

# 近年來童書出版產業的趨勢觀察

青林國際出版股份有限公司發行人 | 林訓民

## 一、影視熱效應！群羊盲跳崖！多元創新潮！牛群暴狂奔！

2015 年 11 月中下旬我第三度赴上海參加第三屆上海國際童書展，回程接著先轉往已有二十年未曾再到過的深圳，南方新興的科技大城市；然後又去了已睽違十年的香港，這個既老又新的海港城市；接著就是 2016 年 2 月的臺北國際書展，以及四月初即將開幕的義大利波隆納世界童書大展的預覽！

雖然上述的這些僅是從臺灣、香港及中國三個童書的展覽會場或書店賣場的實地觀察所得到的印象和實況；但因為所有具代表性及影響力和國際性的童書出版公司，大概都會參與上述的書展並設攤展出，加上平常和各國出版業者代表的接觸和交流，多少能感受到或掌握到近年來全球童書產業整體發展走勢的蛛絲馬跡！

但這樣或許仍有以管窺天或只見樹而不見林之偏！還好現今通訊科技發達，各種即時新聞媒體或社群媒體上的出版新聞報導、訊息、資料均隨手立即可得；雖然這些資訊難免太過繁雜且零碎，但卻多少仍可佐證上述現場實地查看又再經與其他各方面所得的訊息；經整合匯總後應可反映出世界各地童書產業的近期、過去、現在概況及未來的發展態勢！

無論從上海的國際童書展場內、上海市區的書報攤、滬深高鐵車站內的書店、香港市區內的賣場、書店、香港國際機場內的書店、甚至臺灣的量販賣場及書店，或是書、報紙、雜誌所刊出的廣告，其中最顯著逼人的形象就是：

1. 最新「007」電影「惡魔四伏」男主角丹尼爾·克雷格為 OMEGA 手錶代言的大幅廣告！
2. 「小王子」的電影圖書、海報。
3. 「星際大戰」第七集（原力覺醒）電影的視訊及海報！
4. 當然已瘋狂近一年多的「填色、塗鴉書刊」專櫃！

凡是與上述這幾部大賣座電影主題相關及社會流行的書刊、童書、玩具、遊戲、商品，不但舉目皆是，而且已到了滿坑滿谷的地步！

這種因主題影視賣座就帶來延伸商品市場大夯！更因而帶動了童書及書刊、出版品的暢銷效應！看來既令人怵目驚心！市場上的類近似商品也似乎是莫之能禦！

加上隨之而來的山寨、仿冒，甚至混充的出版刊物和商品不斷湧現！眾多商品及出版物宛如盲目的羊群，隨著「領頭羊」而狂奔！既不知所往何在？甚至隨之跳崖，可謂即將落入於死地，卻仍舊渾然毫無自知！

這種或可稱之為「影視商品」帶來的「出版風暴」現象。凡是票房賣座大好或收視率夯熱的電影及電視劇，自會形成了廣大民眾眼球的聚焦點！進而又再升級、變化成各種傳媒的核心

話題似的「颱風眼」！

如再透過媒體以迴波氣旋似的橫掃各地，就會產生影視商品暢銷的效應；然後就必然會影響牽動到更外圍的童書出版行業！整個出版產業產生了共伴效應！就又形成兒童出版品跟隨熱賣影視產品而暢銷的風暴！

## 二、童書出版產業的「兩極化」發展現象

在過去的三到五年之中，全球各國的出版業（童書亦然），一方面是許多原本已是大型的出版公司，因受到資金、人力及經營績效、利潤等各種經營要素的壓力，乃透過收購、合併進而形成更大型的出版集團。

這兩、三年來就出現了英國及美國至少有三、四個大出版集團併購了許多中、小型出版公司的案例。例如至今美國已有所謂五大出版集團。在美國，企鵝（Penguin）出版集團併購了蘭登書屋（Random House）以及 Harper Collins 跟 Harlequins 兩家合併，Macmillan 和 Bonnier 也各集結數家中型出版社，形成更大的出版集團。

在英國則形成了八大童書出版公司；如：Bloomsbury Publishing，DK, HarperCollins Children's Books，Macmillan Children's Books，Penguin Random House Children's，Scholastic Children's Books，and Usborne Publishing 等出版公司。

