

出國報告（出國類別：考察）

2019 年上海國際童書展考察報告

服務機關：文化部

姓名職稱：戴金蜜簡任視察、鄭怡恬科員
陳怡君聘用副編審

派赴國家：中國大陸

出國期間：108 年 11 月 14 日至 11 月 18 日

報告日期：109 年 1 月 22 日

摘要

中國大陸上海國際童書展（China Shanghai International Children's Book Fair，簡稱 CCBF）由上海市新聞出版局、中國教育出版傳媒集團有限公司、環球新聞出版發展有限公司共同主辦，參展內容包含童書出版發行、數位出版、文創產品、玩具和教育服務等。第一屆於 2013 年在上海世貿商城舉辦，2018 年第六屆起，與波隆納國際童書展主辦單位波隆納展覽集團展開戰略合作，引入該書展資源與展覽經驗。本屆於 2019 年 11 月 15 日至 17 日於上海世博展覽館舉行，展覽面積共 2.5 萬平方公尺；共有來自義、法、英、美、日等 30 多個國家和地區、418 家海內外參展商參與，其中國際展商約 200 家。書展主題為「與世界和未來在一起」，參展童書種數超過 6 萬種，包含約 2 萬種外版童書、舉行 345 場閱讀推廣和專業交流活動。據上海童書展官方初步統計，共有 1 萬 6000 多位專業人士與 3 萬 5000 餘位一般民眾參觀。

臺灣館策展團隊華品文創出版股份有限公司，於本次展會共邀 42 家臺灣出版社參展，展出共計 1,516 種、5,140 冊圖書，其中包含新書、暢銷書、得獎書、兒童益智教具、語言學習教材、數位出版品，以及文化部 Books From Taiwan 外譯選書、金鼎獎、金漫獎、中小學生優良課外讀物推介評選等得獎或推薦書籍之陳列展示。本屆展位主視覺由專業繪本作家賴馬設計，為臺灣童書聯合展區增添色彩鮮艷、活潑逗趣的氛圍。展覽期間總計達 240 次版權會議，臺灣聯合展區銷售金額約 750 萬臺幣，預估售出約 700 萬臺幣以上之後續版權（代理權），參展商收穫豐碩。

本次考察另一項重點是瞭解大陸的實體書店發展，爰另規劃參訪上海朵雲書院、香港三聯書店、思南書局、鍾書閣、光的空間、千彩書坊、蘇州誠品與連鎖書店西西弗書店，看到中國大陸大城市近年流行「最美書店」封號，在政府重金大力扶植政策支持下，獲補助書店多淪為黨國政策宣傳工具，書店的意義與價值失去公共論述的權益，但仍有小書店即使經營不易，為了自我精神和實質的獨立性，不願申請官方補貼。

本次參訪亦觀察到在國際童書市場需求不斷增加下，中國大陸展現稱霸亞洲童書出版界的雄心，並透過全球徵件辦理國際級獎項，及與波隆納展覽集團展開戰略合作，除可培育其插畫人才，亦建立中國大陸童書展在國際之地位與知名度。臺灣創作者、出版界與書店業者自詡擁有完全的創作與營運自由，這樣的環境培育許多毫無限制地發揮的優秀插畫家與漫畫家，臺灣既有優異的創作者，政府應有策略地透過各類國際獎項的辦理與參展，積極將臺灣創作軟實力推向國際，讓世界看見臺灣豐沛的創作力。

目次

壹、前言	3
一、緣起.....	3
二、中國大陸的童書出版與實體書店之扶植策略.....	3
三、國內環境情勢概述.....	6
四、與參訪主題相關之本部政策現況分析.....	7
貳、行程安排及參訪議題	9
一、參訪行程.....	9
二、參訪議題及內容.....	9
參、參訪心得	10
一、2019 上海國際童書展辦理情形	10
二、華品文創出版公司領軍的臺灣童書聯合展區.....	20
三、上海、蘇州實體書店參訪.....	22
肆、建議事項	29
一、立即可行建議.....	29
二、中長期建議.....	30

壹、前言

一、緣起

根據中國國家新聞出版署發佈之《2018 年新聞出版產業分析報告》¹，2018 年中國大陸共出版兒少圖書 8.9 億冊，較 2017 年增加 6,852 萬冊（8.4%）。其中新書 4.1 億冊，增加 7,922 萬冊（23.8%）；再版書 4.8 億冊，減少 1,070 萬冊（-2.2%）。年印量超過 100 萬冊之兒少圖書共 28 種，較 2017 年增加 10 種。以種數來看，2018 年共出版兒少新書 2.3 萬種，較 2017 年略為減少；再版 2.1 萬種，增加 1,798 種（9.2%）。綜觀以上數據，中國大陸兒少書籍成長力道仍未減退，且因人口基數龐大，書籍印量驚人，故雖然中國大陸並非言論自由國家、出版需經審批，世界各國出版業者對中國大陸市場興趣仍深，由上海國際童書展參展國家數及外國廠商家數之攀升，可窺見一二。

上海國際童書展在過去六年裡，始終以「與世界和未來在一起」為主題，堅持國際化、專業化、品質化的理念，力圖提高中國大陸兒童文學在國際上的知名度，以及推廣中國大陸國內兒少閱讀。自 2018 年起，上海國際童書展透過與全球最具規模的童書展——義大利波隆納國際童書展（BCBF）合作，致力於讓中國大陸出版業「走出去」、「引進來」：將中國大陸原創內容推向世界，同時將優良國際作品帶進中國大陸。此舉正式宣告：中國大陸童書打入國際市場的進程，已達到新高點。

中國大陸向來理解並極其重視出版與傳播之重要性，長期藉由掌控相關產業及利用科技，擴大國家機器對本國人民甚至對國外之影響力，此舉眾所皆知。然而，上海國際童書展創立之初即以『貫通東西、打造童書大展國際品牌』為使命，被中國大陸原國家新聞出版廣電總局納入新聞出版業『十三五』規劃重點對外交流項目²。由此觀點看來，主辦單位與義大利波隆納書展合作舉辦推廣上海國際童書展，打造該書展為亞洲重點童書展會之意圖頗為明顯，每年 3 月在義大利登場的波隆那國際童書展，11 月在中國大陸舉辦上海國際童書展書，型塑上半年、東西布局、全球矚目的兩大專業國際童書會展。

二、中國大陸的童書出版與實體書店之扶植策略

（一）童書出版

¹ 2018 年新聞出版產業分析報告（摘要版）（2019.08.28）。引自 <https://www.chinaxwcb.com/info/555985>（Dec.12, 2019）

² 首設快閃書店，2019 上海國際童書展驚喜襲來，11 月 15-17 日舉（2019.10.24）。引自 <https://kknews.cc/news/8gxrgre.html>（Dec.5, 2019）

中國大陸在 2015 年發布「十三五」³，其中出版相關政府文件包含《“十三五”國家重點圖書、音象、電子出版物出版規劃》⁴，同年發表的 10 項編制工作重點包含：

「七是為未成年人健康成長提供更多更好的精神食糧。推出一批加強未成年人思想道德教育，引導未成年人樹立崇高的理想信念，提高未成年人道德素質和科學文化素質，有利於德智體美全面發展的出版物。」

「九是加快提升國家文化軟實力。深入實施出版走出去戰略，加快國際傳播能力建設，講好中國故事，傳播好中國聲音，推出一批不斷增強中華文化國際影響力的出版物。」

由此可見，中國大陸政府始終以國家高度，審視及控制兒少閱讀內容，並且以國家高度統籌規劃，藉由文化輸出提升世界影響力；上海國際童書展同時符合以上兩個目標，故中國大陸政府對其重視自然可見一斑。

除「五年計畫」直接影響中國大陸國內、間接影響他國之政策，中國大陸政府各種直接對外措施亦影響臺灣出版業，如 2018 年中國大陸公佈「惠臺 31 項措施」中，承諾提供臺版書進入大陸市場的綠色通道，簡化進口審批流程，乍看應可降低臺灣圖書出口中國大陸之各項成本，提升我國軟實力在中國大陸之影響力及提升銷售額。然經實際洽詢查訪，業者表示「綠色通道」仍無相關具體作為，且各地措施不盡相同，不僅無法實現原先業者期待之「曾在 A 地審批通過之書籍，下次可不經審批進入 B 地」，且近年因政治情勢改變，圖書審批日益嚴格，先不論惠臺措施本意是「惠臺」還是「對臺」，至少目前業者並不認為「綠色通道」對我國出版業者帶來實益，亦認為在目前的政治環境下，中國大陸政府並不會放寬緊縮書號、嚴格審批的政策。

