

國家圖書館古籍授權出版之探討

The Preliminary Study on Authorized Publishing of Ancient Books between the National Central Library and the Publishers

張嘉彬 Chang, Chia-Pin

國家圖書館特藏文獻組主任

Director, Special Collection Division, National Central Library

E-mail : leonbin@ncl.edu.tw

【摘要 Abstract】

國家圖書館職司全國文獻之徵集、典藏、保存，多年來運用館藏資源，與出版社進行合作出版或進行文創產品的開發，並藉由數位加值、創新服務，以活化館藏，達成推廣館藏之目的。為便於古籍文獻的流通，國家圖書館早期曾編印館藏善本書目、拓片目錄等各類型藏品的紙本目錄，亦擇選館藏古籍與國內出版社借印出版。

近年，有鑑於古籍推廣與市場機制的需求，與國內出版社洽談授權出版，已是當今相當重要的課題之一。因此，本文將分享國家圖書館近期藉由授權國內出版社出版相關善本古籍，轉化典藏資源，讓古籍再顯風華、重現新貌之情形。首先，本文先分析古籍出版目前所面臨的困境，接續探討國家圖書館古籍授權出版現況及成果，以及與出版社授權出版之成功案例後，再闡述古籍授權出版之未來發展方向。

The National Central Library is responsible for collecting and preserving national literature. Over the years, it has used library resources to cooperate with the publishers to reprint the ancient books or develop cultural and creative products. It also uses digital value-added products and innovative services to revitalize and promote library collections. To facilitate the utilization of ancient books, the National Central Library has compiled and printed paper catalogs of various types of collections such as ancient book catalogs and rubbing catalogs in the early days, and has selected ancient books

from the library and cooperate with the publishers for reprinting.

In recent years, in view of the need for the promotion of ancient books and the market mechanism, negotiating with publishers for authorized publishing has become one of the most important topics today. Therefore, this article will share the National Central Library's experience in authorizing publishers to republish relevant ancient books, to transform the collection resources, and to make the ancient books in order to display their splendor. First of all, this article analyzes the current difficulties in republishing ancient books, and then discusses the current situation and achievements of authorized publishing of ancient books of the National Central Library, as well as the successful cases, and finally elaborates on the future direction of authorized publishing of ancient books.

【關鍵字】

古籍、授權出版、合作出版、古籍加值、國家圖書館

Ancient Books; Authorized Publishing; Co-publishing; Value-added of Ancient Books; National Central Library

一、前言

古籍是歷史文化遺產，保存在各博物館、圖書館及資料典藏單位。各典藏單位莫不致力於古籍文獻的維護、修復及數位化工作，並希望以最佳環境條件及設施設備，使古籍維持在最好的狀態。過去，古籍文獻工作著重於維護及修復，隨著數位時代來臨，透過數位化工作，可以使過去典藏的文獻廣為流傳及閱覽，又不致於因使用而危及古籍的狀態，在圖書館服務及資源推廣上有了新的視野、新的方向及不一樣的做法，於是如何重新認識古籍，瞭解古籍內容，重現古籍價值，成為圖書館的重要課題（曾淑賢，2018）。

國家圖書館（以下簡稱國圖）歷來收藏來自各處之珍貴古籍、善本（1795 年以前）和拓片，以宋、元、明、清善本以及普通本線裝書為主。善本古籍約 12,922 部，135,478 冊，其中包含敦煌寫卷、宋本、金本、元本、明本、鈔本、稿本和批校本等。國圖職司全國文獻之徵集、典藏、保存，多年來持續運用館藏資源，與出版社進行

合作出版或進行文創產品的開發，並藉由數位增值、創新服務，以活化館藏，達成推廣館藏之目的。為便於古籍文獻的流通，國圖早期曾編印館藏善本書目、拓片目錄等各類型藏品的紙本目錄，亦擇選其中館藏古籍精品與國內出版社借印出版。近年鑑於古籍推廣與市場機制的需求，與國內出版社合作授權出版，已是當今相當重要的課題之一。

本文將分享國圖近年來透過數位化增值成果的應用，藉由授權予國內出版社出版相關善本古籍，轉化典藏資源，讓古籍再顯風華、重現新貌之情形。首先，本文先分析古籍出版目前所面臨的困境，接續探討國圖古籍授權出版現況及成果，以及與出版社授權出版之成功案例，最後再闡述古籍授權出版之未來發展方向。

二、古籍出版目前所面臨之困境

古籍是我國傳統文化累積的重要資產，其作為傳承和普及傳統文化的重要載體，重要性不言而喻。由於傳統出版產業整個大環境的衰退，復以，數位化思潮的到來，使得專業性強、讀者數量較少及編校難度較大的古籍出版，遭遇了前所未有的困境，其所面臨的挑戰也比以往更加嚴峻。歸結現階段古籍出版存在的問題和困境，可綜整如下：（楊虎，2002；婁育，2015；楊麗賢，2018）

