時報文化出版 (8923)

尊重智慧與創意的文化事業

簡報大綱

01 公司沿革

02 產業現況

03 歷年好書

04 年度計畫

05 經營策略

06 未來展望

07 財務資訊

08 結語

免責聲明

本簡報所提供資訊包含前瞻性資訊描述，包括營運展望、財務狀況及業務預期等內容，前瞻性資訊將受風險、推論以及產業不確定性影響，實際結果可能與簡報中之預期性資訊有所落差。本簡報所提及展望或預期內容並未明示或暗示表達或保證其內容具有正確性、完整性、或可靠性，僅反應本公司截至目前為止對於未來的評估，評估內容若於未來有變更或調整，本公司並不負責即時提醒與更新。

01

公司沿革

- 公司創立
- 歷史簡介

公司創立

時報出版從1975年草創階段，伴隨著中國時報的出版需求。到了1980年代，時報出版開始計畫性地進行經營體制的改造。1985年時報出版從中國時報脫離，正式登記成為財務獨立的「有限公司」。1995年再增資成為「股份有限公司」，並且逐步讓時報出版成為一家股份員工共享、股票上櫃的出版公司。

這個理想，終於在1999年達成。「時報文化出版企業股份有限公司」成為台灣及華文世界第一家股票公開發行上櫃的出版社。迄今的成績證明，時報出版不僅真正成為一家財務透明化、經營制度化的出版公司，也標誌台灣出版業的一大里程碑。

時報文化大樓

地址:台北市萬華區和平西路三段240號

公司發展

1975 報社成立出版部

1985 成立公司

1995 成為股份有限公司

1999 股票上櫃

2008 獨立經營

時報文化出版公司曾經是中國時報媒體集團的重要成員 (集團涵蓋了報紙、雜誌、電視、網路及出版五大領域)

2008年11月，中時媒體集團被旺旺集團收購，時報出版是唯一未交易的公司

近49年來累積出版品約10,000多種
連續多年，獲得博客來、誠品、金石堂單一品牌出版社銷售冠軍
每年多本好書，榮獲各項年度好書獎項

經營穩健、獲利良好、質量並重、品牌形象佳

時報出版
readingtimes.com.tw

企業價值：尊重智慧與創意的文化事業

logo是SP兩字疊在一起，是時報兩字的音譯。
logo像棵大樹，寓意我們將大樹賦予文字成書，影響更多人，流傳更久遠！
logo外型像個印刷的輪轉機，是出版事業的核心製程，也希望是源源不斷滾動的創新源頭。

02

產業現況

- 出版vs消費
- 出版vs閱讀

出版單位與數量趨勢

一般出版社出版種數佔比小幅成長0.47%；個人亦微幅成長；而政府機關跌幅0.6%。

出版機構計4,660家，出版圖書57,338種

年出版量10 種以上之出版機構佔全體13.89%；亦佔全部出版量86.84%（較上年度略增1.84%)

出版種數　　出版機構

2023年申請ISBN之出版家數減少185家，新書出版總量，成長2.17%。其中,紙本書跌幅7.01%；電子書成長幅度19.67% ；有聲書跌幅26.95%。

(國家圖書館-2023年臺灣國際標準書號申請分析報告)

出版圖書與閱讀趨勢

近三年國人閱讀力消長概況

指標項目	110 年	111 年	112 年	111-112 增加量	近兩年相較
進館總人次	5,859	8,631	10,837	2,206	↑ (25.55%)
借閱總人次	1,890	2,998	3,528	530	↑ (17.67%)
借閱總冊數	7,783	9,244	12,723	3,479	↑ (37.63%)
紙本圖書借閱總冊數	6,977	9,311	11,732	2,421	↑ (26.00%)
電子書借閱總冊數借閱總冊數	806	933	991	58	↑ (6.21%)
累計辦證數	1,926	2,002	2,100	98	↑ (4.89%)
網站資源使用次數	55,529	66,792	80,414	13,622	↑ (20.39%)

（單位：萬，含國立圖書館數據）

公共圖書館推動閱讀有成，無論借閱人次、紙本或電子書冊數，皆持續成長；

(國家圖書館-2023年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告)