面對日益複雜的對外政治環境，中國大陸政府勢必加強對內控制，以及進一步提升軟實力，對出版的重視與掌控除了直接影響中國大陸出版、創作環境，也將間接影響所有與中國大陸市場相關的世界出版商，我國因政治文化背景，始終與中國大陸保持特殊關係，自然更無法置身事外，實有必要持續密切觀察中國大

³ 中華人民共和國國民經濟和社會發展第十三個五年規劃綱要：簡稱「十三五」規劃綱要或十三五，指中華人民共和國制定的從 2016 年到 2020 年發展國民經濟的規劃。引自

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E5%9B%BD%E6%B0%91%E7%BB%8F%E6%B5%8E%E5%92%8C%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%8F%91%E5%B1%95%E7%AC%AC%E5%8D%81%E4%B8%89%E4%B8%AA%E4%BA%94%E5%B9%B4%E8%A7%84%E5%88%92%E7%BA%B2%E8%A6%81> (Nov.25,2019)

⁴ “十三五”重点出版物出版蓝图后绘（2015.07.24）。引自

<http://www.gapp.gov.cn/ztzd/zd gz/2015sswghzt/contents/6258/257011.shtml> (Nov.25,2019)

陸出版政策之變化。

（二）實體書店營運

美國商業研究機構調查公佈，2017 年全球圖書和檔案市場價值約為 975 億美元，中國大陸的市場價值約 153 億美元，是全球市場價值佔比最大的國家。中國大陸經營連鎖書店約 20 年的成功因素，應屬市場規模、政策支持和熱衷於摸索創新環境⁵。

上海是中國大陸首先提出綜合配套扶持實體書店發展的地方政府，2012 年上海市新聞出版局推出《上海市出版物發行網點建設扶持資金管理辦法》及《上海市出版物發行網點建設引導目錄》，從新聞出版專款資金撥出 1500 萬人民幣支持出版物發行網點建設，其中 500 萬人民幣用於定向支持各類實體書店，主要以形成專業定位和具品牌影響力的民營實體書店為主⁶，其次為規模不大但定位清晰、受到特定讀者青睞的專精特色、中小型書店。

但中國大陸之前隨著互聯網的興起，高房租、薄利潤、消費人群減少等問題，實體書店受到較大衝擊；但根據中國大陸《支持實體書店發展的實施意見》，北京大力開展實體書店扶植工作，截至 2019 年 9 月，全市增加 285 家實體書店，比同期增長 28.1%，其中有 239 家北京實體書店獲得 2019 年度實體書店項目扶持，扶持資金近 1 億元⁷。中共北京市委宣傳部副部長王野霏曾表示，2020 年中國大陸政府將繼續增加對實體書店的扶持力度。北京市委宣傳部將監督並落實「一區一書城」、「新建實體書店 500 家」、「建設 200 家特色書店」和「打造 15 分鐘閱讀圈」的發展目標，落實萬人擁有 0.8 個書店的工作任務目標，形成以 200 家標誌性特色書店，展現北京書店新格局⁸。

從上述可知，中國大陸政府依其各縣市所在區域，對書店補助有不同規定，財政局與文化局補助項目亦不相同，朵雲書院營運總監馮潔表示，政府補助須經層層關卡篩選，公益性高、具社會效益者，才能獲得補助，獲補助後尚需接受中介監督公司進行查核，以確定按規劃執行，造成部分書店申請意願下降。

⁵ 中國如何從「文化沙漠」，變成倫敦書展年度最佳書店的贏家？(2019.3.22 引自 <https://www.thenewslens.com/article/115883>)

⁶ 獨家 | 實體書店扶持政策不完全報告(2016.6.8 引自 <https://kknews.cc/zh-tw/culture/p4a2l62.html>)

⁷ 北京花近 1 億人民幣扶持 239 家實體書店(2019.11.21 引自 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20191121004333-260409?chdtv>)

⁸ 239 家實體書店獲 1 億資金扶持 2020 年北京將新建 500 家書店(2019.12.30 引自 <https://kknews.cc/society/gpnplvl.html>)

中國大陸大城市近年流行「最美書店」封號，在政府政策支持等因素下，商場裡精緻書店一家一家開。根據 2017 年「關於上海扶持實體書店發展的實施意見」，官方將重點扶持一批品牌知名度高、有示範作用的實體書店，並在商業中心、社區、交通樞紐、學區等建設中小型特色書店。在官方推動下，許多商場以低租金、甚至免租金引進書店。根據上觀新聞，目前全中國大陸 86.7% 的購物中心引進實體書店。對商場而言，一家漂亮的書店進駐也有助於人潮的引進，但這些獲補助書店都不免擺放多本與習近平相關的著作。但也有小書店即使經營不易，為了自我精神和實質的獨立性，不願申請官方補貼⁹。

三、國內環境情勢概述

根據文化部 2014 至 2018 年之《臺灣出版產業調查報告》彙整財政部海關進出口統計資料顯示，近年我國兒童圖畫書出口金額逐年成長，2016 年該類型圖書出口金額顯著驟增；2017、2018 年在 2016 年拉高之出口值基礎下，仍持續成長，惟 2018 年成長趨勢已見緩和。整體而言，兒童圖畫書雖非我國最主要圖書出口品類，然其發展值得密切關注。

表 1：兒童圖畫書進出口金額比例

單位：新臺幣千元

項目	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年
進口值 (較前一年變動率)	63,316 (50.93%)	108,855 (71.92%)	130,669 (20.0%)	104,651 (-19.9%)	122,001 (16.6%)
出口值 (較前一年變動率)	33,872 (-2.51%)	55,573 (64.07%)	909,231 (1536.1%)	1,390,390 (52.9%)	1,415,573 (1.8%)
進口／出口比重	186.93 (54.81%)	195.88% (4.79%)	14.37% (-92.7%)	7.53% (-47.6%)	8.62% (14.5%)

表 2：兒童圖畫書進口金額及國家別

單位：新臺幣千元

國家排序	年度	105 年	國家排序	年度	106 年	國家排序	年度	107 年
	全球	130,669 (20.0%)		全球	104,651 (-19.9%)		全球	122,001 (16.6%)
1	英國	52,108 (50.9%)	英國	27,112 (-48.0%)	美國	32,599 (31.4%)		
2	美國	40,064 (-13.4%)	其他國家	27,062 (252.2%)	英國	30,640 (13.0%)		
3	中國大陸	18,006 (46.5%)	美國	24,813 (-38.1%)	其他國家	24,286 (-10.3%)		

⁹ 上海書店拚顏值 愛書老闆：核心應該是書(2019.4.28 引自 <https://www.cna.com.tw/news/acn/201904280181.aspx>)

國家排序	年度	105 年	國家排序	年度	106 年	國家排序	年度	107 年
4	其他國家	7,683 (117.2%)	南韓		8,307 (101.5%)	法國		12,162 (159.2%)
5	南韓	4,122 (4531.5%)	中國大陸		7,836 (-56.5%)	中國大陸		8,748 (11.6%)

表 3：兒童圖畫書出口金額及國家別

單位：新臺幣千元

國家排序	年度	105 年	國家排序	年度	106 年	國家排序	年度	107 年
	全球	909,231 (1536.1%)	全球		1,390,390 (52.9%)	全球		1,415,573 (1.8%)
1	日本	855,551 (155738.1%)	日本		1,331,714 (55.7%)	日本		1,376,811 (3.4%)
2	香港	44,117 (-5.7%)	香港		35,167 (-20.3%)	香港		21,988 (-37.5%)
3	中國大陸	5,402 (23.4%)	中國大陸		17,058 (215.8%)	美國		7,893 (548.6%)
4	澳大利亞	1,366 (-14.0%)	南韓		1,649 (2603.3%)	中國大陸		3,230 (-81.1%)
5	印尼	1,300 (-)	澳大利亞		1,259 (-7.8%)	印尼		2,038 (63.7%)

由表 2、表 3 可見，中國大陸近年為我國兒童圖畫書重要進、出口地區，然出口中國大陸金額自 2017 年高度成長之後，2018 年下滑 81.1%，且除 2017 年外，我國由中國大陸進口金額仍多於出口金額，或許係因中國大陸兒童圖畫書印刷成本較低，國內書商進口量逐漸提升所致。又，因我國部分出版社於中國大陸設立分公司，或與當地經銷商合作，或輸出童書版權由當地出版社發行，因無實體書籍之出口，故所帶來之產值無法顯示於海關進出口統計。

