

公務出國報告

(出國類別：考察)

2025 年韓國首爾書展考察 出國報告

服務機關：國立故宮博物院
出國人員職稱：科長、助理研究員
出國人員姓名：林慧嫻、謝鎮鴻
派赴國家：韓國
出國期間：114.6.17－114.6.23
報告日期：114.9.16

公務出國報告提要

出國報告名稱：2025 年韓國首爾書展考察出國報告

頁數：36 含附件：否

出國計劃主辦機關/聯絡人/電話

國立故宮博物院/蔡啟發/（02）2881-2021 ext：2586

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

謝鎮鴻/國立故宮博物院/行銷業務處/助理研究員/（02）2881-2021 分機 2342

出國類別：國際書展

出國期間：114 年 6 月 17 日－114 年 6 月 23 日

出國地區：韓國首爾

報告日期：114 年 9 月 16 日

分類號/目：

關鍵詞：韓國首爾書展

摘要：

2025 韓國首爾書展展出時間為 114 年 6 月 17 日到 23 日。本次書展臺灣館展出事宜係由文化內容策進院主辦，台北書展基金會承辦，臺灣亦為首次在該書展擔任主題國，集結臺灣超過 85 家出版社參展，並有 23 位臺灣作家隨行，展會中以「臺灣感性」作為策展方向，聚焦六大文化面向，全面展現臺灣文化的深度與多元性。而文策院也在事前辦理徵件活動，廣邀國內出版社及參展機構報名推薦具有韓國市場，且具備版權銷售潛力的書籍參展，國立故宮博物院則有《無界之涯－從海出發探索十六世紀東西文化交流》、《繪畫裏的神鬼傳奇》兩項書籍獲選參展，另有故宮授權出版之兒少讀物《祝由師》（授權親子天下出版）及《從前從前 皇帝有座遊樂園》（授權聯經出版）亦參展，提供實體書籍供民眾翻閱，並呈現故宮過去一年自行出版、合作出版的概況。

經考察本次書展發現，韓國民眾對於書展活動具有高度興趣，門票在正式開展前即在網路購票通路售罄，臺灣館作為本次書展的主題國，無論在活動安排或是主題策略上，均能吸引許多韓國讀者參觀。做為亞洲地區鄰國，兩國之間無論在地緣關係及歷史文化均有部分相似之處，而彼此間的差異也成為吸引韓國讀者的重點。書展地點安排得當，周圍除了有室內水族館適合親子活動，又有「星空圖書館」這類性質相近的空間，結合不定時舉辦的文化活動，串聯書展成為一個一日遊的藝文商圈，增加民眾參訪意願。

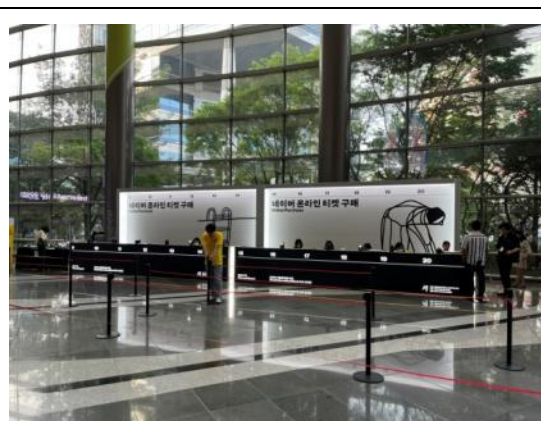
在書展中，隨處可見具有特色的展示設計手法，吸引觀眾的目光，許多由書籍衍生而成的文創商品也帶動買氣。小型的出版商則藉由聯合展位平台展示自家的書籍，無論在出版品、商品的規劃或陳列方式都各具特色。書籍本身的設計也十分多元，立體書、鑰匙圈小書以及特殊裝訂及色彩繽紛的變化都增添了可看性。總體而言，閱讀的行為已經從獲取知識，轉變為心靈放鬆的過程，因此在內容之外，增加書籍的多元體驗，如觸覺、視覺、聽覺以及放鬆的空間感受，才是吸引讀者的重要關鍵。

目 次

壹、書展概況.....	04
貳、參展目的.....	04
叁、參展過程與心得.....	04
一、首爾書展的臺灣館.....	06
二、書展現場概況.....	09
三、博物館參訪.....	24
肆、結論與建議:.....	32

壹、書展概況：

韓國首爾書展的前身為 1954 年開辦之「全國圖書展示會」，1995 年正式擴大為國際書展，成為韓國出版業最具規模的交流盛事。台北書展基金會自 2008 年開始加入，以「臺灣館」的形式與其交流多年。2025 年臺灣獲邀作為首爾書展年度主題國，根據台北書展基金會發布新聞稿，這也是台灣繼 2007 年曼谷國際書展、2012 年法國安古蘭國際漫畫節、2018 年曼谷國際書展之後，第 4 度擔任海外書展主題國，展會中以「臺灣感性」作為策展方向，聚焦六大文化面向：文學、生活風格、圖像、土地與旅行、飲食與娛樂、歷史，全面展現臺灣文化的深度與多元性，與國內出版同業共同推廣臺灣創作者與原創出版品。臺灣作為本次書展主題國，共有 23 位臺灣作家隨行，展出超過 85 家出版社、550 多本書籍。本次參展首爾書展的出版社等多達 535 家，來自海外地區的國家也有 17 國，書展的主題為「The Last Resort」，意指書籍為心靈的避風港，無論外界有多少不安與變動，都可以藉由閱讀獲得平靜與慰藉。



展覽會場外服務台，由於入場門票多數以網路預售方式銷售，且開展前已售罄，故現場並未見到太多民眾排隊購買門票。



書展入口處，醒目的跑馬燈會切換韓、英雙語的「首爾國際書展」字樣

貳、參展目的：

故宮近年外籍遊客以韓國及日本為大宗，113 年韓國遊客超過 31 萬人次，居外籍遊客之冠，顯示故宮文物對韓國觀光客具有相當程度之吸引力。藉由本次書展，可了解韓國出版品之發展及成果，以及韓國讀者對臺灣出版品的以精進業務，並作為施政參考，供未來產製各類出版品及輔導廠商之依據。

