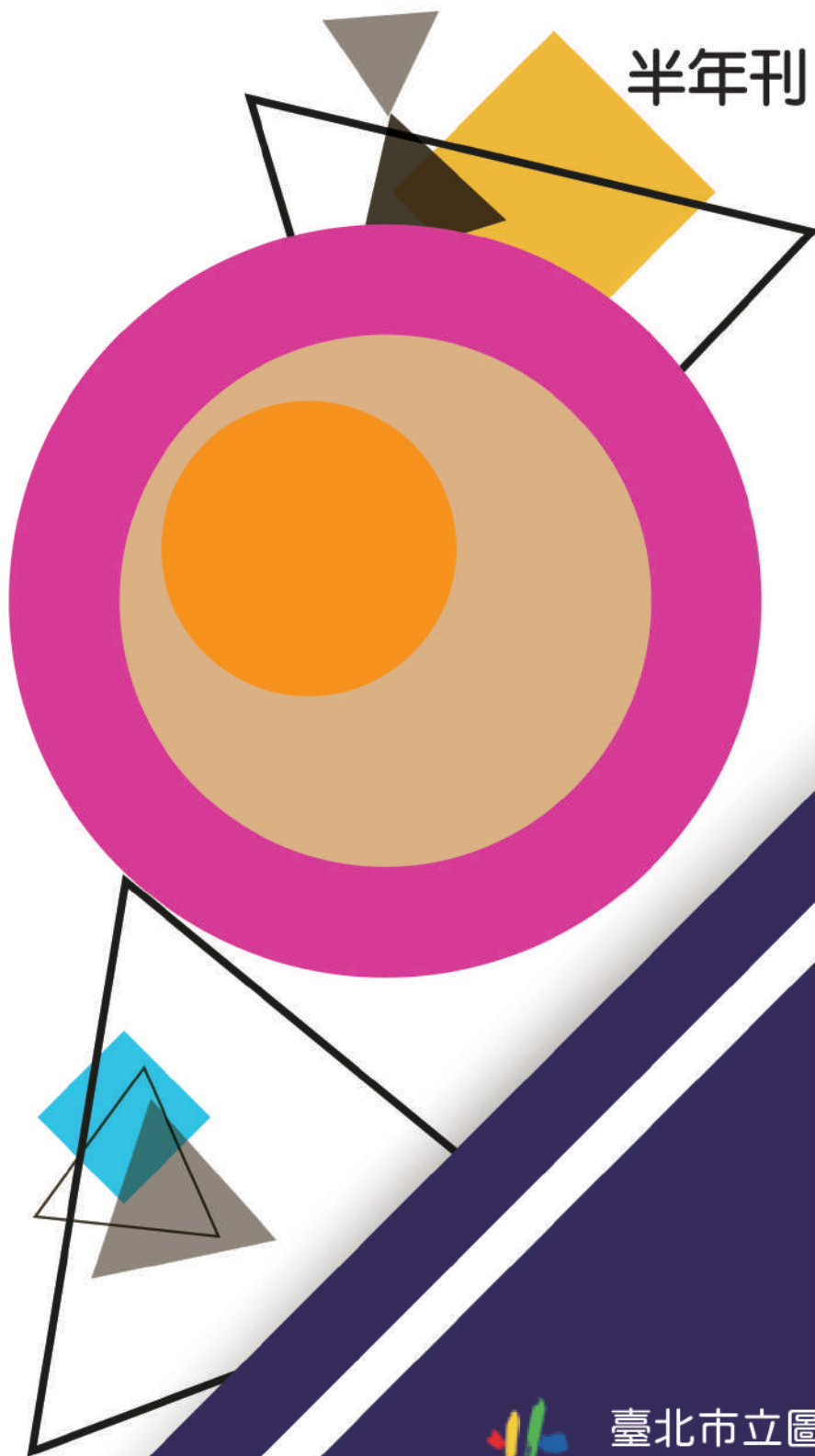


臺北市立圖書館館訊

Bulletin of the Taipei Public Library

半年刊 [36卷3期]



臺北市立圖書館

中華民國111年6月15日

臺北市立圖書館館訊

Bulletin of the Taipei Public Library

36 卷 3 期

中華民國 111 年 6 月 15 日

Vol. 36, No. 3

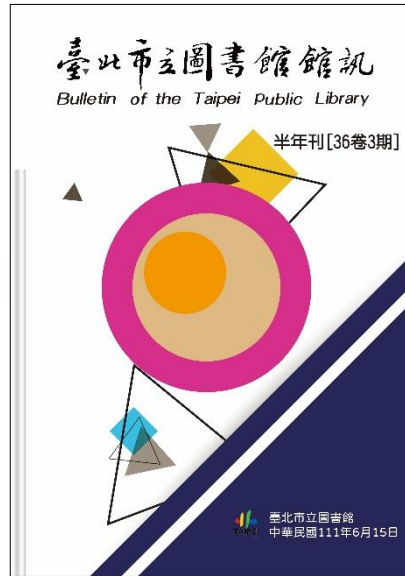
Jun. 15, 2022

臺北市立圖書館發行

Published by the Taipei Public Library



臺北市立圖書館館訊目次



半年刊 36 卷 3 期

中華民國 111 年 6 月 15 日

編者的話

目次

探究公共圖書館與出版商間策略性聯盟的議題：法制概念描述取向

..... 廖又生 01

打造圖書館文創品牌—以國立臺灣圖書館為例

..... 程藍萱 13

公共圖書館閱讀推廣活動的異業結盟—以國立公共資訊圖書館 臺灣閱讀節為例

..... 蔡家嫻、余玟靜 27

談臺灣公共圖書館異業合作—以臺北市立圖書館文山分館為例

..... 洪錦惠、毛宣蓉 43

Bulletin of the Taipei Public Library

Quarterly Vol. 36 No. 3

Jun. 15, 2022

EDITOR'S NOTE

ARTICLES

The study on Strategic Alliance Issue of Public Library and Publisher: Legal Concept Description orientation

Yu-sheng Liao 01

Building a Cultural and Creative Brand of Libraries : A Case Study of National Taiwan Library

Lan-Hsuan Cheng 13

Cross-field Alliance of Reading Promotion in Public Library: Taking the Taiwan Reading Festival of NLPI as an Example

Chia-Hsien Tsai, Wen-Ching Yu 27

A Discussion on Cross-field Cooperation in Taiwan's Public Libraries: Using Taipei Public Library Wenshan Branch as An Example

Chin-Hui Hun, Xuan-Rong Mao 43

Promote Sustainability Literacy through reading activities by cross-cooperation in Public Library

Tung-Mei Shen 54

編者的話

公共圖書館隨著時代的轉變也面臨到許多的困境和挑戰，因此，透過跨界合作，可為傳統公共圖書館注入更多創新且多元的服務內容，並將服務範圍延伸到館外場域，《臺北市立圖書館》36卷3期以「公共圖書館與異業結盟」為主題，共收錄5篇探討圖書館與異業合作的文章，藉由公共圖書館與異業結盟之經驗分享，期許未來可創造更多推廣服務的可能性。

亞東科技大學醫務管理系廖又生老師在〈探究公共圖書館與出版商間策略性聯盟的議題:法制概念描述取向〉一文中，不僅從策略聯盟與法制結構取向分析電子圖書資訊出版議題，也嘗試提出可能的解決問題方案。

國立臺灣圖書館程藍萱編輯於〈打造圖書館文創品牌—以國立臺灣圖書館為例〉一文中，分享國立臺灣圖書館透過異業合作進行品牌建立的實際案例，說明其文創發展及「臺圖文創」品牌分析，期待透過品牌推廣，連結臺灣歷史文化的記憶。

國立公共資訊圖書館蔡家嫻和余玟靜於〈公共圖書館閱讀推廣活動的異業結盟—以國立公共資訊圖書館 臺灣閱讀節為例〉一文中提及，公共圖書館在人力與經費不足的情況下，更應善加利用與異業結盟的方式推廣活動，並將辦理臺灣閱讀節活動時與運動用品量販店合作的實例經驗及成果效益進行分享。

臺北市立圖書館文山分館洪錦惠主任及毛宣蓉課員於〈談臺灣公共圖書館異業合作—以臺北市立圖書館文山分館為例〉一文中，分享文山分館在面臨服務時間長、人力與資源不足的情況下，以異業合作的方式，將服務範圍延伸至館外，與社區機關、學校、團體及醫療院所合作辦理不同性質的活動，供圖書館同道參考。

臺北市立圖書館北投分館沈東玫主任在〈北投綠書房·四季閱讀鄉—公共

圖書館跨界合作培植永續素養〉一文中介紹，在永續思潮蓬勃發展的時代，北投分館辦理「北投綠書房·四季閱讀鄉」系列活動，以館內及社區資源為核心，結合多元領域的專家及公私部門，透過跨界合作將「永續素養」融入閱讀推廣活動，邀請讀者與知識、環境、社群相遇及對話。

探究公共圖書館與出版商間策略性聯盟的議題：法制概念描述取向

The study on Strategic Alliance Issue of Public Library and Publisher: Legal Concept Description Orientation

廖又生

Yu-sheng Liao

亞東科技大學專任教授

Full professor

Asia Eastern University of Science & Technology

【摘要】

紙本圖書資訊與數位出版品各有其獨樹一格的型幟，本文作者擬從策略聯盟與法制結構取向分析電子圖書資訊出版議題，並在公共圖書館事業與出版商面臨出版契約電子化衝擊之下，進一步嘗試提出可能的解決問題方案。

【Abstract】

Paper books and digital publications have their unique format. This study uses strategic alliance and aspect of legal structure approach to analyze E-book publishing issue. Moreover, the paper provides insights and possible solutions for the public librarianship and publishers on the impact of the publication contract of the digital publishing procedure.

關鍵字：刊行自由、行動閱讀、異業結盟、數位人文、複合經營

Keywords: Liberty of printing, Mobile Reading, Horizontal Management, Digital Humanities, Complex Management

壹、引言

從 1999 年出版法廢止之後，2001 年正式頒行圖書館法，使圖書與出版二者愈為緊密關聯，隨著意見市場自由風氣的瀰漫，出版自由(Freedom of publication)的內涵已逐漸擴充為資訊自由(Freedom of Information)，這可由數位出版(Digital publication)風起雲湧而紙本圖書(Printing publication)日趨衰落窺見端倪(廖又生，2018)。

如眾所知出版品即係圖書資訊，它是各種資訊儲存媒體的統稱，在虛擬資料與紙本資料相互並存，交互浸染的今日，圖書資訊的內容愈來愈繁複，且涵蓋人類思想言行各個層面的紀錄。依圖書資訊學原理將圖書資訊區分為普通資料與特殊資料兩類，前者含圖書、叢刊、官書，後者則有論文、手稿檔案、小冊子、圖片剪輯、縮影資料、線上網路資料等(鄭吉男，1986)，簡言之，公共圖書館事業(Public Librarianship)蒐集的館藏(collections)或者出版事業(Publishing Entity)的出版品，無論內容、型幟或種類乃邁向多樣、多元、多變、多量，職是，圖書館法以立法解釋：圖書館資訊係指圖書、期刊、報紙、視聽資料、數位媒體等出版品及網路資源(圖書館法第二條第二項)。法制對紙本圖書及非印刷性非書資料(Nonbook Materials)皆予兼括，可預見的未來以編碼方式形式顯現的數位出版及經由各種電子載具閱讀內容的多組件媒體，誠可謂方興未艾。故 2015 年我國圖書館法首次修正將圖書館定義為：指蒐集、整理、保存及製作圖書資訊，以服務公眾或特定對象之設施(圖書館法第二條第一項)，鑑此，因應數位時代來臨，圖書館宜增加生產知識之功能爰增列其得「製作」圖書資訊此一概念，這與出版事業「製作」各種出版品，兩者儘管在專業製作流程各有不同，然共同致力圖書資訊這項文化產品的誕生則有同樣的初衷，所以公共圖書館製作圖書資訊即與出版事業間存有極大聯袂出擊的揮灑空間，兩種行業彼此間如何有效策略聯盟(Strategic Alliance)便是一個值得探究的問題。

公共圖書館事業這一概念裡的「公共(Public)」一語指零收款、零付費而不特定多數人可以自由使用的意涵，其與出版事業採受益者付費的政策。本質上實有不同，但收費與否並未造成期間的合作障礙，本文擬從跨業合作的觀點探討兩行業彼此間「分立之中仍相連屬」的策略聯盟諸問題。

貳、廿世紀公共圖書館事業與出版事業間同業結盟運動史實

茲試先將公共圖書館(Public Library)界定係指由各級主管機關、鄉(鎮、市)公所、個人、法人或團體設立，以社會大眾為主要服務對象，提供圖書資訊服務，推廣終身學習及辦理閱讀等文教活動之圖書館(圖書館法第四條第二項第二款)，其是圖書館類別中為數最多、影響力最鉅的一群，而出版商(publisher)另稱出版人、出版社或出版事業機構，指由版權授與人收受著作進之擔任印刷或其他方法及發行的事業體(民法第五百一十五條)，它可為獨資、合夥或公司經營型態，且著作人也可選擇自己出版或委託出版(戴修瓚，1979)，質言之，出版商與公共圖書館兩個主體，就圖書出版歷史長河縱觀，可說「師出同源」，而早已結下難捨難分的夥伴關係(partnership)，彼此間相互依賴、共存共榮，這可從上世紀的同業結盟即館際合作((Interlibrary Cooperation)思潮盛行得到印證。

公共圖書館同業結盟濫觴館際互借(Interlibrary Loan)，透過聯合目錄(Union Catalog)來合作採訪、合作編目、藉以擴充館藏發展的範疇，俾提升讀者服務的品質，美國於1916年頒行館際互借法案(Interlibrary Loan Code)、1954年通過農業貿易發展暨補助法案(Agricultural Trade Development & Assistance Act)、1958年再頒四八〇號法案(public Law 480)等，皆有館際合作(Interlibrary Cooperation)授權的明確依據，對該國公共圖書館間的分工與合作助益匪淺(吳明德，1991)。前已提及，圖書與出版形影不離，公共圖書館館際合作以出版商提供圖書資訊，作為供需關係的配合夥伴，故作者認為二者相互吸納有同業結盟的實質，由此讓公共圖書館與出版商共同致力於館藏發

展；從點連線成線，再由線組成面延伸至各種圖書資訊服務領域，迨 1960 年代以後，公共圖書館面臨出版品汙染(Publication Pollution)的衝擊、書刊費用漲幅的壓力，館際合作的面向講究有效整合資源，學者更進一步建議以資源共享(Resource Sharing)取代館際合作(Kent&Galvin, 1976)。

臺灣地區也在 1968 年簽訂具有行政協定性質的中華民國公共圖書館館際互借合作辦法，其後成立有財團法人中華民國科技圖書館及資料單位館際合作組織研究及發展基金會，與中華民國人文社會科學圖書館合作組織兩個公益團體，藉以促使各圖書館進行有機的連結，增加彼此間的合作與信賴，對當地公共圖書館館際合作的發展有其正面的示範效果。

整體而言，公共圖書館館際合作的推廣已為圖書與出版跨域合作紮下深厚的根基，無論國內外出版商都是圖書館最主要的供應者，亦是最直接的外部利害關係人，公共圖書館如何有效組織知識，備供社會大眾方便使用，其關鍵係在出版商密切配合下，館方循下列三步驟來建構其館藏：

一、徵集(Acquisition)

以價購、交換、贈送或送存充實館藏，期待以至善之讀物，費極微之代價，供最多數人利用(Mann, 1943)。

二、分類(Classification)

運用各種圖書資訊分類方法，將資料予以異中求同，以便外部公眾得即類求書(Buchanan, 1979)。

三、編目(Cataloging)

遵照著錄格式與詮釋方法、編製書名、著者、分類及標題等目錄，務求滿足讀者多面檢索的需求(Maltby, 1974)。

觀乎上述公共圖書館在上一世紀加工作業流程，可說在蒐集、組織及整理三大環節，都呈現「圖書與出版不分家」的整合概念，換言之，公共圖書館以

其公營造物立場有無償利用的本質，與出版商採私經濟方式經營而具備付費供給的特色，二者各盡其能、各取所需，共同分擔義務與分享權利，為刊行自由 (Liberty of printing) 竭盡心力。

