

## 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	2015			2016			2017		
	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	226,936,980	53.0%	中国内地	203,357,094	50.8%	中国内地	202,719,213	48.3%
2	瑞士	43,773,258	10.2%	意大利	36,878,469	9.2%	瑞士	39,299,216	9.4%
3	意大利	36,031,321	8.4%	瑞士	36,334,218	9.1%	意大利	39,038,978	9.3%
4	印度	24,007,400	5.6%	印度	29,990,377	7.5%	印度	37,906,183	9.0%
5	法国	15,168,250	3.5%	法国	15,232,596	3.8%	法国	16,034,999	3.8%
排名	2018			2019			2020		
	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	213,561,932	48.1%	中国内地	183,154,475	45.7%	中国内地	138,027,789	42.7%
2	意大利	45,810,767	10.3%	意大利	45,564,020	11.4%	瑞士	34,474,028	10.7%
3	瑞士	44,870,281	10.1%	瑞士	39,356,486	9.8%	意大利	33,452,356	10.3%
4	法国	19,307,666	4.3%	法国	21,615,560	5.4%	法国	19,172,709	5.9%
5	美国	14,423,911	3.2%	美国	13,441,534	3.4%	印度	13,765,728	4.3%

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	2021			2022		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	175,344,342	42.9%	中国内地	149,322,344	38.5%
2	瑞士	48,244,315	11.8%	瑞士	43,243,363	11.1%
3	意大利	37,214,487	9.1%	意大利	35,120,865	9.0%
4	法国	22,739,013	5.6%	印度	25,639,080	6.6%
5	印度	19,543,830	4.8%	法国	20,920,501	5.4%
排名	2023			2024		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	155,109,804	37.7%	中国内地	161,860,733	39.5%
2	瑞士	56,135,280	13.6%	瑞士	48,244,749	11.8%
3	意大利	43,772,945	10.6%	意大利	39,640,615	9.7%
4	法国	28,213,236	6.9%	法国	26,300,658	6.4%
5	日本	16,958,084	4.1%	越南	15,800,076	3.9%

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	2015			2016			2017		
	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	456,928	77.2%	中国内地	419,903	79.8%	中国内地	392,101	81.2%
2	美国	40,110	6.8%	意大利	20,232	3.8%	意大利	17,379	3.6%
3	意大利	19,451	3.3%	美国	13,617	2.6%	美国	12,417	2.6%
4	瑞士	14,681	2.5%	瑞士	11,894	2.3%	日本	10,346	2.1%
5	日本	11,153	1.9%	日本	11,284	2.1%	瑞士	9,761	2.0%
排名	2018			2019			2020		
	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	397,815	79.4%	中国内地	358,808	76.1%	中国内地	224,366	72.1%
2	意大利	20,767	4.1%	日本	26,696	5.7%	美国	19,867	6.4%
3	美国	13,287	2.7%	意大利	15,997	3.4%	日本	13,197	4.2%
4	瑞士	13,138	2.6%	美国	14,721	3.1%	意大利	13,032	4.2%
5	日本	12,479	2.5%	瑞士	9,059	1.9%	瑞士	8,171	2.6%

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	2021			2022		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	221,449	71.7%	中国内地	132,046	59.7%
2	美国	22,966	7.4%	美国	32,294	14.6%
3	日本	18,091	5.9%	意大利	13,863	6.3%
4	意大利	11,107	3.6%	日本	12,650	5.7%
5	瑞士	9,287	3.0%	瑞士	8,541	3.9%
排名	2023			2024		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	123,281	65.3%	中国内地	109,478	61.4%
2	美国	28,422	15.1%	美国	31,596	17.7%
3	意大利	10,595	5.6%	法国	10,952	6.1%
4	瑞士	5,996	3.2%	意大利	9,837	5.5%
5	韩国	3,797	2.0%	瑞士	4,566	2.6%

