

## 創意商品進口按貨值首五位來源地<sup>(1)</sup>

(資料來源：政府統計處)

### (1) 整體創意商品進口

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	226,936,980	53.0%	中國內地	203,357,094	50.8%	中國內地	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	法國	15,168,250	3.5%	法國	15,232,596	3.8%	法國	16,034,999	3.8%
排名	2018			2019			2020		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	213,561,932	48.1%	中國內地	183,154,475	45.7%	中國內地	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	法國	19,307,666	4.3%	法國	21,615,560	5.4%	法國	19,172,709	5.9%
5	美國	14,423,911	3.2%	美國	13,441,534	3.4%	印度	13,765,728	4.3%

註： (1) 詳細香港商品貿易統計和創意商品分類，請參閱載於本文件最後的「概念及定義」。

# 佔該年整體創意商品進口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	175,344,342	42.9%	中國內地	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	法國	22,739,013	5.6%	印度	25,639,080	6.6%
5	印度	19,543,830	4.8%	法國	20,920,501	5.4%
排名	2023			2024		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	155,109,804	37.7%	中國內地	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	法國	28,213,236	6.9%	法國	26,300,658	6.4%
5	日本	16,958,084	4.1%	越南	15,800,076	3.9%

註： # 佔該年整體創意商品進口總貨值的百分比。

## (2) 廣告相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	456,928	77.2%	中國內地	419,903	79.8%	中國內地	392,101	81.2%
2	美國	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%	美國	13,617	2.6%	美國	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		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	397,815	79.4%	中國內地	358,808	76.1%	中國內地	224,366	72.1%
2	意大利	20,767	4.1%	日本	26,696	5.7%	美國	19,867	6.4%
3	美國	13,287	2.7%	意大利	15,997	3.4%	日本	13,197	4.2%
4	瑞士	13,138	2.6%	美國	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%

註： # 佔該年廣告相關創意商品進口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	221,449	71.7%	中國內地	132,046	59.7%
2	美國	22,966	7.4%	美國	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		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	123,281	65.3%	中國內地	109,478	61.4%
2	美國	28,422	15.1%	美國	31,596	17.7%
3	意大利	10,595	5.6%	法國	10,952	6.1%
4	瑞士	5,996	3.2%	意大利	9,837	5.5%
5	韓國	3,797	2.0%	瑞士	4,566	2.6%

註： # 佔該年廣告相關創意商品進口總貨值的百分比。

## (3) 建築相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	美國	2,234	71.8%	美國	815	57.3%	美國	672	53.2%
2	英國	367	11.8%	加拿大	469	33.0%	日本	236	18.7%
3	德國	324	10.4%	日本	48	3.4%	德國	164	13.0%
4	中國內地	75	2.4%	中國內地	40	2.8%	意大利	126	10.0%
5	加拿大	53	1.7%	英國	28	2.0%	中國內地	29	2.3%
排名	2018			2019			2020		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	日本	842	37.6%	中國內地	1,384	58.3%	中國內地	3,201	82.2%
2	美國	811	36.2%	美國	764	32.2%	美國	510	13.1%
3	英國	396	17.7%	日本	171	7.2%	日本	159	4.1%
4	德國	93	4.2%	英國	23	1.0%	意大利	26	0.7%
5	中國內地	61	2.7%	意大利	21	0.9%	英國	1	^

註： # 佔該年建築相關創意商品進口總貨值的百分比。

^ 百分比少於 0.05%。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	1,014	65.8%	日本	225	85.0%
2	美國	307	19.9%	中國內地	38	14.4%
3	日本	191	12.4%	美國	1	0.4%
4	英國	27	1.7%	西班牙	*	0.1%
5	意大利	1	0.1%	意大利	*	0.1%
排名	2023			2024		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	108	55.0%	日本	127	64.7%
2	日本	83	42.3%	中國內地	67	34.4%
3	英國	2	1.2%	美國	2	0.9%
4	法國	1	0.5%	不適用	不適用	不適用
5	中國香港	1	0.4%	不適用	不適用	不適用

註： # 佔該年建築相關創意商品進口總貨值的百分比。

\* 貨值少於 500 港元。

## (4) 設計相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	188,968,423	51.7%	中國內地	168,879,892	48.8%	中國內地	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	法國	14,956,182	4.1%	法國	14,998,428	4.3%	法國	15,914,673	4.5%
排名	2018			2019			2020		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	164,064,747	45.9%	中國內地	147,049,474	43.2%	中國內地	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	法國	19,152,935	5.4%	法國	21,499,473	6.3%	法國	19,066,205	7.4%
5	美國	12,802,853	3.6%	印度	13,231,538	3.9%	印度	13,713,397	5.3%

