

## 試論 2001~2007 年間台灣圖書出版產業的變化

### ——以景氣為中心的探討

劉燕儷、邱重銘

#### 摘要

拙稿是針對 2001~2007 年間，以景氣變化為主軸來看台灣圖書出版產業變化的小作。概觀這 7 年間，台灣由於受到經濟陷入不景氣循環、及圖書閱讀市場日漸停滯、萎縮的二重影響，使得原先熠熠生輝、一片榮景的圖書出版產業，走向步入衰退乃至日趨惡化的景氣概況，此由圖書出版家數、圖書出版數量及產值變化可見一端。1999 年出版家數為 6380 家，出版書冊 30868 冊(ISBN)，產值估為 513 億元；2006 年出版家數為 9176 家，出版書冊 42735 冊(ISBN)，產值估為 250.7 億元。

面臨這樣困境的台灣圖書出版產業，無論是上游的出版社，或是中、下游的通路經銷商、書店，都推出種種因應之方，謀求解決困難。大致而言，上游的出版社，實行自營新通路、尋找新通路、通路的扁平化、行銷的創新、減少新書發行量、走出台灣、舉辦閱讀活動、跨足其他領域、走向數位化結合等策略；而通路的經銷商與書店，則是出現廉價書店、連鎖書店改變與通路商的交易結帳模式、與異業結合，走向複合式主題書店、走出台灣策略、推廣閱讀活動、連鎖書店以展店求市佔率、數位化的進展、簡體字市場的經營等對策。

另一方面，政府也以二方向的政策，謀求協助圖書出版產業跳出經營泥沼，同時提出發展遠景。其一政策是將圖書出版產業納入「挑戰 2008：國家發展重點計畫」內的文創產業之中，並且以國發基金作為推動圖書出版產業的數位化資金來源；其二是全面推廣閱讀，來挽救日漸低下的閱讀風氣。

對於出版產業琳瑯滿目的因應方案，拙稿認為走向數位化的結合，應是台灣圖書出版產業將來最有利基，最有發展潛力的途徑，而此一發展趨勢也正是政府部門努力的方向。所以如何更加有效推動圖書出版產業的數位化進度，應是產業界、政府、學界努力的所在。

關鍵字：1. 圖書出版產業 2. 文化創意產業 3. 出版景氣 4. 數位出版 5. 出版社 6. 書店

## 一、前言

台灣政府在 2002 年 5 月，提出「挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫」中，首次將「文化創意產業發展計畫」納入，視為台灣經濟發展與產業轉型的新方向。關於「文化創意產業」的內容，洋洋灑灑總計有視覺藝術、音樂及表演藝術、工藝、設計產業、設計品牌時尚、電視與廣播、電影、廣告、建築設計、文化展演設施、設位休閒娛樂、創意生活等 13 項，而分別由經濟部、新聞局、文建會及內政部來推行。時至今日的 2009 年，台灣推動文化創意產業多年後，雖然文創產業的產值、營業家數、就業人口、占 GDP 比率等略有增加，但是與其他國家相較，則成效未彰。<sup>306</sup>

考校台灣文創產業成效不彰的眾多原因中，「產業基礎研究不足」是主要原因之一。<sup>307</sup>有見於此，筆者雖濫竽充數執教鞭於文化事業相關系所，仍不自量力，思由文創產業的基礎研究中著手，為這個領域盡棉薄之力。不過由於文創產業的內容浩瀚，加上筆者文史背景，所以從較相近的出版產業入門，拙稿接續辛廣偉《台灣出版史》、<sup>308</sup>王乾任〈五十年來台灣地區總體出版概況 一九五二~二〇〇〇年〉諸人研究，<sup>309</sup>由出版產業中傳統的圖書事業內容切入，以新聞局提供的出版資料為主，旁及相關研究，回顧 2001-2007 年間，台灣出版產業史中圖書出版的變化，作為日後研究的基礎。

本文主要分為四部分來探討，一、圖書出版產業景氣變化概況；二、形塑圖書出版產業景氣變化概況的原因；三、圖書出版產業的應對之道；四、官方的圖書出版產業政策。

## 二、圖書出版產業景氣變化概況

台灣自 1987 年解嚴以來，政治禁忌解放，政府對於圖書出版產業由管制走向開放、獎助，加上經濟發展快速，因而圖書出版出現蓬勃發展，除出版內容多元化，出版種類百花齊放外，出版家家數和書籍數量也呈現直線上升的趨勢。從官方的統計資料看來，出版家數從 1987 年的將近 3000 家，到了 2000 年的達到 7000 家，出版家數成長達到 2 倍多(7093/2958=2.4)(參見表 1 出版產業中圖書出版

<sup>306</sup> 參見夏學理《文化創意產業概論》(台北，五南圖書出版公司，2008)，頁 35-36。夏氏整理台灣 2002 年~2006 年的台灣文化創意產業發展年報資料，得到自 2002 年到 2005 年，文創產業產值增加 4.42%、營業家數增加 3.25%、就業人口增加 5.34%，但是文創產業產值占 GDP 僅增加 0.41%，遠遠比不上英國 8.2%、中國大陸 4.08%，乃至韓國的 5.83%(2004 年)。

<sup>307</sup> 參見中國時報社論〈誰還在乎文化創意產業〉，2009 年 2 月 1 日。文中提及台灣推動文化創意產業沒有成效，主要原因包括相關法規與發機制不夠不健全，產業基礎研究不足、產業鏈未能建立等基本結構性問題。拙稿所討論的出版產業方面亦是如此，見經濟部工業局對於 2006 年台灣文化創意產業發展年報，文中對於當前出版事業發展的不足之一，即是：「缺少產業研究發展單位，提供景氣預測及出版策略」(經濟部工業局，《2006 年台灣文化創意產業發展年報》，台北，工業局，2007)，頁 139。

<sup>308</sup> 辛廣偉《台灣出版史》，河北，河北人民出版社，2000，頁 24-172。

<sup>309</sup> 王乾任〈五十年來台灣地區總體出版概況 一九五二~二〇〇〇年〉(收入王乾任《台灣出版產業大未來 文化與商品的調和》，台北，華文網，2004 年)，頁 10-24。

事業家數、出版數量表)；而出版產值在 1999 年也達到 513 億元。(參見表 2 出版產業中圖書出版事業產值推估、營收表)，圖書出版產業榮景美好而令人歡欣鼓舞。

然而邁入 21 世紀初始，圖書出版產業卻開始轉向低迷，自此輾轉盤旋，無法再創佳績，反而持續走向衰退。總歸一句話，即是自 2001 年起，圖書出版產業是漸趨萎縮。數字會說話，依據官方的統計數據，圖書出版產業的產值推估，2002 年達到高峰是 430.23 億，此後漸漸減少，及至 2006 年，快速滑落到 250.7 億。<sup>310</sup>圖書出版產業產值出現如此大量縮水，卻是發生在出版社家數由 7000 多家，增為 9000 多家，而出版書籍數量維持在 40000 多種的情形(參見表 1 出版產業中圖書出版事業家數、出版數量表)，顯見圖書出版事業整體利潤趨向微薄，苦撐的殘酷事實。

