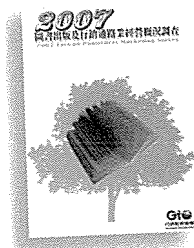


從《2007圖書出版及行銷通路業經營概況調查》 看臺灣圖書出版產業的未來

梁德馨 ◎ 天主教輔仁大學統計資訊系副教授



依據行政院新聞局 2007 年 12 月出版之《2007 圖書出版及行銷通路業經營概況調查》（以下簡稱《2007 圖書出版調查》，推估 2006 年圖書出版產業產值約為 250.70 億元，與 2004 年（306.68 億元）相比，整體產業產值呈現衰退現象。該調查之母體設定為國家圖書館國際標準書號中心登記圖書出版量 4 本以上之公司、合夥或獨資之工商行號或其他法人組織，但政府機關及個人則不列入研究調查。2004 年圖書出版的母體數有 969 家，而 2006 年的調查母體為 842 家，減少了 127 家圖書出版產業（減少 13.1%）。而根據《全國新書資訊月刊》資料顯示，2006 年新書出版種數為 42,735 種，較 2005 年微幅成長了 1.83%。可見圖書出版業仍不斷地推出新書，新書種類產量的提升，讓圖書呈現多元及豐富的面貌，滿足了消費讀者的需求，但圖書出版產業在家數及產值上卻呈現衰退現象。

在大環境不景氣的氛圍下，消費者在購書的預算上更是顯得精打細算，曾一度盛行的低價書店，以及隨後各圖書行銷通路業的折扣戰，打亂了原先市場的行情價格。若根據《2007 圖書出版調查》中各通路業者對於消費者在圖書消費金額的估算可得知，消費者平均的消費金額約 101-200 元比例較高（32.0%），其次為 201-300 元（26.7%）。2006 年圖書出版產業的售價，平裝書平均售價為 275.4 元，各類別圖書的平均售價最高的為考試用書的 322.3 元，到最低平均售價為兒童讀物的 182.0 元之間。精裝書平均售價為 510.4 元，各類別精裝圖書的最高平均售價為教科書的 573.4 元，平均售價最低的則為兒童讀物之 288 元。臺灣圖書的售價其實並不算高，但在整體經濟結構快速 M 型化的狀況下，中產階層的家庭會劇減，而中產階層在閱讀上的花費亦最易受到景氣的影響，面對物價的上漲、經濟不景氣等現象，使國人的荷包大量縮水，即使想要買書可能也是心有餘而力不足。另外，國人閱讀之樂亦逐漸被其他娛樂所取代，在讀者人數及花費皆降的狀況下，勢必造成圖書出版業之整體產值下滑。

2006 年圖書出版產業給與各通路的價格平均折數約為 6.8 折，進一步觀察，給與自營通路的折數介於 6.4 折到 8.0 折之間，其中，以總經銷 / 經銷商 / 中盤 / 代理商折數最低（6.4 折）。

而給與代銷通路的折數則是介於 5.2 折到 7.9 折之間，其中，以直銷折數最低（5.2 折）。圖書出版業者，在售價不高而給通路商的折數又大的狀況下，2006 年圖書出版產業平均整體獲利率為 19.4%，當中，以出版一般圖書的平均獲利率較高（23.0%），出版兒童讀物的平均獲利率最低（5.1%）。

退書一直是圖書出版產業無法避免的一環，但高退書率卻是圖書出版業者最沉重的負擔。2006 年平均最高退書率為 52.4%，各家平均的退書率介於 21.7-52.4% 間。在大打折扣戰及高退書率的狀況下，市場秩序的重整，將是未來圖書出版產業重要的課題。

由上述的調查及推估結果可判斷，國內圖書市場發展似乎已遇到一個瓶頸，2006 年圖書出版業的營收成長率僅有 1.24%，對出版業而言是一項警訊。每年新書出版量高達 4 萬多種，再加上網路資訊的發達，造成閱讀時間被分食的現象，以及大環境經濟不佳的情況下，以國內 2,300 萬人口論，驚人的生產量，造成市場供過於求，低迷的景氣加上網路資訊的發達，結果導致高退書率，使圖書出版產業陷入慘澹經營的惡性循環。面對不易經營的圖書出版產業，預期未來仍有持平或狹幅成長空間，但需積極地開創重量級的圖書出版與行銷平臺，才能解決整體產業的現象。

