



深耕全球的劍橋大學出版社

——大學出版社系列報導之五

◎ 國家圖書館編目組／林串良

◆ 歷史沿革

就如同牛津大學出版社 (Oxford University Press, OUP) 一樣，劍橋大學出版社 (Cambridge University Press, CUP) 也擁有相當悠久的歷史。西元 1534 年，劍橋大學出版社獲得英國國王亨利八世 (Henry VIII) 所頒佈的特許狀 (Royal Charter)，並且於 1584 年出版第一本圖書。自此以後，劍橋大學出版社就一直扮演著印刷者和出版者的角色，並且成為世界上數一數二的學術與教育出版社 (注 1)。

作為全球大學出版社的領導者之一，劍橋大學出版社的目標是針對所有學科領域進行印刷與出版，並且致力於知識的取得、提昇、保存以及傳播。依循著這樣的願景，該社是一個慈善性以及非營利的組織，並且享有免稅權。幾百年以來，劍橋大學出版社藉由學術圖書、教育圖書、期刊以及聖經的印刷和出版，使得劍橋大學的研究與教學成果得以擴展和延伸 (注 2)。截至目前為止，劍橋大學出版社在全世界的工作伙伴已經超過 1,000 人 (注 3)。

◆ 組織與經營概況

一、出版社組織

(一) 組織結構

劍橋大學出版社的營運係由理事會全權負責，該理事會由劍橋大學的 18 位資深學者組

成。除此之外，還有一個由主要的事業群、部門以及分部負責人所組成的執行委員會 (Executive Board)，該委員會的執行長直接向理事會負責整個出版社的營運狀況。

在策略上，劍橋大學出版社將其出版事業分為出版群和行政部門兩大部分。前者涵蓋人文與社會科學、自然科學、聖經、教育、英語教學和期刊等不同領域；後者則是包括銷售、權利、客戶服務、財務、資訊管理、法務、人事、總務以及通訊等部門 (注 4)。

除了位於英國劍橋的總部之外，劍橋大學出版社在全世界許多地方也都建構了自己的出版與發行網絡，包括美國的北美分部、設在澳洲的澳洲分部、南非的非洲分部、巴西的南美分部、西班牙的伊比利半島分部以及新加坡的東亞分部 (注 5)。每個主要的中心都有銷售點提供支援，在劍橋、紐約、史丹佛、墨爾本、開普敦、馬德里以及新加坡等地則是設有編輯辦公室 (注 6)。

無論是規模、範圍或是出版量，劍橋大學出版社的北美分部都比北美地區其他的大學出版社還大，它同時也負責劍橋大學出版社所有出版品在美國、加拿大、墨西哥以及中美地區的銷售事宜。劍橋大學出版社的北美分部位於紐約的曼哈頓，涵蓋了編輯、生產、行銷、銷售以及行政等部門，配送中心則是設在紐約近郊的查斯特港 (Port Chester)。此外，在美國



加州的史丹佛大學校園內也設有編輯辦公室。爲了協助處理加拿大以及中美地區的業務，在多倫多和墨西哥市也分別設有銷售處。北美分部對於劍橋大學出版社的貢獻相當重要，它的編輯部門每年大約可以出版數百種圖書，並且負責36種期刊的生產與出版（注7）。

劍橋大學出版社的澳洲分部創立於1969年，該分部是現代出版的中心，涵蓋了編輯、設計、生產、行銷、銷售以及發行等各階段的需求，也是巴布亞新幾內亞、斐濟共和國以及其他太平洋島嶼客戶與劍橋大學出版社之間的聯絡點。劍橋大學出版社的澳洲分部已經成爲澳洲學術出版社的領導者，由於它在澳洲和紐西蘭擁有1,000位以上的作者，因此也是劍橋大學出版社國際作者的第三大來源（注8）。

（二）與母機構之關係

劍橋大學出版社是劍橋大學的印刷與出版中心，它是構成劍橋大學整體所不可或缺的一部分（注9）。透過出版，劍橋大學出版社可以幫助劍橋大學實現它的理念。值得一提的是，劍橋大學出版社並沒有從劍橋大學獲得任何補助，所有財源都必須自給自足（注10）。對於劍橋大學出版社來說，出版的終極目的是教育，而不是商業利潤。在過去15年裡，劍橋大學出版社繳交給劍橋大學的盈餘大約將近4,000萬英鎊，但是這種資助並非強制性質，而是劍橋大學出版社自願的。劍橋大學出版社的每一筆盈餘或者用於投資劍橋大學出版社的自身建設，或者捐贈給劍橋大學，這些錢一般都用於和出版有關的事業，比如建設圖書館（注11）。

