



**BIG DATA**  
大數據研究報告

# 2023臺灣民眾閱讀行為 暨實體書店產業洞察報告

2023.05.19

- ◆ 歡迎轉載引用，請註明出處為《DailyView網路溫度計》
- ◆ 歡迎點此訂閱我們或來信聯絡我們 [admin@keypo.tw](mailto:admin@keypo.tw)

# CONTENTS

---

- 01 數位出版與實體書店現況
- 02 2023臺灣民眾閱讀行為調查
- 03 2023臺灣民眾實體書店行為調查
- 04 2023臺灣民眾買書消費行為調查
- 05 2023臺灣民眾閱讀行為洞察



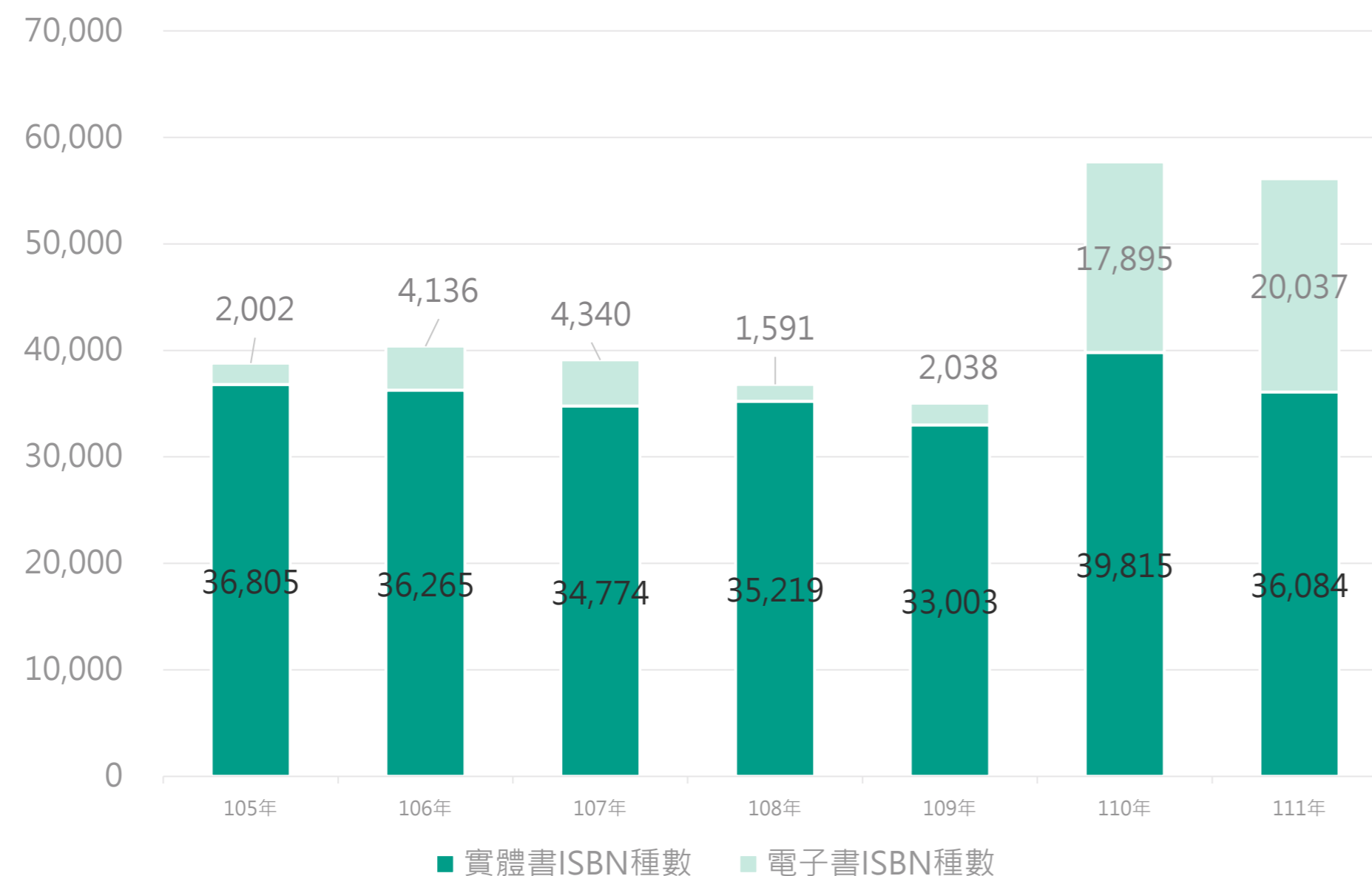
01

數位出版與實體書店  
現況與趨勢

# 實體書：近年市場供需面呈現下滑 / 電子書：年營業額逐年上升

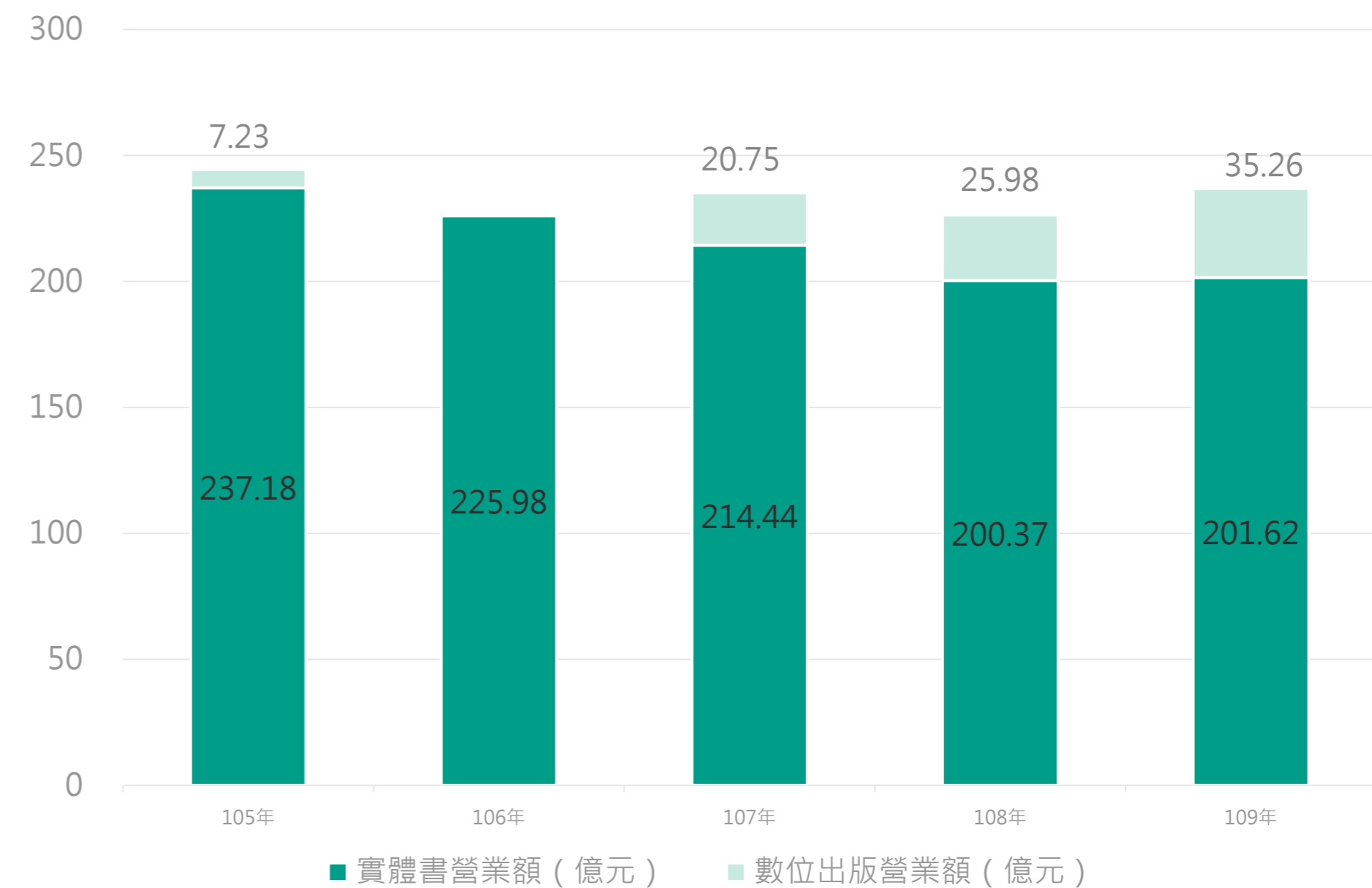
- 圖書出版種數於105-109年呈下滑趨勢，實體書在109年跌破民國90年以來新低點。
- 110年電子書新書出版申請種類大幅成長，實體書新書出版種類同步上揚，創近6年新高。

## 供給端：110年電子書ISBN 新書出版種數大增



資料來源：  
國家圖書館·[107-111年臺灣圖書出版現況及趨勢報告](#)；文化內容策進院·[2021年台灣文化內容產業調查報告](#)  
註：110年起開始統計「有聲書」數量，為便於比較，暫時列入電子書統計範圍。

## 需求端：數位出版、實體書產業年營業額趨勢

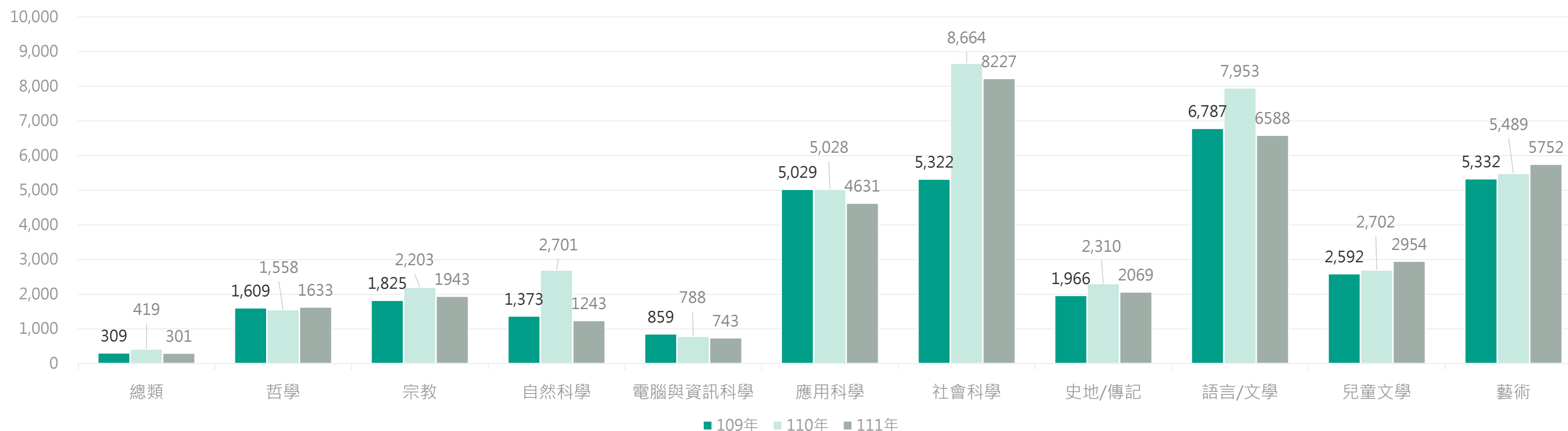


註：107年起，台灣文化內容產業調查報告開始公布數位出版業營業額推估值，108年起將數位出版業分為電子書、電子漫畫以及電子雜誌三大類型。

# 實體書出版種類：社會科學、語言/文學、藝術類居多

- 109年實體書出版種類以**語言/文學(6,787類)**數量最多。
- 110-111年實體書出版種類以**社會科學(8,664、8,227類)**數量最多。

實體書圖書出版種類：110-111年社會科學類(統計、教育、禮俗、社會、財經、法政、軍事等)數量上升



資料來源：  
國家圖書館 · [111年臺灣圖書出版現況及趨勢報告](#)

