

作品名稱：台北市二手書店經營型態之研究

——以台大師大近鄰區為例

班級及姓名：二忠劉穎嫻、黃尹宣、黃韻儒

指導老師姓名：張佩玉

目錄

摘要

壹、研究動機

貳、研究目的

參、研究方法

肆、文獻分析

伍、研究成果

一、台大師大近鄰區的二手書店的發展過程

(一) 台北市二手書店產業發展概述

(二) 台大師大近鄰區的二手書店成立時間比較

(三) 研究區二手書店空間分布

(四) 區位研究

二、台大師大近鄰區二手書店的分類與經營型態之比較

(一) 傳統型

(二) 創新型

(三) 特色型

三、台大師大近鄰區二手書店消費者分析

(一) 個案選擇

(二) 顧客來源

(三) 消費者特性

陸、結論

柒、檢討與建議

捌、參考資料及其他

附件之一 顧客問卷

附件之二 商家問卷

台北市二手書店經營型態之研究——以台大師大近鄰區為例

摘要

經由生活中的觀察，我們發現二手書店各自有各自的經營特色與消費者特性，因此產生了一連串的疑問：同樣是二手書店產業，為何會有經營型態差異？這些差異又造成什麼影響？

台大師大近鄰區本身即具有兩立性，由於位居兩大學附近，加上交通上連繫北縣和台北市南區，以及近年捷運的開挖，使得此區成為台北舊書業的經營重心。

經由實地探訪台大師大近鄰區的二手書店，我們將二手書店分為傳統型、創新型、特色型三類。以民國 80 年為界，前期傳統型店內空間較小、經營方式較單純且折扣多維持在五折以上，以齊全的書籍多服務學術性要求顧客為主；後期創新型，書齡通常在 3-5 年內，但數量未必齊全，有諸多會員制度和折扣優惠，並以精緻的店內空間與銷售手法招徠大眾性顧客。除此之外，亦有特色型二手書店，主要以收購專書或絕版書為主。某些傳統型書店於近年來在空間配置上已稍作改變，包括店內空間更寬敞、更明亮，開始計畫其他銷售通路，但在本質經營上仍然不變。

壹 研究動機

二手書店是一個自成一格的書店產業，有別於路旁林立的一般新書店，總是披著一層神秘的面紗。我們對於二手書店這片領域，一直感到好奇。

透過生活中的觀察，我們發現二手書店各自有各自的經營特色，其消費者特性似是有所不同。我們仔細觀察這些二手書店並綜合各方面的差異，產生了一些疑問：同樣是二手書店產業，為何會有經營型態差異？這些差異又造成什麼影響？處在一個汰舊換新極快的社會，二手書店是否能站穩腳步，走出一片天？

一連串的疑問，引發我們開啓這個研究，從認識二手書店開始，到了了解這個舊行業的轉型。其實二手書店應不只是外人所想的「舊」產業，其中自有它的「新」與「變」的道理。我們期望對於這個特別的書店風景，能多窺探幾許倩影。

貳 研究目的

- 一、瞭解台北市二手書店的產業發展歷程
- 二、探討台大師大近鄰區二手書店的空間分布與區位特色
- 三、台大師大近鄰區二手書店的分類與經營型態之比較
- 四、探討台大師大近鄰區二手書店商品圈及消費者特性
- 五、探討台大師大近鄰區二手書店之產業轉型

參 研究方法

一、文獻資料探討

- (一) 參閱「追憶那黃金年代-----戰後台北舊書業變遷之研究」(李志銘,2004)，以論文文獻為基礎，重建台北市二手書店產業不同時期的各種風貌。
- (二) 閱讀高中地理課本，參閱「台北市書店的區位與消費者購買行為」(陳國章、陳憲明,1983) 等與區位研究相關之論文資料，對台大師大近鄰區的區位條件進行理論和實際的檢驗。

二、實地調查法

- (一) 實地走訪台大師大近鄰區，觀察其週遭環境、交通狀況和二手書店產業的空間分布。
- (二) 實地走訪台大師大近鄰區的二手書店，從其店面空間配置、書籍類型、顧客性質等方面，觀察經營型態的不同。

三、商家訪談

- (一) 透過訪問店長、店員，將台大師大近鄰區的所有二手書店成立時間列出，對照台北市二手書店產業發展歷程，探討台大師大近鄰區的二手書店在不同時間是否有不同經營型態。
- (二) 觀察之餘，亦配合商家訪談方式，瞭解台大師大近鄰區二手書店的顧客服務，如會員制度、折扣等，綜合其結果，進行比較，歸納出二者之間在各方面的差異。

四、問卷調查法

選擇茉莉二手書店台大一店、華欣二手書店師大一店，實施出口調查，瞭解台大師大近鄰區二手書店產業之客源性質及消費者行爲。

五、以 Google Map、Microsoft Office Excel、Arc Map 等軟體進行分析及繪製圖表

研究流程如圖 3-1 所示。

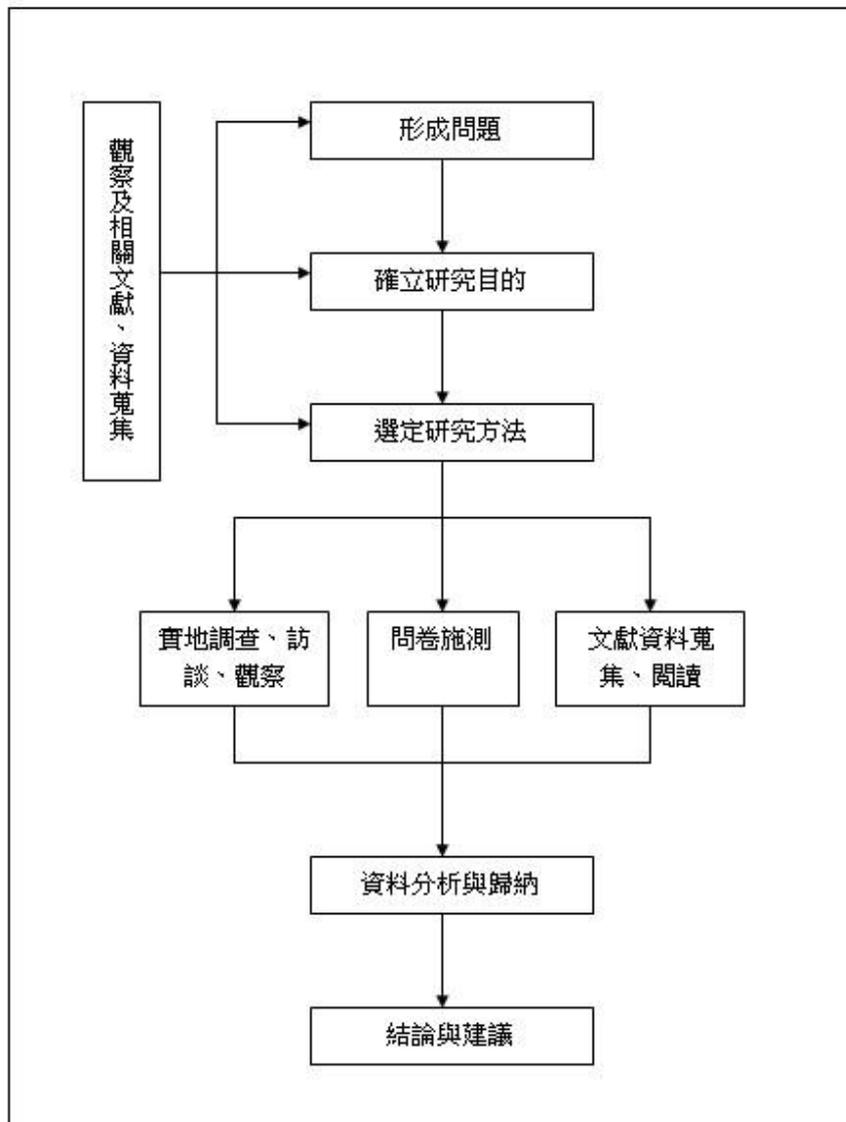


圖 3-1：研究流程圖

肆 文獻分析

在全國博碩士論文資訊網¹搜尋到有關「二手書店」的研究論文共有 4 筆資料，有關「書店」的研究論文則有 154 筆資料，逐次閱讀摘要後找出與本研究較為相關的研究論文，如表 1-1 所示。雖然部份文獻為研究書店的論文，但其研究方向亦適用於研究二手書店，可作為擬定研究目的之參考。

表 4-1：本研究相關論文

作者與年份	學校及系所	論文名稱	主要內容
陳國章 陳憲明 (1983)	國立台灣師範 大學地理研究 報告第九期	台北市書店的區 位與消費者購買 行為	從書店和消費者兩方面進 行實地調查，探討書店零售 業的區位和消費者購買行 為之間的關係。
朱珊玉 (2004)	南華大學 出版事業管理 研究所碩論	臺灣二手書籍市 場消費者購買行 為之研究-以臺北 市和高雄市為例	以二手書籍的購買者為研 究對象，利用問卷調查法， 探討二手書籍市場的消費 者行為，並提供二手書店業 者經營方針的參考。
李志銘 (2004)	國立臺灣大學 建築與城鄉研 究所碩論	追憶那黃金年代 -----戰後台北舊 書業變遷之研究	以「書物本質」、「人書關係」 作為研究視角，藉由從牯嶺 街、光華商場「舊書攤集市」 以至 80 年代以後「舊書店 散市」的歷史考察，重新詮 釋戰後台北都市社會的發展 脈絡。
陳可欣 (2004)	國立臺灣師範 大學 地理學系碩論	「重慶南路書店 街」之變遷研究	探討重慶南路書店街之興 衰，產業在不同時期因應不 同的區位考量而產生的空 間分佈之變化，研究「重慶 南路書店街」之演變。
楊忠憲 (2006)	南華大學 出版事業管理 研究所碩論	臺灣網路二手書 店消費者購買行 為之研究	透過實證研究法，探討目前 網路二手書店的經營現 況、消費者特徵、消費者的 購買行為、生活型態以及網 站的功能滿意度。

(資料來源：自行閱讀整理)

回顧關於二手書店的文獻，有的著重於消費者購買行為(朱珊玉,2004)，有的是站在歷史角度，綜觀台北舊書業變遷發展(李志銘,2004)，有的把焦點放在網路二手書店的經營模式之上，進行消費者行為的探討(楊忠憲,2006)。而我們希望站在「地理」的視野，嘗試以不同經

¹全國博碩士論文資訊網 <http://etds.ncl.edu.tw/theabs/index.jsp>

營型態的角度切入，在時間、空間、消費者行為、區位等不同面向，以台大師大近鄰區為例，探討台北市二手書店的產業轉型。

伍 研究成果

一、從時間與空間看台大師大近鄰區的二手書店

(一) 台北市二手書店產業發展概述

1. 在牯嶺街的興盛時期—50、60 年代

在 50 年代，台北市的二手書店不多，二手書產業多半是街頭流動攤販，沒有固定店面，直到後來攤販漸漸固定下來，在衡陽路、中華路和重慶南路，牯嶺街和信義路國際學舍旁形成幾個舊書攤的聚集中心。

其中，又以牯嶺街為重要的舊書街，光復以來牯嶺街便發展為台北舊書市場中心。從 1954 年到 1969 年為牯嶺街舊書業的發展時期，1969 年以後為鼎盛時期，舊書攤從 58 家慢慢增加到 80 家左右，規模也從書攤逐漸發展到固定的帳棚或是店面，並慢慢延伸到廈門街、福州街、寧波西街以及南海路。

那時，牯嶺街舊書攤除了販賣各種舊書外，還有許多字畫、碑帖和手抄文物等，特色在於「不分類」，各類物品不分類的胡亂堆疊在一起，吸引許多人「挖寶」而流連忘返。

2. 在光華商場面臨的變遷—70、80 年代

1973 年 4 月，市政府利用光華陸橋下的公共空間設立了光華商場，作為二手書店的安置場地，商家主要來自牯嶺街的舊書攤與八德路一帶被拆除的違建戶。因牯嶺街人行道及排水工程定案，58 家舊書攤集體遷徙至光華商場，自此光華商場便取代牯嶺街成為舊書街的代名詞。

