

108 年上半年度出版產業整體概況分析

108.07.31

為及時反映整體出版產業經營概況與消費市場趨勢，以作為業者與主管機關之經營策略及政策研擬依據，本研究結合 ISBN 出版資訊、財稅行業別營業額、民眾閱讀消費調查等資料，推估 108 年上半年度出版產業之營業概況。

一、108 年上半年圖書出版概況

依全國新書資訊網統計，108 年上半年申請圖書 ISBN 數量為 17,360 種¹，較 107 年同期申請 ISBN 數量 17,171 種增加 189 種或 1.1%，研判 108 年上半年圖書出版情況較上年同期增加。

二、108 年上半年出版產業經營概況

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

產業上游之雜誌（期刊）出版、數位雜誌（期刊）出版、書籍出版、數位書籍出版，整體報稅廠商家數除雜誌（期刊）出版較上年同期略減 1.8% 外，其餘出版業報稅廠商家數均較上年同期成長，其中尤以數位書籍出版家數增加 40.7% 最為明顯。以實體及數位出版來看，包含數位雜誌（期刊）出版、數位書籍出版等在內的數位出版業，廠商家數均較上年同期成長；反觀實體出版業，包含雜誌（期刊）出版、書籍出版，廠商家數較上年同期持平或減少，顯示看好數位出版市場的廠商家數有所增加。

營業額部分，上游各出版業之表現均較上年同期成長，其中尤以雜誌（期刊）出版（+40.0%）、數位雜誌（期刊）出版（+29.7%）成長最為顯著。以平均每廠商營業額來看，除數位書籍出版較上年同期減少 20.2% 外，其餘出版業均呈現成長，其中同樣以雜誌（期刊）出版（+42.6%）、數位雜誌（期刊）出版（+19.3%）成長最為顯著。綜合前述廠商家數及營業額情況，顯示雖然看好數位出版市場的

¹ 全國新書資訊網，
http://isbn.ncl.edu.tw/NEW_ISBNNet/main_ProcessMenuItems.php?&Ptarget=30&Pact=ViewCharts&Pval=B40&Pfid=File，資料擷取時間 108.07.17。

廠商家數有所增加，營業額亦有成長，惟平均每廠商銷售額呈現衰退，顯示市場成長速度未能有等量表現。

產業下游的「書籍、雜誌批發」、「書籍、雜誌零售」，不論是報稅廠商家數、整體銷售額或平均每廠商營業額，今年1~5月均較上年同期持平或減少，顯示出版產業之實體銷售通路在面臨網路書店、出版業者多元銷售管道（如參加書市及讀者社群直銷等）的競爭下，經營情況仍面臨困難。

表 1、108 年 1~5 月出版相關行業之廠商家數及營業額

單位：家、千元新台幣、%

廠商類型	108年1~5月			較上年同期增減率		
	廠商家數 總計	銷售額總 計	平均每廠 商銷售額	家數	銷售額	平均每廠 商銷售額
4581-12 書籍、雜誌批發	1,613	10,756,662	6,669	0.2%	-6.5%	-6.8%
4761-12 書籍、雜誌零售	2,103	6,542,325	3,111	-0.4%	0.1%	0.5%
5812-11 雜誌（期刊）出版	1,197	6,599,172	5,513	-1.8%	40.0%	42.6%
5812-12 數位雜誌（期刊）出版	50	95,609	1,912	8.7%	29.7%	19.3%
5813-11 書籍出版	1,771	5,961,712	3,366	0.7%	1.4%	0.7%
5813-12 數位書籍出版	76	129,833	1,708	40.7%	12.3%	-20.2%

