

# 文化部 107 年專案計畫

## 106 年臺灣出版產業調查暨 107 年閱讀及消費趨勢分析

### 第一部分

#### 106 年臺灣出版產業廠商經營成果概況調查

計畫名稱:「106 年臺灣出版產業調查暨 107 年閱讀及消費趨勢分析」案

主辦機關:文化部

廠商名稱:財團法人台灣經濟研究院

負責人:張建一

計畫主持人:盧俊偉

廠商地址:104 臺北市中山區德惠街 16-8 號 7 樓

廠商電話:02-25865000

中華民國 108 年 03 月



## 摘要

為瞭解我國出版產業經營狀況、有效掌握產業訊息脈絡，文化部特辦理「106年臺灣出版產業調查」，有別於過往區分為圖書、雜誌與數位出版等三項獨立調查，慮及出版事業之複合式經營方式、避免調查資源重複投入，因此，本年度再度整合問卷架構，將圖書、漫畫、雜誌、數位出版與圖書行銷通路等五大類別歸納於單一產業調查內（雜誌僅進行盤點調查），期許藉此快速掌握產業趨勢脈絡，以跨年度之連續性數據相互參照，以收節省行政成本、擴大出版產業調查成果之效益。

「106年臺灣出版產業調查」主要結合量化及質化研究方法，並輔以文獻及次級資料分析。量化調查方法包含出版概況盤點、產業問卷調查、廠商營業額撈取及消費電訪調查等，其中，問卷調查對象包括圖書（母體：542筆；回卷樣本：166筆；回卷率：30.6%）與漫畫出版業者（母體：12筆；回卷樣本：4筆；回卷率：33.3%）、數位出版業者（分為數位出版社與數位平臺）、行銷通路業者（分加盟連鎖體系與網路書店，以及單一／獨立書店通路業者。總計母體：579筆；回卷樣本：174筆；回卷率：30.1%），以及一般民眾閱讀與消費行為；質化研究則包含業者深入訪談與焦點座談。以下分別摘述量化與質化研究發現：

### 壹、出版產業發展綜合概述

106年我國整體出版產業，包含圖書、漫畫等，其營業額表現相較105年有所成長，顯示當年度整體出版市場銷售動能呈好轉景況。

實體出版市場表現方面，就上游端而言，106年實體出版品（圖書、漫畫）整體營業額合計約新臺幣193億9,894萬元，較105年成長0.6%。就下游端而言，106年實體出版品（涵蓋圖書、漫畫）整體營業額合計約新臺幣238億5,116萬元，較105年成長2.8%。【P.273】

數位出版市場表現方面，就上游端而言，數位出版（涵蓋圖書、漫畫）整體營業額合計約新臺幣7億5,604萬元，與105年相比成長187.3%。就下游端而言，數位出版（涵蓋圖書、漫畫）整體營業額合計約新臺幣12億6,006萬元，與105年相比亦成長187.3%。【P.273】

以實體及數位出版合計來看，就上游端而言，實體圖書及電子書（含漫畫與電子漫畫）合計營業額約新臺幣201億5,498萬元。就下游端而言，實體圖書及電子書（含漫畫與電子漫畫）合計營業額約新臺幣251億1,122萬元。【P.273】

惟根據勞動部調查顯示，106 年出版產業總就業人數為 31,729 人，較 105 年衰退 2.8%，仍延續近年來我國出版產業總就業人數呈震盪走低之態勢發展。

## 貳、量化調查主要發現

### 一、圖書與漫畫出版產業

#### 我國近三年整體圖書進出口概況

整體而言，我國各類圖書年進口總值呈逐年下滑態勢，其由 104 年新臺幣 30.4 億元下修至 105 年新臺幣 29.5 億元，而後 106 年又再度下滑至新臺幣 27.4 億元，跌幅為 9.9%。出口總值則呈持續走高發展，其由 104 年新臺幣 25.8 億元成長至 105 年新臺幣 35.6 億元，106 年進一步揚升至新臺幣 39.8 億元。【P.99】

就圖書進口類別<sup>1</sup>而言，以「其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品者」之金額為最高，其次依序為「書籍、小冊、傳單及類似印刷品」、「兒童圖畫書」及「字典及百科全書」，雖然相較「其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品者」，其餘三者之進口金額甚低，惟除了「兒童圖畫書」進口值於 106 年衰退 19.9%，其他兩類進口金額近兩年內皆有所成長，尤其 106 年「字典及百科全書」進口金額成長率高達 116.1%。【P.99】

圖書出口類別部分，亦以「其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品者」金額為最高；「兒童圖畫書」出口金額名列第二，其金額自 104 年新臺幣 0.6 億元一舉成長至 106 年新臺幣 13.9 億元。另「書籍、小冊、傳單及類似印刷品」與「字典及百科全書」106 年亦皆呈走揚趨勢。【P.100】

#### 106 年新書出版數量、總印刷量均較過往成長，新書出版量以童書／青少年最高

本研究盤點國家圖書館國際標準書號中心所提供之 ISBN 申請資訊，總計盤查當年度出版之 40,401 種書籍，其中有 24,423 種於四大網路書店中上架，整體上架率為 60.5%。【P.118】

106 年新書出版量以童書／青少年占比最高(12.1%)，人文史地居次(10.1%)，其他、社會科學、心理勵志、文學小說、語言學習、醫療保健以及專業／教科書／政府出版品約占 5%至 9%；其餘類別則不及 5%。【P.156】

至於 106 年新書總印刷量推估約為 5,485 萬本，較 105 年推估值 5,341 萬本，

---

<sup>1</sup>財政部海關進出口統計中，圖書分類四大類與出版業的分類通則不盡相同，宜謹慎參閱。



印量增加約 144 萬冊；另據本案調查顯示，106 年新書平均印刷量約為 1,558 本。  
【P.156】

此外，調查顯示，臺灣出版新書平均定價由 105 年 401 元遞增至 106 年 425 元。  
【P.157】

**106 年上游出版端（紙本）圖書營業額推估為新臺幣 193.9 億元；下游零售端推估為新臺幣 238.5 億元**

以整體 106 年度實際出版新書種數 35,205 種回推估算，整體上游出版端的整體（紙本）圖書營業額推估為新臺幣 193 億 9,894 萬元，下游零售端的整體（紙本）圖書營業額推估為新臺幣 238 億 5,116 萬元。【P.175】

就出版單位 106 年全年獲利狀況，業者問卷調查顯示：獲利者占比重 20.8%、虧損者比重 42.4%、損益兩平者 36.8%；與 105 年比較，獲利者減少 3.0%、虧損者增加 6.0、損益兩平者減少 0.3%。【P.175】

**106 年臺灣新書銷貨冊數約為 3,957 萬本，新書以童書／青少年類圖書銷貨占比最高**

根據調查資料推估，106 年出版新書銷貨冊數約為 3,957 萬本，占 106 年新書印刷量之 53.9%，106 年再版再刷圖書，連同先前庫存數量，銷貨冊數約 3,561 萬本；全年書籍總銷售量估計約 7,518 萬本。【P.160】

從業者所提供銷貨資料觀察，106 年新書市場銷貨類型以童書／青少年類圖書（15.0%）占比最高，心理勵志居次（13.0%），與 105 年調查結果相比，上述圖書類型銷貨占比皆有上升趨勢。【P.161】

**44.4%出版單位向海外購買圖書版權，28.4%出版單位銷售圖書版權至海外**

調查顯示，104 年至 106 年，國內出版單位購買其他國家版權或是銷售版權至其他國家之狀況均相當類似，106 年 44.4%出版單位有引進其他地區或國家圖書版權（包含翻譯權跟印製權），28.4%有輸出圖書版權至其他地區或國家，10.5%有進行國內圖書授權。【P.166】

海外版權書購買來源國部分，近三年變化則有限，台灣出版單位目前以向美國（29.8%）及中國大陸（22.8%）購買版權比率最高，其次為日本（19.3%）、其他國家（18.7%）、韓國（8.1%）、加拿大（1.1）、港澳（0.1%）、新加坡（0.1%）。  
【P.168】

臺灣出版單位之海外圖書授權仍以中國大陸為主要交易國，不過其比率由

105 年 92.8%微幅降至 106 年 82.7%，其次是韓國，占比由 105 年 5.2%小幅上升至 106 年 6.5%，其後依序為馬來西亞（4.1%）、泰國（2.5%）、日本（2.1%）等國。【P.171】

**106 年漫畫新書出版種數為 3,327 種，較 105 年上升，平均首刷量亦較 105 年增加**

調查顯示，106 年臺灣漫畫出版單位銷貨收入來源以其他漫畫出版相關收入（30.2%）為主，其次為販售紙本漫畫收入，占 28.6%，總計實體漫畫出版相關收入比重達八成八，與 105 年相當（86.7%），而數位出版收入占比與 105 年持平皆為 0.6%。【P.190】

據調查資料推估，106 年出版漫畫種數為 3,327 種，微幅高於 105 年 3,292 種。【P.180】

至於漫畫新書總印刷量，根據出版數量插補推估，106 年臺灣漫畫新書總印刷量估計約為 665 萬本，較 105 年（612 萬本）增加 53 萬本；新書平均首刷量則由 105 年 1,860 本增加為 106 年 2,000 本。【P.181】

**50.0%漫畫出版單位出口漫畫至海外，出口國以港澳比率最高**

本次受訪國內主要漫畫出版單位並未直接進口漫畫銷售，50.0%直接出口漫畫至海外銷售。觀察出口國分布情形，受訪漫畫出版單位直接出口以港澳（100.0%）、中國大陸（50.0%）、馬來西亞（50.0%）與新加坡（50.0%）等華人聚集區域占絕大多數。【P.186】

從出口漫畫的類型來看，以青年類書籍（33.3%）所占比率最高，其次是同性愛（30.0%），而少年、少女類則各占 1.7%，並列第三位主要出口國。【P.186】

**75.0%漫畫出版單位有購買國外漫畫版權，75.0%銷售漫畫版權到其他地區或國家**

調查顯示，受訪漫畫出版單位中，106 年有 75.0%有購買其他地區或國家漫畫版權（包含翻譯權與印製權），另一方面，銷售漫畫版權至他國之比率亦由 105 年 50.0%回升至 75.0%，出版單位進行臺灣內部漫畫版權授權則維持於 50.0%。【P.187】

海外銷售交易對象部分，臺灣漫畫出版單位 106 年海外漫畫授權以港澳地區、馬來西亞及韓國為主，各占 33.3%，此一觀察與以往兩年度調查結果顯著不同，顯示漫畫出版單位的海外版權交易對象較為多元，惟仍以亞洲國家為主。【P.189】

**106 年上游出版端漫畫營業額推估為新臺幣 4.8 億元；下游零售漫畫營業額推估為新臺幣 6.4 億元**

臺灣 106 年上游出版端的整體（含新舊書）紙本漫畫營業額為新臺幣 4 億 7,669 萬元，相較 105 年 5 億 2,169 萬元衰退 8.6%；下游零售端的整體（含新舊書）紙本漫畫營業額為新臺幣 6 億 3,816 萬元，相較 105 年 6 億 8,220 萬元衰退 6.5%。【P.191】

## 二、雜誌出版產業<sup>2</sup>

### 106 年我國定期出刊雜誌出版週期以月刊為主，其次為雙月刊

與 105 年相比，106 年雜誌出版週期結構不變，但扣除特刊、不定期出刊、過刊重新出版之雜誌，發行種數則持續下降。此外，106 年雜誌特刊種數 333 種相較 105 年的 19 種大幅成長 1652.6%。【P.133】

### 106 年電子雜誌線上發行格式仍以 PDF 為主

電子雜誌發行格式仍以 PDF 為主，占 87.3%，而近幾年各大業者致力提倡的 EPUB 格式占 12.0%，相較於 105 年 7.4%成長。【P.139】

## 三、數位出版產業（出版社與數位平臺）

累計至 106 年底，平均 29.0% 出版機構取得紙本圖書數位版權並已出版，電子書發行語言以正體中文為主（93.1%）

累計至 106 年底，逾半數（54.4%）出版機構尚未取得任何作者數位版權授權，9.6% 出版機構取得五分之一以下圖書數位版權，4.8% 出版機構已取得 21% 至 50% 數位版權，27.2% 取得半數以上出版品之數位版權。扣除未回答者，平均 29.0% 臺灣出版機構取得紙本圖書數位版權並已出版。【P.204】

從電子書發行語言來看，106 年曾出版電子書之出版機構，93.1% 曾發行正體中文電子書，2.3% 曾發行為簡體中文，1.5% 出版機構曾發行英文電子書，另有 3.1% 出版機構曾發行其他語言電子書，而日文電子書則未有出版機構在 106 年發行。【P.204】

### 出版電子書機構 60.0% 全部自行編製

從電子書編輯而言，60.0% 全部自行編製，28.0% 全部委外製作，8.0% 部分委外，4.0% 採紙本掃描與其他方式進行數位出版業務。相較 105 年調查結果，106 年自行編輯占比顯著成長，而委外製作比例則呈下滑態勢。【P.205】

---

<sup>2</sup> 本年度出版產業調查僅針對 106 年雜誌出版上架情況進行盤點，無針對整體雜誌出版產業進行完整之產業調查。

**電子書出版格式仍以 PDF 為大宗，約九成五適用一般桌上型或筆記型電腦閱讀**

從出版格式來看，臺灣出版產業仍以 PDF 格式為主，其占 46.4%；採 EPUB（EPUB 2 與 EPUB 3 合計）格式者約占四成，其他格式則均未普及。【P.206】

就適用載具而言，電子書檔案多數適用一般桌上型或筆記型電腦閱讀，比率約九成五，其次為 iOS 平板電腦占七成五，而適用 Android 平板電腦或手機之比例各占 70.8%，較 iOS 系統手機（66.7%）高出 4.1 個百分點，另其他閱讀器適用占比則僅為 12.5%。【P.206】

**經網路清查盤點後可知，106 年出版的電子書數量為 6,913 種，原生電子書總計約含 1,381 種**

經網路清查盤點，106 年全年度電子書出版上架種數為 6,913 種，相較於 105 年情況明顯成長（30.9%）。其中，紙本／電子書皆同步於 106 年出版上架者計有 3,933 種，占全年度電子書 56.9%；曾於 78 至 105 年曾出版紙本書之電子書計有 1,599 種（23.1%）；原生電子書／尚未出版紙本書之電子書者則為 1,381 種（20.0%），與 105 年情況（20.7%）相當。【P.126】

**原生電子書／尚未出版紙本書之電子書以文學小說類為最多**

原生電子書／尚未出版紙本書之電子書以文學小說類 323 種（23.4%）為最多，其次依序為心靈健康類 245 種（17.7%）、寫真類 151 種（10.9%）、休閒生活類 139 種（10.1%）、語言電腦類 116 種（8.4%）、財經企管類 86 種（6.2%），以及人文科普類 81 種（5.9%）等。【P.126】

**電子書販售超過七成全部委外，48.0%採個別與流通平臺簽約方式處理**

106 年臺灣出版機構逾七成係全部委外販售電子書，惟比率由 105 年 92.3% 衰退 19.0 個百分點至 73.3%，另有 13.3% 為業者自行銷售（相對 105 年增加 5.6 個百分點），其餘 13.3% 出版機構則採委外與自行銷售並行之混合模式。【P.207】

出版機構販售電子書，有 48.0% 採個別與流通平臺簽約方式處理，全部委由經銷商處理之比率為 12.0%，各有 16.0% 出版業者自行架設電子書平臺或採用簽約與經銷並行模式，而其餘 8.0% 則屬其他合作方式。【P.208】

調查發現，我國電子書以授權販售個人消費者（76.9%），以及單獨授權販售圖書館者（53.8%）為當前主要授權模式。【P.208】

**出版電子漫畫機構 25.0% 全部自行編製、25.0% 數位版權委外處理**

就出版電子漫畫機構之電子漫畫編輯情形來看，有 25.0% 全部自行編製，25.0% 漫畫出版社全部委外製作。【P.183】

至於電子漫畫數位版權管理方式，106 年各有 25.0%漫畫出版機構不使用 DRM 系統或自行開發 DRM 系統。【P.183】

### **電子漫畫已克服載具限制而全數通用**

從電子漫畫適用載具來看，106 年電子漫畫出版機構幾乎已克服載具限制而全數通用，僅其他閱讀器比例仍然偏低。【P.184】

### **電子漫畫占廠商營收比重偏低，大多數漫畫出版社採個別與流通平臺簽約**

根據業者提供資料，電子漫畫售價約為紙本漫畫五五折。【P.184】

臺灣主要漫畫出版機構 75.0%為全部委外販售電子漫畫，25.0%係自行銷售，然因電子漫畫銷售冊數仍明顯偏低，故該項營收平均僅占紙本漫畫營收 0.5%左右。【P.184】

出版機構販售電子漫畫，有 50.0%是採個別與流通平臺簽約方式處理，另 50%則未有表態。【P.184】

### **數位出版業之核心業務性質相當多元，以圖書出版業者占比較高**

數位出版業之核心業務性質相當多元，然其仍以圖書出版業者占比較高（91.2%），其次為數位平臺業者（26.5%）與販售紙本書籍之網路書店（20.6%），雜誌出版業者及圖書經銷商各占 11.8%，其餘業者比重均為 5.9%。【P.200】

### **我國電子書出版機構愈發重視圖書數位化之發行模式、數位版權管理 83.3%委由電子書流通平臺負責**

調查發現，國內電子書已逐步朝向採紙本與電子書 EP 同步發行之趨勢發展，且 106 年 EP 同步發行占比（48.8%）首度超越紙本圖書先發行模式（28.8%），另電子書先出版之占比為 22.4%，相較 105 年成長 15.4 個百分點。【P.205】

電子書數位版權管理方式，有 16.7%出版機構自行開發 DRM 系統，逾八成業者（83.3%）使用電子書流通平臺所開發之 DRM 系統。【P.205】

### **數位行銷通路上架電子書以小說占比最高**

數位行銷通路上架電子書類型雖受限於回卷業者的填答狀況，惟 105、106 年皆以小說類（106 年為 41.8%）占比最高；居次為其他類與輕小說，其 106 年比率各為 30.8%、24.6%，再其次為童書、語言學習、自然科普以及漫畫書，而其餘未提及的電子書類型為今年度主要數位行銷通路未上架之圖書類型。【P.217】

### **電子書多採單本計費或按月、按季或按年付費之飽讀專案**

電子書收費方式方面，數位行銷通路多採單本計費或按月、按季或按年付費之飽讀專案，兩者各占 66.7%，尤其飽讀專案在近三年內之占比有逐年上揚態勢。而 106 年有效回卷之數位平臺業者皆未採取按點閱量計費之收費模式。【P.219】

整體而言，數位行銷通路業者之電子書販售價格均較紙本書籍售價低（100.0%）；其定價區間約為紙本書籍六折至七折不等，整體平均約六八折。【P.220】

#### **電子雜誌收費以單本計費與飽讀方案為主流，價格平均約紙本雜誌七折**

電子雜誌收費方式方面，採單本計費與飽讀方案為市場主流，106 年採單本計費比率達 66.7%，按季或按年付費之飽讀方案比率同為 66.7%，惟較 105 年皆衰退 8.3 個百分點；其他收費方式則占 33.3%，另 106 年未有數位行銷通路採用按點閱量計費之模式。【P.222】

整體而言，數位行銷通路業者之電子雜誌販售價格均較紙本雜誌售價低（100.0%）；其定價區間約為紙本雜誌六折至八折不等，整體平均約七折。【P.222】

**106 年上游出版端數位出版營業額推估為新臺幣 7.6 億：電子書 7.5 億、電子漫畫 0.1 億；下游零售數位出版營業額推估為新臺幣 12.6 億元：電子書 12.4 億、電子漫畫 0.2 億**

根據調查資料推估，臺灣 106 年數位出版品營業額（上游出版端部分）為新臺幣 7 億 5,604 萬元（電子書 7 億 4,604 萬元；電子漫畫 1,000 萬元）；下游零售端（數位行銷通路部分）的數位出版品營業額為新臺幣 12 億 6,006 萬元（電子書 12 億 4,340 萬元；電子漫畫 1,666 萬元）。與 105 年數位出版品營業額（上游出版端部分）新臺幣 2 億 5,102 萬元（僅電子書部分）相比，成長 197.2%；與 105 年下游零售端（涵蓋電子圖書、電子漫畫）數位出版品營業額之新臺幣 4 億 3,852 萬元相比，成長 187.3%。【P.227】

#### **四、出版行銷通路產業（加盟連鎖與網路書店，以及單一／獨立書店）**

##### **逾半數出版行銷通路業者認為網路書店為威脅最大之競爭對手**

調查顯示，高達 76.4% 之出版行銷通路業者認為網路書店對其威脅最大，其次依序為連鎖書店（43.7%）、單一／獨立書店（34.5%）、同類圖書專賣店（29.9%）、量販店附屬書店（21.3%）、複合式書店（21.3%）、超商（15.5%），以及其他（6.3%）。此外，另有 1.7% 者認為異業為其競爭對手。【P.240】

##### **我國出版行銷通路完全仰賴書籍銷售者之比重較 105 年略有成長**

出版行銷通路書籍銷售金額占比方面，就整體行銷通路部分而言，106 年有

36.5%通路之圖書銷售金額占比低於百分之三十，10.8%介於三成至五成之間，52.7%超過五成。整體來看，圖書銷售收入占行銷通路業者營收比重呈微幅降低。完全仰賴圖書銷售之出版行銷通路業者比重為 17.2%，其相對 105 年略有成長（15.5%）。【P.241】

在單一／獨立書店方面，根據研究結果顯示，34.2%業者之圖書銷售金額占比低於百分之三十，11.4%者介於三成至五成之間，54.4%者超過五成。整體來看，圖書銷售收入情況略優於整體行銷通路業者，完全仰賴圖書銷售之單一／獨立書店業者比重為 19.5%，亦略高於整體行銷通路業者（17.2%）。【P.242】

### **出版行銷通路各類書籍進貨與銷售折扣介於六至九折間**

圖書銷售方面，106 年出版行銷通路業者平均進書折扣為六七折；平均銷貨折扣為八五折；平均銷售最佳折扣八二折。雜誌銷售方面，通路業者平均進書折扣為七一折；平均銷貨折扣為九一折；平均銷售最佳折扣為八八折。至於漫畫銷售方面，業者平均進書折扣為六八折；平均銷貨折扣為八六折；平均銷售最佳折扣為八三折。銷售折扣數皆較 105 年成長。【P.243~244】

### **我國出版行銷通路之圖書退書率相較 105 年略升，雜誌與漫畫則略降**

106 年我國各類書籍退書率相較 105 年僅圖書呈走高趨勢（40.4%升至 42.8%），雜誌與漫畫則較 105 年降低（雜誌 47.9%降至 47.4%、漫畫 44.0%降至 43.5%）。此外，106 年單本新書平均架上陳列天數為 95.1 天，較 105 年（平均 97.2 天）下降。【P.245】

### **連鎖體系書店以漫畫與童書（含繪本）最受一般圖書讀者歡迎，語言教育最受雜誌讀者歡迎**

連鎖體系書店 106 年度銷售書籍金額以漫畫類書籍之占比最高（19.8%），其次為童書／青少年文學（16.6%）與考試用書（8.4%）。雜誌銷售金額方面，以語言教育（29.6%）比重最高，其次為動漫電玩（10.1%）與財經企管（8.2%）。【P.248、249】

### **單一／獨立書店以考試用書類書籍最受一般圖書讀者歡迎**

單一／獨立書店各類書籍銷售金額前三大之圖書類型分別為考試用書（14.0%）、童書／青少年文學（10.9%），以及文學小說（7.4%）。【P.247】

### **平日與假日之因素會影響出版行銷通路之圖書銷售情況**

部分民眾逐漸將逛書店視為休閒娛樂，從而使書籍選購高峰集中於假日，調查結果顯示有 32.2%通路業者表示平日與假日之銷售狀況有所不同。進一步觀察假日對書籍銷售影響程度，有 21.4%之業者表示其銷售額占一週銷售額不到三成，

41.1%業者表示約占三至五成之間，30.4%業者表示約占一半以上。【P.245】

### **面對市場萎縮，業者增加行銷宣傳活動，經營型態走向多元**

調查發現，106 年有 66.1%出版行銷通路業者表示其曾辦理過宣傳或活動與讀者保持互動，相較 105 年（53.7%）比重明顯有所提升；有 33.9%業者則表示近一年未曾辦理過相關活動，相較於 105 年有 45.2%業者未辦理行銷活動的情況亦有所減少。宣傳活動策劃「有主題之折扣活動（如週年慶、特殊節日等）」、「研討會／座談會／演講」，以及「新書發表會」等。【P.251】

### **106 年臺灣出版行銷通路之紙本圖書營業額推估約為新臺幣 226 億元**

根據廠商統一編號進行財稅資料營業額撈取進行推估，106 年下游零售端的整體（含新舊書）紙本圖書營業額約新臺幣 225 億 9,840 萬元，相較 105 年營業額推估之新臺幣 237 億 1,758 萬元略為衰退 4.7%。上述新臺幣 225 億 9,840 萬元係以下游零售通路的營收推估而得，與前述從上游出版社的營收推估下游端的整體圖書營業額約新臺幣 238 億 5,116 萬元相比，其間差異數研判係包括出版社透過自行銷售及其他管道銷售（如團購）、圖書館採購（B2L）等營業收入。【P.292】



## 參、質化研究主要發現

### 一、圖書出版產業

#### (一) 106 年圖書出版業整體發展概況

##### 106 年新書定價提高，惟平均每種新書銷售金額仍略微下滑

依產製及銷售指標之數據分析可觀察到，106 年有 65% 的新書定價呈現上升，不過平均每種新書之銷售金額仍略微下滑，此可能影響廠商投入新書出版意願，與圖書販售通路業界觀察相應，新書出版中改版書的比例有所增加。【P.277】

#### (二) 106 年圖書出版市場重要變化分析

##### 未經營數位出版之專業出版社受圖書市場銷售下滑之影響程度較大

以代表性廠商的平均整體營收表現來看，106 年出版 100 種以上新書之（單一品牌）專業出版社，平均每廠商營業額（含圖書及非書收入）為新臺幣 1 億 1,689 萬元，較 105 年（8,811 萬元）成長 32.7%；而未經營數位出版之專業出版社，106 年平均每廠商營業額為新臺幣 1,171 萬元，較 105 年（1,217 萬元）減少 3.8%。由此可看出，整體圖書出版市場中，單純倚賴實體圖書出版業務收入之專業出版社，其受衝擊程度高於有經營數位出版之專業出版社。【P.278】

##### 106 年多數類型書市場之定價提高、通路折扣競爭程度增加

本研究盤點四大網路書店上架之圖書概況，多數（占 65.0%）類型圖書平均定價水準較 105 年提高，106 年較 105 年平均定價降低者，僅人文史地、藝術設計、專業/教科書/政府出版品、宗教命理、旅遊、自然科普、電腦資訊、童書/青少年文學等類型，其餘類型皆呈現平均定價上升情況。另 106 年折扣數情況與 105 年約略相當，惟多數（占 75.0%）類型圖書之通路折扣差異程度有所提高，顯示 106 年整體圖書市場之殺價競爭情況較 105 年激烈。【P.279】

##### 主要通路（四大網路書店）上架中國大陸授權引進書種數明顯增加

依本研究盤點 106 年出版圖書於主要通路（四大網路書店）上架情況，以店銷之授權引進書而言，106 年出版種數為 8,695 種，較 105 年 8,581 種增加 1.3%，前三大來源國家為日本（45.7%）、美國（18.6%）、中國大陸（14.3%）。其中來自中國大陸授權引進書種數及占整體比重皆呈現成長。據訪談出版業界人士看法，大致可歸納三項可能因素，分別為中國大陸積極推動圖書版權出口、我國出版社對於出版成本考量以及中國大陸創作品質逐漸成熟，逐漸獲得讀者支持。【P.280】

## **圖書海外輸出成長加快**

開發海外市場需求已被出版產業界視為新增獲利來源的重要策略之一，政府亦有多項政策措施予以協助。依財政部海關統計，我國圖書出口總值近三年呈持續走高發展，其由 104 年新臺幣 25.8 億元成長至 105 年新臺幣 35.6 億元，而 106 年則進一步揚升至新臺幣 39.8 億元，維持兩位數的明顯成長。其中，較受矚目的是，童書類出口金額近年持續呈現高速成長，成為驅動整體圖書出口的重要動能。**【P.282】**

## **有聲書市場具發展潛力**

相較於有聲書於國外市場的發展，我國相關出版市場則較不活躍，惟以國外發展趨勢來看，展望未來國內有聲書市場應有進一步發展空間，相較於上游出版社對有聲書市場的謹慎態度，下游數位平臺則開始積極投入此一市場開發，106 年已有幾個數位平臺業者投入有聲書市場經營。**【P.283】**

## **二、漫畫出版產業**

### **（一）106 年漫畫出版業整體發展概況**

#### **新書出版種數及銷售指標均呈下滑，惟外銷出口呈反向成長**

106 年漫畫出版產業不論是在出版種數之產製指標或銷售相關指標表現，可看出 106 年漫畫出版業整體仍持續面臨發展瓶頸。近幾年主要漫畫出版業者的漫畫營收衰退主因來自內需市場營收的減少，惟外銷出口表現則反向逐年成長，外銷占主要漫畫業者之營收比重亦同步提高，106 年外銷收入占比為 8.6%，較 105 年 7.7% 提高。**【P.285】**

### **（二）106 年漫畫出版市場重要變化分析**

#### **電子漫畫上架種數增加，惟國內電子漫畫市場仍未成熟**

106 年電子漫畫於數位平臺上架書種數，較 105 年增加 188.2%，而零售價格不論平均數或眾數，106 年亦皆較 105 年成長，但反觀消費端，依本年及上年度民眾閱讀及消費行為調查結果，整體電子漫畫的購書率未有成長，而且網路盜版漫畫眾多，也影響消費者付費意願，影響所及，106 年整體電子漫畫於零售終端營業額較 105 年減少 17.3%，顯示目前電子漫畫市場發展尚未成熟。**【P.286】**

#### **本土漫畫創作能否成功市場化需要專業編輯協力**

在政府政策鼓勵支持漫畫創作之下，本土漫畫自製的數量已逐漸增加，依漫畫出版社問卷調查結果，106 年本國人創作新書占整體漫畫新書出版種數為

25.6%，較 105 年上升 19.6 個百分點。而未來這些本土創作漫畫作品如何讓習於閱讀日本漫畫的國內讀者所接受，將是未來本國自製漫畫市場能否進一步發展的關鍵。其中，編輯角色在漫畫市場中具有重要性，好編輯能洞察產業發展趨勢，提供漫畫家創作方向，以利未來出版後有較佳銷售表現與發展。而臺灣因紙本漫畫市場銷售逐漸萎縮，出版社無法以較佳的薪資條件延攬適合的專業編輯。  
【P.286】

### **漫畫出版社積極調整內容經營策略**

若以整體漫畫出版社的平均每廠商營收表現來看，106 年平均每廠商的整體收入較 105 年成長約 2.8%，對比紙本漫畫銷售收入減少的情況，顯示其他業務收入來源有所成長。目前漫畫出版社於內容領域的經營策略已開始積極嘗試調整，策略調整方向包括三種：第一，加碼原創市場，部分漫畫出版社透過小說改編進行原創內容開發；第二是數位轉型，舉凡將紙本漫畫內容以頁漫形式呈現；第三則是原創漫畫內容 IP 於 ACG（動畫、漫畫、遊戲）不同領域的內容跨界延伸開發。  
【P.287】

## **三、數位出版產業**

### **（一）106 年數位出版業整體發展概況**

**數位出版種數低於實體出版品，然相較 105 年各電子出版品種數皆有成長**

在出版種數方面，依本研究盤點結果，於 106 年出版之電子書共 7,102 種；電子漫畫共為 1,435 種；電子雜誌共 583 種，雖然與實體圖書、雜誌、漫畫（共計約 36,229 種）相比，電子出版種數仍低，然 106 年出版之電子書（+34.5%）、電子漫畫（+188.2%）以及電子雜誌（+31.6%）種數皆較 105 年有所成長，顯示上游出版社對於投入經營電子書市場已轉趨積極。  
【P.289】

### **（二）106 年圖書出版市場重要變化分析**

**數位平臺之營收表現趨於兩極化**

過往 B2C 的電子書消費市場以電信商所經營之數位平臺表現較佳，惟 106 年受到代表性通路平臺業者加入，促使電子書市場競爭升溫，有些電信商於電子書市場發展並不順利，然依本研究訪談幾家代表性數位平臺業者之看法，皆反映 106 年電子書營收呈現倍數式大幅成長，顯示 106 年數位平臺之營收表現趨於兩極化。  
【P.289】

#### **四、出版行銷通路產業**

##### **(一) 106 年出版行銷通路業整體發展概況**

**除網路書店圖書銷售呈現成長外，其餘通路業者皆呈衰退景況**

相較於上游出版端 106 年圖書營收呈現微幅成長，下游的圖書銷售通路除了網路書店銷售呈現成長之外，包含連鎖書店、單一實體書店或獨立書店等實體圖書販售通路端的圖書銷售則呈現衰退，同時其整體廠商收入（含圖書及其他業務收入）也呈現衰退。【P.291】

##### **(二) 106 年出版行銷通路市場重要變化分析**

**各類型圖書零售通路經營表現不一**

過去經銷商扮演輔佐書店店主的角色，如今因整體實體通路銷售圖書市場萎縮，致使兩方互動模式已不如往昔。另礙於經銷發行商經營成本上升，以致發行服務據點和網絡有所減少，而便捷的物流系統卻是大型網路書店經營優勢之一，使得實體圖書販售通路面臨更大競爭壓力。惟據訪談圖書經銷發行業界的觀察，並非所有實體通路均面臨此一問題，目前實體通路有經營情況兩極化及大者恆大的跡象。【P.292】

**經營獨立書店業者背景逐漸多元**

根據台灣獨立書店文化協會出版之《2016 福爾摩沙書店地圖手冊》、有限責任台灣友善書業供給合作社之社員書店名冊，發現新加入經營獨立書店之業者背景多元，包括餐飲業者、飯店業者、資通訊業者等。此外，亦發現當前經營書店之目的也逐漸由圖書銷售轉向具書香氣息之觀光景點的經營，除可能可帶動圖書的銷售外，亦可提振社會閱讀風氣【P.264】。

#### **五、政策建議**

- (一) 賡續推動出版產業已積極倡議之政策建議
- (二) 持續鼓勵優質內容出版以維持本土自製新書出版動能
- (三) 建議政府帶動閱讀風氣以根本改善出版產業經營環境
- (四) 建議協助產業改善數位出版之基礎環境
- (五) 建議增補相關政策措施以持續協助圖書海外輸出

# 目錄

|                                  |            |
|----------------------------------|------------|
| <b>第壹章 緒論 .....</b>              | <b>1</b>   |
| 第一節 計畫內容與架構 .....                | 1          |
| 第二節 產業界說與出版產業近年發展趨勢 .....        | 3          |
| <b>第貳章 國外出版產業概況分析 .....</b>      | <b>27</b>  |
| 第一節 歐美國家出版產業發展概況 .....           | 27         |
| 第二節 亞洲國家出版產業發展概況 .....           | 43         |
| <b>第參章 我國出版產業概況分析 .....</b>      | <b>73</b>  |
| 第一節 出版產業調查母體概況探討 .....           | 73         |
| 第二節 臺灣地區圖書行銷傳播通路業經營狀況 .....      | 78         |
| 第三節 臺灣地區圖書進出口金額、國別與種類 .....      | 99         |
| 第四節 我國圖書出版品於主要通路實際上架概況分析 .....   | 112        |
| 第五節 我國雜誌期刊於主要通路實際上架概況分析 .....    | 132        |
| <b>第肆章 圖書出版經營概況調查 .....</b>      | <b>142</b> |
| 第一節 研究方法 .....                   | 142        |
| 第二節 圖書暨漫畫出版業者組成概況 .....          | 148        |
| 第三節 圖書出版產業概況 .....               | 155        |
| 第四節 漫畫出版產業概況 .....               | 180        |
| <b>第伍章 數位出版與數位通路經營概況調查 .....</b> | <b>197</b> |
| 第一節 研究方法 .....                   | 197        |
| 第二節 106 年數位出版業者組成概況 .....        | 200        |
| 第三節 106 年數位出版（出版社）產業概況 .....     | 204        |
| 第四節 106 年數位行銷通路產業概況 .....        | 216        |
| <b>第陸章 出版產業行銷通路概況調查 .....</b>    | <b>232</b> |
| 第一節 研究方法 .....                   | 232        |
| 第二節 行銷通路業者組成概況 .....             | 236        |
| 第三節 出版行銷通路產業概況 .....             | 240        |
| 第四節 單一／獨立書店與連鎖、量販行銷通路經營概況 .....  | 258        |
| 第五節 出版行銷通路產業前景 .....             | 266        |
| <b>第柒章 出版產業發展綜合分析 .....</b>      | <b>273</b> |
| 第一節 整體出版產業發展概況 .....             | 273        |
| 第二節 圖書出版業發展綜合分析 .....            | 277        |

|     |                    |     |
|-----|--------------------|-----|
| 第三節 | 漫畫出版業發展綜合分析 .....  | 285 |
| 第四節 | 數位出版發展綜合分析 .....   | 289 |
| 第五節 | 出版行銷通路發展綜合分析 ..... | 291 |
| 第六節 | 政策建議 .....         | 295 |
| 附錄一 | .....              | 298 |
| 附錄二 | .....              | 312 |
| 附錄三 | .....              | 330 |
| 附錄四 | .....              | 341 |
| 附錄五 | .....              | 352 |
| 附錄六 | .....              | 366 |
| 附錄七 | .....              | 376 |
| 附錄八 | .....              | 381 |
| 附錄九 | .....              | 386 |

# 表目錄

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| 表壹-1、出版產業調查項目與調查方法說明：出版端（經營概況） .....              | 9  |
| 表壹-2、出版產業調查項目與調查方法說明：出版端（附加問項） .....              | 11 |
| 表壹-3、出版產業調查項目與調查方法說明：經銷流通端 .....                  | 12 |
| 表壹-4、閱讀及消費行為調查內容及方法 .....                         | 13 |
| 表壹-5、出版產業調查樣本 .....                               | 21 |
| 表壹-6、出版產業調查樣本 .....                               | 24 |
| 表貳-1、日本實體出版市場銷售概況 .....                           | 44 |
| 表貳-2、日本文庫本銷售概況 .....                              | 44 |
| 表貳-3、日本漫畫銷售金額 .....                               | 45 |
| 表貳-4、日本電子出版營業額 .....                              | 45 |
| 表貳-5、東南亞主要國家出版概況 .....                            | 59 |
| 表貳-6、東南亞六國（馬、菲、印、越、泰、新）圖書及雜誌營業額（含紙本<br>及數位） ..... | 62 |
| 表貳-7、東南亞主要國家閱讀概況 .....                            | 67 |
| 表參-1、出版機構區位分布 .....                               | 74 |
| 表參-2、出版社登記資本額分布概況 .....                           | 76 |
| 表參-3、出版社成立年數分布概況 .....                            | 76 |
| 表參-4、各類型出版社之申請 ISBN 種數及占比 .....                   | 77 |
| 表參-5、各縣市實體書店家數與人口數比 .....                         | 79 |
| 表參-6、實體書店（書籍、雜誌零售業）之營業額與變動率 .....                 | 80 |
| 表參-7、單一／二手／獨立書店區位分布 .....                         | 83 |
| 表參-8、本研究盤點實際販售圖書之單一／二手／獨立書店登記資本額分布概<br>況 .....    | 85 |
| 表參-9、本研究盤點實際販售圖書之單一／二手／獨立書店成立年數分布概況<br>.....      | 85 |
| 表參-10、連鎖書店經營情形 .....                              | 86 |
| 表參-11、連鎖加盟書店區位分布 .....                            | 87 |
| 表參-12、連鎖加盟書店登記資本額分布概況 .....                       | 89 |
| 表參-13、連鎖加盟成立年數分布概況 .....                          | 89 |
| 表參-14、網路書店（狹義）登記資本額分布概況 .....                     | 92 |
| 表參-15、經營網路書店（狹義）之出版社成立年數分布概況 .....                | 94 |
| 表參-16、數位平臺登記資本額分布概況 .....                         | 95 |
| 表參-17、數位平臺成立年數分布概況 .....                          | 95 |
| 表參-18、106 年出版產業及出版行銷業之代表性廠商營收表現 .....             | 98 |

|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| 表參-19、臺灣圖書進出口金額（新臺幣） .....                            | 99  |
| 表參-20、書籍、小冊、傳單及類似印刷品進出口金額比例 .....                     | 102 |
| 表參-21、書籍、小冊、傳單及類似印刷品進口金額及國家別 .....                    | 103 |
| 表參-22、書籍、小冊、傳單及類似印刷品出口金額及國家別 .....                    | 103 |
| 表參-23、字典及百科全書進出口金額比例 .....                            | 105 |
| 表參-24、字典及百科全書進口金額及國家別 .....                           | 105 |
| 表參-25、字典及百科全書出口金額及國家別 .....                           | 105 |
| 表參-26、其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品進出口金額比例 .....                   | 107 |
| 表參-27、其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品進口金額及國家別 .....                  | 107 |
| 表參-28、其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品出口金額及國家別 .....                  | 108 |
| 表參-29、兒童圖畫書進出口金額比例 .....                              | 109 |
| 表參-30、兒童圖畫書進口金額及國家別 .....                             | 110 |
| 表參-31、兒童圖畫書出口金額及國家別 .....                             | 111 |
| 表參-32、105 年至 106 年臺灣出版圖書適讀對象統計分析 .....                | 113 |
| 表參-33、103 年至 106 年臺灣申請 ISBN 之各種類圖書出版概況 .....          | 115 |
| 表參-34、我國 106 年申請國際標準書號（ISBN）於主要通路上架書籍之實際<br>出版年度..... | 116 |
| 表參-35、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍上架率 .....                     | 118 |
| 表參-36、於主要通路實際上架各類圖書之出版概況 .....                        | 119 |
| 表參-37、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍中之翻譯書比重 .....                 | 120 |
| 表參-38、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍來源國分布 .....                   | 121 |
| 表參-39、106 年各類圖書於網路書店通路之定價及折扣概況 .....                  | 122 |
| 表參-40、106 年各類圖書於網路書店折扣分布與通路差異程度 .....                 | 124 |
| 表參-41、我國 106 年電子書出版語言與種數 .....                        | 127 |
| 表參-42、我國 106 年電子書出版格式種數 .....                         | 127 |
| 表參-43、我國 106 年各類型電子書零售價格及出版家數 .....                   | 128 |
| 表參-44、我國近兩年各類型電子漫畫出版種類 .....                          | 129 |
| 表參-45、我國近兩年電子漫畫出版格式種類 .....                           | 130 |
| 表參-46、我國 106 年各類型及檔案格式之電子漫畫出版種數 .....                 | 130 |
| 表參-47、我國 106 年各類型電子漫畫零售價格及出版家數 .....                  | 131 |
| 表參-48、我國 106 年紙本雜誌出版種數 .....                          | 133 |
| 表參-49、我國 106 年紙本雜誌各出版語言之出版種數 .....                    | 133 |
| 表參-50、我國 106 年紙本雜誌各出刊頻率類型之出版種數 .....                  | 134 |
| 表參-51、我國 106 年紙本雜誌各類型出版種數及定價 .....                    | 135 |
| 表參-52、106 年我國店銷型紙本雜誌上架率 .....                         | 137 |
| 表參-53、106 年各類紙本雜誌折扣分布與通路差異程度 .....                    | 137 |



|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| 表參-54、我國 106 年電子雜誌各出版語言之出版種數 .....      | 139 |
| 表參-55、我國近兩年各檔案格式之電子雜誌出版種數 .....         | 139 |
| 表參-56、我國 106 年各類型及檔案格式之電子雜誌出版種數 .....   | 139 |
| 表參-57、我國 106 年電子雜誌各類型零售價格及出版家數 .....    | 141 |
| 表肆-1、「106 年圖書出版產業調查」問卷構面及核心指標 .....     | 144 |
| 表肆-2、「106 年漫畫出版產業調查」問卷構面及核心指標 .....     | 145 |
| 表肆-3、「106 年圖書出版產業調查」回卷樣本結構-資本額 .....    | 146 |
| 表肆-4、「106 年圖書出版產業調查」回卷樣本結構-出版量 .....    | 147 |
| 表肆-5、臺灣圖書出版產業之數位出版人力配置情形 .....          | 153 |
| 表肆-6、臺灣圖書出版產業之薪資概況 .....                | 154 |
| 表肆-7、臺灣出版新書之各類書籍類型比率 .....              | 156 |
| 表肆-8、臺灣近三年圖書新書出版概況 .....                | 157 |
| 表肆-9、臺灣近年圖書新書出版來源概況 .....               | 157 |
| 表肆-10、臺灣近三年新秀作家創作圖書類型 .....             | 158 |
| 表肆-11、臺灣近三年新秀作家出版情形 .....               | 159 |
| 表肆-12、臺灣近三年圖書再版／再刷書籍類型 .....            | 159 |
| 表肆-13、臺灣近三年圖書再版／再刷書籍類型 .....            | 160 |
| 表肆-14、臺灣圖書新書及再版再刷書籍銷貨情形比較 .....         | 161 |
| 表肆-15、臺灣圖書部分代銷的銷售通路分配 .....             | 163 |
| 表肆-16、臺灣圖書銷貨通路平均折扣與平均退書率 .....          | 163 |
| 表肆-17、臺灣購買海外版權方式及占比 .....               | 168 |
| 表肆-18、臺灣引進與輸出版權書類型 .....                | 169 |
| 表肆-19、臺灣銷售版權至海外方式及占比 .....              | 170 |
| 表肆-20、臺灣國內圖書版權授權方式及種數 .....             | 171 |
| 表肆-21、臺灣出版單位收入來源分布情形 .....              | 173 |
| 表肆-22、臺灣出版單位支出項目分布情形 .....              | 173 |
| 表肆-23、臺灣漫畫新書出版概況 .....                  | 181 |
| 表肆-24、臺灣近三年電子漫畫可適用的閱讀載具 .....           | 184 |
| 表肆-25、臺灣出口漫畫主要類型 .....                  | 186 |
| 表肆-26、臺灣海外版權漫畫書引進主要類型 .....             | 188 |
| 表肆-27、臺灣漫畫出版單位收入來源占比 .....              | 191 |
| 表伍-1、「106 年數位出版（出版社）產業調查」構面與核心指標 .....  | 198 |
| 表伍-2、「106 年數位出版（數位平臺）產業調查」構面與核心指標 ..... | 199 |
| 表伍-3、臺灣近三年電子書出版模式 .....                 | 206 |
| 表伍-4、臺灣近三年電子書出版格式 .....                 | 206 |
| 表伍-5、臺灣近三年電子書可適用的閱讀載具 .....             | 206 |

|                                                            |     |
|------------------------------------------------------------|-----|
| 表伍-6、臺灣近三年電子書出版類型 .....                                    | 207 |
| 表伍-7、臺灣近三年電子書銷售類型 .....                                    | 211 |
| 表伍-8、臺灣數位出版（出版社）單位收入來源占比 .....                             | 214 |
| 表伍-9、數位行銷通路販售電子書或雜誌來源比率 .....                              | 216 |
| 表伍-10、106 年數位行銷通路上架電子書類型 .....                             | 218 |
| 表伍-11、數位行銷通路販售電子書／電子雜誌／電子漫畫之適用載具 .....                     | 219 |
| 表伍-12、近三年數位行銷通路各類電子書銷售比率 .....                             | 220 |
| 表伍-13、數位行銷通路提供電子資料庫類型 .....                                | 223 |
| 表伍-14、106 年數位行銷通路收入來源分布 .....                              | 226 |
| 表陸-1、「106 年行銷通路經營狀況調查」與「106 年實體書店經營狀況調查」<br>問卷構面及核心指標..... | 233 |
| 表陸-2、「106 年出版行銷通路調查」回卷樣本結構—單一／二手／獨立書店                      | 234 |
| 表陸-3、「106 年出版行銷通路調查」回卷樣本結構—連鎖／加盟／量販／超商<br>.....            | 235 |
| 表陸-4、「106 年出版行銷通路調查」回卷樣本結構—網路書店 .....                      | 235 |
| 表陸-5、出版行銷通路各類語言圖書銷售情形 .....                                | 242 |
| 表陸-6、近三年圖書行銷通路進書及銷售折扣 .....                                | 244 |
| 表陸-7、近三年雜誌行銷通路進書及銷售折扣 .....                                | 244 |
| 表陸-8、近三年漫畫行銷通路進書及銷售折扣 .....                                | 244 |
| 表陸-9、近三年出版行銷通路平均退書率 .....                                  | 245 |
| 表陸-10、近三年連鎖體系書店各類書籍銷售金額比率 .....                            | 247 |
| 表陸-11、近三年單一／獨立書店各類書籍銷售金額比率 .....                           | 248 |
| 表陸-12、近三年連鎖體系書店各類雜誌銷售金額比率 .....                            | 249 |
| 表陸-13、出版行銷通路之網路書店平均上架數 .....                               | 254 |
| 表陸-14、連鎖／量販／超商通路店面圖書主要陳列類型比率 .....                         | 259 |
| 表陸-15、連鎖／量販／超商通路店面雜誌主要陳列類型比率 .....                         | 260 |
| 表陸-16、連鎖／量販／超商通路店面漫畫主要陳列類型比率 .....                         | 261 |
| 表柒-1、我國與主要國家新書出版種數比較 .....                                 | 275 |
| 表柒-2、我國與主要國家圖書出版營業額 .....                                  | 276 |
| 表柒-3、圖書出版業營收來源結構比重 .....                                   | 279 |
| 表柒-4、一年出版 100 種以上新書之出版社的平均每廠商營業額 .....                     | 279 |
| 表柒-5、各類型圖書市場之競爭程度：106 年與 105 年相比 .....                     | 280 |
| 表柒-6、於主要通路上架之授權引進書籍來源國 .....                               | 281 |
| 表柒-7、漫畫出版社平均每廠商營業額 .....                                   | 286 |
| 表柒-8、105~106 年圖書經銷及零售通路平均每廠商營業額 .....                      | 292 |

# 圖目錄

|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| 圖壹-1、研究架構圖 .....                              | 2   |
| 圖壹-2、研究架構及內容 .....                            | 7   |
| 圖壹-3、圖書出版產業鏈結構圖 .....                         | 8   |
| 圖壹-4、調查研究架構圖 .....                            | 14  |
| 圖壹-5、產業鏈範疇、實地訪談與調查問卷類屬關聯圖 .....               | 25  |
| 圖貳-1、2012~2017 年美國自助出版書籍種數 .....              | 27  |
| 圖貳-2、美國 18 歲以上民眾閱讀率 .....                     | 29  |
| 圖貳-3、2012~2017 年德國圖書出版種數及銷售額 .....            | 31  |
| 圖貳-4、2012~2017 年德國電子書銷售量及銷售額占比 .....          | 32  |
| 圖貳-5、2012~2017 年英國圖書出版種數及銷售額 .....            | 35  |
| 圖貳-6、2012~2017 年法國圖書出版種數 .....                | 38  |
| 圖貳-7、2012~2017 年法國圖書銷售額 .....                 | 39  |
| 圖貳-8、日本圖書及雜誌新書出版種數 .....                      | 43  |
| 圖貳-9、2012~2017 年中國大陸圖書與期刊出版種數 .....           | 48  |
| 圖貳-10、2012~2017 年中國大陸電子出版物種數 .....            | 49  |
| 圖貳-11、2012~2017 年中國大陸出版物純銷售營業額趨勢 .....        | 49  |
| 圖貳-12、2012~2017 年中國大陸網路及實體書店銷售圖書之營業額趨勢 .....  | 50  |
| 圖貳-13、2012~2017 年中國大陸圖書零售市場銷售圖書、新書品種數 .....   | 50  |
| 圖貳-14、中國大陸成年民眾圖書、期刊、數位、綜合閱讀率 .....            | 52  |
| 圖貳-15、中國大陸成年民眾圖書、期刊、電子書閱讀量 .....              | 52  |
| 圖貳-16、2013~2017 年韓國新書發行出版種數及冊數 .....          | 55  |
| 圖貳-17、2013~2017 年韓國出版產業營業額表現趨勢 .....          | 56  |
| 圖參-1、臺灣地區 101 年至 106 年申請 ISBN 之圖書出版機構家數 ..... | 73  |
| 圖參-2、106 年臺灣出版行銷通路產業調查母體分布 .....              | 82  |
| 圖參-3、104 年至 106 年我國各類圖書進口概況 .....             | 100 |
| 圖參-4、105 年至 106 年我國圖書進口國家分布 .....             | 100 |
| 圖參-5、104 年至 106 年我國各類圖書出口概況 .....             | 101 |
| 圖參-6、105 年至 106 年我國圖書出口國家分布 .....             | 101 |
| 圖參-7、臺灣地區 88 年至 106 年申請 ISBN 之圖書出版種數 .....    | 112 |
| 圖參-8、我國 106 年出版上架電子書之紙本書上市年份分布 .....          | 126 |
| 圖參-9、我國 106 年店銷紙本雜誌之創刊時間分布 .....              | 135 |
| 圖肆-1、臺灣圖書出版業者經營之產業鏈環節 .....                   | 148 |
| 圖肆-2、臺灣圖書出版業者之集團化情形 .....                     | 149 |
| 圖肆-3、臺灣圖書出版業者資金為本國個人投資之變化情形 .....             | 149 |

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| 圖肆-4、臺灣圖書出版單位之正職人力僱用規模變化情形 .....     | 150 |
| 圖肆-5、臺灣圖書出版單位之兼職人力僱用規模變化情形 .....     | 150 |
| 圖肆-6、臺灣圖書出版業正職從業人員性別結構的變化情形 .....    | 151 |
| 圖肆-7、臺灣圖書出版業正職從業人員學歷結構的變化情形 .....    | 151 |
| 圖肆-8、臺灣圖書出版業正職從業人員年齡結構的變化情形 .....    | 152 |
| 圖肆-9、臺灣圖書出版業正職從業人員年資結構的變化情形 .....    | 152 |
| 圖肆-10、臺灣圖書出版單位之正職人力分工情形 .....        | 153 |
| 圖肆-11、臺灣出版單位之主要出版屬性 .....            | 155 |
| 圖肆-12、臺灣圖書銷售方式 .....                 | 162 |
| 圖肆-13、臺灣圖書出版單位行銷資源經費配置 .....         | 165 |
| 圖肆-14、臺灣圖書出版單位非書銷售業務內容 .....         | 165 |
| 圖肆-15、臺灣圖書版權交易情形 .....               | 166 |
| 圖肆-16、臺灣出版單位購買海外版權書之交易方式 .....       | 167 |
| 圖肆-17、臺灣海外版權書之購買來源 .....             | 168 |
| 圖肆-18、臺灣出版單位銷售版權至海外的資訊來源 .....       | 170 |
| 圖肆-19、臺灣出版單位投資中國大陸及海外市場現況 .....      | 172 |
| 圖肆-20、臺灣圖書出版單位全年營業額 .....            | 172 |
| 圖肆-21、臺灣出版單位收支平衡情形 .....             | 175 |
| 圖肆-22、臺灣出版單位未來三年銷售預期 .....           | 176 |
| 圖肆-23、臺灣出版單位未來三年投資預期 .....           | 176 |
| 圖肆-24、臺灣出版漫畫新書種數 .....               | 180 |
| 圖肆-25、臺灣漫畫新書之書籍類型比率 .....            | 181 |
| 圖肆-26、臺灣再版再刷漫畫類型 .....               | 182 |
| 圖肆-27、臺灣漫畫銷售方式 .....                 | 182 |
| 圖肆-28、臺灣 103 年漫畫部分代銷的銷售通路分配 .....    | 183 |
| 圖肆-29、臺灣圖書出版機構電子漫畫編輯模式 .....         | 184 |
| 圖肆-30、臺灣圖書出版機構電子漫畫數位版權管理方式 .....     | 184 |
| 圖肆-31、臺灣電子漫畫出版業者與電子漫畫流通平臺的合作模式 ..... | 185 |
| 圖肆-32、臺灣電子漫畫授權銷售方式 .....             | 185 |
| 圖肆-33、臺灣漫畫進口及出口情形 .....              | 186 |
| 圖肆-34、臺灣漫畫出口國家分布 .....               | 186 |
| 圖肆-35、臺灣漫畫版權交易情形 .....               | 187 |
| 圖肆-36、臺灣漫畫出版單位購買海外版權之交易方式 .....      | 188 |
| 圖肆-37、臺灣海外版權漫畫之購買來源 .....            | 188 |
| 圖肆-38、臺灣漫畫出版單位銷售版權至海外的資訊來源 .....     | 189 |
| 圖肆-39、臺灣銷售海外漫畫版權之交易對象國 .....         | 189 |

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 圖肆-40、臺灣主要漫畫出版單位投資中國大陸及海外市場概況 ..... | 190 |
| 圖肆-41、臺灣漫畫出版單位全年營業額 .....           | 190 |
| 圖肆-42、臺灣漫畫出版單位全年營業概況 .....          | 192 |
| 圖肆-43、臺灣漫畫出版單位未來三年銷售預期 .....        | 192 |
| 圖肆-44、臺灣漫畫出版單位未來三年投資預期 .....        | 193 |
| 圖伍-1、臺灣數位出版業者集團化情形與資金來源分布 .....     | 200 |
| 圖伍-2、數位出版業者之核心業務及其內容範疇 .....        | 200 |
| 圖伍-3、數位出版業者之人力僱用規模 .....            | 201 |
| 圖伍-4、數位出版業正職人員之性別結構 .....           | 201 |
| 圖伍-5、數位出版業正職人員之學歷結構 .....           | 202 |
| 圖伍-6、數位出版業正職人員之年齡結構 .....           | 202 |
| 圖伍-7、數位出版業者涉足產業鏈範疇 .....            | 203 |
| 圖伍-8、數位出版業者提供數位產品或服務類別 .....        | 203 |
| 圖伍-9、臺灣出版機構數位版權取得情形 .....           | 204 |
| 圖伍-10、臺灣電子書發行語言 .....               | 204 |
| 圖伍-11、臺灣圖書出版機構電子書編輯模式 .....         | 205 |
| 圖伍-12、臺灣圖書出版機構電子書數位版權管理方式 .....     | 205 |
| 圖伍-13、臺灣電子書銷售模式 .....               | 208 |
| 圖伍-14、臺灣電子書出版業者與電子書流通平臺之合作模式 .....  | 208 |
| 圖伍-15、臺灣電子書授權銷售對象 .....             | 209 |
| 圖伍-16、臺灣出版機構電子書收費模式 .....           | 209 |
| 圖伍-17、臺灣電子書上架通路（國內） .....           | 210 |
| 圖伍-18、臺灣電子書上架通路（國外） .....           | 210 |
| 圖伍-19、臺灣電子書授權銷售方式 .....             | 211 |
| 圖伍-20、臺灣電子書占出版機構圖書營收占比 .....        | 212 |
| 圖伍-21、臺灣出版單位投資中國大陸及海外市場現況 .....     | 213 |
| 圖伍-22、臺灣數位出版（出版社）單位全年營業額 .....      | 213 |
| 圖伍-23、臺灣數位出版單位全年營業概況 .....          | 214 |
| 圖伍-24、臺灣數位出版單位未來三年銷售預期 .....        | 215 |
| 圖伍-25、臺灣數位出版單位未來三年投資預期 .....        | 215 |
| 圖伍-26、合作出版社家數分布 .....               | 217 |
| 圖伍-27、上架電子書種數分布 .....               | 217 |
| 圖伍-28、數位行銷通路販售作者自行出版電子書情形 .....     | 219 |
| 圖伍-29、數位行銷通路販售電子書之收費方式 .....        | 220 |
| 圖伍-30、合作出版社家數分布 .....               | 221 |
| 圖伍-31、上架電子雜誌種數分布 .....              | 222 |

|                                              |     |
|----------------------------------------------|-----|
| 圖伍-32、數位行銷通路販售電子雜誌之收費方式 .....                | 222 |
| 圖伍-33、106 年數位行銷通路電子資料庫語文比率 .....             | 223 |
| 圖伍-34、免費電子書 App 種數分布 .....                   | 223 |
| 圖伍-35、付費電子書 App 種數分布 .....                   | 224 |
| 圖伍-36、免費與付費電子書 App 被下載次數占比 .....             | 224 |
| 圖伍-37、臺灣數位行銷通路投資中國大陸及海外市場現況 .....            | 225 |
| 圖伍-38、近三年數位行銷通路與出版社交易模式 .....                | 225 |
| 圖伍-39、近三年數位行銷通路與出版社拆帳比例 .....                | 225 |
| 圖伍-40、臺灣數位行銷通路全年營業概況 .....                   | 227 |
| 圖伍-41、臺灣數位行銷通路未來三年銷售預期 .....                 | 228 |
| 圖伍-42、臺灣數位行銷通路未來三年投資預期 .....                 | 228 |
| 圖陸-1、行銷通路業者之經營型態 .....                       | 236 |
| 圖陸-2、行銷通路業者之公司型態 .....                       | 236 |
| 圖陸-3、出版行銷通路之正職人力僱用規模 .....                   | 237 |
| 圖陸-4、出版行銷通路之兼職人力僱用規模 .....                   | 237 |
| 圖陸-5、出版行銷通路正職人員之性別結構 .....                   | 238 |
| 圖陸-6、出版行銷通路正職人員之學歷結構 .....                   | 238 |
| 圖陸-7、出版行銷通路正職人員之年齡結構 .....                   | 239 |
| 圖陸-8、出版行銷通路之正職人員年資分布 .....                   | 239 |
| 圖陸-9、出版行銷通路業者有無產業鏈兼營情形與其兼營類別 .....           | 240 |
| 圖陸-10、出版行銷通路業者主要競爭對手評估 .....                 | 241 |
| 圖陸-11、圖書與雜誌銷售金額占出版行銷通路單位全部營業額比率分布情形<br>..... | 242 |
| 圖陸-12、是否為某類圖書專賣店 .....                       | 243 |
| 圖陸-13、特定類型書店的主要銷售圖書類別 .....                  | 243 |
| 圖陸-14、出版通路業者是否因假日而有業績差別，及其業績差異程度 .....       | 245 |
| 圖陸-15、與前一年相比的圖書銷售狀況 .....                    | 250 |
| 圖陸-16、與前一年相比的雜誌銷售狀況 .....                    | 250 |
| 圖陸-17、與前一年相比的漫畫銷售狀況 .....                    | 250 |
| 圖陸-18、出版行銷通路投入行銷費用情形 .....                   | 251 |
| 圖陸-19、年度行銷費用的增減情形 .....                      | 251 |
| 圖陸-20、出版行銷通路舉辦宣傳活動情形 .....                   | 252 |
| 圖陸-21、出版行銷通路辦理行銷活動類型 .....                   | 252 |
| 圖陸-22、出版行銷通路業者經營網路書店情形 .....                 | 253 |
| 圖陸-23、出版行銷通路業者網路書店成立年份 .....                 | 253 |
| 圖陸-24、出版行銷通路業者網路書店平臺管理方式 .....               | 253 |

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| 圖陸-25、網路書店具有的特色 .....                | 254 |
| 圖陸-26、出版行銷通路網路書店訂單來源 .....           | 255 |
| 圖陸-27、網路書店與前一年度相比之圖書銷售狀況 .....       | 255 |
| 圖陸-28、出版行銷通路業者全年營業額 .....            | 256 |
| 圖陸-29、出版行銷通路收支平衡情形 .....             | 256 |
| 圖陸-30、出版行銷通路年度營運變化情形 .....           | 257 |
| 圖陸-31、106 年底我國連鎖超商分店區域分布情形 .....     | 258 |
| 圖陸-32、連鎖／量販／超商通路分店數量增減情形 .....       | 259 |
| 圖陸-33、單一／獨立書店行銷通路陳列圖書冊數 .....        | 262 |
| 圖陸-34、單一／獨立書店行銷通路陳列雜誌本數 .....        | 262 |
| 圖陸-35、單一／獨立書店行銷通路陳列漫畫本數 .....        | 262 |
| 圖陸-36、單一／獨立書店平均每次消費金額 .....          | 263 |
| 圖陸-37、出版行銷通路業者未來三年的發展方向 .....        | 264 |
| 圖陸-38、單一／獨立書店所兼具之經營特色 .....          | 265 |
| 圖陸-39、單一／獨立書店文化功能 .....              | 265 |
| 圖陸-40、單一／獨立書店經營特色與文化功能所帶動之實質效益 ..... | 266 |
| 圖陸-41、臺灣出版行銷通路投資中國大陸及海外市場現況 .....    | 266 |
| 圖陸-42、出版行銷通路業者對於國內圖書販售市場前景的看法 .....  | 267 |
| 圖陸-43、出版行銷通路業者對未來三年銷售預期 .....        | 268 |

# 第壹章 緒論

## 第一節 計畫內容與架構

### 壹、研究目的

自民國 87 年起，由當時的行政院文建會出版「臺灣圖書出版市場研究報告」為我國圖書出版行業專著研究之先河，調查內容除了產業端經營概況外，亦包含需求端之國人閱讀情況調查。

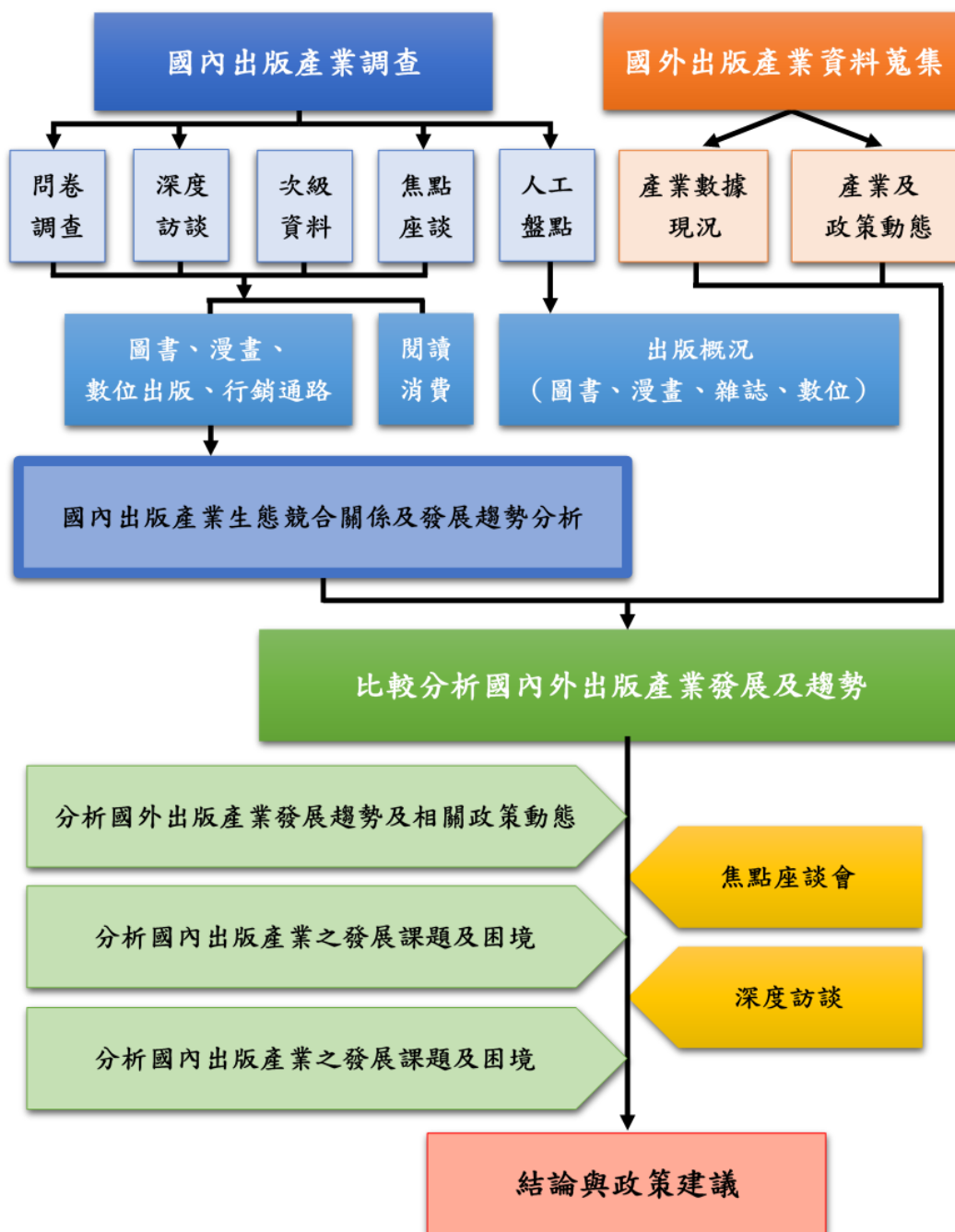
本計畫為瞭解出版產業經營狀況，掌握產業訊息脈絡，爰延續先前出版產業調查內容及成果，調查 106 年度出版產業之動向發展暨 106 年全年、107 年上半年及 107 年 1~10 月動態即時閱讀狀況，以供政府擬訂相關輔導措施之參考，以及供產業界據以研擬經營策略。

本調查案以探究出版產業之整體概況為主要目的，須針對出版端、通路端、消費端所調查之數據進行交叉分析，包含對各類型出版產業（圖書、漫畫、雜誌及數位出版）之整體出版概況，而圖書、漫畫及數位出版之調查亦包含整體營運、獲利來源、國內外市場、國際版權交易、中國大陸及海外投資進行調查，並深入瞭解出版市場之波動，及產業所面臨之優勢與劣勢；通路端調查包含組織及經營概況、實體及數位（如加盟／連鎖／單一／獨立書店、網路書店與數位平臺等）相關通路營運情形等，試圖理解各類型通路現況差異。針對閱讀及消費行為，分析民眾對不同類型出版品之主要閱讀及消費行為、管道、習慣、頻率、偏好與消費意向，以提供出版產業對消費市場之瞭解。



## 貳、計畫內容架構與進行流程

計畫內容包括兩大主要部分，一是蒐集彙整國外出版產業及政策動態發展情勢，另一是針對 106 年國內出版產業整體概況進行調查研究。本研究透過問卷、深度訪談、次級資料蒐集及研析、焦點座談、人工盤點等調查方法進行。有關本計畫之研究架構圖詳如下圖。



圖壹-1、研究架構圖

## 第二節 產業界說與出版產業近年發展趨勢

### 壹、產業界說

#### 一、出版產業範疇

依據《2017 文化創意產業發展年報》，出版產業是指從事新聞、雜誌（期刊）、圖書等紙本或以數位方式創作、企劃編輯、發行流通等之行業。根據「中華民國行業標準分類」，出版業包括從事新聞、雜誌（期刊）、書籍及其他出版品、軟體等具有著作權商品發行之行業。在民國 99 年通過《文化創意產業發展法》後，軟體出版業被歸類至「數位內容產業」，音樂書籍出版則被歸類至流行音樂及文化內容產業。

#### 二、出版產業鏈

產業鏈的運作與產業內的價值創造及分配活動有關。國際知名管理學者 Michael Porter 於 1985 年《競爭優勢》一書中提出價值鏈的概念，其將價值鏈定義為由一連串價值創造的活動（value-creating activities）所組成，他認為企業在市場上競爭時，並不是以一個公司整體在競爭，而是在企業內部各環節，包括進料、生產、出貨、行銷與銷售、服務等主要活動，以及人力資源、技術開發、採購等支援性活動，進行不同層面的價值創造及利潤之競爭。價值鏈的概念除了應用在個體企業層次之外，1990 年 Michael Porter 進一步將價值鏈的概念擴大應用至產業分析中，認為產業鏈本身就是一個由一連串價值創造的活動所構成，個別企業的價值鏈都附屬在整體產業價值鏈之下。產業價值鏈由產業鏈各環節之價值創造活動所組成，包括上游供應商價值鏈、企業本身的價值鏈、下游行銷通路價值鏈、購買者價值鏈等。

而隨著市場競合關係及企業經營規模差異等不同產業結構，上述產業價值鏈原型（ideal type）可能產生重組而出現產業垂直或水平整合的現象，甚至出現跨產業價值鏈之價值整合活動。出版產業之經營不僅在本產業鏈有價值整合的模式，在跨產業價值鏈的異業合作上，也經常可見。例如外國以日本為例，知名出版社講談社、小學館與通訊軟體 LINE 合作，推出「LINE 漫畫」電子書城，上市兩年已有八百萬次下載量；國內如大家說英語則與宏碁合作，推出大家說英語電子雜誌，或是寂天出版社與曉騰科技合作，推出行動有聲電子書，以及臺灣之星

與 Pubu 電子書城合作，為用戶提供超過一萬本的雜誌與書籍閱讀服務等等。<sup>3</sup>

### 三、出版市場結構及產業交易模式

#### （一）圖書出版市場

在出版產業交易模式及生態中，以終端零售點之書店的角度來看，其出版交易進書模式分為：經銷商往來、與出版社直接往來等兩類型；交易模式可分為：寄賣、進減退與買斷等三類型。易言之，產業鏈下游書店與中上游業者往來的交易對象，可以是中游經銷商，或是直接與上游出版商進行交易。

不過實務上，國內極少書店會直接跟出版社進貨，大部分只有連鎖書店才會直接跟出版社往來（業界術語「直往」）。連鎖書店的營運平臺跟出版社進書後，再配送至各連鎖店的門市。因此，出版產業的基本交易模式，是出版社→總經銷商→地區中盤→書店。中間「總經銷商→地區中盤」這一段，在連鎖系統是由他們的營運和物流平臺提供相同的功能。臺灣大約有總數約二十家左右的總經銷商，最大的是聯合發行公司。地區書店最重要的供貨商應該是地區中盤，每個縣市都有在地的中盤。<sup>4</sup>

根據 105 年臺灣出版產業調查顯示，出版供應商平均以圖書定價的五四折交予總經銷商，又據下游通路端調查結果，各種進書管道予以書店的平均進書折扣約為六六折。在此一各產業鏈環節的利潤切分之生態關係下，各產業鏈環節的利潤率及圖書零售價格高低等變化，即會牽動整體產業生態關係。

#### （二）漫畫出版市場

受到數位科技及數位閱讀市場的崛起，全球漫畫產業的實體紙本銷售量已明顯萎縮。網際網路的快速傳播特性成為今日漫畫產業重要的行銷管道，韓國目前的漫畫雜誌也已全面採取網路數位化出版，從最初掃描已出版漫畫後上傳的階段，發展至網路專有的滾動式及全彩漫畫的創作模式，也曾創下單一作品點擊率超過幾千萬次的紀錄，有眾多網路人氣漫畫被改編成電視劇與電影。日本業者如軟銀創意公司，則採取同時出版紙本與數位版本的策略，其 Blood 漫畫雜誌除了傳統的紙本印刷雜誌外，亦提供網路版和手機版雜誌，藉此保有原紙本雜誌閱讀

---

<sup>3</sup> 〈搶攻商機！出版異業合作正夯〉，作家生活誌，<http://showwe.tw/news/news.aspx?n=500>。

<sup>4</sup> 老貓出版偵查課，〈如果你想開書店……〉，<https://news.readmoo.com/2014/06/04/bookstore/>。

客群並透過網路擴大市場。<sup>5</sup>

而在數位漫畫逐漸興起的趨勢下，漫畫出版市場的生態，除了仍保有原本實體書漫畫所衍生的交易模式及產業生態之外，例如產業上下游的漫畫出版社→總經銷與經銷→零售點、漫畫租書店，在數位漫畫出版市場中也形成了新的產業上下游生態：漫畫出版社或個人創作者→電子書平臺。

### （三）數位出版市場

在數位出版技術及數位閱讀之市場需求的發展下，數位出版平臺及個人數位自助出版等新模式崛起。國內外知名數位出版平臺亦紛紛推出數位自助出版功能，提供個人化數位出版服務；例如亞馬遜成立「Digital Text Platform」數位出版平臺，美國 ComiXology 數位漫畫出版公司提供小型出版社及個人創作者製作數位漫畫書及出版服務，香港夢想成真出版公司推出「夢想書城」針對 iPhone 及 iPad 電子書的個人自助出版平臺，以及國內的「Pubu 電子書城」也提供個人數位出版及銷售服務，創作者只需提供 PDF 檔案即可自動轉製成可在網路、電子書瀏覽器及平板電腦上閱讀的電子書。<sup>6</sup>

如前所述，此一新型數位出版市場的出現，也改變了傳統產業鏈的交易模式和生態。以數位漫畫市場為例，在目前的數位出版分銷體系下，出版業者的獲利也受到嚴重剝削。如果扣除電子書平臺佣金（如蘋果 30%），以及數位出版商的 40% 出版費用，原創內容商或個人最後只能取得售價的 30% 利潤。以一部月下載量高達 1,000 次，售價為一般漫畫售價 1.99 美金的漫畫來計算，其獲利可能連支付作者的稿酬都不夠。為了降低數位出版中間商的分銷成本，不少出版業者選擇自行開發 App 應用程式，例如美國的 Viz Media 和 Dark Horse 漫畫出版商就自行製作 App 程式，藉此降低電子漫畫書的分銷成本，並進而降低售價來提高銷售率。<sup>7</sup> 整體而言，目前數位出版市場的獲利模式仍在探索中而尚未完全成熟。

目前國內主要數位閱讀平臺包括：中華電信 Hami 書城、臺哥大 My book、遠

---

<sup>5</sup>劉俐華，〈國際數位漫畫出版及應用發展趨勢之探討〉，  
<http://nccuir.lib.nccu.edu.tw/bitstream/140.119/75598/1/407638.pdf>，頁 6。

<sup>6</sup>劉俐華，〈國際數位漫畫出版及應用發展趨勢之探討〉，  
<http://nccuir.lib.nccu.edu.tw/bitstream/140.119/75598/1/407638.pdf>。

<sup>7</sup>劉俐華，〈國際數位漫畫出版及應用發展趨勢之探討〉，  
<http://nccuir.lib.nccu.edu.tw/bitstream/140.119/75598/1/407638.pdf>，頁 8。  
CNET 科技資訊網（2011/4/2），〈數位漫畫借蘋果 iPad 平板電腦振翅高飛〉，CNET 科技資訊網。  
<http://www.cnetnews.com.cn/2011/0402/2026357.shtml>。

傳 e 書城、臺灣雲端書庫（遠流）、udn 讀書吧、童書夢工廠、Readmoo 電子書、Hyread ebook、MagV 雲端書城、TAAZE 讀冊生活網路書店、Pubu 電子書城、博客來網路書店等。

而根據文化部《105 年臺灣出版產業調查報告》調查發現，國內主要數位閱讀平臺中，105 年國人最常購買、付費閱讀電子書或加入成為會員之平臺以中華電信 Hami 書城比例最高（21.2%），其次是 MagV 雲端書城（5.9%）、童書夢工廠（Fun Park）（5.5%）、HyRead 電子書（3.2%）、UDN 讀書吧（3.1%）與 TAAZE 讀冊生活（2.6%）等相關平臺知名度占比亦高逾 2%<sup>8</sup>。

---

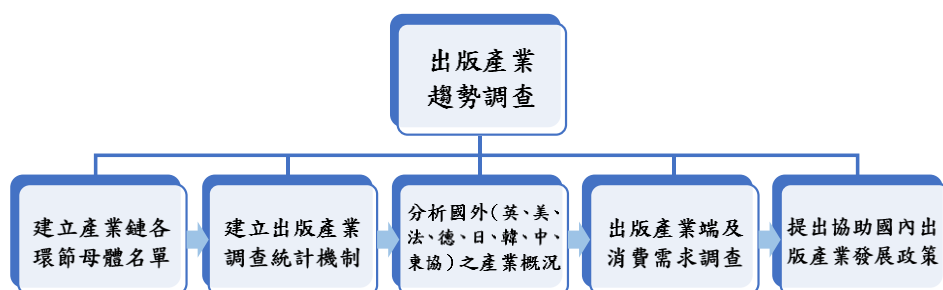
<sup>8</sup>文化部，《105 年臺灣出版產業調查報告》下冊，44 頁。

## 貳、出版產業趨勢調查研究方法概述

### 一、研究架構及內容

本研究依據前述出版產業發展現況、趨勢及課題，以及委託計畫需求與參考先前出版產業調查統計架構，據以進行出版產業趨勢調查。調查架構及內容將依據出版產業鏈上、中、下游發展關聯圖像及各環節母體名單，建立產業調查統計機制，並據之進行產業調查。同時，亦針對出版產業之消費需求端，以電訪方式進行調查，俾利進行我國出版產業生態發展及趨勢之觀測及研究。本研究內容如下：

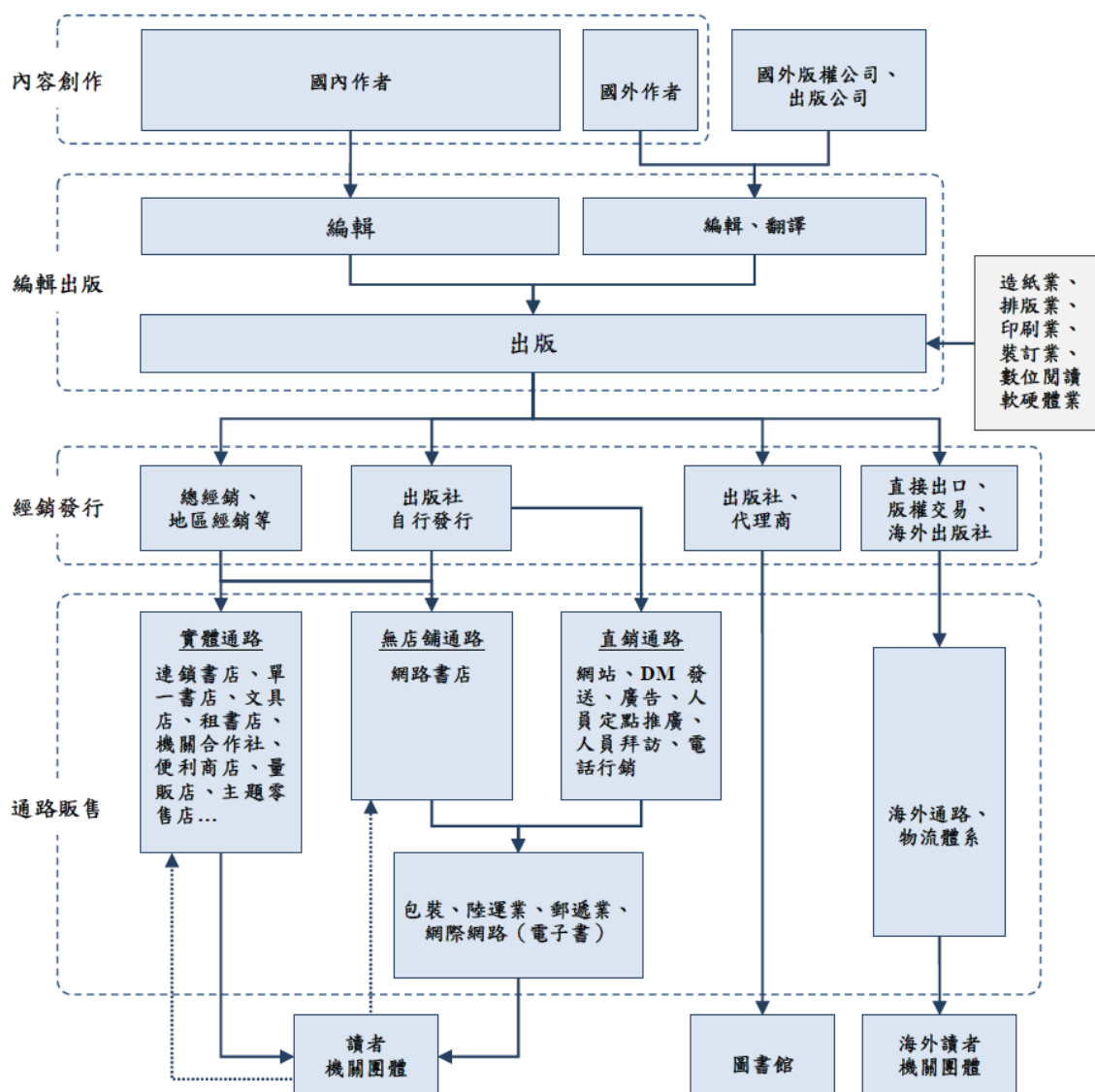
- (一) 參考 UNESCO 文化統計框架，以產業鏈及產業循環為基礎，從「創意形成」、「製作」、「行銷」、「消費與參與」等經濟活動為骨架，定義出各個產業鏈環節發展狀況與主要參與者，建立產業鏈各環節母體名單。
- (二) 建立出版產業之調查統計機制，包括產業範疇、調查對象及調查項目之操作型定義及調查方法設計。
- (三) 進行出版概況盤點調查，針對圖書出版、漫畫出版、雜誌出版、數位出版等，透過次級資料、人工盤點等方式進行調查。
- (四) 進行主要類型之出版產業經營概況調查，針對出版產業鏈之各環節主要參與者，調查對象包括：圖書出版、漫畫出版、數位出版、行銷通路等次產業，透過次級資料、人工盤點、問卷調查、實地訪談及焦點座談會等方式進行產業調查。
- (五) 針對國內一般民眾進行 106 年暨 107 年閱讀及消費行為動態調查。
- (六) 分析重要國外（如英、美、法、德、日、韓、中國大陸、東協主要國家等國家及地區）出版產業及政策動態。
- (七) 提出協助國內出版產業環境發展之政策建議。



圖壹-2、研究架構及內容

## 二、產業調查項目及內容

《101 年圖書出版產業調查報告》將出版產業概括類分為四項主要流程，涵蓋內容創作、編輯出版、經銷發行與通路販售等範疇（參見下圖）。本研究根據委託需求，並與過去調查進行系統性整合，調查對象將主要針對國內整體圖書出版業、漫畫出版業、雜誌出版業（僅進行 106 年出版概況盤點調查）、數位出版業、行銷通路等業者為主。



資料來源：《101 年圖書出版產業調查報告》

圖壹-3、圖書出版產業鏈結構圖

依各調查對象、調查項目所採取的調查方法方面，說明如下：

- 產業鏈上游之內容創作為出版產業靈魂所在，其內容涵蓋多元面向，如名人、專家、專業作家、漫畫家，甚至是熱門網站或部落格版主等：考量現無具體母體名單與相關參考來源，因此本研究擬藉次級資料及人工盤點、深度訪談等方式進行調查，而未採問卷調查方式。此外，海外版權圖書於臺灣市場亦占有相當比例，針對該類型從業者將透過次級資料及人工盤點、問卷調查、深度訪談及專家座談等方式進行調查。
- 中游編輯出版係指將內容創作製作為具體、可讀型式，以供出售或傳播推廣之過程，亦為出版社業務重點所在。下游則囊括經銷發行與通路販售，協助書籍配銷至適合零售通路或意向消費者。
- 整體而言，傳統書籍出版過程必須經由上中下游相關產業協助方得將圖書產銷逕行整合：由於相關母體資料來源甚廣，且規模與經營型態均有差異，故而無法透過問卷調查方式進行全盤性瞭解。本研究擬透過次級資料及人工盤點、深度訪談、專家座談等方式，建立產業支援端之母體資料，同時調查其發展概況及釐清整體產業生態系統關聯圖像，俾利未來進行進階調查。
- 閱讀及消費行為調查部分，除針對 106 年整體國人閱讀及消費行為進行調查之外，為協助產業界及政府即時掌握國人閱讀及消費行為動態變化，因此本計畫針對 107 年上半年及 107 年 1~10 月國人閱讀及消費行為，分析民眾對不同類型之出版品之閱讀及消費行為、管道、習慣頻率偏好以及意向進行調查。

#### （一）針對出版業者

本研究之調查項目包含相關產業基本指標、人力供需調查等，調查項目及方法說明如下表。

表壹-1、出版產業調查項目與調查方法說明：出版端（經營概況）

| 調查 | 指標   | 細項指標 | 資料來源    |
|----|------|------|---------|
|    | 基本資料 | 廠商名稱 | 次級資料+盤點 |
|    |      | 負責人  | 次級資料+盤點 |
|    |      | 成立時間 | 次級資料+盤點 |
|    |      | 聯絡資訊 | 次級資料+盤點 |



| 調查         | 指標   | 細項指標            | 資料來源      |
|------------|------|-----------------|-----------|
| 整體出版產業調查題組 | 公司概況 | 資本額             | 次級資料+盤點   |
|            |      | 組織結構            | 次級資料+盤點   |
|            |      | 資金來源比例          | 問卷調查      |
|            |      | 員工人數            | 問卷調查      |
|            |      | 性別比例            | 問卷調查      |
|            |      | 女性總編與發行人數       | 問卷調查      |
|            |      | 學歷              | 問卷調查      |
|            |      | 薪資水準            | 問卷調查      |
|            | 營收情形 | 整體營業額           | 次級資料+問卷調查 |
|            |      | 整體支出            | 問卷調查      |
|            |      | 各經營項目收入比例及支出比例  | 問卷調查      |
|            |      | 獲利率             | 次級資料      |
|            | 出版概況 | 新發行種類／種數        | 問卷調查+盤點   |
|            |      | 新發行平均定價         | 問卷調查+盤點   |
|            |      | 各類型出版比例         | 問卷調查+盤點   |
|            |      | 國人創作及翻譯作品比例     | 問卷調查+盤點   |
|            |      | 進口原文各語文比例       | 次級資料      |
|            |      | 平均每本／刊／冊頁數      | 次級資料+盤點   |
|            | 銷售情形 | 總銷售量            | 問卷調查      |
|            |      | 各銷售通路比例及折數      | 問卷調查+盤點   |
|            |      | 各類型銷售比例、各通路退書率  | 問卷調查      |
|            |      | 國人創作／翻譯／進口之銷售比例 | 問卷調查      |
|            | 版權交易 | 購買海外版權數量及金額     | 問卷調查      |
|            |      | 各類型比例           | 問卷調查      |
|            |      | 來源國比例           | 問卷調查      |
|            |      | 銷售版權至海外數量及金額    | 問卷調查      |
|            |      | 各類型比例           | 問卷調查      |
|            |      | 銷售國比例           | 問卷調查      |
|            | 海外經營 | 投入資本            | 深度訪談      |
|            |      | 經營型態            | 深度訪談      |
|            |      | 經營類別            | 深度訪談      |
|            |      | 發行通路比例          | 深度訪談      |
|            |      | 合作模式            | 次級資料+深度訪談 |

表壹-2、出版產業調查項目與調查方法說明：出版端（附加問項）

| 調查     | 指標    | 細項指標           | 資料來源      |
|--------|-------|----------------|-----------|
| 圖書出版業者 | 出版概況  | 年度總印量          | 問卷調查      |
|        |       | 新書總印量          | 問卷調查      |
|        |       | 首刷平均印量         | 問卷調查      |
|        |       | 臺灣原創作者人數       | 問卷調查      |
|        |       | 新秀作者（第一次出書）人數  | 問卷調查      |
|        |       | 新秀作者首刷與再刷本數    | 問卷調查      |
|        | 版權交易  | 版權業務專責概況       | 問卷調查      |
|        |       | 國內版權銷售金額       | 問卷調查      |
|        |       | 交易型式           | 問卷調查+深度訪談 |
|        | 行銷策略  | 行銷相關經費之投放配置比重  | 問卷調查+深度訪談 |
|        |       | 非書銷售之業務內容      | 問卷調查+深度訪談 |
|        | 進出口概況 | 進口來源國家比例       | 次級資料      |
|        |       | 進口類型比例         | 深度訪談      |
|        |       | 進口冊數           | 深度訪談      |
|        |       | 出口國家比例         | 次級資料      |
|        |       | 出口類型比例         | 深度訪談      |
|        |       | 出口冊數           | 深度訪談      |
| 雜誌出版業者 | 出版概況  | 雜誌出刊頻率         | 次級資料+盤點   |
|        |       | 創刊時間           | 次級資料+盤點   |
|        |       | 出刊發行語言         | 次級資料+盤點   |
| 漫畫出版業者 | 出版概況  | 年度漫畫總印量        | 問卷調查      |
|        |       | 新書漫畫總印量        | 問卷調查      |
|        |       | 首刷平均印量         | 問卷調查      |
|        |       | 出版型態（紙本或電子）比例  | 問卷調查      |
|        |       | 臺灣原創漫畫家人數      | 問卷調查      |
|        |       | 新秀漫畫家（第一次出書）人數 | 問卷調查      |
|        |       | 新秀漫畫家首刷與再刷本數   | 問卷調查      |
|        | 版權交易  | 購買版權後發行方式      | 問卷調查+深度訪談 |
|        |       | 國內版權銷售金額       | 問卷調查+深度訪談 |
|        |       | 交易型式           | 問卷調查+深度訪談 |
|        | 進出口概況 | 進口來源國家比例       | 次級資料      |
|        |       | 進口類型比例         | 問卷調查      |
|        |       | 進口冊數           | 問卷調查      |
|        |       | 出口國家比例         | 次級資料      |
|        |       | 出口類型比例         | 問卷調查      |

| 調查     | 指標   | 細項指標             | 資料來源      |
|--------|------|------------------|-----------|
|        |      | 出口冊數             | 問卷調查      |
| 數位出版業者 | 出版概況 | EP 同步／非同步／原生出版比例 | 問卷調查+深度訪談 |
|        |      | 數位格式比例           | 問卷調查      |
|        |      | 可適用載具            | 問卷調查      |
|        |      | 數位檔案製作方式         | 問卷調查      |
|        |      | 各類別數位化出版比例       | 問卷調查      |
|        |      | 新型態出版比例          | 深度訪談      |
|        | 銷售情形 | 銷售平臺             | 問卷調查      |
|        |      | 拆帳方式             | 問卷調查+深度訪談 |
|        |      | 定價               | 問卷調查      |
|        |      | EP 銷售比例          | 問卷調查      |
|        | 版權交易 | 作者授權紙本及電子版權比例    | 問卷調查      |

## (二) 針對經銷流通端與消費者

表壹-3、出版產業調查項目與調查方法說明：經銷流通端

| 調查         | 指標   | 細項指標           | 資料來源      |
|------------|------|----------------|-----------|
| 行銷通路業者調查題組 | 基本資料 | 廠商名稱           | 次級資料+盤點   |
|            |      | 負責人            | 次級資料+盤點   |
|            |      | 成立時間           | 次級資料+盤點   |
|            |      | 聯絡資訊           | 次級資料+盤點   |
|            | 公司概況 | 資本額            | 次級資料+盤點   |
|            |      | 組織結構           | 次級資料+盤點   |
|            |      | 資金來源比例         | 問卷調查      |
|            |      | 員工人數           | 問卷調查      |
|            |      | 性別比例           | 問卷調查      |
|            |      | 學歷             | 問卷調查      |
|            |      | 薪資水準           | 問卷調查      |
|            | 營業概況 | 經營型態           | 問卷調查      |
|            |      | 經營家數           | 問卷調查      |
|            |      | 各類型書店全臺分布情形    | 問卷調查      |
|            |      | 網路書店經營比例       | 問卷調查      |
|            |      | 網路書店販賣類型及其比例   | 問卷調查      |
|            |      | 行銷活動類型         | 問卷調查      |
|            |      | 行銷費用增減         | 問卷調查+深度訪談 |
|            |      | 經營特色、文化功能與實質效益 | 問卷調查      |
|            |      | 折扣數及折扣時機       | 問卷調查+深度訪談 |

| 調查 | 指標 | 細項指標   | 資料來源      |
|----|----|--------|-----------|
|    |    | 退書率    | 問卷調查+深度訪談 |
|    |    | 數位版權管理 | 問卷調查+深度訪談 |

### (三) 針對閱讀消費端

本研究針對閱讀消費端進行三次電話調查，並於年度中公布可供政策及業界參考之重要調查。而歷年閱讀及消費概況調查均以臺閩地區住宅用戶電話為主要調查方式，然隨手機與網路電話使用日益普及，衝擊傳統以固定式家戶電話調查推論之準確性及適用性。本計畫參酌學術研究文獻，輔以手機及住宅用戶電話樣本進行調查（調查方法於下文詳述），以提高受訪對象涵蓋率。惟手機調查費用高昂，受限於計畫經費，於顧及提高受訪對象涵蓋率之情況下，在調查題項數上必須控制在合理範圍內，因此整體調查題數將較過去歷年閱讀及消費行為調查精簡。

於兼顧提高受訪者涵蓋率、調查結果可供歷年趨勢比較、即時性消費動向參考等原則下，本計畫依據歷年閱讀及消費行為調查，設計核心調查題組。核心調查題組包含：民眾對圖書、雜誌、漫畫、數位等不同類型之出版品，主要閱讀及消費行為、管道、習慣、頻率、偏好以及消費意向，其結果可提供出版產業及政府對閱讀及消費市場動向之瞭解。

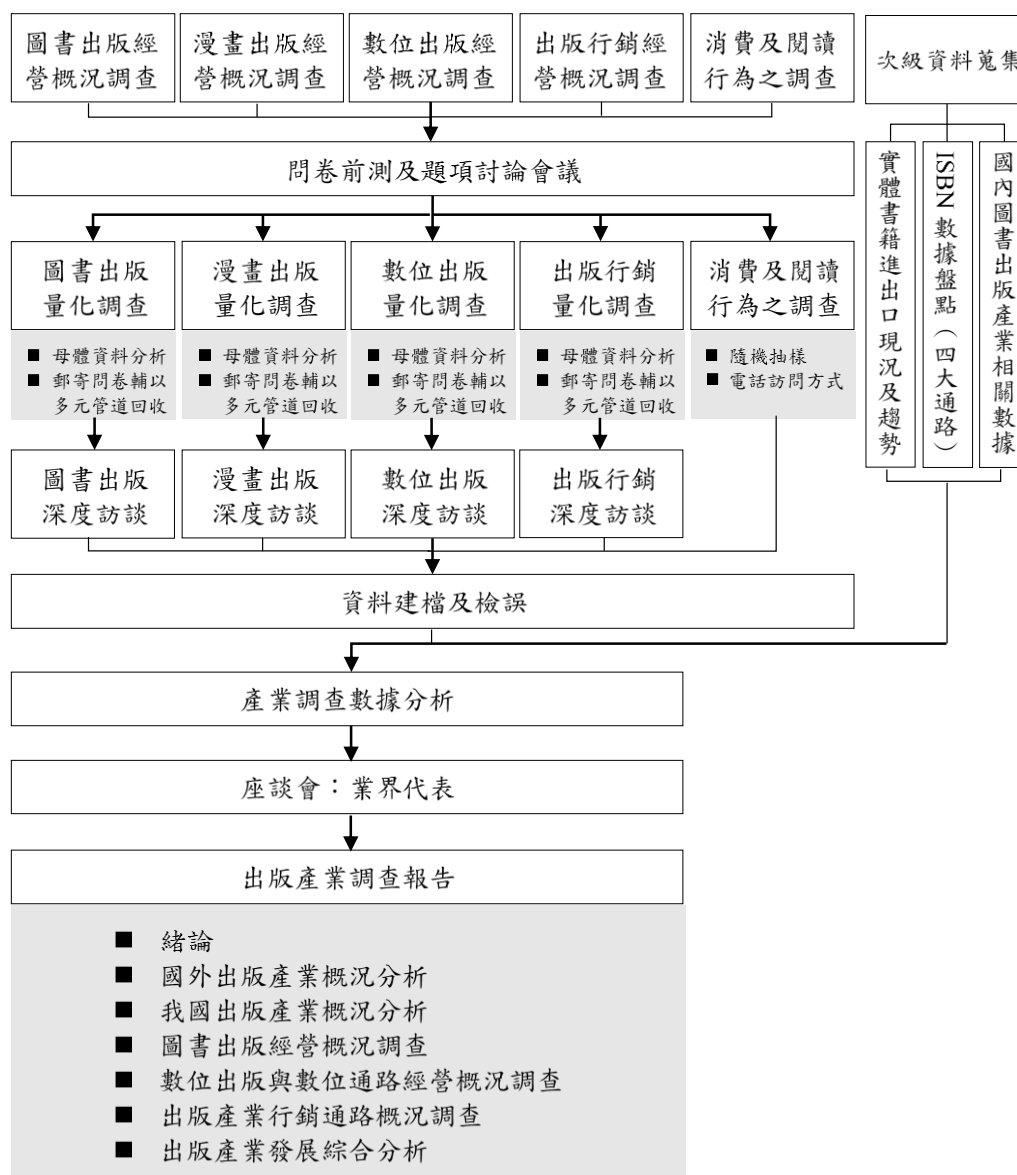
表壹-4、閱讀及消費行為調查內容及方法

| 調查   | 指標   | 細項指標   | 資料來源 |
|------|------|--------|------|
| 閱讀行為 | 閱讀經驗 | 閱讀類型   | 問卷調查 |
|      |      | 閱讀頻率   | 問卷調查 |
|      |      | 閱讀時間   | 問卷調查 |
|      |      | 閱讀數量   | 問卷調查 |
| 消費行為 | 消費經驗 | 購買資訊來源 | 問卷調查 |
|      |      | 購買金額   | 問卷調查 |
|      |      | 購買類型   | 問卷調查 |
|      |      | 購買管道   | 問卷調查 |

### 參、產業調查方法說明

本研究採多元研究方法進行，包括次級資料蒐集、出版業經營狀況量化及質化調查、行銷通路經營狀況量化及質化調查、消費及閱讀行為調查，藉以完整描繪出版產業現況，以及探究未來發展趨勢。

另一方面，為即時反應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經營策略及政策研擬依據。本研究於8月份時，結合 ISBN 出版資訊、財稅行業別營業額、閱讀消費調查等資料，分析 107 年上半年度出版產業營業概況。此外，亦於 7 月及 11 月進行 107 年上半年及 107 年 1~10 月之消費者調查，提供業者最新出版市場消費趨勢資訊。



圖壹-4、調查研究架構圖

## 一、營業額估算方式

### (一) 估算方式一：複合推估法（銷售冊數+財稅資料+出版盤點）

考量僅以調查問卷進行插補推估營業額，難以判定廠商是否確實填寫，且或有推估誤差問題；而傳統以「行業別」撈取財稅資料營業額方式，則無法判別該行業報稅廠商是否確屬該行業經營範疇，因而影響產業鏈分析之可行性。因此，本研究針對 106 年申請 ISBN 達 4 本以上之出版社為基礎，選取代表性出版社（出版 100 種以上圖書）作為推估依據，計算方法主要是以平均每種書銷售本數乘以平均售價及上架出版種數（包含當年度申請並出版、前一年申請當年度出版），先行推估整體新書<sup>9</sup>收入後，再除以新書銷貨冊數占比，得出上游出版端的整體圖書收入。其後，再依上游出版端之圖書收入除以平均批發折扣，再乘以通路端銷貨最佳折扣眾數，求得整體圖書市場銷售金額。分解計算如下：

- ①：上游出版端代表性廠商每種新書平均銷貨冊數 = (統編營業額 x 新書收入占比 / 新書出版總數) / 新書平均售價
- ②：上游出版端於四大網路書店上架之新書營業額 = 代表性廠商每種新書平均銷貨冊數 (①) x 於四大網路書店上架書種數 x 整體新書平均售價
- ③：上游出版端「未」於四大網路書店上架之新書營業額 = 未於四大網路書店上架書種數 x 最低經濟規模印刷冊數 x 通路端退書率 x 平均售價
- ④：上游出版端整體新書營業額 = 上游出版端於四大網路書店上架之新書營業額 (②) + 上游出版端「未」於四大網路書店上架之新書營業額 (③)
- ⑤：上游出版端整體(新舊書)圖書營業額 = 上游出版端整體新書營業額 (④) / 新書銷貨冊數占比
- ⑥：下游零售端整體新書營業額 = 上游出版端整體新書營業額 (④) / 出版社平均批發折扣 x 通路平均銷貨折扣
- ⑦：下游零售端整體(新舊書)圖書營業額 = 上游出版端整體(新舊書)圖書營業額 (⑤) / 出版社平均批發折扣 x 通路平均銷貨折扣

### 估算方式二：財稅資料營業額推估法

考量出版業者問卷調查回覆情況將影響整體產業代表性，故本研究輔以財政部財稅資料，利用出版產業中以書籍出版主要營業項目之母體統一編號資訊獲取其報稅營業額趨勢。因出版產業內公司規模有所差異，進行加權計算時將有所偏誤，故本研究進行財稅資料撈取前，先行將各出版業者依規模級距進行群組化，而後方就各群組營業表現加權計算產值。另一方面，尚顧及部分連鎖店鋪設有書

<sup>9</sup>新書係指當年度所出版之書籍。



籍販售部門而未列入上述統計，故進一步蒐集羅列該類業者書籍販售占其營收比重與整體市占率等資訊，推估較為符合產業實況之出版產業行銷通路產值數額。

## 二、 次級資料蒐集

本研究透過網路、相關資料庫、財稅資料、主要公司財務報表、相關研究報告、國外資料庫（如書目資料庫），蒐集臺灣出版產業發展現況等次級資料，藉以掌握我國出版產業結構、市場面數據、廠商動態與發展趨勢等，佐以本研究所進行之調查研究結果，描繪我國文創產業之輪廓。

本研究所使用之人工盤點或是推估之次級資料來源包含：

### （一）次級數據蒐集來源

- 財政部財稅資料<sup>10</sup>
- 經濟部商業司商工登記資料公示查詢系統<sup>11</sup>
- 財政部海關進出口貿易統計<sup>12</sup>
- 臺灣出版資訊網（TPi）<sup>13</sup>
- 文化統計文化消費參與調查<sup>14</sup>
- 國家圖書館書目資料庫（ISBN）<sup>15</sup>
- 台經院產經資料庫<sup>16</sup>
- 經濟部投資審議委員會相關投資統計<sup>17</sup>
- 國際出版協會（IPA）統計資料<sup>18</sup>
- PwC「Global entertainment and media outlook」資料庫<sup>19</sup>
- 各國政府及出版公協會之產業統計數據
- 國家圖書館中華民國出版期刊指南系統
- 國家通訊傳播委員會（NCC）<sup>20</sup>
- 行政院主計總處《薪資及生產力統計》<sup>21</sup>
- 行政院勞動部歷年職類別薪資調查<sup>22</sup>

---

<sup>10</sup> <https://www.mof.gov.tw/>

<sup>11</sup> <http://gcis.nat.gov.tw/mainNew/classNAction.do?method=list&pkGcisClassN=4>

<sup>12</sup> <https://portal.sw.nat.gov.tw/APGA/GA01>

<sup>13</sup> <http://tpi.culture.tw/>

<sup>14</sup> <http://stat.moc.gov.tw/AboutUs.aspx>

<sup>15</sup> <https://www.ncl.edu.tw/>

<sup>16</sup> <https://tie.tier.org.tw/>

<sup>17</sup> <https://www.moeaic.gov.tw/chinese/>

<sup>18</sup> <https://www.internationalpublishers.org/>

<sup>19</sup> <https://www.pwc.in/industries/entertainment-and-media/global-entertainment-and-media-outlook-2017-2021.html>

<sup>20</sup> <https://www.ncc.gov.tw/chinese/index.aspx>

<sup>21</sup> <https://www.dgbas.gov.tw/mp.asp?mp=1>

<sup>22</sup> <https://www.mol.gov.tw/>

- 內政部統計處<sup>23</sup>
- 台經院調查中心住宅電話用戶名冊

## (二) 人工盤點資料來源

- 國家圖書館國際標準書號中心
- 國家圖書館《106 年臺灣圖書出版現況及其趨勢分析》
- 財政部營利事業家數及銷售額統計
- 財政部海關進出口貿易統計
- 臺灣連鎖暨加盟協會《2018 臺灣連鎖店年鑑》<sup>24</sup>
- 中華徵信所《2017 TOP 5000 臺灣地區大型企業排名》<sup>25</sup>
- 經濟部國際貿易局<sup>26</sup>
- 網路書店及數位出版品流通販售平臺<sup>27</sup>
- 文化部金鼎獎得獎名單<sup>28</sup>
- 上下游市集(小地方／小雜誌)<sup>29</sup>
- Pinkoi (獨立刊物)<sup>30</sup>
- 臺灣出版資訊網 (TPi)
- 臺北市雜誌商業同業公會<sup>31</sup>
- 中華電信黃頁<sup>32</sup>
- 經濟部商業司商工登記資料公示查詢系統
- 臺灣數位出版聯盟 (TDPF)<sup>33</sup>
- 國際書展參展出版社
- 圖書與漫畫出版社官方網站
- 中華民國圖書出版事業協會<sup>34</sup>
- 中華民國圖書發行協進會<sup>35</sup>
- 臺北市出版商業同業公會<sup>36</sup>
- 新北市出版商業同業公會<sup>37</sup>

<sup>23</sup> <https://www.moi.gov.tw/stat/index.aspx>

<sup>24</sup> <http://www.tcfa.org.tw/>

<sup>25</sup> <http://www.credit.com.tw/CreditOnline/>

<sup>26</sup> <https://www.trade.gov.tw/>

<sup>27</sup> 四大網路書店如誠品 (<http://www.eslite.com/>)、博客來 (<http://www.books.com.tw/>)、金石堂 (<https://www.kingstone.com.tw/>) 及三民 (<http://www.sanmin.com.tw/#>) 等。

<sup>28</sup> <https://cloud.culture.tw/frontsite/opendata/openCmsAction.do?method=viewContentDetail&contentId=4957&menuId=10203>

<sup>29</sup> <https://www.newsmarket.com.tw/shop/product-categroy/local-publish/>

<sup>30</sup> [https://www.pinkoi.com/?gclid=CjwKCAiAvf3RBRBBEiwAH5XYqOM\\_ae14dc8co6p0x257pvZ-\\_x48XBh7VEAKSkumofr2dB5ndCKKyxCehYQAvD\\_BwE](https://www.pinkoi.com/?gclid=CjwKCAiAvf3RBRBBEiwAH5XYqOM_ae14dc8co6p0x257pvZ-_x48XBh7VEAKSkumofr2dB5ndCKKyxCehYQAvD_BwE)

<sup>31</sup> <http://www.magazine.org.tw/Magazine>

<sup>32</sup> <https://www.iyp.com.tw/globe.html>

<sup>33</sup> <http://www.dpublishing.org.tw/>

<sup>34</sup> <http://www.publisher.org.tw/>

<sup>35</sup> <http://www.csbca.com>

<sup>36</sup> <http://www.aotp.com.tw/AboutUnion.aspx>

<sup>37</sup> <http://ntp.org.tw/>



### 三、實際出版概況盤點

由於我國出版產業存在「申請 ISBN 但未確實出版，或未申請 ISBN 卻出版圖書」等情況，而其實際數額與市場實際流通書籍情形呈一定差距。針對此，考量網路書店為當前市場最為普及與相對便於取得相關資訊之通路，故本研究進一步針對博客來、誠品、金石堂與三民書局等網路書店，以 ISBN 號作為依據進行規模盤點，分別探討我國 106 年申請 ISBN 號之書籍上架、各類圖書定價、書籍來源國分布、實際出版與各通路折扣、作者等概況，期可藉此描繪整體圖書市場輪廓。

雜誌出版盤點部分，由於目前國際標準期刊號（International Standard Serial Number, ISSN）於收錄國內雜誌出刊種數仍有所侷限，難以完整呈現我國雜誌出版概況；本研究擬透過主要雜誌收錄機構及主要上架通路進行盤點，紙本雜誌盤點來源包括：ISSN 期刊收錄、中華民國出版期刊指南系統、主要市場通路（包含博客來、誠品、金石堂與讀冊等網路書店）、華藝線上圖書館，電子雜誌出版盤點來源包括：Pubu、Hami，以期得出較完整及詳細之 106 年雜誌出版概況。

至於部分漫畫出版與原生電子書無 ISBN 號問題，本研究將進一步蒐集漫畫出版業者 106 當年度之每月出版清單，採人工盤點方式確認無 ISBN 號漫畫出版概況。此外，並以《105 年圖書出版產業調查報告》之產業調查結果為依據，選取出版業者相對廣泛上架之 Pubu 電子書城、HyRead ebook 等數位平臺，清查表列前述平臺內出版日期為 106 年度之電子書，並將其與國圖提供之 ISBN 出版清單進行比對，以詳實盤點我國原生電子書出版概況。

### 四、問卷調查

從目前次級資料無法掌握廠商發展動態情資，本研究將研擬問卷調查之方式進行，概分為公司概况、營收情形、出版概況、銷售情形、版權交易、進出口概況與赴海外經營等構面議題，並已擬定相關問卷初稿如附件。

---

<sup>38</sup> <http://www.ccpa.org.tw/>

## (一) 問卷之研擬方式與前測

### 1. 問卷初擬

本研究計畫主持人召集研究團隊研討並擬定各類調查表之草稿。研擬過程中，廣泛參考各項文獻資料，並與該產業之業者實際接觸、討論，務使資料涵蓋周全，並能明確呈現問題。本研究初步問卷依據委託單位所列需求以及相關文獻和資料的蒐集和調查，並徵詢專家學者意見，規劃設計出出版產業問卷。出版產業依產業鏈與參與者設計三類問卷（包含出版產業、行銷通路，以及閱讀暨消費行為等，詳見附件），分別針對出版產業相關業者與消費者進行問卷調查。

### 2. 主管機關提供改進建議

經過企劃構想書審查會議時，將評選委員所提出意見，針對第一版問卷內容提出增刪與改進意見。

### 3. 依業界實務經驗進行問卷前測

本研究計畫主持人召集研究團隊研討並擬定各類調查表之草稿。研擬過程中，將以《105 年臺灣出版產業調查暨 106 年閱讀及消費趨勢分析》之問卷調查為基礎，延續相關調查題組，以確保調查結果可進行跨年度比較分析，並廣泛參考各項文獻資料，徵詢本計畫顧問意見，規劃設計出出版產業問卷，確保資料涵蓋周全，並能明確呈現問題。本研究問卷依據委託單位所列需求及歷年出版產業調查相關文獻，依出版產業鏈與參與者設計三大主要類型問卷（包含出版產業、行銷通路，以及閱讀暨消費行為等，詳見附件），各主要類型下亦進一步區分不同出版類型領域之產業問卷及閱讀消費題組，分別針對出版產業相關業者與消費者進行問卷調查。

本調查之問卷以紙本問卷及電子問卷同步郵寄之方式，寄達受調查業者，再輔以電話訪問或派員實地調查。本調查母體名冊由國家圖書館中華民國出版期刊指南系統、臺灣數位出版聯盟、中華電信黃頁、經濟部商業司商工登記資料公示查詢系統、相關業者公會（如中華民國圖書出版事業協會、中華動漫同業協進會、中華民國圖書發行協進會、臺北市出版商業同業公會、新北市出版商業同業公會等），以及 TPI 臺灣出版資訊網等彙整而成，採母體全查方式進行調查。

考量廠商配合調查意願與回卷精確度，本研究擬請經營者授權財務會計人員

進行填答，至若企業發展策略、挑戰與轉型等經營層面問項，方針對企業經營者採行深度訪談或座談會等質性調查方式進行。

## （二）產業調查問卷寄發及追蹤

### 1. 產業調查問卷寄發

考量產業追蹤完整性與一致性原則，本研究以《104 年臺灣出版產業調查報告》與《105 年臺灣出版產業調查暨 106 年閱讀及消費趨勢分析》為基礎，將「一般圖書出版業者調查」、「漫畫出版業者調查」、「數位出版業者調查」、「行銷通路業者調查」，以及「閱讀與消費行為調查」列為指定樣本調查，並進行母體資料名單更新與交叉比對。

據此，圖書暨漫畫出版調查擬根據國家圖書館國際標準書號中心所提供資料，以 106 年實際出版量 4 種以上之業者（不包括個人及政府機關）為調查母體。於聯絡清查並確認實際出版數後，進一步扣除結束營業、政府機關及個人出版等單位後，取得實際有效之出版業者。此外，於進行圖書出版單位母體聯絡清查階段，亦一併瞭解各出版單位漫畫出版情形，並由其中過濾國內主要漫畫出版業者。

數位出版產業調查對象為 106 年發行或授權販售電子報、電子書、電子雜誌／期刊等出版品或提供電子資料庫查詢服務者及數位平臺業者。由於數位出版調查對象絕大多數與傳統出版調查重疊，本質上屬於「補充問卷」，故電子書題組係由具經營數位出版業務之出版相關業者填答。

至於行銷通路業者調查對象則以實質經營且營收固定之圖書行銷通路業者為主。該調查樣本係透過多元管道與交叉比對資料取得。主要資訊來源包括：國家圖書館中華民國出版期刊指南系統、臺灣數位出版聯盟、經濟部商業司公司登記、相關業者公會（如中華民國圖書出版事業協會、中華動漫同業協進會、中華民國圖書發行協進會等），以及各年度臺灣連鎖店年鑑等。而為確保調查結果切實產業真實面，將盡可能取得代表性之大型通路資料。

本研究取得母體名單後，先行至經濟部全國工商服務入口網查詢新設之出版公司，其後透過電話及經濟部公司登記資訊清查業者現況，排除無效母體。

依母體底冊各事業體聯絡資訊寄發調查問卷，第一階段針對出版產業相關業者共寄出約 1,695 份問卷，寄發內容包括相關公文、調查問卷等。後續伴隨訪談

及質化調查結果，適時增列量化調查對象。整體出版產業調查樣本整理如下表，採取母體全查調查方式。

表壹-5、出版產業調查樣本

| 母體              | 類型                   | 調查樣本                                                                                                                                                                                                 | 調查方式 | 母體總數<br>(回卷數、率)                                                                                                                       |
|-----------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 出版社<br>(扣除重複者)  | 圖書出版<br>漫畫出版<br>數位出版 | 1. 臺灣出版資訊網<br>2. 國際書展參展出版社<br>3. 金鼎獎得獎者名單<br>4. 書目資料庫 (ISBN)<br>5. 相關業者公協會<br>6. 數位出版聯盟會員名錄<br>7. 誠品網路書店<br>8. 博客來網路書店<br>9. 金石堂網路書店<br>10. 三民網路書店<br>11. 國家圖書館<br>12. Pubu 電子書城<br>13. HyRead ebook | 母體全查 | 總計約 1,096 份<br>圖書出版約 542 份<br>(回卷數 166 份, 30.6%)<br>漫畫出版約 012 份<br>(回卷數 004 份, 33.3%)<br>數位出版因無母體清冊，附隨圖書出版問卷發送 542 份<br>(回卷數 040 份, ) |
| 通路業者<br>(扣除重複者) | 傳統通路<br>數位通路         | 1. 臺灣連鎖店年鑑<br>2. 中華電信黃頁<br>3. 經濟部商業司商工登記<br>4. 相關業者公會                                                                                                                                                | 母體全查 | 行銷通路總計 579 份<br>(回卷數 174 份, 30.1%)                                                                                                    |

## 2. 問卷追蹤

為提高本計畫之問卷回收率，本團隊於發放兩週後開始問卷催收作業，以電話催收為主，必要時進行人員訪問。

## 五、電話調查：民眾閱讀及消費行為調查

### (一) 整體調查規劃

針對國人閱讀及消費行為之三次調查，在兼顧調查前一年度之閱讀及消費行為，以及調查當年度即時性閱讀及消費行為之原則下，第一次調查（於 5 月進行）針對 106 年閱讀及消費行為進行調查，第二次調查（於 7 月進行）則以一般民眾在 107 年上半年之消費需求動向調查為主，第三次調查（於 11 月進行）係以 107 年 1~10 月整體閱讀及消費行為為調查主題。

## （二） 調查方式及樣本

本研究除針對整體產業相關之出版與通路業者調查外，亦就消費者進行「閱讀與消費行為調查」，將其區分為 106 年、107 年上半年、107 年 1~10 月等三份問卷，屬隨機抽樣調查，調查係以臺灣省、臺北市、新北市、桃園市、臺中市、臺南市、高雄市及金門縣、連江縣等 22 縣市住宅用戶電話及自 NCC 公布最新的手機用戶電話號碼為調查範圍，並以居住之普通住戶內及手機用戶年滿 12 歲之本國籍人口為訪問對象。

根據國家通訊傳播委員會（NCC）公布資料顯示，隨著手機和網路電話的使用日益普及，105 年 7 月我國行動通信用戶數已達 2,902 萬戶，平均每百位民眾持有 123 個手機門號，民眾不再全然倚賴固定式家用電話作為唯一通話聯絡管道，此一現象也衝擊了傳統以固定式家戶電話調查推論的準確性和適用性。而依據學術調查推論結果<sup>39</sup>，「只有手機，沒有有線電話」或「唯手機族群（cell phone only）」占了臺灣地區 18 歲以上民眾的 9.3%，此對一般電話調查涵蓋率確實有影響，然並未嚴重至影響整體調查結果之地步。惟「唯手機族群」和住宅用戶電話母體中，如何結合兩者母體、採取適當的樣本分配數，以彌補傳統以固定式家戶電話調查涵蓋率不足的問題，學術界尚在研究探索中。

在上述情況下，為兼顧傳統家戶電話調查之優點（仍為目前有效觸及受訪者的最主要管道）及「手機族群」的涵蓋率，因此本計畫針對三項閱讀及消費行為調查，每項調查皆以 1,500 份成功樣本為目標，其中 150 份樣本為「手機族群」（占 10%），1,350 份樣本從臺灣地區住宅電話用戶名冊母體中隨機抽樣取得。

每項調查中，150 份「手機族群」樣本抽樣方法，係自 NCC 公布最新的手機用戶電話號碼以系統抽樣及後五碼隨機方式抽出電話。而其餘 1,350 份樣本，則係以台經院調查中心最新之完整臺灣地區住宅電話用戶名冊為抽樣母體，再以各縣市作為副母體進行隨機抽樣。為求有足夠樣本數可供分析，三份問卷有效樣本數至少逾 1,500 份，於 95%信賴區間、整體抽樣誤差不超過 $\pm 2.5$  個百分點。各縣市預定樣本數是以內政部統計處公布之各縣市 12 歲以上人口數比例進行配置。

有關總樣本數的決定與抽樣誤差，本調查為利用樣本某特性之比率（ $\hat{p}$ ）估

---

<sup>39</sup> 洪永泰等（2014）。手機使用對臺灣地區電話調查涵蓋率之影響評估。調查研究，31。頁 7-30。

計母體的比率 (P)，其所需的精確度為

$$P ( | \hat{p} - P | < d ) > 1 - \alpha$$

其中， $\hat{p}$  表樣本中具有某一特性之占比

$P$  表母體中具有某一特性之占比

故在  $(1-\alpha)\%$  的信賴水準下，若以  $\hat{p}$  (樣本某特性比率) 估計  $P$  (母體某特性比率) 之誤差不超過  $\pm d$ ，其所需的樣本數  $n$  則為

$$n = \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 P(1-P)}{d^2}$$

在評估所需之時間、人力與經費，決定每項閱讀及消費行為調查之有效樣本數至少為 1,500 份，在 95% 的信賴水準下，估計抽樣誤差為  $\pm 2.53\%$ 。

在決定總樣本數後，各縣市之樣本數分配，利用分層隨機抽樣法中之比例配置法進行分配，各層內的樣本則依簡單隨機抽樣法抽取樣本戶。

$$n_i = n \times \frac{N_i}{N}, i=1,2,\dots,22$$

其中  $N_i$  為第  $i$  層之母體人口數；

$n_i$  為第  $i$  層樣本數；

$N$  為母體總人口數

電訪調查後，為使調查得以推論我國 12 歲以上全體民眾的意見，因此調查結果之樣本資料皆經加權處理，使與母體資料一致。調查的樣本結構將按內政部公佈之各縣市 12 歲以上人口的性別、年齡及居住縣市結構進行加權。加權方式採用「多變項反覆多重加權」(Raking)，依序以性別、年齡及居住縣市進行調整，如此反覆進行，直到每一變數的樣本分配與母體分配的適合度檢定已無顯著差異，才停止 raking。調查結果每一筆資料都乘以調整權數， $\frac{N_i}{N} \bigg/ \frac{n_i}{n}$ ，其中  $N_i$  和  $n_i$  是第  $i$  交叉組的母體人數和樣本加權人數，而  $N$  和  $n$  是母體總人數和樣本加權總人數，讓樣本與母體分配在調整後趨於一致。最後權數是各步驟調整權數累乘。

表壹-6、出版產業調查樣本

| 母體  | 類型                | 調查樣本                              | 調查方式 | 母體總數               |
|-----|-------------------|-----------------------------------|------|--------------------|
| 消費者 | 圖書及漫畫<br>數位<br>雜誌 | 台經院調查中心住宅電話用戶名冊、NCC 公布最新的手機用戶電話號碼 | 隨機抽樣 | 三項調查有效樣本至少 4,500 份 |

## 六、質化調查

本研究根據問卷回收統計結果，初步研擬我國出版產業所面臨的最主要課題，並針對代表性樣本或主要業者進行深度訪談或焦點座談會。另外，亦針對本研究專題報告進行訪談與焦點座談剖析。

### （一） 焦點座談會

為凝聚調查與研究共識，本研究擬廣邀專家與學者參與焦點座談會，會中檢視各項產業發展資料與數據，提出實務修正建議。並於座談會中將產業發展策略聚焦，研提出版產業發展策略建議。另根據本研究專題舉辦焦點座談會，除提供產官學研溝通交流之平臺，亦藉由互動與討論研擬相關策略方向。

### （二） 深度訪談

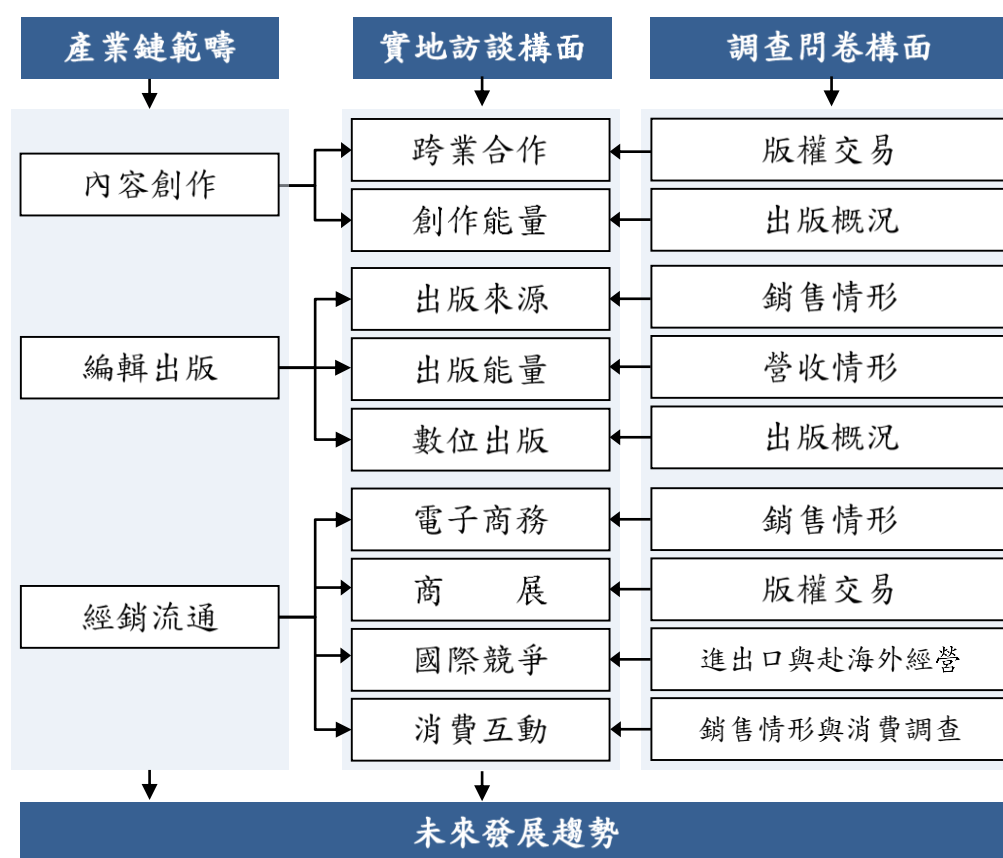
本計畫亦針對調查母體清冊中重要業者，與主辦單位協調後做出訪問名單執行深度訪談，訪談重點涵蓋出版產業結構特色、創作環境討論、產業發展趨勢、行銷策略調整、圖書授權變化、海外／中國市場發展狀況、產業面臨課題分析與政策需求建議等主要架構，並根據量化調查結果及學者專家意見加以調整。

## 七、質性調查內容及結果彙整分析方法

綜合上述質性研究分析方法，本研究以焦點座談會與實地訪談之內容進行相關分類工作與核心資料分析。進一步而言，本研究進行主題資料歸納後，根據其所涵蓋之意義賦予適當概念名稱，針對核心內容主題加以分類、比較與歸納，將屬性（Property）相同部分歸類，予以命名，形成構面。構面命名方式可採用既有理論概念或自行建構概念，此即為「建構類別屬性概念化」之過程。

首先，由於本研究探討範疇尚聚焦於出版產業鏈上中下游之相關環節，因此將類屬分析概歸為內容創作、編輯出版與經銷流通等三構面。其次，考量本研究實地訪談提綱乃產業調查問卷內營收情形、出版概況、銷售情形、版權交易、進

出口概況與赴海外經營等構面之問項延伸，其版權交易可對應於主要經營模式中之跨業合作與商展部分；出版概況與創作能量、數位出版等面向相交集；營收情形與出版能量構面相關；銷售情形可延伸至出版來源、電子商務與消費互動構面；進出口概況與赴海外經營則與國際競爭相關聯等，是故本研究將實地訪談所凝聚出之構面進一步與調查問卷構面對應連結。最後，將以實地訪談構面作為產業鏈範疇與調查問卷構面之橋接，完成質化與量化研究方法之構面聯結如下圖。此外，考量質化研究對象眾多且為同一群體，其發表陳述之意見難以條例列舉且多有重複，故本研究結果將以完成收斂後之類屬構面分析方式呈現。



資料來源：本研究整理

圖壹-5、產業鏈範疇、實地訪談與調查問卷類屬關聯圖



## 八、研究限制

承上所述，本研究所採取量化及質化之調查方法，包含出版品出版及於主要網路通路上架情況盤點、產業廠商問卷調查、產業廠商營業額撈取查詢、產業界人士個別深入訪談及邀集座談研討、民眾閱讀及消費行為電話調查等，各項調查方法之執行因受限於盤點進行時間、廠商母體名單蒐集之完整性、廠商填寫回卷意願等因素，將可能影響調查結果及其數據解讀。

出版盤點之調查方法主要面臨的研究限制在於，本項計畫盤點相關紙本及電子出版品於主要網路通路上架情況，因盤點進行時間係於該出版年度結束後（例如於 107 年盤點 106 年出版之圖書於主要網路書店上架情況），部分盤點項目（例如折扣數）可能與新書上架時之情況有所差異。

產業廠商問卷調查及營業額撈取查詢部分，主要面臨之研究限制為圖書零售實體通路名單係依次級資料盤點及更新而得，並未經過實地盤查相關廠商是否確有經營一般圖書銷售之經營活動。此外，產業廠商問卷調查將受到（代表性）廠商填寫回卷意願而影響調查結果及解讀。

產業界人士個別深入訪談及邀集座談研討部分，因係以各類出版領域及各產業鏈環節之個別代表業者為調查對象，故無法完整蒐集各業者之深入意見。

民眾閱讀及消費行為電話調查部分，因本計畫調查目的主要欲瞭解全民之閱讀及消費行為，而非針對有閱讀及購書經驗之目標族群（Target Audience）進行深入之閱讀及消費行為調查分析，調查樣本數以足夠反映母體情況為主要規劃，因此有關閱讀率及購買率較低之出版品類別（例如電子出版品），將因受訪樣本數較少而無法進一步有效分析其閱讀及購書行為結果。

上述各調查方法所面臨之研究限制，將於下列各章節相關調查結果論述時，進一步補充具體研究限制之處。

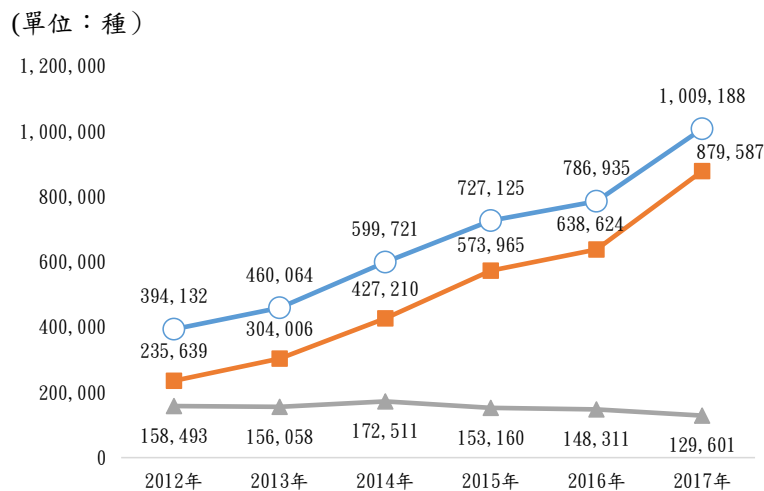
## 第貳章 國外出版產業概況分析

### 第一節 歐美國家出版產業發展概況

#### 壹、美國

##### 一、產業數據觀察

有關美國出版種數方面，美國 ISBN 管理機構 Bowker 並無公布 2017 年出版社於紙本書及自助出版的整體 ISBN 出版種數，最新紙本書出版種數僅為 2013 年為 1,413,095 種書籍<sup>40</sup>；而自助出版書籍部份，依 Bowker 統計<sup>41</sup>，2017 年共有 1,009,188 種自助出版書籍，其中有 879,587 種為自助出版的紙本書，129,601 種為自助出版的電子書。2017 年整體自助出版書籍種數（含紙本書及電子書）比 2016 年（786,935 種）大幅成長了 28.2%，出版種數增加主要係來自紙本書，2017 年紙本書的自助出版種數較 2016 年成長了 37.7%，並創下 2010 年統計以來新高，而電子書的自助出版種數則是連續三年減少，2017 年較 2016 年減少了 12.6%。



資料來源：Bowker (2018)。

圖貳-1、2012~2017 年美國自助出版書籍種數

<sup>40</sup> [http://media.bowker.com/documents/isbn\\_output\\_2002\\_2013.pdf](http://media.bowker.com/documents/isbn_output_2002_2013.pdf)

<sup>41</sup> <http://media.bowker.com/documents/bowker-selfpublishing-report2017.pdf>

依美國統計局調查統計<sup>42</sup>，圖書零售業（book stores）2017 年營收為 101.1 億美元，較 2016 年 106.2 億美元減少 4.9%。而依據美國出版者協會（Association of American Publishers, AAP）統計<sup>43</sup>，美國 2017 年整體出版社（含協會會員及非會員）營收約 262.3 億美元，較 2016 年 262.7 億美元減少 0.2%；其中，店銷書（小說、非小說及宗教類書籍）的銷售金額為 159.5 億美元，較 2016 年 159.0 億美元微幅成長 0.3%。店銷書的八大類型中，以成人為閱讀對象的非小說類圖書銷售成長 5.4%，為出版社最主要獲利來源，成人小說類圖書銷售則下滑 1.2%；兒童及青少年閱讀之小說、非小說等兩類書籍的銷售冊數分別較 2016 年成長 1.1%、1.4%；至於數位出版品部份，影音出版品的下載量持續呈現兩位數成長，2017 年較 2016 年成長 28.8%；不過電子書營收則呈現持續下滑，2017 年較 2016 年減少 4.7%<sup>44</sup>。以各出版格式占 2017 年整體圖書銷售金額之比重來看，最大者為精裝書（Hardcover）占 36.4%，其次依序為平裝書（Paperback）占 33.5%，電子書占 12.8%（約 33.6 億美元），付費下載有聲書（Download Audio）占 5.1%，大眾平裝本（Mass Market）占 4.6%，硬頁書（Board Book）占 2.1%，實體有聲書（Physical Audio）占 0.9%，其他書籍占 3.0%。<sup>45</sup>實體圖書合計（含精裝書、平裝書、大眾平裝本、硬頁書、其他書籍）約占 79.6%（約 208.8 億美元）。

另外，依尼爾森（Nielsen BookScan）的調查<sup>46</sup>，2017 年由於沒有如哈利波特等暢銷書的出現，因此圖書銷售回復市場常態，不若過去三年的成長表現，圖書銷售冊數較 2016 年成長 1.9%，為連續第四個年度成長。其中，非小說類成人圖書銷售冊數成長 3.0%，小說類成人圖書銷售冊數減少 1.0%，兒少圖書銷售冊數成長 3.0%。

---

<sup>42</sup><https://www.census.gov/econ/currentdata/dbsearch?program=MRTS&startYear=2016&endYear=2018&categories=451211&dataType=SM&geoLevel=US&notAdjusted=1&submit=GET+DATA&releaseScheduleId=#>

<sup>43</sup> AAP (2018), “Book Publisher Revenue Estimated at More Than \$26 Billion in 2017”, <http://newsroom.publishers.org/book-publisher-revenue-estimated-at-more-than-26-billion-in-2017/>.