80 年代初期，因為出版事業大幅成長，對二手書需求降低，舊書業者面臨挑戰，開始轉向專、兼營新書或改營武俠小說及漫畫書專門店，二手書的類型也從以往的「絕版書」或「古書」，到後來演變為賣兩三年前的「新書」。除此之外，兩岸圖書的解禁亦是造成舊書業沒落的原因之一，學者尋找史料禁書不再仰賴二手書店。於是 1979 年之後，光華商場的古書業逐漸沒落，原本主要以二手書為營業項目，開始轉型為多元化及綜合性的經營，導入古董、玉器的買賣與更新興的電腦資訊商品。

3. 向外出走—80、90 年代

一直以來，光華商場的攤商在不到 3 坪的狹小攤位空間，難以發揮特色，書籍也被迫以大眾市場取向為主流，以免囤積過多賣不出去的二手書籍；且有感於電子資訊業的興起，加速光華商場的古書業沒落，於是在 80 年代以後，光華舊書業逐漸向外出走，尋求發展空間。台北市的舊書業在 80 年代以後便由傳統的集市型態轉型為現代的散市型態，分布在鄰近都市商業中心區的大專院校、圖書館等文化單位周邊，觀光夜市特區和橋下跳蚤市場。

80 年代是台北舊書業面臨改革變遷的關鍵時期，舊書業從原本在光華商場的高密度競爭環境下，將「市場導向」的模式調整成「產品導向」，找到新的產品市場，注重經營特色，開闢新的收書管道。部份店家亦開始改變早期髒亂狹小的店面，營造出寬敞明亮的空間，朝向現代化經營。90 年代以後，更出現了網路交易平台，開創二手書新一交易模式與溝通管道，二手書店逐漸朝向個性化經營，發展出不一樣的特色。

(二) 台大師大近鄰區的二手書店成立時間比較

表 5-1：本研究區的二手書店成立時間比較（依照成立時間先後列表）

二手書店名	成立時間
古今書廊（汀州店）	1960 年（民國 49 年）左右
公館舊書城	1960 年（民國 49 年）左右
無名書店	1988 年（民國 77 年）~1998 年（民國 87 年）之間
華欣二手書店（師大一店）	1991 年（民國 80 年）以前
華欣二手書店（師大二店）	1991 年（民國 80 年）以前
木石文坊	1993 年（民國 82 年）以前
小高的店	1995 年（民國 84 年）左右
雅舍二手書店	1995 年（民國 84 年）左右
茉莉二手書店（台大二店）	2002 年（民國 91 年）左右
舊香居	2003 年（民國 92 年）左右
茉莉二手書店（師大店）	2004 年（民國 93 年）左右
竹軒二手書店	2005 年（民國 94 年）左右
貓頭鷹二手書店	2005 年（民國 94 年）左右
茉莉二手書店（台大一店）	2006 年（民國 95 年）左右
古今書廊（羅浮店）	2007 年（民國 97 年）左右

（資料來源：2008 年 2 月 5 日訪問紀錄）

古今書廊和公館舊書城是於民國四十年代末設立的，是最早從牯嶺街擺舊書攤、遷到光華商場、再從光華商場遷到汀州路的老字號二手書店，現在仍然保持著傳統的空間配置，二手書分門別類以後擺放在書架上、或是一疊一疊的擺放著，供顧客挑選。其中，古今書廊為 80 年代最早從光華商場遷出來的二手書店，到現在已經成為台大公館地區最重要的「舊書店地標」。而古今書廊在民國 96 年新開設了一家羅浮店，店內以整潔、明亮、書籍整齊為區別其與古今書廊總店（汀州店）的最大不同。

至於茉莉二手書店則是在 70 年代於光華商場設立的，店長蔡謨利、戴莉珍夫婦有感於被侷限在 3 坪攤位的空間，於是在 2002 年（民國 91 年）設立台大店，並開創複合式經營的首例，以「舊書店中的誠品」為號召，在二手書店裡附設小型咖啡廳，但因為買氣不佳，附設咖啡廳所販賣的咖啡和茶點已經停賣了好一陣子。除了附設咖啡廳的點子以外，台大店另請專業設計師裝潢，有別於以往狹小陰暗的二手書店印象，以優雅的環境開創有別以往的二手書店經營特色。

無名書店約莫是在 70 年代到 80 年代間設立的，一樣是經營了十幾年的老書店，和古今書廊、公館舊書城一樣，都大致維持傳統的二手書店經營模式。

至於 80 年代以後創立的木石文坊、雅舍二手書店、小高的店、舊香居、竹軒二手書店和貓頭鷹，已經不是當初從光華商場遷出來的書店，這些書店多半是直接加入 80 年代以後的二手書店「散市」市場，各自有各自的經營特色。有的二手書店仍然以傳統方式經營，如雅舍二手書店；也有二手書店以室內空間設計，擺設出自己的特色，如舊香居。

我們大約可以發現，對照二手書店發展歷程，台大師大近鄰區的二手書店，在不同時間

設立，會有不同的經營型態。以 80 年代做為分界點，80 年代以前設立的二手書店，除了茉莉二手書店開創複合式經營模式以外，其他仍然保持傳統式經營型態；而 80 年代以後設立的二手書店，則各自發展出各自的經營型態，或以傳統的經營方式發展，或發展出各自的特色。

(三) 研究區二手書店空間分布

1. 研究區概述



圖 5-1：研究區位置圖

(資料來源：以 Google 地圖網 <http://maps.google.com.tw> 改繪而成)

我們選擇以台大、師大這一區附近為研究區，是因為這一區是自光復以來，台北舊書業的經營重心。在台北市的五十幾家二手書店中，便有十五家聚集在此區²，區位特色十分具有代表性。

從書店的聚集規模和書店的空間相關位置觀之，台北市的書店區位大致可分為：(1) 城中聚集區位 (如重慶南路一帶、圓環附近)，(2) 大學近鄰聚集區位 (如台大、師大附近)，(3) 一般商店街分散區位 (陳國章、陳憲明著,1983:7)。我們發現台大、師大附近這一區是屬於大學近鄰聚集區位，於是我們便將研究區定為「台大師大近鄰區」來加以探討。

2. 二手書店空間分布

表 5-2：研究區二手書店位置

店名	地址
公館舊書城	台北市汀州路三段 130 號
古今書廊 (汀州店)	台北市汀州路三段 146 號
古今書廊 (羅浮店)	台北市羅斯福路三段 244 巷 17 號
茉莉二手書店 (台大一店)	台北市羅斯福路三段 244 巷 10 弄 17 號
雅舍二手書店	台北市羅斯福路三段 266 號 2F

²本研究將會持續實地調查台北市的二手書店，「五十幾家」為目前網路資料統計之數字；可能有極少數的二手書店在實地調查時未被發現，但這十五家二手書店已佔本研究區之二手書店的極大部份了。

大二店)則位於羅斯福路四段。而在比較靠近師大的區域,小巷子很多,有些二手書店分布在位置接近的各巷子內:華欣二手書店(師大二店)和茉莉二手書店(師大店)同樣位在和平東路一段上;華欣二手書店(師大一店)在師大路,頂好超市和屈臣氏的中間;木石文坊和貓頭鷹同在泰順街;舊香居在龍泉街;竹軒二手書店則在浦城街。

(四) 區位研究

本研究區(台大師大近鄰區)是為「兩立性」區位,同時擁有兩個區位條件:(1) 大學近臨聚集區位,(2) 交通區位。

茲以這兩個區位條件分別說明:

(1) 大學近臨聚集區位

於台大、師大一帶,是人文學術氛圍由來已久的一個範圍。因為鄰近台大、師大學府,形成大量的書籍需求量焦點,自然而然的形成書店聚集;這裡的二手書需求量也是最高的,從以前的教授專家到處尋求海內孤本和珍貴典籍,到現在許多學生會來這裡購買便宜的書籍和參考書。台大、師大附近就出現不少販賣二手參考書的二手書店,如古今書廊(羅浮店)的二樓就陳列了滿滿的參考書,茉莉二手書店(台大二店)也以買賣二手參考書為主。

(2) 交通區位

從圖 2-3 可以發現,交通是這裡重要的區位條件之一,從捷運古亭站、台電大樓站到公館站,串起整個台大師大近鄰區。尤其以台大公館地區,是兼具目的性與過境性的綜合體(吳光庭等著,1981:128),是台北市連繫北縣和南區市郊的轉運樞紐,交通地理條件優越。

因為交通便利,台大師大近鄰區的人潮很多,從師大夜市到公館商圈,師大路的熱鬧到汀州路東南亞戲院的人來人往,人潮的聚集亦是交通區位帶來的影響之一。

表 5-3: 交通狀況整理表³

店名	捷運	公車站名
公館舊書城	公館站	捷運公館站
古今書廊(汀州店)	公館站	捷運公館站
古今書廊(羅浮店)	無	國防醫學院、三軍總醫院、台大、台電大樓
茉莉二手書店(台大一店)	無	三軍總醫院、台大、台電大樓
雅舍二手書店	公館站	三軍總醫院、台大、台電大樓
小高的店	無	三軍總醫院、台大、台電大樓
無名書店	公館站	捷運公館站、國防醫學院、台大、台電大樓
茉莉二手書店(台大二店)	公館站	捷運公館站、國防醫學院
華欣二手書店(師大二店)	無	師大、金山大廈
茉莉二手書店(師大店)	無	師大一、溫州街口、龍安國小

³表 5-2 主要是使用台北市電子地圖查詢,我們將二手書店置於圖中央,以 500 公尺作為搜尋範圍,找出二手書店的交通狀況。選擇以 500 公尺作為搜尋範圍的原因,主要是因為在 250 公尺以內的路程算是一般人較能接受的步行距離。至於公車資訊選擇使用公車站名而非公車路數的原因,是因為一家二手書店鄰近的公車站就有 2~4 個,若將所有公車號碼列出恐有冗贅之虞。

華欣二手書店（師大一店）	台電大樓站	師大路、古亭國小
木石文坊	無	師大、師大一
貓頭鷹二手書店	台電大樓站	師大路、古亭國小
舊香居	無	無
竹軒二手書店	無	師大、師大路、金門街

(資料來源：自行整理)

二、台大師大近鄰區二手書店的分類與經營型態之比較

(一) 台大師大近鄰區二手書店的分類

綜合上述的歷史歸納，選擇以民國八十年為分界，同時配合本研究範圍的區位特色，我們歸結出以下各點。

1. 傳統型

民國八十年以前成立的二手書店歸為傳統型，這一類的店家通常維持著簡單的空間配置，書店特色為書籍種類多且齊全，以服務需要學術性書籍的顧客為主。包含古今書店總店與羅浮店、公館舊書城、無名書店、華欣二手書店總店以及師大店等。

其中古今書店羅浮店雖然為民國 96 年設立，然其成立原因為總店書籍量過於龐大，感於消費者尋書不易，故將部份書籍移至羅浮店。基本經營理念不變，故仍將之定為傳統型。而其中華欣二手書店雖然有些微的空間設計，然亦因為經營理念相仿，書籍折扣以 5 到 8 折為主，故亦歸類為傳統型。

2. 創新型

民國八十年以後成立的店家則歸為創新型，書籍種類與數量的選擇不若傳統型多，但以精緻的書店空間、大量的折扣優惠（3 到 5 折，甚至以下），加以許多的額外服務（例如販賣二手 CD、代客清洗黑膠唱片等等）吸引大量客人。

此類書店於台大師大近鄰區包含茉莉二手書店的台大一店、台大二店、師大店、竹軒書店及，貓頭鷹書屋等。

3. 特色型

除了前述兩種以外，另有部分二手書店以其獨特的特色來吸引消費者，較不受價格以及成立時間的影響。根據實地訪查結果，定義此類書店有的以專門搜購特定類書籍而著名，有的以販賣少量高價的絕版書為主。