表 1 出版產業中圖書出版事業家數、出版數量表

年度	出版家數*1	出版數量(ISBN)
1987	2958	12010
1988	3191	11982
1989	3448	12964
1990	3273	16156
1991	3491	12418
1992	3765	13501
1993	4112	14743
1994	4439	24483
1995	4777	26084
1996	5253	24874
1997	5826	23801
1998	6380	30868
1999	6806	30871
2000	7,093	34533
2001	7,810	36547
2002	6023	38953*2
2003	7538	39138
2004	7437	38492
2005	8375	41966
2006	9176	42735
2007	9625	42018

資料來源：\*1 國家圖書館新書書號中心、新聞局《出版年鑑》；1987-1990 年資料引自辛廣偉《台灣出版史》，頁 110-111。

<sup>310</sup> 陳信元〈九十六年圖書出版市場概況〉(收入新聞局《2008 出版年鑑》，台北，2008)，頁 8。

\*2 據《中華民國 94 年出版產業調查研究報告》，2002 年的圖書數應為 38953，非為原 2002 年登記的圖書出版數 43035。

表 2 出版產業中圖書出版事業產值推估表

年度	推估產值(單位：億元)(不含行銷通路)	推估產值((單位：億元)(含行銷通路)
1998	468.6 億 <sup>*1</sup>	
1999	513 億	
2000	397.5 億	
2001		
2002	430.23 億	533.08~648.94 億
2003	337.77 億	580.38 億
2004	306.68 億	582.23 億
2005		
2006	250.7 億	

資料來源：新聞局《中華民國 91 年圖書出版產業調查研究報告》、《中華民國 92 年圖書出版產業調查研究報告》、《中華民國 94 年出版產業調查研究報告》、《2007 圖書出版及行銷通路業經營概況調查》。

\*1 1998、1999 年資料來自徐開慶〈彈指十年流變多—台灣出版的兩極化現象〉(收入郝明義等主編《東亞四地—書的新文化》台灣版，台北，Net and Books 網路與書，2004)，頁 86。

### 三、形塑圖書出版產業景氣變化的原因

探究自 2001 年開始至 2007 年為止，台灣圖書出版產業陷入低迷的原因，大抵主要有二項：(一)台灣經濟陷入不景氣循環、(二)圖書閱讀市場的停滯。說明如下：

#### (一)台灣經濟陷入不景氣循環

台灣的經濟發展，從 1987 年解嚴到 2000 年為止，經濟成長平均是 6.4% 左右，而國民平均每人所得由 1987 年的 4905 美元，2000 年成長到 13090 美元。然而自 2001 年開始，到 2007 年為止，台灣經濟成長率平均為 3.83%，下降幅度接近一倍，因而國民平均每人所得由 2001 年的 11692 美元，到了 2007 年僅成長為 15122 美元。這 7 年來的經濟景氣顯然非佳，因而也連累到圖書出版產業。(以下有關台灣經濟成長率、國民平均每人所得數據資料，參見表 3 國民所得表)

2001 年的網路的泡沫化，造成台灣自解嚴以來首次出現經濟負成長 (-2.17%)，加以納莉颱風肆虐北台灣，有 130 多家書店遭受嚴重水害，因而對於圖書出版產業造成一定的影響。<sup>311</sup>接著 2002 年經濟轉好，經濟成長為 4.64%，平

<sup>311</sup> 當年度最重要的事件是新學友書局爆發財度危機，波及連鎖書店、圖書出版公司與中盤書商等。參見新聞局《2007 圖書出版及行銷通路業經營概況調查》，台北，新聞局，頁 98。

均國民所得也由 2001 年的 11692 美元略上升為 11914 美元，而圖書出版產業產值達到 430.23 億元(不含行銷通路)。不過，好景不常，2003 年遭逢 SARS 傳染疾病影響，經濟成長率下滑 1.14%(2003 年為 3.50%)，圖書出版產業產值驟降為 337.77 億元(不含行銷通路)，導致光復書局爆發財務危機，東方出版社、光啓書屋關閉門市部，而連鎖書店新學友書局宣布破產等。

2004 年開始，景氣上升，經濟成長為 6.15%，國民平均所得為 13252 美元，但是本年的經濟榮景並未反映到圖書出版產業上，因為這一年圖書出版產業產值持續下滑，2004 年圖書出版產業產值為 306.68 億元，較 2003 年下滑 31 億多元，衰退幅度達到 9.2%。

2005 年的台灣，經濟成長再下降 2%左右，由 2004 年的 6.15%，降為 4.16%，國民平均所得略為上升(上升 800 多美元)。可是這一年台灣的民眾，卻覺得財富縮水，物價上漲比收入增加快，民間消費不振，<sup>312</sup>又有雙卡風暴等，因此圖書出版產業仍是陷入低迷之中。2006 年的經濟成長與 2005 年相差不大(2006 年經濟成長率為 4.80%)，但是圖書出版產業產值卻大幅下降為 250.7 億元。<sup>313</sup>

到了 2007 年，經濟成長率上升到 5.70%，國民平均所得也略上升了 821 美元(2006 年是 14455 美元，2007 年是 15276 美元)，不過 2007 年的民間消費僅成長 2.2%，民間投資是負成長 2.4%，而本年的圖書出版數量卻較前一年減少 717 種，而這種現象是在圖書出現家數增加的情形下發生的(2006 年為 9176 家，2007 年為 9625 家，增加 449 家)。

因此連鎖金石堂關閉三家門店，桃園春日、楊梅、台中健行；誠品台大校園內書店瘦身併入原台大正門對面的公館店；諾貝爾彰化中山店歇業；老字型大小建巨集書局經營的巨集威芝山店與八德店停業；政大書城的木柵政大店與台北南西店關閉；新學友轉搜主義經營的將撤永康店、國美店等門市；敦煌書局經營高雄文藻大學內書店也告歇業。還有許多默默無聞的小書店，在沒有市場競爭力與獲利空間的情況下，都安靜地被打敗了。<sup>314</sup>甚至引發圖書經銷商「凌域國際公司」跳票事件，出版社、經銷商與書局通路的供銷失衡問題枱面化，而且因此 2007 年被貓頭鷹出版社社長陳穎青，認為是圖書出版業繁榮 50 年中，景況最糟的一年。<sup>315</sup>

<sup>312</sup> 參見《遠見雜誌》235 中的封面故事〈1/3 台灣人喊窮 窮人商機崛起〉及〈財富信心大調查〉，其中引據主計處資料，提及 2001 年到 2005 年民間消費平均年增率，由 5.65%降至 2.2%，創下台灣近四十年來消費增長最緩慢時期，而有三分之一(33.9%)的台灣人說，「我是窮人」。頁 171。

<sup>313</sup> 此一營收銳減的情形，若對照於陳信元所纂述《2007 年台灣圖書出版業發展現況》中的圖書出版業營收變化(2005 年營收成長率為 7.77%，2006 年則降至 1.24%)，則可更清楚看到衰退的幅度。(引自新聞局《2007 圖書出版及行銷通路業經營概況調查》，台北，新聞局，頁 99)

