

出國報告（出國類別：考察）

考察
「第 20 屆北京國際圖書博覽會」
心得報告

服務機關：文化部（人文及出版司）

姓名職稱：蘇韋菁聘用助理編審

派赴國家：中國大陸(北京)

出國期間：102 年 8 月 27 日～8 月 31 日

報告日期：102 年 12 月 20 日

摘 要

中國大陸出版市場為臺灣出版業最具商機的海外市場，101 年臺灣圖書版權輸出近九成為翻譯簡體版權，北京國際圖書博覽會至創辦以來，今年已邁入第 20 屆，以「把世界圖書引進中國，讓中國圖書走向世界」為辦展的宗旨，為亞洲區相當重要的版權交易型書展，也是中國大陸出版界與海外版權交易與數位平台交流合作最重要的展覽之一。

經本次考察實地觀察國內出版業者參展情形，一般圖書區展位由以往 2 個展位擴大為 12 個展位，其整體規劃與成效明顯提升，人潮眾多，惟礙於經費因素，未能如國際區其他國家般設置大型展館，在國際區內略顯陽春；數位出版業者參展情形較不踴躍，展出之數位出版品種類雖多，惟相關業者未能共同參與，對其推展效果有限；漫畫展區展館雖小，但設置主題清晰，作品展示得宜，惟因該展會非動漫專業展會，故相對而言其推展成效未如業者預期。

本次考察就未來參展建議如下：

（一）建議應持續補助臺灣業者參展，惟應修正參展方式（立即可行）

建議設立臺灣館，以資源整合，集中焦點，臺灣本身其實即為一具吸引力之品牌，建議可將圖書、數位及漫畫出版整併為一臺灣館，擴大展位，妥為設計，以展現具有臺灣出版品多元豐富之文化特色。

（二）於臺灣館內設置明顯且具特色之專區，並妥為宣傳（立即可行）

建議未來可持續設置臺灣金鼎獎及金漫獎以及文學館外譯作品，本部及附屬單位優良出版品等臺灣優秀得獎作品專區，使臺灣優秀作品得以聚焦，另大陸圖書少兒出版市場持續成長，臺灣少兒書籍品質優良，童書、繪本及相關書籍在國際書展上亦嶄露頭角，若可設置童書繪本專區，對於搶攻中國大陸少兒市場有所助益。

（三）建議本部應利用此展會積極參與，並拓展相關人脈：（中長期建議）

大陸出版市場變化快速，建議可定期考察該展會，利用展會期間多參與其舉辦之相關活動，掌握大陸出版最新發展。並可視層級安排與大陸官方代表或重要出版單位接觸，針對兩岸出版交流、政策法規等提供意見

交流及協調，以協助參展業者積極拓展資源及人脈。

(四) 拓展版權輸出國際市場，主動邀請國家及地區或大型出版單位參與台北國際書展：（中長期建議）

台北國際書展目前尚未有中東地區國家參與，建議可將其列為爾後國際拓展之地區之一，另該展會部分參與國家如莫斯科、埃及、土耳其、加拿大及俄羅斯等國，皆未於台北國際書展參展，建議可主動邀請來台參與，建立並拓展雙方文化交流之平台。另台北國際書展歷年來亦有邀請許多國際知名出版界人士參與相關活動，建議亦可將國際大型重要出版集團之高層列為考量，邀請參與台北國際書展，提供國內出版社與國際出版集團更多接觸及交流之機會。

目 次

壹、前言-----	4
貳、考察行程及目的	
一、行程安排-----	5
二、參訪議題-----	5
參、考察內容介紹及心得	
一、 北京國際圖書博覽會各區介紹-----	6
二、 臺灣出版業者參展說明及實益-----	11
三、 訪視北京王府井(新華)書店-----	19
肆、建議事項	
一、 立即可行建議-----	21
二、 中長期建議-----	23

