

面對萎縮的圖書市場，出版社應該如何面對？

莊杰雲 管理顧問公司專案經理

有幸一段時間能參與媒體出版的數位轉型的工作，在這過程也對於出版有更深刻的認識與體會。過去，大家所習慣瀏覽的媒介不外乎是報紙、雜誌、圖書，雖有電視但是因為成本無法傳遞「知識型」內容，因此紙本可以說是資訊傳遞的唯一載具。然而，隨著網路的發達，大家可以透過 Youtbue、Podcast 等媒介來「聽書」，可以透過線上課程平臺來學習，書本的重要性逐漸被取代，也是目前出版社所面臨的共同困境，這樣的應該如何應對？

網路如何改變圖書命名法則？

我在擔任一間媒體出版的顧問時，一直與業主疾呼應該擁抱變化。我用「為什麼書名越來越長」舉例給業主聽，大家可以觀察近二十年來書本命名的變化，我們以「高寶」出版為例，在2008年的時候出版暢銷書《富爸爸，窮爸爸》名字簡潔易懂，但2020年出版的同系列最新書籍名字就變成了《富爸爸，菁英的大騙局：從貨幣、教育到資產，揭穿讓你越來越窮的金融謊言，邁向真正的財務自由》。

我們再以知名日本學者大前研一的著作為例，在天下雜誌出版社2008年出版的《後五十歲的選擇》、《研磨商業力》名字相當簡潔，但

到了2017年平安文化與時報出版分別推出《大前研一決斷聖經：一句入魂！「大前哲學」集大成之作，晉身職場勝利組的88條黃金守則！》

《大前研一「從0到1」的發想術：商業突破大學最精華的一堂課，突破界限從無到有的大前流思考法》，名字也是越來越長，儘管目前仍然有少數的短書名，總體而言這二十年來書名越來越長是個趨勢。

我們在書店看書的時候仍然只會記得「富爸爸菁英的大騙局」、「大前研一的決斷聖經」而不會記得那些書的副標，那麼為什麼名字會有這樣的變化？我個人觀察的原因是因為「網路」，隨著大家習慣網路找書、網路買書，如何被搜尋到就越來越重要，因此長書名比短書名在網路搜尋上有更大的優勢。

如果出版社想要在網路上把書賣好，那麼讓書名符合網路世界的原則就非常重要。在現在的趨勢當中，出版社應該從「通路」、「出版流程」、「數據」三方面去加強。

通路面：全面加入電子書

隨著電子書需求越來越大，電子書也日漸受到出版社的重視，但對許多出版社來說，只是把電子書當成眾多通路之一，讀者在Kobo或

Readmoo 買還是在誠品書店、金石堂買，對出版社來說並沒有太大的差別，出版社也並沒有把所有出版刊物上架到電子書。

實際上會買電子書與紙本書的讀者截然不同，如同習慣網購與堅持去門市購買的客戶，年齡背景習慣均不相同。出版社應著眼兩個群體的不同，進行差異化的行銷策略。以筆者自身為例，當馬上想看的時候，就會選擇電子書購買，這就是電子書的「立即性」。或是筆者蒐集資料的時候常常需要「過期」的雜誌來參考，但網路上搜不到、書店也買不到，這時候電子書就是我的救星，這時候我也會選擇電子書，這就是著眼於電子書「零庫存」的特性。如同賣飲料、賣保健食品的業者會針對實體通路與線上通路做行銷上的區隔，若出版社能針對讀者不同需求而善加利用，電子書就不再只是一個單純的「通路」。

政府治理中很常出現「資產活化」一詞，實際上出版社擁有許多好內容的數位資產，如果能善加利用，這些內容可以說是非常有價值的數位資產。

出版流程：為「流量」妥協

與許多資深編輯交流後，許多編輯都對內容有非常深的堅持，堅決不出一些「品質堪憂」的內容，但偏偏這些內容大眾非常喜歡，對此編輯們非常苦惱，我認為編輯們應該更「市場」導向的內容，過往編輯的決策流程往往是「內容找



世界貧窮

我們窮不是因為懶惰

金玄周 文；權頌依 圖；張琪惠 譯

聯經/10812/140 面/24 公分/350 元/平裝
ISBN 9789570854183/548

本書為「世界公民」套書的第1冊，「世界公民」套書是針對現今全球議題，為孩子規劃的圖文書。以宏觀的角度、多元的主題，讓孩子了解世界的脈動與運作，並培養公民責任意識，進而產生讓世界更好的積極作為。本套書共有5本《世界貧窮：我們窮不是因為懶惰》、《難民：世界上最悲傷的旅人》、《一目了然的國際衝突》、《不可不知的國際條約：了解後就能秒懂國際新聞》、《聯合國都在做什麼？》，以詳盡的文字和精彩活潑的插圖，深入淺出地帶領孩子認識國際議題。（聯經）



神奇的32頁

探訪世界繪本名家創作祕辛

賴嘉綾 著

聯經/10902/258 面/26 公分/490 元/平裝
ISBN 9789570854657/781

繪本職人賴嘉綾親自走訪世界知名18位繪本創作者，以最貼近創作者的角度，記錄繪本名家不為人知、最真實的創作生活。繪本頁數不多，有的僅有區區32頁，創作者是如何在有限的頁數中，大顯身手？本書解析繪本的印刷與裝幀、構圖與色彩運用、布局與視角、結構與隱喻，並藉由作者親訪創作者的詳盡記錄，一揭繪本中文字和圖像的奧秘。（聯經）

人」，也就是我找到了一個好內容之後，才開始幫他們找讀者。而在網路時代很多內容已經經過驗證，可以尋找「網路熱門連載」、「人氣部落客」、「知名網紅」協助將內容整理出版，這時候銷量往往就有一定的保證，這個部分許多出版社已經開始轉型切入，也都取得了不錯的成果。