此類書店於台大師大近鄰區包含小高的店、舊香居，以及雅舍二手書店等。其中雅舍二手書店雖然以蒐藏古玩相關書籍為主，但是其他種類書亦不少，嚴格來說比較處於傳統型與特色型中間的模糊地位，卻又有販賣黑膠唱片，估計為父子兩代共同經營之緣故。但因其成立時間為民國 84 年，且其店面招牌主打為「玉陶銅書 拍賣目錄」，故仍勉強歸類為特色型二手書店。



圖 5-3：古今書廊書籍陳設
資料來源：實地拍攝



圖 5-4：古今書廊店面空間
資料來源：實地拍攝



圖 5-6：茉莉二手書店店內空間
資料來源：實地拍攝



圖 5-5：茉莉二手書店書籍陳設
資料來源：實地拍攝

（二）台大師大近鄰區二手書店的經營型態比較

經由我們實察以及商家訪問結果，茲由表 5-4 呈現台大師大近鄰區二手書店的商家經營型態比較。

表 5-4：台大師大近鄰區二手書店經營型態比較表

	書店名稱	提供服務						書店空間				
		到府估價送貨	會員制度	書籍種類	書籍數量	折扣	備註	供閱讀桌椅	公共洗手間	書籍陳設	店內空間	備註
傳統型	公館舊書城	有	無	多	多	5折		無	無	擁擠但整齊	有些暗；走道窄	
	古今書廊（汀州店）	有	無	多	多	5折		無	無	雜亂堆疊	昏暗；雜亂；窄	
	古今書廊（羅浮店）	有	無	多	多	5折	有專業論文	有	無	整齊	明亮；整潔	
	無名書店	無	無	多	多	3-5折		無	無	雜亂	昏暗；雜亂；狹窄	
	華欣書店（師大一店）	無	消費滿300元	多	多	5折		有	無	整齊	明亮；寬敞	
	華欣書店（師大二店）	無	消費滿300元	多	多	5折		有	無	整齊	明亮；整潔	
創新型	茉莉二手書店（台大一店）	有	消費滿500元	多，但各店有偏向	普通	<5折	另販賣CD、黑膠唱片	有	有	整齊乾淨	明亮；有設計感	有無障礙坡道
	茉莉二手書店（台大二店）	有	消費滿500元	多，但各店有偏向	普通	<5折	另販賣CD、黑膠唱片	有	有	整齊乾淨	明亮；有設計感	
	茉莉二手書店（師大店）	有	消費滿500元	多，但各店有偏向	普通	<5折	另販賣CD、黑膠唱片	有	有	整齊乾淨	明亮；有設計感	有兒童遊戲區
	竹軒二手書店	無	有	不算多	普通	3-4折	另販賣CD	有	無	整齊	明亮；整潔	
	貓頭鷹	有	有	不算多	普通	3-4折	另販賣CD	有	有	整齊	明亮；空間不大	
特色型	木石文坊	無	有	文史(絕版書)	多	不一定		有	無	有些雜亂	燈光稍暗；	
	雅舍二手書店	有	有	算多(偏古玩)	普通	5-6折		無	無	還算整齊	明亮；有些擁擠	
	舊香居	無	有	藝術	多	不一定		有	無	整齊	明亮；整潔	
	小高的店	無	無	藝術(絕版書)	多	不一定	另販賣CD	無	無	雜亂堆疊	昏暗；擁擠	

（資料來源：實察結果整理）

三、台大師大近鄰區二手書店與消費者分析

(一) 個案選擇

1. 傳統型二手書店－華欣二手書店（師大一店）

我們原先鎖定古今書廊為問卷發放對象，然因為時間關係與顧客量不足，故改以華欣二手書店之師大一店為發放對象。

華欣二手書店為台大師大近鄰區之傳統型書店中最大的一家，店址因為考量店租而設在地下二樓，然而在一樓騎樓處設置大型看板作為補足。店內寬敞明亮，除了依照書籍種類分類之外，亦按照出版社加以區分。近幾年來有新書代購服務。雖然維持著傳統型的經營模式，卻提供額外服務，店內書籍擺放及空間設置也較為寬敞，亦提供椅子供人坐下來閱讀，於固定時間之內能吸引較大量客人流動，故選擇華欣二手書店為發放對象。

總計華欣二手書店有效問卷共 70 份，發放時間為週末的下午三點到六點。

2. 創新型二手書店－茉莉二手書店（台大一店）

茉莉二手書店台大一店共有兩層樓。一樓擺放新書、英日文書籍、文學、思想、藝術、歷史、軍事類書籍、二手 CD 等。並有特別設置珍本展覽櫃。地下室則擺放自然、科普、漫畫、網路小說、言情小說與特價書種。擁有寬敞的空間、木質裝潢與輕音樂等的襯托，茉莉打出了「媲美誠品裝潢」的口號。在書店的經營上，茉莉投入新的觀念－推出精緻的會員制度以及配套優惠措施；設立專屬網站兼有網上拍賣；並請藝人彭于晏代言：配合許多公益團體將舊書和愛心結合。隨著報導，茉莉二手書店的知名度越來越高，目前儼然成為二手書店中經營理念新穎的代表書店。故選擇茉莉二手書店台大一店作為問卷發放對象。

總計茉莉二手書店有效問卷共 86 份，發放時間為週末下午三點到五點。

3. 特色型二手書店－無代表書店

特色型二手書店定義為以獨特的店家特色來吸引消費者，經營方式以及價格因其蒐購的書籍特點而異。台大師大近鄰區的特色型二手書店共有三家。舊香居以販賣藝術類書籍為主，其店內空間頗為雅緻，店主人也常在店內撥放輕音樂；小高的店以專賣絕版書或稀有的海內外繕本為主，店內空間只有三四坪，書籍堆疊有些雜亂。雅舍書屋以販賣古玩的蒐藏書、拍賣目錄為主，也有其他類型的二手書，為家庭兩代共同經營。整體而論，特色型二手書店較沒有統一的特性，其消費者特性較不受區位以及成立時間的影響，加以因時間不夠，故此類型書店並無選擇發放。

(二) 顧客來源

1. 整體來源（討論來自台北市及台北縣南區、北區以及其他縣市、其他國家的顧客）

(1) 華欣二手書店台北市的顧客約占 48.4%，茉莉二手書店則占 42.1%，皆接近一半左右，台北縣的部分華欣占約 43.8%，茉莉二手書店則占約 44.7%，皆接近四成左右。

(2) 推測因為台大師大鄰近地區有永福橋、福和橋連接永和，並且有秀朗橋連接往新店的方向，且此區本身就屬於台北市較南區的部分，鄰近台北縣市交界，因此茉莉二手書店與華欣二手書店自台北縣前來的顧客佔了相當高的比例。

(3) 另外，因為華欣、茉莉都位於大安區，較多附近住戶願意前來，使得大安區的顧客成為台北市 12 區當中最多的。

- (4) 台北市中正區的部分華欣二手書店佔 25%，遠高於茉莉二手書店的 2%，推測應該和茉莉地理位置有關。茉莉二手書店較靠公館商圈，而華欣則較靠近台北市中心方向，因此較能吸引中正區的顧客前來。
- (5) 至於茉莉二手書店外縣市的部分佔專門來的顧客部分高達 1/5，或許和茉莉經常在報章雜誌上被報導以及擁有自己的網站有關。

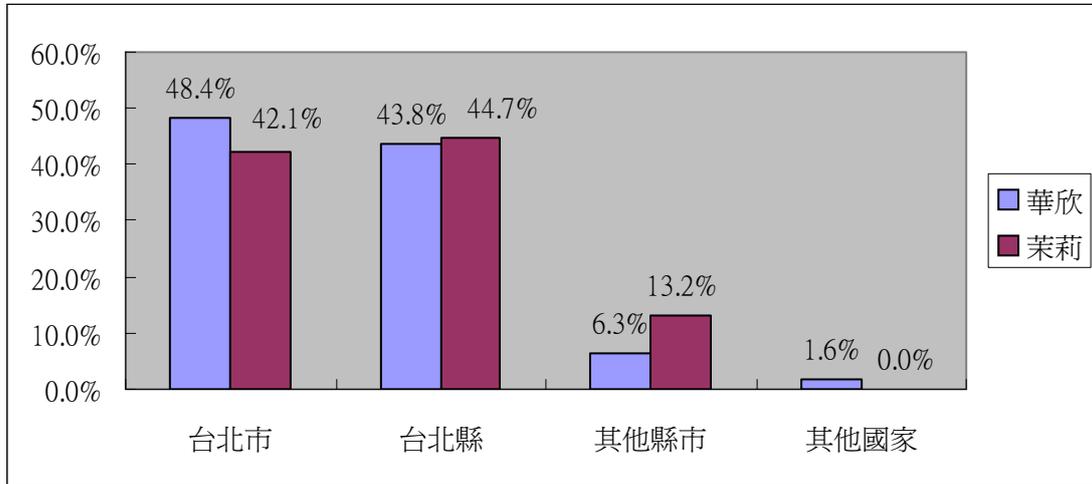
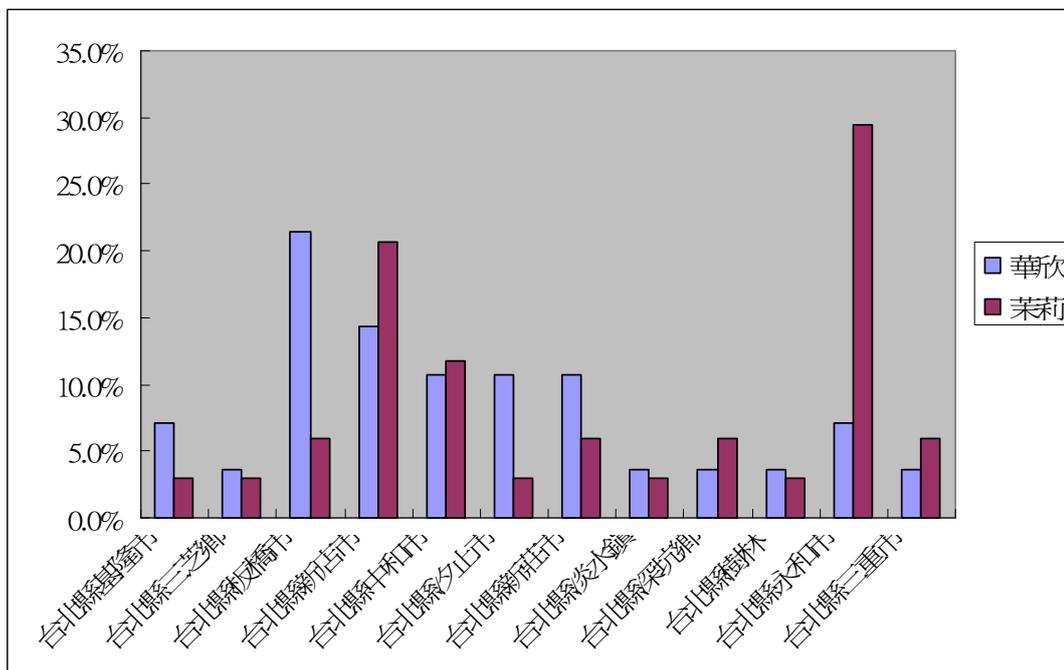


