

明志科技大學

經營管理系

專題研究

臺灣電影票房與經濟發展之相關性

組員： _____ 學號 _____ 姓名 _____

U01227011 吳婷瑄

U01227016 林俞巨

U01227023 徐鳳臨

U01227036 黃鉉雯

U01227039 楊莘榆

指導老師： _____ 楊子儀 _____ 老師

中華民國一百零四年十二月二十五日

目 錄

目錄.....	1
表目錄.....	3
圖目錄.....	3
第一章緒論.....	4
1.1 臺灣電影票房背景.....	4
1.2 臺灣經濟背景簡介.....	6
1.3 研究動機.....	8
1.4 研究目的.....	9
1.5 研究架構.....	13
第二章文獻探討.....	14
第三章資料與研究方法.....	19
3.1 資料來源.....	19
3.1.1 中華民國電影年鑑簡介.....	19
3.1.2 臺灣證券交易所簡介.....	20
3.1.3 中華民國內政部戶政司簡介.....	20
3.1.4 行政院主計總處簡介.....	20
3.2 資料敘述.....	21
3.2.1 依變數.....	21
3.2.2 獨立變數.....	21
3.2.3 資料定義.....	23
3.3 研究設計.....	24
3.4 研究限制.....	26
第四章實證分析.....	28

4.1 敘述性統計	28
4.2 共線性	30
4.3 實證分析	32
第五章結論	37
參考文獻.....	38

表目錄

表 1-1 1998-2013 年臺灣電影票房每年代表作.....	4
表 1-2 1998-2013 年臺灣電影票房前十名（票房排序）.....	5
表 1-3 1998-2013 年臺灣經濟成長率.....	8
表 1-4 1998-2013 年臺灣電影年度總票房.....	9
表 4-1 依變數及獨立變數之敘述性統計.....	28
表 4-2 各年齡層佔人口總數比率之共線性.....	30
表 4-3 女生各年齡層佔女生人口總數比率之共線性.....	31
表 4-4 男生各年齡層佔男生人口總數比率之共線性.....	32
表 4-5 每人平均月薪資與臺灣大盤指數報酬率之顯著性.....	33
表 4-6 每人每月電影消費金額與各年齡層人口總數比率之顯著性.....	34
表 4-7 每人每月電影消費金額與各年齡層女生佔女生人口總數比率之顯著性.....	35
表 4-8 每人每月電影消費金額與各年齡層男生佔男生人口總數比率之顯著性.....	36

圖目錄

圖 1-1 臺灣經濟發展.....	7
圖 1-2 1998-2013 年臺灣電影年度總票房.....	12
圖 1-3 1998-2013 年臺灣經濟成長率.....	12
圖 1-4 研究流程.....	13

第一章 緒論

1.1 臺灣電影票房背景

根據中華民國電影年鑑(1999-2014)資料顯示長久以來臺灣電影票房一直處於低迷的狀態，在2003年臺灣電影年度總票房達到最低點，當年度臺灣電影總票房只有五百多萬元新臺幣。如表1-1顯示2001年到2006年臺灣電影代表作票房並不高，一直到2007年由李安導演執導的《色，戒》票房破億才帶動臺灣電影票房漸入佳境，但真正感受到臺灣電影的熱潮是2008年由魏德聖導演執導的《海角七號》。不過2009年臺灣電影票房又有下滑的趨勢如當年票房代表作《聽說》只有14,585,151元新臺幣，但之後2010年《艋舺》、2011年《賽德克·巴萊(上):太陽旗》、2012年《陣頭》、2013年《大尾鱸鰻》都有突破1億元新臺幣使臺灣電影票房前景一片看好。

表 1-1 1998-2013 年臺灣電影票房每年代表作

年份	月份	片名	票房(新臺幣)	導演
1998	1月	哪吒大戰美猴王	2,816,060	陳誌華
1999	3月	徵婚啟事	3,953,800	陳國富
2000	7月	臥虎藏龍(含次年二度上映)	101,155,665	李安
2001	2月	臥虎藏龍(重映)	3,925,910	李安
2002	9月	藍色大門	4,645,410	易智言
2003	11月	殺人計畫	1,017,830	瞿友寧
2004	9月	生命	10,411,950	吳乙峰
2005	3月	天邊一朵雲	10,121,660	蔡明亮
2006	9月	詭絲	22,181,987	蘇照彬
2007	9月	色，戒	137,050,890	李安
2008	8月	海角七號	232,326,877	魏德聖
2009	8月	聽說	14,585,151	鄭芬芬
2010	2月	艋舺	117,007,196	鈕承澤
2011	9月	賽德克·巴萊(上):太陽旗	198,600,035	魏德聖
2012	1月	陣頭	106,200,840	馮凱

2013	1月	大尾鱸鰻	122,455,190	邱瓏寬
------	----	------	-------------	-----

資料來源：中華民國電影年鑑（1999-2014）及臺灣電影網（2012）本研究整理。

表 1-2 顯示從 1998 年到 2013 年臺灣電影票房前十名，第一名是 2008 年魏德聖導演執導的《海角七號》票房高達 232,326,877 元新臺幣、第二名票房 198,600,035 元新臺幣和第五名票房 135,792,420 元新臺幣分別是 2011 年上映的《賽德克·巴萊》上下兩部電影，主要是改編臺灣原住民霧社事件、第三名票房 181,604,478 元新臺幣是 2011 年由作家九把刀所寫的小說《那些年，我們一起追的女孩》改編成青春愛情電影，造成許多人進電影院回憶當年的青春歲月、第四名票房 137,050,890 元新臺幣是 2007 年上映由李安導演執導的《色，戒》改編自張愛玲短篇小說，電影中許多裸露的鏡頭造成當時熱烈的討論、第六名票房 122,455,190 元新臺幣是 2013 年上映的《大尾鱸鰻》由本土藝人豬哥亮搞笑演出、第七名票房 117,007,196 元新臺幣是 2010 年上映的《艋舺》由鈕承澤導演拍攝講述萬華當地角頭文化、第八名票房 106,200,840 元新臺幣是在 2012 年上映的《陣頭》由真人真事改編描述臺灣特有的民俗技藝團、第九名票房 104,092,061 元新臺幣是 2013 年上映的《總舖師》講述臺灣辦桌文化、第十名票房 101,155,665 元新臺幣是由李安導演執導的武俠電影《臥虎藏龍》，該電影更獲得奧斯卡最佳外語片獎。

表 1-2 1998-2013 年臺灣電影票房前十名（票房排序）

名次	年份	月份	片名	票房(新臺幣)	導演
1	2008	8月	海角七號	232,326,877	魏德聖
2	2011	9月	賽德克·巴萊(上):太陽旗	198,600,035	魏德聖
3	2011	8月	那些年，我們一起追的女孩	181,604,478	九把刀
4	2007	9月	色，戒	137,050,890	李安
5	2011	9月	賽德克·巴萊(下):彩虹橋	135,792,420	魏德聖
6	2013	1月	大尾鱸鰻	122,455,190	邱瓏寬
7	2010	2月	艋舺	117,007,196	鈕承澤

8	2012	1 月	陣頭	106,200,840	馮凱
9	2013	8 月	總舖師	104,092,061	陳玉勳
10	2000	7 月	臥虎藏龍(含次年二度上映)	101,155,665	李安

資料來源：中華民國電影年鑑（1999-2014）、臺灣電影網（2012）及本研究整理。

1.2 臺灣經濟背景簡介：

行政院經濟建設委員會（2013）表示臺灣經濟是以產業發展來區分不同階段的過程，在這“發展的過程中雖然面對許多不同的挑戰與瓶頸，政府皆能適時地採取各項必要的相關政策與措施”，能有效解決相關問題，並促進社會與政治安定的提升，使經濟發展更加進步。經濟背景大致分為六個階段如下列敘述及如圖 1-1 所示：

1. 追求安定與自給自足（1950-1959 年）：實施土地改革、鼓勵糧食生產並平定糧食價格，維持經濟安定；同時發展勞力密集型的進口，以降低貿易上的赤字，此時期平均每年的經濟成長率達 8.4%。
2. 推動輕工業出口擴張（1960-1969 年）：鼓勵大眾多儲蓄、出口、投資及發展新農業產品，並在 1966 年設立了臺灣第一加工出口區，使臺灣出口快速增加，逐漸成為經濟發展的發動機，此時期的平均每年經濟成長率達 9.0%。
3. 發展基礎工業與重工業（1970-1979 年）：在這期間推動十大建設，改善了基礎設施，並積極發展石化、鋼鐵等進口的材料，促進產業快速的發展，此時期平均每年的經濟成長率達 10.1%。
4. 推動經濟自由化與發展技術密集產業（1980-1989 年）：改善產業結構，擴大研發支出，致力於經濟發展的自由化與國際化，並擴大國內的需求，改善貿易上的失衡，此時期平均每年的經濟成長率達 7.7%。
5. 資訊產業蓬勃發展（1990-1999 年）：推動「國建六年計劃」，在 1995 年政府發展轉運、製造及專業服務等；以 BOT 方式，鼓勵民間參與公共建設，均衡經濟的發展，改善生活的品，此時期平均每年經濟的成長率達 6.3%。

6. 產業再造與全球連結（2000 年以後~迄今）：2000 年起政府以「知識、永續、公義」三大理念，全力研發創新、投資人才、生活環境與運籌通路外，推動全球招商，將投資客吸引到臺灣來，並創造許多就業的機會，並提升臺灣產業的創新能力與國民的生活品質。則 2000 年至 2009 年此時期平均每年經濟成長率為 3.4%；2010 年至 2012 年景氣復甦使經濟成長率達 10.76%。

