

香海文化——

爲人間佛教的慧命傳承續航

文字工作者 ◎ 萬麗慧

以弘揚「人間佛教」爲畢生志業的星雲大師，在佛教弘法世紀上寫下無數個「第一」的紀錄。在出版業一片不景氣之際，《佛光菜根譚》銷量達 50 萬冊；《迷悟之間》典藏版 12 冊套書，一個月內銷售 10000 套；今年初的《人間佛教》10 冊典藏套書，銷售量也突破 4500 套。這番默默耕耘的成績，來自於一家以宗教爲立意的出版社——「香海文化」。

「香海文化」隸屬佛光山派下的文化出版單位之一。香海文化事業有限公司成立於 1997 年 8 月，秉持開山宗長星雲大師實踐人間佛教及「以文化弘揚佛法」、「文化就是在化心」的理念，期讓深奧嚴肅的佛法藝文化、人間化、大眾化、生活化。若從出版品的流通佳績來看，這樣的善美初心確實已得到大眾認同。

雖爲宗教出版單位，「香海文化」除了經營平面、影音出版品及文化禮品製作、代理及發行，也提供精緻的白話佛學經典、佛教藝文圖書、現代化佛教音樂、心靈音樂及智慧生活圖書、星雲大師春節墨寶系列禮品等，多元呈現融合各領域閱聽的出版品，常帶給大眾耳目一新的驚喜。

目前「香海文化」的出版品主要可以分

爲五大類。第一類爲星雲大師言論集，佔現有全部出版品 70%：諸如蟬聯金石堂暢銷書排行榜 20 週的《迷悟之間》、暢銷 50 萬冊並譯作 20 多國譯本的《佛光菜根譚》等，此類圖書因有大師的光環加被，幾乎是本本暢銷的票房保證。第二類爲大師的徒眾言論集：諸如慈惠法師的《古今譚》6 冊套書、心定法師的《禪定與智慧》及《無量光的祝福》、滿謙法師的《悅讀法華經》及《思敏健身禪》、滿濟法師《極樂世界的地址》、滿觀法師的《靈山不如歸》、蔡孟樺編著的《書香味》十冊套書等，都爲佛教藝文化注入新流。第三類爲名家作品：如韓國知名僧侶畫家圓性法師的《風》、《鏡子》、《禪心》，曾引起廣大回響，而李自健的《藝術遊俠》、趙文瑜的《小手牽大手》，以及《修行龍》、《偷吃的貓》、尤俠先生繪圖的《生命的點金石》（榮獲全國優良漫畫第三名）等，雖然不是本本暢銷，但站在弘法立場上，皆爲親子共讀的好書。第四類爲影音出版品：如大師親自錄製 100 首的《佛光祈願文 CD 有聲書》、《自在雲心》音樂筆記書，以及王牌製作人曹俊鴻帶領江淑娜、曾寶儀、阿桑、錦繡二重唱、主娜、蕭煌奇等十位歌手，獻唱的《人間音緣系列專輯》—



《最美的世界》、《讓我們開始幸福》兩張專輯，其中《心甘情願》、《一半一半》MV 更推廣到好樂迪等 KTV 中心，為佛教歌曲流行化寫下新頁；而連續劇《法門寺猜想》、《再世情緣》DVD 亦廣受海內外好評。第五類為禮品研發，為了提供更多優質實用的商品，香海文化不斷創新、求變，每年規劃的星雲大師春節墨寶系列禮品，固定推出十款以上產品，更因設計精緻，活潑討喜，發行全球超過 50 個國家。

「香海文化」執行長蔡孟樺表示：「香海文化」確實是一個宗教出版社，但卻不是只出版宗教的書籍，「香海」代表「香雲海會」原本是眾善匯集之所，是最美、最香之處，因此只要是世間美好之事，都會是「香海文化」關心及努力的方向。