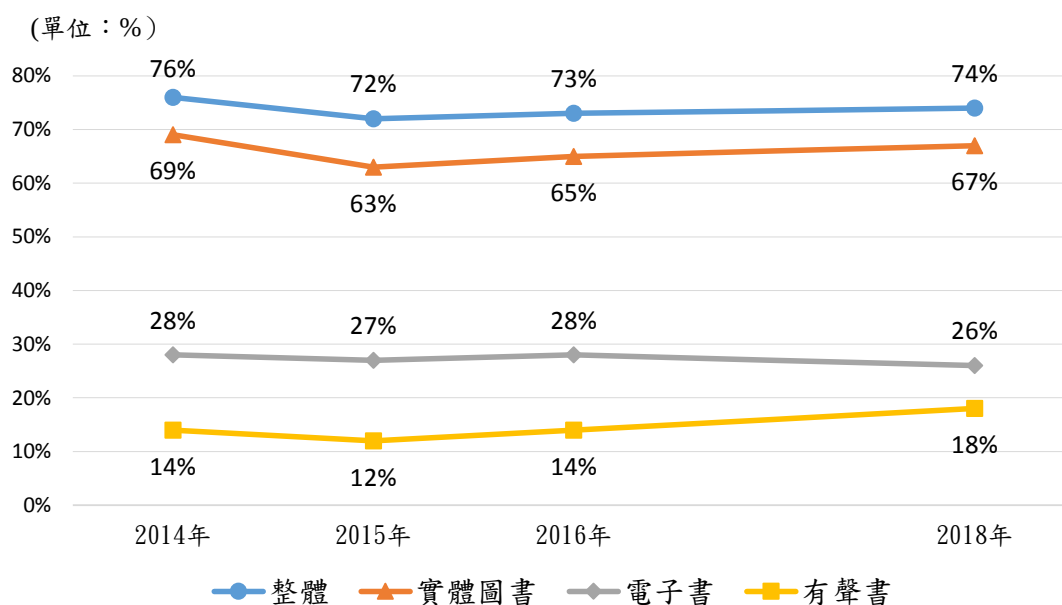
<sup>44</sup> <https://the-digital-reader.com/2018/05/09/aap-publisher-ebook-sales-fell-almost-5-in-2017/>

<sup>45</sup> <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/77789-trade-remained-publishing-s-brightest-spot-in-2017.html>

<sup>46</sup> The NPD Group (2018), “NPD BookScan Recaps the Year in Books 2017”, <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2018/npd-bookscan-recaps-the-year-in-books-2017/>

## 二、閱讀人口

依據美國皮尤研究中心 (Pew research center) 2018 年 1 月針對 2,002 名美國 18 歲以上民眾的調查<sup>47</sup>，在過去 12 個月中，針對美國民眾 2018 年整體閱讀率（過去 12 個月曾閱讀至少一本書）為 74%，較 2016 年 73% 略微上升；其中，實體圖書的 2018 年閱讀率為 67%，也較 2016 年 65% 上升；電子書閱讀率 2018 年為 26%，較 2016 年 28% 略微下滑；有聲書閱讀率 2018 年為 18%，亦較 2016 年的 14% 增加。而包含有無閱讀者在內，2016 年美國 18 歲以上民眾平均閱讀本數為 12 本書，中位數為 4 本書；兩者自 2011 年以來皆維持相同閱讀本數。



資料來源：Pew research center (2018).

圖貳-2、美國 18 歲以上民眾閱讀率

## 三、產業及政策動態

在產業動態方面，依據美國出版者協會 (Association of American Publishers, AAP) 統計<sup>48</sup>，美國圖書（含紙本及電子）銷售管道中，2017 年實體通路與網路銷售之金額首次趨於相近，實體通路銷售金額為 76 億美元，網路銷售管道則達

<sup>47</sup> Pew research center (2018), "Nearly one-in-five Americans now listen to audiobooks", <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/08/nearly-one-in-five-americans-now-listen-to-audiobooks/>

<sup>48</sup> <http://newsroom.publishers.org/book-publisher-revenue-estimated-at-more-than-26-billion-in-2017/>

75 億美元。而網路管道所銷售的圖書種類，以紙本書為大宗占 43.2%，其次是電子書占 27.0%，參考教材占 16.3%，付費下載有聲書占 10.5%，實體有聲出版品占 3.1%；另外，依作家收益網站（Author Earning）統計，2017 年第 2~4 季網路銷售圖書中<sup>49</sup>，紙本書銷售額達 31.1 億美元為最大宗（占 62.9%），電子書銷售金額為 13.4 億美元（占 27.1%），有聲書為 4.9 億美元（占 10.0%）。

而實體書店的經營方面，儘管受到網路銷售圖書日益成長的競爭，但不同類型書店的經營表現仍各有差異。2017 年美國獨立書店（independent bookstores）的圖書銷售表現較 2016 年成長 2.6%，過去五年期間的年均複合成長率達 5.4%<sup>50</sup>，主要係因獨立書店透過舉辦讀書會和其他類似活動等經營策略，成功鞏固了所屬地區的讀者客群；反觀連鎖型書店如 Barnes & Noble，一方面其線上銷售業務面臨 Amazon 的巨大競爭壓力，另一方面實體書店的經營又難如獨立書店般，與在地書迷建立深入而密切的互動關係，因此市場生存空間遭遇嚴重擠壓，圖書銷售之市占率不斷下滑，近年已裁撤多處經營據點及裁減人力；2017 年營收為 38.9 億美元，較 2016 年下滑約 6.5%<sup>51</sup>。而網路電商 Amazon 則挾帶線上銷售業績不斷成長的優勢，更進而於線下開設多家實體書店，雖然實體書店對 Amazon 集團營收貢獻極微，但是主要設置目的在於未來零售模式實驗，書店成為展示間，消費者可以在書店內直接使用手機於網路看到更多書評並進行比價，最後下單購買電子書或實體書宅配到家，同時 Amazon 也藉此收集更多顧客消費資訊之大數據，發揮 O2O（線上結合線下）優勢。

在政策動態方面，由於美國大學學費及教科書昂貴，造成學生負擔高額受教成本，因此馬里蘭州、紐約州等多個州發起「開放教科書」倡議，透過立法行動，例如 2017 年馬里蘭州通過「教科書成本節省法案（Textbook Cost Savings Act of 2017）」，讓教科書開源（open source）免版權，讓學生可以更低廉的價錢獲得教材。<sup>52</sup>而根據 Babson Survey Research Group 的調查<sup>53</sup>，使用開放授權之教科書的大學教師，從 2015 年 5%增加到 2017 年 9%，儘管使用開放教科書的教師比率

---

<sup>49</sup> <http://authorearnings.com/report/january-2018-report-us-online-book-sales-q2-q4-2017/>

<sup>50</sup> <https://www.marketwatch.com/story/barnes-nobles-troubles-arent-just-amazon-2018-02-13>

<sup>51</sup> <https://www.forbes.com/sites/ellenduffer/2018/06/23/nook-sales-decrease-in-2018/#3fe761d31bf5>

<sup>52</sup> <http://www.dbknews.com/2017/02/13/usm-open-source-textbook/>

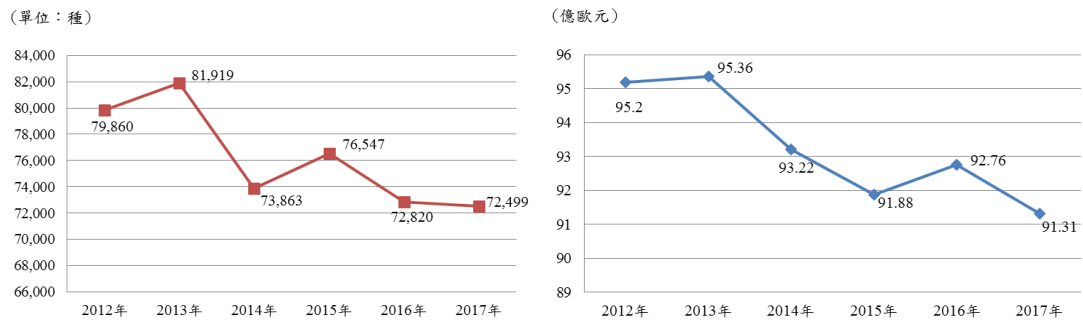
<sup>53</sup> <https://www.chronicle.com/article/Use-of-Free-Textbooks-Is/242086>

仍低，但近年成長幅度明顯。

## 貳、德國

### 一、產業數據觀察

依德國書業協會（Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.）調查統計<sup>54</sup>，2017 年德國出版 72,499 種書，較 2016 年的 72,820 種減少約 0.4%，自 2010 年以來大致呈現下滑趨勢。2017 年圖書銷售額為 91.3 億歐元（約 102.9 億美元），較 2016 年的 92.8 億歐元減少約 1.6%。實體書銷售金額中，精裝書占 75.1%，平裝書占 21.8%，有聲書占 3.1%。

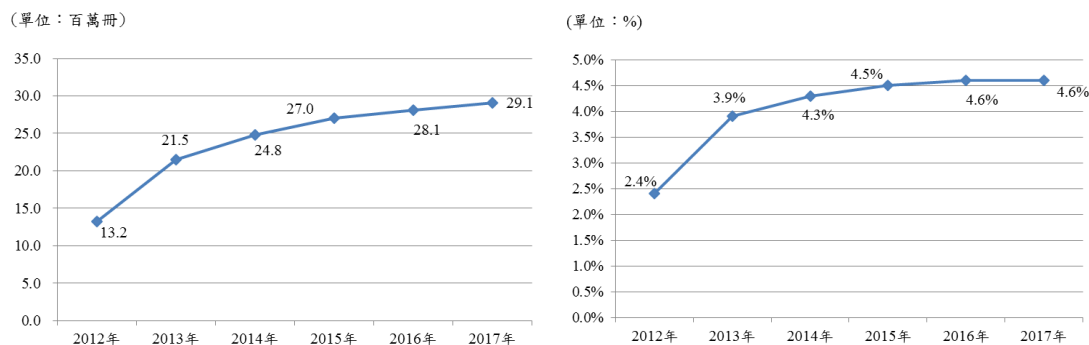


資料來源：Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2018).

圖貳-3、2012~2017 年德國圖書出版種數及銷售額

2017 年電子書銷售金額較 2016 年減少 1.4%，但銷售冊數約 0.3 億冊則較 2016 年成長 3.9%，主要係因電子書售價下滑 5.1%，致使整體銷售金額下滑。而電子書銷售的市占率仍低，2017 年與 2016 年相同，僅為 4.6%，顯示德國民眾對於出版品購買仍以實體圖書為主。另外，依電子書銷售市占率 4.6%換算，電子書營收約 4.4 億歐元（約 5.0 億美元）。

<sup>54</sup> [http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/1117/Wirtschaftspressekonferenz\\_2018.pdf](http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/1117/Wirtschaftspressekonferenz_2018.pdf)



資料來源：Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2018).

圖貳-4、 2012~2017 年德國電子書銷售量及銷售額占比

## 二、閱讀人口

依德國調查研究機構 Splendid Research 於 2017 年 9 月針對 1,031 名 18~69 歲德國民眾進行調查之結果<sup>55</sup>，德國整體圖書閱讀率為 87%，61%受訪者表示有規律閱讀習慣，22%表示會每天閱讀。在有閱讀圖書經驗者中，91%曾閱讀紙本圖書，41%曾閱讀電子書，24%曾閱讀有聲書。

在電子書閱讀方面，依據 PwC 於 2017 年 12 月針對 18 歲以上 1,000 名德國民眾的調查研究結果<sup>56</sup>，約有 53%德國民眾閱讀電子書；閱讀電子書裝置使用方面，使用電子書閱讀器如 Kindle、Tolino、Kobo 的比率 67%，使用平板電腦的比率為 54%，使用智慧手機閱讀占 52%，以及使用平板電腦閱讀占 24%，使用筆電閱讀占 45%，使用桌上型電腦閱讀占 44%。

購書消費行為部份，依德國書業協會調查統計，2017 年購書人口較 2016 年減少 4.1%。2017 年德國讀者的人均購書本數為 12.4 本，較 2016 年的 12.2 本略微增加；2017 年德國讀者的圖書人均支出為 137.4 歐元（約 154.8 美元），較 2016 年（134.3 歐元）增加 2.3%。德國民眾 2017 年平均購買電子書 8.3 本，較 2016 年的 7.4 本略微增加，且為自 2010 年以來新高；不過，電子書消費人口則略有減少，2017 年電子書購書率為 5.2%，低於 2016 年的 5.6%。

<sup>55</sup> <https://www.splendid-research.com/de/studie-buecher.html>.

<sup>56</sup> <https://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/umfrage-e-books-dezember-2017.pdf>

### 三、產業及政策動態

在產業動態方面，2017 年實體書店仍為德國最主要的圖書銷售管道，不過網路銷售管道的銷售占比則持續提升。依前述德國圖書貿易協會調查統計<sup>57</sup>，在 2017 年整體圖書銷售額 91.3 億歐元之中，書店的銷售金額 43 億歐元（約 48.5 億美元），約占整體 47.1%（較 2016 年比重 47.3% 下滑），出版社自行銷售金額與 2016 年同樣維持為 19.4 億歐元（約 21.9 億美元），惟因整體圖書市場銷售下滑，故占比上升為 21.3%（較 2016 年比重 20.9% 上升），網路書店銷售 17.1 億歐元，占比 18.8%（較 2016 年比重 18.2% 上升），其他零售點占比 9.8%（2016 年為 10.1%），郵購占比 1.4%（2016 年為 1.7%），百貨公司占比 1.4%（2016 年為 1.4%），圖書俱樂部（book communities）占比 0.3%（2016 年為 0.3%）。由於德國圖書閱讀人口並未流失，加上紙本書與電子書之定價因營業稅率因素<sup>58</sup>而差異不大，故紙本圖書銷售市場仍被出版業視為具有經營價值，德國博德曼集團（Bertelsmann）於 2017 年已宣布將增加在圖書產業的投資，對企鵝蘭登書屋（Penguin Random House）的持股將提高至 75%。<sup>59</sup>

在政策動態方面，2017 年德國聯邦議會通過一項智財權修正法案，基於推進知識社會時代發展，放寬教育界及學術研究機構於使用出版品的版權限制，例如未來教科書內容，教育界（含學校圖書館）得以在不先告知作者及出版社的情況下，自行將教科書內容的 15% 製成數位化格式或進行紙本複印，供非營利目的使用，學術研究人士甚至可複製書本內容的 75%，前提是必須供自行研究目的使用，而此舉也引發出版商的關注，認為將損及出版產業利益。該法將於 2018 年 3 月正式生效施行，同時該法也明定於 5 年後（即 2023 年）進行施行成效檢討。

60

---

<sup>57</sup> [http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/1117/Wirtschaftspressekonferenz\\_2018.pdf](http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/1117/Wirtschaftspressekonferenz_2018.pdf).

<sup>58</sup> 紙本書的營業稅為 7%，電子書則為 19%。

<sup>59</sup> <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/vor-der-frankfurter-buchmesse-die-deutschen-moegen-ihre-buecher/20416570.html?ticket=ST-1940875-joacD790IGkV3VNR2YIJ-ap1>

<sup>60</sup> <https://www.boersenblatt.net/artikel-urheberrechts-wissensgesellschaftsgesetz.1346009.html>



## 參、英國

### 一、產業數據觀察

依據英國出版商協會（The Publishers Association，PA）統計<sup>61</sup>，圖書及期刊雜誌（含實體及數位）2017 年銷售額達 57 億英鎊，較 2016 年成長 5%，為自 2007 年以來最高，主要成長動力來源為出口部門貢獻，2017 年英國整體圖書及期刊雜誌（含實體及數位）出口金額高居世界第一，達 34 億英鎊，較 2016 年成長 8%，出口占整體營收的 60%，顯示出口部門對英國出版產業的重要性；其中，除實體及數位出版品銷售外，海外授權相關收入達 4.1 億英鎊（約 5.2 億美元），約占整體出口 12%，亦為英國出版輸往海外的重要組成之一。英國脫歐事件並未影響英國出版品於歐洲市場的銷售表現，實體圖書出口至歐洲的金額達 4.9 億英鎊（約 6.3 億美元），較 2016 年成長 13%；另外，出口至東亞及南亞的金額為 2.5 億英鎊（約 3.2 億美元），較 2016 年成長 8%；惟出口至北美洲的表現下滑 10%，幅度稍大。

圖書部分（含實體及數位）部分，2017 年銷售額為 37 億英鎊（約 47.6 億美元），較 2016 年成長 4%；其中，出口金額達 16 億英鎊（約 20.6 億美元），較 2016 年成長 7%，國內銷售達 21 億英鎊（約 27 億美元），較 2016 年成長 1%。實體圖書銷售表現繼續超越電子書，實體圖書銷售額為 31 億英鎊（約 39.9 億美元），較 2016 年成長約 5%，為 2012 年以來最高表現；其中國內銷售金額為 18 億英鎊（約 23.2 億美元），較 2016 年成長 2%。反觀電子書銷售金額為 5.4 億英鎊（約 6.9 億美元），較 2016 年減少 2%，為連續第三年下滑；國內電子書銷售額 3.0 億英鎊（約 3.9 億美元），較 2016 年下滑 3%。各類型電子書銷售表現方面，店銷書類型之電子書銷售額為 1.9 億英鎊（約 2.5 億美元），較 2016 年減少 7%，而店銷書占整體電子書銷售額為 35%，已明顯低於 2013 年的 51%。不過，下列類型之電子書銷售表現仍較 2016 年為佳，包含數位有聲書銷售額達 0.3 億

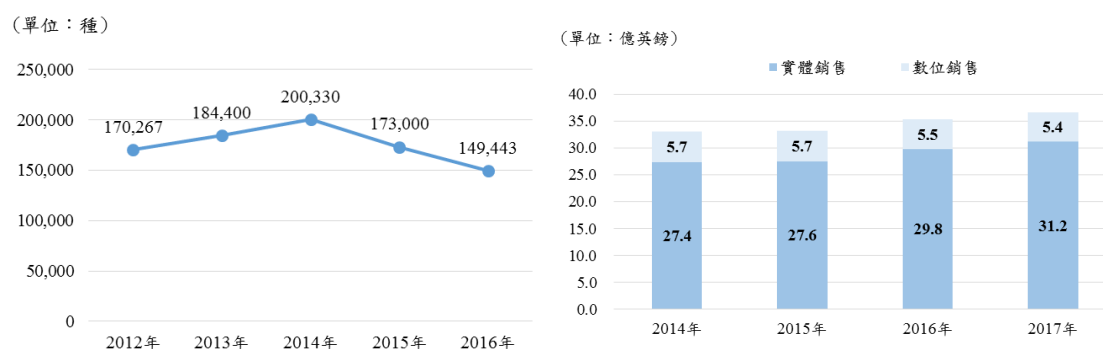
---

<sup>61</sup> <https://www.publishers.org.uk/news/press-releases/2018/yearbook/>  
<https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/77533-u-k-reports-2017-as-record-year-for-publishing.html>  
<https://www.booksandpublishing.com.au/articles/2018/07/20/111829/uk-book-sales-up-5-in-2017/>  
<https://www.thebookseller.com/news/british-publishing-houses-break-all-revenue-records-textbook-sales-take-hit-833321>  
<https://publishingperspectives.com/2018/07/publishers-association-2017-yearbook-emphasis-book-export/>

英鎊（約 0.4 億美元），較 2016 年成長 25%，學校教學用電子書銷售額達 0.3 億英鎊（約 0.3 億美元），較 2016 年成長 32%，非小說類電子書銷售額達 0.5 億英鎊（約 0.6 億美元），較 2016 年成長 4%。

期刊雜誌（含實體及數位）部分，2017 年銷售額為 16 億英鎊（約 20.6 億美元），較 2016 年成長 5%。其中，海外銷售額達 14 億英鎊（約 18.0 億美元），較 2016 年成長 5%，為推動 2017 年英國整體出版品出口的最主要成長動力；出口占期刊雜誌整體營收高達 87%，已成為期刊雜誌主要收入來源。雜誌出口以美國市場為最主要，出口至美國金額占整體的 41%，2017 年出口金額較 2016 年增加約 10%，成長力道強勁。

依據國際出版協會（IPA）與世界智慧財產權組織（WIPO）的聯名報告統計<sup>62</sup>，2016 年英國共有出版社 2,255 家，較 2015 年（2,355 家）減少 4.2%。2016 年共出版 149,443 種書，較 2015 年減少 13.6%。



資料來源：銷售額來自 The Publishers Association 統計；2012~2015 年出版種數數據來自 The Publishers Association; 2016 年出版種數數據來自 IPA & WIPO (2017), *The Global Publishing Industry in 2016*.

圖貳-5、2012~2017 年英國圖書出版種數及銷售額

## 二、閱讀人口

根據英國全國讀者調查（National Readership Survey）的統計<sup>63</sup>，2016 年 10 月至 2017 年 9 月，15 歲以上英國民眾中，有 90% 曾經購買過報紙（含實體及數位），較前期（2016 年 7 月至 2017 年 6 月）調查結果減少 4%，較 2015 年減

<sup>62</sup> [http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_ipa\\_pilotsurvey\\_2016.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_ipa_pilotsurvey_2016.pdf)

<sup>63</sup> <http://www.nrs.co.uk/latest-results/>

少 1%；其中 60%為曾閱讀紙本報紙，較前一期調查結果減少 1%，較 2015 年減少 8%，而 75%曾閱讀數位新聞，較前一期調查結果減少 1%，較 2015 年增加 1%。期刊雜誌部份，15 歲以上英國民眾曾閱讀期刊雜誌（含實體及數位）的比例為 71%，較前一期調查結果增加 1%，較 2015 年減少 2%；其 52%曾閱讀紙本期刊雜誌，較前一期調查結果減少 2%，較 2015 年減少 7%，44%39%曾閱讀數位期刊雜誌，較前一期調查結果增加 5%，較 2015 年增加 4%。

圖書的閱讀率調查部份，Kantar Media 依據其涵蓋 24,000 名 15 歲以上英國民眾之消費數據資料庫進行分析<sup>64</sup>，整體閱讀圖書（含紙本及電子書）比率為 56%，其中 37%為每年閱讀十本以上的重度閱讀者。而調查機構 Statista 於 2017 年 7 月透過網路調查方式，針對 1,002 名英國 18 歲以上、過去一年內曾閱讀圖書（含紙本及電子書）之民眾進行調查<sup>65</sup>，在有閱讀書籍經驗者中，曾閱讀紙本書的比率為 95%，曾閱讀電子書的比率為 64%；曾在過去一年內購買紙本書的比率為 91%，曾購買電子書的比率則為 53%。在這些圖書閱讀者中，獲知新書出版資訊來源的管道，以實體書店的比率最高（63%），其次是親友告知（45%）、網路書店（35%）、傳統媒體（電視、報紙或雜誌）（31%）、新書書單廣告（29%）、社群媒體（17%）、其他（12%）。

### 三、產業及政策動態

在產業動態方面，從前述英國出版商協會的調查統計可以發現，2017 年英國整體出版產業銷售仍呈現持續態勢，2017 年銷售額較上年成長 5%，同時，依英國書商協會（Booksellers Association of the U.K. and Ireland）的統計也指出，2017 年英國及愛爾蘭的獨立書店整體家數達 868 家，2017 年共有 39 家新開張、25 家歇業，合計仍較上年淨增加 1 家，為首次出現獨立書店家數淨增加的一年，同時英國書商協會會員家數於 2017 年達到 5,029 家，創 1995 年以來新高紀錄，顯示實體圖書銷售管道經營的衰退趨勢已有所緩和。<sup>66</sup>不過儘管出版產業呈現持續成長趨勢，但創作端除了少數暢銷作家能以寫作維生，多數創作者的創作收入

---

<sup>64</sup> <https://www.kantarmedia.com/uk/thinking-resources/blog/reaching-the-readers-key-trends-in-book-reading>

<sup>65</sup> <https://www.statista.com/study/46989/statista-survey-on-e-books-2017/>

<sup>66</sup> <https://www.thebookseller.com/news/booksellers-association-has-highest-membership-records-began-737516>

並不豐。依據英格蘭藝術委員會（Arts Council England）的調查研究報告指出，文學小說作品自 2000 年代中期之後銷量即呈現下滑趨勢，其主要係受到智慧手機普及之後所興起之多元娛樂內容的消費替代影響，同時，考慮物價因素後的圖書實質價格在過去 15 年之間也呈現下滑景況，導致文學小說類創作者無法以創作維生；對此，英格蘭藝術委員會也開始思考透過項目經費，提供文學小說類的創作者或創作者組織（尤其是倫敦以外的地區）、獨立出版社相關經費支持。<sup>67</sup>

在政策動態方面，英國出版商協會（The Publishers Association, PA）表示<sup>68</sup>，2017 年出口收入已占整體出版社營收的 60%，顯示英國出版產業的過半收入來自海外，而整體出口比重中有 36% 是銷往歐洲，因此英國出版商協會也提出警訊，表示儘管 2017 年英國出版產業受惠於海外銷售增加而持續成長，但未來一旦英國退出歐盟之後，可能阻礙英國出版品銷往歐洲，影響英國出版產業成長動能。

## 肆、法國

### 一、產業數據觀察

2017 年法國出版概況，根據法國國家圖書館（BnF）的統計<sup>69</sup>，2017 年法國圖書出版種數為 81,263 種，較 2016 年增加 4.2%；期刊雜誌 2017 年出版種數為 237,180 種，較 2016 年減少 9.5%。另外，根據法國書業雜誌 Livres Hebdo 的統計<sup>70</sup>，2017 年法國店銷書種數為 68,199 種，較 2016 年（68,069 種）增加了 0.2%。

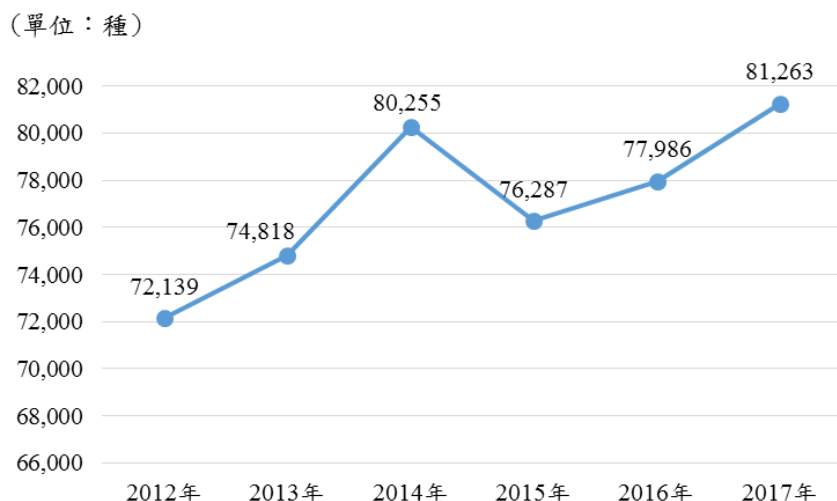
---

<sup>67</sup> <https://www.theguardian.com/books/2017/dec/15/literary-fiction-in-crisis-as-sale-drop-dramatically-arts-council-england-reports>

<sup>68</sup> <https://www.export.org.uk/news/410150/UK-publishing-industry-reports-record-breaking-exports.htm>

<sup>69</sup> [http://www.bnf.fr/fr/professionnels/depot\\_legal\\_definition/s.depot\\_legal\\_bnf\\_chiffres.html?first\\_Art=non](http://www.bnf.fr/fr/professionnels/depot_legal_definition/s.depot_legal_bnf_chiffres.html?first_Art=non)

<sup>70</sup> <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/68055-chiffres-cles-du-secteur-du-livre-2016-2017.pdf>



資料來源：BnF。

圖貳-6、2012~2017 年法國圖書出版種數

在出版市場表現方面，依據法國全國出版協會（Syndicat national de l'édition，SNE）統計<sup>71</sup>，2017 年出版商的銷售冊數達 4.3 億冊，較 2016 年減少 1.1%；2017 年出版商銷售額達 27.9 億歐元（約 31.5 億美元），較 2016 年減少 1.6%，主要係 2017 年選舉並未如過往般帶動購書需求。2017 年出版商銷售額中，26.5 億歐元（約 29.9 億美元）為圖書銷售收入，較 2016 年減少 1.9%，而 1.4 億歐元（約 1.6 億美元）則來自授權收入，較 2016 年增加 4.4%。電子書銷售額為 2.02 億歐元（約 2.3 億美元），較 2016 年（1.8 億歐元）成長 9.8%；電子書銷售額中，以大學用書及專業類書籍為銷售大宗（占 74.6%），雖然較 2016 年成長 9.4%，但占比稍降，主要係因一般學校教科書銷售大幅成長 38.2%，占比由上年 3.3%提升至 4.2%所致。

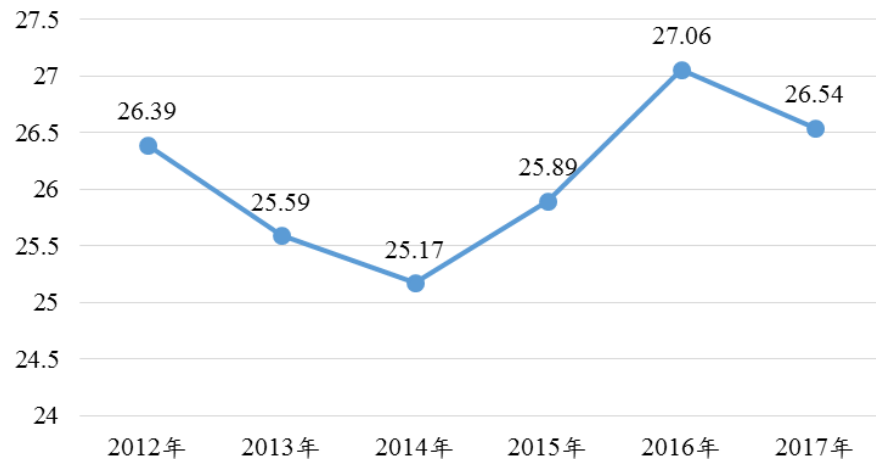
另外，依據調查機構 GfK 的統計<sup>72</sup>，2017 年法國圖書銷量約 3.5 億冊，較 2016 年減少 0.8%；其中 3.4 億冊是實體書（較 2016 年減少 1.2%），0.1 億冊為電子書（較 2016 年增加 9.1%）。另外，依法國書業雜誌 Livres Hebdo 的統計<sup>73</sup>，2017 年至少出版一種書以上的出版社共有 4,455 家，較 2016 年 4,537 家減少 1.8%。

<sup>71</sup> [https://www.sne.fr/app/uploads/2018/07/RS18\\_BatWEBSignet.pdf](https://www.sne.fr/app/uploads/2018/07/RS18_BatWEBSignet.pdf)

<sup>72</sup> <https://www.idboox.com/economie-du-livre/marche-du-livre-en-france-chiffres-cles-papier-et-ebook-2017/>

<sup>73</sup> <https://www.livreshebdo.fr/article/la-production-par-editeurs-en-2017-4-455-editeurs-ont-publie-au-moins-un-titre>

(單位：億歐元)



資料來源：Syndicat national de l'édition。

圖貳-7、2012~2017 年法國圖書銷售額

## 二、閱讀人口

圖書的閱讀率調查部份，依據法國國家圖書中心（Centre National du Livre、CNL）委託民調機構 Ipsos 於 2017 年 1 月針對 1,000 位 15 歲以上法國民眾進行電話調查結果<sup>74</sup>，圖書閱讀率為 91%，與同一調查於 2015 年之調查結果（圖書閱讀率為 90%<sup>75</sup>）相比大致呈現穩定情況。在閱讀量部分，2017 年法國民眾平均閱讀圖書（紙本及電子書）本數為 20 本，較 2015 年平均 16 本增加 4 本。若以紙本圖書來看，2017 年法國民眾的紙本圖書閱讀率為 89%，與 2015 年 89% 相同；2017 年法國民眾平均閱讀本數為 17 本，較 2015 年平均閱讀 14 本增加 3 本，主要係來自重度閱讀者的閱讀數量明顯增加，由 2015 年平均閱讀 42 本增加至 2017 年的 52 本。電子書部分，電子書的閱讀率為 24%，較 2015 年 19% 增加 5%；2017 年閱讀電子書的平均數量為 3 本，亦較 2015 年平均 2 本略有增加。另外，依據法國 SOFIA\SNE\SGD 三個機構委託調查公司 OpinionWay 於 2017 年 2 月針對 2,512 位 15 歲以上法國民眾的電子閱讀行為，進行電話及網路調查<sup>76</sup>（電話調查樣本為 2,006 位，網路調查樣本為 506 位），2017 年法國民眾的電子書閱讀率

<sup>74</sup>[http://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p\\_ressource/13913/ressource\\_fichier\\_fr\\_les.frana.ais.et.la.lecture.2017.03.20.ok.pdf](http://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p_ressource/13913/ressource_fichier_fr_les.frana.ais.et.la.lecture.2017.03.20.ok.pdf)

<sup>75</sup>[http://www.crlbn.fr/wp-content/uploads/2015/03/Etude-Les-Fran%C3%A7ais-et-la-lecture\\_CNLIpsos-2015.pdf](http://www.crlbn.fr/wp-content/uploads/2015/03/Etude-Les-Fran%C3%A7ais-et-la-lecture_CNLIpsos-2015.pdf)

<sup>76</sup><http://www.lettresnumeriques.be/2017/03/30/7e-edition-du-barometre-sofiasnesgd-des-habitudes-qui-se-confirment/>  
<https://klaava.com/report/ebooks-and-ereaders-have-found-their-audience-in-france/>

為 21%，較 2016 年增加 1%；在有電子書閱讀經驗者中，73%表示係以無償方式下載電子書進行閱讀，顯示法國的電子書市場仍未足夠消費人口支持其大幅成長。

在購書經驗方面，依據法國文化暨通信傳播部委託法國調查機構 TNS-Sofres 於 2017 年針對 3,000 位 15 歲以上法國民眾所進行的調查<sup>77</sup>，2017 年法國民眾的圖書購書率（含實體及電子書）為 52%，與 2016 年（53%）微幅下滑；實體書購書率（含新舊書）為 51%，較 2016 年 52%略微減少；實體新書購書率為 50%，較 2016 年 51%略微減少；二手書購書率為 12%，較 2016 年 11.5%略增；電子書購書率為 4.4%，較 2016 年 4.1%略增。

### 三、產業及政策動態

在產業動態方面，根據前述法國調查機構 TNS-Sofres 調查 3,000 位 15 歲以上法國民眾購書行為的結果，以市占率來看，產業下游之通路表現，2017 年以大型文化零售商（large cultural retailers）占比最高（占 25.5%），其次為書店（占 22.0%）、超市及量販店（占 19.0%）、網路銷售（占 20.0%）、直銷管道（例如團購和郵購）（占 9.5%）、其他管道（占 4.0%）；與 2016 年相比，大型文化零售商、網路銷售等銷售管道的市占率略增，書店、超市及量販店、其他管道的市占率持平，直銷管道（例如團購和郵購）的市占率則略減。

而在產業上游之出版社表現方面，如前所述，依據法國全國出版協會（Syndicat national de l'édition，SNE）統計，2017 年法國整體出版市場出現銷售下滑情況，包括銷售冊數較 2016 年減少 1.1%，出版商銷售額較 2016 年減少 1.6%；不過，法國出版業龍頭的拉加代爾集團（Lagardère Group）旗下的阿歇特出版社（Hachette Livre），2017 年營業額為 22.9 億歐元（約 25.8 億美元），較 2016 年成長 1.9%；22.9 億歐元營收係包含來自法國及海外收入，若單以來自法國境內的收入而言，則 2017 年較 2016 年成長 3.4%<sup>78</sup>。與整體出版市場銷售下滑表現相左，顯示其於法國出版市場的銷售市占率呈現持續擴張。

在政策動態方面，2017 年法國文化部國家圖書中心（Centre National du Livre,

---

<sup>77</sup> <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/68055-chiffres-cles-du-secteur-du-livre-2016-2017.pdf>

<sup>78</sup> <https://www.hachettebookgroup.com/news/lagardere-announces-2017-full-year-revenue-and-profit/>

CNL) 提出了支持創作者及其出版品的兩項重要協助措施，除了既有支持數位化出版計畫的措施之外，也於 2017 年推出新的支持創作者及出版品行銷推廣的措施，意即每年每家出版社可向國家圖書中心提出申請補助相關行銷推廣的部分經費，每案補助金額最高可達整體經費的 50%，每年每家出版社可申請的上限金額為 3 萬歐元（約 3.4 萬美元）。<sup>79</sup>此外，近年法國政府推廣法國或法語出版品走向國際不遺餘力，如今海外市場銷售收入已占法國整體出版銷售額的 18.5%，除了文化部之外，法國出版協會（BIEF）、法國藝文推廣協會（Institut Français）、法國外交部（Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères）亦共同合作，運用公私部門協力夥伴的多元資源，推動法語出版品及創作者走向海外。<sup>80</sup>同時，繼 2015 年、2016 年舉行第一、二屆法國最大型的青少兒童閱讀節（Partir en livre）之後，2017 年則持續舉辦第三屆，顯示法國政府除了努力推廣法國出版品邁向國際之外，亦持續重視提振其國民的閱讀風氣。<sup>81</sup>

---

<sup>79</sup> <https://www.actualitte.com/article/monde-edition/le-cnll-apporte-desormais-un-soutien-a-la-promotion-des-livres-et-de-leurs-auteurs/82518>

<sup>80</sup> <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-culturelle/les-domaines-d-action-de-la-diplomatie-culturelle/article/la-promotion-internationale-du-livre-francais>

<sup>81</sup> <https://www.la-croix.com/Culture/Livres-et-idees/livre-cest-toujours-pages-devasion-2017-07-19-1200863983>





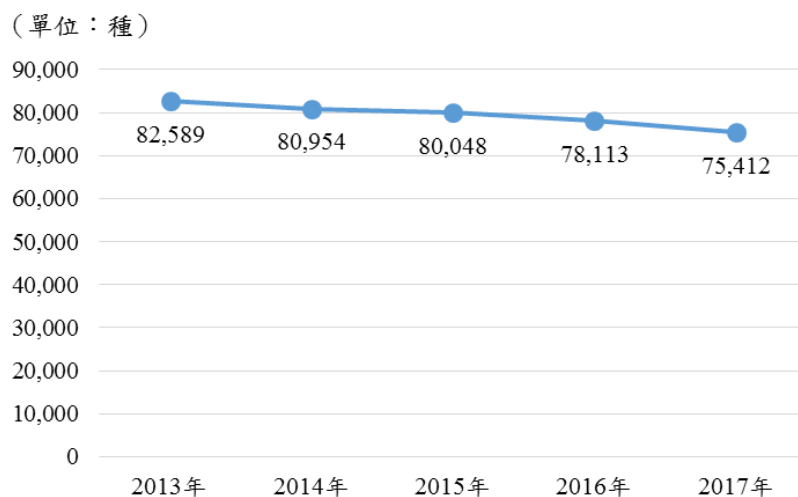
## 第二節 亞洲國家出版產業發展概況

### 壹、日本

#### 一、產業數據觀察

2017 年日本圖書及雜誌合計新出版種數為 75,412 種，較 2015 年（78,113 種）減少 3.5%，出版種數自 2013 年以來呈現持續下滑情況。日本實體出版市場近年銷售表現呈現連年下滑的結構性衰退情況。2017 年出版社共 3,382 家，較 2016 年 3,434 家略減 1.5%；出版社家數自 1997 年以來持續減少。2017 年實體書籍、雜誌銷售金額分別為 7,152 億日元（約 63.8 億美元）、6,548 億日元（約 53.4 億美元），較 2016 年分別減少 3.0%、10.8%；書籍加雜誌市場整體銷售金額為 13,701 億日元，較 2016 年減少 6.9%，創 34 年以來新低。與書籍消費市場相比，實體雜誌的銷售表現衰退幅度明顯，2017 年減少 10.8%，且自 1998 年以來日本雜誌市場銷售金額和冊數即呈逐年下滑趨勢。

而滿足移動閱讀需求的文庫本市場，2017 年出版種數 8,136 種，較 2016 年減少 2.2%，而販售冊數和銷售金額也同樣呈現負成長，且近五年呈現連續下滑情況，顯示日本移動閱讀紙本書籍的消費需求持續減少。



資料來源：公益社團法人全國出版協會出版科學研究所，出版狀況クロニクル 125（2018 年 7 月 1 日～7 月 30 日）<sup>82</sup>

圖貳-8、日本圖書及雜誌新書出版種數

<sup>82</sup> <http://odamitsuo.hatenablog.com/entry/2018/08/01/000000>

表貳-1、日本實體出版市場銷售概況

單位：億日元、%

| 年    | 書籍    |       | 雜誌    |        | 合計     |       |
|------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|
|      | 金額    | (前年比) | 金額    | (前年比)  | 金額     | (前年比) |
| 2012 | 8,013 | -2.3% | 9,385 | -4.7%  | 17,398 | -3.6% |
| 2013 | 7,851 | -2.0% | 8,972 | -4.4%  | 16,823 | -3.3% |
| 2014 | 7,544 | -4.0% | 8,520 | -5.0%  | 16,065 | -4.5% |
| 2015 | 7,419 | -1.7% | 7,801 | -8.4%  | 15,220 | -5.3% |
| 2016 | 7,370 | -0.7% | 7,339 | -5.9%  | 14,709 | -3.4% |
| 2017 | 7,152 | -3.0% | 6,548 | -10.8% | 13,701 | -6.9% |

資料來源：公益社團法人全國出版協會出版科學研究所，出版狀況クロニクル 117（2018 年 1 月 1 日～1 月 31 日）<sup>83</sup>

表貳-2、日本文庫本銷售概況

單位：種、萬冊、億日元

| 年    | 新書種數  |       | 推估銷售冊數 |       | 推估銷售金額 |       | 退書率   |
|------|-------|-------|--------|-------|--------|-------|-------|
|      | 種     | (增減率) | 萬冊     | (增減率) | 億日元    | (增減率) |       |
| 2012 | 8,452 | 5.5%  | 21,231 | 0.0%  | 1,326  | 0.5%  | 38.1% |
| 2013 | 8,487 | 0.4%  | 20,459 | -3.6% | 1,293  | -2.5% | 38.5% |
| 2014 | 8,574 | 1.0%  | 18,901 | -7.6% | 1,213  | -6.2% | 39.0% |
| 2015 | 8,514 | -1.2% | 17,572 | -7.0% | 1,140  | -6.0% | 39.8% |
| 2016 | 8,318 | -2.3% | 16,302 | -7.2% | 1,069  | -6.2% | 39.9% |
| 2017 | 8,136 | -2.2% | 15,419 | -5.4% | 1,015  | -5.1% | 39.7% |

資料來源：公益社團法人全國出版協會出版科學研究所，出版狀況クロニクル 125（2018 年 9 月 1 日～9 月 30 日）<sup>84</sup>

在漫畫方面，根據日本出版科學研究所之統計，日本漫畫（紙本及電子）2017 年營業額達 4,330 億日元（約 38.6 億美元），較 2016 年 4,454 億日元（約 39.7 億美元）略微減少 2.8%。2016 年整體漫畫營業額中，紙本漫畫占 59.7%（2,583 億日元，約 23.0 億美元），電子漫畫占 40.3%（1,747 億日元，約 15.6 億美元）；相較於 2016 年的比重變化，紙本漫畫由 66.5%降至 59.7%，電子漫畫則由 33.5%上升至 40.3%。紙本漫畫營業額較去年下滑了 12.8%，但電子漫畫營業額則是相反，較去年大幅成長了 17.2%，顯示日本的漫畫閱讀及消費人口從紙本持續轉向電子漫畫市場。惟 2017 年電子漫畫市場成長幅度不足以抵銷紙本漫畫市場衰退金額，致使整體漫畫營業額較上年減少。

<sup>83</sup> <http://odamitsuo.hatenablog.com/entry/2018/02/01/000000>

<sup>84</sup> <http://odamitsuo.hatenablog.com/entry/2018/05/01/000000>

在數位出版市場表現方面，包含電子漫畫、電子書籍、電子雜誌在內，2017 年營業額為 2,215 億日元（約 19.8 億美元），較 2016 年成長 16.0%。2017 年若加計實體出版營業額 13,701 億日元（約 122.2 億美元），整體出版營業額達 15,916 億日元（約 141.9 億美元）；而數位出版占整體出版營業額約 13.9%，較 2016 年（11.5%）有所提升，顯示日本的數位出版市場近年呈現成長趨勢。<sup>85</sup>

表貳-3、日本漫畫銷售金額

單位：億日元、%

| 年      | 紙本漫畫   |       |        | 電子漫畫  |       |       | 合計    |
|--------|--------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
|        | 漫畫書    | 漫畫雜誌  | 小計     | 漫畫書   | 漫畫雜誌  | 小計    |       |
| 2014   | 2,256  | 1,313 | 3,569  | 882   | 5     | 887   | 4,456 |
| 2015   | 2,102  | 1,166 | 3,268  | 1,149 | 20    | 1,169 | 4,437 |
| 2016   | 1,947  | 1,016 | 2,963  | 1,460 | 31    | 1,491 | 4,454 |
| 2017   | 1,666  | 917   | 2,583  | 1,711 | 36    | 1,747 | 4,330 |
| 前年比(%) | -14.4% | -9.7% | -12.8% | 17.2% | 16.1% | 17.2% | -2.8% |

資料來源：公益社團法人全國出版協會出版科學研究所，出版狀況クロニクル 119（2018 年 3 月 1 日～3 月 31 日）<sup>86</sup>

表貳-4、日本電子出版營業額

單位：億日元、%

|      | 2014 年 | 2015 年 | 2016 年 | 2017 年 |        |        |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|      |        |        |        | 金額     | 成長率(%) | 占有率(%) |
| 電子漫畫 | 882    | 1,149  | 1,460  | 1,711  | 17.2%  | 77.2%  |
| 電子書籍 | 192    | 228    | 258    | 290    | 12.4%  | 13.1%  |
| 電子雜誌 | 70     | 125    | 191    | 214    | 12.0%  | 9.7%   |
| 合計   | 1,144  | 1,502  | 1,909  | 2,215  | 16.0%  | 100.0% |

資料來源：公益社團法人全國出版協會出版科學研究所，出版狀況クロニクル 117（2018 年 1 月 1 日～1 月 31 日）<sup>87</sup>

<sup>85</sup> <https://www.ajpea.or.jp/information/20180125/index.html>

<sup>86</sup> <http://odamitsuo.hatenablog.com/entry/2018/04/01/000000>

<sup>87</sup> <http://odamitsuo.hatenablog.com/entry/2018/02/01/000000>

## 二、閱讀人口

依據日本每日新聞 2017 年「第 71 回讀書世論調查」<sup>88</sup>，於 2017 年 7 月至 9 月針對 2,336 位 16 歲以上日本民眾進行調查，日本民眾的書籍閱讀率為 45%（2016 年為 49%），雜誌閱讀率為 46%（2016 年為 52%），書籍與雜誌合計的閱讀率為 65%（2016 年為 70%）。漫畫閱讀率為 26%（2016 年為 24%），影視音及 DVD 內容閱讀率為 44%（2016 年為 46%），電子書閱讀率為 27%（2016 年為 27%）。平均每人每月閱讀冊數部份，圖書為 1.2 本（2016 年 1.3 本），雜誌為 1.3 本（2016 年為 1.6 本），漫畫為 1.2 本（2016 年為 1.0 本），影視音及 DVD 內容為 1.8 部（2016 年為 2.0 部）。在購書消費支出方面，日本讀者平均每人一個月的購書金額（含雜誌及漫畫），未滿 1,000 日元者占 39%（2016 年為 37%），1,000 日元～未滿 2,000 日元者占 22%（2016 年為 27%），未購書者占 20%（2016 年為 13%）。

## 三、產業及政策動態

在產業動態方面，依據日本公益社團法人全國出版協會出版科學研究所之統計<sup>89</sup>，2017 年 5 月時書店家數為 12,026 間，較 2016 年（12,526 間）減少 500 間或 4.0%；日本書店家數逐年減少的長期趨勢未有改變，突顯實體圖書販售通路之經營持續受到購書人口減少及購書管道趨向網路化之衝擊影響。根據朝日新聞彙整相關調查統計後指出<sup>90</sup>，2015 年至 2017 年期間，書店已從日本全國 85 個城市消失；2017 年境內沒有任何一家書店的自治體數量占該縣整體自治體比率，排名前幾名者依序為長野縣（53.3%）、沖繩縣（48.8%）、奈良縣（48.7%）、福島縣（47.5%）、高知縣（44.1%）、熊本縣（40.0%）。而為了滿足這些無書店地區民眾的閱讀購書需求，目前日本也出現透過公共巴士、咖啡館和一般商店等處銷售書籍等新流通管道。<sup>91</sup>另一方面，連鎖書店蔦屋書店則透過併購及策略合作等策略，整合上游出版社資源，以因應實體通路於圖書銷售業績下滑之局勢，並擴大出版市場版圖，包括由蔦屋書店母公司 Culture Convenience Club 併購出版社德

---

<sup>88</sup> <http://domex.cocolog-nifty.com/blog/2018/02/53-6903.html>.

<https://www.mottainaihonpo.com/kaitori/contents/cat07/021-dokusyo-jikan.html>.

<sup>89</sup> <http://odamitsuo.hatenablog.com/entry/2018/07/01/000000>

<sup>90</sup> <https://www.nikkei.com/article/DGKKZO24702110V11C17A2ML0000/>  
[https://uub.jp/pdr/m/nobookstore\\_5.html](https://uub.jp/pdr/m/nobookstore_5.html)

<sup>91</sup> <https://style.nikkei.com/article/DGXXKZO20379930V20C17A8BE0P01>

間書店<sup>92</sup>，以及與中國的中信出版集團合資設立「中信出版日本」<sup>93</sup>。

相較於實體通路在圖書販售市場地位的下滑，網路書店如日本亞馬遜的銷售表現則呈現上升；隨著販售通路市場結構的逐漸改變，2017 年 6 月日本亞馬遜宣布改變以往向日本最大經銷商「日本出版販賣」（簡稱日販）下單進貨的供應鏈模式，對日販訂購的品項僅限於現有庫存，若日販無庫存的書籍雜誌則改與出版社直接往來，由印刷廠直接進貨至亞馬遜倉儲物流中心。<sup>94</sup>2018 年更進一步，部分新書和再版暢銷書即使日販有庫存，日本亞馬遜仍開始直接向出版社、印刷廠直接訂購進貨，改變了日本既有的出版產業生態和市場規則。<sup>95</sup>

在政策動態方面，因網路侵權問題而損減出版產業利益，已引發日本出版業者的高度關注。雖然日本警方查緝了一些提供免費瀏覽盜版書籍的網站經營者，但此類侵權網站數量相當多，對日本出版產業的獲利產生極大影響，例如日本出版社預估，因這些侵權盜版行為而損害的漫畫銷售額，一年約 500 億日元（約 4.5 億美元）；甚至部份提供免費瀏覽最新和熱門漫畫的侵權網站，如「Free Books（フリーブックス）」網站因使用人數流量較大，預估一個月即造成了出版社約 100 億日元（約 0.9 億美元）的損失，由此，小學館、集英社、講談社、KADOKAWA、新潮社、文藝春秋等六大出版社也決定共同合作調查，同時也期望日本文化廳在著作權法修法中，能將如何遏止此類侵權行為納入修法考量。<sup>96</sup>另外，在著作權修法中，日本文化廳的政策方針已同意經營網路檢索服務的業者得以在不經著作權人的同意之下，將紙本書內容予以掃描製成數位化格式，以方便讀者進行關鍵字檢索時，得以瀏覽書籍內與關鍵字相關的部份內容（除非購買才得瀏覽全部內容），至於插圖或俳句等簡短作品內容則以例外方式處理，日本文化廳也表示將在未來執行一段時間後，檢視此舉是否可能減損相關書籍銷售的推廣。<sup>97</sup>

---

<sup>92</sup> <https://www.sankei.com/economy/news/170314/ecn1703140013-n1.html>

<sup>93</sup> <http://zh.cn.nikkei.com/industry/tradingretail/27246-2017-09-28-03-16-46.html>

<sup>94</sup> <https://www.nikkei.com/article/DGKKZO15970070R00C17A5TI1000/>

<sup>95</sup> <https://mainichi.jp/articles/20180215/ddm/004/020/027000c>

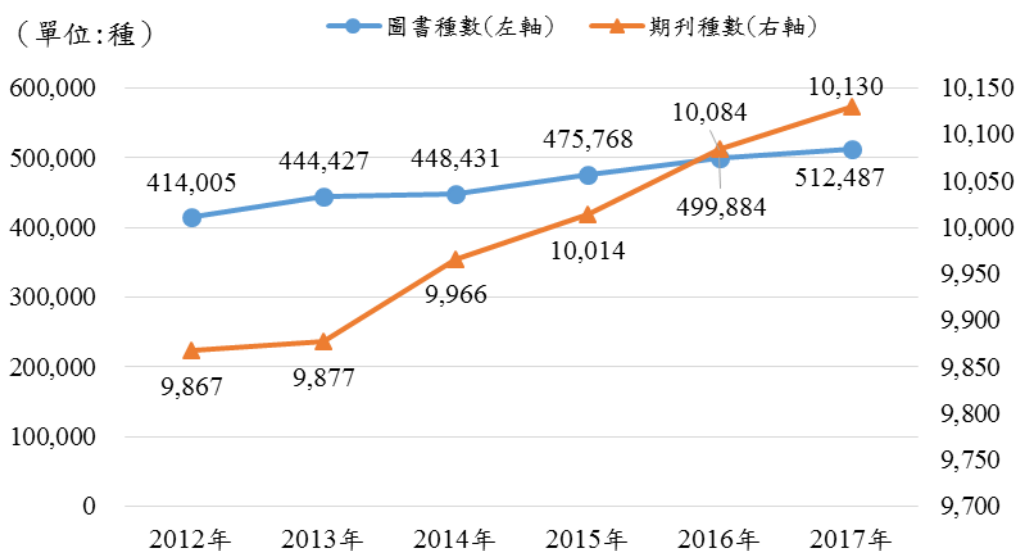
<sup>96</sup> <https://www.sankei.com/west/news/171031/wst1710310060-n1.html>

<sup>97</sup> [https://www.nikkei.com/article/DGXLASDG13HI2\\_T10C17A2000000/](https://www.nikkei.com/article/DGXLASDG13HI2_T10C17A2000000/)

## 貳、中國大陸

### 一、產業數據觀察

依據中國大陸國家新聞出版廣電總局公布之《2017 年全國新聞出版業基本情況》<sup>98</sup>，2017 年底，中國大陸圖書出版社共有 585 家，其中中央級出版社 219 家，地方出版社 366 家，家數較 2016 年略增一家。在圖書方面，2017 年共出版 512,487 種（較 2016 年成長 2.5%），包含新版圖書 255,106 種（較 2016 年減少 2.8%）、重版及重印 257,381 種（較 2016 年增加 8.4%）。其中，新版圖書 255,106 種中，包含書籍新版 231,173 種（較 2016 年減少 1.6%）、課本新版 23,776 種（較 2016 年減少 13.0%）、圖片新版 157 種（較 2016 年 23.4%）。在期刊方面，2017 年共出版期刊 10,130 種，與 2016 年相比，種數成長 0.5%。

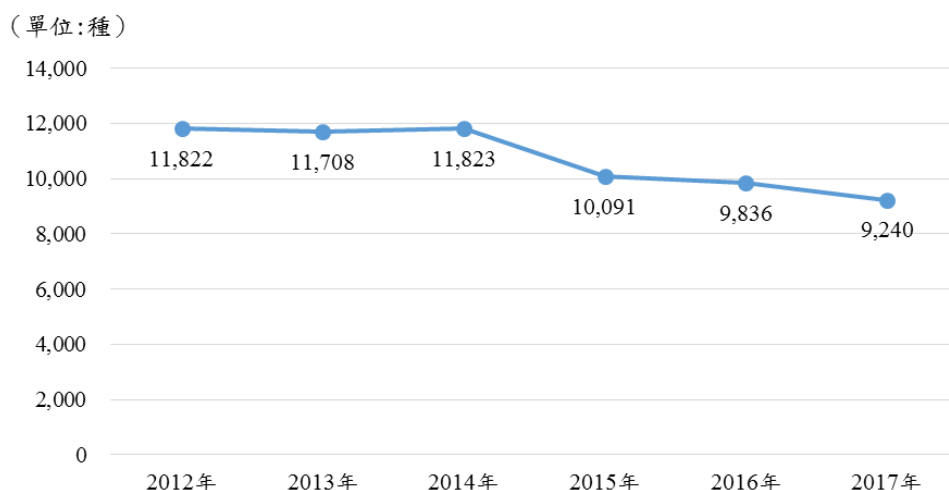


資料來源：中國大陸國家新聞出版廣電總局，《2017 全國新聞出版業基本情況》。

圖貳-9、2012~2017 年中國大陸圖書與期刊出版種數

在電子書部份，2017 年電子出版物出版單位共有 307 家，較 2016 年 309 家略為減少。同時，2017 年電子出版物種數亦呈現下滑，2017 年共出版電子出版物 9,240 種，較 2016 年減少 6.1%。

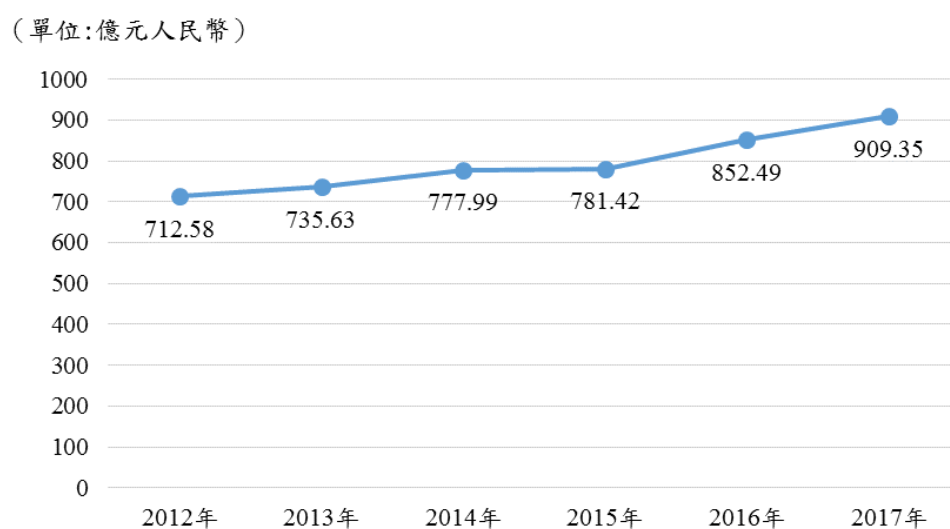
<sup>98</sup> [http://www.xinhuanet.com//zgjx/2018-08/06/c\\_137370768.htm](http://www.xinhuanet.com//zgjx/2018-08/06/c_137370768.htm)



資料來源：中國大陸國家新聞出版廣電總局，《2017 全國新聞出版業基本情況》。

圖貳-10、2012~2017 年中國大陸電子出版物種數

在市場銷售表現方面，依據《2017 全國新聞出版業基本情況》，2017 年中國大陸全國出版物純銷售金額為 909.4 億元人民幣（約 134.5 億美元），較 2016 年相比成長 6.7%，近幾年出版物銷售市場呈現持續成長。



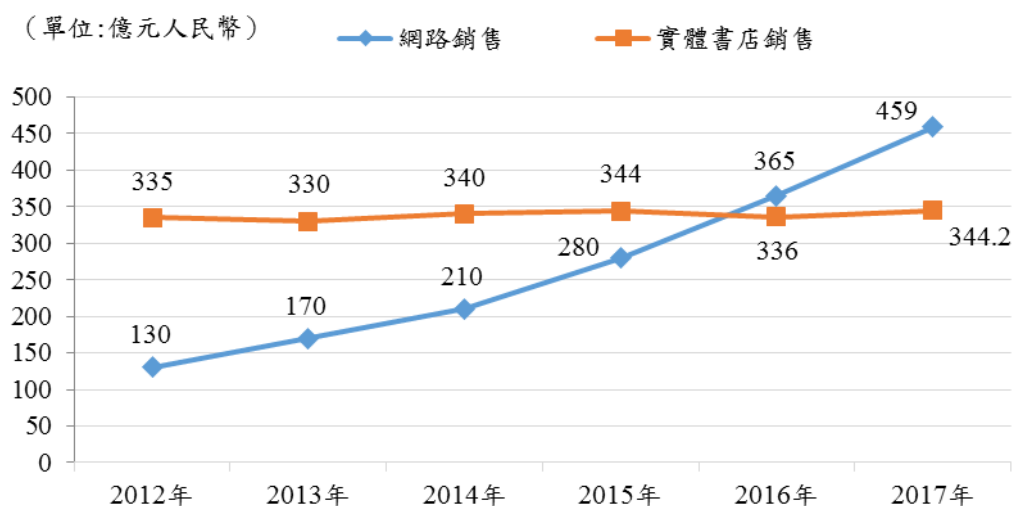
資料來源：中國大陸國家新聞出版廣電總局，《2017 全國新聞出版業基本情況》。

圖貳-11、2012~2017 年中國大陸出版物純銷售營業額趨勢

另外，依據北京開卷資訊技術有限公司公布的市場調查報告，2017 年中國大陸圖書零售市場銷售額達到 803.2 億元人民幣（約 118.8 億美元），較上年 701.2 億元人民幣成長 14.6%。其中，2017 年實體書店零售營業額達 344.2 億元人民幣（約 50.9 億美元），較上年 336 億元人民幣（約 49.7 億美元）成長 2.3%；網路



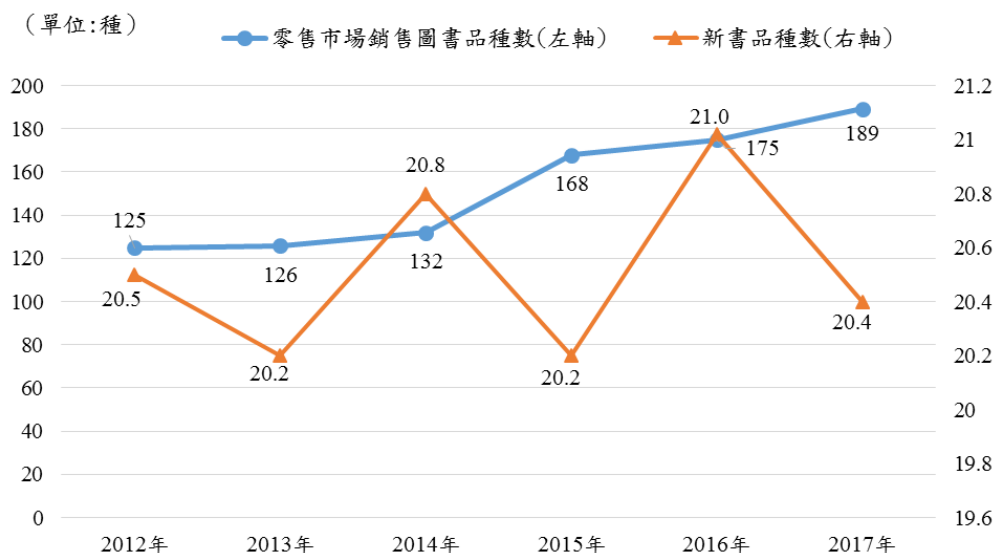
書店零售營業額達 459 億元人民幣（約 67.9 億美元），繼上年首次超越實體書店零售營業額之後，繼續維持其市場主流地位，並且較上年 365 億元人民幣（約 54 億美元）成長 25.8%，繼續保持近年高速成長趨勢。



資料來源：北京開卷資訊技術有限公司，歷年《中國圖書零售市場報告》。

圖貳-12、2012~2017 年中國大陸網路及實體書店銷售圖書之營業額趨勢

2017 年中國大陸圖書零售市場之動銷品種數為 189.4 萬種，較 2016 年( 175.1 萬種) 成長 8.2%，新書品種數約 20.4 萬種，較 2016 年 21.0 萬種減少 2.95%。



資料來源：北京開卷資訊技術有限公司，歷年《中國圖書零售市場報告》。

圖貳-13、2012~2017 年中國大陸圖書零售市場銷售圖書、新書品種數

## 二、閱讀人口

根據中國大陸《第十五次全國國民閱讀調查報告》<sup>99</sup>，2017 年中國大陸 18 歲～70 歲成年民眾的圖書閱讀率為 59.1%，較上年（58.8%）微幅增加；報紙閱讀率為 37.6%，較上年（39.7%）減少；期刊閱讀率為 25.3%，較上年（26.3%）減少，包括書報刊和數位出版物在內的各種媒介的綜合閱讀率為 80.3%，較上年（79.9%）略微成長；有聲書的聽書率為 22.8%，較上年（17.0%）增加。數位化閱讀方式（網路線上閱讀、手機閱讀、電子閱讀器閱讀、Pad 閱讀等）的接觸率為 73.0%，較上年（68.2%）成長，不僅高於紙本出版品的閱讀率，並且為連續第九年成長，數位閱讀人口持續增加。另外，在各種數位化閱讀管道方面，也呈現閱讀率全面成長的情況，2017 年有 59.7% 成年民眾曾於網路線上閱讀，較上年（55.3%）增加；71.0% 曾透過手機閱讀，較上年（66.1%）增加；14.3% 曾在電子閱讀器上閱讀，較上年（7.8%）增加；12.8% 曾使用 Pad（平板電腦）進行數位化閱讀，較上年（10.6%）增加，63.4% 曾透過微信閱讀，較上年（62.4%）增加。

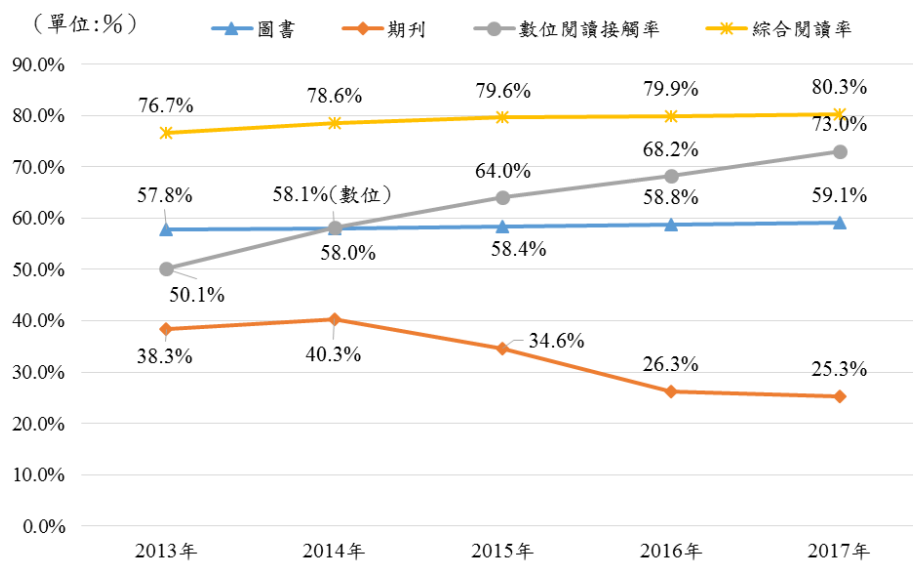
此外，依中國音像與數字出版協會發佈的《2017 年度數字閱讀白皮書》統計<sup>100</sup>，2017 年中國大陸數位閱讀用戶數已接近 4 億（較上年成長 13.4%），再加上願意為電子書付費的用戶數比率、願付金額等均有所提升；願意付費比率由 2016 年 60.3% 提升至 2017 年 63.8%，單本電子書願意付費金額由 2016 年人民幣 8.9 元（約 1.3 美元）上升至人民幣 13.6 元（約 2.0 美元），成長 52.8%。

在出版品閱讀數量部份，成年民眾的人均紙本圖書閱讀量為 4.66 本，與上年 4.65 本相當；人均電子書閱讀量為 3.12 本，略低於上年 3.21 本；人均紙本報紙閱讀量為 33.6 期（份），較上年 44.7 期（份）明顯下滑；紙本期刊閱讀量為 3.8 期（份），較上年 3.4 期（份）增加。

---

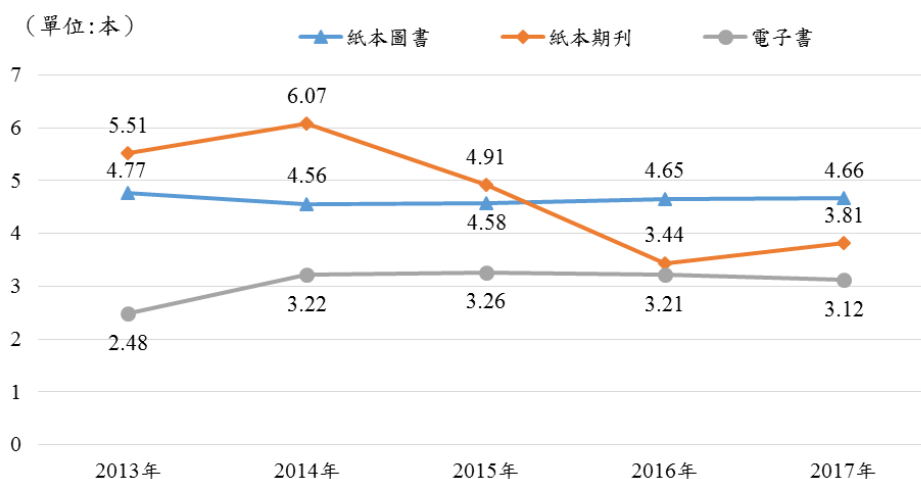
<sup>99</sup> 〈第十五次全國國民閱讀調查成果發佈〉，中國新聞出版研究院，2018 年 4 月 18 日，  
[http://www.chuban.cc/zgcbkys/yjsdt/201804/t20180418\\_178740.html](http://www.chuban.cc/zgcbkys/yjsdt/201804/t20180418_178740.html)。

<sup>100</sup> [http://www.xinhuanet.com/fortune/2018-04/20/c\\_1122716487.htm](http://www.xinhuanet.com/fortune/2018-04/20/c_1122716487.htm)



資料來源：中國新聞出版研究院，歷年《全國國民閱讀調查報告》。

圖貳-14、中國大陸成年民眾圖書、期刊、數位、綜合閱讀率



資料來源：中國新聞出版研究院，歷年《全國國民閱讀調查報告》。

圖貳-15、中國大陸成年民眾圖書、期刊、電子書閱讀量

### 三、產業及政策動態

在實體出版市場動態方面，依據北京開卷資訊技術有限公司公布的市場調查報告，中國大陸網路書店銷售規模自 2016 年超越實體書店之後，2017 年繼續保持高速成長，並進一步拉大與實體書店的銷售差距。為了因應網路書店或電商平臺的強大競爭，部分書店開始逐步轉型成為融合餐飲、零售、文化沙龍等元素的複合型文化空間，部分書店則採取結合線上和線下的 O2O (Online to Offline) 通路經營模式。

在數位出版市場動態方面，由於中國大陸數位閱讀人口近年快速增加，帶動相關營業額不斷擴大。依中國音像與數字出版協會發佈的《2017 年度數字閱讀白皮書》統計，包含訂閱收入、版權收入、廣告收入、電子閱讀器及其他等收入來源在內，2017 年中國大陸數位閱讀營業額達人民幣 152 億元(約 22.5 億美元)，較 2016 年人民幣 120 億元(約 17.8 億美元)成長 26.7%，而 2017 年中國大陸數位出版的創作者數量達 784 萬人，較 2016 年成長 30.2%，不論創作者人數或數位閱讀用戶數均創下歷史新高。不過儘管整體數位閱讀營業額不斷擴大，但產業集中度也明顯提高；在收入結構方面，訂閱收入占最大宗，2017 年達 88.5%，較 2016 年 85.8% 增加，同時營收排名前三大企業的合計營收，占整體數位閱讀市場的 70%。在此市場發展趨勢下，閱文、掌閱、中國出版、中國科技等主流數位閱讀及出版企業均於 2017 年成功上市，2017 年被視為中國大陸數位閱讀市場的「資本元年」。<sup>101</sup>

在政策動態方面，為促進實體書店發展，2016 年中國大陸國務院轄下十一個部門聯合發布《關於支援實體書店發展的指導意見》，提供包含財政金融等在內等五項措施，鼓勵實體書店改革創新，2017 年在政策於各地落實執行之後，開始帶動實體書店數增加，包含特色獨立書店及大型綜合書店在內，2017 年中國大陸約有 80 家書店開業。<sup>102</sup>此外，為了鼓勵全民閱讀，2017 年中國大陸政府陸續發布多項政策文件，包括中國國家新聞出版廣電總局發佈《關於開展 2017 年全民閱讀工作的通知》、《向全國青少年推薦百種優秀出版物》等文件，以及中國國務院法制辦審議並通過《全民閱讀促進條例(草案)》等。

## 參、韓國

### 一、產業數據觀察

依據韓國出版產業振興院(KPIPA)統計<sup>103</sup>，2017 年韓國新書共發行 80,130

---

<sup>101</sup> <http://www.tmtpost.com/3187332.html>

<sup>102</sup> <http://opinion.haiwainet.cn/n/2017/1228/c353596-31220878.html>

<sup>103</sup> 依韓國內容振興院(KOCCA)2018 年 8 月發佈之《KPIPA 2017 年下半年出版業發展趨勢》(KPIPA 출판산업동향(2017 하반기))( <http://gameguide.kocca.kr/portal/bbs/view/B0000204/1933654.do?categorys=4&subcate=62&cateCode=0&menuNo=200372>)，頁 xvii 之統計資料。

種，比 2016 年（75,727 種）增加 5.8%。

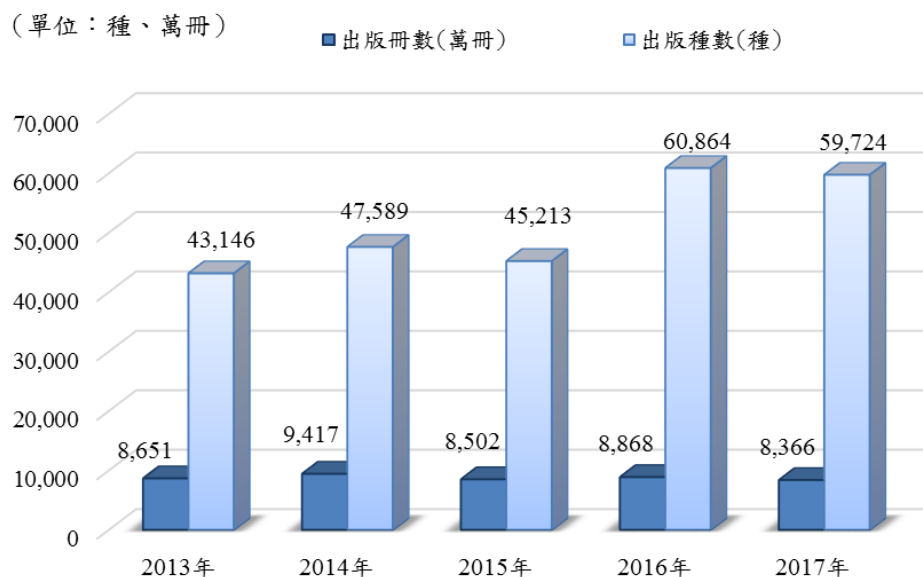
另外，依韓國出版協會(대한출판문화협회)針對韓國出版概況統計<sup>104</sup>，2017 年韓國新書出版種數為 59,724 種（包含一般圖書 53,795 種及漫畫書 5,929 種），較 2016 年 60,864 種（包含一般圖書 55,074 種及漫畫書 5,790 種）減少 1.9%，惟漫畫書種數有所增加。2017 年新書發行冊數約 8,366 萬冊，較 2016 年約 8,868 萬冊減少 5.7%。以平均每種新書發行冊數而言，則 2017 年平均每種新書發行 1,401 本，較 2016 年平均 1,457 本減少 3.9%；其中，一般圖書 2017 年（平均 1,422 本）較 2016 年（平均 1,484 本）減少 4.2%，漫畫書 2017 年（平均 1,208 本）較 2016 年（平均 1,203 本）增加 0.4%。平均單本定價金額為 16,091 韓元（約 14.2 美元），較 2016 年平均定價 17,007 韓元（約 15.0 美元）降低約 5.4%；其中，一般圖書 2017 年（平均 17,263 韓元，約 15.3 美元）較 2016 年（平均 18,249 韓元，約 16.1 美元）下降 5.4%，漫畫書 2017 年（平均 5,451 韓元，約 4.8 美元）較 2016 年（平均 5,197 韓元，約 4.6 美元）增加 4.9%。平均每本頁數為 284 頁，較 2016 年 289 頁微幅減少 1.8%；其中，一般圖書 2017 年（平均 297 頁）較 2016 年（平均 303 頁）減少 1.8%，漫畫書 2017 年（平均 159 頁）較 2016 年（平均 157 頁）增加 1.5%。

而電子書部份，韓國電子出版協會(한국전자출판협회)並未發布 2017 年電子書認證出版種數統計，最新資料為 2016 年出版電子書 30 萬 4,796 種，較 2015 年（29 萬 2,535 種）成長 4.2%。另外，依據韓國教育學術情報院(KERIS)的統計，2017 年全國學術圖書館中所典藏的電子書種數已達 1,554 萬種，較 2016 年約 970 萬種大幅增加了 60.2%。<sup>105</sup>

---

<sup>104</sup>[http://member.kpa21.or.kr/kpa\\_bbs/2017%EB%85%84%EC%B6%9C%ED%8C%90%ED%86%B5%EA%B3%84/](http://member.kpa21.or.kr/kpa_bbs/2017%EB%85%84%EC%B6%9C%ED%8C%90%ED%86%B5%EA%B3%84/)

<sup>105</sup> <https://www.statista.com/statistics/710512/south-korea-number-of-e-books-academic-libraries/>



資料來源：韓國出版協會（대한출판문화협회）。

圖貳-16、2013~2017 年韓國新書發行出版種數及冊數

依據韓國出版產業振興院（KPIPA）統計，2017 年有 7,775 家出版機構，較 2016 年 7,209 家增加了 7.9%；出版機構家數中，各級出版規模之出版機構（出版 1~5 本、6~10 本、11~30 本、31 本以上）家數皆較 2016 年增加，其中，以出版 1~5 本的出版機構家數增加最多，致其家數占比（69.4%）較 2016 年（68.5%）成長；而出版種數在 30 本(含)以下之小型出版機構，家數占比為 93.7%，此一比例與 2016 年（93.3%）持平。<sup>106</sup>

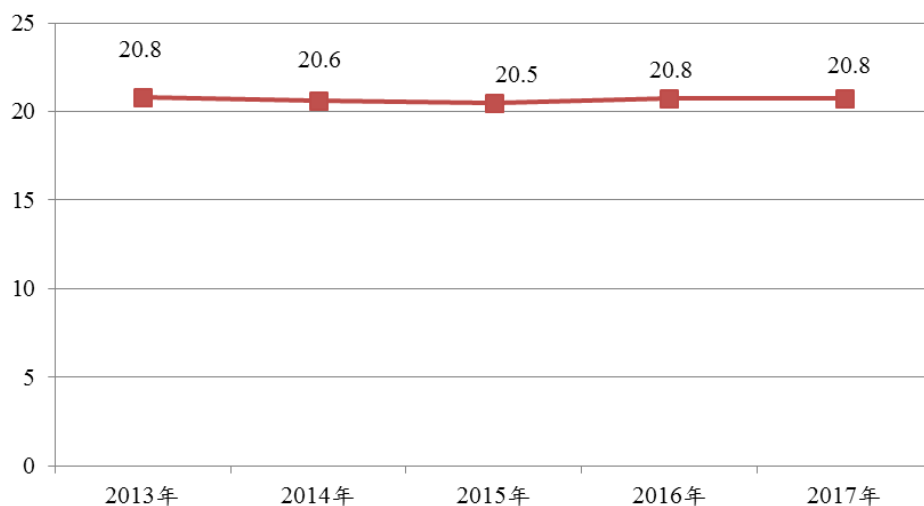
而依韓國內容振興院（KOCCA）統計，包含圖書、報紙、雜誌在內的各類型出版品，以及包含出版社、實體與網路通路商等業者，整體出版產業廠商 2017 年的營業額約 20.75 兆韓元<sup>107</sup>（約 183.6 億美元），較 2016 年約 20.77 兆韓元（約

<sup>106</sup> 依韓國出版產業振興院（KPIPA）2018 年 8 月發佈之《KPIPA 2017 年下半年出版業發展趨勢》（KPIPA 출판산업동향(2017 하반기)）(<http://gameguide.kocca.kr/portal/bbs/view/B0000204/1933654.do?categorys=4&subcate=62&cateCode=0&menuNo=200372>)，頁 xvii 之統計資料。

<sup>107</sup> 依韓國內容振興院(KOCCA)2018 年 5 月發佈之《2017 年季度和年度內容行業趨勢分析報告》（2017 년 4 분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서）([http://www.kocca.kr/cop/bbs/view/B0000148/1835839.do?searchCnd=&searchWrd=&cateTp1=&cateTp2=&useAt=&menuNo=200907&categorys=0&subcate=0&cateCode=&type=&instNo=0&questionTp=&uf\\_Setting=&recovery=&option1=&option2=&year=&categoryCOM062=&categoryCOM063=&categoryCOM208=&categoryInst=&morePage=&delCode=0&qtp=&pageIndex=1](http://www.kocca.kr/cop/bbs/view/B0000148/1835839.do?searchCnd=&searchWrd=&cateTp1=&cateTp2=&useAt=&menuNo=200907&categorys=0&subcate=0&cateCode=&type=&instNo=0&questionTp=&uf_Setting=&recovery=&option1=&option2=&year=&categoryCOM062=&categoryCOM063=&categoryCOM208=&categoryInst=&morePage=&delCode=0&qtp=&pageIndex=1))，頁 15 之統計資料。

183.7 億美元) 減少 0.1%。另外，依韓國出版產業振興院 (KPIPA) 統計<sup>108</sup>，2016 年實體書營收約 75,570.1 億韓元 (約 65.1 億美元)，電子書營收 (加計出版社與平臺營收) 約 2,560.1 億韓元 (約 2.2 億美元)，分別較 2015 年成長 1.2%、30.1%。

(單位：兆韓元)



資料來源：韓國內容振興院。

圖貳-17、2013~2017 年韓國出版產業營業額表現趨勢

## 二、閱讀人口

韓國文化體育觀光部的國民閱讀行為調查，調查頻率係兩年一次，而最新一次調查係 2017 年 (2017 년 국민 독서실태 조사)，該年調查係於 2017 年 11 月至 12 月期間，分別針對 6,000 位 19 歲以上成年民眾及 3,329 位國小至高中學生進行調查，調查方式以面訪為主，成年民眾採取至家戶面訪方式，國小至高中學生則採取至學校面訪方式。鑑於跨國比較之一致性，此處僅以敘述成年民眾之閱讀情況為主。2017 年韓國成年民眾於紙本書籍 (不含教科書、參考書、雜誌或漫畫) 的閱讀率為 59.9%，較上次 2015 年調查時之 65.3% 下滑；電子書的閱讀率為 14.1%，較 2015 年 10.2% 上升，主要係因閱讀網路小說的情況有所提升；整體圖書閱讀率 (包含紙本書及電子書) 為 62.3%，較 2015 年 67.4% 下滑。閱讀數量方面，韓國成年民眾平均閱讀紙本書的本數為 8.3 本，較 2015 年平均 9.1 本減少；電子書平均閱讀本數是 1.1 本，較 2015 年平均閱讀本數 0.7 本增加；整體圖書

<sup>108</sup> KPIPA，2017 年出版業調查(2017 출판산업 실태조사)，  
[http://www.kpipa.or.kr/info/studyreportView.do?board\\_id=51&article\\_id=78440&pageInfo.page=&search\\_cond=&search\\_text=&list\\_no=60#](http://www.kpipa.or.kr/info/studyreportView.do?board_id=51&article_id=78440&pageInfo.page=&search_cond=&search_text=&list_no=60#)。

(紙本書加電子書)的平均閱讀本數是 9.4 本，較 2015 年 9.9 本減少。

購書行為方面，紙本書部份，2017 年韓國成年民眾的紙本書購書率為 53.8%，較 2015 年 65.3% 下滑；平均購買紙本書為 4.1 本，較 2016 年 3.7 本增加；每位平均消費金額為 55,000 韓元(約 48.7 美元)，較 2016 年 48,000 韓元(約 42.5 美元)成長。電子書部份，購書率為 11.8%，較 2015 年 9.8% 增加；平均購書本數為 0.7 本，較 2016 年 0.4 本增加；每位平均消費金額為 5,000 韓元(約 4.4 美元)，較 2016 年 2,000 韓元(約 1.8 美元)明顯增加。

### 三、產業及政策動態

在產業動態方面，依韓國文化體育觀光部的 2017 年國民閱讀行為調查，韓國民眾(含成年民眾及高中以下在學生)於紙本書的主要購書管道，皆以大型連鎖書店為主，其次則為網路書店。在有購書行為之成年民眾中，主要購書管道依序為大型連鎖書店(38.5%)、網路書店(23.7%)、獨立書店(10.6%)；在有購書行為之高中以下學生部份，主要購書管道依序為大型連鎖書店(30.3%)、網路書店(28.4%)、獨立書店(15.5%)。與 2015 年調查結果相比，有購書之民眾的購書管道比重有所變化，大型連鎖書店從 2015 年 39.1% 略微下滑至 2017 年 38.5%，網路書店從 20.6% 上升至 23.7%，獨立書店從 12.5% 下滑至 10.6%，大抵呈現實體通路占比下滑，而網路書店占比上升之景況。

而 2017 年韓國圖書通路端較受關注的產業動態為，市占率排名第二大的連鎖書店永豐文庫集團(約占實體書店銷售額的 24%)宣布將收購目前經營 Bandi & Lunis 書店(반디앤루니스)、排名市占率第三的首爾文庫(서울문고)(約占實體書店銷售額的 13%)50% 股權，原本雙方預期形成「YP 策略聯盟(YP Alliance)」的共同品牌，期以創造線上線下(O2O)全通路的整合綜效，並共同對抗市占率排名第一的教保文庫(約占實體書店銷售額的 64%)，惟後續發展因雙方磨合問題，因此最後決定仍維持各自的書店品牌經營，但藉由收購案，韓國的圖書連鎖書店市場已由教保文庫和永豐文庫兩大集團所掌握。<sup>109</sup>而獨立書店方面，依韓國資訊服務公司 Funny Plan 所彙整的「社區書店地圖」調查統計<sup>110</sup>，韓國 2017 年

<sup>109</sup> <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2018&no=258892>  
<http://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=110585>

<sup>110</sup> <https://www.funnyplan.com/2017-%EB%8F%85%EB%A6%BD%EC%84%9C%EC%A0%90->



營運中的獨立書店約有 257 家，其中 158 家位於首都首爾市，約占 61.5%；而為了發展書店特色與維持營運，獨立書店的經營業務內容也相當多元化，依該調查，韓國有 30.7%的獨立書店有出版獨立出版品，23.0%的獨立書店有兼售咖啡與茶飲。

在政策動態方面，韓國實施圖書固定銷售價格制度始於 2003 年，一開始韓國政府規定新書銷售折扣優惠不得超過定價 19%，2014 年修改辦法，將銷售折扣優惠進一步限縮於定價 15%以內；2017 年 8 月，在幾經商議之後，韓國出版社、書店業、消費團體同意將現行圖書固定銷售價格制度延長三年，實施至 2020 年 11 月。同時，雖然該制度規定新書出版 18 個月後，舊書可以重新定價（一般多降低定價，但仍不能進行折扣競爭），但實務上，韓國出版市場仍出現同一種書的新書和舊書同時銷售的情況，結果刺激了二手書的銷售成長；按產業界的實務慣例，會要求舊書必須在新書發行 6 個月後才能進入市場銷售，不過部分出版社及書店團體已商討未來應將此一期限擴增至 12~18 個月後舊書才能進入市場銷售。另外，雖然圖書固定銷售價格制度獲得延長，但是對於實行該制度的效果，各方仍存有不同看法；雖然該制度使價格戰激烈競爭的情況消失，並且有助於小型書店業者的經營生存空間，以及增加實體書店的整體圖書銷售增加，但也產生「圖書定價下滑但消費者卻感受實際售價上升」的相反情況，因而衍生消費者對新書購書意願下滑等問題。此外，部分網路書店會以提供會員卡折扣、免費送貨等優惠方式刺激消費者購書，而查獲類似違反圖書固定銷售價格制度的案例數也逐年升高。雖然圖書固定銷售價格制度延長實施三年，但上述諸多問題現象仍持續存在於韓國出版產業界的討論之中。<sup>111</sup>

## 肆、東南亞主要國家

### 一、產業數據觀察

在出版種數方面，東南亞六個主要國家公布新書種數的最新年度數據並不一致：馬來西亞出版種數為 17,213 種，較 2016 年（19,592 種）減少 12.1%；菲律賓並未公布 2017 年出版數據，最新資料為 2015 年出版 9,480 種；印尼最新公布

---

%ED%98%84%ED%99%A9-%EC%A1%B0%EC%82%AC/

<sup>111</sup> <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/11/18/0200000000AKR20171118042800005.HTML>

數據為 2014 年 44,327 種；越南 2017 年約出版 25,431 種，較 2014 年 26,000 種減少；泰國最新資料為 2015 年 11,334 種；新加坡最新資料為 2014 年 9,054 種。而出版社家數方面，以印尼 3,227 家為最多，其次是泰國 500 家以上、新加坡 277 家、馬來西亞 207 家、菲律賓 187 家、越南 60 家。

表貳-5、東南亞主要國家出版概況

單位：種、家、%

|             | 馬來西亞                    | 菲律賓               | 印尼                                                 | 越南                             | 泰國                  | 新加坡               |
|-------------|-------------------------|-------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------|-------------------|
| ISBN 申請出版種數 | 17,213<br>(2017 年)      | 9,480<br>(2015 年) | 44,327<br>(2014 年)                                 | 25,431<br>(2017 年)             | 11,334<br>(2015 年)  | 9,054<br>(2014 年) |
| 圖書出版社家數     | 207<br>(馬來西亞圖書出版商協會會員數) | 187<br>(2016 年)   | 3,227<br>(印尼出版協會會員 1,328 家，活躍廠商 711 家)<br>(2015 年) | 60 家國公營出版機構、100 家以上核准從事出版之民營事業 | 500 家以上<br>(2016 年) | 277<br>(2016 年)   |

資料來源：

1. 馬來西亞 ISBN 申請出版種數參考自”Reformasi segera industri buku Malaysia”, RojakDaily, May 23<sup>th</sup>, 2018, <https://www.bharian.com.my/rencana/sastera/2018/05/429376/reformasi-segera-industri-buku-malaysia>.  
馬來西亞出版社家數係依馬來西亞圖書出版商協會(MABOPA)會員數，參考自 MABOPA 網站：  
<http://mabopa.com.my/index.php/members/>，以及 Ikatan Penerbit Indonesia (2015), ”Industri Penerbitan Buku Indonesia: Dalam Data dan Fakta”, p.17,  
[http://www.academia.edu/19579907/Industri\\_Penerbitan\\_Buku\\_Indonesia\\_dalam\\_Data\\_dan\\_Fakta](http://www.academia.edu/19579907/Industri_Penerbitan_Buku_Indonesia_dalam_Data_dan_Fakta).
2. 菲律賓的圖書出版種數及圖書出版社家數參考自 NBDB (as of April 2016), National Library of the Philippines, Roadmap. <http://nlpdl.nlp.gov.ph:81/web/20170731/reyes.pdf>.
3. 印尼出版社家數 3,227 家係依印尼國家圖書館統計。參考自 Frankfurter Buchmesse, ”Book market Indonesia”, [http://www.buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/2015/book\\_market\\_indonesia\\_52246.pdf](http://www.buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/2015/book_market_indonesia_52246.pdf).  
印尼出版協會會員數及 ISBN 申請出版種數參考自 IKAPI 統計：<http://ikapi.org/riset/>.
4. 越南出版種數參考自”Việt Nam xuất bản 300 triệu bản sách trong năm 2017”, November 11<sup>th</sup>, 2017, <https://news.zing.vn/viet-nam-xuat-ban-300-trieu-ban-sach-trong-nam-2017-post803119.html>.  
出版社家數參考自”Market Overview: Vietnam’s Walk on ‘Book Street’”, January 6<sup>th</sup>, 2017, <https://publishingperspectives.com/2017/01/book-publishing-market-overview-vietnam-walk-book-street/>.  
”Việt Nam xuất bản 300 triệu bản sách trong năm 2017”, November 11<sup>th</sup>, 2017, <https://news.zing.vn/viet-nam-xuat-ban-300-trieu-ban-sach-trong-nam-2017-post803119.html>.
5. 泰國出版種數係依 IPA (2016), IPA\_Annual\_Report\_2015-2016.  
泰國出版社家數參考自 “สถานการณ์ธุรกิจหนังสือ นักเขียนพิมพ์เอง ร้านลด ออนไลน์ 18 ปกต่อวัน เฉลี่ยเล่มละ 233 บาท”, July 27<sup>th</sup>, 2018, [https://www.matichon.co.th/entertainment/news\\_1059291](https://www.matichon.co.th/entertainment/news_1059291).
6. 新加坡 ISBN 申請出版種數參考自 Ministry of Culture, Community and Youth (2016), *Singapore Cultural Statistics 2015*, p.17. <https://www.mccy.gov.sg/~media/MCCY-corp/Publications/Statistics/Singapore-Cultural-Statistics/SCS2015.ashx>.  
新加坡圖書出版社家數參考自新加坡統計局，  
<http://www.tablebuilder.singstat.gov.sg/publicfacing/createDataTable.action?refId=7151>.

整體而言，根據 PwC 統計<sup>112</sup>，包含馬來西亞、菲律賓、印尼、越南、泰國、新加坡等東協主要六個國家中，2017 年除了泰國、新加坡的圖書及雜誌營業額

<sup>112</sup> PwC (2018). Global entertainment and media outlook 2018-2022.

呈現微幅衰退之外，其餘主要國家的出版產業大致呈現成長趨勢，以下針對幾個重要的東協國家進行說明。

首先在馬來西亞方面，2017 年馬來西亞圖書及雜誌銷售額（含紙本及數位）達 1.58 億美元，較 2016 年 1.55 億美元成長 1.9%。圖書市場 2017 年達 5,768 萬美元，較 2016 年 5,942 萬美元減少 2.9%；其中，紙本圖書營業額達 5,200 萬美元，較 2016 年減少 5.4%，電子書營業額達 568 萬美元，較 2016 年成長 27.3%。各類型圖書在整體圖書市場的營業額占比依序為：店銷書 49.1%、教科書 45.2%、專業類書 5.7%。圖書市場消費主力來自占人口總數 50% 的 24 歲以下青年族群，因此店銷書之題材類型常見恐怖、犯罪、羅曼等年輕讀者喜歡的題材，而近年小型或獨立出版社家數增加，即受益於上述題材類型出版品的暢銷。另外，電子書市場發展快速，2017 年電子書營收占整體出版業已達 9.8%，PwC 預估至 2022 年此一占比將上升至 21.0%。

菲律賓方面，2017 年菲律賓圖書及雜誌營業額（含紙本及數位）達 1.61 億美元，較 2016 年 1.59 億美元成長 1.4%。圖書市場 2017 年達 1.07 億美元，較 2016 年 1.10 億美元減少 2.7%；其中，紙本圖書營業額達 9,884 萬美元，較 2016 年減少 4.3%，電子書營業額達 810 萬美元，較 2016 年成長 22.5%。各類型圖書在整體圖書市場的營業額占比依序為：教科書 48.5%、店銷書 36.3%、專業類書 15.2%。菲律賓的紙本圖書銷售持仍持續面臨因高進口關稅而導致書價較高，以及缺乏實體書店通路而使得配銷不易等困難。相較之下，數位網路時代則為菲律賓出版市場帶來新的機會，2017 年電子書營收占整體出版業已達 7.6%，PwC 預估至 2022 年此一占比將上升至 13.4%。

印尼方面，2017 年印尼圖書及雜誌營業額（含紙本及數位）達 6.72 億美元，較 2016 年 6.71 億美元成長 0.2%。圖書市場 2017 年達 4.4 億美元，較 2016 年 4.3 億美元成長 1.8%；其中，紙本圖書營業額達 4.1 億美元，較 2016 年成長 0.2%，電子書營業額達 2,736 萬美元，較 2016 年成長 34.0%。各類型圖書在整體圖書市場的營業額占比依序為：教科書 58.3%、店銷書 39.1%、專業類書 2.6%。包含印尼最大的兩個出版社 Kompas Gramedia Group、Mizan 在內，目前印尼活躍型的出版社約有 711 家，大部分位於爪哇；活躍型出版社中的 80% 廠商，每家平均一年出版約 10~50 種書，平均每種書銷售量約 3,000 冊。人口數超過 2.6 億，排名世

界第四大，但整體圖書及雜誌營業額卻不如其他人口眾多國家，整體圖書市場面臨幾項發展障礙，包括印尼民眾的圖書閱讀率不高、盜版問題嚴重、書店及圖書館數量不多、境內島嶼眾多導致運輸成本偏高等等。近年印尼政府已戮力於推廣閱讀、強化智財權保障、拓展海外市場等工作，期待提振整體出版市場。另外，電子書市場發展快速，2017 年電子書營收占整體出版業已達 6.2%，PwC 預估至 2022 年此一占比將上升至 14.1%。

越南方面，2017 年越南圖書及雜誌營業額（含紙本及數位）達 1.75 億美元，較 2016 年 1.72 億美元成長 1.8%。圖書市場 2017 年達 1.06 億美元，較 2016 年 1.05 億美元成長 1.7%；其中，紙本圖書營業額達 1.0 億美元，較 2016 年成長 0.7%，電子書營業額達 416 萬美元，較 2016 年成長 35.6%。各類型圖書在整體圖書市場的營業額占比依序為：教科書 78.8%、店銷書 18.9%、專業類書 2.3%，整體圖書市場以教科書銷售為大宗，店銷書市場並不如其他國家發展，此係因越南民眾識字率雖高達 94.5%，但休閒時間閱讀圖書的風氣並不盛行所致。電子書部分，雖然 2017 年整體營收不大，占整體圖書市場比重仍低（整體電子書約占 3.9%，店銷型電子書約占 2.0%），但營收成長幅度明顯，PwC 預估至 2022 年電子書占比將上升至 10.0%。

泰國方面，2017 年泰國圖書及雜誌營業額（含紙本及數位）達 14.5 億美元，較 2016 年 14.6 億美元減少 0.7%。圖書市場 2017 年達 11.7 億美元，較 2016 年 11.4 億美元成長 2.7%；其中，紙本圖書營業額達 10.8 億美元，較 2016 年成長 2.7%，電子書營業額達 8,658 萬美元，較 2016 年成長 3.6%。各類型圖書在整體圖書市場的營業額占比依序為：店銷書 65.9%、教科書 28.9%、專業類書占 5.2%。與其他東南亞國家圖書市場多以教科書銷售為主相較，泰國的店銷書市場顯得較為蓬勃。另外，泰國的電子書市場也較其他東南亞國家發展，2017 年電子書營收占整體圖書市場比重已達 7.4%，依 PwC 預估，未來泰國的電子書銷售將續呈顯著成長，預估至 2022 年此一占比將提升至 14.1%。

新加坡方面，2017 年新加坡圖書及雜誌營業額（含紙本及數位）達 4.1 億美元，較 2016 年 4.2 億美元減少 0.9%。圖書市場 2017 年達 2.7 億美元，較 2016 年 2.68 億美元成長 0.7%；其中，紙本圖書營業額達 2.2 億美元，較 2016 年減少 3.2%，電子書營業額達 4,763 萬美元，較 2016 年成長 23.8%。各類型圖書在整體

圖書市場的營業額占比依序為：店銷書 47.0%、教科書 40.9%、專業類書占 12.1%。雖然新加坡近年紙本書市場營收逐年衰退，但新加坡出版社積極投資於數位出版業務，同時新加坡教育部門及國家圖書館（NLB）也大力推動電子書閱讀，加上新加坡民眾高度使用智慧手機及平板電腦等數位移動裝置，因此電子書市場呈現明顯成長，教科書類電子書 2017 年營收成長 29.0%，店銷型電子書亦成長 24.8%，電子書營收占整體圖書市場比重達 17.6%，PwC 預估未來新加坡電子書銷售將續呈顯著成長，預估至 2022 年此一占比將提升至 27.7%。

表貳-6、東南亞六國（馬、菲、印、越、泰、新）圖書及雜誌營業額（含紙本及數位）

單位：百萬美元、%

| 國家   | 類型 | 2013 年 | 2014 年 | 2015 年 | 2016 年 | 2017 年(註) | 2017 年成長率 |
|------|----|--------|--------|--------|--------|-----------|-----------|
| 馬來西亞 | 圖書 | 55     | 56     | 56     | 57     | 58        | 1.46%     |
|      | 雜誌 | 98     | 100    | 102    | 99     | 101       | 2.11%     |
|      | 合計 | 153    | 156    | 158    | 155    | 158       | 1.87%     |
| 菲律賓  | 圖書 | 95     | 99     | 101    | 104    | 107       | 2.53%     |
|      | 雜誌 | 55     | 57     | 56     | 55     | 54        | -0.80%    |
|      | 合計 | 151    | 156    | 158    | 159    | 161       | 1.39%     |
| 印尼   | 圖書 | 434    | 434    | 433    | 438    | 440       | 0.59%     |
|      | 雜誌 | 216    | 217    | 232    | 233    | 232       | -0.42%    |
|      | 合計 | 650    | 651    | 665    | 671    | 672       | 0.24%     |
| 越南   | 圖書 | 98     | 101    | 103    | 105    | 106       | 1.70%     |
|      | 雜誌 | 70     | 67     | 68     | 68     | 69        | 1.83%     |
|      | 合計 | 168    | 167    | 170    | 172    | 175       | 1.75%     |
| 泰國   | 圖書 | 1,066  | 1,138  | 1,149  | 1,159  | 1,167     | 0.74%     |
|      | 雜誌 | 388    | 361    | 345    | 303    | 285       | -6.09%    |
|      | 合計 | 1,455  | 1,499  | 1,493  | 1,462  | 1,452     | -0.67%    |
| 新加坡  | 圖書 | 269    | 267    | 267    | 268    | 270       | 0.79%     |
|      | 雜誌 | 157    | 157    | 156    | 149    | 143       | -3.93%    |
|      | 合計 | 426    | 424    | 422    | 417    | 413       | -0.90%    |

註：2017 年為各國預測值

資料來源：PwC (2018). Global entertainment and media outlook 2018-2022.

## 二、閱讀人口：東協主要國家

### 1. 馬來西亞

2017 年並無針對馬來西亞民眾閱讀行為進行調查之研究，最新資料為 2014

年馬來西亞國家圖書館（Perpustakaan Negara Malaysia）調查結果，該調查部分結果已敘述於《105 年臺灣出版產業調查報告》，惟因無其他更新調查數據來源，故本處仍概述該調查結果，以顯示馬來西亞民眾之閱讀情況。根據馬來西亞國家圖書館於 2014 年所做的調查數據<sup>113</sup>，綜合閱讀率為 62.8%，紙本書閱讀率為 38%，電子書閱讀率為 6%，雜誌閱讀率 63%，報紙閱讀率 61%，46%受訪者認為 Facebook、Blog、Twitter 也是閱讀來源；馬來西亞民眾平均每年閱讀書籍本數為 15 本，較 2005 年調查時的平均閱讀 2 本書，大幅成長 750%。至於閱讀來源管道，39%受訪者表示是從書店管道閱讀，27%是從圖書館，12%是從網路資訊管道。

## 2. 菲律賓

依據菲律賓出版發展局（National Book Development Board, NBDB）公布 2017 年菲律賓民眾閱讀情況調查<sup>114</sup>，該調查每 4~5 年調查一次，前次調查為 2012 年；2017 年調查則針對 1,200 位家戶樣本中的 18 歲(含)以上菲律賓成年民眾及 6~17 歲兒少民眾進行面訪。2017 年整體菲律賓成年民眾的圖書閱讀率（不含教科書，包含紙本書、電子書及有聲書）為 80%，此與 2012 年圖書閱讀率 80%相同；2017 年圖書閱讀行為中，紙本書閱讀率約 77%，電子書閱讀率約 12%，有聲書約 4%。雜誌閱讀率（包含紙本及電子雜誌）為 48%，較 2012 年 43%增加。2017 年報紙閱讀率（包含紙本及電子報）為 69%，較 2012 年 67%增加。其餘出版品閱讀行為調查係 2017 年新增，2017 年線上文章閱讀率為 35%，獨立刊物閱讀率為 24.3%。

閱讀數量部分，2017 年菲律賓成年民眾平均一年閱讀紙本書數量為 4.61 本，閱讀電子書數量為 6.97 本，2012 年調查並無區分不同出版形式之圖書，平均一年閱讀圖書本數為 5.6 本。

購書行為方面，分別針對新書及二手書進行調查。新書購買行為方面，2017 年曾於連鎖書店購買新書的比率為 25%，平均購買本數為 4.4 本；曾於獨立書店購買新書的比率為 9.5%，平均購買本數為 3.6 本；曾於書展購買新書的比率為

---

<sup>113</sup> <https://www.pressreader.com/malaysia/berita-harian5831/20180412/281913068691237>

<sup>114</sup> “2017 National Book Development Board (NBDB) Readership Survey”, [http://booksphilippines.gov.ph/wp-content/uploads/2018/10/Presentation\\_DMapa\\_NBDB\\_Readership\\_Survey\\_28SEPT2018.pdf](http://booksphilippines.gov.ph/wp-content/uploads/2018/10/Presentation_DMapa_NBDB_Readership_Survey_28SEPT2018.pdf).

3.8%，平均購買本數為 2.6 本；曾於大賣場購買新書的比率為 2.0%，平均購買本數為 5.0 本；曾於超市和便利商店購買新書的比率為 5.8%，平均購買本數為 3.7 本；曾於網路購買新書的比率為 0.9%，平均購買本數為 2.9 本。二手書購買行為部分，曾於實體書店購買的比率為 12.4%，平均購買本數為 4.8 本；曾於網路購買的比率為 2.3%，平均購買本數為 3.5 本。

### 3. 印尼

有關印尼民眾的一般性閱讀習慣，印尼政府較無定期性的調查及數據公布。最新的調查數據係印尼中央統計局（BPS）於 2012 年所做的一項調查<sup>115</sup>，該調查部分結果已敘述於《105 年臺灣出版產業調查報告》，惟因無其他更新調查數據來源，故本處仍概述印尼中央統計局 2012 年調查數據結果，以顯示印尼民眾之閱讀情況。依印尼政府 2012 年調查，10 歲以上印尼民眾的報紙閱讀率為 15.1%，雜誌閱讀率為 6.9%，教科書閱讀率為 20.5%，童書閱讀率 5.0%，喜歡閱讀的比率為 17.7%，顯示印尼民眾的閱讀率仍不高。另外，印尼中央統計也針對 16~30 歲青年人口進行調查，依《2015 年印尼青年人口統計（Statistik Pemuda Indonesia 2015）》，2015 年印尼青年的紙本報紙及雜誌閱讀率為 14.7%，紙本書（不含教科書）閱讀率為 27.3%，藉由電子媒介閱讀之閱讀率為 31.7%。<sup>116</sup>

### 4. 越南

2017 年並無針對越南民眾閱讀行為進行調查之研究，最新資料為 2014 年越南政府調查結果，該調查部分結果已敘述於《105 年臺灣出版產業調查報告》，惟因無其他更新調查數據來源，故本處仍概述越南政府 2014 年調查數據結果，以顯示越南民眾之閱讀情況。依越南政府調查數據<sup>117</sup>，2014 年越南民眾一年平均閱讀 4 本書，其中 2.8 本為教科書（textbook），1.2 本則是非教科書；越南民眾

---

<sup>115</sup> <https://www.bps.go.id/index.php/linkTabelStatistik/1521>  
<https://www.antaranews.com/berita/556186/anggota-dpr-sebut-minat-baca-penduduk-indonesia-rendah>

<sup>116</sup> <https://www.bappenas.go.id/download.php?id=17736?id=17736>

<sup>117</sup> “Trung bình mỗi người VN đọc 4 cuốn sách/năm”, vietnamnet, April 19, 2016, <http://vietnamnet.vn/vn/giao-duc/300282/trung-binh-moi-nguoi-vn-doc-4-cuon-sach-nam.html>.  
“Người Việt ngày càng mê đọc sách”, Zing. VN, May 15, 2015, <http://news.zing.vn/nguoi-viet-ngay-cang-me-doc-sach-post539684.html>.  
“26% dân số VN không đọc sách: Tỷ lệ thực cao hơn nhiều?”, Triệu Quang, December 11, 2015, <http://danviet.vn/tin-tuc/26-dan-so-vn-khong-doc-sach-ty-le-thuc-cao-hon-nhieu-647190.html>.

的閱讀率為 74% (26%民眾從未閱讀一本書)，44%民眾表示會偶爾閱讀，30%民眾則有定期閱讀的習慣。越南民眾閱讀非教科書的書籍數量偏低，其成因除了與人均所得偏低、年輕一代偏好視聽形式而勝於閱讀等因素有關之外，扮演促進閱讀功能的圖書館，其館藏品質和讀者人數仍待改善。目前越南圖書館的讀者人數只占人口的 8~10%；越南國家圖書館的一般讀者約 5 萬人，省級圖書館平均讀者人數僅 1,000~2,000 人，區級圖書館平均讀者人數僅 500~600 人，公社圖書館/閱覽室讀者人數僅 100~200 人。此外，目前越南全國約有 27,541 所學校，其中擁有圖書館者為 24,746 所，占 89.9%，但真正為標準圖書館的數量則僅占 49.3%。<sup>118</sup>

## 5. 泰國

2017 年並無針對泰國民眾閱讀行為進行調查之研究，最新資料為 2015 年泰國國家統計局調查結果，該調查部分結果已敘述於《105 年臺灣出版產業調查報告》，惟因無其他更新調查數據來源，故本處仍概述泰國國家統計局 2015 年調查數據結果，以顯示泰國民眾之閱讀情況。泰國國家統計局於 2015 年針對泰國民眾閱讀行為進行調查，該調查一般每兩年進行一次，不過泰國國家統計局最新公布調查結果仍為 2015 年。泰國國家統計局與泰國知識區 (Thailand Knowledge Park，簡稱 TK Park) 合作，於 2015 年 5~6 月針對 55,920 個家戶，調查所有年齡族群之泰國民眾的閱讀行為<sup>119</sup>。相較於前次 2013 年的調查，2015 年的調查放寬了閱讀的定義，舉凡閱讀社群媒體、短訊、電子郵件等文字，皆被視為閱讀行為。該調查結果發現，6 歲以上泰國民眾的綜合閱讀率由 2013 年 81.8% 下降至 2015 年 77.7%，減少 4.1%。15 歲以上民眾的綜合閱讀率則為 75.5%。以地區別來看，曼谷都會地區 6 歲以上民眾的綜合閱讀率為 93.5%，15 歲以上民眾的綜合閱讀率為 93%，皆比泰國其他地區高。

在 6 歲以上 77.7% 有閱讀之民眾中，閱讀率由高至低依次為：報紙 67.3%，社群媒體、短訊及電子郵件等文字 51.6%，圖書（不包含教科書）49.7%，定期期刊 42.0%，雜誌 39.9%。若以整體 6 歲以上泰國民眾來看，閱讀率由高至低依

---

<sup>118</sup> <http://thbinhthuan.thainguyen.edu.vn/chuyen-muc/doc-sach-trong-nha-truong-van-hoa-doc-can-phai-doi-moi-c2011-12546.aspx>

<sup>119</sup> <http://service.nso.go.th/nso/web/survey/surpop2-3-1.html>



次為：報紙 51.7%，社群媒體、短訊及電子郵件等文字 39.5%，圖書（不包含教科書）38.4%，定期期刊 32.0%，雜誌 30.5%。

於書籍購買方面，在 6 歲以上 77.7%有閱讀之民眾中，購書率為 20.0%；其中，9.0%民眾的平均購書本數為 1~5 本，4.9%民眾的平均購書本數為 6~10 本，1.9%民眾的平均購書本數為 11~15 本，3.5%民眾的平均購書本數為 15 本以上，0.5%無法記得購書本數。若以 6 歲以上整體泰國民眾來看，購書率為 15.2%。

## 6. 新加坡

2017 年並無針對新加坡民眾閱讀行為進行調查之研究，最新資料為 2016 年新加坡圖書館所進行之調查，該調查部分結果已敘述於《105 年臺灣出版產業調查報告》，惟因無其他更新調查數據來源，故本處仍概述印尼國家圖書館 2016 年調查數據結果，以顯示新加坡民眾之閱讀情況。新加坡國家圖書館於 2016 年 5~8 月針對 3,515 名 20 歲以上成年民眾，透過訪員面訪方式進行調查國民閱讀行為調查<sup>120</sup>。調查結果顯示，於閱讀頻率方面，19%受訪者表示過去一年中每週至少閱讀一次書籍（含紙本及電子書），13%受訪者表示每週至少閱讀一次雜誌（含紙本及電子雜誌），68%受訪者每週至少閱讀一次新聞報導（含紙本及電子報），41%受訪者每週至少閱讀一次閱讀網路和社群媒體文章；包括上述閱讀媒介在內，新加坡民眾的綜合閱讀率為 93%。

69%受訪者每表示過去一年曾閱讀一本以上的書籍（含紙本及電子書）。在 69%有閱讀書籍經驗者中，曾閱讀紙本書者占 95%，曾閱讀電子書者占 41%，曾閱讀有聲書者占 9%。以此比例回推新加坡整體國民閱讀行為，曾閱讀紙本書者約 66%，曾閱讀電子書者約 28%，曾閱讀有聲書者約 6%。另外，該調查並無公布平均每人閱讀書籍本數，但在 69%有閱讀書籍（含紙本及電子書）經驗者中，閱讀本數為 1 本者占 14%，閱讀 2~3 本者占 27%，閱讀 4~5 本者占 19%，閱讀 6~10 本者占 16%，閱讀 11~20 本者占 8%，閱讀 20 本以上者占 11%，5%表示不記得閱讀本數。

---

<sup>120</sup><https://www.nlb.gov.sg/Portals/0/Docs/AboutUs/National%20Reading%20Habits%20Study%202016%20-%20Adults%20-%20full%20report.pdf>

在消費行為上，在 69%有閱讀書籍經驗者中，曾從實體書店購書者占 53%，曾從網路書店購買實體書者占 14%，曾藉由網路免費取得閱讀電子書者占 30%，曾於網路付費閱讀電子書者占 10%。以此比例回推新加坡整體國民購書行為，曾從實體書店購書者約 37%，曾從網路書店購買實體書者約 10%，曾藉由網路免費取得閱讀電子書者約 21%，曾於網路付費閱讀電子書者約 7%。

表貳-7、東南亞主要國家閱讀概況

單位：%

|     | 馬來西亞                                           | 菲律賓                                                       | 印尼                                         | 越南                         | 泰國                                        | 新加坡                                                      |
|-----|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 閱讀率 | 62.8%<br>(綜合閱讀率)<br>38%<br>(圖書閱讀率)<br>(2014 年) | 80%<br>(圖書閱讀率)<br>77%<br>(紙本書閱讀率)<br>(18 歲以上)<br>(2017 年) | 20.49%<br>(教科書閱讀率)<br>(10 歲以上)<br>(2012 年) | 74%<br>(圖書閱讀率)<br>(2014 年) | 75.53%<br>(綜合閱讀率)<br>(15 歲以上)<br>(2015 年) | 93%<br>(綜合閱讀率)<br>69%<br>(圖書閱讀率)<br>(20 歲以上)<br>(2016 年) |

### 三、產業及政策動態：東協主要國家

馬來西亞方面，雖然根據 PwC 預測，2017 年馬來西亞的圖書營業額較 2016 年呈現微幅成長，不過據馬來西亞出版業者觀察，由於吉隆坡國際書展(PBAKL)的實體圖書銷售業績下滑，同時電子書營業額亦未見明顯突破，馬來西亞出版產業目前正面臨整體市場需求萎縮的困境，過去首刷本數平均約 3,000 本，目前已下滑至 1,500 本。除此之外，公共部門的採購預算逐年減少，也衝擊了馬來西亞出版產業的發展；過去公共圖書館、大學及以下各教育機構的圖書採購預算，已從 2015 年約 500 萬馬幣（約 1.2 億美元），縮減至 200 萬馬幣（約 0.5 億美元）。在馬來西亞國家圖書委員會（MBKM）的召集下，包括出版社、發行商、書店等出版產業業者聚集討論未來發展對策，其中一項看法認為應該努力拓展海外市場，目前馬來西亞已有一些年輕人創立的獨立出版社成功走向海外，而這些案例也被傳統出版社認為是未來可以努力的方向。2017 年馬來西亞圖書出口值僅 8 億馬幣（約 1.9 億美元），尚不及近年積極輸出海外市場的印尼圖書。<sup>121</sup>面對各

<sup>121</sup> “Syok sendiri, industri buku tercekik”, August 21th, 2017, <https://www.bharian.com.my/rencana/sastera/2017/08/315283/syok-sendiri-industri-buku-tercekik>.  
 “Reformasi segera industri buku Malaysia”, May 23th, 2018, <https://www.bharian.com.my/rencana/sastera/2018/05/429376/reformasi-segera-industri-buku-malaysia>.

國積極協助其出版業者拓展海外市場，馬來西亞出版業者呼籲政府應考慮給予作者及出版社稅收減免激勵措施，同時改善國家圖書館和地區圖書館採購書籍預算日益減少的情況，以實質支持馬來西亞出版產業的發展。<sup>122</sup>

菲律賓方面，第 38 屆馬尼拉國際書展（MIBF）於 2017 年 9 月召開，該書展是菲律賓最著名的國際書展，該屆書展的展場空間較以往明顯擴大，參與業者包括大型連鎖書店、獨立書店、專長各主題類型圖書之眾多出版社等在內共約 180 家國內外廠商，展現了菲律賓出版產業的蓬勃發展；參展商以菲律賓出版及書店業者為主，雖然國外出版書在書展中受到高度矚目和歡迎，但文學類書籍的銷售仍以菲律賓國內出版品為大宗。<sup>123</sup>在政策動態方面，菲律賓國家圖書供應及出版業協會（National Book Suppliers and Publishers Association of the Philippines, NBSAP）於 2017 年呼籲杜特蒂總統應要求教育部放寬對公共採購教科書的控制，該事件起因於 2013 年在前任政府的執政任期內，教育部加強控制了教科書和教學材料的採購和印刷政策指導，並且暫停三年採購部分教科書及教學材料，此舉使得許多原本提供公立學校採購圖書業務服務的出版社倒閉或裁減人力，而菲律賓國家圖書供應及出版業協會曾於 2016 年行文給教育部要求放寬政策指導，但 2017 年該協會收到的回覆意見則是教育部仍研議中，因此該協會直接呼籲杜特蒂總統介入，要求教育部應遵照第 8047 號共和國法-「圖書出版產業發展法」（Book Publishing Industry Development Act, RA 8047），以協助出版產業發展的角度，重新修正教科書及教學材料採購的相關政策做法。<sup>124</sup>

印尼方面，依據印尼出版商協會（Ikapi）的數據統計，印尼國內圖書市場約有 60% 是來自教育部門的政府採購需求，不僅顯示政府部門採購對印尼圖書市場的重要性，同時也意味著店銷書市場並不活躍；印尼民眾平均每年約購買兩本書，購書需求不高，也因此，每年出版機構申請 ISBN 書號的書種數大約有 10 萬筆，但最後真正出版的大約僅有其中的 40%~45%，而每種圖書的首刷量平均也僅有 3,000 本，而印尼出版協會會員中大約僅有一半是屬於活躍性業者（每年至

---

<sup>122</sup> “Industri buku perlukan talian hayat”, September 27th, 2017, <https://www.bharian.com.my/kolumnis/2017/09/330732/industri-buku-perlukan-talian-hayat>

<sup>123</sup> “PH lit dominates MIBF”, September 20th, 2017, <http://tempo.com.ph/2017/09/20/ph-lit-dominates-mibf/>.

<sup>124</sup> <https://businessmirror.com.ph/book-suppliers-seek-dutertes-help-on-deped-policy-on-reading-materials/>

少出版十種書之出版社)，較具代表性的出版社如曾出版過許多暢銷書的 Bentang Pustaka。影響印尼店銷書市場的另一項重要因素為盜版問題；2017 年 Bentang Pustaka 出版社發現，其出版的幾種暢銷書被盜版製成 pdf 電子書，並且以低價方式銷售，影響了該出版社的紙本書銷售表現。<sup>125</sup>在政策方面，印尼教育文化部（Ministry of Education and Culture）持續支持推廣全國各地區學校開展閱讀運動，印尼政府也宣示將持續擴增新學校設立，同時贈送圖書給學生以鼓勵其閱讀，特別是閱讀一些有助其改善生活條件和增加技能的實用書籍。<sup>126</sup>此外，印尼財政部於 2017 年底宣布，將自 2018 年起針對境外輸入的數位產品課徵關稅，包括進口電子書及軟體等非實體產品；<sup>127</sup>而由於印尼的電子書銷售規模並不大，因此出版界認為此政策對於傳統出版社不會產生太大衝擊。另外，面對數位化衝擊以及生產成本上升，印尼的實體圖書銷售面臨沉重挑戰，印尼出版商協會（Ikapi）認為過去印尼政府較少關注出版產業，呼籲政府應給予出版社財政補貼或稅負減免，以支持出版產業發展。<sup>128</sup>

越南方面，依越南通訊傳播部下屬的出版局（Cục Xuất bản）統計，2017 年約有 25,431 種圖書出版，銷售冊數共約 2.9 億冊，電子書約出版 137 種，其餘包括折頁宣傳品、地圖集等出版品共約 765 種，上述整體出版品合計約出版 26,333 種；公部門的出版機構共 60 家，其中 44 個是政府單位，16 家是國營事業，民營企業部分，越南沒有民營出版社，但允許民營事業出版圖書，2017 年則有 37 家獲得政府核准從事出版活動。<sup>129</sup>年輕讀者的購書意願增加持續支撐越南圖書市場向上成長，2017 年胡志明市書展（Hội sách TP HCM）展位數約 1,000 個，較 2016 年成長 27%，共吸引約 200 家國內外出版產業業者參與，其中有 40 家國外參展業者，來自包括西班牙、德國、日本、韓國、新加坡、印尼、菲律賓等國家，

---

<sup>125</sup> “Buku di Indonesia, Masihkah Dibaca?”, March 16th,

2018, <https://www.voaindonesia.com/a/buku-di-indonesia-masihkah-dibaca-/4301275.html>.

<sup>126</sup> “Menteri Pendidikan Bakal Kirim Buku Bacaan dan Bangun Sekolah PAUD di Desaku Menanti”, April 14th, 2017, <https://www.malangtimes.com/baca/18008/20170414/132850/menteri-pendidikan-bakal-kirim-buku-bacaan-dan-bangun-sekolah-paud-di-desaku-menanti/>.

<sup>127</sup> “Sri Mulyani: Barang Tak Berwujud Bakal Dikenakan Bea Masuk”, December 9th, 2017, <https://bisnis.tempo.co/read/1040809/sri-mulyani-barang-tak-berwujud-bakal-dikenakan-bea-masuk>

<sup>128</sup> “Industri penerbit buku minta keringanan pajak”, May 5th, 2017, <https://industri.kontan.co.id/news/industri-penerbit-buku-minta-keringanan-pajak>.

<sup>129</sup> “Việt Nam xuất bản 300 triệu bản sách trong năm 2017”, November 11th, 2017, <https://news.zing.vn/viet-nam-xuat-ban-300-trieu-ban-sach-trong-nam-2017-post803119.html>.

書展期間預估共售出約 350,000 種圖書、3,500 萬本書。<sup>130</sup>此外，胡志明市於 2017 年農曆新年假期（Tet days）舉辦的書街節活動（Book Street Festival in HCMC），締造約 40 億盾（17.9 萬美元）銷售收入，顯示實體圖書仍受到越南民眾的歡迎；而胡志明市書街節活動的成功經驗，也引起越南其他省份及城市紛紛仿效舉辦類似圖書銷售活動，並以此作為該地方的重要城市文化活動表徵。<sup>131</sup>不過，儘管越南出版市場持續成長，但一般在各國扮演產業推動主力的出版協會，在越南卻長期面臨資源缺乏的發展困境。<sup>132</sup>

泰國方面，由於實體圖書通路銷售表現不佳，因此泰國的施翼書局（SE-ED）開始向出版商收取運費，依圖書定價的 1.4% 乘以圖書出貨量來計算，而此舉讓出版商陷入困難局面，若提高書價來反映成本上升，可能進一步影響銷售表現；依泰國出版產業的獲利分配情況，出版商獲利僅約書價 10%（作者版稅約書價 10%、編輯校對成本約書價 5~10%、印刷裝訂費約書價 25%、經銷發行費用約書價 40~45%、出版社管銷成本約書價 10~15%），利潤十分有限，因此通路端要求收取運費對於出版商經營無異將造成影響。<sup>133</sup>儘管泰國圖書市場近年銷售成長有限，不過於 2017 年 4 月舉辦的第 45 屆全國圖書博覽會及第 15 屆曼谷國際圖書博覽會，仍吸引了超過 430 家出版商及 180 萬人次進場參與，且多數出版商對於書籍銷售表示滿意，使泰國出版業界對於出版市場未來展望仍表示樂觀。<sup>134</sup>在政策動態方面，泰國政府缺乏對出版產業協助的政策，引發泰國出版商與書商協會（The Publishers and Booksellers Association Of Thailand，簡稱 PUBAT）批評，該

---

<sup>130</sup> “Ho Chi Minh City Book Fair gathers 35 million copies”, December 8th, 2018, <http://www.sgpp.org.vn/hoi-sach-tphcm-lan-thu-x-tap-hop-35-trieu-ban-sach-487016.html>.

<sup>131</sup> “Vietnamese still like printed paper books”, June 3rd, 2017, <https://english.vietnamnet.vn/fms/education/173621/vietnamese-still-like-printed-paper-books.html>.

<sup>132</sup> “Những mảng hời ức về Hội Xuất Bản - In - Phát hành sách Việt Nam”, May 19th, 2017, <https://news.zing.vn/nhung-mang-hoi-uc-ve-hoi-xuat-ban-in-phat-hanh-sach-viet-nam-post744575.html>.

<sup>133</sup> ““ราคาและเวลา” การอ่านหนังสือในชุด GO ONLINE”, March 30th, 2017, <https://www.voicetv.co.th/read/475788>.

<sup>134</sup> “นิทรรศการอ่าน: รากฐานการดำรงอยู่ของหนังสือเล่ม” , May 10th, 2017, <http://gotomanager.com/content/%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%90%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%94%E0%B8%B3%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B9%88%E0%B8%A1/>.

協會認為泰國政府對於泰國民眾閱讀率下滑的問題無所作為，同時在積極興建公共圖書館的同時，也未將購書預算列入整體財務規劃中，因此該協會呼籲泰國政府應對此進行改革。<sup>135</sup>而由於泰國整體人口中有 48% 居住於農村地區，這些人口因缺乏接觸圖書的管道和資源，圖書閱讀率並不高，對此，2017 年初泰國內閣通過了由泰國文化部提出的「促進泰國閱讀文化計畫 2017~2021 (Master Plan for Promoting Reading Culture into Part of Thai Learning Society 2017-2021)」，旨在未來幾年將積極推動各個年齡層的泰國民眾進行閱讀。<sup>136</sup>此外，由於受到新科技發展及網路購物之消費型態改變，使得過去五年泰國圖書出版市場大致維持在 260 億泰銖（約 7.7 億美元）的規模，全國實體書店品牌亦大概僅有 100 個，整體書店家數共有 638 家<sup>137</sup>，市場成長力道出現瓶頸，對此，泰國出版商與書商協會新任理事長（兩年一任）提出三大策略，希望重振實體圖書市場再次成長，第一項策略是加強培訓出版商及書商的網路銷售技能；第二項策略是拓展海外市場，未來該協會將透過舉辦國際展會，成為協會成員向海外銷售圖書版權的中心，同時從 2018 年起各省大城市舉辦小型書展的頻率也將增加 6~7 倍；第三項策略是與泰國文化部合作，共同刺激泰國民眾的閱讀需求。<sup>138</sup>

新加坡方面，國際網路電商龍頭 Amazon 於 2017 年 7 月在新加坡推出 Prime Now 快遞服務，標榜在 Prime Now 訂購貨品能在兩小時內送達，同時消費金額超過一定金額可免運費，新加坡圖書出版商協會對此曾表示，此對於新加坡書店經營者而言將增加競爭壓力，不過也有一些出版商認為 Amazon 進入新加坡可以刺激更多新加坡民眾對閱讀感興趣。<sup>139</sup>不過，Amazon 在新加坡的市場拓展仍面臨一些限制有待突破，包括新加坡民眾偏好於實體通路購物，因此電商營業額占比仍不比上其他已開發國家，以及當地電商市場幾乎已被中國大陸的阿里巴巴和京東商城所佔據。<sup>140</sup>新加坡政府對出版產業並無完整的產業政策，不過有鑑於新

---

<sup>135</sup> “ธุรกิจหนังสือต่อทรงตัว” , March 14th, 2017, <https://www.posttoday.com/market/news/485029>.

<sup>136</sup> “(ร่าง) แผนแม่บทส่งเสริมวัฒนธรรมการอ่านสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ของไทย พ.ศ. 2560 -2564”, January 17th, 2017, <https://www.ryt9.com/s/cabt/2586177>.

<sup>137</sup> “สถานการณ์ธุรกิจหนังสือ นักเขียนพิมพ์เอง ร้านลด ออนไลน์โต 18 ปกต่อวัน เฉลี่ยเล่มละ 233 บาท” , July 27th, 2018, [https://www.matichon.co.th/entertainment/news\\_1059291](https://www.matichon.co.th/entertainment/news_1059291).

<sup>138</sup> “ภารกิจ...นายกใหม่ ฟิ้นตลาดหนังสือ 2.6 หมื่นล้าน” , September 26th, 2017, <https://www.prachachat.net/marketing/news-45120>.

<sup>139</sup> “Amazon poses threat to Singapore retailers but may help grow readership”, August 10th, 2017, <https://www.straitstimes.com/lifestyle/arts/amazon-boon-and-bane-for-local-booksellers>.

<sup>140</sup> “為什麼無往不利的亞馬遜 卻在新加坡踢到鐵板？” , 經濟日報, 2017 年 10 月 9 日。

加坡閱讀文學人口的逐漸萎縮，除了舉辦新加坡作家節（Singapore Writers Festival, SWF）之外，2017 年 2 月由新加坡國家圖書發展委員會（National Book Development Council of Singapore）發起、由國家藝術委員會（National Arts Council）贊助支持的「購買新加坡文學出版品（#BuySingLit）」運動。<sup>141</sup>在 2/24~2/26 舉辦期間，共計超過 50 家出版產業業者（含出版社、書店及經銷發行商）響應參與，吸引 23,000 人次參與，有 68% 受訪參與民眾表示在參與後對本地文學作品的興趣有所提升，同時參與廠商表示其期間銷售業績相較於一般週末增加了 24%。<sup>142</sup>該運動被出版產業界視為政府介入協助產業發展的好開始，同時業界也希望新加坡政府能承此，更進一步積極來協助書店的發展。<sup>143</sup>

---

<sup>141</sup> “Support local: New #BuySingLit movement hopes to boost Singapore literary scene”, February 2nd, 2017, <https://www.channelnewsasia.com/news/singapore/support-local-new-buysinglit-movement-hopes-to-boost-singapore-l-7539852>.

<sup>142</sup> National Arts Council Singapore (2017). Story of the Arts: National Arts Council Annual Report FY 2016/2017. <https://www.nac.gov.sg/dam/jcr:ce86f395-52ac-4617-8452-ef9fd57edda5>.

<sup>143</sup> “Help bookstores in Singapore survive”, February 11th, 2017, <https://www.straitstimes.com/lifestyle/maibag-help-bookstores-in-singapore-survive>.