查詢時間：

108/07/31

註：1. 雖然營業稅申報每2個月為一期，於次期開始15日內申報，但因退補稅等因素，資料數據仍會不斷調整，變動性高，因此本表資料為即時速報性質參考。

2. 廠商之產業類別歸屬為個別廠商申報稅務時自行決定，因此本統計數據未經廠商實際營業項目進行校正，在產業統計解讀上有其侷限性。

3. 有些情況是，數位出版僅為圖書業者一小部分業務，其數位出版營收灌注在一般書籍出版項目中，且其營收統計更包含非圖書販售收入，導致此一產業統計解讀僅屬參考性質。

資料來源：財政部財政資訊中心統計

三、108 年上半年圖書及雜誌出版品消費概況

除上述產業端統計數據之外，為瞭解108年上半年民眾閱讀行為及消費情形，亦採用電話訪問方式進行調查，調查時間為108年7月1日至7月5日，於平日晚間時段18:30~22:00執行調查，「108年上半年民眾閱讀及消費行為調查」，共成功訪問1,503份有效樣本（包含市話1,350份、手機153份），在95%的信心水準下，抽樣誤差在正負2.53個百分點以內。

(一) 購買出版品之類型

108年上半年民眾購買出版品之類型，以紙本圖書的比率較高，占26.3%，其次依序為紙本報紙(24.9%)、紙本雜誌(14.1%)、紙本漫畫(4.6%)、電子書(3.9%)、電子報(2.7%)、電子漫畫(2.0%)及電子雜誌(1.3%)等，另有54.3%都沒有。

與上年同期相比，紙本圖書、電子書、電子報、電子漫畫等購買或付費閱讀比率略有成長：

- 108年上半年紙本圖書購買率(26.3%)較107年上半年(26.1%)增加
- 108年上半年紙本報紙購買率(24.9%)較107年上半年(28.0%)減少
- 108年上半年有購買或付費閱讀紙本雜誌的比率(14.1%)較107年上半年(14.5%)減少
- 108年上半年紙本漫畫購買比率(4.6%)較107年上半年(5.5%)減少
- 108年上半年有購買或付費閱讀電子書的比率(3.9%)較107年上半年(1.8%)增加
- 108年上半年有購買或付費閱讀電子報的比率(2.7%)較107年上半年(2.0%)增加
- 108年上半年有購買或付費閱讀電子漫畫的比率(2.0%)較107年上半年(1.5%)增加
- 108年上半年有購買或付費閱讀電子雜誌的比率(1.3%)較107年上半年(1.5%)減少

(二) 購買紙本圖書之金額

108年上半年曾購買紙本圖書之民眾，購買紙本圖書之金額以超過500元-1,000元及以下的比率較高，占27.3%，其次依序為超過3,000元(19.5%)、超過1,500元-2,000元及以下(14.1%)、超過2,500元-3,000元及以下(13.4%)、500元及以下(11.9%)、超過1,000元-1,500元及以下(6.9%)及超過2,000元-2,500元及以下(2.2%)等，另有4.7%無明確意見。平均數為2,497.1元(標準差3697.0)，中位數為1,500.0元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為656.3元(標準差2,189.6)。

與107年上半年調查結果相較，民眾108年上半年紙本圖書平均消費金額由107年上半年的2,432.6元上升至108年上半年的2,497.1元，增加64.5元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由107年上半年的633.7元上升至108年上半年的656.3元，增加22.6元。

(三) 購買紙本圖書之管道

108 年上半年民眾購買紙本圖書之管道，以連鎖書店的比率較高，占 57.8%，其次依序為網路書店(35.5%)、非連鎖書店/獨立書店(19.3%)、網路商城(10.5%)、書展/特賣會/市集(4.8%)、超市/量販店(3.5%)、便利超商(2.0%)、書報攤(1.7%)、學校活動(1.0%)、出版社訂閱(0.7%)及發表會/講座活動(0.2%)等，另有 0.6% 無明確意見。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年由連鎖書店購買紙本圖書的比率由 107 年上半年的 56.5% 上升至 108 年上半年的 57.8%，增加 1.3 個百分點；由非連鎖書店/獨立書店購買紙本圖書的比率由 107 年上半年的 15.6% 上升至 108 年上半年的 19.3%，增加 3.7 個百分點；由網路書店購買紙本圖書的比率由 107 年上半年的 39.6% 下滑至 108 年上半年的 35.5%，減少 4.1 個百分點。

