

# 106 年上半年度出版產業整體概況分析

2017.08.28

為即時反應整體出版產業經營概況與消費市場趨勢，以作為業者與主管機關之經營策略及政策研擬依據，本研究結合 ISBN 出版資訊及實際出版盤點、財稅行業別營業額、閱讀消費調查等資料，推估 106 年上半年度出版產業之營業概況。

## 一、106 年上半年圖書出版概況

依全國新書資訊網統計，106 年上半年申辦圖書 ISBN 數量為 18,669 種，較 105 年同期申辦 ISBN 數量 17,896 種增加約 773 種，增加幅度為 4.32%，研判 106 年上半年圖書出版情況較上年同期活絡。

## 二、106 年上半年出版產業經營概況

依據財政部財政資訊中心發佈統計，出版產業上下游相關行業別包括：4581-12 書籍、雜誌批發、4761-12 書籍、雜誌零售、5812-11 雜誌（期刊）出版、5812-12 數位雜誌（期刊）出版、5813-11 書籍出版、5813-12 數位書籍出版。

產業上游之 5812-11 雜誌（期刊）出版、5812-12 數位雜誌（期刊）出版、5813-11 書籍出版、5813-12 數位書籍出版，整體銷售額較上年同期表現相比，僅 5812-11 雜誌（期刊）出版呈現衰退 11.09%，其餘出版行業皆呈現成長。惟以平均每廠商銷售額來看，今年上半年較上年同期相比，則僅 5813-11 書籍出版呈現成長 3.10%，其餘行業皆呈現減少。此一情況顯示，以整體及個別廠商表現來看，5813-11 書籍出版行業於今年上半年的銷售額表現較佳，其餘行業除 5812-11 雜誌（期刊）出版之銷售額表現較上年同期衰退之外，5812-12 數位雜誌（期刊）出版、5813-12 數位書籍出版所代表的數位出版行業，則出現整體銷售額成長而平均每廠商銷售額下滑情況，代表此行業的投入廠商數增加幅度大於銷售額成長幅度，顯示看好數位出版的廠商數有所增加，惟市場需求成長速度未有等量表現。

而產業下游的 4581-12 書籍、雜誌批發、4761-12 書籍、雜誌零售，則不論是整體銷售額或平均每廠商營業額，今年上半年表現均較上年同期呈現下滑，顯示出版產業之實體銷售通路在面臨網路書店、出版業者多元銷售管道（如參加書市及讀者社群直銷等）的競爭下，經營情況面臨困難。

表 1、106 年 1~6 月出版相關行業之廠商家數及營業額

單位：家、千元新台幣、%

廠商類型	106 年 1~6 月			較上年同期增減率		
	廠商家數 總計	銷售額 總計	平均每廠 商銷售額	家數	銷售額	平均每廠 商銷售額
4581-12 書籍、雜誌批發	1,621	16,062,086	9,909	-0.25%	-0.45%	-0.20%
4761-12 書籍、雜誌零售	2,149	9,918,015	4,615	-1.65%	-5.9%	-4.32%
5812-11 雜誌（期刊）出版	1,205	7,255,166	6,021	0.5%	-11.09%	-11.53%
5812-12 數位雜誌（期刊）出版	38	84,049	2,212	46.15%	23.82%	-15.28%
5813-11 書籍出版	1,739	8,803,905	5,063	0.35%	3.45%	3.10%
5813-12 數位書籍出版	45	176,496	3,922	40.63%	20.54%	-14.28%

查詢時間：106/08/24

- 註：1. 雖然營業稅申報每 2 個月為一期，於次期開始 15 日內申報，但因退補稅等因素，資料數據仍會不斷調整，變動性高，因此本表資料為即時性速報性質參考。
2. 廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。例如依出版產業交易模式，4761-12 書籍、雜誌零售之銷售額應大於 4581-12 書籍、雜誌批發，惟本表資料非呈如此結果。

資料來源：財政部財政資訊中心統計

### 三、106 年上半年圖書及雜誌出版品消費概況

除上述產業端統計數據之外，為瞭解 106 年上半年民眾閱讀行為及消費情形，亦採用電話訪問方式進行調查，調查時間為 106 年 7 月 7 日至 7 月 21 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，共成功訪問 1,504 份有效樣本（包含市話 1,354 份、手機 150 份），在 95% 的信心水準下，抽樣誤差在正負 2.5 個百分點以內。

