均成長率		
	男生	女生	合計	男生	女生	合計	男生	女生	合計	男生	女生	合計	男生	女生	合計
建築設計產業	20,781 (69.21%)	9,246 (30.79%)	30,027 (100.00%)	18,900 (66.55%)	9,501 (33.45%)	28,401 (100.00%)	19,930 (67.02%)	9,808 (32.98%)	29,738 (100.00%)	20,325 (65.22%)	10,838 (34.78%)	31,163 (100.00%)	-0.73%	5.74%	1.26%
設計產業	12,185 (59.37%)	8,339 (40.63%)	20,524 (100.00%)	11,685 (58.52%)	8,282 (41.48%)	19,967 (100.00%)	13,374 (58.52%)	9,479 (41.48%)	22,853 (100.00%)	16,880 (58.86%)	11,800 (41.14%)	28,680 (100.00%)	12.84%	13.83%	13.25%
廣告產業	23,916 (57.15%)	17,933 (42.85%)	41,849 (100.00%)	21,966 (54.65%)	18,226 (45.35%)	40,192 (100.00%)	24,029 (56.99%)	18,133 (43.01%)	42,162 (100.00%)	25,359 (54.94%)	20,798 (45.06%)	46,157 (100.00%)	2.01%	5.33%	3.43%
出版產業	18,963 (46.87%)	21,498 (53.13%)	40,461 (100.00%)	18,977 (47.48%)	21,012 (52.52%)	40,009 (100.00%)	18,928 (48.53%)	20,077 (51.47%)	39,005 (100.00%)	18,132 (44.71%)	22,423 (55.29%)	40,555 (100.00%)	-1.46%	1.43%	0.08%
電影產業	2,659 (56.49%)	2,048 (43.51%)	4,707 (100.00%)	2,796 (58.07%)	2,019 (41.93%)	4,815 (100.00%)	3,316 (56.52%)	2,551 (43.48%)	5,867 (100.00%)	2,611 (55.62%)	2,083 (44.38%)	4,694 (100.00%)	-0.60%	0.57%	-0.10%
廣播電視產業	19,827 (63.19%)	11,548 (36.81%)	31,375 (100.00%)	19,142 (62.77%)	11,355 (37.23%)	30,497 (100.00%)	18,545 (58.26%)	13,288 (41.74%)	31,833 (100.00%)	17,280 (56.34%)	13,389 (43.66%)	30,669 (100.00%)	-4.28%	5.31%	-0.75%

資料來源：行政院主計處「人力資源調查統計」。

第二節 女性參與文化創業產業之現狀與障礙

根據國內學者之研究指出，我國女性企業家面臨之共同問題包括：²⁷

- 一、人力資源管理：廠商規模偏小，不利進行員工培訓；待遇福利相對不佳，員工流動較頻。
- 二、資金籌措方面：貸款資訊取得不易，資金籌措管道有限；小額資金週轉不易，提高資金成本負擔。
- 三、其他經營管理方面：婦女傳統家庭觀念限制，影響企業經營管理；人際關係薄弱，減少同、異業交流合作機會。
- 四、生產研發方面：技術資訊取得不易，不利研發創新展開。
- 五、行銷拓展方面：e化程度不夠，不利運用電子商務行銷。

事實上，鑑於國內對於女性企業家的輔導措施與輔導資源，大多分散在不同政府機關，以致整體整合成效不彰，²⁸過去即有研究建議輔導政策應做以下調整：

- 一、加強整合與強化現行政府相關資料庫，考慮增列女性企業家資料，掌握女性企業家經營現況與需求；
- 二、持續、擴大女性企業家相關議題研究，作為擬定輔導策略參考依據；
- 三、考慮結合地方就業輔導中心，增設女性企業諮詢窗口。

1

²⁷ 台灣地區女性企業家輔導規劃策略之研究，95年經濟部中小企業處中小企業政策發展專題研究計畫。

²⁸ 現行相關輔導措施計有：行政院青輔會之飛雁專案婦女創業養成系列；勞委會職業訓練局之「創業諮詢輔導計畫」；經濟部之創業育成中心輔導服務；農委會之農村婦女副業創業經營班「田媽媽」；經濟部中小企業處之中小企業創業創新養成學苑；以及政策性優惠貸款如：特殊境遇婦女創業貸款利息補貼；臺北市特殊境遇婦女創業貸款補助；青年創業貸款；微型企業創業貸款；原住民綜合發展基金等。

