

臺灣地區大學出版社現況調查 與發展模式探析(下)

陳素娥 邱炯友

The Survey of the State and Developing Patterns Analysis of University Presses in Taiwan

(Continued from Vol.35, No.4(1998), pp.352-377)

Shu-o Chen

Graduate Student

Jeong-yeou Chiu

Professor

Graduate Institute of Educational Media & Library Sciences

Tamkang University

Taipei, Taiwan, R.O.C.

四、訪談結果綜論

本研究主要目的在探討臺灣地區現有大學出版社之創辦緣起與發展過程，分析現有大學出版社之組織架構、經營模式及行銷策略，歸納大學出版社目前所面臨之經營困境與個別因應對策，最後，希望啟發日後臺灣地區大學出版社之規劃藍圖並作為參考依循。由於臺灣地區大學出版社發展成效不彰，進步遲緩，本研究乃以現有四所大學出版社(中心)為研究主軸，進行質的個案研究，再輔以電話訪談其他尚未設立大學出版社的大學出版組。

針對各個大學出版社(中心)個案，在徵得受訪者同意下，以錄音配合筆記方式進行，至於不同意錄音之受訪者，則由訪員以筆記方式進行。對於尚未設立出版社(中心)的臺灣地區各公、私立大學教務處出版組之規模、業務執掌與未來展望，則以電話訪談方式，將訪談結果綜覽陳述，並在各項關鍵議題上進行跨個案的分析與比較。

(一)綜合分析討論

1. 設立經過

國立空中大學與一般傳統大學性質不同，係利用遠距教學來實施成人進修及繼續教育。因此，除了利用廣播與電視媒體以外，須藉助書面教材的輔助，故空大在民國 74 年創校之初即開始其出版業務。鑑於教材編撰、出版與發行等業務乃不可分之整體業務，於是自民國 80 年 12 月起，將教務處教材編撰組及秘書處出版組業務予以合併，成立出版中心。然其成為法定一級單位，則在民國 84 年「空中大學設置條例」及民國 85 年「空中大學設置條例施行細則」修正通過後，於民國 86 年 3 月經教育部核准「國立空中大學出版中心設置要點」後始正式成立。

輔仁大學出版社成立於民國 57 年，係由當時的教務長張奉箴神父在前校長于斌樞機主教指示下成立，並正式向新聞局登記立案。成立出版社的目的是為了學術與整合學校內部資源，基本目標有二：

- (1) 鼓勵教師從事研究：以出版的方式，鼓勵教師從事學術研究。
- (2) 鼓勵教師出書立說：以出版方式，提升教師個人與學校聲譽。

由於當時的輔仁大學是由中國聖職會、美國耶穌會及德國聖言會集資重建的一所學校，出版社位處三所修會之中，在當時並不具太大實質功能，直到羅光總主教任校長時，才將全校行政權統籌，於民國 74 年蓋好焯焯館後，將出版社遷入，輔仁大學才有一個真正隸屬於全校性的出版社。

文化大學出版部為臺灣最早的大學出版社，自文化大學創辦以來就存在。文化大學擁有相當規模之出版部，其設立與文化大學創辦人張其昀先生有直接的關係。張其昀先生經營出版事業的歷史相當長久，其個人非常強調與重視出版事業，因為出版得以呈現大學學術研究的成果，對於人才的培育有很大的貢獻，因此，文化大學出版社可算是淵源有自。

世新大學出版中心成立於民國 81 年 8 月，當初成立最主要是為了配合平面傳播學系實習課程以及提供實習場所而設計的。藉由出版中心所購置的最先進機器設備，以及依工作流程的分組實習，使得世新的同學能實際接觸到出版印刷業務，除了得以印證課堂所學外，還可避免理論與實務間的落差，化解學生畢業後就業困難的情形。此外，除了提供本校學生實習與工讀機會外，也開放政大廣告系同學於暑假期間前來實習。

各大學出版社(中心)與出版組設立經過,存在很大差異性,其中文化大學與輔仁大學早在五〇年代即已設立出版部(社);而空中大學與世界新聞傳播學院出版中心則正式成立於八〇年代;至於各大學出版組之成立時間,因學校創立年代、組織變革等因素,而有相當大歧異,針對各出版社(中心)及出版組之設立經過及成立背景,分析如表一。

文化與輔仁兩所大學先後於民國 58 年及 68 年以出版社(部)名義登記立案,並先後於民國 78 年正式取得專屬的國際標準書號羣體識別碼。這兩所大學出版社(部)之設立係基於出版可促進並展現學術研究成果、鼓勵教師從事學術研究的理念。而空中大學從事出版業務雖然開始於民國 74 年,並在民國 77 年以國立空中大學名義向新聞局立案,正式成立卻在民國 80 年,成立的同時並取得專屬的國際標準書號羣體識別碼,而真正通過設立條例則遲至民國 86 年。世新大學出版中心則成立於民國 81 年,同年以學校名義登記立案,並於民國 85 年取得所屬的國際標準書號羣體識別碼(註四八),兩校出版中心之設立,分別是基於對書面教材、實習場所之需求。至於各大學出版組則主要是依學校組織章程之規定而設立,雖然出版組真正從事出版的功能相當有限,但仍有 13 所學校,分別以各該大學名義先後取得專屬的國際標準書號羣體識別碼(註四九)。

值得注意的是,以大學或大學出版社(部)名義登記立案,有明顯的不同

表一 出版社(中心)與出版組設立經過分析表

| 項目 | 空中大學 出版中心 | 輔仁大學 出版社 | 文化大學 出版部 | 世新大學 出版中心 | 其他(教務處 或學術發展處 出版組) |
|----------|--|---|--|--|-----------------------------------|
| 成立 時間 | 民國74年開始 出版業務,77 年以學校名義 登記立案,80 年成立出版中 心,86年通過 設立條例 | 民國 57 年設 立, 68 年以 出版社名義正 式登記立案 | 約在民國 51 年成立,與創 校同時,58 年以出版部名 義正式登記立 案 | 民國 81 年 8 月成立,同年 以學校名義正 式登記立案 | 有學校設立之 初即成立,然 也有近三年始 成立者 |
| 設立 背景 | 為提供書面教 材,乃由學校 設立 | 為整合校內資 源,鼓勵教師 從事學術研究 | 延續創辦人藉 出版呈現大學 學術成果之理 念 | 配合平面傳播 學系實習課程 並提供實習場 所 | 依學校組織章 程設立 |

，並顯現在出版品上，例如：輔仁與文化二所大學出版社(部)所出版的出版品，在出版者著錄的是該校出版社(部)，至於空中大學與世新大學之出版品則僅以該校為出版者，雖然同時達到了出版的功能及增進學校聲譽的目的，但後者並未建立並累積該出版中心之出版聲譽，對讀者而言，後二所學校之出版中心並未具任何意義。

2. 經營理念與業務範疇

在經營理念及業務範疇方面，由於成立背景不同，因此即使同樣稱作出版中心，在業務範疇上卻有相當大的差異，基本上無論出版社(中心)或出版組，在經營理念上都是以服務全校師生為出發點，進而服務一般社會大眾。在這過程當中，做法便有所不同。空中大學以教科書的提供來達成其經營理念，故其業務範疇也相當單純；輔仁大學及文化大學則經由獎助出版，幫助教師出書來達到服務本校師生的目的，並利用其優良的出版品進一步達成其服務社會大眾的理想；世新則藉由印刷中心的場所及設備，以提供實習機會及印製服務為其經營理念之實現，並進而承接校外印刷業務，以優良的印刷品質來服務社會大眾，因此，其業務範疇主要是在印製這一部分。分析列舉

表二 出版社(中心)經營理念及業務範疇分析

| 項目 | 經營理念 | 業務範疇 |
|--------------|---|---|
| 空中大學 出版中心 | 服務空大學生為主，進而擴 及社會大眾及其他大學學生 | 1. 教科書編撰與發行 2. 學報編輯與發行 |
| 輔仁大學 出版社 | 獎勵學術，建立聲譽卓著的 大學出版社 | 1. 學術叢書及一般性叢書編輯出版 2. 教科書編輯出版 3. 學報期刊編輯與發行 4. 報刊編輯與發行 5. 門市部經營 |
| 文化大學 出版部 | 鼓勵著述，呈現大學教學以 及研究的成果 | 1. 大學叢書、專業叢書、文藝叢書、一般叢 書、地圖集及外文書籍編輯出版 2. 教科書編輯出版 3. 全校教科書、圖書館書籍對外統籌採購 4. 英文期刊編輯與發行 5. 門市部經營 |
| 世新大學 出版中心 | 朝生產、實習、出版與教育 訓練等綜合性質邁進，為印 刷業培養全方位技術人才 | 1. 提供印刷實習課程 2. 支援校內各處室文宣、海報之承印 3. 校刊、特刊的編印以及學生刊物之印製 4. 外接承接刊物編輯、排版及印刷 5. 門市部經營 |

其差異如表二。

至於出版組方面，雖然其經營方針也是朝著支援教學活動，以服務全校師生，但所採用的方式則是由講義印製、學報、校刊及概況之編印著手。也由於出版組經常被定位在行政單位，同時經常扮演著業務支援單位的角色，因此，不僅要支援全校性的招生工作、各處室的文稿校印工作，甚至教務處的試卷印製以及監試闈場等工作，工作項目之繁雜，超出一一般人對出版組業務範疇之想像。茲分析業務範疇如表三(個案代號對照詳見附錄二)：