壹、前言

鑒於中國大陸出版市場為台灣出版業最具商機的海外市場，101 年臺灣圖書版權輸出近九成為翻譯簡體版權，臺灣出版業者與中國大陸地區，因語言及文字相近，且有鄰近之便，故其進入門檻較低。另中國大陸近年來亦成為世界積極爭取之重要出版市場，惟兩岸出版產業環境不同，中國大陸對於出版產業仍有繁多規定，並嚴格審查出版產業各階段之進行，使得臺灣出版業者於推展臺灣原創作品時，仍被受限制。

北京國際圖書博覽會至創辦以來，今年辦理第 20 屆，以「把世界圖書引進中國，讓中國圖書走向世界」為辦展的宗旨，為亞洲區相當重要的版權交易型書展，也是中國大陸出版界與海外版權交易與數位平台交流合作最重要的展覽之一。發展至今，其書展功能結合版權貿易、圖書貿易、數位展示、資訊交流與業界溝通為一體之出版交流盛會，就近觀察其辦理情形，以做為輔導出版產業參與國際書展活動之參考。

因兩岸政治關係之特殊性，歷年來臺灣參與北京國際圖書博覽會均未由政府以採購案方式主辦，而係補助臺灣業者組團參展。今年由中華民國圖書出版事業協會邀集圖書出版業者組團參加，設置「樂讀臺灣」臺灣人展區、華品文創出版股份有限公司邀集數位出版業者參加，設置「數位臺灣 e 樣精采」展區、中華動漫出版同業協進會邀集漫畫出版業者共同設置「臺灣原創漫畫展區」。

北京國際圖書博覽會為亞洲重要展會，國際出版社及版權人士等出版業者皆至此交流，亦為各國展現出版形象的重要場域，今年臺灣圖書出版部分更積極協調，擴大展位設置，以「文學臺灣」做為主題推薦，並配合展前宣傳、導覽服務及展後調查，提升台灣出版參展品質及形象。另本部亦首度補助漫畫出版及數位出版業者組團參展，故本次考察將實地觀察今年整體佈展情形及產生之效益，作為提供未來參展之建議。

貳、行程安排與參訪議題

一、參訪行程(102 年 8 月 27 日至 31 日)

日期	行程
8 月 27 日	台北出發至北京
8 月 28 日	1. 參觀北京圖書博覽會展區 2. 與參展業者碰面瞭解參展狀況(中華民國圖書出版事業協會陳本源理事長、王宏傑執行副秘書長、臺灣動漫畫推廣協會蔡雲山秘書長及華品文創出版股份有限公司王承惠總經理)
8 月 29 日	1. 參觀北京圖書博覽會展區 2. 參加兩岸數位出版專業交流論壇 3. 訪查北京新華(王府井)書店臺灣書籍販賣情形
8 月 30 日	1. 參觀北京圖書博覽會展區 2. 參加「臺灣電子書風貌-從幾米電子書《向左走向右走》」發表會
8 月 31 日	返回台北

二、參訪議題

(一)瞭解北京圖書博覽會辦理情形

1. 中國大陸出版物展區

2. 海外圖書展區和港台展區

3. 數字出版展區

4. 主題館

(二)實地觀察臺灣出版業者參展情形

1. 圖書出版—主辦單位:中華民國圖書出版事業協會(本部補助)

2. 漫畫出版—主辦單位:中華動漫出版同業協進會(本部補助)

3. 數位出版—主辦單位:華品文創出版股份有限公司(本部補助)

4. 版權代理業者(自行派員參與)