以文化創意產業而言，因其涵蓋產業範圍極廣，相關資源與法規分散於不同的主管單位，再加上不同之產業(子行業)間之差異性極高，以致於不易參照製造業之學習模型建立其成功營運模式，因此對於女性企業家或文藝工作者而言，更加不易找尋營運有成的模式或方法。

根據本研究訪談女性創意工作者及女性中小企業(含微型企業)企業主之意見，多數之看法認為女性在文化創意產業上雖有一定之優勢，但是對於政府近年推動之文化創意產業政策及相關措施多不熟悉，並傾向於認為其企業規模太少，將不易獲得政府協助，或在市場上競爭。部分女性並以「風險」考慮為由，選擇以微小規模營運，以便能維持其設計、創意之品質與風格，並避免企業擴大後為其帶來之風險及需處理複雜的員工管理、財務操作等問題。

此外，以取得融資貸款為例，雖然經濟部中小企業處本針對婦女創業提供微型貸款，另行政院依「促進產業升級條例」第二十二條之一第二項規定訂定之「促進產業研究發展貸款辦法」，由行政院開發基金挹注新台幣 25 億元基金，專門提供文化創意產業從事研究發展計畫，協助其運用於具體增加產品或服務之附加價值，或可提升技術服務能力之計畫，包括從事研究新產品或新技術、改進生產技術、改進提供勞務技術、改善製程及研究改良增進生產或銷售效率之活動等。

然而根據本研究訪談女性創意工作者之意見，對於該貸款辦法目前仍將申請資格限制於依照公司法設立之公司，並不包括個人工作室或行號，對於國內眾多女性創意工作者係以個人工作室成立，而尚未登記設立公司的情形，因此事實上並無機會使用到該項貸款辦法。

事實上，根據前述分析，台灣女性近年以自營工作者投入服務業的人數居高不下，尤其在設計、創意相關服務業之情形尤其普遍，主要原因在於其創業資金不足，對於公司登記、營運、行政、及財務與管理等工作多所畏懼或陌生，再加上多半尚未作好創業之準備，因此傾向於以個人工作室之方式運作。此類女性未來仍有機會發展成為正式企業並成功營運，因此如能研究適度放寬「促進產業研究發展貸款辦法」限制個人工作室或行

號申請貸款之資格，或由政府單位提供其進行公司登記之相關協助、輔導或簡化作業，應能嘉惠大量女性創意工作者。

第五章 台灣推動文化創意產業政策 之檢討－性別角度之影響分析

第一節 台灣政府推動文化創業產業政策與鼓勵 措施

我國文化創意產業之發展主要依據 2002 年行政院核定之「挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002-2007）」，其中將「文化創意產業發展計畫」納入國家長期發展計畫之重點項目。為提供鼓勵措施，對於文化創意產業在法規上予以鼓勵措施，相關法規包括：《文化藝術獎助條例》、《文化藝術事業減免營業稅及娛樂稅辦法》等，以提供各種獎勵辦法及租稅優惠，以吸引企業及各界投入文化創意產業之發展²⁹。

