

公務出國報告

(出國類別：觀摩)

觀摩「2011年第七屆海峽兩岸（廈門）圖書交易會」

服務機關：國立故宮博物院

出國人職稱：助理研究員、約僱人員

姓名：陳挺中、王世豪

出國地區：大陸地區

出國時間：100.10.27~100.11.1

報告日期：101.1.10

公務出國報告提要

出國報告名稱：觀摩「2011年第七屆海峽兩岸（廈門）圖書交易會」及「第四屆海峽兩岸（廈門）文化產業博覽交易會」

頁數 20 含附件：否

出國計劃主辦機關/聯絡人/電話

國立故宮博物院/謝欣欣/28812021ext2900

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

王世豪/國立故宮博物院/文創行銷處/約僱人員/28821230ext8906

出國類別：其他（觀摩）

出國期間：100年10月27日~100年11月1日

出國地區：大陸福建省廈門市

報告日期：101年1月10日

分類號/目：

關鍵詞：2011年第七屆海峽兩岸（廈門）圖書交易會

摘要：

「2011年第七屆海峽兩岸（廈門）圖書交易會」於100年10月27日至11月1日在大陸福建省廈門市國際會展中心舉行，兩岸共計有650餘家出版機構報名參展，超過20萬種約70萬冊的圖書於交易會展出（大陸圖書計17萬種61.2萬冊，我國圖書3萬種10萬餘冊）。而本屆交易會之展場規模為歷屆交易會之最，並首度設立「兩岸數位出版展區」及「紀念辛亥革命100週年專題圖書展區」，並特別舉辦「兩岸出版界對接交流與圖書館樣書採購日」、「海峽兩岸出版發行高峰論壇」、「第五屆海峽兩岸大學生演講比賽」、及「兩岸知名作家作品簽售及講座」等19項配套活動，藉以提升參訪與銷售人潮及推廣兩岸圖書文化之效益。我國本屆參展規模亦達歷屆之最，我國參展之出版機構共計有269餘家（約佔40%），其中亦包括許多我國重要之出版機構。本報告即為故宮觀摩本次交易會的相關資料，內容包括對交易會的簡要介紹，以及摘要記錄本次奉派出國的目的、過程、心得及建議事項，以供作未來參與相關展陳活動之參考。

目 次

壹、目的	4
貳、過程	4
參、說明	4
肆、心得與建議	8
伍、參訪照片	9

壹、目的：

奉 派觀摩「2011 年第七屆海峽兩岸（廈門）圖書交易會」，以作為爾後本院參加國際大展與辦理文創產業相關活動之參考。

貳、過程：

日期	地點	工作項目	備註
10/27	台北→廈門	出發	
10/28-10/31	2011 年第七屆海峽兩岸（廈門）圖書交易會	2011 年第七屆海峽兩岸（廈門）圖書交易會並收集資料	資料參見下方說明
11/1	廈門→台北	返途	

參、說明

2011 第七屆海峽兩岸廈門圖書交易會

展會介紹：本屆廈門圖書交易會，兩岸共計有 650 餘家出版機構報名參展，超過 20 萬種約 70 萬冊的圖書於交易會展出（大陸圖書計 17 萬種 61.2 萬冊，我國圖書 3 萬種 10 萬餘冊）。而本屆交易會之展場規模為歷屆交易會之最，其展場總面積計約 4.68 萬平方公尺，並首度設立「兩岸數位出版展區」及「紀念辛亥革命 100 週年專題圖書展區」，並特別舉辦「兩岸出版界對接交流與圖書館樣書採購日」、「海峽兩岸出版發行高峰論壇」、「第五屆海峽兩岸大學生演講比賽」、及「兩岸知名作家作品簽售及講座」等 19 項配套活動，藉以提升參訪與銷售人潮及推廣兩岸圖書文化之效益。本屆交易會循例設有「大陸圖書展示區」和「台灣圖書展示區」。我國本屆參展規模亦達歷屆之最，我國參展之出版機構共計有 269 餘家（約佔 40%），其中亦包括許多我國重要之出版機構。以下就本屆會展較具特色與前瞻性之活動略做說明：

