

出國報告（出國類別：考察）

赴德國考察「2012 法蘭克福書展」

服務機關：文化部

姓名職稱：徐宜君司長、周菊芳科員

派赴國家：德國

出國期間：101 年 10 月 8 日至 16 日

報告日期：101 年 12 月 16 日

摘 要

觀察各國出版產業之經濟規模，出版強國主要以歐美為主，包含：英國、德國、美國等，其中，英美係擁有英語為全球通用語言之優勢，成為文化輸出強國，而德國出版產業雄厚，法蘭克福書展作為全球第一大國際書展，更為德國版權輸出之年度盛會，穩占業界領導先驅地位。亞洲地區出版產業則以日本為首，惟中國大陸及韓國近年經濟實力崛起，在文化輸出方面，「華文熱」及「韓流」等潮流對全球之影響力，值得持續關注與借鏡。

我國出版產業主要市場以滿足內需的內銷市場為主，外銷比例僅占 2%，海外華文出版市場之發展潛力尚待開拓。以全球佈局策略之角度觀察，仍應謹慎衡酌整合相關資源，鞏固既有市場，突破並開發全球市場，透過國際書展、文學國際交流、學術論壇、或文學外譯等國際交流平臺，整合性行銷臺灣文化之美，以文化作為外交大使，深化臺灣與全球之文化互動交流，呈顯臺灣文化軟實力，培養拓增華文閱讀人口，提升出版產業全球產值。

本部與德國柏林文學協會於 2010 至 2012 年合作辦理臺德文學交流合作計畫，合作期間雙方各推派作家及譯者駐村交流。上述交流合作案將於本年底屆期，為重新考量本部全球佈局施政理念，並擴大規劃文學交流業務，暨整合本部中書外譯、文學國際交流及輔導出版業者參與國際書展等事宜，爰於本年度規劃赴德考察「2012 法蘭克福書展」，實際瞭解本屆書展「臺灣館」、中書外譯及臺德文學交流等之運作成效。

目 次

壹、前言	1
一、 國內、外環境情勢分析.....	1
二、 與參訪主題相關之本部政策現況分析	4
三、 參訪緣由與目的	6
貳、行程安排及參訪議題	7
一、參訪行程.....	7
二、參訪議題及內容.....	8
參、參訪心得.....	20
一、參訪蒐集資料	20
二、書展相關參訪分析.....	26
三、與我國相關政策之比較分析.....	29
肆、建議事項	30
一、立即可行建議	30
二、中長期建議	31

壹、前言

一、國內、外環境情勢分析

觀察各國出版產業之經濟規模，出版強國主要以歐美為主，包含：英國、德國、美國等，上述國家 2009 年出版業年度營收額皆高於 5,000 百萬歐元，其中，英美係擁有英語為全球通用語言之優勢，成為文化輸出強國，而德國出版產業雄厚，國內閱讀風氣興盛，法蘭克福書展作為全球第一大國際書展，更為德國版權輸出之年度盛會，穩占業界領導先驅地位。亞洲地區出版產業則以日本為首，產業結構及環境完整成熟，惟中國大陸及韓國近年經濟實力崛起，在文化輸出方面，「華文熱」及「韓流」等興盛潮流對於全球之影響力，值得持續關注與借鏡。

我國出版產業經濟規模在臺灣文化創意產業各次產業中，雖排序第四，惟其主要市場係以滿足內需的內銷市場為主，外銷比例僅占 2%，海外華文出版市場之發展潛力尚待開拓。以全球佈局策略之角度觀察，仍應謹慎衡酌整合相關資源，鞏固既有市場，突破並開發全球市場，透過國際書展、文學國際交流、學術論壇、或文學外譯等國際交流平臺，整合性行銷臺灣文化之美，以文化作為外交大使，深化臺灣與全球之文化互動交流，呈顯臺灣文化軟實力，培養拓增華文閱讀人口，提升出版產業全球產值。

（一）國內外出版產業發展概況

2010 年「全球出版業 50 強」之排名以英國培生集團(Pearson)為第 1 名，而在前 50 名中，以德國出版業入榜 10 家最多，其次為美國及日本。亞洲地區除日本外，中國高等教育出版社及韓國南韓出版社亦各有 1 家入榜。觀察 2009 年各國出版業營收額，英國約 6,600 百萬歐元、美國約 5,900 百萬歐元、德國約 5,700 百萬歐元、日本約 4,300 百萬歐元、西班牙約 2,400 百萬歐元、中國大陸約 256 百萬歐元、韓國約 255 百萬歐元。國際較具有競爭力之出版業者係以歐美為主，

亞洲僅日本較具規模，惟中國大陸及韓國出版集團朝國際化發展且已逐漸嶄露頭角¹。

2010年我國出版營業額為新臺幣 886.7 億元，在臺灣文化創意產業各次產業中，排序第四（排序第一至第三名分別為：廣告、廣播電視及工藝），惟出版以滿足內需的內銷市場為主，其中，內銷營業額約新臺幣 868.7 億元，外銷營業額約新臺幣 17.9 億元，外銷比例僅占 2%²。臺灣出版業主要以內銷市場為主，內需市場規模小，外銷比例甚低，海外華文出版市場之發展潛力尚待開拓，亟需政府挹注相關經費資源，輔導出版業自輸入導向轉型為輸出導向，藉此促增臺灣文化之國際能見度，拓展全球華文出版市場。

（二）我國國際版權輸出/入概況

臺灣圖書進口規模一向大於出口規模，2010年臺灣圖書進口金額較高地區為英語系國家含美（33.8%）、英（19.4%）等國，其次為日本（14%），及新加坡（10.1%）、大陸（8.6%）等；而臺灣圖書出口金額最高的地區為香港（36.9%），其次為美國（17.6%），及馬來西亞（14.3%）、新加坡（7.8%）、大陸（6.2%）等³。而此現象亦具體反映在圖書出版暢銷排行榜內，誠品書店、金石堂與博客來網路書店 2010年 TOP 20 書單中，臺灣作家各僅佔 2 本，其餘多為翻譯書，臺灣本土創作人才及作品之市場接受度與能見度，尚須政府研議相關行銷推廣機制，以健全國內文藝創作環境，提升維護臺灣本土作家之相關權益，培養拓增全球華文閱讀人口，進而向世界展現臺灣原創作品之多元詮釋能量與影響力。

（三）國際書展

國際書展為重要出版交流機制，在出版商業機制及文化發展交流方面扮演重要角色，且其功能漸朝版權交易及專業辦展等方面發展，然而線上版權交易未來可能部分移轉並取代國際書展版權交易之功能⁴。