1

²⁹ 其他行政法規尚包括：《文化藝術獎助條例施行細則》、《公共藝術設置辦法》、《行政院文化建設委員會「獎勵出資獎助文化藝術事業者辦法」》、《教育文化公益慈善機關或團體免納所得稅適用標準》、《行政院文化獎設置辦法》、《行政院文化建設委員會「社區總體營造獎助須知」》、《行政院文化建設委員會「觀光文學藝術作品獎勵辦法」》、《行政院文化建設委員會「獎助博碩士班學生從事文化藝術相關研究學位論文作業要點」》、《行政院文化建設委員會「表揚文化機關(構)績優義工辦法、文化公益信託許可及監督辦法、申請設立文化公益信託參考手冊」》等《文建會「委託研究計畫作業要點」》、《文建會「扶植二十號倉庫駐站藝術工作者作業要點」》、《文建會「訴願案件陳述意見作業要點」》、《文建會「訴願案件言詞辯論作業要點」》、《文建會「視聽資料借閱(用)要點」》、《文建會「台灣大百科全書編纂計畫」網路版統和工作小組設置要點》、《文建會「圖書及影音出版資訊網」管理作業要點》、《文建會「輔導直轄市及縣市政府推動文化資產保存維護工作作業要點」》、《文建會「97 年度表演藝術類補助作業要點」》、《台灣藝術·設計與建築展演中心」場地申請要點作業要點》、《文建會「青年藝術作品購藏徵件評審委員會設置要點」》、《文建會「公共空間藝術再造計畫補助作業要點」》、《文建會「優良文學雜誌補助作業要點」》、《文建會「績優文化藝術人士急難補助作業要點」》、《文建會「直轄市及縣市政府推動新故鄉社區營造第二期計畫補助作業要點」》、《文建會「磐石行動－地方文化館第二期計畫補助作業要點」》、《文建會「97 年度視覺藝術類補助作業要點」》、《文建會「97 年度演藝團隊發展扶植計畫作業要點」》、《文建會「文學閱讀及影音藝術推廣補助作業要點」》、《文建會「文化創意產業投資申請作業要點」》、《文建會「縣市文化中心整建計畫補助作業要點」》、《華山創意文化園區」營運管理督導委員會設置要點》、《文建會「民間參與文化設施接管營運辦法」》。

另外，在優惠貸款方面，則就中小企業投入文化創意產業，提供文化創意產業優惠貸款及文化創意產業信用保證兩項優惠政策。此外，經濟部工業局擬藉由智慧財產評價機制的強化，透過「促進產業研究發展貸款辦法」及「中長期資金優惠貸款辦法」等優惠融資政策鼓勵，經由政府資金來源主管單位（或其所授權之機構）的審核評估後，融資銀行可以該智財權的價值作為擔保，在政府資金的部分保證下貸款給文化創意產業，期使透過資金的協助，提高開發文化創意的意願，以及提升金融機構對文化創意產業以無形資產質押價值有更高信賴度³⁰。

為協助文化創意產業取得投資或創業活動所需資金，加速健全發展環境，經建會特協調中華郵政公司提撥新台幣 100 億元專款支應，除得投資於土地、廠房、辦公室、展演場所等有型資產外，亦得從事投資或創業活動必要取得智慧財產權，包括專利權、軟體製作權、數位化影音、圖像、文字等無形資產，另外亦得提供投資或創業活動時作為必要之營運資金。

在設計、藝術專業人才培育方面，則有藝術與設計菁英海外培訓計畫，由教育部為主政單位，補助相關領域優秀且具發展潛力之學生赴國外著名大學、機構或公司進修、實習或訓練，另外尚有大學校院藝術與設計系所人才培育計畫等。此外，經濟部輔導之中小企業育成中心，近年以有多所大學院所之中小企業育成中心，專門針對文化、藝術、創意產業，提供企業育成與輔導。

第二節 台灣推動文化創意產業政策之檢討 – 性別角度之分析

國際間如國際勞工組織(ILO)等對於性別(女性)與貿易政策制定之關聯性問題，認為其目標應在釐清貿易自由化政策是否對性別(女性)造成不

³⁰ 其貸款對象包括電影產業、廣播電視產業、出版產業、視覺藝術產業等十三類。

同於男性之衝擊(differentiated impact)，俾能從政策檢視的角度切入，探討現有政策實施可能對婦女造成的影響，進而提出因應措施或補救措施。為澄清貿易自由化的性別意涵與影響衝擊評估，一般主要使用「性別分析法」(gender-analytical approach)，其目的在於釐清貿易政策影響的機制與途徑，因此注重於貿易自由化政策對於男性與女性在社會、生產、就業與薪資水準、社會福利政策上的差異性影響。在分析過程中，則應具備「性別敏感觀點」(Gender-sensitive perspective)，亦即其分析應重於探討自由貿易對於婦女角色轉變的影響，因此應一併探討資源分配等問題。

如果以性別角度進行分析，事實上，我國自行政院婦女權益促進委員會於 2006 年決議促進政府各機關之推動「行政院各部會推動性別主流化實施計畫」，責成各行政單位訂定性別主流化實施計畫，以期將性別觀點納入其法令政策之制定中，並徹底落實。基此，政府推動國家重大政策，即應一本性別主流化精神，考慮男女兩性之不同需要與立場，在政府政策中納入對於性別因素之考量。