這種以館際合作為主要的同業結盟經營方式，到 1980 年代之後，圖書資訊外觀組成從平裝、精裝、多媒體組件一直到載錄電子型式的各種媒體問世，由於圖書型幟更迭快速、載體樣貌推陳出新，公共圖書館面對無紙社會 (Paperless Society) 的到來，勢須以超越同業結盟的狹隘概念，重新思考資訊爆炸 (Information Exploration) 應何去何從的問題。相對的，基於情勢變遷原則，規範出版商經營內容的民法出版契約 (Contract of publication)，出現不敷現時所需而有改絃更張的必要，職是，公共圖書館事業與出版事業間的策略聯盟就存在檢討固有模式之思辨空間。

叁、廿一世紀公共圖書館事業與出版事業間策略性聯盟的新演變

人類社會邁入千禧年之後知識密集取代資金密集，公共圖書館與出版事業面對空前巨大的轉變，這種變遷從正面觀察是一種挑戰，然從負面分析則意謂皆暗藏潛在的危機，公共圖書館和出版商徘徊在紙本與無紙、實境與虛擬、守舊與創新之間，如何確保過去、注意現在及放眼過去，乃成為時代在變、環境在變、需求在變，圖書與出版如何與之俱變的適存問題，瞻望前景主事者莫不以掌握變局、控制變數作為首要任務。茲就公共圖書館與出版商經營的轉折再進一步細述如下：

一、公共圖書館方面

由於資訊技術的洗禮，公共圖書館事業從傳統紙本圖書館型態轉變成自動化圖書館 (Automated Library)、再因應數位化潮流行變為網路圖書館 (Networked Library)、電子圖書館 (Electronic Library)，在外在環境變動的過程裡，傳統公共圖書館大就是好的經營型態，逐漸被虛擬圖書館 (Virtual

Library)小就是美的思維所修正，未來公共圖書館將變成一個智慧型組織(Smart Organization)，各館間的運作精巧玲瓏、環環相扣，公共圖書館事業群堪稱得上是一有生命的有機體，儘管二十世紀末業已有美國學者提出電子圖書館概念，預測圖書館終會邁向無紙社會的懷抱(Lancaster, 1978)，隨時勢與潮流發展，嗣後人工智慧、資料探勘、雲端智慧等技術的開發，公共圖書館愈來愈重視圖書資訊的詮釋、解析及預測、判斷，實務上虛擬已凌駕紙本成為主流的營運方式，諒係不爭的事實，同時迎接大數據時代的來臨，大小不一的公共圖書館努力建置數位化館藏，以免在第四次產業革命(The Fourth Industrial Revolution)的大時代洪流中退場(註)。尤其在現今疫情嚴峻考驗下，社區讀者亦願嘗試使用電子資源。根據國家圖書館110年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告指出：110年公共圖書館電子書借閱冊數高於109年，其增加幅度122.04%，增加443萬冊，同年出版商申請ISBN的新書中，電子書占年度新書總量30.24%，這種閱讀習慣的改變，值得業界同道密切留意未來的趨勢變化。

二、出版事業方面

前已言之數位出版與紙張印刷此起彼落互為消長，導致傳統出版商以經濟批購定量或複倉制(Two-Bin System)等經營方式逐漸被調整，出版商與傳統物流業簽訂倉庫契約(民法第六百十三條)或大量出版品送載的運送契約(民法第六百二十四條)逐次減少，而轉向個別化、專業化、多元化的保管寄儲等運籌(Logistic)事宜的推動，茲將現已被採行的圖書資訊傳播方式分別概論如次：

- (一) 隨需印刷(Print on Demand, POD)：邇來資訊科技的昌明，出版市場革故鼎新，成立數位出版部門、社群部落格，使出版印製門檻降低，使其隨讀者大眾的需求來決定印製的數量，此既符合低成本高效益的要求，並兼顧市場供需關係的平衡，少量實體印製更能配合行動閱讀(Mobile Reading)的便利(Marchionini, 1999)，POD已將傳統書商庫存成本的壓力，書架上架位置的選擇，帳款回收風險的發生大幅予以改善，這種

印刷型態可說符合創作極度自由的後現代社會潮流，同時也漸漸邁向跨媒體閱讀偏好需求的滿足，POD 就印刷技術的進程而言，其可謂傳統紙張製造與數位電磁載錄兩種出版方式的調和利器。

(二) 自助出版(Self-publishing)：指作者自行完成文字編輯、封面設計及市場銷售等流程，因之，各出版商僅設置發表平台，提供自助出版服務，由出版商和作者兩方自由協定出售價格及利益分配方法，易言之，就是將出版品標價後發表於網路平台，藉資滿足社會大眾資訊需求，如此則形成出版品行銷的零階通路，免除了中間剝削，有利於作者與出版商收入的增加，所以可預期的未來，迴避繁瑣的人工作業、省略出版市場中間媒介通路機構的多層干預，最能表現出版事業無店鋪行銷(Non-Store Marketing)或者線上銷售的魅力，自助出版制度逐步充實發展，它將變成出版商可以接納的出版習慣，意謂為作者、讀者群體及海內外出版事業三方面共同青睞的圖書資訊傳播途徑。

(三) 短式出版(Short-Form publishing)：短、小、輕、薄係資訊科技產品最具特色的表徵，同理，出版事業為因應讀者需求的改變，其將傳統製印較長篇幅的出版品做轉換，代之以介於雜誌文選與厚重典籍間的中短篇作品予以優先出版，這樣的短式出版品型幟包含中短篇小說、迷你圖書、雜誌書、小冊子、長篇新聞報導等，藉篇幅精簡、售價低廉的出版品迎合社會大眾樂於接納片斷式、個性化訊息的閱讀品味，短式出版策略提供讀者群體一條獲取各種知識的便利渠道，其與主題行銷或事件行銷(Event Marketing)焦點議題順勢搭配，而有招攬閱聽者進入閱讀瀏覽的銷售促進誘因，故出版商克服技術障礙而設計出各式各類精巧細緻的電子書，就是短式出版技術運用的實例(張庭禎，2017)。

大致而言，科技力量的介入與人類生活型態的變化，新生產者加入、建置交易平台、運用篩選器連結以利圖書資訊流通，形成產銷合一者(Prosumer)問

世的新興經營型態(Anderson, 2009), 因此公共圖書館與出版商自然而然的就呈現紙本與無紙兼容並蓄的現象, 公眾利用圖書資訊可以傳統實體典藏圖書取用所需, 亦可藉網路平台檢索數位化出版品, 且由於線上檢索較能滿足個人化消費需求, 故公共圖書館事業與出版事業在數位化、全球化新經濟體系的形成中分分合合, 既合縱又連橫, 彼此之間的同業結盟即顯現力有未逮, 質言之, 公共圖書館和出版商相互合作、攜手並肩具體化跨領域之異業結盟(Horizontal Management), 二者相輔相成才能使知識產業散發智慧的光芒。

肆、當代公共圖書館事業與出版事業間異業結盟必須克服的問題

數位出版大量引進電子資源, 公共圖書館數位館藏或出版商之數位出版品的確已改變社會大眾閱讀方式與利用習慣, 如何建構一套符合數位人文(Digital Humanities)之圖書與出版經營秩序, 確屬公共圖書館事業與出版事業異業結盟關切的首要課題, 茲分別說明如下:

一、出版品定義的再界定

原出版法謂用機械或化學方法印製而供出售或散布之文書圖書, 方屬出版品, 茲純就平面印製而認定, 出版法已經廢止, 而取代的圖書館法, 本文前皆已涵蓋紙本圖書資訊及數位出版品, 職是, 民法第五百一十五條出版之定義應重新規劃, 使其包含或同著作權法第三條第一款著作、第五條著作之例示內容, 並符合圖書館法第二條第二項圖書資訊的基本概念, 務求周延貼切, 俾使出版關係當事人間的權利義務關係可以平衡, 並可適應數位出版有增無減的發行或銷售實況(鄭玉波, 1971)。

二、技術規範格式的遵守

圖書資訊分類、編目、建檔及檢索等技術規範, 由中央主管機關指定國家圖書館、專業法人或團體定之, 圖書館法第六條載有明文; 據此, 出版商如在進行紙本或數位出版操作之際, 首應遵守適當的格式(民法第五百十九條第二項

前段)，故需申請 ISBN、ISSN、ISNI、CIP 或 DOI 等技術規範格式，始能進行標準化作業程序，況 2021 年國家圖書館與文化部、財政部推動圖書出版商銷售收入免徵營業稅政策，更能吸引出版商申請電子書的 ISBN。同時在車同軌、書同文的製程上容易與公共圖書館典藏或儲存接軌，並有利於外部公眾自由檢索 (Free Access)，讀者群體得以藉任一檢索點 (Access Point) 找到自己所需的資訊。

三、實質公平與損失補償的實踐

圖書館法承受原出版法的法定送存 (Legal Deposit)，不分紙本與數位資訊，出版商皆履行該項公法上義務，否則科以行政罰，並適用行政執行，近日修法對身心障礙者等點字書等數位出版品，更有鼓勵擴大送存於國立公共圖書館之意旨 (圖書館法第十五條、第十八條)，據此，本於徵收補償法理，對出版商值得保護的財產上利益，基於書目控制之公共利益，使其財產權蒙受損失，國家實應對其積極損害予以損失補償為是 (吳庚，2004)。唯有如此，公共圖書館與出版商的雙向合作才符合公平正義原則。

四、公共出借權 (Public Lending Right, PLR) 試辦範圍過窄

2020 年起臺灣地區首開先例，由兩個國立公共圖書館試辦三年，針對在臺灣當地出版具有 ISBN 的華語或外語紙本創作，只要在該二館借閱著作人及出版商就可獲取補償金新臺幣三元，儘管標的或對象皆極為窄化，(潘乃欣，2020)，不過 PLR 的實施，不只是政府對著作人及出版商提供補償，若從文化政策考量則寓有鼓勵創作的意涵。

五、圖書資訊著作財產權合法授權的完備與否

基於自願阻卻違法的原理，著作權法第三十七條第一項至第三項的規定，著作人授權的基礎只在平面出版，所以出版商在未徵得版權授與人的同意，自無授權他人出版電子書的權限，同理，公共圖書館紙本與數位出版品雙軌平行的經營體制也有同樣的問題，將來一旦對於數位出版權授權與否有爭議時，法

令上係採有利於著作人的推定，此為公共圖書館與出版商異業結盟必須考慮的數位版權管理(Digital Right Management, DRM)要項。

六、委外經營及多層面契約之關聯與變換

就出版商於數位出版品促銷有採預覽使用(Preview Use)之免費瀏覽(Free—fee Browsing)就此階段本質上係無償贈與(民法第四百零六條)，但基於受益者付費原則，利用者如想正式進行內文閱讀則出版商與讀者雙方就形成權利買賣(民法第三百四十八條第二項)狀態，設若出版商與讀者以買斷方式進行交易則有試驗買賣(民法第三百八十四條至第三百八十七條)之適用，如屬非買賣進行閱覽訊息則屬於權利租賃(民法第四百六十三條之一)，足見出版商與讀者間雙方互動階段的不同及權利移轉方式的差異，即會涉及諸多不相同的契約問題，因應線上閱讀尚處於法律規範適用的初期，亦可能有典型有名契約間的多層面變換問題，亟待業界進一步釐清；相對的純屬無償行為操作的公共圖書館借閱，其法律性質為使用借貸(民法第四百六十四條至第四百七十三條)，但如為館方提供的線上閱讀則應屬於擁有一次(All—but—for—once)的使用權(邱炯友，2006)，其自有類推適用權利使用借貸的空間，當然，就出版商與公共圖書館彼此間經營方式不致於產生互斥效果，即公共圖書館在數位館藏經營欲向出版商看齊，則唯有透過「公辦民營」或「委外經營」(行政程序法第十六條、民法第四百九十條以下)方式才有變換法律關係改採受益者付費之可能。

總之，現今公共圖書館與出版商的異業結盟雖比傳統的同業聯盟更具有企圖心及願景，但其面對的棘手問題愈形複雜，以上所舉六點僅是犖犖大者，畢竟異業結盟不是事業的合併，不涉及資產負債的概括承受，就合作雙方皆形成複合經營(Complex Management)，如何既競爭又合作，從法制基本架構重新徹底檢討諒係行業之間策略聯盟或敗得失的總關鍵。

伍、結語

公共圖書館與出版商從組織運作觀察，兩者都是一個開放的有機體(Open

Organism)，所謂「開放(open)」意謂須不間斷與外在環境互動、議價以謀求自我調整，而所謂的「有機體(Open Organism)」則是指性質相異並相互依賴已能發揮綜合效的實體，其勢非賴整合難以為功，公共圖書館事業與出版事業於世變日亟的動盪世代裡，彼此間對外適應與對內整合的歷程，當然會遭遇諸多的障礙或瓶頸，經本文解析，廿世紀兩者間不管是從館際互借、館際合作到資源共享，其共同將知識的源起加工、製造，俾將大量的事實或數據(即資料)轉換為有意義的資料(即資訊)，公共圖書館與出版商策略聯盟的成果，該二行業確實已扮演知識的水庫或人類思想的活水源頭之角色，雖然廿一世紀前夕公共圖書館與出版商驟逢資訊科技的開發與運用、世界競爭的經濟體系已形成、現行經營體制的失靈，以及大數據時代的到來等轉折危機，但轉折卻是彼此間重塑的開始，公共圖書館事業與出版事業在山窮水盡無疑路的困惑裡，卻能柳暗花明走出多軌平行的複合式經營新格局；鑑往知來，公共圖書館與出版商從同業合作到異業結盟仍須克服層層的法制關卡，兩者間相互磨合攸關公共圖書館及出版商之健全發展，渠亟待完整的制度規範予以配合，乃是預料中的事。

據上論結，無規矩不足以成方圓，無法治亦不足以造就民主，隨著圖書型幟的多元變化，資訊科技日新月異，策略聯盟由同業走上異業，作者認為公共圖書館與出版商在無圍牆時代(Without Wall age)的洪流裡，唯有回歸「依據法律從事經營(Administration according to law)」之主流價值，才不會在歷史的波濤中迷失自我方向。

【註】：科技史學裡慣將一七六九年瓦特發明蒸汽機造成的社會改變稱為首次產業革命(The First Industrial Revolution)，迨一九六〇年代電腦崛起，產生自動化風潮形成第二次產業革命(The Second Industrial Revolution)，嗣後進入二〇〇〇年知識密集取代資金密集的知識經濟洪流，被形容為第三次產業革命(The Third Industrial Revolution)，直到最近大數據(Mega data)技術問世，人工智慧、資料探勘等雲端智慧技術爭相出籠、獨領風騷則被稱作為第四次產業革命(The Fourth Industrial Revolution)，本文所指數位化館藏之精進使是指這個階段的公共圖書館經營思維。

參考文獻

- 吳 庚 (2004)。憲法的解釋與適用。臺北市：自刊本。
- 吳明德 (1991)。館藏發展。臺北市：漢美。
- 張庭禎 (2017)。台灣個人出版經營之研究。世新大學圖文傳播與數位出版研究所。碩士論文，未出版。
- 邱炯友 (2006)。學術傳播與期刊出版。臺北市：遠流圖書。
- 廖又生 (2018)。圖書與出版之法律問題。新北市：亞東科技大學。
- 潘乃欣 (2020)。圖書館公共出借權今上路 (2020 年 01 月 01 日)，聯合報，A8 版。
- 戴修瓚 (1979)。民法債篇各論。臺北市：三民。
- 鄭玉波 (1971)。《論出版契約》。法令月刊，22 卷 7 期，頁 8-11。
- 鄭吉男 (1986)。《論圖書館行政發展趨勢:兼談當前我國圖書館行政工作重點》。教與學，7 期，頁 21-26。
- Chris Anderson (2009) 原著；李明等譯。長尾理論。臺北市：天下遠見。
- Buchanan, Brian (1979). *Theory of Library Classification*. London: Clive Bingley.
- Kent, Allen & Galvin, Thomas J., (1976). *Library Resources Sharing*. N.Y.: Marcel Dekker.
- Lancaster, F.W. (1978). *Toward Paperless Information System*. N.Y.: Academic Press.
- Maltby, Arthur (1974). "Classification-Logic, Limits, Levels." *Drexel Library Quarterly* 10(4)(October), P.11-13.
- Mann, Margaret (1943). *Introduction to Cataloging and Classification of Books*. Chicago: ALA.
- Marchionini, G (1999). *Research & Development in Digital Libraries*. Retrieved on 7, Dec, 2019. From [http://w.w.iis.nuc.edu/~March/digital library R and D.html](http://w.w.iis.nuc.edu/~March/digital%20library%20R%20and%20D.html). 1999

打造圖書館文創品牌—以國立臺灣圖書館為例

Building a Cultural and Creative Brand of Libraries : A Case Study of National Taiwan Library

程藍萱

Lan-Hsuan Cheng

國立臺灣圖書館 編輯

Editor, National Taiwan Library

Email: cls@mail.ntl.edu.tw

【摘要】

國立臺灣圖書館自 2008 年起，為了創造館藏的多元價值，開始以「推廣臺灣歷史文化」為文創品的核心概念，應用館內豐富的數位典藏資源與各產業合作，開發兼具文化性、趣味性與獨特性的文創品，經過多年持續開發，累積了相當大的產品量能。成立品牌，匯集量能，並塑造品牌形象，強化行銷推廣成為當前圖書館文創發展的重要課題。2020 年與專業團隊合作，借助業界資源整合及產業合作的經驗，打造「臺圖文創」品牌，透過跨領域的創意激盪及不同視角，建立品牌基礎。經過品牌概念分析、建立品牌識別系統，進行品牌行銷規劃，持續增加品牌價值，並經營與消費者的關係。本文就以國立臺灣圖書館異業結盟進行品牌建置的實際案例，說明其文創發展及「臺圖文創」品牌分析。

【Abstract】

Since 2008, the National Taiwan Library, by using its rich digital collection resources and in collaboration with various industries, has been developing souvenirs that are culturally relevant, interesting and unique based on the core concept of "promoting Taiwan's history and culture" in order to create diversified values for its collections, and has built up an enormous product capacity after years of continued development. Branding, pooling of resources, building a brand image and strengthening marketing and promotion have become important issues in the development of library culture and creativity. In 2020, the library, by partnering with a professional team and drawing on integrated industry resources and experience of industry collaboration, created the "National Taiwan Library Culture and Creativity" brand and laid the foundations for the brand through interdisciplinary creative stimulation and different perspectives. By means of brand concept analysis, brand identity development and brand marketing planning, it continues to add value to the brand and manage its relationship with consumers. This article illustrates the development of the library's culture and creativity

and the analysis of the “NTL Culture Creativity” brand, using a real-life example of brand building through its cross-industry alliances.

