

107 年臺灣民眾閱讀及消費行為調查報告

調查結果重點說明

108.06.24

為瞭解民眾閱讀行為及消費情形，本部委託台灣經濟研究院進行之《107 年臺灣出版產業調查暨 108 年閱讀及消費行為趨勢分析》，針對民眾 107 年全年及 108 年動態即時閱讀及消費行為趨勢進行調查，調查共三次，第一次將針對 107 年臺灣民眾閱讀及消費行為，第二次將針對 108 年上半年臺灣民眾閱讀及消費行為，第三次將針對 108 年 1~10 月臺灣民眾閱讀及消費行為等主題進行調查。第一次之 107 年臺灣民眾閱讀及消費行為趨勢調查已於 108 年 4 月完成調查，調查方式及結果重點說明如下。

調查方式係採用電話訪問進行，調查時間為 108 年 4 月 8 日至 4 月 12 日，於平日晚間時段 18:30~22:00 及假日下午時段 14:00~17:30、晚間時段 18:30~22:00 執行調查，「107 年民眾閱讀及消費行為調查」，共成功訪問 1,510 份有效樣本（包含市話 1,355 份、手機 155 份），在 95% 的信心水準下，抽樣誤差在正負 2.52 個百分點以內。

一、107 年民眾閱讀及消費行為調查結果

107 年之閱讀率¹、閱讀本數依出版品類型而有所不同，閱讀時間呈微幅增加或持平；購買率²及購書金額則減少。說明如下：

¹ 出版品閱讀率係指曾閱讀過某類型出版品之受訪者人數占整體受訪者比重。

² 出版品購買率係指曾購買某類型出版品之受訪者人數占整體受訪者比重。

（一） 閱讀行為：

在出版品閱讀率方面，107年與106年相較，閱讀紙本報紙的比率由106年的47.4%下降至107年的45.2%，減少2.2個百分點；閱讀電子報的比率由106年的34.5%微增至107年的35.7%，增加1.2個百分點。閱讀紙本圖書的比率由106年的42.8%下降至107年的41.7%，減少1.1個百分點；閱讀電子書的比率由106年的19.4%下降至107年的19.0%，減少0.4個百分點。閱讀紙本漫畫的比率107年仍維持106年的14.8%；閱讀電子漫畫的比率由106年的16.4%上升至107年的16.9%，增加0.5個百分點。閱讀紙本雜誌的比率由106年的39.5%下降至107年的34.1%，減少5.4個百分點；閱讀電子雜誌的比率由106年的18.0%下降至107年的15.5%，減少2.5個百分點。民眾表示都沒有上述出版品閱讀行為的比率，由106年的30.0%微幅增至107年的30.4%。

若以包含紙本及電子出版品而言，閱讀報紙的比率由106年的57.9%下降至107年的56.7%，減少1.2個百分點；閱讀圖書的比率由106年的48.0%下降至107年的47.8%，減少0.2個百分點；閱讀漫畫的比率由106年的23.0%上升至107年的23.4%，增加0.4個百分點；閱讀雜誌的比率由106年的44.3%下降至107年的39.3%，減少5.0個百分點；都沒有閱讀的比率則是由106年的30.0%上升至107年的30.4%，增加0.4個百分點。

在閱讀本數方面，以12歲以上全體民眾而言，閱讀紙本圖書之數量，平均數由106年的6.5本下降至107年的5.2本，減少1.3本；閱讀電子書之數量，平均數由106年的2.2本上升至107年的2.3本，增加0.1本。閱讀紙本漫畫之數量，平均數由106年的2.1本上升至107年的2.6本，增加0.5本；閱讀電子漫畫之數量，平均數由106年的3.3本下降至107年的2.7本，減少0.6本。閱讀紙本雜誌之數量，平均數由106年的4.4本上升至107年的4.6本，增加0.2本；閱讀

電子雜誌之數量，平均數由 106 年的 2.1 本下降至 107 年的 1.2 本，減少 0.9 本。

在閱讀時間方面，12 歲以上全體民眾每週閱讀紙本圖書之時間，平均數由 106 年的 2.0 小時維持 107 年的 2.0 小時；每週閱讀電子書的時間，平均數由 106 年的 1.0 小時上升至 107 年的 1.2 小時，增加 0.2 小時。每週閱讀紙本漫畫的時間，平均數由 106 年的 0.3 小時上升至 107 年的 0.5 小時，增加 0.2 小時；每週閱讀電子漫畫的時間，平均數由 106 年的 0.5 小時上升至 107 年的 0.7 小時，增加 0.2 小時。每週閱讀紙本雜誌的時間，107 年平均數仍維持 106 年的 1.0 小時；每週閱讀電子雜誌的時間，107 年平均數仍維持 106 年的 0.5 小時。

鑑於數位行動裝置普及和數位內容多元，民眾數位閱讀行為已日漸成為閱讀媒介之一，本次調查將民眾閱聽數位內容之經驗納入調查，其類型包括數位文字內容、有聲書/有聲劇/其他有聲閱讀服務、線上影音課程/影音書。其中「民眾閱讀數位文字內容的時間」係延續去年調查，指不包含電子書、電子報、電子雜誌、電子漫畫在內，去年民眾平均每天閱讀數位文字內容的時間(指實際花在瀏覽如：網路文章、社群媒體貼文、數位創作平臺、電腦文件……等網路文字資訊的時間，單純掛網的時間不計)。調查結果顯示，107 年民眾閱聽數位內容之經驗，以閱讀過數位文字內容的比率較高，占 62.0%，其次依序為線上影音課程/影音書(17.1%)、有聲書/有聲劇/其他有聲閱讀服務(12.8%)等，另有 36.3%都沒有。其中，民眾閱讀數位文字內容的比率由 106 年的 72.5%下降至 107 年的 62.0%，減少 10.5 個百分點。107 年 12 歲以上全體民眾平均每週閱讀數位文字內容的時間為 7.7 小時，較 106 年的 11.2 小時減少 3.5 小時；惟仍高於民眾 107 年每週閱讀電子書之時間平均 1.2 小時、閱讀電子漫畫之時間平均 0.7 小時、閱讀電子雜誌之時間平均 0.5 小時。

（二）消費行為：

在出版品購買經驗部分，107年與106年相比，107年紙本圖書購買率（30.8%）較106年（32.8%）減少，107年有購買或付費閱讀電子書的比率（3.0%）較106年（4.3%）減少。107年紙本漫畫購買比率（6.6%）較106年（7.3%）減少；107年有購買或付費閱讀電子漫畫的比率（1.0%）較106年（1.9%）減少。107年有購買或付費閱讀紙本雜誌的比率（16.0%）較106年（19.9%）減少，107年有購買或付費閱讀電子雜誌的比率（1.4%）較106年（2.2%）減少。

在出版品消費金額部分，以12歲以上全體民眾而言，紙本圖書平均每位民眾的購書金額由106年的1,113.1元下降至107年的971.3元，減少141.8元；電子書平均消費金額由106年的59.2元下降至107年的42.9元，減少16.3元。紙本漫畫平均消費金額由106年的75.2元下降至107年的68.7元，減少6.5元³；電子漫畫平均消費金額由106年的8.5元下降至107年的6.7元，減少1.8元⁴。紙本雜誌平均消費金額由106年的326.8元下降至107年的261.4元，減少65.4元；電子雜誌平均消費金額由106年的38.6元下降至107年的24.0元，減少14.6元。

（三）小結

就本次調查結果進行整體觀察，107年與106年相比，儘管整體民眾對於圖書出版品（包含紙本及電子）的閱讀率、購買率、購書金額皆較106年減少，惟多數出版品之閱讀數量及閱讀時間則呈微幅增加或持平。

³ 107年調查樣本中，有購買者（人數）少於106年調查有購買者，因此在推估到12歲整體以上民眾的消費金額數值上於後續引用上須謹慎。

⁴ 107年調查樣本中，有購買者（人數）少於106年調查有購買者，因此在推估到12歲整體以上民眾的消費金額數值上於後續引用上須謹慎。

另外，隨著數位行動裝置普及和數位內容多元化，數位閱讀已成為當前民眾主要閱讀模式之一。數位文字內容閱讀（包含網路文章、社群媒體貼文、數位創作平台、電腦文件……等）的閱讀率及閱讀時間雖然 107 年較 106 年有所減少，惟與電子書、電子漫畫、電子雜誌之閱讀行為相比，不論閱讀率及閱讀時間，民眾的數位文字內容閱讀行為表現均高出甚多。除了文字內容類型的閱讀之外，如今產業也開始強調要為讀者帶來多元化的閱讀服務體驗，並開發出多元、跨界的數位出版內容及數位閱讀形式，例如影音書等。在數位閱讀型態日益多元化的趨勢下，本年度亦因此將與文字內容相關之聲音及影像出版內容，納入民眾數位閱讀行為調查中。107 年民眾曾閱聽線上影音課程/影音書的比率為 17.1%，閱聽有聲書/有聲劇/其他有聲閱讀服務的比率為 12.8%，兩者目前仍低於傳統的出版品閱讀情況，未來如何發展仍有待後續追蹤調查及觀察。對於創作者及出版產業經營而言，若能以滿足讀者多元閱讀體驗需求為出發，善用創作與交流平臺、動漫閱讀平臺、跨媒體閱讀平臺等發表管道，將有助於增加更多民眾接觸及認識到創作者及其作品的機會。

【詳細調查結果請參見附件】

「107 年臺灣民眾閱讀及消費行為調查」報告

調查說明

本調查旨在瞭解民眾閱讀行為及消費情形。調查採用電話訪問方式進行，調查時間為 108 年 4 月 8 日至 4 月 12 日，於平日晚間時段 18:30~22:00 執行調查，「107 年民眾閱讀及消費行為調查」，共成功訪問 1,510 份有效樣本（包含市話 1,355 份、手機 155 份），在 95% 的信心水準下，抽樣誤差在正負 2.52 個百分點以內。

目次

一、一般閱讀經驗	11
(一) 閱讀出版品之類型	11
(二) 閱讀出版品之頻率	13
(三) 購買出版品之類型	13
(四) 閱讀紙本圖書之數量	14
(五) 閱讀電子書之數量	15
(六) 閱讀紙本圖書之時間	16
(七) 閱讀電子書之時間	17
(八) 去實體書店之次數	18
二、(紙本及數位) 圖書閱讀及消費經驗	20
(一) 購買紙本圖書之金額	20
(二) 購買或付費閱讀電子書之金額	21
(三) 購買紙本圖書之管道	22
(四) 從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例	23
(五) 從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例	24
(六) 購買紙本圖書之類型	25
(七) 購買紙本圖書給 18 歲以下兒童青少年之金額	26
(八) 購買或付費閱讀電子書或加入成為會員的網路平台	26
(九) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例	27
(十) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例	28
(十二) 購買電子書給 18 歲以下兒童青少年之金額	29
三、(紙本及數位) 漫畫閱讀及消費經驗	30
(一) 閱讀紙本漫畫之數量	30
(二) 閱讀電子漫畫之數量	31
(三) 閱讀紙本漫畫之時間	32
(四) 閱讀電子漫畫之時間	32
(五) 購買或付費閱讀紙本漫畫之金額	33
(六) 購買或付費閱讀電子漫畫之金額	34
(七) 購買漫畫周邊商品之金額	35
(八) 購買或付費閱讀紙本漫畫之管道	36
(九) 購買或付費閱讀紙本漫畫之類型	37
(十) 購買或付費閱讀電子漫畫的網路平台	38
(十一) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例	39
(十二) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例	39
(十三) 購買或付費閱讀電子漫畫之類型	40
四、(紙本及數位) 雜誌閱讀及消費經驗	40
(一) 閱讀紙本雜誌之數量	40
(二) 閱讀電子雜誌之數量	41
(三) 閱讀紙本雜誌之時間	42

(四)	閱讀電子雜誌之時間.....	43
(五)	購買或付費閱讀紙本雜誌之金額.....	44
(六)	購買或付費閱讀電子雜誌之金額.....	45
(七)	使用訂閱方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例.....	46
(八)	使用網路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例.....	47
(九)	從實體通路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例.....	47
(十)	購買或付費閱讀紙本雜誌之類型.....	48
(十一)	購買或付費閱讀電子雜誌之網路平台.....	48
(十二)	從國內數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例.....	49
(十三)	從國外數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例.....	50
(十四)	購買或付費閱讀電子雜誌之類型.....	50
(十五)	閱讀數位內容之經驗.....	51
(十六)	閱讀數位文字內容之時間.....	52

圖目次

圖貳-1、107年民眾閱讀出版品之類型	11
圖貳-2、107年民眾閱讀管道	12
圖貳-3、107年民眾閱讀出版品之頻率	13
圖貳-4、107年民眾購買出版品之類型	14
圖貳-5、107年民眾閱讀紙本圖書之數量	15
圖貳-6、107年民眾閱讀電子書之數量	16
圖貳-7、107年民眾閱讀紙本圖書之時間	17
圖貳-8、107年民眾閱讀電子書之時間	18
圖貳-9、107年民眾是否曾去過實體書店	19
圖貳-10、107年民眾去實體書店之次數	19
圖貳-11、107年民眾購買紙本圖書之金額	21
圖貳-12、107年民眾購買或付費閱讀電子書之金額	22
圖貳-13、107年民眾購買紙本圖書之管道	23
圖貳-14、107年民眾從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例	24
圖貳-15、107年民眾從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例	24
圖貳-16、107年民眾購買紙本圖書之類型	25
圖貳-17、107年民眾購買紙本圖書給18歲以下兒童青少年之金額	26
圖貳-18、107年民眾購買或付費閱讀電子書或加入成為會員的網路平台	27
圖貳-19、107年民眾從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例	27
圖貳-20、107年民眾從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例	28
圖貳-21、107年民眾購買或付費閱讀電子書之類型	29
圖貳-22、107年民眾購買電子書給18歲以下兒童青少年之金額	30
圖貳-23、107年民眾閱讀紙本漫畫之數量	31
圖貳-24、107年民眾閱讀電子漫畫之數量	31
圖貳-25、107年民眾閱讀紙本漫畫之時間	32
圖貳-26、107年民眾閱讀電子漫畫之時間	33
圖貳-27、107年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之金額	34
圖貳-29、107年民眾購買漫畫周邊商品之金額	36
圖貳-30、107年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之管道	37
圖貳-31、107年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之類型	38
圖貳-32、107年民眾購買或付費閱讀電子漫畫的網路平台	38
圖貳-33、107年民眾從國內數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例	39
圖貳-34、107年民眾從國外數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例	39
圖貳-35、107年民眾購買或付費閱讀電子漫畫之類型	40
圖貳-36、107年民眾閱讀紙本雜誌之數量	41
圖貳-37、107年民眾閱讀電子雜誌之數量	42
圖貳-38、107年民眾閱讀紙本雜誌之時間	43

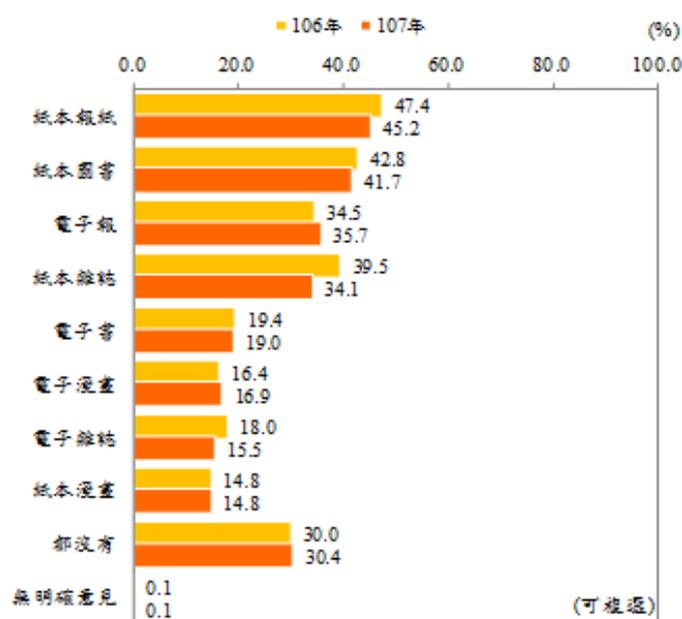
圖貳-39、107 年民眾閱讀電子雜誌之時間	44
圖貳-40、107 年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之金額	45
圖貳-41、107 年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之金額	46
圖貳-42、107 年民眾使用訂閱方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例	46
圖貳-43、107 年民眾使用網路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例	47
圖貳-44、107 年民眾從實體通路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例	47
圖貳-45、107 年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之類型	48
圖貳-46、107 年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之網路平台	49
圖貳-47、107 年民眾從國內數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例	49
圖貳-48、107 年民眾從國外數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例	50
圖貳-49、107 年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之類型	51
圖貳-50、107 年民眾閱聽數位內容之經驗	51
圖貳-51、107 年民眾閱讀數位文字內容之時間	52

一、一般閱讀經驗

(一) 閱讀出版品之類型

調查顯示,107年民眾閱讀出版品之類型,以紙本報紙的比率較高,占45.2%,其次依序為紙本圖書(41.7%)、電子報(35.7%)、紙本雜誌(34.1%)、電子書(19.0%)、電子漫畫(16.9%)、電子雜誌(15.5%)及紙本漫畫(14.8%)等,另有30.4%表示都沒有,0.1%無明確意見。