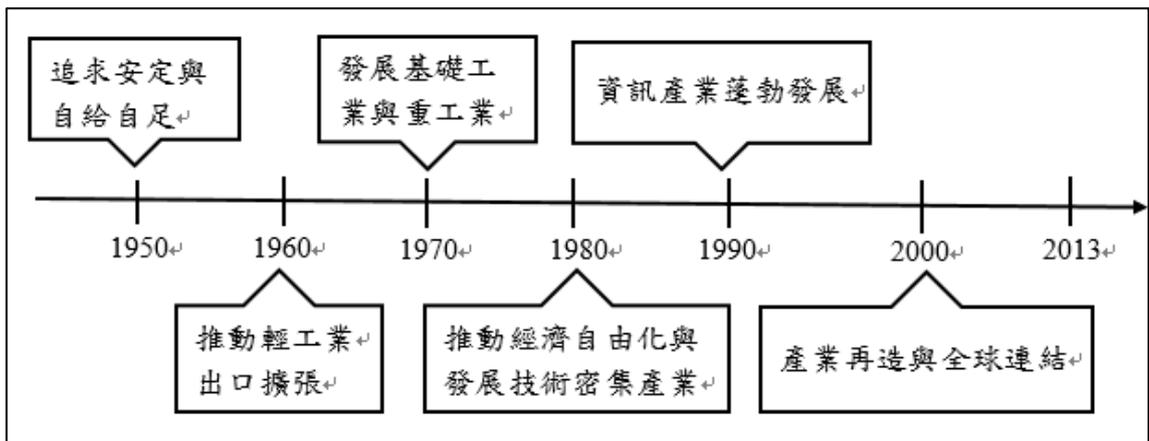


圖 1-1 臺灣經濟發展

資料來源：行政院經濟建設委員會（2013）及本研究整理

目前本專題先以臺灣經濟成長率作為臺灣經濟背景敘述，並從表 1-3 得知 1998 年到 2013 年臺灣經濟成長率，其中 2000 至 2009 年之間先後遭到 2001 年的全球資訊產業泡沫化、2003 年 SARS 疫情的蔓延，以及 2008 年全球金融海嘯影響，導致在 2001 年經濟成長率呈現負成長率為-1.65；在 2009 年呈現最低的經濟成長率為-1.81，此時的臺灣政府利用實施發放消費券來提升人民的消費支出，以便回升臺灣經濟成長率，使隔年的 2010 年臺灣經濟成長率有急速上升至 10.76，但在之後 2011 年及 2012 年因受到歐債危機影響、美國經濟景氣復甦未如預期及新興國家成長相當減緩，使整體臺灣經濟成長率的成長力道放緩下來。

表 1-3 1998-2013 年臺灣經濟成長率

年份	經濟成長率(%)
1998	3.47
1999	5.97
2000	5.8
2001	-1.65
2002	5.26
2003	3.67
2004	6.19
2005	4.7
2006	5.44
2007	5.98
2008	0.73
2009	-1.81
2010	10.76
2011	4.19
2012	1.48
2013	2.09

資料來源：中華民國統計資訊網（2014）及本研究整理

1.3 研究動機

目前臺灣電影的人氣正值巔峰，臺灣人紛紛上戲院觀看臺灣電影，並由表 1-4 顯示，在 2000 年臺灣電影總票房達 1 億之後，隨之的 2001 年到 2006 年這 6 年期間臺灣電影總票房都處於低迷，沒有達到 1 億新臺幣的票房，但在 2008 年、2011 年、2012 年以及 2013 年臺灣電影總票房開始都超過 3 億新臺幣，尤其是 2011 年的臺灣電影總票房金額更是近年來最高的，其總票房總計約 7 億新臺幣，顯示臺灣電影在近年來的蓬勃發展。

表 1-4 1998-2013 年臺灣電影年度總票房

年份	票房總計(新臺幣)
1998	8,695,080
1999	11,235,860
2000	153,499,360
2001	6,762,005
2002	15,550,075
2003	5,543,625
2004	28,860,845
2005	41,957,045
2006	43,298,138
2007	199,515,904
2008	307,518,484
2009	55,791,476
2010	228,115,609
2011	714,964,158
2012	428,765,146
2013	538,995,025

資料來源：中華民國電影年鑑（1999-2014）及本研究整理。

由以上所述，可知從 1998 年至 2013 年的臺灣電影年度總票房變化，其變化是否跟臺灣經濟景氣有關呢？而臺灣經濟景氣根據張清溪、許嘉棟、劉鶯釗及吳充敏（2010）論述臺灣經濟指標可以由國民生產、國內生產、就業與物價、經濟成長、物價水準、工資率、物價上漲率、外匯收支、經濟成長率、發行量加權股價指數（TAIEX）、景氣波動與物價膨脹等總體經濟，因此本專題將針對臺灣電影票房和經濟發展作相關聯的探討和研究。

1.4 研究目的

WildFilmHistory（2014）所述，自從 1882 年埃德沃德·邁布里奇

(Eadweard J. Muybridge) 發明了使用連續照片快速投影的「動物實驗鏡 (Zoopraxiscope)」後，便開始了電影動畫的演進史，在經歷了默片時期、有聲電影時期、彩色電影與動畫電影的演進後電影也成為我們生活中的一種重要娛樂和舒壓方法。而在 1925 年臺灣出現了第一部臺灣人製作的劇情片《誰之過》，雖然上映後反應平淡，但也在臺灣電影史上留下了第一筆資料 (電影社，2012)，近代臺灣電影市場有許多票房出色的作品如：2007 年的《色，戒》達到 1 億元新臺幣和 2008 年由魏德聖導演執導的電影《海角七號》創造了高達 2.3 億的佳績，掀起了臺灣的國片熱潮。

臺灣自 1960 年代將經濟發展方針由自給自足改為輕工業出口，並在世界經濟蓬勃發展的帶動下，成為臺灣走向全球的第一步。行政院經濟建設委員會 (2013) 指出：

1960 年代末期，出口快速擴張，帶動對機器設備與中間原料的需求；加以經過多年的工業化之後，臺灣產業技術更為先進，有利於較高層次的基礎與重工業發展。為此，1970 年代，政府積極推動「十大建設」，除充實鐵路、機場、港口、電力等基礎建設外，並積極發展石化、鋼鐵等進口中間財替代產業與資本密集產業。在此種策略的運用下，臺灣有效降低對國外中間財供應的依賴，促進產業快速升級。1980 年代早期，在成功的外貿政策推動下，臺灣貿易順差不斷擴大，總體經濟失衡日益嚴重。為此，政府採取經濟自由化與國際化作為經濟發展新主軸，希望透過市場機制的有效運作，導正各項失衡問題。同時，臺北也開始運用豐沛的資金，發展電子、資訊與機械等資本與技術密集產業。1990 年代雖因為工資上漲導致勞力密集產

業外移，但憑藉高素質的人力資源，以及分工完整的產業群聚，資訊科技產業（IT）蓬勃發展，臺灣工業順利轉型、升級，由過去的「雨傘王國」、「玩具王國」蛻變成「資訊王國」。1993年，監視器、主機板、影像掃描器等資訊產品，在全球市場占有率高達50%以上，位居全球第一；1995年臺灣資訊產業硬體產值躍居全球第三，成為高科技產業全球分工體系中不可缺少的一環。

此外，為強化臺灣全球運籌地位與產業水準，1995年政府積極推動「發展臺灣成為亞太營運中心計畫」，發展製造、轉運及專業服務等專業營運中心。2000年起政府揭櫫「知識化、永續化、公義化」三大理念，全力投資人才、研發創新、運籌通路與生活環境外，亦發展半導體、影像顯示、生物科技及數位內容等產業，以提升產業創新能力與國民生活品質；更於2002年1月1日正式成為WTO的會員國，逐步建立與國際接軌的經貿體制，重新定位臺灣經濟的核心優勢。

華僑經濟年鑑(2010)指出由於2008年的全球金融海嘯，導致臺灣經濟的生產、就業與貿易同時受到嚴重的波及。從圖1-2及圖1-3可以看出2008年的臺灣經濟成長率及臺灣電影票房是呈現下降趨勢直至2009年為基點開始快速上升，由此現象，我們發現臺灣電影票房或許與經濟發展有相關性，因而本研究將從此現象中尋找臺灣電影票房與經濟發展之相關性以探討臺灣電影票房與經濟發展是否具有相互影響的關係。