但另一端則是出現微小型的出版公司或是獨立出版人（Independent Publishers）以及以出版成人書為主要業務的出版公司（Adult Publishers）。這其中包括 Andersen Press，Faber & Faber，Head of Zeus，Laurence King Publishing，Michael O'Mara Books，Oneworld，and Pavilion Books 等等。

上述的美、英的出版大集團，幾乎囊括並主導了美國、英國、加拿大、澳洲、紐西蘭、新加坡等國家的英文童書出版品的市場；甚至也是國際童書授權給其他地區和其他語言童書出版最大宗的版權來源。

臺灣大概也可整理出十大童書出版業者名單；中國大陸也有二十大童書出版集團（公司）的群聚現象。

童書出版的集團化既可增加大集團旗下之子集團的出版的書種；還可坐擁既有品牌和良好口碑及眾多讀者及粉絲的知名、暢銷作者群。如此，自然也就間接造成市場上某種供應和需求的整併；因之也必然再衍生出更大的出版集團。

而中、小型或是微型的出版公司，或是近年來流行的稱呼的「獨立出版人」；則是演變成為更小型化！

上述這兩種極大化或極小化的「兩極化」發展，使得出版產業變得大則恆大，小者極小；而中型的出版公司則被擠壓得不斷地收攤或停業！尤其那些既有更多具創意又有冒險精神的新

世代獨立出版人，他們或是二、三人，最多三、五人以獨立的精神，加上特殊的主題和內容或包裝；用創新的行銷手法，來建立其生存和競爭的利基！

### 三、童書開始向科技化傾斜

近年來可見童書業界也開始以加入新的影像和有聲的內容，並製作成可以 3D 立體展現方式的附加新科技應用軟體如 AR 及 VR；甚至是 MR 的軟體和閱讀功能。

此種利用應用程式設計、創製出來可穿戴式的影視、娛樂功能的影音互動內容，再又結合原本的紙本印刷內容；來提供給閱讀者們另一嶄新的閱讀體驗及服務！

AR 電子書或 VR 童書，立體、互動、挖洞、硬紙板書與包裝遊戲再用雷射印刷的圖書，將會是未來童書、繪本的另一主流趨勢。

### 四、童書的立體化、互動性和附加硬體設備的載具

接續前述的科技化運用軟體的圖書，另外則是以立體、拼圖、影音互動的圖書，再附加載具，像故事機、語音筆、甚至觸控功能的智慧型閱讀器；來滿足並獲得喜好追求新科技產品的新世代父母之青睞。

### 五、童書內容主題的多元化

近年來世界各地的繪本已開始延伸到非傳統的主題，像有關情緒、心理、現實生活、貧富差距問題、生命教育等等。而故事情節也要非傳統的、幽默的、趣味的書寫方式。其他如失能或特殊病症！以及同儕霸凌、生死哲理、環保核災、種族歧視和宗教衝突、歷史文化等等議題的童書繪本；也愈來愈廣受矚目並不斷出版上市推廣。

再更有以各種多元性新主題，出版各種不同閱讀口味的內容，來為不同的年齡層的讀者，提供不同的出版品。但如此卻也形成了童書出版，宛如牛群般的猛衝狂奔現象！

所以童書界就出現了這樣的話題：翻轉吧！不要老經典！而要新創意！

### 六、繪本創作者的個人新星和雙人組

再從童書、繪本的創作、插畫的視角來觀察，首先則是出現許多的「雙人組」的搭檔。像臺灣負責繪圖的良根和擔綱文字的郭漁是兄弟檔！夫妻檔則有：廖健宏和林秀穗及陶樂蒂和黃郁欽；還有日本的 TuperaTupera 夫妻檔等等；當然歐美國家也有不少類似的搭檔。

這些雙人組大都是以中生代繪本插畫家為主。至於突然崛起的個人的、年輕的繪本新秀也不斷脫穎而出！例如歐洲的英國的「史蒂夫·安東尼」；及義大利的「刀根里衣」；德國的「瑟巴斯帝安·麥什莫」等等都是得獎又暢銷的繪本新星作家。

