

第二章 臺灣圖書出版產業的發展

現今圖書出版產業呈現複雜且細緻的分工流程，大致而言，圖書出版產業可分成三大環節：圖書製作、物流、銷售，各環節之下再細分成不同功能的單位。圖書製作部份，圖書從無至完成出版，可概分為編輯作業與印刷作業兩大步驟。編輯作業過程至少經過 10 個基本製作流程：書稿(翻譯稿、撰稿、創作稿)→文編順稿→確定文稿→打字校對(因書籍內容不同，另外需要圖案或照片的製作)→校稿(圖案或照片完成)→電腦排版→美編完稿→文編校對→製作 MO 片→發製版廠(出版流通資料室，2002：11)。印刷作業主要由製版廠與印刷廠完成，製版廠利用電腦完成組版、出網片(郭玉梅，2002a：5)。再交由印刷廠實際進行印刷作業，依序為「裁紙」、「製版」、「校版」、「印刷」四個步驟(郭玉梅，2002b：20)。第二部份：物流，製作完成的圖書經過中盤(總經銷商或是各區域經銷商)或出版社自行發書等不同的方式，將圖書由製作端運送至銷售端。第三部份：銷售，呈現最為複雜與多樣化，例如透過專業書店、連鎖書店、網路書店、量販店等方式，將書籍展現於消費者面前。消費者完成購書行為的剎那，圖書出版產業分工流程才真正結束。簡而言之，三大環節之下的眾多單位，經過不同的排列組合，形成現今的產銷流程。

最易被大眾所感知的圖書分工流程為銷售端的具體變化，例如新書店的開設、改裝等。另外，還有圖書出版產業的整體發展狀態，如出版社數目、新書出版量等變化。圖書出版產業背後的圖書製作與物流，因為一般消費者並不容易有機會接觸，因此相較於銷售端，是較為陌生。

因此先就臺灣圖書出版產業 60 年的整體發展概況，作簡略的介紹，以此作為背景，再進一步說明不同時期圖書出版業內部所隱藏的分工演變。從上述簡短的敘述可知，圖書出版產業是由眾多的小單位所組合而成，涉及的單位相當多，為求明確說明不同單位與其所擔負起的工作職責，先行定義本研究行文之中所指涉之重要關鍵字詞，如下：

一、出版社

意指圖書製作、編輯等圖書出版產業上游工作單位。雖然名稱之中可能包含「書局」二字，但若行文之中寫出全名，依舊意指出版社。舉例而言，臺灣中華書局、世界書局、三民書局、集文書局等等，雖然名稱為某某書局，在本研究中依然將之設定為「出版社」的角色。

二、書局/書店

意指單純販售書籍、雜誌等銷售單位，並不從事任何圖書、雜誌等出版工作，歸屬於圖書出版業的下游機構。所有販售的書籍、雜誌，皆來自於向各家出版社的進貨。

三、書店街

重慶南路雖然實際上為出版社聚集地，本研究仍然依據臺北人對重慶南路之印象與慣用語，稱之為「書店街」。

四、老字號書店(局)

意指民國 34 年前已於大陸開業，從事書籍出版之出版社，包括商務印書館、世界書局、正中書局、中華書局、啓明書局等，民國 38 年因政治因素，將經營重心遷至臺灣繼續營業，從事書籍出版工作。這些書局與民國 34 年之後臺灣本地成立的出版社，或部份由大陸遷移至臺的出版社相比，創立時間較長，因此稱之為「老字號」，加上中國圖書出版產業，出版社與書局兩個名詞有使用上混淆的習慣，雖然實質為出版社，卻名為書局，本研究依據圖書出版業界慣用語，仍舊稱這些出版社為「老字號書店(局)」。

五、門市

意指實際擺設書籍、雜誌、其他相關販售物品之「空間」，並不特別限定書店或是出版社陳設書籍之空間，只要是消費者實際從事交易時所存在的空間，皆稱之為門市。

六、書報社/中盤/經銷商

黃淑惠(2000)認為書報商專指圖書雜誌的批發商，中盤與經銷商在功能與業務處理方面有些許的不同，然而本研究主要探討臺灣圖書出版產業之發展，三者雖然在經銷品項多寡、規模大小上有所差異，但皆為擔任書籍「物流」角色，提供書籍從圖書製作端運輸至銷售端的服務。雖然在圖書出版產業的發展過程中，不同時代衍生出不同的名稱，但主要即是負責物品運輸之任務。因此本研究中並不嚴格加以區分，三者皆意指圖書「物流」的單位。

第一節 臺灣圖書出版產業發展概況

臺灣圖書出版產業經過 60 年的發展，形成相當龐雜的樣貌，難以輕易的說明其演變的歷程，本研究嘗試由圖書供應面與消費面的角度切入，概述圖書出版產業的發展情形，企圖找出圖書出版業發展歷程中，重要的轉折點，藉此作為劃分圖書出版產業發展階段的依據，並闡明不同階段獨特的現象。

一、書籍供應面

書籍供應最主要的環節即出版社的多寡，出版社在不同時期因為資金、人力、圖書市場大小等各種不同的因素，造就圖書出版數量的變化與出版方向選擇的轉變，因此僅單純就出版社數量、圖書出版量與圖書出版種類的變化，分析書籍供應面在不同時期呈現的主要特色。

(一) 出版社數量

圖 2-1 可見，民國 40 年代，臺灣圖書出版社家數約 500 家左右，數量相當的稀少，民國 50 年開始慢慢的增加，直到民國 60 年，終於突破 1000 家。平穩增加的情形，明顯以民國 65 年為轉折點，進入第一個快速成長期，出版社數量開始快速攀升，直至民國 70 年達到 2000 家以上。民國 60 年代十年之間增加約 1000 家左右的出版社，增加速度大約是民國 50 年代的 2 倍。民國 70 年代，大致維持同等的增加速度。民國 80 又是另一個轉折關鍵點，進入第二個快速成長階段，到民國 90 年，十年之間爆增 4000 家左右，與民國 60 年代相比，約以 4 倍的速度增加。

民國 90 年，出版社數量逼近 8000 家，各家出版社在眾多競爭對手的環境之中，為求生存無不使出渾身解數，希望能夠殺出重圍，讓出版品受到消費者的注意，於是各種宣傳手法接續出現，例如與其他媒體的合作，或是加強書籍包裝藉以突出出版品的能見度等，使圖書出版業的運作更加複雜與多樣化。不同的時代環境施加於出版社的壓力，隨著出版社數量的增加而正向加強。

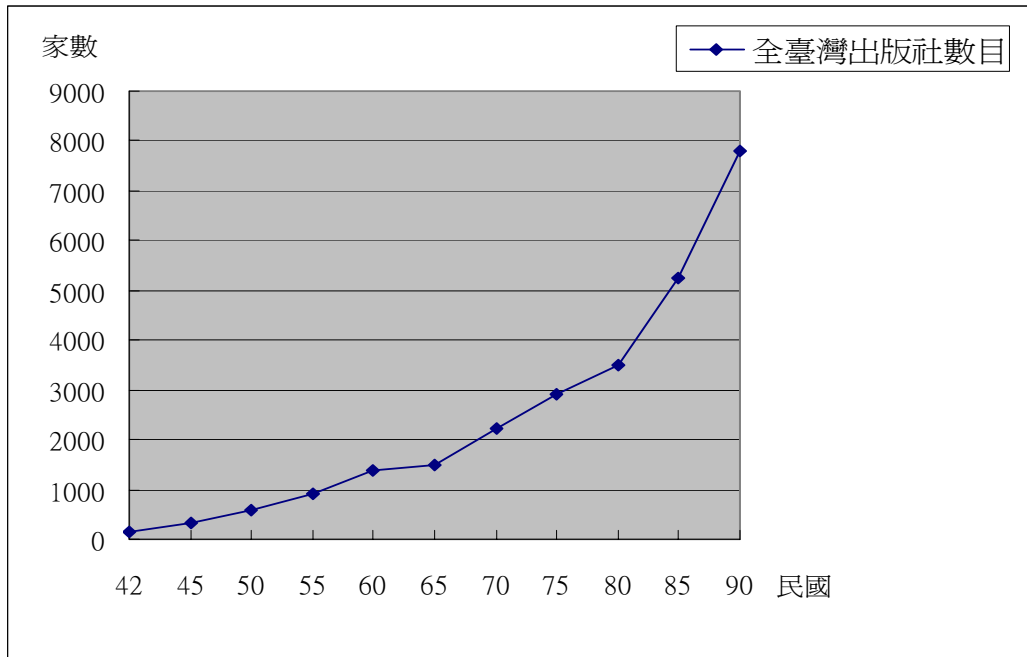


圖 2-1：臺灣出版社總數統計圖

資料來源：中華民國出版年鑑：77：34；80：43；90：441。中華民國 93 年統計年鑑：79。

(二) 圖書出版數量

隨著圖書出版社數量不停地增加，臺灣每年的新書出版量，也呈現正向增加的情形，見圖 2-2，民國 40 年代，圖書出版數量一直維持在一年 2500 本以下，民國 50 年代，增加幅度變大，突破 5000 本的關卡，直到民國 60 年，圖書出版數量到達 8504 本。民國 60 年代開始，大致以 4% 的速度，呈現持平的狀態，每年圖書出版數量維持在 8000-9000 本左右。民國 70 年，終於突破一萬本大關，以 21% 的年成長率增加圖書出版數量。民國 80 年，為另一個關鍵點，以 194% 的速度狂增，每年圖書出版數量更為驚人，至民國 90 年，已突破 3 萬本。大量的新書出版數量，牽動圖書出版業的分工流程與運作。

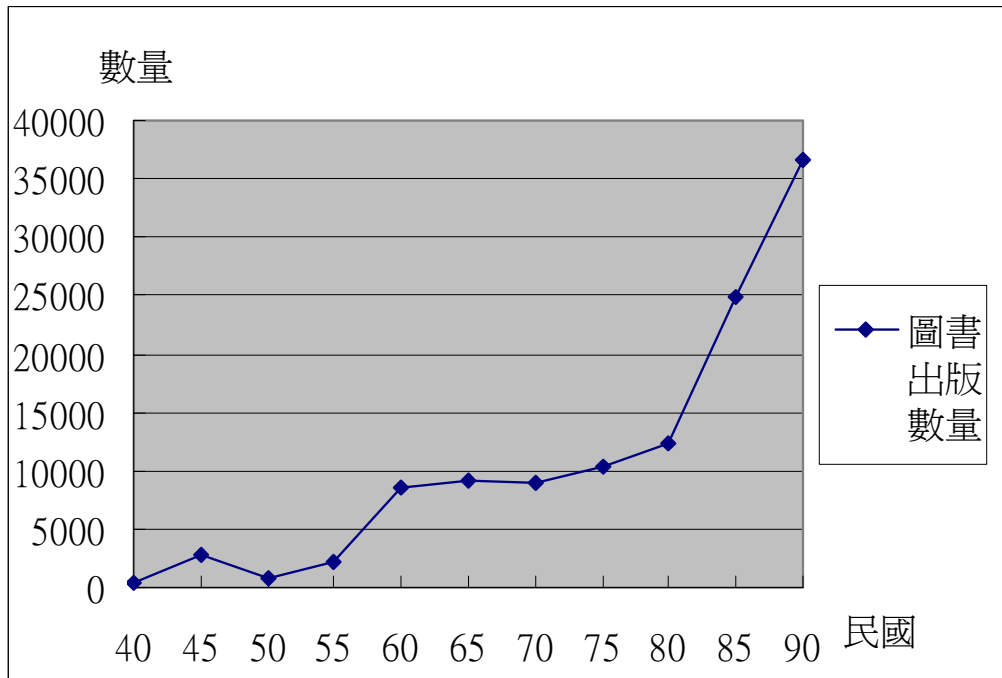


圖 2-2：圖書出版數量統計圖

資料來源：中華民國 80 年統計年鑑：197。中華民國 93 年統計年鑑：79。

註：40 年沒有統計資料，因此數字為 0。

(三) 圖書內容分類

臺灣 50 年來的圖書出版數量，時間越往後期，圖書出版速度越見加快，進一步分析臺灣出版的圖書內容類型，表 2-1，發現民國 50 年代，文學、史地類圖書，兩者相加幾乎占 40% 的出版比例，民國 51 年，文學類甚至高達 47.2%。民國 63、64 年，總類圖書的出版比例短暫升高。整體來說，文學、語文、史地類書籍，在民國 70 年代以前，皆為圖書出版的主力。民國 73 年開始，應用科學類、社會科學等科學類書籍，首度超越文史類書籍，成為新的圖書出版重心，共產主義、馬克思思想等西方思想、社會科學研究，應用科學研究成果，紛紛成為新的出版內容。民國 83-85 年，其他類型的書籍約占 50%-44% 之間，可見新出版的書籍已無法劃歸於舊有的書籍分類之中，反映書籍內容多元化的時代特色。民國 86 年，出現電腦科學與兒童文學兩大分類，電腦科學類占 33.8% 為全年之冠，反映了民國 80 年代為已成為真正的電腦時代，電腦科技的成熟，使之成為社會運作上重要的使用工具，電腦科學類書籍取代自然科學與社會科學類書籍，成為新的出版焦點。

表 2-1：臺灣圖書出版分類比例統計表

年份	總類	哲學	宗教	自然科學	應用科學	社會科學	文學	語言	史地	美術		
50	4.4	2.1	2.6	4.7	11.3	22.7		31.4	15.8	4.9		
51	5.6	2.5	2.0	2.5	5.5	14.0	47.2	2.9	15.9	1.8		
52	2.2	3.6	1.8	4.5	8.1	21.1	33.9	4.8	14.9	5.1		
53	2.4	3.3	1.8	4.4	7.4	19.0	4.1	34.9	18.0	4.6		
54	2.8	4.6	2.4	7.5	5.0	21.6	20.3	6.1	19.6	10.1		
55	1.5	4.2	3.0	7.3	8.9	23.8	10.8	13.9	18.2	8.2		
56	6.0	3.1	3.1	8.9	10.0	14.4	24.7	5.6	19.2	5.1		
57	10.6	6.3	3.9	9.1	13.0	13.1	26.5	9.1	37.4	4.9		
58	40.4	3.8	2.5	8.1	10.0	10.9	11.6	4.5	5.4	2.8		
59	4.0	2.9	2.6	3.8	13.0	21.8	27.6	0.9	22.7	0.8		
60	3.5	2.7	2.3	4.3	13.7	22.3	26.1	2.4	21.9	0.8		
61	2.5	2.9	2.2	4.6	14.2	21.8	26.5	2.9	21.4	1.0		
62	3.5	2.8	2.2	4.6	13.5	22.2	25.9	2.5	21.9	1.0		
63	10.4	3.0	2.8	6.2	14.0	16.9	24.9	3.1	14.6	4.2		
64	10.6	3.0	2.8	6.4	14.2	17.0	24.0	3.2	14.6	4.3		
65	9.3	3.4	3.0	6.8	14.2	17.1	24.1	3.3	15.1	3.6		
66	9.2	3.5	3.0	6.9	14.3	16.9	24.0	3.4	15.0	3.7		
67	3.7	1.4	1.2	2.8	5.7	66.6	9.6	1.4	6.0	1.5		
68	9.3	3.6	3.2	6.9	14.2	16.8	23.7	3.4	15.0	3.9		
69	8.6	3.7	3.9	7.8	14.7	15.3	23.5	3.7	15.0	3.8		
70	8.6	3.6	3.9	7.9	14.8	15.4	23.4	3.7	14.9	3.8		
71	8.9	3.9	3.7	8.2	13.7	15.0	22.6	3.7	16.2	4.0		
72	9.5	4.5	4.9	8.0	15.9	14.7	23.2	3.8	12.0	3.4		
73	11.5	4.2	5.6	9.1	19.9	17.0	14.1	6.1	6.6	5.9		
74	8.3	3.5	5.5	9.9	19.9	19.9	16.8	3.0	8.7	4.6		
75	40.1	3.4	3.2	5.8	12.7	13.8	0.9	10.1	6.7	3.4		
76	22.0	4.1	3.2	7.7	14.7	11.5	12.0	1.9	19.1	3.9		
77	18.2	4.4	4.6	8.6	17.8	16.3	9.5	3.3	11.2	6.1		
78	14.9	4.4	4.1	8.6	19.8	17.5	8.6	2.7	14.2	5.1		
79	3.2	3.6	1.8	13.6	37.4	19.3	5.2	1.2	11.3	3.5		
80	15.5	3.6	2.3	11.7	23.0	14.4	14.2	1.0	10.8	3.4		
81	1.5	3.9	1.7	14.6	42.6	14.8	3.3	1.0	11.5	5.2		
82	2.1	3.5	2.7	15.3	1.1	14.3	37.8	6.4	13.5	3.5		
	總類	哲學	宗教	自然科學	應用科學	社會科學	文學	語言	史地	電腦科學	兒童文學	其他
83	1.0	3.6	3.5	5.5	6.8	7.4	3.3	15.2	2.9			50.9
84	0.9	2.9	4.3	5.7	8.0	8.1	3.6	15.1	3.7			47.8
85	0.7	3.4	4.5	6.8	9.9	8.2	3.3	15.0	3.6			44.6
86	0.8	3.9	5.4	7.2	12.0	9.8	3.4	16.8	4.7	33.8	1.5	0.7

資料來源：根據以下二手資料，計算得出：林呈潢、劉銀春，1989：175-179；中華民國八十二年出版年鑑，1993：35；中華民國八十三年出版年鑑，1994：838；中華民國八十七年出版年鑑，1998：132。

註：各分類數據採小數點後 2 位四捨五入計算，總合約略等於 100。

二、書籍需求面

書籍需求面，主要涉及消費者購書能力的變化與閱讀人口增減兩大因素，只要其中一項因素成長，對圖書需求的增加即會提高，促使圖書出版產業針對書籍需求面的變化產生對應之改變。

(一) 消費者購書能力的變化

表 2-2 可知，民國 60 年代以前，民眾平均國民所得不高，文化消費非民生必要性消費，因此所占比例均不超過 10%。以民國 55 年為例，平均國民所得低於 1 萬元以下，民間消費結構調查中，娛樂消遣教育及文化服務費所佔比率為 6.27%，即每人平均一年花費 627 元於娛樂消遣教育及文化服務方面。根據家庭收支調查報告，民國 55 年平均每人書報雜誌文具花費只有 16 元，可見當時消費者在所得不高的情形之下，購買書籍的比例與花費相當地低。民國 57 年一本 200 頁的書約 20 元(隱地，1988a：24)，假設書店以 9 折賣出，每人平均一年大約只購買一本書。整體而言，民眾受限於所得不高，購買書籍的動力不足，使得新書出版販售市場並不熱絡，二手書、舊書攤反而成爲學生與民眾購書的主要場所。

民國 60 年，平均國民所得已超過 1 萬元新臺幣，雖然文化消費比例仍屬於個位數值，因爲所得金額總數的提高，因此文化消費金額實際總額增加，書籍購買費也隨之提升，民國 60 年，每人平均書報雜誌文具花費金額爲 25 元，至民國 65 年增加至 113 元。民國 70 年代，平均國民所得增加，同時娛樂消遣教育及文化服務費比例也增加，以民國 70 年爲例，平均每人每年花費近 2 萬元於娛樂消遣教育及文化服務的相關活動之中。每人平均書報雜誌文具花費約近 500 元左右。民國 80 年代，平均國民所得突破 2 萬元，每人平均書報雜誌文具花費也超過 1 千元。旺盛的消費能力，使圖書出版業得以獲得充沛的資金。

表 2-2：平均國民所得、娛樂消遣教育及文化服務費與平均每人書報雜誌文具花費統計表

民國	平均國民所得 (新臺幣)	娛樂消遣教育及文化服務費 (%)	平均每人書報雜誌文具花費 (新臺幣)
40	1407	6.09	
45	3296	5.54	
50	5666	5.45	
55	8848	6.27	16
60	16407	8.11	25
65	39559	8.77	113
70	89868	12.8	364
75	137992	14.27	486
80	219637	16.26	1058
85	333948	17.27	1320
90	393447	19.28	

資料來源：國民所得年刊 92 年 9 月：12、17；中華民國 80 年統計年鑑：366；
中華民國 82 年統計年鑑：374。臺灣省家庭收支調查報告：70 年：
156；75 年：277；80 年：277；85 年：256

表 2-3：平均國民生產毛額統計表

民國	平均國民生產毛額	民國	平均國民生產毛額
40	1493	70	98179
45	3502	75	151148
50	6078	80	240909
55	9480	85	364115
60	17730	90	435321
65	43033		

