

创意商品进口按货值首五位来源地⁽¹⁾

(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#	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
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#	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
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#	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
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#	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
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。

(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#	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
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#	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
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。

(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。

(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#	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
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#	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
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#	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
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#	来源地	货值	百分比#	来源地	货值	百分比#
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。

(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%	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%	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%	台湾	156,617	0.9%	美国	107,963	1.0%
5	台湾	178,773	0.8%	美国	153,437	0.9%	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	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%	台湾	121,628	0.6%	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%	台湾	225,191	2.4%
4	美国	135,519	1.2%	台湾	182,384	1.6%	美国	198,197	2.1%
5	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。

(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%	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%	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	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%	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。

(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	台湾	10,487,790	28.9%	台湾	10,135,455	27.1%	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	台湾	12,147,726	35.3%	台湾	10,644,139	34.7%	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	台湾	7,941,307	23.9%	台湾	9,725,566	18.5%	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	台湾	8,926,359	20.8%	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%	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。

(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%	台湾	252,035	2.6%
5	台湾	219,142	2.2%	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	台湾	250,705	2.8%	加拿大	298,992	3.1%	台湾	209,496	2.4%
5	英国	192,559	2.2%	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	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%	台湾	232,129	2.8%	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。

概念及定义

- (a) 以上载列的贸易统计数字是创意香港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。