二、目前經營概況

（一）營業

劍橋大學出版社是全世界最大的學術性以及教育性的出版社之一，每年出版大約2,500

種圖書以及超過150種的期刊（注12）。根據該社的年度報告，2001年的出版量爲2,394種，其中有1,380種來自劍橋的出版中心，541種來自北美，178種來自澳洲，221種來自非洲，74種來自伊比利半島（注13）。

在期刊方面，劍橋大學出版社所出版的期刊約有160種，而且都經過同儕評閱（Peer Review），範圍則是涵蓋人文學、社會科學以及自然科學等不同領域。其中，有許多都是專業學會的刊物，其它則是劍橋大學出版社自己出版的。這些期刊幾乎都有電子版，可以透過「劍橋線上期刊」（Cambridge Journals Online）的服務來取得（注14）。

劍橋大學出版社理事會的委員們會定期開會，對該社的社務進行監督與管理，而劍橋大學出版社所有出版與發行的圖書也都必須經過該理事會的正式認可（注15）。

（二）主要銷售對象

劍橋大學出版社的銷售對象涵蓋全世界將近200個國家，對於許多人而言，劍橋大學出版社的出版品是他們與劍橋大學之間最重要的聯繫管道（注16）。

（三）外銷情形

劍橋大學出版社每年透過船運的圖書和期刊總計大約有2,000萬種，這些出版品主要是經由三個配送中心來運送，它們分別位於英國的劍橋、美國的紐約以及澳洲的墨爾本。

這些配送中心的業務量都相當大，以位於劍橋的配送中心來說，每天處理的客戶訂單就將近2,000筆，而每個星期配送的圖書平均約有25萬種（注17）。

（四）折扣優惠、退書政策及銷售額

就如同其他出版社一樣，劍橋大學出版社也會提供客戶折扣的優惠（注18）。在退書政策方面，如果因爲船運的疏失，而且圖書並無



破損的話，只要檢附發票，在一年半之內都可以接受退還（注19）。

◆ 出版特色

一、主要出版方針

劍橋大學出版社的出版方針係以教育和學術出版為主，以學科主題而言，可以細分為人類學、考古學、區域研究、藝術、建築、天文學、天體物理學、生物學、生命科學、化學、古典文學、電腦科學、地球科學、經濟學、工程學、電影、歷史、語言學、法律、文學、數學、醫藥、音樂、哲學、物理、政治學、心理學、宗教以及社學會；就內容深度而言，劍橋大學出版社的出版品可以適用於許多不同層次的讀者群。此外，劍橋大學出版社的期刊係以高品質、多元以及創新等特色而著稱，與圖書出版具有相輔相成的效果（注20）。

二、選書計畫與稿源

劍橋大學出版社是一個世界性的出版社，所以它的稿源並不僅限於劍橋大學或是英國本地。由於英語是學術界和科學界的強勢語言，因此劍橋大學出版社在全世界各地積極尋求作者，希望能夠用英文出版最好的作品。到目前為止，劍橋大學出版社在全世界108個國家已經擁有超過24,000名作者。其中，北美地區的作者就已經超過8,000名，澳洲地區也有1,300名以上的作者。在日本、俄羅斯、南非、西班牙、以色列等國家，作者人數也都在100名以上，而且成長幅度相當迅速（注21）。

劍橋大學出版社同時也延攬各國的專家學者，組成龐大的編輯群，負責確認以及選擇可以進行出版的計畫案。他們必須與作者以及行銷人員合作，透過嚴格的同儕評閱以及市場調查來激發每本圖書的最大潛能（注22）。

站在出版好書的立場，劍橋大學出版社相

當歡迎全世界各地的作者主動提出與該社出版領域相關的新書出版計畫。依據劍橋大學出版社的建議，提交計畫書的大綱最好至少5頁，並且提供以下的資訊：1）書名；2）說明該書的理論基礎和範圍；3）解釋該書與最近所出版之相關主題的圖書有何關聯；4）分析該書的目次，並且說明各章節的內容；5）說明該書預設的讀者階層；6）說明該書的預計長度和完成日期，以及簡短的作者介紹。