(四) 購買或付費閱讀電子書之金額

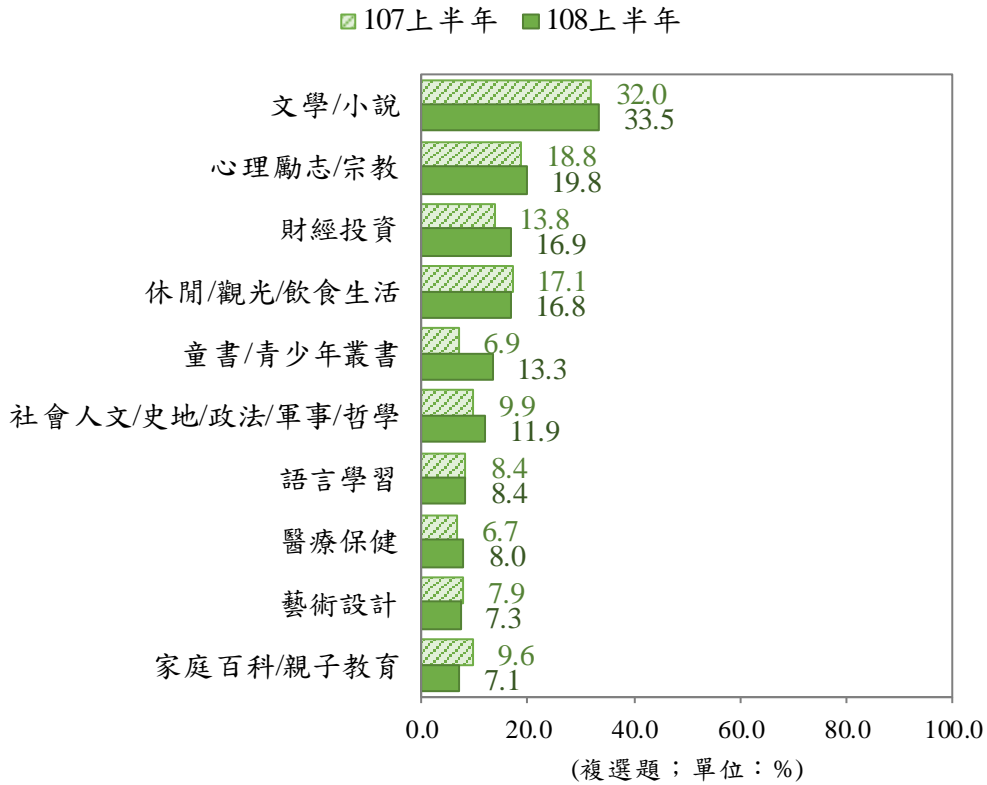
108 年上半年曾購買或付費閱讀電子書之民眾，購買或付費閱讀電子書之金額以 500 元及以下的比率較高，占 40.7%，其次依序為超過 500 元-1,000 元及以下(14.9%)、超過 1,500 元-2,000 元及以下(7.6%)、超過 1,000 元-1,500 元及以下(6.8%)、超過 2,500 元-3,000 元及以下(6.5%)、超過 3,000 元(4.6%)及超過 2,000 元-2,500 元及以下(1.7%)等，另有 17.2% 無明確意見。平均數為 1,236.4 元(標準差 2,380.5)，中位數為 500 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 47.6 元(標準差 520.9)。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年電子書平均消費金額由 107 年上半年的 1,632.9 元下降至 108 年上半年的 1,236.4 元，減少 396.5 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 107 年上半年的 29.0 元上升至 108 年上半年的 47.6 元，增加 18.6 元。

(五) 購買紙本圖書之類型

108 年上半年民眾購買紙本圖書之類型，以文學/小說的比率高，占 33.5%，其次依序為心理勵志/宗教（19.8%）及財經投資（16.9%）等。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年購買文學/小說的比率由 107 年上半年的 32.0% 上升至 108 年上半年的 33.5%，增加 1.5 個百分點。