（一）讀者定位不清及人數減少

缺乏明確定位是古籍出版存在的一個嚴重問題。隨著讀者閱讀品位的不斷提升，市場對閱讀素材的要求越來越精緻化。惟目前市場上古籍圖書定位不明，不能滿足不同古籍愛好者的需求。此外，由於時代久遠，以及語言文字障礙，使得古籍和讀者之間產生了一定的距離。在數位化時代，讀者對於深奧的古籍文化更會敬而遠之。另一方面，知識取得方式也產生很大的變化，人們更多是從網路獲取知識，較少願意到實體書店購買圖書進行閱讀。再者，古籍圖書的專業性強、印數不多且發行週期長等特點，使得古籍出版業務在市場競爭中處於不利的地位，而實體書店的紛紛倒閉，更使得古籍圖書喪失了和一般讀者拉近距離接觸的機會，這對本來發行量就不大的古籍圖書來說更是巨大打擊。同時，許多古籍圖書部頭較大、價格較貴，除了圖書館、古籍圖書愛好者以及確因工作或學習有需要的讀者外，一般讀者只會止步於欣賞而不會採取實際購買行動。上述這一系列因素，導致古籍圖書的讀者不會

太多，同時因受人群傳播效應限制，古籍圖書的讀者群也難以迅速擴大。

(二) 出版題材狹窄

就目前出版的古籍圖書來看，大量重複的現象非常嚴重，有些經典小說多達上百種版本，一些經典古詩詞欣賞之類的書籍也同樣是似曾相識，讓讀者無所適從。此外，觀察當前圖書市場上的古籍讀物，給人的整體印象總是古籍圖書數量多、花樣多，但翻來覆去總是在相對固定且狹窄的資源範圍內打轉。復以，跟風現象較為嚴重，甚至粗製濫造的出版物也為數不少，使得此類出版資源遭到了嚴重破壞，亦影響了讀者的閱讀。

(三) 數位轉型被動應對

數位化出版帶給傳統出版相當大的衝擊，不少出版社都在嘗試進行數位化出版的轉型。在這一方面，古籍出版目前仍是處於被動應對階段。究其原因，第一，不少古籍出版社對數位出版技術應用存在疑慮；第二，古籍複雜的字詞、人物難以識別；第三，使用者的閱讀習慣和認可度等限制古籍的數位出版。

(四) 營銷無力

銷售無力一直是古籍出版中長期存在的問題。大型古籍出版經常是大部頭書籍，有的多達數百卷，除圖書館和研究機構購買收藏外，市場銷售量低。至於普通古籍的銷售主要依賴書店管道，但隨著電子銷售管道增多，傳統書店紛紛倒閉，使原本銷售無力的古籍圖書更面臨較大的市場困境。

(五) 專業編輯難培養

古籍圖書的編輯對專業知識要求較高且編輯工作難度相對較大，因此，相對其他專業的編輯來說，出版社需要付出更多的人力和物力，才能培養出一名古籍圖書編輯。眾所周知，編輯最主要的能力是文字能力和規劃能力，文字能力包括學識和文字底蘊，而規劃能力則需要對學術動態和圖書市場的瞭解和判斷，這些能力，沒有幾年甚至更長時間訓練是不可能獲得的。同時，隨著當今社會學術氛圍改變以及各種成果評審的要求，造成現在古籍整理編輯的審稿難度和審稿強度都與日俱增。此外，在待遇方面，多數出版社員工收入與其他行業相較之下較低，且古籍圖書普遍

銷售週期長、銷售數量難以像市場普通書籍一樣大幅增加，上述因素導致優秀古籍編輯人才的培養、穩定成為一大難題。

（六）優秀項目完成难度大

優秀的古籍圖書出版專案，都存在產品覆蓋歷史時期長、涵蓋內容廣等特點，這使得前期的出版整理工作比較複雜，經常需要協調各方面的關係，進行大量細緻的工作。如國圖授權聯經出版公司（以下簡稱聯經公司）出版的《敦煌卷子》，從策劃到完成出版歷時約4年多，因當中不斷需要跟出版社編輯進行討論，以及為了讓出版趨於學術用圖錄工具書需求，由本館承辦人員反覆進行校對，再加上遇到新冠疫情，出版社需考量市場銷售因素，均使得該套書的出版費時較長。

（七）古籍出版品的形式大多較為嚴肅及單調

近年來，隨著閱讀風氣和審美心理的變化，為了贏得市場和讀者，出版社越來越重視出版品的包裝，新的出版形式層出不窮，如圖文結合、雙語出版、袖珍版、名家點評類的圖書備受讀者歡迎。在該種大環境下，古籍類的注釋本和白話翻譯本就相形見绌，顯得較為單調和缺乏現代氣息。觀察當前的古籍圖書市場，這類讀物仍占絕大多數。真正重視古籍出版形式開發和創新的出版社，從內容和形式上能適合當代讀者口味的古籍出版品為數尚少。

