

政府出版品新風貌

宋政坤 秀威資訊科技公司總經理

知識經濟時代來臨

美籍經濟學家弗瑞茲·馬克洛普（Fritz Machlup）（1902. 12-1983. 3），在其著作《美國的知識生產與分配》（*The Production and Distribution of Knowledge in the United States*）（1962）正式提出「知識產業」（Knowledge Industry）的概念，而根據美國國務院國際資訊局 2006 年資料顯示，跟「知識產業」密切相關的服務型經濟（A Service Economy），其產品佔比就已經來到 67.8% 高水平！經濟合作暨發展組織（OECD）也於 1996 年首度提出「知識經濟」的概念，並定義其為「建立在知識和資訊的生產、分配和使用之上的經濟」。包括人文藝術、教育學習、娛樂傳播及科技應用的文化產業，其中文化商品的「生產、分配和使用」方式，近來也都產生革命性變化。本文即探討這幾年政府出版品如何運用新科技、新流通平台及順應分眾出版趨勢來促進「資訊公開、知識分享」的目標。

政府出版品應扮演的角色

彼得·杜拉克（Peter Drucker）說過：「政府的目標是，有效地做出重大決策，集中

社會的政治能量，揭露重要的問題，並提出基本的選項。換句話說，政府的目標就是治理。」近幾年，政府出版品早已不涉入民間的商業出版競爭，而是逐漸改為與民間公司合作，放手讓民間創意與內容發揮。去（2019）年底林務局與種籽設計合作的《木作之森》熱銷（注 1），深受廣大消費者好評，即為一例，除合作出版外，政府出版品連銷售、發行都已經委託民間經營（國家書店及五南書店）（注 2），所以，政府出版品從設計、製作到銷售，都採與民間合作模式，各擅所長，百花齊放。在「知識經濟」時代，政府透過出版品說明政策理念，藉以爭取讀者支持，最後有效引導民意支持政府施政，達到雙贏，這正是政府出版品所能扮演的角色。

政府出版品可以促成民間合作

根據民國 90 年發布的「政府出版品管理辦法」，其中第十一條規定「各機關得與團體、私人合作或委託其出版、發行出版品，並收取合理使用報酬。前項報酬以金錢為原則，必要時，得以等值出版品代替之。」根據這個辦法，政府可以藉民間力量共同策劃，推動各種不同類型的合作出版，讓政府資源的合理取用成為維持社會「民主、自由、公平、公開」的基本手段，至少

也可以彌補一般民間出版較傾向商業利益的遺珠之憾，政府出版品不以暢銷與否做為考量，透過「資訊公開、知識分享」的原則，達成「有效治理，積極溝通」的出版目標，相信這正是政府出版品努力的方向。

政府出版品產製概念改變

2007 年 11 月開始，美國 Amazon 正式推出電子書閱讀器「Kindle」，再次掀起市場對於「紙本閱讀」與「電子閱讀」的論戰。根據 2018 年 Amazon 財報顯示，其中以 Amazon Prime 會員為主的「訂閱服務」，包括有聲書、電子書、串流影片、數位音樂等，約佔總營收 6%，提供全球各企業、政府及學術機構運算、儲存資料庫和其他線上服務產品 Amazon Web Services（AWS），約佔總營收 11%，以上兩項非實體的虛擬收入已達 17%。幾乎可以確定的是，有限的紙張再也容不下無限的內容，「紙本」不再是閱讀的唯一介面，隨著電腦、手機與 AR/VR 產品興起，更多「體驗性商品」以一種「無物質」的形態存在，數位出版品可介於閱讀或非閱讀之間，同樣可以達到學習或娛樂的目的。政府出版品目前大都以「紙本」為閱讀介面，但是面對未來的數位發展，雖然還沒有很突破性的產品問世，但