此外，在上述原則下，檢視我國推動文化創意產業政策對婦女之影響，尚可參酌以下檢視原則與標準：

一、聯合國「北京行動綱領」之指示：

1995 年聯合國召開第四屆世界婦女大會時，通過「北京行動綱領」，明列 12 項攸關婦女權益與發展之重要議題領域，其中之「婦女與經濟」被視為推動婦女地位之具關鍵性領域之一，要求各國對其國家總體經濟政策進行檢討，以檢視各國傳統以來以男性為主所制定之經濟、財稅、勞動、商業等政策、法律規章，是否明白或隱藏阻礙婦女參與經濟活動的限制，或形成較男性不利的性別歧視，阻礙性別主流化之落實。³¹

「北京行動綱領」並明列各國政府在各項目標下應致力之工作：

1

³¹ 徐遵慈，女性與經濟：性別平等的始點，第一屆女性國際事務講堂，2005 年。

(一)、建立或強化國家級機構及其他政府組織：

透過明確法律或政治授權以明定婦女機構的任務及權限；賦予適合之資源與專業條件，俾能有效影響政策及草擬或檢視相關立法；提供人員培訓以從性別角度設計及分析資訊；宣導公、私部門及公益部門積極參與婦女事務等。

(二)、將性別觀點納入立法、公共政策、政府施政及具體計畫中：

以具體行動確保政策決定前確已執行性別影響分析；與立法部門積極互動，以促請其在審議法案時納入性別觀點；制定合作機制與策略，以加強與政府其他部門、性別議題研究機構、學術界與教育體系、媒體、非政府組織與婦女團體之合作。

(三)、建立及發布按性別區分之統計與資訊，以供政策規劃及成效評估之用：

確保蒐集、整理、分析之資料，係按性別及年齡區分，及能反映社會中男女兩性遭遇之困難、處境與問題；邀請性別議題研究機構合力發展、測試合宜之指標與研究方法，以加強性別分析之品質，並監督與評估執行北京行動綱領之成果；加強蒐集男女兩性對經濟貢獻之完整統計，包括在非正式部門之統計；定期發行並簡化性別統計分析結果，以廣為社會各界參考。

二、APEC 之性別主流化相關指導原則、綱領：

APEC 以性別影響評估(Gender criteria)作為實踐「整合婦女參與 APEC 架構」的關鍵作法之一，為具體推動性別整合工作，APEC 在 2000 年 7 月時由預算管理委員會(BMC)頒布新修正之「APEC 計畫指南(the Guidebook on APEC Projects)」，該指南旨在規定 APEC 會員如欲申請 APEC 經費補助，必須在其計畫提案(project proposals)格式及經濟技術加權矩陣表(ECOTECH Weightings Matrix)中，加入性別影響評估的評核標準。該性別影響評估參考依據共計有七大項目、十項原則。

根據上述的參考依據，APEC 通過「APEC 方案提議表格之性別相關參考依據檢視清單（Gender Criteria Checklist for APEC Project Proposal Forms）」，清單中共提出 29 個問題，包括衡量方案、訓練計畫、網站、研究案、資料庫等，以了解一項計畫或措施是否具有性別考量的觀點及注意性別平等的議題。

性別影響評估之參考依據及檢視清單內容詳如表 7 與表 8：32

表 7 APEC 計畫指南之性別影響評估參考依據

項目	原則
(一) 目標 Objectives	闡述專題的研究目的如何造福女性，如（根據 Framework for the Integration of Women in APEC）女性的參與率有提升、著重女性與男性生活中的差異性、蒐集並使用性別分類統計資料等。
(二) 相關依據 Linkages	闡述女性過去或將要參與的方式。敘述女性如何參與決策、管理、分配資源、及執行該專案。
(三) 方法 Methodology	簡述女性如何[公平平等]的參與專題的發展與執行。簡述該研究如何蒐集、使用性別分類統計資料，以評估專題對女性的影響。
(四) 散播宣傳成果 Dissemination of project output	出版或宣傳研究成果是否使用適合女性的傳播方式？如：女性是否為目標對象、是否留意識字率較低的女性與不便使用電子媒體的女性、研究成果是否主動傳給相關婦女單位等。
(五) 預算 Budget	女性是否參與資源分配的決策過程？若有需要，請詳述哪些項目將分配給有特殊需求的女性。
(六) 評估 Assessment of project	詳述專案研究者如何評估該案是否符合性別影響指標的各個項目，並提供如何測出研究成果對於女性的影響程度。
(七) 受益人 Beneficiary	方案實施的結果是否可以加惠女性。 方案受益對象是否有注意性別平衡要素。