三、國家圖書館古籍授權出版現況及成果

鑑於中文善本古籍是世界重要文明遺產，其保存對傳統文化，協助研究，提升文明，甚有幫助，而國圖一方面積極將中文善本古籍原件，以數位化的經驗與技術，進行數位化作業，達到合作發展、資源共享的目的。另一方面，將善本古籍授權出版，不僅可永久保存與使用，更可廣為傳布，並可達成下列五項目標（張圍東、黃文德，2013）：

1. 調查資源分配，避免資源重複。
2. 確立營運模式，充實典藏內容。
3. 統合既有成果，落實國際接軌。
4. 拓展參與深度，奠定合作管道。

5. 建立合作互惠，共享加值成果。

2011 年以後，國圖除自行將善本古籍重印外，亦利用數位典藏成果，讓古籍活出現代，重現經典之美，積極與國內出版界建立合作機制，共同為此極具意義且有價值的文化傳承而努力，並為古籍授權出版開發一番新氣象，以下即就國圖 2012 年起推動古籍授權出版之相關成果進行分析。

(一) 相關政策及法令依據

國圖基於推廣社會教育、支援學術研究，提高研究與創造各種數位藏品加值服務，於 2009 年訂定「國家圖書館數位資源授權利用作業要點」提供各式數位影像授權服務。另於 2011 年修訂於 1968 年即已訂定之「國家圖書館特藏古籍文獻複製品借印出版管理要點」。為鼓勵出版，此要點僅規範出版社借印國圖特藏古籍文獻複製品者，應於出版後依古物等級回饋相當出版量，不再另行收取權利金等相關費用。經運行多年後，隨著授權出版業務的蓬勃發展，國圖為使該制度保持更具彈性，乃於 2020 年 5 月 8 日公布「國家圖書館特藏文獻出版授權管理要點」，增列回饋金機制，並廢除「特藏古籍文獻複製品借印出版管理要點」。

上開授權管理要點因實務運作需要，於 2022 年 7 月 19 日再次修訂。依據該要點第七點規定，經國圖同意授權出版者，應依特藏文獻所定之古物級別，由雙方約定依印製量或回饋金比例（參見下表），繳交回饋，此舉除可解決本館出版品回饋量之庫存壓力，並可增益國庫收入外，另亦提供出版社更具彈性之回饋方式選擇，可降低出版成本，可謂雙贏之舉。

古物級別	國寶級	重要古物級	一般古物	級其他特藏文獻
回饋量／回饋金				
回饋量	印製量 30%	印製量 20%	印製量 10%	
回饋金	出版品定價 3 折		出版品定價 2 折	

(二) 授權出版擇書原則及類別

在經濟不景氣，出版業蕭條的情況下，出版社在商言商，在古籍出版規劃上，純然考慮市場的需求性及銷售量。具體而言，出版機構合作授權出版擇書原則如下（曾淑賢，2018）：

1. 文圖值得欣賞。
2. 同一主題或相近主題之古籍較豐富者。
3. 現代民眾仍然喜愛閱讀的經典。
4. 古籍內容可以運用於現代生活。
5. 屬於罕見之珍希古籍（孤本），民眾喜愛收藏。
6. 館藏版本品相極佳。
7. 在繪、刻、印方面具有時代代表性者。
8. 能彰顯特定族群的歷史、文化及生活者，如客家、原民。
9. 具有節慶祥瑞意涵者，如年畫。
10. 書法蘊意秀美，刻工精雅明淨，堪稱宋槧之殊絕者。
11. 文字精緻優美之外，多幅全彩繪製的精緻圖畫。
12. 經良工重新裝裱後另有精雅古樸風貌。

換言之，出版機構選擇的原則以文圖值得欣賞、同一主題或新近主題之古籍較豐富者、現代民眾持續閱讀的經典，以及古籍內容可以運用於現代生活等類別為挑選對象。

至於國圖近年來授權出版社出版的古籍出版品，大致可分為下列類別：

1. 宗教經典：例如《金剛般若波羅蜜經》、《敦煌卷子》、《妙法蓮華經》及《大般若波羅蜜多經》（卷第五百七十二）等。以《金剛般若波羅蜜經》而言，印製尺寸原書有復刻本及縮小本二種。又如國圖館藏之敦煌文獻共 161 卷編為 141 號，此次出版計 6 大冊，特重於依據文獻特性重新編目，提供敘錄資料，並以高解析的數位化影像為研究者提供資料運用之便利。
2. 詩詞欣賞：例如《梅屋詩餘》、《註東坡先生詩》及《清代詩文集》等。以《註東坡先生詩》而言，其刊刻於宋嘉定六年（1213 年），被譽為宋版書中之極品。焦尾本是火燒餘燼損傷之書的雅稱，八百年來歷經諸多劫難，輾轉遷徙，戲劇性的浴火重生，寫下許多傳奇。它的珍貴之處在於從明代至今經過 15 個藏家的遞藏和品鑑，卻又遭受蟲、霉、水、火等劫數，書中的題詠、畫作網羅了清代士林名流，各卷前後遍鈐印記，幾無隙地。2012 年 10 月，大塊文化與國圖合作出版《註東坡先生詩》，將此國寶文物復刻出版，堪稱出版界、文化界的盛事。但因整套書不分售、定價高，一般民眾以及喜愛蘇詩的讀者較難親近。故在出版社的建議下，又於 2018 年出版精選集，一方面希望古籍之美得以普及，讓讀者了解