圖書出版業者與行銷通路業者間一直是利益共同體的角色，不僅需維持良好的互動關係，更是相互成長及提升彼此獲利的夥伴，但近年圖書消費成長空間有限，除傳統經銷通路（藉由經銷商銷售給最終零售店，如書店）外，新興通路（如量販店）及網路書店，則直接與圖書出版業者接洽，再加上零售通路為減少資金成本，有意改變帳款收取方式，因此，未來圖書出版業與行銷通路業的互動是否會有所牽動仍須觀察。

國內圖書出版業者對於未來 3 年的產業景氣看法趨於保守，受到國內閱讀率下降、圖書購買率下降、市場成長有限，同時產品價格競爭又激烈等因素，圖書出版業界對於未來的圖書市場出現不少負面的看法。根據《2007 圖書出版調查》的結果，圖書出版業者對未來 3 年圖書出版所抱持的態度，認為不樂觀的業者將近五成（49.5%），而約有二成七（26.6%）表示會維持現狀，不會有太大的變化，僅一成五（14.5%）之業者抱持樂觀態度。對於未來圖書出版產業的發展方向，有 35.4% 的業者計畫朝向個人化專業化的理念最多，其次為數位化經營（25.2%），再其次為同業結盟（17.7%）。

在全球邁向數位時代的來臨，數位出版將成為未來圖書出版的新紀元。美國出版印刷顧問 Andrew Tribute 的調查，現階段全球電子書每月銷售量 40 萬本，每月增加 5-7%，預計到 2020 年，數位資料的市場占有率將達 65%。根據資策會數位內容推動辦公室的統計資料，臺灣的數位出版及數位出版服務等營收規模約為 51 億元，雖然數位出版的規模並不大，但 2006 年數位圖書相

關產業的成長率已達 18%，未來數位出版應會是出版業主要的營收來源之一。現階段圖書出版產業有投入數位出版比例僅有 7.6%，在決定是否投入數位出版的主要考量因素有二，其一為載具技術發展是否已成熟與普及，其二為讀者閱讀習慣是否已可接受數位出版品。目前電子書相關的軟硬體大致上都已成熟，惟有賴讀者在閱讀上習慣的改變，而如何教育及引導讀者養成數位閱讀之習慣，則是圖書出版業者站上數位出版版圖的首要重點工作。根據《2007 圖書出版調查》得知，有 11.5% 的圖書出版產業在未來三年內有發行數位出版的計畫，顯示產業界對於未來數位圖書出版的發展空間具有信心。不過，不少圖書出版產業表示，過去在發展數位出版時曾遭遇困難，其主要原因為版權問題、閱讀習慣不易改變及政府未有適當的配套措施等，皆是未來需克服的議題。

若針對臺灣圖書出版業做一SWOT分析，根據《2007 圖書出版調查》的研究，歸結出臺灣圖書出版業的優勢與劣勢、機會與威脅，臺灣圖書出版業的優勢主要在於圖書內容及圖書印製等二方面。就圖書出版的內容而言，業者除在中華五千年的文化及臺灣四百年的文化特色下，得以培養多樣出版品的內容，同時融合國際文化新知，讓國內圖書出版業者每年得以多元化選題、出版豐富性之種類兼具創意性的出版品。因此臺灣每年都有超過4萬種的新書加入圖書市場，足以顯示臺灣圖書出版品之繁盛。在出版界自由的優點下，每年皆可提供讀者多樣性的圖書，來滿足讀者在閱讀上的需求。另外，就上下游相關產業的部分，臺灣出版業界人才素質優越，使得相關之美術、設計、印刷……等技術流程，可提供較高設計、印刷品質，藉此提高國內圖書出版業的競爭力。

臺灣圖書出版業的劣勢可分為國內及海外市場兩部分來探討。由於國內圖書出版的市場規模太小，同時出版業者家數眾多，局限國內圖書出版業的發展及生存。整體而言，國內業者的出版品能達到經濟規模少有，同時新書開發費用過鉅、回收耗時，因此影響創作投資意願。另外，受限於圖書市場規模，亦不利於小眾圖書業者的生存，因此每每受到國內景氣波動、大環境經濟不佳時，便會傳出若干出版社的熄燈歇業事件。在海外市場的部分，由於國內大型出版業者不多，傳統圖書出版業者對全球市場的瞭解略為淺薄，因此現階段多數業者都沒有國際行銷團隊，無法走至全球市場中；而從業人員英文能力尚不如香港、新加坡，亦因此限制業者發展國際市場能力。

臺灣圖書出版業的機會主要在於簡體市場及數位出版兩部分。由於臺灣與中國都是使用中文的重要市場，在文化上簡體字出版市場並沒有障礙，現階段已有少數業者進入中國市場，同時亦有少數作者在中國享有高度知名度，未來隨著兩岸間往來的增加，圖書業者可藉由發展簡體圖書市場的機會擴增規模。依據日本、美國數位出版品的成長情況來看，國內數位出版品相

