

# 106 年臺灣民眾閱讀及消費行為調查報告

## 調查結果重點說明

2018.06.11

為瞭解民眾閱讀行為及消費情形，本部委託台灣經濟研究院進行之《106 年臺灣出版產業調查暨 107 年閱讀及消費行為趨勢分析》，針對民眾 106 年全年及 107 年動態即時閱讀及消費行為趨勢進行調查，調查共三次，第一次將針對 106 年臺灣民眾閱讀及消費行為，第二次將針對 107 年上半年臺灣民眾閱讀及消費行為，第三次將針對 107 年 1~10 月臺灣民眾閱讀及消費行為等主題進行調查。第一次之 106 年臺灣民眾閱讀及消費行為趨勢調查已於 107 年 3 月完成調查，調查方式及結果重點說明如下。

調查方式係採用電話訪問進行，調查時間為 107 年 3 月 26 日至 3 月 31 日，於平日晚間時段 18:30~22:00 及假日下午時段 14:00~17:30、晚間時段 18:30~22:00 執行調查，「106 年民眾閱讀及消費行為調查」，共成功訪問 1,689 份（包含市話 1,432 份、手機 257 份）有效樣本，在 95% 的信心水準下，抽樣誤差在正負 2.5 個百分點以內。

### 一、106 年民眾閱讀及消費行為調查結果

調查結果將依民眾閱讀行為、消費行為等兩大面向重點說明如下。

**（一） 閱讀行為：106 年各類出版品及數位文字內容之閱讀率均較 105 年下滑，惟圖書閱讀本數略增**

在出版品閱讀率<sup>1</sup>方面，106年與105年相較，閱讀紙本報紙的比率由105年的53.2%下降至106年的47.4%，減少5.8個百分點；閱讀電子報的比率由105年的33.7%微增至106年的34.5%，增加0.8個百分點。閱讀紙本圖書的比率由105年的48.8%下降至106年的42.8%，減少6個百分點；閱讀電子書的比率由105年的21.3%下降至106年的19.4%，減少1.9個百分點。閱讀紙本漫畫的比率由105年的17.2%下降至106年的14.8%，減少2.4個百分點；閱讀電子漫畫的比率由105年的18.1%下降至106年的16.4%，減少1.7個百分點。閱讀紙本雜誌的比率由105年的45.7%下降至106年的39.5%，減少6.2個百分點；閱讀電子雜誌的比率由105年的20.0%下降至106年的18.0%，減少2個百分點。

若以包含紙本及電子出版品而言，閱讀報紙的比率由105年的63.5%下降至106年的57.9%，減少5.6個百分點；閱讀圖書的比率由105年的54.1%下降至106年的48.0%，減少4.6個百分點；閱讀漫畫的比率由105年的25.5%下降至106年的23.0%，減少2.5個百分點；閱讀雜誌的比率由105年的52.6%下降至106年的44.3%，減少9.8個百分點；都沒有閱讀的比率則是由105年的22.0%上升至106年的30.0%，增加8.0個百分點。

在閱讀本數方面，儘管106年紙本圖書閱讀率較105年下滑，惟因有閱讀經驗者之閱讀本數有所增加，拉高整體平均水準，是故12歲以上全體民眾閱讀紙本圖書之數量，平均數由105年的5.7本上升至106年的6.5本，增加0.8本；閱讀電子書之數量，平均數由105年的2.2本維持在106年的2.2本。閱讀紙本漫畫之數量，平均數由105年的2.6本下降至106年的2.1本，減少0.5本；閱讀電子漫畫之

---

<sup>1</sup> 出版品閱讀率係指曾閱讀過某類型出版品之受訪者人數占整體受訪者比重。

數量，平均數由 105 年的 4.1 本下降至 106 年的 3.3 本，減少 0.8 本。閱讀紙本雜誌之數量，平均數由 105 年的 7.4 本下降至 106 年的 5.4 本，減少 2.0 本；閱讀電子雜誌之數量，平均數由 105 年的 1.4 本上升至 106 年的 2.1 本，增加 0.7 本。

在閱讀時間方面，12 歲以上全體民眾每週閱讀紙本圖書之時間，平均數由 105 年的 2.0 小時維持 106 年的 2.0 小時；每週閱讀電子書的時間，平均數由 105 年的 1.0 小時維持 106 年的 1.0 小時。每週閱讀紙本漫畫的時間，平均數由 105 年的 0.5 小時下降至 106 年的 0.3 小時，減少 0.2 小時；每週閱讀電子漫畫的時間，平均數由 105 年的 0.6 小時下降至 106 年的 0.5 小時，減少 0.1 小時。每週閱讀紙本雜誌的時間，平均數由 105 年的 1.2 小時下降至 106 年的 1.0 小時，減少 0.2 小時；每週閱讀電子雜誌的時間，平均數由 105 年的 0.5 小時維持 106 年的 0.5 小時。

鑑於數位行動裝置普及和數位內容多元，民眾數位閱讀行為已日漸成為閱讀媒介之一。本次調查延續去年將民眾閱讀數位文字內容的時間納入調查，詢問不包含電子書、電子報、電子雜誌、電子漫畫在內，去年民眾平均每天閱讀數位文字內容的時間(指實際花在瀏覽如：網路文章、社群媒體貼文、數位創作平台、電腦文件……等網路文字資訊的時間，單純掛網的時間不計)。調查結果顯示，106 年有 72.5% 的民眾會閱讀數位文字內容，較 105 年的 75.8% 減少 3.3 個百分點。12 歲以上全體民眾平均每週閱讀的時間為 11.2 小時，較 105 年的 10.5 小時增加 0.7 小時；同時，也較民眾 106 年每週閱讀電子書之時間平均 1.0 小時、每週閱讀電子漫畫之時間平均 0.5 小時、每週閱讀電子雜誌之時間平均 0.5 小時，均高出甚多。

## (二) 消費行為：106 年與 105 年相比，購買率<sup>2</sup>減少，惟圖書消費金額增加

在出版品購買經驗部分，106 年與 105 年相比，106 年紙本圖書購買率（32.8%）較 105 年有購買圖書的比率（36.9%）減少，106 年有購買或付費閱讀電子書的比率（4.3%）較 105 年（4.7%）減少。106 年紙本漫畫購買比率（7.3%）較 105 年有購買漫畫的比率（10.0%）減少；106 年有購買或付費閱讀電子漫畫的比率（1.9%）較 105 年（3.1%）減少。106 年有購買或付費閱讀紙本雜誌的比率（19.9%）較 105 年（28.1%）減少，106 年有購買或付費閱讀電子雜誌的比率（2.2%）與 105 年（2.9%）相當。

在出版品消費金額部分，儘管 106 年紙本圖書購買率較 105 年下滑，惟因有購書經驗者之購書金額有所增加，拉高整體平均水準，是故以 12 歲以上全體民眾而言，紙本圖書平均每位民眾的購書金額由 105 年的 941.7 元上升至 106 年的 1,113.1 元，增加 171.4 元；電子書平均消費金額由 105 年的 51.7 元上升至 106 年的 59.2 元，增加 7.5 元。紙本漫畫平均消費金額由 105 年的 119 元下降至 106 年的 75.2 元，減少 43.8 元；電子漫畫平均消費金額由 105 年的 22.3 元下降至 106 年的 8.5 元，減少 13.8 元。紙本雜誌平均消費金額由 105 年的 463.9 元下降至 106 年的 326.8 元，減少 137.1 元；電子雜誌平均消費金額由 105 年的 35.8 元上升至 106 年的 38.6 元，增加 2.8 元。

## (三) 小結

就本次調查結果進行整體觀察，106 年與 105 年相比，儘管整體民眾對於圖書出版品（包含紙本及電子）的閱讀率及購買率皆較 105

---

<sup>2</sup>出版品購買率係指曾購買某類型出版品之受訪者人數占整體受訪者比重。

年減少，惟閱讀數量及閱讀時間則呈微幅增加或持平，平均購書金額亦有所增加，據此研判既有圖書閱讀人口的閱讀時間及數量、消費購書金額等均有所增加，因此帶動整體平均表現成長。對於創作者及出版產業經營而言，若能有效經營既有讀者群之關係，出版符合分眾讀者偏好之主題及內容，則既有讀者的購書需求及消費潛力仍有開拓空間。

相對而言，整體民眾對於漫畫出版品（包含紙本及電子）的閱讀率、閱讀數量、閱讀時間、購買率、購買金額，106年相關指標數據均較105年減少，顯示漫畫產業面臨閱讀及消費人口流失之挑戰。

雜誌方面，紙本及電子雜誌之閱讀及消費表現略有不同。近年來雜誌發行人量及銷量呈現下滑趨勢，106年雜誌閱讀及消費相關指標數據亦較105年減少，且減少幅度高於其他類型出版品，顯示紙本雜誌的閱讀及消費人口仍呈現持續萎縮之趨勢。而電子雜誌方面則略有不同，儘管106年閱讀率較105年下滑，惟閱讀數量略增、閱讀時間持平，而消費表現方面則是購買率持平、購買金額增加，顯示電子雜誌之閱讀消費需求略有增加，惟電子雜誌之消費成長仍無法彌填紙本雜誌之消費需求下滑幅度。

而數位文字內容閱讀（包含網路文章、社群媒體貼文、數位創作平台、電腦文件……等）的閱讀率，雖然106年較105年有所減少，惟閱讀時間則微幅增加，研判既有閱讀人口的閱讀時間有所增加，因此帶動整體平均表現成長。與電子書、電子漫畫、電子雜誌之閱讀行為相比，不論閱讀率及閱讀時間，民眾的數位文字內容閱讀行為表現均高出甚多，此一情況106年與105年均相同。對於創作者及出版產業經營而言，若能善用上述網路文章、社群媒體貼文、數位創作平台等數位文字內容發表管道，則有助於增加更多民眾接觸及認識到創作者及其作品的機會。

**【詳細調查結果請參見附件】**

# 「106 年臺灣民眾閱讀及消費行為調查」報告

## 調查說明

本調查旨於瞭解民眾閱讀行為及消費情形。調查方式係採用電話訪問進行，調查時間為 107 年 3 月 26 日至 3 月 31 日，於平日晚間時段 18:30~22:00 及假日下午時段 14:00~17:30、晚間時段 18:30~22:00 執行調查，「106 年民眾閱讀及消費行為調查」，共成功訪問 1,689 份（包含市話 1,432 份、手機 257 份）有效樣本，在 95% 的信心水準下，抽樣誤差在正負 2.5 個百分點以內。

# 目次

<b>一、一般閱讀經驗</b> .....	<b>13</b>
(一) 閱讀出版品之類型 .....	13
(二) 閱讀出版品之頻率 .....	16
(三) 購買出版品之類型 .....	17
(四) 閱讀紙本圖書之數量 .....	19
(五) 閱讀電子書之數量 .....	20
(六) 閱讀紙本圖書之時間 .....	21
(七) 閱讀電子書之時間 .....	22
(八) 去實體書店之次數 .....	23
<b>二、(紙本及數位) 圖書閱讀及消費經驗</b> .....	<b>25</b>
(一) 購買紙本圖書之金額 .....	25
(二) 購買或付費閱讀電子書之金額 .....	27
(三) 購買紙本圖書之管道 .....	28
(四) 從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例 .....	29
(五) 從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例 .....	30
(六) 購買紙本圖書之類型 .....	31
(七) 購買紙本圖書給 18 歲以下兒童青少年之金額 .....	32
(八) 購買或付費閱讀電子書或加入成為會員的網路平台 .....	33
(九) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例 .....	34
(十) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例 .....	35
(十一) 購買或付費閱讀電子書之類型 .....	36
(十二) 購買電子書給 18 歲以下兒童青少年之金額 .....	37
<b>三、(紙本及數位) 漫畫閱讀及消費經驗</b> .....	<b>38</b>
(一) 閱讀紙本漫畫之數量 .....	38
(二) 閱讀電子漫畫之數量 .....	39
(三) 閱讀紙本漫畫之時間 .....	40
(四) 閱讀電子漫畫之時間 .....	41
(五) 購買或付費閱讀紙本漫畫之金額 .....	42
(六) 購買或付費閱讀電子漫畫之金額 .....	43
(七) 購買漫畫周邊商品之金額 .....	44
(八) 購買或付費閱讀紙本漫畫之管道 .....	45
(九) 購買或付費閱讀紙本漫畫之類型 .....	46

(十) 購買或付費閱讀電子漫畫的網路平台 .....	47
(十一) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例 .....	48
(十二) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例 .....	49
(十三) 購買或付費閱讀電子漫畫之類型 .....	50
<b>四、(紙本及數位) 雜誌閱讀及消費經驗 .....</b>	<b>51</b>
(一) 閱讀紙本雜誌之數量 .....	51
(二) 閱讀電子雜誌之數量 .....	52
(三) 閱讀紙本雜誌之時間 .....	53
(四) 閱讀電子雜誌之時間 .....	54
(五) 購買或付費閱讀紙本雜誌之金額 .....	55
(六) 購買或付費閱讀電子雜誌之金額 .....	56
(七) 使用訂閱方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例 .....	57
(八) 使用網路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例 .....	58
(九) 從實體通路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例 .....	59
(十) 購買或付費閱讀紙本雜誌之類型 .....	60
(十一) 購買或付費閱讀電子雜誌之網路平台 .....	61
(十二) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例 .....	62
(十三) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例 .....	63
(十四) 購買或付費閱讀電子雜誌之類型 .....	64
(十五) 閱讀數位文字內容之時間 .....	65



## 圖目次

圖貳-1、106 年民眾閱讀出版品之類型 .....	14
圖貳-2、閱讀管道 .....	15
圖貳-3、106 年民眾閱讀出版品之頻率 .....	16
圖貳-4、購買出版品之類型 .....	17
圖貳-5、閱讀紙本圖書之數量 .....	19
圖貳-6、閱讀電子書之數量 .....	20
圖貳-7、閱讀紙本圖書之時間 .....	21
圖貳-8、閱讀電子書之時間 .....	22
圖貳-9、是否曾去過實體書店 .....	23
圖貳-10、去實體書店之次數 .....	24
圖貳-11、購買紙本圖書之金額 .....	26
圖貳-12、購買或付費閱讀電子書之金額 .....	27
圖貳-13、購買紙本圖書之管道 .....	28
圖貳-14、從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例 .....	29
圖貳-15、從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例 .....	30
圖貳-16、購買紙本圖書之類型 .....	31
圖貳-17、購買紙本圖書給 18 歲以下兒童青少年之金額 .....	32
圖貳-18、購買或付費閱讀電子書或加入成為會員的網路平台 .....	33
圖貳-19、從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例 .....	34
圖貳-20、從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例 .....	35
圖貳-21、購買或付費閱讀電子書之類型 .....	36
圖貳-22、購買電子書給 18 歲以下兒童青少年之金額 .....	37
圖貳-23、閱讀紙本漫畫之數量 .....	38
圖貳-24、閱讀電子漫畫之數量 .....	39
圖貳-25、閱讀紙本漫畫之時間 .....	40
圖貳-26、閱讀電子漫畫之時間 .....	41
圖貳-27、購買或付費閱讀紙本漫畫之金額 .....	42

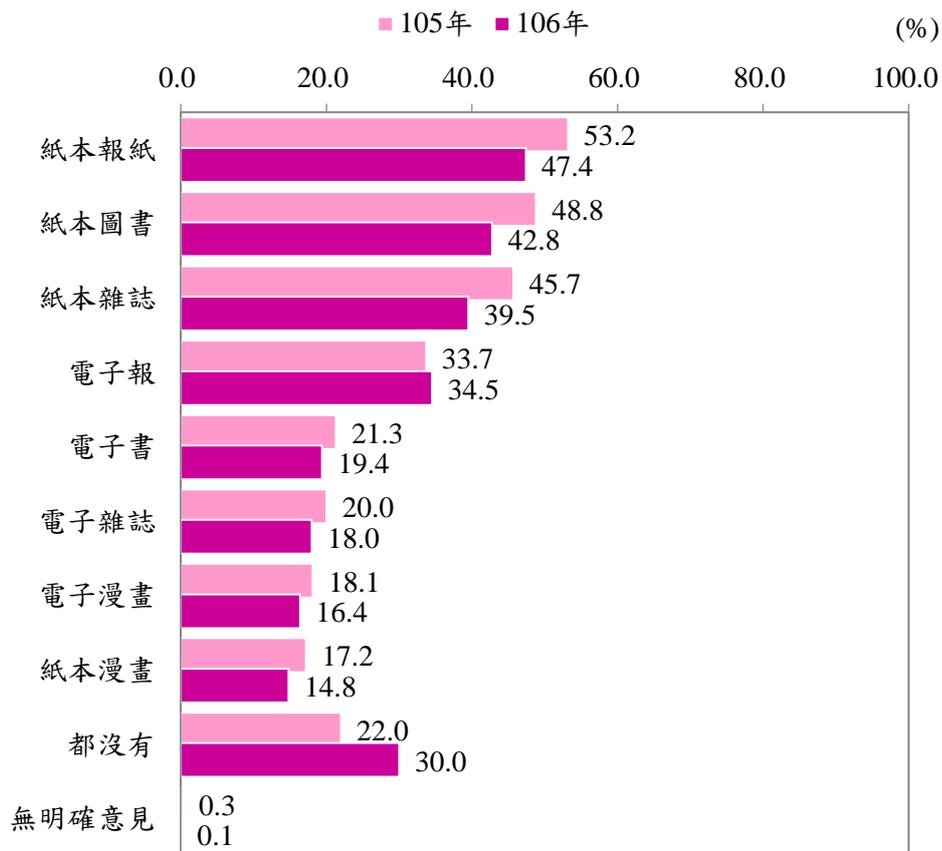
圖貳-28、購買或付費閱讀電子漫畫之金額 .....	43
圖貳-29、購買漫畫周邊商品之金額 .....	44
圖貳-30、購買或付費閱讀紙本漫畫之管道 .....	45
圖貳-31、購買或付費閱讀紙本漫畫之類型 .....	46
圖貳-32、購買或付費閱讀電子漫畫的網路平台 .....	47
圖貳-33、從國內數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例 .....	48
圖貳-34、從國外數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例 .....	49
圖貳-35、購買或付費閱讀電子漫畫之類型 .....	50
圖貳-36、閱讀紙本雜誌之數量 .....	51
圖貳-37、閱讀電子雜誌之數量 .....	52
圖貳-38、閱讀紙本雜誌之時間 .....	53
圖貳-39、閱讀電子雜誌之時間 .....	54
圖貳-40、購買或付費閱讀紙本雜誌之金額 .....	55
圖貳-41、購買或付費閱讀電子雜誌之金額 .....	56
圖貳-42、使用訂閱方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例 .....	57
圖貳-43、使用網路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例 .....	58
圖貳-44、從實體通路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例 .....	59
圖貳-45、購買或付費閱讀紙本雜誌之類型 .....	60
圖貳-46、購買或付費閱讀電子雜誌之網路平台 .....	61
圖貳-47、從國內數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例 .....	62
圖貳-48、從國外數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例 .....	63
圖貳-49、購買或付費閱讀電子雜誌之類型 .....	64
圖貳-50、民眾閱讀數位文字內容之時間 .....	65