尤其國際書展為出版從業人員年度交流盛會，在拓展人脈、促增合作關係、觀摩學習新知觀念及文化外交等方面，實為出版產業之重要文化交流平臺，在出

¹ 行政院新聞局，《99年圖書出版產業調查報告》，2011年，頁 211。

² 文化部，《2011臺灣文化創意產業發展年報》，2011年，頁 14-16。

³ 同註 1，頁 216-218。

⁴ 邱振中，《國際書展角色與功能之研究－以臺北國際書展為例》，嘉義縣：南華大學出版學研究所碩士論文，2003年，頁 127-129。

版傳統產業轉型至數位出版產業之過渡階段，其功能更顯重要。茲簡介國際重要書展如下：

1. 德國法蘭克福國際書展：法蘭克福國際書展為全世界規模最大之書展，對於全世界圖書出版文化事業具有極大影響力。該展於 1949 年創立，每年 10 月舉行。作為東道主的德國更是利用這一機會推銷德國圖書、出售圖書版權。
2. 義大利波隆那兒童書展：波隆那兒童書展為全世界規模最大之專業性兒童書展，亦為僅次於法蘭克福國際書展的第二大書展，被譽為「春季的法蘭克福書展」，自 1964 年創立，該書展不對公眾開放，各國參展出版商透過書展進行版權交易等商業性合作。而「波隆那兒童繪本畫展」更為全世界繪本創作者追求入選之目標，除辦理插畫展外，並設立波隆納少年獎、兒童獎及創意獎等，藉此肯定童書創作者及出版業者之成就，並出版波隆納插畫年鑑。
3. 美國 BEA 書展：BEA 書展被譽為全世界最大之英文書籍展示活動，同時亦為美國最大之交易場所。該書展於 1947 年創立，為針對書店及圖書館採購人員為主的書展，隨著版權交易在世界書業經濟中地位日益重要，該展目標為形成北美國際版權交流之重要聚會，並成為具版權洽購及圖書訂購雙重功能之書展。
4. 英國倫敦國際書展：倫敦國際書展為西歐各國出版商進行版權交易之重要場所。該展於 1971 年創立，辦理期間上午為專業性參觀，下午則對公眾開放。該展性質主為版權交易，眾多國際出版人士公認為版權交易最重要的春季書展，展覽以業內人士為主，相關專題講座及研討會等更強化其專業氛圍⁵。

(四) 各國翻譯政策

綜觀各國翻譯補助政策（詳如本報告頁 20-26），大部分國家在補助制度方面較關注於本國語文譯成外國語文，少數經費資源雄厚或鼓勵雙向交流之國家（如：法國、芬蘭等）則同時補助本國語文譯成外國語文或外國語文譯成本國語文；在翻譯語別方面，多數國家不限翻譯語別，亞洲鄰近國家韓國文學翻譯院特別聚焦於 5-7 種語言之文學翻譯人才培育交流，日

⁵ 同註 4，頁 33-34;37-38;43-44。

本 JLPP 計畫則以英語、法語、德語或俄語為主要翻譯語別。

在翻譯類別方面，各國衡酌其發展強項與關注領域，而產生多元之配置方式，如：法國國家圖書中心以文學、人文社會學科、科學及科技為主；德國歌德學院優先贊助特定主題作品；韓國文學翻譯院以文學、人文學科及兒童領域為主。多數國家獎助的翻譯領域以文學作品為主，尤其是將本國語譯成外國語的部分。

多數國家設置文學翻譯相關專責機構，辦理翻譯出版行銷補助、作家及譯者培育與國際交流、獎助學者/譯者駐村國際交流、發行平面/線上宣傳刊物或建置資訊平臺等。透過生動的翻譯，文學作品的豐富內涵得以促使國際人士深入探觸各國文化內涵底蘊，跨越地域、國家及語言之藩籬，將象徵國家文化精髓與代表性之作品，傳播至海外各地。

二、與參訪主題相關之本部政策現況分析

本部於 2012 年 5 月 20 日成立，整合出版產業之創作端（文學創作、原創漫畫）、生產端（出版業獎勵輔導）、通路端（書店經營、國內外參展）及推廣端（閱讀人口培養）等面向，與此次參訪主題相關之政策包含：國際書展、中書外譯及文學國際交流等，茲摘述分析如下：

（一）國際書展

近年本部藉由輔導出版業者參加重點書展或漫畫展，促使出版業者透過實際參與，瞭解國外市場需求，增加出版業者進入當地市場之機會及版權交易商機。未來，本部亦將系統性地投注資源，針對不同屬性及地區之國際書展，分別採取拓展、加強、突破、擴大等策略，讓每個書展或年度行銷重點有發展脈絡可循。

1. 辦理臺北國際書展：「臺北國際書展」經過多年來不斷的創新與提升，發展為兼顧國際交流、出版專業及閱讀生活等綜合型國際書展。第 20 屆已於本年年初辦理完成，共有 60 個國家、730 多家出版社、2,183 個攤位參展，參觀人數達 60 萬人次，書展期間舉辦的座談會、簽書會、朗讀會等活動高達 600 場，堪稱是一場國際出版盛會。
2. 海外參展：為協助出版業開拓國際及海外華文市場，每年均輔導業者參加國際重要展覽及大陸地區出版交流活動，含：法國安古蘭國際漫畫

節、義大利波隆那書展、德國法蘭克福書展、新加坡書展、馬來西亞海外華文書市、首爾書展、北京圖書訂貨會、中國圖書交易博覽會、中國國際圖書博覽會等多項重要國際出版活動。其中安古蘭漫畫節，臺灣係以亞洲地區主題國參展。

(二) 中書外譯及文學國際交流

以產業角度觀之，我國出版出場近年以大量翻譯書籍為主，類型多元化，在外國語文譯為本國語文方面，商業機制已然成形且可自行運作。以政府施政角度觀之，我國目前並無專責翻譯政策之統籌單位，相關業務散佈於教育部及國家教育研究院編譯發展中心（原國立編譯館）、國科會及本部所屬國立臺灣文學館等。

其中，國家教育研究院編譯發展中心業務含學術書籍翻譯、維運學術著作翻譯服務資訊系統及辦理翻譯人才能力檢定研究及學術研討會等，而「學術著作翻譯資訊網」(<http://translation.naer.edu.tw/>)則提供翻譯書目查詢、出版/翻譯業者、翻譯人才及學者專家相關資訊。

而行政院國家科學委員會「人文及社會科學經典譯注研究計畫」之補助範疇為人文及社會科學經典（亦含文學），主要以外文學術著作譯為本國語文，補助類別含該會公告書單、受邀學者及申請者自提書單等項，補助對象為大專院校及學術研究機構，除翻譯費用外，該會亦補助版權授權費用。

本部「中書外譯」計畫自 1990 年執行迄今已逾 20 年，其目標與任務大致分為三階段，第一階段（1990 年至 1999 年）為透過譯介臺灣文化作品，強化臺灣國際形象，作品類型多樣化；第二階段（2000-2009 年）則著重於譯介臺灣現代文學作品及研究專著，合作對象多為國外大學或出版社，逐步累積國際研究臺灣文學之基礎；第三階段（2010 年起）計畫由國立臺灣文學館執行，更名為「臺灣文學翻譯出版補助作業要點」，以文學為主要發展方向，且新設翻譯（未出版）補助項目，以因應未來數位閱讀跨平臺整合之趨勢，另該館於 2012 年 6 月成立「臺灣文學外譯中心」推展相關業務。

截至本年 11 月底中書外譯計畫（約 23 年）外譯 286 冊約 10 類語種，反觀中國大陸「中國圖書對外推廣計畫」自 2005-2011 年止（約 7 年）已

外譯 2,156 冊約 33 個語種，兩岸經費規模之差距懸殊，臺灣文學在國外學術論述及出版市場等方面之仍有極大開拓空間。臺灣文學作品在海內外市場皆屬小眾，僅部分作品得以同時兼具藝術性、學術研究價值或市場銷售潛力（符合大眾閱讀興趣），且翻譯全本作品所需人力時間成本甚高。以人文思想及商業機制國際交流兩方面觀察，國際漢學研究及大眾閱讀口味依全球區域文化差異而有不同發展脈絡，需要詳實充足之調查資訊（如：各國漢學相關研究系所發展重點、全球出版市場產業調查）作為整體佈局策略之參考，以研擬具體可行之海外行銷策略。

在人力及預算資源有限之情形下，未來可參考亞洲鄰近國家韓國或日本等之作法，在人文思想及商業機制交流兩者之間，尋求適切之平衡點，確立中書外譯主軸發展方向，透過遴薦機制提供薦選譯介書單並予以行銷，將資源集中於重點區域與語別，衡酌國際情勢、文化差異及區域市場規模等外部因素，加強海外行銷之整合配套措施，以逐步累積且提升國際對於研究、翻譯、推廣及閱讀臺灣文學作品之興趣，進而提升臺灣文學之國際能見度。