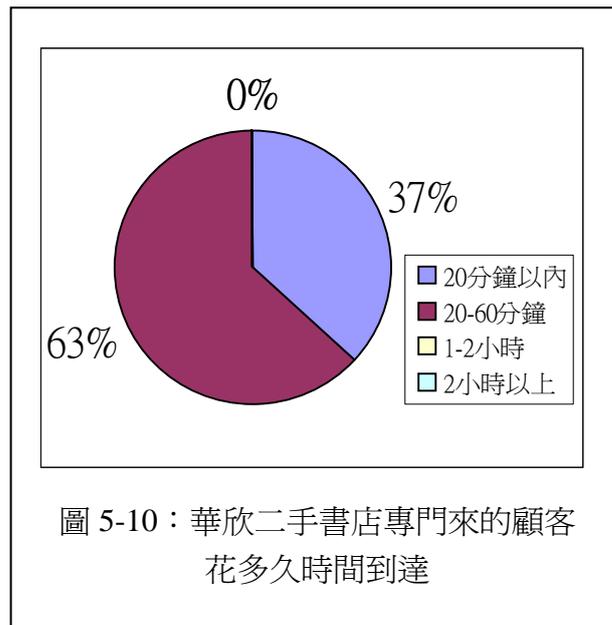
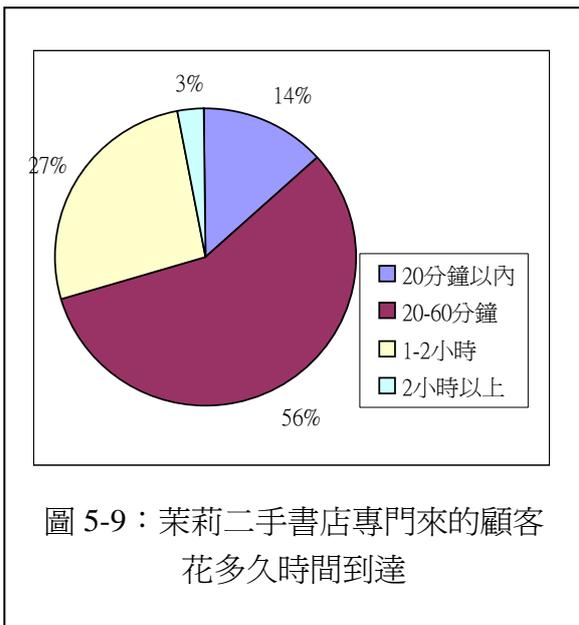
圖 5-7：華欣/茉莉二手書店顧客整體來源地

2. 分區來源（討論來自台北縣各鄉鎮市的顧客）

- (1) 推測是因為公館地區有永福橋、福和橋連接永和，並且有秀朗橋連接往新店及中和的方向，因此若綜合觀察顧客來源台北縣部份的話，新店、永和所佔比例較高。
- (2) 另外，華欣二手書店來自板橋市的顧客佔 30%，遠高於茉莉二手書店的 2%，或許是因為華欣二手書店較鄰近師大，茉莉較鄰近台大。其中華欣二手書店板橋市的顧客來源多為學生，而師大板橋市的學生本來就較台大多，因此推測華欣二手書店來自板橋市的顧客可能多為師大的學生。
- (3) 茉莉二手書店來自永和的顧客較華欣高出近一成，或許和茉莉設計上較溫馨，吸引較多家庭，且普遍年齡層較高，與永和顧客若開車、騎機車較方便有關。



3. 商品圈特性



- (1) 華欣二手書店專門來的顧客多只願意花 1 小時以內的交通時間，茉莉二手書店則有超過三成專門來的顧客願意花超過 1 小時的路程，顯示茉莉對一般民眾較具吸引力，同時較難被一般居家附近的書店取代。這可能和茉莉二手書店在裝潢、空間擺設上的用心，以及營造出家庭般溫馨的感覺有關。

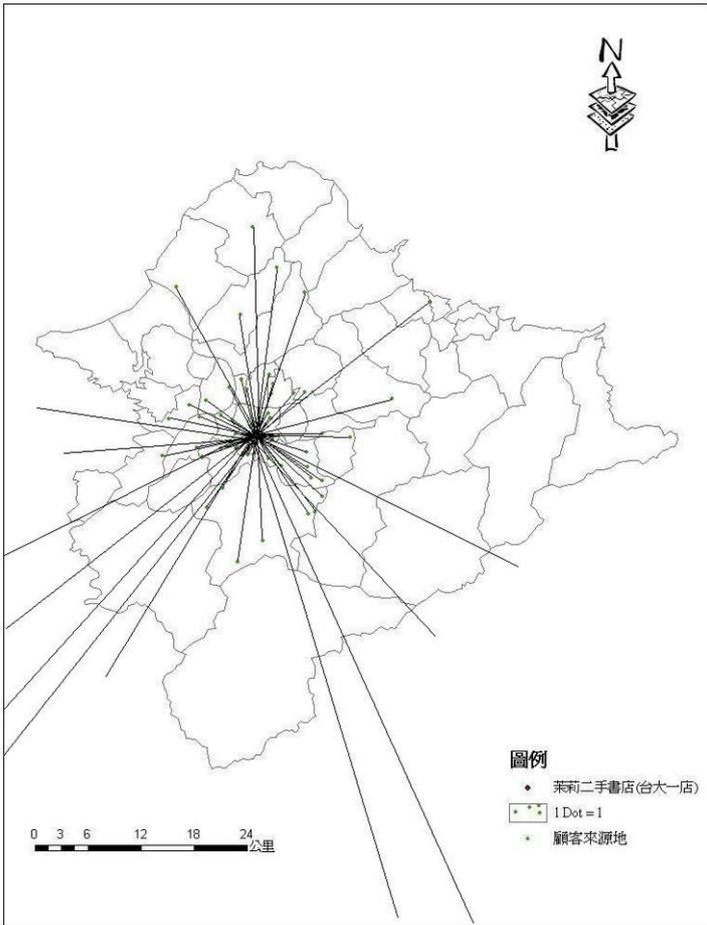


圖 5-11：茉莉二手書店(台大一店)商品圈
 (資料來源：以問卷發放結果以 ArcMap 製成,有效份數 67 份,底圖為北北基行政區圖)

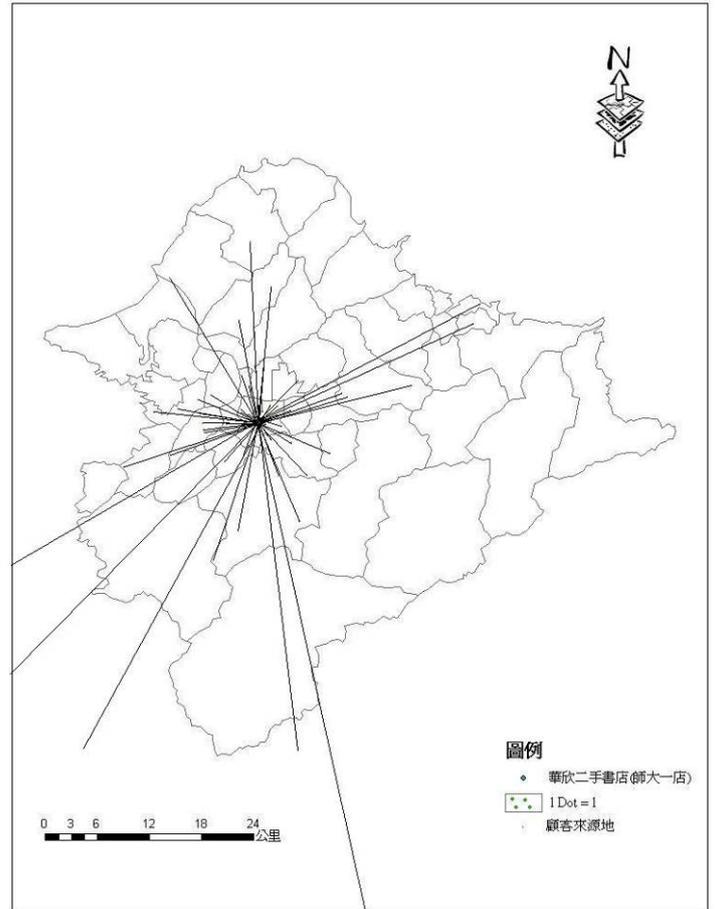


圖 5-12：華欣二手書店(師大一店)商品圈
 (資料來源：以問卷發放結果以 ArcMap 製成,有效份數 64 份,底圖為北北基行政區圖)

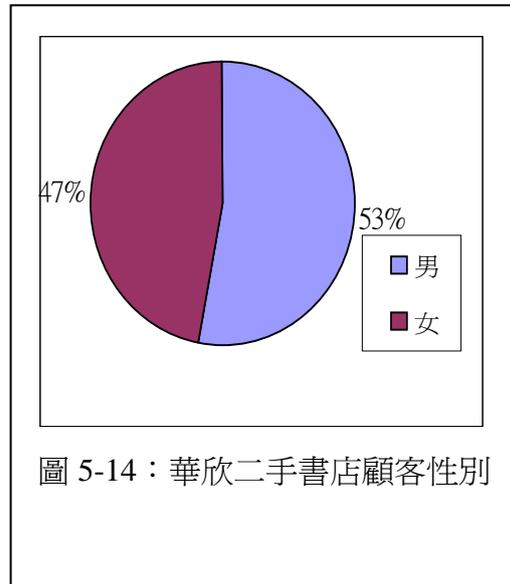
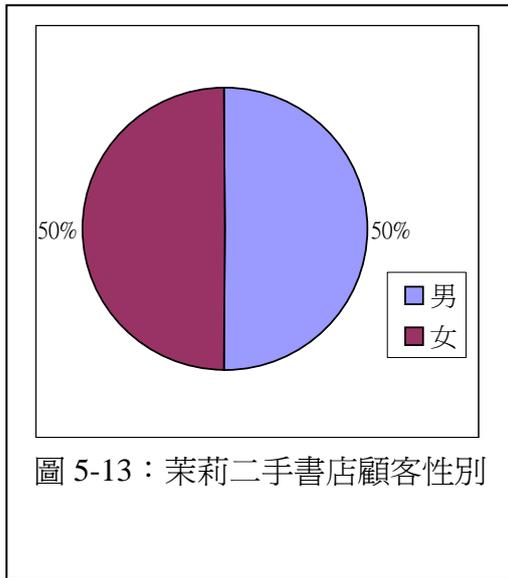
小結：整體來說兩家二手書店來自台北市的顧客皆將近一半，其中以大安區最多，文山區為次。而自台北縣前來顧客則接近四成，其中台北縣的顧客多來自於新店、永和、板橋，這和公館商圈本身交通上的便利性有關。台北縣的顧客當中傳統型較多來自板橋，創新型則較多來自永和。此外創新型二手書店較傳統型二手書店吸引較多的外縣市顧客，推測和創新型二手書店的空間營造以及知名度有關。

(三) 消費者特性

※基本資料特性

1. 性別

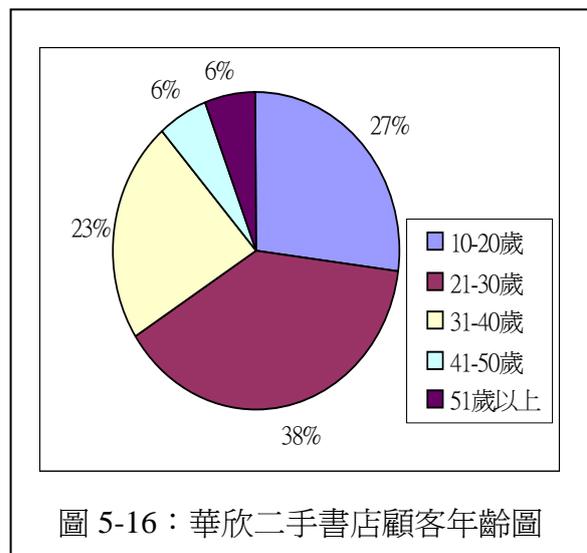
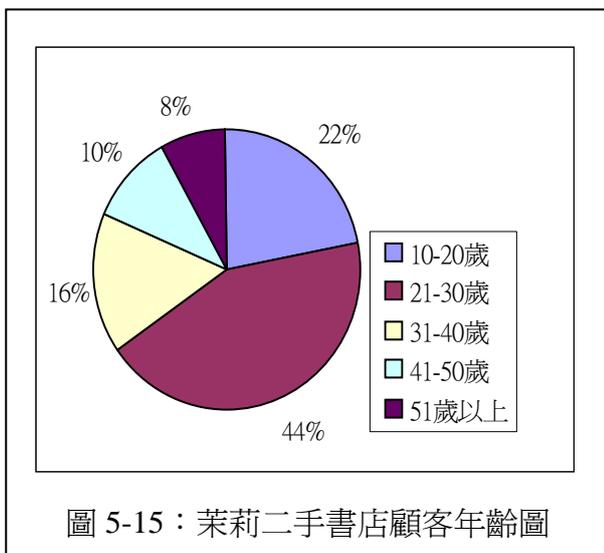
基本上，茉莉二手書店與華欣二手書店的消費者男女比例都維持在各佔一半左右。



