

## 创意商品进口按货值首五位来源地<sup>(1)</sup>

(数据源：政府统计处)

### (1) 整体创意商品进口

(千港元)

| 排名 | 2011 |             |                  | 2012 |             |                  | 2013 |             |                  |
|----|------|-------------|------------------|------|-------------|------------------|------|-------------|------------------|
|    | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 307,613,695 | 63.0%            | 中国内地 | 299,989,351 | 60.8%            | 中国内地 | 281,937,328 | 58.5%            |
| 2  | 瑞士   | 44,803,576  | 9.2%             | 瑞士   | 48,383,680  | 9.8%             | 瑞士   | 54,093,362  | 11.2%            |
| 3  | 意大利  | 29,166,869  | 6.0%             | 意大利  | 31,560,227  | 6.4%             | 意大利  | 34,751,615  | 7.2%             |
| 4  | 法国   | 19,379,615  | 4.0%             | 法国   | 20,370,756  | 4.1%             | 法国   | 18,200,676  | 3.8%             |
| 5  | 日本   | 19,156,702  | 3.9%             | 日本   | 18,295,646  | 3.7%             | 日本   | 15,301,601  | 3.2%             |
| 排名 | 2014 |             |                  | 2015 |             |                  | 2016 |             |                  |
|    | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 261,034,486 | 53.8%            | 中国内地 | 226,936,980 | 53.0%            | 中国内地 | 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  | 法国   | 19,092,524  | 3.9%             | 法国   | 15,168,250  | 3.5%             | 法国   | 15,232,596  | 3.8%             |

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进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2017 |             |                  | 2018 |             |                  | 2019 |             |                  |
|----|------|-------------|------------------|------|-------------|------------------|------|-------------|------------------|
|    | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 202,719,213 | 48.3%            | 中国内地 | 213,561,932 | 48.1%            | 中国内地 | 183,154,475 | 45.7%            |
| 2  | 瑞士   | 39,299,216  | 9.4%             | 意大利  | 45,810,767  | 10.3%            | 意大利  | 45,564,020  | 11.4%            |
| 3  | 意大利  | 39,038,978  | 9.3%             | 瑞士   | 44,870,281  | 10.1%            | 瑞士   | 39,356,486  | 9.8%             |
| 4  | 印度   | 37,906,183  | 9.0%             | 法国   | 19,307,666  | 4.3%             | 法国   | 21,615,560  | 5.4%             |
| 5  | 法国   | 16,034,999  | 3.8%             | 美国   | 14,423,911  | 3.2%             | 美国   | 13,441,534  | 3.4%             |
| 排名 | 2020 |             |                  | 2021 |             |                  | 2022 |             |                  |
|    | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 138,027,789 | 42.7%            | 中国内地 | 175,344,342 | 42.9%            | 中国内地 | 149,322,344 | 38.5%            |
| 2  | 瑞士   | 34,474,028  | 10.7%            | 瑞士   | 48,244,315  | 11.8%            | 瑞士   | 43,243,363  | 11.1%            |
| 3  | 意大利  | 33,452,356  | 10.3%            | 意大利  | 37,214,487  | 9.1%             | 意大利  | 35,120,865  | 9.0%             |
| 4  | 法国   | 19,172,709  | 5.9%             | 法国   | 22,739,013  | 5.6%             | 印度   | 25,639,080  | 6.6%             |
| 5  | 印度   | 13,765,728  | 4.3%             | 印度   | 19,543,830  | 4.8%             | 法国   | 20,920,501  | 5.4%             |

注： # 占该年整体创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2023 |             |                  |
|----|------|-------------|------------------|
|    | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 155,109,804 | 37.7%            |
| 2  | 瑞士   | 56,135,280  | 13.6%            |
| 3  | 意大利  | 43,772,945  | 10.6%            |
| 4  | 法国   | 28,213,236  | 6.9%             |
| 5  | 日本   | 16,958,084  | 4.1%             |