## 一、一般閱讀經驗

### (一) 閱讀出版品之類型

調查顯示，106年民眾閱讀出版品之類型，以紙本報紙的比率較高，占47.4%，其次依序為紙本圖書（42.8%）、紙本雜誌（39.5%）、電子報（34.5%）、電子書（19.4%）、電子雜誌（18.0%）、電子漫畫（16.4%）及紙本漫畫（14.8%）等，另有30.0%表示都沒有，0.1%無明確意見。

106年與105年相較，閱讀紙本報紙的比率由105年的53.2%下降至106年的47.4%，減少5.8個百分點；閱讀電子報的比率由105年的33.7%微增至106年的34.5%，增加0.8個百分點。閱讀紙本圖書的比率由105年的48.8%下降至106年的42.8%，減少6個百分點；閱讀電子書的比率由105年的21.3%下降至106年的19.4%，減少1.9個百分點。閱讀紙本漫畫的比率由105年的17.2%下降至106年的14.8%，減少2.4個百分點；閱讀電子漫畫的比率由105年的18.1%下降至106年的16.4%，減少1.7個百分點。閱讀紙本雜誌的比率由105年的45.7%下降至106年的39.5%，減少6.2個百分點；閱讀電子雜誌的比率由105年的20.0%下降至106年的18.0%，減少2個百分點。



圖貳-1、106 年民眾閱讀出版品之類型  
Base：105 年 (N=1,568) 106 年 (N=1,689)

調查顯示，106 年民眾閱讀管道中，以報紙<sup>3</sup>的比率較高，占 57.9%，其次依序為圖書<sup>4</sup> (48.0%)、雜誌<sup>5</sup> (44.3%) 及漫畫<sup>6</sup> (23.0%)，另有 30.0% 表示都沒有，0.1% 無明確意見。

與 105 年調查結果相較，閱讀報紙的比率由 105 年的 63.5% 下降至 106 年的 57.9%，減少 5.6 個百分點；閱讀圖書的比率由 105 年的 54.1% 下降至 106 年的 48.0%，減少 4.6 個百分點；閱讀雜誌的比率由 105 年的 52.6% 下降至 106 年的 44.3%，減少 9.8 個百分點；閱讀漫畫的比率由 105 年的 25.5% 下降至 106 年的

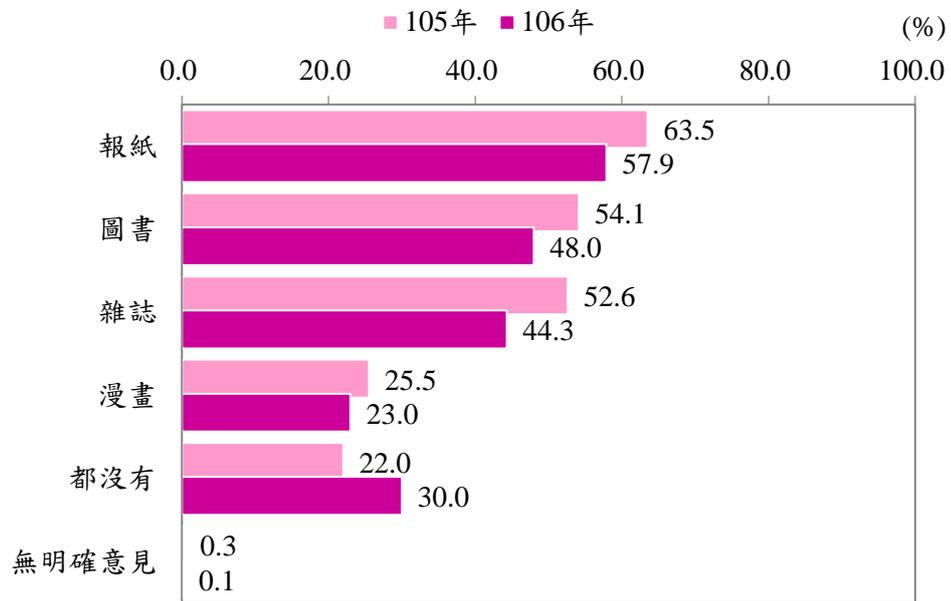
<sup>3</sup> 報紙選項包括：(01) 紙本報紙及 (02) 電子報。

<sup>4</sup> 圖書選項包括：(05) 紙本圖書及 (06) 電子書。

<sup>5</sup> 雜誌選項包括：(03) 紙本雜誌及 (04) 電子雜誌。

<sup>6</sup> 漫畫選項包括：(07) 紙本漫畫及 (08) 電子漫畫。

23.0%，減少 2.5 個百分點；都沒有閱讀的比率則是由 105 年的 22.0% 上升至 106 年的 30.0%，增加 8.0 個百分點。

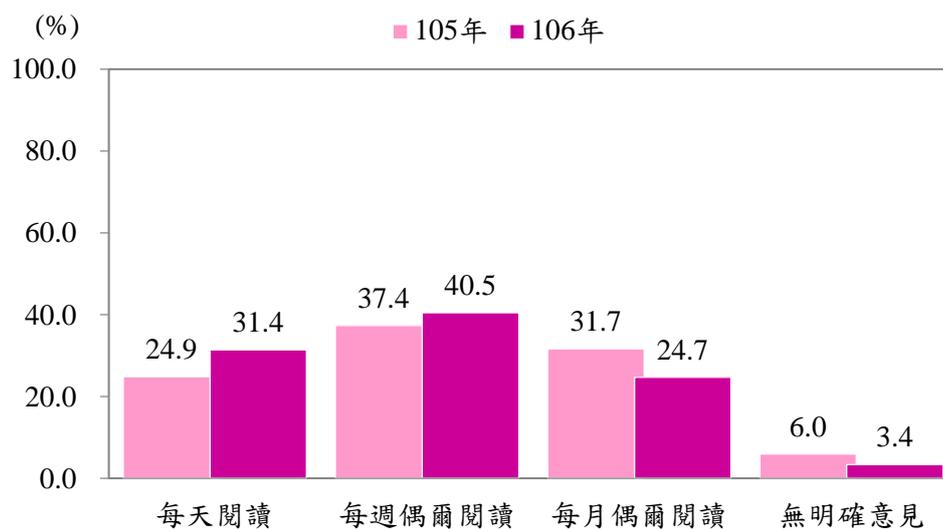


圖貳-2、閱讀管道

Base : 105 年 (N=1,568) ; 106 年 (N=1,689)

## (二) 閱讀出版品之頻率

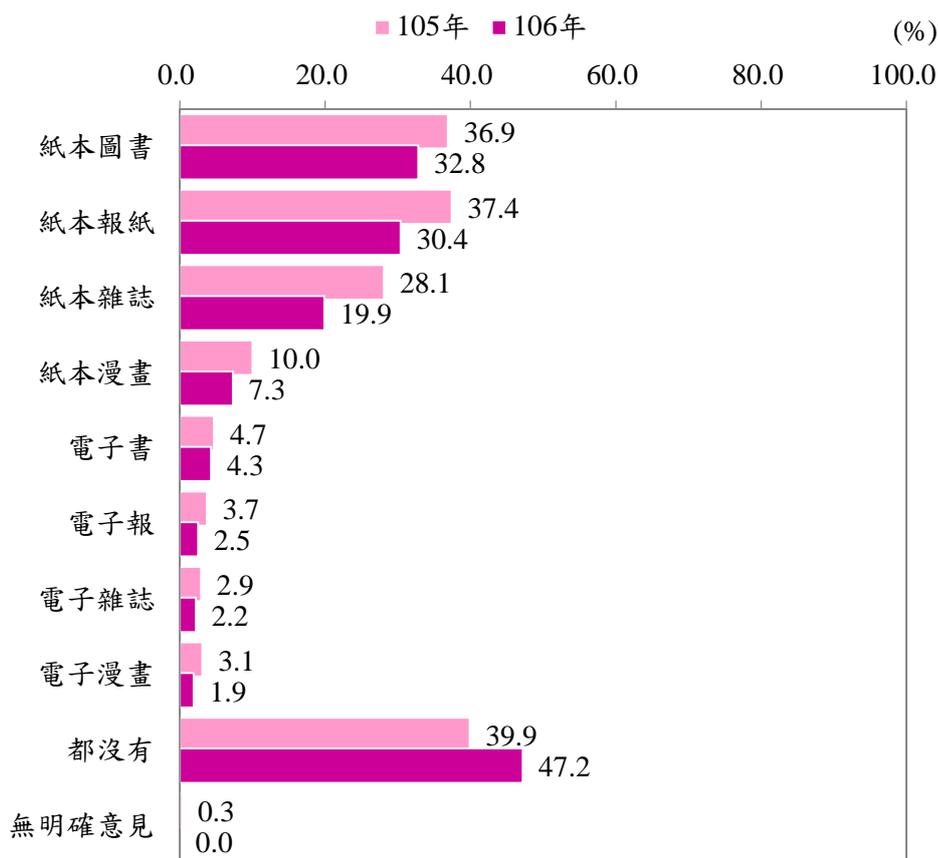
調查顯示，106年曾閱讀出版品之民眾，閱讀出版品之頻率以每週偶爾閱讀的比率高，占40.5%，其次依序為每天閱讀(31.4%)及每月偶爾閱讀(24.7%)等，另有3.4%無明確意見。



圖貳-3、106年民眾閱讀出版品之頻率  
Base：105年(N=1,220) 106年(N=1,181)

### (三) 購買出版品之類型

調查顯示,106年民眾購買出版品之類型,以紙本圖書的比率較高,占32.8%,其次依序為紙本報紙(30.4%)、紙本雜誌(19.9%)、紙本漫畫(7.3%)、電子書(4.3%)、電子報(2.5%)、電子雜誌(2.2%)及電子漫畫(1.9%)等,另有47.2%都沒有。



圖貳-4、購買出版品之類型

Base : 105年 (N=1,568) 106年 (N=1,689)

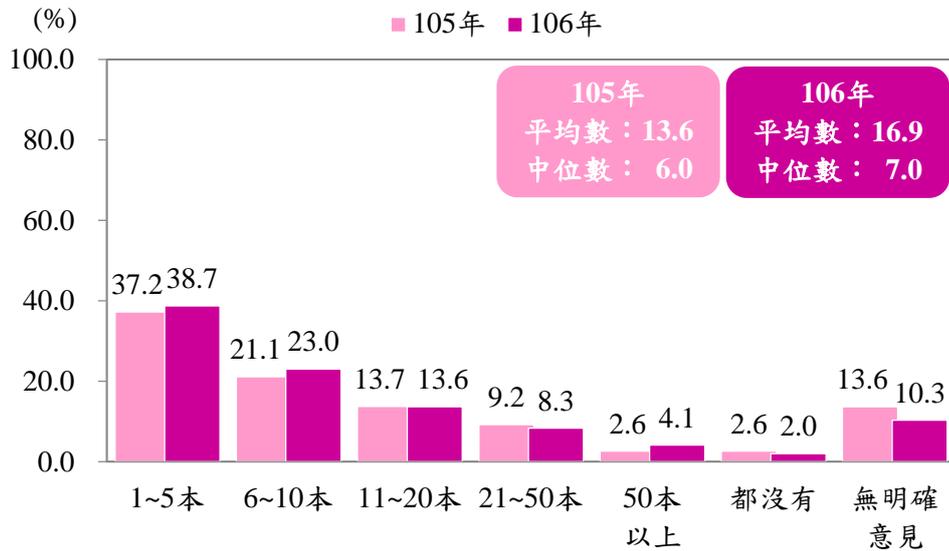
106年與105年相比,106年紙本圖書購買率(32.8%)較105年有購買圖書的比率(36.9%)減少,106年有購買或付費閱讀電子書的比率(4.3%)較105年(4.7%)減少。106年紙本漫畫購買比率(7.3%)較105年有購買漫畫的比率(10.0%)減少;106年有購買或付費閱讀電子漫畫的比率(1.9%)較105年(3.1%)減少。106年有購買或付費閱讀紙本雜誌的比率(19.9%)較105年(28.1%)減

少，106 年有購買或付費閱讀電子雜誌的比率（2.2%）與 105 年（2.9%）相當。

#### (四) 閱讀紙本圖書之數量

調查顯示，106 年曾閱讀紙本圖書之民眾，閱讀紙本圖書之數量，以 1-5 本的比率高，占 38.7%，其次依序為 6-10 本 (23.0%)、11-20 本 (13.6%)、21-50 本 (8.3%) 及 50 本以上 (4.1%) 等，另有 2.0% 都沒有，10.3% 無明確意見。平均數為 16.9 本 (標準差 44.1)，中位數為 7.0 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 6.5 本 (標準差 28.5)。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年閱讀紙本圖書之數量由 105 年的 13.6 本上升至 106 年的 16.9 本，增加 3.3 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 105 年的 5.7 本上升至 106 年的 6.5 本，增加 0.8 本。



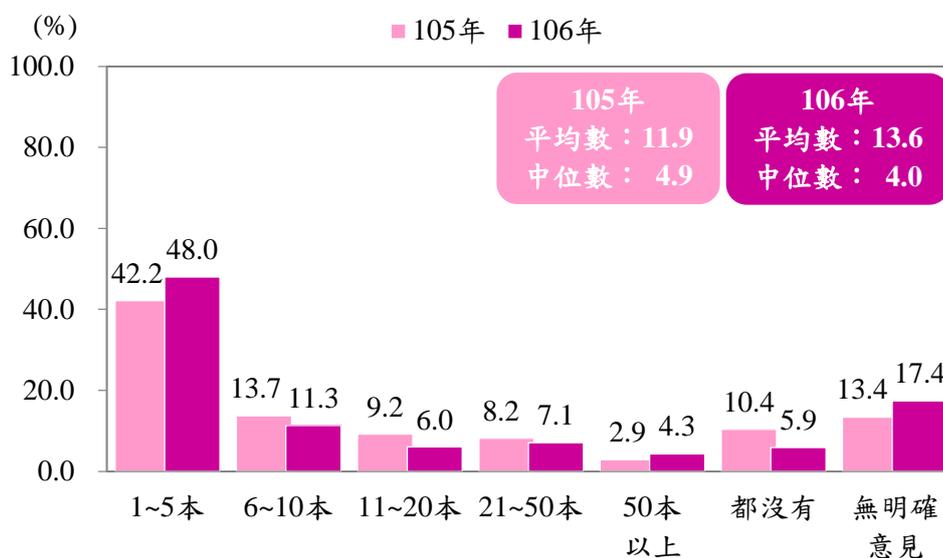
圖貳-5、閱讀紙本圖書之數量

Base：105 年 (N=766)、106 年 (N=723)

### (五) 閱讀電子書之數量

調查顯示，106 年曾閱讀電子書之民眾，閱讀電子書之數量，以 1-5 本的比率較高，占 48.0%，其次依序為 6-10 本（11.3%）、21-50 本（7.1%）、11-20 本（6.0%）及 50 本以上（4.3%）等，另有 5.9% 都沒有，17.4% 無明確意見。平均數為 13.6 本（標準差 35.1），中位數為 4.0 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 2.2 本（標準差 14.9）。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年閱讀電子書之數量由 105 年的 11.9 本上升至 106 年的 13.6 本，增加 1.7 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 105 年的 2.2 本維持在 106 年的 2.2 本。



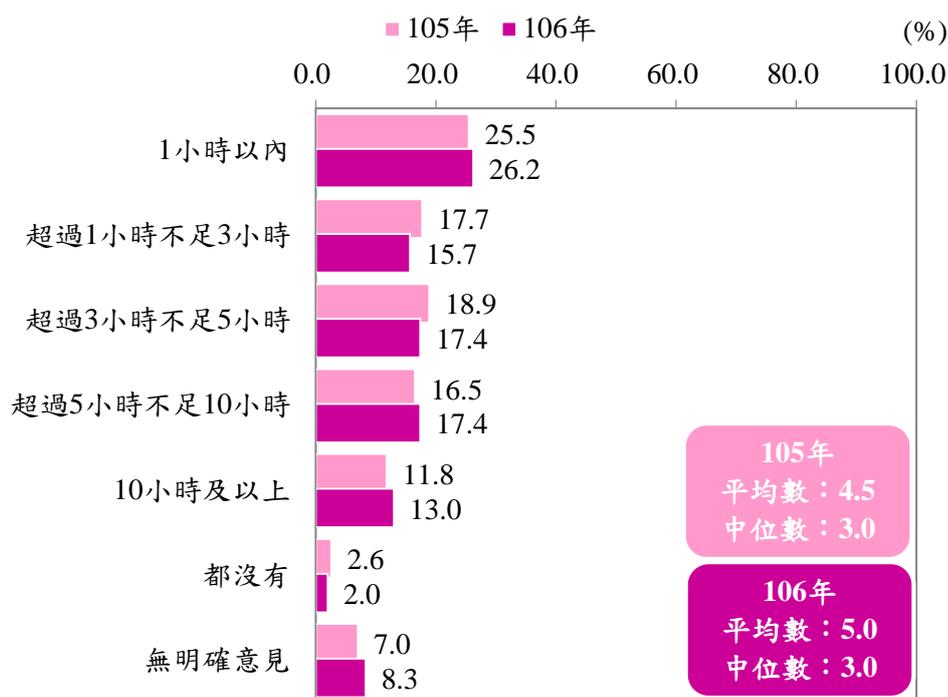
圖貳-6、閱讀電子書之數量

Base：105 年 (N=334)；106 年 (N=328)

## (六) 閱讀紙本圖書之時間

調查顯示，106 年曾閱讀紙本圖書之民眾，閱讀紙本圖書之時間以 1 小時以內的比率高，占 26.2%，其次依序為超過 3 小時不足 5 小時（17.4%）、超過 5 小時不足 10 小時（17.4%）、超過 1 小時不足 3 小時（15.7%）及 10 小時以上（13.0%）等，另有 2.0%都沒有，8.3%無明確意見。平均數為 5.0 小時（標準差 7.6），中位數為 3.0 小時。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 2.0 小時（標準差 5.4）。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年閱讀紙本圖書之時間由 105 年的 4.5 小時上升至 106 年的 5.0 小時，增加 0.5 小時。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 105 年的 2.0 小時維持 106 年的 2.0 小時。