關鍵字：文創品牌、圖書館、文創產業、異業結盟

Keywords: Cultural and creative brand, Library, Culture and creative industry, horizontal alliances

壹、前言

圖書館作為重要的文化資產傳播及保存者，除了利用數位典藏將珍貴史料永續保存、公開展示，提供學術研究、教育媒材、以作文化傳承，並可透過加值應用，將素材延伸為市場化商品。將文化與創意的內容，轉化為商品及服務，把文化價值轉化成產值。數位典藏資料庫經過這些年來的經營已相當豐富完善，為了使內容的加值與利用永續經營，並發揮館藏的實際價值，圖書館除了提供便利的數位典藏資料庫供民眾查詢利用，也想方設法，以出版品、文創品、桌遊等各種不同的形式應用推廣。

國立臺灣圖書館（以下簡稱國臺圖）前身為日本統治時期臺灣總督府圖書館，擁有為數眾多的臺灣舊籍資料，經過持續的數位化，擁有龐大的數位典藏資料庫。自 2008 年起，為了創造館藏的多元價值，開始以「推廣臺灣歷史文化」為文創品的核心概念，應用館內豐富的數位典藏資源與各產業合作，開發兼具文化性、趣味性與獨特性的文創品，實踐將「臺灣學」融入大眾的日常生活層面。如同文化部《文化創意產業發展法》第 3 條之定義：「文化創意產業，指源自創意或文化累積，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升」之精神。然圖書館屬於非營利機構，面對當前的環境，營運過程更需要著力於行銷的技巧與方法。圖書館作為社會教育機構之一，在有限的預算下，面臨民眾的社教需求多元化趨勢，必須從「產品」（product）、「價格」（price）、「地點」（place）、「推廣」（promotion）和「人事」（people）等行銷的五大要素著手，審視各自所擁有的條件與優劣勢，進而擬定行銷策略，並配合館所發展方針與讀者需求適時調整之，才能以既有的讀者為基礎，讓更多人參與圖書館事業，使資源發揮最大效益（蔡蕙頻、程藍萱，2015）。國臺圖的文創品經過多年持續開發，累積了相當大的產品量能，成立品牌匯集量能，並塑造品牌形象，強化行銷推廣成為當前文創品發展的重要課題。2020 年便與設計專業團隊異業合作，借助

業界資源整合及產業合作的經驗，建置「臺圖文創」品牌，透過跨領域的創意激盪及不同視角，建立品牌基礎。本文就以國臺圖異業結盟的實際案例，說明國臺圖文創發展及「臺圖文創」品牌分析。

貳、國臺圖文創發展

國立臺灣圖書館為臺灣第一所現代化圖書館，亦為日治時期臺灣館藏最豐富、規模最大的圖書館，具有輔導臺灣全島圖書館事業發展的職責。後來為強化學術研究功能並深化分齡分眾服務，於 2007 年成立「臺灣學研究中心」，基於保存地方文獻與充實館藏基礎，近年來更不遺餘力多方蒐集為數可觀之各類語文臺灣文獻與東南亞資料，所增資料亦不乏日文及西文珍貴史料。在擁有這些豐富的館藏資源的基礎上，國臺圖利用館藏圖樣加值開發的文創品，讓館藏不再侷限於平面資料的推廣，從過去強調史料價值的單一策略，走向兼具應用與美學的多元行銷。國臺圖文創品開發模式分為「自行開發」及「委外開發」兩種類型，其流程由素材選擇、設計應用、製作量產、行銷推廣及效益分析可分為五個階段（程藍萱，2010），皆以應用館藏「臺灣學」舊籍圖樣，開發日常生活中的用品，為生活增添文化涵養與趣味為目標，期帶動美學經濟，逐步建立更多元的館藏價值。

圖書館的文創品不只傳遞了文化知識，也提升了民眾的生活品味。為推廣文創品，國臺圖自 2009 年開始陸續與各單位合作寄售，寄售單位自國立中正文化中心-兩廳院禮品店、國立中正紀念堂文化商品部、國立臺灣師範大學等公營單位，近年來則主要以民間商店為主要寄售合作對象，包括三民書局、聚珍臺灣、臺灣好行等，從販售點的改變也可以看出文創品客群從國外觀光客到國內遊客的市場變化。2018 年配合圖書館整修工程，擴大一樓文創品展示區的面積，於館內展示平臺設計到位後，同步開放民眾可直接於圖書館 1 樓櫃檯購買文創品，使來館讀者擁有更方便的購買途徑，也成功開拓在地客群。透過觀察市場狀況，發現網路販售的便利性，拓展線上通路已是幫助商品推廣的必要之路，

為讓民眾節省出門採購的時間，且突破距離的限制，於圖書館入口網建置線上採購管道，24 小時營業，讓消費者即使來自不同的地方也都能購買文創品。更不定期舉辦館內的促銷活動，例如新春特賣、母親節、開學季及聖誕節等各式主題，為刺激買氣，也設計福袋、滿額贈品、抽獎等活動。國臺圖利用各式通路（圖 1），行銷國臺圖文創品，讓舊籍之美轉換成其他形式走出館外。

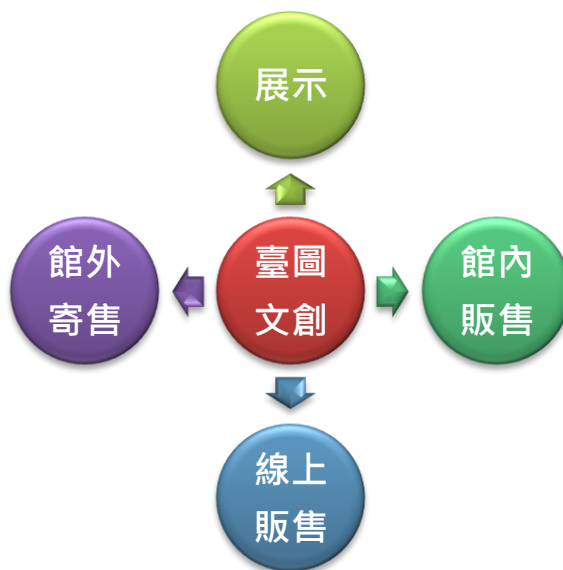


圖 1. 國立臺灣圖書館文創品推廣通路

國臺圖的文創發展至今，文創品的內涵價值逐漸被看見，但如何把內涵價值銷售出去，創造正向的循環，而形成永續經營模式，是目前急需面對的重要課題。圖書館以往的行銷目的是為了建立圖書館與讀者之間的良好關係，發揮圖書館服務的功能，但面對民眾日益多元的服務需求及數位化趨勢，亦開始導入了企業行銷的概念，但因為文創的價值結構不易被量化計算，市場規模又相對有限的狀況下，要找出成功行銷模式有一定的難度。國臺圖近年來嘗試在市場開發、推廣通路的過程中，導入基本行銷原則，建立品牌發展模式，希望發展出適合自身的行銷策略。



圖 2. 國立臺灣圖書館開發多樣豐富的文創品

叁、文創品牌的角色

品牌是一個名稱、符號、設計或標誌，可以使一項產品增加功能利益以及其他價值(Farquhar, 1990)。美國行銷學會(American Marketing Association, AMA)1960 年定義「品牌是一名稱 (name)、術語 (term)、符號 (symbol)、標誌 (sign)、設計 (design) 或上述各項的組合，製造差異化識別，讓顧客不易對企業認知混淆，用來區別自己與競爭者的產品或服務。」Chernatony 和 McWilliam(1989)提出品牌的 4 個角色包括：1.品牌是與競爭者增加差異化的手段。2.品牌是增加消費者記憶與購買決策的工具。3.品牌是對提供的商品或服務品質一致的承諾與保證。4.品牌是反映自我形象及傳達品牌個性的方式。文創品牌主要以文化類產業為對象，經過「品牌化」的過程，可以增加其附加價值，進而成為更貼近大眾市場的產業。

文化創意產業的發展在延伸產業鏈的同時，透過各種策略，運用文化資本和知識產權，將產品和服務建立品牌。品牌的建立過程中，其發展的主要階段有：1.尋找文化底蘊。2.分析文化找出特質。3.強化此文化特質的論述。4.透過品牌化、符號化、具體化來表達此文化的特質。5.以品牌的商標文案及各項

產品來共同建立起文化形象等過程（廖世璋，2011）。建立成功的品牌形象有助於使顧客能夠瞭解與其他競爭品牌之差異，並能夠吸引顧客注意，增加對於所建立的品牌產品，產生更高的購買可能性（洪順慶，2006）。國臺圖打造文創品牌經過品牌概念分析、建立品牌識別系統，進行品牌行銷規劃，接下來持續增加品牌價值，並經營與消費者的關係。「臺圖文創」的品牌視覺系統除了傳達品牌的象徵意義，也成爲一種辨識圖案，可以傳遞符碼給消費者，並用來與其他品牌區隔，加上以文化、美學和歷史交織出的品牌論述，塑造出文創品牌的形象。透過品牌的經營，增加消費者對產品品質的信心，消費者依據所接收到的品牌訊息，產生對文創品牌的情感及詮釋，進而影響對該品牌商品的價值判斷。正向而定位精準的文創品牌，能吸引目標消費族群，使消費者在購買前，就能感受到品牌的附加價值。

肆、「臺圖文創」品牌

國臺圖於 2020 年委託「點睛設計」團隊進行「臺圖文創」的品牌規劃。點睛設計擁有豐富的產業合作及品牌建立的經驗，長期經營文化及產業間的交流及應用，利用多方的設計構思，創造出符合國臺圖特色的品牌，並建立核心價值，整合文創品的歷史文化元素，藉此帶來更多效益。

一、品牌概念分析

（一）品牌概念

「臺圖文創」的品牌概念是運用館藏「臺灣學」舊籍圖樣，開發日常生活中的用品，爲生活增添文化與趣味，帶動美學經濟。品牌架構包括文化記憶、品牌合作、美學經濟三項（圖 3），分述如下：

1. 文化記憶：傳遞文化價值，增加知識養分。

國臺圖爲臺灣歷史最悠久的圖書館，擁有數量龐大且價值珍貴的館藏，將臺灣學舊籍圖樣及其中的歷史文化故事，設計運用於文創品上，讓

文創品不只是圖樣吸引人，同時蘊含了教育意義。

2. 品牌合作：品牌串聯，跨域產業合作並導入生活。

國臺圖除了持續開發現有商品系列外，亦可運用品牌合作，創造跨域整合的新力量，透過更多的跨域合作及創新應用，讓品牌串聯創造更多的話題，對品牌形象增加正面的效益。

3. 美學經濟：美學導入，帶動經濟並強化品牌商品。

美學轉化成經濟，讓歷史文化呈現另一種生機，以創意整合生活美感之核心知識，提供具有深度體驗與高質美感的文創品，進而吸引消費者興趣，願意支持國臺圖文創品。

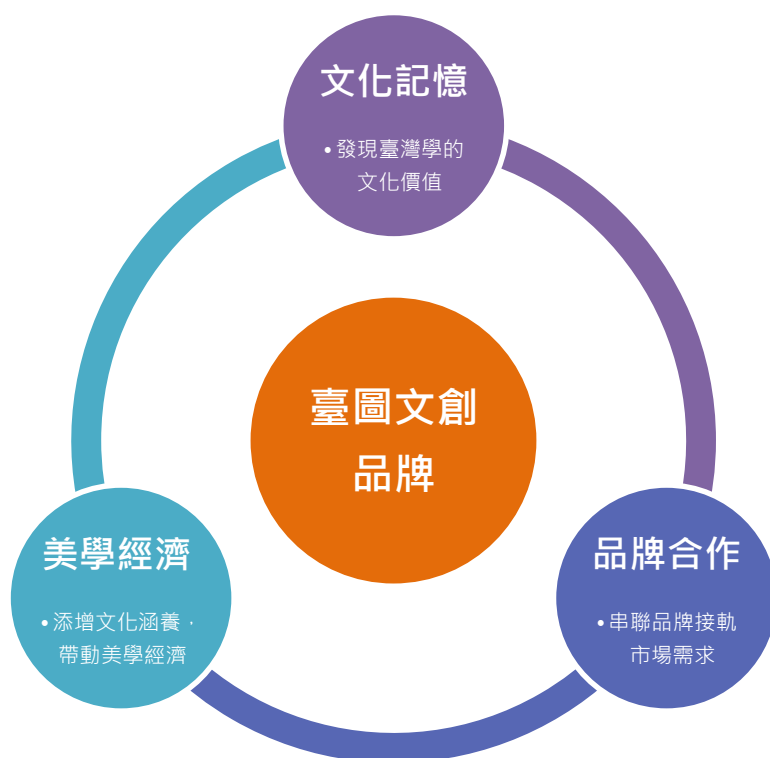


圖 3. 「臺圖文創」品牌概念

(二) 「臺圖文創」品牌優劣勢分析

針對國立臺灣圖書館的文創品牌進行 SWOT 分析研究，制定相應的發展戰略、計劃以及對策等。「臺圖文創」的品牌優劣勢分析如下：

	正面因素	負面因素
內部因素	S(strength)優勢 擁有大量的館藏舊籍，內含豐富的歷史文化資源可以運用。	W(weakness)劣勢 多種文創類別欠缺分類以及廣泛的文創開發，客群較難聚焦推廣。
外部因素	O(opportunity)機會 圖書館除了可以查閱知識及閱讀，更能將其知識活化於生活中，拓展更多的消費族群。	T(threaten)威脅 鮮少圖書館藏資源開發文創品，故難以讓人聯想到圖書館也能透過商品傳遞更多資訊。

二、品牌識別系統

(一) 品牌名稱

臺圖文創 National Taiwan Library Culture and Creative

(二) 品牌文案

1. 標語：臺圖文創：讓文化記憶走向生活

National Taiwan Library Culture and Creativity Brings Cultural Memories into Life

2. 文案：臺圖文創，以「臺圖」傳承歷史記憶，以「文」化「創」意融入生活。每個文創品背後都有它的故事，當賦予圖樣新生命的同時，也連結了過去與現在，每閱讀一次都能有不同的體驗與感受。

National Taiwan Library Culture and Creativity keeps the library's identity and heritage and brings them into our daily life. Each merchandise has its own stories, it gives the patterns' new lives, connects past and present, and provides new experiences and feelings.