表三 出版組業務範疇分析

| 業務項目 | 個案數 | 個案代號 |
|----------------------------|-----|---|
| 講義印製 | 16 | 1,3,4,5,6,7,8,9,10, 11, 12, 13, 17,18,20,22 |
| 全校性學報編印發行(系所學報不包含) | 11 | 2,3,11,12,13,14,16,17,19,21,22 |
| 校刊編印發行 | 11 | 2,5,10,11,12,13,14,16,17,21,22 |
| 全校概況(中、英文)及課程簡介編印 | 10 | 1,2,4,6,8,9,11,15,19,22 |
| 教職員著作目錄編印 | 8 | 5,9,11,12,13,14,17,19 |
| 出版品統一編號(政府出版品編號、ISBN及ISSN) | 8 | 1,2,5,10,11,12,13,14 |
| 考試監試及入闈事宜 | 6 | 8,9,12,13,15,18 |
| 試卷印製 | 6 | 4,10,17,18,20,22 |
| 研擬擴大出版功能或組織 | 6 | 1,2,6,9,15,17 |
| 支援招生活動(宣傳、報名及大學博覽會) | 5 | 2,4,11,12,15 |
| 手冊、海報等文宣品編印 | 4 | 11,12,15,22 |
| 各處室文稿打字、印製 | 4 | 1,5,17,18 |
| 研究計畫摘要及研究成果編印 | 3 | 4,8,19 |
| 教科書編印 | 3 | 9,17,20 |
| 協助教師個人學術論著出版 | 1 | 13 |
| 會議論文集編印 | 1 | 19 |
| 國科會計畫申請、簽約請款辦理 | 1 | 8 |
| 學校獎助學術研究申請辦理 | 1 | 1 |
| 建立教務資訊資料庫及查詢系統 | 1 | 15 |
| 信封、信紙、請柬及名片之印刷業務 | 1 | 20 |
| 全校首頁規畫 | 1 | 17 |
| 出版品統一發行銷售 | 1 | 17 |

在受訪的 22 所大學出版組，歸納所承擔的業務內容最主要部分為印製講義、全校性學報、校刊以及全校概況之編印。這些本應屬出版事業外圍附帶的工作，卻成為出版組的主要業務項目，耗費相當多的人力及資源。其餘業務範疇直接與出版發行相關的僅有教科書的編印(3 所)、教師個人學術著

作之出版(1所)、會議論文集編印(1所)，另外，有負責全校出版品之統一發行與銷售(1所)。由於在組織上，出版組隸屬教務處之下，故而在相關業務方面必須支援教務處，甚至校內其它單位之任務。所擔負的工作包括：考試監試及入闈(6所)、試卷印製(6所)、招生活動(5所)、海報及文宣品編印(4所)，以及支援各處室文稿打字排印(4所)等工作。

此外，在尚未能全面擴大出版組功能的今日，也有學校為了整合校內資源，而賦予出版組負責全校出版品統一編號申請的業務(計8所)，以及編印整理全校教職員著作目錄(計8所，其中有1所甚至建立起線上資料庫，提供查詢服務)。

3. 組織分工

文化、空大及世新出版部(中心)在行政隸屬上均為一級單位，而輔仁大學出版社雖然在行政隸屬上為二級單位，但實際上則是獨立運作，其他學校之出版組在學校體制上則為行政二級單位，唯一例外的是臺灣大學已獲准設立出版中心並提升為一級單位。業務分工方面，較特殊的是世新，由於其主要業務偏重在印刷方面，因此，在組織上乃依印刷工作之流程來分組，至於出版組方面，由於已屬二級單位，且員額有限，故而不再有更精細的分組。以下乃就行政隸屬、業務分工以及相關之委員會、附設機構方面，分析比較如表四。

在印刷方面，由於文化大學與世新大學兩校設有印刷方面之系所，故在校園內均設有設備新穎的印刷廠或印刷中心，世新大學的印刷中心更直接附屬於出版中心，因此，無論在印刷成本及出版流程上均能有效地加以掌握。至於空中大學及輔仁大學則須仰賴一般印刷廠商，空中大學更由於教科書承印數量相當龐大，因此有秘書處負責印刷招標事宜，而各校出版組則配備有簡單之印刷、影印設備，尚能應付目前的講義、試卷及文稿等印製工作，至於學報、學刊方面之刊物，也是委由一般印刷廠印製。

4. 出版選題、出版流程與成本分析

在出版選題及成本分析這一部分，由於各校出版組業務繁雜，出版功能發揮有限，因此極少涉及真正的出版事宜，更由於其經費係來自學校預算，故無所謂的成本分析，以下乃針對出版社(中心)之選題、出版與成本分析，分析如表五。

表四 出版社(中心)與出版組組織分工體系

| 項目 | 空中大學 出版中心 | 輔仁大學 出版社 | 文化大學 出版部 | 世新大學 出版中心 | 其他(教務處 或學術發展處 出版組) |
|----------|--|------------------------------------|--|--|-------------------------------|
| 行政 隸屬 | 行政一級單位 | 體制上屬總務處之二級單位，但人事及財務均獨立 | 獨立於行政單位與教學單位屬教育輔助單位，校內一級單位 | 屬校內行政一級單位 | 屬校內行政二級單位，但有一所已通過提升為一級單位 |
| 業務 分工 | 1. 編輯組 2. 出版組 3. 發行組(現由出版組暫代) | 1. 編輯部 2. 門市部 | 1. 編輯組 2. 業務組 3. 會計組 4. 行政組 | 1. 業務組 2. 印刷組 3. 製版組 4. 電腦拼版組 5. 分色照像組 | |
| 附設 單位 | | 1. 輔大門市部 | 1. 華岡書城 | 1. 印刷中心 2. 世新書苑 | |
| 員額 分配 | 主任 1 名，組長 2 名，組員 5 名，臨時人員 6 名，工讀生 3 名，計 17 名，另有點書工人若干名 | 主任 1 名，組員 1 名由學校聘任，其餘由出版社經營收入聘用若干人 | 主任 1 名外，以業務與編輯部人員為主，業務量多時，聘請校內工讀生(中研所學生)支援編輯 | 主任 1 名，3 位專任講師兼任出版中心職務，另有約聘雇人員若干名以及實習生、工讀生 | 從 1 名到 9 名不等，以 3 名居多，平均值為 4 名 |
| 其他 資源 | 秘書處支援印 刷招商事宜 | | 隸屬基金會之華岡印刷廠提供估價及印刷服務 | | 多數配備有簡單印刷機、油印機及影印機 |

空大教科書之出版根據各學系中長程課程計畫，由出版中心再據此計畫來進行催稿等工作，至於課程及教科書內容係由各學系及教務處負責規劃與審查，出版中心主要是負責集稿、出版與發行業務。另外，還規定了教科書字數，原則上每學分為 7 至 9 萬字，所以三學分課程的教科書，至少需 21 萬字，最多不得超過 27 萬字，其內容不能侵害著作權。

輔大在圖書出版部分，分為公費出版及自費出版。所謂公費出版係由出版社依據出版社門市部每年的實質盈餘來獎助學校的教師出版。由於盈收有限，故各學院每年只限一本書。其次為各院系教師自費出版，由於該出版品係用輔仁大學的名義出版，所以形式上必須由各院系的直屬主管推薦，如：院長、所長或系主任，認定其著作合乎一定的學術水準，送交校長核定後，

再交由出版社予以出版。

文化大學出版部在出版選題方面，有兩個主要方向：一為配合學校政策之出版品，包括教科書出版以及主動邀稿、有計畫地出書；另一部分為教師著作部分，佔出版社業務量約三分之一，包括教科書的出版以及個人學術著作，特別是升等論文，因為這一部分的論著是經過嚴格的評審，所以在內容上應有一定的水準。

世新出版中心除了支援校內各處室文宣、海報之承印，校刊、特刊的編印，以及學生刊物之印製外，最主要業務包括向外承接國語日報週刊、音樂月刊、維新月刊等之印製工作以及大學聯考中心、全國總工會會訊等刊物之編輯、排版及印刷工作。另外，出版中心也初步嘗試地協助學校教師以及大

表五 出版社(中心)出版選題與出版流程分析

| 項目 | 空中大學 出版中心 | 輔仁大學 出版社 | 文化大學 出版部 | 世新大學 出版中心 |
|-------|----------------------------|------------------------------|-------------------------|------------------------|
| 出版選題 | 由各學系及教務處進行規劃 | 各院平均發展教師自費出書 | 配合學校政策教師自費出書 | |
| 編輯委員會 | 教材編撰出版策劃諮詢小組(由行政單位及各系代表組成) | (原有各學院代表的5人編輯審查委員會，現取消) | (過去曾有由各學院院長組成編輯委員會，現取消) | |
| 內容審查 | 由各學系及教務處進行審查 | 由系所負責審查推薦 | 邀請同學科領域學者，內審為主，外審為輔進行審查 | 由教師評審委員會及舍我薪傳評審委員會負責審查 |
| 出版方式 | 由學校預算支付 | 公費(出版社獎助)作者自費 | 出版部邀稿出版自費出版 | 自費出版 |
| 稿酬支付 | 版稅12%，稿費1000元/千字 | 公費：作者30% 版稅自費：作者70%版稅 | 邀稿採計版稅，一般10-15%，教科書7% | |
| 成本核算 | 約為印製之2倍 | 包括印製成本，機器耗損及少許利潤 | 純粹成本計算，由會計與編輯共同核算 | 人事及耗材，機器耗損及少許利潤 |
| 定價公式 | 每學分110元 | 印刷廠之單價成本為基準，加上30-40%的耗材與機器耗損 | | |
| 發行數量 | 依選課人數決定 | 200-300本不等，安全庫存在50-100本 | 評估市場來決定，約在500-1000本不等 | 由作者自行決定 |

陸學者出書，凡通過教師評審委員會以及舍我薪傳評審委員會審查的學術著作，皆可由出版中心協助出版。

其中空中大學出版中心有編輯委員會之設置，主要功能在提供教材編撰及出版發行方面之諮詢及改進意見，其餘學校之出版社(中心)則均無編輯委員會之設計。在內容審查部分，主要是由各學系負責，或仰賴各學系及校內各式審查委員會來進行。至於出版選題方面，則並無具體作法，空中大學主要是配合課程之開設，輔大及文化由於學校本身在系所的分配及發展歷史的因素，故輔大主要偏重在文史哲，文化則偏重在文史，世新大學出版中心則以印刷業務為主，且成立時間較晚，故還在摸索出版方向。

