

第十章 廣告業

摘 要

- 95 年廣告業營利事業家數達到 12,223 家，較 94 年成長 3.83%。
- 95 年廣告業的總營業額 1,416 億元，較 94 年成長 0.75%。
- 95 年廣告業的平均營業規模 11.58 百萬元，較 94 年衰減 0.36%。
- 95 年廣告業的組織結構以有限公司的 5,862 家最多，占整體家數 47.96%。
- 95 年廣告業的資本額結構以 1~5 百萬為主(4,191 家)，占整體家數 34.29%。
- 95 年廣告業的營業額結構以未滿 0.5~5 百萬為主(6,049 家)，占整體家數 49.49%。
- 94 年台灣地區廣告業的員工人數合計 33,020 人，其中監督及專技比例占 34.45%;男性員工占 43.15%;女性占 56.85%。
- 94 年台灣地區廣告業的平均薪資為 49,000 元，較 93 年減少 1.93%，其中男性員工薪資為 51,858 元，女性員工為 46,831 元。
- 94 年台灣地區廣告業的每月平均工作時數為 175.1 小時，其中男性員工為 177.5 小時，女性員工為 173.3 小時。

由報導資料顯示，近年來廣告業之營業家數雖有增幅，但營業總額卻呈現停滯，因而促使平均規模下滑。廣告業之平均營業規模以外國在台分公司較大，次為股份有限公司，平均每家營業額前者計約 6 億，後者計約 6 千 3 百餘萬元，其他組織型態之規模則較小；本業在市場之淘汰率也高，成立五年以內的公司即佔總家數的 46.55%(總平均經營年數約 7.95 年)；在吸納就業人數上，雖然其貢獻度不大，但近年來之雇用員工人數每年皆有穩定增長，值得讚許，但平均每人營業額方面，95 年計 421 萬元，略低於 94 年的 425 萬元。

第一節 行業範圍與產業特性

一、行業範圍

根據行政院主計處所頒訂之「中華民國行業標準分類」第七次修訂的定義，所謂「廣告業」稱凡從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模塑、製作及裝置等行業均屬之。獨立經營分送廣告、招攬廣告之行業亦歸入本類。廣告業依其營運項目不同，範圍可細分如下：

編號	名稱
7601	一般廣告業
7602	戶外廣告業
7609	其他廣告業

資料來源：行政院主計處，《中華民國行業標準分類〈第七次修訂〉》

(一)一般廣告業

以從事報紙、雜誌或其他媒體廣告之設計、繪製、攝影、模塑、選擇場所及裝置等行業均屬之。從事廣告代理之行業亦歸入本類。包括廣告代理、櫥窗設計、展覽會佈置、店面廣告設計、報紙廣告、商業美術設計、網路廣告、會場佈置、廣告月曆設計、廣告文件撰擬、廣告模型設計製作、廣告用幻燈片製作、宣傳設計等。

(二)戶外廣告業

以各種戶外廣告之設計、繪製、裝置、修理、維護等行業為主，包括車身廣告、廣告板製作、廣告塔製作、公車站牌廣告、霓虹燈廣告、戶外海報製作、大樓壁廣告製作、電視牆廣告、電視顯示版廣告、招牌廣告、發光二極體點電子視訊牆製作等。

(三)其他廣告業

係指從事一般廣告業與戶外廣告業以外之行業，包括廣告單與廣告樣品分送。

二、產業特性

廣告業的經營方式除了最基本的人員解說、媒體購買外，也運用各種媒體來推廣招攬業務，如電話行銷、網路行銷等。其經營項目則包含對廣告主之企業形象、企業識別系統 CIS、廣告設計、宣傳製作、媒介代理、包裝、網頁設計維護及影片拍攝、電視牆出租、圖表、模型、招牌製作展示、街頭派發廣告、市場分析、廣告企劃、包裝、直效行銷等。

第二節 產業結構與經營規模分析

一、營利事業家數

根據財政部財稅資料中心的資料統計得知，民國 95 年財政部登記之廣告業營利事業家數為 12,223 家，較 94 年底增加 451 家，成長 3.83%。

表 10-1 表近五年台灣地區廣告業登記營利事業家數

單位：家；%

年度	家數	成長率
91	10,169	12.31
92	10,594	4.18
93	11,184	5.57
94	11,772	5.26
95	12,223	3.83