在文學國際交流業務上 2009-2011 年，與日本重點大學、學術研究單位及知名藝文中心合作辦理約 22 場「臺灣文化講座」，地區涵蓋日本關東、關西及中部等地區，如：名古屋大學、神奈川近代文學館、關西學院大學、奈良女子大學、大阪市立大學及愛知藝術中心等，長期持續深化臺日文化交流。

2010-2012 年與德國柏林文學學會共同辦理「臺德文學交流合作計畫」，合作期間雙方各推派 9 位作家/譯者駐村交流 1 個月。臺灣作家赴德期間參與法蘭克福書展，並受邀至大學院校演講，可知臺灣作家赴德駐村已漸受德國學術領域的關注，且促使德國學生了解臺灣文學之創作風貌。本計畫執行迄今已促成夏曼·藍波安及吳明益專書德譯、合作出版德文版「臺灣短篇小說選輯」及多篇臺灣作家詩作刊登於德國文學期刊等成果。

2010-2012 年薦送作家參與「尼加拉瓜格瑞那達國際詩會」、「英文短篇小說國際會議」及「愛荷華國際寫作計畫」等國際文學交流活動，提供臺灣作家與全球文壇人士切磋溝通的機會，拓展國際視野且增進創作觀念交流，增進國際友人對於臺灣文化之認識與瞭解。

三、參訪緣由與目的

本部與德國柏林文學協會於 2010 至 2012 年合作辦理臺德文學交流合作計畫，合作期間雙方各推派 9 位作家/譯者駐村交流。已薦送 7 位臺灣作家至德國參加交流活動，並有 9 位德國譯者來臺參訪，作家陳克華、賴香吟等人則於本年 10 月赴德交流。上述交流合作案將於本年底屆期，因應本部全球佈局施政理念，並擴大規劃文學交流業務，暨整合本部中書外譯、文學國際交流及輔導出版業者參與國際書展等相關事宜，爰於本年度規劃赴德考察「2012 法蘭克福書展」，實際瞭解本屆書展「臺灣館」、中書外譯及臺德文學交流等之運作成效。

貳、行程安排及參訪議題

一、參訪行程

日期	行 程
10/8 (一)	臺北出發至德國法蘭克福
10/9 (二)	抵達德國法蘭克福機場，至法蘭克福書展會場勘佈展事宜
10/10 (三)	參加法蘭克福書展臺灣館開幕記者會及香港館、法國館等開幕活動
10/11 (四)	上午 與英國倫敦書展、墨西哥瓜達拉哈拉書展代表會面洽談合作事宜 下午 與開路媒體整合公司代表洽談合作事宜、參加書展相關活動及比利時館開幕活動
10/12 (五)	上午 與北京書展代表洽談合作事宜；與法蘭克福書展主席洽談出版人才交流及合作事宜 下午 參加書展相關活動及紐西蘭主題國館活動
10/13 (六)	參加書展相關活動
10/14 (日)	上午 參加書展相關活動 下午 與法蘭克福學院亞洲總監討論合作工作細節

10/15 (一)	由德國法蘭克福出發至臺北
10/16 (二)	上午抵達桃園機場

二、參訪議題及內容

(一) 2012 法蘭克福書展臺灣館開幕記者會

1. 本屆臺灣館主題內容：本年臺灣館以「美的臺灣」(Made in Taiwan)為主題，規劃「六館臺灣館」及「三館臺灣童漫館」，共約 23 家出版社及廠商參展，展出書籍逾 700 多本，展出內容包含：「臺灣推薦作家與作品」、「生活創意與優選好書」、「華文影視原創」、「華語文推廣與學習」、「數位出版」、「優選童書及漫畫」、「已授權外語版本童書漫畫作品區」及「臺灣出版社專區」等類別，充分呈顯臺灣出版蓬勃發展之多元樣貌，促增國際認識臺灣出版品之機會，持續行銷推廣臺灣之國際文化形象與版權交易。
2. 開幕活動：2012 年德國法蘭克福書展於 10 月 10 日開幕，臺灣館於下午 3 時舉辦開幕式，國際出版界貴賓與臺灣出版界約 200 人左右參與盛會。本部由人文及出版司司長徐宜君代表出席及致詞，也特別強調今年主題「Made in Taiwan」的英文發音，讀起來近似中文「美的臺灣」，藉由此次參展向國際介紹臺灣人文與出版之美，呈現臺灣出版界之多樣風貌。現場並特別邀請赴德交流之臺灣作家賴香吟與詩人陳克華與會朗讀作品，為會場注入人文書香氣息，臺灣館更將上述作家作品以專區陳列，搭配德中雙語對照簡介手冊，且將作家詩句視覺意象化，在展區現場傳達豐富的文學美感。

當日與會貴賓亦包含臺灣駐法蘭克福辦事處許處長聰明、臺北書展基金會王董事長榮文、大塊文化出版社郝董事長明義、聯經出版社林發行人載爵等；國際貴賓則包含世界書展主席會議主席衛浩世、柏林文學協會會長 Ulrich Janetzki、比利時文化部 Leo Beeckman、義大利波隆那書展主席 Roberta Chinni、墨西哥書展代表 David Unger、韓國出版協會海外事業部部長 Seung-Hyun Moon 等。
3. 書法體驗活動：臺灣館於 10 月 11 至 13 日下午舉辦書法體驗活動，藉以吸引臺灣館參觀人潮，並向國際人士介紹漢字之美，現場陳設文房四寶，提升參展

人士參與之興趣，親身體驗書法揮毫之樂趣。

4. 臺灣館數位出版區與童書漫畫館：本屆書展以兒少文學及數位閱讀趨勢為重點，臺灣館數位出版區共有碩亞數碼科技、哈瑪星、頑石創意、長晉數位、群傳媒等公司參展。臺灣童漫館之展版設計以插畫家幾米之作品《擁抱》封面之圖案為藍本，設計拍照背板，參觀民眾可運用特殊背板設計與該書主角（獅子）合影，吸引參展孩童踴躍至展場參觀合影，並好奇地翻閱臺灣的童書與漫畫。



【圖 1】：臺灣館開幕活動現場



【圖 2】：本部人文及出版司司長徐宜君於開幕活動中致詞



【圖 3】：作家賴香吟現場朗讀作品



【圖 4】：作家陳克華現場朗讀作品



【圖 5】：記者會現場貴賓合影（左起：作家賴香吟、臺灣駐法蘭克福辦事處許處長聰明、臺北書展基金會王董事長榮文、墨西哥書展代表 David Unger、作家陳克華、徐司長宜君



【圖 6】：柏林文學學會執行長 Dr. Ulrich Janetzki(中)參加開幕酒會



【圖 7】：華文影視原創展區



【圖 8】：臺灣推薦作家與作品展區



【圖 9】：三館臺灣童漫館



【圖 10】：三館臺灣童漫館展板設計

（二） 與英國倫敦書展國際部門經理 Amy Webster 會談

英國倫敦書展為西歐版權交易最重要之春季書展，在此次會談過程中，

Webster 表示倫敦書展之屬性為專業授權展，發展至今逾 40 年，希望未來雙方或可洽談合作機會，該展明（2013）年度展期為 4 月，展場規劃設有翻譯中心及文學中心，建議臺灣可先以童書及繪本為主軸參展，藉由視覺意象跨越文化隔閡，內容也較易理解，接受度較高；另數位出版發展趨勢亦為該書展關注之焦點。