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	2015			2016			2017		
	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	2,234	71.8%	美国	815	57.3%	美国	672	53.2%
2	英国	367	11.8%	加拿大	469	33.0%	日本	236	18.7%
3	德国	324	10.4%	日本	48	3.4%	德国	164	13.0%
4	中国内地	75	2.4%	中国内地	40	2.8%	意大利	126	10.0%
5	加拿大	53	1.7%	英国	28	2.0%	中国内地	29	2.3%
排名	2018			2019			2020		
	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	842	37.6%	中国内地	1,384	58.3%	中国内地	3,201	82.2%
2	美国	811	36.2%	美国	764	32.2%	美国	510	13.1%
3	英国	396	17.7%	日本	171	7.2%	日本	159	4.1%
4	德国	93	4.2%	英国	23	1.0%	意大利	26	0.7%
5	中国内地	61	2.7%	意大利	21	0.9%	英国	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%。

(续)

(千港元)

排名	2021			2022		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	1,014	65.8%	日本	225	85.0%
2	美国	307	19.9%	中国内地	38	14.4%
3	日本	191	12.4%	美国	1	0.4%
4	英国	27	1.7%	西班牙	*	0.1%
5	意大利	1	0.1%	意大利	*	0.1%
排名	2023			2024		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	108	55.0%	日本	127	64.7%
2	日本	83	42.3%	中国内地	67	34.4%
3	英国	2	1.2%	美国	2	0.9%
4	法国	1	0.5%	不适用	不适用	不适用
5	中国香港	1	0.4%	不适用	不适用	不适用

注： # 占该年建筑相关创意商品进口总货值的百分比。

\* 货值少于 500 港元。

## (4) 设计相关创意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	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	188,968,423	51.7%	中国内地	168,879,892	48.8%	中国内地	159,311,134	45.2%
2	瑞士	43,693,734	12.0%	意大利	36,784,614	10.6%	瑞士	39,253,614	11.1%
3	意大利	35,937,380	9.8%	瑞士	36,268,331	10.5%	意大利	38,954,180	11.0%
4	印度	24,001,204	6.6%	印度	29,980,706	8.7%	印度	37,880,690	10.7%
5	法国	14,956,182	4.1%	法国	14,998,428	4.3%	法国	15,914,673	4.5%
排名	2018			2019			2020		
	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	164,064,747	45.9%	中国内地	147,049,474	43.2%	中国内地	99,918,342	38.9%
2	意大利	45,686,066	12.8%	意大利	45,474,345	13.3%	瑞士	34,451,183	13.4%
3	瑞士	44,834,587	12.5%	瑞士	39,330,869	11.5%	意大利	33,359,362	13.0%
4	法国	19,152,935	5.4%	法国	21,499,473	6.3%	法国	19,066,205	7.4%
5	美国	12,802,853	3.6%	印度	13,231,538	3.9%	印度	13,713,397	5.3%

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	2021			2022		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	140,302,557	41.5%	中国内地	124,210,018	38.1%
2	瑞士	48,218,593	14.3%	瑞士	43,220,259	13.3%
3	意大利	37,111,474	11.0%	意大利	35,008,034	10.7%
4	法国	22,635,158	6.7%	印度	25,514,546	7.8%
5	印度	19,513,773	5.8%	法国	20,834,177	6.4%
排名	2023			2024		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	126,985,991	35.3%	中国内地	132,878,922	38.7%
2	瑞士	56,113,018	15.6%	瑞士	48,206,584	14.0%
3	意大利	43,692,749	12.1%	意大利	39,557,875	11.5%
4	法国	28,107,449	7.8%	法国	26,118,889	7.6%
5	印度	14,235,056	4.0%	美国	13,952,942	4.1%