資料來源：財政部財稅資料中心營業稅徵收統計。

二、營業總額

由財政部財稅資料中心的資料統計得知，95 年度台灣地區廣告業之營業總額為新台幣 1,416 億元，較 94 年度之營業額增幅計 0.75%。

表 10-2 近五年台灣地區廣告業營業總額

單位：百萬元；%

年度	營業額	成長率	占服務業總營業額比重
91	107,236	8.80	0.72
92	123,364	15.04	0.75
93	140,206	13.65	0.76
94	140,555	0.25	0.69
95	141,606	0.75	0.71

資料來源：(1) 90 年資料來自財政部統計處，《中華民國財政統計月報》。

(2) 91 年~94 年資料來自財政部財稅資料中心營業稅徵收統計。

三、平均營業規模

95 年度台灣地區廣告業的每家平均營業規模計 11.58 百萬元，較 94 年度同期衰減 0.36%。

表 10-3 近五年台灣地區廣告業平均營業規模

單位：百萬元；%

年度	平均營業規模	成長率
91	11.71	7.53
92	11.64	-0.60
93	12.54	7.73
94	11.94	-4.78
95	11.58	-0.36

資料來源：財政部財稅資料中心營業稅徵收統計。

四、產業結構

(一)組織結構

民國 95 年，廣告業的組織結構主要以有限公司和獨資公司為主，分別有 5,862 家與 5,142 家，各占全體廣告業的 47.96%與 42.07%，兩者占全體廣告業的 90.03%。

表 10-4 民國 95 年廣告業組織結構

單位：家；千元

組織別	家數	營業額	平均
總計	12,223	141,606,251	11,585
股份有限公司	961	61,307,055	63,795
有限公司	5,862	47,910,345	8,173
無限公司	1	946	946
合夥	163	658,013	4,037
獨資	5,142	9,482,493	1,844
外國在台分公司	36	22,002,089	611,169
本國公司之分公司	24	109,409	4,559
其他	34	135,901	3,997

資料來源：財政部財稅資料中心營業稅徵收統計，本調查彙總分析。

(二)資本額結構

民國 95 年，廣告業資本額是以介於 1 百萬元~5 百萬元家數最多，共計 4,191 家，其次是資本額是以介於 0.1 百萬元~1 百萬元，共計 3,576 家，第三為未滿 0.1 百萬元者，共計 2,494 家，三者（即資本額 5 百萬元以下者）占全體廣告業的 83.95%。

表 10-5 民國 95 年廣告業資本額結構

單位：家；千元

資本額級距	家數	營業額	平均
總計	12,223	141,606,251	11,585
未滿 0.1 百萬元	2,494	3,140,746	1,259
0.1~1 百萬元	3,576	10,094,678	2,823
1~5 百萬元	4,191	40,125,118	9,574
5~10 百萬元	1,306	21,002,593	16,082
10~20 百萬元	405	16,659,944	41,136
20~30 百萬元	107	12,877,423	120,350
30~40 百萬元	44	6,292,382	143,009
40~50 百萬元	14	2,532,649	180,904
50~60 百萬元	18	1,935,922	107,551
60~80 百萬元	21	3,421,851	162,945
0.8~1 億元	11	2,899,378	263,580
1~2 億元	21	10,033,930	477,806
2 億元以上	15	10,589,637	705,976

資料來源：財政部財稅資料中心營業稅徵收統計，本調查彙總分析。

(三)營業額結構

民國 95 年，廣告業營業額是以介於 0.5 百萬元~5 百萬元家數最多，共計 6,049 家，其次是營業額未滿 0.5 百萬元，共計 3,169 家，兩者合計 9,218 家，占全體廣告業的 75.42%。而若以營業額來看，則是以營業額級距超過 2 億元的廠商，僅有 89 家(佔 0.73%)，但其營業額卻高達 716 億元 (佔 50.57%)。

表 10-6 民國 95 年廣告業營業額結構

單位：家；千元

營業額級距	家數	營業額	平均
總計	12,223	141,606,251	11,585
未滿 0.5 百萬元	3,169	546,055	172
0.5~5 百萬元	6,049	10,873,425	1,798
5~10 百萬元	1,275	9,047,692	7,096
10~20 百萬元	861	12,119,727	14,076
20~30 百萬元	378	9,420,973	24,923
30~40 百萬元	102	3,510,290	34,415
40~50 百萬元	69	3,052,477	44,239
50~60 百萬元	45	2,444,400	54,320
60~70 百萬元	39	2,530,403	64,882
70~80 百萬元	28	2,096,916	74,890
0.8~1 億元	42	3,742,292	89,102
1~2 億元	77	10,612,846	137,829
2 億元以上	89	71,608,755	804,593

