

開創大學出版的藍海價值

國立交通大學出版社的創新與行銷

程惠芳 ◎ 國立交通大學出版社編輯

幾年前，筆者收到來自本校前校長盛慶銖教授的一封信，信裡面提到以下內容，令筆者印象深刻，節錄一段如下：「大學的出版社與普通的出版社有一基本的差異。普通的出版社目的在於賺錢，重要是銷路。但大學出版社的目的是要傳承學術思想，以專著為主，很難賺錢，能維持不賠，已是難能可貴……」信件中並提到，大學出版社雖然難辦，但其功用甚大。人們會從出版社聯想到大學，從某大學出版的一本好書，就會間接肯定這大學；此外也為曲高和寡的專門學術專著解決出版的問題，顯示大學出版社存在的重要性之一。

當年盛教授九十幾歲高齡，以他身份與學術高度提出建言，不啻是為本社的存在價值注入一劑強心針，也讓我們站定腳步、積極不懈。誠如他所言，大學出版社所代表的是一所大學向外的聲音，以傳揚大學本身的價值，透過出版品對大學的學術社群產生深深的聯結與影響，也肩負著「傳達教育精神、宣揚學術價值」的重要使命。

✿ 交大出版社誕生與轉型

國立交通大學出版社（以下稱交大出版社）成立至今已逾十三年光景。民國 88 年，校方有感於西方國家的大學出版社，如牛津、劍橋大學出版社在學術出版的優異成績，希望在尊重學術的前提下，展現高水準編輯的出版物，同時也為鼓勵校內師生及國內外專家學者出版及發行各項著述，是年 3 月，正式成立「國立交通大學出版社」。由教務處下的「出版組」負責相關業務，由校長擔任發行人、教務長兼任社長，並由校內各學院推派教師組成「國立交通大學出版諮詢委員會」負責規劃業務之發展方針，訂定各種辦法及研議重大興革，以及監督出版業務等事宜。

交大出版社的出版品依出版類型分為「學術叢書」、「教學叢書」、「智慧叢書」三大類，當年皆以出版紙本書為主（現已陸續推出電子書），堅持嚴謹的外審流程，持續接受國內外學者、專家投稿，每本學術或教學類書籍皆須交由三位外審教授進行書籍審查，必須通過半數推薦方可出版；否則必須退回或修改後進行複審。

草創初期，出版社服務範圍除一般教師及社會專業人士申請出版外，亦提供學校中英文簡介等文宣品的製作（現已移至其他單位辦理）。起初幾年，出版的書量並不多，在 88 年到 94 年



的七年間，總出版量還不到二十本，雖然其中不乏介紹大師級經典人物的專籍——《陳省身：20世紀偉大的幾何大師》、《楊振寧：20世紀偉大的物理學家》等，以及至今長銷熱賣的半導體聖經《半導體元件物理與製作技術》等理工類書籍，但不可諱言的，質量乃至銷售並未達原有期待。

直到民國96年初，原本打算裁撤的出版組，與教務處下的「網路教務組」合併為「數位內容製作中心」統籌本校出版社業務。由中心的拍攝後製及美術設計團隊提供技術支援，同時外聘有文字及行銷經驗的執行編輯，企圖尋找並開創一條大學出版新路線。

✿ 結合數位科技的閱讀力量

傳統出版雖然有其閱讀媒介的獨特性，具有難以取代的存在價值，但在圖像文化蔚為主流的時代，加上網路傳播的潮流所趨，結合影像、聲音、多媒體製作的數位出版勢將銳不可擋。因此，交大出版社轉型第一步，便從出版品的型態改變做起。

為了因應數位潮流，交大出版社開始投入數位影音課程的企劃出版，積極邀約校內傑出教學的教師進行隨堂課程的影音錄製，透過完整且有系統的剪輯與編排包裝，陸續推出多套理工、法律、商學等提供自修學習用數位教材。其中最為周知的即為《陳龍英的電子學》課程，陳教授講授電子學已有三十多年經驗，教學成績深獲學生推薦與肯定，自96年推出教材至今仍是校內外學生、科技業界從業人員指名購買的自修光碟，也幫助很多人考上理想的研究系所。