宋版書的珍貴價值和焦尾本歷經歲月侵蝕種種劫難的傳奇，更希望將紙本出版藝術化的特點做充分的發揮與展現。

3. 臺灣特色：例如《臺灣平埔族生活圖誌》，該書係依據美國國會圖書館收藏的《臺灣番社風俗》改編，國圖透過與美國國會圖書館的國際合作數位化取得該書數位影像。為了讓更多讀者認識臺灣平埔族的文化智慧，國圖與小魯文化共同出版《臺灣平埔族生活圖誌》，透過傳統平埔族小女孩拉雅與現代小男孩仔仔的相遇，帶領大家穿越時空，一起進入兩百多年前臺灣平埔族的生活。本書展現了傳統繪本的知性之美，以及現代電子書的動畫趣味，並附有相關註釋及學習單，提供大朋友、小朋友認識臺灣平埔族文化的進階管道（黃文德，2011）。
4. 彩繪精品：例如《太古遺音》、《金石昆蟲草木狀》及《詩經圖譜慧解》。以《太古遺音》而言，世界書局出版的《太古遺音》為宋人田芝翁撰，明人袁均哲音釋之明代精鈔彩繪本，其乃我國第一本對古琴的製作方法、彈琴手勢以及彈琴理論作一專門且系統介紹的論著，除文字精緻優美之外，全書還有多幅全彩繪製的精緻圖畫，世界書局經多次比對，仿製原書重新整理，以冊裝分為三冊出版，封面以布印刷裝幀，極具收藏價值（世界書局，2013）。
5. 天文及志怪奇幻：例如《新編御製天元玉曆祥異賦》及《山海經》等。以《新編御製天元玉曆祥異賦》而言，其出版計 3 大冊，以上圖下文的方式成書，共繪畫有 900 幅各式天文奇象彩圖，彩圖設色淡雅，構圖古樸，饒富趣味。這樣一部塵封百年的明代禁書，讓廣大讀者得以窺知古代天文現象與曆法的精髓，亦可進一步探討古代占星學的文化意義。
6. 子部善本：例如《子海珍本編：臺灣卷—國家圖書館珍藏子部善本》。國圖與臺灣商務印書館（以下簡稱商務）從 2013 年出版第一輯始，至 2020 年出版《子海珍本編：臺灣卷》第六輯止，全書已出版完竣，共計有 300 種 14,800 冊子部善本得以面世，期盼能夠提供學術界更為豐沛的研究資源。
7. 其他：例如《四庫全書初次進呈存目》及《四書經義集證》等。

（三）授權出版成果

國圖應用數位典藏成果進行古籍重印出版，始自 2010 年 6 月，將國寶級古籍元代至正元年（1341 年）朱墨雙色印本《金剛般若波羅蜜經》，以原樣原貌限量複製出版。2012 年起，在國圖曾淑賢館長的大力支持下，分別與世界書局、大塊文化、

新文豐、世樺國際、商務及聯經等出版公司，簽訂合作或授權出版協議，開啟國圖古籍授權之新紀元。如上所述，授權出版類別涵蓋宗教經典、詩詞欣賞、臺灣特色、彩繪精品、天文及志怪奇幻、子部善本及其他等，謹將歷年合作成果整理如表 1。此外，2022 年並與天籟吟社出版《天籟吟社舊籍復刻》。

表 1

2012 年至 2022 年國圖授權出版成果一覽表

出版社	出版項目
大塊文化 4 種	2012 年：《註東坡先生詩》一套 2017 年：《山海經圖鑑》 2019 年：《焦尾本一註東坡先生詩精選集》 2020 年：《新編御製天元玉曆祥異賦》一套 3 冊
世界書局 9 種	2012 年：《梅屋詩餘·石屏長短句》、《神器譜》、《太古遺音》 2013 年：《希古堂珍藏秘籍》5：包含《唐僧弘秀集》、《歐陽行周文集》、《醉翁琴趣外篇》、《山谷琴趣外篇》、《盤洲樂章》、《金石昆蟲草木狀》
商務 9 種	2012 年：《四庫全書初次進呈存目》 2013 年：《子海珍本編：臺灣卷》第一輯 / 20 種 87 冊 2016 年：《子海珍本編：臺灣卷》第二輯 / 20 種 75 冊 2018 年：《子海珍本編：臺灣卷》第三輯 / 65 種 230 冊 2019 年：《子海珍本編：臺灣卷》第四輯 / 65 種 322 冊 2020 年：《子海珍本編：臺灣卷》第五輯 / 65 種 447 冊、《子海珍本編：臺灣卷》第六輯 / 65 種 332 冊 2021 年：《野菜譜》、《大般若波羅蜜多經卷第五百七十二》
新文豐公司 4 種	2013 年：《臺灣珍藏善本叢刊系列·古鈔本明代詩文集》 / 17 種 2014 年：《臺灣珍藏善本叢刊系列·古鈔本清代詩文集》初輯 / 18 種 2016 年：《臺灣珍藏善本叢刊系列·古鈔本清代詩文集》第二輯 / 18 種 2019 年：《臺灣珍藏善本叢刊系列·古鈔本清代詩文集》第三輯 / 18 種
世樺國際 1 種	2017 年：《四書經義集證》
聯經公司 4 種	2018 年：《金剛般若波羅蜜經》原開本 / 小開本 2020 年：《圖解詩經》 2021 年：《敦煌卷子》一套六冊 2022 年：《妙法蓮華經》

