

創意商品港產品出口按貨值首五位目的地⁽¹⁾

(資料來源：政府統計處)

(1) 整體創意商品港產品出口

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	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	3,503,769	26.0%	美國	3,006,494	23.5%	美國	2,990,133	23.8%
2	中國內地	2,493,249	18.5%	中國內地	2,071,700	16.2%	中國內地	1,796,397	14.3%
3	英國	1,031,867	7.7%	瑞士	1,173,486	9.2%	瑞士	1,063,794	8.5%
4	中國台灣	712,964	5.3%	英國	783,889	6.1%	澳大利亞	869,490	6.9%
5	瑞士	679,385	5.0%	新加坡	626,620	4.9%	中國台灣	766,149	6.1%
排名	2014			2015			2016		
	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	2,668,951	22.6%	美國	2,265,474	23.4%	美國	2,167,542	27.3%
2	中國內地	1,572,541	13.3%	中國內地	1,255,866	13.0%	中國內地	1,034,574	13.1%
3	澳大利亞	1,167,802	9.9%	英國	823,235	8.5%	英國	662,487	8.4%
4	瑞士	897,051	7.6%	中國台灣	786,922	8.1%	新加坡	612,323	7.7%
5	中國台灣	859,702	7.3%	瑞士	728,939	7.5%	中國台灣	535,789	6.8%

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港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	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	1,956,982	22.8%	美國	2,155,994	23.4%	美國	2,112,207	18.4%
2	瑞士	1,203,696	14.0%	中國內地	1,041,444	11.3%	瑞士	1,487,193	12.9%
3	中國內地	859,601	10.0%	瑞士	909,308	9.9%	中國內地	1,457,513	12.7%
4	澳門	694,981	8.1%	英國	689,601	7.5%	英國	1,182,564	10.3%
5	中國台灣	580,029	6.8%	中國台灣	624,006	6.8%	新加坡	818,151	7.1%
排名	2020			2021			2022		
	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	4,383,361	34.8%	中國內地	6,314,611	32.4%	美國	4,845,419	24.5%
2	美國	3,241,615	25.7%	美國	5,240,918	26.9%	中國內地	4,106,137	20.8%
3	中國台灣	942,396	7.5%	中國台灣	2,952,350	15.1%	中國台灣	3,414,181	17.3%
4	英國	485,554	3.9%	澳門	1,249,874	6.4%	新加坡	1,385,320	7.0%
5	阿拉伯聯合 酋長國	462,171	3.7%	英國	696,786	3.6%	韓國	1,049,094	5.3%

註： # 佔該年整體創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	貨值	百分比 [#]
1	中國內地	5,846,007	28.8%
2	美國	4,361,460	21.5%
3	中國台灣	2,733,061	13.5%
4	英國	1,798,055	8.9%
5	新加坡	1,041,191	5.1%

註： # 佔該年整體創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(2) 廣告相關創意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	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	18,999	39.7%	中國內地	21,451	45.3%	中國內地	17,074	41.8%
2	美國	8,827	18.4%	美國	6,349	13.4%	美國	5,816	14.2%
3	澳大利亞	3,376	7.1%	澳大利亞	2,873	6.1%	澳大利亞	3,684	9.0%
4	新加坡	1,786	3.7%	日本	2,706	5.7%	新加坡	2,394	5.9%
5	中國台灣	1,772	3.7%	澳門	2,040	4.3%	日本	1,965	4.8%
排名	2014			2015			2016		
	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	17,776	38.2%	中國內地	30,538	62.0%	中國內地	30,827	70.7%
2	意大利	5,135	11.0%	美國	3,006	6.1%	美國	2,580	5.9%
3	美國	4,611	9.9%	南非	2,526	5.1%	澳門	1,716	3.9%
4	澳大利亞	2,649	5.7%	日本	1,902	3.9%	泰國	1,108	2.5%
5	南非	2,146	4.6%	中國台灣	1,338	2.7%	日本	926	2.1%