不過，交大出版社想做的數位出版並不只是將「課堂內容影音化」，透過光碟出版以嘉惠學子而已。我們也開始思考，是否可以運用多媒體的影音魅力，將大學殿堂教育的「硬內容」轉化成可讓一般大眾親近的「軟知識」。

這個路線的第一個作品為《看動畫·玩科學：魔法機器人先修班》，該套由交大電機系宋開泰教授指導審訂的多媒體教材，運用2D及3D動畫影片，介紹機器人教育的基礎知識，也創新結合紙立方機器人的開發，提供大小朋友寓教於樂的學習體驗，榮獲第三屆國家出版獎入選獎的殊榮，也是當年唯一一套入選的科普影音教材。

今年更結合時下最流行的行動通訊軟體App的應用，企劃出版《呦呦奇遇記：楊英風藝術之旅》繪本故事書，首度將「擴增實境」(Augmented Reality, AR)的



- 結合數位影音、2D及3D動畫、圖文書的《看動畫·玩科學：魔法機器人先修班》多媒體教材，結合獨家開發的紙立方機器人，榮獲第三屆國家出版獎佳作的殊榮。(照片提供 / 交大出版社)



- 《呦呦奇遇記：楊英風藝術之旅》不僅是一本兒童美育繪本，更結合擴增實境的閱讀技術，透過行動載具及 App 軟體，可讓繪本插圖變立體。(圖片提供 / 交大出版社)

閱讀技術加入兒童美育繪本，在有趣的圖文外，創新搭配智慧型手機與平板電腦，讓親子可透過行動 App 軟體的加值運用，把原本平面的插畫，變成 3D 立體影像或生動的影音導覽，就像是哈利波特的動態報紙再現。

此外，在原有的紙本書籍數位化上，也逐步拓展多元且豐富的閱讀型式。與各電子書的平臺業者結合，提供 B2B、B2C 的銷售選擇，無論是各大圖書館，或是智慧型手機客群，都可以經由適合的平臺閱讀交大出版社的出版品。

回歸到出版本體來看，出版最大的力量在於「內容」，唯有好的內容才是書本價值所在。各類型的媒體呈現方式其實都只是手段，目的都在提升閱讀樂趣，幫助知識吸收。也因此，交大出版社的出版型式雖然豐富多元，但絕不會忽略內容的重要性，我們善用大學社群得天獨厚的學術與知識資源，展現大學出版的豐富多元，不侷限於文史哲、不侷限於純學術，更期望關心許多被商業價值遺忘，但值得重視的好書，像是獲得第四屆國家出版獎佳作的《雅美族歌謠：古謠》、《雅美族歌謠：情歌與拍手歌》二書，便是將雅美族耆老深耕地方的文史收集成冊，淬鍊出具文化意涵的文字與聲音紀錄，



- 深耕雅美（達悟）歌謠記錄三十年的蘭嶼文史工作者夏本奇伯愛雅（漢名：周宗經），有感於在漢化和生活型態改變下，原民歌謠逐漸失傳，與交通大學出版社合作出版《雅美族歌謠：情歌與拍手歌》、《雅美族歌謠：古謠》二書，為達悟文化的傳承留下歷史的一頁。(照片提供 / 交大出版社)



為臺灣本土文化的保存盡一份心力。

✿ 打破學術出版的行銷瓶頸

只不過，很多大學出版社會面臨到的成本壓力與行銷課題，也是交大出版社頭疼的問題。為了體現大學出版的精神與學術出版價值，我們在進行撰文、版面編輯及校對等流程時，都必須花較長的時間進行細節討論。有時一本書從出版申請到正式出版，校對數十次以上是常態，從封面到內文，也是經過無數次的討論與修定，常常是耗時半年至一年，才有一本著作問市。其中投入的人力、物力甚鉅，在無法薄利多銷的情況下，也造成出版社經營很大的難題。