四、古籍授權出版成功案例分享

國圖自 2010 年應用數位典藏成果進行古籍授權出版，並自 2012 年起後，開始有計畫性的與國內知名出版社，簽訂授權出版協議，開啟國圖古籍授權的新紀元。10 餘年來，叫好又叫座的古籍授權出版品不少，以下謹列舉《山海經圖鑑》、《金剛般若波羅蜜經》及《妙法蓮華經》等三部出版品進行成功案例分享。

(一) 山海經圖鑑

《山海經》，後人稱為古今語怪之祖，即中國志怪小說真祖，世稱奇書。書中記載了 40 個方國，550 座山，30 條水道，100 多個歷史人物，多神怪奇獸，集地理志、方物志遺產、動植物、民族志、民俗志於一身，保存了中華民族的原始神話，開啟我國圖文並茂的敘事傳統先河（張圍東，2018）。

2017 年國圖與大塊文化合作出版之《山海經圖鑑》，採用國圖珍藏的清代彩繪本總計 5 卷 148 頁為底本，為臺灣掀起一股妖怪的熱潮。這部奇特罕見的圖書經過大塊文化的巧思編輯，改以圖文並陳的方式重新編輯出版，取名為《山海經圖鑑》。書中於每幅圖的下方附上《山海經》原典文字，並以白話加註歷代對《山海經》的總結性研究成果，原本曖昧難明的神祇與異獸得以從古老的迷霧森林裡走出，在奇幻文學當道的 21 世紀裡，展現獨特的個性與魅力。此外，該書的發行並搭配筆記書《幻獸樂園》，獲得廣大迴響，於數月內刷印 9,000 冊，並於 2019 年 12 月累計共十刷，總印量達 14,500 冊，創國圖古籍授權出版銷售紀錄，榮獲 2018 年臺北國際書展大獎入圍，並於 2019 年 9 月榮膺「第 42 屆金鼎獎」政府出版品類推薦殊榮。

(二) 金剛般若波羅蜜經

《金剛般若波羅蜜經》簡稱《金剛經》，與《心經》並列最著名的佛學經典，通篇探求「緣起性空」的智慧。國圖館藏的《金剛經》，是元代至正元年（1341 年）所刊，流傳至今超過 600 年，全經共一卷一冊，為現存最早的朱墨雙色木刻套印本書籍。該書計 40 紙 200 面，採經摺裝方式裝幀。書中所據為（姚秦）鳩摩羅什譯本，昭明太子添加分目，元代釋思聰注解，跋文前並有「無聞和尚註經圖」一幅，生動刻劃了思聰禪師註經時之種種祥瑞。由於思聰禪師的注解是元代僧眾所註唯一的一部，故國圖所藏這部《金剛經》乃深具文獻學、版本學及印刷史上的重要意義。

這部《金剛般若波羅蜜經》於 2017 年由國圖授權聯經公司復刻出版，於 2018 年 1 月正式付梓，總計出版 2 種開本，分別為原開本裝幀及小開本，內頁採全彩印刷，手工長幅摺疊經摺裝幀，並精選書封及函套綾布，讓讀者觀覽時能感受國寶善本精緻典雅的質感與風采（國家圖書館，2018）。另，該書於 2017 年底採取新的出版方式，亦即網路募資（<https://wabay.tw/projects/diamondsutra?locale=zh-TW>），短短 3 小時內即募得百萬，顯示民眾典藏國寶級佛經的心意踴躍，且群眾集資的助印價格較為親人，僅未來上市價的 75 折。經統計，約 3 個月的網路募資活動，最後響應者有 790 人，募資總金額達 441 萬 9,030 元，被獲選為全臺 2017 年最成功募資案例之一。此外，該書於銷售上亦見佳績，書籍於 2017 年底預購期間即銷售告罄，雖單價較高仍獲市場青睞，迄今再刷 4 次，總印量已達 7,600 冊。本書聯經公司結合出版及行銷專長，再創古籍授權出版新風貌，讓國圖珍藏經典能以更多元的方式介紹給大眾，也藉由出版讓珍貴的國家寶藏化身千百，廣泛傳播到世界各地。