注： # 占该年整体创意商品进口总货值的百分比。

(2) 广告相关创意商品

(千港元)

| 排名 | 2011 |         |       | 2012 |         |       | 2013 |         |       |
|----|------|---------|-------|------|---------|-------|------|---------|-------|
|    | 来源地  | 货值      | 百分比#  | 来源地  | 货值      | 百分比#  | 来源地  | 货值      | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 243,261 | 58.9% | 中国内地 | 432,140 | 71.8% | 中国内地 | 451,313 | 73.0% |
| 2  | 美国   | 54,012  | 13.1% | 美国   | 64,635  | 10.7% | 美国   | 66,719  | 10.8% |
| 3  | 意大利  | 25,518  | 6.2%  | 意大利  | 25,943  | 4.3%  | 意大利  | 21,781  | 3.5%  |
| 4  | 日本   | 20,594  | 5.0%  | 瑞士   | 16,585  | 2.8%  | 日本   | 20,758  | 3.4%  |
| 5  | 德国   | 16,721  | 4.0%  | 法国   | 16,106  | 2.7%  | 法国   | 14,925  | 2.4%  |
| 排名 | 2014 |         |       | 2015 |         |       | 2016 |         |       |
|    | 来源地  | 货值      | 百分比#  | 来源地  | 货值      | 百分比#  | 来源地  | 货值      | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 478,257 | 74.6% | 中国内地 | 456,928 | 77.2% | 中国内地 | 419,903 | 79.8% |
| 2  | 美国   | 67,088  | 10.5% | 美国   | 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%  | 美国   | 13,617  | 2.6%  |
| 4  | 日本   | 15,396  | 2.4%  | 瑞士   | 14,681  | 2.5%  | 瑞士   | 11,894  | 2.3%  |
| 5  | 德国   | 12,306  | 1.9%  | 日本   | 11,153  | 1.9%  | 日本   | 11,284  | 2.1%  |

注： # 占该年广告相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2017 |         |                  | 2018 |         |                  | 2019 |         |                  |
|----|------|---------|------------------|------|---------|------------------|------|---------|------------------|
|    | 来源地  | 货值      | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值      | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值      | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 392,101 | 81.2%            | 中国内地 | 397,815 | 79.4%            | 中国内地 | 358,808 | 76.1%            |
| 2  | 意大利  | 17,379  | 3.6%             | 意大利  | 20,767  | 4.1%             | 日本   | 26,696  | 5.7%             |
| 3  | 美国   | 12,417  | 2.6%             | 美国   | 13,287  | 2.7%             | 意大利  | 15,997  | 3.4%             |
| 4  | 日本   | 10,346  | 2.1%             | 瑞士   | 13,138  | 2.6%             | 美国   | 14,721  | 3.1%             |
| 5  | 瑞士   | 9,761   | 2.0%             | 日本   | 12,479  | 2.5%             | 瑞士   | 9,059   | 1.9%             |
| 排名 | 2020 |         |                  | 2021 |         |                  | 2022 |         |                  |
|    | 来源地  | 货值      | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值      | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值      | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 224,366 | 72.1%            | 中国内地 | 221,449 | 71.7%            | 中国内地 | 132,046 | 59.7%            |
| 2  | 美国   | 19,867  | 6.4%             | 美国   | 22,966  | 7.4%             | 美国   | 32,294  | 14.6%            |
| 3  | 日本   | 13,197  | 4.2%             | 日本   | 18,091  | 5.9%             | 意大利  | 13,863  | 6.3%             |
| 4  | 意大利  | 13,032  | 4.2%             | 意大利  | 11,107  | 3.6%             | 日本   | 12,650  | 5.7%             |
| 5  | 瑞士   | 8,171   | 2.6%             | 瑞士   | 9,287   | 3.0%             | 瑞士   | 8,541   | 3.9%             |

注： # 占该年广告相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2023 |         |                  |
|----|------|---------|------------------|
|    | 来源地  | 货值      | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 123,281 | 65.3%            |
| 2  | 美国   | 28,422  | 15.1%            |
| 3  | 意大利  | 10,595  | 5.6%             |
| 4  | 瑞士   | 5,996   | 3.2%             |
| 5  | 韩国   | 3,797   | 2.0%             |

