



19-25

2001 年臺灣出版產業重點回顧

國立臺北藝術大學戲劇系講師

于 善 祿

盧郁佳在《聯合報》「讀書人周報」第499號的一篇題為〈2001 出版現象總檢討——異業競爭，類型凌夷〉觀察文章中，開宗明義便寫下：「出版不是文化產業。也許博物館、圖書館是；但出版，則屬於流行產業。」對此，筆者倒比較想從「出版產業」的角度來回顧2001年的臺灣出版界其定位、困境與展望。

兩岸相繼加入WTO所帶來的出版新思維

在年初由臺北市雜誌商業同業公會의 年度會員大會就針對近幾年兩岸雜誌合作的經驗與遠景，特地安排了一場「臺灣雜誌的大陸經驗」研討會，在會中，已經搶灘大陸的PC Home集團發行人詹宏志就大膽預言，大陸前十大城市共約一億人口的消費水準，已逐漸與臺灣平均消費水準拉近了，未來臺灣可以透過授權或技術轉移，主導下一波的文化發展。

除了雜誌界之外，中華民國圖書出版事業協會也在年底辦了一場兩岸出版座談，邀請大陸中國出版科學研究所所長余敏、出版科學研究所所長助理魏玉山、應用研究室任徐升國，與臺灣出版人武奎煜、許鐘榮、林訓民和陳信元參與，互動重點聚焦在外資在臺灣出版業營運狀況、臺灣出版集團化運作模式、對未來發展的想法，及大陸入世後的出版政策、對臺灣出版業者進入大陸市場的態度、大陸出版業走向世界的策略目標與具體做法。

過去的一年，我們看到兩岸的出版界，隨著相繼加入WTO的腳步越來越近，之間的合作案也越來越多。

其中由浙江少年兒童出版社在大陸同時推出臺灣兒童文學創作作家管家琪的15部作品，以幽默童話、少男少女、名人成功等三個系列呈現，該社是經人推薦而進入「管家琪故事網站」瀏覽，進而促成這次的合作案的，該社並安排管家琪於4月19日至5月8日前往北京、上海、杭州、南京、瀋陽、成都和廣州等地舉辦新書發表會。這種經由網路傳播而掀起的旋風，尤以11月3日在北京王府井書店的簽名熱賣最為猛烈，這是由臺灣紅色出版社與北京紅色星球出版社所合作一口氣出版十本紅色出版社所屬的作家作品。這是臺灣網路作家第一次以團隊的方式前進大陸，除了顯示網路文學在大陸受歡迎之外，也展現臺灣出版業對大陸市場的重視。記者會上吸引了許多平面及電子媒體前來，包括北京「娛樂現場」節目、浙江電視臺、天津青年報、中國圖書商報、中華讀書報、千龍新聞網、中國青年報、新浪網等。

而為了因應臺灣新政府主政，政經環境不穩定，許多企業出走臺灣，前進大陸，以及大陸在加入WTO後所開放的龐大市場，出版界也相中了這個趨勢，過去一年相關的出版品不斷。這些書幾乎清一色都是商業類書籍，有個人經驗談的，也有協助實務操作的，還有分析環境的。



Tom.Com連續購併臺灣出版媒體集團

5月中旬，由臺灣的PC Home電腦家庭出版集團、城邦出版集團，與香港跨媒體集團Tom.Com跨界結盟，攜手打造全球最大中文媒體平台。根據所簽訂的協議，電腦家庭、城邦集團將進行重組，成立新公司家庭傳媒集團（Home Media Group, HMG），以整合、持有和經營電腦家庭、城邦的書刊、出版和發行業務。Tom.Com以現金增資與購買原股方式取得新公司49%的股份，投資金額約為新臺幣13億零144萬元。

