

論圖書出版產業調查之設計與執行*

The Planning and Implementation of Book Publishing Industry Survey

邱炯友

Jeong-Yeou Chiu

淡江大學資訊與圖書館學系副教授

Associate Professor, Department of Information and Library Science, Tamkang University, Taiwan

E-mail: joyo@mail.tku.edu.tw

關鍵詞(keywords): 出版統計(publishing statistics), 圖書出版(book publishing), 書業(the book trade), 出版產業調查(publishing industry survey), 產值(output value)

〔摘要〕 出版產業調查是一項繁重的工作，但其價值足以顯現在文化政策層次以及商業情報之運用上。一般而言，出版產業調查之基礎要素在於出版量、出版社家數和出版產值之掌握，透過此三要素交織而成的各種產業與市場資訊是極為豐富且有意義。本文衍生論及出版產值與競爭力、GDP等之比對價值，從而陳述出版產業調查設計與執行面之困境，並以若干國外與中國大陸實例反思未來台灣圖書市場調查所應抱持之態度與應有之作為。

〔Abstract〕 The publishing industry survey is such a serious and valuable work that can be applied to cultural policy making and business information for both the government and the industry. In general, the fundamental elements of the survey rely upon the print run, the number of titles, the number of publishers and the value of publishing outputs. Having these elements, the variety of publishing market information are able to be discovered. The study also examines the competitiveness and GDP perspectives in order to give emphasis to the research value of publishing industry turnover. Many of the cases including the statistical policy of the mainland China publishing are observed. It is hoped that the Taiwan publishing community can rationally describe the survey

results and clearly plan/implement the annual survey in the future.

壹、前言

自1998年由政府委託進行出版市場調查以來，這些年度報告基本上屬於出版與書業(Publishing and the book trade)調查之結合。出版調查著重在生產結構端之掌握；而書業(或曰行銷通路業)調查，則強調發行與零售市場之運作規模調查。兩者研究目的卻都在於提供出版者、代理經銷商與零售商之市場供需狀況和經營決策之資訊。顯然，出版業者在這種出版市場調查的設計下，雨露均霑，即使不為主角，亦為主要的催化者。全面性的出版市場調查工作至為繁鉅，在未臻成熟的出版書業環境裡，常缺乏既有的調查基礎，一旦實施起出版市場調查，將頗為耗時耗資與耗力。也常易流於虛浮的概念炒作、資料難以信實，以及有用資訊供需脫節之譏。⁽¹⁾ 在出版產業繁雜的調查項目中，猶可分辨出兩類資訊，一為總體觀察(macro)與個體觀察(micro)

* 本文原為行政院新聞局「中華民國91年圖書出版產業調查研究報告」之觀察報告。特此誌謝。

收稿：民國92年11月20日；決定刊登：民國92年12月15日

資訊。總體觀察泰半在於供給相關文化產業比較分析數據，具有國家文化出版政策之參考價值。個體觀察數據則較常為出版業界運用作為制定出版與發行銷路策略之依據。

貳、出版產業調查之基礎要素

雖然圖書出版產業調查研究項目繁帙，而其最根本者應當仍在於掌握出版量、出版社家數、出版產值等三項基礎要素。此三項基礎要素足以反映一個國家圖書出版規模；並得以衍生許多有意義之調查內容，譬如：出版量與閱讀消費人口之關係、出版社家數與出版經營規模、全國圖書出版總金額成長率與銷售金額成長率、以及上述出版產值佔國內生產毛額(GDP)之比重等相關要素。易言之，透過基礎調查項目之延伸議題的掌握，將其他相關產業以及社會、文化和經濟整體環境之關係，乃至國外環境和現況等問題，皆廣泛地予以敘述對照與分析，如此，所呈現之調查內容始足以滿足各方資訊需求，並作為後續商場實務與政府文化政策之應用和參考。凡此種種統計對象、範圍、內容、標準、程式之設計擬訂和遵循，則為一個國家地區圖書出版產業調查之成功關鍵。

一、出版量

台灣圖書出版量之掌握向來仰仗國家圖書館國際標準書號(ISBN)中心提供之數據，即使是遠在民國40年代的圖書出版數據或出版社家數都源自國家圖書館(昔稱國立中央圖書館)之寄存圖書目錄，利用每年國家典藏文獻來計算全年新書出版量，便因先天存在許多誤失，諸如：呈繳量不全與延誤、博碩士論文等非正式出版文件之計入等，而失之周延與客觀。即使在ISBN中心成立之後，圖書出版數量和家數同樣依賴著中心之協助，然而，嘗試將ISBN申請件數加以解讀成實際圖書出版種數(title)，則明顯不當，因為即便ISBN申請件數比率極高，並且事先去除不同裝訂和版面開數等因素之新ISBN，始予以計

算新書數，卻仍舊無法排除已延期或取消而不在調查年度內出版之圖書，畢竟ISBN清冊並非現刊書目錄(Books in Print)，實難以清楚分辨在版書，不足以反映或主動追蹤真正的圖書出版市場流通種數之現況。

近年來，台灣地區年度圖書出版市場調查在利用ISBN書目資料庫之餘，都仍然得借助增加調查前後收錄月份數，予以補正出版社申請ISBN卻尚未適時出書之可能性；以及僅針對年出版4種及以上圖書之出版單位作為調查對象，方便排除可能之抽樣誤差；其次再將實際研究調查數與ISBN收錄月份總申請量，運用統計方式交叉推估，而得出年度圖書出版種數。這項推估過程與結果，雖不盡如人意，但是卻也接近一般之預測值，驗證了ISBN書目資料庫足以作為全國新書種數參考之事實，在真實數據不可考且全仰賴ISBN資料庫數據提供時，則其意義自不容忽視。甫於2003年進行研究調查的「中華民國91年圖書出版產業調查報告」(以下簡稱「2002年研究報告」)中，考慮加權值方式，以「調查所得新書出版種數」、「實際受訪出版社登記ISBN新書種數」、以及「符合調查對象之出版社ISBN新書種數」等三項數值，推估出臺灣地區年度新書量為46,397種。⁽²⁾此數據與2000年保守推估新書種數24,385種(限於年出書4種以上出版社新書種數)相較，顯得非常突兀。推估方式的差異，影響結果頗鉅。出版量之取得，看似容易，卻極度富有挑戰性。