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	2015			2016			2017		
	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	13,895,871	77.3%	中国内地	8,610,786	78.5%	中国内地	19,501,024	90.9%
2	日本	3,156,401	17.6%	日本	1,781,000	16.2%	日本	1,305,734	6.1%
3	韩国	313,932	1.7%	韩国	227,105	2.1%	中国台湾	153,626	0.7%
4	中国台湾	156,617	0.9%	美国	107,963	1.0%	韩国	148,897	0.7%
5	美国	153,437	0.9%	中国台湾	90,462	0.8%	美国	142,020	0.7%
排名	2018			2019			2020		
	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	17,348,269	89.0%	中国内地	10,191,083	83.5%	中国内地	9,769,306	83.5%
2	日本	1,299,108	6.7%	日本	1,146,357	9.4%	日本	1,190,246	10.2%
3	越南	320,461	1.6%	越南	277,032	2.3%	越南	196,634	1.7%
4	美国	140,022	0.7%	美国	134,553	1.1%	美国	135,519	1.2%
5	中国台湾	121,628	0.6%	中国台湾	96,546	0.8%	中国台湾	76,627	0.7%

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	2021			2022		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	9,246,054	81.3%	中国内地	6,511,496	69.6%
2	日本	1,393,906	12.2%	日本	2,155,400	23.0%
3	美国	212,159	1.9%	中国台湾	225,191	2.4%
4	中国台湾	182,384	1.6%	美国	198,197	2.1%
5	越南	92,494	0.8%	韩国	105,961	1.1%
排名	2023			2024		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	5,106,542	62.3%	中国内地	3,741,467	63.8%
2	日本	2,284,221	27.9%	日本	1,355,788	23.1%
3	美国	255,942	3.1%	美国	228,016	3.9%
4	中国台湾	218,799	2.7%	中国台湾	210,647	3.6%
5	韩国	98,116	1.2%	韩国	82,232	1.4%

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	2015			2016			2017		
	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	812,667	24.2%	中国内地	819,727	25.7%	日本	1,139,843	35.0%
2	日本	628,886	18.7%	日本	764,855	24.0%	美国	642,664	19.7%
3	新加坡	533,192	15.9%	美国	524,782	16.5%	中国内地	569,541	17.5%
4	美国	451,493	13.4%	新加坡	433,899	13.6%	韩国	212,197	6.5%
5	马来西亚	426,138	12.7%	中国台湾	173,847	5.5%	新加坡	160,971	4.9%
排名	2018			2019			2020		
	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	1,505,177	35.0%	日本	1,555,657	34.5%	日本	1,357,719	34.3%
2	爱尔兰	652,716	15.2%	爱尔兰	849,589	18.8%	爱尔兰	609,045	15.4%
3	美国	572,433	13.3%	新加坡	426,966	9.5%	新加坡	494,795	12.5%
4	中国内地	456,496	10.6%	中国内地	419,466	9.3%	中国内地	453,572	11.4%
5	新加坡	289,795	6.7%	美国	394,223	8.7%	韩国	264,877	6.7%

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	2021			2022		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	日本	1,096,428	34.5%	日本	684,202	29.1%
2	新加坡	639,888	20.1%	中国内地	338,263	14.4%
3	中国内地	354,296	11.1%	爱尔兰	306,852	13.0%
4	韩国	240,170	7.6%	新加坡	267,595	11.4%
5	爱尔兰	230,391	7.3%	韩国	263,700	11.2%
排名	2023			2024		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	日本	597,656	25.8%	日本	561,362	22.8%
2	中国内地	478,890	20.7%	中国台湾	532,178	21.6%
3	韩国	406,088	17.6%	韩国	400,857	16.3%
4	新加坡	282,517	12.2%	新加坡	333,520	13.6%
5	中国台湾	210,226	9.1%	中国内地	233,727	9.5%