在出版方式部分，空大全部由學校支付所有費用，其餘出版社(中心)則提供了作者自費出版的方式。在稿酬支付方面，由於學術著作之市場有其侷限性，故多採計版稅，由作者與出版社共同負擔銷路問題，至於共同科教科書方面，由於發行銷售量較大，故空大採稿費方式，文化大學則以較低版稅方式計算。在發行量方面則較趨向於保守，以免造成太大的倉儲壓力。

5. 經費來源

在經費來源方面，空中大學出版中心之經費係來自學校所編列的預算，目前大致收支平衡，甚至有少許盈餘。然而教育部已原則同意未來空中大學得採取財務自主方式，將教科書盈餘存到學校基金，作全校性運用，因此教科書定價可能要重新檢討，但空大表示一定會是空大師生及一般社會大眾可接受的程度。其他各校出版組經費來源也是仰賴學校每年所編列的預算。

至於輔仁大學、文化大學以及世新大學經費來源完全是自籌。輔大與文化之經費主要來自出版與門市經營之盈收，世新則來自於向外承攬印刷業務及門市經營盈收。學校所給予的幫助只有編制內的人事費用支出，以及從事出版作業之基本設備、門市部、辦公室、倉庫等場所。

6. 出版內容

大致說來，輔大與文化在出版主題範圍上，主要以人文學科為主，其餘學校則以系所相關學科為主。在資料類型上，所有出版社(中心)均仍侷限於傳統印刷式資料，包括圖書、期刊，反而出版只佔業務極少部分的出版組，卻有一所學校率先嘗試以印刷式圖書、錄影帶及光碟同步發行。

表六 出版社(中心)與出版組出版內容分析

| 項目 | 空中大學 出版中心 | 輔仁大學 出版社 | 文化大學 出版部 | 世新大學 出版中心 | 其他(教務處 或學術發展處 出版組) |
|----------|------------------|-------------------------------------|--|--------------|--------------------------|
| 學科 主題 | 現有 6 學系及 共同科 | 以人文學科為 主，特別是哲 學，文學及歷 史 | 偏重文史 | | 系所相關學科 及共同科 |
| 資料 類型 | 圖書 期刊 | 圖書 期刊 | 圖書 期刊 | 圖書 期刊 | 圖書、期刊 錄影帶、光碟 |
| 內容 涵蓋 | 教科書 | 學術著作、一 般著作、教科 書、工具書 (專科字典) | 學術著作、一 般著作、教科 書、工具書 (字典，百科 全書、地圖集) | 學術著作 學報 | 教科書、學校 簡介、校刊、 學報 |
| 未來 規劃 | 規劃教學錄影 帶之拷貝發行 | | 考慮將工具書 部分以光碟版 發行 | | |

對於未來出版內容是否有所擴充或修正，空中大學出版中心表示，因應學生要求，目前正在評估節目錄影帶發行一事，但基本上出版品內容還是限於教科書及與教學課程之相關資料，對於所謂電子出版或網路出版並不予以考慮。輔仁大學出版社表示無擴充之計畫，因為儘管電腦與網路相當地普及，但考慮到一般的閱讀習慣，則電腦與網路有其時空的侷限性，故對該出版社而言，其衝擊性並不大，印刷式資料的市場也不會被完全取代，因此不考慮在網路上出版。文化大學出版部則肯定電子式資料在檢索功能與節省空間方面的優勢，但並不擔心所謂電子出版的衝擊，認為應可與印刷式資料同時存在，因為電子式資料始終無法克服在閱讀上的不便與不適，但未來也不排除朝這一方面進行研究與開發。世新大學出版中心表示，其設備以平面印刷為主，在視聽方面產品之開發可能由校內多媒體中心及傳播製作中心來負責。至於各大學出版組更是以傳統的印刷式資料為主，然而多數也肯定電子出版以及多媒體的出版方向，但似乎還有一段路程要走。

以現階段網際網路之網頁規劃而言，無論單獨設立的出版社(中心)，或附屬於教務處(或學務處)下的出版組，其首頁均附屬於大學之下，並無單獨設立首頁者，這一點作法上與國外有相當大的差異，在網頁上所提供的訊息

也以組織功能、業務職掌為主，分述如下。

* 國立空中大學出版中心

位址：gopher://hpdns.nou.edu.tw:70/11/bulletin/publish

內容：出版中心簡介

國立空中大學教科書編撰通則

國立空中大學教科書編撰計畫表

國立空中大學教科書簡明出版目錄

八十四學年度下學期各地代售教科書書局一覽表

* 中國文化大學出版部

位址：<http://www.pccu.edu.tw/pccu/pccu-admin/ad3.htm>

內容：出版部簡介

華岡書城服務項目介紹

* 世新大學出版中心

位址：<http://wcjc.edu.tw/cc/unit.htm#SUBJECT16>

內容：尚未建置完成

* 其他(出版組)

內容：業務簡介(16所)

人員配置(13所)

業務流程及相關規定(10所)

問題回覆與建議信箱(4所)

重要設備(2所)

教材目錄(2所)

統計數據(2所)

動態報導(公布欄)(2所)

出版發展方向(1所)

學報出版品目次(1所)

輔仁大學出版社至目前為止並無建置網頁資料；世新大學出版中心雖有網頁位址，但內容尚未建置完成。其餘 22 所大學的出版組，有 16 所建置有網頁資料。綜合分析，主要內容為組織及業務簡介、人員配置、業務流程及相關規定等。而現有的 4 所大學出版社(中心)，雖有國立空中大學出版中心

將出版品目錄提供於網頁上，但並沒有進一步提供出版品查詢或線上訂購，尚未能充分運用網路所能提供的功能。

7. 市場行銷

在市場行銷方面，除了世新大學出版中心以印製業務為主，無具體商業書目外，其餘如空中大學出版中心每年印製有《國立空中大學教科書出版目錄》，輔仁大學出版社有《輔仁大學出版著作目錄》，文化大學出版部則有《圖書目錄》以呈現其出版品。

除了空中大學未設置門市部外，輔仁大學、文化大學及世新大學均設有門市部以作為圖書展售場所並負責圖書發行與批售業務。空大雖然沒有門市部，但除了校本部之合作社及空大位於各地之教學中心以外，還透過包括正中書局在內的全國 70 餘家經銷書局代為經銷。輔仁大學也有多家書店往來，並有 5 家書店(如：三民書局等)固定陳列其出版品。文化大學除了包括聯經在內的 4 到 5 家寄售書店外，也有六、七十家批售書店。由於臺灣地區的大學出版社係小規模經營，且無太大利潤，為規避風險，多採賣斷方式來批售給書店，提供的折扣為 6.5 折到 7.5 折不等。世新大學由於出版品有限，故其世新書苑主要業務是進書而非批售圖書。

海外市場方面，空中大學主要對象是同類型、具合作關係的姐妹校，特別以同樣語系的香港為主。輔仁大學則主要建立在宗教上的關係，雖說宗教無國度界限，但終究有語言隔閡，因此也是以同樣華文市場的新加坡、香港等地出版商或書商為主。文化大學主要是現行的二種英文版學術性刊物，因此發行點就不侷限在相同語系地區。

至於各校出版組方面，出版內容方面大多僅限於學校概況、校刊及學報，而這些出版品也以服務校內外師生為主，因此在市場行銷方面有別於一般商業出版社，較之已成立出版社(中心)，正式從事圖書、期刊出版的大學，也有所不同。主要的行銷管道，分析如表七。

故而在行銷方面最主要是採贈閱方式，贈閱對象包括校內師生、校友、外賓及圖書館、文化中心等資料單位；其次為交換，主要透過圖書館來協助交換，也有由出版組、共同科老師來負責交換之進行；部分採販售方式，則包括委託政府出版品展售中心、校外書店及校內由廠商外包之書店門市部，也有由出版組自行進行販售。

表七 出版組行銷管道分析

| 行銷管道 | 機構數 | 分析說明 |
|------|-----|--|
| 贈閱 | 13 | 校內師生 校友 外賓 大學圖書館 中學圖書館 文化中心 |
| 交換 | 9 | 5 所由圖書館負責 3 所由出版組自行負責 1 所由共同科老師負責 |
| 販售 | 5 | 1 所交由政府出版品展售中心代售 2 所交由校內外包之門市書店代售 1 所交由校外書店代售 1 所由出版組自行販售 |

8. 經營管理

在出版社(中心)及出版組主任人選遴聘方面,以教師專職或兼職情況居多,其次為行政人員專職。多位主任表示,過去只具編務經驗,甚或無編務經驗,更無主持出版社的相關經驗。因此很多經營管理的實際經驗都是在任內累積的,除了文化大學出版部李主任到任達 13 年之久外,其餘出版社(中心)主任均在民國 82 年前後到任,而出版組主任方面則到任時間相當分歧,有未滿一年,有長達十幾年,分析如表八。

至於其學科背景,對於學校在遴聘人選上可能影響不是那麼直接,而且國內到目前為止,對於培育高階層出版專業人才似乎還處於萌芽階段。

對於出版理念,由現有四所大學出版社(中心)經營者陳述中,分別談到了「大學出版社對於學術出版的使命感與貢獻,因此,應由學校方面給予經費及人員的具體資助,服務對象也應擴及校園以外的社會大眾,藉著高品質的出版品,建立起大學的聲譽,進一步朝著大學出版社的理想邁進」,句句點出大學出版社之精神所在。在大學出版組方面,雖然其發展上屈居劣勢,但也有多位出版組主任表示,將朝著出版功能的擴充及服務層級的提升去努力,雖然也有多位提出了相關的疑慮,但藉著彼此的經驗交流,以及針對各項關鍵議題進行探討,試圖找出因應法則。這也是本研究之目的所在,藉著質的個案研究,希望能對臺灣地區大學出版社的未來發展有所貢獻。