# 實體書店：多集中於六都

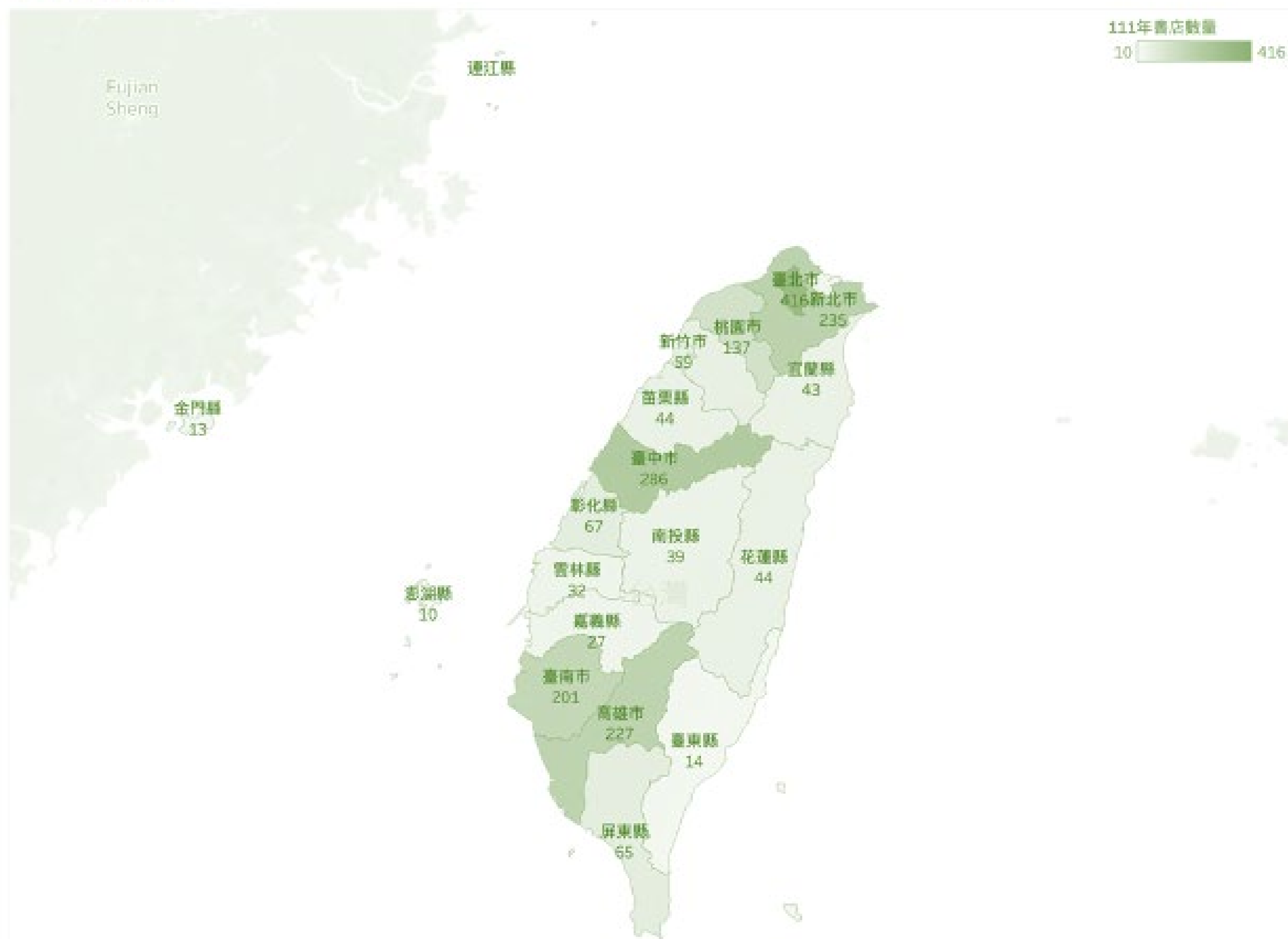
## 台北市為全台實體書店數量、密度之冠

111 年財政部統計，全台共 2,076 間實體書店。  
約 20% 書店位於台北市，六都實體書店數總共佔 72.4%。

「**臺北市**」每平方公里有1.5間實體書店，**書店密集度最高**；  
「**臺東縣**」每平方公里僅有0.004間書店，**書店密集度最低**。

各城市書店密度最高 / 最低比例高達382倍。

111年書店數

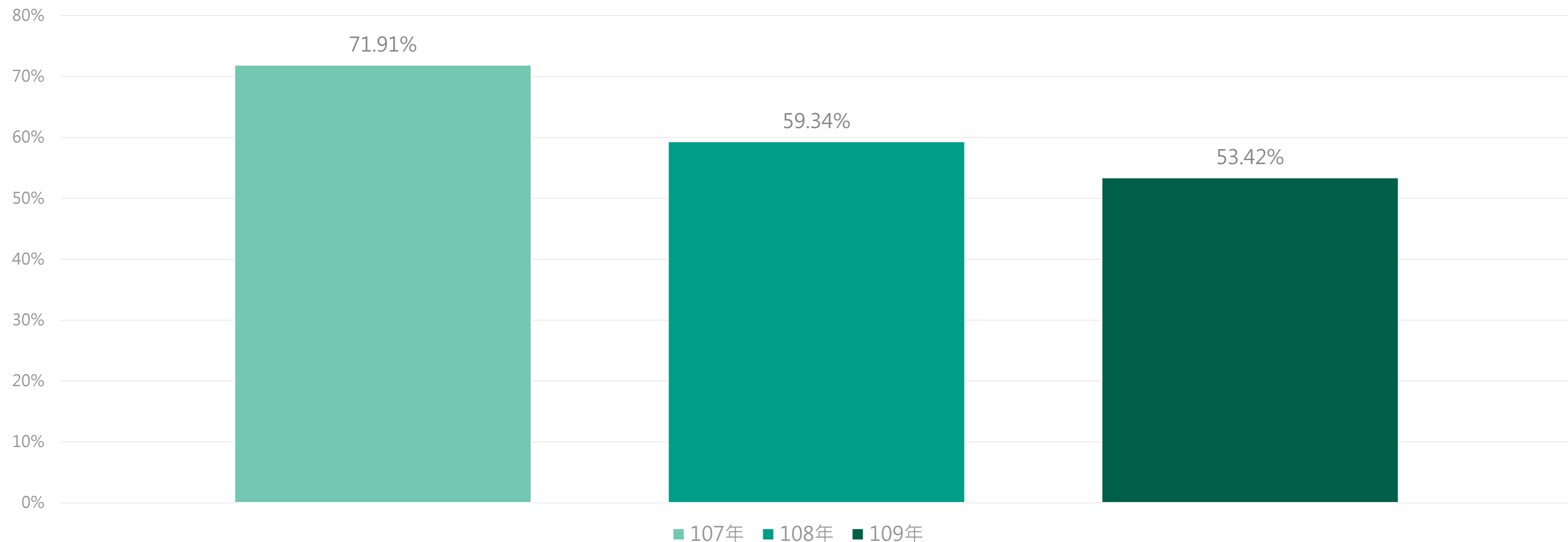


資料來源：財政部統計資料庫。書籍、雜誌零售數據。

# 實體書店：複合式經營漸成實體書店轉型方向

- 近三年以販售**純書籍**作為**主要收入**的業者比例**下滑**，以**其他商品及服務**營收占比則**成長**。

109年度販賣『純書籍』佔營收來源半數以上的書店比例僅53.42%

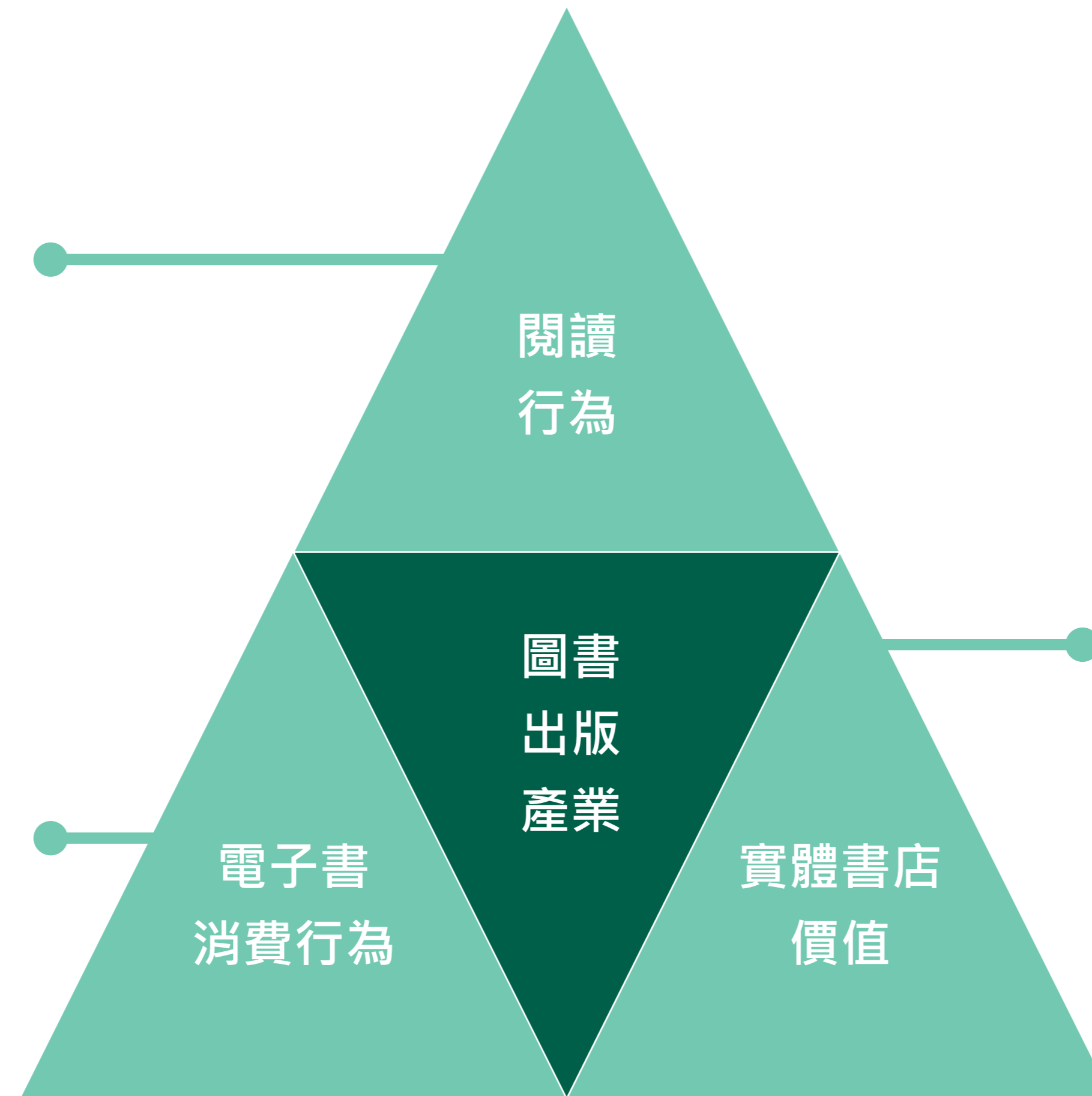


資料來源：文化內容策進院·[2021年台灣文化內容產業調查報告](#)

# 2023產業洞察問題：閱讀行為、電子書消費行為、實體書店價值

- 臺灣民眾閱讀行為的現況？
- 臺灣民眾閱讀的目的與地點？
- 臺灣民眾最常買哪些種類的書？

- 每月購書預算分配？
- 有多少比例的人願意買電子書？
- 有多少購書預算用在電子書？



- 實體書店的主要閱讀目的？
- 實體書店讀者的特性？

02



2023

# 臺灣民眾閱讀行為調查

調查時間：2023/04/24-2023/05/01



# 研究背景與研究方法說明

## 研究背景

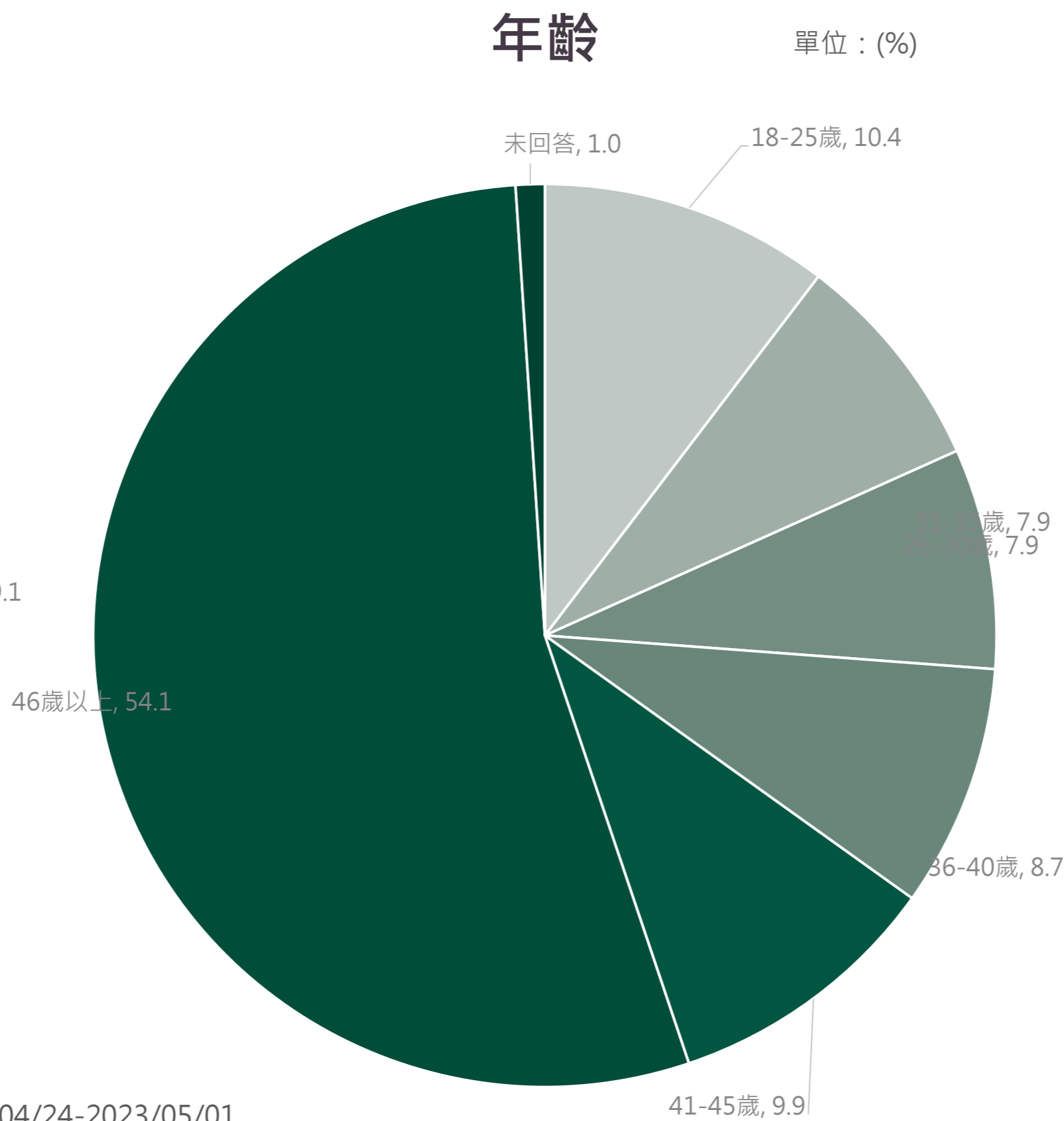
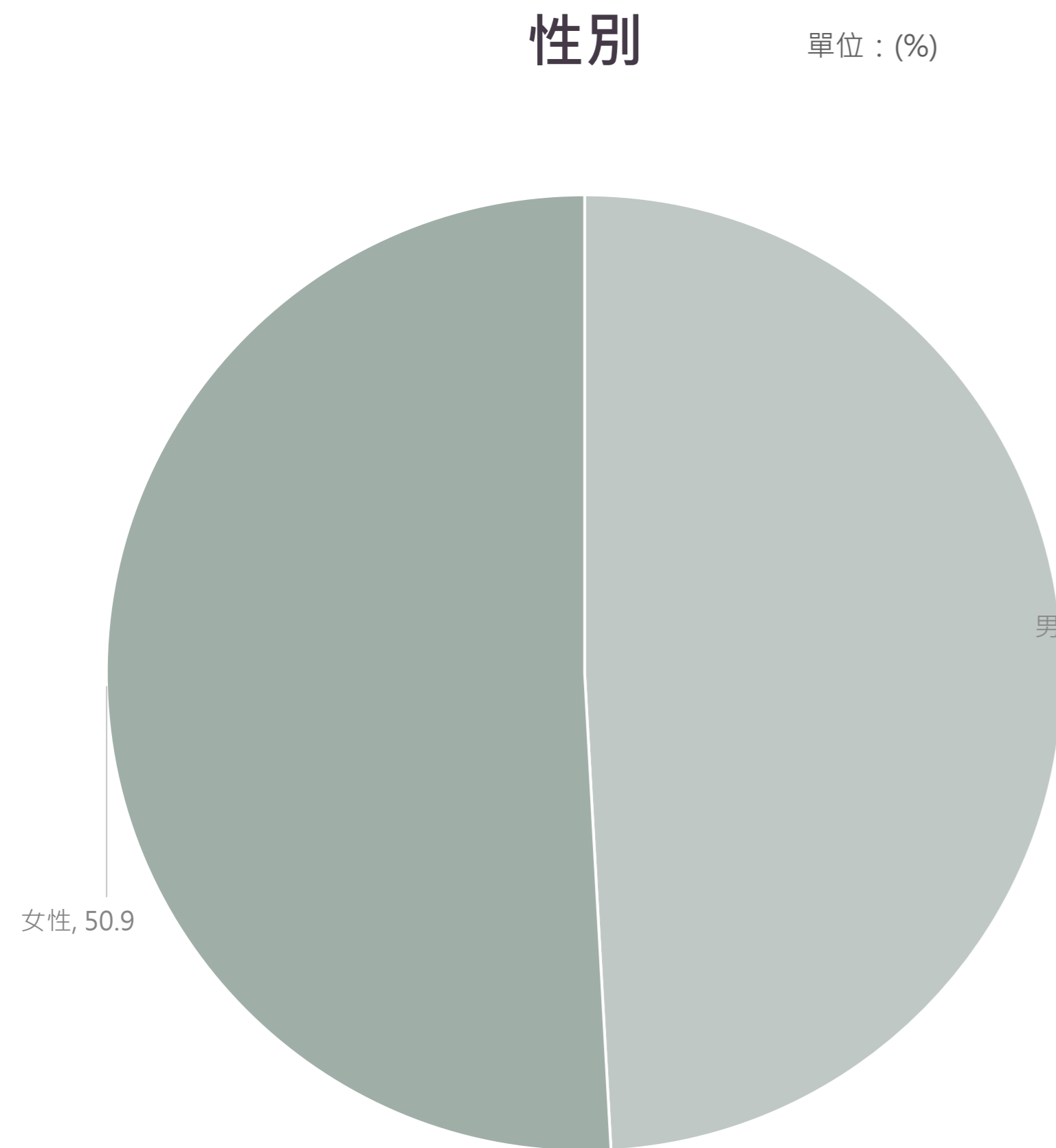
- 實體書營業額逐年走低，實體書店何去何從？
- 複合式書店漸成主流，國人的閱讀行為與過去有何不同？
- 電子書營業額逐年走高，是否有世代差異？國人偏好購買哪些類型的電子書呢？
- 國人是否仍會前往實體書店？前往實體書店的目的為何？購買實體書與電子書的目的各是甚麼呢？