註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

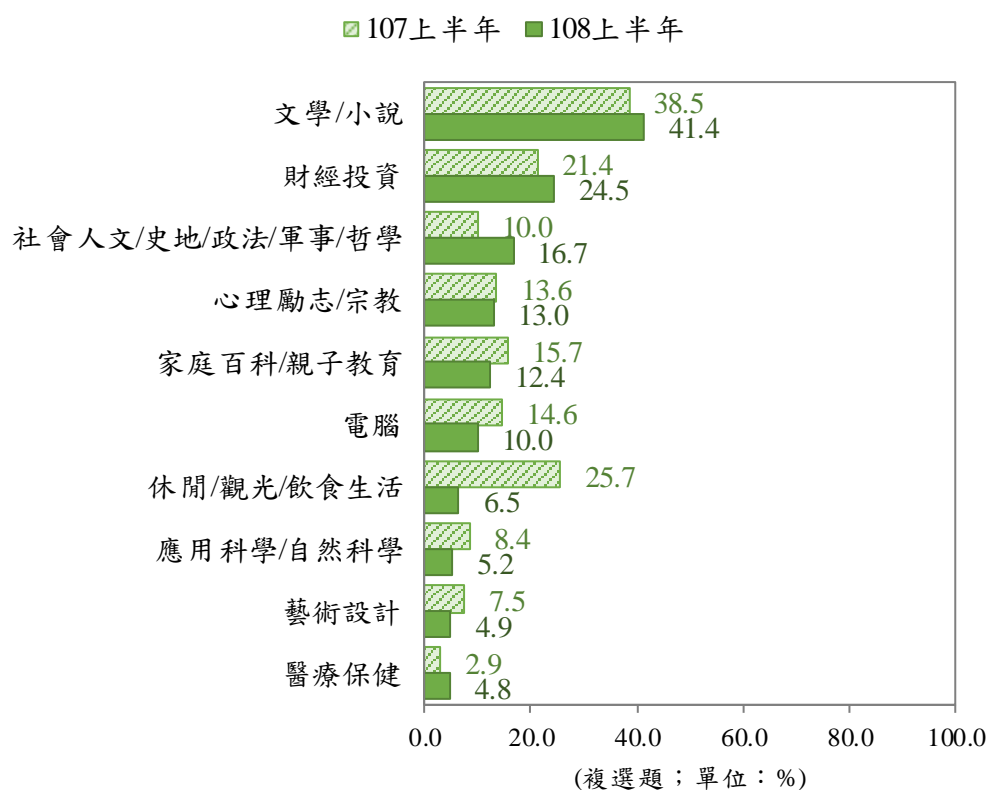
圖 1、購買紙本圖書之類型

Base：107 年上半年 (N=393)、108 年上半年 (N=395)

(六) 購買或付費閱讀電子書之類型

108 年上半年民眾購買或付費閱讀電子書之類型，以文學/小說的比率較高，占 41.4%，其次依序為財經投資(24.5%)、社會人文/史地/政法/軍事/哲學(16.7%)等。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年購買或付費閱讀文學/小說的比率由 107 年上半年的 38.5% 上升至 108 年上半年的 41.4%，增加 2.9 個百分點。



註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

圖 2、購買或付費閱讀電子書之類型

Base：107 年上半年 (N=27)、108 年上半年 (N=58)

(七) 購買或付費閱讀紙本漫畫之金額

108 年上半年曾購買或付費閱讀紙本漫畫之民眾，購買或付費閱讀紙本漫畫之金額以超過 500 元及以下的比率較高，占 47.8%，其次依序為超過 500 元-1,000 元及以下 (32.6%)、超過 1,000 元-1,500 元及以下 (9.2%)、超過 2,500 元-3,000 元及以下 (4.4%) 及超過 3,000 元 (2.3%) 等，另有 3.7% 無明確意見。平均數為 856.6 元 (標準差 786.2)，中位數為 500.0 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 39.5 元 (標準差 245.8)。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年紙本漫畫消費金額由 107 年上半年的 829.7 元上升至 108 年上半年的 856.6 元，增加 26.9 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 107 年上半年的 45.9 元下降至 108 年上半年的 39.5 元，減少 6.4 元。