表 4：103-107 年兒童圖畫書進出口中國大陸金額

單位：新臺幣千元、%

		103	104	105	106	107
進 口	排名	3	3	3	5	5
	金額 (較前一年變動率)	6,653 (33.19%)	12,290 (84.73%)	18,006 (46.51%)	7,836 (-56.5%)	8,748 (11.6%)
出 口	排名	2	2	3	3	4
	金額 (較前一年變動率)	3,011 (-27.43%)	4,377 (45.4%)	5,402 (23.4%)	17,058 (215.8%)	3,230 (-81.1%)

四、與參訪主題相關之本部政策現況分析

(一) 維運兒童文化館網站：

自 1999 年建置專屬兒童線上閱讀園地，以提升兒童閱讀興趣為目標，將繪

本及文化相關主題內容，製作成活潑又具互動性的動畫與遊戲，讓兒童能以輕鬆、活潑的方式來進行閱讀，進而從小培養閱讀習慣，平均每日約 3 萬人次瀏覽。

（二）中小學生讀物選介：

為拓增養成國內閱讀人口，提升兒童、少年及青少年閱讀視野及興趣，自 1983 年起舉辦「中小學生讀物選介」，至 2019 年共舉辦 41 次，每年選出近 600 種圖書，2018 年起精選推薦 70 本讀物作為主打宣傳焦點。所選圖書適合學齡前、國高中、小學等學童、教師與家長參考，也成為每年度各學校圖書館採購選書之參考。每年獲選圖書均於台北國際書展期間於童書館展售，及辦理學童閱讀體驗活動及多場講座，藉此行銷推廣中小學生課外優良讀物。

（三）扶植實體書店：

文化部自 2013 年推出「推動實體書店發展補助作業要點」，補助書店開設、營運、閱讀推廣及整體發展，2013 至 2019 年度共補助 21 縣市計 98 家書店及書店相關團體，書店已成各地頗具能量的社區微型文化中心，以及閱讀推廣重要據點。另為使臺灣書店與其他地區接觸交流，曾補助台灣獨立書店文化協助參加香港書展，藉此行銷宣傳臺灣獨立書店、出版品；另在台北國際書展會設立公民書區、書店(國際)論壇、閱讀講座與特展等活動，除展現台灣最美麗的人文風景，也為書店經營者注入經營新思維。

（四）台北國際書展設童書館

每年台北國際書展都在世貿三館獨立設置童書館，展售適合各種年齡層的親子閱讀童書、繪本、兒少圖書等，以及展出不同國家童書或插畫展覽。但因世貿三館將進行改建，2020 年起台北國際書展將童書館納入世貿一館一樓，開闢「童書新樂園」，增設兒童互動體驗區，持續鼓勵家長帶小孩入場參觀購書。

（五）參加義大利波隆納國際兒童書展

為協助我國出版業者拓展海外市場並增進與國際出版業者經驗交流，文化部每年規劃於義大利波隆那國際童書插畫展設置臺灣館，展現臺灣優異創作元素，並輔導我國出版業者隨團參展、舉辦國際版權媒合會議，行銷推廣與銷售臺灣原創童書、漫畫版權、攜帶入圍波隆那插畫展作家赴義大利領獎，2019 年共有 9 位插畫家入圍，創臺灣歷史新高。

貳、行程安排及參訪議題

一、參訪行程

日期	地點	行程
第一天 11/14 (四)	台北→上海	松山機場→上海虹橋機場→拜會朵雲書院
第二天 11/15 (五)	2019 年第 7 屆上海國際童書展 上海世博展覽館 H1 館	1. 參觀臺灣聯合展區與中國大陸各省出版集團及各國展區。 2. 參加書展專業論壇 3. 出席書展晚宴
第三天 11/16 (六)	蘇州特色書店	拜會特色書店：蘇州誠品、參觀大陸連鎖書店西西弗書店等。
第四天 11/17 (日)	2019 年第 7 屆上海國際童書展 上海世博展覽館 H1 館	1. 參加書展專業論壇 2. 臺灣作家上海讀者見面會
	參觀上海特色書店	香港三聯書店、思南書局、鍾書閣、光的空間、千彩書坊等。
第五天 11/18 (一)	上海→桃園	上海浦東機場→桃園國際機場

二、參訪議題與內容

中國大陸兒少閱讀市場需求持續擴大下，已成為全世界童書出版業者眾家必爭之地，為瞭解國際童書出版趨勢及版權銷售情形，本次參訪主要為考察 2019 年上海國際圖書展瞭解臺灣館設置、佈展等辦理情形，以及國際圖書業者參與、上海國際童書展與義大利波隆納團隊合作情形，並參與主辦單位書展專業論壇，瞭解最新國際童書發展趨勢。

另為瞭解臺版圖書銷售中國大陸情形，規劃參訪蘇州誠品書店，拜會書店營運部黃琬茹副理，以瞭解蘇州誠品於中國大陸創設、目前營運狀況；另參訪上海世紀出版集團之朵雲書院，拜會營運總監馮潔，瞭解位於上海黃浦區，全世界最高書店營運管理規劃；以及參觀蘇州連鎖書店西西弗書店、上海鍾書閣、光的空間、香港三聯書店、思南書店、千彩書坊等，透過實地探訪，一探中國大陸書店營運情形。

參、參訪心得

一、2019 上海國際童書展辦理情形

中國大陸上海國際童書展（China Shanghai International Children's Book Fair，簡稱 CCBF）由上海市新聞出版局、中國教育出版傳媒集團有限公司、環球新聞出版發展有限公司共同主辦，參展內容包含童書出版發行、數位出版、文創產品、玩具和教育服務等。第一屆於 2013 年在上海世貿商城舉辦，展覽面積 1 萬平方公尺、200 多家展商參展，共吸引 4000 多名專業人士，及 1 萬 8000 多名一般民眾參加¹⁰；2018 年第六屆起，與波隆納國際童書展主辦單位波隆納展覽集團展開戰略合作，引入該書展資源與展覽經驗。本屆於 2019 年 11 月 15 日至 17 日於上海世博展覽館舉行，展覽面積共 2.5 萬平方公尺，較前一年度成長 25%；共有來自義、法、英、美、日等 30 多個國家和地區、418 家海內外參展商參與，其中國際展商約 200 家，較上屆增長 25%，新參展商數量超過 30%¹¹。書展主題為「與世界和未來在一起」，參展童書種數超過 6 萬種，包含約 2 萬種外版童書；並於主會場、上海市少兒圖書館、寶山區圖書館、徐匯區圖書館、朵雲軒藝術中心、上海兒童藝術劇院、朵雲書院、光的空間、言幾又書店、志達書店等 30 多個兒童出版閱讀文化空間¹²，舉行 345 場閱讀推廣和專業交流活動。據上海童書展官方初步統計，共有 1 萬 6000 多位專業人士與 3 萬 5000 餘位一般民眾參觀。

本屆 CCBF 新增來自阿拉伯聯合大公國、拉脫維亞、黎巴嫩、烏克蘭、伊朗、哥倫比亞等國家的參展商，並有法國巴亞出版集團（Bayard Group）、達高出版集團（Dargaud）、阿歇特出版集團（Hachette Livre）、龐畢度國家藝術和文化中心、美國麥克米倫教育集團（Macmillan Publishers Limited）、麥格勞希爾教育集團（McGraw-Hill）、英國牛津大學出版社、沃克出版集團（Walker Books Group）、瑞典邦尼集團（Bonnier Group）等知名國際出版文化機構，攜其童書新作於書展亮相，並有奧地利插畫家暨國際安徒生獎得主莉絲白·茨威格（Lisbeth Zwerger）等國際知名童書作家、插畫家、評論家、出版人等齊聚展會現場，參與主題演講、專業交流等各種活動。除一般零售，參展商亦進行童書版權貿易洽談，據現場統計共達成約 1,500 項中國大陸及外國版權貿易協議。

¹⁰ 百度百科：「中国上海国际童书展」條目。引自

<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E4%B8%8A%E6%B5%B7%E5%9B%BD%E9%99%85%E7%AB%A5%E4%B9%A6%E5%B1%95>（Jan.17,2020）

¹¹ 对标国际一流，打造全球品牌，2019 中国上海国际童书展圆满闭幕（2019.11.17）。引自 <http://www.ccbookfair.com/cn/index/news-center/news/detail!CCBFclose>（Dec.15, 2019）