「數位出版展示區」：該展區邀請兩岸電子圖書、網路圖書、網路動漫等新型出版業和數位出版硬體製造商、專營技術、內容之廠商參展。其中，廈門大學的孔子學院南方基地推出的「移動孔子學院學習平臺」在網路推廣方案上，引起不少關注與迴響。「移動孔子學院學習平臺」主要是藉由交易會之展示平臺，為其雲端資源庫尋找業界合作、產業交流和互利雙贏提供一資訊交流平臺，期能共同推廣漢語，弘揚中華文化。「移動孔子學院學習平臺」於 2010 年 9 月推出，便將該平臺定位於對外漢語教學與管理之網路終端資源，為全球第一

款全新的對外漢語教學、管理和娛樂之平臺。之後，該基地將依據數位出版之發展趨勢，升級成全球第一款漢語教育之雲端資料庫，建置大量漢語學習相關的學術視頻及各種漢語相關之資料。該平臺可為全球 700 多所孔子學院(課堂)、數以百萬計的國內外學習者提供「六台一庫」對外漢語多媒體線上統計、學習、娛樂、互動交流之綜合平臺；也是一座可移動之資料室、圖書館、課堂授課軟體和輔助教材的數據庫。並計畫結合動漫形象，以生動的表現形式(圖片、音頻等效果)，為漢語學習者打造聽、說、讀、寫全方位的學習體驗。漢語學習者可以在該平臺下載教材，安裝在自己的電腦上，隨時隨地學習漢語。廈門大學孔子學院南方基地未來計畫將籌建全球第一個漢語雲端數據中心和全球第一個漢語國際推廣專線網路，將成為引領由概念轉向實際應用推廣的「漢語文化資訊中心」。

「紀念辛亥革命 100 週年專題圖書展區」：由於辛亥革命是中國邁向現代化進程的重要歷史事件，而辛亥精神是兩岸的共同遺產，展示兩岸對此重大歷史事件的研究成果，對兩岸回顧歷史、展望未來均具有重大意義，也有助於推展新形勢的文化交流與合作。此專題展覽對豐富兩岸圖書交易會內容，推動兩岸出版交流意義重大，展出的相關圖書很多是平日不易見到的，非常難能可貴。依展場介紹，該專題展區集中展示了近年來兩岸出版有關辛亥革命的圖書及大陸出版的重點涉台書籍，展品共計有 700 餘種，1500 餘冊，其中台版圖書近 200 種；展會期間，海峽兩岸出版交流中心舉辦了一系列相關主題活動，包括《晚清宮藏辛亥革命檔案彙編》推薦介紹記者會、兩岸圖書館、紀念館界和相關研究機構之專家、學者出版之座談會；同時也徵集兩岸和港澳陸續出版的有關辛亥革命的圖書，組織相關研究機構編輯出版關於辛亥革命歷史和研究的著作書目等等，對兩岸於辛亥革命之歷史研究與文發揚均有極大幫助。

另本屆交易會特別舉辦了「兩岸出版界對接交流與圖書館樣書採購日」、「海峽兩岸出版發行高峰論壇」、「第五屆海峽兩岸大學生演講比賽」、及「兩岸知名作家作品簽售及講座」等 19 項配套活動，展區可見大陸地區各知名大學及教育單位踴躍參展，相關專業知識與研究均有集編成冊供作展售。

「海峽兩岸出版發行高峰論壇」：該論壇匯集了兩岸官方與類官方單位、業內經營者和專家，就兩岸出版發行市場之變化及趨勢、所受之衝擊與應對方法、及如何加強兩岸合作等內容，共同探討解決方案。兩岸目前的出版業環境類似，圖書出版品種每年增幅很大，但同

