



法國出版市場小檔案

中華圖書出版事業發展基金會提供

數字會說話——主要事實與相關數字

以下統計數字由法國國家出版聯盟 (Syndicate National de l'Edition) 提供，該組織代表銷售額，係該國350家出版商的年度銷售額總計。

銷售額

1999年法國出版市場的稅前銷售總額達138億法郎（依零售額計算約為240億法郎）；此數字也含版權交易額，但不包含郵購銷售額。相較於1998年，總銷售成長了1.5%。

出版書籍總數

1999年總共印41,880萬冊單本書，共計售出33,300萬本。出版49,475種書（包含26,696種新書）。

每版書籍的印刷冊數

1. 1999年平均每版印8,395本。
2. 不同種類圖書每版的平均印刷冊數不同，以下的統計數字可茲說明：
 - (1) 文學書籍每版印刷約10,200本；
 - (2) 藝術類書籍每版印刷5,500本；
 - (3) 漫畫書 15,000本。

出版公司總數

1. 約有3,350家「較活躍」的出版公司（指每種書單上，至少有一本以上的圖書）。
2. 在1996年，總數約佔17%的出版公司（意指每年出版200種以上的出版公司總數），共出版了81%的法國圖書。
3. 圖書出口—法國是全球第四大圖書出口國。

法國出版市場的結構

配銷系統

法國出版圖書的配銷系統，如下：

出版商→經銷商/行銷單位→物流單位→書店→一般大眾

一、出版商

出版商有2種選擇：

1. 出版商可審閱作者/作家原稿後，決定是否出版該著作。
2. 選定主題邀請作者/作家進行寫作。此題目的選定不僅與內文的實質價值、也與現今或未來的潛在市場價值有關，所設計出版的圖書，並以盡善盡美地呈現給讀者。

二、配銷商/行銷單位

此單位介於經售商或大盤商物流單位之上游，代表出版商與書店之間的商業聯繫。經銷商的目標是由出售圖書的單位、組織（書店、大盤商、超級市場）取得圖書的訂單、出版商通常都將配銷交由有業務網的代理商來處理。這些業務人員拜訪各書店，確定他們銷售的新圖書會進到書店的倉庫。業務接受下單後，將訂單交由營業單位處理，大部分的經銷代理商都由主要出版商所掌握，但他們也提供服務給其他那些沒有配銷部門的出版商。如此才能分攤業務人員外出拜訪客戶、書店，以及館銷結構所需的高額成本！

三、書店

書店有下列數種不同的形式：

1. 一般書店；
2. 賣專門書的圖書區；



3. 在超級市場的書店；

4. 車站的書攤、路邊的書報攤等。

在法國有8,000-9,000個出售圖書據點，其中約有2,000家是書店的經營模式。另法國的圖書市場有一個特點：所有圖書在註冊版權保護的9個月當中，可能會有不同形式的呈現方式，如市場上同時有平裝本和精裝本出售。

市場結構

總的來說，法國的出版市場是由兩大集團、數個家族經營的中型出版公司和許多小型出版商所構成。

1. Hachette和Havas為法國的兩大出版集團

在法國，出版公司是很高度集中的，主要是由二個集團掌控：Hachette-Matra和Vivendi（前身是Compagnie Generale des Eaux），經由Havas Publications Editions這子公司來運作。這兩大集團共計佔法國圖書出版總銷售的65%，以及圖書經銷的75%。

Hachette-Matra，係由Louis Hachette於1826年創立，該集團一直保持持續的成長和事業延伸的轉變。1979年為Matra集團所購併後，Hachette成為歐洲和歐洲以外地區的最大傳播事業集團，而圖書出版目前佔了1/5的事業項目。但如將它的出版部門與子公司的眾多部門合計之後，Hachette幾乎代表了法國出版業的1/3，也涵蓋了所有的出版品類別。

Havas Publications Editions，是目前最大的法文出版集團。在1997年之前，是以Larousse、Group de la Cite and CEP Communication的名字在營運，1997至1998間才改以"Havas Publication Editions"的名稱。1998年3月9日，隨著Havas and Generale des Eaux的購併完成，Havas Publication Editions成為法國最大的民間雇主（公司名稱於1998年5月更名為Vivendi）HPE的公司策略是以多媒體出版品和向國際市場的開展為基礎。

2. 中型營運的出版商

面對兩大競爭集團，中小型出版商利用不同的利基點和策略獲取了更有力的抵抗力。這些包含Gillimard、Le Seuil、Albin-Michel、Actes-Sud、Presses Universitaires de France、Eyrolles、Flammarion。

3. 其他的小出版公司

小型出版商代表著有創意的編輯方式與培養力量；另在各種不同專業領域裡發掘有才華的新人一事上也扮演了舉足輕重的角色。小出版商不斷地藉此模式在許多大出版集團中建立基礎，借助大集團的財力資源和支援系統的資源、力量，以此創造出所需的環境。

雖然銷售量總額只達300萬法郎，這些小出版商多數自己進行配書的工作，但有時也可用些小型經銷商來送書。

閱讀習慣

1. 在西歐，閱讀是個為大眾所認同的活動。書寫所留下的資料和檔案是一種「高貴的文化工具」的觀念也被廣為接受。
2. 66%的歐洲人認為，閱讀是豐富知識的最佳途徑。
3. 有別於一般認知，閱讀習慣沒有因為本國與其他文化相競爭而變得較差。
4. 在法國，一般人一個月至少讀完一本書，佔總人口數約34%。
5. 我們也觀察到一個現象：不太閱讀的這群人，每年只讀1-9本書，數目有日趨增加的情況出現；而重量級閱讀人口數，每年閱讀至少15本書以上，反而減少。
6. 事實上，也許現在法國人比以往閱讀較少的書，但同時時間裡，閱讀的總人口數仍在增加中。