

创意商品港产品出口按货值首五位目的地⁽¹⁾

(数据源：政府统计处)

(1) 整体创意商品港产品出口

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	美国	3,503,769	26.0%	美国	3,006,494	23.5%	美国	2,990,133	23.8%
2	中国内地	2,493,249	18.5%	中国内地	2,071,700	16.2%	中国内地	1,796,397	14.3%
3	英国	1,031,867	7.7%	瑞士	1,173,486	9.2%	瑞士	1,063,794	8.5%
4	中国台湾	712,964	5.3%	英国	783,889	6.1%	澳大利亚	869,490	6.9%
5	瑞士	679,385	5.0%	新加坡	626,620	4.9%	中国台湾	766,149	6.1%
排名	2014			2015			2016		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	美国	2,668,951	22.6%	美国	2,265,474	23.4%	美国	2,167,542	27.3%
2	中国内地	1,572,541	13.3%	中国内地	1,255,866	13.0%	中国内地	1,034,574	13.1%
3	澳大利亚	1,167,802	9.9%	英国	823,235	8.5%	英国	662,487	8.4%
4	瑞士	897,051	7.6%	中国台湾	786,922	8.1%	新加坡	612,323	7.7%
5	中国台湾	859,702	7.3%	瑞士	728,939	7.5%	中国台湾	535,789	6.8%

注： (1) 详细香港商品贸易统计和创意商品分类，请参阅载于本文件最后的「概念及定义」。

占该年整体创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	美国	1,956,982	22.8%	美国	2,155,994	23.4%	美国	2,112,207	18.4%
2	瑞士	1,203,696	14.0%	中国内地	1,041,444	11.3%	瑞士	1,487,193	12.9%
3	中国内地	859,601	10.0%	瑞士	909,308	9.9%	中国内地	1,457,513	12.7%
4	澳门	694,981	8.1%	英国	689,601	7.5%	英国	1,182,564	10.3%
5	中国台湾	580,029	6.8%	中国台湾	624,006	6.8%	新加坡	818,151	7.1%
排名	2020			2021			2022		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	4,383,361	34.8%	中国内地	6,314,611	32.4%	美国	4,845,419	24.5%
2	美国	3,241,615	25.7%	美国	5,240,918	26.9%	中国内地	4,106,137	20.8%
3	中国台湾	942,396	7.5%	中国台湾	2,952,350	15.1%	中国台湾	3,414,181	17.3%
4	英国	485,554	3.9%	澳门	1,249,874	6.4%	新加坡	1,385,320	7.0%
5	阿拉伯联合酋长国	462,171	3.7%	英国	696,786	3.6%	韩国	1,049,094	5.3%

注： # 占该年整体创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	5,846,007	28.8%
2	美国	4,361,460	21.5%
3	中国台湾	2,733,061	13.5%
4	英国	1,798,055	8.9%
5	新加坡	1,041,191	5.1%

注： # 占该年整体创意商品港产品出口总货值的百分比。

(2) 广告相关创意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	18,999	39.7%	中国内地	21,451	45.3%	中国内地	17,074	41.8%
2	美国	8,827	18.4%	美国	6,349	13.4%	美国	5,816	14.2%
3	澳大利亚	3,376	7.1%	澳大利亚	2,873	6.1%	澳大利亚	3,684	9.0%
4	新加坡	1,786	3.7%	日本	2,706	5.7%	新加坡	2,394	5.9%
5	中国台湾	1,772	3.7%	澳门	2,040	4.3%	日本	1,965	4.8%
排名	2014			2015			2016		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	17,776	38.2%	中国内地	30,538	62.0%	中国内地	30,827	70.7%
2	意大利	5,135	11.0%	美国	3,006	6.1%	美国	2,580	5.9%
3	美国	4,611	9.9%	南非	2,526	5.1%	澳门	1,716	3.9%
4	澳大利亚	2,649	5.7%	日本	1,902	3.9%	泰国	1,108	2.5%
5	南非	2,146	4.6%	中国台湾	1,338	2.7%	日本	926	2.1%