（三）妙法蓮華經

《妙法蓮華經》簡稱《法華經》，被稱為「經中之王」。該經典佛經不但為許多興盛至今的佛法修學傳統奠定根基，也激發了各個世代的藝術匠心，成為多種精緻藝術與建築型態的發展源頭，在在顯示《法華經》於佛教的重要地位與巨大影響力。近千年前，由南宋秀州惠雲院德求法師發願受持的《妙法蓮華經》，如今典藏於國圖，此珍稀的宋刊小字梵夾本，為文化部冊列為國寶。當時，德求法師於宋孝宗年間（1173 年）在山門前佛塔上奉安此經以及佛舍利，祈求國界安寧，萬民樂業，卻遇藏經塔雷擊毀壞、經匣被盜取復還，歷經數百年的歲月流轉，清朝道光年間捕雀童子在佛塔中發現此部經書，後續由收藏家請良匠精心修復，並邀金石名家書寫卷首護頁、文人書寫遞藏跋記，述明「此經不壞，遂出人間」之種種因緣，也成為國圖所典藏的經典中，充滿傳奇的佛教寶典。

2022 年為再次讓古籍經典能傳承、善本智慧能延續，國圖特別授權聯經公司復刻出版，讓千年前的經典再現。不過復刻千年國寶挑戰極大，此部《妙法蓮華經》，手工繁複的製作工法，力求還原古書經摺裝幀原貌，相當耗費人力與時間，希望讓民眾在讀經同時，一睹具有千年歲月的經書原貌（挖貝，2022）。

鑑於 2017 年《金剛般若波羅蜜經》網路募資計畫的成功，本次亦採用同樣的模式，於 2022 年 4 月 27 日中午 12 點正式於挖貝募資平台流通、預購（<https://wabay>。

tw/projects/lotussutra?locale=zh-TW)，並推出《法華經》加上《金剛經》等多元採購方案。有感於佛典推廣的普世弘願，聯經並將所得扣除成本後的收益 10% 一半捐款大悲學苑。經統計，40 天的網路募資活動，最後響應的人有 1,775 人，募資總金額達 1,128 萬 740 元，可稱為空前之成功，或許是大眾期待透過此套經書，於疫情期間，在佛法中得以安放身心。

分析上開三書銷售成功且叫好又叫座的因素，除了有優質出版社作為國圖古籍授權出版的重要夥伴外，另透過出版社的銷售長才，結合時事、藝文潮流、文化創意將該等經典「藝術化」或「精品化」，利用新的方式包裝經典，為經典尋找這一個世代的新讀者、鑑賞者，如先通過群眾募資取得市調結果並創造話題性，才正式上市、進入書店展售，亦是取得廣大注意力銷售成功的一種方式。

五、古籍授權出版未來發展方向

古籍作為一種出版類型，有不同於其他類型出版品的獨特之處，儘管古籍出版工作在數位化時代面臨多重困境，但隨著出版體制的不斷改變與深入，我國古籍出版又進入了一個新的歷史時期，因為古籍出版的市場化也正逐漸加快步伐。展望未來，筆者認為古籍出版可朝以下幾方面進行努力或調整，以促進古籍出版事業在數位化時代有突破性、創新性的發展及更好的發展出路，而這對於典藏眾多古籍的國圖而言，未來洽談古籍授權出版，也是必須去思考的課題（婁育，2015；張圍東，2018；裴喜英，2021；聞逸，2021）。

（一）創新性

創新是文化創意產品最主要的特徵，產品開發過程中需要集思廣益，將歷史文化底蘊與產品進行結合，實現其藝術審美與實用價值，開發更多多元性的產品，以滿足各類人群的需求。因此，古籍出版社在選題、出版的過程中，須盡量避免炒冷飯、停滯不前，有創新、多思考，讓讀者有所期待，才能從古籍所蘊含的智慧中尋找新價值。例如在版本樣式、結構編排、內容組合上有所創新，增添注釋本、白話本、圖文本、導讀本等多種形式，以因應不同讀者群多元化之閱讀需求。此外，對於不同年齡層讀者，如何將古籍知識以深入淺出、通俗易懂的形式呈現在讀者面前，確實是一項艱巨的任務。例如對於青少年來說，要做到圖文結合；對於成年人來說，

又要有趣易讀。特別是在資訊爆炸的時代，大家已習慣漸漸習慣速食式的閱讀，如何在保有古籍知識性的同時，又能生動、有趣的方式呈現其內容，是古籍出版工作者需要深入思考之議題。

（二）文化性及教育性

浩瀚的古籍是傳統文化的結晶，文化價值極高，擁有強大的生命力，社會大眾均有可能為古籍的潛在讀者。又，任何一種文化創意都應以文化底蘊為基礎，其創意型文化產品的開發應既能滿足人們的精神文化需求，同時也賦予文化產品文化內涵，這才是有真正生命力的文化創意產品。此外，出版的本質知識仍在內容，無論技術如何進步，內容始終都要符合讀者需求，且能夠結合館藏不同版本特色，將文化與創意相結合，幫助讀者瞭解其中的文化內涵，有助於加強傳統文化的教育作用。