¹² 2019 中国上海国际童书展闭幕 达成中外版权贸易协议 1500 项（2019.11.18）。引自 <http://www.e-bq.com/News/1574153036458523.html>（Dec.10, 2019）

2019 上海國際童書展現場分為公眾區（銷售）、綜合區（銷售與版權）、版權區（純版權），公眾區 3 天皆開放所有民眾入場，版權區僅開放專業人士進入，綜合區 15 日僅對專業人士開放、16-17 日開放所有民眾參觀。一般民眾無法進入版權區，經洽詢臺灣展區展商表示，前一年度並無此限制，然因現場有許多兒童，為避免版權區之現場秩序受影響，故限制本屆一般民眾不可進入版權區；因版權區並未銷售書籍，此限制並不會造成民眾及參展單位之損失。

2019 年上海國際童書展特殊策展重點分述如下：

- (一) 插畫家生存角¹³：由義大利波隆那國際童書策展團隊與米蘭 Mimaster 插畫學院共同策劃，於 2018 年上海國際童書展首度登場，即獲熱烈回響。此區提供所有想拓寬創作視野的圖畫書創作專業人士創作參考指南，讓年輕與新興創作者、圖畫書編輯等人士，與眾多知名國際插畫專家共同分享經驗、提出問題，找到對於創作者開展新創之有效途徑。2019 年舉辦 3 天，包含 10 場大師論壇、8 場工作坊、40 場一對一作品集指導，另邀請 Mimaster 團隊教師與專家進行 2 場特殊培訓，讓參與者獲得成為專業插畫家所需的知識及技能。



上：插畫家生存角之一，下：一對一現場指導



上：一對一指導現場，下：插畫家工作坊



¹³ 引自《官方活動指南》P.38-39。

(二) 快閃書店¹⁴：本屆新設快閃書店，由上海知名特色書店「光的空間」策劃，在書展現場「為大眾讀者、專業人士提供一個參考和購買童書推薦產品的服務空間」，惟經現場觀察，該快閃書店缺乏真正引人注目、具備文化意涵之設計，難以讓人聯想到在內裝設計頗具盛名的「光的空間」；網路宣傳文字雖表示書店內販售商品「童書展展商、嘉賓、作者等專業人士推薦的精選作品」，然現場參觀感受仍與一般銷售攤位相近，似未能達到服務與產品方面的參考價值。



快閃書店(取自上海國際童書展網站)

(三) 立體書特展：本次展出 130 本立體書是從義大利藏家 Massimo Missiroli 約 5000 件藏品中精選出來，第一批立體書的出版可追溯自 19 世紀下半葉的歐洲，立體書之所以迷人主因係各種樣式、形狀的圖案，透過繁複的設計與創造力的積累，讓平面的圖案從書裡「跳出來」，每次翻頁都有不同的驚喜，生動活潑吸引大人和小孩的喜歡。本次展覽呈現立體書的發展歷程、技術與革新，為上海國際童書展增添幾分趣味與立體感。本特展於書展結束後將陸續於中國大陸其他城市舉辦巡迴展，讓更多民眾親炙立體書的魅力。



立體書歷史



立體書展區

¹⁴ 首設快閃書店、全新特展聚焦藝術之美，上海國際童書展驚喜襲來（2019.10.22）。引自：<https://knews.cc/culture/azxkn9v.html>（Dec.10, 2019）



立體書展櫃



立體書

(四) 青年插畫師大道：此區位於專業版權論壇區旁，未見官方活動指南有任何介紹，卻是本屆上海國際童書展中新設展位。此區提供年輕插畫家、藝術家一個商業合作、學習交流、產品展售的平台，展現青年創作者豐沛的創意發想與 KUSO 表現。由此可見，中國大陸重視青年創作者的露出機會，於國際書展增設一區塊，讓到訪國際人士都能看到中國大陸青年的創作實力。



青年插畫師大道



青年插畫師展品

(五) 國際級獎項：

1. 金風車國際青年插畫家大賽¹⁵：於 2015 年創立，旨在為全球新銳插畫家提供一個展示才華的平台，進而推動國內外插畫家與出版機構合作交流的機遇。獲獎者將可負責設計隔年度上海國際童書展主視覺，對於得獎者來說是很棒的榮耀。2019 年報名參賽人數比 2018 年增加 51%，其中包括多位臺灣創作者，顯示越來越多人重視這項比賽。本屆由中國大陸貴圖子與巴西 Guilherme Karsten 分別獲 2019 年金風車插畫國內金獎和金風車插畫國際金獎、金風車插畫特別提名獎，由巴西 Rômolo Eduardo D'Hipólito、中國大陸李靜欣、西班牙 Miguel Pang Ly、中國大陸找鳥兒 4 位獲得。

¹⁵金风车国际青年插画家大赛。引自 <http://www.ccbfgoldenpinwheel.com.cn/cn> (Dec.13, 2019)

中國大陸利用上海國際童書展期間進行金風車國際青年插畫家大賽民眾線上投票，提高作品曝光度，並於書展晚宴舉行頒獎典禮，讓來自世界各地童書出版同業人士看見中國大陸插畫作品，藉此向參與之國際出版界人士推介其插畫家及作品，打響國際知名度。

2. 陳伯吹國際兒童文學獎¹⁶：於 1981 年創立，由上海市新聞出版社、上海市寶山區人民政府和陳伯吹兒童文學基金專業委員會主辦，為中國大陸境內重要文學獎，自 2014 年始舉辦國際評獎活動，國際知名度日益增加，已逐步成為亞洲具國際影響力的兒童文學獎量，此獎表彰全世界對兒童文學有特殊貢獻人士。2019 年收到來自 33 個國家 336 本圖書參展，共有 14 種獲獎作品最終脫穎而出，其中臺灣作家王文華〈只是一篇作文〉獲得本年度單篇作品獎。

童書展結合上述二項國際級獎項，除透過全球徵件打響知名度，更讓全世界看見中國大陸政府推動其童書及插畫立足於國際的雄心。



金風車國際青年插畫家入圍作品



書展晚宴頒獎典禮



金風車國際青年插畫家大賽得獎者中國大陸貴圖子作品



晚宴頒獎典禮向現場出席之國內外出版中展現入圍作品

¹⁶陳伯吹國際兒童文學獎。引自 <http://www.ccbookfair.com/cn/index/programme/chen-bo-chui> (Dec.13, 2019)

（六）專業論壇情況熱絡

上海國際童書展期間舉辦多場專業論壇與會議，吾等參與 3 場與本次考察業務相關之論壇活動，茲將重點摘述如下：

1. 11 月 15 日「中國童書出版市場數據及趨勢解析」

根據北京開卷信息技術有限公司發佈的《2019 年 1-9 月少兒圖書零售市場分析》報告，2019 年 1-9 月兒少圖書零售市場銷售額較前一年度同期成長 17.2%，且目前中國大陸兒少圖書市場占比為 26%，距離大多數英語國家超過 30%、甚至 40% 以上之佔比，仍有較大發展空間。故專業人士對中國大陸龐大的童書、青少年出版商機，抱持極高的期待與參與意願，專業論壇參與率高，並隨處可見國際及中國大陸出版專業人士積極記錄及發言；又因歐美及中國大陸有聲書成長迅速，活動主講者如為有聲書相關業者發言，更可見活動參與者之濃厚興趣。

吾等觀察到，國際人士踴躍參與此場次，反觀在台北國際書展的專業論壇中甚少見到國際人士，由此可知，國際出版人對於中國大陸廣大童書市場的重視，欲透過市場數據及趨勢分析，掌握中國大陸童書出版脈動。



眾多國際人士參與講座



各項統計吸引專業人士拍照記錄

2. 11 月 15 日「出版、影視與授權的融合發展—兒童內容與 IP 產業的互動和促進」

IP 授權圖書在出版市場占比日益增加，越來越多出版社也嘗試將自己廣受市場歡迎的出版品牌，打造為一個 IP 並努力拓展其品牌授權業務。如英國企鵝蘭燈書屋授權及消費產品總監 Susan Bolsover，分享童書售出版權交易之經驗，以最資深的版權彼得兔為例，成功進行 IP 銷售跨足文創商品開發、音樂劇、兒童劇、APP、電影、裝置藝術等。書籍才是品牌的核心，確定品牌發展方向與受眾對象後，才能帶出後續推廣與延生效益。

