

## 創意商品轉口按貨值首五位目的地<sup>(1)</sup>

(資料來源：政府統計處)

### (1) 整體創意商品轉口

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	目的地	貨值	百分比 <sup>#</sup>	目的地	貨值	百分比 <sup>#</sup>	目的地	貨值	百分比 <sup>#</sup>
1	美國	121,082,721	29.2%	美國	106,209,870	28.9%	美國	102,675,989	27.5%
2	中國內地	50,436,620	12.2%	中國內地	47,950,559	13.1%	中國內地	55,520,477	14.9%
3	日本	28,504,870	6.9%	日本	25,459,266	6.9%	日本	27,883,294	7.5%
4	英國	23,037,683	5.6%	英國	19,634,183	5.3%	德國	21,124,947	5.7%
5	德國	20,729,369	5.0%	德國	17,110,150	4.7%	英國	17,708,065	4.7%
排名	2018			2019			2020		
	目的地	貨值	百分比 <sup>#</sup>	目的地	貨值	百分比 <sup>#</sup>	目的地	貨值	百分比 <sup>#</sup>
1	美國	107,597,444	27.7%	美國	86,144,701	24.3%	中國內地	70,819,384	25.9%
2	中國內地	62,630,391	16.1%	中國內地	59,406,648	16.7%	美國	50,464,171	18.4%
3	日本	28,171,800	7.3%	日本	24,634,262	6.9%	日本	18,484,347	6.8%
4	中國澳門	18,661,286	4.8%	中國澳門	20,434,097	5.8%	中國澳門	12,066,257	4.4%
5	德國	15,861,132	4.1%	英國	14,144,345	4.0%	中國台灣	10,987,170	4.0%

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轉口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	77,794,634	24.1%	中國內地	64,320,695	23.0%
2	美國	62,561,941	19.4%	美國	47,904,450	17.1%
3	中國澳門	25,026,019	7.7%	中國澳門	19,902,828	7.1%
4	日本	17,735,330	5.5%	中國台灣	12,281,850	4.4%
5	中國台灣	11,905,514	3.7%	日本	10,915,404	3.9%
排名	2023			2024		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	53,187,841	19.0%	中國內地	60,364,426	21.6%
2	美國	48,357,657	17.2%	美國	49,700,829	17.8%
3	中國澳門	29,713,575	10.6%	中國澳門	23,018,757	8.2%
4	中國台灣	13,068,843	4.7%	中國台灣	14,127,496	5.1%
5	瑞士	11,214,268	4.0%	日本	11,253,499	4.0%

註： # 佔該年整體創意商品轉口總貨值的百分比。

## (2) 廣告相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	93,451	36.3%	中國內地	53,775	27.3%	中國內地	62,083	31.6%
2	菲律賓	27,593	10.7%	菲律賓	28,306	14.4%	菲律賓	33,967	17.3%
3	美國	23,542	9.2%	美國	23,097	11.7%	美國	28,746	14.6%
4	日本	15,851	6.2%	日本	20,157	10.2%	日本	14,669	7.5%
5	德國	15,091	5.9%	澳大利亞	8,490	4.3%	印度	7,385	3.8%
排名	2018			2019			2020		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	52,776	26.9%	中國內地	97,214	30.5%	中國內地	88,458	37.7%
2	菲律賓	40,846	20.8%	德國	44,420	13.9%	中國台灣	37,082	15.8%
3	日本	26,111	13.3%	中國台灣	43,841	13.7%	日本	15,782	6.7%
4	美國	21,346	10.9%	菲律賓	37,772	11.8%	美國	13,879	5.9%
5	馬來西亞	5,877	3.0%	美國	16,820	5.3%	越南	13,470	5.7%

註： # 佔該年廣告相關創意商品轉口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	82,801	40.1%	中國內地	68,232	52.6%
2	菲律賓	29,913	14.5%	美國	12,256	9.5%
3	中國台灣	16,348	7.9%	中國台灣	9,287	7.2%
4	美國	13,945	6.7%	日本	6,937	5.3%
5	日本	10,808	5.2%	瑞士	4,012	3.1%
排名	2023			2024		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	37,189	48.4%	中國內地	50,216	45.3%
2	泰國	8,113	10.6%	泰國	20,319	18.3%
3	日本	5,340	6.9%	美國	7,413	6.7%
4	中國台灣	4,820	6.3%	中國澳門	4,953	4.5%
5	美國	3,400	4.4%	日本	3,585	3.2%