(八) 購買或付費閱讀電子漫畫之金額

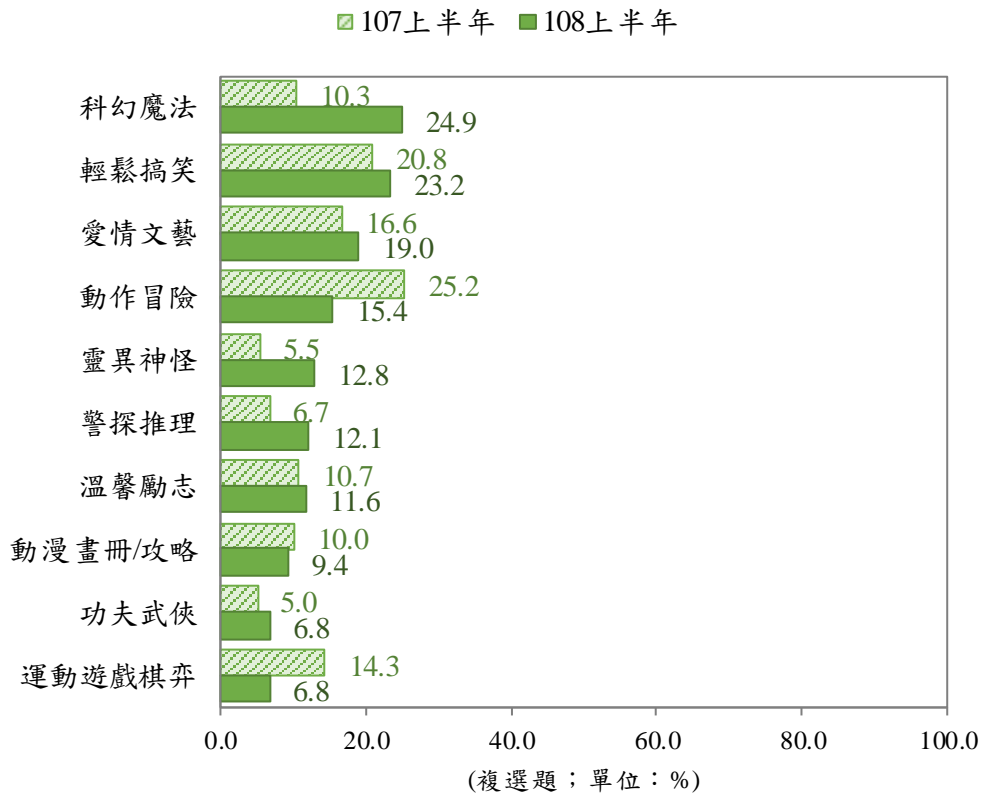
108 年上半年民眾購買或付費閱讀電子漫畫之金額，以 500 元以下的比率較高，占 47.3%，其次依序為超過 500 元-1,000 元及以下 (16.5%)、超過 1,000 元-1,500 元及以下 (13.3%) 及超過 1,500 元-2,000 元及以下 (7.9%) 等，另有 15.0% 無明確意見。平均數為 539.6 元 (標準差 527.1)，中位數為 300.0 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 11.0 元 (標準差 106.2)。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年電子漫畫平均消費金額由 107 年上半年的 548.0 元下降至 108 年上半年的 539.6 元，減少 8.4 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 107 年上半年的 8.4 元上升至 108 年上半年的 11.0 元，增加 2.6 元。

(九) 購買或付費閱讀紙本漫畫之類型

108年上半年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之類型，以科幻魔法的比率較高，占24.9%，其次依序為輕鬆搞笑（23.2%）、愛情文藝（19.0%）等。