臺灣的中生代繪本作家及新星個人則有林小杯、孫心瑜、林柏廷、劉旭恭、蔡兆倫等人。我們應可以期待會有更多臺灣的年輕繪本新星會躍登國際市場和舞臺；但是仍待其創作繪本主題的正確選擇和出版公司及仲介、經紀公司的共同努力！

## 七、童書的從線上到線下通路的連結

近年來的出版業發展其實已形成了全世界出版市場普遍性的出版總量及業績的萎縮及下降，但唯獨各國童書出版業，竟然反而逆勢成長並且業績大幅提升！包括臺灣、中國大陸、美國、英國以及歐洲各國及日本；幾乎所有的成人小說或文學作品，甚至包括日本的動漫書、刊，都因為二十一世紀影視及智慧手機、社交媒體，如臉書及推特以及線上影視的 YouTube 等的風行，致使更多的年輕世代讀者轉變成為低頭族和滑手機族，而致業績下滑！

另外實體通路，尤其是獨立書店甚至包括大型連鎖書店；如臺灣的誠品及金石堂也都關掉了很多的門市店面；導致圖書展示的平面平臺及空間受到壓縮，也造成了書籍甚至童書在實體書店購買的萎縮、減少甚至上網購買紙本書也減少了。

所以書籍，尤其是新書上架到檯面的生命週期和時程大幅減少，且從過去的三、五個月到現在變成只有三、四週！甚至有的上架不到一個月就被下架、退書！連今年（2016）臺北國際書展的參觀及買書人潮也大幅下滑！

這一方面是因為讀書、看書、買書的人口減少！以及書的成本之外，其實還有書局的店面和租金、人事、水電、租金等等經營要素的費用上漲，造成書店營運成本提高；以致銷售圖書的收入及毛利已不敷成本，經營者也就無法回收其成本及費用。

英國自 2005 年以來已有至少 500 家獨立書店歇業，目前剩下不到 1,000 家獨立書店。臺灣，中國大陸及日本也都有相同的現象！出版業者已警告，書店接連收攤是大家必須正視的文化危機。其他像美國的 Barnes & Noble Inc 及英國的 Waterstones 的大型連鎖書店其實也同樣面臨營業額和毛利率下降，因此也只好大幅減少店數並裁員！

但網路書店以及線上團購的崛起且興盛，卻是隱藏著末端殺低售價及拉低出版公司出貨折扣的潛在危機！且因整體的退書比例大幅提升至少四、五成，高則到七、八成以上！許多大型或歷史年資的出版社，都開始採用大量出版新書，來佔領書店平放位置和擺放的平臺，用其他的媒體像報紙、雜誌再以旁敲側擊；製造話題和輿論勢頭；試圖以大吃小或是用多個品牌來排擠其他競爭對手的產品之展出機會的策略和手法！

最後，全球最大的線上書店「亞馬遜」反而擴大開設新概念的實體店面！這真是有些錯綜複雜的發展趨勢！綜合上述的結論是：

1. 出版產業產生兩極化及極端化的效應，加上出版公司因為退書比例高升，營業額而減縮下滑，造成銷售冊數減少！

2. 也變成大者恆大者，造成很大集團併購變成更大集團；小的出版公司則變成一、兩人的出版公司、消失或是變成更小只剩一、兩個人的出版社。

## 八、聚焦搶出版主題討喜且作、繪者被迫捧類型的童書

少數知名度夠又有特色的繪本作家及插畫家的童書、繪本，反而更受歡迎與追捧；新的、年輕的插畫家如其畫風特別，內容新創；且能以非傳統的故事架構和結局！像反諷、奇幻、冒險、幽默、風趣並能跳出傳統的框架；以及說故事的方法較直接，通常也都有新秀猛虎出閘的氣勢；或那些能展現出不同風格的描繪技巧，並設計出具有互動立體機制的新書；這樣的童書都能夠得到諸多家長老師和小讀者的青睞！