注： # 占该年广告相关创意商品进口总货值的百分比。

### (3) 建筑相关创意商品

(千港元)

| 排名 | 2011 |       |       | 2012 |       |       | 2013 |       |       |
|----|------|-------|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|
|    | 来源地  | 货值    | 百分比#  | 来源地  | 货值    | 百分比#  | 来源地  | 货值    | 百分比#  |
| 1  | 韩国   | 1,563 | 35.4% | 美国   | 1,867 | 62.8% | 美国   | 1,038 | 36.6% |
| 2  | 美国   | 1,466 | 33.2% | 意大利  | 426   | 14.3% | 英国   | 931   | 32.9% |
| 3  | 意大利  | 832   | 18.8% | 德国   | 271   | 9.1%  | 德国   | 524   | 18.5% |
| 4  | 英国   | 293   | 6.6%  | 英国   | 223   | 7.5%  | 意大利  | 241   | 8.5%  |
| 5  | 中国内地 | 161   | 3.6%  | 新加坡  | 48    | 1.6%  | 澳大利亚 | 33    | 1.2%  |
| 排名 | 2014 |       |       | 2015 |       |       | 2016 |       |       |
|    | 来源地  | 货值    | 百分比#  | 来源地  | 货值    | 百分比#  | 来源地  | 货值    | 百分比#  |
| 1  | 德国   | 1,050 | 45.4% | 美国   | 2,234 | 71.8% | 美国   | 815   | 57.3% |
| 2  | 美国   | 594   | 25.6% | 英国   | 367   | 11.8% | 加拿大  | 469   | 33.0% |
| 3  | 中国内地 | 160   | 6.9%  | 德国   | 324   | 10.4% | 日本   | 48    | 3.4%  |
| 4  | 加拿大  | 147   | 6.4%  | 中国内地 | 75    | 2.4%  | 中国内地 | 40    | 2.8%  |
| 5  | 意大利  | 137   | 5.9%  | 加拿大  | 53    | 1.7%  | 英国   | 28    | 2.0%  |

注： # 占该年建筑相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2017 |       |       | 2018 |       |       | 2019 |       |       |
|----|------|-------|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|
|    | 来源地  | 货值    | 百分比#  | 来源地  | 货值    | 百分比#  | 来源地  | 货值    | 百分比#  |
| 1  | 美国   | 672   | 53.2% | 日本   | 842   | 37.6% | 中国内地 | 1,384 | 58.3% |
| 2  | 日本   | 236   | 18.7% | 美国   | 811   | 36.2% | 美国   | 764   | 32.2% |
| 3  | 德国   | 164   | 13.0% | 英国   | 396   | 17.7% | 日本   | 171   | 7.2%  |
| 4  | 意大利  | 126   | 10.0% | 德国   | 93    | 4.2%  | 英国   | 23    | 1.0%  |
| 5  | 中国内地 | 29    | 2.3%  | 中国内地 | 61    | 2.7%  | 意大利  | 21    | 0.9%  |
| 排名 | 2020 |       |       | 2021 |       |       | 2022 |       |       |
|    | 来源地  | 货值    | 百分比#  | 来源地  | 货值    | 百分比#  | 来源地  | 货值    | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 3,201 | 82.2% | 中国内地 | 1,014 | 65.8% | 日本   | 225   | 85.0% |
| 2  | 美国   | 510   | 13.1% | 美国   | 307   | 19.9% | 中国内地 | 38    | 14.4% |
| 3  | 日本   | 159   | 4.1%  | 日本   | 191   | 12.4% | 美国   | 1     | 0.4%  |
| 4  | 意大利  | 26    | 0.7%  | 英国   | 27    | 1.7%  | 西班牙  | *     | 0.1%  |
| 5  | 英国   | 1     | ^     | 意大利  | 1     | 0.1%  | 意大利  | *     | 0.1%  |

注： # 占该年建筑相关创意商品进口总货值的百分比。

^ 百分比少于 0.05%。

\* 货值少于 500 港元。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2023 |     |                  |
|----|------|-----|------------------|
|    | 来源地  | 货值  | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 108 | 55.0%            |
| 2  | 日本   | 83  | 42.3%            |
| 3  | 英国   | 2   | 1.2%             |
| 4  | 法国   | 1   | 0.5%             |
| 5  | 香港   | 1   | 0.4%             |

