

臺師大出版中心： 知識引路·文創領航

林利真 臺灣師範大學圖書館出版中心組員

李志宏 臺灣師範大學國文學系教授兼圖書館副館長 / 出版中心主任

柯皓仁 臺灣師範大學圖書資訊學研究所教授兼圖書館館長、中華民國圖書館學會理事長

前言

國立臺灣師範大學創校歷史悠久，在臺灣知識傳播及學術發展方面，具有舉足輕重的地位。2008年，本校成立國立臺灣師範大學出版中心（以下簡稱臺師大出版中心），主要目標在於出版學術書籍，展現本校豐富的學術資源與能量；同時整合校內資源，製作獨具特色的文創商品，積極打造「師大」的品牌形象。臺師大出版中心成立初期，主要是以開發製作文創商品起步，並在往後的發展中，逐漸摸索和建立出版的方向。經過十年的成長和茁壯，目前在出版與文創方面皆展現令人矚目的成績。本文將介紹臺師大出版中心的發展方向與實務經驗，以饗讀者。

出版業務的萌芽與成長

臺師大出版中心的成立，旨在為臺師大師生及國內外專業學者提供專業書籍出版與發表平台，並鼓勵各界申請出版學術書籍，以彰顯臺師大的學術能力和學術品牌。臺師大出版中心於2010年1月出版第一本書《彩繪閱讀力：閱讀知能指標與檢測》，其後，陸續出版教育、藝

術、華語文教育、文學等各領域的書籍。在過去的發展過程中，曾有短暫時間與華藝學術出版社（Airiti Press）共同合作出版；近年來，則由臺師大出版中心獨立出版，在審查、編輯、設計、銷售等各方面擁有更多的自主權，也能即時提供作者更佳的出版服務。

臺師大出版中心成立迄今已有十年時間，始終秉持出版優秀學術著作為核心價值和目標，對於學術出版品採取嚴謹的學術審查機制，俾確保學術出版的品質。為此，臺師大出版中心成立出版委員會和學門編輯委員會，指導和協助出版中心擘畫每一年度出版政策和方向。

首先，在出版委員會設置方面，委員九至十三人，由校長遴聘校內外學者專家擔任之。主要職掌為訂定本中心出版及營運方針；訂定本中心相關作業辦法及規章；推薦各學門編輯委員會召集人人選；其他有關本中心各項學術出版事宜。任期為兩年一屆。

其次，在學門編輯委員會設置方面，成立四個學門，分別為教育、人文社會、理工、藝術學

門，各學門設置學門編輯委員五至七人，由該學門召集人推薦校內外學者專家擔任。主要職掌為

- (一) 協助學術專書出版初審及推薦外審專家學者的建議名單，並依據審查結果決定出版與否；
- (二) 推薦學術專書委託代送外審名單，並依據審查結果決定專書等第；
- (三) 審核一般著作（包含已有審查機制之研討會論文集、紀念性文集、特稿、校務相關著作、教材、本中心企劃出版案等），並依內容、價值決議出版與否；
- (四) 規劃學門專書出版方向。任期為兩年一屆。

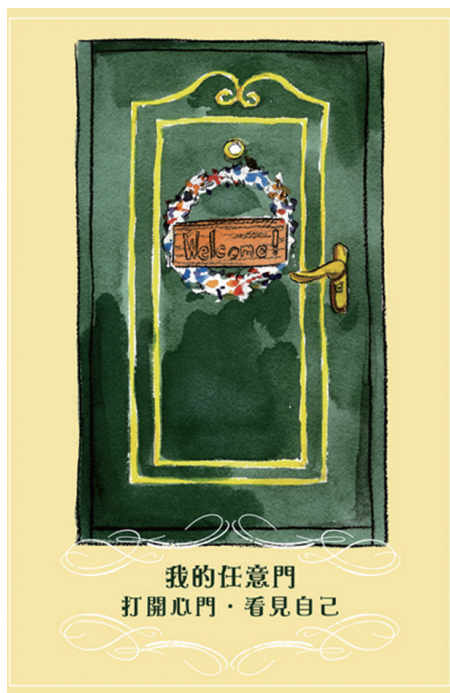
在歷屆出版委員會和學門編輯委員會的指導和協助下，臺師大出版中心得以穩健的發展，並建立起專業品牌形象。