注： # 占该年广告相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	28,586	70.7%	中国内地	12,668	48.4%	中国内地	7,482	44.5%
2	美国	2,790	6.9%	澳大利亚	2,257	8.6%	美国	1,888	11.2%
3	澳大利亚	1,378	3.4%	美国	2,094	8.0%	澳门	1,491	8.9%
4	澳门	1,033	2.6%	澳门	1,423	5.4%	澳大利亚	1,087	6.5%
5	日本	925	2.3%	菲律宾	1,423	5.4%	法国	894	5.3%
排名	2020			2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	5,901	45.8%	中国内地	3,473	28.1%	中国台湾	5,852	50.3%
2	中国台湾	2,741	21.3%	中国台湾	3,210	26.0%	中国内地	2,443	21.0%
3	美国	826	6.4%	英国	1,266	10.2%	加拿大	536	4.6%
4	加拿大	592	4.6%	美国	792	6.4%	澳大利亚	511	4.4%
5	澳大利亚	483	3.8%	澳门	701	5.7%	美国	454	3.9%

注： # 占该年广告相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国台湾	6,315	53.1%
2	中国内地	2,977	25.1%
3	印度	741	6.2%
4	澳门	492	4.1%
5	美国	420	3.5%

注： # 占该年广告相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(3) 建筑相关创意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	英国	108	61.2%	瑞士	56	58.7%	阿拉伯联合酋长国	320	78.7%
2	瑞士	47	26.5%	美国	22	23.0%	瑞士	49	11.9%
3	中国内地	17	9.8%	中国内地	17	18.3%	澳大利西亚及大洋洲 其他国家 / 地区	30	7.4%
4	美国	4	2.5%	不适用	不适用	不适用	美国	4	1.1%
5	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	中国内地	4	0.9%
排名	2014			2015			2016		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	840	96.9%	中国内地	18	68.7%	中国内地	79	85.9%
2	瑞士	23	2.7%	美国	8	31.3%	美国	13	14.1%
3	美国	4	0.4%	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
4	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
5	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用

注： # 占该年建筑相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	美国	7	62.1%	美国	6	100.0%	美国	1	100.0%
2	中国内地	4	37.9%	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
3	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
4	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
5	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
排名	2020			2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	美国	*	100.0%	美国	*	100.0%	不适用	不适用	不适用
2	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
3	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
4	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
5	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用

注： # 占该年建筑相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

* 表示货值少于 500 港元。

(续)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	货值	百分比 [#]
1	不适用	不适用	不适用
2	不适用	不适用	不适用
3	不适用	不适用	不适用
4	不适用	不适用	不适用
5	不适用	不适用	不适用

注： # 占该年建筑相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(4) 设计相关创意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	美国	3,209,929	27.6%	美国	2,723,468	24.2%	美国	2,752,369	24.7%
2	中国内地	1,806,530	15.5%	中国内地	1,546,380	13.8%	中国内地	1,328,611	11.9%
3	英国	909,441	7.8%	瑞士	1,172,765	10.4%	瑞士	1,061,859	9.5%
4	瑞士	678,567	5.8%	英国	679,939	6.1%	澳大利亚	798,470	7.2%
5	中国台湾	603,373	5.2%	新加坡	558,085	5.0%	中国台湾	669,883	6.0%
排名	2014			2015			2016		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	美国	2,441,368	23.5%	美国	2,070,163	24.8%	美国	1,980,472	29.3%
2	澳大利亚	1,086,851	10.5%	英国	752,422	9.0%	英国	606,512	9.0%
3	中国内地	1,059,407	10.2%	中国内地	749,273	9.0%	新加坡	579,664	8.6%
4	瑞士	895,931	8.6%	瑞士	727,605	8.7%	中国内地	478,515	7.1%
5	中国台湾	770,208	7.4%	中国台湾	698,393	8.4%	瑞士	464,859	6.9%