緊接著，李嘉誠又在HMG首席執行官詹宏志的牽線下，於11月22日以新臺幣3億8000萬元收購臺灣尖端出版社。尖端總經理黃鎮隆早在十餘年前就已經看清「東方文化難以全球化，華人最大市場在大陸」的環境特質，並開始前進大陸，以開發青少年出版品的敏銳去蒐集大陸青少年流行資訊。由於大陸出版事業仍受到法令限制，所以被Tom.Com併購後，整體發展計畫將由Tom.Com專人來規劃，尖端只負責生產內容。

就在2001年即將結束之際，香港Tom.Com集團和商周媒體集團12月12日對外宣布合併，看好大中華媒體市場每年百分之15的成長率及高達美金300億元的市場總值，且經過了六個月的洽商，Tom.Com集團終以新臺幣16億5000萬元的金額買下商周媒體集團股份。

這幾項收購案已使得港資掌握臺灣四分之一的雜誌市場，總計香港Tom.Com在臺灣已擁有包括PCHOME集團、城邦及尖端出版社等平面媒體資產，加上商周媒體集團，已確立在中文最大平面媒體的地位。商業周刊集團總裁金惟純表示，早在兩年前他就開始思考如何加大商周集團的經濟規模，走出臺灣和進入國際資本市場，基於臺灣和整體中文世界關係較為薄弱，而香港卻在整個國際資本市場的能見度更高的考量，最後選擇了商業形象良好，又有大陸市場長期耕耘背景

的李嘉誠集團。

然而，城邦旗下麥田、貓頭鷹和易博士三家出版公司的創辦人陳雨航、郭重興和沈雲驄，以及商周旗下儂儂雜誌創辦人之一的蔡東照，也分別離開或淡出其所一手創辦的出版品牌，造成這些產業內部專業出版人的局部震盪位移。陳雨航和郭重興所創辦的麥田、貓頭鷹兩家出版社，分別是詹宏志六年前成立城邦出版集團時，最初加入的四家出版社之一。

對此一購併案，也有出版業者持保留看法，長期觀察外國媒體集團合併結盟的青林國際出版公司總經理林訓民便指出，歐美少以「年度營業額」計算公司價值，且收購價多為年營業額的二至五倍，但城邦等集團卻以0.68到1.328倍不等的價格成交，其中有一半非現金而是股票抵價，難免予人大賤賣出走的感覺，尤其是文化解釋權的失去。

外籍雜誌期刊紛紛在臺有了國際中文版

也是趕WTO的熱潮，許多國外著名的雜誌期刊都陸續在臺灣推出中文版。

法國著名報業《費加洛報》集團所屬的《費加洛》時尚女性刊物國際中文版，由中國時報系時報周刊股份有限公司於1月5日正式發行，中文版的《費加洛》有六成比例是本土製作，四成選材自原版本的譯介。時報周刊公司曾出版法國《美麗佳人》國際中文版長達八年，雙方不再續約的消息傳出之後，法國《費加洛》報業主動尋求合作，在很短的時間內，臺灣、法國兩大報業所屬的時尚編輯事業敲定合作，《美麗佳人》中文版所有的編輯人員，在製作完成《美麗佳人》公元2000年12月號雜誌後，原班人馬立刻銜接上2001年1月號的《費加洛》，創下國際時尚雜誌在臺發行中文版沒有試刊號的記錄。

繼與美國時代集團（TIME Inc.）合作出版《TIME EXPRESS》、《TIME for Students》之後，且歷經兩年的版權洽談，經典傳訊三度與時代集團合作，於2001年1月推出



《Popular-Science》國際中文版《科技時代》，首刷10萬本，其中百分之八十內容由美國當月雜誌同步翻譯呈現，其餘為臺灣自製，經典傳訊發行人黃智成表示該雜誌中文版最主要目的在於傳遞「生活化的科技」，有新科技產品、新聞新知、生活科學問題解析、史上科技產品介紹等。該雜誌與《洛杉磯時報》同屬時代明鏡集團，近期被美國線上時代集團以高價購併，發行量150萬份，以深入淺出的新聞寫作方式，掌握全球最新科技資訊知名。