資料來源：財政部財稅資料中心營業稅徵收統計，本調查彙總分析。

(四)營業年數結構

民國 95 年，廣告業經營年數結構未滿 5 年者共計 5,690 家，占全體廣告業的 46.55%，而營業年數結構超過 5 年者共計 6,533 家，占全體廣告業的 53.45%；而營業額來看，則是以經營年數為 5~10 年的廠商營業額高達 456 億元所佔比例最高(占 32.2%)，10 年以上者計 531 億(占 37.55%)。

表 10-7 民國 95 年廣告業經營年數結構

單位：家；千元

	家數	營業額	平均
總計	12,223	141,606,251	11,585
未滿 1 年	1,275	2,511,705	1,970
1~2 年	1,348	6,041,771	4,482
2~3 年	1,228	7,190,981	5,856
3~4 年	999	9,244,608	9,254
4~5 年	840	17,817,460	21,211
5~10 年	3,002	45,629,183	15,200
10~20 年	2,660	39,272,215	14,764
20 年以上	870	13,897,677	15,974
不確定	1	651	651

資料來源：財政部財稅資料中心營業稅徵收統計，本調查彙總分析。

五、企業空間分布

民國 94 年，廣告業空間分布主要是以台北市 3,924 家占最多，占全體廣告業的 32.10%，而其次是以台北縣的 2,075 家居次，占全體廣告業的 16.98%。其營業額也以台北市的 989 億元最高(占 69.91%)。

表 10-8 民國 95 年廣告業空間分布

單位：家；千元

縣市別	家數	營業額		外銷金額		內銷金額	
		總計	平均	總計	平均	總計	平均
總計	12,223	141,606,251	11,585	1,358,025	111	140,248,148	11,474
台北市	3,924	98,992,748	25,228	1,031,737	263	97,960,973	24,965
台中市	1,182	7,317,016	6,190	91,436	77	7,225,568	6,113
基隆市	106	202,283	1,908	0	0	202,283	1,908
台南市	450	1,193,971	2,653	73,102	162	1,120,868	2,491
高雄市	959	4,985,387	5,199	260	0	4,985,126	5,198
台北縣	2,075	15,237,935	7,344	120,795	58	15,117,119	7,285
宜蘭縣	170	217,466	1,279	0	0	217,466	1,279
桃園縣	753	5,516,283	7,326	1,245	2	5,515,038	7,324
嘉義市	184	790,565	4,297	0	0	790,565	4,297
新竹縣	134	393,985	2,940	1,061	8	392,923	2,932
苗栗縣	106	276,997	2,613	0	0	276,997	2,613
台中縣	505	1,611,621	3,191	2,569	5	1,609,050	3,186
南投縣	132	184,222	1,396	106	1	184,116	1,395
彰化縣	314	897,137	2,857	0	0	897,137	2,857
新竹市	167	558,430	3,344	2,482	15	555,946	3,329
雲林縣	145	179,715	1,239	0	0	179,715	1,239
嘉義縣	81	90,191	1,113	0	0	90,191	1,113
台南縣	207	1,851,156	8,943	23,210	112	1,827,946	8,831
高雄縣	283	651,738	2,303	10,022	35	641,716	2,268
屏東縣	144	133,283	926	0	0	133,283	926
花蓮縣	122	178,151	1,460	0	0	178,151	1,460
台東縣	50	81,398	1,628	0	0	81,398	1,628
金門縣	14	50,669	3,619	0	0	50,669	3,619
澎湖縣	13	11,658	897	0	0	11,658	897
連江縣	3	2,246	749	0	0	2,246	749

資料來源：財政部財稅資料中心營業稅徵收統計，本調查彙總分析。

六、人力結構

(一) 員工人數

民國 95 年，廣告業受雇員工人數平均為 33,605 人，較 94 年增加 585 人。以工作性質而言，監督專技員工、非監督專技員工各占總人數的 34.34% 與 65.66%；以員工性別比例來看，民國 95 年，廣告業男女員工比例分別為 42.09% 與 57.91%，女性員工人數明顯多於男性員工。

表 10-9 近五年台灣地區廣告業受雇員工人數

單位：人；%

	合計		男性		女性	
	人數	結構比	人數	結構比	人數	結構比
91 年平均	30,156	100.00	13,349	44.27	16,807	55.73
監督及專技	9,195	30.49	3,865	42.03	5,330	57.97
非監督及專技	20,961	69.51	9,484	45.25	11,477	54.75
92 年平均	30,390	100.00	14,038	46.19	16,352	53.81
監督及專技	9,345	30.75	3,929	42.04	5,416	57.96
非監督及專技	21,045	69.25	10,109	48.04	10,936	51.96
93 年平均	31,360	100.00	14,134	45.07	17,226	54.93
監督及專技	9,853	31.42	4,175	42.37	5,678	57.63
非監督及專技	21,507	68.58	9,959	46.31	11,548	53.69
94 年平均	33,020	100.00	14,249	43.15	18,771	56.85
監督及專技	11,374	34.45	4,329	38.06	7,145	62.82
非監督及專技	21,646	65.55	9,920	45.83	11,726	54.17
95 年平均	33,605	100.00	14,145	42.09	19,460	57.91
監督及專技	11,541	34.34	4,109	35.60	7,432	64.40
非監督及專技	22,064	65.66	10,036	45.49	12,028	54.51