參、參展過程與心得：

本次參訪行程中，除了參加「2025 年韓國首爾書展」外，亦參訪當地博物館，期能對於業務有所助益，過程簡述如下，並就重要事項分別說明之。

出差人	日期	行程說明
行銷業務處	0617（二）	自臺北出發，抵達韓國首爾。

林慧嫻、謝鎮鴻		
行銷業務處 林慧嫻、謝鎮鴻	0618（三）	考察首爾書展
行銷業務處 林慧嫻、謝鎮鴻	0619（四）	考察首爾書展
行銷業務處 林慧嫻、謝鎮鴻	0620（五）	考察首爾書展
行銷業務處 林慧嫻、謝鎮鴻	0621（六）	考察首爾書展
行銷業務處 林慧嫻、謝鎮鴻	0622（日）	考察首爾書展
行銷業務處謝鎮鴻	0623（一）	自韓國首爾出發，返回臺北
行銷業務處林慧嫻	0623（一）	觀摩參觀博物館
行銷業務處林慧嫻	0624（二）至 0625（三）	個人休假行程
行銷業務處林慧嫻	0626（四）	自韓國首爾出發，抵達臺北

2025 年韓國首爾書展於 6 月 18 日至 22 日，在首爾 COEX 展覽中心舉行。COEX 展覽中心本身是一個多功能的會場，除了提供空間舉辦大型展會之外，裡面還有 COEX 水族館，是一座大型室內水族館，擁有 16 個主題展區，極適合親子參觀活動。此外「星空圖書館」亦是周圍的亮點之一，挑高透明的採光以及三層樓高的大型書櫃，館內並設置了舒適的閱讀區，隨時讓民眾可以坐下來閱讀。這邊也不定期會舉辦講座及活動，吸引民眾參訪。可以說 COEX 展覽中心是一個集結購物、餐飲、文化娛樂的大型商城，在此舉辦書展能夠藉由周邊的設施，增加民眾參訪的意願及書展效益。



「星空圖書館」三層樓高的大型書櫃，書櫃經過設計的夜間照明具有別緻的氣氛



「星空圖書館」旁邊的閱讀區，提供沙發讓民眾休息閱讀

一、首爾書展的臺灣館

台灣樂團「裝咖人」擔任開幕演出表演團隊，用臺語以及鑼鼓等各種濃厚台灣元素的音樂風格為書展揭開序幕，瞬間炒熱現場氣氛，也清楚展現臺灣文化年輕富活力、結合傳統與新潮，既多元又包容的特質。展會中除了陳列各類型的書籍之外，亦規劃有版權交易洽談區，座無虛席十分熱絡。此外，韓國出版協會(KPA)會長尹哲鎬也出席致詞，而南韓前總統文在寅也出席了首爾書展，除了為自己經營的書店進行宣傳外，也特別蒞臨臺灣館，與台北書展基金會董事長郝明義寒暄，展現韓國文化界對臺灣出版界之重視。



南韓前總統文在寅出席首爾書展，所到之處引起民眾簇擁拍攝



南韓前總統文在寅蒞臨臺灣館
(圖片來源：中華民國僑務委員會新聞稿)

郝董事長在開幕致詞中表示，今年是二戰結束 80 年，臺灣與南韓也同時脫離日本統治，從戰前的殖民到戰後的重建及民主轉型，兩個國家有著相似的歷史進程。此次「台灣感性」主題館裡，共有六種感性：文學的感性、圖像的感性、Life Style 的感性、土地與旅行的感性、飲食與娛樂的感性及歷史的感性。希望在這個基礎上，讓韓國讀者與觀眾對台灣感性有多面向的了解。



臺灣館主視覺，由插畫家洪添賢繪製



館外大排長龍準備參加扭蛋活動

臺灣館設計許多互動體驗活動，例如會場提供刨冰機圖樣以及符咒圖樣的版印，讓民眾可以實際操作。符咒上的文字一反印象中嚴肅的感覺，改以幽默的文字內容呈現「傻眼貓咪」、「真心不騙」等字眼，讓人會心一笑。



會場展示了台灣原創漫畫及插畫，不乏在國內外已得獎的作品，在語言有隔閡的狀況下，圖像成為最容易讓一般民眾理解的出版形式。依據文策院《2023年臺灣文化內容產業調查報告》資料顯示，我國圖書版權交易授權國家，以中國為主，其次為港澳、日本、韓國。顯示韓國圖書市場的潛力不容小覷。



懸掛許多台灣零食伴手禮的牆面



台灣原創漫畫及插畫展示區

在「飲食與娛樂」專區中，除了展示介紹台灣美味的書籍之外，還直接展示了台灣零食伴手禮，各種具有代表性的台灣零食直接置放在透明提袋中懸掛於牆上，許多是韓國人來台灣的必買伴手禮，十分具有台灣風味。

台灣具有多元的宗教信仰，書展現場也展示了白沙屯媽祖遶境的縮小版鑾轎以及旗幟等，並展示了攝影作品，呈現信眾萬頭攢動的場面。讓韓國民眾能夠更具體的感受台灣文化的特色。此外，會場也展示了達悟族特有的拼板舟縮小版，介紹台灣原住民的特有文化。