（三） 與墨西哥瓜達拉哈拉書展駐美代表 David Unger 會談

瓜達拉哈拉書展為全球最重要、交易量最大的西語出版盛會，David Unger 為該書展駐美代表，除譯介西語作品之外，本身亦從事創作，為當代西語文學重要作家之一。Unger 除提出瓜達拉哈拉書展的相關資料外，並說明這個書展主要為西語出版品，故參展作品至少須有西語或英語之試譯本，且建議以童書或繪本為優先選擇，以利西語世界瞭解其內容，另建議可帶領 1-2 位國際知名作家或導演等共同參加，可以借其知名度行銷臺灣館。明年度該展之展期為 11 月底，建議我方可評估考量參展規模、內容及方式等，例如：參展對象（作者/譯者/出版商）、人數、展位大小等，另屆時也可配合邀請墨西哥當地重要大學合辦文化論壇，就雙方民主制度及其他人文議題進行意見交流及討論，以增加雙方文化交流與理解之機會。



【圖 11】：墨西哥瓜達拉哈拉書展駐美代表 David Unger（右）、本部人文及出版司司長徐宜君（左前）及書展基金會相關人員

（四） 開路媒體整合公司創辦人 Jeffrey Sharp 會談

Jeffrey Sharp 為「開路媒體整合公司」(Open Road Integrated Media) 創辦人之一，曾擔任多部影片的製片，亦為法蘭克福書展「故事驅動」(Story Drive) 之國際諮詢顧問、倫敦書展影視中心委員、美國書展諮詢委員及英國奧斯卡協會成員等。Sharp 曾參與第二十一屆臺北國際書展「華文出版與影視媒合

平臺」相關活動，講授出版與影視合作之案例經驗，此次會談主要就明年度華文影視媒合平臺之提案等事宜交換意見，也賡續邀約其擔任影視媒合工作坊之講師，希冀為國內出版業持續引進跨界媒合之新知觀念與寶貴經驗。

(五) 與北京書展總經理張紀臣洽談

北京國際書展以版權交易為主，每年約在 8 月下旬舉辦，雖參展國際廠商數量及品質均不及臺北國際書展，但因看好中國大陸市場，每年仍吸引許多國際版權人前往。此次會晤，雙方就臺灣參加北京書展擴大交流之可行方式進行意見交流，我方提出希望能調整現行參展指定單一窗口的模式，以利臺灣有意參與的出版業者有更多發展空間，同時透過參展呈現臺灣多元蓬勃發展之出版品風貌，陸方對促增深化兩岸交流之發展方向持肯定態度，表示後續將進行相關評估考量，以利兩岸出版交流。

(六) 拜會法蘭克福書展主席 Juergen Boos、法蘭克福學院亞洲總監任蕾

雙方於 10 月 12 日及 14 日研商相關合作議題，包含：法蘭克福學院合作機制、洽請該書展提供實習機會暨明年度臺灣館擴大參展規模等。法蘭克福書展主席 Juergen Boos 對我方提出之合作議題表示支持，後續並請法蘭克福學院亞洲總監任蕾就細節部分與我方進行討論，相關重點摘述如下：

(一) 法蘭克福學院合作機制：雙方研議該課程之合作時程、課程內容、授課講師、目標學員及收費標準等。任蕾建議合作時程以 2 年以上為宜，俾利培訓人才之相關資源持續深耕，課程內容則以數位出版發展趨勢為主，輔以出版社經營轉型之經驗案例等，我方則建議課程內容宜增加臺灣、大陸或亞洲出版產業發展概況介紹，俾利國外講師瞭解我方產業現狀，提供適切課程內容與建議。(二) 洽請該書展提供策展實習機會：Boos 表示樂意提供相關實習機會，以協助我方學習專業策展實務經驗，且該書展過去亦曾提供墨西哥瓜達拉哈拉及阿根廷書展等實習機會；任蕾則表示將參考該書展以往經驗，研議評估提供實習之相關內容方式等。(三) 明(2013)年度臺灣館擴大參展規模：我方提出明年度參展規模擴大、位置調整及新增文化論壇等之合作需求，任蕾表示未來雙方可就細節與執行層面進行後續磋商。



【圖 12】：法蘭克福書展主席 Juergen Boos（右）、本部人文及出版司司長宜君（左後二）



【圖 13】：法蘭克福學院亞洲總監任蕾

（七） 參觀法蘭克福書展

2012 法蘭克福國際書展之展覽期間為 10 月 10-14 日，其中，10-12 日僅開放出版專業領域人士參觀，13-14 日則開放一般民眾參觀。此次共有超過 7,000 家國際參展商，展覽期間辦理約 3,000 場活動。展館包含：三館、四館、五館、六館、八館及主題國館等，其中，三館主要展出內容為兒少圖書、漫畫、小說與非小說、旅行/美食書展等；四館為故事驅動大會、小說與非小說、藝術書籍、學術及教育等；五館展位呈顯各國文化特色；六館含版權經紀人洽談版權區及古書展等。

法蘭克福學院在展覽期間主辦 4 場專業論壇，協助國際出版社探觸數位出版領域，並舉行 2 天的故事趨動（Story Drive）大會，探討跨媒體合作之成長潛力。本屆書展聚焦於童書、旅行、美食、教育科學、版權等書籍類型及相關議題，簡介如下：

1. 熱點區（Hot Spots）：展現探討創新科技，含數位內容、新的傳播管道、規格、科技及平臺等。



【圖 14】：熱點區講座活動

2. 故事驅動 (Story Drive)：

故事驅動大會為法蘭克福書展之著名會議品牌，已於 2010 年及 2011 年書展期間成功辦理兩屆，彙集國際全媒體領域精英及重要人物，成為展示及探討新觀點、新熱點、新潮流的重要交流平臺。此次邀請麥威爾 (Marvel) 全球數位媒體集團資深副總裁 Peter Phillips、Rovio 市場總監 Peter Vesterbacka、為電影魔戒製作特效的 Weta 特效工作室負責人 Sir Richard Taylor 及著有《*Storytelling Animal*》的教育作家 Jonathan A. Gottschall 等參與座談或相關活動。

3. 主題國展館：

主題國紐西蘭以「While you were sleeping」作為本屆展示主題，並邀請該國 60 位作家及 100 位藝術家等共同參與書展盛會，該國預計於本年底前在德國出版 76 本紐西蘭著作之德文譯本。該展整體展覽空間以多媒體暨裝置藝術等方式呈現該國文化特色，使用光、水、影像及聲音等多重媒介，詮釋出版與影視結合之文化影響力與穿透力，迥異於靜態平面展示手法，帶給觀眾耳目一新的感受，惟該國之另一展場位於八館，與主題國展館相距甚遠，以參觀動線的角度而言，仍有改善空間。



【圖 15】：紐西蘭主題國館



【圖 16】：展場一景

4. 童書館：

「明日世界取決於今日讀者之想像力。」(Astrid Lindgren)對於兒少讀者而言，國際化及跨媒體之內容規格似已缺乏新意，出版及媒體業者的主要挑戰在於提供兒少讀者高品質且前衛之產品，並設法在媒體消費領域取得較佳之市占率。此屆法蘭克福書展童書館聚焦於童書之未來發展趨勢，約 1,500 家出版及媒體業者提供最新的產品並分享談判授權策略。繪本作家區則將展示約近 500 位繪本作家之作品，並提供洽談授權之服務。此區展位之設計多用色鮮明、富含童趣且偶有形式創新之展示手法，為展場增添無限的想像力與可能性。



【圖 17】：童書館展場實景



【圖 18】：童書館展場實景



【圖 19】：童書館展場實景



【圖 20】：童書館展場實景



【圖 21】：童書館假日人潮洶湧



【圖 22】：舉辦作家座談會



【圖 23】：童書館展場實景



【圖 24】：比利時童書館藍色小精靈

5. 美食書展 (Gourmet gallery) :