#### （一）購買出版品之類型

106 年上半年民眾購買出版品之類型，以紙本圖書的比率較高，占 32.0%，其次依序為紙本報紙（31.7%）、紙本雜誌（21.7%）、紙本漫畫（6.9%）、電子書（3.4%）、電子報（2.6%）、電子漫畫（2.3%）及電子雜誌（2.2%）等，另有 47.5% 都沒有，0.1% 無明確意見。

#### （二）購買紙本圖書之金額

106 年上半年曾購買紙本圖書之民眾，購買紙本圖書之金額以超過 500 元-1,000 元以下的比率較高，占 26.0%，其次依序為超過 1,500 元-2,000 元以下（17.3%）、超過 3,000 元（13.7%）、超過 500 元以下（13.2%）、超過 2,500 元-

3,000 元以下 (10.7%)、超過 1,000 元-1,500 元以下 (7.6%)、超過 2,000 元-2,500 元以下 (2.9%) 等，另有 8.6% 不知道金額。平均數為 2,170.7 元<sup>1</sup>(標準差 3371.0)，中位數為 1,300 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算<sup>2</sup>，平均數為 693.8 元 (標準差 2157.0)。

### (三) 購買或付費閱讀電子書之金額

106 年上半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超過 500 元-1,000 元以下的比率較高，占 31.3%，其次依序為 500 元以下 (30.7%)、超過 1,500 元-2,000 元以下 (9.0%)、超過 3,000 元 (8.3%)、超過 1000 元-1500 元以下 (4.4%) 及超過 2,500 元-3000 元以下 (4.3%) 等，另有 12.0% 不知道金額。平均數為 1,046.3 元 (標準差 3371.0)，中位數為 600 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 36.1 元 (標準差 304.1)。

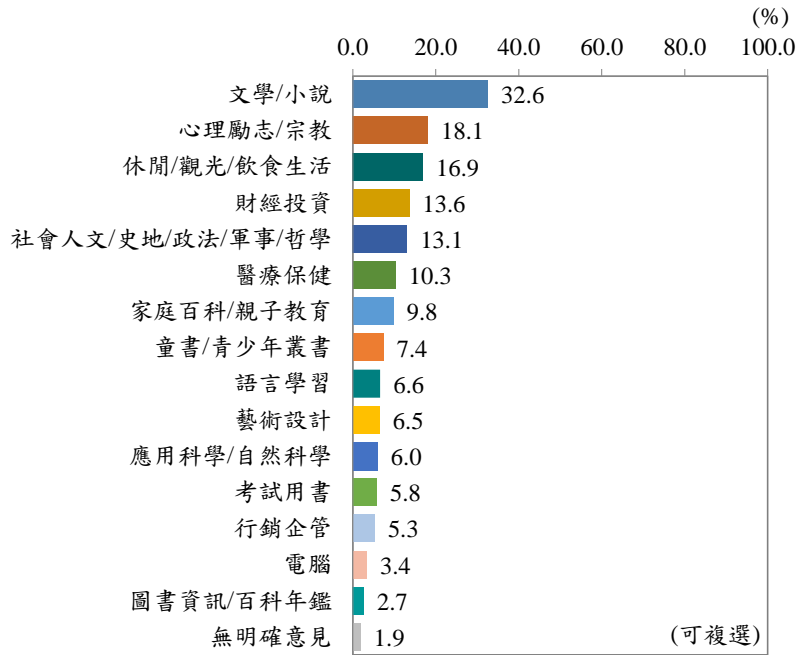
### (四) 購買紙本圖書之類型

106 年上半年民眾購買紙本圖書之類型，以文學/小說的比率較高，占 32.6%，其次依序為心理勵志/宗教 (18.1%)、休閒/觀光/飲食生活 (16.9%)、財經投資 (13.6%)、社會人文/史地/政法/軍事/哲學 (13.1%)、醫療保健 (10.3%)、家庭百科/親子教育 (9.8%)、童書/青少年叢書 (7.4%)、語言學習 (6.6%)、藝術設計 (6.5%)、應用科學/自然科學 (6.0%)、考試用書 (5.8%)、行銷企管 (5.3%)、電腦 (3.4%)、圖書資訊/百科年鑑 (2.7%) 等，另有 1.9% 無明確意見。