臺師大出版中心在出版的實務運作中，除了出版專業的學術著作外，亦出版部分的一般性圖書著作。出版中心自成立以來迄今，已協助校內外、國內外專業人才出版書籍達八十餘本。書籍之主題與類型分佈廣泛，囊括了人文、史地、美術、

心理、科技、教育等諸多範疇。目前書系的劃分，包括學術叢書、漢學研究叢書、華語文教學叢書、通識與教學叢書、海外華人研究叢書、文化藝術、師大叢書、師大 MEET 閱讀系列、梁實秋文學獎

等，已出版的品項可至臺師大出版中心網站下載。（注 1）

臺師大出版中心自成立以來，每年的出版品數量雖然不多，惟堅持嚴謹的出版製作流程，對於各項環節力求盡善盡美，因此出版品質相當精良。此外，除了實體的紙本書、電子書之外，截至目前為止，亦發行了兩套藝術治療圖卡——「我的任意門：打開心門·看見自己」和「生命樹」。在所有出版品中，這兩套圖卡自出版後即受到眾多讀者的歡迎，在銷售方面締下令人矚目的佳績。



我的任意門、生命樹圖卡（臺師大出版中心提供）

在多元書系的出版中，臺師大出版中心始終保持相當程度的出版能量，並積極規劃和發展臺師大的學校特色，企盼能從中建立受人矚目的學校品牌形象。未來臺師大出版中心仍會努力規劃

足以反映臺師大學術研究特色的主題叢書，期能出版更具學術性、價值性等多元面向的出版品，同時也期待各界專業人才能向中心踴躍投稿。

發展獨具特色的文創商品

臺師大出版中心除了學術出版和一般著作出版之外，亦經營文創商品的開發、設計與行銷。透過各類具獨創性的文創商品設計製作，一方面承載臺師大之歷史與精神，連結學子的校園記憶、行銷學校品牌；另一方面則融入臺灣意象或創新元素，積極開拓與眾不同的設計，深化文創商品的品牌價值。

初期，臺師大出版中心在文創商品的開發與設計方面，主要與臺師大文創中心合作，由文創中心提供設計資源，再交由出版中心將商品予以實體化，並負責推廣和銷售。中期以降，則逐漸由出版中心獨挑大樑，擔任設計、製作與銷售的重責，並且整合校內資源，用以設計獨特的文創商品。



配合形象識別系統設計相關文創商品——師大獅 L 夾、鑰匙圈
(臺師大出版中心提供)

臺師大自 2016 年推動形象識別系統，基本設計要素由視覺標誌和中英文標準字、標準色組

合而成，另有臺師大吉祥物「師大獅」，象徵臺師大在學術界的地位，猶如「萬獸之王」。希冀臺師大未來「大師輩出」，成為兼具古典風華及現代視野的國際一流大學。為配合本校的形象識別系統，臺師大出版中心也設計製作一系列的商標，如師大獅 L 夾、鑰匙圈等。

目前每年度的年初，中心即針對新產品進行提案和討論，設計提案主要可分為兩類：一為師大系列產品，如阿勃勃、學生時代、師大風華、師大大師等；二為當今時事話題性相關產品，如環保議題等。在整體規劃上，注重以現代視野和角度，力求產品設計多元、豐富且不斷推陳出新。



禮堂鑰匙圈、山海經紙膠帶 (臺師大出版中心提供)

近年來，臺師大出版中心針對校園歷史建築意象、文物典藏和校園精神，開發系列文創商品，加入新穎巧思，製作風格獨具的文創品，諸如：以圖書館內珍藏的山海經圖樣為藍本，製作五款山海經紙膠帶；或以校內百年古蹟禮堂輪廓製成鑰匙圈及行政大樓便利貼；或以臺師大特有節日「西瓜節」為概念，製作雙層玻璃西瓜吸管和立體積木。