質化嚴重，發行成本又不斷增高；加上網路等新式媒體衝擊，傳統圖書閱讀率漸次下降，導致出版實體書門檻越來越低、銷售書籍越益困難，且印刷技術日新月異，出版與印刷之周期幾乎可以無視存在；再者，網路等新興媒體使作品發表的機會迅速又無處不在，導致讀者買書甚至直接閱讀非常便捷。大型書城不斷出現，大量新書得以迅速上架與讀者見面；民營專業書店和特色書店湧現；網路書店不斷擴張，都是導致圖書實體店面變得難以經營。經營瓶頸歸因如下：

1. 數位科技創造新的閱讀軟體及環境：電影、電視、DVD、網路、遊戲機、手機等閱讀與娛樂軟體的出現，導致閱讀行為多元化。
2. 因配合新閱讀軟體產生的數位出版品其數量大幅上升：在數量與品質上不僅可以媲美，未來甚至可能超越傳統紙本出版之數量，成為新的主流出版品。
3. 非傳統的出版品因軟硬體的發展，提供讀者動態閱讀情境：改變民眾的閱讀行為與方式，也削減了紙本閱讀時間。
4. 全球化與都市化的生活形態，改變了人們的生活方式和價值觀：人們趨於追求便捷、快速、極簡的閱讀模式；影音圖像的閱讀又比文字閱讀更適合此種新生活需求。對休閒、娛樂、解壓的重視，也使人們較青睞輕、淺的圖像等影音內容，而不是嚴肅厚重的文字。
5. 傳媒報導方式傾向流行時尚、暢銷排行榜：民眾閱讀呈現趕流行，閱讀極端化的現象，一但不是暢銷書，就乏人問津。
6. 讀者不再收藏紙本書或因圖書典藏空間成本高，讀者閱讀轉為即看即丟，也傾向免費的網絡閱讀或輕薄短少的作品；希望價格平民化或廉價，也期待出版物在實體通路多元便利。

傳統閱讀現已轉化為非傳統閱讀，包括：紙本向非紙本、積累型向消費型、學習向娛樂、理性向感性、深度向淺層、靜態向動態、被動向互動、心靈向功利、個性向時尚、單一文字閱讀向多元的圖、音、像閱讀轉變。我國數位出版及網絡資訊獲取的方便性，在帶動閱讀內容創作、生產、發行、零售每個環節，勢將更蓬勃，而紙本圖書閱讀需求的縮減將成趨勢。網絡書店及出版社網站以其較低價格行銷，自然壓縮實體書店的銷售。出版業如何轉型？陸方提出三點建議：

1. 從傳媒、文化和全球化之角度重新定位：可轉做內容資源集成商、經營商。
2. 打造品牌形象並加強自身研發能力，提升自身的核心競爭力。
3. 試圖由傳統出版轉型為數位出版，以數位出版整合傳統出版、營銷。

面對不利局面，出版業要進入營銷時代，首先應整合發行平台，構建完善的訊息流、商流、物流、資金流體系；市場要進一步分工與專業化；推進和完善行業誠信體系建設；服務與效率是批發商的生命線；零售店要創新，發掘低成本經營方式；傳承閱讀、創新出版，推出好書；發行商共同化，節省發行成本；上下游訊息共通，節省一般行政工作，銷售信息透明；出版社審視出版心態，完全體現出書目的；並維持市場交易秩序。具體辦法為何？我方表示如下：

1. 進行跨國際、跨產業、跨載體的閱讀與銷售推廣，如參加國內外閱讀推廣團體和活動，藉以吸引資訊、經驗、建立人脈。
2. 建立多類型、多主題的出版路線。
3. 依照不同年齡的閱讀對象規劃產品。
4. 進行多元載體的出版規劃，如把圖書加入讀卡機及語音筆。
5. 建立多重銷售策略。除了直銷、書店零售外，通過公司網站、博客來網站等相關網站和讀書會、學校班級、閱讀及說故事媽媽團體等多種通路，推廣產品。