與107年上半年調查結果相較，民眾108年上半年購買或付費閱讀紙本漫畫之類型為科幻魔法的比率，由107年上半年的10.3%上升至108年上半年的24.9%，增加14.6個百分點。



註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

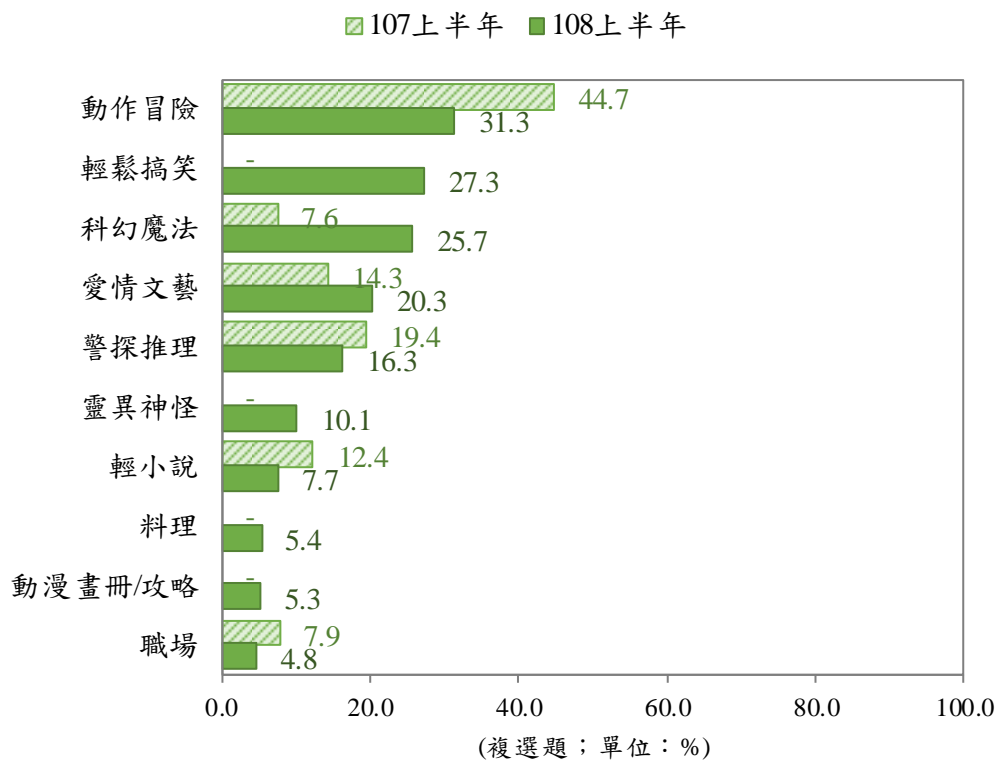
圖 3、購買或付費閱讀紙本漫畫之類型

Base：107 年上半年 (N=83)、108 年上半年 (N=69)

(十) 購買或付費閱讀電子漫畫之類型

108 年上半年民眾購買或付費閱讀電子漫畫之類型，以動作冒險的比率較高，占 31.3%，其次依序為輕鬆搞笑（27.3%）、科幻魔法（25.7%）等。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年購買或付費閱讀電子漫畫之類型為動作冒險的比率，由 107 年上半年的 44.7% 下降至 108 年上半年的 31.3%，減少 13.4 個百分點。



註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

圖 4、購買或付費閱讀電子漫畫之類型

Base：107 年上半年 (N=23)、108 年上半年 (N=31)

