

出國報告（類別考察）

第 13 屆馬來西亞海外華文書市考察報告

服務機關：國立故宮博物院
姓名職稱：王耀鋒副處長
派赴國家：馬來西亞
出國期間：2018/6/8~2018/6/12
報告日期：2018/9/5

出國報告名稱：第 13 屆馬來西亞海外華文書市考察報告

出國計劃主辦機關/聯絡人/電話

國立故宮博物院/蔡啟發/28812021ext2586

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

王耀鋒/國立故宮博物院/文創行銷處/副處長/(02)2881-2021#68317

出國類別：考察

出國期間：107 年 6 月 8 日~107 年 6 月 12 日

出國地區：馬來西亞吉隆坡

報告日期：107 年 9 月 5 日

分類號/目：文化

關鍵詞：馬來西亞書展

摘要：

為有效行銷及推廣典藏文物所蘊含之文化內涵，國立故宮博物院每年積極參與國際重要出版品展會，其目的除文化宣傳，並希望行銷本院出版品及推廣本院品牌形象，宣傳我國文創產業與優良廠商的文化軟實力。另配合國家新南向政策，爰規劃觀摩新南向政策相關國家所辦理之國際各類展會，進而開啟本院全球視野及國際合作機會，並拓展國際營銷通路。

本次觀摩對象馬來西亞海外華文書市，係自 2006 年開始辦理、本年為第 13 屆，書展以提升馬來西亞人民的閱讀風氣為宗旨，主辦單位邀集具有相關文化特質與市場趨勢的出版社及書商，展出新穎又具創新的書籍、文具、影音光碟及多媒體產品，被譽為馬來西亞最大的圖書博覽會。

本次書市由馬來西亞大眾集團與星洲媒體集團聯合辦理，我國由文化部委請聯經出版社於書展現場設置「台灣館」專區，結合國內百餘家出版業者，展出 1,500 餘種圖書，規模高達 1 萬 5,000 冊，同時加入台灣數位出版聯盟、台灣電子書協會等，以數位載具閱讀方式呈現我國出版科技化的現況。

本院參加人員主要考察書市及參加各項宣傳活動，並拜訪當地行銷通路及參與版權說明會，俾瞭解東南亞國家華文出版品及出版品授權市場趨勢，及推廣本院出版品與授權機制。

目 次

壹、目的.....	4
貳、過程.....	5
參、心得與建議.....	16

壹、目的

書展或書市為短時間內聚集各類圖書供民眾完整參觀選購之大型展會活動，世界各國多有定期辦理，如日本東京書展、德國法蘭克福書展等，我國台北國際書展於 107 年舉辦第 26 屆，各展會期間對國家整體文化動能及各類書籍推廣行銷均有相當助益。

本次觀摩對象馬來西亞海外華文書市，係自 2006 年開始辦理、本年為第 13 屆，書展以提升馬來西亞人民的閱讀風氣為宗旨，主辦單位邀集具有相關文化特質與市場趨勢的出版社及書商，展出新穎又具創新的書籍、文具、影音光碟及多媒體產品，被譽為馬來西亞最大的圖書博覽會。

本次展會在吉隆坡會展中心第一及第二展覽廳舉辦，展場繁體、簡體書並陳，主辦單位為馬來西亞大眾集團與星洲媒體集團，我國則由文化部委請聯經出版社於書展現場設置「台灣館」專區，結合國內百餘家出版業者，展出 1,500 餘種圖書，規模高達 1 萬 5,000 冊，同時加入台灣數位出版聯盟、台灣電子書協會等，以數位載具閱讀方式呈現我國出版科技化的現況。