112 年各類別圖書借閱排行及借閱比例

排行	類別	百分比	近兩年相較
1	語言文學	53.81%	↓ (5.97%)
2	應用科學	8.32%	↑ (0.51%)
3	自然科學	7.44%	↑ (0.38%)
4	社會科學	6.67%	↑ (0.70%)
5	史地	5.88%	↑ (0.93%)
6	藝術	5.55%	↑ (1.00%)
7	哲學	5.16%	↑ (1.10%)
8	總類	3.67%	↑ (0.53%)
9	宗教	3.51%	↑ (0.83%)

註：僅含紙本圖書借閱數據。

語言文學、應用科學及自然科學依舊閱讀最愛前三名6

112 年不同年齡層讀者借閱冊數排行

年齡層	112年			111 年比例	近兩年相較
	排行	借閱冊數（單位：萬）	比例		
35-44 歲	1	2,654	22.62%	26.56%	
6-11 歲	2	2,417	20.60%	16.38%	↑(4.22%)
45-54 歲	3	1,782	15.19%	17.84%	
55-64 歲	4	936	7.98%	8.76%	
25-34 歲	5	913	7.78%	9.62%	
65 歲＋	6	846	7.21%	5.98%	↑(1.23%)
0-5 歲	7	827	7.05%	4.61%	↑(2.44%)
12-17 歲	8	797	6.79%	6.72%	↑(0.07%)
18-24 歲	9	560	4.77%	3.53%	↑(1.24%)

註：僅含紙本圖書借閱數據。

35~54歲壯年及小學生讀者為閱讀主力，但僅小學生讀者持續上升

2023 年台灣圖書出版現況

- 2023年出版總量提升2.17%。紙消電長：紙本書減少7.01%、電子書成長19.67%。
  - 電子書接受度越來越高，出版量持續擴大。
  - 有聲書發展有待持續觀察：自2021年出版量暴增後，僅維持兩年數量400種以上，但2023年減少114種（跌幅26.95%），情勢未明朗。
  - 各類型圖書定價區間以300元至399元間占比最高（30%），其次400元至499元（17%）
- 2023 年全民閱讀力再創高峰，公共圖書館全年進館總人次突破1 億人次。較上一年較成長25.55%。
  - 「借閱總人次」成長17.67%　與「借閱總冊數」成長37.63%。
  - 2023年度讀者最愛圖書：以「投資理財」書籍最受青睞。
  - 2023年讀者最愛圖書TOP20：本公司出版《人生實用商學院：誰偷了你的錢？》第8名、《兒子使用說明書》第13名。(以公共圖書館統計數字為準)

(國家圖書館-2023年臺灣國際標準書號申請分析報告)　(國家圖書館-2023年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告)

台灣出版業生態的崩壞

題材來源困境

01 本土作家

千萬版稅時代不再，創作不及譯書收入。

02 外文書

平均銷量跌破損益平衡點，沈重的預付版稅、翻譯費，厚重外文書出版卻步，文學創作與嚴肅文史書變毒藥。

03 部落客網紅

網路首發結集出版變多，自費出版變多，改變出版的標準與品質。

產業環境

台灣出版產業危機

新市場未成熟

紙本書銷售下滑，電子書與有聲書銷售雖持續成長，但餅仍小，貢獻仍然有限

市場限制

台灣圖書市場下跌，港澳新馬繁體字書市也下跌，大陸市場對台灣開放有限

閱讀習慣

閱讀習慣改變、少看書、較不看字看影像較輕鬆

資訊取得

智慧型手機成新閱讀器、臉書、IG、Youtube、網頁...替代書

03

歷年好書

- 暢銷書榜
- 得獎好書

近期暢銷書

2021

2022

2023

2024.01~06

歷年暢銷書

1. 《達文西密碼》
2. 《EQ》
3. 《牧羊少年奇幻之旅》
4. 《天使與魔鬼》
5. 《1Q84 (1)(2)(3)》
6. 《毛澤東私人醫生回憶錄》
7. 《挪威的森林》
8. 《目送》
9. 《遇見100%女孩》
10. 《每天清除癌細胞》

