

創意商品轉口按貨值首五位目的地⁽¹⁾

(資料來源：政府統計處)

(1) 整體創意商品轉口

(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	145,881,805	28.5%	美國	143,137,341	28.6%	美國	134,749,201	28.3%
2	中國內地	64,957,523	12.7%	中國內地	66,748,597	13.3%	中國內地	59,500,541	12.5%
3	德國	40,217,242	7.8%	日本	39,354,088	7.9%	日本	37,974,868	8.0%
4	日本	37,171,109	7.2%	德國	32,417,027	6.5%	德國	27,682,492	5.8%
5	英國	29,794,227	5.8%	英國	26,526,791	5.3%	英國	25,687,662	5.4%
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	125,487,539	27.9%	美國	121,082,721	29.2%	美國	106,209,870	28.9%
2	中國內地	49,923,652	11.1%	中國內地	50,436,620	12.2%	中國內地	47,950,559	13.1%
3	日本	32,864,964	7.3%	日本	28,504,870	6.9%	日本	25,459,266	6.9%
4	英國	24,759,754	5.5%	英國	23,037,683	5.6%	英國	19,634,183	5.3%
5	德國	23,606,889	5.2%	德國	20,729,369	5.0%	德國	17,110,150	4.7%

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	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	102,675,989	27.5%	美國	107,597,444	27.7%	美國	86,144,701	24.3%
2	中國內地	55,520,477	14.9%	中國內地	62,630,391	16.1%	中國內地	59,406,648	16.7%
3	日本	27,883,294	7.5%	日本	28,171,800	7.3%	日本	24,634,262	6.9%
4	德國	21,124,947	5.7%	澳門	18,661,286	4.8%	澳門	20,434,097	5.8%
5	英國	17,708,065	4.7%	德國	15,861,132	4.1%	英國	14,144,345	4.0%
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	中國內地	70,819,384	25.9%	中國內地	77,794,634	24.1%	中國內地	64,320,695	23.0%
2	美國	50,464,171	18.4%	美國	62,561,941	19.4%	美國	47,904,450	17.1%
3	日本	18,484,347	6.8%	澳門	25,026,019	7.7%	澳門	19,902,828	7.1%
4	澳門	12,066,257	4.4%	日本	17,735,330	5.5%	台灣	12,281,850	4.4%
5	台灣	10,987,170	4.0%	台灣	11,905,514	3.7%	日本	10,915,404	3.9%

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	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	澳門	87,109	23.4%	中國內地	102,828	27.5%	中國內地	114,594	33.5%
2	中國內地	63,052	17.0%	美國	70,759	19.0%	美國	45,301	13.3%
3	日本	48,510	13.1%	日本	64,517	17.3%	日本	29,117	8.5%
4	美國	45,310	12.2%	德國	18,912	5.1%	德國	27,206	8.0%
5	德國	12,759	3.4%	法國	10,683	2.9%	澳大利亞	18,608	5.4%
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	110,448	40.6%	中國內地	93,451	36.3%	中國內地	53,775	27.3%
2	美國	28,386	10.4%	菲律賓	27,593	10.7%	菲律賓	28,306	14.4%
3	德國	13,954	5.1%	美國	23,542	9.2%	美國	23,097	11.7%
4	澳大利亞	12,639	4.6%	日本	15,851	6.2%	日本	20,157	10.2%
5	日本	11,041	4.1%	德國	15,091	5.9%	澳大利亞	8,490	4.3%

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	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	62,083	31.6%	中國內地	52,776	26.9%	中國內地	97,214	30.5%
2	菲律賓	33,967	17.3%	菲律賓	40,846	20.8%	德國	44,420	13.9%
3	美國	28,746	14.6%	日本	26,111	13.3%	台灣	43,841	13.7%
4	日本	14,669	7.5%	美國	21,346	10.9%	菲律賓	37,772	11.8%
5	印度	7,385	3.8%	馬來西亞	5,877	3.0%	美國	16,820	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	88,458	37.7%	中國內地	82,801	40.1%	中國內地	68,232	52.6%
2	台灣	37,082	15.8%	菲律賓	29,913	14.5%	美國	12,256	9.5%
3	日本	15,782	6.7%	台灣	16,348	7.9%	台灣	9,287	7.2%
4	美國	13,879	5.9%	美國	13,945	6.7%	日本	6,937	5.3%
5	越南	13,470	5.7%	日本	10,808	5.2%	瑞士	4,012	3.1%

