

Sector editorial en Taiwán

A. CIFRAS CLAVE

El valor total de las importaciones de libros en **2023** alcanzó los **67,59 MUSD**. Para **2024**, según las estimaciones de Statista, se espera que los **ingresos totales** alcancen alrededor de **563 MUSD**, con un incremento anual de sólo 1 millón de dólares desde 2021. **El 42 % de los consumidores en Taiwán tiene el hábito de leer diariamente**, y el 68 % reporta haber comprado libros nuevos. Aunque los ingresos del sector están actualmente estancados, hay nuevas tendencias e indicios que sugieren oportunidades en el mercado.

TAIWÁN EN CIFRAS

	2024	2023	EVOLUCIÓN
Población Taiwán (millones de habitantes)	23,42	23,34	POSITIVA
Tasa de crecimiento poblacional	0,11 prev.	0,13	NEGATIVA
Tasa de crecimiento interanual del PIB nominal %	3,43 prev.	2,12	POSITIVA
Tasa media anual de inflación %	2,2 prev.	1,7	NEGATIVA
Riesgo soberano COFACE	A2	A2	ESTABLE
PIB nominal (2024, millones de TWD)	24.861.514 prev.		
PIB nominal per cápita % (2024, USD)	33.783 prev.		
Índice de variación del IPC interanual (2024, %)	1,85 prev.		
Importaciones totales 4901 (2023, USD)	67.593.883		
Ratio crecimiento importaciones totales 4901 en USD (primer trimestre 2023-2024, %)	6,45		
Principales países exportadores a Taiwán 2023	EE. UU., Reino Unido, Japón, China, Corea del Sur		

Fuente: [NATIONAL STATISTICS \(TAIWAN\)](#), [COFACE TAIWAN](#) [INTERNATIONAL TRADE STATISTICS TAIWAN](#)

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

La presente ficha comprende el análisis de los productos del grupo **NCM 4901 del código arancelario de clasificación de mercancías y normativa de Taiwán**, coincidente con el TARIC homologado de la OMC. El sector editorial taiwanés comprende en la actualidad 11 grupos arancelarios (4901-4911). No obstante, el **46,81 % del valor en millones de USD de las importaciones totales** por partida sobre el total de importaciones del sector (2019-2023) pertenece a los productos contenidos en el grupo 4901, motivo por el que esta nota se centra en el análisis de ese mercado, al no existir un nicho internacional significativo del resto de partidas.

SECTOR OBJETO DE ESTUDIO

Código arancelario y sus subpartidas

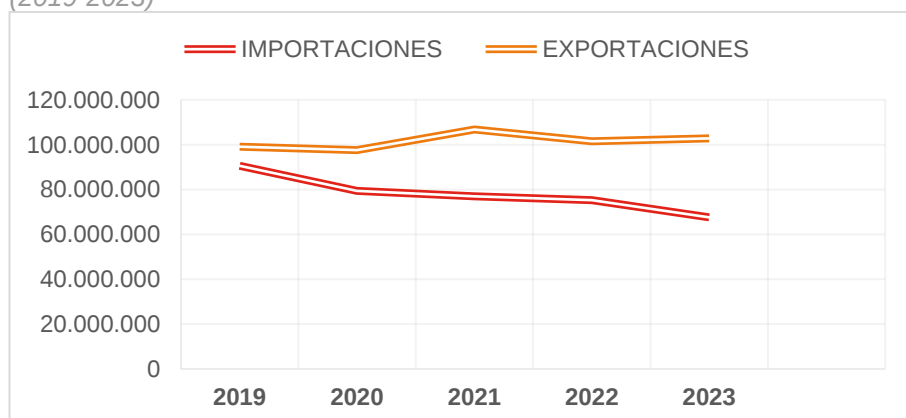
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
4901.10.00.00-0	Libros impresos, folletos, prospectos e impresos similares, en hojas sueltas, incluso plegadas
4901.91.00.00-2	Diccionarios y enciclopedias y sus fascículos
4901.99.10.00-2	Reproducciones impresas de obras de arte
4901.99.90.00-5	Los demás impresos, folletos, prospectos e impresos similares, no en hojas sueltas