皆超過20萬本銷售紀錄

2024得獎作品

TiBE 台北國際書展 Taipei International Book Exhibition

台北國際書展大獎

小說獎

作者：張貴興

鱷眼晨曦

金鼎

非文學圖書獎獎

作者：朱健炫

深處的煤鄉

炭空：追尋記憶

入圍

兒童及少年圖書類

作者：吳宜蓉

開箱臺灣史

得獎好書

金鼎獎

1996 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2010 2011 2012 2018 2019 2022 2024

《COCO政治漫畫1995-1996》
《喫茶去-茶菜的藝術》
金鼎獎評定優良出版品

《珍藏美麗島》
《百年思索》
《亞當的秘密》獲獎

《悲傷茱麗葉》
《農莊共和國》
獲獎

《郭芝苑-沙漠中盛開的紅薔薇》獲獎

《十年一覺電影夢》
《25℃的咖啡之 戀愛幸福》
獲優良圖書推薦。

《熊秉元漫步法律》
《御獸園》
《梁山伯與祝英台》獲獎

《什麼事都在發生》獲獎

《掉進兔子洞–英倫童書地圖》
《關於上班這件事》獲獎
《憂鬱，為何不就醫？》
《合肥四姊妹》《憂容童子》
《阿咪子故事繪》入圍

《甜心澀女郎》《大崩壞》
《一年甲班34號》獲獎
《宮前町九十番地》
《地下鄉愁藍調》入圍

《絕對小孩》最佳漫畫書獎《天安門》入圍

《人人身上都是一個時代》獲獎
《我的小革命》入圍

《一次看懂自然科學》獲獎
《三世人》入圍

《台北爸爸，紐約媽媽》獲獎。《醫23事》
《命根子終極解密》入圍

《袒露的心》
文學圖書金鼎獎
《像我這樣一個記者》
優良推薦

《禮物》
優良推薦

《馴羊記》
《俗女日常》
優良出版品圖書類

《炭空》獲獎。
《開箱臺灣史》
入圍

04

年度計畫

- 營運計畫
- 產銷政策
- 發展策略

年度營運計劃

1. 從紙本出版出發，邁向數位出版及文化創意產業。
2. 調整產品開發模式，追求營運轉型。
3. 落實績效管理，強化內部溝通與成長。

重要產銷政策

1. 擴大爭取國內外著名作者與作品。爭取作者全品牌經營。
2. 強化經營轉型，積極開發數位傳播行銷及數位銷售通路。
3. 建立B2C會員活動及業務平台，強化客戶服務與行銷體系建立。
4. 動態存貨控制，全面檢討庫存管理政策。
5. 積極拓展異業及海外合作。
6. 加強數位出版、電子書、有聲書及其他數位形式產品及業務。

未來公司發展策略

1.原創內容IP經營

由紙本書籍出版為主，逐漸轉向以內容IP經營為主力方向。

開發作家與作品的內容衍生發展價值。

2.數位轉型

從內容、產品到行銷、通路，調整公司營運方向及內部管理,走向數位企業營運

3.擴大品牌影響力

擴大事業發展範疇，爭取與同業及異業合作，建立品牌知名度與影響力。

4.發展文創事業

開發非書商品，研發以出版為核心之衍生服務事業，建構文創事業規模。

05

經營策略

- 精耕本業
- 開拓通路
- 數位出版
- 多元文創
- 活動策展
- 代編服務

經營策略

1.精耕本業

強化產品與行銷基本面

2.開拓通路

- 書籍傳統主要通路
- 開拓其他通路
- 開拓自營門市

3.數位出版

- 持續發展書籍數位出版
- 發展書籍與非書數位出版

4.多元文創

以出版業文化為底蘊，延伸書籍關聯產品，提供消費者更多選擇

5.活動策展

讓平面出版走出書櫃，創造更多大眾與閱讀相遇的機會。

6.代編服務

提供專業整合服務，滿足個人及企業出版相關需求服務。

強化產品與行銷基本面

- 深耕本土作家
- 挖掘國際大書
- 接地氣/貼近消費者

- 實體書店再開發
- 網路平台拓展
- 特約門市供貨
- 各賣場書展推廣

- 傳統及數位媒體推廣
- 店頭陳列
- 網路社群擴散
- 閱讀活動講座舉辦

活動推廣： 釋證嚴《善，最好的禮物：靜思心靈小語》

媒體曝光

喵喵書評
https://meowbooks.tw › book
善，最好的禮物：靜思心靈小語

琅琅悅讀
善，最好的禮物：靜思心靈小語

FB影片

(節錄自【靜思書軒全球粉絲頁】)