兩岸經貿與文化的交流與互動已相當廣泛，其中出版交流功不可沒。在兩岸交流的諸多領域中，出版交流啟動較早、發展也快、影響也大，一直是最活躍的部分，到明年，兩岸出版交流將屆二十年。現今兩岸出版同步，彼此交流正向廣泛深入的良性階段發展。但繁體簡體字之差異，如何共同開發市場仍需討論：

1. 兩岸同業合作信心不足，再加上來往不便，溝通不易，長久深入合作有限。
2. 大陸目前已開放外資圖書發行零售，但資金門檻高，要求多，使得多數是中小企業的台灣出版商裹足不前；另外，我國不接受大陸資金進入，導致大陸出版業無法進一步來台投資。
3. 大陸有書號管制，而我國開放出版，他們進入大陸，沒有太多的發揮空間。
4. 兩岸出版業上中下游目前的交易條件各有差異，我國出版業實行「月結制」，大陸則採用「寄售制或銷結制」。
5. 大陸規定進口圖書只限定於一些進口公司辦理，而且同一種書，每次進口，在不同的海關就要重審一次，花費了經營者的時間及成本；我國則對可進口的大陸圖書實行公告，實行統一審查，可聯網查詢。
6. 受政策影響，兩岸出版發行交流進程遲緩，如兩岸不直航，增加物流成本等。

但目前全球掀起華文學習熱潮，為華文出版市場提供了機會。交流應仍是主流做法。兩岸業者應在資源、人才、技術方面共享，合作挖掘出版資源。集合雙方實力把兩岸具有價值的出版物翻譯成其他文種，讓華文出版迅速融入世界出版發行的主流市場。而我國出版業在選題精確度與速度、涉外資源的豐富、整體包裝營銷上更勝一籌，但近年大陸出版社資金雄厚、資源豐富、策劃和編輯人才濟濟等優勢也非常顯著，印刷品質、包裝設計水平也迅速提高。在台灣出版業停滯不前、市場狹小的限制下，大陸廣闊的市場應仍是我國出版業目前最佳的經營標的。

「第五屆海峽兩岸大學生演講比賽」：本屆比賽以「閱讀與成長」為主題，兩岸共有 10 所高校的 10 名學生參加，前三名均由大陸學生獲得，冠軍則為清華大學的代表。以往比賽我國選手均以輕鬆、自然的風格參賽，大陸選手則較以老練和嚴謹的台風見長。而此次 10 位兩岸大學生均各出奇招，就「閱讀與成長」之主題大方暢談心路歷程，藉由閱讀的實際經驗，詮釋書籍所帶來的豐富價值與無限樂趣。

本屆圖書交易會於台灣館展區亦有眾多本院委外經銷廠商參與，如：五楠圖書用品股份有限公司、台灣商務印書館、聯經出版事業股份有限公司、世界書局、三民書局、聯合發行股份有限公司等，本院出版品亦是藉由此管道參與本屆展會。

肆、心得與建議

本次會展於廈門舉行，依地利之便，大陸地區各省官方及教育單位均全力推廣所屬具特色之出版書籍、技術及創新概念，不但有傳統紙本圖書之展售，亦有可移動讀載的數位出版內容，對於兩岸出版業的發展與合作交流機制，也有實際的問題研討與實用的解決方向；依本屆會展所述，於本院相關出版機制做以下建議：

1. 本院出版品牌形象深具實力，應有主動赴外參展或國內獨立辦展之積極作為：本院承製、授權之出版品其內容主題均為本院文物瑰寶，過去因應特展或研究所需，已累積一定數量的出版品項，未來亦將持續出版各文物主題之相關書籍；故品牌與項目數量已具規模與實力，再附加以展覽配套活動，待兩岸政策細節疏通，本院出版品參展或辦展必然有其教育推廣與銷售之效益，否則將同此次會展本院出版品雜置於各委外經銷商之攤位，因未能突顯

