

111-113 年
重點產業人才供需調查及推估結果
摘錄

設計服務產業

辦理機關：經濟部工業局

一、產業調查範疇

本次調查範疇參考《文化創意產業發展法》及「設計驅動跨域整合創新計畫」，並依據財政部統計處 106 年第 8 次修訂「稅務行業標準分類」，可區分為產品設計、視覺傳達設計與設計品牌時尚等 3 大產業，各類別說明分述如下。

- (一) 產品設計產業：指從事產品設計調查、設計企劃、外觀設計、機構設計、人機介面設計、原型與模型製作、包裝設計、設計諮詢顧問等行業，屬「稅務行業標準分類」中之「工業設計」(7402-00) 及「包裝設計」(7409-13)。
- (二) 視覺傳達設計產業：指從事企業識別系統設計、品牌形象設計、平面視覺設計、網頁多媒體設計、商業包裝設計等行業，屬「稅務行業標準分類」中之「企業識別標誌設計」(7409-11)、「商業設計」(7409-12)、「視覺傳達與平面設計」(7409-14)、「多媒體設計」(7409-16)。
- (三) 設計品牌時尚產業：指從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設計、顧問、製造、流通等行業，屬「稅務行業標準分類」中之「流行時尚設計」(7409-15)、「未分類其他專門設計服務」(7409-99)。

二、產業發展趨勢

(一) 新興產業、公共及社會領域成為設計產業新藍海市場

產業與環境的變化為設計開啟各種新的需求與領域，不論是新興產業應用如人工智慧 (AI)、醫療照護、循環經濟等，以及公共政策與建設、社會創新等，對設計公司而言無疑是亟待開拓的藍海市場。然而，要因應市場需求須提升對產業知識 (domain-knowledge) 與技術應用的了解，融合設計與行業跨領域專業，才有辦法為產業帶來創新機會；欲進軍公共服務、社會設計領域，則須更加熟悉使用者研究、服務設計等方法，才能創造滿足大眾需求的服務。設計師及設計公司須提升跨領域能力與合作經驗，積極布局準備，把握創新與發揮機會。

(二) 設計服務型態開始轉變，從設計接案逐步轉為策略顧問

國內設計公司的商業模式多以承接單一設計專案、以案養案的經營方式，故應關注於如何發展創新模式，為產業創造更多成長空間與機會。例如國際知名設計公司 Frog 成立 FrogVentures 內部孵化器，以設計專長評估投資早期初創企業，並持有公司一定比例股份；新加坡設計委員也鼓勵設計公司取

得管理顧問認證，強化諮詢診斷、設計策略等管顧能力。國內也有少部分設計公司採用設計入股、長期設計顧問服務等，此為多樣化商業模式之一，除了可以創造多元的營收來源外，也讓「設計」從一次性的服務，延伸至企業運作、品牌策略等決策面，有助提升設計的層級與高度。隨著設計在不同產業中的影響不斷擴大，台灣設計公司可以發展出創新商業形式，為產業帶來具競爭力的優勢與機會，同時也為自身創造正向利潤循環基礎。

(三) 數位轉型趨勢，設計公司亦須善用數據引導設計與決策

數位科技帶來的產業變革也反映在設計服務業身上，除了因應數位化、軟硬整合的產品服務，帶動市場對於介面設計、使用者經驗設計人才需求提升之外，設計工作需要大量專業知識與資訊，可透過數位工具進行數據收集、可視化及具體化設計概念。根據《2020 台灣設計力調查》，設計公司認為「數位轉型」是未來影響產業的主要趨勢，設計公司要能解決數位化時代下的問題，也需發展「數據驅動設計」(Data-Driven Design) 等相關應用，在設計過程中運用數位化工具，以另一種角度觀察設計對於使用者的影響，透過數據驗證假設並利用證據磨練直覺，輔助連結設計與商業，幫助設計師做對決策、擴大設計價值。

三、人才量化供需推估

以下提供 111-113 年設計服務產業人才新增需求、新增需求占總就業人數比推估結果，惟本結果僅提供未來勞動市場供需之可能趨勢，並非決定性數據，爰於引用數據做為政策規劃參考時，應審慎使用；詳細的推估假設與方法，請參閱報告書。