（三）品牌性

文化創意產品在重複生產和加工的過程中，被複製、生產的次數越多，它所蘊含的品牌價值就越高。此外，品牌創新也是古籍授權出版一條很重要的道路，例如聯經公司近年來推動了無數跨領域嘗試，包括以群眾募資推出《金剛經》及《法華經》、與桌遊公司合作讓繪本《妖怪臺灣》得以遊戲化、影視化、甚至音樂劇化，同時推出大量影音行銷與社群行銷，帶領該公司跳脫出紙本書框架，成就另一種說故事的方法（陳芝宇，2020）。

（四）智慧財產權

文化創意產品其核心生產要素係智慧財產權和技術之類的無形資產，只有對文化創意產品加強智慧財產權保護，防止侵權和盜版產品的氾濫，才是促進發展圖書館創意型文化產品開發可持續發展的動力。

（五）議題創造性

以國圖授權出版的《金剛經》及《法華經》為例，該兩種均為重要的佛經，原本即有固定的讀者群，聯經公司於行銷操作上，例如於 2018 年第 26 屆臺北國際書展舉辦《金剛經》之新書發表會，又兩書係採取網路募資方式，廣邀十方善士發起無上菩提心，創造出助印該等佛經，可使經典流傳於世，珍貴法寶常存，並達到指引

眾生迷津，成就無限功德之感。此外，透過臉書、IG 等社群媒體的分享，亦使更多善士的解囊讓更多人知曉，進而吸引潛在讀者願意資助該計畫。

(六) 數位出版轉型

為滿足數位時代讀者的多元化閱讀需求，許多古籍典藏單位或古籍授權出版社紛紛跟緊發展腳步向數位出版轉型，例如國圖授權大塊文化出版之《新編御製天元玉曆祥異賦》，其另有別冊比對不同版本的差異，並可透過其後之 QR Code 進行版本比對。聯經公司出版之《金剛經》及《法華經》，由國圖館長與聯經公司發行人拍攝影片，向讀者娓娓道來該兩書之重要性及出版緣由，又國圖也設計製作了多款古籍電子書，以原貌經典版或時尚新潮版多元地呈現於網路，並結合行動載具，供讀者於手機、iPad 及個人電腦瀏覽翻閱，大大增進了古籍閱讀的便利性及流通性。

(七) 精益求精的文獻整理及編校工作

文獻資料的整理及編校翔實程度是古籍出版根基與市場競爭力的核心，如 2021 年 12 月國圖授權聯經公司出版之《敦煌卷子》6 冊，係由國際敦煌學專家方廣錫教授於 2010 年 11 月實地造訪國圖，一一紀錄國圖典藏敦煌卷子每一卷之保存狀況、紙質特徵、紙數、行字數等，析究文獻之內容原典，並依據文獻特性重新編目給號，撰寫敘錄，該書之出版堪稱是敦煌文獻的最後一塊拼圖，為研究者提供資料運用之便利，具有文獻、文物及文字等研究價值。也有賴於方教授精益求精之文獻整理，使得國圖所典藏之《敦煌卷子》能夠為國內再創一波敦煌研究熱潮。

此外，在浮躁的娛樂化及網路大環境下，古籍編輯既需要有坐冷板凳的決心和毅力，又要有高水準的專業學術素養，不僅需要對古籍和出版事業有極高的熱情，也要有企劃創新的綜合能力。在這種情況下，考量編輯的標準和要求就更加複雜，所以出版社應該要建立一群高水準的編輯團隊，同時高度重視編校工作，只有整體編輯團隊的向上提升，才有可能編印出高品質且吸引人的古籍新貌。

(八) 多元化宣傳管道

除了傳統宣傳管道外，新媒體或社群媒體的行銷，亦是古籍出版得以迅速拓展讀者、不斷提高市場熱度的主要原因。如《敦煌卷子》，除了舉辦新書發表會及國際論壇外，聯經公司並於臉書及 IG 等社群媒體宣傳，並製作國寶文獻《敦煌卷子》之

介紹影片於 Youtube 上播放，使敦煌文獻的最後一塊拼圖，能夠風華再現。又如《法華經》，除拍攝千年流轉傳奇《妙法蓮華經》國寶級珍稀宋刊本複刻計畫之宣傳影片，及與《典藏古美術》合作進行專題報導外，並採用網路募資方式，於募資平台、臉書及 IG 等進行廣宣，且於 40 天募資期間，每隔一段時間均有不同的行銷推廣方式，觸及更多喜愛古籍或熱心公益者，資助佛經的印製，使得 40 天內即達千萬以上之募資金額。

（九）積極運用新的資訊科技

當今資訊科技快速發展，出版工作者要善於運用新的技術，促進古籍出版形態和閱讀形式的多元化，惟有如此，才能更大程度地滿足廣大讀者的需求。傳統的古籍出版以紙本為主，惟隨著資訊科技的發展，以及年輕一代對電子閱讀、網路閱讀的認同和追隨，出版行業也不斷進行著數位化的嘗試和改革。目前市場上，除了紙本的圖書，也出現了電子書、光碟、網路圖書或互動式圖書等多種載體的出版形式。古籍出版同樣需要順應數位化的趨勢，積極運用新的資訊科技，以滿足市場上之需求。