新書分享會

活動推廣： 陳文茜《消失的愛：逆轉我們的時代》

媒體曝光

聯合新聞網

盛治仁 / 鑑往知來 一窺「消失的愛」

天下雜誌

以色列強攻拉法 陳文茜：滅絕人性的黑暗，永不消失的愛

人間通訊社

惠中寺未來與希望講座　陳文茜談消失的愛逆境中我們更需要知識

YT影片

(節錄自【佛光山惠中寺】)

新書分享會

活動推廣：劉潤《勝算：用機率思維找到可複製的核心能力，掌握提高勝算的底層邏輯》

媒體曝光

www.thenewslens.com

劉潤《勝算》：管理工具大盤點，「事先有沙盤、事後有復盤」助你實現人生目標

Cheers快樂工作人

根本沒有什麼「向上管理」？劉潤：我認為這世上只有一種能力

Podcast

(節錄自【迷誠品Podcast】)

通路熱銷

活動推廣： 雨揚老師《四神天地魔法書：你專屬的居家辦公風水創意學》

媒體曝光

奇摩新聞

結合風水學與AI科技全新體驗 雨揚老師率四神獸開啟命理新視野

www.thenewslens.com

雨揚老師《四神天地魔法書》：匯聚天時地利人和的新概念 四神與二十八星宿性格分析

TVBS新聞網

3生肖桃花超旺！「這1種人」走財運還有戀情 雨揚老師大解析

採訪影片

(節錄自【中廣流行網 i like radio 綺麗世界】)

新書分享會

活動推廣：巴奈、徐璐《巴奈回家：凱道．二二八公園的二六四四天》

媒體曝光

原住民族文化事業基金會

「巴奈回家」新書發表 書寫街頭抗爭7年歷程

中央社 CNA

巴奈自傳發表會細數7年抗爭心路 盼落實原民正義

端傳媒Initium Media

巴奈專訪：陪蔡英文做總統，住在帳篷抗爭七年的她回家了

採訪影片

(節錄自【中廣流行網 i like radio 蘭萱時間】)

新書分享會

書籍傳統主要通路

1

三大通路

博客來
誠品　　>40家
金石堂　>30家

2

傳統書店

傳統書店>80家
獨立書店>10家

3

海外市場

中、港、澳
星、馬
美國

2024

2023

前二季通路銷貨業績佔比

書籍傳統通路趨勢

與去年相較，**傳統通路人潮持續回溫**，有助於帶動傳統門市的銷售。

但，隨著科技發展與閱讀習慣改變，傳統門市**面臨巨大轉型挑戰，整體市場也逐漸凋零**。

公視新聞網PNN
2024-07-08 12:29

書市經營不易，愛書人仍齊聚分享閱讀美好！

台灣的出版現況嚴峻，有人認為紙本書已屆臨黃昏末日，但還是有一群人致力於推動閱讀的樂趣。資深文化人詹宏志從2021年起，就持續為愛書人創造對話的空間，在台中的中央書局舉辦讀書會，邀請各領域名家為讀者說書，不只帶動閱讀風氣，也讓許多經典書籍重返暢銷作品之列。....