中國騰訊視頻兒童頻道主編庫寅斌表示，騰訊兒童視頻自 2007 年開始，從童書出版跨足動畫，其孵化 IP 實力堅強，並透過大數據分析，掌握觀看者喜好，再加上豐富的製作經驗，為騰訊帶來高收視率。IP 跨界的媒合與開展已成為新趨勢，但美國紐約作家之家執行總監 Cecilia de la Campa 提及一個重點：Good stories are the key，IP 看似王道，但若沒有好的故事內容則巧婦難為無米之炊。



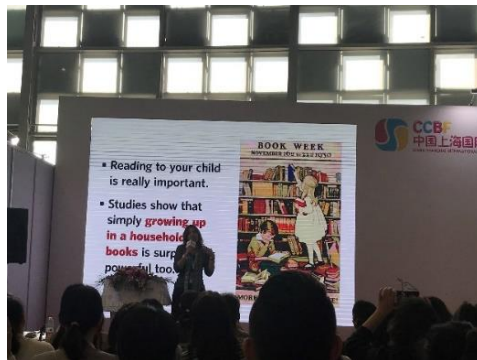
講座開場



美國紐約作家之家執行總監 Cecilia de la Campa 發表

3. 11月17日「從閱讀到愛上閱讀：如何培養兒童閱讀能力與習慣」

閱讀對孩子的成長有關鍵性作用，研究顯示，給嬰兒、幼兒讀書，能有效促進他們的智力與情感發展。閱讀可幫助不同年齡的孩子擴展他們的語言技能，促增對世界的理解，提高其批判性思維與想像力，以及建立同理心。《紐約時報》童書專欄編輯 Maria Russo 提出幾種家長對孩子錯誤閱讀的想法，例如：要大聲閱讀、限制孩子的適讀書籍、越早獨立越讀得好，每個孩子的閱讀時間不同，家長別落入比較、多讓孩子讀經典著作的思維，因為經典中有許多傳統思維與錯誤價值觀，家長應陪同閱讀等。讓孩子愛上閱讀的最好方法即給孩子選書自由，讓孩子學習掌握自己的讀書生活，購置自己的書架，從閱讀中享受喜樂生活。



《紐約時報》童書專欄編輯 Maria Russo 發表

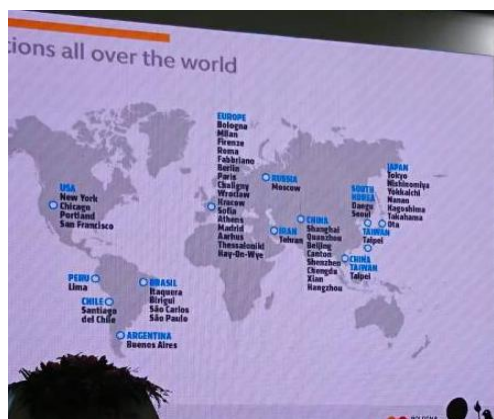


綜合討論

另專業論壇一般民眾無法參加，需憑專業人士入場證才能進入，每場次都湧進超過百位同業人士聆聽，來自各國專業人士提供最新趨勢與童書脈動，將為童書市場開啟新頁。

(七) 展商活動：從上海到波隆那！波隆那國際童書展終極指南及 2020 年亮點預覽

義大利波隆那國際書展策展團隊已和 12 個國家超過 40 個城市合作，策劃書展相關會展活動，其中包括台北國際書展。2020 年義大利波隆那書展將新增「漫畫角落」(Comics Corner)，成為波展新亮點，並舉辦相關漫畫論壇，預期將吸引全球圖像繪本、漫畫創作者的關注。我國每年均會組國家隊設立臺灣館參與波隆那國際書展，我國應觀察如何藉此「漫畫角落」把臺灣漫畫家及其作品在此書展向國際出版界展現。



義大利波隆那國際書展策展團隊全球合作城市地圖



預告義大利波隆那國際書展 2020 將新增漫畫角落

(八) 曹文軒館

中國大陸作家曹文軒於 2016 年獲有「兒童文學諾貝爾獎」之稱的義大利安徒生獎，這是華文世界第一位獲獎者，從此在上海國際童書展設立曹文軒館。中國大陸政府為實踐「就是要得安徒生獎」的目標，投注國家級資源、經費和人力，從曹文軒的圖書出版、與國際重要插畫家合作出版圖畫書、與英國 Walker 出版社英譯出版、英文譯作獲英國 Marsh Christian Award 兒童文學翻譯獎等，更重要的是大量邀請國際專家參與上海國際童書展並擔任國際級獎項評審，均可看出中國大陸在打造文學新星上，傾注國家資源的執行力道¹⁷。此次在書展特設曹文軒館，向國際出版人展示其作品，再次顯見中大陸政府在國際打造明星作家的決

¹⁷ 前進國際 1·借鏡》從門外漢到 IBBY 主席，中國童書界如何攻下安徒生大獎(2019.3.19 引自 <https://www.openbook.org.tw/article/p-40754>)

心。



曹文軒館之 1



曹文軒館之 2

(九) 其他觀察

1. 大數據分析：入場民眾無論持何種證件，需經工作人員掃描入場證 QR code，可全面以電腦程式統計出入人次，進行各種資料分析，符合大數據時代之統計需求，且較人工統計可大幅提升準確性。為有效管制人員進出、並防止無證件人員任意出入，無論任何展會，皆於出入口配置人力，故掃描入場證乃利用既有人力，並未增加人力成本；惟此管制方式需建置完善票券系統，並購置或租用掃描設備，上海國際童書展並未節省此方面成本，顯示其對入場人次及資料之重視。

2. 展位佈置：

2019 年度大部分展位以販售為主軸，設計較為精簡或闕如，部分主辦方作為亮點之展位，雖標榜由以設計聞名之單位所策劃（如：由上海知名特色書店「光的空間」策劃的快閃書店），惟實質未見精心設計，主辦方及參展單位似尚未將展位設計視為重要執行項目。分析可能原因，除展位費支出及當地物價偏高，佈置所費不貲之外，觀察場內情形，上海書展民眾參與程度似不及香港書展熱烈，或許與中國大陸網路購物盛行，降低民眾參與實體活動意願有關。綜上所述，倘參展單位判斷成本難以回收，自然降低佈置意願。

專業展位方面，因訴求對象非一般民眾，佈置亦傾向精簡，惟部分國家如英國、德國、韓國等，或力求於展位納入設計，呈現對文化各種表現層面之同等重視；或於展位強調其與主辦方之連結，如：德國館展出由德國圖書信息中心主辦之「德譯中童書翻譯獎」作品；由韓國出版文化產業振興院規劃之韓國館，則以數位化方式呈現參展書籍中文介紹，並將參展單位介紹一併翻譯為中文，對文化輸出之積極可見一斑。



韓國館



德國館



英國館



法國館

3. 英文宣傳：中國大陸境內僅能使用百度、微信等網路平台，在 Google、Facebook 等無法使用下，透過義大利波隆那國際童書策展團隊於 FB 進行上海國際童書展全英文行銷宣傳，藉此打進國際童書出版市場。另大會會刊與官方活動指南均有中英文對照，成功吸引國際出版人士的目光。



FB 進行網站宣傳

綜觀以上，目前上海國際童書展仍兼專業及銷售型書展，然上海本為中國大陸高消費城市，民眾注重兒童教育，上海國際童書展吸納金流的能力實不容小覷；且該書展與義大利波隆那書展合作、積極爭取亞洲最具代表性童書展地位，各國出版業為求開拓中國大陸市場，紛紛踏入該書展試水溫，已是不可逆的趨勢。本

屆上海國際童書展雖在硬體設計方面尚有可加強之處，然而中國大陸為達成政策目標，從不吝惜投入成本，如引進插畫家生存角，進行一對一教學指導，對於創作人才的培育著力甚深。且中國大陸人才眾多、學習能力強，未來如果任何一個區塊成為主辦單位重點打造對象，則高品質之展示空間應可信手拈來。有中國大陸政府的政策與經濟支援，臺灣業者不容忽視上海國際童書展的成長潛力，以及中國大陸童書欲在國際童書市場上佔有一席地位的企圖心。

二、華品文創出版公司領軍的臺灣童書聯合展區

華品文創出版股份有限公司表示，此次展會共有 42 家臺灣出版社參展，展出共計 1,516 種、5,140 冊圖書，包含含新書、暢銷書、得獎書、兒童益智教具、語言學習教材、數位出版品，以及文化部 Books From Taiwan 外譯選書、金鼎獎、金漫獎、中小學生優良課外讀物推介評選等得獎或推薦書籍之陳列展示。本屆展位主視覺由專業繪本作家賴馬設計，為臺灣童書聯合展區增添色彩鮮艷、活潑逗趣的氛圍。展覽期間總計達 240 次版權會議，臺灣聯合展區銷售金額約 750 萬臺幣，預估授出約 700 萬以上臺幣之後續版權（代理權），參展商收穫豐碩。