資料來源：行政院主計處，《中華民國台灣地區薪資與生產力統計年報》，96 年 5 月。

(二) 員工平均薪資

民國 95 年，廣告業員工每人每月平均薪資為 48,634 元，較 94 年減少 0.75%。以工作性質觀察，民國 95 年，廣告業監督專技人員，每人每月薪資為 84,017 元，較 94 年減少 2.08%，而非監督專技人員每人每月平均薪資為 30,126 元，較 94 年增加 1.56%，廣告業監督專技人員明顯優於非監督專技人員，且有甚大的差距。以性別來看，呈現首次女性薪資高於男性現象。

表 10-10 近五年台灣地區廣告業受雇員工平均每月薪資

單位：元；%

	合計		男性		女性	
	薪資	成長率	薪資	成長率	薪資	成長率
91 年平均	46,228	-9.98	48,183	-15.12	44,674	-6.02
監督及專技	94,844	1.61	108,144	-1.67	85,198	5.27
非監督及專技	24,902	-13.00	23,747	-10.27	25,856	-14.09
92 年平均	47,239	2.19	47,838	-0.72	46,724	4.59
監督及專技	95,856	1.07	109,028	0.82	86,300	1.29
非監督及專技	25,652	3.01	24,057	1.31	27,127	4.92
93 年平均	49,966	5.77	52,188	9.09	48,143	3.04
監督及專技	95,971	0.12	106,680	-2.15	88,097	2.08
非監督及專技	28,891	12.63	29,343	21.97	28,501	5.07
94 年平均	49,000	-1.93	51,858	-0.63	46,831	-2.72
監督及專技	85,801	-10.6	98,236	-7.92	78,161	-11.28
非監督及專技	29,663	2.67	31,621	7.76	28,007	-1.73
95 年平均	48,634	-0.75	46,278	-10.76	50,346	7.51
監督及專技	84,017	-2.08	80,112	-18.45	86,175	10.25
非監督及專技	30,126	1.56	32,426	2.55	28,207	0.71

資料來源：行政院主計處，《中華民國台灣地區薪資與生產力統計年報》，96年5月。

(三)員工工作時數

民國 95 年，廣告業受雇員工每月平均工時為 176.2 小時，較 94 年增加 1.1 個小時，其中，正常工時為 174.7 小時，加班工時為 1.5 小時。依性別來看，男性、女性員工每人平均工時各為 178.9 小時與 174.3 小時。此外，男性員工加班工時為 1.8 小時，占每月平均工時 1.01%，女性員工的加班工時則為 1.2 小時，占每月平均工時 0.69%。

表 10-11 近五年台灣地區廣告業受雇員工平均每月工作時數

單位：小時；%

	合計		男性		女性	
	工時	結構比	工時	結構比	工時	結構比
91 年平均	167.3	100.00	170.1	100.00	165.0	100.00
正常	161.9	96.77	164.9	96.94	159.5	96.67
加班	5.4	3.23	5.2	3.06	5.5	3.33
92 年平均	173.9	100.00	176.2	100.00	171.8	100.00
正常	173.0	99.48	174.9	99.26	171.3	99.71
加班	0.9	0.52	1.3	0.74	0.5	0.29
93 年平均	176.4	100.00	176.2	100.00	176.6	100.00
正常	175.5	99.49	174.9	99.26	175.9	99.60
加班	0.9	0.51	1.3	0.74	0.7	0.40
94 年平均	175.1	100.00	177.5	100.00	173.3	100.00
正常	173.3	98.97	175.1	98.65	171.9	99.19
加班	1.8	1.03	2.4	1.35	1.4	0.81
95 年平均	176.2	100.00	178.9	100.00	174.3	100.00
正常	174.7	99.15	177.1	98.99	173.1	99.31
加班	1.5	0.85	1.8	1.01	1.2	0.69

資料來源：行政院主計處，《中華民國台灣地區薪資與生產力統計年報》，96年5月。

(四)員工進退率(流動率)