(十一) 購買或付費閱讀紙本雜誌之金額

108 年上半年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之金額，以 500 元以下的比率較高，占 32.5%，其次依序為超過 500 元-1,000 元及以下 (24.3%)、超過 1,000 元-1,500 元及以下 (11.3%)、超過 1,500 元-2,000 元及以下 (7.5%)、超過 3,000 元 (6.5%)、超過 2,500 元-3,000 元及以下 (4.8%)、超過 2,000 元-2,500 元及以下 (0.8%) 等，另有 12.3% 不知道金額。平均數為 1,089.7 元 (標準差 1,381.5)，中位數為 600.0 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 153.5 元 (標準差 641.5)。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年紙本雜誌平均消費金額由 107 年上半年的 1,055.9 元上升至 108 年上半年的 1,089.7 元，增加 33.8 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 107 年上半年的 153.3 元上升至 108 年上半年的 153.5 元，增加 0.2 元。

(十二) 購買或付費閱讀電子雜誌之金額

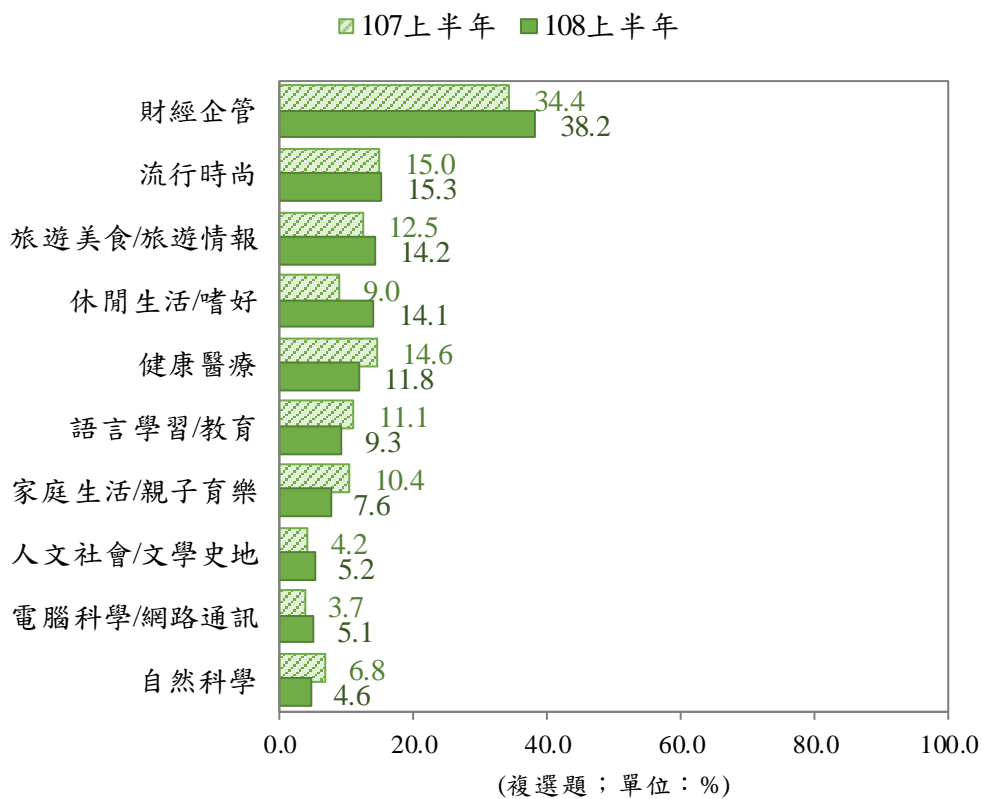
108 年上半年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之金額，以 500 元及以下的比率較高，占 24.0%，其次依序為超過 500 元-1,000 元及以下 (21.7%)、超過 3,000 元 (8.7%)、超過 1,500 元-2,000 元及以下 (6.7%)、超過 2,500 元-3,000 元及以下 (6.7%)、超過 1,000 元-1,500 元及以下 (4.8%)、超過 2,000 元-2,500 元及以下 (4.8%) 等。平均數為 784.4 元 (標準差 929.4)，中位數為 400.0 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 10.5 元 (標準差 138.2)。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年電子雜誌平均消費金額由 107 年上半年的 904.2 元下降至 108 年上半年的 784.4 元，減少 119.8 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 107 年上半年的 13.9 元下降至 108 年上半年的 10.5 元，減少 3.4 元。