資料來源：國民所得年刊 92 年 9 月：12；中華民國 80 年統計年鑑：365。

(二) 閱讀人口的增減

閱讀人口的增加，最直接的原因即受教育人口的增加，民國 57 年，義務教育的推行，使得台灣文盲率下降，受教人數快速上升，有能力閱讀中文的人口增加。分析圖 2-3 與圖 2-4，可以發現學齡兒童就學率從民國 40 年起，快速的增加，民國 65 年學齡兒童就學率已經超過 99% 以上。同時，國小就學人數也不斷的攀升，與民國 40 年相比，民國 60 年學生總數增加約 150 萬人左右，教育的推行，最少達到培養人民有閱讀書籍能力的目標。分析圖 2-5，可見從民國 50 年為起點，國中人數快速的成長，民國 57 年實施九年國民義務教育，成長的幅度相當大，民國 55-60 年，增加率約 46.2%。國中生除了在學校內接受教育之後，課外時間、同儕之間交換書籍閱讀的機會增加。

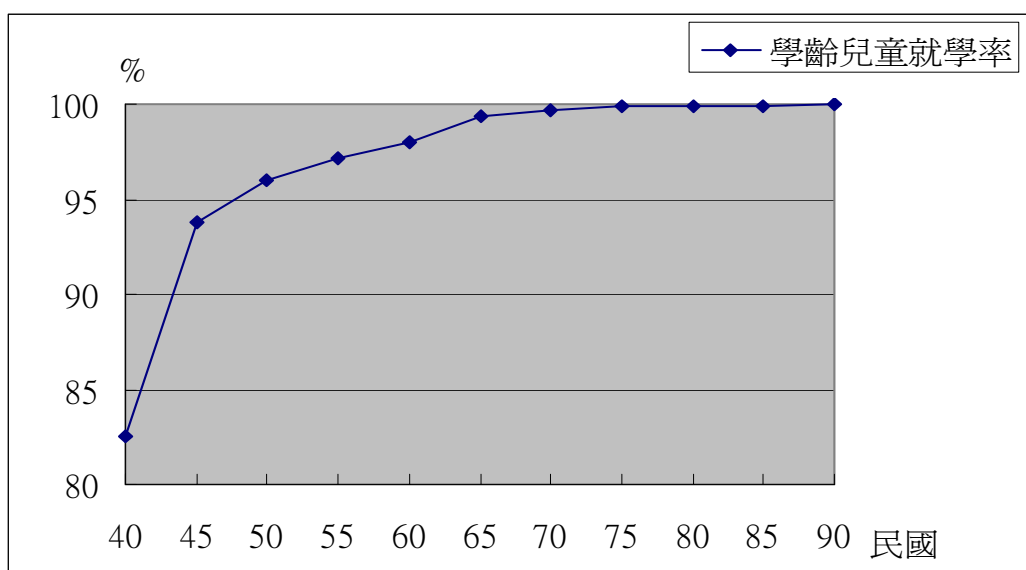


圖 2-3：學齡兒童就學率

資料來源：中華民國 93 年統計年鑑：66 中華民國 75 年統計年鑑：322。

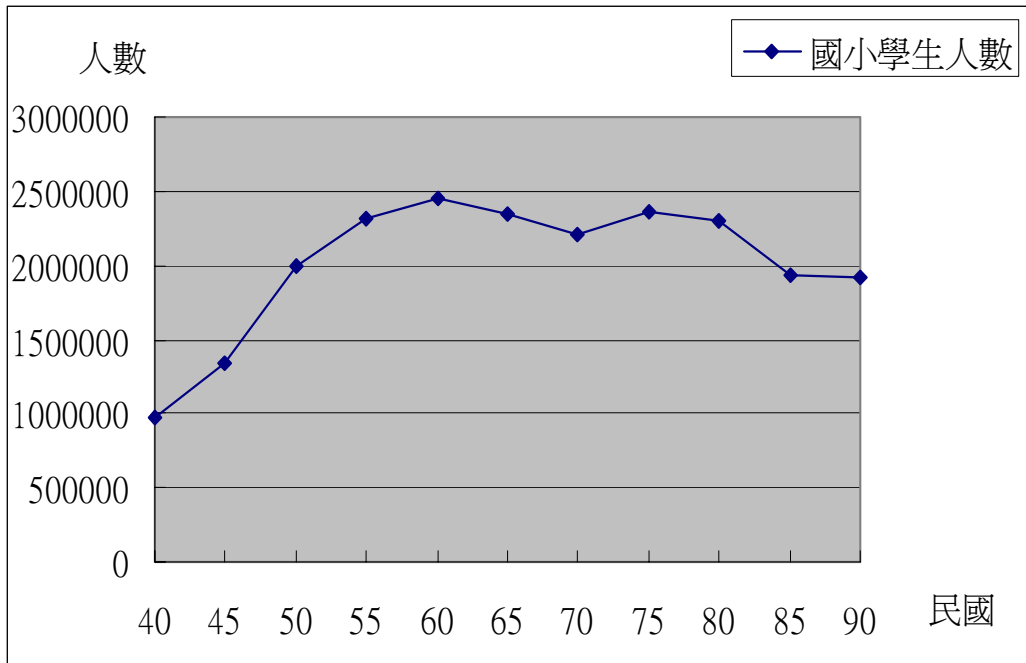


圖 2-4：國小學生人數統計圖

資料來源：中華民國 80 年統計年鑑：153；中華民國 90 年統計年鑑：64。

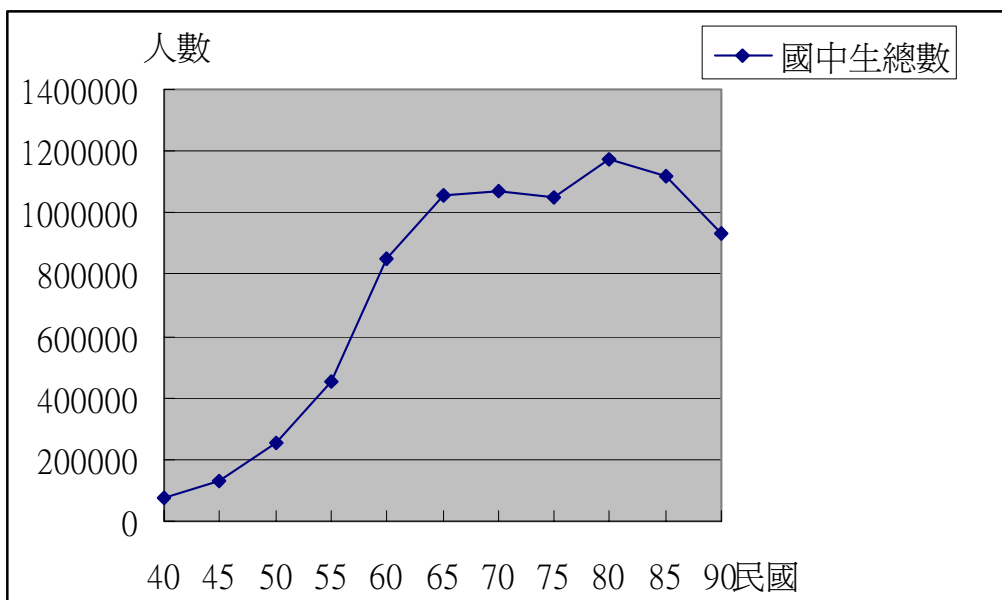


圖 2-5：國中生人數統計圖

資料來源：中華民國 80 年統計年鑑：155；中華民國 93 年統計年鑑：65；中華民國 72 年統計提要：713。

民國 60 年代，受教於完整中文文化教育系統的第一批大學生進入社會謀職，高素質人力資源為臺灣各項產業注入新血。高素質人力除了改變各產業的運作與產能之外，大專學生在求學期間與畢業之後，吸收相關專業知識的需求，形成新的圖書出版需求。從圖 2-6 可知，以民國 50 為基準，民國 70 年大專人數增加 285000 人左右，從 40 年開始至民國 70 年為止，每年累積的人數已超過百萬人，大學培養的高素質人才進入社會各個行業，帶動產業發展之餘，數量龐大的專業人士足以支撐各專業書籍市場的生存。

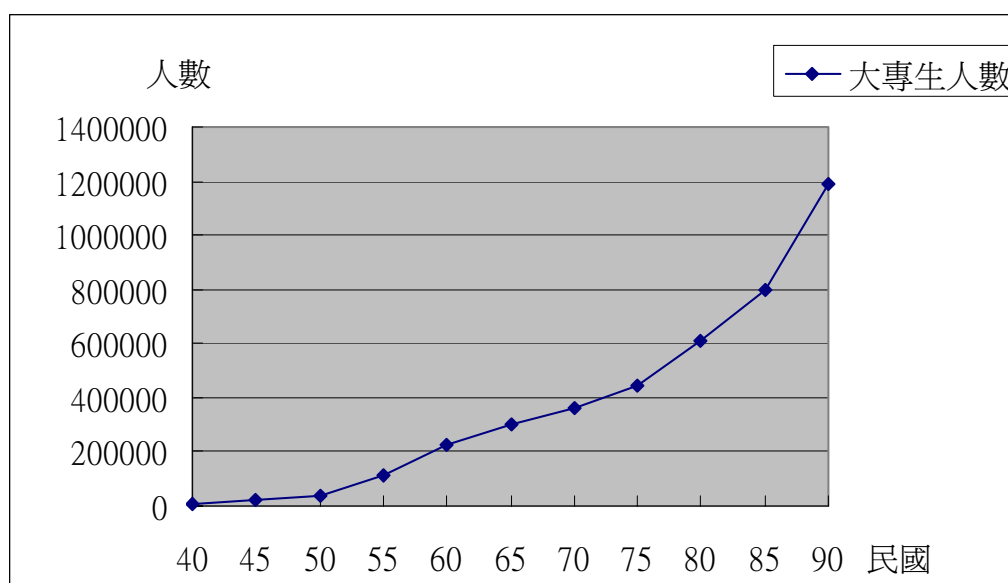


圖 2-6：大專學生人數統計圖

資料來源：中華民國 80 年統計年鑑：161；中華民國 93 年統計年鑑：67。

以上分析臺灣整體閱讀人口情形之後，進一步地分析各類型閱讀人口的成長狀況，分析圖 2-7¹，可以發現，從民國 60 年代開始，成長最為明顯、人數最為眾多的屬於第三類行業，根據中華民國統計年鑑的產業分類標準，第三類行業是唯一隨著時代演進，不斷分化的行業²，成為民國 90 年代社會的主要勞動力。從事第三類行業的工作人員，大致可以化約為服務業、金融業、科技業為主，此類型的圖書閱讀人口，為時代發展衍生下的新讀者，其人數的大幅增加與強勁的消費能力，改變了圖書出版產業需求面，進而影響圖書銷售端的組織結構，民國

¹ 第一類行業：農、林、漁、牧、狩獵業。第二類行業：礦業；石採取業；製造業營造業；水電燃氣業。第三類行業：商業；運輸、倉儲及通信業；金融、保險、不動產及工商服務業；社會團體及個人服務業。

² 民國 87 年以前分四類，民國 88 年開始依新標準劃，分成九大類。服務業分化為三類，零售與餐飲服務、金融保險與不動產業皆分開計算，新增：文化運動與休閒類、專業科技與技術服務類(出版年鑑編輯委員會，2004：40)。

70年代開始，書店的經營形態與立地位置的選擇有了革命性的變化。

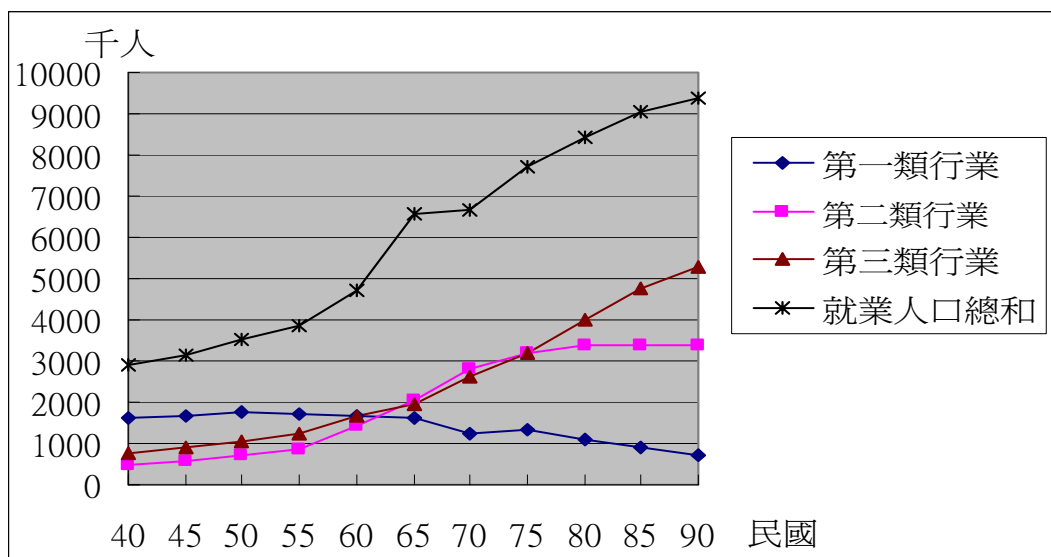


圖 2-7：各類就業人口統計圖

資料來源：中華民國七十五年統計年鑑：292；中華民國 93 年統計年鑑：40-43。

綜合以上圖書供應面與需求面的變化，大致上可以發現，每個時代都具有各自的特色，可能在出版社數量的變化、新書出版數量、或是書籍雜誌文具消費金額的多寡變化等等方面有其關鍵性的轉折，大致以每十年為一個階段，因此接下來以每十年作為討論的單位，探討影響臺灣圖書出版產業發展的因素，分析各因素對分工流程中的三大環節或其下的分支單位發揮何種影響，進而呈現以上的臺灣圖書出版產業之整體變化。

相異的圖書類型各自擁有特定的產銷分工流程，為了解不同因素對不同的圖書分工流程產生的影響力，本研究首先將分歧的圖書種類加以分類，採取「閱讀者購買書籍目的」作為畫分標準，可將圖書分為兩大類：一般書籍與教科書兩類³。以此作為以下討論的基礎。

第二節 影響臺灣圖書出版產業發展的因素

臺灣圖書出版業的變化，與社會經濟、國際局勢等大環境的改變密切相關，根據廖梅馨(1999)的研究，大致可歸納出四個影響因素：法令、經濟、科技、外在環境，四大因素對圖書出版業的影響層面與程度各有不同。因此，以下分別探究上述四個因素對圖書出版流程的影響：

³ 教科書：購買目的為學校上課使用教材。一般書籍：購買目的不一，非學校上課使用教材。

一、法令

臺灣政治從專制戒嚴，逐漸走向民主開放，威權統治之下，任何產業發展都必須受制於政府。圖書出版產業屬於文化範疇，影響人民的思想與作為，成為政府管制的重點，著手掌控圖書出版產業的上游—圖書製作，達到嚴密監控整個產業的目標。

(一) 一般書籍

圖書製作最重要的環節即—書稿來源與出版社，是以多數的出版相關法令，皆是以書稿、書籍內容、與出版社發行人作為規範的重點，其結果間接影響下游銷售市場的變化。圖書出版產業逐漸發展健全之時，政府也開始著手介入下游的銷售端管理。法令規定很少只侷限於某一個出版單位，大多同時涉及多種出版限制，因此以下分別論述各法規主要的影響層面，就書籍內容、出版社發行人資格、書稿來源與銷售端管理等方面作為討論。

1. 圖書內容

民國 38 年，政府公佈「戒嚴法」，凍結人民部份的自由與權利。圖書出版業也受到波及，為控制人民思想，防止散播不利於政府言論的可能性；民國 52 年制定「臺灣地區戒嚴時期出版物管制辦法」；民國 59 年修定「臺灣地區戒嚴時期出版物管制辦法」，不斷地藉由國家力量強制規範圖書出版內容，依據是否涉及國家機密、詆毀國家元首、內容妨礙社會制度與風俗為審核圖書出版的標準，使得圖書出版種類受到侷限。

除了藉由法令達到限制書籍內容等壓抑手段操弄圖書出版業的走向，另外依據執政者反共抗俄的基本信念，制定相關法令引導圖書出版產業朝向符合其需求的方向。對應於大陸文化革命，民國 55 年，政府推行中華文化復興運動，以復興傳統中華文化為己任，藉此宣揚位處臺灣的國民黨政府為中國政權的正統性，在此思維之下，大力鼓勵翻印中國古籍。民國 57 年，中央圖書館制定「善本圖書借印出版管理辦法」，開放中央圖書館所藏 16 萬 5 千餘冊之善本古籍，包括甚多的孤本、祕笈、手稿等為出版業者借印(聯合報，1969)，成為民國 50 年代圖書出版業翻印古籍的書稿來源之一。依照辦法規定，出版商必須免費贈送三十部給中央圖書館，作為外國圖書館交換圖書之用(林景淵，1995：12)。政府敞開書稿來源的寶庫，吸引了出版業者的目光。

民國 76 年解嚴之後，政治氛圍改變，個人傳記、政治祕辛、社會批判等皆成爲新的出版題材，政治控制的放鬆，使書稿來源與撰寫題材擴大，圖書出版內容更加多元化。新領域的作家趁勢而起，開闢圖書市場的新版圖。異於以往的新型態出版社竄出，搶攻新領域。政府強權控制力量的消長，間接影響出版社的競爭狀況與數量的變化。

在高壓與引導兩面手法的運用之下，臺灣圖書出版重心，隨之有所遷動。法令政策的鬆綁，反應在圖書分類上即可見到，表 2-1，民國 70 年代以前，主要以語文、文史哲等內容不易觸及法律規範之下的敏感性議題，爲圖書出版的主力。

除了各分類書籍出版比例變化之外，圖書出版數量亦呈現明顯的變化。分析圖 2-2，民國 50 年代後半期到民國 60 年代中期，是第一個快速成長期，10 年之間增加 6910 本，成長率約爲 75%，此現象與政府鼓勵翻印文獻古籍、開放中央圖書館藏書有關。第二個快速成長期爲民國 78 年解嚴之後，民國 80 年的出版量約只有 12000 本左右，到民國 90 年已爆增到 36000 本左右，十年之間圖書成長 3 倍。由以上分析可知，政策的開放與出版圖書類型重心的移轉、圖書出版數量的增加有密切的關係。

2. 出版社發行人資格

戒嚴時期，延續民國 19 年制定的「出版法」，直到民國 88 年廢止出版法爲止，雖然經 6 次的修定⁴，主要是進行內容的調整，但實質並無多大的改變，主要還是依據戒嚴時期訂定的「戒嚴時期出版物管理辦法」規範出版社發行人之資格。民國 76 年宣告廢除「臺灣地區戒嚴時期出版物管理辦法」，出版品管制回歸出版法的事後審查原則。文化檢查工作由新聞局取代警備總部(王乾任，2004：31-32)。解嚴之後，出版法必須進行修定，社會各界輿論認爲出版法在現有架構之下難以訂定合乎時代所需的法令，加上出版法的管理事項已有其他相關法令規範，因此民國 88 年立法院廢止「出版法」。

出版法大約分爲三大部份：登記、處罰、獎助。針對出版社發行人的資格與創立最低資金設限，作爲篩選的政治工具⁵，直至民國 86 年才廢除發行人資格。除此之外，對出版品內容亦多所規範並建立出版品的登記制度，只要政府當局認

⁴ 分別爲民國 24 年、26 年、41 年、47 年、62 年、86 年。

⁵ 民國 41 年、47 年，發行人無經歷限制，資金限制在新臺幣 6900-90000 元。民國 62 年，限制發行人必須具備曾爲期刊或出版社發行人，專科以上，三年以上編輯經驗三個條件之一。出版社註冊資本提高到 10 萬元新臺幣(辛廣偉，2000：30，75)。

為新聞出版業者有所謂嚴重違法行為，除可以罰款外，還可以撤銷登記，無疑是懸在出版業者頭的一把利劍。出版法的限制，影響臺灣出版社的成長數量與編輯編撰圖書內容的自由選擇性。

見圖 2-1，民國 76 年解嚴之後，民國 80 年代，出版社家數增加的情形開始進入飛快的成長期。快速增加的情形到民國 90 年已達到 7810 家出版社，民國 80-90 年，短短十年之間增加了 4300 家左右。出版法的廢除，明顯地影響臺灣出版社家數的成長。