鄭淑文 劉建邦 / 採訪報導　黃心亮 / 整理報導

書籍開拓其他通路

- **網路平台**
  - 購物平台
  - 社群
  - 粉絲團
  - APP、LINE
- **特殊通路**
  - 圖書館
  - 學校採購
  - 政府標案
- **其他**
  - 電子書
  - 轉授權
  - 代編印
  - 自營門市/獨立書店

時報近十二年業績表

單位：萬元

書籍開拓自營門市

時報本鋪

時報本鋪 #BOOK美好時光
1月15日 · #胡毓豪 #攝影講座

時報本鋪 4/23 世界閱讀日 / 版權日
4月23日 · 在閱讀的時光，探索美好驚喜

時報本鋪 #季節甜點 夏季到了😎
4月18日 · 📖本鋪限定時間甜點

透過自營門市

強化讀者服務經營

自營獨立書店

- 社區互動
- 書籍銷售
- 閱讀活動
- 體驗提案

作　者
分享創作
接近讀者
週邊產值

編　輯
培養新人
貼近市場
開拓商品

讀　者
深入瞭解
多元閱讀
共享互動

電商/網路/數位平台 趨勢成長

- 電商/網路平台前二季較去年同期下滑39%，其中MOMO下滑50%最大。
- 電子書/有聲書（+17%）及獨立書店在內的特殊通路（+24%），業績均較去年成長。

銘報 MOL

2024年3月18日 記者/楊芮愷

「台人不打折不買書」折扣戰後書籍銷量下滑

…自2023年價格戰稍停後，MOMO書籍銷量下滑約四成，博客來則衰退約兩成。「不打折不買書」似乎是許多台灣人對於購買書籍的態度，此現像顯現台灣網路書店業績已來到天花板。…

持續發展書籍數位出版(電子書/有聲書)

前2季 業績成長19%

年 業績成長11%

- 持續經營數位出版
- 策略
  - 大幅增加獲得數位出版版權的書目。
  - 爭取EP同步銷售，進一步提高電子書/有聲書的接受度及收益。
  - 針對海內外不同閱讀偏好及需求，分眾投放訊息。
  - 直接導引至適當的數位平台，創造O2O效益。
  - 與各通路密切配合主題書展及促販。
  - 加大與數位平台通路的合作及力度。
- 開發其他數位內容出版品

數位出版 月營收成長

單位：元
2016
2017
2018
2019
2020
2021
2022
2023
2024
6,000,000
5,500,000
5,000,000
4,500,000
4,000,000
3,500,000
3,000,000
2,500,000
2,000,000
1,500,000
1,000,000
500,000
0
一月
二月
三月
四月
五月
六月
七月
八月
九月
十月
十一月
十二月

發展書籍與非書數位出版

- 優勢
  - 重視版權的完整性，取得數位版權的書目多。
  - 數位版權書目題材多樣，滿足消費者偏好，亦滿足學校、公私立圖館、機構等館藏採購。
  - 國際級大師如村上春樹、賈德．戴蒙、葛拉威爾、法蘭西斯．福山、丹．布朗.....等，打造時報優質品牌。
  - 檔案完整性高、提交上架速度快，紙本及數位版本能同步行銷宣傳，共創佳績。
  - 積極開發海外平台、簡體字版本的平台，提升海外業績。
  - 能積極回應市場的數位技術需求，及時更新，提升消費者閱讀體驗。
  - 能自主企劃各式行銷案型，取得販售通路認可配合，壯大業績、深化時報在數位出版的實力。

博客來 Kobo 1號課堂 台灣大哥大 Pubu udn readmoo HyRead Hami iRead amazon TAICCA 文化內容策進院

持續發展書籍數位出版(有聲書、多媒體)

聲音產品概念

- 包含有聲書、有聲課程（音頻課程）、有聲導讀（推薦/介紹書）
- 將文字轉換為聲音
- 節省閱讀時間，利用零碎時間吸收新知

有聲課程範例

(節錄自 親子天下/線上學校)

親子天下 蔡璧名的《醫道習慣》線上課程

594	11	16
分	章節	內容

課程七大重點

1. 望診及切診實際操練 - 覺察身體狀態
2. 中醫知識辨別食材藥性 - 建立日常飲食觀
3. 太極武術引導 - 將柔軟的功夫放進身段中
4. 樹立身體中軸 - 走坐臥躺鬆柔身體姿態
5. 老莊經典啟示 - 找回內心安定的力量
6. 凝神練習 - 不受外在影響堅固身心
7. 工具書使用 - 見證越來越好的自己