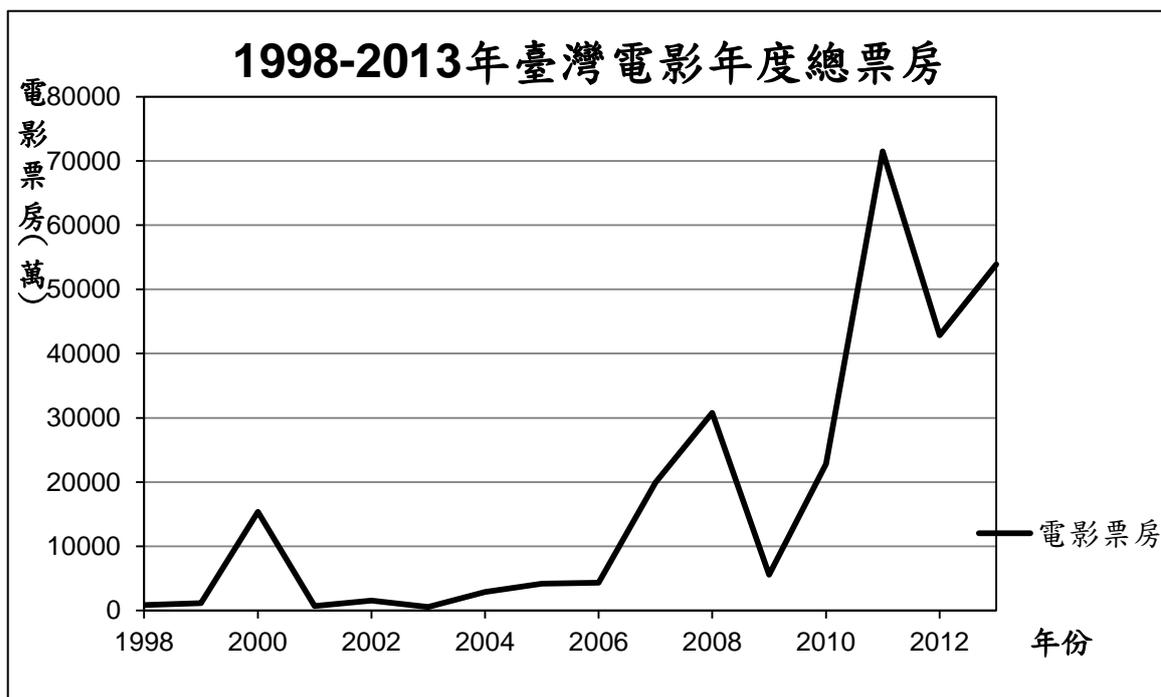


圖 1-2 1998-2013 年臺灣電影年度總票房

資料來源：中華民國電影年鑑（1999-2014）及本研究整理

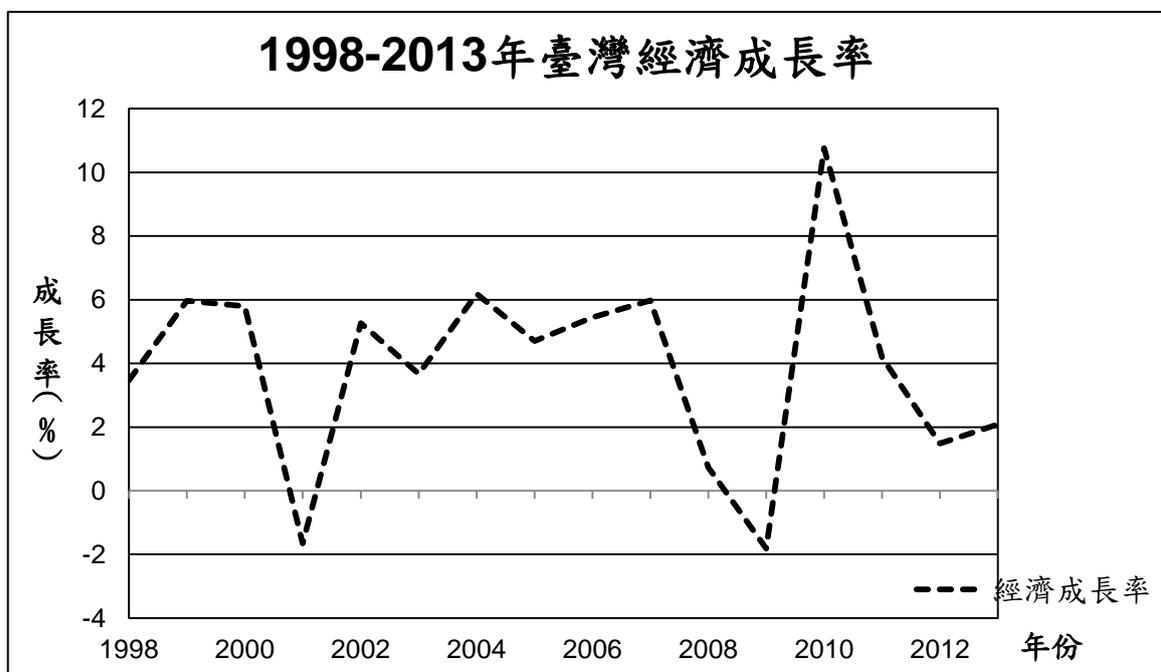


圖 1-3 1998-2013 年臺灣經濟成長率

資料來源：中華民國統計資訊網（2014）及本研究整理

1.5 研究架構

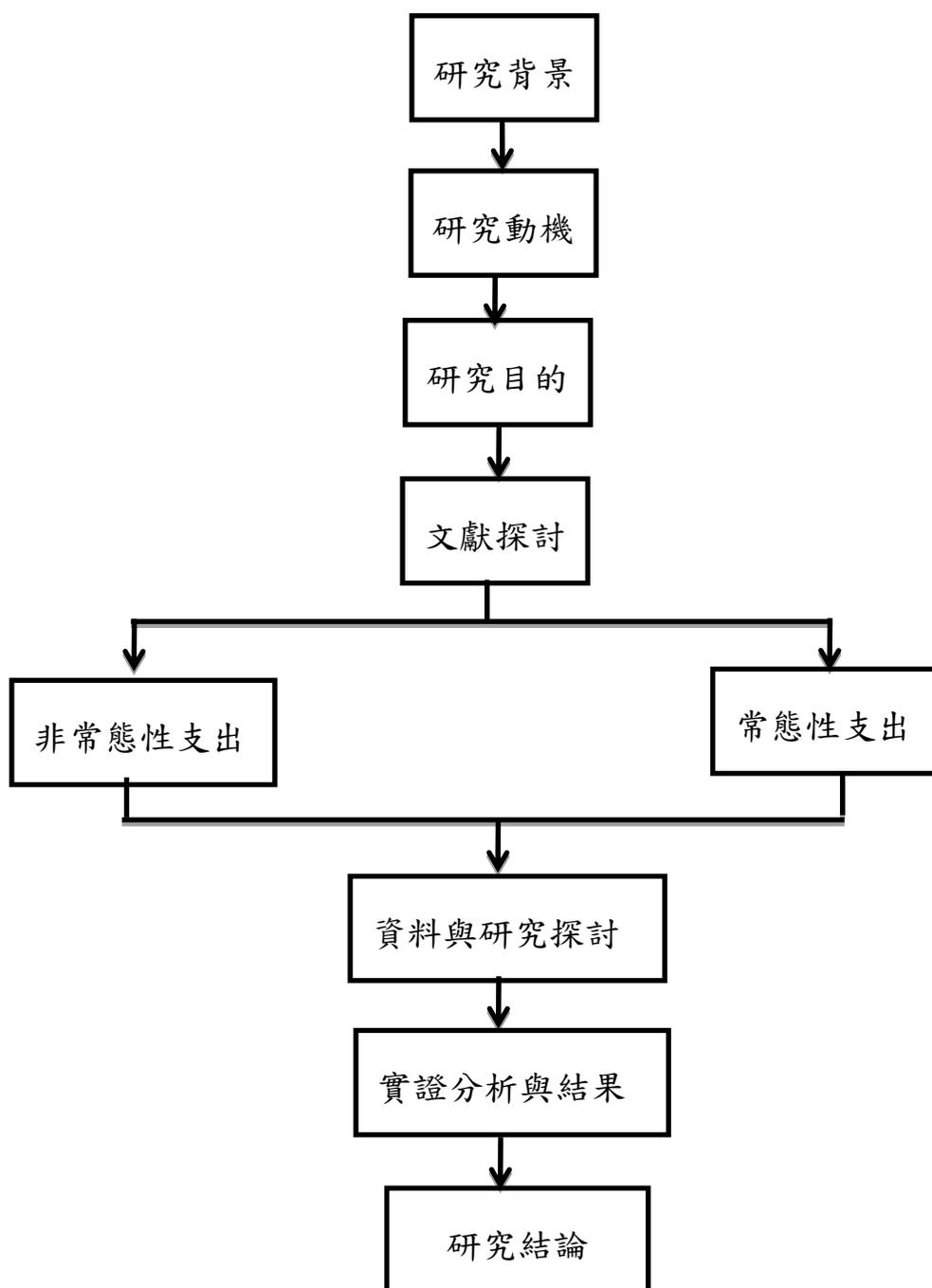


圖 1-4 研究流程

資料來源：本研究整理

第二章 文獻探討

根據胡釗維（2009）所述，統一超商於 1978 年成立，營業至今超過三十年，每一年都有創新服務與商品吸引消費者，他們以「每天有六百萬個感動」為持續前進的動力。統一超商是一家不畏景氣低迷的公司，截至目前為止統一超商（2014）表示全臺共有五百零一家門市。

在 2006 年統一超推出 City Café 咖啡，當時 City Café 咖啡每週均可賣出兩百萬杯，但 City Café 咖啡不是一開始就成功吸引消費者上門，它們將原本訴求的便利性改成情感面，再以廣告詞「整座城市都是我的咖啡館」來行銷，甚至連門市都重新裝潢，就是要打造出有咖啡館的氛圍，因此，才讓 City Café 暴紅，根據統計，林祝菁（2014）所述 City Café 咖啡在 2013 年總計賣出約二億杯，營業額高達到 90 億元以上。由此可知，在不景氣的時候，只要消費者愛喝的，消費者還是願意花錢消費。

根據羊宇清（2009）所述“2009 年時，在英國，有幾個市占率較大的咖啡連鎖品牌，如星巴克（Starbucks）、尼路（Caffè Nero）、咖世家（Costa）等，其中咖世家已在英國成立近四十年，共有逾七百五十家連鎖店。而最近十年，後來居上的星巴克及尼路，並未因不景氣而停下擴張的腳步。在美國、澳洲等地，咖啡連鎖店業者不是裁員就是取消開店計畫，但今年度在英國，仍要開好幾家新連鎖店。”另外，“尼路的創辦人福特（Gerry Ford），更是無懼經濟衰退。他認為花個兩英鎊喝杯咖啡，有免費的報紙可看，又可以上網，已經是英國人的生活方式，和景氣關係不大。”從以上研究可以得知，英國人並未因經濟景氣不好而不喝咖啡，反而將喝咖啡變成一種生活習慣。