本院參加人員主要觀摩書展及參加各項宣傳活動，並拜訪當地行銷通路及參與版權說明會，俾瞭解東南亞國家華文出版品及出版品授權市場趨勢，及推廣本院出版品與授權機制。

貳、過程：

時間		行程		
月	日	行程	活動與工作內容	備註
6	8	台灣－ 馬來西亞吉隆坡	1. 路程，傍晚抵達馬來西亞吉隆坡。 2. 參加主辦單位大眾書局舉辦之開幕典禮及晚宴。	
6	9	馬來西亞吉隆坡	1. 參加台灣館開幕典禮。 2. 參加主辦單位大眾書局與文化部委託廠商聯經公司會談。 3. 觀摩書展。 4. 拜訪當地行銷通路。	
6	10	馬來西亞吉隆坡	1. 觀摩書展。 2. 拜訪當地行銷通路。	
6	11	馬來西亞吉隆坡	1. 觀摩書展。 2. 拜訪當地行銷通路。 3. 參加台灣版權推介會，推廣本院博物館公共化政策及 open data，並就圖像授權及出版授權機制進行介紹。	
6	12	馬來西亞吉隆坡－台灣	路程，返臺	

一、書展簡介

華人是馬來西亞第二大民族，人口數約有 741 萬人(根據 2016 年人口普查)，佔馬來西亞總人口數約 23.4%，主要分布於首都吉隆坡、檳城州、怡保和馬六甲市等各大城市。此外，華人也是吉隆坡的第二大民族，佔該直轄區總人口的 43.2% (馬來人最高佔 44.2%)，對於華文出版品有一定認識程度與需求。

另依我國文化部 103 年資料，馬來西亞華文閱讀人口約 400 萬人，華文書市規模為新台幣 19 億元，是僅次於大陸、香港、台灣之外，世界第四大華文閱讀市場，年度華文書市參觀人次約 75 萬人次，營業額約 2,000 萬馬幣(約 2 億台幣)。

第 13 屆馬來西亞海外華文書市舉辦地點為吉隆坡會展中心，時間為 2018 年 6 月 9 日至 17 日，為期 9 天，每天營運時間為早上 10 點至晚上 10 點，期間跨越 2 個週末假期，期能藉著周末假期讓更多馬來民眾及讀者參觀書展。

展區規劃包括台灣館、香港館、中國館及馬來西亞 4 個國家館區及 1 個書市主題館，書展主辦單位於書展期間每天均舉行多項精彩活動，如配合書展之主題表演，有獎競答及包括台灣之各國知名作家講座及創作心得分享會等多彩多姿之活動，迎合馬來西亞各階層及年齡之族群。



馬來西亞華文書市展場-吉隆坡會展中心



主辦單位大眾書局舉辦開幕典禮，邀請國會議員致詞



開幕典禮



開幕典禮



第 13 屆馬來西亞海外華文書市現場(入口處)



第 13 屆馬來西亞海外華文書市現場



第 13 屆馬來西亞海外華文書市現場

二、台灣館開幕典禮

為聚集馬來西亞民眾目光，台灣館另行單獨於書市現場另行舉辦開幕典禮，駐馬來西亞代表章計平大使於書展台灣館開幕儀式致詞表示，新政府推行新南向政策，未來將會投入更多資源，加強台灣和東南亞間的交流，本次書展更邀請了台灣知名作家等四位台灣作家，於書展現場舉辦創作心得分享講座及簽書會活動，讓本次台灣館之活動更具文藝氣息生動出色。

今年臺灣館特別規劃「臺灣館作家交流活動」，邀請臺灣與馬來西亞當地知名作家或人士進行文學相關主題對談，以擴大當地讀者參與與文學交流效益，邀請作家張西、亞榮隆·撒可努、阮光民、王浩一等計 8 位臺灣作家參展。