3. 書稿來源

書稿來源除了自行撰寫之外，最主要的來源即翻印大陸時期的舊作或是外國作品，臺灣圖書出版界因兩岸政治對立的特殊歷史背景，使得翻印大陸時期舊作成為禁忌。因此分別就大陸書籍或西文書籍兩大書籍類型書稿來源加以論述。

(1) 大陸書籍

民國 38 年，臺灣進入戒嚴時期，根據戒嚴法的規定之下，民國 40 年制定「管制匪報書刊入口辦法」⁶，限制一切的大陸書籍進口與再出版，此一作法直到民國 76 年解嚴才告終止。解嚴之前，若想要獲得大陸出版品作為書稿，只能經由第三地—香港轉運至臺灣，形成臺灣圖書出版產業早期因書稿不足，作為翻印書稿的樣本書籍大量由香港轉口的分工流程。

民國 76 年解嚴之後，針對大陸出版品，展開不同的對應態度，開始修定相關的法令，民國 76 年制定「出版品進出口管理與輔導要點」，大陸出版品得以學術研究等專業需要輸入臺灣，並且限制某些類別的大陸出版品⁷，才得以向新聞局個案申請核准之後，以繁體字版發行，此項規定擴大臺灣出版的書稿來源，出版社開始思索與大陸作家、出版社合作的可能方案。民國 77 年新聞局訂定「淪陷區出版品、電影片、廣播電視節目進入本國自由地區管理要點」，仍是沿襲前面法規的內容，但有條件准許民眾將大陸出版品帶至臺灣，使得民眾開始思索，是否能利用個人前往大陸採購書籍的方式，將簡體字書運回臺灣，經營販售簡體字書籍的書店，衝擊原有的臺灣書籍銷售環境。另外，取消出版範圍的限制。民國 81 年施行「臺灣地區與大陸人民關係條例」，兩岸文化交流有了正式的法律依據。民國 82 年依據「關係條例」訂定許可辦法，再依許可辦法制訂作業要點，

⁶ 規定未經事前核准的匪偽書報刊物一律不准進口，且不允許臺灣圖書出版大陸作者的作品。

⁷ 有關科技、藝術及史料文獻或反共言論的出版品。

為大陸地區圖書進入臺灣地區做公開展覽活動，提供了法令依據。由此，雙方文化交流更便利(許秋煌，1995：7-8)。兩岸的交流日漸頻繁之下，發現臺灣、香港、大陸三地各有不同的優勢，因此展開合作又競爭的模式，共同進占華文出版市場。面對外地競爭壓力，促使臺灣出版社重新思考自身的定位與競爭力，趨動出版社勢力版圖的移動與重組。民國 92 年，實施「大陸簡體字大專學術用書來臺辦法」，使得簡體字專賣書店成為合法事業，新添臺灣書籍銷售管道的種類。

(2) 西文書籍

無論是臺灣地區戒嚴時期出版物管制辦法、善本圖書借印出版管理辦法或是出版法，主要著重於書籍「內容」的規定，很少單純針對書稿「來源」作限定，因為臺灣出版界延續大陸時期已制定的著作權法，自光復以來即採取註冊主義⁸，間接的迫使出版社將出版品送交政府審查，以獲得政府公權力的保障。使得臺灣出版界一直以來，並不在意於書稿來源是否經過原創作者的授權，埋下臺灣出版界盜印盛行的弊病。

出版業者也自然地將此思考邏輯套用於西文書籍之上，此舉在外國人眼中視為侵犯原出版者的出版權利與原作者之著作權，迫使政府展開一連串的著作權法的修訂。民國 48 年，擴大外國著作申請條件⁹，並制定相行政命令、措施，限制翻印西書的出口¹⁰；民國 74 年著作權修定成為「創作主義」，但外國著作仍屬註冊主義；民國 82 年通過中美著作權保護協定及著作權法修正案，所有圖書均採行創作主義和開放翻譯權。造成臺灣出版事業書稿來源取得上的法律與行政手續問題，爭取授權成為民國 80 年代之後，出版社重要的業務，支付外國版稅也加重了出版社經營的成本。出版業者在衡量西文書市場大小與經營利潤之下，冷僻、小眾的西文書籍很容易因此而不再進口，造成大學教科書市場的供需失衡。

無論是大陸出版的中文書，或是西文書，書稿來源主要都是由外地購入。此舉卻在特殊的時代背景之中，成為一種變相的「特權」。起因於戰後臺灣金融情勢甚為混亂，主要是物價急遽上漲而起，如民國 35 年，較其上一年激漲 2.63

⁸ 依循民國 17 年制定的著作權法「註冊主義」原則，未經著作權註冊主管機關審查的著作不予註冊，不受著作權法的保護。

⁹ 將著作權法細則中的「外國人有專供中國人應用之著作物時得以依本法申請註冊，前項外國人以其本國承認中國人民得在該國享有著作權者為限」，改為「外國人著作物，如無違反中國法令情事，其權利人得依本法聲請註冊」(辛廣偉，2000：64)。

¹⁰ 民國 50 年將翻印西書列為出口管制名單；民國 52 年，引用「懲治走私條例」，增列縣市警察機關取締翻印的權力與加重對翻印者的處罰規定(辛廣偉，2000：64)。

倍，再至民國 38 年，更擴大為 34 倍(王景祥，1970：138)。嚴重的經濟膨脹不僅造成整體經濟運轉的問題，並為社會帶來重大的不安。在此金融環境之下，政府必須針對有限的金錢作合理分配，同時防止金錢的外流，由外地購入書籍的想法自然被政府所阻擋。政府首先於民國 38 年 6 月 15 日宣布實施幣制改革¹¹，並管制外匯¹²，期望改善金融體制。民國 40 年之後，波動逐漸趨於緩和。在管制外匯的政策之下，原本每一家書局都能自由購買外國書籍的情形，變成只有擁有外匯牌照的書局才能進行書籍的進口事業，無形之中減少臺灣金額外流的數量。控制牌照政策在民國 40 年代、50 年代書稿不足，中文書籍缺乏的時期，造成少數書商壟斷書籍供應的上游市場，箝制圖書出版業下游的零售通路。此現象持續至民國 83 年，政府開放每個人都能自由訂購外國書籍刊物(章倩萍，1994)，外國書籍的經銷不再為少數業者所壟斷。民國 82 年修定的新著作權法，規定「禁止真品平行輸入」，即未經著作權人同意，不得自行進口水貨產品在臺銷售，嚴重造成從事進口西書業者經營成本的提高。

4. 銷售端管理

政府早期側重控制上游書籍製作環節，隨著經營的發展，政府亦欲掌握下游書籍銷售環節。民國 75 年，要求所有書店業者全部使用開立發票的收銀機，未經核定的書局也得採用(聯合報，1986)，藉由營業稅的繳納機制，強迫每一家書局都必須向政府登記，將書局納入國家管制控制之中。民國 77 年，零售階段的加值營業稅，從外加改為內含，各家書局對於此採取不同的對應方式(民生報，1988b)。可見營業稅也間接造成書價混亂的局面，影響圖書銷售市場的運作。

法令主要影響圖書產業供應面，即書籍內容、出版社發行人、書稿來源等上游環節，隨著時代的轉變，影響的層面和範圍各有改變。下游的銷售端則在較為晚期受到政府的管理。在以上游為主導力量的圖書出版產業早期發展歷程中，法令對圖書出版產業的影響力量較為明顯。

(二) 教科書

教科書主要是以學生在求學過程中，必須使用到的教材為本文討論的主題。教育為塑造思想模式的重要方式，政府成為教科書發展的主導力量。民國

¹¹ 民國 38 年 6 月 15 日公佈「臺灣省幣制改革方案」與「新臺幣發行辦法」，舊臺幣 4 萬元折合新臺幣 1 元(于宗先、王金利，1999：106-107)。

¹² 民國 38 年 6 月頒佈「臺灣省進出口貿易及匯兌金銀管理辦法」，民國 39 年 12 月 19 日，實施外匯審核制度，控制外匯需求(于宗先、王金利，1999：103-104)。

30 年代，戰後一片狼籍之中，著手將中國文化重新導入經過 50 年日本文化洗禮之下的臺灣，政府面臨著語言轉換與教科書不適用的問題。

民國 40 年代，因為國民黨政府遷至臺灣，視教育為培育民族精神的重點所在，組織「教科書編輯委員會」，介入教科書出版編輯事業，逐步將教科書收歸國家控制之下。民國 57 年，推行九年國民義務教育，教科書編撰國有化達到巔峰，國中以下所有教科書全部收歸國立編譯館編輯。民國 76 年解嚴，教科書編輯在政治自由的風氣影響下逐步開放，民間出版業者能夠自由進入教科書市場。民國 78 年為起點，直到民國 90 年政府完全退出教科書市場。教育部的角色為原則性規範與指導，不干涉教科書市場的運作。

義務教育影響的層面，最直接可見的即為學生人數增加，圖 2-3，學齡兒童就學率於民國 60 年已達到 98%，之後皆維持在 99% 接近 100% 的比例。圖 2-5，國中人數從民國 55 年開始，人數快速增加。因人數增加所帶來教科書市場的擴大，使教科書成為出版業者眼中穩賺不賠的市場。不僅如此，社會上整體閱讀人口的增加，間接影響一般書籍的銷售數量與出版種類。高等教育的推行，於民國 60 年也開始展現其影響力，一部份高知識份子進入圖書出版業，帶進新的知識、活動與創意，迥異於以往的思維模式，扭轉了圖書出版產業供銷分工流程的樣態，引爆圖書出版產業朝向現代化經營的進程。

二、經濟發展

經濟的發展，最主要的影響即是書籍需求面的強勁增加，圖書出版產業直接獲得消費者的金援之下，得以從事異於以往的出版計畫，趨動圖書出版產業的運作模式與分工流程的改變，對圖書出版產業各個環節帶來不同的影響，分述如下：

(一) 出版社內部分工

從民國 60 年代開始，民間購買書籍的能力逐漸增強(表 2-2)，刺激出版社更加積極地推出新書，出版社不再需要考慮書價是否太貴而無法銷售的問題，只要文案吸引人、書籍內容有可看性，就有市場潛力。在此局勢之下，編輯的責任更為重大，必須以新的思考與創意博得消費者的青睞。編輯職位在產業分工需求之下，依負責的工作內容分工，形成編輯群團隊，藉由分工合作的方式完成一本書籍的編輯工作。

(二) 書籍編製與行銷

經濟條件的好轉，消費者購買力提高，促使新書出版量從民國 60 年開始，以每年近萬本的速度出版(圖 2-2)，消費者面對的是茫茫書海，選擇機會遠超過於以往。吸引消費者的目光成爲出版業者新的課題，書籍型式、內容、編排、印刷，都異於以往的新型態出現，散文與短篇小說、套裝、插圖、彩色印刷、照片應用、一律穿線裝訂成爲主流。除了書籍必須身具吸引力之外，還必須再施以強力促銷，提高書籍的能見度，出版社開始利用廣告預告新書出版，正式推出之後舉辦新書發表會、座談會、讀書小組、促銷方案的實施，經由各式媒體的運用，不斷地提高書籍的曝光率，一切的努力只有一個，讓讀者相信書籍的價值性，進而掏錢將書買下。

(三) 新閱讀人口的出現

新書大量出版與政策的開放和消費者購買力上升有關，然而，要決定出版那一類型書籍的問題，必須回歸到：誰會買書？除了繼續耕耘舊有的出版種類之外，隨著時代的變遷，產生那些新的閱讀需求，那些人的閱讀需求無法由現今供應的書籍獲得滿足，潛在的閱讀人口即是出版業者必須積極挖掘的新領域。分析圖 2-7，敏銳的出版業者察覺第三產業爲三大產業之中最有潛力，且逐步成長的產業，未來即將成爲臺灣主要勞動人口，圖書出版產業過去長遠以來幾乎未曾專心針對第三產業的需要提出專業性的出版計畫。民國 70 年代，時機成熟之後，出版產業開始大力搶占這塊新市場。分析表 2-1，可見與第三類行業相關的分類書籍：應用科學類、社會科學類¹³，從 70 年代開始成爲出版分類比例位居前二名的現象。反映了經濟發展產生新閱讀人口，改變出版社的出版方向與重心。

(四) 生活節奏的改變

從圖 2-7 可看出，臺灣勞動力從民國 60 年開始，逐漸以第三類行業爲主，金融業、服務業工作時間較長，快速、專業的服務態度與知識是工作的必要條件，生活節奏加快，分秒必爭成爲現代化社會的表徵，個人的時間分配開始重整，生活作息的改變，進一步牽動消費者的購書行爲與閱讀書籍內容的選擇。臺灣經歷都市化、工業化的過程中，詹宏志(1986a)認爲人際關係原本依循的家庭、宗族、鄉里的人情聯繫瓦解，必須尋找新的維繫方式，以維持社會經驗的齊一性。反映

¹³ 應用科學類包括醫藥、農工、礦冶、家事、製造及經營管理。社會科學類包括統計、教育、社會學、文化人類學、禮俗、經濟、財政、金融、政治、與軍事學(林呈漢，1988：37)。

在書市上，就更有集中性書籍消費發生(詹宏志，1986a：212)。暢銷書、排行榜等推薦性行銷順應時代需要而生。

(五) 各種媒體的興起

民國 50 年代廣播盛行(陳銘璜，1987：26)，表 2-4，可見民國 60 年電視逐漸興起，直到民國 70 年代電視成爲家庭必備品。民國 90 年代，家庭電腦普及率已經達 50%。各種媒體的興起使人們擁有更多接受資訊的管道，書本，不再是唯一承載知識傳播功能的工具。閱讀行爲隨著新媒體的出現、對知識本質的重新定義、知識的傳遞方式、對知識的渴求速度……等等議題的重新定位，開始有所改變，書籍不再是人們求取知識的唯一選擇，此現象反映於購書行爲，帶來銷售成績不佳，大量的回頭書、庫存書成爲圖書出版產業中永遠難解的問題。時代的流動，迫使出版產業重新思考什麼是出版產業的核心價值？「書籍」的本質到底是什麼？出版產業生存的价值即是「知識的傳播與傳承」，紙本書因爲易於攜帶與製作，成爲人類長遠以來習於使用的文化載具。出版產業開始思考新時代的文化載具爲何？企圖揉和現代科技，思考現代社會生活需要的新型態書籍。書籍零售通路也開始思考，如何將新型態的知識產品推廣，使消費者接受，企圖開創新的銷售模式。

表 2-4：家庭主要設備普及率(收錄音機、彩色電視、電腦)

民國	收錄音機	彩色電視	電腦
60	...	23.5	...
65	31.52(66 年)	74.2	1.5
70	46.82	77.9	6.4
75	58.98	94.4	13.6
80	74.08	99.2	9.6
85	...	99.3	22.6
90	...	99.3	50.9

資料來源：中華民國 93 年統計年鑑：35；中華民國 88 年統計年鑑：46。

三、外在環境

臺灣長久以來與國際關係互動密切，圖書出版產業亦無法免除於國際局勢變化之外。國際情勢等外部因素對圖書出版產業演變的作用力，與臺灣法令、經濟等內在環境因素相比，主要以「間接」的方式呈現，以下分別討論影響臺灣出版產業的重要事件：

(一) 戰爭

民國 39(1950)年，韓戰爆發，美國基於協防臺灣安全的立場，大批美軍進駐臺灣，短時間湧進大量的西文閱讀人口，許多美國大兵除了上酒吧，到書店購買廉價英文小說、唱片寄回戰地或美國，也成為他們重要的活動。此舉刺激圖書出版業者大量的翻印西文書，主要以小說類及一般性書籍等英文暢銷書為主，造就民國 40 年代起，西書翻印風氣的盛行。民國 50 年代，越戰爆發，許多美軍來到臺灣度假，湧入另一波西文閱讀人潮。民國 60 年代，隨著中美斷交、戰爭結束、美軍撤離，消費者流失的情況之下，西文出版社門市的經營開始由盛轉衰。

出版業者一窩蜂翻印原文書的行為，為業者帶來不少的利潤，許多西文書店也以此起家，如敦煌書局(陳英姿，2002)。民國 82 年以前，臺灣著作權採取註冊主義政策，西書業者大量翻印西文原版書的舉動，於臺灣本地合法，卻觸犯了國際著作權法而不自知，甚至明知違法也不以為意，臺灣卻也因此蒙上國際盜版王國之名，埋下日後出版業者不易取得外國出版業者的信任，爭取授權翻印外文書籍的困難度提高。

另一項影響，西書的大量翻印，價格低廉並回流至美國，進而影響美國圖書出版業者利潤。在美國民間業者的強力要求之下，美國政府開始以美援、軍援為籌碼，對臺灣政府施壓，臺灣著作權法也因此展開一連串的修定過程。

(二) 國際漢學研究

二次世界大戰之後，東西方意識形態的對立，中國在二次大戰後成為東方共產主義的大國，基於知己知彼的外交、戰略需求，美國政府斥巨資在各大學成立相關中國研究學系，興起對亞洲事務關心的風潮，欲深入研究中國文化，國際漢學研究也順勢轉移至美國，漢學家成為美國對華外交政策的諮詢者，甚至是政策制定者。

二次大戰後，中共對外採取封閉的外交政策，使外國人難窺其貌，民國 55 年，大陸國內爆發文化大革命，雙重事件之下，使得外國研究機構無法取得相關漢學研究文獻資料，遂將目光轉移到以中華傳統文化保護者為自任的臺灣。臺灣圖書出版業從戰後至民國 50 年代，經過十幾年的努力，逐漸恢復獨立出版圖書的能力，累積的資金足以支撐出版社從事大規模的出版工作，同時中央圖書館開放藏書作為書籍出版的書稿來源，在書稿來源與外國市場需求兩者相互配合之下，造就出版業者大肆從事中國傳統古籍翻印的現象。民國 60 年代的文學、史地等書籍，除了臺灣政治因素之外，外國市場的需求之下，三者的出版比例大致

都維持在 40%左右(表 2-1)。

(三) 國際經濟不景氣：石油危機

1973-1975，發生國際石油危機，引發全球經濟的衰退，改變全球的貿易版圖，各國也紛紛開始檢討對外貿易政策，思考未來的走向與對策。美國從高度成長的經濟形態，陷入貿易入超及財政赤字的泥沼，在巨大的經濟收益落差之下，美國的貿易政策出現巨大的轉變，由積極的貿易自由政策轉向貿易保護政策。以 1974 年制定的貿易法¹⁴為代表的美國貿易保護法律體系，成為美國保護自身利益的有利武器，對世界貿易和法律產生重要影響(張偉明、曹培忠、周艷波，2003)。臺灣翻印西文書的現象，自然成為美國亟欲解決的要務之一。國際經濟的不景氣，間接觸動臺灣著作權法的修定。

石油危機不僅間接衝擊臺灣西文書市場的運作，更直接的影響為導致出版業缺紙、紙價高漲，裝訂印刷費大增的出版危機，造成許多出版社倒閉，或採取減少出版品數量的措施，度過艱難的時段。民國 65 年，國內推動大型國家建設，藉此提振國內經濟的方式，同時國際景氣開始復甦，臺灣出版業開啓成長期(王乾任，2004：29)。

四、科技發展

科技的發展—此處主要是指電腦的使用，改變了圖書出版業的分工流程，從上游生產，到下游零售端無不因為電腦的介入，改變了原有的經營方式。電腦帶來最大的影響力，即「管理」事務能力的強化。最早的作用力發生於上游圖書製作端，民國 71 年，出版界已逐漸有電腦打字、電腦排書出現(出版年鑑編輯委員會，1984：287)，民國 77、78 年，電腦排版成為印刷業主流(曾堃賢，1990：38)，電腦排版快速與易於修改的特性，壓縮鉛字排版廠的生存空間，至民國 80 年代，鉛字排版廠從圖書出版流程中消失。出版社內部自行吸納書籍排版的工作，減少以往書稿在出版社、排版廠之間來回運送花費的時間，出版社因此更能有效地控制圖書產製的時程，加快圖書出版的速度，同一時間之內能夠出版更多新書的結果，民國 80 年代新書出版數量更為驚人，進入快速成長期。除此之外，出版業者利用電腦管理出版相關業務，如帳目、讀者名單、書的版數、版稅等工

¹⁴ 其中的 301 條款最為有名，具體內容是一種非貿易壁壘性報復措施或者說是一種威脅措施。當別國有「不公正」或「不公平」的貿易做法時，美國貿易代表可以實施撤回貿易減讓或優惠等制製措施，迫使該國改變其「不公正」或「不公平」的做法(張偉明、曹培忠、周艷波，2003)