林育志（2009）研究食品業之消費性飲品受到景氣的影響狀況，由於食品產業屬於民生內需產業，相較於出口導向的產業，比較能對抗景氣衰退。國內的消費性飲品市場競爭極為激烈，後更因為景氣因素導致民眾減少消費支出，消費型態趨於保守，使廠商生存更為困難。

論文研究背景為剛度過 2008 金融海嘯的 2009 年，當時經濟景氣急遽衰退，民眾開始節儉使得買氣很差。作者採訪數家公司分別表示毛利維持不變，獲利率衰退，而獲利率衰退則是因為銷售數量減少的關係。作者依據行政院主計處的零售業與餐飲業消費者指標資料發現，於 2008 年第 3 季開始，零售業與餐飲業營業額呈現持續性的負成長。雖然零售業與餐飲業營業額持續衰退，但是對於食品產業而言，衝擊仍相對較小。作者採訪一冷藏食品公司，受訪者表示 2008 年底到 2009 年 1 月，景氣衝擊並沒有像對電子產業衝擊這麼大，是有衰退，但不是很明顯，進而判斷出以一般人的民生消費型態可能會轉變，對於民生消費財，消費則可能會趨於保守，除此之外一般的民生用品應該還好。

由於經濟景氣衰退，消費者在選購商品行為愈趨保守，景氣不好，顧客選購產品的偏好便會有所改變。一般人會選擇以便宜、好喝作為主要條件，在購買的意願上會比較謹慎，購買的數量會比較少，另外在產品的選擇上，會花費比較多的時間去做選購思考。美國經濟因高能源價格與房市景氣循環等不利因素，爆發金融危機引發國際股市重挫，造成全球經濟衰退下，對該臺北消費飲品業者廠商之間競爭行動的影響所得結論有“經濟景氣急遽衰退，消費型態趨於保守及廠商對通路業者信用交易轉趨嚴謹，影響營業績效。”

綜合以上資料可以得知，在金融海嘯的影響下消費者會減少關於消費性飲品的支出，但不會完全停止。同理可得消費者非必要性支出的多寡會受到當時經濟狀況的影響並且影響幅度較大。

吳修辰、林俊劭、李柏（2009）“日本 1990 年經濟泡沫破滅隨之而來，日本進入了舉世聞名的「失落十年」。事實上，經濟失落的時間已不只十年。”在這段失落的期間，發現日本企業經營體質的轉變，最明顯的就在因應低價趨勢。早年青山洋服的崛起掀起低價革命，但過去五年的營收出現成長瓶頸，平均每年的營收成長率只有 2.8%，與 UNIQLO 相比較青山洋服的魅力不在，因為低價已不再是熱銷的保證品。

吳修辰、林俊劭、李柏（2009）“同樣是以低價著名的 UNIQLO 過去五年平均年營收成長率達到 14.6%，是因為在這不景氣情況下，UNIQLO 的銷售策略是想如何低價的製造出好東西，從最上游的地方開始發想，好東西可以很便宜的製作，最後便宜的賣給大家。”所以廉價商品並不是消費者第一所選，而是要低價格又要有高品質才受消費者青睞，在這段景氣低迷的期間，日本有許多消費者把錢花在乎價消費品上，讓許多平價商品崛起，例如服飾業的 UNIQLO 平價內衣一年熱賣 320 萬件、餐飲業的勝博殿炸豬排便當外帶可便宜 33%、飲料業的朝日啤酒無熱量的啤酒口味飲料銷售量 10 個月內成長 10 倍、零食業的 INAHO 本鋪碎煎餅便 3 成推出 4 天就賣到斷貨、交通業的 MK 計程車公司起跳價比同業便宜 1 成，這些企業都透過親民的價格和好品質、好服務，在景氣低迷的日本贏得日本消費者的歡心。從以上得知，在經濟蕭條的日本，只要是民眾喜歡的，不管景氣如何的變化，均會掏荷包買東西。因此本組假以日本的狀況，來研究臺北國片電影票房與景氣發展是否也呈現相同的情況。

陳宗玄（2010）研究 1991-2008 年臺灣家庭外食消費支出分析，“隨著社會經濟環境與生活型態的變遷，外食逐漸成為家庭生活中重要的一部分，也是餐飲業持續成長的動力來源。”歷年家庭平均對外食消費支出變化可以看出，在 2001 年家庭平

均外食消費支出為 44,179 元，較 2002 年微幅降低 251 元，而 2005 年家庭平均外食支出為 50,156 元，較 2006 年降低 618 元，此現象主要是因為受到 2001 年全球經濟不景氣影響和 2005 年國際油價開始飆升的關係，導致當年家庭平均對外食消費支出上有較下一年度家庭平均對外食消費支出上有下降之現象，消費的金額下降發生在 2001 及 2005 二年，此二年對應圖 1-3 可以發現其與經濟成長率呈正向的關係。

陳淑萍（2012）研究臺北 1999-2011 年臺灣地區家庭消費支出影響因素及經濟效益其將消費支出分為常態性支出及非常態性支出，“常態性支出包含飲食支出、衣著費用、房屋貸款支出、家具與家庭耐久設備支出、教育費用、娛樂消遣費用、醫療費用；非常態性支出包含標會支出、儲蓄、人壽、商業醫療保險、紅白帖費用及公益或慈善捐款的家庭消費支出”。利用 Tobit 模型的驗證，其結果顯示在常態性支出上，女性支出會較男性支出多 23.03%；若在非常態性支出上，女性支出會較男性多 2.77 倍，女性在非常態性支出多於常態性的支出，因為女性比較有未雨綢繆的想法，所以在消費非常態性支出上會比常態性支出來的多。由此可知，如圖 1-3 所示，在 2001 年臺灣因受到全球通貨緊縮型態的影響與 2008-2009 年之間美國金融風暴影響導致經濟呈現負成長狀況，在這樣經濟成長的情況下，女性支出對非常態性支出與常態性支出上一樣多於男性的支出。

陳淑萍（2012）研究指出“有工作較無工作在常態性支出其支出比率多出 5.04 倍；在非常態性支出其支出比率多出 11.25 倍，可以想見，工作是可以刺激經濟活絡，也讓消費者消費時較無後顧之憂。”那麼其消費者的消費與經濟活絡是否有相關性呢？本研究也將繼續其研究加以探討臺灣電影票房（常態性支出）與經濟發展之相關性。

鄧志宏（2012）“主要研究美國民生產業與景氣循環之間的關係，本研究資料自 1970 年 1 月至 2011 年 7 月，期間共 499 個月，以美國道瓊指數高、低點為基期，進而探討各指數之間與所制定之基期在景氣循環各階段，領先、落後之順序與相關分析，並使用資料庫 CRSP 中美國食品、菸酒、玩具、娛樂相關指數 Food、Beer、Smoke、Toys、Fun 五組分析。”其研究結果發現在景氣循環下菸酒類股指數是比較不容易受景氣影響，而娛樂產業指數不管是景氣低迷或過熱，都是一直成長；“食品產業較菸酒產業有領先落底及反彈，玩具產業與娛樂產業則在景氣循環低點時有相似的領先時間表現，因此在民生產業相關類股在景氣擴張時期同可視為一種經濟景氣的落後指標。”

綜上所述，許多民生消費性之活動，在在顯示與總體性經濟指標有著密不可分之關係，因此本研究將針對臺灣電影票房與經濟發展之相關性做進一步之研究。

第三章 資料與研究方法

從第二章可以得知消費性支出與經濟景氣在不同的研究時間、研究地點、研究國家和其風俗等因素的影響下產生不同的結果，在第三章我們將會蒐集臺灣電影票房及臺灣經濟發展之相關數據來探討臺灣電影票房與經濟發展之相關性，本章節將分為 3.1 資料來源、3.2 資料敘述、3.3 研究設計及 3.4 研究限制加以說明。

3.1 資料來源

本專題研究臺灣電影票房與經濟發展之相關性，資料是以 2001 年到 2013 年的臺灣電影票房月資料為主，經濟方面採用臺灣加權股價指數、臺灣人口總數、臺灣人口年齡層分佈、臺灣男女生人口總數和臺灣男女生年齡層人口總數，資料來源主要有中華民國電影年鑑、臺灣證券交易所、中華民國內政部戶政司及行政院主計總處。

3.1.1 中華民國電影年鑑簡介

臺灣電影製作可追溯於日治時期，且製作內容直接受到各年代的社會背景所影響，隨著時代的變遷，現代臺灣電影多了創造力與影響力，讓社會大眾能夠有更多的電影可以欣賞並從中了解到臺灣的文化內涵。

臺灣電影是由一群認真努力的電影工作者在支撐著，並且為了能讓臺灣電影能夠永續發展永留名史，他們默默地在記錄著臺灣電影所發生的事件，將所記載有關臺灣電影相關資料整理成冊，出版供大眾了解電影，稱為中華民國電影年鑑。

財團法人國家電影中心每年會成立一個專業團隊負責編寫中華民國電影年鑑的相關資料，其內容主要記載著前一年度的焦點臺灣電影、訪談、得獎名單、電影票房等資訊，書籍裡主要介紹是有關臺灣電影及短片相關簡介，在各中華民國電影年

鑑中也包含電影市場總覽及各片電影在臺灣的票房數，並介紹許多外國片之相關內容，因此本研究才可從中華民國電影年鑑中得知 1998 年至 2013 年臺灣電影票房數據並了解各年度臺灣電影票房的變化。