目前對於「香海文化」創新而多元的出版品表現方式，蔡執行長表示，有 80% 的信眾是站在支持接受的立場，特別是一些比較年輕就皈依佛門的弟子，更是支持香海文化，當然在這同時也仍舊有 20% 是屬於守舊保守的。至於大師本身，對於「香海」都是站在支持的立場，且不會給「香海」太大的壓力。甚至「香海」製作的《人間音緣》專輯進入好樂迪 KTV 點唱系統，大師也都是站在樂觀其成的態度。

至於，「香海文化」書籍製作的品質，可說是完全顛覆了過去對佛教相關書籍品質不精的印象，本本都非常的精美。蔡執行長表示，千萬不要以為，有了信眾的支持，「香海文化」就能比較輕鬆。其實，正因為有各方的期許，很多時候做事就更是要戰戰

兢兢，不能辜負大眾的期許。

以一套 10 冊的《書香味》來說，全套書是集結《人間福報》連載 6 年的〈書香味〉專刊，內容收集古今名作 450 篇，290 位作家作品，卻展現出和一般由文章結集成的圖書完全不同的風貌。首先，在編輯體例上十分完整，選文的標準編者是以「文學的美、哲學的理、人生的用」為選文標準，依內容題旨，從文學、哲學最終到佛學，依序分冊、分卷，其次再以作者的出生年為先後編排標準，且為便利此套書做為學校機關的國文輔助教材，在每篇文選之後，都細心附上作者簡介、注釋，並以「編者的話」做為導讀，希望能達到引導讀者如何欣賞文章內涵、增加寫作技巧的效果，並有問題討論或附錄等相關資料，作為師生互動及習作參考之用，每一卷末還有「延伸閱讀」提供讀者更寬廣豐富的視野及思維面向。這些針對目標使用者的考量，所特別設計出來的體例，確實讓人看到編輯的用心。更令人驚喜的是，在文章間安排的動人畫作，這些畫作的位置安排不但需要一一挑選，如果涉及著作權問題，還得一一和畫廊或透過公告方式談妥著作權問題，工程確實浩大，但成書的結果也確實呈現動人的氣韻。

難得的是在紙張的選擇、印刷和裝幀上「香海文化」都非常講究，為了讓平均每本四百頁的書，不至於重得讓人不想取閱，「香海文化」選用的紙，重量非常輕、色澤呈淺灰色、不反光，讓人可以長時間閱讀而不感到吃力，而從全套 10 本書書背色塊整齊劃一的高度，更可以看出「香海文化」對於

印刷和裝幀的講究。蔡執行長表示：「『香海』對印刷品質要求確實很高，做不好我們就會重新來過，不惜成本重印；因此只有優良的印刷廠商才有勇氣徵求香海的圖書印製，主要由於『香海』的經費得來不易，執行上絕不敢輕心浪費。」更難得的是，製作如此精美的套書，每本四百頁只賣 250 元，全套 2500 元，預購期間還曾以 1500 元銷售，與一般商業出版社將本求利的作法顯有不同。

「香海文化」在圖書企劃和製作上的用心與成績目前已獲得多方認可，但站在市場的觀點來看，大概是沒有辦法不去關心「香海文化」的財務問題，「香海文化」是一個能自給自足的出版社，還是有佛光山做財務上的後盾呢？針對這點蔡執行長肯定表示：「現在的『香海文化』是可以自給自足的」，並提到自己剛被調來負責出版社業務時和大師工作的一些經驗。她表示被調來負責出版業務前，自己曾在佛光山的「編藏處」學習，也就是負責將歷朝大藏經重新標點、分段、註解的工作，7 年前《人間福報》創辦，奉大師指派參與辦報，2004 年又奉大師之命再兼任「香海文化」執行長，對於這些調動其實自己最初並沒有很大的意願，但為不辜負大師的期望，還是接下了這些工作。她提及：「記得剛接任出版社時，心理的壓力確實很大，總擔心沒有妥善經營，浪費了十方大眾的善款，但沒想到星雲大師給我的第一個命令，竟是要我每個月出版一萬本書免費送人，而且連郵寄費用也得由出版社支付。我當然心急，都還沒賺到錢，怎麼還要

