

2020

台灣文化內容
產業調查報告

圖書・
雜誌・
漫畫・
原創圖像
產業

目錄 | CONTENTS

○○ 前言

- 一．調查範疇_____ 002
- 二．章節安排_____ 004

○ | 產業聚焦 SPOTLIGHT

- 一．2019 年 ISBN 出版申請種數_____ 006
- 二．2019 年各類出版品實際出版種數_____ 007
- 三．2019 年我國圖書出版產業規模_____ 008
- 四．2019 年我國漫畫出版產業規模_____ 009
- 五．2019 年我國雜誌出版產業規模_____ 010
- 六．2019 年我國數位出版品產業規模_____ 011
- 七．2019 年我國原創圖像：插畫經紀產業規模_____ 012
- 八．2019 年我國出版行銷通路產業規模_____ 013
- 九．圖書出版機構家數、定價與折扣歷年發展趨勢_ 014

十．各類型雜誌種數、定價與廠商家數歷年發展趨勢	015
十一．我國數位出版品出版情況	016
十二．2019 年本國與非本國作者作品（翻譯書）比重	017
十三．2019 年非本國作者作品（翻譯書）來源國分布	018

○ 2 產業概況 OVERVIEW

一．圖書出版產業	020
二．漫畫出版產業	039
三．雜誌出版產業	048
四．原創圖像：插畫經紀產業	063
五．數位出版平臺產業	071
六．出版行銷通路產業	078

○ 3 前瞻趨勢 FORECAST

- 一．圖書出版社積極拓展多元業務_____ 092
- 二．雜誌出版半數以上業者有經營業外收入_____ 093
- 三．數位出版平臺業者將擴大「有聲內容」業務規模_ 094
- 四．FACEBOOK 依然是插畫經紀業者的曝光主力__ 095
- 五．出版行銷通路業者開始與外送平臺合作販售圖書096
- 六．出版行銷通路業者傾向持續多角化經營_____ 097
- 七．販售圖書為主的出版行銷通路減少，業外收入為
主的業者增加_____ 098

表目次

表 2-1、我國圖書出版產業整體規模歷年發展趨勢	024
表 2-2、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍上架率	031
表 2-3、2019 年各類圖書於主要通路實際上架概況	032
表 2-4、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍中之翻譯書比重	033
表 2-5、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍來源國分布	034
表 2-6、2019 年各類圖書於網路書店通路之定價及折扣概況	035
表 2-7、2019 年我國新書之電子書出版語言與種數	036
表 2-8、2019 年我國各類型新書之電子書零售價格及出版家數	037
表 2-9、我國漫畫出版產業整體規模歷年發展趨勢	041
表 2-10、我國近兩年各類型電子漫畫出版種類	046
表 2-11、我國近兩年電子漫畫出版格式種類	046
表 2-12、2019 年我國各類型電子漫畫零售價格及出版家數	047
表 2-13、我國雜誌出版產業整體規模歷年發展趨勢	051
表 2-14、2019 年我國紙本雜誌各類型出版種數及售價、出版家數	059
表 2-15、2019 年我國店銷型紙本雜誌上架率	061
表 2-16、2019 年我國近兩年各檔案格式之電子雜誌出版種數	061
表 2-17、2019 年我國電子雜誌各類型零售價格及出版家數	062
表 2-18、我國數位出版品整體規模歷年發展趨勢	074
表 2-19、我國出版行銷通路產業整體規模歷年發展趨勢	084
表 2-20、近三年圖書行銷通路進書及銷售折扣	089
表 2-21、近三年雜誌行銷通路進書及銷售折扣	089
表 2-22、近三年漫畫行銷通路進書及銷售折扣	089
表 2-23、近三年出版行銷通路平均退書率	090

目錄 | CONTENTS

圖目次

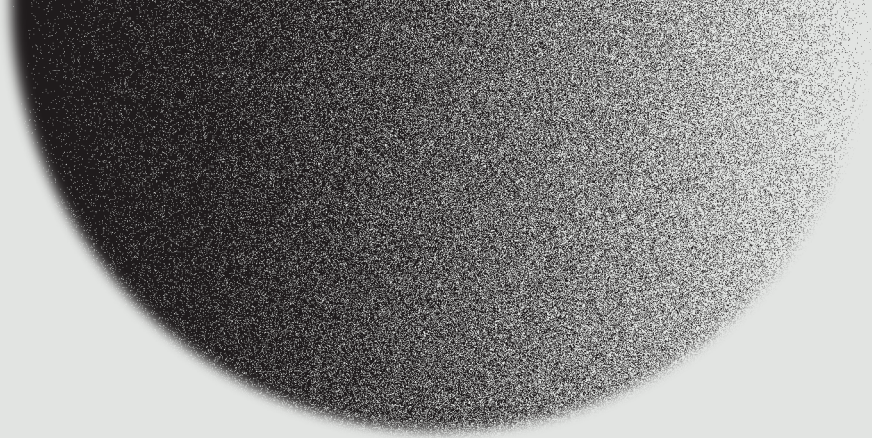
圖 0-1、產業鏈範疇與調查範圍	003
圖 1-1、我國 2001 年至 2019 年申請 ISBN 之圖書出版種數	006
圖 1-2、2019 年我國實際出版新書種數推估	007
圖 1-3、我國圖書出版產業規模歷年發展趨勢	008
圖 1-4、我國漫畫出版產業規模歷年發展趨勢	009
圖 1-5、我國雜誌出版產業規模歷年發展趨勢	010
圖 1-6、我國數位出版品產業規模歷年發展趨勢	011
圖 1-7、2019 年原創圖像：插畫經紀營業規模	012
圖 1-8、我國出版行銷通路產業規模歷年發展趨勢	013
圖 1-9、出版機構家數、各類型圖書定價歷年發展趨勢	014
圖 1-10、我國紙本雜誌出版情況歷年發展趨勢	015
圖 1-11、我國數位出版品出版情況歷年發展趨勢	016
圖 1-12、2019 年實際出版新書之本國與非本國作者作品（翻譯書） 比重	017
圖 1-13、歷年非本國作者作品（翻譯書）來源國	018
圖 2-1、我國 2013 年至 2019 年申請 ISBN 之出版機構家數	020
圖 2-2、圖書出版機構成立年數分布概況	020
圖 2-3、我國圖書出版機構登記資本額分布概況	021
圖 2-4、我國圖書出版機構區位分布	021
圖 2-5、2019 年我國圖書出版業者人力僱用規模	022
圖 2-6、2019 年我國圖書出版機構全年營業額	024
圖 2-7、2019 年我國圖書出版機構收入來源分布情形	025
圖 2-8、2019 年我國圖書出版機構全年支出情形	026
圖 2-9、2019 年我國圖書出版機構支出項目分布情形	026

圖 2-10、2019 年我國圖書出版機構行銷資源投放管道	027
圖 2-11、2019 年我國圖書出版機構對外授權之產品 / 服務類型	028
圖 2-12、2019 年我國圖書出版機構之版權收入來源國占比	029
圖 2-13、2019 年我國本土與外版書的對外授權管道	030
圖 2-14、2019 年我國圖書出版機構授權收入情況	030
圖 2-15、我國漫畫出版機構區位分布	039
圖 2-16、我國漫畫出版機構成立年數情況	039
圖 2-17、我國漫畫出版機構登記資本額概況	040
圖 2-18、2019 年我國漫畫出版機構收入來源情況	042
圖 2-19、2019 年我國漫畫出版機構支出項目情況	043
圖 2-20、2019 年我國漫畫出版機構之國內外授權交易形式	044
圖 2-21、2019 年我國專營漫畫出版機構之版權收入來源國占比	045
圖 2-22、我國雜誌出版機構區位分布	048
圖 2-23、我國雜誌出版機構成立年數情況	048
圖 2-24、我國雜誌出版業者登記資本額概況	049
圖 2-25、2019 年我國雜誌出版業者人力僱用規模	050
圖 2-26、2019 年我國雜誌出版業者全年營業額	052
圖 2-27、2019 年我國雜誌出版業者收入來源情形	053
圖 2-28、2019 年我國雜誌出版業者全年支出規模	054
圖 2-29、2019 年我國雜誌出版業者支出用途	055
圖 2-30、2019 年我國雜誌出版業者行銷資源投放管道	055
圖 2-31、2019 年我國雜誌出版業者對外授權對象	055
圖 2-32、2019 年我國雜誌出版業者版權收入來源國占比	056
圖 2-33、2019 年我國本土與外版雜誌的對外授權管道	056
圖 2-34、2019 年我國雜誌出版業者授權收入情況	057

目錄 | CONTENTS

圖 2-35、2019 年我國紙本雜誌出刊頻率之出版種數	058
圖 2-36、2019 年我國紙本店銷雜誌之創刊時間分布	058
圖 2-37、原創圖像：插畫經紀業者區位分布	063
圖 2-38、原創圖像：插畫經紀業者成立年數情況	063
圖 2-39、原創圖像：插畫經紀業者登記資本額情況	064
圖 2-40、2019 年我國原創圖像：插畫經紀業者全年營業額	065
圖 2-41、2019 年我國原創圖像：插畫經紀業者與創作方之營收結構	066
圖 2-42、2019 年我國原創圖像：插畫經紀業者全年支出情形	067
圖 2-43、2019 年我國原創圖像：插畫經紀業者支出項目分布情形	067
圖 2-44、2019 年我國原創圖像作品對外授權國	068
圖 2-45、2019 年我國原創圖像作品跨域授權之產品 / 服務	068
圖 2-46、2019 年我國插畫經紀業者合作品牌數及品牌規模	069
圖 2-47、2019 年我國插畫經紀業者合作品牌來源管道	069
圖 2-48、2019 年我國插畫經紀業者洽談圖像創作商業合作形式	070
圖 2-49、我國數位出版平臺業者區位分布	071
圖 2-50、我國數位出版平臺業者成立年數情況	071
圖 2-51、我國數位出版平臺業者登記資本額情況	072
圖 2-52、2019 年我國數位出版平臺業者人力僱用規模	072
圖 2-53、2019 年我國數位出版平臺業者全年營業額	074
圖 2-54、2019 年我國數位出版平臺業者之營收結構	075
圖 2-55、2019 年我國數位出版平臺業者全年支出情形	076
圖 2-56、2019 年我國數位出版平臺業者支出項目分布情形	076
圖 2-57、2019 年我國數位出版平臺業者內容衍生與周邊開發業務	077
圖 2-58、我國單一 / 二手 / 獨立書店區位分布	078
圖 2-59、我國單一 / 二手 / 獨立書店成立年數情況	079

圖 2-60、我國單一 / 二手 / 獨立書店登記資本額分布概況	079
圖 2-61、我國連鎖 / 加盟書店總公司成立年數概況	080
圖 2-62、我國連鎖 / 加盟書店總公司登記資本額分布概況	081
圖 2-63、我國連鎖 / 加盟書店總公司區位分布	081
圖 2-64、我國純網路書店總公司區位分布	082
圖 2-65、我國純網路書店總公司成立年數概況	082
圖 2-66、我國純網路書店總公司登記資本額分布概況	083
圖 2-67、我國近三年出版行銷通路業者人力僱用規模	083
圖 2-68、2019 年我國出版行銷通路業者全年營業額	085
圖 2-69、2019 年我國出版行銷通路業者之營收結構	086
圖 2-70、2019 年我國出版行銷通路業者全年營業支出情形	087
圖 2-71、2019 年我國出版行銷通路業者支出結構	087
圖 2-72、2019 年我國出版行銷通路業者線下行銷資源投放管道	088
圖 2-73、2019 年我國出版行銷通路業者線上行銷資源投放管道	088
圖 3-1、2019 年我國圖書出版機構衍生服務範疇	092
圖 3-2、2019 年我國雜誌出版業者承接其他委外業務情況	093
圖 3-3、2019 年我國數位出版平臺業者「有聲內容」業務經營情況	094
圖 3-4、2019 年我國原創圖像作品對外發表管道	095
圖 3-5、2019 年我國出版行銷通路業者經營網路書店（廣義）管道	096
圖 3-6、2019 年我國出版行銷通路業者未來三年的發展方向	097
圖 3-7、2019 年我國出版行銷通路業者實體出版品營收比例家數分布	098
圖 3-8、2019 年我國出版行銷通路其他商品及服務之營收比例家數分布	098



前言



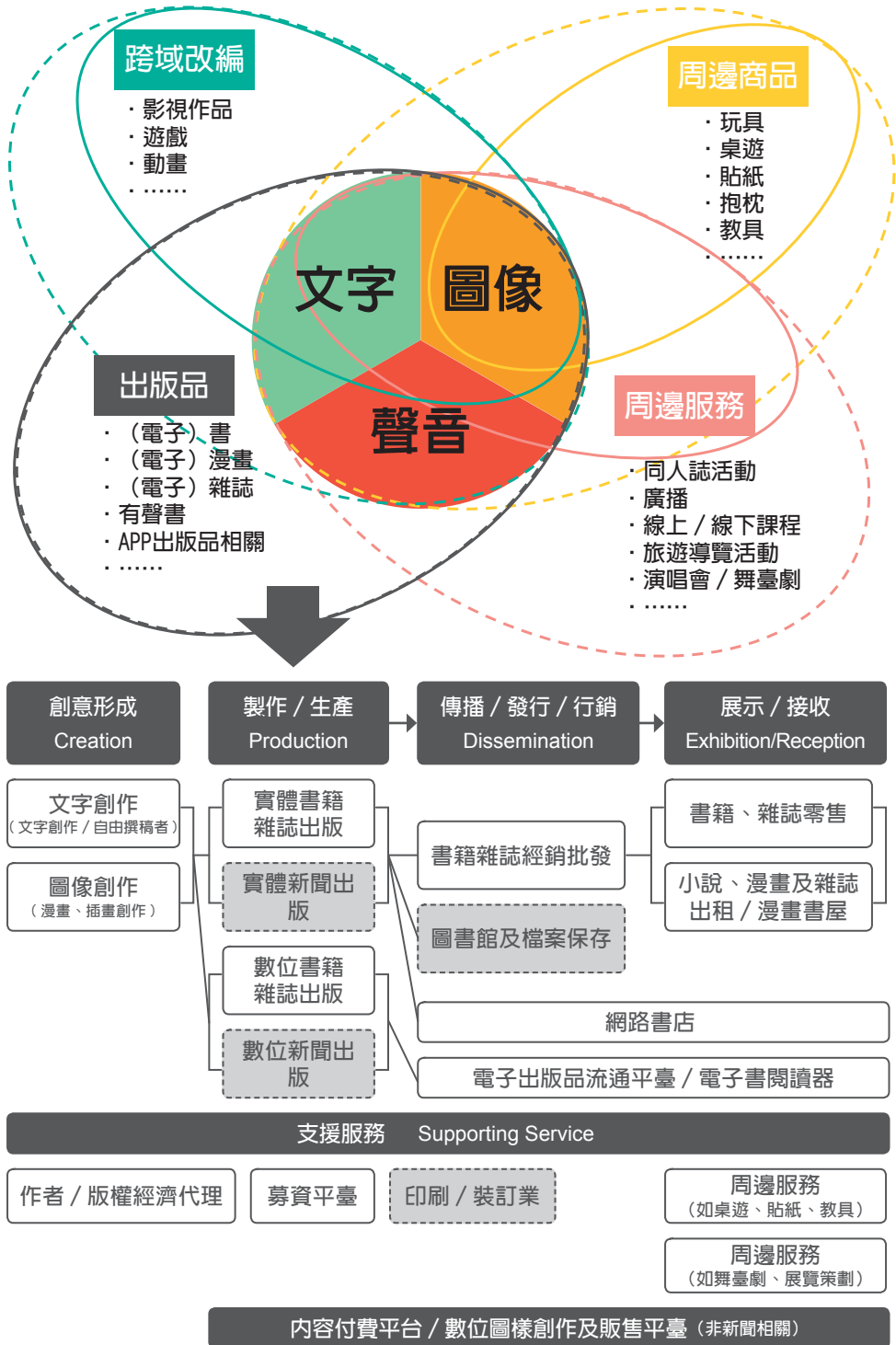
● 1. 調查範疇

為確實反應臺灣文化內容產業現況，提供政府與產業界掌握文化內容產業最新發展趨勢，據以擬定產業發展目標及實施策略。2020 年文化內容策進院將原文化部各項產業調查計畫統整為文化內容產業調查計畫，並將依產業關聯性分為 4 冊分別執行，包括《圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業類》、《影視、動畫、廣播產業類》、《流行音樂產業類》、《遊戲、電競產業類》。

本冊為 2020 年文化內容產業調查計畫第 1 冊，調查對象包含圖書、雜誌、漫畫與原創圖像等產業。考量當今數位化趨勢讓出版形式愈發多元，圖像與聲音也逐漸成為重要的內容傳遞形式，調查範疇同時也涵蓋其他產業關聯活動，例如周邊商品或服務的開發，以及內容 IP 跨域改編等。

本年度調查範疇以歷年《臺灣文化創意產業發展年報》產業鏈範疇為基礎，包括上游創意形成端的創作及寫作活動；中游的生產端則包括負責實體與電子刊物之編務與發行的出版社，以及負責製版、印刷、裝訂的印刷業；中下游的傳播端包括書籍及雜誌的批發流通、電子出版品流通平臺；下游的展示／接收端則包括零售、出租、電子書閱讀器、圖書館等行業。另外，支援服務端則包括作者／版權經紀、內容創作及付費／募資平臺、印刷業及展覽籌辦等。

在實際調查對象方面，由於各次產業的從業家數多寡不一，因此在調查方法上略有差異。本年度將調查對象分為「質化、量化調查兼備」及「以質化調查為主」兩大類型，質化、量化調查兼備之調查對象包括圖書出版業者、雜誌出版業者、實體通路、網路通路、數位出版品流通販售平臺、插畫經紀公司（含獨立插畫經紀人）；另外，以質化調查為主之調查對象則包括漫畫出版業者、經銷發行業者、作者及版權經紀代理公司、漫畫出租店、募資平臺／內容付費平臺，以及數位圖像創作及販售平臺。



說明：1. 灰底部分表示該行業或經營型態屬於產業鏈範疇，但未納入本此調查及統計範圍。

2. 此處提及之周邊商品及周邊服務，主要係針對上游出版業者往下游授權或延伸發展之商業行為，並非直接針對生產周邊產品之相關業者（如桌遊店）進行調查。

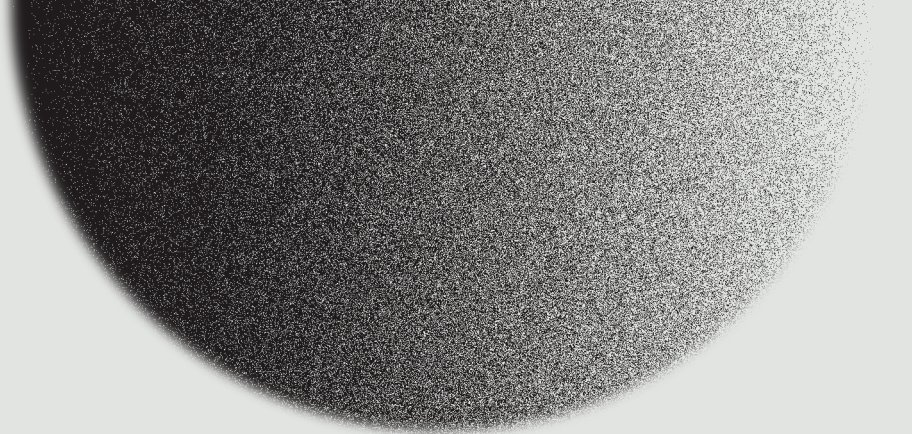
資料來源：本調查自行繪製。

圖 0-1、產業鏈範疇與調查範圍

● 2. 章節安排

《2020 年文化內容產業調查計畫 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業調查》共分為三個章節，第一章為產業聚焦（Spotlight），主要呈現調查結果中具有重要意義、業界關心之相關統計情況；第二章為產業概況（Overview），呈現本年度針對圖書、雜誌、漫畫、數位出版、出版行銷通路、原創圖像之插畫經紀產業之調查結果，進行概要性的說明，除了當年度 ISBN 實際出版情況、各類出版品出版情況、定價與折扣外，包括各次產業之家數、人力、營收、營收結構等；第三章為前瞻趨勢（Forecast），呈現當前產業的跨業跨域、IP 授權、數位發展等方面之可能趨勢及未來展望。

為瞭解圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業經營狀況，掌握產業訊息脈絡，爰延續先前文化部《臺灣出版產業調查》內容及成果，並因應數位發展趨勢及業界關注領域，進行調查規劃的部份調整。整體而言，以探究既有產業範疇之整體概況為主要目的，針對出版端、通路端及其他周邊環節進行量化與質化的調查，核心調查項目包含產業實際規模、營收與商業模式、IP 授權趨勢、數位發展趨勢，以供政府相關單位、文化內容策進院、產業人士作為後續政策研擬、掌握產業發展情況之參考。

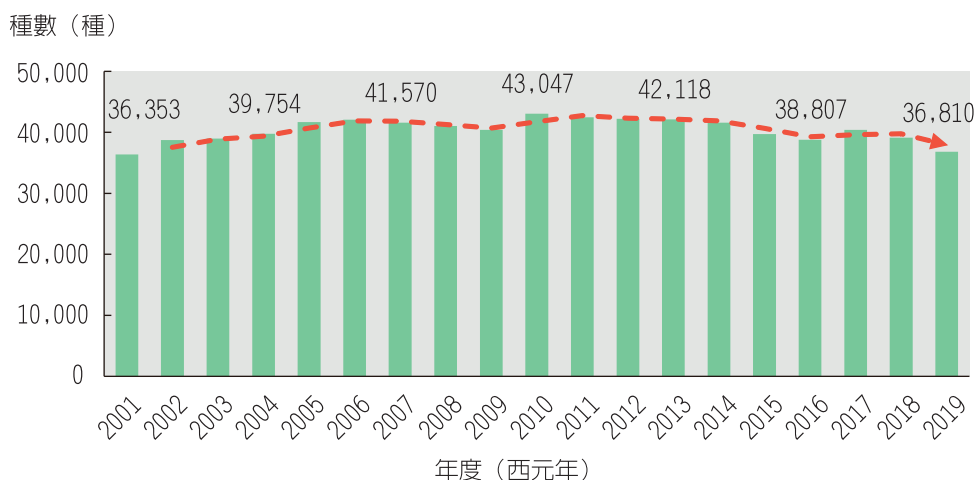


產業聚焦 SPOTLIGHT

01

● 1.2019 年 ISBN 出版申請種數

國際標準書號（ISBN）的申請數量長期以來並未能如實顯示當年度新書出版種數，因為出版廠商當年度所申請的 ISBN 並不一定於當年度出版，不過透過歷年比較仍可觀察我國圖書出版能量之變化趨勢。根據國家圖書館 ISBN 中心提供的資料顯示，2019 年我國出版機構書號申請數為 36,810 種，較 2018 年 39,114 種衰退 5.89%，也是 2001 年出版量 36,353 種以來，年度新書量再次低於 3 萬 7 千種以下。



說明：2012 年後資料為本調查增補。

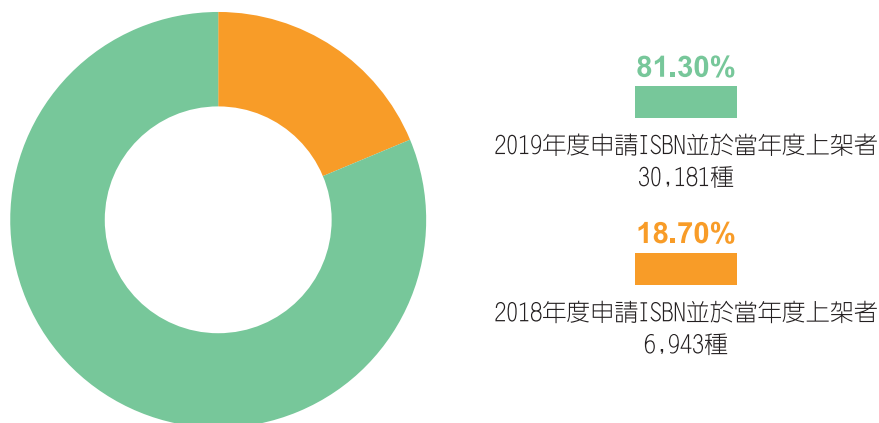
資料來源：國家圖書館、本調查繪製。

圖 1-1、我國 2001 年至 2019 年申請 ISBN 之圖書出版種數

● 2.2019 年各類出版品實際出版種數

透過 2018-2019 年度的 ISBN 書號與四大網路書店（博客來、誠品、金石堂與三民）¹ 之上架圖書進行盤點比對，得知「2019 年度申請 ISBN 且實際於當年度出版者」占整體比重約 81.99%，依此比例推估 2019 年申請 ISBN 中有實際出版者，共 30,181 種。若再納入「2018 年申請 ISBN 但延後一年至 2019 年出版者」的新書種數為 6,943 種，合計推估 2019 年度整體實際出版新書種數為 37,124 種（實體書 35,520 種，電子書及電子出版品 1,604 種）。

另一方面，盤點博客來網路書店、樂天 Kobo 電子書商城，2019 年當年度新書之電子書出版上架種數為 9,967 種。其中，「原生電子書」為 369 種（3.7%），以樂天 Kobo 電子書商城之自助出版作品為主。



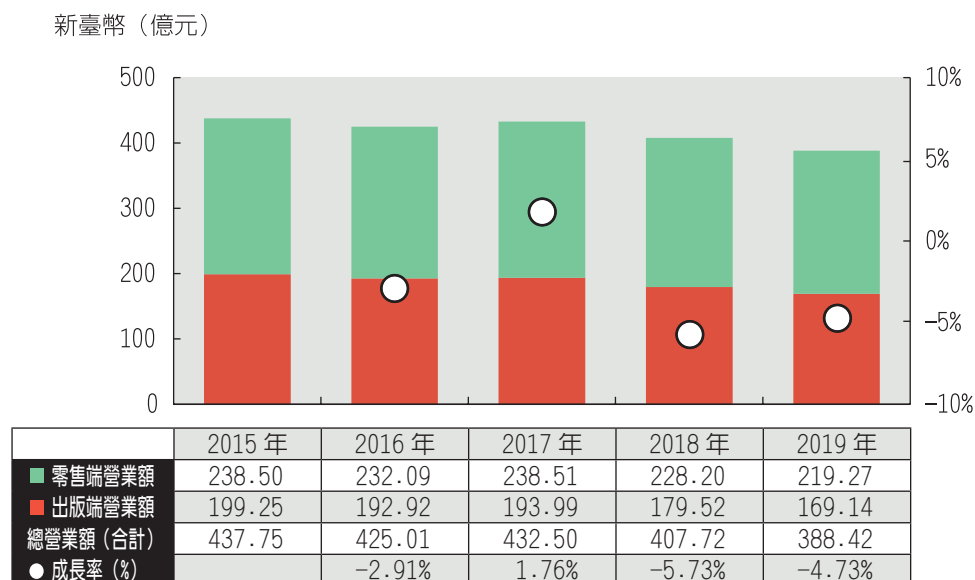
說明：總數為 37,124 種。
資料來源：本調查整理。

圖 1-2、2019 年我國實際出版新書種數推估

1. 紙本圖書盤點之四大網路書店來源分別為博客來、誠品、金石堂與三民；紙本雜誌盤點之四大網路書店來源則分別為博客來、誠品、金石堂與讀冊。

● 3.2019 年我國圖書出版產業規模

我國 2019 年圖書「出版端」之整體（新舊書）圖書營業額為新臺幣 169 億 1,418 萬元，相較 2018 年（新臺幣 179 億 5,173 萬元）衰退 5.78%。圖書「零售端」之整體（新舊書）圖書營業額為新臺幣 219 億 2,739 萬元，相較 2018 年（新臺幣 228 億 2,000 萬元）衰退 3.91%。我國圖書出版 2019 年總營業額（出版端、零售端合計）為新臺幣 388 億 4,157 萬元，相較 2018 年（新臺幣 407 億 7,173 萬元）衰退 5.73%。

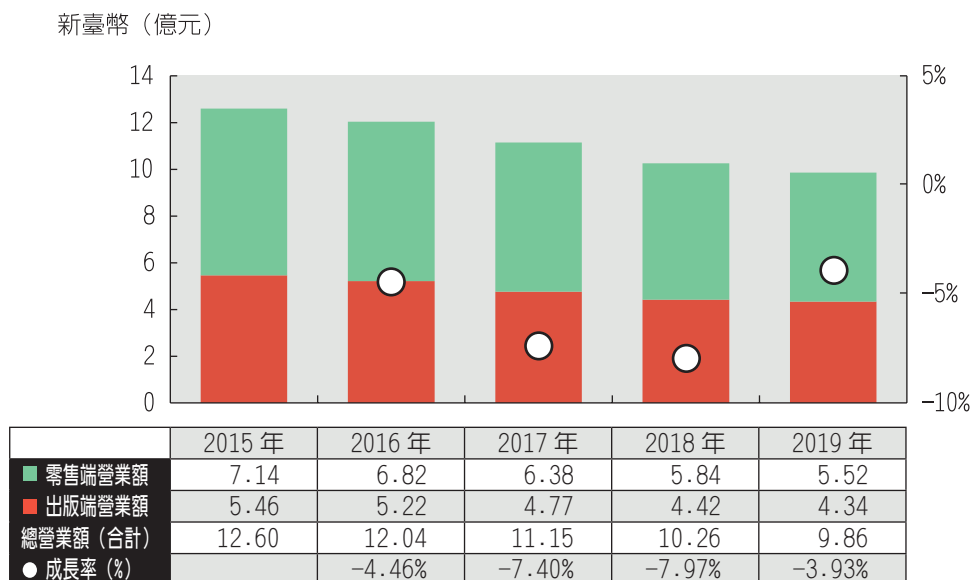


資料來源：本調查整理。

圖 1-3、我國圖書出版產業規模歷年發展趨勢

● 4.2019 年我國漫畫出版產業規模

我國 2019 年漫畫「出版端」之整體（含新舊書）紙本漫畫營業額為新臺幣 4 億 3,397 萬元，相較 2018 年新臺幣 4 億 4,227 萬元衰退 1.88%；漫畫「零售端」之整體（含新舊書）紙本漫畫營業額為新臺幣 5 億 5,166 萬元，相較 2018 年新臺幣 5 億 8,371 萬元衰退 5.49%。我國漫畫出版 2019 年總營業額（出版端、零售端合計）為新臺幣 9 億 8,563 萬元，相較 2018 年（新臺幣 10 億 2,599 萬元）衰退 3.93%。