注： # 占该年建筑相关创意商品进口总货值的百分比。

(4) 设计相关创意商品

(千港元)

| 排名 | 2011 |             |                  | 2012 |             |                  | 2013 |             |                  |
|----|------|-------------|------------------|------|-------------|------------------|------|-------------|------------------|
|    | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 236,635,468 | 61.3%            | 中国内地 | 229,681,059 | 58.3%            | 中国内地 | 225,547,504 | 56.9%            |
| 2  | 瑞士   | 44,644,254  | 11.6%            | 瑞士   | 48,262,800  | 12.2%            | 瑞士   | 54,017,238  | 13.6%            |
| 3  | 意大利  | 29,070,188  | 7.5%             | 意大利  | 31,447,855  | 8.0%             | 意大利  | 34,680,682  | 8.7%             |
| 4  | 法国   | 19,186,134  | 5.0%             | 法国   | 20,244,499  | 5.1%             | 法国   | 18,046,530  | 4.6%             |
| 5  | 印度   | 12,803,749  | 3.3%             | 印度   | 17,101,272  | 4.3%             | 印度   | 12,809,823  | 3.2%             |
| 排名 | 2014 |             |                  | 2015 |             |                  | 2016 |             |                  |
|    | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 219,704,976 | 53.0%            | 中国内地 | 188,968,423 | 51.7%            | 中国内地 | 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  | 法国   | 18,966,892  | 4.6%             | 法国   | 14,956,182  | 4.1%             | 法国   | 14,998,428  | 4.3%             |

注： # 占该年设计相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2017 |             |                  | 2018 |             |                  | 2019 |             |                  |
|----|------|-------------|------------------|------|-------------|------------------|------|-------------|------------------|
|    | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 159,311,134 | 45.2%            | 中国内地 | 164,064,747 | 45.9%            | 中国内地 | 147,049,474 | 43.2%            |
| 2  | 瑞士   | 39,253,614  | 11.1%            | 意大利  | 45,686,066  | 12.8%            | 意大利  | 45,474,345  | 13.3%            |
| 3  | 意大利  | 38,954,180  | 11.0%            | 瑞士   | 44,834,587  | 12.5%            | 瑞士   | 39,330,869  | 11.5%            |
| 4  | 印度   | 37,880,690  | 10.7%            | 法国   | 19,152,935  | 5.4%             | 法国   | 21,499,473  | 6.3%             |
| 5  | 法国   | 15,914,673  | 4.5%             | 美国   | 12,802,853  | 3.6%             | 印度   | 13,231,538  | 3.9%             |
| 排名 | 2020 |             |                  | 2021 |             |                  | 2022 |             |                  |
|    | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 99,918,342  | 38.9%            | 中国内地 | 140,302,557 | 41.5%            | 中国内地 | 124,210,018 | 38.1%            |
| 2  | 瑞士   | 34,451,183  | 13.4%            | 瑞士   | 48,218,593  | 14.3%            | 瑞士   | 43,220,259  | 13.3%            |
| 3  | 意大利  | 33,359,362  | 13.0%            | 意大利  | 37,111,474  | 11.0%            | 意大利  | 35,008,034  | 10.7%            |
| 4  | 法国   | 19,066,205  | 7.4%             | 法国   | 22,635,158  | 6.7%             | 印度   | 25,514,546  | 7.8%             |
| 5  | 印度   | 13,713,397  | 5.3%             | 印度   | 19,513,773  | 5.8%             | 法国   | 20,834,177  | 6.4%             |

注： # 占该年设计相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2023 |             |                  |
|----|------|-------------|------------------|
|    | 来源地  | 货值          | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 126,985,991 | 35.3%            |
| 2  | 瑞士   | 56,113,018  | 15.6%            |
| 3  | 意大利  | 43,692,749  | 12.1%            |
| 4  | 法国   | 28,107,449  | 7.8%             |
| 5  | 印度   | 14,235,056  | 4.0%             |