雙層玻璃西瓜吸管
(Shin-Yu Hsu 提供)

另外，臺師大出版中心亦嘗試透過品牌聯名



Taiwan DNA 系列環保袋（臺師大出版中心提供）

方式，善用廠商的技術特長或品牌知名度，為臺師大出版中心的文創品加分。例如 Taiwan DNA 系列之環保袋即為與業界廠商聯名共同推出，由出版中心提供圖像，印製於廠商改良早期臺灣米袋的材質上，成為既美觀又實用環保的商品。

從上述可看出臺師大出版中心設計製作的都是匠心獨具的文創品，為活用歷史與古蹟立下最佳示範。此外，亦視需求規劃辦理校內禮品設計競賽，提高學生的參與度與對臺師大的認同感，最後期能將獲獎之設計實際產品化，藉以提供師生、校友及外賓訪客多元、豐富及創新的選擇。

積極行銷與拓展銷售通路

出版中心用心編輯與製作之出版品和文創商

品，通過各種經營策略積極行銷，期能增加更多的曝光度。在出版品的行銷方面，銷售管道除了校內銷售點之外，主要透過五楠圖書出版公司經銷校外通路，在各大網路書店皆可購買。此外，自 2017 年起，於中山地下街的誠品 R79 設有「大學出版社聯盟」專區，固定展售國立大學出版社聯盟的出版品。國立大學出版社聯盟係由臺灣各大學出版社共同組成，臺師大出版中心也參與其中，因此，臺師大出版中心的出版品可於誠品 R79 內上架展售，且每三個月會更換不同的主題書展，藉以吸引讀者閱讀與購買。除了誠品 R79 之外，校外部分書店、牌卡專賣店——如三民書局、樂學書局、卡卡居等，與出版中心之間亦具有密切的合作關係，皆會主動與出版中心聯繫採購貨。

臺師大出版中心每年與國立大學出版社聯盟共同參與國際書展，如台北國際書展、香港書展、北京書展、新加坡書展等，透過書展實際與讀者群接觸，並於參展期間舉辦相關書籍講座和與談會，藉由分享與對話互動方式使書籍走入人群。由於學術書籍屬於小眾市場，因此通過成立聯盟的合作形式，集合多間大學出版社，並共同以規



香港書展聯展攤位（程惠芳提供）



台北國際書展參展並舉辦講座（臺師大出版中心提供）

模經濟模式行銷推廣出版品。

近年來也積極拓展海外銷售通路，透過與楨德圖書事業有限公司簽署合作協定，將臺師大出版中心的出版品銷售至大陸與海外。另外，亦與電子書平台合作，將所出版書籍的電子版上架至整合式電子書平台，以此增加出版品的能見度。

在文創商品的行銷展售方面，主要包含網路平台及實體店面。網路平台部分，以臉書、Pinkoi 為主要曝光處，並透過網路平台舉辦相關活動，以及藉由按讚和照片分享的策略，提升能見度。又為能增加客群數，通過各種行銷活動，與網路客群保持互動關係，進而由此產生連結感，深化和鞏固主顧關係。自 2018 年 7 月起，臺師大出版中心特升級現有的自營網站，依據使用者的使用習慣，改善平台的版型與圖樣，期使消費者在搜尋和購買文創商品時能更加便利。(注 2) 實體店面部分，與校外廠商合作，挑選適合該展售空間的文創品寄售。除上述銷售管道外，因近年創意市集風氣興起，臺師大出版中心不定期參與校外文創市集活動，實際走出校園，藉此將臺師大文創品推廣給廣大的消費者。