介紹 | 集數

第一章：醫道習慣總論 | 習慣解構與重構．習慣理想的自己 約 58 分鐘
第二章：凝神與解愛 | 在愛裡學會真愛 約 71 分鐘
第三章：樹立身體姿態 | 在走坐臥躺中養育自然鬆柔的身體姿態 約 51 分鐘
第四章：周身俱要輕靈 | 落實生活的技道心 約 61 分鐘
第五章：陰陽五行說本草 | 把中醫知識帶進廚房及日常飲食 約 93 分鐘
第六章：理想運轉 | 小宇宙中虛實分明的逍遙生活 約 39 分鐘
第七章、望氣色練習 | 增強閱讀自我身體的能力 約 87 分鐘
第八章：切脈練習 | 從身體感脈搏自己的心身習慣 約 52 分鐘
九、彩蛋單元
彩蛋 1：行走的虛實步練習 約 20 分鐘
彩蛋 2：太極拳的起勢練習 約 13 分鐘
彩蛋 3：「安排」：觀察「自然」呼吸的「神凝」練習 約 10 分鐘
彩蛋 4：穴道導引的乾坤自由行 約 30 分鐘
彩蛋 5：如何「坐」出「緣督以為經」的身體質感 約 8 分鐘

有聲產品類型

作者主講/有聲書

由作者本人擔任講者，將出版物文字轉換成聲音表達，讓讀者有另一種閱聽選擇。

講者導讀/說書

由講者以**單一主題**挑選導讀書目，並以其獨特觀點解析、分享心得，將書目推薦給閱聽眾。

配音員錄製書摘

依主題選書，製作精選書摘內容

其他

包含免費收聽的PODCAST、音頻，

產　品　通　路

性質	平台名稱	性質	平台名稱
大宗 / 大宗	Pubu	零售	Amazon
	UDN		Google
	凌網		Hami
	華藝		Kobo
大宗 / 計次	台灣雲端		MOMO
	凌網		Pubu
月租包	Boka		Readmoo
	Hami		UDN
	Kobo		台灣漫讀
	MOMO		杰思
	博客來		凌網
專案採購	Hami		博客來
點擊	Pubu		華藝
	UDN		讀冊
	點閱串	文化部計次	Pubu
斗內	文策院		台灣雲端
			凌網

有聲產品現有產品參考 (產品名稱/上架平台)

Rakuten kobo

亂童醫生

由 蘇上豪

皮拉奈奇

Piranesi

由 蘇珊娜．克拉克

Readmoo 讀墨

金月蓮（台語版）【有聲書】

朱嘉漢

洗大象的女人【有聲書】

花柏容

HYREAD

【有聲書】巴奈回家：凱道．二二八公園的二六四四

一刻鯨選

發展文創商品

請替換文字內容

與作者共同開發文創商品

取得授權商品

以出版業文化為底蘊，延伸書籍關聯產品，提供消費者更多選擇。

發展文創活動

- **有時聚聚**

  貼近市場，為讀者及出版產業開創更寬廣多元的未來，辦理讀者活動，**讓平面出版走出書櫃，創造更多大眾與閱讀相遇的機會。**

新書發表會

閱讀・咖啡香

文創活動場地

曉劇場藝術進駐計劃

★時間：2023/12/9 13:00～15:00
★地點：時報本鋪書店

「曉劇場藝術進駐計劃 - 聯合呈現 - 」
就在本週六‼ https://reurl.cc/1G66dm

到出版社玩初版 活版鉛字印刷體驗

走進書店沉浸在美好閱讀書本時，曾想過書是如何印製的嗎？

「活版印刷DIY」手腦並用，動手撿鉛字、排版，完成自己的鉛字版，再一起啟動鉛字印刷機，觀察機器如何運作，上墨、送紙、印刷、翻紙，完成將文字印在紙上，體驗鉛字活版印刷創作。