註： # 佔該年廣告相關創意商品轉口總貨值的百分比。

## (3) 建築相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	365	82.4%	中國內地	307	96.2%	中國內地	165	97.8%
2	韓國	70	15.9%	美國	12	3.8%	美國	4	2.2%
3	美國	8	1.7%	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
4	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
5	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
排名	2018			2019			2020		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	22	74.1%	中國內地	63	71.1%	美國	17	89.8%
2	美國	8	25.9%	厄瓜多爾	22	25.2%	中國內地	2	10.2%
3	不適用	不適用	不適用	美國	3	3.6%	不適用	不適用	不適用
4	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
5	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用

註： # 佔該年建築相關創意商品轉口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	5	91.1%	美國	27	99.9%
2	中國內地	*	8.9%	中國內地	*	0.1%
3	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
4	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
5	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
排名	2023			2024		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	2	100.0%	法國	780	98.5%
2	不適用	不適用	不適用	美國	12	1.5%
3	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
4	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
5	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用

註： # 佔該年建築相關創意商品轉口總貨值的百分比。

\* 貨值少於 500 港元。

## (4) 設計相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	111,772,630	30.9%	美國	97,613,878	30.6%	美國	91,502,955	30.0%
2	中國內地	29,161,042	8.1%	中國內地	28,599,808	9.0%	中國內地	28,511,202	9.4%
3	日本	26,366,802	7.3%	日本	23,466,891	7.3%	日本	22,760,203	7.5%
4	英國	20,679,855	5.7%	英國	17,605,136	5.5%	英國	15,825,348	5.2%
5	德國	18,244,111	5.0%	德國	15,296,050	4.8%	中國澳門	15,107,901	5.0%
排名	2018			2019			2020		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	88,486,026	29.2%	美國	73,107,972	25.1%	中國內地	44,677,999	21.1%
2	中國內地	29,242,849	9.7%	中國內地	34,974,129	12.0%	美國	40,913,290	19.4%
3	日本	22,513,829	7.4%	日本	22,152,265	7.6%	日本	15,395,384	7.3%
4	中國澳門	18,540,719	6.1%	中國澳門	20,292,486	7.0%	中國澳門	11,849,570	5.6%
5	英國	12,890,246	4.3%	瑞士	12,477,079	4.3%	瑞士	7,882,053	3.7%

註： # 佔該年設計相關創意商品轉口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	53,789,123	21.2%	美國	42,632,930	19.5%
2	中國內地	46,121,394	18.2%	中國內地	35,375,394	16.2%
3	中國澳門	24,829,410	9.8%	中國澳門	19,640,858	9.0%
4	日本	14,770,615	5.8%	中國台灣	9,797,788	4.5%
5	中國台灣	8,826,493	3.5%	日本	9,455,228	4.3%
排名	2023			2024		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	43,376,450	18.9%	美國	44,455,682	20.5%
2	中國內地	31,738,131	13.9%	中國內地	27,027,056	12.5%
3	中國澳門	29,430,261	12.8%	中國澳門	22,765,028	10.5%
4	中國台灣	11,213,882	4.9%	中國台灣	11,371,333	5.2%
5	瑞士	11,188,541	4.9%	日本	9,871,195	4.6%