同樣的挑戰，則出現在探討新書種數與冊數的同時。調查者對於初版、再版與再刷三者之分別，亦須妥為處理。衍生出的「再版率」和「再刷率」探討，以及各自所佔整體年度新書(初版)種數之比率與成長率，更是深層反映出版市場活動的研究議題。所謂的「新書」定義應該有一定規範，究竟再版者能否構成「新書」條件，意見仍屬分歧，因此，宜將任何統計調查項目作仔細規劃，明列所含細項，譬如：「新書」下分初版與再版二類；「出版圖書總量」則除了各類型資料外，再予各類下分初版、再版、再刷三細項。

詳細的分類就有如中國大陸之作法：西元2002年中國大陸出版圖書總量為170,962種，其中包含「書籍」、「課本」與「圖片」三類型資料，即為書籍142,952種(內含初版91,350種；再版與再刷51,602種)；課本25,817種(內含初版8,163種；再版與再刷17,654種)；而圖片計2,193種。⁽³⁾此三細項所呈現之比重與消長情況分析，亦將有助於探討整體出版閱讀市場之變動趨勢，判斷市場良性循環之指標，乃至於提出市場預警。因此，統計數據的詳細程度將俾使後續研究者，作更深度與廣泛之歸納和分析。

二、出版社家數

相較於圖書出版量掌握之困難，正確的圖書出版社家數之取得，似乎也普遍受到質疑。圖書出版家數的描述牽涉到「出版社」之語意，以及相對於英文之"publisher"和"publishing house"之定義，若以常業經營者始為出版家數之調查對象，則自我國出版法廢除後，轉而須要從經濟部商業司之營利事業登記中，連同ISBN中心資料比對與過濾出確實從事出版活動，甚至是較為積極者(例如：年度出書量4種以上)。也因此，在「2002年研究報告」中，出現僅約有1,058家「出版社」，實並不為怪。

雖然，對於政府單位出版者與個人出版者之對象予以扣除，自無疑問，但若針對其他非營利事業單位之出版，譬如：大學出版中心、大學科系、基金會等等機關法人，甚至一些非以出版為主業卻為其他營利事項經營者，則就有待確認何者應該或不應該予以排除？異業或跨業結盟之情景的確也加深了判定「出版社」之困難。遺憾的是，目前台灣之出版社家數便是陷入此困境，「出版社」家數消長頻繁、浮而不實。圖書出版業者從1991年之3,491家增至2001年的7,810家，成長率達到123.72%。然而，近年之年度產業市場調查僅就「活躍性」作篩選，對出版社家數的妥善掌握，似乎仍力有未逮，缺乏實質改善之條件與能力。出版社之多，代表著言論發表自由之絕對保障，但也帶來了出版業調查的極大困擾。

三、出版產值

對於國內圖書出版產業產值調查向來常難以徵得真相與全貌，這些數據主要來自於二端：調查研究中所採部分抽樣之推估；或綜合具代表性之各通路業者之推估而得。前者為統計學上之簡單推估，存在不可避免的抽樣誤差與迴歸模式誤差；後者則為經驗法則。事實上，「產值」一詞並無一個精確的語意，其含意仍有待規範和確認。圖書出版產值最主要以實際銷售金額為主，但也可能意指出版定價總金額之意。就中國大陸之習慣而言，圖書定價的總額謂之「碼洋」或「碼價」；以圖書定價的總和為基礎，按一定百分比作降價是為折扣；而「實洋」就是「碼洋」扣除折扣後的餘額，也稱「實價」，是實際販售之價格總額。因此，「碼洋」是按定價統計的銷售額，相當於生產總額；「實洋」則是依照實際銷售價格統計的銷售額，即相當為營業額。

就理論而言，相對於按定價推估出的統計銷售額是一種最大可銷值，則營業之稅額申報值(報稅值)便可能為產值最低值。理想上，出版產業調查研究報告所產生之「全國圖書銷售額」應該是介於出版產值最大與最小值間的代表數據，如果一項年度出版產業調查報告足以提具最大值和最小值，以及研究調查中所推估之產值(姑且稱作「中間值」)，則此三種數值顯然相當完整與充分地解釋了出版產值的真貌。這種「中間值」的推估是需要最大與最小值之範圍證實，而「中間值」是用來詮釋此上下值所帶來的市場運作全貌。如果有了上述之認同，則我們需要的便是一種統一與延續穩定的歷年調查研究方式。可惜的是：目前國內出版產業調查研究所產生的「全國圖書銷售額」，雖說得來不易，但仍缺乏公信力；另一方面，因為涉及稅務私密之保護，事實上，也難以取得申報稅賦用的產值最低值，因此，便僅能設法取得最大之推估。「出版定價總金額」的價值於焉始得見，現實問題必竟戰勝了理想。