另外，繼美國國家地理學會創辦的《國家地理雜誌》在臺推出中文版後，來自大陸中國科學院地理科學與資源研究所、中國地理學會主編的《中國國家地理雜誌》，也在6月份引進台灣，印行繁體國際中文版。《中國國家地理雜誌》是在1950年1月以《地理知識》之名創刊於南京，為了普及地理科學知識，發行量曾高達40萬份。1988年，因應社會環境變化，全面改版；2000年10月創刊50周年，更名為《中國國家地理雜誌》，以此展現中國文化躍上世界舞台的企圖心。而全世界已有五種文字出版的學術刊物《哈佛商業評論》（Harvard Business Review），在媒體集團「資訊傳真公司」獨家取得美國《哈佛商業評論》雜誌中文版（簡稱HBR）在臺發行授權之後，於2001年10月1日發行創刊號，希望能在知識經濟時代提供臺灣社會菁英、企業領導人員前瞻性的管理知識與經營觀。

此外，遠流也即將引進在美國風行157年的權威性科普雜誌《科學美國人》（Scientific American），邀請教育部長曾志朗擔任名譽社長，並邀得中研院院長李遠哲、諾貝爾獎科學家李政道、台積電張忠謀擔任顧問；王榮文表示推動科普新知，將會成為全國下一波的「新知識」運動。

景氣差、颱風也來差一腳，出版業 停的停、倒的倒

創辦剛滿一年的臺灣第一家網路原生報《明日報》，因虧損3億元，再加上籌募增資不順利，原經營規模負擔太大，2月21日由發行人詹宏志宣布《明日報》停刊，在分兩批辭退所有員工後，公司將繼續保留，期轉型為提供收費資訊的服務型態。

繼2月份《明日報》宣布停刊之後，緊接著《大成體育報》也在3月31日宣布，自4月1日起停刊。該報在1997年4月18日分版誕生，但是出資的宏國集團因財務壓力，一度傳出有買家評估將接手，但是就在3月30日買家正式宣告不買了，《大成體育報》於是向員工發出停業通知函，並將裁員100人，但將比照勞基法給予一年一個基數及一個月預告工資的資遣費。

至於創刊於1999年3月的《新故鄉》雜誌。由於景氣持續低迷，原本雜誌社最大的訂閱贊助——長榮航空公司，決定在3月到期後不再續訂，由於長榮航空每期1萬本的訂閱量，可提供《新故鄉》540萬元的經費挹注，不續訂的決定，讓每年預算約1000多萬元的《新故鄉》雜誌社，面臨財務危機。少了企業支持，雜誌社決定在7月1日出版最後一期後，於7月15日正式停刊，員工全部遣散。

成立19年的《音樂月刊》則因前任金主資金問題，9月起正式宣布走入歷史，不過自新資金可望挹注的前提下，未來該雜誌預計將引進高階的網站製作及經營管理技術，將該雜誌轉型為包含音樂、唱片、戲劇、舞蹈及美術繪畫等綜合性平面及網路藝術雜誌，並改名為《音樂與藝術》。

臺灣第一份晚報《自立晚報》熬不到10月10日慶祝54周年，10月2日印出最後一份報紙，頭版標題為：「明月高掛，淒美熄燈」，印刷廠工作人員和《自立晚報》員工都不免感傷哽咽。令他們心有不甘的是，1947年10月10日創刊，在戒嚴時期曾因觸犯當局而遭裁定三次停刊，政治力未能撼動《自立晚報》的自立，近幾年卻因為財務的



不健全使他們無法自強，五次遷址、十幾度易主，走過風風雨雨，終就還是黯然告別，走入歷史。

除了停刊之外，出版界也面臨了許多財務危機。9月17日的納莉颱風重創北臺灣，洪水淹沒了多家出版社、連鎖書店的庫存書及新書，損失慘重。根據統計，這次受到納莉颱風侵襲的連鎖書店有誠品書店南京店、實踐店（原定9月16日開幕）、東湖店、基隆店，金石堂東湖店，新學友書局忠孝店、三重正義店及何嘉仁書店基隆兩家分店，全部淹沒。而位在基隆路的聯經出版公司的門市部，數萬本的新書，也在一夕之間成為廢紙。另外，隸屬天下文化出版公司的松江路「人文空間」，地下室淹沒，庫存在該處的新書全數泡湯；九歌文學書屋長安店也受到洪水侵襲。皇冠在汐止的庫房為三層樓建築，存放各式圖書數百萬本，一樓有暢銷書《哈利波特》，有兩三萬本之多，飽受威脅。當然，位在捷運臺北車站的金石堂及誠品同遭滅頂，災情亦很淒慘。