#時報本鋪#

夏令營.翻轉文字企劃主編營

夏令營.繪本故事創作營

2024 時報出版夏令營
繪本故事創作營
活動對象
活動梯次
活動費用
國小生
(分齡分組)
周一至周五，一梯共五天
7/1-7/5
7/8-7/12
7/15-7/19
7/22-7/26
7/29-8/2
8/5-8/9
8/12-8/16
原價$7500
早鳥優惠 $6600
優惠至6/14
學習設計
針對初期接觸寫作或喜愛繪畫創作的的國小學生設計，結合繪本、雕塑活動及故事創作，
培養孩童接觸書本及閱讀能力，鍛鍊專注學習的習慣，透過學習互動，促進人際群體互動。
創作可促進的想像力及觀察力更豐富，以創意啟發為主，課程不設定標題，只有範圍提示，
延伸小朋友想像力及創意，自由發揮不同的故事書形式，讓小朋友們在繪本的世界中大玩創意遊戲。
營隊內容
挑選各體主題繪本，分享讀本，引領學員進入繪本的殿堂，
提取閱讀興趣，結合活潑的活動，在故事與互動中，學習創作圖文故事。
「手工書創作」在創作過程中學習，透過動手做消創意具體實現，
結合美學、文學、生活、記憶與個人想法，藉著縫製自己的手工書創作，
提升兒童閱讀的趣味性，更貼近生活主題的探究，擴展閱讀的視野。
成果作品 手工繪本書一本
星期一
星期二
星期三
星期四
星期五
早安 報到 8:00起可提前到書店閱讀
09:00 - 12:00
一起畫故事
想像力開發
故事編寫練習
文字萬花筒
走進故事小徑
創造一個故事
考思向逆
無腦頭不可學
翻轉玩創意
編織這一冀
想像力製造所
圖畫書故事
繪一本書
書的擺學
獨一無二
裁剪拼貼
午餐 / 午休 12:00 - 13:30
13:30 - 16:30
玩烘焙
用點心做點心
麵包出爐了！
花園綠探險
拜訪奶奶的
香草花草
東南西北
一張紙開啟一個
自然知識遊戲
開讀旅行
老火車載歷史
百年甘甜滋味
(興隆文創園區)
一本書的誕生
我的創作夢
紙藝驚奇
我的手工繪本書
桌遊不思議
遊戲交流
我是超級玩家
國藝小學堂
花葉造紙
手工紙DIY
主角就是你
顛覆感官編故事
書畫進行式
好多好多
好奇的旅人
寫作、繪畫
紀錄美好回憶
我是說書人
誰來說故事
故事萬華筒
下課後可在書店閱讀等家長到 18:30
指導單位 文化部
主辦單位 時報出版
地點 台北市松平西路三段240號1樓(近龍山寺捷運站)
電話 02 - 2306 - 6370 分機 8102

代編服務

加值服務

合作出版的經營

- 1975年1月，中國時報創辦人余紀忠先生擘劃創立時報出版公司，開始陪伴大大小小的讀者走過生命各個歷程。

- 1999年時報出版成為台灣及華文世界第一家股票上櫃的出版社，標誌台灣出版業的一大里程碑。

- 《達文西密碼》、《EQ》、《別為小事抓狂》、《挪威的森林》、《蔡志忠漫畫經典》、《中國歷代經典寶庫》、《赫遜河畔談中國歷史》、《千年一嘆》...等等。

- 擔任數十家出版社的總經銷，以其廣闊的發行網及堅強的發行實力，代理發行它們的產品至台灣及海外市場。

06

未來展望

- 未來思考
- 出版復興

未來思考

出版環節強化

• 大書大作
• 小書穩穩做
• 不同書不同做
大小眼
講節奏、緊密連結
• 印量決定
• 企劃 通路 媒體
• 補書
人人推書
依賴網路
• 作者
• 部落客
• 員工
• 企業
• 題材
• 行銷
• 自媒