Fuente: [INTERNATIONAL TRADE ADMINISTRATION TAIWAN](#)

B.2. Tamaño del mercado

El valor de las exportaciones en USD ha mostrado estabilidad, con un ligero crecimiento en 2021 posterior a la pandemia, mientras que las importaciones muestran una tendencia a la baja. **El valor total de las importaciones en USD alcanzó 67,59 millones en 2023**, mientras que el valor de las exportaciones alcanzó 102,83 MUSD ese año. Si se analiza el crecimiento de las importaciones del primer trimestre de 2024 en comparación con el primer trimestre de 2023, estas han sufrido un **decrecimiento del 11,53 %**.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DEL NCM 4901 EN TAIWÁN (2019-2023)

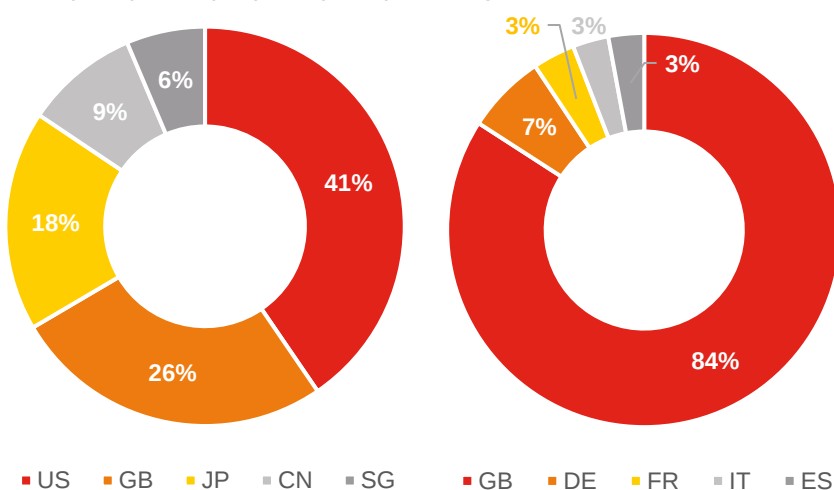


Fuente: [INTERNATIONAL TRADE ADMINISTRATION STATISTICS TAIWAN \(trade.gov.tw\)](#).

La mayor parte de las importaciones provienen de EE. UU. y Reino Unido. De Europa, los principales proveedores son Reino Unido, seguido de Dinamarca y Francia. Frente a dichos países **el porcentaje español es escaso (3 %)**.

PRINCIPALES EXPORTADORES DEL GRUPO ARANCELARIO NCM A4901 A TAIWÁN

Mundo (izda.); Europa (dcha.), en porcentaje del total 2019-2023

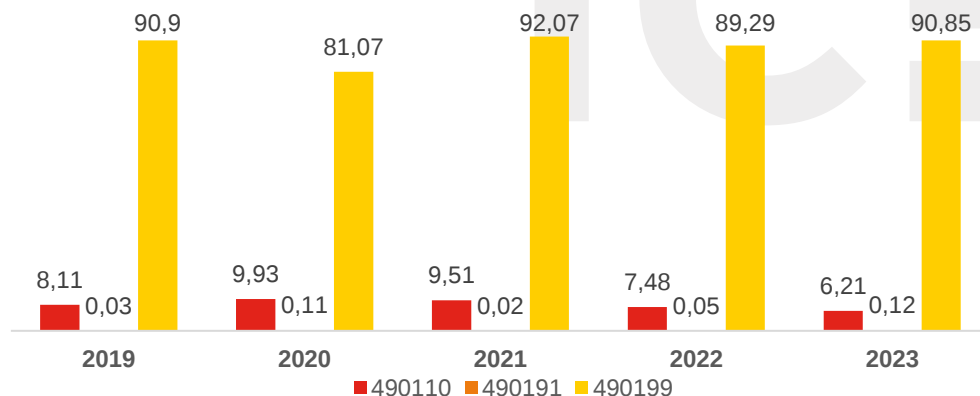


Fuente: [INTERNATIONAL TRADE ADMINISTRATION STATISTICS TAIWAN \(trade.gov.tw\)](https://trade.gov.tw/).