「出版定價總金額」之產生方式可以有二項：(一)計算個別圖書單價與其個別發行冊數

之積數總合；(二)藉由全國平均書價與平均總印數相乘而得。在此基礎下，再予個別主題(如：總類、教科書、社會科學類等等)與各類型媒體資料(如：紙本、光碟、網路電子書等)加以分列出平均書價與平均印數，並列出其所佔整體之比率，是必要的步驟。以上述第(一)項方式而論，當然較第(二)項方式更為精確。目前「出版定價總金額」之取得仰賴ISBN中心之數據是為關鍵，在技術上亦為可行。第(二)項推估數據之效度，就猶如透過年度圖書銷售總金額、年度平均圖書售價、年度平均銷售冊數等三組數據中，以任二組數據推算出另一組數據之效度相等。統計效度並非全有或全無，只是效度之高低罷了。在足夠經費與時間的官方年度報告中，衡量可行之現實環境和制度下，當取高效度之調查方式。

除此之外，產值的推估尚涉及到橫向與縱向層面之定義，究竟「出版產值」有否包括圖書之外的出版品，例如：雜誌、有聲出版品或是電子出版品？以及是否涵蓋了其他相關產業，例如：印刷業或影印裝訂業等？這種橫向定義所存在的變數在於載體(媒體)型式的多元複雜與橫向行業連結的充分和必要程度。此外，橫向定義亦存在另一種變項，那就是在同一通路廠商非書籍類(例如：文具、禮品、幼教活動等或其他非屬研究標的物)之銷售，這種對於跨產業之「異業結盟」情況更應該有所確認。

而縱向層面者，其「出版產值」除了出版社之總營業額，是否也應該呈現各種不同通路現況，包括：代理經銷商與零售書商之產值？換言之，圖書發行業總銷售冊數金額之計入亦在「出版產值」範圍內？出版品定價在印製數量上，所直接反映出的帳面價值，並在經過生產端、經銷者、銷售端等通路之物流系統，因為各通路廠商依進貨型態、市場銷售、進購數量、圖書類別、特殊陳列等不同條件，按圖書訂價之百分比(成數)都會給予下游廠商固定折扣數之利潤空間，而即使是零售書商給予顧客的折扣價亦頗為常見，這些作法使得不同成本價與實際售價之間所反映出的「產值」有不同的表達方式和解讀。然

而，印製數量、進購數量與實際銷售數的落差，分別表現在不同通路端所產生的折扣數、退書率、或營業額等問題上，卻都有待細究分辨，至於台灣出版業界交易習慣上的延付收款票期問題，更是複雜化了嘗試掌握精確「出版產值」的可能性。

整體而言，因為產業之地域性(本土)特質，使得「出版產值」的調查實際上亦包含著顯性的「大產值」和隱性的「小產值」，產值描述應用之顯性與隱性特質，乃是相對而非絕對之特質。前者在於表現整個出版產業競爭力的全方位表徵，適於提供即時之概況性資訊，便於作跨國出版產業比較和簡要介紹宣傳，其缺點就在於對整體產業結構之從略，無法作為商業投資開發之重要商情資訊；後者則是極為瑣細之產業結構調查，除了就生產銷售流程予以細分成若干個體產值，更須要兼顧該地區特有交易模式，以求較精確釐清實質產業徵候，足以作為各出版業者與通路商之商情用途，這些「小產值」商情通常包含著許多價值資訊，除了全國圖書銷售金額之外，還包含了：全國銷售冊數、全國人均購書金額與冊數、全國圖書發行業總銷售金額與冊數等。另外，計算行銷通路上之全國庫存(出版社、代理經銷商和書店等)冊數與金額亦屬有用商情之一。然而，「小產值」商情並不易取得，其資料常囿於商機或私密之故，而受制於個別業者之中，有賴於後續公信與互信機制之建立。

出版產值因為上中下游通路關係，各個通路階層所產生與積蓄之成本與效益的確存在，故應可考慮服務附加價值之列入，相關調整係數之精算則另外有待專家處理。

而「2002年研究報告」中，便首次從多個面向探求台灣的圖書出版產業產值，實屬創舉。其分別為：(一)延續2000年調查模式，即依平均出版社銷售額 × 調查家數，產值為430.23億台幣；(二)加入仲介通路的附加價值，產值為533.08億台幣至588.31億台幣之間；(三)以各通路之折扣上下界計算，產值為548.90億台幣；(四)從各銷售冊數推估，並考慮消費折扣，產值為648.94

億台幣；(五)從新書種數推估，並考慮消費折扣，產值為471.52億台幣；(六)從書籍出版業營利銷售額推估，並考慮通路與消費折扣，產值為266.88億台幣。其中(二)與(四)項之推估主要係依本次調查之出版業者總營業額，再參佐調查之各通路佔比、折扣、銷售冊數等因素而得，故傾向歸納台灣2002年圖書出版行銷通路業之產值應為533.08億至648.94億台幣之間。⁽⁴⁾

參、出版產值與競爭力

國際上對於競爭力的考察約可分成三類：核心競爭力、基礎競爭力和環境競爭力。此三項當可視為此地區該產業的國際競爭力，其相關要素如下：⁽⁵⁾

- (一)核心競爭力：國家經濟實力、企業管理競爭力、科技競爭力。
- (二)基礎競爭力：基礎設施競爭力、國民素質競爭力。
- (三)環境競爭力：國際化競爭力、政府管理競爭力、金融體系競爭力。

從另一觀察角度而論，競爭力的研究主要包括企業競爭力(含產品競爭力)、產業競爭力和國家競爭力，其關係乃是由相互循環漸進，即為：單一企業對外的競爭力依附於該國產業的國際競爭力，而該產業對國外的競爭力，則形成了國家競爭力的重要因素之一。企業或產業的核心競爭力絕對是屬於一項戰略資產，而且是其永續生存與發展的最基本要件。出版產業的競爭力便常展現於產值上，以及相關的出版產銷策略之上。