縮小版的媽祖繞境旗幟



縮小版的媽祖繞境鑾轎



達悟族特有的拼板舟縮小版



媽祖遶境的空拍實景，呈現信眾萬頭攢動的場面

主辦單位文策院也在本次書展辦理徵件活動，廣邀國內出版社報名推薦具有韓國市場，且具備版權銷售潛力的書籍參展，經審核後，故宮有兩項書籍入選，分別為《無界之涯－從海出發探索十六世紀東西文化交流》、《繪畫裏的神鬼傳奇》放在書展中提供民眾翻閱。能在眾多報名書籍中獲選為參展書籍，仍可看出故宮書籍有一定的韓國市場潛力。另有故宮授權出版之兒少讀物《祝由師》（授權親子天下出版）及《從前從前·皇帝有座遊樂園》（授權聯經出版）亦參展，整體呈現故宮近年自行出版主題型態多元，以及故宮積極與出版社合作的出版樣態。



《無界之涯－從海出發探索十六世紀東西文化交流》
置放於走道旁邊，讓民眾方便翻閱



《繪畫裏的神鬼傳奇》位於上排中間



本院授權親子天下出版之青少年奇幻小說《祝由師》
於親子天下之展櫃展示



本院授權聯經出版之繪本《從前從前・皇帝有座
遊樂園》於聯經之展櫃展示

二、書展現場概況

（一）其他國家展場

首爾書展作為一個國際書展，集結了不同國家的出版業者參與。在語言與文化有所隔閡的狀況下，如何吸引讀者的眼光，展示設計的方式成了關鍵。以泰國館為例，採用鮮明的黃色作為主視覺牆面，配上綠色的泰文字體十分醒目，旁邊靠近走道的開放展示牆，也使用彩度較高的藍色、綠色，讓讀者可以輕鬆的駐足閱讀，在一片熱鬧的會場中依然能夠讓讀者看見。



泰國館鮮明的黃色牆面，正面還有穿著傳統服飾人偶圖案



展館中間為寬敞的洽談區，提供民眾閱讀使用

下方為沙烏地阿拉伯展示區，則採用了純白色的設計，與工作人員一席傳統阿拉伯服飾相互映襯，十分具有地方色彩。正面的展示牆兩側有大型投影裝置，隨著音樂變化各種圖片，讓民眾可以感受到中東地區獨特的文化風情。



沙烏地阿拉伯館正面



沙烏地阿拉伯館設計為開放式空間，用最少的牆面打造出寬闊的感覺

德國館則體現了日耳曼民族的務實精神，規劃簡單的展櫃以及沙發區讓民眾輕鬆閱讀，整個展示空間沒有繁複的裝飾，只有在高大的書架上寫著「Germany」做為展區標示。



德國展示區，用方格堆疊出高大的書架，幾盞桌燈營造出閱讀的閒適氛圍



除了沙發區可供閱讀外，也規劃了洽談區方便進行討論

（二）特色展場規劃

這次書展中，除了出版商設立攤位之外，較為特別的是有 2 家韓國造紙公司，韓松製紙(Hansol)以及茂林紙業(Moorim)也參加了書展。兩家造紙企業分別推出了不同的體驗活動。韓松製紙在展區展示了多種紙張產品，讓觀眾可以體驗觸感，並且介紹了造紙的流程，以「循環價值」的概念呈現紙張的再生與製作過程。



茂林紙業展區以鐵件構築開放式空間，讓觀眾體驗紙張的五感



茂林紙業展示各類不同用途的紙張，包括護理用品、紙管等等

而茂林紙業則是以「紙的五感體驗」為主題，讓觀眾用不同的方式去認識紙張。包括觸摸紙張的紋理，或是戴上耳機，聆聽自己書寫紙張的聲音。此外還可以嗅覺體驗，現場提供紙質薰香讓民眾體驗氣味。試圖改變一般民眾對「紙」的既定印象。在這裡，紙張除了成為印刷跟書寫的材料之外，還能成為更多精神價值的媒介。

這次參展的出版社亦十分多元，展現韓國出版業的蓬勃發展及韓國閱讀人口的多元品味，且即使較為「冷門」或艱深的主題亦有固定的讀者群。例如 Doban 出版社展示了許多佛教書籍，並且採用線裝書的裝訂方式凸顯經典特色，與故宮常見的善本古籍有相似之處。故宮也曾經出版過佛教主題的書籍，雖然屬於小眾市場，往往都會得到特定族群的關注，也具有一定的銷售市場或者獲得社會重視。而書展現場甚至有專門發行點字書的出版社，也再次顯示韓國出版界的多元化及對於小眾使用者群體的關注。



Doban 出版社



眾多教經典書籍

般若波羅蜜多心經韓語版本，封面的紋飾及裝訂方式都與中國古書有相似之處，內容除了註記讀音之外，也翻譯為現代的語文。發行點字書的出版社雖屬小眾市場，依然可見不少民眾參觀洽談。



般若波羅蜜多心經韓語版本，採用線裝書的裝訂方式凸顯經典特色



內容譯文：「越過！越過！越過那座山！徹底越過那座山！開悟！平靜下來」



專門發行點字書的出版社，以點字為展櫃裝飾主題

文學庫出版社以瓦楞紙板為素材，搭建了城牆般的柱子與拱頂，在會場中十分醒目，同時也兼顧了環保可回收的概念。



以瓦楞紙板搭建高聳的柱子，沒有鮮豔的色彩卻依然吸睛



每座柱子下方都是獨立書櫃，民眾可駐足翻閱

Minumsa 出版集團以馬戲團主題設計展區，用繽紛的色彩帶出熱鬧的氣氛。展場上的弧形線條既像是打開的門簾，又像是書本打開時的側面，與書籍的主題相呼應。



Minumsa 出版集團色彩繽紛的視覺意象



讀者駐足在展場內閱讀

玄巖寺以慶祝 80 歲生日的概念布置展場，放置了許多祝壽相關的陳列品，除了書籍以外也販售許多 T 恤等衍生商品，將傳統與創新結合一體，顯示韓國對於傳統文化再發展、衍伸的重視。



