

# 2007年臺灣兒童讀物出版觀察

陳玉金◎ 國立臺東大學兒童文學研究所博士生

## ◆ 前言

臺灣出版業在2007年面臨了嚴峻的挑戰，從臺灣出版資訊網（注1）刊載的幾則新聞可看出端倪。2月初，第15屆臺北國際書展參觀人次較去年減少四萬人次，出版業反應業績普遍下滑一至五成。7月底開始，臺灣知名圖書雜誌經銷商凌域公司傳出與金石堂書店財務糾紛，暫停營運，牽連數十家出版業者，而影響最大的是幾家重要出版集團從全省金石堂書店撤架，金石堂因「銷結制」和延票行為，引發前所未有的上、中游業者聯合抵制事件，至年底還未見解決。而紙張價格因從年初起即不斷漲價，影響所及，年底的月曆、聖誕卡印量減三成以上，同樣可能影響明年的書價調高。

由於兒童讀物一直以來未被圖書館、實體與網路書店行銷單位列入獨立統計數據，在國家圖書館國際標準書號中心的書目資料庫並未針對兒童書籍仔細分類，儘管新書書目有兒童文學，但只著重在「文學」的部分，其他童書則散見各類中，還有部分未申請CIP的書籍，則被歸入「兒童讀物」，但其中也參雜教材、語言學習等書，因此長期以來兒童讀物出版觀察研究必須靠土法煉鋼的方式搜尋，以致兒童讀物出版趨勢觀察，往往偏向個人主觀評論，少有客觀統計參考數據。

目前雖缺少兒童讀物年度出版統計數字，但在兒童讀物評選活動中，仍有可供參考的數據。如由臺北市立圖書館主辦的「好書大家讀」優良少年兒童讀物評選活動，自1991年起即舉辦至今，由於評選制度嚴謹，且為圖書採購重要選書參考依據，因此每年皆吸引出版社提供兒童讀物參選，主辦單位針對每一梯參選書籍分類製表，所提供的數據頗具參考價值。今年「好書大家讀」共舉辦52、53兩梯次評選，分為4大類進行評選：「故事文學組」、「非故事文學組」、「知識性讀物」、「圖畫書與幼兒圖書組」，本文將以主辦單位發佈的參選書籍相關數據，參酌臺灣出版資訊網提供的兒童出版相關資訊，提出2007年兒童讀物從上游出版社製作到下游行銷通路的重點觀察，分析兒童讀物在書籍出版文類與編製、出版量、行銷通路等項目的趨勢。

## ◆ 出版量下半年銳減

兒童讀物長期以來除了有店銷、直銷、郵購、網購等通路，兒童讀物專業出版社也經常以



說故事活動、推廣閱讀講座及作家有約等活動促銷書籍。而大環境除了景氣不佳之外，書籍製作原料紙漿上漲、閱讀行為改變、店銷通路受阻等，都有可能是影響童書出版縮減的原因，但今年是否也像成人書市場般受到衝擊呢？從下表「好書大家讀」優良少年兒童讀物評選活動參選圖書統計，可看出端倪：

「好書大家讀」優良少年兒童讀物評選活動參選圖書統計

		2006年上半年	2006年下半年	2007年上半年	2007年下半年
		50梯次參選	51梯次參選	52梯次參選	53梯次參選
總計	出版社	104家	87家	95家	77家
	套書	7部80冊	7部74冊	10部67冊	9部87冊
	單冊	772冊	559冊	766冊	478冊
梯次冊數總計		852冊	633冊	833冊	565冊
年度冊數總計		1858冊		1398冊	

(資料來源：臺北市立圖書館)

上表呈現 2006 年上、下半年與 2007 年上、下半年出版社的參選家數、套書出版量、單冊書出版量。可發現 2007 年比去年參選的出版家數各梯次皆減少，而 2007 年下半年參選出版家數又比上半年少 18 家。在參選冊數，參選年度總冊數，2007 與 2006 年度上下半年的同期參選數量皆下滑，年度總冊數，2007 較 2006 少 460 冊。可見兒童讀物與成人書籍一樣，在 2007 年同樣無法逃脫大環境的影響。

#### ◆ 成長快速的新文類「橋梁書」

筆者曾於 2007 年 4 月發表〈銜接圖像進入文字閱讀的橋梁書〉(注2)一文，討論去年最受歡迎的文類「橋梁書」。這類書籍在「好書大家讀」的活動中，被列入「故事文學組」，包括以專為低中年級小朋友設計的「橋梁書」文類為名的書籍，如信誼出版社的「兒童閱讀列車」、民生報的「童話森林」、東方出版社的「故事摩天輪」系列、小魯文化的「我自己讀的故事書」、「我自己讀的童話書」、小兵出版社的「小兵快樂讀本」等系列，都有新作品陸續推出，而天下雜誌推出的「閱讀 123」更是大舉標示「橋梁書」的功用，分初級讀本與進階讀本，全數由本土圖、文作者創作，在 9 月、10 月陸續推出共計 9 本，至此「橋梁書」的陣容更加堅強，也更為讀者熟識。