表八 出版社(中心)與出版組主任背景分析

| 項目 | 空中大學 出版中心 | 輔仁大學 出版社 | 文化大學 出版部 | 世新大學 出版中心 | 其他(教務處 或學術發展處 出版組) |
|----------|--|---|-----------------------------------|---|---|
| 人事 背景 | 副教授專職 | 副教授專職 | 教授兼職 | 講師專職 | 教師兼職(以 副教授及講師 為主)、行政 人員專職、行 政人員兼職 |
| 到任 時間 | 民國 82 年 9 月 | 民國 82 年 | 民國 73 年 | 民 82 年 8 月 | 有民國 86 年 2月到任,也有 到任 12 年者 |
| 學科 背景 | 經濟學 | 區域研究 | 美術 | 印刷學 | 包含各學門 |
| 出版 理念 | 除空大學生外 ，進而服務一 般大學學生及 有志進修社會 人士 | 基於對出版之 使命感，希望 能朝著大學出 版社的理想邁 進 | 大學出版對學 術有一定的貢 獻，學校應加 以資助 | 在服務同學前 提下，著重提 升出版印刷品 質，進而提升 校譽·創造利潤 | |

五、結論與建議

本研究最終與最主要貢獻在提供臺灣地區現有大學出版社及倡議中的大學出版社具體可行的建議與實施步驟，並且在現有大學出版社與出版組之組織規模下，尋求突破性的功能發揮。

(一)大學出版社發展建議

雖然本研究之價值在於應用，但由於沒有二所大學是完全相同的，也沒有任何一所大學出版社是絕對典型或理想的，各大學發展背景不同、資源不同、主其事者觀念也不盡相同。因此，不僅臺灣地區現有四所大學出版社(中心)個案無法彼此套用，其發展模式對於即將成立大學出版社的其他大學來說，也無法完全地仿照。因而擬由建議思考方向著手，分析其利弊優劣，具體的決策還要仰賴決策者之魄力與智慧判斷。

1. 大學出版社存在的理由與機會

大學為學術重鎮，重要的學術傳承也在此進行，長久以來大學所強調的

是崇尚自由的學術風氣。大學出版社的存在，得以確保學術作者的學術出版自由，以現今的出版環境，除非與商業出版社妥協，或由政府機關出版，如沒有大學出版社，則出版的決定將完全掌握在商業出版社或政府機關手中，如此一來便無法彰顯學術研究之目標以及所崇尚的學術自由(註五十)。因此，必須有大學出版社之設立，以確保學術自由並作為學術機構與民間的橋樑，除了傳播學術研究之重要成果外，對大學學者專家從事研究與教學也有很大的助益。

以臺灣現實環境考量，雖然國內的大學不若國外大學普遍設有大學出版社以出版發行各種出版品，但隨著國內各大學研究水準的日漸提昇，不論從過去的調查亦或從《中華民國出版圖書目錄》、《中華民國政府出版品目錄》看來，各大學早已有出版發行的事實，唯事權上並無統籌機構，或由各系所、行政部門或圖書館自行出版發行，對於大學而言，不僅形成資源浪費，而且不易彰顯大學之學術成果，以增進其學術聲譽。

此外，在高等學術研究領域中，除了本土性研究主題外，從人文學科、社會學科，特別是自然學科，都必須大量地仰賴國外的文獻，中文資料相當地缺乏，無論對從事研究的學者，或大學莘莘學子而言，都是一項嚴重缺憾，也由於語言隔閡的關係，使得文化輸出管道受阻。但從積極面看來，對大學出版社而言，無寧是一項新的契機，藉著大學出版社的出版品得以增進大學的學術聲譽，進而提昇大學競爭力並走向國際化舞臺。因此，大學出版社不僅有其存在的理由與存在的價值，而且有存在的機會。

2. 大學出版社之經營與管理

英美二國大學出版社存在的背景不同。英國的大學出版社起源甚早，幾世紀以來掌握了出版印刷以及印製聖經的特許，規模及財源均相當充足；美國的大學出版社在發展之初就存在有許多商業出版社，而且必須大量仰賴學校經費補助，但終能打開市場，與一般商業出版商競爭(註五一)，其中重要關鍵為大學出版社之經營管理，也顯現出一位有能力、有精力的領導人之重要性。基本上，大學出版社之領導人必須具備豐富的學識以外，還要對學術出版有強烈的使命感。臺灣地區大學出版社的存在與經營，同樣必須面對商業出版商的競爭，因此，除了企業化的經營方式外，出版社領導人本身的學識聲望，對出版社之經營也將產生長遠的影響，故領導人層級不宜過低。

學術出版，特別是大學出版社，出版的決定很少有取決於一人，大多綜合編輯委員會的意見來決定。編輯委員會主要功能有二，一為出版的決定，即通過圖書的出版計劃；另一功能為促使大學出版社功能之發揮，故編輯委員會的成員必須在大學具有一定的影響力與公信力，並由校長聘任，授予殊榮，促使大學出版社的編輯委員會成為大學最高層級的志願團體(註五二)。

3. 出版決策要素與出版選題

出版過程包括編輯、設計、印製、行銷、倉儲、運輸以及發票、會計等作業。在這些過程當中，都能雇用業餘從業人員或以契約包工方式，而不必躬親執行，唯一無法取代或外包的功能，即出版的決策(註五三)。

(1)出版之決定要素有二，即學術標準與經濟因素。學術標準其實是一套難以捉摸的品質標準，儘管可以列舉出要項，但無論怎麼努力，想要制定出絕對的標準，還是不免疏漏，因為學術標準其實是主觀而且動態的，直接反應當時當地的學術風氣與文化態度(註五四)，但在學術出版過程中，則是首要決定的。為求生存，大學出版社將盡量避免領域過於窄狹的主題，以及需額外費用來編輯、排版與製作的出版品，並積極向外尋求補助(註五五)。況且這二項要素並非絕對相抵觸，重要的是能夠在符合學術標準的前提下，考量經濟因素，在此二者中求取平衡。

(2)出版選題是出版社最基本的工作項目，也是各項工作推展的基礎，建議大學出版社思考方向如下：

A. 專門知識領域的出版選題

由於學術分支現象，在學術出版領域中，作者、讀者大多為某一門學科的專門人員。大學出版社是大學的一面鏡子，要能反應其母機構的所有面向，但是沒有一所大學出版社的規模大到可以充分涵蓋校內所有的學科領域。故而對於大學出版社而言，最主要的目標應該是維持出版品的創見與卓越，而非追求出版內容的包羅萬象(註五六)。因此，大學出版社應慎選出版主題，並使作者、讀者清楚地知道其出版領域與方向，如此一來，將有助於編輯與行銷效能的提昇，建立出版聲譽，作者也會因為出版社所建立起的信譽而前來投稿，正好可以吸引更多高品質的學術手稿。只是大學在決定那些主題要出版，那些主題不出版時會面臨相當的困難，倒不是難以抉擇，而是要怎麼去對教師以及行政主管解釋與溝通。但唯有形成自己特色的出版社才得

以生存，因此，大學出版社應就各學校之學科方向，形成出版特色並努力維持傳統優勢。

B. 高等教育教材之出版

美國許多著名大學出版社不認為應該將教科書納入大學出版社的出版領域，或已儘量減少教科書在大學出版社所有出版品所佔的比例，然而不可忽略的，大學出版社必須具備提供高等教育素材這項功能，加上教科書有一定的銷售保證，對大學出版社而言，也是一項重要的選題方向。一般而言，大學教師在選擇教科書時，首重作者權威性、價格、內容專業性與完整性（但內容不能太多，冗長的篇幅已成為選擇的負面因素）。因此，在確保質量的前提下，大學出版社得優先選擇能反映該校特色及特別學門的教材予以出版。此外，一本教科書長期累積的聲譽也是被採用的重要因素（註五七），因而必須致力於長銷書的經營以及教材內容的更新。

C. 參考工具書的開發

如果說出版是一個國家的文化指標，參考工具書則是出版的標竿。由參考工具書出版的質與量，可以反映出該國知識文化的水準，由於參考工具書的開發必須付出的資金、編輯成本相當龐大，回收卻又很慢，使得一般出版社經常裹足不前（註五八）。大學出版社的設立，最主要目的在服務學術界，對於學術界而言，參考工具書的發行，直接對學術研究有很大的幫助，特別是專門學科領域的參考工具書，國內應該有這樣的市場存在。直接洽談國外參考工具書的中文版發行或繁體字發行也是可行之道，因為得以節省開發與製作成本，未來如果能含括大陸市場，那麼扭轉為自行開發參考工具書，也相當具有遠景。在種類上可以從較缺乏的專科字典、百科全書等領域著手，未來電子書的市場潛力無窮，具查檢特性的參考工具書更可以發揮其功能。

D. 與地域相結合的出版選題

大學關注於所在地域之研究與出版，本來就是大學出版社的一項特性，因此，對於當地特殊的人文、地理景觀、風俗民情及其他與地域相結合的研究，大學出版社應廣為蒐集並予以出版，稿源由校園內的作者，擴及校園以外的作者，除了大學學者從事與地域相結合之開發計畫與田野調查報告以外，對於一些從事地域研究的鄉紳及民間文教團體，以及從事本土藝術創作

之當地民間藝術工作者之作品，大學出版社都應責無旁貸地予以出版，並廣為流傳。

E. 通俗性的出版選題

過去在國外，曾為大學出版社該否出版一般商業性暢銷書而辯論，之後發展為該如何從事一般商業性暢銷書的出版，無疑地銷售更多的通俗性圖書可增進收益，提昇單位銷售量，更可擴展大學出版社的出版市場(註五九)，對今日大學出版社而言，除了保持高品質圖書出版以外，希望也能仿照一般商業出版社，出版一些通俗性的暢銷書，但不可因此而本末倒置，迷失方向，忽略了大學出版社的出版理念。通俗性出版品在性質上還是應該富於教育性或知識性，只是在內容上不那麼學術性，是為一般讀者所出版的。在訪談過程中，有受訪單位表示其出版選題係以人文學科為主，並認為「人文方面的書籍，無論人文背景或理工背景的人都會買來看，但若是一本理工方面的專門書籍，則只有相同背景的人才會前來購買」(註六十)。但事實上，一本通俗又能廣泛引起閱讀興趣的自然科學或應用科學方面的圖書，應該有很大的市場空間，藉由通俗的表達方式，得以將最新的研究成果及學術理念傳達給一般社會大眾。