未來思考

出版市場重新定義

打破通路

商場、特賣會、連鎖店、自營店、大陸、網路

- 銷售系統→獨立連鎖書店, 個體戶銷售網
- 經售系統→圖書經銷、商品經銷

多源收益

講座、導讀、商品、影音、經紀、顧問、珍藏品

- 售後服務→讀書俱樂部、生活俱樂部
- 生活型態→閱讀規畫顧問師、策展公司

滿足初心

為讀者做書，不是為作者或編者做書

- 自製內容→自製書.自製非書.知識生產線
- 產品規劃→自主議題書雜、自媒體、聲頻

不只賣書、也賣作者

滿足讀者需求欲求的、不只是書

- 作家互動→講座訓練公司、活動公司
- 作家經紀→出版.活動.代言.商演規劃

出版業的平台經營

放大規模
■放眼全華文市場
■全球運籌出版
分眾通路
■分區、分類、分群的
利基贏家 Niche-busters
■尊重在地，各自發揮
模糊跨界
■數位競爭 數位合作
■文化競爭 文化合作
■體驗競爭 體驗合作
顧客滿意
■以讀者顧客為中心
■以生活型態為導向
■以行為分析做運用
出版復興

07

財務資訊

- 合併資產負債表
- 合併損益表

財務報表

合併資產負債表

單位：新臺幣 仟元

會計項目	2024/6/30 金額	2024/6/30 %	2023/12/31 金額	2023/12/31 %	2023/6/30 金額	2023/6/30 %
流動資產	556,585	0.66%	560,950	65.69%	553,218	65.83%
非流動資產	292,078	0.34%	292,960	34.31%	287,168	34.17%
資產總計	848,663	1%	853,910	100.00%	840,386	100%
流動負債	364,207	0.43%	357,129	41.82%	358,460	42.65%
非流動負債	44,629	0.05%	47,698	5.59%	50,304	5.99%
負債總計	408,836	0.48%	404,827	47.41%	408,764	48.64%
股本	303,758	0.36%	303,758	35.57%	303,758	36.15%
資本公積	12,800	0.02%	12,800	1.50%	12,800	1.52%
保留盈餘	131,980	0.16%	141,937	16.62%	124,891	14.86%
其他權益	-8,711	-0.01%	-9,412	-1.10%	-9,827	-1.17%
歸屬於母公司業主之權益合計	439,827	0.52%	449,083	52.59%	431,622	51.36%
權益總計	439,827	0.52%	449,083	52.59%	431,622	51.36%
每股淨值（元）	14.48	0.00%	14.78	0.00%	14.21	

財務報表
合併損益表

單位：新臺幣 仟元

會計項目	2024 前二季 金額	2024 前二季 %	2023 前二季 金額	2023 前二季 %	差異 金額
營業收入	205,153	100%	200,419	100%	4,734
營業成本	110,377	54%	111,714	56%	-1,337
營業毛利（毛損）	94,776	46%	88,705	44%	6,071
營業毛利（毛損）淨額	94,776	46%	88,705	44%	6,071
營業費用	82,025	40%	79,962	40%	2,063
營業利益（損失）	12,751	6%	8,743	4%	4,008
營業外收入及支出	3,497	2%	2,457	1%	1,040
稅前淨利（淨損）	16,248	8%	11,200	6%	5,048
所得稅費用（利益）	1,905	1%	1,314	1%	591
繼續營業單位本期淨利（淨損）	14,343	7%	9,886	5%	4,457
本期淨利（淨損）	14,343	7%	9,886	5%	4,457
其他綜合損益（淨額）	701	0%	-305	0%	1,006
本期綜合損益總額	15,044	7%	9,581	5%	5,463
淨利（淨損）歸屬於母公司業主	14,343	7%	9,886	5%	4,457
綜合損益總額歸屬於母公司業主	15,044	7%	9,581	5%	5,463
基本每股盈餘（元）	0.47	0%	0.32		0.15

08

結語

編輯出版是實現文化傳承的重要載體

編輯出版是實現文化傳承的重要載體，其通過積累、選擇、傳播以及創新文化等形式，在文化傳承中發揮作用，這對於實現文化的教育價值、感化價值起到了積極性作用。

在現代多元化社會中，尤其在資訊知識時代，要實現其作用發揮，編輯出版工作必須從自身出發，加強技術更新、人員培養、職責落實等工作，而只有這樣，才能維持編輯出版業的長遠發展。

不要怪讀者不看書，
怪我們沒做對讀者要看的書！

出版為王 ！出版危亡 ！

時報出版
CHINA TIMES PUBLISHING COMPANY
尊重智慧與創意的文化事業

簡報完畢，敬請指教