注： # 占该年设计相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	美国	1,811,903	24.3%	美国	2,046,453	25.3%	美国	2,011,983	19.6%
2	瑞士	1,203,431	16.2%	瑞士	909,151	11.2%	瑞士	1,487,089	14.5%
3	澳门	644,663	8.7%	英国	664,465	8.2%	英国	1,163,142	11.3%
4	英国	446,874	6.0%	新加坡	547,557	6.8%	新加坡	810,422	7.9%
5	阿拉伯联合酋长国	407,629	5.5%	阿拉伯联合酋长国	538,984	6.7%	澳门	738,357	7.2%
排名	2020			2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	3,466,819	30.6%	中国内地	5,794,374	31.2%	美国	4,779,943	25.2%
2	美国	3,158,309	27.8%	美国	5,117,896	27.6%	中国内地	3,643,149	19.2%
3	中国台湾	850,779	7.5%	中国台湾	2,825,753	15.2%	中国台湾	3,315,435	17.5%
4	英国	471,931	4.2%	澳门	1,178,759	6.4%	新加坡	1,375,946	7.3%
5	阿拉伯联合酋长国	462,130	4.1%	英国	684,877	3.7%	韩国	1,044,565	5.5%

注： # 占该年设计相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	5,216,734	26.9%
2	美国	4,283,653	22.1%
3	中国台湾	2,686,127	13.9%
4	英国	1,795,529	9.3%
5	新加坡	1,023,671	5.3%

注： # 占该年设计相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(5) 数码娱乐相关创意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	28,815	66.2%	美国	20,696	33.8%	中国内地	12,510	22.6%
2	美国	4,817	11.1%	新加坡	12,766	20.9%	中国台湾	7,664	13.8%
3	新加坡	3,499	8.0%	中国内地	10,921	17.8%	英国	7,595	13.7%
4	澳大利亚	2,127	4.9%	中国台湾	8,999	14.7%	菲律宾	6,550	11.8%
5	日本	934	2.1%	日本	1,510	2.5%	澳大利亚	5,489	9.9%
排名	2014			2015			2016		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	菲律宾	38,318	41.7%	菲律宾	27,137	24.8%	美国	17,834	30.5%
2	中国内地	19,906	21.7%	澳门	23,925	21.8%	菲律宾	8,260	14.1%
3	美国	6,624	7.2%	澳大利亚	14,046	12.8%	中国台湾	7,022	12.0%
4	澳门	6,231	6.8%	中国内地	13,941	12.7%	泰国	6,886	11.8%
5	中国台湾	6,218	6.8%	俄罗斯	10,068	9.2%	中国内地	4,593	7.9%

注： # 占该年数码娱乐相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	新加坡	6,238	28.8%	美国	2,119	38.6%	中国内地	3,047	48.0%
2	中国内地	4,699	21.7%	新加坡	699	12.7%	美国	2,005	31.6%
3	美国	3,616	16.7%	日本	524	9.5%	德国	467	7.3%
4	马来西亚	2,206	10.2%	马来西亚	479	8.7%	马来西亚	288	4.5%
5	泰国	2,147	9.9%	泰国	460	8.4%	新加坡	125	2.0%
排名	2020			2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	美国	1,596	56.2%	泰国	108	37.2%	美国	356	52.4%
2	中国内地	442	15.6%	中国内地	71	24.5%	泰国	146	21.5%
3	俄罗斯	216	7.6%	加拿大	58	20.0%	中国内地	68	10.0%
4	泰国	178	6.3%	美国	32	11.0%	法国	53	7.8%
5	德国	168	5.9%	法国	18	6.2%	澳大利亚	27	3.9%

注： # 占该年数码娱乐相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	货值	百分比 [#]
1	菲律宾	2,190	80.2%
2	法国	289	10.6%
3	美国	173	6.4%
4	澳大利亚	39	1.4%
5	中国内地	35	1.3%