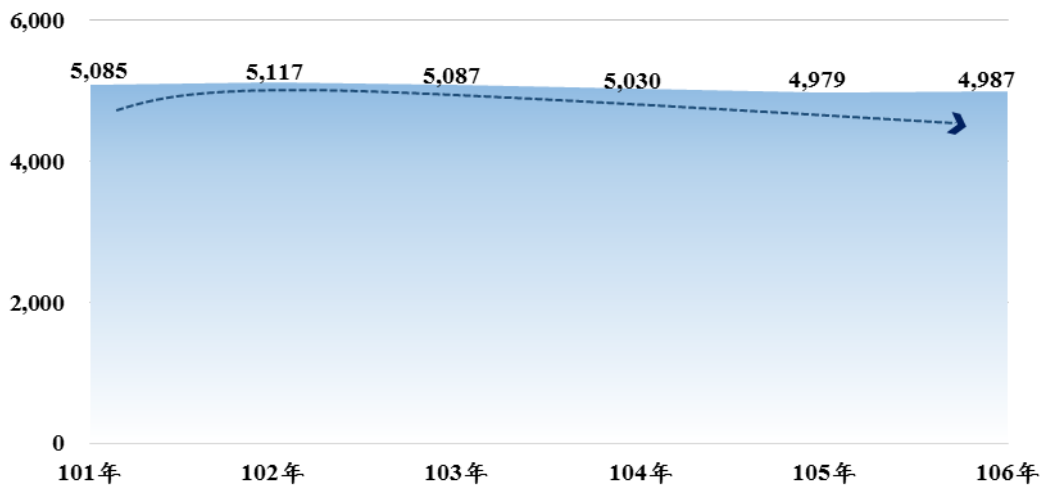
## 第參章 我國出版產業概況分析

### 第一節 出版產業調查母體概況探討

#### 壹、圖書出版產業家數

據國家圖書館國際標準書號中心公布之歷年臺灣圖書出版現況及其趨勢分析所載，臺灣地區 100 年申請 ISBN 之圖書出版單位共計 4,969 家，101 年共 5,085 家，102 年成長至 5,117 家高峰後，即呈衰退走勢。106 年申請 ISBN 之圖書出版單位共計 4,987 家，較 105 年 4,979 家微幅增加 0.2%。

(單位:家)



資料來源：國家圖書館國際標準書號中心

圖參-1、臺灣地區 101 年至 106 年申請 ISBN 之圖書出版機構家數

圖書出版產業廠商家數中，有相當比例之出版社屬個人、小型業者與非常態經營出版機構，如學校系所、科技公司之非專營出版業務者，另部分出版社為達品牌區隔策略，至經濟部商業司申請單一公司，於國家圖書館國際標準書號中心登記多間出版社名稱，形成出版集團。據悉，我國部分大型出版集團為迎合分眾化市場趨勢，採品牌差異化策略而致旗下出版社達數十間之數。

據國家圖書館國際標準書號 (ISBN) 中心 107 年統計資料顯示，106 年計有 4,987 家圖書出版單位申請 ISBN，本研究進一步索取相關統計數據，結果顯示申請 ISBN 編號 4 組號碼以上之出版社為 997 家，扣除政府機關、學校及個人，則僅有 839 家。由此可見，臺灣地區出版機構不計少數，然實際出版四種以上圖書



之民間營利單位則僅占 16.8%，顯見國內圖書出版單位以出版為經營目的者未逾半數。

## 貳、圖書出版產業經營狀況

106 年臺灣出版產業調查係以 106 年實際出版量逾 4 種業者（不包括個人及政府機關）為調查母體。根據國家圖書館國際標準書號中心所提供資料顯示，該年度國內新書 ISBN 碼申請量符合要求條件之出版單位計 997 家，經初步盤查，確認 106 年實際出版並扣除結束營業、停歇業、政府機關、個人出版，以及無法取得進一步聯繫等單位後，實際有效出版業者共 542 家<sup>144</sup>。

### 一、出版機構區位分布

本研究根據 106 年出版產業調查母體資料，將其所在地域劃分為五區位，分別為北部地區、中部地區、南部地區、東部地區及離島地區。

就當前母體資料顯示，全臺出版產業者最高比例（86.7%）為北部地區，其中又以臺北市（56.3%）、新北市（27.5%）所占份額最重，大臺北地區合計達 83.8% 之高比例。南部地區業者列居第二位，占 7.2%。其中，以臺南市及高雄市為多，各占 3.3%；再者為中部業者，占 6.1%，大多集中在臺中市（4.4%）。其餘東部與離島地區則未有相對活躍之出版社設址於該處。

由此可見，臺灣地區書籍出版產業者設立地點考量以商業行為與經濟活動頻繁、高人口密度、資訊發達及資源充裕之地區為主，故東部及離島地區出版產業者趨近於零。

表參-1、出版機構區位分布

單位：家、%

| 編號 | 區位（縣市）別 | 廠商品牌家數 | 比重（%） |
|----|---------|--------|-------|
|    | 北部      | 470    | 86.7% |
| 1  | 臺北市     | 305    | 56.3% |
| 2  | 新北市     | 149    | 27.5% |
| 3  | 基隆市     | 1      | 0.2%  |

<sup>144</sup> 考量部分出版社僅為大型出版集團旗下品牌且無獨立統一編號，其雖有自身成立目的且座落區位亦與總公司不同，但因該類機構業務發展目標多屬輔助性質為主（如聯繫、配送等），故而進行出版集團整併。因此此處調查對象為 542 家，而非進行出版集團整併前之 997 家。

| 編號 | 區位（縣市）別   | 廠商品牌家數     | 比重（%）         |
|----|-----------|------------|---------------|
| 4  | 桃園市       | 8          | 1.5%          |
| 5  | 新竹市       | 5          | 0.9%          |
| 6  | 新竹縣       | 1          | 0.2%          |
| 7  | 宜蘭縣       | 1          | 0.2%          |
|    | <b>中部</b> | <b>33</b>  | <b>6.1%</b>   |
| 8  | 苗栗縣       | 1          | 0.2%          |
| 9  | 臺中市       | 24         | 4.4%          |
| 10 | 彰化縣       | 4          | 0.7%          |
| 11 | 南投縣       | 3          | 0.6%          |
| 12 | 雲林縣       | 1          | 0.2%          |
|    | <b>南部</b> | <b>39</b>  | <b>7.2%</b>   |
| 13 | 嘉義縣       | 0          | 0.0%          |
| 14 | 嘉義市       | 2          | 0.4%          |
| 15 | 臺南市       | 18         | 3.3%          |
| 16 | 高雄市       | 18         | 3.3%          |
| 17 | 屏東縣       | 1          | 0.2%          |
|    | <b>東部</b> | <b>0</b>   | <b>0.0%</b>   |
| 18 | 花蓮縣       | 0          | 0.0%          |
| 19 | 臺東縣       | 0          | 0.0%          |
|    | <b>離島</b> | <b>0</b>   | <b>0.0%</b>   |
| 20 | 澎湖縣       | 0          | 0.0%          |
| 21 | 金門縣       | 0          | 0.0%          |
| 22 | 連江縣       | 0          | 0.0%          |
|    | <b>總計</b> | <b>542</b> | <b>100.0%</b> |

資料來源：本研究整理

## 二、登記資本概況

就登記資本額而言，我國出版產業以資本額 100 萬元至 299 萬元業者占比最高（24.9%）；其次，資本額未滿 100 萬元企業占 24.2%；第三，資本額 1,000 萬元至 3,999 萬元企業占 18.5%；第四，資本額 500 萬元至 999 萬元機構占比 14.6%。另外，未及一成比例者分別為 300 萬元至 499 萬元（7.0%）、4,000 萬元至 0.99 億元（5.9%）、1 億元至 4.99 億元（3.9%），以及 5 億元以上（1.1%）。

進一步觀察母體組成發現，登記資本額新臺幣 1,000 萬元以下業者有 383 家，占比達 70.7%，顯示我國出版產業以中小企業型態經營者居多數。資本額逾新臺

幣 1 億元大型出版機構中，除包含旗下掌控多家品牌與書系之出版集團外，尚涵蓋跨文創產業經營之資通訊科技公司、財團法人組織，以及傳播媒體企業。

表參-2、出版社登記資本額分布概況

單位：家、%

| 編號 | 資本額級距         | 廠商品牌家數<br>(比重) | 編號 | 資本額級距             | 廠商品牌家數<br>(比重) |
|----|---------------|----------------|----|-------------------|----------------|
| 1  | 未滿 100 萬元     | 131<br>(24.2%) | 5  | 1,000 萬元～3,999 萬元 | 100<br>(18.5%) |
| 2  | 100 萬元～299 萬元 | 135<br>(24.9%) | 6  | 4,000 萬元～0.99 億元  | 32<br>(5.9%)   |
| 3  | 300 萬元～499 萬元 | 38<br>(7.0%)   | 7  | 1 億元～4.99 億元      | 21<br>(3.9%)   |
| 4  | 500 萬元～999 萬元 | 79<br>(14.6%)  | 8  | 5 億元以上 (含)        | 6<br>(1.1%)    |

資料來源：本研究整理

### 三、成立年數分析

表參-3、出版社成立年數分布概況

單位：家、%

| 成立年數分布 | 5 年以下 (未含) | 5～10 年 (未含) | 10～20 年 (未含) | 20 年以上 |
|--------|------------|-------------|--------------|--------|
| 廠商品牌家數 | 53         | 82          | 163          | 244    |
| 比 重    | 9.8%       | 15.1%       | 30.1%        | 45.0%  |

資料來源：本研究整理

於 542 間出版機構中，最高比例 (45.0%) 係成立年數達 20 年以上之資深企業；其次，30.1% 業者成立年數落於 10 年以上而未滿 20 年區間；再其次，有 15.1% 乃成立年數介於 5 年以上而未滿 10 年者。另外，成立年數低於 5 年者則占比 9.8%。綜合而論，儘管我國出版產業以中小型規模組織為主，然經營發展年數超過 10 年以上者占比逾七成，顯示其結構相對穩定而可經市場考驗。

#### 四、出版規模級距

表參-4、各類型出版社之申請 ISBN 種數及占比

單位：種、%

| 出版社類型          |             | 申請 ISBN<br>種數 | 出版社間數 | 申請 ISBN 種數<br>占比 |
|----------------|-------------|---------------|-------|------------------|
| 大型專業出版企業/集團(註) |             | 5,175         | 11    | 21.8%            |
| 未分類            | 逾 300 種以上   | 3,992         | 7     | 16.8%            |
|                | 100 種~299 種 | 4,447         | 24    | 18.7%            |
|                | 050 種~099 種 | 3,257         | 42    | 13.7%            |
|                | 030 種~049 種 | 2,401         | 65    | 10.1%            |
|                | 010 種~029 種 | 3,320         | 194   | 14.0%            |
|                | 004 種~009 種 | 1,164         | 199   | 4.9%             |
| 總計             |             | 23,756        | 542   | 100.0%           |

註：本表之大型專業出版企業/集團非以資本額為分類依據，而係以網路書店公布出版社銷售排名為參考依據，將其中具代表性業者歸列於本類別，包括城邦出版集團、時報文化、遠見天下文化、天下雜誌事業群、遠流出版、聯經出版、讀書共和國、大雁文化、圓神出版、三采文化、皇冠文化等十一家大型專業出版企業/集團。

資料來源：本研究整理

整體而言，我國書籍出版相對集中於大型專業出版企業/集團以及申請 ISBN 出版種數逾 100 種以上之出版社，前述項目業者合計之申請出版種數達 13,614 種（申請出版種數占比為 57.3%）。其餘級距業者雖 ISBN 申請出版種數占逾四成（42.7%），然其出版社間數明顯偏高，且其涵蓋諸多非以書籍出版為主要營業項目之廠商。

## 第二節 臺灣地區圖書行銷傳播通路業經營狀況

我國圖書行銷傳播通路可概分為團購、實體書店、郵購、直銷、網路書店與數位出版品流通販售平臺（簡稱數位平臺）等商務交易管道。實體書店係指擁有實體銷售門市之書店；直銷則指直接由業務人員或推銷人員將書直接或郵寄送達消費者；郵購、團購與網路書店乃指透過型錄或網路等方式銷售圖書；數位平臺則指藉數位服務平臺系統銷售或租賃數位出版品。前述各類書籍行銷傳播路徑，以實體書店所據市場份額最高，網路書店最具規模效應，數位平臺為當前新興趨勢且深具發展潛力，故本研究進一步針對該類業態行深入之探討。

### 壹、整體實體書店經營與發展概況

106 年我國知名連鎖書店多家分店因租約到期<sup>145</sup>結束營業，具有歷史意義<sup>146</sup>或負有地方社會責任<sup>147</sup>之單一／二手／獨立書店因各自因素亦持續呈現關店潮，使得國內實體書店數逐年下降，顯示國內書店之經營環境不佳的現實與嚴峻。

出版產業行銷通路涵蓋甚廣，難以盡數普查。當前整體出版產業行銷通路業者之母體參考基礎來源主要有三，分別為財政部營利事業家數及銷售額統計之「書籍、雜誌零售業」資料、歷年《臺灣出版產業調查》，以及文化部於 106 年至 107 年辦理之書店普查：「106 年度全國實體書店營運調查案」。下列將分別針對三種出版產業行銷通路母體來源進行說明。

#### 一、財政部營利事業家數及銷售額統計之「書籍、雜誌零售業」

根據財政部營利事業家數及銷售額統計之「書籍、雜誌零售業」資料，106 年底，我國實體書店共 2,113 家，較 96 年 2,603 家減少 18.8%，達 490 家結束營業。若以 104 年至 106 年進行觀察，亦減少 4.0%，89 家結束營業，呈現逐年遞減的趨勢。

---

<sup>145</sup> <http://news.ltn.com.tw/news/local/paper/1124636>、<https://news.tvbs.com.tw/life/832936>

<sup>146</sup> <http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2085910>

<sup>147</sup> <https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=240159>

表參-5、各縣市實體書店家數與人口數比

單位：家、人

| 實體書店家數   |                |                |                | 各縣市實體書店數人口比 |        |        |
|----------|----------------|----------------|----------------|-------------|--------|--------|
| 年度<br>地區 | 104 年          | 105 年          | 106 年          | 104 年       | 105 年  | 106 年  |
| 新北市      | 258<br>(-18)   | 250<br>(-8)    | 237<br>(-13)   | 15,390      | 15,917 | 16,821 |
| 臺北市      | 477<br>(1)     | 462<br>(-15)   | 441<br>(-21)   | 5,670       | 5,835  | 6,084  |
| 桃園市      | 146<br>(0)     | 146<br>(0)     | 145<br>(-1)    | 14,423      | 14,711 | 15,090 |
| 臺中市      | 289<br>(-11)   | 288<br>(-1)    | 285<br>(-3)    | 9,496       | 9,608  | 9,779  |
| 臺南市      | 208<br>(1)     | 204<br>(-4)    | 201<br>(-3)    | 9,065       | 9,245  | 9,386  |
| 高雄市      | 248<br>(3)     | 236<br>(-12)   | 237<br>(1)     | 11,205      | 11,777 | 11,717 |
| 宜蘭縣      | 40<br>(-3)     | 43<br>(3)      | 43<br>(0)      | 11,453      | 10,640 | 10,619 |
| 新竹縣      | 41<br>(0)      | 45<br>(4)      | 48<br>(3)      | 13,221      | 12,166 | 11,504 |
| 苗栗縣      | 45<br>(-2)     | 49<br>(4)      | 46<br>(-3)     | 12,531      | 11,412 | 12,039 |
| 彰化縣      | 82<br>(2)      | 82<br>(0)      | 76<br>(-6)     | 15,720      | 15,697 | 16,874 |
| 南投縣      | 37<br>(0)      | 37<br>(0)      | 37<br>(0)      | 13,770      | 13,653 | 13,542 |
| 雲林縣      | 40<br>(-4)     | 39<br>(-1)     | 38<br>(-1)     | 17,491      | 17,817 | 18,168 |
| 嘉義縣      | 29<br>(-1)     | 26<br>(-3)     | 25<br>(-1)     | 17,925      | 19,820 | 20,447 |
| 屏東縣      | 59<br>(3)      | 58<br>(-1)     | 57<br>(-1)     | 14,259      | 14,410 | 14,560 |
| 臺東縣      | 14<br>(-1)     | 13<br>(-1)     | 15<br>(2)      | 15,889      | 16,985 | 14,636 |
| 花蓮縣      | 43<br>(-1)     | 43<br>(0)      | 40<br>(-3)     | 7,720       | 7,696  | 8,231  |
| 澎湖縣      | 9<br>(-1)      | 9<br>(0)       | 9<br>(0)       | 11,367      | 11,474 | 11,564 |
| 基隆市      | 16<br>(0)      | 17<br>(1)      | 18<br>(1)      | 23,257      | 21,888 | 20,637 |
| 新竹市      | 53<br>(2)      | 49<br>(-4)     | 50<br>(1)      | 8,190       | 8,925  | 8,823  |
| 嘉義市      | 55<br>(2)      | 54<br>(-1)     | 52<br>(-2)     | 4,916       | 4,998  | 5,181  |
| 金門縣      | 13<br>(-2)     | 13<br>(0)      | 13<br>(0)      | 10,215      | 10,393 | 10,574 |
| 連江縣      | 0<br>(-)       | 0<br>(-)       | 0<br>(-)       | -           | -      | -      |
| 總計       | 2,202<br>(-30) | 2,163<br>(-39) | 2,113<br>(-50) | 10,669      | 10,883 | 11,155 |

註：括弧內為較前一年度減少之書店家數

資料來源：財政部營利事業家數及銷售額統計（104 年至 106 年）

進一步檢視各縣市實體書店與人口數間之相對比例，該數據顯示每人平均可分配實體書店家數持續遞減，就 104 年各縣市實體書店數及人口比觀之，臺北市實體書店 477 家而人口數計 270.5 萬，平均 5,670 位臺北市民可分配一家書店；但於 106 年，臺北市擁有 268.3 萬人口數、實體書店 441 家，平均每家書店需服務的市民人數已上升至 6,084 位。以全國來看，臺北市之實體書店雖然呈現減少，但其實體書店數量仍居全國首位。此外，就實體書店數量觀察，雖然臺中市居次，但其數量乃至於其它縣市，相較於臺北市益形懸殊，部分縣市甚至只有個位數或無開設書店的情況存在。

以臺灣本島及外島分別觀察，本島當中，實體書店家數最少者為臺東縣，計有 15 家，平均每家書店需服務 14,636 位縣民；平均每家書店需服務人數最高者為基隆市，境內 18 家實體書店，平均需服務 20,637 位市民；而平均每家書店需服務人數最低者為嘉義市，境內 52 家實體書店，平均服務 5,181 位市民。

在外島方面，澎湖縣、金門縣、連江縣之實體書店數量已連續 2 年無明顯波動，而連江縣亦持續維持 0 家實體書店的狀況。當中，以金門縣擁有 13 家實體書店為最高；平均每家書店需服務人數則以澎湖縣的 11,564 人高於金門縣。

整體而言，受網路書店通路益趨蓬勃發展、圖書銷售通路折扣廝殺愈形劇烈，以及店面租賃支出、與經營成本日漸高漲等相關因素衝擊，諸多實體書店面臨營業額衰退與資源耗盡無以為繼之窘境，最終僅得宣告歇業或倒閉（下表）。

表參-6、實體書店（書籍、雜誌零售業）之營業額與變動率

單位：新臺幣千元

| 地區 \ 年度 | 104 年                 | 105 年                 | 106 年                |
|---------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| 新北市     | 2,202,881<br>(-6.6%)  | 1,816,356<br>(-17.6%) | 1,659,941<br>(-8.6%) |
| 臺北市     | 11,159,041<br>(-0.2%) | 10,322,426<br>(-7.5%) | 9,801,029<br>(-5.1%) |
| 桃園市     | 637,541<br>(-10.7%)   | 570,366<br>(-10.5%)   | 515,306<br>(-9.6%)   |
| 臺中市     | 1,556,336<br>(0.7%)   | 1,555,758<br>(-0.1%)  | 1,414,916<br>(-9.1%) |
| 臺南市     | 3,877,234<br>(-1.0%)  | 3,879,382<br>(0.1%)   | 3,840,185<br>(-1.0%) |
| 高雄市     | 1,284,992<br>(-6.0%)  | 1,291,176<br>(0.5%)   | 1,294,917<br>(0.3%)  |
| 宜蘭縣     | 122,103<br>(1.3%)     | 116,991<br>(-4.2%)    | 102,946<br>(-12.0%)  |
| 新竹縣     | 166,464<br>(-2.5%)    | 161,789<br>(-2.8%)    | 176,785<br>(9.3%)    |



| 地區 \ 年度 | 104 年                 | 105 年                 | 106 年                 |
|---------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 苗栗縣     | 134,574<br>(-15.2%)   | 139,694<br>(3.8%)     | 139,774<br>(0.1%)     |
| 彰化縣     | 458,740<br>(-6.0%)    | 391,964<br>(-14.6%)   | 330,060<br>(-15.8%)   |
| 南投縣     | 97,824<br>(-6.3%)     | 109,283<br>(11.7%)    | 101,556<br>(-7.1%)    |
| 雲林縣     | 125,368<br>(-3.6%)    | 103,309<br>(-17.6%)   | 98,280<br>(-4.9%)     |
| 嘉義縣     | 84,544<br>(-8.7%)     | 76,626<br>(-9.4%)     | 75,371<br>(-1.6%)     |
| 屏東縣     | 132,587<br>(-10.0%)   | 144,225<br>(8.8%)     | 139,042<br>(-3.6%)    |
| 臺東縣     | 94,284<br>(-3.5%)     | 88,619<br>(-6.0%)     | 90,728<br>(2.4%)      |
| 花蓮縣     | 177,609<br>(-3.9%)    | 183,737<br>(3.5%)     | 172,674<br>(-6.0%)    |
| 澎湖縣     | 19,151<br>(-0.1%)     | 18,658<br>(-2.6%)     | 18,266<br>(-2.1%)     |
| 基隆市     | 123,550<br>(19.2%)    | 159,597<br>(29.2%)    | 150,830<br>(-5.5%)    |
| 新竹市     | 497,935<br>(-0.5%)    | 425,434<br>(-14.6%)   | 369,367<br>(-13.2%)   |
| 嘉義市     | 328,857<br>(-1.4%)    | 338,463<br>(2.9%)     | 327,820<br>(-3.1%)    |
| 金門縣     | 18,712<br>(-12.1%)    | 17,058<br>(-8.8%)     | 18,036<br>(5.7%)      |
| 連江縣     | -<br>(-)              | -<br>(-)              | 0<br>(-)              |
| 總計      | 23,300,327<br>(-1.9%) | 21,910,911<br>(-6.0%) | 20,837,829<br>(-4.9%) |

註：括弧內為較前一年度減少之銷售額變動率

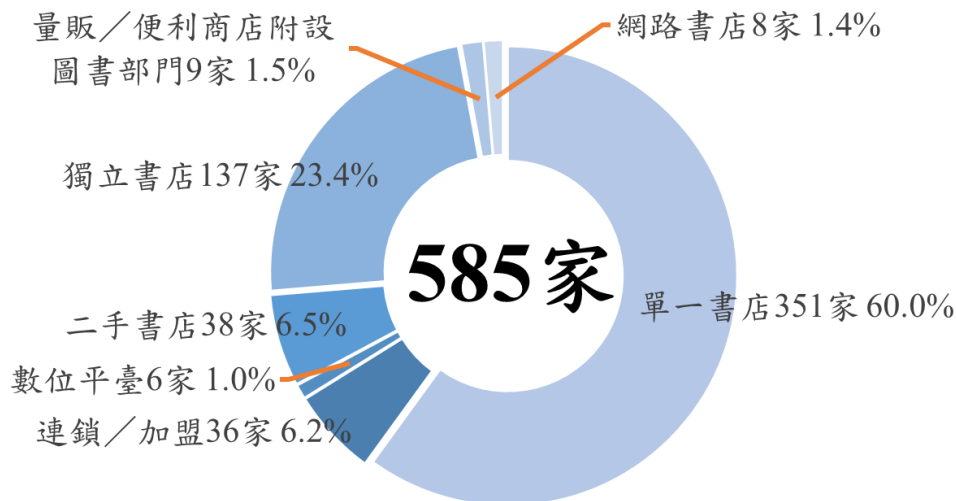
資料來源：財政部營利事業家數及銷售額統計

## 二、《臺灣出版產業調查》之母體情況

前述實體書店數據取自財政部營利事業家數及銷售額統計之「書籍、雜誌零售業」項目，受原始資料限制，其中尚包含非屬該行業範疇業者與非一般性書籍書店，例如以販售文具為主的書局，與當前所關切之主要大眾圖書通路業者之經營內涵有所差異。

由於出版行銷通路涵蓋甚廣而難以盡數普查，故本研究僅針對單一／獨立書店、獨立書店、二手書店、網路書店、連鎖加盟書店、量販／便利商店附設圖書部門與數位平臺等書籍零售業態進行調查。另一方面，因各量販與便利商店所附設之圖書部門與其本業差異甚大且難以蒐集相關資料，故僅發放問卷而未進行母體分析。經統計，106 年臺灣出版行銷通路產業調查母體為 585 家，若不含數位平臺則為 579 家。





資料來源：本研究繪製。

註：獨立書店名單採計自有限責任台灣友善書業供給合作社書店社員、台灣獨立書店文化協會所出版之《2016 福爾摩沙書店地圖手冊》。

圖參-2、106 年臺灣出版行銷通路產業調查母體分布

#### （一）單一／二手／獨立書店調查母體概況

承上，由於前述財政部「書籍、雜誌零售業」之 106 年共 2,113 家業者，無法藉由客觀判斷該行業之報稅廠商是否均有販售圖書之營業行為，因此為確認實體通路確有經營販售圖書活動者方為本調查對象，故本研究以《105 年臺灣出版產業調查》之行銷通路母體名單、經濟部商業司商工登記資料、政府獎補助名單、網路推薦名單，以及獨立書店名單採計自「有限責任台灣友善書業供給合作社」書店社員、台灣獨立書店文化協會<sup>148</sup>所出版之《2016 福爾摩沙書店地圖手冊》等資料來源為基礎，並以排除販售文具用品與參考書籍之專營型單一／二手／獨立書店為主要調查對象，經聯絡清查，確認 106 年實際販售圖書並扣除結束營業、停歇業與解散撤銷等單位後，最終有效單一／二手／獨立書店業者共 526 家。

為了解當前調查母體組成背景，本研究將進一步針對其區位分布、登記資本與成立年數等項目，歸納探討概述如下。

<sup>148</sup> 台灣獨立書店文化協會之會員皆為個人會員，但其並無公開其個人會員名單，且其入會規則，因其會員是由獨立書店經營者及獨立書店的讀者們所共同組成，因此並不限於書店業者入會。

## 1. 區位分布概述

表參-7、單一／二手／獨立書店區位分布

單位：家、%

| 編號 | 區位（縣市）別   | 書店家數       |            | 比重（%）         |               |
|----|-----------|------------|------------|---------------|---------------|
|    |           | 105 年      | 106 年      | 105 年         | 106 年         |
|    | <b>北部</b> | <b>213</b> | <b>229</b> | <b>39.7%</b>  | <b>43.5%</b>  |
| 1  | 臺北市       | 104        | 113        | 19.4%         | 21.5%         |
| 2  | 新北市       | 44         | 43         | 8.2%          | 8.2%          |
| 3  | 基隆市       | 3          | 1          | 0.6%          | 0.2%          |
| 4  | 桃園市       | 27         | 32         | 5.0%          | 6.1%          |
| 5  | 新竹市       | 15         | 11         | 2.7%          | 2.1%          |
| 6  | 新竹縣       | 8          | 13         | 1.4%          | 2.5%          |
| 7  | 宜蘭縣       | 13         | 16         | 2.4%          | 3.0%          |
|    | <b>中部</b> | <b>153</b> | <b>142</b> | <b>28.5%</b>  | <b>27.0%</b>  |
| 8  | 苗栗縣       | 9          | 9          | 1.6%          | 1.7%          |
| 9  | 臺中市       | 89         | 81         | 16.5%         | 15.4%         |
| 10 | 彰化縣       | 27         | 25         | 5.0%          | 4.8%          |
| 11 | 南投縣       | 11         | 7          | 2.1%          | 1.3%          |
| 12 | 雲林縣       | 18         | 20         | 3.4%          | 3.8%          |
|    | <b>南部</b> | <b>144</b> | <b>127</b> | <b>26.8%</b>  | <b>24.1%</b>  |
| 13 | 嘉義縣       | 14         | 11         | 2.6%          | 2.1%          |
| 14 | 嘉義市       | 17         | 17         | 3.2%          | 3.2%          |
| 15 | 臺南市       | 42         | 42         | 7.9%          | 8.0%          |
| 16 | 高雄市       | 56         | 41         | 10.4%         | 7.8%          |
| 17 | 屏東縣       | 15         | 16         | 2.7%          | 3.0%          |
|    | <b>東部</b> | <b>20</b>  | <b>21</b>  | <b>3.7%</b>   | <b>4.0%</b>   |
| 18 | 花蓮縣       | 15         | 10         | 2.7%          | 1.9%          |
| 19 | 臺東縣       | 5          | 11         | 1.0%          | 2.1%          |
|    | <b>離島</b> | <b>7</b>   | <b>7</b>   | <b>1.3%</b>   | <b>1.3%</b>   |
| 20 | 澎湖縣       | 6          | 6          | 1.1%          | 1.1%          |
| 21 | 金門縣       | 1          | 1          | 0.2%          | 0.2%          |
| 22 | 連江縣       | 0          | 0          | 0.0%          | 0.0%          |
|    | <b>總計</b> | <b>537</b> | <b>526</b> | <b>100.0%</b> | <b>100.0%</b> |

資料來源：本研究整理

本研究將調查母體對象之所在地域，依照國家發展委員會所頒布之《都市及區域發展統計彙編》劃分為五區位，分別為北部地區、中部地區、南部地區、東部及離島地區<sup>149</sup>。就當前母體資料顯示，全國單一／二手／獨立書店業者最高比例（43.5%）為北部地區，其中又以臺北市（21.5%）、新北市（8.2%）所占份額最高，大臺北地區合計達 29.7 之比例。其次係位居中部地區的業者（27.0%）該區域業者又以臺中市（15.4%）為多；而南部業者則以 24.1% 比重列居第三，其中則以位於臺南市（8.0%）為多；東部與離島地區則分別占 4.0% 及 1.3%。

從上述可知，我國單一／二手／獨立書店業者設立地點考量同樣以商業行為與經濟活動頻繁、高人口密度、資訊發達及資源充裕之地區為主，故東部及離島地區出版產業者均未及一成。

## 2. 登記資本概況

在登記資本額方面，我國單一／二手／獨立書店以資本額未滿 100 萬元業者占比最高（69.0%）；其次，資本額 100 萬元至 299 萬元者為 11.6%；第三，資本額 500 萬元至 999 萬元者占 5.9%。另外，比例未達 5% 者分別為資本額 300 萬元至 499 萬元（3.8%）、1 億元至 4.99 億元（2.5%）、4,000 萬元至 0.99 億元（1.3%），以及 5 億元以上（含）（0.4%）。

進一步觀察母體組成發現，登記資本額新臺幣 1,000 萬元以下業者占比達 90.3%，顯示我國單一／二手／獨立書店以中小型態經營者居多數。登記資本額逾億元之單一／二手／獨立書店業態，範疇涵蓋大型出版集團兼營門市據點、跨文創產業經營之資通訊公司、複合式服務業之圖書部門，以及財團法人等。

---

<sup>149</sup> 依據國家發展委員會所出版之《都市及區域發展統計彙編》，將澎湖縣劃為中部地區，本案將其歸類為離島地區，以凸顯離島地區之特性。

表參-8、本研究盤點實際販售圖書之單一／二手／獨立書店登記資本額分布概況

單位：新臺幣、家、%

| 編號 | 資本額級距         | 家數（比重）         | 編號 | 資本額級距             | 家數（比重）       |
|----|---------------|----------------|----|-------------------|--------------|
| 1  | 未滿 100 萬元     | 363<br>(69.0%) | 5  | 1,000 萬元～3,999 萬元 | 29<br>(5.5%) |
| 2  | 100 萬元～299 萬元 | 61<br>(11.6%)  | 6  | 4,000 萬元～0.99 億元  | 7<br>(1.3%)  |
| 3  | 300 萬元～499 萬元 | 20<br>(3.8%)   | 7  | 1 億元～4.99 億元      | 13<br>(2.5%) |
| 4  | 500 萬元～999 萬元 | 31<br>(5.9%)   | 8  | 5 億元以上（含）         | 2<br>(0.4%)  |

資料來源：本研究整理

### 3. 成立年數分析

表參-9、本研究盤點實際販售圖書之單一／二手／獨立書店成立年數分布概況

單位：家、%

| 成立年數分布 | 5 年以下（未含） | 5～10 年（未含） | 10～20 年（未含） | 20 年以上 |
|--------|-----------|------------|-------------|--------|
| 家 數    | 104       | 80         | 112         | 230    |
| 比 重    | 19.8%     | 15.2%      | 21.3%       | 43.7%  |

資料來源：本研究整理

於 526 家單一／二手／獨立書店中，其最高比例（43.7%）係成立年數達 20 年以上之老牌書店；其次，21.3%比例業者成立年數落於 10 年以上而未滿 20 年區間；再其次，為成立年數低於 5 年者占 19.8%，以及成立年數介於 5 年以上而未滿 10 年者為 15.2%。綜合而論，儘管我國單一／二手／獨立書店以中小型規模為主，然經營發展年數超過 10 年以上者占 65.0%，顯示當前其雖面臨嚴峻挑戰，然其經營策略相對彈性而可隨機變動，進而可通過市場考驗與擁有固定消費族群。然值得注意的是，於執行 104 年、105 年出版產業調查時，部分社區型歷史悠久單一／二手／獨立書店表示，受營業額衰退、人力匱乏與成本不堪負荷等因素影響，其將考慮轉型至以銷售文具與參考書為主之書店，甚或結束營業。

### （二）連鎖書店發展概況

據臺灣連鎖暨加盟協會出版《2018 臺灣連鎖店年鑑》所載，連鎖書店歸類於流行時尚業內之圖書文具項目。106 年度總家數為 21 家；總店舖數為 357 家，219 家（61.3%）為直營店；138 家（38.7%）為加盟店，平均每家店坪數約為 163 坪。

表參-10、連鎖書店經營情形

單位：家、坪

| 編號 | 品牌名稱     | 營業項目 | 總店數 | 直營(含專櫃) | 加盟  | 平均坪數    |
|----|----------|------|-----|---------|-----|---------|
| 總計 |          |      | 357 | 219     | 138 | 163     |
| 1  | 金玉堂      | 圖書文具 | 131 | 0       | 131 | 92      |
| 2  | 金石堂      | 圖書文具 | 41  | 35      | 6   | 150     |
| 3  | 誠品       | 圖書文具 | 39  | 39      | 0   | -       |
| 4  | 諾貝爾      | 圖書文具 | 13  | 13      | 0   | 300     |
| 5  | 敦煌       | 圖書文具 | 20  | 20      | 0   | 100     |
| 6  | 建宏書局     | 圖書文具 | 5   | 4       | 1   | 280     |
| 7  | Fnac 法雅客 | 文化複合 | 18  | 18      | 0   | 500     |
| 8  | 墊腳石      | 圖書文具 | 12  | 12      | 0   | 100     |
| 9  | 五南文化廣場   | 圖書文具 | 6   | 6       | 0   | 100     |
| 10 | 九乘九文具    | 圖書文具 | 14  | 14      | 0   | 200-340 |
| 11 | 聯經       | 圖書文具 | 2   | 2       | 0   | 100     |
| 12 | 紀伊國屋     | 圖書文具 | 4   | 4       | 0   | 180     |
| 13 | 書田       | 圖書文具 | 2   | 2       | 0   | 80      |
| 14 | 麗文文化事業   | 圖書文具 | 24  | 24      | 0   | -       |
| 15 | 若水堂      | 簡體圖書 | 5   | 5       | 0   | 100     |
| 16 | 茉莉二手文具   | 圖書文具 | 5   | 5       | 0   | -       |
| 17 | 政大書城(註)  | 圖書文具 | 3   | 3       | 0   | -       |
| 18 | 穎城文化廣場   | 圖書文具 | 6   | 6       | 0   | 40      |
| 19 | 何嘉仁書店    | 圖書文具 | 3   | 3       | 0   | 100     |
| 20 | 三民書局     | 圖書文具 | 2   | 2       | 0   | 120     |
| 21 | 蔦屋書店     | 圖書文具 | 2   | 2       | 0   | -       |

註：政大書城依《2018 臺灣連鎖店年鑑》資料，營業項目係歸類為圖書，惟考量其實際亦有販售文具，故本研究將其營業項目標示為圖書文具。

資料來源：臺灣連鎖暨加盟協會《2018 臺灣連鎖店年鑑》

由於連鎖加盟書店受企業總部策略規劃一定程度影響，故其組織結構與發展考量與一般單一／二手／獨立書店業者必呈現部分差異，需進一步分離探討。是故，本研究以 105 年臺灣出版產業調查行銷通路母體名單、政府獎補助名單、臺灣連鎖店年鑑，以及網路推薦名單等資料來源為基礎，以排除販售文具用品與參考書籍之一般書店為主要調查對象，經聯絡清查，確認 106 年實際販售圖書並扣

除結束營業、停歇業與解散撤銷等單位後，最終有效連鎖加盟業者共 36 家。

為了解當前調查母體組成背景，本研究將進一步針對其區位分布、登記資本與成立年數等項目，歸納探討概述如下。

## 1. 區位分布概述

表參-11、連鎖加盟書店區位分布

單位：家、%

| 編號        | 區位（縣市）別 | 家數        | 比重（%）        |
|-----------|---------|-----------|--------------|
| <b>北部</b> |         | <b>19</b> | <b>52.8%</b> |
| 1         | 臺北市     | 11        | 30.6%        |
| 2         | 新北市     | 4         | 11.1%        |
| 3         | 基隆市     | 0         | 0.0%         |
| 4         | 桃園市     | 3         | 8.3%         |
| 5         | 新竹市     | 0         | 0.0%         |
| 6         | 新竹縣     | 0         | 0.0%         |
| 7         | 宜蘭縣     | 1         | 2.8%         |
| <b>中部</b> |         | <b>7</b>  | <b>19.4%</b> |
| 8         | 苗栗縣     | 0         | 0.0%         |
| 9         | 臺中市     | 5         | 13.9%        |
| 10        | 彰化縣     | 0         | 0.0%         |
| 11        | 南投縣     | 2         | 5.6%         |
| 12        | 雲林縣     | 0         | 0.0%         |
| <b>南部</b> |         | <b>9</b>  | <b>25.0%</b> |
| 13        | 嘉義縣     | 0         | 0.0%         |
| 14        | 嘉義市     | 0         | 0.0%         |
| 15        | 臺南市     | 4         | 11.1%        |
| 16        | 高雄市     | 4         | 11.1%        |
| 17        | 屏東縣     | 1         | 2.8%         |
| <b>東部</b> |         | <b>1</b>  | <b>2.8%</b>  |
| 18        | 花蓮縣     | 0         | 0.0%         |
| 19        | 臺東縣     | 1         | 2.8%         |
| <b>離島</b> |         | <b>0</b>  | <b>0.0%</b>  |

| 編號 | 區位（縣市）別 | 家數 | 比重（%）  |
|----|---------|----|--------|
| 20 | 澎湖縣     | 0  | 0.0%   |
| 21 | 金門縣     | 0  | 0.0%   |
| 22 | 連江縣     | 0  | 0.0%   |
| 總計 |         | 36 | 100.0% |

註：105、106 年度連鎖加盟書店家數大幅減少係因本年度調整發放方式，調查問卷以寄送至總公司為主，且排除轉型銷售文具、參考書籍、文創商品與生活雜貨等其它經營項目為主之業者。  
資料來源：本研究整理

本研究將調查母體資料之所在地域劃分為五區位，分別為北部地區、中部地區、南部地區、東部及離島地區。就當前母體資料顯示，全國連鎖加盟書店業者最高比例（52.8%）為北部地區，其中又以臺北市（30.6%）所占份額最重。其次係位居南部地區業者（25.0%），而該區域業者又以高雄市（11.1%）、臺南市（11.1%）為多；而中部業者則以 19.4% 比重列居第三，其中則以位於臺中市（13.9%）居高；東部與離島地區之占比則分別為 2.8%、0.0%。

我國連鎖加盟書店業者設立地點考量同樣以商業行為與經濟活動頻繁、高人口密度、資訊發達及資源充裕之縣市為主，且多緊鄰教育機構或座落於文教區。部分連鎖加盟業者經營根據地以中南部地區為主，但臺北市仍為部分業者設置總公司據點之首選。而東部及離島地區連鎖加盟店數仍相對偏低。

## 2. 登記資本概況

就登記資本額而言，我國連鎖加盟書店以資本額未滿 100 萬元者占比最高（27.8%）；其次則為資本額 100 萬元至 299 萬元、500 萬元至 999 萬元、1,000 萬至 3,999 萬元等三者皆占 13.9%；再者為 300 萬元至 499 萬元、1 億元至 4.99 億元、5 億元以上（含）等三者皆占 8.3%；最後，則是 4,000 萬元至 0.99 億元者占 5.6%。

進一步觀察母體組成可知，登記資本額新臺幣 4,000 萬元以下業者占比達 77.8%，顯示我國連鎖加盟書店以中小企業型態經營者居多數。登記資本額逾新臺幣 1 億元之連鎖加盟書店業者，則以創意生活百貨與複合式經營者為主。



表參-12、連鎖加盟書店登記資本額分布概況

單位：家、%

| 編號<br>資本額級距 |               | 家數<br>(比重)    | 編號<br>資本額級距 |                   | 家數<br>(比重)   |
|-------------|---------------|---------------|-------------|-------------------|--------------|
| 1           | 未滿 100 萬元     | 10<br>(27.8%) | 5           | 1,000 萬元～3,999 萬元 | 5<br>(13.9%) |
| 2           | 100 萬元～299 萬元 | 5<br>(13.9%)  | 6           | 4,000 萬元～0.99 億元  | 2<br>(5.6%)  |
| 3           | 300 萬元～499 萬元 | 3<br>(8.3%)   | 7           | 1 億元～4.99 億元      | 3<br>(8.3%)  |
| 4           | 500 萬元～999 萬元 | 5<br>(13.9%)  | 8           | 5 億元以上 (含)        | 3<br>(8.3%)  |

資料來源：本研究整理

### 3. 成立年數分析

表參-13、連鎖加盟成立年數分布概況

單位：家、%

| 成立年數分布 | 5 年以下 (未含) | 5～10 年 (未含) | 10～20 年 (未含) | 20 年以上 |
|--------|------------|-------------|--------------|--------|
| 家 數    | 2          | 6           | 12           | 16     |
| 比 重    | 5.6%       | 16.7%       | 33.3%        | 44.4%  |

資料來源：本研究整理

於 36 間連鎖加盟書店中，其最高比例（44.4%）為成立年數 20 年以上者；其次，33.3%比例業者成立年數落於 10 年以上而未滿 20 年區間者；再其次，則為成立 5 年以上且未滿 10 年者，占 16.7%。綜合而論，我國連鎖加盟書店雖以中小型規模為主，而在實體圖書市場不景氣的當下，加盟業者之展店意願低落，而有能力在市場上展店者，則是在市場站穩腳步的老牌連鎖書店，或是引進外國書店品牌之非原從事書店經營的代理投資商。

### 4. 連鎖書店發展概述

國內過往連鎖書店體系以新學友、金石堂與誠品等三大品牌為主，全盛時期各業者旗下擁數十至逾百家分店。然，新學友書局受自然災害重創後，艱辛求存至 100 年全面結束營業；金石堂十年來從 110 家分店萎縮至 41 家<sup>150</sup>，除旗艦店於 104 年關閉，亦於 107 年 6 月關閉全國最老的分店：臺北城中店；政大書城則

<sup>150</sup> 大數聚，〈從數字看書市（上）：出版產值與書店數的「雪崩式下滑」〉，2017 年 5 月 30 日。http://ez2o.com/6e6Am



於 105 年初租約到期後，正式撤出北臺灣區域經營<sup>151</sup>。而近年誠品雖然進行其分店據點的調整，使得整體分店數波動不大，不過誠品仍承接臺北捷運中山地下書街之經營，並將於臺北南西商圈、花蓮、高雄、臺中<sup>152</sup>、新店<sup>153</sup>展店，以及桃園分店<sup>154</sup>的復店工作。此外，由亞藝國際代理經營的日本「蔦屋書店」(Tsutaya Bookstore)帶起國內對於書店將提升區域生活素質<sup>155</sup>的想像，甚至將書店作為景點經營<sup>156</sup>，進而帶動書店人潮。綜觀上述，我國連鎖加盟書店的发展，除了既有的複合百貨式經營外，創造閱讀與生活氛圍之新型態書店，可能是未來的發展趨勢。

而根據過往調查顯示，大型連鎖書店銷售量占書商整體圖書銷售之三至四成，一旦連鎖書店營運出現危機，將連帶影響中游與上游廠商。故連鎖書店之營運狀況攸關國內圖書出版產業正常發展。受近年營收欠佳景況影響，連鎖書店雖感經營壓力益趨沉重，然其業已積極整合旗下銷售據點資源，衡量與調整書店體質，思考未來經營方向，並提出各類通路轉型與複合式發展計畫，力求活化通路特性。

### 三、文化部「106 年度全國實體書店營運調查案」之普查概況

與本年度《106 年臺灣出版產業調查》同步進行之「106 年度全國實體書店營運調查案」，為文化部針對國內整體實體書店進行實地的普查工作。其透過上述資料進行母體的統整並以「實地走訪」的方式進行普查 1,804 家業者，最終到訪其中的 1,541 家，並依訪查情況，排除歇業、停業、轉型、搬離、已無販售圖書、以書店之名從事非書店之業務等業者，盤查出仍有販售圖書之業者共計 869

---

<sup>151</sup> KAIROS 風向新聞，〈政大書城臺大店歇業 五萬本書 3.5 折大拍賣〉，2016 年 2 月 26 日。  
<https://kairos.news/29262>

<sup>152</sup> 經濟日報，〈誠品生活展店 衝獲利〉，2018 年 5 月 1 日。  
<https://money.udn.com/money/story/5710/3116264>

<sup>153</sup> 自由時報，〈新店「裕隆城」動工了 誠品與威秀影城即將進駐〉，2017 年 10 月 5 日。  
<http://estate.ltn.com.tw/article/3968>

<sup>154</sup> 好房網，〈桃園誠品復活有望 下半年預計再展店〉，2018 年 6 月 3 日。  
<https://news.housefun.com.tw/news/article/903865197647.html>

<sup>155</sup> 好房網，〈不是書店！它意外成為有錢人的「隱藏版生活圈」〉，2018 年 4 月 10 日。  
<https://news.housefun.com.tw/news/article/178886193010.html>

<sup>156</sup> 聯合新聞網，〈臺灣書店一家家收 蔦屋書店霸氣開新店〉，2018 年 4 月 28 日。  
<https://www.gvm.com.tw/article.html?id=44042>

家<sup>157</sup> (511 家單一／二手／獨立書店<sup>158</sup>、358 家連鎖書店)，最終接受其普查者為 478 家。

上述之接受該報告普查的 478 家書店，以一般圖書最為其店內主要陳列者計有 410 家；以專業書籍作為其店內主要陳列者計有 68 家。若以經營型態區分，407 家屬於單一書店；53 家屬於連鎖書店系統；5 家屬於企業集團經營；13 家屬於出版社門市。上述之書店不包含於店內多數陳列國小／國中／高中參考書（含字／辭典）、考試用書、漫畫書等書店業者，僅針對於店內主要陳列一般／專業圖書的書店業者納入其分析對象當中。

根據此報告的實際調查數／樣本分析顯示，1,541 家業者當中，以臺中市的 265 家（17.2%）之業者數最高，其次則為臺北市（13.3%）、高雄市（12.39%）、新北市（8.7%），以及臺南市（6.3%）；在 478 家樣本業者方面，則以臺北市的 153 家為最高（32.0%），其次為高雄市（13.2%）、臺中市（13.0%）、宜蘭縣（5.0%），以及臺南市（4.6%）。與本年度之《106 年臺灣出版產業調查》之母體／樣本多集中於六都的情況雷同。

根據本研究比對後發現，部分「有限責任台灣友善書業供給合作社」之社員書店並無被計算上述之 1,541 家業者當中，可能與其社員書店有不少為本業非為書店之業者紛紛投入經營獨立書店，或者上述獨立書店業者實際販售圖書之面積占其整體店面比例較小所致，而上述這些本業非經營書店之業者可能無法單從財政部、經濟部之次級資料得知。另一方面，文化部於本年度研究執行期間，同步進行「106 年度全國實體書店營運調查案」，受限於調查時間、調查與統計方式、研究限制的不同，以致母體對象不完全一致的情況。

## 貳、網路書店（狹義）經營狀況

如前所述，本研究調查所指涉之網路書店係狹義指僅於網路平臺上專營銷售出版品之業者。排除當前部分出版社或實體書店，於網路架構銷售平臺，建置便

---

<sup>157</sup> 該報告之 869 家仍販售圖書之書店計算方式為：其接受普查者共 478 家，其中 53 家為連鎖書店，而根據臺灣連鎖暨加盟協會所出版之《2017 臺灣連鎖店年鑑》，其連鎖書店家數為 358 家，此 358 家連鎖書店當中與接受普查的 32 家連鎖書店重複，故兩者相減後併入接受普查的 478 家當中，另再加入拒訪但實際仍有販售圖書的非連鎖之書店 65 家，合計 869 家。

<sup>158</sup> 該報告之 511 家單一／二手／獨立書店計算方式為 478 家接受普查之書店，扣除其中 32 家屬連鎖體系之業者，再加入 65 家拒絕接受普查但仍有販售圖書的業者，合計 511 家。

捷消費者選購書籍，以及快速結帳、配送圖書商品之網路書店系統。而由於我國尚無完整之網路書店名單與相關政府報告，故本研究以 105 年臺灣出版產業調查行銷通路母體名單、政府獎補助名單、中華徵信所企業資料庫，以及網路推薦名單與關鍵字搜尋等資料來源為基礎，將利用網際網路銷售圖書，並建構完備金流與物流系統之網路書店（狹義）列為主要調查對象。經聯絡清查，確認 106 年實際運用網路販售圖書，並扣除結束營業、停歇業與解散撤銷等單位，最終有效網路書店（狹義）業者共 8 家。

為了解當前調查母體組成背景，本研究將進一步針對其區位分布、登記資本與成立年數等項目，歸納探討概述如下。

## 一、區位分布概述

本研究將調查母體資料之所在地域劃分為五區位，分別為北部地區、中部地區、南部地區、東部及離島地區。就當前母體資料顯示，我國網路書店（狹義）業者皆位於北部地區（100.0%），其中，臺北市（87.5%）與新北市（12.5%）兩區域即囊括全數業者。而中部、南部、東部與離島地區則未有此業態經營者進駐。

此顯示，我國網路書店總部設立地點同樣集中於商業行為與經濟活動頻繁、人口密集、資通訊建設完備及資源充裕之地區，其僅物流中心與配送據點分散於全國各地，以節約倉儲成本與便捷配送商品。

## 二、登記資本概況

就登記資本額而言，我國網路書店（狹義）之資本額以 1 億元至 4.99 億元業者為最多，占整體 37.5%；其次為 500 萬元至 999 萬元者（25.0%），以及 300 萬元至 499 萬元、4,000 萬元至 0.99 億元、5 億元以上（含）等三者之占比皆為 12.5%。

從上述可推測，我國網路書店（狹義）經營規模相對整體出版社與實體書店等業態高，此或與其所需資金偏高，因其需建構完備金流與物流系統，及掌控相關資通訊技術有關。

表參-14、網路書店（狹義）登記資本額分布概況

單位：新臺幣、家、%

| 編號<br>資本額級距 |               | 家數<br>(比重)   | 編號<br>資本額級距 |                   | 家數<br>(比重)   |
|-------------|---------------|--------------|-------------|-------------------|--------------|
| 1           | 未滿 100 萬元     | 0<br>(0.0%)  | 5           | 1,000 萬元～3,999 萬元 | 0<br>(0.0%)  |
| 2           | 100 萬元～299 萬元 | 0<br>(0.0%)  | 6           | 4,000 萬元～0.99 億元  | 1<br>(12.5%) |
| 3           | 300 萬元～499 萬元 | 1<br>(12.5%) | 7           | 1 億元～4.99 億元      | 3<br>(37.5%) |
| 4           | 500 萬元～999 萬元 | 2<br>(25.0%) | 8           | 5 億元以上 (含)        | 1<br>(12.5%) |

資料來源：本研究整理

### 三、成立年數分析

表參-15、經營網路書店（狹義）之出版社成立年數分布概況

單位：家、%

| 成立年數分布 | 5 年以下（未含） | 5～10 年（未含） | 10～20 年（未含） | 20 年以上 |
|--------|-----------|------------|-------------|--------|
| 家 數    | 0         | 1          | 1           | 6      |
| 比 重    | 0.0%      | 12.5%      | 12.5%       | 75.0%  |

資料來源：本研究整理

在 8 間網路書店（狹義）當中，占比最高（75.0%）係耕耘出版產業達 20 年以上之長青業者；其次則為成立 5 至 10 年、10 以上未滿 20 年區間者，占比皆為 12.5%，無業者成立年數低於 5 年。綜合而論，我國網路書店（狹義）以跨域發展之大型企業為主，經營 10 年以上者近九成，顯示經營資歷較長之企業相對穩定且資金充裕，較能掌握產業交易運作規則及脈絡，方有能力架構相關交易系統與聘僱所需人才，部分業者甚至涵蓋業務範疇至物流領域。

### 參、數位平臺經營狀況

與網路書店概況相同，我國尚無完整之數位平臺名單與相關政府報告，故本研究以 105 年臺灣出版產業調查行銷通路母體名單、政府獎補助名單、中華徵信所企業資料庫，以及網路推薦名單與關鍵字搜尋等資料來源為基礎，將藉由數位服務平臺系統銷售或租賃數位出版品之業者納為主要調查對象。經聯絡清查，確認 106 年實際運用數位服務平臺販售或租賃一般圖書，並進一步扣除結束營業、停歇業與解散撤銷等單位後，最終有效數位平臺業者共 6 家。

為了解當前調查母體組成背景，本研究將進一步針對其區位分布、登記資本與成立年數等項目，歸納探討概述如下。

#### 一、區位分布概述

本小節根據 106 年出版產業調查母體資料，將其所在地域劃分為五區位，分別為北部地區、中部地區、南部地區、東部及離島地區。就當前母體資料顯示，全國數位平臺業者家數最高比例為北部地區（66.7%），位其業者皆坐落於臺北市；其次則為中部地區，占 33.3%，且皆位於臺中市；南部、東部與離島地區則未有此業態經營者進駐。

觀察上述可知，我國數位平臺業者設立地點同樣集中於商業行為與經濟活動頻繁、高人口密度、資通訊基礎建設完備及資源充裕之地區為主，以致南部、東部及離島地區較少數位平臺業者進駐。

## 二、登記資本概況

以登記資本額觀察，我國數位平臺以資本額 1 億至 4.99 億元業者占比最高（50.0%）；其次則為資本額 500 萬元至 999 萬元、1,000 萬元至 3,999 萬元、5 億元以上（含）等三者，占比皆為 16.7%。

進一步觀察母體組成發現，數位平臺業者之登記資本額皆逾新臺幣 1,000 萬元以上者占 83.3%，顯示我國數位平臺經營規模相對整體出版社與實體書店等業態高，此或與其所需資金相對偏高，且需掌握相關資通訊與數位版權管理技術有關。

表參-16、數位平臺登記資本額分布概況

單位：新臺幣、家、%

| 編號 | 資本額級距         | 家數<br>(比重)   | 編號 | 資本額級距             | 家數<br>(比重)   |
|----|---------------|--------------|----|-------------------|--------------|
| 1  | 未滿 100 萬元     | 0<br>(0.0%)  | 5  | 1,000 萬元～3,999 萬元 | 1<br>(16.7%) |
| 2  | 100 萬元～299 萬元 | 0<br>(0.0%)  | 6  | 4,000 萬元～0.99 億元  | 0<br>(0.0%)  |
| 3  | 300 萬元～499 萬元 | 0<br>(0.0%)  | 7  | 1 億元～4.99 億元      | 3<br>(50.0%) |
| 4  | 500 萬元～999 萬元 | 1<br>(16.7%) | 8  | 5 億元以上（含）         | 1<br>(16.7%) |

資料來源：本研究整理

## 三、成立年數分析

表參-17、數位平臺成立年數分布概況

單位：家、%

| 成立年數分布 | 5 年以下（未含） | 5～10 年（未含） | 10～20 年（未含） | 20 年以上 |
|--------|-----------|------------|-------------|--------|
| 家數     | 1         | 3          | 1           | 1      |
| 比重     | 16.7%     | 50.0%      | 16.7%       | 16.7%  |

資料來源：本研究整理

在 6 家數位平臺企業當中，以成立年數介於 5 年以上而未滿 10 年者者占比最高（50.0%）；其次則為成立 5 年以下、成立 10 年以上而未滿 20 年、成立 20

年以上等三者，占比皆為 16.7%。綜合而論，儘管我國數位平臺以大型資訊企業為主，其經營資歷相對出版業者、實體書店與網路書店淺而較具創新思維，顯示其企業組織結構相對穩定且具開發能力，經營策略相對彈性而可應對市場需求快速變化之考驗。

## 肆、臺灣地區大型圖書出版及行銷通路營收情形

### 一、營收淨額排名

根據中華徵信所《2018TOP 5,000 臺灣地區大型企業排名》之調查，106 年進入國內 5,000 大企業排名中之圖書出版產業者有 6 家，圖書出版行銷業者有 4 家。依營收淨額來看，圖書出版產業者及圖書出版行銷業者經營規模有所差距。圖書出版產業者除城邦文化事業之營收淨額達新臺幣 10 億元以上外，其餘企業營收皆低於新臺幣 10 億元；而圖書出版行銷業者則係除聯合發行之營收逾新臺幣 10 億元，其餘營收淨額規模皆不及新臺幣 10 億元。

而經營數位出版事業與通路之廠商中，以博客來數位科技營收最高，其為國內最大網路書店，且倘若保守估計其圖書銷售收入僅總營收之五成，其圖書營收表現仍優於出版行銷業中營收最高之聯合發行股份有限公司，同時，博客來數位科技之圖書營收淨額亦高於其他任一家出版行銷公司，且與 105 年相比，其營收淨額仍有 5.1%之漲幅，由此足見博客來數位科技為目前國內最大實體圖書銷售管道之一。

### 二、經營成效

至於營收成長表現方面，出版產業代表性廠商之整體營收呈微幅成長（0.6%），而經營行銷通路之出版行銷業代表性業者，其營收則呈衰退趨勢（-5.2%），顯示產業上下游代表性廠商之不同營收情況；下游行銷通路業者受到當今購書率下滑之影響，紙本書的發行人數與民眾消費閱讀已不如往昔頻繁，僅從事圖書販售之業務恐難維持收支平衡，許多通路紛紛綜合經營其他業務或產品以彌平營收缺口。至於數位出版事業部分，博客來數位科技營收呈現 5.1%之成長態勢。

另外，雖然整體出版產業近年營業額成長趨緩或下滑，但從下表代表性廠商之營收表現可以看出，個別業者亦可能因特殊市場利基或經營模式差異獲取營收成長動態。而藉由探討營收持續成長之相關業者的經營模式，亦可進一步研討產業未來可行之發展或轉型方向。



表參-18、 106 年出版產業及出版行銷業之代表性廠商營收表現

|            | 排名 | 企業           | 服務業營收<br>淨額排名 | 營收淨額<br>(百萬元) | 營收成長率<br>(%) | 稅前純益<br>(百萬元) | 純益率<br>(%) | 員工人數<br>(人) | 生產力指<br>標 (千元) | 備註                                  |
|------------|----|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|------------|-------------|----------------|-------------------------------------|
| 出版產業       | 1  | 城邦文化事業       | 653           | 1,526         | -8.2         | 141           | 9.2        | 508         | 277            | 旗下有五大事業<br>體，逾卅出版品牌                 |
|            | 2. | 時報文化出版事業     | 1,432         | 431           | -2.5         | 37            | 8.6        | 139         | 267            | 出版綜合圖書                              |
|            | 3. | 遠流出版事業       | 1,547         | 371           | 5.2          | 36            | 9.8        | 134         | 272            | 出版綜合圖書                              |
|            | 4. | 聯經出版事業       | 2,019         | 175           | 10.9         | -             | -          | 90          | -              | 出版綜合圖書                              |
|            | 5  | 幼獅文化         | 2,126         | 140           | -6.7         | -             | -          | 89          | -              | 以出版童書、青少<br>年優良讀物為主                 |
|            | 6. | 歲世環宇國際媒<br>體 | 2,223         | 106           | 4.6          | 4             | 3.6        | 63          | 60             | 旗下有五大事業<br>體，其中紙本雜誌<br>出版為其起家事<br>業 |
|            | 累計 |              | -             | 2,749         | 0.6          | 218           | 31.2       | 1,023       | 876            |                                     |
| 出版行銷業      | 1  | 聯合發行         | 731           | 1,286         | -8.1         | 36            | 2.8        | 214         | 166            |                                     |
|            | 2  | 敦煌書局         | 936           | 866           | 0.7          | -             | -          | 250         | -              |                                     |
|            | 3  | 金石堂圖書        | 970           | 832           | -6.2         | -             | -          | 295         | -              |                                     |
|            | 4  | 松崗資產管理       | 2,015         | 175           | -7.2         | -             | -          | -           | -              |                                     |
|            | 累計 |              | -             | 3,159         | -5.2         | 36            | 2.8        | 759         | 166            |                                     |
| 無店面零售業     | 1  | 博客來數位科技      | 217           | 6,764         | 5.1          | 512           | 7.6        | 285         | 1,796          |                                     |
| 前 500 大服務業 |    |              | -             | -             | 0.3 (平均)     | -             | 9.3 (平均)   | -           | -              |                                     |

註：生產力指標=稅後純益／員工人數。

資料來源：中華徵信所《2018 TOP 5000 臺灣地區大型企業排名》

### 第三節 臺灣地區圖書進出口金額、國別與種類

根據財政部關務署、經濟部國際貿易局「中華民國輸出入貨品分類表」（簡稱 C.C.C Code）分類，圖書類號列僅能清楚區分出四種類型，分別為「4901.10.00.00-0 書籍、小冊、傳單及類似印刷品、單頁，是否摺疊者均在內」、「4901.91.00.00-2 字典及百科全書，及其分期發行者」、「4901.99.90.00-5 其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品，非單頁者」及「4903.00.10.00-8 兒童圖畫書」等項目。

#### 壹、近三年各類圖書進出口概況

整體而言，我國各類圖書年進口總值呈逐年下滑態勢，其由 104 年新臺幣 30.4 億元下修至 106 年新臺幣 27.4 億元，跌幅為 9.9%。出口總值則呈持續走高發展，其由 104 年新臺幣 25.8 億元成長至 105 年新臺幣 35.6 億元（增加新臺幣 9.8 億元），106 年進一步揚升至新臺幣 39.8 億元（增加新臺幣 4.2 億元）。

表參-19、臺灣圖書進出口金額（新臺幣）

單位：新臺幣

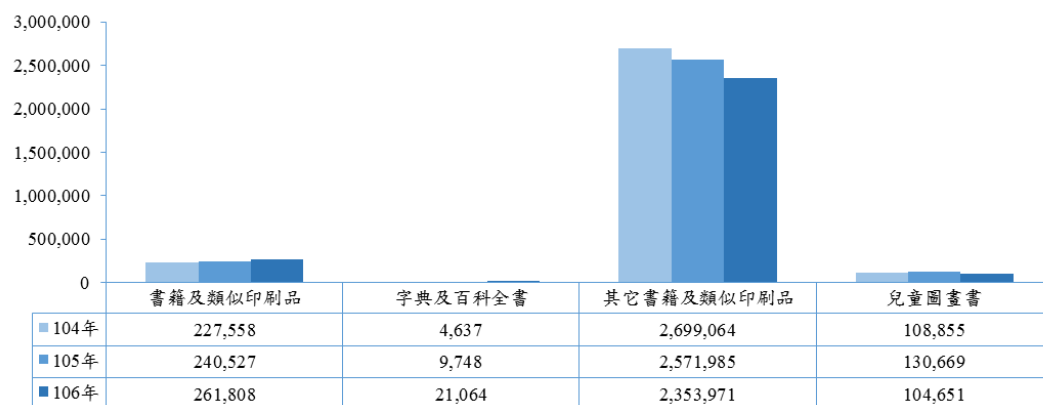
| 項目 | 進口金額    |         |         | 出口金額    |         |         |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 年度 | 104 年   | 105 年   | 106 年   | 104 年   | 105 年   | 106 年   |
| 金額 | 30.4 億元 | 29.5 億元 | 27.4 億元 | 25.8 億元 | 35.6 億元 | 39.8 億元 |

資料來源：財政部海關進出口統計，本研究整理

#### 一、進口金額

104 年至 106 年圖書進口類別中，皆以「其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品者」之金額為最高，約新臺幣 23.5 億元至 27.0 億元間，惟近三年該品項之進口金額呈微幅下滑趨勢；「書籍、小冊、傳單及類似印刷品」與「字典及百科全書」雖遠低於前述類別，但兩者進口金額在近三年皆有持續成長趨勢，尤其「字典及百科全書」類項，106 年之成長率達 116.1%，此趨勢不容小覷。此外，「兒童圖畫書」進口金額雖僅名列第三，然其金額一直維持平穩態勢。

進口總值(新臺幣千元)

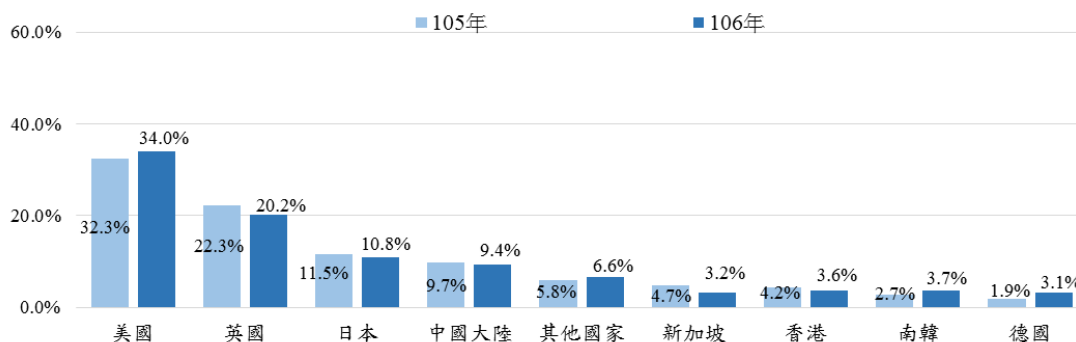


資料來源：財政部海關進出口統計

圖參-3、104 年至 106 年我國各類圖書進口概況

## 二、進口國家分布

據財政部海關進出口統計資料顯示，106 年圖書進口國家之金額，以美國所占比率最高（34.0%），其次為英國（20.2%）、日本（10.8%）、中國大陸（9.4%）及其他國家（6.6%），其國家分布情況與 105 年類似。



資料來源：財政部海關進出口統計

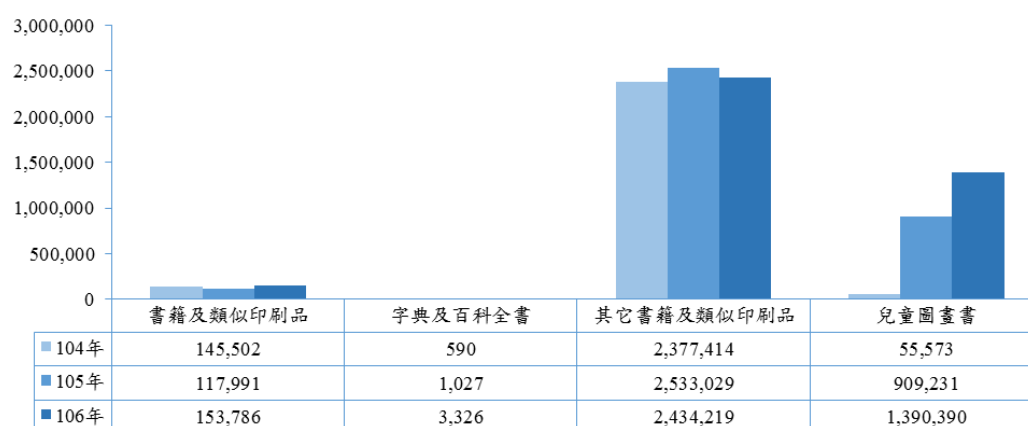
圖參-4、105 年至 106 年我國圖書進口國家分布

## 三、出口金額

104 年至 106 年圖書出口類別中，亦皆以「其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品者」金額最高，約新臺幣 23.8 億元~25.3 億元間，其金額雖略有震盪起伏，然整體維持平穩態勢；「兒童圖畫書」出口金額名列第二，其金額自 104 年新臺幣 0.6 億元一舉成長至 106 年 13.9 億元，增加幅度高達 2401.9%，為近三年整體圖書出口躍升之主要貢獻來源。「書籍、小冊、傳單及類似印刷品」震盪起伏於

新臺幣 1.2 億元至 1.5 億元間，位居第三序列；而「字典及百科全書」之出口金額雖然較其餘三類圖書低，惟其近三年出口總值呈明顯增長態勢，其金額自 104 年新臺幣 59.0 萬元遞增至 105 年 102.7 萬元，106 年再度升至 332.6 萬元，較 105 年成長 223.9%。

出口總值(新臺幣千元)

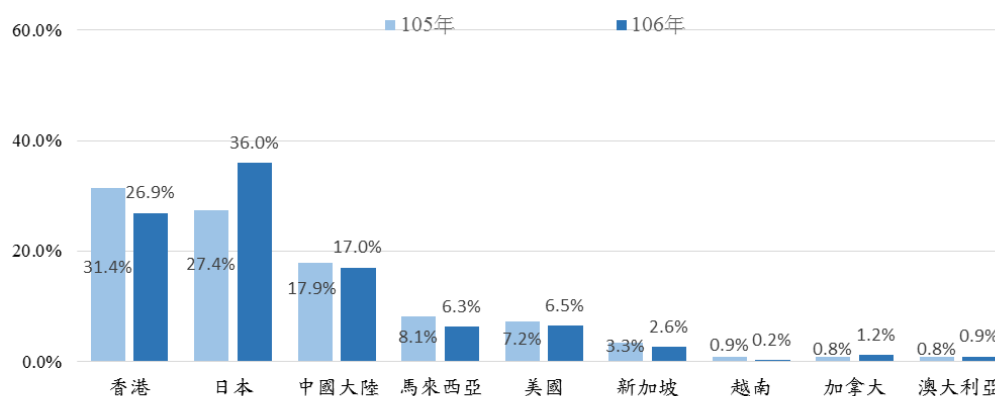


資料來源：財政部海關進出口統計

圖參-5、104 年至 106 年我國各類圖書出口概況

#### 四、出口國家分布

至於 106 年圖書出口金額方面，日本為我國圖書出口金額最高之國家（36.0%），其次為香港（26.9%）、中國大陸（17.0%）及美國（6.5%），其國家分布情況與 105 年接近，惟 106 年出口馬來西亞比重降低，致使其排序被位居第五的美國超越。



資料來源：財政部海關進出口統計

圖參-6、105 年至 106 年我國圖書出口國家分布

## 貳、近三年各類圖書進出口金額及國家別

### 一、書籍、小冊、傳單及類似印刷品

整體而言，104 年至 106 年書籍、小冊、傳單及類似印刷品進口金額仍遠高於出口金額，而進口值與出口值皆在 106 年達頂峰。該項目 105 年進口金額較 104 年增加 5.7%，惟該年度之出口金額卻下滑 18.9%，導致當年度進口／出口比例有所上升。然在 106 年度，雖然其進口、出口金額皆有成長，不過出口值相較前一年度大幅提升 30.3%，是故進口／出口比例於 106 年再度呈走低態勢。

以華人地區而言，104、105 年香港與新加坡為我國主要書籍、小冊、傳單及類似印刷品進口地區之一，亦為我國 104、105 年該類圖書的重要出口地區，惟 106 年香港的進口金額大幅下滑，已不在前十五大進口國名單中。反倒是中國大陸之進口值變動率達 203.0%，躍升為第十大主要進口國。另一方面，中國大陸與新加坡亦是我國書籍、小冊、傳單及類似印刷品的主要出口地區，比較進、出口金額後可察現，近年來中國大陸、新加坡對於我國該品項皆呈現貿易逆差景況，顯示就書籍、小冊、傳單及類似印刷品項目而言，我國對該等國家具相對市場優勢。

就非華人地區而言，我國書籍、小冊、傳單及類似印刷品進口以美國、德國、英國與日本等國家為主，尤其德國於 106 年之進口成長率達 62.2%；出口國家則主要集中於美國及馬來西亞兩國，惟相較 105 年，該兩國之出口金額成長幅度不大，尤其馬來西亞呈反向衰退發展。值得觀察之處當屬泰國與菲律賓在 106 年成為我國主要書籍、小冊、傳單及類似印刷品重要出口地區之一，且有顯著揚升趨勢。

表參-20、書籍、小冊、傳單及類似印刷品進出口金額比例

單位：新臺幣千元（括弧內為較前一年度變動率）

| 項目      | 104 年               | 105 年               | 106 年               |
|---------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 進口值     | 227,558<br>(1.2%)   | 240,527<br>(5.7%)   | 261,808<br>(8.9%)   |
| 出口值     | 145,502<br>(34.4%)  | 117,991<br>(-18.9%) | 153,786<br>(30.3%)  |
| 進口／出口比重 | 156.40%<br>(-24.7%) | 203.85%<br>(30.3%)  | 170.24%<br>(-16.5%) |

資料來源：財政部海關進出口統計

表參-21、書籍、小冊、傳單及類似印刷品進口金額及國家別

單位：新臺幣千元、%

| 國家排序<br>年度 |      | 104 年              | 國家排序<br>年度 |  | 105 年              | 國家排序<br>年度 |  | 106 年              |
|------------|------|--------------------|------------|--|--------------------|------------|--|--------------------|
| 全球         |      | 227,558<br>(1.2%)  | 全球         |  | 240,527<br>(5.7%)  | 全球         |  | 261,808<br>(8.9%)  |
| 1          | 美國   | 95,405<br>(1.8%)   | 美國         |  | 95,443<br>(0.1%)   | 美國         |  | 88,900<br>(-6.9%)  |
| 2          | 日本   | 38,368<br>(56.4%)  | 英國         |  | 48,013<br>(49.6%)  | 德國         |  | 55,754<br>(62.2%)  |
| 3          | 英國   | 32,085<br>(-2.6%)  | 德國         |  | 34,381<br>(10.7%)  | 英國         |  | 54,983<br>(14.5%)  |
| 4          | 德國   | 31,068<br>(-27.7%) | 日本         |  | 21,430<br>(-44.2%) | 日本         |  | 19,773<br>(-7.7%)  |
| 5          | 愛爾蘭  | 10,604<br>(-2.4%)  | 愛爾蘭        |  | 16,878<br>(59.2%)  | 愛爾蘭        |  | 16,152<br>(-4.3%)  |
| 6          | 其他國家 | 4,335<br>(405.8%)  | 香港         |  | 5,571<br>(206.8%)  | 瑞典         |  | 8,069<br>(2563.0%) |
| 7          | 香港   | 1,816<br>(2.4%)    | 其他國家       |  | 5,039<br>(16.2%)   | 其他國家       |  | 3,141<br>(-37.7%)  |
| 8          | 馬來西亞 | 1,273<br>(18.2%)   | 新加坡        |  | 1,999<br>(61.0%)   | 捷克         |  | 2,827<br>(-)       |
| 9          | 新加坡  | 1,242<br>(-54.2%)  | 匈牙利        |  | 1,713<br>(171.5%)  | 馬來西亞       |  | 2,107<br>(265.2%)  |
| 10         | 印尼   | 1,155<br>(35.9%)   | 希臘         |  | 1,294<br>(34.9%)   | 中國大陸       |  | 1,621<br>(203.0%)  |
| 11         | 南韓   | 995<br>(216.9%)    | 印尼         |  | 1,174<br>(1.7%)    | 印尼         |  | 1,277<br>(8.8%)    |
| 12         | 希臘   | 959<br>(3.8%)      | 法國         |  | 968<br>(105.1%)    | 義大利        |  | 1,072<br>(104.6%)  |
| 13         | 西班牙  | 957<br>(244.2%)    | 荷蘭         |  | 634<br>(71.8%)     | 新加坡        |  | 998<br>(-50.1%)    |
| 14         | 中國大陸 | 905<br>(-67.5%)    | 馬來西亞       |  | 577<br>(-54.7%)    | 法國         |  | 839<br>(-13.3%)    |
| 15         | 義大利  | 773<br>(-72.2%)    | 中國大陸       |  | 535<br>(-40.9%)    | 澳大利亞       |  | 659<br>(72.1%)     |

註：表列國家（地區）排序以 104 年至 106 年各類圖書進出口金額前十五高者為選擇依據

資料來源：財政部海關進出口統計

表參-22、書籍、小冊、傳單及類似印刷品出口金額及國家別

單位：新臺幣千元、%

| 國家排序<br>年度 |      | 104 年              | 國家排序<br>年度 |  | 105 年               | 國家排序<br>年度 |  | 106 年               |
|------------|------|--------------------|------------|--|---------------------|------------|--|---------------------|
| 全球         |      | 145,502<br>(34.4%) | 全球         |  | 117,991<br>(-18.9%) | 全球         |  | 153,786<br>(30.3%)  |
| 1          | 香港   | 42,918<br>(74.5%)  | 美國         |  | 38,374<br>(-1.7%)   | 美國         |  | 39,455<br>(2.8%)    |
| 2          | 美國   | 39,054<br>(63.5%)  | 馬來西亞       |  | 30,584<br>(112.2%)  | 中國大陸       |  | 33,084<br>(112.8%)  |
| 3          | 中國大陸 | 15,311<br>(97.2%)  | 中國大陸       |  | 15,545<br>(1.5%)    | 香港         |  | 30,832<br>(229.3%)  |
| 4          | 馬來西亞 | 14,413<br>(32.9%)  | 香港         |  | 9,363<br>(-78.2%)   | 馬來西亞       |  | 12,666<br>(-59.6%)  |
| 5          | 加拿大  | 10,532<br>(197.6%) | 日本         |  | 6,453<br>(219.5%)   | 泰國         |  | 8,206<br>(28196.6%) |
| 6          | 南韓   | 4,979<br>(147.0%)  | 加拿大        |  | 4,309<br>(-59.1%)   | 菲律賓        |  | 6,088<br>(16354.1%) |

| 國家排序<br>年度 |      | 104 年             | 國家排序<br>年度 |                    | 105 年 | 國家排序<br>年度        |  | 106 年 |
|------------|------|-------------------|------------|--------------------|-------|-------------------|--|-------|
| 7          | 新加坡  | 4,797<br>(24.5%)  | 新加坡        | 3,546<br>(-26.1%)  | 日本    | 5,490<br>(-14.9%) |  |       |
| 8          | 南非   | 2,808<br>(-61.5%) | 越南         | 2,079<br>(3148.4%) | 加拿大   | 4,248<br>(-1.4%)  |  |       |
| 9          | 澳大利亞 | 2,579<br>(-30.2%) | 關島         | 1,687<br>(22.2%)   | 越南    | 2,383<br>(14.6%)  |  |       |
| 10         | 日本   | 2,020<br>(-73.2%) | 印度         | 1,417<br>(4193.9%) | 澳大利亞  | 2,363<br>(493.7%) |  |       |
| 11         | 關島   | 1,380<br>(264.1%) | 英國         | 670<br>(17.1%)     | 新加坡   | 2,296<br>(-35.3%) |  |       |
| 12         | 英國   | 572<br>(-19.4%)   | 法國         | 663<br>(70.9%)     | 英國    | 1,836<br>(174.0%) |  |       |
| 13         | 德國   | 415<br>(-64.5%)   | 荷蘭         | 494<br>(533.3%)    | 關島    | 1,244<br>(-26.3%) |  |       |
| 14         | 法國   | 388<br>(53.4%)    | 德國         | 430<br>(3.6%)      | 印度    | 1,163<br>(-17.9%) |  |       |
| 15         | 蒙古   | 324<br>(-)        | 南非         | 399<br>(-85.8%)    | 法國    | 287<br>(-56.7%)   |  |       |

註：表列國家（地區）排序以 104 年至 106 年各類圖書進出口金額前十五高者為選擇依據

資料來源：財政部海關進出口統計

## 二、字典及百科全書

字典及百科全書 104 年至 106 年進口金額皆高於出口金額；趨勢方面，該品項進出口金額皆呈現逐年上升趨勢，截至 106 年，字典及百科全書的進出口值達歷年來高峰。惟由於 106 年出口金額相較前一年之成長幅度高達 223.9%，遠高於進口金額的 116.1%，導致進口／出口比重繼前三年持續上升後，首度呈走跌趨勢。

以華人地區而言，104、105 年中國大陸為我國主要字典及百科全書進口地區之一，亦為出口方面之要角，惟中國大陸繼 105 年達進口金額之高峰後，106 年已跌落至前八大進口國名單外。比較進、出口金額後可發現，近年來我國對中國大陸於此項目均保持高額貿易逆差景況，顯示我國對其於該品類相對不具市場優勢。另一方面，香港於 104 至 106 年此三年間皆位居我國字典及百科全書主要出口國之首，且出口金額之成長幅度有逐年攀升趨勢，然香港在近三年已排除於進口往來國家之列，由此可見，近年香港對我國該品項呈現貿易逆差景況。

以非華人地區而言，我國字典及百科全書進口國家係以日本、美國與英國等先進國家為主，除英國外，其他兩國在 106 年的進口表現皆打破前一年的疲弱態勢，進口金額有大幅度的成長。另出口國家在 104、105 年除華語國家外，美國、南韓也是字典及百科全書的主要出口國，惟受限於語言共通性，106 年該品項的出口國仍集中於華人地區。



表參-23、字典及百科全書進出口金額比例

單位：新臺幣千元、%

| 項目      | 104 年              | 105 年              | 106 年               |
|---------|--------------------|--------------------|---------------------|
| 進口值     | 4,637<br>(5.8%)    | 9,748<br>(110.2%)  | 21,064<br>(116.1%)  |
| 出口值     | 590<br>(-30.8%)    | 1,027<br>(74.1%)   | 3,326<br>(223.9%)   |
| 進口／出口比重 | 785.93%<br>(52.8%) | 949.17%<br>(20.8%) | 633.31%<br>(-33.3%) |

註：括弧內為較前一年度變動率

資料來源：財政部海關進出口統計

表參-24、字典及百科全書進口金額及國家別

單位：新臺幣千元、%

| 國家排序<br>年度 | 104 年             | 國家排序<br>年度 | 105 年              | 國家排序<br>年度 | 106 年              |
|------------|-------------------|------------|--------------------|------------|--------------------|
| 全球         | 4,637<br>(5.8%)   | 全球         | 9,748<br>(110.2%)  | 全球         | 21,064<br>(116.1%) |
| 1 日本       | 1,909<br>(-26.4%) | 中國大陸       | 7,728<br>(3925.0%) | 日本         | 15,743<br>(742.3%) |
| 2 其他國家     | 1,698<br>(23.3%)  | 日本         | 1,869<br>(-2.1%)   | 其他國家       | 5,073<br>(-)       |
| 3 美國       | 460<br>(22.7%)    | 德國         | 73<br>(247.6%)     | 美國         | 118<br>(321.4%)    |
| 4 英國       | 345<br>(2056.3%)  | 法國         | 37<br>(-)          | 馬來西亞       | 101<br>(-)         |
| 5 中國大陸     | 192<br>(-)        | 美國         | 28<br>(-93.9%)     | 瑞典         | 18<br>(-)          |
| 6 德國       | 21<br>(-)         | 英國         | 13<br>(-96.2%)     | 英國         | 6<br>(-53.9%)      |
| 7 瑞典       | 11<br>(-)         | -          | -<br>(-)           | 印尼         | 4<br>(-)           |
| 8 印尼       | 1<br>(-)          | -          | -<br>(-)           | 法國         | 1<br>(97.3%)       |

註：表列國家（地區）排序以 104 年至 106 年各類圖書進出口金額居前高者為選擇依據

資料來源：財政部海關進出口統計

表參-25、字典及百科全書出口金額及國家別

單位：新臺幣千元

| 國家排序<br>年度 | 104 年           | 國家排序<br>年度 | 105 年            | 國家排序<br>年度 | 106 年             |
|------------|-----------------|------------|------------------|------------|-------------------|
| 全球         | 590<br>(-30.8%) | 全球         | 1,027<br>(74.1%) | 全球         | 3,326<br>(223.9%) |
| 1 香港       | 381<br>(-25.3%) | 香港         | 835<br>(119.2%)  | 香港         | 2096<br>(151.0%)  |
| 2 美國       | 116<br>(-62.8%) | 美國         | 146<br>(87.2%)   | 中國大陸       | 1230<br>(742.5%)  |
| 3 中國大陸     | 78<br>(-)       | 中國大陸       | 45<br>(-)        | -          | -                 |
| 4 南韓       | 15<br>(-)       | 南韓         | 1<br>(-)         | -          | -                 |

註：表列國家（地區）排序以 104 年至 106 年各類圖書進出口金額居前高者為選擇依據

資料來源：財政部海關進出口統計



### 三、其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品

104、105 年我國其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品進口金額皆相對高於出口金額，惟 106 年進出口金額相較前一年皆呈現下滑趨勢，且進口金額之跌幅略高於出口金額，導致近年來首次出現該品項出口金額大於進口金額之現象。另透過進口／出口比例可察覺，由於近三年我國其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品之進口金額正在逐年下滑，而出口金額在 104、105 年呈緩升趨勢，雖然 106 年些微衰退 3.9%，然出口金額仍能全數抵銷該年度之進口金額，從而使當年度進口／出口比例進一步降低，牽引該比重連續三年呈走低態勢發展。

以華人地區而言，104 年至 106 年香港為我國其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品的主要進口地區之一，亦為我國 104 年至 106 年同類書籍第一大出口國，近年來進口金額呈逐年遞減趨勢，進一步比較進、出口金額後亦可察知，我國於該類項目對香港續呈高額貿易順差景況。另中國大陸對於該品項而言亦屬重要的往來國家，近三年來，雖然我國對其進口金額呈微減態勢，不過其一度保持在第四順位，另自 104 年起，中國大陸即躍居我國第二大主要出口國家，且對其出口金額續呈明顯攀升態勢，進一步比較進、出口金額後可察現，我國於該類圖書對中國大陸享貿易順差而該幅度逐年擴增。此外，近三年來新加坡在我國其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品之進口額排序正逐年下滑，自 104 年之第五順位滑落至 106 年之第八順位，其金額亦續顯下行發展；另一方面，104 年至 106 年新加坡雖徘徊於我國主要出口國家第五、第六順位之列，然我國對其出口金額已轉呈衰退走勢，且進一步比較進、出口金額後可察現，新加坡雖 104 年及 105 年仍於其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品項目對我國享貿易順差，但其順差幅度現已逐年縮減，自 106 年起已由貿易順差轉變成逆差態勢。

就非華人地區而言，我國其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品進口以美國、英國、日本與南韓等國家為主，然 106 年該品項之進口額惟獨南韓尚存 20.7% 之成長幅度，其他三國皆在近年來呈震盪遞減態勢；出口國家及地區除了香港及中國大陸外，則主要集中於馬來西亞及美國兩國，惟我國對該二國之出口金額自 104 年起即呈逐年走低態勢，雖然美國出口金額在 106 年有由跌轉升之發展，不過漲幅並不顯著。值得觀察之處當屬近兩年度南韓成為我國其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品主要進、出口地區之一，其發展不容忽視。

表參-26、其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品進出口金額比例

單位：新臺幣千元、%

| 項目      | 104 年                | 105 年                | 106 年                |
|---------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 進口值     | 2,699,064<br>(1.2%)  | 2,571,985<br>(-4.7%) | 2,353,971<br>(-8.5%) |
| 出口值     | 2,377,414<br>(10.1%) | 2,533,029<br>(6.6%)  | 2,434,219<br>(-3.9%) |
| 進口／出口比重 | 113.53%<br>(-8.0%)   | 101.54%<br>(-10.6%)  | 96.70%<br>(-4.8%)    |

註：括弧內為較前一年度變動率

資料來源：財政部海關進出口統計

表參-27、其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品進口金額及國家別

單位：新臺幣千元、%

| 國家排序<br>年度 | 104 年               | 國家排序<br>年度 | 105 年                | 國家排序<br>年度 | 106 年                |
|------------|---------------------|------------|----------------------|------------|----------------------|
| 全球         | 2,699,064<br>(1.2%) | 全球         | 2,571,985<br>(-4.7%) | 全球         | 2,353,971<br>(-8.5%) |
| 1 美國       | 764,186<br>(-1.0%)  | 美國         | 819,435<br>(7.2%)    | 美國         | 817,123<br>(-0.3%)   |
| 2 英國       | 685,289<br>(10.2%)  | 英國         | 559,237<br>(-18.4%)  | 英國         | 472,892<br>(-15.4%)  |
| 3 日本       | 277,148<br>(-3.0%)  | 日本         | 315,506<br>(13.8%)   | 日本         | 259,826<br>(-17.7%)  |
| 4 中國大陸     | 265,560<br>(0.5%)   | 中國大陸       | 259,028<br>(-2.5%)   | 中國大陸       | 249,422<br>(-3.7%)   |
| 5 新加坡      | 193,303<br>(-8.5%)  | 其他國家       | 157,194<br>(-10.4%)  | 其他國家       | 145,613<br>(-7.4%)   |
| 6 其他國家     | 175,424<br>(11.9%)  | 新加坡        | 136,120<br>(-29.6%)  | 香港         | 96,095<br>(-18.7%)   |
| 7 香港       | 124,786<br>(8.4%)   | 香港         | 118,228<br>(-5.3%)   | 南韓         | 92,064<br>(20.7%)    |
| 8 南韓       | 79,065<br>(-3.0%)   | 南韓         | 76,289<br>(-3.5%)    | 新加坡        | 87,812<br>(-35.5%)   |
| 9 德國       | 27,239<br>(1.2%)    | 法國         | 32,947<br>(35.4%)    | 德國         | 28,828<br>(38.8%)    |
| 10 義大利     | 25,520<br>(28.0%)   | 德國         | 20,770<br>(-23.8%)   | 法國         | 28,450<br>(-13.7%)   |
| 11 法國      | 24,337<br>(-16.1%)  | 義大利        | 17,115<br>(-32.9%)   | 義大利        | 19,802<br>(15.7%)    |
| 12 馬來西亞    | 12,702<br>(22.5%)   | 馬來西亞       | 12,052<br>(-5.1%)    | 馬來西亞       | 14,621<br>(21.3%)    |
| 13 西班牙     | 9,475<br>(-35.0%)   | 西班牙        | 11,325<br>(19.5%)    | 西班牙        | 10,910<br>(-3.7%)    |
| 14 瑞士      | 8,139<br>(-38.0%)   | 瑞士         | 5,916<br>(-27.3%)    | 瑞士         | 5,318<br>(-10.1%)    |
| 15 泰國      | 6,741<br>(-27.5%)   | 泰國         | 4,584<br>(-32.0%)    | 希臘         | 4,631<br>(49.5%)     |

註：表列國家（地區）排序以 104 年至 106 年各類圖書進出口金額前十五高者為選擇依據

資料來源：財政部海關進出口統計

表參-28、其他書籍、小冊、傳單及類似印刷品出口金額及國家別

單位：新臺幣千元、%

| 國家排序<br>年度 |      | 104 年                | 國家排序<br>年度 |                     | 105 年               | 國家排序<br>年度           |  | 106 年                |
|------------|------|----------------------|------------|---------------------|---------------------|----------------------|--|----------------------|
| 全球         |      | 2,377,414<br>(10.1%) | 全球         |                     | 2,533,029<br>(6.6%) | 全球                   |  | 2,434,219<br>(-3.9%) |
| 1          | 香港   | 978,261<br>(8.4%)    | 香港         | 1,065,403<br>(8.9%) | 香港                  | 1,004,765<br>(-5.7%) |  |                      |
| 2          | 中國大陸 | 524,278<br>(92.4%)   | 中國大陸       | 617,490<br>(17.8%)  | 中國大陸                | 625,009<br>(1.2%)    |  |                      |
| 3          | 馬來西亞 | 274,228<br>(-21.0%)  | 馬來西亞       | 256,578<br>(-6.4%)  | 馬來西亞                | 236,375<br>(-7.9%)   |  |                      |
| 4          | 美國   | 240,691<br>(-8.2%)   | 美國         | 216,744<br>(-10.0%) | 美國                  | 217,096<br>(0.2%)    |  |                      |
| 5          | 新加坡  | 136,130<br>(1.3%)    | 日本         | 113,385<br>(62.8%)  | 新加坡                 | 102,179<br>(-9.7%)   |  |                      |
| 6          | 日本   | 69,655<br>(18.5%)    | 新加坡        | 113,202<br>(-16.8%) | 日本                  | 95,309<br>(-15.9%)   |  |                      |
| 7          | 加拿大  | 37,870<br>(-3.2%)    | 越南         | 30,163<br>(136.2%)  | 加拿大                 | 42,436<br>(82.6%)    |  |                      |
| 8          | 澳大利亞 | 32,221<br>(-25.5%)   | 澳大利亞       | 25,420<br>(-21.1%)  | 澳大利亞                | 30,926<br>(21.7%)    |  |                      |
| 9          | 越南   | 12,772<br>(1007.7%)  | 加拿大        | 23,236<br>(-38.6%)  | 南韓                  | 10,732<br>(49.6%)    |  |                      |
| 10         | 英國   | 9,154<br>(-38.4%)    | 墨西哥        | 10,044<br>(56.3%)   | 英國                  | 9,308<br>(88.7%)     |  |                      |
| 11         | 泰國   | 6,866<br>(-26.7%)    | 紐西蘭        | 7,822<br>(15.7%)    | 印度                  | 8,989<br>(544.8%)    |  |                      |
| 12         | 紐西蘭  | 6,763<br>(0.1%)      | 南韓         | 7,174<br>(199.7%)   | 西班牙                 | 7,961<br>(24.0%)     |  |                      |
| 13         | 墨西哥  | 6,426<br>(20.9%)     | 西班牙        | 6,423<br>(1.6%)     | 紐西蘭                 | 6,060<br>(-22.5%)    |  |                      |
| 14         | 西班牙  | 6,320<br>(2469.1%)   | 泰國         | 6,208<br>(-9.6%)    | 泰國                  | 6,013<br>(-3.1%)     |  |                      |
| 15         | 菲律賓  | 5,256<br>(-39.2%)    | 英國         | 4,934<br>(-46.1%)   | 墨西哥                 | 5,050<br>(-49.7%)    |  |                      |

註：表列國家（地區）排序以 104 年至 106 年各類圖書進出口金額前十五高者為選擇依據

資料來源：財政部海關進出口統計

#### 四、兒童圖畫書

104 至 106 年我國兒童圖畫書進口金額呈震盪走低態勢，惟出口金額卻逐年成長，105 年該類型圖書出口金額顯著驟增（1536.1%），而儘管 105 年之基期已達新臺幣 9.1 億元的出口值，106 年該品項之出口金額仍持續墊高，相較 105 年，其成長幅度達 52.9%。近三年之兒童圖畫書進口／出口比例亦因此逐年降低，106 年已下滑至 7.5%，與前一年相比減幅達 47.6%。整體而言，兒童圖畫書雖非我國最主要圖書出口品類，然其發展值待後續密切關注。

以華人地區而言，104 年至 106 年香港與中國大陸為我國主要兒童圖畫書進口地區。中國大陸之進口金額繼 104、105 年連續兩年成長後，於 106 年開始下滑，且排序往後推至第五順位。而香港進口金額則在 105 年跌宕至低點後，在 106

年有顯著性地反彈，其成長幅度高達 688.0%。另上述兩國亦為我國近三年兒童圖畫書前三位出口地區之二，惟近三年對香港出口金額震盪起伏而時有衰減，比較進、出口金額後可發現，我國於兒童圖畫書項目對香港維持高額貿易順差，顯示我國對其於該品類相對具市場優勢。此外，中國大陸之出口金額呈持續性地增長，惟除 106 年外，我國對中國大陸仍多呈貿易逆差景況，或許係因中國大陸兒童圖畫書印刷精美且價格實惠所致。而其他華人地區之進出口金額排名動盪不定，如 104 年新加坡雖為我國兒童圖書主要進口地區之一，然其金額與排列順位未有規律而變動不定，且至 105 年及 106 年其順位大幅滑落而排除於主要往來國家之列。另一方面，104 及 106 年新加坡同為我國主要出口國家，其在 105 年受印度、愛爾蘭、史瓦濟蘭與阿拉伯聯合大公國等新興往來國家所排擠，其序位首度排除於主要出口地之列，不過 106 年又晉升至第八順位。

以非華人地區而言，我國兒童圖書主要進口國家為英國與美國，惟兩國之 106 年進口金額呈走低態勢。出口國家及地區除香港及中國大陸外，以日本及澳大利亞兩國為代表；105 年我國對日本於該類型圖書出口金額顯著驟增（155738.1%），而 106 年續沿此一增長態勢（55.7%），出口金額達新臺幣 13.3 億元。而澳大利亞自 105 年起，該類型圖書出口金額即呈衰退走勢，不過進一步比較進、出口金額後亦可察知，我國於該類圖書對澳大利亞仍享貿易順差之優勢。值得觀察之處在於印尼、南非、阿拉伯聯合大公國等亞洲及非洲國家業已成為我國兒童圖畫書重要出口區域，其商機可期而不容小覷。而對南韓出口部分，106 年出口金額呈明顯成長（2603.3%），後續發展亦值得關注。

表參-29、兒童圖畫書進出口金額比例

單位：新臺幣千元、%

| 項目      | 104 年              | 105 年                | 106 年                |
|---------|--------------------|----------------------|----------------------|
| 進口值     | 108,855<br>(71.9%) | 130,669<br>(20.0%)   | 104,651<br>(-19.9%)  |
| 出口值     | 55,573<br>(64.1%)  | 909,231<br>(1536.1%) | 1,390,390<br>(52.9%) |
| 進口／出口比重 | 195.88%<br>(4.8%)  | 14.37%<br>(-92.7%)   | 7.53%<br>(-47.6%)    |

註：括弧內為較前一年度變動率

資料來源：財政部海關進出口統計

表參-30、兒童圖畫書進口金額及國家別

單位：新臺幣千元、%

| 國家排序<br>年度 |      | 104 年              | 國家排序<br>年度 |  | 105 年              | 國家排序<br>年度 |  | 106 年               |
|------------|------|--------------------|------------|--|--------------------|------------|--|---------------------|
| 全球         |      | 108,855<br>(71.9%) | 全球         |  | 130,669<br>(20.0%) | 全球         |  | 104,651<br>(-19.9%) |
| 1          | 美國   | 46,281<br>(74.3%)  | 英國         |  | 52,108<br>(50.9%)  | 英國         |  | 27,112<br>(-48.0%)  |
| 2          | 英國   | 34,523<br>(84.8%)  | 美國         |  | 40,064<br>(-13.4%) | 其他國家       |  | 27,062<br>(252.2%)  |
| 3          | 中國大陸 | 12,290<br>(84.7%)  | 中國大陸       |  | 18,006<br>(46.5%)  | 美國         |  | 24,813<br>(-38.1%)  |
| 4          | 法國   | 5,666<br>(-70.9%)  | 其他國家       |  | 7,683<br>(117.2%)  | 南韓         |  | 8,307<br>(101.5%)   |
| 5          | 香港   | 4,018<br>(32.7%)   | 南韓         |  | 4,122<br>(4531.5%) | 中國大陸       |  | 7,836<br>(-56.5%)   |
| 6          | 其他國家 | 3,538<br>(6.7%)    | 義大利        |  | 3,148<br>(339.1%)  | 法國         |  | 4,693<br>(60.2%)    |
| 7          | 義大利  | 717<br>(-)         | 法國         |  | 2,930<br>(-48.3%)  | 義大利        |  | 1,545<br>(-50.9%)   |
| 8          | 馬來西亞 | 402<br>(-51.2%)    | 荷蘭         |  | 654<br>(-)         | 香港         |  | 1,119<br>(688.0%)   |
| 9          | 加拿大  | 377<br>(-84.0%)    | 加拿大        |  | 503<br>(33.4%)     | 日本         |  | 957<br>(100.0%)     |
| 10         | 日本   | 297<br>(-60.0%)    | 澳大利亞       |  | 502<br>(97.6%)     | 比利時        |  | 303<br>(373.4%)     |
| 11         | 泰國   | 256<br>(2227.3%)   | 馬來西亞       |  | 303<br>(-24.6%)    | 捷克         |  | 267<br>(-)          |
| 12         | 澳大利亞 | 254<br>(-33.7%)    | 瑞士         |  | 204<br>(-)         | 加拿大        |  | 260<br>(-48.3%)     |
| 13         | 南韓   | 89<br>(-86.8%)     | 泰國         |  | 147<br>(-42.6%)    | 馬來西亞       |  | 151<br>(-50.2%)     |
| 14         | 比利時  | 87<br>(-)          | 香港         |  | 142<br>(-96.5%)    | 荷蘭         |  | 135<br>(-79.4%)     |
| 15         | 新加坡  | 60<br>(1900.0%)    | 日本         |  | 87<br>(-70.7%)     | 澳大利亞       |  | 68<br>(-86.5%)      |

註：表列國家（地區）排序以 104 年至 106 年各類圖書進出口金額前十五高者為選擇依據

資料來源：財政部海關進出口統計

表參-31、兒童圖畫書出口金額及國家別

單位：新臺幣千元、%

| 國家排序<br>年度 |      | 104 年               | 國家排序<br>年度 |  | 105 年                   | 國家排序<br>年度 |  | 106 年                 |
|------------|------|---------------------|------------|--|-------------------------|------------|--|-----------------------|
| 全球         |      | 55,573<br>( 64.1%)  | 全球         |  | 909,231<br>( 1536.1%)   | 全球         |  | 1,390,390<br>( 52.9%) |
| 1          | 香港   | 46,787<br>( 118.5%) | 日本         |  | 855,551<br>( 155738.1%) | 日本         |  | 1,331,714<br>( 55.7%) |
| 2          | 中國大陸 | 4,377<br>( 45.4%)   | 香港         |  | 44,117<br>( -5.7%)      | 香港         |  | 35,167<br>( -20.3%)   |
| 3          | 澳大利亞 | 1,588<br>( 87.5%)   | 中國大陸       |  | 5,402<br>( 23.4%)       | 中國大陸       |  | 17,058<br>( 215.8%)   |
| 4          | 越南   | 1,490<br>( -)       | 澳大利亞       |  | 1,366<br>( -14.0%)      | 南韓         |  | 1,649<br>( 2603.3%)   |
| 5          | 日本   | 549<br>( -79.9%)    | 印尼         |  | 1,300<br>( -)           | 澳大利亞       |  | 1,259<br>( -7.8%)     |
| 6          | 泰國   | 416<br>( -79.9%)    | 美國         |  | 810<br>( 313.3%)        | 印尼         |  | 1,245<br>( -4.2%)     |
| 7          | 美國   | 196<br>( -68.3%)    | 德國         |  | 199<br>( -)             | 美國         |  | 1,217<br>( 50.3%)     |
| 8          | 巴西   | 92<br>( -)          | 印度         |  | 140<br>( -)             | 新加坡        |  | 747<br>( -)           |
| 9          | 新加坡  | 56<br>( -98.1%)     | 澳門         |  | 130<br>( -)             | 加拿大        |  | 190<br>( -)           |
| 10         | 英國   | 12<br>( -)          | 南非         |  | 92<br>( -)              | 南非         |  | 31<br>( -66.3%)       |
| 11         | 智利   | 7<br>( -)           | 南韓         |  | 61<br>( -)              | 土耳其        |  | 29<br>( -)            |
| 12         | 丹麥   | 3<br>( -)           | 丹麥         |  | 20<br>( 566.7%)         | 英國         |  | 29<br>( -)            |
| 13         | -    | -<br>( -)           | 愛爾蘭        |  | 20<br>( -)              | 烏拉圭        |  | 18<br>( -)            |
| 14         | -    | -<br>( -)           | 史瓦濟蘭       |  | 10<br>( -)              | 紐西蘭        |  | 12<br>( 1400.0%)      |
| 15         | -    | -<br>( -)           | 阿拉伯聯合大公國   |  | 6<br>( -)               | 阿拉伯聯合大公國   |  | 9<br>( 500.0%)        |

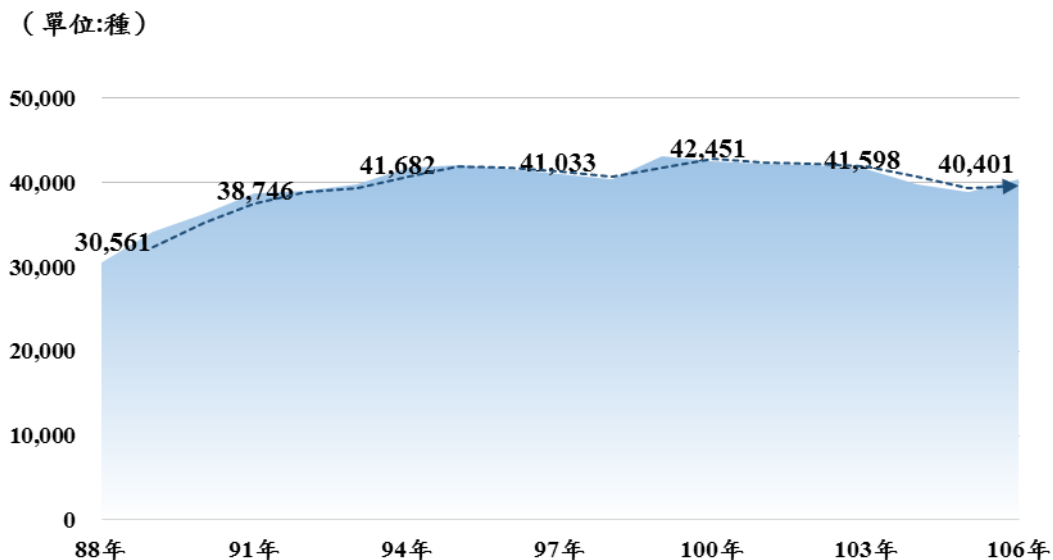
註：表列國家（地區）排序以 104 年至 106 年各類圖書進出口金額前十五高者為選擇依據。

資料來源：財政部海關進出口統計

## 第四節 我國圖書出版品於主要通路實際上架概況分析

### 壹、ISBN 圖書申請出版種數

概括而言，國際標準書號（ISBN）申請數量未能確實顯示新書種數，根據國家圖書館 ISBN 中心提供之數據顯示，我國出版機構書號申請數自 89 年 34,199 種升至 106 年 40,401 種，十餘年來成長率看似高達 18.1%，然考量產業內具申請 ISBN 但未確實出版，或未申請 ISBN 卻出版圖書之情況，其實際數額勢必與其具一定比例差距，故需訂立圖書出版產業者詳實回報新書書目之機制，方得明確掌握我國圖書出版發展態勢。



註：101 年後資料為本研究增補

資料來源：國家圖書館

圖參-7、臺灣地區 88 年至 106 年申請 ISBN 之圖書出版種數

最新圖書種數與類型資訊可由國家圖書館每年度發布之「出版趨勢報告」得知，該報告將申請 ISBN 編號書籍依內容概分成 18 種主題類型，106 年全國申請 ISBN 之圖書種數總計 40,401 種（實體書籍 36,265 筆，電子出版品及數位平臺電子書 4,136 筆）。其中，以「小說（含輕小說）」類 4,459 種居首，其次為「人文史地」類 4,156 種，再次之為「兒童讀物（含繪本、故事書等）」類 3,487 種與「社會科學（含統計、教育、禮俗、社會、財經、法政、軍事等）」類 3,362 種。值得注意的是，教科書與考試用書類兩者合計達 4,038 種，此或與我國重視教育升學及相關證照認證考試蔚為風行有關。



而值得格外關注之處在於，我國圖書分類並無統一規範，國家圖書館分類方式與各出版產業者、書店業者分類之準則有所差異，故出版趨勢報告所統計之各類圖書新書種數，或與實際市場呈現情形不盡相符。例如部分圖書受業者界定為字典工具書類書籍，然於國家圖書館歸為語言類出版物，進而造成語言類高達一千餘種，而字典工具書類僅二百種。再加上 ISBN 申請數量與實際出版種數不符，進一步造成本研究實際問卷調查結果或與國家圖書館統計資料相左。

此外，根據國家圖書館統計（詳見下表），106 年申請 ISBN 之出版新書當中，適讀對象仍以成人（一般）為主，其比重占整體圖書種數達 68.4%，其次為成人（學術）13.5%與青少年 8.3%。惟 106 年之學齡兒童與學前幼兒新書發行占比與 105 年相比，呈略顯降低之趨勢，不過以發行種數而言，106 年變化幅度並不大。然值得注意的是，當前我國少子化的趨勢仍促使該出版類型持續成為出版業者的重點發展方向。

表參-32、105 年至 106 年臺灣出版圖書適讀對象統計分析

單位：種、%

| 適讀對象 |        | 圖書種數<br>(105 年)    | 適讀對象 |        | 圖書種數<br>(106 年)    |
|------|--------|--------------------|------|--------|--------------------|
| 1    | 成人（一般） | 24,947<br>(64.3%)  | 1    | 成人（一般） | 27,631<br>(68.4%)  |
| 2    | 成人（學術） | 5,910<br>(15.2%)   | 2    | 成人（學術） | 5,451<br>(13.5%)   |
| 3    | 青少年    | 3,897<br>(10.0%)   | 3    | 青少年    | 3,347<br>(8.3%)    |
| 4    | 學齡兒童   | 2,893<br>(7.5%)    | 4    | 學齡兒童   | 2,827<br>(7.0%)    |
| 5    | 學前幼兒   | 1,112<br>(2.9%)    | 5    | 學前幼兒   | 1,091<br>(2.7%)    |
| 6    | 樂齡     | 48<br>(0.1%)       | 6    | 樂齡     | 20<br>(0.1%)       |
| 7    | 其他     | -                  | 7    | 其他     | 34<br>(0.1%)       |
| 合計   |        | 38,807<br>(100.0%) | 合計   |        | 40,401<br>(100.0%) |

註：括弧內為該類型圖書種數所占比重

資料來源：國家圖書館《106 年臺灣圖書出版現況及其趨勢分析》



就圖書出版種數而論，我國將其概分為文學、小說、漫畫書、商業與管理、社會科學、人文史地、兒童讀物、藝術等類型，近年各類型圖書出版數量與比重變化趨勢如下表所示。

由於民眾對於翻譯小說、輕小說等書籍接受度相對較高，且出版業者傾向引進國外暢銷小說以挹注銷售表現，故近年「小說類」書籍出版數量高居整體之冠，然於數位化趨勢及國人閱讀習慣改變下，部分消費者轉向網路平臺閱讀線上小說，導致該類型新書出版數量持續遞減，其書籍出版種數比重由 103 年 12.9% 降至 106 年 11.0%，呈逐年走低態勢。另一方面，休閒旅遊書籍以提供生活資訊為主，此般工具書的型態易於受到網路即時搜尋或資料庫功能替代，導致出版總數呈逐年下降趨勢，由 103 年 1,277 種減少至 106 年的 938 種。此外受民眾公共事務參與意識提升影響，相關社會議題探討與人文歷史溯源等「人文史地類」書籍持續蓬勃出版，於 106 年種數比重已晉升為第二（10.3%）序列。另如前所述，受少子化趨勢影響，民眾益加傾向挹注資源於子女教養，從而使 106 年「兒童讀物類」書籍出版比重較前三年明顯攀升，並躍居整體出版第三大類別（8.6%）。而政府出版品繼 105 年達出版總數高峰後（2,089 種），在 106 年又回盪至 340 種，減幅高達 83.7%。

概觀而言，我國圖書出版市場受因於網路時代的來臨，民眾索取資訊管道多元，實務應用圖書（旅遊、語言等工具書）漸由數位管道取代。然引導思考空間構建、閱讀節奏等紙書文字特性，尚需仰賴實際出版物體視覺呈現與媒介接觸方得完全體會，並非徒有形式之數位科技可全然供足。

此外，隨國內人口結構朝高齡化發展，相關社會議題與產業逐漸受到重視，市面上亦相繼成立樂齡資源中心、社區終身學習中心與長青學苑等機構，用以提升銀髮族群之資訊知能與腦部心智運作，且近年來民眾、學術界同呼籲出版產業者發行適宜高齡群眾閱讀之書籍，然 106 年申請 ISBN 之新書仍僅出版 20 種，明顯供給不足所需，預期出版業者或將強化布局此類領域以提升產品差異化及競爭力。

表參-33、103 年至 106 年臺灣申請 ISBN 之各種類圖書出版概況

單位：種、%

| 編號 | 圖書類型  | 出版種數               |                    |                    |                    |
|----|-------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|    |       | 103 年              | 104 年              | 105 年              | 106 年              |
| 1  | 文學    | 2,584<br>(6.2%)    | 2,341<br>(5.9%)    | 2,300<br>(5.9%)    | 2,781<br>(6.9%)    |
| 2  | 小說    | 5,354<br>(12.9%)   | 4,705<br>(11.9%)   | 4,471<br>(11.5%)   | 4,459<br>(11.0%)   |
| 3  | 語言    | 1,426<br>(3.4%)    | 1,747<br>(4.4%)    | 1,931<br>(5.0%)    | 1,408<br>(3.5%)    |
| 4  | 字典工具書 | 184<br>(0.4%)      | 205<br>(0.5%)      | 171<br>(0.4%)      | 271<br>(0.7%)      |
| 5  | 教科書   | 2,277<br>(5.5%)    | 2,082<br>(5.2%)    | 1,801<br>(4.6%)    | 1,647<br>(4.1%)    |
| 6  | 考試用書  | 2,346<br>(5.6%)    | 2,134<br>(5.4%)    | 2,247<br>(5.8%)    | 2,391<br>(5.9%)    |
| 7  | 漫畫書   | 2,517<br>(6.1%)    | 2,407<br>(6.1%)    | 2,325<br>(6.0%)    | 2,419<br>(6.0%)    |
| 8  | 心理勵志  | 1,857<br>(4.5%)    | 1,981<br>(5.0%)    | 1,660<br>(4.3%)    | 2,070<br>(5.1%)    |
| 9  | 科學與技術 | 2,648<br>(6.4%)    | 1,985<br>(5.0%)    | 1,831<br>(4.7%)    | 2,320<br>(5.7%)    |
| 10 | 醫學家政  | 2,515<br>(6.1%)    | 2,398<br>(6.0%)    | 2,187<br>(5.6%)    | 2,584<br>(6.4%)    |
| 11 | 商業與管理 | 1,695<br>(4.1%)    | 1,588<br>(4.0%)    | 1,592<br>(4.1%)    | 2,166<br>(5.4%)    |
| 12 | 社會科學  | 3,302<br>(7.9%)    | 2,536<br>(6.4%)    | 2,346<br>(6.1%)    | 3,362<br>(8.3%)    |
| 13 | 人文史地  | 3,586<br>(8.6%)    | 3,008<br>(7.6%)    | 3,025<br>(7.8%)    | 4,156<br>(10.3%)   |
| 14 | 兒童讀物  | 3,046<br>(7.3%)    | 2,863<br>(7.2%)    | 3,336<br>(8.6%)    | 3,487<br>(8.6%)    |
| 15 | 藝術    | 2,965<br>(7.1%)    | 3,039<br>(7.7%)    | 2,931<br>(7.6%)    | 2,923<br>(7.2%)    |
| 16 | 休閒旅遊  | 1,277<br>(3.1%)    | 1,253<br>(3.2%)    | 1,071<br>(2.8%)    | 938<br>(2.3%)      |
| 17 | 政府出版品 | 106<br>(0.3%)      | 1,179<br>(3.0%)    | 2,089<br>(5.4%)    | 340<br>(0.8%)      |
| 18 | 其他    | 1,913<br>(4.6%)    | 2,266<br>(5.7%)    | 1,493<br>(3.9%)    | 679<br>(1.7%)      |
| 總計 |       | 42,118<br>(100.0%) | 41,598<br>(100.0%) | 39,717<br>(100.0%) | 40,401<br>(100.0%) |

註：1.括弧內數字為該類圖書占總圖書之比重

資料來源：國家圖書館《106 年臺灣圖書出版現況及其趨勢分析》

## 貳、ISBN 出版圖書於主要通路實際上架種數盤點

### 一、106 年申請 ISBN 書種於當年度實際出版種數推估

如前所述，我國出版產業內具申請 ISBN 但未確實出版，或未申請 ISBN 卻出版圖書之情況，其實際數額與市場實際流通書籍情形具一定差距。針對此，考量網路書店為當前市場最為普及與相對便於取得相關資訊之通路，故本研究進一步針對博客來、誠品、金石堂與三民等網路書店，以 ISBN 號作為依據進行規模盤點，分別探討我國 106 年申請 ISBN 號之書籍上架、各類圖書定價、書籍來源國分布、實際出版與各通路折扣等概況，期可藉此描繪整體圖書市場輪廓。

經盤點四大網路書上架情況後，於四大網路書店上架之 24,423 種圖書中，106 年申請 ISBN 並於當年度出版書籍種數為 19,961 種，占 81.7%；106 年申請 ISBN 而延後至 107 年出版書籍種數 3,904 種，出版比例為 16.0%；106 年申請 ISBN 而盤點結果發現非於 106、107 年出版書籍種數為 558 種，占 2.3%。整體而言，我國申請 ISBN 業者多於當年度出版，僅一成多廠商延至隔年發行上市。

表參-34、我國 106 年申請國際標準書號（ISBN）於主要通路上架書籍之實際出版年度

單位：種、%

| 類型 | 107 年出版書籍 |       | 106 年出版書籍 |        | 非 106、107 年度出版 |      |
|----|-----------|-------|-----------|--------|----------------|------|
|    | 整體        | 店銷書   | 整體        | 店銷書    | 整體             | 店銷書  |
| 數量 | 3,904     | 3,489 | 19,961    | 15,687 | 558            | 528  |
| 比重 | 16.0%     | 17.7% | 81.7%     | 79.6%  | 2.3%           | 2.7% |

資料來源：本研究整理

#### （一）106 年申請 ISBN 書種於當年度實際出版種數推估

承上，「106 年度申請 ISBN 且實際於當年度出版者」（19,961 種）占整體比重 81.7%，依此比例推估 106 年申請 ISBN 中有實際出版者，共 33,020 種<sup>159</sup>。另外，若將當年度申請 ISBN 書中屬於「延後一年」出版者考慮進來，則 106 年度實際出版新書亦應包括「105 年申請 ISBN 但延後一年至 106 年出版者」，推估此部分之實際出版新書種數為 6,201 種<sup>160</sup>。與前項合計，推估整體 106 年度實際

<sup>159</sup> 計算公式為：ISBN 申請數 40,401 種 x 81.73%

<sup>160</sup> 計算公式為：105 年 ISBN 申請數 38,807 種 x 15.98%

出版新書種數為 39,221 種（實體書 35,205 種，電子書及電子出版品 4,016 種）。

## （二）106 年於四大網路書店實際上架新書種數推估

承上述推估方式，考量當年度申請 ISBN 之書籍未必於該年度實際出版，因此 106 年於主要通路實際上架出版書種數，除了上述「106 年度申請 ISBN 且實際於當年度出版者」（19,961 種）之外，亦應包含「105 年申請 ISBN 但於 106 年出版」之數據（3,156 種）<sup>161</sup>，推算得出 106 年於主要通路實際上架出版書種數為 23,050 種。

## 二、於主要通路實際上架種數概況

不過，由於 23,050 種係以本研究實際盤點及參考 105 年及 106 年申請 ISBN 情況予以推估而得，無法進一步細究分析其實際上架情形。因此，本研究暫以 106 年申請 ISBN 出版書種數中，有實際出版者共 24,423 種（含 106 年當年度出版及非當年度出版者），進行整體上架情況分析。

若僅就店銷書<sup>162</sup>部分進行探討，於四大網路書店上架之 19,704 種圖書中，106 年出版書籍種數為 15,687 種，占 79.6%；107 年出版書籍種數 3,489 種，出版比例為 17.7%。就前述結果而觀察，我國店銷書同樣多集中於當年度出版，僅一成多廠商延至隔年發行上市。

---

<sup>161</sup> 參見《105 年臺灣出版產業調查》，頁 103。

<sup>162</sup> 店銷書係指一般圖書，即排除專業／教科書／政府出版品與考試用書等類之書籍。

### 三、書籍上架率

表參-35、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍上架率

#### ■ 整體

單位：種、%

| 通路名稱 | 整體     | 博客來    | 誠品     | 金石堂    | 三民     |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 商品數  | 24,423 | 22,327 | 19,609 | 21,084 | 23,493 |
| 比重   | 60.5%  | 55.3%  | 48.5%  | 52.2%  | 58.2%  |

#### ■ 店銷書

單位：種、%

| 通路名稱 | 整體     | 博客來    | 誠品     | 金石堂    | 三民     |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 商品數  | 19,704 | 18,167 | 16,945 | 17,327 | 19,318 |
| 比重   | 48.8%  | 45.0%  | 41.9%  | 42.9%  | 47.8%  |

資料來源：本研究整理

本研究盤點國家圖書館國際標準書號中心所提供之 ISBN 申請資訊，總計盤查當年度申請出版之 40,401 種書籍，其中有 24,423 種於四大網路書店中上架，整體上架率為 60.5%。就各通路上架情況而論，三民上架數達 23,493 種（58.2%），據網路書店首位；其次，博客來上架數 22,327 種，比重為 55.3%；第三，金石堂上架數為 21,084 種，份額亦據 52.2%；誠品則以 19,609 種（48.5%）而位居各通路之末。

若僅就店銷書部分進行探討，其中有 19,704 種於四大網路書店中上架，整體上架率為 48.8%。就各通路上架情況而論，三民上架數達 19,318 種（47.8%），同樣位居網路書店首位；其次，博客來上架數 18,167 種，比重為 45.0%；第三，金石堂上架數為 17,327 種，份額亦據 42.9%；誠品則以 16,945 種（41.9%）而位居各通路之末。

#### 四、於主要通路實際上架各類圖書之出版概述

表參-36、於主要通路實際上架各類圖書之出版概況

單位：家、種、%

| 編號 | 圖書類型         | 廠商家數  |       | 種數（%）              |                    |
|----|--------------|-------|-------|--------------------|--------------------|
|    |              | 105 年 | 106 年 | 105 年              | 106 年              |
| 1  | 商業理財         | 298   | 291   | 1,450<br>(6.1%)    | 1,633<br>(6.7%)    |
| 2  | 文學小說         | 362   | 301   | 2,988<br>(12.6%)   | 3,169<br>(13.0%)   |
| 3  | 輕小說          | 49    | 40    | 1,007<br>(4.3%)    | 930<br>(4.0%)      |
| 4  | 藝術設計         | 360   | 256   | 1,210<br>(5.1%)    | 915<br>(3.8%)      |
| 5  | 社會科學         | 294   | 201   | 746<br>(3.2%)      | 742<br>(3.0%)      |
| 6  | 人文史地         | 255   | 283   | 948<br>(4.0%)      | 1,223<br>(5.0%)    |
| 7  | 自然科普         | 164   | 133   | 396<br>(1.7%)      | 418<br>(1.7%)      |
| 8  | 電腦資訊         | 41    | 46    | 770<br>(3.3%)      | 768<br>(3.1%)      |
| 9  | 語言學習         | 159   | 133   | 864<br>(3.7%)      | 798<br>(3.3%)      |
| 10 | 心理勵志         | 258   | 236   | 921<br>(3.9%)      | 1,087<br>(4.5%)    |
| 11 | 宗教命理         | 290   | 222   | 896<br>(3.8%)      | 813<br>(3.3%)      |
| 12 | 醫療保健         | 235   | 199   | 862<br>(3.6%)      | 835<br>(3.4%)      |
| 13 | 飲食           | 155   | 128   | 742<br>(3.1%)      | 722<br>(3.0%)      |
| 14 | 生活風格         | 251   | 205   | 988<br>(4.2%)      | 953<br>(3.9%)      |
| 15 | 旅遊           | 139   | 100   | 539<br>(2.3%)      | 574<br>(2.4%)      |
| 16 | 漫畫書          | 58    | 37    | 1,443<br>(6.1%)    | 1,460<br>(5.9%)    |
| 17 | 親子教養         | 125   | 126   | 304<br>(1.3%)      | 316<br>(1.3%)      |
| 18 | 童書／青少年       | 197   | 175   | 2,176<br>(9.2%)    | 2,335<br>(9.6%)    |
| 19 | 考試用書         | 138   | 107   | 1,780<br>(7.5%)    | 1,837<br>(7.5%)    |
| 20 | 專業／教科書／政府出版品 | 497   | 373   | 2,636<br>(11.1%)   | 2,895<br>(11.9%)   |
| 總計 |              | 1,954 | 1,637 | 23,666<br>(100.0%) | 24,423<br>(100.0%) |

就各類型圖書出版情況而言，106 年出版廠商家數最多的為專業／教科書／政府出版品，共 373 家，惟相較 105 年退出至少 124 家。綜觀而論，除人文史地、電腦資訊及親子教養等類型圖書廠商家數於 106 年有所增加，其餘圖書類型廠商皆呈衰減態勢。此外，106 年出版種數方面，仍舊以文學小說為最多，且相較 105 年增加 181 種，達 3,169 種；其次是專業／教科書／政府出版品（2,895 種）及童書／青少年文學（2,335 種），且此兩類圖書出版種數皆呈增長景況，與 105 年相比分別增加 259、159 種。

## 五、於主要通路實際上架各類圖書之來源分析

### （一）翻譯書比重

表參-37、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍中之翻譯書比重

單位：種、%

| 類型 | 本土作者書籍 |        | 翻譯書籍  |       |
|----|--------|--------|-------|-------|
|    | 整體     | 店銷書    | 整體    | 店銷書   |
| 數量 | 15,566 | 11,009 | 8,857 | 8,695 |
| 比重 | 63.7%  | 55.9%  | 36.3% | 44.1% |

資料來源：本研究整理

就整體圖書而言，於四大網路書店上架之 24,423 種圖書中，本土作者書籍上架種數為 15,566 種，占 63.7%；外國作者書籍上架種數 8,857 種，出版比例為 36.3%，該比重雖仍低於我國作家創作比例，然其占比已逾三成五，相對其他國家本土與翻譯作品比重懸殊情況明顯不同。與上年度相比，106 年本土作者書籍於主要通路上架比重較 105 年（63.0%）略有提升，而相對地，外國作者書籍上架比重則較 105 年（37.0%）略微降低。

若僅就店銷書部分進行探討，於四大網路書店上架之 19,704 種圖書中，本土作者書籍出書種數為 11,009 種，占 55.9%；外國作者出書種數 8,695 種，出版比例為 44.1%，店銷書之翻譯書籍占比相對高於整體圖書之翻譯書籍，顯示其更加倚重以翻譯書吸引消費者目光與創造收益。與上年度相比，106 年本土作者之店銷書於主要通路上架比重較 105 年（55.4%）略有提升，而相對地，外國作者書籍上架比重則較 105 年（44.6%）略微降低。

## （二）書籍來源國分布

進一步分析我國書籍引進來源國家概況。結果顯示，我國翻譯作品來源以日本為首，計 3,989 種而所占比例達 45.0%；其次，美國作品出版達 1,726 種，比重為 19.5%；第三，中國大陸書籍出版 1,247 種，份額據 14.1%，惟中國大陸翻譯書有 357 種係來自非 106、107 年出版之圖書。其他比重未達一成者分別為英國（6.4%）、韓國（5.5%）、其他國家（5.3%）、法國（2.7%），以及德國（1.5%）。

若僅就店銷書部分進行探討，我國一般圖書之翻譯作品來源同樣以日本居首位，總計 3,971 種而所占比例達 45.7%；其次，美國作品出版達 1,620 種，比重為 18.6%；第三，中國大陸書籍出版 1,240 種，占比為 14.3%。其他占比未達一成之國家依序排列為英國（6.4%）、韓國（5.6%）、其他國家（5.3%）、法國（2.7%）以及德國（1.4%）等國。

表參-38、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍來源國分布

單位：種、%

| 編號<br>來源國家 |      | 整體種數(比重)          |                   |
|------------|------|-------------------|-------------------|
|            |      | 105 年             | 106 年             |
| 1          | 日本   | 4,248<br>(48.5%)  | 3,989<br>(45.0%)  |
| 2          | 美國   | 1,839<br>(21.0%)  | 1,726<br>(19.5%)  |
| 3          | 中國大陸 | 977<br>(11.2%)    | 1,247<br>(14.1%)  |
| 4          | 英國   | 600<br>(6.8%)     | 568<br>(6.4%)     |
| 5          | 韓國   | 412<br>(4.7%)     | 489<br>(5.5%)     |
| 6          | 其他國家 | 325<br>(3.7%)     | 469<br>(5.3%)     |
| 7          | 法國   | 237<br>(2.7%)     | 235<br>(2.7%)     |
| 8          | 德國   | 128<br>(1.5%)     | 134<br>(1.5%)     |
| 合計         |      | 8,776<br>(100.0%) | 8,857<br>(100.0%) |

| 編號<br>來源國家 |      | 店銷書種數(比重)         |                   |
|------------|------|-------------------|-------------------|
|            |      | 105 年             | 106 年             |
| 1          | 日本   | 4,218<br>(49.2%)  | 3,971<br>(45.7%)  |
| 2          | 美國   | 1,720<br>(20.0%)  | 1,620<br>(18.6%)  |
| 3          | 中國大陸 | 961<br>(11.2%)    | 1,240<br>(14.3%)  |
| 4          | 英國   | 591<br>(6.9%)     | 557<br>(6.4%)     |
| 5          | 韓國   | 409<br>(4.8%)     | 487<br>(5.6%)     |
| 6          | 其他國家 | 324<br>(3.8%)     | 461<br>(5.3%)     |
| 7          | 法國   | 235<br>(2.7%)     | 233<br>(2.7%)     |
| 8          | 德國   | 123<br>(1.4%)     | 126<br>(1.4%)     |
| 合計         |      | 8,581<br>(100.0%) | 8,695<br>(100.0%) |

資料來源：本研究整理



## 六、於主要通路實際上架圖書之定價及折扣概況

### (一) 各類圖書定價及折扣概述

表參-39、106 年各類圖書於網路書店通路之定價及折扣概況

單位：新臺幣、折

| 編號 | 圖書類型         | 價格類型（新臺幣元） |     |       |     | 折扣類型（折數） |     |       |     |
|----|--------------|------------|-----|-------|-----|----------|-----|-------|-----|
|    |              | 105 年      |     | 106 年 |     | 105 年    |     | 106 年 |     |
|    |              | 平均         | 眾數  | 平均    | 眾數  | 平均       | 眾數  | 平均    | 眾數  |
| 1  | 商業理財         | 466        | 280 | 568   | 280 | 8.5      | 9.0 | 8.5   | 9.0 |
| 2  | 文學小說         | 330        | 170 | 436   | 250 | 8.7      | 9.0 | 8.5   | 9.0 |
| 3  | 輕小說          | 228        | 220 | 235   | 220 | 8.6      | 9.0 | 8.6   | 9.0 |
| 4  | 藝術設計         | 622        | 350 | 553   | 380 | 8.6      | 9.0 | 8.6   | 9.0 |
| 5  | 社會科學         | 413        | 350 | 417   | 380 | 8.6      | 9.0 | 8.6   | 9.0 |
| 6  | 人文史地         | 754        | 320 | 598   | 320 | 8.5      | 9.0 | 8.6   | 9.0 |
| 7  | 自然科普         | 993        | 380 | 967   | 350 | 8.6      | 7.9 | 8.7   | 9.0 |
| 8  | 電腦資訊         | 767        | 580 | 500   | 480 | 8.6      | 9.0 | 8.6   | 9.0 |
| 9  | 語言學習         | 378        | 320 | 391   | 320 | 8.6      | 9.0 | 8.5   | 9.0 |
| 10 | 心理勵志         | 311        | 280 | 316   | 280 | 8.4      | 9.0 | 8.5   | 9.0 |
| 11 | 宗教命理         | 506        | 300 | 469   | 300 | 8.6      | 9.0 | 8.7   | 9.0 |
| 12 | 醫療保健         | 391        | 280 | 406   | 300 | 8.5      | 9.0 | 8.5   | 9.0 |
| 13 | 飲食           | 389        | 320 | 411   | 320 | 8.4      | 7.9 | 8.3   | 9.0 |
| 14 | 生活風格         | 354        | 350 | 402   | 380 | 8.5      | 9.0 | 8.5   | 9.0 |
| 15 | 旅遊           | 351        | 350 | 337   | 100 | 8.4      | 9.0 | 8.2   | 7.9 |
| 16 | 漫畫書          | 133        | 100 | 154   | 130 | 9.1      | 9.0 | 8.9   | 9.0 |
| 17 | 親子教養         | 328        | 300 | 338   | 320 | 8.3      | 7.9 | 8.4   | 9.0 |
| 18 | 童書／青少年       | 325        | 280 | 324   | 280 | 8.3      | 7.9 | 8.5   | 9.0 |
| 19 | 考試用書         | 436        | 550 | 443   | 550 | 8.9      | 9.0 | 8.8   | 9.0 |
| 20 | 專業／教科書／政府出版品 | 498        | 300 | 440   | 300 | 9.2      | 9.5 | 9.2   | 9.5 |
| 總計 |              | 401        | 300 | 425   | 280 | 8.7      | 9.0 | 8.6   | 9.0 |

資料來源：本研究整理

就各類圖書定價情況而言，以自然科普類之圖書平均定價較高，另有些類型圖書有定價歧異度甚高之情況發生，此係因部分書籍係為內含全彩印刷精裝套書，除精裝滾邊設計外，有些亦附贈精緻周邊商品，導致定價達萬元以上，此類圖書包含文學小說、專業／教科書／政府出版品、電腦資訊、人文史地、宗教命理、商業理財、自然科普、醫療保健與語言學習等類書籍。部分類型如專業／教科書／政府出版品與宗教命理等書籍，因部分書籍內含宣導或教義推廣性質刊物，使其定價甚或低於百元；少數社會科學、文學小說、生活風格、考試用書、語言學習、與童書／青少年文學等書籍，則係因為其頁數相對較少或屬開數較小圖書，從而導致售價偏低，另特別的是旅遊類型圖書，有些屬地圖性質，頁數僅一至二頁，其定價為一百元。

就各類圖書折扣情況而言，所有類型書籍皆無原價售書情形，此或係因當前免費資源易於取得而導致民眾購書率下降，消費市場中相對冷門類型或具時效性之出版品已減少發行，出版社多集中於發售暢銷、大眾化圖書，抑或其他雖非暢銷書籍或同樣具時效性，然明顯具收藏、生活實用與專業參考特性之書刊，該類圖書商品相對較無折扣彈性而不以折扣作為競爭策略。部分文學小說、生活風格、語言學習、旅遊、童書／青少年文學與輕小說等圖書之零售價甚或低於定價之五折，主要係因該類書籍參與網路書店所舉辦之期間限定優惠活動，活動期間折扣數明顯低於市場慣例，部分組合性商品搭配價格甚至接近出版社或書店結束營業時所使用之清倉售價。

另一方面，我國網路書店書籍平均折扣與眾數折扣集中於八折以上而九五以下，與一般圖書消費市場常見折扣區間相符。

## (二) 各類圖書網路書店折扣分布

表參-40、106 年各類圖書於網路書店折扣分布與通路差異程度

單位：折、%

| 編號 | 圖書類型         | 通路折扣分布    |           |           |         | 通路差異程度 <sup>163</sup> |       |
|----|--------------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------------------|-------|
|    |              | 博客來       | 誠品        | 金石堂       | 三民      | 105 年                 | 106 年 |
| 1  | 商業理財         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 76.6%                 | 78.9% |
| 2  | 文學小說         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 88.9%                 | 87.0% |
| 3  | 輕小說          | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 88.0%                 | 96.1% |
| 4  | 藝術設計         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 83.7%                 | 88.6% |
| 5  | 社會科學         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 76.4%                 | 82.5% |
| 6  | 人文史地         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 74.9%                 | 73.4% |
| 7  | 自然科普         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 54.5%                 | 53.5% |
| 8  | 電腦資訊         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 91.6%                 | 95.7% |
| 9  | 語言學習         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 87.9%                 | 89.6% |
| 10 | 心理勵志         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 88.0%                 | 94.6% |
| 11 | 宗教命理         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 70.7%                 | 75.0% |
| 12 | 醫療保健         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 76.9%                 | 81.9% |
| 13 | 飲食           | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 93.0%                 | 97.8% |
| 14 | 生活風格         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 86.8%                 | 90.3% |
| 15 | 旅遊           | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 94.6%                 | 72.4% |
| 16 | 漫畫書          | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 9.0 折以上 | 98.7%                 | 99.1% |
| 17 | 親子教養         | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 83.9%                 | 95.5% |
| 18 | 童書／青少年       | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 7.0-7.9 折 | 9.0 折以上 | 85.3%                 | 96.3% |
| 19 | 考試用書         | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 9.0 折以上 | 76.2%                 | 81.2% |
| 20 | 專業／教科書／政府出版品 | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 9.0 折以上   | 9.0 折以上 | 84.6%                 | 75.9% |
| 整體 |              |           |           |           |         | 84.2%                 | 85.3% |

註：網路書店通路折扣盤點時間為 107 年 4 月至 6 月，惟 106 年上架之圖書折扣會因時間遞延而改變其折扣優惠，因此分析結果可能與新書甫上架時有些出入，宜謹慎參閱。