F. 學術期刊的出版

學術期刊的出版一方面可以增進學術及知識之累積，補充學術圖書之出版，共同傳播知識成果，另一方面，對學術研究工作者而言，出版是建立學術聲譽、晉升、獲得職務、研究獎金的必要條件，而期刊文獻由於篇幅較短、出版週期也較短，因此不僅較易完成，也比圖書容易獲得被出版的機會，對於作者聲譽之累積更具效益。聲譽卓著的學術期刊是長期累積經營的成果，藉由期刊品質及內容之權威性與可信度，將為大學出版社贏得出版信譽，進而提昇大學與學者之學術地位。因此，對編輯而言，必須竭盡所能地保持學術客觀與中立，嚴格控制品質，對於拒絕的稿件不應受任何的干預或阻撓所影響。事實上，作者在選擇學術論文發表處時，就如同圖書館員在評鑑期刊一般，基本上會考慮期刊主題相關性與權威性，以及是否被著名索引或摘要所收錄，並留意著作格式及整體外觀等，因此，學術期刊之出版與經營也應朝著這些方向去努力。

雖然新興學門的產生以及大學課程之擴充，都賦予大學出版社更多更

廣的出版機會，但在選題過程中，重複的出版選題是無可避免的，即便是大學出版社也可能面臨。重複的出版選題不僅形成浪費、盲目的熱潮外，還會造成出版市場的混亂(註六一)，因此，大學出版社應積極尋找適合自己發展的方向，以更寬廣的視野從事出版選題以形成出版特色，建立高品質的出版口碑。

4. 審稿與編輯出版

(1)審稿部分，通常在最初接獲手稿時，先由編輯大致審視其格式及內容，由於任何一位編輯均無法具備全部的學科知識，因此，大多會送給一至二名評閱人(reviewer)，請他們仔細閱讀並提出意見，編輯委員再依據閱讀報告來決定出版與否。在通過一連串品質管制後，出版社再依成本公式來決定基礎成本定價、讀者羣性質、讀者羣大小等(註六二)。選擇評閱人比決策過程中任何要素都來得重要，因為如果無法明智地選擇，無異阻斷了學術的通道，在人選上可朝以下幾個方向著手(註六三)。

A. 由編輯客觀地尋訪特定領域最具學術威望的學者專家，比如從個人的學經歷，另外，藉著一些輔助工具，如國科會相關研究計畫報導、論文索引摘要、各學科人名錄等，不難發掘出活躍於相關學術領域的學者專家；

B. 由編輯委員會成員或校內學者來建議人選，編輯委員會的功能並不一定要負責審稿，以目前臺灣地區現有的大學出版社及出版組而言，共計有9所大學設有編輯委員會，然而只有二所大學的編輯委員會必須負責審稿，其餘的編輯委員會主要功能係定位在出版政策之決定及評閱人之邀約。當然，編輯委員也可以是評閱人，而評閱人不一定是編輯委員；

C. 由第一位評閱人來推薦，不過這一點執行起來要相當謹慎，避免讓第一位評閱人有不被信任或不受尊重的錯覺；

D. 通常手稿本身的書目也會顯示相同學科領域的學者專家，只要細心，不難發現。

真正要做到客觀與公正，則必須避免受到與手稿內容無關因素的影響，比如私人交情、明顯的敵對或競爭，以及預設立場等。

(2)編輯出版為實現選題計劃的必要步驟。在組稿方面，可由作者自由投稿或經由單位推薦，經編輯委員會討論後列入出版。但也可由編輯部先確定出版計劃後，再物色合適人選來進行約稿，書系的開發便是一例。以下就編

輯出版各種方式及做法，分述之。

A. 書系開發

叢書的系列開發是一般坊間常見的出版方式之一，係基於一個整體企劃的概念，有計劃且持續性出版相關書籍。這樣的產品概念相當受到讀者及出版商本身的喜愛與肯定，因為已存在的讀者會關心新的出版品，新加入的讀者更會主動去尋找舊的出版品，所以是一種整體且持續的出版行銷方式。書系開發更是從編輯的角度經營出來的，一開始必須經歷摸索階段，建立概念後必須形成一個出版領域，即具體化成一條出版路線，之後再歸結到作者的尋找。書系的開發可能會將讀者予以區隔，但只要在主題內容的選擇與開發上避免太過偏頗與狹窄，在充分掌握讀者羣設定後，藉著高品質的出版品，讀者只要接觸到其中一本，就會主動尋求其他相關著作，而且除了內容相關聯外，書籍外觀的設計必須統一，除了能節省生產成本外，在經銷與促銷上也較易推廣(註六四)。對於大學出版社來說，在區隔其出版品，如：不同的出版選題考量，像是專門學科出版品、教科書、結合地域研究、一般大眾閱讀出版品等，利用書系的開發是個很好的做法。

B. 外包製作與合作出版

圖書的外包製作起源於 1950 年代的英國，出現背景係由於傳統出版社基於盈虧的考量而頻頻縮編，再加上電腦科技精進等因素配合而產生，包辦的事項從邀請適當作者執筆，集合編輯、設計、攝影、插畫家羣策羣力，一直到完成為止，擔任的功能是將最粗糙的概念轉換成一本完整的書，外包公司與委託出版商間的關係，有如出版商的分支機構，甚至可能也參與行銷，提供各種諮詢(註六五)。對於臺灣地區無論在人力、設備及專業均感不足的出版組而言，若無法在短期內滿足這些出版的基本需求，外包製作的方式不失為一種權宜做法。一則可以分擔編輯、校對等繁瑣事務，另外也提供需要高度版面設計的專業技術支援，對出版組來說，不必長期支付龐大的人事費用以及各種辦公室及設備費用。在臺灣，也許這類純粹的外包製作公司並不多見，但基本上，一般印刷廠商均能提供簡單的打字、排版、校對及印刷等功能，對於單純以文字為主體的學術著作應是很好的合作對象，但如果是高度版面設計，可能就必須仔細評估，合作對象應是較具規模的出版社。評選能提供高品質服務的對象，將是臺灣地區大學出版組在發展過渡時期的一

個權宜措施，如果合作關係良好，長久合作也未嘗不可。此外，海峽兩岸交往頻繁，目前在大陸出版界已形成加工出口風尚，亦即由臺灣出版社供稿，大陸排版，台灣出書的合作方式，並得同步以繁體及簡體中文同時發行（註六六）。大陸有許多所大學出版社藉著兩岸學術交流，洽談出版的合作事宜也是可行方式。

C. 電子出版

過去資訊傳播是一種分工的方式，有平面媒體、廣播電視媒體，如今趨勢看來，已趨向於整合，於是有結合文字、聲音及影像的多媒體。這種整合使媒體間的界線趨於模糊，傳播通道也改變了，對某些讀者而言，電子形式的出版品是獲得資訊的更有效途徑，可不必親自前往圖書館，透過網路即可進行索引及摘要檢索，甚至全文檢索；對圖書館員而言，電子形式提供了降低資料蒐集成本的方法，因為即使免費的期刊，圖書館還是要承受登錄、上架及儲存的成本；另一方面，出版者積極地尋求文件傳遞並以電子形式來提供，以增加收入（註六七），於是國外許多大學出版社已漸漸地投入電子市場。當然，投入電子出版市場必須有相當的人力與資本的投入，因此，即使無法在出版技術上保持領先，居領導地位，但至少要能跟得上時代的腳步，因為未來的出版方式可能成為以電信網路為通道的資訊出版。

D. 自費出版

所謂自費出版是由作者自行負擔出版費用，由出版社提供編輯、出版及發行等服務。這樣的方式在一般出版社也有所聞。就臺灣地區大學出版社看來，除了空中大學出版中心外，其餘三所大學出版社均提供自費出版的服務，以臺灣地區大學出版社經營現況，在自給自足壓力下，以提供編輯及出版服務，由作者自行負擔印製及少許人事行政費用，原也無可厚非，但最重要的是出版社責無旁貸地必須嚴格控制出版質量，自費出版並不意味著降低標準，也不意味著有錢就能出書，尤其在大學出版社以大學及出版社長久所建立的聲譽為其出版品擔保時。因此，自費出版雖然是大學出版社可以接受的妥協方式，但不應該是唯一的方式，否則容易造成學術出版市場因貧富差距而立點不同，有失學術自由及公正客觀的立場。

且不論學術出版市場小、成本高的特性，大學出版社的出版品是大學對外的一個重要窗口，因此，在質量上必須有一定的水準。

5. 經濟課題

對大學出版社來說，明顯有經濟的壓力，雖然國外有很多經營成功的例子，國內也有大學對於即將設立的大學出版社寄予厚望，希望大學出版社的設立有助於大學研究教學目的之達成外，還能夠為學校籌措經費(註六八)，因應未來大學自籌經費的處境。雖然我們樂於見到臺灣地區大學出版社未來能蓬勃發展，然而在大學出版社成長茁壯之前，很難完全不仰賴學校的經費補助，尤其因印量小而致生產成本偏高，但大學出版社有責任使價格下降，以服務更多讀者，因此，大學校長及董事會必須了解到出版對大學的重要性，就如同圖書館或任何系所一樣，必須持續地予以經費上的支持。大學出版社雖位處學術重鎮，但同時也是事業單位，尤其大學面臨預算的壓力，不得不要求大學出版社自給自足或至少儘可能自給自足，因此在經營管理上，必須企業化經營，以大學經費日趨緊縮的情況看來，獨立核算、自負盈虧似為必然之道。

(1) 營利與非營利迷思

大學出版社是學術單位，同時也是事業單位，其存在是希望藉由高品質的出版品展現及傳播大學之研究成果，達到一定的社會效益，因此照理應由學校予以補貼虧損，然而社會效益的追求與經濟效益之間，並非絕對抵觸，尤其經濟效益高，表示該出版品銷售情況愈佳，傳播面愈廣，相對地社會效益也愈高。達到一定的社會效益是出版社的發展目標，但經濟效益是出版社的經濟基礎(註六九)，所以在訪談過程中，有出版社領導人明白地指出「所有的理念都建築在經濟基礎上，沒有經濟基礎，一切理念都是空談」。因此，雖然大學出版社為非營利單位，但不得不以營利方式來實現其理念，只是若一味追求營利，而無法堅持設立的理想，那便本末倒置了。