據華品文創出版股份公司所提供資料，本次上海國際童書展「臺灣童書聯合展區」整體效益如下：

總預算 (新臺幣/ 千元)	展位數	參展出 版家數	參展圖 書種數	參展圖 書冊數	版權合作意 向(估)(家/ 本)	現場銷 售金額/ 千元	版權交易 金額(估)/ 千元	經濟效益 (新臺幣/千 元)
3,191	20	42	1,516	5,140	20/86	7,500	7,000	14,500

本屆臺灣童書主題展區推薦四位本土作家，兒童文學作家嚴淑女博士受邀一同前往，並於展館舞臺區發表演說；王文華老師則獲得陳伯吹國際兒童文學獎單篇作品獎，受主辦單位邀請前往領獎，並參與臺灣童書主題展區《兩岸童書版權推介交流會》活動。因活動提高曝光率，現場已有多家出版社爭取二位作家版權，華品文創出版股份有限公司希望未來能持續邀請本土作家前往辦理活動，增加參展效益。



臺灣館



臺灣館版權交易區



兩岸童書版權推介交流會



臺灣館聯合展區



11月17日嚴淑女「如何利用閱讀培養孩子積極性格，提高情商（EQ）」講座



中小學生優良課外讀物選介展區



金鼎獎與金漫獎得獎書展區



Books From Taiwan 試譯手冊展區

三、上海、蘇州實體書店參訪

(一) 品牌效益—朵雲書院、思南書局

1. 朵雲書院

位於上海中心大廈 52 層樓，有中國大陸最高書店支撐「朵雲書院」於 2019 年 8 月正式開幕，占地 2200 坪超大空間，藏書約 1.5 萬種、超過 6 萬冊，包含文學、哲學、藝術、生活、歷史等類，進貨圖書均為買斷。

上海世紀朵雲文化發展有限公司¹⁸營運總監馮潔親手打造「朵雲書院」，在她親自導覽下，親眼見識中國大陸財團打造書店的氣勢。「朵雲」有書信之意出自《新唐書 韋陟傳》中「陟」字；「書院」代表學習環境，期許每位到訪「朵雲書院」的讀者均能選購到喜歡的圖書，結帳處取名為「書香擺渡」，有圖書傳遞、延續之意。

上海中心大廈由美國建築師 Marshall Strabala 設計，係目前世界最高雙重玻璃幕建築，在 2014 年榮獲中國大陸十大當代最佳建築、2016 年榮獲世界最美摩天大樓稱號。朵雲書院整體設計由中國大陸建築師俞挺操刀，圓形建築大樓，無法採用傳統平面設計，因此改採圓形設計，他以「山水·秘境」為理念打造高空書店，「山水」係指清新自然的白色區域，用無數個連續的落地書架構成一個個連綿的書洞，此書洞也成為書院的「秘境」。書院主要區塊有集閱讀、藝術展覽、品牌文創、社交休閒、豆瓣專區、倫敦書評書店專區等。

「有態度的書架」由馮潔開發設計，雲集各行各業代表人物，也有中學生推薦選書，期帶動民眾閱讀，平均 1.5 個月更換推薦者，讓民眾耳目一新。「豆瓣專區」精選 8.5 分以上圖書，包含漫畫、繪本、人文社科、科普類、外國文學等，讓文藝青年能親自從線上落到線下直接選書。此專區還販售許多豆瓣文創周邊商品，透過大數據分析，推出貓杯子、包包、紙製品，均為文青所愛，部分網紅款常有供不應求的情況。另透過 Pinko 將臺灣 6-7 種品牌商品送至上海，供民眾選購。

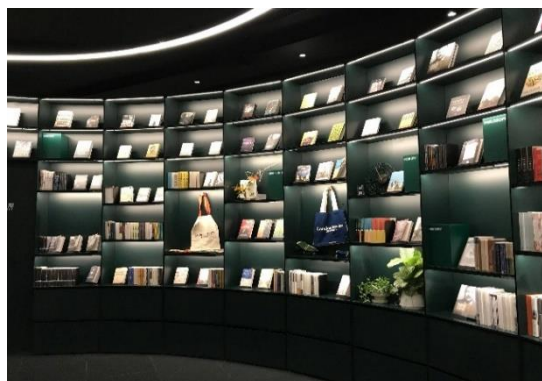
書院另設有複合式餐飲，馮潔表示，餐廳所使用之餐具將不定期與不同瓷器業者合作，提供到訪民眾豐富的用餐享受。此合作模式除直接打造「朵雲書院」品牌，連帶動其他餐飲業者主動提出合作，為書店營運帶來正面滾

¹⁸ 隸屬上海世紀出版集團，其為中國大陸首家被中宣部和新聞出版總署批准成立的出版集團，總資產達 4.2 億元人民幣，引自 wikipedia。

動效益。另為自創文創商品說故事，使民眾聽了產生共鳴，進行一場文化軟實體的行銷策略，成功創造專屬朵雲的文創品牌。馮潔表示，文創商品不是單存把 LOGO 印在物品上，而是要將 IP 附著在商品上，述說自己的故事與內涵，才能成功吸引人。此二成功營運模式可引進臺灣，鼓勵國內企業投資獨立書店，讓書店有足夠資源說故事與建立書店品牌，為書店帶出實質效益。



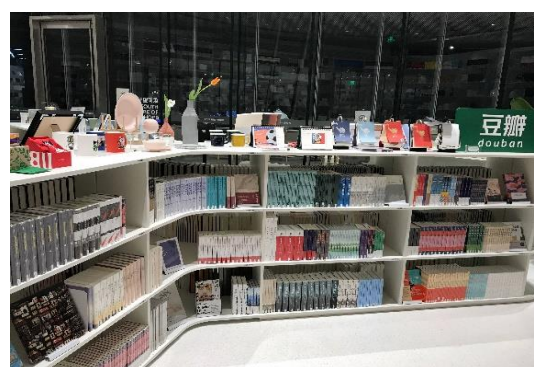
朵雲書院合照(右四營運總監馮潔)



圓弧設計書架



獨家開發文創商品



豆瓣選書

2. 思南書局

思南書局位於復興中路 517 號，為歷史保護建築思南公館內，於 2018 年 4 月 23 日世界閱讀日開幕，這座傳統老建築原為民國時期軍事家馮玉祥與知名詩人柳亞子的法式花園洋房，經改造後打造出富有文化內涵的特色書店。

思南書局由上海世紀出版(集團)有限公司旗下上海世紀朵雲文化籌備營運，店面雖小，但卻是「朵雲書店」的姊妹店。書局旨在為愛書人提供優質、國際化的圖書，營造愛書人喜歡的閱讀環境，讓更多讀者能走進自己喜愛的作品裡。思南書局有四層樓，頂層閣樓暫不開放；三樓定期舉辦經典誦讀會、作家簽書會等活動，目前有「諾貝爾文學獎主題展」，其中最大一區為莫言專區，另有慶祝新中國大陸成立 70 週年策劃 2019 年主題出版物聯合特展，另展售獨家文創商品；二樓為書局主入口，有倫敦書評、書店新書排行榜和

思南書局推薦書單，搭配咖啡等輕食，民眾可在此享受書香、咖啡香；一樓打造成書的迷宮，設有一人書桌，供讀者安靜閱讀、沉思，另有獨立「故事實驗室」，在此可抽取標示角色、地點、經歷的元素卡片，在實驗台上填寫具體情節，並加入自我實驗元素，組成一個完整的故事。牆上貼滿許多成功實驗模板，供民眾參考，此可供國立臺灣文學館將成立的文學聚落，作為創作 IP 孵育基地的雛型。

書局有書禮寄存站服務，到書店購買欲贈送之書籍或商品，可暫時寄存在「書禮寄存站」，自訂提取密碼留給店員，對方將收到特別信箋，在指定日期可到書店提取禮物。



倫敦選書



書局一隅



故事實驗室



諾貝爾文學獎主題展

(二) 臺灣生活美學的展現—蘇州誠品

誠品集團在中國大陸第一家旗艦店之所以會落腳蘇州，主因蘇州政府提出造鎮計畫，對於文化扶植給予大利多，即誠品擁有土地自建，除書店經營外另有「誠品居所」銷售房屋。「誠品生活蘇州」於 2015 年 11 月 29 日開幕，位於蘇州工業園區金雞湖畔，以「一座人文閱讀、創意探索的美學生活博物館」為定位，打造融合閱讀、文創、觀光、休閒等城市文化綜合體。