<sup>163</sup> 通路差異程度係指書籍於各通路販售時之折扣數差異程度，百分比愈高者代表該類書籍於各通路之折扣差異程度愈大。

就社會科學、人文史地、藝術設計、文學小說、生活風格、心理勵志、商業理財、語言學習、宗教命理、旅遊、自然科普、電腦資訊、童書／青少年文學、醫療保健與輕小說類圖書而言，博客來、誠品與三民等三通路折扣區間集中於 9 折以上；而金石堂則多傾向於提供 7 至 7.9 折優惠。

專業／教科書／政府出版品、考試用書與漫畫類圖書部分，博客來、金石堂、誠品與三民等四大網路書店均僅提供 9 折以上之優惠；至於飲食類圖書則是誠品、三民提供 9 折以上優惠，而博客來與金石堂之折扣區間集中於 7 至 7.9 折。另據親子教養類圖書折扣分布觀察，誠品與金石堂折扣區間集中於 7 至 7.9 折，博客來與三民則至多提供 9 折以上優惠。

### （三）各類圖書之通路折扣差異

整體而言，各網路書店考量其銷售策略與當期主題圖書活動需求，多針對各類書籍定予各式折扣區間，以吸引話題關注與提升目標消費者購物意願。而此策略作為，雖可有效帶動圖書市場銷售數量表現，然其對整體產值貢獻有限，且恐加劇上游出版業者折扣競爭壓力。另一方面，除導致價格廝殺外，依據本研究訪談業界意見，其亦可能進一步導致出版社為因應行銷通路業者日益攀升之折扣要求，而採取先行提高書籍定價再給予優惠折扣之操作策略，從而影響圖書市場定價合理性與消費者權益。

本研究進一步歸納統整各類圖書於博客來、誠品、金石堂與三民等四大網路書店折扣情況，根據各通路間所提供之折扣是否相同而定義差異程度。結果顯示，網路書店折扣不一而競爭激烈，專業／教科書／政府出版品（75.9%）、人文史地（73.4%）、自然科普（53.5%）屬消費者涵養學識或為求職升遷而相對必需購買之書籍類型，消費者議價能力較低；商業理財（78.9%）與宗教命理（75.0%）等類圖書因相對具時效性而業者多採市場慣例優惠（如 7.9 折或 8.5 折），故折扣差異相對其他類別書籍差異略低；另旅遊書籍之通路折扣差異程度（72.4%）相較 105 年具大幅降低趨勢，推測係因一些書種僅在一至二個網路書店上架，通路競爭壓力較低所致，餘者折扣差異程度均逾八成以上。此似可驗證網路書店圖書雖有助於提升出版業者圖書能見度與銷售便利性，然其所要求之折扣條件亦相對高於其他通路，從而導致市場價格廝殺激烈。

## 參、106 年電子書出版概況（含總體及店銷型電子書）

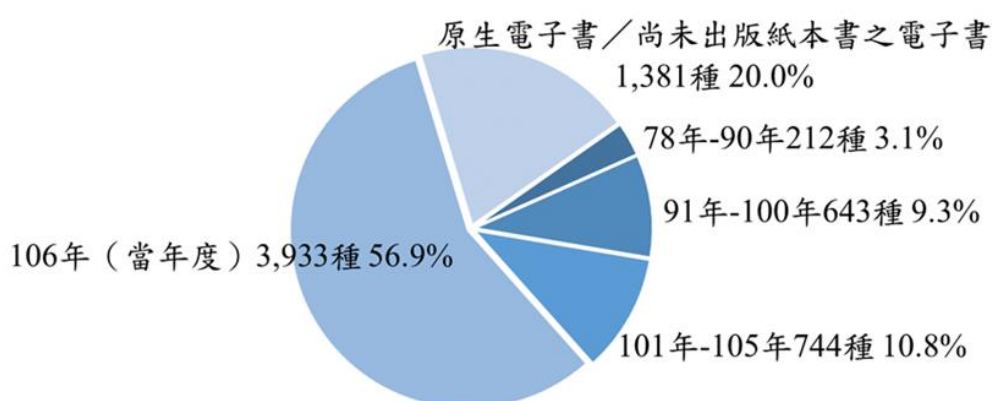
於電子書出版部分，鑑於數位科技發展趨勢，為掌握我國紙本書籍轉換數位

型態發行概況，本研究進一步針對 HyRead、Pubu 等兩個主要數位出版販售流通平臺進行盤點，其內容涵蓋：電子書名、出版機構、數位出版品語言、電子書於數位販售平臺的主分類、檔案格式、零售價（一般版）與競爭廠商家數等項目。此外，全國最大網路書店：博客來，於 106 年 9 月 4 日推出電子書販售服務，因其成立至 106 年 12 月 31 日未滿一年，故 106 年臺灣出版產業調查暫不針對博客來網路書店進行電子圖書的盤點。

經網路清查盤點，106 年全年度電子書出版上架種數為 6,913 種，相較於 105 年情況明顯成長。其中，紙本／電子書皆同步於 106 年出版上架者計有 3,933 種，占全年度電子書 56.9%；曾於 78 至 105 年曾出版紙本書之電子書計有 1,599 種（23.1%）；原生電子書／尚未出版紙本書之電子書者則為 1,381 種（20.0%），與 105 年情況（20.7%）相當。

106 年全年度電子書之類型方面，以店銷型 6,114 種（88.4%）為主要，專業／教科書／政府出版品與考試書等非店銷之電子書則有 799 種（11.6%）。106 年電子書出版語言以繁體中文 6,407 種居首位，其次為簡體中文 229 種，英文則為 194 種序列第三位。

原生電子書／尚未出版紙本書之電子書的類型，以文學小說類 323 種（23.4%）為最多，其次依序為心靈健康類 245 種（17.7%）、寫真類 151 種（10.9%）、休閒生活類 139 種（10.1%）、語言電腦類 116 種（8.4%）、財經企管類 86 種（6.2%），以及人文科普類 81 種（5.9%）等，其餘類型則皆未達 5.0%。



資料來源：本研究整理

圖參-8、我國 106 年出版上架電子書之紙本書上市年份分布

表參-41、我國 106 年電子書出版語言與種數

單位：種、%

| 語言別 |       | 繁體中文             | 簡體中文          | 英文            | 日文           | 其它          | 總計                |
|-----|-------|------------------|---------------|---------------|--------------|-------------|-------------------|
| 整體  | 105 年 | 4,656<br>(88.2%) | 212<br>(4.0%) | 324<br>(6.1%) | 87<br>(1.6%) | 1<br>(0.1%) | 5,280<br>(100.0%) |
|     | 106 年 | 6,407<br>(92.7%) | 229<br>(3.3%) | 194<br>(2.8%) | 78<br>(1.1%) | 5<br>(0.1%) | 6,913<br>(100.0%) |
| 店銷書 | 105 年 | 4,002<br>(86.6%) | 212<br>(4.6%) | 321<br>(6.9%) | 86<br>(1.9%) | 1<br>(0.1%) | 4,622<br>(100.0%) |
|     | 106 年 | 5,618<br>(91.9%) | 222<br>(3.6%) | 191<br>(3.1%) | 78<br>(1.3%) | 5<br>(0.1%) | 6,114<br>(100.0%) |

資料來源：本研究整理

就電子書檔案格式而言，以 PDF 格式 3,784 種所占最多，其次為 EPUB 格式 1,872 種、PDF 與 EPUB 皆有者則為 1,143 種，以及 JPG（JPEG）格式為 114 種。各內容類型電子書中，以文學小說類 1,971 種最多，其次依序為心靈健康類 995 種、人文科普類 715 種、考試類 704 種、休閒生活類 682 種等，其餘類型則低於 10%。

表參-42、我國 106 年電子書出版格式種數

單位：種、%

| 編號 | 圖書類型 | 檔案格式             |                |                |               | 出版種數             |                  |
|----|------|------------------|----------------|----------------|---------------|------------------|------------------|
|    |      | EPUB             | PDF            | PDF / EPUB     | JPG           | 105 年            | 106 年            |
| 1  | 人文科普 | 149<br>(8.0%)    | 379<br>(10.0%) | 154<br>(13.5%) | 33<br>(28.9%) | 495<br>(9.4%)    | 715<br>(10.3%)   |
| 2  | 文學小說 | 1,056<br>(56.4%) | 512<br>(13.5%) | 382<br>(33.4%) | 21<br>(18.4%) | 1,335<br>(25.3%) | 1,971<br>(28.5%) |
| 3  | 藝術設計 | 23<br>(1.2%)     | 110<br>(2.9%)  | 41<br>(3.6%)   | 4<br>(3.5%)   | 149<br>(2.8%)    | 178<br>(2.6%)    |
| 4  | 財經企管 | 126<br>(6.7%)    | 182<br>(4.8%)  | 105<br>(9.2%)  | 6<br>(5.3%)   | 273<br>(5.2%)    | 419<br>(6.1%)    |
| 5  | 心靈健康 | 235<br>(12.6%)   | 580<br>(15.3%) | 172<br>(15.0%) | 8<br>(7.0%)   | 677<br>(12.8%)   | 995<br>(14.4%)   |
| 6  | 休閒生活 | 71<br>(3.8%)     | 439<br>(11.7%) | 167<br>(14.6%) | 5<br>(4.4%)   | 752<br>(14.2%)   | 682<br>(9.9%)    |
| 7  | 親子家庭 | 57<br>(3.0%)     | 84<br>(2.2%)   | 26<br>(2.3%)   | 1<br>(0.9%)   | 248<br>(4.7%)    | 168<br>(2.4%)    |
| 8  | 語言電腦 | 28<br>(1.5%)     | 330<br>(8.7%)  | 26<br>(2.3%)   | 4<br>(3.5%)   | 304<br>(5.8%)    | 388<br>(5.6%)    |
| 9  | 醫療保健 | 16<br>(0.9%)     | 52<br>(1.4%)   | 31<br>(2.7%)   | 7<br>(6.1%)   | 60<br>(1.1%)     | 106<br>(1.5%)    |
| 10 | 考試   | 9<br>(0.5%)      | 685<br>(18.1%) | 8<br>(0.7%)    | 2<br>(1.8%)   | 639<br>(12.1%)   | 704<br>(10.2%)   |

| 編號 | 圖書類型         | 檔案格式              |                   |                   |                 | 出版種數              |                   |
|----|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-------------------|-------------------|
|    |              | EPUB              | PDF               | PDF / EPUB        | JPG             | 105 年             | 106 年             |
| 11 | 寫真           | 4<br>(0.2%)       | 161<br>(4.3%)     | 3<br>(0.3%)       | 0<br>(0.0%)     | 108<br>(2.1%)     | 168<br>(2.4%)     |
| 12 | 成人           | 47<br>(2.5%)      | 47<br>(1.3%)      | 15<br>(1.3%)      | 0<br>(0.0%)     | 185<br>(3.5%)     | 109<br>(1.6%)     |
| 13 | 童書／青少年文學     | 49<br>(2.6%)      | 137<br>(3.6%)     | 11<br>(1.0%)      | 18<br>(15.8%)   | 36<br>(0.7%)      | 215<br>(3.1%)     |
| 14 | 專業／教科書／政府出版品 | 2<br>(0.1%)       | 86<br>(2.2%)      | 2<br>(0.2%)       | 5<br>(4.4%)     | 19<br>(0.4%)      | 95<br>(1.4%)      |
| 總計 |              | 1,872<br>(100.0%) | 3,784<br>(100.0%) | 1,143<br>(100.0%) | 114<br>(100.0%) | 5,280<br>(100.0%) | 6,913<br>(100.0%) |

資料來源：本研究整理

就電子書零售價格部分觀察，各內容類型電子書之最高與最低零售價格差異甚大，以平均零售價格而言，最高為專業／教科書／政府出版品類 2,892 元，其次為藝術設計類 396 元、考試類 360 元、人文科普類 307 元等，其餘類型之平均價格皆低於 300 元。整體電子書平均零售價格則為 270 元。其價格相對實體書籍平均價格相差無幾甚或偏高者，主要係因電子書種數量偏低且涵蓋部分高價產業白皮書、年鑑等，從而導致平均價格與主觀直覺認定價格相對不符之情況。

而在出版機構家數方面，以出版文學小說類電子書廠商家數最多（233 家），其次為心靈健康類 176 家、休閒生活類 166 家、人文科普 159 家等，其餘類型之廠商家數皆低於 20%。而 106 年整體的出版電子書總出版機構家數則為 686 家，相較於上一年度（105 年），因本年度出現許多「自出版」的電子書上架，加上部分出版社對電子書出版轉趨積極，致使電子書出版廠商家數有所提升。

表參-43、我國 106 年各類型電子書零售價格及出版家數

單位：新臺幣元、家、%

| 編號 | 圖書類型 | 價格（新臺幣元） |     |       |     | 廠商家數          |                |
|----|------|----------|-----|-------|-----|---------------|----------------|
|    |      | 105 年    |     | 106 年 |     | 105 年         | 106 年          |
|    |      | 平均       | 眾數  | 平均    | 眾數  |               |                |
| 1  | 人文科普 | 353      | 196 | 307   | 210 | 96<br>(28.1%) | 159<br>(23.2%) |
| 2  | 文學小說 | 193      | 90  | 175   | 50  | 93<br>(27.2%) | 233<br>(34.0%) |
| 3  | 藝術設計 | 286      | 266 | 396   | 279 | 46<br>(13.5%) | 74<br>(10.8%)  |
| 4  | 財經企管 | 508      | 300 | 230   | 210 | 53<br>(15.5%) | 110<br>(16.0%) |
| 5  | 心靈健康 | 173      | 196 | 201   | 175 | 131           | 176            |



| 編號 | 圖書類型         | 價格（新臺幣元） |     |       |       | 廠商家數             |                  |
|----|--------------|----------|-----|-------|-------|------------------|------------------|
|    |              | 105 年    |     | 106 年 |       |                  |                  |
|    |              | 平均       | 眾數  | 平均    | 眾數    | 105 年            | 106 年            |
|    |              |          |     |       |       | ( 38.3%)         | ( 25.7%)         |
| 6  | 休閒生活         | 219      | 224 | 239   | 224   | 90<br>( 26.3%)   | 166<br>( 24.2%)  |
| 7  | 親子家庭         | 133      | 50  | 169   | 50    | 64<br>( 18.7%)   | 77<br>( 11.2%)   |
| 8  | 語言電腦         | 603      | 99  | 245   | 69    | 40<br>( 11.7%)   | 81<br>( 11.8%)   |
| 9  | 醫療保健         | 561      | 175 | 217   | 175   | 29<br>( 8.5%)    | 43<br>( 6.3%)    |
| 10 | 考試           | 456      | 80  | 360   | 531   | 29<br>( 8.5%)    | 30<br>( 4.4%)    |
| 11 | 寫真           | 87       | 79  | 138   | 79    | 3<br>( 0.9%)     | 13<br>( 1.9%)    |
| 12 | 成人           | 113      | 100 | 190   | 100   | 4<br>( 1.2%)     | 55<br>( 8.0%)    |
| 13 | 童書／青少年文學     | 196      | 252 | 169   | 196   | 16<br>( 4.7%)    | 23<br>( 3.4%)    |
| 14 | 專業／教科書／政府出版品 | 647      | 210 | 2,892 | 6,000 | 13<br>( 3.8%)    | 28<br>( 4.1%)    |
|    | 總計           | 282      | 90  | 270   | 175   | 342<br>( 100.0%) | 686<br>( 100.0%) |

註：因廠商家數總計數已扣除重複者，故各類型電子書廠商家數占比合計數不等於 100.0%。

資料來源：本研究整理

## 肆、106 年電子漫畫出版概況

於電子漫畫出版方面，主要係盤點 Book Walker、HyRead 等兩個主要數位出版販售流通平臺之資料。出版品語言部分，經盤點確認，106 年所有出版之電子漫畫均為正體中文。至於出版種數方面，106 年電子漫畫出版種數為 1,435 種。各內容類型電子漫畫中，以少女類 776 種（54.1%）最多，其次依序為少年類 369 種（25.7%），以及淑女類 145 種（10.1%）等，其餘類別皆低於 10%。

表參-44、我國近兩年各類型電子漫畫出版種類

單位：種、%

| 年度    | 電子漫畫出版類型       |                |               |                |              |             | 合計                |
|-------|----------------|----------------|---------------|----------------|--------------|-------------|-------------------|
|       | 少年             | 少女             | 青年            | 淑女             | BL           | 百合          |                   |
| 105 年 | 209<br>(42.0%) | 126<br>(25.3%) | 55<br>(11.0%) | 82<br>(16.5%)  | 21<br>(4.2%) | 5<br>(1.0%) | 498<br>(100.0%)   |
| 106 年 | 369<br>(25.7%) | 776<br>(54.1%) | 98<br>(6.8%)  | 145<br>(10.1%) | 42<br>(2.9%) | 5<br>(0.4%) | 1,435<br>(100.0%) |

資料來源：本研究整理



關於電子漫畫檔案格式，無論是 Book Walker 或 HyRead，均高度採用 EPUB 3 檔案，且全數支援 Android 與 iOS 系統之一般電腦、平板電腦與手機，故 106 年電子漫畫之檔案格式以 EPUB 為最高，達到 1,412 種漫畫採用，其次為 PDF 格式（18 種）以及 JPG 格式（5 種）等。此外，目前電子漫畫平臺仍以紙本漫畫先行出版為主，僅 75 種（5.2%）電子漫畫為 EP 同步型態。

表參-45、我國近兩年電子漫畫出版格式種類

單位：種、%

| 年度    | 檔案格式             |              |                |             | 合計                |
|-------|------------------|--------------|----------------|-------------|-------------------|
|       | EPUB             | PDF          | PDF / EPUB     | JPG         |                   |
| 105 年 | 335<br>(67.3%)   | 36<br>(7.2%) | 127<br>(25.5%) | 0<br>(0.0%) | 498<br>(100.0%)   |
| 106 年 | 1,412<br>(98.4%) | 18<br>(1.3%) | 0<br>(0.0%)    | 5<br>(0.3%) | 1,435<br>(100.0%) |

資料來源：本研究整理

表參-46、我國 106 年各類型及檔案格式之電子漫畫出版種數

單位：種、%

| 編號 | 漫畫類型    | 檔案格式              |                |             |               | 合計                |
|----|---------|-------------------|----------------|-------------|---------------|-------------------|
|    |         | EPUB              | PDF            | PDF / EPUB  | JPG           |                   |
| 1  | 少年      | 361<br>(25.6%)    | 5<br>(27.8%)   | 0<br>(0.0%) | 3<br>(60.0%)  | 369<br>(25.7%)    |
| 2  | 少女      | 776<br>(55.0%)    | 0<br>(0.0%)    | 0<br>(0.0%) | 0<br>(0.0%)   | 776<br>(54.1%)    |
| 3  | 青年      | 83<br>(5.9%)      | 13<br>(72.2%)  | 0<br>(0.0%) | 2<br>(40.0%)  | 98<br>(6.8%)      |
| 4  | 淑女      | 145<br>(10.3%)    | 0<br>(0.0%)    | 0<br>(0.0%) | 0<br>(0.0%)   | 145<br>(10.1%)    |
| 5  | BL（少年愛） | 42<br>(3.0%)      | 0<br>(0.0%)    | 0<br>(0.0%) | 0<br>(0.0%)   | 42<br>(2.9%)      |
| 6  | 百合（GL）  | 5<br>(0.4%)       | 0<br>(0.0%)    | 0<br>(0.0%) | 0<br>(0.0%)   | 5<br>(0.3%)       |
| 總計 |         | 1,412<br>(100.0%) | 18<br>(100.0%) | 0<br>(0.0%) | 5<br>(100.0%) | 1,435<br>(100.0%) |

資料來源：本研究整理

就電子漫畫零售價格部分觀察，各內容類型電子漫畫之最高與最低零售價格差異相對圖書（紙本與數位）、雜誌（紙本與數位）、與紙本漫畫等類型之書籍偏低。以平均零售價格而言，最高為青年類 126 元，其次為少年愛（BL）類 87 元、百合（GL）類 81 元、少年類 80 元、少女類 67 元與淑女類 60 元，整體電子漫畫平均零售價格為 86 元。其價格相對實體漫畫平均價格相差甚高者，依據本研

究訪談業界意見，或許係因電子漫畫免費資源取得較為容易，促使業者致力於提供品質好且價格優惠的電子漫畫，以吸引讀者消費閱讀之故。

而在出版機構家數方面，以出版少年類電子漫畫廠商家數最多（16 家），其次為青年類（11 家）、少女類（7 家）、少年愛（BL）類（5 家）、淑女類（3 家），以及百合（GL）類 2 家；106 年出版電子漫畫總出版機構家數則為 18 家。

表參-47、我國 106 年各類型電子漫畫零售價格及出版家數

單位：新臺幣元、家、%

| 編號 | 漫畫類型    | 價格（新臺幣元） |     |       |    | 廠商家數           |                 |
|----|---------|----------|-----|-------|----|----------------|-----------------|
|    |         | 105 年    |     | 106 年 |    |                |                 |
|    |         | 平均       | 眾數  | 平均    | 眾數 | 105 年          | 106 年           |
| 1  | 少年      | 74       | 47  | 80    | 55 | 7<br>( 87.5%)  | 16<br>( 88.9%)  |
| 2  | 少女      | 68       | 55  | 67    | 70 | 5<br>( 62.5%)  | 7<br>( 38.9%)   |
| 3  | 青年      | 108      | 90  | 126   | 55 | 5<br>( 62.5%)  | 11<br>( 61.1%)  |
| 4  | 淑女      | 51       | 50  | 60    | 50 | 2<br>( 25.0%)  | 3<br>( 16.7%)   |
| 5  | BL（少年愛） | 84       | 77  | 87    | 70 | 5<br>( 62.5%)  | 5<br>( 27.8%)   |
| 6  | 百合（GL）  | 168      | 164 | 81    | 80 | 3<br>( 37.5%)  | 2<br>( 11.1%)   |
| 總計 |         | 73       | 50  | 86    | 70 | 8<br>( 100.0%) | 18<br>( 100.0%) |

註：因廠商家數總計數已扣除重複者，故各類型電子漫畫廠商家數占比合計數不等於 100.0%。

資料來源：本研究整理

## 第五節 我國雜誌期刊於主要通路實際上架概況分析

如前所述，由於目前國際標準期刊號（International Standard Serial Number, ISSN）於收錄國內雜誌出刊種數仍有所侷限，難以完整呈現我國雜誌出版概況；過往雜誌之出版種數係依據產業問卷調查填答結果進行推估而得，無客觀出版盤點資料。對此，本研究擬透過主要雜誌收錄機構及主要上架通路進行盤點，以期得出較完整及詳細之 106 年雜誌出版概況。

鑑於數位化趨勢，故雜誌出版盤點將依紙本及電子雜誌分別進行盤點。106 年紙本雜誌（不含 MOOK）出版盤點來源包括：ISSN 期刊收錄、中華民國出版期刊指南系統、華藝線上圖書館、主要市場通路（包含博客來、誠品、金石堂與讀冊<sup>164</sup>等網路書店）。106 年電子雜誌出版盤點來源包括：Pubu、Hami。是故，紙本盤點範圍將包括店銷型及非店銷型雜誌，而電子雜誌則主要以店銷型為主。

紙本雜誌（不含 MOOK）盤點項目包括：雜誌期刊名、出版機構、出版品語言、創刊年、店銷雜誌於網路書店主分類（以博客來分類為主）、雜誌屬性（店銷、非店銷）、出刊頻率（週刊、雙週刊、月刊、雙月刊、季刊、半年刊、年刊、特刊或不定期）、零售定價、折扣數。電子雜誌盤點項目包括：雜誌期刊名、出版機構、出版品語言、店銷雜誌於數位販售平臺的主分類、檔案格式、零售價（一般版）。

### 壹、紙本雜誌整體出版概況（含店銷及非店銷型）

106 年紙本雜誌整體出版種數（含特刊、過刊重出版、不定期出刊）為 1,024 種，其中於四大網路書店（博客來、誠品、金石堂、讀冊）上架之店銷型雜誌共 842 種，而未於四大網路書店上架之非店銷型雜誌共 182 種，比重分別為 82.2%、17.8%。若扣除特刊、過刊重出版、不定期出刊等三類，則 106 年紙本雜誌出版種數為 651 種，其中店銷型 472 種，非店銷型 179 種，比重分別為 72.5%、27.5%。

---

<sup>164</sup> 往年以四大網路書店：博客來、金石堂、誠品、三民做為現況資料的盤點來源，其中，因三民網路書店僅上架當期之紙本雜誌，而無法進行回溯盤點 106 年全面性的資料，故今年度將三民網路書店改以讀冊網路書店做為相關盤點工作之資料來源。

表參-48、我國 106 年紙本雜誌出版種數

單位：種、%

| 項目                               | 類型 | 105 年紙本雜誌出版 |       |        | 106 年紙本雜誌出版 |       |        |
|----------------------------------|----|-------------|-------|--------|-------------|-------|--------|
|                                  |    | 非店銷         | 店銷    | 合計     | 非店銷         | 店銷    | 合計     |
| 整體                               | 數量 | 107         | 546   | 653    | 182         | 842   | 1,024  |
|                                  | 比重 | 16.4%       | 83.6% | 100.0% | 17.8%       | 82.2% | 100.0% |
| 整體<br>(不含特刊、<br>過刊重出版、<br>不定期出刊) | 數量 | 103         | 512   | 615    | 179         | 472   | 651    |
|                                  | 比重 | 16.8%       | 83.2% | 100.0% | 27.5%       | 72.5% | 100.0% |

註：1. 店銷雜誌包含於四大網路書店（誠品、金石堂、讀冊以及博客來）上架之雜誌

2. 106 年度非店銷雜誌因新增盤點來源，故數量較 105 年增加

資料來源：本研究整理

依紙本雜誌之出版語言，106 年繁體中文版的雜誌種數為 992 種，占整體 96.9%，其中店銷型紙本雜誌為 832 種，非店銷型為 160 種；繁體中文及外文版皆有出版的紙本雜誌為 20 種，其中店銷型 8 種，非店銷型 12 種；外文雜誌則有 12 種，其中店銷型 2 種，非店銷型 10 種。

表參-49、我國 106 年紙本雜誌各出版語言之出版種數

單位：種

| 語言別      | 105 年紙本雜誌出版 |     |     | 106 年紙本雜誌出版 |     |       |
|----------|-------------|-----|-----|-------------|-----|-------|
|          | 非店銷         | 店銷  | 合計  | 非店銷         | 店銷  | 合計    |
| 繁體中文     | 88          | 539 | 627 | 160         | 832 | 992   |
| 繁體中文及外文版 | 11          | 6   | 17  | 12          | 8   | 20    |
| 外文       | 8           | 1   | 9   | 10          | 2   | 12    |
| 合計       | 107         | 546 | 653 | 182         | 842 | 1,024 |

註：1. 店銷雜誌包含於四大網路書店（誠品、金石堂、讀冊以及博客來）上架之雜誌

2. 106 年度非店銷雜誌因新增盤點來源，故數量較 105 年增加

資料來源：本研究整理

依紙本雜誌之出刊頻率，106 年出版之 1,024 種整體紙本雜誌中以特刊的種數最多（333 種），其次為月刊及半年刊，各有 250 種、120 種。若以店銷型雜誌計為 472 種，相較於 105 年 512 種減少 40 種，而各出刊頻率類型的種數排序相似，同樣以特刊 333 種為最多，其次為月刊 248 種、雙月刊 94 種。

表參-50、我國 106 年紙本雜誌各出刊頻率類型之出版種數

單位：種

| 出刊頻率  | 店銷    |       | 非店銷   |       | 出版種數  |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|       | 105 年 | 106 年 | 105 年 | 106 年 | 105 年 | 106 年 |
| 週     | 20    | 15    | -     | -     | 20    | 15    |
| 雙週    | 14    | 15    | 1     | -     | 15    | 15    |
| 半月    | -     | 0     | 1     | -     | 1     | 0     |
| 月     | 263   | 248   | 17    | 2     | 280   | 250   |
| 雙月    | 97    | 94    | 15    | 1     | 112   | 95    |
| 季     | 90    | 87    | 22    | 26    | 112   | 113   |
| 一年三期  | -     | 0     | 2     | 1     | 2     | 1     |
| 半年    | 25    | 12    | 20    | 108   | 45    | 120   |
| 年     | 3     | 1     | 25    | 39    | 28    | 40    |
| 不定期   | 2     | 23    | 4     | 5     | 6     | 28    |
| 特刊    | 19    | 333   | -     | -     | 19    | 333   |
| 過刊重出版 | 13    | 14    | -     | -     | 13    | 14    |
| 合計    | 546   | 842   | 49    | 182   | 653   | 1,024 |

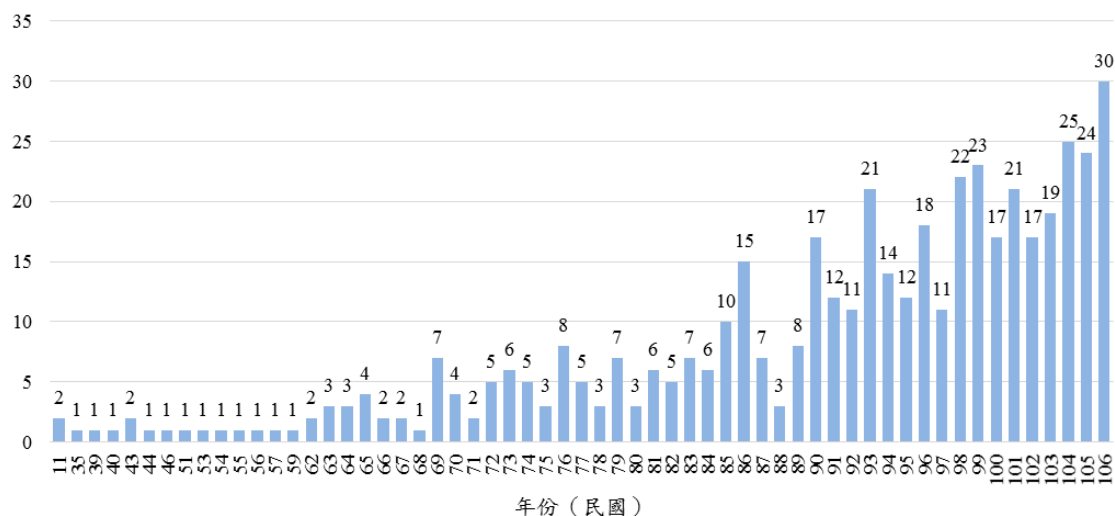
註：1. 店銷雜誌包含於四大網路書店（誠品、金石堂、讀冊以及博客來）上架之雜誌

2. 106 年度非店銷雜誌因新增盤點來源，故數量較 105 年增加

資料來源：本研究整理

依 106 年上架之店銷紙本雜誌（不含特刊、過刊重出版、不定期出刊）創刊時間分布來看，主要創刊時間以 106 年最多，該年創刊種數為 30 種，其次則是 105 年 24 種、106 年 25 種，顯示近三年創刊的雜誌相當活躍。而 106 年共 30 種雜誌創刊，442 種為既存之店銷雜誌，可推測 106 年有 70 種雜誌因故休刊或暫時停刊。另創刊雜誌類型方面，以家庭生活類（6 種）為主，其次為休閒嗜好類（5 種）、男性風尚類（3 種）等類型雜誌為主。

(單位：種)



註：不含特刊、過刊重出版、不定期出刊

資料來源：本研究整理

圖參-9、我國 106 年店銷紙本雜誌之創刊時間分布

依雜誌內容及價格類型來看，內容類型分類主要參考博客來網路書店分類為主，整體 106 年出版紙本雜誌以財經企管類雜誌 196 種最多，其次為學術期刊 181 種、休閒嗜好類 96 種等；若以店銷型雜誌來看，以財經企管 196 種最多，其次為休閒嗜好 95 種、家庭生活 68 種等。在價格類型方面，各出版次類型價格具有差異，最高及最低價格落差不小；平均定價水準中，以同志閱讀類型雜誌的 380 元最高，其次平均定價在 300 元以上者，則為調查研究報告類平均 339 元、語言學習類平均 314 元等，整體紙本雜誌平均定價水準為 225 元。

表參-51、我國 106 年紙本雜誌各類型出版種數及定價

單位：種、新臺幣元

| 編號 | 紙本雜誌類型 | 出版種數  |       |            |           |    | 價格類型 (新臺幣元) |     |       |     |
|----|--------|-------|-------|------------|-----------|----|-------------|-----|-------|-----|
|    |        | 105 年 | 106 年 |            |           |    | 105 年       |     | 106 年 |     |
|    |        | 合計    | 店銷    | 非店銷        |           | 合計 | 平均          | 眾數  | 平均    | 眾數  |
|    |        |       |       | 非學術<br>非營利 | 學術<br>非營利 |    |             |     |       |     |
| 1  | 人文社會   | 11    | 12    | -          | -         | 12 | 177         | 200 | 171   | 150 |
| 2  | 文學史地   | 22    | 25    | -          | -         | 25 | 203         | 250 | 206   | 200 |
| 3  | 臺灣地方誌  | 5     | 10    | -          | -         | 10 | 213         | 250 | 216   | 250 |
| 4  | 休閒嗜好   | 73    | 95    | 1          | -         | 96 | 233         | 168 | 235   | 168 |
| 5  | 同志閱讀   | 2     | 1     | -          | -         | 1  | 446         | 380 | 380   | 380 |
| 6  | 自然科學   | 1     | 7     | -          | -         | 7  | 319         | 380 | 291   | 299 |

| 編號 | 紙本雜誌<br>類型 | 出版種數  |       |            |            |       | 價格類型（新臺幣元） |     |       |     |
|----|------------|-------|-------|------------|------------|-------|------------|-----|-------|-----|
|    |            | 105 年 | 106 年 |            |            | 合計    | 105 年      |     | 106 年 |     |
|    |            | 合計    | 店銷    | 非店銷        |            |       | 平均         | 眾數  | 平均    | 眾數  |
|    |            |       |       | 非學術<br>非營利 | 學 術<br>非營利 |       |            |     |       |     |
| 7  | 汽機車        | 24    | 19    | -          | -          | 19    | 139        | 200 | 158   | 99  |
| 8  | 男性風尚       | 16    | 30    | -          | -          | 30    | 312        | 200 | 299   | 200 |
| 9  | 建築裝潢       | 27    | 29    | -          | -          | 29    | 204        | 200 | 200   | 200 |
| 10 | 流行時尚       | 35    | 27    | -          | -          | 27    | 216        | 300 | 218   | 200 |
| 11 | 相機攝影       | 8     | 7     | -          | -          | 7     | 317        | 450 | 285   | 220 |
| 12 | 音樂音響       | 7     | 6     | -          | -          | 6     | 205        | 200 | 206   | 200 |
| 13 | 音樂藝術       | 7     | 26    | -          | -          | 26    | 227        | 180 | 227   | 180 |
| 14 | 家庭生活       | 33    | 68    | -          | -          | 68    | 134        | 99  | 136   | 99  |
| 15 | 旅遊情報       | 24    | 53    | -          | -          | 53    | 207        | 250 | 206   | 99  |
| 16 | 時尚美妝       | 15    | 35    | -          | -          | 35    | 183        | 128 | 179   | 128 |
| 17 | 財經企管       | 49    | 196   | -          | -          | 196   | 145        | 99  | 140   | 99  |
| 18 | 新聞時事       | 21    | 7     | 1          | -          | 8     | 158        | 150 | 148   | 150 |
| 19 | 運動競技       | 36    | 8     | -          | -          | 8     | 177        | 180 | 208   | 180 |
| 20 | 電腦科學       | 23    | 47    | -          | -          | 47    | 218        | 200 | 241   | 200 |
| 21 | 語言學習       | 32    | 36    | -          | -          | 36    | 309        | 220 | 314   | 199 |
| 22 | 影視偶像       | 10    | 14    | -          | -          | 14    | 172        | 128 | 175   | 199 |
| 23 | 調查研究報告     | 7     | 3     | -          | -          | 3     | 253        | 200 | 339   | -   |
| 24 | 學術期刊       | 60    | 4     | 7          | 170        | 181   | 264        | 200 | 263   | 300 |
| 25 | 機關雜誌       | 53    | 2     | 2          | -          | 4     | 168        | 150 | 170   | -   |
| 26 | 親子育樂       | 20    | 53    | 1          | -          | 54    | 210        | 150 | 201   | 198 |
| 27 | 藝術設計       | 28    | 22    | -          | -          | 22    | 263        | 280 | 264   | 280 |
| 28 | 其他         | 5     | 0     | -          | -          | 0     | 170        | 170 | -     | -   |
| 合計 |            | 653   | 842   | 12         | 170        | 1,024 | 199        | 99  | 225   | 195 |

註：1. 店銷雜誌包含於四大網路書店（誠品、金石堂、讀冊以及博客來）上架之雜誌

2. 106 年度非店銷雜誌因新增盤點來源，故數量較 105 年增加

資料來源：本研究整理

店銷型紙本雜誌實際於主要通路的上架率而言，上架種數以金石堂 732 種最多，上架率 86.9%，其次則是讀冊 597 種（70.9%）、誠品 419 種（49.8%）、博客

來 224 種 (26.6%)。此外，由於本研究之四大網路書店之店銷雜誌的盤點工作集中於 107 年 4 月至 6 月進行，因部分網路書店會將過期、售完之雜誌下架，以致相關外部因素可能影響上述盤點結果。

表參-52、106 年我國店銷型紙本雜誌上架率

單位：種、%

| 通路名稱 | 整體（店銷型） | 博客來   | 誠品    | 金石堂   | 讀冊    |
|------|---------|-------|-------|-------|-------|
| 商品數  | 842     | 224   | 419   | 732   | 597   |
| 比重   | 100.0%  | 26.6% | 49.8% | 86.9% | 70.9% |

註：本研究於 107 年 4 月至 6 月盤點上述四大網路書店所得之資料

資料來源：本研究整理

各主要通路對於各類型店銷紙本雜誌市場的折扣差異多所不同，部分類型的紙本雜誌於通路銷售之 106 年折扣差異程度較大，包括同志閱讀（100.0%）、調查研究報告（100.0%）、語言學習（94.4%），以及臺灣地方誌（90.0%）等差異程度均達 90% 以上。整體而言，紙本雜誌之四大通路折扣差異程度為 72.5%，相較於 105 年的 79.1% 微幅降低。此外，由於本研究之四大網路書店之店銷雜誌的盤點工作集中於 107 年 4 月至 6 月進行，因店銷紙本雜誌的折扣狀況會受到季節、檔期、輿論、活動等外部因素影響，以致可能影響上述盤點結果。

表參-53、106 年各類紙本雜誌折扣分布與通路差異程度

單位：折、%、家

| 編號 | 圖書類型  | 通路折扣分布  |         |         |         | 通路差異程度 |        | 廠商家數          |               |
|----|-------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|---------------|---------------|
|    |       | 博客來     | 誠品      | 金石堂     | 讀冊      | 105 年  | 106 年  | 105 年         | 106 年         |
|    |       |         |         |         |         |        |        |               |               |
| 1  | 人文社會  | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 37.5%  | 50.0%  | 13<br>(5.4%)  | 12<br>(3.6%)  |
| 2  | 文學史地  | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 63.2%  | 64.0%  | 20<br>(8.2%)  | 22<br>(6.7%)  |
| 3  | 臺灣地方誌 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 40.0%  | 90.0%  | 8<br>(3.3%)   | 7<br>(2.1%)   |
| 4  | 休閒嗜好  | 8.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 39.4%  | 80.0%  | 73<br>(30.0%) | 47<br>(14.2%) |
| 5  | 同志閱讀  | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 8.7 折以上 | 9.0 折以上 | 50.0%  | 100.0% | 3<br>(1.2%)   | 1<br>(0.3%)   |
| 6  | 自然科學  | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 8.5 折以上 | 100.0% | 85.7%  | 3<br>(1.2%)   | 4<br>(1.2%)   |
| 7  | 汽機車   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 33.3%  | 52.6%  | 24<br>(9.9%)  | 17<br>(5.2%)  |
| 8  | 男性風尚  | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 7.5 折以上 | 56.3%  | 80.0%  | 15<br>(6.2%)  | 24<br>(7.3%)  |



| 編號 | 圖書類型   | 通路折扣分布  |         |         |         | 通路差異程度 |        | 廠商家數          |               |
|----|--------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|---------------|---------------|
|    |        | 博客來     | 誠品      | 金石堂     | 讀冊      | 105 年  | 106 年  | 105 年         | 106 年         |
|    |        |         |         |         |         |        |        |               |               |
| 9  | 建築裝潢   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 51.9%  | 86.2%  | 28<br>(11.5%) | 20<br>(6.1%)  |
| 10 | 流行時尚   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 8.5 折以上 | 74.3%  | 70.4%  | 28<br>(11.5%) | 25<br>(7.6%)  |
| 11 | 相機攝影   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 8.0 折以上 | 37.5%  | 57.1%  | 14<br>(5.8%)  | 7<br>(2.1%)   |
| 12 | 音樂音響   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 42.9%  | 83.3%  | 6<br>(2.5%)   | 4<br>(1.2%)   |
| 13 | 音樂藝術   | 9.5 折以上 | 9.5 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 0.0%   | 69.2%  | 8<br>(3.3%)   | 17<br>(5.2%)  |
| 14 | 家庭生活   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 42.9%  | 72.1%  | 30<br>(12.4%) | 38<br>(11.5%) |
| 15 | 旅遊情報   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 54.6%  | 75.5%  | 24<br>(9.9%)  | 25<br>(7.6%)  |
| 16 | 時尚美妝   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 8.8 折以上 | 20.0%  | 71.4%  | 18<br>(7.4%)  | 22<br>(6.7%)  |
| 17 | 財經企管   | 9.5 折以上 | 9.5 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 45.8%  | 80.1%  | 46<br>(18.9%) | 42<br>(12.7%) |
| 18 | 新聞時事   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 23.5%  | 28.6%  | 19<br>(7.8%)  | 7<br>(2.1%)   |
| 19 | 運動競技   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 61.1%  | 37.5%  | 18<br>(7.4%)  | 7<br>(2.1%)   |
| 20 | 電腦科學   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 8.5 折以上 | 47.8%  | 83.0%  | 25<br>(10.3%) | 27<br>(8.2%)  |
| 21 | 語言學習   | 9.0 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 83.9%  | 94.4%  | 12<br>(4.9%)  | 9<br>(2.7%)   |
| 22 | 影視偶像   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 60.0%  | 78.6%  | 13<br>(5.4%)  | 12<br>(3.6%)  |
| 23 | 調查研究報告 | 9.5 折以上 | -       | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 42.9%  | 100.0% | 19<br>(7.8%)  | 3<br>(0.9%)   |
| 24 | 學術期刊   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 8.0 折以上 | 33.3%  | 25.0%  | 31<br>(12.8%) | 4<br>(1.2%)   |
| 25 | 機關雜誌   | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 60.0%  | 100.0% | 43<br>(17.7%) | 2<br>(0.6%)   |
| 26 | 親子育樂   | 8.0 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 25.0%  | 73.6%  | 16<br>(6.6%)  | 23<br>(7.0%)  |
| 27 | 藝術設計   | 9.0 折以上 | 9.0 折以上 | 9.5 折以上 | 9.0 折以上 | 82.6%  | 68.2%  | 24<br>(9.9%)  | 20<br>(6.1%)  |
| 總計 |        |         |         |         |         | 79.1%  | 72.5%  | 243           | 330           |

註：因廠商家數總計數已扣除重複者，故各類型紙本雜誌出版廠商家數占比合計數不等於 100.0%

資料來源：本研究整理

## 貳、106 年電子雜誌出版概況

在電子雜誌出版方面，主要係盤點 Pubu、Hami 等兩個主要數位出版販售流通平臺之資料。根據盤點結果，106 年電子雜誌出版種數為 583 種，並以繁體中文者為最多（439 種），其次則為簡體中文（82 種）、日文（41 種），以及英文（21 種）。

表參-54、我國 106 年電子雜誌各出版語言之出版種數

單位：種、%

| 語言別         |    | 繁體中文  | 簡體中文  | 日文   | 英文   |
|-------------|----|-------|-------|------|------|
| 整體<br>(583) | 數量 | 439   | 82    | 41   | 21   |
|             | 比重 | 75.3% | 14.1% | 7.0% | 3.6% |

資料來源：本研究整理

關於電子雜誌的檔案格式，本年度以僅 PDF 的格式最多為 509 種，其次為 EPUB 格式 70 種、PDF 和 EPUB 皆有的則為 4 種。相較於 105 年，EPUB 與 PDF 格式皆有成長，但前者占比有所提升，後者則微幅下降。各內容類型之電子雜誌中，以休閒生活類 129 種最多，其次則是汽車類 58 種、成人類 50 種，以及財經企管類 47 種等。

表參-55、我國近兩年各檔案格式之電子雜誌出版種數

單位：種、%

| 年度    | 發行格式類型        |                |              |             | 合計              |
|-------|---------------|----------------|--------------|-------------|-----------------|
|       | EPUB          | PDF            | PDF／EPUB     | 影音書         |                 |
| 105 年 | 33<br>(7.4%)  | 392<br>(88.5%) | 17<br>(3.8%) | 1<br>(0.2%) | 443<br>(100.0%) |
| 106 年 | 70<br>(12.0%) | 509<br>(87.3%) | 4<br>(0.7%)  | 0<br>(0.0%) | 583<br>(100.0%) |

資料來源：本研究整理

表參-56、我國 106 年各類型及檔案格式之電子雜誌出版種數

單位：種、%

| 編號 | 類型   | 106 年電子雜誌出版 |              |             |             | 出版種數         |              |
|----|------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
|    |      | EPUB        | PDF          | PDF／EPUB    | 影音書         | 105 年        | 106 年        |
| 1  | 人文社會 | 1<br>(1.4%) | 10<br>(2.0%) | 0<br>(0.0%) | 0<br>(0.0%) | 5<br>(1.1%)  | 11<br>(1.9%) |
| 2  | 女性時尚 | 0<br>(0.0%) | 29<br>(5.7%) | 0<br>(0.0%) | 0<br>(0.0%) | 39<br>(8.8%) | 29<br>(5.0%) |
| 3  | 文學宗教 | 0<br>(0.0%) | 10<br>(2.0%) | 0<br>(0.0%) | 0<br>(0.0%) | 9<br>(2.0%)  | 10<br>(1.7%) |
| 4  | 休閒生活 | 13          | 116          | 0           | 0           | 108          | 129          |

| 編號 | 類型         | 106 年電子雜誌出版    |                 |               |             | 出版種數            |                 |
|----|------------|----------------|-----------------|---------------|-------------|-----------------|-----------------|
|    |            | EPUB           | PDF             | PDF／EPUB      | 影音書         | 105 年           | 106 年           |
|    |            | (18.6%)        | (22.8%)         | (0.0%)        | (0.0%)      | (24.4%)         | (22.1%)         |
| 5  | 成人         | 2<br>(2.9%)    | 48<br>(9.4%)    | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%) | 21<br>(4.7%)    | 50<br>(8.6%)    |
| 6  | 汽車         | 40<br>(57.1%)  | 18<br>(3.5%)    | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%) | 2<br>(0.5%)     | 58<br>(10.0%)   |
| 7  | 男性時尚       | 1<br>(1.4%)    | 18<br>(3.5%)    | 1<br>(25.0%)  | 0<br>(0.0%) | 30<br>(6.8%)    | 20<br>(3.4%)    |
| 8  | 兒童         | 0<br>(0.0%)    | 9<br>(1.8%)     | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%) | 2<br>(0.5%)     | 9<br>(1.5%)     |
| 9  | 流行時尚       | 2<br>(2.9%)    | 29<br>(5.7%)    | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%) | 10<br>(2.3%)    | 31<br>(5.3%)    |
| 10 | 財經企管       | 5<br>(7.1%)    | 41<br>(8.1%)    | 1<br>(25.0%)  | 0<br>(0.0%) | 54<br>(12.2%)   | 47<br>(8.1%)    |
| 11 | 商業理財       | 4<br>(5.7%)    | 31<br>(6.1%)    | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%) | 7<br>(1.6%)     | 35<br>(6.0%)    |
| 12 | 新聞娛樂       | 2<br>(2.9%)    | 35<br>(6.9%)    | 2<br>(50.0%)  | 0<br>(0.0%) | 39<br>(8.8%)    | 39<br>(6.7%)    |
| 13 | 運動競技       | 0<br>(0.0%)    | 21<br>(4.1%)    | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%) | 15<br>(3.4%)    | 21<br>(3.6%)    |
| 14 | 語言電腦、3C 科學 | 0<br>(0.0%)    | 41<br>(8.1%)    | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%) | 49<br>(11.1%)   | 41<br>(7.0%)    |
| 15 | 影視娛樂       | 0<br>(0.0%)    | 6<br>(1.2%)     | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%) | 2<br>(0.5%)     | 6<br>(1.0%)     |
| 16 | 藝術設計       | 0<br>(0.0%)    | 42<br>(8.3%)    | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%) | 48<br>(10.8%)   | 42<br>(7.2%)    |
| 17 | 其他         | 0<br>(0.0%)    | 5<br>(1.0%)     | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%) | 3<br>(0.7%)     | 5<br>(0.9%)     |
| 合計 |            | 70<br>(100.0%) | 509<br>(100.0%) | 4<br>(100.0%) | 0<br>(0.0%) | 443<br>(100.0%) | 583<br>(100.0%) |

資料來源：本研究整理

以電子雜誌的零售價格來看，各內容類型之電子雜誌的最高與最低零售價格差異大，以平均零售價格而言，最高為藝術設計類 184 元，其次為成人類 159 元、女性時尚類 150 元，以及運動競技類 146 元等，整體電子雜誌的平均零售價格則為 112 元。

而在出版機構家數方面，以出版休閒生活類雜誌的家數最多（60 家），其次為財經企管類 25 家、藝術設計類 24 家、流行時尚類 21 家，以及新聞娛樂類 20 家；106 年出版電子雜誌之出版機構家數則為 202 家。

表參-57、我國 106 年電子雜誌各類型零售價格及出版家數

單位：新臺幣元、家、%

| 編號 | 雜誌類型       | 零售價格（新臺幣元） |     |       |     | 廠商家數            |                 |
|----|------------|------------|-----|-------|-----|-----------------|-----------------|
|    |            | 105 年      |     | 106 年 |     | 105 年           | 106 年           |
|    |            | 平均         | 眾數  | 平均    | 眾數  |                 |                 |
| 1  | 人文社會       | 113        | -   | 81    | 50  | 3<br>(1.4%)     | 11<br>(5.5%)    |
| 2  | 女性時尚       | 107        | 120 | 150   | 60  | 28<br>(12.9%)   | 17<br>(8.4%)    |
| 3  | 文學宗教       | 70         | 80  | 90    | 80  | 7<br>(3.2%)     | 7<br>(3.5%)     |
| 4  | 休閒生活       | 103        | 79  | 105   | 39  | 63<br>(29.0%)   | 60<br>(29.7%)   |
| 5  | 成人         | 184        | 198 | 159   | 109 | 9<br>(4.2%)     | 7<br>(3.5%)     |
| 6  | 汽車         | 104        | -   | 54    | 30  | 2<br>(0.9%)     | 10<br>(5.0%)    |
| 7  | 男性時尚       | 112        | 120 | 135   | 79  | 18<br>(8.3%)    | 14<br>(6.9%)    |
| 8  | 兒童         | 100        | -   | 91    | 10  | 2<br>(0.9%)     | 7<br>(3.5%)     |
| 9  | 流行時尚       | 115        | 150 | 93    | 120 | 9<br>(4.2%)     | 21<br>(10.4%)   |
| 10 | 財經企管       | 96         | 99  | 105   | 99  | 40<br>(18.4%)   | 25<br>(12.4%)   |
| 11 | 商業理財       | 55         | -   | 117   | 99  | 7<br>(3.3%)     | 18<br>(8.9%)    |
| 12 | 新聞娛樂       | 71         | 60  | 81    | 150 | 30<br>(13.8%)   | 20<br>(9.9%)    |
| 13 | 運動競技       | 117        | 149 | 146   | 180 | 11<br>(5.1%)    | 11<br>(5.5%)    |
| 14 | 語言電腦、3C 科學 | 125        | 180 | 102   | 50  | 19<br>(8.8%)    | 15<br>(7.4%)    |
| 15 | 影視娛樂       | 110        | -   | 76    | 69  | 2<br>(0.9%)     | 4<br>(19.8%)    |
| 16 | 藝術設計       | 140        | 120 | 184   | 120 | 25<br>(11.5%)   | 24<br>(11.9%)   |
| 17 | 其他         | 125        | -   | 90    | -   | 2<br>(0.9%)     | 4<br>(19.8%)    |
| 整體 |            | 120        | 99  | 112   | 99  | 217<br>(100.0%) | 202<br>(100.0%) |

註：以店銷型雜誌為主。因廠商家數總計數已扣除重複者，故各類型電子雜誌出版廠商家數占比合計數不等於 100.0%

資料來源：本研究整理

## 第肆章 圖書出版經營概況調查

### 第一節 研究方法

#### 壹、調查對象

「106 年臺灣圖書出版產業調查」是針對 106 年國內新書實際出版量達 4 種以上之非政府機關、非個人出版單位進行普查。

根據國家圖書館國際標準書號中心提供資料，106 年國內新書 ISBN 碼申請量達 4 種以上之出版單位為 997 家，經連絡清查，扣除結束營業<sup>165</sup>、政府機關、個人出版、無法取得聯繫<sup>166</sup>、非營利組織<sup>167</sup>等單位後，確認 106 年有效出版業者共 706 家／品牌。而考量當前產業經營現況故而進行出版集團<sup>168</sup>整併，並另納入 2 家出版社實際出版數雖未達 4 本，但有電子書出版之企業，合計最終整體圖書出版業者調查母體共 542 家。

此外，本研究參考過往調查執行方式，於母體連絡清查階段亦一併瞭解各出版單位漫畫出版情形，將去年過濾出之國內主要漫畫出版業者列為調查對象，經相同之連絡清查操作後，106 年度漫畫出版業者共計 13 家。針對專營漫畫出版之出版單位，其僅需要填寫「106 年漫畫出版產業調查」問卷，若為非專營漫畫出版之出版單位，業者除填寫「106 年臺灣圖書出版產業調查」問卷外，尚需加填「106 年漫畫出版產業調查」問卷。

---

<sup>165</sup> 部分業者雖未註銷營業登記，但經連繫後獲悉對方已無實際營業者，亦將其予以扣除。

<sup>166</sup> 電話為空號，或致電三次皆無人接聽者。

<sup>167</sup> 考量大多數非營利組織出版品皆非以市場銷售為主要目的，故將其予以排除。

<sup>168</sup> 部分出版社僅為大型出版集團旗下品牌且無獨立統一編號，本研究將類出版社整併至總公司項下，由總公司統一合併代表填寫。

## 貳、調查方法

「106 年臺灣圖書出版產業調查」是針對國內 106 年實際出版量達 4 種以上新書之非政府機關、非個人出版單位進行普查。

調查採多元方式進行，以郵寄問卷為主，電話、傳真、親訪為輔，藉此提高問卷回收率，降低產業現況推估之誤差。

## 參、調查問卷內容說明

「106 年臺灣圖書出版產業調查」問卷經文化部與行政院主計總處核定，共涵蓋「組織結構」、「人力僱用」、「出版概況」、「通路概況」、「進出口」、「版權交易」、「海外市場發展」、「營收支出」、及「其他」等九項構面，指標架構如表肆-1 所示，詳細問卷請參考附錄一。

至於主要漫畫出版單位應加填之「106 年臺灣漫畫出版產業調查」問卷，問卷結構與「106 年臺灣圖書出版產業調查」大致相同，共囊括「組織結構」、「人力僱用」、「出版概況」、「通路概況」、「進出口」、「版權交易」、「海外市場發展」、「營收支出」及「其他」等九項構面，指標架構如表肆-1 所示，詳細問卷請參考附錄二。

表肆-1、「106 年圖書出版產業調查」問卷構面及核心指標

| 調查       | 指標構面   | 調查細項                                                                                                              |
|----------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 一般圖書出版業者 | 組織結構   | 營業性質、業務項目                                                                                                         |
|          | 人力僱用   | 正／兼職、性別、年資、學歷、年齡、外派人力、外籍人力、數位人力、職務人力及薪資與未來需求                                                                      |
|          | 出版概況   | 數位版權／實際發行比例、種數類型、印刷量與銷貨量、發行語言與類型、新秀作家占比、新秀作家作品印刷量及類型、與創作者之交易模式與拆帳比例、首刷與再版／再刷情形                                    |
|          | 通路概況   | 銷售管道、是否進行跨足數位市場、各通路銷貨比例與平均折數、退書情形、行銷資源挹注情形                                                                        |
|          | 進出口    | 進出口書籍種數及冊數、各類書籍所占比例                                                                                               |
|          | 版權交易   | 海外圖書版權交易模式、引進版權書之印刷冊數及定價與折數、版權引進交易情形、引進與輸出版權書之管道及種數、各類別版權交易之種類、與對手國版權交易金額及類型、版權交易形式與種數、輸出海外途徑、國內版權收入、國內版權售出後之應用型態 |
|          | 海外市場發展 | 投資出版事業之發行情形、投資出版產業金額及經營型態與銷售通路                                                                                    |
|          | 營收支出   | 總收入與總支出、各項收入來源比例、各項支出項目比例、106 年經營情況、未來三年銷售與投資預期                                                                   |
|          | 其他     | 參加臺北國際書展情形、對政府之建議                                                                                                 |

表肆-2、「106 年漫畫出版產業調查」問卷構面及核心指標

| 調查     | 指標構面   | 調查細項                                                                                                              |
|--------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 漫畫出版業者 | 組織結構   | 營業性質、業務項目                                                                                                         |
|        | 人力僱用   | 正／兼職、性別、年資、學歷、年齡、外派人力、外籍人力、數位人力、職務人力及薪資與未來需求                                                                      |
|        | 出版概況   | 數位版權／實際發行比例、種數類型、印刷量與銷貨量、發行語言與類型、與創作者之交易模式與拆帳比例、首刷與再版／再刷情形、電子漫畫編輯作業模式、數位版權管理方式、EP 發行情況、電子漫畫各類型檔案占比、電子漫畫閱讀載具       |
|        | 通路概況   | 銷售管道、是否進行跨足數位市場、各通路銷貨比例與平均折數、退書情形、與電子漫畫流通平臺合作模式及所占營收比重、電子漫畫消費方式                                                   |
|        | 進出口    | 進出口書籍種數及冊數、進出口金額之國別比重、各類書籍所占比例                                                                                    |
|        | 版權交易   | 海外圖書版權交易模式、引進版權書之印刷冊數及定價與折數、版權引進交易情形、引進與輸出版權書之管道及種數、各類別版權交易之種類、與對手國版權交易金額及類型、版權交易形式與種數、輸出海外途徑、國內版權收入、國內版權售出後之應用型態 |
|        | 海外市場發展 | 投資出版事業之發行情形、投資出版產業金額及經營型態與銷售通路                                                                                    |
|        | 營收支出   | 總收入與總支出、各項收入來源比例、各項支出項目比例、106 年經營情況、未來三年銷售與投資預期、電子漫畫營收模式                                                          |
|        | 其他     | 參加漫畫博覽會（台北國際動漫節）情形、對政府之建議                                                                                         |



## 肆、調查實施流程及接觸情形說明

「106 年臺灣圖書出版產業調查」及「106 年臺灣漫畫出版產業調查」屬於指定樣本調查，但由於國內並無完整母體資料清冊，故需透過多元管道進行母體名冊蒐集與過濾。本研究於 107 年 5 月底完成母體名單蒐集，6 月底完成業者確認工作；7 月 1 日起以掛號方式陸續寄出調查問卷。

問卷回函催收工作於 107 年 8 月展開，持續進行至 10 月底。

本案圖書出版業者調查，共計發出 542 份圖書出版產業問卷，回收 166 有效問卷，回收率為 30.6%；至於主要漫畫圖書出版業者調查，研究共發出 12 份漫畫出版產業問卷，回收 4 份有效問卷，回收率為 33.3%。

## 伍、資料處理

本年度辦理之圖書及漫畫出版產業調查問卷回收率均達三成，以無母數卡方檢定方式（NPAR Chi-square Test）進行樣本代表性檢定顯示，回函業者與未回函業者，無論資本額、106 年出版量等結構均無顯著差異，顯示該樣本具代表性。至於漫畫業者調查，雖然回函僅 4 份，但回函之漫畫出版業者 106 年申請書號合計占總申請書號五成左右，從而確保了樣本代表性。

表肆-3、「106 年圖書出版產業調查」回卷樣本結構-資本額

單位：家、%

|              | 母體(N=542) |       | 回卷樣本(N=166) |       |
|--------------|-----------|-------|-------------|-------|
|              | 家數        | 占比    | 家數          | 占比    |
| 未滿 100 萬元    | 131       | 24.2% | 54          | 32.5% |
| 100~299 萬元   | 135       | 24.9% | 41          | 24.7% |
| 300~499 萬元   | 38        | 7.0%  | 10          | 6.0%  |
| 500~999 萬元   | 79        | 14.6% | 24          | 14.5% |
| 1000~3999 萬元 | 100       | 18.5% | 25          | 15.1% |
| 4000~0.99 億元 | 32        | 5.9%  | 7           | 4.2%  |
| 1 億元~4.99 億元 | 21        | 3.9%  | 4           | 2.4%  |
| 5 億元已上       | 6         | 1.1%  | 1           | 0.6%  |

資料來源：本研究整理

表肆-4、「106 年圖書出版產業調查」回卷樣本結構-出版量

單位：種、%

|             | 母體(N=542) |       | 回卷樣本(N=166) |       |
|-------------|-----------|-------|-------------|-------|
|             | ISBN 種數   | 占比    | ISBN 種數     | 占比    |
| 大型出版企業      | 5175      | 21.8% | 804         | 16.8% |
| 逾 300 種以上   | 3992      | 16.8% | 858         | 17.9% |
| 100 種~299 種 | 4447      | 18.7% | 625         | 13.1% |
| 50 種~99 種   | 3257      | 13.7% | 642         | 13.4% |
| 30~49 種     | 2401      | 10.1% | 565         | 11.8% |
| 10~29 種     | 3320      | 14.0% | 934         | 19.5% |
| 4~9 種       | 1164      | 4.9%  | 356         | 7.4%  |

資料來源：本研究整理

然，由於部分題項因營業機密、欠缺相關統計等考量而回函者未提供相關資訊（如銷售總冊數），針對此類或將造成整體產值推估偏誤之母體數據，研究另依據受訪樣本中 ISBN 申請數量進行加權調整。

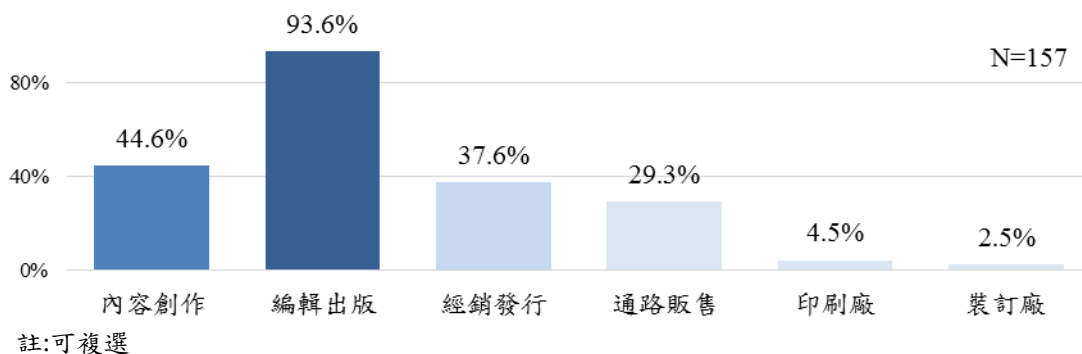
## 第二節 圖書暨漫畫出版業者組成概況

### 壹、組織結構

調查結果顯示，就業務涵蓋產業鏈環節而言，106年有93.6%出版業者經營編輯出版、44.6%涉足內容創作等業務，37.6%業者跨足經銷發行、29.3%則有從事通路販售，而印刷廠與裝訂廠等下游業務占比較低，分別為4.5%、2.5%。【圖肆-1】

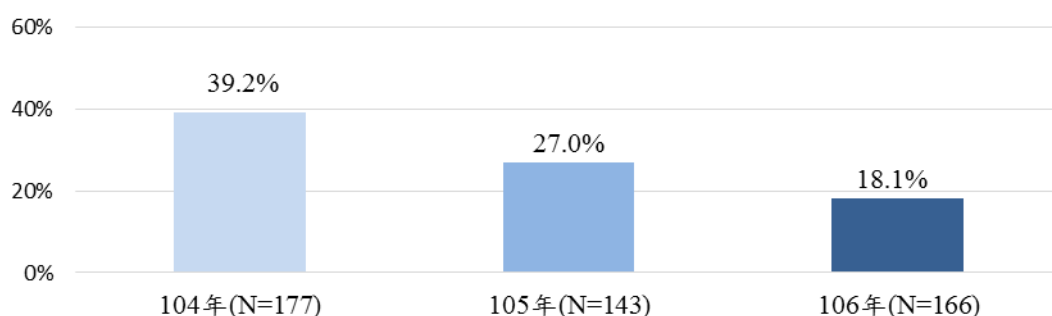
問卷統計亦顯示，106年受訪之圖書出版業者，有18.1%屬於集團成員（即關係企業、分公司或母子公司等業態），比率較104及105年相對降低，此非出版產業改變集團化發展策略<sup>169</sup>，而係本研究改以母公司代表回卷為主。【圖肆-2】

從資金來源觀察，106年圖書出版業者有86.8%完全為本國個人投資，7.4%完全為本國企業投資，1.7%為外國個人或企業所投資，另5.1%為其他資金來源；相較於104年及105年，出版產業之本國個人投資比重變化不大，占比仍高於八成五，外國企業或個人投資比率亦仍維持3%以下。【圖肆-3】

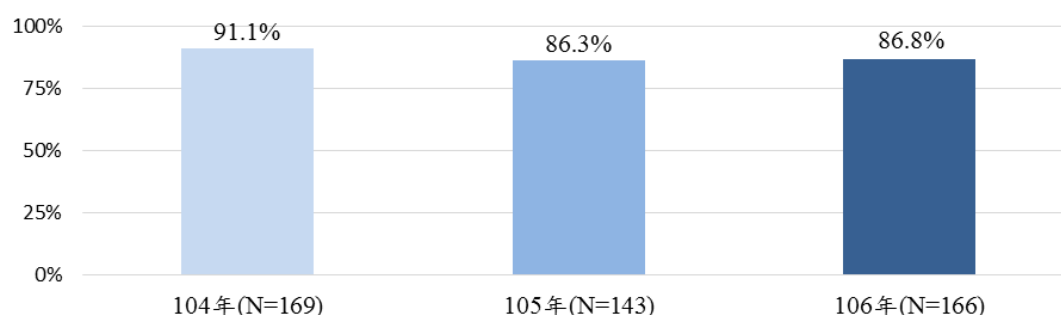


圖肆-1、臺灣圖書出版業者經營之產業鏈環節

<sup>169</sup> 有部分出版業者為經營分眾化消費者市場而採成立新出版社品牌之操作策略。



圖肆-2、臺灣圖書出版業者之集團化情形



圖肆-3、臺灣圖書出版業者資金為本國個人投資之變化情形

至於國內 106 年主要漫畫出版業者，其組織結構特色與一般圖書出版單位略有差異，除母體全數為營利事業機構外，其集團化占比較高，比率為兩成五；資金來源部分，75.0%完全為本國個人投資。

從業務涵蓋項目來看，統計有填答之 4 家漫畫業者，均屬兼營漫畫及一般圖書出版業者且同步經營內容創作與編輯出版等業務，另逾五成業者跨足經銷發行、通路販售與印刷廠等下游及相關周邊業務範疇。

## 貳、人力僱用現況

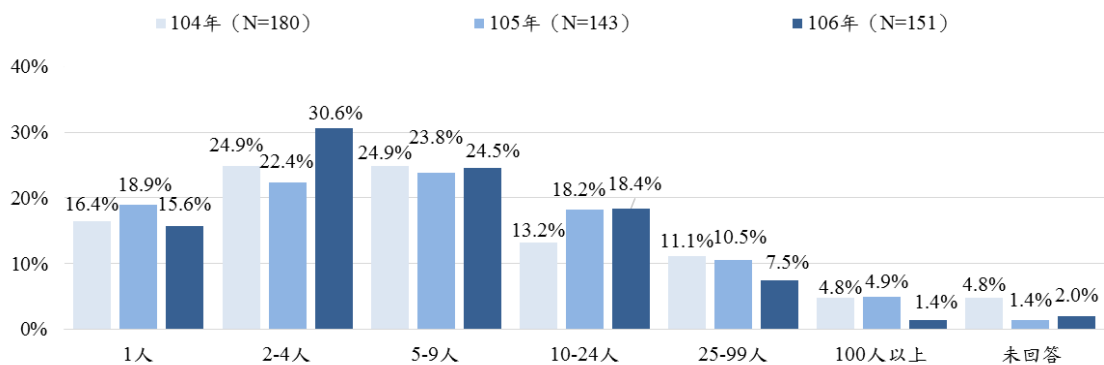
### 一、人力規模

近三年來，臺灣圖書出版單位僱用人力規模並無太大變化，就正職人員規模而言，106 年有 15.6%圖書出版單位僅僱用 1 名正職員工，而聘用 2 至 4 位正職人員之占比相較 105 年增加 8.2 個百分點達三成，24.5%聘用 5 至 9 人，合計 70.7%圖書出版單位屬於微型事業單位，相對 105 年（65.1%）比率略有增長；另

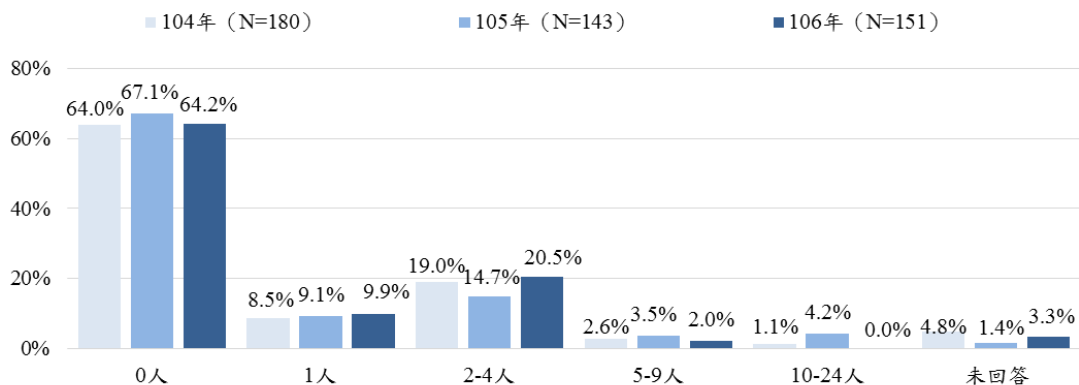
一方面，18.4%出版事業單位僱用 10 至 24 位正職人員，而僱用 25 至 99 人及 100 人以上之占比合計為 8.9%，相較 105 年下降 6.5 個百分點。【圖肆-4】

另一方面，106 年圖書出版產業內有逾六成出版單位未僱用兼職人力，與 104 年（64.0%）及 105 年（67.1%）狀況類似。【圖肆-5】由正職人員與兼職人員相對占比而言，臺灣圖書出版單位仍以僱用正職人力為主。

至於國內主要漫畫出版業者人力規模部分歧異度較高，少則 6 位高至 120 位正職人員不等，不過皆以女性員工居多，另有五成的漫畫出版業者有雇用女性編輯、發行人，平均人數為 1 位。



圖肆-4、臺灣圖書出版單位之正職人力僱用規模變化情形



圖肆-5、臺灣圖書出版單位之兼職人力僱用規模變化情形

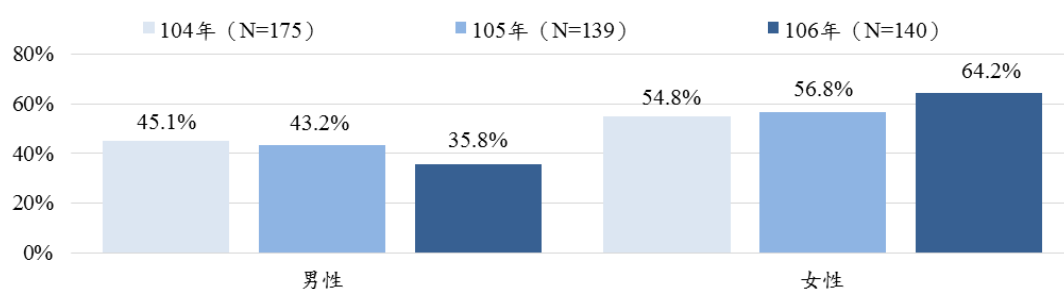
## （二）組成特性

扣除資料缺漏者，臺灣圖書出版單位仍以女性從業人員居多，其比率由 105 年 56.8% 增加至 106 年 64.2%，男性占比則由 43.2% 降至 35.8%。【圖肆-6】其中，女性從業人員中，擔任總編輯或發行人之占比為 38.8%。

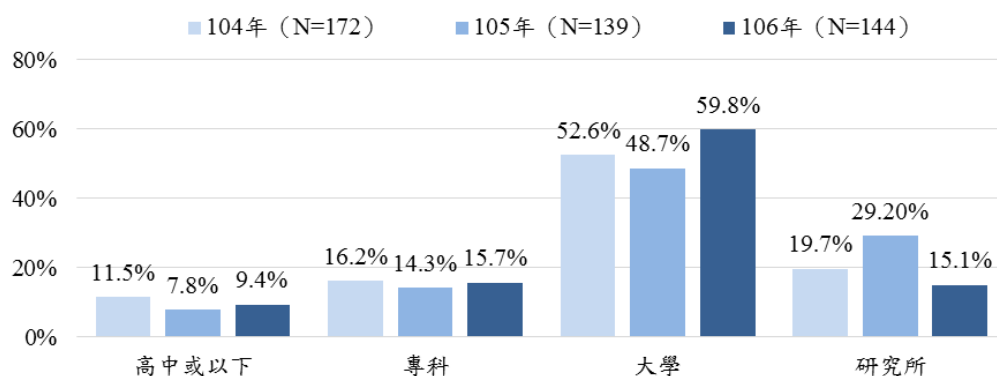
學歷組成部分，臺灣圖書出版單位正職人員以高學歷為特徵，106 年最新產業狀況是高中或以下學歷者僅占 9.4%，15.7%擁有專科學歷、59.8%擁有大學學歷、15.1%為研究所學歷；而與 105 年相比，產業從業者擁有大學學歷之占比明顯上升，惟研究所學歷占比則下降 14.1 個百分點。【圖肆-7】

從年齡結構來看，106 年臺灣圖書出版產業未有 20 歲以下從業人員，主要以 30 至 39 歲青壯年人口為主，另 50 歲以上從業人員相對 105 年明顯增長 10.7 個百分點，而年輕族群卻相對遞減。具體而言，106 年最新產業狀況為 17.3%正職人員介於 20 至 29 歲，30.2%介於 30 至 39 歲，40 至 49 歲及 50 歲以上從業人員分占 25.1%與 27.3%。【圖肆-8】

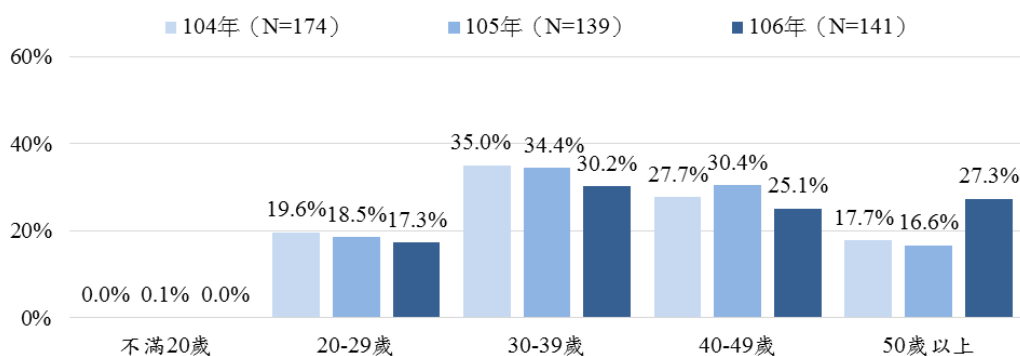
就年資而言，臺灣出版產業雖以青年人口為主，然近三年新聘人員比率呈走低態勢，年資不滿 1 年正職者由 105 年 9.9%降至 106 年 8.5%、18.1%年資 1 年以上未滿 3 年、16.8%年資 3 年以上未滿 5 年，22.3%年資 5 年以上未滿 10 年，34.4%年資達 10 年以上。【圖肆-9】



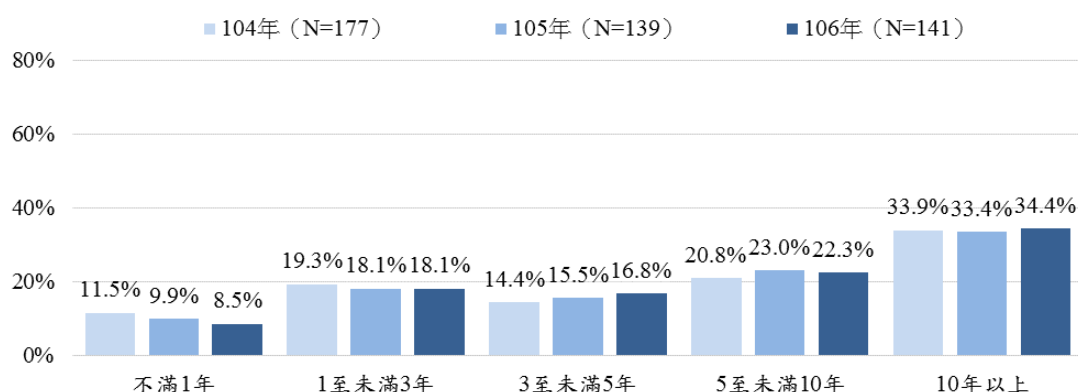
圖肆-6、臺灣圖書出版業正職從業人員性別結構的變化情形



圖肆-7、臺灣圖書出版業正職從業人員學歷結構的變化情形



圖肆-8、臺灣圖書出版業正職從業人員年齡結構的變化情形

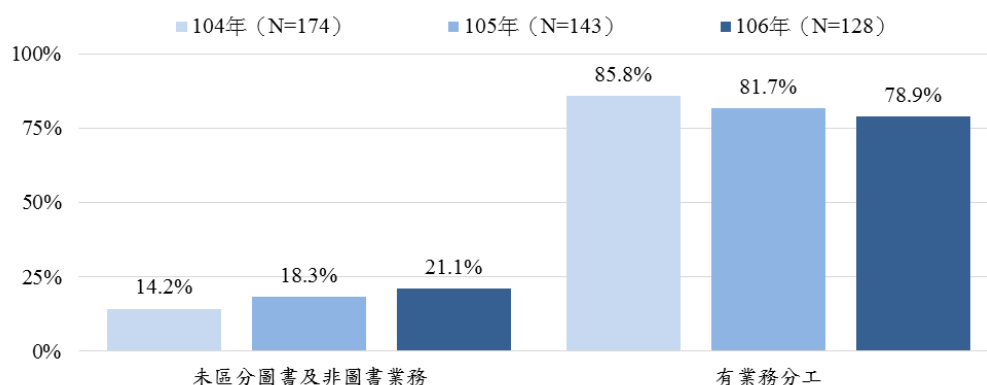


圖肆-9、臺灣圖書出版業正職從業人員年資結構的變化情形

### (三) 分工及薪資概況

自 104 年自今，我國圖書出版單位多數有專職圖書業務之人員，然近年未區分圖書及非圖書業務之占比（業務項目全為圖書相關業務或人員必須兩者兼顧）呈現逐年上升趨勢；換言之，截至 106 年，採用明確分工形式運作之占比為 78.9%，相較 105 年微幅下降 2.8 個百分點，此現象顯示臺灣圖書出版單位因應近年圖書消費需求低迷或數位轉型後對紙本圖書業務進行調整，從而縮編相關人力，形成員工身兼數職的經營型態。【圖肆-10】

由不同部門人力規模進一步分析，當前出版單位聘僱人力仍以圖書出版為重心（42.5%）；其餘圖書出版以外人力如行銷業務及倉儲物流各占 14.8%、10.3%，值得注意的是，有逾三成人力為身兼數職（32.3%），占比僅次於專職圖書出版人力，顯示當前出版單位正因應經營模式轉型而進行人力重配置。



圖肆-10、臺灣圖書出版單位之正職人力分工情形

調查尚發現，106 年計有 59.0%出版單位表示其正職人員未具備數位出版能力。進一步觀察具數位出版人才之受訪單位，具電子書編輯能力者僅占整體出版產業 12.7%；實際投入相關業務者僅占 8.3%。另，具數位應用能力者僅占 12.2%；實際投入相關業務者僅占 8.4%，各項數位人力配置均較 105 年成長。【表肆-5】

表肆-5、臺灣圖書出版產業之數位出版人力配置情形

單位：%

| 項目<br>年度 | 電子書編輯   |          | 數位應用（平臺演算、程式與 SEO 調整等） |          |
|----------|---------|----------|------------------------|----------|
|          | 具備能力者比重 | 實際投入業務比重 | 具備能力者比重                | 實際投入業務比重 |
| 105 年    | 4.6%    | 2.8%     | 3.3%                   | 2.3%     |
| 106 年    | 12.7%   | 8.3%     | 12.2%                  | 8.4%     |

就圖書出版產業薪資結構而言，本研究將職務劃分為編輯、發行與倉儲等三部門，統計顯示，新進人員以行銷業務（新臺幣 27,750 元）及編輯（新臺幣 27,435 元）相關工作薪資較高，倉儲人員平均薪資居末（新臺幣 26,750 元）；至於年資逾五年者，平均薪資則仍以行銷業務人員（新臺幣 35,926 元）最高，其次為編輯人員之新臺幣 35,617 元，倉儲人員為薪資最低者（新臺幣 31,895 元）。整體而言，出版產業任職五年後之薪資成長幅度以編輯人員及行銷業務較大，約為 29% 左右，惟與 105 年薪資調查相比，三個調查職務之薪資漲幅皆有明顯下滑趨勢。【表肆-6】。



表肆-6、臺灣圖書出版產業之薪資概況

單位：新臺幣元

| 105 年            | 編輯人員                     | 行銷業務                     | 倉儲物流                    |
|------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| 新進三個月者           | 26,891 元<br>(標準差 4,350)  | 28,501 元<br>(標準差 6,910)  | 24,919 元<br>(標準差 5,645) |
| 年資逾五年者           | 38,918 元<br>(標準差 12,147) | 38,637 元<br>(標準差 10,785) | 33,334 元<br>(標準差 7,701) |
| 任職五年後之<br>薪資成長幅度 | 44.7%                    | 35.6%                    | 33.8%                   |
| 106 年            | 編輯人員                     | 行銷業務                     | 倉儲物流                    |
| 新進三個月者           | 27,435 元<br>(標準差 3,718)  | 27,750 元<br>(標準差 4,935)  | 26,750 元<br>(標準差 3,819) |
| 年資逾五年者           | 35,617 元<br>(標準差 8,629)  | 35,926 元<br>(標準差 7,825)  | 31,895 元<br>(標準差 6,981) |
| 任職五年後之<br>薪資成長幅度 | 29.8%                    | 29.5%                    | 19.2%                   |

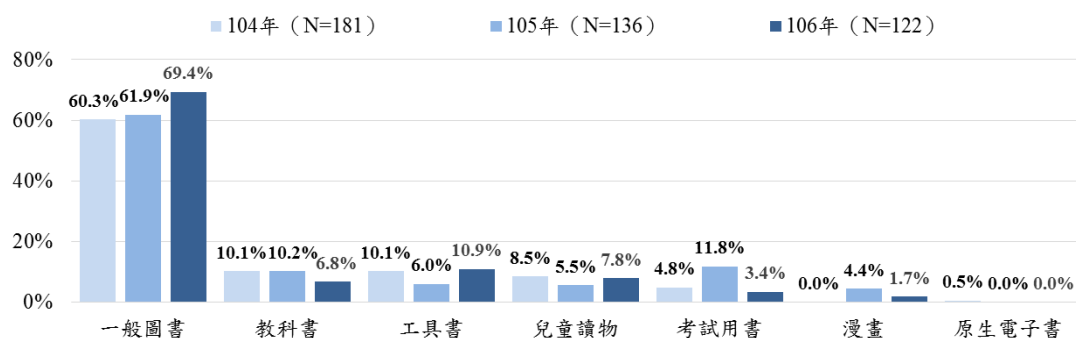
### 第三節 圖書出版產業概況

#### 壹、圖書新書出版情形

##### 一、新書出版類型

以出版業者自述之主要出版類型觀察，調查顯示，106 年最新產業概況為 69.4% 出版單位以出版一般圖書為主，工具書與兒童讀物之業者則以 10.9% 及 7.8% 名列其後，教科書（6.8%）、考試用書（3.4%）與漫畫（1.7%）出版單位介於 1% 至 7% 間，本年度顯示無業者經營原生電子書出版業務。【圖肆-11】

概觀而論，近年來臺灣出版單位主要以一般圖書產製為事業核心，該比率維持於六成以上。



圖肆-11、臺灣出版單位之主要出版屬性

##### 二、圖書新書出版類型與定價

就出版新書類型分布來看，106 年出版新書類型以童書／青少年占比最高（12.1%），相較 105 年成長 4.7 個百分點，此現象可能受因於當今少子化促使家長重視孩童教育，需求觸發供給所致，其次是人文史地占 10.1%。此外，值得注意的是，106 年文學小說新書出版相較 105 年呈下滑趨勢，此現象與翻譯小說盛行有關，且簡轉繁小說的翻譯、再製時間成本低，能補足我國市面上文學出版品的缺口；而輕小說（0.2%）與電腦資訊（0.2%）之占比皆不及 1%。【表肆-7】

表肆-7、臺灣出版新書之各類書籍類型比率

單位：%(104 年 N=181；105 年 N=136；106 年 N=128)

| 編號 | 圖書類型         | 年度    |       |       |
|----|--------------|-------|-------|-------|
|    |              | 104 年 | 105 年 | 106 年 |
| 1  | 商業理財         | 6.4%  | 8.7%  | 3.4%  |
| 2  | 文學小說         | 14.3% | 17.3% | 7.8%  |
| 3  | 輕小說          | 1.0%  | 4.8%  | 0.2%  |
| 4  | 藝術設計         | 4.6%  | 4.7%  | 4.4%  |
| 5  | 社會科學         | 9.8%  | 9.1%  | 8.6%  |
| 6  | 人文史地         |       |       | 10.1% |
| 7  | 自然科普         | 1.0%  | 1.9%  | 1.5%  |
| 8  | 電腦資訊         | 11.6% | 6.0%  | 0.2%  |
| 9  | 語言學習         | 1.2%  | 1.0%  | 6.4%  |
| 10 | 心理勵志         | 5.3%  | 4.7%  | 8.3%  |
| 11 | 宗教命理         |       |       | 4.0%  |
| 12 | 醫療保健         | 4.9%  | 3.0%  | 6.1%  |
| 13 | 飲食           | 4.9%  | 5.2%  | 1.2%  |
| 14 | 生活風格         |       |       | 1.0%  |
| 15 | 旅遊           |       |       | 2.0%  |
| 16 | 漫畫書          | 2.1%  | 4.4%  | 1.2%  |
| 17 | 親子教養         | 1.9%  | 1.8%  | 1.9%  |
| 18 | 童書／青少年       | 9.1%  | 7.4%  | 12.1% |
| 19 | 考試用書         | 13.1% | 11.8% | 4.3%  |
| 20 | 專業／教科書／政府出版品 | -     | -     | 5.9%  |
| 21 | 其他           | 8.8%  | 8.3%  | 9.4%  |

註：1. 由於今年度係根據博客來分類進行新書類型調查，與前兩年度分類存在些許差異，因此呈現上透過類項聚攏以便進行跨年度比較，如「社會科學」及「人文史地」合併；「心理勵志」及「宗教命理」合併；「飲食」、「生活風格」及「旅遊」合併。惟因聚攏類項不完全一致，故進行跨年度比較解讀時宜謹慎。

2. 受限於回卷樣本限制，調查結果可能無法呈現市場全貌，因此解讀本表時建議進一步參照 P152 表參-33 之 106 年 ISBN 書號申請類型占比情況。

至於 106 年新書總印刷量，雖有部分出版業者欠缺詳細數據，但根據申請數量插補推估，當年度臺灣新書總印刷量推估約為 5,485 萬本，較 105 年推估值 5,341 萬本，印量增加約 144 萬冊（其主要係受 106 年新書出版種數上升所致）。另據本案調查顯示，106 年新書平均印刷量約為 1,558 本【表肆-8】。

此外，調查顯示，近年臺灣出版新書平均定價呈逐年上升趨勢，且漲幅亦持續攀升，105 年新書平均價格相較 104 年成長 23 元，漲幅為 6.1%，已是歷年來較為顯著的價格上漲現象，然 106 年又持續調漲 9.7% 至 440 元，顯示圖書愈發昂貴之勢。另，新書上市最低四三折，最高完全不打折，106 年平均販售折扣則介於七折至九折之間。

表肆-8、臺灣近三年圖書新書出版概況

單位：種、萬本、新臺幣元、本

| 各年度出版情形 | 出版種數   | 總印刷量     | 平均定價  | 新書平均印刷量 |
|---------|--------|----------|-------|---------|
| 104 年   | 37,708 | 5,579 萬本 | 378 元 | 1,479 本 |
| 105 年   | 35,949 | 5,341 萬本 | 401 元 | 1,485 本 |
| 106 年   | 35,205 | 5,485 萬本 | 425 元 | 1,558 本 |

註：有鑑於新書出版種數及平均價格在先前盤點調查有更完整且全面性的數據，因此本表以盤點結果呈現。

### 三、圖書新書出版語言及來源

從新書出版語言來看，106 年有 95.6% 出版單位有出版正體中文書籍，16.2% 出版英文書籍，出版簡體中文與日文書籍者各占 8.1% 與 6.6%，5.9% 出版其他語言書籍。

其次，從文稿來源觀察，106 年本國人創作新書平均約占全年出版品之 69.0%，翻譯作品占 23.6%，7.1% 為中文簡體書籍，0.3% 為外文原文書。與 105 年對比而言，簡體授權與翻譯作品比重均有所提升（105 年為 3.9% 及 21.4%）；而國人創作與進口原文書（105 年為 72.5% 及 2.1%）則呈反向衰減趨勢。【表肆-9】

表肆-9、臺灣近年圖書新書出版來源概況

單位：%

| 各年度出版情形 | 國人創作  | 簡體授權  | 翻譯作品  | 進口原文 | 合計     |
|---------|-------|-------|-------|------|--------|
| 104 年   | 68.6% | 10.5% | 18.3% | 2.7% | 100.0% |
| 105 年   | 72.5% | 3.9%  | 21.4% | 2.1% | 100.0% |
| 106 年   | 69.0% | 7.1%  | 23.6% | 0.3% | 100.0% |

至於 106 年出版新書內含創作新銳比重部分，據問卷調查統計歸納，38.0% 出版單位沒有發行新秀作家之創作，31.3%有扶植新秀作家，30.7%未回答。平均來說，我國 106 年出版新書中，23.2%為新秀作家作品，該項比率較 105 年(20.3%) 呈增長趨勢。

進一步分析顯示，106 年國內新秀作家出版類型以社會科學（16.9%）比率最高，童書／青少年（15.6%）居次，再其次為文學小說（14.3%）、人文史地（14.3%），以及醫療保健（13.0%）、商業理財（10.4%）等類書籍。【表肆-10】

表肆-10、臺灣近三年新秀作家創作圖書類型

單位：%(104 年 N=150；105 年 N=110；106 年 N=114)

| 編號 | 圖書類型         | 年度    |       |       |
|----|--------------|-------|-------|-------|
|    |              | 104 年 | 105 年 | 106 年 |
| 1  | 商業理財         | 11.5% | 14.6% | 10.4% |
| 2  | 文學小說         | 18.9% | 25.5% | 14.3% |
| 3  | 輕小說          | 3.3%  | 8.2%  | 5.2%  |
| 4  | 藝術設計         | 6.6%  | 10.0% | 11.7% |
| 5  | 社會科學         | 14.0% | 16.4% | 16.9% |
| 6  | 人文史地         |       |       | 14.3% |
| 7  | 自然科普         | 1.7 % | 1.8%  | 2.6%  |
| 8  | 電腦資訊         | 3.3%  | 0.9%  | 3.9%  |
| 9  | 語言學習         | 9.0%  | 7.3%  | 6.5%  |
| 10 | 心理勵志         | 13.1% | 13.6% | 11.7% |
| 11 | 宗教命理         |       |       | 10.4% |
| 12 | 醫療保健         | 11.6% | 7.3%  | 13.0% |
| 13 | 飲食           | 12.3% | 9.1%  | 6.5%  |
| 14 | 生活風格         |       |       | 7.8%  |
| 15 | 旅遊           |       |       | 11.7% |
| 16 | 漫畫書          | 1.7%  | 0.9%  | 5.2%  |
| 17 | 親子教養         | 4.1%  | 4.5%  | 6.5%  |
| 18 | 童書／青少年       | 18.0% | 18.2% | 15.6% |
| 19 | 考試用書         | 14.0% | 9.1%  | 10.4% |
| 20 | 專業／教科書／政府出版品 | -     | -     | 6.5%  |
| 21 | 圖書資訊／百科年鑑    | 0.8%  | 0.0%  | -     |

| 編號 | 圖書類型 | 年度    |       |       |
|----|------|-------|-------|-------|
|    |      | 104 年 | 105 年 | 106 年 |
| 22 | 其他   | 6.6%  | 6.4%  | 10.4% |

註:可複選

調查亦顯示，個別新秀作家間之首刷與再刷數量落差相當大（由從低於 100 本至 3 千本不等），整體平均而言，106 年首刷本數為 1,059 本，再刷數量為 535 本。【表肆-11】

與過往調查結果相比，106 年首刷本數低於 105 年新秀出版狀況(1,154 本)，惟再刷本數卻相對高於 105 年（503 本）。

表肆-11、臺灣近三年新秀作家出版情形

單位：％、本（104 年 N=189；105 年 N=131；106 年 N=150）

| 項目       | 104 年 | 105 年 | 106 年 |
|----------|-------|-------|-------|
| 新秀作家作品比率 | 18.1% | 20.3% | 23.2% |
| 首刷本數     | 972   | 1,154 | 1,059 |
| 再刷本數     | 407   | 503   | 535   |

#### 四、再版／再刷圖書出版情形

據資料推估，106 年再刷與再版書籍由 105 年 12,097 種增加至 12,365 種，其印刷量則由 105 年 1,604 萬冊成長為 1,686 萬冊。【表肆-12】。

表肆-12、臺灣近三年圖書再版／再刷書籍類型

單位：種、萬本（104 年 N=189；105 年 N=121；106 年 N=150）

| 項目      | 104 年    | 105 年    | 106 年    |
|---------|----------|----------|----------|
| 再刷與再版種數 | 11,542 種 | 12,097 種 | 12,365 種 |
| 再刷與再版印數 | 1,434 萬本 | 1,604 萬本 | 1,686 萬本 |

就類型而言，106 年再版或再刷書籍以童書／青少年所占比率最高，社會科學居次，第三為人文史地，第四則是親子教養類【表肆-13】。

表肆-13、臺灣近三年圖書再版／再刷書籍類型

單位：%(104 年 N=189；105 年 N=121；106 年 N=128)

| 編號 | 圖書類型         | 年度    |       |       |
|----|--------------|-------|-------|-------|
|    |              | 104 年 | 105 年 | 106 年 |
| 1  | 商業理財         | 9.2%  | 9.3%  | 5.0%  |
| 2  | 文學小說         | 6.9%  | 6.8%  | 6.9%  |
| 3  | 輕小說          | 0.0%  | 2.1%  | 0.0%  |
| 4  | 藝術設計         | 1.6%  | 2.5%  | 1.6%  |
| 5  | 社會科學         | 10.4% | 15.6% | 11.1% |
| 6  | 人文史地         |       |       | 10.9% |
| 7  | 自然科普         | 4.4%  | 3.4%  | 1.6%  |
| 8  | 電腦資訊         | 20.5% | 9.3%  | 0.0%  |
| 9  | 語言學習         | 2.3%  | 1.6%  | 8.8%  |
| 10 | 心理勵志         | 4.7%  | 6.0%  | 3.3%  |
| 11 | 宗教命理         |       |       | 3.8%  |
| 12 | 醫療保健         | 4.5%  | 1.4%  | 2.9%  |
| 13 | 飲食           | 2.1%  | 2.7%  | 0.3%  |
| 14 | 生活風格         |       |       | 0.8%  |
| 15 | 旅遊           |       |       | 0.7%  |
| 16 | 漫畫書          | 0.0%  | 1.7%  | 0.0%  |
| 17 | 親子教養         | 1.0%  | 3.6%  | 10.8% |
| 18 | 童書／青少年       | 15.0% | 11.7% | 18.7% |
| 19 | 考試用書         | 6.8%  | 5.1%  | 1.6%  |
| 20 | 專業／教科書／政府出版品 | -     | -     | 6.8%  |
| 21 | 圖書資訊／百科年鑑    | 0.0%  | 0.0%  | -     |
| 22 | 其他           | 10.5% | 17.2% | 4.3%  |

## 貳、圖書銷貨情形

根據調查資料推估，106 年出版新書銷貨冊數約為 3,957<sup>170</sup>萬本，占 106 年新書印刷量之 53.9%，106 年再版再刷圖書，連同先前庫存數量，銷貨冊數約 3,561

<sup>170</sup> 推估公式為 106 年實際出版種數 24,423 種(盤點推估結果) x 平均每種銷售冊數 1,620 本(問卷資料推估)=3,957 萬本。

萬本；全年書籍總銷售量估計約 7,518 萬本。

表肆-14 為近三年圖書新書與再版再刷書籍之銷貨情形比較，從業者所提供銷貨資料觀察，106 年新書市場銷貨類型以童書／青少年類圖書占比最高，心理勵志居次，與 105 年調查結果相比，上述圖書類型銷貨占比皆有上升趨勢；至於再版再刷圖書銷貨則與新書銷貨概況類似，亦以童書／青少年類圖書為銷貨主力。

表肆-14、臺灣圖書新書及再版再刷書籍銷貨情形比較

單位：%(104 年 N=189；105 年 N=121；106 年 N=128)

| 編號 | 圖書類型             | 104 年 |       | 105 年 |       | 106 年 |       |
|----|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|    |                  | 新書    | 再版／再刷 | 新書    | 再版／再刷 | 新書    | 再版／再刷 |
| 1  | 商業理財             | 6.0%  | 9.7%  | 10.7% | 11.0% | 5.9%  | 8.7%  |
| 2  | 文學小說             | 16.3% | 13.7% | 12.3% | 13.4% | 8.0%  | 4.3%  |
| 3  | 輕小說              | 0.2%  | 0.0%  | 2.8%  | 1.9%  | 1.7%  | 0.0%  |
| 4  | 藝術設計             | 11.1% | 12.3% | 8.9%  | 8.2%  | 2.3%  | 0.4%  |
| 5  | 社會科學             | 8.5%  | 8.0%  | 14.5% | 15.6% | 7.6%  | 6.0%  |
| 6  | 人文史地             |       |       |       |       | 8.6%  | 8.1%  |
| 7  | 自然科普             | 1.2%  | 1.6%  | 1.9%  | 0.6%  | 1.8%  | 3.0%  |
| 8  | 電腦資訊             | 3.0%  | 2.4%  | 0.8%  | 1.2%  | 0.2%  | 0.0%  |
| 9  | 語言學習             | 3.2%  | 2.6%  | 5.2%  | 6.5%  | 5.2%  | 7.8%  |
| 10 | 心理勵志             | 7.0%  | 5.9%  | 9.0%  | 9.5%  | 13.0% | 8.6%  |
| 11 | 宗教命理             |       |       |       |       | 4.4%  | 7.0%  |
| 12 | 醫療保健             | 2.9%  | 5.9%  | 4.0%  | 2.9%  | 3.5%  | 3.9%  |
| 13 | 飲食               | 2.2%  | 1.0%  | 4.0%  | 1.0%  | 0.3%  | 0.4%  |
| 14 | 生活風格             |       |       |       |       | 1.1%  | 0.8%  |
| 15 | 旅遊               |       |       |       |       | 0.5%  | 0.3%  |
| 16 | 漫畫書              | 0.0%  | 0.0%  | 0.2%  | 0.3%  | 0.0%  | 0.0%  |
| 17 | 親子教養             | 0.2%  | 0.3%  | 0.6%  | 0.6%  | 3.5%  | 5.1%  |
| 18 | 童書／青少年           | 12.9% | 15.1% | 8.8%  | 10.4% | 15.0% | 17.2% |
| 19 | 考試用書             | 9.4%  | 8.8%  | 6.7%  | 7.3%  | 6.2%  | 6.7%  |
| 20 | 專業／教科書<br>／政府出版品 | -     | -     | -     | -     | 4.6%  | 4.5%  |
| 21 | 圖書資訊／百科年鑑        | 0.0%  | 0.0%  | 0.0%  | 0.0%  | -     | -     |

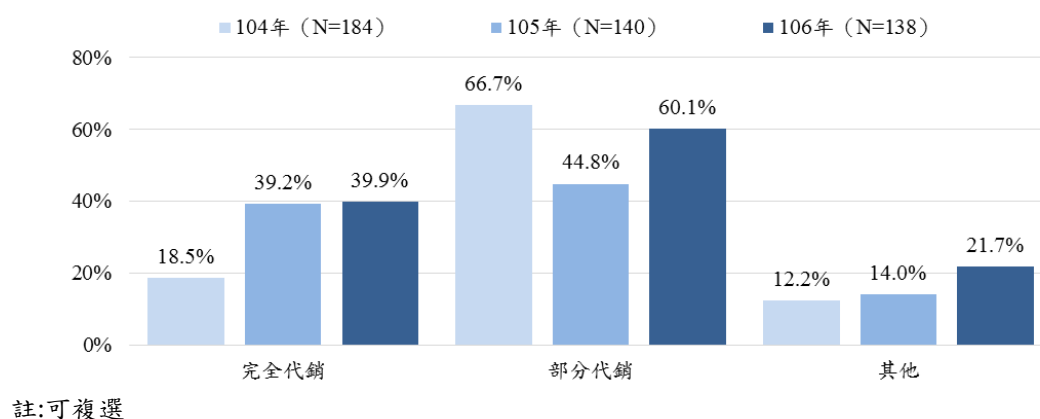


| 編號 | 圖書類型 | 104 年  |        | 105 年  |        | 106 年  |        |
|----|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|    |      | 新書     | 再版／再刷  | 新書     | 再版／再刷  | 新書     | 再版／再刷  |
| 22 | 其他   | 15.8%  | 12.8%  | 9.5%   | 9.7%   | 6.8%   | 7.3%   |
| 合計 |      | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

## 參、圖書銷貨通路及行銷狀況

### 一、圖書銷貨方式及通路

調查發現，臺灣出版單位銷售圖書方式並無明顯改變，近三年均以部分代銷所占比率最高。以 106 年最新產業概況而言，有 60.1%出版機構採部分代銷，39.9%完全代銷，21.7%採其他方式，其中有以「自營自銷」居多。惟今年度考慮出版機構可能因應各種出版品進行不同的銷貨方式而將題項設定為複選題，因此三種選項之占比皆較 105 年高，然整體圖書銷貨結構與以往相同。【圖肆-12】



圖肆-12、臺灣圖書銷售方式

至於透過部分代銷銷售圖書之出版社，106 年通路銷貨比率以總經銷最高（25.7%），其次為實體書店（17.5%），經銷商／中盤／代理商（13.6%）銷售位居第三，12.7%係透過網路書店進行販售，海外市場排名第五（7.0%），至於團購、直銷、圖書館、郵購與量販超商等通路，比率皆低於 5%<sup>171</sup>。【表肆-15】

與 105 年調查相比，經銷商／中盤／代理商、圖書館、量販超商與海外市場等通路之配銷比重呈增長態勢，而總經銷、實體書店、網路書店等通路之占比則相對下降。

<sup>171</sup> 介於其他通路（2.3%）涵蓋公家機關或企業合作等管道。

表肆-15、臺灣圖書部分代銷的銷售通路分配

單位：％（105 年 N=143；106 年 N=126）

| 編號 | 銷售通路類型        | 加權前   |       | 加權後   |       |
|----|---------------|-------|-------|-------|-------|
|    |               | 105 年 | 106 年 | 105 年 | 106 年 |
| 1  | 總經銷           | 38.7% | 38.8% | 26.8% | 25.7% |
| 2  | 經銷商／中盤／代理商    | 10.4% | 11.0% | 13.1% | 13.6% |
| 3  | 團購            | 3.9%  | 5.3%  | 4.4%  | 3.4%  |
| 4  | 實體書店（含門市）     | 17.4% | 14.1% | 17.9% | 17.5% |
| 5  | 郵購            | 1.6%  | 1.5%  | 0.7%  | 0.7%  |
| 6  | 直銷            | 4.8%  | 0.8%  | 4.3%  | 2.7%  |
| 7  | 學校            | 5.4%  | 5.5%  | 9.3%  | 6.9%  |
| 8  | 網路書店          | 10.0% | 13.5% | 13.8% | 12.7% |
| 9  | 圖書館           | 0.8%  | 1.0%  | 0.8%  | 3.7%  |
| 10 | 特殊通路（量販店／超商等） | 0.5%  | 0.8%  | 0.6%  | 0.7%  |
| 11 | 海外市場          | 4.0%  | 2.9%  | 6.0%  | 7.0%  |
| 12 | 其他            | 2.4%  | 4.7%  | 2.3%  | 4.0%  |

## 二、圖書通路平均銷貨折扣

調查發現，圖書銷售完全透過代銷者，通路折扣由四折至七折不等，平均折扣約是五五折。【表肆-16】

至於透過部分代銷者，出版社提供各通路之折扣亦不盡相同，整體平均為六八折。就個別通路觀察，總經銷、特殊通路（量販店／超商等）平均鋪貨折扣低於六折，至於其餘如經銷商／中盤／代理商、圖書館、實體書店（含門市）、直銷、學校、郵購、團購及網路書店等通路之折扣則介於六折至七九折。【表肆-16】

表肆-16、臺灣圖書銷貨通路平均折扣與平均退書率

單位：折、％（105 年 N=124；106 年 N=136）

| 編號 | 銷售通路類型     | 平均折扣  |       | 平均退書率 |       |
|----|------------|-------|-------|-------|-------|
|    |            | 105 年 | 106 年 | 105 年 | 106 年 |
| 1  | 總經銷        | 54 折  | 55 折  | 35%   | 32%   |
| 2  | 經銷商／中盤／代理商 | 58 折  | 60 折  | 27%   | 22%   |
| 3  | 團購         | 69 折  | 72 折  | 1%    | 2%    |

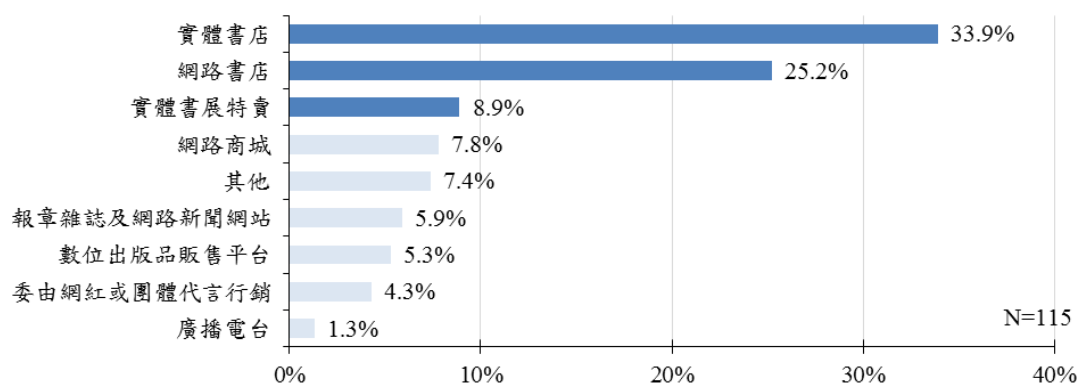
| 編號 | 銷售通路類型        | 平均折扣  |       | 平均退書率 |       |
|----|---------------|-------|-------|-------|-------|
|    |               | 105 年 | 106 年 | 105 年 | 106 年 |
| 4  | 實體書店（含門市）     | 67 折  | 69 折  | 21%   | 14%   |
| 5  | 郵購            | 69 折  | 78 折  | 3%    | 1%    |
| 6  | 直銷            | 69 折  | 76 折  | 6%    | 7%    |
| 7  | 學校            | 69 折  | 79 折  | 9%    | 5%    |
| 8  | 網路書店          | 69 折  | 70 折  | 9%    | 8%    |
| 9  | 圖書館           | 63 折  | 69 折  | 0%    | 1%    |
| 10 | 特殊通路（量販店／超商等） | 52 折  | 55 折  | 27%   | 24%   |
| 11 | 海外市場          | 53 折  | 61 折  | 5%    | 3%    |
| 12 | 其他            | 66 折  | 77 折  | 6%    | 2%    |
| 平均 |               | 66 折  | 68 折  | 12%   | 10%   |

### 三、圖書通路退書情形

分析各類銷售通路退書率比重，106 年以總經銷（32%）通路退書比率最高，特殊通路（量販店／超商等）（24%）居次，第三為經銷商／中盤／代理商（22%）。至於退書比率最低之通路，分別為海外市場（3%）、團購（2%）、郵購（1%）以及圖書館（1%），其比重皆低於 5%。【表肆-16】

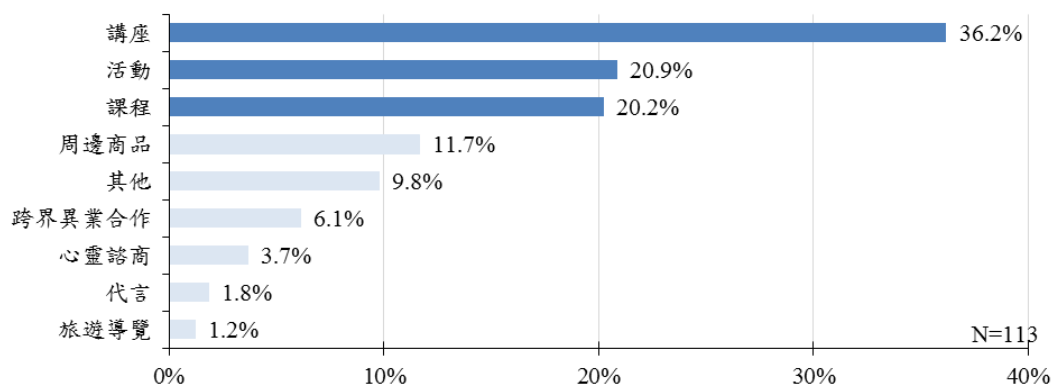
### 四、行銷資源與非書銷售業務內容

就圖書出版單位行銷資源經費配置而言，106 年業者資源挹注比率以實體書店最高（33.9%），其次為網路書店（25.2%），書展特賣（8.9%）位居第三，7.8%係挹資於網路商城，7.4%為其他行銷管道，至於報章雜誌及網路新聞網站、數位出版品販售平臺、委由網紅或團體代言行銷以及廣播電台等管道，比率皆低於 6%。【圖肆-13】



圖肆-13、臺灣圖書出版單位行銷資源經費配置

至於圖書出版單位非書銷售業務內容部分，106 年業者以舉辦講座最高(36.2%)，其次為活動(20.9%)與課程(20.2%)，11.7%係涉足周邊商品，9.8%為其他業務開發，至於跨界異業合作、心靈諮商、代言及旅遊導覽等比率皆低於 7%。【圖肆-14】



註:可複選

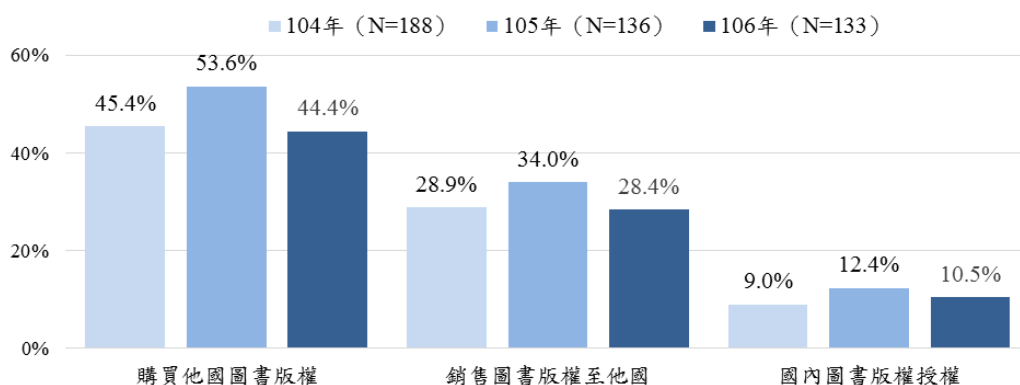
圖肆-14、臺灣圖書出版單位非書銷售業務內容

## 肆、圖書版權交易狀況

### 一、圖書版權交易比率

調查顯示，104 年至 106 年，國內出版單位購買其他國家版權或是銷售版權至其他國家之狀況均相當類似，106 年 44.4% 出版單位有引進其他地區或國家圖書版權（包含翻譯權跟印製權），28.4% 有輸出圖書版權至其他地區或國家，10.5% 有進行國內圖書授權。【圖肆-15】

與過往調查結果相比，106 年我國對外版權交易呈現衰退跡象，106 年購買其他地區或國家圖書版權較 105 年（53.6%）下修 9.2 個百分點；銷售圖書版權至其他地區或國家亦較 105 年（34.0%）衰退 5.6 個百分點。至於國內圖書版權授權則相對 105 年衰退 1.9 個百分點。



圖肆-15、臺灣圖書版權交易情形

### 二、海外圖書版權購買情形

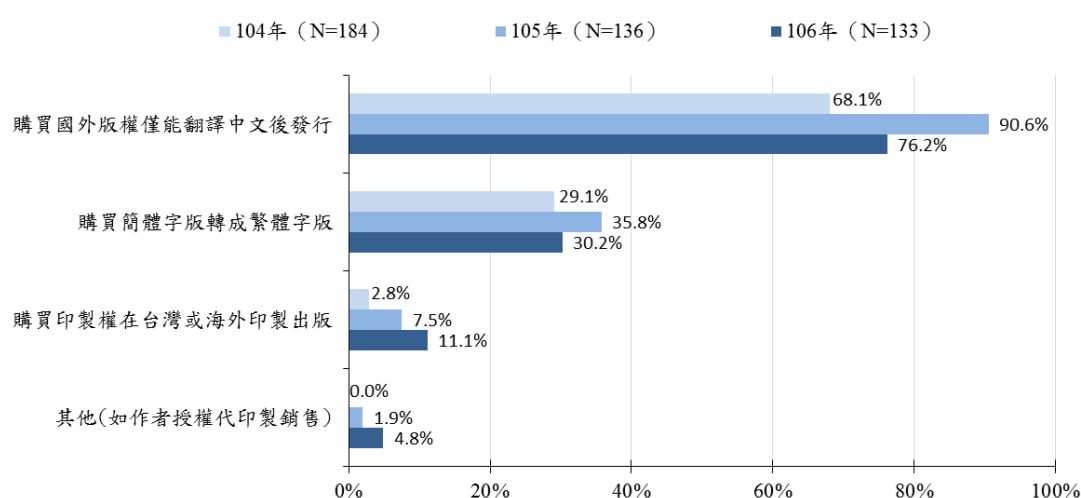
調查同時發現，106 年版權書平均占購買海外圖書版權出版單位出版總量之 58.9%，相較 104 年（51.9%）及 105 年（48.8%）比重微幅上升。

至於購買海外版權相關費用部分，統計顯示，有近三成出版單位視為營業機密拒絕回答；僅針對有提供具體金額者計算，106 年有購買國外圖書版權之出版單位，平均每家花費 266 萬元購買海外版權，金額較 105 年 260 萬元微幅增加。

就購買海外圖書版權之交易方式而言，於複選前提下，106 年交易方式與過往類似，以「購買國外版權後僅能翻譯中文發行（76.2%）」所占比率最高，其次

為「購買簡體字版，轉成繁體字版（30.2%）」交易模式，11.1%採用「購買印製權在臺灣或海外直接印製出版」方式；此外，另有 4.8%出版業者採其他交易（如作者授權代印製銷售等）方式。【圖肆-16】

與 105 年相比，106 年購買國外版權後僅能翻譯中文發行比重呈降低趨勢（下滑 14.4 個百分點），而購買簡體字版轉成繁體字版亦微幅下滑 5.6 個百分點，惟購買印製權在臺灣或海外直接印製出版之比例卻呈成長態勢（提升 3.6 個百分點）。



註:可複選

圖肆-16、臺灣出版單位購買海外版權書之交易方式

就國內出版單位引進海外版權書方式而言，臺灣出版單位以透過國內外代理商／版權經紀人授權為主（占比 52.4%），平均版權引入種數由 105 年 19.8 種減少至 14.5 種；居次係由國外出版社直接授權（占比 25.0%），平均版權引入種數亦由 105 年 16.0 種下滑至 10.0 種；惟直接與作者簽約授權或約稿情形之占比相較 105 年有上升趨勢，占 22.6%，平均版權引入種數由 10.4 種增加至 15.0 種。

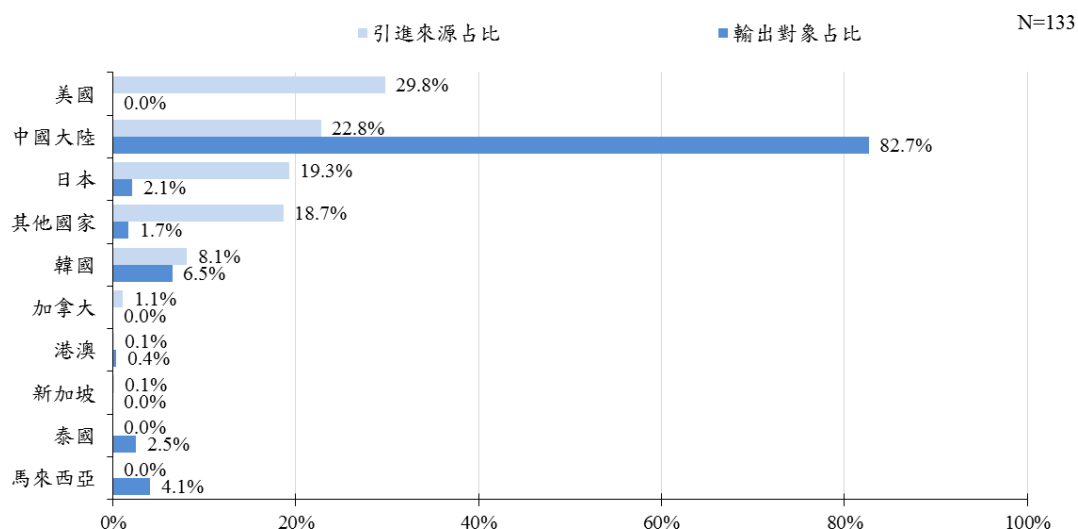
【表肆-17】

表肆-17、臺灣購買海外版權方式及占比

單位：%（104 年 N=189；105 年 N=127；106 年 N=135）

| 編號 | 購買海外版權方式       | 比重    |       |       |
|----|----------------|-------|-------|-------|
|    |                | 104 年 | 105 年 | 106 年 |
| 1  | 作者直接授權         | 11.1% | 11.2% | 22.6% |
| 2  | 透過出版社          | 33.8% | 29.6% | 25.0% |
| 3  | 代理商／版權經紀人（國內外） | 54.9% | 54.4% | 52.4% |
| 4  | 網路版權交易平臺       | 0.1%  | 0.2%  | 0.0%  |
| 5  | 其他             | 0.0%  | 4.7%  | 0.0%  |

海外版權書購買來源國部分，近三年變化則有限，臺灣出版單位目前以向美國（29.8%）及中國大陸（22.8%）購買版權比率最高，其次是日本（19.3%），另有 18.7%與 8.1%係向其他國家及韓國購買圖書版權，購買來源國為加拿大、港澳與新加坡之比率則分別占 1.1%、0.1%及 0.1%。【圖肆-17】



圖肆-17、臺灣海外版權書之購買來源

至於海外版權書引進類型部分，調查發現，近年來引入圖書類型之占比有些許差異，104 年各類圖書占比相對均衡，童書（16.3%）、電腦資訊（14.5%）與文學小說（13.4%）占比較高。105 年以文學小說排名第一（20.4%），童書／青少年（16.4%）及商業理財（12.5%）類圖書居次。106 年則以童書／青少年（21.4%）、文學小說（12.4%）與心理勵志（11.0%）等類書籍占比最高【表肆-18】。

表肆-18、臺灣引進與輸出版權書類型

單位：%（104 年 N=189；105 年 N=127；106 年 N=135）

| 編號 | 圖書類型             | 104 年  |        | 105 年  |        | 106 年  |        |
|----|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|    |                  | 引進     | 輸出     | 引進     | 輸出     | 引進     | 輸出     |
| 1  | 商業理財             | 12.4%  | 6.6%   | 12.5%  | 11.5%  | 6.1%   | 2.3%   |
| 2  | 文學小說             | 13.4%  | 11.4%  | 20.4%  | 8.8%   | 12.4%  | 6.8%   |
| 3  | 輕小說              | 0.7%   | 0.6%   | 0.0%   | 0.5%   | 0.0%   | 0.0%   |
| 4  | 藝術設計             | 7.6%   | 3.0%   | 6.6%   | 3.2%   | 2.9%   | 3.4%   |
| 5  | 社會科學             | 4.1%   | 5.1%   | 7.2%   | 6.9%   | 8.1%   | 3.0%   |
| 6  | 人文史地             |        |        |        |        | 10.3%  | 5.2%   |
| 7  | 自然科普             | 6.3%   | 3.0%   | 3.9%   | 2.7%   | 0.2%   | 4.1%   |
| 8  | 電腦資訊             | 14.5%  | 14.4%  | 8.6%   | 6.4%   | 0.1%   | 0.0%   |
| 9  | 語言學習             | 0.1%   | 0.6%   | 0.3%   | 3.2%   | 4.1%   | 10.0%  |
| 10 | 心理勵志             | 4.9%   | 3.3%   | 6.7%   | 13.1%  | 11.0%  | 12.6%  |
| 11 | 宗教命理             |        |        |        |        | 1.9%   | 0.0%   |
| 12 | 醫療保健             | 4.1%   | 1.2%   | 5.2%   | 5.3%   | 4.7%   | 6.2%   |
| 13 | 飲食               | 4.9%   | 0.9%   | 7.1%   | 4.3%   | 1.0%   | 5.0%   |
| 14 | 生活風格             |        |        |        |        | 3.7%   | 4.1%   |
| 15 | 旅遊               |        |        |        |        | 2.5%   | 0.0%   |
| 16 | 漫畫書              | 7.3%   | 0.0%   | 0.3%   | 0.0%   | 0.0%   | 0.1%   |
| 17 | 親子教養             | 3.1%   | 0.0%   | 2.9%   | 0.5%   | 3.9%   | 0.5%   |
| 18 | 童書／青少年           | 16.3%  | 48.6%  | 16.4%  | 26.7%  | 21.4%  | 25.2%  |
| 19 | 考試用書             | 0.0%   | 0.0%   | 0.0%   | 0.0%   | 1.1%   | 0.0%   |
| 20 | 專業／教科書<br>／政府出版品 | -      | -      | -      | -      | 0.6%   | 4.4%   |
| 21 | 圖書資訊／百科年鑑        | 0.0%   | 0.0%   | 0.0%   | 0.0%   | -      | -      |
| 22 | 其他               | 0.2%   | 1.2%   | 1.9%   | 6.9%   | 3.8%   | 7.1%   |
| 合計 |                  | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

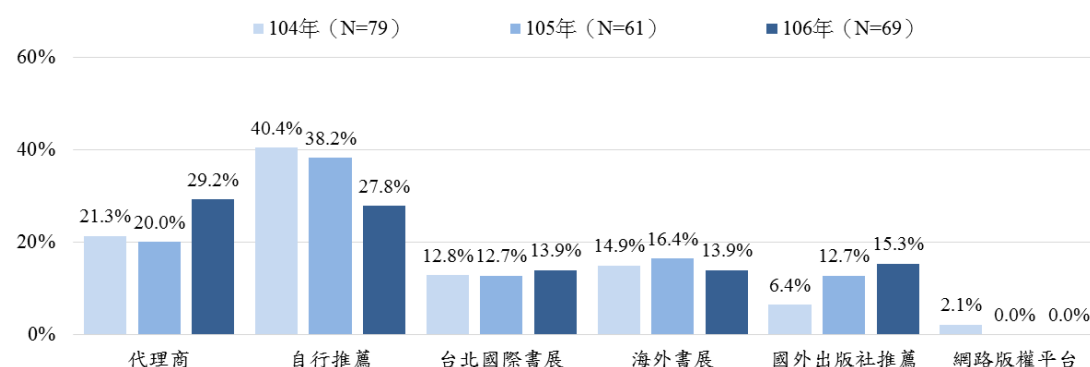
### 三、銷售圖書版權至海外情形

如前所述，106 年約有近三成出版單位銷售圖書版權至其他地區或國家。調查結果顯示，相較 105 年，106 年由代理商獲得圖書版權銷售資訊之占比(29.2%)



有明顯上升趨勢，躍升為國內出版業者主要圖書版權銷售途徑；其次約 27.8%為國內出版業者自行推薦書籍予國外出版社，占比相較 105 年下降 10.4 個百分點；國外出版社推薦則居於第三位，占 15.3%，另各有 13.9%係透過臺北國際書展及海外書展進行洽詢與販售。【圖肆-18】

至於版權收入費用，相關數據對於些許出版單位仍屬營業機密（約二成），依據有效回答者之資料進行計算，整體平均版權收入費用由 105 年 144 萬元大幅成長至 106 年 250 萬元。



圖肆-18、臺灣出版單位銷售版權至海外的資訊來源

交易形式與種類數部分，相較 105 年，106 年國內出版業者圖書海外授權以「洽談授權，直接印製」（46.9%）形式之占比上升 5.2 個百分點，躍升為主要海外版權銷售形式，平均種數為 24.1 種；其次是「洽賣翻譯權，翻譯後出版」，比重 43.8%，平均種數為 15.0 種，「跨業授權（比重 3.1%）」平均種數為 2 種，另外其他版權銷售方式如電子書授權占 6.3%。【表肆-19】

表肆-19、臺灣銷售版權至海外方式及占比

單位：%（104 年 N=79；105 年 N=61；106 年 N=66）

| 編號 | 銷售版權至海外方式         | 比重    |       |       |
|----|-------------------|-------|-------|-------|
|    |                   | 104 年 | 105 年 | 106 年 |
| 1  | 洽賣翻譯權，翻譯後出版       | 56.7% | 44.4% | 43.8% |
| 2  | 洽談授權，直接印製         | 43.3% | 41.7% | 46.9% |
| 3  | 洽談跨業授權（電影、電視、舞臺劇） | 0.0%  | 5.6%  | 3.1%  |
| 4  | 其他                | 0.0%  | 8.3%  | 6.3%  |

海外銷售交易對象部分，臺灣出版單位之海外圖書授權仍以中國大陸為主要

交易國，不過其比率由 105 年 92.8%微幅降至 106 年 82.7%，其次是韓國，占比由 105 年 5.2%小幅上升至 106 年 6.5%，其後依序為馬來西亞（4.1%）、泰國（2.5%）、日本（2.1%）等國。【圖肆-17】

至於臺灣授權海外翻譯或印製圖書類型，106 年以童書居冠（25.2%），排名第二之圖書類型則由心理勵志類書籍（12.6%）所取而代之。【表肆-18】

#### 四、國內圖書版權授權情形

調查顯示，106 年國內只有 10.5%出版單位有進行臺灣內部之圖書版權授權。授權方式以電子圖書授權為主，其平均種數從 105 年 35.0 種增長至 106 年 38.0 種；至於改編為電影、電視、舞臺劇等衍生性授權方式均相對罕見，平均種數亦僅介於 0%至 0.5%。【表肆-20】

表肆-20、臺灣國內圖書版權授權方式及種數

單位：種（104 年 N=17；105 年 N=13；106 年 N=14）

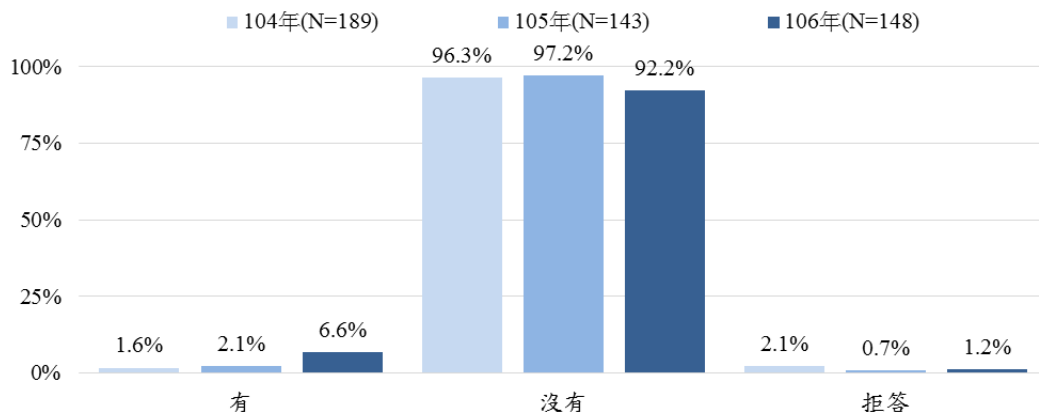
| 編號 | 國內圖書版權授權方式  | 種數     |        |        |
|----|-------------|--------|--------|--------|
|    |             | 104 年  | 105 年  | 106 年  |
| 1  | 改編電影        | 0.4 種  | 0.0 種  | 0.0 種  |
| 2  | 改編電視        | 0.1 種  | 0.3 種  | 0.1 種  |
| 3  | 編舞臺劇        | 0.0 種  | 0.0 種  | 0.1 種  |
| 4  | 其他（如電子圖書授權） | 12.4 種 | 35.0 種 | 38.0 種 |

#### 伍、中國大陸及海外圖書市場投資概況

根據本研究調查資料，臺灣目前僅 6.6%出版單位有進行中國大陸及海外圖書市場投資，且投資對象以中國大陸與港澳地區<sup>172</sup>為主。【圖肆-19】

---

<sup>172</sup> 由於樣本數過少，大陸投資書籍種數、書籍類別等相關統計都無法予以推論。

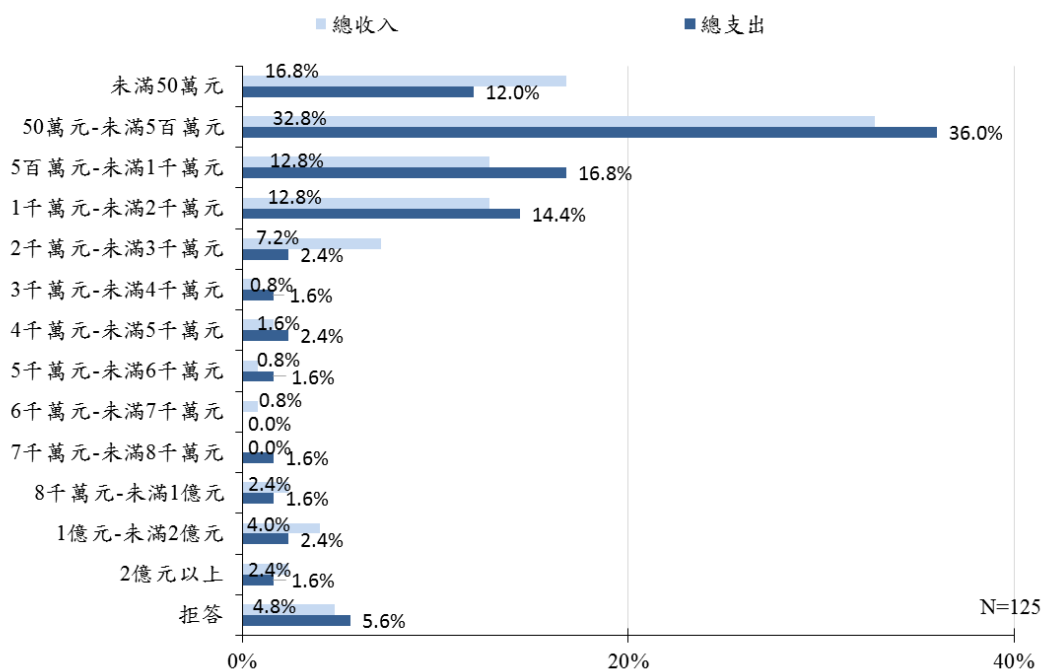


圖肆-19、臺灣出版單位投資中國大陸及海外市場現況

## 陸、圖書營業情形及產值估計

### 一、圖書出版單位營收情形

圖肆-20 為臺灣圖書出版單位 106 年營業額分布情形，由圖中可看出，臺灣出版單位屬於中小型事業經營規模，106 年有 49.6% 全年營業收入低於 500 萬，12.8% 營業額介於 500 萬至未滿 1,000 萬元，12.8% 介於 1,000 萬至未滿 2,000 萬，7.2% 營業金額落於 2,000 萬至未滿 3,000 萬間，營業額介於 3,000 萬至未滿 1 億元之出版單位合計占 6.4%，6.4% 營業收入破億，另有 4.8% 未回答（拒答）。



圖肆-20、臺灣圖書出版單位全年營業額

分析各項收入來源占比，調查結果顯示，106 年出版單位收入來源仍以販售紙本圖書收入（73.3%）為主；國內外版權授權收入比重由 105 年 1.1%成長 1.1 個百分點至 2.2%；數位出版收入比重則由 105 年 0.9%增加 2.2 個百分點至 3.1%，圖書相關收入合計由 105 年六成六回升至 106 年八成左右。【表肆-21】

表肆-21、臺灣出版單位收入來源分布情形

單位：%（104 年 N=163；105 年 N=143；106 年 N=125）

| 來源比例<br>(%) | 實體圖書出版相關收入   |                |                | 數位出版收入 |      |                | 「非」圖書<br>出版相關其<br>他營業收入 | 其 他<br>非營業收入 |
|-------------|--------------|----------------|----------------|--------|------|----------------|-------------------------|--------------|
|             | 販售紙本<br>圖書收入 | 國內外版權<br>之授權收入 | 其他圖書出<br>版相關收入 | 拆帳收入   | 預付收入 | 其他數位出<br>版相關收入 |                         |              |
| 104 年       | 75.1%        | 0.9%           | 4.5%           | 0.9%   | 0.0% | 0.3%           | 14.1%                   | 4.1%         |
| 105 年       | 52.1%        | 1.1%           | 12.5%          | 0.7%   | 0.0% | 0.2%           | 33.4%                   | -            |
| 106 年       | 73.3%        | 2.2%           | 4.0%           | 1.2%   | 0.1% | 1.8%           | 17.4%                   | -            |

## 二、圖書出版單位支出情形

至於臺灣圖書出版單位整體支出部分，根據臺灣圖書出版單位 106 年營業額分布情形（圖肆-20）可看出，106 年有 48.0%全年營業支出低於 500 萬，16.8%介於 500 萬至未滿 1,000 萬元，14.4%介於 1,000 萬至未滿 2,000 萬，2.4%落於 2,000 萬至未滿 3,000 萬間，支出額介於 3,000 萬至未滿 1 億元之出版單位合計占 8.8%，4.0%營業支出破億，另有 5.6%未回答（拒答）。