En términos de importación, la partida arancelaria con mayor valor en MUSD es la 490199 que comprende **reproducciones de arte y libros no literarios**.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES NCM 4901 POR SUBPARTIDA ARANCELARIA

En MUSD



Fuente: [INTERNATIONAL TRADE ADMINISTRATION STATISTICS TAIWAN \(trade.gov.tw\)](https://trade.gov.tw/).

En términos generales existe un **decrecimiento interanual del sector**. En 2024, según estimaciones de Statista los ingresos totales rondarán los 563 MUSD, dándose únicamente un incremento de 1 millón de dólares anual desde 2021; esto, unido a la tasa de inflación que afecta a los costes de producción, genera márgenes estrechos. Según el último informe de lectura de 2023 publicado por Book.com, editorial taiwanesa, basado en una encuesta a un grupo de 4.000 consumidores de entre 19 y 60 años, el **41 % estaría dispuesto a gastar 500 TWD al mes en comprar libros**, con un precio medio de 400 TWD por libro, según el *store-check* realizado. Esto se traduce en la adquisición de 1 o 2 libros al mes, reflejando el **estancamiento de ingresos del sector**, que no puede soportar un volumen de ventas tan escaso. En Taiwán, las librerías compiten principalmente por precio debido a la ausencia de un sistema de precio mínimo legalmente establecido. A diferencia de Corea del Sur y otras regiones asiáticas, en Taiwán las empresas pueden ofrecer descuentos incluso en libros recién publicados. Esto ejerce presión sobre las empresas más pequeñas, que deben **ajustar constantemente sus márgenes** para competir.

Según las empresas entrevistadas durante la 32.^a edición de la feria [TIBE](#), existe una **alta competencia de precios** en el mercado. Las empresas buscan socios comerciales que les permitan ampliar su base de clientes en la región asiática y utilizan las tendencias, el mercado de segunda mano y la proliferación del uso de bibliotecas entre los jóvenes como publicidad gratuita que incrementa la notoriedad de su marca.

A pesar de la elevada competencia en precios y los indicios de un estancamiento de demanda, existen datos que avalan los hábitos de lectura de los taiwaneses. Según el último informe anual de lectura en Taiwán, publicado por Eslite, una de las principales editoriales y empresas de venta de libros en Taiwán, **el 42 % de los consumidores taiwaneses tiene un hábito diario de lectura, con el 68 % indicando haber adquirido libros nuevos**. Tras consultar sus motivaciones de compra, el 33 % de los encuestados indicó que realizaban compras periódicas. Según datos del mismo estudio, los tres libros más vendidos en Taiwán son: *Hábitos atómicos* de James Clear, *El señor Sapo va al psicólogo* de Robert de Board y *Lógica subyacente* de Liu Run. No obstante, existen variaciones según la región.

B.3. Principales actores

Según las empresas entrevistadas, el sector editorial taiwanés se encuentra **fragmentado con varios actores clave**. Según el Informe de Investigación de la Industria de Contenidos Culturales de Taiwán, encargado por la Agencia de Contenidos Creativos de Taiwán (TAICCA), en 2023 más del **75 % de las editoriales** eran **pequeñas y medianas empresas**, pero son los grandes grupos editoriales los que reúnen el mayor porcentaje de ingresos del mercado. En cifras extraídas del mismo informe, **el 96 % de los ingresos del sector procede de las ventas nacionales**, incluidas las de libros, audiolibros, licencias multimedia y libros electrónicos.