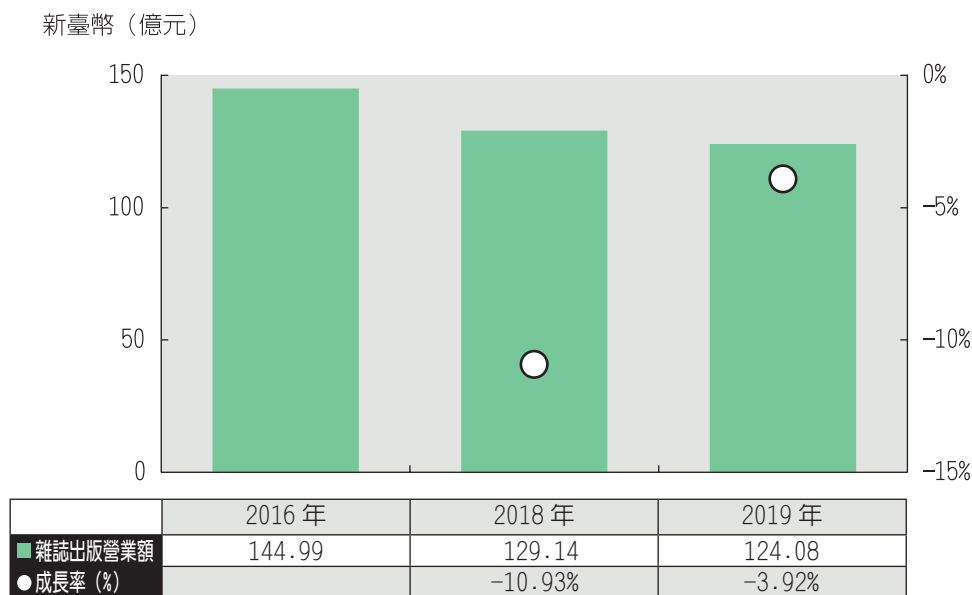


資料來源：本調查整理。

圖 1-4、我國漫畫出版產業規模歷年發展趨勢

● 5.2019 年我國雜誌出版產業規模

我國 2019 年雜誌出版訂戶端營收為新臺幣 69 億 9,987 萬元；直銷管道所獲取之營業額為新臺幣 22 億 1,491 萬元；而經銷管道所獲取之營業額為新臺幣 31 億 9,350 萬元。總計我國 2019 年實體雜誌出版總營業額為新臺幣 124 億 828 萬元，與 2018 年相比衰退 3.92%。



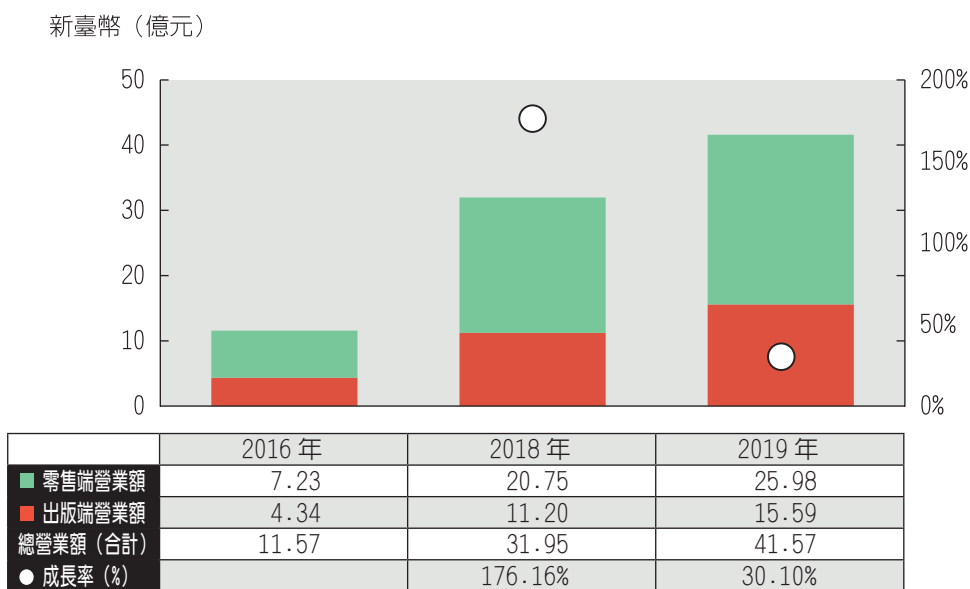
說明：2017 年末針對雜誌出版產業進行營業額推估，2018 年雜誌營收成長率之比較基期以 2016 年為準。

資料來源：本調查整理。

圖 1-5、我國雜誌出版產業規模歷年發展趨勢

● 6.2019 年我國數位出版品產業規模

我國 2019 年數位出版品「出版端」營業額為新臺幣 15 億 5,892 萬元（電子書 9 億 8,487 萬元、電子漫畫 2,760 萬元、電子雜誌 5 億 4,645 萬元），相較 2018 年（新臺幣 11 億 2,042 萬元）成長 39.14%；數位出版品「零售端」（數位平臺）營業額為新臺幣 25 億 9,818 萬元（電子書 16 億 4,145 萬元、電子漫畫 4,599 萬元、電子雜誌 9 億 1,074 萬元），相較 2018 年（新臺幣 20 億 7,485 萬元）成長 25.22%。我國數位出版品 2019 年總營業額（出版端、零售端合計）為新臺幣 41 億 5,710 萬元，相較 2018 年（新臺幣 31 億 9,527 萬元）成長 30.10%。



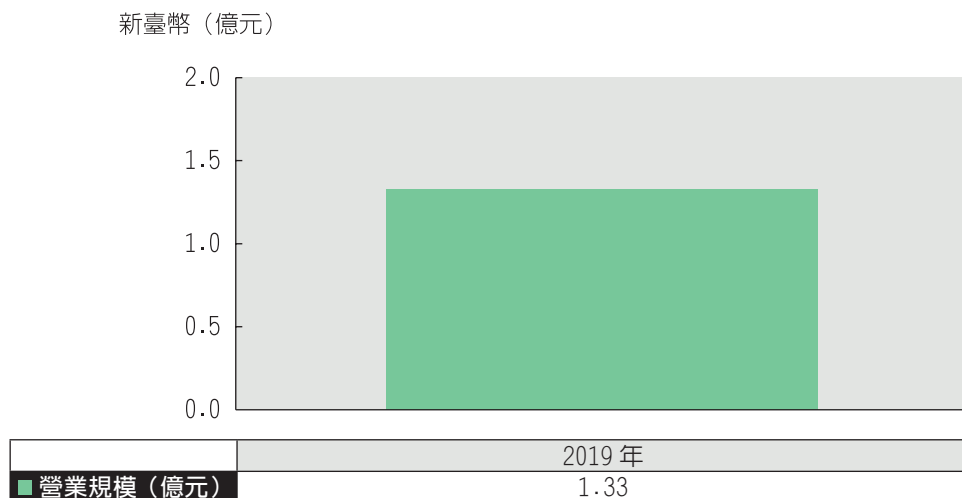
說明：2017 年末針對電子雜誌進行營業額推估，故當年度無呈現整體數位出版品營業額，2018 年整體數位出版品營收成長率之比較基期以 2016 年為準。

資料來源：本調查整理。

圖 1-6、我國數位出版品產業規模歷年發展趨勢

● 7.2019 年我國原創圖像：插畫經紀產業規模

2019 年我國原創圖像產業之產業規模推估，係以插畫經紀業者營收並搭配問卷得知業者營收進行推估，推得我國 2019 年原創圖像產業插畫經紀市場規模約為新臺幣 1 億 3,251 萬元。



說明：1. 我國圖像創作產業之產業規模係以插畫經紀業者營收結構為基準進行推估。

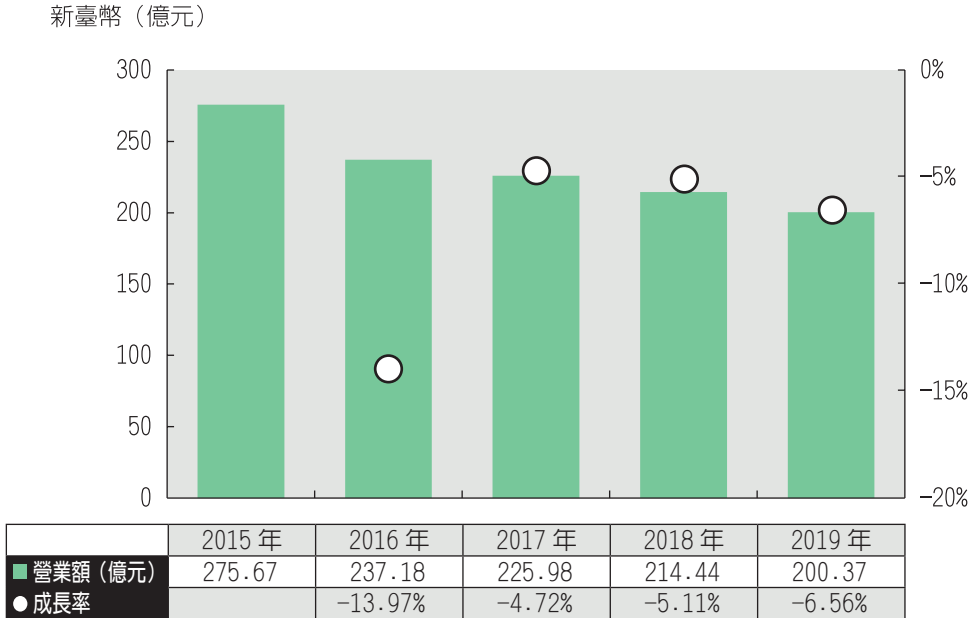
2. 本產業為首度調查之範疇，故無法進行跨年度比較。

資料來源：本調查整理。

圖 1-7、2019 年原創圖像：插畫經紀營業規模

● 8.2019 年我國出版行銷通路產業規模

我國 2019 年出版行銷通路產業的（新舊書）紙本圖書市場（含漫畫）營業額約新臺幣 200 億 3,732 萬元，相較 2018 年的新臺幣 214 億 4,447 萬元略為衰退 6.5%。



說明：1. 出版行銷通路產業營業額僅代表傳統實體書店、網路書店的當年度紙本圖書銷售情況，並非代表整體圖書、漫畫出版之零售端營業額，故不含出版社直銷與出口海外、出版社自行經營之網路社群銷售、圖書館與教育市場等銷售營業收入。

2. 出版行銷通路營業額已排除傳統實體書店、網路書店之非紙本圖書的營業收入，如文具、文創商品、餐飲、3C 用品等。

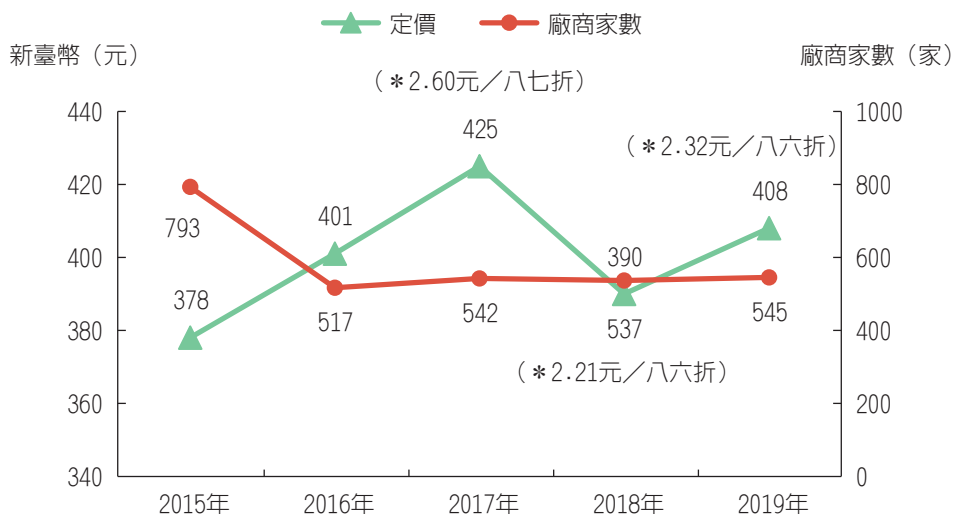
3. 出版行銷通路營業額已被含括在上述圖書出版、漫畫出版之零售端營業額當中，故不宜與其它次產業營業額合併加總計算。

資料來源：本調查整理。

圖 1-8、我國出版行銷通路產業規模歷年發展趨勢

● 9. 圖書出版機構家數、定價與折扣歷年發展趨勢

近五年圖書出版機構調查母體多維持一定水準，約 540 家上下，2019 年為 545 家（含漫畫出版）。各類型圖書之定價有持續走高的趨勢，2017 年達到最高，為新臺幣 425 元（平均單頁定價為 2.60 元），2019 年則略降至新臺幣 408 元（平均單頁定價為 2.32 元）。在折扣方面，2019 年各類型圖書平均折扣為八六折、折扣眾數為九折，與 2018 年情況相同。



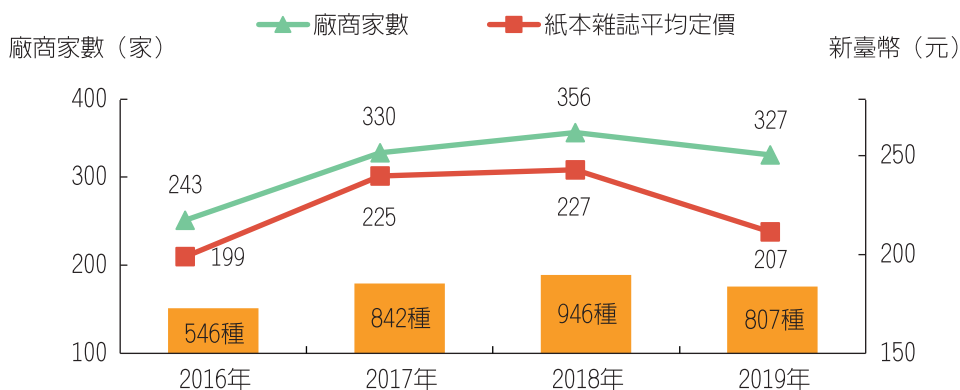
說明：* 表平均單頁定價。

資料來源：本調查整理。

圖 1-9、出版機構家數、各類型圖書定價歷年發展趨勢

● 10. 各類型雜誌種數、定價與廠商家數歷年發展趨勢

2019 年於四大網路書店（誠品、金石堂、讀冊及博客來）² 上架之雜誌出版種數（含特刊、過刊重出版、不定期出刊）為 807 種，較 2018 年呈現衰退。若扣除特刊、過刊重出版、不定期出刊等三類，2019 年店銷雜誌出版種數則為 404 種（2018 年為 479 種）。



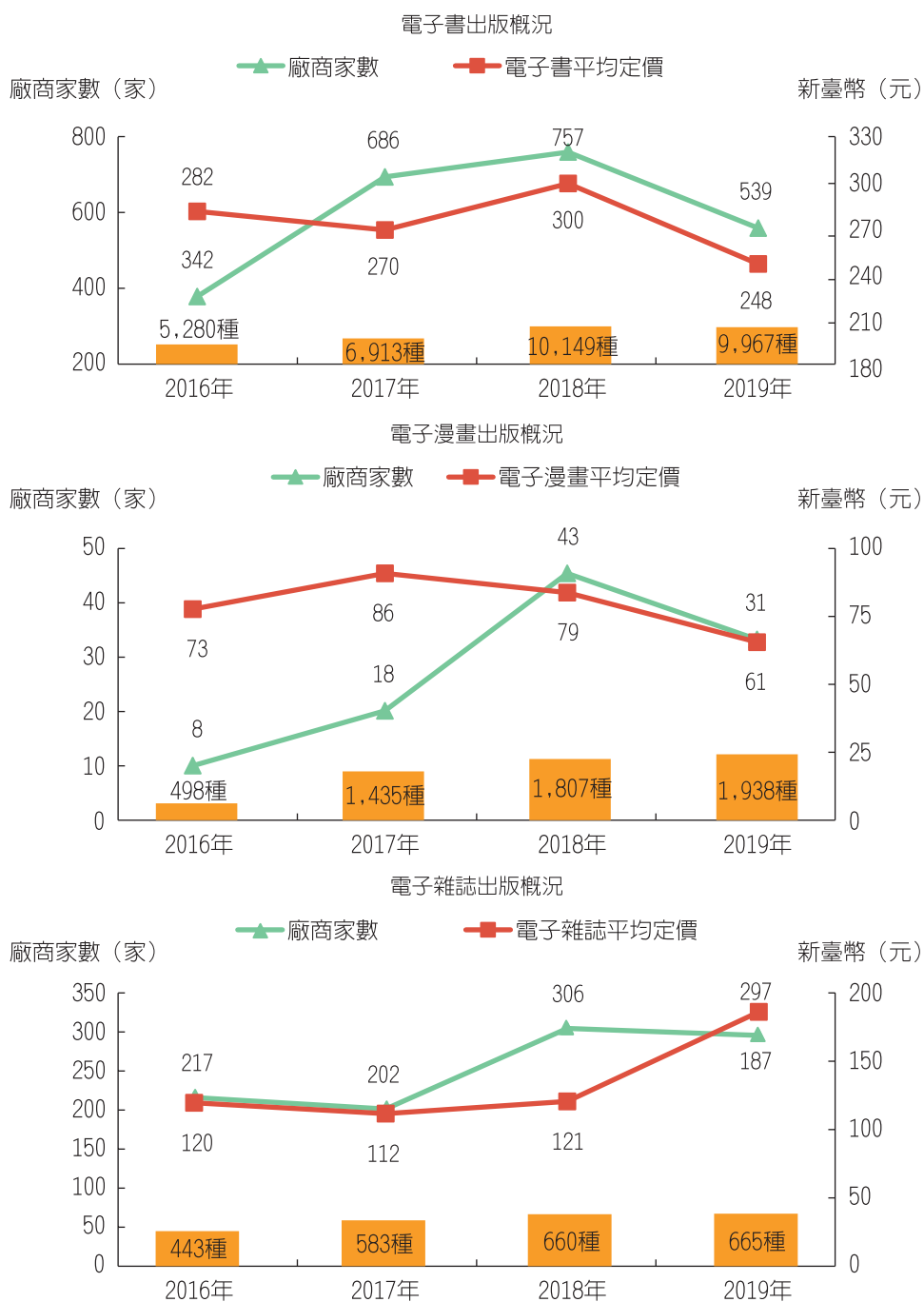
資料來源：本調查整理。

圖 1-10、我國紙本雜誌出版情況歷年發展趨勢

2. 紙本圖書盤點之四大網路書店來源分別為博客來、誠品、金石堂與三民；紙本雜誌盤點之四大網路書店來源則分別為博客來、誠品、金石堂與讀冊。

● 11. 我國數位出版品出版情況

近四年我國數位出版品（電子書、電子漫畫、電子雜誌）出版情況（種數、價格、出版廠商家數）如下。

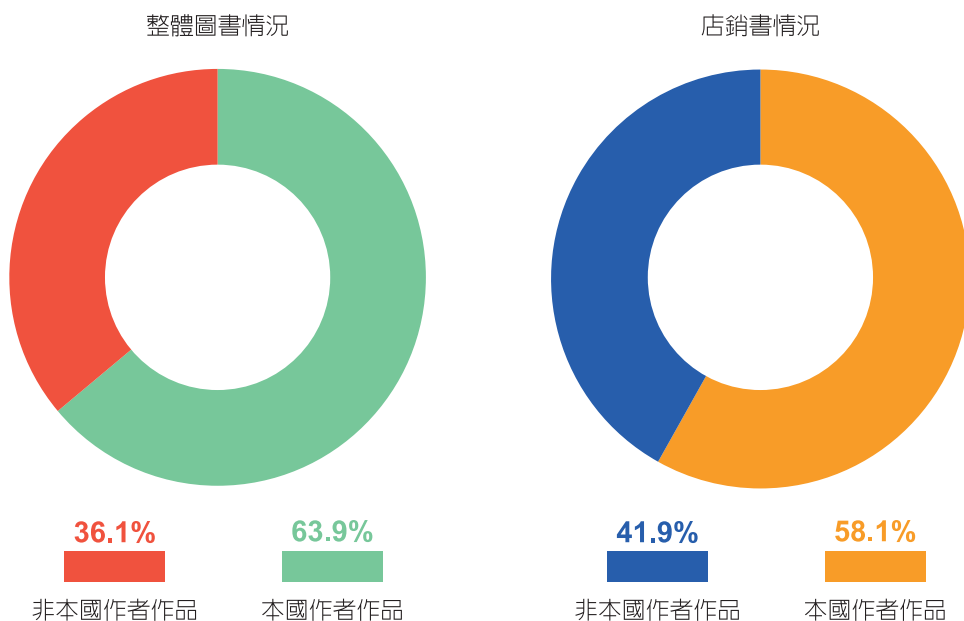


資料來源：本調查整理。

圖 1-11、我國數位出版品出版情況歷年發展趨勢

● 12.2019 年本國與非本國作者作品（翻譯書）比重

盤點四大網路書店上架之 25,397³ 種圖書中，本土作者書籍上架種數為 16,234 種，占 63.9%（2018 年為 64.4%）；外國作者書籍上架種數 9,163 種，出版比例為 36.1%（2018 年為 35.6%）。若僅就店銷書部分觀察（不計考試／參考書、專業／教科書／政府出版品），在四大網路書店上架的 21,091 種圖書中，本土作者書籍出書種數為 12,260 種，占 58.1%（2018 年為 57.7%）；外國作者出書種數 8,831 種，出版比例為 41.9%（2018 年為 42.3%）。



說明：店銷書相較整體圖書不含「考試／參考書」、「專業／教科書／政府出版品」。
資料來源：本調查整理。

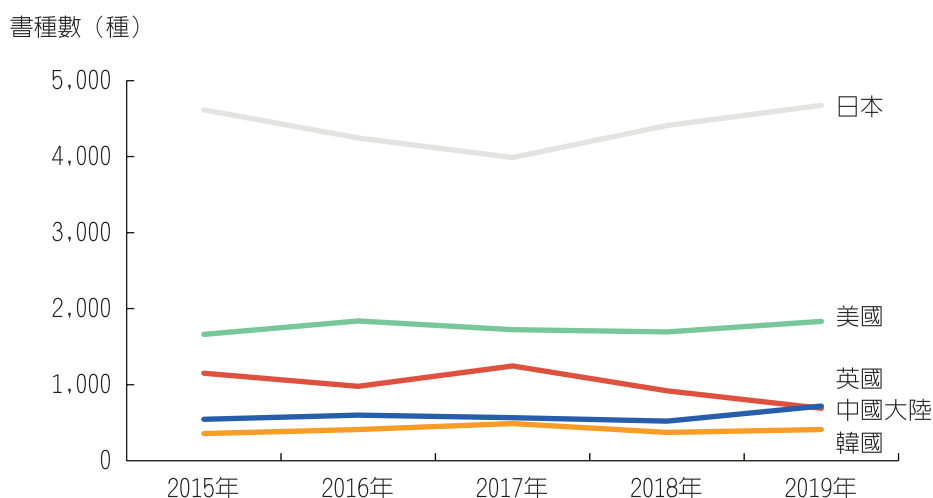
圖 1-12、2019 年實際出版新書之本國與非本國作者作品（翻譯書）比重

3. 2019年申請ISBN計有36,810種書籍（實際值），其中有25,397種於四大網路書店（博客來、誠品、金石堂、三民）中上架（實際值），整體上架率為68.99%。本調查另根據「2019年度申請ISBN且實際於當年度出版者」占整體比重（81.99%）推估「2019年申請ISBN中有實際出版者」（30,181種／推估值），並加上「2018年申請ISBN但延後一年至2019年出版者」的新書種數（6,943種／推估值），推估2019年度整體實際出版新書種數為37,124種（推估值）。

● 13.2019 年非本國作者作品（翻譯書）來源國分布

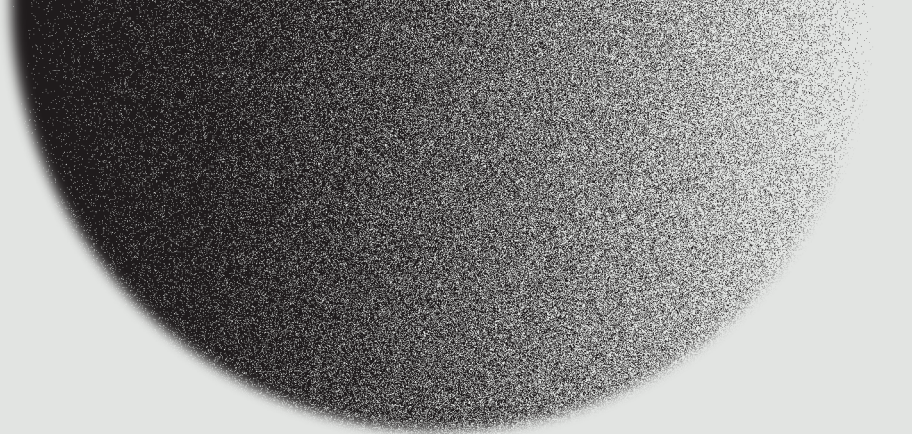
我國 2019 年非本國作者作品（翻譯書）來源國以日本為首，計 4,676 種，所占比例達 51.0%，較 2018 年成長 0.1 個百分點；其次，美國作品出版達 1,835 種（20.0%），以及英國作品 719 種（7.9%），而往年居於第三的中國大陸，2019 年衰退 3.1 個百分點居第四。

若僅就店銷書（不計考試／參考書、專業／教科書／政府出版品）進行觀察，我國 2019 年非本國圖書作品（翻譯書）來源國亦以日本居首（51.9%）；其次則為美國（19.3%）、英國（7.8%）、中國大陸（7.6%），以及韓國（4.6%）。



資料來源：本調查整理。

圖 1-13、歷年非本國作者作品（翻譯書）來源國



產業概況 OVERVIEW

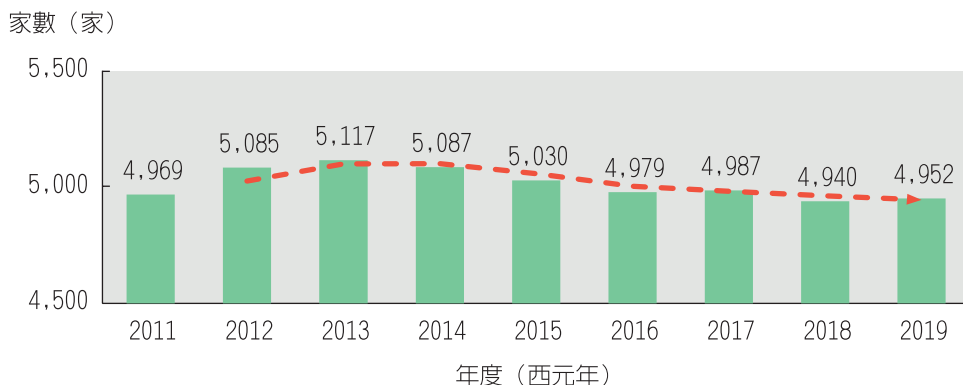
02

● 1. 圖書出版產業

1.1. 整體產業樣貌

1.1.1. 2019 年圖書出版業者家數調查情況

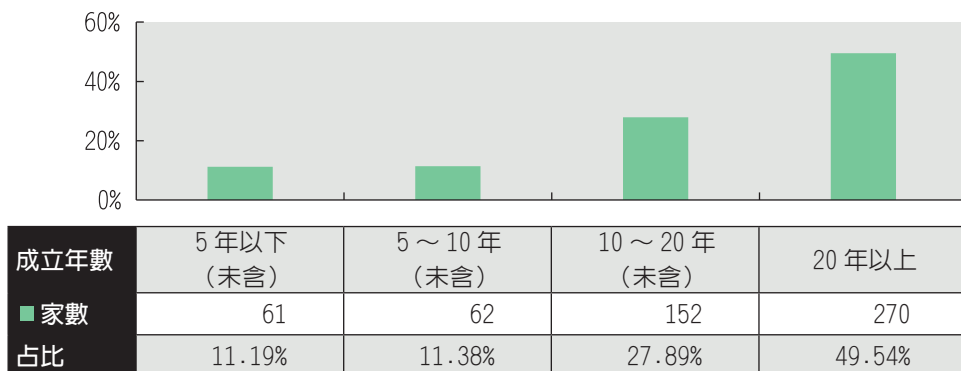
我國繼 2013 年申請 ISBN 之圖書出版機構達高峰後（5,117 家），即呈震盪衰退走勢，2019 年申請 ISBN 之圖書出版機構共計 4,952 家，較 2018 年 4,940 家微幅成長 0.24%。



資料來源：國家圖書館國際標準書號中心。

圖 2-1、我國 2013 年至 2019 年申請 ISBN 之出版機構家數

申請 ISBN 編號 4 組號碼以上之出版社為 971 家，扣除政府機關、學校及個人，僅有 545 家。由此可見，我國出版機構不在少數，然實際出版 4 種以上圖書之民間營利單位則僅占 11.01%，顯見國內圖書出版機構以出版為經營目的者未逾半數。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 年以上者占七成七。

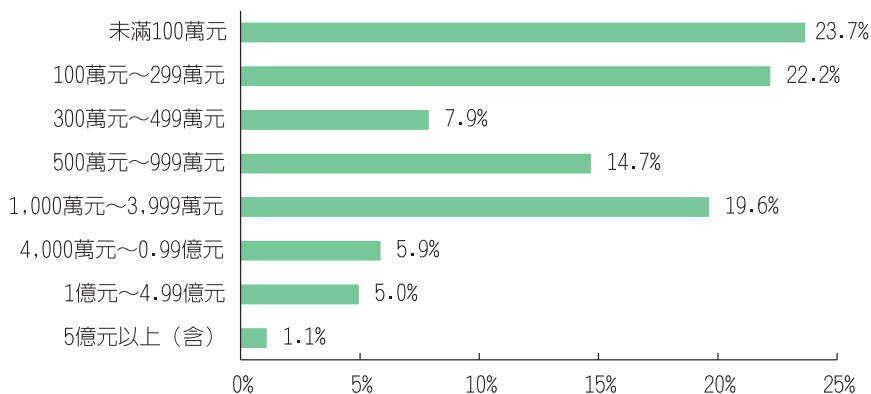


資料來源：本調查整理。

圖 2-2、圖書出版機構成立年數分布概況

1.1.2. 我國圖書出版業者平均資本規模

我國出版產業登記資本額新臺幣 1,000 萬元以下的業者有 373 家，占比達 68.44%，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。



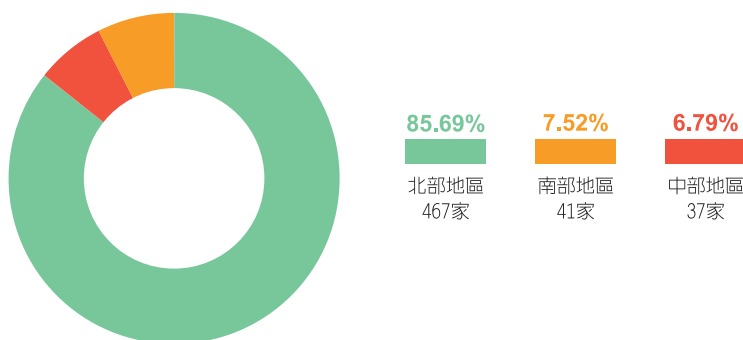
說明：N=545。

資料來源：本調查整理。

圖 2-3、我國圖書出版機構登記資本額分布概況

1.1.3. 我國圖書出版業者分布地區情況

全國出版產業者多集中在北部地區（85.7%），其中又以臺北市（52.8%）、新北市（30.3%）所占份額最重，大臺北地區合計達 83.1% 之比例，其餘地區比重皆不高。