注： # 占该年数码娱乐相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(6) 电影及电视相关创意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	339,810	49.5%	中国内地	232,474	44.8%	中国内地	189,093	44.8%
2	中国台湾	48,704	7.1%	日本	40,359	7.8%	日本	44,277	10.5%
3	日本	45,944	6.7%	德国	37,476	7.2%	新加坡	39,378	9.3%
4	巴西	40,841	5.9%	美国	35,921	6.9%	中国台湾	30,282	7.2%
5	德国	40,365	5.9%	巴西	28,561	5.5%	美国	27,507	6.5%
排名	2014			2015			2016		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	180,071	42.2%	中国内地	123,934	44.9%	中国内地	136,781	59.1%
2	新加坡	52,394	12.3%	中国台湾	37,698	13.7%	中国台湾	25,828	11.2%
3	日本	36,857	8.6%	日本	34,842	12.6%	日本	16,497	7.1%
4	中国台湾	36,225	8.5%	新加坡	23,704	8.6%	新加坡	15,541	6.7%
5	澳大利亚	29,549	6.9%	澳门	14,613	5.3%	澳门	9,412	4.1%

注： # 占该年电影及电视相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国台湾	191,031	56.2%	中国台湾	148,416	44.3%	中国内地	126,437	69.1%
2	中国内地	94,872	27.9%	中国内地	141,303	42.1%	中国台湾	26,723	14.6%
3	日本	21,422	6.3%	日本	14,196	4.2%	日本	10,213	5.6%
4	泰国	7,412	2.2%	新加坡	10,055	3.0%	新西兰	5,866	3.2%
5	澳门	7,310	2.2%	澳门	6,486	1.9%	澳门	4,862	2.7%
排名	2020			2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	333,793	88.0%	中国内地	147,115	66.4%	中国内地	235,651	77.5%
2	中国台湾	22,267	5.9%	中国台湾	46,317	20.9%	中国台湾	40,696	13.4%
3	日本	4,914	1.3%	日本	16,285	7.3%	日本	14,431	4.7%
4	澳门	4,208	1.1%	新加坡	5,151	2.3%	新加坡	6,106	2.0%
5	荷兰	2,859	0.8%	澳门	3,299	1.5%	澳门	2,875	0.9%

注： # 占该年电影及电视相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	211,273	81.3%
2	中国台湾	26,964	10.4%
3	新加坡	15,348	5.9%
4	澳门	4,574	1.8%
5	日本	494	0.2%

注： # 占该年电影及电视相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(7) 音乐相关创意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	18,728	41.3%	中国内地	11,691	47.6%	中国台湾	13,914	40.0%
2	中国台湾	12,946	28.5%	美国	6,630	27.0%	中国内地	10,308	29.6%
3	美国	8,338	18.4%	中国台湾	4,080	16.6%	美国	3,935	11.3%
4	挪威	995	2.2%	澳门	510	2.1%	越南	3,084	8.9%
5	印度尼西亚	883	1.9%	新加坡	465	1.9%	印度	742	2.1%
排名	2014			2015			2016		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	15,181	59.2%	美国	8,174	42.5%	中国内地	5,181	36.3%
2	美国	6,163	24.0%	中国内地	7,664	39.9%	美国	3,971	27.9%
3	澳大利亚	1,564	6.1%	印度	810	4.2%	德国	1,706	12.0%
4	中国台湾	712	2.8%	墨西哥	605	3.1%	印度	1,189	8.3%
5	韩国	619	2.4%	泰国	359	1.9%	澳大利亚	594	4.2%

注： # 占该年音乐相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	5,765	41.0%	中国内地	38,450	71.6%	美国	13,457	44.2%
2	美国	4,288	30.5%	美国	8,427	15.7%	中国内地	8,511	27.9%
3	印度	1,376	9.8%	澳大利亚	4,789	8.9%	中国台湾	7,569	24.8%
4	德国	855	6.1%	印度	1,165	2.2%	新加坡	289	0.9%
5	中国台湾	643	4.6%	新加坡	385	0.7%	埃及	114	0.4%
排名	2020			2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国台湾	40,824	68.9%	中国台湾	60,383	55.7%	中国内地	39,096	38.3%
2	中国内地	18,070	30.5%	中国内地	40,359	37.2%	中国台湾	38,871	38.1%
3	美国	191	0.3%	美国	7,048	6.5%	美国	22,809	22.3%
4	印度	69	0.1%	芬兰	212	0.2%	印度	931	0.9%
5	韩国	37	0.1%	印度	156	0.1%	泰国	179	0.2%