進一步分析各項支出項目占比，調查發現，出版社支出項目中，圖書出版相關支出占比從 105 年 83.3%降低至 106 年 74.5%，非圖書出版相關支出亦呈下滑趨勢，惟 105 年其他非營業支出被併入非圖書出版相關支出項目中，在與 106 年各項支出占比比較時可能存在些許比較基準的落差。【表肆-22】

表肆-22、臺灣出版單位支出項目分布情形

單位：%（104 年 N=163；105 年 N=143；106 年 N=125）

|       | 圖書出版相關支出<br>(如版稅、編輯、行銷、人事等) | 「非」圖書出版相<br>關之其他營業支出<br>(如辦活動等) | 公司營運行政支出<br>(如會計、法律諮詢等) |
|-------|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------|
| 104 年 | 86.4%                       | 9.0%                            | 4.6%                    |
| 105 年 | 83.3%                       | 16.7%                           | -                       |
| 106 年 | 74.5%                       | 10.5%                           | 15.0%                   |

註：105 年度問卷題項僅列出「圖書出版相關支出」及「非圖書出版相關之其他營業支出」，而今年度多加會計、法律諮詢等「公司營運行政支出」項目，可能影響業者在各選項間的填答占比。

### 三、圖書出版產值估計及獲利情形

#### (一) 於四大網路書店上架販售流通之圖書營業額

考量僅以出版調查問卷進行插補推估營業額，難以判定廠商是否確實填寫，且或有推估誤差問題；而傳統以「行業別」撈取財稅資料營業額方式，則無法判別該行業報稅廠商是否確屬該行業經營範疇，因而影響產業鏈表現分析之可行性。因此，本研究針對 106 年申請 ISBN 達 4 本以上之出版社作為基礎，選取代表性出版社（出版 100 種以上圖書）作為推估依據，計算方法主要是以平均每種書銷售本數乘以平均售價（先行依平均批發折扣 55 折計算）及上架出版種數 29,184<sup>173</sup> 種（包含當年度申請並出版、前一年申請當年度出版），先行推估整體新書<sup>174</sup> 收入後，再除以新書銷貨冊數占比，得出上游出版端的整體圖書收入。其後，再依上游出版端之圖書收入除以平均批發折扣，再乘以通路端銷貨最佳折扣眾數（75 折），求得整體圖書市場銷售金額。分解計算如下：

- ①：上游出版端代表性廠商每種新書平均銷貨冊數 = (統編營業額 x 新書收入占比 / 新書出版總數) / 新書平均售價
- ②：上游出版端於四大網路書店上架之新書營業額 = 代表性廠商每種新書平均銷貨冊數 (①) x 於四大網路書店上架書種數 x 整體新書平均售價
- ③：上游出版端「未」於四大網路書店上架之新書營業額 = 未於四大網路書店上架書種數 x 最低經濟規模印刷冊數 (1,000 本) x 通路端退書率 (42.8%) x 平均售價
- ④：上游出版端整體新書營業額 = 上游出版端於四大網路書店上架之新書營業額 (②) + 上游出版端「未」於四大網路書店上架之新書營業額 (③)
- ⑤：上游出版端整體(新舊書)圖書營業額 = 上游出版端整體新書營業額 (④) / 新書銷貨冊數占比
- ⑥：下游零售端整體新書營業額 = 上游出版端整體新書營業額 (④) / 出版社平均批發折扣 x 通路平均銷貨折扣
- ⑦：下游零售端整體(新舊書)圖書營業額 = 上游出版端整體(新舊書)圖書營業額 (⑤) / 出版社平均批發折扣 x 通路平均銷貨折扣

依上式推估結果，106 年上游出版端，於四大網路書店上架之新書（29,184 種）營業額為新臺幣 107 億 1,905 萬元，另未於主要通路上架之新書（6,021 種）

---

<sup>173</sup> 四大網路書店上架種數 = 盤點四大網路書店上架種數 (19,961 種) + (106 年新書出版總數 - 盤點四大網路書店上架種數) \* 四大網路書店上架率 (60.5%)。

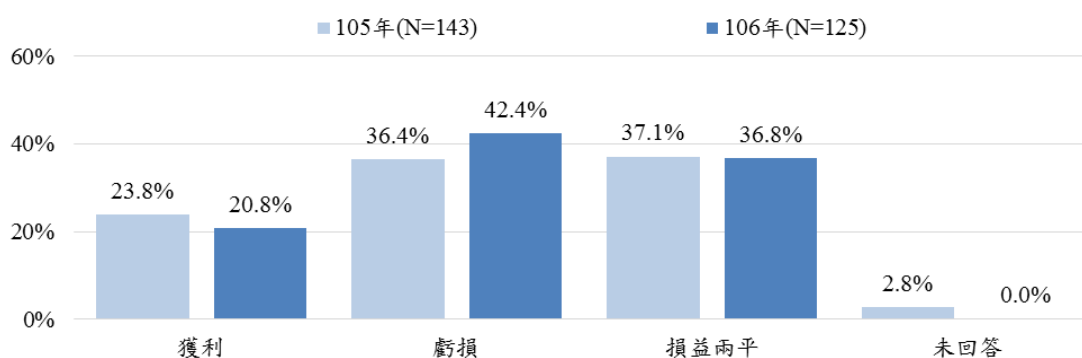
<sup>174</sup> 新書係指當年度所出版之書籍。

營業額為新臺幣 6 億 6,812 萬元，合計 106 年上游出版端整體新書營業額為新臺幣 113 億 8,718 萬元，相較 105 年（118 億 9,680 萬元）衰退 4.3%，另透過新書銷貨冊數占比加以計算，106 年上游出版端整體（新舊書）圖書營業額為新臺幣 193 億 9,894 萬元，相較 105 年（192 億 9,209 萬元）成長 0.6%。

以下游零售端計，整體新書營業額為新臺幣 140 億 63 萬元，相較 105 年（143 億 1,235 萬元）下滑 2.2%；整體（新舊書）圖書營業額為新臺幣 238 億 5,116 萬元，相較 105 年（232 億 920 萬元）成長 2.8%。

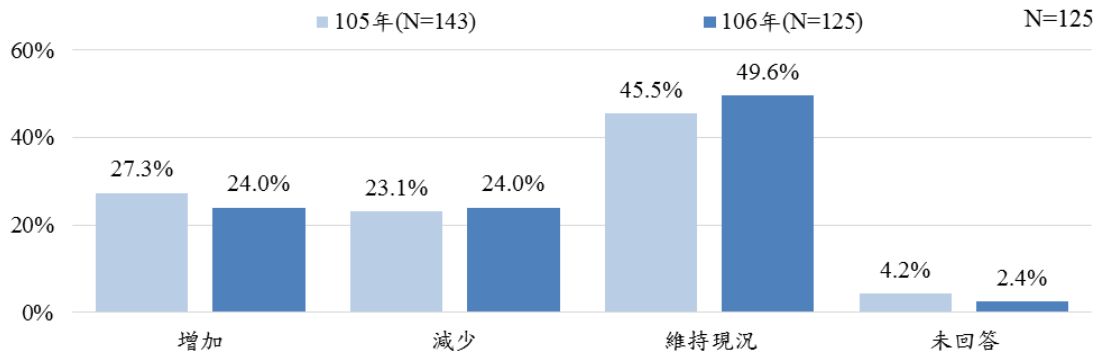
#### 四、出版單位全年獲利狀況

進一步就出版單位全年獲利狀況觀察，106 年表示獲利業者所占比重（20.8%）相對 105 年（23.8%）減少 3.0 個百分點；虧損（42.4%）與損益兩平（36.8%）業者占比則較 105 年（虧損比重為 36.4%；損益兩平比重為 37.1%）分別增加 6.0 與減少 0.3 個百分點。【圖肆-21】



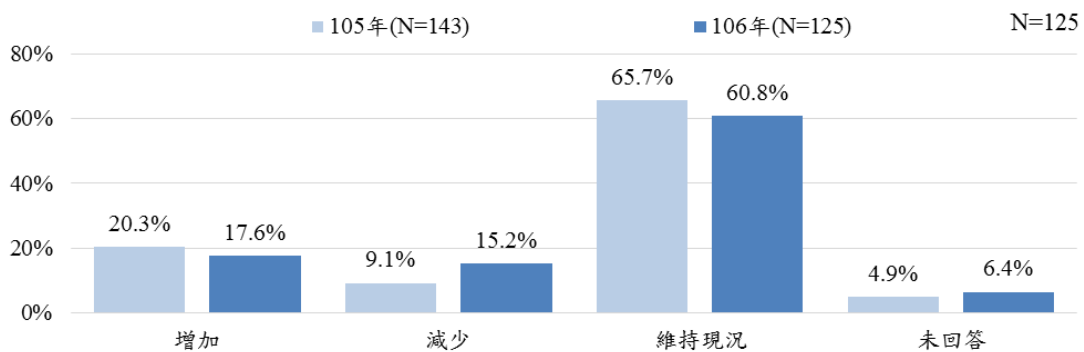
圖肆-21、臺灣出版單位收支平衡情形

就未來三年銷售預期而言，106 年認為未來三年銷售或將維持現況者占比最高（49.6%），另各有 24.0%出版單位預期未來三年公司銷售將增加或者主張其銷售將減少，2.4%未回答。相較 105 年，106 年看好未來圖書銷售狀況之比重下降 3.3 個百分點，惟維持現況占比有小幅成長 4.1 個百分點。【圖肆-22】進一步分析顯示，預期銷售或將成長者，平均成長幅度為 17.7%，預期銷售或將衰退者之衰退幅度則為 23.3%。



圖肆-22、臺灣出版單位未來三年銷售預期

就未來三年投資預期而言，106 年認為未來三年投資或將維持現況者占比最高 (60.8%)，17.6%出版單位預期未來三年公司投資或將增加，15.2%則主張其投資或將減少，6.4%未回答。【圖肆-23】相較 105 年，106 年或將於往後減少投資或維持現況之占比皆呈下滑態勢，顯示我國出版單位對於圖書市場之未來展望並非樂觀。進一步分析顯示，預期投資或將成長者，平均成長幅度為 18.7%，預期投資或將衰退者之衰退幅度則為 23.6%。



圖肆-23、臺灣出版單位未來三年投資預期

## 柒、我國圖書出版產業概況觀察

### 一、組織結構

整體而言，臺灣圖書出版單位規模偏小，有八成屬非集團化經營，近五成出版社營業額居新臺幣 500 萬以下，逾七成聘雇從業人數為 10 人以下。

就產業鏈經營環節而言，近乎全數出版業者皆涉及編輯出版業務，而內容創作則不及五成業者積極經營，顯示我國本土創作能量仍具發展空間。另部分中小型出版商兼具出版商與書店功能，出版各類少量印刷、具利基性之書籍，藉由自營自銷管道滿足不同層次讀者需求。

### 二、人力僱用

近年我國讀者閱讀管道漸由實體書籍轉為數位內容閱讀，各出版社為降低實體書編製成本而採用人力外包形式經營，據勞動部調查顯示，104 至 106 年出版產業總就業人數呈逐年遞減態勢，截至 106 年總計為 31,729 人。人力結構方面，臺灣圖書出版單位仍以女性從業人員居多；其中，女性從業人員擔任總編輯或發行人之占比為 38.8%。學歷組成部分，我國圖書出版單位正職人員以高學歷為特徵，擁有大學以上學歷者占七成五，另觀察年資結構，可發現雖然從業人員數有緊縮現象，然既有員工流動率並不高，年資逾十年以上者達 34.4%。

正職人員薪資概況方面，今年度針對我國出版產業薪資成長幅度進行調查，發現無論編輯人員、行銷業務或是倉儲物流人員，任職五年後之調薪幅度皆較去年調查結果低，根據觀察，出版單位抬高起薪以增加從業誘因，惟我國出版產業整體銷售情況不復過往，影響員工調薪水準，以致年資逾五年者薪資與新進員工相比差距不大。

### 三、出版概況

就新書出版類型而言，106 年出版新書類型以童書／青少年占比最高，此現象受因於當今少子化態勢促使家長愈發重視學齡前教育，需求觸發內容供給所致。另 106 年文學小說新書出版則相較 105 年呈下滑趨勢，此現象與翻譯小說盛行有關，近三年新書出版來源中，簡體授權與翻譯作品比重均有所提升，尤其翻譯自中國大陸書種數呈顯著上升態勢，受因於近年中國大陸創作題材與品質的提升，簡轉繁的翻譯、再製時間成本低，得以補足我國市面上文學出版



品缺口並提供讀者多樣化的選擇。

至於 106 年新書總印刷量推估為 5,485 萬本，受當年度新書出版種數上升影響，相較 105 年推估值（5,341 萬本），印量增加約 144 萬冊。目前我國出版單位力求有效的庫存控制，紛紛下調平均首刷量，倚賴當今便捷的印刷技術以縮短圖書印製週期，及時對應再版再刷之需求，同時亦降低庫存風險，根據上述背景，106 年再刷與再版書籍由 105 年 12,097 種增加至 12,365 種，其印刷量則由 105 年 1,604 萬冊成長為 1,686 萬冊。新書定價方面，因產業競爭加劇而部分通路端折扣條件益趨嚴峻，外加首刷量下調，出版業者為求損益兩平，爭取生存空間而調整書籍價格，以致臺灣出版新書平均定價由 105 年 401 元攀升至 106 年 425 元。

#### 四、通路概況

近三年我國圖書銷貨方式均以部分代銷為主，惟自營自銷比例呈增長趨勢。針對部分代銷之銷售通路分配，以總經銷為大宗，其次是實體書店、經銷商／中盤／代理商。另出版社提供各類型行銷通路之折扣皆不盡相同，整體平均為六八折，觀察各通路鋪貨折扣優惠皆較 105 年少，此或與出版業者尋求利基經營，專注於小眾讀者市場有關，其以少數特定銷貨管道為主，甚或以去中介化之經營模式逕自與下游接洽銷售圖書，從而提升出版社相對經銷商或其他銷貨通路之議價能力，不過經銷商與特殊通路因大宗配貨，其獲得的鋪貨折扣（五五折）仍近乎成本，相對其他通路優惠。

#### 五、版權交易

與過往調查結果相比，雖然 106 年我國對外版權交易呈衰退景況，惟 106 年版權書平均占「購買海外圖書版權出版單位」出版總量之 58.9%，比重相較 105 年（48.8%）上升，顯示授權引進書籍仍為少數業者的出版核心來源。就國內出版單位引進海外版權書方式而言，以代理商／版權經紀人授權為主，其次是透過出版社或作者直接授權。

進一步觀察海外版權書來源國，出版單位以向美國（29.8%）及中國大陸（22.8%）購買版權比率最高，整體而言，我國版權購買仍以已開發與語言相通國家為優先考量；另海外銷售交易對象方面，106 年仍以中國大陸為主要交易國，惟其比率由 105 年 92.8% 下滑至 106 年 82.7%，此或與日前兩岸圖書審查制度益趨森嚴有關，而位居第二的韓國則由 105 年 5.2% 微幅上升至 106 年 6.5%，而此

一現象可能受因於韓國祭出的出版品翻譯補助，亦即版權購買後，得以向政府申請譯稿服務，提升韓國出版社向外購買版權之誘因。

## 六、營收支出與未來展望

本研究以 106 申請 ISBN 達 4 種之出版社作為基礎，選取代表性出版社（出版 100 種以上圖書）作為營業額推估依據。以上游出版端計，整體新書營業額為新臺幣 113 億 8,718 萬元，相較 105 年（118 億 9,680 萬元）衰退 4.3%；整體（新舊書）圖書營業額為新臺幣 193 億 9,894 萬元，相較 105 年（192 億 9,209 萬元）成長 0.6%，顯示 106 年我國出版單位多半倚賴舊書（再版再刷）銷售支撐其圖書營收。以下游零售端計，整體新書營業額為新臺幣 140 億 63 萬元，相較 105 年（143 億 1,235 萬元）下滑 2.2%；整體（新舊書）圖書營業額為新臺幣 238 億 5,116 萬元，相較 105 年（232 億 920 萬元）成長 2.8%。

106 年我國出版單位收入來源方面，以實體圖書出版占營收比率尤高（79.5%），而數位出版收入相較 105 年亦有小幅增長 2.2 個百分點，顯示我國圖書業者仍以出版內容為核心，且正試圖朝數位化轉型發展。進一步觀察出版單位未來展望，無論未來三年銷售預期或投資預期，業者多半表態將維持現況，即便 106 年整體市場產值走揚，業者看法仍持保守，表示 106 年好轉景況，可能來自大事件的短暫發酵，誠如透過重大社會議題效應竄起的冠軍暢銷書籍，促使 106 年圖書銷售回暖，然以長期視角而言，此一現象並非常態。

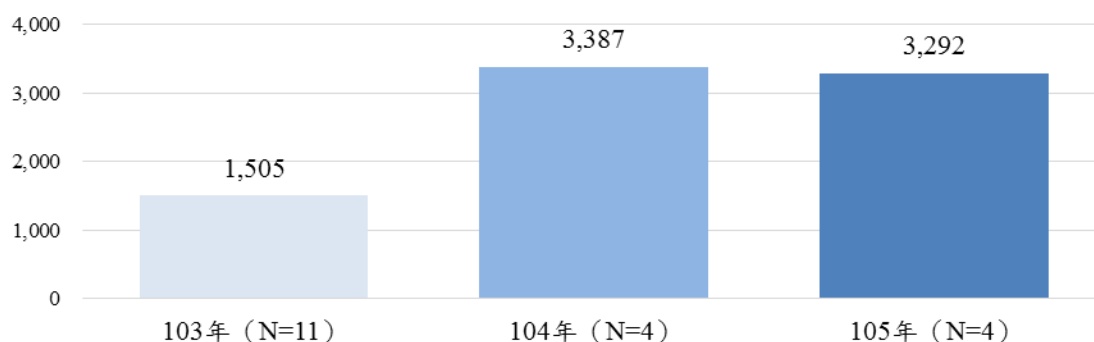
## 第四節 漫畫出版產業概況

### 壹、漫畫新書出版及銷貨情形

#### 一、漫畫新書出版數量與定價

根據國家圖書館國際標準書號中心提供資料，本次研究所涵蓋之 12 家漫畫出版單位，106 年共申請 3,593 種新書書號，然由於申請書號未必當年度即出版，故依照業者申請新書書號及實際出版數量重新插補推估，106 年出版漫畫種數推估為 3,327 種<sup>175</sup>。【圖肆-24】

至於漫畫新書總印刷量，根據出版數量插補推估，106 年臺灣漫畫新書總印刷量估計約為 665 萬<sup>176</sup>冊，較 105 年（612 萬本）增加 53 萬本；新書平均首刷量則由 105 年 1,860 本增加為 106 年 2,000 本。

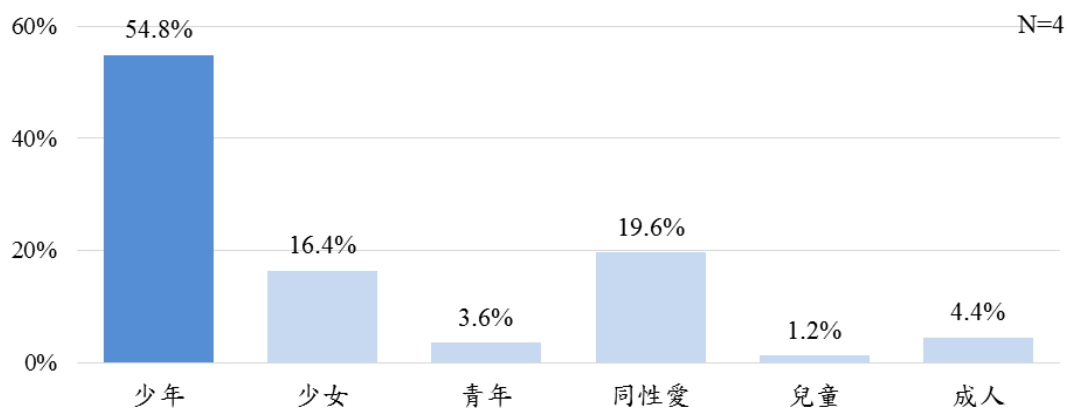


圖肆-24、臺灣出版漫畫新書種數

再由漫畫新書類型分布進一步觀察，106 年漫畫出版單位以少年類漫畫（54.8%）所占比重最高，居次為同性愛類（19.6%）、少女類（16.4%）與成人類（4.4%），青年及兒童類型占比則介於 1%至 4%之間。【圖肆-25】

<sup>175</sup> 出版漫畫種數推估係根據回卷之漫畫出版業者，其申請 ISBN 種數之市場占比反推所得。回卷漫畫業者 106 年漫畫出版種數（1,800）／回卷業者 ISBN 申請數市場占比（54.1%）＝整體出版漫畫新書種數（3,327 種）

<sup>176</sup> 新書總印刷量為出版漫畫新書種數 x 新書平均首刷量：3,327 種 x 2,000 本＝665 萬冊



圖肆-25、臺灣漫畫新書之書籍類型比率

此外，根據前述章節（我國出版品實際出版概況）盤點與問卷調查顯示，臺灣 106 年出版漫畫新書平均定價為 154 元。【表肆-23】新書上市平均販售折扣為九折以上。

表肆-23、臺灣漫畫新書出版概況

單位：種、萬本、新臺幣元

| 各年度出版情形 | 出版種數  | 總印刷量   | 平均定價  |
|---------|-------|--------|-------|
| 104 年   | 3,387 | 632 萬本 | 132 元 |
| 105 年   | 3,292 | 612 萬本 | 133 元 |
| 106 年   | 3,327 | 665 萬本 | 154 元 |

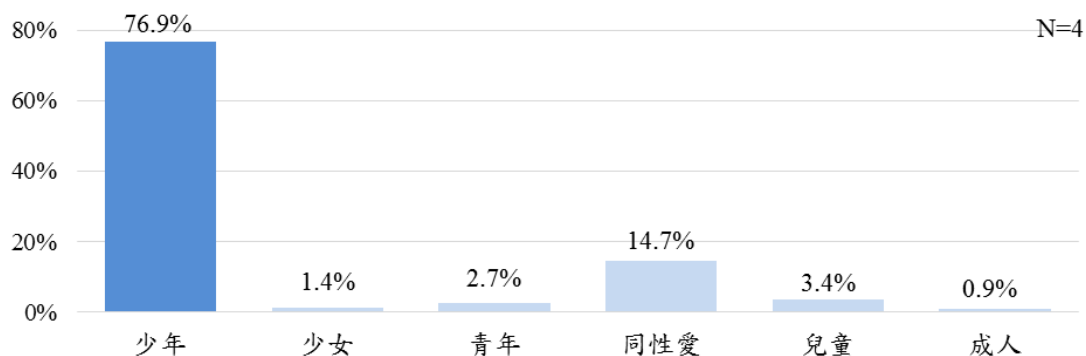
## 二、漫畫新書出版語言及來源

根據調查所得資料，106 年出版漫畫僅有兩大來源，翻譯漫畫占總出版品之 74.4%，本國人創作新書占 25.6%，相較 105 年上升 19.6 個百分點；全數以正體中文出版，新秀作家占各漫畫出版社國人原創作者之平均比率為 7.1%。

## 三、再版／再刷漫畫出版情形

根據調查資料推估，106 年再刷及再版書籍約為 884 種，再版再刷總印量為 589 萬冊，平均定價則維持於 154 元。

再版或再刷書籍，以少年類漫畫（76.9%）所占比重最高，居次為同性愛（14.7%）、兒童（3.4%）與青年（2.7%），少女及成人類占比不足 2%。【圖肆-26】



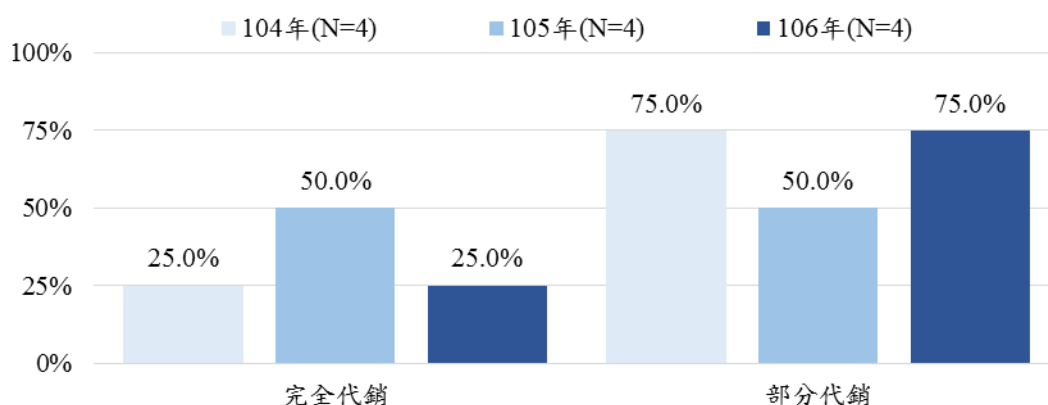
圖肆-26、臺灣再版再刷漫畫類型

#### 四、漫畫銷貨情形

從調查資料來看，106 年漫畫新書市場銷貨冊數推估為 366 萬冊，再版銷貨冊數及各類漫畫銷貨比率則因未回答比率過高而無法估計。

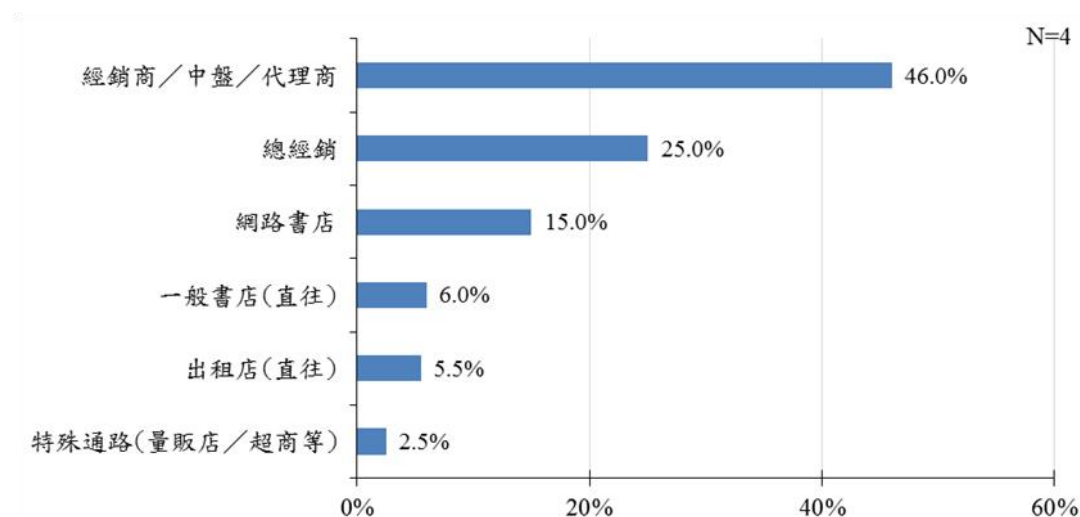
#### 貳、漫畫銷貨通路及行銷狀況

調查發現，106 年臺灣出版單位銷售漫畫方式，25.0%為完全代銷，75.0%為部分代銷，部分代銷比重相對 105 年明顯提升。【圖肆-27】



圖肆-27、臺灣漫畫銷售方式

進一步分析部分代銷的銷售通路分配，顯示通路銷貨比率與一般圖書差異甚大，46.0%透過經銷商／中盤／代理商最高，其次為總經銷 25.0%，另有 15.0%透過網路書店銷售，出版社提供各通路之折扣大致介於六折至七折間，而特殊通路如量販店、超商等被授予的折扣則相對優惠，介於五折至六折左右。【圖肆-28】



圖肆-28、臺灣 103 年漫畫部分代銷的銷售通路分配

就漫畫通路退書而言，不同出版社間之退書比率大致相當，106 年為 29.0%，與 105 年 28.9%相當而顯著低於 104 年 45.0%，其嚴峻景況相對過往有所緩解。

## 參、電子漫畫出版情形

### 一、電子漫畫發行概況

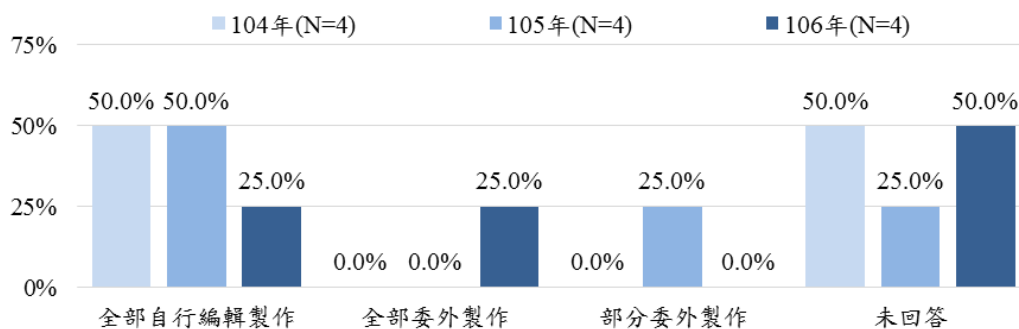
從電子漫畫發行語言來看，近三年全數發行正體中文電子漫畫，簡體中文、英文、日文與其他語言之電子漫畫則未有發行。

### 二、電子漫畫編輯<sup>177</sup>情形

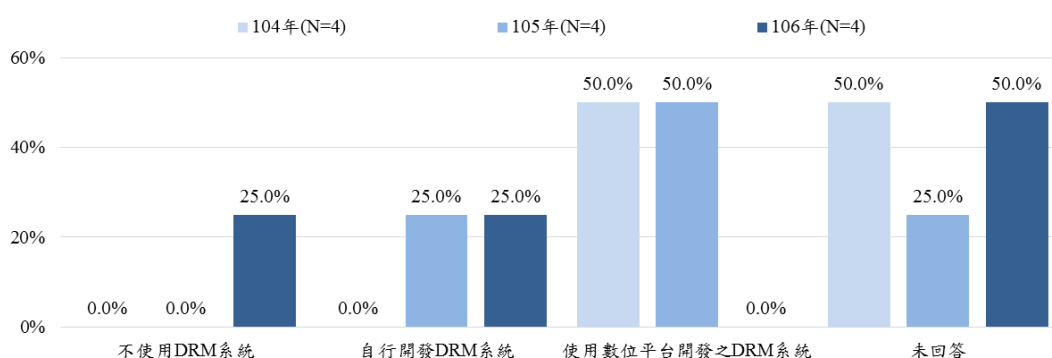
就曾出版電子漫畫機構之電子漫畫編輯情形來看，有 25.0%全部自行編製，25.0%漫畫出版社全部委外製作，50.0%未回答。【圖肆-29】

至於電子漫畫數位版權管理方式，106 年各有 25.0%漫畫出版機構不使用 DRM 系統或自行開發 DRM 系統，其餘 50.0%則未回答。【圖肆-30】

<sup>177</sup> 因為電子漫畫出版家數過於集中，故發行時間、出版格式、種數及類型都無法有效推估。以實際填答狀況來說，僅未有採 EP 同步，多數（60.0%）採紙本先出版，間隔約 45 日。



圖肆-29、臺灣圖書出版機構電子漫畫編輯模式



圖肆-30、臺灣圖書出版機構電子漫畫數位版權管理方式

從電子漫畫適用載具來看，106 年電子漫畫出版機構幾乎已克服載具限制而全數通用，僅其他閱讀器比例仍然偏低。【表肆-24】

表肆-24、臺灣近三年電子漫畫可適用的閱讀載具

單位：%（104 年 N=4；105 年 N=4；106 年 N=4）

| 年度    | 一般電腦 | Android<br>平板電腦 | Android<br>系統手機 | iOS<br>平板電腦 | iOS<br>系統手機 | 其 他<br>閱讀器 |
|-------|------|-----------------|-----------------|-------------|-------------|------------|
| 104 年 | 100% | 100%            | 100%            | 100%        | 100%        | 50%        |
| 105 年 | 100% | 100%            | 100%            | 100%        | 100%        | 67%        |
| 106 年 | 100% | 100%            | 100%            | 100%        | 100%        | 0%         |

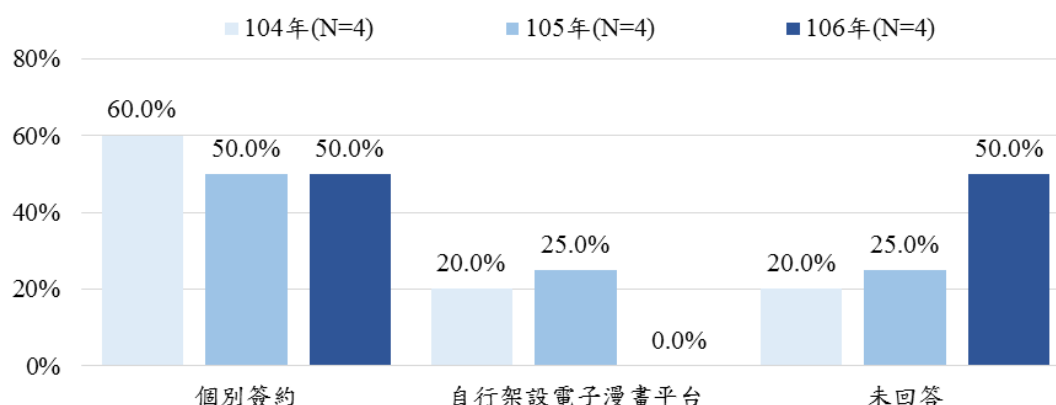
註：可複選。

### 三、電子漫畫銷售模式

根據業者提供資料，電子漫畫售價平均為紙本漫畫五五折；調查尚發現，臺灣主要漫畫出版機構 75.0%為全部委外販售電子漫畫，25.0%係自行銷售，然因電子漫畫銷售冊數仍明顯偏低，故該項營收平均僅占紙本漫畫營收 0.5%左右。

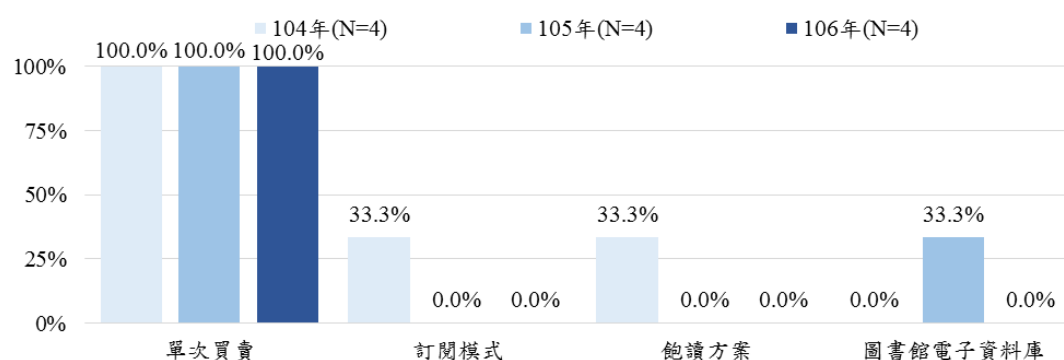
出版機構販售電子漫畫，有 50.0%是採個別與流通平臺簽約方式處理，另

50%則未有表態。【圖肆-31】



圖肆-31、臺灣電子漫畫出版業者與電子漫畫流通平臺的合作模式

消費者透過瀏覽電子漫畫流通平臺或是出版業者自行架設網站接觸至電子漫畫後，100.0%可進行單次買賣（消費者僅選購特定漫畫作品消費），106 年未有回卷業者採向圖書館電子資料庫進行訂購以及採飽讀方案（於特定時間內無限制閱讀漫畫作品），甚或長期訂閱（訂購連載形式漫畫刊物）銷售模式。【圖肆-32】



圖肆-32、臺灣電子漫畫授權銷售方式

## 肆、輕小說出版概況

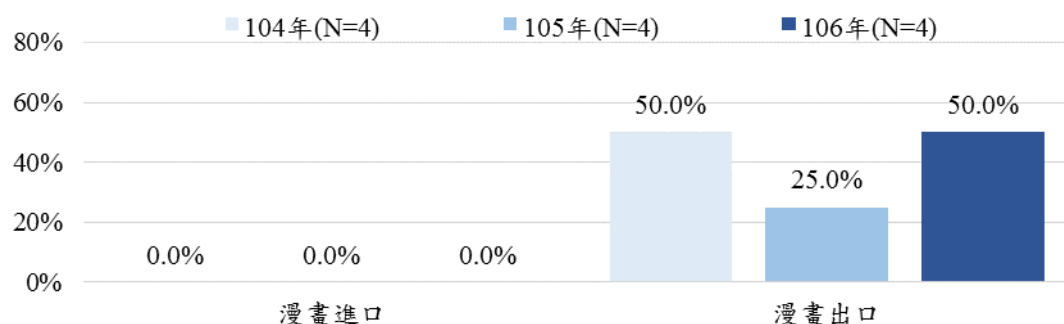
臺灣主要漫畫出版單位中，有 75.0%有出版輕小說。由於有效回卷樣本不足、未回答比率對於結果推估影響甚大，故不宜進行整體推估，若僅以有提供數據的出版社出版狀況來說，臺灣每年至少出版 490 種輕小說，出版類型以少年(71.0%)與同性愛（15.5%）為主，平均售價為 225 元，新書總印量合計至少數十萬冊。

臺灣輕小說，其出版概況與漫畫類似，目前以翻譯作品為主（63.2%），惟與 105 年相比，106 年國人創作占比有上升趨勢。不過新秀作家占比始終偏低（106 年為 0.0%，105 年占比亦僅 2.8%）。



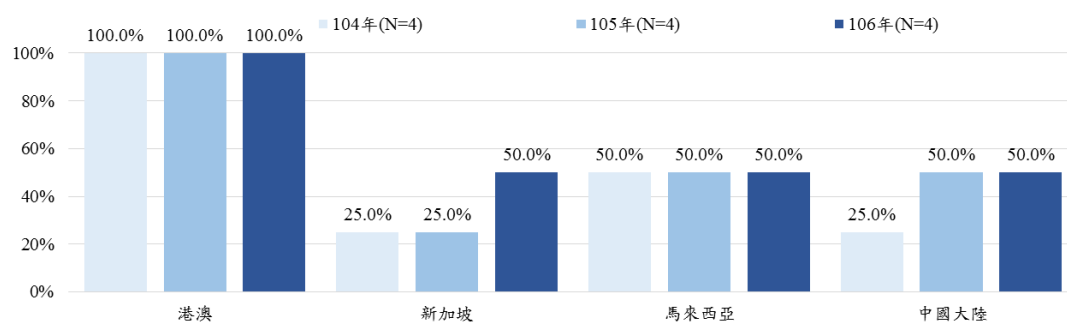
## 伍、漫畫進出口狀況

從 104 年至 106 年調查來看，國內主要漫畫出版單位均未直接進口漫畫銷售，106 年 50%漫畫出版單位直接出口漫畫至海外銷售。【圖肆-33】



圖肆-33、臺灣漫畫進口及出口情形

觀察出口國分布情形，106 年與 104 年、105 年出口國相異無幾，主要以香港、澳門地區(100.0%)、中國大陸(50.0%)、馬來西亞(50.0%)與新加坡(50.0%)等華人聚集區域占絕大多數。【圖肆-34】



註:可複選。

圖肆-34、臺灣漫畫出口國家分布

就出口漫畫類型而言，106 年出口漫畫類型以青年類書籍所占比率最高(33.3%);其次是同性愛占30.0%，而少年、少女類則各占1.7%，並列第三位主要出口國。

表肆-25、臺灣出口漫畫主要類型

單位：%

| 出口類型排序 | 104 年 (N=4)  | 105 年 (N=4)   | 106 年 (N=4)   |
|--------|--------------|---------------|---------------|
| 1      | 科幻魔法 (21.0%) | 青 年 (33.0%)   | 青 年 (33.3%)   |
| 2      | 成 人 (19.0%)  | 同 性 愛 (26.0%) | 同 性 愛 (30.0%) |
| 3      | 溫馨勵志 (17.5%) | 少 年 (25.0%)   | 少年、少女 (1.7%)  |

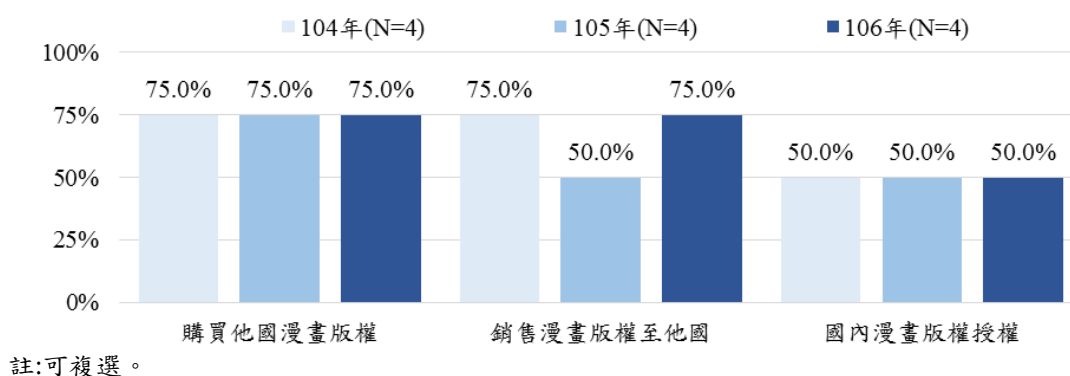
註：臺灣漫畫主要類型自 105 年起變更問卷調查歸類方式，惟其仍具一定之對應程度。

## 陸、漫畫版權交易狀況

### 一、漫畫版權交易比率

調查顯示，受訪漫畫出版單位中，106 年有 75.0% 有購買其他地區或國家漫畫版權（包含翻譯權與印製權），另一方面，銷售漫畫版權至他國之比率亦由 105 年 50.0% 回升至 75.0%，出版單位進行臺灣內部漫畫版權授權則維持於 50.0%。

【圖肆-35】

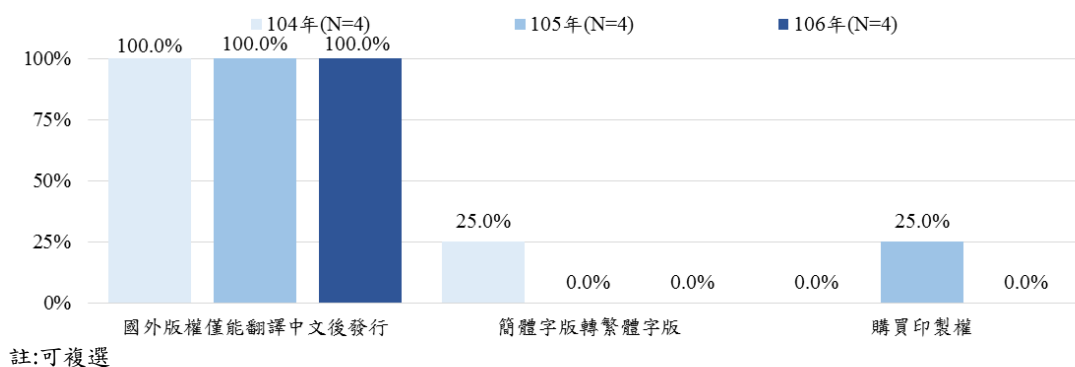


圖肆-35、臺灣漫畫版權交易情形

### 二、海外漫畫版權購買情形

問卷調查進一步統計發現，版權書平均占有購買海外漫畫版權出版單位出版總量比率由 105 年 66.3% 上升至 106 年 68.9%，至於購買海外版權相關費用則因涉及營業機密而未能獲得具體數據。

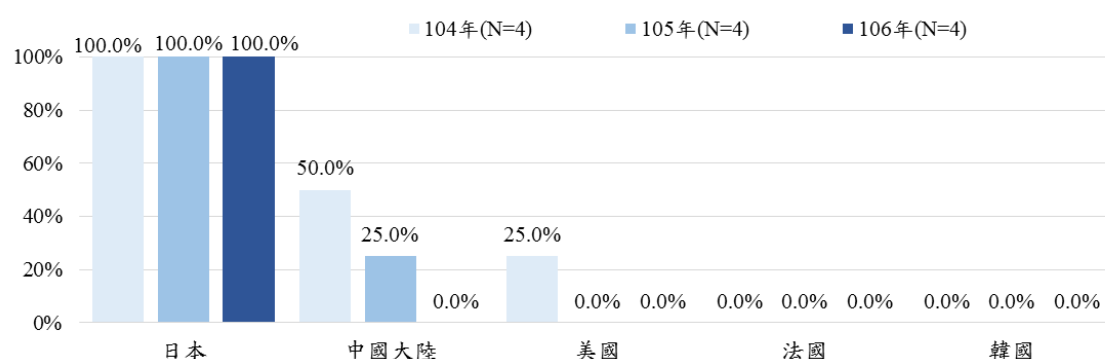
從購買海外漫畫版權交易方式來看，就有效填答者分析，近三年交易方式以「購買國外版權後只能翻譯中文發行（100.0%）」所占比率最高，其餘「購買簡體字版權後轉譯成繁體漫畫」以及「購買印製權（購買國外版權可於國內自行編輯發行）」皆未是 106 年主要漫畫出版單位購買海外版權之交易方式。【圖肆-36】



圖肆-36、臺灣漫畫出版單位購買海外版權之交易方式

再從國內漫畫出版單位引進海外版權漫畫方式來看，66.7%係採出版社授權，另 33.3%則採代理商或版權經紀人授權；106 年全年授權種數統計為 2,089 種，低於 105 年近 2,145 種。

海外版權漫畫書購買來源國部分，繼 104、105 年開始擴及亞洲以外之國家如美國、法國及韓國後，106 年漫畫出版單位仍全數以日本為海外版權的主要來源國。【圖肆-37】



圖肆-37、臺灣海外版權漫畫之購買來源

海外版權漫畫書引入類型部分，106 年以少年類（55.5%）占比最高，其次為同性愛（19.9%）與少女（16.1%）等類型。【表肆-26】

表肆-26、臺灣海外版權漫畫書引進主要類型

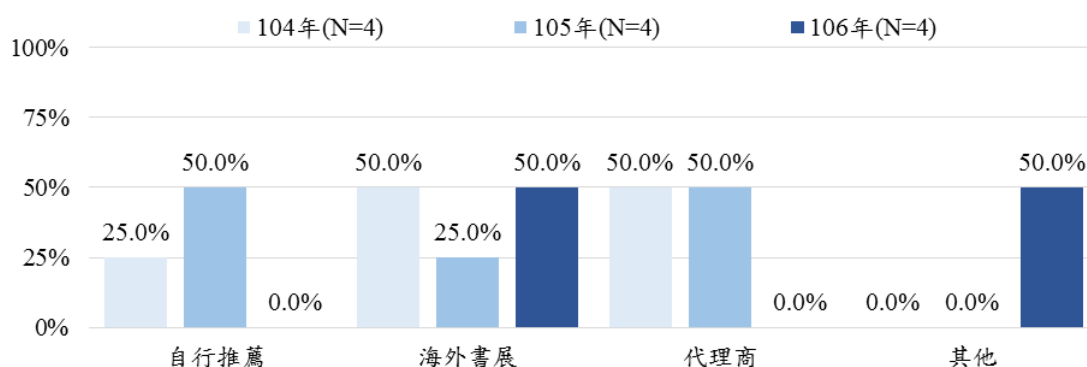
單位：%

| 引進類型排序 | 104 年 (N=4)  | 105 年 (N=4) | 106 年 (N=4) |
|--------|--------------|-------------|-------------|
| 1      | 愛情文藝 (35.1%) | 少年 (45.6%)  | 少年 (55.5%)  |
| 2      | 警探推理 (21.2%) | 少女 (20.3%)  | 同性愛 (19.9%) |
| 3      | 運動棋弈 (9.0%)  | 同性愛 (16.4%) | 少女 (16.1%)  |

註：臺灣漫畫主要類型自 105 年起變更問卷調查歸類方式，惟其仍具一定之對應程度。

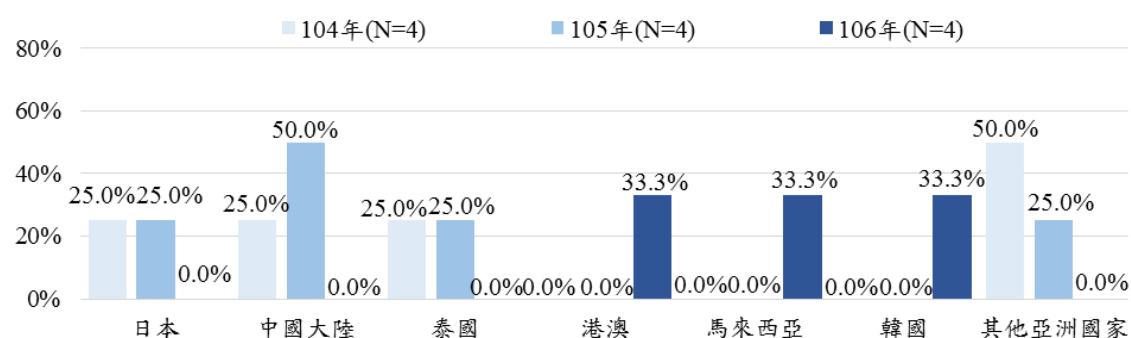
### 三、銷售漫畫版權至海外情形

如前所述，106 年有超過半數出版單位銷售漫畫版權至其他地區或國家，調查結果顯示，海外書展（50.0%）以及其他管道如透過自家小額付費連載平臺進行行銷及版權銷售（50.0%）為我國漫畫出版社最主要的版權販售管道。【圖肆-38】



圖肆-38、臺灣漫畫出版單位銷售版權至海外的資訊來源

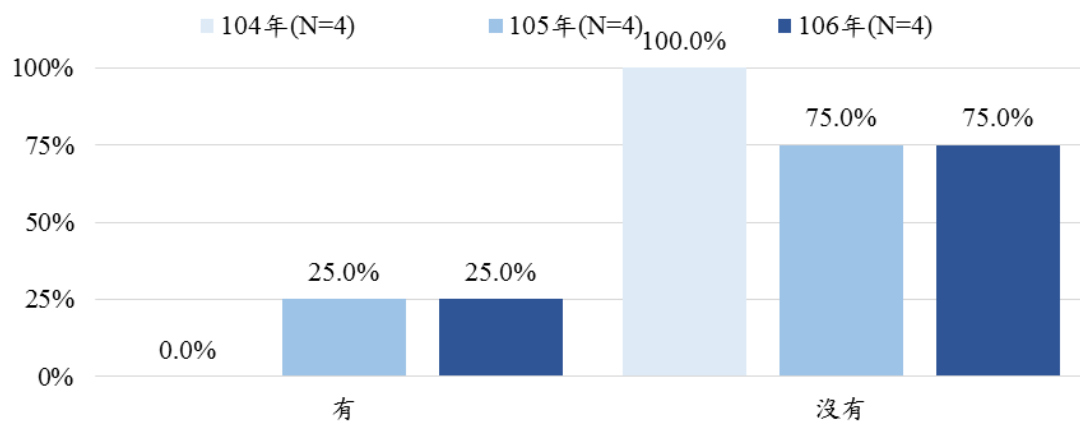
海外銷售交易對象部分，臺灣漫畫出版單位 106 年海外漫畫授權以港澳地區、馬來西亞及韓國為主，各占 33.3%，此一觀察與以往兩年度調查結果顯著不同，顯示漫畫出版單位的海外版權交易對象較為多元，惟仍以亞洲國家為主。【圖肆-39】而海外版權漫畫書輸出類型部分，由於未回答比率過高而無法估計。



圖肆-39、臺灣銷售海外漫畫版權之交易對象國

## 柒、中國大陸及海外漫畫市場投資概況

根據本研究調查資料，106 年有 25.0%漫畫出版單位進行海外市場投資，其目的地以港澳地區為主。【圖肆-40】

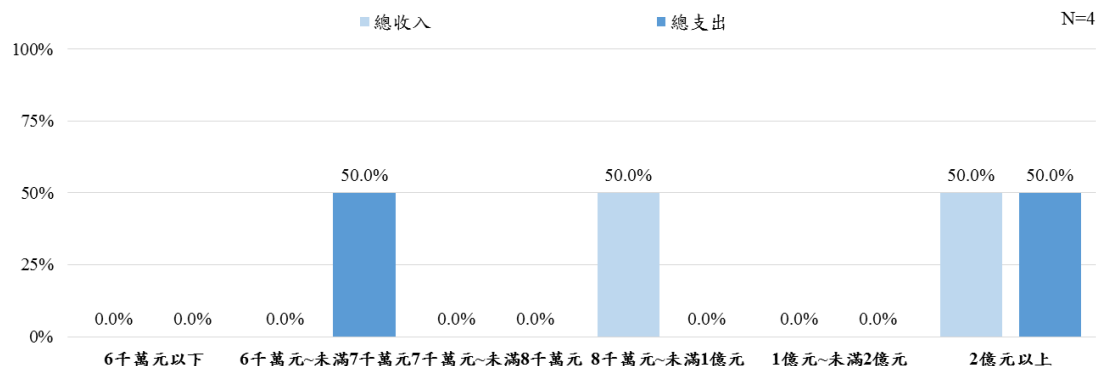


圖肆-40、臺灣主要漫畫出版單位投資中國大陸及海外市場概況

## 捌、漫畫營業情形及產值估計

### 一、主要漫畫出版單位收支情形

圖肆-41 為臺灣主要漫畫出版單位營業額分布情形，由其可看出，臺灣漫畫出版單位相對一般圖書出版業者，屬大型事業經營規模。106 年有 50.0%全年營業收入介於 8,000 萬至未滿 1 億元，50.0%營業收入達 2 億元以上。【圖肆-41】



圖肆-41、臺灣漫畫出版單位全年營業額

分析各項收入來源占比，調查結果顯示，106 年臺灣漫畫出版單位銷貨收入來源以其他漫畫出版相關收入（30.2%）為主，其次為販售紙本漫畫收入，占 28.6%，總計實體漫畫出版相關收入比重達八成八，與 105 年相當（86.7%），而數位出版收入占比與 105 年持平皆為 0.6%。【表肆-27】

表肆-27、臺灣漫畫出版單位收入來源占比

單位：%（105 年 N=4；106 年 N=4）

| 來源比例<br>(%) | 實體漫畫出版相關收入   |                |                |                | 數位出版收入 |      |                | 「非」漫畫<br>出版相關其<br>他營業收入 | 其<br>他<br>非營業收入 |
|-------------|--------------|----------------|----------------|----------------|--------|------|----------------|-------------------------|-----------------|
|             | 販售紙本<br>漫畫收入 | 販售非漫畫<br>書相關收入 | 國內外版權<br>之授權收入 | 其他漫畫出<br>版相關收入 | 拆帳收入   | 預付收入 | 其他數位出<br>版相關收入 |                         |                 |
| 105 年       | 25.9%        | 26.1%          | 1.1%           | 33.6%          | 0.5%   | 0.0% | 0.1%           | 12.7%                   | -               |
| 106 年       | 28.6%        | 28.0%          | 1.2%           | 30.2%          | 0.5%   | 0.0% | 0.1%           | 11.4%                   | -               |

## 二、漫畫出版產值估計及獲利情形

考量僅以出版調查問卷進行插補推估營業額，難以判定廠商是否確實填寫，且或有推估誤差問題；而傳統以「行業別」撈取財稅資料營業額方式，則無法判別該行業報稅廠商是否確屬該行業經營範疇，因而影響產業鏈表現分析之可行性。因此，本研究依據當年度 ISBN 實際盤點資訊，進一步計算漫畫市場營業額。

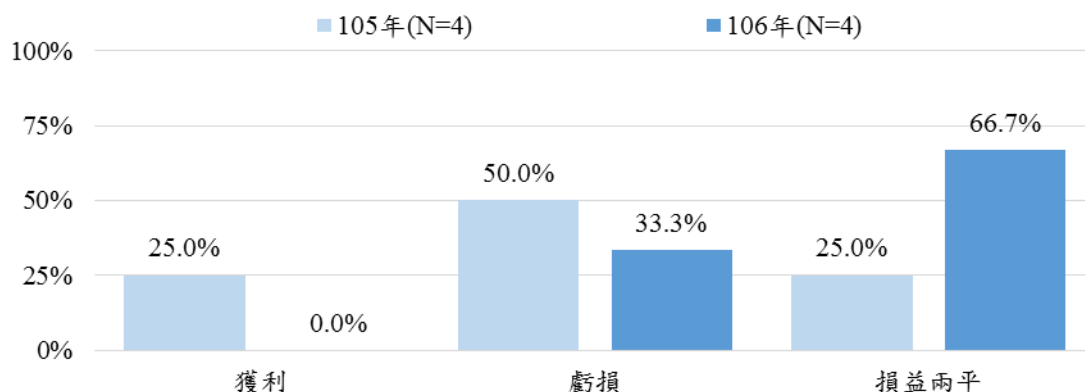
其方法為回卷代表性廠商之出版種數、銷貨冊數、平均批發價格、平均銷貨折扣，以及整體漫畫出版種數進行推估整體漫畫營業額。計算公式如下：

- ①：代表性廠商新書漫畫營業額 = 出版種數 x 銷售冊數 x 平均批發價格
- ②：上游出版端漫畫營業額 = （代表性廠商新書漫畫營業額（①）／代表性廠商出版種數 x 整體漫畫出版種數）／新書銷貨冊數占比
- ③：下游零售端漫畫營業額 = 上游出版端漫畫營業額（②）／平均批發折扣 x 平均銷貨折扣

依上式推估，106 年上游出版端的整體（含新舊書）紙本漫畫營業額為新臺幣 4 億 7,669 萬元，相較 105 年 5 億 2,169 萬元衰退 8.6%；下游零售端的整體（含新舊書）紙本漫畫營業額為新臺幣 6 億 3,816 萬元，相較 105 年 6 億 8,220 萬元衰退 6.5%。

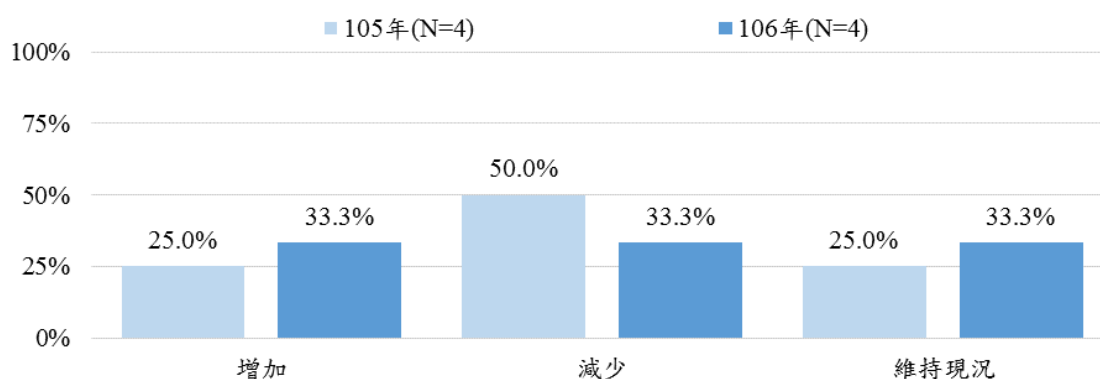
## 三、漫畫出版單位全年營業概況

進一步觀察漫畫出版單位全年營業概況，106 年以表示損益兩平之業者占多數（66.7%），其次是營業表現呈虧損狀態之業者占 33.3%，而未有漫畫業者表示其處於獲利狀態。相較 105 年，獲利及虧損占比皆呈下滑趨勢，惟表示損益兩平之占比成長 41.7 個百分點，顯示我國漫畫業者的營收表現逐漸去極端化，大好大壞的景況有所趨緩。【圖肆-42】



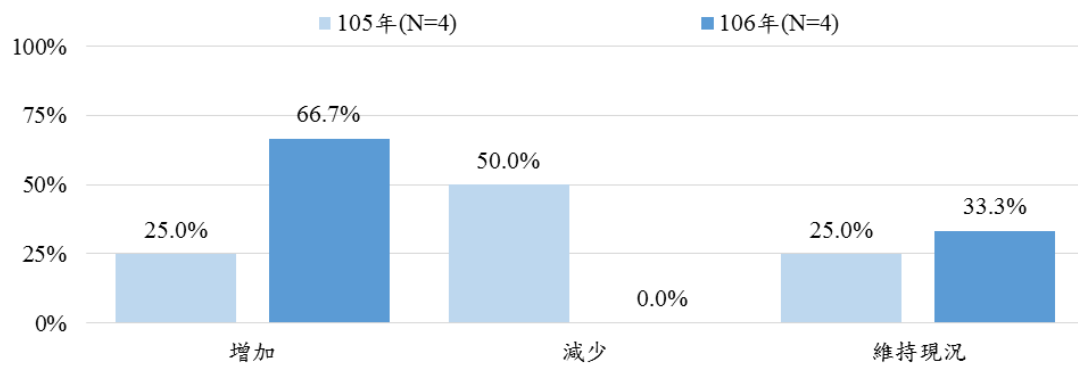
圖肆-42、臺灣漫畫出版單位全年營業概況

就未來三年銷售預期而言，106 年認為未來三年銷售將增加、維持現況甚或減少之占比各占 33.3%，與 105 年相比，除表示減少銷售之占比下滑 16.7 個百分點，其餘選擇增加及維持現況比例皆有所回溫，顯示我國主要漫畫出版單位對於此一產業的未來景況普遍抱持樂觀看法，並預計在未來三年維持甚或增加其銷售業務。【圖肆-43】進一步分析顯示，預期銷售或將衰退者之衰退幅度為 10.0%，另預期銷售或將成長者之增長幅度則因未回答比率過高而無法估計。



圖肆-43、臺灣漫畫出版單位未來三年銷售預期

就未來三年投資預期而言，106 年無業者認為其未來三年投資或將減少，而預期未來三年公司投資或將增加者占多數（66.7%），另有 33.3%則主張其投資或將維持現況。相較 105 年，對於投資預期抱持樂觀或持平態度者皆有上升趨勢，誠如上段所言，我國漫畫業者對於此一產業的未來展望表示看好，因此預計在未來三年增加投資預算【圖肆-44】，而預期投資或將成長者，平均成長幅度為 15.0%。



圖肆-44、臺灣漫畫出版單位未來三年投資預期



## 玖、我國漫畫出版產業概況觀察

### 一、組織結構與人力僱用

106 年我國主要漫畫出版業者之組織結構特色與一般圖書出版單位略有差異，除母體全數為營利事業機構外，其集團化占比較高，比率為兩成五，而資金來源方面，七成五完全為本國個人投資。從業務涵蓋項目來看，漫畫業者均屬兼營漫畫及一般圖書出版業者且同步經營內容創作與編輯出版等業務，另逾五成業者跨足經銷發行、通路販售與印刷廠等下游及相關周邊業務範疇。

### 二、紙本漫畫出版概況

我國 106 年漫畫出版單位以少年類漫畫（54.8%）所占比重最高，居次為同性愛類（19.6%）、少女類（16.4%）作品。而 106 年我國申請 ISBN 種數與新書平均首刷量皆較 105 年成長，因此本年度漫畫新書總印刷量估計為 665 萬本，較 105 年（612 萬本）增加 53 萬本。

另一方面，根據調查資料顯示，106 年翻譯漫畫占 74.4%，臺灣本土原創漫畫新書占 25.6%，較 105 年成長 19.6 個百分點，顯示我國漫畫業者正大力扶植本土創作能量，惟新秀作家占各漫畫出版社國人原創作者比率（7.1%）較 105 年低，表示本土漫畫新書仍為我國知名作家著作。而翻譯漫畫來源國方面，仍以出版日本翻譯作品為主要特徵，除因國內讀者對於日本漫畫高度偏好外，另受因於出版業者著眼於投資回收率與回收期考量，而採取出版符合目前主流市場需求之作品為主。

### 三、電子漫畫出版概況

相較紙本漫畫，電子漫畫相對便宜，平均為紙本漫畫五五折，調查尚發現，臺灣主要漫畫出版機構有七成五為全部委外販售電子漫畫，另兩成五係自行銷售，然因電子漫畫銷售冊數仍明顯偏低，故該項營收平均僅占紙本漫畫營收 0.5% 左右。消費者透過瀏覽電子漫畫流通平臺或是出版業者自行架設網站接觸電子漫畫後，全數可進行單次買賣（選購特定漫畫作品銷費），而其餘銷售方式如飽讀方案或長期訂閱模式則未有回卷業者採用。

#### 四、通路概況

106 年臺灣出版單位銷售漫畫方式，25.0%為完全代銷，75.0%為部分代銷，部分代銷比重相對 105 年明顯提升。進一步分析部分代銷之銷售通路分配，46.0%透過經銷商／中盤／代理商最高，其次為總經銷 25.0%，另有 15.0%透過網路書店銷售，出版社提供各通路之折扣大致介於六折至七折間。而漫畫通路退書比率方面，106 年為 29.0%，與 105 年 28.9%相當而顯著低於 104 年 45.0%，其嚴峻景況相對過往有所緩解。

#### 五、進出口

整體而言，國內漫畫出版社均未直接向國外進口漫畫銷售，106 年 50.0%業者直接出口漫畫至海外銷售。觀察出口國分布情況，近年主要以港澳地區（100.0%）、中國大陸（50.0%）、馬來西亞（50.0%）與新加坡（50.0%）等華人聚集區域占絕大多數。就出口類型來看，106 年出口以青年類漫畫所占比率最高（33.3%）；其次是同性愛占 30.0%，而少年、少女類則各占 1.7%，並列第三位主要出口國。

#### 六、版權交易

106 年有 75.0%漫畫業者有購買其他地區或國家漫畫版權（包含翻譯權與印製權）；另一方面，銷售漫畫版權至他國之比率由 105 年 50.0%回升至 75.0%，對外授權國家則以中國大陸比率最高（50.0%），其次是日本、泰國等亞洲國家。質性研究發現，除亞洲市場外，我國亦有漫畫業者嘗試西進歐洲市場，嘗試視覺化風格，然除了需要跨越海外文化差異而獲當地讀者認同，另龐大的翻譯成本也是阻礙之一，因此以國際化為創作目標雖能為作品本身打造利基性，惟對於我國原創作家或出版社而言，將面臨語言及文化溝通層層阻礙。

就版權交易方式而論，海外版權引進多半透過出版社（66.7%）或代理商、版權經紀人（33.3%）授權；另銷售漫畫版權至其他地區或國家方面，海外書展（50.0%）及其他管道如自家小額付費連載平臺（50.0%）為 106 年我國漫畫出版社主要版權販售管道。

以我國產業生態而言，國內市場消費者已熟悉日系漫畫，對於本土漫畫內容相對不熟悉，且當前數位媒體盛行以致漫畫雜誌日益消逝，間接打擊原創漫畫家嶄露頭角的宣傳管道，有鑑於此，本土漫畫市場銷售未能有顯著起色，導致漫畫

創作者難以單靠創作收入維持家計，多屬兼職人員，少數方為專職創作者。綜合上述，即便我國本土漫畫家擁有豐沛的創作能量，礙於國內艱困的產業生態，目前原創漫畫在國內外市場仍處於式微景況。

## 七、營收支出與未來展望

本研究依據當年度 ISBN 及漫畫出版社之實際出版盤點資訊，進一步計算漫畫市場營業額。106 年上游出版端的整體（含新舊書）紙本漫畫營業額為新臺幣 4 億 7,669 萬元，相較 105 年 5 億 2,169 萬元衰退 8.6%；下游零售端的整體（含新舊書）紙本漫畫營業額為新臺幣 6 億 3,816 萬元，相較 105 年 6 億 8,220 萬元衰退 6.5%。

分析各項收入來源占比可發現，106 年臺灣漫畫出版單位銷貨收入來源以販售紙本漫畫收入（55.4%）及販售「非」漫畫書相關收入（37.4%）為主，且兩者占比皆較 105 年成長。其中，非漫畫書收入占比的提升，此或與當前漫畫出版社以出版輕小說彌平漫畫銷售赤字缺口之轉型操作有關。

106 年未有業者表示獲利，以表示損益兩平之業者占多數（66.7%），其次是營業表現呈虧損狀態之業者占 33.3%。相較 105 年，獲利及虧損占比呈下滑趨勢，而表示損益兩平之占比成長 41.7 個百分點，顯示我國漫畫業者之營收表現逐漸去極端化，而業者對未來三年銷售及投資預期普遍抱持樂觀看法。

## 第伍章 數位出版與數位通路經營概況調查

### 第一節 研究方法

#### 壹、調查對象

「106 年數位出版（出版社）產業調查」為不指定樣本調查<sup>178</sup>，本研究係根據圖書出版問卷一併發送；而「106 年數位出版（數位平臺）產業調查」為指定樣本調查，本研究係根據所收集之母體資料進行全查。

關於數位出版之出版社與數位平臺名冊，係參考「102 年暨 103 年數位行銷通路產業調查」、「104、105 年數位出版與數位通路產業調查」名單，並透過多元管道、交叉比對資料取得。主要資訊來源包括：中華電信黃頁、經濟部商業司公司登記、臺灣數位出版聯盟及相關業者公會等，再由本研究人員電話聯絡確認營業狀況。

#### 貳、調查方法

調查採多元方式進行，以郵寄及網路問卷為主，電話、傳真、親訪為輔，藉此提高問卷回收率，降低產業現況推估之誤差。

#### 參、調查問卷內容說明

「106 年數位出版（出版社）產業調查」與「106 年數位出版（數位平臺）產業調查」之問卷經文化部及行政院主計總處核定，共包含「組織結構」、「人力僱用」、「經營模式」、「營收與展望」及「其他」等五項構面，指標架構如表伍-1、表伍-2 所示，詳細問卷請參考附錄三、附錄四。

---

<sup>178</sup> 訪問對象為經營數位出版業務之出版社與於網路提供電子書或電子雜誌銷售服務之業者。

表伍-1、「106 年數位出版（出版社）產業調查」構面與核心指標

| 調查     | 指標構面  | 調查細項                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 數位出版業者 | 組織結構  | 營業性質、業務項目                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|        | 人力僱用  | 正／兼職、性別、年資、學歷、年齡、外派人力、外籍人力、數位人力、職務人力及薪資與未來需求                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|        | 經營模式  | <p>數位產品或服務類型、販售作品來源比例</p> <p>【出版概況】出版種數、發行語言與類型、「紙本轉換與數位原生之種數、銷貨、定價、折扣」與創作者之交易模式與拆帳比例、編輯作業模式、數位版權管理方式、EP 發行情況、各類型檔案占比</p> <p>【銷售情形】閱讀載具、各類型出版書／刊種數與銷售比重、最終產品授權範圍、銷貨管道、電子書消費方式</p> <p>【版權交易】海外圖書版權交易模式、引進版權書之印刷冊數及定價與折數、版權引進交易情形、引進與輸出版權書之管道及種數、各類別版權交易之種類、與對手國版權交易金額及類型版權交易形式與種數、輸出海外途徑、國內版權收入、國內版權售出後之應用型態</p> |
|        | 營收與展望 | 總收入與總支出、各項收入來源比例、各項支出項目比例、106 年經營情況、「海外營收占比」、未來三年銷售與投資預期                                                                                                                                                                                                                                                        |
|        | 其他    | 對政府政策之建議                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

表伍-2、「106 年數位出版（數位平臺）產業調查」構面與核心指標

| 調查     | 指標構面  | 調查細項                                                                                                                                             |
|--------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 數位出版業者 | 組織結構  | 營業性質、業務項目                                                                                                                                        |
|        | 人力僱用  | 正／兼職、性別、年資、學歷、年齡、外派人力、外籍人力、數位人力、職務人力及薪資與未來需求                                                                                                     |
|        | 經營模式  | 經營型態與業務屬性、提供之數位產品及服務<br>【電子資料庫】資料庫類型、中文及外文比例<br>【數位出版品流通販售平臺】有無 App、App 收費情形、App 各付費型態種類數及下載次數、營收來源比例、各類語言數位內容占營收比例、各類交易模式金額占比、與出版社／個人自助出版平均拆帳比例 |
|        | 營收與展望 | 總收入與總支出、各項收入來源比例、各項支出項目比例、106 年經營情況、「海外營收占比」、未來三年銷售與投資預期                                                                                         |
|        | 其他    | 目前經營數位平臺業務所遭遇之困難、需要政府協助之處、政府政策建議                                                                                                                 |

## 肆、調查實施流程及接觸情形說明

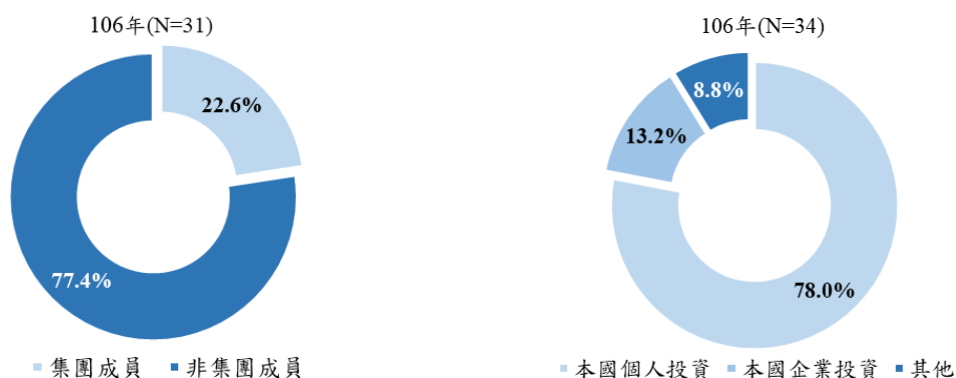
「106 年數位出版（出版社）」屬於不指定樣本調查，其係隨圖書出版問卷一併發送；而「106 年數位出版（數位平臺）」則為指定樣本調查，因目前國內並無完整母體資料清冊，故需透過多元管道進行母體名冊蒐集與過濾。本研究於 107 年 5 月底完成母體名單蒐集，6 月底完成業者確認工作，7 月 1 日起透過線上填答及掛號方式發放調查問卷。

問卷回函催收工作於 107 年 8 月下旬展開，持續進行至 10 月底。本案數位出版與數位行銷通路業者調查，隨圖書出版問卷發出，共回收 46 份有效問卷（數位出版—出版社回收 40 份；數位出版—數位平臺回收 6 份）。

## 第二節 106 年數位出版業者組成概況

### 壹、組織結構

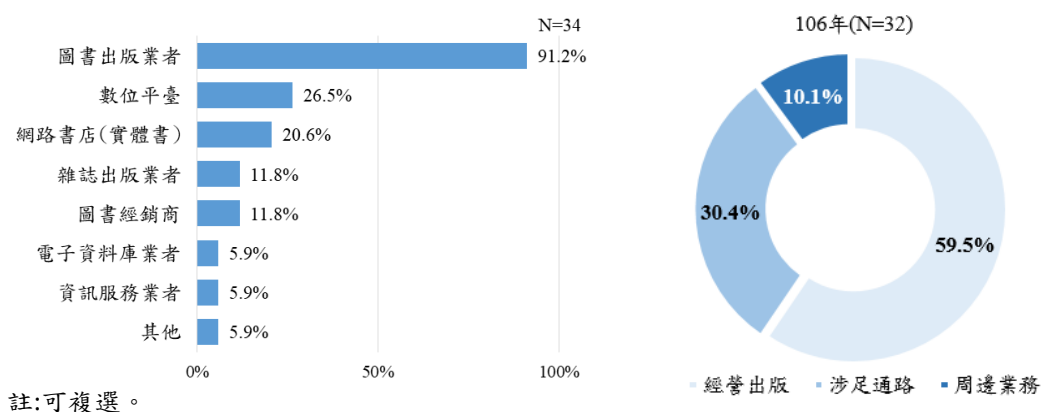
調查結果顯示，調查母體中，集團與非集團成員分別占 22.6%與 77.4%；【圖伍-1】整體資金來源分布方面，本國個人投資占 78.0%，本國企業投資占 13.2%，其他資金來源為 8.8%，未有外國個人或企業投資受訪之數位出版產業業者。【圖伍-1】



圖伍-1、臺灣數位出版業者集團化情形與資金來源分布

數位出版業之核心業務性質相當多元，然其仍以圖書出版業者占比較高（91.2%），其次為數位平臺業者（26.5%）與販售紙本書籍之網路書店（20.6%），雜誌出版業者及圖書經銷商各占 11.8%，其餘業者比重均為 5.9%。【圖伍-2】

受訪數位出版業者中，有 59.5%經營圖書出版相關事務，30.4%涉足數位出版品流通平臺與實體書籍販售通路，10.1%涉足印刷廠等周邊業務。【圖伍-2】



註:可複選。

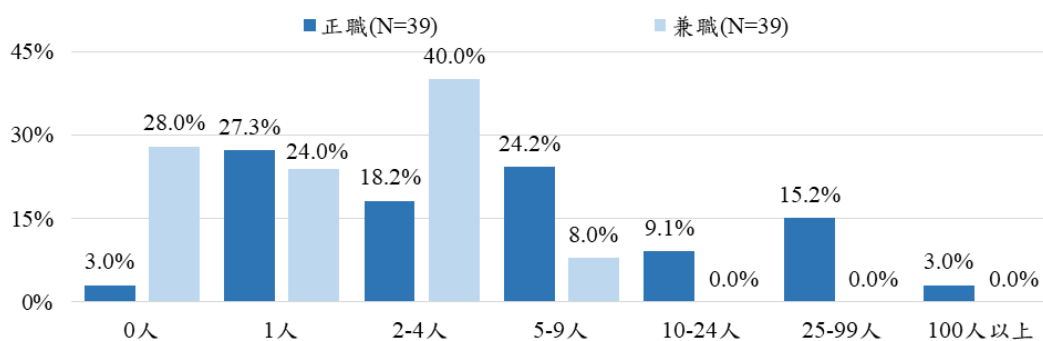
圖伍-2、數位出版業者之核心業務及其內容範疇

## 貳、人力僱用現況

### 一、人力規模

個別數位出版業者間之人力僱用情形差異甚大，就正職人員僱用規模而言，有 3.0% 問卷調查填答者未僱用任何正職員工，27.3% 僅僱用 1 名正職員工，18.2% 僱用 2 至 4 位正職人員，24.2% 僱用 5 至 9 人，9.1% 數位出版業者僱用 10 至 24 位正職人員，僱用 25 至 99 人及 100 人以上之業者分別占 15.2% 及 3.0%。【圖伍-3】

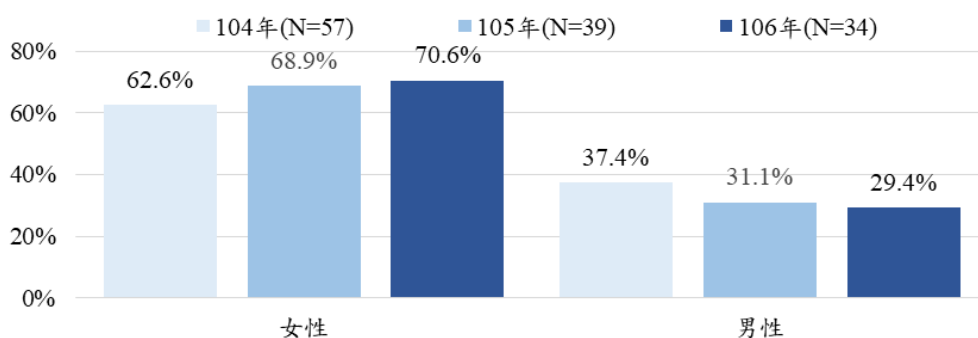
至於兼職人員規模部分，有回答兼職人力之數位出版業者，28.0% 業者表示未僱用任何兼職員工，24.0% 僅僱用 1 名兼職員工，40.0% 僱用 2 至 4 位兼職人員，8.0% 僱用 5 至 9 名兼職員工，無業者僱用 10 人以上兼職者。【圖伍-3】



圖伍-3、數位出版業者之人力僱用規模

### 二、組成特性

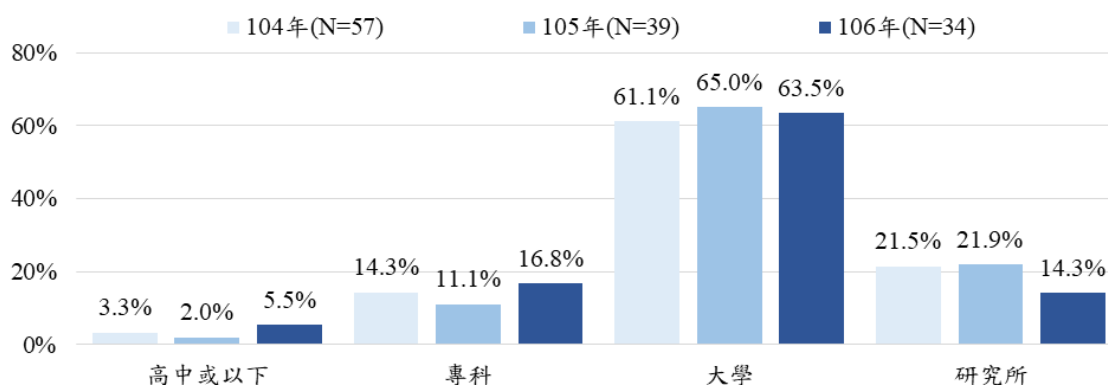
扣除產業調查問卷填寫資料缺漏者後統計，106 年數位出版產業以女性從業人員居多（70.6%），29.4% 為男性。【圖伍-4】另編輯或發行人為女性之占比為 69.2%。



圖伍-4、數位出版業正職人員之性別結構

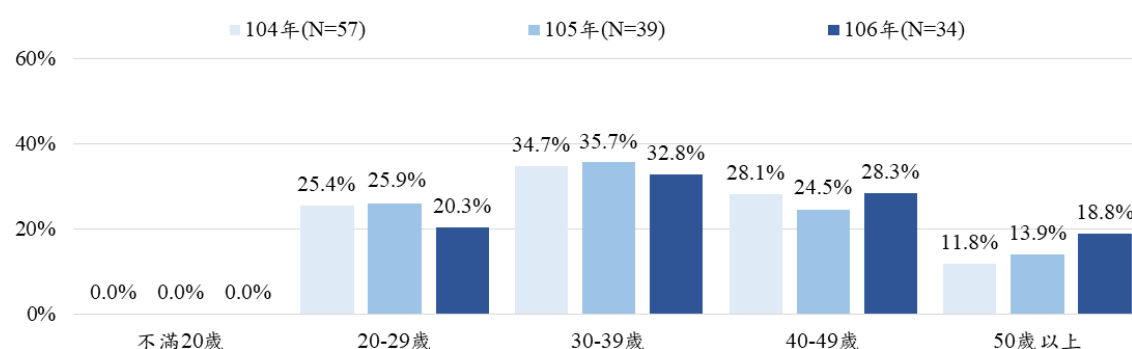


針對受僱者學歷組成部分，調查結果顯示，我國數位出版產業正職人員組成以高學歷為主要特徵，惟相較 105 年，106 年從業者學歷組成分布有下移現象。高中或以下學歷者僅占 5.5%，16.8%擁有專科學歷、63.5%擁有大學學歷，其餘 14.3%則擁有研究所以上學歷。【圖伍-5】



圖伍-5、數位出版業正職人員之學歷結構

從整體年齡結構來看，近三年我國數位出版從業人員年齡區間有上移現象，106 年以 30 至 39 歲及 40 至 49 歲之青壯年人口為構成主體，該產業結構相對一般圖書出版產業年輕化。具體而言，其中 20.3%受雇員工介於 20 至 29 歲，32.8%介於 30 至 39 歲，40 至 49 歲及 50 歲以上從業人員則分別占 28.3%與 18.8%。【圖伍-6】

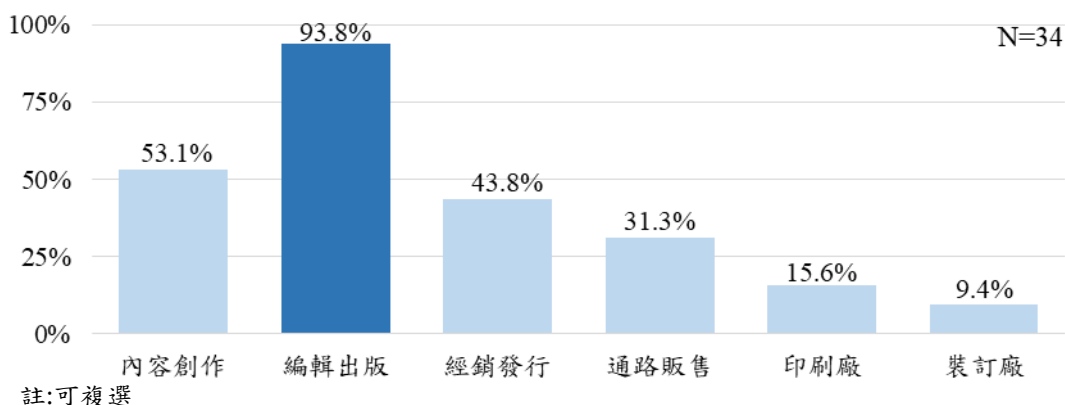


圖伍-6、數位出版業正職人員之年齡結構

## 參、經營模式

### 一、涉足產業鏈範疇

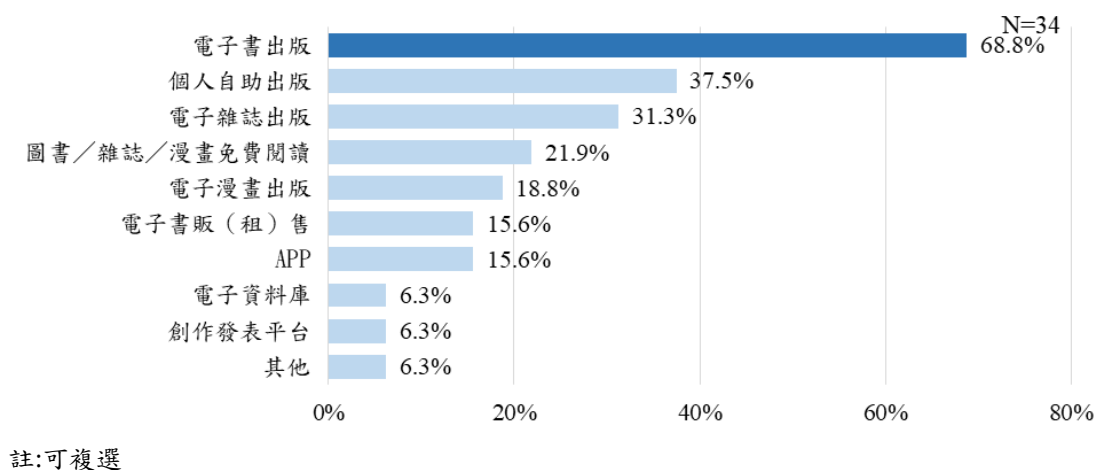
就數位出版業者涉足產業鏈範疇而言，於可複選前題下，調查結果發現，逾九成以編輯出版（93.8%）為主，其次為內容創作（53.1%）與經銷發行（43.8%），通路販售占 31.3%，印刷廠與裝訂廠等相關支援業務則不及二成。【圖伍-7】



圖伍-7、數位出版業者涉足產業鏈範疇

### 二、提供數位產品與服務範疇

數位出版業者提供之數位產品或服務方面，於可複選前題下，調查結果發現，近七成以電子書出版（68.8%）為主，其次為個人自助出版（37.5%）、電子雜誌出版（31.3%），提供圖書／雜誌／漫畫免費閱讀則占 21.9%。其餘服務範疇占比皆不及二成，依序為電子漫畫出版占 18.8%，電子書販（租）售與 APP 相關各占 15.6%，而電子資料庫、創作發表平臺及其他服務皆為 6.3%。【圖伍-8】

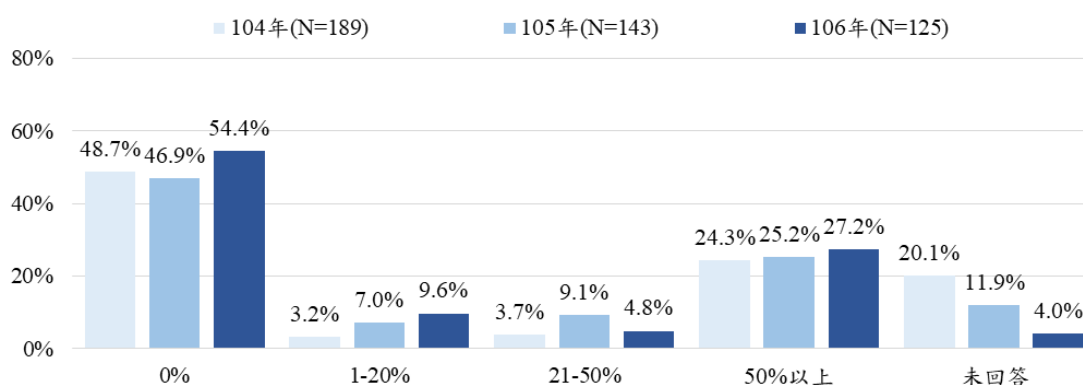


圖伍-8、數位出版業者提供數位產品或服務類別

### 第三節 106 年數位出版（出版社）產業概況

#### 壹、電子書發行概況

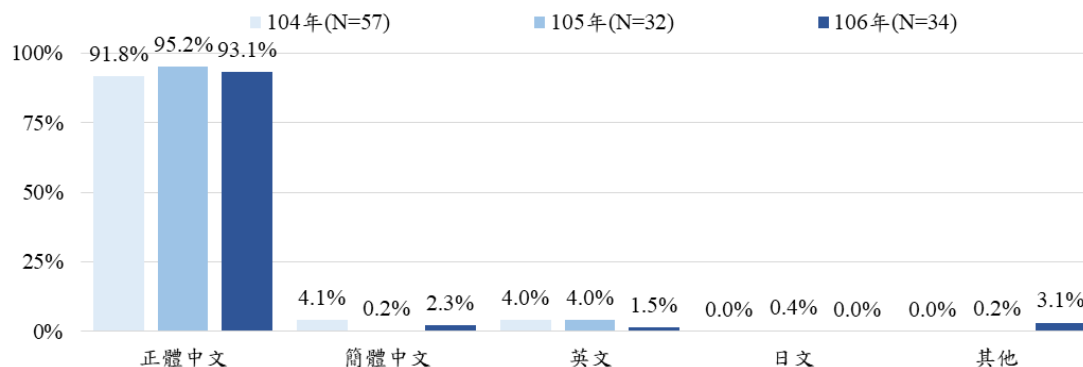
從已取得數位授權情形來看，累計至 106 年底，逾半數（54.4%）出版機構尚未取得任何作者數位版權授權，9.6%出版機構取得五分之一以下圖書數位版權，4.8%出版機構已取得 21%至 50%數位版權，27.2%取得半數以上出版品之數位版權。扣除未回答者，平均 29.0%臺灣出版機構取得紙本圖書數位版權並已出版。【圖伍-9】



註：本提項回答者為一般圖書業者，而非數位出版（出版社）業者

圖伍-9、臺灣出版機構數位版權取得情形

從電子書發行語言來看，106 年曾出版電子書之出版機構，93.1%曾發行正體中文電子書，2.3%曾發行為簡體中文，1.5%出版機構曾發行英文電子書，另有 3.1%出版機構曾發行其他語言電子書，而日文電子書則未有出版機構在 106 年發行。【圖伍-10】

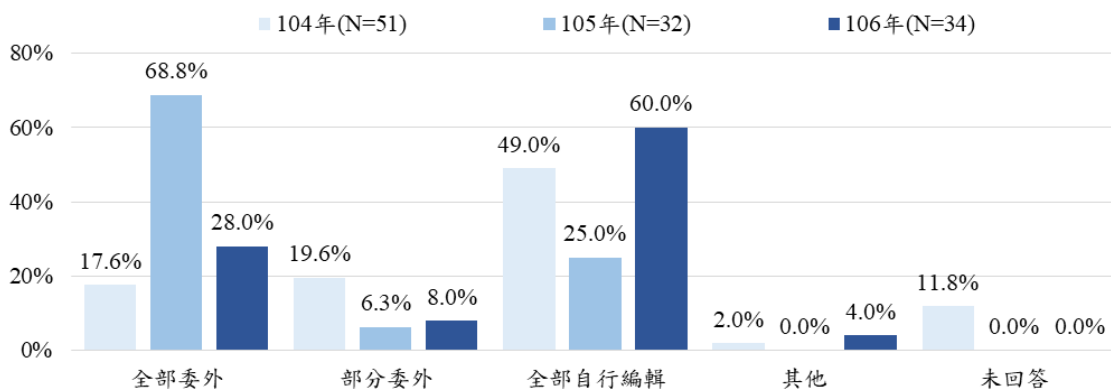


圖伍-10、臺灣電子書發行語言

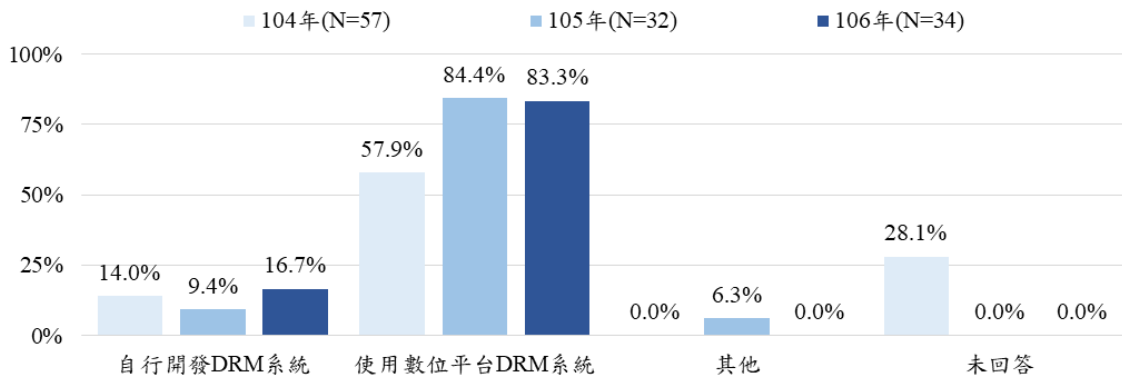
## 貳、電子書編輯情形

從曾出版電子書機構之電子書編輯情形來看，60.0%全部自行編製，28.0%全部委外製作，8.0%部分委外，4.0%採紙本掃描與其他方式進行數位出版業務。相較 105 年調查結果，106 年自行編輯占比顯著成長，而委外製作比例則呈下滑態勢，顯示我國具備數位製作能力的電子書出版機構有持續增長趨勢。【圖伍-11】

至於電子書數位版權管理方式，有 16.7%出版機構自行開發 DRM 系統，逾八成業者（83.3%）使用電子書流通平臺所開發之 DRM 系統。【圖伍-12】



圖伍-11、臺灣圖書出版機構電子書編輯模式



圖伍-12、臺灣圖書出版機構電子書數位版權管理方式

就近三年實體書籍與數位格式先後出版情況而言，國內電子書已逐步朝向採紙本與電子書 EP 同步發行之趨勢發展，且 106 年 EP 同步發行占比（48.8%）首度超越紙本圖書先發行模式（28.8%），另電子書先出版之占比為 22.4%，相較 105 年成長 15.4 個百分點。整體而言，可看出我國電子書出版機構愈發重視圖書數位化之發行模式。【表伍-3】

若為電子書先行出版，紙本圖書通常於 57.5 日內接續出版上市；然而若是為紙本圖書先行出版，則電子書平均需於 62.0 日後方才會出版。

表伍-3、臺灣近三年電子書出版模式

單位：%

| 電子書出版類型      | 104 年 (N=57) | 105 年 (N=32) | 106 年 (N=34) |
|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>EP 同步</b> | 36.4%        | 26.7%        | 48.8%        |
| <b>E 先行</b>  | 23.2%        | 7.0%         | 22.4%        |
| <b>P 先行</b>  | 40.5%        | 66.3%        | 28.8%        |

從出版格式來看，臺灣出版產業仍以 PDF 格式為主，其占 46.4%；採 EPUB（EPUB 2 與 EPUB 3 合計）格式者約占四成，其他格式則均未普及。【表伍-4】

表伍-4、臺灣近三年電子書出版格式

單位：%

| 年度            | EPUB  | PDF   | KEB  | ADOBE | JPEG | DAISY | 其他    |
|---------------|-------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| 104 年 (N= 57) | 21.1% | 65.4% | 0.0% | 0.0%  | 4.3% | 0.0%  | 9.1%  |
| 105 年 (N= 32) | 41.6% | 48.8% | 0.0% | 0.0%  | 0.0% | 0.0%  | 9.7%  |
| 106 年 (N= 34) | 40.0% | 46.4% | 0.0% | 0.0%  | 0.0% | 0.0%  | 13.6% |

從電子書檔案所適用之智慧型隨身裝置來看，曾出版電子書之出版機構，多數檔案適用一般桌上型或筆記型電腦閱讀，比率約九成五，其次為 iOS 平板電腦占七成五，而適用 Android 平板電腦或手機之比例各占 70.8%，較 iOS 系統手機（66.7%）高出 4.1 個百分點，另其他閱讀器適用占比則僅為 12.5%。【表伍-5】

表伍-5、臺灣近三年電子書可適用的閱讀載具

單位：%

| 年度            | 一般電腦  | Android<br>平板電腦 | Android<br>系統手機 | iOS<br>平板電腦 | iOS<br>系統手機 | 其 他<br>閱讀器 | 其 他  |
|---------------|-------|-----------------|-----------------|-------------|-------------|------------|------|
| 104 年 (N= 57) | 78.7% | 72.3%           | 66.0%           | 68.1%       | 63.8%       | 23.4%      | 0.0% |
| 105 年 (N= 32) | 96.9% | 90.6%           | 93.8%           | 93.8%       | 93.8%       | 75.0%      | 0.0% |
| 106 年 (N= 34) | 95.8% | 70.8%           | 70.8%           | 75.0%       | 66.7%       | 12.5%      | 0.0% |

註：可複選

## 參、電子書發行情形

就電子書出版類型而言，撇除「其他」類型，106 年度以童書／青少年所占比率最高（44.8%），其次為專業／教科書／政府出版品（7.9%）、人文科學（7.7%）與文學小說（5.5%），其餘電子書類型則均占比 5% 以下。【表伍-6】

表伍-6、臺灣近三年電子書出版類型

單位：%

| 編號 | 圖書類型         | 年度           |              |              |
|----|--------------|--------------|--------------|--------------|
|    |              | 104 年 (N=57) | 105 年 (N=32) | 106 年 (N=34) |
| 1  | 商業理財         | 1.5%         | 5.0%         | 0.0%         |
| 2  | 文學小說         | 26.5%        | 25.9%        | 5.5%         |
| 3  | 輕小說          | 10.6%        | 2.6%         | 0.4%         |
| 4  | 藝術設計         | 2.3%         | 3.3%         | 0.4%         |
| 5  | 社會科學         | 4.3%         | 11.0%        | 0.8%         |
| 6  | 人文史地         |              |              | 7.7%         |
| 7  | 自然科普         | 4.2%         | 3.1%         | 1.4%         |
| 8  | 電腦資訊         | 4.8%         | 0.1%         | 1.0%         |
| 9  | 語言學習         | 1.0%         | 1.1%         | 3.5%         |
| 10 | 心理勵志         | 4.2%         | 4.2%         | 1.6%         |
| 11 | 宗教命理         |              |              | 0.6%         |
| 12 | 醫療保健         | 2.9%         | 2.0%         | 1.0%         |
| 13 | 飲食           | 4.3%         | 4.4%         | 0.0%         |
| 14 | 生活風格         |              |              | 1.4%         |
| 15 | 旅遊           |              |              | 0.0%         |
| 16 | 漫畫書          | 2.5%         | 0.0%         | 1.4%         |
| 17 | 親子教養         | 1.0%         | 3.5%         | 3.7%         |
| 18 | 童書／青少年       | 7.2%         | 10.8%        | 44.8%        |
| 19 | 考試用書         | 19.6%        | 22.8%        | 2.0%         |
| 20 | 圖書資訊／百科年鑑    | 0.8%         | 0.0%         | -            |
| 21 | 專業／教科書／政府出版品 | -            | -            | 7.9%         |
| 22 | 其他           | 2.2%         | 0.3%         | 14.7%        |

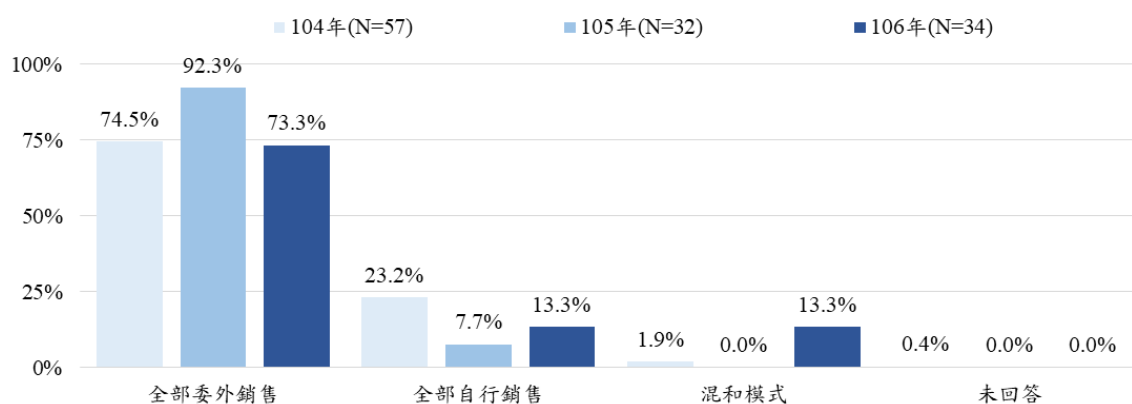
註：由於今年度係根據博客來分類進行新書類型調查，與前兩年度分類存在些許差異，因此呈現上透過類項聚攏以便進行跨年度比較，如「社會科學」及「人文史地」合併；「心理勵志」及「宗教命理」合併；「飲食」、「生活風格」及「旅遊」合併。惟因聚攏類項不完全一致，故進行跨年度比較解讀時宜謹慎。

#### 肆、電子書銷售模式

調查發現，106 年臺灣出版機構逾七成係全部委外販售電子書，惟比率由 105 年 92.3% 衰退 19.0 個百分點至 73.3%，另有 13.3% 為業者自行銷售（相對 105 年

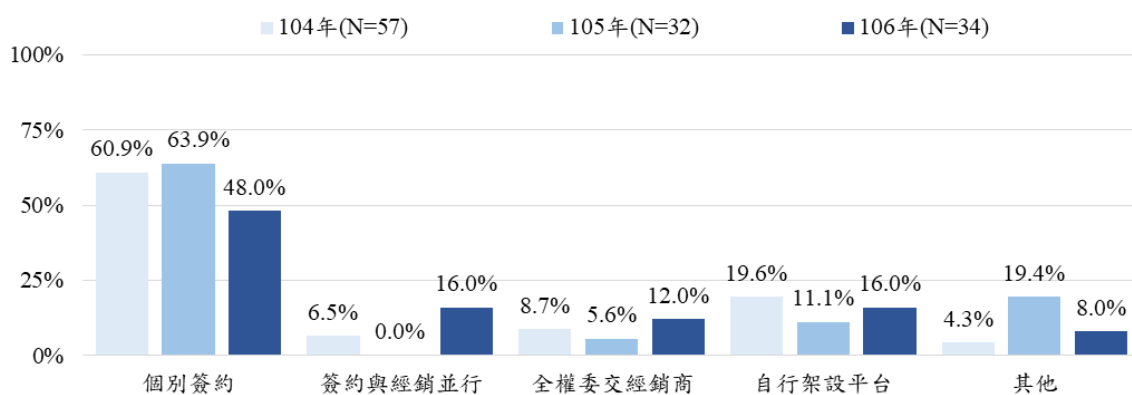
增加 5.6 個百分點)，其餘 13.3%出版機構則採委外與自行銷售並行之混合模式。

【圖伍-13】



圖伍-13、臺灣電子書銷售模式

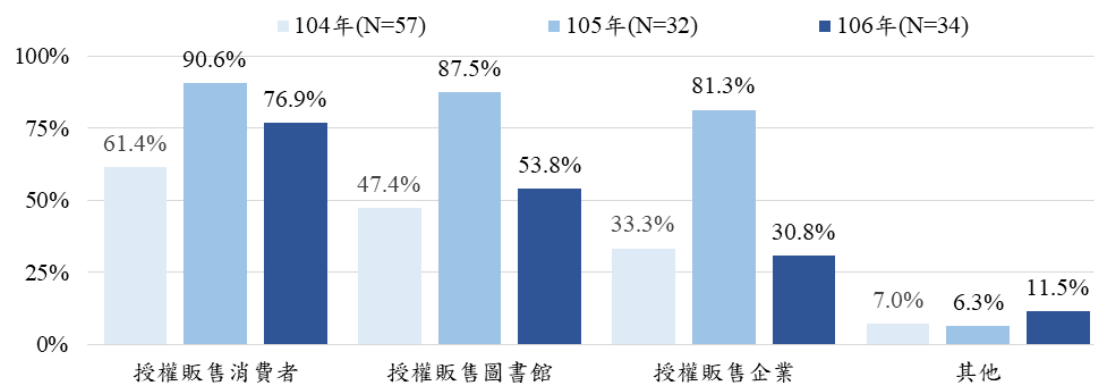
出版機構販售電子書，有 48.0%採個別與流通平臺簽約方式處理，全部委由經銷商處理之比率為 12.0%，各有 16.0%出版業者自行架設電子書平臺或採用簽約與經銷並行模式，而其餘 8.0%則屬其他合作方式。【圖伍-14】



圖伍-14、臺灣電子書出版業者與電子書流通平臺之合作模式

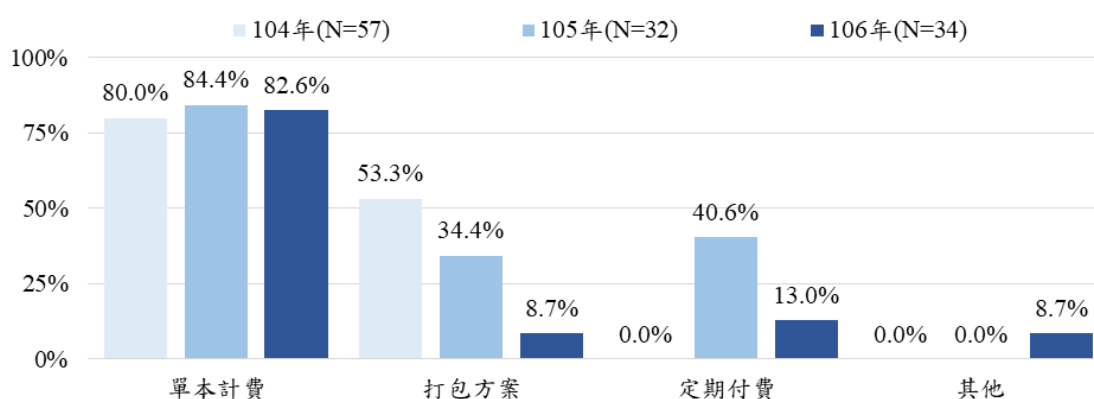
因電子書販售多採個別簽約方式辦理，故不同出版社委外授權模式亦存在差異。調查發現，僅授權販售個人消費者（76.9%），以及單獨授權販售圖書館者（53.8%）為當前主要授權模式，而授權販售企業比重則為 30.8%。【圖伍-15】

就計費方式而言，82.6%出版機構採行單本計費，8.7%為依點閱量收費之打包方案，按月、按季或按年付費之定期付費模式為 13.0%，8.7%業者採其他收費模式【圖伍-16】。若為單本計費，出版機構與流通平臺平均是六四拆帳。



註:可複選。

圖伍-15、臺灣電子書授權銷售對象



註:可複選。

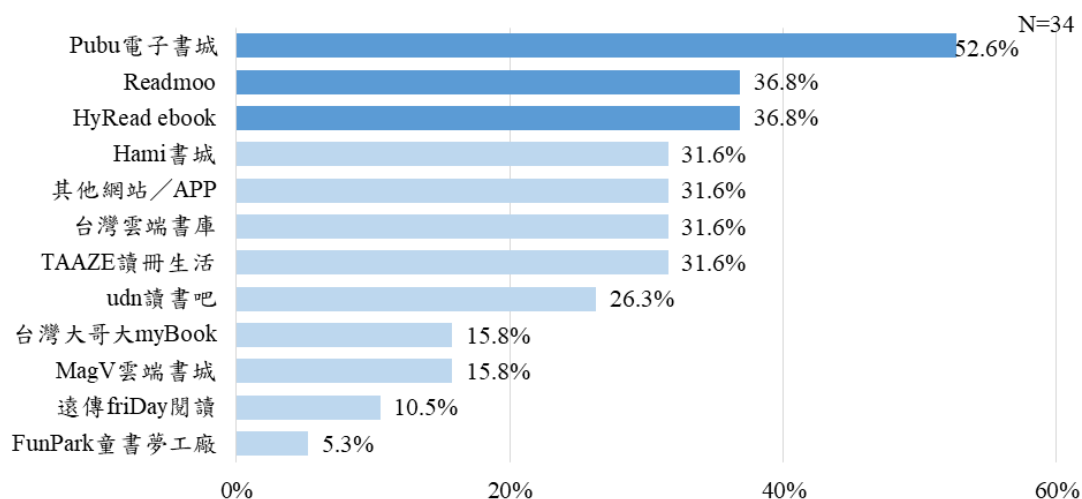
圖伍-16、臺灣出版機構電子書收費模式

## 伍、消費者端接觸管道

若從消費者可接觸各出版社電子書平臺管道來看，就國內平臺而言，各出版社上架率最高為 Pubu 電子書城（52.6%），HyRead ebook 與 Readmoo 兩者比重均為 36.8%，名列第二序位；Hami 書城、臺灣雲端書庫以及 TAAZE 讀冊生活比重則皆為 31.6%。另一方面，udn 讀書吧、台灣大哥大 myBook、MagV 雲端書城及遠傳 FriDay 閱讀之占比均高於一成。此外，合計有 31.6% 透過其他管道上架，主要包括華藝、博客來、嗨森書城或者各出版社本身網站等。【圖伍-17】

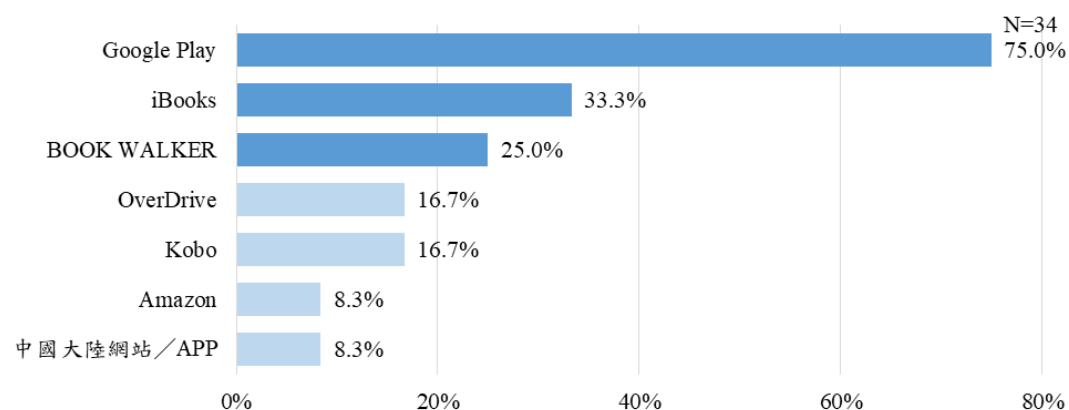
就國外平臺而言，各出版社上架率最高為 Google Play（75.0%），其次是 iBooks（33.3%）、BOOK WALKER（25.0%），OverDrive 與 Kobo 則各占 16.7%，另各有 8.3% 出版社上架至 Amazon 或透過中國大陸網站／APP 等相關管道上架。【圖伍-18】





註:可複選。

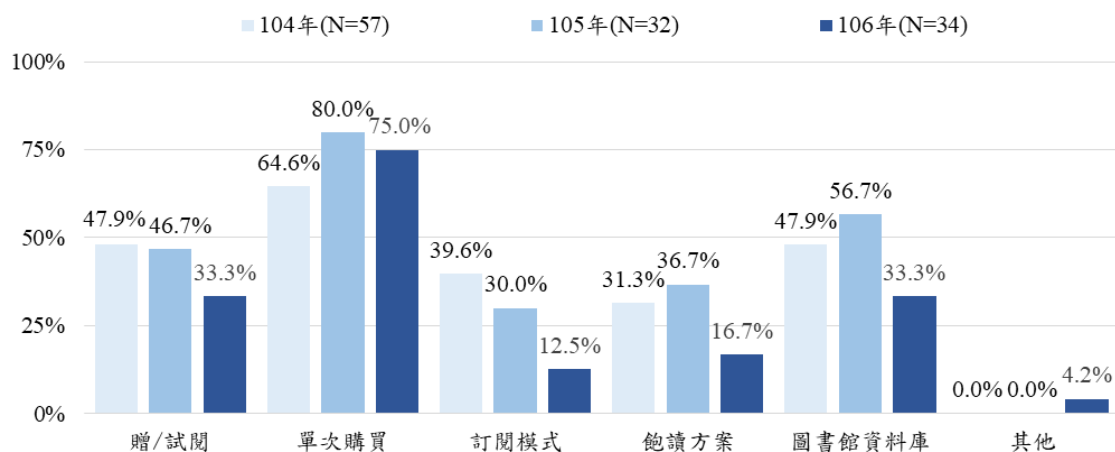
圖伍-17、臺灣電子書上架通路（國內）



註:可複選。

圖伍-18、臺灣電子書上架通路（國外）

消費者透過前述之國內或國外電子書流通平臺或是出版業者自行架設網站接觸電子書後，75.0%可進行單次購買，33.3%可取得贈閱或試閱服務，16.7%可選擇飽讀方案，12.5%可採長期訂閱，4.2%業者採取其他電子書授權銷售方式。此外，有 33.3%業者之電子書可透過圖書館電子資料庫取得。【圖伍-19】



註:可複選。

圖伍-19、臺灣電子書授權銷售方式

據業者提供資料，我國電子書售價平均較紙本圖書低，其售價約為紙本圖書四折至七折，平均為五四折。就電子書銷售類型而言，106 年以專業／教科書／政府出版品（22.7%）電子書占比最高，其次為童書／青少年（17.4%）、文學小說（14.4%）。其餘語言學習、輕小說、心理勵志及考試用書等類型電子書之銷貨占比皆不及一成。【表伍-7】

表伍-7、臺灣近三年電子書銷售類型

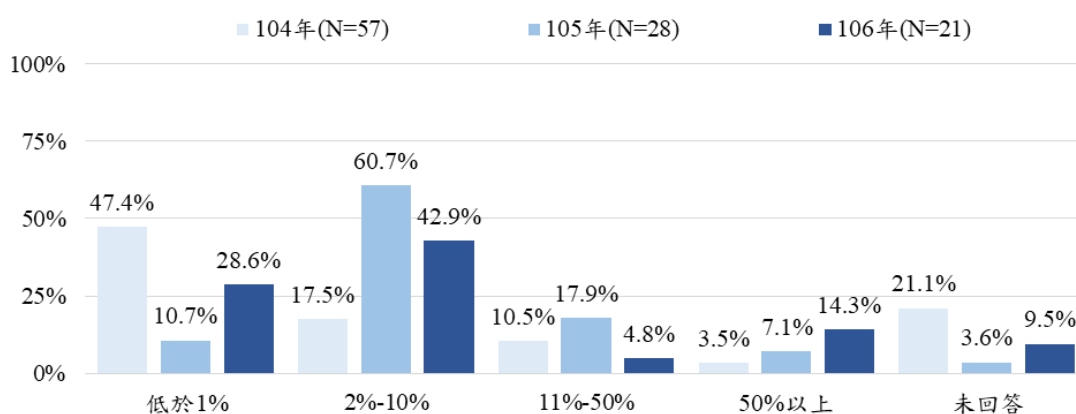
單位：%

| 編號 | 圖書類型 | 年度           |              |              |
|----|------|--------------|--------------|--------------|
|    |      | 104 年 (N=57) | 105 年 (N=32) | 106 年 (N=34) |
| 1  | 商業理財 | 10.4%        | 9.1%         | 0.0%         |
| 2  | 文學小說 | 11.4%        | 27.9%        | 14.4%        |
| 3  | 輕小說  | 1.7%         | 0.0%         | 7.4%         |
| 4  | 藝術設計 | 0.7%         | 2.3%         | 0.9%         |
| 5  | 社會科學 | 7.8%         | 7.3%         | 3.1%         |
| 6  | 人文史地 |              |              | 4.1%         |
| 7  | 自然科普 | 3.8%         | 1.3%         | 0.3%         |
| 8  | 電腦資訊 | 4.0%         | 0.0%         | 0.0%         |
| 9  | 語言學習 | 4.3%         | 15.2%        | 7.5%         |
| 10 | 心理勵志 | 9.0%         | 13.7%        | 5.4%         |
| 11 | 宗教命理 |              |              | 1.1%         |
| 12 | 醫療保健 | 7.0%         | 1.4%         | 2.8%         |

| 編號 | 圖書類型         | 年度           |              |              |
|----|--------------|--------------|--------------|--------------|
|    |              | 104 年 (N=57) | 105 年 (N=32) | 106 年 (N=34) |
| 13 | 飲食           | 5.5%         | 1.7%         | 0.0%         |
| 14 | 生活風格         |              |              | 0.0%         |
| 15 | 旅遊           |              |              | 0.0%         |
| 16 | 漫畫書          | 0.1%         | 0.1%         | 0.5%         |
| 17 | 親子教養         | 0.0%         | 1.4%         | 2.4%         |
| 18 | 童書／青少年       | 13.1%        | 8.9%         | 17.4%        |
| 19 | 考試用書         | 3.8%         | 4.7%         | 5.3%         |
| 20 | 圖書資訊／百科年鑑    | 3.8%         | 0.0%         | -            |
| 21 | 專業／教科書／政府出版品 | -            | -            | 22.7%        |
| 22 | 其他           | 13.5%        | 4.9%         | 4.7%         |

註：由於今年度係根據博客來分類進行新書類型調查，與前兩年度分類存在些許差異，因此呈現上透過類項聚攏以便進行跨年度比較，如「社會科學」及「人文史地」合併；「心理勵志」及「宗教命理」合併；「飲食」、「生活風格」及「旅遊」合併。惟因聚攏類項不完全一致，故進行跨年度比較解讀時宜謹慎。

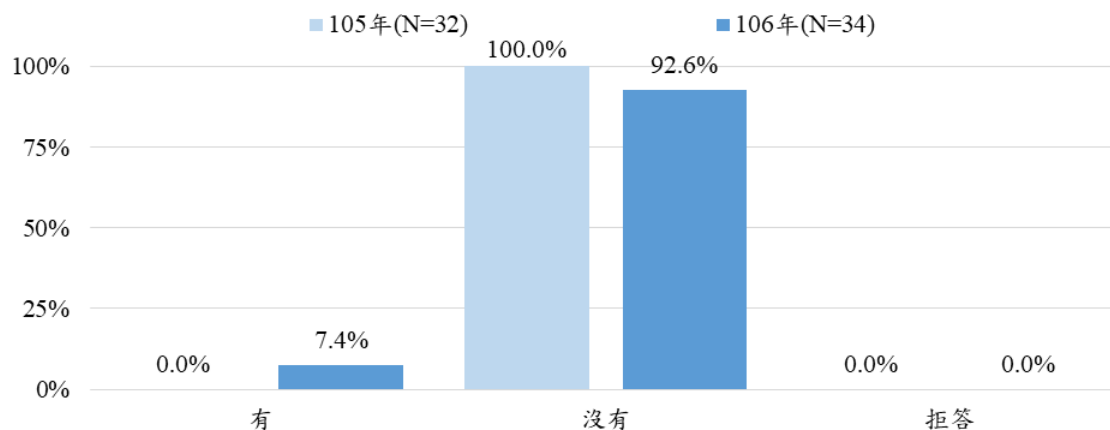
就電子書營收占比觀察，28.6%出版機構表示目前電子書營收占圖書營收比例不足 1%，42.9%業者介於 2%至 10%（較 105 年衰退 17.8 個百分點），4.8%電子書營收占比達 11-50%，14.3%超過 50%，另有 9.5%未回答。【圖伍-20】



圖伍-20、臺灣電子書占出版機構圖書營收占比

## 陸、中國大陸及海外市場投資概況

根據本研究調查資料，106 年我國有 7.4%數位出版單位進行中國大陸及海外圖書市場投資，另 92.6%則未赴臺灣以外之國家或地區開發市場。【圖伍-21】



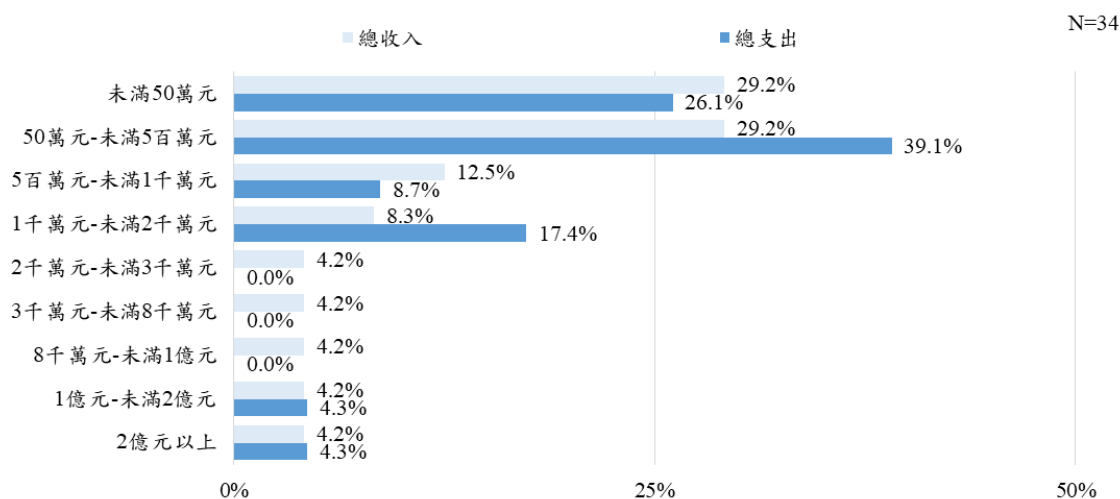
圖伍-21、臺灣出版單位投資中國大陸及海外市場現況

## 柒、數位出版（出版社）營業情形

### 一、主要數位出版單位收支情形

106 年我國主要數位出版單位營業額分布情形，各有 29.2% 全年營業額不及 50 萬元或介於 50 萬至 5 百萬元間；綜觀而論，近乎八成（79.2%）數位出版業者 106 年全年營收未達 2 千萬元，屬中小型事業經營規模。另總支出方面，則多集中在 50 萬元至 5 百萬元間（39.1%），而全年支出逾 1 億元之業者僅占 8.6%。

【圖伍-22】



圖伍-22、臺灣數位出版（出版社）單位全年營業額

分析各項收入來源占比，調查結果顯示，106 年臺灣數位出版（出版社）單位

收入來源以販售實體出版品相關收入（51.9%）為主，其次為「非」出版業務相關收入（23.0%），顯示我國數位出版業者正朝多角化經營模式發展。而販（租）售電子書／雜誌為數位出版單位第三大收入來源（16.1%），且相較 105 年成長 3.4 個百分點。【表伍-8】

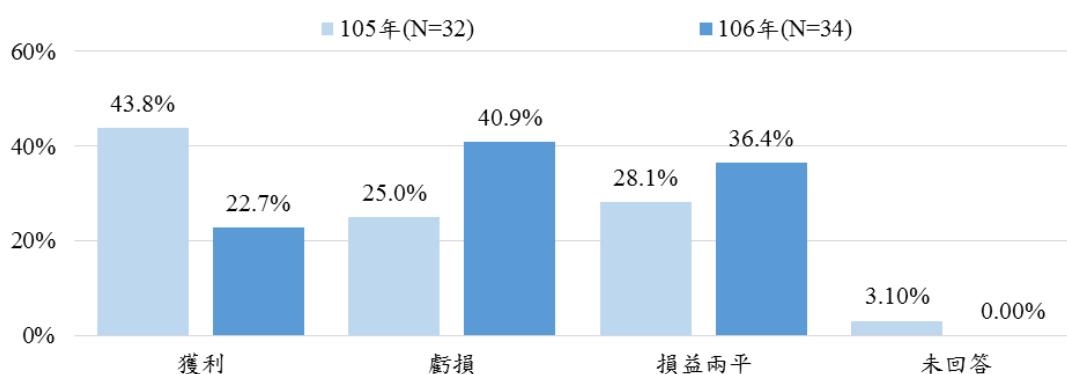
表伍-8、臺灣數位出版（出版社）單位收入來源占比

單位：%（105 年 N=32；106 年 N=34）

| 來源比例<br>（%） | 數位出版相關收入          |                |                  |              |                | 實體出版品<br>之相關收入 | 「非」出版業<br>務相關收入 |
|-------------|-------------------|----------------|------------------|--------------|----------------|----------------|-----------------|
|             | 販（租）售電子<br>書／雜誌收入 | 販售電子資<br>料庫之收入 | 販售電子書<br>App 之收入 | 協助個人<br>出版收入 | 其他數位出<br>版相關收入 |                |                 |
| 105 年       | 12.7%             | 0.1%           | 0.1%             | 0.1%         | 0.3%           | 62.4%          | 24.5%           |
| 106 年       | 16.1%             | 0.7%           | 0.1%             | 5.7%         | 2.5%           | 51.9%          | 23.0%           |

## 二、數位出版（出版社）單位全年營業概況

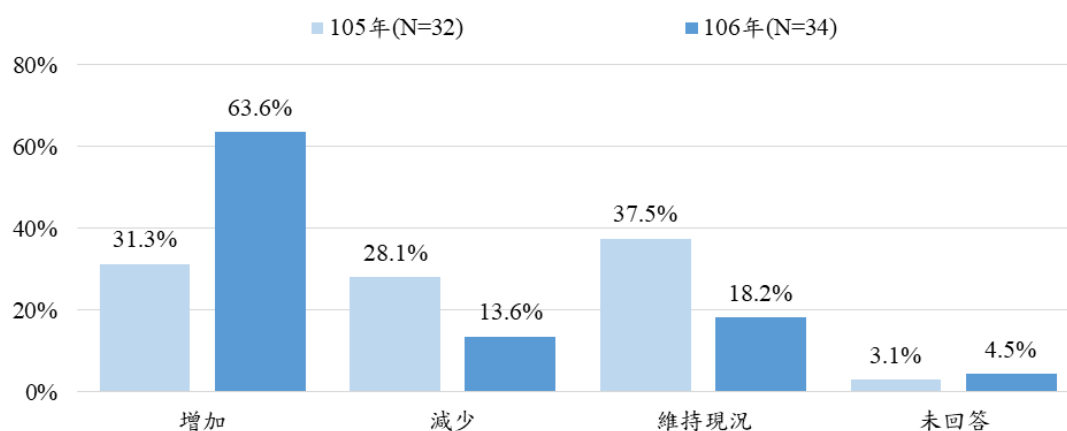
進一步觀察數位出版（出版社）全年營業概況，106 年表示獲利業者所占比重（22.7%）相對 105 年（43.8%）衰退 21.1 個百分點；虧損（40.9%）與損益兩平（36.4%）業者占比則較 105 年（虧損比重為 25.0%；損益兩平比重為 28.1%）分別增加 15.9、8.3 個百分點，推測係因一些傳統出版社始於跨足數位出版領域，對於相關業務尚未成熟，正處於由虧轉盈之過渡期所致。【圖伍-23】



圖伍-23、臺灣數位出版單位全年營業概況

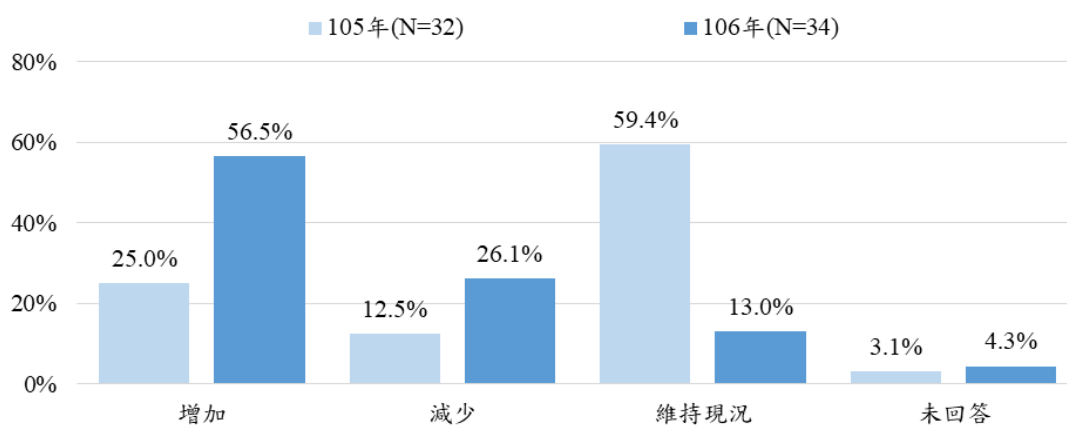
就未來三年銷售預期而言，106 年認為未來三年銷售或將增加者占比最高（63.6%），18.2%數位出版單位預期未來三年公司銷售或將維持現況，13.6%則主張其銷售或將衰退，4.5%業者未回答。【圖伍-24】與 105 年相比，106 年表示未來三年或將增加銷售之占比成長 32.3 個百分點，顯示即便目前多數數位出版業者處於虧損狀態，惟其對於數位出版市場的未來展望卻表示樂觀。進一步分析顯

示，預期銷售或將成長者，平均成長幅度為 26.7%，預期銷售或將衰退者之衰退幅度則為 20.0%。



圖伍-24、臺灣數位出版單位未來三年銷售預期

就未來三年投資預期而言，106 年認為未來三年投資或將增加者占比最高（56.5%），且相較 105 年成長 31.5 個百分點；26.1%數位出版單位預期未來三年公司投資或將減少，13.0%則主張其投資或將維持現況，4.3%業者未回答。【圖伍-25】整體而言，預期我國數位出版業者在未來三年將會更加著力於數位相關業務的投入。進一步分析顯示，預期投資或將成長者，平均成長幅度為 36.3%，預期投資或將衰退者之衰退幅度則為 35.0%。



圖伍-25、臺灣數位出版單位未來三年投資預期

## 第四節 106 年數位行銷通路產業概況

### 壹、電子書銷售概況

數位行銷通路販售收入來源方面，106 年與過往年度調查結果存在顯著差異，販售自行出版與其他業者出版雜誌者之比重明顯增加（此或與今年度有效回卷中，有全數以販售電子雜誌為其主要業務之平臺業者有關）；惟整體而言，數位行銷通路仍以販售其他出版社之圖書／漫畫為主。

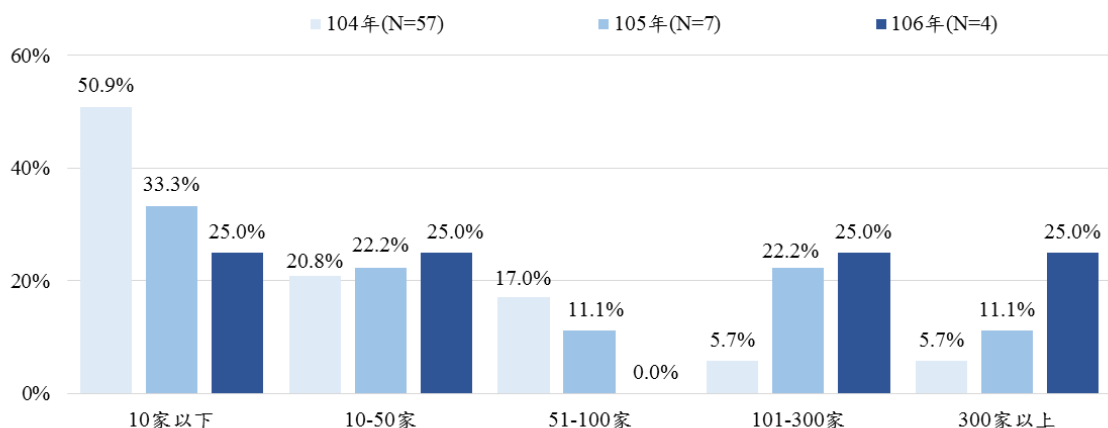
106 年有 39.4%販售其他出版社圖書／漫畫（較 105 年衰退 17.4 個百分點），25.6%販售其他出版社雜誌（較 105 年增加 22.4 個百分點），販售自行出版圖書／漫畫或雜誌者分別占 10.0%（較 105 年衰退 19.0 個百分點）及 25.0%（較 105 年增加 14.0 個百分點），販售其他來源圖書／漫畫與雜誌者則維持於 0%。【表伍-9】

表伍-9、數位行銷通路販售電子書或雜誌來源比率

單位：%

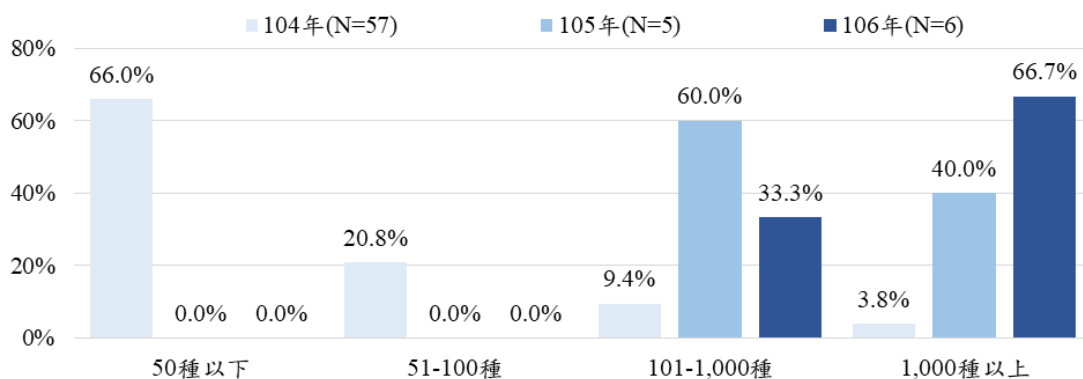
| 編號 | 電子書或雜誌來源    | 年度           |             |             |
|----|-------------|--------------|-------------|-------------|
|    |             | 104 年 (N=57) | 105 年 (N=7) | 106 年 (N=6) |
| 1  | 自行出版之圖書／漫畫  | 27.8%        | 29.0%       | 10.0%       |
| 2  | 自行出版之雜誌     | 39.1%        | 11.0%       | 25.0%       |
| 3  | 其他出版社之圖書／漫畫 | 19.4%        | 56.8%       | 39.4%       |
| 4  | 其他出版社之雜誌    | 13.7%        | 3.2%        | 25.6%       |
| 5  | 其他          | 0.0%         | 0.0%        | 0.0%        |
| 合計 |             | 100.0%       | 100.0%      | 100.0%      |

至於數位行銷通路合作出版社家數，僅就有效回答進行統計，其合作出版社家數差異甚大，從 1 家至 200 家不等。106 年合作出版社家數為 10 家以下、10 至 50 家、101 至 300 家以及 300 家以上者各占 25.0%，另未有數位平臺業者與 51 至 100 家出版社合作。整體而言，與 105 年調查結果相比，數位行銷通路的合作出版社家數呈增長態勢。【圖伍-26】。