研究結論顯示，隨著中國等國際市場興起，業者積極拓展外銷業務，以及在強化自有品牌經營等因素下，多數廠商表示對於未來三年產業景氣看法趨向樂觀，將增加設計專業人才聘用，帶動市場設計人才需求持續穩定提升。依推估結果，設計服務產業專業人才每年平均新增需求為 1,183~1,310 人、每年平均新增需求占總就業人數比例為 3.8~4.2%。此外，依據調查結果，有 42.3%廠商反映設計服務產業人才供需尚屬均衡，23.4%反映人才充裕，21.9%反映人才不足，顯示整體產業人才供需相對平衡。

景氣情勢	111 年			112 年			113 年		
	新增需求		新增供給 (人)	新增需求		新增供給 (人)	新增需求		新增供給 (人)
	人數(人)	占比(%)		人數(人)	占比(%)		人數(人)	占比(%)	
樂觀	1,220	4.2	-	1,310	4.2	-	1,400	4.2	-
持平	1,160	4.0		1,250	4.0		1,340	4.0	
保守	1,100	3.7		1,180	3.8		1,270	3.8	

註：1.持平景氣情勢下之新增需求係依據人均產值計算；樂觀=持平推估人數*1.05；保守=持平推估人數*0.95。

2.占比係指新增需求人數占總就業人數之比例。

資料來源：經濟部工業局(2021)·設計服務產業 2022-2024 專業人才需求推估調查。

四、欠缺職務之人才質性需求調查

以下摘述設計服務產業專業人才質性需求調查結果，詳細之各職務人才需求條件彙總如下表。

- (一) 欠缺之專業人才包括：工業 / 產品設計師、平面設計師(美術、商業設計師)、品牌設計師 / 企業形象設計師、多媒體 / 動畫設計師、使用者介面設計師 (UI)、專案管理人員、行銷企劃人員、使用者經驗設計師 (UX) 等 8 類人才，而主要人才欠缺原因為「人才供給不足 (素質問題)」以及「不易辨識招募對象的能力水準」，此外使用者介面設計師亦因「薪資與福利競爭力相對不足」導致人才欠缺。
- (二) 在學歷要求方面，各職務均需至少大專以上教育程度；在科系背景方面，絕大部分集中於「藝術」學門，包含「視覺傳達設計」、「應用藝術」、「產品設計」、「時尚設計」、「美術工藝」等細學類，其中行銷企劃人員及使用者經驗設計師因業務需要，另以具備「心理」相關學歷者為佳，此外，使用者介面設計師、專案管理人員及行銷企劃人員對於畢業科系需求較為寬鬆，人才背景更為多元。
- (三) 在工作年資要求方面，除使用者經驗設計師門檻較低，僅需 2 年以下工作經驗外，其餘職務均需 2 至 5 年工作經驗。
- (四) 在招募難易度上，除使用者介面及使用者經驗 2 項設計師招募情況較為困難外，其餘職務招募狀況尚屬普通，惟招募對象皆以國內人才為主，尚無海外攬才需求。