而位於八德路四段的博客來網路書店，這次損失亦頗為嚴重，辦公室整個淹沒在水中，工作人員及時搶救出電腦主機，但是倉庫中所有的庫存書，卻全部毀損。原訂於10月24日在京華城開設第2家24小時不打烊書店的誠品書店，由於京華城此次風災嚴重淹水，連帶使誠品京華店的開幕往後延一個月。此外，成立10餘年的中盤商「紅螞蟻」，放置在內湖地下樓的庫存書也全毀，9月20日還特別召集其代理的出版社，商討圖書賠償問題，希望出版社共體時艱，解決納莉颱風所帶來的困境。

這一切都在新學友書局驚傳跳票事件達到最高潮，新學友書局家族負責人第二代廖培宏是在律師楊佳璋的陪同之下，對兩百位發行書商、出版業者召開債權說明會議，說明受到房地產不景氣及納莉颱風水患，新學友書局連鎖企業近10億元的銀行抵押債務無法償還，面臨立刻被銀行抽銀根的處分，

新學友跳票近2000萬元，不過廖培宏向下游廠商承諾3年百分之百償清1億5000萬元債款。

目前新學友已經和出版商及書商達成共識，只要廠商持續進貨，新學友就會依照進貨比例，分期攤還先前的債務，讓雙方都有保障。中華民國圖書發行協進會和新學友簽署了一項草案協議書，明訂新學友盤點後轉交給搜主義承受之庫存商品，搜主義需公開庫存報表，庫存商品所有權歸供應商所有，搜主義得以出售該商品；一旦發生搜主義營運不善、無法依約定付款，各供應商始得取回庫存商品。這項協議在10月15日由圖書發行協進會委派律師和經營新學友書局的新、舊任企業主，簽定具有法定效力的三邊協約書之後生效，以確保其會員過去債權和未來供貨的相關物權。

繼新學友書局跳票案後，另一家大型連鎖書店之一的誠品書店也因為在10月8日發出一張延票通知，竟訛為誠品業務出現問題，顯示出版界在新學友跳票案之後，已成驚弓之鳥。

倒是由時報文化在1994年為經營漫畫通路而成立的發行中盤商「發達文化事業股份有限公司」，在12月5日傳出跳票500餘萬元，10日又跳票100餘萬元；在10日上午召開的債權人會議當中，時報文化出版公司的董事長（原發達董事長）孫思照並未出面說明，而拿著以他名義開出無法兌現支票的五、六十家供應商認為，時報文化是上櫃公司，卻有意規避責任。發達新董事長莊川明表示，目前正積極尋找金主，希望在近期內徹底解決此事，否則只有讓公司倒閉。不斷有新企劃行動的誠品書店

成立12年的誠品書店，3月6日在週年慶上宣佈「誠品全球網路」（www.eslitebooks.com）開站及誠品物流上線，將為讀者提供80萬種中、外文書籍的資料庫與搜尋機制，並透過高效率的物流配送系統完成，使實體與虛擬書店專注讀者服務，提升服務的品



質。此舉亦使誠品成為繼金石堂書店、新學友書局之後，第三家跨足虛擬網路書店經營的大型連鎖書店。其中，誠品全球網路資本額為8000萬元，誠品物流資本額則為4億元，實收資本額為一點六億元，兩家新公司均由誠品股份百分之百轉投資。