作，使得出版流程更能有效的掌握。

面臨更多的新書上市，負責物流環節的中盤商也開始引入電腦化管理，處理日漸增多的新書發配工作。自行發書的出版業者也引進電腦，發書單、贈書、結帳、庫存、帳目等等，全部由電腦代工，替出版社解決不少困擾(陳銘礪，1987：39)。

下游零售商—書店，面臨新書大量地出版，以人工管理書籍，從事圖書進銷存的工作相當不符合經濟效益，電腦化管理最大的優點即以最少的人力資源，達到完成進銷存書等複雜的書籍管理目標。書籍電腦化管理的第一步即書籍條碼化的實施，臺灣早已於民國 70 年向國際標準書號總部取得臺灣地區的出版地區代碼「957」，然而國際標準書號未受到出版業者的重視。民國 77 年行政院正式核備國立中央圖書館為臺灣國際標準書號權責單位，經過政府與業者多次的討論、磨合與共識之下，民國 78 年 7 月 1 日臺灣地區開始 ISBN¹⁵登記與核發號碼的第一步(林呈潢，1990：27-28)。ISBN 可用光學機器讀取光學識別用文數字集(OCR-A 或 OCR-B)來匯集出版資料，並達到銷售管理自動化的目的。至此，書籍成為可利用條碼管理的商品，與傳統人力管理相比，擴大書店經營者管理書籍冊數的數量，影響書店藏書的齊全性與擴大門市面積的可能性。電腦應用加上國際網路普及的背景之下，新興的零售書店通路—虛擬書店藉此興起。由以上圖書出版產業各環節的分析可見，圖書出版業從上游至下游皆蒙受科技所帶來的便利與效益。

圖書出版業的運作並非各環節埋頭苦幹即能獲得成功的運作模式，除了對本身條件有所考量之外，必須針對不同環節的情報、所傳達的訊息作立即性調整，才能適時作出正確的決定。掌握訊息成為電腦化社會的關鍵，電子資料交換(簡稱 EDI)在圖書出版產業中即扮演訊息傳遞的角色。

出版社利用 EDI 資訊技術，把新書資訊利用商品通告新品的方式，將資料以議定的格式直接透過網路傳給中盤與書店。書店的資訊系統透過轉換軟體可以直接利用在後續的採購、驗收、退貨等作業上，增加時效，減少事務性工作的成本。換句話說，可以利用電子文件交換，有效地解決出版事業行銷通路滯留問題(吳興文，1997：6-7)。

¹⁵ 國際標準書號(International Standard Book Number)簡稱 ISBN。是用來識別每一種書、每一套書或每一冊書，只是單純的一組號碼(林呈潢，1990：32)。

電腦應用所衍伸出的 ISBN、EDI 種種系統格式，無疑加快出版業自動化腳步。無法利用電腦作自動化管理的業者，面臨著被時代淘汰的命運。虛擬書店的興起，亦衝擊著實體書店的生存，改變消費者的購書行爲。

第三節 臺灣圖書出版產業的分工演進

法令、經濟、外在環境、科技等因素相互交雜的影響下，臺灣圖書出版業的發展，呈現出不同的分工流程。一般書籍與教科書因爲閱讀動機與市場區隔性明顯不同，因此各別述論兩者之發展。針對一般書籍與教科書在法令、經濟、外在環境、科技四個影響機制之下，不同年代展現相異之圖書出版產業分工流程。

一、民國 30 年代：

民國 34 年(1945 年)，臺灣剛經歷戰爭的摧毀，一切需要重建的環境之下，所幸日治時期臺灣出版業相當發達，日人撤離或戰爭的破壞並未摧毀其基礎，即使經過二二八事件，民眾的閱讀習慣並不因此而改變，成爲民國 38 年出版業由大陸移入之基礎(何義麟，1997：3)。經濟尙未恢復的影響，許多出版社無多餘資金得以從事出版，購書市場明顯衰退，供應與需求的積弱使得民國 30 年代圖書出版產業無力運作。

(一) 一般書籍

民國 36 年二二八事件發生之前，臺灣本地以出版雜誌刊物爲主，民國 35 年下半年起，陳儀政府下令一切報刊物品皆改以中文出版，除了政府的控制力施壓於出版業之外，經濟物價的波動對出版業的傷害最大，印刷成本和工資高漲，以致出版業者沒有足夠的資金從事中文圖書出版的工作，在此青黃不接的情形之下，中文圖書高度仰賴中國大陸的奧援。

臺灣新版書籍販售管道，出版社或書店門市是唯一的選擇，民國 30 年代的門市主要有三種出身：1.延續日治經營：蔣渭川的日光堂書店改爲三民書店，鴻儒堂、張紫樹的大陸書店(張錦郎、俞寶華，1983：52-53)。2.日人經營轉由臺灣人接續：新高堂書店改爲東方出版社，東都書籍臺北支店改爲東寧書店，文明堂書店改爲香華書館(訪-經營者 3)。3.大陸書局的分局：商務印書館、中華書局、世界書局、啓明書局以及正中書局等等。

出版社或書店門市販售的書籍種類與進書方式，因各家門市資源不同作法

有異。大陸老字號書局主要經營自家出版品和代理大陸中文圖書，從上海總局將書運至香港，利用海運送基隆，經貨運送到臺北(王雲五，1973：839；出版之友編輯室，1989：49；訪-經營者 1)；香華書館則由老闆自行至大陸批書回臺販賣(訪-經營者 3)；東方出版社則以收購等待遣返回國的日人藏書起步。文化書局從上海、廣州等地進口書籍(陳曼欣，1983：30、32)。大陸書局、鴻儒堂¹⁶依然保持販售日文書籍的作法。不論是何種方式，臺灣的書店就此納入大陸出版產業之中，成為新加入的一個零售點。民國 38 年，國民黨政府遷移至臺灣，中文書籍運送管道受阻，絕大多數的中文書籍已先行運至香港，因此香港成為臺灣最大的轉口中文書來源地。

民國 30 年代的書局或出版社，位居分工流程的「零售」地位，尤其扮演擔任「新書」零售的角色。報紙、雜誌等則由書報社負責，臺灣此時有兩大書報社：上海書報社以經銷流行歌曲為主。中國書報發行所以經銷上海、香港報紙為主，兼有大陸的雜誌。民國 38 年 6 月上海淪陷，才改以臺灣本地刊物為主(陳月雲，1981：231-232)。當時尚未管制外匯，所有的出版社、書局、書報社都可以經營外來出版品進口事業。戰後等待遣返回國的日人，拋售書籍籌措旅費，加上國民所得不高的特殊背景，舊書與二手書成為當時最主要的書籍交易市場，因為書籍價格便宜¹⁷。戰後初期的臺灣人民，深受日本皇民化政策的洗禮，多已無法閱讀中文書籍¹⁸，藉由購買日文書籍，閱讀日文書中的漢文知識以學習中文。

雖然民國 30 年代，臺灣出版業者能力薄弱，但還是有一些圖書出版¹⁹，主要是臺灣行政長官公署出版的政治宣傳類圖書，或地方政府出版的一些年鑑、旅遊指南。也有少數文藝作品單行本出版(辛廣偉，2000：26)。大陸老字號書局與東方出版社亦有出版一些工具書，新書銷售成績相當的不理想，以正中書局為例，至民國 40 年底，新書大概只有 15% 銷售量(臺北市文獻委員會，1988：25)。

(二) 教科書

民國 34 年，臺灣脫離日本殖民地系統，政權的轉移使得臺灣必須由日本教育轉換成中文教育，過程之中遭遇到語文轉換的阻礙，因此並不適用已於大陸編

¹⁶ 1936 年張紫樹創辦大陸書店。1937 年鴻儒堂成立於南昌街(張錦郎、俞寶華，1983：52-53)。

¹⁷ 一般中文進口書至少要 30 元，日文舊書只要 5 元或 10 元(何義麟：1997：7)。

¹⁸ 林敏生在其自傳中陳述，剛光復時許多小孩子不懂得說北京話，更遑論看得懂中文書籍(胡蕙寧，1994：59-60)。

¹⁹ 詳情可參閱國家圖書館採訪組 92/04/07 整理之網頁資料：臺灣光復初期(1945-1949)出版品書目(初稿)。<http://www.ncl.edu.tw/bbs/920609.htm>，2004/06/12。

定的教科書。故臺灣省行政長官公署教育處設「中小學教材編輯委員會」，民國 36 年改組為「編審委員會」，並且由從臺灣書籍株式會社改組的臺灣書店，專責辦理語文、史地科教科書之編印。民國 35 年，考量臺灣與大陸情形相差無幾之後，決議民國 35 學年起，國民學校教科書由國立編譯館²⁰統籌印製。民國 37 年，教育部修正公佈小學課程標準，短時期教科書無法改編完成的窘境之下，乃由臺灣省教育廳編審委員會自行修訂全部課本。

初、高中教科書則由臺灣省教育處教材編輯委員會選定教科書，委由出版書局將教科書從大陸運至臺灣，以供臺灣學子的需要。此時期教科書供應數量與時間並不穩定，曾使用前一學期的教科書解決供應脫節之急(吳正牧，1996：167-168)。

(三) 小結

民國 30 年代，除了少數政府單位出版一般書籍與國民學校教科書於臺灣本島自行出版之外，臺灣出版產業隸屬於大陸圖書出版業，位屬「零售」的一環。民國 30 年代的臺灣圖書出版業可以簡化為圖 2-8 所示，基本上是由書報社與零售書店、二手書市場所組成。

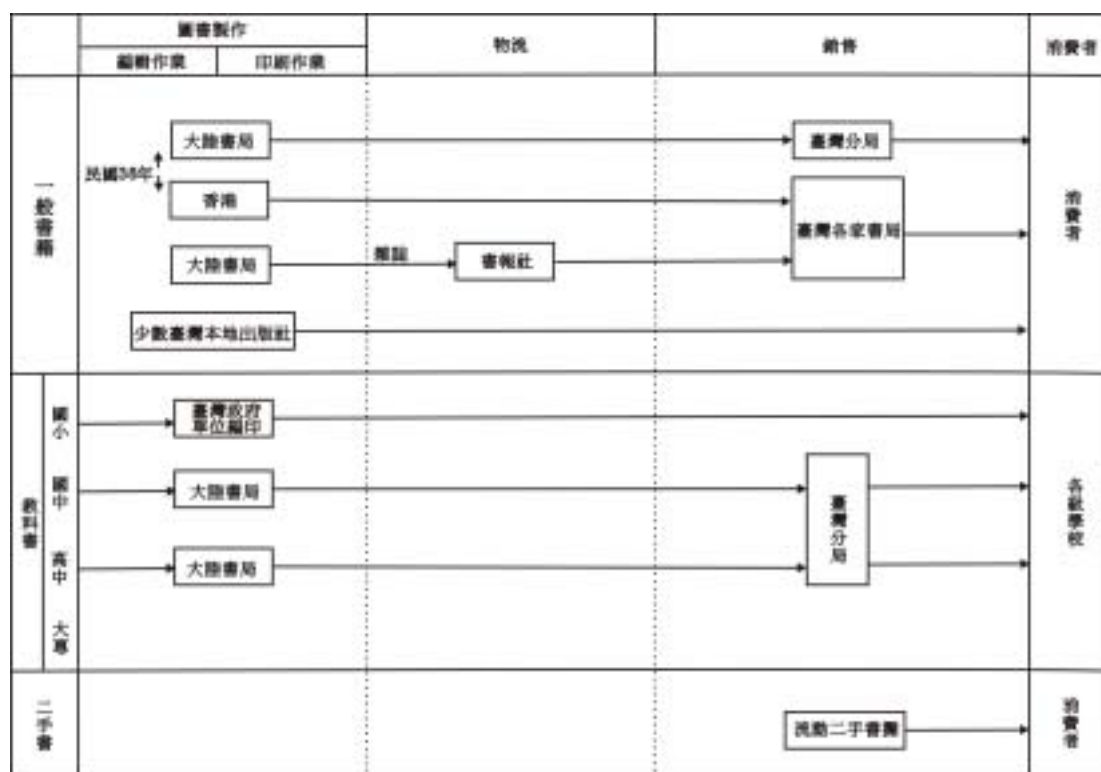


圖 2-8：民國 30 年代臺灣圖書出版產業關係圖

²⁰ 民國 29 年，教育部組織「中小學教科書編輯委員會」，負責編印中小學教科書。民國 31 年併入國立編譯館(吳正牧，1996：167)。

二、民國 40 年代

民國 40 年代初期，臺灣依舊仰賴香港地區進口中文書籍，據計在民國 41 年臺灣流通著四千至五千種中文圖書，卻僅僅 427 種新書出版自臺灣的出版商(邱炯友，1995：17)。民國 42 年，大陸政治浮動，原有民營出版業在一切商業收歸國有的政策之下，所有出版社改組成公私合營的機構，出版、印刷、發行分離的政策推行之下，書籍發行由出版社分離出來，由統籌合組的圖書發行公司負責(中華人民共和國新聞出版署，1999：19)，此項政策的執行，影響書籍進口到香港的管道，臺灣面臨嚴重的書稿短缺危機。時局的變化，成為臺灣圖書出版產業重新從事出版的契機。新版書籍市場上充斥著各式各樣的翻印書籍，然而，所得不高的經濟條件，牯嶺街等二手書攤成為民國 40 年代書籍交易最為活絡之地。

(一) 一般書籍

當時國家經濟尚不穩定，見表 2-3 可知，民國 40 年，平均每人國民生產毛額為 1493 元，身處於生產力薄弱的環境，圖書出版業者必須思考最佳出版的策略。不同的出版業者擁有的資源各不相同，採取的出版策略自然有異，共通之處在於：以最低的成本帶來最大的利潤。出版社所能控制的即稿費、版稅、編輯費，此三項工作的花費由書稿性質與來源所左右。因此根據書稿來源與種類區分各出版社的出版作業流程。

1、以樣本書籍為書稿

(1) 中國古籍與已在大陸出版之舊書

從大陸遷移至臺的老字號書局，擁有一些已在大陸出版的舊版書籍，書籍類型以文學、歷史、哲學等書籍為主。其他原於大陸為書店學徒或老闆至臺灣重操舊業，開設書店的老闆，多少亦帶一些書籍至臺灣，主要以國學、醫學、武學、中國古典小說等書籍為主，與老字號書局的主力書籍類型相異。

政治上，民國 38 年實施戒嚴，白色恐怖時期的政治氛圍，中國古籍符合政治安全的條件，不涉及敏感議題，不列於禁止出版項目。經濟上，翻印古籍與舊書不需給付稿費、版稅，亦不需重新編輯、排版、校稿，成本低廉符合出版業者資金不足的現實狀況。書籍市場需求上，政府遷臺，學校、研究機構、圖書館陸續成立，對各種學術性書籍的需求極為迫切(林呈漢、劉春銀，1989：198)，確保古籍銷售市場的獲利性。種種有利因素之下，大陸老字號書局帶頭翻印自家舊

版書與古籍，開啓民國 40 年代的「翻印」時代風氣。

從大陸遷移至臺的出版社，雖無書稿匱乏之虞，然而擁有的書籍冊數、種類依舊有限，加上當時與大陸交通中斷，所有已出版的圖書和底版無法輸入臺灣，各書局不得不向各地蒐購或向國立大中央圖書館、中山博物館、中央研究院、臺灣大學、師範大學等處借用存書，照相翻印，以充實國內市場，當時以廣文書局、臺灣商務印書館、藝文印書館、中華書局、世界書局等最著名(蔣紀周，1976：37)。翻印古籍以「地方誌」數量最多，市場除臺灣之外，還有美、日，多由公立圖書館或大學購買，若能賣到三百部，出版商即可獲利(林景淵，1995：12)。除了重新翻印文史哲類的古籍之外，商務、中華均先後影印工具書，包括字典、辭書。(蔣紀周，1975：37)。

(2) 文藝類書籍

許多出版社大量翻印過去於大陸出版的文藝類書籍，但不一定是出版社自己出版的作品。像啓明、新陸書局等出版朱自清、劉大白、郁達夫、林語堂、徐志摩等民國三十年代文藝創作書籍(辛廣偉，2000：24)。除了中文文藝性書籍之外，也大量翻印外國作品²¹。

(3) 西文書

韓戰(1950 年)爆發，大批美軍因軍事協防目的進駐臺灣，面對大批突然湧進的閱讀人口，美國暢銷小說、文藝性書籍大量翻印，只要美國暢銷書一上排行榜，翻印西書的出版社門市也立刻上架，臺灣與美國幾乎沒有出版上架的時差。美國司令部所在的中山北路漸漸聚集了以翻印西文休閒性書籍爲主的西文出版社。

除此之外，臺灣於民國 42 年起展開第一期經濟建設四年計劃，著手國家重建，得借重歐美科學新知；大學就人數快速成長，例如民國 35 至 45 年之間，學生人數增加 7.6 倍左右(表 2-5)，在中文大專教科書供應失衡的情形之下，急需大量的西文專業書籍替代中文教科書之不足以吸取知識，使西文專業書籍市場需求強大而且穩定，無需擔心書籍冷僻而滯銷。臺灣經濟發展尙屬起步階段，產業資金並不充裕，所幸此時臺灣著作權法對外國著作採取註冊主義，外國著作申請程序繁複，使得大多數的外著作權作並無受到臺灣著作權法的保護，出版業者無須

²¹啓明與淡江出版的《少年維特之煩惱》爲此時的暢銷書。啓明、新興出版的《約翰克利斯多夫》、《基度山恩仇記》等書籍(隱地，1994：134)。

支付版稅。出版業者衡量市場、製造成本與本身的條件，分析可能獲得的利潤可觀之下，開始快速的翻印大量的西文專業性書籍。東亞(豪華)、淡江、敦煌、新月、文星、虹橋等書局為主要的代表性出版業者，雖然書籍品質不佳，但價格低廉，符合大學師生的需要(辛廣偉，2000：63)。

西文書局依照「外文書刊雜誌進口結匯處理辦法」申請外文書籍進口(聯合報，1960)，再作為樣本照像翻印。當時因為管制外匯政策，通過申請核准的書局並不多，因此西書出版業者此時競爭較不激烈。

表 2-5：臺灣各級學校學生人數統計表 單位：人

民國	國小	國中	高中	高職	大專
35	823400	36222	4503	23316	2983
40	970664	73370	21303	36616	8209
45	1344432	133687	37253	65903	22606
50	1997016	252107	62548	88335	38403
55	2307955	456090	127490	127891	113855
60	2456615	847660	190798	198969	222505
65	2341413	1058870	181933	296493	299414
70	2213179	1070942	182391	374206	358437
75	2364438	1052993	200599	437924	442648
80	2293444	1176402	218061	475852	612376
85	1934756	1120716	268066	520153	795547
90	1925491	935738	370980	377731	1187225

資料來源：中華民國 80 年統計年鑑：153、155、157、161；中華民國 93 年統計年鑑：64、65、66、67；中華民國 72 年統計提要：713。

無論是休閒性或專業性書籍，因為市場需求與成本較低的條件，使得西書翻印成為民國 40 年代的特色之一。然而，臺灣出版業者大量翻印西文原版書籍販售的現象，引起外國著作權人的注意。在外力的壓力之下，引發政府於民國 48 年修改著作權，擴大外國著作的保護規定與一連串禁止西書出口的行政命令。

2、作家創作書稿

作家創作的書稿，必須面臨稿費、版稅，排版、校稿等額外費用，就出版社的立場而言，較不易被選擇接納，因此採取作家創作寫稿的出版社，自有吸納

多餘花費，降低成本的作法。以下依據出版社處理稿費的方式作為分類標準，分別論述：

(1) 書店無需支付稿費

隨國民政府來臺的文人，為了謀生選擇開設書店，既可糊口，自己的作品又可以出版(隱地，1994，123-124)，因此造就許多出版高品質文藝類作品的出版社²²。因為作家即書店老闆，所有費用如稿費、版稅都可以節省不需額外支付，無形之下降低了書籍製作成本。

文藝書籍對一般人而言接受度較高，隨著中文教育的推廣，能夠閱讀中文的人越來越多，民國 45 年為例，國中、高中職學生與民國 35 相比成長約 2.6 倍，總數已達 23 萬多人(表 2-5)，形成廣大的讀者群。加上國民黨對「反共文學」的大力提倡與支持(辛廣偉，2000：32)，藉以轉移人民對政治的注意力，達到減低反抗勢力萌芽之目的。政治操作、閱讀者眾、成本降低的有利因素，使得文藝小說成為民國 40 年代的暢銷書籍。