5. 瞭解臺灣業者參展狀況及其他展位觀察

(三)訪查北京王府井(新華)書店臺灣書籍販售情形

參、考察內容及心得報告

一、觀察第 20 屆北京國際圖書博覽會辦理情形

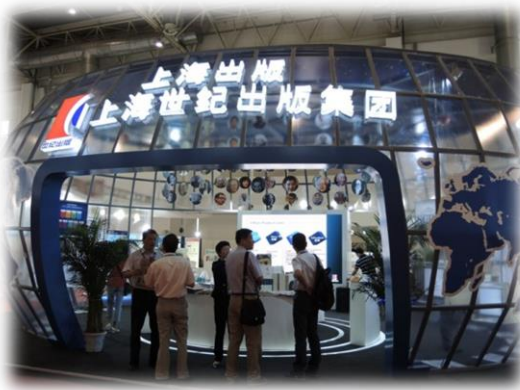
北京國際圖書博覽會是由大陸新聞出版總署、國務院新聞辦公室、教育部、科技部、文化部、北京市人民政府、中國出版總署、中國作家協會等單位共同主辦，是大陸重點支持的會展專案，今年有 76 個國家和地區超過 2,600 家參展業者參與，來自美國、英國、韓國、俄羅斯、法國、德國、義大利等海外參展單位展商數量比去年成長 25%，歐美等國際出版集團包括英國培生出版集團、荷蘭愛思維爾出版集團、德國施普林格出版集團、美國麥格勞希爾公司、英國麥克米倫出版公司、法國阿歇特出版公司等亦有參與，另亞非地區包括日本、新加坡、越南、印度、土耳其、埃及、阿根廷、突尼斯等地皆有參展，且參展數逐年增加，本屆圖博會參觀人數約超過 20 萬人次。

依據本屆圖博會閉幕所公布之數據，本屆北京國際圖書博覽會共達成中外版權貿易協定共 3,667 項，比去年增長 11.2%。其中，達成各類版權輸出與合作出版協議有 2,091 項，比去年同期增長 12%，達成引進協議 1,576 項，比去年同期增長 10.1%，引進與輸出之比為 1：1.33

本屆北京國際圖書博覽會在「中國國際展覽中心(義順新館)」舉辦，為該圖博會移師新館舉辦第三年，總面積達 53,600 平方米，本次共設立四大展區，包括「國內出版物展區」、「海外出版物及臺灣展區」、「數字出版展區」及首度開設的「主題館展區」，本年之主賓國為「沙烏地阿拉伯王國」，另展會重點活動包括 2013 北京國際出版論壇，本屆主題為：「全媒體時代的出版業：融合、機遇、前景」、中華圖書特殊貢獻獎頒獎儀式，共有 6 位得獎者，分別為埃及翻譯家穆赫森·賽義德·法爾加尼、美國作家傅高義、阿根廷作家馬豪恩、瑞典翻譯家陳安娜、印尼出版家楊兆驥、義大利翻譯家蘭喬第，另舉辦出版論壇及出版人貿易配對活動及文學之夜等。

(一) 中國大陸出版展區

中國大陸出版展區規畫筆直，主要分為兩排，一排以大陸省分為單位，另一排則以大型出版集團、大陸主要大學及政府單位為主，展場內各單位展位呈現，除北京、上海等地之展位設計較為特別外，其餘皆以大型簡約之造型呈現，每一展位面積極大顯示各地區之企圖心，惟部分展位未能妥善設計規劃，出版品顯得較為稀少，展會中部分大型出版社亦有舉辦記者會或交易簽約儀式等活動，以吸引媒體及人潮。





(二) 海外圖書展區和港台展區

海外展區展位以國家為單位，設計十分活潑多元，展位密集，為該展會氣氛最為熱絡的區域，各展位多能以該國特色進行設計，呈現其文化面貌。另香港館位於海外展區之主要通道，今年並舉辦香港館成立記者會，邀請國內外出版界重要人士參與，我國台北書展基金會等單位此次亦受邀出席。



(三) 數字出版展區

數字出版展區之規劃與大陸國內展區類似，展位設計大多結合數位感之呈現，較具現代感，整體呈現亦較為有吸引力，惟其展區人潮差異甚大，部分展區因辦理相關活動較有人潮聚集。另位數出版展區設有活動區，此次臺灣聯合線上亦在此舉辦幾米電子書發表會。