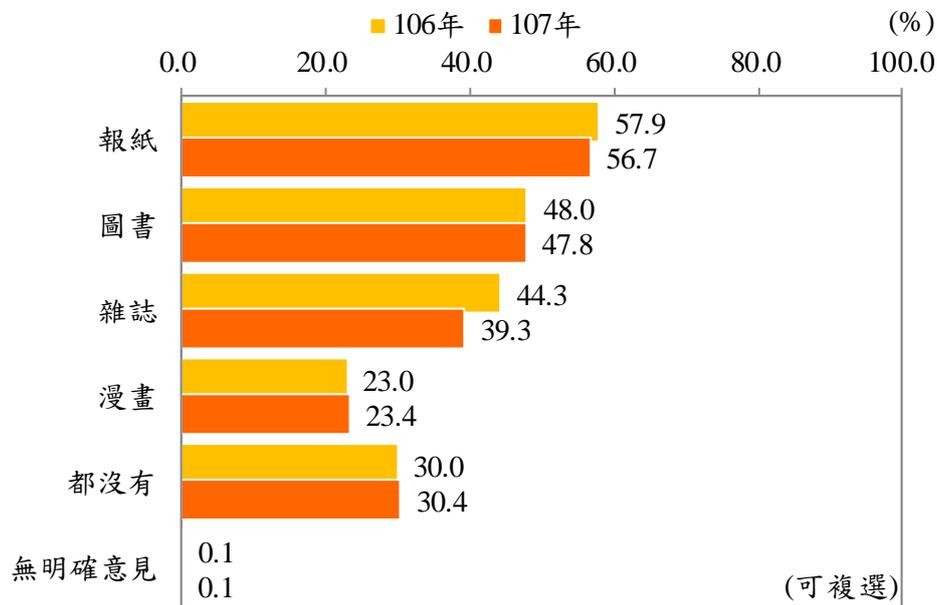
107年與106年相較,閱讀紙本報紙的比率由106年的47.4%下降至107年的45.2%,減少2.2個百分點;閱讀電子報的比率由106年的34.5%微增至107年的35.7%,增加1.2個百分點。閱讀紙本圖書的比率由106年的42.8%下降至107年的41.7%,減少1.1個百分點;閱讀電子書的比率由106年的19.4%下降至107年的19.0%,減少0.4個百分點。107年閱讀紙本漫畫的比率維持在與106年相當的14.8%;閱讀電子漫畫的比率由106年的16.4%微增至107年的16.9%,增加0.5個百分點。閱讀紙本雜誌的比率由106年的39.5%下降至107年的34.1%,減少5.4個百分點;閱讀電子雜誌的比率由106年的18.0%下降至107年的15.5%,減少2.5個百分點。



圖貳-1、107年民眾閱讀出版品之類型
Base：106年(N=1,689)、107年(N=1,510)

調查顯示，107年民眾閱讀管道中，以報紙⁵的比率較高，占56.7%，其次依序為圖書⁶（47.8%）、雜誌⁷（39.3%）及漫畫⁸（23.4%），另有30.4%表示都沒有，0.1%無明確意見。

與106年調查結果相較，閱讀報紙的比率由106年的57.9%下降至107年的56.7%，減少1.2個百分點；閱讀圖書的比率由106年的48.0%下降至107年的47.8%，減少0.2個百分點；閱讀雜誌的比率由106年的44.3%下降至107年的39.3%，減少5.0個百分點；閱讀漫畫的比率由106年的23.0%上升至107年的23.4%，增加0.4個百分點；都沒有閱讀的比率則是由106年的30.0%上升至107年的30.4%，增加0.4個百分點。

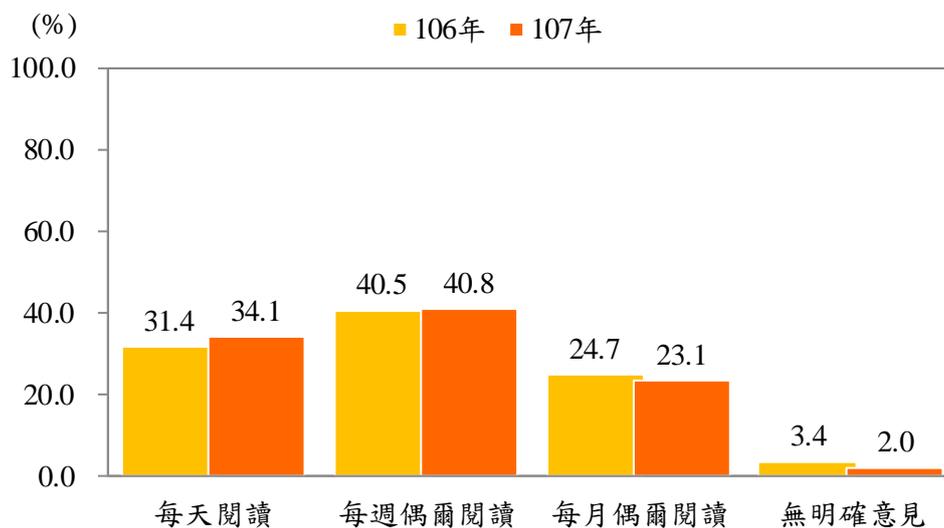


圖貳-2、107年民眾閱讀管道
Base：106年（N=1,689）、107年（N=1,510）

⁵ 報紙選項包括：(01) 紙本報紙及 (02) 電子報。
⁶ 圖書選項包括：(05) 紙本圖書及 (06) 電子書。
⁷ 雜誌選項包括：(03) 紙本雜誌及 (04) 電子雜誌。
⁸ 漫畫選項包括：(07) 紙本漫畫及 (08) 電子漫畫。

(二) 閱讀出版品之頻率

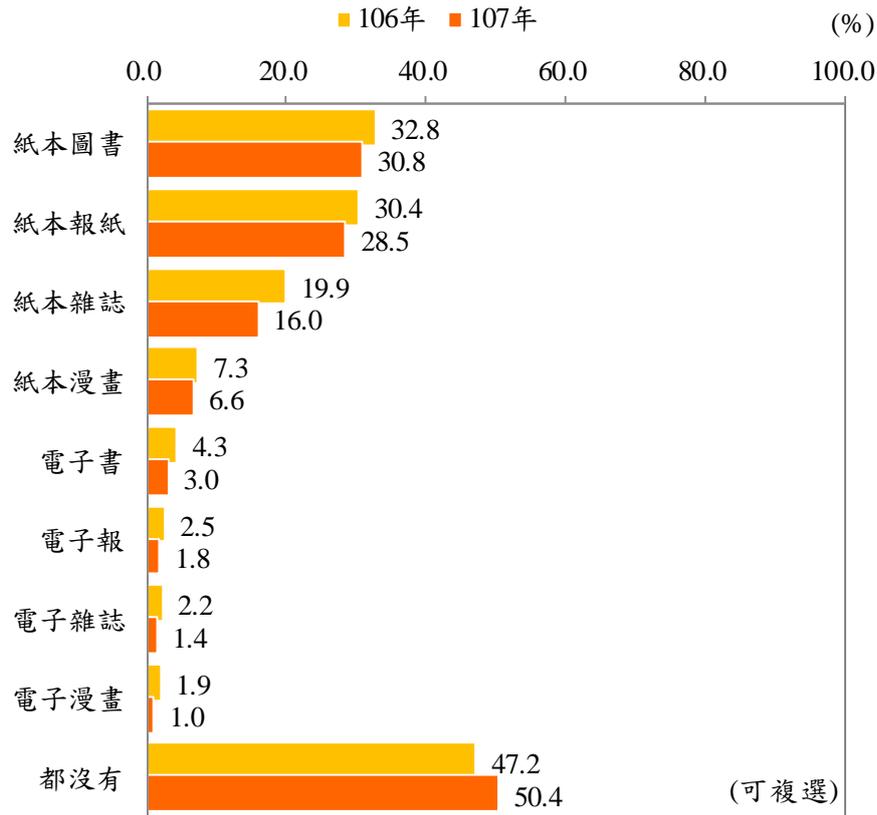
調查顯示，107年曾閱讀出版品之民眾，閱讀出版品之頻率以每週偶爾閱讀的比率較高，占40.8%，其次依序為每天閱讀(34.1%)及每月偶爾閱讀(23.1%)等，另有2.0%無明確意見。



圖貳-3、107年民眾閱讀出版品之頻率
Base：106年 (N=1,181)、107年 (N=1,050)

(三) 購買出版品之類型

調查顯示，107年民眾購買出版品之類型，以紙本圖書的比率較高，占30.8%，其次依序為紙本報紙(28.5%)、紙本雜誌(16.0%)、紙本漫畫(6.6%)、電子書(3.0%)、電子報(1.8%)、電子雜誌(1.4%)及電子漫畫(1.0%)等，另有50.4%都沒有。



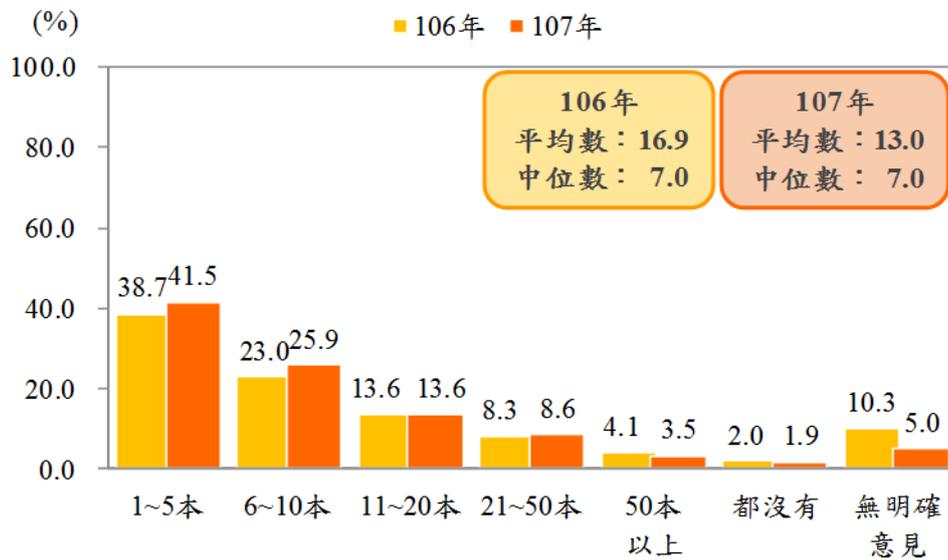
圖貳-4、107年民眾購買出版品之類型
Base：106年 (N=1,689)、107年 (N=1,510)

107年與106年相比，107年紙本圖書購買率（30.8%）較106年有購買圖書的比率（32.8%）減少，107年有購買或付費閱讀電子書的比率（3.0%）較106年（4.3%）減少。107年紙本漫畫購買比率（6.6%）較106年有購買漫畫的比率（7.3%）減少；107年有購買或付費閱讀電子漫畫的比率（1.0%）較106年（1.9%）減少。107年有購買或付費閱讀紙本雜誌的比率（16.0%）較106年（19.9%）減少，107年有購買或付費閱讀電子雜誌的比率（1.4%）較106年（2.2%）減少。

（四）閱讀紙本圖書之數量

調查顯示，107年曾閱讀紙本圖書之民眾，閱讀紙本圖書之數量，以1-5本的比率高，占41.5%，其次依序為6-10本（25.9%）、11-20本（13.6%）、21-50本（8.6%）及50本以上（3.5%）等，另有1.9%都沒有，5.0%無明確意見。平均數為13.0本（標準差20.9），中位數為7.0本。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為5.2本（標準差14.6）。

與 106 年調查結果相較，民眾 107 年閱讀紙本圖書之數量由 106 年的 16.9 本下降至 107 年的 13.0 本，減少 3.9 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 106 年的 6.5 本下降至 107 年的 5.2 本，減少 1.3 本。

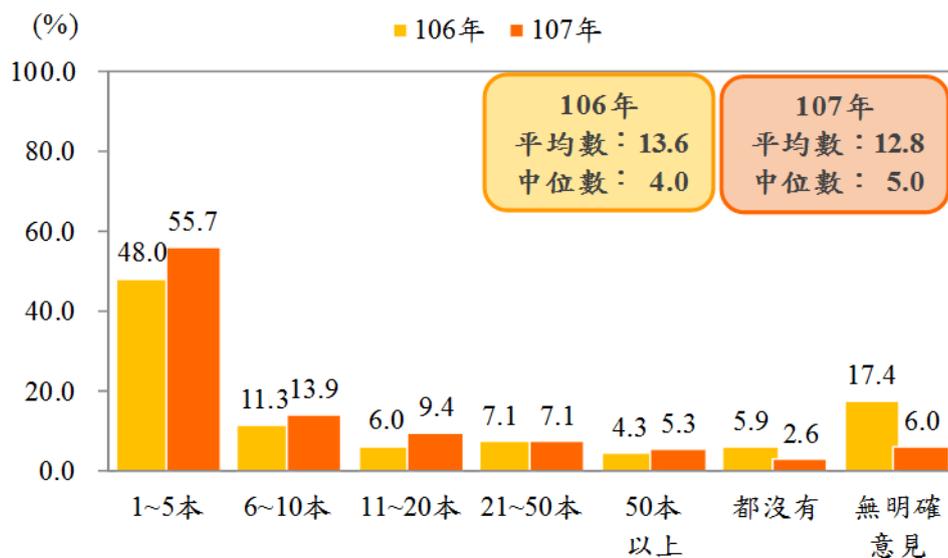


圖貳-5、107 年民眾閱讀紙本圖書之數量
Base：106 年 (N=723)、107 年 (N=629)

(五) 閱讀電子書之數量

調查顯示，107 年曾閱讀電子書之民眾，閱讀電子書之數量，以 1-5 本的比率較高，占 55.7%，其次依序為 6-10 本 (13.9%)、11-20 本 (9.4%)、21-50 本 (7.1%) 及 50 本以上 (5.3%) 等，另有 2.6% 都沒有，6.0% 無明確意見。平均數為 12.8 本 (標準差 22.8)，中位數為 5.0 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 2.3 本 (標準差 10.8)。

與 106 年調查結果相較，民眾 107 年閱讀電子書之數量由 106 年的 13.6 本下降至 107 年的 12.8 本，減少 0.8 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 106 年的 2.2 本上升至 107 年的 2.3 本，增加 0.1 本。

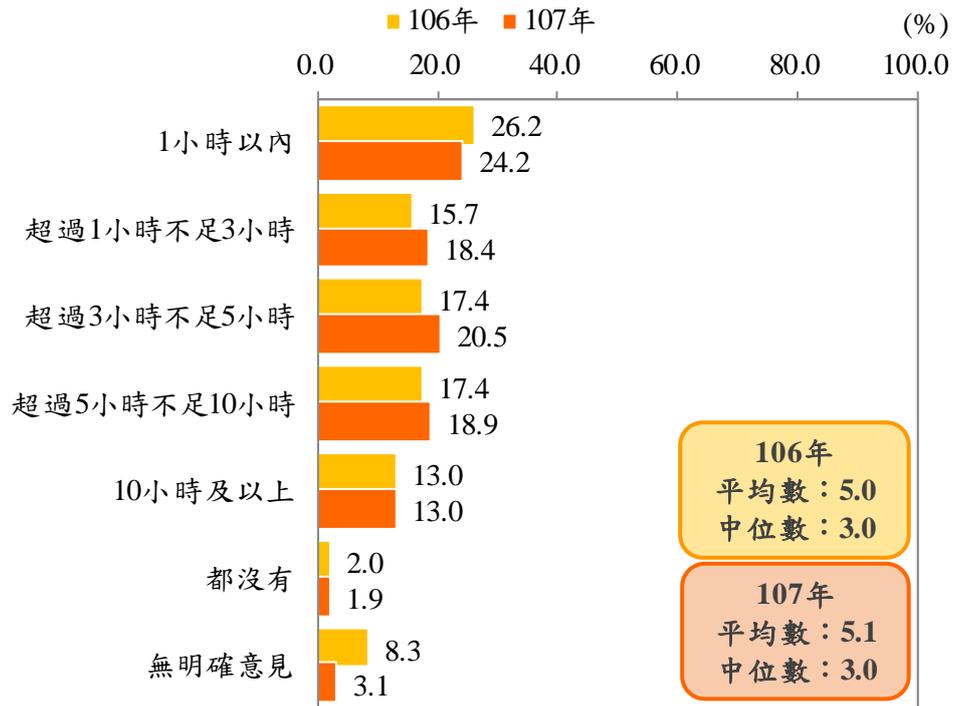


圖貳-6、107年民眾閱讀電子書之數量
 Base：106年（N=328）、107年（N=287）

（六）閱讀紙本圖書之時間

調查顯示，107年曾閱讀紙本圖書之民眾，閱讀紙本圖書之時間以1小時以內的比率高，占24.2%，其次依序為超過3小時不足5小時（20.5%）、超過5小時不足10小時（18.9%）、超過1小時不足3小時（18.4%）及10小時以上（13.0%）等，另有1.9%都沒有，3.1%無明確意見。平均數為5.1小時（標準差7.1），中位數為3.0小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為2.0小時（標準差5.1）。