(2) 書店必須支付稿費

此類型的書店相當的少，因為必須支付稿費、版稅、排版等費用，因此選擇出版的書籍必須以最具銷售潛力為前提，例如三民書局，即請學校教授或相關學者撰寫書籍出版，主要以出版法律書籍為主(劉振強，2003：501)，成為民國 40 年代大學法律系學生的必購書籍。雖然如此苦心從事出版事業，還是必須靠進口以及門市收益來彌補出版業務的赤字。

書稿性質的確定與書稿順利取得，使得出版業者邁出成功的第一步，選擇現成書籍為樣本的製作方式，利用照相印刷直接出版，省卻排版、校對的過程，減少金錢與時間的花費，送稿至印刷廠，大約一星期之後，印刷完成的書籍即可送回出版社。若採用第二種書稿來源—創作書稿，則必須經過編輯、排版、校稿、印刷等步驟，花費的時間與金錢皆須納入出版成本計算之中。

圖書製成之後進入配送流程。出版社選擇方式皆有不同：1.只於出版社經營的門市銷售：老字號書局於大陸時期，出版的新書只發配到自己所屬的各分局，沒有發書於其他書局的慣例，遷移至臺仍舊依循獨家販售書籍的經營模式，只於自身經營的門市販售。2.出版社獨自發書給所有往來的書店：如力行書局(訪-經

²² 如陳紀澄的重光文藝出版社、張道藩的「文藝創作出版社」、張國興的「亞洲出版社」(陳銘礪，1987：25)。

營者 1)。3.出版社負責台北地區，其他地區交由書報社負責配送。

一家出版社大概要與 30-40 家書局聯繫，需要相當多的人力處理書籍發行的工作。若出版社在臺北，一部中型小貨車即可以快速將書發到臺北地區各書店，中南部地區則必須依賴貨運(隱地，1988a：74)。此時書報社主要的工作為批發雜誌與報紙，銷售點以書店、書報攤，還有雜貨店為主，這些地點與圖書販售的地點部份重疊，於是開始向出版社提議由他們負責中南部地區的雜誌書籍經銷業務，漸漸形成地區性的中盤商角色(凌雲，2002b：11)。

臺灣圖書出版產業發展，除了採取自行翻印出版圖書之外，從外國購買圖書販賣是另一種選擇，然而民國 39 年底，管制外匯實施，使得少數只有先前領有牌照者得以依牌照進行圖書進口事業，進口書籍的利潤相當高，本利比大概可達一比四之多。此類型的業者有國華、文化、東方書局，文光等，這些書局便仰賴進口書籍經營批發和兼營門市(出版之友編輯室，1989：49-50)。

(二) 教科書

1. 高中職以下教科書：

民國 40 年代初期，正中、商務、中華、開明、啓明、大中國、遠東、復興……各家書局自編教科書，提供學校教學使用(王榮文，1990：14)，教科書市場由民營業者自由競爭。然而在政府反共復國與愛國教育的政策之下，開始介入教科書市場，逐步掌握教科書市場運作模式。

國民學校部份，民國 41 年起由國立編譯館陸續改編國語、算術、社會、自然教科書。技能科教科書由各地方依各該科課程標準自行編選教材。

民國 42 年組織「中學標準本教科書編輯委員會」²³，重編中等學校國公史地四科標準本教科書，並且於民國 42 年底編制完成，交由臺灣書局印行。四科以外的其他教科書，採審定制。軍訓和護理由教育部同國防部共同負責編印。(吳正牧，1996：168)。

教科書市場從民營轉為國營，中學國公史地等教科書的統編，剝奪原本出版中學國公史地教科書經營者的權利，出版業者認為標準本指定一家書局專賣，實跡近壟斷，於是向政府反應此舉勢必影響各民營出版業之生存(聯合報，

²³ 原由國民黨中央委員會組成，民國 43 年將編印工作移交教育部，由國立編譯館分別組織四科「標準教科書編輯委員會」，實際從事編輯工作(吳正牧，1996：168)。

1959)。民國 48 年，教育部遵總統指示，開放中學教科書由各書局印行(吳正牧，1996：168)。但此政策直至民國 53 年起才准予施行。

高職教科書原以高中教科書代為使用，民國 41 年之後，因民間業者已有編制高職適用之教科書，因此政府指示不得再以高中教科書代替。從事高職教科書業者有復興書局、正中書局、臺灣書局、臺灣中華書局等(聯合報，1952；聯合報，1953)。

2. 大專教科書

大學圖書館藏書並不豐富，中文書籍更是闕如，以臺大圖書館為例，多為臺北帝國大學時期的日文書籍及其他外文著作，中文書很難找到(陳計男，2003：288)，且多採封閉式的借閱方式(柴松林，2003：260)。學校圖書資源並不豐富，並無法支應老師與學生上課相關教材之所需。大學生上課絕大部分採取教授口頭講授及學生記筆記的方式，偶爾使用手抄油印的講義，或是使用盜版的西文參考書(易君博，2003：64)，東亞(豪華)、淡江、敦煌、新月、文星、虹橋書局等翻印西文的書籍，成為當時教科書、學習參考書的來源。

3. 參考書

隨著升學競爭加強，中小學參考書成為新的需求，臺北市學友書局，主要以國小參考書、學生作業簿與初中升學指導書籍的販賣為主(聯合報，1958)。民國 46 年，臺南的南一書局也開始出版中學參考書(王榮文，1990：14)，後來，許多出版社也開始加入，學生參考書從此成為出版界的一個新市場(辛廣偉，2000：39)。

(三) 二手書/舊書

書籍市場除了出版社與書局所建構的新書市場之外，二手書/舊書市場為另一個書籍交易場合。購書者所得不高的經濟條件之下，價格因素成為購書時重要的考量因素，與新書相比，舊書反而成為選擇購書的第一順位選擇。加上 30 年代等待遣返的日人，拋售藏書慢慢形構而成的舊書交易模式，延續至民國 40 年代，孕育出「二手書/舊書」市場的興盛。民國 40 年代，隨處可見擺在地上的舊書攤，原本飄忽不定的散布各地，隨後慢慢固定下來。民國 43 年，最具代表的舊書街聚落—牯嶺街形成(李志銘，2004：45)，成為民國四十年代臺北的著名地標，此地不但書價便宜，尤其是可能找到許多在書局或圖書館找不到的書(安強，

1973a)，牯嶺街成爲當時學生最常造訪的地方，此外還有作家、學者、教授、出版商、骨董商以及各行各業的生意人(秦賢次，1983)。牯嶺街成爲窮困時代知識養分的交換場所，也是出版人取得海外孤本的「書種子」來源(王榮文，1990：10)。

(四) 小結

民國 40 年代的圖書出版業爲起步的階段，無論書稿性質爲中文或西文、專業性或文藝性，「翻印」成爲出版業者最主要的選擇方式，也是民國 40 年代的最重要的特色。就書籍種類而言，文藝圖書較易爲一般人所接受，因此暢銷圖書多半屬於此類。語言類、古籍及工具書，主要客戶爲學校、圖書館、研究機構，屬於較爲穩定的市場。因主要流通客戶並非一般民眾，也不在出版社門市銷售，因此不易爲一般人所感知。

就出版社的規模而言，文藝性出版社多屬於作家自行開設，經營規模、出版數量相較之下較少。老字號出版社根基較厚，經營規模與出版數量占有絕佳的優勢。民營出版社數量成長較快，但勢單力薄。由大陸遷臺的少數民營出版社也因財力、人力等限制而一時難以發揮更大的作用(辛廣偉，2000：28)。

雖然圖書出版產業已開始復甦，圖書市場整體而言，活力仍嫌不足。民國 49 年，臺灣總出版社數目已達 564 家(附錄 1)，圖書出版量爲 1496 本(附錄 2)，平均每月 125 本新書出版，每家出版社一年平均出版 2-3 本書。圖書出版數量並不多多的情形之下，出版社位居圖書出版產業的領導角色，只要出版社不將出版書籍發書給單純從事零售的書店，書店就會面臨貨源斷絕關閉的危機。因此，民國 40 年代，圖書製作環節—出版社，擁有絕對的優勢地位。

出版社少，書店更是寥寥可數，鄉鎮地區或都會外圍，幾乎見不到書店，文具店可以買到少數的書籍。都市的書店大都陳設簡單，分類只不過是區分參考書和一般書而已，當然也賣些雜誌；而較大型的門市集中在臺北市重慶南路(蘇清霖，1995：37)。門市藏書在出版數量不多多的情形之下，售書種類及書目往往一眼望盡(楚崧秋，2003：37)。門市銷書主流爲來自大陸的思想性書籍、通俗古典小說，如《七俠五義》，實用書，以及產自臺灣的兒童書，如《東方少年文學名著》(王榮文，1990：10)。除了出版社與書店門市之外，牯嶺街爲代表的二手書市場，反而成爲書籍交易最爲熱絡與頻繁的場所。民國 40 年的出版產業分工流程，可用圖 2-9 簡示。

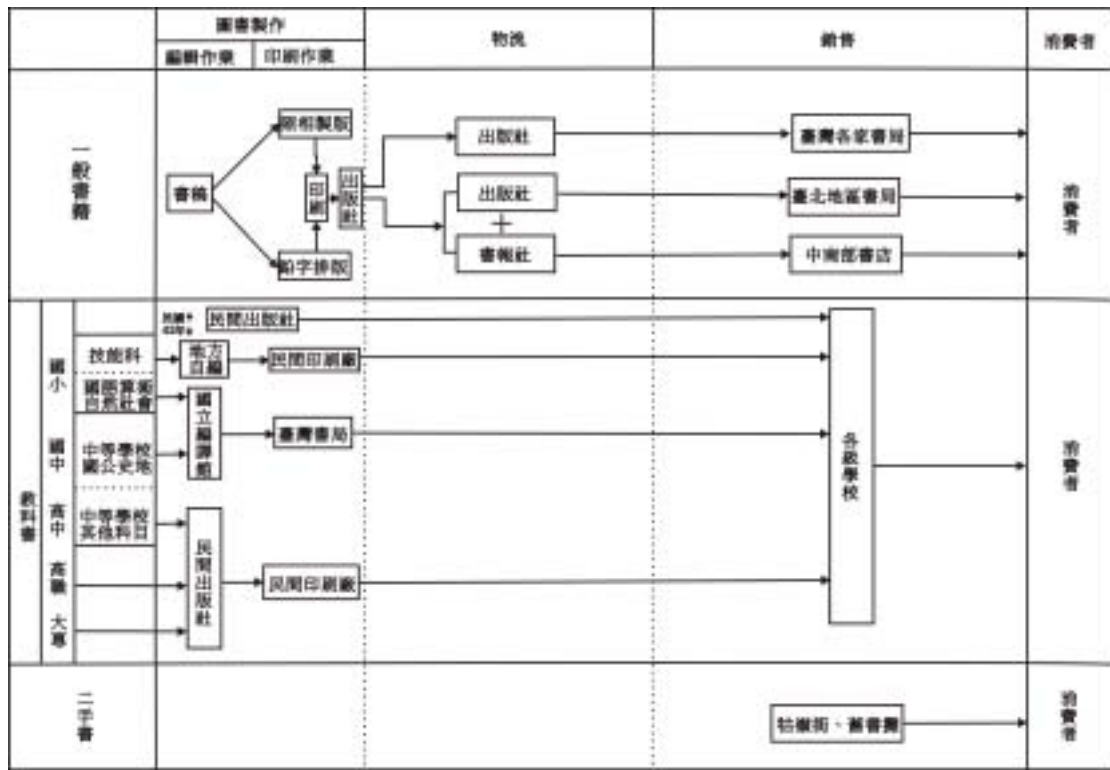


圖 2-9：民國 40 年代臺灣圖書出版產業關係圖

三、民國 50 年代

民國 50 年代，臺灣經濟進入快速成長階段，工業生產毛額超過農業，臺灣社會進入工業化的時代，社會財富開始快速累積，圖書出版業者經過民國 30、40 年代的醞釀之後，有足夠的資金開始從事規模較大的出版事業。大部頭的中國古籍、言情小說、西方思潮等類型的圖書，在圖書市場上各據山頭。牯嶺街二手書攤，在時間的演變過程中，逐漸達到發展之頂峰。

(一) 一般書

翻印書籍依然是出版業者的首要選擇。另外，文人出版社大量的興起，掀起大量高品質的文學作品風。翻印與創作依然民國 50 年代出版業取得書稿的來源。

1. 翻印風盛行

在種種因素交雜之下，翻印依舊是圖書出版產業重要的出版特色，依照翻印書籍的種類區分為以下三類：

(1) 文史哲類型的中國古籍

以大陸老字號書局為代表，經過民國 40 年代的重組與開拓之後，開始以較

為大膽的經營模式，開創新的局面。臺灣商務、世界、臺灣中華、正中書局等，皆再行重編、重印大部頭的中國古籍巨作²⁴。分析這些出版社能夠從事大規模的出版工作，除了本身書稿豐富、出版社執掌者執行力強、資金充沛等內部條件之外，國家推行文化復興運動，大力鼓吹中國古籍的出版與開放中央圖書館藏書為書稿來源，出版社獲得社會大量資源之助。最重要的，因為美國外交政策的改變，亞洲問題成為關注的焦點，國際漢學研究轉移至美國，適逢大陸文化大革命造成漢學文獻無法取得的窘境，臺灣順勢成為中國古籍主要提供地。海外市場對古籍的需求，加速臺灣古籍翻印盛況的發展。除了老字號書局之外，鼎文、廣文、大通、學生、文星書局都加入古籍翻印的行列。

(2) 西書

西書翻印依舊盛行，然而在美國的壓力之下，政府將西書列入出口管制名單，並加重西書走私出口的刑罰。西書業者面對大環境惡劣的情形下，重新思考新的運作方式，以取得授權翻印，擺脫臺灣西書業者盜印的惡名，開始出現一批合法的西書經營者。民國 54 年成立的美亞出版公司，創立之初即立下翻印必須取得授權的原則(周玉蕊，1985)，建立了正面的形象，有利於民國 80 年代對外爭取國外版權。虹橋書局取得美商《英語 900》、《美國話》翻印權，前本書於出版之後 20 年間，成為大學、中學生人手一套的暢銷西文書(王榮文，1990：14)。翻印西書除了供給高等教育之外，經過十幾年的發展，臺北市形成另一條書店街—中山北路西書街。

2. 文人創作

民國 50 年代為廣播事業正是鼎盛時期，廣播小說的出現，也引導了長篇小說創作的風潮，金杏枝、禹其民的言情小說，費蒙的偵探懸疑小說，瓊瑤的愛情小說都曾風迷一時(陳銘礪，1987：26)，使得民國 50 年前期，不成文的規定之下，學術性與長篇小說才有出版的可能性，形成「通俗小說」盛行的年代。

民國 52 年，文星書局出版了《文星叢刊》，民國 57 年被迫結束營業，短短不到五年之間，出版三百多種書籍，並且開拓了多項出版界新創舉，可歸納為以下幾點：1.打破了題材的限定：雜文、短篇小說、散文、政論皆可結集出版。2.

²⁴ 例如臺灣商務印書館：《萬有文庫薈要》、《叢書集成簡編》；世界書局：《永樂大典》；臺灣中華書局：《四部備要》；正中書局：《正中文庫》、《中華文化復興叢書》等等(辛廣偉，2000：56-58)。

帶動「文庫」風潮：一次推出十本新書，打響書店名號。3.報紙行銷、新書預告：以自創媒體(文星雜誌)及三全批報紙版面提供新書資訊，媒體行銷成日後出版社遵行之道。4.發行：藉著李敖動人的促銷文案，開啓了出版「郵購」的新局面。至民國 60 年代末，在報紙上刊登「新書預約廣告」是台灣出版人測試讀者反應及獲取出版資金的重要方法(王榮文，1990：12)。5.樹立出版社的權威：書店要書，必須預付定銀，外加店保(陳銘礚，1987：26)。6.書本大小：引進歐美流行的四十開小冊子(口袋書)，書價只要 14 元，爲一般人所負擔的範圍之內。7.配合時代的出版策略：中國、外國作品交叉介紹，符合中西文化論戰時代背景(辛廣偉，2000：51)。8.編輯能力與出版社的定位：蕭孟能只選擇質、量均佳的作家與作品，並引進西方思潮。反映出版社編輯必須依據專業的知識與涵養，形構出版社的定位與特色。

《文星叢刊》在當時的出版界幾乎是大小通吃的一網兜收，囊括了所有的知名作家和學人。另外，它也帶動後來眾多文庫的出版²⁵，形成民國 50 年代特殊的現象。

文星書局之外，另有很多文藝出版社活躍於民國 50 年代，如平原、純文學、水牛、水晶、大江、志文出版社等，可能文人不諳於經營，大多數的出版社生存時間並不長。

書稿完成之後，經由出版社編輯編排之後，進入印刷流程，當時很少有印刷廠同時包辦檢字、排版、製版、印刷、裝訂等工作。排版、印刷、裝訂廠有自己的合作團體，大多數出版社將書包給一家印刷廠之後，再將無法完成的部份分包出去(黃韓玲，1977：46-50)。書籍印刷完成之後，裝訂廠到印刷廠將印好的內文和封面運回裝訂廠，裝訂好的書由裝訂廠送給出版社(李瑞，1978：138)。

當時的出版社通常要跟 30-40 家出版社打交道(張清吉、林賢儒，1981：217)，出版社即開始思考合作發書的可能性，委託某一機構專門負責，將出版社發行部門的工作，分割出來。書報社原本已是擁有某部份地區的圖書經銷網路，與出版社合作之下，總經銷/總代理的角色，出現於圖書出版產業之中²⁶。總經銷商此時還未有能力獨自將書發自全臺灣各地書店，必須與其他區域性中盤合作。

(二) 教科書

²⁵ 例如《水牛文潮》、《新潮文庫》、《人人文庫》、《三民文庫》等。

²⁶ 黎銘圖書即負責經銷代理遠東、新女性、皇冠等家出版社業務(凌雲：2002a：10)。

1.高中職以下教科書

因爲之前教科書收歸國營的政策，在總統的批示之下，開放民間業者參與經營。民國 53 年，中學國公史地四科教科書，開放由十四家民營書局聯合印行，組織「中等學校國公史地教科書印行處」，負責印製工作。

民國 57 年，實施九年國民教育，國中小教科書全部收歸國立編譯館編輯。臺灣書店印製國小國語、數學、自然科學、健康教育四科。其餘各科則由書局組成的「國民小學生活與倫理等四科印行處」承印。

中等學校國公史地四科仍交「標準本教科書聯合印行處」承印。國中其他各科交正中書局等 93 家書局印行(蔣紀周，1975：35-36)，並成立「國民中學國公史地以外各科教科書印行處」負責各書局的協調工作。高中除國公史地統編之外，三民主義由正中、幼獅書局印行，其餘由民間出版社²⁷自編教科書經審定後發行。軍訓、護理由軍訓處編輯，幼獅書局發行。所有書局承印的教科書由臺灣書店委託配發。

至此，高中以下教科書，完全由少數出版社壟斷。業者不需承擔編輯的工作，隨著國民義務教育的推行與臺灣人口成長的增長，少數業者獲得龐大而穩定的教科書印刷利潤，成爲各出版社眼中的暴利與爭相指責的制度。

2.大專教科書

理工醫農等科系的教科書，主要還是以翻印的西文教科書爲主，翻印西文教科書的業者，大都集中於臺北市重慶南路一段(彭歌，1969)。

(三) 牯嶺街

民國 57 年牯嶺街依據「臺北市攤販管理規則」，開始分配固定的書攤位置，舊書攤家數在劃定位置之後，增至 80 家左右(李志銘，2004：45)。牯嶺街依舊門庭若市，舉凡舊雜誌、日文小說、中文期刊、古典文學、西洋翻譯作品，甚至三十年代文學讀物皆有(張放，1989)。此地的書價大概只有新書的 1/2 左右，書況雖然有些破損或折舊，對學生有限的金錢額度而言卻是最好的書籍市場。

(四)小結：

民國 50 年代，翻印古籍與西書仍是出版業的大事，與翻印概念相似加上著

²⁷ 正中、復興、遠東、東華、環球等民間出版社(王榮文，1990：14)。

作權法註冊主義之下，隨之而來的「盜版」情形層出不窮，成為出版業者眼中的毒瘤。出版人大抵由來自中國大陸的文人、作家、學者領風騷(王榮文，1990：10)。編輯的角色加重，總經銷商的出現，報紙廣告行銷的運用，郵購方式的新銷售管道，轉動出版產業的分工方式，慢慢出現不同的樣貌。