(四) 主題館

圖博會為了集中焦點，吸引其他國家及地區進行特色主題展出，本年為圖博會首度設置主題館展區，專門進行特色主題文化展示，除了「主賓國：沙特」展區外，還有「主賓省：湖北」展區，光沙特主賓國展區占地面積就達 1,000 平方米，本屆參展主題是「書籍—人類永恆摯友」，以包括圖書、藝術、書法、攝影、服飾等 13 個獨立展區展現沙烏地阿拉伯的文化特色。另並於圖博會期間舉辦中阿與阿中文化關係的歷史、沙特文學與中國文學、沙中經濟關係及其發展進程、中阿傳統醫學等方面的研討會及文化交流活動。



二、國內出版單位參展狀況及實益

(一) 圖書出版單位

1. 參展說明及成果：

- (1) 今年由中華民國圖書出版事業協會新上任之陳本源理事長主辦規畫，邀集出版同業約100家共同參展，將臺灣原創作品圖書約1,500種於圖博會展出，出版社參展出團人數約60餘人。展位規劃「臺灣出版人」聯合展區，以「樂讀臺灣」為主題，再分「人文臺灣」、「文學臺灣」、「生

活臺灣」及「親子臺灣」等4大區。

- (2) 其中本次以「文學臺灣」區作為主題推薦，展出2013年金鼎獎最佳文學圖書獎、2013年台北書展大獎小說類、2013年開卷年度好書中文創作類及本部推薦之優質臺灣文學作品。
- (3) 臺灣展區獲國內「中時旺報」及大陸地區「中國新聞出版報」、「中國出版傳媒商報」等媒體報導；有關版權交易成果部分，經該協會統計，透過版權意向登記，本次參展洽談版權數約有200冊，經建檔參觀臺灣展區之中國大陸同業、媒體數約有201筆，其成果豐碩；該會亦對於參展業者進行展後抽樣問卷調查，平均給予7.2分(滿分10分)，另據業者意見反映，整體參展情形確實較往年進步許多。

2. 實地觀察：

- (1) 以往臺灣圖書展區規劃僅 2 個展位，今年積極辦理擴大至 12 個展位，實地考察其展場布置，相較於以往呈現較為完整設計之展位布置，色調及設計鮮明清新，參與之出版社及單位名稱，皆設計呈現於展位明顯之處，惟礙於補助經費有限，與國際展區其他館設相比，未能展現臺灣特色。





(2)臺灣展位位於國際展區之最末端，就展區地理位置來說並非理想，自國外展區入口一路走來，經過各國大型之生動展位後，臺灣展位顯得略為簡約且偏遠，但於展會期間至臺灣展位的人潮仍不少，顯示大陸出版業者對臺灣出版品有一定程度之需求。另參展之兒童教材互動區，人潮更是絡繹不絕，連續三天皆有相當多的群眾圍觀，相較而言，親子臺灣展位翻閱臺灣出版品之人潮亦比其他展位來的多。



(二) 漫畫出版單位

1. 參展說明及成果

- (1)臺灣漫畫展位由中華動漫出版同業協進會申請參展，以「Comic of Taiwan」為主題，集結九大動漫畫和輕小說業者(尖端、東立、青文、長鴻、台灣東販、台灣角川、銘顯文化、鮮鮮文化、大辣文化)共同成立「臺灣原創漫畫小說館」。展位共分為「金漫獎得獎作品專區」、「臺灣原創作品專區」以及「洽談區」。
- (2)金漫獎得獎作品共展出一至三屆得獎作品，臺灣原創作品區則由九大漫畫小說業者提供人氣當紅作品，總計共有 135 本臺灣原創漫畫小說於會場展出，以及多樣漫畫強打周邊商品。
- (3)經該協進會提供之資料顯示，展會期間臺灣漫畫館獲中國動漫產業網、國際在線、中國青年網、華夏經緯網、新華書日報等媒體報導，另有中國其他城市前來邀展，包含深圳動漫節、重慶動漫展等，並有約 30 多家中國業者來洽談經銷商品及臺灣原創漫畫小說授權，該協會已將相關資料轉交出版業者進行後續洽談。除了紙本授權洽談外，亦有 4 家大陸手機閱讀業者前來洽談電子授權事宜，另有西安電視劇版權交易中心希望洽談臺灣原創漫畫可跨界授權至電視劇或電影，開啟異業合作之可能性。