(三) 設計理念

以「臺圖文創」作為品牌名稱，保留「臺圖」二字做為文化的傳承，「文創」則是依循圖書館文化脈絡的發展過程。Logo 設計以翻閱書籍的想像，呈現國臺圖的知識及文化根源從書中被發掘，透過文化創意的轉譯結合，融合於生活當中。其中元素的巧思，結合了英文字母「C」與「C」，分別表示 Cultural 文化及創意 Creative。設計圖樣係以國臺圖館舍中具代表性的靜思長廊，與文化創意(Culture Creativity)的縮寫字 CC，結合書本的意象而成。猶如在圖書館內翻閱書本，沉浸於頁頁的精彩中，進而激發出文化的創意。走過長廊，穿越萬卷書籍，享受歷史文化的洗禮。

(四) LOGO 設計



(五) 包裝材設計



▲上圖：提袋 3 款
◀左圖：膠帶 2 款
▶右圖：信封紙袋 1 款



三、品牌行銷規劃

(一) 行銷策略

「臺圖文創」的品牌行銷策略以市場區隔、選擇目標市場到產品定位，簡稱 STP，STP 為三個英文單字的組合，分別是市場區隔 S (Segmentation)、目標市場 T (Targeting)、定位 P (Positioning)，也就是先將大規模的市場區隔開來，再從中擇定目標市場，最後在其中找到自己的定位。茲分述如下：

1. 市場區隔

為了符合民眾需求，國臺圖提供多樣化的服務，像是展覽、講座、書展、影片欣賞，課程等，且位處於 823 紀念公園內，來圖書館可以在充滿綠意的環境享受城市鬧中取靜的閱讀空間，深受周遭居民喜愛。

加上國臺圖前身為日本統治時期臺灣總督府圖書館，擁有為數眾多的臺灣舊籍資料，這些珍貴的文獻也吸引了許多國內外學者前來朝聖。

2. 選擇目標市場

「臺圖文創」針對平時喜愛歷史文化及復古圖鑑的市場，鎖定族群為18~50歲左右的國內外文藝愛好者，因此行銷方式也以Facebook社群為主，Instagram圖像為輔，並加上雙語化及關鍵字搜尋，讓廣泛的族群接收到這系列的廣告及訊息。目標族群特色包括：

- (1) 臺灣在地：包含臺灣民眾文化認同、產業品牌串聯合作、臺灣設計團隊整合。
- (2) 青壯客群：以青壯族群為傳承及傳播對象，透過文化記憶傳遞，創新文化形象，增加對於臺灣歷史文化的認同與想像。
- (3) 外國觀光客：透過商品化的「臺灣學」舊籍圖樣，由美學導入帶動區域產業消費，將臺灣文化故事分享到更多國家。

3. 定位

「臺圖文創」擁有豐沛的歷史資源及文化價值，品牌統整現有商品，並持續將館方典藏的內容活化運用於生活，將知識型的圖樣實踐在文創品上，透過文創品傳遞教育意義給大眾。品牌強調「歷史記憶」、「文化生活」、「教育化」的概念，以精選館藏主題，推出系列性的商品，讓文化記憶植入生活。

(二) 行銷規劃

行銷主題為「新臺圖運動」，國臺圖文創品一直以來以推廣臺灣歷史文化為主要的核心概念，擁有豐富的典藏資源並積極地與各產業合作。藉由這個主題，能夠讓大家更認識國臺圖特色館藏以及文創願景。透過社群媒體的經營，有效的與客群互動。不定期撰寫品牌貼文，除了

提供商品資訊，亦可加入國臺圖的歷史文化小知識，並適時地舉辦互動活動，增加轉發率，活絡社群平臺。因應消費者的購買模式會隨時間改變，行銷策略也隨時調整修正。除了 Facebook 及 Instagram 社群媒體為主要經營模式，也可陸續加入更多元的社群平臺，並同時積極參與外部展覽曝光，增加更多潛在客群的注意。

(三) 行銷宣傳

1. 實體展示：國臺圖一樓規劃文創品展示區，現場設有「臺圖文創」招牌，牆面櫃體設計並融入品牌意象，讓來館民眾加深「臺圖文創」的品牌印象。
2. 簡介文宣：以臺圖歷史文化元素與「臺圖文創」主視覺延伸設計中、英語版簡介摺頁，亦將紙本文宣電子化，公開於官方網站。



圖 4. 「臺圖文創」文創品簡介手冊及摺頁

3. 影片宣傳：集結國臺圖歷年文創衍生商品，搭配國臺圖吉祥物（熊）製作動畫影片，推動臺灣歷史文化融入日常生活之核心理念。
4. 線上宣傳：智慧型手機與社群網路興起後，民眾使用率大幅成長，習慣隨手拍照上傳分享，甚至以「直播」來分享生活點滴。順應趨勢未來預計建立「臺圖文創」Facebook 社群媒體，並利用「國立臺灣圖書館」粉絲團連結引導，擴大品牌推廣效果，同步整合宣傳官方活動，活絡「臺圖文創」線上的流量。

伍、結語

臺圖文創的品牌建立透過異業合作的模式，轉換角色的位置，跳開圖書館的本位主義和既定思維，從對方甚至是第三方的位置來思考，經由討論，產理解與認同。國臺圖文創品的優勢，除了圖像的美感特色，還負載了豐富的教育知識及歷史文化意涵，將實用的日用品變身成爲高附加值產品，並在文化產業鏈延伸的同時，將知識帶入所有人的生活。

國臺圖一直有自籌財源的壓力，除了開源節流，各方籌措資金，也持續開發圖書館特有文化商品，希望藉由文創品的販售流通，挹注館務基金，而建立成功的品牌是增加收益的第一步。品牌發展需要經年累月的努力，才能獲得市場肯定與認同。「臺圖文創」的品牌價值有兩個方向，一是讓民眾重新瞭解國臺圖珍貴的館藏，重現重要史料的價值；二是藉由文創品的渲染及傳達，讓大眾感受與認知臺灣歷史文化的教育意涵。期望以「臺圖文創」的推廣，連結臺灣歷史文化的記憶，創造出更善美的生活品質。

參考文獻

- de Chernatony, L. and McWilliam, G., 1989, "The Strategic Implications of Clarifying How Marketers Interpret 'Brands'," *Journal of Marketing Management*, Vol. 5, No. 2, 153-171.
- Farquhar, P. (1990). Managing brand equity. *Journal of Advertising Research*, 30(4), 7-12.
- 程藍萱(2010)。百年記憶 現代創藝 國立中央圖書館臺灣分館館藏增值應用商品介紹。臺灣圖書館管理季刊 6 卷 1 期(1-8)。
- 蔡蕙頻、程藍萱(2015)。念「舊」新潮流—國立臺灣圖書館舊籍行銷策略探究。公共圖書館 1(5-1)。
- 廖世璋 (2011)。文化創意產業。新北市：巨流圖書有限公司。
- 洪順慶 (2006)。台灣品牌競爭力。臺北市：天下雜誌。

公共圖書館閱讀推廣活動的異業結盟－以國立公共資訊圖書館 臺灣閱讀節為例

Cross-field Alliance of Reading Promotion in Public Library: Taking the Taiwan Reading Festival of NLPI as an Example

蔡家嫻

Chia-Hsien Tsai

國立公共資訊圖書館助理輔導員

Associate Counselor, National Library of Public Information

余玟靜

Wen-Ching Yu

國立公共資訊圖書館輔導員

Counselor, National Library of Public Information

【摘要】

國內公共圖書館經常辦理各類型活動推廣閱讀，並吸引民衆使用圖書館資源，然而公共圖書館在人力與經費不足的情況下，更應善加利用合作方式，藉由異業結盟來辦理閱讀推廣活動，不僅提升效益，更能擴展服務範疇，結合彼此的優勢讓合作雙方及讀者能夠創造三贏的局面。本文將以國立公共資訊圖書館辦理臺灣閱讀節活動，以主題形式與運動用品量販店異業結盟的合作經驗，說明圖書館如何運用策略規劃達成與企業的異業合作，以及雙方具體的合作方式與成果效益。

【Abstract】

By holding promotion activities, Public libraries in Taiwan often attract the public to further utilize library resources. Resulted from the lack of manpower and funds, public libraries need to maximize results through cross-field alliances, which not only enhances efficiency, but also expands service scope. Combining each other's advantages enables both partners and readers to create a win-win-win situation. This article, based on the experience of the National Library of Public Information in hosting the Taiwan Reading Festival, demonstrates the strategic planning the library use to cooperate with cross-field enterprises, leading to greater benefits.

關鍵字：公共圖書館、異業結盟、閱讀節

Keywords: public library, cross-field alliance, reading festival

壹、前言

單打獨鬥的時代已經過去，透過合作與結盟的方式不僅可以提升效益，更能擴展服務的範疇，尤其公共圖書館向來在人力與經費都相對不足的情況下，更應善加利用合作方式，結合企業或社會資源，拓展服務層面。由於圖書館屬於非營利組織，合作結盟對象大多為不同類型圖書館，或是與公益團體合作，若能推動成功的異業結盟合作不僅能收創新之效，更能結合彼此的優勢形成1加1大於2的成效。

本文將先彙整公共圖書館異業結盟的形式與範例，並以國立公共資訊圖書館(以下簡稱國資圖)辦理臺灣閱讀節與運動用品量販店－台灣迪卡儂公司(以下簡稱迪卡儂)的合作經驗，來說明公共圖書館辦理閱讀推廣活動時進行異業結盟的可行模式與效益，同時將分別以圖書館與企業方兩端的觀點來分析合作成功的因素，以及圖書館在規劃異業結盟時，應如何盤點自身優勢與合作利基等，期能作為國內公共圖書館規劃閱讀推廣活動之參考。

貳、公共圖書館異業結盟的形式與範例

在現今這個社會經濟與資訊科技快速變化的時代，如能掌握時代的脈動，方能維持企業的穩健，同時可以發掘新商機，因此藉由企業間的策略聯盟或異業結盟，是能善用彼此優勢，同時發揮最大效益的方式。而公共圖書館受限於人力不足與經費短絀的問題，因此也積極與相關單位合作，常見的合作模式包括不同類型圖書館的合作，例如公共圖書館與中小學圖書館的合作；或是因應社區需求，與地方相關單位的合作，例如近年樂齡讀者需求日益受到重視，公共圖書館與地方醫療院所合作辦理健康主題講座或醫療服務等，這些都是公共圖書館較常見的合作模式。然而隨著社會環境快速變遷，公共圖書館的經營模式必須更創新，閱讀推廣活動也必須更多元，以期能因應現代讀者多元化的需求，並且吸引更多讀者，因此以企業為師，公共圖書館如能藉由異業結盟合作，擴大服務的範疇，吸引更多不同族群的讀者，進而達到推廣閱讀之效，也是值

得推行的方向之一。

「異業結盟」指的是不同類型的企業，爲了提升規模效應、擴大自己的市場佔有率而組成的利益共同體，亦即一家或多家不同行業的企業結爲戰略夥伴關係，來達到爲共同目標，主張相互利益的依賴與合作資源共用、優勢互補的目的，企業之間藉由異業結盟的方式可以增強自身優勢並拓展潛在的顧客市場（蘇郁婷，2019），而異業結盟的最大目標則是藉由資源共享、優勢互補的方式，使合作雙方與消費者達到三贏的局面。對於公共圖書館而言，合作的目的是爲了將有限的資源做最大的利用，因此規劃異業結盟合作時，也應以跨領域的思維，結合彼此的專長，找出最佳的合作模式，以期能發揮最大的合作效益。本文彙整了國內公共圖書館異業結盟的實際案例，以下就公共圖書館異業結盟的形式與範例分別加以說明：

一、憑借閱證享優惠

公共圖書館主動與所在區域店家及民間企業，以簽訂特約商店的形式，提供公共圖書館讀者憑借閱證即可享消費優惠，這樣的合作方式對於公共圖書館而言，不僅可以提升借閱證的附加價值，也可提高民眾辦理借閱證的意願；而以合作店家與民間企業的角度，則可藉此增加曝光度，藉由優惠訊息吸引圖書館讀者前往消費。目前國資圖與臺中市立圖書館都有推出特約商店的合作方式，並以每年簽訂合約的方式提供優惠訊息（國立公共資訊圖書館，2022；臺中市立圖書館，2022）；新北市立圖書館則曾於 2017 年「新北閱讀節」活動期間與特力屋土城店合作，提供憑借閱證享免運費及安裝費 5 折的優惠（賴筱桐，2017；鄭來長，2018）。

二、合作策展

公共圖書館策展的目的是將特色館藏藉由策展加以推廣，或是將知識主題以策展的方式提供給讀者，藉由規劃具有深度且有意義的展覽傳遞知識，並且讓讀者以不同視角認識圖書館館藏（葉翠玲、蔡家嫻，2020）。公共圖書館策

展較常合作的對象以博物館及其他政府機關為主，合作策展則有兩種不同方式，一種是圖書館策展後向外推展至合作單位辦理展覽，例如國立臺灣圖書館本身即擁有豐富的臺灣學及日文舊籍資料，因此經過增值轉譯後，積極與博物館和大專院校等單位洽談合作策展，不僅幫助讀者了解臺灣日治時期的歷史文化，同時也擴展了圖書館的服務領域，將圖書館的珍貴資料分享至各地（鄭來長，2018）；另一種方式則是將展覽資源引入至圖書館展覽，「水不在深－故宮數位文獻特展」即是由故宮博物院與國資圖共同合作策展，將故宮院藏檔案文獻及善本古籍內容，以沉浸式劇場及虛擬實境等互動方式呈現，使讀者體驗嶄新的閱讀模式（葉翠玲、蔡家嫻，2020）。

三、拓展閱讀服務通路

近年來公共圖書館為推廣閱讀，除了圖書館既有場域外，也積極拓展閱讀服務通路，由公共圖書館提供館藏書籍，合作單位提供閱讀場域，讓圖書館的館藏及閱讀活動能推展至更多地方。例如臺北市、新北市、臺中市及高雄市立圖書館陸續與統一超商 7-ELEVEN 合作於超商設置 OPEN 閱覽室，不僅擴大圖書館服務範圍，更讓社區民眾享有更高的便利性（呂姿玲，2018）；此外，花蓮市立圖書館為使民眾在旅行中也能享受書香，因此推出圖書旅行驛站服務，與飯店合作，搭配飯店特色與需求，將主題新書帶進飯店，期望結合觀光資源打造書香城市（林有清，2021）。

四、流通運輸服務合作

除了服務通路外，流通運輸服務也是超商的一大優勢，因此為使民眾更方便借還書，許多公共圖書館也陸續與國內超商合作推行超商借還書服務，方便民眾可就近於超商借書及還書，時間與地點都更具彈性，包含基隆市、臺北市、新北市、臺南市及新竹縣等縣市皆已陸續推行超商借還書或還書服務；教育部與國家圖書館推動的「公共圖書館圖書資源共享服務平臺」也與統一超商 7-ELEVEN 合作，提供持有全國各縣市公共圖書館借閱證的讀者皆可於超商免費取

書還書；另外國資圖則與鄰近的麥當勞門市合作提供還書得來速服務，簡化還書流程，提供免下車還書服務（呂姿玲，2018）。

五、館藏主題特色的合作

國內許多公共圖書館會依據社區需求或基於分工典藏概念，發展不同分館的特色主題館藏，除了主題館藏的徵集外，也會依照特色主題規劃相關服務與活動，以增進主題服務效能，而依據圖書館主題特色，與相關協會或公私立單位進行異業合作，更能確實結合雙方優勢吸引更多對主題有興趣的讀者。例如臺中市立圖書館溪西分館以「建築生活美學」為館藏特色，自開館以來即與臺中市建築師公會簽署合作協議書，合作舉辦建築展覽、建築師真人圖書館等相關活動，對於推動建築美學著力頗深（王秀禾，2020）；而新北市立圖書館新莊裕民分館則是國內首創「寵物友善圖書館」，與專業狗醫生協會及新北市動保處合作，推動寵物伴讀服務及相關活動（江婉儀，2021；劉懿萱，2022）。圖書館與專業團體的合作，不僅能提升服務品質，深化主題特色，更能藉由圖書館拉近民眾與專業主題的距離。