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	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	希臘	1,170	97.4%	中國內地	362	68.9%	中國內地	1,924	97.5%
2	澳門	19	1.6%	美國	75	14.2%	美國	49	2.5%
3	美國	13	1.1%	澳門	49	9.4%	不適用	不適用	不適用
4	不適用	不適用	不適用	愛沙尼亞	39	7.5%	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	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	356	84.4%	中國內地	365	82.4%	中國內地	307	96.2%
2	美國	43	10.3%	韓國	70	15.9%	美國	12	3.8%
3	印度	22	5.1%	美國	8	1.7%	不適用	不適用	不適用
4	馬來西亞	1	0.2%	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	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	165	97.8%	中國內地	22	74.1%	中國內地	63	71.1%
2	美國	4	2.2%	美國	8	25.9%	厄瓜多爾	22	25.2%
3	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	美國	3	3.6%
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	17	89.8%	美國	5	91.1%	美國	27	99.9%
2	中國內地	2	10.2%	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	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。

* 貨值少於 500 港元。

(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	130,842,167	30.9%	美國	128,477,820	30.9%	美國	123,249,611	30.3%
2	日本	33,037,301	7.8%	日本	33,550,662	8.1%	日本	32,614,966	8.0%
3	中國內地	27,981,881	6.6%	中國內地	28,453,746	6.8%	中國內地	29,571,155	7.3%
4	德國	27,472,905	6.5%	德國	23,996,379	5.8%	英國	23,103,579	5.7%
5	英國	25,467,633	6.0%	英國	23,837,523	5.7%	德國	22,636,716	5.6%
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	117,307,526	29.6%	美國	111,772,630	30.9%	美國	97,613,878	30.6%
2	日本	29,325,344	7.4%	中國內地	29,161,042	8.1%	中國內地	28,599,808	9.0%
3	中國內地	28,486,441	7.2%	日本	26,366,802	7.3%	日本	23,466,891	7.3%
4	英國	22,229,706	5.6%	英國	20,679,855	5.7%	英國	17,605,136	5.5%
5	德國	21,378,778	5.4%	德國	18,244,111	5.0%	德國	15,296,050	4.8%

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	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	91,502,955	30.0%	美國	88,486,026	29.2%	美國	73,107,972	25.1%
2	中國內地	28,511,202	9.4%	中國內地	29,242,849	9.7%	中國內地	34,974,129	12.0%
3	日本	22,760,203	7.5%	日本	22,513,829	7.4%	日本	22,152,265	7.6%
4	英國	15,825,348	5.2%	澳門	18,540,719	6.1%	澳門	20,292,486	7.0%
5	澳門	15,107,901	5.0%	英國	12,890,246	4.3%	瑞士	12,477,079	4.3%
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	44,677,999	21.1%	美國	53,789,123	21.2%	美國	42,632,930	19.5%
2	美國	40,913,290	19.4%	中國內地	46,121,394	18.2%	中國內地	35,375,394	16.2%
3	日本	15,395,384	7.3%	澳門	24,829,410	9.8%	澳門	19,640,858	9.0%
4	澳門	11,849,570	5.6%	日本	14,770,615	5.8%	台灣	9,797,788	4.5%
5	瑞士	7,882,053	3.7%	台灣	8,826,493	3.5%	日本	9,455,228	4.3%

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	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	17,730,995	39.4%	中國內地	19,391,773	45.7%	中國內地	14,349,845	48.1%
2	德國	10,892,547	24.2%	美國	8,370,326	19.7%	美國	5,710,937	19.2%
3	美國	7,897,613	17.6%	德國	6,573,536	15.5%	日本	4,060,393	13.6%
4	日本	2,995,178	6.7%	日本	4,495,814	10.6%	德國	3,565,916	12.0%
5	英國	2,042,663	4.5%	英國	642,292	1.5%	英國	607,603	2.0%
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	中國內地	10,861,877	57.3%	中國內地	7,838,697	48.4%	中國內地	4,425,070	42.3%
2	日本	2,297,421	12.1%	美國	3,077,507	19.0%	美國	2,297,187	21.9%
3	美國	2,250,307	11.9%	日本	1,331,362	8.2%	日本	1,107,375	10.6%
4	德國	844,497	4.5%	德國	1,278,113	7.9%	德國	586,903	5.6%
5	新加坡	723,810	3.8%	新加坡	781,283	4.8%	新加坡	419,118	4.0%