美食展區約 800 平方公尺，展示最新的美食及烹飪等書籍，呈現烹飪書籍市場近期朝數位發展之潮流，國際著名廚師及作者則在「廚房實境秀」(Show Kitchen) 展現手藝，與現場觀眾互動，帶動參觀人潮與民眾興趣，為本屆書展首創之舉，藉由美食、烹飪與明星主廚之魅力，使得閱讀更加貼近民眾的真實生活，同時滿足讀者生理及心理層面的需求，創造書展行銷推廣活動之嶄新策略。



【圖 25】：廚房實境秀知名主廚展現手藝



【圖 26】：廚房實境秀活動現場



【圖 27】：活動主持人帶動現場氣氛



【圖 28】：美食書展展區設計

6. 藝術書城 (State of the Arts) :

此區展示文學及有聲書、非小說類及藝術書籍、攝影及影片等出版品。約 160 家出版社主推非小說類出版品，類型多元豐富。媒體中心亦位於本區。



【圖 29】：藝術書城展區實景



【圖 30】：藝術書城有聲書展區

7. 專業資訊、科學出版及教育：

此區展示現今及未來知識資訊的傳播方式，這些科技平臺奠基於數位出版及相關的商業模式。3D 網絡教室為此區特色之一，呈現學校教室之數位革新進展。



【圖 31】：臺灣參展商中文妙方展位



【圖 32】：3D 網絡教室

8. 旅行書展 (Travel gallery)：

旅行書展為新設展區，展區約 180 平方公尺，展示生活中各層面關於旅行主題之出版品，如同美食書展，旅行書展亦為全新主題展區。近年旅遊書風潮方興未艾，此區書展主題雖然具體鮮明，惟展區規劃與展出內容平淡紛雜，殊為可惜。



【圖 33】：旅行書展展區實景



【圖 34】：旅行書展展位實景



【圖 35】：旅行書展展區實景



【圖 36】：旅行書展展區活動現場

9. 版權授權 (Rights & Licensing)

書展為出版界年度盛會，呈現多元豐富的作家書籍作品，書展國際化及跨產業之版權銷售授權功能，致使其成為出版業不可或缺之交易平臺。除了傳統的版權交易之外，書展持續關注原創內容之跨媒體增值效益，如翻譯、有聲書改編授權及小說角色人物衍生產品等。

10月12日(五)為版權授權交易日(Licensing & Merchandising Day)，當日故事驅動大會安排多場講座活動，包含邀請「心靈鑰匙」、「為愛朗讀」、「時時刻刻」電影導演 Stephen Daldry 探討文學改編電影之成功秘訣，Carol Roeder (Lucasfilm Ltd) 及 Marlies Rasl (TLC The Licensing Company) 分享「星際大戰」跨媒體合作之成功案例，Olivier d' Agay (Saint Exupéry d' Agay Estate) 及 Kelvyn Gardner (LIMA) 等出版及版權授權專家則探討行銷議題及如何建立書籍之全球品牌行銷。

10. 版權經紀人洽談版權區 (Literary Agents & Scouts Centre)：該書展於 1978 年首度設立此區，本屆預約率為 445 桌（去年為 425 桌），成長率約 4%，其中，來自美國之經紀人占 76 位、英國占 64 位、德國占 45 位。此區交易熱絡門庭若市，為國際出版盛會創造大量版權交易產值⁶。



【圖 37】：版權經紀人洽談版權區



【圖 38】：古書展展出書籍

叁、參訪心得

一、參訪蒐集資料

國際書展作為文化外交平臺，參展各國多以整合性行銷方式展現國家文化形象及出版產業多元風貌，此次考察法蘭克福書展，多數國家皆透過平面文宣品宣傳該國翻譯補助相關計畫或出版產業發展概況等。其中，以亞洲鄰近國家韓國將資源挹注於重點語系國家及發展海外行銷推廣策略等作法較具參考性。茲將此行蒐集相關資料（含：韓國、日本、法國、德國、芬蘭等）簡述如下：

（一） 韓國：

韓國文學翻譯中心 (LTI Korea) 於 2001 年成立，目標為推動韓國文學外

⁶ 部分內容參考法蘭克福書展網站及相關文宣品 (<http://www.buchmesse.de/de/>)。

譯與拓展海外韓文閱讀人口，業務包含補助譯者/出版社、推動文學國際交流、加強版權輸出行銷機制及辦理譯者分級培訓課程等。

1. 翻譯資助指定圖書：

資助類別包含文學、人文科學及兒童領域等。自 2010 年起，該中心推動「翻譯資助指定圖書」計畫，選書原則以具「韓國文化代表性」及「海外市場銷售潛力」為主，首先由作者、譯者、出版社及民眾等推薦書籍，並由選書委員會評議審定名單，2011 年的薦選書籍名單為 255 部。該計畫的初審作業原為由韓國籍和外籍評審共同閱讀所有書籍，後來調整修正為僅由外籍版權經紀人及編輯擔任初審作業，以更加貼近海外讀者對於作品的理解程度與閱讀喜好。

2. 文學國際交流：

該中心策辦「LTI Korea 論壇」、國際交流及作家駐村等計畫。「LTI Korea 論壇」主要在美國、德國、西班牙、中國大陸及日本等國舉辦，目標為形成韓國作家、譯者、出版社及媒體等之交流平臺，探討韓國文學外譯且予以行銷相關書籍。作家駐村計畫則選送作家赴美、法、德、西等國相關學術機構（如：美國愛荷華大學、德國波鴻大學）交流，另亦選送出版社赴紐約交流。駐村期間至多三個月，作家將參與評論及閱讀等活動，與當地作家、相關系所學者及學生共同交流，體驗異國文化且創造新作品，出版社則與當地出版商建立聯繫管道，以依據當地市場需求調整在地化策略。

3. 加強版權輸出行銷機制：

韓國文學翻譯院推動「KLTi 出版資助專案」，該計畫資助已簽訂韓國圖書出版權合約之海外出版社，資助項目為出版費。該院亦透過「KLTi 出版行銷資助專案」進行海外行銷，補助對象為已翻譯、出版韓國圖書並計畫舉辦相關行銷活動的海外出版社，申請範圍包含出版行銷活動和廣告等，資助項目含作家往返機票費、住宿費及活動和廣告經費等，資助金額則依行銷活動之計畫和級別決定⁷。

「外籍譯者駐村計畫」則邀請韓國文學譯者和學者赴韓與作家會晤、參加研討會等交流活動，以助提升翻譯品質。另透過發行《List_Books》季刊向全球介紹韓國文化和書籍，含英文版及中文

⁷ <http://newsletter.klti.or.kr/newsletter/10st/chn/notice.htm>

版，相關內容置於該刊物專屬網路平臺(<http://chn.list.or.kr>)。

4. 辦理譯者分級培訓課程：

該中心文學翻譯院則於 2008 年成立，目標為培養專業譯者，該學院提供之課程含強化班、主題班及進階班等，已培育 300 位譯者。其中，強化班培訓之語別含英語、法語、德語、西語及俄語，課程約 8 個月，採小班教學，每週 11 小時。主題班之語言除上述語言外，另設中文及日文班，課程約 6 個月，每週 2 小時。進階班之語別則為英語、法語、中文及日文，課程約 6 個月，每週 2 小時⁸。



【圖 39】：韓國展位

(二) 日本：

1. 日本國際交流基金會：

該會於 1972 年根據日本國會特別法案成立，並於 2003 年成為獨立行政法人。該會的總部設於東京，通過分佈於全球 18 個國家的 19 個海外事務所網路展開營運。其中位於洛杉磯、紐約、雪梨等地的基金會都設有翻譯與出版資助計畫。該會每年出版 4 次「日本圖書新聞」(Japanese BookNews)，以英文發行，包括新書書訊(有作者介紹和內容介紹)、作者訪談、活動預告及專題等。這份書訊提供電子版下載，亦提供各翻譯補助單位之申請辦法等資訊。