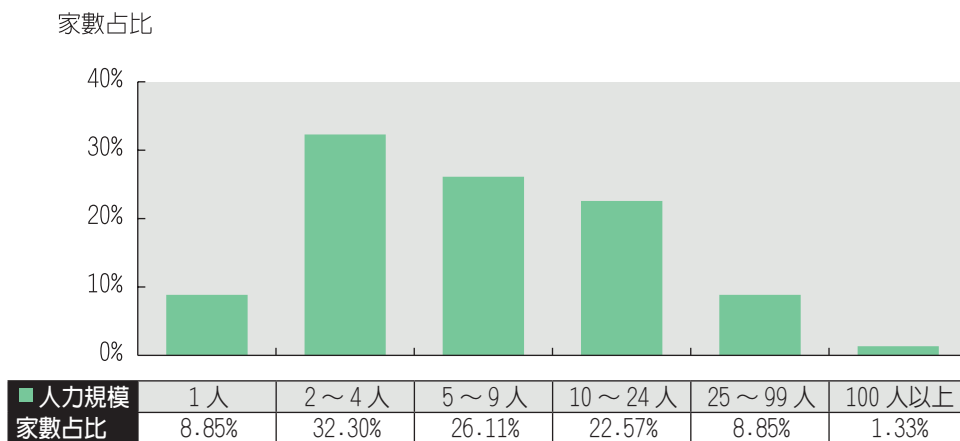
說明：北部地區包含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、宜蘭縣；中部地區包含苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；南部地區包含嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣。

資料來源：本調查整理。

圖 2-4、我國圖書出版機構區位分布

1.1.4.2019 年我國圖書出版業者從業人員情況

2019 年圖書出版業者人力僱用規模多集中在「1 至 4 位」、「5 至 24 位」兩大區間，兩者比例各占四到五成，可觀察出傳統出版業者的員工僱用人數多落在 10 人以內，顯示我國出版產業的投入人力仍以小規模為主。



說明：N=226。

資料來源：本調查整理。

圖 2-5、2019 年我國圖書出版業者人力僱用規模

1.2. 營收與商業模式

1.2.1. 當年度我國圖書出版產業總營收推估

針對 2019 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六折計算）及上架出版種數⁴ 32,381 種⁵（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⁶ 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（八一折），求得整體圖書市場銷售金額⁷。

依上述推估結果，2019 年圖書「出版端」，於四大網路書店上架之新書（32,381 種）營業額為新臺幣 88 億 1,529 萬元，另未於主要通路上架之新書（3,534 種）營業額為新臺幣 2 億 9,865 萬元，合計 2019 年圖書「出版端」整體新書營業額為新臺幣 91 億 1,394 萬元，相較 2018 年（新臺幣 87 億 4,249 萬元）成長 4.25%。另透過新書銷貨冊數占比加以計算，2019 年圖書「出版端」整體（新舊書）圖書營業額為新臺幣 169 億 1,418 萬元，相較 2018 年（新臺幣 179 億 5,173 萬元）衰退 5.78%。若以「零售端」計，整體新書營業額為新臺幣 108 億 1,188 萬元，相較 2018 年（新臺幣 111 億 1,334 萬元）下滑 2.71%；「零售端」整體（新舊書）圖書營業額為新臺幣 219 億 2,739 萬元，相較 2018 年（新臺幣 228 億 2,000 萬元）衰退 3.91%。我國圖書出版 2019 年總營業額（出版端、零售端合計）為新臺幣 388 億 4,157 萬元，相較 2018 年（新臺幣 407 億 7,173 萬元）衰退 4.73%。

4. 2019年申請ISBN計有36,810種書籍（實際值），其中有25,397種於四大網路書店（博客來、誠品、金石堂、三民）中上架（實際值），整體上架率為68.99%。本調查另根據「2019年度申請ISBN且實際於當年度出版者」占整體比重（81.99%）推估「2019年申請ISBN中有實際出版者」（30,181種 / 推估值），並加上「2018年申請ISBN但延後一年至2019年出版者」的新書種數（6,943種 / 推估值），推估2019年度整體實際出版新書種數為37,124種（實體書35,520種、電子書及電子出版品1,604種，此為推估值）。

5. 四大網路書店上架種數=盤點四大網路書店上架種數（25,397種）+（2019年實體書新書出版種數 35,520種－盤點四大網路書店上架種數25,397種）x四大網路書店上架率（68.99%）

6. 新書係指當年度所出版之書籍。

7. 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（32.76%）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

表 2-1、我國圖書出版產業整體規模歷年發展趨勢

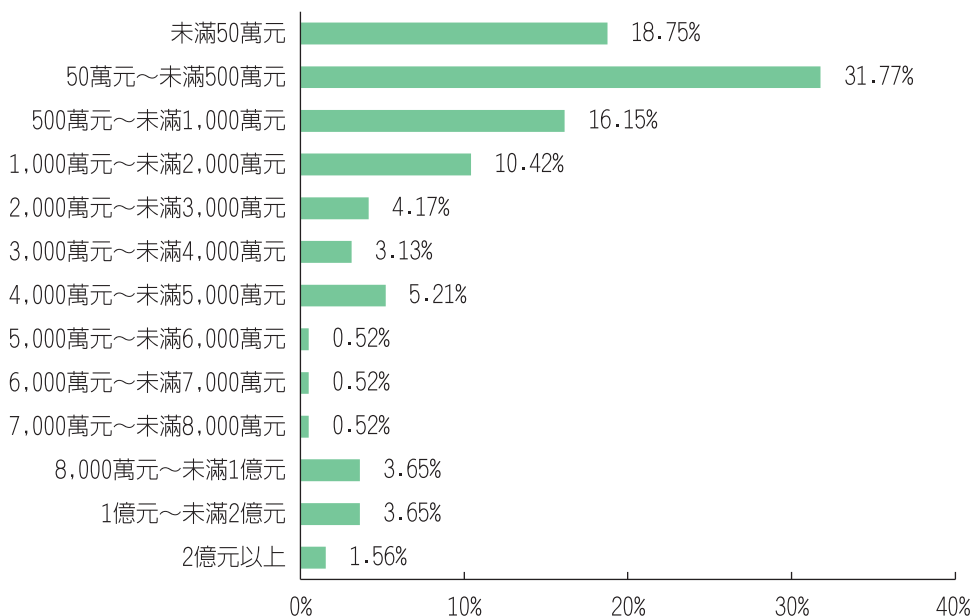
單位：新臺幣（億元）、%

年度	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
出版端	199.25	192.92	193.99	179.52	169.14
成長率	—	-3.18%	0.55%	-7.46%	-5.78%
零售端	238.50	232.09	238.51	228.20	219.27
成長率	—	-2.69%	2.77%	-4.32%	-3.91%
總營收（合計）	437.75	425.01	432.50	407.72	388.42
成長率	—	-2.91%	1.76%	-5.73%	-4.73%

資料來源：本調查整理。

1.2.2. 當年度營收項目與結構

關於圖書出版機構 2019 年營業額分布，全年營業收入低於新臺幣 500 萬元者占 50.52%，顯示我國圖書出版機構多屬中小型事業經營規模。

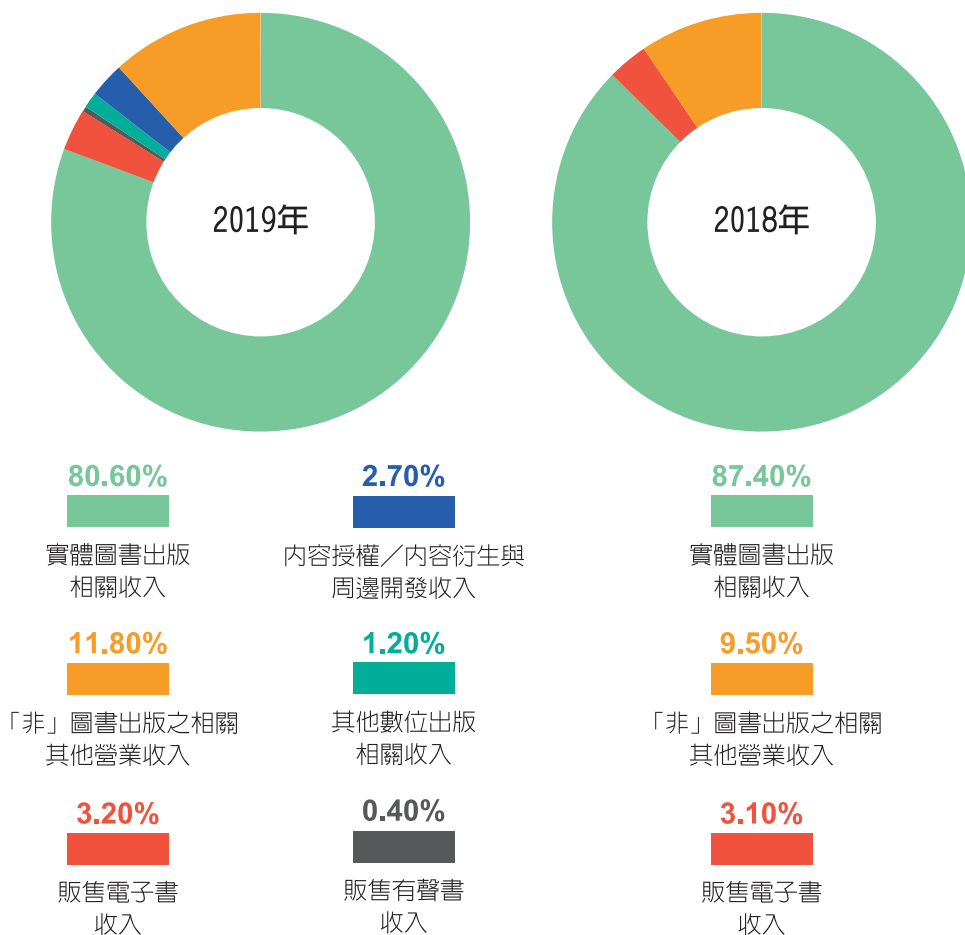


說明：N=192。

資料來源：本調查整理。

圖 2-6、2019 年我國圖書出版機構全年營業額

2019 年圖書出版機構收入來源仍以實體圖書出版相關收入（80.6%）為主，不過該項收入較 2018 年呈下滑趨勢；反之，數位出版收入比重（4.8%）較上年成長 1.7 個百分點。



說明：1. 2018 年末針對「販售有聲書收入」、「其他數位出版相關收入」、「內容授權／內容衍生與周邊開發收入」進行調查。

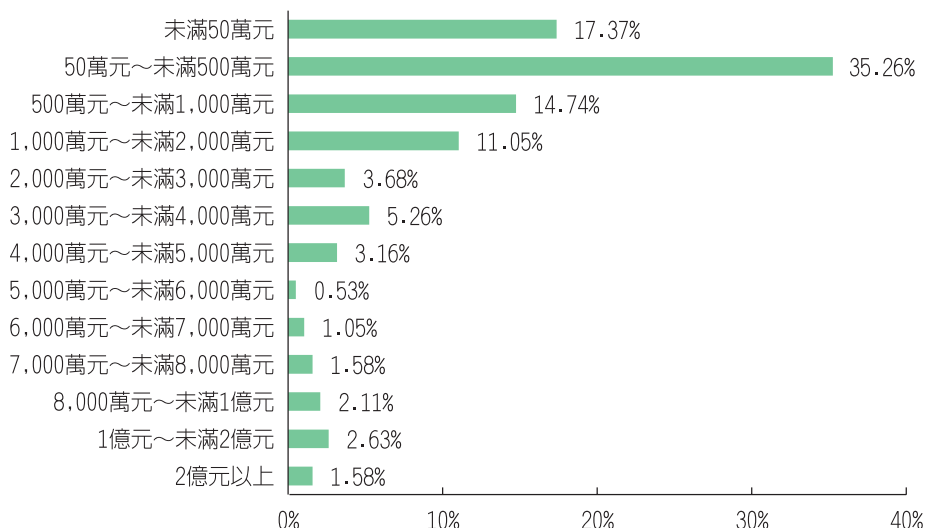
2. 2018 年 N=138、2019 年 N=189。

資料來源：本調查整理。

圖 2-7、2019 年我國圖書出版機構收入來源分布情形

1.2.3. 當年度圖書出版產業支出情況與結構

2019 年我國圖書出版機構有 52.63% 全年營業支出低於 500 萬，14.74% 介於 500 萬至未滿 1,000 萬元，合計近七成業者支出未滿新臺幣 1,000 萬元。

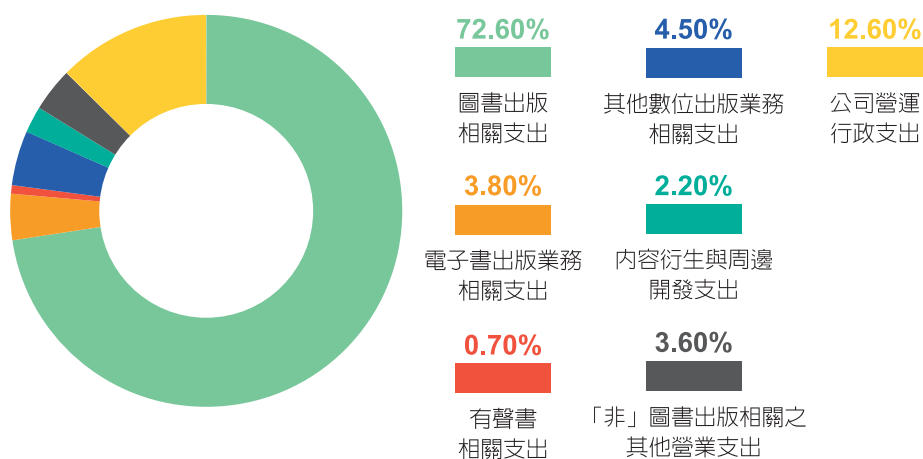


說明：N=190。

資料來源：本調查整理。

圖 2-8、2019 年我國圖書出版機構全年支出情形

2019 年我國圖書出版機構的圖書出版相關支出占比為 72.6%，較上年成長 3.8 個百分點；非圖書出版相關支出則占 3.6%，較上年衰退 3.6 個百分點。



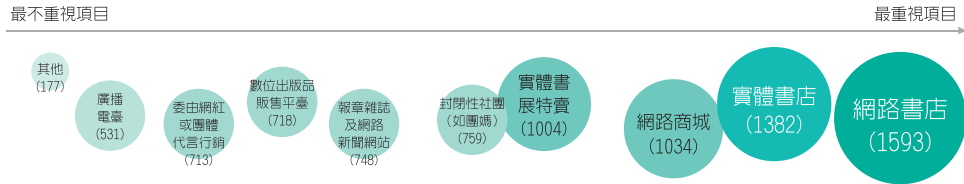
說明：N=183。

資料來源：本調查整理。

圖 2-9、2019 年我國圖書出版機構支出項目分布情形

1.2.4.2019 年我國圖書出版業者行銷資源投放管道

2019 年我國圖書出版機構以「網路書店」作為主要行銷管道，其次是實體書店、網路商城，以及實體書展特賣。而「其他」行銷管道則包含透過社群媒體或線下活動來擴大圖書行銷宣傳。



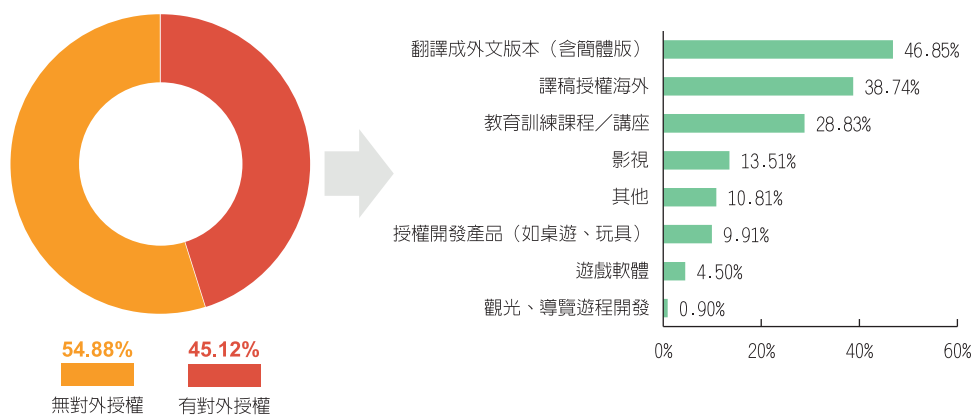
說明：每個項目可得分數區間為1～10，括號內數字表示所有填答者 (N=204) 對該項目給予的總得分。
資料來源：本調查整理。

圖 2-10、2019 年我國圖書出版機構行銷資源投放管道

1.3.IP 授權趨勢

1.3.1.2019 年圖書對外授權之產品與服務類型

2019 年有針對本土原創圖書、外文書譯稿進行對外授權之圖書出版機構約占 45.12%，授權產品／服務類型又以「翻譯成外文版本（含簡體版）」（46.85%）占比最高。



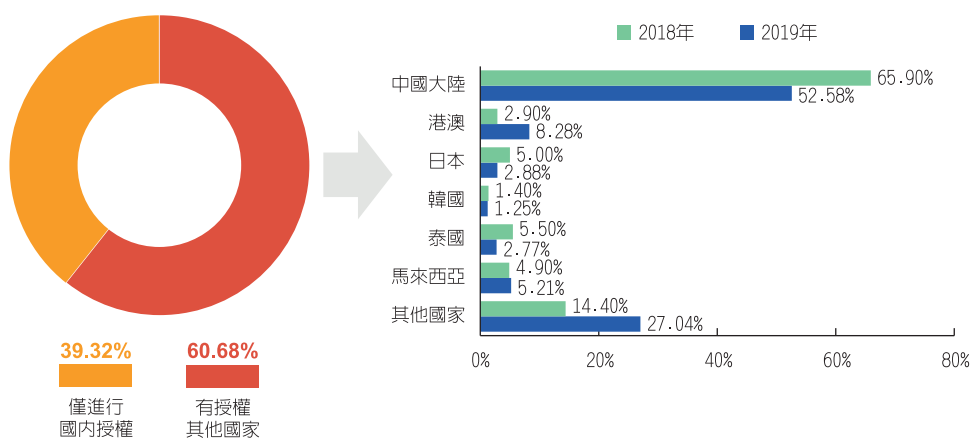
說明：N=111。

資料來源：本調查整理。

圖 2-11、2019 年我國圖書出版機構對外授權之產品／服務類型

1.3.2.2019 年圖書版權銷售至海外情形

2019 年有進行圖書版權銷售的圖書出版機構當中，約六成（60.68%）有銷售圖書版權至其他地區或國家，其餘 39.32% 則是僅以國內授權為主。其中，有銷售圖書版權至海外的出版機構中，授權國以中國大陸（52.58%）、港澳地區（8.28%）為主，與上年調查結果相比，授權至中國大陸的占比衰退 13.32 個百分點，而港澳地區占比則成長 5.38 個百分點。另外，從「其他國家」來源國占比（27.04%）相較上年（14.40%）顯著成長的態勢來看，可推測我國圖書出版機構的授權國家有多元化的趨勢，除了以往頻繁接觸的國家之外，新加坡、美國、越南也是 2019 年重要授權國。



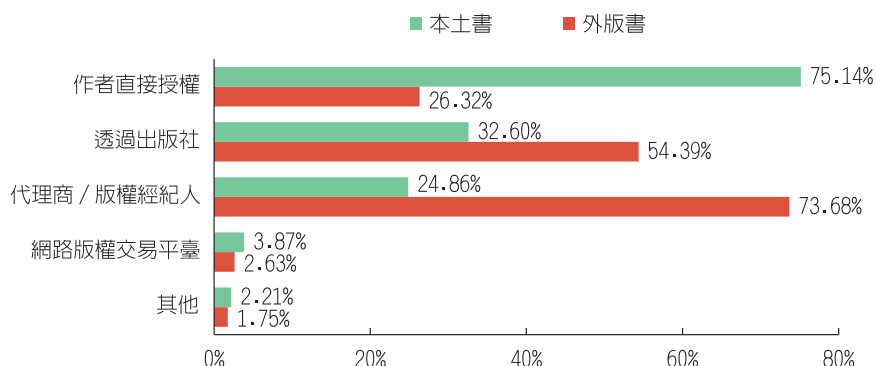
說明：2018 年 N=157、2019 年 N=117。

資料來源：本調查整理。

圖 2-12、2019 年我國圖書出版機構之版權收入來源國占比

1.3.3.2019 年我國本土與外版書的對外授權管道

我國圖書出版機構針對本土書的對外授權以透過「作者直接授權」(75.14%) 占比最高，其次是透過「出版社」(32.60%) 以及「代理商 / 版權經紀人」(24.86%)。而外版書的主要授權管道與本土書有些不同，外版書有超過七成(73.68%) 的比例是透過「代理商 / 版權經紀人」協助洽談授權，其次是透過「出版社」(54.39%)，由作者直接授權的比例僅占 26.32%。



說明：1. 可複選。

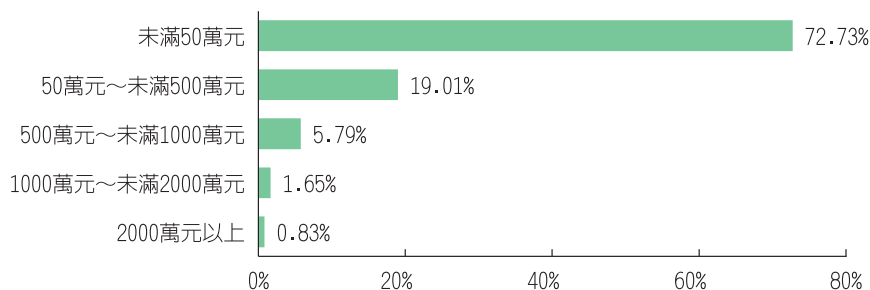
2. 本土書N=114、外版書N=181。

資料來源：本調查整理。

圖 2-13、2019 年我國本土與外版書的對外授權管道

1.3.4.2019 年我國圖書出版授權收入情形

我國圖書出版機構的對外授權業務仍以小規模為主，2019 年超過七成(72.73%) 業者的全年授權收入低於 50 萬，全年授權收入低於 500 萬元者達九成(91.74%)。



說明：N=121。

資料來源：本調查整理。

圖 2-14、2019 年我國圖書出版機構授權收入情況

1.4. 產業觀測指標

1.4.1.2019 年申請國際標準書號（ISBN）書籍上架率

盤點國家圖書館國際標準書號中心 ISBN 申請資訊，當年度申請出版之 36,810 種書籍，其中有 25,397 種於四大網路書店中上架，整體上架率為 68.99%。若僅就店銷書部分進行探討，其中有 21,091 種於四大網路書店中上架，整體上架率為 57.30%。

表 2-2、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍上架率

單位：種、%

整體					
通路名稱	整體	博客來	誠品	金石堂	三民
商品數	25,397	22,112	20,448	19,909	24,075
比重	68.99%	60.07%	55.55%	54.09%	65.40%

單位：種、%

店銷書					
通路名稱	整體	博客來	誠品	金石堂	三民
商品數	21,091	18,421	17,889	17,365	20,175
比重	57.30%	50.04%	48.60%	47.17%	54.81%

資料來源：本調查整理。

1.4.2. 2019 年主要通路實際上架各類圖書之出版機構家數及類型

2019 年各類型圖書出版種數以文學小說為最多，相較 2018 年增加 97 種，共計 3,494 種；其次是童書 / 青少年文學（2,747 種）及專業 / 教科書 / 政府出版品（2,690 種），且上述兩類圖書出版種數皆較 2018 年呈成長景況。2019 年出版廠商家數最多的為專業 / 教科書 / 政府出版品，共 350 家，且相較 2018 年增加 27 家。

表 2-3、2019 年各類圖書於主要通路實際上架概況

單位：家、種、%

編號	圖書類型	廠商家數		種數 (%)	
		2018 年	2019 年	2018 年	2019 年
1	商業理財	295	304	1,712 (7.0%)	1,423 (5.6%)
2	文學小說	318	330	3,397 (14.0%)	3,494 (13.8%)
3	輕小說	48	45	1,094 (4.5%)	869 (3.4%)
4	藝術設計	261	265	965 (4.0%)	1,055 (4.2%)
5	社會科學	228	233	813 (3.3%)	1,064 (4.2%)
6	人文史地	224	237	1,215 (5.0%)	1,593 (6.3%)
7	自然科普	154	151	421 (1.7%)	412 (1.6%)
8	電腦資訊	40	46	644 (2.6%)	648 (2.6%)
9	語言學習	144	151	889 (3.7%)	1,263 (5.0%)
10	心理勵志	197	165	992 (4.1%)	934 (3.7%)
11	宗教命理	218	223	801 (3.3%)	678 (2.7%)
12	醫療保健	192	162	804 (3.3%)	748 (3.0%)
13	飲食	123	132	629 (2.6%)	518 (2.0%)
14	生活風格	183	143	952 (3.9%)	778 (3.1%)
15	旅遊	103	105	483 (2.0%)	440 (1.7%)
16	漫畫書	41	42	1,832 (7.5%)	2,210 (8.7%)
17	親子教養	90	92	251 (1.0%)	217 (0.9%)
18	童書 / 青少年	193	202	2,185 (9.0%)	2,747 (10.8%)
19	考試用書	97	106	1,795 (7.4%)	1,616 (6.4%)
20	專業 / 教科書 / 政府出版品	323	350	2,456 (10.1%)	2,690 (10.6%)
	總計	1,634	1,649	24,330 (100.0%)	25,397 (100.0%)

資料來源：本調查整理。

1.4.3.2019 年本國與非本國作者作品（翻譯書）比重

於四大網路書店上架之 25,397 種圖書中，本國作者書籍上架種數為 16,234 種，占 63.92%；外國作者書籍上架種數 9,163 種，出版比例為 36.08%。與上年度相比，2019 年本國作者書籍於主要通路上架比重較 2018 年（64.4%）略為下滑，而相對地，外國作者書籍上架比重則較 2018 年（35.6%）略微提升。

若僅就店銷書部分進行探討，於四大網路書店上架之 21,091 種圖書中，本國作者書籍出書種數為 12,260 種，占 58.13%；外國作者出書種數 8,831 種，出版比例為 41.87%，不過 2019 年本國作者之店銷書於主要通路上架比重較 2018 年（57.7%）略有提升，外國作者書籍上架比重則較 2018 年（42.3%）略微降低。

表 2-4、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	本國作者書籍		翻譯書籍	
	整體	店銷書	整體	店銷書
數量	16,234	12,260	9,163	8,831
比重	63.92%	58.13%	36.08%	41.87%

資料來源：本調查整理。

1.4.4.2019 年非本國作品（翻譯書）之來源國分布

我國翻譯作品來源國，不論是整體圖書或店銷書，皆以日本為主要來源國家。

表 2-5、我國申請國際標準書號（ISBN）書籍來源國分布

單位：種、%

編號	來源國家	整體種數（比重）		編號	來源國家	店銷書種數（比重）	
		2018 年	2019 年			2018 年	2019 年
1	日本	4,410 (50.9%)	4,676 (51.0%)	1	日本	4,379 (51.5%)	4,584 (51.9%)
2	美國	1,694 (19.5%)	1,835 (20.0%)	2	美國	1,602 (18.9%)	1,702 (19.3%)
3	英國	521 (6.0%)	719 (7.9%)	3	英國	512 (6.0%)	686 (7.8%)
4	中國大陸	920 (10.6%)	690 (7.5%)	4	中國大陸	904 (10.6%)	667 (7.6%)
5	韓國	371 (4.3%)	411 (4.5%)	5	韓國	368 (4.3%)	402 (4.6%)
6	其他國家	361 (4.2%)	400 (4.4%)	6	其他國家	351 (4.1%)	381 (4.3%)
7	法國	251 (2.9%)	262 (2.9%)	7	法國	249 (2.9%)	248 (2.8%)
8	德國	138 (1.6%)	170 (1.9%)	8	德國	131 (1.5%)	162 (1.8%)
合計		8,666 (100.0%)	9,163 (100.0%)	合計		8,496 (100.0%)	8,832 (100.0%)

資料來源：本調查整理。

1.4.5.2019 年主要通路實際上架圖書之定價及折扣概況

我國 2019 年各類圖書定價，2019 年圖書每頁定價約為 2.32 元，相較 2018 年（2.21 元）成長 0.11 元。若以眾數而言，2019 年各類型圖書之定價落在 400 元以下，且相較 2018 年有所成長。整體而言，與去年度相比，多數圖書類型之平均定價皆有所調漲，僅少數類型圖書如商業理財、藝術設計、自然科普、電腦資訊、宗教命理、生活風格，以及專業 / 教科書 / 政府出版品之定價呈下滑態勢。

2019 年各類型圖書平均折扣較 2018 年皆未有明顯變化，而 2019 年折扣相對優惠之類型（八三折）以人文史地、醫療保健及親子教養等三類圖書。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與九五折以下，與一般圖書消費市場常見折扣區間相符。

表 2-6、2019 年各類圖書於網路書店通路之定價及折扣概況

單位：新臺幣元、折

號	圖書類型	價格類型（新臺幣元）				折扣類型（折數）			
		2018 年		2019 年		2018 年		2019 年	
		平均	眾數	平均	眾數	平均	眾數	平均	眾數
1	商業理財	420	400	414	400	8.5	9.0	8.4	9.0
2	文學小說	309	170	359	170	8.5	9.0	8.5	9.0
3	輕小說	231	192	257	220	8.6	9.0	8.5	9.0
4	藝術設計	533	350	532	380	8.6	9.0	8.4	9.0
5	社會科學	421	300	454	380	8.6	9.0	8.4	9.0
6	人文史地	508	380	510	380	8.5	9.0	8.3	9.0
7	自然科普	671	350	534	350	8.5	9.0	8.4	7.9
8	電腦資訊	521	580	512	580	8.6	9.0	8.4	9.0
9	語言學習	402	320	436	350	8.4	9.0	8.4	7.9
10	心理勵志	324	300	390	320	8.3	7.9	8.4	7.9
11	宗教命理	423	300	406	380	8.6	9.0	8.7	9.0
12	醫療保健	410	350	423	380	8.4	9.0	8.3	7.9
13	飲食	429	380	447	380	8.2	7.9	8.4	9.0
14	生活風格	385	380	375	350	8.4	7.9	8.4	9.0
15	旅遊	364	380	409	380	8.3	9.0	8.5	9.0
16	漫畫書	149	130	176	130	8.9	9.0	8.9	9.0
17	親子教養	346	350	384	320	8.3	7.9	8.3	7.9
18	童書 / 青少年	312	280	339	280	8.4	9.0	8.4	9.0
19	考試用書	458	500	489	450	8.9	9.0	8.8	9.0
20	專業 / 教科書 / 政府出版品	517	300	474	350	9.2	9.5	9.0	9.5
	總計	390	300	408	350	8.6	9.0	8.6	9.0