3.1.2 臺灣證券交易所簡介

臺灣證券交易所成立於西元 1961 年 10 月，隔年 2 月才正式開業，從開業以來，為了因應證券交易市場的環境與發展，集中交易市場的公開競價方式不斷的更改，從分盤競價、口頭唱報等，到現在的電腦自動交易。臺灣證券交易所的服務項目有有價證券的上市、公司治理、交易制度、資訊服務與安全、股市監視、結算交割、證券資訊的提供、借券系統、證券市場國際化、證券商管理與服務及投資人服務，主要是提供投資人與證券商有個公平合理且效率化的平臺，編列各種管道，讓投資大眾能獲得更即時且充分的資訊，並維護證券市場的交易秩序。

3.1.3 中華民國內政部戶政司簡介

臺灣戶政制度始於西元 1906 年日治時期，戶政資料向來是國家各政策制定及實施之重要基礎，依照各工作職務之分別，戶政司設有戶籍行政科、國籍行政科、戶口調查科、人口政策科、戶籍作業科及戶政人員培訓科這六個科室。本次研究所使用之人口資料便是由內政部戶政司所編制。

3.1.4 行政院主計總處簡介

行政院主計總處負責政府會計、歲計及統計工作，彼此具有相互作用的整體性統計資料作為施政計劃與預算計算參考，並依據預算來辦理編列決算和會計紀錄，依相關紀錄與調查產生許多統計報告數據，並稱作為主計體系。行政院主計處主要

業務有綜合規劃處、公務預算處、基金預算處、會計決算處、綜合統計處、國勢普查處、主計資訊處及地方統計推展中心。

行政院主計總處成立至今有 80 年的歷史，歷經多次的組織改革。1931 年 4 月依據政府主計處組織法而成立「國民政府主計處」，1948 年 5 月配合憲政的實施改為「行政院設主計部」，1949 年 3 月配合政府政策改隸為「行政院主計處」，1973 年 11 月及 1983 年 5 月為了因應國家各項政事發展，配合行政院組織內部改造，對內部作適度調整後，最後改制為「行政院主計總處」。

3.2 資料敘述

本組研究數據包含了 1 個依變數及 32 個獨立變數，且資料庫來源有中華民國電影年鑑、臺灣證券交易所、中華民國內政部戶政司及行政院主計總處來研究臺灣電影票房與經濟發展之相關性，所有的資料均是 2001 年至 2013 年的月資料。

3.2.1 依變數

依變數是平均每人每月對電影的消費金額，其計算公式如公式（一）

$$MC_{(t)} = \frac{MS_{(t)}}{T_{(t)}} \text{----- (一)}$$

$MC_{(t)}$ 是 (t) 月每人對臺灣電影的消費金額， $MS_{(t)}$ 代表 (t) 月臺灣電影總票房， $T_{(t)}$ 為 (t) 月臺灣人口總數。

3.2.2 獨立變數

獨立變數包含有每人平均月薪資、臺灣大盤指數報酬率、15~19 歲佔人口總數

比率、20~24 歲佔人口總數比率、25~29 歲佔人口總數比率、30~34 歲佔人口總數比率、35~39 歲佔人口總數比率、40~44 歲佔人口總數比率、45~49 歲佔人口總數比率、50~54 歲佔人口總數比率、55~59 歲佔人口總數比率、60~64 歲佔人口總數比率、女生 15~19 歲佔女生人口總數比率、女生 20~24 歲佔女生人口總數比率、女生 25~29 歲佔女生人口總數比率、女生 30~34 歲佔女生人口總數比率、女生 35~39 歲佔女生人口總數比率、女生 40~44 歲佔女生人口總數比率、女生 45~49 歲佔女生人口總數比率、女生 50~54 歲佔女生人口總數比率、女生 55~59 歲佔女生人口總數比率、女生 60~64 歲佔女生人口總數比率、男生 15~19 歲佔男生人口總數比率、男生 20~24 歲佔男生人口總數比率、男生 25~29 歲佔男生人口總數比率、男生 30~34 歲佔男生人口總數比率、男生 35~39 歲佔男生人口總數比率、男生 40~44 歲佔男生人口總數比率、男生 45~49 歲佔男生人口總數比率、男生 50~54 歲佔男生人口總數比率、男生 55~59 歲佔男生人口總數比率、男生 60~64 歲佔男生人口總數比率，共 32 個，其中臺灣大盤指數報酬率之運算如公式（二）

$$SR_{(t)} = \frac{S_{(t)} - S_{(t-1)}}{S_{(t-1)}} \times 100 \text{ ----- (二)}$$

$SR_{(t)}$ 為臺灣指數大盤在 (t) 月的報酬率， $S_{(t)}$ 則是 (t) 月的臺灣大盤指數， $S_{(t-1)}$ 是 $(t-1)$ 月的臺灣大盤指數。

另外，各年齡層佔人口總數之比率，其計算公式（三）

$$TR_{y,t} = \frac{T_{y,t}}{T_t} \text{ ----- (三)}$$

$TR_{y,t}$ 為 y 年齡層在 t 月之人口總數比率， $T_{y,t}$ 代表 y 年齡層在 t 月之人口總數， T_t 是 t 月臺灣人口總數。

以及女生各年齡層佔女生人口總數比率，其公式（四）

$$GR_{y,t} = \frac{G_{y,t}}{GT_t} \text{ ----- (四)}$$

$GR_{y,t}$ 是女生 y 年齡層在 t 月佔女生人口總數比率， $G_{y,t}$ 為女生 y 年齡層在 t 月之人口總數， GT_t 代表 t 月女生人口總數。

各男生年齡層佔男生人口總數比率，其公式（五）

$$BR_{y,t} = \frac{B_{y,t}}{BT_t} \text{----- (五)}$$

$BR_{y,t}$ 是男生 y 年齡層在 t 月佔男生人口總數比率， $B_{y,t}$ 顯示男生 y 年齡層在 t 月之人口總數， BT_t 為 t 月男生人口總數。

3.2.3 資料定義

本研究資料年齡層來自中華民國內政部戶政司，從 0~4 歲、5~9 歲、10~14 歲、15~19 歲、20~24 歲、25~29 歲、30~34 歲、35~39 歲、40~44 歲、45~49 歲、50~54 歲、55~59 歲、60~64 歲、65~69 歲、70~74 歲、75~79 歲、80~84 歲、85~89 歲、90~94 歲、95~99 歲及 100 歲以上，由於本研究主要探討臺灣電影票房與經濟發展的關係所以我們根據廖秋雅（2004）兼職工作與生活型態對大學生消費行為影響之研究——以政大成大為例定義“消費能力為消費者之購買力”，另外根據勞動部勞工保險局（2013）敘述“勞工保險條例第 6 條規定，年滿 15 歲以上，65 歲以下之下列勞工，應以其雇主或所屬團體或所屬機構為投保單位，全部參加勞工保險為被保險人”以及勞動基準法第六章第 54 條規定勞工非年滿 65 歲者雇主不得強制其退休，所以將 65 歲以上年齡層排除，因此本研究的年齡層分析將以消費能力及經濟能力為主，取 15~65 歲的年齡層，但由於獨立變數中年齡層分布之原始資料來源為中華民國內政部戶政司，其分布於 15~64 歲年齡層與本研究 15~65 歲年齡層分析相差 1 歲，同時因差異較小不影響實證分析結果，因此本研究將忽略此差異，並以 15~64 歲作年齡層分析。

3.3 研究設計

本專題的研究是臺灣電影票房與經濟發展之相關性，且研究期間為 2001 年至 2013 年，資料結構為月資料，並運用公式（六）、（七）、（八）、（九）來實證分析。

$$MC_{(t)} = \beta_0 + \beta_1 SR_{(t)} + \beta_2 AM_{(t)} + \varepsilon_t, t = 1, 2, 3, \dots \dots n - \text{ (六)}$$

$MC_{(t)}$ 是 (t) 月每人對臺灣電影的消費金額， $SR_{(t)}$ 為臺灣指數大盤在 (t) 月的報酬率， $AM_{(t)}$ 代表 (t) 月的每人平均薪資， β_0 、 β_1 、 β_2 、 β_3 、 β_4 、 β_5 、 β_6 、 β_7 、 β_8 、 β_9 、 β_{10} 、 β_{11} 、 β_{12} 為係數， ε_t 顯示誤差值， t 是觀察值。

依照公式（六）之研究設計加以代入各年齡層佔人口總數比率之獨立變數設計分析，如公式（七）

$$\begin{aligned} MC_{(t)} = & \beta_0 + \beta_1 SR_{(t)} + \beta_2 AM_{(t)} + \beta_3 TR_{15\sim 19,t} + \beta_4 TR_{20\sim 24,t} + \beta_5 TR_{25\sim 29,t} \\ & + \beta_6 TR_{30\sim 34,t} + \beta_7 TR_{35\sim 39,t} + \beta_8 TR_{40\sim 44,t} + \beta_9 TR_{45\sim 49,t} \\ & + \beta_{10} TR_{50\sim 54,t} + \beta_{11} TR_{55\sim 59,t} + \beta_{12} TR_{60\sim 64,t} + \varepsilon_t, t \\ & = 1, 2, 3, \dots \dots n - \text{ (七)} \end{aligned}$$