資料來源：APEC 架構下以貿易自由化促進婦女經濟地位之研究，及中華台北婦女性別網站 http://www.apecgender.org/Page_Show.asp?Page_ID=160

表 8 「APEC 方案提議表之性別相關參考依據檢視清單 (Gender Criteria Checklist for APEC Project Proposal Forms)」

參考依據	檢視清單	說明 (以APEC架構為例)
基本條件		
(2), (3)	1. 發展方案時, 女性要被徵詢意見嗎?	- 女性團體, APEC婦女領袖網路會議 (WLN), 「性別整合諮詢小組」(Ad-hoc Group on Gender Integration, AGGI), 「性別聯絡人網絡」(Gender Focal Point Network, GFPN) 與女性部門/單位。
(8)	2. 女性的觀點將被納入方案中嗎?	- 經濟衝擊和對女性的影響。
(2), (3)	3. 執行方案時, 女性要被徵詢意見嗎?	- 女性團體, APEC婦女領袖網路會議 (WLN), 「性別整合諮詢小組」(Ad-hoc Group on Gender Integration, AGGI) 與女性部門/單位。
(1), (8)	4. 此方案將涉及對婦女有有助益的行業或領域嗎?	- 有眾多女性員工的企業或職業, 如服務業、餐飲業、文書與護理業。 - 女性有可能獲益的領域-如兒童照顧、教育、健康、保育。 - 需要採取行動促進女性權益的領域, 包含電子商務、網際網路。
(8)	5. 你能定義出方案中任何可能對婦女造成潛在的負面影響嗎? 6. 假如有的話, 你能夠修改此方案以減少這些不良的影響嗎?	- 以提供目標產業的勞工訓練來說, 女性比起男性更難獲得這些機會。與專家在訓練的議題上商議後, 此方案被修改成--隨時隨地提供女性員工更易獲得的訓練機會, 特別是在專門為兒童提供服務的行業與條款。
(1), (8)	7. 此方案將會包含與女性相關的特定項目與權益嗎?	- 一些例子包含: 環境保護、生命多樣的議題、中小型企業 (SMEs) 與旅遊業。
(1), (4)	8. 此方案將蒐集和使用性別分類統計資料或資訊嗎?	性別分類統計資料將以下列的標準蒐集: - 方案監督者是否為女性? - 在方案提出者、主要決策者、參與者與任何可能的角色中, 取得良好的男女性別平衡。 - 分配給方案中女性特定項目的基金總額。 - 資助政策演說家, 包含女性演說家的傑出代表。
(2)	9. 此方案將會被判定為女性相關網路, 並加入連結嗎?	- 「性別整合諮詢小組」(Ad-hoc Group on Gender Integration, AGGI); APEC婦女領袖網路會議 (WLN); 企業女性的組織。
(7)	10. 此方案預算中有任何成分是分配到與女性利益	- 預算中的一部份是用來使在目標產業中的女性更容易地獲得職業訓練, 使用的方法是