注： # 占该年电影及电视相关创意商品进口总货值的百分比。

## (7) 音乐相关创意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	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	14,650,532	47.8%	中国内地	16,928,414	56.4%	中国内地	16,027,180	48.2%
2	中国台湾	10,644,139	34.7%	中国台湾	8,252,045	27.5%	中国台湾	7,941,307	23.9%
3	马来西亚	1,181,941	3.9%	韩国	1,188,971	4.0%	韩国	3,151,296	9.5%
4	韩国	1,147,400	3.7%	马来西亚	1,054,937	3.5%	马来西亚	1,947,568	5.9%
5	美国	940,539	3.1%	美国	605,321	2.0%	菲律宾	873,492	2.6%
排名	2018			2019			2020		
	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	24,074,229	45.8%	中国内地	18,222,803	52.4%	中国内地	21,690,026	50.5%
2	中国台湾	9,725,566	18.5%	中国台湾	7,709,385	22.2%	中国台湾	8,926,359	20.8%
3	韩国	6,857,206	13.1%	韩国	4,270,190	12.3%	韩国	6,320,320	14.7%
4	马来西亚	5,149,359	9.8%	马来西亚	1,120,211	3.2%	马来西亚	2,106,313	4.9%
5	新加坡	2,878,830	5.5%	新加坡	719,482	2.1%	新加坡	863,412	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	2021			2022		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	18,445,850	38.7%	中国内地	14,804,134	32.8%
2	中国台湾	10,903,163	22.9%	韩国	14,008,856	31.0%
3	韩国	10,555,093	22.1%	中国台湾	7,795,925	17.3%
4	马来西亚	3,195,577	6.7%	马来西亚	4,203,520	9.3%
5	新加坡	1,054,435	2.2%	菲律宾	1,109,810	2.5%
排名	2023			2024		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	18,629,305	52.2%	中国内地	21,153,095	40.0%
2	中国台湾	5,806,529	16.3%	越南	8,567,351	16.2%
3	韩国	4,677,730	13.1%	中国台湾	7,086,375	13.4%
4	马来西亚	2,682,467	7.5%	韩国	6,951,671	13.1%
5	越南	957,971	2.7%	马来西亚	3,178,327	6.0%

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	2015			2016			2017		
	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	8,152,484	79.9%	中国内地	7,698,332	79.0%	中国内地	6,918,204	77.7%
2	韩国	327,656	3.2%	美国	343,561	3.5%	日本	393,274	4.4%
3	美国	319,813	3.1%	韩国	295,678	3.0%	美国	360,200	4.0%
4	英国	263,808	2.6%	中国台湾	252,035	2.6%	中国台湾	250,705	2.8%
5	中国台湾	227,716	2.2%	日本	224,968	2.3%	英国	192,559	2.2%
排名	2018			2019			2020		
	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	7,220,316	76.0%	中国内地	6,911,457	80.6%	中国内地	5,968,975	79.8%
2	日本	500,547	5.3%	日本	321,416	3.7%	日本	389,286	5.2%
3	美国	322,520	3.4%	美国	304,436	3.5%	中国台湾	222,823	3.0%
4	加拿大	298,992	3.1%	中国台湾	209,496	2.4%	中国香港	208,555	2.8%
5	中国台湾	222,928	2.3%	加拿大	186,158	2.2%	美国	158,053	2.1%

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	2021			2022		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	6,773,122	80.9%	中国内地	3,326,350	68.0%
2	日本	432,608	5.2%	日本	535,156	10.9%
3	韩国	268,045	3.2%	美国	201,505	4.1%
4	中国台湾	232,129	2.8%	中国台湾	196,261	4.0%
5	美国	174,092	2.1%	韩国	163,565	3.3%
排名	2023			2024		
	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
1	中国内地	3,785,687	72.9%	中国内地	3,743,976	72.8%
2	日本	461,332	8.9%	日本	503,196	9.8%
3	中国台湾	200,530	3.9%	美国	198,079	3.8%
4	美国	195,403	3.8%	中国台湾	158,612	3.1%
5	韩国	135,443	2.6%	英国	96,108	1.9%

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。