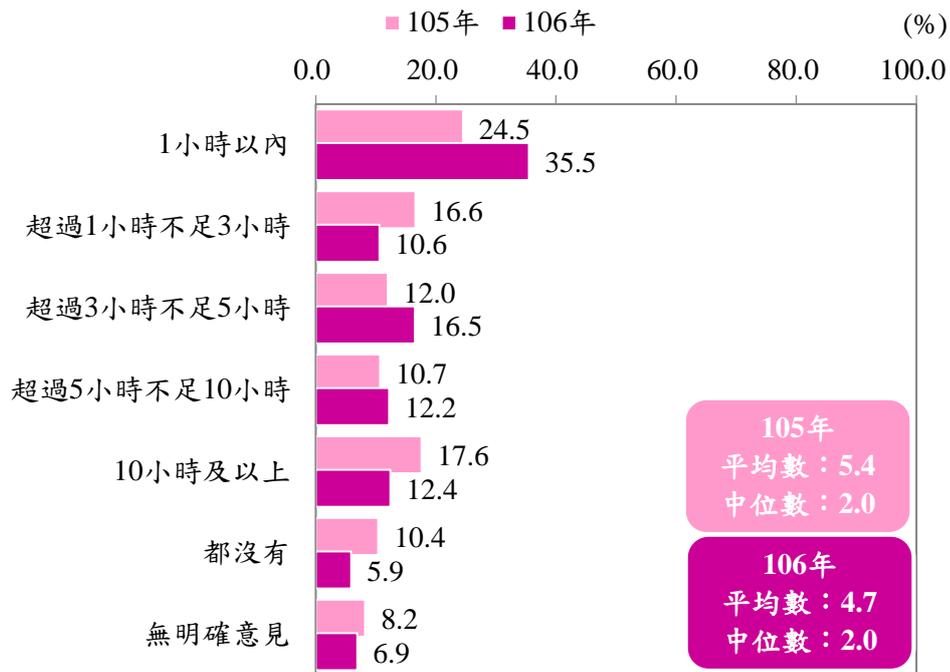
圖貳-7、閱讀紙本圖書之時間

Base：105 年（N=766）、106 年（N=723）

### (七) 閱讀電子書之時間

調查顯示，106 年曾閱讀電子書之民眾，閱讀電子書之時間以 1 小時以內的比率高，占 35.5%，其次依序為超過 3 小時不足 5 小時(16.5%)、10 小時及以上(12.4%)、超過 5 小時不足 10 小時(12.2%)、超過 1 小時不足 3 小時(10.6%)、等，另有 5.9%都沒有，6.9%無明確意見。平均數為 4.7 小時（標準差 7.5），中位數為 2.0 小時。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 1.0 小時（標準差 3.7）。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年閱讀電子書之時間由 105 年的 5.4 小時下降至 106 年的 4.7 小時，減少 0.7 小時。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 105 年的 1.0 小時維持 106 年的 1.0 小時。



圖貳-8、閱讀電子書之時間

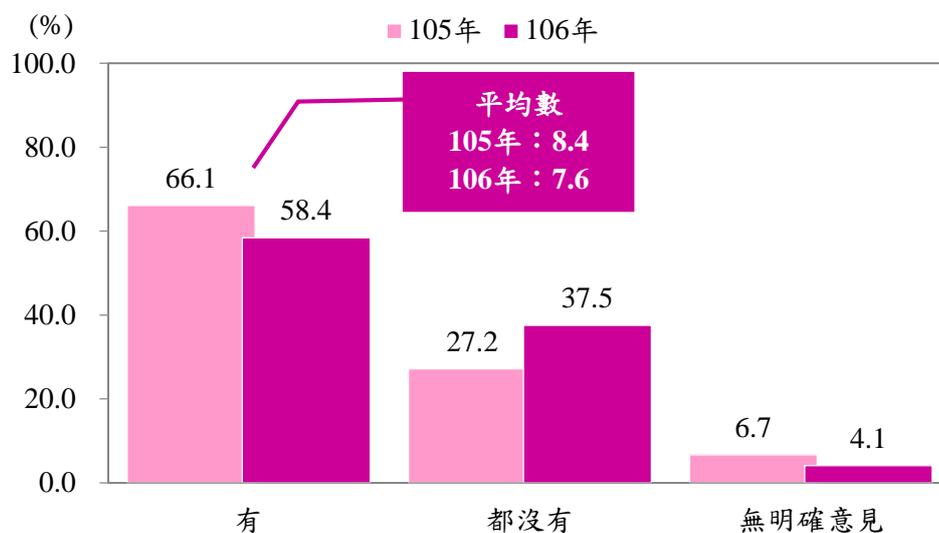
Base：105 年 (N=334)、106 年 (N=328)

## (八) 去實體書店之次數

調查顯示，58.4%的民眾106年曾去過實體書店，37.5%的民眾不曾去過，另有4.1%無明確意見。

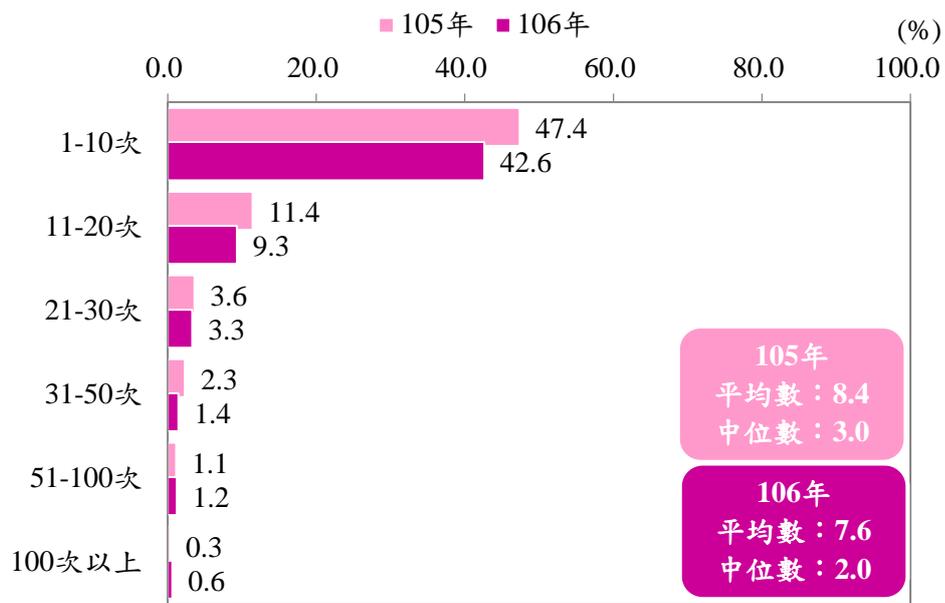
106年民眾去實體書店之次數，以1-10次的比率較高，占42.6%，其次依序為11-20次(9.3%)、21-30次(3.3%)、31-50次(1.4%)、51-100次(1.2%)、及100次以上(0.6%)等。平均數為7.6次(標準差22.2)，中位數為2.0次。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為7.3次(標準差21.8)。

與105年調查結果相較，民眾106年去實體書店之次數由105年的8.4次下降至106年的7.6次，減少0.8次。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由105年的8.4次下降至106年的7.3次，減少1.1次。



圖貳-9、是否曾去過實體書店

Base：105年(N=1,568)、106年(N=1,689)



圖貳-10、去實體書店之次數

Base：105年 (N=1,568)、106年 (N=1,689)

## 二、(紙本及數位)圖書閱讀及消費經驗

### (一) 購買紙本圖書之金額

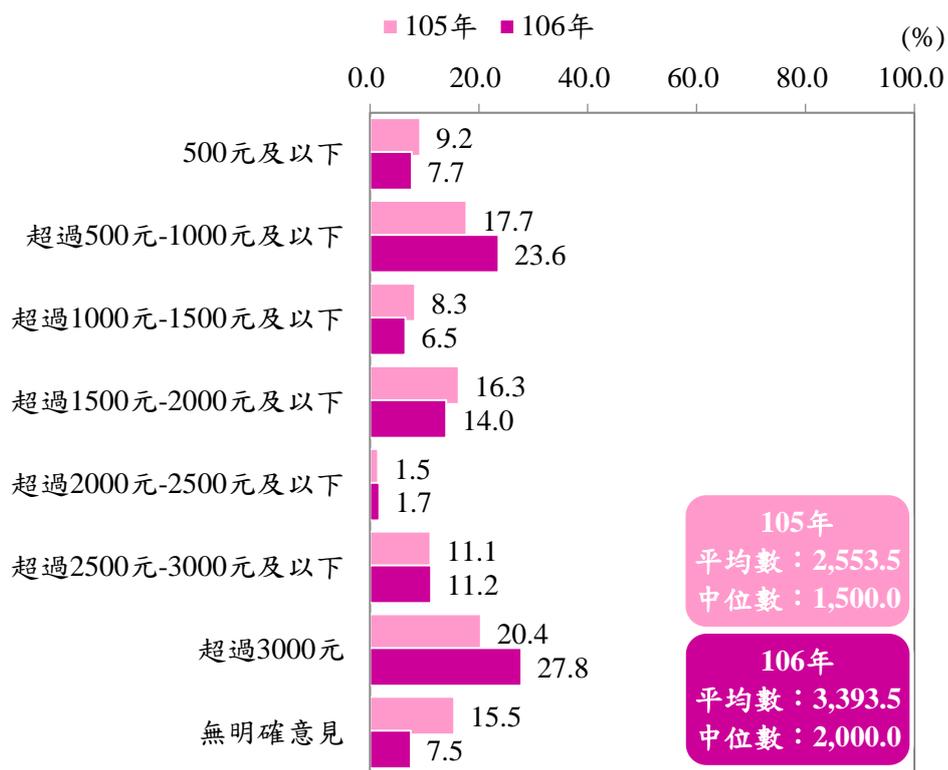
106年曾購買紙本圖書之民眾，購買紙本圖書之金額以超過3,000元的比率較高，占27.8%，其次依序為超過500元-1000元及以下(23.6%)、超過1500元-2000元及以下(14%)、超過2500元-3000元及以下(11.2%)、500元及以下(7.7%)、超過1000元-1500元及以下(6.5%)、超過2000元-2500元及以下(1.7%)等，另有7.5%不知道金額。平均數為3,393.5元<sup>7</sup>，中位數為2,000元。若以12歲以上全體民眾進行換算<sup>8</sup>，平均數為1,113.1元。

與105年調查結果相較，民眾106年紙本圖書平均消費金額由105年的2,553.5元上升至106年的3,393.5元，增加840元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由105年的941.7元上升至106年的1,113.1元，增加171.4元。

---

<sup>7</sup> 購買金額的平均數計算方式為，將有購買但金額未表態以及極端值的金額部分以\$0元處理後，進行有購買者的平均消費金額計算。(有回答出明確金額者的金額加總+極端金額與未表態以0計) / (有購買者)

<sup>8</sup> 以12歲以上全體民眾進行換算的平均數計算方式為，將回答有購買但金額卻未表態者與沒有購買者以\$0元處理後，進行平均消費金額計算。(有回答出明確金額者的金額加總+極端金額、未表態與沒有購買者以0計) / (本次調查總人數)

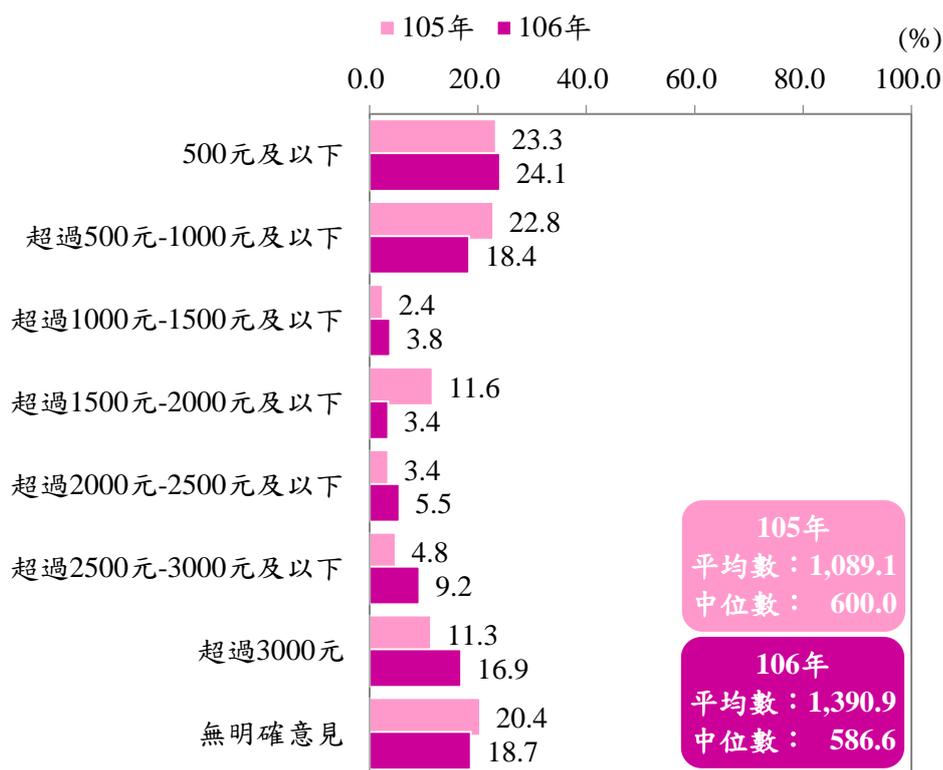


圖貳-11、購買紙本圖書之金額  
 Base：105年 (N=578)、106年 (N=554)

## (二) 購買或付費閱讀電子書之金額

調查顯示，106年曾購買或付費閱讀電子書之民眾，購買或付費閱讀電子書之金額以500元以下的比率較高，占24.1%，其次依序為超過500元-1000元及以下(18.4%)、超過3000元(16.9%)、超過2500元-3000元及以下(9.2%)、超過2000元-2500元及以下(5.5%)、超過1000元-1500元及以下(3.8%)、超過1500元-2000元及以下(3.4%)等，另有18.7%不知道金額。平均數為1,390.9元，中位數為586.6元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為59.2元。

與105年調查結果相較，民眾106年電子書平均消費金額由105年的1,089.1元上升至106年的1,390.9元，增加301.8元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由105年的51.7元上升至106年的59.2元，增加7.5元。



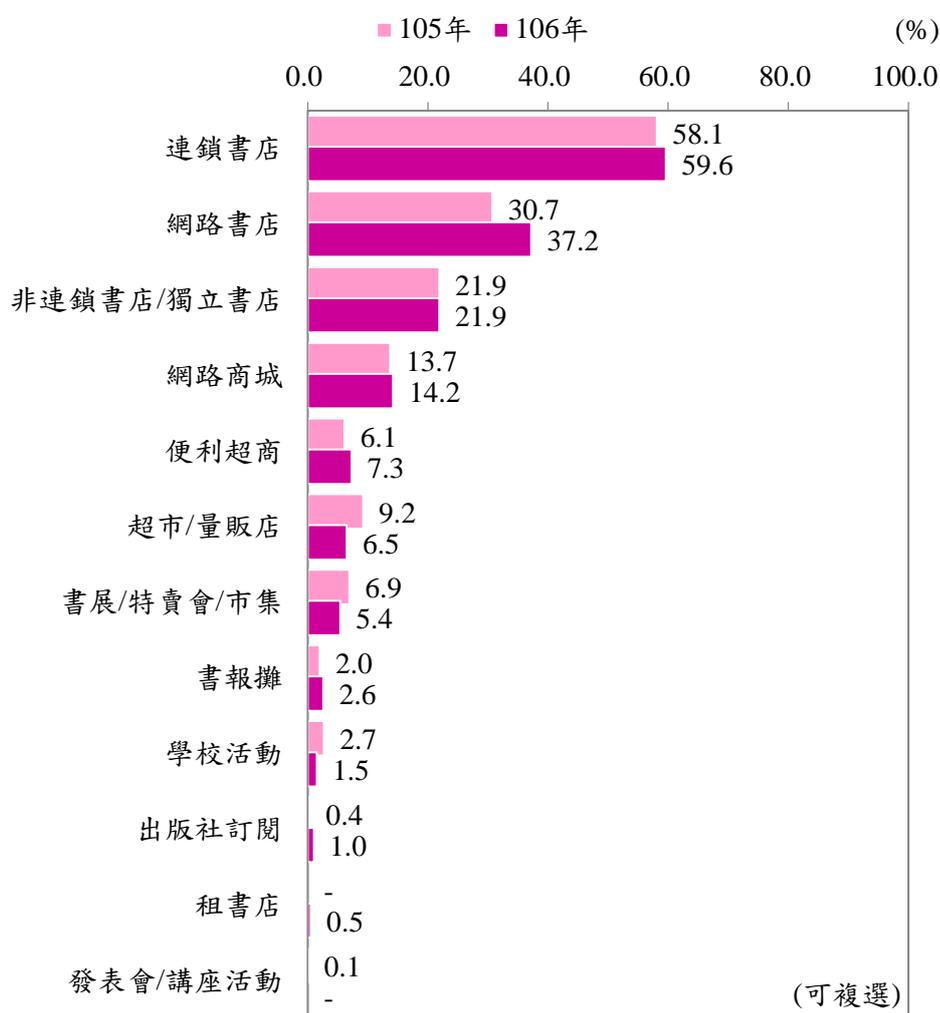
圖貳-12、購買或付費閱讀電子書之金額

Base：105年 (N=74)、106年 (N=72)

### (三) 購買紙本圖書之管道

調查顯示，106 年民眾購買紙本圖書之管道，以連鎖書店的比率較高，占 59.6%，其次依序為網路書店(37.2%)、非連鎖書店/獨立書店(21.9%)、網路商城(14.2%)、便利超商(7.3%)、超市/量販店(6.5%)、書展/特賣會/市集(5.4%)、書報攤(2.6%)、學校活動(1.5%)、出版社訂閱(1%)、及租書店(0.5%)等。