<sup>314</sup> 參見王承惠、陳秋玲〈台灣 2007 上半年圖書市場觀察〉，引自〈扎誌—udn.com 部落格〉。

<sup>315</sup> 陳穎青〈從多元趨於單一——通路改變編輯選書標準〉(收入新聞局《2008 出版年鑑》，台北，新聞局，2008)，頁 34-36。

表 3 國民所得表

年度	經濟成長	平均每人 GDP		平均每人 GNP		平均每人所得	
		元	美元	元	美元	元	美元
76 年	####	168,635	5,291	172,008	5,397	156,311	4,905
77 年	8.04	181,870	6,357	186,334	6,513	169,284	5,917
78 年	8.45	201,611	7,634	206,131	7,805	187,421	7,097
79 年	5.70	218,672	8,132	223,860	8,325	203,181	7,556
80 年	7.58	241,606	9,008	247,330	9,222	223,697	8,341
81 年	7.85	266,419	10,589	272,271	10,822	246,355	9,792
82 年	6.90	292,310	11,077	297,768	11,283	269,107	10,197
83 年	7.39	317,279	11,991	322,386	12,184	292,111	11,040
84 年	6.49	341,870	12,906	347,111	13,103	314,386	11,868
85 年	6.30	371,454	13,527	376,574	13,714	340,990	12,418
86 年	6.59	399,035	13,904	403,188	14,048	364,690	12,707
87 年	4.55	424,229	12,679	427,377	12,773	385,514	11,522
88 年	5.75	439,171	13,609	443,294	13,737	397,707	12,324
89 年	5.77	453,422	14,519	459,729	14,721	408,786	13,090
90 年	-2.17	442,688	13,093	451,308	13,348	395,319	1,1692
91 年	4.64	459,598	13,291	470,426	13,604	411,987	11,914
92 年	3.50	467,663	13,587	482,284	14,012	421,377	12,242
93 年	6.15	490,168	14,663	506,650	15,156	443,019	13,252
94 年	4.16	505,671	15,714	518,511	16,113	452,947	14,075
95 年	4.80	524,081	16,111	537,788	16,532	470,224	14,455
96 年	5.70	553,507	16,855	568,084	17,299	496,595	15,122
97 年(p)	0.12	539,854	17,116	554,344	17,576	481,815	15,276

附註：(p)為初步統計數

更新：2009/2/18

資料來源：行政院主計處

## (二)圖書閱讀市場的停滯：

2001 年到 2007 年為止，圖書出版榮景不再的種種因素中，閱讀力下滑，閱讀市場的停滯，已是一個不容忽視的警訊。以下三份調查統計的分析，即充分說明此一現象。

## 1.新聞局《2008 出版年鑑》中的公立圖書館圖書借閱人數統計資料：

表 4 臺灣地區文化設施及使用統計表

年份		1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
公立 公共 圖書館	家數	370	414	425	408	421	468	506	512	506	510	516	525
	藏書冊數	15,577	16,373	16,659	15,832	22,548	21,224	20,721	21,519	24,155	23,862	26,450	28,446
	公立公共圖書館圖書借閱人數(千次)	20,680	19,118	16,006	15,938	13,807	10,439	11,156	10,144	10,605	10,862	10,893	11,941

資料來源：行政院主計處

從表 4 的統計資料看來，公立圖書館的家數、藏書冊數，是呈現遞增的變化。公立圖書館家數，從 1996 年的 370 家到 2007 年達到 525 家，成長近三成(0.295%)；由 1996 年 1,5577 冊，呈現逐漸上升的趨勢，2000 年起超過 2 萬冊，2007 年已達到 28,446 冊，增加四成多(0.45%)。相對於圖書館家數、藏書量的遞增，借閱人次卻呈現遞減的走向，由 1996 年的 20,680 千次，到 2001 年下降到 10,429 千次，此後到 2007 年為止，借閱人次數都在 10,000 餘千次到 11000 多千次徘徊。顯見 2001 年以後的公立圖書館的閱讀大眾，並未隨著圖書館的增建與藏書的增多而變多，反而出現閱讀停滯的現象。

## 2. 《遠見》雜誌 2007 年 7 月「2007 閱讀大調查」的結果<sup>316</sup>

根據《遠見》雜誌從每週閱讀頻率、每月閱讀量、每年購書頻率及購書經費等面項，調查民眾閱讀情形，在其「2007 閱讀大調查」報告中，可以得到以下訊息：

- (1) 國內 18 歲以上的民眾，有超過一半以上的比例(25.4%完全不看書、25.5%很少看書、6.3%不識字，故加總為 57.2%) 沒有看書習慣。顯示國內閱讀風氣不盛行。
- (2) 台灣每位民眾平均每週看書的時間為 2.7 小時，而每週花在看電視時間為 16.9 小時，上網時間達 7.4 小時，所以民眾閱讀時間只為看電視和上網時間的 1/9。其中 18 到 24 歲的年輕人，每週掛在網路時間為 19.5 小時，收看電視 16.9 小時，看書只剩下 3.4 小時。因此中華民國圖書館學會秘書長陳昭珍擔憂，「網路像怪獸，啃食掉看書的時間」。
- (3) 台灣每位民眾一個月閱讀量不到 2 本書(1.7 本)；而購書頻率是每年 4.2 本，其中近 3 成(28%)人口一年沒買書；平均 1 年僅花 1375 元買書，遠遠落後於鄰近香港的 5855 元。從統計數據看來，國人一年花 9400 元打手機，約是買書的七倍。

<sup>316</sup> 參見《遠見》雜誌 254 期，2007 年 8 月，頁 126-132。

與《遠見》雜誌「2007 閱讀大調查」報告相呼應，是稍早於 2007 年 1 月，第 15 屆台北國際書展「閱讀行為改變了嗎？」研討會調查報告。<sup>317</sup>在這次的調查中顯示，台灣根本不讀書的人大約有 4 成，而大學生的閱讀行為，有 58% 的大一男生、48% 的大一女生、60% 的大三男生、33% 的大三女生，平均每日讀書時間不到 1 小時。

由於超過一半以上民眾很少看書(《遠見》57.2%)、或不讀書者 4 成(台北國際書展調查)；看書時間少(《遠見》每週 2.7 小時、台北國際書展大學生不及 1 小時)，再再顯示著國內閱讀風氣不盛行，閱讀不是國人主要的休閒活動，影響所及即是國人購買書籍的支出的低下，所以《遠見》雜誌在「2007 閱讀大調查」中，推估圖書市場規模只有 230 億元。對照於前述表 1-2 出版產業中圖書出版事業產值推估，此一數據遠低於 2006 年的(250.7 億元)。

### 3. 行政院主計處一家庭收支調查報告<sup>318</sup>

圖書閱讀市場的停滯，導致國人書籍購買金額的下降，更清楚的數據出現在主計處的歷年家庭收支調查報告中。根據行政院主計處所作的「家庭收支調查報告」資料，作成表 5 臺灣家庭書報雜誌文具支出表。

表 5 臺灣家庭書報雜誌文具支出表

年份	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
每戶收入 (千元)	1064	1064	1065	1075	1082	1099	1108
書報雜誌 支出(元)	5145	5066	4655	4619	4419	4184	3871