資料來源：本調查整理。

1.4.6.2019 年當年度新書之電子書出版概況

本年度有別於文化部歷年《臺灣出版產業調查》之電子書盤點來源，改以博客來網路書店、樂天 Kobo 電子書商城等兩個主要數位出版品流通販售平臺進行盤點。經清查盤點，2019 年當年度新書之電子書出版上架種數為 9,967 種。其中，「原生電子書」為 369 種（3.7%），以樂天 Kobo 電子書商城之自助出版作品為主。而 2019 年度新書之電子書出版語言以繁體中文為大宗（96.3%），其次則為簡體中文（3.4%），其它語言總計未達 1.0%。

表 2-7、2019 年我國新書之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	其它	總計
整體	2018 年	9621 (94.9%)	371 (3.7%)	142 (1.3%)	15 (0.1%)	10,149 (100.0%)
	2019 年	9,597 (96.3%)	345 (3.4%)	19 (0.2%)	6 (0.1%)	9,967 (100.0%)
店銷書	2018 年	8,505 (94.5%)	344 (3.7%)	140 (1.6%)	15 (0.1%)	9,004 (100.0%)
	2019 年	8,676 (95.9%)	343 (3.8%)	17 (0.2%)	6 (0.1%)	9,042 (100.0%)

說明：1.2019 年度電子書盤點來源與過往文化部歷年《臺灣出版產業調查》不同，故本表比較僅供參考。

2.「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。

資料來源：本調查整理。

1.4.7.2019 年當年度新書之電子書出版類型

在電子書類型方面，以「文學小說」類的種數最多，達 1,968 種（19.7%），其次則為「輕小說」類（11.0%）及「商業理財」類（7.8%）。另關於 2019 年度新書之電子書檔案格式，博客來網路書店與樂天 Kobo 電子書商城之新書電子書皆為 ePub 格式。

2019 年新書之電子書零售平均價格為 248 元，較文化部 2018 年《臺灣出版產業調查》之電子書總平均售價 300 元低（減少 17.3%）。若以新書之電子書價格眾數觀察，整體平均零售價格眾數為 245 元，較文化部 2018 年報告的電子書售價眾數 211 元高（成長 16.1%）。

表 2-8、2019 年我國各類型新書之電子書零售價格及出版家數

單位：新臺幣元、家、%

編號	電子圖書類型	種數	價格（新臺幣元）		廠商家數
			平均	眾數	
1	文學小說	1,968 (19.7%)	193	59	198 (36.7%)
2	商業理財	772 (7.8%)	269	245	121 (22.4%)
3	藝術設計	370 (3.7%)	432	280	67 (12.4%)
4	人文史地	586 (5.9%)	302	245	109 (20.2%)
5	社會科學	469 (4.7%)	252	99	129 (23.9%)
6	自然科普	162 (1.6%)	315	245	64 (11.9%)
7	心理勵志	707 (7.1%)	234	250	139 (25.8%)
8	醫療保健	340 (3.4%)	253	245	95 (17.6%)
9	飲食	231 (2.3%)	303	266	63 (11.7%)
10	生活風格	422 (4.2%)	237	399	87 (16.1%)
11	旅遊	203 (2.0%)	263	315	54 (10.0%)
12	宗教命理	496 (5.0%)	228	50	104 (19.3%)
13	親子教養	216 (2.2%)	241	266	70 (13.0%)
14	童書 / 青少年文學	476 (4.8%)	195	79	75 (13.9%)

編號	電子圖書類型	種數	價格（新臺幣元）		廠商家數
			平均	眾數	
15	輕小說	1,096 (11.0%)	148	140	31 (5.8%)
16	語言學習	342 (3.4%)	227	193	51 (9.5%)
17	考試用書	540 (5.4%)	388	307	15 (2.8%)
18	電腦資訊	186 (1.9%)	326	364	26 (4.8%)
19	專業 / 教科書 / 政府出版品	385 (3.9%)	350	315	23 (4.3%)
總計		9,967 (100.0%)	248	245	539 (100.0%)

說明：1. 因同一廠商可能會出版2種類型以上的電子圖書，故各項電子圖書類型之廠商家數百分比加總不等於100.0%，廠商家數總計已扣除重複者之數字。

2. 本表分類以博客來網路書店之電子書分類為主，而電子漫畫分類另立小節說明，故此處不再呈現。

3. 因本年度電子書盤點來源與過往文化部歷年《臺灣出版產業調查》不同、電子書分類亦與過往報告不同而無法進行年度比較，故僅呈現2019年度情況。

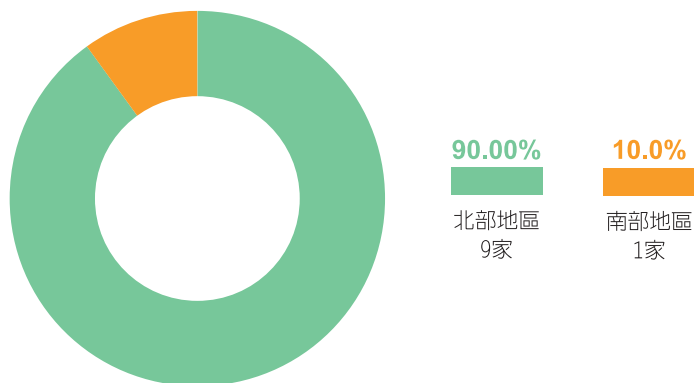
資料來源：本調查整理。

● 2. 漫畫出版產業

2.1. 整體產業樣貌

2.1.1. 2019 年我國漫畫出版業者家數調查暨分布地區情況

2019 年漫畫出版產業調查對象計有 10 家，其地理分布以北部地區為最高，達 90.0%，其中以座落於臺北市（80.0%）為主，而北部地區之外的漫畫出版業者，僅有 1 家位於臺南市（10.0%）。

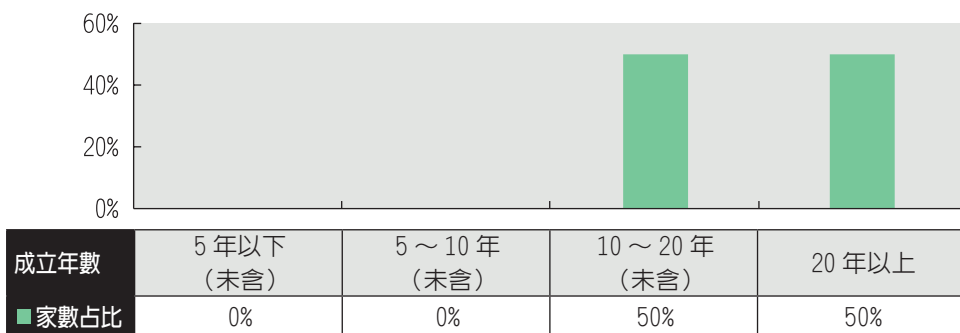


說明：北部地區包含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、宜蘭縣；南部地區包含嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣。

資料來源：本調查整理。

圖 2-15、我國漫畫出版機構區位分布

就成立年數觀之，我國漫畫出版社皆為經營 10 年以上的資深業者，當前新進的漫畫相關業者多以線上創作暨閱讀平臺的經營形式投入，與傳統漫畫出版社有所不同，不過當前的資深漫畫出版社多已進行相關的轉型工作，除了持續拓展業務與市場外，亦希望藉由轉型鞏固其市場地位與既有客群。



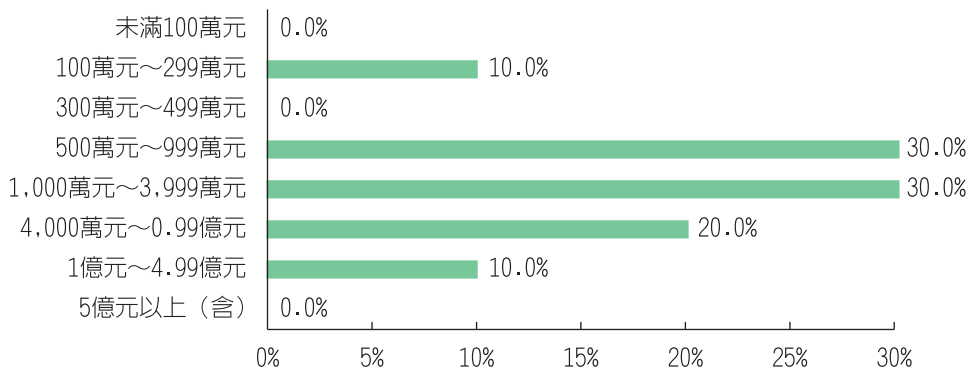
說明：N=10。

資料來源：本調查整理。

圖 2-16、我國漫畫出版機構成立年數情況

2.1.2. 我國漫畫出版業者平均資本規模

我國漫畫出版產業之資本額多集中在新臺幣 500 萬元至 3,999 萬元業者占比最高（合計 60.0%），顯示我國漫畫出版社多為中大型業者為主，其中資本額逾新臺幣 1 億元的大型漫畫出版機構為跨國出版集團，經營業務橫跨漫畫、小說、各類文創產業等。



說明：N=10。

資料來源：本調查整理。

圖 2-17、我國漫畫出版機構登記資本額概況

2.2. 營收與商業模式

2.2.1. 當年度漫畫出版產業總營收推估

本年度漫畫出版產業總營收推估，與圖書出版產業推估方法相似，若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，本調查依據當年度 ISBN 實際盤點資訊，並藉由問卷回卷之代表性廠商的出版種數、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⁸。

依上述推估，2019 年「出版端」整體（含新舊書）紙本漫畫營業額為新臺幣 4 億 3,397 萬元，相較 2018 年新臺幣 4 億 4,227 萬元衰退 1.88%；「零售端」整體（含新舊書）紙本漫畫營業額為新臺幣 5 億 5,166 萬元，相較 2018 年新臺幣 5 億 8,371 萬元衰退 5.49%。我國漫畫出版 2019 年總營業額（出版端、零售端合計）為新臺幣 9 億 8,563 萬元，相較 2018 年（新臺幣 10 億 2,599 萬元）衰退 3.93%。

表 2-9、我國漫畫出版產業整體規模歷年發展趨勢

單位：新臺幣（億元）、%

年度	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
出版端	5.46	5.22	4.77	4.42	4.34
成長率	—	-4.46%	-8.62%	-7.22%	-1.88%
零售端	7.14	6.8	6.38	5.84	5.52
成長率	—	-4.46%	-6.46%	-8.53%	-5.49%
總營業額（合計）	12.60	12.04	11.15	10.26	9.86
成長率	—	-4.46%	-7.40%	-7.97%	-3.93%

資料來源：本調查整理。

8. 整體漫畫營業額計算公式如下：

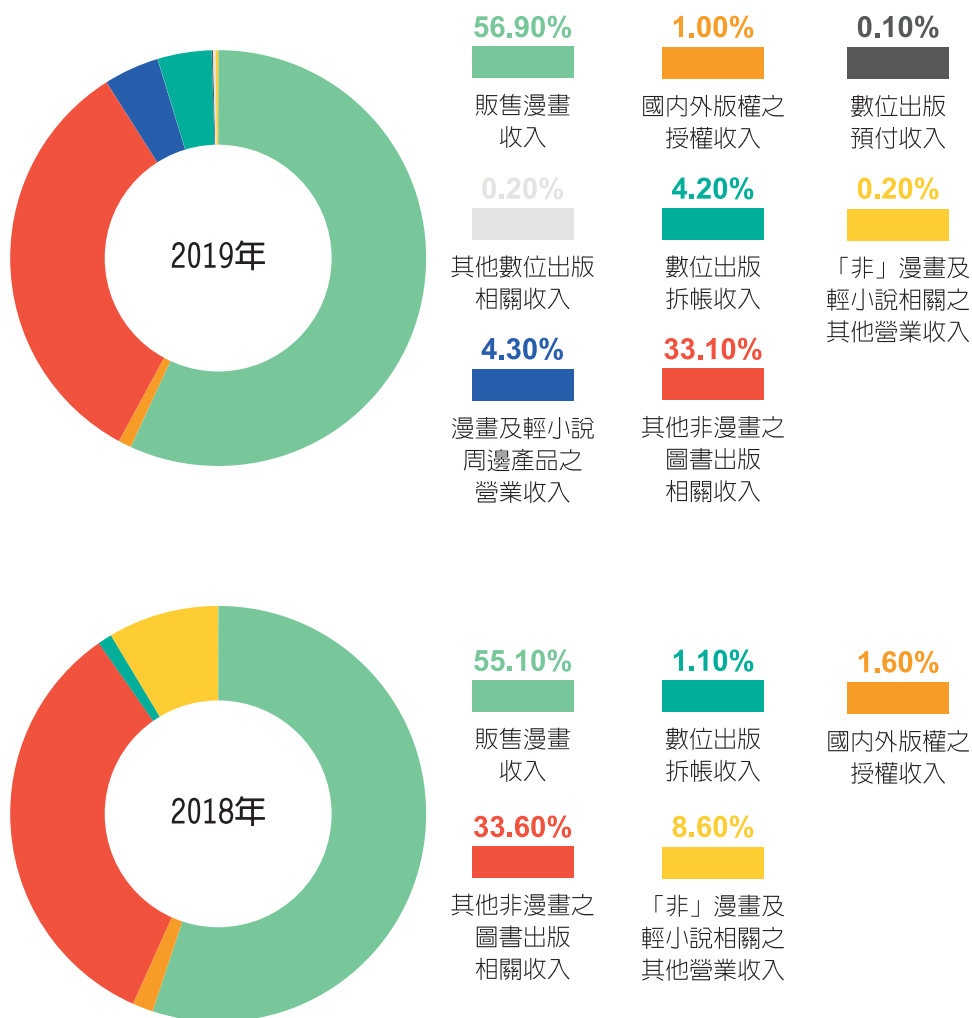
①：代表性廠商新書漫畫營業額 = 出版種數 x 銷售冊數 x 平均批發價格

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

2.2.2. 當年度營收結構與項目

2019 年專營漫畫出版機構營收結構與項目，仍以販售漫畫（56.9%）為其主要收入來源，不過數位出版收入占比則呈逐年成長態勢。



說明：1. 2018年調查無詢問業者「漫畫及輕小說周邊產品之營業收入」，而該年度「數位出版預付收入」、「其他數位出版相關收入」皆為0.0%，故無呈現。

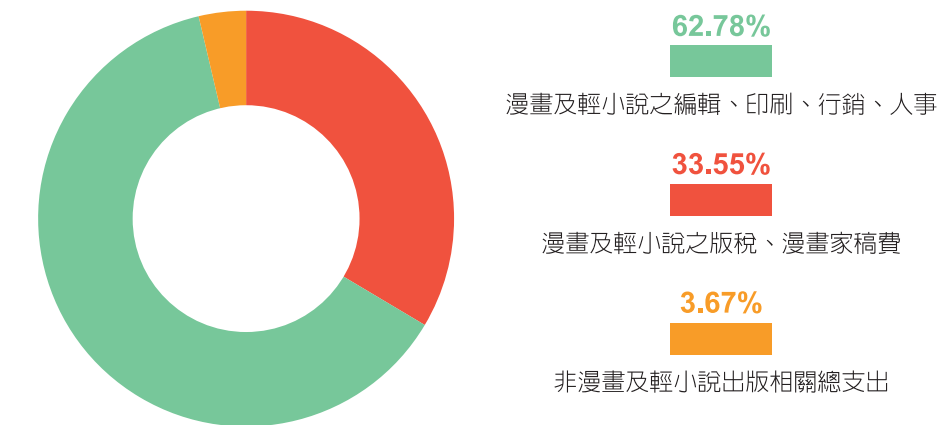
2. 2018年N=5、2019年N=5。

資料來源：本調查整理。

圖 2-18、2019 年我國漫畫出版機構收入來源情況

2.2.3. 當年度漫畫出版產業支出情況與結構

我國專營漫畫出版機構 2019 年全年支出情形，業者仍以漫畫及輕小說內容相關業務的支出為主，占比高達 96.33%。



說明：1. 可複選。

2. N=5。

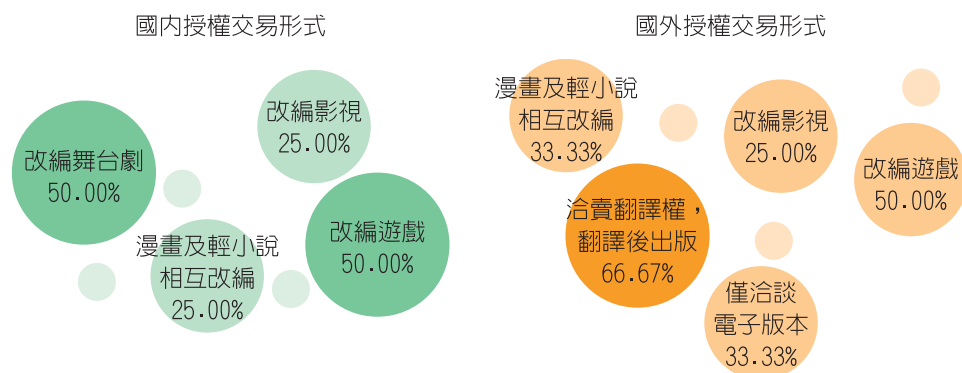
資料來源：本調查整理。

圖 2-19、2019 年我國漫畫出版機構支出項目情況

2.3. IP 授權趨勢

2.3.1. 2019 年我國漫畫對外授權之產品與服務類型

2019 年我國專營漫畫出版機構對外授權，以改編「遊戲」及「舞臺劇」較為常見。國外授權方面，則是以「洽談翻譯權，翻譯後出版」（66.67%）占比最高。然而，由於漫畫受訪對象樣本數較少，因此上述統計結果僅供參考，不宜進行果斷的趨勢解讀。



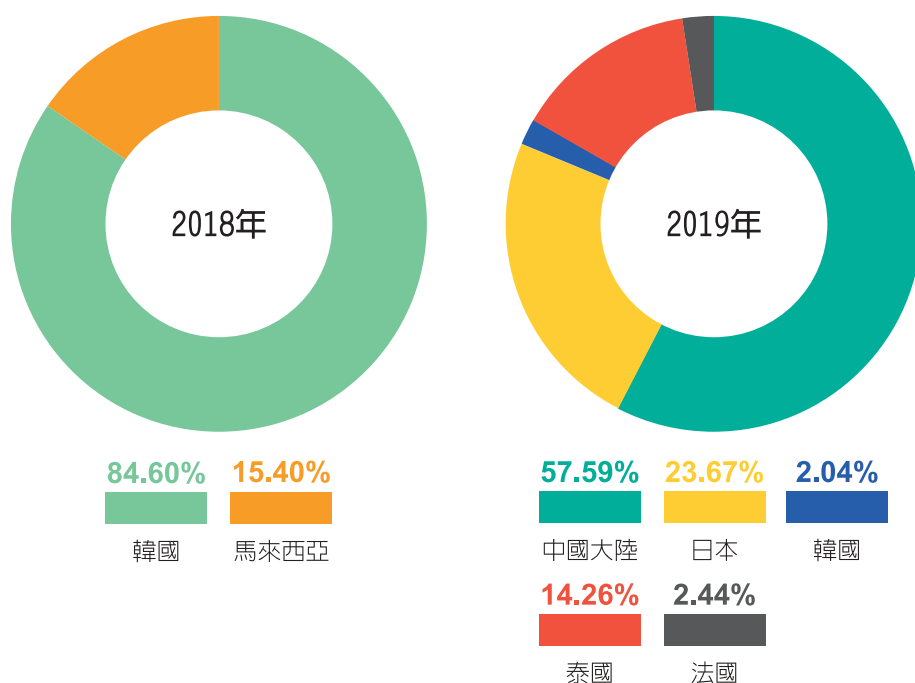
說明：國內授權 N=4、國外授權 N=3。

資料來源：本調查整理。

圖 2-20、2019 年我國漫畫出版機構之國內外授權交易形式

2.3.2.2019 年我國漫畫版權銷售至海外情形

2019 年我國專營漫畫出版機構之版權收入來源國，以中國大陸（57.59%）占比最高，其次依序為日本（23.67%）、泰國（14.26%）。2018 年僅以韓國與馬來西亞涵括整個版權交易市場，2019 年我國漫畫主要授權國則有多元化之趨勢。然而，此一調查結果可能會受到每年回卷業者經營狀況差異或單年度大型合作案的個案挹注情況，而有統計上的些微偏誤，因此進行跨年度比較時宜謹慎解讀。



說明：2018 年 N=5、2019 年 N=5。
資料來源：本調查整理。

圖 2-21、2019 年我國專營漫畫出版機構之版權收入來源國占比

2.4. 產業觀測指標

2.4.1. 2019 年我國電子漫畫出版類型與格式概況

我國電子漫畫出版情況主要盤點自 Book Walker、博客來兩大平臺。2019 年電子漫畫出版種數為 1,938 種，較 2018 年的 1,807 種成長 7.3%。其中以繁體中文出版品為主，共 1,937 種，僅 1 種為英文版本。

表 2-10、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	
2018 年	464 (25.7%)	946 (52.4%)	191 (10.6%)	34 (1.9%)	161 (8.9%)	11 (0.6%)	1,807 (100.0%)
2019 年	516 (26.6%)	675 (34.8%)	209 (10.8%)	139 (7.2%)	383 (19.8%)	16 (0.8%)	1,938 (100.0%)

資料來源：本調查整理。

2019 年電子漫畫 100% 採用 EPUB 檔案，以 EPUB 固定版型⁹為大宗（98.15%），流動版型¹⁰僅占 1.85%。目前電子漫畫平臺仍以紙本漫畫先行出版為主，2019 年僅 146 種電子漫畫為紙本電子同步發行（EP 同步），占全年度電子漫畫 7.53%，而電子限定者則有 130 種，占全年度電子漫畫 6.71%。

表 2-11、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	
2018 年	1,784 (98.7%)	15 (0.8%)	7 (0.4%)	1 (0.1%)	1,807 (100.0%)
2019 年	1,938 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1,938 (100.0%)

說明：由於今年度與去年度盤點來源不同，2018 年以 Book Walker、HyRead 為主要盤點平臺，而今年度將 HyRead 改以博客來取代，因此在出版格式統計上將有所差異，建議僅參考整體趨勢。

資料來源：本調查整理。

9. 使用與紙本書同樣的版式，較為豐富但內容版型固定。使用小型行動裝置閱讀時，需自行手動調整內容大小與移動閱讀區域。

10. 使用動態排版技術的檔案格式，讓書籍的文字與圖片排版可以符合閱讀用裝置規格，減少版面調整移動。

2.4.2.2019 年我國電子漫畫零售價格及出版家數

電子漫畫零售價格，與紙本漫畫相較偏低，整體電子漫畫平均零售價格為 61 元，較 2018 年的 79 元下滑 22.8%。2019 年出版電子漫畫總出版機構家數則為 31 家，較 2018 年的 43 家衰退 28.0%，其中可發現，經營少女類及淑女類之廠商家數有明顯下滑趨勢。

表 2-12、2019 年我國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	
		2018 年		2019 年		2018 年	2019 年
		平均	眾數	平均	眾數		
1	少年	83	55	65	41	25 (58.1%)	25 (80.7)
2	少女	57	55	53	50	21 (48.8%)	11 (35.5)
3	青年	96	55	84	69	20 (46.5%)	19 (61.3)
4	淑女	90	29	41	40	9 (20.9%)	4 (12.9%)
5	BL（少年愛）	77	69	63	40	10 (23.3%)	10 (32.3)
6	百合（GL）	73	71	83	69	4 (9.3%)	4 (12.9%)
	總計	79	55	61	50	43 (100.0%)	31 (100.0%)

說明：因同一廠商可能會出版 2 種類型以上的電子漫畫，故各項電子漫畫類型之廠商家數百分比加總不等於 100.0%，廠商家數總計為已扣除重複者之數字。

資料來源：本調查整理。

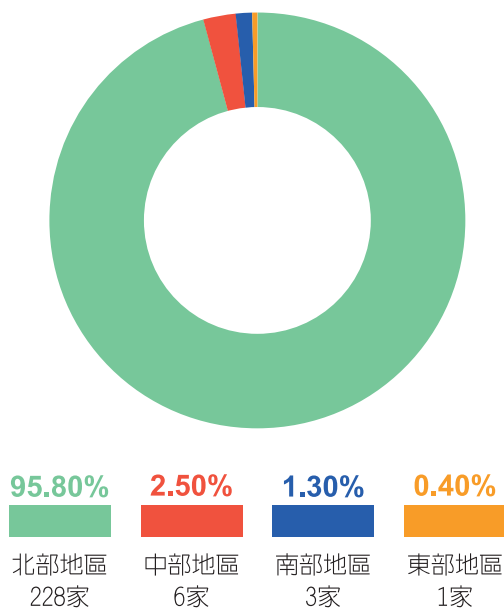
● 3. 雜誌出版產業

3.1. 整體產業樣貌

3.1.1. 2019 年我國雜誌出版業者家數暨區位分布情況

本年度雜誌出版產業調查之對象，以 ISSN 國際期刊號資訊、上下游市集（小地方 / 小雜誌）、Pinkoi（獨立刊物）、臺灣出版資訊網及臺北市雜誌同業公會等主要調查來源，盤點出我國 2019 年目前有經營雜誌出版相關業務者約為 290 家，扣除結束營業、政府機關、個人出版、無法取得聯繫、非營利組織等單位後，實際有效雜誌出版業者共 238 家。本年度雜誌出版業者主要集中在北部地區最高比例（95.80%），大臺北地區合計達 94.53%，其餘地區占比皆不及一成。

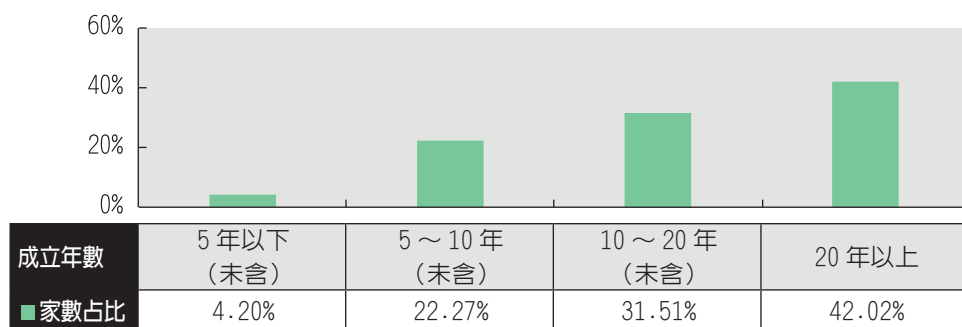
我國雜誌出版業者經營發展年數超過 10 年者逾七成，許多發展歷程久且具代表性之雜誌業者仍然活躍於市場上。



說明：北部地區包含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、宜蘭縣；中部地區包含苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；南部地區包含嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣；東部地區包含花蓮縣、臺東縣。

資料來源：本調查整理。

圖 2-22、我國雜誌出版機構區位分布



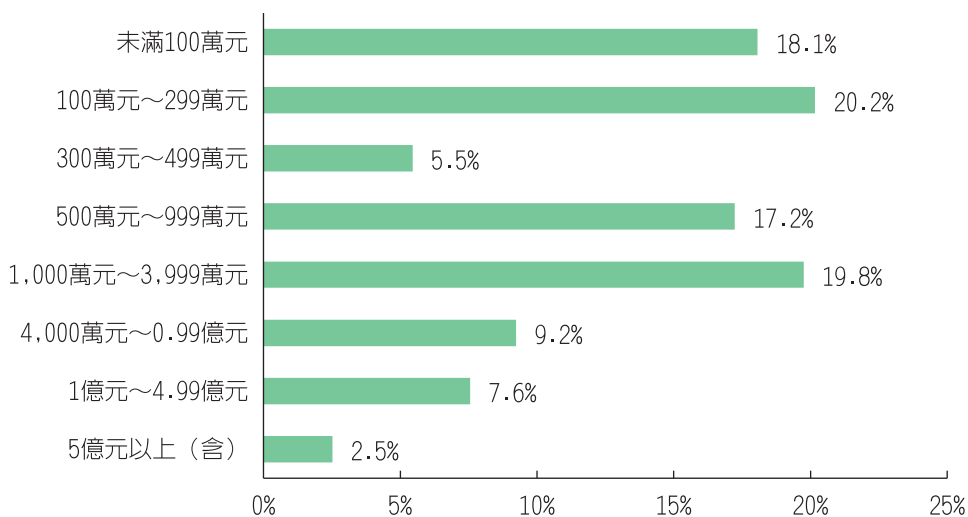
說明：N=238。

資料來源：本調查整理。

圖 2-23、我國雜誌出版機構成立年數情況

3.1.2. 雜誌出版業者平均資本規模

我國雜誌出版業者登記資本額新臺幣 1,000 萬元以下之廠商家數共 145 家，占比達六成（60.93%），顯示我國雜誌出版產業以中小型企業型態經營者居多數。資本額逾新臺幣 1 億元之大型出版機構，多為發展歷程久且具相當品牌力之雜誌業者。



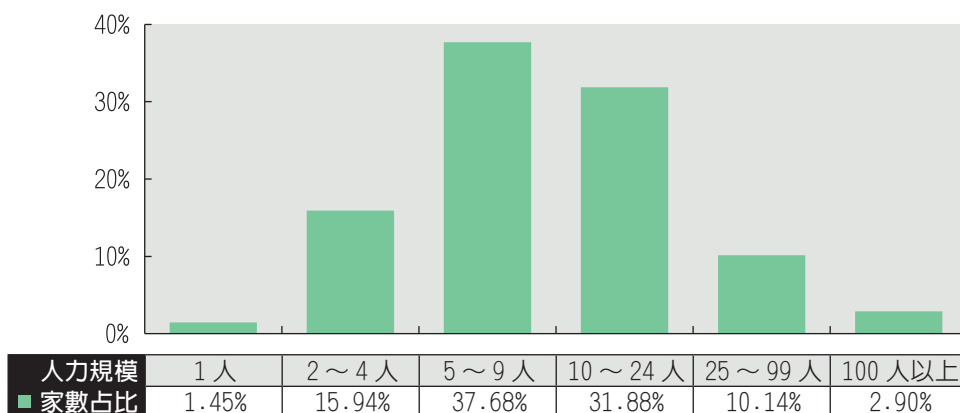
說明：N=238。

資料來源：本調查整理。

圖 2-24、我國雜誌出版業者登記資本額概況

3.1.3.2019 年雜誌出版業者從業人員情況

2019 年我國雜誌出版業者僱用或投入人力不及 10 人的雜誌出版業者（55.07%）超過五成。



說明：N=69。

資料來源：本調查整理。

圖 2-25、2019 年我國雜誌出版業者人力僱用規模

3.2. 營收與商業模式

3.2.1. 當年度雜誌出版產業總營收推估

透過財政部財稅資料撈取廠商統編營業額，概得 2019 年雜誌出版產業整體廠商營業額為新臺幣 314 億 4,614 萬元，並透過問卷調查結果加權計算，推得 2019 年雜誌出版產業市場規模（含廣告收入）約為新臺幣 118 億 1,746 萬元，相對 2018 年新臺幣 123 億 148 萬元衰退 3.9%。