(2) 尋求補助

大學出版社的設立雖與大學的功能有直接關連，大學當局無可規避地必須提供經費資助。然而近幾年來，大學本身因應自籌經費的壓力，在人事精簡、經費又拮据的情況下，能提供的資助實在少之又少。大學出版社在此處境下，想當然耳，大學不是唯一經費資助來源，除了努力與學校溝通尋求資助，配合內部節流外，必須竭盡所能向外尋求補助，包括大學主管單位教育部或各公眾及私人基金會。主管出版事業的新聞局每年也針對重要學術專

門著作之出版予以補助(獎勵適合大專院校以上程度之人文、社會、自然及應用科學原創性著作)，著名的學術及企業基金會，如中山學術文化基金會、嘉新基金會等，都訂有獎勵辦法，針對優良學術著作予以獎助(註七十)。此外，針對優良的學術期刊，行政院國家科學委員會也訂有獎助辦法。當然，獎助的層面相當有限，但如果位處學術重鎮的大學學者無法獲獎，那誰還有資格呢？一旦獲獎，無論對學者個人學術聲譽，大學出版社信譽及該著作之銷售，都有很大的助益。

(3)預收書款

對於一般讀者來說，預收書款應不陌生，尤其大部頭參考工具書之出版最為常見。另外，期刊的出版與訂閱也常用預付款的方式。此一方式對出版社或讀者而言，多少有些風險，對於資金原本不夠雄厚的大學出版社來說，卻是一線生機。雖然以讀者立場而言，還是有金錢損失以及時間延遲上的風險，但出版社所投注的則是攸關的出版信譽，以大學出版社而言，可能還會累及大學本身的聲譽，因此，必須要有相當的把握，對於讀者對象、出版社本身的生產能力及出版周期等因素要能有效掌控。

(4)檢視生產成本

開源外，檢視生產成本亦為重要節流之道，可由幾點著手(註七一)：

- A. 圖書大小及頁數：內容文句精簡、減少不必要插圖；
- B. 圖書封套：減少不必要封套設計，或利用同系列封套及標準化設計；
- C. 版面設計：以簡單大方的設計，取代華而不實的設計；
- D. 紙張大小及品質：就教於印刷廠，使用標準化大小，儘量減少紙張在裁剪過程的浪費；防酸化紙雖具保存良效，但並非所有印刷品都有此需求，可斟酌考量；
- E. 裝訂：裝訂外觀有多重等級的選擇；
- F. 其餘考量：包括縮短生產時間，配合市場需求決定印量以避免現金積壓及庫存壓力，並從運輸成本考量印刷廠及裝訂廠的選擇等。

表面看來，這些考量能減少的成本似很有限，然根據國外實際執行的結果，約可節省一成的生產成本，對從事成本高、利潤卻不豐的大學出版社而言，不無小補。

(5) 登載廣告、啓事或接受贊助

廣告的登載與接受個人或團體的贊助，雖然帶來不少經濟資源，但此舉可能會相對地傷及出版品的質量，甚至破壞此出版品之學術中立(註七二)。因此，一旦決定登載廣告，必須格外小心並有所選擇，接受贊助時也不能附帶任何不合理或危及學術中立的條件。

6. 市場行銷

出版雖然被視為文化指標，但基本上也是一件商品。只要是商品便有一定的市場法則。這套規則不外乎廣告、促銷、增加圖書曝光率、讓更多人知道其存在與價值，然後產生各種消費行為。

在一連串促銷手法，包括全套的新書發表，如邀名人為文作序或介紹，將新書寄給各媒體編輯或記者，利用媒體舉辦送書活動，作者簽名會，新書發表會，連鎖店面的推薦架，店頭廣告，書店陳列，配合時機製造話題，打折。各種方法不一而足(註七三)。但以大學出版社來說，並不是所有的促銷手法都適用，有些促銷手法可能還要有相當的金錢投入才會產生可觀的結果，因此，對於大學出版社所從事的學術出版，除了在出版同時配合封面與書衣的設計外，簡潔的說明與誠實的建議在效果上將更為有效。至於在銷售方面，則可由以下方向去著手。

(1) 直效行銷

所謂直效行銷係 *direct marketing* 的一種，是指不透過零售或書店陳列的管道，而依據顧客名單，直接把消費資訊傳遞到潛在客戶手中的一種行銷手法。一般出版行銷係用來彌補中盤商的促銷盲點，但對於沒有門市部及廣泛鋪書管道的大學出版社而言，不啻為一種最好的市場開發方式。直效行銷關鍵在於必須掌握有效的閱讀人口，如此才能充分發揮行銷功用，直接達到銷售目的(註七四)。對於大學出版社而言，由於其讀者羣早已有所界定，因此，特別適合運用直效行銷的方式，特別是在傳統郵寄方式以外，配合電腦網路電子郵件、電子佈告以及討論羣的運用，得以將各種出版訊息更迅速、更有效地傳播。直效行銷名單之獲取途徑，約有如下幾個管道。

A. 作者：事實上，當作者從事文稿寫作的同時，心中已初步界定其讀者羣，等到其完成文稿後，大底已能確定其基本的讀者羣所在，因此，當編輯在進行審稿的同時，即可針對潛在讀者羣進行了解。

B. 專業學會名錄：對任何學術著作而言，相關學科的研究人員正是最具潛力的讀者羣，因此，該專業領域之各種學會名錄，很自然地提供了一份潛在讀者清單。

C. 會議研習參加者：各種專門領域之會議、年會、研討會參與人士，可能包含了相關領域之權威人士、學者、正在求學階段的學生及有興趣的一般社會人士。這份名單的取得，對讀者羣之開發具實質意義。

D. 舊讀者：過去的讀者清單以及相關領域刊物之訂戶名單自然是最有效率的潛在讀者。

E. 圖書館工作者：無可否認，圖書館，尤其學術圖書館是大學出版社的一大顧客羣。

此外，雖然是其他不同專業領域的學者專家，或受過高等教育的學生及讀者，也可能會有興趣閱讀不同學科領域的出版品，因此，也不容忽略。

(2)廣告刊登

廣告是最直接的策略運用，但刊登廣告的媒體種類繁多，選擇正確刊登所在，不僅能創下業績，同時還提高了大學的聲譽、作者知名度，甚至間接帶動其他出版品的銷售量。對於大學出版社所出版的學術著作而言，最好的刊登場所，當然是相關領域的期刊或學報，而且最好結合幾本圖書一起廣告，以符合成本效益，但還是會面臨許多學術性刊物不一定接受廣告刊登的挑戰。若大學本身也從事期刊或學報的出版發行，這方面的問題就較好辦，而且還可以採用與其他單位彼此交換刊登的方式，以節省廣告費用支出。當然推薦者本身的知名度及學術聲譽，對於該出版品的行銷有一定程度的幫助。

(3)政府出版品展售中心

在大陸地區，大學出版社的出版品可經由新華書店在全國一萬多個銷售點進行銷售。在臺灣地區，政府出版品展售門市目前只有五個銷售點，分別為正中書局、三民書局（重慶南路、復興北路）、青年書局及五南文化廣場。前三者皆位於臺北市，後二者分別位於高雄市及臺中市。雖然這些展售點主要以各政府機關之出版品為主，而且數量相當有限，但對於市場有限，又無廣大行銷網路的大學出版社或出版組來說，還是多了一個行銷管道。以正中書局來說，該局係以代售方式，依訂價六折與大學出納組結帳，三民書局則有代售，也有賣斷方式。在書局這方面，除了固定展售外，也會編製該書局

的出版品目錄，將這些代售品也加以收錄(註七五)。

(4)大學出版品聯合行銷中心

為大學出版社自發性的合作單位，服務項目主要是編輯出版事務以外的行銷業務，包括統籌訂單、發票，集中倉儲，聯合出版目錄之印製等工作。目前國內由於真正成立大學出版社以從事出版者相當有限，各大學出版品種數也相當有限，因此似乎還無迫切需求。但長遠看來，聯合批發中心是集合各大學的優勢及特點，除有利於宣傳行銷外，還可以共同分擔成本的方式，節省倉儲費用並省去各種發票作業的麻煩，稍稍紓解財務壓力，因此無論在歐美或大陸地區都有採用。一旦規模擴大，甚至可以在海外建立分支機構，經營海外市場。

(5)託售制度

由於國內大學出版社，以現今規模並無法建立廣大的行銷網，於是除自營門市部外，並無太多行銷點，即使可透過政府出版品展售中心的展售，還是相當有限。雖然學術出版商往往只強調學術圖書館為其主要顧客羣，但一般的讀者還是不容忽略，所以書店也可以是合作的對象。特別是在臺灣地區愈來愈多的專門書店，專營某一學門或某一主題的出版品，對大學出版社來說，如果主題能契合的話，無異提供了絕佳的行銷場所。一般的合作關係包括託售或賣斷。前者由出版社承擔圖書積壓的壓力，後者則由書店承擔。在現有的幾所大學出版社大多採取賣斷方式來寄銷，因為大學出版品本身已無太大利潤，因而不願承擔太大風險，書店這方面也因無法退書，故在進書方面相當保守，甚至根據讀者訂書來進書，也有少數書店基於合作關係會代為託售。

(6)會議展示

展覽是大批圖書的一種重要促銷活動，對圖書展示及即將出版的圖書而言，會議是絕佳的展示場所，特別是與出版品主題相關的專業年會、研討會以及圖書館工作者所舉行的會議。對讀者而言，可省去前往書店的時間，而直接瀏覽相關研究領域出版的圖書(註七六)，對大學出版社而言，除了促銷以外，可以與讀者、圖書館工作者建立良好關係。這些學術著作的讀者，同時也可能是學術著作的作者，藉此機會更可尋訪手稿，洽談出版的可能性。