由表中資料顯示，我國家庭中書報雜誌文具的支出金額快速地在消滅中，即使家庭所得水準增加，但對於文化產品的消費支出仍然無增加的態勢。2001 年每戶收入水準才 106 萬元，對書報雜誌文具的支出金額有 5,145 元；雖然在 2007 年的所水準增加 3.8%，每戶收入約為 110 萬元，但對於書報雜誌等支出金額卻下滑了 24.1%，僅有 3,871 元。

探究閱讀風氣不盛、購書金額銳減的原因，網路風行是重要原因。近年來國人閱讀習慣已有所轉變，年輕的族群更是明顯，閱讀行為由紙本閱讀漸漸轉向電子閱讀、購買方式也由書店轉向網路下單。網路使用人口的增長，<sup>319</sup>對於閱讀時間有明顯的排擠效果，加上網路資訊取得容易，購書意願因而降低，嚴重影響圖書的消費。

<sup>317</sup> 資料來源引自新聞局《2008 出版年鑑》，頁 7、10。

<sup>318</sup> 資料來源引自行政院主計處家庭收支調查電子書(90 年到 96 年調查報告)

<sup>319</sup> 根據資策會 FIND/經濟部技術處「創新資訊應用研究計畫」調查，國人經常上網人口、網際網路連網應用普及率都呈現逐年增加趨勢，到 2007 年 3 月底止，上網人口已達 990 萬人；網際網路連網應用普及率為 43%。參見新聞局《2007 圖書出版及行銷通路業經營概況調查》，頁 58。



#### 四、圖書出版產業的應對之道

圖書出版產業大致分為上游的出版社，及中下游通路經銷商與書店。因此說明圖書出版產業的應對之策亦分為二部分來探討，一為出版社，一為通路經銷商與書店。

##### (一)出版社：

2001 年到 2007 年為止，出版社面對新書數量、出版社家數持續增加，而新書在下游書店上架時間的縮短、書籍銷售的兩極化(暢銷書、滯銷書)、圖書產值漸漸萎縮的情勢，加上國人閱讀習性轉向網路閱讀趨勢，大致採用如下的因應策略：

##### 1. 自營新通路：

出版社以成立讀書俱樂部、設立網路書店，乃至二者相結合的網站，來提高圖書銷售量。<sup>320</sup>例如台灣指標性的出版集團城邦集團，即早在 1998 年即成立「城邦讀書花園網站」，1999 年成立「城邦書虫俱樂部」。然後在 2002 年，成立網路書店「城邦書店」，2005 年又設立「城邦書虫俱樂部網站」。2006 年改版的「城邦讀書花園網站」，則提供了整個出版集團旗下 30 幾間出版社的圖書簡介、新書資訊及出版社介紹，更有多項免費電子報服務、第一手的新書簽名會、演講活動、各項好康訊息、國際書訊、專欄書評及城邦新聞等提供給讀者。<sup>321</sup>甚至旗下的出版社亦各自有出版社自屬的網站，例如 1993 成立的專門出版兒童繪本的格林文化出版社，在 2007 年亦設置自屬的網站「格林繪本網」。<sup>322</sup>

又如創立於 1982 年的天下出版公司，也在 2000 年即成立「天下文化書坊」網路書店，2001 年再成立「天下遠見讀書俱樂部」，實行每月會員收到一本天下出版好書，以主編選書導讀會、「新讀書主義」系列演講方法，分享讀書心得，已累積參與會員人數超過六萬名。(2009 年)。<sup>323</sup>

因此其他綜合型的出版社，像是遠流(2003 年，遠流博識網)、時報(2000 年，時報悅讀網)、正中(2006 年，正中書局網路書店)等出版社，也先後成立虛實整合的網路書店與網站。另一方面專門性的出版社亦不遑多讓，以下舉數例說明，諸如專門出版外語書籍的敦煌書局，2001 年成立網路書局；專門出版藝術類書籍的典藏藝術家庭股份有限公司，也在 2006 年建設網路書店；又如以出版幼教類書籍聞名的世一出版社，於 2006 年架設世一文化網路書店。

出版社設立網路書店後，為便利讀者取得書籍，因此部分出版社又陸陸續續推出如代銷其它出版社暢銷書籍、宅配到府免運費、7-11 到店取貨免付運費等，以更便利、更多元的領書服務，以求吸引並留住讀者。

當然採取自行成立書房或自營門市的傳統經營的出版社亦有之，像是以選書知名

<sup>320</sup> 網路書店及讀者俱樂部等網站的建置，應也是圖書出版的數位化的內涵之一，不過此處主要強調此為一新的行銷通路的重要性。因此下面有關數位化結合部分，即不再說明。

<sup>321</sup> 引自城邦控股集團相關網站簡介。

<sup>322</sup> 引自格林文化出版社的格林繪本網。

<sup>323</sup> 引自天下文化書坊網路書店中遠見·天下文化事業群簡介。

的出版社皇冠文化集團，成立皇冠書坊；老字號的九歌出版社，重新開啓九歌文學書屋等。

## 2. 尋找新通路，採行異業結合：

出版社開始密切與大型量販店，諸如大潤發、家樂福、愛買、好市多、台糖等量販店結合，在人潮眾多的大量販店內販售圖書。依據 2006 年 7 月 24 日《經濟日報》報導，在家樂福、大潤發與愛買等三家業者表示，自 2000 年到 2006 年中為止，每年圖書銷售成長幅度約為二成。

因此，最為便捷的消費通路便利超商，像是 7-11、O.K.、萊爾富全家等便利超商，2003 年後也日漸看到圖書的販賣。再者，從新聞局出版的《2007 圖書出版及行銷通路業經營概況調查》書中，由於二魚出版社的飲食、保健書類透過生機飲食店和牙醫診所合作，市場反應不錯。<sup>324</sup>因此，連鎖咖啡店(星巴克、丹堤…)有相當規模，又空間適合閱讀，有多家圖書出版社詢問星巴克、丹堤等提供通路的可能，還未形成異業結合。出人意表的創意的是商訊文化出版社，以計程車空間來賣書，而市場反應也不錯，是另類的異業結合。<sup>325</sup>

新通路除了台灣以外，海外亦也出版社努力探求的。2004 年，城邦集團與東森電台簽約，展開異業合作，城邦出版品透過東森美州台銷到北美華人市場。

## 3. 通路的扁平化：

出版社採行直接與連鎖書店和地方經銷商接觸，不再經由代理商的總經銷來代為轉發圖書，以此提高利潤(一般而言，代理商的利潤為書籍定價的 10%)。例如由著名資深出版人蘇拾平所創立的「大雁文化」，即是其中最顯著的例子。<sup>326</sup>

## 4. 在圖書行銷的創新：

近年來有關圖書行銷上屢創佳績的人物與出版社，莫如是圓神出版社及負責人簡志忠。2007 年獲選金石堂該年出版風雲人物的簡志忠，以善於打造行銷暢銷書聞名，諸如 2006 年引進出版《佐賀的超級阿嬤》，當年熱銷超 50 萬冊，榮登誠品書店 2006 年人文類綜合銷售排行第 1 名、金石堂、博客來網路書店等 2006 年度新書總冠軍。2007 年出版的《不生病的生活》，銷售也榮登金石堂非文學類排行第 1 名、誠品書店健康生活綜合類冠軍、博客來網路書店第 3 名。<sup>327</sup>