---

<sup>1</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>2</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)



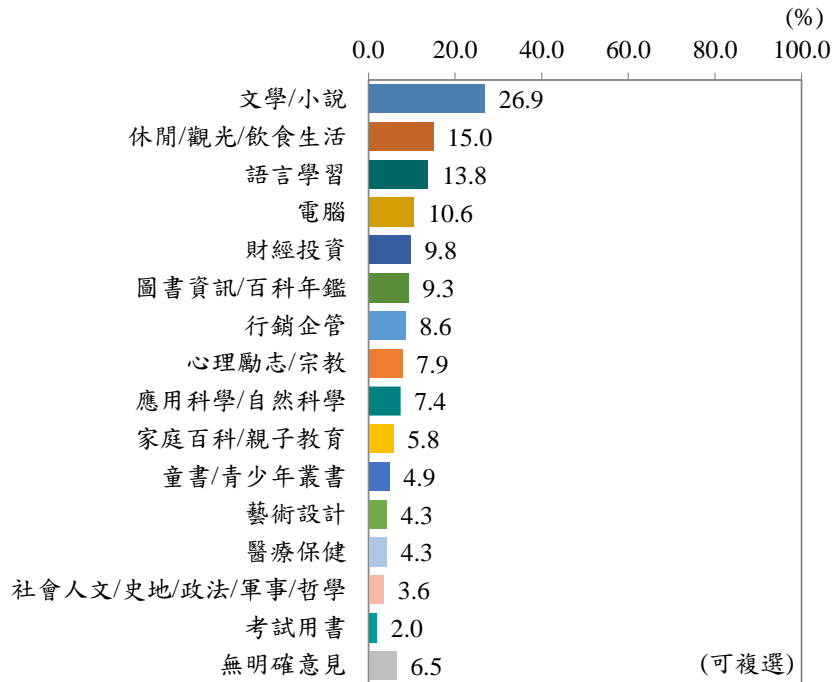
註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

圖 1、購買紙本圖書之類型

Base：106 年上半年 (N=481)

#### (五) 購買或付費閱讀電子書之類型

106 年上半年民眾購買或付費閱讀電子書之類型，以文學/小說的比率高，占 26.9%，其次依序為休閒/觀光/飲食生活 (15.0%)、語言學習 (13.8%)、電腦 (10.6%)、財經投資 (9.8%)、圖書資訊/百科年鑑 (9.3%)、行銷企管 (8.6%)、心理勵志/宗教 (7.9%)、應用科學/自然科學 (7.4%)、家庭百科/親子教育 (5.8%)、童書/青少年叢書 (4.9%)、藝術設計 (4.3%)、醫療保健 (4.3%)、社會人文/史地/政法/軍事/哲學 (3.6%) 及考試用書 (2.0%) 等，另有 6.5% 無明確意見。



註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

圖 2、購買或付費閱讀電子書之類型

Base：106 年上半年 (N=52)

#### (六) 購買或付費閱讀紙本漫畫之金額

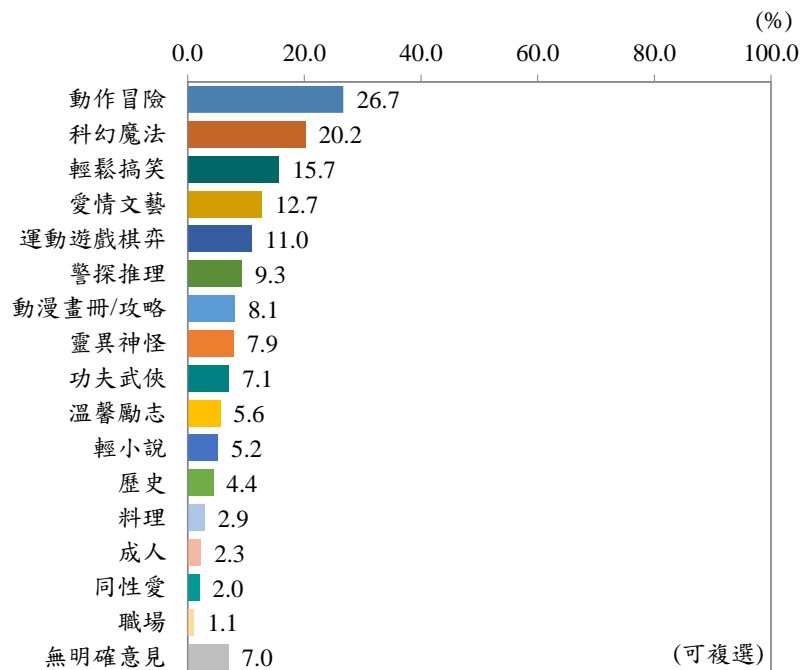
106 年上半年曾購買或付費閱讀紙本漫畫之民眾，購買或付費閱讀紙本漫畫之金額以 500 元以下的比率高，占 38.7%，其次依序為超過 500 元-1,000 元以下 (23.9%)、超過 1,500 元-2,000 元以下 (8.5%)、超過 1,000 元-1,500 元以下 (6.3%)、超過 3,000 元 (4.1%)、超過 2,000 元-2,500 元以下 (3.1%)、超過 2,500 元-3,000 元以下 (1.2%) 等，另有 14.2% 不知道金額。平均數為 854.6 元 (標準差 940.5)，中位數為 500 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 59.2 元 (標準差 328.5)。