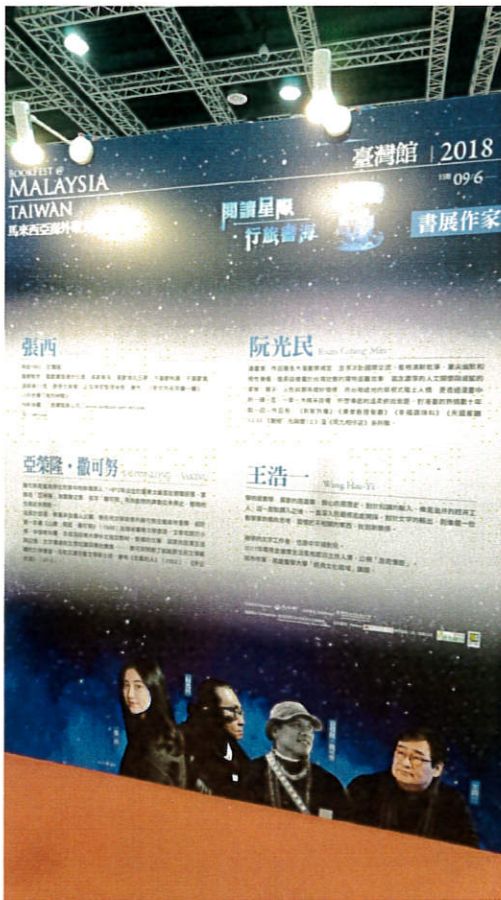
駐馬來西亞代表章計平大使於台灣館開幕典禮致詞



台灣館開幕典禮貴賓合影



台灣館場地



台灣館設置之數位出版品專區

「臺灣館作家交流活動」宣傳

三、參與會談及台灣出版品版權推介會

本次書展期間本院出國人員參與主辦單位大眾書局與文化部委託廠商聯經公司會談，以及台灣出版品版權推介會，前者主要共同思考華文出版品市場及書展方向有無需調整之處，後者則於會中向馬來西亞出版商推介本院圖像授權、出版授權及品牌授權等機制，以期更多不同出版廠商運用本院文物圖像元素出版或與本院合作出版。



本院出國人員參與台灣出版品版權推介會



本院出國人員參與台灣出版品版權推介會



台灣出版品版權推介會現場



本院出國人員參與台灣出版品版權推介會

四、洽談行銷通路

出國期間參訪書市協辦單位之一大眾書局所屬 2 家書店，洽談該公司承銷故宮文創商品及出版品之可行性。

該書局自 1984 年 1 月成立，為馬來西亞家喻戶曉，迄 2018 年為止，大眾書局全馬來西亞門市已經增至 93 間，並以其超過 78 萬平方英尺的零售空間，被列入馬來西亞紀錄大全，成為馬來西亞最大的連鎖書局。

大眾書局屬於一家完全由馬來西亞人管理的公司，同時，也被定位為一家三語書局，為各行各業的圖書愛好者提供一站式服務，銷售中、英、巫三語的各類型文學、非文學和通俗讀物，也包括學校課本及教學參考書；並提供多樣化的雜誌、文具、多媒體產品、禮品和 CD 光碟。



洽談對象 - 大眾書局 (第 1 家門市情形)



洽談對象-大眾書局(第1家門市情形)



洽談對象-大眾書局(第2家門市情形)

參、心得與建議事項

一、持續透過參展，累積國立故宮博物院在馬來西亞之品牌形象及知名度

參加書展或書市為快速宣傳品牌形象及知名度的方式之一，以本院 107 年度為例，當年度參加(或預計)台北國際書展、台灣文博會、美國拉斯維加斯國際授權展、德國法蘭克福國際書展等等，尤其國外展部分，對國家整體文化動能及各類書籍推廣行銷均有相當助益。

馬來西亞書市影響力如前所敘，是僅次於大陸、香港、台灣之外，世界第四大華文閱讀市場，年度華文書市參觀人次約 75 萬人次，營業額約 2,000 萬馬幣(約 2 億台幣)，其規模可見一般，爰 105 年故宮曾於書市現場設置專區陳列文創商品及出版品進行推廣；惟受限於經費預算，無法持續參與本項書市展覽，不易累積知名度，亦無法建立當地客群購買習慣，未來可研議納入出國參展行程之中。

二、參展規劃宜突破紙本出版品，納入多元展覽方式

以本屆台灣館為例，委託單位我國文化部已思考數位時代來臨民眾閱讀習慣有所改變，特別於現場首次設置數位閱讀展示專區，讓馬來西亞民眾瞭解台灣數位出版情形，吸引不少參觀者目光。