另外，誠品網路書店（www.eslitebooks.com）自9月1日起也正式成立「圖文店」，成為繼嬉獨店、哈利波特魔法舖、古書店等專門店之後的第四家專門店。「圖文店」匯集國內外頂尖圖文大師的多項作品，為喜歡閱讀的大小朋友準備了一場豐盛的視覺饗宴。誠品網路書店未來還將陸續推出折扣店、New Age專門店、套書店等專門店，滿足更多讀者的閱讀慾望。其他的專門店也陸續開幕，包括圖文書店及日後的套書店等，以「店中店」的型態，將購買潛力較強的主題式商品集中經營，也可以讓特定客層有更多的購買選擇。

在實體書店部分，誠品書店選在6月2日周末於臺灣大學附近，開設名下第一家兒童書店，從最早的兩個童書書櫃開始，到成立敦南總店的兒童館，到現在終於有了兒童專門書店，為誠品連鎖書店體系首創。未來誠品兒童書店，將以社區書店的型態，舉辦各項活動及讀者會的方式，推廣民衆閱讀的習慣。誠品書店童書企劃張淑瓊表示，誠品也特別針對兒童書店的門市人員進行教育訓練，以提供家長諮詢，並依年齡層介紹適合孩子的童書。

而爭取在百貨公司中開闢書店，一直是誠品書店增闢連鎖店的行銷手法之一，因為誠品的定位與流行時尚環環相扣。繼三年前誠品中壢SOGO、新竹SOGO店相繼開店後，誠品忠孝SOGO店不僅將成為進駐太平洋SOGO百貨的第三家分店，同時也是這三個點中擁有最大坪數的綜合書店。以高感度流行閱讀的發源地定位出發的誠品忠孝SOGO店，結合較多的大眾商品與暢銷新品，不論是書籍商品種類、空間設計或活動企劃，都

瞄準臺北市東區消費者對流行新鮮事物的追求。日文書區則是配合日系百貨公司客層的需求，日文雜誌種類多達上千種，涵括從藝術、風尚，到傳統技藝、電信電玩，甚至針對火腿族與銀髮族需求而編輯的出版品。

而繼前年三月誠品成立亞洲地區第一家二十四小時不打烊的夜書店之後，又隨著座落於台北市東興路12號的大型購物中心「京華城」的開幕，第二家誠品夜書店也正式對外營業，該書店位於京華城11及12樓，共佔地450坪，視野寬闊，誠品希望營造一個讓消費者可比欣賞夜景，又可以安靜閱讀的「夜書店」，給民衆全新的感受。

另外，誠品書店在高雄大遠百購物中心也成立了一家分店，設在該中心的第17樓，算是目前全臺灣最「高」的書店，佔地1000坪，視野可以遠眺高雄港，空間規劃委由建築師陳瑞憲設計，運用了占地寬廣與空間挑高的兩大優點，讓不同類別的書區自然呈現清楚的劃分。在書區的規劃上，還特別設立了「高雄專區書櫃」，包括了「書寫高雄」與「高雄書寫」兩個類別，囊括所有出身高雄的作家著作，以及任何關於高雄的文學作品，頗具巧思。

書店門市經營求新求變，也搞起了合縱連橫

為了拓展書店的經營面向，部份連鎖書店與獨立書店在過去的一年裡，都想盡辦法增加行銷點或採取策略聯盟，以增加店銷利潤。

自從1993年，敦煌書局在臺中逢甲大學開了第一家校園書店之後，敦煌又陸續在靜宜、東海、中央、元智、輔大、中原等大學經營書店，2001年9月份還在霧峰朝陽大學開設第九家校園書店，敦煌已成了校園書店的代名詞。敦煌經營校園書店，完全是依照國外著名大學經營書店的模式，不但書種齊全，且外文書特別多，敦煌認為要增進臺灣消費者的英語能力，就要先灌輸這些中堅分子英語閱讀的觀念與習慣。



隨著敦煌經營校園書店成績斐然，其他連鎖書店也紛紛跟進。

9月份在苗栗弘光技術學院開書店的金石堂，近幾年開設書店場所類型，倒是愈來愈多樣化，像是四家醫院的門市。另外，近幾年不斷在大學附近開書店誠品，也在9月17日將觸角伸進實踐大學。