#### (七) 購買或付費閱讀電子漫畫之金額

106 年上半年民眾購買或付費閱讀電子漫畫之金額，以 500 元以下的比率高，占 34.1%，其次依序為超過 500 元-1,000 元以下 (27.4%)、超過 1,500 元-2,000 元以下 (12.7%)、超過 2,500 元-3,000 元以下 (7.4%)、超過 3,000 元 (2.7%) 等，另有 15.7% 不知道金額。平均數為 841.6 元 (標準差 875.8)，中位數為 500 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 19.3 元 (標準差 181.6)。

### (八) 購買或付費閱讀紙本漫畫之類型

106 年上半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 26.7%，其次依序為科幻魔法 (20.2%)、輕鬆搞笑 (15.7%)、愛情文藝 (12.7%)、運動遊戲棋弈 (11.0%)、警探推理 (9.3%)、動漫畫冊/攻略 (12.7%)、靈異神怪 (7.9%)、功夫武俠 (7.1%)、溫馨勵志 (5.6%)、輕小說 (12.7%)、歷史 (4.4%)、料理 (2.9%)、成人 (2.3%) 等。另有 7.0% 無明確意見。



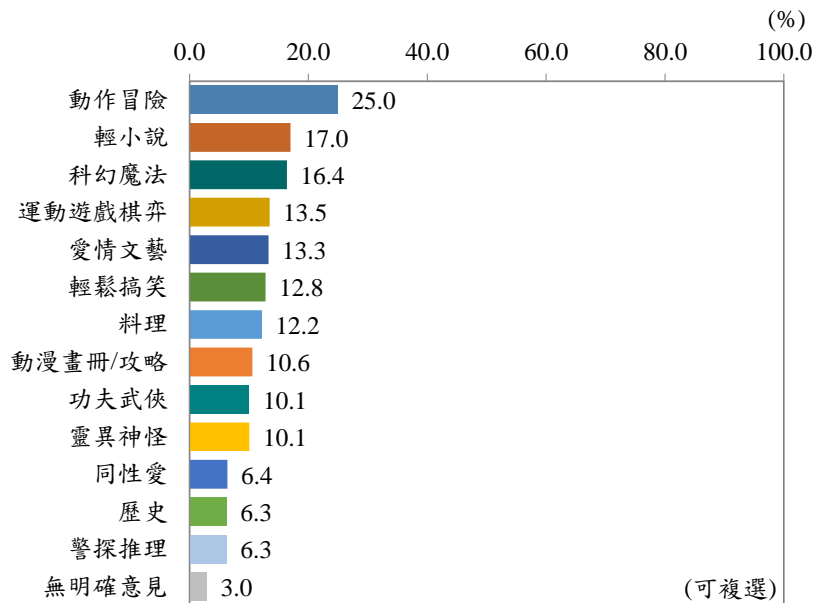
註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

圖 3、購買或付費閱讀紙本漫畫之類型

Base：106 年上半年 (N=104)

### (九) 購買或付費閱讀電子漫畫之類型

106 年上半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 25.0%，其次依序為輕小說 (17.0%)、科幻魔法 (16.4%)、運動遊戲棋弈 (13.5%)、愛情文藝 (13.3%)、輕鬆搞笑 (12.8%)、料理 (12.2%)、動漫畫冊/攻略 (10.6%)、功夫武俠 (10.1%)、靈異神怪 (10.1%)、同性愛 (6.4%)、歷史 (6.3%) 及警探推理 (6.3%) 等。另有 3.0% 無明確意見。