（十）整合資源拓展市場

目前古籍出版主要是由專長於古籍出版或部分對古籍有興趣的出版社進行出版，該等出版社在選題、出版規範及文化品牌等方面都積累了雄厚的實力，而部分圖書館和綜合性的出版社也同時在進行古籍出版工作。為滿足不同讀者對古籍閱讀的需求，古籍出版可以發揮各自不同出版社的優勢，進行資源整合，讓各個出版社發揮其特色，同時也可共同打造和策劃一些重大項目的古籍圖書，如此既避免了古籍出版的選題重複，又可使優質資源更好地發揮其作用，使古籍市場的出版管道更加寬廣。

六、結語

浩如煙海的古籍是我國最寶貴的歷史文化遺產，也是全人類的智慧財富。以往基於對珍藏古籍文獻之維護立場，在閱覽流通方面無可避免地有所限制，而國圖自 2012 年起陸續與國內重要出版社合作，進行古籍授權出版或重新複刻，多年來奠定良好合作基礎。又，透過各項授權出版計畫，善用專業出版公司之行銷平台與管銷

能力，協助辦理新書發表會、巡迴簽書會，並積極參與國內外各項書籍大獎，以創新形式增益大眾對國圖古籍之瞭解，展現古籍出版當代新風貌。此外，資訊科技日新月異，影響深遠，古籍文獻藉著資訊科技的應用，無遠弗屆地呈現在讀者面前，不但發揮館藏效益，據以服務社會、教育讀者、協助學術研究，並且可將舊國故賦予新生命，藉以促進傳統文化的延續與創新。

展望未來，筆者認為國圖後續授權優質出版社出版古籍，應可再研究市場，精確讀者定位，如何讓市場對古籍需求越來越多，是需要與出版社就行銷規劃及古籍出版內容創新再行討論。又，應積極運用新的資訊科技成果，促進讀者多元化的學習以及刺激營銷，以及可積極整合資源，拓展市場，讓不同出版社可發揮其優勢及特色，進行資源整合。再者，應該重視古籍的時效性和價值性，畢竟古籍出版週期過長，如果市場發生變化，就可能被束之高閣。此外，要將古籍推向大眾，就必須把握好專業性與通俗性之間的平衡。因此，古籍出版需要充分考量不同讀者群體的閱讀需求，或也可考慮從精品出發，有針對性地開發市場，才能將古籍所蘊含的價值發揮出來。綜言之，筆者希冀未來國圖授權出版社出版精品古籍，讓古籍可以與民眾更加貼近，鼓勵社會大眾認識閱讀傳統經典作品，提升閱讀素養及品味，讓該等古籍再顯風華，甚至掀起全民閱讀古籍熱。

參考文獻

- 挖貝 (2022)。千年流轉傳奇《妙法蓮華經》國寶級珍稀宋刊本復刻計畫。檢自 <https://wabay.tw/projects/lotussutra?locale=zh-TW>
- 世界書局 (2013)。太古遺音 (全書三套)。檢自 <https://www.worldbook.com.tw/web/MdFront?mdId=MD951781>
- 婁育 (2015)。古籍出版現況與對策研究。《出版視角》，2015 (16)，16-17。
- 國家圖書館 (2018)。國圖館藏國寶《金剛般若波羅蜜經》復刻出版。檢自 https://www.ncl.edu.tw/information_236_7651.html
- 張圍東、黃文德 (2013)。善本留真·古籍復刻系列一《金剛般若波羅蜜經》。《全國新書資訊月刊》，174，30。
- 張圍東 (2018)。古籍多元出版新風貌：以《山海經》為例。《臺灣出版與閱讀》，2，20-29。
- 陳芝宇 (2020)。東華通識請聯經出版陳芝宇總經理談人文品牌創新。檢自 <https://www.>

ndhu.edu.tw/p/404-1000-171630-1.php?Lang=zh-tw

曾淑賢（2018）。國家圖書館古籍文獻的加值與再造。在雲世紀下的新傳奇：古籍加值與詮釋國際研討會論文集。臺北：國家圖書館，民 107，39-40。

黃文德（2011）。2011 臺北國際書展《臺灣平埔族生活圖誌》新書發表會活動紀要。檢自 <http://enews.ncl.edu.tw/P00038/Data/14-161.pdf>

楊虎（2002）。當前中文古籍出版面臨的挑戰與對策分析。編輯之友，2002（5），21-23。

楊麗賢（2018）。打破僵局，開啟新未來—對古籍出版的一點思考。科技與出版，37（8），89-92。

聞逸（2021）。小論古籍出版的”小眾”與”大眾”。科技傳播，2021（10），46-48、66。

裴喜英（2021）。古籍出版轉型策略探悉—以岳麓書社《曾國藩全集》為例。出版視角，2021（10），80-82。