註： # 佔該年廣告相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	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	28,586	70.7%	中國內地	12,668	48.4%	中國內地	7,482	44.5%
2	美國	2,790	6.9%	澳大利亞	2,257	8.6%	美國	1,888	11.2%
3	澳大利亞	1,378	3.4%	美國	2,094	8.0%	澳門	1,491	8.9%
4	澳門	1,033	2.6%	澳門	1,423	5.4%	澳大利亞	1,087	6.5%
5	日本	925	2.3%	菲律賓	1,423	5.4%	法國	894	5.3%
排名	2020			2021			2022		
	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	5,901	45.8%	中國內地	3,473	28.1%	中國台灣	5,852	50.3%
2	中國台灣	2,741	21.3%	中國台灣	3,210	26.0%	中國內地	2,443	21.0%
3	美國	826	6.4%	英國	1,266	10.2%	加拿大	536	4.6%
4	加拿大	592	4.6%	美國	792	6.4%	澳大利亞	511	4.4%
5	澳大利亞	483	3.8%	澳門	701	5.7%	美國	454	3.9%

註： # 佔該年廣告相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	貨值	百分比 [#]
1	中國台灣	6,315	53.1%
2	中國內地	2,977	25.1%
3	印度	741	6.2%
4	澳門	492	4.1%
5	美國	420	3.5%

註： # 佔該年廣告相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(3) 建築相關創意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	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	英國	108	61.2%	瑞士	56	58.7%	阿拉伯聯合酋長國	320	78.7%
2	瑞士	47	26.5%	美國	22	23.0%	瑞士	49	11.9%
3	中國內地	17	9.8%	中國內地	17	18.3%	澳大利西亞及大洋洲 其他國家／地區	30	7.4%
4	美國	4	2.5%	不適用	不適用	不適用	美國	4	1.1%
5	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	中國內地	4	0.9%
排名	2014			2015			2016		
	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	840	96.9%	中國內地	18	68.7%	中國內地	79	85.9%
2	瑞士	23	2.7%	美國	8	31.3%	美國	13	14.1%
3	美國	4	0.4%	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

註： # 佔該年建築相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	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	62.1%	美國	6	100.0%	美國	1	100.0%
2	中國內地	4	37.9%	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
3	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
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	2020			2021			2022		
	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	*	100.0%	美國	*	100.0%	不適用	不適用	不適用
2	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
3	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
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港產品出口總貨值的百分比。

* 貨值少於 500 港元。

(續)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	貨值	百分比 [#]
1	不適用	不適用	不適用
2	不適用	不適用	不適用
3	不適用	不適用	不適用
4	不適用	不適用	不適用
5	不適用	不適用	不適用

註： # 佔該年建築相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(4) 設計相關創意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	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	3,209,929	27.6%	美國	2,723,468	24.2%	美國	2,752,369	24.7%
2	中國內地	1,806,530	15.5%	中國內地	1,546,380	13.8%	中國內地	1,328,611	11.9%
3	英國	909,441	7.8%	瑞士	1,172,765	10.4%	瑞士	1,061,859	9.5%
4	瑞士	678,567	5.8%	英國	679,939	6.1%	澳大利亞	798,470	7.2%
5	中國台灣	603,373	5.2%	新加坡	558,085	5.0%	中國台灣	669,883	6.0%
排名	2014			2015			2016		
	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	2,441,368	23.5%	美國	2,070,163	24.8%	美國	1,980,472	29.3%
2	澳大利亞	1,086,851	10.5%	英國	752,422	9.0%	英國	606,512	9.0%
3	中國內地	1,059,407	10.2%	中國內地	749,273	9.0%	新加坡	579,664	8.6%
4	瑞士	895,931	8.6%	瑞士	727,605	8.7%	中國內地	478,515	7.1%
5	中國台灣	770,208	7.4%	中國台灣	698,393	8.4%	瑞士	464,859	6.9%