圖伍-26、合作出版社家數分布

上架電子書種數方面，依有效回答業者進行統計，其架上書籍種數集中在 101 至 1,000 種（33.3%）及 1,000 種以上（66.7%）兩大區間；具體而言，填答業者之上架種數最少為 1,000 種，最多則高達 60,000 種不等，種數差異甚大。與 105 年調查相比，106 年數位行銷通路上架電子書種數呈增長態勢。【圖伍-27】



圖伍-27、上架電子書種數分布

進一步分析顯示，數位行銷通路上架電子書類型雖受限於回卷業者的填答狀況，惟 105、106 年皆以小說類（106 年為 41.8%）占比最高；居次為其他類與輕小說，其 106 年比率各為 30.8%、24.6%，再其次為童書、語言學習、自然科普以及漫畫書，而其餘未提及的電子書類型為今年度主要數位行銷通路未上架之圖書類型。【表伍-10】



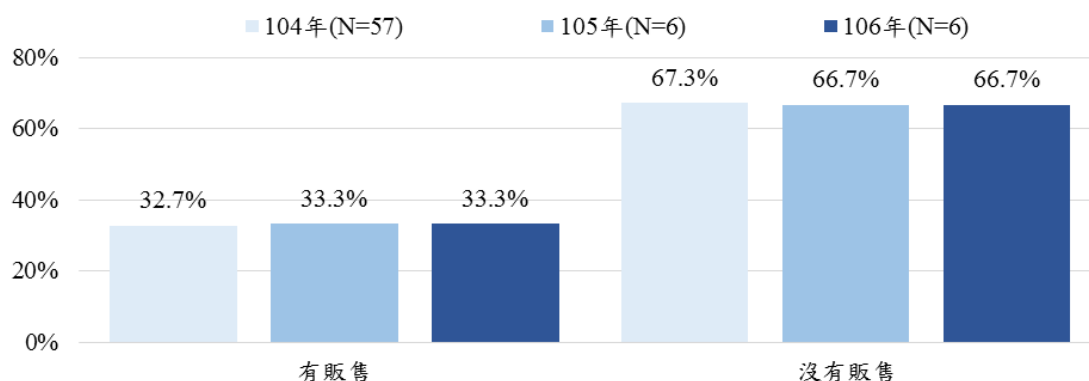
表伍-10、106 年數位行銷通路上架電子書類型

單位：%

| 編號 | 圖書類型         | 年度           |             |             |
|----|--------------|--------------|-------------|-------------|
|    |              | 104 年 (N=57) | 105 年 (N=7) | 106 年 (N=6) |
| 1  | 商業理財         | 9.7%         | 0.8%        | 0.0%        |
| 2  | 文學小說         | 23.2%        | 43.1%       | 41.8%       |
| 3  | 輕小說          | 1.1%         | 14.1%       | 24.6%       |
| 4  | 藝術設計         | 1.5%         | 0.5%        | 0.0%        |
| 5  | 社會科學         | 5.6%         | 1.8%        | 0.0%        |
| 6  | 人文史地         |              |             | 0.0%        |
| 7  | 自然科普         | 15.0%        | 0.5%        | 0.1%        |
| 8  | 電腦資訊         | 16.9%        | 0.0%        | 0.0%        |
| 9  | 語言學習         | 0.7%         | 0.2%        | 0.3%        |
| 10 | 心理勵志         | 1.1%         | 0.7%        | 0.0%        |
| 11 | 宗教命理         |              |             | 0.0%        |
| 12 | 醫療保健         | 0.7%         | 0.3%        | 0.0%        |
| 13 | 飲食           | 1.5%         | 0.7%        | 0.0%        |
| 14 | 生活風格         |              |             | 0.0%        |
| 15 | 旅遊           |              |             | 0.0%        |
| 16 | 漫畫書          | 0.4%         | 7.5%        | 0.1%        |
| 17 | 親子教養         | 0.4%         | 0.6%        | 0.0%        |
| 18 | 童書／青少年       | 20.6%        | 8.1%        | 2.2%        |
| 19 | 考試用書         | 0.4%         | 3.8%        | 0.0%        |
| 20 | 圖書資訊／百科年鑑    | 0.4%         | 0.0%        | -           |
| 21 | 專業／教科書／政府出版品 | -            | -           | 0.0%        |
| 22 | 其他           | 0.7%         | 17.3%       | 30.8%       |

註：由於今年度係根據博客來分類進行新書類型調查，與前兩年度分類存在些許差異，因此呈現上透過類項聚攏以便進行跨年度比較，如「社會科學」及「人文史地」合併；「心理勵志」及「宗教命理」合併；「飲食」、「生活風格」及「旅遊」合併。惟因聚攏類項不完全一致，故進行跨年度比較解讀時宜謹慎。

調查另顯示，106 年數位行銷通路販售作者自行出版電子書比率與 105 年呈持平趨勢，有販售作者自行出版電子書比率為 33.3%，66.7%通路則未販售作者自行出版電子書。【圖伍-28】



圖伍-28、數位行銷通路販售作者自行出版電子書情形

至於數位行銷通路販售電子書適用載具部分，調查結果發現，主要仍以 Android 系統及 iOS 系統之行動裝置為主，且相較 105 年，其比重均有所提升；反之，一般電腦及專屬閱讀器占比則明顯下滑，106 年平均每三家數位平臺業者所販售的電子書僅一家能適用於一般電腦，而有效填答者中，未有數位行銷通路搭配專屬閱讀器作為數位閱讀的適用載具。【表伍-11】

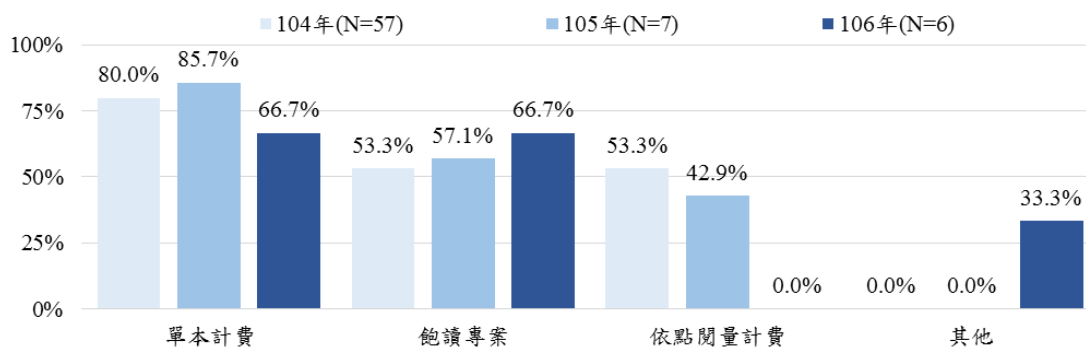
表伍-11、數位行銷通路販售電子書／電子雜誌／電子漫畫之適用載具

單位：%

| 年度           | Android<br>平板電腦 | Android<br>系統手機 | iOS<br>平板電腦 | iOS<br>系統手機 | 一般電腦   | 專 屬<br>閱讀器 |
|--------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------|--------|------------|
| 105 年 (N= 7) | 83.3%           | 83.3%           | 83.3%       | 83.3%       | 100.0% | 33.3%      |
| 106 年 (N= 6) | 100.0%          | 100.0%          | 100.0%      | 100.0%      | 33.3%  | 0.0%       |

註：可複選。

電子書收費方式方面，數位行銷通路多採單本計費或按月、按季或按年付費之飽讀專案，兩者各占 66.7%，尤其飽讀專案在近三年內之占比有逐年上揚態勢。名列第三的為其他計費形式如電子書租閱，而 106 年有效回卷之數位平臺業者皆未採取按點閱量計費之收費模式。【圖伍-29】



註:可複選。

圖伍-29、數位行銷通路販售電子書之收費方式

整體而言，數位行銷通路業者之電子書販售價格均較紙本書籍售價低（100.0%）；其定價區間約為紙本書籍六折至七折不等，整體平均約六八折。

僅就有效回答業者進一步統計，結果顯示，106 年各類電子書以輕小說類（33.5%）銷售比率最高，其次為童書／青少年（31.8%），總和上述兩類型圖書已占數位行銷通路銷售比重約六成五，另商業理財（9.4%）、心理勵志（9.3%）以及其他類型（7.9%）皆占 5.0%以上，其餘各類型電子書銷售比重則相對較低。【表伍-12】

表伍-12、近三年數位行銷通路各類電子書銷售比率

單位：%

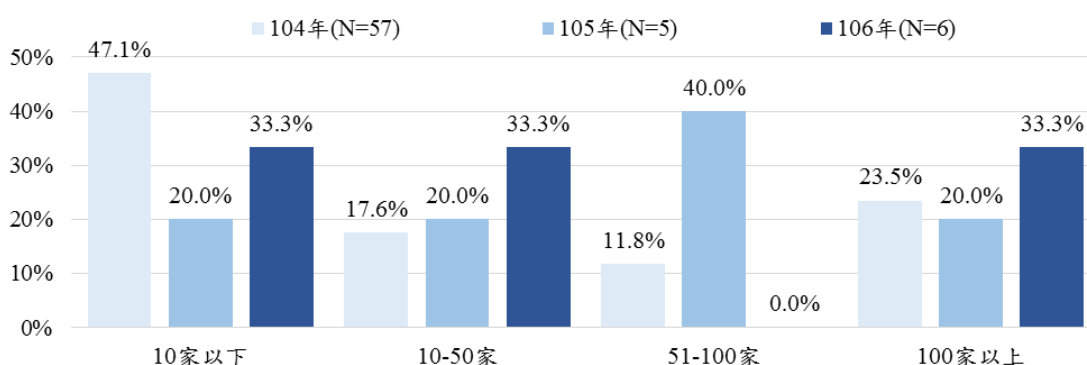
| 編號 | 圖書類型 | 年度           |             |             |
|----|------|--------------|-------------|-------------|
|    |      | 104 年 (N=57) | 105 年 (N=7) | 106 年 (N=6) |
| 1  | 商業理財 | 3.7%         | 6.4%        | 9.4%        |
| 2  | 文學小說 | 15.1%        | 27.2%       | 0.6%        |
| 3  | 輕小說  | 2.1%         | 8.2%        | 33.5%       |
| 4  | 藝術設計 | 3.4%         | 1.6%        | 0.1%        |
| 5  | 社會科學 | 6.9%         | 5.0%        | 0.0%        |
| 6  | 人文史地 |              |             | 0.4%        |
| 7  | 自然科普 | 4.5%         | 0.9%        | 1.8%        |
| 8  | 電腦資訊 | 6.9%         | 0.0%        | 0.1%        |
| 9  | 語言學習 | 4.1%         | 10.9%       | 1.6%        |
| 10 | 心理勵志 | 6.2%         | 9.3%        | 9.3%        |
| 11 | 宗教命理 |              |             | 0.0%        |
| 12 | 醫療保健 | 3.8%         | 1.3%        | 0.0%        |

| 編號 | 圖書類型         | 年度           |             |             |
|----|--------------|--------------|-------------|-------------|
|    |              | 104 年 (N=57) | 105 年 (N=7) | 106 年 (N=6) |
| 13 | 飲食           | 5.2%         | 2.4%        | 0.4%        |
| 14 | 生活風格         |              |             | 0.0%        |
| 15 | 旅遊           |              |             | 0.5%        |
| 16 | 漫畫書          | 6.9%         | 0.1%        | 0.7%        |
| 17 | 親子教養         | 3.5%         | 1.0%        | 1.0%        |
| 18 | 童書／青少年       | 13.8%        | 18.9%       | 31.8%       |
| 19 | 考試用書         | 6.9%         | 3.2%        | 0.9%        |
| 20 | 圖書資訊／百科年鑑    | 3.4%         | 0.0%        | -           |
| 21 | 專業／教科書／政府出版品 | -            | -           | 0.0%        |
| 22 | 其他           | 3.4%         | 3.6%        | 7.9%        |

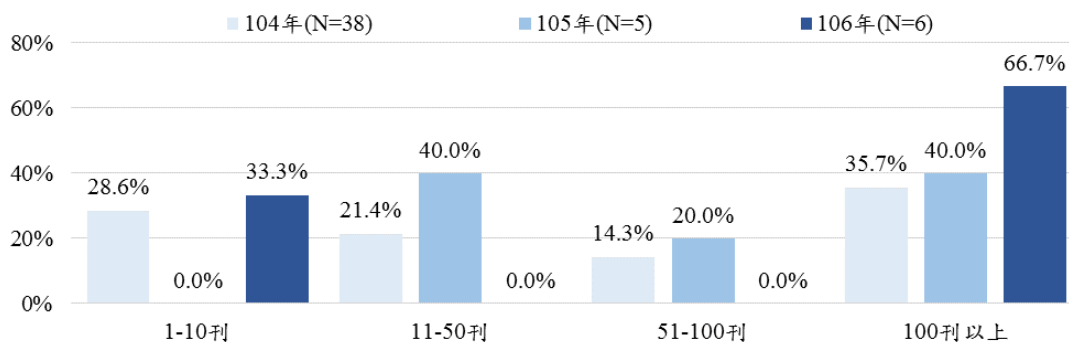
註：由於今年度係根據博客來分類進行新書類型調查，與前兩年度分類存在些許差異，因此呈現上透過類項聚攏以便進行跨年度比較，如「社會科學」及「人文史地」合併；「心理勵志」及「宗教命理」合併；「飲食」、「生活風格」及「旅遊」合併。惟因聚攏類項不完全一致，故進行跨年度比較解讀時宜謹慎。

## 貳、電子雜誌銷售概況

調查發現，106 年數位行銷通路之合作雜誌出版社家數從 1 家至 140 家不等，合作雜誌社家數為 10 家以下、10 至 50 家與超過 100 家者均占 33.3%。【圖伍-30】各業者上架電子雜誌刊數亦呈明顯落差（數量由 1 刊至 18,000 刊不等），106 年上架低於 10 刊者占 33.3%，上架逾 100 刊者則為 66.7%。【圖伍-31】另外，電子雜誌銷售類型則因未回答比率過高而無法估計。

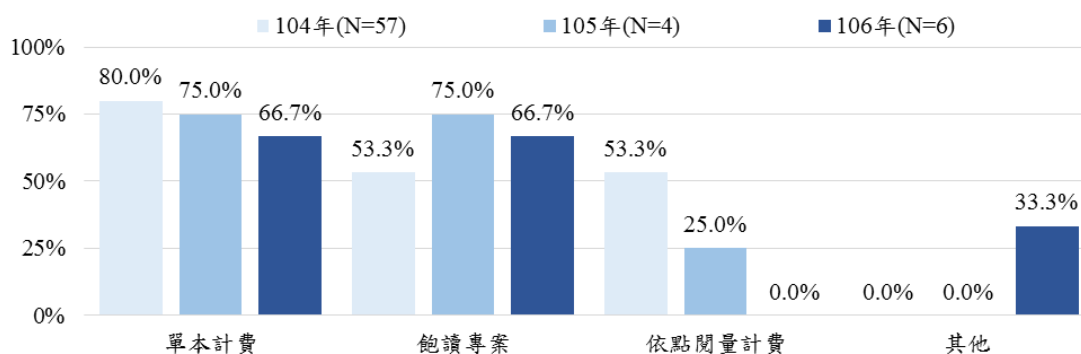


圖伍-30、合作出版社家數分布



圖伍-31、上架電子雜誌種數分布

電子雜誌收費方式方面，採單本計費與飽讀方案為市場主流，106 年採單本計費比率達 66.7%，按季或按年付費之飽讀方案比率同為 66.7%，惟較 105 年皆衰退 8.3 個百分點；其他收費方式則占 33.3%，另 106 年未有數位行銷通路採用按點閱量計費之模式。【圖伍-32】



註:可複選。

圖伍-32、數位行銷通路販售電子雜誌之收費方式

整體而言，數位行銷通路業者之電子雜誌販售價格均較紙本雜誌售價低（100.0%）；其定價區間約為紙本雜誌六折至八折不等，整體平均約七折。

## 參、電子資料庫

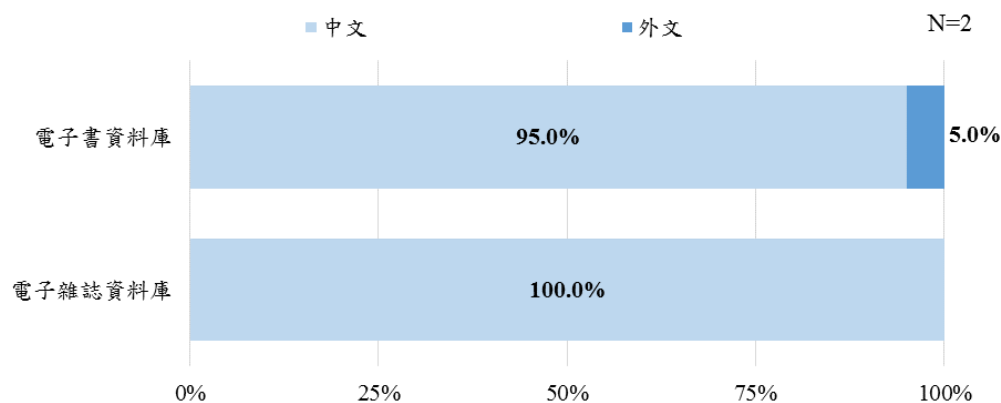
本次受訪數位行銷通路業者中有 33.3%有提供電子資料庫。就資料庫類型而言，主要是電子書與電子雜誌資料庫（分別占 100.0%及 50.0%），另其他類型電子資料庫亦占 50.0%。【表伍-13】。至於電子書及電子雜誌資料庫之中外文比例，主要均以中文為主。【圖伍-33】

表伍-13、數位行銷通路提供電子資料庫類型

單位：%

| 編號 | 電子資料庫類型  | 年度           |             |             |
|----|----------|--------------|-------------|-------------|
|    |          | 104 年 (N=14) | 105 年 (N=3) | 106 年 (N=2) |
| 1  | 電子書資料庫   | 54.2%        | 100.0%      | 100.0%      |
| 2  | 電子雜誌資料庫  | 41.7%        | 66.7%       | 50.0%       |
| 3  | 學術期刊資料庫  | 16.7%        | 33.3%       | 0.0%        |
| 4  | 報紙資料庫    | 4.2%         | 33.3%       | 0.0%        |
| 5  | 博碩士論文資料庫 | 0.0%         | 0.0%        | 0.0%        |
| 6  | 其他       | 12.5%        | 33.3%       | 50.0%       |

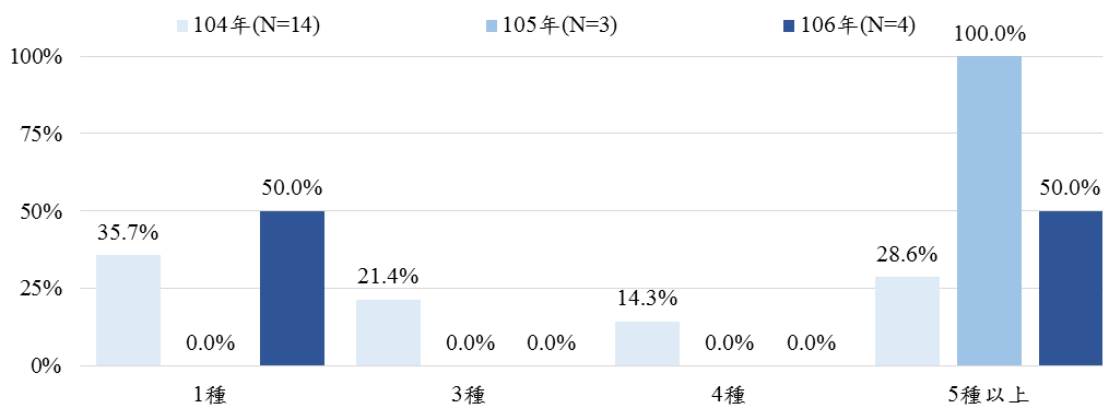
註：可複選。



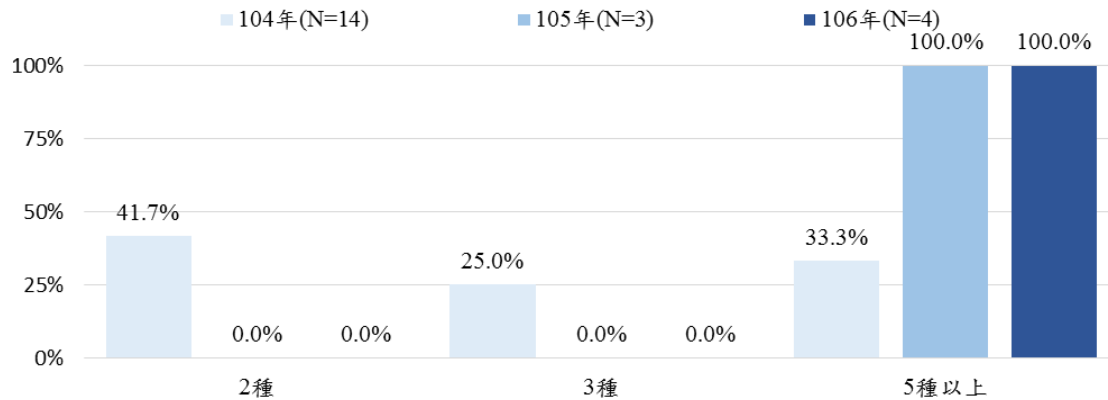
圖伍-33、106 年數位行銷通路電子資料庫語文比率

## 肆、電子書 App

本次受訪數位行銷通路業者中，有 66.7%有提供電子書、電子雜誌或電子漫畫 App。106 年提供數位出版品 App 之數位行銷通路業者，其所提供免費種數從 1 至 60 種不等，提供付費之種數則全數落在 5 種以上。【圖伍-34、圖伍-35】

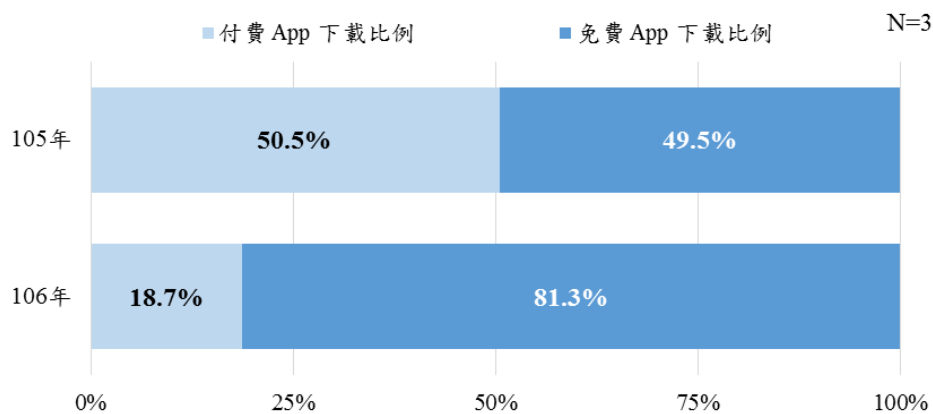


圖伍-34、免費電子書 App 種數分布



圖伍-35、付費電子書 App 種數分布

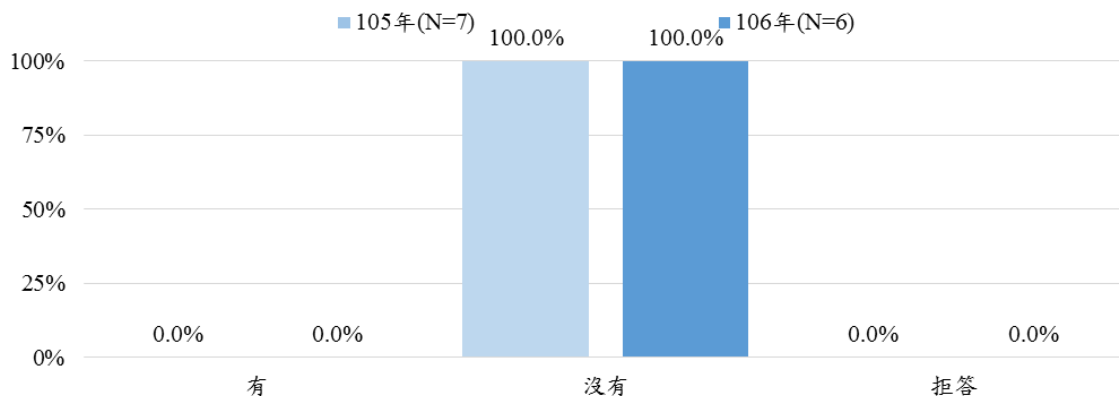
以本年度受訪數位行銷通路業者為觀察對象，發現免費 App 被下載次數占整體 App 下載次數之比重高達八成，僅 18.7%為需付費電子書 App。相較 105 年調查結果，106 年免費及付費 App 被下載次數比率存在明顯懸殊之現象，顯示民眾仍多以下載免費 App 為其閱讀電子書之管道。【圖伍-36】



圖伍-36、免費與付費電子書 App 被下載次數占比

## 伍、中國大陸及海外市場投資概況

根據本研究調查資料，臺灣目前無數位出版單位進行中國大陸及海外圖書市場投資，僅部分業者填寫未來計劃赴中國大陸與東協地區開發市場。【圖伍-37】

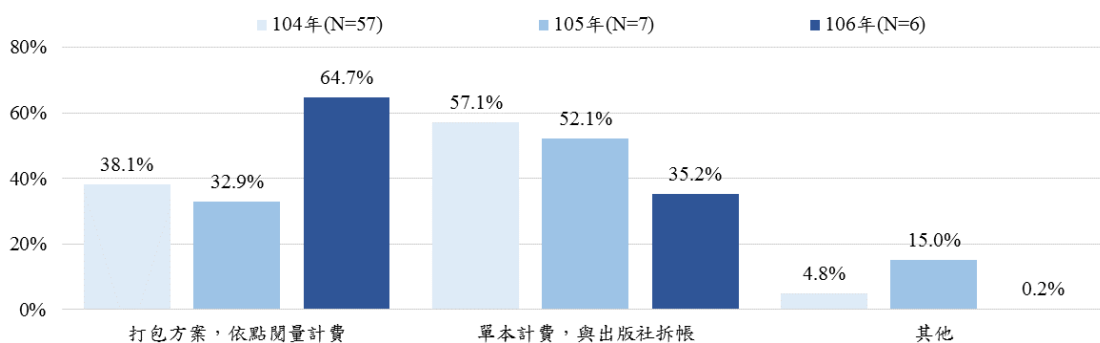


圖伍-37、臺灣數位行銷通路投資中國大陸及海外市場現況

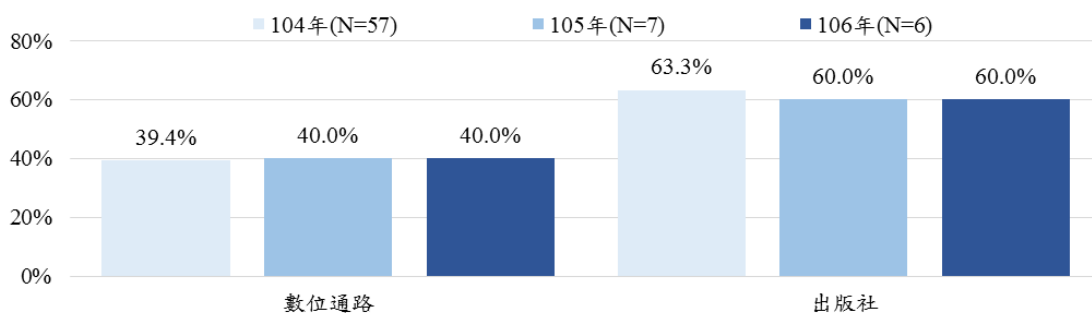
## 陸、營收情形與產業展望

### 一、與出版社交易模式

關於數位行銷通路與出版社交易模式，調查結果發現，106 年以依消費者點閱量計費之打包方案（64.7%）比率最高，其次為單本計費，與出版社拆帳（35.2%），採其他方式之業者僅 0.2%。【圖伍-38】此外，進一步分析數位行銷通路與出版社拆帳比例，數位通路約占 40.0%，出版社約占 60.0%。【圖伍-39】



圖伍-38、近三年數位行銷通路與出版社交易模式



圖伍-39、近三年數位行銷通路與出版社拆帳比例



## 二、106 年數位行銷通路營收情形

由於 106 年數位行銷通路業者營業額分布情形未回答比率過高而不以繪圖呈現，若就有效回卷分析，營收方面各有 50.0% 介於 1 千萬至 2 千萬元以及 5 千萬元以上，另外總支出則全數（100.0%）落在 3 千萬元至 5 千萬元之間。

進一步分析各項收入項目占比，106 年數位行銷通路收入項目中，合計有 48.1% 營收為數位出版相關收入，其餘 51.9% 則為非出版業務相關收入。

表伍-14、106 年數位行銷通路收入來源分布

單位：%（N=6）

| 來源比例<br>(%) | 數位出版相關收入         |                |                  |              |                | 實體出版品<br>之相關收入 | 「非」出版業<br>務相關收入 |
|-------------|------------------|----------------|------------------|--------------|----------------|----------------|-----------------|
|             | 販（租）售電<br>書／雜誌收入 | 販售電子資<br>料庫之收入 | 販售電子書<br>App 之收入 | 協助個人<br>出版收入 | 其他數位出<br>版相關收入 |                |                 |
| 106 年       | 45.5%            | 2.6%           | 0.0%             | 0.0%         | 0.0%           | 0.0%           | 51.9%           |

## 三、數位出版產值估計及獲利情形

考量僅以調查問卷進行插補推估營業額，難以判定廠商是否確實填寫，且或有推估誤差問題；而傳統以「行業別」撈取財稅資料營業額方式，則無法判別該行業報稅廠商是否確屬該行業經營範疇，因而影響產業鏈表現分析之可行性。因此，本研究以圖書、漫畫出版產值為基礎，依比例計算數位出版上游出版端營業額，而後再以出版社與數位平臺拆帳比例（60%），推算整體數位行銷通路端營業額，其方法為：

數位出版品營業額（上游出版端部分）＝〔上游出版端整體書籍營業額（紙本圖書新臺幣 193 億 9,894 萬元，其中包含紙本漫畫新臺幣 4 億 7,669 萬元）÷ 販售紙本書籍收入占出版業者整體營收比重<sup>179</sup>× 數位出版收入占圖書出版業者整體營收比重<sup>180</sup>〕

下游零售端（數位行銷通路部分）數位出版品營業額＝數位出版品營業額（上

<sup>179</sup>紙本圖書出版業者(包含漫畫)販售紙本書籍收入占整體廠商營收比重為 59.6%；另為單獨推估我國電子漫畫營業額，本研究額外針對紙本漫畫業者回卷計算其紙本漫畫營收占比為 28.6%。

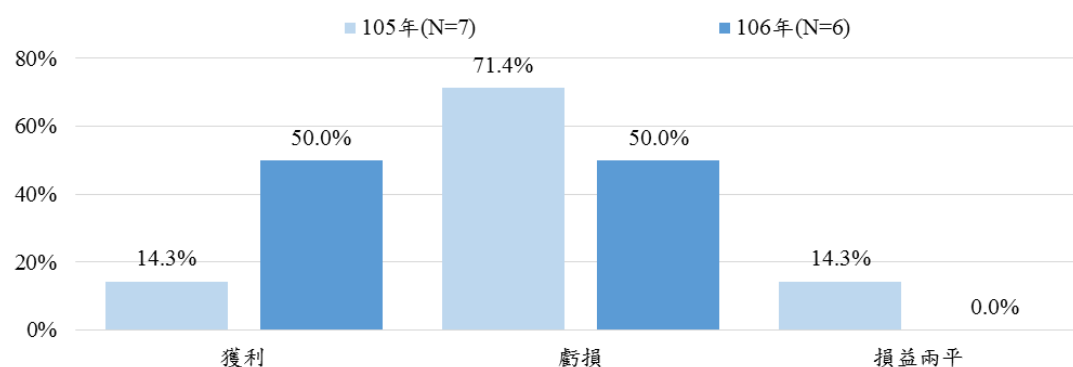
<sup>180</sup>紙本圖書出版業者(包含漫畫)數位出版收入占整體廠商營收比重為 2.3%；另為單獨推估我國電子漫畫營業額，本研究額外針對紙本漫畫出版業者回卷計算其數位出版營收占比為 0.6%。

游出版端部分)÷出版社與數位平臺拆帳比例(60%)

依上式推估,106 年數位出版品營業額(上游出版端部分)為新臺幣 7 億 5,604 萬元(電子書 7 億 4,604 萬元;電子漫畫 1,000 萬元);下游零售端(數位行銷通路部分)的數位出版品營業額為新臺幣 12 億 6,006 萬元(電子書 12 億 4,340 萬元;電子漫畫 1,666 萬元)。與 105 年數位出版品營業額(上游出版端部分)2 億 5,102 萬元(僅電子書部分)相比,成長 197.2%;與 105 年下游零售端(涵蓋電子圖書、電子漫畫)數位出版品營業額 4 億 3,852 萬元相比,成長 187.3%。

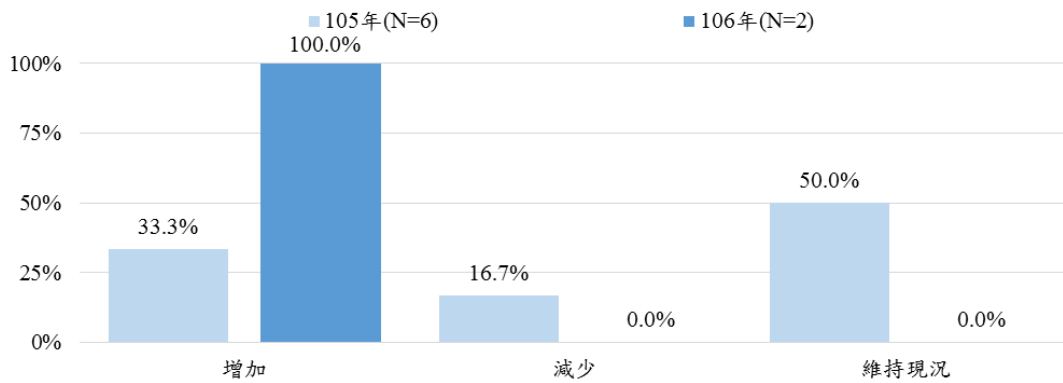
#### 四、數位出版(數位平臺)單位全年營業概況

進一步觀察數位出版(數位平臺)全年營業概況,106 年表示獲利或虧損之業者各占 50.0%,另未有業者表示其全年營業狀況為損益兩平。相較 105 年,106 年獲利占比成長 35.7 個百分點,而虧損比重則衰退 21.4 個百分點,顯示我國數位平臺業者在 106 年開始呈由虧轉盈之態勢發展。【圖伍-40】



圖伍-40、臺灣數位行銷通路全年營業概況

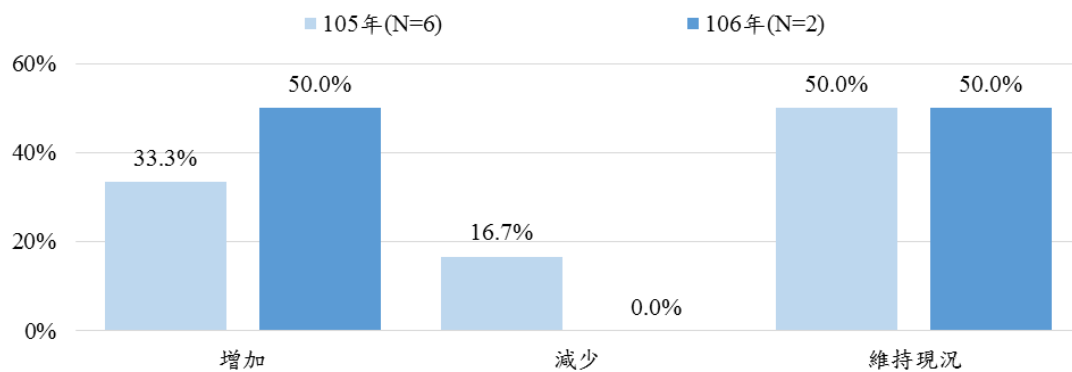
就未來三年銷售預期而言,106 年有效填答業者全數認為未來三年銷售或將增加(100.0%),相較 105 年,增加占比顯著成長 66.7 個百分點。【圖伍-41】進一步分析顯示,預期銷售或將成長者,平均成長幅度為 10.0%。



圖伍-41、臺灣數位行銷通路未來三年銷售預期

就未來三年投資預期而言，106 年認為未來三年投資或將增加或是維持現況者比重各占 50.0%，另未有業者表示其未來三年投資或將減少。相較 105 年調查結果，106 年表示增加之比例成長 16.7 個百分點，而維持現況比重則持平在 50.0%。

【圖伍-42】進一步分析顯示，預期投資或將成長者，平均成長幅度為 10.0%。



圖伍-42、臺灣數位行銷通路未來三年投資預期

## 柒、我國數位出版產業概況觀察

### 一、組織結構

整體而言，數位出版產業之集團與非集團成員分別占 22.6%與 77.4%，資金來源以本國個人投資占 78.0%為多數。另一方面，就產業鏈分布觀察，有 59.9%業者經營圖書出版相關業務，30.4%涉足數位出版品流通平臺與實體書籍販售通路，10.1%涉足印刷廠等周邊業務。其核心業務性質多元而以從事圖書出版業者占比最高（91.2%），其次為數位平臺業者（26.5%）與販售紙本書籍之網路書店（20.6%），雜誌出版業者及圖書經銷商各占 11.8%，其餘業者比重均為 5.9%。

### 二、人力僱用

個別數位出版業者間之人力僱用情形差異甚大，正職人員以僱用 1 名之比重最高（27.3%），另兼職人員則多數僱用 2 至 4 人（40.0%）。人力結構方面，以女性從業人員居多（70.6%），另編輯或發行人為女性之占比為 69.2%。與圖書出版產業相同，我國數位出版產業正職人員組成以高學歷為主要特徵，擁有大學以上學歷者占 77.8%，惟就年齡結構而言，該產業結構相對一般圖書出版產業年輕化，106 年以 30 至 39 歲及 40 至 49 歲之青壯年人口為構成主體。

### 三、出版概況

從數位授權取得情形來看，累計至 106 年末，逾半數出版機構尚未取得任何作者數位版權授權，9.6%出版機構取得五分之一以下圖書數位授權，4.8%出版機構已取得 21%至 50%數位授權，27.2%取得半數以上出版品之數位授權，平均 29.0%臺灣出版機構取得紙本圖書數位版權並已出版，語言則以正體中文（93.1%）為主。

就電子書編輯情形來看，六成業者全部自行編製，僅 28.0%全部委外製作，相較 105 年，自行編製占比大幅成長 35.0 個百分點，而全部委外比重則下滑 40.8 個百分點；另逾八成業者使用電子書流通平臺所開發之 DRM 系統，雖然自行開發 DRM 系統比重（16.7%）仍不及兩成，惟相較 105 年成長 7.3 個百分點，綜合上述，顯示我國電子書出版機構正著力加強其自身數位製作能力。

就近三年實體書籍與數位格式先後出版情況而言，國內電子書已逐步朝向採紙本與電子書 EP 同步發行之趨勢發展，106 年 EP 同步發行占比（48.8%）首度

超越紙本圖書先發行模式（28.8%），而電子書先出版之占比（22.4%）相較 105 年成長 15.4 個百分點，顯示我國出版業者愈發重視圖書數位化之發行模式，且原生電子書占整體電子書市場之比例應有所成長。

#### 四、銷售情形

106 年數位出版機構多採個別與流通平臺簽約方式販售電子書（48.0%），而因個別簽約居多，故不同出版社委外授權模式亦存在差異，其以僅授權販售個人消費者（76.9%）與單獨授權販售圖書館（53.8%）模式為主；採單本計費（84.4%）為主要收費形式，出版機構與流通平臺平均六四拆帳。

就各出版社上架之電子書平臺管道觀察，國內平臺以 Pubu 電子書城（52.6%）、Readmoo 與 HyRead（兩者均為 36.8%）所占比重最高；國外平臺上架率最高則為 Google Play（75.0%），其次是 iBooks（33.3%）與 BOOK WALKER（25.0%）。而消費者透過前述之國內或國外電子書流通平臺或是出版業者自行架設網站接觸電子書後，75.0%可進行單次買賣，33.3%可取得贈／試閱服務，16.7%可選擇飽讀方案，12.5%可採長期訂閱，另有 33.3%業者之電子書可透過圖書館電子資料取得。

就電子書營收占比而言，28.6%出版機構表示目前電子書營收占圖書營收不足 1%，42.9%業者則介於 2%至 10%。106 年多數數位出版業者仍呈虧損狀態，惟當年度我國圖書通路要角跨足數位出版及首臺電子書閱讀器的誕生，悄然改變我國電子書市場生態，亦影響出版社申請電子授權之意願，並提高出版社向平臺業者提出電子書檔案轉置相關需求。另針對數位出版平臺上架檔案格式尚未統一議題，目前我國主要數位出版業者已積極協力規範電子書轉檔格式（EPUB3），以祈出版品以一套版本方能上架至多數平臺，為出版社節省編輯作業流程及人事成本。故此，雖然 106 年數位出版機構多數始於跨足數位出版領域，對於相關業務尚未成熟，正處於由虧轉盈之過渡期，惟其對於未來三年銷售與投資預期卻保持樂觀看法。

#### 五、電子資料庫與電子書 App

106 年有 33.3%數位行銷通路業者提供電子資料庫，其中以電子書資料庫（100.0%）與電子雜誌資料庫（50.0%）占多數；提供中文內容比率逾九成以上。另一方面，有 66.7%業者提供電子書、電子雜誌或電子漫畫 App，其所提供免費 App 種數從 1 至 60 種不等，而提供付費之種數則全數落在五種以上。

## 六、數位出版品流通販售平臺

數位行銷通路合作出版社家數差異甚大，從 1 家至 200 家不等。整體而言，與 105 年調查結果相比，數位行銷通路合作出版社家數呈增長態勢。另電子書上架種數集中在 101 至 1,000 種（33.3%）及 1,000 種以上（66.7%）兩大區間，與 105 年相比，我國主要數位平臺上架電子書種數亦呈增長景況。

數位行銷通路販售電子書適用載具部分，主要仍以 Android 系統及 iOS 系統之行動裝置為主，且相較 105 年，其比重有所提升。而電子書收費方式，則多採單本計費或按月、按季或按年付費之飽讀專案，尤其飽讀專案在近三年內之占比有逐年上揚趨勢。

## 七、營收與展望

本研究以圖書、漫畫出版產值為基礎，依比例計算數位出版上游出版端營業額，而後再以出版社與數位平臺拆帳比例（60%），推算整體數位行銷通路端營業額。依上述推估方式，106 年數位出版品營業額（上游出版端部分）為新臺幣 7 億 5,604 萬元（電子書 7 億 4,604 萬元；電子漫畫 1,000 萬元）；下游零售端（數位行銷通路部分）的數位出版品營業額為新臺幣 12 億 6,006 萬元（電子書 12 億 4,340 萬元；電子漫畫 1,666 萬元）。與 105 年數位出版品營業額（上游出版端部分）2 億 5,102 萬元（僅電子書部分）相比，成長 197.2%；與 105 年下游零售端（涵蓋電子圖書、電子漫畫）數位出版品營業額 4 億 3,852 萬元相比，成長 187.3%。

下游零售端數位行銷通路方面，與營業額推估相對應，106 年表示獲利業者所占比重（50.0%），相對 105 年（14.3%）成長 35.7 個百分點；虧損業者（50.0%）占比則較 105 年（71.4%）衰退 21.4 個百分點，且廠商對未來三年銷售與投資預期相對偏向成長之樂觀態勢。

## 第陸章 出版產業行銷通路概況調查

### 第一節 研究方法

#### 壹、調查對象

「106 年行銷通路經營狀況調查」與「106 年實體書店經營狀況調查」為指定樣本調查，本研究根據所蒐集之母體資料進行全查。

關於行銷通路名冊，係透過多元管道、交叉比對資料取得。主要資訊來源係以「105 年臺灣圖書出版產業調查」所建立之母體名冊為基礎，再以中華電信黃頁、經濟部商業司公司登記及相關業者公會等進行資料之增補與更新，最後再由本研究電話聯絡確認營業狀況。

本研究於完成母體名單蒐集後，第一階段先行透過電話與經濟部商工登記公示資料清查業者現況，以排除無效母體<sup>181</sup>。清查過濾結果，行銷通路業者調查母體共計 579 家（不含數位平臺），本研究即據此作為調查對象。

#### 貳、調查方法

調查採多元方式進行，以郵寄問卷為主，電話、傳真、親訪為輔，藉此提高問卷回收率，降低產業現況推估之誤差。

#### 參、調查問卷內容說明

「106 年行銷通路經營狀況調查」與「106 年實體書店經營狀況調查」問卷經文化部及行政院主計總處核定，共包含「組織結構」、「人力僱用」、「業務概況」、「銷退概況」、「行銷概況」、「營收與展望」、「網路書店」、「空間配置」與「其他」等九項構面，指標架構如表陸-1 所示，詳細問卷請參考附錄六、附錄七。

---

<sup>181</sup> 考量本研究主要調查對象以一般圖書、雜誌與漫畫之行銷通路為主，故盡可能排除以銷售文具、義務教育講義評量與測驗卷之營業單位。部分業者營業登記名稱雖與書籍行銷通路相關，然經聯繫確認，非以出版品銷售為經營業務之業者，亦將其予以排除。

#### 肆、調查實施流程及接觸情形說明

「106 年行銷通路經營狀況調查」與「106 年實體書店經營狀況調查」屬於指定樣本調查，但由於國內並無完整母體資料清冊，故需透過多元管道進行母體名冊蒐集與過濾。本研究於 107 年 5 月完成母體名單蒐集，6 月底完成業者確認工作，自 7 月 1 日起以大宗掛號方式寄出調查問卷。

問卷回函催收工作於 107 年 8 月下旬展開，持續進行至 10 月底。本案行銷通路業者調查，共計發出 579 份問卷，回收 174 份有效問卷，問卷回收率為 30.1%。

表陸-1、「106 年行銷通路經營狀況調查」與「106 年實體書店經營狀況調查」問卷構面及核心指標

| 調查                | 指標構面  | 調查細項                                                                                                                                        |
|-------------------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 行銷通路業者<br>(含實體書店) | 組織結構  | 營業性質、經營型態                                                                                                                                   |
|                   | 人力僱用  | 正／兼職、性別、年資、學歷、年齡、外派人力、外籍人力、數位人力、職務人力及薪資與未來需求                                                                                                |
|                   | 業務概況  | 主要競爭對手、各語言圖書雜誌漫畫銷售占比                                                                                                                        |
|                   | 銷退概況  | 進貨折數、消費者折數、銷量最佳折扣數、平日和假日銷售差異、實體與網路書店銷售總冊數、各類圖書銷售數量比例與年度變化情形、退書率                                                                             |
|                   | 行銷概況  | 行銷費用及年度變化、定期／不定期舉辦活動、辦理活動種類                                                                                                                 |
|                   | 營收與展望 | 總收入與總支出、各項收入來源比例、各項支出項目比例、106 年經營情況、未來三年銷售與投資預期、未來三年臺灣整體出版販售市場預期、未來三年發展方向、海外投資出版產業之金額及經營型態與銷售通路、海外投資出版事業之經營情況及未來三年銷售與投資預期、未來三年海外投資計畫及行銷通路規劃 |
|                   | 網路書店  | 成立情況、平臺管理方式、網路書店特色、上架種數、販售類型比重與庫存管理情形、販售商品占營業額比例、國內外訂單銷售金額比率、消費者平均每次消費金額、網路書店營業額占整體比例、未來三年銷售與投資預期                                           |



| 調查 | 指標構面 | 調查細項                                                                                                                                       |
|----|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | 空間配置 | <p>【實體書店】全國分店數、書店賣場空間比例及平均陳列總冊（本）數、庫存管理情形</p> <p>【連鎖量販與超商總部】全國分店數、分店分部概況及數量變化、分店店面擁有方式及家數、分店書店類型及家數、平均營業面積、單店平均陳列冊數、占陳列空間面積最大種類、庫存管理情形</p> |
|    | 其他   | 對政府政策之建議                                                                                                                                   |

## 伍、資料處理

本年度辦理之出版產業行銷通路調查問卷回收率達三成，惟連鎖／加盟／量販／超商業者之回卷情況，因受部分分店數達 30 家以上之指標型連鎖書店無回覆問卷，故其部分統計結果可能與業界相關統計報告稍有落差，本研究僅就實際問卷回收情況呈現。

表陸-2、「106 年出版行銷通路調查」回卷樣本結構—單一／二手／獨立書店  
單位：家、%

| 資本額間距             | 母體（N=526） |       | 回卷業者（N=149） |       |
|-------------------|-----------|-------|-------------|-------|
|                   | 家數        | 占比    | 家數          | 占比    |
| 未滿 100 萬元         | 363       | 69.0% | 114         | 76.5% |
| 100 萬元～299 萬元     | 61        | 11.6% | 11          | 7.4%  |
| 300 萬元～499 萬元     | 20        | 3.8%  | 8           | 5.4%  |
| 500 萬元～999 萬元     | 31        | 5.9%  | 6           | 4.0%  |
| 1,000 萬元～3,999 萬元 | 29        | 5.5%  | 7           | 4.7%  |
| 4,000 萬元～0.99 億元  | 7         | 1.3%  | 1           | 0.7%  |
| 1 億元～4.99 億元      | 13        | 2.5%  | 2           | 1.3%  |
| 5 億元以上（含）         | 2         | 0.4%  | 0           | 0.0%  |

資料來源：本研究整理

表陸-3、「106 年出版行銷通路調查」回卷樣本結構－連鎖／加盟／量販／超商

單位：家、%

| 資本額間距             | 母體 (N=45) |       | 回卷業者 (N=23) |       |
|-------------------|-----------|-------|-------------|-------|
|                   | 家數        | 占比    | 家數          | 占比    |
| 未滿 100 萬元         | 10        | 22.2% | 10          | 43.5% |
| 100 萬元～299 萬元     | 5         | 11.1% | 4           | 17.4% |
| 300 萬元～499 萬元     | 3         | 6.7%  | 2           | 8.7%  |
| 500 萬元～999 萬元     | 5         | 11.1% | 3           | 13.0% |
| 1,000 萬元～3,999 萬元 | 5         | 11.1% | 0           | 0.0%  |
| 4,000 萬元～0.99 億元  | 2         | 4.4%  | 1           | 4.3%  |
| 1 億元～4.99 億元      | 3         | 6.7%  | 0           | 0.0%  |
| 5 億元以上 (含)        | 12        | 26.7% | 3           | 13.0% |

資料來源：本研究整理

表陸-4、「106 年出版行銷通路調查」回卷樣本結構－網路書店

單位：家、%

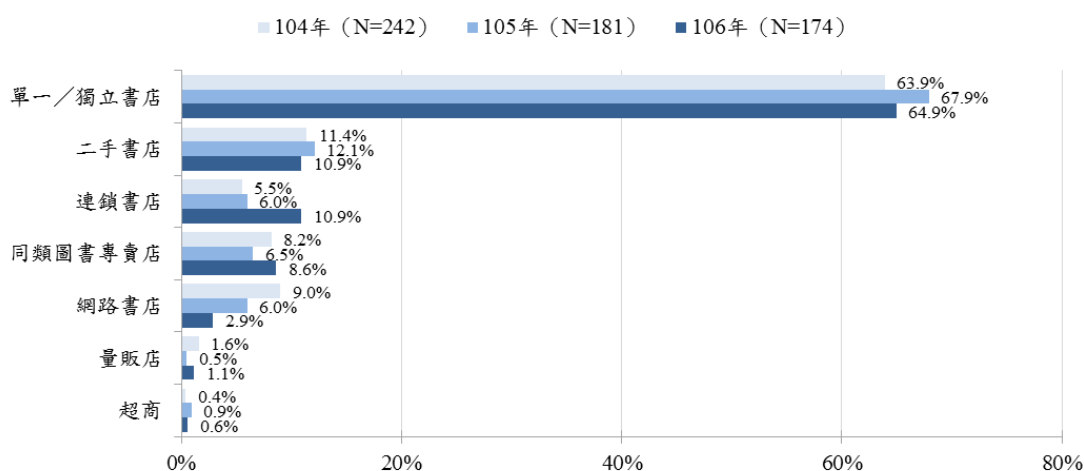
| 資本額間距             | 母體 (N=8) |       | 回卷業者 (N=3) |       |
|-------------------|----------|-------|------------|-------|
|                   | 家數       | 占比    | 家數         | 占比    |
| 未滿 100 萬元         | 0        | 0.0%  | 0          | 0.0%  |
| 100 萬元～299 萬元     | 0        | 0.0%  | 0          | 0.0%  |
| 300 萬元～499 萬元     | 1        | 12.5% | 1          | 33.3% |
| 500 萬元～999 萬元     | 2        | 25.0% | 0          | 0.0%  |
| 1,000 萬元～3,999 萬元 | 0        | 0.0%  | 0          | 0.0%  |
| 4,000 萬元～0.99 億元  | 1        | 12.5% | 0          | 0.0%  |
| 1 億元～4.99 億元      | 3        | 37.5% | 1          | 33.3% |
| 5 億元以上 (含)        | 1        | 12.5% | 1          | 33.3% |

資料來源：本研究整理

## 第二節 行銷通路業者組成概況

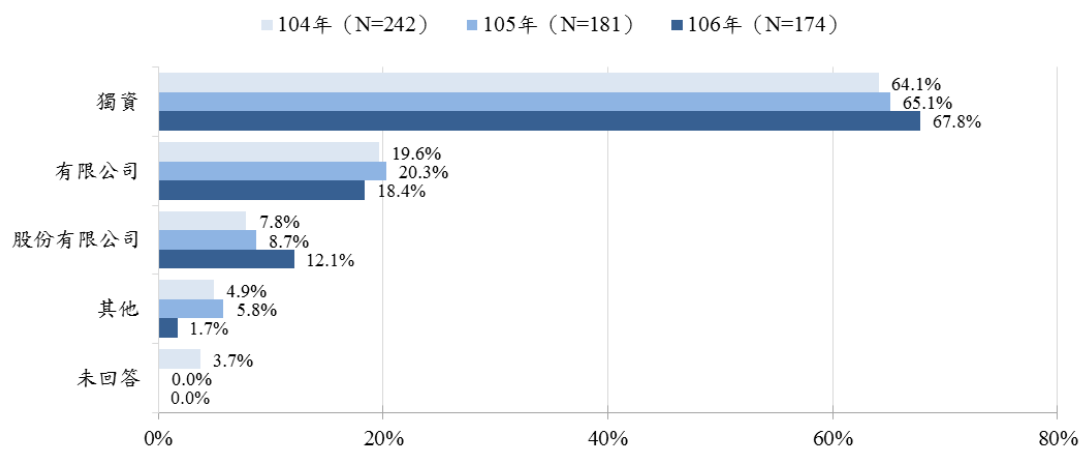
### 壹、組織結構

根據調查結果顯示，106 年出版行銷通路相關業者經營型態，64.9%行銷通路屬於單一／獨立書店、10.9%為二手書店、10.9%為連鎖書店、8.6%為同類圖書專賣店、2.9%為經營網路書店者、1.1%為量販店、0.6%為超商，無業者未填答本題項。【圖陸-1】



圖陸-1、行銷通路業者之經營型態

若從組織型態觀察，67.8%行銷通路為獨資、18.4%為有限公司、12.1%為股份有限公司，其他組織型態者約占 1.7%，無業者未回答。【圖陸-2】

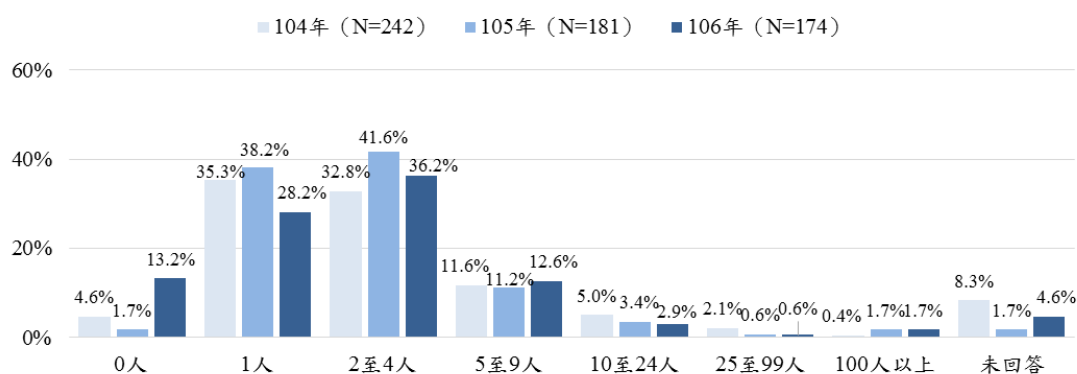


圖陸-2、行銷通路業者之公司型態

## 貳、人力僱用現況

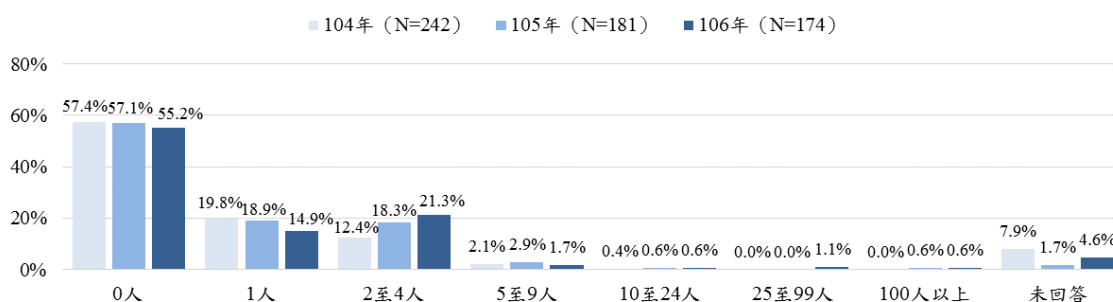
### 一、人力規模

概括而言，我國出版行銷通路業者僱用人力規模差異甚大，從正職人員規模來看，13.2%行銷通路業者未僱用正職人員，28.2%僅僱用 1 名正職員工，36.2%聘用 2 至 4 位正職人員，12.6%聘用 5 至 9 名，可推測共 90.2%之行銷通路業者屬於微型至中小型事業單位；另一方面，2.9%業者僱用 10 至 24 位正職人員，聘用 25 至 99 人與 100 人以上正職者之行銷通路則分別占 0.6%及 1.7%，未回答之業者占 4.6%。【圖陸-3】



圖陸-3、出版行銷通路之正職人力僱用規模

在兼職人員規模方面，出版行銷通路業者進用兼職人員情形較不普遍，55.2%業者未僱用兼職人力，14.9%聘用 1 名兼職人員，21.3%聘用 2 至 4 位，1.7%聘用 5 至 9 位。聘用 10 名以上兼職人員之行銷通路業者則占 2.3%。【圖陸-4】

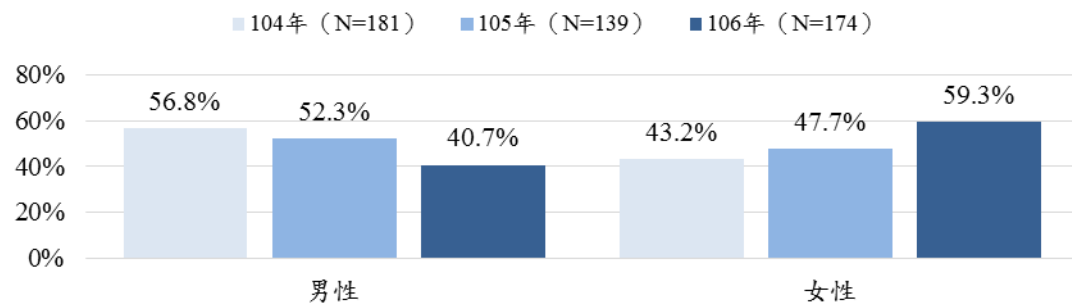


圖陸-4、出版行銷通路之兼職人力僱用規模

### 二、組成特性

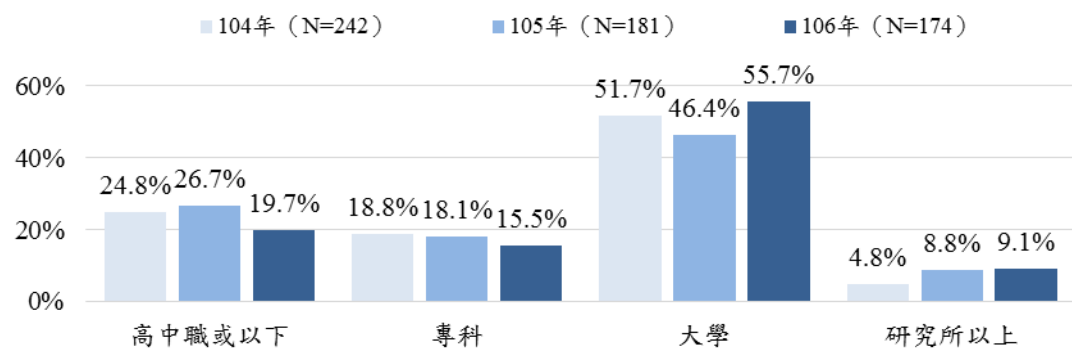
關於行銷通路正職人員性別結構，扣除產業調查問卷填寫資料缺漏者後統計，106 年出版行銷通路以女性從業人員居多，占整體 59.3%，男性則占 40.7%。

【圖陸-5】



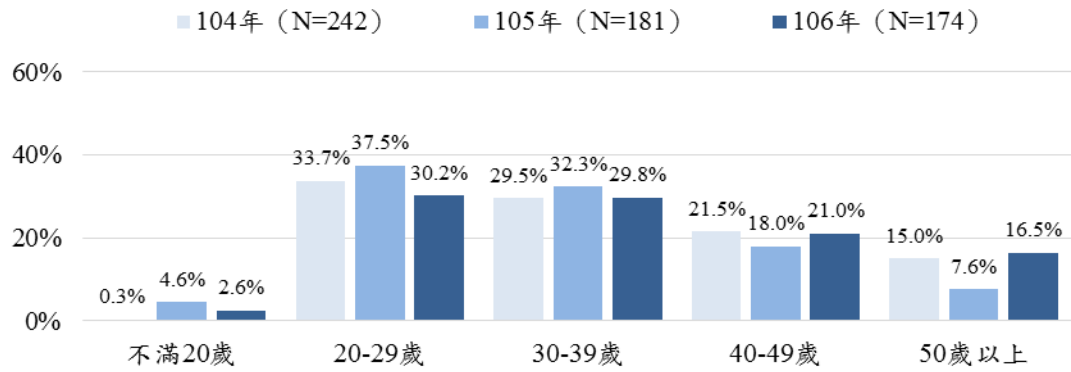
圖陸-5、出版行銷通路正職人員之性別結構

關於正職受雇者之學歷組成方面，根據調查結果顯示，我國 106 年行銷通路正職人員大多擁有於大學／專科學歷（共占 71.2%）。高中職或以下學歷者則占 19.7%，其中擁有研究所以以上學歷者占 9.1%。【圖陸-6】



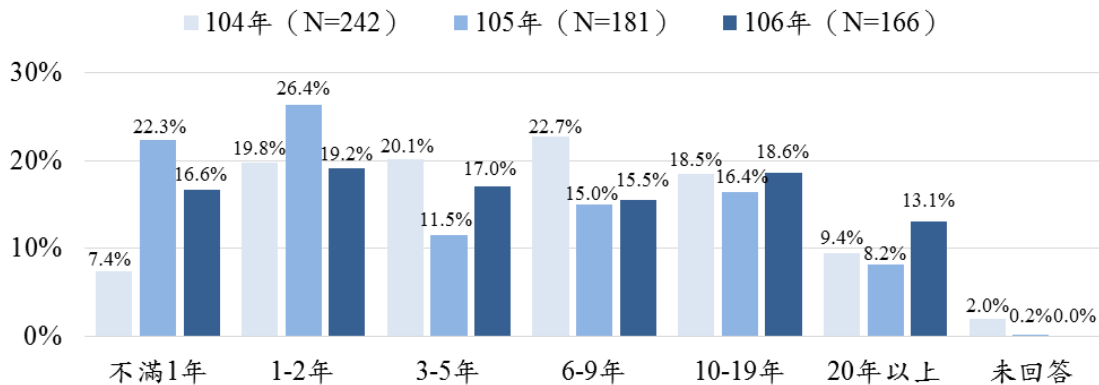
圖陸-6、出版行銷通路正職人員之學歷結構

關於正職受雇者整體年齡結構方面，106 年我國出版行銷通路正職從業人員以 20 至 29 歲及 30 至 39 歲之年輕族群與青壯年人口為構成主體（共占 60.0%），其中，30.2%受雇者介於 20 至 29 歲，29.8%介於 30 至 39 歲，40 至 49 歲及 50 歲以上從業人員則分占 21.0%與 16.5%。從上述可推測，我國出版行銷通路正職從業者年齡有逐漸升高的趨勢。【圖陸-7】



圖陸-7、出版行銷通路正職人員之年齡結構

在正職人員年資方面，16.6%出版行銷通路業者所僱用之正職人員服務不滿1年，19.2%人員平均年資為1年以上不滿3年者，17.0%人員為年資3年以上不滿5年者，15.5%人員平均年資為6年至9年者，合計有68.3%出版行銷通路業者之正職員工服務年資為未滿10年；另一方面，18.6%業者僱用員工平均年資10年以上而未滿20年者，13.1%員工年資已逾20年，可推測出版行銷通路正職從業人員之年資逐漸朝資深員工發展。此外，5.3%的業者則未回答。【圖陸-8】



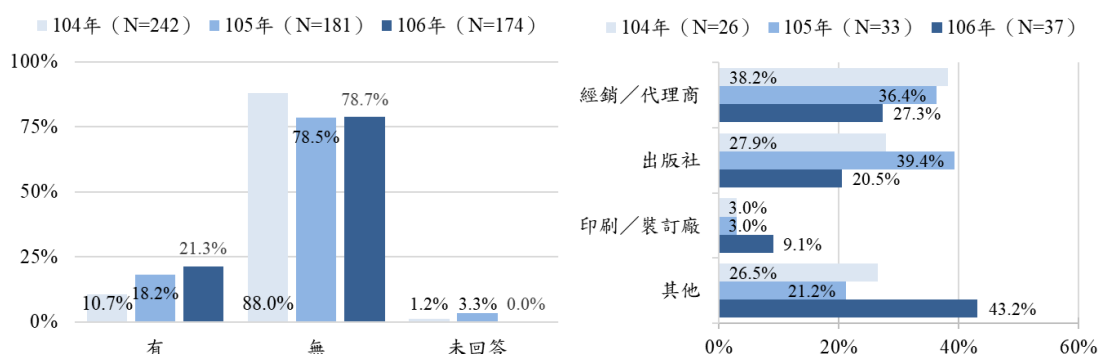
圖陸-8、出版行銷通路之正職人員年資分布

### 第三節 出版行銷通路產業概況

#### 壹、出版行銷通路經營模式

##### 一、兼營產業

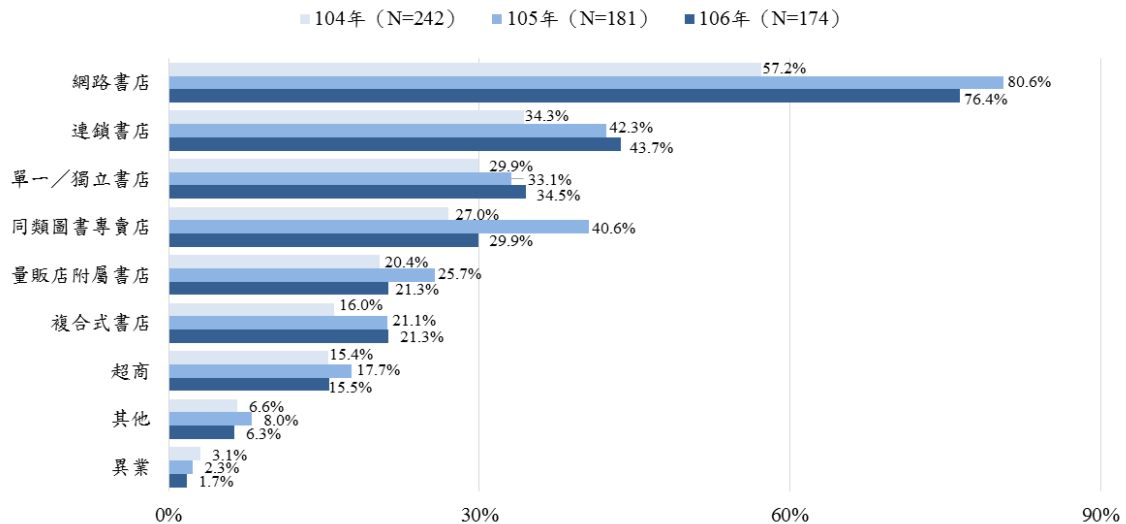
根據調查結果發現，在所有回覆的出版行銷通路業者中，有 21.3%業者表示其正兼營「圖書中、上游產業」相關與其他業態之企業與業務，78.7%業者則未進行相關產業或跨產業鏈之經營【圖陸-9】；在兼營相關產業業者當中，27.3%者經營出版社、20.5%者兼營經銷商或代理商、9.1%者兼營印刷廠與裝訂廠，以及 43.2%者兼營其他業務。【圖陸-9】



圖陸-9、出版行銷通路業者有無產業鏈兼營情形與其兼營類別

##### 二、主要競爭對手評估

根據調查結果，出版行銷通路業者評估當前主要競爭對手，高達 76.4%之出版行銷通路業者認為網路書店對其威脅最大，其次依序為連鎖書店 (43.7%)、單一/獨立書店 (34.5%)、同類圖書專賣店 (29.9%)、量販店附屬書店 (21.3%)、複合式書店 (21.3%)、超商 (15.5%)，以及其他 (6.3%)。此外，另有 1.7%者認為異業為其競爭對手。【圖陸-10】



註：可複選

圖陸-10、出版行銷通路業者主要競爭對手評估

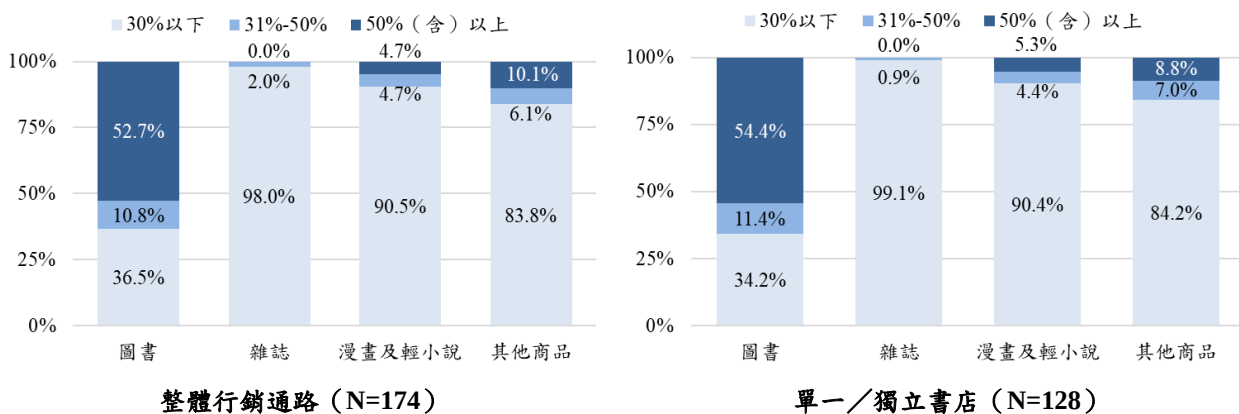
## 貳、圖書、雜誌與漫畫業務概況

### 一、銷售業務概況

我國出版行銷通路業者之「圖書」銷售金額占公司主要營業額占比方面，就整體行銷通路而言，106 年有 36.5%業者之圖書銷售金額占比低於百分之三十(105 年 32.3%)，10.8%業者介於三成至五成之間（105 年 9.0%），52.7%業者超過五成（105 年 58.7%）。整體來看，圖書銷售收入占行銷通路業者營收比重呈微幅降低。

【圖陸-11】

進一步篩選與檢視業者回卷，完全仰賴圖書銷售（即圖書銷售占 100.0%）之出版行銷通路業者比重為 17.2%，其相對 105 年略有成長（15.5%）。另可觀察到，當前出版行銷通路業者，為擴展收入來源，大多已兼販售雜誌或其他商品與服務。





圖陸-11、圖書與雜誌銷售金額占出版行銷通路單位全部營業額比率分布情形

本研究進一步針對單一／獨立書店部分進行探討，統計結果顯示，106 年有 34.2%非連鎖體系通路業者之圖書銷售金額占比低於百分之三十，11.4%者介於三成至五成之間，54.4%者超過五成。整體來看，單一／獨立書店業者之圖書銷售收入情況略優於整體行銷通路業者，進一步篩選與檢視業者回卷，完全仰賴圖書銷售之單一／獨立書店業者比重為 19.5%，亦略高於整體行銷通路業者（17.2%）。

【圖陸-11】

在圖書、雜誌與漫畫銷售之各語言銷售概況方面，就圖書而言，106 年以本國圖書（繁體中文）所占比率最高，達 88.2%（105 年為 88.9%），英文書籍占 5.6%（105 年為 6.6%），中國大陸圖書（簡體中文）占 2.9%（105 年為 1.4%），日文書籍占 2.7%（105 年為 2.6%），其他外文書籍則占 0.7%（105 年為 0.4%）。【表陸-5】

雜誌方面，106 年同樣以本國雜誌（繁體中文）占比最高，達 86.7%（105 年 91.2%），英文占 8.3%（105 年 4.8%），日文占 4.5%（105 年 3.4%），其他外文占 0.2%（105 年 0.1%），中國大陸雜誌（簡體中文）則占 0.4%（105 年 0.4%）。【表陸-5】

漫畫方面，106 年同樣以本國漫畫（繁體中文）占比 92.6%最高，日文占 6.9%、英文占 0.4%、中國大陸（簡體中文）漫畫占 0.1%，其他外文漫畫則趨近於零。【表陸-5】

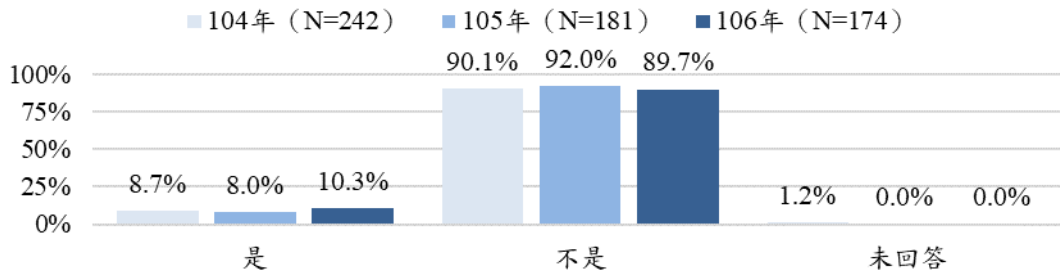
表陸-5、出版行銷通路各類語言圖書銷售情形

單位：%（104 年 N=209；105 年 N=181；106 年 N=132）

| 編號 | 語言類別 | 各語言圖書銷售金額<br>占圖書銷售金額比率 |        |        | 各語言雜誌銷售金額<br>占雜誌銷售金額比率 |        |        | 各語言漫畫銷售金額<br>占雜誌銷售金額比率 |        |        |
|----|------|------------------------|--------|--------|------------------------|--------|--------|------------------------|--------|--------|
|    |      | 104 年                  | 105 年  | 106 年  | 104 年                  | 105 年  | 106 年  | 104 年                  | 105 年  | 106 年  |
| 1  | 繁體中文 | 84.7%                  | 88.9%  | 88.2%  | 88.5%                  | 91.2%  | 86.7%  | 96.9%                  | 99.1%  | 92.6%  |
| 2  | 簡體中文 | 2.5%                   | 1.4%   | 2.9%   | 0.3%                   | 0.4%   | 0.4%   | 0.1%                   | 0.0%   | 0.1%   |
| 3  | 英文   | 9.3%                   | 6.6%   | 5.6%   | 9.0%                   | 4.8%   | 8.3%   | 0.6%                   | 0.2%   | 0.4%   |
| 4  | 日文   | 2.6%                   | 2.6%   | 2.7%   | 2.0%                   | 3.4%   | 4.5%   | 3.7%                   | 0.7%   | 6.9%   |
| 5  | 其他外文 | 0.8%                   | 0.4%   | 0.7%   | 0.3%                   | 0.1%   | 0.2%   | 0.0%                   | 0.0%   | 0.0%   |
| 合計 |      | 100.0%                 | 100.0% | 100.0% | 100.0%                 | 100.0% | 100.0% | 100.0%                 | 100.0% | 100.0% |

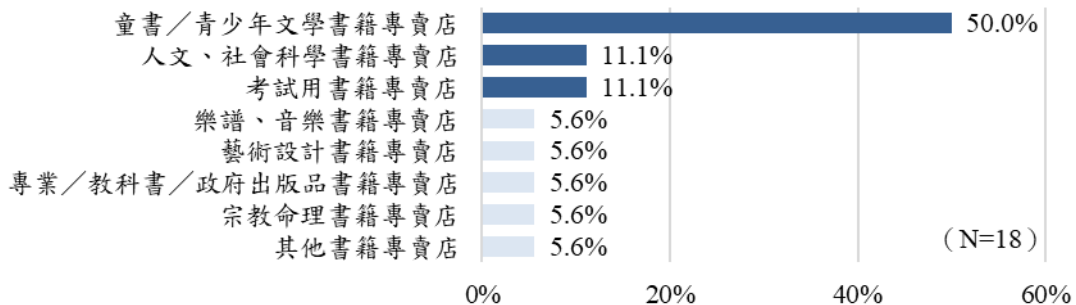
## 二、經營業務概況

根據調查結果，有 10.3%出版行銷通路業者表示其屬於某類圖書專賣店，89.7%業者則表示其非屬特定圖書專賣店，無業者未回答。【圖陸-12】



圖陸-12、是否為某類圖書專賣店

在某類圖書專賣店當中，特定銷售書籍種類以童書／青少年文學書籍比率較高（50.0%），其次為人文、社會科學書籍專賣店與考試用書專賣店（皆 11.1%），再其次則為樂譜／音樂書籍專賣店、藝術設計書籍專賣店、專業／教科書／政府出版品書籍專賣店、宗教命理書籍專賣店，以及其他書籍專賣店等五類，皆占 5.6%。【圖陸-13】



圖陸-13、特定類型書店的主要銷售圖書類別

## 三、圖書及雜誌銷售折數與退書情形

在出版行銷通路業者之圖書銷售方面，據提供具體數據之業者資料統計，106年平均進書折扣為六七折（眾數進書折扣為七折）；平均銷貨折扣為八五折（眾數銷貨折扣為九折）；平均銷售最佳折扣八二折（眾數銷售最佳折扣為九折）。【表陸-6】

表陸-6、近三年圖書行銷通路進書及銷售折扣

單位：折（104 年 N=242；105 年 N=181；106 年 N=174）

| 項 目   | 進書折扣         | 銷售折扣         | 銷售最佳折扣       |
|-------|--------------|--------------|--------------|
| 104 年 | 7.0 折（6.8 折） | 9.0 折（8.2 折） | 7.9 折（7.4 折） |
| 105 年 | 7.0 折（6.6 折） | 9.0 折（8.4 折） | 7.9 折（7.5 折） |
| 106 年 | 7.0 折（6.7 折） | 9.0 折（8.5 折） | 9.0 折（8.2 折） |

註：括弧外為眾數，括弧內為平均數

在出版行銷通路業者之雜誌銷售方面，據提供具體數據之業者資料統計，106 年出版行銷通路業者平均進書折扣為七折（眾數進書折扣為七折）；平均銷貨折扣為九折（眾數銷貨折扣為九折）；平均銷售最佳折扣為八八折（眾數銷售最佳折扣為九折）。【表陸-7】

表陸-7、近三年雜誌行銷通路進書及銷售折扣

單位：折（104 年 N=209；105 年 N=181；106 年 N=174）

| 項 目   | 進書折扣         | 銷售折扣         | 銷售最佳折扣       |
|-------|--------------|--------------|--------------|
| 104 年 | 8.0 折（7.4 折） | 9.0 折（8.2 折） | 9.0 折（7.8 折） |
| 105 年 | 8.0 折（7.3 折） | 9.0 折（8.5 折） | 9.0 折（8.4 折） |
| 106 年 | 7.0 折（7.1 折） | 9.0 折（9.1 折） | 9.0 折（8.8 折） |

註：括弧外為眾數，括弧內為平均數

在出版行銷通路業者之漫畫銷售方面，根據提供具體數據之業者資料統計，106 年出版行銷通路業者平均進書折扣為六八折（眾數進書折扣為七折）；平均銷貨折扣為八六折（眾數銷貨折扣為九折）；平均銷售最佳折扣為八三折（眾數銷售最佳折扣為九折）。【表陸-8】

表陸-8、近三年漫畫行銷通路進書及銷售折扣

單位：折（104 年 N=209；105 年 N=181；106 年 N=132）

| 項 目   | 進書折扣         | 銷售折扣         | 銷售最佳折扣       |
|-------|--------------|--------------|--------------|
| 104 年 | 7.5 折（6.5 折） | 9.0 折（7.5 折） | 9.0 折（7.0 折） |
| 105 年 | 7.5 折（6.8 折） | 9.0 折（8.3 折） | 9.0 折（8.0 折） |
| 106 年 | 7.0 折（6.8 折） | 9.0 折（8.6 折） | 9.0 折（8.3 折） |

註：括弧外為眾數，括弧內為平均數

在出版行銷通路業者之退書率方面，106 年圖書平均退書率為 42.8%(105 年為 40.4%)，雜誌平均退書率為 47.4%(105 年為 47.9%)，漫畫平均退書率為 43.5%(105 年為 44.0%)。綜合觀察，整體退書率略有增加。【表陸-9】

表陸-9、近三年出版行銷通路平均退書率

單位：%

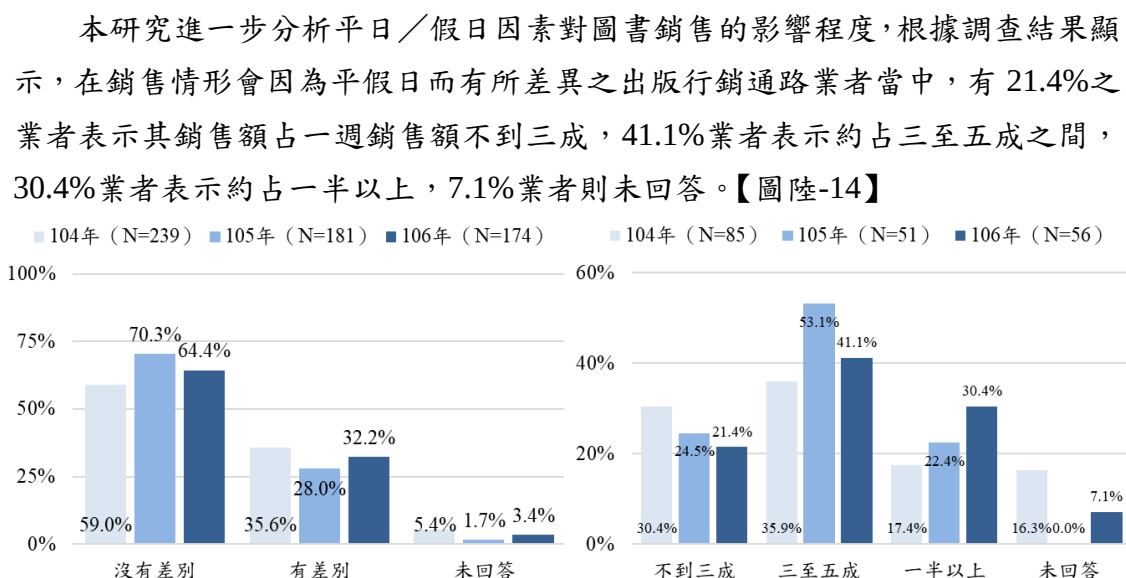
| 年度                 | 圖書    | 雜誌    | 漫畫    |
|--------------------|-------|-------|-------|
| 104 年平均退書率 (N=242) | 37.9% | 45.3% | 44.1% |
| 105 年平均退書率 (N=181) | 40.4% | 47.9% | 44.0% |
| 106 年平均退書率 (N=174) | 42.8% | 47.4% | 43.5% |

整體而言，我國各類書籍退書類相對呈現走高趨勢，此或與新書產品生命週期有關。根據業者回卷結果統計，106 年單本新書平均架上陳列天數為 95.1 天，略低於 105 年的 97.2 天。

#### 四、圖書、雜誌與漫畫之銷售與時機

##### (一) 銷售時機

調查圖書、雜誌與漫畫等行銷通路是否因日平日或假日之因素而影響圖書銷售情形，根據調查結果顯示，有 32.2%行銷通路業者表示圖書銷售狀況會因平日與假日之因素而有所不同，64.4%則表示不會因平日／假日而有所差別，3.4%行銷通路業者未回答。【圖陸-14】



圖陸-14、出版通路業者是否因假日而有業績差別，及其業績差異程度

## （二）圖書及雜誌銷售量

各類型出版行銷通路業者，會因經營理念、目標影響其店面空間配置與選書風格，尤以單一／獨立書店業者相對多數銷售書籍之連鎖體系店鋪呈現差異性經營策略與書籍分類邏輯。故本研究概分連鎖體系書店與單一／獨立書店兩群體進行各類書籍銷售量之觀察。

從近三年連鎖體系書店之各類書籍銷售金額來看，僅就有具體統計出版行銷通路業者所提供數據分析，106 年度銷售書籍以漫畫類書籍之占比最高（19.8%），其次為童書／青少年文學（16.6%）與考試用書（8.4%）。其他類型，依序為輕小說（7.7%）、文學小說（6.6%）、電腦資訊（6.2%）、專業／教科書／政府出版品（5.2%）、心理勵志（4.4%）、商業理財（3.8%）、語言學習（3.5%）、旅遊（3.5%）、醫療保健（3.5%）、飲食（2.1%）、生活風格（2.1%）、宗教命理（1.7%）、藝術設計（1.6%）、親子教養（1.5%）、人文史地（0.9%）、社會科學（0.4%）、其他（0.4），以及自然科普（0.3%）等。【表陸-10】

表陸-10、近三年連鎖體系書店各類書籍銷售金額比率

單位：%

| 編號 | 圖書類型         | 年度            |              |              |
|----|--------------|---------------|--------------|--------------|
|    |              | 104 年 (N=242) | 105 年 (N=32) | 106 年 (N=22) |
| 1  | 社會科學         | 5.6%          | 1.8%         | 0.4%         |
| 2  | 人文史地         |               |              | 0.9%         |
| 3  | 藝術設計         | 5.6%          | 2.9%         | 1.6%         |
| 4  | 專業/教科書/政府出版品 | -             | -            | 5.2%         |
| 5  | 文學小說         | 13.1%         | 17.1%        | 6.6%         |
| 6  | 漫畫           | 8.6%          | 17.2%        | 19.8%        |
| 7  | 語言學習         | 3.8%          | 3.8%         | 3.5%         |
| 8  | 考試用書         | 9.7%          | 3.3%         | 8.4%         |
| 9  | 商業理財         | 5.8%          | 10.1%        | 3.8%         |
| 10 | 心理勵志         | 8.8%          | 5.0%         | 4.4%         |
| 11 | 宗教命理         |               |              | 1.7%         |
| 12 | 飲食           | 4.3%          | 4.1%         | 2.1%         |
| 13 | 生活風格         |               |              | 2.1%         |
| 14 | 旅遊           |               |              | 3.5%         |
| 15 | 自然科普         | 2.3%          | 1.2%         | 0.3%         |
| 16 | 電腦資訊         | 3.2%          | 2.2%         | 6.2%         |
| 17 | 童書/青少年文學     | 12.6%         | 16.1%        | 16.6%        |
| 18 | 親子教養         | 1.8%          | 4.5%         | 1.5%         |
| 19 | 醫療保健         | 4.0%          | 5.0%         | 3.5%         |
| 20 | 輕小說          | 4.5%          | 4.5%         | 7.7%         |
| 21 | 其他           | 6.2%          | 1.2%         | 0.4%         |

註：1. 104 年數據為各類書籍銷售數量比率，且為整體行銷通路調查之數據，即連鎖體系書店與單一／獨立書店兩群體之加總。

2. 因受我國連鎖書店分店數於 106 年達 40 家以上之部分指標型業者無回覆問卷，故此統計結果可能與業界相關統計報告稍有落差，本研究僅就實際問卷回收情況呈現。

在 106 年單一／獨立書店各類書籍銷售金額方面，僅就有具體統計出版行銷通路業者所提供數據分析，前三大銷售金額之圖書類型分別為考試用書(14.0%)、童書／青少年文學(10.9%)，以及文學小說(7.4%)。其他類型則依序為漫畫(7.3%)、專業／教科書／政府出版品(6.6%)、人文史地(6.1%)、宗教命理

(5.3%)、親子教養(4.3%)、醫療保健(4.0%)、飲食(3.8%)、旅遊(3.7%)、藝術設計(3.5%)、社會科學(3.4%)、心理勵志(3.4%)、輕小說(3.2%)、自然科普(3.1%)、生活風格(2.8%)、商業理財(2.4%)、語言學習(2.1%)、電腦資訊(1.4%)，以及其他(1.2%)等。【表陸-11】

表陸-11、近三年單一／獨立書店各類書籍銷售金額比率

單位：%

| 編號 | 圖書類型         | 年度          |               |               |
|----|--------------|-------------|---------------|---------------|
|    |              | 104 年 (未統計) | 105 年 (N=143) | 106 年 (N=128) |
| 1  | 社會科學         | -           | 7.0%          | 3.4%          |
| 2  | 人文史地         | -           |               | 6.1%          |
| 3  | 藝術設計         | -           | 5.3%          | 3.5%          |
| 4  | 專業/教科書/政府出版品 | -           | -             | 6.6%          |
| 5  | 文學小說         | -           | 9.3%          | 7.4%          |
| 6  | 漫畫           | -           | 10.5%         | 7.3%          |
| 7  | 語言學習         | -           | -             | 2.1%          |
| 8  | 考試用書         | -           | 14.3%         | 14.0%         |
| 9  | 商業理財         | -           | 3.9%          | 2.4%          |
| 10 | 心理勵志         | -           | 10.5%         | 3.4%          |
| 11 | 宗教命理         | -           |               | 5.3%          |
| 12 | 飲食           | -           | 4.8%          | 3.8%          |
| 13 | 生活風格         | -           |               | 2.8%          |
| 14 | 旅遊           | -           |               | 3.7%          |
| 15 | 自然科普         | -           | 3.8%          | 3.1%          |
| 16 | 電腦資訊         | -           | 2.4%          | 1.4%          |
| 17 | 童書/青少年文學     | -           | 15.0%         | 10.9%         |
| 18 | 親子教養         | -           |               | 4.3%          |
| 19 | 醫療保健         | -           | 6.0%          | 4.0%          |
| 20 | 輕小說          | -           | -             | 3.2%          |
| 21 | 其他           | -           | 7.2%          | 1.2%          |

連鎖體系書店之雜誌銷售金額方面，106 年度以語言教育(29.6%)比重最高，其次為動漫電玩(10.1%)與財經企管(8.2%)。其他類型，則依序為流行時尚(8.1%)、休閒嗜好(5.4%)、汽車機車(5.0%)、健康醫療(4.7%)、旅遊情報

(4.3%)、家庭親子 (4.2%)、影視偶像 (3.0%)、運動競技 (2.9%)、新聞資訊 (2.5%)、國防軍事 (2.4%)、藝術設計 (2.1%)、自然科學 (1.6%)、電腦網路 (1.5%)、音樂音響 (1.2%)、建築裝潢 (1.0%)、相機攝影 (0.9%)、人社史地 (0.8%)、宗教信仰 (0.4%)，以及其他 (0.2%)。【表陸-12】

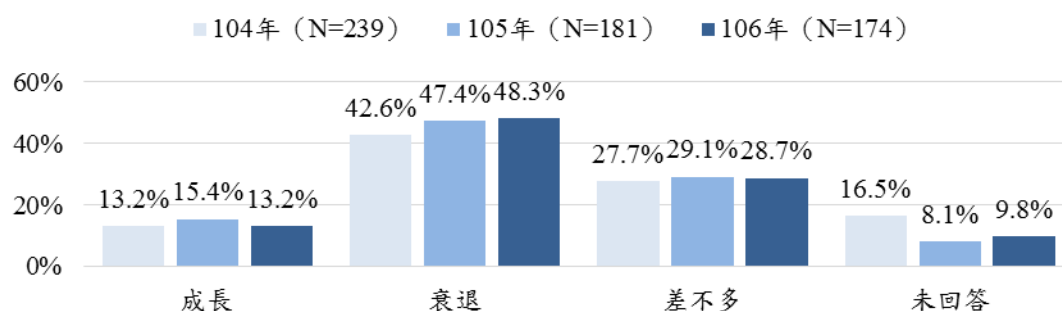
表陸-12、近三年連鎖體系書店各類雜誌銷售金額比率

單位：%

| 編號 | 圖書類型 | 年度            |              |              |
|----|------|---------------|--------------|--------------|
|    |      | 104 年 (N=242) | 105 年 (N=32) | 106 年 (N=22) |
| 1  | 財經企管 | 9.3%          | 10.8%        | 8.2%         |
| 2  | 旅遊情報 | 4.3%          | 7.2%         | 4.3%         |
| 3  | 流行時尚 | 6.5%          | 10.6%        | 8.1%         |
| 4  | 健康醫療 | 4.2%          | 3.8%         | 4.7%         |
| 5  | 影視偶像 | 5.6%          | 3.9%         | 3.0%         |
| 6  | 電腦網路 | 2.5%          | 1.9%         | 1.5%         |
| 7  | 新聞資訊 | 3.0%          | 3.0%         | 2.5%         |
| 8  | 人社史地 | 7.0%          | 5.8%         | 0.8%         |
| 9  | 休閒嗜好 | 5.5%          | 4.1%         | 5.4%         |
| 10 | 運動競技 | -             | 2.5%         | 2.9%         |
| 11 | 汽車機車 | 5.4%          | 5.4%         | 5.0%         |
| 12 | 自然科學 | 2.7%          | 1.5%         | 1.6%         |
| 13 | 動漫電玩 | -             | 5.8%         | 10.1%        |
| 14 | 宗教信仰 | 5.7%          | 2.2%         | 0.4%         |
| 15 | 藝術設計 | 5.9%          | 4.5%         | 2.1%         |
| 16 | 家庭親子 | 5.4%          | 4.1%         | 4.2%         |
| 17 | 語言教育 | 12.3%         | 11.4%        | 29.6%        |
| 18 | 音樂音響 | 2.3%          | 1.4%         | 1.2%         |
| 19 | 國防軍事 | -             | 2.1%         | 2.4%         |
| 20 | 建築裝潢 | 1.9%          | 3.2%         | 1.0%         |
| 21 | 相機攝影 | 1.3%          | 1.6%         | 0.9%         |
| 22 | 其他   | 9.0%          | 3.6%         | 0.2%         |

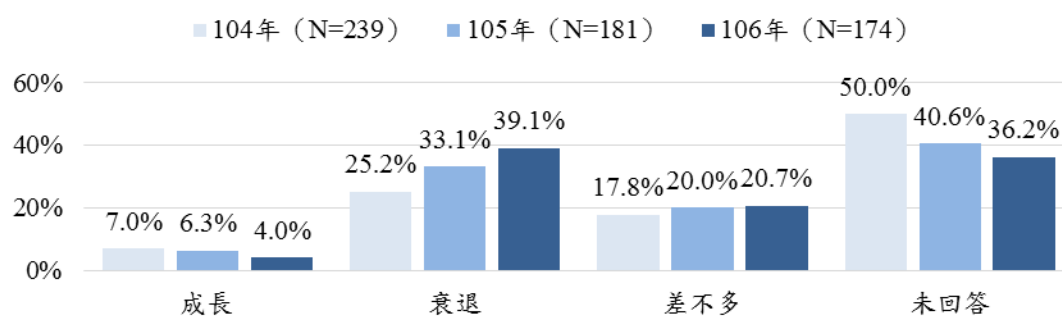


整體而言，與 105 年相比，48.3%之出版行銷通路業者認為 106 年圖書銷售狀況有所衰退，28.7%業者認為相差無幾，13.2%業者則認為有所成長。【圖陸-15】



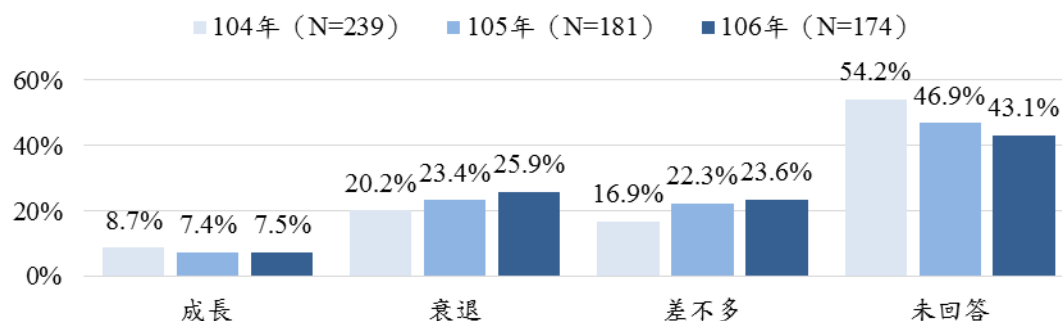
圖陸-15、與前一年相比的圖書銷售狀況

就雜誌而言，與 105 年相比，39.1%行銷通路業者認為 106 年雜誌銷售狀況較為衰退，20.7%業者則認為銷售維持相同水準，4.0%業者認為銷售狀況轉佳而有所成長。【圖陸-16】



圖陸-16、與前一年相比的雜誌銷售狀況

在漫畫書籍方面，25.9%出版行銷通路業者認為 106 年漫畫銷售狀況較 105 年衰退，23.6%業者認為銷售狀況相差無幾，7.5%業者則主張銷售相對有所成長。【圖陸-17】

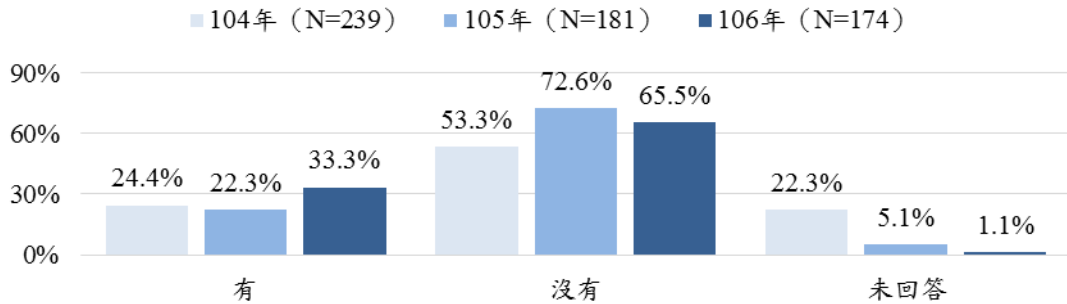


圖陸-17、與前一年相比的漫畫銷售狀況

## 五、圖書及雜誌行銷概況

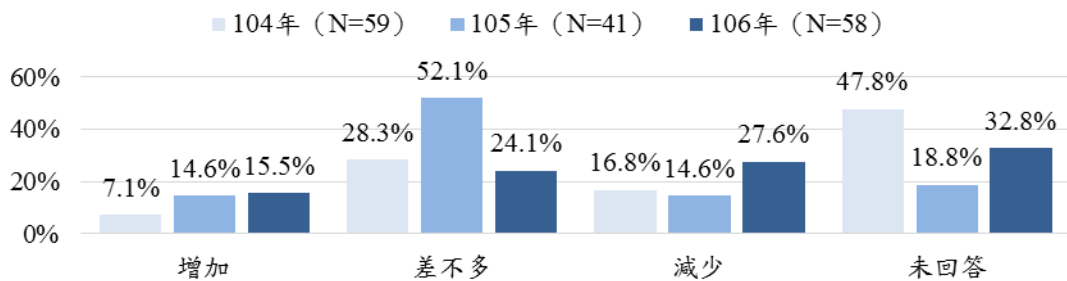
### (一) 行銷費用

根據調查結果，106 年 33.3% 出版行銷通路業者表示其有投入行銷費用（105 年為 22.3%），65.5% 業者則表示無投入行銷費用（105 年為 72.6%），1.1% 業者未回答此題項。【圖陸-18】



圖陸-18、出版行銷通路投入行銷費用情形

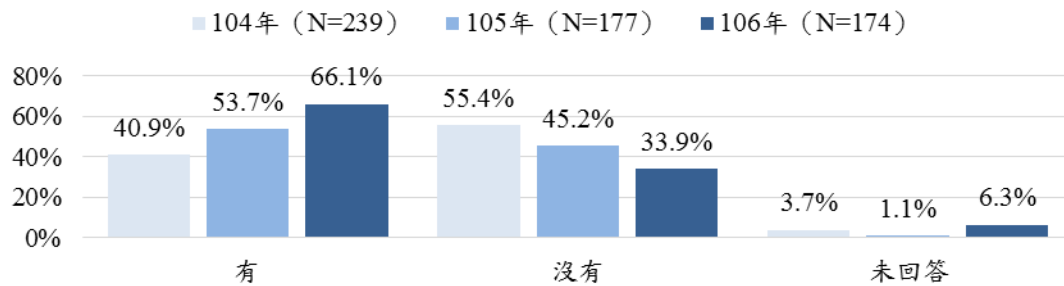
僅就有具體統計出版行銷通路業者所提供數據分析，106 年與前一年（105 年）相比，有 15.5% 出版行銷通路業者表示其所投入之行銷費用有所成長，24.1% 業者認為投入費用較前一年差不多，27.6% 業者表示減少。【圖陸-19】



圖陸-19、年度行銷費用的增減情形

### (二) 行銷活動

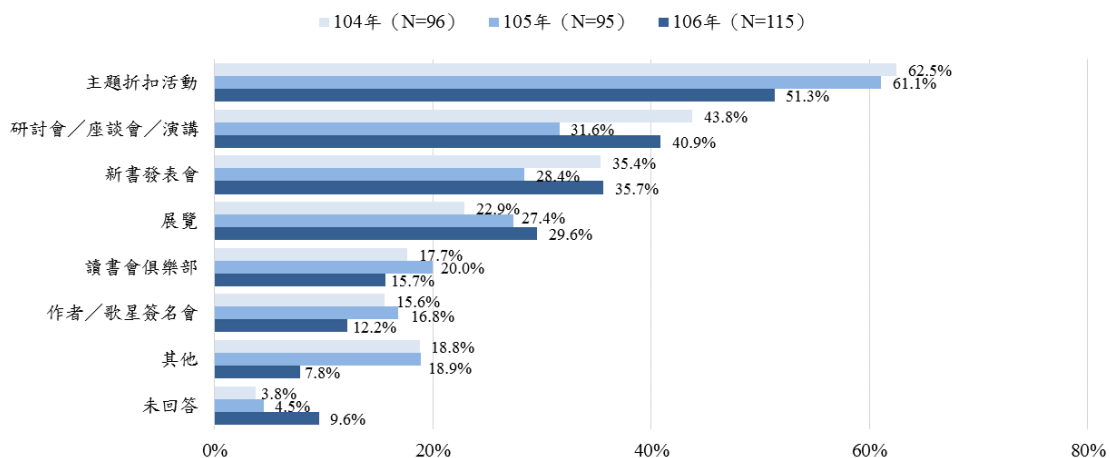
根據調查結果顯示，106 年有 66.1% 出版行銷通路業者表示其曾辦理過宣傳或活動與讀者保持互動，相較 105 年（53.7%）比重明顯有所提升；有 33.9% 業者則表示近一年未曾辦理過相關活動，相較於 105 年有 45.2% 業者未辦理行銷活動的情況亦有所減少。【圖陸-20】



圖陸-20、出版行銷通路舉辦宣傳活動情形

辦理宣傳活動之行銷通路業者，以策劃「有主題之折扣活動（如週年慶、特殊節日等）」比率最高（51.3%），其次是「研討會／座談會／演講」（40.9%），再依次為「新書發表會」（35.7%）、「展覽」（29.6%）、「讀書會俱樂部」（15.7%）、「作者／歌星簽名會」（12.2%），以及其他（7.8%）等類型之活動。【圖陸-21】

整體而言，106 年除「主題之折扣活動」、「讀書會俱樂部」、「作者／歌星簽名會」、「其他」外，其餘各類型活動辦理比重均有所提升，顯示業者與消費者互動型態愈趨多元化發展。



註：可複選

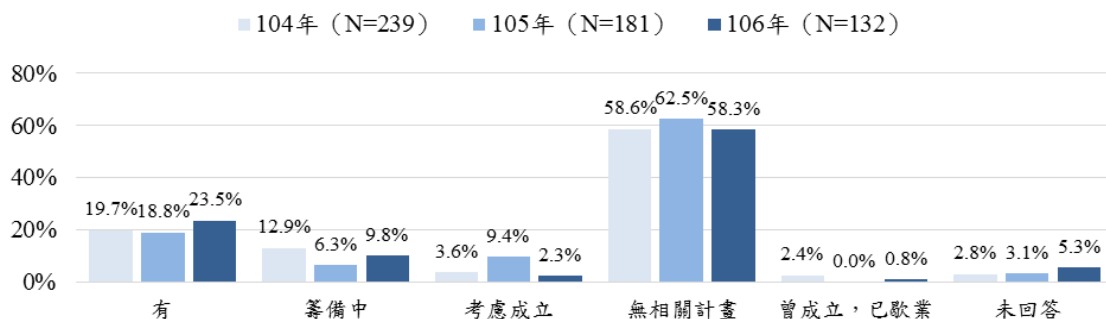
圖陸-21、出版行銷通路辦理行銷活動類型

## 參、出版行銷通路網路書店（廣義）經營情形

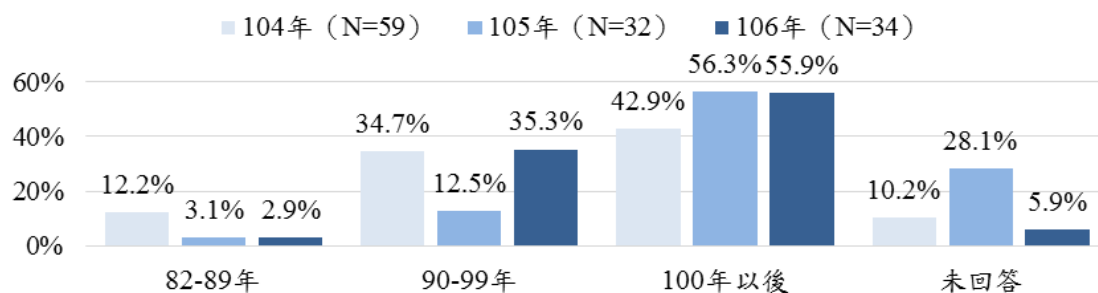
### 一、網路書店（廣義）設置情形與成立時間

關於出版行銷通路業者經營網路書店情形，根據調查結果發現，有 23.5% 業者表示其有經營網路書店，58.3% 業者表示目前未經營且亦無此計畫；目前籌備中或考慮成立者分別占 9.8% 與 2.3%；曾成立網路書店，但已歇業者則有 0.8%；未回答者占 5.3%。【圖陸-22】

進一步分析目前正經營網路書店之業者，其成立網路書店之年份始自民國 82 年，2.9%業者於民國 82 至 89 年間設置，35.3%業者為民國 90 至 99 年成立，民國 100 年以後方經營者占 55.9%，5.9%業者則未回答。【圖陸-23】



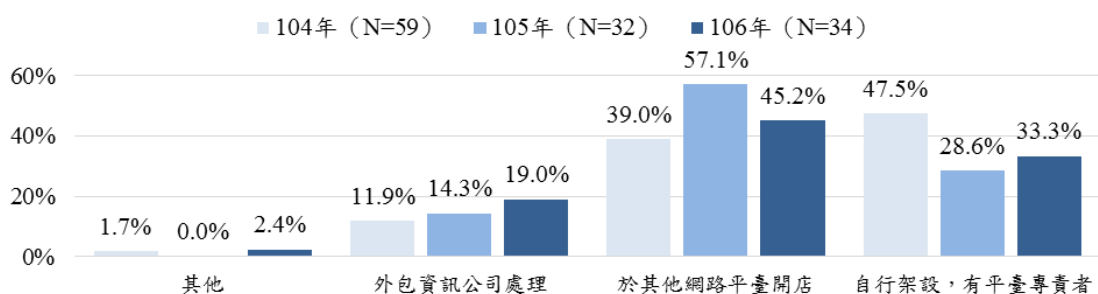
圖陸-22、出版行銷通路業者經營網路書店情形



圖陸-23、出版行銷通路業者網路書店成立年份

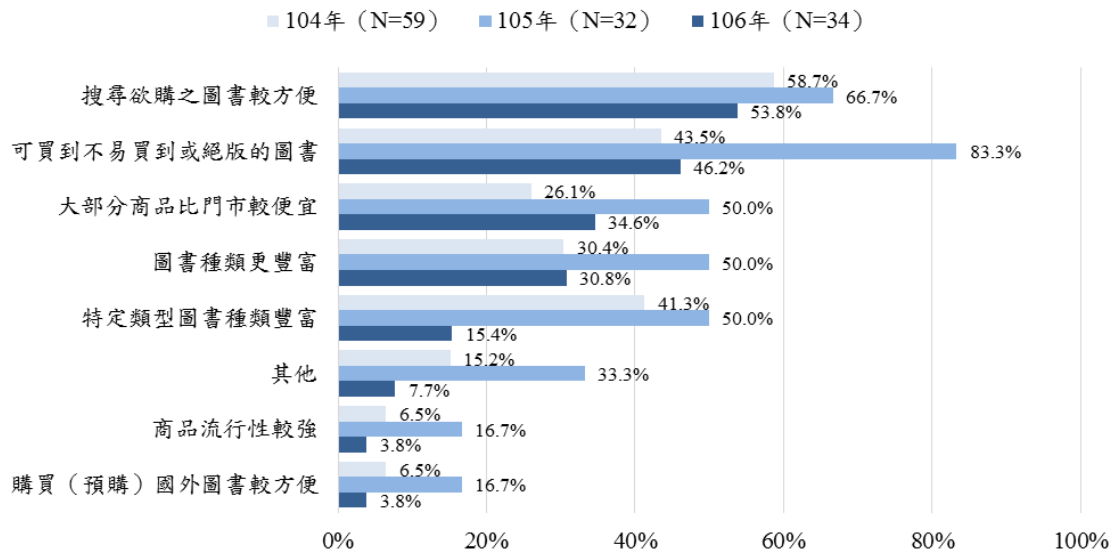
## 二、網路書店（廣義）經營概況

已成立網路書店之行銷通路業者，其管理方式以「於其他公司之網路平臺上開店（如拍賣、商城等）」居多（45.2%），其次是「自行架設，公司設有專門負責平臺管理的人員」（33.3%），再其次為「外包給資訊公司架設及管理」（19.0%）。【圖陸-24】



圖陸-24、出版行銷通路業者網路書店平臺管理方式

相對於實體店面業者，有經營網路書店之行銷通路業者認為其最具特色的是「搜尋欲購之圖書較方便」(53.8%)，其次為「可買到不易買到或絕版的圖書」(46.2%)，再其次則為「大部分商品比門市較便宜」(34.6%)。【圖陸-25】



註：可複選

圖陸-25、網路書店具有的特色

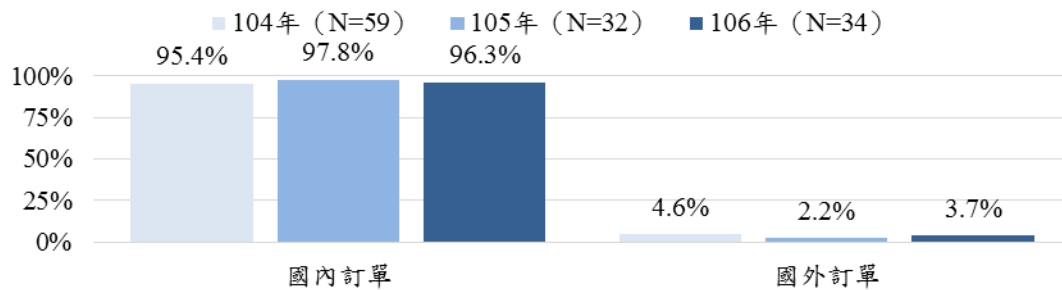
僅就提供具體數據之業者進行分析，其網路書店上架情況，106 年網路書店之圖書平均上架種數為 40,982 種、雜誌為 471 本、漫畫則為 1,330 冊，皆較 105 年之平均有所減少。【表陸-13】

表陸-13、出版行銷通路之網路書店平均上架數

單位：種、本、冊 (104 年 N=59；105 年 N=32；106 年 N=34)

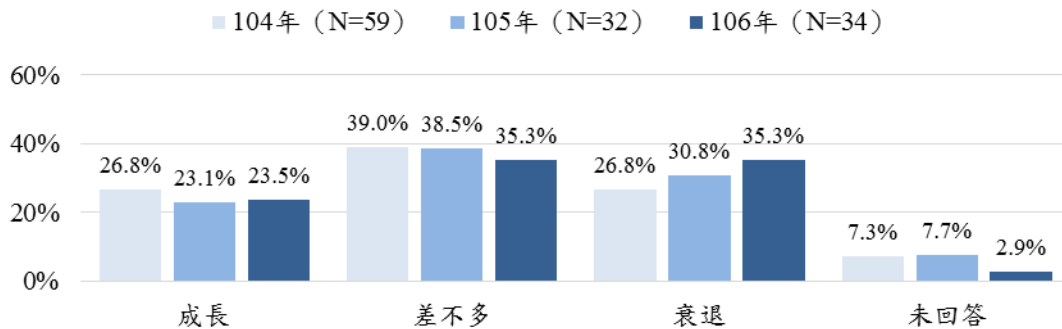
| 項目 | 104 年平均  | 105 年平均  | 106 年平均  |
|----|----------|----------|----------|
| 圖書 | 18,320 種 | 47,317 種 | 40,982 種 |
| 雜誌 | 1,379 本  | 1,147 本  | 471 本    |
| 漫畫 | 2,946 冊  | 1,987 冊  | 1,330 冊  |

訂單來源方面，我國出版行銷通路業者所經營之網路書店訂單主要來自國內市場，106 年國內訂單平均占比為 96.3% (105 年為 97.8%)；來自國外之訂單平均占比為 3.7% (105 年為 2.2%)，該比重較 105 年成長 1.5 個百分點。【圖陸-26】



圖陸-26、出版行銷通路網路書店訂單來源

綜合觀察，扣除未經營網路書店之行銷通路業者，106 年網路書店之圖書、雜誌與漫畫營業額占公司整體營業額平均 63.2% (105 年約占 49.4%)。其中，23.5% 業者表示 106 年營業額較 105 年成長，35.3% 業者則表示衰退，35.3% 業者認為差異不甚明顯。【圖陸-27】

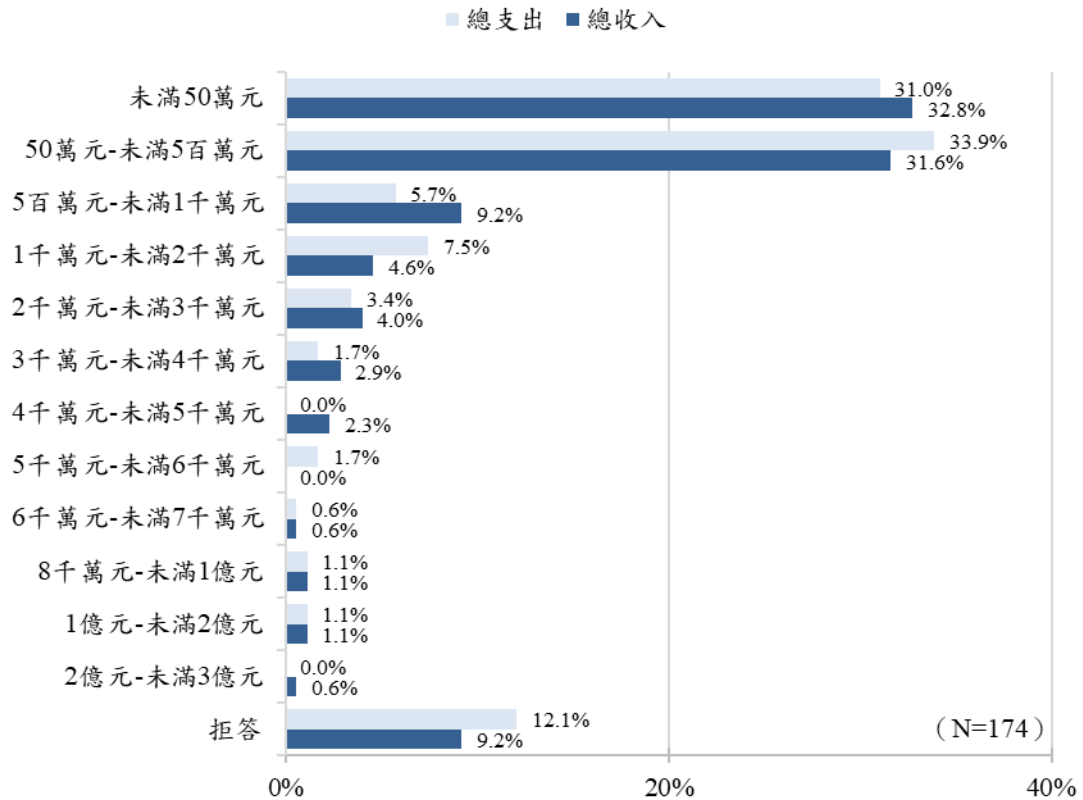


圖陸-27、網路書店與前一年度相比之圖書銷售狀況

## 肆、營收情形與產業展望

### 一、出版行銷通路營收情形

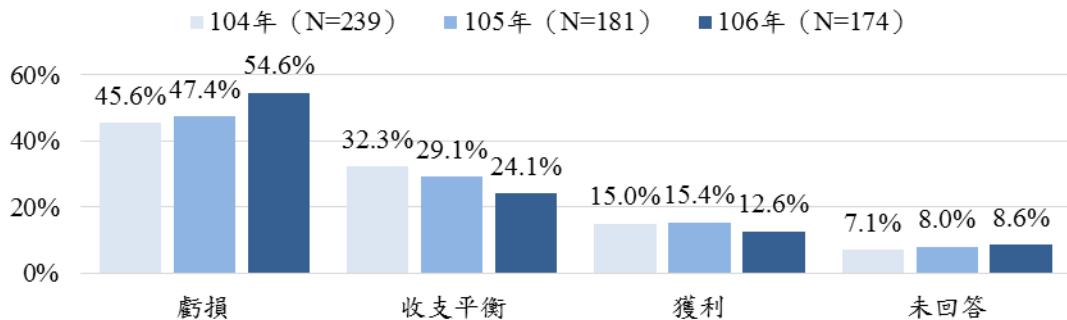
下表為我國出版行銷通路業者 106 年營業額分布情形，根據統計結果顯示，有 64.4% 之業者全年營業收入低於新臺幣 500 萬、9.2% 業者營業額介於新臺幣 500 萬至未滿 1,000 萬元、4.6% 業者介於新臺幣 1,000 萬至未滿 2,000 萬、4.0% 業者介於新臺幣 2,000 萬至未滿 3,000 萬間、2.9% 業者介於新臺幣 3,000 萬至未滿 4,000 萬間、2.3% 業者介於新臺幣 4,000 萬至未滿 5,000 萬間、0.6% 業者介於新臺幣 6,000 萬至未滿 7,000 萬間、1.1% 業者介於新臺幣 8,000 萬至未滿 1 億元間。此外，有 1.7% 業者之年度總營收達新臺幣 1 億元以上。【圖陸-28】



圖陸-28、出版行銷通路業者全年營業額

## 二、出版行銷通路產業收支平衡情形

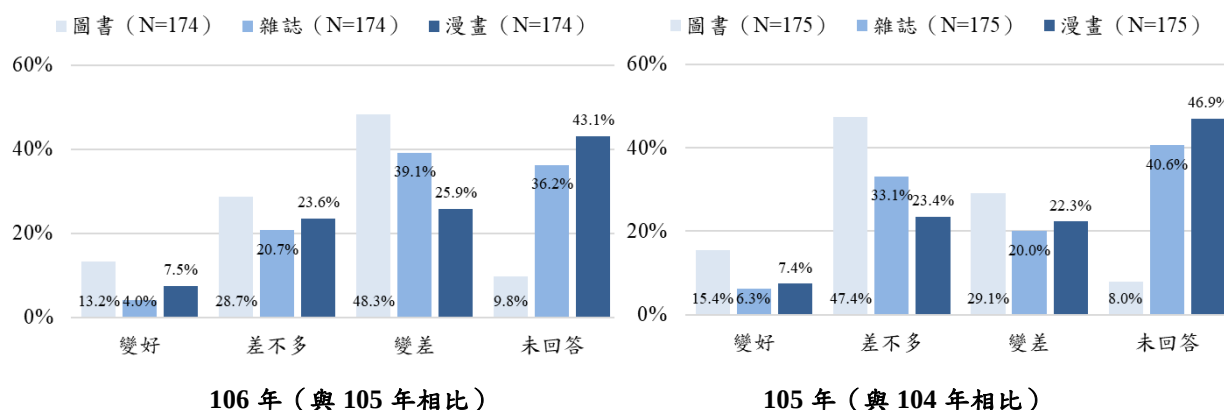
關於 106 年度出版行銷通路業者之營運情形，根據業者回覆進行統計，54.6%行銷通路業者表示處於虧損狀態，24.1%業者認為收支平衡，12.6%業者則表示有所獲利。【圖陸-29】



圖陸-29、出版行銷通路收支平衡情形

與 105 年度相比，106 年有 48.3%出版行銷通路業者表示整體圖書營運表現衰退，28.7%業者表示營運情況與 105 年大致相當，僅 13.2%業者表示營運有所成長，9.8%業者未回答。在雜誌業務方面，39.1%業者表示營運衰退，20.7%業者

表示營運狀況與 105 年相當，4.0%業者認為有所好轉，36.2%業者則未回答。在漫畫業務方面，25.9%業者表示營運表現衰退，23.6%業者表示營運狀況與 105 年相當，7.5%業者認為好轉，43.1%業者則未回答。【圖陸-30】



圖陸-30、出版行銷通路年度營運變化情形

### 三、出版行銷通路端之紙本圖書市場營業額推估

106 年出版行銷通路端之紙本圖書市場營業額推估，考量僅以出版調查問卷進行插補推估營業額，難以判定廠商是否確實填寫，且或有推估誤差問題；而傳統以「行業別」撈取財政部財稅資料營業額方式，則無法判別該行業報稅廠商是否確屬該行業經營範疇，因而影響產業鏈表現分析之可行性。因此，本研究針對當年度各類型行銷通路業者，輔以廠商統一編號向財政部進行財稅資料營業額之撈取，其後進一步依據問卷回卷之紙本圖書所占營業額比重，推算加總出版行銷通路產業之整體（含新舊書）圖書市場。計算公式如下：

$$\text{零售端圖書市場營業額} = \text{廠商統編營業額} \times \text{問卷圖書收入占比}$$

依上式推估，106 年下游零售端的整體（含新舊書）紙本圖書市場營業額約新臺幣 225 億 9,840 萬元，相較 105 年營業額推估之新臺幣 237 億 1,758 萬元略為衰退 4.7%。



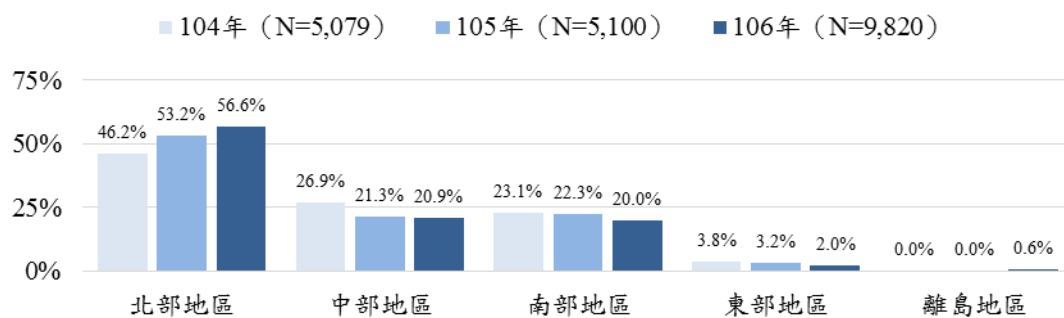
## 第四節 單一／獨立書店與連鎖、量販行銷通路經營概況

### 壹、書店經營型態

#### 一、連鎖超商經營地點分布

我國四大連鎖超商於全國北部、中部、南部、東部、離島等各區域分店家數，往年以業者之問卷回復狀況進行統計，本年度採以經濟部商業司商工登記之四大超商分公司資料呈現，以完整呈現我國四大超商之實際分布狀況。

106 年逾半數（56.6%）超商分店集中於北部地區（105 年為 53.2%），20.9% 設於中部地區（105 年為 21.3%），20.0% 分店設於南部地區（105 年為 22.3%），東部地區分店僅占 2.0%（105 年為 3.2%），離島地區分店則占 0.6%。【圖陸-31】

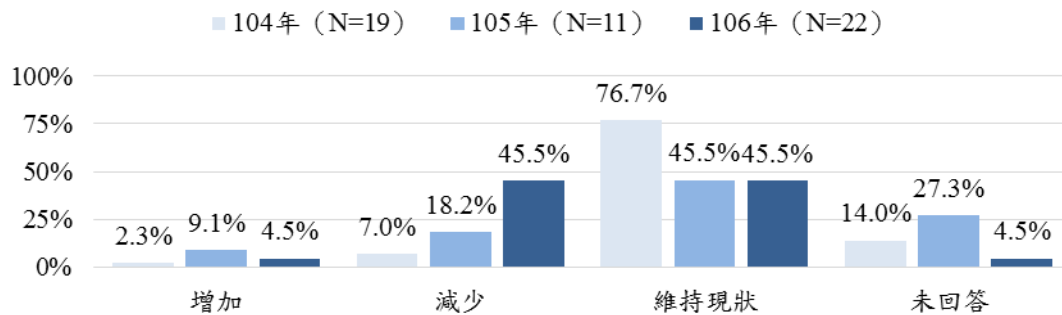


資料來源：經濟部商業司商工登記

圖陸-31、106 年底我國連鎖超商分店區域分布情形<sup>182</sup>

根據研究結果顯示，相較 105 年，106 年有 45.5%連鎖／量販／超商行銷通路業者之分店家數並未增加或減少，4.5%業者有所增加，45.5%業者之分店數量減少，4.5%業者則未回答。上述顯示我國連鎖／量販／超商通路業者展店趨於保守，可能連帶影響我國出版產業通路之銷貨情況。【圖陸-32】

<sup>182</sup> 本資料以經濟部商業司商工登記資料，分別針對我國四大超商（統一、全家、萊爾富、來來）截至 106 年 12 月 31 日之各分公司概況進行盤點。因計算方式的不同，本處呈現資料可能有別於各家企業年度報告之數字。



圖陸-32、連鎖／量販／超商通路分店數量增減情形

## 二、各類圖書陳列面積

關於各業者之店面陳列空間規劃方面，連鎖／量販／超商業者多以電腦資訊類圖書作為主要陳列的類型（22.7%），其次為專業／教科書／政府出版品類圖書（13.6%），以其他各類型圖書作為主要陳列者之占比均低於一成。【表陸-14】

表陸-14、連鎖／量販／超商通路店面圖書主要陳列類型比率

| 編號 | 圖書類型         | 年度           |              |              |
|----|--------------|--------------|--------------|--------------|
|    |              | 104 年 (N=19) | 105 年 (N=11) | 106 年 (N=22) |
| 1  | 社會科學         | 12.0%        | 9.1%         | 0.0%         |
| 2  | 人文史地         |              |              | 4.5%         |
| 3  | 藝術設計         | -            | -            | 4.5%         |
| 4  | 文學小說         | 12.0%        | 9.1%         | 4.5%         |
| 5  | 漫畫           | 16.0%        | 9.1%         | 4.5%         |
| 6  | 語言學習         | -            | -            | 0.0%         |
| 7  | 考試用書         | 13.0%        | 9.1%         | 4.5%         |
| 8  | 專業/教科書/政府出版品 |              |              | 13.6%        |
| 9  | 商業理財         | 8.1%         | 18.2%        | 0.0%         |
| 10 | 醫療保健         | 4.0%         | 0.0%         | 4.5%         |
| 11 | 心理勵志         |              |              | 0.0%         |
| 12 | 宗教命理         | -            | -            | 9.1%         |
| 13 | 飲食           | 8.0%         | 9.1%         | 4.5%         |
| 14 | 生活風格         |              |              | 0.0%         |
| 15 | 旅遊           |              |              | 0.0%         |
| 16 | 自然科普         | -            | -            | 4.5%         |
| 17 | 電腦資訊         | -            | -            | 22.7%        |
| 18 | 童書/青少年文學     | 4.0%         | 9.1%         | 0.0%         |
| 19 | 親子教養         |              |              | 0.0%         |

| 編號 | 圖書類型 | 年度           |              |              |
|----|------|--------------|--------------|--------------|
|    |      | 104 年 (N=19) | 105 年 (N=11) | 106 年 (N=22) |
| 20 | 輕小說  | -            | -            | 9.1%         |
| 21 | 其他   | 16.0%        | 9.1%         | 0.0%         |
| 22 | 未回答  | 7.0%         | 18.2%        | 9.1%         |
| 合計 |      | 100.0%       | 100.0%       | 100.0%       |

註：因受我國連鎖書店分店數於 106 年達 30 家以上之部分指標型業者無回覆問卷，故其部分統計結果可能與業界相關統計報告稍有落差，本研究僅就實際問卷回收情況呈現。

在雜誌方面，連鎖／量販／超商業者多以語言教育類雜誌作為主要陳列的類型（22.7%），其次為財經企管類（13.6%），以其他各類型雜誌作為主要陳列者之占比均低於一成。【表陸-15】

表陸-15、連鎖／量販／超商通路店面雜誌主要陳列類型比率

| 編號 | 雜誌類型 | 年度           |              |              |
|----|------|--------------|--------------|--------------|
|    |      | 104 年 (N=19) | 105 年 (N=11) | 106 年 (N=22) |
| 1  | 財經企管 | 38.9%        | 27.3%        | 13.6%        |
| 2  | 旅遊情報 | 5.1%         | 9.1%         | 4.5%         |
| 3  | 流行時尚 | 16.8%        | 9.1%         | 4.5%         |
| 4  | 健康醫療 | -            | -            | 0.0%         |
| 5  | 影視偶像 | 8.1%         | 18.2%        | 4.5%         |
| 6  | 電腦網路 | -            | -            | 0.0%         |
| 7  | 新聞資訊 | 8.1%         | 9.1%         | 0.0%         |
| 8  | 人社文學 | 4.3%         | 0.0%         | 0.0%         |
| 9  | 休閒嗜好 | 7.8%         | 0.0%         | 0.0%         |
| 10 | 運動競技 | -            | -            | 0.0%         |
| 11 | 汽車機車 | -            | -            | 4.5%         |
| 12 | 自然科學 | -            | -            | 0.0%         |
| 13 | 動漫電玩 | -            | -            | 4.5%         |
| 14 | 宗教信仰 | -            | -            | 0.0%         |
| 15 | 藝術設計 | -            | -            | 0.0%         |
| 16 | 家庭親子 | -            | -            | 4.5%         |
| 17 | 語言教育 | 6.6%         | 9.1%         | 22.7%        |
| 18 | 音樂音響 | -            | -            | 0.0%         |
| 19 | 國防軍事 | -            | -            | 0.0%         |
| 20 | 建築裝潢 | -            | -            | 0.0%         |

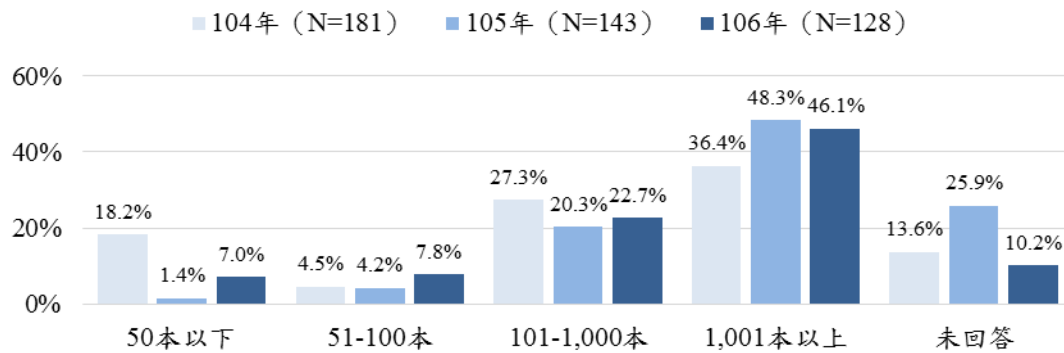
| 編號 | 雜誌類型 | 年度           |              |              |
|----|------|--------------|--------------|--------------|
|    |      | 104 年 (N=19) | 105 年 (N=11) | 106 年 (N=22) |
| 21 | 相機攝影 | 2.1%         | 0.0%         | 0.0%         |
| 22 | 其他   | 9.8%         | 9.1%         | 0.0%         |
| 23 | 未回答  | 9.8%         | 9.1%         | 36.4%        |
| 合計 |      | 100.0%       | 100.0%       | 100.0%       |

在漫畫方面，106 年度改以漫畫六大類型（少年、少女、青年、同性愛、兒童、成人漫畫等）進行調查，根據調查結果顯示，連鎖／量販／超商業者多以少年類漫畫作為主要陳列的類型（40.9%），其次為少女類漫畫（13.6%），以其他各類型漫畫作為主要陳列者之占比均低於一成。【表陸-16】

表陸-16、連鎖／量販／超商通路店面漫畫主要陳列類型比率

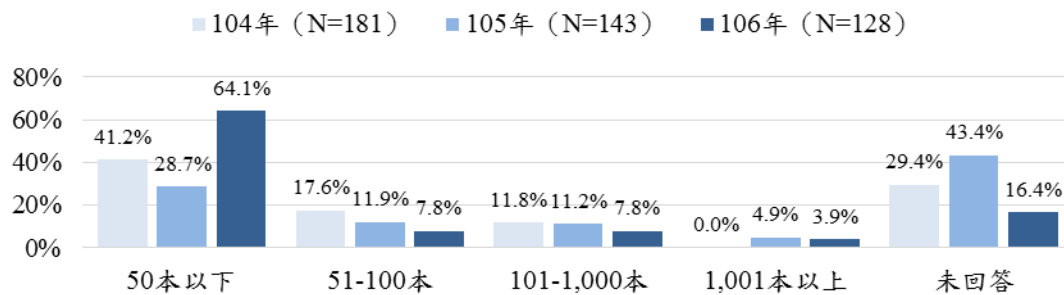
| 編號 | 漫畫類型   | 年度           |              | 編號 | 漫畫類型 | 年度           |
|----|--------|--------------|--------------|----|------|--------------|
|    |        | 104 年 (N=19) | 105 年 (N=11) |    |      | 106 年 (N=22) |
| 1  | 愛情文藝   | 6.7%         | 18.2%        | 1  | 少年   | 40.9%        |
| 2  | 警探推理   | 13.3%        | 9.1%         | 2  | 少女   | 13.6%        |
| 3  | 運動遊戲棋弈 | 6.7%         | 18.2%        | 3  | 青年   | 4.5%         |
| 4  | 職場     | 6.0%         | 9.1%         | 4  | 同性愛  | 4.5%         |
| 5  | 料理     | 13.3%        | 9.1%         | 5  | 兒童   | 0.0%         |
| 6  | 靈異神怪   | 6.0%         | 0.0%         | 6  | 成人   | 4.5%         |
| 7  | 輕鬆搞笑   | 6.0%         | 9.1%         | 7  | 未回答  | 31.8%        |
| 8  | 動作冒險   | 20.0%        | 18.2%        | 合計 |      | 100.0%       |
| 9  | 溫馨勵志   | 13.3%        | 9.1%         |    |      |              |
| 10 | 其他     | 5.7%         | 0.0%         |    |      |              |
| 11 | 未回答    | 3.0%         | 0.0%         |    |      |              |
| 合計 |        | 100.0%       | 100.0%       |    |      |              |