另以雜誌「出版端」的推估結果（新臺幣 118 億 1,746 萬元）為基礎，進行訂戶端及零售端的營業額估計¹¹。將其客戶區分為訂戶及零售兩類，分別占雜誌「出版端」營業額的 59.23% 及 40.77%，進而計算來自訂戶端與零售端的營收。其中，零售端的銷貨配比分為經銷（總經銷加經銷）及直銷（除經銷外之各管道加總）兩種，分別占 54.0%、46.0%。

依上述推估結果，2019 年雜誌出版「訂戶端」營業額為新臺幣 69 億 9,987 萬元；「零售端」之直銷管道所獲取的營業額為新臺幣 22 億 1,491 萬元；「零售端」之經銷管道所獲取的營業額為新臺幣 31 億 9,350 萬元，總計 2019 年雜誌出版的總營業額為新臺幣 124 億 828 萬元，與 2018 年相比衰退 3.92%。

表 2-13、我國雜誌出版產業整體規模歷年發展趨勢

單位：新臺幣（億元）、%

年度	2016 年	2018 年	2019 年
整體雜誌收入	144.99	129.14	124.08
成長率	—	-10.93%	-3.92%

說明：2015 年、2017 年無針對雜誌產業進行調查。

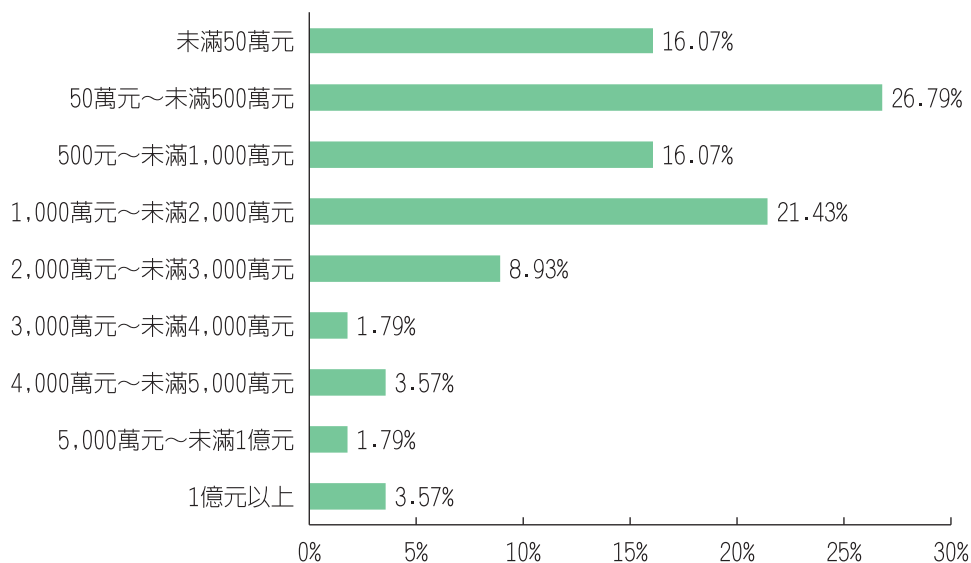
資料來源：本調查整理。

11. 整雜誌出版營業額分解計算過程如下：

- ①：訂戶端營收 = 雜誌出版端營業額 x 訂戶占比（59.23%）
- ②：出版端之零售營收 = 雜誌出版端營業額 x 零售占比（40.77%）
- ③：直銷管道所獲取的營業額 = ② x 零售的直銷占比（46.0%）
- ④：經銷管道所獲取的營業額 = ② x 零售的經銷占比（54.0%）/ 平均批發折扣（67 折）x 平均零售折扣（83 折）
- ⑤：整體雜誌出版總營業額 = ① + ③ + ④

3.2.2. 當年度營收結構與項目

我國雜誌出版業者屬於中小型事業經營規模，2019 年有 58.93% 業者之營業收入未達新臺幣 1,000 萬元。

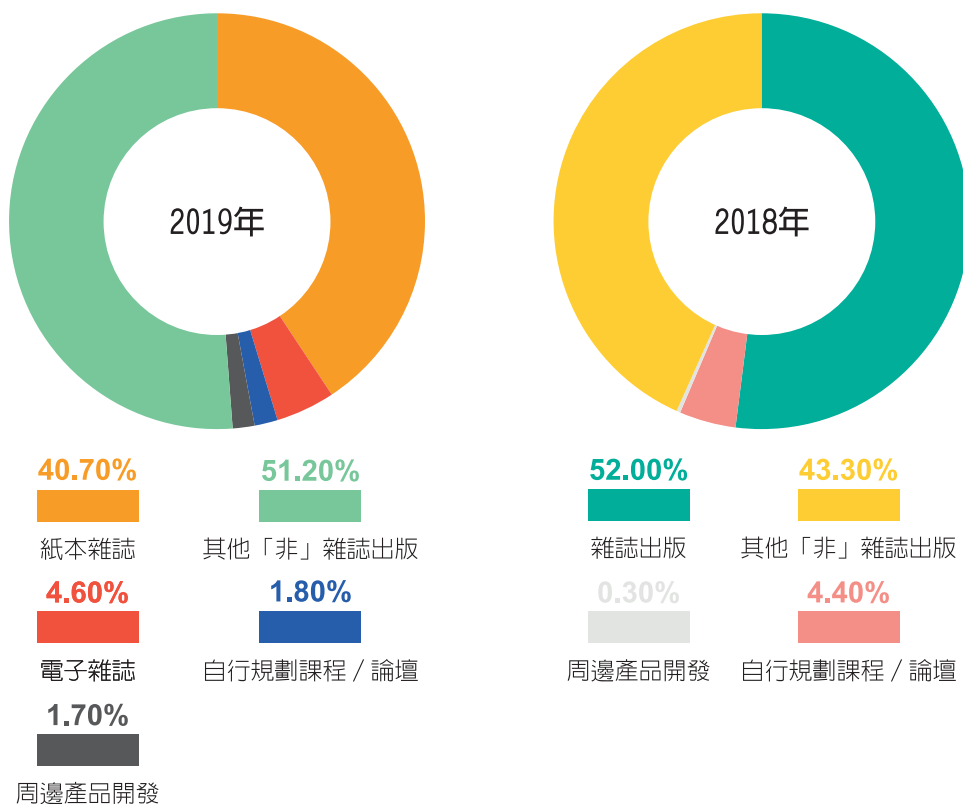


說明：N=56。

資料來源：本調查整理。

圖 2-26、2019 年我國雜誌出版業者全年營業額

2019 年受訪之雜誌出版業者，五成以上收入來自「非雜誌出版相關之其他營收」（54.7%），「雜誌出版相關收入」則占 45.3%。綜觀近年發展，我國雜誌出版業者的經營重心已跳脫傳統雜誌出版領域，傾向採行多元化發展之獲利模式。



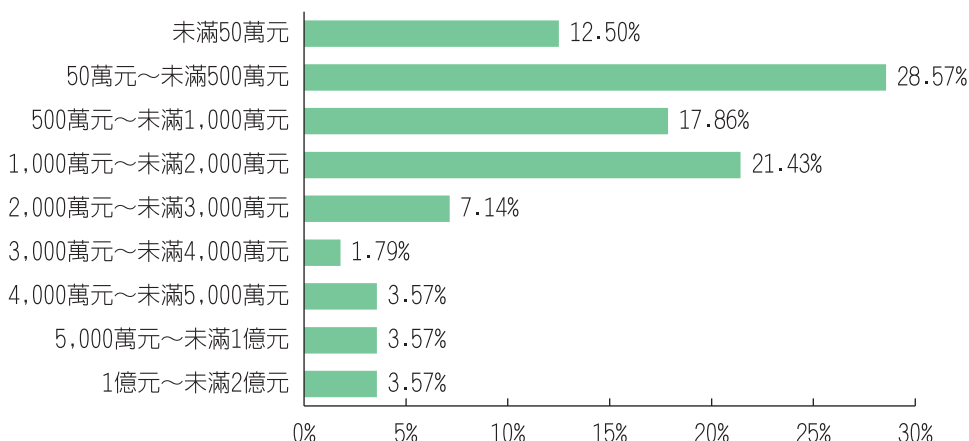
說明：2018 年 N=58、2019 年 N=55。

資料來源：本調查整理。

圖 2-27、2019 年我國雜誌出版業者收入來源情形

3.2.3. 當年度雜誌出版產業支出情況與結構

2019 年我國雜誌出版業者整體支出方面，58.93% 之受訪業者全年支出未達 1,000 萬元，符合我國雜誌出版業者多屬中小型事業情況。

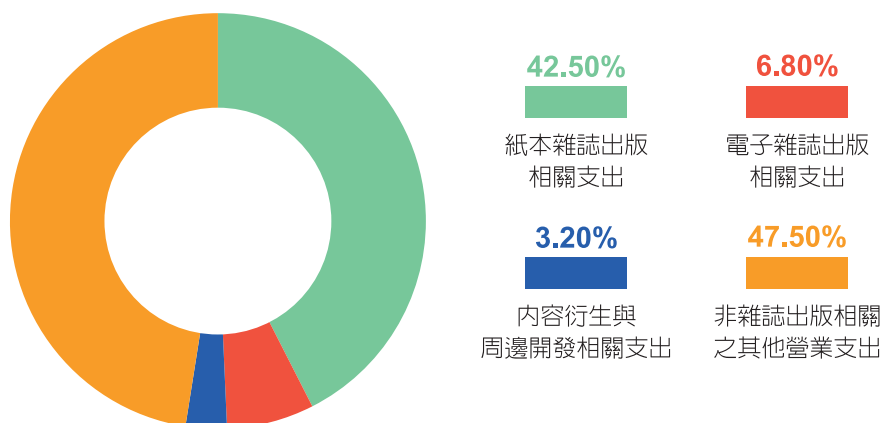


說明：N=56。

資料來源：本調查整理。

圖 2-28、2019 年我國雜誌出版業者全年支出規模

2019 年我國雜誌業者有 52.5% 支出與雜誌出版相關，相較 2018 年調查結果，2019 年非雜誌出版相關支出增加 2.6 個百分點，顯示近年來我國雜誌業者之經營重心已朝向非雜誌出版領域發展。



說明：N=53。

資料來源：本調查整理。

圖 2-29、2019 年我國雜誌出版業者支出用途

3.2.4.2019 年我國雜誌出版業者行銷資源投放管道

2019 年我國雜誌出版業者重視之行銷資源投放管道相似於圖書出版業者，皆以「網路書店」為主，其次是實體書店、網路商城；不同的是，相對於圖書出版業者，雜誌出版業者更加重視「數位出版品流通販售平臺」與「報章雜誌及網路新聞網站」等行銷管道，此結果或可解讀為雜誌出版業者受到網路內容衝擊程度較圖書出版業者大，核心業務轉往線上經營發展的速度更快，行銷資源配置因而以線上管道為主。另外，部分業者也有提及「經銷商」為其重要行銷管道之一。



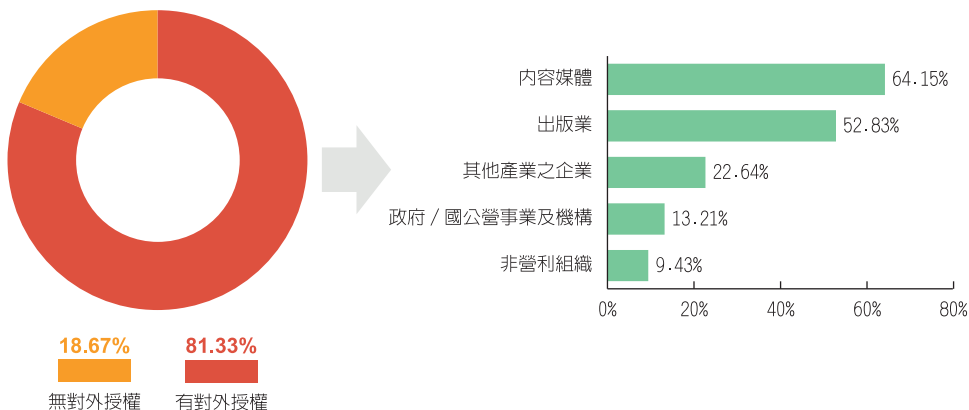
說明：每個項目可得分數區間為 1～11，括號內數字表示所有填答者 (N=61) 對該項目給予的總得分。
資料來源：本調查整理。

圖 2-30、2019 年我國雜誌出版業者行銷資源投放管道

3.3. IP 授權趨勢

3.3.1.2019 年我國雜誌出版業者對外授權對象

2019 年我國雜誌出版業者針對雜誌內容或雜誌品牌進行對外授權者約占 81.33%。其中，授權方式多數仍以內容為主。



說明：有無對外授權 N=75、授權對象 N=61。
資料來源：本調查整理。

圖 2-31、2019 年我國雜誌出版業者對外授權對象

3.3.2. 雜誌出版業者版權銷售至海外情形

2019 年有進行雜誌內容 / 品牌授權的雜誌出版業者中，約 37.21% 有銷售上述版權至其他地區或國家，其餘 62.79% 則是僅以國內授權為主。

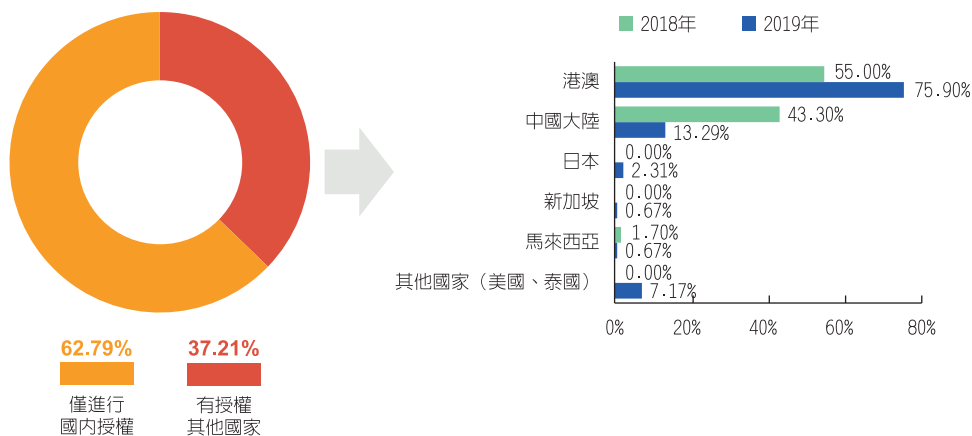


圖 2-32、我國雜誌出版業者版權收入來源國占比

3.3.3. 2019 年我國本土與外版雜誌的對外授權管道

我國雜誌出版業者當前針對本土或外版雜誌的對外授權管道，皆是以「作者直接授權」為主，兩者次要之授權管道則分別為「出版社」（20.75%），以及「版權經紀人（國內外）」（38.71%）。

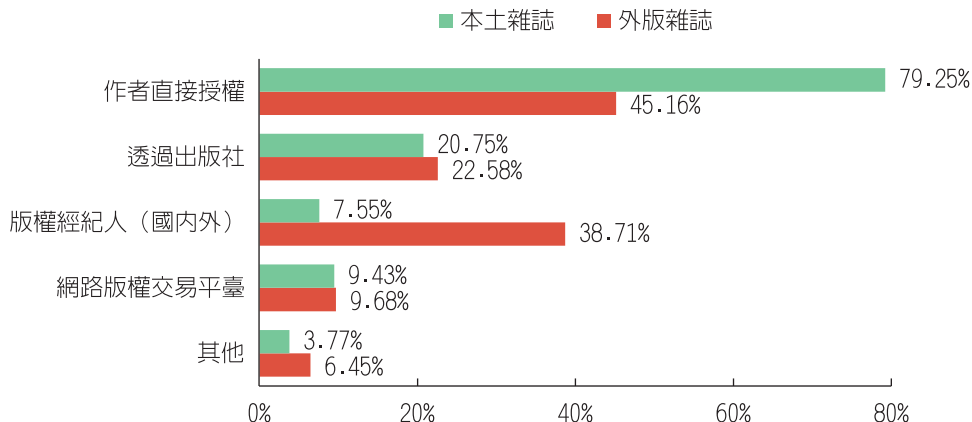
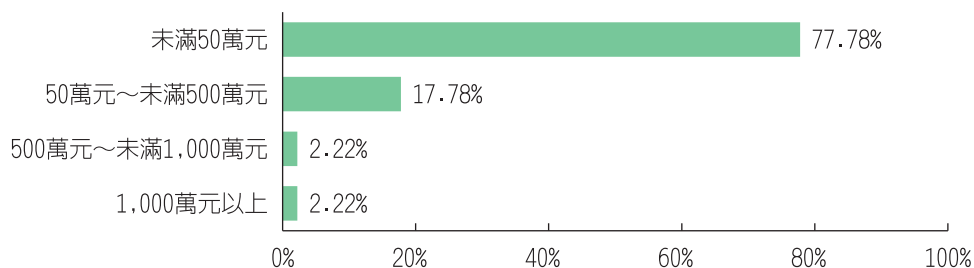


圖 2-33、2019 年我國本土與外版雜誌的對外授權管道

3.3.4. 2019 年我國雜誌授權收入情形

我國雜誌出版業者的對外授權業務仍以小規模為主，2019 年全年授權收入低於 500 萬元者達九成五（95.56%）。



說明：N=45。

資料來源：本調查整理。

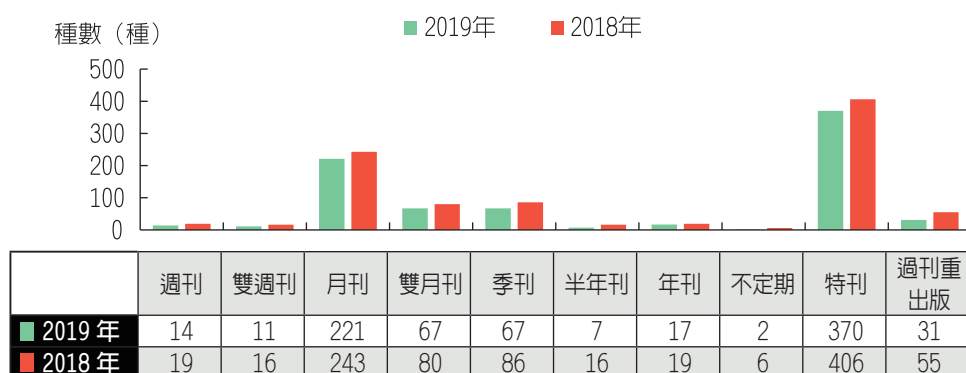
圖 2-34、2019 年我國雜誌出版業者授權收入情況

3.4. 產業觀測指標

3.4.1. 2019 年我國紙本雜誌整體出版概況

目前國際標準期刊號（ISSN）收錄國內雜誌出刊種數仍有其侷限，難以完整呈現我國雜誌出版概況。對此，透過主要通路（四大網路書店：博客來、誠品、金石堂、讀冊）進行盤點，以期得出較完整及詳細之 2019 年雜誌出版概況。

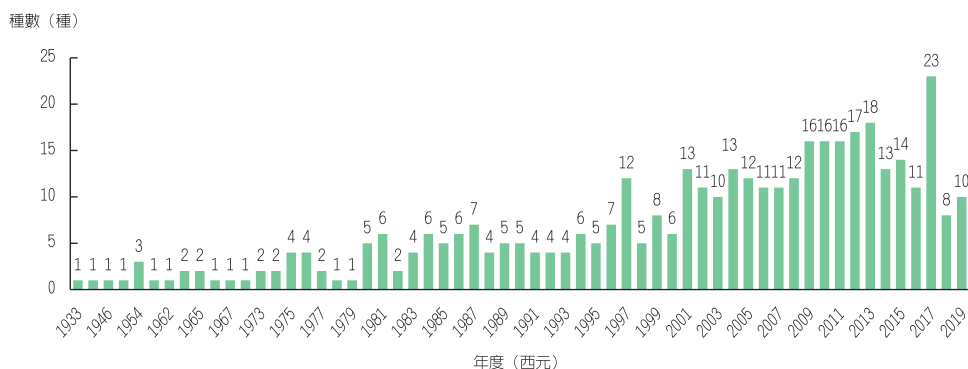
2019 年 806 種店銷雜誌的出刊頻率，以特刊的種數最多（370 種 / 45.91%）；其次為月刊（221 種 / 27.42%），而季刊與雙月刊則各有 67 種（8.31%），並列第三。其餘出刊頻率之雜誌皆少於 50 種。



資料來源：本調查整理。

圖 2-35、2019 年我國紙本雜誌出刊頻率之出版種數

2019 年店銷紙本雜誌（不含特刊、過刊重出版、不定期出刊）創刊年份，主要創刊年份以 2017 年最多，其次則為 2013 年及 2012 年。



說明：不含特刊、過刊重出版、不定期出刊之雜誌。

資料來源：本調查整理。

圖 2-36、2019 年我國紙本店銷雜誌之創刊時間分布

3.4.2. 2019 年我國紙本雜誌各類型出版種數及售價

2019 年紙本雜誌出版類型結構與 2018 年相似，惟各類雜誌發行的來源與特性有所轉變，當今雜誌發行管道與性質已逐漸多元化，且出版型態也朝數位化發展。在售價方面，2019 年各類型紙本雜誌之售價多較 2018 年偏高，惟整體平均價格（207 元）卻較 2018 年（227 元）下滑，主要原因為音樂藝術類、影視偶像類雜誌之平均價格呈明顯下滑態勢。

表 2-14、2019 年我國紙本雜誌各類型出版種數及售價、出版家數

單位：種、新臺幣元

編號	紙本雜誌 類型	出版種數		廠商家數		價格類型（新臺幣元）			
		2018 年	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年		2019 年	
						平均	眾數	平均	眾數
1	人文社會	19	25	16 (4.5%)	23 (7.0%)	206	190	205	100
2	文學史地	27	23	23 (6.5%)	21 (6.4%)	232	162	220	190
3	臺灣地方誌	11	6	11 (3.1%)	6 (1.8%)	192	190	202	143
4	休閒嗜好	87	46	58 (16.3%)	36 (11.0%)	250	189	263	190
5	同志閱讀	7	8	4 (1.1%)	5 (1.5%)	416	456	516	760
6	自然科學	16	4	4 (1.1%)	2 0.6%)	305	284	323	284
7	汽機車	22	14	17 (4.8%)	11 (3.4%)	184	190	162	160
8	男性風尚	34	30	20 (5.6%)	15 (4.6%)	326	189	436	190
9	建築裝潢	29	27	18 (5.1%)	16 (4.9%)	196	190	230	190
10	流行時尚	26	31	20 (5.6%)	22 (6.7%)	196	190	174	190
11	相機攝影	6	7	6 (1.7%)	5 (1.5%)	171	165	339	333
12	音樂音響	8	5	7 (2.0%)	5 (1.5%)	188	190	197	190
13	音樂藝術	12	8	10 (2.8%)	7 (2.1%)	321	741	241	238
14	家庭生活	72	105	22 (6.2%)	28 (8.6%)	131	94	129	94
15	旅遊情報	61	35	26 (7.3%)	21 (6.4%)	158	189	174	238
16	時尚美妝	38	32	26 (7.3%)	21 (6.4%)	207	190	223	190
17	財經企管	218	187	44 (12.4%)	42 (12.8%)	140	94	145	94

編號	紙本雜誌 類型	出版種數		廠商家數		價格類型（新臺幣元）			
		2018 年	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年		2019 年	
						平均	眾數	平均	眾數
18	新聞時事	14	12	11 (3.1%)	12 (3.7%)	161	122	169	143
19	運動競技	24	20	13 (3.7%)	14 (4.3%)	182	189	192	160
20	電腦科學	43	52	24 (6.7%)	27 (8.3%)	232	224	238	284
21	語言學習	45	37	11 (3.1%)	13 (4.0%)	228	131	202	284
22	影視偶像	21	15	10 (2.8%)	7 (2.1%)	323	122	204	131
23	調查研究報告	4	3	4 (1.1%)	3 (0.9%)	257	238	263	238
24	學術期刊	4	4	4 (1.1%)	4 (1.2%)	224	200	226	190
25	機關雜誌	5	4	5 (1.4%)	4 (1.2%)	149	124	226	190
26	親子育樂	52	45	22 (6.2%)	18 (5.5%)	231	160	284	160
27	藝術設計	28	22	21 (5.9%)	19 (5.8%)	219	266	222	171
28	其它	13	-	-	-	329	142	-	-
合計		946	807	356	327	227	190	207	94

資料來源：本調查整理。

3.4.3.2019 年我國店銷型紙本雜誌於主要通路上架率

2019 年店銷型紙本雜誌於主要通路的上架率，以金石堂網路書店之 635 種為最多，上架率 78.7%；其次依序為博客來網路書店、讀冊生活網路書店，以及誠品網路書店。

表 2-15、2019 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
2018 年	商品數	946	544	339	737	491
	比重	100.0%	57.5%	35.8%	77.9%	51.9%
2019 年	商品數	807	505	331	635	422
	比重	100.0%	62.6%	41.0%	78.7%	52.3%

說明：1. 本調查於 2019 年 4 月至 6 月、2020 年 7 月至 8 月盤點上述四大網路書店所得之資料。

2. 各網路書店所上架的紙本雜誌，彼此間可能重複，故各家比例加總非等於 100.0%。

資料來源：本調查整理。

3.4.4.2019 年我國電子雜誌類型及格式概況

本年度電子雜誌檔案格式以 PDF 格式為主（84.7%），EPUB 格式僅占 4.7%，相較於 2018 年，EPUB 格式者及 PDF / EPUB 雙格式者呈現成長，純 PDF 格式者則出現下滑的情況。

表 2-16、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	
2018 年	24 (3.6%)	603 (91.4%)	30 (4.5%)	3 (0.5%)	660 (100%)
2019 年	31 (4.7%)	563 (84.7%)	69 (10.4%)	2 (0.3%)	665 (100%)

資料來源：本調查整理。

3.4.5. 2019 年我國電子雜誌各類型零售價格及出版家數

2019 年整體電子雜誌的平均零售價格則約為 187 元，相較 2018 年呈漲價趨勢。2019 年出版電子雜誌之出版機構家數則為 297 家，較 2018 年的 306 家，小幅衰退 2.9%。

表 2-17、2019 年我國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	
		2018 年		2019 年		2018 年	2019 年
		平均	眾數	平均	眾數		
1	人文社會	66	50	124	198	5 (1.6%)	4 (1.4%)
2	女性時尚	148	120	172	120	26 (8.5%)	18 (6.1%)
3	文學宗教	93	80	83	80	11 (3.6%)	10 (3.4%)
4	休閒生活	102	79	106	99	77 (25.2%)	61 (20.5%)
5	成人	283	169	333	399	73 (23.9%)	88 (29.6%)
6	汽車音響	100	30	130	181	10 (3.3%)	9 (3.0%)
7	男性風尚	126	120	126	60	24 (7.8%)	14 (4.7%)
8	親子家庭	111	10	114	129	18 (5.9%)	22 (7.4%)
9	流行時尚	97	68	84	88	6 (2.0%)	5 (1.7%)
10	財經企管	121	150	138	99	31 (10.1%)	39 (13.1%)
11	商業理財	158	250	138	99	16 (5.2%)	9 (3.0%)
12	新聞娛樂	89	100	114	60	32 (10.5%)	27 (9.1%)
13	運動競技	152	150	169	180	8 (2.6%)	5 (1.7%)
14	語言電腦	136	180	145	180	23 (7.5%)	19 (6.4%)
15	藝術設計	138	120	144	120	24 (7.8%)	21 (7.1%)
16	其它	0	0	266	266	1 (0.3%)	1 (0.3%)
整體		121	120	187	99	306 (100.0%)	297 (100.0%)

說明：以店銷型雜誌為主。因同一廠商可能會出版 2 種類型以上的電子雜誌，故各項電子雜誌類型之廠商家數百分比加總不等於 100.0%，廠商家數總計為已扣除重複者之數字。

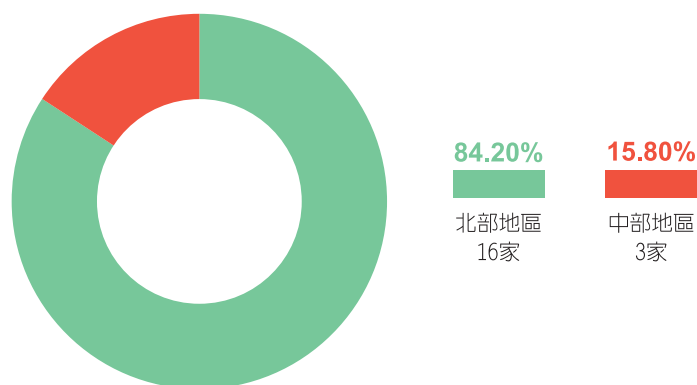
資料來源：本調查整理。

● 4. 原創圖像：插畫經紀產業

4.1. 整體產業樣貌

4.1.1. 2019 年插畫經紀業者家數暨分布地區情況

我國過往未針對原創圖像之插畫經紀業者進行調查，透過各插畫展會（如亞洲插畫祭、臺北插畫藝術節）、插畫及周邊產品販售平臺（如 Pinkoi、Shopping Design、Line 貼圖小舖）等來源進行盤點，得知我國 2019 年經營插畫經紀相關業務者約為 22 家，惟扣除結束營業、停歇業、個人經紀，以及無法取得進一步聯繫等單位後，實際有效插畫經紀業者共 19 家。我國插畫經紀業者主要集中在北部地區（84.20%），其中大臺北地區合計達 78.95%。

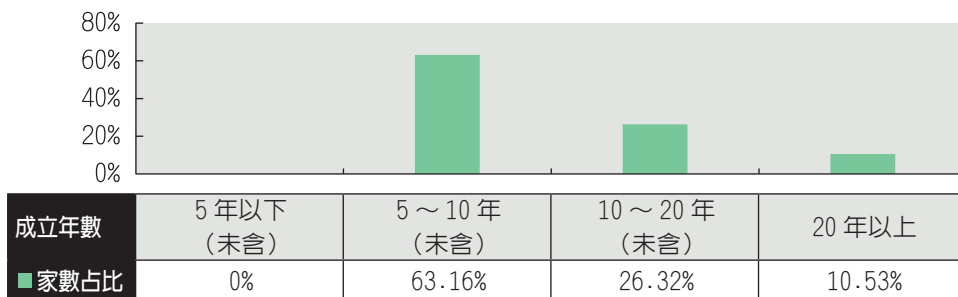


說明：北部地區包含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、宜蘭縣；中部地區包含苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣。