- 本院品牌，致無法有效增加推廣與銷售之機會。
2. 本院出版品數位化機制應加速建置，避免落後世界趨勢：本次會展見識到陸方就數位化之出版型態有積極性的發展與突破，本院貴為華夏文明之菁華所在，卻未能在文物、期刊或出版圖書之「資訊集成」及「推廣平台」上滿足現今社會大眾之數位化需求，對於博物館以教育功能為經營目的，本院在便捷、快速的數位傳媒發展上尚有不小進步空間。
 3. 大陸市場之銷售商機，本院應設專門行銷機制：本院出版品於大陸地區並無專門書店或機構承銷，均為本院國內之委外經銷商接洽陸方散單做成交易，致品牌實力難以彰顯，銷售規模亦難突破，應速研議增修本院現行相關銷售法規，俾利行銷大陸市場。

伍、參訪照片



開幕典禮會場



會展區位說明



會展區位說明（大陸圖書展區與台灣館）



台灣館正門



台灣館參與廠商



參展廠商（本院委外經銷商）



參展廠商（本院委外經銷商）



參展廠商（本院委外經銷商）



參展廠商（本院委外經銷商）



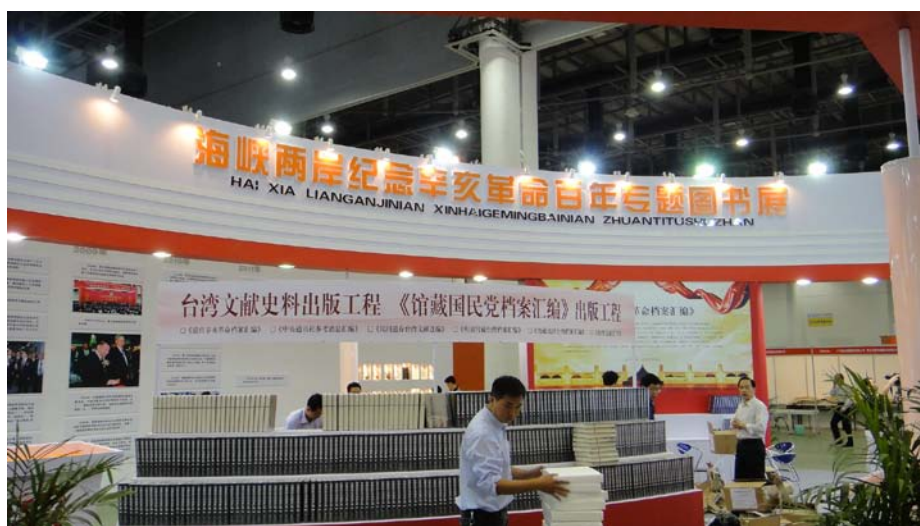
政府出版品展售門市（研考會委外單位）



政府出版品展售門市（研考會委外單位、本院委外經銷商）



辛亥革命書展籌製單位



辛亥革命書展區位



辛亥革命書展區位背板介紹



辛亥革命書展區位書籍介紹



數位出版展區



數位出版展區（動漫區）



數位出版展區（移動孔子學院）



數位出版展區（移動孔子學院）



大陸參展之教育單位（北京大學）



大陸參展之教育單位（北京師範大學）



大陸參展之教育單位（清華大學）



北京館正門



館配區（大陸地區）與零售區（大陸地區以外）



本院出版品（零售區）



本院出版品（零售區）



本院出版品（零售區）



本院出版品（零售區）



本院出版品（零售區）



本院出版品（零售區）



本院出版品（零售區）



本院出版品（零售區）



本院出版品（零售區）



本院出版品（零售區）