當具有發展機會。內容數位化已不是問題，國內外已有大量出版社投入出版品數位化；另外，數位閱讀器在國際大廠的開發下已有相當的成效，惟受到質疑的部分仍在讀者的接受度，有待業者的努力。目前國內網路、手機普及率甚高，青少年使用網路的習慣十分普及，習於接受數位化資訊，同時數位出版品的市場將不分繁簡體字，可及於全球華語市場。因此，數位出版的市場將是國內出版業者未來的一個機會。

臺灣圖書出版業的威脅可分為國內及海外市場兩部分。國內圖書出版市場受到的威脅來自於質與量的兩層面相互交錯的問題。量的問題在於國內市場發展受到先天上本土閱讀人口規模的問題；同時後天上圖書採購、閱讀率的下滑。因此國內出版業發展常受到政治、經濟、景氣波動等的環境因素，波及圖書出版業的生存。在質的層面，因為品質較佳的圖書，不見得是大眾化流行性的讀物，因此常受限於出版市場規模，而無法以長期規劃、製作優質的圖書出版品，亦影響從業人員培養新一代好作者。綜合質與量的威脅下，出版界資本不易累積，無法培育出高製作成本、小眾出版品，折損整體出版業者競爭力。此外，近年國內出版與通路業間的合作模式開始出現轉變，任意改變結帳方式影響到彼此的信任，在結帳方式未達成協議前，單方改變結帳方式都會是雙輸的結果，不利於上下游業者，亦損及國內讀者權益。

臺灣圖書出版業海外市場的威脅則來自於出口及進口的部分。出口的部分，國內出版業受限於自身規模，無法養成相關人才，圖書出口或版權外銷並不發達，此外對中國圖書市場又欠缺相關出版法律、制度等諮詢管道，亦減弱圖書、版權出口競爭力。而進口的部分源自兩個問題，其一是簡體字市場的低價來臺競爭，這個問題未來仍將無法揮去。另歐美日版權進口的比例甚高，雖然國人可因此獲得較多國際新知，但宏觀上，出版業界過度依賴國外版權購置，反而無法改善創作者漸少及全球性圖書的發展的問題，影響自有文化的發展。

目前國內的圖書出版產業雖有逐漸朝向大型集團化的趨勢，仍以非集團成員比例較高（86.8%），且不管從資金來源比例或投入資金的比例皆以本國個人投資為主；就人力規模來看，圖書出版產業主要以10人以下的小規模企業居多（70.3%），平均員工人數約為17.0人；就資本額來看，以500萬元以下之企業規模較多，約占61.2%。可知，國內出版產業仍屬本土化企業且小規模的經營型態為主。在面對上述的劣勢及威脅下，大部分臺灣圖書出版社的規模小，相對上面對出版、行銷新書上資金壓力頗高，因此發展臺灣文化、出版事業實需政府在資金取得上給予協助。業者建議以信保基金方式協助小型出版業取得融資管道，或設立出版業公正第三人之鑑價單位，提供金融機構貸款參考。或許亦可以參考電影事業，成立輔導金制度，針對圖書出版業之中小企業增加補助項目。對於國際行銷的部分，因為臺灣圖書出版社大部分規模小，無法承擔赴國外參展的長期投資，期望政府提供國際參展的補助，或整合臺灣圖書出

版社出版品資訊加以宣傳，與國外參展單位接觸。

因為國內圖書出版品的銷售市場規模限制了出版產業的發展，因此向外發展將會是未來圖書出版業的另一發展機會，但以目前出版業者的規模，向外發展將會遇到不少現實的問題，透過國際版權交易是增加本土圖書外銷的機會。業者建議政府可由教育、訓練體系開始著手，培訓版權交易專業人才，教育出版社版權交易的觀念。同時，增加國內版權採購會展，邀請國外圖書出版社參加，協助版權交易。

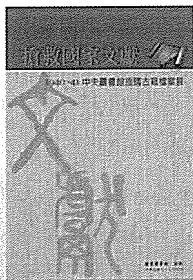
此外，有鑒於國內出版圖書中的國外版權比例居高不下，長遠來看並不利於我國文化、出版事業的延續發展，因此，業者建議政府單位應從根本著手，鼓勵本土作家之創作及本土出版品的良性發展。對於出版相關人才培訓的作法建議可深入校園，採取建教合作的模式，從根本人才培訓做起，增加出版、創作人才的養成；同時亦應多舉辦開卷有益徵文比賽等活動；評選優良作家、出版社，並佐以獎金機制，鼓勵作家、出版社發表具特色作品。而目前金鼎獎的獎項可再做細分調整，以強化金鼎獎實質意義。