蘇州誠品書店營運部副理王琬茹表示，蘇州誠品為已故創辦人吳清友生前最後代表作，從規劃、設計到完工前後經歷 6 年，吳清友邀請臺灣知名建築師姚仁喜設計，以「淨、探、聚」為主要設計概念，「雲門舞集舞蹈教室」也在此開展。蘇州誠品擁有 5.6 萬坪超大空間，共 B1-3F 四層樓，2F-3F 主要藏書約 15 萬種，逾 50 萬冊，全館引進 200 個精選品牌，從潮流生活、風格美學、創意設計到人文視野，全面關照生活各個面向，另為扶植中國大陸自創品牌，並銷售當地文創商品。

王琬茹表示，目前蘇州誠品有 9 位臺籍店員，商貿團隊都是中國大陸人，以瞭解當地人閱讀胃口，而招商管理部門則為新加坡團隊。書店營收 7 成倚賴圖書銷售，對象多以觀光客為主，主因鄰近上海的地緣關係，亦有許多上海讀者到訪。中國大陸讀者在閱讀繁體中文上需要花費 3 倍時間，因此購買率不高，中國大陸讀者偏好歷史類圖書；目前因綠色通道未實現，引進臺版圖書須經 2 個月時間審查才能上架販售，以生活類、商業類為主，雜誌類因有時效性、旅遊類書籍於審查時易引發爭議，因此較少引進，其他如建築、藝術與外文圖書則為買斷。為避免圖書庫存量過高，目前選書團隊多經嚴選後才進行採購。目前與當地外國語學校合作，可促進外文書銷售。若假日要舉辦公開活動需向上通報蘇州市文旅部進行審查，通過後才能舉行。

蘇州誠品自詡其使命為「文化交流」，結合人文、藝術與創意，並在美學生活上交互作用，但在言論與藝文展演活動均須經審查檢視下，其伸展的自由度仍有所侷限。



蘇州誠品入口



蘇州誠品一隅



誠品展演廳—日本宮西達也恐龍系列原畫展



金雞湖畔，地屬誠品，可封街辦戶外活動

(三) 全國連鎖書店西西弗書店

西西弗書店 1993 年創立，是中國大陸一家民營連鎖書店，之所以能在中國大陸快速展店，主要有自己獨立的物流體系、未受到網路衝擊、並與大型商業地產合作，供書店進駐在大型百貨裡，正如蘇州西西弗書店位於蘇州中心商場裡。商業地產老闆之所以願意提供低廉租金給書店，除文化情懷外，更看重書店能豐富商場的業態。



書店門口



童書區

(四) 上海香港三聯書店

三聯書店是間活躍於中國大陸文化出版界的三家著名出版機構：生活書店、讀書出版社和新知書店，於 1948 年在香港合併而成。該書店紮根香港，獨立經營，其宗旨為「愛生活、讀好書、求新知」。1994 年合資開設「上海香港三聯書店」，本次參觀位於上海淮海中路 624 號「上海香港三聯書店」，是中國大陸第一家滬港合資書店，主要經營：「北京三聯」、「上海三聯」、「香港三聯」版圖書、臺港版圖書，經典讀物和藝術類畫冊以及一些新潮的文創產品。儘管書店不大，但臺港版圖書約占書店三分之一，相較於陸版圖書包膜密封狀況，臺港版圖書不封膜供民眾自由翻閱。

(五) 上海鍾書閣

有上海最美書店之稱的「鍾書閣」由上海鍾書實業所開設，取名來自知名作家錢鍾書，有向其致敬之意；「閣」有藏書的小房子。本次參訪 2016 年在上海靜安區的寺芮歐百貨開設的鍾書閣。

書店的總設計師李想是以斑馬線為發想，串連著城市、讀者與書籍間，走進鍾書閣彷彿走進一個由書和鏡面組成的魔幻迷宮，欲透過地上的斑馬線引領讀者走向一本本好書；另一區猶如「書之城堡」，從地板到天花板放滿木質書櫃，打造沉穩的另一種空間氛圍，天花板的鏡子讓書店空間有更開闊的視覺感受；最後走到書店內的一道長廊，以讀者預備的「閱讀區」，寧靜中搭配充足照明，讀者在這裡能好好放鬆享受閱讀。



入口處



閱讀長廊

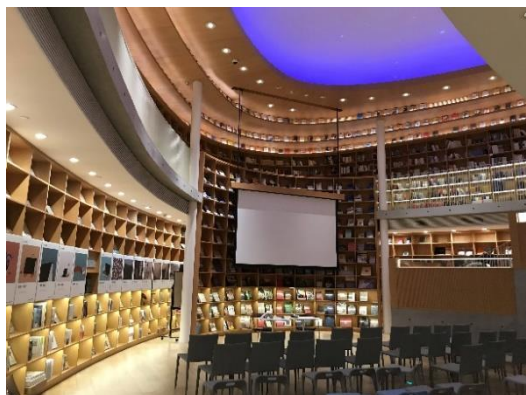
（六）光的空間

「光的空間」為上海新華發行集團與紅星美凱龍共同打造，2017 年開幕為新華書店轉型之作，建築面積 1700 坪，書店由國際建築大師安藤忠雄操刀設計，坐落在上海吳中路愛琴海購物公園商場 7 樓，在光影交錯的空間氛圍與方形鏤空的書架設計下閱讀，是每位到訪者最佳享受，也成為上海重要熱門拍照打卡地點。

書店入口右側櫥窗放滿《習近平傳》，本次參訪適逢樓上明珠美術館展出雨果特展，入口處陳列雨果相關出版品。左側整排中間通透的書架，讓人的視覺有穿越的感受，藏書量豐富，分類詳細，懸疑推理另闢一櫃，亦可見臺灣作家如張曉風、龍應台等人陸版圖書。最吸引人的挑高圓形方形書架，光的空間區域適逢傍晚閱讀活動的舉行，暫不開放民眾進入，無法體驗星空、光影交錯氛圍下閱讀，繞去後側才發現挑高處的書櫃多處是空的，非網路及相關文宣所見放滿壯麗的圖書。

該書店有個優良設計，因為藏書量眾多，書架旁有螢幕提供找書服務，還

能依照問卷推薦適合閱讀書籍，此服務甚為便民。但在一個開書店也要講求「顏值」的時代，很多人到「光的空間」第一件事不是翻書，而是打卡拍照，書店的價值與意義在中國大陸值得進一步省思。



光的空間展區



類型小說區

(七) 千彩書坊

千彩書坊又名張愛玲咖啡館，位於常德公寓一樓，早期名叫愛丁頓公寓時，張愛玲住在樓上，常在咖啡店寫作，據說《金鎖記》、《傾城之戀》都是在此孵育出來。

書坊外掛著「讀書是我的生活方式」，庭院中有張張愛玲的城市地圖，標記出上海市中張愛玲所行過的腳蹤，讓其粉絲可按圖索驥。店內空間雖小，裝潢及傢俱都有老上海的感覺，所販售圖書屬張愛玲及同期女性作家圖書為主。入內基本上禁止拍照，但若有消費則另當別論，另有寬敞的二樓空間，掛著許多張愛玲相關的老照片，做為辦理閱讀相關推廣活動或包場使用。這間與其稱之為書店，不如稱之為作家紀念館更為適切。



千彩書坊外觀



張愛玲及同期女性作家圖書

肆、建議事項

一、立即可行建議

(一) 持續支持業者參加上海國際童書展，市場取向與文化交流併進

中國大陸為世界最大華語使用區，長期以來是我國圖書外銷的主要市場，也是我國出版業積極爭取之地。雖然因為正、簡體字差異，臺版書在中國大陸不如在香港接受度高，然版權輸出仍是重要，應在現有優勢基礎上，持續支持業者拓展中國大陸市場。另中國大陸童書市場快速成長，特別是兒少文學、繪本、漫畫三類，未來上海國際童書展臺灣館參展內容可加強這三類圖書之陳列。本次臺灣館展出 Books From Taiwan 試譯本、金鼎獎與金漫獎圖書，到場翻閱者較少，考量這些書籍非屬童書市場，未來應加強展售「中小學生讀物選介」所推薦 70 冊圖書，該書均經評選委員精選，相信可引起中國大陸出版社與家長興趣。目前單獨展示手法（在館內）無法吸引出版社與民眾目光，建議未來應於臨走道區展示及可製作精美書單，內含出版社版權聯絡資訊，供中國大陸出版業界人士索取，以達版權銷售及宣傳之效。