注： # 占该年设计相关创意商品进口总货值的百分比。

(5) 数码娱乐相关创意商品

(千港元)

| 排名 | 2011 |            |       | 2012 |            |       | 2013 |            |       |
|----|------|------------|-------|------|------------|-------|------|------------|-------|
|    | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 39,186,618 | 80.2% | 中国内地 | 35,938,903 | 79.6% | 中国内地 | 27,144,128 | 78.2% |
| 2  | 日本   | 8,224,828  | 16.8% | 日本   | 8,082,656  | 17.9% | 日本   | 6,165,300  | 17.8% |
| 3  | 菲律宾  | 390,771    | 0.8%  | 美国   | 246,006    | 0.5%  | 韩国   | 383,389    | 1.1%  |
| 4  | 新加坡  | 310,946    | 0.6%  | 中国台湾 | 230,502    | 0.5%  | 美国   | 279,530    | 0.8%  |
| 5  | 美国   | 275,781    | 0.6%  | 菲律宾  | 208,287    | 0.5%  | 中国台湾 | 230,407    | 0.7%  |
| 排名 | 2014 |            |       | 2015 |            |       | 2016 |            |       |
|    | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 15,539,555 | 72.4% | 中国内地 | 13,895,871 | 77.3% | 中国内地 | 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  | 韩国   | 493,725    | 2.3%  | 韩国   | 313,932    | 1.7%  | 韩国   | 227,105    | 2.1%  |
| 4  | 美国   | 232,917    | 1.1%  | 中国台湾 | 156,617    | 0.9%  | 美国   | 107,963    | 1.0%  |
| 5  | 中国台湾 | 178,773    | 0.8%  | 美国   | 153,437    | 0.9%  | 中国台湾 | 90,462     | 0.8%  |

注： # 占该年数码娱乐相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2017 |            |       | 2018 |            |       | 2019 |            |       |
|----|------|------------|-------|------|------------|-------|------|------------|-------|
|    | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 19,501,024 | 90.9% | 中国内地 | 17,348,269 | 89.0% | 中国内地 | 10,191,083 | 83.5% |
| 2  | 日本   | 1,305,734  | 6.1%  | 日本   | 1,299,108  | 6.7%  | 日本   | 1,146,357  | 9.4%  |
| 3  | 中国台湾 | 153,626    | 0.7%  | 越南   | 320,461    | 1.6%  | 越南   | 277,032    | 2.3%  |
| 4  | 韩国   | 148,897    | 0.7%  | 美国   | 140,022    | 0.7%  | 美国   | 134,553    | 1.1%  |
| 5  | 美国   | 142,020    | 0.7%  | 中国台湾 | 121,628    | 0.6%  | 中国台湾 | 96,546     | 0.8%  |
| 排名 | 2020 |            |       | 2021 |            |       | 2022 |            |       |
|    | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 9,769,306  | 83.5% | 中国内地 | 9,246,054  | 81.3% | 中国内地 | 6,511,496  | 69.6% |
| 2  | 日本   | 1,190,246  | 10.2% | 日本   | 1,393,906  | 12.2% | 日本   | 2,155,400  | 23.0% |
| 3  | 越南   | 196,634    | 1.7%  | 美国   | 212,159    | 1.9%  | 中国台湾 | 225,191    | 2.4%  |
| 4  | 美国   | 135,519    | 1.2%  | 中国台湾 | 182,384    | 1.6%  | 美国   | 198,197    | 2.1%  |
| 5  | 中国台湾 | 76,627     | 0.7%  | 越南   | 92,494     | 0.8%  | 韩国   | 105,961    | 1.1%  |

注： # 占该年数码娱乐相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2023 |           |                  |
|----|------|-----------|------------------|
|    | 来源地  | 货值        | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 5,106,542 | 62.3%            |
| 2  | 日本   | 2,284,221 | 27.9%            |
| 3  | 美国   | 255,942   | 3.1%             |
| 4  | 中国台湾 | 218,799   | 2.7%             |
| 5  | 韩国   | 98,116    | 1.2%             |