對於《佐賀的超級阿嬤》，簡志忠強調此書勵志內容與當今台灣社會脈動相呼應，因為台灣就像書中描述的一樣，曾經經歷過貧窮並且走出貧窮，<sup>328</sup>因此可以感動讀者，引發讀者的認同。加上結合電影的行銷手法，更是使得該書銷售更加發燒。另外《不生病的生活》一書，簡志忠採用古老的行銷手法—開著小箱型車在中南部的大街小巷穿梭，放擴音器推廣，本書要不紅也難，至今仍是各大書

<sup>324</sup> 新聞局《2007 圖書出版及行銷通路業經營概況調查》，頁 131。

<sup>325</sup> 同上註。

<sup>326</sup> 同上註，頁 128。

<sup>327</sup> 參見新聞局《2007 出版年鑑》、《2008 出版年鑑》中金石堂、誠品、博客來的書籍銷售排行榜資料。又 2008 年圓神出版中文版《最後的演講》一書，又再度蟬聯金石堂、誠品、博客來暢銷書第 1 名(圓神書活網)。

<sup>328</sup> 參見新聞局《2007 出版年鑑》，頁 36。

店暢銷書榜的第一名。<sup>329</sup>

#### 5. 減少新書發行量作法：

諸如台灣現今最大的出版集團城邦出版集團，在 2006 年即針對旗下 30 餘個出版社，各依營業額訂出新書發行量，預計新書發行由 1200 種減為 850 種。<sup>330</sup>

#### 6. 走出台灣：

有部分出版社採行「走出去」策略，來因應不景氣，其一為與外國書商合作；其二為在國外設立圖書據點。例如，大塊文化與美國知名出版社 Little Brown 合作，推出幾米代表作《地下鐵》” The Sound of Colors” 英文版；接著在義大利波隆那書展中，發表幾米新作《藍石頭》，以繁體中文、簡體中文、日文、韓文、西班牙文與加泰隆語 6 種版本，發行全球。專門出版漫畫的青文出版社，則與韓國、香港與日本合資，將旗下漫畫家周顯宗作品《摺紙戰士》製播成動畫集，在韓國 SBS 電視台播放。<sup>331</sup> 皇冠出版社則是選擇在香港開設皇冠書屋，<sup>332</sup> 時報則是早在 2003 年於北京設立「時報(北京)文化諮詢有限公司」，致力耕耘大陸市場。<sup>333</sup>

#### 7. 舉辦閱讀活動：

出版社以舉辦推廣閱讀活動，來提昇閱讀風氣。2007 年，《天下》雜誌教育基金會舉辦「希望閱讀」計畫，董事長殷允芃認養台 200 餘所偏遠學校，投入 2,000 餘名學生志工，捐贈童書 3 萬冊。<sup>334</sup>

#### 8. 跨足其他領域：

2007 年，遠流出版公司由傳統出版業跨足文化創意產業發展，創辦王榮文結合出版事業以外的資金，成立台灣文創發展公司，與文建會簽約，取得台北「華山創意園區」未來 15 年的經營權。新團隊進駐華山園區，將重新整建園區內老舊建築，注入文創產業的各類展演活動，以及文創品牌概念店，將結合台灣文創產業資源與人才，將華山打造成為「台灣文創產業的旗艦基地」。王榮文將華山為一種新載體，與紙本圖書、數位與文化空間為共同的一種平台的理念，由出版人角色，跨足經紀人、策展人的角色。

#### 9. 走向數位化的結合：

以遠流出版公司為例，2000 年創立 Wordpedia.com 智慧藏學習科技公司，發展線上百科全書與數位出版。2003 年推出「大英線上 Britannica Online 繁體中文版」，完成「Wordpedia.com 百科全書網」的初步服務架構。2006 年，遠流出版公司旗下的智慧藏學習科技公司，持續投注研發「數位內容」的領域，繼「百科全書網」之後，再推出一個以數位出版為核心、以線上授權交易為服務的新網站「圖文閱讀網」。「圖文閱讀網」邀請各行各業學有專精的創作人，包括作家、

<sup>329</sup> 參見前引王承惠、陳秋玲〈台灣 2007 上半年圖書市場觀察〉。

<sup>330</sup> 王璿〈九十五年台灣圖書出版產業回顧〉(收入新聞局《2007 出版年鑑》，台北，新聞局，96 年)，頁 5。

<sup>331</sup> 參見王璿〈九十五年台灣圖書出版產業回顧〉，頁 5-6。

<sup>332</sup> 同前註。

<sup>333</sup> 參見「時報悅讀網」中〈關時報出版〉的部分。

<sup>334</sup> 參見前引王璿〈九十五年台灣圖書出版產業回顧〉，頁 8。

攝影家、插畫家、陶藝家、建築設計家、學者等，提供圖像、文字作品及創作年表，透過網路提供給全民閱覽，累積大量的、著作權清楚的、可信度高的數位內容，以期進一步為創作者提供圖文作品授權和經銷服務，建構創作者和使用。

2002 年，牛頓、城邦、曉園、吉的堡美語、敦煌等出版社，則是以合作成立「台灣數位水壩聯盟」的方式來推動電子書應用的發展等等。<sup>335</sup>到了 2005 年，隨著數位出版科技提升，刺激了電子書市場的商機。城邦出版集團與永豐紙業共同開發「數位版權管理與交易平台」，藉此平台可降低現有電子書出版一半以上的成本，甚至讓個人部落格也可販售電子書。而聯合報系的聯合線上推出「UDN 數位版權管理與交易平台」，提出「零出資」的電子出版方案，免費協助出版業轉型，賣書利潤四（出版社）六（聯合線上）分帳<sup>336</sup>。2006 年，時報出版公司也創立「時報數位傳播公司」，致力推動傳統書籍數位化，以及跨媒體、虛實整合出版品的研發。而城邦出版集團旗下的格林出版社，於 2007 年亦推出新產品「手機繪本」，將 10 本格林繪本與 35 則英文寓言，轉換成手機可下載的閱讀格式，配上音樂、故事主角並以動態方式呈現。

## (二) 通路經銷商與書店：

通路的經銷商與書店面對圖書營收減少的困境，採行下列因應對策

### 1. 出現廉價書店：

2002 年起出現「69 元書店」的廉價書店。

### 2. 連鎖書店改變與通路商的交易結帳模式：

連鎖書店主出現要求中上游的出版社、通路經銷商改變結帳方式，以減輕資金及存貨成本。先是 2003 年，連鎖書店金石堂與城邦、遠流等近 50 家出版社簽訂「寄賣」備忘錄，將存貨成本轉嫁給出版社。因為新制規定上架書籍屬出版社所有，書店只負責展示，並結清售出貨款。即是書店與通路經銷商、出版社的交易方式，由原先行之有年的「月結交易制」轉為「寄售(銷結)交易制」，以此減輕資金、存書的成本。<sup>337</sup>到了 2007 年，卻因而爆發台灣第 3 大通路經銷商凌域國際公司槓上金石堂，聲稱金石堂帳目不明，付款延宕，以致凌域周轉失靈，出現跳票危險。結果，近百家出版社退出金石堂，中上游經銷商、出版社與下游書店