2. 年齡

(1) 華欣二手書店與茉莉二手書店的顧客年齡皆是以 21-30 歲居多，推測是因地緣關係，位在大學鄰近區旁，又因是假日，故消費者大多為大學生。兩家店的次多客層都以 10-20 歲（大部分由國、高中生組成）為主。

(2) 整體而言，茉莉二手書店與華欣二手書店的客層年齡偏低，30 歲以下者佔了超過 60%，自 21-30 歲以後年齡越高消費者比例就越低，其中又以茉莉二手書店最為明顯，推測為其室內空間設計較溫馨雅緻，故於假日吸引較多情侶、家庭前來之故。



3. 職業結構

- (1) 整體而論，茉莉二手書店與華欣二手書店的顧客職業都以學生為主（各佔約一半左右），因為兩家二手書店皆位在台大與師大的附近，故與職業排名第二者相比皆大幅領先。
- (2) 另外，與我們原先設想不同的為從事教職與文字工作的比例皆佔不高，合併計算茉莉二手書店佔約 7%；華欣二手書店佔約 6%。原因不十分明顯，推測可能與兩家書店的書籍種類頗廣、不特別偏重於文史類有關係。
- (3) 華欣二手書店由於位在台電大樓站附近，且週遭較多辦公大樓，職業統計結果服務業比例為茉莉二手書店的兩倍左右。
- (4) 茉莉二手書店由於其店內營造之氣氛，吸引許多家庭於假日前來，家管與退休者皆比華欣二手書店來得高。

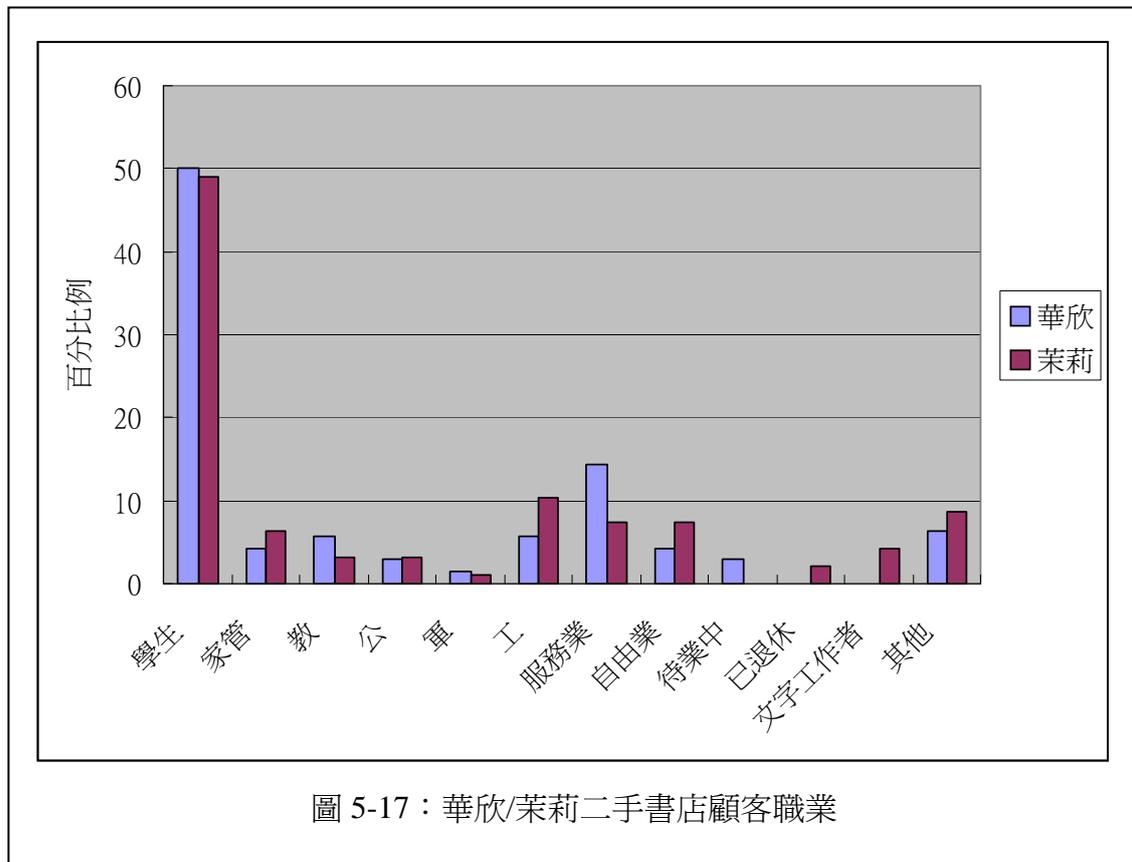


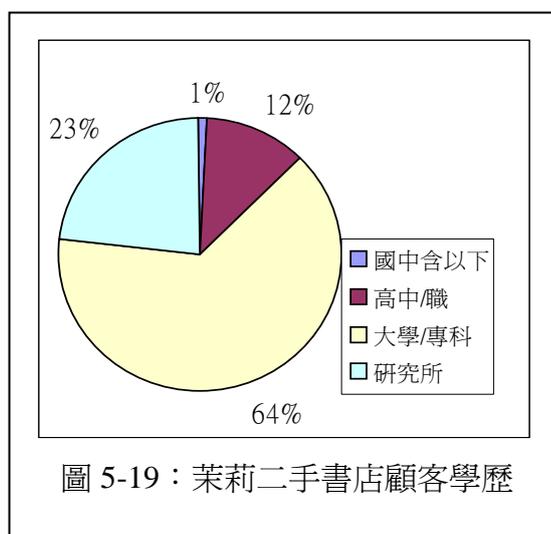
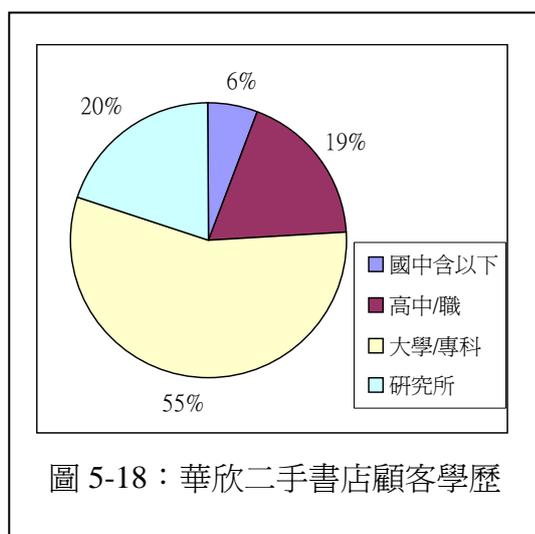
圖 5-17：華欣/茉莉二手書店顧客職業

表 5-5：茉莉/華欣二手書店顧客職業比例表

顧客職業	茉莉二手書店	華欣二手書店
學生	48.96%	50%
家管	6.25%	4.29%
教	3.13%	5.71%
公	3.13%	2.86%
軍	1.04%	1.43%
工	10.42%	5.71%
服務業	7.30%	14.29%
自由業	7.30%	4.29%
待業中	0%	2.86%
已退休	2.08%	0%
文字工作者	4.17%	0%
其他	6.25%	8.57%

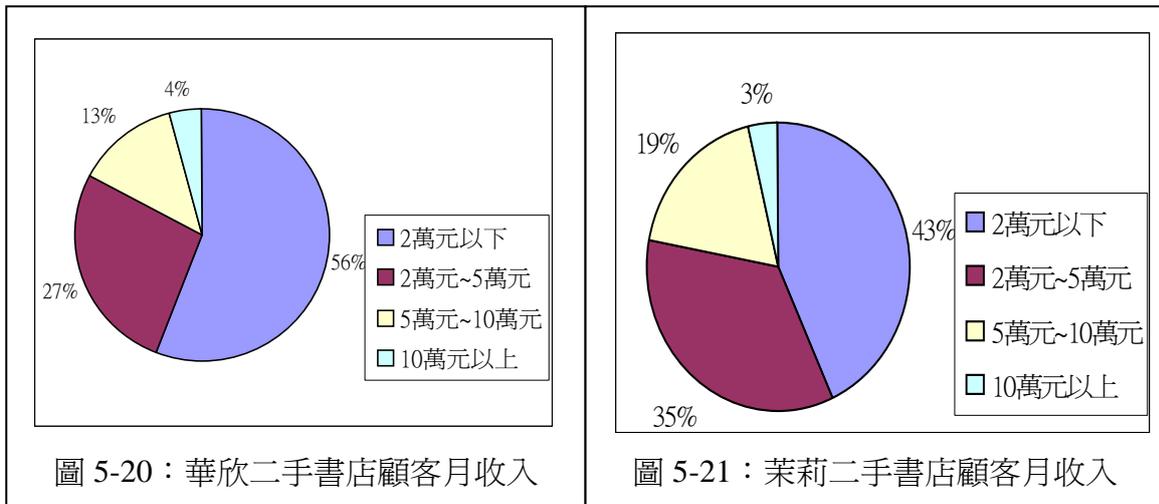
4. 學歷

- (1) 華欣二手書店與茉莉二手書店由於位在大學附近，顧客學歷皆以大學/專科為主。
- (2) 兩家書店的顧客學歷大學/專科以上者皆佔了約 75%，顯見二手書店的客人以受過高等教育的客層居多。



5. 月收入

- (1) 由於兩家書店的消費者皆以學生為主，故客人的月收入多在 2 萬元以下。
- (2) 茉莉二手書店由於經營方式，吸引較多家庭於假日前來，因此收入 2 萬元以下者和 5 萬-10 萬者的差值不若華欣二手書店來的顯著。



小結：整體來說，本次研究範圍由於選在台大師大近鄰區之故，傳統型書店與創新型書店的顧客大致上以學生為主，學歷以大學/專科為多，男女比例平均。除此之外，華欣二手書店由於位在捷運站附近，顧客從事服務業者比茉莉二手書店多。而茉莉二手書店由於除了學生之外，亦吸引較多家庭前往，因此顧客月收入平均也較華欣二手書店少以家庭為單位前往的顧客為高。

※消費者習慣

1. 平均多久買一次二手書

- (1) 明顯發現，光顧茉莉二手書店的客人平均約一個月買一次二手書，且比例明顯比華欣二手書店高出許多；光顧華欣二手書店的顧客，則呈現兩個高峰：一是平均兩星期買一次的顧客，另一是一年以上買一次二手書的顧客。
- (2) 茉莉二手書店的空間及氣氛營造，以及兼賣二手 CD，吸引較多尋找藝文空間以及大眾書的客人前往。而華欣二手書店則由於書種多且齊全，有學術性書籍亦有大眾書籍，因此除了為學術目的而尋書的客人買書頻率較低之外，亦有兩星期來尋寶一次的顧客。