注： # 占该年数码娱乐相关创意商品进口总货值的百分比。

(6) 电影及电视相关创意商品

(千港元)

| 排名 | 2011 |           |       | 2012 |           |       | 2013 |           |       |
|----|------|-----------|-------|------|-----------|-------|------|-----------|-------|
|    | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 1,766,485 | 35.9% | 中国内地 | 1,783,205 | 36.2% | 中国内地 | 1,228,297 | 31.5% |
| 2  | 日本   | 836,252   | 17.0% | 中国台湾 | 735,395   | 14.9% | 日本   | 589,283   | 15.1% |
| 3  | 美国   | 652,788   | 13.2% | 日本   | 692,308   | 14.1% | 中国台湾 | 555,153   | 14.2% |
| 4  | 新加坡  | 465,564   | 9.4%  | 美国   | 542,326   | 11.0% | 美国   | 530,294   | 13.6% |
| 5  | 中国台湾 | 382,511   | 7.8%  | 新加坡  | 456,893   | 9.3%  | 新加坡  | 379,933   | 9.7%  |
| 排名 | 2014 |           |       | 2015 |           |       | 2016 |           |       |
|    | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 855,517   | 23.1% | 中国内地 | 812,667   | 24.2% | 中国内地 | 819,727   | 25.7% |
| 2  | 马来西亚 | 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% | 美国   | 524,782   | 16.5% |
| 4  | 美国   | 571,571   | 15.4% | 美国   | 451,493   | 13.4% | 新加坡  | 433,899   | 13.6% |
| 5  | 新加坡  | 379,386   | 10.2% | 马来西亚 | 426,138   | 12.7% | 中国台湾 | 173,847   | 5.5%  |

注： # 占该年电影及电视相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2017 |           |       | 2018 |           |       | 2019 |           |       |
|----|------|-----------|-------|------|-----------|-------|------|-----------|-------|
|    | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  |
| 1  | 日本   | 1,139,843 | 35.0% | 日本   | 1,505,177 | 35.0% | 日本   | 1,555,657 | 34.5% |
| 2  | 美国   | 642,664   | 19.7% | 爱尔兰  | 652,716   | 15.2% | 爱尔兰  | 849,589   | 18.8% |
| 3  | 中国内地 | 569,541   | 17.5% | 美国   | 572,433   | 13.3% | 新加坡  | 426,966   | 9.5%  |
| 4  | 韩国   | 212,197   | 6.5%  | 中国内地 | 456,496   | 10.6% | 中国内地 | 419,466   | 9.3%  |
| 5  | 新加坡  | 160,971   | 4.9%  | 新加坡  | 289,795   | 6.7%  | 美国   | 394,223   | 8.7%  |
| 排名 | 2020 |           |       | 2021 |           |       | 2022 |           |       |
|    | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  |
| 1  | 日本   | 1,357,719 | 34.3% | 日本   | 1,096,428 | 34.5% | 日本   | 684,202   | 29.1% |
| 2  | 爱尔兰  | 609,045   | 15.4% | 新加坡  | 639,888   | 20.1% | 中国内地 | 338,263   | 14.4% |
| 3  | 新加坡  | 494,795   | 12.5% | 中国内地 | 354,296   | 11.1% | 爱尔兰  | 306,852   | 13.0% |
| 4  | 中国内地 | 453,572   | 11.4% | 韩国   | 240,170   | 7.6%  | 新加坡  | 267,595   | 11.4% |
| 5  | 韩国   | 264,877   | 6.7%  | 爱尔兰  | 230,391   | 7.3%  | 韩国   | 263,700   | 11.2% |

注： # 占该年电影及电视相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2023 |         |                  |
|----|------|---------|------------------|
|    | 来源地  | 货值      | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 日本   | 597,656 | 25.8%            |
| 2  | 中国内地 | 478,890 | 20.7%            |
| 3  | 韩国   | 406,088 | 17.6%            |
| 4  | 新加坡  | 282,517 | 12.2%            |
| 5  | 中国台湾 | 210,226 | 9.1%             |

注： # 占该年电影及电视相关创意商品进口总货值的百分比。

(7) 音乐相关创意商品

(千港元)