在單一／獨立書店方面，就其各類書籍陳列冊數來看，單一／獨立書店業者 106 年陳列圖書 50 本以下者占 7.0%（105 年為 1.4%），51 至 100 本者占 7.8%（105 年為 4.2%），101 至 1,000 本者占 22.7%（105 年為 20.3%），陳列超過千本者占 46.1%（105 年為 48.3%）。整體而言，平均陳列 5,997 本圖書，中位數 2,000 本（105 年平均陳列 5,605 本，中位數為 2,000 本）。【圖陸-33】



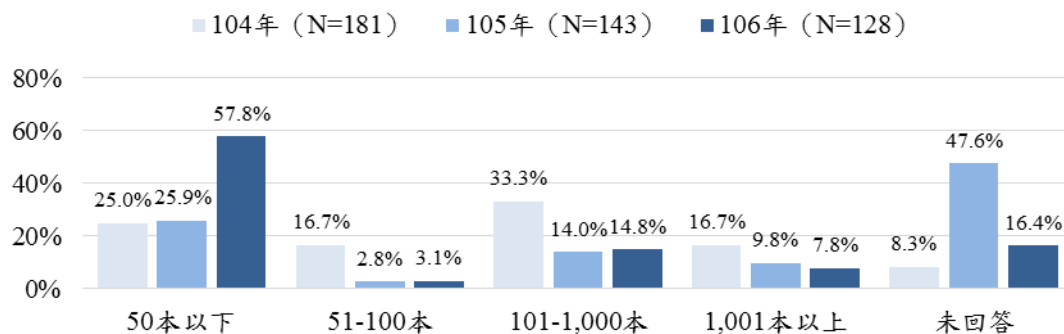
圖陸-33、單一／獨立書店行銷通路陳列圖書冊數

單一／獨立書店 106 年陳列雜誌 50 本以下者占 64.1% (105 年 28.7%)，51 至 100 本者占 7.8% (105 年 11.9%)，101 至 1,000 本者占 7.8% (105 年 11.2%)，3.9% 業者則陳列逾千本 (105 年 4.9%)。整體而言，平均陳列 484 本雜誌，中位數 50 本 (105 年平均陳列 720 本，中位數為 50 本)。【圖陸-34】



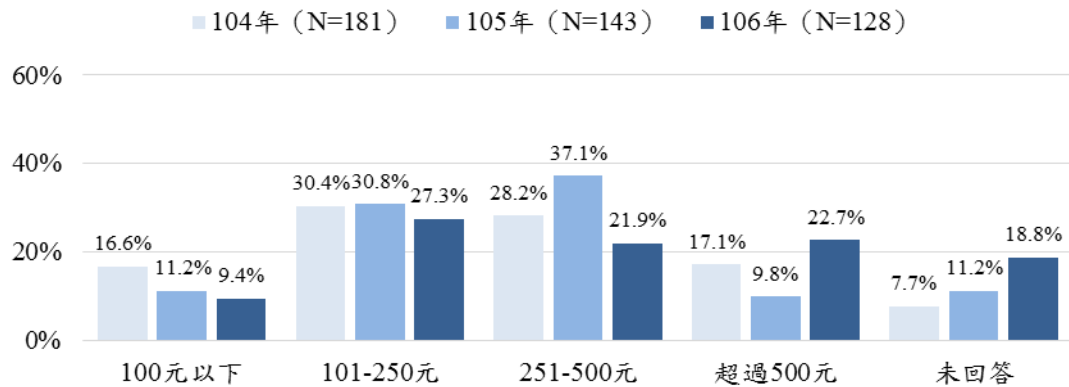
圖陸-34、單一／獨立書店行銷通路陳列雜誌本數

單一／獨立書店 106 年陳列漫畫 50 本以下者占 57.8%，51 至 100 本者占 3.1%，101 至 1,000 本占 14.8%，陳列逾千本者則占 7.8%。整體而言，平均陳列 1,986 本漫畫，中位數為 200 本 (105 年平均陳列 1,444 本，中位數為 60 本)。【圖陸-35】



圖陸-35、單一／獨立書店行銷通路陳列漫畫本數

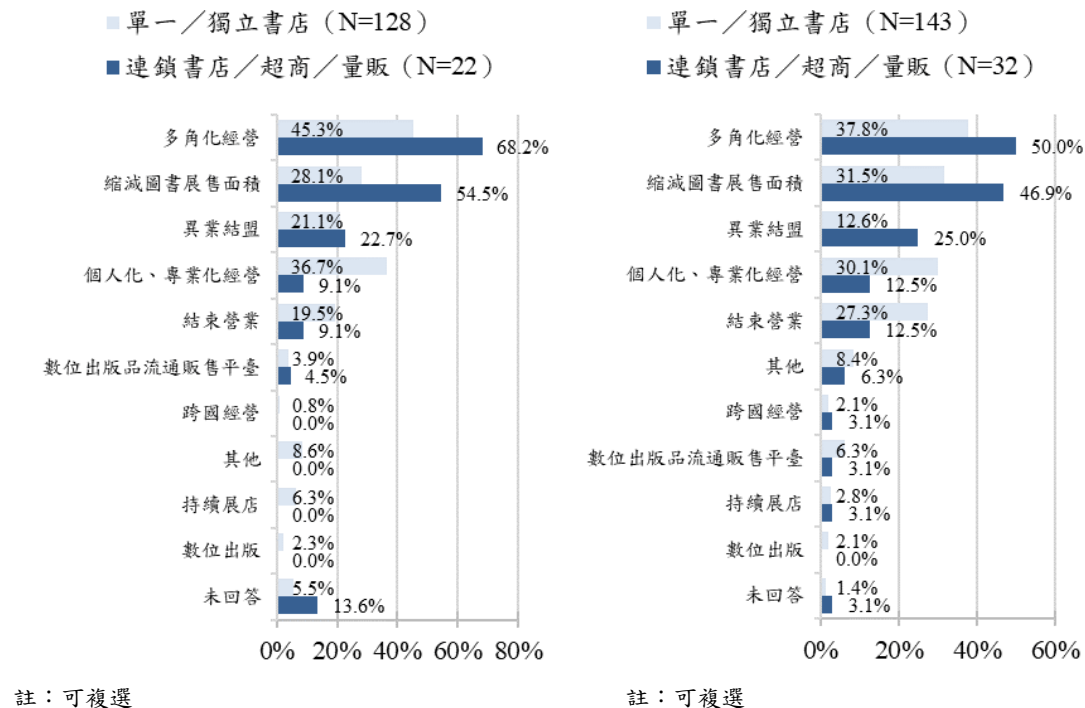
以消費金額來看，單一／獨立書店 106 年消費者每次消費圖書、雜誌與漫畫金額平均在新臺幣 100 元以下者占 9.4%（105 年為 11.2%），平均消費金額介於新臺幣 101 至 250 元間者為 27.3%（105 年為 30.8%），平均消費金額介於新臺幣 251 至 500 元間者占 21.9%（105 年為 37.1%），平均消費逾新臺幣 500 元者占 22.7%（105 年為 9.8%），18.8%業者則未回答。【圖陸-36】



圖陸-36、單一／獨立書店平均每次消費金額

## 貳、書店經營與發展

出版行銷通路業者對於其未來三年發展方向方面，根據調查結果顯示，單一／獨立書店業者多以考慮多角化經營之比率較高（45.3%），其次為專業化、個人化經營（36.7%），再其次為縮減圖書展售面積（28.1%）、異業結盟（21.1%）、結束營業（19.5%）、涉足數位出版品流通販售平臺（3.9%）等。【圖陸-37】

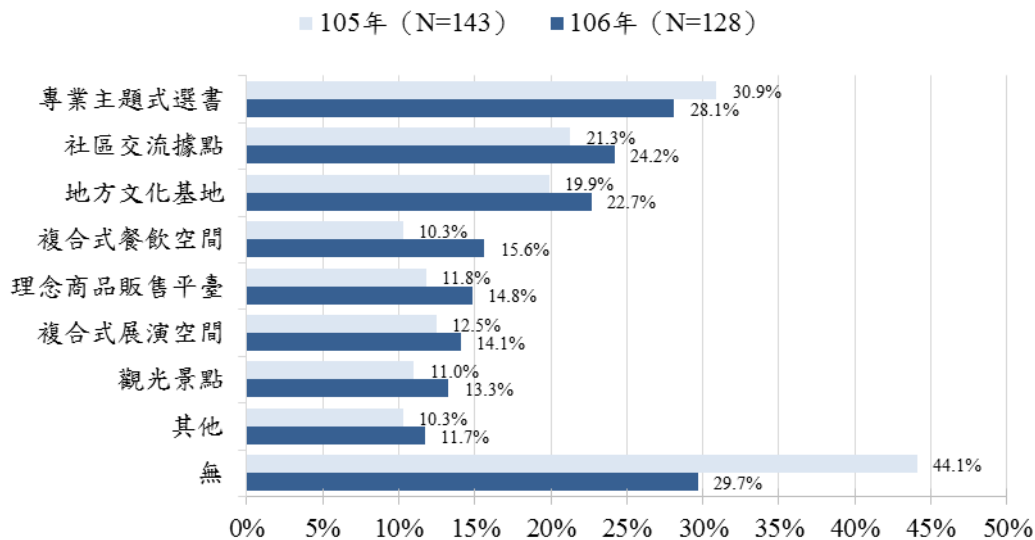


圖陸-37、出版行銷通路業者未來三年的發展方向

在連鎖／量販／超商通路方面，多數業者考慮多角化經營（68.2%），其次為縮減圖書展售面積（54.5%）、異業結盟（22.7%）、個人化及專業化經營（9.1%）與結束營業（9.1%）、涉足數位出版品流通販售平臺（4.5%）等。【圖陸-37】

### 參、單一／獨立書店經營策略

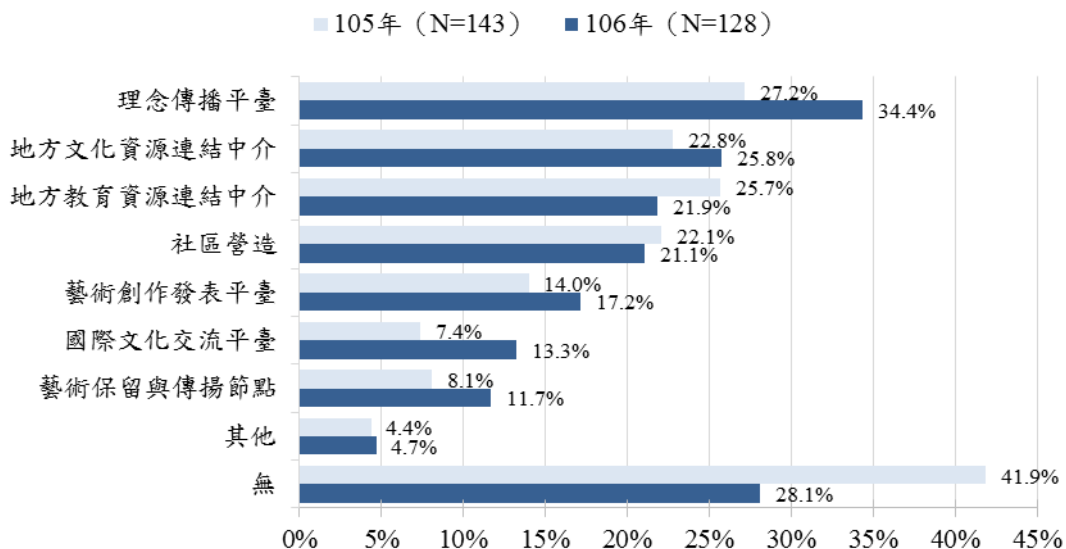
本研究進一步探討單一／獨立書店兼具之經營特色，根據結果顯示，大部分業者認為其相對其他型態之書籍販售通路較具專業主題式選書（28.1%）特色，其次係自身可作為社區交流據點（24.2%），以及地方文化基地（22.7%）等。【圖陸-38】



註：可複選

圖陸-38、單一／獨立書店所兼具之經營特色

除販售特定商品功能外，單一／獨立書店所兼具之文化功能部分，多數業者主張其尚作為理念傳播平臺（34.4%），其次是身兼地方文化資源連結中介（25.8%）、地方教育資源連結中介（21.9%），以及社區營造（21.1%）等。【圖陸-39】

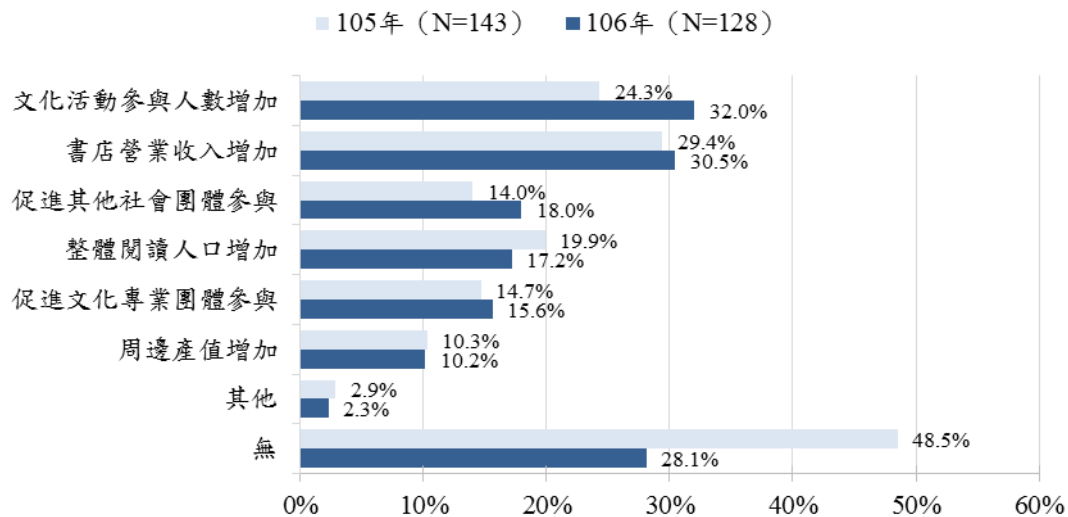


註：可複選

圖陸-39、單一／獨立書店文化功能

就單一／獨立書店經營特色與文化功能所帶動之實質效益而言，多數業者認為其可提升文化活動參與人數（32.0%），其次則可為書店營業收入增加（30.5%）、促進文化專業團體參與（18.0%），以及增加閱讀人口（17.2%）等。【圖陸-40】



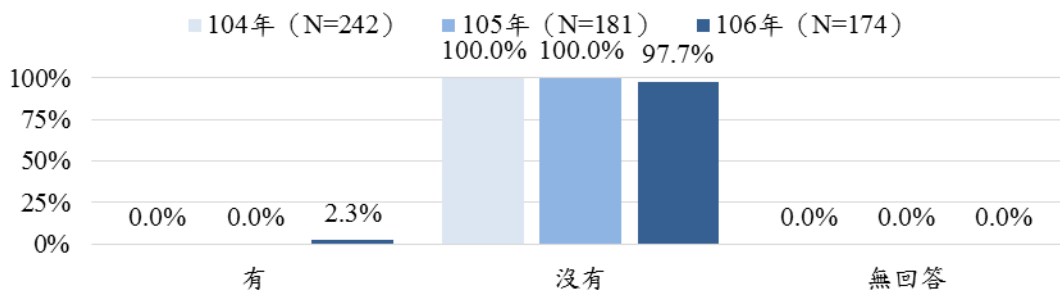


註：可複選

圖陸-40、單一／獨立書店經營特色與文化功能所帶動之實質效益

## 肆、中國大陸及海外市場投資概況

根據本研究調查資料顯示，我國出版行銷通路業者正向中國大陸及海外圖書市場投資者占 2.3%，多數業者目前則無相關投資（97.7%）。【圖陸-41】



圖陸-41、臺灣出版行銷通路投資中國大陸及海外市場現況

## 第五節 出版行銷通路產業前景

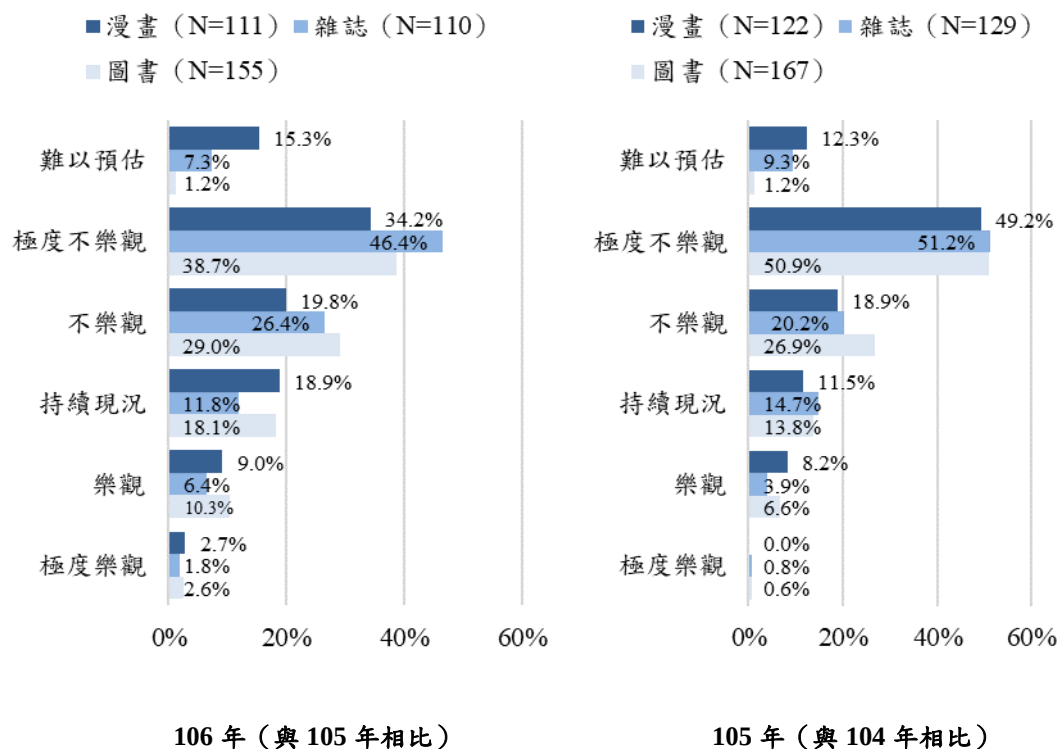
### 壹、出版行銷通路產業前景

根據本研究調查顯示，多數出版行銷通路業者對於產業前景抱持悲觀看法，29.0%認為圖書販售市場將微幅衰退，38.7%認為會有嚴重衰退，合計比率達 67.7%，相較 105 年情況（77.8%）有所下降；另一方面，有 12.9%行銷通路業者對於臺灣圖書販售市場抱持樂觀看法（2.6%業者認為產業將持續成長，10.3%業者認為產業可望微幅成長），相較 105 年之信心（7.2%）有所提振，18.1%業者則

認為會維持現況（105 年為 13.8%）。【圖陸-42】

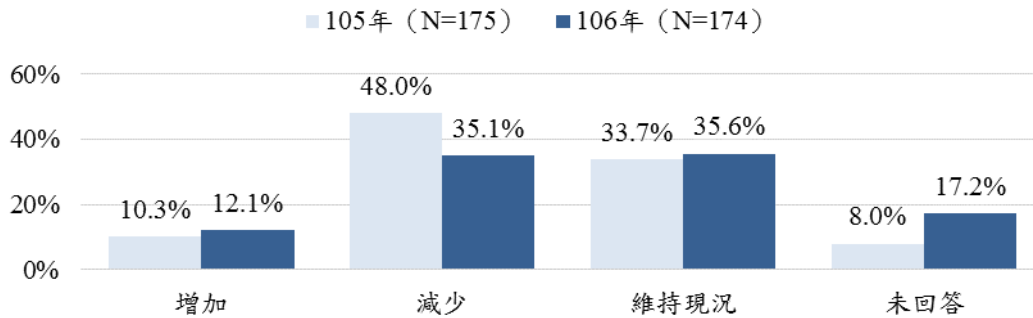
在雜誌販售市場方面，26.4%出版通路業者認為雜誌市場將微幅衰退，46.4%業者表示將嚴重衰退，合計比率為 72.6%，相較 105 年情況（71.4%）傾向悲觀；此外，僅 8.2%業者抱持樂觀（1.8%認為產業將持續成長，6.4%認為產業可望微幅成長），相較 105 年情況（4.7%）有所提升，11.8%業者認為將維持現況（105 年為 14.7%）。【圖陸-42】

在漫畫販售市場方面，19.8%通路業者認為漫畫市場將微幅衰退，34.2%認為會嚴重衰退，合計達 54.0%，相較於 105 年情況（68.1%）有所下降；此外，有 11.7%行銷通路業者對我國漫畫販售市場抱持樂觀看法（2.7%認為產業將持續成長，9.0%認為產業可望微幅成長），相較於 105 年情況（8.2%）有所提振，18.9%業者則認為維持現況（105 年為 11.5%）。【圖陸-42】



圖陸-42、出版行銷通路業者對於國內圖書販售市場前景的看法

出版行銷通路業者對於未來三年之銷售預期方面，12.1%業者認為銷售將有所成長、35.6%業者認為維持現況，35.1%業者則認為銷售將有所衰退。綜合觀察，從 106 年度行銷通路業者之反應可推測，其對於未來三年銷售預期成長之信心有所增加，對於未來展望較為悲觀者有所減少。【圖陸-43】



圖陸-43、出版行銷通路業者對未來三年銷售預期

## 貳、出版行銷通路產業概況觀察

### 一、組織結構

我國出版行銷相關業者以單一／獨立書店（64.9%）占比最高，其後依序為二手書店（10.9%）、連鎖書店（10.9%）、同類圖書專賣店（8.6%）、網路書店（2.9%）、量販店附屬圖書展售區（1.1%），以及超商（0.6%）。就組織型態而言，67.8%行銷通路為獨資，18.4%為有限公司，12.1%為股份有限公司，其他組織型態約占1.7%。

### 二、人力僱用

個別出版行銷通路業者僱用人力規模差異甚大，就正職人員而言，合計90.2%行銷通路屬於微型至中小型事業單位（聘僱10人以下者）；2.9%業者僱用10至24位正職人員，聘用25至99人與100人以上正職者之行銷通路則分別占0.6%及1.7%。兼職人員規模部分，以未僱用任何兼職員工者（55.2%）居多。

### 三、業務概況

就出版行銷通路業者兼營業務進行觀察，有21.3%業者正兼營「圖書中、上游產業」相關與其他業態之企業與業務，其範疇涉及經營出版社（27.3%）、兼營經銷商或代理商（20.5%）、印刷廠與裝訂廠（9.1%），以及其他業務（43.2%）等。在當前主要業務競爭對手評估方面，高達76.4%之出版行銷通路業者認為網路書店對其威脅最大，其次依序為連鎖書店（43.7%）、單一／獨立書店（34.5%）、同類圖書專賣店（29.9%）、量販店附屬書店（21.3%）、複合式書店（21.3%）、超商（15.5%），以及其他（6.3%）。此外，另有1.7%者認為異業為其競爭對手。

#### 四、銷退概況

臺灣出版行銷通路業者之「圖書」銷售金額占公司主要營業額占比方面，就整體行銷通路而言，106 年有 36.5%通路之圖書銷售金額占比低於百分之三十（105 年 32.3%），10.8%介於三成至五成之間（105 年 9.0%），52.7%超過五成（105 年 58.7%）。整體來看，圖書銷售收入占行銷通路業者營收比重呈微幅降低。進一步篩選與檢視業者回卷，完全仰賴圖書銷售（即圖書銷售占 100.0%）之出版行銷通路業者比重為 17.2%，其相對 105 年略有成長（15.5%）。另可觀察到，當前出版行銷通路業者，為擴展收入來源，大多已兼販售雜誌或其他商品與服務。

本研究進一步針對單一／獨立書店部分進行探討，統計結果顯示，106 年有 34.2%非連鎖體系通路業者之圖書銷售金額占比低於百分之三十，11.4%者介於三成至五成之間，54.4%者超過五成。整體來看，單一／獨立書店業者之圖書銷售收入情況略優於整體行銷通路業者，進一步篩選與檢視業者回卷，完全仰賴圖書銷售之單一／獨立書店業者比重為 19.5%，亦略高於整體行銷通路業者（17.2%）。

概括而言，由於近年實體書店因圖書銷售不佳與租金成本上漲，專售一般圖書之傳統書店亦開始調整經營轉型策略，於店內展示、上架空間配比上，增加文具、文創商品與農特產品展售空間，或增加餐飲等營業活動，從而壓縮圖書上架空間，或將圖書展售空間移至二樓或地下樓層，一樓主力銷售區全數改為展售非圖書商品。近年新開設之書店，因僅憑圖書銷售難以維持營運，故其營業範疇亦趨於多元，如創建具文學氣息與氛圍的觀光景點等，與傳統書店經營方向迥異。

不同語文書籍銷售概況部分，無論是圖書、雜誌或漫畫，106 年皆以本國書籍（繁體中文）所占比率最高。此外，圖書／雜誌／漫畫之平均進書價格折扣下降情況趨緩（圖書由 105 年六六折微幅成長至 106 年六七折；雜誌由 105 年七三折降至 106 年七折；漫畫近 2 年皆為六八折）；平均銷售折扣則因部分單一／獨立書店業者自主避免以折扣殺價競爭而呈走高趨勢（圖書由 105 年八四折升至 106 年八五折；雜誌由 105 年八五折升至 106 年九折；漫畫則由 105 年八三折升至 106 年八六折）。

另一方面，106 年我國各類書籍退書率僅圖書呈走高趨勢，雜誌與漫畫則較

105 年降低（圖書由 105 年 40.4% 升至 106 年 42.8%；雜誌由 105 年 47.9% 降至 106 年 47.4%；漫畫由 105 年 44.0% 降至 106 年 43.5%）。此外，根據業者回卷結果統計，106 年單本新書平均架上陳列天數為 95.1 天，較 105 年（平均 97.2 天）下降。

各類型出版行銷通路業者，會因經營理念、目標影響其店面空間配置與選書風格，尤以單一／獨立書店業者相對多數銷售書籍之連鎖體系店鋪呈現差異性經營策略與書籍分類邏輯。故本研究概分連鎖體系書店與單一／獨立書店兩群體進行各類書籍銷售量之觀察。從近三年連鎖體系書店之各類書籍銷售金額來看，106 年度銷售書籍以漫畫類書籍之占比最高（19.8%），其次為童書／青少年文學（16.6%）與考試用書（8.4%）。單一／獨立書店各類書籍銷售金額方面，前三大銷售金額之圖書類型分別為考試用書（14.0%）、童書／青少年文學（10.9%），以及文學小說（7.4%）。整體而言，兩群體各類書籍銷售概況呈顯著差異。

## 五、網路書店

受智慧型裝置普及、網路消費暢旺，部份實體通路業者調整經營策略，增加開設網路書店或者結束實體通路經營而改以網路書店型態發展。106 年已成立網路書店業者，其管理方式以「於其他公司之網路平臺上開店（如拍賣、商城等）」居多（45.2%），其次是「自行架設，公司設有專門負責平臺管理的人員」（33.3%），再其次為「外包給資訊公司架設及管理」（19.0%）。

相對於實體店面業者，有經營網路書店之行銷通路業者認為其最具特色的是「搜尋欲購之圖書較方便」（53.8%），其次為「可買報不易買到或絕版的圖書」（46.2%），再其次則為「大部分商品比門市較便宜」（34.6%）。另一方面，我國出版行銷通路業者所經營之網路書店訂單主要來自國內市場，106 年國內訂單平均占比為 96.3%（105 年為 97.8%）；來自國外之訂單平均占比為 3.7%（105 年為 2.2%），該比重較 105 年成長 1.5 個百分點。

## 六、空間配置

網路書店相對實體書店無上架空間限制，106 年網路書店之圖書平均上架種數為 40,982 種、雜誌為 471 本、漫畫則為 1,330 冊，皆較 105 年之平均有所減

少。在單一／獨立書店方面，平均陳列 5,997 本圖書、484 本雜誌、1,986 本漫畫，亦較 105 年之平均有所減少。從上述可知，網路與實體書店之平均上架書籍數量有所差異。

## 七、行銷概況

由於部分民眾將逛書店視為休閒娛樂，從而使書籍選購高峰集中於假日，調查結果即顯示有 32.2% 通路業者表示平日與假日之銷售狀況有所不同。進一步觀察假日對書籍銷售影響程度，有 21.4% 之業者表示其銷售額占一週銷售額不到三成，41.1% 業者表示約占三至五成之間，30.4% 業者表示約占一半以上。

當前通路端競爭益趨劇烈，業者為爭取民眾入店消費而以增加行銷活動為因應策略。106 年有 15.5% 出版行銷通路業者表示其所投入之行銷費用有所成長，24.1% 業者認為投入費用較前一年差不多，27.6% 業者表示減少；若以 105 年與 104 年相比，則有 52.1% 業者表示行銷費用相差無幾，14.6% 業者表示其行銷費用減少，14.6% 業者表示其所投入之行銷相關費用成長，顯示 106 年整體出版行銷通路於行銷費用投入較 105 年踴躍。此外，106 年有 66.1% 出版行銷通路業者表示其曾辦理過宣傳或活動與讀者保持互動，相較 105 年（53.7%）比重明顯有所提升；有 33.9% 業者則表示近一年未曾辦理過相關活動，相較於 105 年有 45.2% 業者未辦理行銷活動的情況亦有所減少。

辦理宣傳活動之行銷通路業者，以策劃「有主題之折扣活動（如週年慶、特殊節日等）」（51.3%）、「研討會／座談會／演講」（40.9%），以及「新書發表會」（35.7%）。另一方面，106 年除「主題之折扣活動」、「讀書會俱樂部」、「作者／歌星簽名會」、「其他」外，其餘各類型活動辦理比重均有所提升，顯示業者與消費者互動型態愈趨多元化發展。

## 八、營收與未來展望

106 年出版行銷通路端之紙本圖書市場營業額推估，考量僅以出版調查問卷進行插補推估營業額，難以判定廠商是否確實填寫，且或有推估誤差問題；而傳統以「行業別」撈取財政部財稅資料營業額方式，則無法判別該行業報稅廠商是否確屬該行業經營範疇，因而影響產業鏈表現分析之可行性。因此，本研究針對

當年度各類型行銷通路業者，輔以廠商統一編號向財政部進行財稅資料營業額之撈取，其後進一步依據問卷回卷之紙本圖書所占營業額比重，推算加總出版行銷通路產業之整體（含新舊書）圖書市場。依前述方式推估，106 年下游零售端的整體（含新舊書）紙本圖書市場營業額約新臺幣 225 億 9,840 萬元，相較 105 年營業額推估之新臺幣 237 億 1,758 萬元略為衰退 4.7%。

與營業額推估相對應，106 年度 54.6%行銷通路業者表示處於虧損狀態（105 年為 47.4%），24.1%業者認為收支平衡（105 年為 29.1%），12.6%業者則表示有所獲利（105 年為 15.4%），相較 105 年情況，獲利業者減少、收支平衡業者減少、虧損業者增加，可推測出版行銷通路業者可能對各類型書籍之販售市場前景保持悲觀態勢。

出版行銷通路業者對於其未來三年發展方向方面，單一／獨立書店業者多以考慮多角化經營之比率較高（45.3%），其次為縮減圖書展售面積（28.1%），以及專業化、個人化經營（36.7%），除縮減圖書展售面積較 105 年之占比下降外，其餘二者皆較 105 年有所提升。在連鎖／量販／超商通路方面，多數業者考慮多角化經營（68.2%），其次為縮減圖書展售面積（54.5%），以及異業結盟（22.7%），除異業結盟較 105 年之占比下降外，其餘二者皆較 105 年提升。顯示當前出版行銷通路業者面對圖書銷售營收占比下滑的情況下，積極引入多元營業項目，以維持營運穩定。

## 第七章 出版產業發展綜合分析

### 第一節 整體出版產業發展概況

#### 壹、營業額表現

106 年我國整體出版產業，包含圖書、漫畫等，其營業額表現相較 105 年有所成長，顯示當年度整體出版市場銷售動能呈好轉景況。

實體出版市場表現方面，就上游端而言，106 年實體出版品（圖書、漫畫）整體營業額合計約新臺幣 193 億 9,894 萬元，較 105 年成長 0.6%。就下游端而言，106 年實體出版品（涵蓋圖書、漫畫）整體營業額合計約新臺幣 238 億 5,116 萬元，較 105 年成長 2.8%。

數位出版市場表現方面，就上游端而言，數位出版（涵蓋圖書、漫畫）整體營業額合計約新臺幣 7 億 5,604 萬元，與 105 年相比成長 187.3%。就下游端而言，數位出版（涵蓋圖書、漫畫）整體營業額合計約新臺幣 12 億 6,006 萬元，與 105 年相比亦成長 187.3%。

以實體及數位出版合計來看，就上游端而言，實體圖書及電子書（含漫畫與電子漫畫）合計營業額約新臺幣 201 億 5,498 萬元。就下游端而言，實體圖書及電子書（含漫畫與電子漫畫）合計營業額約新臺幣 251 億 1,122 萬元。

#### 貳、就業情況

整體出版產業營收表現不佳及產業前景展望未明，亦連帶影響其就業情況。依勞動部統計，106 年出版產業就業人數為 31,729 人，較 105 年減少 2.8%，仍延續近年來我國出版產業總就業人數呈震盪走低之態勢發展。就薪資表現而言，依本次調查結果，圖書出版產業部分，106 年出版社提供予新進編輯之平均薪資條件（平均每月總薪資 27,435 元）較 105 年（26,891 元）有所增加，顯示出版社仍願意以提高薪資幅度方式來吸引編輯新進人員加入；不過隨著出版社將編輯業務外包的趨勢出現，出版社對於提供非新進人員的薪資條件則有下滑情況，例如年資逾五年者，106 年平均總月薪為 35,167 元，較 105 年（38,918 元）減少。

另外，數位出版相關職務之新進人員的平均薪資，均較傳統圖書出版相關職務者增加，例如編輯人員、行銷業務、程式開發等各職務的新進人員平均每月總



薪資，分別為 28,950 元、29,083 元、30,833 元，均高於傳統圖書出版職務之新進人員平均薪資（編輯 27,435 元、行銷業務 27,750 元、倉儲物流 26,750 元），顯示在出版社開始重視耕耘數位出版市場的趨勢下，願意以高於傳統圖書出版的薪資條件來招募新進人才投入。

## 參、廠商家數

在出版廠商家數方面，雖然國家圖書館國際標準書號（ISBN）中心每年會定期發布申請 ISBN 單位數量，惟申請單位除出版社外，亦包含政府機關、學校及個人等非出版業者；而雜誌出版雖然有 ISSN 申請機制，但過去未有如圖書 ISSN 之完整申請統計資料。據此，本研究盤點各類出版品於主要通路上架情況，據此可判斷於市場上活躍性業者之家數情況。

在實體出版品市場方面，106 年於主要通路上，共有 1,637 家圖書出版社品牌（非全部為公司性質，包含漫畫出版社品牌 37 家），雜誌社共有 330 家。與 105 年相比，圖書出版社品牌家數減少了 16.2%，其中漫畫出版社減少 36.2%，而雜誌出版社家數也減少了 35.8%，整體從事實體出版的出版品牌廠商家數有所減少。

在數位出版市場方面，依本研究盤點主要通路上架情形，電子書出版社品牌共有 686 家（包含漫畫出版），電子漫畫出版社品牌共有 18 家，電子雜誌社品牌共有 202 家；與 105 年相比，電子書出版社品牌家數大幅增加 100.6%，電子漫畫出版社品牌家數亦大幅增加 125.0%，惟電子雜誌出版社品牌家數減少 6.9%。整體投入廠商家數顯示，出版社投入經營電子書及電子漫畫的態度已較 105 年明顯轉趨積極，相對之下，出版社對於電子雜誌出版仍顯態度保守。

## 肆、國際比較

前述章節已就各國出版概況進行彙整分析，雖然各國所發布之產業數據範圍及年份並不一致，惟仍可就共通部分，例如圖書出版種數、圖書（含實體及電子書）營業額等，與我國 106 年圖書出版產業表現進行比較（下表）。

以人均新書出版種數而言，我國僅次於美國、英國，顯示我國出版的活躍性。惟以市場營業額來看，則我國圖書（含實體及電子書）營業額僅占 GDP 約 0.1%，僅高於菲律賓、馬來西亞、印尼、越南。以國際比較來看，我國圖書市場營業額與出版種數兩項指標表現相差極大，若與 GDP 規模相近之泰國來比較，該圖書

市場營業額占 GDP 比重為 0.3%，顯示我國圖書出版市場仍有發展空間。

表柒-1、我國與主要國家新書出版種數比較

單位：種、%

| 國家 |      | 資料年份<br>(西元) | 新書出版種數<br>(種)    | 較上年成長<br>(%) | 每百萬人均出版種數(種) |
|----|------|--------------|------------------|--------------|--------------|
| 歐美 | 美國   | 2017 年       | 1,009,188 (自助出版) | 28.2         | 3,099 (自助出版) |
|    | 德國   | 2017 年       | 72,499           | -0.4         | 876          |
|    | 英國   | 2016 年       | 149,443          | -13.6        | 2,278        |
|    | 法國   | 2017 年       | 81,263           | 4.2          | 1,211        |
| 亞洲 | 日本   | 2017 年       | 75,412 (圖書及雜誌)   | -3.5         | 595 (圖書及雜誌)  |
|    | 韓國   | 2017 年       | 80,130           | 5.8          | 1,557        |
|    | 中國大陸 | 2017 年       | 512,487          | 2.5          | 370          |
|    | 泰國   | 2015 年       | 11,334           | -            | 167          |
|    | 菲律賓  | 2015 年       | 9,480            | -            | 94           |
|    | 馬來西亞 | 2017 年       | 17,213           | -12.1        | 544          |
|    | 印尼   | 2014 年       | 44,327           | -            | 176          |
|    | 越南   | 2017 年       | 25,431           | -            | 266          |
|    | 新加坡  | 2014 年       | 9,054            | -            | 166          |
|    | 臺灣   | 2017 年       | 39,221           | 3.4          | 1,663        |

資料來源：彙整前述各國統計。

表柒-2、我國與主要國家圖書出版營業額

單位：億美元、%

| 國家 |      | 資料年份<br>(西元) | GDP<br>(億美元) | 圖書(實體及電子)    |               | 實體圖書         |              | 電子書          |              |
|----|------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|    |      |              |              | 營業額<br>(億美元) | GDP 占比<br>(%) | 營業額<br>(億美元) | 較上年成長<br>(%) | 營業額<br>(億美元) | 較上年成長<br>(%) |
| 歐美 | 美國   | 2017 年       | 193,906      | 242.4        | 0.1           | 208.8        | -            | 33.6         | -4.7         |
|    | 德國   | 2017 年       | 36,774       | 107.9        | 0.3           | 102.9        | -1.6         | 5.0          | -1.4         |
|    | 英國   | 2017 年       | 26,224       | 47.6         | 0.2           | 39.9         | 5.0          | 6.9          | -2.0         |
|    | 法國   | 2017 年       | 25,825       | 32.2         | 0.1           | 29.9         | -1.9         | 2.3          | 9.8          |
| 亞洲 | 日本   | 2017 年       | 48,721       | 66.4         | 0.1           | 63.8         | -3.0         | 2.6          | 12.4         |
|    | 韓國   | 2016 年       | 14,110       | 67.3         | 0.5           | 65.1         | 1.2          | 2.2          | 30.1         |
|    | 中國大陸 | 2017 年       | 122,377      | 118.8        | 0.1           | 118.8        | 14.6         | -            | -            |
|    | 泰國   | 2017 年       | 4,552        | 11.7         | 0.3           | 10.8         | 2.7          | 0.9          | 3.6          |
|    | 菲律賓  | 2017 年       | 3,136        | 1.1          | 0.0           | 1.0          | -4.3         | 0.08         | 22.5         |
|    | 馬來西亞 | 2017 年       | 3,145        | 0.6          | 0.0           | 0.5          | -5.4         | 0.06         | 27.3         |
|    | 印尼   | 2017 年       | 10,155       | 4.4          | 0.0           | 4.1          | 0.2          | 0.3          | 34.0         |
|    | 越南   | 2017 年       | 2,239        | 1.1          | 0.0           | 1.0          | 0.7          | 0.04         | 35.6         |
|    | 新加坡  | 2017 年       | 3,239        | 2.7          | 0.1           | 2.2          | 3.2          | 0.5          | 23.8         |
|    | 臺灣   | 2017 年       | 5,793        | 6.4          | 0.1           | 6.2          | 0.8          | 0.2          | 197.2        |

資料來源：出版數據係彙整前述各國統計，GDP 數據係彙整自 World Bank。

## 第二節 圖書出版業發展綜合分析

本節綜合問卷量化結果與質化訪談內容，彙整分析圖書出版業各環節之變化發展。以下將從圖書出版者的角度，針對產業各環節，包括創作者、版權經紀業、出版業、經銷通路之間關係等面向，進行生態變化觀察分析。

### 壹、106 年圖書出版業整體發展概況

前述章節已就調查結果論述 106 年圖書出版業概況，此節僅重點綜合出版種數、於主要通路上架情形、出版營業額等產製及銷售相關指標表現，概要分析 106 年圖書出版業整體發展。

首先，在出版種數之產製指標部分，由於向國家圖書館當年度申請之 ISBN 並非全數於當年度出版，故依本研究推估 106 年度實際出版新書種數為 39,221 種（實體書 35,205 種，電子書及電子出版品 4,016 種），較 105 年 37,918 種（實體書 35,949 種，電子書及電子出版品 1,969 種）增加 3.4%；惟實體書之實際出版數呈現減少，106 年 35,205 種較 105 年 35,949 種減少 2.1%。另外，在四大網路書店之主要通路端，106 年 ISBN 之實體書上架至網路書店的書種數量，亦相對 105 年增加，106 年上架種數為 24,423 種，較 105 年上架種數 23,666 種增加 3.2%；惟整體 ISBN 書籍的上架率由 105 年 61.0% 下滑至 106 年 60.5%。雖然 106 年 ISBN 申請及店銷書上架種數皆較 105 年增加，不過，依訪談圖書販售通路業界的看法，106 年發現出版社做改版書的比例有增加情況，甚至部分大型出版社出版中有五成左右是改版書，顯示實際上新書出版可能存在動能不足的問題。

其次，在銷售表現方面，106 年整體實體書之營業額為新臺幣 238.5 億元，相對 105 年成長 2.8%；其中，新書營業額約 140.0 億元，較 105 年約 143.1 億元減少 2.2%。結合上述產製及銷售指標之數據來看，以實際出版種數推估，平均每種實體新書的全年銷售金額，106 年約新臺幣 39.77 萬元，較 105 年 39.81 萬元減少約 0.1%。

由上述產製及銷售指標之數據分析可觀察到，106 年有 65% 的新書定價呈現上升，惟通路折扣競爭程度較 105 年激烈（通路折扣差異程度增加），而平均每種新書之銷售金額仍略微下滑，此可能影響廠商投入新書出版意願，承前所述，據訪談圖書販售通路業界之觀察，新書出版中改版書的比例有所增加。

在經營廠商家數方面，雖然依國家圖書館的 ISBN 申請出版統計，106 年出版機構 4,987 家，較 105 年（4,979 家或單位）增加 2.2%，不過依本研究盤點 ISBN 申請出版書於四大網路書店上架結果，106 年圖書上架主流通路之出版社家數共 1,637 家，較 105 年 1,954 家減少 16.2%。各類型書市場中，除了人文史地、電腦資訊、親子教養等類型書之出版家數呈現成長之外，其餘多數類型書之出版家數皆較 105 年減少，顯示 106 年在終端銷售市場中，多數類型書市場的廠商競爭程度較 105 年有所降低；復觀察 106 年多數新書定價呈上升，惟通路折扣差異程度亦增加，顯示廠商價格競爭情況較 105 年激烈。

## 貳、106 年圖書出版市場重要變化分析

### 一、未經營數位出版之專業出版社受圖書市場銷售下滑之影響程度較大

依本次調查結果，106 年實體圖書銷售略微回溫，致使圖書出版社之「實體圖書出版相關收入」占營收比重（79.5%）較 105 年（65.7%）增加，而與 104 年（80.5%）約略相當；而「非圖書出版相關之其他營業收入」的營收占比仍接近兩成（17.4%），顯示出版社仍持續調整經營策略、開拓其他營收來源。

儘管整體圖書出版社的獲利來源及經營布局策略有所調整，惟不同經營業務內容之出版社，其整體營收表現亦有部分差異。以年出版書種數達 100 種以上之代表性出版社而言，其中又可概分為專業出版社、跨足圖書銷售通路經營之出版社等兩類型；專業出版社的營收來源較為單一，主要以出版業務營收來源為主，而跨足圖書銷售通路經營之出版社，一方面因跨足上下游產業鏈活動，故一般平均營收規模較專業出版社為大，另一方面因其經營通路端可販售其他非圖書品項，雖營收仍以出版品銷售收入為主，但營收來源相較為多元。

以代表性廠商的平均整體營收表現來看，106 年出版 100 種以上新書之（單一品牌）專業出版社，平均每廠商營業額（含圖書及非書收入）為新臺幣 1 億 1,689 萬元，較 105 年（8,811 萬元）成長 32.7%；而未經營數位出版之專業出版社，106 年平均每廠商營業額為新臺幣 1,171 萬元，較 105 年（1,217 萬元）減少 3.8%。由此可看出，整體圖書出版市場中，單純倚賴實體圖書出版業務收入之專業出版社，其受衝擊程度高於有經營數位出版之專業出版社。

表 3-3、圖書出版業營收來源結構比重

單位：%

| 來源比例<br>(%)          | 實體圖書出版相關收入   |                |                | 數位出版收入 |      |                | 「非」圖書<br>出版相關其<br>他營業收入 | 其 他<br>非營業收入 |
|----------------------|--------------|----------------|----------------|--------|------|----------------|-------------------------|--------------|
|                      | 販售紙本<br>圖書收入 | 國內外版權<br>之授權收入 | 其他圖書出<br>版相關收入 | 拆帳收入   | 預付收入 | 其他數位出<br>版相關收入 |                         |              |
| 104 年                | 75.1%        | 0.9%           | 4.5%           | 0.9%   | 0.0% | 0.3%           | 14.1%                   | 4.1%         |
| 105 年 <sup>183</sup> | 52.1%        | 1.1%           | 12.5%          | 0.7%   | 0.0% | 0.2%           | 33.4%                   | -            |
| 106 年                | 73.3%        | 2.2%           | 4.0%           | 1.2%   | 0.1% | 1.8%           | 17.4%                   | -            |

資料來源：104 年及 105 年臺灣出版產業調查、本次調查結果。

表 3-4、一年出版 100 種以上新書之出版社的平均每廠商營業額

單位：萬元新臺幣、%

| 出版社類型                    | 105 年 | 106 年  | 成長率   |
|--------------------------|-------|--------|-------|
| 出版 100 種以上新書之(單一品牌)專業出版社 | 8,811 | 11,689 | 32.7% |
| 無經營數位出版之專業出版社            | 1,217 | 1,171  | 3.8%  |

註：平均每廠商營業額係將圖書出版業者依類型群組化，逕行撈取其財稅資料登記之廠商統編營業額，其後進一步除以報稅廠商家數所得。

資料來源：本研究計算自財政部財稅資料。

## 二、106 年多數類型書市場之定價提高、通路折扣競爭程度增加

依本研究盤點四大網路書店上架之圖書概況，在圖書定價水準方面，發現 106 年新書於四大網路書店上架之平均定價為 425 元，較 105 年 401 元提高約 6.0%；若以眾數來看，106 年定價約 280 元，較 105 年 300 元下滑 6.7%。

各類型圖書中，以平均定價水準來看，多數類型(占 65%)均較 105 年提高，106 年較 105 年平均定價降低者，僅人文史地、藝術設計、專業/教科書/政府出版品、宗教命理、旅遊、自然科普、電腦資訊、童書/青少年文學等類型，其餘類型皆呈現平均定價上升情況；若以眾數來看，則多數類型圖書均為持平或成長，僅旅遊、自然科普、電腦資訊等三種類型的定價水準降低。

除了定價水準的指標之外，另外可由兩項指標來觀測通路價格競爭情況：折扣數、通路折扣差異程度。106 年折扣數情況與 105 年約略相當，106 年通路折扣差異程度則有所提高，顯示 106 年整體圖書市場之殺價競爭情況較 105 年激

<sup>183</sup> 受限於各年度回卷出版社之實際出版業務略有不同，以致 105 年「非」圖書出版相關其他營業收入占比相對其他年度高，惟整體而言，我國出版社之營收來源大半仍以實體圖書出版為主。

烈。各類型圖書的折扣競爭情況如下：

- (1) 以折扣數來觀察：若以折扣平均數來看，購買折扣優惠增加者，包括文學小說、考試用書、語言學習、漫畫、飲食、旅遊，其餘類型書之平均折扣優惠均與 105 年相當或縮減；
- (2) 以通路價格差異程度來觀察：若通路價格差異程度提高，可視為通路價格競爭愈趨激烈，反之，則可視為價格競爭程度趨緩。106 年差異程度較 105 年提高者，包括社會科學、藝術設計、生活風格、心理勵志、考試用書、商業理財、語言學習、漫畫、飲食、電腦資訊、醫療保健、親子教養、輕小說等十三種類型圖書，其餘七種類型之通路價格差異程度均呈現下降，顯示多數類型圖書於通路銷售的價格競爭程度有所增加。

另外，從產業上游之出版端來看，106 年多數類型圖書之出版社家數較 105 年減少，僅少數類型書的出版社家數增加（人文史地、電腦資訊、親子教養），顯示多數類型書市場之出版社競爭家數減少。惟如前述，銷售端的折扣競爭情況有所升溫，顯示 106 年出版社之間的競爭，更多考量的是價格因素。

表柒-5、各類型圖書市場之競爭程度：106 年與 105 年相比

|                                               | 出版社家數增加          | 出版社家數減少或持平                                                           |
|-----------------------------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>通路價格競爭趨緩</b><br>〔折扣數（眾數）減少或持平、通路價格差異度下降〕   | 人文史地             | 專業／教科書／政府出版品、文學小說、旅遊、自然科普等 4 種類型                                     |
| <b>通路價格競爭趨烈</b><br>〔折扣數（眾數）增加、通路價格差異度上升〕      | —                | 漫畫                                                                   |
| <b>通路價格競爭情況紛歧</b><br>〔折扣數（眾數）減少或持平、通路價格差異度上升〕 | 電腦資訊、親子教養等 2 種類型 | 社會科學、藝術設計、生活風格、心理勵志、考試用書、商業理財、語言學習、宗教命理、飲食、童書／青少年文學、醫療保健、輕小說等 12 種類型 |

資料來源：105 年臺灣出版產業調查、本次調查結果。

### 三、主要通路（四大網路書店）上架中國大陸授權引進書種數明顯增加

依本研究盤點 106 年出版圖書於主要通路（四大網路書店）上架情況，以店銷之授權引進書而言，106 年出版種數為 8,695 種，較 105 年 8,581 種增加 1.3%，

前三大來源國家為日本（45.7%）、美國（18.6%）、中國大陸（14.3%）。與 105 年於主要通路上架之店銷書相比，上述來自日本、美國的授權引進書種數及占整體授權引進書比重皆有所減少，惟來自中國大陸授權引進書種數及占整體比重則皆呈現成長，106 年出版種數（1,240 種）較 105 年（961 種）增加 29.0%，占整體授權引進書比重亦從 105 年 11.2% 上升至 106 年 14.3%。

對於 106 年來自中國大陸授權引進書種數增加的現象，依據訪談出版業界人士之看法，大致可歸納為三項可能因素：（1）中國大陸積極推動圖書版權出口，中國出版社或版權經紀公司也會主動推銷中國大陸作品版權，而臺灣出版業者則會依照符合臺灣市場需求挑選適合輸入的內容與書籍。（2）出版成本考量：由於非中國大陸之外版書的翻譯版權費用，過往因出版社競爭出價而使版權費居高不下，甚至目前亦持續成長，再加上外文翻譯成本高，使得許多出版社無法負荷，導致我國申請外版書翻譯出版總數出現下滑，反觀中國大陸的版權費用較低，翻譯費亦較翻譯外文書為低，使得翻譯出版中國大陸書籍具有低成本之競爭優勢。

（3）中國大陸創作品質逐漸成熟，逐漸獲得讀者支持：中國大陸沿海城市發展快速，都市化後的社會及文化發展，在各個國家或不同城市之間通常會具有某些共同特性，使得某些以都會為背景的創作題材容易得到其他國家或城市讀者的共鳴，例如心理勵志、都會職場生涯等主題類型，再加上臺灣出版社擅長於這類作品的包裝與書名設計，使得相關主題類型的多本中國大陸授權引進書於 106 年獲得銷售佳績。

表柒-6、於主要通路上架之授權引進書籍來源國

單位：種、%



| 編號 | 來源國家 | 店銷書種數(比重)         |                   |
|----|------|-------------------|-------------------|
|    |      | 105 年             | 106 年             |
| 1  | 日本   | 4,218<br>(49.2%)  | 3,971<br>(45.7%)  |
| 2  | 美國   | 1,720<br>(20.0%)  | 1,620<br>(18.6%)  |
| 3  | 中國大陸 | 961<br>(11.2%)    | 1,240<br>(14.3%)  |
| 4  | 英國   | 591<br>(6.9%)     | 557<br>(6.4%)     |
| 5  | 韓國   | 409<br>(4.8%)     | 487<br>(5.6%)     |
| 6  | 其他國家 | 324<br>(3.8%)     | 461<br>(5.3%)     |
| 7  | 法國   | 235<br>(2.7%)     | 233<br>(2.7%)     |
| 8  | 德國   | 123<br>(1.4%)     | 126<br>(1.4%)     |
| 合計 |      | 8,581<br>(100.0%) | 8,695<br>(100.0%) |

資料來源：105 年臺灣出版產業調查、本次調查結果。

#### 四、圖書海外輸出成長加快

開發海外市場需求已被出版產業界視為新增獲利來源的重要策略之一，政府亦有多項政策措施予以協助。依財政部海關統計，106 年整體圖書出口金額達 39.8 億元，較 105 年 35.6 億元增加 4.2 億元或 11.8%；其中，106 年書籍、小冊、傳單及類似印刷品的出口值（約 1.5 億元）較 105 年大幅提升 30.34%，兒童圖畫書出口值（約 13.9 億元），較 105 年成長 52.9%，整體出口表現近年繼續維持兩位數的明顯成長。雖然上述圖書出口金額可能包含自製書及代工製書等銷售收入，不過，進一步檢視代表性出版社的 106 年整體營收中，外銷收入及其占整體營收比重皆較前一年度成長，例如（多品牌）專業出版社、106 年出版 100 種以上新書的（單一品牌）專業出版社、漫畫出版社等三類型出版社的外銷收入及其占比皆呈現成長，顯示海外銷售收入確為目前支持我國出版產業營收成長的重要動力之一。

另外，在整體圖書中，較受矚目的是，童書類出口金額近年持續呈現高速成長，成為驅動整體圖書出口的重要動能；而 106 年童書出口地區中，又以日本、中國大陸、南韓的出口金額成長幅度最大，成長率分別為 55.7%、215.8%、2603.3%。依訪談童書出版及經銷業界之看法，近年童書出版社積極開拓海外市場，同時幼兒類圖書，如繪本、玩具書等，由於較無文字語言隔閡，因此海外銷售較無阻礙，再加上台灣童書內容及製作品質精良，因此受到海外市場歡迎。

## 五、有聲書市場具發展潛力

隨著智慧手持裝置日益普及，國外有聲書的閱聽需求有逐漸成長的趨勢。有聲書市場在歐美國家已相當發展，過去係因美國及德國等國家幅員廣大、駕車時間較長，因此衍生行車時閱聽有聲書之需求，近年則因現代科技的便利性，使得原本就有閱聽有聲書習慣的歐美國家讀者群更為擴大，例如 Amazon 於 2017 年推出新一代的 Kindle Oasis 中，可以連接藍牙耳機來收聽 Audible 的有聲書，另外如當前由 Google 系統自行朗讀的系統，其聲音與流暢度套用在入門、較不艱澀的書籍上，已接近可以被讀者接受的程度，這些新科技的發展都有助於有聲書的普及。由此，有聲書近幾年在美國、英國等歐美市場都出現了明顯的市場銷售成長。

在亞洲市場方面，繼歐美國家之後，中國大陸的有聲書市場近年也出現大幅成長，也成為國際出版界矚目的焦點。在廣播及在線有聲書平臺日益發展下，帶動了中國大陸有聲書收聽人口的快速成長，有聲閱讀成為其全民閱讀新興成長點，為此中國大陸出版社亦紛紛設立有聲事業部。目前中國大陸有聲書營業額雖然仍小，但成長力道卻相當明顯；依據艾媒諮詢統計<sup>184</sup>，2017 年中國大陸有聲書營業額達人民幣 32.4 億元（約 4.8 億美元），較 2016 年（人民幣 23.7 億元，約 3.5 億美元）成長 36.7%，有聲書用戶人口自 2016 年 2.18 億人增加至 2017 年 2.96 億人，成長 35.8%。

相較於有聲書於國外市場的發展，我國相關出版市場則較不活躍，目前有聲書暢銷者，主要為兒童教育類為主，成年客群市場的暢銷書種則主要以名家說書者為主，且有聲書內容又以國內自製為主，引進翻譯國外有聲書內容者甚少，此係因整體市場需求尚不足以支撐相關版權費用及所需團隊人力成本；此外，臺灣中小型出版主數量眾多，而有聲書投入所需資本較高，對一般中小型出版社而言，進入門檻較高，緣此，目前整體出版社對於有聲書市場的經營較不積極。不過，以國外發展趨勢來看，展望未來國內有聲書市場應有進一步發展空間，因此相較於上游出版社對有聲書市場的謹慎態度，下游的數位平臺則開始積極投入此一市場開發，106 年已有幾個數位平臺業者投入有聲書市場經營，包括中華電信推出結合「Google 定位圖資+雙語有聲故事書」的兒童智慧手錶 FunPark Watch，親子天下推出有聲書平臺《親子天下故事有聲書 App》，以及 107 年台灣大 myBook 也推出「好聽模式」以開發具閱聽需求的潛在客群。

---

<sup>184</sup> 艾媒諮詢，2018 中國有聲書市場專題研究報告，<http://iiimedia.cn/61220.html>。



### 第三節 漫畫出版業發展綜合分析

本節綜合問卷量化結果與質化訪談內容，彙整分析圖書出版業各環節之變化發展。

#### 壹、106 年漫畫出版業整體發展概況

前述章節已就調查結果論述 106 年漫畫出版業概況，此節僅重點綜合出版種數、於主要通路上架情形、出版營業額等產製及銷售相關指標表現，概要分析 106 年漫畫出版業整體發展。106 年漫畫出版產業不論是在出版種數之產製指標或銷售相關指標表現，可看出 106 年漫畫出版業整體仍持續面臨發展瓶頸。

首先在出版種數及通路上架情形方面，106 年出版之實體漫畫於四大網路書店上架共有 1,460 種，相較 105 年（1,443 種）成長 1.2%。

其次在銷售表現方面，106 年整體紙本漫畫市場營業額為 6.4 億元，較 105 年（6.8 億元）衰退 6.5%。近幾年主要漫畫出版業者的漫畫營收呈現衰退趨勢，衰退主因來自內需市場營收的減少。目前漫畫產業的消費主力客群為年輕讀者，該消費族群持受到少子化導致消費人口減少，以及數位閱讀行為替代紙本漫畫閱讀媒介，再加上網路盜版猖獗壓縮實體漫畫及電子漫畫獲利空間等，導致漫畫出版品銷售下滑趨勢並未扭轉改變，既有商業模式已面臨較大調整及轉型壓力。近年漫畫出版社雖推出早期出版的臺灣經典或暢銷漫畫，並重新製作成精裝書以利資深讀者購買收藏，惟依訪談漫畫出版業界的看法，106 年此一購買需求有趨於減少情況。以整體漫畫出版社的平均每廠商營收表現來看，106 年平均每廠商的整體收入（包含漫畫及其他業務收入）約新臺幣 3 億 8,591 萬元，較 105 年平均收入 3 億 7,523 萬元成長約 2.8%。

相較於內需市場銷售面臨瓶頸，外銷出口表現則反向逐年成長，外銷占主要漫畫業者之營收比重亦同步提高，106 年外銷收入占比為 8.6%，較 105 年 7.7% 提高。依訪談漫畫出版業界之意見，來自中國大陸市場的營收貢獻仍持續成長，中國大陸消費者近年對於臺灣早期出版之經典日本漫畫翻譯作品仍持續保持購買及收藏需求，帶動我國實體漫畫書出口表現。近幾年臺灣紙本漫畫外銷至中國大陸、香港、東南亞國家等海外華人地區呈現成長，而銷售之漫畫產品並非全然是新出版作品，許多係屬經典或暢銷的早期出版之日系漫畫翻譯作品，並製作成典藏版、特裝版，以滿足海外讀者的購買收藏需求。

表柒-7、漫畫出版社平均每廠商營業額

單位：萬元新臺幣、%

| 出版社類型  | 105 年  | 106 年  | 成長率  |
|--------|--------|--------|------|
| 漫畫出版社  | 37,523 | 38,591 | 2.8% |
| 外銷收入占比 | 7.7%   | 8.6%   | -    |

註：平均每廠商營業額係將圖書出版業者依類型群組化，逕行撈取其財稅資料登記之廠商統編營業額，其後進一步除以報稅廠商家數所得。

資料來源：本研究計算自財政部財稅資料。

## 貳、106 年漫畫出版市場重要變化分析

### 一、電子漫畫上架種數增加，惟國內電子漫畫市場仍未成熟

近年受到實體漫畫銷售下滑的影響，部分漫畫出版社嘗試發展電子漫畫市場，以因應讀者閱讀行為轉趨數位化的趨勢。然而，電子書或紙書內容 E 化的技術開發知識 (know-how) 及資金投放金額等，皆與過去傳統實體漫畫書出版模式有所不同，許多傳統出版社在嘗試發展電子漫畫時，在此一部分皆面臨較大瓶頸。除了投入端面臨技術瓶頸及資金成本較高之外，最重要的是需求端的付費人口尚未完全培養起來。106 年電子漫畫於數位平臺上架書種數，較 105 年增加 188.2%，而零售價格不論平均數或眾數，106 年亦皆較 105 年成長，但反觀消費端，依本年及上年度民眾閱讀及消費行為調查結果，整體電子漫畫的購書率未有成長 (105 年和 106 年分別為 4.7%、4.3%)，而且網路盜版漫畫眾多，也影響消費者付費意願，影響所及，106 年整體電子漫畫於零售終端的營業額約 999 萬元，較 105 年 1,209 萬減少 17.3%，顯示目前電子漫畫市場發展尚未成熟，同時亦未如電子書市場。

### 二、本土漫畫創作能否成功市場化需要專業編輯協力

儘管近年實體漫畫銷售表現有所下滑，但在政府政策鼓勵支持漫畫創作之下，本土漫畫自製的數量已逐漸增加，依漫畫出版社問卷調查結果，106 年本國人創作新書占整體漫畫新書出版種數為 25.6%，較 105 年上升 19.6 個百分點。而未來這些本土創作漫畫作品如何讓習於閱讀日本漫畫的國內讀者所接受，將是未來本國自製漫畫市場能否進一步發展的關鍵。依據訪談漫畫產業界人士之看法，編輯的角色在漫畫市場中具有重要性，編輯並非只是定時向漫畫家催收稿件，好的編輯要能洞察產業發展趨勢、漫畫市場的喜好走向，才能提供漫畫家更好建議。因為漫畫家只會畫畫，自己發展的故事、角色很可能會隨時間改變，編輯在過程

中要能注意這些變化，若發現創作內容或風格往不符合市場需求或與差異太明顯，專業編輯必須找出來並要求漫畫家改正。惟由於臺灣漫畫出版多以日漫作品為主，因此出版社的漫畫編輯很多是以編輯國外授權漫畫為主，目前真正能了解市場、幫助漫畫家的編輯不多，甚至許多編輯在提供漫畫家建議時是根據自己的主觀經驗，而非如日本出版社做法，以客觀市場調查數據作為佐證。此一情況亦與日本漫畫產業發展成熟有關，出版社、責任編輯手上都會有關於漫畫市場的相關調查資料，可以清楚告訴漫畫家為何及如何調整，以利未來出版後有較佳銷售表現與發展。而臺灣因紙本漫畫市場銷售逐漸萎縮，出版社無法以較佳的薪資條件延攬適合的專業編輯。

### 三、漫畫出版社積極調整內容經營策略

受到網路漫畫崛起的影響，紙本漫畫閱讀人口已明顯流失，過去暢銷新漫畫銷售本數可達五至六萬本，現在則僅約一萬多本，由於紙本漫畫銷售不若以往，漫畫銷售收入占漫畫出版社整體營收比重也持續下滑，許多漫畫出版社因此積極尋求經營策略的調整。如前所述，若以整體漫畫出版社的平均每廠商營收表現來看，106 年平均每廠商的整體收入（包含漫畫及其他業務收入）約新臺幣 3 億 8,591 萬元，較 105 年平均收入 3 億 7,523 萬元成長約 2.8%，對比紙本漫畫銷售收入減少的情況，顯示其他業務收入來源有所成長。而其他業務收入來源的成長，也成為支持漫畫出版社持續投入內容領域的創作開發、衍生應用與數位化經營的重要活水。

目前漫畫出版社於內容領域的經營策略已開始積極嘗試調整，策略調整方向包括三種：第一，加碼原創市場；依訪談漫畫出版業界的看法，相較於日本漫畫，臺灣原創漫畫往往畫得好但說故事能力較有不足，因此目前部分漫畫出版社的原創內容開發也開始尋求內容好的小說進行漫畫改編。

第二是數位轉型；目前我國漫畫電子書的書種數仍不高，不過上架種數已呈現持續成長態勢，雖然目前網路盜版漫畫仍多，以及網路付費閱讀人口仍少，致使整體數位漫畫市場尚未成熟，不過漫畫閱讀模式已朝向數位化的趨勢，漫畫出版社基於前瞻性的經營考量，已更多著重於數位出版市場的經營。依訪談漫畫出版業界的看法，目前部分數位漫畫創作平臺透過優惠方式吸引漫畫家進駐，對於既有漫畫出版社形成競爭，對此，部分漫畫出版社也開發或籌備自建數位平臺，並結合政府輔導金，投入輔導新銳漫畫家與開發原創漫畫。不過，漫畫出版社對於自建數位閱讀平臺的經營策略考量，仍主要在聚攏讀者，希望藉此增加讀者對

紙本漫畫的購買；其方式係以提供如紙本漫畫的頁漫內容，並且初期採取不收費的方式，期以吸引並鞏固一定客群後，再視情況轉換成部分收費閱讀方式，最終仍期待平臺上的讀者能因此購買實體漫畫，以鞏固紙本市場的商業模式。

第三是原創漫畫內容 IP 於 ACG（動畫、漫畫、遊戲）不同領域的內容跨界延伸開發，以及非書類商品的開發。後者為單純的漫畫角色延伸授權作商品實體化開發，依訪談漫畫出版業界的觀察，當前周邊商品的銷售表現較漫畫書為佳，占公司整體營收比重也有所提升，顯示授權商品實體化開發為目前出版社的一個重要經營方向。相較之下，前者 ACG 的跨界內容創作及市場經營則顯得複雜，包括 ACG 內容的創作思維、製作模式及流程、開發成本、所需專業人力、行銷模式及管道等等皆有不同，對於漫畫出版社而言多半較不熟悉，目前出版社已持續摸索中。而漫畫出版社於 ACG 內容跨界開發的經營策略調整，也會反過來影響漫畫創作內容的開發方向；在 ACG 模式下，漫畫創作內容的檢視會更強調是否有能被延伸應用的價值，因此漫畫創作不再是以單純的漫畫書出版作為內容呈現設定，而必須考量到後續動畫化、遊戲化的內容開發需求，這對於漫畫創作而言將是一個新的考驗。以漫畫改編成影視作品為例，依訪談漫畫出版業界的看法，若翻拍成影視作品，長篇漫畫較有翻拍能量，因為主角個性才能更加鮮明，而若是單元劇為主的漫畫，則在戲劇改編上可能張力不足。

## 第四節 數位出版發展綜合分析

本節綜合問卷量化結果與質化訪談內容，彙整分析圖書出版業各環節之變化發展。

### 壹、106 年數位出版業整體發展概況

前述章節已就調查結果論述 106 年數位出版業概況，此節僅重點綜合出版種數、於主要通路上架情形、出版營業額等產製及銷售相關指標表現，概要分析 106 年數位出版業整體發展。

在出版種數方面，依本研究盤點結果，於 106 年出版之電子書共 7,102 種（其中店銷型電子書約 6,254 種），較 105 年成長 34.5%，電子漫畫共為 1,435 種，較 105 年成長 188.2%，電子雜誌共 583 種，較 105 年成長 31.6%。雖然與實體圖書、雜誌、漫畫相比，電子出版種數仍低，但 106 年出版種數皆較 105 年明顯成長，顯示上游出版社對於投入經營電子書市場已轉趨積極。

於上游數位出版社端，106 年電子書營收推估為新臺幣 8.2 億元，較 105 年 2.5 億元成長約 225.2%；電子漫畫約新臺幣 999 萬元，較 105 年 1,209 萬元衰退 17.3%；電子書與電子漫畫合計約新臺幣 8.3 億元，較 105 年 2.6 億元成長 214.0%。

於下游數位行銷通路端，106 年電子書營業額約新臺幣 13.6 億元，較 105 年 4.2 億元成長 225.2%；106 年電子漫畫營業額約新臺幣 1,666 萬元，較 105 年 2,015 萬元衰退 17.3%。106 年整體數位出版市場（含圖書及漫畫）約新臺幣 13.8 億元，較 105 年 4.4 億元成長 214.0%，106 年整體數位市場出現明顯成長。

### 貳、106 年數位出版市場重要變化分析

#### 一、數位平臺之營收表現趨於兩極化

過往 B2C 的電子書消費市場，銷售最佳平臺為中華電信、遠傳、台灣大哥大等三大電信商，並且以月租包為讀者消費的主要模式，然而近年中華電信旗下的 Hami 書城和遠傳 friDay 閱讀於電子書市場發展並不順利，中華電信旗下 Hami 書城營收呈現持續衰退，遠傳 FriDay 則改以推廣購物及影音服務為主，三大電信商之中，台灣大哥大 myBook 於 105 年已開始獲利，依台灣大哥大旗下行動閱讀服務 myBook 公布「106 年電子書籍暨電子雜誌閱讀趨勢」，106 年 myBook 會員閱讀總冊數突破 95 萬，總閱讀時數逼近 140 萬分鐘，兩大關鍵數據皆較 105



年成長約 14%，顯見國人行動閱讀需求逐年穩定成長。<sup>185</sup>

106 年電子書市場出現明顯結構變化，主要係為代表性通路平臺業者加入，促使電子書市場競爭升溫。

繼 105 年全球電子書第二品牌樂天 Kobo 電子書店上架臺灣繁體中文書籍之後，牽動其他代表性業者積極評估投入臺灣電子書市場的經營布局，106 年國內最大網路書店博客來宣布電子書平臺正式上線，另一個連鎖書店龍頭誠品書店也於 106 年底宣布<sup>186</sup>，閱聽眾的數位體驗是未來關注焦點，未來將投入發展電子書平臺，並且考慮出版電子書。隨著大型代表性通路商加入電子書市場，也使得電子書市場競爭情況升溫，部份電子書平臺甚至以補貼出版社、全站限時超低折扣的方式，吸引讀者進站購書。

隨著電子書市場起飛，整體電子書營收也呈現大幅成長情況。依本研究訪談幾家代表性數位平臺業者之看法，皆反映 106 年電子書營收呈現倍數式大幅成長。另外，依各代表性電子書平臺業者公布數據顯示，106 年電子書市場有明顯大幅成長情況。樂天 Kobo 自 105 年進入臺灣電子書市場至 106 年底，會員數已累積超過 5 萬人，簽約出版社多達 400 家，繁體中文書量從初登臺的數千本增加到 5 萬本，而單月業績與 105 年 10 月相比大幅成長 30 倍，超乎預期。<sup>187</sup>博客來於 106 年 9 月進軍電子書市場後，每月營收以兩位數成長，甚至 12 月營收較開館當月翻倍成長，其中來自海外的營收占比也逾 15%。<sup>188</sup>Readmoo 讀墨電子書於 106 年推出原生電子書閱讀器 mooInk，同時 106 年電子書營業額成長較 105 年 300%。<sup>189</sup>整體而言，106 年為國內電子書市場明顯翻轉向上的關鍵年。

---

<sup>185</sup> 工商時報，myBook 今年電子書閱讀量破 95 萬 疊出 21 座 101 大樓高，2017 年 12 月 5 日，<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20171205002932-260410>。

<sup>186</sup> 中央社，閱讀有不同形式 誠品計畫發展電子書，2017 年 12 月 15 日，<https://www.cna.com.tw/news/acul/201712140330.aspx>。

<sup>187</sup> 科技新報，台灣人其實愛閱讀，樂天 Kobo：「快學習」風潮引爆電子書市場成長，2017 年 12 月 12 日，<http://technews.tw/2017/12/12/rakuten-kobo-ebook-service-2017-performance-report/>。

<sup>188</sup> 工商時報，博客來電子書銷售 翻倍成長，2017 年 12 月 21 日，<https://www.chinatimes.com/newspapers/20171221000376-260210>。

<sup>189</sup> 科技新報，讀墨 2017 百大電子書暢銷榜出爐，電子書成長 300%，2017 年 12 月 22 日，<https://technews.tw/2017/12/22/readmoos-best-seller-of-2017-in-books/>。

## 第五節 出版行銷通路發展綜合分析

本節綜合問卷量化結果與質化訪談內容，彙整分析圖書出版業各環節之變化發展。

### 壹、106 年出版行銷通路業整體發展概況

前述章節已就調查結果論述 106 年出版行銷通路業概況，此節僅重點就營業額銷售指標表現，概要分析 106 年出版行銷通路業整體發展。

圖書銷售管道大致可分為出版社透過總經銷商發行到各零售通路或出版社直接發書到零售通路（Business to Business to Consumer, B2B2C）、出版社直接銷售給消費者（Business to Consumer, B2C）、出版社承做圖書館圖書採購案（Business to Library, B2L）等三種。106 年包括產業鏈中游的經銷發行商、產業鏈下游的零售通路（網路書店除外），營業額均呈同步下滑。

相較於上游出版端 106 年圖書營收呈現微幅成長，下游的圖書銷售通路除了網路書店銷售呈現成長之外，包含連鎖書店、單一實體書店或獨立書店等實體圖書販售通路端的圖書銷售則呈現衰退，同時其整體廠商收入（含圖書及其他業務收入）也呈現衰退，顯示實體圖書販售通路雖然持續擴大經營多元業務，尋求其他收入來源以穩定經營，惟依本研究調查顯示，106 年有 37.5% 民眾不曾去過實體書店，較 105 年 27.2% 明顯增加，以 12 歲以上整體民眾平均每位到訪實體書店的次數由 105 年 8.4 次下降至 106 年 7.3 次，減少 1.1 次；因到訪實體書店的人次有所減少，致使 106 年整體廠商營收仍趨於減少。

以圖書零售通路業者來觀察，106 年各類型圖書零售通路之平均每廠商營業額，以有經營網路書店者為最高（新臺幣 19 億 5,175 萬元），其次依序是連鎖書店（未經營網路書店者）2 億 2,426 萬元、單一實體書店 1,694 萬元、二手書店 146 萬元；與 105 年相比，呈現成長者僅有經營網路書店者（+4.7%），其餘包括連鎖書店（-7.9%）、單一實體書店（-8.9%）、二手書店（-3.3%）等平均每廠商營收則呈現衰退，顯示上述各類型圖書零售通路的近年整體經營情況仍未有改善。

而位於產業鏈中間環節的經銷發行商，近年隨著下游書店家數減少，總經銷商可發行實體零售通路數已不若以往，再加上主要大型連鎖書店和網路書店與出版社直接往來，明顯影響圖書經銷發行業的經營表現；以現存之圖書經銷發行業

者而言，106 年平均每廠商營收為新臺幣 1 億 3,866 萬元，較 105 年減少 9.2%。

以圖書銷售表現來看，根據廠商統一編號進行財稅資料營業額撈取進行推估，106 年下游零售端的整體（含新舊書）紙本圖書營業額約新臺幣 225 億 9,840 萬元，相較 105 年營業額推估之新臺幣 237 億 1,758 萬元略為衰退 4.7%。上述新臺幣 225 億 9,840 萬元係以下游零售通路的營收推估而得，與前述從上游出版社的營收推估下游端的整體圖書營業額約新臺幣 238 億 5,116 萬元相比，其間差異數研判係包括出版社透過自行銷售及其他管道銷售（如團購）、圖書館採購（B2L）等營業收入。

表 8-8、105~106 年圖書經銷及零售通路平均每廠商營業額

單位：萬元新臺幣、%

| 項目       | 圖書經銷發行 | 連鎖書店<br>(未經營網路書店者) | 有經營網路書店者 | 單一實體書店 | 二手書店  |
|----------|--------|--------------------|----------|--------|-------|
| 105 年    | 15,268 | 24,349             | 186,430  | 1,860  | 151   |
| 106 年    | 13,866 | 22,426             | 195,175  | 1,694  | 146   |
| 106 年成長率 | -9.2%  | -7.9%              | 4.7%     | -8.9%  | -3.3% |

註：平均每廠商營業額係將圖書零售通路業者依類型群組化，逕行撈取其財稅資料登記之廠商統編營業額，其後進一步除以報稅廠商家數所得。

資料來源：本研究計算自財政部財稅資料。

## 貳、106 年出版行銷通路市場重要變化分析

近年隨著實體通路販售圖書金額下滑，也改變了產業鏈中經銷商與零售商的關係。依訪談圖書販售通路業界的看法，過去經銷商扮演輔佐書店店主的角色，會主動關心書籍販售情況，並代為向上游出版社積極爭取貨源，甚至協助建議其書籍陳列方式或書架擺放位置，如今因整體實體通路銷售圖書市場萎縮，致使兩方互動模式已不如往昔。另外，現今因經銷發行商的經營成本上升，以致發行服務據點和網絡有所減少，圖書發貨最南頂多送到高雄，甚至部份圖書出現直接斷貨情況，此外，對於南部讀者而言，也有客訂時間拉長的問題，反觀大型網路書店的經營優勢之一，係透過其全臺便利商店的物流系統，得以降低物流成本，此使得實體圖書販售通路，尤其是獨立書店，面臨更大的競爭壓力，目前獨立書店的因應做法已透過友善書業合作社與其他獨立書店合作，共同吸收貨運成本。

不過，依據依訪談圖書出版業界的看法，目前部分大型出版社的圖書銷售收入來源，電子通路的成長率已大於實體通路，顯示讀者消費習慣的改變，將可能進一步改變未來出版社對於下游通路結構的行銷與配貨策略設定，此亦可能於未

來加重影響實體圖書販售通路的經營問題。另外，依據訪談圖書經銷發行業界的觀察，儘管整體實體販售通路的圖書銷售額下滑，但並非所有實體通路均面臨此一問題，目前實體通路有經營情況兩極化及大者恆大的跡象。



## 第六節 政策建議

根據本研究分析結果，以及透過產業人士訪談及座談會蒐集彙整相關政策建議，除了針對目前政府已有規劃或執行之政策提出精進做法建議之外，對於目前尚未被納入政策規劃之環節亦有相關建議提出。彙整分析如下：

### 壹、賡續推動出版產業已積極倡議之政策建議

依本研究訪談出版產業界之意見，出版產業界對於先前已積極就振興我國出版產業提出之相關重要政策建議主張，包括公共出借權、圖書統一定價、購書抵減所得稅、圖書免徵營業稅（亦有業者建議應採營業稅零稅率）應等等，期盼政府針對具有共識部分應賡續且積極推動。

### 貳、持續鼓勵優質內容出版以維持本土自製新書出版動能

由前述調查可知，106 年圖書出版產業發展略有回溫，不論是出版種數或營收表現皆有所成長，而數位出版市場（尤其是電子書）的出版書種數及營收規模亦同樣呈現明顯成長趨勢，顯示 106 年整體出版產業經營情況轉佳。惟進一步細究其結構表現，新書出版種數雖較上年度有所成長，然通路端亦覺察新書中改版書的情況有所增加，加上新書整體營業額及投入新書出版的出版社家數皆較上年度略微減少，顯示本土自製新書出版動能有減弱疑慮。再者，106 年來自中國大陸的授權引進書種數明顯增加，其書籍出版外觀及內容與本土自製書相近，建議政府宜持續鼓勵優質內容創作及出版，以維持本土自製新書出版動能。

### 參、建議政府帶動閱讀風氣以根本改善出版產業經營環境

從本次調查可以發現，106 年民眾對於圖書、雜誌、漫畫的閱讀率仍持續下滑，同時當前國內讀者的廣泛性閱讀的量雖有提升，但深度的閱讀卻下滑，此皆不利整體出版產業的經營環境。因此，依訪談出版產業界之建議，振興我國出版產業的根本之道，仍在於全民的閱讀風氣是否能夠提升。建議政府應以實質作為帶動民眾閱讀風氣，例如建議政府領導者以自身做起來推廣閱讀，以每週或定期向全國人民公告自己在過去一週或一定期間內閱讀哪些書，並且推薦給全體國人，如此可達上行下效、帶動全國閱讀的風氣。另外，閱讀行為必須從小培養，於各教育階段，建議政府推動校園閱讀的政策目標設定，應著重於一所學校的學生共閱讀多少書，以及學校圖書館的圖書有多少人借閱或傳閱，而非學校圖書館購買

或館藏書量有多少。

#### **肆、建議協助產業改善數位出版之基礎環境**

目前各個電子書平臺支援 EPUB3 的做法，並非其中所有規範通通都有支援，甚至有些是直接用圖片來做 EPUB 電子書，並非是真正的 EPUB3 格式。各電子書平臺的 EPUB 規範與格式也尚未統一，不利整體電子書製作環境。不同平臺具有不同規範格式，導致上游出版社出版一本電子書必須製作不同平臺所需要的 EPUB 格式，耗費較多人力及製作成本，因此有必要由產業界統一電子書上架格式規範。目前各數位平臺已計畫共同改善此一電子書出版格式規範，開發一套製作電子書編輯器，以利出版社可自行製作電子書；對此，建議政府可進一步協助推進相關工作，以改善數位出版市場發展之基礎建設環境。

#### **伍、建議增補相關政策措施以持續協助圖書海外輸出**

在國內購書市場呈持續疲弱態勢下，近年出版業者已積極開拓海外市場需求，且依出版業者的營收來源表現，可見外銷收入比重已有所提升，顯示海外市場拓展亦是當前我國出版產業的發展重點方向之一。對此，政府亦有相關協助圖書出版業者參與國際書展、舉辦圖書版權交易媒合會、補助圖書外文翻譯費用、培訓版權經紀行銷人才、協助編輯國際交流等政策，顯示政府對協助我國圖書輸出的重視。

相關建議精進或增補政策做法，除了上年度本產業調查所提建議之外，本年度調查研究訪談出版產業界之意見，亦補充相關建議做法供政府參考；對此，一併彙整如下，以利政策參考：

- (1) 在規劃我國參與國際書展之聯合展臺之前，可以事先規劃國際書展參展前的預先交流討論，邀集版權代理公司及出版社等產業鏈相關業者，就國際版權需求及出版市場趨勢等議題進行交流討論，以利出版社掌握國際情勢並預為規劃參展書籍。
- (2) 建議政府未來可邀請作品版權輸出較為活躍之國家的專業編輯人員來臺，與國內編輯人員就作品內容產製及海外版權輸出經驗等議題進行交流。
- (3) 爭取臺灣成為國際書展主賓國，並以文化外交概念，於展會期間籌劃以臺灣文化為主題的系列性藝文展演活動，進行整體文化輸出。
- (4) 未來於電子書種數增加及多元化之後，將具有海外輸出潛力，目前國

內數位出版平臺業已布局國際市場多年，包括於東南亞等新南向國家的布局，建議政府可藉助數位平臺以協助電子書輸往海外市場。

- (5) 國外讀者比較喜歡長篇作品，但臺灣作家因臺灣讀者偏好短篇作品而傾向創作短篇作品，對此，建議政府可鼓勵長篇作品創作，同時補助臺灣書籍的英譯樣本書的製作，可達一萬字的規模樣書，以協助臺灣作品走向國際。
- (6) 政府協助出版業參與外國書展的採購計畫，建議可配合已預告之國際書展時程，提前規劃及公告。
- (7) 東南亞等新南向市場近年已成為出版產業關注標的，建議針對協助我國出版產業開發新南向國家，政府宜有相關策略地圖或政策規劃，協助產業界以團體戰或以大帶小的策略方式，開發新南向市場。



## 附錄一

### 圖書出版產業：一般圖書出版業者問卷

本調查依據統計法第二十條規定:「政府辦理統計時,被調查者無論為機關、團體或個人,均有據實詳盡報告之義務」。

## 臺灣出版產業調查問卷

### (圖書出版產業:一般圖書出版業者問卷)

貴圖書出版公司,您好:

文化部為掌握產業上游版權代理、中游編輯出版,以及下游經銷流通等相關業態之經營現況與未來發展趨勢,以作為政策制定參考與業者經營策略調整依據,本(107)年度委託本院進行旨揭產業調查。惠請轉貴公司(社)熟悉 106 年圖書發行及銷售概況之會計、編輯、人資與業務等部門主管協助填寫,敬請於 107 年 9 月 30 日前,透過紙本回卷、電子回卷或傳真等方式填答。

如有任何填答問題,均可來電或來信賜教,惠請撥冗回覆。本研究係加總所有產業資料進行分析,個別單位資訊絕不外流公開。凡填答本問卷並經研究人員確認為有效回卷者,將致贈禮卷,同時若填答者有需要,本院將提供此次問卷調查結果,回饋予您參考,以協助您了解產業現況及發展趨勢。有您的配合參與,將有助文化部出版產業主管機關致力產業發展之相關輔導措施,感謝您的鼎力相助。

台灣經濟研究院敬上

聯絡人(研究人員):盧俊偉博士、徐亦慧

聯絡電話:02-2586-5000 # 631、384

傳真:02-2594-6311

聯絡住址:台北市中山區德惠街 16-8 號 7 樓

E-mail: d33383@tier.org.tw

## 壹、組織概況

### 一、公司基本資料

|              |             |
|--------------|-------------|
| *公司中文名稱:     |             |
| 統一編號:        | (若無統一編號則免填) |
| 填答者職稱:       | (部門) (職稱)   |
| *填答者姓名:      | *連絡電話:      |
| *填答者 e-mail: |             |

《105 年臺灣出版產業調查報告》研究成果供參



<http://mocfile.moc.gov.tw/mochistory/images/Yearbook/2016survey/index.html>

## 二、組織結構（煩請會計部門人員填答）

Q1. 請問 貴公司的營業性質是？(單選)

☐ (1) 非營利事業。請問貴公司的設立金額是？新臺幣\_\_\_\_\_萬元

☐ (2) 營利事業。(請續答以下題組)

Q1-1. 請問 貴公司是否為集團成員（關係企業、分支企業、母子公司）？ ☐ 1. 是 ☐ 2. 否

Q1-2. 請問 貴公司資金來源及比例是？

| 本國             |         | 外國      |         | E. 其他 |
|----------------|---------|---------|---------|-------|
| A. 個人投資        | B. 企業投資 | C. 個人投資 | D. 企業投資 |       |
| %              | %       | %       | %       | %     |
| 總計 (A+B+C+D+E) |         |         |         | 100%  |

Q2. 請問 貴公司所經營之產業鏈環節為何？（可複選）

☐ 1. 內容創作

☐ 2. 編輯出版

☐ 3. 經銷發行

☐ 4. 通路販售

☐ 5. 印刷廠

☐ 6. 裝訂廠

## 三、人力投入情形（煩請人資部門人員填答）

Q3. 不含特約、派遣等人力，請問 貴公司 106 年底共僱用及投入

正職人員\_\_\_\_\_人，兼職人員\_\_\_\_\_人，外包合作\_\_\_\_\_人。

註：

1. 「特約、派遣等人力」係指由人力派遣業者僱用之人員，以公司合作簽約形式，派遣支援人力至出版社進行工作協助
2. 兼職人員係指平均週工時未滿 30 小時者，兼職人員包含符合上述工時之工讀生
3. 外包合作係將相關業務（包含排版、翻譯、設計、外編、校對等）委外執行

Q3-1. 承上，請問 貴公司聘僱的正式員工中，性別、年資、學歷及年齡組成概況是？

男性：\_\_\_\_\_人；女性：\_\_\_\_\_人；女性總編、發行人：\_\_\_\_\_人

| 年資               |                  |                  |                   |                    |        |
|------------------|------------------|------------------|-------------------|--------------------|--------|
| 未滿 1 年           | 1 年以上-<br>未滿 3 年 | 3 年以上-<br>未滿 5 年 | 5 年以上-<br>未滿 10 年 | 10 年以上-<br>未滿 20 年 | 20 年以上 |
| 人                | 人                | 人                | 人                 | 人                  | 人      |
| 按學歷分             |                  | 人數               | 按年齡分              |                    | 人數     |
| (1) 高中（職）及以下     |                  |                  | (1) 未滿 20 歲       |                    |        |
| (2) 專科           |                  |                  | (2) 20-29 歲       |                    |        |
| (3) 大學           |                  |                  | (3) 30-39 歲       |                    |        |
| (4) 研究所以上        |                  |                  | (4) 40-49 歲       |                    |        |
| 說明：人數請依四捨五入進位至整數 |                  |                  | (5) 50 歲以上        |                    |        |

Q3-2. 請問 貴公司 106 年聘僱員工中，是否包含外籍人士？(可複選)

☐ 否

☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

Q3-3. 請問 貴公司 106 年是否與外籍獨立專業人士（即自行負擔勞健、保之「自雇」專業人士）合作？  
(可複選)

☐ 否

☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

Q3-4. 請問 貴公司 106 年是否曾外派本國籍員工至海外企業（含關係企業）？(可複選)

☐ 否

☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

Q3-5. 請問 106 年是否有海外企業（含關係企業）派駐人力至 貴公司？(可複選)

☐ 否

☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

Q4. 電子書與數位應用業務人才

| 按職務分工       | 具備相關能力之人數 | 實際投入業務之人數 |
|-------------|-----------|-----------|
| 1.具電子書編輯能力者 | 人         | 人         |
| 2.具數位應用能力者  | 人         | 人         |

說明：數位應用能力係指理解網路平臺演算法，具程式串接與 SEO 調整能力等

Q5. 請問 貴公司 106 年各職務與身份類型人員之人數及每月薪資（含經常性及非經常性）平均大約為？（新臺幣）(代碼只能填一個)

| 職務類型   | 人數     | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|--------|--------|-----------|--------|--------|--------|
|        |        | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|        | 106 年底 | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 1.編輯   | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 2.行銷業務 | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 3.倉儲物流 | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 4.身兼數職 | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 身分類型   | 人數     | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|        |        | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|        | 106 年底 | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 外籍雇員   | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |

說明：

1.若編輯占工作量比重達五成以上者，請填入編輯人力，其餘職務人力填答標準亦同

2.新進人員係指到職未滿三個月之員工

3.平均月薪欄位填寫代號即可：① 未滿 22,000 元；② 22,000 元～25,000 元；③ 25,001 元～30,000 元；④ 30,001 元～35,000 元；⑤ 35,001 元～40,000 元；⑥ 40,001 元～50,000 元；⑦ 50,001 元以上

## 貳、 106 年圖書出版情形（煩請編輯部門人員填答）

Q6. 請問 貴公司 106 年出版的圖書中，取得數位版權比例為\_\_\_\_\_%，取得授權後而實際發行之比例為\_\_\_\_\_%。

Q7. 請問 貴公司 106 年印行圖書中，各類書籍印刷量與銷貨冊數所占比例約為？

| 類別              | 印刷量  |      |         |      | 銷貨冊數 |               |
|-----------------|------|------|---------|------|------|---------------|
|                 | 新書首刷 |      | 非新書再版再刷 |      | 新書首刷 | 非 新 書<br>再版再刷 |
|                 | 書種數  |      | 書種數     |      |      |               |
| 01.社會科學         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 02.人文史地         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 03.藝術設計         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 04.專業/教科書/政府出版品 | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 05.文學小說         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 06.生活風格         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 07.心理勵志         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 08.考試用書         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 09.商業理財         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 10.語言學習         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 11.宗教命理         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 12.漫畫           | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 13.飲食           | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 14.旅遊           | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 15.自然科普         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 16.電腦資訊         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 17.童書/青少年文學     | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 18.醫療保健         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 19.親子教養         | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 20.輕小說          | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 21. 其他：_____    | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 合計              | 種    | 100% | 種       | 100% | 100% | 100%          |

Q8. 請問 貴公司 106 年新書出版發行的語言，以及本國人創作書籍、翻譯書籍、進口原文書之出版情況為何？

| 類型          | 新書出版發行的語言 |          |    |    |    |      | 新書出版發行類型 |            |          |            |      |
|-------------|-----------|----------|----|----|----|------|----------|------------|----------|------------|------|
|             | 正體<br>中文  | 簡體<br>中文 | 英文 | 日文 | 其他 | 合計   | 國人<br>創作 | 簡體授<br>權書籍 | 翻譯<br>書籍 | 進 口<br>原文書 | 合計   |
| 1.書 籍 種 類   | %         | %        | %  | %  | %  | 100% | %        | %          | %        | %          | 100% |
| 2.總印刷量比例    | %         | %        | %  | %  | %  | 100% | %        | %          | %        | %          | 100% |
| 3.銷貨冊數比例    | %         | %        | %  | %  | %  | 100% | %        | %          | %        | %          | 100% |
| 4.平 均 定 價   | 元         | 元        | 元  | 元  | 元  |      | 元        | 元          | 元        | 元          |      |
| 5.平均批發折扣    | 折         | 折        | 折  | 折  | 折  |      | 折        | 折          | 折        | 折          |      |
| 6.平均銷貨/零售折扣 | 折         | 折        | 折  | 折  | 折  |      | 折        | 折          | 折        | 折          |      |

Q9. 請問 貴公司 106 年出版新書中，作者為臺灣原創作者人數為\_\_\_\_\_人，其中出版第一本書之新秀作者人數為？\_\_\_\_\_人

Q9-1. 【106 年有出版我國新秀作家作品者填答】我國新秀作家作品的平均印刷量及出版書籍類型概況為？平均首刷本數：\_\_\_\_\_本；平均再刷本數：\_\_\_\_\_本。

Q9-2.我國新秀作家出版類別為？（可複選）

- |                                          |                                      |                                       |
|------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 01.社會科學         | <input type="checkbox"/> 02.人文史地     | <input type="checkbox"/> 03.藝術設計      |
| <input type="checkbox"/> 04.專業/教科書/政府出版品 | <input type="checkbox"/> 05.文學小說     | <input type="checkbox"/> 06.生活風格      |
| <input type="checkbox"/> 07.心理勵志         | <input type="checkbox"/> 08.考試用書     | <input type="checkbox"/> 09.商業理財      |
| <input type="checkbox"/> 10.語言學習         | <input type="checkbox"/> 11.宗教命理     | <input type="checkbox"/> 12.漫畫        |
| <input type="checkbox"/> 13.飲食           | <input type="checkbox"/> 14.旅遊       | <input type="checkbox"/> 15.自然科普      |
| <input type="checkbox"/> 16.電腦資訊         | <input type="checkbox"/> 17.童書/青少年文學 | <input type="checkbox"/> 18.醫療保健      |
| <input type="checkbox"/> 19.親子教養         | <input type="checkbox"/> 20.輕小說      | <input type="checkbox"/> 21. 其他：_____ |

Q10. 請問 106 年 貴公司與創作者之交易模式與拆帳比例？（可複選）

- ☐買斷                      ☐拆帳（支付創作者紙本書版稅，紙本書定價\_\_\_\_\_%）

Q11. 請問 貴公司 106 年一般圖書之首刷與再版／再刷出版情形為？

| 出版情形   | 新書首刷 | 非新書再版再刷 |
|--------|------|---------|
| 1.總印刷量 | 冊    | 冊       |
| 2.銷貨冊數 | 冊    | 冊       |

### 參、通路及行銷概況（煩請業務部門人員填答）

Q12. 請問 貴公司與產業鏈內相關業者之互動關係？

Q12-1.請問貴公司與經銷商、零售通路的結帳方式有哪些（可複選）

- ☐1.月結制／進減退 ☐2.寄售制／銷售結款制（銷結制）  
☐3.其他，請說明：\_\_\_\_\_

Q12-2.請問 貴公司出版的紙本書籍主要是透過哪些管道銷售？(可複選)

- ☐1.完全經銷 ☐2.部分經銷  
☐3.其他：\_\_\_\_\_

Q13. 請問 貴公司是否跨足數位市場經營？(單選)

- ☐1.否 ☐2.是，跨足數位出版  
☐3.是，跨足數位出版品流通販售平臺 ☐4.是，數位出版與數位出版品流通平臺皆有跨足

Q14. 請問各通路配貨比例、平均折扣與平均退書率

| 銷售通路種類                  | 配貨比例 | 平均折扣 | 平均退書率 |
|-------------------------|------|------|-------|
| 01.總經銷                  | %    | 折    | %     |
| 02.直接鋪貨至經銷商／中盤／代理商      | %    | 折    | %     |
| 03.團購                   | %    | 折    | %     |
| 04.實體書店（含門市）（直往）        | %    | 折    | %     |
| 05.郵購：透過報紙雜誌及 DM 等媒體銷售  | %    | 折    | %     |
| 06.直銷：人員拜訪直接銷售／電話行銷特販   | %    | 折    | %     |
| 07.學校：跟校方教師推薦圖書         | %    | 折    | %     |
| 08.網路書店：自行架網或透過相關平臺銷售   | %    | 折    | %     |
| 09.圖書館：定期／不定期送至圖書館（非學校） | %    | 折    | %     |
| 10.特殊通路（量販店／超商等）        | %    | 折    | %     |
| 11.海外市場                 | %    | 折    | %     |
| 12.其他：_____             | %    | 折    | %     |
| 合計                      | 100% |      |       |

Q15. 請問 貴公司行銷資源經費（如舉辦新書發表會、相關活動等）投放之配置比重為何？

| 實體書店   | 網路書店 | 報章雜誌及網路新聞網站 | 網路商城  | 數位出版品販售平臺 |
|--------|------|-------------|-------|-----------|
| %      | %    | %           | %     | %         |
| 實體書展特賣 | 廣播電台 | 委由網紅或團體代言行銷 | 其他：__ | 合 計       |
| %      | %    | %           | %     | 100%      |

Q16. 請問 貴公司從事哪些與圖書相關之跨界業務經營？(可複選)

|                                 |                                         |                                     |
|---------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.講座   | <input type="checkbox"/> 2.活動           | <input type="checkbox"/> 3.課程       |
| <input type="checkbox"/> 4.旅遊導覽 | <input type="checkbox"/> 5.代言           | <input type="checkbox"/> 6.心靈諮商     |
| <input type="checkbox"/> 7.周邊商品 | <input type="checkbox"/> 8.跨界異業合作（如桌遊等） | <input type="checkbox"/> 9.其他：_____ |

#### 肆、 106 年圖書進出口情形（煩請會計部門人員填答）

Q17. 請問 貴公司 106 年是否進口實體書銷售，或者有無出口實體書至海外（含中國大陸地區），不含版權交易。(單選)

☐1.無進出口（請跳答 Q.18）

☐2.有進出口（請續答以下題組）

Q17-1.請問 106 年共進出口幾種書籍？進出口書籍冊數為？

| 項目         | 進口 | 出口 |
|------------|----|----|
| 1.書籍種數     | 種  | 種  |
| 2.簡體中文書籍冊數 | 冊  | 冊  |
| 3.中文書籍總冊數  | 冊  | 冊  |
| 4.外文書籍總冊數  | 冊  | 冊  |

Q17-2.請問 貴公司 106 年進出口圖書中，各類書籍所占比例是？

| 類別              | 進口 | 出口 |
|-----------------|----|----|
| 01.社會科學         | %  | %  |
| 02.人文史地         | %  | %  |
| 03.藝術設計         | %  | %  |
| 04.專業/教科書/政府出版品 | %  | %  |
| 05.文學小說         | %  | %  |
| 06.生活風格         | %  | %  |
| 07.心理勵志         | %  | %  |
| 08.考試用書         | %  | %  |
| 09.商業理財         | %  | %  |
| 10.語言學習         | %  | %  |
| 11.宗教命理         | %  | %  |
| 12.漫畫           | %  | %  |
| 13.飲食           | %  | %  |
| 14.旅遊           | %  | %  |
| 15.自然科普         | %  | %  |
| 16.電腦資訊         | %  | %  |



| 類別          | 進口   | 出口   |
|-------------|------|------|
| 17.童書/青少年文學 | %    | %    |
| 18.醫療保健     | %    | %    |
| 19.親子教養     | %    | %    |
| 20.輕小說      | %    | %    |
| 21.其他：_____ | %    | %    |
| 合計          | 100% | 100% |

伍、 **版權交易狀況**（煩請版權部門人員填答，若無版權部門人員，請由編輯部門人員填答）

Q18. 請問 貴公司 106 年是否有設置獨立之版權部門或有聘僱專業版權人員？(單選)

|                                       |                                                    |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 設有獨立之版權部門 | <input type="checkbox"/> 2. 聘僱版權人員(包含兼負版權與編輯工作之人員) |
| <input type="checkbox"/> 3. 兩者皆有      | <input type="checkbox"/> 4. 兩者皆無                   |

#### （一）海外圖書版權交易

Q18-1. 請問 貴公司 106 年是否有與其他地區或國家進行圖書版權交易（含翻譯權與印製權）？  
(單選)

|                                              |                                               |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 引進與輸出皆有（請續答以下題組） | <input type="checkbox"/> 2. 僅有引進（續答以下題組）      |
| <input type="checkbox"/> 3. 僅有輸出（請跳答 Q.19）   | <input type="checkbox"/> 4. 引進與輸出皆無（請跳答 Q.22） |

Q18-2. 請問 貴公司 106 年引進其他地區或國家版權的交易情形是？（可複選）

| 項目       | 交易情形                                                                                                                                                                            |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 版權引進交易情形 | <input type="checkbox"/> 1. 購置國外版權翻譯中文後發行<br><input type="checkbox"/> 2. 購買簡體字版轉成正體字版<br><input type="checkbox"/> 3. 購買印製權，在臺灣或海外直接印製出版<br><input type="checkbox"/> 4. 其他：_____ |

Q19. 請問 貴公司 106 年引進與輸出版權書之方式及種數為何？（含中國大陸地區）

| 引進版權方式            | 種數 | 輸出版權方式            | 種數 |
|-------------------|----|-------------------|----|
| 1. 作者直接授權         | 種  | 1. 作者直接授權         | 種  |
| 2. 透過出版社          | 種  | 2. 透過出版社          | 種  |
| 3. 代理商/版權經紀人（國內外） | 種  | 3. 代理商/版權經紀人（國內外） | 種  |
| 4. 網路版權交易平臺       | 種  | 4. 網路版權交易平臺       | 種  |
| 5. 其他：_____       | 種  | 5. 其他：_____       | 種  |

Q19-1. 請問 貴公司 106 年版權交易之種類數量（以標題為準，套書標準亦同）

| 類別              | 引進數 | 輸出數 |
|-----------------|-----|-----|
| 01.社會科學         | 種   | 種   |
| 02.人文史地         | 種   | 種   |
| 03.藝術設計         | 種   | 種   |
| 04.專業/教科書/政府出版品 | 種   | 種   |
| 05.文學小說         | 種   | 種   |
| 06.生活風格         | 種   | 種   |
| 07.心理勵志         | 種   | 種   |
| 08.考試用書         | 種   | 種   |
| 09.商業理財         | 種   | 種   |
| 10.語言學習         | 種   | 種   |
| 11.宗教命理         | 種   | 種   |
| 12.漫畫           | 種   | 種   |
| 13.飲食           | 種   | 種   |
| 14.旅遊           | 種   | 種   |
| 15.自然科普         | 種   | 種   |
| 16.電腦資訊         | 種   | 種   |
| 17.童書/青少年文學     | 種   | 種   |
| 18.醫療保健         | 種   | 種   |
| 19.親子教養         | 種   | 種   |
| 20.輕小說          | 種   | 種   |
| 21. 其他：_____    | 種   | 種   |

Q20. 請問 貴公司 106 年所引進與輸出國外圖書版權(包含譯稿)金額約為多少？來源與目的地國家或區域，以及其費用與收入各分別占比為？

| 版權引進與輸出情形        | 整體          |             | 最主要銷售至各國類型（代碼） |
|------------------|-------------|-------------|----------------|
|                  | 版權支出        | 版權收入        |                |
|                  | _____（請填代碼） | _____（請填代碼） |                |
| 版權來源與目的地         | 占比          | 占比          |                |
| 01.中國大陸（中華人民共和國） | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 02.港澳            | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 03.日本            | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 04.韓國（大韓民國／南韓）   | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 05.美國            | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 06.加拿大           | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 07.澳洲（澳大利亞）      | _____ %     | _____ %     | _____          |

|                           |         |         |       |
|---------------------------|---------|---------|-------|
| 08.泰國                     | _____ % | _____ % | _____ |
| 09.新加坡                    | _____ % | _____ % | _____ |
| 10.馬來西亞                   | _____ % | _____ % | _____ |
| 11.其他國家：_____（填寫主要往來國家即可） | _____ % | _____ % | _____ |
| 合計                        | 100%    | 100%    |       |

說明：

1.版權支出與版權收入代碼：新臺幣①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

2.最主要銷售類型代碼：①行銷企管；②財經投資；③文學；④小說；⑤輕小說；⑥藝術設計；⑦社會／人文科學；⑧自然／應用科學；⑨圖書資訊／百科年鑑；⑩電腦；⑪語言學習；⑫心理勵志／宗教；⑬醫療保健；⑭休閒觀光／飲食生活；⑮漫畫書；⑯家庭百科／親子教育；⑰童書（含繪本）；⑱青少年叢書；⑲考試用書；⑳其他：\_\_\_\_\_

Q21. 請問 貴公司 106 年有無輸出圖書版權到其他地區或國家（包含翻譯權與印製權）？(單選)

☐ 1.有（請續答以下題組）

☐ 2.無（請跳答 Q.22）

Q21-1.請問交易形式與種數是？

| 交易形式           | 種數 |
|----------------|----|
| 1.洽賣翻譯權，翻譯後出版  | 種  |
| 2.洽談授權，直接印製    | 種  |
| 3.洽談跨業授權，改編電影  | 種  |
| 4.洽談跨業授權，改編電視  | 種  |
| 5.洽談跨業授權，改編舞臺劇 | 種  |
| 6.其他：_____     | 種  |

Q21-2.請問 貴公司輸出圖書版權至海外之途徑為？（可複選）

☐ 1.台北國際書展

☐ 2.海外書展

☐ 3.代理商

☐ 4.國外出版社推薦

☐ 5.自行推薦

☐ 6.其他：\_\_\_\_\_

## （二）國內圖書版權交易

Q22. 請問 貴公司 106 年是否有進行「國內」圖書版權授權？(單選)

☐ 1.是（請續答以下題組）

☐ 2.否（請跳答 Q.23）

Q22-1.請問國內版權收入約為？\_\_\_\_\_（請填代碼）

說明：新臺幣①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

Q22-2.請問 106 年「國內」圖書版權書售出後之應用型態為？

| 應用型態（可複選）                                          | 種數 |
|----------------------------------------------------|----|
| <input type="checkbox"/> 1.改編電影                    | 種  |
| <input type="checkbox"/> 2.改編電視                    | 種  |
| <input type="checkbox"/> 3.改編舞臺劇                   | 種  |
| <input type="checkbox"/> 4.其他（如電子圖書授權、影印授權等）：_____ | 種  |

## 陸、中國大陸及海外市場發展情形（煩請會計部門人員填答）

Q23. 請問 貴公司是否赴下列國家或地區投資圖書出版事業？（可複選）

- ☐1.無，僅國內投資    ☐2.有，投資中國大陸    ☐3.有，投資港澳地區    ☐4.有，投資東協地區  
☐5.有，投資日本    ☐6.有，投資其他國家／地區：\_\_\_\_\_

## 柒、公司收支情形（煩請會計部門人員填答）

Q24. 為估計國內圖書出版產業總體產值，整體而言，請問 貴公司 106 年整體收支金額（包含圖書與非圖書相關收支）約多少新臺幣？（請單選）

總收入：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫代號即可）；總支出：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫代號即可）。

說明：總收入與總支出代碼：新臺幣①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

Q25. 請問 106 年各項收入來源比例為？

| 項目                              |               | 比重   |
|---------------------------------|---------------|------|
| A.實體圖書出版相關收入                    | A1.販售紙本圖書收入   | %    |
|                                 | A2.國內外版權授權收入  | %    |
|                                 | A3.其他圖書出版相關收入 | %    |
| B.數位出版收入                        | B1.拆帳收入       | %    |
|                                 | B2.預付收入       | %    |
|                                 | B3.其他數位出版相關收入 | %    |
| C.「非」圖書出版相關之其他營業收入（如辦活動、課程、導覽等） |               | %    |
| 總計                              |               | 100% |

Q26. 請問 106 年各項支出項目比例為？

| 項目                                | 比重   |
|-----------------------------------|------|
| A.圖書出版業務相關支出（如版稅、編輯、印刷、行銷、人事等）    | %    |
| B.「非」圖書出版業務相關之其他營業支出（如辦活動、課程、導覽等） | %    |
| C.公司營運行政支出(如會計、法律諮詢)及各項稅費         | %    |
| 總計                                | 100% |

Q27. 請問 貴公司 106 年整體經營情況，以及未來三年銷售與投資預期為？(單選)

| 類別 | 106 年經營情況                     | 未來三年銷售預期                          | 未來三年投資預期                          |
|----|-------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 整體 | <input type="checkbox"/> 獲利   | <input type="checkbox"/> 增加_____% | <input type="checkbox"/> 增加_____% |
|    | <input type="checkbox"/> 虧損   | <input type="checkbox"/> 減少_____% | <input type="checkbox"/> 減少_____% |
|    | <input type="checkbox"/> 收支平衡 | <input type="checkbox"/> 維持現況     | <input type="checkbox"/> 維持現況     |

捌、 其他（煩請編輯部門人員填答）

Q28. 請問 貴公司 106 年是否曾參與海外舉辦之國際書展？於展會中，僅銷售書籍或是派員前往參展並洽談相關業務（如版權交易等）(單選)

- ☐ 1.有，僅銷售書籍
 ☐ 2.有，派員前往參展並洽談相關業務  
☐ 3.有，銷售書籍、派員參展皆有
 ☐ 4.未參與海外舉辦之國際書展

勾選有參與者，煩請列舉參與書展名稱：

---



---



---

Q29. 請問 貴公司未來有無參加台北國際書展的意願？(單選)

- ☐ 1.有
 ☐ 2.無

Q29-1. 有／無意願參加的原因：

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

---

Q29-2.對台北國際書展之建議：

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

對政府政策之建議：

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

問卷到此結束，再次感謝您的撥冗填答。

## 附錄二

### 漫畫與輕小說出版產業：漫畫與輕小說出版、電子漫畫與 輕小說出版業者問卷

本調查依據統計法第二十條規定：「政府辦理統計時，被調查者無論為機關、團體或個人，均有據實詳盡報告之義務」。

## 臺灣出版產業調查問卷

(漫畫與輕小說出版產業：漫畫與輕小說出版、電子漫畫與輕小說出版業者問卷)

貴圖書出版公司，您好：

文化部為掌握產業上游版權代理、中游編輯出版，以及下游經銷流通等相關業態之經營現況與未來發展趨勢，以作為政策制定參考與業者經營策略調整依據，本（107）年度委託本院進行旨揭產業調查。惠請轉貴公司（社）熟悉 106 年圖書發行及銷售概況之會計、編輯、人資與業務等部門主管協助填寫，敬請於 107 年 9 月 30 日前，透過紙本回卷、電子回卷或傳真等方式填答。

如有任何填答問題，均可來電或來信賜教，惠請撥冗回覆。本研究係加總所有產業資料進行分析，個別單位資訊絕不外流公開。凡填答本問卷並經研究人員確認為有效回卷者，將致贈禮卷，同時若填答者有需要，本院將提供此次問卷調查結果，回饋予您參考，以協助您了解產業現況及發展趨勢。有您的配合參與，將有助文化部出版產業主管機關致力產業發展之相關輔導措施，感謝您的鼎力相助。

台灣經濟研究院敬上

聯絡人（研究人員）：盧俊偉博士、徐亦慧

聯絡電話：02-2586-5000 # 631、384

傳真：02-2594-6311

聯絡住址：台北市中山區德惠街 16-8 號 7 樓

E-mail：d33383@tier.org.tw

### 壹、組織概況

#### 一、公司基本資料

|              |             |
|--------------|-------------|
| *公司中文名稱：     |             |
| 統一編號：        | （若無統一編號則免填） |
| 填答者職稱：       | （部門）（職稱）    |
| *填答者姓名：      | *連絡電話：      |
| *填答者 e-mail： |             |

《105 年臺灣出版產業調查報告》研究成果供參



<http://mocfile.moc.gov.tw/mochistory/images/Yearbook/2016survey/index.html>



## 二、組織結構（煩請會計部門人員填答）

Q1. 請問 貴公司的營業性質是？(單選)

☐ (1) 非營利事業。請問貴公司的設立金額是？ 新臺幣\_\_\_\_\_萬元

☐ (2) 營利事業。(請續答以下題組)

Q1-1. 請問 貴公司是否為集團成員（關係企業、分支企業、母子公司）？ ☐ 1.是 ☐ 2.否

Q1-2. 請問 貴公司資金來源及比例是？

| 本國             |        | 外國     |        | E.其他 |
|----------------|--------|--------|--------|------|
| A.個人投資         | B.企業投資 | C.個人投資 | D.企業投資 |      |
| %              | %      | %      | %      | %    |
| 總計 (A+B+C+D+E) |        |        |        | 100% |

Q2. 請問 貴公司為專營圖書出版或兼營其他業務項目？（可複選）

☐ (1) 專營漫畫出版（貴公司所經營之產業鏈環節請打勾，可複選）

（☐內容創作 ☐編輯出版 ☐經銷發行 ☐通路販售 ☐印刷廠 ☐裝訂廠）

☐ (2) 兼營漫畫及一般圖書出版（貴公司所經營之產業鏈環節請打勾，可複選）

（☐內容創作 ☐編輯出版 ☐經銷發行 ☐通路販售 ☐印刷廠 ☐裝訂廠）

Q3. 請問 貴公司是否進行跨足數位市場經營？(單選)

☐ 1.無跨足數位市場

☐ 2.僅跨足數位出版

☐ 3.僅跨足數位出版品流通販售平臺

☐ 4.同時跨足數位出版、數位出版品流通販售平臺

## 三、人力僱用情形（煩請人資部門人員填答）

Q4. 不含特約、外包、派遣等人力，請問 貴公司 106 年底共僱用

正職人員\_\_\_\_\_人，兼職人員\_\_\_\_\_人。

註：

1.「特約、派遣等人力」係指由人力派遣業者僱用之人員，以公司合作簽約形式，派遣支援人力至出版社進行工作協助

2. 兼職人員係指平均週工時未滿 30 小時者，兼職人員包含符合上述工時之工讀生

3. 外包合作係將相關業務（包含排版、翻譯、設計、外編、校對等）委外執行

Q4-1. 承上，請問 貴公司聘僱的正式員工中，性別、年資、學歷及年齡組成概況是？

男性：\_\_\_\_\_人；女性：\_\_\_\_\_人；女性總編、發行人：\_\_\_\_\_人

| 年資     |                  |                  |                   |                    |        |
|--------|------------------|------------------|-------------------|--------------------|--------|
| 未滿 1 年 | 1 年以上-<br>未滿 3 年 | 3 年以上-<br>未滿 5 年 | 5 年以上-<br>未滿 10 年 | 10 年以上-<br>未滿 20 年 | 20 年以上 |
| 人      | 人                | 人                | 人                 | 人                  | 人      |

| 按學歷分             | 人數 | 按年齡分        | 人數 |
|------------------|----|-------------|----|
| (1) 高中（職）及以下     |    | (1) 未滿 20 歲 |    |
| (2) 專科           |    | (2) 20-29 歲 |    |
| (3) 大學           |    | (3) 30-39 歲 |    |
| (4) 研究所以上        |    | (4) 40-49 歲 |    |
| 說明：人數請依四捨五入進位至整數 |    | (5) 50 歲以上  |    |

**Q4-2. 請問 貴公司 106 年聘僱員工中，是否包含外籍人士？(可複選)**

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_

**Q4-3. 請問 貴公司 106 年是否與外籍獨立專業人士（即自行負擔勞健、保之「自雇」專業人士）合作？(可複選)**

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_

**Q4-4. 請問 貴公司 106 年是否曾外派本國籍員工至海外企業（含關係企業）？(可複選)**

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_

**Q4-5. 請問 106 年是否有海外企業（含關係企業）派駐人力至 貴公司？(可複選)**

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_

**Q5. 電子漫畫編輯與數位應用業務實際投入人才**

| 職務                | 具備相關能力之人數 | 實際投入業務之人數 |
|-------------------|-----------|-----------|
| 具電子漫畫編輯能力與數位應用能力者 | 人         | 人         |

說明：數位應用能力係指理解網路平臺演算法，具程式串接與 SEO 調整能力等

**Q6. 請問 貴公司 106 年各職務與身份類型人員之人數及每月薪資（含經常性及非經常性）平均大約為？（新臺幣）**

| 職務類型    | 人數     | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|---------|--------|-----------|--------|--------|--------|
|         |        | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|         | 106 年底 | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 1.編輯    | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 2.行銷業務  | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 3.倉儲物流  | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 4.身兼數職  | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 5._____ | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 6._____ | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 身分類型    | 人數     | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|         |        | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|         | 106 年底 | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 外籍雇員    | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |

說明：

- 1.若編輯占工作量比重達五成以上者，請填入編輯人力，其餘職務人力填答標準亦同
- 2.新進人員係指到職未滿三個月之員工
- 3.平均月薪欄位填寫代號即可：① 未滿 22,000 元；② 22,000 元～25,000 元；③ 25,001 元～30,000 元；④ 30,001 元～35,000 元；⑤ 35,001 元～40,000 元；⑥ 40,001 元～50,000 元；⑦ 50,001 元以上

## 貳、106 年紙本漫畫出版情形（煩請編輯部門人員填答）

Q7. 請問 貴公司 106 年出版的漫畫中，取得數位版權比例為\_\_\_\_\_%，取得授權後而實際發行之比例為\_\_\_\_\_%。

Q8. 請問 貴公司 106 年印行漫畫書中，各類型印刷量與銷貨冊數所占比例約為？

| 類別    | 印刷量  |      |         |      | 銷貨冊數 |               |
|-------|------|------|---------|------|------|---------------|
|       | 新書首刷 |      | 非新書再版再刷 |      | 新書首刷 | 非 新 書<br>再版再刷 |
|       | 書種數  |      | 書種數     |      |      |               |
| 1.少年  | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 2.少女  | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 3.青年  | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 4.同性愛 | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 5.兒童  | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 6.成人  | 種    | %    | 種       | %    | %    | %             |
| 合計    | 種    | 100% | 種       | 100% | 100% | 100%          |

Q9. 請問 貴公司 106 年漫畫新書出版語言，以及本國人創作書籍、翻譯書籍之出版情況為何？

| 項目        | 語言       | 類型       |          |      | 類型           | 語言       | 類型       |          |    |
|-----------|----------|----------|----------|------|--------------|----------|----------|----------|----|
|           | 正體<br>中文 | 國人<br>創作 | 翻譯<br>漫畫 | 合計   |              | 正體<br>中文 | 國人<br>創作 | 翻譯<br>漫畫 | 合計 |
| 1.書 籍 種 類 | 種        | %        | %        | 100% | 4.平 均 定 價    | 元        | 元        | 元        |    |
| 2.總印刷量比例  | 種        | %        | %        | 100% | 5.平均批發折扣     | 折        | 折        | 折        |    |
| 3.銷貨冊數比例  | 種        | %        | %        | 100% | 6. 平均銷貨/零售折扣 | 折        | 折        | 折        |    |

Q10. 請問 貴公司 106 年出版漫畫新書中，作者為臺灣原創作者人數為\_\_\_\_\_人，其中出版第一本漫畫之新秀作者人數為？\_\_\_\_\_人

Q11. 請問 貴公司 106 年漫畫之首刷與再版／再刷出版情形為？

| 出版情形   | 新書首刷 | 非新書再版再刷 |
|--------|------|---------|
| 1.總印刷量 | 冊    | 冊       |
| 2.銷貨冊數 | 冊    | 冊       |

## 參、106 年紙本輕小說出版情形（煩請編輯部門人員填答）

Q12. 請問 貴公司 106 年印行輕小說新書中，各類書籍印刷量及銷貨冊數所占比例約為？

| 類別    | 印刷量  |      | 銷貨冊數 |               |
|-------|------|------|------|---------------|
|       | 新書首刷 |      | 新書首刷 | 非 新 書<br>再版再刷 |
|       | 書種數  |      |      |               |
| 1.少年  | 種    | %    | %    | %             |
| 2.少女  | 種    | %    | %    | %             |
| 3.青年  | 種    | %    | %    | %             |
| 4.同性愛 | 種    | %    | %    | %             |
| 5.兒童  | 種    | %    | %    | %             |
| 6.成人  | 種    | %    | %    | %             |
| 合計    | 種    | 100% | 100% | 100%          |

Q13. 請問 貴公司 106 年輕小說新書出版發行語言，以及本國人創作、翻譯輕小說之出版情況為何？（以標題為準，套書標準亦同）？

| 項目        | 語言       | 類型       |          |      | 類型           | 語言       | 類型       |          |    |
|-----------|----------|----------|----------|------|--------------|----------|----------|----------|----|
|           | 正體<br>中文 | 國人<br>創作 | 翻譯<br>小說 | 合計   |              | 正體<br>中文 | 國人<br>創作 | 翻譯<br>小說 | 合計 |
| 1.書 籍 種 類 | 種        | %        | %        | 100% | 4.平 均 定 價    | 元        | 元        | 元        |    |
| 2.總印刷量比例  | 種        | %        | %        | 100% | 5.平均批發折扣     | 折        | 折        | 折        |    |
| 3.銷貨冊數比例  | 種        | %        | %        | 100% | 6. 平均銷貨/零售折扣 | 折        | 折        | 折        |    |

Q14. 請問 貴公司 106 年出版輕小說新書中，作者為臺灣原創作者人數為\_\_\_\_\_人，其中出版第一本輕小說之新秀作者人數為？\_\_\_\_\_人

Q15. 請問 貴公司 106 年輕小說之首刷與再版／再刷出版情形為？

| 出版情形   | 新書首刷 | 非新書再版再刷 |
|--------|------|---------|
| 1.總印刷量 | 冊    | 冊       |
| 2.銷貨冊數 | 冊    | 冊       |

#### 肆、106 年紙本漫畫及輕小說銷貨情形（煩請業務部門人員填答）

Q16. 請問 106 年 貴公司與漫畫、輕小說創作者之交易模式與折帳比例？（可複選）

|     |                             |                                                     |
|-----|-----------------------------|-----------------------------------------------------|
| 漫 畫 | <input type="checkbox"/> 買斷 | <input type="checkbox"/> 折帳（支付創作者紙本書版稅，紙本書定價_____％） |
| 輕小說 | <input type="checkbox"/> 買斷 | <input type="checkbox"/> 折帳（支付創作者紙本書版稅，紙本書定價_____％） |

Q17. 請問 貴公司出版之漫畫與輕小說主要是採取哪些銷售模式？(可複選)

☐1.完全經銷 ☐2.部分經銷 ☐3.其他：\_\_\_\_\_

Q18. 請問各通路配貨比例、平均折扣與退書率

| 銷售通路種類                 | 配貨比例 | 平均折扣 | 平均退書率 |
|------------------------|------|------|-------|
| 01.總經銷                 | ％    | 折    | ％     |
| 02.直接鋪貨至經銷商／中盤／代理商     | ％    | 折    | ％     |
| 03.團購                  | ％    | 折    | ％     |
| 04.實體書店（含門市）：一般書店（直往）  | ％    | 折    | ％     |
| 05.實體書店：動漫專門店（直往）      | ％    | 折    | ％     |
| 06.實體書店：出租店（直往）        | ％    | 折    | ％     |
| 07.郵購：透過報紙雜誌及 DM 等媒體銷售 | ％    | 折    | ％     |
| 08.直銷：人員拜訪直接銷售／電話行銷特販  | ％    | 折    | ％     |
| 09.學校：跟校方教師推薦圖書        | ％    | 折    | ％     |
| 10.網路書店：自行架網或透過相關平臺銷售  | ％    | 折    | ％     |
| 11.圖書館：定期／不定期郵寄或專送至圖書館 | ％    | 折    | ％     |
| 12.特殊通路（量販店／超商等）       | ％    | 折    | ％     |
| 13.海外市場                | ％    | 折    | ％     |
| 14.其他：_____            | ％    | 折    | ％     |
| 合計                     | 100% |      |       |

## 伍、106 年紙本漫畫及輕小說進出口情形（煩請會計部門人員填答）

Q19. 請問 貴公司 106 年是否進口實體漫畫及輕小說銷售，或者有無出口實體漫畫及輕小說至海外（含中國大陸地區），不含版權交易。（單選）

☐1.無進出口（請跳答 Q.22）

☐2.有進出口（請續答以下題組）

Q20. 請問 106 年共進出口幾種漫畫及輕小說？進出口漫畫及輕小說冊數為？

| 項目           | 漫畫 |    | 輕小說 |    |
|--------------|----|----|-----|----|
|              | 進口 | 出口 | 進口  | 出口 |
| 1.書籍種數       | 種  | 種  | 種   | 種  |
| 2.簡體中文書籍冊數   | 冊  | 冊  | 冊   | 冊  |
| 3.正體中文書籍總冊數  | 冊  | 冊  | 冊   | 冊  |
| 4.外文書籍總冊數    | 冊  | 冊  | 冊   | 冊  |
| 5.進出口金額（新臺幣） | 萬元 | 萬元 | 萬元  | 萬元 |

Q21. 請問 貴公司 106 年進出口漫畫及輕小說之國家或地區？（依金額比例）

| 類別               | 漫畫   |      | 輕小說  |      |
|------------------|------|------|------|------|
|                  | 進口   | 出口   | 進口   | 出口   |
| 01.中國大陸（中華人民共和國） | %    | %    | %    | %    |
| 02.港澳            | %    | %    | %    | %    |
| 03.日本            | %    | %    | %    | %    |
| 04.韓國（大韓民國／南韓）   | %    | %    | %    | %    |
| 05.美國            | %    | %    | %    | %    |
| 06.加拿大           | %    | %    | %    | %    |
| 07.澳洲（澳大利亞）      | %    | %    | %    | %    |
| 08.泰國            | %    | %    | %    | %    |
| 09.新加坡           | %    | %    | %    | %    |
| 10.馬來西亞          | %    | %    | %    | %    |
| 11.其他國家：_____    | %    | %    | %    | %    |
| 合計               | 100% | 100% | 100% | 100% |

Q21-1.請問 貴公司 106 年進出口漫畫及輕小說中，各類書籍所占比例是？（依金額比例）

| 類別   | 漫畫 |    | 輕小說 |    |
|------|----|----|-----|----|
|      | 進口 | 出口 | 進口  | 出口 |
| 1.少年 | %  | %  | %   | %  |
| 2.少女 | %  | %  | %   | %  |

| 類別    | 漫畫   |      | 輕小說  |      |
|-------|------|------|------|------|
|       | 進口   | 出口   | 進口   | 出口   |
| 3.青年  | %    | %    | %    | %    |
| 4.同性愛 | %    | %    | %    | %    |
| 5.兒童  | %    | %    | %    | %    |
| 6.成人  | %    | %    | %    | %    |
| 合計    | 100% | 100% | 100% | 100% |

## 陸、紙本漫畫及輕小說版權交易狀況

(煩請版權部門人員填答，若無版權部門人員，請由編輯部門人員填答)

### (一) 海外漫畫及輕小說版權交易

Q22. 請問 貴公司 106 年是否與其他地區或國家進行漫畫及輕小說版權交易(含翻譯權與印製權)?  
(單選)

- ☐ 1. 引進與輸出皆有(請續答以下題組)      ☐ 2. 僅有引進(請續答以下題組)  
☐ 3. 僅有輸出(請跳答 Q.24)      ☐ 4. 引進與輸出皆無(請跳答 Q.27)

Q23. 請問 貴公司 106 年引進海外版權漫畫及輕小說之印刷冊數、平均定價與折扣約為?

| 類型  | 印刷冊數 | 平均定價 |
|-----|------|------|
| 漫畫  | 冊    | 元    |
| 輕小說 | 冊    | 元    |

Q23-1.請問 貴公司 106 年引進其他地區或國家漫畫及輕小說版權的交易情形是?(可複選)

| 項目       | 交易情形                                                                                                                                                                        |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 版權引進交易情形 | <input type="checkbox"/> 1.購置國外版權翻譯中文後發行<br><input type="checkbox"/> 2.購買簡體字版轉成正體字版<br><input type="checkbox"/> 3.購買印製權，在臺灣或海外直接印製出版<br><input type="checkbox"/> 4.其他：_____ |

Q24. 請問 貴公司引進與輸出漫畫及輕小說版權之管道及種數為何?(含中國大陸地區)

| 引進版權方式        | 種數 |     | 輸出版權方式        | 種數 |     |
|---------------|----|-----|---------------|----|-----|
|               | 漫畫 | 輕小說 |               | 漫畫 | 輕小說 |
| 1.作者直接授權      | 種  | 種   | 1.作者直接授權      | 種  | 種   |
| 2.透過出版社       | 種  | 種   | 2.透過出版社       | 種  | 種   |
| 3.代理商／版權經紀人(國 | 種  | 種   | 3.代理商／版權經紀人(國 | 種  | 種   |

| 引進版權方式     | 種數 |     | 輸出版權方式     | 種數 |     |
|------------|----|-----|------------|----|-----|
|            | 漫畫 | 輕小說 |            | 漫畫 | 輕小說 |
| 內外)        |    |     | 內外)        |    |     |
| 5.網路版權交易平臺 | 種  | 種   | 5.網路版權交易平臺 | 種  | 種   |
| 6.其他：_____ | 種  | 種   | 6.其他：_____ | 種  | 種   |

Q24-1.請問 貴公司引進與輸出漫畫及輕小說版權之種類數量（以標題為準，套書標準亦同）

| 類別    | 漫畫  |     | 輕小說 |     |
|-------|-----|-----|-----|-----|
|       | 引進數 | 輸出數 | 引進數 | 輸出數 |
| 1.少年  | 種   | 種   | 種   | 種   |
| 2.少女  | 種   | 種   | 種   | 種   |
| 3.青年  | 種   | 種   | 種   | 種   |
| 4.同性愛 | 種   | 種   | 種   | 種   |
| 5.兒童  | 種   | 種   | 種   | 種   |
| 6.成人  | 種   | 種   | 種   | 種   |

Q25. 請問 貴公司 106 年引進與輸出國內外漫畫及輕小說版權(包含譯稿)金額約為多少？來源與目的地國家或區域，及其費用與收入各分別占比為？

| 版權引進與輸出情形                 | 整體          |             | 最主要銷售至各國類型（代碼） |
|---------------------------|-------------|-------------|----------------|
|                           | 版權支出        | 版權收入        |                |
|                           | _____（請填代碼） | _____（請填代碼） |                |
| 版權來源與目的地                  | 占比          | 占比          |                |
| 01.中國大陸（中華人民共和國）          | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 02.港澳                     | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 03.日本                     | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 04.韓國（大韓民國／南韓）            | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 05.美國                     | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 06.加拿大                    | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 07.澳洲（澳大利亞）               | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 08.泰國                     | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 09.新加坡                    | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 10.馬來西亞                   | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 11.其他國家：_____（填寫主要往來國家即可） | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 合計                        | 100%        | 100%        |                |

說明：

1.版權支出與版權收入代碼：新臺幣①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000



萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

2. 最主要銷售類型代碼：①少年；②少女；③青年；④同性愛；⑤兒童；⑥成人

Q26. 請問 貴公司 106 年是否有輸出漫畫及輕小說版權到其他地區或國家（含翻譯權與印製權）？

☐ 1. 是（請續答以下題組）

☐ 2. 否（請跳答 Q.28）

Q26-1. 請問版權輸出交易形式與種類數是？（可複選）

| 交易形式（可複選） |                                          | 漫畫 | 輕小說 |
|-----------|------------------------------------------|----|-----|
| 出版<br>相關  | <input type="checkbox"/> 1. 洽賣翻譯權，翻譯後出版  | 種  | 種   |
|           | <input type="checkbox"/> 2. 洽談授權，直接印製    | 種  | 種   |
| 跨業<br>授權  | <input type="checkbox"/> 3. 洽談跨業授權，改編電影  | 種  | 種   |
|           | <input type="checkbox"/> 4. 洽談跨業授權，改編電視  | 種  | 種   |
|           | <input type="checkbox"/> 5. 洽談跨業授權，改編舞臺劇 | 種  | 種   |
|           | <input type="checkbox"/> 6. 漫畫及輕小說相互改編   | 種  | 種   |
|           | <input type="checkbox"/> 7. 其他：_____     | 種  | 種   |

Q26-2. 請問 貴公司輸出漫畫及輕小說版權至海外之途徑為？（可複選）

| 漫畫                                      | 輕小說                                     |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 01. 台北國際書展     | <input type="checkbox"/> 01. 台北國際書展     |
| <input type="checkbox"/> 02. 海外書展：_____ | <input type="checkbox"/> 02. 海外書展：_____ |
| <input type="checkbox"/> 03. 網路版權交易平臺   | <input type="checkbox"/> 03. 網路版權交易平臺   |
| <input type="checkbox"/> 04. 代理商        | <input type="checkbox"/> 04. 代理商        |
| <input type="checkbox"/> 05. 國外出版社推薦    | <input type="checkbox"/> 05. 國外出版社推薦    |
| <input type="checkbox"/> 06. 自行推薦       | <input type="checkbox"/> 06. 自行推薦       |
| <input type="checkbox"/> 07. 其他：_____   | <input type="checkbox"/> 07. 其他：_____   |

## （二）國內漫畫及輕小說版權交易

Q27. 請問 貴公司 106 年是否有進行「國內」漫畫及輕小說版權授權？(單選)