從國際競爭力而言，由於圖書語言與文化屬性，以及價格的普及，使得出版品與其他製造業商品相較，一般反映在國際化的程度上，便顯得相當不足。若以我國2002年圖書銷售額648.94億元觀之，「2002年研究報告」受訪的151家出版業者之圖書出口額卻僅10.50億元，其中中文(含簡體中文)僅佔約9.92億元，就更凸顯問題的窘迫。若此，華文市場的利基究竟何在？

台灣出版產業發展之瓶頸，一般咸認：(一)

產業總值偏小；(二)出版產業所佔各GDP比重仍偏低或待確認；(三)市場規模過小；(四)國際競爭力不高。我們相信一個國家出版業之國際(或說華文市場)競爭力，主要是由這個國家大型出版集團來決定，而且表現在圖書銷售環節尤甚於出版環節。⁽⁶⁾異業結盟之利基在於以出版為本業的結盟，可以利用結合其他產業之行銷通路，擴大消費族群之來源。集團化與異業結盟的關係，例如跨媒體集團在國外頗常見，但在國內目前幾乎是雙軌發展，集團比例極低(「2002年研究報告」發現僅佔599家受訪出版社之12.02%)，空見理想與認知，觀望與躊躇者遠多於具體行動者。

一、國際對照

西元2001年中國大陸圖書發行業總銷售額920.93億人民幣(156.12億冊)，而以新華書店系統為主的圖書銷售(或稱「全行業純銷售」)金額首次突破400億人民幣(達408.49億)並與出版定價總金額(466.82億)，同時較2000年分別增長了8.4%和8.5%，被稱許為「...同步增長，反映出圖書生產和流通兩個環節的協調發展，是書業進入良性迴圈的標誌」。⁽⁷⁾然而這種看法似乎過於簡略與樂觀，這種銷售「碼洋」與銷售「實洋」之間所呈現的數據和比重，因為高價格、低折扣數之可能，兩者間存在不可知的落差，隱藏了圖書經營中的真實利潤和價值。又據2002年資料顯示中國大陸圖書發行(業)總銷售金額達993.93億人民幣，較2001年金額成長7.93%，而圖書銷售金額為434.93億人民幣，金額增長率則已降為6.47%，而出版定價總金額已達535.12億人民幣，較2001年卻大幅成長了14.6%。⁽⁸⁾又擴大了出版總值與實際總銷售兩者之差距，變化如此之大，常讓此種炫耀式的數據，更顯得粗糙與不實。另一方面，在出版和銷售之產銷關係中，出版總值與實際銷售金額之年度成長率差距過大，其所顯示之意義，將是評估市場供需是否合理、如何降低庫存量，以及出版市場是否出現如日本「出版大崩壞」之警訊。⁽⁹⁾舉凡這些訊息，研究者皆應儘可能予以研判分析，提出預警和建

議。

圖書銷售結果的不確定性，凸顯了退書率問題的存在，在退書率估算上，應以中盤商(或代理經銷商)至出版社之最終數值為表達標準。日本自1997至2001年，連續五年內之書籍銷售金額與冊數皆呈負成長，而以1998年最為嚴重，銷售金額為負5.9%；銷售冊數為負7.1%。直至2002年始轉為正成長，書籍銷售金額達9,489億日圓，而與2001年相比微增為0.4%，但書籍銷售冊數雖有73,909萬冊，卻仍呈負成長1.3%；退書率於1992至2002年十年中，皆維持在33.6%(1992年)到41%(1998年)之間，西元2002年仍有37.7%之退書率；儘管如此，在2002年新出書種仍持續成長了4.4%，達到72,055種。⁽¹⁰⁾然而，在所謂「出版大崩壞」的時代裡，閱讀人口的流失卻被認為是真正大環境惡化元兇。遺憾的是目前不論日本或台灣皆未針對各類型出版社與各類型主題圖書之退書率作細分，這對各類型出版社(含綜合出版社)而言，似乎仍缺少更貼切的參考因應依據。

若以英國為例，由於圖書外銷市場頗為強勢，於1999年時，出版社售予國內市場之圖書(含一般書籍、中小學教科書、英語教材、學術專業書籍等)金額與銷往國外市場之圖書金額，各佔72.5%與27.5%之比，英國出版產值，以出版社總營業額計(invoiced prices)，於1999年約為31.8億英鎊，英國境內書籍零售市場銷售額(retail value)於同年亦達到31.7億英鎊，而同年英國新書(含再版)即已達到108,744種。⁽¹¹⁾從英國出版者協會(The Publishers Association)所公佈的資料常可發現國內市場與外銷市場兩大類型，而在退書率統計上，再以一般書(Consumer books)、中小學教科書與英語教材(English Language Training)、學術與專業書、童書、參考工具書等等類別作個別分析(如表一)，如此情況使得研究者很容易發覺其中的變化。而與競爭國家(英國與美國)之比較(如表二)，則顯然可間接印證英國出版市場之成熟穩定。西元2002年英國新書種數已激增至123,390種，在人口數只有日本的46.4%比例下(英5,925萬人；日12,765萬人)，全拜海外英文市場

之賜，避免了市場崩壞危機。

表一 英國出版社退書率
(以所佔營業額比例計算)

單位：%

	Home Sales		Export Sales	
	1998	1999	1998	1999
Children's		8.9		1.2
Adult fiction		16.8		6.7
Maps & guides		6.5		1.8
Other reference		10.5		1.5
Consumer non-fiction		18.2		5.0
Consumer books (sub-total)	15.1	14.6	4.7	4.4
School books	5.9	6.2	2.6	2.5
English language training	2.3	5.6	2.4	5.2
Academic & Professional	12.8	12.9	11.7	11.6

資料來源：Francis Fishwick, Book Trade Yearbook 2000: A Summary of Statistics from 1990 to 1999, (London: The Publishers Association, 2000), 5.