六、地域性的合作

異業結盟的合作形式中，地域性的合作也是常見的方式之一，公共圖書館與在地企業異業結盟，合作上不僅有地利之便，更容易產生地方認同感。南投縣政府文化局與埔里在地的 18 度 C 文化基金會合作，推動閱讀護照計畫迄今已近 10 年，活動結合南投縣各鄉鎮圖書館及國小，以閱讀集點方式讓學童在護照記錄心得，不僅能兌換獎品，更可累積獲得暑期閱讀營及「一日巧克力師體驗」等活動參與資格，獎項則由 18 度 C 文化基金會長期合作贊助，透過此活動不僅培養學童自主閱讀習慣，也有助提升企業整體形象，同時深化地方認同與情感（張賽青，2015；劉雅馨，2020）。

七、大型閱讀推廣活動的合作

公共圖書館藉由規劃大型閱讀推廣活動可以導入人潮，增加曝光，若能以

異業結盟方式與企業合作，更可提升活動規模，甚至可以互相引入彼此的客群。以國資圖「閱讀全壘打·夢想象前行」活動為例，國資圖與中國信託銀行和中信兄弟棒球隊合作，結合閱讀與棒球，一靜一動的兩種元素，藉由職棒明星代言、閱讀送門票等活動，獲得廣大的關注，也藉此讓球迷將熱情轉而投入對於閱讀的興趣，同時達到推廣閱讀與運動的效益（洪敦明，2017）。

綜觀上述公共圖書館異業結盟合作的範例可發現，如能發揮創意，公共圖書館可以規劃異業結盟的方式並不少，若能規劃適當的合作方式並與適合的單位合作，不僅能增加新的客群，也能提升彼此的形象，帶來更多行銷效益。接下來將以國資圖辦理臺灣閱讀節活動的異業結盟經驗，說明國資圖如何盤點自身優勢與合作利基來規劃異業結盟的合作形式。

叁、國立公共資訊圖書館以臺灣閱讀節進行異業結盟之策略

一、籌辦創意性主題活動

臺灣閱讀節是臺灣圖書館界年度盛事，為全國性的閱讀推廣活動，於每年12月的第一個週末在全國各公共圖書館同步舉辦，目的在宣導及增進全民閱讀習慣，而國資圖突破傳統的思維與作法，在閱讀活動的推廣上，於臺灣閱讀節推出一年一主題的創意活動。透過臺灣閱讀節將創意充分發揮，為讀者創造豐富且多元的閱讀體驗，逐步奠定國資圖閱讀推廣品牌知名度。自2017年起策畫以「閱讀拍賣會」為主題，運用拍賣會的概念和元素串聯活動主軸，形塑多元且創新的閱讀方式，將閱讀推廣活動變有趣，透過寓教於樂方式培養民眾閱讀習慣，吸引近萬人參與。2018年推出「不閱不睡－讀享生活每一刻」為主題，融合夜宿與露營的方式辦理閱讀節活動，以如果沒有閱讀就不睡覺的意象來敦促和鼓勵閱讀，同時也藉由家庭親子共同參與，體驗全家一起閱讀和陪伴的溫馨與美好。2019年再次挑戰創意以「閱讀無限－閱動悅精彩」為主題活動，將閱讀與競技運動結合，吸引運動人口來親近閱讀，活動內容以近年來深受民眾喜愛的體適能、核心肌群、跑步、騎單車、瑜珈等運動項目，此外還成立「夜

跑教室」和「快閃健身房」，並注入閱讀的元素呈現出閱讀無極限的意象與風貌，翻轉了圖書館不只是圖書館，圖書館也是健身房，讓圖書館成為更豐富、有趣及多元的場域，改變民眾對圖書館的既定概念。國資圖以具創意和特色的主題活動吸引品牌企業結盟，因此 2018-2019 連續兩年獲得全臺最大運動用品量販店—迪卡儂的贊助合作；2017-2019 年各年度臺灣閱讀節活動主題及合作對象如表 1：

年度	活動名稱	活動主題	合作對象
2017	閱讀拍賣—競標你的讀特	閱讀×拍賣會	邀請益品書屋戴勝益先生站台代言
2018	不閱不睡—讀享生活每一刻	閱讀×露營	迪卡儂
2019	閱讀無限—閱動悅精彩	閱讀×運動	迪卡儂

表 1 各年度臺灣閱讀節活動主題彙整表

二、展現圖書館優勢

推動異業結盟合作重要的先決條件就是自身資源盤點及優勢的展現，以國資圖而言，自 2012 年遷建新館後，即以優美的建築景觀榮獲許多建築獎，如 IDA 國際設計建築金獎、世界華人建築師協會優秀獎，吸引無數國內外人士參訪，已成為臺中市著名景點之一，更是許多網美朝聖的地點，並獲國際圖書館協會 (IFLA) 登錄為此生必去的 1001 所圖書館之一，而在 2017 年又入選世界八大特色圖書館殊榮，因此創造相當的知名度。每年入館超過 200 萬人次，等於平日約 4,000-5,000 人次、假日約 6,000-7,000 人次，而人次流量絕對是企業評估合作的首要考量點。

國資圖以閱讀提升幸福感為願景，推動以人為本、提供分齡分眾的終身學習空間，將一樓門面重新規劃設計成一座新書牆區，營造唯美書店的氛圍，三樓樂齡區規劃樂齡桌遊借用服務，為樂齡族群創造第二個社交人生，每年祖父母節所舉辦的混齡桌遊大賽，也成為樂齡族家人的歡樂時光。此外亦積極引進各界資源，讓圖書館服務融入教育和生活，例如：和時尚家居 H&D 合作布置閱讀角，營造圖書館就是我家客廳的氛圍，為讀者開創不同的閱讀氛圍體驗；與中

國信託銀行和中信兄弟棒球隊合作辦理「閱讀全壘打」活動－打造文武合一的閱讀運動風，推廣棒球同時也推廣閱讀；引進國家實驗研究院研究成果，將硬科學搬進圖書館變成軟文化，讓讀者都能藉由展覽認識國家級的研究方向與內容；連結社教館所共同合作辦理專業型展覽活動，如國立故宮博物院、國立科學工藝博物館、國立臺灣博物館等，讓圖書館不只是圖書館；加上自 2017 年起極具原創性的臺灣閱讀節活動－閱讀拍賣成功創造具創意又吸睛的活動內容，吸引許多讀者參與，展現出國資圖求新求變、積極創新、多元化、類博物館化之經營策略，讓企業感受到圖書館既能搭上時代的潮流且具多變、彈性和創新思維的營運特色。

再者國資圖也能與時俱進，善用各種社群媒體行銷即時與讀者互動，並規劃尋書導航、AI 人工智慧機器人、手機行動借閱及智慧預約書架等科技化服務，其中 iLib Guider 尋書導引 APP，更榮獲 2018 年資訊月百大創新產品獎項；藉由先進科技讓圖書館再升級、進化及轉型，展現圖書館積極向上提升服務效能與即時行銷的開創性。

三、探索結盟成功要素

異業結盟的合作有許多種模式，國資圖以主題活動形式－臺灣閱讀節與迪卡儂進行異業結盟合作，而主題活動形式的優點在於年度節慶大型活動容易聚焦、宣傳力量大，短期間能凝聚爆發力，加上話題操作及社群發酵、透過異業合作能因話題性而增加曝光度，促進知名度的提升、官網流量增加及引入潛在的顧客群，對於促成合作的因素分析如下：

(一) 目標族群與訴求理念吻合

活動策畫必須鎖定目標族群才能達到有效精準行銷，2018 年「不聞不睡」以及 2019 年「閱動悅精彩」，主要目標族群設定都是以親子為主要訴求，剛好與迪卡儂的目標族群不謀而合。國資圖(圖書館)象徵體內健康，而迪卡儂象徵體外健康，透過閱讀豐富心靈上健康，經由運動獲

得體魄上的健康，理念上的訴求點恰好吻合，而設置閱讀角供民眾體驗的規劃也與迪卡儂希望產品都能現場體驗的理念相同。

(二) 資源互換及共享—創造雙贏效果

異業結盟目的就是經由不同產業合作，為共同目標而提供自身資源，並結合雙方優勢來提升品牌知名度，進而將品牌拓展到不同領域觸及新的客群。國資圖擁有高人流量、豐富的館藏資源，以及寬敞可彈性運用的空間場域，因此規劃帳篷閱讀角或快閃健身房等行銷宣傳策略，即是釋放所擁有的資源邀集企業以提供產品方式共同合作，館方則運用策展概念讓產品與閱讀結合，打出「帶一本書去露營」，以及「圖書館也是你我的健身房」等訴求點，讓企業產品進駐圖書館時完全無違和感，並且開放讀者體驗使用，讓雙方的服務都能有效拓展，藉由雙方各自資源的互換共享，創造出雙贏活動成效。

(三) 公益形象與知名度的提升—具開發潛在顧客群之效

圖書館屬於非營利組織，當企業資源願意挹注當可有效展現公益形象，藉由整體活動的行銷宣傳、產品的包裝展示並提供讀者體驗，不但可製造話題性提高產品與品牌曝光度，也為企業在公益形象上加點，開發出不同領域的新客群。

肆、國立公共資訊圖書館與台灣迪卡儂的合作方式暨效益

透過大型活動—臺灣閱讀節，國資圖成功串連迪卡儂結盟合作，由於閱讀節為年度大型節慶活動，因此在行銷宣傳上特別需要形塑活動創意、特色以及吸引力，然宥於有限經費於是開啓了異業結盟的構想，主動出擊撰寫活動企劃接洽運動用品量販店—迪卡儂，以下分別說明 2018 年和 2019 年臺灣閱讀節雙方的合作方式：

一、2018 年臺灣閱讀節「不閱不睡—讀享生活每一刻」

2018 年規劃「不閱不睡—讀享生活每一刻」，首次將圖書館打開邀請民眾

進到國資圖夜宿，把圖書館閱覽區轉換成露營的場域，讓讀者體驗在書海裡露營，擁書而眠的氛圍，因此在行銷宣傳策略上於活動前2個月即啟動，為了符合活動主題與特色，於是規劃在圖書館設置帳篷並以閱讀角的方式來呈現(如圖 1、圖 2)，運用實體展示手法直接對入館民眾進行宣傳，為活動塑造亮點與吸引力，以提高活動曝光度，並引起民眾的好奇心與關注。由於活動主題明確加上活動內容清楚，標榜在圖書館露營夜宿，創新又具話題，因此獲得與迪卡儂合作的機會，於活動前及活動當天提供宣傳與布置等相關產品支援。活動前置宣傳期分別在圖書館一樓和五樓設置閱讀角，迪卡儂提供露營帳篷等相關硬體設備，而圖書館提供空間場域、館藏資源包含書籍等，再以策展概念注入閱讀元素，打造露營風閱讀角並提供讀者實際體驗。而在帳篷區也提供合作廠商的產品影片、並完整露出企業 Logo，引起讀者們的關注度，獲得相當大的迴響。

閱讀節活動當日迪卡儂再提供產品作為戶外場地的布置(如圖 3)，儼然將活動主廣場打造成一座露營場地，讓活動主題完美襯托，也滿足民眾體驗在露營氛圍中享受閱讀的樂趣，同時額外加碼贊助露營產品作為活動抽獎，提高整體活動的吸引力，為活動創造相當高的參與率。本年度臺灣閱讀節迪卡儂提供合作支援項目包括：1.設置閱讀角之帳篷2頂暨周邊相關產品陳列布置、2.閱讀節活動日戶外廣場產品布置、3.夜宿活動工作人員帳篷支援、4.提供產品作為抽獎品等；館方則提供空間場域進行閱讀角暨產品展示、所有文宣之企業品牌露出、活動日提供攤位予企業進行商品販售。



圖 1 野餐風露營閱讀角



圖 2 登山風露營閱讀角



圖 3 閱讀節活動日戶外廣場帳篷布置

二、2019 年臺灣閱讀節「閱讀無限—閱動悅精彩」

2019 年臺灣閱讀節再次挑戰創意，以「閱讀無限—閱動悅精彩」作為活動主題，「閱讀」與「運動」一靜一動，彷彿「向左走向右走」故事中的主角，總是錯過彼此，但是 2019 年國資圖讓「閱讀」與「運動」在臺灣閱讀節相遇！活動內容包羅萬象，首創在圖書館成立「快閃健身房」以及「夜跑教室」，作為活動前期的暖身以行銷宣傳，而閱讀節活動當天則辦理迷你馬拉松體驗賽、閱動擂台賽、趣味闖關、閱讀大市集、親子律動、手作 DIY 等活動，期望民眾從活動中領略運動與閱讀的樂趣。由於 2019 年的主題完全以運動為出發點，再加上前一年度的合作經驗，因此迪卡儂給予的支援更為豐富多元，館方在館內五樓青少年區好漾館為此活動設置「快閃健身房」（如圖 4、圖 5），迪卡儂協助健身房內所有運動器材的提供與裝設、運動器材使用影片介紹、提供 2 名教練支援館方拍攝年曆手札（如圖 6）、支援閱讀節活動當天運動與閱讀闖關活動遊戲器材等（如圖 7）。快閃健身房成功創造出宣傳話題令讀者耳目一新，形塑圖書館也是你我的健身房。本年度臺灣閱讀節活動雙方支援及配合項目如表 2：

表 2 「2019 年臺灣閱讀節」異業結盟配合項目表

- ◆ 企業(迪卡儂)合作支援：
 - 一、前置行銷設置「快閃健身房」運動體驗器材贊助共 9 項：
交叉健身機 / 健身腳踏車 / 多功能靜音健身車 / 兒童平衡健身球 / 防爆健身瑜珈抗力球 / 核心訓練平衡板 / 皮拉提斯墊 / 滾筒泡棉
 - 二、閱讀節當日闖關活動運動器材贊助(依活動所需數量提供)：
呼拉圈 / 跳繩 / 彈力帶 / 2kg 健身運動啞鈴 / 伏地挺身器
 - 三、前置宣傳協助拍攝國資圖年曆手札運動模特兒 2 名
 - 四、第一及第二之贊助器材於臺灣閱讀節活動結束後，將持續置放於國資圖提供給民眾及館方使用，以達推廣運動風氣之精神。
- ◆ 館方(國資圖)回饋：
 - 一、前置活動－運動體驗冠名露出(企業影片/體驗器材)
 - 二、活動宣傳影片共兩支，企業 Logo 列名露出。
 - 三、國資圖官方 FB 貼文宣傳 1 則。
 - 四、提供活動前媒體報紙廣告露出，企業 Logo 列名露出。
 - 五、提供活動前國資圖館前活動背板，企業 Logo 列名露出。
 - 六、提供活動主舞台、關東旗幟、節目表、DM 及大會地圖等宣傳品標註企業 Logo。
 - 七、提供活動展售攤位帳篷及相關軟硬體設備，企業可於活動現場販售公司產品。



圖 4 快閃健身房體驗



圖 5 快閃健身房體驗



圖 6 迪卡儂教練以結合運動和閱讀 圖 7 閱讀節活動日進行閱讀運動挑戰賽
拍攝年曆手扎

三、合作成果效益

公部門與私部門異業結盟可產生組織間的互補與互惠，創造出新的公共價值，就圖書館而言為讀者引入資源當可創造更多延伸價值，讓讀者透過各種途徑來利用圖書館，以提高讀者使用興趣，對圖書館產生親切感，並發揮社會教育功能，促使圖書館成為不只求知也能提供多樣性文化活動的場所（蘇郁婷，2019）。而其影響面更擴及圖書館內部員工與志工，經過活動的參與和體驗因而帶起了運動風氣；至於合作方—企業端的效益，經向迪卡儂訪談後得知，該公司認為企業與公部門合作可開創不同領域的客群和品牌形象，由於產品能直接提供讀者體驗，詢問度相當高，導購率也提升，而活動後器材直接捐贈圖書館提供志工及館員使用，對企業而言則是持續宣傳品牌，在活動主題能與企業產品產生關聯下，迪卡儂連續 2 年與國資圖合作，且雙方後續仍進一步洽談不同形式合作規劃。

伍、結語

隨著時代的更迭演變、科技日益進步，圖書館也必須站在民眾的需求面轉型改變，提供更創新的服務以奠定圖書館存在之價值，吸引更多民眾走進圖書館享受多元的閱讀服務和空間。然而在經費與人力有限之下，圖書館需要突破困境，因此開拓異業結盟當是解決方法之一，同時也是轉型的契機，更可藉此