<sup>335</sup> 參見王鳳英〈數位出版經營之道探索——拼起數位出版發展的藍圖〉(收入新聞局《2003 出版年鑑》，台北，新聞局)，頁 1。

<sup>336</sup> 參見陳信元〈九十四年台灣圖書出版市場概況〉(收入新聞局《2006 出版年鑑》，台北，新聞局)，頁 7。

<sup>337</sup> 有關「月結交易制」、「寄售銷結交易制」的詳細說明，參見張豐榮〈淺析當前出版產業問題與解決之道——出版、發行、零售所需的都贏策略〉(收入新聞《2008 出版年鑑》，台北，新聞局，2008)，頁 28-34。簡單說，所謂月結制，主要是指下游書店以當月進貨金額減退貨金額作為應收貨款，沒有退貨期限，永遠、隨時可退貨；所謂寄售制是下游書店未銷售出去的庫存書，中上游的出版社、經銷商需提交相對現金買回庫存書，但庫存書仍放在書店繼續銷售。所謂銷結制，指的是下游書店採取機動保留貨款方式(金額大小不一)，庫存書同樣在書店手中，庫存書歸書店所有。然後書店每年固定時間進行全面盤點，在一定比例內的庫存書盤點由中上游的經銷商、出版社負擔，超過比例以上損失部分由下游書店負擔。(寄售)銷結制也是沒有退貨期限，永遠、隨時可退貨。

的供銷失衡問題枱面化。<sup>338</sup>

誠品書店在 2007 年底也追隨金石堂腳步，要求中上游的出版社、經銷商，將現行的「月結制」改為「寄售制」，並且在轉制前出版商必須將全台誠品庫存書全部買回，同時未來出版社、經銷商在誠品寄售書籍，若出現遺失或盤差，出版社、經銷商必須替誠品負擔部分損失。<sup>339</sup>

### 3. 與異業結合，走向複合式主題書店：

在這方面誠品書店是佼佼者，誠品在台大醫院、兩院廳、聯電和台灣大學校園推出複合式主題書店，結合商場、餐飲，營造高格調生活美學。2007 年，誠品書店合作又與勤美集團合作，勤美斥資 17 億元台幣買下台中大廣三量販大樓，與誠品書店合作，明年春以「勤美誠品商場」形式經營。勤美誠品商場有近萬坪，雙方共同招商、委托誠品經營管理的合作模式。未來地下二樓至地上六樓會以接近誠品敦南店、信義旗艦店形式營運，有圖書雜誌、兒童館、流行商品和美食等，是誠品在台北信義店後另一大手筆投資。

### 4. 走出台灣策略：

2004 年，城邦出版集團下的城邦書店進駐香港，開設分店。2007 年，金典書局與北京圖書館簽下台灣總代理權，北京圖書館出版社所有出版品與特藏書由金典書局來全權負責台灣區的銷售與推廣。創立 10 年的博客來網路書店也宣布日後深耕大陸市場。

### 5. 推廣閱讀活動：

2003 年，敦煌書局舉辦〈播下一顆英文小魔豆〉東台灣贈書活動。2006 年，開店 17 年的誠品書店，以「青春」為主題推出周年慶系列活動，邀請五月天主唱阿信等 17 位名人擔任「青春代言人」，期望吸引更多高中職學生走進書店。及至 2007 年，金石堂與國內 TVBS 關懷台灣文教基金會合作，募集 5 萬本書的活動，以幫助偏遠地區與清寒學生，來推廣閱讀。

### 6. 連鎖書店以展店求市佔率：

台灣最老牌的連鎖書金石堂，在 2006 年積極往城鄉佈點設店，強調以「在地深耕」的經營策略，將閱讀推向大城小鎮，展店目標都集中於二級城市。本年南投店的新開幕，使全台總店數達到 94 家。其中包括量販店內 3 個據點，與百貨公司合作 9 個據點。並在台北建國文學館、士林生活館、民生文具館之外，再尋找可能特色發展專門店。此外，看好量販店的人潮，所以也以量販店為展店方向。

### 7. 數位化進展：

主要集中在書局的設立網路書店、數位化閱讀及網路 B2B 供應鏈平台的建置。

有關網路書店方面，自 1995 年博客來網路書店成立以來，台灣主要的連鎖

<sup>338</sup> 參見陳信元〈九十六年圖書出版市場概況〉（收入新聞局《2008 出版年鑑》，台北，新聞局），頁 9。

<sup>339</sup> 參見前引陳穎青〈從多元趨於單一——通路改變編輯選書標準〉，頁 35。

書店諸如金石堂、誠品、新學友(搜主義<sup>340</sup>)、誠品、何嘉仁、敦煌等，都陸續推出網路書店。其次，通路經銷商的農學社、紅螞蟻圖書、宏寶文化等也都加入。2003 年，全國最大通路經銷農學社，除了建構農學電子商務網站外，其斥資 4 億元完成的 6 千餘坪物流中心於南崁正式開幕啓用。有鑑於國內出版市場正進入另一整合階段，農學社引進日本東販 know-how 技術合作，希望藉「資訊共享、物流共同化」，提升出版業整體競爭力，打造共榮共享的資訊平台。此外，專門進口外文圖書的書局，像是雙葉書廊、書林書局、滄海書局、高等教育出版社等，乃至一般性的書店，如文笙書局、眾文圖書、建業書局等，也都提供了網路書店的服務。

有關網路閱讀方面，自 2005 年起，網路書店陸續推出線上試閱服務。博客來率先建立線上新功能「Take a Look」之後，金石堂書店也有意推出讓讀者「翻」得到書的功能。博客來的「Take a look」，是將書籍封面、序言、目錄和部分內容提供上網，讓讀者輕點滑鼠即可試閱。目前已有 20 家出版社，約 500 本書提供試閱功能。金石堂計畫本年也推出「虛擬圖書」服務，並增加翻頁設計，讓讀者如展開書頁閱覽一般。2006 年，金石堂書店參考台北書展，打造免費上網購書 Lounge Bar，將虛擬通路實體化。<sup>341</sup>

2007 年這一年，市值超過 1500 億美元的搜尋引擎 Google，宣佈與台灣知名出版社城邦出版集團策略結盟，城邦將成爲 Google 繁體中文圖書搜尋應用的合作伙伴。與城邦出版集團的結盟計劃將是 Google 爲台灣的圖書數位化奠定穩固基礎的起跑點，也是華文書籍推向國際的里程碑。第一階段已有城邦的 1000 餘冊書籍上網，今年預估還有 2000 至 3000 冊圖書待掃描上網。

此外，遠流智慧藏從歐洲引進展覽的電子書閱讀器「Radius」，螢幕寬爲五吋，比手掌還要小；而長度就像紙一樣可以伸縮自如，一旦與手機結合，便可解決螢幕太小的問題。明日工作室則有「StarQ 販賣機」，供讀者用手機下載明日工作室未發表的新書。2007 年，博客來書店推出數位閱讀服務，上千本新書及熱銷書籍有電子書試閱，讀者可試閱、下載或列印書籍內容 1~10%不等。