註： # 佔該年設計相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	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	1,811,903	24.3%	美國	2,046,453	25.3%	美國	2,011,983	19.6%
2	瑞士	1,203,431	16.2%	瑞士	909,151	11.2%	瑞士	1,487,089	14.5%
3	澳門	644,663	8.7%	英國	664,465	8.2%	英國	1,163,142	11.3%
4	英國	446,874	6.0%	新加坡	547,557	6.8%	新加坡	810,422	7.9%
5	阿拉伯聯合 酋長國	407,629	5.5%	阿拉伯聯合 酋長國	538,984	6.7%	澳門	738,357	7.2%
排名	2020			2021			2022		
	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	3,466,819	30.6%	中國內地	5,794,374	31.2%	美國	4,779,943	25.2%
2	美國	3,158,309	27.8%	美國	5,117,896	27.6%	中國內地	3,643,149	19.2%
3	中國台灣	850,779	7.5%	中國台灣	2,825,753	15.2%	中國台灣	3,315,435	17.5%
4	英國	471,931	4.2%	澳門	1,178,759	6.4%	新加坡	1,375,946	7.3%
5	阿拉伯聯合 酋長國	462,130	4.1%	英國	684,877	3.7%	韓國	1,044,565	5.5%

註： # 佔該年設計相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	貨值	百分比 [#]
1	中國內地	5,216,734	26.9%
2	美國	4,283,653	22.1%
3	中國台灣	2,686,127	13.9%
4	英國	1,795,529	9.3%
5	新加坡	1,023,671	5.3%

註： # 佔該年設計相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(5) 數碼娛樂相關創意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	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	28,815	66.2%	美國	20,696	33.8%	中國內地	12,510	22.6%
2	美國	4,817	11.1%	新加坡	12,766	20.9%	中國台灣	7,664	13.8%
3	新加坡	3,499	8.0%	中國內地	10,921	17.8%	英國	7,595	13.7%
4	澳大利亞	2,127	4.9%	中國台灣	8,999	14.7%	菲律賓	6,550	11.8%
5	日本	934	2.1%	日本	1,510	2.5%	澳大利亞	5,489	9.9%
排名	2014			2015			2016		
	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	菲律賓	38,318	41.7%	菲律賓	27,137	24.8%	美國	17,834	30.5%
2	中國內地	19,906	21.7%	澳門	23,925	21.8%	菲律賓	8,260	14.1%
3	美國	6,624	7.2%	澳大利亞	14,046	12.8%	中國台灣	7,022	12.0%
4	澳門	6,231	6.8%	中國內地	13,941	12.7%	泰國	6,886	11.8%
5	中國台灣	6,218	6.8%	俄羅斯	10,068	9.2%	中國內地	4,593	7.9%

註： # 佔該年數碼娛樂相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	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	新加坡	6,238	28.8%	美國	2,119	38.6%	中國內地	3,047	48.0%
2	中國內地	4,699	21.7%	新加坡	699	12.7%	美國	2,005	31.6%
3	美國	3,616	16.7%	日本	524	9.5%	德國	467	7.3%
4	馬來西亞	2,206	10.2%	馬來西亞	479	8.7%	馬來西亞	288	4.5%
5	泰國	2,147	9.9%	泰國	460	8.4%	新加坡	125	2.0%
排名	2020			2021			2022		
	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	1,596	56.2%	泰國	108	37.2%	美國	356	52.4%
2	中國內地	442	15.6%	中國內地	71	24.5%	泰國	146	21.5%
3	俄羅斯	216	7.6%	加拿大	58	20.0%	中國內地	68	10.0%
4	泰國	178	6.3%	美國	32	11.0%	法國	53	7.8%
5	德國	168	5.9%	法國	18	6.2%	澳大利亞	27	3.9%

註： # 佔該年數碼娛樂相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	貨值	百分比 [#]
1	菲律賓	2,190	80.2%
2	法國	289	10.6%
3	美國	173	6.4%
4	澳大利亞	39	1.4%
5	中國內地	35	1.3%

