

「出版要傳達什麼訊息？內容、設計與市場的思考」——教資中心出版品印製研習活動



照片 1：莊總編輯瑞琳說明出版傳達訊息課堂一景



照片 2：本院同仁踴躍參與研習

【文/教育資源及出版中心 郭英慈】

【圖/教育資源及出版中心 陳蕙伊】

一本書的內容、設計甚至產品市場的規劃，往往決定這本書的銷售成績。為使本院同仁更進一步瞭解書籍製作與出版的相關內容，教育資源及出版中心在 108 年 9 月 18 日邀請春山出版公司總編輯莊瑞琳以「出版要傳達什麼訊息？內容、設計與市場的思考」為題，探討出版的原創性、設計發想與市場走向。

研習活動一開場，莊總編輯先從 2000 年博客來網路書店開創的「7-11 取貨付款」服務機制談起，並指出因網路的興起，讀者購書的管道從實體店面逐漸轉移至虛擬通路；加上搭配相關新書的折扣優惠活動，網路購書呈現成長趨勢。

除了購書管道的改變，網路時代也帶動各國電子書的風潮。像是美國在 2018 年電子書的出版銷售量已超過紙本書，且有 46% 以上的紙本書在網路書店販售。臺灣的電子書雖然市場占有率不大，但仍具有發展潛力，若出版時同時提供紙本書與電子書，相信能讓讀者有較多意願購買。

莊總編輯強調，出版固然要考慮市場趨勢，但不可忘記最重要的核心是原創性與設計發想。她認為「追求原創是出版的根本」，一個好的創作內容，可以喚起讀者閱讀的動力與讀後的影響力。雖然原創的自製書可能會遇到「只有題材沒有作者」、「有作者但題材不確定」或「有作者有題材但市場不確定」等難題，但經過編輯與作者間互信的溝通、協調，反而讓內容更貼近讀者的需要，成就一本好書。

會後莊總編輯也一一回應與會者的相關提問，深獲同仁好評。本院未來將持續優化出版品的作業流程與品質，並以多元、多面向的管道推廣優良好書。