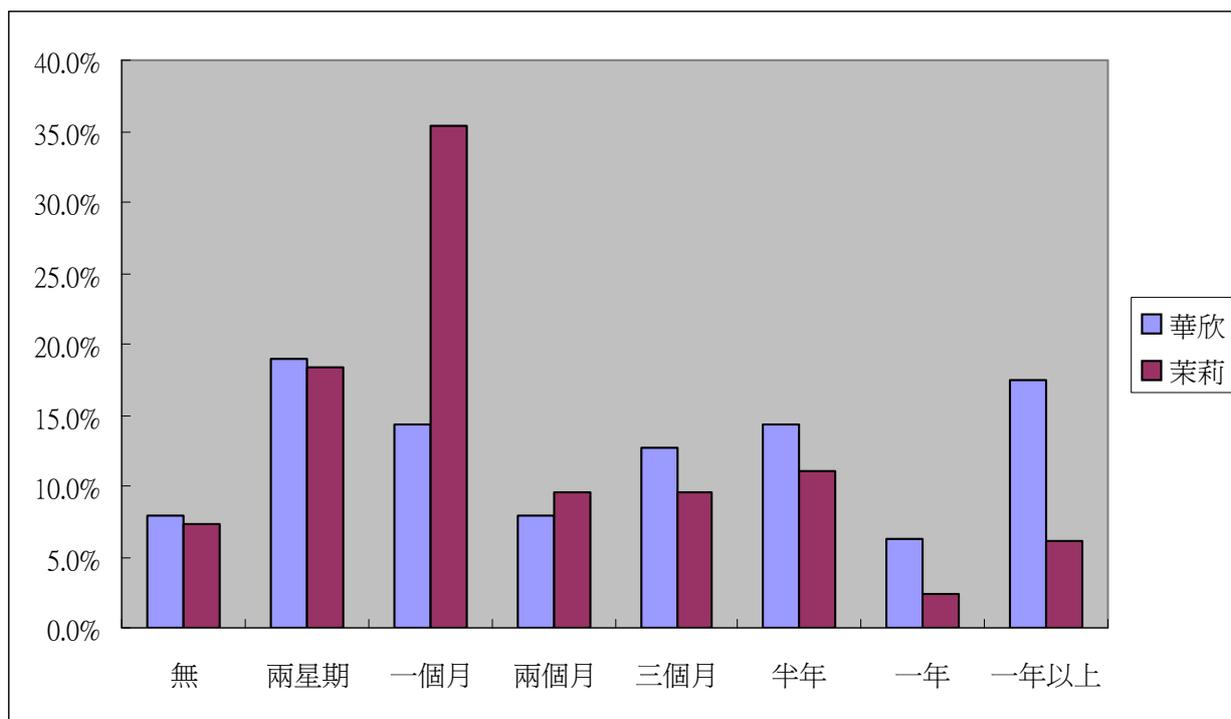


圖 5-22：華欣/茉莉二手書店顧客多久買一次

頻率	茉莉二手書店	華欣二手書店
無	4.9%	7.9%
二星期	12.3%	19.0%
一個月	23.8%	14.3%
兩個月	6.6%	7.9%
三個月	6.6%	12.7%
半年	7.4%	14.3%
一年	3.7%	6.3%
一年以上	4.1%	17.5%

2. 平均多久逛一次二手書店

我們發現，到茉莉二手書店與華欣二手書店的客人中，最多人每兩星期就會逛一次二手書店。

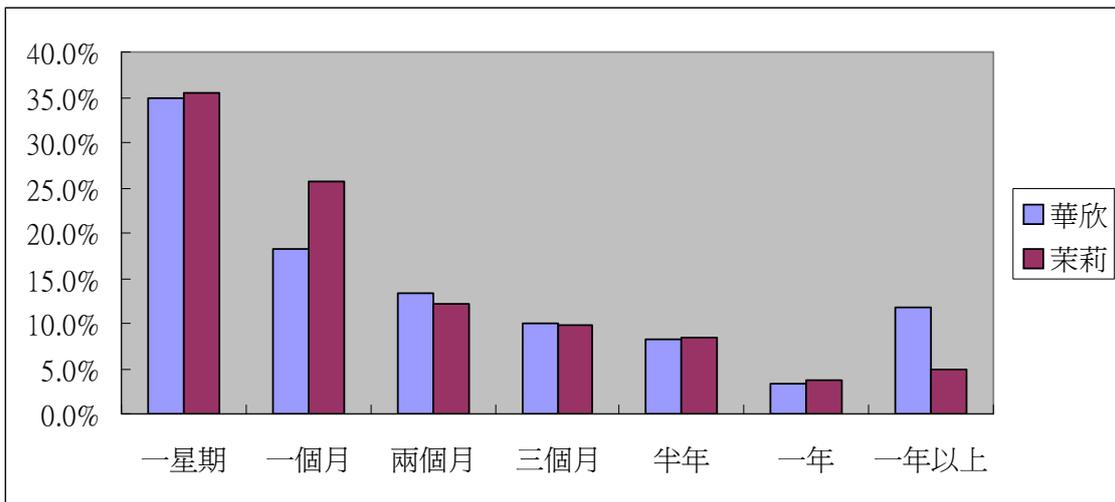


圖 5-25：華欣/茉莉二手書店顧客平均多久逛一次二手書店

表 5-7：茉莉/華欣二手書店顧客逛二手書店的頻率

頻率	華欣二手書店	茉莉二手書店
二星期	34.9%	35.4%
一個月	19%	25.6%
兩個月	12.7%	12.2%
三個月	9.5%	9.8%
半年	7.9%	8.5%
一年	4.8%	3.7%
一年以上	11.1%	4.9%

3. 二手書的藏書量

分析結果發現，兩家二手書店的顧客大部分的二手書藏書量都在十本以下。顯示大部分的顧客雖然常逛二手書店，二手書卻不是其主要書籍來源。其中也顯示二手書店大部分的客人仍以普通客人為主，而非全仰賴收藏量豐富的固定購買者/藏書家。

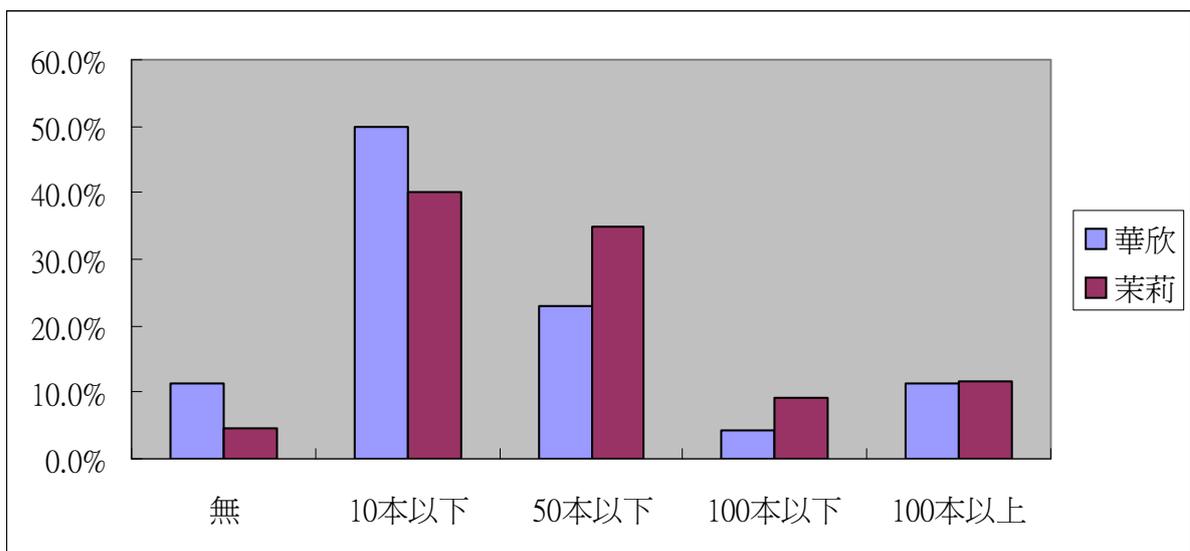


圖 5-27：華欣/茉莉二手書店顧客二手書藏書量

(4) 逛二手書店的原因為何

結果顯示，無論是茉莉二手書店或是華欣二手書店的客人，二手書店對其的主要誘因仍是書籍價格。

表 5-8：茉莉/華欣二手書店顧客逛二手書店的原因

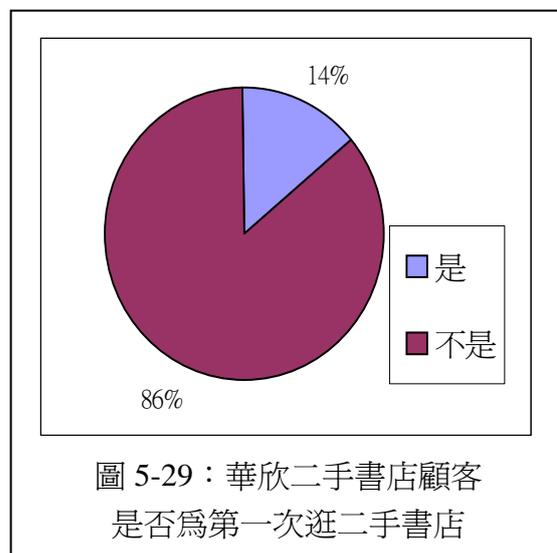
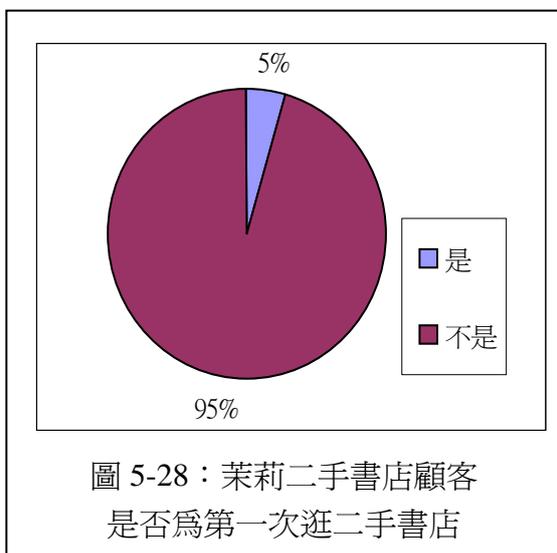
逛二手書店的原因	茉莉	華欣
價格便宜	27.80%	31.12%
書籍珍貴	8.04%	8.16%
交通方便	4.90%	5.61%
會員制度佳	3.85%	3.06%
能夠找到喜歡的書	15.03%	19.89%
能夠找到需要用的書	14.69%	14.79%
喜歡店內的整體風格	11.19%	4.59%
店員服務態度佳	3.50%	2.04%
喜歡店內販賣其他商品	1.40%	1.02%
喜歡店內提供的銷售服務	3.50%	2.55%
附近有其他二手書店可供比較	2.80%	4.08%
室內空間配置合宜	2.45%	2.04%
其他	0.70%	0.60%

小結: 整體而言大部分的客人約兩星期逛一次二手書店，二手書的藏書量約在十本以下，且二手書店對於其最大的吸引力為書籍便宜。

※消費行爲

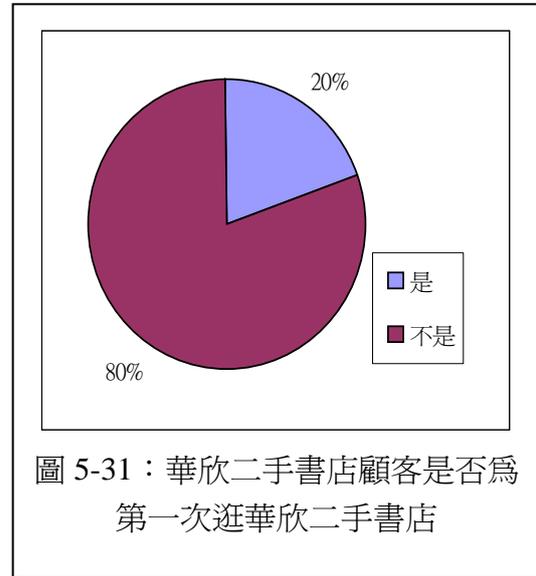
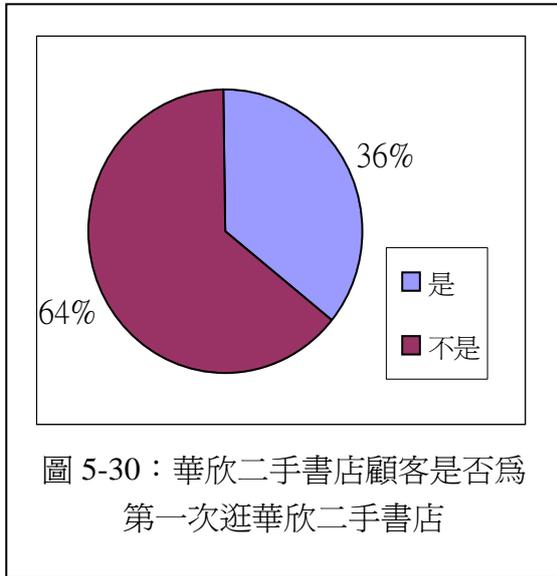
1. 是否為第一次逛二手書店