註： # 佔該年數碼娛樂相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(6) 電影及電視相關創意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	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	339,810	49.5%	中國內地	232,474	44.8%	中國內地	189,093	44.8%
2	中國台灣	48,704	7.1%	日本	40,359	7.8%	日本	44,277	10.5%
3	日本	45,944	6.7%	德國	37,476	7.2%	新加坡	39,378	9.3%
4	巴西	40,841	5.9%	美國	35,921	6.9%	中國台灣	30,282	7.2%
5	德國	40,365	5.9%	巴西	28,561	5.5%	美國	27,507	6.5%
排名	2014			2015			2016		
	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	180,071	42.2%	中國內地	123,934	44.9%	中國內地	136,781	59.1%
2	新加坡	52,394	12.3%	中國台灣	37,698	13.7%	中國台灣	25,828	11.2%
3	日本	36,857	8.6%	日本	34,842	12.6%	日本	16,497	7.1%
4	中國台灣	36,225	8.5%	新加坡	23,704	8.6%	新加坡	15,541	6.7%
5	澳大利亞	29,549	6.9%	澳門	14,613	5.3%	澳門	9,412	4.1%

註： # 佔該年電影及電視相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	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	中國台灣	191,031	56.2%	中國台灣	148,416	44.3%	中國內地	126,437	69.1%
2	中國內地	94,872	27.9%	中國內地	141,303	42.1%	中國台灣	26,723	14.6%
3	日本	21,422	6.3%	日本	14,196	4.2%	日本	10,213	5.6%
4	泰國	7,412	2.2%	新加坡	10,055	3.0%	新西蘭	5,866	3.2%
5	澳門	7,310	2.2%	澳門	6,486	1.9%	澳門	4,862	2.7%
排名	2020			2021			2022		
	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	333,793	88.0%	中國內地	147,115	66.4%	中國內地	235,651	77.5%
2	中國台灣	22,267	5.9%	中國台灣	46,317	20.9%	中國台灣	40,696	13.4%
3	日本	4,914	1.3%	日本	16,285	7.3%	日本	14,431	4.7%
4	澳門	4,208	1.1%	新加坡	5,151	2.3%	新加坡	6,106	2.0%
5	荷蘭	2,859	0.8%	澳門	3,299	1.5%	澳門	2,875	0.9%

註： # 佔該年電影及電視相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	貨值	百分比 [#]
1	中國內地	211,273	81.3%
2	中國台灣	26,964	10.4%
3	新加坡	15,348	5.9%
4	澳門	4,574	1.8%
5	日本	494	0.2%

註： # 佔該年電影及電視相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(7) 音樂相關創意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	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	18,728	41.3%	中國內地	11,691	47.6%	中國台灣	13,914	40.0%
2	中國台灣	12,946	28.5%	美國	6,630	27.0%	中國內地	10,308	29.6%
3	美國	8,338	18.4%	中國台灣	4,080	16.6%	美國	3,935	11.3%
4	挪威	995	2.2%	澳門	510	2.1%	越南	3,084	8.9%
5	印尼	883	1.9%	新加坡	465	1.9%	印度	742	2.1%
排名	2014			2015			2016		
	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	15,181	59.2%	美國	8,174	42.5%	中國內地	5,181	36.3%
2	美國	6,163	24.0%	中國內地	7,664	39.9%	美國	3,971	27.9%
3	澳大利亞	1,564	6.1%	印度	810	4.2%	德國	1,706	12.0%
4	中國台灣	712	2.8%	墨西哥	605	3.1%	印度	1,189	8.3%
5	韓國	619	2.4%	泰國	359	1.9%	澳大利亞	594	4.2%