先秦思維文化研析

楊東聲 著

臺灣學生 / 10807/411 面 / 21 公分 / 580 元 / 平裝
ISBN 9789571518015/121

本書從堯舜禹的禪讓史事說起，一直到孔墨老莊思想，探討先秦由公天下的體制與思維轉變到私天下的過程，神人之間的關係對公天下的體制與思維的形成所造成的影響，以及私天下的體制與思維對神人之間的關係所造成的衝擊，更進一步在人神關係的脈絡下，研析先秦思想界著名的代表人物的思想本質。本書參研以基督教為礎石的西方文明，證明中國古代文化與現代西方文明實屬同一範疇之公天下文化，兩者皆以聖潔公義之神為中心。（臺灣學生）



唐君毅哲學的對話詮釋

吳汝鈞等 著

臺灣學生 / 10807/193 面 / 21 公分 / 280 元 / 平裝
ISBN 9789571518077/128

唐君毅先生的哲學，博大精深，解讀不易。本書以對話的方式，擇述唐氏思想的要點，以一切文化活動都發自文化意識，而文化意識的根基在道德理性作為擇述的主脈。依著這個主脈，相繼闡揚其中重要的觀念，如道德主體、精神自由、自由意志、理性自覺之屬。另外也涉及唐氏的文化哲學觀點，對人文、道德生活、心境感通等問題的闡發。最後以唐氏對儒釋道三大教的判釋作結，也不忽略唐氏對中國哲學特別是當代新儒學的意義與貢獻這一關鍵性的問題。（臺灣學生）

哲學

哲學

至少已經有電子檔加值儲存的概念，針對製作格式（譬如說 ePub），應用範圍（譬如說跨媒體、跨載體）也有進一步整合的計畫，其他如著作權法規、授權機制及稅務相信也將會一併修正。

有效利用數位印刷的特質

許多政府出版品有效運用數位印刷新科技，改變了傳統模式。傳統印刷術是一種大量複製的技術，它的關鍵考量因素通常有：如何將印刷品單一標準化、如何將邊際成本控制到最低、如何擴大印刷生產的經濟規模。而數位印刷正在顛覆以上的傳統特質，顯而易見的改變有以下：

1. 即便是標準化印刷品，也能根據需求而客製化，譬如說個性化出版品，運用一對一（One on One）印刷模式，可以讓每個讀者下載印出不一樣的書（隨選列印）。
2. 就數位印刷而言，所謂成本高低不是一個絕對的概念，單位成本低不見得總成本也低，譬如說少量印書（POD, Print On Demand），單本即可起印，沒有傳統最低印量（通常是 500 本以上）的要求，所以單位成本可能略高，但總成本相對是低的，這將可以帶動少量多樣性的出版。

3. 整個數位印刷過程，從印前、印刷到印後，全程雲端化，譬如說透過檔案傳輸，在美國製作的印刷檔案，也可以直接在臺灣印出來，這種即時流程，將完全改變以前的產製觀念。
4. 因為流程的即時性（Just in Time），印刷檔案可以不分國界的多點分享，另一方印刷內容也將變得越來越「在地化」。
5. 數位印刷融入價值鏈，可以更密切地整合到其他產品與服務，變成是加值（Add Value）應用的一環。

政府出版品流通概念改變

除少數政府機關擁有自己的流通管道外，絕大部分政府出版品仍是透過展售門市（國家書店及五南書店）流通發行，但展售門市分佈仍十分有限，民眾購買不便。現有部分政府出版品是透過傳統圖書經銷模式上架，但也逐漸面臨一些困境，主要問題還是在於實體書店的流通成本過高，銷售率偏低，庫存壓力大，陳列時間太短，退書情況嚴重。在主要以暢銷書為主的書店陳列架上，多數的政府出版品不易生存，即便售罄，申請加印時礙於政府採購程序，也未必能趕上市場需求。所以，政府出版品為能夠提供即時庫存資訊，近來紙本書銷售逐漸改以網路書店為主，