至於網路 B2B 供應鏈平台的建置，由 2004 年開始到 2006 年，金石堂書店首先建置完成網路 B2B 的供應鏈平台，此一網路平台具有銷貨結賬、管理庫存功能，以求簡化訂貨、結賬、換書、對賬等事宜，也可藉此掌握進貨、銷貨、存貨的即時數據。2006 年先與 1/3 中上游經銷商、出版社合作，2007 年第二階段讓一般社加入平台。金石堂基於使用者付費原則，強制向加入平台的中上游經銷商、出版社，要求收取每月營業額 1%作爲使用費。雖然中上游的經銷商、出版社認同網路 B2B 供應鏈平台，可使銷售資訊更公開透明化，但對金石堂提出的收費比量販店或網路書店收的使用費高了近 10 倍。<sup>342</sup>

繼金石堂 B2B 的計畫，2005 年誠品書店也開始建置網路供應鏈平台，2007

<sup>340</sup> 已於 2008 年關閉，參見維基百科網站資料。

<sup>341</sup> 參見「金石堂網路書店」中的〈金石堂書店簡史〉。

<sup>342</sup> 參見前引王承惠、陳秋玲〈台灣 2007 上半年圖書市場觀察〉。

年推動 B2B 計畫，要求中上游經銷商、出版社成為誠品「供應鏈平台」電子商務的當然會員，並繳交平台與交易費。<sup>343</sup> 博客來網路書店也於同年跟進，與中上游出版社、經銷商做第一階段溝通。<sup>344</sup>

#### 8. 簡體字市場的經營：

2005 年，聯經出版公司轉投資的「上海書店股份有限公司」開幕，介入簡體字書市場。位於聯經忠孝東路門市三樓的上海書店，由聯經和上海季風書園攜手合作，以季風書園在大陸書業嫺熟的操作經驗，及在人文社科領域建立的口碑，作為後盾；透過這個窗口，建立與大陸五百餘家出版社的交流網絡。隨後，誠品書店開設的信義旗艦店，擁有 3,000 坪擺設空間，提供 30 萬種，百萬冊圖書，而且也首度成立簡體書館。<sup>345</sup>

綜觀圖書出版產業的因應對策，上游的出版社大致實施：1. 自營新通路、2. 尋找新通路、3. 通路的篇平化、4. 行銷的創新、5. 減少新書發行人量、6. 走出台灣、7. 舉辦閱讀活動、8. 跨足其他領域、9. 走向數位化結合等策略；而通路的經銷商與書店，則是採行 1. 廉價書店的出現、2. 連鎖書店改變與通路商的交易結帳模式、3. 與異業結合，走向複合式主題書店、4. 走出台灣策略、5. 推廣閱讀活動、6. 連鎖書店以展店求市佔率、7. 數位化的進展、8. 簡體字市場的經營等對策。

### 五、政府的因應政策

政府對於圖書出版產業的政策，自 1987 年解嚴後實行開放輔助政策以來，此一政策的大方向大致不變。而面對 2001 年起到 2007 年止的圖書出版市場不振現象，政府實施如下主要政策，來協助業界及提出發展遠景。

(一) 圖書出版產業納入「挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫」中文化創意產業：

2002 年，政府「挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫」中，首次將「文化創意產業發展計畫」納入，而「文化創意產業發展計畫」的子計畫中即涵蓋圖書出版產業。其中對於圖書出版產業作法是將整合民間資源、培養本土創作與出版專業人才、提升出版品質、及提高國際競爭力等。<sup>346</sup> 即是人才培養與產業升級為主要政策目標。

因此在 2003 年，新聞局結合產官學界推動不少革新，首先，研修金鼎獎獎勵辦法，縮小得獎作品與市場差距，增加本土獎項、鼓勵本土創作、出版人才，力求建立圖書金鼎獎的專業地位。其次，為了培養出版人才，新聞局委託政治大學開設「出版高階管理碩士學分班」。探討出版產業經營管理和策略相關課程。其三，以數位化出版走向，來提升出版品質、增強國際競爭力，新聞局委託台北市雜誌商業同業公會舉辦「數位出版高峰論壇」、「出版業數位完備計畫」，介紹數

<sup>343</sup> 同前註。

<sup>344</sup> 同前註。

<sup>345</sup> 參見前引陳信元〈九十四年台灣圖書出版市場概況〉，頁 6。

<sup>346</sup> 陳信元〈民國九十二年圖書出版市場概況〉（收入新聞局《2004 出版年鑑》，台北，新聞局）頁 5。

位創作平台、電子出版、數位發行概念等；並且委託宏碁集團屬下的奇碁亞洲商務電子公司建置「台灣出版資訊網」(2004 年正式推廣)，協助出版上、中、下游各級產業能快速掌握市場變化，並提供兩岸出版產業資訊供業者參考，<sup>347</sup>以進軍大陸作為世界華文市場試金石。

此外，這一年的 7 月開始，政府許可大陸地區簡體字學術圖書可進入台灣展售，除可增進國內的圖書消費外，也使兩岸在華文出版市場競爭中，保有合作關係。

到了 2004 年，新聞局進一步以數位化作為提升出版產業的首要目標，因此為獎勵數位出版，第一次辦理補助「發行數位出版品」、及獎勵「優良數位出版品」。前者以獎勵金補助出版業以數位形式發行出版品，包括由現有實體直接轉換或原生之數位出版品，是補助出版業者為主；後者是獎勵已在國內公開發行，包括經由網路或實體通路等管道發行的數位出版品，是獎助數位出版品為主。

2004 年對於圖書出版產業的另一項重要政策，是許可財團法人「台北書展基金會」的設立，使得書展能有常設機構，以利出版人在舉辦國際書展的規劃與傳承。隨後「台北書展基金會」與新聞局簽約，獲得 2005-2007 年的台北國際書展承辦權。

2005 年 10 月，行政院決定讓開發基金在未來 5 年(2005~2010)投資新臺幣 200 億元來扶植數位內容產業、軟體與文化創意產業等產業。數位內容產業的 8 大對象中，即數位出版典藏、數位學習…等；文化創意產業中包含圖書出版產業。因此在 2006 年，即由新聞局輔導協助服務出版等相關產業申請行政院開發基金投資事宜。<sup>348</sup>行政開發基金的加碼投入，有助於圖書出版產業的發展，尤其是數位出版這一區塊。

同樣地，由經濟部工業局補助、資策會輔導的數位出版交易平台，陸續於 2006 年初前後完成組建。其一是由城邦出版集團與永豐紙業共同開發的平臺「美好一書」(<http://www.anicebook.com.tw>)，擁有自行開發的電子書閱讀軟體與數位版權管理技術；另一則是由聯合線上公司組建的平台，採用 Adobe 的電子書閱讀軟體與數位版權管理技術。聯合線上公司同時推出數位版權交易平台「數位版權網」(<http://copyright.udn.com/>)，提供數位內容素材媒合、授權的管道。還有受到經濟部技術處補助，遠流出版公司旗下智慧藏科技公司投入近新臺幣 4,000 萬元打造以數位出版、線上版權交易為經營核心的網站「圖文閱讀網」(<http://www.ebook.com.tw>)，擁有上萬筆數位圖文資料，橫跨文學、攝影、插畫、陶藝、建築領域，提供線上閱覽、授權與經銷服務。