民國 95 年，廣告業受雇員工進入率較 94 年提高 0.32 百分點，退出率也較 94 年上升 1.91 百分點，顯示近兩年本業之員工流動率有提高趨勢。

表 10-12 近五年台灣地區廣告業受雇員工進退率

單位：%

年度	進入率(%)	退出率(%)
91	4.61	4.54
92	3.30	2.79
93	2.30	2.02
94	2.44	2.06
95	2.76	3.97

資料來源：行政院主計處，《中華民國台灣地區薪資與生產力統計年報》，96年5月。

第三節 營運指標分析

一、人力資源

民國 95 年，廣告業受雇員工人數較 94 年增加 1.77%，至 33,605 人，每月平均薪資較 94 年衰減 0.75%，至 48,634 元，每月平均工時則較 94 年增加 1.1 個小時。故 95 年廣告業與 94 年比較，受雇員工增加、平均薪資減少，然而工時卻增加。

二、財務管理

以下從(一)短期流動力、(二)長期安定性、(三)經營能力以及(四)獲利能力四方面，來分析說明 94 年資訊服務業的財務狀況。

(一)短期流動力分析(包括流動比率、速動比率、存貨比率)

民國 93 年至 94 年，衡量短期償債能力的流動比率與速動比率雖均呈現下降的現象，表示廣告業的短期償債能力較 93 年差，但數值皆大於 100，可見其安全性較無問題。而 94 年存貨比率為 8.93%，與 93 年變動不大。

(二)長期安定性分析(包括負債淨值比率、長期資金比率)

94 年廣告業負債淨值比率計 240.30%，較 93 年提高 71.8 個百分點，表示廣告業之負債有過高現象；而長期資金比率為 35.52%，顯示廣告業仍需增加自有資金或長期借款，以利長期發展。

(三)經營能力分析(包括淨值週轉率、應收帳款週轉率、固定資產週轉率)

在經營能力指標方面，94 年淨值週轉率較 93 年提高，顯示其經營效能轉佳；而應收帳款週轉率及固定資產週轉率則較 93 年略為下降，顯示廣告業在應收帳款轉帳期限及固定資產之營運效能上，表現轉差，但與其他行業比較還屬不錯的表現。

(四)獲利力分析(包括營業獲利率、固定資產獲利率、資產總額獲利率、資本獲利率、淨值獲利率)

資料顯示 94 年度廣告業在獲利能力的表現轉差，各項資產報酬率均較 93 年度大幅下滑。

三、經營規模

民國 95 年，廣告業家數為 12,223 家，較 94 年增加 451 家，而在營業額方面，也較 94 年增加達 1,416 億元，而出口值與較 94 年提高 7.95%，內銷值僅增加 0.68%。從分析得知廣告業仍是以服務內需市場為主。

表 10-13 近六年台灣地區廣告業營運指標

層面	指標	單位	90	91	92	93	94	95
人力資源	受雇人數	人	28,599	30,156	30,390	31,360	33,020	33,605
	薪資	元	51,351	46,228	47,239	49,966	49,000	48,634
	工時	時	166.5	167.3	173.9	176.4	175.1	176.2
財務管理	流動比率	%	102.70	118.57	115.31	130.62	117.70	—
	速動比率	%	89.53	107.57	103.9	116.71	103.57	—
	存貨比率	%	12.82	7.01	7.24	8.71	8.93	—
	負債淨值比率	%	274.32	200.95	198.21	132.50	204.30	—
	長期資金比率	%	—	20.56	35.95	52.72	35.52	—
	淨值週轉率	次	5.24	5.35	5.35	3.76	5.13	—
	應收款項週轉率	次	4.91	5.68	5.59	5.89	5.38	—
	固定資產週轉率	次	7.46	11.26	9.41	10.34	9.79	—
	營業獲利率	%	-0.46	0.80	2.85	5.28	2.78	—
	固定資產獲利率	%	-3.43	9.04	26.85	54.58	27.27	—
	資產總額獲利率	%	-0.64	1.43	5.12	9.91	4.72	—
	資本獲利率	%	-1.87	2.91	11.06	21.82	11.49	—
淨值獲利率	%	-2.41	4.30	15.26	19.86	14.28	—	
經營現況	家數	家	9,054	10,169	10,594	11,184	11,772	12,223
	營業額	百萬	98,565	107,236	123,364	140,206	140,555	141,606
	出口值	百萬	3,036	2,908	2,161	1,382	1,258	1,358
	內銷值	百萬	96,728	104,328	121,292	138,832	139,296	140,248

說明:1.人力資源資料來自於台灣地區薪資與生產力統計年報。

2.財務管理資料來自於營利事業所得稅資料，故較其他資料庫落後一年。