形上學

存有、人性與終極真實之探究

沈清松 著

臺大出版中心 / 10810/42 面 / 21 公分 / 420 元 / 平裝
ISBN 9789863503675/160

本書主要依傳統形上學的區分，將形上學區分成一般形上學（存有論）與特殊形上學（心理學或人性論、宇宙論或自然哲學，與神學）兩部分，而除導論外，共分成四章來分別處理兩部分中的四個領域，就整體的篇章結構而言，無疑是完整的。作者特別關注中國哲學的形上學問題，也帶入討論，本書是對中國哲學一次理論系統的完整重構。在這方面，作者所呈現的理論統整與宏大的視野，是本相當少見的大格局著作。（臺大出版中心）

實體書店為輔；電子書目前也已經廣泛上架於國內外各大電子書平台，以 Google 為例，目前可以直接下載的書種有近三千本，約有 32 個國家可提供線上線下閱讀服務，內容檔案格式以 PDF 及 ePub 為主。政府出版品近年發展多元銷售及流通管道，透過紙本書、電子書（EP）同步產製，虛實合一，正逐步解決傳統書店流通性不足的問題。

政府出版品走向「合理定價」

臺灣目前的書籍定價偏低且模式固定，這十分不利於多樣性內容的發展，出版社為了攤低成本大多不得不採取印量較大的發行模式，但臺灣圖書業的平均退書率早已經超過五成，書店數量也不斷減少，書架上的出版品漸趨飽和，最終造成惡性循環式的出版大崩壞，任何出版品都不可能置身事外。政府出版品多屬非暢銷類書種，雖有特定的讀者群，但即便壓低定價也不見得能夠刺激更多銷量，更何況定價偏低會排擠民間出版品的購買力，容易產生政府「與民爭利」的印象。依作業法規，目前供貨的政府出版品都必須按定價的六成結帳，預算既然來自人民的納稅錢，考慮到實體物流的昂貴費用、退書風險及原物料成本的節節高升，為了真實反應成本，當然



披著羊皮的狼

識破心理操縱術，不再成為情緒勒索和情緒暴力的受害者

喬治·西門 著；王傳明 譯

久石文化 / 10811/240 面 / 21 公分 / 300 元 / 平裝
ISBN 9789869761413/177

了解心理操縱術的原理，學會不再被人情緒操縱，如何反制那些表面是大好人，私下卻充滿算計的人。Amazon 五星好評推薦，英文版熱銷 20 萬冊！操弄者就像一隻披著「羊皮」的「狼」，表面上他們看似善良又親切，但實際上卻充滿算計，冷酷無情。他們的手法精明，不易察覺，能利用你的弱點以聰明的策略來佔你的便宜，使你屈服。他們會極力爭取自己想要的東西，且盡力隱藏自己的攻擊性意圖。（久石文化）

就必須有合理的定價。過往有許多政府出版品都欠缺產製成本概念，有的定價偏低，有的甚至於沒有任何定價，這些都會造成流通時的困擾。政府出版品近來已較能考量到經銷、流通及生產的整體利益，合理反應定價，這也是一種符合市場機制的轉變。

虛實互補的政府出版品

出版業界普遍認同一種發展趨勢，即有形商品（紙本書）將走向小眾社群、少量的、高單價的方向，而無形商品（電子閱讀、體驗性內容）將轉向分散普及、雲端的、低單價的方向，虛實兩種產品都會同時存在，而不是互相取代。「紙本閱讀」與「電子閱讀」各有所需，甚至最終於還可能彼此互補。數位商品沒有退書困擾，可省下可觀的流通及製造費用，讀者在網路上付費後隨即下載閱讀，具即時性，也可以帶給讀者更多便利。現行電子書的「定價」雖然沒有硬性規定，但一般建議是紙本書定價的四到六成，究竟這樣的定價是否能被市場接受？電子閱讀有可能取代紙本書嗎？憑心而論，出版業還真是拿不出具體權威的數據來推論，政府出版品在不以營利為前提下，如果能大膽嘗試，率先試探市場對定價的接受度，最後大方分享相關統計結果，相信