本院擁有數量豐富之電子出版品，並有相當精彩之影音動畫影片等媒材，未來若有參展需求，建議可多加搭配利用，除吸引參觀者外，亦可宣傳故宮數位科技之豐碩成果。

三、台灣紙本出版品價格競爭劣勢問題，值得關注

近年來馬來西亞與台灣交流頻繁，為台灣原創作品重要輸出地，亦是新南向政策的主要市場之一，文化部每年帶領上百家台灣出版業者參展「馬來西亞海外華文書市」，希望透過書展將台灣文學引介給東南亞讀者，讓當地民眾透過閱讀、影像，全方位感官領略台灣人文與文學的深厚底蘊，並藉海外書展機會，向馬來西亞行銷台灣多元文化風貌，期打造「台灣文學國際品牌」，亦值得肯定。

惟面對市場嚴格競爭，上述目標仍有待努力克服之處。以本次華文書市及場外的大眾書局參訪為例，台灣出版品之價格在競爭上明顯處於劣勢，現場觀察結果，台灣正體字出版品約

大陸簡體字出版品之 2 倍，與台灣業者討論，主要係台灣出版品市場與簡體字相較之下規模較小，無法大量印製降低印製成本，故平均每本書之實際印製成本均偏高。



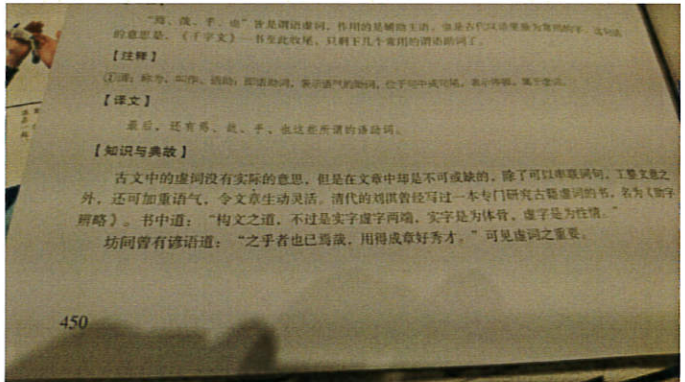
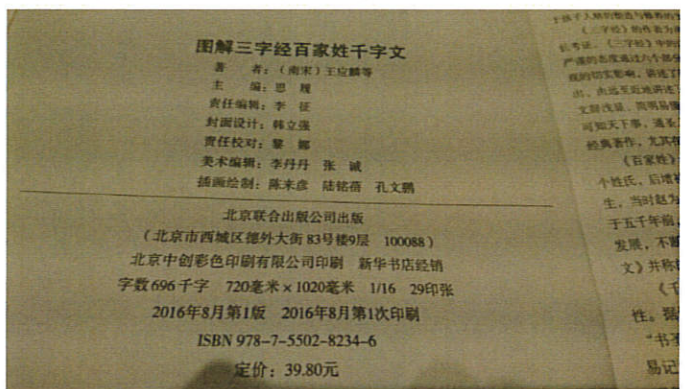
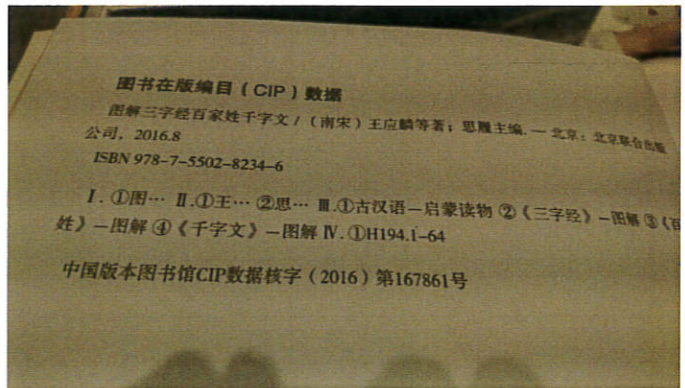
書市販售之台灣出版品，料理書約 40 馬幣(新台幣 320 元)



書市販售之大陸出版品，料理書約 20 馬幣(新台幣 160 元)