表二 英國與美國出版社退書率
(以所佔國內營業額比例計算)

單位：%

	1998	1999
Consumer books		
UK	15.1	14.6
USA	39.2	39.1
Academic & Professional books		
UK	12.8	12.9
USA	28.2	26.4
All books except school texts		
UK	14.6	14.3
USA	35.3	34.3

資料來源：Francis Fishwick, Book Trade Yearbook 2000: A Summary of Statistics from 1990 to 1999, (London: The Publishers Association, 2000), 7.

反觀國內出版業之退書率，於2002年整體而言平均為30.80%，若回顧2000年「台灣圖書雜誌出版市場研究報告」則在零售商部分平均退書率為36.84%。⁽¹²⁾台灣僅約為日本7%之人口數，若以新書46,397種計算，種數竟達日本的64.4%，不禁令人怵目驚心。儘管國內業者一般認為百分之三十多的退書率仍在合理範圍內，然而，危機卻是隱藏在整體的印刷冊數與銷售冊數之中，若以國內通常每一版印刷冊數可能僅為3,000冊而

言，相較於美國出版社動輒數萬冊的每版印量，即使美國出版市場退書率同樣可達百分之三十以上，但國內業者在狹小的市場腹地中，低印量且又伴隨著圖書再版率不高之情境下，衡諸日本、美國、英國之事實條件，則台灣對於退書率所帶來之警訊實不能輕忽。

一個國家之出版業的經濟實力，反映在國際出版事業的比較研究上，約莫可就多項指標作判斷：(1)出版業在國家經濟中之地位，以GDP判斷之；(2)出版品的進出口能力；(3)出版品著作權交易；與(4)單個出版企業或跨國出版集團之表現。雖然上述指標尚涉及買進賣出二者之比例關係和相關產值規模之大小，就出版產業之活動紀錄而言，因為活絡的市場需求與供給仍為產業之一體兩面，因此不論買賣關係皆仍具相當程度之判斷價值，但顯然出版品之出口能力是一個國家出版產業產值延伸的相對保證，儘管它的確存在著語言文化宿命。日本出版界若存在著「大崩壞」的危機，則同為書籍出版種數與人口之比例過高之英國出版界，卻因為具有以全球英文教育學習和英文閱讀人口為延伸版圖的利基，而不致迫於面臨類似危機。而台灣卻可能沒有如此之條件。

事實上，出版產業調查的價值便也在於它能適時提出警訊，讓業者能從調查數據中，知所調整出版策略與步伐。然而，問題是：警訊的預告應當有所憑恃依據，以退書率為例，當台灣出版市場之退書率達到多少百分比才足以為警戒值？理由與標準何在？諸如此類問題之解決，恐怕非有賴於可靠的市場數據情報與專家群體分析莫屬，而詳實統一的調查標準與持續的年度出版產業調查之執行，則為基本要件。

二、GDP之比對價值

國內生產毛額(GDP)或國民生產毛額(GNP)描述，可謂「大產值」的典型應用。GDP與GNP指標常被用於描述經濟總量的關係，前者以「國土原則」核算在一定時期內在一個國家或地區內所有常住單位(包含外資企業)生產經營活動的最終成果；後者則為按「國民原則」所核算出的生

產經營最終成果，意即所有國民在一定時期內新生產的產品和服務總值的總和，其包含了國民之境外(投資資本和勞務)所得。⁽¹³⁾由於國際間的商業往來日益密切，國內生產毛額的重要性已超過國民生產毛額。出版業在國民經濟中之地位，主要是展現在「出版產值」和「增加值」分別在國內生產毛額(GDP)中的相對比例，其中的「增加值」是GDP的組成部分之一，即為某特定期間內總產出(營業額)扣除了中間消耗的差額，但從分配的角度觀之，則「增加值」等於各出版產業單位的薪津報酬、固定資產折舊⁽¹⁴⁾、生產稅淨額(如：營業稅與其他與營業相關之成本稅額等，但須扣除相關補貼)、營業利潤(真實損益結果)之和，故更客觀地反映產業發展規模與經濟活動的實況，以及出版產業單位活動的最終成果。⁽¹⁵⁾在此所謂的「中間消耗」則是核算產業活動過程中，產業單位在生產經營和勞務活動中，消耗的各種物質產品和勞務的價值之和，包括了實務性消耗與勞務性消耗。

理論而言，當一個國家發展進步到其產值中，有高達70%-80%的科技與文化創意產業之產值時，便儼然形成一個知識型經濟之社會環境。知識型經濟的發展策略也便在培育人才和加強創意加值之生產中，將知識轉化為市場價值。據行政院主計處2003年出版之「台灣地區國民所得統計摘要」公告我國2002年GDP為97,488.11億元，圖書出版產業產值佔整體GDP之0.55%至0.67%之間，而佔整體服務業GDP(65,410.02億元)的0.81%至0.99%。⁽¹⁶⁾在2001年，全球服務業平均GDP之佔比約為60.7%，發達國家更高達70%之水準。由於出版業之屬性複雜，既是製造業也是服務業，而「文化產業」定義尚不十分明確且仍具爭議，圖書出版產業產值所佔比重之意義，將是未來另一個關切的重點。