由於國民有閱讀習慣才能延續學校教育的功能，並且提升國家競爭力，因此提升國民閱讀率不僅攸關出版業的永續發展，同時也是國家競爭力的重要課題。因此業者建議政府單位能夠善盡公眾人物的社會責任，帶動閱讀風氣，同時在媒體中亦應多作書香文化的推廣，讓讀書成為日常可見的習慣，並以此向下紮根，提升國民的閱讀風氣。具體建議作法包括，教育政策可適當減少青少年考試之閱讀，來提高閱讀樂趣，多舉辦中小學優良圖書評選活動，藉此提升中小學之閱讀風氣。結合政府各單位資源推廣閱讀，佳節贈品亦可使用圖書或圖書禮券，乃至於購買圖書出版品抵減個人綜合所得稅等都是可行的辦法。換言之，應進行從政府、社會、企業、學校到家庭的垂直整合，包括提高各級圖書館的購書預算、提出有效能落實的扶植圖書出版業者方案、積極培養國內圖書出版業走出國際知名度、協助行銷通路業者的整合、實質鼓勵企業多從事員工訓練及閱讀活動等利多配套。總而言之，未來的閱讀人口，不僅受到少子化的衝擊外，面對新興媒體（如網路）的吸引，皆是讓閱讀人口流失的主要因素，除政府的利多及大力倡導外，圖書出版業者更應懂得抓讀者的心，強化本身創作創新、管理創新及行銷創新的能力。如此才能不斷地吸引讀者繼續看書、買書及愛書。

最後，在產業調查中，最常遭遇到的被拒訪的原因有二，其一是業者忙於本業而無暇協助完成調查，其二為業者擔心所填寫的營業資料外洩而不願意配合填寫。在上述二大拒訪因素下，在產值及營運狀況推估上，就容易因為回卷的廠商不足或不具代表性，而造成對產業經營概況的偏態剖析。而產業調查若是由政府所委辦給具公信力之調查研究機構或公司來執行，在政府統計法規及調查道德的規範下，單一受訪廠商或公司之營業資料是應無外洩之虞。圖書出

版產業的經營概況調查及研究可以協助政府及業者更了解目前產業的現況、困境及未來，是政府及業者都極為需要及重視的一項資訊。若業者希望能取得具信度的產業面資訊，則有賴業者的配合調查及參與。此外，負責調查的機構或公司在資料回收後的檢誤及推估中，亦應多向業者請益，以確保產值估計及產業剖析之合理及正確。此外，產業調查成功的最重要因素，是要有產業界的資深人士及產值統計推估專業研究人員共同參與，《2007 圖書出版及行銷通路業經營概況調查》即是由城邦出版社郝發行人廣才及本人合作擔任計畫主持人，領導「全國意向顧問有限公司」之專業產業調查及分析團隊人員共同完成的。《2007 圖書出版及行銷通路業經營概況調查》，在量化研究調查上，感謝 269 家圖書出版業者及 603 家行銷通路業者熱心協助完成問卷，在質化研究探討上，感謝 25 家圖書出版業者及 20 家行銷通路業者深度參與，並在研究過程中給與許多指正。完成一份好的產業調查報告的金三角是政府的支持、業者的參與，及專業執著的研究團隊，謹此誌謝。ASIN

搶救國家文獻：1940-41 中央圖書館搜購古籍檔案展



國家圖書館慶祝成立75周年，舉辦「搶救國家文獻：1940-41中央圖書館搜購古籍檔案展」，其中最珍貴、最富意義的當為抗戰期間，在上海淪陷區內秘密搜購江南藏家累世珍籍。展出檔案包括：

一、布置搜購：本館函報教育部有關赴滬、港兩地布置搜購古籍簽呈。
二、爭取經費：教育部、管理中英庚款董事會補助本館購書經費相關公文、匯款函件。

三、往返公文：本館與教育部、管理中英庚款董事會之間的呈、函、報告、電文等。

四、進行搜購：「文獻保存同志會」在滬搜購古籍報告及葉恭綽在港購書報告。

五、參與先進：「文獻保存同志會」與當時的蔣復璁館長間來往信函。

展覽日期：

97年4月21日至5月25日（逢週一停展）

展覽地點：

國家圖書館二樓閱覽大廳



國家圖書館特藏組顧力仁主任（左一）正在為黃寬重館長（左三）、王前館長文陸（左二）介紹抗戰時期搜購古籍的艱辛過程。（2008年4月21日，攝影者：吳松）