⁸ 部分內容參考韓國文學翻譯中心(LTI Korea)於展覽現場提供之文宣品及《2011 年 LTI Korea 年度報告》。

以該會設於洛杉磯之分會為例，其翻譯與出版資助計畫主要關注的是日本文學之知名作品，以及直接以外文出版介紹日本文化的書籍。該計畫主要目標是希望推廣以外文出版有關日本的書籍著作，尤其是人文、社會科學、藝術領域。補助對象為國內外出版社，作者或譯者不能以個人形式提出申請。在翻譯方面，最好從該會之「推薦作品書單」中挑選文本進行翻譯，受理案件包含「純粹翻譯」、「純粹出版」及「翻譯與出版」等。該會位於其他地區分會之補助辦法大同小異，惟紐約分會將自然科學類的書籍排除在外，且在出版方面，特別提出學術著作以外國語文出版，補助金額最高可達印刷與裝訂費用的一半⁹。

2. 日本文學出版計畫 (Japanese Literature Publishing Project) :

日本文化廳於 2002 年起推動該計畫，目標為促進日本現代文學海外翻譯出版。由 JLPP 辦事處選定「藝術品質高、但在海外認知度低」的文學作品為薦選譯介名單，補助其翻譯成英語、法語、德語或俄語¹⁰。

(三) 法國：

法國政府於 1990 年撥款 1.11 億法郎設立「圖書文化基金」，相當於當時法國圖書出口貿易額的 5%-6%。這筆款項主要用於以下四個方面：
1. 對出口圖書補貼；2. 資助出口圖書的專門組織參加國際書展；3. 鼓勵出版商開展國際合作業務；4. 資助將法國著作翻譯成外文。

1. 國家圖書中心及外交部

法國提供翻譯補助的單位包含國家圖書中心及外交部。國家圖書中心之翻譯補助係鼓勵雙向交流（法文譯為外文、外文譯為法文）。補助類別以文學、科學與科技、人文社會科學等為主，不含教科書、實用工具書等，外譯語言不限，須載明發行範圍及通路。

外交部則發起 PAP 計畫 (Program for Aid to Publication)，資助國外出版社翻譯出版當代法國作家重要文化著作，該部透過駐外之大使館文化部門及海外文化機構等，提供法國圖書出版資訊予國外出版社，並協助其取得翻譯版權及相關行銷事宜等¹¹。

⁹ 國立編譯館，《建立我國學術著作翻譯機制之研究》，2006 年，頁 28-31。

¹⁰ 日本國際交流基金會於展場現場提供之文宣品《2012-2013 日本出版簡介》。

¹¹ 同註 9，頁 37-38。部分內容參考法國國家圖書中心於展場現場提供之文宣品。

2. 亞爾國際翻譯培訓徵選計畫

該計畫徵選對象為年輕文學譯者，鼓勵其提升翻譯造詣，並提出尙未被翻譯的法語文本之翻譯計畫。該計畫目的在於促增年輕譯者與資深譯者共同合作之機會，並了解法國和其他國家翻譯和出版業之發展情況。該計畫由法國國際文學翻譯學院統籌安排，在法國亞爾舉行，為期 10 周。進行方式將安排 3 名外籍譯者和 3 名法國譯者共同進行某一語言的翻譯工作。法國國家圖書中心將提供給每位申請者 5,000 歐元赴法居留的費用¹²。

3. French Institute (法國藝文推廣協會)

法國藝文推廣協會為促增法文著作外譯，推動建置「IF Verso」網路平臺，提供超過 7 萬筆、40 種語言之法文譯作資訊，形成海內外譯者、出版社、編輯、版權經紀人、書商及學術圈之互動網絡¹³。



【圖 40】：法國國家圖書中心展位



【圖 41】：法國館

(四) 德國：

德國官方歌德學院 (Goethe-Institut) 在世界各地推廣德語教學、文化，並對外國出版機構翻譯出版德文圖書提供補助，將德國重要的科學著作、優秀純文學書籍、少兒圖書及有價值的通俗讀物介紹給非德語區讀者，該補助計畫設立的 35 年中，共補助了大約 5,000 本圖書 45 種文字的翻譯出版。該補助計畫優先考慮下列主題作品：1. 民主政治、法治國家與文明的社會；2. 牽涉到全球或個別地區的一些當前問題；3. 歐洲統一進程中文化層面上的問題；4. 德國現代歷史；5. 德國當代文學的優秀之作；6. 德國古典文學、當代戲劇、優秀

¹² 法國在台協會網站 (<http://www.hupinching.com/zh/les-aides/la-fabrique-des-traducteurs/>)

¹³ <http://ifverso.com/fr>

的兒童和青少年文學等。一般情況下，歌德學院僅部分補助翻譯費，且不含出版發行費用¹⁴。



【圖 42】：歌德學院展位

（五）芬蘭：

芬蘭文學資訊中心（Finnish Literature Information Centre）提供多種翻譯補助，包含將芬蘭文學與非小說類的作品翻譯成外文、將外國文學與非文學作品翻譯成芬蘭文、將芬蘭的學術著作與非小說類作品翻譯成瑞典文等。芬蘭出版社亦可申請補助翻譯摘要，篇幅大約為 A4 形式 20-30 頁。將芬蘭文學翻譯成外文的外國譯者，或是寫作有關芬蘭主題的外國作者，可申請到芬蘭造訪的工作支出補助。芬蘭或瑞典的出版社或學術期刊，皆可申請補助將芬蘭的學術著作、非小說類作品、社會科學及人文學科的學術期刊翻譯成瑞典文。補助的項目是翻譯費。該中心不補助已翻譯出版的書籍，也不補助已有英文譯本或正在翻譯成英文的著作¹⁵。北歐多數國家普遍提供文學翻譯補助，如：挪威 NORLA（Norwegian Literature Abroad, Fiction&Non-fiction）、瑞典（the Swedish Arts Council）、冰島（the Iceland Literature Fund）及丹麥（the Danish Arts Council）等。