2007 年 12 月 16 日，一場由海峽兩岸兒童文學研究會昨天舉辦「橋梁書的教學與運用」研討會上，余治瑩理事長提出與大陸、香港比較，臺灣兒童的閱讀量明顯不足，以香港為例要求教師要修閱讀學分，以提升閱讀效能，大陸更明確要求國小低年級學生要讀五萬字的課外書、中年級要讀四十萬字、高年級要讀一百萬字，相對來說，臺灣中、高年級的學生還是喜歡看無字書、圖畫書或漫畫等。這是否與近十年來，臺灣在推廣故事媽媽與兒童閱讀多以圖畫書為引導，以致圖像閱讀能力增強，但文字閱讀低落，詳細原因未有研究出現，無法確知。但許多推

廣閱讀單位，確實也出現需要提升兒童文字閱讀的反應，因此童書出版社適時推出從專為兒童從「圖像閱讀」跨越到「文字閱讀」的「橋梁書」，也填補了小讀者的閱讀需求。

#### ◆ 本土創作者出版豐收

由於「橋梁書」興起，多家出版社將此類書籍設定為，適合字數為低年級閱讀為五千字，因此創作者只要有單篇五千字的故事內容，就能單獨成書（注3）。橋梁書的圖與文，多數為一比一的版面比例，因此過去過去一本書必須集合眾多短篇，將字數匯集到三萬字左右才能成書的門檻，已改為內容減量，圖像增多的編排方式。書籍內容承載量減少，直接受惠的是參與文字與圖像創作的文字作者和繪圖者。

「橋梁書」的內容以童話故事內容居多，此外生活故事、幽默故事等都是主要書寫形式，專業作家能以短篇成書，爭取到更多發表出書的機會，相對版稅也因此增加，這對於想要從事兒童文學專業作家來說，是一大福音。以童話作家林世仁為例，今年就出版了《噗噗俠》（東方，3月）、《企鵝熱氣球》（天下雜誌，9月）、《大家一起拔蘿蔔》（和英，11月）、《魔洞歷險記：林世仁童話》（九歌，11月）、《愛搶第一的轟轟樹》（民生報，12月）等，其中除了《大家一起拔蘿蔔》為圖畫書之外，其他是橋梁書，適合低中年級的進階閱讀，而這4本書分屬不同的出版社，文字作者相同，繪圖者不同。也可見臺灣橋梁書的製作，以及圖像增多的中低年級閱讀書籍，傾向於先有文字，再來補充圖像的編輯做法，如何在文字先行，圖像在後的編輯製作方式中，讓圖像能不僅只於插圖的地位，甚至爭取像圖畫書一般也具有說故事的功能，則是繪圖者的重要課題。

而年過70的資深童書插畫家鄭明進，今年出版量更是大豐收，共有插畫創作3本：《牛墟》（青林，10月）、《花和蝴蝶》（民生報，11月）、《請到我的家鄉來》（小魯文化，12月）；翻譯圖畫書9本：《鼯鼠寶寶挖地道》（小魯，4月）、《蟻塚》（青林，6月）、《彎彎的河流》（青林，6月）、《出遊》（青林，6月）、《腳步聲》（青林，6月）、《閃電》（青林，6月）、《新的生命》（青林，6月）、《你會畫企鵝嗎？》（尖端，11月）、《我的蠟筆》（維京，11月）。此外，中華民國兒童文學學會也於2007年11月17、18日兩天在臺北市立圖書館舉行「鄭明進先生作品研討會」探討其創作與推廣兒童文學的成就外，並同時在臺北市立圖書館地下室展覽廳舉辦「鄭明進繪畫創作·圖畫書原畫作品展」（11月10-20日），兒童文學界對資深前輩的努力不懈也藉此至上最高敬意。除了資深插畫家之外，年輕插畫家也有更多人願意投入更多時間在雕琢作品，如張又然繼《春神跳舞的森林》（格林）出版隔了3年之後，在今年推出由青林和臺南縣政府文化局合作的《少年西拉雅》（青林），考證工作與繪圖都投入不少心力。