(7)開拓海外圖書市場

海外市場之開拓，最直接的途徑是參加世界各地舉辦的書展，一次成功的書展往往可以凝聚相關領域的各方人馬。與其單槍匹馬在海外市場毫無頭緒地奔波，倒不如藉由書展結識的人脈慢慢向外延伸，以節省摸索門路的时间，也較能掌握正確的訊息(註七七)。雖說學術無國界，然而語言的隔閡終究是事實。現階段來說，掌握華文市場似乎為海外市場擴展之要務。此外，配合網路上的電子出版，網路行銷不受時空限制的特性，不容忽略其行銷能力。

最後，對大學出版社來說，開闊與前瞻性的視野，關係著大學出版社的發展前景，甚至攸關能否面對商業出版社的競爭挑戰而存活下來。如果大學出版社一直侷限在校內的作者、內部的審查及學術圈內的讀者，則永遠無法達到大學出版社滿足校內外學者的需求，服務一般高級知識份子的理念，達到全國性，甚至全球性發展的理想。

(二)大學出版社具體實施建議

成立大學出版社的想法無論是基於大學校長的治校理念、教師共識，或基於實際需求考量，針對個別大學的一份完整評估計劃與諮詢建議應是首要工作，以便發展出最適當的組織架構以及操作程序，依坎麥倫(Linda Cameron)建議，在實施前必先包含以下幾個具體評估步驟(註七八)：

1. 評鑑設立大學出版社之決策及其他替代方案；
2. 建議有效經營的組織架構；
3. 確定有效的必要資源；
4. 建議大學出版社的操作程序；
5. 評量財務管理；
6. 準備下一階段執行計畫；

據此綱領，針對大學出版社及其他替代方案、經營與組織架構、尋找有效必要資源，以及立即實施要點，提出看法如下。

1. 大學出版社及其它替代方案

雖然肯定大學出版的功能與價值，但由於每所大學所擁有的資源不同、需求迫切程度不同，因此，對某些大學而言，成立大學出版社未必是最好的決策，分析成立大學出版社及其他替代方案如下：

- (1)成立大學出版社(中心)

以台灣地區現有的大學出版社(中心)而言，大致可分為二種類型：

A. 稱出版社(部)者，係獨立於學校的行政、教學二大體系而單獨運作，自負盈虧。其組織架構與經營模式與一般出版社雷同，並以大學出版社名義登記立案，取得專屬的國際標準書號羣體識別碼，並得以長期經營累積建立出版社的出版信譽。

B. 稱出版中心者，同樣也從事編輯、出版與發行業務，行政層級也屬一級單位，但基本上其存在與營運方針係配合學校業務之推展，雖也擁有專屬的出版書號，但是以大學的名義登記立案。

(2)維持現有出版組

出版組依「大學法」立法本意在執掌大學出版功能，但由於資源有限、主事者與學校當局認知不同，因此，並未能發揮組織功能，反而從事與出版業務無太大關連的事務性工作。以現有各大學行政資源分配情況下，擴大現有組織規模或強調出版功能之發揮，應頗為可行，然而還是要能凝聚全校共識，獲取學校當局支持與認同，給予更多資源，才能真正發揮大學出版功能。

(3)由圖書館支援並提供協助

在資訊傳播整合的今日，不僅媒體間的界線模糊了，資訊傳播者的角色也模糊了。在不久的將來，對大學出版社而言，出版活動如果變成數位化文件檔案與儲存，個人只要付出一定代價即可取得，這樣與圖書館又有何不同？而假如圖書館在不久的將來，將其所擁有的館藏全文及影像資料以電子方式散播出去，並收取一定費用，那麼與出版社又有何不同(註七九)？國內也有學者提出「press library」(註八十)的概念，由圖書館擔任部分出版的功能。過去國外大學出版社在發展過程中，曾經發生過由圖書館學科背景的人員出任大學出版社領導人、成立大學出版社之前由圖書館委員會及圖書館員共同負責學校刊物之刊行與管理，以及利用圖書館的管道進行出版品之行銷等種種情況產生。雖然在資訊傳播領域內，大學出版社與大學圖書館各司其職，但是在可見的將來，大學出版社與大學圖書館可以預期將透過種種合作發展計畫，而關係愈來愈密切。

各種方案隨著大學資源分配不同、需求不同而有不同的抉擇，但無論如何，隨著傳播科技的進步，不僅傳播媒體面臨整合，擔任傳播者角色的大學出版社也面臨功能合併與整合的考驗，且為了存活下來，大學出版社勢必拉

近與大學核心的距離，而無法單獨處於校園某一角落，與大學圖書館、電算中心及其他涉及知識生產與傳播的部門建立合作聯盟關係，將是無可避免且有助於大學出版社明確地掌握未來發展。

2. 經營與組織架構

大學出版社在組織經營方面，首先要有明確的方針，包括成立的宗旨及目的，以及出版選題計劃。並且隨著各學科的發展及大學課程的調整，定期地檢視並調整出版選題計劃。

其次，成立編輯委員會，對出版方向及品質的把關，對大學出版社來說相當重要，因為任何一位再專業、學識再豐富的編輯，也無法具備全部的學科知識，大學出版社不能以「沒有人力」、「沒有能力」為藉口，而草率行事。

在經營管理方面，對於大學出版社而言，本身功能定位在出版，而非印刷，因此，並不一定要同時扮演印刷者的角色。對一所大學出版社而言，維持一所印刷廠之營運必須投入相當的空間、人力及機器設備，而且必須有一定的業務量，否則所有的投入都是浪費。雖然國內外有很多大學出版社發展之基礎奠基於印刷業務，或設置有個別的印刷廠或校內的印刷廠，但不一定是絕對需要，即使一般商業出版商也未必個別設立印刷廠。當然，設有印刷廠可以增進出版效能，如降低成本、出版流程方面時間的配合，甚至可以有盈餘來補助學術出版，但很多校園裡的印刷廠係獨立於出版社，盈餘直接納入校園基金，而且印刷上的特別需求不見得均能滿足。

3. 尋找有效必要資源

完全商業化的經營模式未必適合大學出版社，大學出版社無法只仰賴商業出版社賴以生存的要件。對大學出版社而言，母機構的支持相當重要，尤其在財務上，除了出版品的合理銷售所得以外，大學出版社應積極爭取校內經費支助及校外，無論是政府機構或私人基金會，甚至個人之補助與捐助。

大學出版社在發展初期，往往缺少合格的編輯，因而限制了出版的數量及質量。要克服此一困難，可配合專職編輯外，充分結合各院、系、所學報及專業刊物之編輯，將之組織起來作為出版社的兼職編輯，並充分發掘校內教職人員曾任編輯，或對編輯工作有興趣者，經過短期培訓後作為兼職編輯。

在支援編輯、書目建立及資料查核方面，大學圖書館豐富的館藏資源可提供相當多的便利。比起任何出版業人員，圖書館人員直接接觸讀者，與大

學出版社的合作，除了有助於圖書館以有限的經費購進更多出版品，充份發揮圖書館預算的經濟效益以外，二者的合作將促使大學生認知到離開大學後，不是教育的終止，必須繼續在生活或專業領域上不斷精進，以開拓大學出版社的出版市場。

大學一旦決定要成為出版商，就必須為其學術出版品尋求最寬廣的銷售網，和許多其他類型出版商一樣，大學出版社可以有自己的大學書店，在銷售大學本身的出版品以外，也經營代銷其他出版商的出版品。對於大學書店而言，不應自限於「學生」的書店，而應具備對大學內的教師及行政人員提供服務的強烈使命感，所提供的服務不只是教科書的服務中心，對於高度專業的圖書也能提供代訂服務，包括代理訂購系館圖書，提供全校師生期刊訂閱服務，並兼營文具供應及印有大學徽記的產品開發，如筆記本、藏書票、休閒衫、馬克杯及紀念戒指等。

未來大學出版社的發展將會朝著二個方向發展，一方面是更為獨立，不須依賴大學；另一方面卻是緊密地與大學圖書館整合於大學的學術通道系統(註八一)。

4. 立即的實施要點

不論大學決定以現有出版組組織加強出版功能的發揮，或成立大學出版社永續經營出版事業，在千頭萬緒中，建議立即可行的實施要點(註八二)：

(1)整合全校出版品，建立全校行銷計畫：編製大學各系所過去幾年內的出版品目錄，並與各系所代表簽約處理過去積存出版品，最後邀請各系代表加入全校性行銷計畫，與作者及各系所代表簽約，約定有關出版品行銷，分配職責。

(2)校內耆老手稿，加以編輯出版：造就暢銷書的因素，首先是作者的知名度，對於市場受到限制的學術著作而言，雖然要造就一本所謂暢銷書是有些困難，但無論如何，各學科領域的耆老仍然是基本銷售量的保證。

(3)學術專論外，現有教科書修訂、會議論文集及其它不需學術原創作品的資料：會議論文集的出版，不僅為能參與會議的人士，更為未能與會的人士而編輯出版。對於會議論文集的出版，最重要的是預先規劃，以避免時間的延遲。

(4)成立編輯委員會：無論未來傳播媒體與出版通道如何改變，只要有編

輯出版，就絕對有必要對出版方針及出版品質把關。以期刊為例，即使未來趨向於以單篇文獻提供，仍會有期刊存在，針對特定主題、特定標題的品質控制，所以一樣會有目前出版選擇、同儕評論、文字編輯、修辭等過程以及編輯附加價值存在(註八三)。

(5)再版書及絕版書重印：藉由過去的銷售記錄以及圖書館的使用記錄，有助於決定那些書得以重印，何時該重印，並評估修訂再版能否挽回銷售頹勢，是否有修訂必要與需求存在(註八四)。

(6)增加圖書與期刊出版質量：雖然大學出版社的經營並非一蹴可及，一份權威的學術刊物也要長久經營，但要建立起出版信譽就必得立即從事並維持高品質的學術出版活動。

如今的潮流，在衡量一所大學時，基本的依據，除了師資陣容、圖書館資源及設備外，就是大學出版及其出版品。因此，國外的大學成立大學出版社早已蔚為風氣，即使大學出版社無論在資金、規模及出版品種數只佔整個出版產業的極小部分，卻是極重要也無可取代的一部分。