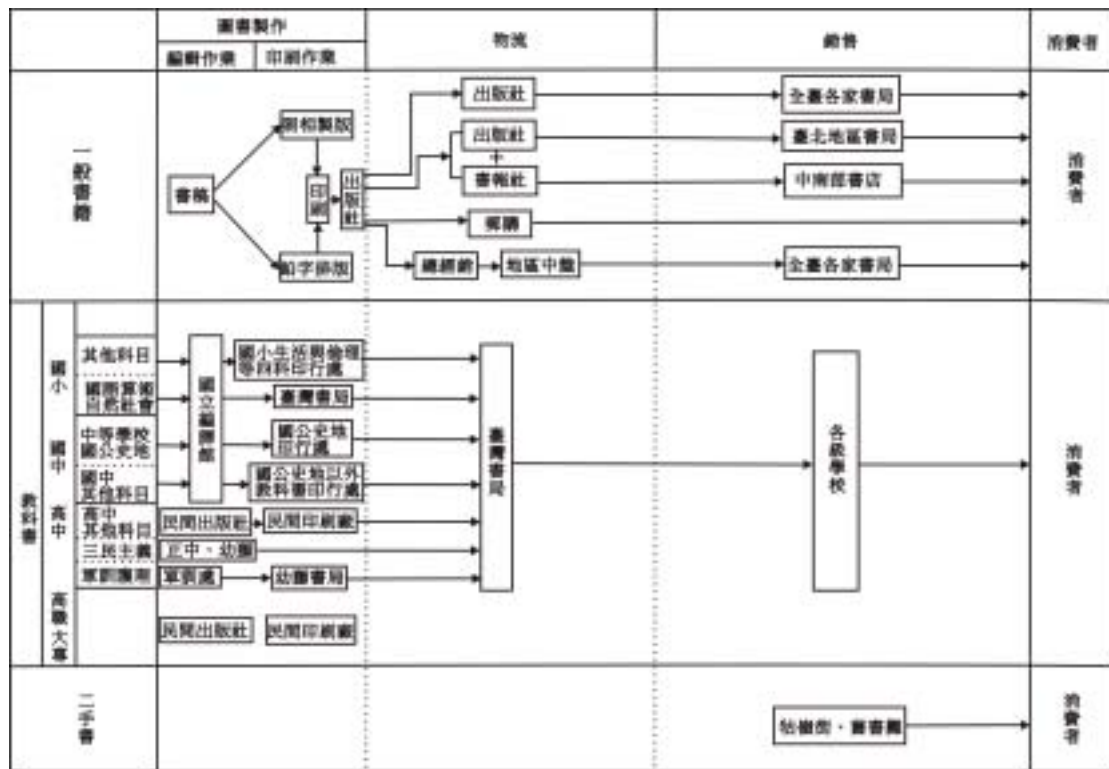
另一個值得注意的現象，即民國 50 年代末的「書展²⁸」與「書城」的出現，由眾多出版社集合於某一地點販書，書展成功的例子促成書城的出現，例如民國 59 年「中國書城²⁹」、「世界書城³⁰」的成立，集合全國許多中小出版社，成為永久性書展場所。

眾多的現象，透露出一個訊息—出版社與圖書出版量已到達爭奪消費者注意的地步，民國 59 年出版社已達 1315 家(附錄 1)，圖書出版量為 8714 本(附錄 2)。廣告、郵購成為出版社提高自我能見度的作法，只求出版圖書能夠被消費者注意。除了生產端點的爆增，總經營商的出現，也代表著零售端點也超過出版社發書部門所能負擔的範圍。民國 50 年代末的變化與特色，預告下個年代圖書出版業勢必出現重大的變革。民國 50 年代的圖書出版產業分工流程，可以圖 2-10 表示。

²⁸ 民國 57 年，第一屆全國圖書雜誌展覽於橋光堂舉行。民國 58 年，臺北舉辦全國書展。

²⁹ 於成都路 1 號亞洲百貨公司地下室開幕，共有 28 家書局(聯合報，1970a)。

³⁰ 於衡陽路南洋百貨公司三樓開幕，並代讀者代購不易買到的書籍，代學人作家洽辦出版事宜(聯合報，1970b)



2-10：民國 50 年代臺灣圖書出版產業關係圖

四、民國 60 年代

經濟的發展、社會的變化，國際力量的影響，使得民國 60 年代的圖書出版產業進入了激烈變動的階段，龐大的圖書出版量與出版社數量，引發圖書出版產業的變化，全臺各地不斷舉辦書展、成立出版社聯合門市組織，企圖解決圖書出版數量供過於求之窘境。書籍消費力的增加，促使文學、傳統中國古典小說、藝術類等各類型大套書³¹的出版，民國 60 年代末掀起一場大套書之戰，直至民國 70 年代初期依舊方興未艾。需求面強勁的力道反饋於圖書製作端，引發圖書製作的革新。就供應與需求兩端而言，民國 60 年代掀起了前所未有的波瀾，因此，民國 60 年代成爲臺灣出版產業由傳統走向現代最爲關鍵的年代。

就出版內容而言，中華文化復興運動於民國 60 年代初達於頂峰，造就中國古籍大量出版，另一方面，散文、短篇小說³²替代民國 50 年代的長篇小說，成爲民國 60 年代的暢銷小說類型。就出版社而言，大量運用媒體行銷的策略，促成民國 60 年代進入廣告與行銷的年代。

(一) 一般書

³¹ 地球出版社：《細說錦繡中華》、《唐宋元明畫大觀》；遠流：《中國歷史演義全集》；遠景：《諾貝爾文學獎全集》

³² 如陳若曦的短篇小說集《尹縣長》、王禎和的《嫁妝一牛車》等。

民國 60 年代，圖書出版產業進入戰國時代，無論是出版社或是書店，彼此之間都在競爭。全臺灣出版社已超過 1500 家，民國 69 年甚至到達 2000 家以上(附錄 1)，圖書出版業由少數出版社獨大的局面，進入全面競爭的狀態。出版社爆增，更加突顯書稿來源的不足。書稿來源有幾項選擇的類型：古籍、西書翻譯、作家創作、開發新作家。

第一種書稿來源：古籍。因為讀者水準提高，照相翻印字體模糊不清，如果註釋語譯不周全，讀者也未必感興趣，必須重排重註重印，只有實力雄厚的出版社有能力從事此類型書籍的出版，如臺灣商務印書館，到民國 70 年底，已出版近 30 種今注今譯古籍。加上政府推行文化復興運動於民國 60 年代初期達到頂峰，使得影印舊書盛況空前³³。

第二種來源：西書翻譯。因為出版社增加太快，作家創作稿件爭取不易，於是便向外國譯作下手。譯著風行，成為民國 60 年代特殊的出版現象。為了爭取時效，分章搶譯濫譯蔚成風氣(平鑫濤，1980：136)。反應於新書內容上，以集錦譯粹者較多，創作有價值的大部頭叢書不多見(出版年鑑編輯委員會，1977：27)。

第三種來源：作家創作，承接民國 50 年代的創作風潮，眾多文藝出版社創立，較為著名或有特色的即大地、爾雅、九歌、洪範、加上民國 57 年成立的純文學，形成文學界的「五小」出版社。遠景出版社更是當時文藝作品出版的重鎮。除此之外，大量的文人出版社紛立³⁴，可惜都僅止於曇花一現，即消失於圖書出版之。大量出版社的成立，使得文人創作不愁無法出版，反而成為各家出版社競相爭奪的目標。本地作家受到重視，開始有系統的經營(王榮文，1990：11)。

第四種來源：開發新的作家與題材。民國 60 年代，臺灣國民所得已突破三萬新臺幣(表 2-2)，國民生產毛額也超過 4 萬元新臺幣(表 2-3)，面對經濟快速成長的社會，新的議題與需求產生，商業、旅遊休閒、藝術等各種不同的題材，成為出版社值得投資與耕耘的領域。

想在全臺 1500-2000 家出版社(附錄 1)之中脫穎而出，在出版業中占有一席之地，必須有特別的作法，出版社開始思考新的運作方式，迥異於過去出版人一

³³ 莊芳榮曾說：最近二十年來，竟將我國七百年間所刊書籍影響達七分之一之外(蔣紀周，1976：37)。

³⁴ 例如水芙蓉、河洛、出版家、四季、聯亞出版社等。

股熱情經營出版社的作法。突顯出版社特色、建立消費者心目中的印象，進而獲得生存，最重要的兩大關鍵即出版社「明確的定位」與「行銷」。

書稿性質各有不同，延伸出來的問題即消費者市場領域大小與同領域內出版家數所帶來的競爭性高低問題。分析市場與競爭等商業性概念，成為出版社必須面對的時代課題，適逢此時在臺灣受完大學教育的年輕人大量進入出版業(戰後第一代出版人³⁵)，開始以現代經營的概念，分析出版社定位，依據定位選擇出版圖書種類，建立消費者對出版社的印象。以全新概念執行出版作業、打破傳統的第一人，即遠景出版社，選定中國作家的作品，配合外國譯作，以「叢書」一系列出版的方式，在浩瀚書海中，藉由醒目的數量引起消費者注意，成功的出版策略獲得莫大的迴響，「企劃出版」從此開始運用到編輯作業上。遠景出版社成功的在消費者心目中建立起：遠景為出版優良中國作家作品的出版社形象。遠景的成功，代表著出版社不再能以全方位的出版方式，收羅各種書稿類型加以出版，必須專注於某一類型，才有取得成功的機會。

除了出版社本身必須懂得自我定位的重要性之外，將自己的意念推銷出去，才是達到成功的目的。新的出版人引進「行銷」概念，試圖整合「純產品」及「純市場」為思考(王榮文，1990：11)。利用報紙「廣告」、「副刊書評」等，創造新的話題，炒作市場話題³⁶。如遠景出版的《尹縣長》即出版人、作者、主編、報社老闆等共犯結構下的產物。許多新的作家，皆由報紙副刊所發掘，再結集成書。報紙副刊功能大幅擴張，聯合報與中國時報副刊主編搶議題、爭作家的白熱化競爭，使其與出版人產生供需依存關係(王榮文，1990：12)。廣告與副刊的力量，造就「暢銷書」現象的出現。除了利用媒體，書籍本身也是行銷策略執行重點之一，「彩色封面」在原本一片單色調的書海中，更為顯眼，達到吸引消費者的注意力的目標。

遠景確立的典範，開創了民國 60 年代的風潮，出版社開始為自己的出版社尋找定位，加上時代的新需要創造新市場，各種出版社戮力於各類型的圖書出版事業：風水命理、武俠小說、社會科學類、旅遊與藝術類、工商經營、健康美容、科技、外語學習，各個領域皆出現獨領風騷的出版社³⁷。不同類型的出版社，努

³⁵ 如王榮文、詹宏志、沈登恩、林訓民、周浩正、鄭維楨、賴阿盛等等。

³⁶ 彭歌寫一篇書評至少可增加門市 2000 本銷路(王榮文，1990：11)。

³⁷ 簡單列舉較為著名之出版社，風水命理與武俠小說(希代、萬盛)；社會科學(五南、桂冠)；旅遊藝術類(戶外生活、錦綉)；工商經營、健康美容(允晨、世華)；科技(全華、松崗)；外語(文馨)。

力耕耘各種出版類型之下，社會科學、自然科學圖書出版比例，與民國 50 年代相比，明顯地的成長，逐漸與文史類書籍出版比例並駕齊驅(表 2-1)。

出版社至此，無論是編輯企劃、選材、行銷等，皆需要有專門知識的人員負責才能發揮效用，出版社開始走向「企業化」管理，最重要的核心即建立「制度」。針對每一個圖書出版環節都必須謹慎、周詳的考慮。代表出版社邁入企業代經營的代表，即聯經與時報出版社的誕生，健全的部門，專業人員、完善的制度與作業程序，擁有自己的發行網絡，每一本書要經過初審、復審，成本核算等規定程序(辛廣偉，2000：94)。在在顯現出制度化管管理機制為兩大出版社的核心運作模式。

雖然民國 62-64 年，國際石油危機所帶來的經濟波動，造成國內缺紙、紙價上漲³⁸的情形，影響圖書出版量(圖 2-2)趨緩與出版社成長下降(圖 2-1)，藉由國內計劃經濟政策穩定之下，出版產業慢慢回復。民國 60 年代，每年出版約 9000 本書籍左右(附錄 2)，面對龐大的書籍，也考驗著中盤商發書的能力。迫使中盤也開始走向專業化，致力於圖書雜誌的總代理工作，不再兼負其他圖書出版的相關工作。例如，黎銘圖書公司於民國 65 年全面停止出版事業，成為專業化的圖書、雜誌總代理的發行公司(凌雲：2002a：10)。農學社於民國 69 年成立以中文圖書為主的經銷部門(黃淑惠，2000：97)。

龐大的圖書出版量，不僅造成中盤的專業化，出版社也必須開發新的管道，提高經營成效，台英社發展另一項郵購技術，引進利用 DM(直接信函)，先看書後付款的策略，爭取雜誌訂戶及買書(王榮文，1990：12)。之後又引進圖書「直銷」制度。光復、錦綉都是利用直銷開創銷售佳績³⁹，直銷書主要是以「套書」為主，因為價格較高、冊數較多，因此無法藉由門市銷售。另外，出版社利用書訊刊物⁴⁰，藉郵購增加書籍銷售量。

下游的書店，面臨眾多的新書出版數量，加上原有圖書，普通一間卅坪左右大的書店，包括三面牆壁和中間立體攤架，根本無法吸納一年平均約 9000 本的新書出版量，因此，「選書」能力成為左右書店是否能夠持續經營的關鍵。民國 68 年，首先傳出書店倒閉的消息，接著是中盤一家接一家「週轉不靈」(隱地，

³⁸ 民國 63 年，紙價上漲 150-200%。使得許多出版社暫停出版計畫(陳長華，1974)，《人人文庫》也停止出書。

³⁹ 民國 69 年，錦綉利用直銷，銷售《江山萬里》近 20 萬套。光復以科學百科全書為主。

⁴⁰ 九歌出版《九歌》、聯亞出版社出版《書櫃》、名人與好時年等聯合出版《暢銷書》(陳銘礪，1981：140)。

1979：276)。接著民國 70 年發生幾家出版社倒閉。施復華認為出版社倒閉的主因，為圖書銷售採行「委託販賣制⁴¹」的關係(施復華，1981：57)。進一步地分析，若此販售制度在於書店所進的書籍，都能符合此消費者需求，書籍滯銷情形不高，書店即不可能因為經營不善倒閉，也不會產生一連串的連鎖效應。民國 60 年末至民國 70 年代初期圖書出版產業的連鎖倒閉風波，代表著圖書出版業的主導權，已由製造端(即出版社)，轉移至零售端(書店)。「銷售」數量的多寡，決定各環節生存的機會。

書籍數量與書籍內容的改變，顯示出隨著經濟的成長、教育的普及⁴²，消費者數量、特性、購書行為皆有所改變，有能力取得消費者訊息的環節，即能位居產業的強勢領導地位。出版社、通路商、書店三者相較之下，最容易掌握消費者訊息情報者為「書店」，察覺此項趨勢者，即能顛覆長久以來圖書出版業由上游主控發展之勢，各種現象與變動均散發出產業即將爆發一場全面性的變動，預告下個年代的書店革命。

面對圖書出版產業的發展，政府單位開始對出版業採取更為強化的管理。民國 62 年，行政院內政院出版事業管理處併入新聞局，更名為「出版事業處」，開始強調獎勵、補助。並修正出版法，提高出版人的資格限制，防止出版社快速擴張之下，對政治強權產生可能性的威脅。民國 65 年新聞局根據出版法規定，成立金鼎獎、編製出版年鑑。民國 67 年，政府公開非機密性的政府出版物，委託正中書局發行。圖書出版產業的成熟，也使得各種協會紛紛出現，藉由彼此之間的資訊交流與合作，促進產業的發展與進步。民國 63 年成立中華民國圖書出版事業協會，長期負責舉辦一年 2 次的春秋季書展。民國 64 年成立臺北市圖書出版商業同業公會。

(二) 教科書

依循著國營控制的教科書市場模式，並無明顯的變化。最值得一提的，反而是因為升學主義之下，參考書市場的成為出版社競爭的焦點。小學參考書以「新學友」為領導品牌，它可以創造通路習慣(5 科一套賣)，也可以高製作成本逼退進場者(如五萬冊方能達到收支平衡)。中學參考書則搶明星學校、明星補習班名師編寫的產品，透過書店及地區代表與學校關係爭取市場，補習班多，參考書也

⁴¹ 出版社所發行的書，委託書店販賣，如果滯銷時，書店可以自由、並且無限制地退還給出版社，並不需負擔任何費用。

⁴² 第一批接受九年國民教育的學生畢業，閱讀人口增加。

多，此時南一、建立最強。三民、全華、徐氏、合記……進入三專、五專、大學教科書編輯市場(王榮文，1990：14)。

(三) 牯嶺街

在市容重整、交通秩序以及公共衛生等要求之下，台北市建設局要求牯嶺街舊書攤於民國 62 年為底限，遷入光華商場(安強，1973b)。有一半的舊書攤移入光華商場，一半在廈門街租房子以書店的面貌出現(唐經瀾，1974)。牯嶺街原地仍剩下多達 20 餘家擁有店面的舊書店，自此往後的數十年間，牯嶺街漸漸的減少(李志銘，2004：77)。

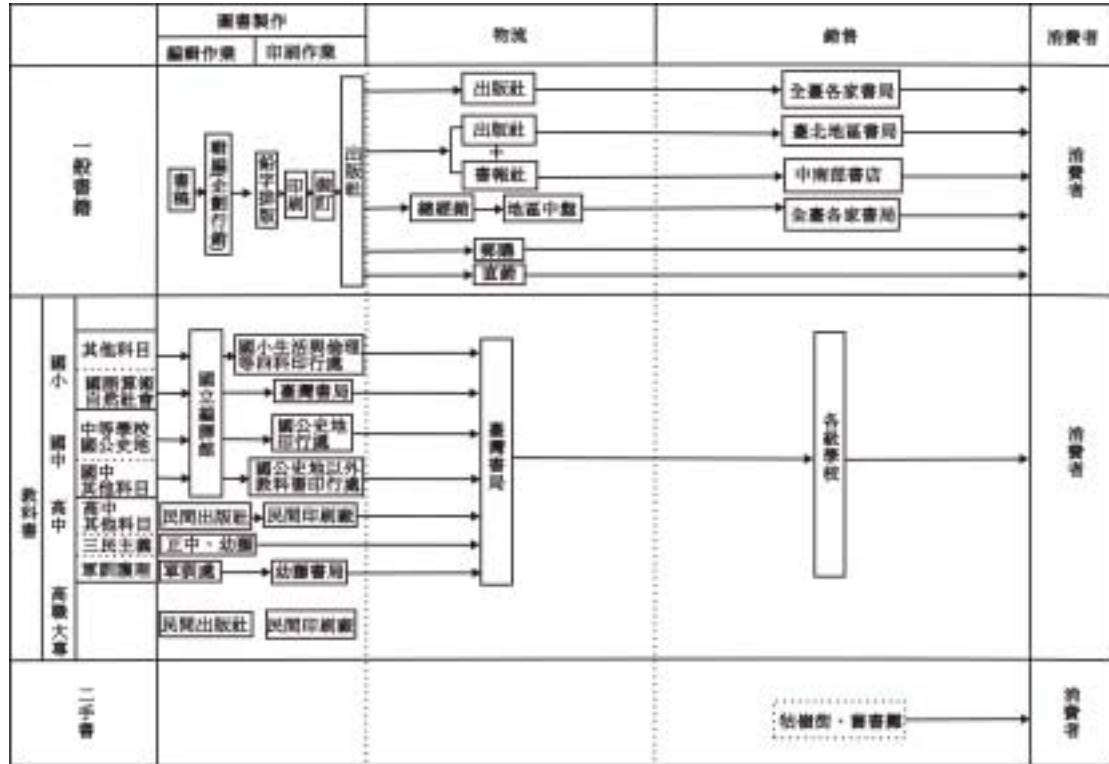
(四) 小結

分析民國 60 年代的暢銷書類型，主要以散文、短篇小說為主，其因來自於其他媒體的興起，電視的普及(表 2-4)，吸引原本閱讀長篇小說的讀者。另一方面，長篇小說出版量減少⁴³，反映臺灣進入工商業社會，民眾休閒時間有限之下，需要長時間閱讀的長篇小說與論述性作品，因此失去市場立基。民國 60 年代中期起，國民所得從近 4 萬元，至民國 70 年平均國民所得近 9 萬元新臺幣(表 2-2)，顯示臺灣進入高所得的階段。書籍成為人民充實精神生活的重點之一，書籍花費也越來越高(表 2-2)。只要書籍內容符合消費者的期望，消費能力的提升，足以支撐大套書的出版。出版社一窩蜂地出版各類型套書，透露消費者已達分殊化的階段，各類型的潛在閱讀人口，對某一類型書籍需求已逐漸能夠支撐圖書出版業專業化的市場。應用科學與社會科學類比重漸次提高，再次證明新閱讀人口的成長與閱讀需求的轉移，雖然內容仍多屬「綜合性質」，專門出版某一特別類別方面書籍者甚少(出版年鑑編輯委員會，1978：17)，顯露出分眾化時代仍只處於萌芽期，但已朝向消費者分殊化的方向發展，只是時機尚未成熟，在深度上仍有待努力。

