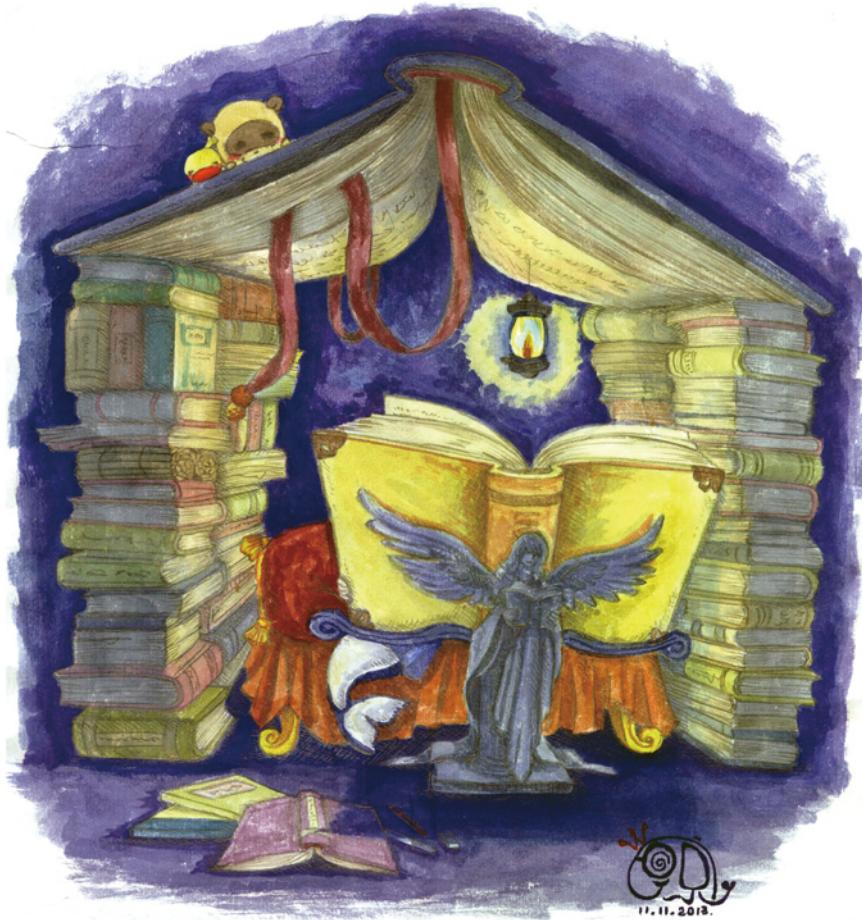


我眼中的出版趨勢

卡洛琳H. 策展人、圖像創作者



書中自有大宇宙（想方子設計工作室授權提供）

創作者之於出版物，是思想的結晶、是孕育的孩子、是發酵醞釀後的酒。

每一次的創作產出，到創作發表的過程和形式，管道和方式影響了閱聽受眾，進而產生交流以及共鳴、反饋。這樣的過程傳承了思想和文化，以及藝術恆流的展現。但即使相同的初始創作，因為呈現和醞釀的過程不同，有可能導致迥然不同的結果，和不同的銷售傳播方式。因此，

我想在這篇文章中聊聊出版的各種形式和面向，以及不同創作人可能的傳播渠道選擇。

作為一位創作者，能夠集結創作品出版是夢想，能讓自己的創作讓更多人看到。但一個創作的產出，並不等同於出版。商業出版的前提，是文化商品販售。一個商業出版產業，有許多細微的不同，也影響出版週期、出版題材選擇和通路行銷方式：