## 資料來源與研究方法說明

- 調查方法：網路調查
- 調查單位：大數據股份有限公司
- 經費來源：《網路溫度計》民調中心
- 調查時間：2023/04/24-2023/05/01
- 調查對象：我國年滿18歲之網路人口
- 抽樣方法：簡單隨機抽樣
- 加權方法：四變數多重反覆加權
- 資料分析：採《次數百分比分析》、《交叉分析》
- 有效樣本：1,626份
- 信心水準：95%
- 抽樣誤差：± 2.44%以內

# 調查方法與樣本結構說明

- 調查時間：2023/04/24-2023/05/21
- 調查方法：於網路溫度計粉絲專頁放置問卷連結，並透過廣告機制隨機觸及網路使用者

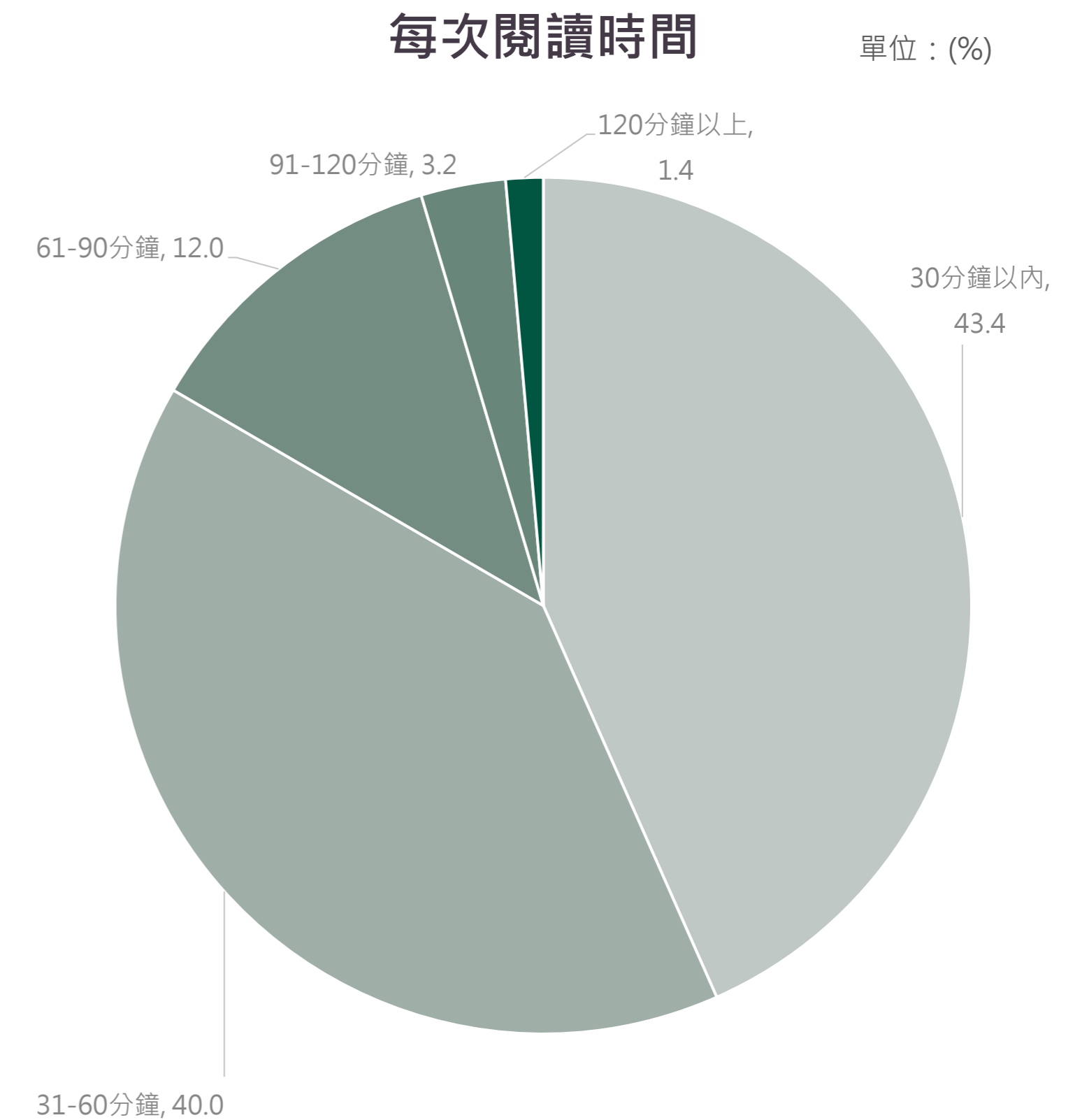
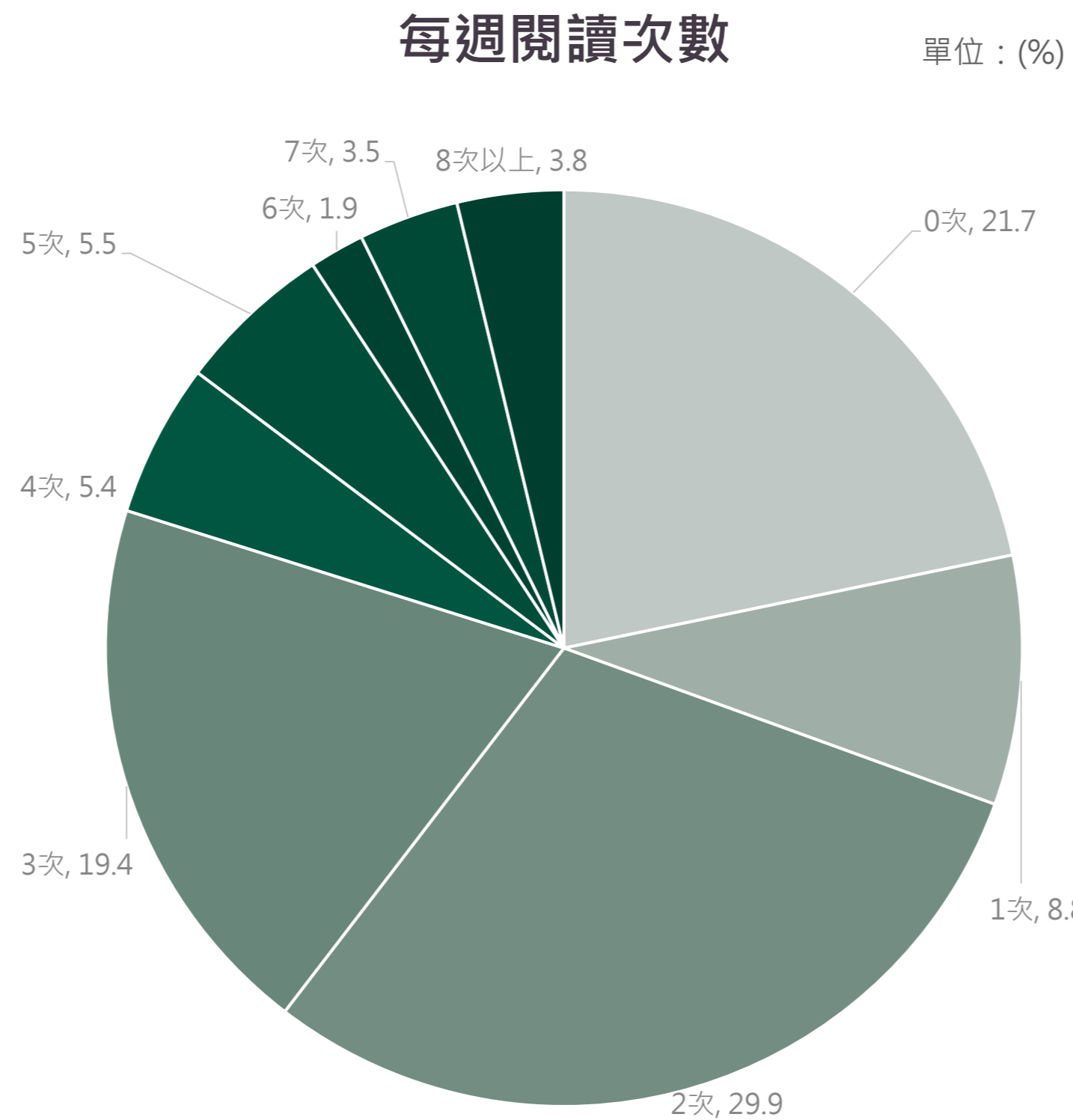
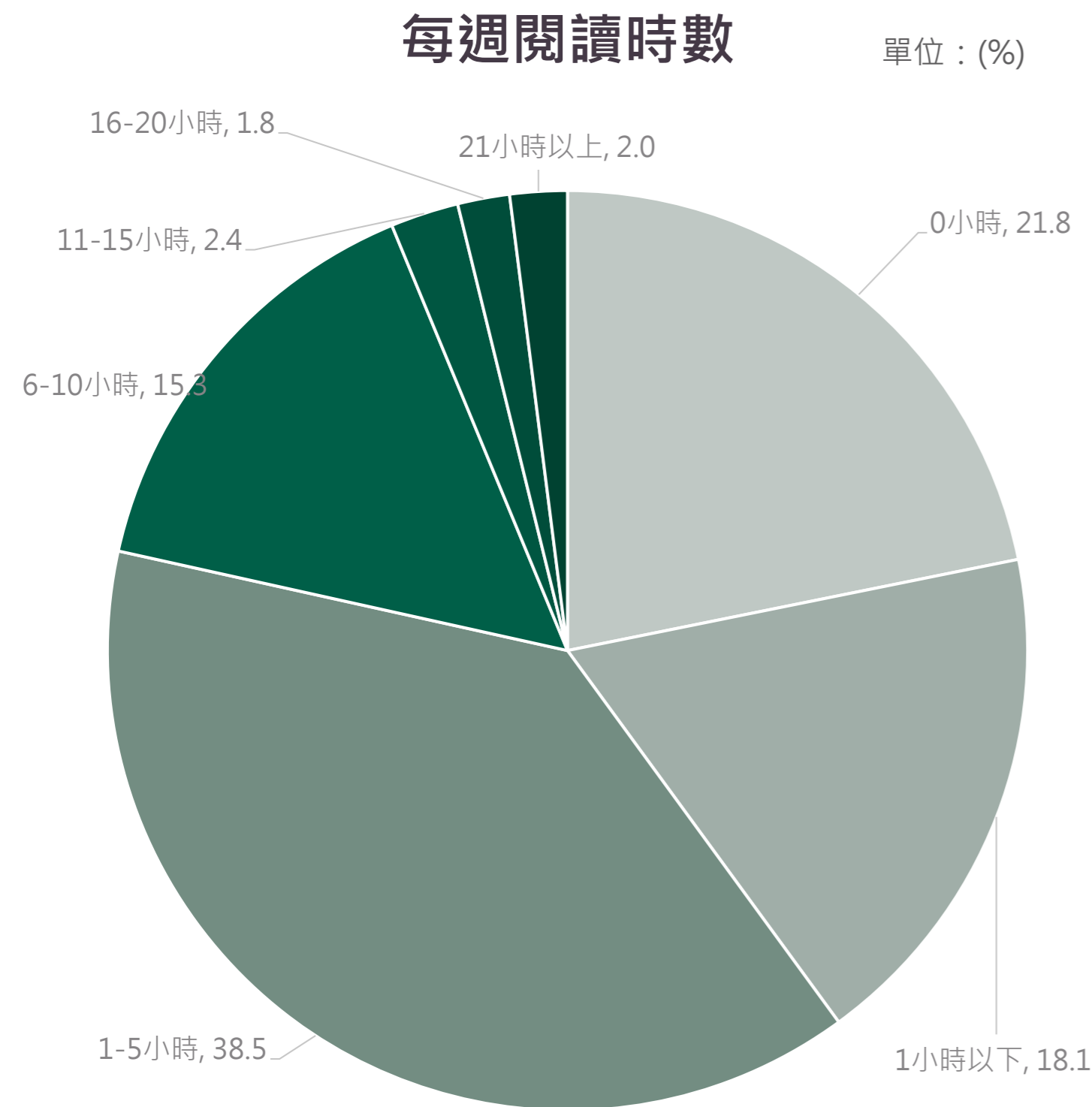


調查時間：2023/04/24-2023/05/01

居住地區	次數	百分比
基隆市	26	1.6
台北市	173	10.6
新北市	281	17.3
桃園市	157	9.6
新竹縣	39	2.4
新竹市	30	1.9
苗栗縣	38	2.3
台中市	194	11.9
彰化縣	87	5.3
南投縣	34	2.1
雲林縣	47	2.9
嘉義縣	35	2.2
嘉義市	18	1.1
台南市	130	8.0
高雄市	192	11.8
屏東縣	57	3.5
宜蘭縣	32	1.9
花蓮縣	22	1.4
台東縣	15	0.9
澎湖縣	8	0.5
金門縣	10	0.6
連江縣	1	0.1
總計	1626	100.0

# 閱讀習慣：零碎化、破碎化 2成左右受訪者每週甚至不閱讀

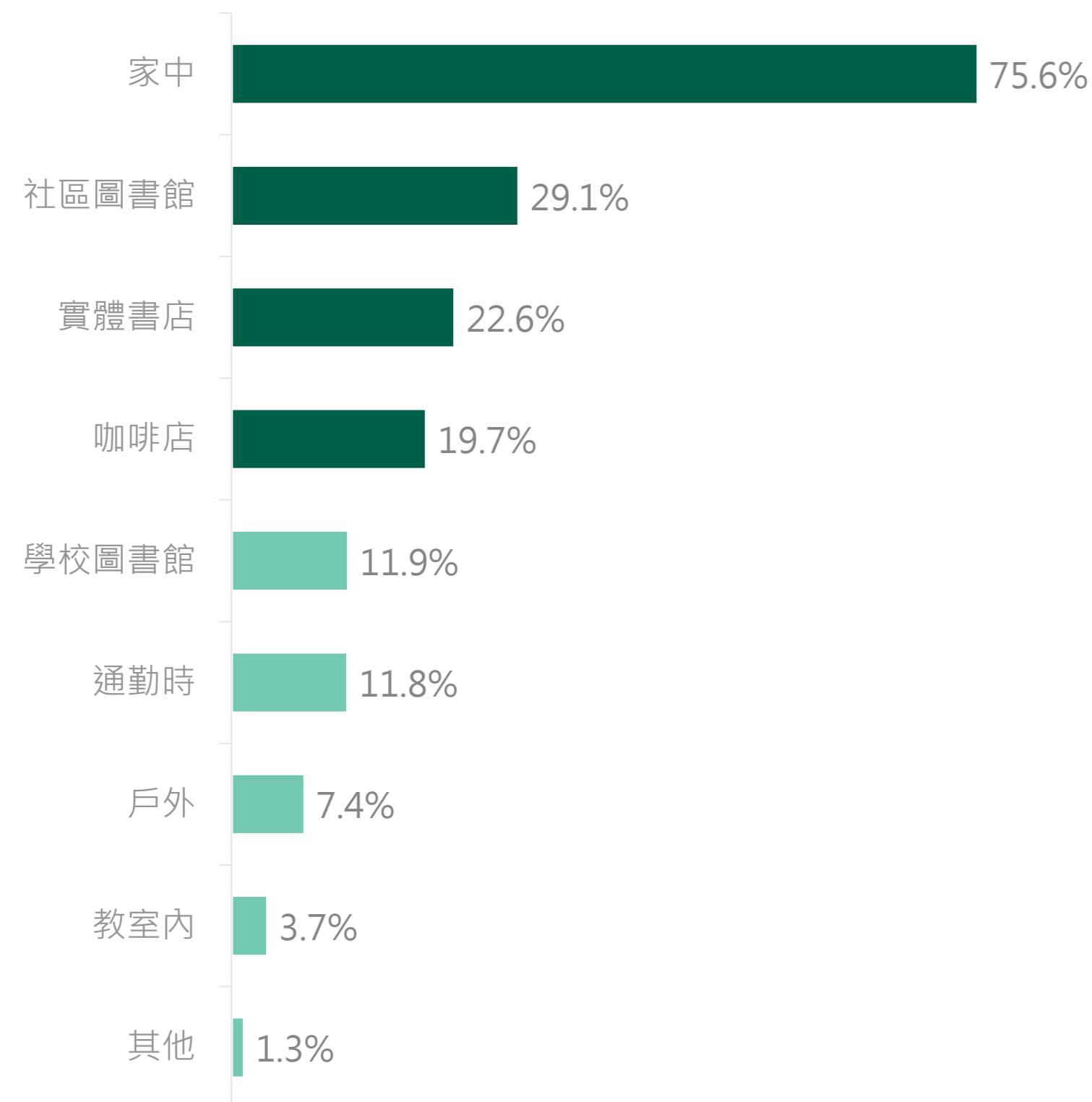
- 21.8%每週閱讀時數為0小時，78.5%平均每天閱讀不到1小時。
- 21.7%每週閱讀次數0次，8.8%每週僅閱讀1次。