再以本院故宮文物藝術發展基金印製之出版品為例，因需透過政府採購法委託廠商印製，且需審酌庫存壓力，故展覽圖錄多以 2,000 本為印製數量(可分批交貨)。在此條件下，內頁 350 頁左右書籍訂價 1,200 元(如自然生姿態-于右任書法特展)，200 頁左右書籍訂價約 860 元(如「萬世師表-書畫中的孔子」)，該價格參訪對象大眾書局明白表示，銷售上有一定難度，需搭配不同優惠方案促銷。

相較之下，大陸 450 頁左右之出版品，現場售價僅約新台幣 240 元，固不同種類出版品無法完全類比相較，客群亦有差異，但仍可看出兩地出版品價格上之明顯差異。



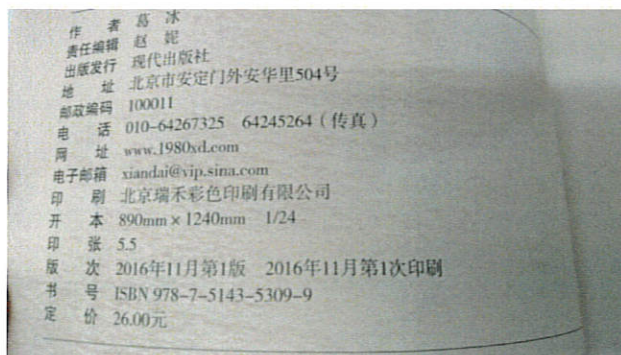
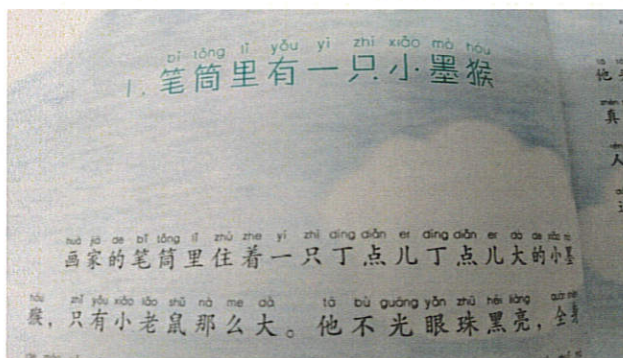
大陸 105 年 8 月印製約 450 頁左右之出版品，原書訂價 39.8 人民幣，大眾書局售價為 29 馬幣(約新台幣 240 元)

四、正體字出版品在海外市場面臨強烈競爭，台灣文化影響力恐受限制

出版品為文化傳播之重要工具，閱讀者可透過文字賞析學習瞭解該國文化內涵及人民生活價值，亦是重要之教育推廣媒介。

參訪對象大眾書局於入口處揭示暢銷書籍排行榜，在文學類或非文學類之前 10 名銷售排行榜中，正體字僅約占 2-3 名，台灣的出版品或文字影響力，受到限縮。

此外參訪時亦發覺，涉及幼兒教學之出版品大多以大陸地區出版品為主，各項童書教學、發音學習等均以大陸習慣發音為內容刊載，甚少有正體字、標示注音符號之讀本童書，長久以來，對台灣傳統正體字出版品亦將有所衝擊。



大陸訂價 26 元人民幣之童書在馬來西亞書市銷售



大眾書局入口處揭示之暢銷排行榜
(文學類)



大眾書局入口處揭示之暢銷排行榜
(非文學類)

五、博物館公共化政策及 open data 專區持續推動，對本院文物推廣有相當助益

本次參加台灣版權推介會，推廣本院博物館公共化政策及 open data，並就圖像授權、出版授權機製，以及本院電子書等進行介紹，會中馬來西亞出版商對 open data 專區有明顯興趣亦多特別詢問，尤其有教科書出版業者在會中表示未來將運用該專區免費提供之文物圖像內容，作為介紹台灣或華夏文化之參考運用元素。

博物館公共化政策為本院近年來主要施政重點之一，透過海外推廣與當地廠商面對面座談，更可實際感受到民眾對此政策之肯定及希加以運用之興趣，值得本院參考。

至於出版品版權部分，當地出版商對本院攜帶之故宮勝概、國寶菁華等出版品表示興趣，惟考量未來銷售推廣管道及市場接受程度尚不明確，故暫未有進一步合作計畫。