整體而言，出版社與圖書出版數量的增加，使得圖書出版產業進入激烈競爭的時代，出版社、中盤、書店無不受到影響。出版社重新自我定位之餘，努力開創新的銷售通路，直銷、DM 紛紛出籠，甚至聯合開設「出版家書城」，擺放參與出版社出版的所有書籍，力求書籍的齊全與集中性，提高圖書的能見度(何凡，1977)。雖然嘗試所有可能的銷售方式，依然必須面對大量回頭書的壓力與盜版書猖獗之苦。中盤則朝向更為專業化的作業形態。書店的保守經營方式，成

⁴³ 根據非正式統計，民國 67 年只有八部長篇文藝小說出版(隱地，1994：136)。

為唯一不變的環節，影響了圖書出版產業的運作⁴⁴，潛伏著強大的壓力，終於在下個年代爆發，啓開第一波的書店革命。書店胃納不足，也創造民國 60 年代大小各類型書展於全臺舉辦的現象，依靠每年「國際學舍書展」的機會，聯合眾多出版社集體打折賣書。民國 60 年代臺灣圖書出版產業分工流分可以，圖 2-11 簡示。



2-11：民國 60 年代臺灣圖書出版產業關係圖

五、民國 70 年代

民國 70 年代，全臺灣出版社有 2200 家左右(附錄 1)，圖書出版量於民國 75 年突破一萬本大關(附錄 2)，供應面如此強大的情形下，引發圖書出版產業主導權力的移轉與分工模組的改變。民國 70 年代，臺灣平均國民所得突破 10 萬元(表 2-2)，平均每人書籍雜誌花費大幅提升，民國 75 年約 486 元，若以普通論叢類書籍為例，平裝本平均售價為 146 元(出版年鑑編輯委員會，1988：849)，一人平均一年購買 3.3 本。若以普通叢書為列，平裝本平均售價為 97 元，一人平均一年購買 5 本。與民國 50 年代相比，增加 3-5 倍之多。因為國民所得的提高，加上經濟的富裕，使得各種書籍紛紛出籠。

(一) 一般書籍

⁴⁴ 沈登恩認為書店荒謬的經營方式，落伍而不求改進的作業程序，是使出版業無法更向前進的主因(陳銘璜，1981：149)

民國 70 年代初期，套書依舊是圖書出版業出版的重點所在⁴⁵，民國 75 年為例，精裝套書平均總價為 6600 元(出版年鑑編輯委員會，1988：849)。反應民國 70 年代，圖書消費能力之驚人。然而大套書的出版因為市場飽和，也開始走下坡，民國 72 年，遠流出版《中國名著精華全集》的失敗，隱約宣告了套書時代的結束(出版年鑑編輯委員會，1984：283)。

民國 76 年解嚴，使得各類新議題得以出版，表 2-1 可見，應用科學、社會科學類圖書超越之前以語文、史地類書籍成為首要的出版類型。從消費者需求而言，第三類與第二類行業從事人數所占比例幾乎均等，使得第三類行業的需要，與新的圖書內容相互符應。民國 70 年代末期，股市狂飆，企管理財也成為社會暢銷書。現代化社會之下所帶來的龐大壓力，讀者藉由閱讀心理類、漫畫類、武俠小說類書籍，得到心理的放鬆。電腦應用日漸廣泛之下，使得電腦類書籍比例也超過 5% 左右，為另一個明顯成長的書籍類型。松崗電腦公司因為電腦中文圖書銷量大增，於民國 71 年成立了發貨中心，應付日益成長的業務。民國 75 年在美国成立辦事處，專司英文電腦圖書的進口與電腦輔助教學軟體(CAI)的出口。可見電腦市場於民國 70 年代開始，成為圖書出版的主流市場之一。

無論是企管財經、心理、漫畫、電腦等皆歸屬於應用科學分類之中，消費者的需要反映於圖書出版類型比重的提高，各行業相關的專業性、應用性書籍成長明顯。民國 70 年代消費者在工作專業知識上的渴求與生活作息改變之下，文學類書籍不再受到消費者的青睞，其他媒體的出現，如電視普及率高達 90% 以上(表 2-4)，瓜分了民眾閱讀的時間。生活步調的加快，工作上的壓力，使得民眾閱讀書籍種類，只能依據所需擇要篩選，「分眾化」的閱讀時代正式來臨。

身處圖書分眾化的時代，圖書出版產業的各環節也有不同的因應對策，以下分別就出版社(圖書製作)、經銷商(物流)、銷售三大部份論述其改變：

1. 出版社

民國 76 年，政府正式宣布解嚴，各種議題紛紛成為新的出版內容，環保、政治評論、同志、強烈本土意識的文章紛紛呈現在消費面前。政治的鬆綁，使得出版社數量與圖書出版內容產生了極大的轉變(表 2-1、附錄 1)。沿襲民國 60 年代出版企劃的概念，出版社專業化經營色彩更為顯現，只選擇特定的圖書類型，做為出版方向的現象更為明顯。如前衛、前進、蘭亭、新地、圓神出版社等，出

⁴⁵ 例如：幼獅少年百科全書、大美百科全書、現代人系列、當代文學大系等等。

版品特色顯著。

然而只專注於某一類型，出版社必須承擔更大的風險，因此編輯的角色與工作更為複雜，不再只是單純的排版、校稿。民國 70 年代的編輯，必須懂得發行、分析書市、成本計算、提供創意等。一位編輯必須懂相關的出版事項，但無能力負擔從事所有的工作執行，在此情形下，「編輯」，再細分成文字編輯、美術編輯、責任編輯等等不同的職位，負責某一部份工作的實際執行，最後由一位總編輯/主編統籌領導。出版社內部分工，代表傳統由少數人，甚至一個人即可包辦所有出版工作的時代成為過去⁴⁶。

一本書的完成必須經由「企劃出版」成為流行趨勢，出版界也因此多了新的職業——總策劃或編輯顧問，利用閒暇時間為出版社擬定出版計畫，邀約書稿或提供出版行銷意見(徐開塵，1989a)。

企劃出版帶來另一個影響，即「專業作家」的出現。編輯者分析市場需求之後，書稿來源可能是外國作品的翻譯，形成民國 70 年代翻譯風潮，皇冠、遠景、希代、林白、駿馬等出版社都出版大量的譯作，遠景的《世界文學全集》、《諾貝爾文學獎全集》、《克莉絲蒂偵探小說全集》、皇冠的《當代名家精選》等是這方面的代表(辛廣偉，2000：85)。第二個書稿來源即尋找適合撰寫選定出版方向之作家，出版社尋找各個領域的專家，邀請專家著手撰寫出版相關書籍，「專業作家」形成民國 70 年代特有的現象，主要偏重於非文學類⁴⁷書籍上(陳銘礪，1987：62)。因為傳統作家，主要以文學，包括長篇、短篇小說等為主，非文學類為新的領域，並非原有文學作者擅長與能夠駕御的題材。

出版社分工細緻之下，如何將各個不同工作單位成果整合為一，成為必須面對的問題，電腦的出現支撐出版社走向分工的可能性。所有作業方式電子化，修改、排版等工作皆能在同一個標準之下進行，文件往來的時間不因分工而增長，民國 71、72 年，出版界已逐漸有電腦打字、電腦排版的書出現(出版年鑑編輯委員會，1984：287)。電腦強大的功能更使得出版作業時間縮短，並且能夠從事大型的出版圖書計畫。如民國 74 年，光復書局即利用電腦編輯中文版大英百科全書。除了編輯，出版社的發行作業引進電腦，替出版社解決不少困擾(陳銘

⁴⁶ 例如柏楊的平原出版社(民 50 年)；楓紅、趙承厚的水晶出版社(民 57 年)、李恕軒等的四季出版社(民國 64 年)。

⁴⁷ 由金石堂文化廣場所定立區分出版內容的單位，分為「文學類」、「非文學類」，非文學類指散文、小說、詩、戲劇、報導、新聞、經濟、園藝、醫學、語言、教育、民俗等出版物。

璜，1987：39)。

出版社引入電腦編輯技術之外，連帶使得印刷廠作業方式由鉛字排版，走向電腦排版，以配合出版社出版業務(張夢瑞，1994)。民國 77 年，電腦排版成爲印刷業的主流，活版印刷進入蕭條期(曾堃賢，1990：38)。

出版社工作朝向專業、制度化運作之下，專業內容導向的出版社成爲必定的結果，此外，其他產業也開始投入圖書出版業的行列，如傳播機構、大企業及財團法人⁴⁸，龐大的資金支援與商業概念的擅用使其所成立的出版社，在出版產業中占有一席之地。民國 70 年代，出版業已走向企業化的分工道路，出版業已不是小書商，而是有規模的文化企業，可以稱爲「文化公司」(應鳳凰，1984)。

2. 經銷商

民國 75 年，圖書出版量突破 1 萬本大關，如何將書配送到適合的銷售地點考驗著圖書經銷商的能力，民國 70 年代新興的銷售通路，使得產業結構變得益趨複雜，零售商面對眾多的圖書出版數量與出版社，爲了經營效率及減少對應的供應商，期望以最少的人力與時間，採購最適合販售的書籍種類。在此背景之下，許多較爲大型的圖書經銷商開始部署全臺的行銷通路，如台英社、農學社、聯經⁴⁹、黎銘等，企圖掌握多數的圖書經銷權，爭取圖書經銷業的地位(黃淑惠，2000：36)，壓縮傳統地區中盤的生存空間。

爲了達到書籍配送的時效性，民國 74，農學社推廣圖書 Slip 補書制度，方便圖書統計及查補。民國 75 年，設立資訊部門，進入經銷系統電腦化作業(黃淑惠，2000：97)。利用電腦管理書籍的能力，提升經銷商的工作能力，增加在產業中的力量。除此之外，利用電腦分析各銷售零售點書籍銷售情報，幫助書店獲利之餘，間接達成自身經營的獲利性。陳日陞(2003)認爲中盤商已不單純只是貨品的運送，提供了商業流通、物品流通、資訊流通、金融流通與支援服務五大機能(陳日陞，2003：29-30)。

3. 銷售

一年約一萬本新書出版上市的情形之下，雖然消費人口因爲教育的普及、

⁴⁸ 傳播機構：臺視、中視、華視、中央日報、中國時報……等。大企業及財團法人：洪建全文教基金會、信誼文教基金會(永豐餘企業)、允晨出版公司(新光集團)、徐氏基金會。

⁴⁹ 民國 70 年起，農學社業務範圍廣及中南部，開始全臺總經銷的配銷作業(黃淑惠，2000：97)。聯經從 73 年起，開始代理同業的書刊發行業務(辛廣偉，2000：95)。

經濟的好轉等因素而增加，還是有太多的書籍根本無法被消費者注意，因此一旦有暢銷書籍出現，立即就有盜版本於市面上出現，因為這是銷售金錢的保證，盜版不需要支付稿費、版稅、編輯等費用，成本大約只有售價的二成半左右(關海潮，1981)，盜版書猖獗成爲民國 70 年代出版界頭痛的問題。

龐大的出版量，使得傳統書店無法消耗，大量的書籍還未獲得消費者注意之前，早已下架退回出版社，成爲數量可觀的回頭書或滯銷書。民國 70 年代初期大量出版社與經銷商倒閉⁵⁰的影響，使得大量的書籍廉價拋售以求現金，大量廉價書籍貨源充裕之下，市面上出現了許多五折書店與流動書攤。五折書店販售的書籍主要來自於出版社的滯銷書或回頭書，後來出版社舊書來源有限，銷路也不理想，利潤較薄，盜版書就開始滲入廉價市場(林意玲，1981)。流動書攤陳列販賣的，大多是兼有裝飾意味的部頭書及通俗小說。部頭書有相當比例是盜印本(唐經瀾，1982)。

民國 74 年，著作權法由註冊主義，改爲創作主義，同時規定侵害著作權民事賠償的最低限額，不得低於被害著作權實際零售價格的五百倍(周明慧，1998：48)。才逐漸扼止盜版之風。

無論是五折書店、流動書攤或盜版書，皆導因於圖書出版量太多而無法被傳統的主力銷售管道所吸納—書店空間已經太狹小了。出版業者爲求改善圖書銷售的問題，提出成立「文化商場」的構想⁵¹(陳達弘，1981：197)。以爲只要把所有的出版社的出版品聯合放置在一起，爲圖書尋求展示的空間，即可解決問題。林賢儒(1981)認爲由眾多出版社投資，加上企業投資成立的大書店，有存在的必要，以出版社的出版品引導讀者選書(張清吉、林賢如，1981：223)。不管文化商場或是林賢儒想像中的大書店，存在的盲點即是一書並不是擺上書架就一定能賣得出去。再者，再大的空間也無法同時容納每年約一萬本的新書，與擺放前幾年已出版的圖書。若真有那麼大的空間，書籍進銷存等管理工作，也是無法克服的問題。

有人則試圖從發行的觀點出發，唐啓明⁵²認爲出版界目前最大的困難是缺乏一條強而有力的管理，和一家類似百貨公司那樣有示範作用的大型書店。除了出

⁵⁰ 民國 71 年賢文圖書公司倒帳；民國 72 年中盤發行商忠佑公司與四季出版社惡性倒閉，均牽連數十家出版社，造成資金周轉問題，形成一連串的倒閉風波。

⁵¹ 陳達弘民國 70 年提出，聯合出版社在政府的協助之下，成立綜合商場與專業發機構，統籌全國出版品的發行，及負責文化商場書籍配備的設計(陳達弘，1981：197-199)。

⁵² 民國 72 年的新聞局出版事業處處長。

版，更要以「發行」書籍為重(王威寧，1983)，認為把書發到正確地銷售點，即可解決問題，然則忽略最了解消費者的環節，是與消費者接觸的第一線——書店，而不是經銷商。

出版社與經銷商依然無法深刻體會到，民國 70 年代，已是圖書供過於求的時代，消費分眾化的時代已經來臨，不僅代表出版社必須走向專業，書店也必須走向專業。書店不僅要「應有盡有」，符合所有消費者的需求，同時，書店必須預設某一類型的消費者為主力客群，為他們提供服務，如詹宏志(1986)所言，書店已從書的販賣者，變成書的採買者(詹宏志，1986b：214)。「選書」成為民國 70 年代書店經營的關鍵所在。

為了達到第一個「應有盡有」的目標，真正的大型書店於民國 70 年代出現。民國 71 年，新學友老板廖俊榮先行到重慶南路找一個合適的店面，經過多次實地探訪後，發現重慶南路上許多老書局或出版社都失去早年的特色，而且店面狹長的格局也不容易做現代化的設計裝潢，他就將新據點的目標移到敦化南路，以每坪 30 萬購買敦化店一樓門面，花三百多萬裝潢。成立所謂的書香園(陳長華，1989)。空調、音樂、光線、座椅、咖啡、以書香領導商圈的新主張。民國 72 年，金石堂汀州店成立，舒適、寬敞的空間，附設咖啡廳的複合式經營方式，以讀者為出發點的空間設計，引起出版業的震撼，引爆第一波的書店革命。書店在消費者心目中舊有的印象，改變成如「超級市場」般可以自由選擇、自由翻閱的場所(何凡，1984)。

電腦管理書店藏書，使得圖書進貨量大，依照書籍種類與出版社分門別類的擺放，使消費者能夠快速找到自己想要購買的書籍，符合現代人生活節奏快，找書時間縮短，滿足一家書店即能購足書籍的需求。金石堂的消費者主力，很明顯地以普羅大眾為主，了解現代人必須藉由共同的經驗維繫人際與社會關係的需要，除了主打暢銷書「滿足」大部份消費者需求之外，也利用電腦統計製成的排行榜，「創造」消費者需求。逛書店成為日常生活中休閒活動的一種選擇。

金石堂帶來的書店革命，不僅是表面上異於傳統書店狹小、被動的經營模式的改變，最重要的是書店「管理」能力的發揮。使書籍、消費者情報都能藉由電腦管理與分析的能力，處理龐雜的訊息，使得書店經營，第一次有機會真正依據「數字」反應出的市場需求作出適當的反應。民國 78 年金石堂引進 POS 收銀機，採行光筆讀取條碼，取代指按鍵盤的方式，除了簡化作業程序，快速取得資

訊(報表)，分析能力更上層樓，提高經營效率與存貨週轉率。

然而，多數書店業者只看到金石堂表面經營形態的改變，開始著手硬體設備的改裝，從事複合式的經營方式，卻無法獲得經營成果的真正改變。民國 76 年開幕的金橋書店結合圖書、雜誌與咖啡廳的複合式經營(徐開塵，1988a)；同屬東華企業的馬可孛羅書店則結合麵包與書香的方式(姜玉鳳，1988)，適得其反地讓人感到「書味」變調的感覺。傳統書店無法了解只知皮毛而從事的硬體設施改變，無法真正扭轉門巾經營的劣勢，逐漸被大型書店所取代，臺北人心中的重慶南路書店街，也開始慢慢走向沒落(曾堃賢，1990：40)。

能透析金石堂書店帶來真正的「革命」本質為何者，才能真的與金石堂搶奪書籍零售市場。民國 74 年，光復書局開設號稱全國第一家「書」的百貨公司光統圖書百貨公司，樓高七層，共四百餘坪的面積(聯合報，1985)，不僅面積大能夠擺設大量的圖書，另外設有咖啡廳、茶藝館和展覽廳，提供複合式的服務，最重要的，它提供讀者電腦查書的資訊服務，只要知道書名、出版社、作者三項之一者，即可馬上查出該書，並在幾樓幾號書架可找到(陳曙光，1985)。真正達到消費者在短時間內一次購足，並且快速找到所要書籍的需求。

臺灣書籍零售業從此進入連鎖書店稱霸的天下，在連鎖書店快速展店的情形之下，「應有盡有」的服務已不足以滿足消費者所需，加上稍具規模的書店至少需要數十坪到百坪以上的賣場空間，臺北市地區大坪數的地點越來越難尋找，房租也越來越貴的情形下，連鎖書店也開始以「社區形」書店定位，真正成為消費者的書籍採購者，成為詹宏志口中的「輻射型書店」(詹宏志，1986b：207)。民國 76 年新學友天母店開設，依居民特性(外僑)規劃成兼具閱讀及休閒功能的社區書店(徐開塵，1988b)。民國 78 年誠品敦南店成立，以人文書籍、藝術、建築原文書為主，提供東區中產階級(布爾喬亞)的需求。民國 77 年，永漢圖書因應消費者群體的改變⁵³，決定增加以圖片為主的雜誌、書籍數量。調整產品內容項目(民生報，1988a)。

分眾化的消費者時代之下，各類專業書局紛紛成立，如民國 78 年成立的理財叢書專賣店。民國 77 年以藝術書為主的亞典書局，民國 69 年以理、工、商、管西書為主的巨擘書局。因為戒解，大陸書籍得以申請、個人攜帶等方式進入臺

⁵³ 永漢圖書以日文書為主，原本的消費者為日僑或受過日本教育者為主，因時代的轉變，客群轉以不懂日文卻被精美圖片吸引的消費者(民生報，1988a)。

灣，形成的簡體字書店⁵⁴等。

連鎖書店與傳統書店最大的差異點在於，連鎖書店標準化、簡單化、專業化的原則(李光祥，1998：37-38)，電腦的應用是最大的關鍵，代表書籍已成為一種可被「管理」的商品，因此書籍必須像商品一樣，擁有一個獨一無二的識別碼，民國 79 年，解決商品條碼與國際書號條碼之爭後⁵⁵，國內最主要的三家大型連鎖書店—金石堂、新學友與時報廣場，以及幾家圖書出版業者—遠流、農學社、三民書局等，大力推行商品條碼化，以期在書籍銷售上，能更有助於銷售統計、存貨管理效率之提昇(曾堃賢，1991：42)。