吸引新讀者抑或許久未進圖書館的客群入館，以達推動終身學習之目的。以下將以臺灣閱讀節合作經驗總結說明推動異業結盟之策略與作為：

一、以策略主題模式尋找異業結盟合作對象

採用活動形式來尋求異業結盟，需策畫明確的主題活動，透過具體策略來選擇合作對象，當可將商品品牌或服務內容，有效呈現給合作對象既有的粉絲，並觸及新的潛在客戶，無論在異業結盟上採用何種形式，如能規劃明確主題則易於找到對的企業來合作，主題往往是取決於策略規劃，因為有了明確的主題即能擬定目標族群和預期成果，並透過異業結盟引進資源，則可規劃出具特色和創意的行銷策略以達成果設定。

二、累積自身優勢與展現專業度吸引企業的合作探詢

圖書館應積極創造自身的價值，並善用自身優勢，在尋求異業結盟時更容易取得合作方企業主釋出更多資源來合作。如何爭取資源並使合作模式得以持續拓展，最重要的步驟便是彙整合作的實績，以實際數據及具體績效說服合作單位，讓合作單位支持合作方案，達成創造雙方互惠及雙贏之機會（呂春嬌，2015）。因此與合作方洽談時盡可能將自身的優勢與專業度展現出來，例如本案初期與迪卡儂接洽時，對方尚無法想像帳篷或運動器材如何與閱讀連結，經過實地勘查圖書館，再輔以過去的異業合作案例如：家具商、棒球隊等加以說明，讓合作方提高信心與信任感，因而產生合作意願。

三、掌握閱讀核心價值以利謀求合作共識

圖書館為非營利組織，企業則追求獲利成長，與企業結盟異業合作必須掌握閱讀的核心價值，無論是產品上的挹注或是其他資源的提供，都應清楚溝通需避開商業性的廣告或促銷宣傳，然而站在共同合作基礎上也應為企業思考其效益，因此館方在擬定行銷宣傳策略上應善用自身專業能力，將閱讀的元素注入企業所提供的資源，朝公益面的形象為企業提升知名度與曝光。例如本案連續2年的合作，在空間場域上的安排，挑選最醒目的位置或熱門區域規劃閱讀角

微型展示，再加入閱讀元素打造成露營風的閱讀氛圍；而快閃健身房則為一獨立空間，規劃迪卡儂產品的專屬運動空間以利品牌的曝光，再將館藏休閒運動類主題書籍置入，提供讀者體驗運動之餘亦可直接閱讀，形塑閱讀與運動結合的知識體驗。

綜合以上國資圖的異業結盟合作經驗，建議圖書館從業人員能以開放的心態，勇於去接觸任何可能的合作對象，由於圖書館是一個成長的有機體，海納各式各樣類型的知識，充滿無限的可能性，因此在跨領域合作方面可行性高，既寬且廣，端賴如何突破限制來進行異業結盟，以創新思維提升服務的成效。

參考文獻

- 王秀禾（2020年12月25日）。溪西建築圖書館具美學特色 市府再與建築師公會簽署3年合作協議。風傳媒。取自 <https://www.storm.mg/localarticle/3331165>。
- 江婉儀（2021年9月29日）。狗醫生化身最萌圖書館員！陪伴學童閱讀、培養動保觀念。聯合新聞網。取自 <https://udn.com/news/story/7323/5780187>。
- 呂姿玲（2018）。讓閱讀無所不在—臺灣公共圖書館實體服務通路的翻轉。國家圖書館館刊 107(1)，111-126。
- 呂春嬌（2015）。公共圖書館異業結盟共創雙贏策略—以國立公共資訊圖書館為例。公共圖書館 2，4-1~4-15。
- 林有清（2021年10月20日）。花蓮市立圖書館閱讀旅行箱進駐花蓮飯店 旅客享閱讀樂趣。中華新聞雲。取自 <https://www.cdns.com.tw/articles/474870>。
- 洪敦明（2017）。公私部門跨界合作模式—以閱讀全壘打活動為例。公共圖書館研究 6，7-1~7-12。
- 國立公共資訊圖書館（2022）。異業結盟。取自 <https://www.nlpi.edu.tw/AboutUs/HelpUs/Coalition.htm>。
- 張賽青（2015）。巧克力開門：為南投孩子編織我愛閱讀的天方夜譚。全國新書資訊月刊 204，27-31。
- 葉翠玲、蔡家嫻（2020）。以創新角色探討圖書館的多元閱讀推廣模式—以國

立公共資訊圖書館為例。臺北市立圖書館館訊 35(4)，36-54。

臺中市立圖書館（2022）。異業結盟特約商店。取自
<https://www.library.taichung.gov.tw/public/content/index-1.asp?Parser=1,20,470,466>。

劉雅馨（2020）。一本「護照」遨遊智慧翰海－南投縣「熊愛閱讀」閱讀護照經驗分享。公共圖書館研究 12，153-166。

劉懿萱（2022年3月10日）。毛小孩也能進圖書館！新北市圖打造寵物友善環境。聯合新聞網。取自 <https://udn.com/news/story/7323/6153970>。

鄭來長（2018）。談圖書館跨界合作－以國立臺灣圖書館創新服務為例。國家圖書館館刊 107(1)，53-66。

賴筱桐（2017年4月30日）。自己當設計師 打造文青閱讀區。自由時報。取自 <https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2052617>。

蘇郁婷（2019）。臺灣公共圖書館異業結盟合作之探討（未出版之碩士論文）。國立臺灣大學圖書資訊學研究所，臺北市。

淺談臺灣公共圖書館異業合作— 以臺北市立圖書館文山分館為例

A Discussion on Cross-field Cooperation in Taiwan's Public Libraries: Using Taipei Public Library Wenshan Branch as an Example

洪錦惠

Chin-Hui Hung

臺北市立圖書館文山分館主任

Branch Chief

Wenshan Branch, Taipei Public Library

Email: cog1127@email.tpml.edu.tw

毛宣蓉

Xuan-Rong Mao

臺北市立圖書館文山分館課員

Section Assistant

Wenshan Branch, Taipei Public Library

Email: verbal@email.tpml.edu.tw

【摘要】

在圖書館事業發展白皮書中指出公共圖書館以社會大眾為主要服務對象，推廣社會教育及辦理文化活動，以推展全民資訊素養，促進終身學習的目標。而面臨服務時間長，人力不足、資源不足，專業度有限的問題，臺北市立圖書館文山分館嘗試藉由異業合作的方式，擴大與社區機關、學校、團體及醫療院所合作，辦理不同性質的活動，將服務範圍延伸到館外場域，提升常態活動的附加價值，以提供大眾優質的圖書資訊服務。

【Abstract】

Public libraries take the general public as the main service target. The goals of public libraries are to promote information literacy of the whole people and to achieve lifelong learning. Faced with the problems of long service time, insufficient manpower, inadequate resources, and limited subject knowledge, Taipei Public Library Wenshan Branch has dedicated to cooperating with cross-field institutions to hold different types of events and provide high-quality information services to the public.

關鍵字：閱讀、公共圖書館、行銷、異業合作

Keywords: Reading, Public library, Marketing, Cross-field Cooperation

壹、前言

圖書館事業發展白皮書（中國圖書館學會，2000）中陳明「公共圖書館以社會大眾為主要服務對象，推廣社會教育及辦理文化活動」，目標是期望達到典藏適用館藏、辦理推廣活動、保存地方文化資源、便利民眾使用網際網路獲取資訊、主動服務弱勢族群、與其他類型圖書館合作，以及結合文教機構團體，推展終身教育。然而，在該白皮書中（中國圖書館學會，2000，頁 39）也指出，公共圖書館發展上的問題，包含：

- （一）公共圖書館組織不健全、人員編制不固定、人力缺乏、職級太低，難以羅致任用專業館員。
- （二）各級公共圖書館主管單位不一，缺乏統一領導體制。
- （三）公共圖書館事業發展經費短絀，不足以維持其業務正常發展。

由此可知，公共圖書館目標在提供各式資訊資源與服務，滿足個人、各種族群或團體等資訊需求，並結合當地機關團體，提倡閱讀，以達終身學習的願景。為此，公共圖書館要順應時勢，開創多變求新的服務內容，又同時需維持傳統服務的品質水平，在人力不足、經費限制，以及缺乏學科專業知識的困境下，更是需要尋求與外部單位合作，如此，不僅可以結合資源，解決困難點，對圖書館而言亦可拓展服務範圍，增加能見度，創造多元服務的可能性。

貳、文山分館的實例

文山分館座落於臺北市文山區政中心附屬大樓 7 至 9 樓，鄰近興德、興隆、靜心、再興 4 間國小；萬芳、靜心、興福、再興等國高中；中國科技大學、臺灣警察專科學校等教育單位及臺北市立萬芳醫院與捷運文湖線萬芳醫院站。主要服務對象為社區居民、附近上班族和學校之學童，因此成為興隆次分區知識、資訊及休閒的薈萃之處。

為了深耕社區經營，近年來主要多與鄰近非圖書館類型之機關團體合作辦

理各種跨界活動，不僅與外部單位共享資源，更將圖書館對外行銷。其策略及效益可歸納為人力資源互惠、提升能見度、合作互惠的附加價值、營造閱讀氛圍以及引進跨域專業知識等 5 個面向，以下將詳細闡述：

一、人力資源互惠

(一) 參訪融合服務學習

文山分館因鄰近中國科技大學（以下簡稱中科大）及臺灣警察專科學校（以下簡稱警專），兩校皆有班級或社團等團體性質的公共服務需求，在接受校方申請公共服務的需求前評估，若僅讓學生前來完成服務學習，對館方及學生雙方而言效益不高，亦無法達到學習之目的。故以參訪融合服務學習的方式，首先對學生進行圖書館簡介，參觀館舍配置，介紹提供的服務與功能，希望藉此能應用到他們往後的學習中；接著搭配實作任務，包含：找尋圖書、整理書架、更換架標等較需要人力資源的工作，使其立即能學以致用，增加記憶力，以建立圖書館利用的基本概念，也彌補館方人力不足的問題（圖 1-6）。



圖 1 中科大學生參訪暨公共服務



圖 2 警專學生協助查找遺失圖書



圖 3 警專學生協助圖書查找



圖 4 警專學生協助架標更換



圖 5 警專學生參訪暨公共服務團體



圖 6 中科大學生活動後團體照

(二) 結合社區文教機構辦理節慶活動

2019 年歲末，文山分館聯合社區團體利用每月英語說故事時間，以節慶活動的方式，融合並結合聖誕節的意象與氛圍，來傳遞感恩、歡樂的意念。活動內容包含介紹聖誕節來由的故事、繪本及歌曲，並加入社區團體手作活動（圖 7-10），期盼讓社區的大朋友、小朋友在聽故事的同時，伴隨著音樂、遊戲及手作的趣味性，更能增添閱讀的樂趣。



圖 7 聯合社區團體辦理說故事活動



圖 8 小讀者踴躍參與



圖 9 透過說故事活動介紹主題歌曲



圖 10 融合遊戲引人入勝

二、提升能見度

2019 年文山分館結合臺北市文山區公所主辦之「文山茶筍節—家庭茶筍日」活動，於景華公園擺設攤位以增加曝光度，活動內容整理如表 1：

表 1 文山茶筍節活動項目與內容

活動名稱	活動內容
1. 文山茶筍集章贈好禮	配合主辦單位之活動設計，民眾於現場領取集點卡，於文山分館攤位拍照打卡便可集1個章，全場集滿5個章，即可向主辦單位（文山區公所）換取好禮（圖11）。
2. 愛上圖書館品茶趣—茶藝主題實體書與電子書展	為提倡文山分館館藏特色「茶藝」，帶領民眾進入茶的世界，從豐富之館藏特色與 Ebook Taipei 臺北好讀電子書藏書中，挑選與茶藝相關之優良圖書現場展出，並提供行動載具讓民眾現場試用學習（圖12、13）。
3. 愛上圖書館品茶趣—好書推薦贈獎活動	為增加趣味性，並同時達到推廣圖書館資源之效果，以抽抽樂方式向民眾推薦茶藝相關之優良圖書。民眾於文山分館攤位出示攤位拍照片即可獲得抽抽樂機會1次，抽抽樂籤紙上印有推薦書籍之 QR code 或是中獎訊息，民眾有機會獲得精選二手書（圖14）。

4. 播下幸福的種子-
Bookstart 主題
書展

為感於從小培養幼兒閱讀習慣，有助於提升學習力、創造力、思考力與閱讀能力，故藉由「文山茶筍節—家庭茶筍日」活動，從 Bookstart 書單中挑選優良圖書布展於活動現場，希望能夠向更多家庭推廣嬰幼兒閱讀之重要性（圖 15）。



圖 11 民眾熱烈參與打卡集章活動



圖 12 展示館特主題之實體及電子



圖 13 讀者閱覽館藏特色圖書



圖 14 抽抽樂活動贈送精選二手書



圖 15 展示 Bookstart 閱讀起步走

三、合作互惠的附加價值

為提升閱讀氛圍，在鼓勵讀者借閱方面，文山分館透過異業結盟方式創造圖書借閱之附加價值，與店家合作推出借閱享優惠活動。在 2020 年與臺東縣臺東市《享棧民宿》、《京棧興盛民宿》此二家民宿業者合作辦理借閱集點享訂房住宿 9 折優惠，結合觀光旅遊，體現讀萬卷書也行萬里路的真義，繼而讓閱讀豐富心靈，旅遊健康生活（圖 16）。此外，為了更緊密串連文山分館館藏特色「茶藝」主題，分別於 2020 及 2021 年與茶館《麗采蝶》及《養拙齋》合作辦理借閱集點享優惠活動。期盼透過異業結盟方式創造圖書館加值服務，提供讀者更多的選擇，在鼓勵讀者借閱，提高借閱證使用與進館人次的同時，亦能藉由活動傳遞東、西方茶文化之意涵與底蘊，帶動閱讀正能量及再進化。而其活動進行的模式為讀者凡持臺北市立圖書館有效個人借閱證借書，於「點閱成金-閱讀存摺」系統集滿 10 點，即可點選換取 1 張折價券，於活動期間內，持折價券至店家消費，即可享有優惠折扣，藉此提高民眾借書意願及附加價值（圖 17）。

臺北市立圖書館文山分館
點閱成金。旅讀臺東

- ◎活動地點
臺北市立圖書館文山分館
(臺北市文山區興隆路 2 樓 160 號 7-9 樓)
- ◎活動時間
即日起至 109 年 12 月 31 日 (含住日期) 止
- ◎活動對象
持有臺北市立圖書館有效個人借閱證之讀者
- ◎活動內容
讀者凡持本館有效個人借閱證借書，於「點閱成金-閱讀存摺」系統集滿 10 點，即可點選換取 1 張折價券，活動期間內，以「電話」、「Line@」或「遠東臺東《享棧民宿》與《京棧興盛民宿》之「官網」訂房完成享 9 折優惠。折價券限至本館櫃檯領取，本館不提供跨館領取折價券服務。

享棧民宿 (民宿合格編號: 1129 號)
地址: 臺東縣臺東市勝利路 57 巷 16-3 號
電話: 0965133363 | line@訂房 ID: @b101
官方網址: <http://star2016.jri.tw/>

京棧興盛民宿 (民宿合格編號: 1493 號)
地址: 臺東縣臺東市興盛路 208 號
電話: 0916625968 | line@訂房 ID: @k101
官方網址: <http://star.jri.tw/>

折價券使用注意事項

- ◎本折價券不適用於任何網路訂房平臺(如 Agoda、booking.com...)
- ◎需以電話、Line@或至民宿官網 遠東業者訂房完成始享優惠。
- ◎訂房前請先告知持有本券，未加蓋本分館館章者無效。
- ◎1 張折價券僅供折抵 1 間房價，使用後由民宿收回。
- ◎3 天(含)以上連續假期不適用。
- ◎使用期限至 109 年 12 月 31 日止(含住日期)。

圖 16 與民宿業者合辦住宿享優惠活動

臺北市立圖書館文山分館
「茶香伴書香·品閱好時光」
借閱集點享優惠活動

◎活動內容
讀者凡持本館有效個人借閱證借書，於「點閱成金-閱讀存摺」系統集滿 10 點，即可點選換取 1 張折價券，於活動期間內，每張折價券可於指定店家享購物 9 折優惠。折價券限至本館櫃檯領取並須加蓋本館館章始生效力，本館不提供跨館領取折價券服務。