與106年調查結果相較，民眾107年閱讀紙本圖書之時間由106年的5.0小時上升至107年的5.1小時，增加0.1小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的2.0小時維持107年的2.0小時。

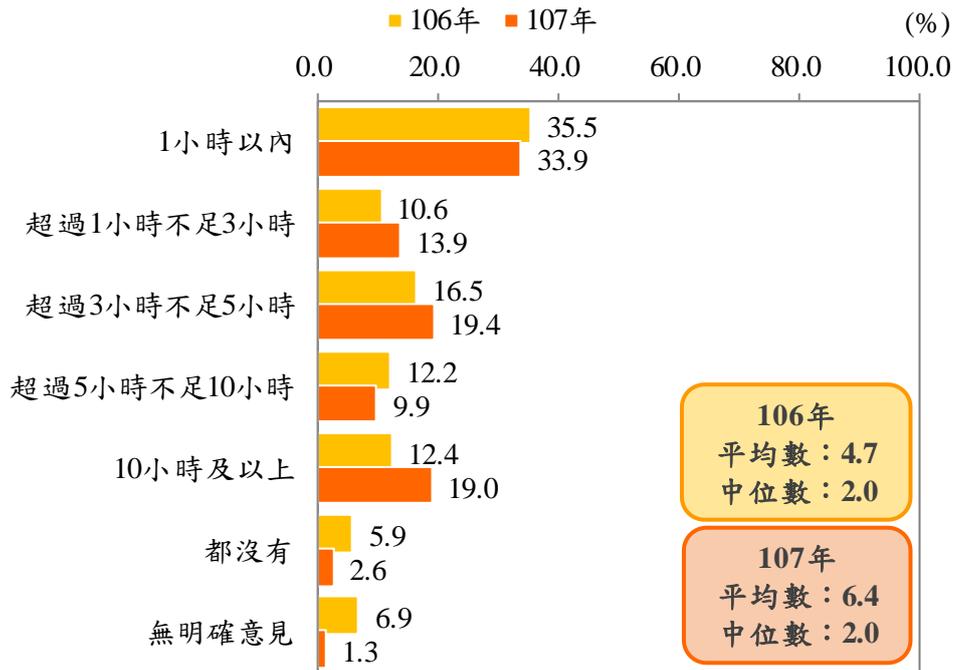


圖貳-7、107年民眾閱讀紙本圖書之時間
Base：106年 (N=723)、107年 (N=629)

(七) 閱讀電子書之時間

調查顯示，107年曾閱讀電子書之民眾，閱讀電子書之時間以1小時以內的比率高，占33.9%，其次依序為超過3小時不足5小時(19.4%)、10小時及以上(19.0%)、超過1小時不足3小時(13.9%)、超過5小時不足10小時(9.9%)等，另有2.6%都沒有，1.3%無明確意見。平均數為6.4小時(標準差10.2)，中位數為2.0小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為1.2小時(標準差5.0)。

與106年調查結果相較，民眾107年閱讀電子書之時間由106年的4.7小時上升至107年的6.4小時，增加1.7小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的1.0小時上升至107年的1.2小時，增加0.2小時。



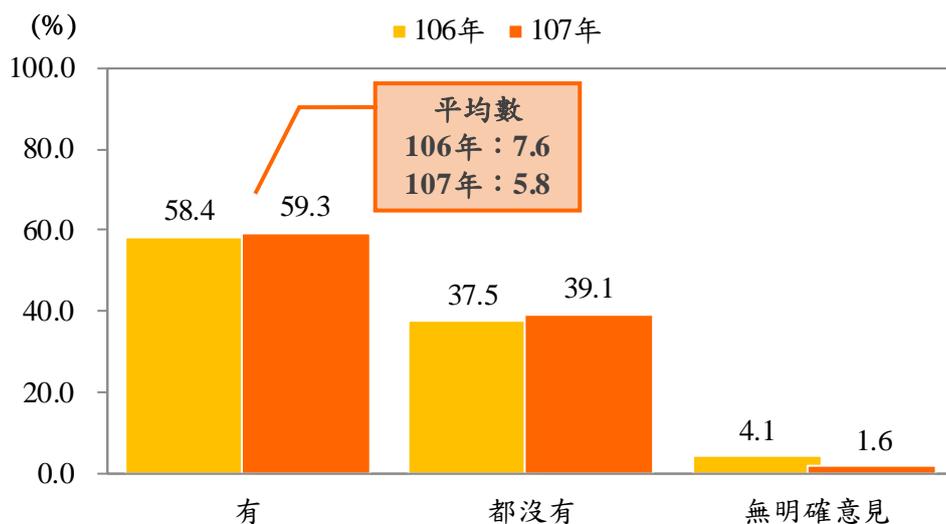
圖貳-8、107年民眾閱讀電子書之時間
Base：106年（N=328）、107年（N=287）

（八）去實體書店之次數

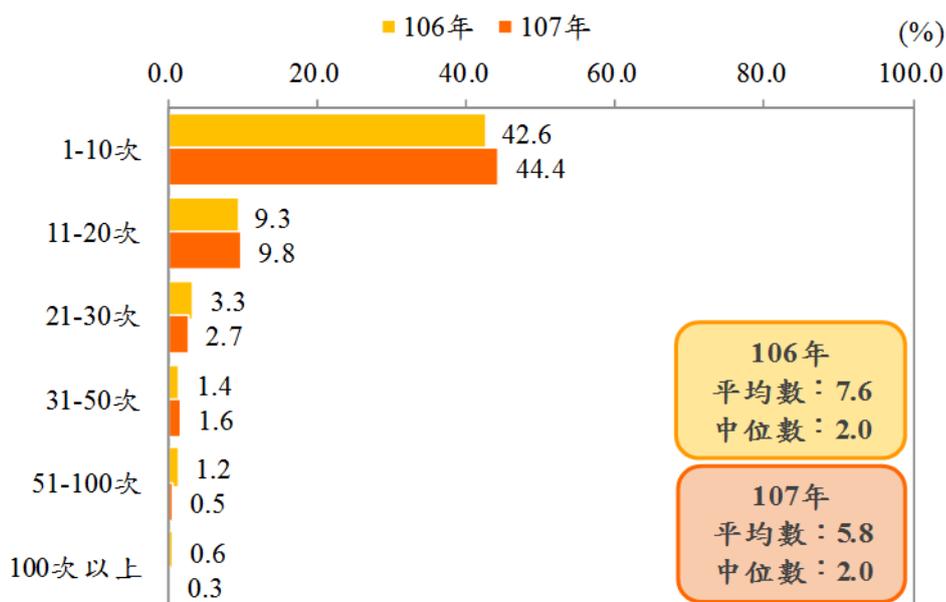
調查顯示，59.3%的民眾107年曾去過實體書店，39.1%的民眾不曾去過，另有1.6%無明確意見。

107年民眾去實體書店之次數，以1-10次的比率較高，占44.4%，其次依序為11-20次（9.8%）、21-30次（2.7%）、31-50次（1.6%）、51-100次（0.5%）、及100次以上（0.3%）等。平均數為5.8次（標準差11.3），中位數為2.0次。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為5.7次（標準差11.3）。

與106年調查結果相較，民眾107年去實體書店之次數由106年的7.6次下降至107年的5.8次，減少1.8次。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的7.3次下降至107年的5.7次，減少1.6次。



圖貳-9、107年民眾是否曾去過實體書店
Base：106年 (N=1,689)、107年 (N=1,510)



圖貳-10、107年民眾去實體書店之次數
Base：106年 (N=1,689)、107年 (N=1,510)

二、(紙本及數位) 圖書閱讀及消費經驗

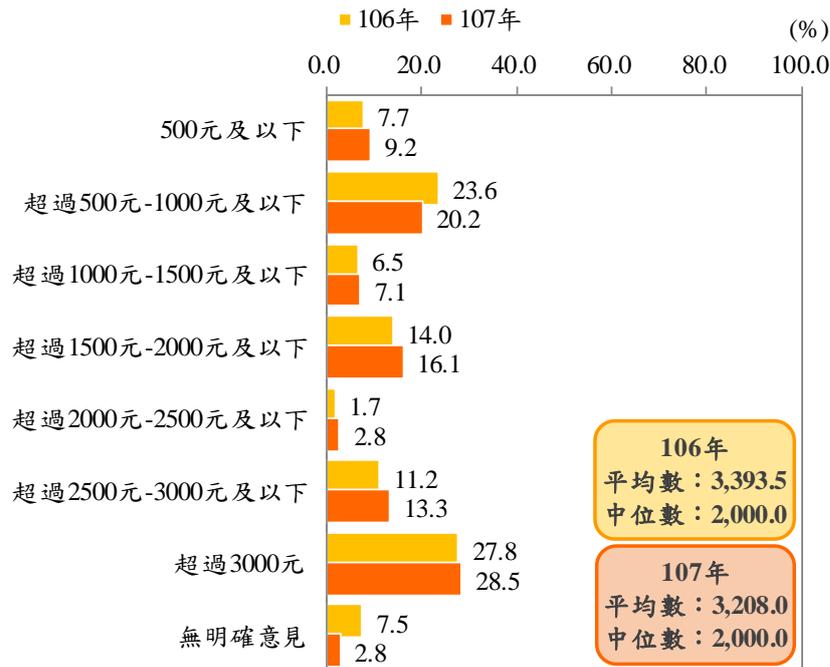
(一) 購買紙本圖書之金額

107 年曾購買紙本圖書之民眾，購買紙本圖書之金額以超過 3,000 元的比率較高，占 28.5%，其次依序為超過 500 元-1,000 元及以下 (20.2%)、超過 1,500 元-2,000 元及以下 (16.1%)、超過 2,500 元-3,000 元及以下 (13.3%)、500 元及以下 (9.2%)、超過 1,000 元-1,500 元及以下 (7.1%)、超過 2,000 元-2,500 元及以下 (2.8%) 等，另有 2.8% 無明確意見。平均數為 3,208.0 元⁹ (標準差 3,812.6)，中位數為 2,000 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算¹⁰，平均數為 971.3 元 (標準差 2,562.8)。

與 106 年調查結果相較，民眾 107 年紙本圖書平均消費金額由 106 年的 3,393.5 元下降至 107 年的 3,208 元，減少 185.5 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 106 年的 1,113.1 元下降至 107 年的 971.3 元，減少 141.8 元。

⁹ 購買金額的平均數計算方式為，將有購買但金額未表態以及極端值的金額部分以 \$0 元處理後，進行有購買者的平均消費金額計算。(有回答出明確金額者的金額加總+極端金額與未表態以 0 計) / (有購買者)

¹⁰ 以 12 歲以上全體民眾進行換算的平均數計算方式為，將回答有購買但金額卻未表態者與沒有購買者以 \$0 元處理後，進行平均消費金額計算。(有回答出明確金額者的金額加總+極端金額、未表態與沒有購買者以 0 計) / (本次調查總人數)

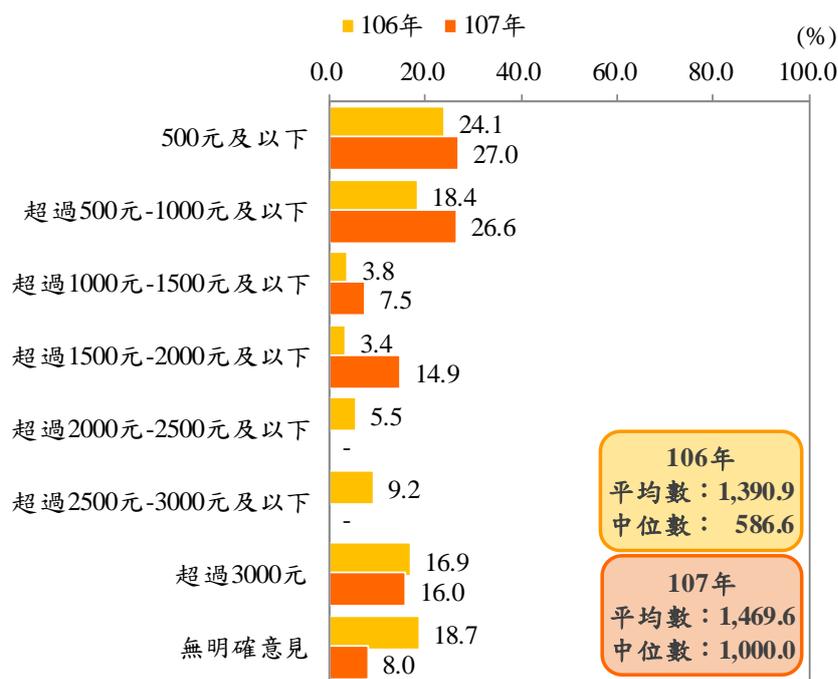


圖貳-11、107年民眾購買紙本圖書之金額
Base：106年(N=554)、107年(N=466)

(二) 購買或付費閱讀電子書之金額

調查顯示，107年曾購買或付費閱讀電子書之民眾，購買或付費閱讀電子書之金額以500元及以下的比率較高，占27.0%，其次依序為超過500元-1,000元及以下(26.6%)、超過3,000元(16.0%)、超過1,500元-2,000元及以下(14.9%)、超過1,000元-1,500元及以下(7.5%)等，另有8.0%無明確意見。平均數為1,469.6元(標準差1,609.6)，中位數為1,000元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為42.9元(標準差367.9)。

與106年調查結果相較，民眾107年電子書平均消費金額由106年的1,390.9元上升至107年的1,469.6元，增加78.7元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的59.2元下降至107年的42.9元，減少16.3元。

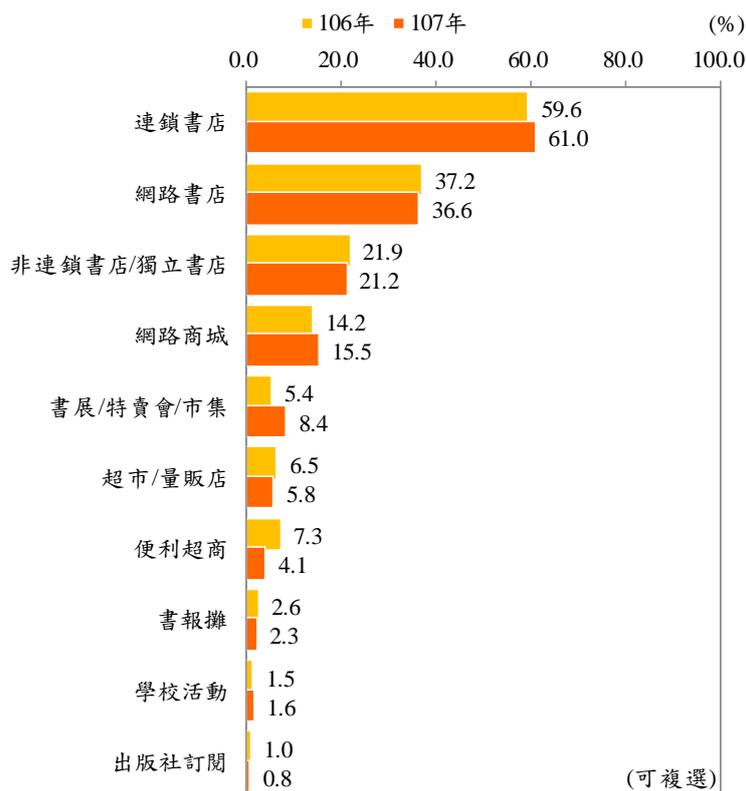


圖貳-12、107年民眾購買或付費閱讀電子書之金額
Base：106年（N=72）、107年（N=45）

（三）購買紙本圖書之管道

調查顯示，107年民眾購買紙本圖書之管道，以連鎖書店的比率較高，占61.0%，其次依序為網路書店（36.6%）、非連鎖書店／獨立書店（21.2%）、網路商城（15.5%）、書展／特賣會／市集（8.4%）、超市／量販店（5.8%）、便利超商（4.1%）、書報攤（2.3%）、學校活動（1.6%）、出版社訂閱（0.8%）等，另有0.2%無明確意見。

與106年調查結果相較，民眾107年由連鎖書店購買紙本圖書的比率由106年的59.6%上升至107年的61.0%，增加1.4個百分點。

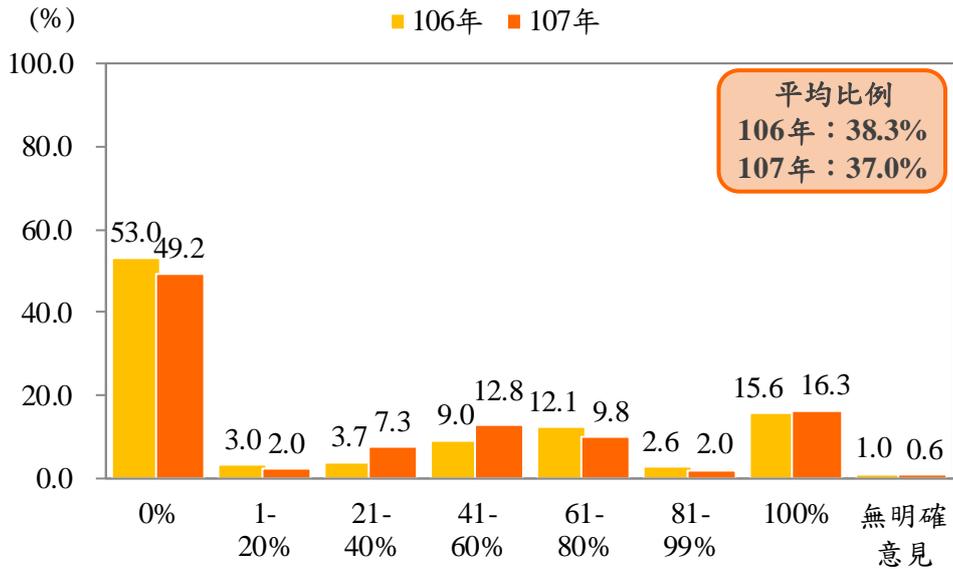


圖貳-13、107年民眾購買紙本圖書之管道
Base：106年 (N=554)、107年 (N=466)