很明顯，兩家二手書店絕大多數的顧客，都並非第一次逛二手書店。兩家書店第一次逛二手書店的消費者是少數，而其中茉莉二手書店的 5% 又幾乎比華欣二手書店要少了一成左右。



2. 是否為第一次逛華欣/茉莉二手書店

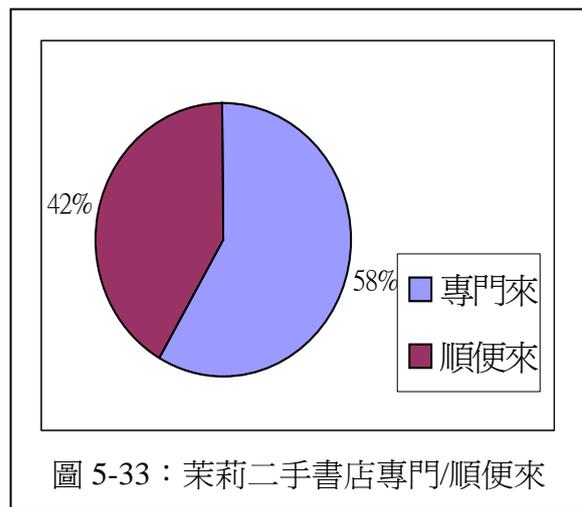
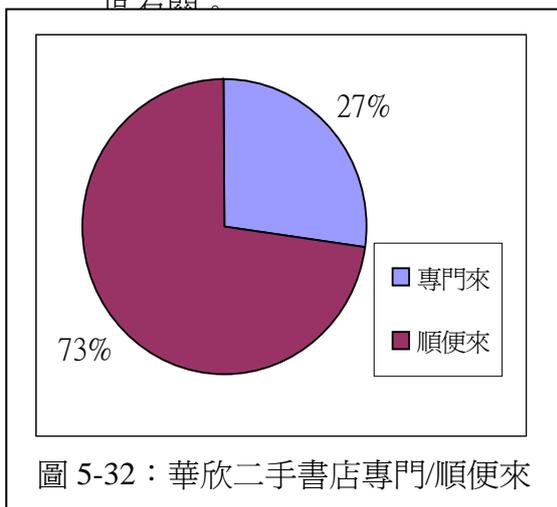
第一次逛華欣二手書店的顧客佔了 36%，高出茉莉二手書店的 20% 許多，說明了茉莉二手書店擁有較高比例的老客戶。



3. 專門來或順便來

(1) 茉莉二手書店專門來的顧客佔 58%，遠高於華欣二手書店的 27%，推測和茉莉書店的經營方式與室內裝潢能夠對於一般客人有較多吸引力有關。

(2) 華欣二手書店順便來的客人高達 73%。除了少部分特別為尋書而來的顧客，大部分或許和華欣二手書店位在捷運台電大樓站附近，書店出口又正好是人群聚集的鬧區有關。



4. 逛茉莉/華欣二手書店的原因

(1) 整體而言，無論是茉莉二手書店或是華欣二手書店，對於消費者的吸引力皆主要在於價格便宜。雖然茉莉二手書店折扣比華欣二手書店多，推測由於茉莉二手書店其他顯著特色之關係，「價格便宜」的比例反而比華欣二手書店少。

(2) 整體而論，顧客分別逛兩家書店的原因比例，大致與其逛二手書店的原因相仿。兩家書店一般符合大部分消費者對於二手書店的期待。而由於位在台大師大近鄰區，

具有交通便利的區位特性，因此兩家書店在「交通方便」的選項比例上，皆明顯比一般會去逛二手書店的原因高。

- (3) 由於茉莉二手書店的店內裝潢以及氣氛營造，使其與華欣二手書店相較之下，不但吸引更多重視店內風格的二手書店消費者，也使得更多消費者因為這點特色而來。
- (4) 雖然茉莉二手書店在「喜歡店內販賣其他商品」上比例比華欣二手書店來得高，卻也僅佔不到 2%，顯示販賣二手 CD 與黑膠唱片並非茉莉二手書店主要吸引顧客之因素。而華欣二手書店雖然沒有販賣其他商品，問卷結果的 0.6% 根據發放時觀察，應是指其販賣的部份新書而言。
- (5) 由於華欣二手書店的書種類齊全而且數量多，「在能夠找到需要用的書」部份明顯比茉莉二手書店高出三點多個百分點。

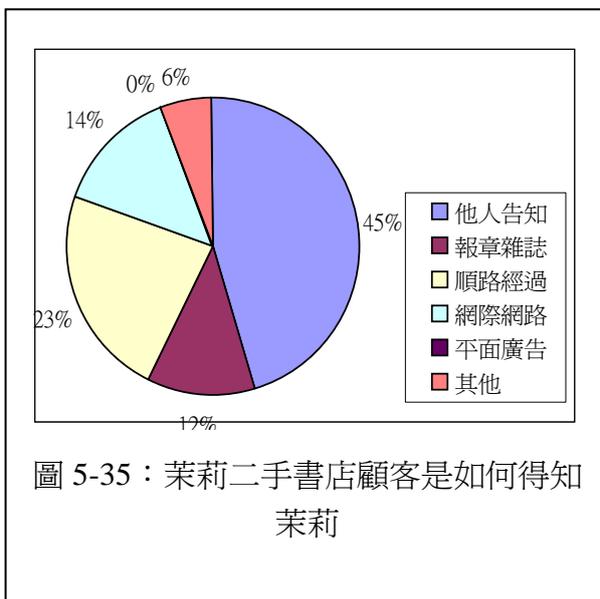
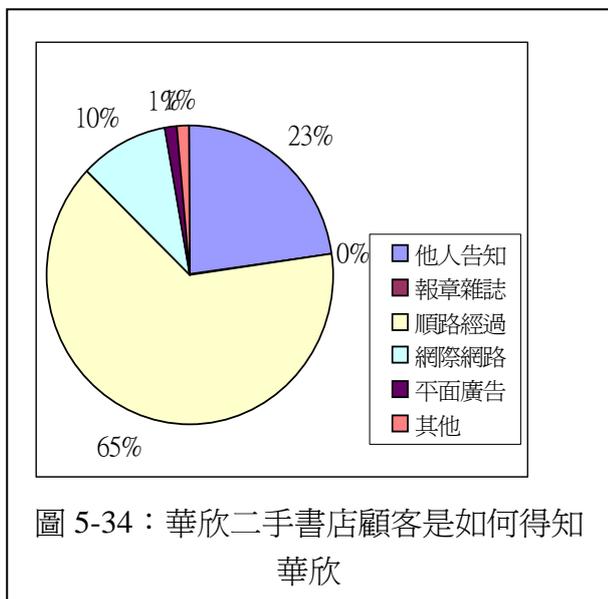
表 5-13：逛茉莉/華欣二手書店的原因

	茉莉二手書店顧客		華欣二手書店顧客	
	逛二手書店原因	逛茉莉原因	逛二手書店原因	逛華欣原因
價格便宜	27.80%	21.12%	31.12%	28.40%
書籍珍貴	8.04%	7.14%	8.16%	5.92%
交通方便	4.90%	10.25%	5.61%	13.61%
會員制度佳	3.85%	4.66%	3.06%	5.33%
能夠找到喜歡的書	15.03%	15.53%	19.89%	13.61%
能夠找到需要用的書	14.69%	9.94%	14.79%	17.83%
喜歡店內的整體風格	11.19%	13.04%	4.59%	4.73%
店員服務態度佳	3.50%	4.04%	2.04%	4.73%
喜歡店內販賣其他商品	1.40%	1.55%	1.02%	0.60%
喜歡店內提供的銷售服務	3.50%	2.48%	2.55%	1.78%
附近有其他二手書店可供比較	2.80%	4.35%	4.08%	1.78%
室內空間配置合宜	2.45%	4.66%	2.04%	3.55%
其他	0.70%	1.24%	0.60%	2.37%

5. 二手書店訊息來源

- (1) 華欣順路經過的比例高達 65%，和我們原先設想華欣兩家分店都在地下室，可能較少過路生意正好相反。可能和華欣在騎樓的地方設置大型看板有關，在能見度方面補足了位處地下室的劣勢。
- (2) 茉莉最主要則是以「他人告知」的方式招徠顧客。顯示有相當比例的顧客對於茉莉的服務感到滿意，才會口耳相傳的告知週遭的親朋好友。

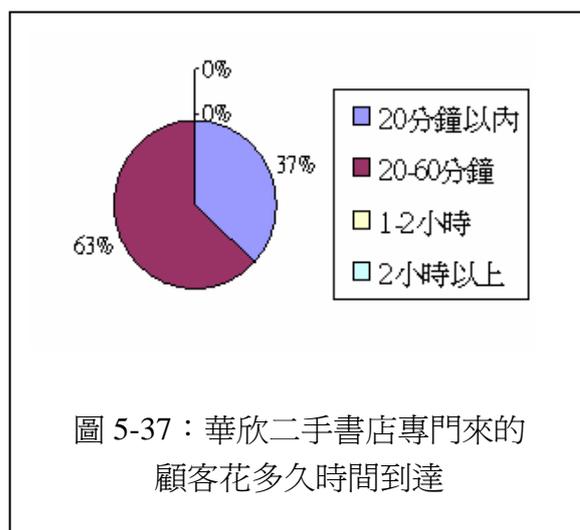
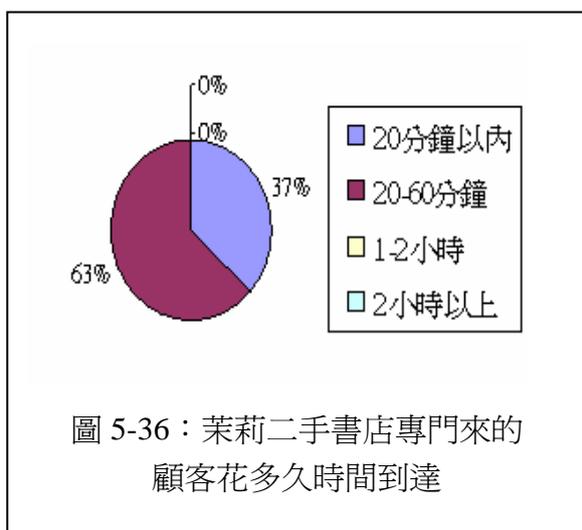
- (3) 兩家書店都有一成左右的顧客是靠網路得知的，其中又以茉莉略高一些
- (4) 茉莉二手書店本身的行銷策略，以及獨特的藝文空間營造，使其的曝光率大量增加。「報章雜誌」部分，茉莉二手書店得到 12 個百分點，與華欣二手書店的 1 個百分點有很大的差距。



※交叉比較

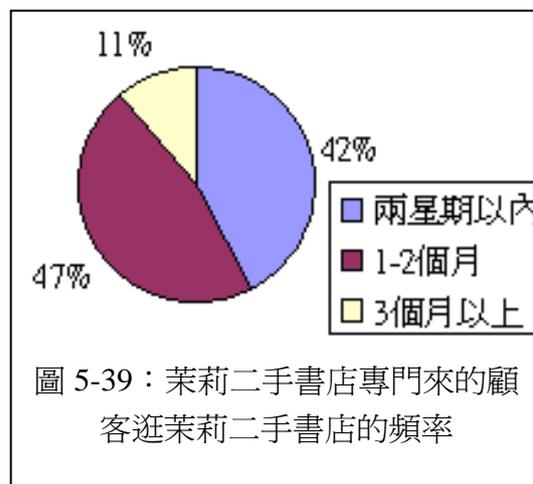
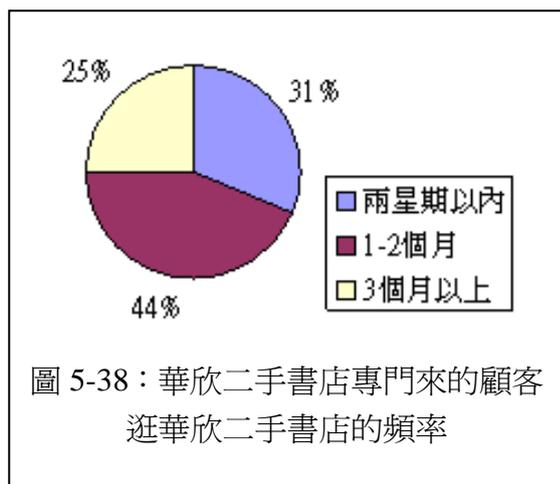
(1) 專門來的顧客所花的時間