依照「種類」區分

- 教科書類書籍：需依照課綱，並因應學年需求改版調整。雖然通常學校選書不太會有頻繁的更迭替換，但販售和發圖繪製，週期較短且依賴出版社業務舉辦活動交流，頻繁進入校園，與選書單位維持良好的互動和需求溝通。
- 教學輔助類書籍：此類書籍與教科書類書籍相輔相成互補不足。一方面產出此類書籍，須了解升學趨勢以及社會文化脈絡，協助補充教科書類書籍的不足，或是加深強化教學。另一方面，也有以大量科普知識或是藝術繪圖來補充，彌補學校教材的制式，給予更加多元的資訊學習補充。
- 商業管理類書籍：通常針對成人設計。出了社會後，有許多商場管理和組織型態因時俱移，經由數據統整歸納後，總有與新工具結合的新方式和系統化的歸納整理資訊，幫助遇到困惑和在以往傳統學習領域沒有遇過的新難題，在商業管理的書上，找尋和學習解決或是更有效率的合適方法。
- 消費性文化類書籍：像是心靈雞湯類的書種、報紙專欄、專題或是大眾會關心的大眾文化，像是美食、旅遊、推理通俗小說、命理、名人專書、藝人和部落客出書、時尚流行趨勢，都是大眾會喜歡的議題類。
- 藝術文化類書籍：以文化人和藝術家出版的



西藏生死導引書

· 下

六種中陰的實修教授

蓮花生大士 原著

全佛文化 /10804/175 頁 /22 公分 /230 元 / 平裝
ISBN 9789869613842/226

本書講授者慈糞仁波切依循《中陰聞教救度法》中的修持根本偈頌做詳細解說，更深入給予清晰明白的口訣教授，引導讀者在面對生處中陰、臨終中陰、法性中陰、投胎中陰、禪定中陰、睡夢中陰等六種中陰的境相時，其觀修要領、實修口訣以及注意事項等，幫助讀者掌握解脫關鍵，圓滿今生功課。（全佛文化）



漢月法藏禪師珍稀文獻選輯 · 一

黃繹勸 編

佛光文化 /10804/396 頁 /21 公分 /300 元 / 平裝
ISBN 9789574575008/226

本書收錄的是明末漢月法藏禪師早期撰述的六部禪宗文獻，版本為當時三峰禪寺或北禪寺自行刊印的寺院傳本，文獻史料價值極為珍貴。藉由點校六部漢月珍稀文獻，除提供學界得以研究漢月的禪、教、戒律、淨土思想，以及參禪的修行指導等面向外，本書亦是探究明清僧人之間異論的內容及漢月三峰派早期發展非常重要的史料。（佛光文化）

散文、畫冊、建築、歷史、攝影。

依照「年齡」區分

- 童書：學齡前的兒童，因為文字閱讀能力是後天學習，所以多為色彩鮮艷的圖畫書為主，或輔以聲音朗誦的有聲書、或是搭配互動輔具使用的桌遊式、玩具共玩式的教具用書。
- 青少年：青少年追逐的偶像崇拜雜誌、寫真、少年冒險漫畫、少女向言情小說、推理小說、BL 和百合向出版物。
- 成人：情色、暴力、毀滅向、政治性出版物，依據法律上對於可以自主做決定的成年人定義，而對心智尚未成年人加以限制規範。

上述的分類，多為總結目前商業出版趨勢的結論。因為一家出版社的結構組成多元，從出版產業結構取向、編輯選材編撰、成本結構分析、印務與印刷廠印製出版成書、行銷通路定價和促銷折扣，做一本「符合成本利潤結構」而且「可以賣掉的書」，「可以回收成本創造利潤」，如此才能讓出版與創作者的生態循環不息，繼續在生態圈生存。

對出版社來說，賣不掉的書就是堆在倉庫中的廢紙，會有庫存管理的倉儲成本、人員人力的管理成本和壓力、和新書折舊破損、蟲害潮濕的損耗，除了紙質的不同可能會隨時間變黃之外，內容也有可能會因為時間和時代潮流的推進

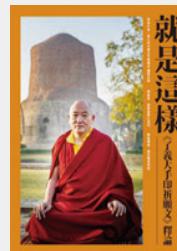
而過時。因此，在現今通路為王的時代，「能賣掉書」，其實代表的背後意涵卻更為現實。要賣掉書，但古早的傳統書局和小型連鎖書店式微，現在的主力通路，像是博客來、金石堂，抽成之高，和活動折扣的統一促銷，就會吃掉一本書大部分的利潤，出版社再扣掉作者版稅、人力開銷成本，也常有成本與利潤不符，甚至入不敷出的憂思。也因此，間接和直接影響的層面有：