(四) 從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例

調查顯示，107年曾購買紙本圖書之民眾，從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例，以0%的比率較高，占49.2%，其次依序為100% (16.3%)、41-60% (12.8%)、61-80% (9.8%)、21-40% (7.3%)、1-20% (2.0%) 及 81-99% (2.0%) 等，另有0.6%無明確意見。從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的平均比例¹¹為37.0%。

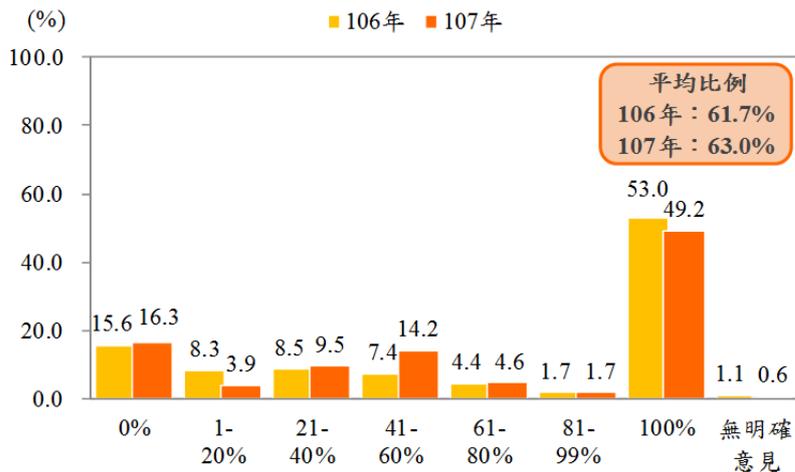
¹¹ 平均比例計算方式為：(購買紙本圖書之金額 X 從網路管道購買之比例) / 購買紙本圖書之總金額



圖貳-14、107年民眾從網路通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例
Base：106年（N=554）、107年（N=466）

（五）從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例

調查顯示，107年曾購買紙本圖書之民眾，從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例，以100%的比率較高，占49.2%，其次依序為41-60%（14.2%）、21-40%（9.5%）、61-80%（4.6%）、1-20%（3.9%）、81-99%（1.7%）等，另有16.3%都沒有，0.6%無明確意見。從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的平均比例為63.0%。

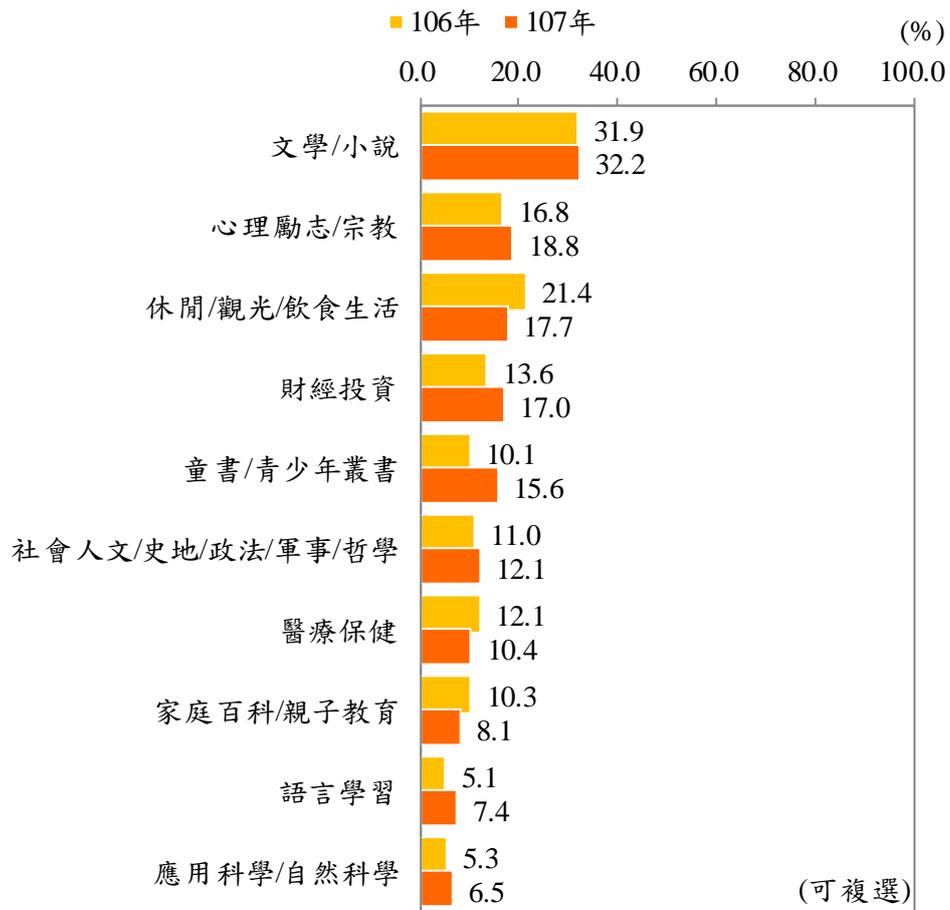


圖貳-15、107年民眾從實體通路購買或付費閱讀紙本圖書占總金額的比例
Base：106年（N=554）、107年（N=466）

(六) 購買紙本圖書之類型

調查顯示，107 年民眾購買紙本圖書之類型，以文學/小說的比率較高，占 32.2%，其次依序為心理勵志/宗教（18.8%）及休閒/觀光/飲食生活（17.7%）等。

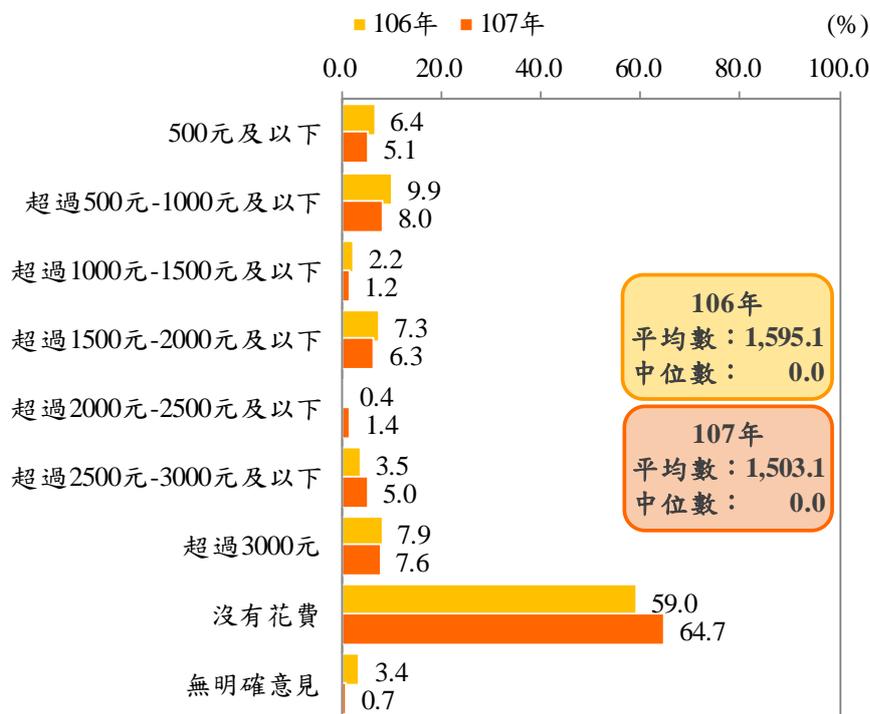
與 106 年調查結果相較，民眾 107 年購買文學/小說的比率由 106 年的 31.9% 上升至 107 年的 32.2%，增加 0.3 個百分點。



圖貳-16、107 年民眾購買紙本圖書之類型
Base：106 年 (N=554)、107 年 (N=466)

(七) 購買紙本圖書給 18 歲以下兒童青少年之金額

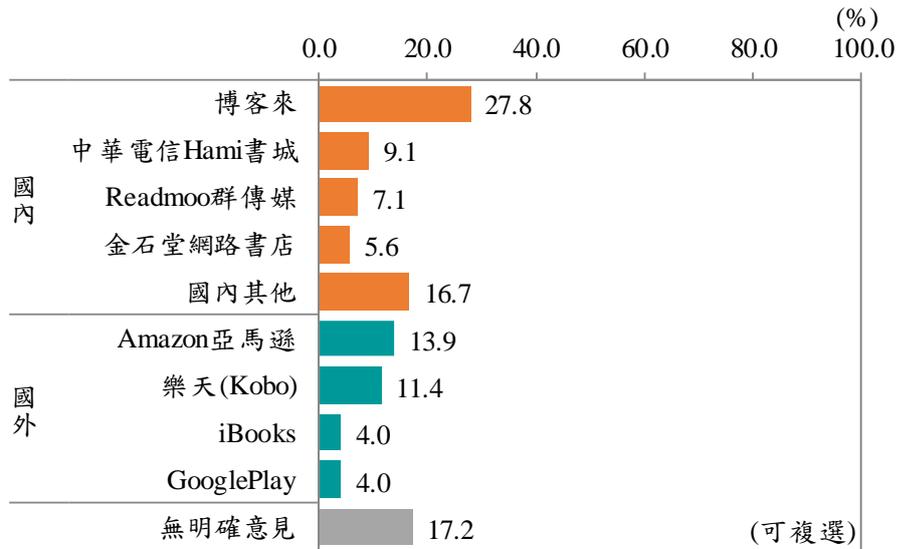
107 年曾購買紙本圖書之民眾，購買紙本圖書給 18 歲以下兒童青少年之金額以超過 500 元-1,000 元及以下的比率較高，占 8.0%，其次依序為超過 3,000 元 (7.6%)、超過 1,500 元-2,000 元及以下 (6.3%)、500 元及以下 (5.1%)、超過 2,500 元 3,000 元及以下 (5.0%)、超過 2,000 元-2,500 元及以下 (1.4%)、超過 1,000 元-1,500 元及以下 (1.2%)、等，另有 64.7% 沒有花費，0.7% 無明確意見。平均數為 1,503.1 元 (標準差 6,310.1)，中位數為 0 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 463.4 元 (標準差 3,569.2)。



圖貳-17、107 年民眾購買紙本圖書給 18 歲以下兒童青少年之金額
Base：106 年 (N=554)、107 年 (N=466)

(八) 購買或付費閱讀電子書或加入成為會員的網路平台

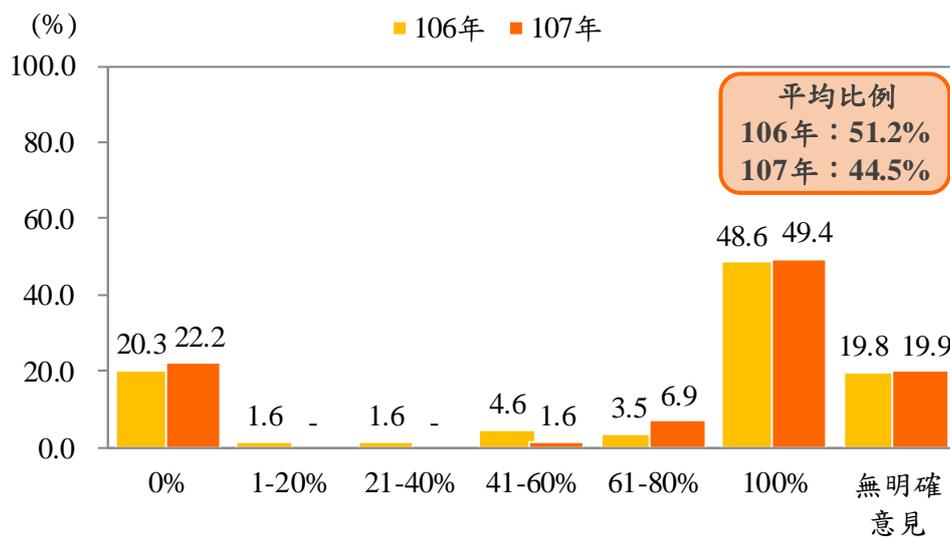
調查顯示，107 年民眾購買或付費閱讀電子書或加入成為會員的網路平台，國內平台以博客來 (27.8%) 的比率較高，國外平台以 Amazon 亞馬遜 (13.9%) 的比率較高，另有 17.2% 無明確意見。



圖貳-18、107年民眾購買或付費閱讀電子書或加入成為會員的網路平台
Base：106年(N=72)、107年(N=45)

(九) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例

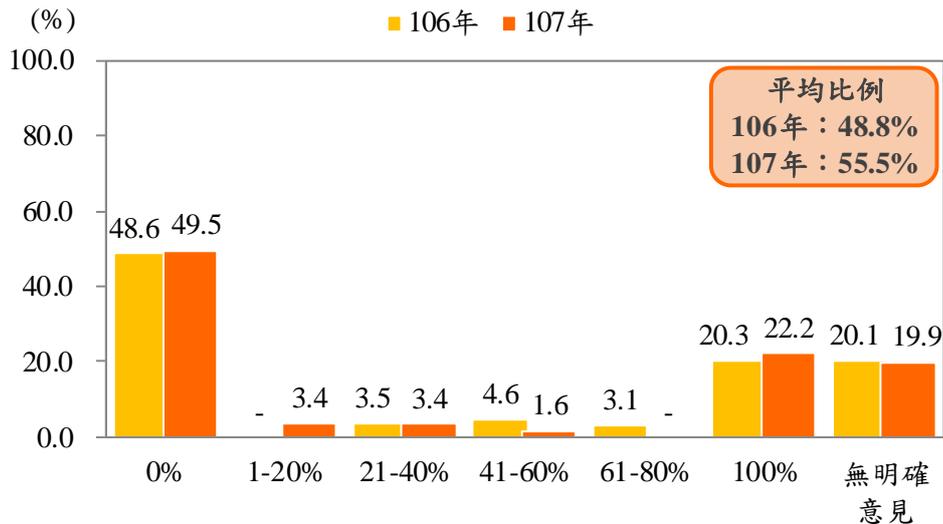
調查顯示，107年曾購買電子書之民眾，從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例，以100%的比率較高，占49.4%，其次依序為61-80%(6.9%)及41-60%(1.6%)等，另有22.2%都沒有，19.9%無明確意見。從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的平均比例為44.5%。



圖貳-19、107年民眾從國內數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例
Base：106年(N=72)、107年(N=45)

(十) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例

調查顯示，107年曾購買電子書之民眾，從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例，以100%的比率較高，占22.2%，其次依序為1-20%(3.4%)、21-40%(3.4%)及41-60%(1.6%)等，另有49.5%都沒有，19.9%無明確意見。從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的平均比例為55.5%。

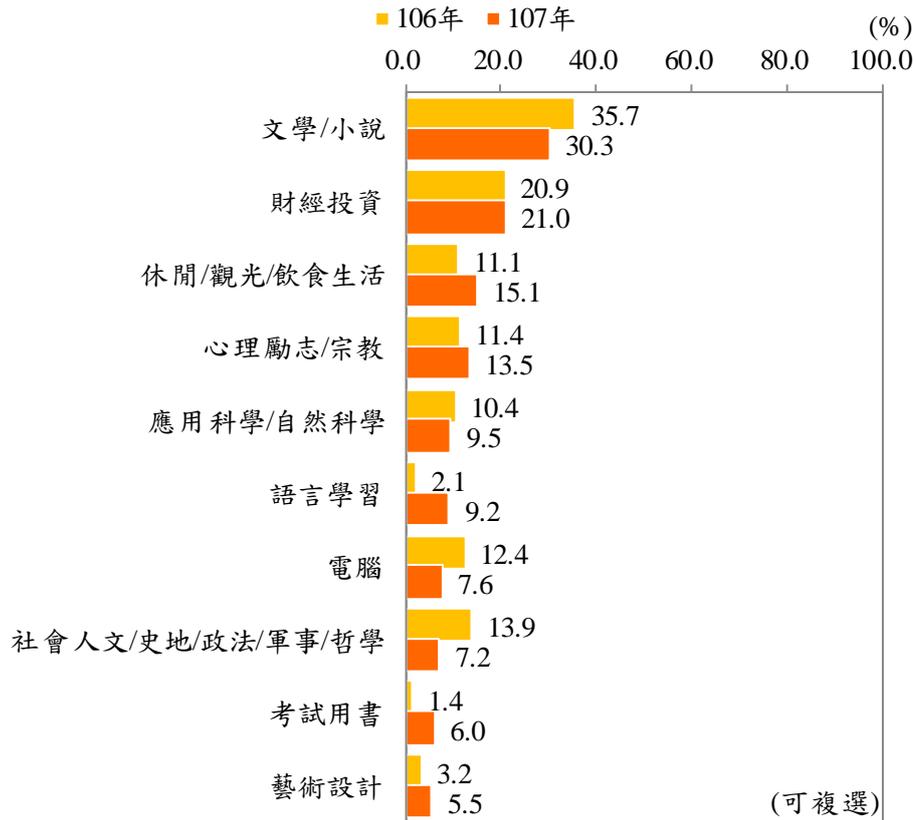


圖貳-20、107年民眾從國外數位平臺購買或付費閱讀電子書占總金額的比例
Base：106年 (N=72)、107年 (N=45)