PRINCIPALES ACTORES DE LA ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE TAIPEÍ HS 4901 IAET

EMPRESA	CÓDIGO	TIPO	PROVEEDORES	CAPITAL (EUR)
H.C LING BOOK STORE & CO. LTD.	4901.10.00. 4901.91.00. 4901.99.10.	IMPORTADOR	EE. UU., UE	286.809,60
ESC BOOK CO., LTD.	4901.10.00. 4901.91.00. 4901.99.90.	IMPORTADOR	EE. UU.	143.404,80
DONGCHU PUBLISHING CO., LTD.	4901.10.00.	EXPORTADOR	MY, EE. UU., CN, HK, SG	86.042,88
ACORN WORLDWIDE SOLUTIONS	4901.10.00.	EXPORTADOR	EE. UU., UE, AU	24.378,82
TA LUH TRADING CO., LTD.	4901.91.00. 4901.99.90.	IMPORTADOR	JP, EE. UU., UK, DE	146.272,90
HICILIN INTERNATIONAL CO., LTD.	4901.91.00.	EXPORTADOR	DE, EE. UU.	717.024,00
TOPLINE STUDY TREASURES CO., LTD.	4901.91.00. 4901.99.90.	AMBOS	JP, CN, SHA, AMO	516.257,28
ESLITE CORPORATION	4901.99.90.	AMBOS	EE. UU., UK, HK	21.747.624,70
B.K. NORTON, LTD.	4901.99.90.	AMBOS	EE. UU., UK, HK, KR	143.404,80
HIM INTERNATIONAL MUSIC INCORPORATED	4901.99.90.	EXPORTADOR	SG, MY, HK	15.176.359,30
THE DHARMA TREASURE CORPORATION	4901.99.90.	EXPORTADOR	HK	286.809,60

Fuente: [ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE TAIPEÍ 2024](#).

MINISTERIO DE CULTURA DE TAIWÁN: AGENCIAS RELEVANTES E INICIATIVAS

Sector editorial y literario, 2024



Fuente: [TAICCA](#), [Books From Taiwan](#), [Taipei Book Fair Foundation](#), [National Museum of Taiwan Literature](#)

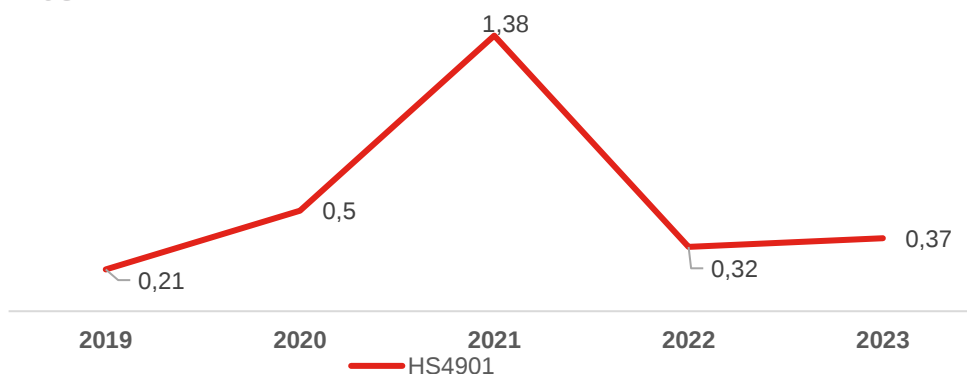
Según las empresas entrevistadas, como la editorial taiwanesa Caves y Ediciones Catay, **se observa una estrecha vinculación entre el sector público y el privado en el mercado editorial**, donde las tendencias educativas y el apoyo gubernamental a la cultura ejercen una influencia significativa. Cabe destacar que **Books from Taiwan** tiene un directorio accesible de editores y agentes relevantes del mercado. Para más información consultar: [Books From Taiwan | Publishers](#); [Books From Taiwan | Agents](#).

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La oferta española en Taiwán procede principalmente de las importaciones, no existiendo –salvo la editorial Catay– empresas hispanohablantes que tengan establecimiento permanente en Taiwán. El pico de las importaciones fue en **2021** con **1,38 MUSD** (HS4901). Actualmente se ha registrado un descenso drástico en el volumen en el valor de importaciones, pero existe un **ligero crecimiento desde 2022**.