◎活動地點
臺北市立圖書館文山分館
(文山區興隆路 2 樓 160 號 7 樓，電話: 2937-5337)。

◎活動時間
即日起至 109 年 12 月 31 日止。

◎活動對象
持有臺北市立圖書館有效個人借閱證之讀者

◎合作店家與折價券使用方式

1. 合作店家
店名: 麗采蝶茶館
地址: 台北市大安區金山南路二段 31 巷 19 號 1 樓
網址: <http://www.lisadette.com.tw/>
電話: 02-29418258
營業時間: 12:00--9:00PM
2. 136「茶香伴書香·品閱好時光」折價券可享到店購物 9 折優惠，1 次消費僅能使用 1 張折價券。

圖 17 結合館藏特色茶藝-異業合作

四、加深加廣閱讀氛圍的營造

文山分館在 2019 年與中國青年服務社台北終身學習中心書法班合作，展示鄒維揚老師及其學生的書法和繪畫作品，將社區內的藝文資源引領至館內，讓讀者駐館閱讀的同時，也能欣賞書畫作品，怡情養性，並增添文山分館書卷氛圍。展覽期間同時辦理書畫藝術主題書展，主題涵蓋書法書寫之格言、詩詞、佳句；繪畫則以山水、動物、花鳥為題材，以帶領讀者認識書法及繪畫等藝術作品，感受揮毫創作及閱讀的樂趣，帶動社會生活精緻化與藝術化（圖 18-21）。



圖 18 時已 92 歲高齡鄒維揚老師圓夢



圖 19 書畫作品增添館舍人文氣息



圖 20 民眾前來館內閱讀並欣賞畫作



圖 21 結合書畫展辦理之主題書展

五、引進跨域專業知識

公共圖書館需提供健康資訊服務，但礙於館員對醫療專業知識有限，難以貿然提供精確的閱讀指導服務。為此，2021 年文山分館與臺北市立萬芳醫院合作，共同舉辦「社區失智識能之公共教育講座」，期望能增進社區民眾對於失智症疾病之預防、治療與照護之了解，使失智症個案盡可能留在家裡或社區中生活，提供早期介入服務，以延緩失智病程的進展，提升生活品質及降低照顧

成本。

本次合作模式，是由萬芳醫院失智照護中心之專業醫療人士蒞館演講，提供正確的疾病認知與照護等知識，而文山分館則負責提供場地，社區宣傳之前置作業，並結合長期照護主題書展的辦理，讓講座效益與面向可以由點擴及至面。再者，因本活動之宣傳管道從館內拓展到鄰近的里辦公處、文山區健康中心、文山職能工作坊以及 Facebook 文山區社團等機關團體，不僅為此次活動增加曝光率，更與這些單位建立起良好的公共關係，非常有利後續文山分館推廣活動的行銷或成為另類異業合作的夥伴（圖 22-26）。



圖 22 吳佳璇醫師說明目前高齡化社會的概況



圖 23 陳泓儒醫師講解失智症特徵與預防



圖 24 張海靜講師分享吞嚥者的照護方式



圖 25 與長期照護主題書展之結合辦理



圖 26 與合辦單位萬芳醫院及現場民眾合影

叁、結語

異業合作展現的是超越疆界的力量，也是創新行銷的一環，與不同的學科、文化或產業結合，將會激盪出不同於常態的各種可能。公共圖書館若能掌握這種優勢，便能打破藩籬，跨越障礙，突圍現存的困境，提高館員服務士氣。文山分館歷經了這一連串的合作活動辦理，學習帶著開放的心胸，樂於探索圖書資訊專業領域之外的世界，開拓視野，接受各種挑戰與各式合作的契機，不斷提供創新的服務模式，以達到多元閱讀、深耕社區及終身學習的目標。

參考文獻

中國圖書館學會（2000）。**圖書館事業發展白皮書**。臺北市：中國圖書館學會。

北投綠書房·四季閱讀鄉—公共圖書館跨界合作培植永續素養

Promote Sustainability Literacy through Reading Activities by Cross-cooperation in Public Library

沈東玫

Tung-Mei Shen

臺北市立圖書館北投分館主任

Branch Manager

Beitou Branch, Taipei Public Library

Email: tmshentp@email.tpml.edu.tw

【摘要】

永續思潮蓬勃發展，公共圖書館培植「永續素養」責無旁貸，透過跨界合作，有助於擴展多方資源、觸及潛在讀者，強化推廣成效。臺北市立圖書館北投分館以「北投綠書房·四季閱讀鄉」為主題，按照永續發展經濟、環境、社會等三面向擬定推廣三策略，透過跨界合作將「永續素養」融入閱讀推廣活動。

【Abstract】

Since sustainable thinking is already underway, public libraries have obligation to cultivate sustainability literacy. Libraries can combine multiple resources and discover potential readers to increase effects of reading activities of sustainability literacy. Taipei Public Library Beitou branch holds a series of reading activities to promote sustainability literacy by cross-field cooperation.

關鍵字：公共圖書館、永續素養、跨界合作

Keywords: Public library, Sustainability Literacy, Cross-field Cooperation

壹、前言

當代永續思潮蓬勃發展，1983 年聯合國大會成立「世界環境與發展委員會」(World Commission on Environment and Development, WCED)，關注環境保護與經濟發展相關議題，於 1987 年提出《我們共同的未來》(Our Common Future)，將永續發展 (Sustainability Development) 定義為「滿足當代所需，而不損及後代滿足其所需之發展模式」，其理念在於追求經濟、環境與社會三面向的均衡發展，受到普世認同(Cassen, 1987)。並在 1992 年地球高峰會 (The United Nations Conference on Environment and Development, UNCED) 得到共識，透過《21 世紀議程》(Agenda 21) 作為全球推動永續發展的行動方案，呼籲各國共同行動，追求人類永續發展。1996 年，臺灣成立「行政院國家永續發展委員會」，於 2004 年制定《臺灣 21 世紀議程-國家永續發展願景與策略綱領》，作為臺灣推動永續發展之基本策略及行動指導方針 (教育部, 2020)。

「永續素養 (Sustainability Literacy)」廣義來說是使個人能夠堅定致力於建設永續發展的未來，並協助為此做出明智和有效決策的一種知識、技能和思維方式 (United Nations, 2022)，永續素養的知識體系包括經濟、環境和社會永續性的相關知識 (Chen, An, Zheng & Guan, 2022)。而其養成屬於跨學科取向並需要探索多元主題與其間關係 (United Nations, 2019)。為落實永續臺灣的理念，提升民眾對永續發展的認識，培植「永續素養」至關重要。

公共圖書館為終身教育機構，亦為社區資訊中心，服務對象涵蓋所有社會成員，包括兒童、年輕人、成年人和老年人，應該在培植永續素養方面發揮領導作用 (Hauke, 2018)，藉以改變民眾的態度和習慣，以建立一個永續的社會 (International Federation of Library Associations and Institutions, 2018)。而透過跨界合作，能夠共同開發與運用資源，發展多元化服務，同時

觸及潛在讀者，深化服務內涵（屠淑敏、馮亞慧、李玲麗、粟慧，2015），相當符合永續素養的跨領域特質。

臺北市立圖書館北投分館響應時勢，基於「全球著眼、地方著手」，打造全臺第一座綠建築圖書館，近年來以「北投綠書房·四季閱讀鄉」為主題，運用「永續經濟」、「永續環境」及「永續社會」為架構，擬定「設計綠色閱讀九大主題」、「結合北投在地四季風情」及「探索社區資源整合運用」等策略，將「永續素養」融入閱讀推廣活動，跨界與專家或公私部門合作，持續推廣綠建築理念、結合綠色特藏與北投生態、實施環境教育、耕耘北投學主題活動，力求營造在地自然的閱讀基地，致力成為北投無圍牆博物館的永續知識中心，為愛書人傳遞永續生活理念。

貳、活動設計

北投分館於2006年以臺灣首座綠建築圖書館之姿重新啓用，吸引無數國內外人士前來參訪，除了建築深具特色，也典藏「綠建築」與「生態保育」等綠色館藏；另一方面，館舍所在地—北投，匯聚豐富的自然生態與歷史人文，是臺北市無圍牆博物館之一。擁有具備永續特色的館舍與館藏及得天獨厚的社區資源，北投分館試圖以永續發展三面向為架構，擬定三項推廣策略，跨界合作發展六種活動方案，以推廣永續素養。

一、活動架構

永續發展涵蓋「經濟」、「環境」及「社會」三面向，《臺灣21世紀議程—國家永續發展願景與策略綱領》將永續台灣架構為「永續經濟」、「永續環境」及「永續社會」，每個面向包含三至四個政策及十三至十五個策略，合計十大政策與四十二項策略（見圖1）（行政院國家永續發展委員會，2004）。為了推廣永續發展概念，北投分館參考上述架構，評估館內及社區的資源，以「永續經

濟」中的綠色經濟、「永續環境」中的自然保育及「永續社會」中的社區發展作為活動方案的主要內涵。

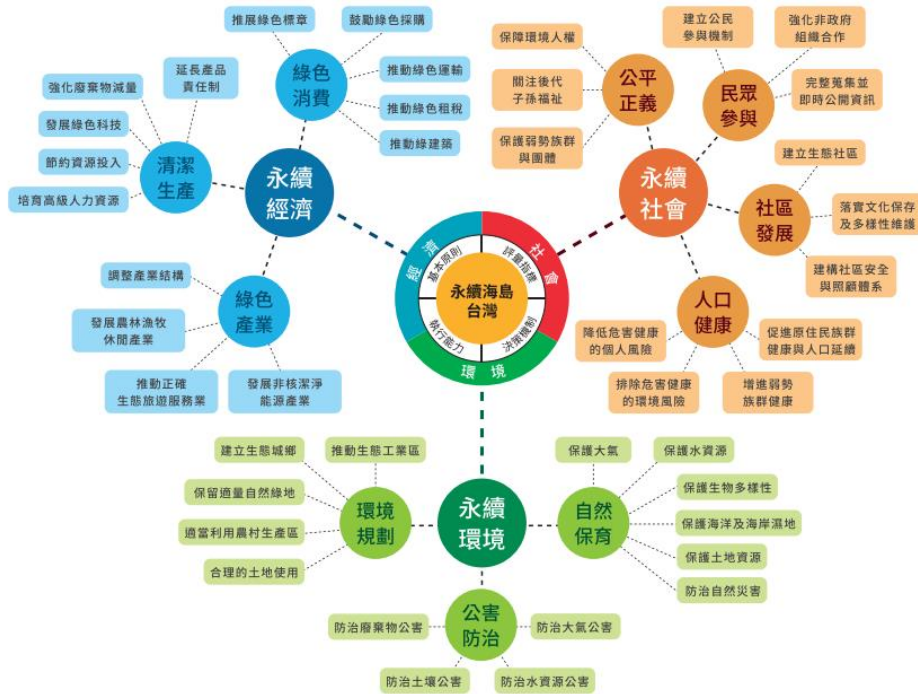


圖 1 臺灣 21 世紀議程國家永續發展願景與策略綱領架構圖

(一) 永續經濟

綠建築是指生態、節能、減廢、健康的建築（內政部建築研究所，民 108），北投分館館舍符合綠建築評估系統中的「生物多樣性」、「綠化量」、「基地保水」、「水資源」、「日常節能」、「二氧化碳減量」、「室內健康與環境」、「廢棄物減量」、「汙水與垃圾改善」等九大指標，獲得綠建築鑽石級標章證書，受內政部建築研究所選定為「綠建築示範基地」。持續辦理綠建築導覽及講座，積極推動綠建築，可有效降低環境衝擊負荷，達成永續經濟。

(二) 永續環境

事先防範的自然保育是重要環境政策，北投分館特色館藏的主題為「生

態保育」及「綠建築」，閱讀綠色館藏有助於啓蒙民眾對自然保育的認知，搭配環境議題的圖書與影片導讀，可進一步爲其深化環境意識，而透過環境教育則能增進其在保護環境的知識、技能、態度及價值觀，進而促使其採取行動，達成永續環境（「環境教育法」，民106）。

（三）永續社會

社區發展可以透過建立生態社區及落實文化保存等方式付諸實踐，北投分館所在社區-北投，擁有珍貴且迷人的生態與文化，在館內推廣社區特色、在社區中推廣圖書館資源、結合綠色館藏及社區生態，並與社區館舍串連合作，將有助於民眾從知性角度認識北投，達成永續社會。

二、活動策略

永續發展的範疇廣泛，爲使活動更爲系統及聚焦，北投分館擬定三項策略，結合綠色館藏、在地文化與社區資源，期待永續素養能落實於日常生活。

（一）設計綠色閱讀九大主題

臺北市立圖書館各分館基於分工典藏觀念及增進主題服務效能，發展分館館藏特色，北投分館的特色館藏爲「生態保育」。台達電子文教基金會致力於推廣綠建築教育，不定期贈送環境與綠建築相關圖書予北投分館，設置「綠建築」圖書專櫃。爲推廣「綠建築」與「生態保育」綠色館藏，北投分館以世界環保節日發想，設計綠色閱讀九大主題（見圖2）。



圖 2 綠色閱讀九大主題

(二) 結合北投在地四季風情

北投地區北倚陽明山國家公園，南臨關渡平原，擁有多種天然溫泉，名勝古蹟林立，涵容豐富獨特的社區文化；春日百花盛開，一年一度的陽明山花季與北投樂活節相繼舉行；夏日陽光炎炎，百年前的北投納涼會是最時髦的夏夜旅行，時至今日，此項傳統再度復興；秋日群鳥紛飛，重要候鳥棲息地關渡，接棒展開國際賞鳥博覽會，打造鳥與人相遇的重大盛宴；冬日磺氣迷朦，正是泡溫泉的好時節，臺北溫泉季熱鬧登場。北投分館以上述季節慶典設計「春聞芳」、「夏納涼」、「秋觀鳥」、「冬浸湯」等四季風情，融入閱讀推廣活動（見圖 3）。

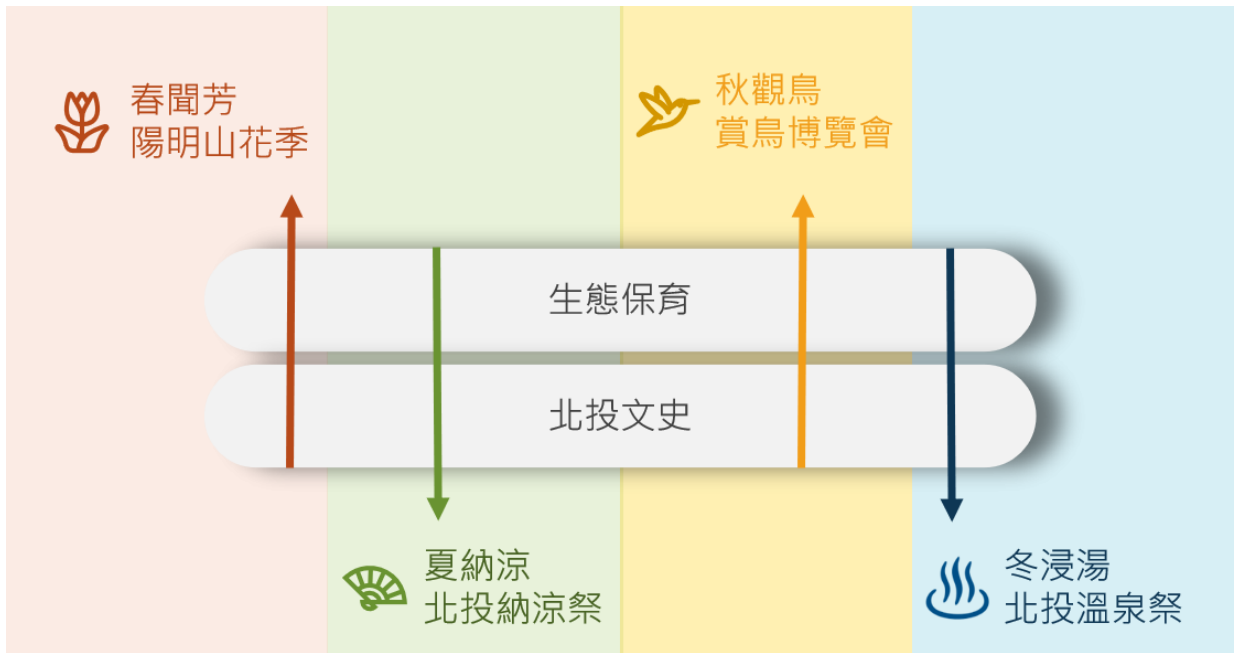


圖 3 北投在地四季風情

(三) 探索社區資源整合運用

社區資源的開發與運用係為拓展公共圖書館服務及營運的重要途徑，北投社區資源豐富，涵蓋自然資源、文史資源、產業資源、人力資源及機構資源等不一而足（見表 1）。

「無圍牆博物館」係臺北市政府重大政策，將臺北視為一座大博物館，以北投溫泉、大稻埕、城北廊帶、萬華艋舺及城南臺大等具有歷史意義的建築與街區重新盤點，以社區的方式呈現歷史面貌，展現在地及整體生活環境，落實「整個城市即為臺北人文生活場域」的理念（臺北市政府文化局，2019）。

其中，北投地區因為擁有溫泉文化、豐富生態與緊密的社區連結，被譽為最有溫度的小鎮。事實上，北投當地居民有強大的社區意識及組織，1994年即由其主動爭取保存北投溫泉公共浴場，並倡議「北投生活環境博物園區」（黃崇祐，2014），持續耕耘在地特色、凝聚社區共識，因而成為臺北市第

一個無圍牆博物館（臺北市政府，2021）。北投分館位於北投無圍牆博物館的核心，以公園中的綠書房自居，重點推廣「綠建築」及「生態保育」綠色館藏，積極與鄰近館所、學校、機關及社區團體合作，展示地方特藏、辦理社區走讀活動，將圖書館服務延伸至社區，提供貼近民眾需求之適性服務，並帶領其從知性的角度認識北投，冀能「取之於社區，用之於社區」，打造社區的永續知識中心。

表 1 北投社區資源盤點

資源類型	北投社區資源
自然資源	北投公園、大屯火山、關渡平原...
文化資源	天狗庵、北投普濟寺、溫泉博物館...
產業資源	溫泉、稻米、咖啡...
人力資源	館內志工、文史工作者、社區說書人...
機構資源	北投區公所、新北投車站、凱達格蘭文化館...