作者可以把計畫書寄給劍橋大學出版社的編輯，他們會回覆作者所提交的計畫是否符合目前的出版計畫。如果符合的話，就會請作者提交完整的稿件或是部分的樣本。審核時間的長短會因為計畫的本質而有所不同，一般而言，大多3至6個月之間（注23）。

三、出版品之類型與特色

劍橋大學出版社所出版的學科領域涵蓋人文學、社會科學以及自然科學，同時也包括學生的教科書、聖經、期刊、語言書籍等。除了在各學科領域生產具有權威性的圖書之外，該社也致力於發展高品質的英語教學計畫，包括英式英語、美式英語、澳式英語，以及暢銷的國際性教科書和參考工具書（注24）。

以教科書而言，劍橋大學出版社就展現了頗為強烈的企圖心。劍橋大學出版社的教科書出版始於1874年，並且與課程改革運動有著相當密切的關聯，例如《劍橋政治思想史讀本》（*Cambridge Texts in the History of Political Thought*）、《新劍橋莎士比亞》（*New Cambridge Shakespeare*）、《劍橋希臘及拉丁古典文學》（*Cambridge Greek and Latin Classics*），以及一系列附有圖解的參考作品，包括克里斯托（David Crystal）的《劍橋英語百科全書》（*Cambridge Encyclopedia of the English Language*）、《劍橋天文圖集》（*Cambridge*



Atlas of Astronomy) 以及《劍橋圖解歷史》(*Cambridge Illustrated Histories*) 等書。劍橋大學出版社也推出許多低價圖書，目的是希望發展中國家的學生也能夠得到最好的教科書。

劍橋大學出版社的期刊出版始於1893年的《心理學報》(*Journal of Psychology*)，該學報至今仍是劍橋大學出版社發行量最大以及最成功的期刊之一。劍橋大學出版社的期刊種類大約有150種，包括許多重要專業學會的期刊，而這些期刊都將可以在線上取得。

劍橋大學出版社的第一本聖經於1591年印行，是《日内瓦聖經》(*Geneva Bible*) 的版本。至於劍橋的第一本《欽定聖經譯本》(*King James Bible*)，則是在1629年印行，從此建立了印刷和出版聖經這項特權的傳統。

近25年來，劍橋大學出版社的成長與發展相當驚人。就出版的學科範圍而言，幾乎涵蓋了英語世界中所有的學科。在醫學、法律、工程以及電腦科學方面，專業的讀者數量也持續在增加中。除了圖書的出版之外，其他出版品還包括地圖、掛圖、幻燈片、光碟片、線上出版品以及指動木偶(Glove-Puppet)等不同的類型媒材(注25)。

四、電子出版概況

劍橋大學出版社認為數位科技可以帶給作者和出版社一個新的機會，有助於新讀者的開發以及市場的擴展。另一方面，它也認為電子出版對於圖書館和讀者都有助益，因此已經開始進行這方面的努力。初期係集中於某幾個特定的主題上，在未來的兩到三年內，則是希望能夠提高學術圖書電子化的比率。由於考量到讀者的需求和習慣，因此劍橋大學出版社的政策是讓電子版本與印刷版本並存。該社目前約有500種電子書可以透過“netLibrary”取得，網址為<http://www.netlibrary.com> (注26)。

在2001年的時候，有15種新期刊加入了“Cambridge Journals Online”的行列，該項服務廣受圖書館界的歡迎。此外，「數位生產計畫」(Digital Production Programme)也使得許多以往可能會面臨絕版的圖書都可以被取得，並且讓許多真正具有價值的學術圖書得以採用平裝的方式重新發行(注27)。

五、最具代表性以及獲獎之圖書

劍橋大學出版社成立至今已有一百餘年，在這麼悠久的歷史中，曾經出版過許多著名的作品。舉例而言，它在17世紀中曾印行了英王詹姆士一世的《王子之鏡》(*A Prince's Looking Glass*)和《國王權利之訴願書》(*A Remonstrance for the Right of Kings*)，在政治思想史中佔有相當的地位(注28)。1800年以前的出版品還包括英國詩人摩爾(Henry More)、彌爾頓(John Milton)、英國醫學家哈維(William Harvey)、布朗(Sir Thomas Browne)，以及偉大的科學家牛頓(Isaac Newton)等人的作品。到了19世紀，出版品的數量和範圍都呈現快速的擴展。在科學方面，劍橋大學出版社建立了科普出版(Popular Science Publishing)的傳統；在人文與社會科學方面，則是出版了英國哲學家羅素(Bertrand Arthur William Russell)等人的作品。