註： # 佔該年設計相關創意商品轉口總貨值的百分比。

## (5) 數碼娛樂相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	7,838,697	48.4%	中國內地	4,425,070	42.3%	中國內地	6,691,551	27.3%
2	美國	3,077,507	19.0%	美國	2,297,187	21.9%	德國	5,386,740	22.0%
3	日本	1,331,362	8.2%	日本	1,107,375	10.6%	美國	5,255,112	21.5%
4	德國	1,278,113	7.9%	德國	586,903	5.6%	日本	3,894,341	15.9%
5	新加坡	781,283	4.8%	新加坡	419,118	4.0%	澳大利亞	637,030	2.6%
排名	2018			2019			2020		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	7,373,085	28.2%	美國	4,309,536	27.9%	美國	3,379,579	23.1%
2	中國內地	5,962,157	22.8%	中國內地	2,557,992	16.6%	中國內地	2,234,159	15.3%
3	日本	4,615,268	17.6%	日本	1,572,034	10.2%	日本	2,013,607	13.8%
4	德國	2,020,921	7.7%	德國	1,302,790	8.4%	澳大利亞	1,268,603	8.7%
5	波蘭	1,634,212	6.2%	波蘭	1,113,970	7.2%	越南	776,440	5.3%

註： # 佔該年數碼娛樂相關創意商品轉口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	2,416,841	17.0%	越南	1,940,802	15.5%
2	美國	2,330,719	16.4%	中國內地	1,770,103	14.1%
3	日本	1,757,870	12.4%	美國	1,049,867	8.4%
4	英國	1,269,854	9.0%	澳大利亞	931,728	7.4%
5	越南	787,611	5.6%	英國	888,934	7.1%
排名	2023			2024		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	1,947,339	18.7%	中國內地	1,468,316	24.3%
2	越南	1,242,468	11.9%	越南	604,549	10.0%
3	美國	1,075,078	10.3%	美國	564,269	9.3%
4	馬來西亞	894,193	8.6%	日本	551,268	9.1%
5	新加坡	604,503	5.8%	柬埔寨	478,723	7.9%

註： # 佔該年數碼娛樂相關創意商品轉口總貨值的百分比。

## (6) 電影及電視相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	5,458,807	66.5%	中國內地	5,184,347	73.0%	中國內地	5,768,391	71.6%
2	印度	1,151,768	14.0%	印度	693,945	9.8%	印度	977,611	12.1%
3	埃塞俄比亞	334,922	4.1%	孟加拉	354,373	5.0%	孟加拉	241,017	3.0%
4	孟加拉	164,904	2.0%	中國台灣	221,587	3.1%	中國台灣	205,483	2.6%
5	中國台灣	160,133	2.0%	新加坡	115,350	1.6%	新加坡	179,934	2.2%
排名	2018			2019			2020		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	5,227,833	69.2%	中國內地	3,864,661	72.8%	中國內地	5,217,848	80.8%
2	巴基斯坦	710,066	9.4%	巴基斯坦	386,909	7.3%	孟加拉	240,594	3.7%
3	印度	564,932	7.5%	中國台灣	174,045	3.3%	中國台灣	194,649	3.0%
4	孟加拉	286,275	3.8%	新加坡	148,405	2.8%	巴基斯坦	179,026	2.8%
5	新加坡	151,056	2.0%	越南	135,800	2.6%	新加坡	154,954	2.4%

註： # 佔該年電影及電視相關創意商品轉口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	3,477,907	69.5%	中國內地	4,305,414	80.7%
2	巴基斯坦	375,616	7.5%	中國台灣	178,895	3.4%
3	孟加拉	342,763	6.8%	韓國	173,427	3.3%
4	中國台灣	202,358	4.0%	孟加拉	156,556	2.9%
5	新加坡	152,974	3.1%	新加坡	136,021	2.5%
排名	2023			2024		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	6,283,250	90.0%	中國內地	6,020,645	89.3%
2	孟加拉	159,451	2.3%	孟加拉	212,920	3.2%
3	新加坡	130,188	1.9%	新加坡	130,521	1.9%
4	中國澳門	87,967	1.3%	中國台灣	109,235	1.6%
5	中國台灣	84,681	1.2%	中國澳門	77,974	1.2%