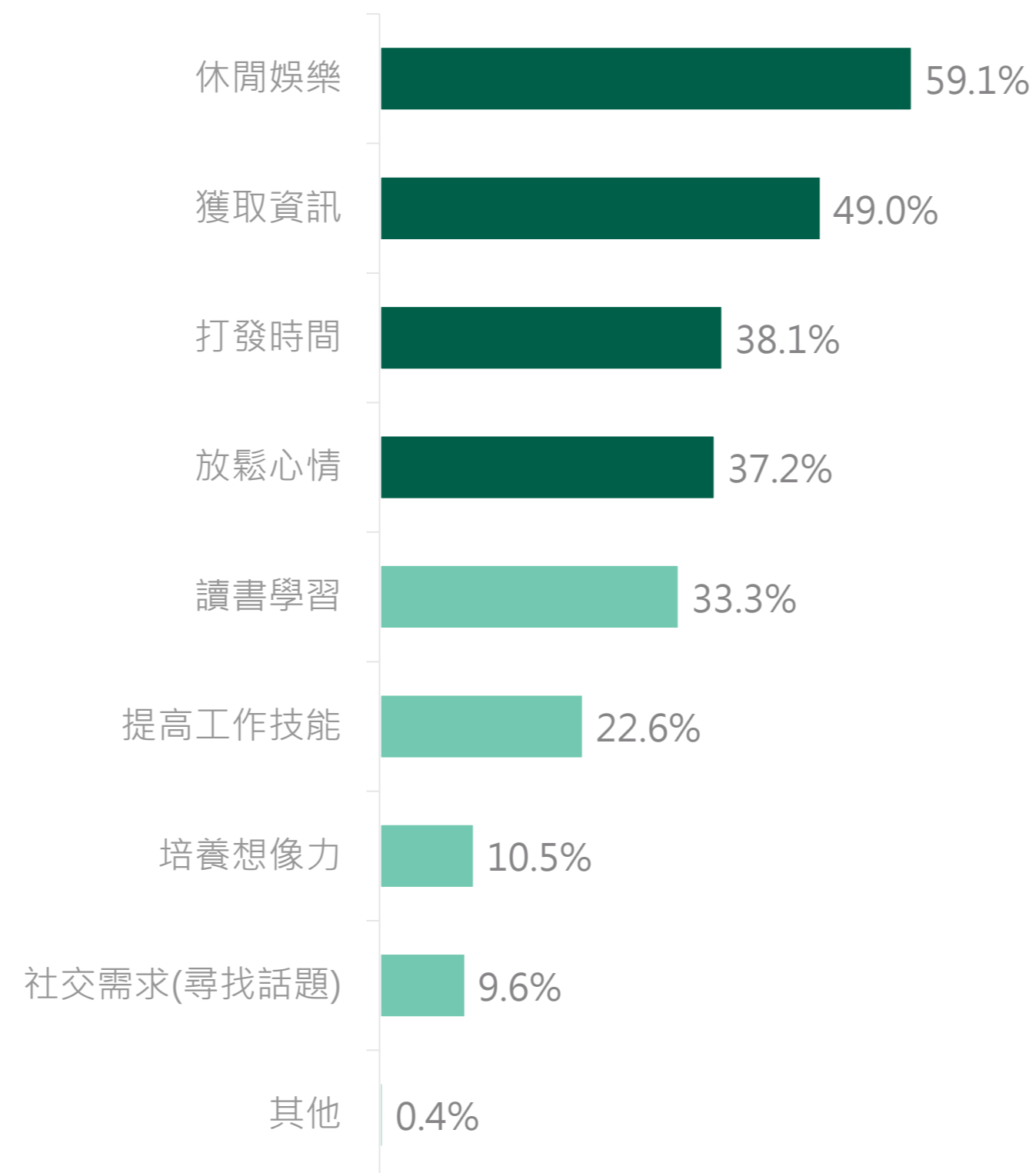
# 閱讀目的：休閒娛樂為主 閱讀地點：75.6%最常家中閱讀，22.6%實體書店閱讀

- 主要閱讀地點為家中(75.6%)，其次依序是社區圖書館(29.1%)、實體書店(22.6%)。
- 主要買書類型為：健康生活(33.9%)、財經商管(33.1%)、旅遊休閒(32.9%)。