表達祝壽意象的展示空間



結合傳統與創新的空間設計



T 恤等衍生商品



參觀民眾十分踴躍

Millie's Library 電子書出版商以機場為展示設計概念，推出第一個月訂閱免費的優惠活動，現場亦有許多民眾參與體驗。



模仿機場指示標誌作為設計元素，隱喻閱讀電子書是一種心靈的旅行



登機門與免稅店概念的空間設計，非常有特色

這間「銀杏樹出版社」以聖誕節的元素布置書展攤位，取名為「仲夏聖誕節」，乍看之下與 6 月舉辦，時值盛夏時節的書展並不協調，但書展上陳列了說明看板解釋了原因：「在冰島，人們經常將書籍作為聖誕禮物贈送和接受」；攤位上並且設計一小格專區，推薦適合做為禮物的書籍。



以簾空的聖誕樹造型為展場入口



內部牆面採用聖誕紅為主色調



說明看板解釋了採用聖誕節元素設計展位的原因



推薦適合做為禮物的書籍

Elle Voice 於 2019 年 9 月創刊，主要內容在於探討女性讀者的職業關係與日常生活。此次參與書展，在會場匯集了許多作家的散文展示，並構思了「塔羅牌隨筆：命運的句子」這個主題，在書展攤位設計塔羅牌活動，吸引民眾排隊體驗。



服務人員對民眾解說活動方式，櫃檯上還有蠟燭台的道具佈置，營造神秘的感覺



眾多民眾排隊體驗，女性族群占多數

Changbi 出版社的攤位，寶藍色的設計非常醒目，攤位上有許多玩偶、筆記本、鑰匙圈、紀念 T 恤、環保袋等等文創商品，種類繁多。



牆面文字說明了出版商的概念：每個字母匯聚成一個句子，句子的波浪匯聚成一本書，一本書震撼我、震撼你，最後震撼世界



延續左圖的視覺意象，用同心圓的方式表達漣漪與波浪，匯聚成一本書



琳琅滿目的文創商品，包括玩偶、筆記本、鑰匙圈、紀念 T 恤、環保袋等



卡片、筆記本等文創商品

素磚書林的攤位，推薦了可以隨身攜帶，隨時閱讀的經典文學讓讀者觀看，用原木色系以及類似棉布的質感搭建出來的展示空間，讓人感覺沒有壓迫感。



善用原木色系及帶有穿透效果的布，加上較細的結構體，讓整個展示空間輕盈沒有壓力



牆上懸掛了一些出版社推薦的書籍，讓人不用進入展區即可在走道上閱讀

米爾圖書公司主打兒童圖書，會場中可見經典的 Anne of Green Gables（台譯：清秀佳人或紅髮安妮）書籍及周邊商品，牆上懸掛了設計為鑰匙圈的《清秀佳人》迷你書，尺寸雖小，裡面仍有圖片及文字可供閱讀。



凸顯《Anne of Green Gables》綠色山牆的意象，設計了鮮明的同色調展場



各種世界經典名著，包括《莎拉公主》、《長腿先生》、《湯姆歷險記》以及小婦人著色本等等



懸掛在牆上設計為鑰匙圈的《清秀佳人》以及其他主題的迷你書



迷你書的尺寸雖小，但上面仍有一般書籍應具備的圖文編排內容，非僅只於裝飾功能

以《哈利波特》做為設計概念的出版社，裡面有較大的陳列區專門展示《哈利波特》，該系列書籍設計色彩豐富，側面特別做了刷色處理，讓讀者對這個經典的奇幻文學小說有不一樣的視覺體驗。



展場入口處，用巨型放大的《哈利波特》書籍吸引顧客



各種奇幻文學以及漫畫作品



書籍側面做了刷色及跳色處理，陳列在書架上十分醒目



封面跟書背採用同色系設計

部分內頁搭配內文的情節，設計了類似立體書的機關，增添書籍的可看性。



有三扇衣櫃的門可以開關，藏在衣櫃的是石內卜教授



茶杯的俯視，湯匙設計成活動可旋轉，向右旋轉時茶湯就會不見，剩下茶末

文鶴出版社以鮮明的黃色做為展示設計，會場中陳列的一系列詩集作品，採用相同的大小與相似的頁數、相似的版面設計，看起來整齊劃一。僅用不同的顏色做為區隔，在一片令人眼花撩亂的書籍中顯得格外醒目。而展示的雖是文體較為冷僻的詩集，現場仍然充滿了年輕讀者，也讓人對於韓國閱讀市場的多元品味與年輕化印象深刻。



牆上展示了作者的照片，讓平常較少公開露臉的作者讓讀者認識



整個展示空間包含書櫃都採用鮮明的黃色設計



詩集的封面，統一書的尺寸大小以及文字編排，僅用不同的顏色做區隔



色彩繽紛的詩集封面

Platform P（麻浦文化推廣中心）是一個集結小型出版商的聯合展位平台，由出版企畫、設計師、編輯跟作家共同打造，分享出版社理念和願景。除了書籍本身之外，還展示了許多有特色的周邊商品，部分攤位還規劃與作者的見面會等活動，拉近讀者跟出版社之間的距離。從攤位可以看出每間獨立出版社精心設計的書籍與商品，十分用心。



Platform P 的牆面標示了參與的小型出版社名稱



服務人員與民眾交流解說



以貓咪跟動物為主題的書籍，後方的書架上也設計了貓咪奔跑的剪影造型



以插畫風格設計的書籍封面

（三）書籍與衍生商品

在本次書展中，也可見到許多立體書的蹤影，運用紙張的拼貼、切割、組裝黏合，讓原本只是平面的書籍增加了許多有趣的視覺體驗。



立體書是一種不分年齡都可體驗的書籍，現場許多讀者都是成年人。



結構精細的立體書，呈現老虎被關在柵欄中的樣子。

會場中展示了一本介紹蘇聯太空犬「萊卡」的立體書，主要介紹蘇聯發展人造衛星計劃時，由於對外太空的環境所知有限，對於人類進入太空時所能負荷的程度亦不甚了解，因此決定先以流浪狗做為實驗對象，測試人類在火箭發射及失重的條件下的反應。採用立體書的方式表達這樣的主題，不僅可增加故事的視覺效果，也讓原本比較嚴肅的主題更為輕鬆。