(十一) 購買或付費閱讀電子書之類型

調查顯示，107年民眾購買或付費閱讀電子書之類型，以文學/小說的比率較高，占30.3%，其次依序為財經投資(21.0%)、休閒/觀光/飲食生活(15.1%)等。

與106年調查結果相較，民眾107年購買或付費閱讀文學/小說的比率由106年的35.7%下降至107年的30.3%，減少5.4個百分點。

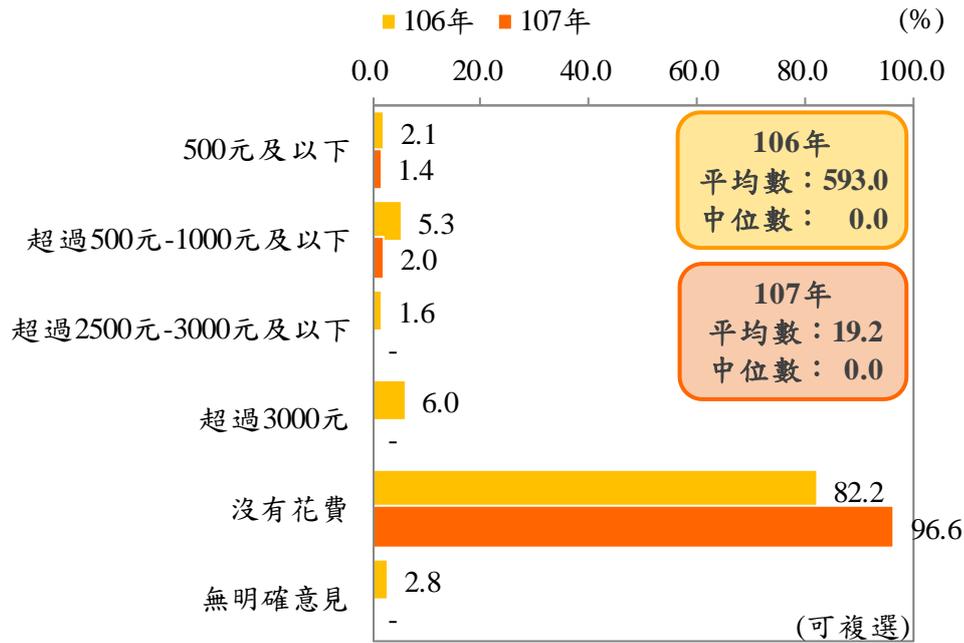


圖貳-21、107年民眾購買或付費閱讀電子書之類型
Base：106年 (N=72)、107年 (N=45)

(十二) 購買電子書給18歲以下兒童青少年之金額

107年曾購買電子書之民眾，購買電子書給18歲以下兒童青少年之金額以超過500元-1,000元及以下(2.0%)、500元及以下(1.4%)等，另有96.6%沒有花費。平均數為19.2¹²元(標準差103.2)，中位數為0元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為0.6元(標準差18.0)。

¹² 107年曾購買電子書之45位民眾中，僅有兩位回答有購買電子書給18歲以下兒童青少年，相關平均數計算僅供參考，於後續引用上須謹慎使用。



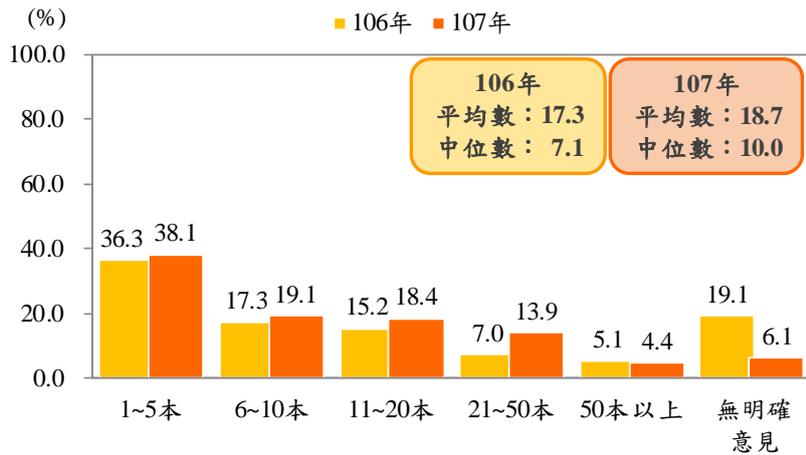
圖貳-22、107年民眾購買電子書給18歲以下兒童青少年之金額
 Base：106年(N=72)、107年(N=45)

三、(紙本及數位) 漫畫閱讀及消費經驗

(一) 閱讀紙本漫畫之數量

調查顯示，107年民眾閱讀紙本漫畫之數量，以1-5本的比率高，占38.1%，其次依序為6~10本(19.1%)、11~20本(18.4%)、21~50本(13.9%)、50本以上(4.4%)，另有6.1%無明確意見。平均數為18.7本(標準差36.4)，中位數為10.0本。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為2.6本(標準差15.0)。

與106年調查結果相較，民眾107年閱讀紙本漫畫之數量由106年的17.3本上升至107年的18.7本，增加1.4本。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的2.1本上升至107年的2.6本，增加0.5本。

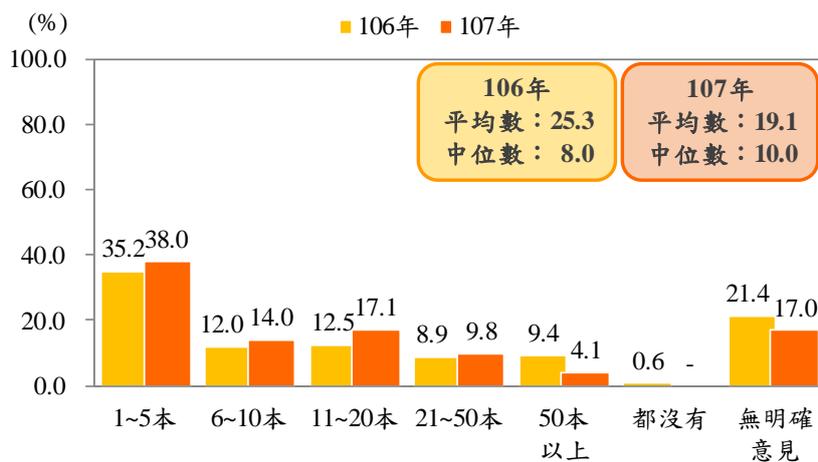


圖貳-23、107年民眾閱讀紙本漫畫之數量
Base：106年 (N=249)、107年 (N=224)

(二) 閱讀電子漫畫之數量

調查顯示，107年民眾閱讀電子漫畫之數量，以1-5本的比率高，占38.0%，其次依序為11~20本（17.1%）、6~10本（14.0%）、21~50本（9.8%）、50本以上（4.1%），另有17.0%無明確意見。平均數為19.1本（標準差35.8），中位數為10.0本。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為2.7本（標準差14.9）。

與106年調查結果相較，民眾107年閱讀電子漫畫之數量由106年的25.3本下降至107年的19.1本，減少6.2本。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的3.3本下降至107年的2.7本，減少0.6本。

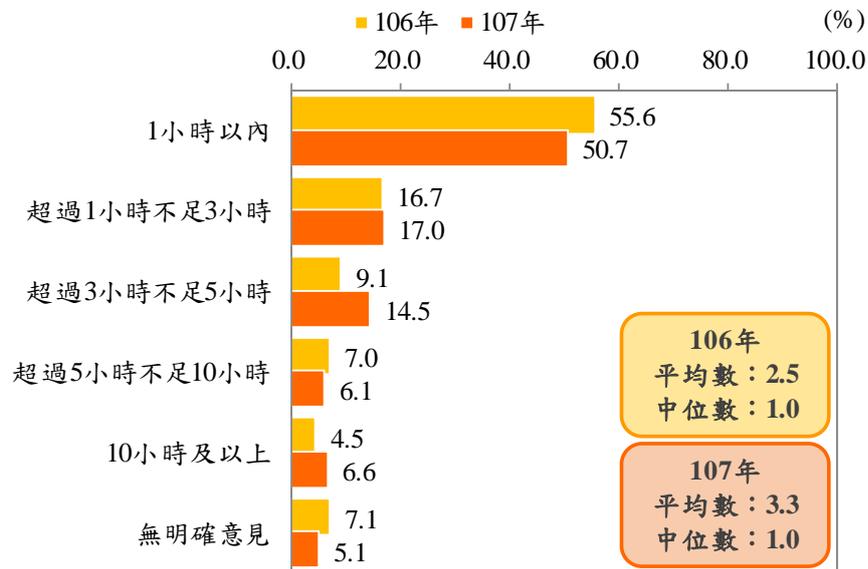


圖貳-24、107年民眾閱讀電子漫畫之數量
Base：106年 (N=276)、107年 (N=256)

(三) 閱讀紙本漫畫之時間

調查顯示，107年民眾閱讀紙本漫畫之時間，以1小時以內的比率較高，占50.7%，其次依序為超過1小時不足3小時(17.0%)、超過3小時不足5小時(14.5%)、10小時及以上(6.6%)、超過5小時不足10小時(6.1%)，另有5.1%無明確意見。平均數為3.3小時(標準差6.0)，中位數為1.0小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為0.5小時(標準差2.5)。

與106年調查結果相較，民眾107年閱讀紙本漫畫之時間由106年的2.5小時上升至107年的3.3小時，增加0.8小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的0.3小時上升至107年的0.5小時，增加0.2小時。

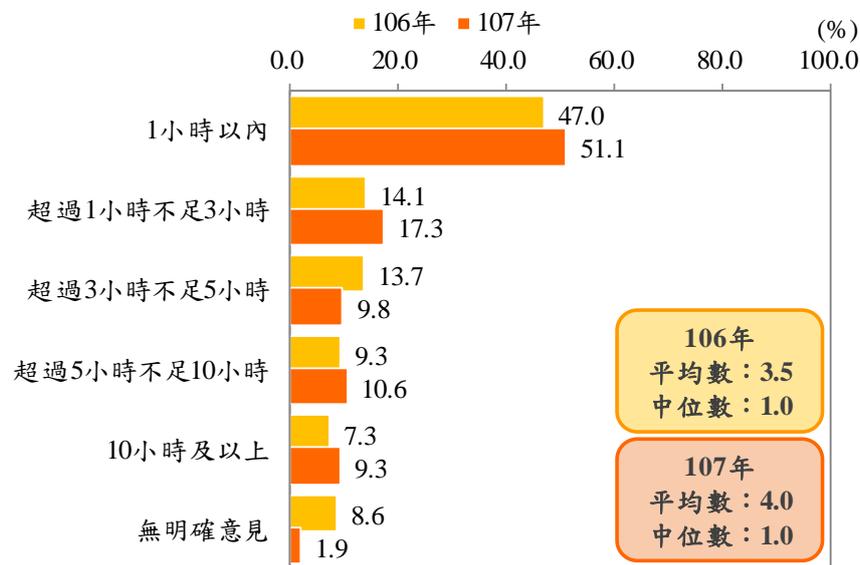


圖貳-25、107年民眾閱讀紙本漫畫之時間
Base：106年(N=249)、107年(N=224)

(四) 閱讀電子漫畫之時間

調查顯示，107年民眾閱讀電子漫畫之時間，以1小時以內的比率較高，占51.1%，其次依序為超過1小時不足3小時(17.3%)、超過5小時不足10小時(10.6%)、超過3小時不足5小時(9.8%)、10小時及以上(9.3%)，另有1.9%無明確意見。平均數為4.0小時(標準差8.5)，中位數為1.0小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為0.7小時(標準差3.8)。

與 106 年調查結果相較，民眾 107 年閱讀電子漫畫之時間由 106 年的 3.5 小時上升至 107 年的 4.0 小時，增加 0.5 小時。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 106 年的 0.5 小時上升至 107 年的 0.7 小時，增加 0.2 小時。



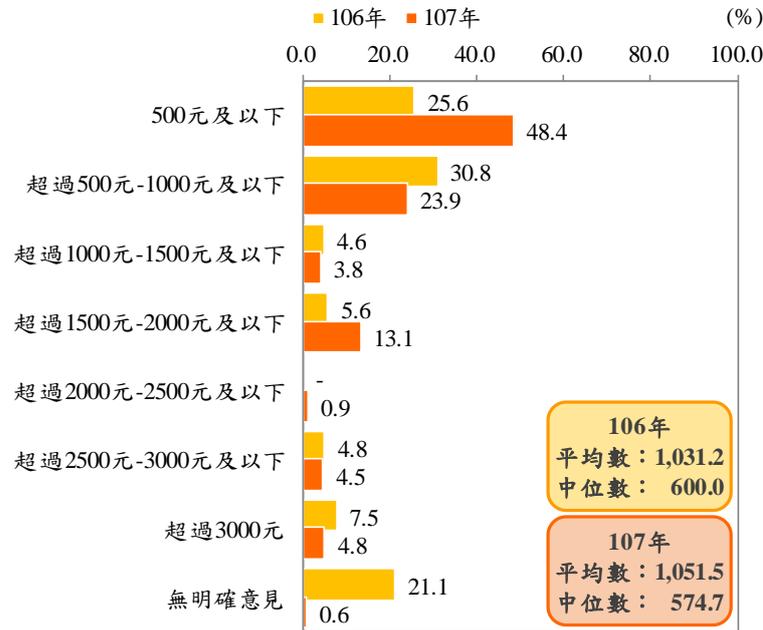
圖貳-26、107 年民眾閱讀電子漫畫之時間
Base：106 年 (N=276)、107 年 (N=256)

(五) 購買或付費閱讀紙本漫畫之金額

調查顯示，107 年曾購買或付費閱讀紙本漫畫之民眾，購買或付費閱讀紙本漫畫之金額以超過 500 元及以下的比率較高，占 48.4%，其次依序為超過 500 元-1,000 元及以下 (23.9%)、超過 1,500 元-2,000 元及以下 (13.1%)、超過 3,000 元 (4.8%)、超過 2,500 元-3,000 元及以下 (4.5%)、超過 1,000 元-1,500 元及以下 (3.8%)、超過 2,000 元-2,500 元及以下 (0.9%) 等，另有 0.6% 無明確意見。平均數為 1,051.5 元 (標準差 1,147.1)，中位數為 574.7 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 68.7 元 (標準差 390.8)。

與 106 年調查結果相較，民眾 107 年紙本漫畫消費金額由 106 年的 1,031.2 元上升至 107 年的 1,051.5 元，增加 20.3 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，

平均數由平均數由 106 年的 75.2 元下降至 107 年的 68.7 元，減少 6.5 元¹³。



圖貳-27、107 年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之金額
Base：106 年 (N=123)、107 年 (N=100)

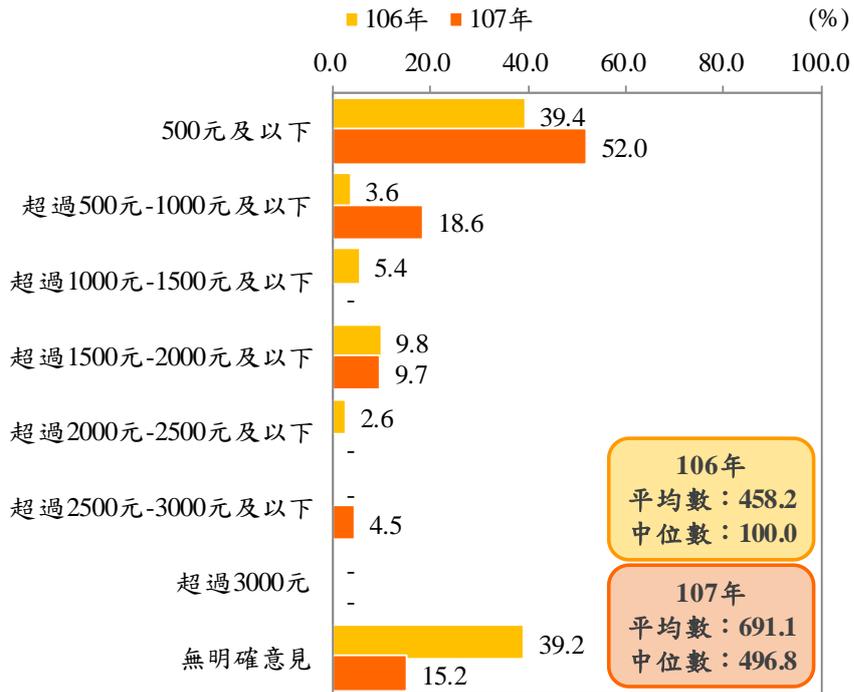
(六) 購買或付費閱讀電子漫畫之金額

調查顯示，107 年民眾購買或付費閱讀電子漫畫之金額，以 500 元以下的比率較高，占 52.0%，其次依序為超過 500 元-1,000 元及以下 (18.6%)、超過 1,500 元-2,000 元及以下 (9.7%)、超過 2,500 元-3,000 元及以下 (4.5%) 等，另有 39.2% 無明確意見。平均數為 691.1 元 (標準差 783.1)，中位數為 496.8 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 6.7 元 (標準差 100.7)。