#### ◆ 翻譯書仍是最大贏家

2007年新聞見報率最高的兒童讀物仍是萬眾矚目的《哈利波特》完結篇《哈利波特與致命



聖物》，新聞從2月宣佈此系列的最後一本書將結束兩位主角的生命開始。7月繼而出現有關英文版售價的新聞，有鑑於第六集的售價不一，臺灣市場通路停止割喉戰，英文版7月21日上午全球同步開賣時，一律以新臺幣599元銷售。10月，中文繁體字版完結篇定名為《死神的聖物》同時在臺灣與香港上市，香港首批發售量高達10萬冊，較以往高三成，連同臺灣首刷出現70萬冊以上，刷新出版界的首刷印量，相較於2000年6月，皇冠出版社推出，第一集首刷2萬2千本，已不可同日而語。總計哈書系列總印量已突破600萬冊，業界估算此書為皇冠出版社帶來的總營收已高達19億元，相當於每三個臺灣人中就有一人擁有哈書。

除了哈書聚焦效應，帶來的收益，其他翻譯書雖然無法相比，但與本土創作相較之下，在各類的出版品中比例仍高。其中值得注意的有：去年流行的「韓書」已然退燒。許多在國外得到兒童文學獎的少年小說作品則以附加英文朗讀CD，作為贈品，提高書籍的英語學習功用，例如哈佛人出版社的「名家英文系列」《異想鬆餅屋》，該書得過紐柏瑞銀獎。東方出版社在12月推出的《雨果的秘密》，儘管書籍頁數高達533頁，但採取圖像小說的呈現方式，以精裝書封與內頁精緻圖文呈現，加上故事具懸疑戲劇性效果，以及和網路書店合作推出新書預購送贈品的方式，得到不錯的銷售業績。其他如翻譯小說因改編成電影，再度引起話題的《夏綠蒂的網》、《尋找夢奇地》（書名譯為《通往泰瑞比亞的橋》）、《黃金羅盤》，也因電影帶動銷售潮。

### ◆ 行銷通路板塊挪移

2007年臺灣出版書店雖出現問題，但以博客來網路書店向出版社舉行的報告中指出業績成長四成，總銷售數達到600萬本，書籍的銷售佔營業額的七成，約九億，可惜該報告未就兒童書籍的購書部分作出分析。而實體書局的部分，因為金石堂書店的問題以及誠品書店進書趨向保守，影響新書上架的鋪書數量。儘管實體書店通路受到影響，但網路書店的崛起，因折扣比起實體書店較佳，童書出版社也因此提高毛利，未嘗不是好事。但這部分因為缺乏相關數據做支撐，也僅能就部分出版社提供的現況陳述。

由於兒童讀物閱讀對象是兒童，但消費支出由成人掌控，因此兒童讀物比起成人書籍更需要依靠說明，向來較成人出版社熱衷於舉辦各類親近讀者的活動，特別是為師長舉辦的推動閱讀研習或導讀活動，藉由活動同時銷售書籍也都能收到不錯的成效，如民生報今年配合新書《獸和一群長得很像的小魚》出版，針對臺灣讀者較為陌生的「思考故事」舉辦思考故事研習活動，吸引許多對於兒童哲學有興趣的家長與老師前來參與，在經過專家說明後，也讓更多師長了解如何引導兒童閱讀這類書籍。

### ◆ 結語

綜觀2007年的兒童讀物出版，雖然狀況普遍不佳，但也有頗具新意的佳作出現。受到書店通路銷售下滑影響，在一片看壞聲中，據部分童書出版業者表示，明年度除了書籍減產，每

單本的印製量也將減量，甚至對作者與繪者的版稅計算也有變動，以因應出版市場的銷售衰退期。儘管如此，今年還是有部分業者，在自製圖書的版權銷售上取得了亮眼的成績，如東方出版社、天下雜誌皆有童書賣出大陸簡體字版以及海外版權，其他也有插畫家如幾米因個人作品獲青睞取得與國外兒童出版社合作的機會。

2007年11月28日，一份由「促進國際閱讀素養研究」(Progress in International Reading Literacy Study, 簡稱 PIRLS) 針對國小四年級學生閱讀能力所作的研究調查顯示，今年首度參與的臺灣在45個國家地區中，整體成績排名第22名，臺灣學生每天課外閱讀的比例排名也居落後。閱讀的重要性無庸置疑，而閱讀風氣興盛相對能帶動童書出版，然而，在揮之不去的升學壓力下，兒童的閱讀行為仍受到壓抑。精采的兒童讀物需要更多創意產出以及大環境的配合，未來如果能由加強與推動兒童閱讀行為，擴大市場需求、增加銷售數量，這將會是支撐兒童讀物出版的正面力量。<sup>125N</sup>

#### 注釋

1. 臺灣出版資訊網，網址<http://www.tpi.org.tw/index.aspx?id=01>。
2. 陳玉金。〈銜接圖像進入文字閱讀的橋梁書〉。全國新書資訊月刊。2007.04。頁32-35。
3. 「閱讀123」系列：<http://www.cwbook.com.tw/reader/2007/read123/intro01.jsp>。