蘇聯太空犬「萊卡」的立體書封面



「萊卡」原本是一隻在莫斯科街頭流浪的狗，此處用了聖瓦西里主教座堂做背景，是莫斯科乃至於俄羅斯的象徵之一。



這隻狗孤獨的在巷弄裡徘徊



穿制服的工作人員在街頭尋找流浪狗



人們提供了「萊卡」溫暖的睡覺的地方，以及足夠的食物



一名穿著白色長袍的男子說道「你被選中了」



「萊卡」搭乘火箭發射升空，立體書呈現了往上發射的動態



「萊卡」搭乘的火箭進入太空，繞著地球軌道飛行。由於當時的技術未成熟，這艘太空艙無法返回地球，也因此註定「萊卡」必定會死亡的命運

此外，部分出版社在陳列書籍時，跳脫了以內容主題做為展示分區的習慣，而是用出版商的角度重新定義書籍並加以區分。例如以下專區，分別以「為夢想成為新手的人準備的書籍」、「撫慰我們疲憊心靈的書籍」、「孩子值得信賴的角落」、「為資深讀者準備的書籍」、「一系列封面吸引我的書籍」等主題做分類，讓讀者可以依照不同的需求翻閱書籍。



左：為夢想成為新手的人準備的書籍

右：撫慰我們疲憊心靈的書籍



孩子值得信賴的角落

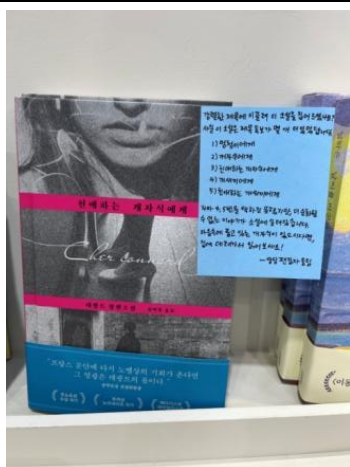


為資深讀者準備的書籍

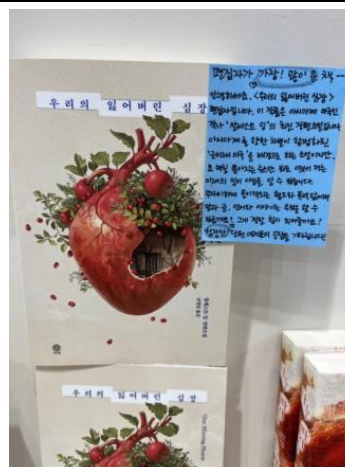


一系列封面吸引我的書籍

出版社設有「責任編輯」的職務，以手寫便條的方式導讀介紹書籍的故事。這些說明書與一般書籍介紹不同，有一部分是編輯將本身的感想分享給讀者，或是書籍在創作的過程中曾經發生的一些不為人知的插曲，吸引讀者翻閱，也強化了編輯的角色。



以這本書《親愛的，致他媽的雪爾康納》為例，編輯對讀者提問，是否因為書名引人注意才翻閱這本



這本書名為《我們迷失的心》，手寫便條上面說明，這本書內容是關於亞裔美國人的故事，以近代美國

書？但這本書一開始還有幾個備選書名「致白癡」、「對那個混蛋來說」、「親愛的混蛋」、「親愛的小狗」等，與觀眾用口語化的文字進行互動。

為背景，當時歧視亞洲人是合法的，面對無情湧來的仇恨和暴力，文字、語言和故事，我們能做什麼嗎？

在本次書展中，也隨處可見各式各樣的衍生商品，例如明信片、鑰匙圈、帆布袋、書籤等等令人眼花撩亂，也吸引不少民眾購買。



明信片、鑰匙圈、帆布袋



書籤、原子筆及筆盒等商品



提供 DIY 編織材料



水果造型的鑰匙圈

「阿拉丁咖啡館」採用太空站意象設計的攤會，提供餐飲、咖啡等服務，以及用行星照片設計的衍生商品，以黑色為底色的設計，十分符合太空中浩瀚無垠的感覺。



服務人員提供現煮咖啡



提供罐裝咖啡的冷藏櫃



採用行星照片設計的明信片及磁鐵



鑰匙圈、筆記本及馬克杯等商品，上面有史奴比的圖案，所有商品提供 9 折優惠

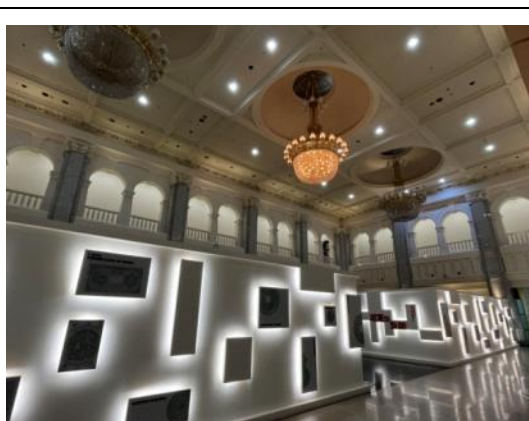
三、博物館參訪

（一）貨幣博物館

位於首爾 BANK OF KOREA MONEY MUSEUM（貨幣博物館），原為韓國銀行總行大樓，白色的文藝復興式外觀，十分具有文化特色。2005 年 11 月榮獲首爾市建築獎夜景類大獎第一名的榮譽。