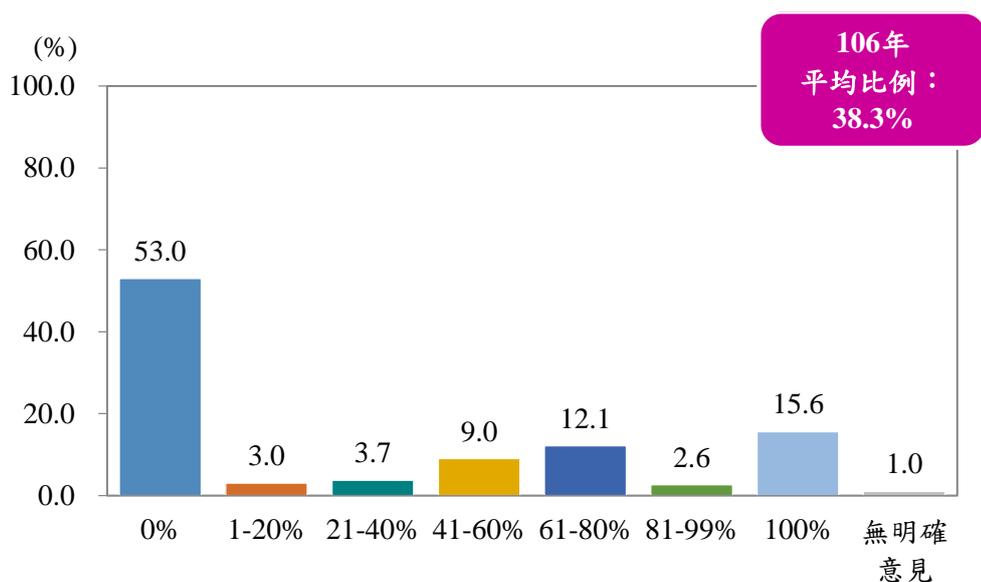
與 105 年調查結果相較，民眾 106 年由連鎖書店購買紙本圖書的比率由 105 年的 58.1% 上升至 106 年的 59.6%，增加 1.5 個百分點。



圖貳-13、購買紙本圖書之管道  
Base：105 年 (N=578)、106 年 (N=554)

#### (四) 從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例

調查顯示，106年曾購買紙本圖書之民眾，從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例，以100%的比率較高，占15.6%，其次依序為61-80%(12.1%)、41-60%(9.0%)、21-40%(3.7%)、1-20%(3.0%)、81-99%(2.6%)等，另有53.0%都沒有，1.0%無明確意見。從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的平均比例<sup>9</sup>為38.3%。



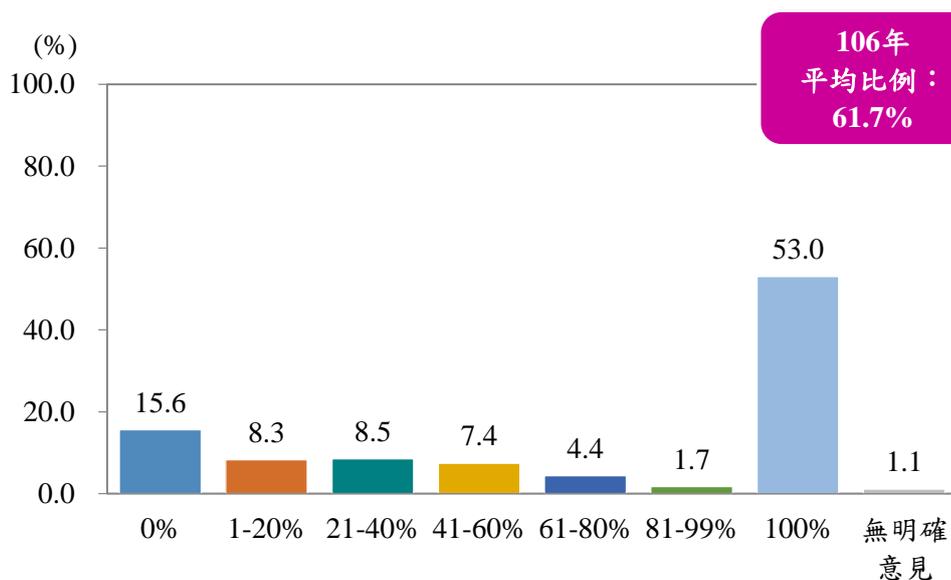
圖貳-14、從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例

Base：106年(N=554)

<sup>9</sup> 平均比例計算方式為：(購買紙本圖書之金額 X 從網路管道購買之比例)/購買紙本圖書之總金額

### (五) 從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例

調查顯示，106年曾購買紙本圖書之民眾，從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例，以100%的比率高，占53.0%，其次依序為21-40%(8.5%)、1-20%(8.3%)、41-60%(7.4%)、61-80%(4.4%)、81-99%(1.7%)等，另有15.6%都沒有，1.1%無明確意見。從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的平均比例為58.7%。



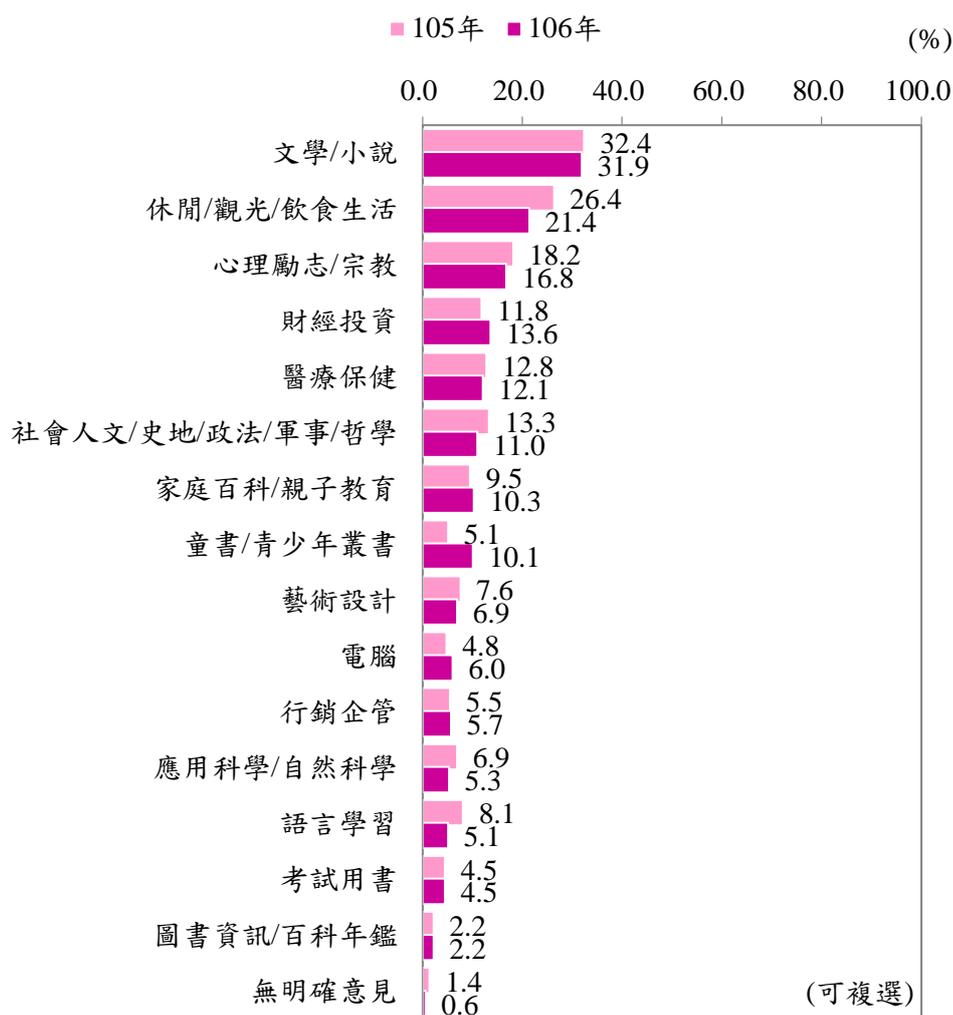
圖貳-15、從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例

Base：106年(N=554)

## (六) 購買紙本圖書之類型

調查顯示，106 年民眾購買紙本圖書之類型，以文學/小說的比率較高，占 31.9%，其次依序為休閒/觀光/飲食生活（21.4%）及心理勵志/宗教（16.8%）等。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年購買文學/小說的比率由 105 年的 32.4% 下降至 106 年的 31.9%，減少 0.5 個百分點。

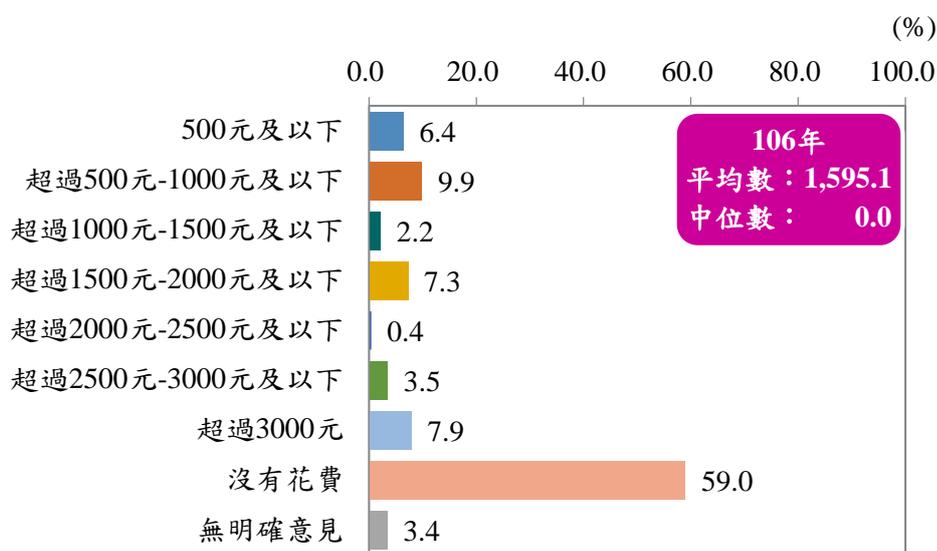


圖貳-16、購買紙本圖書之類型

Base：105 年 (N=578)、106 年 (N=554)

### (七) 購買紙本圖書給 18 歲以下兒童青少年之金額

106 年曾購買紙本圖書之民眾，購買紙本圖書給 18 歲以下兒童青少年之金額以超過 500 元-1000 元及以下的比率高，占 9.9%，其次依序為超過 3000 元 (7.9%)、超過 1500 元-2000 元及以下(7.3%)、500 元及以下(6.4%)、超過 2500 元 3000 元及以下(3.5%)、超過 1000 元-1500 元及以下(2.2%)、超過 2000 元-2500 元 及以下(0.4%)等，另有 59.0%沒有花費，3.4%無明確意見。平均數為 1,595.1 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 523.2 元。

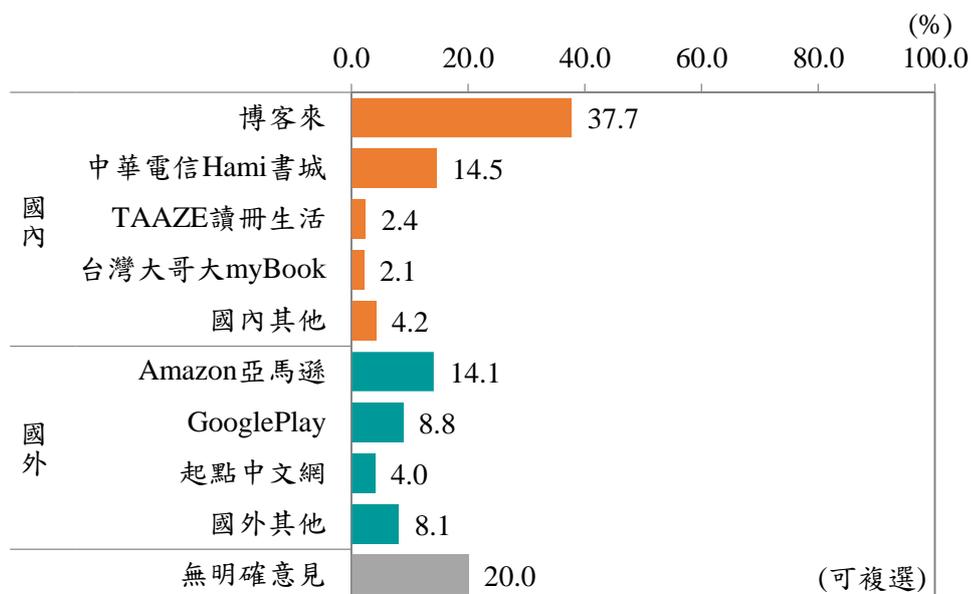


圖貳-17、購買紙本圖書給 18 歲以下兒童青少年之金額

Base： 106 年 (N=554)

(八) 購買或付費閱讀電子書或加入成為會員的網路平台

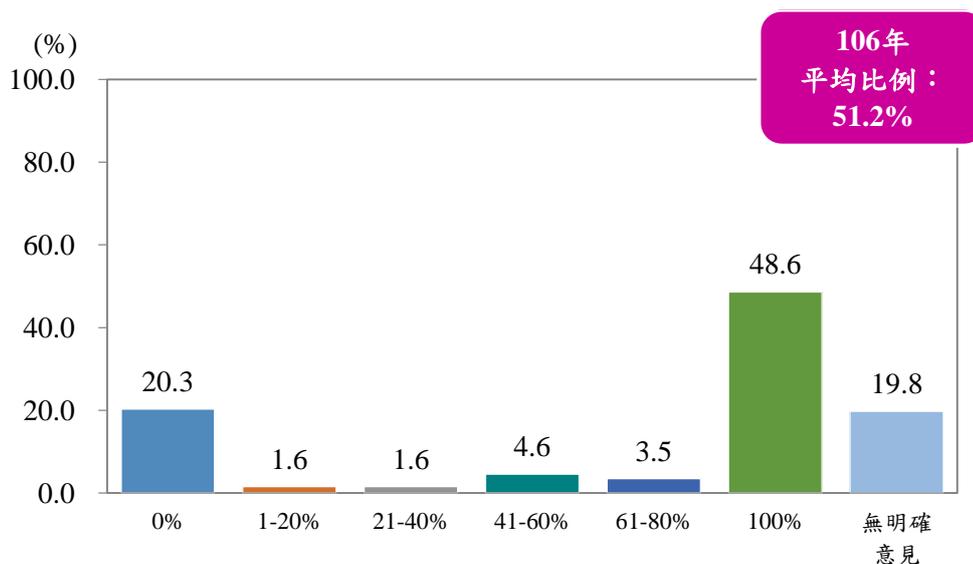
調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀電子書或加入成為會員的網路平台，國內平台以博客來（37.7%）的比率較高，國外平台以 Amazon 亞馬遜（14.1%）的比率較高，另有 20.0%無明確意見。



圖貳-18、購買或付費閱讀電子書或加入成為會員的網路平台  
Base：106 年（N=72）

### (九) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例

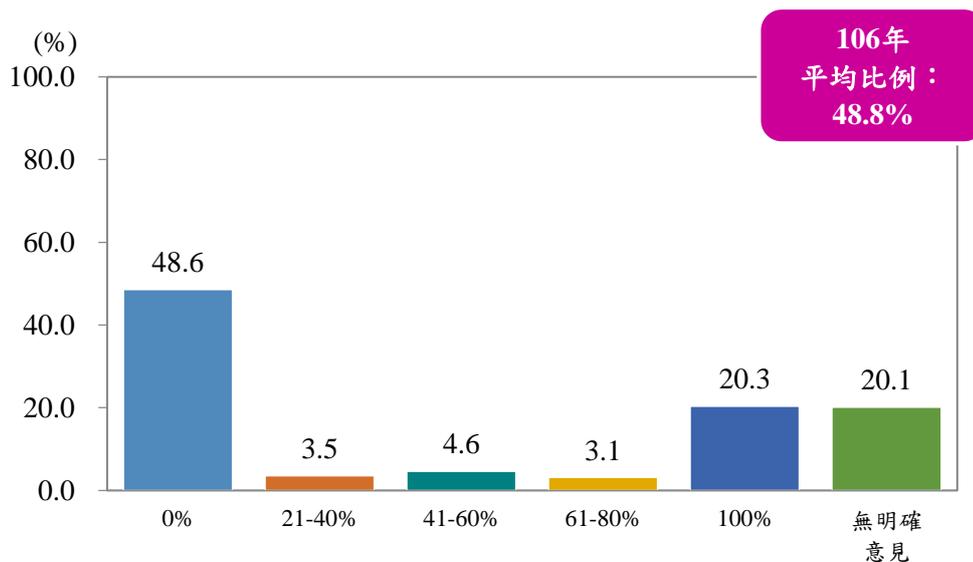
調查顯示，106年曾購買紙本圖書之民眾，從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例，以100%的比率較高，占48.6%，其次依序為41-60%(4.6%)、61-80%(3.5%)、1-20%(1.6%)、21-40%(1.6%)等，另有20.3%都沒有，19.8%無明確意見。從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的平均比例為51.2%。



圖貳-19、從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例  
Base：106年 (N=72)

(十) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例

調查顯示，106 年曾購買紙本圖書之民眾，從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例，以 100%的比率較高，占 20.3%，其次依序為 41-60%(4.6%)、21-40%(3.5%)、61-80%(3.1%)等，另有 48.6%都沒有，20.1%無明確意見。從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的平均比例為 48.8%。



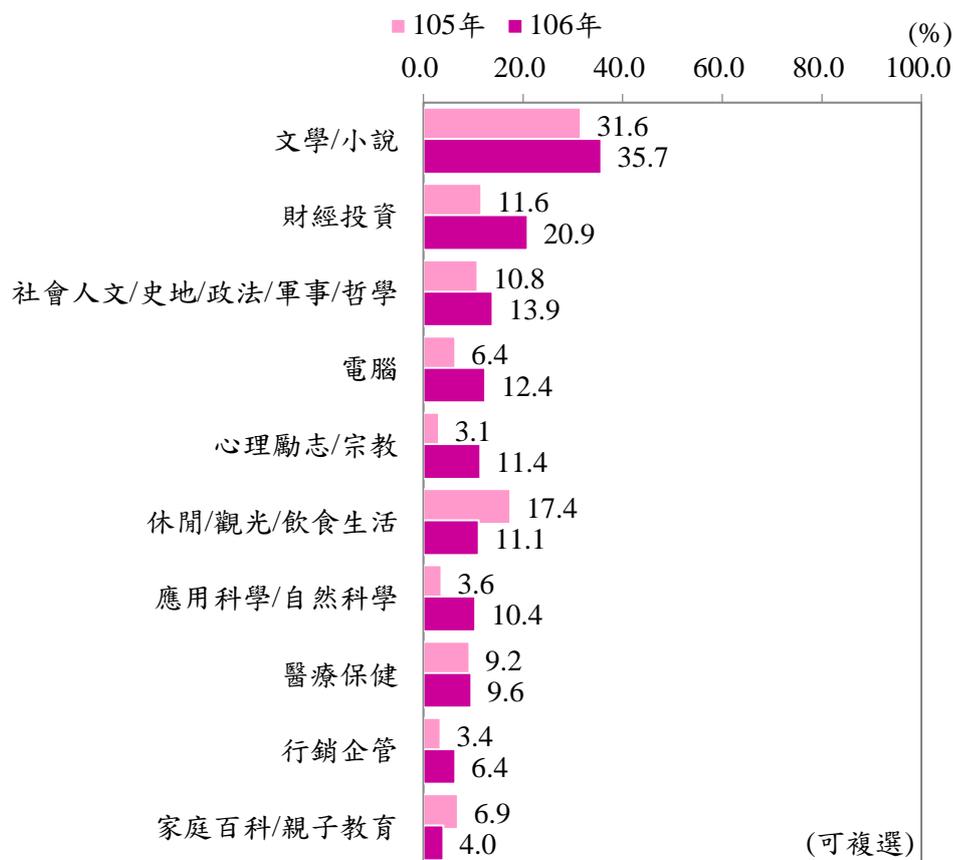
圖貳-20、從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例