<sup>347</sup> 同前註。

<sup>348</sup> 參見行政院新聞局輔導電影、出版及廣播電視節目供應事業申請行政院開發基金投資服務說明(95 年 1 月 23 日)。



## (二) 針對圖書銷售衰退情勢，政府採行全面推廣閱讀活動：

面對圖書出版家數日增、新書出版數量日多，而圖書銷售卻衰退的現狀，政府極力推廣閱讀活動。除原有的新聞局所主辦的「中小學生優良課外讀物推介」活動(自 1983 年起辦理)、「金鼎獎」獎助(1976 年起)，持續推廣書香社會，廣泛閱讀活動外，自 2001-2007 年止，中央與地方政府亦大力推廣閱讀活動，內容如下：

## 1. 2004 年：

國立台中圖書館，首次以 7 月 22 日為舉辦全國好書交換日活動日，以訴求民眾參與交換好書，來增加更多的閱讀機會。到了 2007 年為止，已舉辦 4 屆。2007 年的全國好書交換日活動，在 25 縣市、302 個圖書館開展，參與換書活動民眾有 7 萬多人，總收書量有 51 萬冊，重要書店如三民、聯經、天下、遠見等也捐出 4 萬多冊圖書。<sup>349</sup>

台北市政府新聞處、都市發展局、文化局等決定在大安森林公園、水源市場、大安區公所及忠孝復興捷運站等九處地點試辦台北市書報亭，以販售書報、雜誌等出版品為主，快則七月、慢則年底前上路，再視成果擴展成五十到一百個點；未來也將在人行道上設置，將書報亭納入街道家具的一環，提升民眾閱讀的風氣。<sup>350</sup>

## 2. 2005 年：

由台北市文化局委託「專業者都市改革組織」規畫的「溫羅汀行動」，展開以閱讀為活動主軸，邀請溫州街、羅斯福路和汀州路，鄰近台大和師大一帶的八家書店，如南天書局、唐山書店、明目書店、女書店、山外圖書公司、台灣咁店、晶晶書庫、茉莉二手書店等，串連多項活動，找回「溫羅汀」的文化共識。<sup>351</sup>

## 3. 2006 年：

文建會為活絡文學出版市場、推廣台灣當代優質文學作品，增加民眾閱讀文學好書的機會，邀請熟悉台灣文學發展的學者專家，推薦「具代表性的台灣當代本土作家創作」，選出六十三本文學好書，類別涵蓋繪本、散文、詩及小說。<sup>352</sup>

## 4. 2007 年：

台中圖書館主辦「全國閱讀運動」，向民眾推介 63 本文學類好書，並同時編印《全國閱讀運動》——63 本文學類好書導讀手冊》。高雄市文化局主辦「2006 城市閱讀運動 ——高雄好讀書」，舉辦書展，推介高雄作家作品。<sup>353</sup>

## 六、小結

經由以上的探討，拙稿可得到如下的看法。

首先是 2001~2007 年間，台灣圖書出版產業的景氣概況，自 2001 年初始，

<sup>349</sup> 羅仕倫〈二手書通路之探討〉(收入《全國新書資訊月刊》97-4)，頁 16。

<sup>350</sup> 《台灣出版資訊網》中的 2004 年出版大事紀。

<sup>351</sup> 《台灣出版資訊網》中的 2005 年出版大事紀。

<sup>352</sup> 《台灣出版資訊網》中的 2005 年出版大事紀。

<sup>353</sup> 參見前引羅仕倫〈二手書通路之探討〉，頁 16。

圖書出版產業開始轉向低迷，自此輾轉低迴，無法再創佳績，反而持續走向衰退。總而言之，即是自 2001 年起，圖書出版產業是漸趨萎縮。

進一步追究台灣圖書出版產業陷入低迷的原因，主要為二大因素，一是自 2001 年起台灣經濟陷入不景氣循環，直到 2007 年為止，台灣經濟成長率平均為 3.83%，國民平均每人所得增加有限，2001 年的 11692 美元，2007 年增為 15122 美元；對照以往 1987 年至 2000 年，經濟成長平均是 6.4% 左右，國民平均每人所得由 1987 年的 4905 美元，2000 年成長到 13090 美元。人民口袋錢減少，當然非生活必須品的圖書消費會降低。另一項造成圖書消費減少的原因，是圖書閱讀市場的停滯，此從公立圖書館圖書借閱人數統計調查、行政院主計處—家庭收支調查報告中，書報雜誌等支出金額變化，及《遠見》雜誌在 2007 年對於 18 歲以上國民所作的閱讀調查結果等數據，都指向民眾閱讀風氣不盛的事實。

遭逢如此困境的台灣圖書出版產業，無論是上游的出版社，或是中、下游的通路經銷商、書店，都推出種種因應之方，謀求解決困難。大致而言，上游的出版社，實行自營新通路、尋找新通路、通路的扁平化、行銷的創新、減少新書發行星量、走出台灣、舉辦閱讀活動、跨足其他領域、走向數位化結合等策略；而通路的經銷商與書店，則是出現廉價書店、連鎖書店改變與通路商的交易結帳模式、與異業結合，走向複合式主題書店、走出台灣策略、推廣閱讀活動、連鎖書店以展店求市佔率、數位化的進展、簡體字市場的經營等對策。

然而不論是上游的出版社，或是中下游的通路經銷商、書店，從 2001-2007 年來推行的因應策略中約略可看出，數位化結合、閱讀活動的推廣與走出台灣策略，是二者皆推動的因應之策。

其中筆者認為現階段台灣圖書出版最利於往後發展的途徑，應是數位化結合的方向。因為，舉凡實體書店（連鎖、專業、一般綜合）、通路經銷商、出版社等都架設網路書店也好、或是通路的經銷商、書店的設置 B2B 供應鏈平台也罷，圖書出版朝向數位化已是一個無法往回走的趨勢。再者，如果對照現今閱讀風氣不盛，是引發圖書出版產業景氣下降的重要因素，而閱讀風氣不佳主因之一又是國人閱讀習慣轉變，閱讀行為由紙本閱讀漸漸轉向電子閱讀、<sup>354</sup>購買方式也由書店轉向網路下單等，這種現象在日後消費主力的年輕族群更是明顯。

另一方面，政府也以二方向的政策，謀求協助圖書出版產業跳出經營泥沼，同時提出發展遠景。其一政策是將圖書出版產業納入「挑戰 2008：國家發展重點計畫」內的文創產業之中，並且以國發基金作為推動圖書出版產業的數位化資金來源；其二是全面推廣閱讀，來挽救日漸低下的閱讀風氣。

<sup>354</sup> 例如以網路部落格書寫塗丫的彎彎，在部落格開張 1 年多後，已有 600 多萬人次進入拜訪，被《今週刊》封為「部落格小天后」。因此 2005 年出版成實體書《可不可以不要上班：彎彎塗鴨日記》（自轉星球出版），在 2 週熱售 5 萬本。參見前引陳信元〈九十四年台灣圖書出版市場概況〉，頁 8-9。