梁實秋文學獎

梁實秋先生於 1949 年應當時臺灣省立師範學院（臺師大前身）劉真校長邀請，擔任英語系專任教授兼系主任，並在臺師大服務至 1966 年，屆滿 65 歲才退休。

「梁實秋文學獎」係為紀念文學大師梁實秋先生在散文與翻譯方面的傑出貢獻而設置，藉以鼓勵文學創作和文學翻譯，深耕文學土壤，增進

寫作風氣。自 2013 年第 26 屆起由臺師大承辦，迄今已舉辦了 6 屆，每年都有來自全球各地華人的投稿作品，除了聘請專業的評審專家選出得獎作品，每屆都會盛大舉行頒獎典禮並將得獎作品彙集成冊出版。



歷年梁實秋文學獎得獎作品集（臺師大出版中心提供）



第 28 屆梁實秋文學獎頒獎典禮邀請余光中教授擔任嘉賓（臺師大出版中心提供）

結語：未來展望

走過十年，臺師大出版中心累積了相當珍貴的經營經驗。對於書籍與文創商品的设计開發、編輯製作、市場行銷已非常熟稔，並逐步奠定穩固的經營基礎。目前臺師大出版中心，以「臺灣師大出版社」作為品牌意象，建立形象標誌。



臺灣師大出版社

知識引路。文創領航

NATIONAL TAIWAN NORMAL UNIVERSITY

臺師大出版中心形象標誌 (臺師大出版中心提供)

面對下一個十年，出版中心將秉持「知識引路，文創領航」的理念，以臺師大「誠正勤樸」的精神與態度，一步一腳印，實實在在地耕耘出版與文創園地，期待年年都能開花結果，展現最美好的成果。下一個十年的主要目標，在於持續增進優質文創及出版能量，彰顯本校多元創意。整體經營的策略焦點有四：

1. 打造出版中心意象，宣傳出版理念，建立獨立品牌。
2. 營造健全完善的出版平台，致力出版優秀學術專書和出版品。
3. 整合形象識別系統，開發獨具特色文創商品，形塑學校形象。
4. 強化多元行銷通路和銷售管道，提升出版品與文創商品的能見度。

臺師大出版中心期許在未來的日子裡能繼續發光發熱，出版質量俱佳的出版品及美觀實用又具市場性的文創商品，不僅成為知識的傳遞者，同時也成為創意的開發者，持續為奠立「國立臺灣師範大學」品牌而貢獻一分心力。

注釋

1. 國立臺灣師範大學出版中心網站 <http://press.lib.ntnu.edu.tw/>
2. 國立臺灣師範大學出版中心禮品網站 <http://eshop.lib.ntnu.edu.tw/>

出版社選書

哲學



優雅走向 回家的路

在那天來臨前從容準備

邁克·默瑟 著；左婉薇 譯

上智文化 / 10711/202 面 / 21 公分 / 250 元 / 平裝
ISBN 9789866036484/197

人生也有四季更迭，每個季節所走的路、面對的挑戰及獲得的成長各不相同；生命最後的季節也不例外。本書是珍重生命的嚮導，勇於面對死亡的心靈指引，用積極、充滿活力的態度，談論人生最重要的生死課題。透過與末期病人的心靈交流、安寧病房真實動人的生命故事，提出簡單透澈的生死觀點和具體實用的建議，有助於釐清擔憂並克服恐懼，重新思考活著與死亡的意義，學習以溫暖的同理心和豁達的勇氣看待生老病死，讓人生活得更精采踏實！（上智文化）



辛老師的 私房美學課

辛意雲 著

臺灣商務 / 10710/228 面 / 23 公分 / 360 元 / 平裝
ISBN 9789570531671/180

長年鑽研東西方美學的臺北文化獎得主—辛意雲，首部結集之最新完整文集。收錄了他在不同時期發表的作品，更提出他個人對哲學、藝術，獨到且全面的觀點！學養深厚的辛老師，從思想深入剖析中國美學的獨特性、包容性、開放性，解說美學如何為心靈帶來無限的可能、最大的發展。此外，也以淺顯易懂的方式，剖析西方社會在時代快速發展下，呈現的繪畫特點與魅力，讓讀者可一窺堂奧，開拓更廣遠的視野。實為一門獨到的私房美學課。（臺灣商務）

哲學