$MC_{(t)}$ 是 (t) 月每人對臺灣電影的消費金額， $SR_{(t)}$ 為臺灣指數大盤在 (t) 月的報酬率， $AM_{(t)}$ 顯示 (t) 月的每人平均薪資， $TR_{15\sim 19,t}$ 為 15~19 歲在 t 月佔人口總數比率， $TR_{20\sim 24,t}$ 是 20~24 歲在 t 月佔人口總數比率， $TR_{25\sim 29,t}$ 代表 25~29 歲在 t 月佔人口總數比率， $TR_{30\sim 34,t}$ 為 30~34 歲在 t 月佔人口總數比率， $TR_{35\sim 39,t}$ 是 35~39 歲在 t 月佔人口總數比率， $TR_{40\sim 44,t}$ 代表 40~44 歲在 t 月佔人口總數比率， $TR_{45\sim 49,t}$ 顯示 45~49 歲在 t 月佔人口總數比率， $TR_{50\sim 54,t}$ 為 50~54 歲在 t 月佔人口總數比率， $TR_{55\sim 59,t}$ 是 55~59 歲在 t 月佔人口總數比率， $TR_{60\sim 64,t}$ 代表 60~64 歲在 t 月佔人口總數比率， β_0 、 β_1 、 β_2 、 β_3 、 β_4 、 β_5 、 β_6 、 β_7 、 β_8 、 β_9 、 β_{10} 、 β_{11} 、 β_{12} 為係數， ε_t 是誤差值， t 代表觀察值。

生 25~29 歲在 t 月佔男生人口總數比率， $BR_{30\sim34,t}$ 顯示男生 30~34 歲在 t 月佔男生人口總數比率， $BR_{35\sim39,t}$ 為男生 35~39 歲在 t 月佔男生人口總數比率， $BR_{40\sim44,t}$ 是男生 40~44 歲在 t 月佔男生人口總數比率， $BR_{45\sim49,t}$ 代表男生 45~49 歲在 t 月佔男生人口總數比率， $BR_{50\sim54,t}$ 為男生 50~54 歲在 t 月佔男生人口總數比率， $BR_{55\sim59,t}$ 顯示男生 55~59 歲在 t 月佔男生人口總數比率， $BR_{60\sim64,t}$ 是男生 60~64 歲在 t 月佔男生人口總數比率， β_0 、 β_1 、 β_2 、 β_3 、 β_4 、 β_5 、 β_6 、 β_7 、 β_8 、 β_9 、 β_{10} 、 β_{11} 、 β_{12} 為係數， ε_t 是誤差值， t 為觀察值。

3.4 研究限制

本研究限制共有四項，將逐一說明：

- 一、本研究臺灣電影總票房是依據中華民國電影年鑑月資料，而經濟景氣資料中臺灣加權股價指數、臺灣人口總數、臺灣人口年齡層分佈、臺灣男女生人口總數和臺灣男女生年齡層人口總數均為月資料，而臺灣經濟成長率是年資料，所以此研究排除臺灣經濟成長率。
- 二、中華民國電影年鑑只收錄臺北市及新北市之票房數據用以代表臺灣電影總票房，根據馬雅琦（2002）及殷嘉蓮（2007）參考文獻同樣也使用臺北市及新北市之票房數據用以代表臺灣電影總票房，因此本組也使用中華民國電影年鑑票房作為本研究的臺灣電影票房。
- 三、本組年齡層取決於消費能力以及經濟能力之定義，因此年齡層定義資料為 15 歲至 65 歲，但由於本組取中華民國內政部戶政司 15 歲至 64 歲資料與本研究 15 歲至 65 歲年齡層分析相差 1 歲，因差異較小不影響實證分析結果，所以本研究取 15 歲至 64 歲為研究資料。

四、本研究人口總數資料來源為中華民國內政部戶政司，由於中華民國內政部戶政司自 2000 年 9 月份開始統計人口總數月資料，2000 年 9 月前以年為統計單位，因此本組取 2001 年 1 月至 2013 年 12 月各月份人口總數作為研究數據。

第四章實證分析

本章利用公式(六)、公式(七)、公式(八)及公式(九)驗證臺灣電影票房與經濟發展之相關性，資料來源由中華民國電影年鑑、臺灣證券交易所、中華民國內政部戶政司及行政院主計總處的數據資料加以整理所歸納出來，研究期間為2001年1月至2013年12月，每人每月電影消費金額為依變數、每人平均月薪資、臺灣大盤指數報酬率、各年齡層佔人口總數比率、女生各年齡佔女生人口總數比率以及男生各年齡層佔男生人口總數比率為獨立變數，並運用 SPSS 20 統計工具來實證分析。

4.1 敘述性統計

表 4-1 依變數及獨立變數資料特性，其中平均月薪資最高值為 95,350、最低值為 39,789、平均數為 47,933 及標準差為 10,803，而從各年齡佔人口總數比率中最大值出現在 20~24 歲其值為 0.0899，最小值出現在 60~64 歲其值為 0.0347，而女生各年齡層佔女生人口總數比率最大值出現在 20~24 歲其值為 0.0899，最小值出現在 60~64 歲其值為 0.0347，男生各年齡層佔男生人口總數比率最大值出現在 20~24 歲其值為 0.09，最小值出現在 60-64 歲其值為 0.0321。

表 4-1 依變數及獨立變數之敘述性統計

	個數	最小值	最大值	平均數	標準差
1	156	0.0000	15.2653	0.724102	1.9559733
2	156	39789.4571	95350.5926	47933.375725	10803.0281393
3	156	-18.7100	21.9123	0.448002	5.7634750
4	156	0.0640	0.0833	0.069765	0.0042560
5	156	0.0657	0.0899	0.076319	0.0091620
6	156	0.0692	0.0880	0.082379	0.0053732

7	156	0.0787	0.0884	0.083645	0.0031457
8	156	0.0773	0.0879	0.082088	0.0028800
9	156	0.0783	0.0856	0.082669	0.0022677
10	156	0.0749	0.0829	0.080167	0.0023834
11	156	0.0508	0.0805	0.071335	0.0077841
12	156	0.0367	0.0730	0.055008	0.0133755
13	156	0.0347	0.0605	0.041319	0.0076592
14	156	0.0640	0.0833	0.069765	0.0042560
15	156	0.0657	0.0899	0.076319	0.0091620
16	156	0.0692	0.0880	0.082379	0.0053732
17	156	0.0787	0.0884	0.083645	0.0031457
18	156	0.0773	0.0879	0.082088	0.0026880
19	156	0.0783	0.0856	0.082669	0.0022677
20	156	0.0749	0.0829	0.080167	0.0023834
21	156	0.5080	0.0805	0.071335	0.0077841
22	156	0.0367	0.0730	0.055008	0.0133775
23	156	0.0347	0.0605	0.041319	0.0076592
24	156	0.0692	0.0843	0.073358	0.0030724
25	156	0.0703	0.0900	0.078801	0.0076081
26	156	0.0721	0.0882	0.082855	0.0047749
27	156	0.0776	0.0872	0.082591	0.0031754
28	156	0.0764	0.0868	0.080907	0.0029620
29	156	0.0770	0.0845	0.081770	0.0022282
30	156	0.0729	0.0821	0.078859	0.0028070
31	156	0.0491	0.0791	0.069334	0.0078980
32	156	0.0346	0.0704	0.052589	0.0131178
33	156	0.0321	0.0571	0.038359	0.0076232

註1:1代表 $MC_{(t)}$ 為 t 月每人對臺灣電影的消費金額、2代表 $AM_{(t)}$ 為 t 月每人平均月薪資、3代表 $SR_{(t)}$

為臺灣大盤指數在 t 月報酬率、4代表15~19歲佔人口總數比率、5代表20~24歲佔人口總數比率、6代表25~29歲佔人口總數比率、7代表30~34歲佔人口總數比率、8代表35~39歲佔人口總數比率、9代表40~44歲佔人口總數比率、10代表45~49歲佔人口總數比率、11代表50~54歲佔人口總數比率、12代表55~59歲佔人口總數比率、13代表60~64歲佔人口總數比率、14代表女生15~19歲佔女生人口總數比率、15代表女生20~24歲佔女生人口總數比率、16代表女生25~29歲佔女生人口總數比率、17代表女生30~34歲佔女生人口總數比率、18代表女生35~39歲佔女生人口總數比率、19代表女生40~44歲佔女生人口總數比率、20代表女生45~49歲佔女生人口總數比率、21代表女生50~54歲佔女生人口總數比率、22代表女生55~59歲佔女生人口總數比率、23代表女生60~64歲佔女生人口總數比率、24代表男生15~19歲佔男生人口總數比

率、25 代表男生 20~24 歲佔男生人口總數比率、26 代表男生 25~29 歲佔男生人口總數比率、27 代表男生 30~34 歲佔男生人口總數比率、28 代表男生 35~39 歲佔男生人口總數比率、29 代表男生 40~44 歲佔男生人口總數比率、30 代表男生 45~49 歲佔男生人口總數比率、31 代表男生 50~54 歲佔男生人口總數比率、32 代表男生 55~59 歲佔男生人口總數比率、33 代表男生 60~64 歲佔男生人口總數比率。

註 2：依變數 $MC_{(t)}$ 為 t 月每人對臺灣電影的消費金額

註 3：研究期間為 2001 年 1 月至 2013 年 12 月

4.2 共線性

獨立變數對依變數有影響但獨立變數之間沒有影響就代表無共線性的問題。本研究利用 SPSS 20 統計工具及將公式（六）依變數及獨立變數實測得知共線性 0.99 再加以測試 VIF 其值為 1.007 小於 10，更加以確定並無共線性問題。

接著將公式（七）之依變數及獨立變數利用 SPSS 20 實測共線性問題其結果如表 4-2，其中最高值 0.96 是 15~19 歲佔人口總數比率對每人平均月薪資，其值 0.96 小於 1 就表示無共線性問題。

