

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	2015			2016			2017		
	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	2,265,474	23.4%	美国	2,167,542	27.3%	美国	1,956,982	22.8%
2	中国内地	1,255,866	13.0%	中国内地	1,034,574	13.1%	瑞士	1,203,696	14.0%
3	英国	823,235	8.5%	英国	662,487	8.4%	中国内地	859,601	10.0%
4	中国台湾	786,922	8.1%	新加坡	612,323	7.7%	中国澳门	694,981	8.1%
5	瑞士	728,939	7.5%	中国台湾	535,789	6.8%	中国台湾	580,029	6.8%
排名	2018			2019			2020		
	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	2,155,994	23.4%	美国	2,112,207	18.4%	中国内地	4,383,361	34.8%
2	中国内地	1,041,444	11.3%	瑞士	1,487,193	12.9%	美国	3,241,615	25.7%
3	瑞士	909,308	9.9%	中国内地	1,457,513	12.7%	中国台湾	942,396	7.5%
4	英国	689,601	7.5%	英国	1,182,564	10.3%	英国	485,554	3.9%
5	中国台湾	624,006	6.8%	新加坡	818,151	7.1%	阿拉伯联合酋长国	462,171	3.7%

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	2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	6,314,611	32.4%	美国	4,845,419	24.5%
2	美国	5,240,918	26.9%	中国内地	4,106,137	20.8%
3	中国台湾	2,952,350	15.1%	中国台湾	3,414,181	17.3%
4	中国澳门	1,249,874	6.4%	新加坡	1,385,320	7.0%
5	英国	696,786	3.6%	韩国	1,049,094	5.3%
排名	2023			2024		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	5,846,007	28.8%	美国	4,503,082	25.0%
2	美国	4,361,460	21.5%	中国内地	3,231,862	17.9%
3	中国台湾	2,733,061	13.5%	中国台湾	2,787,155	15.5%
4	英国	1,798,055	8.9%	阿拉伯联合 酋长国	1,272,013	7.1%
5	新加坡	1,041,191	5.1%	瑞士	1,091,694	6.1%

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	2015			2016			2017		
	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	30,538	62.0%	中国内地	30,827	70.7%	中国内地	28,586	70.7%
2	美国	3,006	6.1%	美国	2,580	5.9%	美国	2,790	6.9%
3	南非	2,526	5.1%	中国澳门	1,716	3.9%	澳大利亚	1,378	3.4%
4	日本	1,902	3.9%	泰国	1,108	2.5%	中国澳门	1,033	2.6%
5	中国台湾	1,338	2.7%	日本	926	2.1%	日本	925	2.3%
排名	2018			2019			2020		
	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	12,668	48.4%	中国内地	7,482	44.5%	中国内地	5,901	45.8%
2	澳大利亚	2,257	8.6%	美国	1,888	11.2%	中国台湾	2,741	21.3%
3	美国	2,094	8.0%	中国澳门	1,491	8.9%	美国	826	6.4%
4	中国澳门	1,423	5.4%	澳大利亚	1,087	6.5%	加拿大	592	4.6%
5	菲律宾	1,423	5.4%	法国	894	5.3%	澳大利亚	483	3.8%

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	2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	3,473	28.1%	中国台湾	5,852	50.3%
2	中国台湾	3,210	26.0%	中国内地	2,443	21.0%
3	英国	1,266	10.2%	加拿大	536	4.6%
4	美国	792	6.4%	澳大利亚	511	4.4%
5	中国澳门	701	5.7%	美国	454	3.9%
排名	2023			2024		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国台湾	6,315	53.1%	中国台湾	6,622	54.8%
2	中国内地	2,977	25.1%	中国内地	3,788	31.3%
3	印度	741	6.2%	中国澳门	677	5.6%
4	中国澳门	492	4.1%	美国	325	2.7%
5	美国	420	3.5%	澳大利亚	140	1.2%

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	2015			2016			2017		
	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	68.7%	中国内地	79	85.9%	美国	7	62.1%
2	美国	8	31.3%	美国	13	14.1%	中国内地	4	37.9%
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	2018			2019			2020		
	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	6	100.0%	美国	1	100.0%	美国	*	100.0%
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	2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	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
3	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
5	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
排名	2023			2024		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	不适用	不适用	不适用	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
3	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
5	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。