- 書的成本：現今書甚少大量使用美術紙質，印刷加工也多有限制。因為成本越高，當有要上強勢通路的抽成考量時，搬運損耗、庫存或是折扣出清時，成本控管的風險越大。
- 書的頁數：當一本書要上市銷售時，需要經過層層把關、企劃、編撰、印刷製成。一本高價昂貴高成本的書縱然會有冒風險投報槓桿的考量，在行銷上也需要讓消費者有物超所值的價值感。所以一本畫冊通常會希望出版的頁數能有 90-100 頁的系列作品，一本繪本因應裝訂方式會至少 32 頁，而一部成熟的考究之作，也鮮少出現超過 500 頁、或是上千頁的大作，因為單本書賣價可能會因為過高，超過一般消費者的平衡和預算，導致在通路上難以銷售或是折扣。因此在內容上刪減精華的情況也是必須要的考量。
- 書的銷售通路：每個出版社的品牌和走向決定通路。由於書市的銷售量下滑，導致出版業資方在投資作者時更趨於保守。即使原先

的銷售量萎縮了，大家都希望能跨足新產品的同時，也會面臨風險槓桿的問題。當新產業類別的書開始發展時，原先做的書線有可能是公司賺錢的根源，而新書線的開發卻是投資，是要花錢開銷的。每本書的產出和行銷的經驗累積，也都是在新產品面向的成果展現。如果跨足新書線，卻沒有做好整體通路的評估、或是要打出好口碑的殊死戰的覺悟，若仍然抱持著要和強勢舊書線一樣的利潤，或是共用資源和行銷方法，雖然避掉了可能的風險，但焉有不做投資和開發荆棘，就能長出的新路呢？當書冊的累積和資源都不足，也沒有好的品質和折扣、活動行銷，通路選書時對於這樣的書，即使有興趣，也會因應市場，傾向給予較高抽成和減少庫存購買的方式來回應。自然各種書線的出版社在跨足不同領域時，即使嗅到有潛力市場，實際開發執行上，卻仍多有巧婦難為無米之炊之感。

也因此，當網路興起時，許多以往的分類和銷售通路的作法，在近 20 年有了蠻大的變化。

著作權受重視，著作自主權也日益高漲。Zine 小誌、自出版的通路，因為網路行銷的個人化和品牌分眾化，而有成長發展的趨勢。在以往，也有著作人窮盡一生，希望為自己出版著作，從內容到完稿、裝幀都先完備做成樣書，付費請出版社協助出版以及上架通路的出版模式，但需付出大量行銷費用、通路上架費用、倉儲費



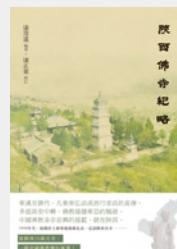
就是這樣

《了義大手印祈願文》釋論

第三世大寶法王噶瑪巴讓炯多傑 原典作：國師嘉察仁波切 釋論；堪布羅卓丹傑 釋論譯

眾生文化 /10804/164 頁 /22 公分 /360 元 / 精裝
ISBN 9789866091964/226

大手印，是減法而不是加法。本書來自第三世大寶法王最衷心的祈願，由國師嘉察仁波切為它譜寫上深切的跟隨之意，要引領你我，在祈願中走上解脫之路，心無旁騖，不落入歧途的朝向大手印前行。我們不只是為衆生祈求連苦痛之聲也不會聽聞，更祈願衆生契入大手印，讓無明的源頭枯竭。在祈願中引導你找悲智雙運，與法王一同如理成就。（眾生文化）