註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

圖 4、購買或付費閱讀電子漫畫之類型

Base：106 年上半年 (N=35)

#### (十) 購買或付費閱讀紙本雜誌之金額

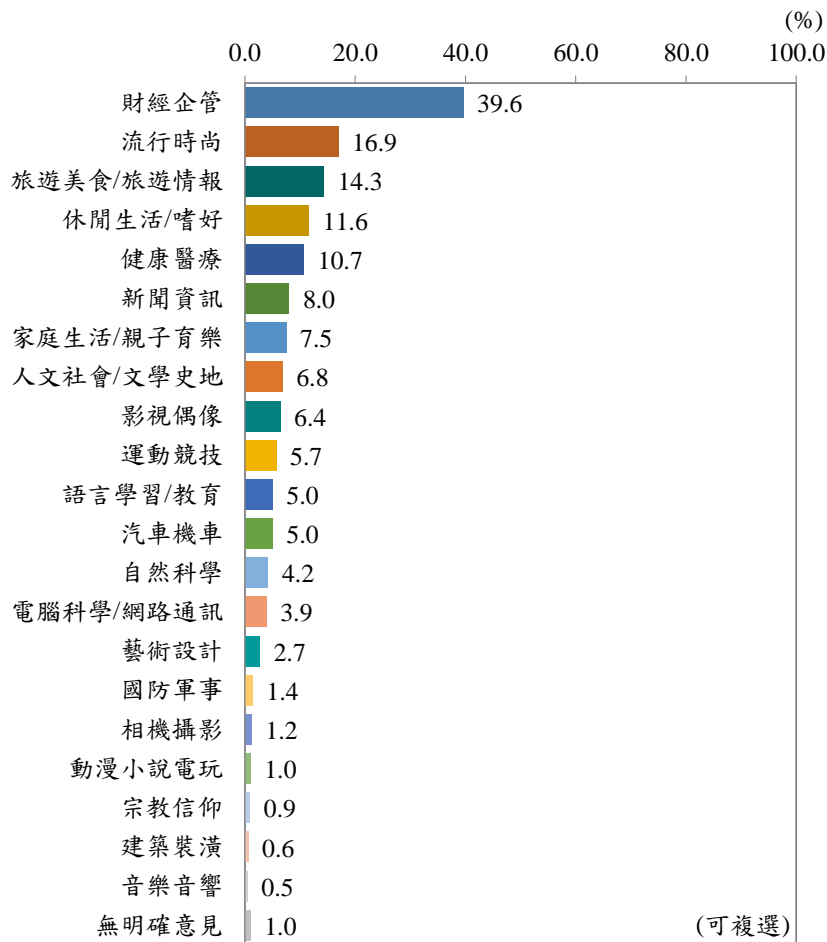
調查顯示，106 年上半年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之金額，以 500 元以下的比率高，占 32.0%，其次依序為超過 500 元-1,000 元以下 (24.0%)、超過 1,500 元-2,000 元以下 (9.0%)、超過 1,000 元-1,500 元以下 (7.8%)、超過 3,000 元 (6.3%)、超過 2,500 元-3,000 元以下 (4.2%) 及超過 2,000 元-2,500 元以下 (1.9%) 等，另有 14.8% 不知道金額。平均數為 1,086.9 元 (標準差 1,298.9)，中位數為 600 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 235.3 元 (標準差 715.7)。

#### (十一) 購買或付費閱讀電子雜誌之金額

調查顯示，106 年上半年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之金額，以 500 元以下的比率高，占 28.8%，其次依序為超過 500 元-1,000 元以下 (21.7%)、超過 3,000 元 (6.4%)、超過 1,500 元-2,000 元以下 (6.1%)、超過 1,000 元-1,500 元以下 (6.0%) 及超過 2,500 元-3,000 元以下 (3.7%) 等，另有 27.3% 不知道金額。平均數為 721.4 元 (標準差 972.3)，中位數為 367.9 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 16.1 元 (標準差 178.3)。