肆、出版調查政策與執行

從歷年來政府所委託執行之全國出版市場調查報告可以發現，由於政府出版品具有獨特的

產銷管理與制度，因此政府出版品市場之調查是未被納入的，事實上，它也應該可被單獨執行。然而，如何與商業出版市場合併論述整個國家之「出版市場」，則須要針對政府出版品之出版發行制度有可以接軌之管理規範。產業調查之統計指標都應該具備目的性、實用性、客觀性、整體性、比較性以及可操作性，理論上，也儘可能運用現有的統計與財務資料，但是更應明確標明資料之基礎和年代。一般的圖書出版產業調查仍可從出版社、代理經銷商和零售書商三者之經營狀況著手，亦即分成出版調查與書業調查二大項進行。在查據其基本資料(公司名稱、成立時間、登記資本、資本來源及比例、員工數、營業重點項目、地址)後，便逕自組織型態(如：有限、獨資、機關團體等)、營業性質(如：專營出版社、出版兼通路經營、異業結盟等)、出版範圍(如：綜合類、文學類、教育類、科技類、宗教類等等)、出版語文、出版媒體類型(紙本平精裝、有聲出版品或電子出版品)、產品主行銷通路(店銷、直銷、郵購、網路和學校通路等)、市場區域分佈(國內外與城鄉比重等)、年度進出口圖書類別種數冊數和金額、版權交易(含語文或區域授權等狀況)與翻譯書件數與金額等項目進行調查。並增及全國人均購書冊數與金額；全國圖書庫存冊數與金額；以及對於傳統圖書與電子出版品消長之觀察等，亦須留意從業人員之工作職能分析，以提供各類出版產業人才之需求，因應未來文化創意產業與電子出版之發展。凡此種種為求周全，可謂鉅細靡遺。

因此，調查分項之設計必須謹慎，除了必須注重商場應用之需求外，或許也可以更期待對於國家社會整體文化政策之方向具指引功能。在基礎上，分項設計必須落實於各項名詞之定義和範疇上，諸如：出版社定義、連鎖書店之家數標準、代理商與中盤商或總經銷之分野、圖書庫存量之指標計算，乃至一般出版社庫存量金額與實際市場之銷售額之比率等等細節上，以換得客觀一致且實用之調查結果。而整體調查研究上，自然是透過經驗的傳承，從統計數據變化的軌跡中尋找

規律，以量化調查為基礎，建構質性研究的觀察分析。

一、統計調查之解釋與盲點

「2002年研究報告」在出版界的監督與期待下出版，壓力與責任不言可喻。這份調查報告並非採普查方式進行，這在國內出版單位數量浮濫，以及出版行業本質之特殊性情況下，乃是必然的結果。歷年調查都本著大樣本之方法執行，但是往往問卷回收率偏低(如：2000年為45%；2002年為55%)，故符合所調查母體的「基本結構」與「代表性」便相當重要。利用系統隨機抽樣使樣本基本資料與條件之呈現，儘可能趨近並可推論母體結構，如此得來的研究效信度方能提高，使人信服；而具「代表性」業者應以本業之營業額規模為首要判定依據，次為專業性和歷史形象等其他因素。但是以營業額作判斷，在回收率不佳之狀況下，確實存在矛盾，故須藉由業界普遍之主觀認定，或借助中下游主要業者提供其主要上游交易對象名單後，予以修正補追樣本，實為常見之作法。

歷年出版調查報告所採計比較之行業分類方式，常以「各家業者在接受調查當時，自我認定之業別為基準」，縱使如此，仍舊顯得相當冒險，研究者應該再藉由營業類別之優勢(predominance)比例原則，作為衡量判定入類與否之依歸，這些出版相關之公司行號於「(全國)服務業總排名」上之意義，即使不能全然解讀成實際於出版業界之影響力及競爭力，卻仍然可以多少窺得出版產業之某種跨業企圖和潛能。事實上，將非出版相關產值抽離整體營收淨額(即營業額)之外，始加以並列比較與敘述分析，這對於一份出版專業年度報告而言，是極其必要的步驟。出版調查之嚴重干擾亦出現於統計名詞之未統一與圖書主題種類分類不一致等問題上，例如先前提及之中國大陸「圖書銷售」冊數金額，其意可涵蓋「圖書發行(業)總銷售」或「全行業純銷售」等，但是，研究者於引用調查數據時，常為便利於讀者瞭解，而使用了較為口語之描述名

詞，忽略了較明確之正式名詞。而圖書主題類別之困擾，則中外皆然。這些問題都應定義與規範，並於每項研究中彙編敘明。

另外，在引用與閱讀眾多官方統計資料中，須留意不同政府單位之業務角度所製作分析之圖表，即使相同之題名，卻極有可能出現不同之數據結果。以圖書進出口國別為例，出版商鑑於全球銷售策略，常將其圖書委由其他國家印刷並銷售至鄰近國家，或透過第三國銷往他地，因此，例如若單從我國經濟部國際貿易局之統計資料所顯示，便僅能得見間接進出口國家地區，難窺其真正書業(the book trade)源頭。是故，此問題則應該以「製作圖表者」之職權與立場觀點詮釋，亦即研究者之角色表達之，在引述的過程裡，適時地加以解說或重新求證合於研究內容之觀點，進一步彙整資料，也因此列明與詳讀「資料來源」是相當重要的調查報告閱讀素養之一。

另一問題是「出版業」與「(行銷)通路業者」之劃分不易，徒增困擾。在「2002年研究報告」中，達70.38%之受訪出版業者皆同時自營銷售通路，而有87.5%的連鎖書店業者兼營出版社，並且出版社營業額愈高，透過自營通路銷售圖書之比例愈高。國內產銷分離環境之建立，始終仍未成熟，加入WTO後之利弊影響將是一項嚴肅課題。就單純經營圖書出版業務的出版商而言，由於書籍商品折扣數等因素，業者營業額規模勢必隨著上中下游通路次序而遞增，形成出版社營收淨額小於通路代理商和圖書零售商之必然現象。然而，問題卻依然是出版產銷通路體系中，究竟有「哪些」或「多少」業者曾結合了「怎麼樣」的非圖書出版相關產品事業？這些異業結盟問題也將是值得關注的議題，但前提是研究者必須能清楚地提醒讀者加以辨識。