1902年，《劍橋現代史》(*Cambridge Modern History*)為劍橋大學出版社開啓了一個獨特的出版類型，其後也陸續出版了30種以上的相關叢書，主要的系列包括拉丁美洲、中國、日本、英語、美國文學，以及新版的古代史和中古史。近來則是有許多關於哲學、文學、音樂以及宗教等方面的指南，這些指南的數量也有日漸增多的趨勢(注29)。

劍橋大學出版社曾經於2001年獲得美國氣象學會(American Meteorological Society)



頒贈傑出服務獎，許多出版品也都被美國出版者協會（Association of American Publishers，AAP）的專業暨學術出版部（Professional / Scholarly Publishing Division）評選為傑出書籍（注30）。

◆推廣策略

一、推廣學術出版品之管道與方式

劍橋大學出版社對於學術出版品的推廣可謂不遺餘力，該社每年郵寄的目錄和傳單將近數百萬封；出現在專業期刊、學術期刊、報紙以及雜誌上面的廣告約有數千則；寄送給新聞界的書評本（Review Copy）以及發佈的新聞稿也有數千次；並且安排了數百場的展覽會（注31）。

除了最主要的銷售部門之外，對於劍橋大學出版社而言，完善的客戶服務部門也是推廣學術出版品的一大功臣。除了墨西哥、加拿大以及澳洲地區之外，來自全球的訂購和詢問事宜都由該部門負責處理。客服部門每年處理的訂單超過150萬筆，詢問事宜也超過50萬件。每年所回覆的電子郵件數量超過18萬封，傳真約有13萬份，一般郵件大約有23萬5千封，電話則是將近20萬通（注32）。

爲了加強行銷並且拓展推廣的管道，劍橋大學出版社也在世界各地提供許多不同的網址進入其專屬網站。根據統計，瀏覽劍橋大學出版社網站的人數至今已經超過了250萬人次（注33）。

劍橋大學出版社也將電子出版的附加價值視爲開發市場的方式之一，例如透過”ebrary”來提供更多的服務，其網址爲<http://www.ebrary.com>。透過此服務，讀者可以免費瀏覽劍橋大學出版社所出版之電子書的內容，只有在列印或是下載的時候才需要付費。在提供這

些服務的時候，通常都可以連結到劍橋大學出版社的線上書店，這對於鼓勵讀者購買印刷型式的完整作品有相當大的幫助（注34）。

二、可供圖書館或一般讀者選購依據之出版資訊

透過網路進行銷售已經成爲相當重要的管道，劍橋大學出版社所有出版品的目錄都可在線上取得，並附有該書的新聞、特色、活動以及樣本等資料，以便讀者線上購書（注35）。

爲了提昇對於讀者的資訊服務，劍橋大學出版社在其專屬網站中提供訂閱「新書電子郵件」（New Titles Email）的服務，每月定期寄送給讀者的內容包括該出版社的新聞以及與讀者興趣有關的出版計畫（注36）。

◆未來展望

劍橋大學出版社的願景相當明確，就是藉由出版與印刷來奉獻於知識的進展（注37）。展望未來，劍橋大學出版社將會推出更新的出版型態和媒體，並且持續運用新科技來提昇生產、行銷以及資訊系統，藉著多元化的出版模式來促進成長。不論如何改變，劍橋大學出版社仍然會堅守它最原始的出版信念（注38）。可以確定的是，爲了促進知識的傳播，劍橋大學出版社未來在出版技術和出版模式方面勢必會繼續求新求變，但對於學術傳播的理念和執著卻是不會改變的，在運用資訊科技的同時，仍然會保有一貫的人文情懷。

◆他山之石

劍橋大學出版社雖然擁有相當悠久的歷史，但是它的鋒芒卻不曾稍褪。透過印刷與出版，它發揮了無遠弗屆的影響力，並且持續致力於知識的傳承與提昇。仔細分析劍橋大學出版社的發展歷程，可以發現有許多地方是相當