免費印書送人？當時大師給了我『不要而有』的觀念，表示要不計盈虧的付出，佛光山創立出版社不是為了蓄財，更不應有賺錢的心念，一切的一切只是為了利益眾生、為了『弘揚佛法』。」

蔡孟樺表示，「對於大師的說法，不能說最初我心裡沒有納悶，但幾年下來我真的感受到什麼是『不要而有』。我記得『香海文化』在製作《人間音緣》專輯時，曾找來許多流行音樂界的知名歌手參予，其中包括江淑娜、曾寶儀等，但是他們都堅持不拿任何車馬費用，只希望能盡點自己的心力；我們也曾邀請知名漫畫家尤俠出版《生命的點金石》，尤俠不但捐出版權，同意佛光山可用任何形式使用書中的畫作，還自己花錢買書送人……，這些都讓我們十分感動。而大眾對於『香海文化』的支持，更是讓『香海文化』可以愈來愈好的主要力量。天下文化的社長高希均是大師的好朋友，由於高教授學的是經濟學，每次看到佛光山龐大的事業體系，裡頭全都是不計利益願意奉獻的人，都會說大師才是最懂得經濟學的方外高人，才能創造出佛光山布滿全球五大洲的佛教事業；而大師總是笑說，自己沒有學過財務、會計，哪裡懂得經濟學呢？這幾年的香海經驗，讓我有所體會，我想大師的逆向思考，他的『不要而有』不是一般世間法，大師用的不是人間的『計算機』啊。」

優秀的出版社，最終靠的是優秀員工的支持。「香海文化」並沒有要求職員一定要是佛教徒，選任員工時主要還是取決於專業能力，以及是否有願意為人服務的性格。蔡



執行長表示：「有時正因為是非佛教徒，反而能帶來另類的創新思維，這是件好事。但由於出版社裡人力精簡，很多活動又都是在假日舉辦，這時如果有信仰的支持，確實會讓自己產生更大的力量。」這就是所謂的企業文化吧，每個公司都會有不同的企業文化，「香海」當然也有自己的企業文化。

對於未來「香海文化」還有很多計畫，例如 2007 年的第十五屆臺北國際書展，香海文化將執行佛光山申請的 15 個攤位、兩個區塊的佛光山文化事業的聯展活動，屆時香海將全體總動員，把佛光山四十年的文化成果，做最好的呈現。蔡執行長表示，講到「編輯藍圖」，心裡的計畫更多，除了持續星雲大師「人間佛教叢書」全系列的出版工

作，另外自己也常常關注旅遊書，特別是介紹各地宗教建築的作品，就會想到，未來若能介紹佛光山在全世界 200 多個建築風格各具特色的道場，定能為喜好參訪寺院的佛教徒，編出一套兼具宗教、文化、藝術、人文的「雲水（旅行）叢書」；而佛教文學叢書、繪本書系、兒童讀本，乃至精緻的抄經本系列、音樂書系、禮品製作等等，企劃中能編製的產品不少。但由於人力精簡，目前香海也有部分工作是靠外包給外製人員執行，沒有多餘的人力，讓很多計畫可能沒有辦法在短時間內實行。但檢視過去「香海文化」傲人的成長軌跡，相信只要持續努力，「香海文化」期望讓嚴肅的佛法藝文化、人間化、大眾化、生活化的目的，一定能持續發揚。



全套10冊的《書香味》套書，由星雲大師總編輯、蔡孟樺編著，內容收集古今名作450篇，290位作家作品，且無論在圖書體例、用紙、印刷和裝幀上都非常講究。（照片提供 / 香海文化）