	相關的領域嗎？	在訓練期間提供幼童照顧的服務。
(6)	11. 在審核方案預算時，將徵詢女性的意見嗎？	-女性團體，APEC婦女領袖網路會議 (WLN)，「性別整合諮詢小組」(Ad-hoc Group on Gender Integration, AGGI)。
(1)	12. 此方案將顧及到對女性與男性的影響嗎？	-請見上面檢視清單中4, 5, 7, 8的例子。
(5)	13. 你會想辦法與女性討論此方案的結論嗎？	-廣大類別的宣傳策略，包含女性網絡 (例如：婦女領袖網路會議，女性非政府組織，女性小型企業網絡) 與女性雜誌等。
工作坊Workshops/研討會 seminars/ 協商會conferences/訓練計畫training programs		
(3)	14. 報告方案時由女性來作發表嗎？	- 在方案提出者、主要決策者、參與者與任何可能的角色中，取得良好的男女性別平衡。
(1)	15. 有家庭負擔的女性與男性容易參與這些工作坊與研討會嗎？	- 有任何托兒的設施嗎？ - 有遠距學習的選擇嗎？
(1), (2)	16. 研討會與工作坊將會有以性別議題為主題的議程嗎？	- 議程內容可包括-增加女性在科學/運輸業上的參與。 -曾商議與討論到女性企業網絡。
(1), (2)	17. 研討會與工作坊將會有顧及女性與男性的需求嗎？	- 內容與資料將包含與女性相關經驗與需求的範例 (例如：遠距學習) - 內容將包含性別觀點 (如：增加論壇工作坊中的女性參與。) - 陳述方式的整體風格，將以使女人願意回應，並也符合女人的特殊需求。(例如：視覺呈現)
網站Web sites		
(1)	18. 此網站將提供影響女性的議題訊息嗎？	
(1)	19. 此網站將提供性別相關網站的連結嗎？	範例包括： - APEC性別網站 - 提供相關經濟組織的性別網站 (如世界銀行，國際貨幣基金，世貿組織)。
研究Studies		
(1)	20. 此研究會將性別視為一個需顧及到的議題嗎？	- 在研究的領域中，確認對女性可能造成的負面與正面影響。 - 找出可增加女性參與各工作領域的機會。
(1)	21. 此研究是否會檢視到與女性相關的特定項目與權益的議題？	- 例子包括：環境保護;中小型企業;旅遊業;行銷業

(1)	22. 此研究將會想辦法來全力強化女性的技能嗎？	- 募集女性到缺乏技能的區域。 - 有許多女性集中的部門，包含：小型企業；餐飲業（含旅遊業）；人力資源發展 - 女性被報導有特殊技能/有競爭力優勢的領域：餐飲業、行銷業、中小型企業
(1), (2)	23. 此研究將以增加女性在就業/教育/訓部門的參與為重心嗎？（這些女性佔有率極低的部門）	- 範例包括：科學；漁業；海洋保護；貿易與投資；農業。
出版品Manuals		
(1)	24. 出版品將包含影響女性的議題嗎？	- 範例包括:吸引更多女性進入下列部門：學生，勞動者，決策者。
資料庫Databases		
(2)	25. 此方案將顧及資料庫中的性別分析統計資料和資訊嗎？	

資料來源：APEC 架構下以貿易自由化促進婦女經濟地位之研究，中華台北婦女性別網站
http://www.apecgender.org/Page_Show.asp?Page_ID=140

如比較聯合國「北京行動綱領」對於性別主流化之指示，及 APEC 性別影響評估之參考依據及檢視清單內容與精神，可整理我國推動文化創意產業政策之性別分析途徑與檢查點，例如：在政策規劃與執行過程中，是否適時徵詢女性意見？是否將女性觀點納入政策中？是否能定義出政策中任何可能對婦女造成潛在的負面影響與因應方案？在相關預算編列中，是否分配至與女性利益相關的領域？是否將蒐集和使用性別分類統計資料或資訊？

如能根據上述之檢查點，以性別觀點進行政策檢視，始有可能找出政府政策與措施對於協助或輔導女性投入文化創意產業是否不足或不符需要，以及針對不足或不適提出之修改。事實上，由目前可取得之政府政策說明以及執行情形資料中，具性別識別性之統計或分析資料幾乎付之闕如，並不易掌握或追蹤女性從政府政策中受惠的實際情形。也基於此，為求政策有效落實，更應從性別分析角度重新檢視政策之內容與成效，也才能符合行政院推動性別主流化之初衷。

第六章 結論與政策建議

第一節 結論

推動文化創意產業為近年國際間之重要政策趨勢，我國文化創意產業之發展主要係依據 2002 年行政院核定之「挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002-2007）」，其中將「文化創意產業發展計畫」納入國家長期發展計畫之重點項目。為提供鼓勵措施，相關主管機關對於文化創意產業提出各種輔導及鼓勵措施，根據 2007 年政府機關對於執行成效之「盤點」，認為其確實達成政策設定之目標。

文化創意產業被認為是適宜女性投入的重要部門，能夠提供女性創業、就業及發揮長才的重要產業，惟我國以婦女創業以中小企業為主，近年雖在服務業部門表現良好，但一般而言其發展仍面臨共同問題。根據研究指出，我國女性企業家面臨之共同問題包括：廠商規模偏小，不利進行員工培訓；員工流動頻仍；貸款資訊取得不易等。在文化創意產業之婦女企業家亦恐面對相同問題。