貨幣博物館建築外觀



博物館入口大廳

在 2002 年 5 月被首爾教育廳指定為體驗式學習機構，目前也提供民眾免費參觀。博物館用不同的視角介紹了「貨幣」，包括貨幣的製造與回收。

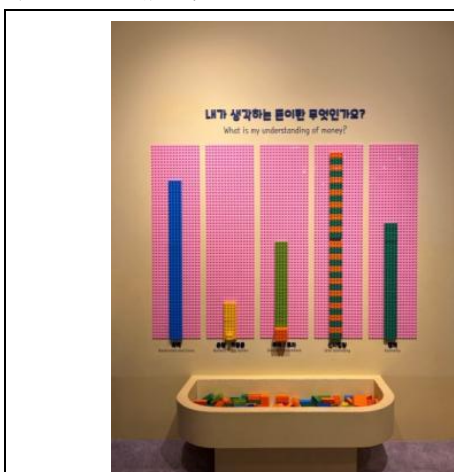


介紹報廢貨幣的回收流程



貨幣回收分解後產生的原料

博物館內與民眾互動的裝置設計，左圖是用積木的方式調查民眾的看法，右圖則是互動式螢幕。



問「你對金錢的理解是什麼」，民眾可用下方的積木去投票。是紙幣硬幣？還是銀行存錢？股票投資？沒有標準的答案



透過互動性裝置介紹匯率與國際貿易的關係

博物館提供了閱讀區，展示了各種跟貨幣金融學相關的書籍，且這些書籍針對青少年及兒童閱讀，內容較為簡單易懂，另規劃了閱讀區讓小朋友可以坐下來閱讀。



閱讀區內供兒童使用的小型座椅



從經濟初學者到經濟學專家

博物館提供了許多互動裝置，例如下方的儀器是一個貨幣製造機，觀眾透過攝影鏡頭拍下大頭照後，透過電腦合成就可以變成紙鈔上的人像，在工作人員的協助下可以列印帶回家作為紀念品，十分有趣。



工作人員解釋如何觀看鏡頭拍照



照片合成後，會顯示螢幕預覽畫面，民眾若覺得不滿意亦可重新拍攝

此區介紹世界各國目前使用的貨幣，將牆上的展示板往外拉，就可以看到各國紙鈔的展示品，同時牆面上的螢幕會開始介紹該國家的地理位置及各項基本資料。



中間白色展台規劃為觸碰式互動裝置，各國的貨幣在展台上隨機流動，觀眾輕輕觸碰即可放大並跳出說明介紹。



介紹紙鈔上的肖像：泰王拉瑪九世，他是泰國史上最在位最久的君主



台灣的紙鈔也陳列其中



螢幕上說明了台灣的人口數、人均國民所得，以及貨幣單位及與韓元的匯率關係

博物館的另一個展區，展示的是錢幣的發展歷史。包含韓國從古至今的貨幣發展，乃至於全世界各地的貨幣發展過程。從最早的貝殼幣開始，到近現代具有防偽功能的貨幣，非常豐富而完整。



介紹高麗王朝的貨幣



各式用浮雕、透雕及鏤空方式設計的硬幣



這個展櫃展示大韓帝國時代的貨幣



各類紙鈔

全世界的貨幣發展，大致以亞洲、歐洲、美洲、非洲、大洋洲等區域作為區分主題，亞洲部分又以東亞為主要介紹地區。展示了日本、香港、菲律賓、泰國和印度的貨幣。



「世界的貨幣」展區外牆



這邊說明了東方貨幣的起源與傳播，西元前 7 至 8 世紀，隨著貿易的發展，中國曾使用貝殼、鑄幣和仿照農具和刀具鑄造的商品貨幣。西元前 3 世紀，秦始皇鑄制了圓形方孔錢幣並在中國各地流通，這種貨幣持續了約 2000 年，並傳播到受中國文化影響的東亞各國。

除了交易性質的貨幣之外，展區中也展出了「體育紀念幣」，每逢舉辦奧運、世界盃或亞運等全球性運動賽事時，都會發行紀念幣以示紀念。所得款項通常用於支持賽事營運。此外還有技術含量較高的紀念幣，因藝術價值高且發行量有限，多數紀念幣發行後並未流通，而是被私人藏家收藏。



這個貝殼幣是 20 世紀人們在太平洋雅浦島發現的。上面鑿了一個孔，用棕櫚樹皮做成的繩子穿過洞變成一個提把



這個展櫃介紹來自其他亞洲國家的古錢幣，許多亞洲國家包括香港、菲律賓和印度，都曾遭受強國的殖民統治，這些國家的貨幣都反映了侵略者的貨幣體系。相較之下泰國這樣保持獨立的國家，則採用自己獨特的面額和設計



西方硬幣的圖案和符號，過去西方國家經常使用國王肖像或國家(王室)的盾徽作為圖案，然而在法國大革命推翻君主專制之後，許多國家開始採用體現國家理想的象徵性圖案。例如社會主義國家使用錘子和鐮刀，作為農民和工人的階級象徵；使用獅子代表王權，也象徵勇氣和正義。



世界各國特殊紀念幣，包括台灣慶祝台幣發行 50 周年紀念、加拿大慶祝建國 100 周年、印度紀念聖雄甘地誕辰 100 周年、俄羅斯慶祝 2014 年索契冬季奧運等等



芬蘭赫爾辛基奧運、美國洛杉磯奧運、德國慕尼黑奧運、西班牙巴塞隆納奧運、加拿大蒙特婁奧運、美國亞特蘭大奧運的紀念幣



中國北京奧運、阿根廷世界盃、英國倫敦奧運、美國世界盃紀念幣

貨幣博物館的賣店面積不大，陳列的商品亦不多，惟多數與貨幣主題沒有直接關係。商店外面提供多國語文的購物機，可直接線上下單付款。



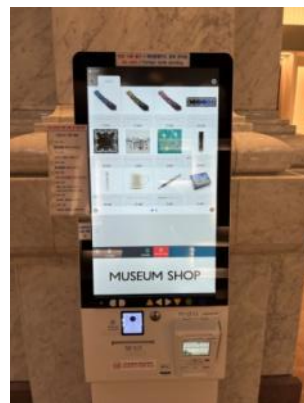
貨幣博物館的賣店正面



保溫杯商品，用珍珠母貝拼貼瓶身的紋飾，惟並未見到更細節的商品說明，無法推斷是否出自貨幣上的紋飾



絲巾商品，使用藝術家創作的作品



自動購物機，可切換多國語文

（二）國立古宮博物館(National Palace Museum of Korea)