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	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	6,691,551	27.3%	美國	7,373,085	28.2%	美國	4,309,536	27.9%
2	德國	5,386,740	22.0%	中國內地	5,962,157	22.8%	中國內地	2,557,992	16.6%
3	美國	5,255,112	21.5%	日本	4,615,268	17.6%	日本	1,572,034	10.2%
4	日本	3,894,341	15.9%	德國	2,020,921	7.7%	德國	1,302,790	8.4%
5	澳大利亞	637,030	2.6%	波蘭	1,634,212	6.2%	波蘭	1,113,970	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	美國	3,379,579	23.1%	中國內地	2,416,841	17.0%	越南	1,940,802	15.5%
2	中國內地	2,234,159	15.3%	美國	2,330,719	16.4%	中國內地	1,770,103	14.1%
3	日本	2,013,607	13.8%	日本	1,757,870	12.4%	美國	1,049,867	8.4%
4	澳大利亞	1,268,603	8.7%	英國	1,269,854	9.0%	澳大利亞	931,728	7.4%
5	越南	776,440	5.3%	越南	787,611	5.6%	英國	888,934	7.1%

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	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	4,585,434	72.3%	中國內地	5,773,395	74.9%	中國內地	4,911,686	72.5%
2	印度	627,524	9.9%	巴基斯坦	370,439	4.8%	印度	266,729	3.9%
3	台灣	143,877	2.3%	印度	291,994	3.8%	巴基斯坦	213,086	3.1%
4	美國	126,898	2.0%	台灣	184,666	2.4%	摩洛哥	211,746	3.1%
5	新加坡	98,418	1.6%	新加坡	181,405	2.4%	台灣	194,985	2.9%
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	3,693,084	61.7%	中國內地	5,458,807	66.5%	中國內地	5,184,347	73.0%
2	巴基斯坦	538,547	9.0%	印度	1,151,768	14.0%	印度	693,945	9.8%
3	印度	434,727	7.3%	埃塞俄比亞	334,922	4.1%	孟加拉	354,373	5.0%
4	台灣	157,526	2.6%	孟加拉	164,904	2.0%	台灣	221,587	3.1%
5	老撾	131,895	2.2%	台灣	160,133	2.0%	新加坡	115,350	1.6%

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	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	5,768,391	71.6%	中國內地	5,227,833	69.2%	中國內地	3,864,661	72.8%
2	印度	977,611	12.1%	巴基斯坦	710,066	9.4%	巴基斯坦	386,909	7.3%
3	孟加拉	241,017	3.0%	印度	564,932	7.5%	台灣	174,045	3.3%
4	台灣	205,483	2.6%	孟加拉	286,275	3.8%	新加坡	148,405	2.8%
5	新加坡	179,934	2.2%	新加坡	151,056	2.0%	越南	135,800	2.6%
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	5,217,848	80.8%	中國內地	3,477,907	69.5%	中國內地	4,305,414	80.7%
2	孟加拉	240,594	3.7%	巴基斯坦	375,616	7.5%	台灣	178,895	3.4%
3	台灣	194,649	3.0%	孟加拉	342,763	6.8%	韓國	173,427	3.3%
4	巴基斯坦	179,026	2.8%	台灣	202,358	4.0%	孟加拉	156,556	2.9%
5	新加坡	154,954	2.4%	新加坡	152,974	3.1%	新加坡	136,021	2.5%