2. 實地觀察

- (1)臺灣漫畫館位於 2 館通道之主要出入口旁，為兩館相接必經之地，以地理位置來說相當好，整體展館設計明確清楚，以第三屆金漫獎之主視覺做為展位牆面設計，清楚展示出其展位之主題，另一牆面則有各得獎作品之介紹、本部漫畫資訊網之網址，展位內漫畫及周邊商品之擺設義簡潔有序，展位本身具吸引力。
- (2)因圖博會並無設置漫畫專區，僅日本館於展位內自行規劃特別展區，專門展示日本動漫相關出版品及周邊商品，臺灣漫畫館所在位置顯眼，但展位較小，且非主題展區，經該協會表示，該展會媒體曝光度高，但因漫畫出版品性質較為特殊，專程於圖博會探詢漫畫出版品之情形較少，部分洽詢業者表示希望洽談書籍為繪本或親子書，於此展會設置專屬漫畫展區，主題似較不符合。

(3)漫畫展位之設計相較於會場其他展位來得顯眼，亦有多篇媒體報導，惟圖博會仍以「版權交易」為展會主軸，漫畫類別與一般圖書較為不同，在非專業展會較難有所成效，惟引發大陸其他發展動漫產業之省分前來邀展，亦有國外業者詢問臺灣是否參與法國及美國之漫畫展，拓展臺灣漫畫走向國際之路，為此次參展之額外效應。



(三) 數位出版單位

1. 參展說明及成果

(1)今年為數位出版單位首度組團參加北京國際圖書博覽會，由華品文創出版股份有限公司主辦，以「數位臺灣 e 樣精彩」做為參展主題，邀集 10 家國內數位出版單位共同展出，包括「數位出版金鼎獎得獎作品」

共 14 件、「2012 電子書創作大賽作品」共 45 件，「臺灣作家電子書精彩讀」共 139 件。

- (2)另舉辦 1 場「兩岸數位出版專業交流論壇」，邀請大陸數位平台相關單位，包括中國出版研究院數字出版研究所、中國出版傳媒股份有限公司、中國移動、同方知網、掌中浩閱公司、多看閱讀公司及亞馬遜網路書店等相關人員進行交流論壇，讓臺灣業者更熟悉大陸數位出版概況，經該公司成果報告表示，建議增加法令及大陸審查等流程說明，以及大陸內容商上架臺灣出版通路的合作模式進行討論。
- (3)由聯合線上於數位活動區舉辦「幾米電子書《向左走向右走》發表會」，共吸引約 23 位大陸記者朋友參與該活動，原墨色國際總經理李雨珊欲親自前來，惟當天因飛機延誤故未能出席該發表會。
- (4)經該公司統計，參觀臺灣數位出版展區之同業資料建檔約 22 筆，大陸出版業者雖對臺灣數位出版品有興趣，惟臺灣首次參展數位展區，金鼎獎得獎業者對圖會瞭解有限，故參與意願不高，無法提供更深入的體驗給大陸業者實際應用。

2. 實地觀察

- (1) 數位展區相較於圖博會其他展區人潮較少，大多聚集於舉辦發表會活動，或有大型數位互動之展位，本次為本部首度補助我國數位出版業者參與北京國際圖書博覽會，出版展示器數量較少。數位展區之大陸各展位皆以極具數位科技及未來感之方式呈現，臺灣展位於數位出版區較無法呈現數位出版之特色。



- (2) 兩岸數字交流論壇聚於第一會議室舉辦，主講來賓為中國出版研究院數字出版研究所湯雪梅博士、臺灣數字出版發展與現況陳芝宇(聯合線上企劃總監)，座談來賓：中國出版傳媒股份有限公司余紅(戰略總監)、聯合線上股份有限公司陳芝宇(企劃總監)、中國移動閱讀基地傅晨舟(內容合作部總監)、秀威資訊科技股份有限公司吳松傑(副總經理)、同方知網海外渠道分公司張曉茹(總經理)、凌網科技股份有限公司黃榮華(數位內容部總監)、掌中浩閱公司韓曉波(副總裁)、長晉數位股份有限公司但釗齊(負責人)、多看閱讀公司喻娟(總編)、亞馬遜網路書店姜峰(數字內容總監)、臺灣大哥大股份有限公司林哲弘(加值服務事業處副處長)，場面熱絡，具實質交流意義。