陝西佛寺紀略

康寄遙 編著；康正果 修訂

秀威資訊科技 /10803/296 頁 /21 公分 /450 元 / 平裝
ISBN 9789863266570/227

寂園居士康寄遙於 1950 年代親自勘察陝西各寺的忠實記載，在書中逐一備述各寺的地理位置、歷史沿革、宗派法門、國際關係、當時現狀及文物特色，從陝西 26 座古寺，一睹中國佛教傳衍風華！文革期間，各寺慘遭破壞，雖近年重新修繕，亦難重現當年所見的原貌。本書於半世紀後重新問世，特於各寺開篇附上今照，其後多係文革前舊照，呈現今昔異同；各寺文末亦附上現址及簡要地圖，以便讀者前往遊覽時按圖索驥。（秀威資訊科技）

用，以及一定的印刷量和分潤，而是否出版的取決權仍掌握在出版社的手中。有可能因為品質或是方向考量不同，而被閱聽守門人在初始即被篩選淘汰，無法出現在大眾面前。

而現在大量小誌和自出版商品出現，主要可以從「需求」、「通路」、「市場」三個面向的改變來探討：

從閱聽者的「需求」來看

- 針對學習型的讀者需求而言：網路學習的產生，影音教學和品牌教師的補充講義，取代大量的教學輔助類教材出版品。以往依賴學校和補習班面授教課，函授課程需要有大量的錄影帶和VCD輔助，但還是無法脫離實體面授和筆記的做法。

現在多種各領域的線上學習平臺林立，老師們除了會擬定課綱教案、錄影教學以外，常常會因應平臺集資和宣傳的需求，製作獨立刊物或是課程講義，出版成為課程補充教材，或是單獨的販售獨立出版物和補充教材筆記、獨門心法。

- 偶像應援刊物：在偶像圈中，因為喜好二次元人物而Cos的相簿畫冊，或是因為喜歡偶像藝人團體，因喜好而繪製成卡漫風格的公仔或是擷取活動照片、圖片做成的應援刊物。初衷是源自於對偶像的喜愛，而非官方出品。但因為應援的交流和團結，會希望對支持的偶像付出心意而製作的刊物或是商

品，也常常因為數量和成本的關係，同樣透過私下非官方的通路販售或是交流。同人和應援的力量，更顯示在目前民間進行已久的各種集會販物場所，雖然現在也有很多是以販售原創商品為主的攤位，但對於喜愛的偶像或是動漫的交流，仍然是這類型刊物販售的主力，歷久不衰。陪伴許多讀者度過青澀的青春歲月，也因此結交不少好友。

- 針對「高端藝術」、「小眾」、「次文化」出版品需求來看：商業出版因為成本考量，對於紙質選擇和加工方式多有考量。但有許多出版品的繪畫和呈現，會使用特殊的手工製作方式。例如像是「絹印」，除了孔版印刷製版少量手工製作以外，也常會使用特殊螢光墨水或是顏色呈現，以少量製作但是不同混色的手感質感，做為作品印刷刊物呈現的一部份。

還有些刊物因為採用剪紙的圖像技法呈現，或是有大量打凹打凸上金線的需求，才能呈現出原先的價值感。像是特殊精品的藝術畫冊，有可能因應少量製作需求或是技巧上的特殊要求，而採用輸出加上專門加工師傅限量製作。這些都是屬於「高端藝術」的刊物會考量的作法。

另外，許多較為「小眾」、「次文化」的刊物，像是「藝術漫畫」或是地方創生的「地方誌」、「環境保育」和「古蹟建築物」、「獨立書店地圖」等。因為經費預算有限，而且閱聽眾

學紫微斗數看一次就學會



張立忠 著

知青頻道 /10806/461 頁 /21 公分 /350 元 / 平裝
ISBN 9789864882045/293

本書第一章和第二章教導讀者了解十四主星、十二宮位、四化星（權、祿、科、忌）玄義等，第三章節談觀念、禁忌與迷思，及如何補運，以正確態度趨吉避凶制化法訣，用正面能量來改變自己心性與行事準則，依科學及生活中的簡單作為來改善命運，財運、人際關係、健康、居家風水自然有善緣和善解。學習紫微斗數不困難，跟著本書一定能打好基本功！（知青頻道）