與 106 年調查結果相較，民眾 107 年電子漫畫平均消費金額由 106 年的 458.2 元上升至 107 年的 691.1 元，增加 232.9 元。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 106 年的 8.5 元下降至 107 年的 6.7 元，減少 1.8 元¹⁴。

¹³ 107 年有購買者 (人數) 少於 106 年調查有購買者，因此在推估到 12 歲整體以上民眾的消費金額數值上於後續引用上須謹慎。

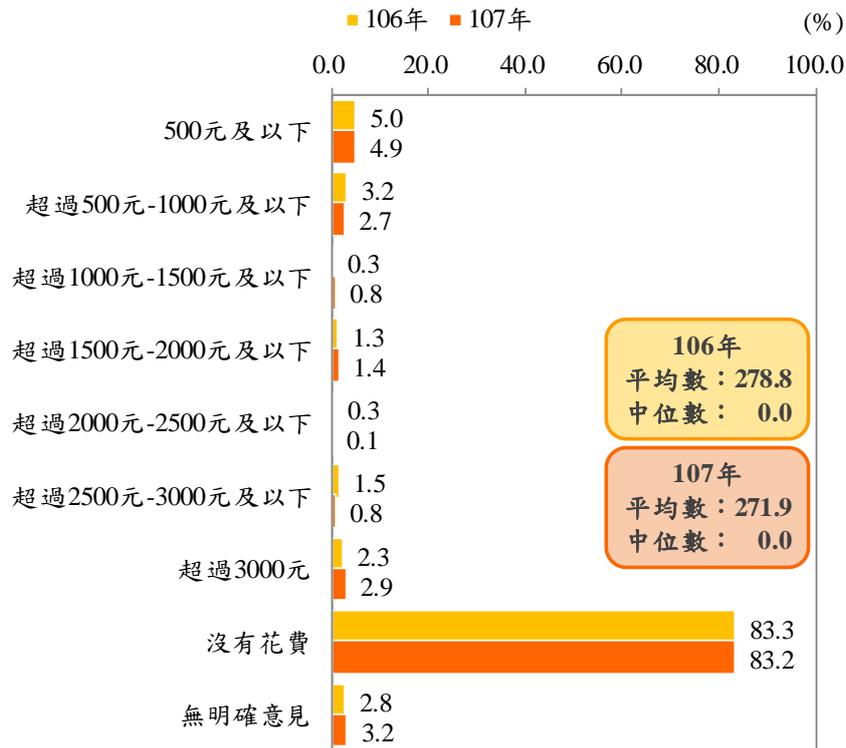
¹⁴ 107 年有購買者 (人數) 少於 106 年調查有購買者，因此在推估到 12 歲整體以上民眾的消費金額數值上於後續引用上須謹慎。



圖貳-28、107年民眾購買或付費閱讀電子漫畫之金額
Base：106年 (N=31)、107年 (N=15)

(七) 購買漫畫周邊商品之金額

調查顯示,107年民眾購買漫畫周邊商品之金額,以500元以下的比率高,占4.9%,其次依序為超過3,000元(2.9%)、超過500元-1,000元及以下(2.7%)、超過1,500元-2,000元及以下(1.4%)、超過1,000元-1,500元及以下(0.8%)、超過2,500元-3,000元及以下(0.8%)、超過2,000元-2,500元及以下(0.1%)等,另有83.2%沒有花費。平均數為271.9元(標準差1199.5),中位數為0元。若以12歲以上全體民眾進行換算,平均數為270.2元(標準差1,195.9)。

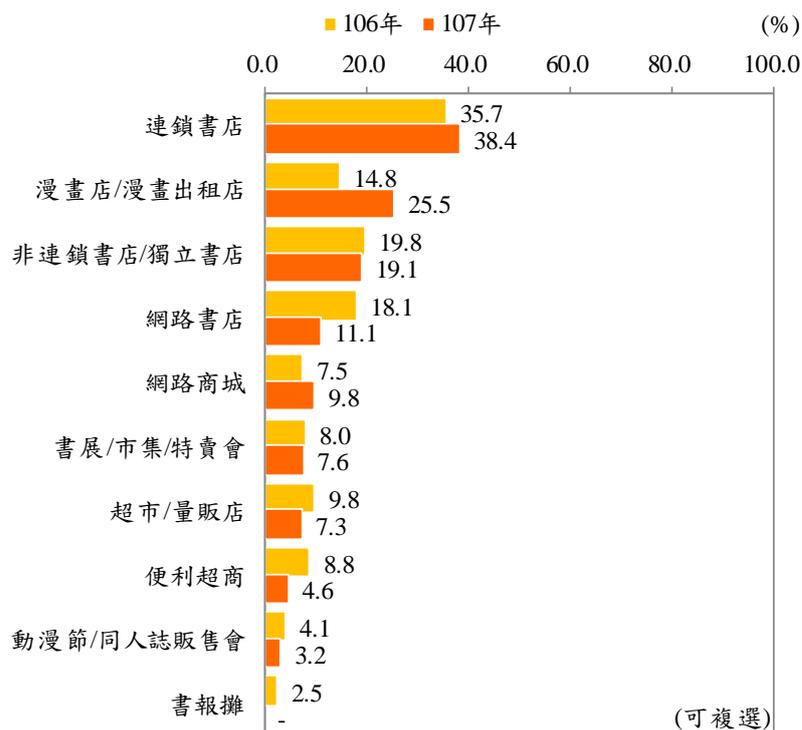


圖貳-28、107年民眾購買漫畫周邊商品之金額
Base：106年 (N=1,689)、107年 (N=1,510)

(八) 購買或付費閱讀紙本漫畫之管道

調查顯示，107年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之管道，以連鎖書店的比率較高，占38.4%，其次依序為漫畫店/漫畫出租店（25.5%）及非連鎖書店/獨立書店（19.1%）等。

與106年調查結果相較，民眾107年由連鎖書店購買或付費閱讀紙本漫畫的比率，由106年的35.7%上升至107年的38.4%，增加2.7個百分點。

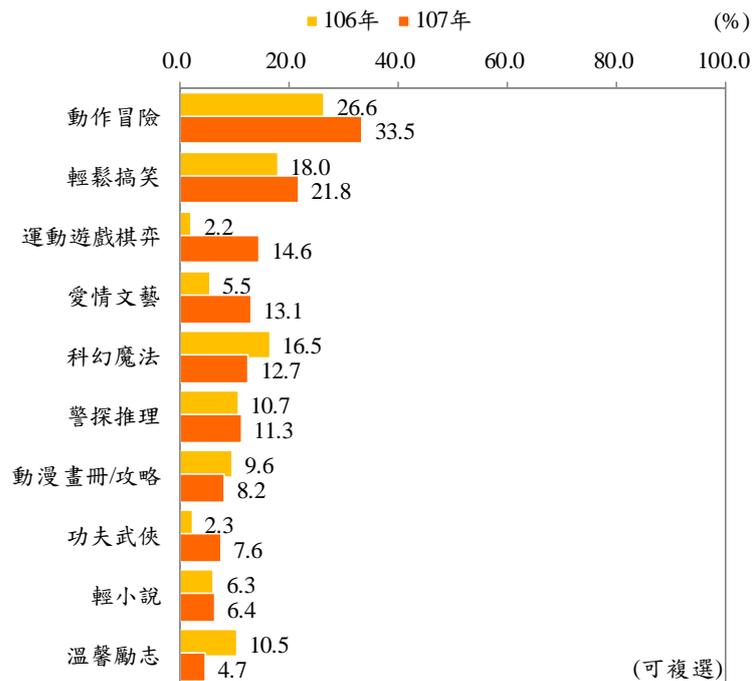


圖貳-29、107年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之管道
Base：106年 (N=123)、107年 (N=100)

(九) 購買或付費閱讀紙本漫畫之類型

調查顯示，107年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之類型，以動作冒險的比率較高，占33.5%，其次依序為輕鬆搞笑（21.8%）、運動遊戲棋弈（14.6%）等。

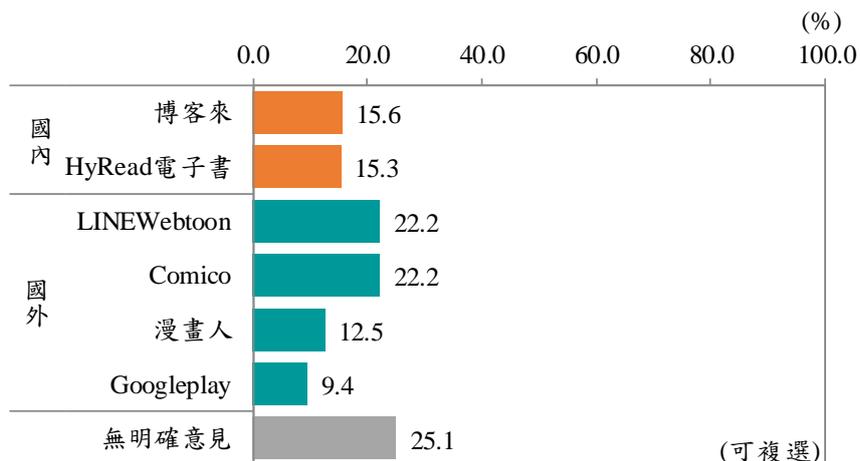
與106年調查結果相較，民眾107年購買或付費閱讀紙本漫畫之類型為動作冒險的比率，由106年的26.6%上升至107年的33.5%，增加6.9個百分點。



圖貳-30、107 年民眾購買或付費閱讀紙本漫畫之類型
Base：106 年 (N=123)、107 年 (N=100)

(十) 購買或付費閱讀電子漫畫的網路平台

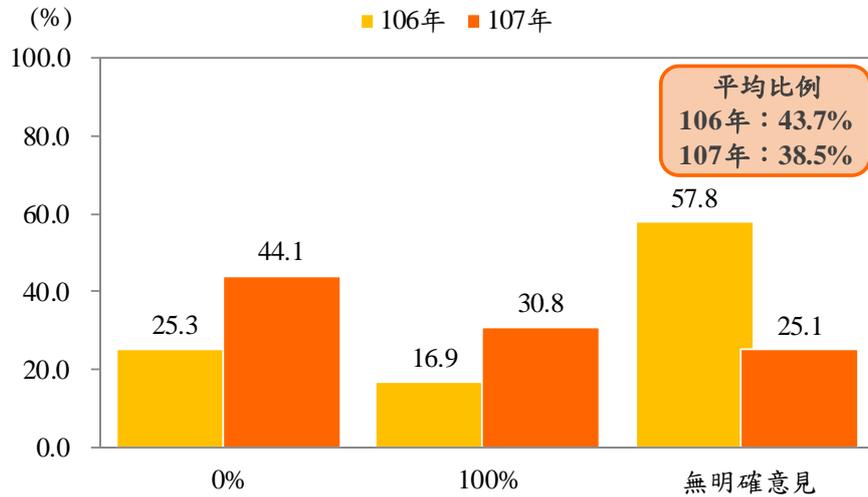
調查顯示，107 年民眾購買或付費閱讀電子漫畫的網路平台，國內平台以博客來 (15.6%) 的比率高，國外平台以 LINEWebtoon (22.2%)、Comico (22.2%) 的比率高，另有 25.1% 無明確意見。



圖貳-31、107 年民眾購買或付費閱讀電子漫畫的網路平台
Base：106 年 (N=31)、107 年 (N=15)

(十一) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例

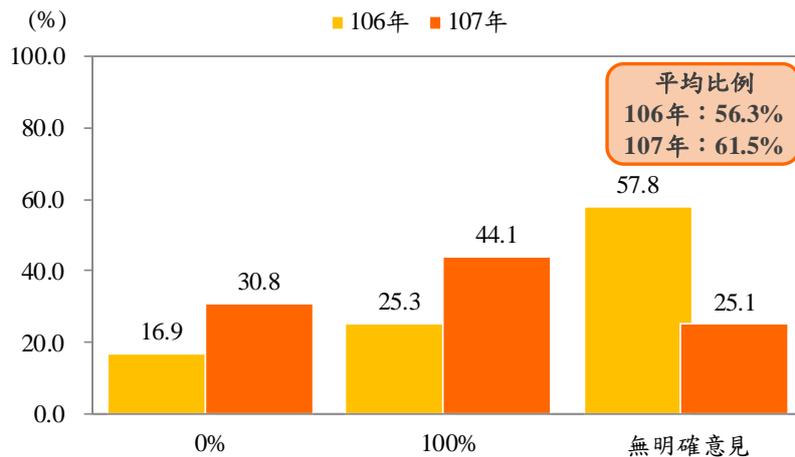
調查顯示，107年曾購買電子漫畫之民眾，從國內數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的平均比例為38.5%。



圖貳-32、107年民眾從國內數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例
Base：106年（N=31）、107年（N=15）

(十二) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例

調查顯示，107年曾購買電子漫畫之民眾，從國外數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的平均比例61.5%。

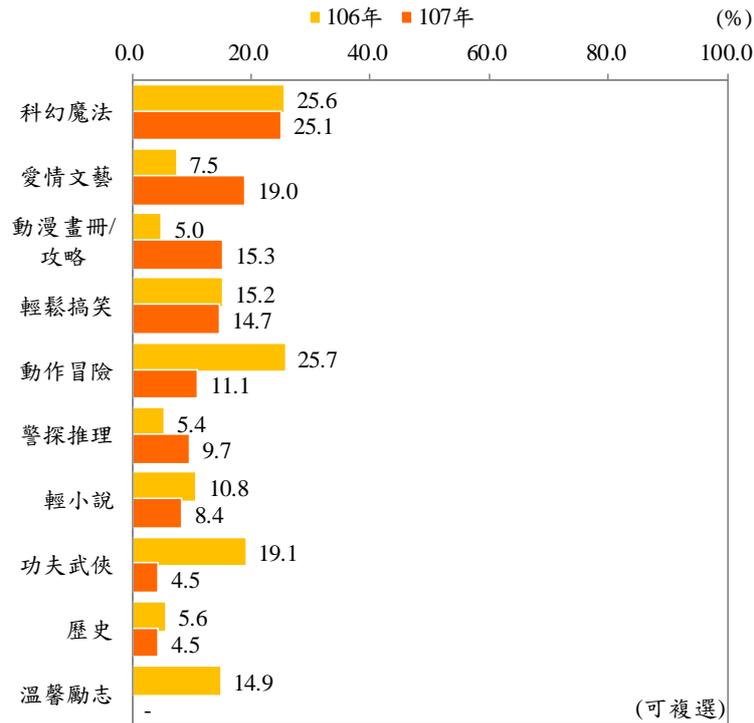


圖貳-33、107年民眾從國外數位平臺購買或付費閱讀電子漫畫占總金額的比例
Base：106年（N=31）、107年（N=15）

(十三) 購買或付費閱讀電子漫畫之類型

調查顯示，107 年民眾購買或付費閱讀電子漫畫之類型，以科幻魔法的比率較高，占 25.1%，其次依序為愛情文藝（19.0%）、動漫畫冊/攻略（15.3%）等。

與 106 年調查結果相較，民眾 107 年購買或付費閱讀電子漫畫之類型為科幻魔法的比率，由 106 年的 25.6% 下降至 107 年的 25.1%，減少 0.5 個百分點。



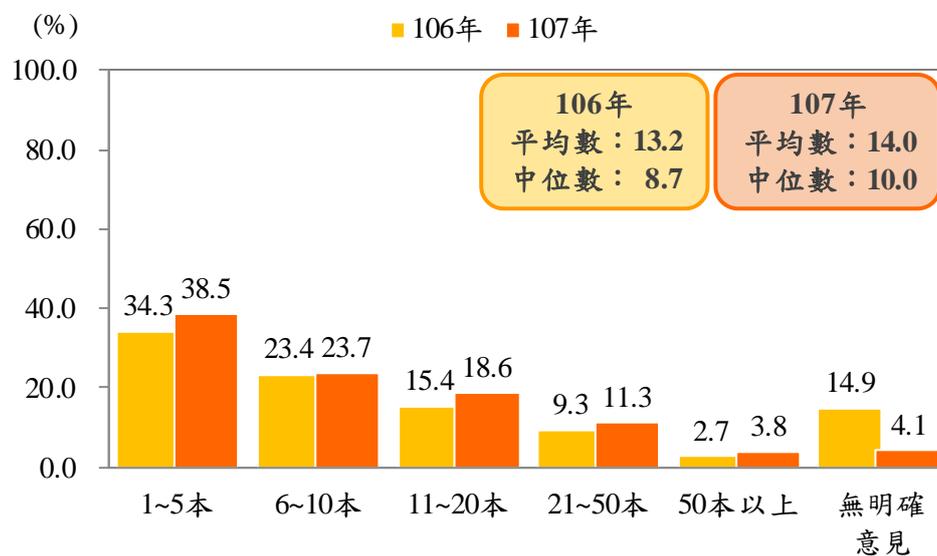
圖貳-34、107 年民眾購買或付費閱讀電子漫畫之類型
Base：106 年 (N=31)、107 年 (N=15)