- (3) 聯合線上公司於「數位活動區」舉辦「幾米電子書《向左走，向右走》ipad app 電子書正式發表記者會」，由聯合線上公司與墨色國際合作，呈現其 7 個經典劇幕、63 個感人場景的多媒體繪本電子書，聯合線上公司於記者會前便於會場廣為宣傳，且用心使用投影方式展現電子書內容。幾米在大陸知名度高，各大書店皆可看到幾米之書籍於明顯處販賣，故在場參與之觀眾及記者對幾米之作品也極為清楚，反應相當熱絡。



(四) 版權代理業者及其他

1. 北京國際圖書博覽會於國際展區後方設有「版權交易中心」，提供出版業者或版權代理業者租用場地，以利進行版權洽談。本屆臺灣版權代理業者有博達著作權公司及光磊國際版權經紀有限公司等兩家公司參與。
2. 經業者表示，不少業者於圖博會期間至北京洽談版權，該展會除成為世界各地洽詢中文版權之重要展會之外，同時也成為各國重要版權代理人藉機與國際出版業者洽談之展會，經側面觀察，版權代理業者從開展至展會結束，密集與中國大陸及各國業者洽談，連中午時間都難以休息，其實已成為版權洽談之重要場域。



3. 另於參訪北京國際圖博會之各展區時，發現臺灣紅螞蟻圖書及博達著作權公司皆獨自租用展位進行出版品之展示，並未與臺灣出版社聯合展出，由於紅螞蟻圖書公司於中國大陸成立工作室，已建立相關資源及人脈，其並未透過臺灣相關單位參展，單獨參展顯示對該展會之重視意味濃厚。



三、 訪察北京王府井 (新華)書店

1. 臺灣繁體書籍陳列

- (1)北京王府井書店營業面積達一萬平方米，共有六層樓分層分類販售實體書籍，三樓上樓後右側設有「進口原版」及「臺版圖書」區，直接販售繁體版臺灣進口書籍，經實地訪察，臺灣書籍約有四大排，上面皆明顯註明臺版圖書，主要以文學類居多，但並無較新書籍，多為臺灣已出版好幾年的舊書，較為近期的包括聯合文學、九把刀系列等。四大排後方則合併為「港臺圖書銷售區」。
- (2)臺版圖書區正前方最顯眼處兩平台，擺放前來顧客第一眼可直接看到整

本書的封面，一處平放的書籍以圖文書為主，包括蔡志忠經典四冊套書、幾米口袋書以及老夫子系列，非圖文書部分僅有賈伯斯傳；另一處則為鄧麗君紀念書及三毛叢書，皆為繁體書籍。

2. 臺灣原創作品簡體版

(1)在綜合漫畫區類，可看到幾米簡體版叢書全套，版本較新，幾乎臺灣出版的，大陸皆有出版，另有朱德庸漫畫簡體版數本。

(2)一般書籍區最顯眼處，可看到蔡康永的愛情短信簡體版以及九把刀系列小說簡體版。

3. 價格比較

(1)以幾米「月亮忘記了」一書精裝版為例，臺灣定價新臺幣 360 元，博客來網路打 79 折賣 284 元，而大陸簡體版賣價為人民幣 46 元，折合新臺幣約 230 元，就定價來說相對價格略低一點，而若自大陸知名的當當網查詢，網路銷售壓低售價販賣，同樣此書精裝版打 6.9 折，僅賣人民幣 31.8 元，折合台幣僅約新台幣 159 元，價格超低。而相對臺灣繁體進口書之售價則比臺灣訂價還高的許多。