資料來源：本調查整理。

圖 2-37、原創圖像：插畫經紀業者區位分布

我國插畫經紀業者多係成立年數落於 5 年以上而未滿 10 年區間之企業，顯示目前仍在市場上活躍之插畫經紀業者，多數發展穩定且可經市場考驗。



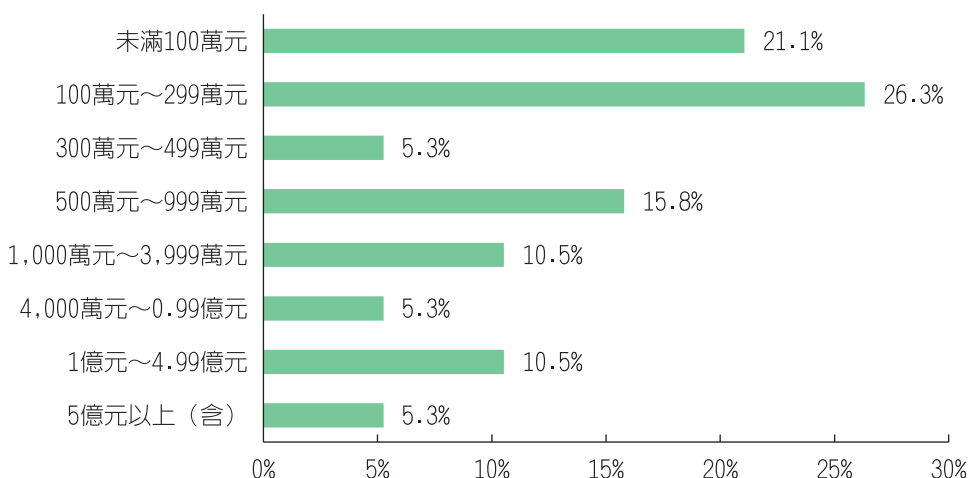
說明：N=19。

資料來源：本調查整理。

圖 2-38、原創圖像：插畫經紀業者成立年數情況

4.1.2. 插畫經紀業者平均資本規模

我國插畫經紀業者登記資本額在新臺幣 1,000 萬元以下之廠商家數共 13 家，占比高達 68.42%，顯示我國插畫經紀業態與圖書出版產業相似，皆以中小型企業型態經營者居多數。而資本額逾新臺幣 1 億元之大型出版機構中，多為旗下涵蓋跨文創產業經營之大型企業，如跨媒體整合行銷、音樂製作與演藝經紀等領域。



說明：N=19。

資料來源：本調查整理。

圖 2-39、原創圖像：插畫經紀業者登記資本額情況

4.1.3. 插畫經紀業者從業人員情況

2019 年我國插畫經紀業者僱用或投入人力不及 10 人的插畫經紀業者 (85.71%) 超過八成五。另一方面，單就臺灣插畫經紀業者之問卷調查回卷資料進行推估¹²，含全職、兼職人員之平均每廠商僱用 7.6 人，推估 2019 年臺灣插畫經紀業者僱用總人數約為 144 人。

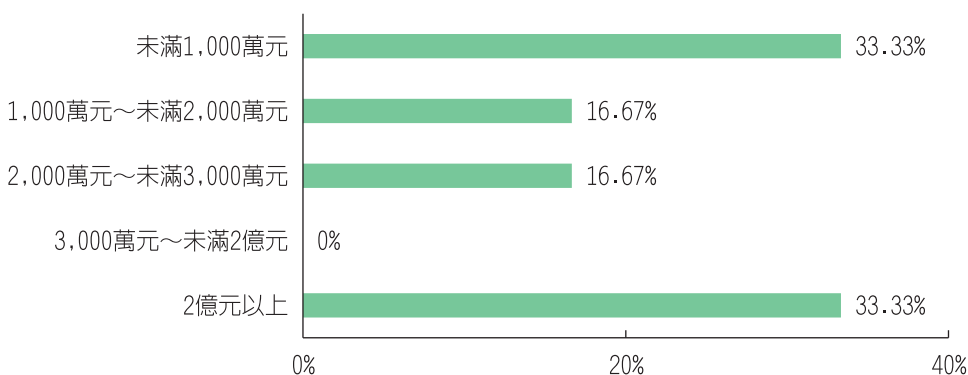
12. 僱用人數推估公式=問卷調查回卷之僱傭人數 (含全職、兼職人員) 平均值x調查母體業者數量。

4.2. 營收與商業模式

4.2.1. 當年度原創圖像之插畫經紀業營收概況與總營收推估

針對 2019 年我國原創圖像產業之產業規模推估，係以插畫經紀業者營收結構為推估依據，搭配問卷獲知當前我國插畫經紀業者營收來源近乎全數與圖像創作有關，因此推得我國 2019 年原創圖像產業經紀市場規模為新臺幣 1 億 3,251 萬元。

關於 2019 年插畫經紀業者營收情況，66.67% 受訪者表示其 2019 年插畫經紀相關收入相較上年有所成長，其餘 33.33% 表示相當於上年水準。然而，由於插畫經紀產業問卷有效填答者較少，因此實際統計數據僅供參考。



說明：1. 全年營業額達新臺幣2億元以上者為大型影音與媒體公司，原創圖像插畫經紀僅為其經營業務之一。

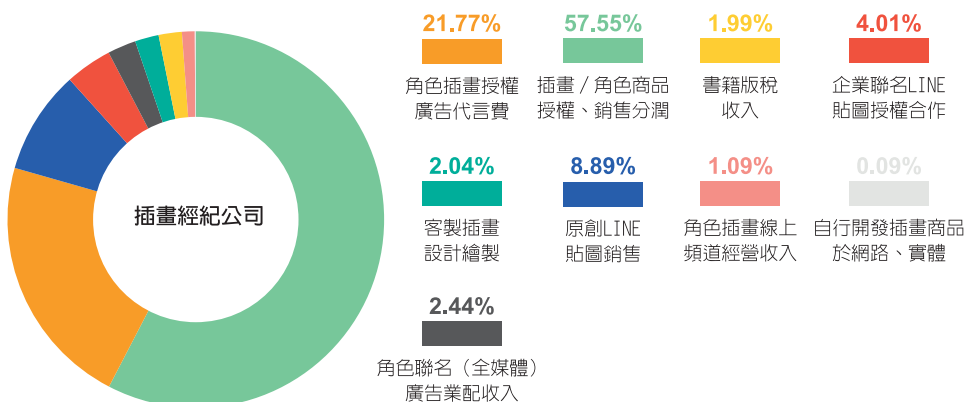
2. N=6

資料來源：本調查整理。

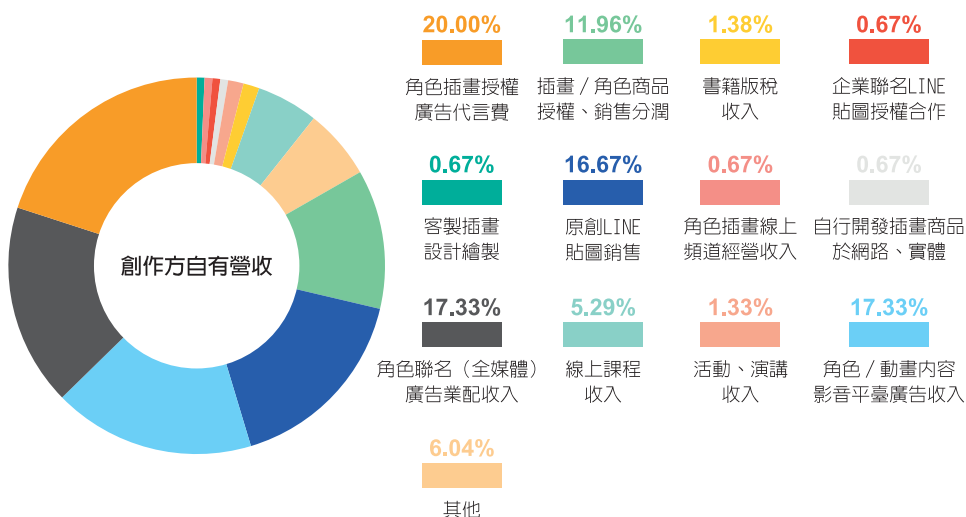
圖 2-40、2019 年我國原創圖像：插畫經紀業者全年營業額

4.2.2. 當年度原創圖像之插畫經紀業營收結構

2019 年受訪插畫經紀業者主要營收來自和創作者拆分後的「插畫 / 角色商品授權、銷售分潤」(57.55%)、「角色插畫授權廣告代言費」(21.77%)；創作者個人來自經紀公司協助接案之收入中，也是以「插畫 / 角色商品授權、銷售分潤」占比最高；另外，創作者自行創造的個人收入來看，除了角色授權代言與聯名廣告收入之外，「角色 / 動畫內容影音平臺廣告收入」(17.33%) 亦是創作者個人收入非常重要的來源管道。



說明：尚有「百貨、商場...等空間聯名收入」、「線上課程收入」、「活動演講收入」、「其他收入」共計 0.13%。

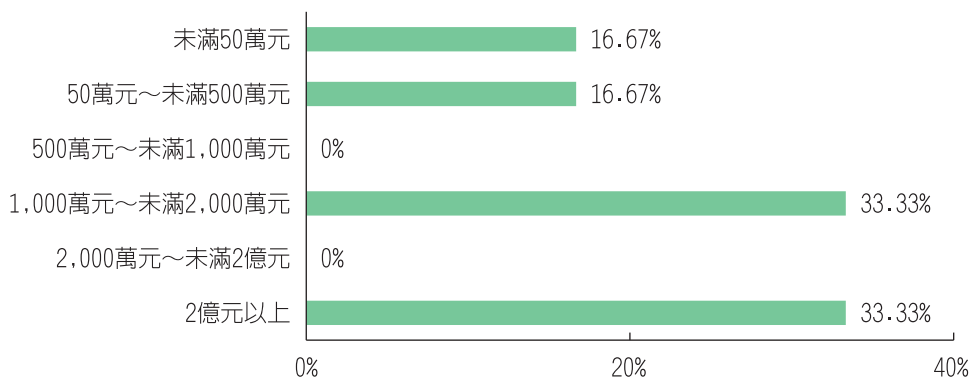


說明：插畫經紀公司 N=4、創作方 N=3。
資料來源：本調查整理。

圖 2-41、2019 年我國原創圖像：插畫經紀業者與創作方之營收結構

4.2.3. 當年度原創圖像之插畫經紀業支出情況與結構

2019 年臺灣插畫經紀業者整體支出方面，全年支出「未滿 500 萬元」或「介於 1,000 萬至未滿 2,000 萬元」之業者約占 67%。



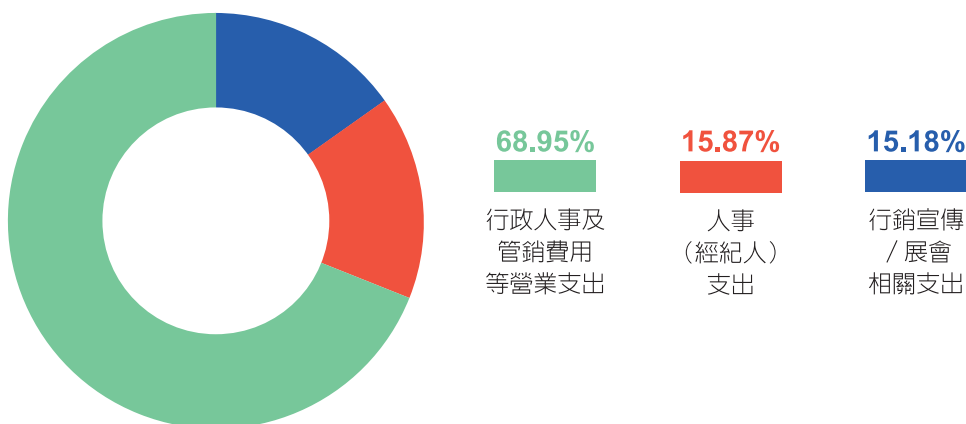
說明：1. 全年支出達新臺幣2億元以上者為大型影音與媒體公司，原創圖像插畫經紀僅為其經營業務之一。

2. N=6

資料來源：本調查整理。

圖 2-42、2019 年我國原創圖像：插畫經紀業者全年支出情形

2019 年我國插畫經紀業者支出項目大部分來自於「行政人事及管銷費用等營業項目」（68.95%），其次為「人事（經紀人）支出」（15.87%）與「行銷宣傳／展會相關支出」（15.18%）。



說明：N=6。

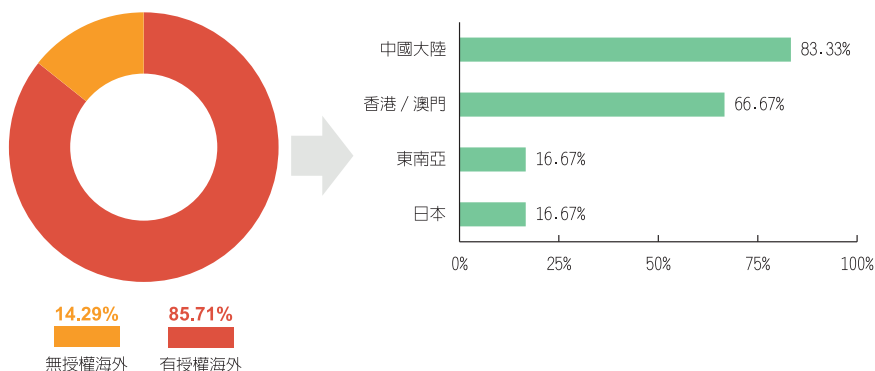
資料來源：本調查整理。

圖 2-43、2019 年我國原創圖像：插畫經紀業者支出項目分布情形

4.3. IP 授權趨勢

4.3.1. 2019 年我國原創圖像作品對外授權國

2019 年有八成五（85.71%）插畫經紀業者協助我國原創圖像作品進行海外授權。授權國方面，以中國大陸（83.33%）占比最高。



說明：1.「授權目的國」題項可複選。

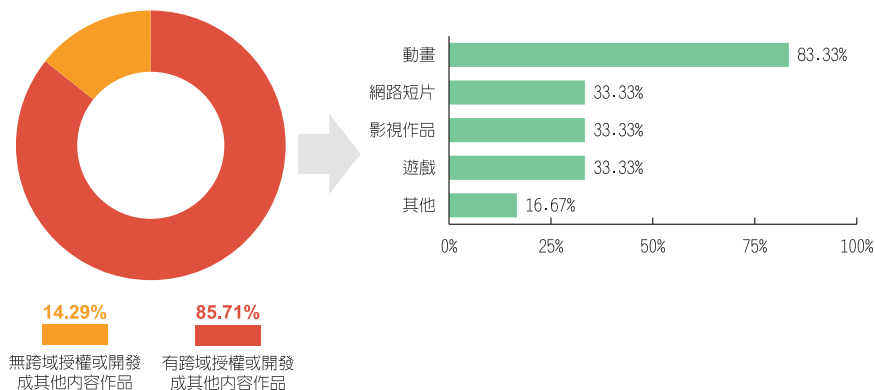
2. 有無授權海外N=7、授權目的國N=6。

資料來源：本調查整理。

圖 2-44、2019 年我國原創圖像作品對外授權國

4.3.2. 2019 年我國原創圖像作品跨域授權之產品 / 服務

2019 年有八成五（85.71%）插畫經紀業者協助我國原創圖像作品進行跨域授權或開發成其他內容作品，其中，跨域改編作品以「動畫」（83.33%）占比最高。



說明：1.「授權產品 / 服務」題項可複選。

2. 有無跨域授權N=7、授權產品 / 服務N=6。

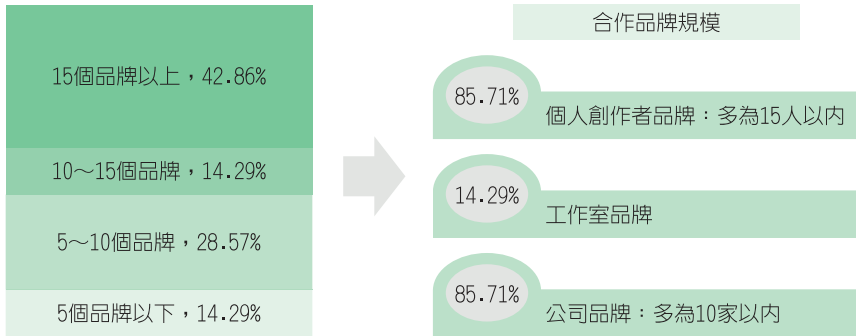
資料來源：本調查整理。

圖 2-45、2019 年我國原創圖像作品跨域授權之產品 / 服務

4.4. 產業觀測指標

4.4.1. 2019 年我國圖像創作與插畫經紀業合作品牌概況

2019 年我國插畫經紀業者旗下合作品牌數多半超過 15 個品牌（42.86%），其合作對象有八成五為臺灣原創品牌，其合作品牌規模多數以個人或公司為主。



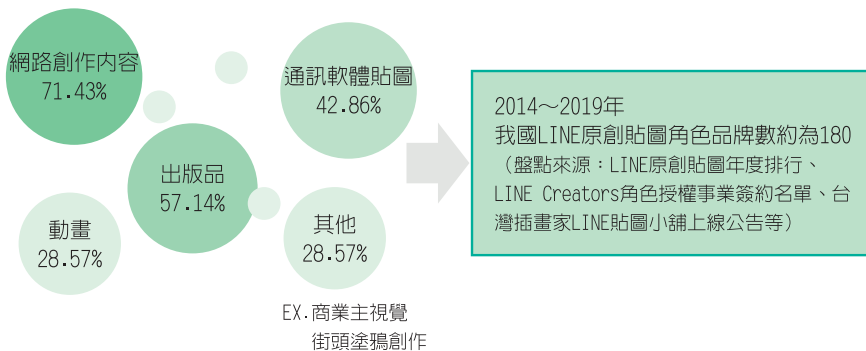
說明：1. 合作品牌規模題項可複選。

2. N=7

資料來源：本調查整理。

圖 2-46、2019 年我國插畫經紀業者合作品牌數及品牌規模

2019 年我國插畫經紀業者合作品牌主要來自「網路創作內容」（71.43%），其次依序為「出版品」（57.14%）、「通訊軟體貼圖」（42.86%）、「動畫」（28.57%）等管道。盤點 LINE 原創貼圖年度排行、LINE Creators 角色授權事業簽約名單、臺灣插畫家 LINE 貼圖小鋪上線公告等次級資料，得知 2014 ~ 2019 年我國 LINE 原創貼圖角色品牌數約為 180 個。



說明：1. 可複選。

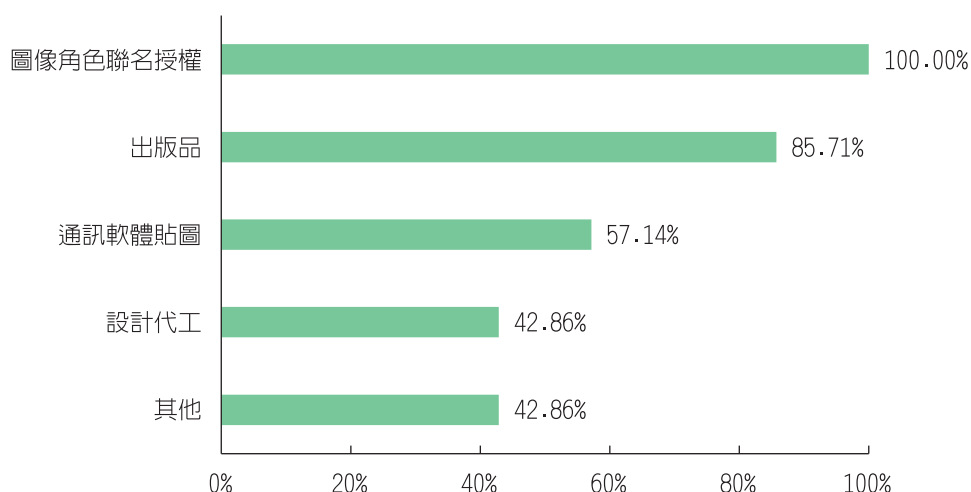
2. N=7

資料來源：本調查整理。

圖 2-47、2019 年我國插畫經紀業者合作品牌來源管道

4.4.2. 2019 年我國插畫經紀業者洽談圖像創作商業合作形式

我國插畫經紀業者為合作品牌洽談的商業合作案中，以「圖像角色聯名授權」（100.0%）居多，其次依序為「出版品」（85.71%）、「通訊軟體貼圖」（57.14%），以及「設計代工」（42.86%）。



說明：1. 可複選。

2. N=7

資料來源：本調查整理。

圖 2-48、2019 年我國插畫經紀業者洽談圖像創作商業合作形式

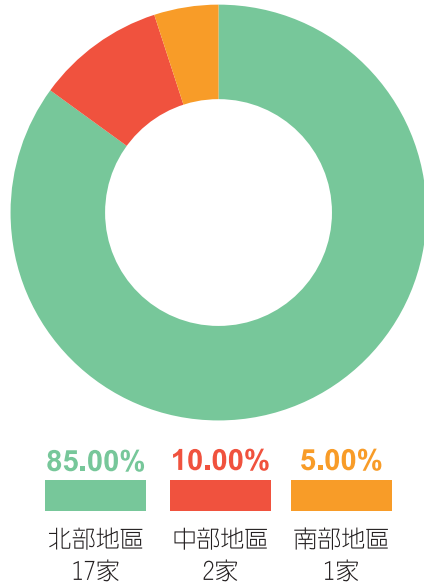
● 5. 數位出版平臺產業

5.1. 整體產業樣貌

5.1.1. 2019 年我國數位出版平臺業者家數與區位分布情況

我國尚無完整之數位出版平臺名單與相關政府報告，故以文化部歷年《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，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 2019 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 20 家，且大多於北部地區，其中坐落於臺北市的業者計有 11 家，超過整體的一半（55.0%）。

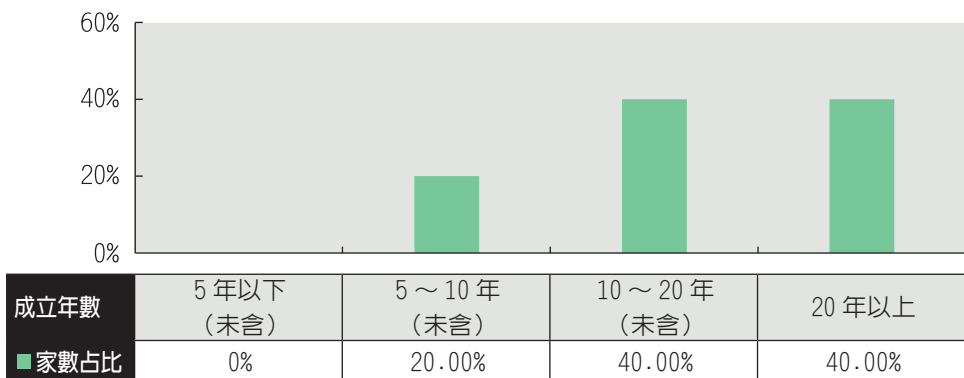
在 20 家數位平臺企業當中，成立年數 10 年以上的業者佔整體 80.0%，且無任何成立不到 5 年的業者。從上述可發現到，我國數位平臺業者以大型資訊企業為主，顯示其企業組織結構、資本規模相對穩定且具開發能量，有能力針對市場與產業環境迅速變化而彈性應變。



說明：北部地區包含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、宜蘭縣；中部地區包含苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；南部地區包含嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣。

資料來源：本調查整理。

圖 2-49、我國數位出版平臺業者區位分布



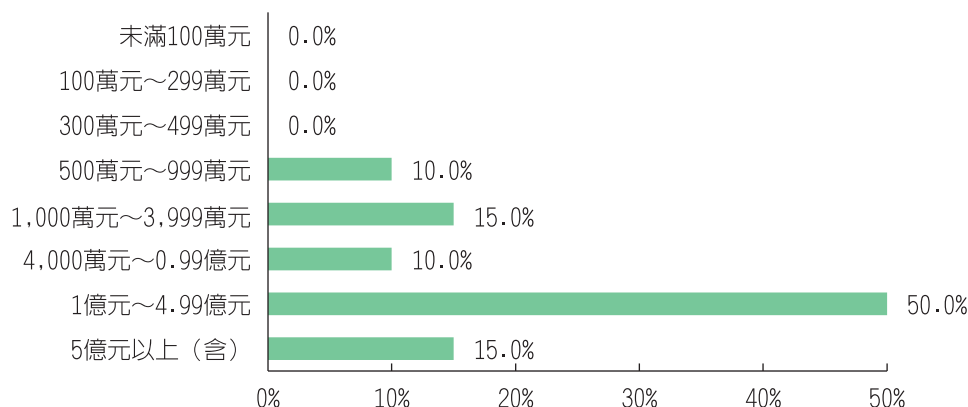
說明：N=20。

資料來源：本調查整理。

圖 2-50、我國數位出版平臺業者成立年數情況

5.1.2. 數位出版平臺業者平均資本規模

我國數位出版平臺公司之資本額以新臺幣 1 億元以上之業者為主，占整體 65.0%，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大，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。



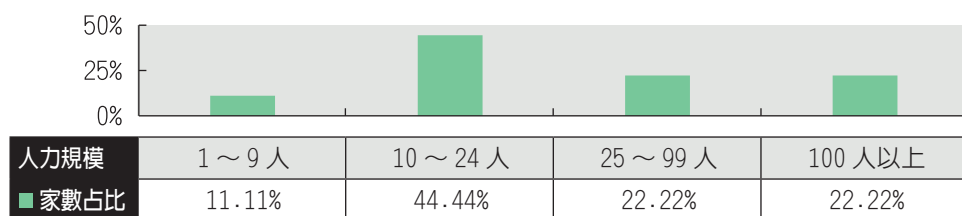
說明：N=20。

資料來源：本調查整理。

圖 2-51、我國數位出版平臺業者登記資本額情況

5.1.3. 數位出版平臺業者從業人員情況

2019 年我國數位平臺業者人力僱用規模相對平均，不過由於有效填答者較少，實際統計數據僅供參考。



說明：N=9。

資料來源：本調查整理。

圖 2-52、2019 年我國數位出版平臺業者人力僱用規模

另一方面，單就數位出版平臺之問卷調查回卷資料進行推估¹³，含全職、兼職人員之平均每廠商僱用 70.0 人，推估 2019 年臺灣數位行銷通路業者僱用總人數約為 1,399 人。

13. 僱用人數推估公式=問卷調查回卷之僱用人數（含全職、兼職人員）平均值x調查母體業者數量。

5.2. 營收與商業模式

5.2.1. 當年度數位出版產業總營收推估

考量僅以調查問卷進行營業額推估，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，以圖書、漫畫及雜誌出版營業額為基礎，依比例計算數位出版上游出版端營業額¹⁴，而後再以出版社與數位平臺拆帳比例（60.0%），推算整體數位行銷通路端營業額¹⁵，因此通路端營業額推估將包含國內外各種通路之合計營業額，包括 B to C (Business to Consumer) 向讀者零售之管道外，亦有 B to B (Business To Business) 企業大量採購管道、B to L (Business To Library) 公私部門及各級學校之圖書館採購管道、第三方合作銷售管道（如電子書平臺之商品於第三方電商平臺上架）等營收。

依上式推估，我國 2019 年數位出版品「出版端」營業額為新臺幣 15 億 5,892 萬元（電子書 9 億 8,487 萬元、電子漫畫 2,760 萬元、電子雜誌 5 億 4,645 萬元），相較 2018 年（新臺幣 11 億 2,042 萬元）成長 39.14%；數位出版品「零售端」（數位平臺）營業額為新臺幣 25 億 9,818 萬元（電子書 16 億 4,145 萬元、電子漫畫 4,599 萬元、電子雜誌 9 億 1,074 萬元），相較 2018 年¹⁶（新臺幣 20 億 7,485 萬元）成長 25.22%。我國數位出版品 2019 年總營業額（出版端、零售端合計）為新臺幣 41 億 5,710 萬元，相較 2018 年 12（新臺幣 31 億 9,527 萬元）成長 30.10%。

14. 數位出版上游出版端營業額推估方法如下：

- ① 上游出版端整體電子書營業額 = [上游出版端整體書籍營業額（紙本圖書新臺幣 169 億 1,418 萬元，其中包含紙本漫畫新臺幣 4 億 3,397 萬元）÷ 販售紙本書籍收入占出版業者整體營收比重（80.6%）x 數位出版收入占圖書出版業者整體營收比重（4.8%）]
- ② 上游出版端整體電子漫畫營業額 = 上游出版端整體漫畫營業額（4 億 3,397 萬元）÷ 販售紙本漫畫收入占出版業者整體營收比重（60.9%）x 數位出版收入占漫畫出版業者整體營收比重（3.9%）
- ③ 上游出版端整體電子雜誌營業額 = 雜誌出版產業整體廠商營業額（118 億 1,746 萬元）x 數位出版收入占雜誌業者整體營收比重（4.6%）

15. 數位出版下游零售端營業額推估方法：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（上游出版端部分）÷ 出版社與數位平臺拆帳比例（60.0%）

16. 本年度數位出版品營業額推估公式有別於（2018年）文化部《107年臺灣出版產業調查》，依據2018年該調查報告公式推估2019年總營業額結果，經諮詢產業界意見後可能有高估之虞，故本年度改採（2015至2017年）文化部104年至106年《臺灣出版產業調查》之推估公式進行估算，並以相同估算方式回溯（重新估算）2018年數位出版總營業額，建議2018年之數位出版品營業額以本年度報告內容為準，特此說明。

表 2-18、我國數位出版品整體規模歷年發展趨勢

單位：新臺幣（億元）、%

年度	2016 年	2018 年	2019 年
出版端	4.34	11.20	15.59
成長率	—	158.23%	39.14%
零售端	7.23	20.75	25.98
成長率	—	186.92%	25.22%
總營業額（合計）	11.57	31.95	41.57
成長率	—	176.16%	30.10%