這會是出版業者非常渴望得到的資料。

政府出版品應該加入 IP 產業鏈

近來文化部大力推動出版與影視動漫產業媒合，冀望這類跨界合作能帶動臺灣 IP 產業的全局發展。出版品原創故事提供 IP 的源頭，也逐漸受到國內外各大製片公司重視，精彩的 IP 很容易得到各類資本的青睞，5G 的發展更將帶動市場對於內容的渴求，相信「IP 經濟學」會成為市場討論的焦點。IP 產業鍊串聯，包括出版、影視、網劇、動漫、遊戲、綜藝型節目，甚至包括文創周邊商品，越來越多數據顯示，隨著 IP 市場反應越來越高，除帶動原創出版品的熱銷，也會刺激各類型產業發展，甚至會對整個文化產業都帶來巨大影響。政府出版品擁有許多優質的原創內容，具有在地化特色，政府應該鬆綁相關著作物對於影視改作的限制，重新去定義原本模糊的授權關係，釋出更多優質政府出版的原創內容到市場上，相信一定可以促進整體 IP 產業的交易發展。

樹立政府出版品創新的典範

各行各業都在順應時代的改變，從「大量生產」到「量身訂做」，從「標準化」到「客製

化」，我們看到資訊電腦工業發展的軌跡，似乎也慢慢印證在出版產業上，但無論文明如何演變，所謂「科技始終離不開人性」，文明發展的目標終究是為了謀取人類更大的幸福，科技業如此，出版業又何嘗不是呢？政府出版品歷經多年來的演變，早已不再是當年威權時代歌功頌德的虛偽出版，政府出版品在「資訊公開、知識分享」的前提下，為滿足人民「知」的權利而存在。近幾年來改變產製模式，積極加入數位流通平台，並支持原創，扶助小眾及在地出版，更進一步也將修訂法規，尋求民間及跨業合作機會，在「知識產業」框架底下，讓讀者獲取更多的資訊與樂趣，相信這不僅是民間出版業者努力的方向，更是政府出版品的使命與目標！

注釋

1. 中央社〈文化+〉。〈設計作為一種手段 林務局月曆搶搶滾紅遍國內外〉。網址：<https://www.cna.com.tw/culture/article/20190727w002>。
2. 政府出版品參考網站：
GPI 政府出版品資訊網。網址：<https://gpi.culture.tw/>。
國家書店。網址：<https://www.govbooks.com.tw/>。
五南文化廣場。網址：<https://www.wunanbooks.com.tw/>。



家族治療師的 練功房

轉化、成長與精進

黃雅羚，李雪禎，陳孟芳，石麗如，潘怡潔，
蔡聖茹，陳姝蓉，黃玖穎 著

張老師 / 10807/226 面 / 21 公分 / 380 元 / 平裝
ISBN 9789576939341/178

本書是家族治療大師吳就君團體督導華無式弟子的珍貴紀錄，從治療師精進自我四個主題：與人接觸、一致性、良接良發、合作關係，鮮活呈現與人工作，又能滋潤個人的有意思歷程。深入淺出說明家族治療的重要概念和成為家族治療師的學習軌跡，每個章節精選一句大師經典語錄，接著呈現團體督導現場的師生對話，最後是治療師的學習體會與運用於實務的經驗。（張老師）



黑夜星光

擁抱生命的力量

羅柏·威克斯 著；王敏雯 譯

張老師 / 10809/261 面 / 21 公分 / 360 元 / 平裝
ISBN 9789576939365/178

本書是韌性心理學（Resilience Psychology）、創傷心理學的佳作。關心我們的家人、朋友和其他人是讓我們的人生變得有意義的重要一課。對於那些在治療和助人領域的專業人士，諸如醫療、護理、教育、心理治療、社會工作、政府部門和軍隊等，一種有意義的生活方式變得更有可能。但是，同情 compassion 並不容易。有時，當我們沒有正確的態度和方法時，對他人的關心可能具毀滅性。伸出援手（及內心反思）需要智慧，而這種智慧只來自於謙遜和知識的正確組合。（張老師）