☐1.是（請續答以下題組）

☐2.否（請跳答 Q.28）

Q27-1.請問「國內」漫畫及輕小說版權收入約為？

| 漫畫          | 輕小說         |
|-------------|-------------|
| _____（請填代碼） | _____（請填代碼） |

說明：新臺幣①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

Q27-2.請問「國內」版權跨業授權交易形式、種類數，以及授權收入為？

| 交易形式（可複選）                                              | 漫畫 |      | 輕小說 |      |
|--------------------------------------------------------|----|------|-----|------|
|                                                        | 種數 | 收入   | 種數  | 收入   |
| <input type="checkbox"/> 1.改編電影                        | 種  | （代碼） | 種   | （代碼） |
| <input type="checkbox"/> 2.改編電視                        | 種  | （代碼） | 種   | （代碼） |
| <input type="checkbox"/> 3.改編舞臺劇                       | 種  | （代碼） | 種   | （代碼） |
| <input type="checkbox"/> 4.遊戲                          | 種  | （代碼） | 種   | （代碼） |
| <input type="checkbox"/> 5.漫畫及輕小說相互改編                  | 種  | （代碼） | 種   | （代碼） |
| <input type="checkbox"/> 6.其他（如電子圖書授權、影印授權 等），請說明_____ | 種  | （代碼） | 種   | （代碼） |

說明：新臺幣①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

## 柒、中國大陸及海外市場發展情形（煩請會計部門人員填答）

Q28. 請問 貴公司是否赴下列國家或地區投資漫畫及輕小說出版事業？（可複選）

- ☐1.無，僅國內投資      ☐2.有，投資中國大陸      ☐3.有，投資港澳地區      ☐4.有，投資東協地區  
☐5.有，投資日本      ☐6.有，投資其他國家／地區：\_\_\_\_\_

## 捌、公司收支情形（煩請會計部門人員填答）

Q29. 為了估計國內漫畫及輕小說出版產業的總體產值，整體而言，請問 貴公司 106 年整體總營業額（包含漫畫出版相關收入及非漫畫出版相關收入）約多少新臺幣？（請單選）

總收入：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫代號即可）；總支出：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫代號即可）。

說明：新臺幣①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

Q30. 請問 106 年各項收入來源比例為？

| 項目                                |                     | 比重   |
|-----------------------------------|---------------------|------|
| A.漫畫及輕小說出版相關收入                    | A1.販售漫畫收入           | %    |
|                                   | A2.販售非漫畫圖書收入（如輕小說）  | %    |
|                                   | A3.國內外版權授權收入        | %    |
|                                   | A4.其他圖書出版相關收入       | %    |
| B.漫畫及輕小說相關產品之營業收入（如動畫、遊戲與其他週邊產品等） |                     | %    |
| C.數位漫畫及輕小說出版相關收入                  | C1.拆帳收入             | %    |
|                                   | C2.預付收入             | %    |
|                                   | C3.其他數位漫畫及輕小說出版相關收入 | %    |
| D.「非」漫畫及輕小說相關之其他營業收入（如辦活動等）       |                     | %    |
| 總計                                |                     | 100% |

Q31. 請問 106 年各項支出項目比例為？

| 項目                            | 比重   |
|-------------------------------|------|
| A.漫畫及輕小說內容相關支出（如版稅、漫畫家稿費）     | %    |
| B.漫畫及輕小說出版相關支出（如編輯、印刷、行銷、人事等） | %    |
| C.「非」漫畫及輕小說出版相關總支出            | %    |
| 總計                            | 100% |

Q32. 請問 貴公司 106 年整體經營情況，以及未來三年銷售與投資預期為？(單選)

| 類別  | 106 年經營情況                     | 未來三年銷售預期                          | 未來三年投資預期                          |
|-----|-------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 漫畫  | <input type="checkbox"/> 獲利   | <input type="checkbox"/> 增加_____% | <input type="checkbox"/> 增加_____% |
|     | <input type="checkbox"/> 虧損   | <input type="checkbox"/> 減少_____% | <input type="checkbox"/> 減少_____% |
|     | <input type="checkbox"/> 收支平衡 | <input type="checkbox"/> 維持現況     | <input type="checkbox"/> 維持現況     |
| 輕小說 | <input type="checkbox"/> 獲利   | <input type="checkbox"/> 增加_____% | <input type="checkbox"/> 增加_____% |
|     | <input type="checkbox"/> 虧損   | <input type="checkbox"/> 減少_____% | <input type="checkbox"/> 減少_____% |
|     | <input type="checkbox"/> 收支平衡 | <input type="checkbox"/> 維持現況     | <input type="checkbox"/> 維持現況     |

Q33. 請問 貴公司 106 年是否經營電子漫畫？

☐1.是（請續答第玖部份）

☐2.否（請跳答第什部份）

（玖、電子漫畫部分請有經營電子漫畫出版業務者填答，無經營電子漫畫出版業務者請跳答）

## 玖、電子漫畫部分（煩請編輯部門人員填答）

Q34. 請問 貴公司 106 年電子漫畫新書出版發行的語言，以及本國人創作書籍、翻譯書籍之出版情況為何？

| 項目        | 語言       | 類型       |          |      | 類型           | 語言       | 類型       |          |    |
|-----------|----------|----------|----------|------|--------------|----------|----------|----------|----|
|           | 正體<br>中文 | 國人<br>創作 | 翻譯<br>漫畫 | 合計   |              | 正體<br>中文 | 國人<br>創作 | 翻譯<br>漫畫 | 合計 |
| 1.書 籍 種 類 | 種        | %        | %        | 100% | 3.平 均 定 價    | 元        | 元        | 元        |    |
| 2 銷貨冊數比例  | 種        | %        | %        | 100% | 4.平均批發折扣     | 折        | 折        | 折        |    |
|           |          |          |          |      | 5. 平均銷貨/零售折扣 | 折        | 折        | 折        |    |

Q34-1.請問 貴公司 106 年出版電子漫畫中，由紙本轉換之電子漫畫與非紙本出版品轉換之數位原生電子漫畫出版情況為何？

| 類型       |   | 電子漫畫 |      |      |
|----------|---|------|------|------|
|          |   | 紙本轉換 | 數位原生 | 合計   |
| 1.書籍種類   | 冊 | 種    | 種    |      |
|          | 回 | 種    | 種    |      |
|          | 包 | 種    | 種    |      |
| 2.銷貨冊數   | 冊 | %    | %    | 100% |
|          | 回 | %    | %    | 100% |
|          | 包 | %    | %    | 100% |
| 3.平均定價   | 冊 | 元    | 元    |      |
|          | 回 | 元    | 元    |      |
|          | 包 | 元    | 元    |      |
| 4.平均銷貨折扣 | 冊 | 折    | 折    |      |
|          | 回 | 折    | 折    |      |
|          | 包 | 折    | 折    |      |

Q35. 請問 貴公司與電子漫畫創作者之交易模式與折帳比例？（可複選）

☐買斷 ☐折帳（支付創作者電子書版稅，按實際營收\_\_\_\_\_％）

Q36. 請問 貴公司發行電子漫畫的編輯作業模式是？(單選)

☐1.全部委外製作 ☐2.部分委外製作 ☐3.全部自行編輯製作

☐4.其他：\_\_\_\_\_

Q37. 請問 貴公司電子漫畫的數位版權管理（DRM）是採用哪一種方式？(單選)

- ☐1. 自行開發 DRM 系統      ☐2. 使用數位行銷通路開發之 DRM 系統      ☐3. 不使用 DRM 系統

Q38. 請問 貴公司販售的電子漫畫，實體與線上同步出版（EP 同步）、「E 先行」及「P 先行」的比例分別占多少？（EP 不同步者，請填發行之間隔天數。）

| 出版方式    | 發行情況 |        |
|---------|------|--------|
|         | 比例   | 發行間隔天數 |
| 1.EP 同步 | %    | --     |
| 2.E 先行  | %    | 天      |
| 3.P 先行  | %    | 天      |
| 合計      | 100% |        |

Q39. 請問 貴公司 106 年出版的電子漫畫，各類型檔案所占銷售冊數比重大約是？

| 檔案類型     | 銷售冊數比重 | 檔案類型               | 銷售冊數比重 |
|----------|--------|--------------------|--------|
| 1.EPUB 2 | %      | 5.DAISY（數位資訊無障礙系統） | %      |
| 2.EPUB 3 | %      | 6.APP              | %      |
| 3.PDF    | %      | 7.其他：_____         | %      |
| 4.JPEG   | %      | 合計                 | 100%   |

Q40. 請問 貴公司 106 年出版的電子漫畫，可適用於何種閱讀載具上？（可複選）

|                                           |                                             |                                         |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.一般電腦           | <input type="checkbox"/> 2.Android 平板電腦     | <input type="checkbox"/> 3.Android 系統手機 |
| <input type="checkbox"/> 4.iOS 平板電腦（iPad） | <input type="checkbox"/> 5.iOS 系統手機（iPhone） | <input type="checkbox"/> 6.其他閱讀器        |

Q41. 請問貴公司 106 年出版的電子漫畫中，各類漫畫出版種數與銷售冊數約為？

| 類別    | 出版種數 | 銷售冊數 |
|-------|------|------|
| 1.少年  | 種    | 冊    |
| 2.少女  | 種    | 冊    |
| 3.青年  | 種    | 冊    |
| 4.同性愛 | 種    | 冊    |
| 5.兒童  | 種    | 冊    |
| 6.成人  | 種    | 冊    |

Q42. 平均而言，請問 貴公司電子漫畫售價的是紙本漫畫售價的幾折？\_\_\_\_折

Q43. 請問 貴公司與電子漫畫流通平臺合作模式與該模式所占營收比重情況為？（可複選）

| 合作模式（可複選）                                     | 合作模式 | 營收比例 |
|-----------------------------------------------|------|------|
| <input type="checkbox"/> 1.個別簽約，目前合作對象共_____家 | 委外銷售 | %    |
| <input type="checkbox"/> 2.部分個別簽約，部分由經銷商處理    |      |      |
| <input type="checkbox"/> 3.完全委由經銷商統籌處理        |      |      |
| <input type="checkbox"/> 4.自行架設電子漫畫平臺         | 自行銷售 | %    |
| <input type="checkbox"/> 5.其他：_____           | 其 他  | %    |
|                                               | 合 計  | 100% |

Q44. 請問 貴公司出版的電子漫畫，目前可用什麼樣的方式在消費市場取得？（可複選）

- ☐1.贈閱／試閱
 ☐2.一次性買賣
 ☐3.訂閱模式（預付，出刊後通知下載）
- ☐4.吃到飽方案
 ☐5.圖書館電子資料庫
 ☐6.其他：\_\_\_\_\_

Q45. 請問 貴公司電子漫畫於哪些管道上架？（依筆劃排序，可複選）

【國內電子漫畫平臺】

- ☐01.Comicstar（尖端）
 ☐02.dgcomic
 ☐03.Hami 書城（中華電信）
- ☐04.HyRead ebook 電子書
 ☐05.MagV 雲端書城
 ☐06.Pubu 電子書城
- ☐07.Readmoo（群傳媒）
 ☐08.TAAZE 讀冊生活
 ☐09.udn 讀書吧
- ☐10.台灣大哥大 myBook
 ☐11.台灣雲端書庫（遠流）
 ☐12.東立電子書城
- ☐13.無限誌（青文）
 ☐14.遠傳 friDay 閱讀
 ☐15.其他網站／APP：\_\_\_\_\_

【國外電子漫畫平臺】

- ☐01.Amazon
 ☐02.BOOK WALKER（台灣）
 ☐03.comico
- ☐04.ComicWalker（角川）
 ☐05.Google Play
 ☐06.iBooks
- ☐07.Kobo（樂天）
 ☐08.LINE WEBTOON
 ☐09.MangaBox（漫畫王）
- ☐10.NOOK Books
 ☐11.OverDrive
 ☐12.LINE Manga
- ☐13.其他網站／APP：\_\_\_\_\_
 ☐14.中國大陸網站／APP：\_\_\_\_\_

Q46. 請問 106 年所引進與輸出國內外數位版權書籍金額約為多少？來源與目的地國家或區域，以及其費用與收入各分別占比為？(單選)

☐1.無電子漫畫版權交易

☐2.有電子漫畫版權交易（請續填以下題組）

| 版權引進與輸出情形                 | 整體          |             | 最主要銷售至各國類型（代碼） |
|---------------------------|-------------|-------------|----------------|
|                           | 版權支出        | 版權收入        |                |
|                           | _____（請填代碼） | _____（請填代碼） |                |
| 版權來源與目的地                  | 占比          | 占比          |                |
| 01.中國大陸（中華人民共和國）          | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 02.港澳                     | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 03.日本                     | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 04.韓國（大韓民國／南韓）            | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 05.美國                     | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 06.加拿大                    | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 07.澳洲（澳大利亞）               | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 08.泰國                     | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 09.新加坡                    | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 10.馬來西亞                   | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 11.其他國家：_____（填寫主要往來國家即可） | _____ %     | _____ %     | _____          |
| 合計                        | 100%        | 100%        |                |

說明：

1.版權支出與版權收入代碼：新臺幣①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

2.最主要銷售類型代碼：①少年；②少女；③青年；④同性愛；⑤兒童；⑥成人

Q47. 平均來說，請問 106 年貴公司電子漫畫的營收模式為？（可複選）

☐1.單本計費，與平臺拆帳（比例為貴公司\_\_\_\_\_%：流通平臺\_\_\_\_\_%）

☐2.打包方案，依點閱量收費

☐3.按月、按季或按年付費（吃到飽）

☐4.其他：\_\_\_\_\_

拾、其他（煩請編輯部門人員填答）

Q48. 請問 貴公司未來有無參加漫畫博覽會（台北國際動漫節）的意願？

☐1.有

☐2.無

Q48-1.有／無意願參加的原因：

---

---

---

Q48-2.對漫畫博覽會（台北國際動漫節）之建議：

---

---

---

---

對政府政策之建議：

---

---

---

---

問卷到此結束，再次感謝您的撥冗填答。



### 附錄三

數位出版（出版社）產業：數位出版業者

本調查依據統計法第二十條規定：「政府辦理統計時，被調查者無論為機關、團體或個人，均有據實詳盡報告之義務」。

## 臺灣出版產業調查問卷

(數位出版業者填寫，若無數位出版業務則免填此份問卷)

貴圖書出版公司，您好：

文化部為掌握產業上游版權代理、中游編輯出版，以及下游經銷流通等相關業態之經營現況與未來發展趨勢，以作為政策制定參考與業者經營策略調整依據，本（107）年度委託本院進行旨揭產業調查。惠請轉貴公司（社）熟悉 106 年圖書發行及銷售概況之會計、編輯、人資與業務等部門主管協助填寫，敬請於 107 年 9 月 30 日前，透過紙本回卷、電子回卷或傳真等方式填答。

如有任何填答問題，均可來電或來信賜教，惠請撥冗回覆。本研究係加總所有產業資料進行分析，個別單位資訊絕不外流公開。凡填答本問卷並經研究人員確認為有效回卷者，將致贈禮卷，同時若填答者有需要，本院將提供此次問卷調查結果，回饋予您參考，以協助您了解產業現況及發展趨勢。有您的配合參與，將有助文化部出版產業主管機關致力產業發展之相關輔導措施，感謝您的鼎力相助。

台灣經濟研究院敬上

聯絡人（研究人員）：盧俊偉博士、徐亦慧

聯絡電話：02-2586-5000 # 631、384

傳真：02-2594-6311

聯絡住址：台北市中山區德惠街 16-8 號 7 樓

E-mail：d33383@tier.org.tw

### 壹、組織概況

#### 一、公司基本資料

|              |             |
|--------------|-------------|
| *公司中文名稱：     |             |
| 統一編號：        | (若無統一編號則免填) |
| 填答者職稱：       | (部門) (職稱)   |
| *填答者姓名：      | *連絡電話：      |
| *填答者 e-mail： |             |

《105 年臺灣出版產業調查報告》研究成果供參



<http://mocfile.moc.gov.tw/mochistory/images/Yearbook/2016survey/index.html>

## 二、組織結構（煩請會計部門人員填答）

Q1. 請問 貴公司的營業性質是？(單選)

☐ 1. 非營利事業。請問 貴公司的設立金額是？新臺幣\_\_\_\_\_萬元

☐ 2. 營利事業。(請續答以下題組)

Q1-1. 請問 貴公司是否為集團成員（關係企業、分支企業、母子公司）？

☐ 1. 是 ☐ 2. 否

Q1-2. 請問 貴公司資金來源及比例是？

| 本國            |        | 外國     |        | E.其他 |
|---------------|--------|--------|--------|------|
| A.個人投資        | B.企業投資 | C.個人投資 | D.企業投資 |      |
| %             | %      | %      | %      | %    |
| 總計（A+B+C+D+E） |        |        |        | 100% |

Q2. 請問 貴公司經營型態與業務屬性包含下列哪些類型？（複選）

- ☐ 01.圖書出版業者
 ☐ 02.雜誌出版業者
 ☐ 03.圖書經銷商  
☐ 04.販售紙本書籍之網路書店（含自營官方網路銷售）
 ☐ 05.電子資料庫業者  
☐ 06.資訊服務業者
 ☐ 07.數位閱讀器製造業者
 ☐ 08.電信公司  
☐ 09.科技公司（硬體製造）
 ☐ 10.數位出版品（電子書、電子漫畫、電子雜誌）流通販售平臺  
☐ 11.其他：\_\_\_\_\_

Q3. 請問 貴公司所經營之出版產業鏈環節為何？（複選）

- ☐ 01.內容創作
 ☐ 02.編輯出版
 ☐ 03.經銷發行  
☐ 04.通路販售
 ☐ 05.印刷廠
 ☐ 06.裝訂廠

## 三、人力僱用情形（煩請人資部門人員填答）

Q4. 不含特約、外包、派遣等人力，請問 貴公司 106 年底共僱用正職人員\_\_\_\_\_人，兼職人員\_\_\_\_\_人；數位出版業務部門正職人員\_\_\_\_\_人，兼職人員\_\_\_\_\_人。

註：

- 「特約、派遣等人力」係指由人力派遣業者僱用之人員，以公司合作簽約形式，派遣支援人力至出版社進行工作協助
- 兼職人員係指平均週工時未滿 30 小時者，兼職人員包含符合上述工時之工讀生
- 外包合作係將相關業務（包含排版、翻譯、設計、外編、校對等）委外執行

Q4-1.承上，請問 貴公司「正職」人員中，年資、學歷、性別與年齡組成概況為何？

| 類別  | 年資     |                  |                  |                   |                    |        |
|-----|--------|------------------|------------------|-------------------|--------------------|--------|
|     | 未滿 1 年 | 1 年以上-<br>未滿 3 年 | 3 年以上-<br>未滿 5 年 | 5 年以上-<br>未滿 10 年 | 10 年以上-<br>未滿 20 年 | 20 年以上 |
| 整 體 | 人      | 人                | 人                | 人                 | 人                  | 人      |

|        |   |   |   |   |   |   |
|--------|---|---|---|---|---|---|
| 數位出版部門 | 人 | 人 | 人 | 人 | 人 | 人 |
|--------|---|---|---|---|---|---|

| 類別     | 學歷       |    |    |       |
|--------|----------|----|----|-------|
|        | 高中（職）及以下 | 專科 | 大學 | 研究所以上 |
| 整 體    | 人        | 人  | 人  | 人     |
| 數位出版部門 | 人        | 人  | 人  | 人     |

| 類別     | 性別 |    |
|--------|----|----|
|        | 男性 | 女性 |
| 整 體    | 人  | 人  |
| 數位出版部門 | 人  | 人  |
| 總編、發行人 | 人  | 人  |

| 類別     | 年齡      |         |         |         |        |
|--------|---------|---------|---------|---------|--------|
|        | 未滿 20 歲 | 20-29 歲 | 30-39 歲 | 40-49 歲 | 50 歲以上 |
| 整 體    | 人       | 人       | 人       | 人       | 人      |
| 數位出版部門 | 人       | 人       | 人       | 人       | 人      |

Q4-2. 請問 貴公司 106 年聘僱員工中，是否包含外籍人士？(可複選)

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_

Q4-3. 請問 貴公司 106 年是否與外籍獨立專業人士（即自行負擔勞健、保之「自雇」專業人士）合作？(可複選)

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_

Q4-4. 請問 貴公司 106 年是否曾外派本國籍員工至海外企業（含關係企業）？(可複選)

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_

Q4-5. 請問 106 年是否有海外企業（含關係企業）派駐人力至 貴公司？(可複選)

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_

Q5. 請問 貴公司 106 年各職類人員之人數及月薪（含經常及非經常性）平均約為？（新臺幣）

| 職務類型                               | 人數     | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|------------------------------------|--------|-----------|--------|--------|--------|
|                                    |        | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|                                    | 106 年底 | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 1.編輯<br>(數位版權、數位企劃、電子書製作、數位製作等)    | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 2.行銷業務<br>(行銷推廣、通路開發、公關等)          | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 3.程式開發<br>(數位應用、App 程式設計師、SEO 調整等) | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 4.身兼數職                             | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 身分類型                               | 人數     | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|                                    |        | 依年資區分     |        | 依年資區分  |        |
|                                    | 106 年底 | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 外籍雇員                               | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |

說明：

- 1.若編輯占工作量比重達五成以上者，請填入編輯人力，其餘職務人力填答標準亦同
- 2.新進人員係指到職未滿三個月之員工
- 3.平均月薪欄位填寫代號即可：① 未滿 22,000 元；② 22,000 元～25,000 元；③ 25,001 元～30,000 元；④ 30,001 元～35,000 元；⑤ 35,001 元～40,000 元；⑥ 40,001 元～50,000 元；⑦ 50,001 元以上

## 貳、經營模式（煩請業務部門人員填答）

Q6. 請問 106 年 貴公司提供的數位產品或服務有哪些？（可複選）

- ☐1.電子書出版
 ☐2.電子雜誌出版
 ☐3.電子漫畫出版  
☐4.個人自助出版
 ☐5.圖書／雜誌／漫畫免費閱讀
 ☐6.其他：\_\_\_\_\_

## 電子書出版部分（煩請編輯部門人員填答）

Q7. 請問 貴公司 106 年共出版電子書（種數）\_\_\_\_\_種，其新書出版發行的語言，以及本國人創作書籍、翻譯書籍、進口原文書之出版情況又為何？

Q7-1.請問 貴公司 106 年電子書新書出版發行類型情況為何？

| 類型       | 新書出版發行的語言 |      |    |    |    |      | 新書出版發行類型 |         |       |         |      |
|----------|-----------|------|----|----|----|------|----------|---------|-------|---------|------|
|          | 正體中文      | 簡體中文 | 英文 | 日文 | 其他 | 合計   | 國人創作     | 簡體授權電子書 | 翻譯電子書 | 進口原文電子書 | 合計   |
| 1.書籍種類   | %         | %    | %  | %  | %  | 100% | %        | %       | %     | %       | 100% |
| 2.銷貨冊數比例 | %         | %    | %  | %  | %  | 100% | %        | %       | %     | %       | 100% |

| 類型           | 新書出版發行的語言 |          |    |    |    |    | 新書出版發行類型 |               |            |               |    |
|--------------|-----------|----------|----|----|----|----|----------|---------------|------------|---------------|----|
|              | 正體<br>中文  | 簡體<br>中文 | 英文 | 日文 | 其他 | 合計 | 國人<br>創作 | 簡體授權<br>電 子 書 | 翻 譯<br>電子書 | 進口原文<br>電 子 書 | 合計 |
| 3.平 均 定 價    | 元         | 元        | 元  | 元  | 元  |    | 元        | 元             | 元          | 元             |    |
| 4.平均批發折扣     | 折         | 折        | 折  | 折  | 折  |    | 折        | 折             | 折          | 折             |    |
| 5. 平均銷貨/零售折扣 | 折         | 折        | 折  | 折  | 折  |    | 折        | 折             | 折          | 折             |    |

Q8. 請問 貴公司 106 年出版電子新書中，紙本轉換電子書與非紙本出版品轉換數位原生電子書之出版比重為何？

| 類型           | 電子書  |      |      |
|--------------|------|------|------|
|              | 紙本轉換 | 數位原生 | 合計   |
| 1.銷貨冊數       | %    | %    | 100% |
| 2. 平均銷貨/零售折扣 | 折    | 折    |      |

Q9. 請問 106 年 貴公司與創作者之交易模式與折帳比例？（可複選）

☐買斷 ☐折帳（支付創作者電子書／雜誌版稅，按實際營收\_\_\_\_\_%）

Q10. 請問 106 年 貴公司發行電子書的編輯作業模式是？（單選）

☐1.全部委外製作 ☐2.部分委外製作 ☐3.全部自行編輯製作  
☐4.其他：\_\_\_\_\_

Q11. 請問 106 年 貴公司電子書的數位版權管理（DRM）是採用哪一種方式？（單選）

☐1.自行開發 DRM 系統 ☐2.用數位行銷通路之 DRM 系統 ☐3.不使用 DRM 系統

Q12. 請問 貴公司所出版之電子書，實體與線上同步出版（EP 同步）、「E 先行」及「P 先行」之種數比例分別占多少？（EP 不同步者，請填發行之間隔天數。）

| 發行情況     | 出版方式  |      |      |      |
|----------|-------|------|------|------|
|          | EP 同步 | E 先行 | P 先行 | 合計   |
| 1.出版種數比例 | %     | %    | %    | 100% |
| 2.發行間隔天數 | --    | 天    | 天    |      |

Q12-1. 請問 貴公司 106 年出版紙本新書中，已發行電子、尚未發行但已取得數位授權、未取得數位授權，以及無紙本書籍之出版種數相對比例大約是？

| 發行情況              | 比重   |
|-------------------|------|
| 1.已取得數位授權且已發行電子書  | %    |
| 2.已取得數位授權但尚未發行電子書 | %    |
| 3.未取得數位授權         | %    |
| 4.無紙本書籍出版         | %    |
| 合計                | 100% |

Q13. 請問 貴公司 106 年出版的電子書，各類型檔案所占銷售冊數比重大約是？

| 檔案類型     | 銷售冊數比重 | 檔案類型               | 銷售冊數比重 |
|----------|--------|--------------------|--------|
| 1.EPUB 2 | %      | 5.DAISY（數位資訊無障礙系統） | %      |
| 2.EPUB 3 | %      | 6.APP              | %      |
| 3.PDF    | %      | 7.其他：_____         | %      |
| 4.JPEG   | %      | 合計                 | 100%   |

Q14. 請問 貴公司 106 年所提供之數位出版檔案格式，適用於何種閱讀載具？（可複選）

- ☐1.一般電腦
 ☐2.Android 平板電腦
 ☐3.Android 系統手機  
☐4.iOS 平板電腦（iPad）
 ☐5.iOS 系統手機（iPhone）
 ☐6.其他閱讀器

Q15. 請問 貴公司 106 年出版的電子書中，各類型出版書／刊種數與銷售金額比重約為？

| 類別              | 電子書 |             | 類別          | 電子書 |             |
|-----------------|-----|-------------|-------------|-----|-------------|
|                 | 書種數 | 銷售金額<br>比 重 |             | 書種數 | 銷售金額<br>比 重 |
| 01.社會科學         | 種   | %           | 12.漫畫       | 種   | %           |
| 02.人文史地         | 種   | %           | 13.飲食       | 種   | %           |
| 03.藝術設計         | 種   | %           | 14.旅遊       | 種   | %           |
| 04.專業/教科書/政府出版品 | 種   | %           | 15.自然科普     | 種   | %           |
| 05.文學小說         | 種   | %           | 16.電腦資訊     | 種   | %           |
| 06.生活風格         | 種   | %           | 17.童書/青少年文學 | 種   | %           |
| 07.心理勵志         | 種   | %           | 18.醫療保健     | 種   | %           |
| 08.考試用書         | 種   | %           | 19.親子教養     | 種   | %           |
| 09.商業理財         | 種   | %           | 20.輕小說      | 種   | %           |
| 10.語言學習         | 種   | %           | 21.其他：_____ | 種   | %           |
| 11.宗教命理         | 種   | %           |             |     |             |
| 合計              |     |             |             | 種   | 100%        |

Q16. 平均而言，請問 106 年貴公司電子書售價約為紙本圖書售價幾折？ \_\_\_\_\_折，或  
☐ 本公司無紙本書籍出版業務（若無，請勾選）勾選無則不用填寫折數

Q17. 請問 貴公司與電子書流通平臺合作模式，以及模式所占營收比重情況為？

| 合作模式（可複選）                                     | 合作模式 | 營收比例 |
|-----------------------------------------------|------|------|
| <input type="checkbox"/> 1.個別簽約，目前合作對象共_____家 | 委外銷售 | %    |
| <input type="checkbox"/> 2.部分個別簽約，部分由經銷商處理    |      |      |
| <input type="checkbox"/> 3.完全委由經銷商統籌處理        |      |      |
| <input type="checkbox"/> 4.自行架設電子書流通平臺        | 自行銷售 | %    |
| <input type="checkbox"/> 5.其他：_____           | 其 他  | %    |
|                                               | 合 計  | 100% |

Q18.一般來說，請問 貴公司 106 年最終產品採取之授權範圍為何（可複選）？

- ☐1.授權販售個人消費者
 ☐2.授權販售圖書館  
☐3.授權販售企業
 ☐4.其他：\_\_\_\_\_

Q19. 請問 貴公司 106 年整體版權販售收入中，海外授權收入占比為？ \_\_\_\_\_%

Q19-1. 請問 貴公司 106 年購買與販售國內外電子書版權書籍金額約為多少？來源與目的地國家或區域，以及其費用與收入各分別占比為？(單選)

- ☐1.無電子書版權交易
 ☐2.有電子書版權交易（請續填以下題組）

| 版權引進與輸出情形                 | 整體          |             | 最主要銷售至各國類型（代碼） |
|---------------------------|-------------|-------------|----------------|
|                           | 版權支出        | 版權收入        |                |
|                           | _____（請填代碼） | _____（請填代碼） |                |
| 版權來源與目的地                  | 占比          | 占比          |                |
| 01.中國大陸（中華人民共和國）          | _____%      | _____%      | _____          |
| 02.港澳                     | _____%      | _____%      | _____          |
| 03.日本                     | _____%      | _____%      | _____          |
| 04.韓國（大韓民國／南韓）            | _____%      | _____%      | _____          |
| 05.美國                     | _____%      | _____%      | _____          |
| 06.加拿大                    | _____%      | _____%      | _____          |
| 07.澳洲（澳大利亞）               | _____%      | _____%      | _____          |
| 08.泰國                     | _____%      | _____%      | _____          |
| 09.新加坡                    | _____%      | _____%      | _____          |
| 10.馬來西亞                   | _____%      | _____%      | _____          |
| 11.其他國家：_____（填寫主要往來國家即可） | _____%      | _____%      | _____          |
| 合計                        | 100%        | 100%        |                |

說明：



1. 版權支出與版權收入代碼：新臺幣①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_億元）
2. 【電子書】最主要銷售類型代碼：①行銷企管；②財經投資；③文學；④小說；⑤輕小說；⑥藝術設計；⑦社會／人文科學；⑧自然／應用科學；⑨圖書資訊／百科年鑑；⑩電腦；⑪語言學習；⑫心理勵志／宗教；⑬醫療保健；⑭休閒觀光／飲食生活；⑮漫畫書；⑯家庭百科／親子教育；⑰童書（含繪本）；⑱青少年叢書；⑲考試用書；⑳其他：\_\_\_\_\_

Q20. 請問 106 年 貴公司出版的電子書，可以何方式於消費市場取得？（可複選）

- ☐1. 贈閱／試閱 ☐2. 一次性買賣 ☐3. 訂閱模式（預付，出刊後通知下載）  
☐4. 吃到飽方案 ☐5. 圖書館電子資料庫 ☐6. 其他：\_\_\_\_\_

Q21. 請問 106 年 貴公司出版之電子書於哪些管道上架？（可複選）

【國內數位出版品流通販售平臺】

- ☐01. FunPark 童書夢工廠 ☐02. Hami 書城（中華電信） ☐03. HyRead ebook 電子書  
☐04. MagV 雲端書城 ☐05. Pubu 電子書城 ☐06. Readmoo（群傳媒）  
☐07. TAAZE 讀冊生活 ☐08. udn 讀書吧 ☐09. 台灣大哥大 myBook  
☐10. 台灣雲端書庫（遠流） ☐11. 遠傳 friDay 閱讀 ☐12. 其他網站／APP：\_\_\_\_\_

【國外數位出版品流通販售平臺】

- ☐01. Amazon ☐02. BOOK WALKER（台灣） ☐03. Google Play  
☐04. iBooks ☐05. Kobo（樂天） ☐06. NOOK Books  
☐07. OverDrive ☐08. 其他網站／APP：\_\_\_\_\_ ☐09. 中國大陸網站／APP：\_\_\_\_\_

Q22. 平均來說，請問貴公司電子書的營收模式為？（可複選）

- ☐1. 單本計費，與平臺拆帳（比例為貴公司\_\_\_\_%：流通平臺\_\_\_\_%）  
☐2. 打包方案，依點閱量收費  
☐3. 按月、按季或按年付費（吃到飽）  
☐4. 其他：\_\_\_\_\_

## 參、中國大陸及海外市場發展情形（煩請會計部門人員填答）

Q23. 請問 貴公司是否赴下列國家或地區投資數位出版事業？（可複選）

- ☐1. 無，僅國內投資 ☐2. 有，投資中國大陸 ☐3. 有，投資港澳地區 ☐4. 有，投資東協地區  
☐5. 有，投資日本 ☐6. 有，投資其他國家／地區：\_\_\_\_\_

## 肆、營收情形與產業展望（煩請會計部門人員填答）

Q24. 請問 106 年 貴公司數位出版相關業務營收占總體營業額的比例為？\_\_\_\_\_ %

Q25. 為估計國內數位出版產業總體產值，整體而言，請問 貴公司 106 年整體收支金額（包含圖書與非圖書相關收支）約多少新臺幣？（請單選）

總收入：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫下列代號即可）；總支出：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫下列代號即可）。

說明：新臺幣 ①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

Q26. 請問 106 年 貴公司以下各項收入來源占 貴公司 106 年總營收比例為？

| 收入來源          | 出版方式            | 比重   |
|---------------|-----------------|------|
| A.數位出版相關收入    | A1.販（租）售電子書收入   | %    |
|               | A2.販售電子資料庫收入    | %    |
|               | A3.販售電子書 App 收入 | %    |
|               | A4.協助個人出版收入     | %    |
|               | A5.其他數位出版相關收入   | %    |
| B.實體出版品相關收入   |                 | %    |
| C.「非」出版業務相關收入 |                 | %    |
| 總計            |                 | 100% |

Q26-1.請問 106 年 貴公司數位出版相關業務各項收入來源占的比例是？

| 收入來源             |      |
|------------------|------|
| A1.與平臺拆帳後淨收入     | %    |
| A2.專案買斷（消費者訂購）收入 | %    |
| A3.其他數位出版相關收入    | %    |
| A4.其他：_____      | %    |
| 總計               | 100% |

Q26-2.請問 106 年 貴公司數位出版相關收入中，海外營收占比為\_\_\_\_\_ %

Q26-3.請問 106 年各項支出項目比例為？

| 項目           | 比重   |
|--------------|------|
| A.數位出版相關支出   | %    |
| B.實體出版相關支出   | %    |
| C.「非」出版相關總支出 | %    |
| 總計           | 100% |

Q27. 請問 貴公司 106 年整體經營現況與預期未來三年銷售及投資情形為？(單選)

| 類別  | 106 年經營情況                     | 未來三年銷售預期                          | 未來三年投資預期                          |
|-----|-------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 電子書 | <input type="checkbox"/> 獲利   | <input type="checkbox"/> 增加_____% | <input type="checkbox"/> 增加_____% |
|     | <input type="checkbox"/> 虧損   | <input type="checkbox"/> 減少_____% | <input type="checkbox"/> 減少_____% |
|     | <input type="checkbox"/> 收支平衡 | <input type="checkbox"/> 維持現況     | <input type="checkbox"/> 維持現況     |

對政府政策之建議：

---

---

---

---

問卷到此結束，再次感謝您的撥冗填答。

## 附錄四

### 數位出版（數位平臺）產業：電子資料庫與數位出版品流通販售平臺業者問卷

本調查依據統計法第二十條規定:「政府辦理統計時,被調查者無論為機關、團體或個人,均有據實詳盡報告之義務」。

## 臺灣出版產業調查問卷

### (電子資料庫與數位出版品流通販售平臺業者問卷)

貴公司,您好:

文化部為掌握產業上游版權代理、中游編輯出版,以及下游經銷流通等相關業態之經營現況與未來發展趨勢,以作為政策制定參考與業者經營策略調整依據,本(107)年度委託本院進行旨揭產業調查。惠請轉貴公司(社)熟悉 106 年圖書發行及銷售概況之會計、編輯、人資與業務等部門主管協助填寫,敬請於 107 年 9 月 30 日前,透過紙本回卷、電子回卷或傳真等方式填答。

如有任何填答問題,均可來電或來信賜教,惠請撥冗回覆。本研究係加總所有產業資料進行分析,個別單位資訊絕不外流公開。凡填答本問卷並經研究人員確認為有效回卷者,將致贈禮卷,同時若填答者有需要,本院將提供此次問卷調查結果,回饋予您參考,以協助您了解產業現況及發展趨勢。有您的配合參與,將有助文化部出版產業主管機關致力產業發展之相關輔導措施,感謝您的鼎力相助。

台灣經濟研究院敬上

聯絡人(研究人員):盧俊偉博士、徐亦慧

聯絡電話:02-2586-5000 # 631、384

傳真:02-2594-6311

聯絡住址:台北市中山區德惠街 16-8 號 7 樓

E-mail: d33383@tier.org.tw

## 壹、組織概況

### 一、公司基本資料

|              |             |
|--------------|-------------|
| *公司中文名稱:     |             |
| 統一編號:        | (若無統一編號則免填) |
| 填答者職稱:       | (部門) (職稱)   |
| *填答者姓名:      | *連絡電話:      |
| *填答者 e-mail: |             |

《105 年臺灣出版產業調查報告》研究成果供參



<http://mocfile.moc.gov.tw/mochistory/images/Yearbook/2016survey/index.html>

### 二、組織結構(煩請會計部門人員填答)

Q1. 請問 貴公司的營業性質是？(單選)

☐ 1. 非營利事業。請問 貴公司的設立金額是？新臺幣\_\_\_\_\_萬元

☐ 2. 營利事業。(請續答以下題組)

Q1-1. 請問 貴公司是否為集團成員 (關係企業、分支企業、母子公司)？

☐ 1. 是 ☐ 2. 否

Q1-2. 請問 貴公司資金來源及比例是？

| 本國             |        | 外國     |        | E.其他 |
|----------------|--------|--------|--------|------|
| A.個人投資         | B.企業投資 | C.個人投資 | D.企業投資 |      |
| %              | %      | %      | %      | %    |
| 總計 (A+B+C+D+E) |        |        |        | 100% |

Q2. 請問 貴公司經營型態與業務屬性包含下列哪些類型？(複選)

- ☐ 01.圖書出版業者
 ☐ 02.雜誌出版業者
 ☐ 03.圖書經銷商  
☐ 04.販售紙本書籍之網路書店 (含自營官方網路銷售)
 ☐ 05.電子資料庫業者  
☐ 06.資訊服務業者
 ☐ 07.數位閱讀器製造業者
 ☐ 08.電信公司  
☐ 09.科技公司 (硬體製造)
 ☐ 10.數位出版品 (電子書、電子漫畫、電子雜誌) 流通販售平臺  
☐ 11.其他：\_\_\_\_\_

Q3. 請問 貴公司所經營之出版產業鏈環節為何？(複選)

- ☐ 01.內容創作
 ☐ 02.編輯出版
 ☐ 03.經銷發行  
☐ 04.通路販售
 ☐ 05.印刷廠
 ☐ 06.裝訂廠

### 三、人力僱用情形 (煩請人資部門人員填答)

Q4. 不含特約、外包、派遣等人力，請問 貴公司 106 年底共僱用正職人員\_\_\_\_\_人，兼職人員\_\_\_\_\_人；數位出版業務部門正職人員\_\_\_\_\_人，兼職人員\_\_\_\_\_人。

註:

- 「特約、派遣等人力」係指由人力派遣業者僱用之人員，以公司合作簽約形式，派遣支援人力至出版社進行工作協助
- 兼職人員係指平均週工時未滿 30 小時者，兼職人員包含符合上述工時之工讀生
- 外包合作係將相關業務 (包含排版、翻譯、設計、外編、校對等) 委外執行

Q4-1.承上，請問 貴公司「正職」人員中，年資、學歷、性別與年齡組成概況為何？

| 類別     | 年資     |                  |                  |                   |                    |        |
|--------|--------|------------------|------------------|-------------------|--------------------|--------|
|        | 未滿 1 年 | 1 年以上-<br>未滿 3 年 | 3 年以上-<br>未滿 5 年 | 5 年以上-<br>未滿 10 年 | 10 年以上-<br>未滿 20 年 | 20 年以上 |
| 整 體    | 人      | 人                | 人                | 人                 | 人                  | 人      |
| 數位出版部門 | 人      | 人                | 人                | 人                 | 人                  | 人      |

| 類別     | 學歷       |    |    |       |
|--------|----------|----|----|-------|
|        | 高中（職）及以下 | 專科 | 大學 | 研究所以上 |
| 整體     | 人        | 人  | 人  | 人     |
| 數位出版部門 | 人        | 人  | 人  | 人     |

| 類別     | 性別 |    |
|--------|----|----|
|        | 男性 | 女性 |
| 整體     | 人  | 人  |
| 數位出版部門 | 人  | 人  |

| 類別     | 年齡      |         |         |         |        |
|--------|---------|---------|---------|---------|--------|
|        | 未滿 20 歲 | 20-29 歲 | 30-39 歲 | 40-49 歲 | 50 歲以上 |
| 整體     | 人       | 人       | 人       | 人       | 人      |
| 數位出版部門 | 人       | 人       | 人       | 人       | 人      |

Q4-2. 請問 貴公司 106 年聘僱員工中，是否包含外籍人士？(可複選)

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

Q4-3. 請問 貴公司 106 年是否與外籍獨立專業人士（即自行負擔勞健、保之「自雇」專業人士）合作？(可複選)

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

Q4-4. 請問 貴公司 106 年是否曾外派本國籍員工至海外企業（含關係企業）？(可複選)

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

Q4-5. 請問 106 年是否有海外企業（含關係企業）派駐人力至 貴公司？(可複選)

- ☐ 否
- ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_
- ☐ 是，長期（逾 90 日\_\_\_\_人）；員工國籍：\_\_\_\_\_

Q5. 請問 貴公司 106 年各職務與身份類型人員之人數及月薪（含經常性及非經常性）平均約為？

| 職務類型                               | 人數     | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|------------------------------------|--------|-----------|--------|--------|--------|
|                                    |        | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|                                    | 106 年底 | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 1.行銷業務<br>(行銷推廣、通路開發、公關等)          | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 2.程式開發<br>(數位應用、App 程式設計師、SEO 調整等) | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 3.身兼數職                             | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 4. _____<br>(請自行填寫)                | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |
| 身分類型                               | 人數     | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|                                    |        | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|                                    | 106 年底 | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 外籍雇員                               | 人      | (請填代碼)    | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |

說明：

- 1.若編輯占工作量比重達五成以上者，請填入編輯人力，其餘職務人力填答標準亦同
- 2.新進人員係指到職未滿三個月之員工
- 3.平均月薪欄位填寫代號即可：新臺幣 ① 未滿 22,000 元；② 22,000 元～25,000 元；③ 25,001 元～30,000 元；④ 30,001 元～35,000 元；⑤ 35,001 元～40,000 元；⑥ 40,001 元～50,000 元；⑦ 50,001 元以上

## 貳、經營模式（煩請業務部門人員填答）

Q6. 請問 106 年 貴公司提供的數位產品或服務有哪些？（可複選）

- ☐01.電子書販（租）售    ☐02.電子雜誌販（租）售    ☐03.電子報販售  
☐04.電子資料庫    ☐05.電子漫畫販（租）售    ☐06. App（電子圖書／雜誌／漫畫）  
☐07.個人自助出版    ☐08.圖書／雜誌／漫畫免費閱讀    ☐09.創作發表平臺  
☐10.其他：\_\_\_\_\_

Q7. 請問 貴公司是否為電子資料庫業者？

- ☐1.是（請續答電子資料庫部份）    ☐2.否（請跳答數位出版品流通販售平臺部份）



## 電子資料庫部分（煩請編輯部門人員填答）

（此部分請電子資料庫業者填答，非電子資料庫者請跳至 Q10 數位出版品流通販售平臺）

Q8. 請問 106 年 貴公司提供的電子資料庫類型有哪些？（可複選）

- ☐1.電子書資料庫
 ☐2.電子雜誌資料庫
 ☐3.學術期刊資料庫  
☐4.報紙資料庫
 ☐5.博碩士論文資料庫
 ☐6.其他：\_\_\_\_\_

Q9. 請問 貴公司提供的各類電子資料庫中，中文及外文的比例分別是？

|             | 中文比例 | 外文比例 | 合計   |
|-------------|------|------|------|
| 1. 電子書資料庫   | %    | %    | 100% |
| 2. 電子雜誌資料庫  | %    | %    | 100% |
| 3. 學術期刊資料庫  | %    | %    | 100% |
| 4. 報紙資料庫    | %    | %    | 100% |
| 5. 博碩士論文資料庫 | %    | %    | 100% |
| 6. 其他       | %    | %    | 100% |

Q10. 請問 貴公司是否為數位出版品流通販售平臺業者？

- ☐1.是（請續答數位出版品流通販售平臺部份）
 ☐2.否（請跳答數位出版品流通販售平臺部份）

## 數位出版品流通販售平臺部分（煩請編輯與會計部門人員填答）

（此部分請數位出版品流通販售平臺業者填答，非數位出版品流通販售平臺業者請跳至 Q22）

Q11. 請問 106 年 貴公司所合作之出版業者家數，以及各類型數位出版品上架種數概況

| 類型    | 合作出版業者數 | 上架出版品種數 |
|-------|---------|---------|
| 電 子 書 | 家       | 種       |
| 電子漫畫  | 家       | 種       |
| 電子雜誌  | 家       | 種       |

Q12. 請問 106 年 貴公司販售的電子書／漫畫及雜誌（種數／刊數）的來源比例是？

| 來源 | 自行出版  |    | 其他出版社 |    | 其他 | 合計   |
|----|-------|----|-------|----|----|------|
|    | 圖書／漫畫 | 雜誌 | 圖書／漫畫 | 雜誌 |    |      |
| 比例 | %     | %  | %     | %  | %  | 100% |

Q13. 請問 106 年 貴公司是否提供電子書、電子雜誌或電子漫畫 App？（單選）

- ☐1.有 App
 ☐2.無 APP

Q13-1.請問 106 年 貴公司提供之 App 收費情形、各付費型態種類數，及下載次數為？（可複選）

| 類型    | 收費情形                          | 種數／刊數 | 下載次數 |
|-------|-------------------------------|-------|------|
| 電 子 書 | <input type="checkbox"/> 1.免費 | 種     | 次    |
|       | <input type="checkbox"/> 2.付費 | 種     | 次    |
| 電子漫畫  | <input type="checkbox"/> 3.免費 | 種     | 次    |
|       | <input type="checkbox"/> 4.付費 | 種     | 次    |
| 電子雜誌  | <input type="checkbox"/> 5.免費 | 種     | 次    |
|       | <input type="checkbox"/> 6.付費 | 種     | 次    |

Q14. 請問 106 年 貴公司電子書／雜誌／漫畫的數位版權管理（DRM）是採用哪種方式？（單選）

- ☐1.自行開發 DRM 系統      ☐2.使用出版社開發之 DRM 系統

Q15. 請問 貴公司所販售之電子書／雜誌／漫畫，實體與線上同步出版（EP 同步）、「E 先行」及「P 先行」之種數比例分別占多少？（EP 不同步者，請填發行之間隔天數。）

| 出版方式    | 發行情況   |      |      |        |      |      |
|---------|--------|------|------|--------|------|------|
|         | 出版種數比例 |      |      | 發行間隔天數 |      |      |
|         | 電子書    | 電子雜誌 | 電子漫畫 | 電子書    | 電子雜誌 | 電子漫畫 |
| 1.EP 同步 | %      | %    | %    | --     | --   | --   |
| 2.E 先行  | %      | %    | %    | 天      | 天    | 天    |
| 3.P 先行  | %      | %    | %    | 天      | 天    | 天    |
| 合計      | 100%   | 100% | 100% |        |      |      |

Q16. 請問 貴公司 106 年販售之電子書／雜誌／漫畫，各類型檔案之銷售冊數比重大約是？

| 檔案類型               | 銷售冊數比重 |      |      |
|--------------------|--------|------|------|
|                    | 電子書    | 電子雜誌 | 電子漫畫 |
| 1.EPUB 2           | %      | %    | %    |
| 2.EPUB 3           | %      | %    | %    |
| 3.PDF              | %      | %    | %    |
| 4.JPEG             | %      | %    | %    |
| 5.DAISY（數位資訊無障礙系統） | %      | %    | %    |
| 6.APP              | %      | %    | %    |
| 7.其他：_____         | %      | %    | %    |
| 合計                 | 100%   | 100% | 100% |

Q17. 請問 貴公司 106 年上架之電子書／雜誌／漫畫中，各類型出版書／刊種數與銷售金額比重約為？

| 電子書類別           | 書種數 | 銷售金額比重 | 電子雜誌類別    | 刊種數 | 銷售金額比重 | 電子漫畫類別 | 書種數 | 銷售金額比重 |
|-----------------|-----|--------|-----------|-----|--------|--------|-----|--------|
| 01.社會科學         | 種   | %      | 01.財經企管   | 種   | %      | 01.少年  | 種   | %      |
| 02.人文史地         | 種   | %      | 02.旅遊情報   | 種   | %      | 02.少女  | 種   | %      |
| 03.藝術設計         | 種   | %      | 03.流行時尚   | 種   | %      | 03.青年  | 種   | %      |
| 04.專業/教科書/政府出版品 | 種   | %      | 04.健康醫療   | 種   | %      | 04.同性愛 | 種   | %      |
| 05.文學小說         | 種   | %      | 05.影視偶像   | 種   | %      | 05.兒童  | 種   | %      |
| 06.生活風格         | 種   | %      | 06.電腦網路   | 種   | %      | 06.成年  | 種   | %      |
| 07.心理勵志         | 種   | %      | 07.新聞資訊   | 種   | %      |        |     |        |
| 08.考試用書         | 種   | %      | 08.人文史地   | 種   | %      |        |     |        |
| 09.商業理財         | 種   | %      | 09.休閒嗜好   | 種   | %      |        |     |        |
| 10.語言學習         | 種   | %      | 10.運動競技   | 種   | %      |        |     |        |
| 11.宗教命理         | 種   | %      | 11.汽車機車   | 種   | %      |        |     |        |
| 12.漫畫           | 種   | %      | 12.自然科學   | 種   | %      |        |     |        |
| 13.飲食           | 種   | %      | 13.動漫電玩   | 種   | %      |        |     |        |
| 14.旅遊           | 種   | %      | 14.宗教信仰   | 種   | %      |        |     |        |
| 15.自然科普         | 種   | %      | 15.藝術設計   | 種   | %      |        |     |        |
| 16.電腦資訊         | 種   | %      | 16.家庭親子   | 種   | %      |        |     |        |
| 17.童書/青少年文學     | 種   | %      | 17.語言教育   | 種   | %      |        |     |        |
| 18.醫療保健         | 種   | %      | 18.音樂音響   | 種   | %      |        |     |        |
| 19.親子教養         | 種   | %      | 19.國防軍事   | 種   | %      |        |     |        |
| 20.輕小說          | 種   | %      | 20.建築裝潢   | 種   | %      |        |     |        |
| 21. 其他：_____    | 種   | %      | 21.相機攝影   | 種   | %      |        |     |        |
| 合計              |     | 100%   | 22.其他：___ | 種   | %      |        |     |        |
|                 |     |        | 合計        |     | 100%   |        |     |        |

Q18. 請問 貴公司 106 年販售之電子書／雜誌／漫畫，適用於何種閱讀載具？（可複選）

- ☐1.一般電腦
 ☐2.Android 平板電腦
 ☐3.Android 系統手機  
☐4.iOS 平板電腦（iPad）
 ☐5.iOS 系統手機（iPhone）
 ☐6.其他閱讀器

Q19. 平均而言，請問 106 年貴公司電子書／雜誌／漫畫售價約為紙本圖書售價幾折？

電子書\_\_\_\_\_折；電子雜誌\_\_\_\_\_折；電子漫畫\_\_\_\_\_折

Q20. 106 年營收來源比例為？

| 營收來源                        |          | 占比   |
|-----------------------------|----------|------|
| 1.數位內容銷售收入                  | 個人自助出版內容 | %    |
|                             | 出版社提供內容  | %    |
| 2.會員服務收入（如儲值下載、資料庫查詢、諮詢服務等） |          | %    |
| 3.廣告收入                      |          | %    |
| 合計                          |          | 100% |

Q20-1.請問 106 年 貴公司各類語言數位內容占營收比例為？

| 語言別  | 正體中文 | 簡體中文 | 英文 | 日文 | 其他 | 合計   |
|------|------|------|----|----|----|------|
| 營收比重 | %    | %    | %  | %  | %  | 100% |

Q21. 請問 貴公司 106 年各交易模式占數位出版相關收入之占比？

| 交易模式              | 各交易模式收入占比 |
|-------------------|-----------|
| 1.單本計費            | %         |
| 2.打包方案，依點閱量計費     | %         |
| 3.按月、按季或按年付費（吃到飽） | %         |
| 4.其他：_____        | %         |
| 合計                | 100%      |

Q21-1.請問 106 年 貴公司與出版社／個人自助出版平均拆帳比例為？

數位出版品流通販售平臺\_\_\_\_\_ %：出版社\_\_\_\_\_ %（合計 100%）

數位出版品流通販售平臺\_\_\_\_\_ %：個人自助出版\_\_\_\_\_ %（合計 100%）

## 參、中國大陸及海外市場發展情形（煩請會計部門人員填答）

Q22. 請問 貴公司是否赴下列國家或地區投資數位平臺事業？（可複選）

- ☐ 1.無，僅國內投資   
 ☐ 2.有，投資中國大陸   
 ☐ 3.有，投資港澳地區   
 ☐ 4.有，投資東協地區  
☐ 5.有，投資日本   
 ☐ 6.有，投資其他國家／地區：\_\_\_\_\_

## 肆、營收情形與產業展望（煩請會計部門人員填答）

Q23. 請問 106 年 貴公司數位平臺相關業務營收占總體營業額的比例為？\_\_\_\_\_ %

Q24. 為估計國內數位出版產業總體產值，整體而言，請問 貴公司 106 年整體收支金額（包含圖書與非圖書相關收支）約多少新臺幣？（請單選）

總收入：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫下列代號即可）；總支出：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫下列代號即可）。

說明：新臺幣 ①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

Q25. 請問 106 年 貴公司以下各項收入來源占 貴公司 106 年總營收比例為？

| 收入來源          | 出版方式               | 比重   |
|---------------|--------------------|------|
| A.數位出版相關收入    | A1.販（租）售電子書／電子雜誌收入 | %    |
|               | A2.販售電子資料庫收入       | %    |
|               | A3.販售電子書 App 收入    | %    |
|               | A4.協助個人出版收入        | %    |
|               | A5.其他數位出版相關收入      | %    |
| B.實體出版品相關收入   |                    | %    |
| C.「非」出版業務相關收入 |                    | %    |
| 總計            |                    | 100% |

Q25-1.請問 106 年 貴公司數位出版相關業務各項收入來源占的比例是？

| 收入來源             |      |
|------------------|------|
| A1.與出版社拆帳後淨收入    | %    |
| A2.專案買斷（消費者訂購）收入 | %    |
| A3.其他數位出版相關收入    | %    |
| A4.其他：_____      | %    |
| 總計               | 100% |

Q25-2.請問 106 年 貴公司數位平臺業務相關收入中，海外營收占比為\_\_\_\_\_%

Q25-3.請問 106 年各項支出項目比例為？

| 項目                | 比重   |
|-------------------|------|
| A.電子書／電子雜誌販售相關支出  | %    |
| B.數位出版衍生產品銷售之營業支出 | %    |
| C.「非」出版相關總支出      | %    |
| 總計                | 100% |

Q26. 請問 貴公司 106 年整體經營現況與預期未來三年銷售及投資情形為？(單選)

| 類別       | 106 年經營情況                     | 未來三年銷售預期                          | 未來三年投資預期                          |
|----------|-------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 數位出版相關業務 | <input type="checkbox"/> 獲利   | <input type="checkbox"/> 增加_____% | <input type="checkbox"/> 增加_____% |
|          | <input type="checkbox"/> 虧損   | <input type="checkbox"/> 減少_____% | <input type="checkbox"/> 減少_____% |
|          | <input type="checkbox"/> 收支平衡 | <input type="checkbox"/> 維持現況     | <input type="checkbox"/> 維持現況     |

## 伍、其他（煩請編輯部門人員填答）

Q27. 目前經營數位平臺業務所遭遇之困難：

---

---

---

Q27-1.需要政府之協助：

---

---

---

對政府政策之建議：

---

---

---

問卷到此結束，再次感謝您的撥冗填答。

## 附錄五

### 行銷通路產業：網路書店、實體書店、連鎖量販與超商業者問卷

本調查依據統計法第二十條規定：「政府辦理統計時，被調查者無論為機關、團體或個人，均有據實詳盡報告之義務」。

## 臺灣出版產業調查問卷

### (行銷通路產業：網路書店、實體書店、連鎖量販與超商業者問卷)

貴書店，您好：

文化部為掌握產業上游版權代理、中游編輯出版，以及下游經銷流通等相關業態之經營現況與未來發展趨勢，以作為政策制定參考與業者經營策略調整依據，本（107）年度委託本院進行旨揭產業調查。惠請轉貴書店熟悉 106 年圖書發行及銷售概況之會計、人資、業務與圖書等部門主管協助填寫，敬請於 107 年 9 月 30 日前，透過紙本回卷、電子回卷或傳真等方式填答。

如有任何填答問題，均可來電或來信賜教，惠請撥冗回覆。本研究係加總所有產業資料進行分析，個別單位資訊絕不外流公開。凡填答本問卷並經研究人員確認為有效回卷者，將致贈禮卷，同時若填答者有需要，本院將提供此次問卷調查結果，回饋予您參考，以協助您了解產業現況及發展趨勢。有您的配合參與，將有助文化部出版產業主管機關致力產業發展之相關輔導措施，感謝您的鼎力相助。

台灣經濟研究院敬上

聯絡人（研究人員）：盧俊偉博士、陳智豪

聯絡電話：02-2586-5000 # 631、620

傳真：02-2594-6311

聯絡住址：台北市中山區德惠街 16-8 號 7 樓

E-mail：d32148@tier.org.tw

## 壹、組織概況

### 一、公司基本資料

|             |             |
|-------------|-------------|
| 公司中文名稱：     |             |
| 統一編號：       | （若無統一編號則免填） |
| 填答者職稱：      | （部門）（職稱）    |
| 填答者姓名：      | 連絡電話：       |
| 填答者 e-mail： |             |

《105 年臺灣出版產業調查報告》研究成果供參



<http://mocfile.moc.gov.tw/mochistory/images/Yearbook/2016survey/index.html>

### 二、組織結構（煩請會計部門人員填答）



Q1. 請問 貴書店的營業性質是？（單選）

☐1.非營利事業。請問 貴書店的設立金額是？新臺幣\_\_\_\_\_萬元

☐2.營利事業。（請續答以下題組）

Q1-1. 請問 貴書店是否為集團成員（關係企業、分支企業、母子公司）？（單選）

☐1.是 ☐2.否

Q1-2. 請問 貴書店營業性質為？（單選）

☐1.股份有限公司 ☐2.有限公司 ☐3.獨資 ☐4.其他\_\_\_\_\_

Q2. 請問 貴書店經營型態與業務屬性包含下列哪些類型？（複選）

- ☐01.單一／獨立書店 ☐02.連鎖書店 ☐03.量販店  
☐04.網路書店 ☐05.超商 ☐06.經銷／代理商  
☐07.出版社 ☐08.印刷／裝訂廠 ☐09.二手書店  
☐10.同類圖書專賣店 ☐11.其他：\_\_\_\_\_

### 三、人力僱用情形（煩請人資部門人員填答）

Q3. 不含特約、外包、派遣等人力，請問 貴書店 106 年底共僱用

正職人員\_\_\_\_\_人，兼職人員\_\_\_\_\_人。

註：

- 「特約、派遣等人力」係指由人力派遣業者僱用之人員，以公司合作簽約形式，派遣支援人力至出版社進行工作協助
- 兼職人員係指平均週工時未滿 30 小時者，兼職人員包含符合上述工時之工讀生
- 外包合作係將相關業務（包含排版、翻譯、設計、外編、校對等）委外執行

Q3-1. 承上，請問 貴書店聘僱的正式員工中，性別、年資、學歷及年齡組成概況是？

男性：\_\_\_\_\_人；女性：\_\_\_\_\_人

| 年資     |                  |                  |                   |                    |        |
|--------|------------------|------------------|-------------------|--------------------|--------|
| 未滿 1 年 | 1 年以上-<br>未滿 3 年 | 3 年以上-<br>未滿 5 年 | 5 年以上-<br>未滿 10 年 | 10 年以上-<br>未滿 20 年 | 20 年以上 |
| 人      | 人                | 人                | 人                 | 人                  | 人      |

| 按學歷分             | 人數 | 按年齡分        | 人數 |
|------------------|----|-------------|----|
| (1) 高中（職）及以下     |    | (1) 未滿 20 歲 |    |
| (2) 專科           |    | (2) 20-29 歲 |    |
| (3) 大學           |    | (3) 30-39 歲 |    |
| (4) 研究所以上        |    | (4) 40-49 歲 |    |
| 說明：人數請依四捨五入進位至整數 |    | (5) 50 歲以上  |    |

Q3-2. 請問 貴書店 106 年聘僱員工中，是否包含外籍人士？（單選）

☐ 否 ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_\_人，員工國籍：\_\_\_\_\_）；長期（逾 90 日\_\_\_\_\_人，員工國籍：\_\_\_\_\_）。

Q3-3.請問 貴書店 106 年是否與外籍獨立專業人士（即自行負擔勞健、保之「自雇」專業人士）合作？（單選）

☐ 否 ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人，員工國籍：\_\_\_\_）；長期（逾 90 日\_\_\_\_人，員工國籍：\_\_\_\_）。

Q3-4.請問 貴書店 106 年是否曾外派本國籍員工至海外企業（含關係企業）？（單選）

☐ 否 ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人，外派國家：\_\_\_\_）；長期（逾 90 日\_\_\_\_人，外派國家：\_\_\_\_）。

Q3-5.請問 106 年是否有海外企業（含關係企業）派駐人力至 貴公司？（單選）

☐ 否 ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_人，來源國家：\_\_\_\_）；長期（逾 90 日\_\_\_\_人，來源國家：\_\_\_\_）。

Q4. 請問 貴書店 106 年各職務與身份類型人員的人數及每月薪資（含經常性與非經常性）平均大約為？（新臺幣）

| 職務類型   | 人數 | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|--------|----|-----------|--------|--------|--------|
|        |    | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|        |    | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 1.行 政  | 人  | （請填代碼）    | （請填代碼） | （請填代碼） | （請填代碼） |
| 2.行銷業務 | 人  | （請填代碼）    | （請填代碼） | （請填代碼） | （請填代碼） |
| 3.倉儲物流 | 人  | （請填代碼）    | （請填代碼） | （請填代碼） | （請填代碼） |
| 4.身兼數職 | 人  | （請填代碼）    | （請填代碼） | （請填代碼） | （請填代碼） |
| 身分類型   | 人數 | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|        |    | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|        |    | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 外籍雇員   | 人  | （請填代碼）    | （請填代碼） | （請填代碼） | （請填代碼） |

說明：

- 1.若編輯占工作量比重達五成以上者，請填入編輯人力，其餘職務人力填答標準亦同
- 2.新進人員係指到職未滿三個月之員工
- 3.平均月薪欄位填寫代號即可：① 未滿 22,000 元；② 22,000 元～25,000 元；③ 25,001 元～30,000 元；④ 30,001 元～35,000 元；⑤ 35,001 元～40,000 元；⑥ 40,001 元～50,000 元；⑦ 50,001 元以上

## 貳、106 年業務概況（煩請業務部門人員填答）

Q5. 請問，貴書店與產業鏈內相關業者的互動關係？（此處主題目後方的文字方塊請刪除）

Q5-1.請問，貴書店與出版社、經銷商的結帳方式有哪些？（可複選）

☐01.月結制／進減退 ☐02.寄售制／銷結制 ☐03. 其他，請說明：\_\_\_\_\_

Q5-2. 請問，貴書店 106 年的主要競爭對手為？（可複選）

- ☐01.單一／獨立書店
 ☐02.連鎖書店
 ☐03.網路書店  
☐04.複合書店
 ☐05.同類圖書專賣店
 ☐06.量販店附屬書店  
☐07.超商
 ☐08.其他：\_\_\_\_\_
 ☐09.異業，請說明：\_\_\_\_\_

Q6. 請問 貴書店 106 年各語言圖書、雜誌、漫畫占圖書、雜誌、漫畫銷售比重為何？

| 語言別          | 各語言出版品占圖書、雜誌、漫畫銷售比重 |      |      |
|--------------|---------------------|------|------|
|              | 圖書                  | 雜誌   | 漫畫   |
| 1.本國（正體中文）   | %                   | %    | %    |
| 2.中國大陸（簡體中文） | %                   | %    | %    |
| 3.英文         | %                   | %    | %    |
| 4.日文         | %                   | %    | %    |
| 5.其他外文       | %                   | %    | %    |
| 合計           | 100%                | 100% | 100% |

### 參、106 年圖書雜誌銷售及退書概況（煩請業務部門人員填答）

Q7. 請問 貴書店 106 年圖書雜誌及漫畫進貨來源比例為？

| 進貨來源         | 圖書   | 雜誌   | 漫畫   |
|--------------|------|------|------|
| 01.總經銷       | %    | %    | %    |
| 02.區域經銷商     | %    | %    | %    |
| 03.出版社       | %    | %    | %    |
| 04.書店同業      | %    | %    | %    |
| 05.書店組織      | %    | %    | %    |
| 06.圖書館／機構二手書 | %    | %    | %    |
| 07.一般民眾二手書   | %    | %    | %    |
| 08.其他：_____  | %    | %    | %    |
| 合計           | 100% | 100% | 100% |

說明：

- 1.總經銷係指其經銷範圍為全臺灣者
- 2.區域經銷商係指經銷範圍以縣市為經銷界限者，通常分北、中、南、東四大區域
- 3.書店組織係指如友善書業供給合作社、獨立書店聯盟等組織

Q8. 請問 貴書店是否接受上游或經銷商之主動配貨？（單選）

- ☐1.接受
 ☐2.不接受
 ☐3.自行選書與接受配貨皆有

Q9. 請問 貴書店 106 年銷售情形是否因平日和假日而異？（單選）

- ☐1.有，假日銷售額約占一星期銷售額之\_\_\_\_\_%
 ☐2.沒有差別

Q10. 請問貴書店 106 年各類圖書雜誌及漫畫於店頭銷售及非店頭銷售的銷售總冊數是？

| 類 型   | 圖書 | 雜誌   |      | 漫畫 |
|-------|----|------|------|----|
|       |    | 一般雜誌 | 獨立刊物 |    |
| 於店頭銷售 | 冊  | 本    | 本    | 冊  |
| 非店頭銷售 | 冊  | 本    | 本    | 冊  |

說明：

- 1.獨立刊物（ZINE）係指未經由出版社出版，且非大量印刷製作，由設計者手工裝訂或少量製作出版販售，其編輯思維與設計排版相對一般商業雜誌有所差異。
- 2.非店頭銷售包括透過拍賣網站、社群平臺、LINE 等電子商務媒介銷售出版品者

Q11. 請問 貴書店 106 年各類圖書銷售金額比例，以及平均進貨折扣、消費者折扣及銷量最佳折扣數？【說明：1. 實體通路含實體書店與其他相關通路，連鎖、量販與超商總部請填各分店加總於實體通路欄  
2. 全年不打折請於平均消費者折扣欄填 0】

| 類別              | 實體通路銷售金額比例 | 平均<br>進貨折扣 | 平均<br>消費者折扣 | 銷量<br>最佳折扣數 |
|-----------------|------------|------------|-------------|-------------|
| 01.社會科學         | %          | 折          | 折           | 折           |
| 02.人文史地         | %          |            |             |             |
| 03.藝術設計         | %          |            |             |             |
| 04.專業/教科書/政府出版品 | %          |            |             |             |
| 05.文學小說         | %          |            |             |             |
| 06.生活風格         | %          |            |             |             |
| 07.心理勵志         | %          |            |             |             |
| 08.考試用書         | %          |            |             |             |
| 09.商業理財         | %          |            |             |             |
| 10.語言學習         | %          |            |             |             |
| 11.宗教命理         | %          |            |             |             |
| 12.漫畫           | %          |            |             |             |
| 13.飲食           | %          |            |             |             |
| 14.旅遊           | %          |            |             |             |
| 15.自然科普         | %          |            |             |             |
| 16.電腦資訊         | %          |            |             |             |
| 17.童書/青少年文學     | %          |            |             |             |
| 18.醫療保健         | %          |            |             |             |
| 19.親子教養         | %          |            |             |             |
| 20.輕小說          | %          |            |             |             |
| 21.其他：_____     | %          |            |             |             |
| 合計              | 100%       |            |             |             |

Q12. 請問 貴書店 106 年各類雜誌銷售金額比例，以及平均進貨折扣、消費者折扣及銷量最佳折扣數？

| 類別           | 實體通路銷售金額比例 | 平均<br>進貨折扣 | 平均<br>消費者折扣 | 銷量<br>最佳折扣數 |
|--------------|------------|------------|-------------|-------------|
| 01.財經企管      | %          | 折          | 折           | 折           |
| 02.旅遊美食／旅遊情報 | %          |            |             |             |
| 03.流行時尚      | %          |            |             |             |
| 04.健康醫療      | %          |            |             |             |
| 05.影視偶像      | %          |            |             |             |
| 06.電腦科學／網路通訊 | %          |            |             |             |
| 07.新聞資訊      | %          |            |             |             |
| 08.人文社會／文學史地 | %          |            |             |             |
| 09.休閒生活／嗜好   | %          |            |             |             |
| 10.運動競技      | %          |            |             |             |
| 11.汽車機車      | %          |            |             |             |
| 12.自然科學      | %          |            |             |             |
| 13.動漫小說電玩    | %          |            |             |             |
| 14.宗教信仰      | %          |            |             |             |
| 15.藝術設計      | %          |            |             |             |
| 16.家庭生活／親子育樂 | %          |            |             |             |
| 17.語言學習／教育   | %          |            |             |             |
| 18.音樂音響      | %          |            |             |             |
| 19.國防軍事      | %          |            |             |             |
| 20.建築裝潢      | %          |            |             |             |
| 21.相機攝影      | %          |            |             |             |
| 22.其他：_____  | %          |            |             |             |
| 合計           | 100%       |            |             |             |

Q13. 請問 貴書店 106 年各類**漫畫**銷售金額比例，以及平均進貨折扣、消費者折扣及銷量最佳折扣數？

| 類別      | 實體通路銷售金額比例 | 平均<br>進貨折扣 | 平均<br>消費者折扣 | 銷 量<br>最佳折扣數 |
|---------|------------|------------|-------------|--------------|
| 01. 少年  | %          | 折          | 折           | 折            |
| 02. 少女  | %          |            |             |              |
| 03. 青年  | %          |            |             |              |
| 04. 同性愛 | %          |            |             |              |
| 05. 兒童  | %          |            |             |              |
| 06. 成人  | %          |            |             |              |
| 合計      | 100%       |            |             |              |

Q14. 請問 貴書店 106 年將圖書、雜誌、漫畫退給出版社、經銷商的情形是？

| 種類別   | 圖書 | 雜誌 | 漫畫 |
|-------|----|----|----|
| 平均退書率 | %  | %  | %  |

Q15 請問 106 年 貴書店平均一本新書在架上陳列的時間為幾天？\_\_\_\_\_天

#### 肆、106 年圖書、雜誌及漫畫行銷概況（煩請業務部門人員填答）

Q16. 請問 貴書店 106 年圖書雜誌及漫畫行銷費用（包含廣告）金額，以及其行銷金額變化？  
（有填寫數字者自動打勾）

圖書雜誌與漫畫行銷費用（包含廣告）

新臺幣\_\_\_\_\_萬元

106 年行銷金額較前年度變化（單選）

- ☐增加，\_\_\_\_\_%    ☐減少，\_\_\_\_\_%  
☐持平                      ☐無行銷費用

Q17. 請問 貴書店辦理活動種類？（可複選）

- ☐01.新書發表會                      ☐02.讀書會俱樂部                      ☐03.作者／歌星簽名會  
☐04.研討會／座談會／演講                      ☐05.主題折扣活動（如週年慶、特殊節日、感恩回饋等）  
☐06.展覽                      ☐07.其他：\_\_\_\_\_

## 伍、營收情形與產業展望（煩請會計部門人員填答）

Q18. 請問 貴書店 106 年整體收支金額（含圖書與非圖書相關收支）約多少新臺幣？（請單選）

總收入：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫代號即可）；總支出：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫代號即可）。

說明：新臺幣①未滿 50 萬元；②50 萬元～未滿 500 萬元；③500 萬元～未滿 1000 萬元；④1000 萬元～未滿 2000 萬元；⑤2000 萬元～未滿 3000 萬元；⑥3000 萬元～未滿 4000 萬元；⑦4000 萬元～未滿 5000 萬元；⑧5000 萬元～未滿 6000 萬元；⑨6000 萬元～未滿 7000 萬元；⑩7000 萬元～未滿 8000 萬元；⑪8000 萬元～未滿 1 億元；⑫1 億元～未滿 2 億元；⑬2 億元～未滿 3 億元；⑭3 億元～未滿 4 億元；⑮4 億元～未滿 5 億元；⑯5 億元以上（約\_\_\_\_\_億元）

Q19. 請問 106 年各項收入來源比例為？

| 項目                            |                      | 比重   |
|-------------------------------|----------------------|------|
| A.實體圖書販售相關收入                  | A1.販售圖書收入            | %    |
|                               | A2.販售雜誌（含雜誌書 MOOK）收入 | %    |
|                               | A3.販售漫畫及輕小說收入        | %    |
| B.數位書籍販售收入                    | B1.拆帳收入              | %    |
|                               | B2.預付收入              | %    |
|                               | B3.其他數位出版相關收入        | %    |
| C.圖書衍生產品之營業收入（如動畫、遊戲與其他週邊產品等） |                      | %    |
| D.文創商品販售相關收入                  |                      | %    |
| E.餐飲販售相關收入                    |                      | %    |
| F.其他營業收入（如場租、活動費用收取等）         |                      | %    |
| 總計                            |                      | 100% |

Q19-1.承上，請問實體圖書販售相關收入中，電子商務（如網路書店、入口網站拍賣平臺、網路商城等）交易金額所占比重約\_\_\_\_\_%

Q20. 請問 106 年各項支出項目比例為？

| 項目              | 比重   |
|-----------------|------|
| A.實體圖書販售相關支出    | %    |
| B.圖書衍生產品銷售之營業支出 | %    |
| C.其他營業支出        | %    |
| 總計              | 100% |

Q21. 請問 貴書店 106 年營收情形與未來銷售及投資展望？（每格單選）（有填寫數字者自動打勾）

| 類別 | 106 年經營情況                                                                                   | 未來三年銷售預期                                                                                                  | 未來三年投資預期                                                                                                  |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 圖書 | <input type="checkbox"/> 獲利<br><input type="checkbox"/> 虧損<br><input type="checkbox"/> 收支平衡 | <input type="checkbox"/> 增加_____ %<br><input type="checkbox"/> 減少_____ %<br><input type="checkbox"/> 維持現況 | <input type="checkbox"/> 增加_____ %<br><input type="checkbox"/> 減少_____ %<br><input type="checkbox"/> 維持現況 |
| 雜誌 | <input type="checkbox"/> 獲利<br><input type="checkbox"/> 虧損<br><input type="checkbox"/> 收支平衡 | <input type="checkbox"/> 增加_____ %<br><input type="checkbox"/> 減少_____ %<br><input type="checkbox"/> 維持現況 | <input type="checkbox"/> 增加_____ %<br><input type="checkbox"/> 減少_____ %<br><input type="checkbox"/> 維持現況 |
| 漫畫 | <input type="checkbox"/> 獲利<br><input type="checkbox"/> 虧損<br><input type="checkbox"/> 收支平衡 | <input type="checkbox"/> 增加_____ %<br><input type="checkbox"/> 減少_____ %<br><input type="checkbox"/> 維持現況 | <input type="checkbox"/> 增加_____ %<br><input type="checkbox"/> 減少_____ %<br><input type="checkbox"/> 維持現況 |

Q21-1. 請問 貴書店對於未來三年臺灣圖書、雜誌、漫畫販售市場所抱持之態度為何？

| 類 別  | 圖書     | 雜誌     | 漫畫     |
|------|--------|--------|--------|
| 抱持態度 | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |

說明：①樂觀，且明顯成長；②樂觀，但微幅成長；③持續現況；④不樂觀，微幅衰退；⑤不樂觀，且嚴重衰退；⑥不清楚；⑦其他：\_\_\_\_\_

Q21-2. 請問 貴書店未來三年，是否預計或持續朝下列方向發展？（可複選）

- ☐ 1. 異業結盟                      ☐ 2. 多角化經營                      ☐ 3. 跨國經營  
☐ 4. 數位出版品流通販售平臺   ☐ 5. 個人化、專業化經營           ☐ 6. 持續展店  
☐ 7. 數位出版                      ☐ 8. 縮減圖書展售面積               ☐ 9. 結束營業  
☐ 10. 其他：\_\_\_\_\_

Q22. 請問 貴書店是否赴下列國家或地區投資？（複選）

- ☐ 1. 無，僅國內投資      ☐ 2. 有，投資中國大陸   ☐ 3. 有，投資港澳地區   ☐ 4. 有，投資東協地區  
☐ 5. 有，投資日本        ☐ 6. 有，投資其他國家／地區：\_\_\_\_\_

## 陸、網路書店（煩請會計部門人員填答）

Q23. 請問 貴書店有無成立網路書店？（無實體店面之網路書店，請勾「有」）（單選）

- ☐ 1. 無，籌備成立網路書店（請翻至第二部分）      ☐ 2. 無，考慮成立網路書店（請翻至第二部分）  
☐ 3. 無，亦無此計畫（請翻至第二部分）               ☐ 4. 曾經成立，現已無營業（請翻到第二部分）  
☐ 5. 有，民國\_\_\_\_\_年成立（請續答以下題組）



Q23-1.請問 貴網路書店的平臺管理方式為？（複選）

- ☐1.自行架設，具專責平臺管理人員 ☐2.外包予資訊公司架設及管理  
☐3.於其他網路平臺販售（如拍賣、商城等） ☐4.其他：\_\_\_\_\_

Q23-2.請問相對於實體店面或其它網路書店業者，貴網路書店具有哪些特色？（可複選）

- ☐1.大部分商品比門市較便宜（打折較多） ☐2.圖書種類更豐富  
☐3.搜尋欲購之圖書較方便 ☐4.可買到不易購買或絕版的圖書  
☐5.購買（預購）國外圖書較方便 ☐6.商品流行性較強  
☐7.特定類型圖書種類豐富 ☐8.其他：\_\_\_\_\_

Q23-3.請問 貴網路書店上架的圖書、雜誌與漫畫種數為？（圖書以標題為準，雜誌以刊名為準）

| 類 型       | 圖 書 | 雜 誌 | 漫 畫 |
|-----------|-----|-----|-----|
| 106 年上架總數 | 冊   | 本   | 冊   |

Q23-4.請問 106 年 貴網路書店販售圖書雜誌、漫畫及其它商品占整體營業額的比例是？

【未販售該項商品請填 0】

| 商品類型     | 106 年營業額占比 | 商品類型       | 106 年營業額占比 |
|----------|------------|------------|------------|
| 1.圖書類    | %          | 2.雜誌類      | %          |
| 3.漫畫類    | %          | 4.CD／DVD   | %          |
| 5.3C 產品  | %          | 6.日常生活用品   | %          |
| 7.藝文活動門票 | %          | 8.其他：_____ | %          |
| 合計       |            | 100%       |            |

Q23-5.請問 106 年 貴網路書店來自國內與國外之圖書、雜誌與漫畫訂單銷售金額比率分別為？

| 類型 | 圖書訂單銷售金額比重 | 雜誌訂單銷售金額比重 | 漫畫訂單銷售金額比重 |
|----|------------|------------|------------|
| 國內 | %          | %          | %          |
| 國外 | %          | %          | %          |
| 合計 | 100%       | 100%       | 100%       |

Q23-6.整體而言，請問 貴網路書店 106 年消費者平均每次圖書、雜誌與漫畫消費金額約  
 新臺幣\_\_\_\_\_元（不含 CD 及文具）

Q23-7.請問 106 年 貴網路書店營業額占公司整體營業額（含實體書店）比例，以及未來三年銷售與投資預期為？（每格單選）（有填寫數字者自動打勾）

| 網路書店營業額比重 | 106 年營業額較去年變化                                                                                           | 未來三年銷售預期                                                                                                  | 未來三年投資預期                                                                                                  |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| _____ %   | <input type="checkbox"/> 成長_____ %<br><input type="checkbox"/> 持平<br><input type="checkbox"/> 衰退_____ % | <input type="checkbox"/> 增加_____ %<br><input type="checkbox"/> 減少_____ %<br><input type="checkbox"/> 維持現況 | <input type="checkbox"/> 增加_____ %<br><input type="checkbox"/> 減少_____ %<br><input type="checkbox"/> 維持現況 |

## 問卷第二部分 實體書店業者填寫（連鎖量販與超商總部請填寫第三部分）

### 柒、分店及空間配置（煩請店長填答）

Q24. 請問 貴書店 106 年在全臺（含離島）各有幾家店？\_\_\_\_\_家

Q25. 請問 106 年圖書雜誌與漫畫展示區占 貴書店賣場空間比例，平均陳列總冊（本）數為（加總≤100）

| 類 型        | 圖書      | 雜誌      | 漫畫      |
|------------|---------|---------|---------|
| 展示區占賣場空間比例 | _____ % | _____ % | _____ % |
| 平均陳列總冊（本）數 | _____ 冊 | _____ 本 | _____ 冊 |

Q26. 整體而言，請問 貴書店 106 年消費者平均每次圖書雜誌及漫畫消費金額約新臺幣\_\_\_\_\_元（不含 CD 及文具）

Q27. 整體而言，請問 貴書店除販售圖書出版品與相關商品外，尚兼具何類經營特色？（可複選）

- ☐ 1.觀光景點
 ☐ 2.地方文化基地
 ☐ 3.社區交流據點  
☐ 4.專業主題式選書
 ☐ 5.複合式展演空間
 ☐ 6.複合式餐飲空間  
☐ 7.理念商品販售平臺（如公平交易、有機、在地農產與加工品）
 ☐ 8.其他：\_\_\_\_\_
 ☐ 9.無

Q27-1.就您觀察，請問 貴書店除販售特定商品之功能外，尚兼具何類文化功能？（可複選）

- ☐ 1.地方文化資源連結中介
 ☐ 2.地方教育資源連結中介
 ☐ 3.社區營造  
☐ 4.藝術保留與傳揚節點
 ☐ 5.理念傳播平臺
 ☐ 6.國際文化交流平臺  
☐ 7.藝術創作發表平臺
 ☐ 8.其他：\_\_\_\_\_
 ☐ 9.無

Q27-2.概括而論，請問 貴書店之經營特色與文化功能所帶動之實質效益為何？（可複選）

- ☐ 1.書店營業收入增加
 ☐ 2.促進文化專業團體參與
 ☐ 3.促進其他社會團體參與  
☐ 4.文化活動參與人數增加
 ☐ 5.周邊產值增加（如觀光）
 ☐ 6.整體閱讀人口增加  
☐ 7.其他：\_\_\_\_\_
 ☐ 8.無

### 問卷第三部分 連鎖量販與超商總部填寫

#### 柒、分店及空間配置（煩請圖書部門人員填答）

Q28. 請問 貴書店 106 年全臺分店分部概況，以及設有圖書雜誌、漫畫販售區者之數量與變化。

| 各縣市分店概況 | 總分店數 | 其中設有圖書雜誌、漫畫展售區者 |                                                                                       |
|---------|------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|         |      | 家數              | 較 105 年度增減變化（單選）                                                                      |
| 全 國     | 家    | 家               | <input type="checkbox"/> 增加 <input type="checkbox"/> 減少 <input type="checkbox"/> 維持不變 |
| 北 部     | 家    | 家               | <input type="checkbox"/> 增加 <input type="checkbox"/> 減少 <input type="checkbox"/> 維持不變 |
| 中 部     | 家    | 家               | <input type="checkbox"/> 增加 <input type="checkbox"/> 減少 <input type="checkbox"/> 維持不變 |
| 南 部     | 家    | 家               | <input type="checkbox"/> 增加 <input type="checkbox"/> 減少 <input type="checkbox"/> 維持不變 |
| 東 部     | 家    | 家               | <input type="checkbox"/> 增加 <input type="checkbox"/> 減少 <input type="checkbox"/> 維持不變 |
| 離／外島    | 家    | 家               | <input type="checkbox"/> 增加 <input type="checkbox"/> 減少 <input type="checkbox"/> 維持不變 |

Q29. 請問 106 年 貴書店各分店店面的擁有方式及家數？

1.自有\_\_\_\_\_家                      2.租賃\_\_\_\_\_家

Q30. 請問 貴書店 106 年單店平均陳列圖書雜誌及漫畫總冊（本）數為？

| 類 型    | 圖書 | 雜誌 | 漫畫 |
|--------|----|----|----|
| 平均陳列冊數 | 冊  | 本  | 冊  |

Q31. 請問 貴書店 106 年陳列空間規劃中，以哪一類圖書雜誌及漫畫所占面積最大？（單選）

| 類型              | 圖書                                       | 雜誌                                    | 漫畫                              |
|-----------------|------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| 各型書籍占陳列空間面積最大種類 | <input type="checkbox"/> 01.社會科學         | <input type="checkbox"/> 01.財經企管      | <input type="checkbox"/> 01.少年  |
|                 | <input type="checkbox"/> 02.人文史地         | <input type="checkbox"/> 02.旅遊美食／旅遊情報 | <input type="checkbox"/> 02.少女  |
|                 | <input type="checkbox"/> 03.藝術設計         | <input type="checkbox"/> 03.流行時尚      | <input type="checkbox"/> 03.青年  |
|                 | <input type="checkbox"/> 04.專業/教科書/政府出版品 | <input type="checkbox"/> 04.健康醫療      | <input type="checkbox"/> 04.同性愛 |
|                 | <input type="checkbox"/> 05.文學小說         | <input type="checkbox"/> 05.影視偶像      | <input type="checkbox"/> 05.兒童  |
|                 | <input type="checkbox"/> 06.生活風格         | <input type="checkbox"/> 06.電腦科學／網路通訊 | <input type="checkbox"/> 06.成人  |
|                 | <input type="checkbox"/> 07.心理勵志         | <input type="checkbox"/> 07.新聞資訊      |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 08.考試用書         | <input type="checkbox"/> 08.人文社會／文學史地 |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 09.商業理財         | <input type="checkbox"/> 09.休閒生活／嗜好   |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 10.語言學習         | <input type="checkbox"/> 10.運動競技      |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 11.宗教命理         | <input type="checkbox"/> 11.汽車機車      |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 12.漫畫           | <input type="checkbox"/> 12.自然科學      |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 13.飲食           | <input type="checkbox"/> 13.動漫小說電玩    |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 14.旅遊           | <input type="checkbox"/> 14.宗教信仰      |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 15.自然科普         | <input type="checkbox"/> 15.藝術設計      |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 16.電腦資訊         | <input type="checkbox"/> 16.家庭生活／親子育樂 |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 17.童書/青少年文學     | <input type="checkbox"/> 17.語言學習／教育   |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 18.醫療保健         | <input type="checkbox"/> 18.音樂音響      |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 19.親子教養         | <input type="checkbox"/> 19.國防軍事      |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 20.輕小說          | <input type="checkbox"/> 20.建築裝潢      |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 21.其他：_____     | <input type="checkbox"/> 21.相機攝影      |                                 |
|                 | <input type="checkbox"/> 22.其他：_____     |                                       |                                 |

對政府政策之建議：

[illegible]

問卷到此結束，再次感謝您的撥冗填答。

## 附錄六

### 行銷通路產業：單一／實體書店業者問卷

本調查依據統計法第二十條規定：「政府辦理統計時，被調查者無論為機關、團體或個人，均有據實詳盡報告之義務」。

## 臺灣出版產業調查問卷

### （行銷通路產業：實體書店業者問卷）

貴書店，您好：

文化部為掌握產業上游版權代理、中游編輯出版，以及下游經銷流通等相關業態之經營現況與未來發展趨勢，以作為政策制定參考與業者經營策略調整依據，本（107）年度委託本院進行旨揭產業調查。惠請轉貴書店熟悉 106 年圖書發行及銷售概況之會計、人資、業務與圖書等部門主管協助填寫，敬請於 107 年 9 月 30 日前，透過紙本回卷、電子回卷或傳真等方式填答。

如有任何填答問題，均可來電或來信賜教，惠請撥冗回覆。本研究係加總所有產業資料進行分析，個別單位資訊絕不外流公開。凡填答本問卷並經研究人員確認為有效回卷者，將致贈禮卷，同時若填答者有需要，本院將提供此次問卷調查結果，回饋予您參考，以協助您了解產業現況及發展趨勢。有您的配合參與，將有助文化部出版產業主管機關致力產業發展之相關輔導措施，感謝您的鼎力相助。

台灣經濟研究院敬上

聯絡人（研究人員）：盧俊偉博士、陳智豪

聯絡電話：02-2586-5000 # 631、620

傳真：02-2594-6311

聯絡住址：台北市中山區德惠街 16-8 號 7 樓

E-mail：d32148@tier.org.tw

## 壹、組織概況

### 一、書店基本資料

|             |             |
|-------------|-------------|
| 書店中文名稱：     |             |
| 統一編號：       | （若無統一編號則免填） |
| 填答者職稱：      | （部門）（職稱）    |
| 填答者姓名：      | 連絡電話：       |
| 填答者 e-mail： |             |

《105 年臺灣出版產業調查報告》研究成果供參



<http://mocfile.moc.gov.tw/mochistory/images/Yearbook/2016survey/index.html>

## 二、組織結構（煩請會計部門人員填答）

Q1. 請問 貴書店的營業性質是？（單選）

☐1.非營利事業。請問 貴書店的設立金額是？新臺幣\_\_\_\_\_萬元

☐2.營利事業。（請續答以下題組）

Q1-1. 請問 貴書店是否為集團成員（關係企業、分支企業、母子公司）？（單選）

☐1.是 ☐2.否

Q1-2. 請問 貴書店營業性質為？（單選）

☐1.股份有限公司 ☐2.有限公司 ☐3.獨資 ☐4.其他\_\_\_\_\_

Q2. 請問 貴書店經營型態屬於以下那一類？（複選）

- ☐01.單一／獨立書店 ☐02.連鎖書店 ☐03.量販店  
☐04.網路書店 ☐05.超商 ☐06.經銷／代理商  
☐07.出版社 ☐08.印刷／裝訂廠 ☐09.二手書店  
☐10.同類圖書專賣店 ☐11.其他：\_\_\_\_\_

## 三、人力僱用情形（煩請人資部門人員填答）

Q3. 不含特約、外包、派遣等人力，請問 貴書店 106 年底共僱用

正職人員\_\_\_\_\_人，兼職人員\_\_\_\_\_人。

註：

- 「特約、派遣等人力」係指由人力派遣業者僱用之人員，以公司合作簽約形式，派遣支援人力至出版社進行工作協助
- 兼職人員係指平均週工時未滿 30 小時者，兼職人員包含符合上述工時之工讀生
- 外包合作係將相關業務（包含排版、翻譯、設計、外編、校對等）委外執行

Q3-1.承上，請問 貴書店聘僱的正式員工中，性別、年資、學歷及年齡組成概況是？

男性：\_\_\_\_\_人；女性：\_\_\_\_\_人

| 年資     |                  |                  |                   |                    |        |
|--------|------------------|------------------|-------------------|--------------------|--------|
| 未滿 1 年 | 1 年以上-<br>未滿 3 年 | 3 年以上-<br>未滿 5 年 | 5 年以上-<br>未滿 10 年 | 10 年以上-<br>未滿 20 年 | 20 年以上 |
| 人      | 人                | 人                | 人                 | 人                  | 人      |

| 按學歷分             | 人數 | 按年齡分        | 人數 |
|------------------|----|-------------|----|
| (1) 高中（職）及以下     |    | (1) 未滿 20 歲 |    |
| (2) 專科           |    | (2) 20-29 歲 |    |
| (3) 大學           |    | (3) 30-39 歲 |    |
| (4) 研究所以上        |    | (4) 40-49 歲 |    |
| 說明：人數請依四捨五入進位至整數 |    | (5) 50 歲以上  |    |

Q3-2.請問 貴書店 106 年聘僱員工中，是否包含外籍人士？（單選）

☐ 否 ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_\_人，員工國籍：\_\_\_\_\_）；長期（逾 90 日\_\_\_\_\_）

人，員工國籍：\_\_\_\_\_）。

Q3-3.請問 貴書店 106 年是否與外籍獨立專業人士（即自行負擔勞健、保之「自雇」專業人士）合作？（單選）

☐ 否 ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_\_人，員工國籍：\_\_\_\_\_）；長期（逾 90 日\_\_\_\_\_人，員工國籍：\_\_\_\_\_）。

Q3-4.請問 貴書店 106 年是否曾外派本國籍員工至海外企業（含關係企業）？（單選）

☐ 否 ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_\_人，外派國家：\_\_\_\_\_）；長期（逾 90 日\_\_\_\_\_人，外派國家：\_\_\_\_\_）。

Q3-5.請問 106 年是否有海外企業（含關係企業）派駐人力至 貴公司？（單選）

☐ 否 ☐ 是，短期（90 日內\_\_\_\_\_人，來源國家：\_\_\_\_\_）；長期（逾 90 日\_\_\_\_\_人，來源國家：\_\_\_\_\_）。

Q4. 請問 貴書店 106 年各職務與身份類型人員的人數及每月薪資（含經常性與非經常性）平均大約為？（新臺幣）

| 職務類型   | 人數 | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|--------|----|-----------|--------|--------|--------|
|        |    | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|        |    | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 1.行 政  | 人  | （請填代碼）    | （請填代碼） | （請填代碼） | （請填代碼） |
| 2.行銷業務 | 人  | （請填代碼）    | （請填代碼） | （請填代碼） | （請填代碼） |
| 3.倉儲物流 | 人  | （請填代碼）    | （請填代碼） | （請填代碼） | （請填代碼） |
| 4.身兼數職 | 人  | （請填代碼）    | （請填代碼） | （請填代碼） | （請填代碼） |
| 身分類型   | 人數 | 薪資（請填寫代號） |        |        |        |
|        |    | 依年資區分     |        | 依職務區分  |        |
|        |    | 新進人員*     | 年資逾五年者 | 一般職    | 管理職    |
| 外籍雇員   | 人  | （請填代碼）    | （請填代碼） | （請填代碼） | （請填代碼） |

說明：

- 1.若編輯占工作量比重達五成以上者，請填入編輯人力，其餘職務人力填答標準亦同
- 2.新進人員係指到職未滿三個月之員工
- 3.平均月薪欄位填寫代號即可：① 未滿 22,000 元；② 22,000 元～25,000 元；③ 25,001 元～30,000 元；④ 30,001 元～35,000 元；⑤ 35,001 元～40,000 元；⑥ 40,001 元～50,000 元；⑦ 50,001 元以上

## 貳、106 年業務概況（煩請業務部門人員填答）

Q5. 請問，貴書店與產業鏈內相關業者的互動關係？（此處主題目後方的文字方塊請刪除）

Q5-1.請問，貴書店與出版社、經銷商的結帳方式有哪些？（可複選）

☐01.月結制／進減退 ☐02.寄售制／銷結制 ☐03. 其他，請說明：\_\_\_\_\_



Q5-2.請問，貴書店 106 年的主要競爭對手為？（可複選）

- ☐01.單一／獨立書店
 ☐02.連鎖書店
 ☐03.網路書店  
☐04.複合書店
 ☐05.同類圖書專賣店
 ☐06.量販店附屬書店  
☐07.超商
 ☐08.其他：\_\_\_\_\_
 ☐09.異業，請說明：\_\_\_\_\_

## 參、106 年圖書雜誌銷售及退書概況（煩請業務部門人員填答）

Q6. 請問 貴書店 106 年圖書雜誌及漫畫進貨來源比例為？

| 進貨來源         | 圖書   | 雜誌   | 漫畫   |
|--------------|------|------|------|
| 01.總經銷       | %    | %    | %    |
| 02.區域經銷商     | %    | %    | %    |
| 03.出版社       | %    | %    | %    |
| 04.書店同業      | %    | %    | %    |
| 05.書店組織      | %    | %    | %    |
| 06.圖書館／機構二手書 | %    | %    | %    |
| 07.一般民眾二手書   | %    | %    | %    |
| 08.其他：_____  |      |      |      |
| 合計           | 100% | 100% | 100% |

說明：

- 1.總經銷係指其經銷範圍為全臺灣者
- 2.區域經銷商係指經銷範圍以縣市為經銷界限者，通常分北、中、南、東四大區域
- 3.書店組織係指如友善書業供給合作社、獨立書店聯盟等組織

Q7. 請問 貴書店是否接受上游或經銷商之主動配貨？（單選）

- ☐1.接受
 ☐2.不接受
 ☐3.自行選書與接受配貨皆有

Q8. 請問 貴書店 106 年銷售情形是否因平日和假日而異？（單選）

- ☐1.有，假日銷售額約占一星期銷售額之\_\_\_\_\_%
 ☐2.沒有差別

Q9. 請問貴書店 106 年各類圖書雜誌及漫畫於店頭銷售及非店頭銷售之銷售總冊數是？

| 類 型   | 圖書 | 雜誌   |      | 漫畫 |
|-------|----|------|------|----|
|       |    | 一般雜誌 | 獨立刊物 |    |
| 於店頭銷售 | 冊  | 本    | 本    | 冊  |
| 非店頭銷售 | 冊  | 本    | 本    | 冊  |

說明：

- 1.獨立刊物（ZINE）係指未經由出版社出版，且非大量印刷製作，由設計者手工裝訂或少量製作出版販售，其編輯思維與設計排版相對一般商業雜誌有所差異。
- 2.非店頭銷售包括透過拍賣網站、社群平臺、LINE 等電子商務媒介銷售出版品者

Q10. 請問 貴書店 106 年各類圖書銷售金額比例，以及平均進貨折扣、消費者折扣及銷量最佳折扣數？【說明：1. 實體通路含實體書店與其他相關通路，連鎖、量販與超商總部請填各分店加總於實體通路欄  
2. 全年不打折請於平均消費者折扣欄填 0】

| 類別              | 實體通路銷售金額比例 | 平均<br>進貨折扣 | 平均<br>消費者折扣 | 銷 量<br>最佳折扣數 |
|-----------------|------------|------------|-------------|--------------|
| 01.社會科學         | %          | 折          | 折           | 折            |
| 02.人文史地         | %          |            |             |              |
| 03.藝術設計         | %          |            |             |              |
| 04.專業/教科書/政府出版品 | %          |            |             |              |
| 05.文學小說         | %          |            |             |              |
| 06.生活風格         | %          |            |             |              |
| 07.心理勵志         | %          |            |             |              |
| 08.考試用書         | %          |            |             |              |
| 09.商業理財         | %          |            |             |              |
| 10.語言學習         | %          |            |             |              |
| 11.宗教命理         | %          |            |             |              |
| 12.漫畫           | %          |            |             |              |
| 13.飲食           | %          |            |             |              |
| 14.旅遊           | %          |            |             |              |
| 15.自然科普         | %          |            |             |              |
| 16.電腦資訊         | %          |            |             |              |
| 17.童書/青少年文學     | %          |            |             |              |
| 18.醫療保健         | %          |            |             |              |
| 19.親子教養         | %          |            |             |              |
| 20.輕小說          | %          |            |             |              |
| 20.其他：_____     | %          |            |             |              |
| 合計              | 100%       |            |             |              |

Q11. 請問 貴書店 106 年雜誌與獨立刊物銷售金額比例，以及平均進貨折扣、消費者折扣及銷量最佳折扣數？

| 類別            | 實體通路銷售金額比例 | 平均<br>進貨折扣 | 平均<br>消費者折扣 | 銷 量<br>最佳折扣數 |
|---------------|------------|------------|-------------|--------------|
| 01.雜誌（含 MOOK） | %          | 折          | 折           | 折            |
| 02.獨立刊物       | %          |            |             |              |
| 合計            | 100%       |            |             |              |

Q12. 請問 貴書店 106 年將圖書、雜誌、漫畫退給出版社、經銷商的情形是？

| 種類別   | 圖書 | 雜誌 | 漫畫 |
|-------|----|----|----|
| 平均退書率 | %  | %  | %  |

說明：依發行管道進行分類（如一般圖書出版社所出版之漫畫，其歸類於圖書部分）

Q13. 請問 106 年 貴書店平均一本新書在架上陳列的時間為幾天？\_\_\_\_\_天

## 肆、106 年圖書、雜誌及漫畫行銷概況（煩請業務部門人員填答）

Q14. 請問 貴書店 106 年圖書雜誌及漫畫行銷費用（包含廣告）金額，以及其行銷金額變化？  
（有填寫數字者自動打勾）

| 圖書雜誌與漫畫行銷費用（包含廣告） | 106 年行銷金額較前年度變化（單選）                                                                                                                 |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 新臺幣_____萬元        | <input type="checkbox"/> 增加，_____% <input type="checkbox"/> 減少，_____%<br><input type="checkbox"/> 持平 <input type="checkbox"/> 無行銷費用 |

Q15. 請問 貴書店辦理活動種類？（可複選）

- ☐01.新書發表會                      ☐02.讀書會俱樂部                      ☐03.作者／歌星簽名會  
☐04.研討會／座談會／演講        ☐05.主題折扣活動（如週年慶、特殊節日、感恩回饋等）  
☐06.展覽                                  ☐07.其他：\_\_\_\_\_

## 伍、營收情形與產業展望（煩請會計部門人員填答）

Q16. 請問 貴書店 106 年整體收支金額（含圖書與非圖書相關收支）約多少新臺幣？（請單選）

總收入：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫代號即可）；總支出：\_\_\_\_\_（金額欄位填寫代號即可）。

說明：新臺幣 ①未滿 10 萬元；②10 萬元～未滿 50 萬元；③50 萬元～未滿 100 萬元；④100 萬元～未滿 200 萬元；⑤200 萬元～未滿 300 萬元；⑥300 萬元～未滿 400 萬元；⑦400 萬元～未滿 500 萬元；⑧500 萬元～未滿 600 萬元；⑨600 萬元～未滿 700 萬元；⑩700 萬元～未滿 800 萬元；⑪800 萬元～未滿 1 千萬元；⑫1 千萬元～未滿 2 千萬元；⑬2 千萬元以上（約\_\_\_\_\_千萬元）

Q17. 請問 106 年各項收入來源比例為？

| 項目                            |                      | 比重   |
|-------------------------------|----------------------|------|
| A.實體圖書販售相關收入                  | A1.販售圖書收入            | %    |
|                               | A2.販售雜誌（含雜誌書 MOOK）收入 | %    |
|                               | A3.販售獨立刊物收入          | %    |
|                               | A4.販售漫畫及輕小說收入        | %    |
| B.數位書籍販售收入                    | B1.拆帳收入              | %    |
|                               | B2.預付收入              | %    |
|                               | B3.其他數位出版相關收入        | %    |
| C.圖書衍生產品之營業收入（如動畫、遊戲與其他週邊產品等） |                      | %    |
| D.文創商品販售相關收入                  |                      | %    |
| E.餐飲販售相關收入                    |                      | %    |
| F.其他營業收入（如場租、活動費用收取等）         |                      | %    |
| G.其他非營業收入（如租金、利息等非營業收入）       |                      | %    |
| 總計                            |                      | 100% |

Q17-1.承上，請問實體圖書販售相關收入中，非店頭銷售（如網路書店、入口網站拍賣平臺、網路商城等）交易金額所占比重約\_\_\_\_\_%

Q18. 請問 106 年各項支出項目比例為？

| 項目              | 比重   |
|-----------------|------|
| A.實體圖書販售相關支出    | %    |
| B.圖書衍生產品銷售之營業支出 | %    |
| C.其他營業支出        | %    |
| D.其他非營業支出       | %    |
| 總計              | 100% |

Q19. 請問 貴書店 106 年營收情形與未來銷售及投資展望？（每格單選）

| 類別         | 圖書                                                                                          | 雜誌                                                                                          | 漫畫                                                                                          |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 106 年之經營情況 | <input type="checkbox"/> 獲利<br><input type="checkbox"/> 虧損<br><input type="checkbox"/> 收支平衡 | <input type="checkbox"/> 獲利<br><input type="checkbox"/> 虧損<br><input type="checkbox"/> 收支平衡 | <input type="checkbox"/> 獲利<br><input type="checkbox"/> 虧損<br><input type="checkbox"/> 收支平衡 |
| 未來三年銷售預期   | <input type="checkbox"/> 增加<br><input type="checkbox"/> 減少<br><input type="checkbox"/> 維持現況 | <input type="checkbox"/> 增加<br><input type="checkbox"/> 減少<br><input type="checkbox"/> 維持現況 | <input type="checkbox"/> 增加<br><input type="checkbox"/> 減少<br><input type="checkbox"/> 維持現況 |

Q19-1.請問 貴書店對於未來三年整體臺灣圖書、雜誌、漫畫販售市場所抱持之態度為何？

| 類 別  | 圖 書    | 雜 誌    | 漫 畫    |
|------|--------|--------|--------|
| 抱持態度 | (請填代碼) | (請填代碼) | (請填代碼) |

說明：①樂觀，且明顯成長；②樂觀，但微幅成長；③持續現況；④不樂觀，微幅衰退；⑤不樂觀，且嚴重衰退；⑥不清楚；⑦其他：\_\_\_\_\_

Q19-2.請問 貴書店未來三年，是否預計或持續朝下列方向發展？（可複選）

- ☐1.異業結盟
 ☐2.多角化經營
 ☐3.跨國經營  
☐4.數位出版品流通販售平臺
 ☐5.個人化、專業化經營
 ☐6.持續展店  
☐7.數位出版
 ☐8.縮減圖書展售面積
 ☐9.結束營業  
☐10.其他：\_\_\_\_\_

Q20. 請問 貴書店是否赴下列國家或地區投資？（複選）

- ☐1.無，僅國內投資
 ☐2.有，投資中國大陸
 ☐3.有，投資港澳地區
 ☐4.有，投資東協地區  
☐5.有，投資日本
 ☐6.有，投資其他國家／地區：\_\_\_\_\_

## 陸、分店及空間配置（煩請店長填答）

Q21. 請問 貴書店 106 年在全臺（含離島）各有幾家店？\_\_\_\_\_家

Q22.請問 106 年圖書雜誌與漫畫展示區占 貴書店賣場空間比例，平均陳列總冊（本）數為（加總 ≤100）

| 類 型        | 圖 書 | 雜 誌 | 漫 畫 |
|------------|-----|-----|-----|
| 展示區占賣場空間比例 | %   | %   | %   |
| 平均陳列總冊（本）數 | 冊   | 本   | 冊   |

Q23. 整體而言，請問 貴書店 106 年消費者平均每次圖書雜誌及漫畫消費金額約新臺幣\_\_\_\_\_元（不含 CD 及文具）

Q24. 整體而言，請問 貴書店除販售圖書出版品與相關商品外，尚兼具何類經營特色？（可複選）

- ☐1.觀光景點
 ☐2.地方文化基地
 ☐3.社區交流據點  
☐4.專業主題式選書
 ☐5.複合式展演空間
 ☐6.複合式餐飲空間  
☐7.理念商品販售平臺（如公平交易、有機、在地農產與加工品）
 ☐8.其他：\_\_\_\_\_

☐9.無

Q24-1.就您觀察，請問 貴書店除販售特定商品之功能外，尚兼具何類文化功能？（可複選）

- |                                       |                                       |                                     |
|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.地方文化資源連結中介 | <input type="checkbox"/> 2.地方教育資源連結中介 | <input type="checkbox"/> 3.社區營造     |
| <input type="checkbox"/> 4.藝術保留與傳揚節點  | <input type="checkbox"/> 5.理念傳播平臺     | <input type="checkbox"/> 6.國際文化交流平臺 |
| <input type="checkbox"/> 7.藝術創作發表平臺   | <input type="checkbox"/> 8.其他：_____   | <input type="checkbox"/> 9.無        |

Q24-2.概括而論，請問 貴書店之經營特色與文化功能所帶動之實質效益為何？（可複選）

- |                                       |                                        |                                       |
|---------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.書店營業收入增加   | <input type="checkbox"/> 2.促進文化專業團體參與  | <input type="checkbox"/> 3.促進其他社會團體參與 |
| <input type="checkbox"/> 4.文化活動參與人數增加 | <input type="checkbox"/> 5.周邊產值增加（如觀光） | <input type="checkbox"/> 6.整體閱讀人口增加   |
| <input type="checkbox"/> 7.其他：_____   | <input type="checkbox"/> 8.無           |                                       |

對政府政策之建議：

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

問卷到此結束，再次感謝您的撥冗填答。

## 附錄七

### 106 暨 107 年出版產業調查及閱讀消費調查結果座談會 會議紀錄-1

# 「106 年臺灣出版產業調查暨 107 年閱讀及消費趨勢分析」

## 出版產業調查及閱讀消費調查結果座談會

主持人：研究二所 盧俊偉博士

時間：2018 年 11 月 22 日（四），上午 10:00~12:00

地點：台灣經濟研究院 201 會議室（臺北市中山區德惠街 16 之 8 號 2 樓）

### ■ 一般圖書經理

1. 中國大陸出版社在出版專業類型書籍時，其不太以銷售為導向，以致這類書籍的出版數量仍維持一定水準；相對的，如果臺灣出版社對於專業類書籍都以銷售為導向的話，易造成本土作家不太願意投入專業類書籍的撰寫，而這類書籍的需求可能就需要向外尋求。
2. 對於出版社而言，漫畫銷售雖然衰退，但出版社會轉向其他類型投入，例如輕小說比例正持續增加。
3. 出版社整體營業額無法看出各類型圖書之消長變化，外銷數字可能無法呈現出版社直營的部分。另漫畫很多都透過盤商或經銷商出口至中國大陸，如果用問卷分析，可能無法看出實際的狀況。
4. 就電子漫畫而言，我國漫畫近九成以日本授權為主，近兩年授權端才開放臺灣出版社可以操作電子漫畫，先前並未開放，以致從去年開始電子漫畫的比例提升，大多是反應舊有漫畫的上架。而因為版權開放製作電子書，上架品項增加，故此時期的營收可能較為樂觀，惟新品項營收呈下跌情況，是故後續展望可能不是這麼樂觀。
5. 若以整個出版社的形式來看，可能要請出版社再細拆各種收入，臺灣出版社也不太談影音平臺，但這個部分確實是有成長的，報告針對此處相關數字的解讀須謹慎。
6. 電子漫畫之品項數字有所成長，但若以實際銷售情況來看，可能會侷限在個別品項，經典漫畫對於營收的幫助可能不大，大多營收來源還是來自於新品項。另紙本漫畫依然有擺置空間的問題，此時電子漫畫書若加強促銷可能會因此帶動銷售，尤其電子書頗為仰賴促銷活動，促銷期與否，其銷售數值落差很大。

### ■ 漫畫出版社總編輯

1. 近兩年漫畫產業應是呈下滑態勢，故財稅資料之漫畫每廠商平均營業額有所成長之解讀可能需要謹慎或加以補出說明。
2. 臺灣原創漫畫 2019 年可能會大幅成長，連帶帶動整體營業額增長，但因漫畫種數增加，可能因此產生產品競爭，對於整體漫畫產業的好壞有待觀察。

### ■ 顧問



1. 把中國大陸圖書之繁體中文版本定義為翻譯書有點奇怪，名稱建議修改為授權引進書。
2. 版權交易一直是這個《臺灣出版產業調查》很重要的部分，但是目前我們較為關注我國與中國大陸的版權交易是出超還是入超？當前的圖表可能仍無法直覺看出。由於我國版權購買對象國較為多元，其中，雖然中國大陸占 22.8%，但因其基數大，絕對值理應很高。相較之下，我國輸出至中國大陸比例雖然頗大，占 82.7%，但因基數較小，其絕對值因此可能很小，故此處若可呈現版權總賣出、買入之金額絕對值較佳。
3. 當前報告進行之數位平臺的盤點工作，盤點來源大多非當前的主要大宗平臺，可能有其研究限制與原因，故其代表性可能須補充說明。
4. 就各大平臺之上架種數方面，各大平臺皆有其獨賣的圖書，而當前主流的前四大平臺，據我私下了解，幾乎瓜分九成以上市場且比例平均，若看計算營業額缺少這四家的資料，可能會有所偏誤。
5. 在去年的圖書出版收入來源比例中，非圖書相關收入下滑，如此結果可能與實際市場狀況有所差異。當前出版社大多大力拓展非書收入，因非書收入的比例增加，販賣實體圖書的占比減少，零售端營收的減少就顯得合理，故若兩者數字朝相反的趨勢發展，可能就較難以相互解釋。
6. 當前政府補助大多針對獨立書店，對於獨立出版社的直接補助較少，故獨立出版社易受到來自市場的競爭。
7. 出版的定義現在變得跟內容較為相關，目前的新案例，親子天下投入兒童圖書出版，其於暑假針對兒童企劃暑期夏令營，今年開了八十幾個班，兩週之營業額已超過很多小型出版社一整年的營收，而這個營業額會出現在財政部的發票上，這些皆屬非書收入。此處可能會面臨到的問題是，當舉辦夏令營的收入被歸到出版產業的營收當中，那些主力經營夏令營的企業營收是否也該算出版產業裡面？
8. 當前盤點工作之來源如 Hami 等等通路平臺可能因市場競爭而市占逐漸下滑，故應調整盤點資料之來源，尤其是新興平臺如博客來皆可納入盤點來源。

## ■ 一般圖書總編輯

1. 建議可以瞭解一下中國大陸引進書籍當中，類型是否與手機應用較相關。
2. 電子書主要平臺有 kobo 及 Readmoo，關於出版社營收與書種增加，但通路營收卻減少，對其可能需要較周全的解讀。
3. 版權收入可能會分兩個，第一個是作者作品、第二個是翻譯授權，此處可能需要補充說明關於計算的方式。
4. 根據當前資料觀察，獨立出版社家數不多，整體出版社數量減少，但出版種數成長。105 年在文化部相關政策的推動之下，獨立出版 105 年榮景可能是特別的時代現象，而當政府把資源轉移到其他地方時，獨立出版與獨立書店可能就因此衰退了，但仍有待觀察。

## ■ 臺灣數位出版聯盟代表

1. 國內許多工程師、理工學生很多都看中國大陸工具書，因臺灣電腦書的出版投入已經減少許多，使得技術類書籍大多仰賴中國大陸進口。這當中的原因主要是因為臺灣出版的工具書銷量不佳、出版速度落後相關程式版本更新速度，使得臺灣出版社對其投入較為保守。
2. Readmoo、kobo、博客來等各大平臺都有其專營、獨家的電子書，建議增加盤點。
3. 根據當前資料顯示 106 年數位出版流通販售平臺平均每廠商營收可能到達六億，相較上年成長。以電子書來看，去年成長一倍，今年可能可以超過十億，而 105 年的五億可能是高估，尤其 106 年有博客來的加入，電子書版稅收入可能對當前大出版社貢獻頗高。另提到電子書閱讀及購買率降低，可能與實際市場情況稍有失真。
4. 兩岸版權交易當前仍屬活絡，很多出版社都在談版權交易，交易量可能超越報告的數字。
5. 電子書的銷售來源，來自國內、國外平臺的比例大概是一半一半。此外，今年上半年購買電子書的比例應該不會比去年少，實際上成長很多，至少五成。
6. 當前部分出版社擁有一定比例之非書收入，很多活動都還是以「出版內容」做為出發點。前一陣子帶團去中國大陸參展，聽書已逐漸成為其營收主力，當前他們亦持續培訓聲優、講故事的人，或者找名人講故事，以及相關攝影人才，而這些工作基本上仍是以內容作為出發點，朝向如何把內容演繹出來，說不定因此可培養出多位「講書明星」。
7. 未來出版產業相關政策的研擬與推動多和公協會合作是好的方向，以及把基礎環境打好也很重要。
8. 關於出版產業的基礎建設，包括電子出版的相關規範，建議匯集各平臺與出版業者，讓大家皆依照共同規範做，一本書的 E 化一次做好，並推出電子書編輯器，讓出版社從源頭就做電子書，對出版社而言能減少很多轉檔及人事成本。
9. 亞馬遜對於繁體中文電子出版的投入對出版社而言是好事，國內廠商都有其通路獨特性，應該不太擔心惡性競爭。此外，Readmoo 閱讀器賣得很好，未來我們也即將推出閱讀器，而且是非封閉式的閱讀器。

## ■ 數位平臺主任

1. 目前的數位出版平臺問卷的設計上，有很多題目是我們無法回答，或者說無法從數位平臺本身的角度回答，因此我們沒有回卷。而問卷當中對於數位出版與數位平臺的定義有些模糊，可能要做區隔，且前幾年的問題也已經不符當前發展的趨勢，問卷題目的設計可能需要與時俱進。
2. 去年博客來跨足數位出版，加上去年房思琪一本賣爆，對於數位平臺是高成長的一年，但在當前數據卻無反映出如此情況，可能需再補充說明。
3. 目前出版社電子書轉檔需求增長，可見出版社已較願意投入電子書市場。
4. 電子書和紙本書的共伴效應，出版社包括集團在內，大家都認知到電子書不會影響紙本書的銷售，因總會有一群人選擇數位閱讀，而未來每家出版社對於數位出版的投入方式

會愈發多元，來自紙本銷售可能逐漸轉為非主力，故可能不需把電子書單獨看待，因現今出版社已積極開發多元收入，而這些可能都是未來的營收主力。

5. 近期文化部希望導入科技相關預算，使得相關政策結合科技進行研擬與推動，但出版產業業者普遍對科技較無概念，易造成業者較無法跟上政府政策的腳步，以及對於出版產業的推廣之相關基礎建設，如閱讀風氣持續提振、法規修訂等等，希望可以加強與業界的說明與討論。

## 附錄八

### 106 暨 107 年出版產業調查及閱讀消費調查結果座談會 會議紀錄-2

# 「106 年臺灣出版產業調查暨 107 年閱讀及消費趨勢分析」

## 出版產業調查及閱讀消費調查結果座談會

主持人：研究二所 盧俊偉博士

時間：2018 年 11 月 22 日（四），下午 02:00~04:00

地點：台灣經濟研究院 201 會議室（臺北市中山區德惠街 16 之 8 號 2 樓）

### ■ 數位平臺執行長

1. 數位出版的平均家數營業額當前的數字可能較為失真，如果是產業經營者，這個數字可能會讓投資者卻步。
2. 文化部當前重心似乎傾向影視產業，對於出版產業較缺乏關注，而在當前產業發展情況不太理想之下，相關報告的數字更要客觀與合理。
3. 繁體中文的閱讀群眾逐漸減少，這個產業若不再振作，可能會每況愈下。資金與人才若不願意投入這個產業，這個產業不盡客觀。
4. 這一兩年電子書會倍數成長，主要原因在於價格、補貼，尤其明年亞馬遜要進來，明年的市場發展對此很期待，但也有點憂慮，擔心未來消費者若不打折就不買書。

### ■ 數位平臺部長

1. 當前數位出版的營業額數字有所失真，可能是受到主要業者其電子書業務營收占比不高所致。
2. 當前國內電子書業務以倍數成長，不過成長的幅度仍不若歐美日的高成長率，臺灣還有很大的成長空間。
3. 相較於其他網路書店，我們較類似零售業，故我們的消費者之行為較接近電商，以致當商品數越多銷售數就會提升，而我們也很積極增加書種量，銷售狀況也很好。我們有折扣，即便沒折扣的回購率也不錯。
4. 電子書有電子書的客群，與既有紙本書的客群不同，每個平臺所擁有的客群也不太一樣。我們公司內部有做焦點團體訪談，最容易接受電子書的客群其實是重度閱讀者，因為這些人較為注重拿到內容的速度，而非追求紙本的觸感，而通常輕度閱讀者較不會接觸電子書。
5. 我們公司可以把臺灣繁體中文的圖書，透過線上通路帶往國外，可以很期待明年數位平臺與電子書的發展。
6. 經營電子書的我們是在幫助出版社降低庫存壓力與增加營收，當前最大的問題是紙本書與電子書之間的價差，其他如技術的部份，以我們平臺商來講，臺灣出版社能力很強，投入電子書非常積極、應變很快、相關人力迅速補齊，我想這就是我們臺灣人做生意厲害的地

方，這也就是為什麼電子書產業是非常看好的，但每家的想法都不太一樣，有的出版社喜歡電子書、有的不喜歡。臺灣的出版產業要多嘗試並找出一條屬於臺灣的路，持續不斷試驗與激發消費者需求，總有一天會觸動。

7. 關於價差的部分，其實我們有補貼，我們自己有找到比較容易找到接受電子書的價格，但補貼不能一直繼續，補貼只是進入一個新產業的模式。
8. 電子書與紙本書的狀況不同，就我們自己觀察與出版社的回饋，某些消費者會針對不同類型的書籍分別購買電子書或紙本書。
9. 我們公司目前商管與自我發展類的電子書賣得很好，因為這種東西不用閱讀整本。真正閱讀完整本的人沒有很多，這個跟文學類型圖書不太一樣。
10. 很多人已經養成習慣沒有打折就不買書，就我們觀察已有 10% 的消費者為此類。關於紙電的銷售平衡，銷量與營收的甜蜜點在哪裡，可能仍要觀察。

#### ■ 出版集團數位出版部協理

1. 關於 106 年度出口到韓國的童書金額的增長，可能可以搭配廠商家數進行觀察，瞭解這情況是否是因為受到個別廠商的大單影響，或是大家共享這個訂單，如此較可探究這數字是否真實反映臺灣出版的情況。
2. 關於電子漫畫的格式，條漫當前已逐漸有影響力。當前的條漫如 Line，其擁有很多不同的服務，使其擁有不同的客群，例如 Line 通訊軟體可能被老年人佔據，但 Line TV 客群大多是年輕女生，所以我們不能用 Line 大概是怎樣來看這公司的業務如何，而是要透過不同的服務來細看，故 Line 當中有關閱讀的服務是未來可以觀察的重點。
3. 我們公司裡面，編輯人員主要關注圖書本數的變化，總經理在看營業額的變化、財務部門看補貼與營業額之間的平衡，要用一個圖表說明上述的奧義是非常困難的。
4. 替好 IP 找出路是文化部最主要的工作，以我們公司而言，我們都授權到主題樂園了，還有投幣式騎乘裝置，任何地方與裝置都是可以授權的對象。若一位漫畫創作者，其作品被拍成偶像劇成功，可能會因此吸引更多人投入這個市場。文字的創作是成本最低的創作，所以不能用政府部門單一個司來看整體的文化政策。
5. 有關中國的出版產業，理工科學生以前都在讀德文書，現在都在讀簡體書。現在年輕人想要閱讀一些狼性（自我成長）題材的書籍都會從中國那邊取得，所以這類中國書籍在臺灣蠻有市場的，主要客群尤其是現在臺灣大學生，加上現在年輕人對於簡體書籍的接受度提升，使得相關現象在去年的變化頗大。
6. 有一些書籍我們公司有一出版，但仍在猶豫中時，中國卻出先行上市且市場不錯，我們就直接跟中國方洽談版權引進。
7. 我們公司常年都有跟中國大陸出版社往來，但對岸現在管制趨嚴，使得中國大陸出版社想

透過一些管道把他們的版權賣出去，但兩年前是一直想跟我們買版權，在管制趨嚴的當下，版權交易的進出有倒轉發展的趨勢。

8. 定價與折扣是兩件不同的事情，打折是通路的事情，還有補貼經濟。一本書的定價若不調高，這本書是沒有任何市場的機會。以前印三千本賣掉一千本就可以收支平衡，現在沒有辦法如此，除非是那些自帶粉絲的作者。
9. 我們公司的出版品首刷、首發都是少的，雖然我們的 pool 沒那麼大，但因為我們擁有數位管理系統，使得我們的再版速度非常快，而這些再刷的書通常是暢銷書，賣得也會比新書還要好。
10. 厚書的電子書賣得很好，可以從以前的賈伯斯傳看出。電子書的成長也會跟電子閱讀器、手機、平板應用的相繼的推出有關。
11. 在兩岸當前有一個行業發展地很好，就是說書人。中國的電子書、有聲書、導讀、說書，漫天覆蓋下來都是為了討喜既有族群，未來可能越來越多出版社會想留下這些重度讀者。
12. 亞馬遜即將來臺，例如 Kobo 對於出版社可能會較友善，但亞馬遜對待臺灣出版社可能會有點扭曲，因為他們有很多經驗與模式來自於中國，尤其中國的出版編輯是要考證照的。

#### ■ 圖書發行協進會理事

1. 童書出口到韓國的情況在去年高度成長可能是因為代工因素，不過仍待確認。
2. 文化部或許可以觀察幾個主要國家的翻譯補助條件，再來調整我們的輔導政策，才能避免我們的出口受到挑戰。
3. 各類圖書的定價與折扣，是否因定價上升、折扣下降，使得調查當中消費者的購書金額有所提升？此處建議可以進行橫向的資料比對。
4. 關於翻譯版權，我們買了國外版權，但中國大陸的翻譯速度很快，臺灣業者可能會直接改向中國大陸出版社購入以翻譯為簡體中文之外文作品的翻譯版權。
5. 我們公司成立已久，根據經驗顯示，再版書的營收大多大於新版書，且新版書的印量少於再版書。此外也有一個因素是因印刷技術提升，連帶減少我們的庫存壓力。
6. 電子書除了價差以外，我們公司今年有一本書厚書，其電子書版本就賣得不錯。我們也一直在找作者簽舊版書的電子書合約，使得我們的電子書業務也是以倍數成長，所以可以將電子書市場歸因為這是新興市場。
7. 可能可以加入圖書館學會關於消費者調查的資料，不過這個部分可能只能看出有進出圖書館之讀者的情況。

#### ■ 臺灣獨立書店文化協會代表

1. 關於獨立書店的部分，當前有許多不同背景的業者投入經營獨立書店，可能使得獨立書店平均每廠商營業額有所成長，但這並不能代表全體獨立書店是成長的。故當前非六都之獨

立書店的平均每廠商營業的數字可能要謹慎解讀，不過六都的獨立書店營業額，以及單一實體書店的平均營業額都值得參考。

## ■ 獨立出版社社長

1. 我們對於來自韓國的翻譯書在臺灣市場成長有所關注，主要受到韓國政府推動翻譯的補助，所以很多出版社較願意出版韓文翻譯書，以及當前發現韓國書版權進到越南，其翻譯費幾乎免費，就是受到韓國的翻譯補助計畫的影響。
2. 中國書籍的流行可能是一種時間階段性的流行，並不會長久持續。可以對比到去年的《情緒勒索》、《做工的人》、《房思琪的初戀樂園》受到輿論議題而熱銷，出版業就出現一堆名為XX勒索、XX的人之書籍進入市場，已搭上熱銷熱潮，故我認為這是一種出版的鋒頭。
3. 之前一些 BL 的書籍賣到中國，對岸出版社會一直跟我們爭辯為何排版要採直排而非橫排，明明是我們中國的銷量比較大。但現在受到他們自己的輿論管制，他們已經不太會跟我們爭辯這個部分。我覺得現在是我們臺灣軟實力的機會與優勢。
4. 關於出版業就業人數減少，這個部分的因素可能是出版業者把很多工作外包。
5. 關於首刷量降低，但定價提高，顯示這些是出版社想要維持營運水準的一些手法。
6. 首刷量的數字對於出版業者是很重要的，可以從這個數字去看出版品的影響力，以及再刷的機率，也因為再版書對於出版社的影響很大。
7. 我們公司的目標是希望未來都不要再賣紙本書，只賣電子書。
8. 就我以消費者的角度，電子書還是以重度閱讀者為主，方便就好。



## 附錄九

### 106 暨 107 年出版產業調查及閱讀消費調查結果座談會 會議紀錄-3

# 「106 年臺灣出版產業調查暨 107 年閱讀及消費趨勢分析」

## 出版產業調查及閱讀消費調查結果座談會

主持人：研究二所 盧俊偉博士

時間：2018 年 11 月 23 日（五），下午 02:00~04:00

地點：台灣經濟研究院 201 會議室（臺北市中山區德惠街 16 之 8 號 2 樓）

### ■ 出版集團事業群總監

1. 不論是我們公司還是同業也好，從去年博客來投入電子書業務之後，各大出版社對於電子書的熱情是提升的，過去我們沒有像作者拿電子書版權的習慣，現在也開始進行相關動作，大量的電子書開始轉檔，同業也是，包括取得電子書版權與營收，故國內電子書與店銷書的營收理應呈現成長。
2. 當前電子書業務占出版社的營收可能不到 5%，能夠占有 3% 就算不錯了。
3. 當前中國大陸對於臺版圖書的進口有所停滯，尤其是在對岸十九大過後管制加嚴，加上對岸在做審批的人可能怕麻煩，所以當初所談的綠色通道專責單位尚未開始運作。
4. 臺灣圖書出口到香港、星馬逐年呈現下滑，但對於中國大陸的出口是有逐年成長。
5. 產業調查比較重要的部份是需要進行連續性的調查，是否可以請文化部與主計總處、財政部溝通，可能盡量在每年的第二季就可以有一個基礎調查公布。
6. 以我們集團而言，我們內部第二季會討論與規劃下一年度的工作安排，故等這份報告於隔一年後的年初公布已經沒有意義了，既然我們政府有心要做這件事，看看能不能夠解決這個事情。
7. 關於雜誌免徵營業稅，我們公司的會計單位並沒有建議我們出版圖書要往書籍還是改以出特刊的方式進行。而有些雜誌雜誌特刊的題目沒有時效，故對於部分出版社可能對此有所考量而以特刊的模式出版圖書。
8. 因熱銷書籍會有改版的需求，通常零售端會希望我們重新提供新條碼，而書號中心對此也有其控管的標準，故有時候舊書申請 ISBN 也不一定申請通過，部分出版社可能改以使用 471 商品條碼進行改版上市，這個部分可能就無法被這個產業調查含括進統計的範圍內。

### ■ 漫畫出版公司董事長與總經理

1. 我們是外商公司，屬於綜合型出版社，國外總公司會請我們提供資料給他們，但當前的資料與我們透過經銷商所掌握的情況不太吻合，而過多註解可能會誤導業界，其實業界只是想知道一些很基本的數字與占比。
2. 建議報告一開始要先提出一個簡要版的結論。
3. 國外的總公司認為臺灣沒有定期發布權威數字是一件很特別的事情，只能透過民間如博客

來等指標型報告來向總公司報告。

4. 關於這份報告時效性的問題，可能要想辦法如何讓廠商與消費者願意回卷，以及先讓這份報告的結果呈現讓更多人可以更易閱讀。

#### ■ 數位平臺公司總經理

1. 我們公司經營多項業務，我們只想要知道幾個基本的數字，例如整體出版營業額、電子書產值、下游的產值，以圖書、雜誌、漫畫等三大業務進行區分，共六個數字即可，但當前看起來每項的計算基準似乎不太一致，且我跟許多前輩的意見一樣，加了很多註釋可能大家都不會看。
2. 關於歷年的產值，在撈取資料時，對於不同類型的營收，可能需要針對非出版的營收進行排除。
3. 關於針對整體市場的走勢判讀對於出版業者是重要的，而臺灣每年新書總量跟 ISBN 的申請數有所差異而無法參考，是否可以請政府發布統一的資訊，如此才能看出發展趨勢。最近博客來也在準備發表年度報告，如此讓可以讓他們可以參考政府的官方數字，讓每個單位所發表的訊息都有一個整體依循基礎。
4. 這份報告晚一年發布真的太晚，這是出版業者的普遍心聲。如果日後要向文化部反映此事可連絡我們陪同前往，可以增加業界對政府壓力。
5. 關於這份報告的呈現，圖表較為複雜，且文字太多，使得閱讀這份報告都要仔細核對上下文與註解，故建議在報告的開頭呈現對於業界較為關心的基本總體數字，細部研究過程與內容讓有意瞭解的人閱讀。
6. 圖書與電子書的規模希望可以逐年公布下去，讓我們可以觀察整體出版產業的發展脈絡，若尚有餘力，雜誌與雜誌吃到飽的數字也能一並統計，可能就會使得整體出版產業的產值更加精準。關於部分細節與數字，若其對於產業沒有參考價值的話，其實可以考慮刪去以減少相關工作量。

#### ■ 網路書店公司部長

1. 當前僅用財稅資料的出版業者營業額的呈現可能會影響到反映到整體出版產業描繪的真實性，以及涉及到海外的數字，可能也會涉及到本土業者彼此間的競爭關係。
2. 我們去年有發現出版社做改版書的比例越來越高，今年我們抽樣調查，部分大型出版社甚至五成業務都是改版書。
3. 我們業者較在意的是，目前臺灣的出版動能上，新書與書種數是否有在減少？在減少的裡頭我們是否將改版書納進，如果今年開始來納進改版書的數字可能會影響新書的數字的表現（下滑）。

## ■ 一般圖書出版公司總編輯

1. 關於數位動漫閱讀平臺，其家數少，使得當前的平均營業額與實際業界情況不同。
2. 近期有跟法文譯者協會碰面，其成員大概八十人左右，關於他們的收入其實不用調查，因為他們當前幾乎沒辦法仰賴翻譯書籍維生，所有的譯者必須是兼業來做翻譯。
3. 中國大陸會公布每家出版社的版稅收入排行榜，不過若這件事在臺灣要誰來負責執行？
4. 關於回卷綠的部份，以我們公司而言，你可以用隱晦的方式來問我們，請直接問我們有沒有作者收入超過一百萬？有跟沒有兩個選項，我們就會勾，意即要用比較技巧性的問法設計問卷。

## ■ 數位平臺執行長

1. 獨立書店當前的平均每廠商營業額可能會讓我們誤認獨立書店可能是門好生意，此處可能需要小心解讀。
2. 當前所有出版社經營電子書都是成長，但國內平臺是下滑的，主要因大部分電子書的營收來自國外的平臺。
3. 關於紙本雜誌特刊的增加可能是因為免徵營業稅的關係，把書當作雜誌出版。
4. 關於創作者的收入，可能需要創一個公協會來組織相關資料的蒐集。

## ■ 友善書業供給合作社代表

1. 當前獨立書店的平均每廠商營業額，六都的數字合理、非六都的數字不合理，所以單從財政部的報稅資料來看，可能無法反映出獨立書店的實際經營情況。

## ■ 獨立書店暨出版社負責人

1. 六都與非六都之獨立書店的差異，可能是受到六都縣市合併的影響，縣市合併將鄉村與都市相提並論，使得相關的統計數字造成偏誤。故我認為用六都與非六都來分類獨立書店沒有太大意義，建議改用人口數來分類比較好。