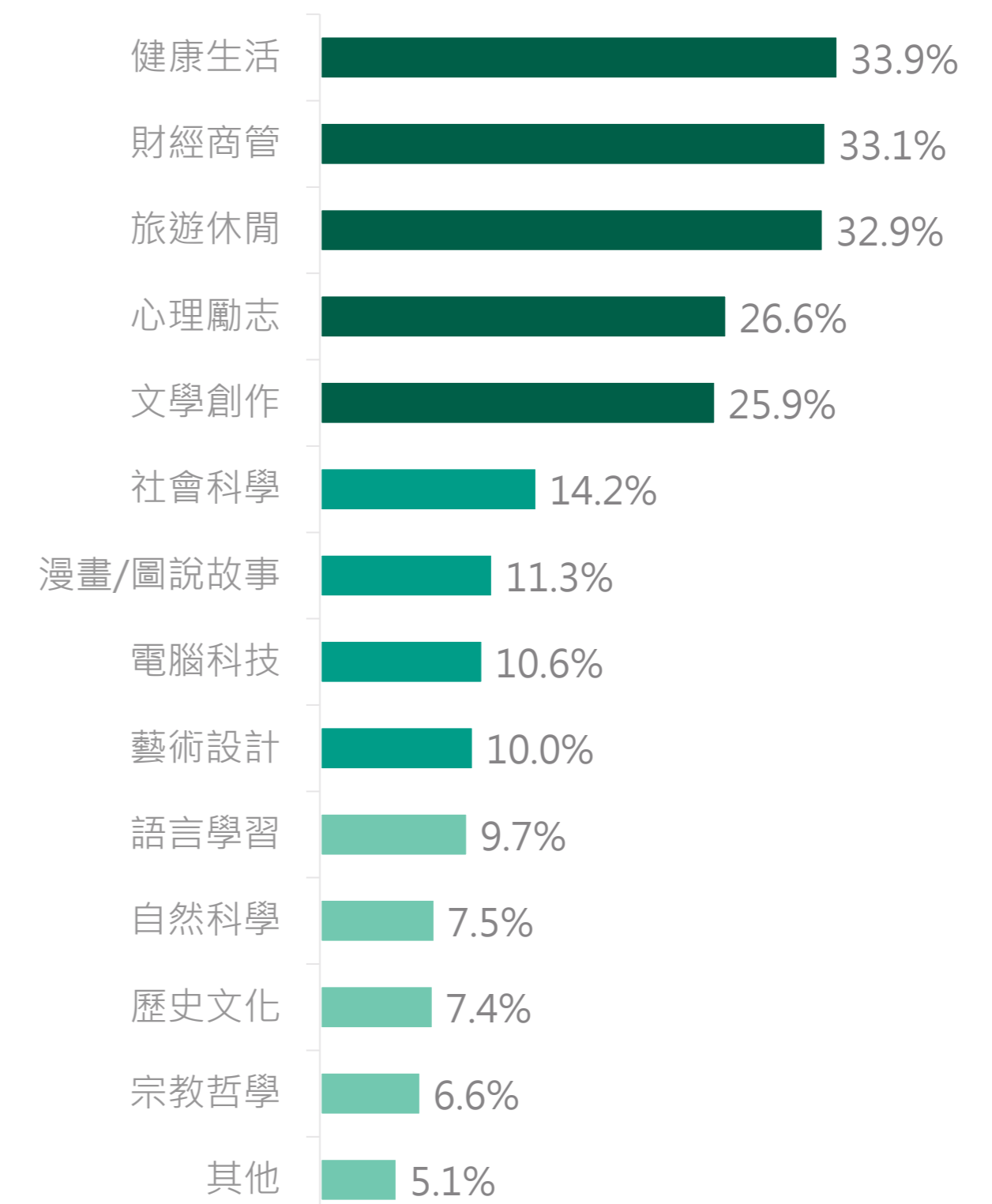
### 主要閱讀地點



### 主要閱讀目的



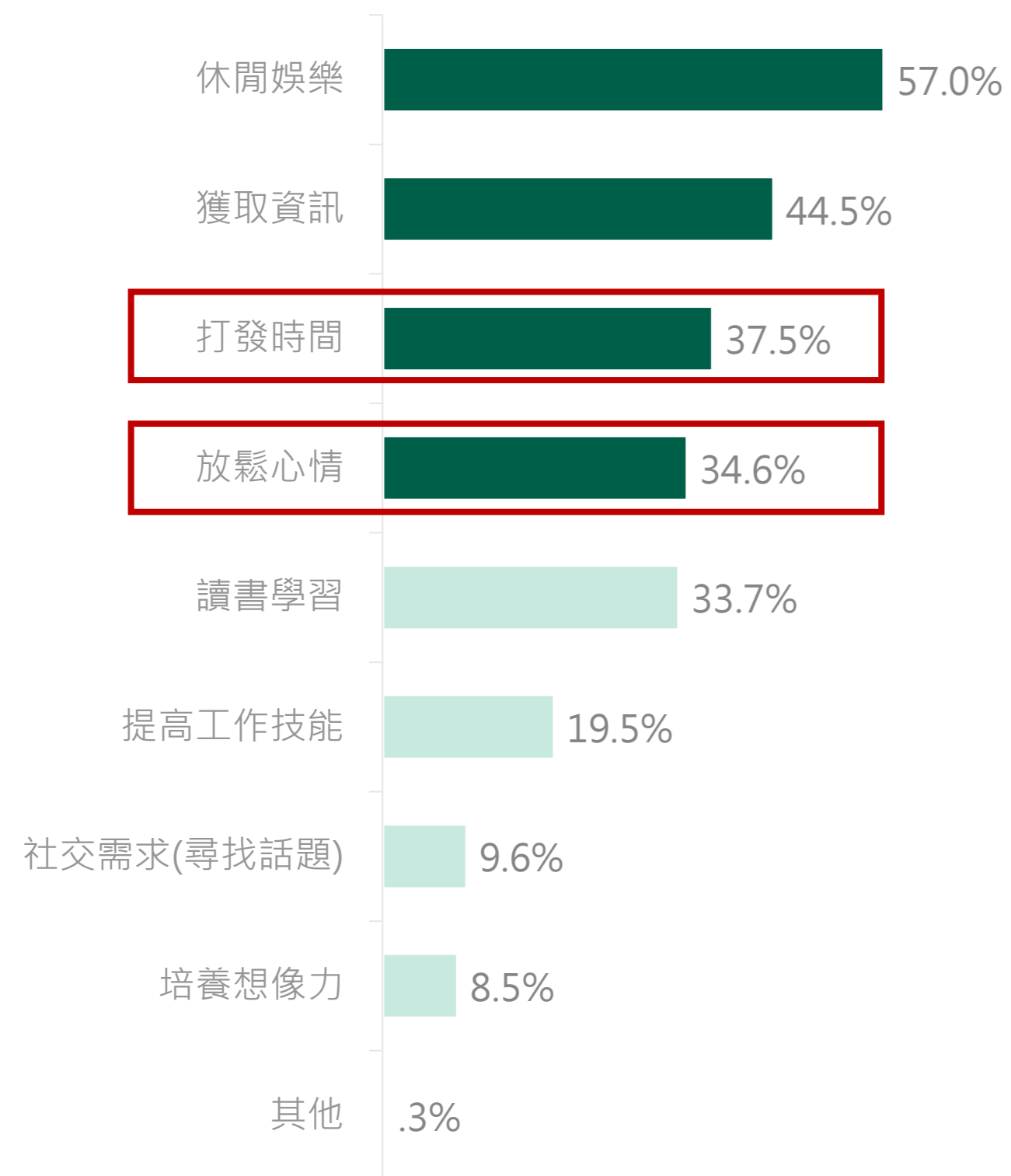
### 主要買書類型



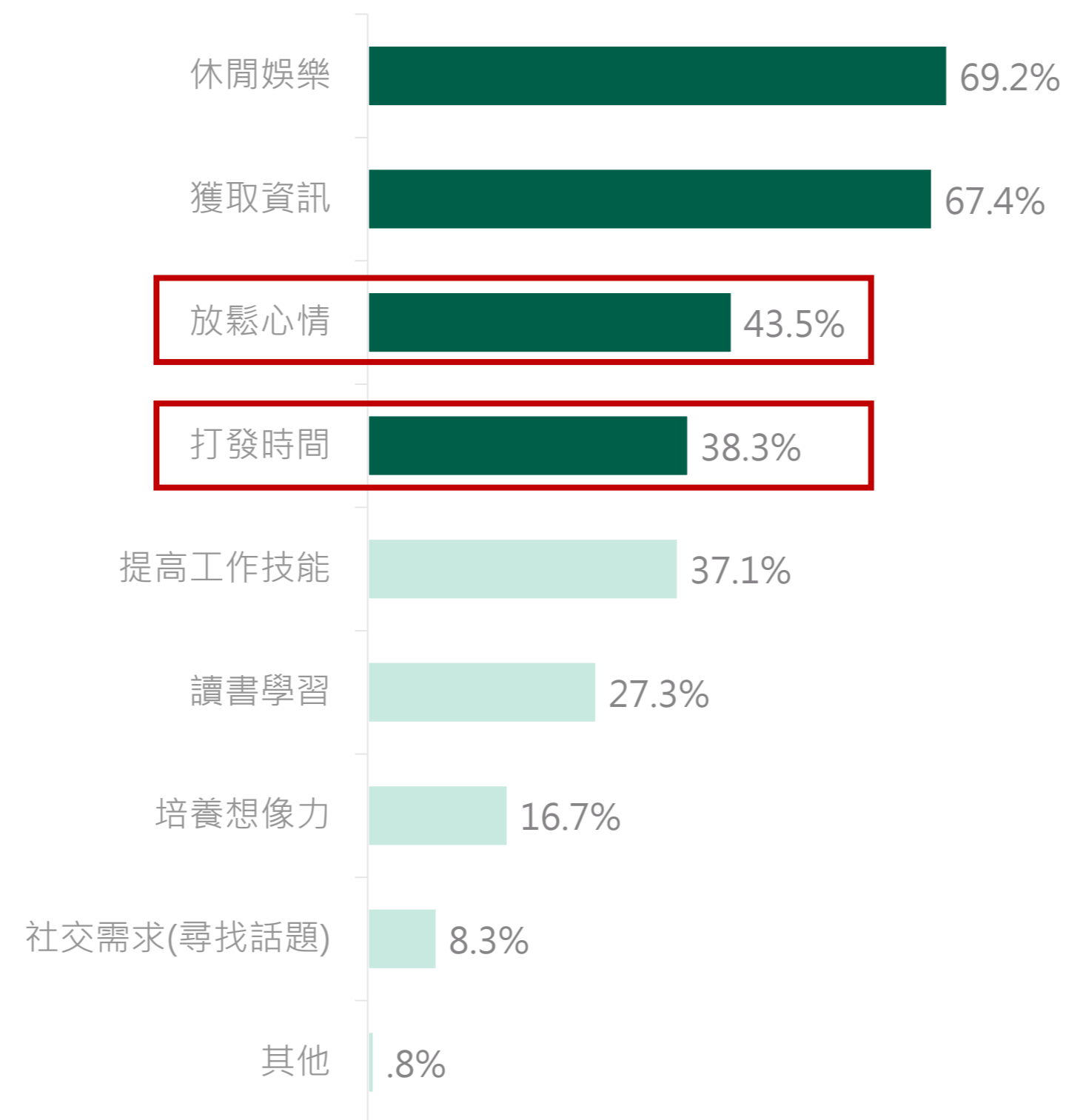
## 每週平均閱讀時間越長 閱讀目的越偏向休閒娛樂或放鬆心情

- 每週閱讀16小時以上，閱讀目的放鬆心情(61.5%)、讀書學習(51.9%)佔比大幅上升。
- 每週閱讀時間越多，則閱讀目的打發時間、放鬆心情的佔比就越高。

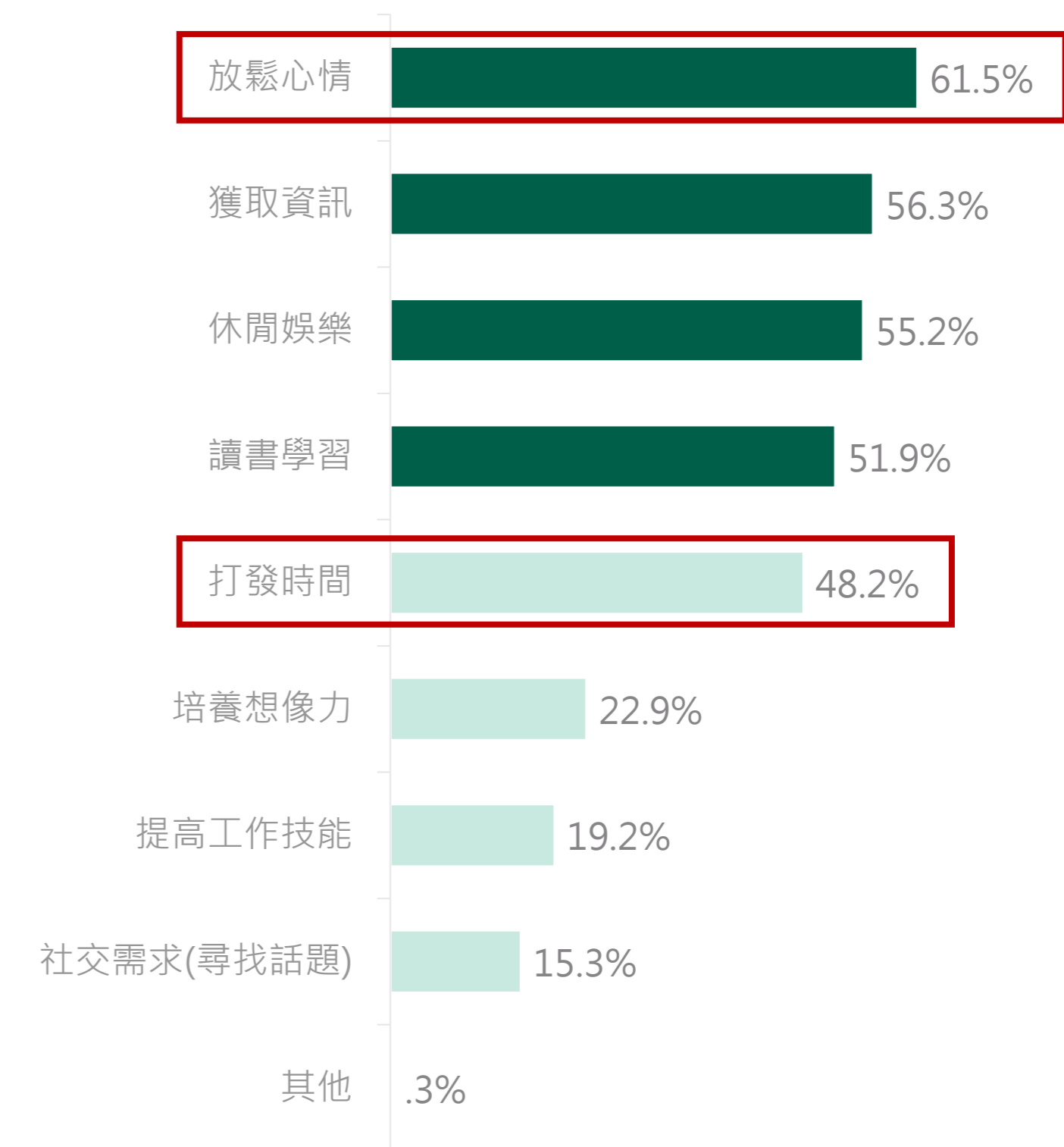
每週閱讀5小時以下(佔比78.5%)



每週閱讀6-15小時(佔比17.7%)



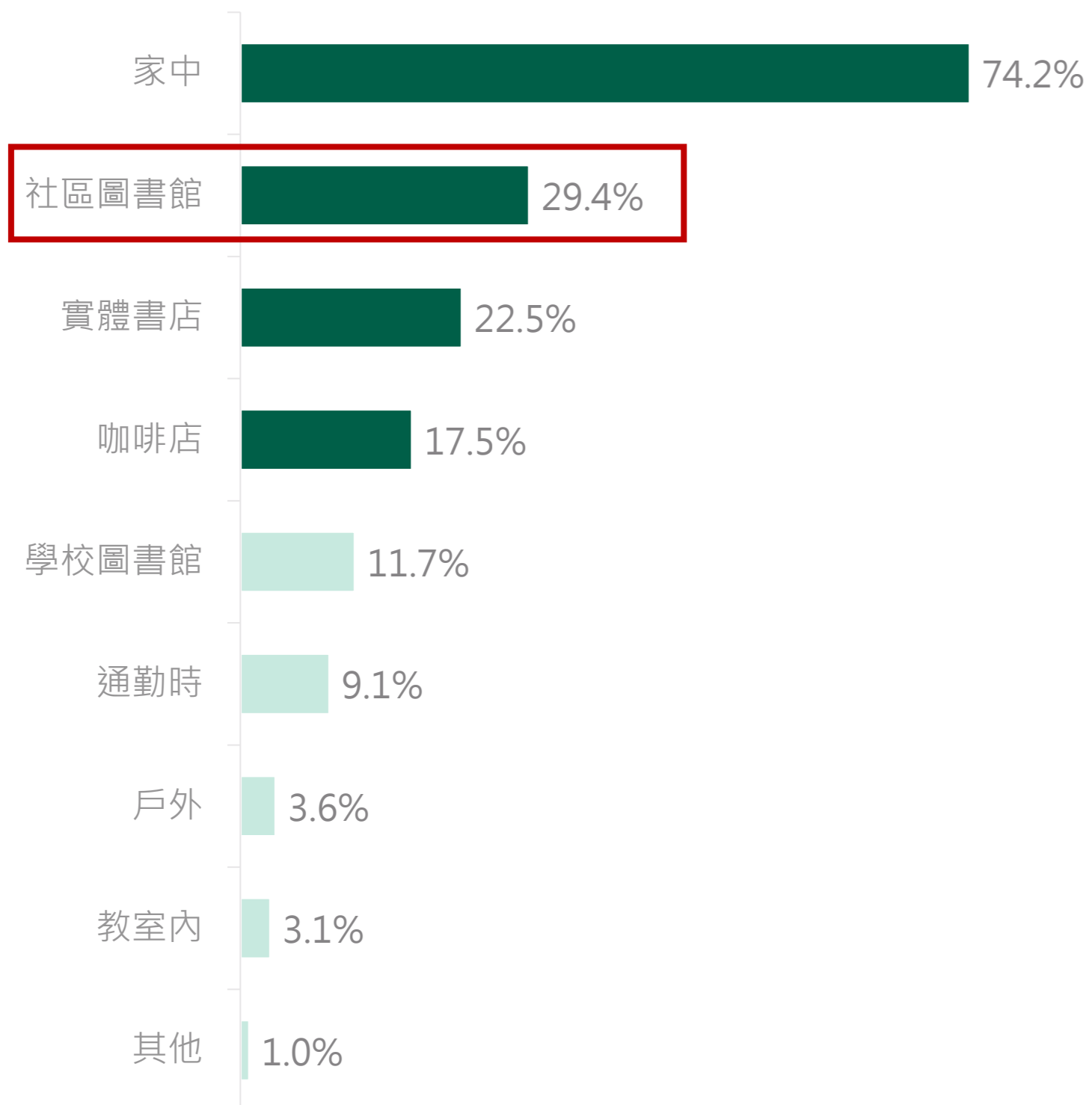
每週閱讀16小時以上(佔比3.8%)



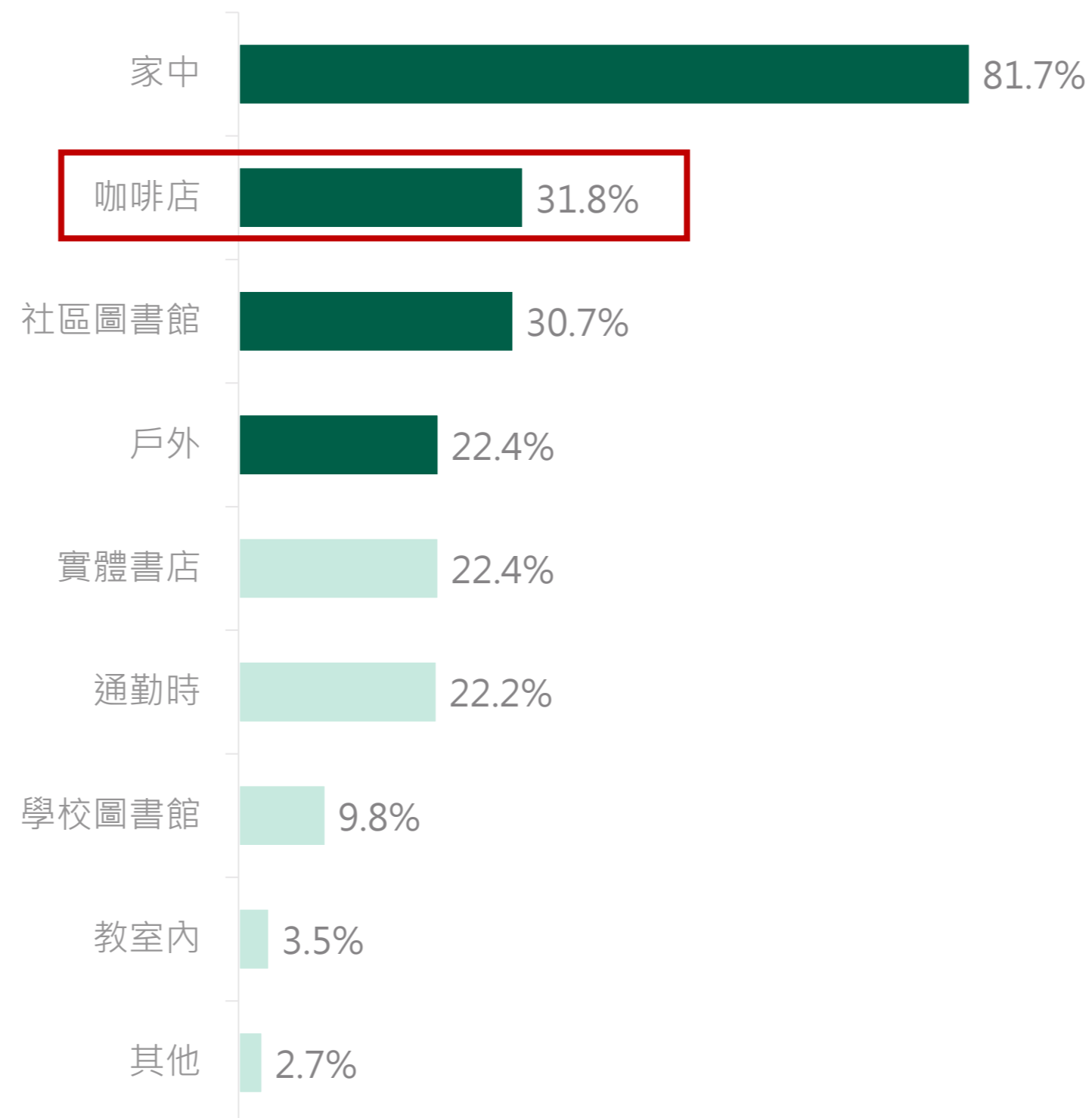
# 閱讀地點除家中以外，戶外閱讀： 每日平均閱讀1小時 常在咖啡店閱讀；每日平均閱讀2小時 常在實體書店閱讀

- 每週閱讀16小時以上，實體書店(25.4%)成為第二常去的閱讀地點。
- 每週閱讀6-15小時，咖啡店(31.8%)成為第二常去的閱讀地點。

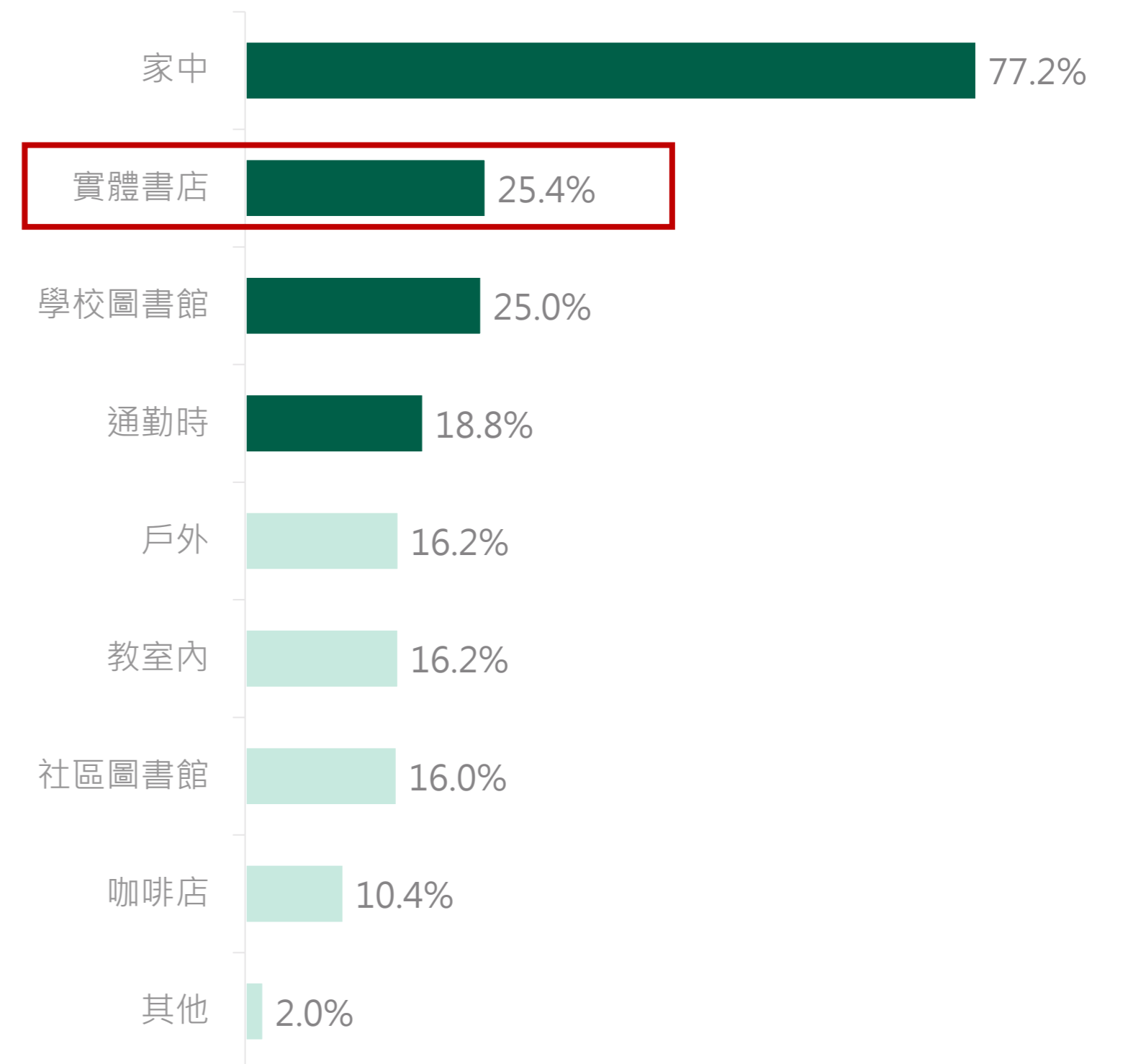
### 每週閱讀5小時以下(佔比78.5%)