而在教科書市場經營得有聲有色的五南圖書出版公司，也成立了20餘年，初期是以教科書為主要市場，但是隨著市場擴大，陸續開闢了多家子公司，像是「好用」、「書泉」、「應用心理」、「臺灣古籍」等，都是五南新增的出版社，並在臺中嶺東技術學院成立了第七家門市，開設連鎖書店主要銷售的是五南出版的書籍，廣受學生好評。

不過，由於大型連鎖書店持續開張，嚴重壓縮了獨立書店生存經營的空間，大臺北地區包括政大書城、墊腳石、書鄉林、校園書坊、三民、建宏、聯經新生店、幼獅、東方、光統等四十家獨立書店開始策略聯盟，自12月26日起至2002年2月5日，與天下文化合作舉辦「豐富閱讀20年」活動，這項企劃的主推人是政大書城的負責人李銘輝，他同時也是「黎明書報」的資深經銷商，期望藉此開闢書市通路的另一條路徑，這項活動提供五十種暢銷書及重量級新書，以買一送一再八折促銷，並在2002年1月5日當天，同步推出「超值好書，一元搶購」活動。李銘輝表示，如果這次的測試成效不錯，未來將不排除更進一步做成實質的「書店共同體」。

數位閱讀仍在為讀者探尋最舒適的閱讀姿態

由「智慧藏網路公司」所成立的「線上電子書書店」(Ebook.com.tw)網站於1月31日宣布正式運作，結合了電子書IA載體廠商、版權保護技術軟體及中、港、台出版業者，要讓愛書人只需透過一根手指輕點滑鼠，便可採購喜愛的傳統實體書(Pbook)或電子書(Ebook)，同時還可享受線上字典、線上百科全書的增值服務，該網站也將陸續

提供免費下載的工具內容與資訊軟體。

國內最大的網路書店博客來在經過五年的經營之後，累積了10萬人的顧客基礎、55萬份的e-page電紙報發報量，去年更推出「博客來電子書館」(www.books.com.tw/e-product/ebook)，初期上線販售的品項約為100多種，其中最受矚目的是人二雄漫畫創作《非常辦公室》、《電視好國民》動畫版獨家銷售。

由資訊科技、出版網路書店等不同領域業者結集成立的「全球華文線上出版聯盟」，以提供線上全方位「華文數位資訊增值服務」為目標，企圖將實體世界和網路虛擬世界資源整合，共同開拓更大的市場，並建立完全數位、完全線上、完全虛擬的「數位文化」。以出版產業的角度來看，從作家智慧財產權的經營管理、行銷機制、出版社電子書的製作、電子書線上行銷的加密、隨選列印、海外市場的開發等，都可提供專業的諮詢服務。目前已加入的業者有華文網線上文化事業集團、新絲路網路書店、拓璞科技、優碩資訊、一字數位科技、凱立國際印刷公司、創智文化公司等。

國內兩大網路書店「華文網」(www.k2k.com.tw)及「新絲路」(www.silkbook.com)於6月20日正式宣布合併，未來仍維持兩家網路書店的形式，但軟、硬體資源共享。華文網董事長王寶玲表示，買下新絲路網路書店使華文網得以跨進POD隨選列印領域，以後華文網出版一本時，就是兩岸三地一起，有繁體字版、簡體字版、電子書及POD四種形式。華文網與新絲路合併後，將以整個華文出版市場為目標，也就是一本書同時賣臺灣、大陸及新加坡、馬來西亞地區。

華文世界第一家網路原生報《明日報》雖於今年2月倒閉，但其母公司「普司特」(ePost)於7月2日宣布重新出發，重新定位為「無線上網內容及服務整合供應商」(Wireless content & service aggregator)，將致力開發無線上網市場。目前，正以5份不