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	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	14,159,019	57.6%	中國內地	12,603,932	57.0%	中國內地	10,160,179	51.8%
2	美國	2,440,529	9.9%	美國	1,832,844	8.3%	台灣	1,938,601	9.9%
3	台灣	1,987,360	8.1%	台灣	1,522,238	6.9%	美國	1,666,926	8.5%
4	德國	1,092,080	4.4%	德國	1,233,353	5.6%	德國	917,623	4.7%
5	阿拉伯聯合 酋長國	464,865	1.9%	印度	718,356	3.2%	阿拉伯聯合 酋長國	446,579	2.3%
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	6,335,013	39.4%	中國內地	7,382,329	45.0%	中國內地	9,175,433	49.4%
2	美國	1,804,200	11.2%	美國	1,767,304	10.8%	美國	1,694,410	9.1%
3	台灣	1,632,500	10.2%	台灣	1,586,207	9.7%	台灣	1,445,919	7.8%
4	德國	785,577	4.9%	德國	659,042	4.0%	德國	691,663	3.7%
5	阿拉伯聯合 酋長國	529,868	3.3%	韓國	401,252	2.4%	韓國	561,639	3.0%

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	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	13,977,074	54.0%	中國內地	21,502,638	51.8%	中國內地	17,319,257	52.2%
2	台灣	2,259,384	8.7%	美國	7,670,412	18.5%	美國	4,671,787	14.1%
3	美國	2,019,441	7.8%	台灣	1,802,089	4.3%	台灣	1,766,322	5.3%
4	韓國	859,336	3.3%	墨西哥	1,241,524	3.0%	韓國	1,286,285	3.9%
5	德國	814,528	3.1%	韓國	822,129	2.0%	德國	767,401	2.3%
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	17,820,146	54.4%	中國內地	24,496,712	60.7%	中國內地	22,251,586	58.1%
2	美國	2,649,244	8.1%	美國	2,368,442	5.9%	美國	2,604,700	6.8%
3	台灣	2,216,442	6.8%	台灣	2,199,154	5.4%	台灣	1,840,940	4.8%
4	荷蘭	890,443	2.7%	德國	1,148,413	2.8%	印度	1,392,823	3.6%
5	日本	819,078	2.5%	日本	951,844	2.4%	阿拉伯聯合 酋長國	688,558	1.8%

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	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	4,529,275	34.2%	美國	4,262,345	35.2%	美國	4,005,519	33.6%
2	英國	2,030,857	15.3%	英國	1,765,099	14.6%	英國	1,666,156	14.0%
3	澳大利亞	890,312	6.7%	澳大利亞	799,407	6.6%	日本	885,284	7.4%
4	日本	700,652	5.3%	日本	658,882	5.4%	澳大利亞	793,155	6.6%
5	德國	686,923	5.2%	德國	573,067	4.7%	法國	540,679	4.5%
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	美國	4,027,359	33.8%	美國	4,350,275	37.2%	美國	4,519,161	39.9%
2	英國	1,775,491	14.9%	英國	1,739,561	14.9%	英國	1,625,284	14.3%
3	澳大利亞	835,565	7.0%	澳大利亞	850,773	7.3%	澳大利亞	755,941	6.7%
4	日本	758,343	6.4%	德國	517,692	4.4%	德國	514,471	4.5%
5	德國	571,723	4.8%	中國內地	501,929	4.3%	中國內地	511,819	4.5%

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	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	3,812,819	37.5%	美國	4,018,532	40.2%	美國	4,009,285	43.0%
2	英國	1,372,468	13.5%	英國	1,368,492	13.7%	英國	1,207,541	12.9%
3	澳大利亞	706,220	6.9%	澳大利亞	666,728	6.7%	中國內地	593,330	6.4%
4	中國內地	510,010	5.0%	中國內地	642,114	6.4%	澳大利亞	580,609	6.2%
5	德國	451,099	4.4%	德國	440,904	4.4%	德國	413,037	4.4%
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	美國	3,467,078	41.9%	美國	4,043,715	40.7%	美國	1,590,376	32.0%
2	英國	945,147	11.4%	中國內地	1,198,978	12.1%	中國內地	549,965	11.1%
3	中國內地	780,771	9.4%	英國	1,082,186	10.9%	英國	535,377	10.8%
4	澳大利亞	597,569	7.2%	澳大利亞	587,916	5.9%	澳大利亞	359,067	7.2%
5	德國	315,384	3.8%	德國	406,707	4.1%	法國	216,163	4.3%

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創意香港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。