### 每週閱讀6-15小時(佔比17.7%)

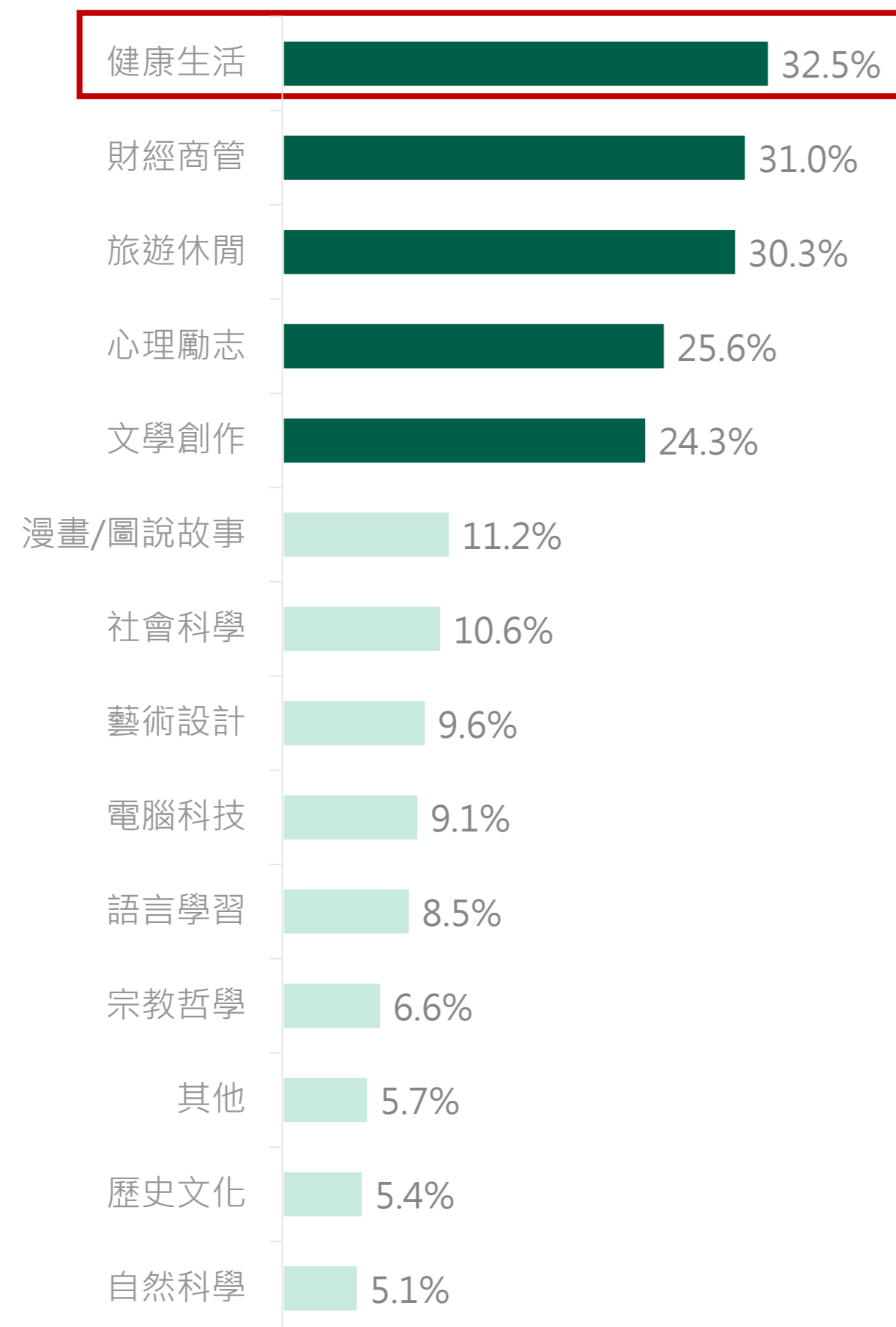


### 每週閱讀16小時以上(佔比3.8%)

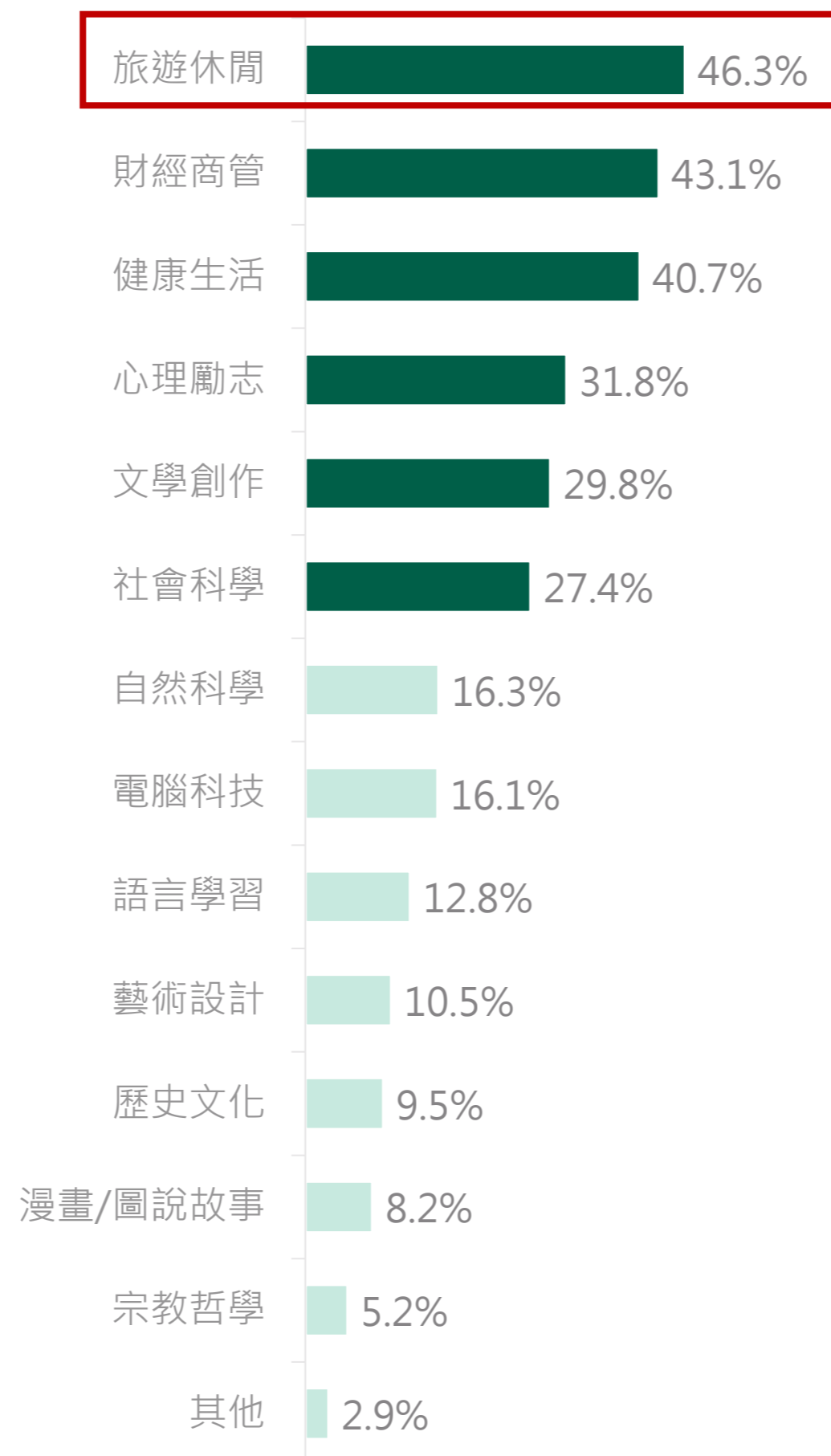


# 每週閱讀6-15小時 最常買旅遊休閒書；每週閱讀16小時以上 最常買文學創作書

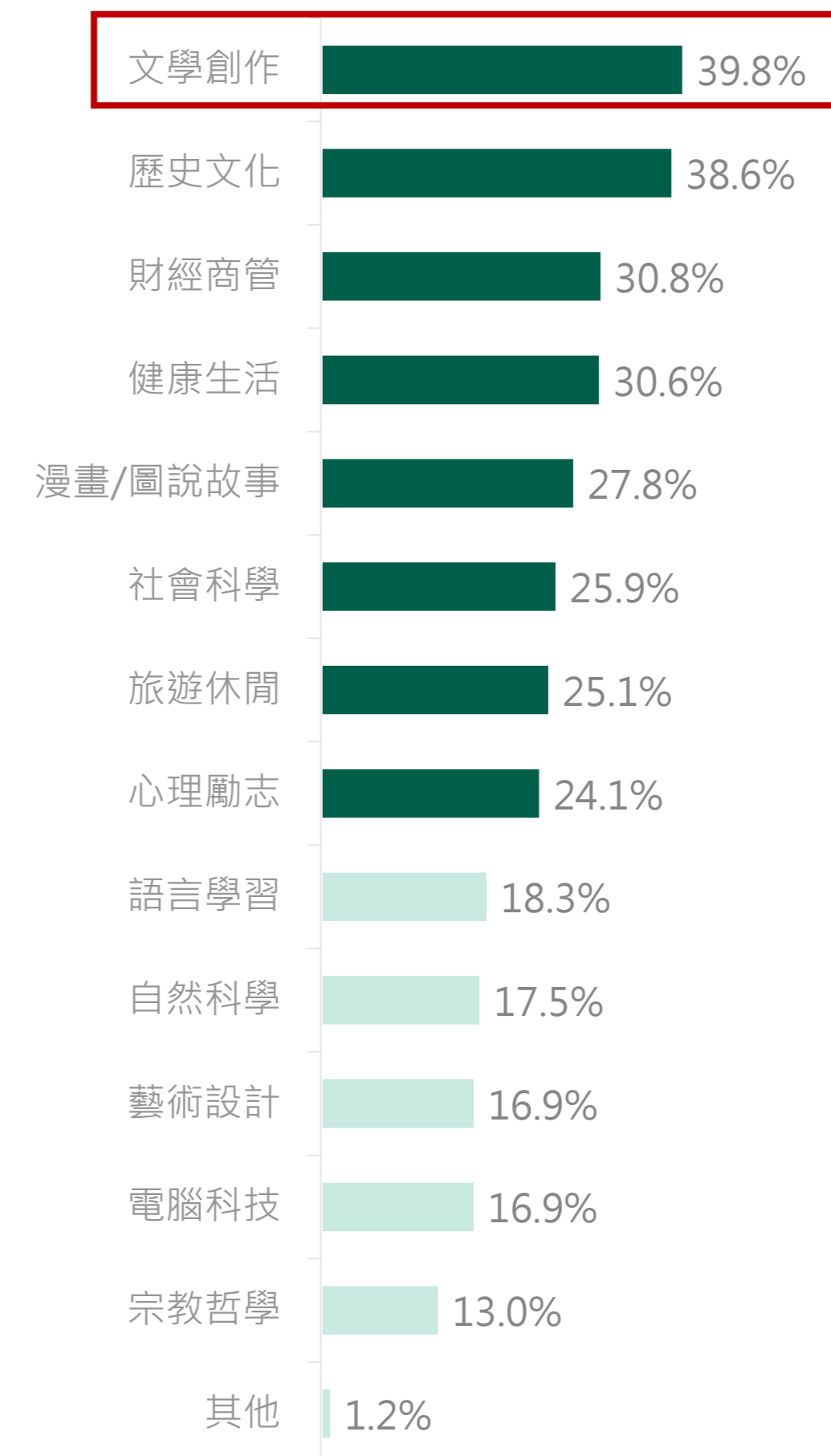
## 每週閱讀5小時以下(佔比78.5%)



## 每週閱讀6-15小時(佔比17.7%)



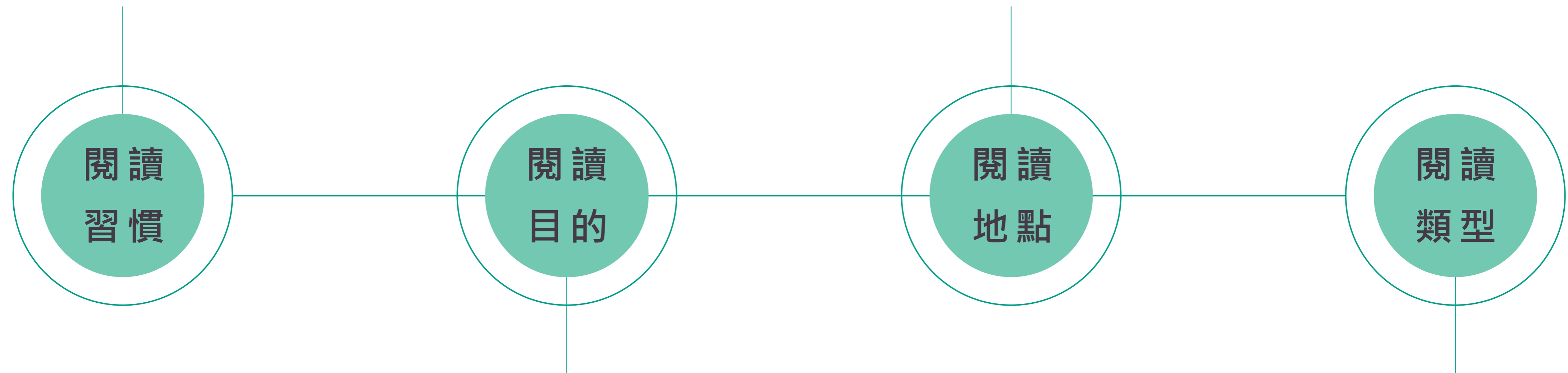
## 每週閱讀16小時以上(佔比3.8%)