統計調查之解釋是一項理論與實務兼具之工作，而盲點卻常肇因於對全盤調查實作設計與配套制度的不完善。出版市場調查研究須要業者、出版研究者、統計學者以及財務管理專家之加入。中國大陸之出版產業調查規範，有其特定的時空背景，然而，作法與內容或值得我們思

考，或許也可體認出版調查工作之偉大與現實。

二、中國大陸出版統計政策

中國大陸於1997年1月為加強新聞出版統計管理，保障新聞出版統計資料的準確性和及時性，根據「中華人民共和國統計法」（以下簡稱「統計法」）及其實施細則的有關規定，結合新聞出版行業的實際情況，制定實施「新聞出版統計管理辦法」（以下簡稱「管理辦法」），實行統一管理，分級負責。⁽¹⁷⁾「管理辦法」第二條第二項規定「各級有關行政管理部門、新聞出版企業事業單位必須依照有關統計法律、法規和本辦法的規定報送統計資料，不得以任何藉口拒報、遲報、虛報、瞞報、偽造和篡改統計資料。」，復於第三條規定「新聞出版統計的基本任務是對新聞出版業的管理、生產經營情況進行統計調查、統計分析，提供資訊和諮詢，實行統計監督」；以及「新聞出版統計的基本內容包括：圖書、雜誌、報紙、音像及電子出版物的出版、複製、發行、進口、出口、版權貿易，書刊印刷企業的生產，以及新聞出版企業事業單位的財務、人員等基本情況的統計。」在公佈之時機上，則要求「各級新聞出版行政主管部門應依法定期公佈本轄區的新聞出版統計資料(含綜合統計資料和專業統計資料)，...。新聞出版署計劃財務司負責審定、公佈和出版全國新聞出版統計資料」（見第二十七條）。此外，「管理辦法」也強調了調查工作的專業性與獎懲要求，因此於第十六條指出「各級新聞出版行政主管部門應依照國家有關規定，組織評定新聞出版統計人員的技術職稱」；而於第五章規定統計機構或統計人員應給予表彰獎勵，或給予行政處分或行政處罰，其考核標準依填報質量執行，重點如下：(一)統計資料的上報率；(二)統計數字的準確性；(三)統計資料的完整性和規範性；(四)電腦及各種統計應用軟體的使用情況；(五)統計分析報告的科學性和實用性。

繼「新聞出版統計管理辦法」之後，根據「統計法」及其「實施細則」和「新聞出版統計管理

辦法」更制定了「全國圖書出版統計報表制度」(以下簡稱「圖書報表制度」),目的在於能及時全面掌握全國圖書出版業(書籍、課本教材和圖片等三類資料)狀況,作為國家宏觀管理和產業發展決策之科學依據。

然而,自西元2000年以來,中國大陸鑒於「統計調查的無限制滋生已經成爲一種社會公害:它成倍增加受體負擔,擾亂正常統計;調查重覆交叉,造成統計資料相互矛盾;方法粗糙簡陋,使資料品質嚴重下降;調查結果違規使用和發佈,損害了受體的利益,敗壞了政府的聲譽」。⁽¹⁸⁾因此由國家統計局審核政府部門統計調查項目,凡明列於「政府部門統計調查專案目錄」下之統計調查方爲合法,「目錄中列出的都是合法調查,社會成員有義務接受;目錄中沒有列出的,爲違法調查,社會成員有權拒絕。」⁽¹⁹⁾因此,陸續由國家統計局審核認定新聞出版總署之各種出版統計調查項目,這些報表種類繁多。

單就「圖書報表制度」而言,其要求各圖書出版單位根據規定填報呈送統計數據,最後統一彙整至新聞出版總署資訊中心。另外爲求迅速處理年度圖書出版統計快報,故要求各新聞出版行政管理部門、中央級出版集團和圖書出版單位必須於每年12月20日前以傳真方式,向新聞出版總署資訊中心報送重要基礎數據:出版圖書種數、新出種數、總印數、總印張數、定價總金額。⁽²⁰⁾

「圖書報表制度」之填報內容包含:中國標準書號或統一書號、CIP分類號、圖書名稱、著編繪譯者、新版第一刷字數、裝幀形式、圖書類型、少年兒童讀物、農村讀物、出版方式(分常規出版、自費出版、國內出版社合作出版、出版社對外合作出版、購買國外版權出版)、國家重點圖書、翻譯圖書、語文種、開本、每冊(張)印張、新出或重印或租(授權)型、印次、本次印數、本次總印張、每冊(張)定價、定價總金額、備註等。

另一項與圖書出版調查項目有密切關聯之報表制度則爲同於2003年1月執行之「全國出版物發行統計報表制度」(以下簡稱「發行報表制度」),此報表又分爲「出版物發行季報表」與

「出版物發行網點人員年報表」二種。「發行報表制度」中之「出版物」係爲圖書、期刊、報紙、音像製品、電子出版物等,其中之「金額」則一律按出版物定價(碼洋)填報。

「出版物發行季報表」之填報內容包含:期出庫存數量金額、購進總計(含本版與國外進口總數量與總金額)、銷售總計(含零售、批發、出口之銷售發票上之碼洋總金額和銷售總數量)、其他收發(指盤虧、盤盈、退貨等增減之數量與金額)、期末庫存(指報告期期末取得所有權之全部出版物)、銷售總計分類(各類圖書、期刊、報紙、音像製品、電子出版物之銷售數量與金額。圖書另按哲學社會科學、文化教育、文學藝術、自然科學與技術、少年兒童讀物、大中專教材與業餘教育及教參、中小學課本及教參、教輔讀物、圖片等其他出版物)、非出版物商品銷售(指銷售出版物以外其他商品之經營收入)。⁽²¹⁾