## (十二) 購買或付費閱讀紙本雜誌之類型

調查顯示，106 年上半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 39.6%，其次依序為流行時尚（16.9%）、旅遊美食/旅遊情報（14.3%）、休閒生活/嗜好（11.6%）、健康醫療（10.7%）、新聞資訊（8.0%）、家庭生活/親子育樂（7.5%）、人文社會/文學史地（6.8%）、影視偶像（6.4%）、運動競技（5.7%）、語言學習/教育（5.0%）、汽車機車（5.0%）、自然科學（4.2%）、電腦科學/網路通訊（3.9%）、藝術設計（2.7%）、國防軍事（1.4%）、相機攝影（1.2%）、動漫小說電玩（1.0%）、宗教信仰（0.9%）、建築裝潢（0.6%）及音樂音響（0.5%）等，另有 1.0% 無明確意見。



註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

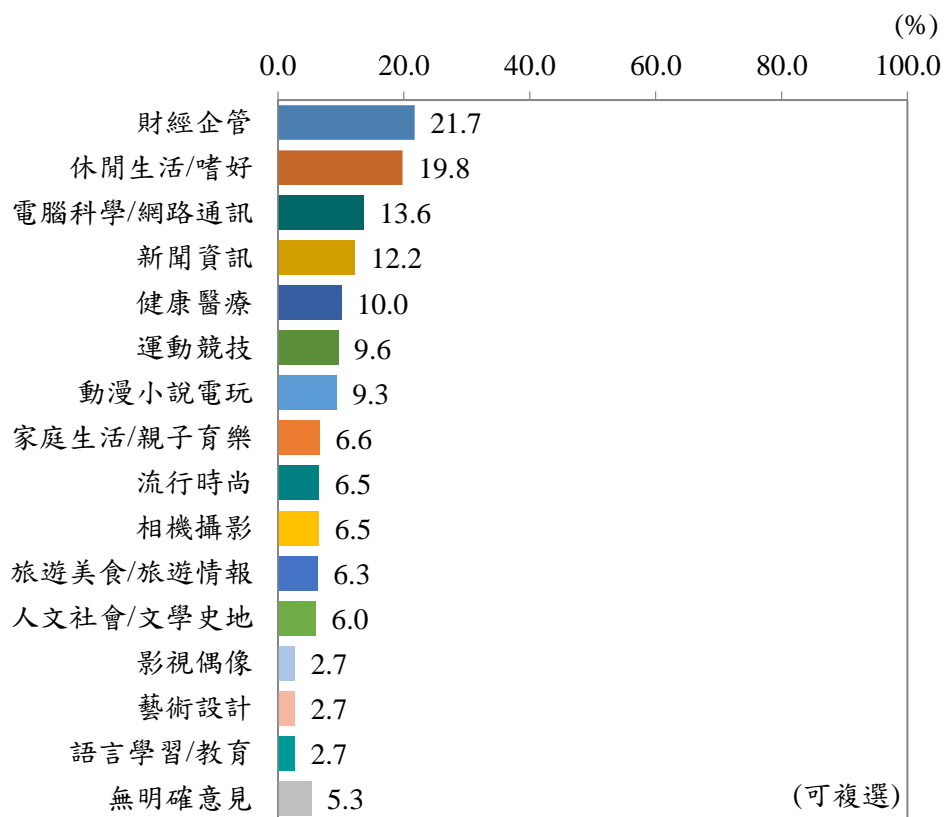
圖 5、購買或付費閱讀紙本雜誌之類型

Base：106 年上半年 (N=326)



### (十三) 購買或付費閱讀電子雜誌之類型

調查顯示，106 年上半年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之類型，以財經企管的比率高，占 21.7%，其次依序為休閒生活/嗜好 (19.8%)、電腦科學/網路通訊 (13.6%)、新聞資訊 (12.2%)、健康醫療 (10.0%)、運動競技 (9.6%)、動漫小說電玩 (9.3%)、家庭生活/親子育樂 (6.6%)、流行時尚 (6.5%)、相機攝影 (6.5%)、旅遊美食/旅遊情報 (6.3%)、人文社會/文學史地 (6.0%)、影視偶像 (2.7%)、藝術設計 (2.7%) 及語言學習/教育 (2.7%) 等，另有 5.3% 無明確意見。



註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

圖 6、購買或付費閱讀電子雜誌之類型

Base：106 年上半年 (N=34)