當上海國際童書展成為「重要專業品牌」，世界各國重要兒少出版業者將主動聚集在該書展，此時中國大陸出版業者可在展會上重點宣傳其國內兒少書籍與創作者，取代千里迢迢前往波隆納書展，大幅降低中國大陸國內創作者與出版社對海外的宣傳與銷售版權成本；且因成本考量，歐美業者參與亞洲書展時，勢必選擇相對具代表性者，未來上海國際童書展之壯大，極有可能排擠亞洲其他出版相關展會，台北國際書展也勢必受影響，故文化部必須持續審慎觀察上海國際童書展之發展，並協助我國業者積極發揮臺灣的言論自由、多元文化等特色，提升台北國際書展在亞洲地區書展之重要性與不可取代性。

(二) 鼓勵參展業者強化主題策展及整體設計

臺灣業者參加上海國際童書展，均由自主設展業者與公協會所徵集參展業者等聯合參展，各出版公協會實際角色為協助聯絡及庶務工作，倘各參展單位未達成共識，亦難以統籌展示內容及整體展位設計。本屆參展的 3 個出版公協會首次嘗試於公協會展位使用相同的主視覺，試圖讓上海書展參觀民眾更明確識別「臺灣童書聯合展區」，主視覺以外部分皆由公協會、自行參展業者獨自處理；雖然與上海書展其他展位相較，本屆臺灣展位並未遜色，然因缺乏策展概念，吸引力遠不及曾參加香港書展的臺灣獨立出版、文學出版及獨立書店聯合參展的展位。

書展既為「展覽」，本質理應包含「展示」，而非單純售貨的賣場，且書籍為承載文化意涵的特殊商品，使得「書展」的定位有別於一般展覽。文化部應持續輔導獲補助單位精進策展規劃，並能及早與參展同業先行協調、建立選書機制、建構整體視覺設計，讓臺灣童書聯合展區成為上海國際童書展中不可替代的文化亮點。

(三) 鼓勵活用網路、新媒體，並增加場內亮點活動

在網路購物盛行的時代，民眾多在線上購物，如何吸引中國大陸民眾至上海國際書展臺灣館駐足參觀，亦成為規劃參展應思考之議題，如：配合書展年度主題規劃作家見面會、座談、講演、影像播放等相關活動，充分運用大會所提供之公共場地辦理，增加專業講座活動場次，並充分利用網路、新媒體宣傳臺灣館及臺灣館所辦理之講座，讓中國大陸讀者更認識臺灣童書與出版、及早策劃活動內容及規劃登記場地，透過講者與觀眾互動拉近彼此距離，亦可促進購買意願，拉抬整體銷售情形。

(四) 提高預算與增設實體書店營運相關課程

儘管相較於中國大陸大筆經費的挹注，文化部仍在有限的文化預算下，已逐年提高實體書店發展補助，近幾年在文化部的支持下，各地區已見獨特人文景觀之書店。另為落實輔導實體書店之營運，文化部委託臺灣獨立書店文化協會進行書店營運輔導作業，透過單一服務窗口及專業顧問團訪視，協助書店開設入門、轉型及永續經營，與書店交流經營想法，成立共同合作成長之夥伴關係。惟雖書店已成為各地頗具能量的社區微型文化中心，但課程內容多僅在現有書店申請補助、核銷、辦理講座，少有企管、行銷等課程，未來在開設相關書店營運課程應與時俱進，應結合企業與跨域整合、透過故事包裝等行銷手法建立品牌特色，實務課程內容也應含商業管理、書店成本控制、相關稅務計算等，給予諮詢與協助，讓實體書店經營者具經營專業知識，書店才能永續經營。

二、中長期建議

(一) 借鏡上海國際童書展，研議革新台北國際書展

1. 在國際童書市場需求不斷加增下，台北國際書展原於世貿三館單獨設置童書館，但因世貿三館將進行改建，2020年起台北國際書展將童書館納入世貿一館一樓，開闢「童書新樂園」，空間限縮下相對於全球童書市場廣大的需求量，台北國際書展之童書館應重新評估考量其空間配置與需求。特別

是週末人潮洶湧下，萬頭鑽洞的景況對參觀民眾而言並非最舒適的環境，應研議另闢新會展空間。

2. 未來除輔導業者積極將吸引媒體目光的題材導入展會，並應鼓勵參展單位活用網路及社群媒體等現代宣傳方式，跨越傳統媒體之藩籬。本次考察上海國際書展發現全英文訊息露出甚多，此為國際會展最基本要求，有助國際人士瞭解書展訊息並進行傳播，台北國際書展應加強英文訊息的露出，並製作中英對照活動手冊，俾到訪國際人士翻閱。
3. 上海國際童書展結合二大國際級獎項—金風車國際青年插畫家大賽與陳伯吹國際兒童文學獎，對外進行全球徵件，對內拉抬中國大陸插畫家與兒童文學作家原創作品，提升中國大陸本土創作能量，並於書展晚宴進行頒獎，在所有參展者面前禮遇得獎者，並給予至高尊榮。考量國際出版人參加臺北國際書展時，主要以銷售版權為主，甚少注意臺灣優秀出版品，書展晚宴是一個國家出版軟實力的展現，可透過晚宴的頒獎典禮，讓國際出版界人士及作家看到臺灣優秀出版品。未來台北國際書展可參考此模式，以提升國內創作者及其作品在國際能見度，進而促成媒合國內創作者及國際出版社。

（二）研議引進「插畫家生存角」運用模式，培育國內插畫創作人才

本次觀察到上海國際童書展從義大利波隆納國際書展插畫展引進之「插畫家生存角」，係邀請國際插畫大師到現場，針對圖畫書創作者、圖書編輯等人士進行一對一插畫技術指導與創作經驗分享，針對創作瓶頸進行討論，預約踴躍，未來建議可考量納入台北國際書展或其他書展舉行，以培育專業國內插畫與漫畫人才，並在國際佔有一席之地。

另文化部應鼓勵國內插畫創作人才參加國際重要比賽，如波隆納拉加茲童書獎、安徒生插畫獎等，透過參加比賽或得獎提高國際知名度，並支持未來其作品外譯出版，使創作更走向國際化。

（三）鼓勵企業投資實體書店

我國自 2006 年誠品企業首度與建商合作，在淡海新市鎮建案淡水情歌推出「誠品風格的社區圖書館」；2010 年位於淡水的詮宏建設預售案伊東市，也找日本最大連鎖書店紀伊國屋，設計在台首座私人圖書館；2019 年青鳥書店與達永建設合作打造快閃書店「和平青鳥」，在在顯示書店與房地產業者合作，除加速房屋銷售，也為圖書銷售提供新契機。

上海朵雲書院透過企業投資，成功進入上海繁華地帶，由於擁有充沛資金，可進行相關策展、獨立品牌的創造。我國 2019 年 6 月證交所已同意將「促進文化發展」納入「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」的「維護社會公益」實踐範疇，此舉將鼓勵企業贊助支持藝文發展，朵雲書院成功的營運模式結合企業社會責任 CSR 政策推動，可鼓勵國內企業投資獨立書店，讓書店有足夠資源說故事與建立書店品牌，為書店注入實質效益。

(四) 發揮臺灣出版品優勢，研議辦理國際出版相關獎項

一個國家的創作能量和他的自由程度成正比，蔡明亮導演接受國際媒體採訪時，也不只一次表示臺灣給他自由的創作環境，讓他的創意發想能毫無限制地發揮，也是支持他持續創作的理由。

為發揮臺灣自由創作的優勢，讓國內優秀的插畫家與漫畫家不再只是參加國際獎項的徵獎，如義大利波隆那國際童書插畫展、法國安古蘭國際漫畫節新秀或數位獎，未來可研議規劃在國內辦理國際獎項，如已是我國出版優勢之繪本創作，在此優勢下辦理國際繪本獎；或擴大每年在台北國際書展期間舉辦之「金蝶獎」向國際徵獎，並邀請國際設計人士擔任評審委員，除可在國際上逐漸建立臺灣出版地位，亦可讓國內創作者見識國際級作品，提升創作力。