## 九、各國、各地的家長老師及團購者推廣英語版的童書繪本日漸風行、普及。這是另一個奇特的現象！也許是全球化的影響！

過去國內出版並推廣的童書、繪本一直都以翻譯成中文版或中、英文對照版為主要大宗！但是直接進口銷售英文版的繪本，近年來臺灣及中國大陸，包括香港及東南亞；甚至連日本及韓國也在英文版童書、繪本的進口交易量大幅提升！進而在臺灣市場連日文版，甚至中歐或是東歐語言的版本也有跟著上升的趨勢。

## 十、國際繪本「合版同印」的要求大幅增加

現在國際著名歐美國家的童書出版集團及出版社，特別是英國的出版公司；其繪本的國際多種語言版權的授權，已漸漸傾向採取把世界各種不同版本，共同集中在同一個印刷廠並採同步印製，再出口到世界各地的做法。此即所謂「合印出版」，目前也已變成一種更為流行的趨勢。

此種發展雖然是對原創出版公司可以實際掌握各國不同版本的銷售冊數及總業績，更大大提高其自身的產值；雖然也同時提高了各國繪本印刷的質感和品質；但是因為所有國際各種版本都是在同一家印刷廠並使用相同的紙張及裝訂方式，也就帶來其他語言版本出版公司（中文版亦是）其出版成本提高及現金流量的壓力；甚至再版時程和需要量不同的困擾和限制。

因為採合印方式雖然每次印刷量較大，可能促使降低各種版本分別在各國自行印製的單位印製成本；但另方面的預付印刷費用及版稅卻也隨之升高，且預支印刷版稅的時程提前，並要面臨提前支付或甚至增加印製成本及庫存數量和倉儲管理和費用的壓力！

因此，很多國內的讀者或團購主常會誤認為中文版的繪本可能沒有英文版或其他版本那麼好的印製品質；如係合版印製的繪本，就應是一種錯誤的認定和想法！

## 十一、作、繪者自己也在社交媒體及其他立即、行動平臺推廣自身的作品，此風潮也造就出更多的童書繪本作家及作品

現在很多年輕的父母或者一些年輕的作者及插畫家，本身也常使用臉書或其他社交媒體：推特（Twitter）或部落格來宣傳並帶動自己出版品。智慧手機及網絡平臺和社交媒體造就出童書作、繪者的粉絲群和集客力！也產生了許多「繪本的新星效應」！

另外有一個特殊的現象就是，新崛起的繪本作家，他們有的是先扮演繪本介紹者、表演者或是推廣者；如果自身很會講演，也很會推廣；甚至就慢慢也自己變成了知名的繪本作家！

當然在此之前，必須先在臉書或部落格或其他社群媒體及個人微媒體不斷地發文、製造、散播出新的繪本資訊及內容；再透過各種傳播媒體，例如電視節目，廣播電臺等，自身去說明或表演及講述自己所創作的繪本故事；如能贏得觀眾的眼球矚目及無數的按讚聲；等累積到一個相當的曝光率，就自然有了相當的知名度；再就可轉身成為人氣旺的知名作家及推廣者！

這種做法往好的一方面想是可以幫助推動更多童書的讀者和買者，但也會造成所謂的跟從明星效應或所謂盲從追星現象；或所謂名人和公關人脈好的童書特別暢銷盛行的場景。

## 十二、排行榜及暢銷書單的泛濫

歐美國家過去十分流行設立許多名目的、各種不同的獎項及書單或暢銷排名榜以及推薦書單等等。特別是在每年的年底或年初的時候，可以說各種的書單充斥；這樣是否能因為不斷地拋出議題，進而擴大其圖書的宣傳效應！這可能是見仁見智的問題。

所以從 2015 年年底到 2016 年的第一季，我們可以看到全球各國各地、各種傳媒和網路平臺，不斷地推出得獎書單、推薦書單及暢銷書榜的話題；還有新人得獎書單，真是多得不勝枚舉！

但其實這些書榜其宣傳和散佈的目的，應遠大於圖書實際內容品質的分析和評比吧？！因為如果不能顯示出版的趨勢和實際內容面貌，排名榜、得獎名單，其實也不過只是有利的宣傳行銷的話題和工具而已；至於書內容的好壞，還是要先由讀者個人自己做判斷後再做選擇。

因此，讀者或編輯如果太偏執排名榜，有時候也不一定能買到自己真正喜好內容的圖書或出版真正的好書！