EVOLUCIÓN DE IMPORTACIONES TAIWANESES DE ESPAÑA, 2019-2023

En MUSD



Fuente: [INTERNATIONAL TRADE ADMINISTRATION STATISTICS TAIWAN \(trade.gov.tw\)](#).

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

A pesar de que exista un estancamiento de la demanda, existen oportunidades en el mercado para empresas dispuestas a adaptarse a las nuevas tendencias de consumo, especialmente en cuatro áreas:

- **Enseñanza de idiomas:** según las editoriales locales entrevistadas durante la feria TIBE, el mercado para aprender idiomas extranjeros en Taiwán sigue siendo fuerte, especialmente para el inglés, impulsado por objetivos como convertirse en un país bilingüe para el 2030. Aunque hay una demanda existente por el aprendizaje del español, esta está disminuyendo, lo que repercute en las ventas de manuales y literatura española. Las editoriales españolas que deseen exportar a Taiwán deben considerar la necesidad de manuales más condensados y cursos integrales debido a la reducción en las horas de estudio y el decrecimiento poblacional.
- **Servicios adicionales:** Las editoriales y empresas de publicación deben ampliar su oferta más allá de la distribución de libros, ofreciendo servicios como tecnología educativa, apoyo en el aula y bibliotecas creativas para fomentar la comunidad entre los lectores.
- **Libros electrónicos:** Desde 2020, ha habido un aumento significativo en la demanda de libros electrónicos en Taiwán. Según una encuesta reciente, el 62 % de los consumidores optaría por libros electrónicos debido a su conveniencia y menor coste. Además, la adopción de libros electrónicos podría ayudar a reducir los costes de producción para las empresas, ya que el proceso de producción actual en Taiwán carece del ciclo de impresión de tapa dura, lo que permitiría a los editores recuperar costos iniciales.
- **Venta de derechos de autor:** Una gran oportunidad para ingresar al mercado taiwanés es a través de la venta de derechos de autor. Esta estrategia permite adaptar el contenido al mercado local, superando las barreras de acceso y los costos asociados con el establecimiento y la producción en Taiwán. Es fundamental promover la participación de las editoriales españolas en ferias para establecer relaciones con posibles socios comerciales. Es por ello por lo que es esencial impulsar la participación en feria de las editoriales españolas para que puedan establecer lazos con potenciales socios comerciales.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Las empresas entrevistadas durante la feria TIBE 2024 identificaron **tres canales principales de distribución** en Taiwán: **tiendas físicas, páginas webs de venta y representantes comerciales para clientes corporativos (B2B)**. Las grandes empresas suelen adoptar un enfoque de **omnicanalidad** y controlan gran parte de su cadena de producción y distribución. Un ejemplo destacado de distribución es la Editorial Catay, una de las primeras empresas hispanohablantes en Taiwán, que opera exclusivamente en línea y ofrece un catálogo de productos en español, además de permitir compras bajo demanda y por encargo.

En Taiwán, el sector editorial solía estar caracterizado por la presencia de clústeres comerciales, como la calle Chongqing South Road. Sin embargo, en los últimos tiempos, se ha observado un cambio significativo en esta dinámica. La mayoría de las librerías han cerrado, ya que los consumidores han mostrado una preferencia creciente por acudir a **grandes establecimientos** que pertenecen a la misma marca editorial.

Según el informe de lectura anual de [Eslite](#), los lectores más jóvenes, especialmente los menores de 29 años prefieren visitar tiendas físicas durante la noche o con horarios extendidos. Esto se refleja en el aumento de librerías y editoriales en Taiwán, con un total de **4.272 editoriales y 2.079 librerías en 2023**, según datos del Ministerio de Finanzas y la Biblioteca Nacional Central de Taiwán.