四、(紙本及數位) 雜誌閱讀及消費經驗

(一) 閱讀紙本雜誌之數量

調查顯示，107 年民眾閱讀紙本雜誌之數量，以 1-5 本的比率較高，占 38.5%，其次依序為 6~10 本（23.7%）、11~20 本（18.6%）、21~50 本（11.3%）、50 本以上（3.8%）等，另有 4.1% 無明確意見。平均數為 14.0 本（標準差 20.0），中位數為 10.0 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 4.6 本（標準差 13.2）。

與 106 年調查結果相較，民眾 107 年閱讀紙本雜誌之數量由 106 年的 13.2 本上升至 107 年的 14.0 本，增加 0.8 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 106 年的 4.4 本上升至 107 年的 4.6 本，增加 0.2 本。

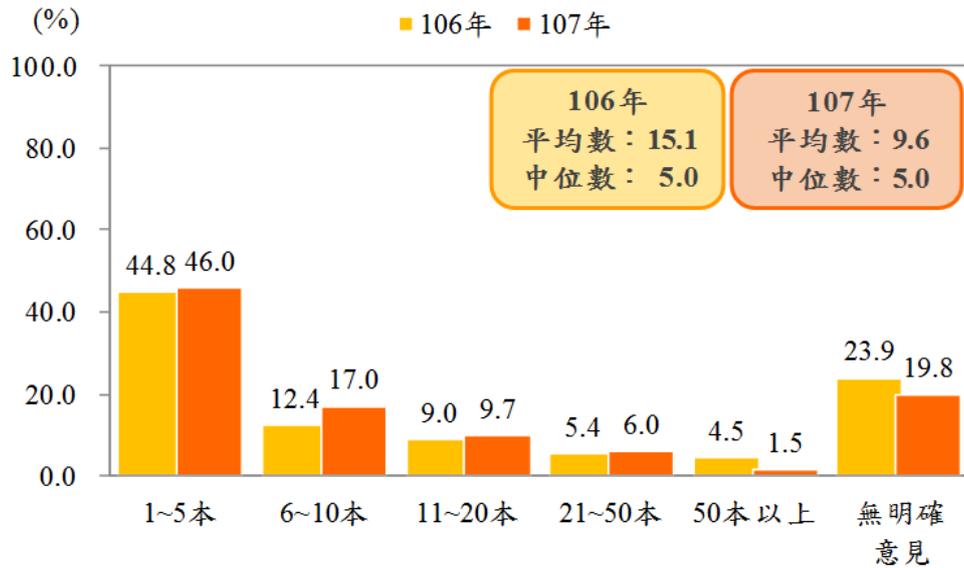


圖貳-35、107 年民眾閱讀紙本雜誌之數量
Base：106 年 (N=667)、107 年 (N=515)

(二) 閱讀電子雜誌之數量

調查顯示，107 年民眾閱讀電子雜誌之數量，以 1-5 本的比率高，占 46.0%，其次依序為 6~10 本 (17.0%)、11~20 本 (9.7%)、21~50 本 (6.0%)、50 本以上 (1.5%) 等，另有 19.8% 無明確意見。平均數為 9.6 本 (標準差 18.3)，中位數為 5.0 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 1.2 本 (標準差 7.2)。

與 106 年調查結果相較，民眾 107 年閱讀電子雜誌之數量由 106 年的 15.1 本下降至 107 年的 9.6 本，減少 5.5 本。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數由 106 年的 2.1 本下降至 107 年的 1.2 本，減少 0.9 本。

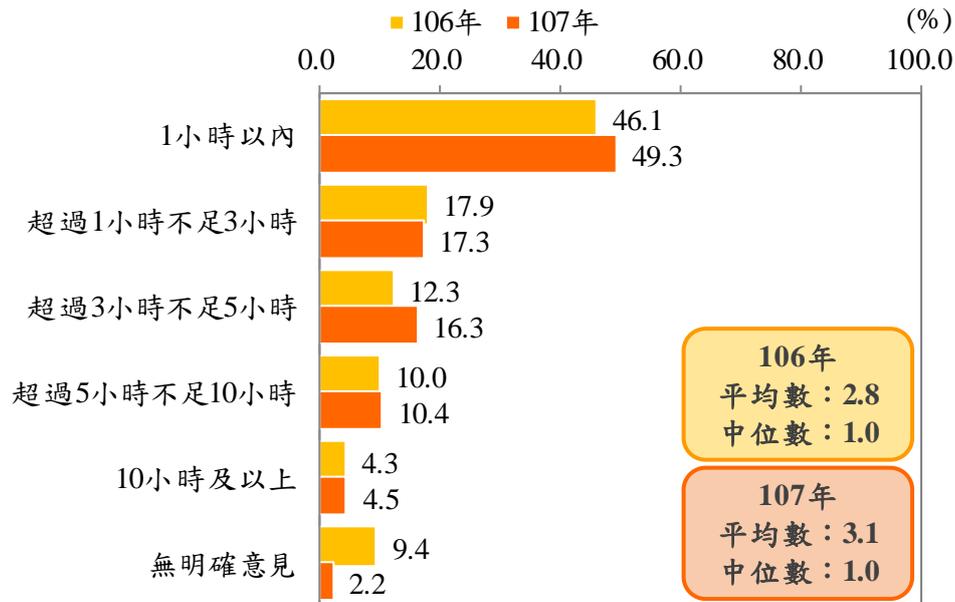


圖貳-36、107年民眾閱讀電子雜誌之數量
Base：106年（N=304）、107年（N=234）

（三）閱讀紙本雜誌之時間

調查顯示，107年民眾閱讀紙本雜誌之時間，以1小時以內的比率較高，占49.3%，其次依序為超過1小時不足3小時（17.3%）、超過3小時不足5小時（16.3%）、超過5小時不足10小時（10.4%）、10小時及以上（4.5%）。平均數為3.1小時（標準差5.9），中位數為1.0小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為1.0小時（標準差3.7）。

與106年調查結果相較，民眾107年閱讀紙本雜誌之時間由106年的2.8小時上升至107年的3.1小時，增加0.3小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的1.0小時維持在107年的1.0小時。

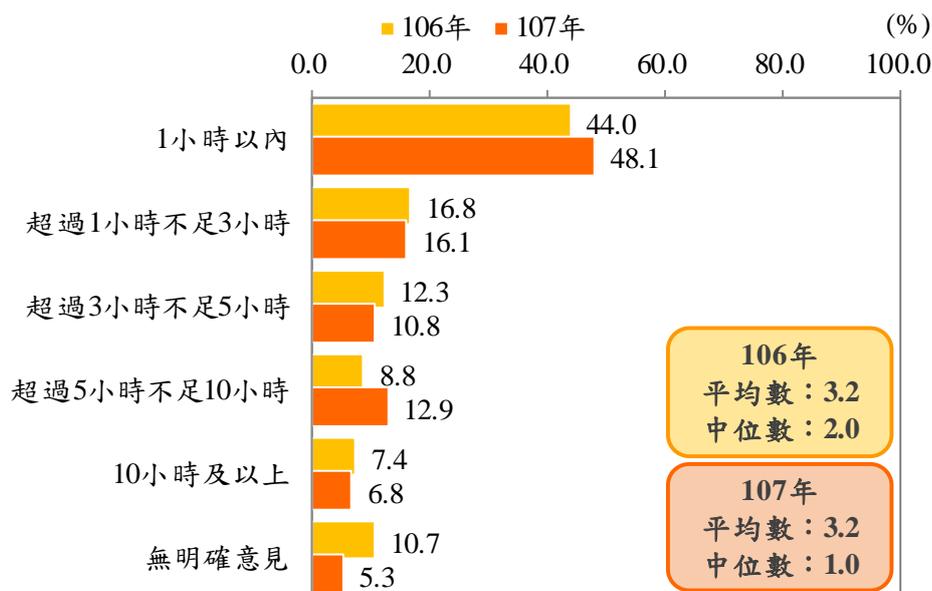


圖貳-37、107年民眾閱讀紙本雜誌之時間
Base：106年(N=667)、107年(N=515)

(四) 閱讀電子雜誌之時間

調查顯示，107年民眾閱讀電子雜誌之時間，以1小時以內的比率較高，占48.1%，其次依序為超過1小時不足3小時(16.1%)、超過5小時不足10小時(12.9%)、超過3小時不足5小時(10.8%)、10小時及以上(6.8%)。平均數為3.2小時(標準差4.2)，中位數為1.0小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為0.5小時(標準差2.0)。

與106年調查結果相較，民眾107年閱讀電子雜誌之時間由106年的3.2小時維持107年的3.2小時。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的0.5小時維持107年的0.5小時。

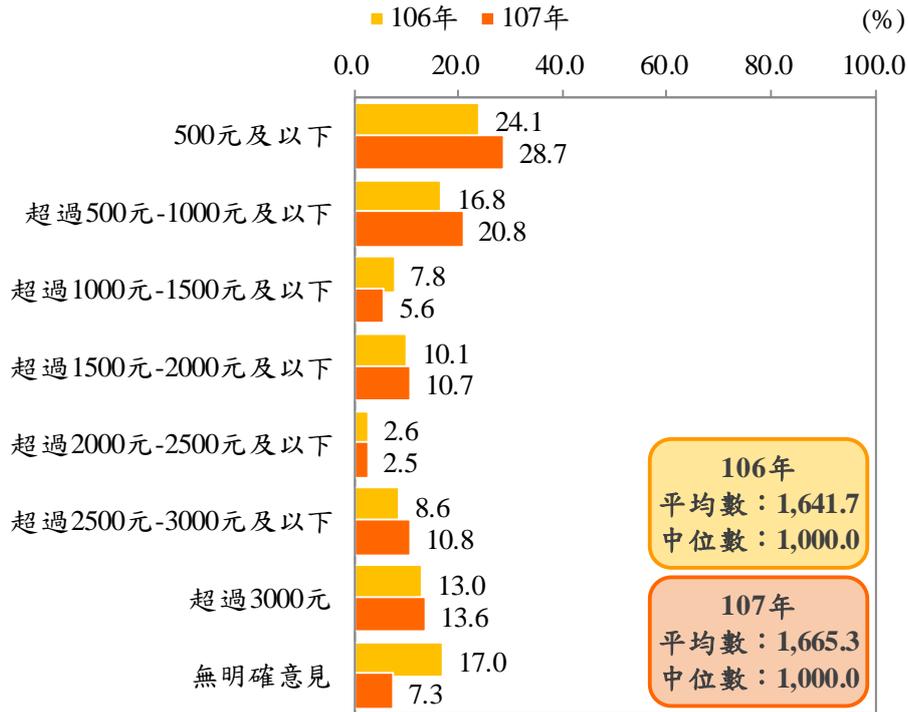


圖貳-38、107年民眾閱讀電子雜誌之時間
Base：106年 (N=304)、107年 (N=234)

(五) 購買或付費閱讀紙本雜誌之金額

調查顯示，107年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之金額，以500元以下的比率較高，占28.7%，其次依序為超過500元-1,000元及以下(20.8%)、超過3,000元(13.6%)、超過2,500元-3,000元及以下(10.8%)、超過1,500元-2,000元及以下(10.7%)、超過1,000元-1,500元及以下(5.6%)、超過2,000元-2,500元及以下(2.5%)等，另有7.3%不知道金額。平均數為1,665.3元(標準差1,837.6)，中位數為1,000元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為261.4元(標準差946.3)。

與106年調查結果相較，民眾107年紙本雜誌平均消費金額由106年的1,641.7元上升至107年的1,665.3元，增加23.6元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的326.8元下降至107年的261.4元，減少65.4元。

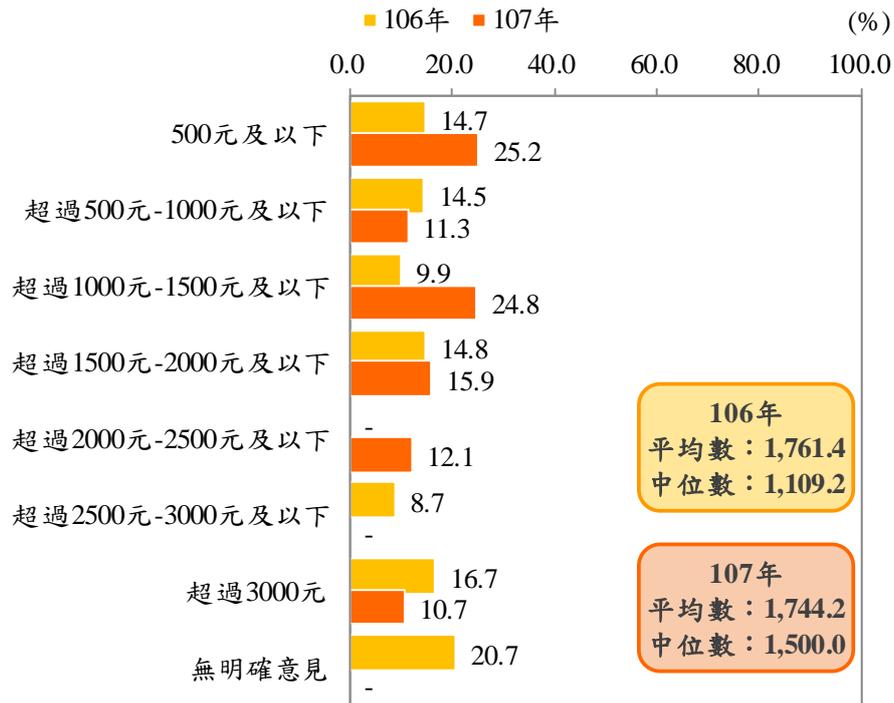


圖貳-39、107年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之金額
Base：106年 (N=336)、107年 (N=241)

(六) 購買或付費閱讀電子雜誌之金額

調查顯示，107年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之金額，以500元及以下的比率較高，占25.2%，其次依序為超過1,000元-1,500元及以下(24.8%)、超過1,500元-2,000元及以下(15.9%)、超過2,000元-2,500元及以下(12.1%)、超過500元-1,000元及以下(11.3%)、超過3,000元(10.7%)等。平均數為1,744.2元(標準差1,753.4)，中位數為1,500.0元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數為24.0元(標準差285.7)。

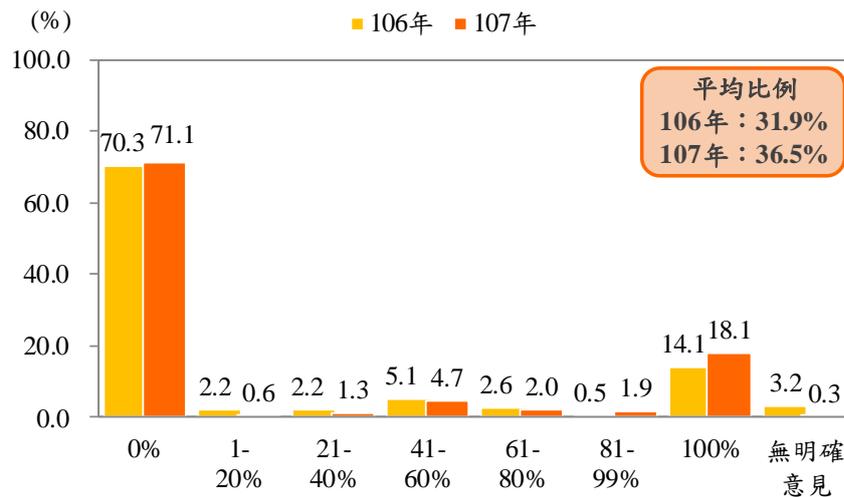
與106年調查結果相較，民眾107年電子雜誌平均消費金額由106年的1,761.4元下降至107年的1,744.2元，減少17.2元。若以12歲以上全體民眾進行換算，平均數由106年的38.6元下降至107年的24.0元，減少14.6元。



圖貳-40、107年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之金額
Base：106年（N=37）、107年（N=22）

(七) 使用訂閱方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例

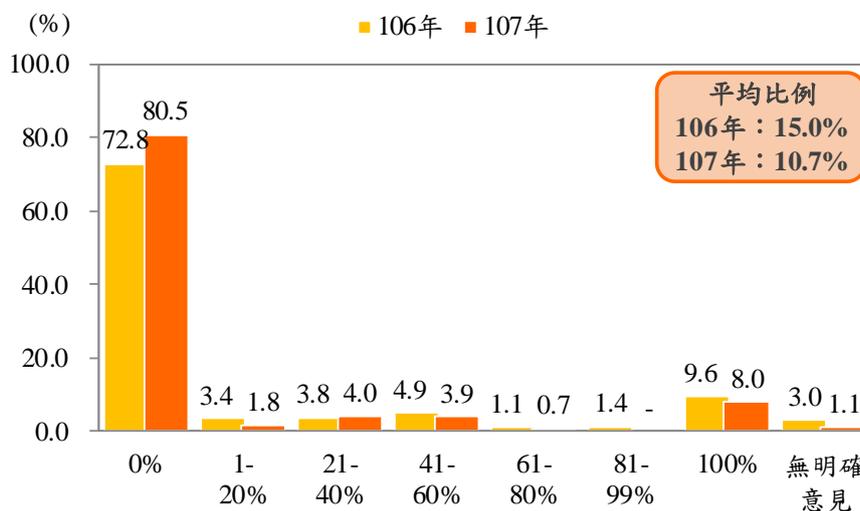
調查顯示，107年曾付費閱讀紙本雜誌之民眾，使用訂閱方式付費閱讀紙本雜誌占總金額的平均比例為36.5%。