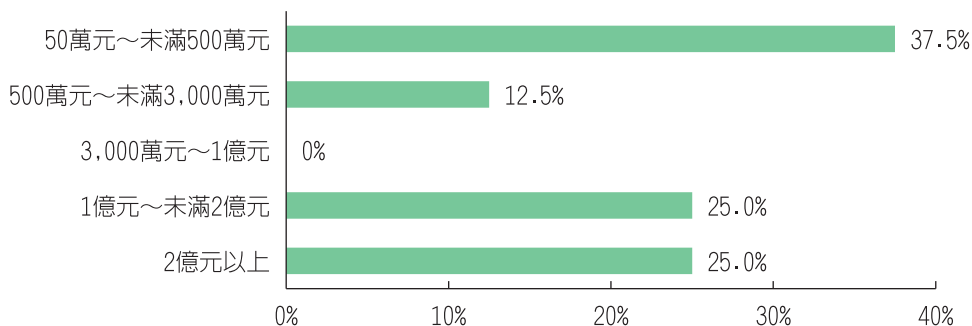
說明：1.2015 年、2017 年無針對雜誌產業進行調查，故無整體數值。

2.2018 年成長率以 2016 年情況計算。

資料來源：本調查整理。

5.2.2. 當年度營收結構與項目

我國數位出版平臺業者 2019 年營業額相較於上游出版社更具規模，有五成受訪者的全年營業收入破億。

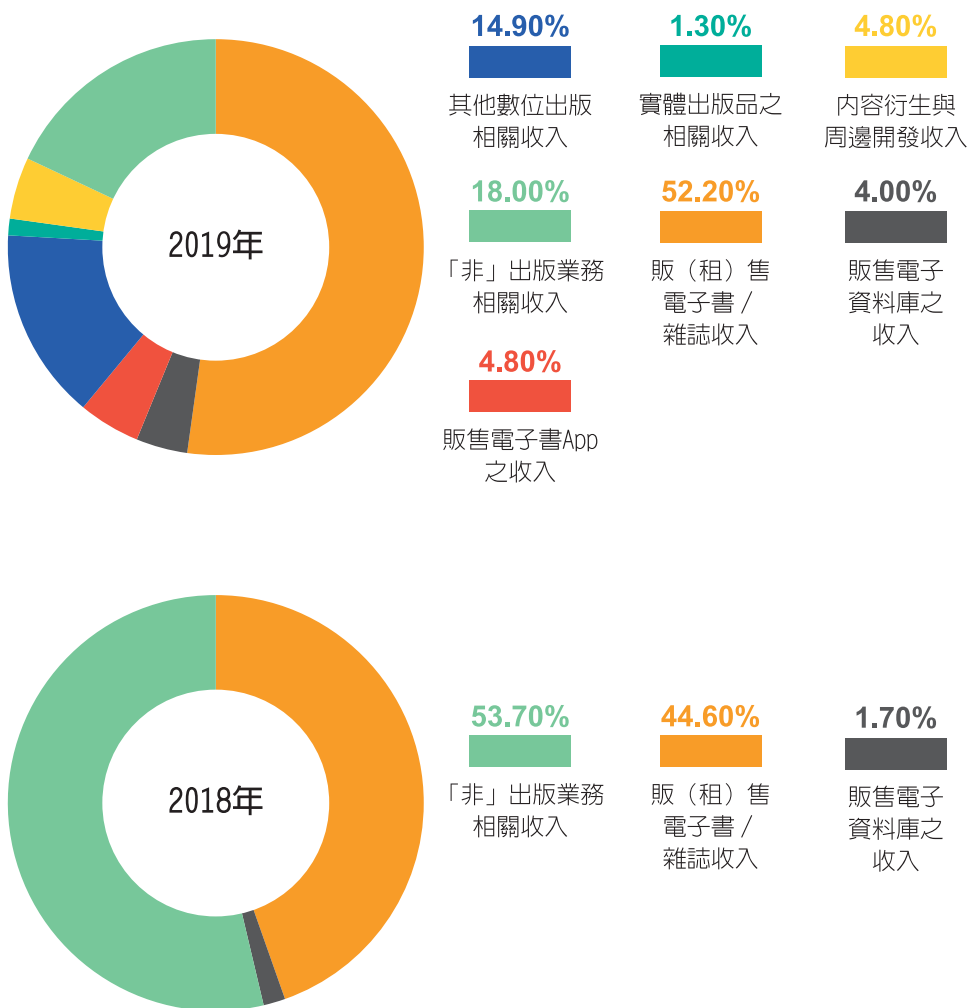


說明：N=8。

資料來源：本調查整理。

圖 2-53、2019 年我國數位出版平臺業者全年營業額

我 2019 年數位行銷通路的各項收入來源占比，來自「販（租）售電子書 / 雜誌收入」達 52.2%，相較 2018 年占比（44.6%）有明顯提升，為數位出版平臺業者的最主要收入來源。



說明：1. 2018年問卷無詢問「內容衍生與周邊開發收入」項目，而「販售電子書App之收入」、「其他數位出版相關收入」、「實體出版品之相關收入」等項目，2018年皆為0.0%。

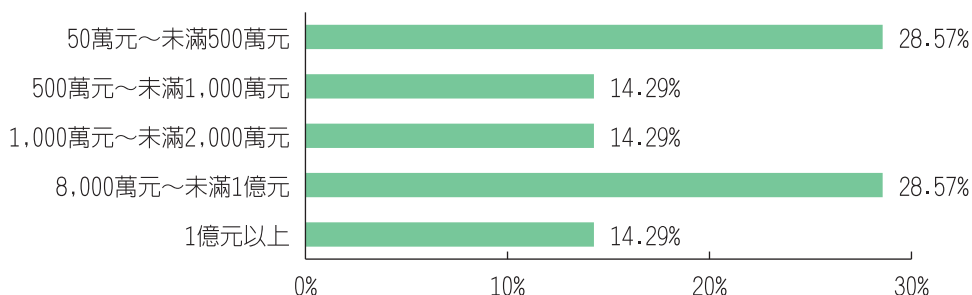
2. 2018年N=6、2019年N=11。

資料來源：本調查整理。

圖 2-54、2019 年我國數位出版平臺業者之營收結構

5.2.3. 當年度數位出版平臺業者支出情況與結構

我國數位出版平臺 2019 年整體支出情況呈兩極化趨勢，由於數位行銷通路問卷有效填答者較少，因此實際統計數據僅供參考。

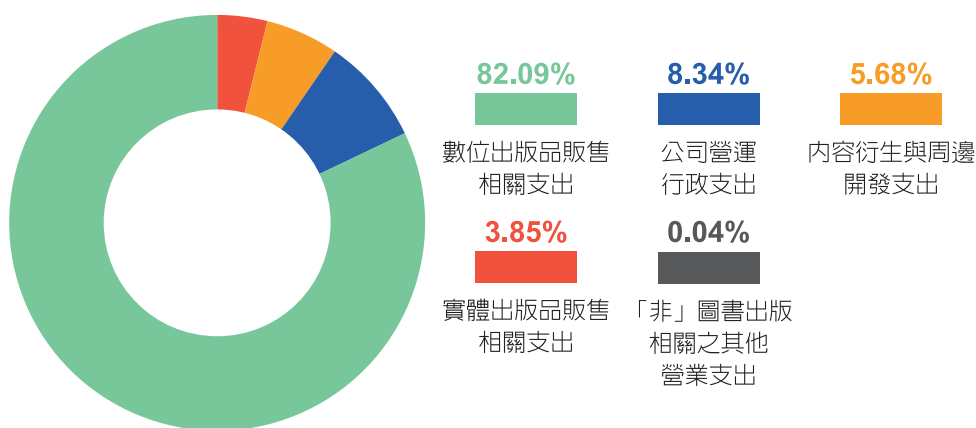


說明：N=7。

資料來源：本調查整理。

圖 2-55、2019 年我國數位出版平臺業者全年支出情形

2019 年我國數位出版平臺業者的支出項目中，超過八成（82.09%）來自於數位出版品販售相關業務，其餘支出項目皆不及一成，可發現數位內容經營與開發是當今我國數位出版平臺業者的重點核心業務。



說明：N=7。

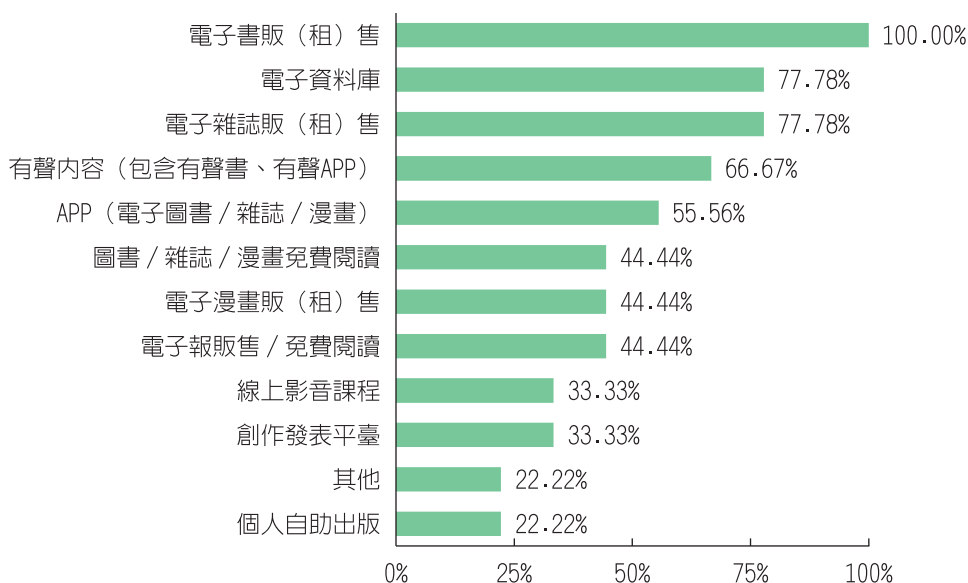
資料來源：本調查整理。

圖 2-56、2019 年我國數位出版平臺業者支出項目分布情形

5.3. 產業觀測指標

5.3.1. 2019 年我國數位出版平臺業者內容衍生與周邊開發業務情況

2019 年從事「電子書販（租）售」的業者涉足「電子資料庫」、「電子雜誌販（租）售」業務者各占 77.78%；再者，66.67% 業者有規劃「有聲內容」服務、55.56% 業者推出「App（電子出版品）」應用程式。整體來說，除了電子出版品販（租）售與電子資料庫等傳統核心功能之外，有聲內容（包含有聲書、有聲 APP）及電子出版品 APP 也是當今我國數位行銷通路者的重要經營範疇。



說明：1. 可複選。

2. N=9。

資料來源：本調查整理。

圖 2-57、2019 年我國數位出版平臺業者內容衍生與周邊開發業務

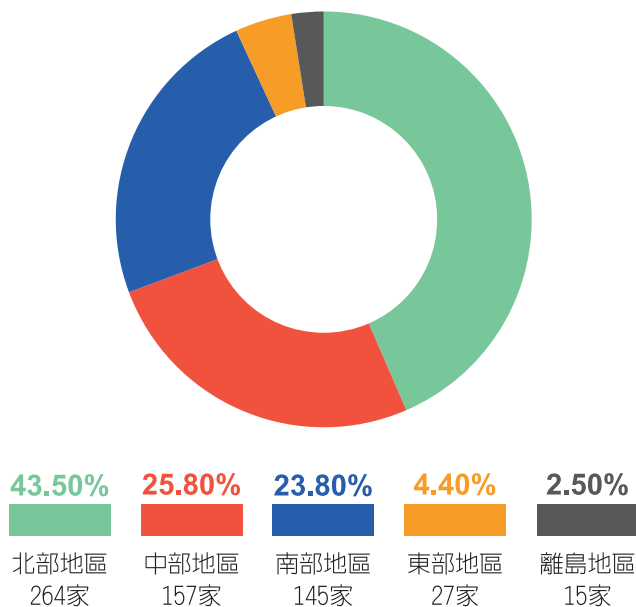
● 6. 出版行銷通路產業

6.1. 整體產業樣貌

6.1.1. 我國單一 / 二手 / 獨立書店

本調查之對象有別於財政部營利事業家數及銷售額統計之「書籍、雜誌零售業」之業者，主要考量財政部該營利事業資料尚包含非屬該行業範疇業者與非一般性書籍書店，如以販售文具為主的書局。

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，故依據文化部《107 年臺灣出版產業調查》行銷通路母體名單、政府各類獎補助名單、臺灣友善書業供給合作社書店社員、臺灣獨立書店文化協會所出版之《2020 年福爾摩沙書店地圖手冊》所列店家，以及網路推薦名單等資料來源為基礎，經聯絡清查，確認 2019 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 608 家。其地理分布以北部地區家數最多（43.5%），大臺北地區合計達 28.5%，占全國四分之一以上。

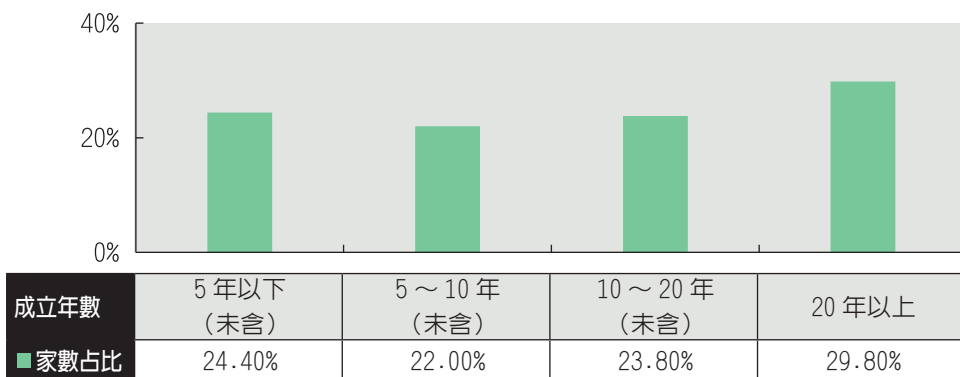


說明：北部地區包含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、宜蘭縣；中部地區包含苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；南部地區包含嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣；東部地區包含花蓮縣、臺東縣；離島地區包含澎湖縣、金門縣、連江縣。

資料來源：本調查整理。

圖 2-58、我國單一 / 二手 / 獨立書店區位分布

608 家單一／二手／獨立書店的成立年數，在四個級距當中的比例皆相當，其中占比最高者為成立年數達 20 年以上者（29.8%）。

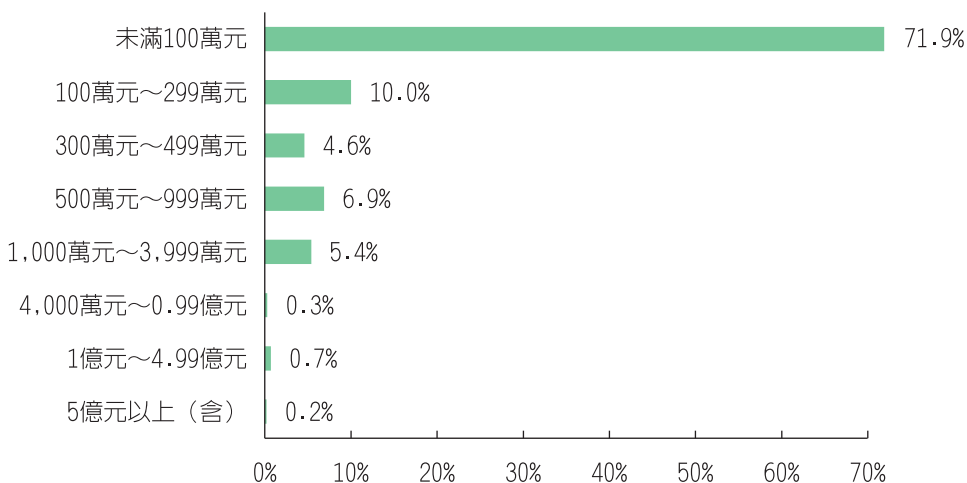


說明：N=608。

資料來源：本調查整理。

圖 2-59、我國單一／二手／獨立書店成立年數情況

2019 年我國單一／二手／獨立書店之登記資本額未滿 100 萬元的通路業者占多數（71.9%），且其比例較上一年度（2018 年）些微成長（71.2%），可推測本年度仍有新銳業者持續投入出版通路產業的經營。而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、教育團體、複合式服務業之圖書部門，以及法人單位等，雖然其家數占比不高，不過數量逐年緩步增加。



說明：1. 部分通路業者因無獨立統一編號而無其資本額資訊，故將其納入未滿100萬元者。

2. N=608。

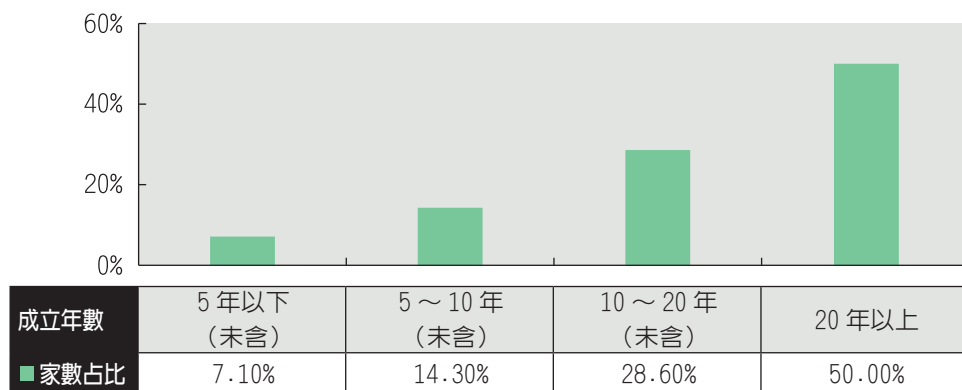
資料來源：本調查整理

圖 2-60、我國單一／二手／獨立書店登記資本額分布概況

6.1.2. 我國連鎖 / 加盟書店（總公司）

根據臺灣連鎖暨加盟協會出版《2020 臺灣連鎖店年鑑》之圖書文具業者計有 23 家（排除僅販售文具者），綜合文化部《107 年臺灣出版產業調查》行銷通路母體名單、政府獎補助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 2019 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 / 加盟業者之總公司共 42 家。

於 42 家連鎖 / 加盟書店之總公司當中，其成立年數占比最高者（50.0%）為成立 20 年以上者；其次為成立 10 年以上而未滿 20 年者（28.6%），以及成立 5 年～10 年者（不含），占 14.3%。

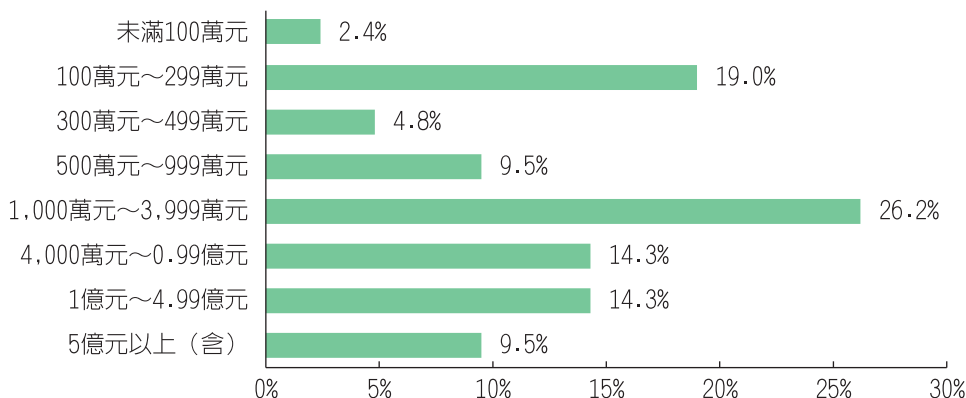


說明：N=42。

資料來源：本調查整理。

圖 2-61、我國連鎖 / 加盟書店總公司成立年數概況

2019 年我國連鎖 / 加盟書店之總公司之登記資本額在新臺幣 4,000 萬元以下業者約占六成（61.9%），顯示我國連鎖 / 加盟書店總公司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（含）以上之連鎖 / 加盟書店業者總公司，主要以創意生活百貨、複合式經營，以及代理國外書店在臺經營之業者為主。

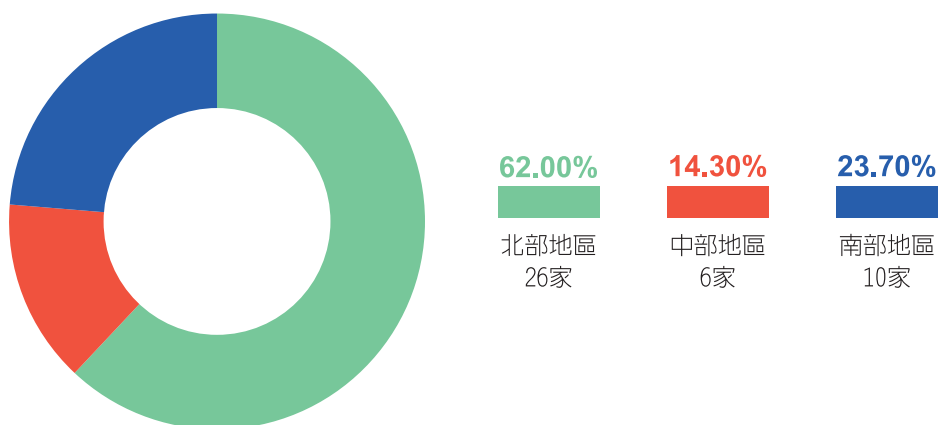


說明：N=42。

資料來源：本調查整理。

圖 2-62、我國連鎖 / 加盟書店總公司登記資本額分布概況

2019 年全國連鎖 / 加盟書店業者總公司所在地主要集中在北部地區（62.0%），其中又以臺北市（47.7%）所占比例最高。



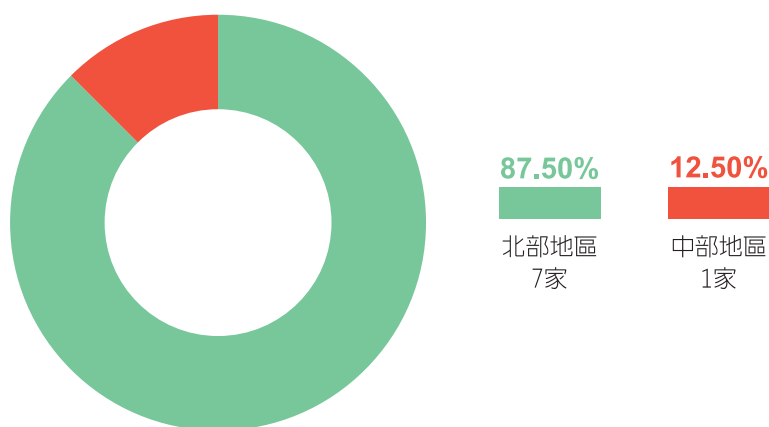
說明：北部地區包含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、宜蘭縣；中部地區包含苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；南部地區包含嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣。

資料來源：本調查整理。

圖 2-63、我國連鎖 / 加盟書店總公司區位分布

6.1.3. 我國純網路書店

本調查所指涉之網路書店係狹義指僅於網路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，於網路上建置便捷消費者選購書籍之管道。根據文化部《107 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，經聯絡清查，確認 2019 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，最終有效我國純網路書店業者共 8 家，且大多集中在北部地區（87.5%）。

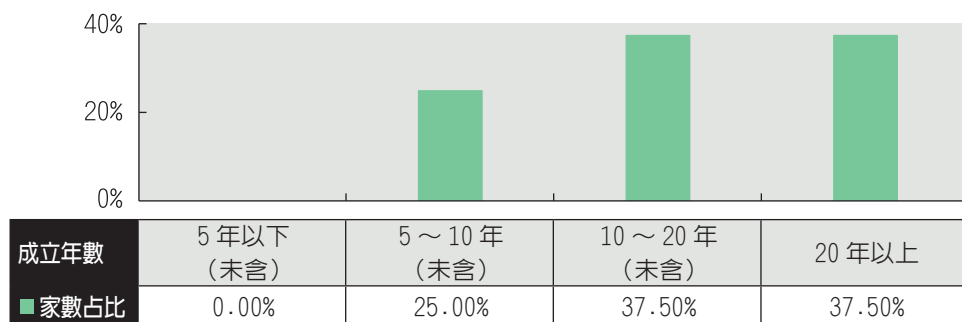


說明：北部地區包含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、宜蘭縣；中部地區包含苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣。

資料來源：本調查整理。

圖 2-64、我國純網路書店總公司區位分布

在 8 間純網路書店當中，其經營年數多集中在 10 年以上（共占整體 75.0%），成立未滿 10 年的業者則占 25.0%。

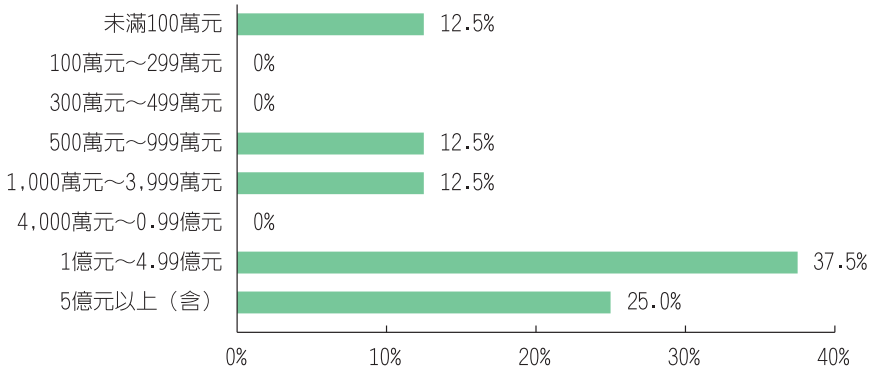


說明：N=8。

資料來源：本調查整理。

圖 2-65、我國純網路書店總公司成立年數概況

我國純網路書店總公司之資本額多集中在 1 億元以上，占整體 62.5%。



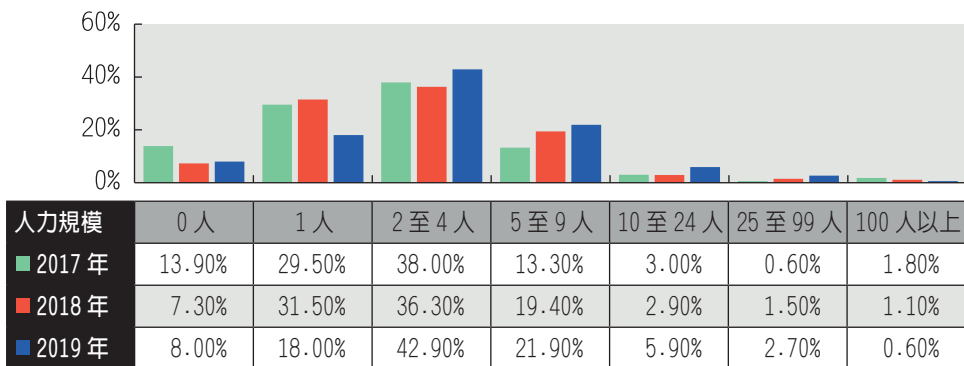
說明：N=8。

資料來源：本調查整理。

圖 2-66、我國純網路書店總公司登記資本額分布概況

6.1.4.2019 年我國出版行銷通路業者從業人員情況

2019 年我國出版行銷通路業者有 90.8% 的行銷通路業者僱用未滿 10 人，顯示我國出版行銷通路業者屬於微型至中小型事業單位。



說明：2017 年 N=166、2018 年 N=273、2019 年 N=338。

資料來源：本調查整理。

圖 2-67、我國近三年出版行銷通路業者人力僱用規模

另一方面，單就出版行銷通路業者之間卷調查回卷資料進行推估¹⁷，含全職、兼職人員之平均每廠商僱用 7.7 人，推估 2019 年出版行銷通路（實體書店）業者僱用總人數約為 15,831 人。

17. 僱用人數推估公式=問卷調查回卷之僱傭人數（含全職、兼職人員）平均值x實體書店業者數量

6.2. 營收與商業模式

6.2.1. 當年度出版行銷通路產業總營收推估

2019 年出版行銷通路之紙本圖書市場營業額推估，透過相關業者之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¹⁸。

本調查之出版行銷通路產業營業額僅代表傳統實體書店、網路書店的當年度紙本圖書（含漫畫）銷售情況，並非代表整體圖書、漫畫出版之零售端營業額，故不含出版社直銷與出口海外、出版社自行經營之網路社群銷售、圖書館與教育市場等銷售營業收入。

依上述推估，2019 年出版行銷通路產業的紙本圖書市場（含新舊書）營業額約新臺幣 200 億 3,732 萬元，相較 2018 年的新臺幣 214 億 4,447 萬元略為衰退 6.56%。

表 2-19、我國出版行銷通路產業整體規模歷年發展趨勢

單位：新臺幣（億元）、%

年度	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
出版行銷通路營業額	275.67	237.18	226.0	214.44	200.37
成長率	—	-13.97%	-4.72%	-5.11%	-6.56%

說明：1. 出版行銷通路產業營業額僅代表傳統實體書店、網路書店的當年度紙本圖書銷售情況，並非代表整體圖書、漫畫出版之零售端營業額，故不含出版社直銷與出口海外、出版社自行經營之網路社群銷售、圖書館與教育市場等銷售營業收入。

2. 出版行銷通路營業額已排除傳統實體書店、網路書店之非紙本圖書的營業收入，如文具、文創商品、餐飲、3C 用品等。

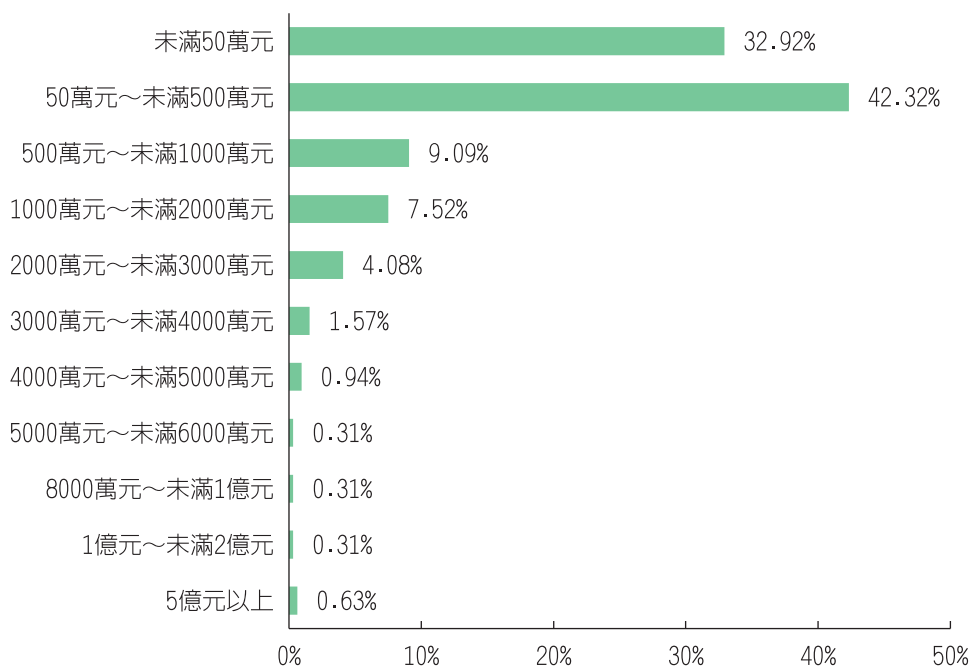
3. 出版行銷通路營業額已被含括在上述圖書出版、漫畫出版之零售端營業額當中，故不宜與其它次產業營業額合併加總計算。

資料來源：本調查整理。

18. 出版行銷通路產業整體營業額計算公式：零售端圖書市場營業額 = 廠商統編營業額 x 問卷圖書收入占比

6.2.2. 當年度營收結構與項目

出版行銷通路業者 2019 年營業額在 5,000 萬元以上者占有 1.5%，而低於 500 萬元者占有 75.2%，顯示我國出版行銷通路業者仍以中小型單位為主。