La importancia de las tiendas físicas deriva del comportamiento del consumidor taiwanés. Según la empresa japonesa Culture Convenience Club, que ha establecido ya 11 librerías desde 2012 en Taiwán, existe un gran apego por parte del local taiwanés hacia la cultura japonesa, esto se evidencia en un **notable incremento de librerías independientes** que ofrecen a los lectores la posibilidad de participar en eventos culturales y que cuentan con cafetería propia. Incluso las grandes empresas, a pesar de sus ventas en línea, mantienen espacios físicos de venta. UNI-PCSC CITY, por ejemplo, ha integrado espacios de venta de libros en sus tiendas de conveniencia 7/11.

E.2. Barreras y legislación aplicable

España, como miembro de la Unión Europea, pertenece a la columna 1 del Código Arancelario y Aduanero de Importación y Clasificación de Mercancías de Importación y Exportación publicado por la Oficina de Comercio Exterior y la Administración de Aduanas de Taiwán. El código, que sigue el sistema armonizado de la OMC y la OMA, fija para el capítulo 49 un **tipo arancelario libre**.

Asimismo, **no existe** en la actualidad **convenio de doble imposición** entre el Reino de España y Taiwán. Esto, unido a las restricciones legales para la venta a través de *marketplaces*, genera la necesidad de establecerse permanente en el país o operar a través de un socio local.

La **barrera idiomática y cultural** del sector es alta, existiendo proactividad por parte del Gobierno taiwanés para fomentar la cultura y aprobar medidas que impulsen las empresas locales. La demanda se encuentra sujeta a una población con una tasa de crecimiento descendente. Esto, unido a una falta de conocimiento amplia del producto español dentro del sector por parte de los consumidores, fomenta la necesidad de establecer alianzas. Tras entrevistar a la editorial taiwanesa **Caves**, una de las más relevantes del sector y que lidera la venta de libros educativos en Taiwán, existe predisposición para establecer relaciones comerciales con empresas extranjeras. No obstante, subrayan la importancia de operar con total transparencia y muestran preferencia por colaborar con empresas que cuenten con experiencia previa en ventas en el mercado asiático.

E.3. Ferias

La feria más relevante del sector es la Feria Internacional del Libro, que se lleva a cabo anualmente en Taipéi, conocida como **TIBE**. Para más información y detalles sobre la misma, se recomienda consultar el último informe publicado: [TIBE. Taipéi 2024](#).

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- **Ministry of Economic Affairs, R.O.C.**
Dirección: No. 15, Fuzhou St, Zhongzheng District, Taipei City, 100, Taiwan (R.O.C.)
Teléfono: +886 02 412 1166
Página web: <https://www.moea.gov.tw/Mns/english/home/English.aspx>
- **Ministry of Culture, R.O.C**
Dirección: No. 439 Zhongping Road 13 Floor, Xinzhuang District, New Taipei City, Taiwan (R.O.C.)
Teléfono: +886-2-8512-6000
Página web: <https://www.moc.gov.tw/en/>
- **Taipei Book Fair Foundation**
Dirección: 10F., No.180, Section 1, Keelung Road, Taipei 110 TAIWAN
Teléfono: +886-2-2767-1268
Página web: <https://taipeibookfair.org/en/>
- **Taiwan Customs**
Dirección: No. 21, Hangqin N. Rd., Dayuan District, Taoyuan City 337-58, Taiwan (R.O.C.)
Teléfono: +886 3 383 4265
Página web: <https://etaipei.customs.gov.tw>

G. CONTACTO

La **Cámara de Comercio de España en Taiwán** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Taiwán**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Taiwán, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

10F-B1, No.49, Minsheng E. Rd. Sec.3
Taipéi, Taiwán, 10478
Teléfono: (+886) 2 2518 4905
Correo electrónico: taipei@comercio.mineco.es
<http://Taiwan.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 10 00 9 a 15 h
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA

Mirna Baltasar Del Rosario

Cámara de Comercio de España en Taiwán

taipei@comercio.mineco.es

Fecha: 26/04/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR TAIWÁN



ICEX España
Exportación
e Inversiones