通常培養很穩定的量，站在推廣和支持的立基點上，常常使用一般少量輸出和簡單裝訂來做為自出版刊物。或是以預購和數位印刷的形式，由購買數分批少量印製販售。除了資訊流通快速，形式和內容頁數也較為多元，沒有太多限制，對於設計和創意的發展，因為聚焦小眾，所以更能針對受眾有大膽的創新和言論，不需要顧慮太多大多數人的觀點和看法。也可以用少量預購少量印製的作業方式販售。

從閱聽者的「通路」來看

- 中階書店的式微以及獨立書店的崛起：目前跨國性的大型書店鋪天蓋地席捲而來，除了有完善的客服和退換貨制度，也有較多的書的分類選項和行銷資源，排行榜選書也常是各個作者為爭取排行榜推薦名單的兵家必爭之地。以至於不上不下或是定位不清的連鎖中階書店式微，一家一家關閉減少。取而代之的是以書店店長選書和辦講座活動為參考依據的「獨立書店」興起。當各種各類的書種多元且來源廣泛時，許多獨立書店的成立，就是為了支持某個理念和活動思想，抑或是空間複合式經營的概念——結合咖啡飲品、藝廊、活動場地、共同空間的經營方式，都因此襯出更多獨立書店本身的個性和吸引力。有許多調性相同的獨立書店也會串連活動和作者，製作系列性或是同質性高的活動，增加閱聽受眾和讀者的品牌印象，進

那些年，這樣過



金克宜 著

道聲 /10806/240 頁 /21 公分 /280 元 / 平裝
ISBN 9789864002634/245

本書是作者與先生帶著三個孩子踏上異國文化宣教的生活紀實。面對搬家、學習語言、文化適應、親人離世等種種挑戰，作者夫婦仍然堅定信仰，奮力不懈；同時也忠實記錄了異文化生活中，一位母親如何以智慧化解危機、以創意教養孩子的心路歷程。（道聲）

而對於書店的選書產生信賴感。甚至許多獨立書店的經營者本身是設計師、或是就有獨立出版自己的刊物或是自出版書籍，或是接受獨立作者們像藝術品般特殊印刷的 Zine 小誌寄售，結合畫展和講座行銷。

- 作者自鋪通路以及自開網路通販接受訂單自販售：許多創作者在網路上有獨立粉專或是 IG 帳號經營品牌，甚至自架站的自媒體站長，在網路上擁有高人氣或是固定的小眾粉絲群，會長期追蹤，所以能自開網路通販自營自銷自出版刊物。

從閱聽者的「市場」來看

對於 Zine 小誌的出版內容而言，因應裝訂方式，有些只要 8 頁或是 16 頁，即可用騎馬釘裝訂成冊販售。跟傳統商業出版的標準而言大相逕庭。原先需要集結一定的內容和數量，經過多次修改潤飾後才能出版到大眾面前。而現在 Zine 小誌的盛行可以解決幾個問題：

- 出版成本：如果只有針對小眾，少量頁數銷售，一方面可以先測試作品是否可以賣出，另一方面可以用賣出獲得的利潤再進行二次出版的印刷投資。許多 Zine 小誌的買書人多是國中和高中的學生，這樣少量拆賣的機制，也可以讓平常手邊餘錢不多的學生族群可以輕易入手多樣選擇，增加購物慾和滿足感，這樣的銷售通路對作者來說也是一種被支持和圈粉的前哨站。

