



# 設計服務業 2022-2024 專業人才需求推估調查

【調查執行單位】財團法人台灣設計研究院

經濟部工業局

110 年 12 月

## 目 錄

一、調查範疇.....	2
二、產業趨勢對人才需求影響.....	2
三、人才需求量化分析.....	4
四、人才需求質性分析.....	6
五、人才需求綜合分析.....	8

## 一、調查範疇

在產業競爭愈趨激烈、數位化下軟硬體服務界線愈趨模糊，以及消費者行為及需求快速改變等趨勢下，惟有好的設計才能讓產品及服務體驗脫穎而出，提升產業競爭優勢及創新能量，故設計服務業發展及相關專業人才需求持續受到重視。本研究將透過政府統計數據、問卷調查結果及質化訪談分析了解設計服務業目前的整體發展概況，了解未來設計產業所需之專業人才質與量之需求，作為擬定產業人才政策及進行人才培育時之重要依據。

本研究參考《文創法》及「設計驅動跨域整合創新計畫」，定義下列設計產業範疇為主要研究對象。根據財政部統計處 106 年第 8 次修訂之「稅務行業標準分類」，可區分為：「產品設計產業」及「視覺傳達設計產業」及「設計品牌時尚產業」，各產業類別詳細說明詳見表 1。

表 1 設計服務業調查範疇表

產業	細產業	說明
產品設計產業	包含工業設計(7402-00)、包裝設計(7409-13)	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。
視覺傳達設計產業	包含企業識別標誌設計(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)。	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。
設計品牌時尚產業	包含流行時尚設計(7409-15)、未分類其他專門設計服務(7409-99)。	設計品牌時尚類：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。

## 二、產業趨勢對人才需求影響

### (一) 企業對設計的重視程度逐漸增加，有助帶動人才聘僱需求

在市場、技術和社會環境正處於快速變遷的時代，「設計」則被視為驅動公部門及產業找出創新產品、流程、服務和系統的解方，運用設計方法協助企業發掘痛點、擬定策略、探索商業模式。是故設計公司在近幾年為快速因

應市場需求，發展出多樣化的專業技術與策略能力，從產品設計、商業設計，到近幾年介面設計(UI design)、使用者經驗設計(UX design)興起，以及對服務設計的重視，呈現新的設計服務樣態與面貌。根據《2020年台灣設計力報告》表示，84.3%企業認為未來三年(2021-2023年)設計人才具重要性，其中60.8%企業認為設計人才對於公司而言非常重要，可望帶動企業對於設計人才之重視程度，以及聘用設計專業人才需求持續提升。

## (二) 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。

## (三) 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。如何發展創新模式，為產業創造更多成長空間與機會。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，設計師不再只是扮演產品開發最後一哩的設計者，而是做為企業核心策略、經營管理的引導者，發展並整合策略及管理能力，除了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。

#### (四) 因應數位轉型趨勢，設計人才發展相關專業能力

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，也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，設計師也需發展「數據驅動設計(Data-Driven Design)」等相關能力，在設計過程中運用數位化工具，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。

此外，新冠疫情為所有人的生活與工作帶來前所未有的改變，遠距辦公成為一種新的常態，不僅是工作模式的改變，工作所需的軟硬體與能力也都出現新的工具與模式，瞬間對於數位工具掌握能力以及如何透過數位工具有效進行溝通等，成為設計人才必須具備的重要能力。此外，疫情也使得更多人透過網路互動與消費，因此掌握消費者網路習慣與行為也成為設計師一項需要持續精進的能力。

表 2 設計服務業未來 3 年重要產業趨勢摘要表

產業驅動因素	內容說明
企業設計認知逐漸提升	隨著設計思考觀念的持續推動及擴散，設計成為企業創新關鍵方法，企業對於設計人才之重視程度增加，可望提升聘用設計專業人才需求。
公部門、新興產業新藍海市場出現	產業與環境的變化為設計開啟各種新的需求與領域，設計人才須提升對產業知識(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。
設計服務逐步轉為策略顧問	國內已有少部分設計公司採用設計入股、長期設計顧問服務等，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。
數位轉型趨勢，善用數據引導設計與決策	因應數位化、軟硬整合的產品服務，帶動產業對於介面設計、使用者經驗設計人才需求提升之外，設計師亦可透過數位工具進行數據收集、可視化及具體化設計概念，發展「數據驅動設計(Data-Driven Design)」等相關應用。