| 排名 | 2011 |            |       | 2012 |            |       | 2013 |            |       |
|----|------|------------|-------|------|------------|-------|------|------------|-------|
|    | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 21,221,423 | 58.6% | 中国内地 | 24,120,526 | 64.5% | 中国内地 | 19,802,217 | 54.7% |
| 2  | 中国台湾 | 10,487,790 | 28.9% | 中国台湾 | 10,135,455 | 27.1% | 中国台湾 | 11,656,661 | 32.2% |
| 3  | 韩国   | 2,026,695  | 5.6%  | 韩国   | 1,076,879  | 2.9%  | 韩国   | 1,647,243  | 4.5%  |
| 4  | 日本   | 1,009,759  | 2.8%  | 日本   | 613,256    | 1.6%  | 菲律宾  | 874,102    | 2.4%  |
| 5  | 菲律宾  | 288,082    | 0.8%  | 美国   | 372,938    | 1.0%  | 美国   | 857,684    | 2.4%  |
| 排名 | 2014 |            |       | 2015 |            |       | 2016 |            |       |
|    | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 16,634,455 | 48.3% | 中国内地 | 14,650,532 | 47.8% | 中国内地 | 16,928,414 | 56.4% |
| 2  | 中国台湾 | 12,147,726 | 35.3% | 中国台湾 | 10,644,139 | 34.7% | 中国台湾 | 8,252,045  | 27.5% |
| 3  | 韩国   | 2,571,372  | 7.5%  | 马来西亚 | 1,181,941  | 3.9%  | 韩国   | 1,188,971  | 4.0%  |
| 4  | 美国   | 813,504    | 2.4%  | 韩国   | 1,147,400  | 3.7%  | 马来西亚 | 1,054,937  | 3.5%  |
| 5  | 日本   | 486,052    | 1.4%  | 美国   | 940,539    | 3.1%  | 美国   | 605,321    | 2.0%  |

注： # 占该年音乐相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2017 |            |       | 2018 |            |       | 2019 |            |       |
|----|------|------------|-------|------|------------|-------|------|------------|-------|
|    | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 16,027,180 | 48.2% | 中国内地 | 24,074,229 | 45.8% | 中国内地 | 18,222,803 | 52.4% |
| 2  | 中国台湾 | 7,941,307  | 23.9% | 中国台湾 | 9,725,566  | 18.5% | 中国台湾 | 7,709,385  | 22.2% |
| 3  | 韩国   | 3,151,296  | 9.5%  | 韩国   | 6,857,206  | 13.1% | 韩国   | 4,270,190  | 12.3% |
| 4  | 马来西亚 | 1,947,568  | 5.9%  | 马来西亚 | 5,149,359  | 9.8%  | 马来西亚 | 1,120,211  | 3.2%  |
| 5  | 菲律宾  | 873,492    | 2.6%  | 新加坡  | 2,878,830  | 5.5%  | 新加坡  | 719,482    | 2.1%  |
| 排名 | 2020 |            |       | 2021 |            |       | 2022 |            |       |
|    | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  | 来源地  | 货值         | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 21,690,026 | 50.5% | 中国内地 | 18,445,850 | 38.7% | 中国内地 | 14,804,134 | 32.8% |
| 2  | 中国台湾 | 8,926,359  | 20.8% | 中国台湾 | 10,903,163 | 22.9% | 韩国   | 14,008,856 | 31.0% |
| 3  | 韩国   | 6,320,320  | 14.7% | 韩国   | 10,555,093 | 22.1% | 中国台湾 | 7,795,925  | 17.3% |
| 4  | 马来西亚 | 2,106,313  | 4.9%  | 马来西亚 | 3,195,577  | 6.7%  | 马来西亚 | 4,203,520  | 9.3%  |
| 5  | 新加坡  | 863,412    | 2.0%  | 新加坡  | 1,054,435  | 2.2%  | 菲律宾  | 1,109,810  | 2.5%  |

注： # 占该年音乐相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2023 |            |                  |
|----|------|------------|------------------|
|    | 来源地  | 货值         | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 18,629,305 | 52.2%            |
| 2  | 中国台湾 | 5,806,529  | 16.3%            |
| 3  | 韩国   | 4,677,730  | 13.1%            |
| 4  | 马来西亚 | 2,682,467  | 7.5%             |
| 5  | 越南   | 957,971    | 2.7%             |