華欣專門來的顧客多花 20-60 分鐘或 20 分鐘以內；而茉莉雖然也以 20-60 分鐘為主，但也有 3 成以上的顧客願意花 1 個小時前來，和華欣完全沒有花一個小時以上專門前來的顧客相當不同。



(2) 專門來的顧客逛二手書店的頻率

大部分會專門來逛華欣二手書店與茉莉二手書店的顧客，皆是平均 1-2 個月逛一次。與大部分消費者逛二手書店為兩個星期的頻率（見表 5-8），明顯長很多。



小結：傳統型二手書店的顧客約一個月買一次二手書，創新型二手書店的顧客，則呈現兩個高峰：平均兩星期買一次和一年以上買一次。到兩種書店的客人中，每兩星期就逛一次二手書店的占最高比例，此外大部分都並非第一次逛二手書店且二手書藏書量都在十本以下。傳統型吸引的新消費群較多，而創新型則擁有較高比例的老客戶，然而對於消費者的吸引力主要皆在於價格便宜。創新型二手書店主要以他人告知的方式招徠顧客；而傳統型二手書店順路經過的顧客為主。

陸 結論

二手書店的經營，自有其淵源歷史。雖然含有「二手」二字，卻憑著時間的推移慢慢發展出不同的經營型態。使得不同時間成立的二手書店，各自發展出其特色。本研究依此前提，將台大師大近鄰區的二手書店作出分類，並且探討其商品圈及消費者特性，試圖歸納出其轉型的變化。

以下為主要研究結果：

一、二手書店的分期與轉型

- (一) 二手書店以民國 80 年為界，前期傳統型店內空間配置單純、折扣不低，以齊全的書籍多服務學術性要求顧客為主；後期創新型顧客多收購 3-5 年內新書、折扣較低，以精緻的店內空間與銷售手法招徠大眾性顧客。
- (二) 除此之外，亦有特色型二手書店，主要以收購專書或絕版書為主。

二、台大師大近鄰區具有兩立性區位

- (一) 台大師大近鄰區由於位居兩大學附近，加上此區本身即是連繫北縣和台北市南區，以及近年捷運的開挖，使得此區成為台北舊書業的經營重心。
- (二) 設於此區的二手書店店家，多看重此區易購得舊書以及易招徠顧客。

三、傳統型書店與創新型書店之成立時間反應其經營特色。

- (一) 傳統型書店通常空間較小且經營方式較單純，較少會員制度且折扣也多維持在五折以上。書況未必新書籍卻齊全。
- (二) 創新型書店的空間設計大多較有特色，也較貼近顧客需求，有諸多會員制度及折扣優惠。書齡通常在 3-5 年內，但數量未必齊全。
- (三) 某些傳統型書店於近年來在空間配置上已稍作改變，包括店內空間更寬敞、更明亮，開始計畫其他銷售通路，但在本質經營上仍然不變。

四、傳統型書店與創新型書店經營特色不同消費者特性亦不同。

- (一) 整體而言，此區二手書店的顧客以學生群、大學/專科學歷為主，男女比例平均。
- (二) 創新型書店吸引較多家庭前來，是以顧客平均收入較高。其經營策略較新穎，更多顧客願意花更久時間專程前來。

五、不同經營特色二手書店之比較

- (一) 兩者的主要顧客來源仍為新顧客。而傳統型書店多以其書籍多且全的特色吸引大學生/教授帶其後輩/學生前來；創新型書店則以其精緻新穎的風格吸引許多大眾前來。
- (二) 傳統型與創新型書店主要仍以書籍價格便宜吸引顧客。除此之外，傳統型比起創新型較能使顧客購買到需要的書，而創新型主要吸引力則為其店內

風格。

(三) 創新型雖多有兼賣其他商品，卻非其主要吸引顧客的特色。

(四) 特色型二手書店因其書籍特殊，消費者較不受書籍價格之影響。

六、傳統型與創新型書店的商品圈

(一) 創新型書店吸引較多來自外縣市顧客，與其在媒體上曝光度以及較難被一般住家附近書店取代有關。

(二) 傳統型書店亦有海外前來的顧客，值得探討。

柒 檢討與建議

本研究原本預定的研究範圍為整個台北市區，除大學鄰近區之選擇外，亦擴及城中聚集區位以及一般商店街分散區位。因為時間因素，這次便以台大師大近鄰區為例，探討台北市二手書店經營型態的轉型，未來將持續研究。

經過這些日子對二手書店的觀察與探討，我們發現二手書店雖然在區位上有一定的聚集，但實質上的互惠互惠似乎可以再增加一些。

我們認為，b to b (business to business) 是一個可實行的構想：我們可以建立一個網路平台，請店家利用電腦作業系統將所有的二手商品建檔，讓消費者只要在一個網站上，就可以便利的查詢到想要尋找的商品訊息，不需要在眾多二手書店中尋尋覓覓，在搜尋引擎上輸入關鍵字即能貨比三家。

雖然目前茉莉二手書店有將少部分的商品（不到 90 件）拍照，利用 Yahoo! 奇摩的拍賣平台上進行競標交易，但就現況來看，進行這種交易模式的商家畢竟是少數，而其在網路上的商品也只是一小部份而已。我們建議建立的是一個全面性的、只為二手書店設計的系統平台，除了店家本身商品資料易於管理外，也提供給消費者便利的服務，可能吸引更多的顧客。

捌 參考文獻

（一）碩博士論文

朱珊玉（2004），“臺灣二手書籍市場消費者購買行爲之研究——以臺北市和高雄市爲例”

李志銘（2004），“追憶那黃金年代-----戰後台北舊書業變遷之研究”

陳可欣（2004），“「重慶南路書店街」之變遷研究”

楊忠憲（2006），“臺灣網路二手書店消費者購買行爲之研究”

（二）中文期刊

陳國章、陳憲明（1983），“台北市書店的區位與消費者購買行爲”

（三）網際網路

Umap 你的地圖網 <http://www.urmap.com>

Google 地圖網 <http://maps.google.com.tw>

台北市電子地圖 <http://addr.taipei.gov.tw/aspx/chinesemap.aspx>

茉莉二手書店 <http://www.mollie.com.tw/>

全國博碩士論文資訊網 <http://etds.ncl.edu.tw/theabs/index.jsp>

遠流珍品搜查網 <http://www.ylib.com/bid>

附件之一（顧客問卷）

您好！我們是北一女中人文社會資優班的學生，正在進行台北市二手書店的研究。想請您撥冗填寫這份問卷，問卷結果僅供我們撰寫研究論文參考之用，感謝您的填寫！

北一女中 二年忠班 黃韻儒、黃尹宣、劉穎嫻敬上

※ 對二手書店的消費習慣

1-1.請問這是您第一次逛二手書店嗎？（若答「是」，請跳答第 **1-4** 題）

是 不是

1-2.請問您平均多久買一次二手書？

無 兩星期 一個月 兩個月
三個月 半年 一年 一年以上

1-3.請問您平均多久逛一次二手書店？

兩星期 一個月 兩個月 三個月
半年 一年 一年以上

1-4.請問您的二手書藏書量大約為何？

無 10 本以下 50 本以下 100 本以下 100 本以上

1-5.請問您逛二手書店的理由為何？（可複選）

價格便宜 書籍珍貴 交通方便 會員制度佳
能夠找到喜歡的書 能夠找到需要用的書
喜歡店內整體的風格 店員服務態度佳
喜歡店內提供的餐飲服務 喜歡店內販賣其他商品
喜歡店內提供的銷售服務（例如：代寄、代買、打折……等等）
附近有其他家二手書店可供比較
室內空間配置合宜（例如：供閱讀的桌椅、書架陳列……等等）
其他_____

1-6.最常去的二手書店_____

1-7.二手書的意義_____

※ 對 這家 二手書店的消費習慣

2-1. 請問您來 這家 二手書店是專門來或是順便來的？（回答「順便來」，請直接跳答第 2-3 題）

- 專門來 順便來

2-2. 請問您約花多久時間來此書店？

- 20 分鐘以內 20-60 分鐘 1-2 小時 2 小時以上

2-3. 請問這是您第一次逛 這家 二手書店嗎？（回答「是」，請直接跳答第 2-5 題）

- 是 不是

2-4. 請問您平均多久逛一次 這家 二手書店？

- 一星期 兩星期 一個月 兩個月
 三個月 半年 一年 一年以上

2-5. 請問您最喜歡 這家 書店的哪些特色？（可複選）

- 價格便宜 書籍珍貴 交通方便 會員制度佳
 能夠找到喜歡的書 能夠找到需要用的書
 喜歡店內整體的風格 店員服務態度佳
 喜歡店內提供的餐飲服務 喜歡店內販賣其他商品
 喜歡店內提供的銷售服務（例如：代寄、代買、打折……等等）
 附近有其他家二手書店可供比較
 室內空間配置合宜（例如：供閱讀的桌椅、書架陳列……等等）
 其他 _____

2-6. 怎麼知道 這家 書店的？

- 他人告知 報章雜誌 順路經過 網際網路 平面廣告
 其他 _____

※基本資料

3-1.性別：

男 女

3-2.年齡：

10-20 歲 21-30 歲 31-40 歲 41-50 歲 50 歲以上

3-3.職業：

學生 家管 教 公 軍 工

服務業 自由業 待業中 已退休 文字工作者

其它_____

3-4.學歷：

國中含以下 高中/職 大學/專科 研究所

3-5.月收入：

2 萬元以下 2 萬元~5 萬元 5 萬元~10 萬元 10 萬元以上

3-6.現住地：

台北市：_____區_____路/街_____段

外縣市：_____縣/市_____鄉/鎮

再次感謝您的填寫！

附件之二（商家問卷）

1. 二手書店的空間分布與其區位

*店面位置（人與地）/裝潢選擇的理由?**研究傳統式二手書店和複合式二手書店的各別特色**

- *開設二手書店的原因?
- *二手書店與一般書店最大不同?
- *經營二手書店最大的難處?

2.傳統式二手書店和複合式二手書店之間的比較

A.經營型態：

1.銷售模式

- *是否有除店面外銷售方式，例如：網站、假日市集……等等？
- *是否有複合式的經營（例如：下午茶、二手 CD……）？
- *為什麼要這麼做?（營造藝文空間的氣氛?）

2.店面空間配置

- *為什麼店內空間要如此陳設？想要傳達出什麼概念？

3.商品（二手書的種類）與其貨源

- *（若是專書型書店）為什麼選擇此為書籍走向？（皆可）都從哪裡搜購二手書？

4.會員制度

5.服務

- *是否有會員制度/優惠制度/額外服務/集點數……等等?
- *為什麼要這麼做?

B.空間分布與其區位

- *為什麼要將店面設在這裡
- *延續上題。若書店位於有許多二手書店聚集的街區（例如公館 286 巷），訪問這樣對自己的生意是否有影響？（公館舊書城.茉莉二手書店）

C.客源性質及消費者行爲

D.複合式二手書店是否比傳統式書店吸引更多的顧客或賺取較高的利潤？

- *顧客大致上都從哪裡來？
- *主要客源是老主顧或是流動頻繁的新客人？
- *覺得您書店中哪一個特點最能夠再次吸引客人前來？

3.研究二手書店的競爭/合作關係

4.研究二手書店的產業轉型

- *是否和其他二手書店有合作關係？
- *覺得同業間最大的競爭在哪裡？
- *面對這樣的競爭您如何讓自己的書店不落人後/維持優勢？