註： # 佔該年音樂相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	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	5,765	41.0%	中國內地	38,450	71.6%	美國	13,457	44.2%
2	美國	4,288	30.5%	美國	8,427	15.7%	中國內地	8,511	27.9%
3	印度	1,376	9.8%	澳大利亞	4,789	8.9%	中國台灣	7,569	24.8%
4	德國	855	6.1%	印度	1,165	2.2%	新加坡	289	0.9%
5	中國台灣	643	4.6%	新加坡	385	0.7%	埃及	114	0.4%
排名	2020			2021			2022		
	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	中國台灣	40,824	68.9%	中國台灣	60,383	55.7%	中國內地	39,096	38.3%
2	中國內地	18,070	30.5%	中國內地	40,359	37.2%	中國台灣	38,871	38.1%
3	美國	191	0.3%	美國	7,048	6.5%	美國	22,809	22.3%
4	印度	69	0.1%	芬蘭	212	0.2%	印度	931	0.9%
5	韓國	37	0.1%	印度	156	0.1%	泰國	179	0.2%

註： # 佔該年音樂相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	貨值	百分比 [#]
1	中國內地	150,299	78.3%
2	美國	39,458	20.6%
3	印度	1,486	0.8%
4	中國台灣	579	0.3%
5	泰國	35	^

註： # 佔該年音樂相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

^ 百分比少於 0.05%。

(8) 印刷及出版相關創意商品

(千港元)

排名	2011			2012			2013		
	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	280,350	28.5%	中國內地	248,765	27.6%	中國內地	238,799	28.1%
2	美國	233,718	23.8%	美國	213,409	23.7%	美國	196,930	23.2%
3	英國	113,574	11.6%	英國	96,916	10.7%	英國	60,890	7.2%
4	澳大利亞	48,358	4.9%	澳大利亞	48,816	5.4%	澳大利亞	54,219	6.4%
5	中國台灣	46,017	4.7%	中國台灣	41,631	4.6%	中國台灣	43,148	5.1%
排名	2014			2015			2016		
	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	279,361	32.5%	中國內地	330,498	38.5%	中國內地	378,598	45.8%
2	美國	184,753	21.5%	美國	171,113	19.9%	美國	161,790	19.6%
3	英國	59,017	6.9%	英國	60,887	7.1%	英國	48,177	5.8%
4	中國台灣	44,803	5.2%	中國台灣	45,500	5.3%	中國台灣	44,076	5.3%
5	澳大利亞	42,313	4.9%	澳大利亞	41,197	4.8%	澳門	41,419	5.0%

註： # 佔該年印刷及出版相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2017			2018			2019		
	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	341,849	46.9%	中國內地	396,906	56.2%	中國內地	661,602	67.4%
2	美國	133,518	18.3%	美國	96,530	13.7%	美國	82,492	8.4%
3	中國台灣	42,876	5.9%	澳門	34,870	4.9%	澳門	62,643	6.4%
4	澳門	41,906	5.7%	中國台灣	33,353	4.7%	中國台灣	36,800	3.7%
5	英國	27,839	3.8%	英國	23,221	3.3%	英國	16,229	1.7%
排名	2020			2021			2022		
	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	558,337	69.2%	中國內地	329,220	55.7%	中國內地	185,730	51.2%
2	美國	80,164	9.9%	美國	114,411	19.3%	澳門	78,238	21.6%
3	澳門	47,743	5.9%	澳門	67,114	11.3%	美國	41,229	11.4%
4	中國台灣	25,784	3.2%	中國台灣	16,686	2.8%	中國台灣	13,327	3.7%
5	加拿大	23,455	2.9%	加拿大	14,073	2.4%	英國	8,158	2.2%

註： # 佔該年印刷及出版相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

(續)

(千港元)

排名	2023		
	目的地	貨值	百分比 [#]
1	中國內地	264,689	58.1%
2	澳門	91,045	20.0%
3	美國	37,510	8.2%
4	印尼	13,746	3.0%
5	中國台灣	13,076	2.9%

註： # 佔該年印刷及出版相關創意商品港產品出口總貨值的百分比。

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。