圖貳-41、107年民眾使用訂閱方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例
Base：106年（N=336）、107年（N=241）

(八) 使用網路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例

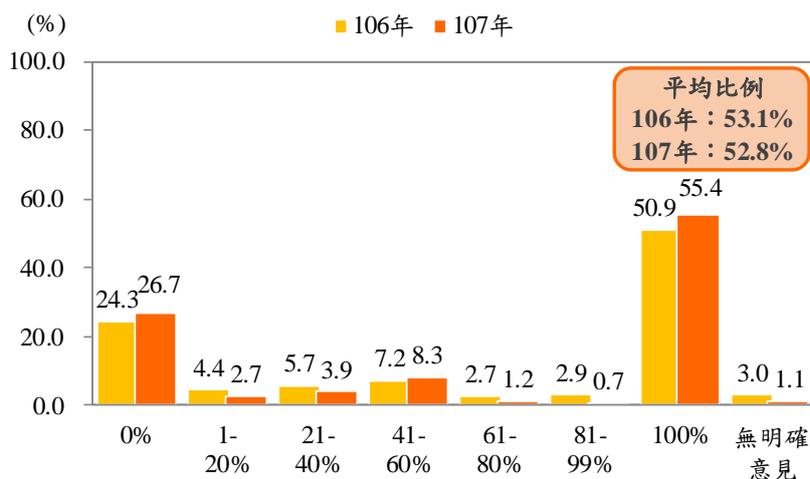
調查顯示，107年曾付費閱讀紙本雜誌之民眾，使用網路租閱或零買方式付費閱讀紙本雜誌占總金額的平均比例為10.7%。



圖貳-42、107年民眾使用網路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例
Base：106年 (N=336)、107年 (N=241)

(九) 從實體通路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例

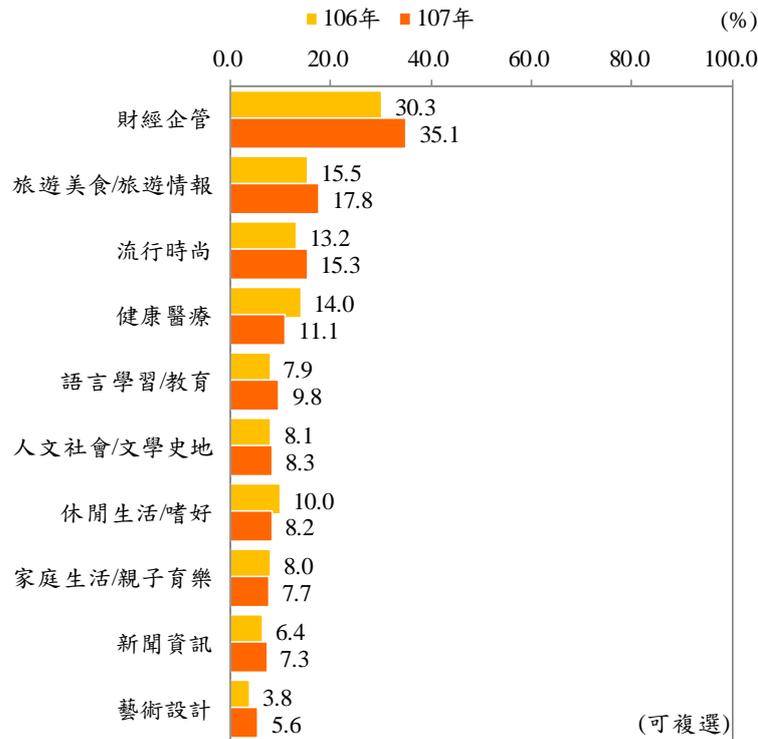
調查顯示，107年曾付費閱讀紙本雜誌之民眾，從實體通路租閱或零買方式付費閱讀紙本雜誌占總金額的平均比例為52.8%。



圖貳-43、107年民眾從實體通路租閱或零買方式閱讀紙本雜誌占總金額的比例
Base：106年 (N=336)、107年 (N=241)

(十) 購買或付費閱讀紙本雜誌之類型

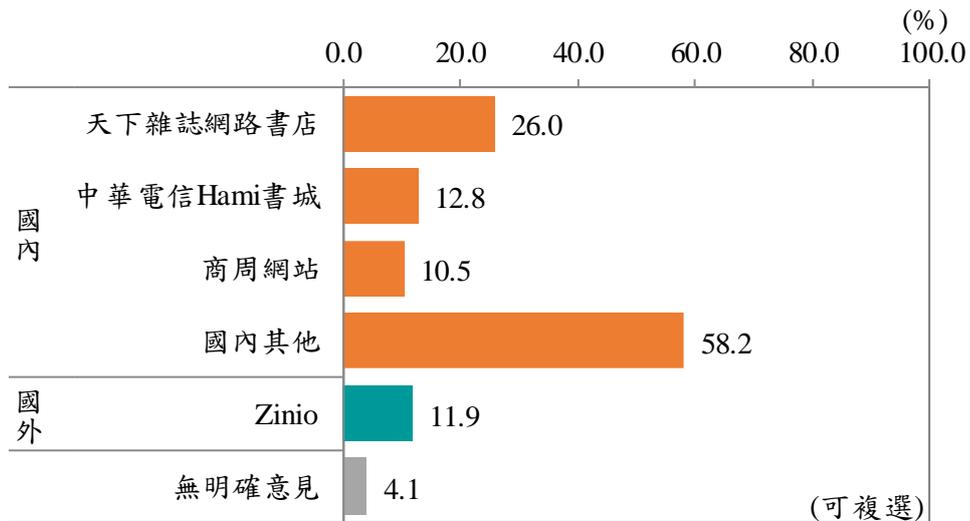
調查顯示，107 年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之類型，以財經企管的比率較高，占 35.1%，其次依序為旅遊美食/旅遊情報（17.8%）及流行時尚（15.3%）等。



圖貳-44、107 年民眾購買或付費閱讀紙本雜誌之類型
Base：106 年 (N=336)、107 年 (N=241)

(十一) 購買或付費閱讀電子雜誌之網路平台

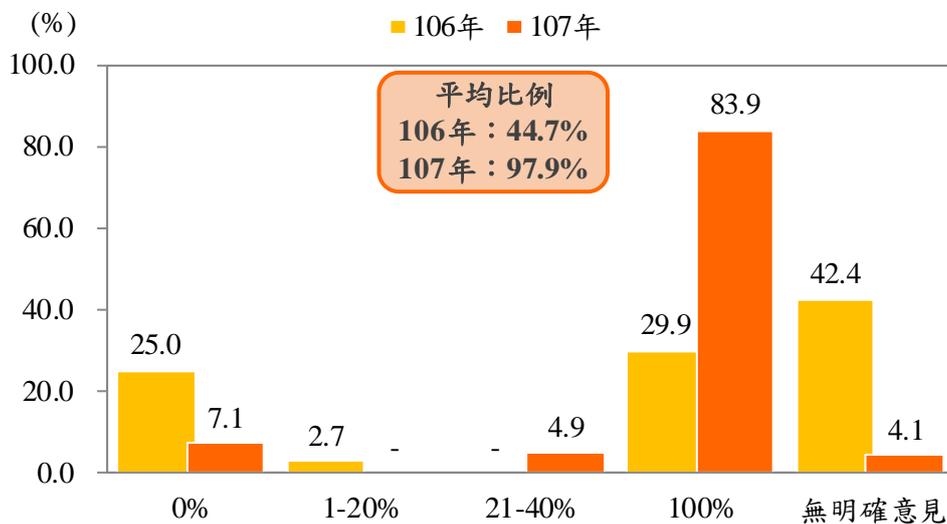
調查顯示，107 年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之網路平台，國內平台以天下雜誌網路書店（26.0%）的比率較高，國外平台以 Zinio（11.9%）的比率較高，另有 4.1%無明確意見。



圖貳-45、107年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之網路平台
Base：106年（N=37）、107年（N=22）

(十二) 從國內數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例

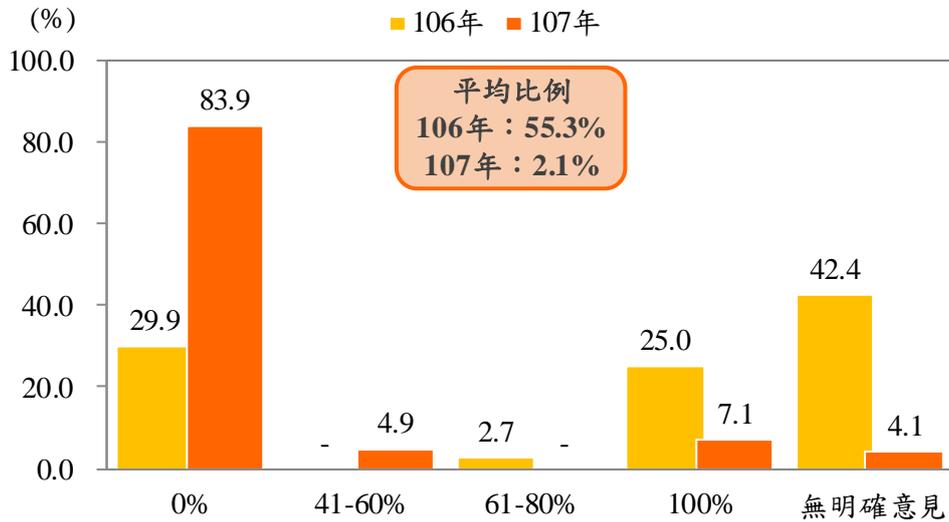
調查顯示，107年曾購買電子雜誌之民眾，從國內數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的平均比例為97.9%。



圖貳-46、107年民眾從國內數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例
Base：106年（N=37）、107年（N=22）

(十三) 從國外數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例

調查顯示，107年曾購買電子雜誌之民眾，從國外數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的平均比例為2.1%。

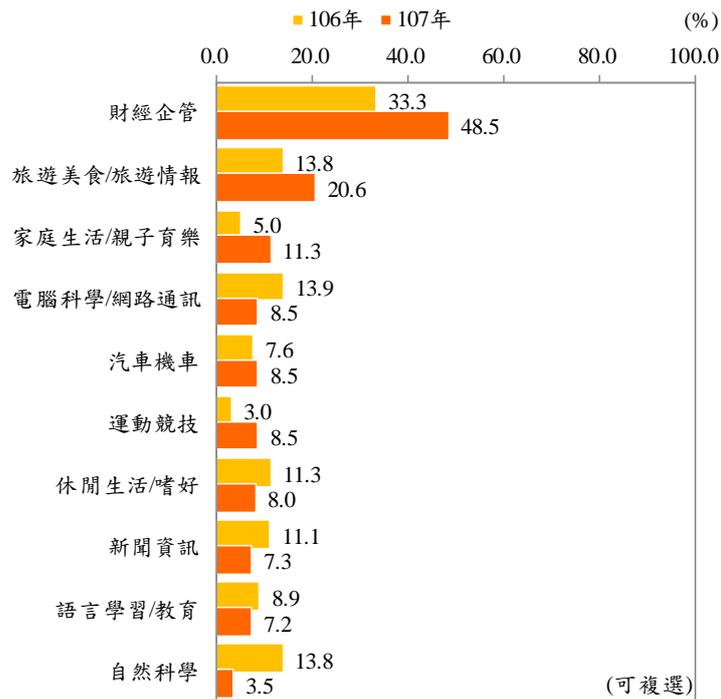


圖貳-47、107年民眾從國外數位平臺購買或付費閱讀電子雜誌占總金額的比例
Base：106年 (N=37)、107年 (N=22)

(十四) 購買或付費閱讀電子雜誌之類型

調查顯示，107年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之類型，以財經企管的比率較高，占48.5%，其次依序為旅遊美食/旅遊情報(20.6%)、家庭生活/親子育樂(11.3%)等。

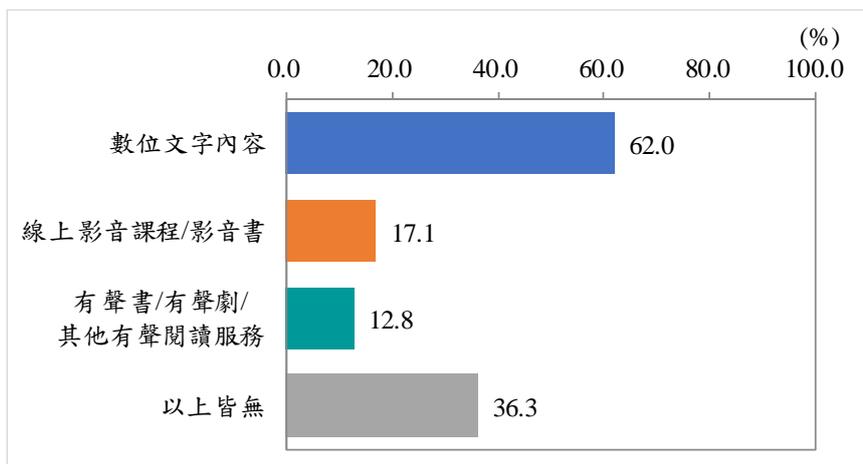
與106年調查結果相較，民眾107年購買或付費閱讀電子雜誌之類型為財經企管的比率，由106年的33.3%上升至107年的48.5%，增加15.2個百分點。



圖貳-48、107年民眾購買或付費閱讀電子雜誌之類型
Base：106年 (N=37)、107年 (N=22)

(十五) 閱讀數位內容之經驗

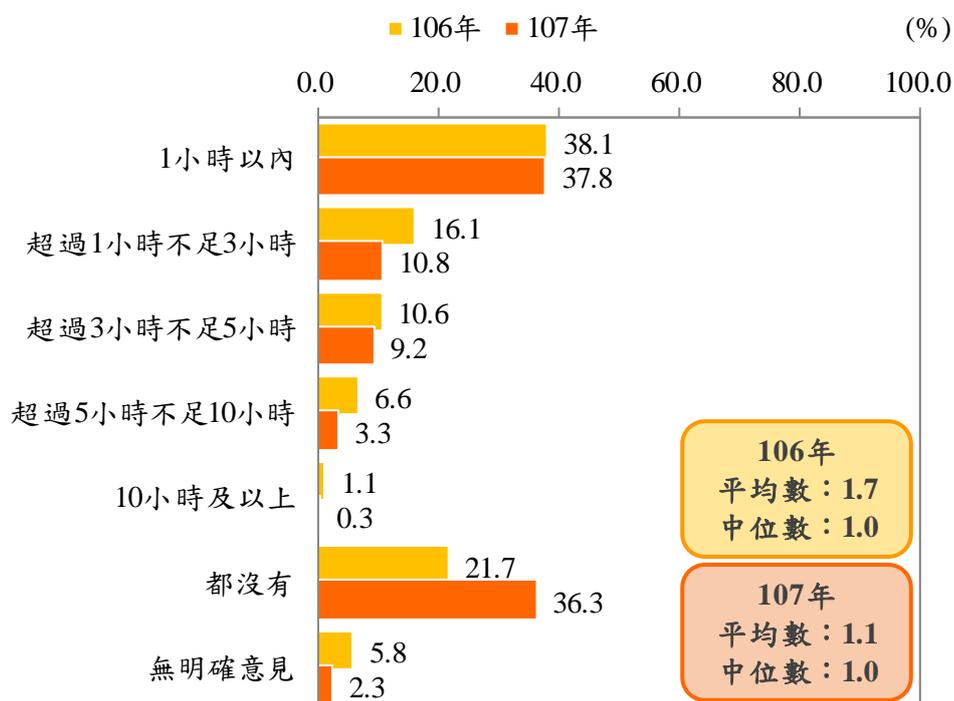
調查顯示，107年民眾閱聽數位內容之經驗，以閱聽過數位文字內容的比率較高，占62.0%，其次依序為線上影音課程/影音書(17.1%)、有聲書/有聲劇/其他有聲閱讀服務(12.8%)等，另有36.3%都沒有。



圖貳-49、107年民眾閱聽數位內容之經驗
Base：106年 (N=1,689)、107年 (N=1,510)

(十六) 閱讀數位文字內容之時間

調查顯示，107 年民眾平均每天閱讀數位文字內容之時間，以 1 小時以內的比率高，占 37.8%，其次依序為超過 1 小時不足 3 小時 (10.8%)、超過 3 小時不足 5 小時 (9.2%)、超過 5 小時不足 10 小時 (3.3%)、10 小時及以上 (0.3%) 等，另有 36.3% 都沒有，2.3% 無明確意見。平均數為 1.1 小時 (標準差 1.4)，中位數為 1.0 小時。若以 12 歲以上全體民眾進行換算，平均數為 1.1 小時 (標準差 1.4)。



圖貳-50、107 年民眾閱讀數位文字內容之時間
Base：106 年 (N=1,689)、107 年 (N=1,510)