Base：106 年 (N=72)

### (十一) 購買或付費閱讀電子書之類型

調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀電子書之類型，以文學/小說的比率較高，占 35.7%，其次依序為財經投資(20.9%)、社會人文/史地/政法/軍事/哲學(13.9%)等。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年購買或付費閱讀文學/小說的比率由 105 年的 31.6% 上升至 106 年的 35.7%，增加 4.1 個百分點。

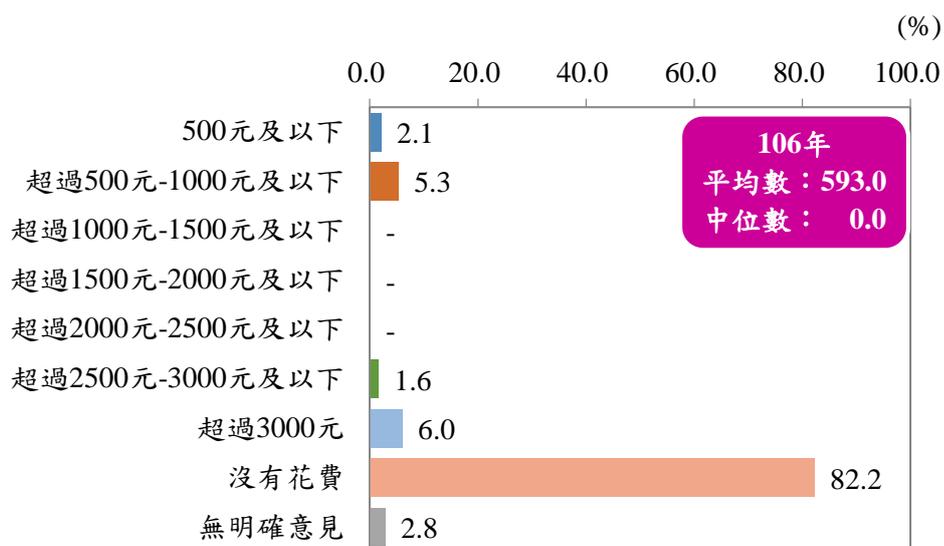


圖貳-21、購買或付費閱讀電子書之類型

Base：105 年 (N=74)、106 年 (N=72)

## (十二) 購買電子書給 18 歲以下兒童青少年之金額

106 年曾購買電子書之民眾，購買電子書給 18 歲以下兒童青少年之金額以超過 3000 元的比率較高，占 6.0%，其次依序為超過 500 元-1000 元及以下(5.3%)、500 元及以下(2.1%)、超過 2500 元-3000 元及以下(1.6%)等，另有 82.2%沒有花費，2.8%無明確意見。平均數為 593.0 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 25.2 元。



圖貳-22、購買電子書給 18 歲以下兒童青少年之金額

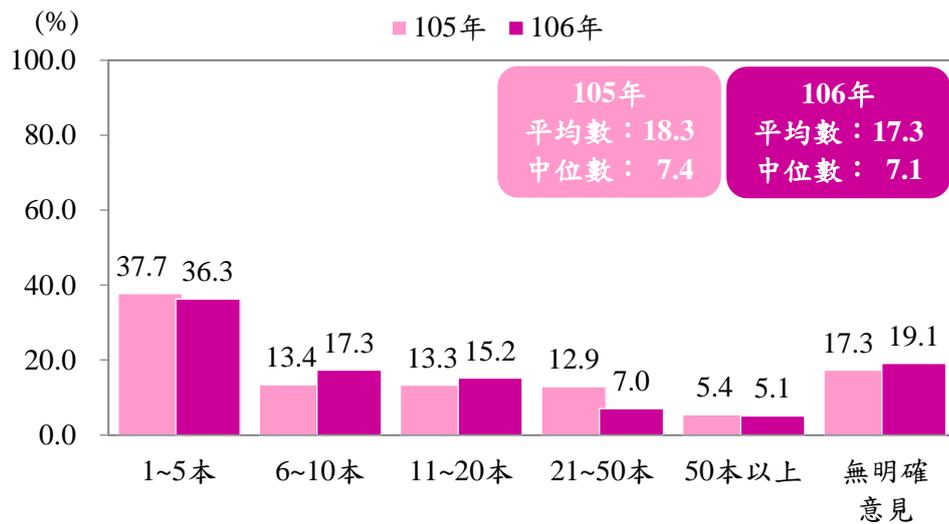
Base：106 年 (N=72)

### 三、(紙本及數位) 漫畫閱讀及消費經驗

#### (一) 閱讀紙本漫畫之數量

調查顯示,106年民眾閱讀紙本漫畫之數量,以1-5本的比率較高,占36.3%,其次依序為6~10本(17.3%)、11~20本(15.2%)、21~50本(7%)、50本以上(5.1%),另有19.1%無明確意見。平均數為17.3本(標準差29.7)。若以12歲以上全體民眾進行換算,平均數為2.1本(標準差11.7)。

與105年調查結果相較,民眾106年閱讀紙本漫畫之數量由105年的18.3本下降至106年的17.3本,減少1.0本。若以12歲以上全體民眾進行換算,平均數由105年的2.6本下降至106年的2.1本,減少0.5本。



圖貳-23、閱讀紙本漫畫之數量

Base : 105年 (N=270) ; 106年 (N=249)

## (二) 閱讀電子漫畫之數量

調查顯示,106年民眾閱讀電子漫畫之數量,以1-5本的比率較高,占35.2%,其次依序為11~20本(12.5%)、6~10本(12%)、50本以上(9.4%)、21~50本(8.9%),另有21.4%無明確意見。平均數為25.3本(標準差51.3),中位數為8.0本。若以12歲以上全體民眾進行換算,平均數為3.3本(標準差20.2)。

與105年調查結果相較,民眾106年閱讀電子漫畫之數量由105年的28.3本下降至106年的25.3本,減少3.0本。若以12歲以上全體民眾進行換算,平均數由105年的4.1本下降至106年的3.3本,減少0.8本。



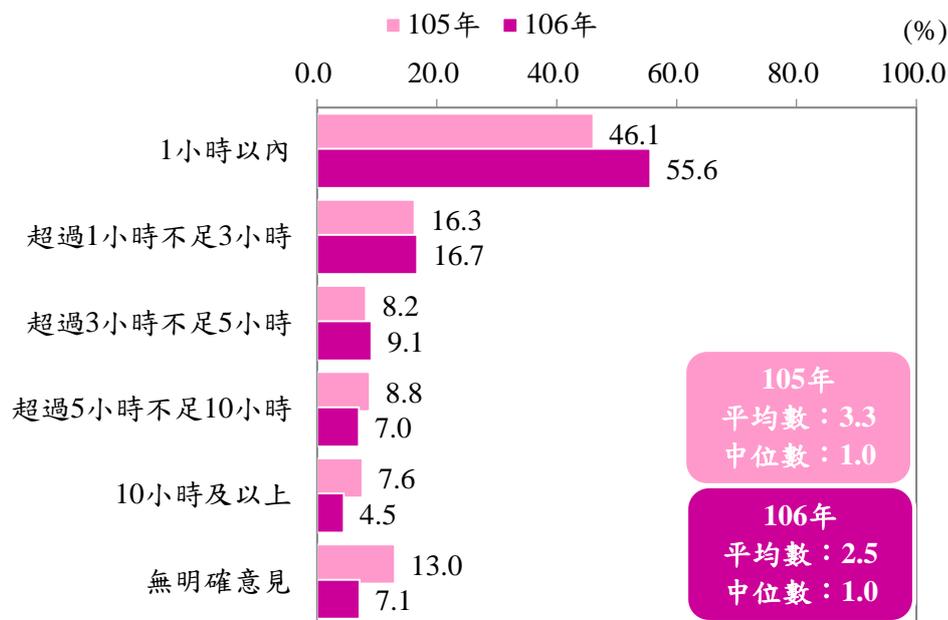
圖貳-24、閱讀電子漫畫之數量

Base：105年(N=284)；106年(N=276)

### (三) 閱讀紙本漫畫之時間

調查顯示，106年民眾閱讀紙本漫畫之時間，以1小時以內的比率較高，占55.6%，其次依序為超過1小時不足3小時(16.7%)、超過3小時不足5小時(9.1%)、超過5小時不足10小時(7%)、10小時及以上(4.5%)，另有7.1%無明確意見。平均數為2.5小時(標準差3.6)，中位數為1.0小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為0.3小時(標準差1.6)。

與105年調查結果相較，民眾106年閱讀紙本漫畫之時間由105年的3.3小時下降至106年的2.5小時，減少0.8小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由105年的0.5小時下降至106年的0.3小時，減少0.2小時。



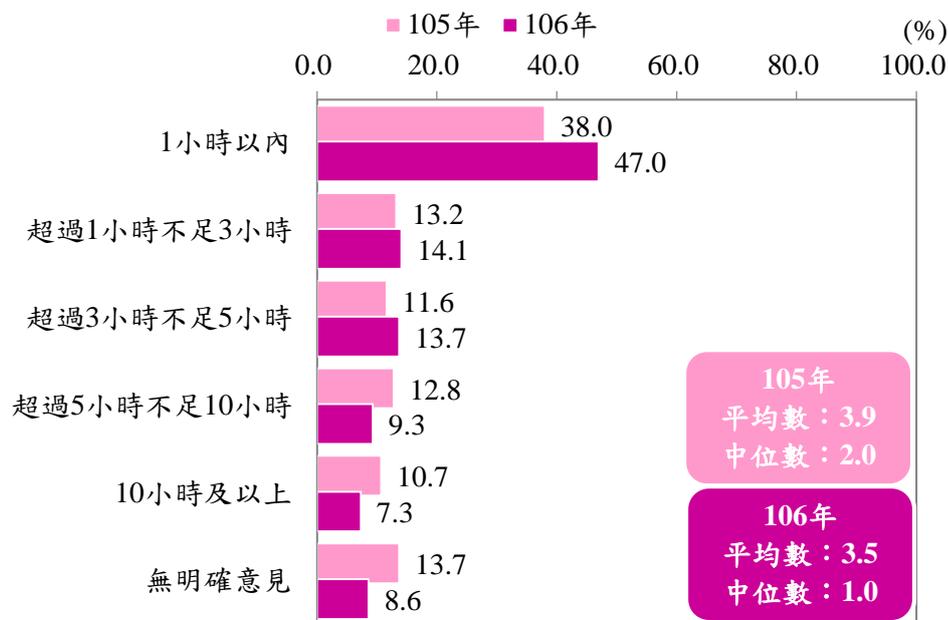
圖貳-25、閱讀紙本漫畫之時間

Base：105年(N=270)、106年(N=249)

#### (四) 閱讀電子漫畫之時間

調查顯示，106年民眾閱讀電子漫畫之時間，以1小時以內的比率較高，占47.0%，其次依序為超過1小時不足3小時(14.1%)、超過3小時不足5小時(13.7%)、超過5小時不足10小時(9.3%)、10小時及以上(7.3%)，另有8.6%無明確意見。平均數為3.5小時(標準差6.6)，中位數為1.0小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為0.5小時(標準差2.8)。

與105年調查結果相較，民眾106年閱讀電子漫畫之時間由105年的3.9小時下降至106年的3.5小時，減少0.4小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由105年的0.6小時下降至106年的0.5小時，減少0.1小時。



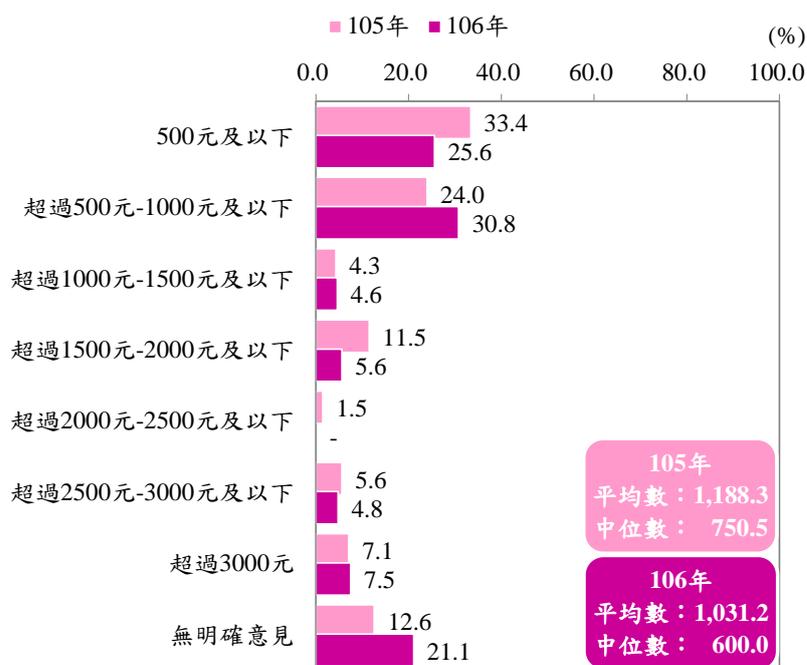
圖貳-26、閱讀電子漫畫之時間

Base：105年(N=284)；106年(N=276)

### (五) 購買或付費閱讀紙本漫畫之金額

調查顯示，106 年曾購買或付費閱讀紙本漫畫之民眾，購買或付費閱讀紙本漫畫之金額以超過 500 元-1000 元及以下的比率較高，占 30.8%，其次依序為 500 元及以下(25.6%)、超過 3000 元(7.5%)、超過 1500 元-2000 元及以下(5.6%)、超過 2500 元-3000 元及以下(4.8%)、超過 1000 元-1500 元及以下(4.6%)等，另有 21.1%不知道金額。平均數為 1,031.2 元，中位數為 600.0 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 75.2 元。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年紙本漫畫消費金額由 105 年的 1,188.3 元下降至 106 年的 1,031.2 元，減少 157.1 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 105 年的 119 元下降至 106 年的 75.2 元，減少 43.8 元<sup>10</sup>。



圖貳-27、購買或付費閱讀紙本漫畫之金額

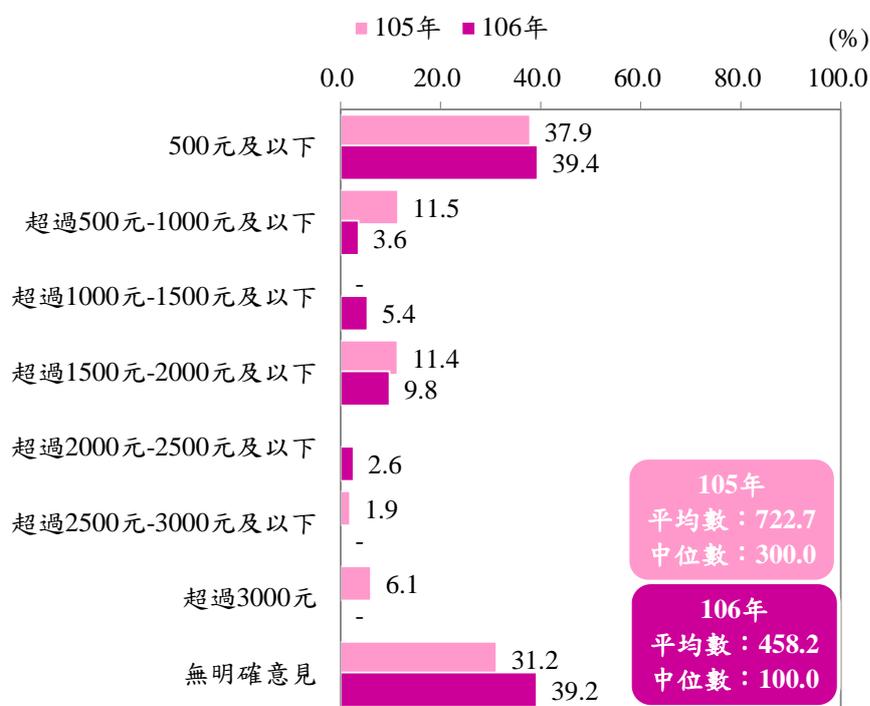
Base：105 年 (N=157)；106 年 (N=123)

<sup>10</sup> 106 年有購買者 (人數) 少於 105 年調查有購買者，因此在推估到 12 歲整體以上民眾的消費金額數值上於後續引用上須謹慎。

## (六) 購買或付費閱讀電子漫畫之金額

調查顯示，106年民眾購買或付費閱讀電子漫畫之金額，以500元以下的比率較高，占39.4%，其次依序為超過1500元-2000元及以下(9.8%)、超過1000元-1500元及以下(5.4%)、超過500元-1000元及以下(3.6%)、超過2000元-2500元及以下(2.6%)等，另有39.2%不知道金額。平均數為458.2元，中位數為100元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為8.5元。

與105年調查結果相較，民眾106年電子漫畫平均消費金額由105年的722.7元下降至106年的458.2元，減少264.5元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由105年的22.3元下降至106年的8.5元，減少13.8元<sup>11</sup>。