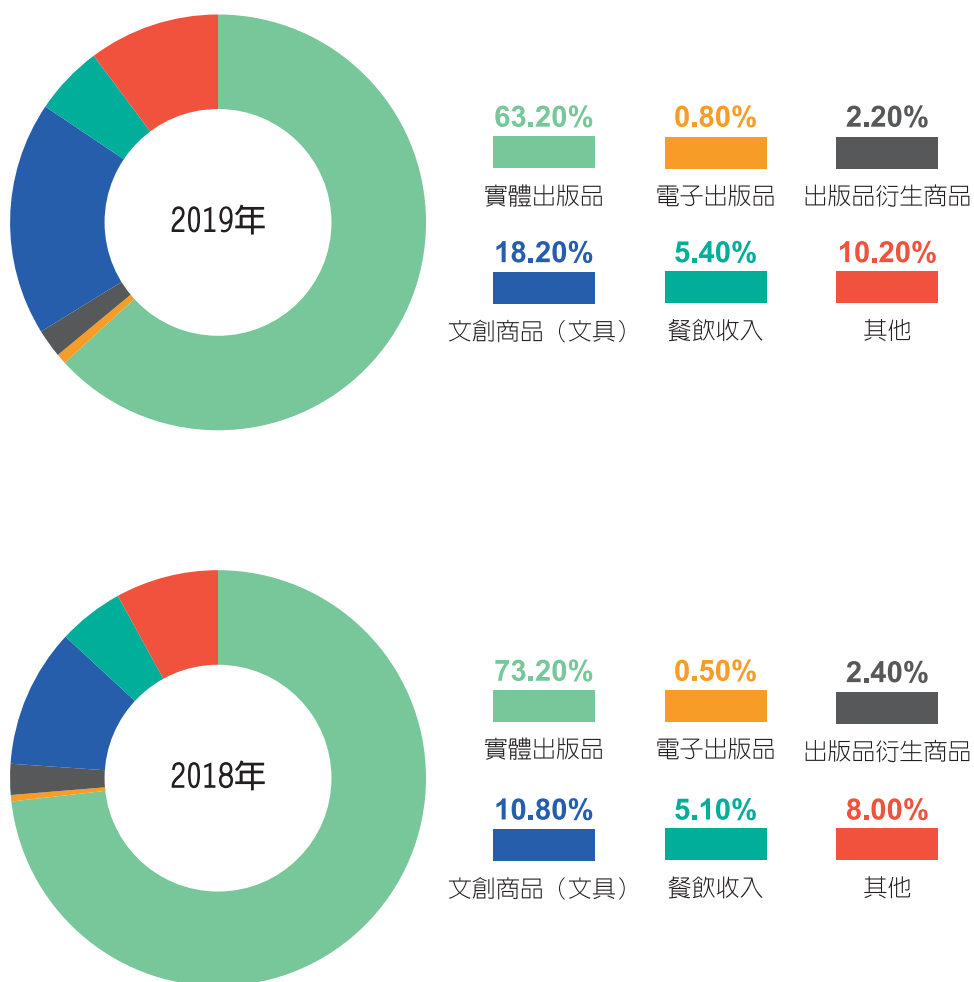


說明：N=319。

資料來源：本調查整理。

圖 2-68、2019 年我國出版行銷通路業者全年營業額

2019 年受訪之出版行銷通路業者的各項收入來源占比，發現其販售實體出版品的營收比例下滑，販售文創商品（文具）的營收比例則呈現成長。



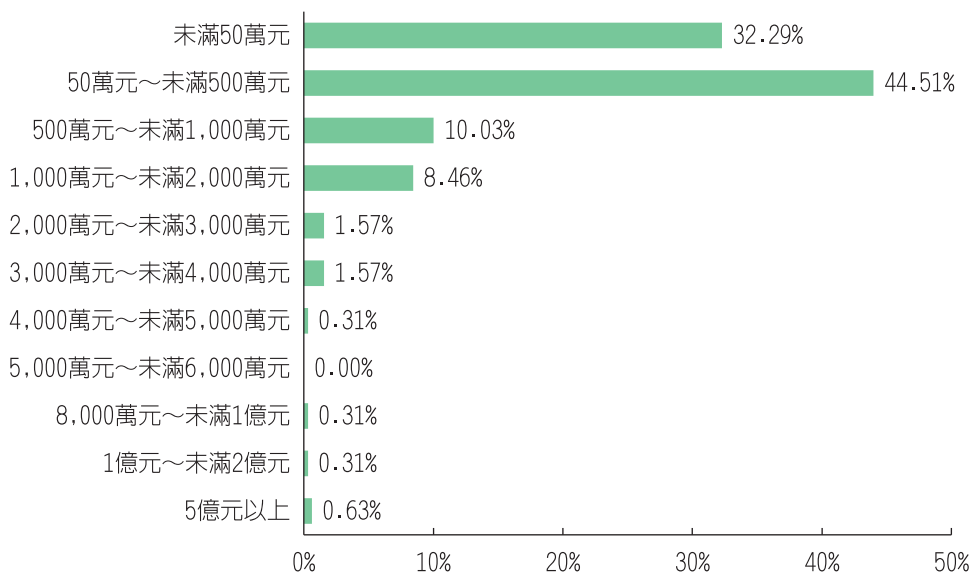
說明：2018 年 N=237、2019 年 N=332。

資料來源：本調查整理。

圖 2-69、2019 年我國出版行銷通路業者之營收結構

6.2.3. 當年度出版行銷通路產業支出情況與結構

出版行銷通路業者 2019 年全年營業支出金額在 5,000 萬元以上者占 1.2%，而全年營業支出金額低於 500 萬元者占 76.8%，高於 2018 年情況（63.6%）。

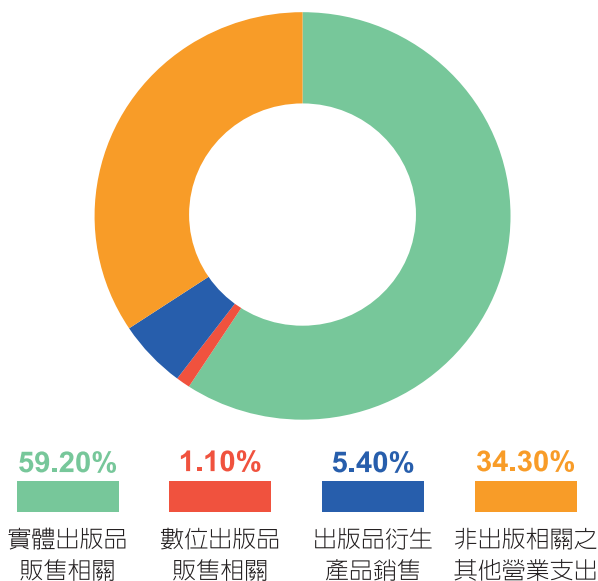


說明：N=319。

資料來源：本調查整理。

圖 2-70、2019 年我國出版行銷通路業者全年營業支出情形

2019 年出版行銷通路販售實體出版品販售相關支出的比例逐年增加（2017 年 57.9%、2018 年 58.4%）的情況。上述相關支出的增加並不一定是其銷售情況成長所致，也有可能是實體出版品的進貨價格提高。而當前出版行銷通路業者的非出版營業支出比例亦逐年成長，顯示業者除了既有支出外，亦開始嘗試投入其他非出版相關的營業項目，如電子出版品、電子閱讀器等。



說明：N=302。

資料來源：本調查整理。

圖 2-71、2019 年我國出版行銷通路業者支出結構

6.2.4.2019 年我國出版行銷通路業者行銷資源投放管道

2019 年出版行銷通路業者投入之「線下 / 實體」行銷資源的項目，以「主題折扣活動」為主。另外，舉辦說故事活動、（店內、學校）書展、搭配餐點折扣等線下活動，也是部分業者積極投入的項目。

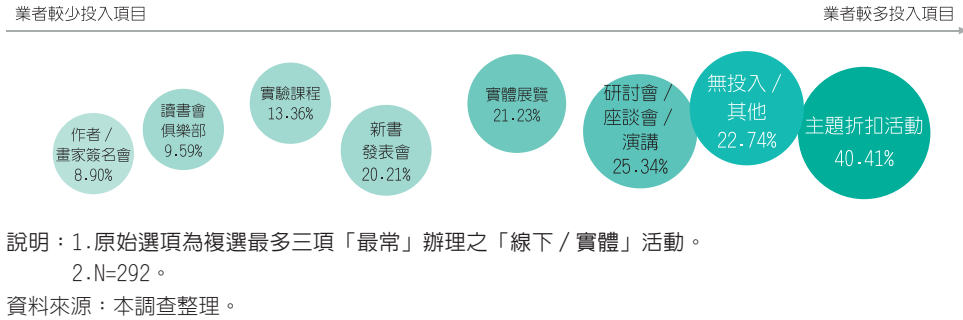


圖 2-72、2019 年我國出版行銷通路業者線下行銷資源投放管道

而「線上 / 虛擬」行銷資源項目較多亦為「主題折扣活動」，其次則為「文字報導式互動活動」、「直播座談、專訪、演講」等。



圖 2-73、2019 年我國出版行銷通路業者線上行銷資源投放管道

6.3. 產業觀測指標

6.3.1. 出版行銷通路業者各類出版品進書、銷售折扣

2019 年出版行銷通路業者之進書折扣眾數為七折（平均進書折扣為六六折）；銷貨折扣眾數為九折（平均銷貨折扣為八五折）；銷售最佳折扣眾數為七九折（平均銷售最佳折扣八二折）。

表 2-20、近三年圖書行銷通路進書及銷售折扣

單位：折（2017 年 N=174；2018 年 N=223；2019 年 N=289）

項 目	進書折扣	銷售折扣	銷售最佳折扣
2017 年	7.0 折 (6.7 折)	9.0 折 (8.5 折)	9.0 折 (8.2 折)
2018 年	7.0 折 (6.7 折)	9.0 折 (8.6 折)	9.0 折 (8.2 折)
2019 年	7.0 折 (6.6 折)	9.0 折 (8.5 折)	7.9 折 (8.2 折)

說明：1. 括弧外為眾數，括弧內為平均數。

2. 「銷售折扣」為整體圖書銷售折扣之平均、「銷售最佳折扣」為銷售情況最好的折扣數。

資料來源：本調查整理。

出版行銷通路業者之雜誌進書折扣眾數為八折（平均進書折扣為七四折）；銷貨折扣眾數為九折（平均銷貨折扣為八八折）；銷售最佳折扣眾數為九折（平均銷售最佳折扣為八八折）。

表 2-21、近三年雜誌行銷通路進書及銷售折扣

單位：折（2017 年 N=174；2018 年 N=145；2019 年 N=172）

項 目	進書折扣	銷售折扣	銷售最佳折扣
2017 年	7.0 折 (7.1 折)	9.0 折 (9.1 折)	9.0 折 (8.8 折)
2018 年	8.0 折 (7.3 折)	9.0 折 (8.8 折)	9.0 折 (8.6 折)
2019 年	8.0 折 (7.4 折)	9.0 折 (8.8 折)	9.0 折 (8.8 折)

說明：1. 括弧外為眾數，括弧內為平均數

2. 「銷售折扣」為整體圖書銷售折扣之平均、「銷售最佳折扣」為銷售情況最好的折扣數。

資料來源：本調查整理

出版行銷通路業者之漫畫進書折扣眾數為七五折（平均進書折扣為七一折）；銷貨折扣眾數為九折（平均銷貨折扣為八七折）；銷售最佳折扣眾數為九折（平均銷售最佳折扣為八七折）。

表 2-22、近三年漫畫行銷通路進書及銷售折扣

單位：折（2017 年 N=132；2018 年 N=101；2019 年 N=157）

項 目	進書折扣	銷售折扣	銷售最佳折扣
2017 年	7.0 折 (6.8 折)	9.0 折 (8.6 折)	9.0 折 (8.3 折)
2018 年	7.5 折 (7.3 折)	9.0 折 (8.6 折)	9.0 折 (8.4 折)
2019 年	7.5 折 (7.1 折)	9.0 折 (8.7 折)	9.0 折 (8.7 折)

說明：1. 括弧外為眾數，括弧內為平均數。

2. 「銷售折扣」為整體圖書銷售折扣之平均、「銷售最佳折扣」為銷售情況最好的折扣數。

資料來源：本調查整理。

6.3.2. 出版行銷通路業者之平均退書率

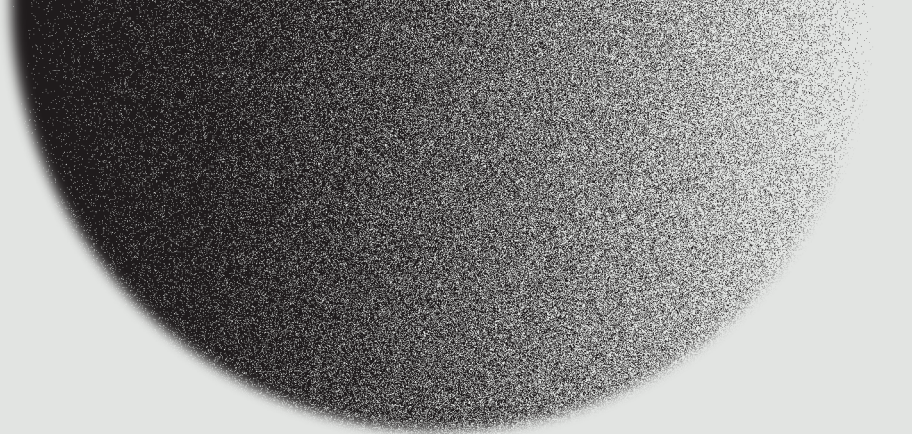
出版行銷通路業者 2019 年圖書平均退書率為 41.6%（2018 年為 39.9%）、雜誌平均退書率為 51.0%（2018 年為 46.1%）、漫畫平均退書率為 51.7%（2018 年為 40.5%）。

表 2-23、近三年出版行銷通路平均退書率

單位：%（2017 年 N=174、2018 年 N=192、2019 年 N=219）

年度	圖書	雜誌	漫畫
2017 年平均退書率	42.8%	47.4%	43.5%
2018 年平均退書率	39.9%	46.1%	40.5%
2019 年平均退書率	41.6%	51.0%	51.7%

資料來源：本調查整理。

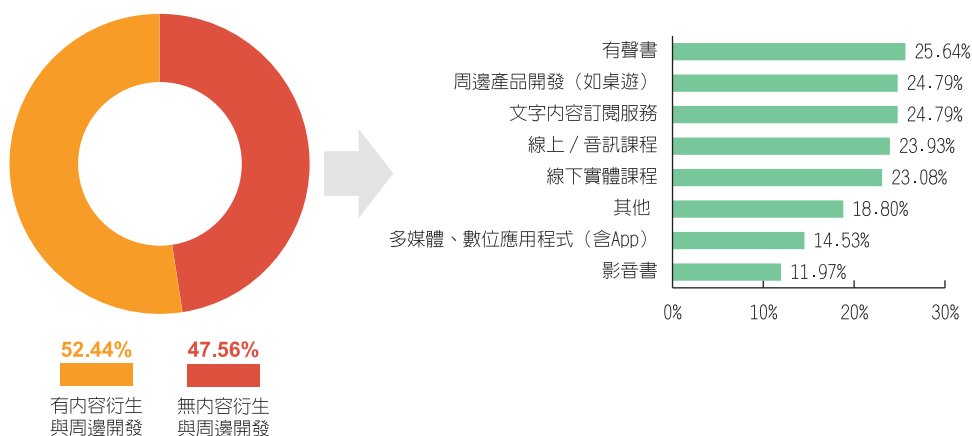


前瞻趨勢 FORECAST

03

● 1. 圖書出版社積極拓展多元業務

2019 年近五成（47.56%）圖書出版機構有進行內容衍生與周邊開發業務，其中，以「有聲書」（25.64%）占比最高，其次是「周邊產品開發」與「文字內容訂閱服務」等。另外，部分業者亦有從事展覽策劃、影視改編、群眾募資等工作。



說明：1. 可複選。

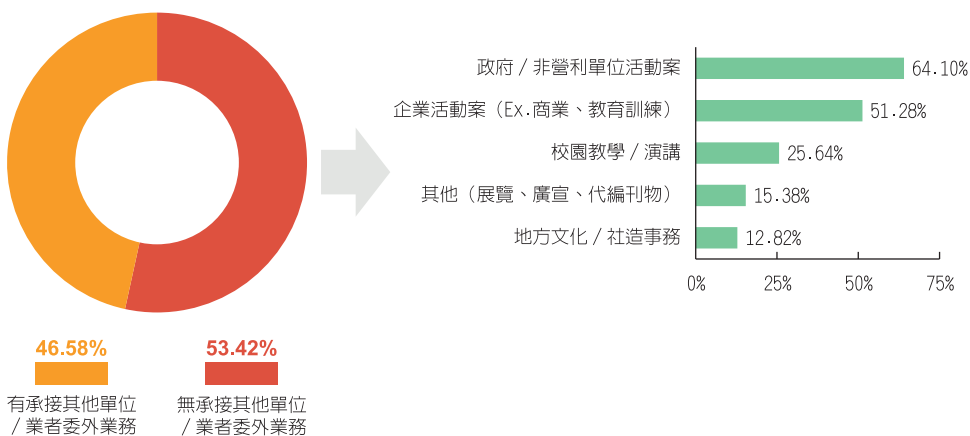
2. N=117。

資料來源：本調查整理。

圖 3-1、2019 年我國圖書出版機構衍生服務範疇

● 2. 雜誌出版半數以上業者有經營業外收入

2019 年我國雜誌出版業者除了本身經營業務之外，承接其他單位 / 業者委外（合作）業務的狀況，以「政府 / 非營利單位活動案」占比（64.10%）最高，其次依序為「企業活動案（如商業、教育訓練）」（51.28%）、「校園教學、演講」（25.64%）、「地方文化 / 社造事務」（12.82%），而「其他項目」（15.38%）如展覽策劃、代編刊物等業務。



說明：1. 可複選。

2. 有無承接其他單位 / 業者委外業務N=73、承接業務類型N=39。

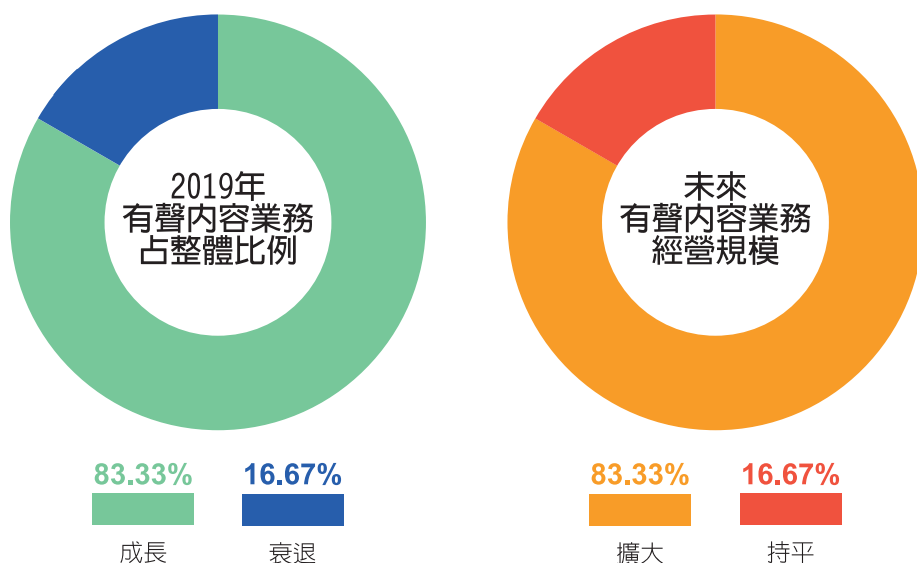
資料來源：本調查整理。

圖 3-2、2019 年我國雜誌出版業者承接其他委外業務情況

● 3. 數位出版平臺業者將擴大「有聲內容」業務規模

「有聲內容」服務逐漸成為我國數位出版平臺的重點開發業務。2019 年有 83.33% 受訪業者表示其有聲內容業務較上年度成長，且表示將持續擴大有聲內容業務的經營規模。

雖然我國有聲內容閱聽市場尚未明朗，且有聲書製作成本高，為出版業者帶動的實質營收並不顯著，外加我國目前在市面上流通的有聲內容產品數量較少，難以從中觀察我國讀者對有聲內容需求的變化，以致整體有聲書的發展走勢仍是未定數。然而，基於民衆全方位閱聽體驗趨勢，加上我國近年來興起的 podcast 熱潮，將帶動有聲內容成為未來出版機構或周邊業者的重點開發業務之一。



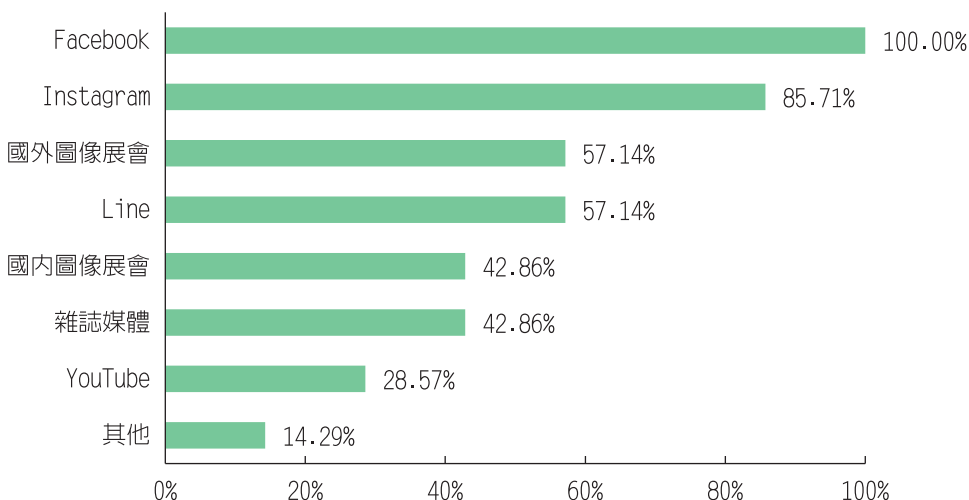
說明：N=6。

資料來源：本調查整理。

圖 3-3、2019 年我國數位出版平臺業者「有聲內容」業務經營情況

● 4. Facebook 依然是插畫經紀業者的曝光主力

受訪的插畫經紀業者皆表示仍會透過 Facebook 協助旗下圖像創作者進行對外曝光，而透過 Instagram (85.71%)、Line (57.14%)、國外圖像展會 (57.14%)、國內圖像展會 (42.86%)、雜誌媒體 (42.86%)，以及 Youtube (28.57%) 等管道亦有不低的比例。部分業者亦指出會透過上海、深圳、香港等亞洲地區海外授權展 (14.29%) 協助相關作品進行宣傳曝光。綜合上述，當前我國原創圖像作品多同步運用線上與線下管道對外發表途徑。



說明：1. 可複選。

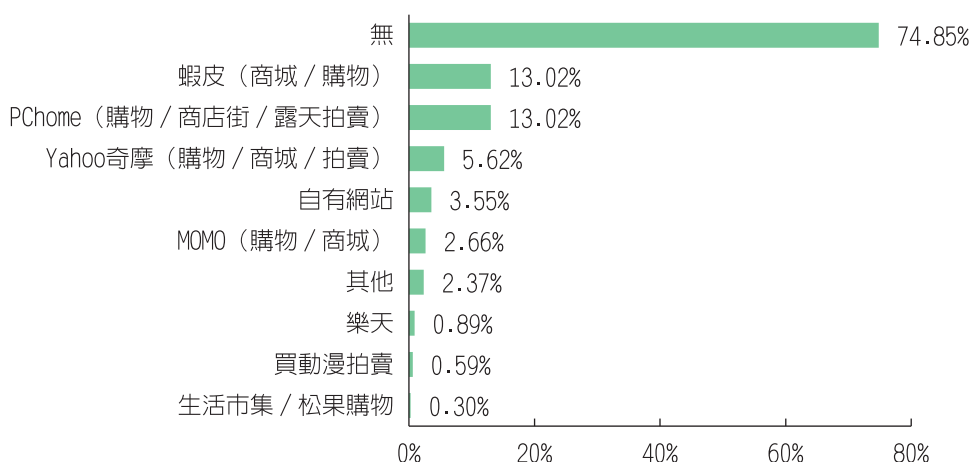
2. N=7。

資料來源：本調查整理。

圖 3-4、2019 年我國原創圖像作品對外發表管道

● 5. 出版行銷通路業者開始與外送平臺合作販售圖書

近 75% 實體出版行銷通路業者未透過電商通路販售商品。有 13.0% 的業者於蝦皮體系或 PChome 體系開設網路書店販售圖書，其次則為 Yahoo 奇摩體系的 5.6%，自行架設官方網站者則有 3.6%。上述無經營網路書店的業者中，有部分業者透過 Line 帳號、Facebook 粉絲頁或社團提供網路購書的服務。而選擇透過「其他」管道開設網路書店者，管道包括外送平臺（如 Foodpanda、Uber Eats）、Pinkoi、好店家（全家便利商店開店平臺）、旋轉拍賣、91mai 就要買、參先生工作室、一頁購物等平臺管道。



說明：1. 可複選。

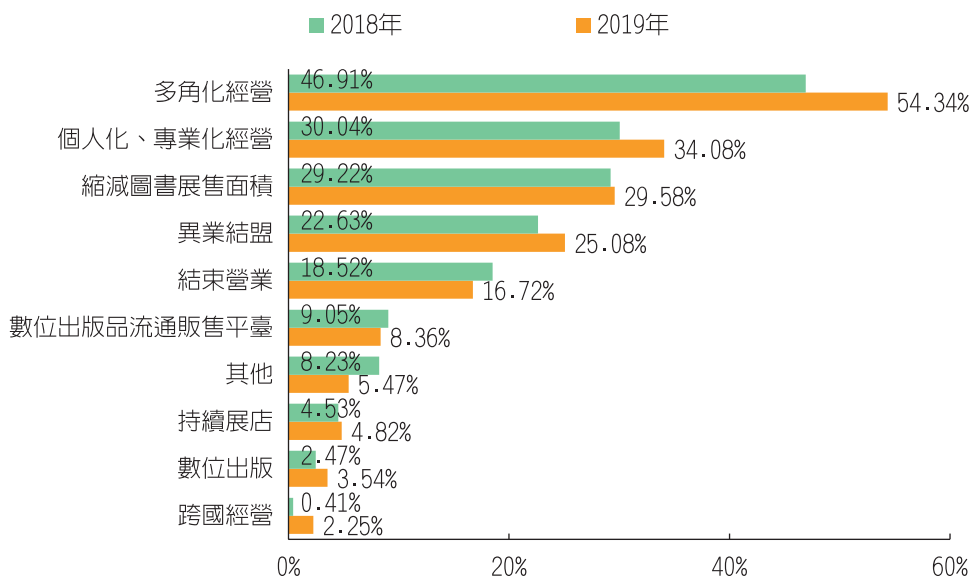
2. N=338。

資料來源：本研究整理。

圖 3-5、2019 年我國出版行銷通路業者經營網路書店（廣義）管道

● 6. 出版行銷通路業者傾向持續多角化經營

過半出版行銷通路業者考慮在未來三年進行多角化經營（54.3%），較 2018 年成長 7.4 個百分點；其次則為個人化、專業化經營（34.1%），較 2018 年成長 4.1 個百分點。而傾向結束營業者則為 16.7%，較 2018 年減少 1.8 個百分點。



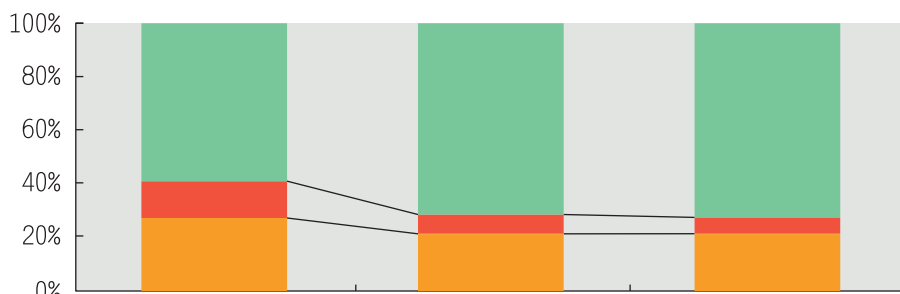
說明：2018 年 N=244、2019 年 N=310。

資料來源：本調查整理。

圖 3-6、2019 年我國出版行銷通路業者未來三年的發展方向

● 7. 販售圖書為主的出版行銷通路減少，業外收入為主的業者增加

以營收結構比例觀察出版行銷通路家數比例，發現以販售實體出版品作為主要收入的業者比例已呈現下滑的情況，其他商品及服務營收占比則呈現成長的態勢。當前圖書零售之發展前景不明，許多業者已陸續投入其它領域業務以維持事業經營的穩定，包括常見的文具販售、餐飲業務外，亦有策展、場地租借，或者改以門票、最低消費金額的方式經營書店。

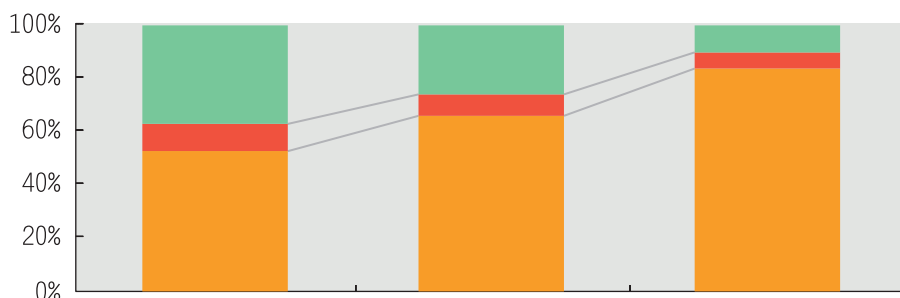


級距	2019 年	2018 年	2017 年
30% 以下	26.81%	20.85%	20.95%
31% ~ 50%	13.86%	7.23%	6.08%
51% 以上	59.34%	71.91%	72.97%

說明：2019 年 N=332、2018 年 N=235、2017 年 N=148。

資料來源：本調查整理。

圖 3-7、2019 年我國出版行銷通路業者實體出版品營收比例家數分布



級距	2019 年	2018 年	2017 年
30% 以下	52.71%	65.96%	83.78%
31% ~ 50%	10.24%	8.09%	6.08%
51% 以上	37.05%	25.96%	10.14%

說明：2019 年 N=332、2018 年 N=235、2017 年 N=148。

資料來源：本調查整理。

圖 3-8、2019 年我國出版行銷通路其他商品及服務之營收比例家數分布

台灣文化內容產業調查報告．2020．I，圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業 / 李明哲總編輯．— 初版．— 臺北市：文化內容策進院，2021.08

面；公分

ISBN 978-986-532-373-8 (平裝)

1. 出版業 2. 調查統計 3. 臺灣

487.7933

110013290

2020 年台灣文化內容產業調查報告 I- 圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業

發行人：丁曉菁

總編輯：李明哲

副總編輯：張文櫻、盧俊偉（依姓氏筆畫順序排列）

編輯委員：李正上、林淑瑋、瞿筱葳、羅怡華、羅融（依姓氏筆畫順序排列）

執行主編：黃能揚、蔡郁崇

執行編輯：王紀澤、洪婉馨、黃宇弘、陳鼎貳、蔡馨儀（依姓氏筆畫順序排列）

出版單位：文化內容策進院

網 址：<https://taicca.tw>

地 址：105 臺北市松山區民生東路三段 158 號 5 樓

電 話：02-27458186

傳 真：02-27492436

執行單位：台灣經濟研究院

網 址：<https://www.tier.org.tw/>

地 址：10461 臺北市中山區德惠街 16 之 8 號

電 話：02-25865000

傳 真：02-25868855

美術設計：葉子琦、豐盈美術印刷有限公司

出版日期：2021 年 8 月

版 次：初版

ISBN：978-986-532-373-8（平裝）

TAICCA

T A I W A N
C R E A T I V E
C O N T E N T
A G E N C Y

文化內容策進院

ISBN 978-986-532-373-8



9 789865 323738