(4) 设计相关创意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	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	2,070,163	24.8%	美国	1,980,472	29.3%	美国	1,811,903	24.3%
2	英国	752,422	9.0%	英国	606,512	9.0%	瑞士	1,203,431	16.2%
3	中国内地	749,273	9.0%	新加坡	579,664	8.6%	中国澳门	644,663	8.7%
4	瑞士	727,605	8.7%	中国内地	478,515	7.1%	英国	446,874	6.0%
5	中国台湾	698,393	8.4%	瑞士	464,859	6.9%	阿拉伯联合 酋长国	407,629	5.5%
排名	2018			2019			2020		
	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	2,046,453	25.3%	美国	2,011,983	19.6%	中国内地	3,466,819	30.6%
2	瑞士	909,151	11.2%	瑞士	1,487,089	14.5%	美国	3,158,309	27.8%
3	英国	664,465	8.2%	英国	1,163,142	11.3%	中国台湾	850,779	7.5%
4	新加坡	547,557	6.8%	新加坡	810,422	7.9%	英国	471,931	4.2%
5	阿拉伯联合 酋长国	538,984	6.7%	中国澳门	738,357	7.2%	阿拉伯联合 酋长国	462,130	4.1%

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	2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	5,794,374	31.2%	美国	4,779,943	25.2%
2	美国	5,117,896	27.6%	中国内地	3,643,149	19.2%
3	中国台湾	2,825,753	15.2%	中国台湾	3,315,435	17.5%
4	中国澳门	1,178,759	6.4%	新加坡	1,375,946	7.3%
5	英国	684,877	3.7%	韩国	1,044,565	5.5%
排名	2023			2024		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	5,216,734	26.9%	美国	4,445,209	25.6%
2	美国	4,283,653	22.1%	中国内地	2,811,923	16.2%
3	中国台湾	2,686,127	13.9%	中国台湾	2,759,692	15.9%
4	英国	1,795,529	9.3%	阿拉伯联合酋长国	1,272,005	7.3%
5	新加坡	1,023,671	5.3%	瑞士	1,091,681	6.3%

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	2015			2016			2017		
	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	27,137	24.8%	美国	17,834	30.5%	新加坡	6,238	28.8%
2	中国澳门	23,925	21.8%	菲律宾	8,260	14.1%	中国内地	4,699	21.7%
3	澳大利亚	14,046	12.8%	中国台湾	7,022	12.0%	美国	3,616	16.7%
4	中国内地	13,941	12.7%	泰国	6,886	11.8%	马来西亚	2,206	10.2%
5	俄罗斯	10,068	9.2%	中国内地	4,593	7.9%	泰国	2,147	9.9%
排名	2018			2019			2020		
	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	2,119	38.6%	中国内地	3,047	48.0%	美国	1,596	56.2%
2	新加坡	699	12.7%	美国	2,005	31.6%	中国内地	442	15.6%
3	日本	524	9.5%	德国	467	7.3%	俄罗斯	216	7.6%
4	马来西亚	479	8.7%	马来西亚	288	4.5%	泰国	178	6.3%
5	泰国	460	8.4%	新加坡	125	2.0%	德国	168	5.9%

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	2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	泰国	108	37.2%	美国	356	52.4%
2	中国内地	71	24.5%	泰国	146	21.5%
3	加拿大	58	20.0%	中国内地	68	10.0%
4	美国	32	11.0%	法国	53	7.8%
5	法国	18	6.2%	澳大利亚	27	3.9%
排名	2023			2024		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	菲律宾	2,190	80.2%	中国内地	2,201	57.7%
2	法国	289	10.6%	法国	547	14.4%
3	美国	173	6.4%	美国	385	10.1%
4	澳大利亚	39	1.4%	泰国	345	9.1%
5	中国内地	35	1.3%	新加坡	195	5.1%

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	2015			2016			2017		
	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	123,934	44.9%	中国内地	136,781	59.1%	中国台湾	191,031	56.2%
2	中国台湾	37,698	13.7%	中国台湾	25,828	11.2%	中国内地	94,872	27.9%
3	日本	34,842	12.6%	日本	16,497	7.1%	日本	21,422	6.3%
4	新加坡	23,704	8.6%	新加坡	15,541	6.7%	泰国	7,412	2.2%
5	中国澳门	14,613	5.3%	中国澳门	9,412	4.1%	中国澳门	7,310	2.2%
排名	2018			2019			2020		
	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	148,416	44.3%	中国内地	126,437	69.1%	中国内地	333,793	88.0%
2	中国内地	141,303	42.1%	中国台湾	26,723	14.6%	中国台湾	22,267	5.9%
3	日本	14,196	4.2%	日本	10,213	5.6%	日本	4,914	1.3%
4	新加坡	10,055	3.0%	新西兰	5,866	3.2%	中国澳门	4,208	1.1%
5	中国澳门	6,486	1.9%	中国澳门	4,862	2.7%	荷兰	2,859	0.8%