表 4-2 各年齡層佔人口總數比率之共線性

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	1.00	0.95	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	0.96	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
4	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
5	0.00	0.01	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00
6	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7	0.00	0.01	0.00	0.00	0.06	0.04	1.00	0.01	0.05	0.07	0.27	0.27
8	0.00	0.01	0.02	0.09	0.00	0.03	0.05	1.00	0.01	0.02	0.28	0.00
9	0.00	0.00	0.83	0.03	0.01	0.02	0.02	0.00	1.00	0.32	0.01	0.00
10	0.00	0.02	0.03	0.00	0.47	0.01	0.00	0.07	0.73	1.00	0.15	0.37
11	0.00	0.00	0.00	0.48	0.02	0.00	0.01	0.83	0.07	0.11	1.00	0.31
12	0.00	0.00	0.11	0.39	0.45	0.89	0.91	0.05	0.14	0.47	0.27	1.00

註 1：1 代表 $AM_{(t)}$ 為 t 月每人平均月薪資、2 代表 $SR_{(t)}$ 臺灣大盤指數在 t 月報酬率、3 代表 15~19 歲佔人口總數比率、4 代表 20~24 歲佔人口總數比率、5 代表 25~29 歲佔人口總數比率、6 代表

30~34 歲佔人口總數比率、7 代表 35~39 歲佔人口總數比率、8 代表 40~44 歲佔人口總數比率、9 代表 45~49 歲佔人口總數比率、10 代表 50~54 歲佔人口總數比率、11 代表 55~59 歲佔人口總數比率、12 代表 60~64 歲佔人口總數比率

註 2：如同表 4-1

註 3：如同表 4-1

除各年齡層佔人口總數比率無共線性外，我們想更了解其他獨立變數是否有共線性，所以我們將公式（八）對依變數及女生各年齡層佔女生人口總數比率實測發現如表 4-3，其表中最大值 0.95 小於 1，因此我們將可以推斷出獨立變數之間並無共線性的存在。

表 4-3 女生各年齡層佔女生人口總數比率之共線性

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	1.00	0.93	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	0.95	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
4	0.02	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
5	0.00	0.01	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
6	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00
7	0.00	0.02	0.14	0.04	0.00	0.04	1.00	0.00	0.00	0.01	0.05	0.00
8	0.00	0.01	0.00	0.01	0.06	0.04	0.00	1.00	0.06	0.06	0.01	0.25
9	0.01	0.00	0.46	0.08	0.00	0.00	0.00	0.11	1.00	0.35	0.39	0.00
10	0.00	0.00	0.22	0.25	0.05	0.04	0.01	0.81	0.03	1.00	0.15	0.01
11	0.00	0.02	0.05	0.06	0.56	0.00	0.00	0.05	0.77	0.00	1.00	0.71
12	1.00	0.00	0.13	0.55	0.32	0.86	0.93	0.01	0.14	0.57	0.37	1.00

註 1: 1 代表 $AM_{(t)}$ 為 t 月每人平均月薪資, 2 代表 $SR_{(t)}$ 臺灣大盤指數在 t 月報酬率, 3 代表女生 15~19 歲佔女生人口總數比率, 4 代表女生 20~24 歲佔女生人口總數比率, 5 代表女生 25~29 歲佔女生人口總數比率, 6 代表女生 30~34 歲佔女生人口總數比率, 7 代表女生 35~39 歲佔女生人口總數比率, 8 代表女生 40~44 歲佔女生人口總數比率, 9 代表女生 45~49 歲佔女生人口總數比率, 10 代表女生 50~54 歲佔女生人口總數比率, 11 代表女生 55~59 歲佔女生人口總數比率, 12 代表女生 60~64 歲佔女生人口總數比率

註 2：如同表 4-2

註 3：如同表 4-2

除了測出女生各年齡層佔女生人口總數比率無共線性外，我們也針對男生各年齡層佔男生人口總數比率有無共線性之驗證結果如表 4-4，表中最大值為 0.96 小於 1，因此得知此獨立變數之間並無共線性的存在。

表 4-4 男生各年齡層佔男生人口總數比率之共線性

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	1.00	0.95	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	0.96	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
4	0.02	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
5	0.00	0.01	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
6	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00
7	0.00	0.01	0.00	0.00	0.05	0.03	1.00	0.00	0.04	0.10	0.00	0.28
8	0.00	0.01	0.02	0.09	0.00	0.02	0.04	1.00	0.01	0.01	0.25	0.01
9	0.00	0.00	0.78	0.03	0.00	0.02	0.02	0.00	1.00	0.31	0.36	0.01
10	0.00	0.02	0.02	0.00	0.36	0.02	0.01	0.07	0.69	1.00	0.00	0.23
11	0.00	0.00	0.00	0.47	0.01	0.00	0.00	0.81	0.11	0.10	1.00	0.43
12	0.00	0.00	0.17	0.41	0.57	0.90	0.92	0.07	0.14	0.46	0.23	1.00

註 1：1 代表 $AM_{(t)}$ 為 t 月每人平均月薪資，2 代表 $SR_{(t)}$ 在臺灣大盤指數在 t 月報酬率，3 代表男生 15~19 歲佔男生人口總數比率，4 代表男生 20~24 歲佔男生人口總數比率，5 代表男生 25~29 歲佔男生人口總數比率，6 代表男生 30~34 歲佔男生人口總數比率，7 代表男生 35~39 歲佔男生人口總數比率，8 代表男生 40~44 歲佔男生人口總數比率，9 代表男生 45~49 歲佔男生人口總數比率，10 代表男生 50~54 歲佔男生人口總數比率，11 代表男生 55~59 歲佔男生人口總數比率，12 代表男生 60~64 歲佔男生人口總數比率。

註 2：如同表 4-3

註 3：如同表 4-3

4.3 實證分析

本研究依變數為每人每月對電影的消費金額，獨立變數則為每人平均月薪資、臺灣大盤指數報酬率、各年齡層佔人口總數比率、女生各年齡層佔女生人口總數比率以及男生各年齡層佔男生人口總數比率，利用這些變數進行臺灣電影票房與經濟發展之相關性之研究，並使用公式（六）、（七）、（八）及（九）實證分析，其驗證

結果如表 4-5、4-6、4-7 及 4-8。

表 4-5 每人平均月薪資與臺灣大盤指數報酬率之顯著性

	AM _(t)	SR _(t)
	0.000*** (2.747)	0.027 (-1.396)
R-Squared	0.056	0.056
Observations	154	154

註 1：AM_(t) 代表 t 月每人平均月薪資，SR_(t) 代表臺灣大盤指數在 t 月報酬率。

註 2：依變數 MC_(t) 為 t 月每人對臺灣電影的消費金額 “*” 代表 10% 顯著水準， “**” 代表 5% 顯著水準， “***” 代表 1% 顯著水準。

註 3：研究期間為 2001 年 1 月至 2013 年 12 月。

表 4-5 利用公式（六）得知每人平均月薪資與臺灣電影票房與經濟發展之相關性有非常顯著之水準，但每月臺灣大盤指數報酬率和臺灣電影票房與經濟發展之相關性則無顯著之水準，由此可知每人平均月薪資對每人每月電影消費金額有較明顯的顯著性。又因每人每月電影消費金額是由每月電影總票房除以人口總數去計算而得知，故與臺灣人口總數有相關，所以我們將獨立變數資料中加入臺灣各年齡層佔人口總數比率，並利用公式（七）加以分析，其驗證結果如表 4-6。

表 4-6 每人每月電影消費金額與各年齡層人口總數比率之顯著性

	AM _(t)	SR _(t)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
標準差	0.0000** (-2.228)	0.026 (-0.878)	388.262* (-1.683)	629.938 (-1.004)	608.825 (-0.623)	612.639 (-1.247)	844.832* (-1.671)	652.691* (-1.699)	622.497* (-1.67)	462.029 (-1.204)	329.622** (-2.218)	330.968 (-0.438)
R-Squared	0.056	0.056	0.056	0.056	0.056	0.056	0.056	0.056	0.056	0.056	0.056	0.056
Observation	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154

註 1：AM_(t) 代表 t 月每人平均月薪資，SR_(t) 代表臺灣大盤指數在 t 月報酬率，1 代表 15~19 歲佔人口總數比率，2 代表 20~24 歲佔人口總數比率，3 代表 25~29 歲佔人口總數比率，4 代表 30~34 歲佔人口總數比率，5 代表 35~39 歲佔人口總數比率，6 代表 40~44 歲佔人口總數比率，7 代表 45~49 歲佔人口總數比率，8 代表 50~54 歲佔人口總數比率，9 代表 55~59 歲佔人口總數比率，10 代表 60~64 歲佔人口總數比率。

註 2：如同表 4-5

註 3：如同表 4-5

表 4-6 利用公式（七）得知，各年齡層佔人口總數比率中 55~59 歲對每人每月電影消費金額有較高顯著水準，其次為 15~19 歲、35~39 歲、40~44 歲、45~49 歲有次高的顯著水準，可知各年齡層佔人口總數比率對每人每月電影消費金額有顯著性，為了再加以詳細了解各年齡層佔人口總數比率中的女生和男生各年齡層的比率是否也與臺灣電影票房與經濟發展之相關性有顯著的效果，所以我們再將每人每月電影消費金額加入女生各年齡層佔女生人口總數比率與男生各年齡層佔男生人口總數比率資料中，並利用公式（八）及公式（九）加以實證分析，並驗證其結果。

表 4-7 每人每月電影消費金額與女生各年齡層佔女生人口總數比率之顯著性

	$AM_{(t)}$	$SR_{(t)}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
標準差	0.0000**	0.026	363.66	591.182**	572.304	517.915	766.119	523.651	630.804	459.959	340.211**	331.901
	(-2.439)	(-0.674)	(-0.347)	(-2.217)	(-0.33)	(-0.356)	(-0.404)	(-0.686)	(-1.059)	(-0.132)	(-2.474)	(-0.014)
R-Squared	0.226	0.226	0.226	0.226	0.226	0.226	0.226	0.226	0.226	0.226	0.226	0.226
Observation	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154