注： # 占该年音乐相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	150,299	78.3%
2	美国	39,458	20.6%
3	印度	1,486	0.8%
4	中国台湾	579	0.3%
5	泰国	35	^

注： # 占该年音乐相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

^ 百分比少于 0.05%。

(8) 印刷及出版相关创意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	280,350	28.5%	中国内地	248,765	27.6%	中国内地	238,799	28.1%
2	美国	233,718	23.8%	美国	213,409	23.7%	美国	196,930	23.2%
3	英国	113,574	11.6%	英国	96,916	10.7%	英国	60,890	7.2%
4	澳大利亚	48,358	4.9%	澳大利亚	48,816	5.4%	澳大利亚	54,219	6.4%
5	中国台湾	46,017	4.7%	中国台湾	41,631	4.6%	中国台湾	43,148	5.1%
排名	2014			2015			2016		
	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	279,361	32.5%	中国内地	330,498	38.5%	中国内地	378,598	45.8%
2	美国	184,753	21.5%	美国	171,113	19.9%	美国	161,790	19.6%
3	英国	59,017	6.9%	英国	60,887	7.1%	英国	48,177	5.8%
4	中国台湾	44,803	5.2%	中国台湾	45,500	5.3%	中国台湾	44,076	5.3%
5	澳大利亚	42,313	4.9%	澳大利亚	41,197	4.8%	澳门	41,419	5.0%

注： # 占该年印刷及出版相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	341,849	46.9%	中国内地	396,906	56.2%	中国内地	661,602	67.4%
2	美国	133,518	18.3%	美国	96,530	13.7%	美国	82,492	8.4%
3	中国台湾	42,876	5.9%	澳门	34,870	4.9%	澳门	62,643	6.4%
4	澳门	41,906	5.7%	中国台湾	33,353	4.7%	中国台湾	36,800	3.7%
5	英国	27,839	3.8%	英国	23,221	3.3%	英国	16,229	1.7%
排名	2020			2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	558,337	69.2%	中国内地	329,220	55.7%	中国内地	185,730	51.2%
2	美国	80,164	9.9%	美国	114,411	19.3%	澳门	78,238	21.6%
3	澳门	47,743	5.9%	澳门	67,114	11.3%	美国	41,229	11.4%
4	中国台湾	25,784	3.2%	中国台湾	16,686	2.8%	中国台湾	13,327	3.7%
5	加拿大	23,455	2.9%	加拿大	14,073	2.4%	英国	8,158	2.2%

注： # 占该年印刷及出版相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	货值	百分比 [#]
1	中国内地	264,689	58.1%
2	澳门	91,045	20.0%
3	美国	37,510	8.2%
4	印尼	13,746	3.0%
5	中国台湾	13,076	2.9%

注： # 占该年印刷及出版相关创意商品港产品出口总货值的百分比。

概念及定义

- (a) 以上载列的贸易统计数字是文创产业发展处根据由政府统计处整理及提供的进出口报关单上的数据所编制。
- (b) 港产品出口货物是指香港的天然产品或在本港经过制造工序，以致其基本生产物料的形狀、性质、结构或效用受到永久及实质改变的产品。港产品出口以「离岸价」计算。
- (c) 转口货品是指输出曾经自外地输入本港的货品，而这些货品并没有在本港经过任何制造工序，以致永久及实质改变其基本原料的形狀、性质、结构或效用。转口货品以「离岸价」计算。
- (d) 进口货品是指自香港以外出产或制成的货品，输入香港供本地使用或转口，以及再进口的香港产品。进口以「到岸价」计算。
- (e) 为方便数据的可比性，所载列的数字是按「标准国际贸易分类」(第四次修订版)的货物分类制度编制。
- (f) 在编制创意商品统计数字中所采用的定义及分类时已参考由联合国贸易和发展会议及联合国教科文组织所发布的相关统计指引，并因应本地实际情况作适当调整。