(十三) 購買或付費閱讀紙本雜誌之類型

108 年上半年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之類型，以財經企管的比率較高，占 38.2%，其次依序為流行時尚（15.3%）、旅遊美食/旅遊情報（14.2%）等。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年購買或付費閱讀紙本雜誌之類型為財經企管的比率，由 107 年上半年的 34.4% 上升至 108 年上半年的 38.2%，增加 3.8 個百分點。



註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

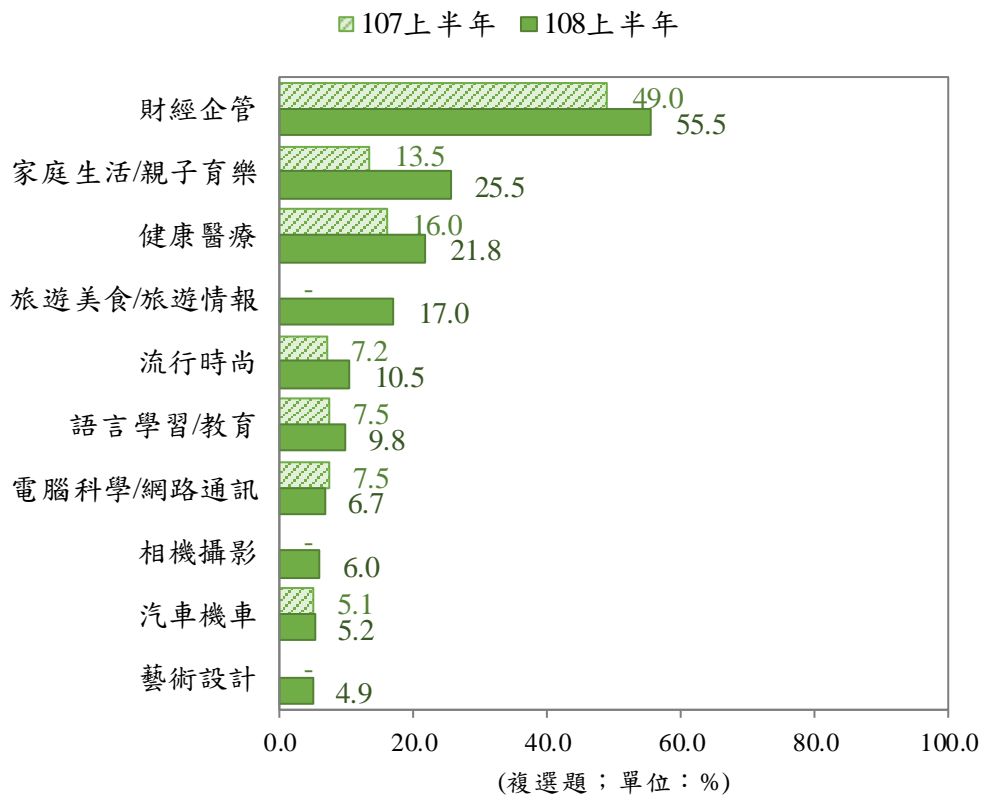
圖 5、購買或付費閱讀紙本雜誌之類型

Base：107 年上半年 (N=219)、108 年上半年 (N=212)

(十四) 購買或付費閱讀電子雜誌之類型

108 年上半年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之類型，以財經企管的比率較高，占 55.5%，其次依序為家庭生活/親子育樂（25.5%）、健康醫療（21.8%）等。

與 107 年上半年調查結果相較，民眾 108 年上半年購買或付費閱讀電子雜誌之類型為財經企管的比率，由 107 年上半年的 49.0% 上升至 108 年上半年的 55.5%，增加 5.5 個百分點。



註：本調查樣本數較少，解讀時宜予注意。

圖 6、購買或付費閱讀電子雜誌之類型

Base：107 年上半年 (N=23)、108 年上半年 (N=20)