- 小眾獨立書店的特色營造：因為大型通路和大型連鎖書店多是商業出版物的天下，小型或是獨立書店很難有龐大的資金庫存或是有空間可以擺書。如果不經營出特色，售價和數量種類上又無法跟大型連鎖書店、平臺匹敵，自然是需要另尋出路的。因此，有許多獨立書店常會與地下樂團或是次文化商品、出版品合作，結合表演和畫展，營造一般通路沒有的氛圍，建立專屬於自己的讀者群眾。也時常有挑戰社會禁忌的議題和創作，帶動人類前端的藝術思考和獨特的口味。
- 國外自帶進口書種：有些特色店家的老闆愛書，但開書店其實是一種兼職。原本自己的工作或是生活圈是跨國際的，因此，也發展出一些特色店家是專門從國外帶進來目前出版通路沒有的特殊語言書籍或是特殊印刷裝幀的設計品，當作商品或是收藏，或是運用自己的語言能力，做導讀和分享，跟想學習語言和認識不同國家文化的讀者交流，少量單本販售，售完為止。比較像是隨緣挖寶的品項，或是滿足因為各種考量不能進口翻譯販售的書種，可以透過這樣的管道取得。
- 有些創作者，像是漫畫家或是藝術家要到各國參展，也會製作符合作品調性的小誌或是出版導讀刊物。除了少量印製帶出國方便以外，這樣的印製刊物也能作為對於第一次接

觸作者作品的異地受眾了解作者創作理念的第一步。再者，出版刊物的販售也能為旅居各國尋找靈感和累積經歷的作者賺取旅費，補貼生活所需和創作津貼，不外乎是一種謀生的方式。

總觀來看，因為文化的流動以及主流、非主流市場的異動性。今日的小眾和自出版品，有可能被出版社挖掘潛力，而出版出道，能投注更多的行銷資源而成為主流。而一直因循舊有模式的出版刊物，也可能隨著讀者們的凋零或是少子化的衝擊，而從主流日漸式微。現今的創作者除了埋頭撰寫書籍出版外，更多了許多自我經營和積極尋求曝光的機會。在這樣勇於表達自我的年代，不論採用何種形式，「行銷工具的使用」、「成本計算」、「印刷裝禎加工的知識理解」都是不可或缺的。未來的創作者、編輯和行銷人員面對的是更加分散、分眾的市場，對於市場變動的敏銳度不夠靈敏和太過獨斷的市場判斷，有可能就會錯失下一個新星。過往累積的經驗只能當作是參考，若用同樣的標準來看待目前的文化傳播模式，也許，就有可能離書本的讀者群越來越遠。書的出版銷售量和未來，需要創作者和出版專業從業人員、通路方多方學習和廣泛接觸不同的傳播管道，找出最適合自己當下狀態的位置，才是最好的定位。



街頭智慧

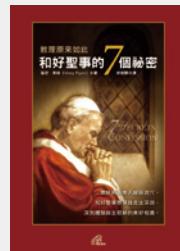
所羅門王破解人生難題 12 招

米契 克魯斯, D.J. 威廉斯 著；孫秀蕙 譯

道聲 /10801/304 頁 /21 公分 /320 元 / 平裝

ISBN 9789864002511/241

有時我們會遇上衝突，甚至自己的內心也多有衝突。本書以〈箴言〉為本，透過所羅門王智慧的結晶，幫助你我及未來的領袖在生活中，做出明智的判斷。當中以公義、正直、正義、聰明行事、悟性通達、智慧溝通、謹慎、明辨、忠告、教誨、知識、學習等十二個關鍵詞，以實用的說明，教導人如何按《聖經》智慧的原則建造美好的人際關係。（道聲）



教理原來如此

和好聖事的 7 個祕密

溫尼·弗林 著；徐明慧 譯

上智文化 /10804/201 頁 /21 公分 /240 元 / 平裝

ISBN 9789866036521/242

罪惡將我推入幽暗洞穴，和好聖事帶領我走出深淵，深刻體驗與主耶穌的美好相遇。教宗方濟各曾說：「領受和好聖事不是去乾洗店，而是與耶穌相遇，祂等待著我們，且接納我們真實的模樣。」本書用最淺顯易懂、深入淺出的方式，將許多天主教徒視為尷尬、沉悶的義務，轉化為渴望與主耶穌相遇的寶貴契機；時常懷著熱忱、感恩與愛主之心，領受和好聖事的豐沛恩寵，迎接觸動身心靈的醫治，再次走上成聖的旅程。（上智文化）