同產業類別的付費專屬報紙，先和讀者見面。普司特成立的電子報主打三個重點：金融、科技、中國，因為這是最具優勢的面向，因此成立了創投、通訊、生物科技、銀行、投資、保險等報紙。其各以手機與 email 為平台，並年收 699 元新臺幣，未來以每年辦五份報為目標。

無線上網的例子也反映在英業達副董事長溫世仁 7 月 5 日發表新書《新經濟、新工作、新財富》，在經濟話題之外的另一焦點，是這本書的內容已可透過英資達剛上市的新款手機 OK WAP ip88 下載，讓讀者到處都可以「看得到」。這只是英業達關係企業英資達、明日工作室和遠見雜誌合作推廣數位閱讀計畫的一部分。目前明日工作室提供「空中書城電子書下載」服務，用戶只須點選手機內建制的空中書城圖示，利用 WAP over GSM 的方式，便可直接連結空中書城網站，上網連線瀏覽或下載圖書離線閱讀。

色情書刊與分級制度

成立於 1997 年 10 月的「中華民國圖書評議委員會」，為因應日漸增多的業務、發揮更多的功能，於 2 月下旬轉型成「中華民國財團法人出版品評議基金會」。原本評議會成立的目的，是希望藉由各行各業所挑選出來的 21 位社會知名的評議委員，針對一些處在灰色地帶，難以判斷是「色情」或「藝術」的出版品提供評議委員的看法，以免出版社在分不清楚的情況下，貿然投下鉅資發行，日後書籍一旦出版即遭取締的命運。評議會主任委員許文彬表示，雖然角色轉換，但是功能維持原狀。其次，除了原有的圖書（包括漫畫）評議外，還增加影音、電腦軟體的評議，以因應日新月異的社會。

由中華民國出版品評議基金會在 3 月 22 日所公布的全台小說漫畫出版店抽樣調查結果顯示，每個月估計有 400 萬冊言情小說在各類出版通路上流通，其中就有 356 萬冊出現限制級內容，而這類言情小說在各大連鎖

書店、學校附近的漫畫出租店、社區書店，以及各大賣場和像光華商場之類的廉價市場中大量陳列。包括新學友、誠品、金石堂在得知此事時均表示，採購時很難分辨哪一本超越限制級，為免戕害青少年，各書店均表示，言情小說將全部下架，未來也將加強把關，不讓色情小說進入書店。

當基金會向 7-11、全家福、OK、福客多等便利商店提出此問題時，大家都願意支持此事，願意負起社會責任。估計目前全台有 3000 餘家便利商店加入這項名為「未評議即拒絕讓它上架」的活動，值得一提的是 7-11 並全面禁止成人雜誌及寫真集上架。許文彬透露，「圖書分級」已成為當前出版業必然的趨勢，預料未來將有更多的商店會為青少年把關，拒絕色情刊物上架。

新聞局為了讓圖書分級制落在漫畫租書店，於 9 月中旬，在臺北西門町鬧區，成立第一家「分級書店」示範店，希望藉著這家示範書店，把年輕朋友喜愛流連的漫畫租書店，導入一個可以使家長放心讓子女去閒逛的地方。新聞局出版處處長趙義弘表示，希望在國內可以推動 500 家「分級書店」。新成立的示範「分級書店」，主要以漫畫租售為主。另外，為了讓漫畫迷有機會齊聚一堂，書店並規劃出 100 餘坪場地，定期舉辦漫畫新書發表會及漫畫家簽名會。

結語

回顧過去一年來臺灣出版界的大致動脈，可以看到出版界對於未來其實是既期待又怕受傷害的，一個向度直朝全球華文出版的統整邁進，竭盡所能地結合可運用的資源；另一個向度則是對於出版業界長期以來的習慣作業模式提出反思，幾次的跳票事件所引發的出版風暴與出版流通及門市的策略聯盟，使得出版業界更是戰戰兢兢。面對出版界的未來，已經無法用「分久必合，合久必分」的思維來規範或揣想，業者可能得更智慧且開放地、更務實且堅持理想地擘劃未來！