連鎖書店大量展店的經營策略，改變了原有的書店空間分佈，臺大公館、東區，紛紛成為新的書店聚中區。也使得每年舉辦的國際學舍書展，魅力相形失色。各大連鎖書店爭食版圖之餘，其他通路同時興起，形成另一股新的競爭力量。民國 77 年，7-11 首開書籍銷售，各便利商店紛紛加入(曾堃賢，1990：39)，主要以暢銷書、雜誌為主，便利商店地理位置貼近消費者的優勢，使得出版品銷售量不斷提升。雜誌的販售，迫使販售雜誌為主的「書報攤」和販售多元化商品的「公車亭」等傳統攤位，逐漸從城市街景中消失，便利商店直接壓縮這些攤位的生存空間，搶奪傳統攤位賺錢的機會。便利商店明顯地書籍雜誌銷售成績，令廠商甚至於民國 79 年決定增設旋轉書架(徐開塵，1990b)，全力搶攻暢銷書市場。此舉不僅壓迫傳統書店的生存，大型書店也面臨威脅。百貨公司也開闢書店區，將書籍、文教用品正式附屬在百貨公司銷售，逐漸打開書籍經營風，首創者為興來百貨(中興百貨)與新學友的結盟合作(蔡淑玲、張典婉，1992)。

(二) 教科書

民國 76 年解嚴，自由、多元化的社會風氣影響之下，臺灣教育由從統一、制式化走向開放，逐步開放教科書編輯權力，首先於民國 78 學年度，教育部決定開放國中小藝能科、活動科及非關升學之選修科目課本，由民間出版社編輯。民國 78 年開放國中五種藝能科、三種活動科，高中八個選修科。79 學年度再開放國中職業選修科二十科。

(三) 小結

⁵⁴ 如民國 72 年：結構群；民國 79 年：明目書局；民國 79 年：萬卷樓。

⁵⁵ 在 ISBN 前加上 978 或 979 這兩組號碼，就可以轉換成「圖書條碼」，可在各種銷售管道中通(徐開塵，1990a)。

民國 70 年代，圖書出版產業進入全面競爭的時代，上、中、下游，無不因為競爭對手與政治開放、經濟好轉、科技應用等因素，展開全方面的交戰。同時，外商也開始進駐臺灣，分食臺灣圖書出版市場。外國出版公司通過投資、設立辦法事處方式進入臺灣。日本出版公司則多與臺灣公司合資、辦書店，如日販投資永漢國際書局、紀伊國屋書店與福武書店在臺設立書店等。

民國 70 年代，承襲 60 年代而來譯著風氣依然盛行，民國 78 年在國內著作權意識抬頭、中美雙方針對保護雙方翻譯權已達成協議的環境之下，興起「著作權經紀公司」，為出版社提供辦理取得外國翻譯權的相關業務(曾堃賢，1990:40)。

在一般書籍分工流程之中，新的職業、機構成立，出版社、中盤、書店，新通路的興起，改變了臺灣圖書產業的樣貌，分眾化時代之下，消費者購書行為也產生改變，掌握消費者資訊的書店，位居強勢領域地位。民國 70 年代，臺灣圖書出版分工流程，可以圖 2-12 加以簡示

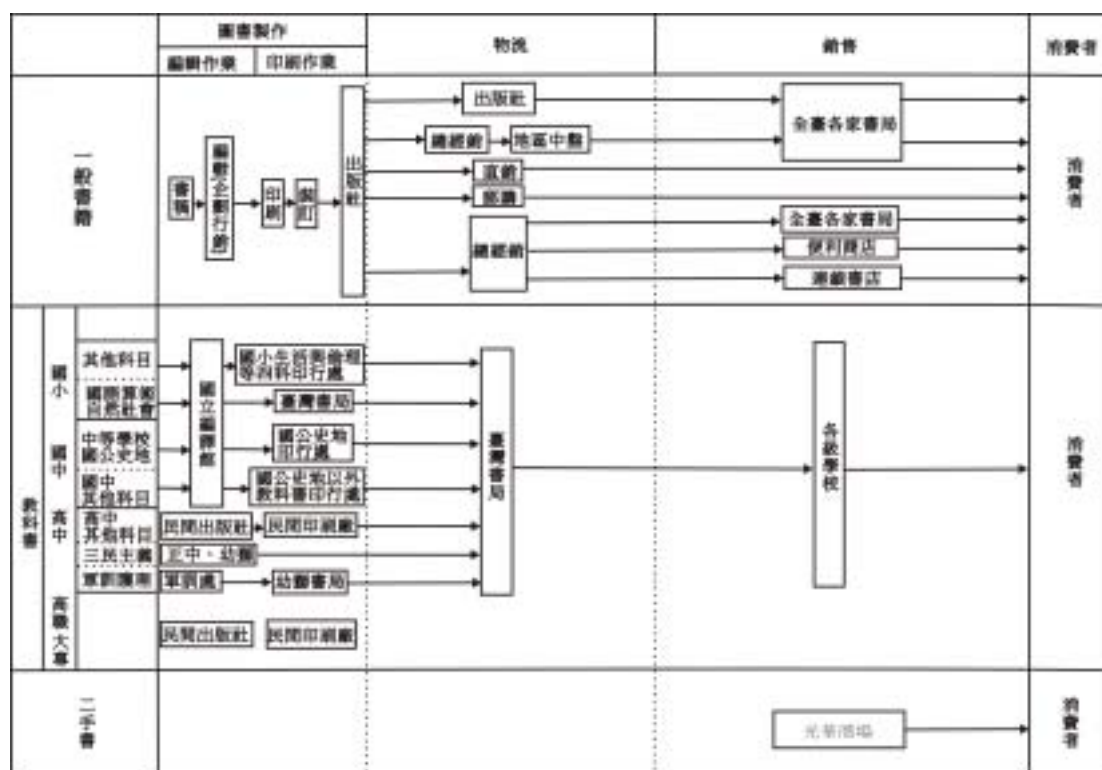


圖 2-12：民國 70 年代臺灣圖書出版產業關係圖

六、民國 80 年代

民國 80 年代，平均每人書報雜誌文具花費突破 1 千元(表 2-2)，消費者購書能力的提升，反映購書已成為消費者習以為常的行為，民國 80 年，出版社早已

超過 3 千家，民國 89 年增加至 7 千家(附錄 1)，圖書出版量至民國 89 年也超過 3 萬本(附錄 2)。雖然消費者需求市場擴大，然而出版社數目與圖書出版量的爆增，迫使出版社無不挖空心思爭奪有限的市場大餅。

(一) 一般書籍

民國 80 年代，圖書出版類型大致有以下幾項特色：翻譯類占總出版數的 30-50%，以兒童讀物最多，社科類次之。可見臺灣出版產業在出版社過多的情形之下，譯作之風行。電腦產業的成熟與對社會的影響力，帶動大量的電腦圖書的出版，表 2-1，可見電腦類書籍至民國 80 年代已成為最重要的出版類型。

民國 88 年，廢止出版法，代表臺灣出版產業的成熟與開放，也意味著圖書出版業事進入完全自由競爭的時代。臺灣本地出版社不再受法令的規範，同時外國出版社大舉進攻臺灣圖書出版市場之下，圖書出版產業進入前所未有的激烈競爭局面。以下分別就出版社(圖書製作)、經銷商(物流)、銷售論述其改變：

1. 出版社

出版社競爭進入民國 80 年代，除了本地的出版社之外，外資等大型出版社也正式進入臺灣，民國 82 年，美國麥格希爾公司正式進入臺灣。使得臺灣圖書出版產業競爭更加的白熱化。

臺灣本地的出版社，在資金、規模與考量競爭力之下，開始走向企業化、公司化、集團化的經營。出版集團化，不僅可以增強企業的信譽與影響力，還可以揚長補短，使企業更加專業化；籌集較多的資金，開拓市場的開拓。依照出版社不同的條件，主要採取兩種不同的作法，1.出版社本身組織的擴大：光復、時報、皇冠分別於民國 70 年末至民國 80 年代初完成企業化與團體化的目標。2.中小型出版社聯合：民 85 年在詹宏志的牽引之下，結合麥田、貓頭鷹、商周三家出版社，成立城邦出版集團。

出版社在民國 80 年起，完全是一個商業概念經營之下的文化組織，企劃、行銷在金石堂排行榜出現之後，為求出版品在一年 2-3 萬本新書異軍突起，作家必須如藝人一樣的包裝，作家明星化出現，利用各式媒體以取得消費者的注意。然而暢銷作家在臺灣有限的人才資源裡，是可遇不可求，出版社必須面臨 4 千家，甚至到民國 89 年 7 千家左右出版社搶奪書稿的情形之下(附錄 1)，尋找譯作成爲最佳的方式。外國譯作的銷售成績已在國外明顯的展現，出版社必須仔細分

析市場需求、加上宣傳手法的運用，打造一本臺灣版暢銷書。民國 82 年，著作權法修定，擴大保護及至國外著作，取得翻譯授權成爲出版社的新工作。面對大陸華文市場的開放，爭取版權不單只是授權問題，簡體字與繁體字分別授權、或華文出版的完全授權，臺灣與大陸於外國版權領域中彼此較競。

民國 80 年代，出版社許多已經完成硬體設備的電腦化，電腦的使用不僅增加出版社的運作效率，許多電腦專業出版社成立。出版社也開始思考，運用新的科技開發出新的圖書：電子書的推行，此處的電子書主要指資料利用光碟作爲載體的書籍形式。光復、新學友、遠流、遠東、五南、第三波、牛頓、智茂與信誼等，紛紛踏入電子書開發領域，卻遭遇到科技開發上技術性的困難。出版社與電子公司的結合，反而成爲民國 80 年代較佳的策略聯盟。

民國 80 年代中期，網際網路時代的來臨，出版社目光轉向網路，將新書於網路上發表，再出版成紙本書籍。民國 89 年，新絲路網路書店，提供隨選列印 (Print On Demand) 的功能，消費者決定購買書籍之後再列印。網路的風行，新的網路作家與網路作品⁵⁶，也成爲出版社新的書稿來源。電子光碟在發展階段雖然遭到網路興起的衝擊，但依然有其市場立基存在，主要朝向百科全書類爲發展方向。

民國 80 年代，網路取代了傳統的郵購，出版社開始成立專屬的網路書店，提供書籍販售的服務，如遠流博識網(民國 86 年)、敦煌(民國 88 年)，三民網路書店(民國 85 年)等等。

無論是電子光碟或是電子書，依然無法取代傳統的紙本印刷爲主體，此時出版社內部運作基本上都是以電子 E 化處理所有的圖書編製工作，將排版完成的書稿發至印刷廠。新書由印刷廠印好後，直接交由配書的通路商，出版社只取回固定比例，因爲出版社負責贈書、行銷，及一些向出版社訂購或網路書店的訂貨(王乾任，2004：157)。

出版社在此競爭激烈的時代之中，必須步步爲營，不僅要以創意、行銷⁵⁷等方式吸引消費者，出版社經營眼光更必須能夠透析市場，否則將得到完全不同的結果。如新學友因教科書市場失利，於民國 92 年宣告破產。反觀城邦集團，則

⁵⁶ 例如痞子蔡、王文華等網路作家。

⁵⁷ 就圖書包裝而言，Mook 雜誌書、口袋書、軟皮精裝書等成爲新的流行方向(蘇惠昭，1998：487)。

在考量全球華文市場的觀點之下，民國 90 年成爲香港 TOM.COM 集團下的一員。以更爲龐大的資源爲後盾，進一步完成進軍華文市場的目標。

2. 經銷商

民國 80 年初，圖書出版量約 12000 本左右，至民國 91 年，已爆增到 4 萬本(附錄 2)，同時連鎖書店、便利商店等各種通路的興起，使得書籍配送更爲困難與複雜。原有的空間與技術已不符合時代的需求，經銷商必須提高自身的能力，才能爭取到最多的客戶。民國 86 年，農學社成立物流中心；民國 92 年，南崁物流中心成立，不斷地經由擴大規模的方式，降低經營成本以取得規模經濟利潤。

經銷商不僅必須面對內部的競爭，因爲圖書出版數量與通路多元化，其他業者也開始進入書籍配銷的領域，如 1.外商：民國 82 年，台灣英文雜誌社有限公司與日本出版販株式會社共同投資的「臺灣日販股份有限公司」。2.連鎖書店：如金石堂(民國 84 年)、新學友(民國 89 年)、誠品(民國 92 年)各自成立物流中心，負責自身的連鎖書店書籍配銷工作。3.印刷業：民國 85 年，秋雨印刷成立秋雨物流公司，民國 88 年物流中心成立。4.便利商店：民國 88 年，7-11 成立大智通文化行銷，在台北地區成立大型文化物流中心，配送門市出版品。

3. 銷售

書籍零售市場在連鎖書店開啓革命之後，大型企業化經營的局面，令傳統書店在潮流中逐漸消失，各式各樣的管道紛紛出現，嘗試各種方式，只要能夠與消費者接觸，就有商機可言。將民國 80 年代至民國 93 年各種銷售書籍的管道，作以下的整理：

表 2-6：各類型書店特色整理

書店類型	成立時間與特色	備註
連鎖書店	依循複合式經營形式的想法，將書店變成社區的生活供應中心，最具代表性的即新學友於民國 81 年開設近 2000 坪的門市，提供書籍文具禮品、唱片、視聽休閒、咖啡館、生活 DIY 等。但複合式經營的威力於民國 80 年代減弱，帶動複合式經營的始祖—金石堂即於民國 86 年，轉回全力經營書店業務，	

	於民國 85 年與 21 家供應商用 EDI 網路連線，提高資訊流通性。金石堂(民國 87 年)、誠品(民國 90 年)各家連鎖書店也成立專業的網路書店，橫跨實體與虛擬書店之列。針對回頭書、庫存書成立暢貨中心 ⁵⁸ 或舉辦晒書活動，加以消耗，增加另一項收入，降低存書帶來的門市經營成本。	
量販店	民國 82 年，萬客隆量販店也開始開闢書區，只販售暢銷書，以最大的折扣吸引消費者。	
電子光碟書店	民國 83 年，光統圖書百貨成立電子書店，民國 84 年，在信義路成立電子書廣場。販售電子書軟體。民國 86 年，新學友打算開設兒童光碟專賣店。	後來皆關閉
網路書店	博客來網路書店於民國 85 年成立；民國 90 年開賣電子書；民國 93 年開設簡字書館。民國 86 年，英文雜誌社成立一千零一頁好書的網路書店	
便利商店	民國 85 年，7-11 的出版品營業額已佔總營業額的 10%，相當的可觀，民國 89 年與博客來網路書店合作，7-11 便利商店成為虛擬書店的書籍取貨點。	
外資	民國 87 年，法國 Fnac 於環亞廣場開設亞洲第一家分店。民國 92 年，新加坡 Page One 國際綜合書店於臺北 101 大樓開設。	
專業書店	民國 80 年代成立許多風格強烈的獨立書店，僅列舉數家知名的獨立書店，如華彩電腦書局(民國 87)、女書店(民國 82 年)、晶晶書店(民國 88 年)、信鴿專業書店(民國 88 年)。	
電子書專賣店	民國 88 年，Pc home Online 成立 Deco Book 網站書店，賣「電子書」，是中文世界的第一個數位書商店，賣販的商品完全是電子檔案，購買者必須利用電腦或相關電子產品閱讀其內容。	
簡體書店	問津堂(民國 90 年)、秋水堂(民國 92 年)、山外(民國 92)、上海書店(民國 92 年)。	
低價書店	69 元書店(民國 90 年)、五六七量販書城(民國 82 年)、看書樓(民國 82 年)。	

資料來源：本研究自行整理

⁵⁸ 民國 92 年，金石堂在中南部成立暢貨中心，低價銷售回頭書。

各種通路除了努力經營自身的營運之外，也與其他的管道合作，零售管道的競合成為現代書籍銷售的面貌，實體與虛擬書店交雜，反應出現代消費者購書形態的多元與複雜。各種管道的變形與興起，只都為了符合消費者的需求，如誠品察覺都市生活的作息變化，民國 88 年嘗試 24 小時整天不打烊，獲得成功。形成臺北人夜生活中另一個去處。

(二) 教科書

1. 高中職以下教科書

依照教科書開放原則之下，各級學校教科書紛紛開放：民國 80 學年，開放國小音樂、唱遊、體育、美勞等科。民國 85 年，國小教科書全面開放。民國 88 學年度，高中、高職教科書開放。民國 89 學年度起，國中教科書全面開放，直至民國 90 年所有教科書完全由民間經營。教科書市場從此成為各家書局得以自由進入的領域，每年估計約 300 億的教科書市場，成為出版業者搶食的大餅(林麗雪，2002)。教科書出版業務需要的資金龐大，與出版社總數相比，從事教科書出版的出版業者數量比例甚少，形成變相的教科書出版業務的壟斷。

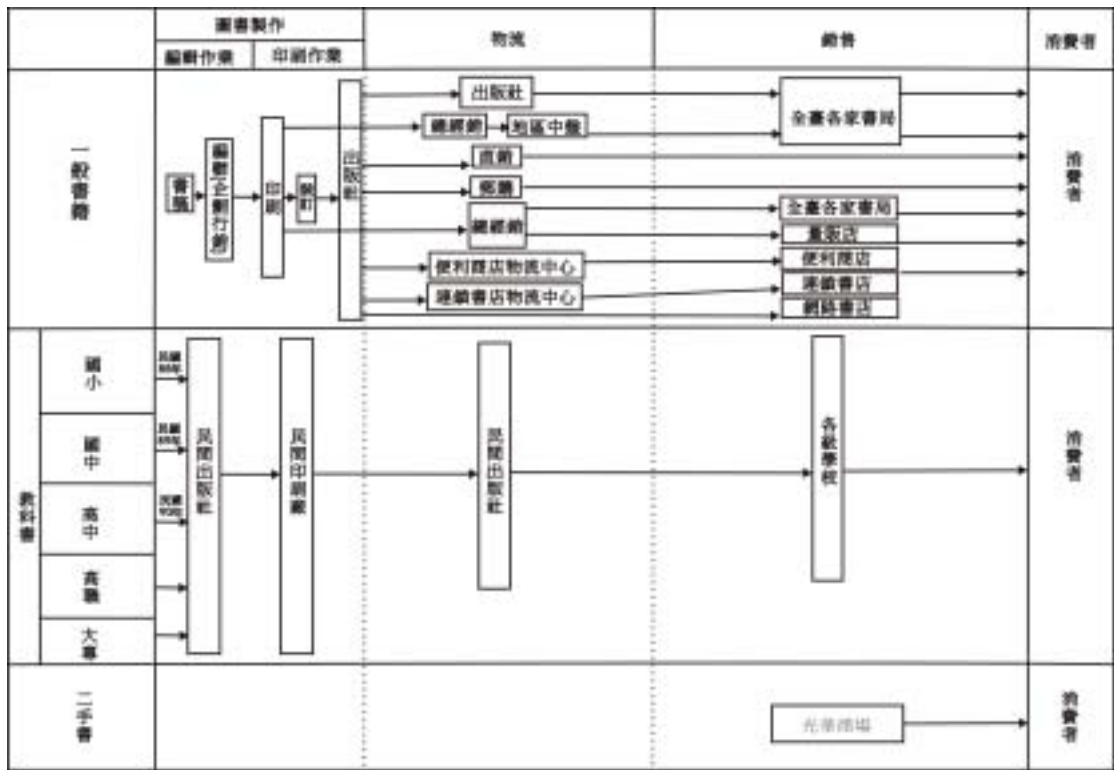
2. 大專教科書

民國 82 年著作權法的實施，使得西書出版業者必須向國外取得版權才得以翻印，外國業者已於臺灣成立辦事處或分公司，因此授權意願不高。原文版教科書必須經由西書業者訂貨之後，才能購買到原文書。

(三) 小結

民國 80 年代之後的圖書出版業，紛亂的情形，已非可以單純的方式說明出版業上、中、下游之間的關係。印刷業者橫跨物流與出版(如秋雨⁵⁹)；零售業者將觸角伸往出版(如民國 86 年的誠品、金石堂)與物流。現象如此複雜的來源，只因圖書供應遠大於需求，使得各環節無不使出渾身解數，只為在圖書出版產業求得一席之地。民國 80 年代，臺灣圖書出版產業分工流程，可以圖 2-13 加以簡示。

⁵⁹ 秋雨於民國 88 年與角川書店合作成立出版社



2-13：民國 80 年代臺灣圖書出版產業關係圖