### 三、人才需求量化分析

本研究採「地中海區域計畫人力推估法」，假設產值成長會帶動等比例的人力成長，由此假設推測未來人才需求。透過次級資料蒐集(如 2021 年台灣文化創意產業年報、勞動部的職類別薪資調查、2020 年台灣設計力報告)等方式，得知歷年產業總產值(營業額)、歷年從業人數、歷年人均產值；並藉由問卷調查，獲得設計公司對於今年(2021 年)及未來三年(2022-2024)設計服務業務平均營業額成長或衰退幅度的預估。同時，使用指數平滑法演算法(EXCEL 的 FORECAST.ETS 函數)來計算或預測未來的人均產值。

依本次廠商問卷調查，展望今年(2021 年)預期設計服務業務，平均營業額的變化為衰退佔 37.2%，成長佔 32.3%，持平佔 30.5%，綜合平均變化幅度為-4.89%，即廠商預估今年營業額平均衰退 4.89%。在未來三年(2022-2024)預期之平均營業額的變化方面，成長佔 59.6%，持平佔 22.8%，衰退佔 17.5%，綜合平均變化幅度為 17.96%，即廠商預估未來三年營業額平均複合成長率為 17.96%(相當於每年 5.66%)。其次為從業人數預估，透過前述總產值與人均產值預估，可得出今年及未來三年的總從業人數，並參考《2020 年台灣設計力調查》，得知設計產業專業人才佔總從業人數比例為 59.6%，計算專業人才未來三年新增專業人才需求。

研究結論為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(2022-2024)產業景氣看法趨向樂觀，將增加設計專業人才聘用，預估在景氣持平的情勢下，未來三年(2022-2024)專業設計人才之新增需求量分別為 1,160 人、1,250 人與 1,340 人，顯示市場對設計人才需求將持續提升(詳見下表)。

表 3 設計服務業專業人才需求量化推估表

年度	2022 年			2023 年			2024 年		
景氣情境	樂觀	持平	保守	樂觀	持平	保守	樂觀	持平	保守
新增人才需求(人)	1,220	1,160	1,100	1,310	1,250	1,180	1,400	1,340	1,270
景氣定義	(1)樂觀=持平推估人數*1.05 (2)持平=依據人均產值計算 (3)保守=持平推估人數*0.95								

	※本調查已將最後需求推估數字，四捨五入至十位數呈現，僅供參考。
<b>廠商目前人才供需現況</b>	表示人才充裕之廠商百分比：23.4% 表示供需均衡之廠商百分比：42.3% 表示人才不足之廠商百分比：21.9% ※12.4%的廠商表示「其他」。

註：本表推估之專業人才包含工業/產品設計師、平面設計師、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、專案管理人員、行銷企劃人員及使用者經驗設計師。

#### 四、人才需求質性分析

本調查彙整出設計服務產業 8 種主要的關鍵職缺（包含管理人才），關鍵職缺之需求條件與相關資訊彙整如下表。

表 4 設計服務業專業人才需求質性分析表

所需專業人才職務	人才需求條件				招募情形	
	工作內容簡述	最低學歷/學類科系	能力需求	工作年資	招募難易	海外攬才需求
工業/產品設計師	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/ 1. 產品設計學類 (02123) 2. 視覺傳達設計學類(02112) 3. 應用藝術學類 (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
平面設計師(美術、商業設計師)	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/ 1. 視覺傳達設計學類(02112) 2. 美術工藝學類 (02141) 3. 應用藝術學類 (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
品牌設計師/企業形象設計師	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/ 1. 視覺傳達設計學類(02112) 2. 應用藝術學類 (02121) 3. 時尚設計與管理系學類(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

多媒體/動畫設計師	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/ 1. 視覺傳達設計學類(02112) 2. 應用藝術學類(02121) 3. 美術工藝學類(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
使用者介面設計師 (UI)	透過組以及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/ 1. 視覺傳達設計學類(02112) 2. 應用藝術學類(02121) 3. 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	難	無
專案管理人員	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。可作為客戶或客戶的聯繫窗口。	大專/ 1. 不限 2. 視覺傳達設計學類(02112) 3. 時尚設計與管理系學類(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
行銷企劃人員	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/ 1. 不限 2. 視覺傳達設計學類(02112) 3. 心理學細學類	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
使用者經驗設計師 (UX)	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/ 1. 視覺傳達設計學類(02112) 2. 心理學細學類(03131) 3. 產品設計學類(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	難	無

註：1.工作內容簡述主要參考勞動部勞動力發展署 Jobooks 工作百科網站；2.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勞動力發展署 iCAP 職能基準。