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	2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	147,115	66.4%	中国内地	235,651	77.5%
2	中国台湾	46,317	20.9%	中国台湾	40,696	13.4%
3	日本	16,285	7.3%	日本	14,431	4.7%
4	新加坡	5,151	2.3%	新加坡	6,106	2.0%
5	中国澳门	3,299	1.5%	中国澳门	2,875	0.9%
排名	2023			2024		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	211,273	81.3%	中国内地	49,436	74.5%
2	中国台湾	26,964	10.4%	新加坡	5,769	8.7%
3	新加坡	15,348	5.9%	中国澳门	5,760	8.7%
4	中国澳门	4,574	1.8%	中国台湾	3,933	5.9%
5	日本	494	0.2%	日本	828	1.2%

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	2015			2016			2017		
	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	8,174	42.5%	中国内地	5,181	36.3%	中国内地	5,765	41.0%
2	中国内地	7,664	39.9%	美国	3,971	27.9%	美国	4,288	30.5%
3	印度	810	4.2%	德国	1,706	12.0%	印度	1,376	9.8%
4	墨西哥	605	3.1%	印度	1,189	8.3%	德国	855	6.1%
5	泰国	359	1.9%	澳大利亚	594	4.2%	中国台湾	643	4.6%
排名	2018			2019			2020		
	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	38,450	71.6%	美国	13,457	44.2%	中国台湾	40,824	68.9%
2	美国	8,427	15.7%	中国内地	8,511	27.9%	中国内地	18,070	30.5%
3	澳大利亚	4,789	8.9%	中国台湾	7,569	24.8%	美国	191	0.3%
4	印度	1,165	2.2%	新加坡	289	0.9%	印度	69	0.1%
5	新加坡	385	0.7%	埃及	114	0.4%	韩国	37	0.1%

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	2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国台湾	60,383	55.7%	中国内地	39,096	38.3%
2	中国内地	40,359	37.2%	中国台湾	38,871	38.1%
3	美国	7,048	6.5%	美国	22,809	22.3%
4	芬兰	212	0.2%	印度	931	0.9%
5	印度	156	0.1%	泰国	179	0.2%
排名	2023			2024		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	150,299	78.3%	中国内地	56,395	42.3%
2	美国	39,458	20.6%	美国	31,788	23.8%
3	印度	1,486	0.8%	印度	21,760	16.3%
4	中国台湾	579	0.3%	越南	18,207	13.7%
5	泰国	35	^	巴基斯坦	2,831	2.1%

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	2015			2016			2017		
	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	330,498	38.5%	中国内地	378,598	45.8%	中国内地	341,849	46.9%
2	美国	171,113	19.9%	美国	161,790	19.6%	美国	133,518	18.3%
3	英国	60,887	7.1%	英国	48,177	5.8%	中国台湾	42,876	5.9%
4	中国台湾	45,500	5.3%	中国台湾	44,076	5.3%	中国澳门	41,906	5.7%
5	澳大利亚	41,197	4.8%	中国澳门	41,419	5.0%	英国	27,839	3.8%
排名	2018			2019			2020		
	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	396,906	56.2%	中国内地	661,602	67.4%	中国内地	558,337	69.2%
2	美国	96,530	13.7%	美国	82,492	8.4%	美国	80,164	9.9%
3	中国澳门	34,870	4.9%	中国澳门	62,643	6.4%	中国澳门	47,743	5.9%
4	中国台湾	33,353	4.7%	中国台湾	36,800	3.7%	中国台湾	25,784	3.2%
5	英国	23,221	3.3%	英国	16,229	1.7%	加拿大	23,455	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。

(续)

(千港元)

排名	2021			2022		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	329,220	55.7%	中国内地	185,730	51.2%
2	美国	114,411	19.3%	中国澳门	78,238	21.6%
3	中国澳门	67,114	11.3%	美国	41,229	11.4%
4	中国台湾	16,686	2.8%	中国台湾	13,327	3.7%
5	加拿大	14,073	2.4%	英国	8,158	2.2%
排名	2023			2024		
	目的地	货值	百分比#	目的地	货值	百分比#
1	中国内地	264,689	58.1%	中国内地	308,119	63.3%
2	中国澳门	91,045	20.0%	中国澳门	107,172	22.0%
3	美国	37,510	8.2%	美国	25,253	5.2%
4	印尼	13,746	3.0%	中国台湾	16,074	3.3%
5	中国台湾	13,076	2.9%	马来西亚	4,638	1.0%

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。

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状、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状、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。