(2)以新華書店來說，書籍雖未打折，惟北京書展期間適逢書展大賞，部分書籍滿百送 50 圖書禮卷之優惠，亦算是變相折扣。





肆、建議事項

一、立即可行之建議：

(一) 建議應持續補助臺灣業者參展，惟應修正參展方式

1. 中國大陸現已成為全世界積極爭取之新興市場，臺灣有其語言及文字相近之便，且該展會亦為各國尋覓華文市場版權交易之重要場域，自參與國家所投入之資源，亦看得出對北京圖博會之重視，故建議本部應持續協助臺灣業者參與該展會拓展商機，並藉此場域積極推廣臺灣版權輸出。
2. 建議設立臺灣館，以資源整合，集中焦點
 - (1) 本次臺灣出版單位參展主要分為三個部分，包括一般圖書、數位出版以及漫畫展區，各分散於國際區、數位區及連通要道三處，本部此次書展投入相關資源，不同型態之出版單位分別針對不同之作業要點申請補助經費參展，於同一國際平台不同區域展出，不但補助之經費有所差異，且資源及焦點容易分散。
 - (2) 經本次考察觀察「海外圖書展區及港臺展區」為該展會人潮最多之展區，且展區名稱即具宣傳效果，本次本部於此展區補助圖書出版之資源並不多，但其成效相對而言較佳，故建議應整合補助資源，將圖書、數位及漫畫出版整併為一臺灣館，於人潮最多之海外展區擴大展位，並設計具有臺灣出版品多元豐富之文化特色展館，以使投入資源發揮

最大效用。

- (3) 以漫畫展位為例，就圖博會所發送之展場分區圖來看，展位較小，故於展區地圖上並無法一眼察覺其展位存在，且其位置雖在主要道路上，但非規劃專區，若不特別注意即一閃而過，雖本展會並非漫畫專場，但亦也錯過許多與大陸出版單位交流之機會，例如日本則於日本展區內，直接設置大型漫畫專區，展出其動漫成果。
- (4) 另經觀察，數位出版區之展位皆為大陸數位大型出版業者或大陸各省份所設，國際區之參展之國家，除英美兩家出版公司自行設展外，並無其他國家特別於數位展區另設展位，部分國家則直接於該國展區內，規畫數位區，展示其數位成果。
- (5) 臺灣本身其實即為一具吸引力之品牌，建議可將圖書、數位及漫畫出版整併為一臺灣館，擴大展位，妥為設計，以展現具有臺灣出版品多元豐富之文化特色。就中國大陸而言，「臺灣出版品」豐富的創作能量，其實即有品牌效果，若能集中設置臺灣館，再依性質區分不同展區，讓對於臺灣出版品有興趣之大陸出版業者及國外業者前往臺灣館區時，即可接觸參展之各類型臺灣出版品，亦可拓展各類型出版品與出版業者接觸之機會。
- (6) 另可促進數位出版之發展，對臺灣數位成果有興趣之出版業者，可直接至臺灣展區洽談，或至臺灣展區洽談一般書籍之業者，亦可就近接觸臺灣數位出版之成果，若能妥為宣傳，則可進而引發數位出版之商機及其他可能性。

(二) 於臺灣館內設置明顯且具特色之專區，並妥為宣傳

- (1) 本屆參展單位於一般圖書區及數位出版區皆提供金鼎獎得獎作品，漫畫區則提供金漫獎歷屆得獎作品之呈現，建議未來可持續設置臺灣金鼎獎及金漫獎以及文學館外譯作品、本部及附屬單位優良出版品等臺灣優秀得獎作品專區，使臺灣優秀作品得以聚焦。
- (2) 大陸圖書少兒出版市場持續成長，另據 SINA 全球新聞網指出，中國已經成為德國兒童書籍非常重要的市場，德國的圖書質量佳，圖片精美，能達到相同品質之大陸出版品少見，以去年中國購買的德國兒童書

籍即超過 1000 種。臺灣少兒書籍品質優良，童書、繪本及相關書籍在國際書展上亦嶄露頭角，且大陸參展出版品內容皆需審查同意後才可展出，童書繪本等內容爭議較小，若可設置童書繪本專區，對於搶攻中國大陸少兒市場有所助益。