¹⁴ 同註 9，頁 35-37。

¹⁵ 同註 9，頁 41-42。



【圖 43】：芬蘭館芬蘭文學資訊中心展位

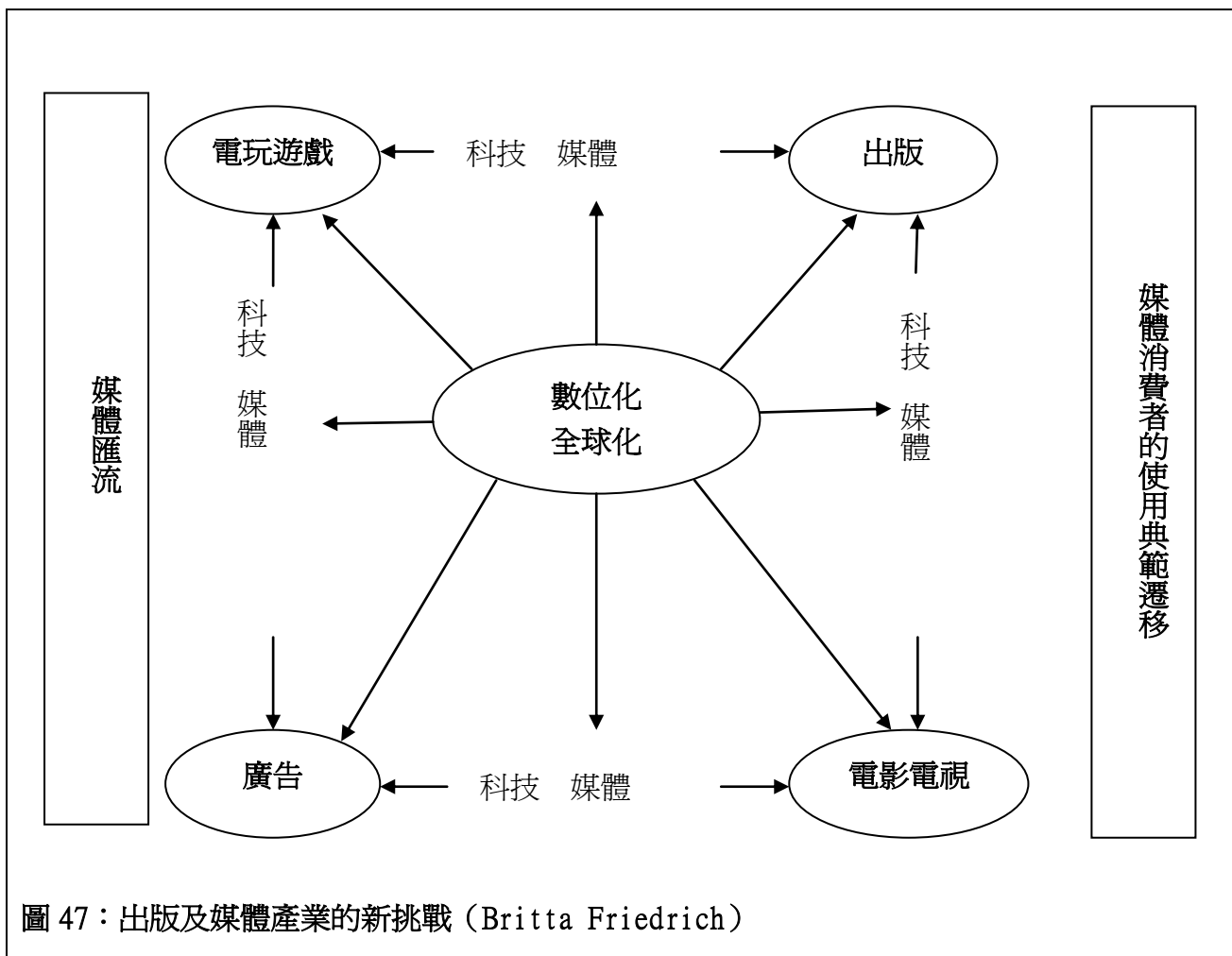
二、書展相關參訪分析

德國法蘭克福書展為全世界規模最大的國際書展，約有來自 110 個國家及 7,500 個參展商共同參與盛會，此書展由德國書商協會辦理，該會並協助德國出版社參加約 20 個國際書展。部分人士認為本屆書展可能係受歐元經濟體危機之影響，前三日的參觀人數約 148,548 人，約降低 1% 左右。而法蘭克福學院舉辦的論壇、工作坊、研討會及故事驅動大會，則較去年成長 10%¹⁶。

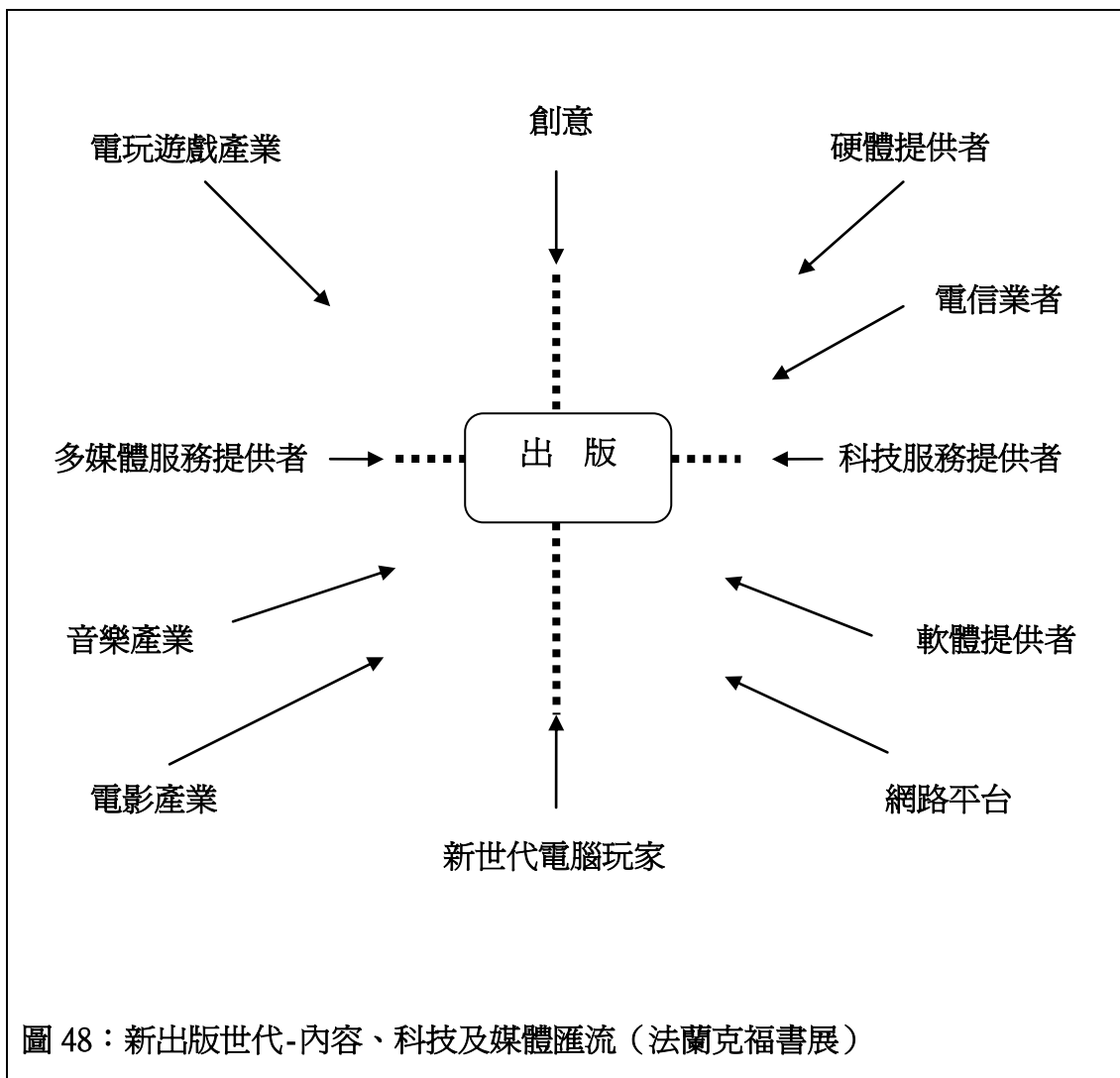
（一）國際書展為版權交易平臺，商業交流為主要功能：

法蘭克福書展之定位為「內容書展」(content fair)，版權交易為該書展之核心事業，目標為將電影、電玩遊戲及其銷售等產業內容帶入書展。該書展行銷經理 Sandra Song 指出該書展近年的主要轉變包含強調數位化及全球化等潮流。多樣化的數位科技革新驅動出版及媒體產業整合匯流，內容不再侷限於單一載具，除了國內版權之外，全球版權及多媒體授權交易量快速成長。

¹⁶ Albanese, Andrew and Reid, Calvin, “Frankfurt 2012: Making the digital leap,” in *Publishers Weekly*, (Oct.15 2012) p.5.