# 2023閱讀行為洞察發現

閱讀習慣零碎化、破碎化  
2成受訪者每週基本不閱讀

家中是主要閱讀地點  
閱讀超過2小時 實體書店使用提高



休閒娛樂為主 獲取資訊為輔  
閱讀時數越長 越偏放鬆心情

閱讀時數短 偏向健康生活主題  
閱讀時數長 偏向文學創作主題

03



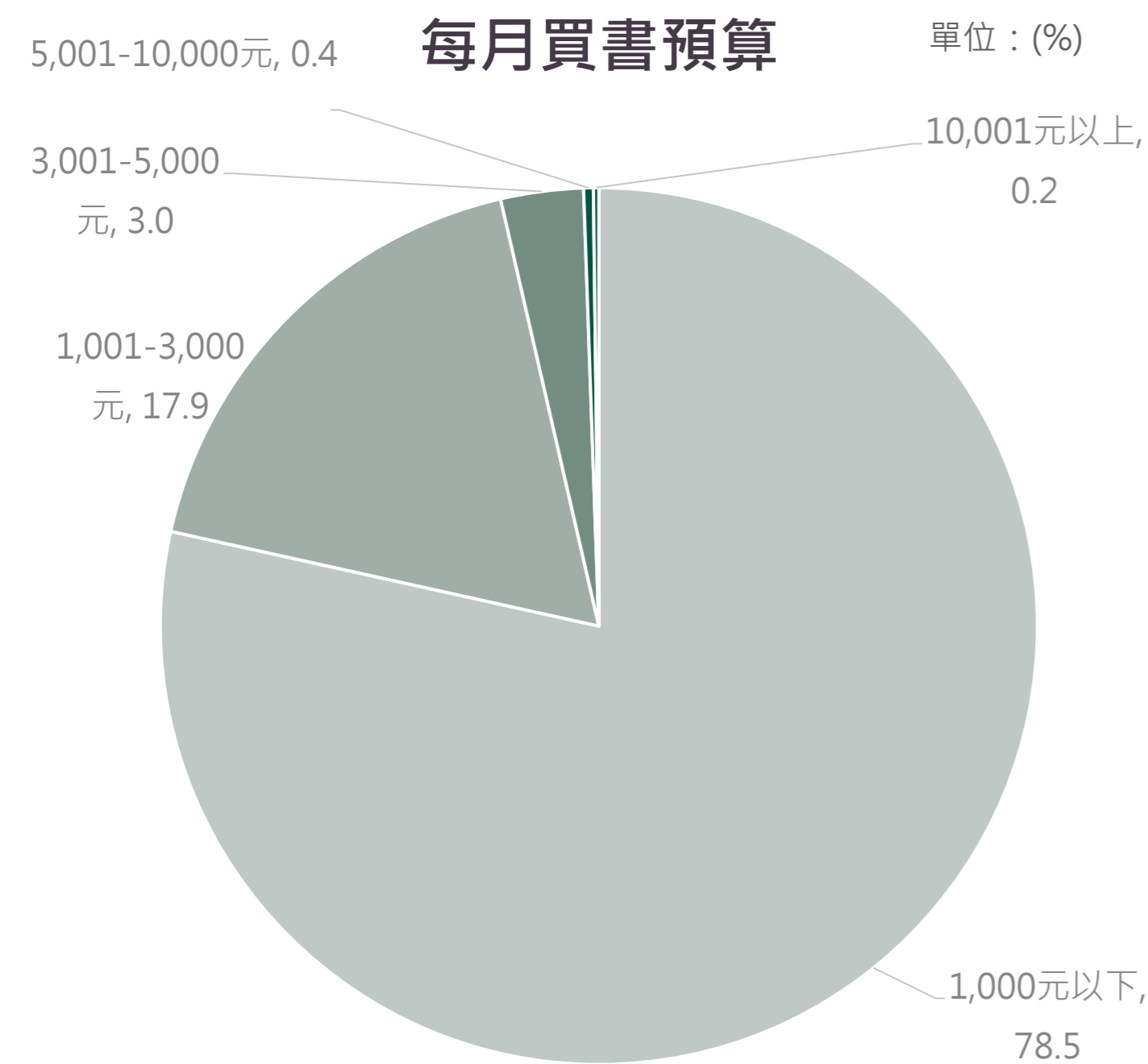
2023

# 臺灣民眾買書消費行為調查

調查時間：2023/04/24-2023/05/01

# 17.9%每月買書預算1,001-3,000元 其中75.3%未來考慮購買電子書

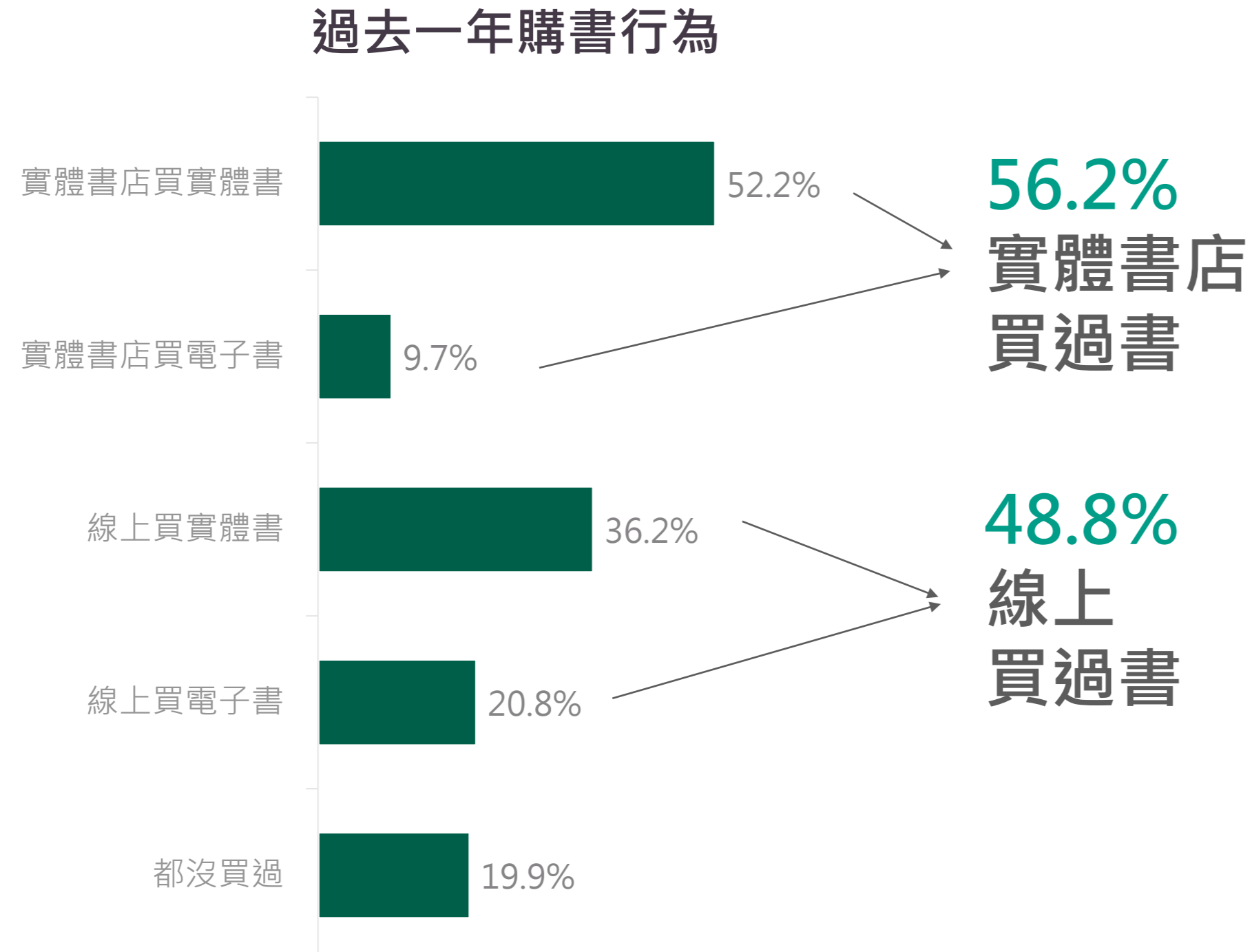
- 17.9%每年買書預算上萬元，為圖書市場購買主力族群，買書潛在消費力達400億元。
- 每月買書預算越高，則購買電子書的可能性越高。



每月買書預算	是否考慮購買電子書	
	是	否
1,000元以下	40.8%	59.2%
1,001-3,000元	75.3%	24.7%
3,001-5,000元	65.3%	34.7%
5,001-10,000元	100.0%	0.0%
10,001元以上	100.0%	0.0%
總計	48.0%	52.0%

# 80.1%過去一年曾買過書 56.2%曾在實體書店買書 48.8%曾在線上買書

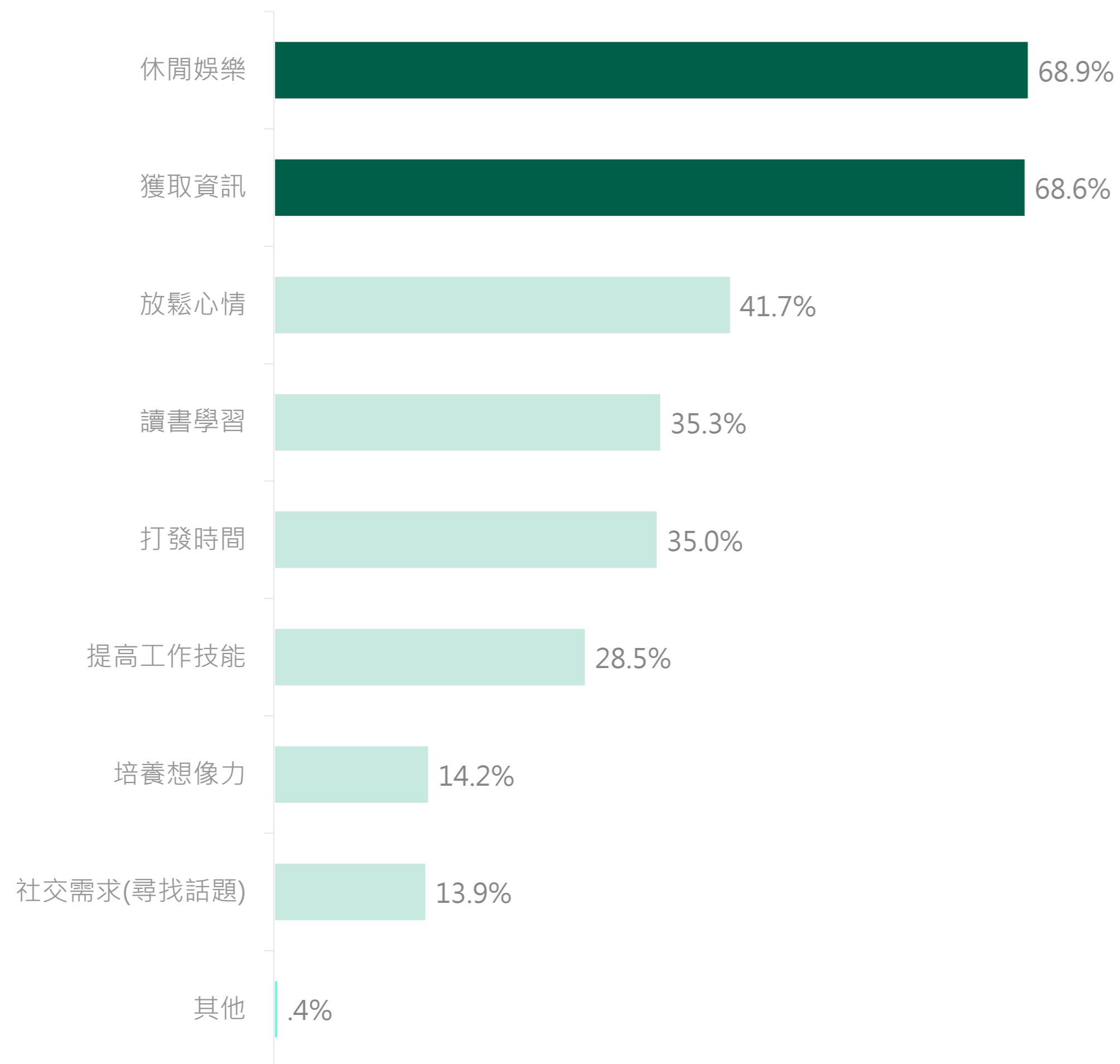
- 每月買書預算1,001-3,000元者，72.3%過去一年曾在實體書店買實體書。
- 每月買書預算3,001-5,000元者，41.0%過去一年曾在實體書店買電子書。



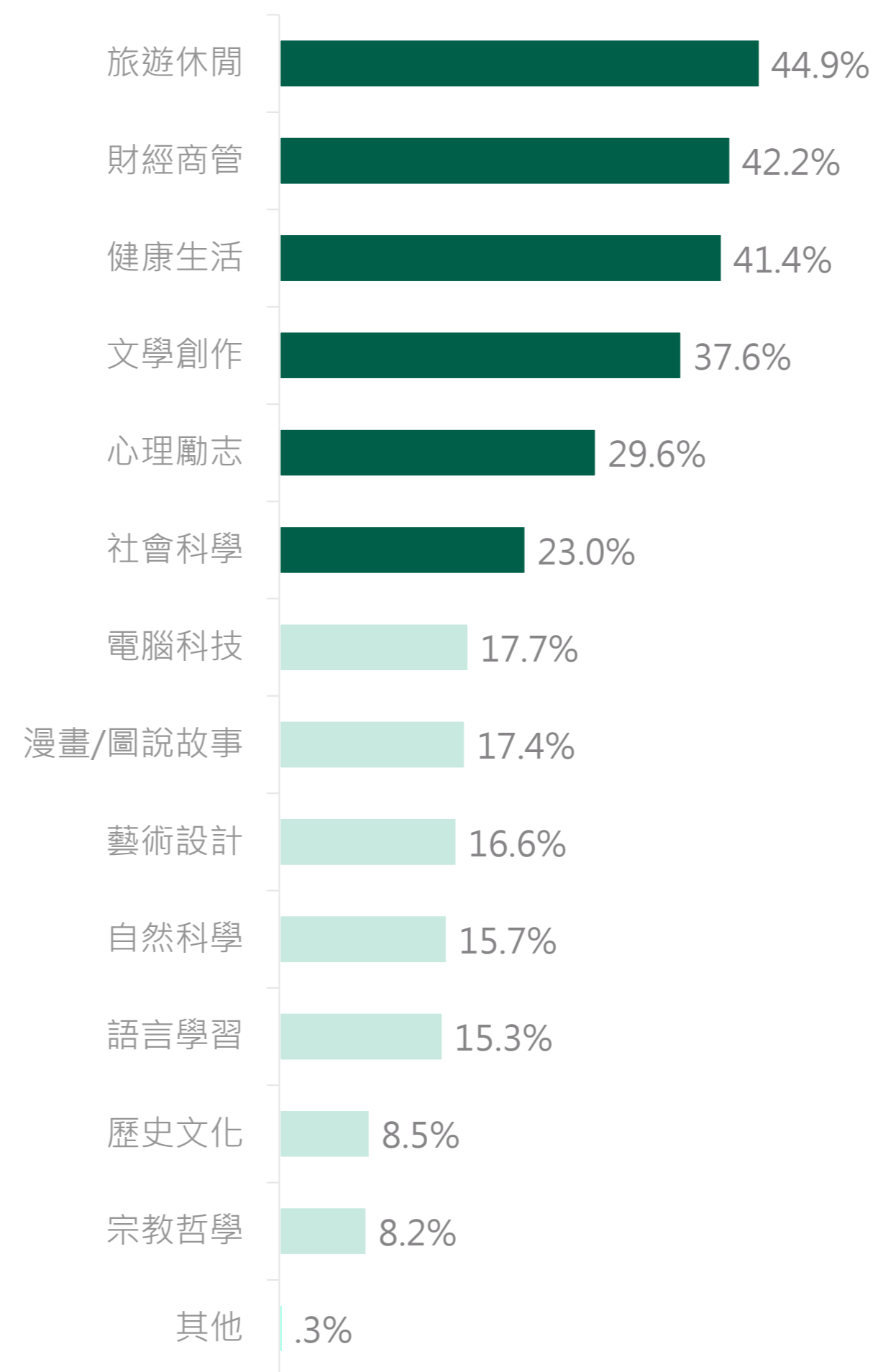
每月買書預算	過去一年購書行為			
	實體買實體	實體買電子	線上買實體	線上買電子
1,000元以下	47.4%	5.3%	33.7%	15.2%
1,001-3,000元	72.3%	23.3%	43.2%	46.9%
3,001-5,000元	56.9%	41.0%	50.4%	10.1%
5,001-10,000元	51.0%	22.9%	91.1%	57.5%
10,001元以上	60.3%	31.0%	49.0%	0.0%