在出版選材上，大學出版社也較商業出版社謹慎及相對保守，面對一些專業性高，但大眾的出版品時，也會困窘於如何找到可能的市場。但為了永續經營，似乎無法避免必須思索要在謹守學術定位的基礎下，將看似生硬的學術專書行銷推展出去（簡單說，就是如何賣書）？

✿ 利用網路行銷魅力

時下網路書店方興未艾，大眾購書習慣已從以往親自到書店選書購買，轉成利用網路書店購書。六年前，在國內大學出版社鮮少有獨立且提供完整資訊的網路購書平臺之際，交大出版社網路書店（<http://press.nctu.edu.tw>）正式誕生，這是本社拓展行銷的第一步。

除了率先提供以往大學出版社所沒有的線上選書購書的服務，也儘可能透過網站的公開資訊，將第一手的新書訊息、影音內容、行銷活動傳遞給讀者，同時利用不定期發布的電子報提供新書上市、促銷及新書發表會等活動訊息，與讀者保持長期的連繫關係，增加讀者持續關注力。

此外，交大出版社也擁有自己的臉書粉絲團（<http://www.facebook.com/nctupress>），並嘗試運用部落格行銷，為單本數位教材架設專屬部落格；也曾經為了某本新書，廣邀部落客試看，徵求寶貴的試看意見與回饋，一來可達到行銷推廣目的，二來也可直接與讀者交流互動。

今年開始，讀者只要在書店拿起數位教材的產品外盒，掃描 QR code 後，就可以馬上看到教材主講者親自講解課程大綱的影音試看。我們樂於也勇於嘗試任何一種可能的行銷方式，希望藉此提供更多閱讀的便利性，也或許能更瞭解讀者對閱讀的期待與轉變，進而出版更符合讀



• 交大出版社網站首頁。

者需要的出版物，將曲高和寡變成一股清流，學術本質不變，但要更親民。

爲了加強出版品的銷售廣度，讓出版品能有一公開透明化的展售管道，交大出版社也積極配合政府出版品集中展售門市，進行書籍展示銷售；並透過經銷商協助，將書籍推至博客來網路書店、誠品書店暨網路書店、金石堂網路書店、PC home 網路購物等平臺進行銷售，期能透過不同面向，廣泛拓展經銷途徑。除了上述銷售途徑外，另會依據不同書籍屬性開發適合的經銷商，以求將出書訊息有效傳達給潛在消費族群。

◆ 珍惜跟讀者面對面的機會

我們也辦新書發表會，以及珍惜任何可以跟讀者面對面的活動。曾經舉辦數位教材的教學分享會，活動在中午十二點，不到十二點到現場就開始湧入滿滿的人潮；也曾經遠征臺北、臺中、高雄舉辦新書發表會，以及兒童科普教材的試看會、科學營。說實在的，參與人數雖遠遠不及名人簽書會，但每一位讀者朋友的熱情參與，都是最好的支持，也透過作者、編輯與讀者的直接面對面，讓我們更有能量繼續出版好書。

明年（2013）初，交大出版社將與六家國立大學出版社（出版中心）聯合參加「2013 第二十一屆臺北國際書展」，這是國內大學出版社首度共同參與國際級的書展活動，除了凝聚了各大學出版社的團結與向心力外，更將展現各校出版社的出版特色，也將舉辦多場書籍活動，希望讓外界更了解也重視大學出版的重要性。

臺灣的大學出版力量正在起步，交大出版社很榮幸參與盛事，我們期望匯集並發揮各大學出版社的能量，爲國內的大學出版社創造相乘行銷效果，也期盼並相信將會吸引更多好的作者、好的書籍選擇在大學出版社發聲，共同爲「傳達教育精神、宣揚學術價值」而努力。ISBN



- 今年開始推出的數位教材皆於外盒加入 QR code，掃描連網即可看到教材簡介或試看內容。（圖片提供 / 交大出版社）