未來數年，媒體匯流將會成為傳統出版產業的最大挑戰。電子書、app 應用程式、社交網絡平臺、電玩遊戲及部落格等，將共同參與創造出版產業的新形式。



在數位媒體匯流趨勢下，媒體業者必須擁有穩定持續的內容供應，亦即對內容之需求量大增，而此對作者而言，即產生較容易出版作品的機會，然而，出版產業中的傳統通路如實體書店卻逐漸面臨威脅¹⁷。

在全球化與數位化浪潮之下，傳統出版產業對於數位載具、規格及平臺等之相關投資研發策略，須更加謹慎，以符合全球市場之實際需求；部分珍貴的古書（或二手書）未來的收藏價值似將逐步提升，未來可能形成小規模的市場；而實體書店的銷售功能恐將趨於下滑，其功能轉型與運作成效尚待觀察。

¹⁷ Song, Sandra, "The book and media industry in the age of digitization :changes and reorganization," in *Information in e-motion* (2012) pp.292-294.

（二）書展為文化外交平臺，呈顯國家文化形象：

本屆書展於文化交流及行銷推廣等層面，呈現提升閱讀與真實生活多面向連結之傾向。包含：主題國紐西蘭館透過大型展覽會館之整體空間規劃，以多媒體及裝置藝術展示手法，呈顯該國文化特色，並強調出版與影視媒體合作之實例，觀眾彷彿置身於融合真實與幻想之平行世界，將平面書籍內容置換為立體真實世界，在黑夜氛圍中，體驗星空、光影、水流及動態影像所形塑之多元空間與文化底蘊，讓觀眾得以享受更豐富的感官饗宴。「美食書展區」則透過生動有趣的展場設計，於展場置放廚具等模型擺設，並安排「廚房實境秀」，邀請知名主廚現場展現烹飪手藝，與觀者互動，觀眾迴響熱烈，成為行銷推廣活動之成功案例。該書展並在週末假期大眾參觀日安排魔戒哈比人 Cosplay 活動，促增青少年參與書展活動，在閱讀之外，亦可透過創意展現自我，與同儕交流。

多數國家成立文學翻譯專責機構，且政府與民間皆成立相關機構或團體予以推展相關業務，並於國際書展中製作相關文宣品加以宣傳，如：外譯成果目錄、補助要點摺頁、推薦作家作品或出版產業簡介等，以利透過書展此國際交流平臺，行銷該國文學翻譯相關措施及成果。

三、與我國相關政策之比較分析

（一）國際書展：

近年本部藉由輔導出版業者參加重點書展或漫畫展，促使出版業者透過實際參與，瞭解國外市場需求，增加出版業者進入當地市場之機會及版權交易商機。

「臺北國際書展」經過多年來不斷的創新與提升，已發展為兼顧國際交流、出版專業及閱讀生活等綜合型國際書展。惟在數位化及全球化潮流下，仍宜參酌法蘭克福書展相關行銷推廣策略，以成為亞洲出版交流中心為目標，協助國內出版業者觀摩交流國際新知觀念，促增版權交易產值，讓世界走入臺灣。

(二) 中書外譯及文學國際交流：

與各國翻譯政策相較，初步歸納我國翻譯政策之特徵如下：

1. **國內無專責翻譯政策之統籌單位**：我國目前並無專責翻譯政策之統籌單位，相關業務散佈於教育部及國家教育研究院編譯發展中心（原國立編譯館）、國科會及本部所屬國立臺灣文學館等。
2. **文學翻譯專責單位層級及人力經費問題**：綜觀世界其他國家，皆以國家級機構來推動外譯政策，如韓國文學翻譯中心（LTI Korea）之組織編制含翻譯出版、國際合作、培育管理、策略規劃等部門，近年積極拓展外譯業務。惟本部所屬國立臺灣文學館「臺灣文學外譯中心」甫於本年 6 月成立，似需評估調整其定位層級，並挹注更多人力經費資源。
3. **文學翻譯重點發展方向及策略不明**：韓國文學翻譯院之選書原則以具「韓國文化代表性」及「海外市場銷售潛力」為主，選書類型含文學、人文學科及兒童領域，初審作業由國外評審擔任，以符合海外讀者閱讀品味；而日本 JLPP 計畫則以「藝術品質高、但在海外認知度低」的文學作品為為主，且主要鼓勵翻譯為英語、法語、德語或俄語。而本部所屬國立臺灣文學館「臺灣文學翻譯出版補助作業要點」雖以臺灣文學作品及研究論著為主，未來似宜參酌本部全球佈局策略及韓日等之作法，從文學作品之藝術性、學術研究價值及市場銷售量等面向，審酌調整相關發展策略及方向。

肆、建議事項

一、立即可行建議

(一) 擴大法蘭克福書展參展規模及調整相關參展方式：

1. 法蘭克福書展為規模最大的國際書展，不論從行銷臺灣文化或擴大出版市場的角度，均須以更大規模及有策略的方式參展。為能整體呈現臺灣出版的多元面貌，建議 2013 年擴大參展規模，並調整現有童漫及綜合書區分散

二個館的情形，以整合人力物力資源。

2. 挑選更能代表臺灣文化特色及符合國際市場需求的出版品，以提高版權交易的可能。
3. 調整展場規劃方式，增加活動及交流空間。
4. 規劃舉辦臺灣文化交流活動，以提升臺灣在國際書展之能見度，並藉由國際交流場域建立出版界之國際合作網絡。

(二) 策辦臺灣出版國際行銷計畫：

首先以英語系讀者為對象，向出版社公開徵選具「臺灣文化代表性」及「海外市場銷售潛力」之童書、文學及人文學科領域作品，獲選作品提供經費撰寫導讀大綱及試讀本並進行英譯，以做為對外洽談版權交易的基礎資料。

二、中長期建議

- (一) 建立海外參展版權交易及效益評估機制，包括質化及量化績效等面向，並進行統計分析，以作為後續參展及政策發展的參考指標。
- (二) 研擬評估將海外出版產業納入相關產業調查計畫之可行性：以商業機制方面觀察，大眾閱讀口味依全球區域文化差異而有不同發展脈絡，若欠缺詳實充足之調查資訊（如：暢銷書類型及銷量、民眾閱讀喜好等），作為整體佈局策略之參考，似難以於短期內研擬具體有效之海外行銷策略，未來將評估將海外出版產業納入相關產業調查計畫之可行性。
- (三) 參考國外相關作法，研議調整中書外譯政策，從推動機構、補助方式及流通機制等做全面性檢討，以能將臺灣文學作品在國際市場流通，擴大臺灣文學的影響力。

參考書目

一、中文書籍

文化部，《2011 臺灣文化創意產業發展年報》，2011 年。

行政院新聞局，《99 年圖書出版產業調查報告》，2011 年。

二、中文論文

邱振中，《國際書展角色與功能之研究－以臺北國際書展為例》，嘉義縣：南華大學出版學研究所碩士論文，2003 年。

國立編譯館，《建立我國學術著作翻譯機制之研究》，2006 年。

三、期刊

Albanese, Andrew and Reid, Calvin, “Frankfurt 2012: Making the digital leap,” in *Publishers Weekly*, (Oct.15 2012) p.5.

Song, Sandra, “The book and media industry in the age of digitization :changes and reorganization,” in *Information in e-motion* (2012) pp.292-294.

四、網站

法蘭克福書展網站，<http://www.buchmesse.de/de/>

法國在臺協會網站，<http://www.hupinching.com/zh/les-aides/la-fabrique-des-traducteurs/>)

法國 Ifverso 網站，<http://ifverso.com/fr>

韓國文學翻譯中心電子書訊，<http://newsletter.klti.or.kr/newsletter/8st/chn/notice.htm>