- (3) 設立數位出版專區應與一般圖書結合，讓出版業者皆可互相了解發展狀況，以提升數位出版之前瞻性，部分業者對於兩岸數位出版的流程及通路並不瞭解，藉由同一展區之集中性，亦可逐漸涉入其領域。
- (4) 設置版權交易專區，邀請版權代理業者共同參與。版權輸出人才之培養為本部主要政策之一，惟臺灣出版社內目前較為缺乏版權輸出之人才，固本部亦由今年起首度舉辦出版經紀及版權人才研習營，以協助培養臺灣版權輸出人才。因部分業者對於版權輸出之技巧尚未成熟，若可於展會期間，邀請版權代理業者共同參與，就其專業提供版權輸出之技巧及與大陸出版單位合作之經驗，加強雙方合作之可能性，以共同推展臺灣出版品。

二、中長期建議：

(一) 建議本部應利用此展會積極參與，並拓展相關人脈：

- 1. 北京圖書博覽會是中國大陸「十一五」和「十二五」重點支持的會展專案，也是中國大陸目前最重要的國際書展與國際出版業交流與合作之場域，大陸各地區皆相當重視。
- 2. 大陸出版市場變化快速，建議可定期考察該展會，利用展會期間多參與其舉辦之相關活動，掌握大陸出版最新發展。並可視層級安排與大陸官方代表或重要出版單位接觸，針對兩岸出版交流、政策法規等提供意見交流及協調，以協助參展業者積極拓展資源及人脈。

(二) 拓展版權輸出國際市場，主動邀請國家及地區或大型出版單位參與台北國際書展：

- 1. 2013年北京圖書博覽會有76個國家及地區參展，本部主辦之台北國際書展每年皆約有70個國家及地區參展，其國際參與數量相差不大，亞洲地

區及歐美地區之較大出版國亦皆有參與（例：日本、印度、韓國、新加坡、英國、法國、義大利、德國等）。

2. 本次北京圖書博覽會積極拓展中東市場，邀請沙烏地阿拉伯為主賓國，並舉辦相關中阿歷史、文學及作家交流活動，該國共有14家出版社共同參與，對拓展中東市場有所助益。台北國際書展目前尚未有中東地區國家參與，建議可將其列為爾後國際拓展之地區之一，另該展會部分參與國家如莫斯科、埃及、土耳其、加拿大及俄羅斯等國，皆未於台北國際書展參展，建議可主動邀請來台參與，建立並拓展雙方文化交流之平台。
3. 除參與國家外，歐美多家出版社如培生、英國愛思唯爾出版集團、哈珀·柯林斯出版集團、麥克米倫出版集團、德國施普林格、美國麥格勞·希爾、荷蘭威科集團、法國阿歇特等國際著名出版集團均有參展，經北京書展大會新聞報導並擴大宣傳，部分集團CEO及高層管理者親臨書展現場參與。台北國際書展歷年來亦有邀請許多國際知名出版界人士參與相關活動，建議亦可將國際大型重要出版集團之高層列為考量，邀請參與台北國際書展，提供國內出版社與國際出版集團更多接觸及交流之機會。

伍、參考資料

第 20 屆北京國際圖書博覽會官網

<http://www.bibf.net/WebSite/Home/Default.aspx>

德國之聲中國網

<http://dailynews.sina.com/bg/news/int/dwworld/20130830/02494921739.html>

中華民國圖書發行協進會，「第 20 屆北京國際圖書博覽會結案報告」

中華動漫出版同業協進會「文化部辦理漫畫推廣行銷及海外研習補助」成果報告

李芳宗、游惠容，「參加第 19 屆北京國際圖書博覽會心得報告」

華品文創出版股份有限公司，「數位臺灣 e 樣精采-2013 北京國際圖書博覽會(BIBF) 臺灣數位出版展區」工作報告

我看 2013 北京圖書博覽會 <http://blog.udn.com/leetang/8715741>

歐美出版巨頭將悉數來華_新聞中心_中國網