註： # 佔該年設計相關創意商品進口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	140,302,557	41.5%	中國內地	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	法國	22,635,158	6.7%	印度	25,514,546	7.8%
5	印度	19,513,773	5.8%	法國	20,834,177	6.4%
排名	2023			2024		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	126,985,991	35.3%	中國內地	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	法國	28,107,449	7.8%	法國	26,118,889	7.6%
5	印度	14,235,056	4.0%	美國	13,952,942	4.1%

註： # 佔該年設計相關創意商品進口總貨值的百分比。

## (5) 數碼娛樂相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	13,895,871	77.3%	中國內地	8,610,786	78.5%	中國內地	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	韓國	313,932	1.7%	韓國	227,105	2.1%	中國台灣	153,626	0.7%
4	中國台灣	156,617	0.9%	美國	107,963	1.0%	韓國	148,897	0.7%
5	美國	153,437	0.9%	中國台灣	90,462	0.8%	美國	142,020	0.7%
排名	2018			2019			2020		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	17,348,269	89.0%	中國內地	10,191,083	83.5%	中國內地	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	美國	140,022	0.7%	美國	134,553	1.1%	美國	135,519	1.2%
5	中國台灣	121,628	0.6%	中國台灣	96,546	0.8%	中國台灣	76,627	0.7%

註： # 佔該年數碼娛樂相關創意商品進口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

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

註： # 佔該年數碼娛樂相關創意商品進口總貨值的百分比。

## (6) 電影及電視相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	812,667	24.2%	中國內地	819,727	25.7%	日本	1,139,843	35.0%
2	日本	628,886	18.7%	日本	764,855	24.0%	美國	642,664	19.7%
3	新加坡	533,192	15.9%	美國	524,782	16.5%	中國內地	569,541	17.5%
4	美國	451,493	13.4%	新加坡	433,899	13.6%	韓國	212,197	6.5%
5	馬來西亞	426,138	12.7%	中國台灣	173,847	5.5%	新加坡	160,971	4.9%
排名	2018			2019			2020		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	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	愛爾蘭	652,716	15.2%	愛爾蘭	849,589	18.8%	愛爾蘭	609,045	15.4%
3	美國	572,433	13.3%	新加坡	426,966	9.5%	新加坡	494,795	12.5%
4	中國內地	456,496	10.6%	中國內地	419,466	9.3%	中國內地	453,572	11.4%
5	新加坡	289,795	6.7%	美國	394,223	8.7%	韓國	264,877	6.7%

註： # 佔該年電影及電視相關創意商品進口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	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%	中國內地	338,263	14.4%
3	中國內地	354,296	11.1%	愛爾蘭	306,852	13.0%
4	韓國	240,170	7.6%	新加坡	267,595	11.4%
5	愛爾蘭	230,391	7.3%	韓國	263,700	11.2%
排名	2023			2024		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	日本	597,656	25.8%	日本	561,362	22.8%
2	中國內地	478,890	20.7%	中國台灣	532,178	21.6%
3	韓國	406,088	17.6%	韓國	400,857	16.3%
4	新加坡	282,517	12.2%	新加坡	333,520	13.6%
5	中國台灣	210,226	9.1%	中國內地	233,727	9.5%

註： # 佔該年電影及電視相關創意商品進口總貨值的百分比。

## (7) 音樂相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	14,650,532	47.8%	中國內地	16,928,414	56.4%	中國內地	16,027,180	48.2%
2	中國台灣	10,644,139	34.7%	中國台灣	8,252,045	27.5%	中國台灣	7,941,307	23.9%
3	馬來西亞	1,181,941	3.9%	韓國	1,188,971	4.0%	韓國	3,151,296	9.5%
4	韓國	1,147,400	3.7%	馬來西亞	1,054,937	3.5%	馬來西亞	1,947,568	5.9%
5	美國	940,539	3.1%	美國	605,321	2.0%	菲律賓	873,492	2.6%
排名	2018			2019			2020		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	24,074,229	45.8%	中國內地	18,222,803	52.4%	中國內地	21,690,026	50.5%
2	中國台灣	9,725,566	18.5%	中國台灣	7,709,385	22.2%	中國台灣	8,926,359	20.8%
3	韓國	6,857,206	13.1%	韓國	4,270,190	12.3%	韓國	6,320,320	14.7%
4	馬來西亞	5,149,359	9.8%	馬來西亞	1,120,211	3.2%	馬來西亞	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%