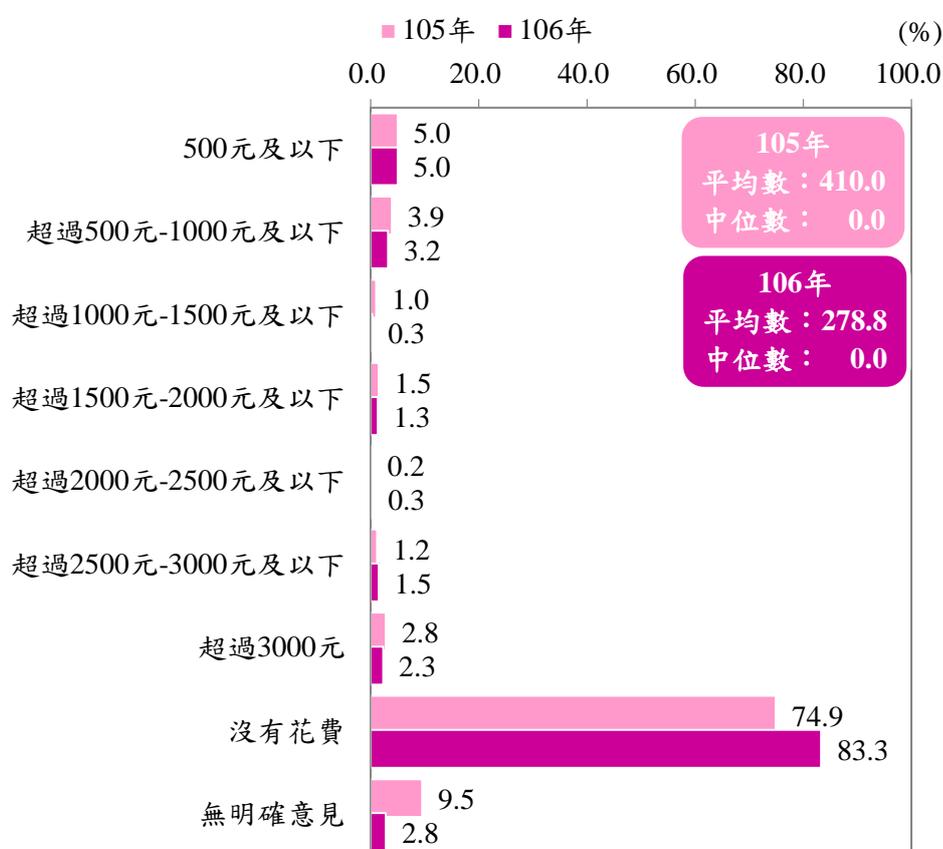
圖貳-28、購買或付費閱讀電子漫畫之金額

Base：105年(N=48)、106年(N=31)

<sup>11</sup> 106年有購買者(人數)少於105年調查有購買者，因此在推估到12歲整體以上民眾的消費金額數值上於後續引用上須謹慎。

### (七) 購買漫畫周邊商品之金額

調查顯示，106年民眾購買漫畫周邊商品之金額，以500元以下的比率較高，占5.0%，其次依序為超過500元-1000元及以下(3.2%)、超過3000元(2.3%)、超過2500元-3000元及以下(1.5%)、超過1500元-2000元及以下(1.3%)、超過1000元-1500元及以下(0.3%)、超過2000元-2500元及以下(0.3%)等，另有83.3%沒有花費。平均數為278.8元(標準差1075.8)，中位數為0元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為271.0元(標準差1,061.6)。



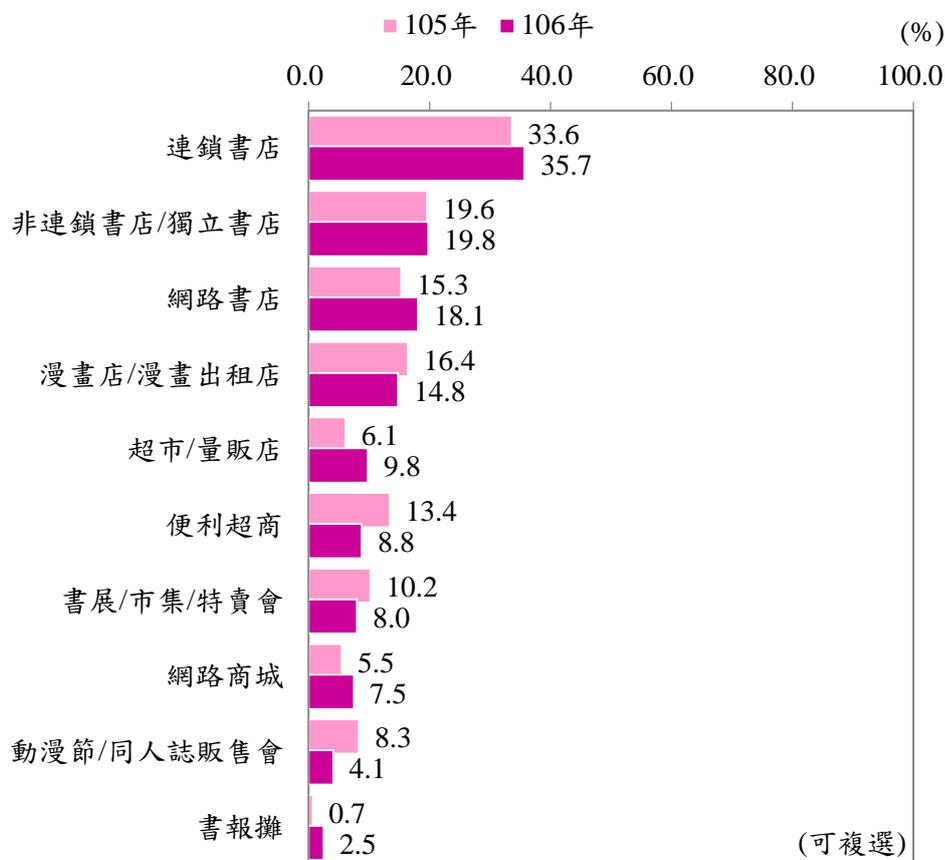
圖貳-29、購買漫畫周邊商品之金額

Base：105年(N=1,568) 106年(N=1,689)

### (八) 購買或付費閱讀紙本漫畫之管道

調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之管道，以連鎖書店的比率較高，占 35.7%，其次依序為非連鎖書店/獨立書店(19.8%)及網路書店(18.1%)等。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年由連鎖書店購買或付費閱讀紙本漫畫的比率，由 105 年的 33.6% 上升至 106 年的 35.7%，增加 2.1 個百分點。

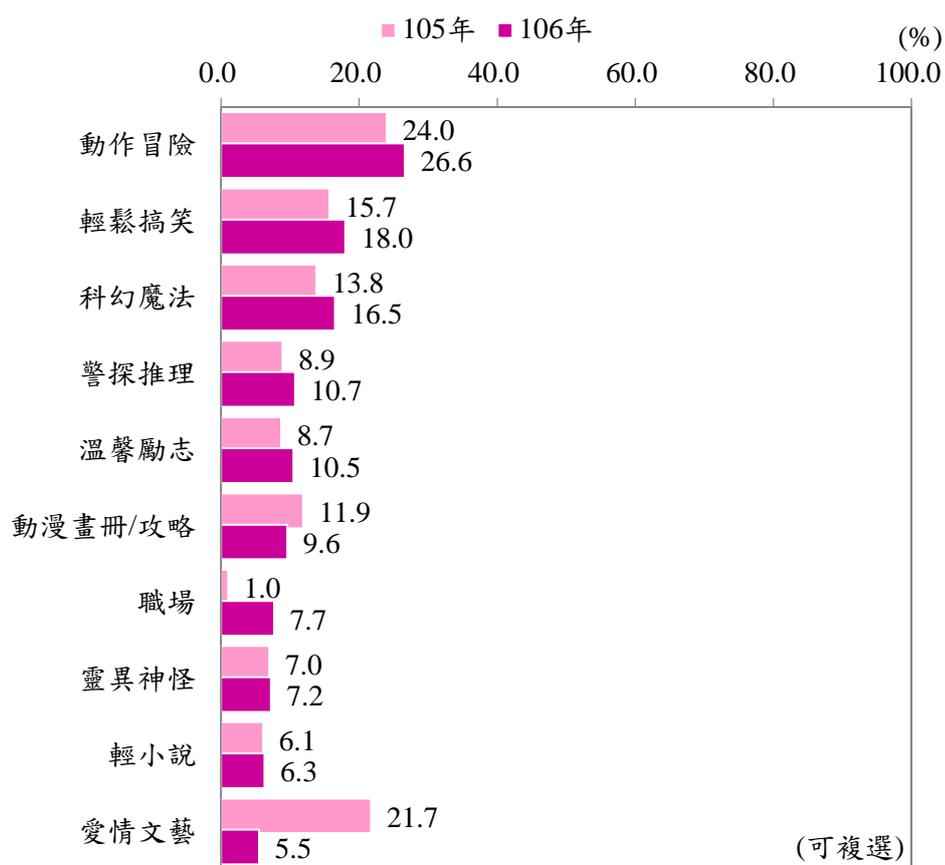


圖貳-30、購買或付費閱讀紙本漫畫之管道  
Base：105 年 (N=156)、106 年 (N=123)

### (九) 購買或付費閱讀紙本漫畫之類型

調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之類型，以動作冒險的比率較高，占 26.6%，其次依序為輕鬆搞笑(18%)、科幻魔法(16.5%)等。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年購買或付費閱讀紙本漫畫之類型為動作冒險的比率，由 105 年的 24.0% 上升至 106 年的 26.6%，增加 2.6 個百分點。

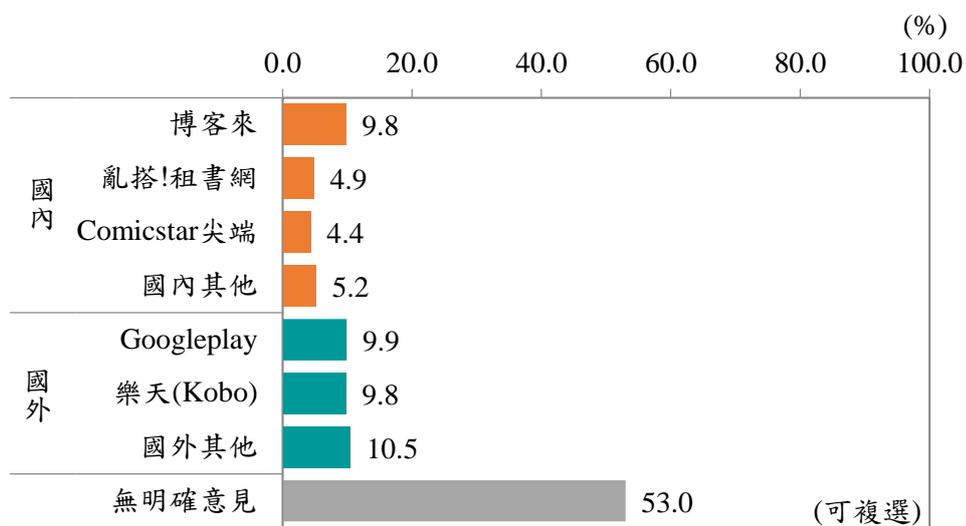


圖貳-31、購買或付費閱讀紙本漫畫之類型

Base：105 年 (N=157)；106 年 (N=123)

(十) 購買或付費閱讀電子漫畫的網路平台

調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀電子漫畫的網路平台，國內平台以博客來(9.8%)的比率較高，國外平台以 Googleplay(9.9%)的比率較高，另有 53.0% 無明確意見。

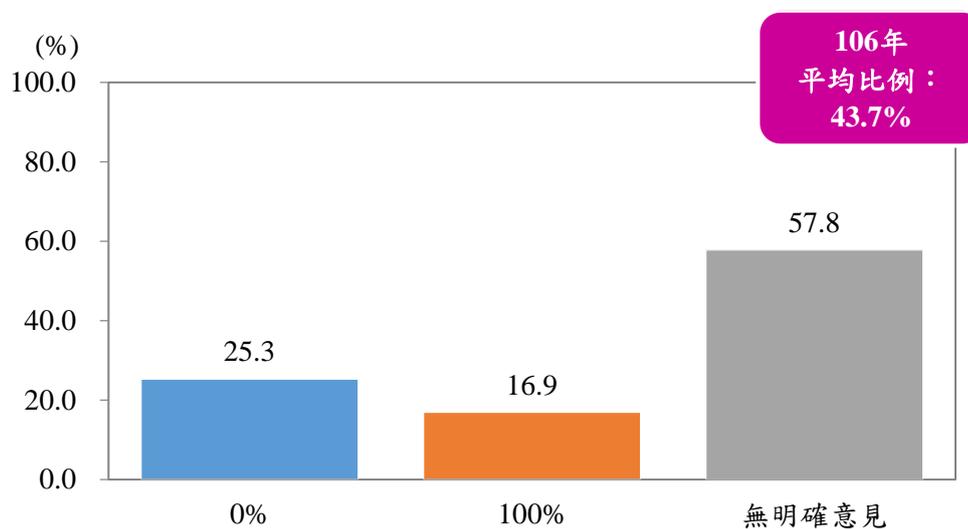


圖貳-32、購買或付費閱讀電子漫畫的網路平台

Base : 106 年 (N=31)

(十一) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例

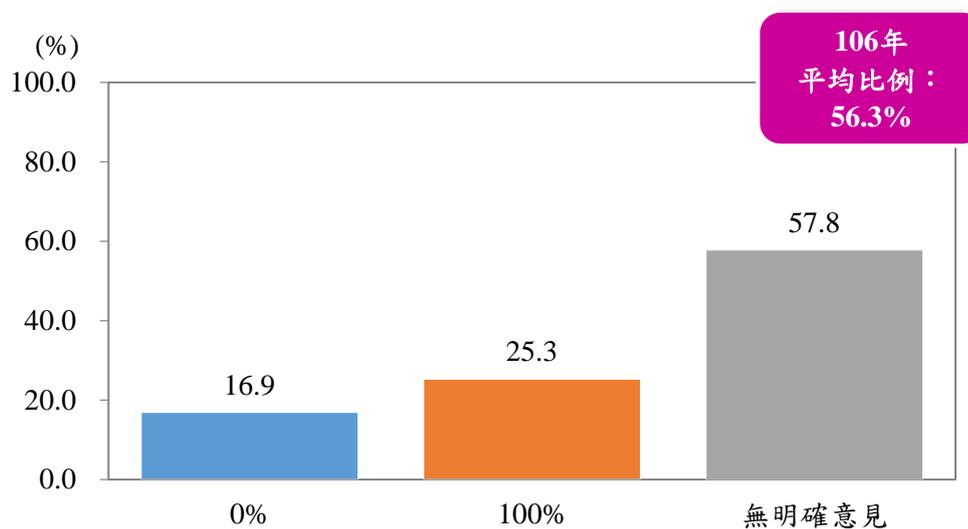
調查顯示，106年曾購買電子漫畫之民眾，從國內數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的平均比例為43.7%。



圖貳-33、從國內數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例  
Base：106年(N=31)

## (十二) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例

調查顯示，106 年曾購買電子漫畫之民眾，從國外數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的平均比例 56.3%。

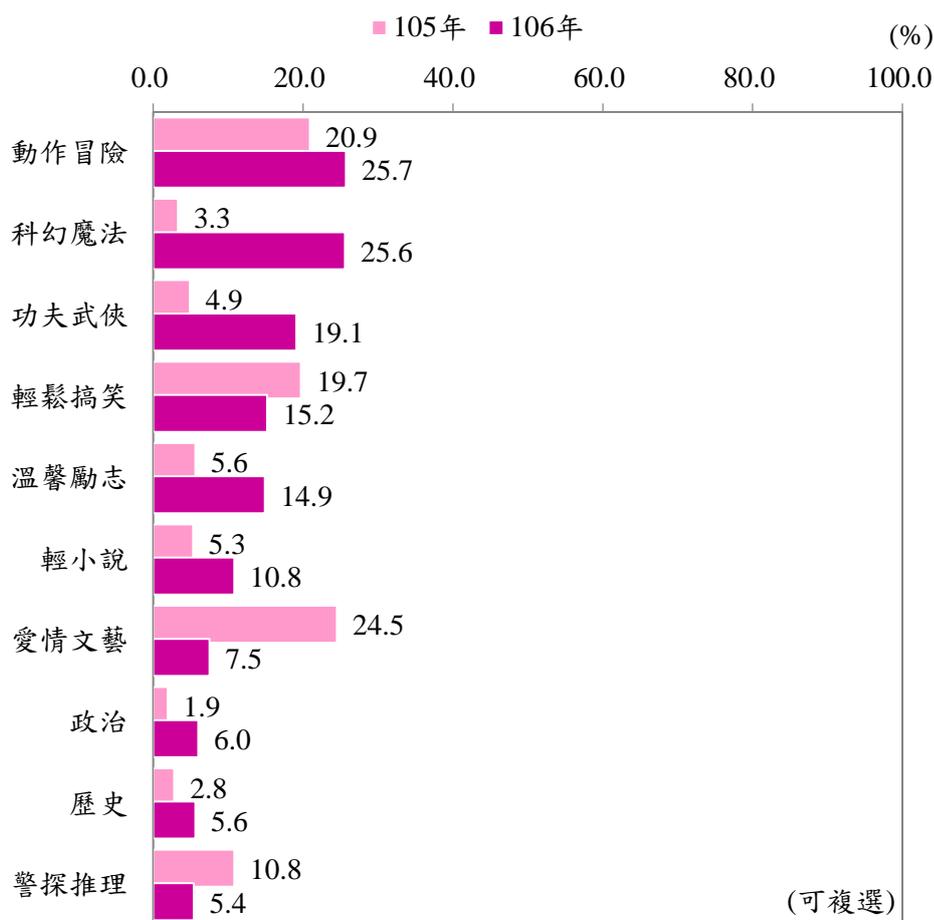


圖貳-34、從國外數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例  
Base：106 年 (N=31)

### (十三) 購買或付費閱讀電子漫畫之類型

調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀電子漫畫之類型，以動作冒險的比率較高，占 25.7%，其次依序為科幻魔法(25.6%)、功夫武俠(19.1%)等。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年購買或付費閱讀電子漫畫之類型為動作冒險的比率，由 105 年的 20.9% 上升至 106 年的 25.7%，增加 4.8 個百分點。