「出版物發行網點人員年報」填報內容爲:所在地全稱類別、網點類型(門市部、書城、書報攤)、系統類別(指網點所屬系統,如:新華書店、供銷社、出版、郵政、教育、其他)、經濟成分(國有、集體、私營、個體、股份合作、有限責任、股份有限、港澳臺商投資、外商投資)、業務類別(批發、零售、批零兼營)、經營方式(直營連鎖、加盟連鎖、自由連鎖、獨立、其他)。⁽²²⁾

伍、建議與結論

歷年來經由文化建設委員會與行政院新聞局所主導,並委由不同性質之民間團體完成之年度台灣圖書出版市場調查,所獲褒貶不一,大體而言,這些年度調查報告結果皆彙集了許多參與者的智慧與辛勤,然而,辛苦代價卻少獲正面評價與宣傳利用,尤其是來自業者之肯定與青睞。致令合於統計原理而具實效信度之調查研究受到誤解與批評,亦有失公允。在民國89年「台灣圖書雜誌出版市場研究報告」中,便曾呼籲重視「調查研究之一貫性與延續性,使各項調查統計數據皆能於同樣基礎與條件下,逐年作相互比

較分析」，然而，值得反省的是我們可有達成「一貫性與延續性」之標準與政策？是否應力行基礎建設或力求專業調查單位之存在？

當我們欽羨中國大陸與英美等國家所發佈之出版調查統計之際，常常不覺「主觀」地認定這些國家之出版產業數據之「客觀性」。儘管如此，我們似乎無意間盲目地相信這些國外出版數據，而不願多加思索它們的信實程度。誠然，國外出版數據的信實與否，其重要性已在其次；而最有意義的價值應該就在於：從那些多樣且豐富的數據裡，畢竟台灣出版人已從中得到效法對象和努力目標，足以激勵國人奮發圖強，也擁有了籌碼來向政府爭取更好的出版環境和條件，便已足夠國人去「相信」。

上述論點並非欲為不夠「精確詳實」的國內年度出版產業調查卸責，歷年來產業調查的所有缺失，自不可規避，在不盡完善中，求取完善，才是真正不可卸之責。有系統的出版調查措施與制度擬訂之必要性就在於此。

參考資料

1. 李琴，「讓人感覺有點亂的書業調查」光明日報 2002年4月4日。資料可來自 <http://www.publishing.com.hk/qushi/qsdetail.asp?textid=B00000020020404098>
2. 行政院新聞局，中華民國91年圖書出版產業調查研究報告，(台北市：行政院新聞局，民92年)，179。
3. 數據參見 新聞出版總署計畫財務司，「二00二年全國新聞出版業基本情況」於中國新聞出版統計匯編(2003)，(北京市：中國勞動社會保障出版社，2003)，1。
4. 行政院新聞局，中華民國91年圖書出版產業調查研究報告，181-83。
5. 余敏 編，「加入世貿組織對我國出版業的影響與對策」於 加入WTO與中國出版業發展，(北京：中國書籍出版社，2001)，30。
6. 賀劍鋒，「出版產業經濟特徵探析」，出版

科學4 (2002)，資料可來自

<http://www.cbkx.com/2002-4/331.shtml>

7. 任江哲，「中國大陸圖書出版發行業基本概況」，出版流通 (民國92年4月)，資料可來自 http://www.magazine.org.tw/enews/list/098_0506.htm#b08。
8. 數據得自新聞出版總署計畫財務司，「二00二年全?新聞出版業基本情況」，頁1-9。
9. 「出版大崩壞」見 小林一博，出版大崩壞!?.台北：尖端出版社，民90年。
10. 下村昭夫 編著，絵でみる出版産業：産業統計で解き明かす出版再生への道，市川市：出版メテオパル，2003，頁18。
11. Francis Fishwick, Book Trade Yearbook 2000: A Summary of Statistics from 1990 to 1999, (London: The Publishers Association, 2000), ii, iii & 51.
12. 行政院文化建設委員會，中華民國89年台灣圖書雜誌出版市場研究報告，(台北市：行政院文化建設委員會，民國90年)，109。
13. GDP與GNP關係值為：國民生產毛額－本國生產要素在國外生產所得＋外國生產要素所得＝國內生產毛額。
14. 指成本費用中提取的折舊費，但因文化事業單位常不計折舊，故中國大陸則按國民經濟核算統一規定的折舊率，約4%進行虛擬折舊。
15. 參考自 殷國俊，「我國文化產業統計指標體系研究」於 2003年：中國文化產業發展報告，(北京：社會科學文獻出版社，2003)，346-48。
16. 行政院主計處第三局。中華民國臺灣地區國民所得統計摘要。資料可來自 <http://www.dgbas.gov.tw/dgbas03/bs4/abstract.htm>
17. 新聞出版署，新聞出版統計管理辦法，新聞出版署令第7號，1997年1月1日。資料可來自 <http://www.mediainchina.org.cn/web/baokcb/1997-01-01/3189.htm>
18. 國家統計局，「我局完成政府部門統計調查專案的審核認定」，2002年4月1日，資料可

得自 <http://www.stats.gov.cn/tjgl/bmtjdcxmgg/1200204010331.htm>

19. 同上註。

20. 新聞出版總署，「全國圖書出版統計報表制度」，國統函[2003]11號。資料可得自

<http://www.jxpp.com/news/fag2.asp?id=4793>

21. 新聞出版總署，「全國出版物發行統計報表制度」，國統函[2003]11號。資料可得自

<http://www.jxpp.com/news/fag2.asp?id=4803>

22. 同上註。