註 1： $AM_{(t)}$ 代表 t 月每人平均月薪資， $SR_{(t)}$ 代表臺灣大盤指數在 t 月報酬率，1 代表女生 15~19 歲佔女生人口總數比率，2 代表女生 20~24 歲佔女生人口總數比率，3 代表女生 25~29 歲佔女生人口總數比率，4 代表女生 30~34 歲佔女生人口總數比率，5 代表女生 35~39 歲佔女生人口總數比率，6 代表女生 40~44 歲佔女生人口總數比率，7 代表女生 45~49 歲佔女生人口總數比率，8 代表女生 50~54 歲佔女生人口總數比率，9 代表女生 55~59 歲佔女生人口總數比率，10 代表女生 60~64 歲佔女生人口總數比率。

註 2：如同表 4-6

註 3：如同表 4-6

利用公式 (八) 驗證其結果如表 4-7，女生各年齡層佔女生人口總數比率中 20~24 歲及 55~59 對每人每月電影消費金額有顯著水準，表示女生 20~24 歲和 55~59 歲對每人每月電影消費金額有較高顯著性。

表 4-8 每人每月電影消費金額與男生各年齡層佔男生人口總數比率之顯著性

	$AM_{(t)}$	$SR_{(t)}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
標準差	0.0000** (-2.252)	0.026 (-0.856)	393.094 (-1.593)	638.898 (-0.975)	649.012 (-0.537)	703.016 (-1.109)	849.588 (-1.586)	674.068* (-1.74)	606.772 (-1.602)	450.581 (-1.342)	320.528** (-2.389)	337.754 (-0.315)
R-Squared	0.239	0.239	0.239	0.239	0.239	0.239	0.239	0.239	0.239	0.239	0.239	0.239
Observation	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154

註 1： $AM_{(t)}$ 代表 t 月每人平均月薪資， $SR_{(t)}$ 代表臺灣大盤指數在 t 月報酬率，1 代表男生 15~19 歲佔男生人口總數比率，2 代表男生 20~24 歲佔男生人口總數比率，3 代表男生 25~29 歲佔男生人口總數比率，4 代表男生 30~34 歲佔男生人口總數比率，5 代表男生 35~39 歲佔男生人口總數比率，6 代表男生 40~44 歲佔男生人口總數比率，7 代表男生 45~49 歲佔男生人口總數比率，8 代表男生 50~54 歲佔男生人口總數比率，9 代表男生 55~59 歲佔男生人口總數比率，10 代表男生 60~64 歲佔男生人口總數比率。

註 2：如同表 4-7

註 3：如同表 4-7

利用公式（九）驗證其結果如表 4-8，男生各年齡層佔男生人口總數比率中 40~44 歲及 55~59 歲對每人每月電影消費金額有顯著水準，表示男生 40~44 歲和 55~59 歲對每人每月電影消費金額較有顯著性。

第五章 結論

表 4-5、4-6、4-7、4-8 表示臺灣電影票房與經濟發展之相關性結果，尤其薪資在臺灣已成為影響民生消費及休閒消費之重要的基礎，然而每人平均月薪資對每人每月花費電影票房有較強的影響力，且在各年齡層人口總數比率當中對每人每月電影消費金額也有相當的影響能力與顯著性的不同，在研究中發現，分別是為 15~19、35~39、40~44、45~49 歲及 55~59 歲五大族群，所以由此可知我們能將這五大族群定義為對臺灣電影票房具有消費力及經濟能力的五大族群，研究上也發現在女生各年齡層對每人每月電影消費金額族群，分別為 20~24 歲、55~59 歲是較為顯著；男生各年齡層對每人每月電影消費金額分別為 40~44 歲、55~59 歲為較顯著，由顯著水準歸納出的資料結果發現人口總數與女生、男生各年齡層比率中有相同的顯著消費族群都均為 55~59 歲，而我們又從勞動部的勞動基準法第 54 條修正條文中發現，從 2008 年五月份生效實施強制將退休年齡從 60 歲延長至 65 歲，我們資料大部分都為 2008 年以前的資料數據，更可以加以確認當人們接近退休年齡時，開始將薪資花費於娛樂消費，享受退休的生活。

參考文獻

1. 王清華 (1999)。〈1998 年臺北地區國片票房統計〉，《電影年鑑:中華民國八十六年至八十八年》，65-69 頁。
2. 王清華 (2000)。〈1999 年臺北地區國片票房統計〉，《中華民國電影年鑑: 中華民國八十九年》，78-81 頁。
3. 王清華輯 (2001)。〈2000 年臺北地區國片票房統計〉，《中華民國九十年電影年鑑》，130-133 頁。
4. 王清華 (2002)。〈2001 年臺北地區上映影片票房統計〉，《中華民國九十一年電影年鑑》，58-59 頁。
5. 王清華 (2003)。〈2002 年臺北地區上映影片票房統計〉，《中華民國九十二年電影年鑑》，72-74 頁。
6. 王清華 (2004)。〈2003 年華語片市場總覽〉，《中華民國九十三年電影年鑑》，89-90 頁。
7. 王清華 (2005)。〈2004 年華語市場總覽〉，《中華民國九十四年電影年鑑》，245-247 頁。
8. 王清華 (2006)。〈2005 年電影市場總覽〉，《中華民國九十五年電影年鑑》，238-240 頁。
9. 王清華 (2007)。〈2006 年電影市場總覽〉，《2007 年臺灣電影年鑑》，259-260 頁。
10. 王清華 (2008)。〈表十五：2007 年華語片票房紀錄〉，《臺灣電影年鑑:民國九十七年至九十八年》，154-155 頁。
11. 王清華 (2010)。〈2008-2009 中外影片票房紀錄〉，《2010 年臺灣電影年鑑》，108-112 頁。
12. 王清華 (2011)。〈2010 年臺北中外影片票房紀錄〉，《2011 年臺灣電影年鑑》，61-63 頁。
13. 王清華 (2012)。〈2011 年大臺北票房紀錄〉，《2012 年臺灣電影年鑑》，75-77 頁。

14. 王清華(2013)。<〈2012年大臺北票房紀錄〉，《2013年臺灣電影年鑑》，64-66頁。
15. 王清華(2014)。<〈2013年臺灣中外電影市場總覽〉，《2014年臺灣電影年鑑》，77-78頁。
16. 臺灣電影網(2012)，電影查詢瀏覽-電影檔案，
http://www.taiwancinema.com/ct_12000_249
17. 吳修辰(2009)，買房救現金，商業週刊，1111期，83-87頁。
18. 吳修辰、林俊劭、李柏(2009)，不擁有的商機，商業週刊，1118期，102-13頁。
19. 羊宇清(2009)，營收連續45季成長~英咖啡連鎖店頻擴張，商業週刊，1119期134-35頁。
20. 胡釗維(2009)，每年九千萬個便當餵飽臺北人，商業週刊，1120，98-101頁。
21. 林育志(2009)，經濟景氣對動態競爭之影響~以食品業之消費飲品為例，國立中正大學企業管理所碩士。
22. 陳宗玄(2010)，探討臺灣家庭外食消費支出分析，15期，45-68頁。
23. 陳淑萍(2012)，臺北地區家庭消費支出影響因素及經濟效益之研究，佛光大學經濟系碩士。
24. 林旭志(2012)，臺北景氣循環與房價關係之探討-以臺北市、花蓮市為例，國立東華大學，管理學院高階經營管理碩士在職專班。
25. 鄧志宏(2012)，美國民生產業與景氣循環的關係，國立東華大學，企業管理學系碩士。
26. 殷嘉蓮(2007)，台灣電影獲國際影展獎項與票房銷售之關係，國立中山大學，傳播管理研究所。
27. 馬雅琦(2002)，金馬獎對台灣華語影片銷售票房影響之探討，國立臺灣師範大學，大眾傳播研究所。

28. 中華民國僑務委員會 (2010), 2009 華僑經濟年鑑,
<http://static.adm.ocbn.org.tw/attachment/article/242/2009%E8%8F%AF%E5%83%91%E7%B6%93%E6%BF%9F%E5%B9%B4%E9%91%91%E5%BC%88%E4%B8%AD%E8%8F%AF%E6%B0%91%E5%9C%8B98%E5%B9%B4%E7%89%88%E5%BC%89.pdf>
29. 電影社 (2012), 電影歷史 (臺北電影起源),
<http://campus.club.tw/movie?n=pageadv&t=514>
30. 行政院經濟建設委員會 (2013), 台灣經濟發展歷程與策略, 初版, 8-13 頁
31. 中華民國統計資訊網 (2014), 國民所得統計常用資料,
<http://www.stat.gov.tw/ct.asp?xItem=14616&CtNode=3564&mp=4>
32. 統一超商 (2014), 為股東創造價值,
<http://www.7~11.com.tw/company/ir/index.html>
33. 林祝菁 (2014), 統一超黑金 CITY CAFE 業績衝百億, 中時電子報,
<http://www.chinatimes.com/newspapers/20140801001290~260206>
34. WildFilmHistory (2014), Eadweard Muybridge,
<http://www.wildfilmhistory.org/person/180/Eadweard+Muybridge.html>
35. 廖秋雅 (2004), 兼職工作與生活型態對大學生消費行為影響之研究—以政大成大為例, 國立臺南大學, 社會科教育學系碩士班。
<http://handle.ncl.edu.tw/11296/ndltd/45098565187668264465>
36. 勞動部勞工保險局 (2013), 一般單位保險費分擔金額表
<http://www.bli.gov.tw/sub.aspx?a=iCZS3R5M6%2FI%3D>
37. 張清溪、許嘉棟、劉鶯釧、吳聰敏 (2010), 經濟學理論與實際概要, 76-92 頁。