圖貳-35、購買或付費閱讀電子漫畫之類型

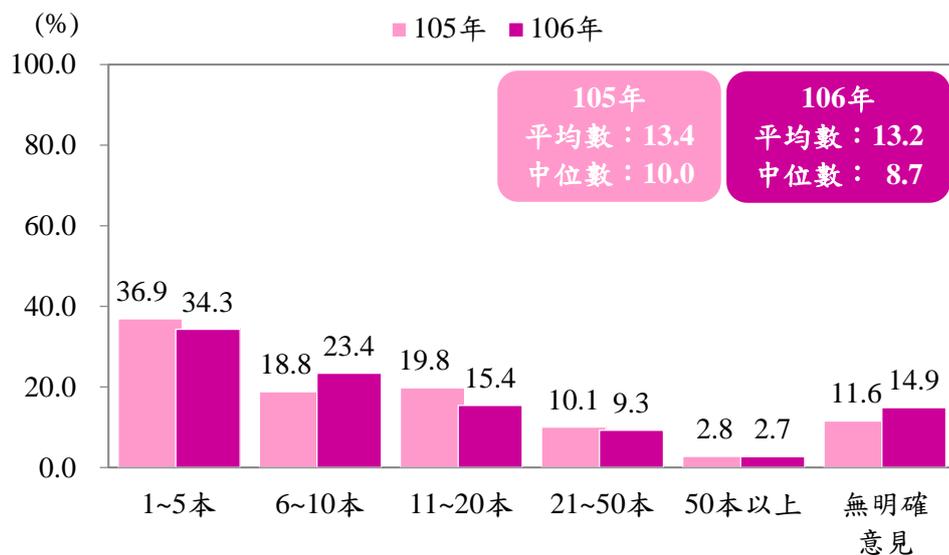
Base：105 年 (N=48)、106 年 (N=31)

#### 四、(紙本及數位)雜誌閱讀及消費經驗

##### (一) 閱讀紙本雜誌之數量

調查顯示,106年民眾閱讀紙本雜誌之數量,以1-5本的比率較高,占34.3%,其次依序為6~10本(23.4%)、11~20本(15.4%)、21~50本(9.3%)、50本以上(2.7%)等,另有14.9%無明確意見。平均數為13.2本(標準差18.5),中位數為8.7本。若以12歲以上全體民眾進行換算,平均數為4.4本(標準差12.4)。

與105年調查結果相較,民眾106年閱讀紙本雜誌之數量由105年的13.4本下降至106年的13.2本,減少0.2本。若以12歲以上全體民眾進行換算,平均數由105年的5.4本下降至106年的4.4本,減少1.0本。



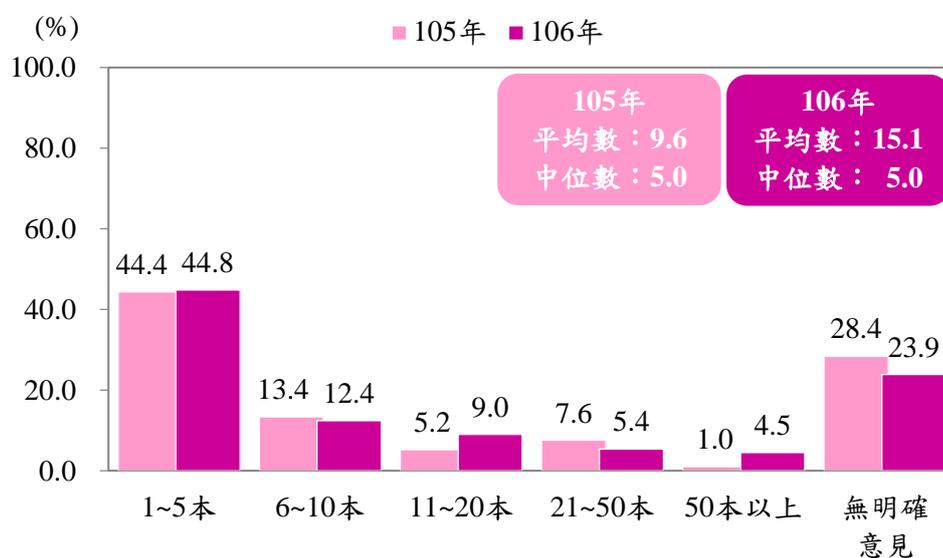
圖貳-36、閱讀紙本雜誌之數量

Base：105年(N=716)；106年(N=667)

## (二) 閱讀電子雜誌之數量

調查顯示,106年民眾閱讀電子雜誌之數量,以1-5本的比率較高,占44.8%,其次依序為6~10本(12.4%)、11~20本(9%)、21~50本(5.4%)、50本以上(4.5%)等,另有23.9%無明確意見。平均數為15.1本(標準差34.5),中位數為5.0本。若以12歲以上全體民眾進行換算,平均數為2.1本(標準差13.8)。

與105年調查結果相較,民眾106年閱讀電子雜誌之數量由105年的9.6本上升至106年的15.1本,增加5.5本。若以12歲以上全體民眾進行換算,平均數由105年的1.4本上升至106年的2.1本,增加0.7本。

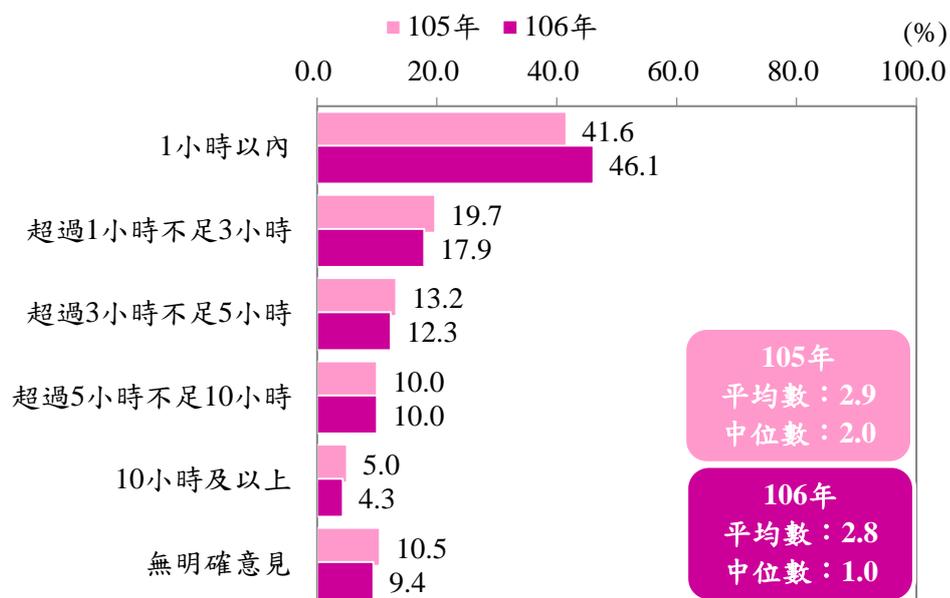


圖貳-37、閱讀電子雜誌之數量

### (三) 閱讀紙本雜誌之時間

調查顯示，106年民眾閱讀紙本雜誌之時間，以1小時以內的比率較高，占46.1%，其次依序為超過1小時不足3小時(17.9%)、超過3小時不足5小時(12.3%)、超過5小時不足10小時(10%)、10小時及以上(4.3%)。平均數為2.8小時(標準差4.1)，中位數為1.0小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為1.0小時(標準差2.8)。

與105年調查結果相較，民眾106年閱讀紙本雜誌之時間由105年的2.9小時下降至106年的2.8小時，減少0.1小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由105年的1.2小時下降至106年的1.0小時，減少0.2小時。



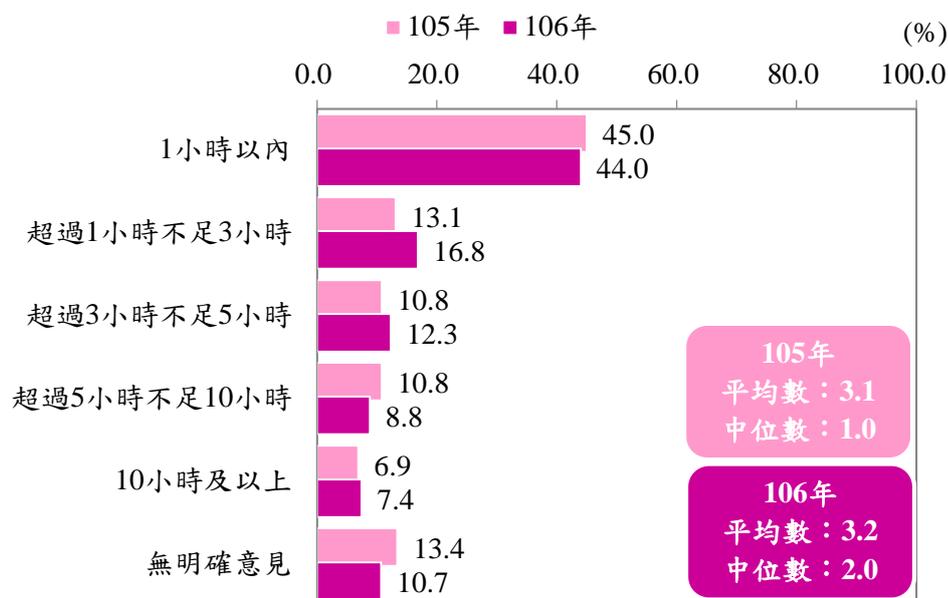
圖貳-38、閱讀紙本雜誌之時間

Base：105年(N=716)、106年(N=667)

#### (四) 閱讀電子雜誌之時間

調查顯示，106年民眾閱讀電子雜誌之時間，以1小時以內的比率較高，占44.0%，其次依序為超過1小時不足3小時(16.8%)、超過3小時不足5小時(12.3%)、超過5小時不足10小時(8.8%)、10小時及以上(7.4%)。平均數為3.2小時(標準差4.3)，中位數為2.0小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為0.5小時(標準差2.1)。

與105年調查結果相較，民眾106年閱讀電子雜誌之時間由105年的3.1小時上升至106年的3.2小時，增加0.1小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由105年的0.5小時維持106年的0.5小時。



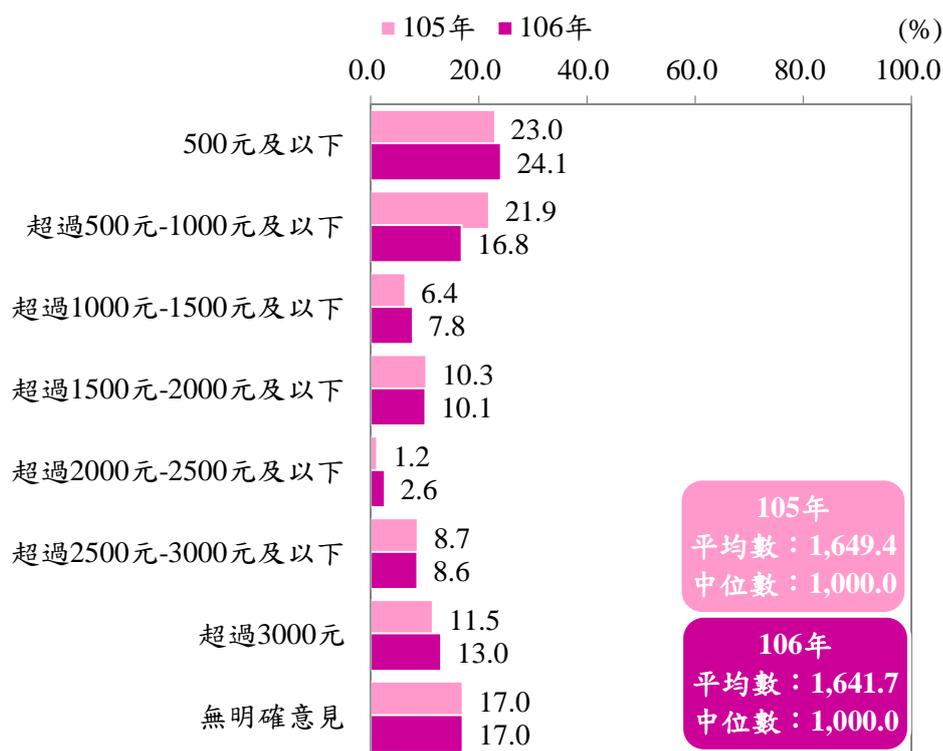
圖貳-39、閱讀電子雜誌之時間

Base：105年(N=313)、106年(N=304)

### (五) 購買或付費閱讀紙本雜誌之金額

調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之金額，以 500 元以下的比率較高，占 24.1%，其次依序為超過 500 元-1000 元及以下(16.8%)、超過 3000 元(13%)、超過 1500 元-2000 元及以下(10.1%)、超過 2500 元-3000 元及以下(8.6%)、超過 1000 元-1500 元及以下(7.8%)、超過 2000 元-2500 元及以下(2.6%)等，另有 17.0%不知道金額。平均數為 1,641.7 元，中位數為 1,000 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 326.8 元。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年紙本雜誌平均消費金額由 105 年的 1,649.4 元下降至 106 年的 1,641.7 元，減少 7.7 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 105 年的 463.9 元下降至 106 年的 326.8 元，減少 137.1 元。



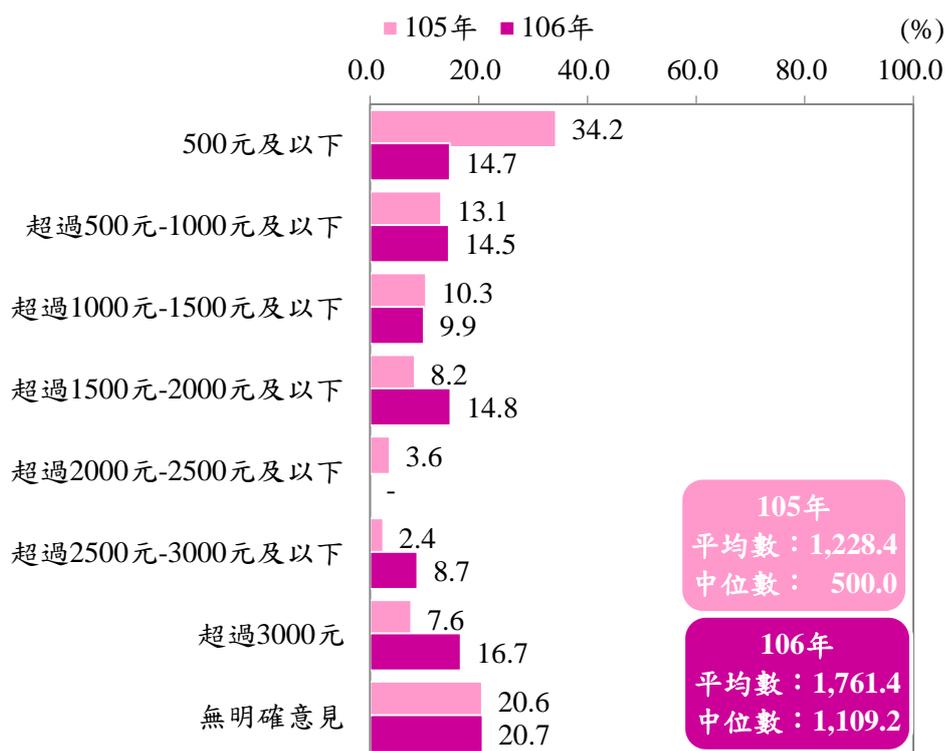
圖貳-40、購買或付費閱讀紙本雜誌之金額

Base：105 年 (N=441) 106 年 (N=336)

## (六) 購買或付費閱讀電子雜誌之金額

調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之金額，以超過 3000 元的比率高，占 16.7%，其次依序為超過 1500 元-2000 元及以下(14.8%)、500 元及以下(14.7%)、超過 500 元-1000 元及以下(14.5%)、超過 1000 元-1500 元及以下(9.9%)、超過 2500 元-3000 元及以下(8.7%)等，另有 20.7%不知道金額。平均數為 1,761.4 元，中位數為 1,109.2 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 38.6 元。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年電子雜誌平均消費金額由 105 年的 1,228.4 元上升至 106 年的 1,761.4 元，增加 533 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 105 年的 35.8 元上升至 106 年的 38.6 元，增加 2.8 元。

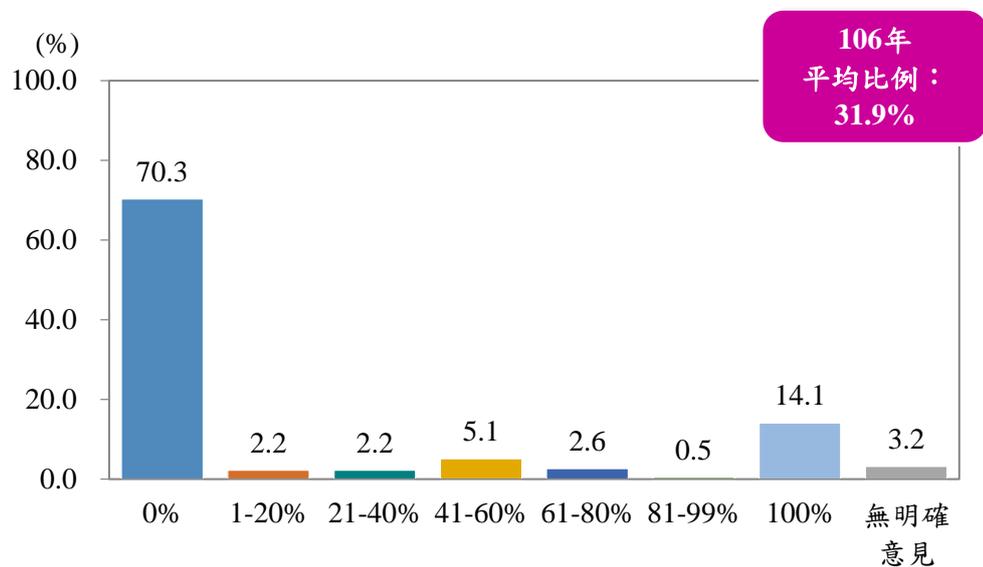


圖貳-41、購買或付費閱讀電子雜誌之金額

Base：105 年 (N=46)、106 年 (N=37)

### (七) 使用訂閱方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例

調查顯示，106年曾付費閱讀紙本雜誌之民眾，使用訂閱方式付費閱讀紙本雜誌占總金額的平均比例為31.9%。

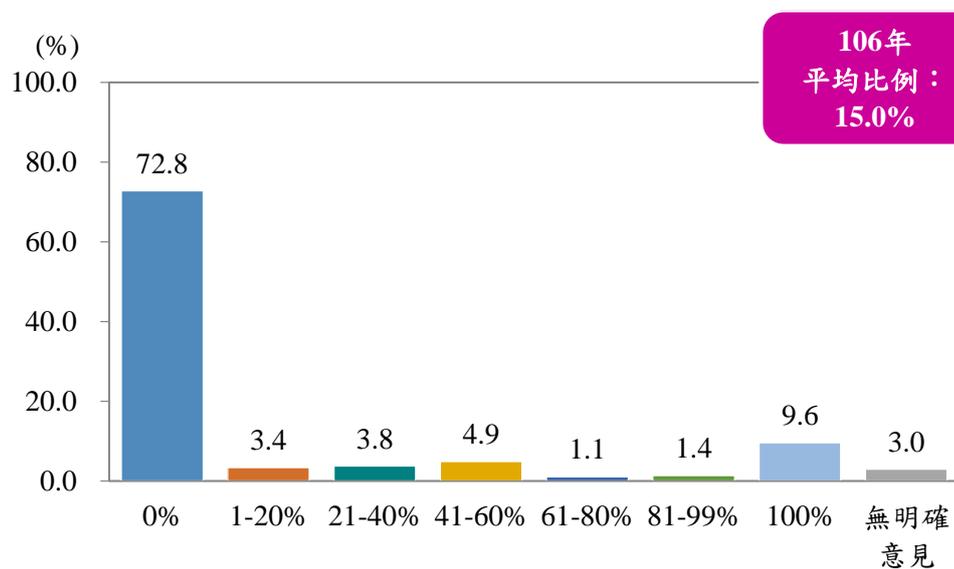


圖貳-42、使用訂閱方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例

Base：106年 (N=336)