雖然，對於臺灣地區大學出版社的未來發展，現階段各大學出版方面的負責人，有抱持樂觀看法，也有極度悲觀之截然不同觀點。很多所大學也提到了「國外著名的大學，幾乎都有自己的大學出版社」，但並非基於這樣的心態，所以我們也要有大學出版社。在訪談過程中，有一所學校提到「在高等知識領域中，中文資料實在太缺乏了」。在大學求學過程中，或許也有人發出同樣的疑問，當然學術無國界，暫且不談科技、文化優勢的問題，但若呼應到大學出版社成立的最主要目的與功能，在支援大學學術與教學活動，則大學對於這樣的情況似乎不容置身事外。成立大學出版社雖然是時代潮流，但絕不是基於比較的心態，或希望從中獲利。因此，我們樂於見到臺灣地區各大學開始重視這個問題，但成立大學出版社以從事學術出版，必須謹慎從事，否則不僅達不到預期的理想及整合校內資源的目的，甚至反而浪費學校資源。

本研究除了藉由國內外相關印刷及電子文獻，以及國內大學出版社及出版組的訪談，體認大學出版社之意義與價值外，並以他山之石可以攻錯的古訓，做為借鏡與參考。嚴格說起來，臺灣地區現有的大學出版社並未全然達到大學出版社的理想，或僅提供極小部分大學出版社的功能，因此，本研究

最終目的希望藉由文獻探討及質的個案分析，能提供國內現有的大學出版社參考，以強化其功能之發揮，對於正從事大學出版社研擬與規劃的大學能提供有效的著力點以幫助其規劃案之進行，對於從未想過這問題或無擴充出版組功能的大學也能發揮啓示作用，因為如果大學出版社不存在，那麼許多長久以來，持續發揮其學術價值的著作可能會減去殆半，人類的文化與文明也勢必黯然失色不少。

(全文完)

附 註

- 註四八 經查詢國家圖書館遠距圖書館服務之國際標準書號出版書目資料庫，[www page]；available from <http://www.ncl.edu.tw>；internet.
- 註四九 國家圖書館國際標準書號中心編，中華民國臺灣地區國際標準書號出版機構名錄：民國八十五年版(台北市：國家圖書館，民國86年)。
- 註五十 Marsh Jeanneret, "The University as Publisher," in *The University as Publisher*, ed. Eleanor Harman (Toronto: University of Toronto Press, 1961), p.4.
- 註五一 同註八，Hawes，頁33。
- 註五二 同註八，Hawes，頁56。
- 註五三 Willard A. Lockwood, "The Decision to Publish: Scholarly standards," in *Scholars and Their Publisher*, ed. Weldon A. Kefauver (New York: Modern Language Association of America, 1977), p.6.
- 註五四 同註五三，Lockwood，頁7。
- 註五五 Herbert S. Bailey, "The Decision to Publish: Economic factor," in *Scholars and Their Publisher*, ed. Weldon A. Kefauver (New York: Modern Language Association of America, 1977), pp.21-25.
- 註五六 J.G. Goellner, "Specialization in Listbuilding," *Scholarly Publishing*, 15: 1(1983): 6-7.
- 註五七 Nelson H. Graburn, "University Press Books in the Classroom," *Scholarly Publishing*, 13: 1(1981): 72.
- 註五八 張心寶，〈工具書市場可以大力開發：訪貓頭鷹出版社負責人郭重興〉，書香月刊，46期(民國84年)：9-11。
- 註五九 Beth Luey, "University Press Trade Books in the Review Media," *Scholarly Publishing*, 25: 2(1994): 85.
- 註六十 輔大出版社林立樹主任，作者訪談，民國86年4月17日，錄音，台北縣新莊市，輔仁大學。
- 註六一 徐漣，〈出版業選題重複[複]是利是弊？〉中國文化報，民國84年9月

8日,第2版。

註六二 同註五三, Lockwood, 頁7-9。

註六三 同註五三, 頁11-12。

註六四 傅維信,〈尋找一個書的概念:書系的開發與經營〉,書香月刊,53期(民國84年):2-4。

註六五 鄭麗園,〈幫出版社做書的人:外包製作公司〉,精湛,28期(1996春季):50。

註六六 陳繁吾、王玉鳳,〈兩岸出版合作,兩頭在外〉,工商時報,民國82年4月1日,第7版。

註六七 Gillian Page, "The Economics of Traditional Journal Publishing," in *The International Serials Industry*, ed. Hazel Woodward & Stella Pilling (Hampshire, England: Gower, 1993), pp.84-85.

註六八 張夢瑞,〈台灣大學即將成立出版社〉,民生報,民國84年7月9日,第15版。

註六九 繆監平,〈圖書經銷學探討〉,在大學出版工作研究,華東地區大學出版社工作研究會編(上海市:復旦大學出版社,1988),頁253-254。

註七十 出版年鑑編輯委員會編,中華民國出版年鑑:八十四年(台北市:中國出版公司,民國85年)。

註七一 Richard R. Kinney, "Examining Cost in Producing the Scholarly Monograph," *Scholarly Publishing*, 14: 4 (1983): 335-341.

註七二 廖又生,〈圖書館行政法個案:圖書館出版品面面觀〉,國立成功大學圖書館通訊,21期(民國85年):12。

註七三 傅維信,〈新書促銷手法面面觀〉,書香月刊,51期(民國84年):4-6。

註七四 傅愛智,〈DM行銷的成敗關鍵:名單、成本與服務新書促銷手法面面觀〉,書香月刊,53期(民國84年):5-7。

註七五 此係作者於民國86年5月22日,分別以電話詢問該二家書局。

註七六 同註五七, Graburn, 頁75。

註七七 古慧玲,〈如何開拓海外圖書市場〉,書香月刊,50期(民國84年):7-11。

註七八 Linda Cameron, "Teamwork: The making of a press," *Scholarly Publishing*, 27: 1 (1995): 24.

註七九 Kathleen Ketterman, "Hostile Takeover or Friendly Merger? University Libraries and University Presses in the 1990s," *Scholarly Publishing*, 26: 1 (1994): 31.

註八十 邱炯友,「圖書館出版人:大學出版社與學術出版社羣之機會與可能」,打字稿,民國86年。

註八一 Naomi B. Pascal, "Between Academe and the Marketplace: University Presses Face the 21st Century," *LOGOS*, 7: 1 (1996): 119.

註八二 同註七八，Cameron，頁25-29。

註八三 Sally Morris, "The Future of Journal Publishing," *Interlending & Document Supply*, 23: 4(1995): 22.

註八四 Loren Hoekzema, "Repackaging Scholarly Books," *Scholarly Publishing*, 15: 2(1984): 238.

附 錄

一 大學出版社(組)訪談問題

- 一、大學出版社(組)之設立經過。
 1. 請問出版社(組)設立於何時?
 2. 在何種情況下設立? 設立的理由為何?
 3. 於何人主張下設立? 其對出版社(組)之設立有何直接貢獻?
- 二、大學出版社(組)之理念。
 1. 請問出版社(組)設立之理念為何?
 2. 出版社(組)之短程目標為何?
 3. 出版社(組)之長程目標為何?
- 三、大學出版社(組)之組織架構及分工。
 1. 請說明出版社(組)行政隸屬及組織架構為何?
 2. 目前編制上的人力資源及分工為何?
 3. 從設立以來，組織規模之演變為何?
- 四、大學出版社(組)之選題、稿源與出版流程。
 1. 請說明出版社(組)如何從事出版選題工作?
 2. 稿件之來源為何? 邀稿抑或作者主動投稿?
 3. 審稿工作流程為何? 內審或外審? 審核定稿出版流程為何?
- 五、大學出版社(組)出版成本核算與定價。
 1. 請說明出版社(組)各出版品成本如何核算?
 2. 出版品之定價原則為何? 有無計算公式?
 3. 倘若為自費出版方式，出版社(組)與作者間如何計算及分擔成本?
- 六、大學出版社(組)經費來源。
 1. 請問出版社(組)最主要經費來源為何?
 2. 有無其它經費資助來源?
 3. 出版社(組)開源節流之道為何?
- 七、大學出版社(組)出版內容。
 1. 請問大學出版社(組)出版主題範疇為何? 主要內容為何?
 2. 過去出版品包括有哪些類型? 以何種類型為主?
 3. 未來是否對上述出版內容有所擴充或修正?
- 八、大學出版社(組)市場行銷。

1. 請問大學出版社(組)市場行銷策略為何?
2. 出版品發行與銷售管道為何?有何促銷活動?
3. 海外市場之開發與經營情況如何?

九、電子科技之衝擊與因應。

1. 請問出版技術進步對大學出版社(組)之影響?
2. 電子出版對大學出版社(組)之衝擊為何?
3. 大學出版社(組)人員如何看待電子科技之進展及因應?出版社(組)人員是否針對電子出版作在職訓練?

十、大學出版社(組)之經營管理。

1. 請簡述您個人之學、經歷。
2. 現階段經營管理上的難處及困境為何?
3. 未來經營管理之理念與方針為何?

二 電話訪談名單個案代碼

| | | |
|----------|-------------|-----------|
| 1 國立臺灣大學 | 9 國立中興大學 | 17 私立東吳大學 |
| 2 國立師範大學 | 10 國立彰化師範大學 | 18 私立淡江大學 |
| 3 國立政治大學 | 11 國立暨南國際大學 | 19 私立中原大學 |
| 4 國立陽明大學 | 12 國立中正大學 | 20 私立東海大學 |
| 5 國立海洋大學 | 13 國立成功大學 | 21 私立逢甲大學 |
| 6 國立中央大學 | 14 國立高雄師範大學 | 22 私立靜宜大學 |
| 7 國立清華大學 | 15 國立中山大學 | |
| 8 國立交通大學 | 16 國立東華大學 | |