注： # 占该年音乐相关创意商品进口总货值的百分比。

(8) 印刷及出版相关创意商品

(千港元)

| 排名 | 2011 |           |       | 2012 |           |       | 2013 |           |       |
|----|------|-----------|-------|------|-----------|-------|------|-----------|-------|
|    | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 8,560,280 | 74.3% | 中国内地 | 8,033,505 | 73.7% | 中国内地 | 7,763,849 | 76.1% |
| 2  | 加拿大  | 480,146   | 4.2%  | 加拿大  | 420,337   | 3.9%  | 美国   | 373,073   | 3.7%  |
| 3  | 美国   | 353,841   | 3.1%  | 韩国   | 331,066   | 3.0%  | 韩国   | 370,739   | 3.6%  |
| 4  | 韩国   | 351,677   | 3.1%  | 美国   | 327,278   | 3.0%  | 加拿大  | 340,379   | 3.3%  |
| 5  | 英国   | 242,395   | 2.1%  | 英国   | 251,109   | 2.3%  | 英国   | 271,266   | 2.7%  |
| 排名 | 2014 |           |       | 2015 |           |       | 2016 |           |       |
|    | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 7,821,565 | 77.3% | 中国内地 | 8,152,484 | 79.9% | 中国内地 | 7,698,332 | 79.0% |
| 2  | 美国   | 363,467   | 3.6%  | 韩国   | 327,656   | 3.2%  | 美国   | 343,561   | 3.5%  |
| 3  | 韩国   | 350,091   | 3.5%  | 美国   | 319,813   | 3.1%  | 韩国   | 295,678   | 3.0%  |
| 4  | 英国   | 289,245   | 2.9%  | 英国   | 263,808   | 2.6%  | 中国台湾 | 252,035   | 2.6%  |
| 5  | 中国台湾 | 219,142   | 2.2%  | 中国台湾 | 227,716   | 2.2%  | 日本   | 224,968   | 2.3%  |

注： # 占该年印刷及出版相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2017 |           |       | 2018 |           |       | 2019 |           |       |
|----|------|-----------|-------|------|-----------|-------|------|-----------|-------|
|    | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 6,918,204 | 77.7% | 中国内地 | 7,220,316 | 76.0% | 中国内地 | 6,911,457 | 80.6% |
| 2  | 日本   | 393,274   | 4.4%  | 日本   | 500,547   | 5.3%  | 日本   | 321,416   | 3.7%  |
| 3  | 美国   | 360,200   | 4.0%  | 美国   | 322,520   | 3.4%  | 美国   | 304,436   | 3.5%  |
| 4  | 中国台湾 | 250,705   | 2.8%  | 加拿大  | 298,992   | 3.1%  | 中国台湾 | 209,496   | 2.4%  |
| 5  | 英国   | 192,559   | 2.2%  | 中国台湾 | 222,928   | 2.3%  | 加拿大  | 186,158   | 2.2%  |
| 排名 | 2020 |           |       | 2021 |           |       | 2022 |           |       |
|    | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  | 来源地  | 货值        | 百分比#  |
| 1  | 中国内地 | 5,968,975 | 79.8% | 中国内地 | 6,773,122 | 80.9% | 中国内地 | 3,326,350 | 68.0% |
| 2  | 日本   | 389,286   | 5.2%  | 日本   | 432,608   | 5.2%  | 日本   | 535,156   | 10.9% |
| 3  | 中国台湾 | 222,823   | 3.0%  | 韩国   | 268,045   | 3.2%  | 美国   | 201,505   | 4.1%  |
| 4  | 香港   | 208,555   | 2.8%  | 中国台湾 | 232,129   | 2.8%  | 中国台湾 | 196,261   | 4.0%  |
| 5  | 美国   | 158,053   | 2.1%  | 美国   | 174,092   | 2.1%  | 韩国   | 163,565   | 3.3%  |

注： # 占该年印刷及出版相关创意商品进口总货值的百分比。

(续)

(千港元)

| 排名 | 2023 |           |                  |
|----|------|-----------|------------------|
|    | 来源地  | 货值        | 百分比 <sup>#</sup> |
| 1  | 中国内地 | 3,785,687 | 72.9%            |
| 2  | 日本   | 461,332   | 8.9%             |
| 3  | 中国台湾 | 200,530   | 3.9%             |
| 4  | 美国   | 195,403   | 3.8%             |
| 5  | 韩国   | 135,443   | 2.6%             |

注： # 占该年印刷及出版相关创意商品进口总货值的百分比。

## 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。