註： # 佔該年電影及電視相關創意商品轉口總貨值的百分比。

## (7) 音樂相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	7,382,329	45.0%	中國內地	9,175,433	49.4%	中國內地	13,977,074	54.0%
2	美國	1,767,304	10.8%	美國	1,694,410	9.1%	中國台灣	2,259,384	8.7%
3	中國台灣	1,586,207	9.7%	中國台灣	1,445,919	7.8%	美國	2,019,441	7.8%
4	德國	659,042	4.0%	德國	691,663	3.7%	韓國	859,336	3.3%
5	韓國	401,252	2.4%	韓國	561,639	3.0%	德國	814,528	3.1%
排名	2018			2019			2020		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	21,502,638	51.8%	中國內地	17,319,257	52.2%	中國內地	17,820,146	54.4%
2	美國	7,670,412	18.5%	美國	4,671,787	14.1%	美國	2,649,244	8.1%
3	中國台灣	1,802,089	4.3%	中國台灣	1,766,322	5.3%	中國台灣	2,216,442	6.8%
4	墨西哥	1,241,524	3.0%	韓國	1,286,285	3.9%	荷蘭	890,443	2.7%
5	韓國	822,129	2.0%	德國	767,401	2.3%	日本	819,078	2.5%

註： # 佔該年音樂相關創意商品轉口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	24,496,712	60.7%	中國內地	22,251,586	58.1%
2	美國	2,368,442	5.9%	美國	2,604,700	6.8%
3	中國台灣	2,199,154	5.4%	中國台灣	1,840,940	4.8%
4	德國	1,148,413	2.8%	印度	1,392,823	3.6%
5	日本	951,844	2.4%	阿拉伯聯合 酋長國	688,558	1.8%
排名	2023			2024		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	中國內地	12,790,042	43.5%	中國內地	25,407,686	56.3%
2	美國	2,320,030	7.9%	美國	3,123,477	6.9%
3	中國台灣	1,533,011	5.2%	中國台灣	2,536,522	5.6%
4	俄羅斯	926,815	3.2%	泰國	1,687,133	3.7%
5	印度	880,538	3.0%	越南	1,229,508	2.7%

註： # 佔該年音樂相關創意商品轉口總貨值的百分比。

## (8) 印刷及出版相關創意商品

(千港元)

排名	2015			2016			2017		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	4,350,275	37.2%	美國	4,519,161	39.9%	美國	3,812,819	37.5%
2	英國	1,739,561	14.9%	英國	1,625,284	14.3%	英國	1,372,468	13.5%
3	澳大利亞	850,773	7.3%	澳大利亞	755,941	6.7%	澳大利亞	706,220	6.9%
4	德國	517,692	4.4%	德國	514,471	4.5%	中國內地	510,010	5.0%
5	中國內地	501,929	4.3%	中國內地	511,819	4.5%	德國	451,099	4.4%
排名	2018			2019			2020		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	4,018,532	40.2%	美國	4,009,285	43.0%	美國	3,467,078	41.9%
2	英國	1,368,492	13.7%	英國	1,207,541	12.9%	英國	945,147	11.4%
3	澳大利亞	666,728	6.7%	中國內地	593,330	6.4%	中國內地	780,771	9.4%
4	中國內地	642,114	6.4%	澳大利亞	580,609	6.2%	澳大利亞	597,569	7.2%
5	德國	440,904	4.4%	德國	413,037	4.4%	德國	315,384	3.8%

註： # 佔該年印刷及出版相關創意商品轉口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2021			2022		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	4,043,715	40.7%	美國	1,590,376	32.0%
2	中國內地	1,198,978	12.1%	中國內地	549,965	11.1%
3	英國	1,082,186	10.9%	英國	535,377	10.8%
4	澳大利亞	587,916	5.9%	澳大利亞	359,067	7.2%
5	德國	406,707	4.1%	法國	216,163	4.3%
排名	2023			2024		
	目的地	貨值	百分比#	目的地	貨值	百分比#
1	美國	1,564,696	34.3%	美國	1,533,875	32.3%
2	英國	506,476	11.1%	英國	525,706	11.1%
3	中國內地	391,890	8.6%	中國內地	390,508	8.2%
4	澳大利亞	267,796	5.9%	澳大利亞	292,744	6.2%
5	法國	166,914	3.7%	德國	210,053	4.4%

註： # 佔該年印刷及出版相關創意商品轉口總貨值的百分比。

## 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。