註： # 佔該年音樂相關創意商品進口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	18,445,850	38.7%	中國內地	14,804,134	32.8%
2	中國台灣	10,903,163	22.9%	韓國	14,008,856	31.0%
3	韓國	10,555,093	22.1%	中國台灣	7,795,925	17.3%
4	馬來西亞	3,195,577	6.7%	馬來西亞	4,203,520	9.3%
5	新加坡	1,054,435	2.2%	菲律賓	1,109,810	2.5%
排名	2023			2024		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	18,629,305	52.2%	中國內地	21,153,095	40.0%
2	中國台灣	5,806,529	16.3%	越南	8,567,351	16.2%
3	韓國	4,677,730	13.1%	中國台灣	7,086,375	13.4%
4	馬來西亞	2,682,467	7.5%	韓國	6,951,671	13.1%
5	越南	957,971	2.7%	馬來西亞	3,178,327	6.0%

註： # 佔該年音樂相關創意商品進口總貨值的百分比。

## (8) 印刷及出版相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	8,152,484	79.9%	中國內地	7,698,332	79.0%	中國內地	6,918,204	77.7%
2	韓國	327,656	3.2%	美國	343,561	3.5%	日本	393,274	4.4%
3	美國	319,813	3.1%	韓國	295,678	3.0%	美國	360,200	4.0%
4	英國	263,808	2.6%	中國台灣	252,035	2.6%	中國台灣	250,705	2.8%
5	中國台灣	227,716	2.2%	日本	224,968	2.3%	英國	192,559	2.2%
排名	2018			2019			2020		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	7,220,316	76.0%	中國內地	6,911,457	80.6%	中國內地	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	美國	322,520	3.4%	美國	304,436	3.5%	中國台灣	222,823	3.0%
4	加拿大	298,992	3.1%	中國台灣	209,496	2.4%	中國香港	208,555	2.8%
5	中國台灣	222,928	2.3%	加拿大	186,158	2.2%	美國	158,053	2.1%

註： # 佔該年印刷及出版相關創意商品進口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	6,773,122	80.9%	中國內地	3,326,350	68.0%
2	日本	432,608	5.2%	日本	535,156	10.9%
3	韓國	268,045	3.2%	美國	201,505	4.1%
4	中國台灣	232,129	2.8%	中國台灣	196,261	4.0%
5	美國	174,092	2.1%	韓國	163,565	3.3%
排名	2023			2024		
	來源地	貨值	百分比#	來源地	貨值	百分比#
1	中國內地	3,785,687	72.9%	中國內地	3,743,976	72.8%
2	日本	461,332	8.9%	日本	503,196	9.8%
3	中國台灣	200,530	3.9%	美國	198,079	3.8%
4	美國	195,403	3.8%	中國台灣	158,612	3.1%
5	韓國	135,443	2.6%	英國	96,108	1.9%

註： # 佔該年印刷及出版相關創意商品進口總貨值的百分比。

## 概念及定義

- (a) 以上載列的貿易統計數字是文創產業發展處根據由政府統計處整理及提供的進出口報關單上的資料所編製。
- (b) 港產品出口貨物是指香港的天然產品或在本港經過製造工序，以致其基本生產物料的形狀、性質、結構或效用受到永久及實質改變的產品。港產品出口以「離岸價」計算。
- (c) 轉口貨品是指輸出曾經自外地輸入本港的貨品，而這些貨品並沒有在本港經過任何製造工序，以致永久及實質改變其基本原料的形狀、性質、結構或效用。轉口貨品以「離岸價」計算。
- (d) 進口貨品是指自香港以外出產或製成的貨品，輸入香港供本地使用或轉口，以及再進口的香港產品。進口以「到岸價」計算。
- (e) 為方便數據的可比性，所載列的數字是按「標準國際貿易分類」(第四次修訂版)的貨物分類制度編製。
- (f) 在編製創意商品統計數字中所採用的定義及分類時已參考由聯合國貿易和發展會議及聯合國教科文組織所發佈的相關統計指引，並因應本地實際情況作適當調整。