古宮博物館因中、英文名稱與國立故宮博物院相近，亦典藏展示皇室文物，又是觀光熱門景點，因此易被拿來與故宮比較。不過目前古宮博物館僅典藏約 4 萬件文物，博物館面積亦較小，展覽數量較少，仍與故宮有所不同。雖然如此，博物館轉譯歷史文物的努力及與國際博物館專業運作同步之作為，仍頗有值得參酌之處。

為讓一般觀眾、親子觀眾、外國觀眾容易理解博物館典藏的朝鮮朝文物及歷史，博物館選擇以生活化的主題，例如宮廷生活的食衣住行、祭祀、教育養成、宮殿建築、宮廷書畫藝術、科學科技等為主題，並搭配多媒體等輔助，讓觀眾輕鬆理解朝鮮歷史與宮廷文化藝術。而更特別的是，展廳內還提供各種觸摸物件、點字說明、手語解說等，讓有特殊需求的觀眾同樣可以得到資訊。而觸摸的多感官經驗，一般觀眾也可以同樣受惠，顯示古宮博物館對於觀眾需求的重視以及與

國際博物館專業運作同步的面向。

此外，古宮博物館顯現其博物館專業及幕後運作之公開透明者，尚有其「開放庫房」(open storage)的展示，將庫房的工作空間公開予觀眾參觀，並仔細說明平常在庫房儲存文物，以及工作時檢視、修復文物、包裝運送展覽用文物的流程與使用的器材設備，讓觀眾瞭解博物館幕後工作的專業與謹慎，除了滿足觀眾的好奇心，也讓觀眾更能夠理解博物館為保存文物必須採取的措施與專業的精進。

另外，古宮博物館因為是觀光景點，所以其紀念品商店也是展現韓國歷史文化與文創實力的場域。紀念品商品傳統與創新併陳，既有傳統技藝的復刻複製，例如韓國知名的螺鈿、青瓷、刺繡等工藝品、韓國傳統黃銅餐具，也有創新的文創商品，涵蓋生活用品、文具、服飾、香具、兒童玩具教具等，類別多元、設計新穎。其中有多數為博物館與 K-heritage Store 合作之商品，而 K-heritage 也與其他多家博物館合作，其特色為將傳統文物的設計，甚至功能都現代化，不僅是取其外觀重新設計為新商品，而是讓功能在現代生活產生意義。例如黃銅餐具可以轉化為現代生活可頻繁利用之西式餐具、隨身環保餐具等，讓傳統在現代生活中仍有再發揮、利用、傳播的無限可能，顯現韓國博物館在傳統文化再復興的努力。

	
展廳一隅的觸摸物件檯，提供文字/點字說明、立體物件等教具	以文字/點字說明、立體浮凸的花紋輔助說明頭飾的組件
	
古宮博物館開放庫房之工作空間	公開展示庫房中的展櫃、展示架，工作使用的各種無酸材料與檢視修復用的工具

	
以文字說明儲存、修復文物等文物庫房工作流程	從傳統中創新的博物館紀念品
	
古宮博物館琳瑯滿目的紀念品	博物館商店紀念品兼具傳統功能與創新

肆、結論與建議：

首爾書展自 1954 年創辦，成立至今已 70 年，相較於 1987 年創立，由「全國書展」改制而來的台北國際書展，發展的歷史更為久遠。即使面臨數位時代的來臨，實體書的出版規模已經大不如前，然而首爾書展依然持續策畫，並且吸引許多民眾參觀，代表其內容對於讀者仍具有吸引力。本次藉由考察首爾書展，觀察到許多特色，說明如下：

一、小型出版商參展設立攤位

首爾書展有許多小型出版商在此設立攤位，雖然出版類型不如大型書商多元，卻具有自己的特色。例如設置適合閱讀的沙發區並提供茶飲，讓讀者可以在放鬆的環境中閱讀，除了書籍以外也致力開發具有創意的衍生商品，將攤位布置得更具特色，在閱讀之外增加了許多感官上的體驗。

二、衍生商品眾多

本次展會雖以書籍為主，會場中卻隨處可見精美有創意的衍生商品，也順勢帶動許多觀看跟購買的效益。由此可以看出書籍與文創商品具有相輔相成的功效，喜愛書籍進而購票入場的觀眾，對於具有創意的各類衍生商品，其接受度亦相當高。

三、展會地點周邊效益

書展所在地點，首爾江南區的 Coex 展覽中心本身是一個多功能的會場，鄰近的「星空圖書館」本身的特質，具有吸引愛書人士參訪的功能，館內設置舒

適的閱覽區，且提供免費的書籍讓民眾閱讀，大大提高了此區域的閱讀風氣。民眾來到此地參觀書展，不僅是參觀展覽，尚可參加此區的文化講座及活動，增加民眾參訪的意願及書展效益。

四、宗教書籍等「小眾」出版品

書展中可見到陳列佛教書籍的出版商，且駐足停留的讀者亦不在少數，顯見佛教主題書籍在韓國具有一定的出版市場。其他比較小眾的出版品，例如詩集、點字等，亦皆有一定數量的支持者，顯示韓國出版業的多元化。

五、出版產業受到社會各界重視

韓國前總統文在寅，出席本次首爾書展受到民眾簇擁歡迎。文在寅先生除了是卸任元首之外，也是以「書店經理」的身份出席了書展。他經營著一家位於慶尚南道梁山市的「平山書店」，可以看出出版產業在韓國仍是非常受到重視的產業之一。