為檢視我國推動之文化創意產業對於女性創業、就業之機會與政策內容是否符合女性之期待與需要，本研究嘗試以性別分析之角度，檢視相關政策。

本研究認為，如比較聯合國「北京行動綱領」對於性別主流化之指示，及 APEC 性別影響評估之參考依據及檢視清單內容與精神，可整理我國推動文化創意產業政策之性別分析途徑與檢查點，例如：在政策規劃與執行過程中，是否適時徵詢女性意見？是否將女性觀點納入政策中？是否能定義出政策中任何可能對婦女造成潛在的負面影響與因應方案？在相關預算編列中是否分配至與女性利益相關的領域？是否將蒐集和使用性別分類統計資料或資訊？

如能根據性別觀點進行政策檢視，始有可能找出政府政策與措施對

於協助或輔導女性投入文化創意產業是否不足或不符合需要，以及針對不足或不適提出之修改，也始能符合行政院推動性別主流化政策之基本精神。

第二節 政策建議

本研究從性別分析及性別主流化角度，提出以下政策建議：

一、蒐集及建立性別統計資料，以檢視文化創意產業自 2002 年推動至今之成效，以瞭解其對台灣女性造成之影響究竟為何，以便據以研擬或修改下一階段(2008-2011 年)計劃計畫之內容，使其更具性別敏感性。

二、參照性別主流化之精神，促請各主管機關依其部會之業務性質，於政策或方案研擬過程中，設定性別指標(gender benchmark)，以明確訂定有別於男性之女性參與或受惠之量化指標，例如，協助女性設立文化創意企業之家數及目標市場、培育女性設計人才之人數或比率等。設定性別指標時應考量兩性在立足點與資源之差異，以及給予合理之資源投入。

三、於政策或方案研擬過程中，加強與女性利害相關者(stakeholders)對話、溝通之機會，包括女性藝術工作者、企業家、婦女團體、女性教師與學生、社區文化藝術團體、文史、藝術工作室等。在政策擬定前後、執行期間，亦應針對女性加強政策內容之宣導，遴選女性接觸較多之媒體或訊息管道為之。

四、針對女性企業家、文化藝術工作者或個人工作室之特殊需要與困難，如小額資金融通、成立或登記公司之輔導、創業前之相關準備工作、市場資訊之分析與散布、產品交易之媒合及與相異產業進行結盟或整合等，以研擬不同之工作計畫與方案。鑑於女性之特殊困難，初期可考慮以配額或比例保障之方式以確保女性之參與，如設定女性設計人才應占政府年度人才培育計畫之一定受訓比例或員額等。

五、參考美國、南韓做法，設立專門針對女性設立之創業基金或女性育成機制，以確實解決女性不同於男性之創業或營運、以及就業之需

ed Cultural Goods and Services, 1994-2003: Defining and capturing the flows

要。

he flows

參考文獻

1. 行政院，文化創意服務業發展綱領及行動方案，93年12月。
2. 行政院經建會，96年相關部會推動服務業發展綱領及行動方案執行情形，97年3月。
3. 經濟部中小企業處，台灣中小企業發展白皮書，2006年。
4. 經濟部中小企業處，台灣中小企業發展白皮書，2007年。
5. 財團法人婦女權益促進發展基金會，台灣婦女創新產業實驗計畫，2003年。
6. 中華經濟研究院，文化創意產業發展策略研究及彙編出版台灣文化創意產業發展年報，經濟部工業局95年委託研究。
7. 台灣經濟研究院 APEC 架構下以貿易自由化促進婦女經濟地位之研究，經濟部國貿局2006年委託研究。
8. International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003: Defining and capturing the flows of global cultural trade, UNESCO Institute for Statistics, 2005.
9. APEC, Models for Supporting Women SME Enterprise Development: Best Practices and Guidelines, March 2008.
10. APEC Secretariat, www.apec.org
11. International Gender and Trade Network, <http://www.igtn.org>
12. BRIDGE, Development and Gender, <http://www.bridge.ids.ac.uk/>
13. WOMEN IN DEVELOPMENT NETWORK (WIDNET), <http://www.focusintl.com/widnet.htm>

14. 中華台北 APEC 研究中心, www.ctasc.org.tw

15. 中華台北婦女性別網站, <http://www.apecgender.org/index.asp>