市場導向的內容是為了存活，繼而創造出真正的好內容。在出版真正好內容的時候，出版社可以先進行市場測試，例如發問卷或邀請作者協助投稿，不論是在網路創作平臺或者媒體投書，藉此查看讀者對於內容的反應與讀者輪廓，進一步來提供作者寫作的建議。出版一本書的印刷成本很高，如果出完之後才發現讀者「想要的不一樣」，那就非常可惜。透過書本出版前的一些市場測試，來幫助書籍取得更好的銷量。

數據：更精準的掌握讀者

前面兩段所說的「全面上架電子書」、「改變出版流程」其實也包含了「掌握數據」的用意。現在出版社有一個困境，就是「不知道讀者是誰」，如果沒有「自營網路書店」的話，根本不知道讀者是誰，這個問題甚至是實體書店也不知道。到底是誰、什麼背景在什麼情況下會買下這本書？有多少讀者看完？出版社無從知曉，因此對於掌握讀者的需求就相對不容易。

網路書店讓出版社有機會知道讀者的會員資料、居住地點，能更精準的掌握讀者與區域，

但若出版社自己沒有經營，或者只是把網路書店當成「多一個賣書」的管道，而沒有整理相關資料，那麼也不容易得知。但即便有網路書店這樣仍不夠，加入電子書也可以幫助出版社更精準掌握讀者，電子書平臺至少可以知道：1、誰會買這本書？2、讀者最喜歡哪些內容（劃線最多）、3、看到一半就不看的有多少？4、哪個時間點最多人看？這些問題傳統出版社都不容易知道，都掌握在電子書平臺手上，出版社要加入這些平臺，才有研究數據的機會。目前電子書平臺仍未開放這些數據，不論是受限於法規或者思維，期待出版社能與平臺共同研究這些數據，進而創造出更好更合適的內容。

除了電子書之外，出版社也可以投入加強「會員經營」與「官方部落格」，讓網站可以開始累積數據。例如出版社都會提供各大媒體「精選書摘」，將書籍的一部分內容作刊登試讀，來吸引潛在讀者。那麼出版社可以更進一步把這些內容聚集在自身的部落格，當數量累積到成百上千篇的時候，就可以從中分析出讀者的樣貌，來幫助出版社掌握讀者輪廓。

當然，在推動出版社數位轉型，仍有許多地方可以切入，例如可以加強與作者的關係經營進一步變成「經紀」的形式，可以加強內容的多樣性，讓出版不侷限在「紙本圖書」上，總而言之，積極擁抱變化，出版社才有機會在不斷萎縮的市場中創新。



等爸爸回家

兒童／青少年讀物

陳穎 文；起點插畫 圖

華品文創 / 10905/44 面 / 25 公分 / 360 元 / 精裝
ISBN 9789869663380/857

2020 年新型冠狀病毒 (COVID-19) 帶給全球的震撼教育，一輩子都無法忘記！本書以繪本的形式真實呈現我們所處的世界，不是硬邦邦的防疫步驟與要點，而是一頁頁發人深省、溫婉的人間情，透過孩童的眼與心，天真稚語，令人動容與鼻酸。希望這本書能夠喚起更多人對新型冠狀病毒有更多的認知與對抗病毒的醒覺。謹以此書向奮鬥在戰「疫」一線的醫護人員致敬！（華品文創）



媽媽，為什麼？

兒童／青少年讀物

谷川俊太郎 詩；中村悦子 圖；米雅 譯

台灣東方 / 10905/32 面 / 24 公分 / 280 元 / 精裝
ISBN 9789863383185/861

一首向媽媽提問的詩作，顯示出小兔子的單純與依賴，反映出媽媽蘊含的智慧與溫柔。但是生命終究要向未知前進而逐步成長，邁向未知突破自我，讓身心靈漸漸的進入圓滿狀態。對於生命的成長以詩與圖像結合呈現，就如同文字不單具有實質意義而更有抽象意涵，圖畫不只捕捉光影的變化更具有延伸的意義，兩相搭配而成絕美。（台灣東方）



我是狗

兒童／青少年讀物

白希那 文圖；林玗潔 譯

小魯文化 / 10901/48 面 / 27 公分 / 320 元 / 精裝
ISBN 9789862119846/862

當一隻狗有了名字，牠與我們之間，便建立起了獨特的聯結；那隻狗在我們心中，成為了一隻無可取代的狗。「珠珠」——是本書狗狗的名字，而牠的前身是作者白希那曾經養過的一隻狗。人們平時與寵物相處的過程，在本書中無不被鉅細靡遺地描繪。在人類眼中，珠珠只是一隻小狗，但對珠珠而言，人類才是需要牠保護與照顧的對象。透過本書，感受人類與寵物之間的堅實友情，想起心中最愛的狗狗，洋溢滿滿溫暖。（小魯文化）



每一次流淚都是值得紀念的時刻

兒童／青少年讀物

鄭夏攝 文；元慧榮 圖；陳怡妍 譯

大穎文化 / 10904/40 面 / 27 公分 / 300 元 / 精裝
ISBN 9789579125765/862

本書透過版畫表現人一生中，每滴眼淚不同的場景故事。讓讀者們反思自己在各種處境中的眼淚，瞭解眼淚不僅是負面情緒的反應，還包含多樣豐富情感。故事由一對兄妹歷經成長過程的不同經驗，一直到年老後在夢境般的田野感人重逢，構成一道道笑淚交織的人生軌跡。這是一本隨著生命經驗增長，能體會故事中的人物身在不同情況下多層次的情緒，從孩子到年長者都能讀出不同滋味的繪本。（大穎文化）