六、造紙企業設立攤位

在首爾書展中，紙本書籍的比重仍然高於電子出版品，其中造紙企業在此設立攤位，除了介紹企業的發產歷史及特色外，還設立了體驗區，讓參觀民眾了解印刷用紙的特性，並且體驗不同紙張帶來的感官差異。由此可知，電子書仍未能完全取代紙本書，相反的，藉由紙張的多元變化，讀者可以感受到文字、圖像之外，另一種出版品的多元體驗。

七、年輕女性族群較多

書展的人潮十分踴躍，且門票在開展前均已售罄，足見韓國民眾對書展的支持度頗高。在會場中可觀察到，年輕女性族群較為多。

八、用不同的觀點推廣好書

韓國每年都會透過首爾書展，辦理「韓國最佳圖書評選」(Best Book of Korea)，分為四大主題：最佳設計書籍(Best Book Design in Korea)、最佳兒童書籍(Best Book for Children in Korea)、最佳趣味書籍(Best Book of Pleasure in Korea)、最佳智慧書籍(Best Book of Wisdom in Korea)，並在書展會場陳列得獎書籍提供讀者觀看，透過觀察這些書籍，能夠了解韓國出版業者對於好書的定義。好的書籍難有客觀的標準，而設計性、趣味性等等更需要透過翻閱內容才能體會。舉例而言，「山岳 239」是一本介紹韓國山峰的書籍，獲選為最佳設計書籍，這本長度 6.8 公分、寬度 5 公分的小書，採用了 PVC 材質作為封面，並附上鈕扣及鑰匙圈，最為特別的是附上指南針，與主題有所呼應。



另一本獲獎的莎士比亞全集，採用寶藍色的封面，封面上的字體具有古典時代的特色，書的側面印上莎士比亞的著作名稱，包含《仲夏夜之夢》、《第十二夜》、《威尼斯商人》等等。這些評選活動都能讓民眾用更多元的視角認識出版品。

未來故宮推動出版業務時，建議可朝以下幾個方向著手進行：

一、積極參與國際書展，提高故宮國際能見度

故宮 113 年到訪的遊客中，韓國遊客占最大宗、其次為日本，歐美地區排名第三，高於東南亞、港澳等鄰近地區，顯示除了日韓兩國之外，歐美地區的觀眾對故宮仍有一定程度的興趣。而歐美地區除了法蘭克福書展外，尚有萊比錫書展、倫敦書展、波隆那童書展、美國書展等大型展會，是故宮未曾或極少參與的書展，持續參與此類國際書展，不僅能夠提高故宮出版品的能見度，也能讓距離遙遠的歐美遊客藉由故宮出版品更為了解故宮的藏品與展覽。

二、提供舒適的閱讀環境

在數位化的時代，獲取知識的管道不限於閱讀書籍，因此閱讀這件事，已經成為一種心靈放鬆的過程。這次的考察中不難發現，無論在書展的會場，或是會場周邊的「星光圖書館」圖書館，提供沙發區成為一種常見的空間規劃。有別於一般的商業活動，強調空間周轉率，在有限的空間中盡量減少人潮停留時間，增加人流，進而提升產品的銷售率，閱讀書籍卻是反其道而行，讓讀者在舒適的環境中閱讀，反而能夠讓讀者深入書的內容，進而增加認同感及黏著度。



書展會場提供的沙發區



「星光圖書館」提供的沙發區

三、視覺以外的多元體驗

紙本書籍目前並沒有被電子書取代的跡象，相反的，書籍成為另一種載體，提供讀者更多元的體驗。這種體驗可以是視覺上的，例如顏色、肌理質感，也可以表現在空間上，例如立體書的閱讀。也可以表現在觸覺上，例如印刷的加工與特殊紙張的質感。故宮的文物收藏種類繁多，有書法、繪畫、緙絲織品、玉器、銅器、各類材質雕刻、善本古籍等等，每件文物都可以藉由紙本出版品，讓民眾有不同的五感體驗。

四、文創商品相輔相成

書展除了書籍之外，眾多的文創商品儼然成為不可缺少的配角之一。在首爾書展中，隨處可見精美的創意商品穿插在展示攤位中，與書籍相輔相成吸引觀眾駐足。而書籍本身也逐漸個性化，除了內容之外，也在外觀上求新求變，書展也書籍的設計美感納為「韓國最佳圖書評選」的評審項目。故宮未來的書籍出版上，若能增進封面及內容的設計性，或兼及相關文創商品的開發，也能夠帶動讀者的閱讀意願。

五、從傳統中創新

無論是書展中展現的傳統題材書籍的出版、傳統文化融入展區的設計，或是博物館紀念品從傳統再出發的創新文創商品，顯示韓國文化界對於傳統藝術、工藝與歷史文化之重視。而故宮典藏文物歷史悠久，富含傳統之美，以展示、教育活動、文創發展等各種方式，藉由植基於傳統的各種轉譯，努力訴求當代觀眾並在當代社會繼續蓬勃發展，原本即是博物館的使命與持續的工作。惟韓國的經驗證明傳統與創新皆不必偏廢，二者皆可與現代社會接合；而文創商品亦不只取材於圖樣、紋飾等文物外觀，功能與技藝也可以再復刻，以充實文化語彙。

參考資料：

1. 《2023 年臺灣文化內容產業調查報告 1——圖書、雜誌、漫畫、原創圖像》（網址：https://taicca.tw/intelligence/industry_research/detail/69）

- 2.中華民國僑務委員會《首爾國際書展，文在寅現身台灣館》檢索日期 114 年 9 月 8 日（網址 <https://reurl.cc/89O XK4>）
- 3.古宮博物館官網（網址：<https://www.gogung.go.kr/gogung/main/main.do>）
- 4.台北書展基金會/海外臺灣館/韓國首爾國際書展臺灣館網頁（網址：https://taipeibookfair.org/tw_pavilion_type/seoul-international-book-fair/）
- 5.首爾書展官網（網址：<https://sibf.or.kr/>）
- 6.貨幣博物館官網（網址：<https://www.bok.or.kr/museum/main/contents.do?menuNo=700779>）