值得我們參考的：

一、立足英國，放眼歐洲，深耕全球

毫無疑問，劍橋大學出版社最早是從英國的劍橋開始發展的，但是它的出版活動卻是全球性的。它的作者來自全世界100多個國家，翻譯權也可以出售（注39）。劍橋大學出版社相當重視國際市場，它的營收約有三分之二來自於海外，並且曾獲得英國「女王出口成就褒獎」（Queen's Award for Export Achievement）（注40）。由於強調國際化的世界觀，劍橋大學出版社並不會因為地理位置或是使用語言而劃地自限，它所設定的讀者群並不僅限於英國或是歐洲，而是世界上所有階層的讀者。

二、規模龐大，結構完整，體質健全

劍橋大學出版社係由人文與社會科學、自然科學、專業學科、期刊、英語教學、教育以及聖經等7個主要的出版群組成，而這7大出版群皆各有其專屬的編輯、生產、設計以及行銷團隊（注41）。如今，它在全世界27個國家設有辦事處，另外還包括37個代表處（注42）。換句話說，劍橋大學出版社的規模相當龐大，結構也很完整，再加上健全的體質，這些有利的資源都有助於它在和其他學術出版社競爭時取得相當程度的優勢。

三、出版宗旨明確，採行集中管理的模式

根據英國法律，劍橋大學出版社的宗旨是出版教育和學術圖書。以教育和學術出版為目標，劍橋大學出版社不會出版詩歌、小說、烹飪和體育等方面的圖書。此外，劍橋大學出版社的所有國際分支機構都屬於一個完整體系中的一部分，所有分支機構計劃出版的圖書都要經過劍橋大學的學術評審機構同意才能出版，這種組織管理結構是集中式的（注43）。也就是透過如此嚴謹的規範，劍橋大學出版社才得以專注於它所設定的出版目標。

四、記取教訓，加強基礎出版的工作

劍橋大學出版社是世界上最大而且最具聲望的學術出版社之一，但是它的出版決策卻也曾經出現過一段令人扼腕的小插曲。相當有名的是，劍橋大學出版社曾經拒絕出版Murray的字典，而這就是後來赫赫有名的《牛津英文字典》（*Oxford English Dictionary*，OED）（注44）。由於這一念之差，使得劍橋大學出版社錯失良機，更讓牛津大學出版社穩居英語字典以及參考工具書權威的寶座。如今，劍橋大學出版社對於基礎出版的工作頗為熱衷，並且將教科書和語言教學列入重要的出版計畫中。

五、掌握核心出版技術，支援全球學術出版

劍橋大學出版社至今仍然保有印刷部門，這個規模龐大而且技術領先的現代印刷廠可以支援電子出版以及傳統的印刷出版。它生產相當多的圖書和期刊，不僅是劍橋大學出版社的出版部門，同時也為全球許多學術出版社和機構提供服務（注45）。它所提供的產品和服務範圍相當廣泛，涵蓋了學術性、教育性以及宗教性等各種層面（注46）。對於劍橋大學出版社而言，印刷部門實有其不可或缺的重要性。印刷與出版可說是劍橋大學出版社的兩大支柱，而這樣的服務模式除了可以促進學術出版之外，對於劍橋大學出版社財源的拓展也具有正面的效益。

六、提供人性化的服務，滿足來自全球的客戶

劍橋大學出版社的客戶服務相當貼心，他們把該部門的46位員工劃分為數個不同的團隊，分別服務不同類型的客戶。這意味著服務人員可以充份瞭解客戶的需求，並且提供一次購足的服務（One-Stop Service）。許多客服人員都精通雙語，可以與來自其他國家的客戶進行流利的溝通。為了將辦公室的噪音干擾降到最低，所有客服人員在回覆電話時也都戴著雙



耳式耳機（注47）。劍橋大學出版社之所以會提供如此人性化的服務，原因無他，就是希望來自不同國家的客戶都能有賓至如歸的感覺，藉著滿意度的提高來鞏固客源，並且提昇自己的專業形象。

◆結語

回顧劍橋大學出版社的發展，就如同它的競爭對手牛津大學出版社一樣，都是在一個相當特殊的時空背景之下發展出來的。劍橋大學出版社在先天上就具備相當良好的條件，對於學術出版的理念也有所堅持，而為了因應時代的潮流，更是運用最新的資訊科技來發展電子出版事業。凡此種種，都使得它在現代的出版環境中顯得更加日久彌新。在全世界的大學出版社中，劍橋大學出版社和牛津大學出版社同屬首屈一指的佼佼者，檢視它的發展歷程，帶給我們許多的啓發和深思。或許現在的環境無法提供如同劍橋大學出版社當初發展時所享有的許多特權與利基，但是，值得我們思考的是，面對日益惡化的學術傳播環境，學者們究竟是如何看待「大學出版社」的本質？大學出版社對於自己所扮演的角色有什麼樣的期盼？整體的學術資源又應該如何分配？這些議題都涉及大學出版社的未來發展，而學術出版在學術傳播中的定位則仍有待我們釐清。