### (八) 使用網路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例

調查顯示，106年曾付費閱讀紙本雜誌之民眾，使用網路租閱或零買方式付費閱讀紙本雜誌占總金額的平均比例為15.0%。

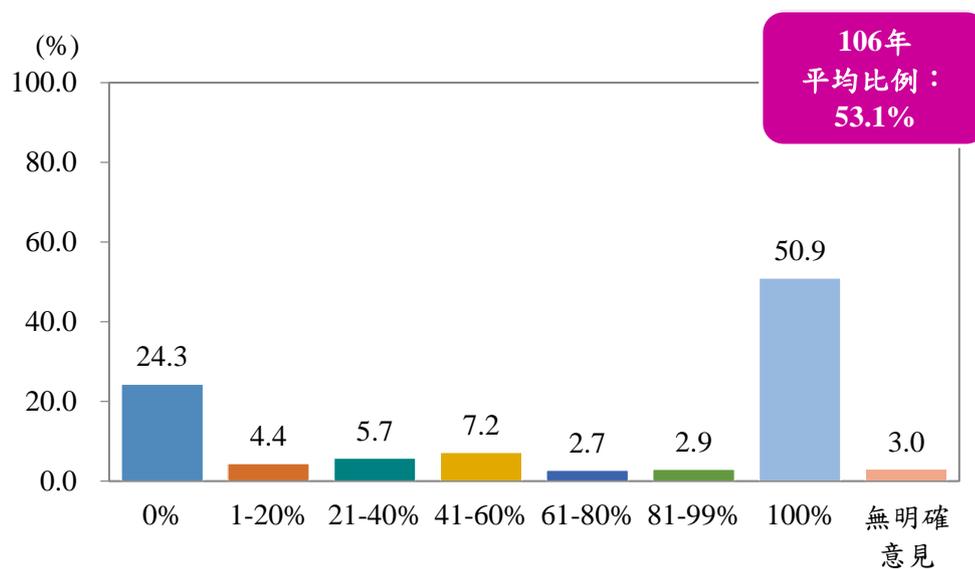


圖貳-43、使用網路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例

Base：106年 (N=336)

(九) 從實體通路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例

調查顯示，106年曾付費閱讀紙本雜誌之民眾，從實體通路租閱或零買方式付費閱讀紙本雜誌占總金額的平均比例為53.1%。

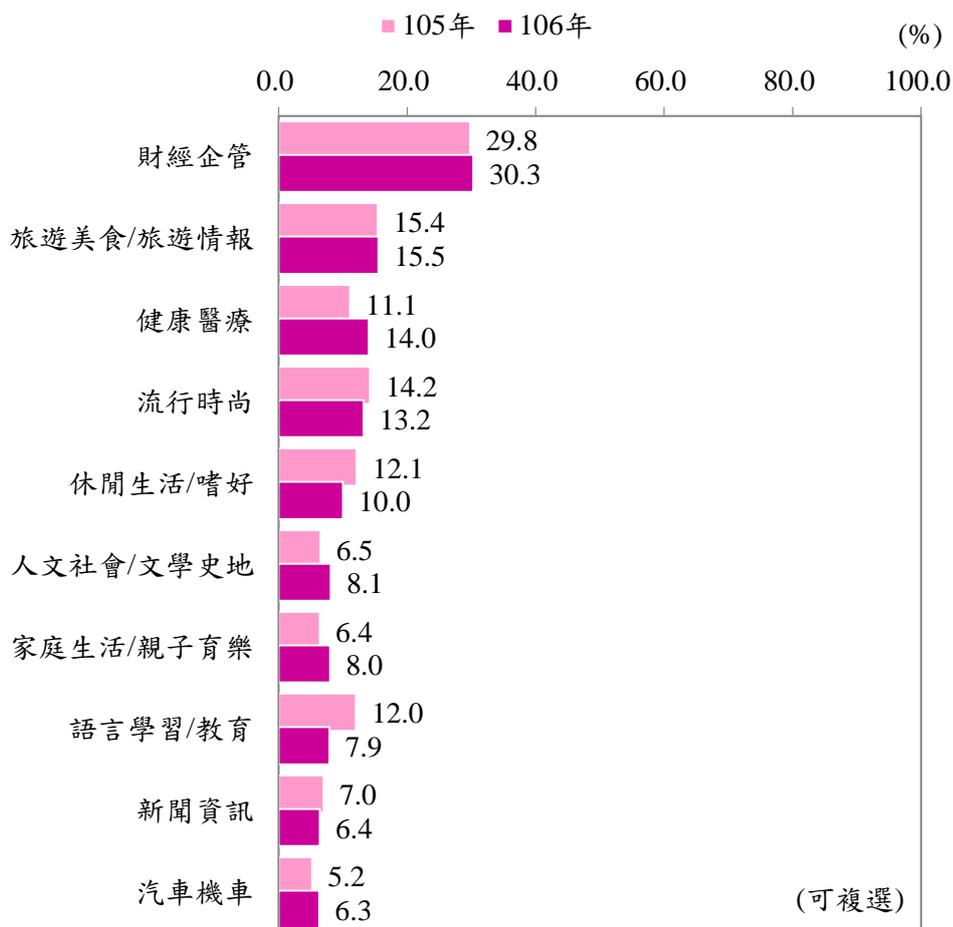


圖貳-44、從實體通路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例

Base：106年（N=336）

### (十) 購買或付費閱讀紙本雜誌之類型

調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之類型，以財經企管的比率較高，占 30.3%，其次依序為旅遊美食/旅遊情報（15.5%）及健康醫療（14.0%）等。

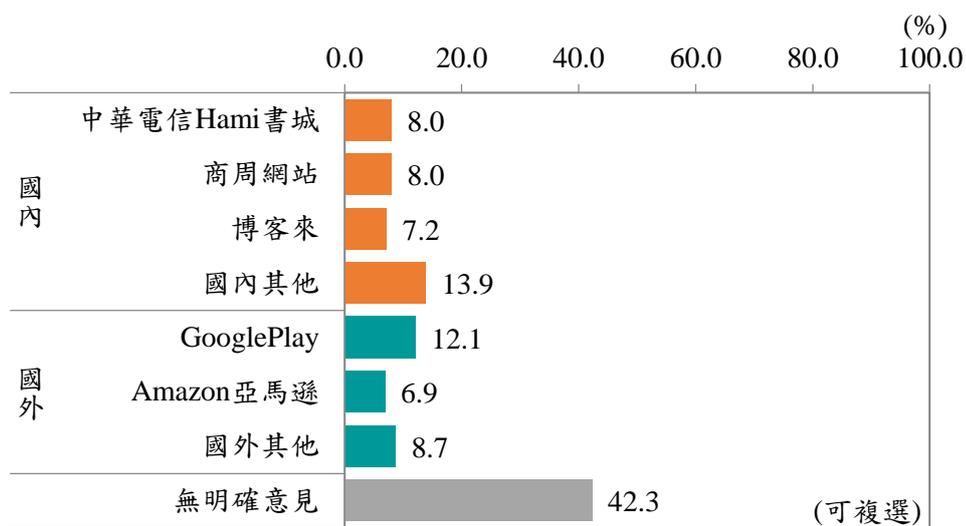


圖貳-45、購買或付費閱讀紙本雜誌之類型

Base：105 年（N=441）、106 年（N=336）

### (十一) 購買或付費閱讀電子雜誌之網路平台

調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之網路平台，國內平台以中華電信 Hami 書城、商周網站(8.0%)的比率較高，國外平台以 GooglePlay(12.1%)的比率較高，另有 42.3%無明確意見。

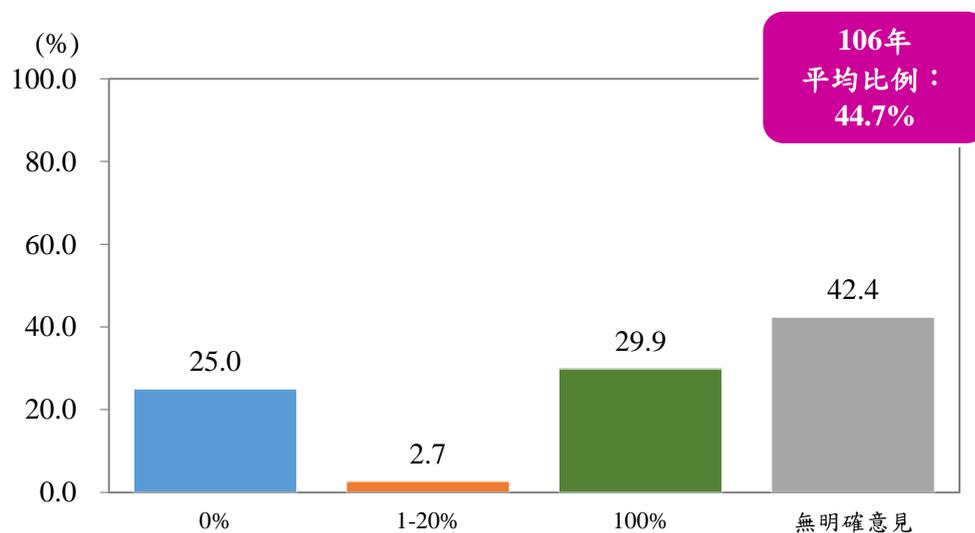


圖貳-46、購買或付費閱讀電子雜誌之網路平台

Base：105 年 (N=46) 106 年 (N=37)

## (十二) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例

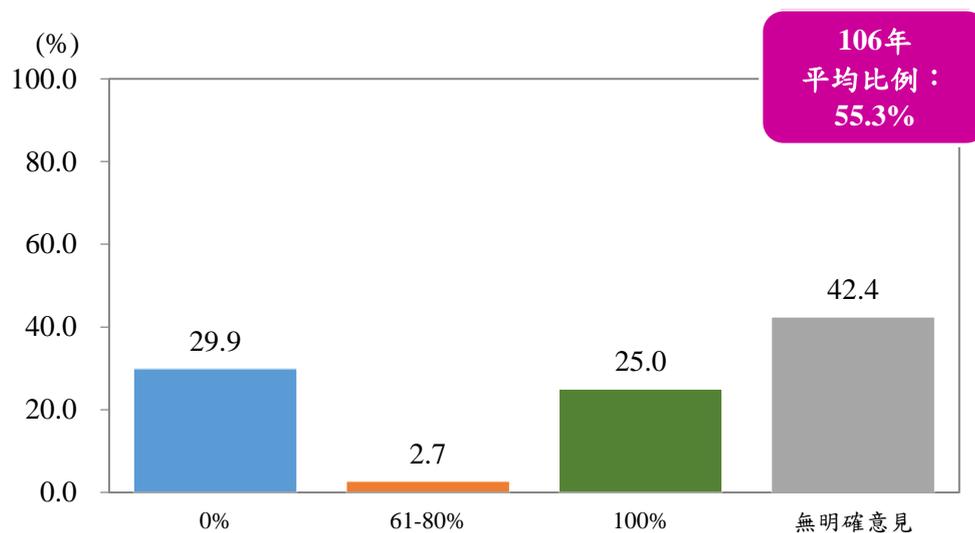
調查顯示，106年曾購買電子雜誌之民眾，從國內數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的平均比例為44.7%。



圖貳-47、從國內數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例  
Base：106年（N=37）

### (十三) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例

調查顯示，106年曾購買電子雜誌之民眾，從國外數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的平均比例為55.3%。

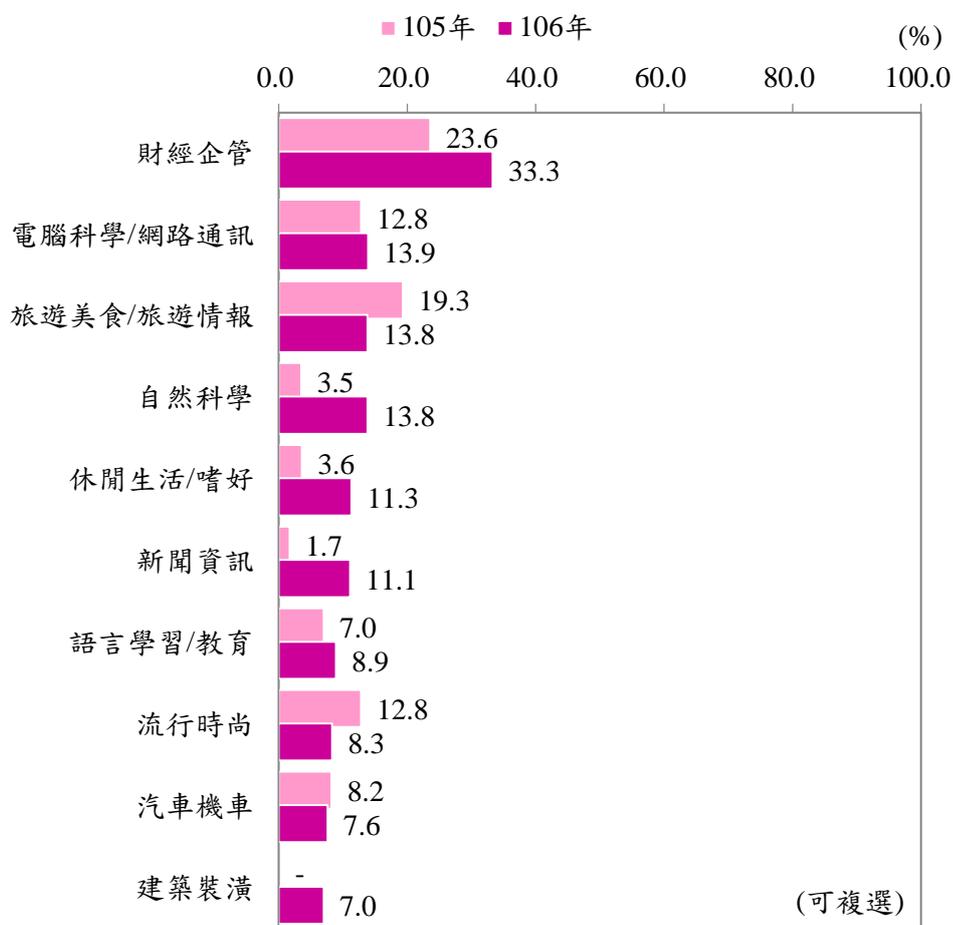


圖貳-48、從國外數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例  
Base：106年（N=37）

#### (十四) 購買或付費閱讀電子雜誌之類型

調查顯示，106 年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之類型，以財經企管的比率較高，占 33.3%，其次依序為電腦科學/網路通訊(13.9%)、旅遊美食/旅遊情報(13.8%)等。

與 105 年調查結果相較，民眾 106 年購買或付費閱讀電子雜誌之類型為財經企管的比率，由 105 年的 23.6% 上升至 106 年的 33.3%，增加 9.7 個百分點。

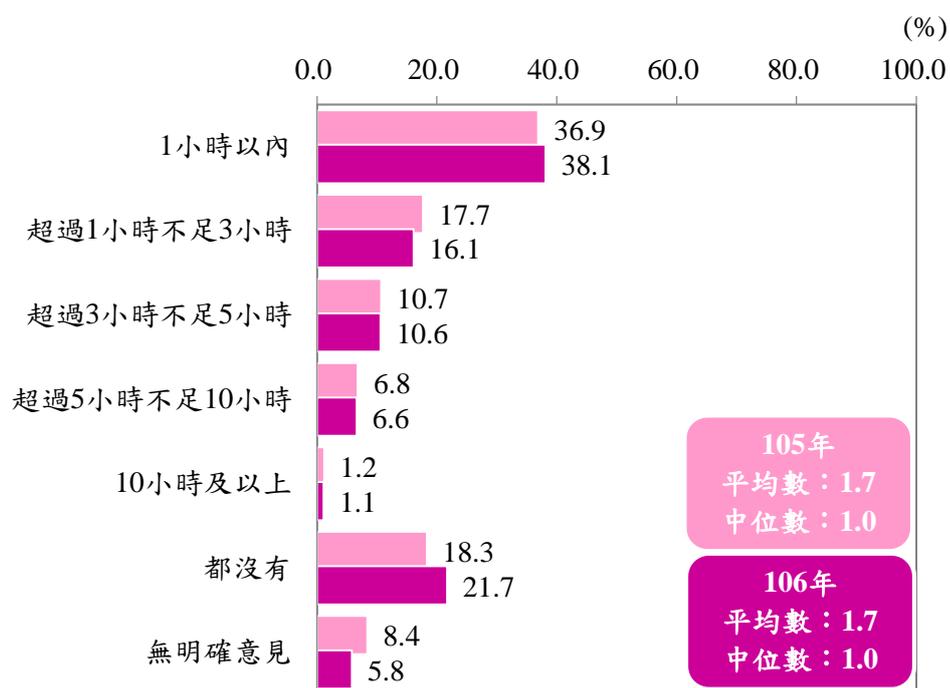


圖貳-49、購買或付費閱讀電子雜誌之類型

Base：105 年 (N=46)、106 年 (N=37)

### (十五) 閱讀數位文字內容之時間

調查顯示，106 年民眾平均每天閱讀數位文字內容之時間，以 1 小時以內的比率高，占 38.1%，其次依序為超過 1 小時不足 3 小時(16.1%)、超過 3 小時不足 5 小時(10.6%)、超過 5 小時不足 10 小時(6.6%)、10 小時及以上(1.1%)等，另有 21.7%都沒有，5.8%無明確意見。平均數為 1.7 小時（標準差 2.0），中位數為 1.0 小時。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 1.6 小時（標準差 2.0）。



圖貳-50、民眾閱讀數位文字內容之時間  
Base：105 年 (N=1,568)、106 年 (N=1,689)