所欠缺之人才職業(代碼)	人才需求條件				招募難易	海外攬才需求	人才欠缺主要原因	職能基準級別
	工作內容簡述	基本學歷/學類(代碼)	能力需求	工作年資				
工業/產品設計師(050307)	兼顧產品造形、色彩、功能及安全性等方面要求條件下，設計出符合顧客群需求的產品，並使產品標準化，進而大量生產產品之設計及開發	大專/ 產品設計細學類(02123) 視覺傳達設計細學類(02112) 應用藝術細學類(02121)	1. 電腦輔助繪圖-3D 2. 產品外觀設計 3. 電腦輔助繪圖-2D	2-5年	普通	無	1. 在職人員技能不符 2. 不易辨識招募對象的能力水準	4
平面設計師(美術、商業設計師)(050301)	從事各種商品形象、平面媒體形象相關的產品、物品之概念設計與繪圖工作，以強化商品的視覺形象	大專/ 視覺傳達設計細學類(02112) 美術工藝細學類(02141) 應用藝術細學類(02121)	1. 電腦輔助繪圖-2D 2. 手繪 3. 設計標準和規格訂定	2-5年	普通	無	1. 不易辨識招募對象的能力水準 2. 人才供給不足(素質問題)	3
品牌設計師/企業形象設計師(050310)	負責將企業經營理念與精神文化融入設計中，使企業內部與社會大眾，對企業產生認同感或價值觀，從而達到形成良好的企業形象	大專/ 視覺傳達設計細學類(02112) 應用藝術細學類(02121) 時尚設計與管理細學類(02125)	1. 品牌管理 2. 電腦輔助繪圖-2D 3. 設計標準和規格訂定 4. 文案撰寫	2-5年	普通	無	1. 不易辨識招募對象的能力水準 2. 人才供給不足(素質問題)	-
多媒體/動畫設計師(050312)	藉由使用電影、視頻、電腦或其他電子工具和媒體設計開發特殊效果或動畫，以用於如電腦遊戲、電影、音樂視頻和廣告產品	大專/ 視覺傳達設計細學類(02112) 應用藝術細學類(02121) 美術工藝細學類(02141)	1. 電腦輔助繪圖-2D 2. 設計標準和規格訂定 3. 電腦輔助繪圖-3D	2-5年	普通	無	1. 不易辨識招募對象的能力水準 2. 人才供給不足(素質問題)	4
使用者介面設計師(UI)(080302)	透過系統規劃與分析使用者需求，了解存在的問題以及需要執行的任務，負責定義使用介面、程式編碼、切割功能模分析，然後根據公司或客戶的目標建立適合的資訊系統	大專/ 視覺傳達設計細學類(02112) 應用藝術細學類(02121) 不限	1. 設計標準和規格訂定 2. 電腦輔助繪圖-2D 3. 數據和資訊視覺化 4. 資料分析與解讀	2-5年	困難	無	1. 人才供給不足(素質問題) 2. 薪資與福利競爭力相對不足	3
專案管理人員(210301)	分析並協調每個項目的進度、時程表、採購、人員配備和預算。管理和指導技術人員的工作。可作為客戶的聯繫窗口	大專/ 不限 視覺傳達設計細學類(02112) 時尚設計與管理細學類(02125)	1. 專案管理 2. 文案撰寫 3. 業務報告能力 4. 資料分析與解讀	2-5年	普通	無	1. 不易辨識招募對象的能力水準 2. 人才供給不足(素質問題)	3
行銷企劃人員(210103)	從事行銷企劃擬定，透過廣告、公關、媒體、品牌的資源整合與運用，達成產品或活動最佳的曝光效果，以提升公司形象及產品競爭力	大專/ 不限 視覺傳達設計細學類(02112) 心理學細學類(03131)	1. 蒐集與分析產品/服務資訊 2. 擬定活動企劃 3. 洽談與管理 4. 現場活動操作	2-5年	普通	無	1. 不易辨識招募對象的能力水準 2. 人才供給不足(素質問題)	4

所欠缺之人才職業(代碼)	人才需求條件				招募難易	海外攬才需求	人才欠缺主要原因	職能基準級別
	工作內容簡述	基本學歷/學類(代碼)	能力需求	工作年資				
使用者經驗設計師(UX)(060101)	針對使用者在使用產品或服務時的流程、體驗及感受進行研究，針對服務缺口及痛點提出改善作法，從中找出可以優化方向	大專/視覺傳達設計細學類(02112) 心理學細學類(03131) 產品設計細學類(02123)	1. 質性研究 2. 設計標準和規格訂定 3. 資料分析與解讀 4. 數據和資訊視覺化	2 年以下	困難	無	1. 不易辨識招募對象的能力水準 2. 人才供給不足(素質問題)	4

註：1. 欠缺人才職業係呈現部會調查、廠商反映之原始職缺名稱；代碼則係由部會參考勞動部勞動力發展署「通俗職業分類」後，對應歸類而得。

2. 工作內容簡述主要參考勞動部發展署 Jobooks 工作百科網站。

3. 各項職務之能力需求參考《2021 年台灣設計人才調查報告》統計結果，除行銷企劃人員之能力需求主要參考勞動部發展署 iCAP 職能基準。

4. 學類代碼依據教育部 106 年第 5 次修訂「學科標準分類」填列。

5. 基本學歷分為高中以下、大專、碩士以上；工作年資分為無經驗、2 年以下、2-5 年、5 年以上。

6. 職能基準級別依據勞動部勞動力發展署 iCAP 平台，填寫已完成職能基準訂定之職類基準級別，俾了解人才能力需求層級。「-」表示其職類尚未訂定職能基準或已訂定職能基準但尚未研析其級別。

資料來源：經濟部工業局 (2021)。