# 曾線上買電子書者：閱讀目的休閒娛樂(68.9%) 買書類型旅遊休閒(44.9%)居多

### 曾在線上買過電子書者(佔比20.8%)閱讀目的



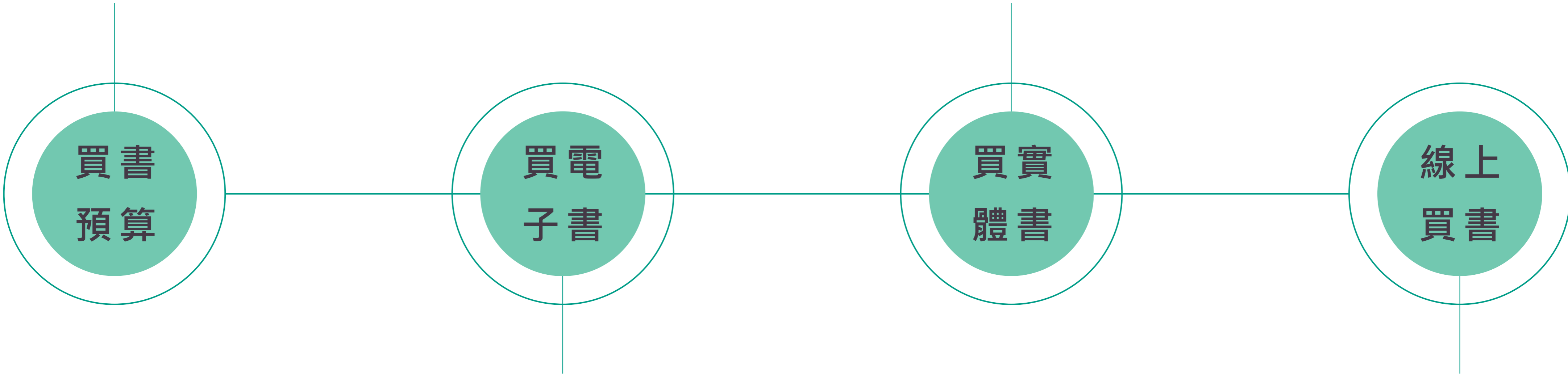
### 曾在線上買過電子書者(佔比20.8%)買書類型



# 2023買書消費行為洞察發現

78.5%每月買書預算1,000元以下  
17.9%每年買書預算破萬元

56.2%過去一年實體書店買過書



48.0%未來考慮買電子書

線上買電子書類型：  
旅遊休閒44.9%, 財經商管42.2%

04



2023

# 臺灣民眾實體書店消費調查

調查時間：2023/04/24-2023/05/01

# 不分年齡 至少54%以上曾在實體書店買書

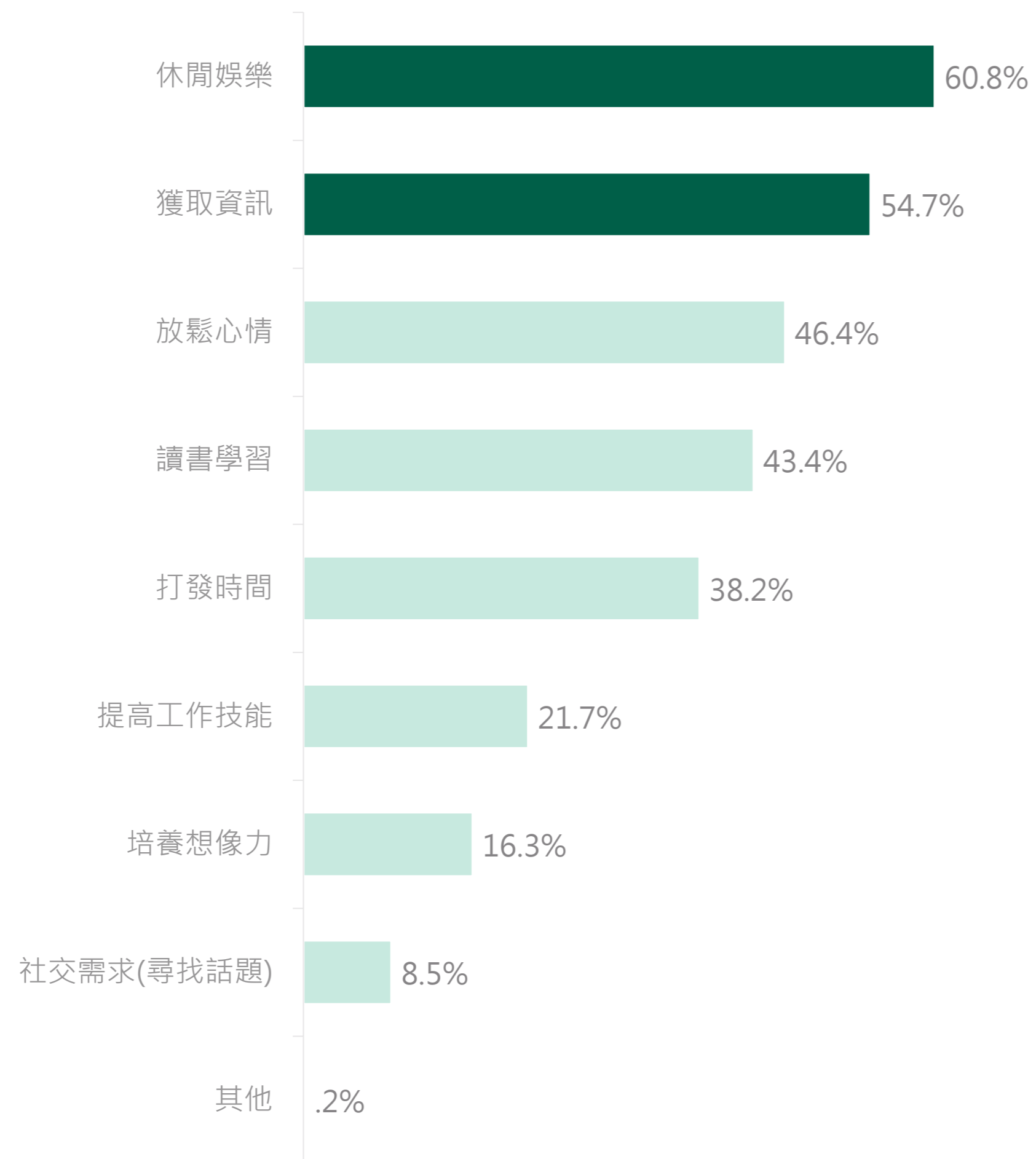
## 41歲以上僅42.0%曾線上買書

年齡	實體書店買書比例	線上買書比例
18-30歲	55.7%	60.1%
31-40歲	54.8%	61.9%
41歲以上	57.5%	42.0%

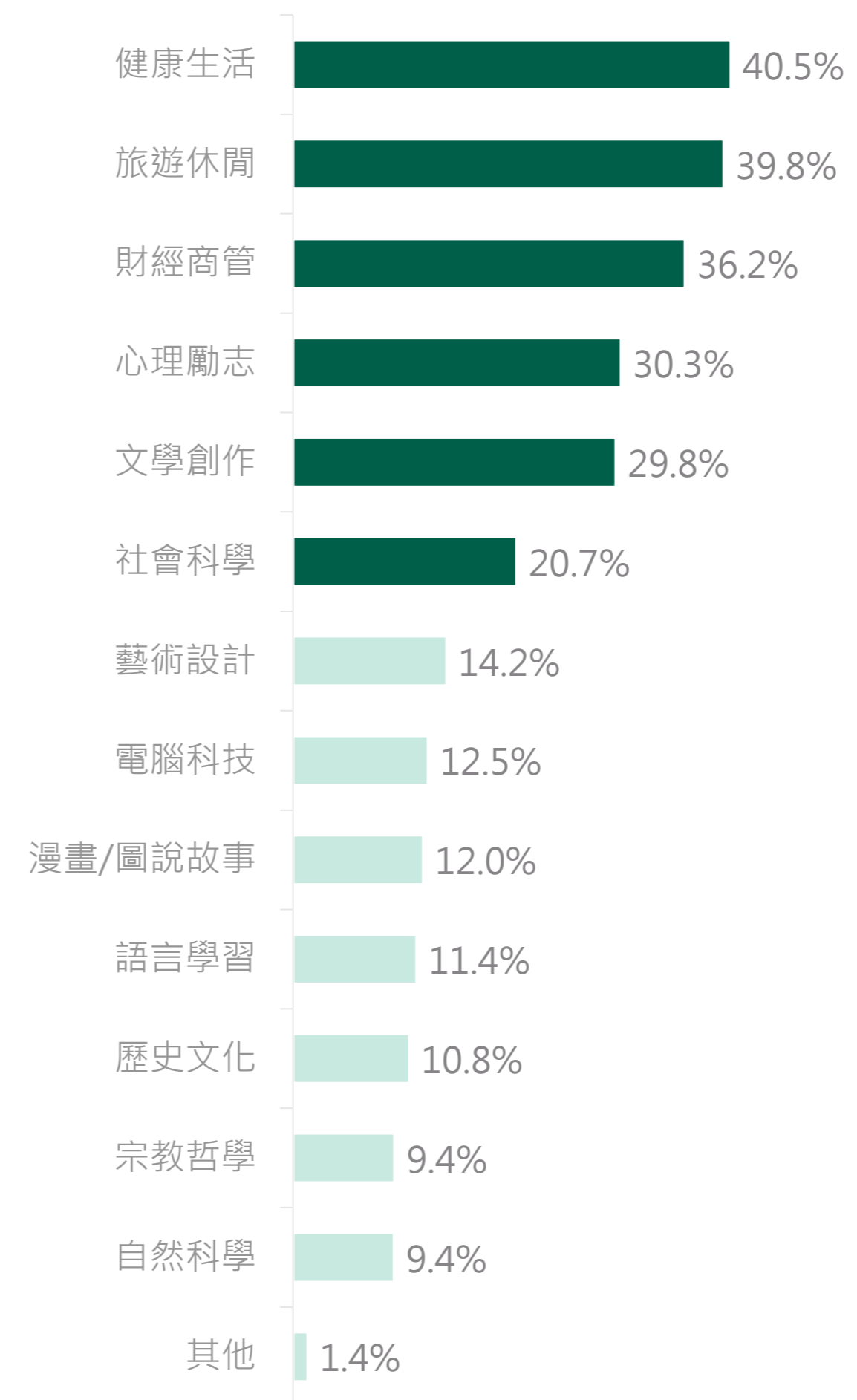


# 實體書店買實體書者：閱讀目的休閒娛樂(60.8%) 買書類型健康生活(40.5%)居多

曾在實體買過實體書者(佔比56.2%)閱讀目的



曾在實體買過實體書者(佔比56.2%)買書類型



# 不同世代實體書店閱讀目的：41歲以上更重視獲取資訊；40歲以下重視休閒娛樂

18-30歲

目的	比例
休閒娛樂	76.6%
獲取資訊	58.0%
放鬆心情	51.8%

31-40歲

目的	比例
休閒娛樂	77.1%
獲取資訊	61.6%
讀書學習	41.7%

41歲以上

目的	比例
獲取資訊	59.6%
放鬆心情	52.8%
休閒娛樂	51.8%

05



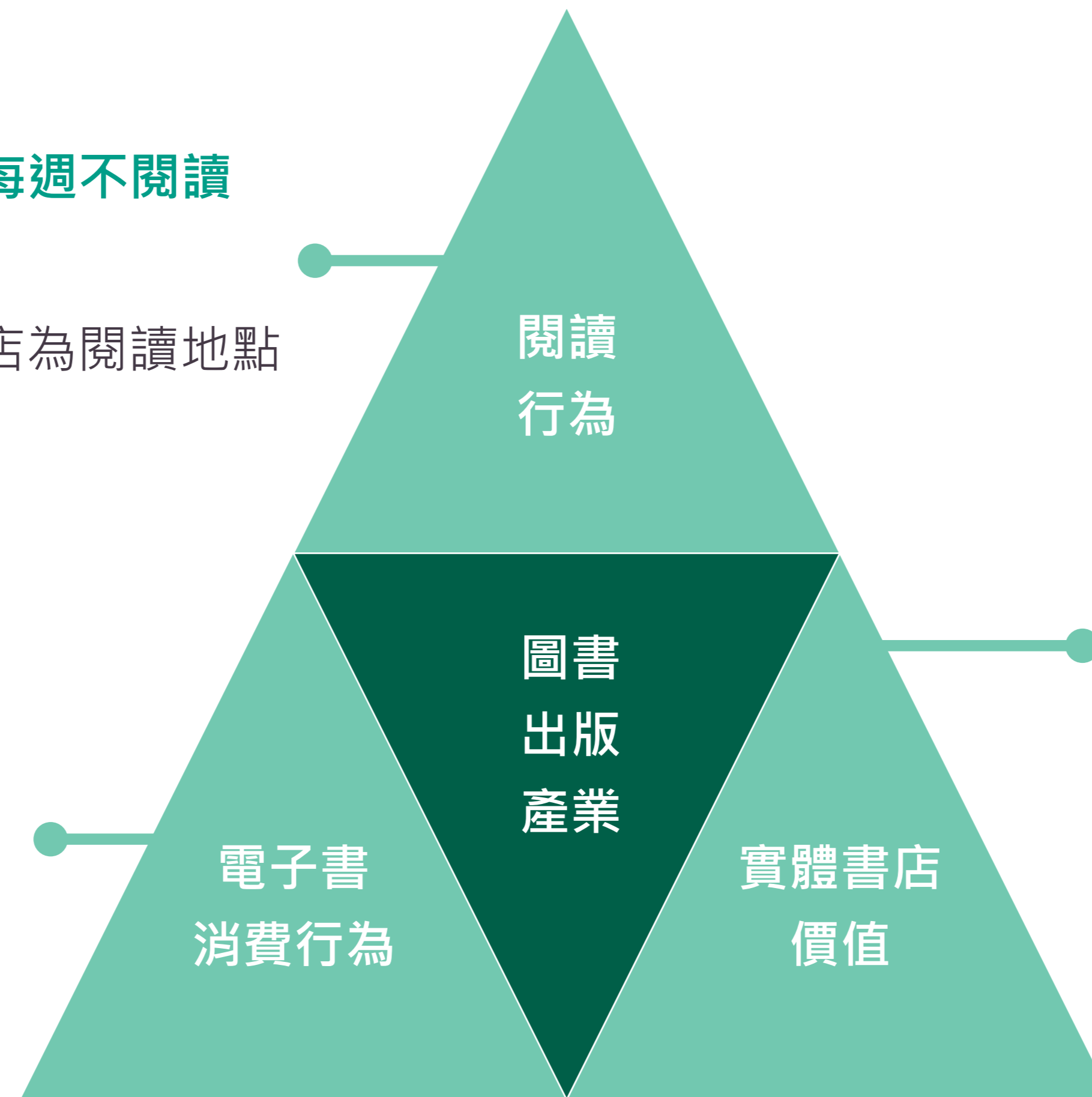
# 2023臺灣民眾閱讀行為暨 實體書店消費行為洞察結論

調查時間：2023/04/24-2023/05/01

# 2023閱讀行為暨圖書出版產業洞察發現

- 閱讀習慣零碎化、破碎化，**2成每週不閱讀**
- 8成以家中為閱讀地點
- 2成以實體書店、圖書館、咖啡店為閱讀地點

- 8成每月買書預算不到千元
- 2成每年買書預算上萬元
- **產業潛在消費力推估達400億元**
- 近半數可接受買電子書



- **41歲以上更偏好實體書店買書**
- 世代差異：休閒娛樂 vs. 獲取資訊



網路溫度計  
時事網路大數據分析

# Thank you

KEYPO



BIG DATA  
大數據股份有限公司



民調中心  
Polling Center



歡迎來信聯絡我們

[瞭解更多分析工具](#) →

[觀看更多研究報告](#) →

[尋求專業調查合作](#) →

[service@dailyview.tw](mailto:service@dailyview.tw)

辦公室地址：台北市中山區民生東路二段145號5樓