注釋

注 1：Stephen Bourne, “Introduction to Cambridge University Press”, available from <http://uk.cambridge.org/information/introduction/default.htm>

注 2：“Cambridge University Press Today”, available from <http://uk.cambridge.org/information/intro->

[duction/today.htm](http://uk.cambridge.org/information/introduction/today.htm)

注 3：“About Us”, available from <http://printing.cambridge.org/aboutus/>

注 4：“Structure & Organisation”, available from http://publishing.cambridge.org/jobs/structure_organis/

注 5：Directory of Publishing 2002 (London：Continuum, 2001), 1163.

注 6：“International”, available from <http://uk.cambridge.org/international>

注 7：“North America”, available from <http://uk.cambridge.org/information/introduction/namerica.htm>

注 8：“Cambridge University Press Australia”, available from <http://www.cambridge.edu.au/pressaustralia.htm>

注 9：同注2。

注 10：H. H. Black, Cambridge University Press 1584-1984 (Cambridge：Cambridge University Press, 1984), 310-311.

注 11：程三國，「出版的終極目的是教育——劍橋大學出版社首席執行官米諾特訪談」，available from http://www.ylib.com/readit/tower/_default.asp?DocId=LOOK&SNO=211

注 12：同注2。

注 13：“Annual Report & Accounts for the Year Ending 31 December 2001”, available from <http://uk.cambridge.org/information/annualreport/>

注 14：“Journals”, available from <http://www.cup.org/journals/>

注 15：同注4。



- 注16：同注2。
- 注17：“Global Distribution and Customer Services”，available from <http://uk.cambridge.org/information/introduction/distribution.htm>
- 注18：David U. Kim and Craig A. Wilson, A Handbook for Order Librarians (Metuchen, N. J. : Scarecrow Press, 1989), 45.
- 注19：Louise Gagne ed., Publishers Directory 1998, 18th ed. (Detroit:Gale, 1997), 231.
- 注20：Available from <http://www.cup.org/academicprofessional/>
- 注21：同注2。
- 注22：“Cambridge Publishing”，available from <http://uk.cambridge.org/information/introduction/publishing.htm>
- 注23：“Guidelines for Submission of a Book Proposal”，available from <http://www.cup.org/information/authors.htm>
- 注24：同注1。
- 注25：Ibid.
- 注26：“Digital Publishing & Production”，available from <http://uk.cambridge.org/information/authors/digital.htm>
- 注27：同注13。
- 注28：王錫璋，〈大學的第三種力量——大學出版社的角色與功能〉，在《圖書與圖書館論述集續集》（臺北市：文史哲，民74年），頁137。
- 注29：同注1。
- 注30：同注13。
- 注31：“Marketing”，available from <http://uk.cambridge.org/information/introduction/marketing.htm>
- 注32：“Customer Service Assistant”，available from <http://publishing.cambridge.org/jobs/available/ap51>
- 注33：同注2。
- 注34：同注26。
- 注35：同注31。
- 注36：“Cambridge Advance Information Service”，available from <http://www.cup.org/cais/default.htm>
- 注37：Available from <http://uk.cambridge.org/default.htm>
- 注38：同注2。
- 注39：“The Press as a Global Publisher”，available from <http://uk.cambridge.org/information/introduction/global.htm>
- 注40：陳素娥，邱炯友，〈臺灣地區大學出版社之問題與展望：以中國大陸及西方演進為例〉，《教育資料與圖書館學》，33卷4期（民85年6月），頁432。
- 注41：“International Publishing Structure”，available from <http://uk.cambridge.org/information/introduction/international.htm>
- 注42：同注39。
- 注43：同注11。
- 注44：Clare Baker, “OUP, CUP – Academic Publishers by Any Other Name?,” Bookseller (30 July 1993) : 43.
- 注45：同注2。
- 注46：同注4。
- 注47：同注32。