綜上所述，北投分館為推廣永續素養，以「永續發展」三面向作為架構，搭配「設計綠色閱讀九大主題」、「結合北投在地四季風情」、「探索社區資源整合運用」三項策略，發展出六種活動方案（見表 2）。

表 2 「北投綠書房·四季閱讀鄉」活動方案

「北投綠書房·四季閱讀鄉」活動方案	永續發展三面向	設計綠色閱讀九大主題	結合北投在地四季風情	探索社區資源整合運用
認識綠建築	永續經濟	●		
閱聽綠色館藏	永續環境	●		
體驗環境教育		●		
躍讀社區生態	永續社會	●		●
探索社區文史				●
遍遊無圍牆博物館		●	●	●

參、活動方案與跨界合作

「北投綠書房·四季閱讀鄉」六種活動方案涵蓋建築、環境教育、地方文史

等多元領域，透過跨界合作可強化活動內涵，亦可觸及不同領域的潛在讀者。

一、認識綠建築×跨界建築業

此方案旨在推動綠建築，屬於永續經濟面向，由設計綠色閱讀九大主題此一策略發展而成，方案內容包括長期提供綠建築導覽、不定期辦理體驗建築課程，並於「綠建築月」舉辦書展及講座。

北投分館與內政部建築研究所簽訂《綠建築示範基地合作協議》，由北投分館提供綠建築導覽，推廣綠建築理念與低碳節能生活教育，該所則規劃培訓課程，以利志工進修綠建築知識及參訪其他綠建築案例，強化相關知能，優化導覽服務（見圖 4）；北投分館綠建築由九典聯合建築師事務所（後稱九典）設計打造，為增進建築系學生瞭解臺灣綠建築設計的實際運用，雙方不定期合辦「體驗建築」課程，由九典建築師帶領學生，分享建築設計，導覽整體空間、基地環境及都市涵構，以提升學生的空間感及在地永續觀念（見圖 5）；對於想要深入認識綠建築原理的民眾，北投分館則邀請綠建築專家分享綠建築 4G 概念，向民眾宣導將陽光、空氣、水、綠適當地引入建築空間，以節能減碳、營造健康綠生活。



圖 4 導覽《綠建築-北投分館》



圖 5 課程《體驗建築》

二、閱聽綠色館藏×跨界永續推廣單位

此方案旨在倡導自然保育，屬於永續環境面向，由設計綠色閱讀九大主題此一策略發展而成，方案內容包括設置綠色館藏專櫃，並於特定主題月辦理書展，搭配館藏導讀。

北投分館特藏「綠建築」與「生態保育」主題圖書（見圖 6），除了定期採購及受台達電子文教基金會捐贈，也不定期向各政府機關（如玉山國家公園管理處等）索贈永續主題的政府出版品，一方面增加館藏豐富性，另一方面也提高政府出版品能見度。此外，與圖書創作者或環保團體跨界合作，導讀永續圖書或影片，講解館藏主題概念，鼓勵讀者關心環境議題與進一步付諸行動響應，以增進綠色館藏使用效益（見圖 7）。



圖 6 設置「綠色館藏」專櫃



圖 7 影片導讀《國際自然影展》

三、體驗環境教育×跨界環保團體

此方案亦為倡導自然保育，屬於永續環境面向，由設計綠色閱讀九大主題此一策略發展而成，方案內容包括於特定主題月辦理環境教育或環境議題的講座。

台灣海洋環境教育推廣協會致力創造人與海洋更友善的關係，與北投分館於「海洋月」合辦海洋環境教育，由講師導讀海洋主題繪本，接著帶領民眾觀察與觸碰海洋生物的實體模型與標本，藉以啟發其對海洋生物的興趣、瞭解生物多樣性的重要性、強化對日常環境問題的觀察、系統思考及推理批判，並建立對海洋

生態保護的行動力（見圖 8）。

北投垃圾焚化廠為臺北市重要環境公共設施，與北投分館於「氣候變遷月」合辦廢棄物處理環境教育，透過短劇與遊戲，讓民眾認識資源回收再製品、瞭解資源回收、垃圾處理的流程，進而培養其對廢棄物處理的正確觀念與良好習慣（見圖 9）。

此外，北投分館透過總館協助，於「動物月」與「綠色生活月」分別與動物教育學會及蕪蕪紙創合辦講座，前者透過各式各樣的動物玩偶推廣愛護動物及生態保育的理念，後者透過分享種子紙造紙過程及其取自自然、回歸自然的特性，傳達環境友善的重要性。



圖 8 環境教育《鯊魚面對面》



圖 9 環境教育《垃圾煉金術》

四、躍讀社區生態×跨界生態專家

此方案旨在促進社區發展，屬於永續社會面向，由設計綠色閱讀九大主題與探索社區資源整合運用等二項策略發展而成，北投生態資源豐富，近有北投公園，遠有陽明山群落、關渡平原至淡水河口，花、草、蟲、林無一不俱，此方案內容於特定主題月邀請講師導讀相關圖書，並帶領民眾走訪社區生態，導入讀萬卷書，行萬里路的理念。

策略規劃初期以北投公園為探索標的，北投分館邀請擁有鳥類專長的特有生物研究保育中心助理研究員柯智仁擔任講座，帶領民眾認識鳥類多樣性，並至公園觀察鳥類。彼時手機遊戲「寶可夢 (Pokemon GO)」風潮盛行，觀察活動便以該遊戲特性設計成「賞鳥大賽」，促使民眾經歷公民參與中關鍵的紀錄與分享過程，進而認識「公民科學家」實踐保育的概念（見圖 10）。

北投公園不僅可以觀察鳥類，也保留溫帶、亞熱帶及熱帶等多樣性的植物樣貌。北投分館接著便邀請擁有森林專長的投圓文化有限公司執行總監林智海擔任講座，帶領民眾認識樹木與綠建築的連結，並在公園中觀察與測量樹葉、樹幹、介紹臺灣森林現況以及可以為森林做的事；由於北投地區森林資源豐富，活動地點逐步向外擴張，而後帶領民眾至北投兒童樂園林蔭處及陽明山後山公園認識植物生態，再搭配插畫家張瓊文透過藝術創作讓讀者認識樹葉的脈絡及不同海拔的植物特性；接著又往大屯山區拓展，由林智海講座導讀森林主題繪本，帶領民眾探索挑炭百年古道，沿途解說動植物生態，行至大屯火山咖啡園，再由園長介紹古道與周邊生態，同時體驗咖啡苗種植活動（見圖 11）。

有了「鳥類」與「森林」主題的經驗，而後陸續加入其他主題計畫，以月為單位，依據主題推出書展與在地走讀，讓閱讀進擊為躍讀（見表 3）！

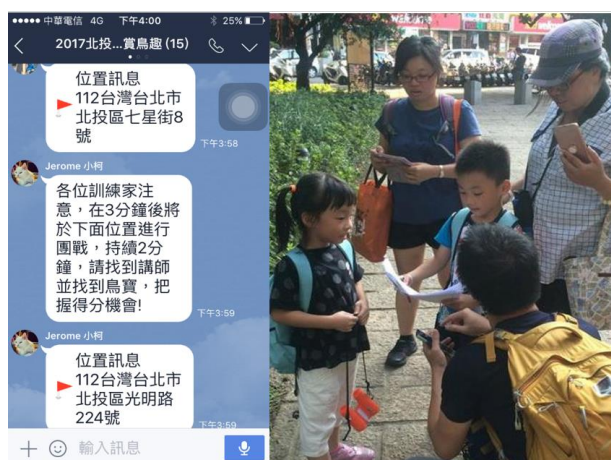


圖 10 生態躍讀《啾遊北投賞鳥趣》



圖 11 生態躍讀《草山好繪讀》

表 3 「躍讀社區生態」導讀圖書與社區生態

月份	主題	導讀圖書	走訪社區	生態體驗
2	濕地	《歡迎光臨溼地鳥餐廳》	關渡自然公園	1. 走訪關渡自然公園 2. 認識濕地的特性與種類
3	森林	《上山種下一棵樹》	大屯火山咖啡園	1. 走訪挑炭百年古道與火的意志-大屯火山咖啡園區 2. 種植咖啡苗
4	食農	《水稻田的一年》	關渡八仙六代園	1. 走訪關渡舊灌溉水道 2. 認識關渡農業及品米
5	昆蟲	《啊！蜻蜓》	貴子坑	1. 走訪貴子坑溪 2. 觀察蜻蜓特徵與差異
6	綠建築	《圖解日式榫接》 《北投，從前從前》	北投古蹟群	1. 走訪新北投地帶 2. 觀察古蹟木構造特色
7	海洋	《石滬股份有限公司》	淡水	1. 走訪淡水河出海口 2. 認識河口生態及漁業
8	綠色生活	《小班做飯糰》	快樂 18 市民農園	1. 走訪快樂 18 市民農園 2. 認識友善無毒耕作農法
9	氣候變遷	《東西的故事》	山城二手書店 減塑慢行無包裝商店	1. 走訪北投環境友善店家 2. 認識二手物品再生與無塑生活實踐
10	動物	《臺灣野鳥圖鑑》	北投公園 七星公園	1. 在北投公園實地觀察並體驗「賞鳥大賽」 2. 認識「公民科學家」保育實踐的概念

五、探索社區文史×跨界在地文史工作者

此方案亦為促進社區發展，屬於永續社會面向，由探索社區資源整合運用此一策略發展而成，方案內容包括設置北投學專櫃、辦理北投特色講座及社區走讀活動。

北投除了擁有令人稱羨的自然資源外，人文歷史也相當豐富，北投分館設置

「北投學」專櫃，蒐集保存北投文史相關出版品，包括由持續倡議社區發展建設的「社團法人台北市八頭里仁協會」贈送其編製的系列刊物「北投社」、北投主題圖書及「筆耕北投」研習作品。

爲了讓民眾細細品味北投文史，北投分館邀請北投文史工作者擔任講座，分享手繪在地地圖、北投老照片或是導覽北投文學步道，進而爲在地書寫（見圖 12）。另外也與北投區公所合作，辦理社區走讀，設計「生態」、「文化」、「古蹟」三條路線，搭配《與大自然捉迷藏》、《溫泉醫療概論》及《紙上明治村：消失的臺灣經典建築》等專書，帶領讀者從閱讀到踏查，走讀北投故事（見圖 13）。



圖 12 講座《老北投的紙上散步》



圖 13 躍讀北投《文化組》

六、遍遊無圍牆博物館×跨界在地場館

此方案由社區發展概念而來，屬於永續社會面向，由設計綠色閱讀九大主題、結合北投在地四季風情及探索社區資源整合運用等三項策略發展而成，方案內容包括於大型節慶或館際串連活動中，設置關卡並推廣當月綠色閱讀主題書展、與社區單位合辦北投特色展覽以及主辦大型節慶活動，串連地方館所。

北投在地活動豐富，一年四季均有節慶，北投分館爲北投無圍牆博物館的核心館所，爲響應社區，以「春聞芳」、「夏納涼」、「秋觀鳥」與「冬浸湯」四

種北投風情融入每季閱讀活動，除了書展、影展、講座與走讀等單元活動，亦參與館際合作，如搭配凱達格蘭文化館《2018 年秋收好蟹·原風北投—MAYASVI 鄒族戰祭》，至七星公園廣場設置電子書攤、搭配臺北市政府工務局《2019 年陽明山花季—牽手觀櫻》，以行動書車將森林館藏帶到遊客服務中心（見圖 14）、搭配北投區公所《2021 年北投樂活節無圍牆博物館大挑戰》、臺北市政府社會局《2021 年北投阮ㄟ社區好厝邊~逗陣來ㄟㄟ》與新北投車站《2022 年生日慶「與家共生 咱的故事」》設置活動關卡，並於臺北市政府文化局《2021 年白晝之夜》及臺北市政府觀光傳播局《臺北溫泉季》舉行期間延長開館。

2018 年更承接館際串連活動的主辦職責，舉辦《北投夏納涼·閱讀綠書房》系列活動，扣緊教育定位與綠建築及綠色館藏特色，將目標設定為生態教育推廣，辦理為期三個月動靜兼具的活動，邀請北投國中直笛隊於活動開幕式演出，並串連新北投車站、北投公民會館與凱達格蘭文化館辦理闖關活動，讓民眾藉此認識社區（見圖 15）。

此外，歷年來亦與數社區單位合辦各式展覽，如與臺北市立北投國民中學合辦《綠建築中的紙蝴蝶-藏書票特展》、與北投文物館合辦《看見北投-攝影比賽得獎作品巡迴展》及與臺北市政府文化局合辦《『北投·北投』北投生態博物園區特展》等，以北投分館為展場，將社區成果設於館內各角落，讓民眾到館閱讀時，也能巧遇社區智慧（見圖 16-17）。



圖 14 設置行動書車展於《2019 年陽明山花季- 牽手觀櫻》



圖 15 夏季館際串連活動《北投夏納涼·閱讀綠書房》



圖 16 藏書票展《綠建築中的紙蝴蝶》



圖 17 成果展《『北投·北投』北投生態博物園區特展》

綜而言之，「北投綠書房·四季閱讀鄉」六種活動方案以館內及社區的資源為核心，跨界結合多元領域的專家及公私部門，期望藉由一系列單向到雙向、館內到館外的閱讀活動，強化永續素養的推廣效益（見表 4）。

表 4 「北投綠書房·四季閱讀鄉」系列活動跨界合作單位

活動方案	活動名稱	合作單位
認識綠建築	導覽《綠建築-北投分館》	內政部建築研究所
	課程《體驗建築》	九典聯合建築師事務所

	講座《認識綠建築》	陳海曙教授 (中國科技大學建築系)
閱聽綠色館藏	設置「綠色館藏」專櫃	台達電子文教基金會 其他政府單位
	圖書導讀《歡迎光臨溼地烏餐廳》	黃玉玲(作者)
	圖書導讀《臺灣植物的世界之旅》	黃瀚峯(繪者)
	影片導讀《國際自然影展》	台灣野望自然傳播學社
	影片導讀《荒野台北。地球》	荒野保護協會
	影片導讀《還島》	台灣海洋環境教育推廣協會
體驗環境教育	環境教育《鯊魚面對面》 環境教育《珊瑚·印象》	台灣海洋環境教育推廣協會
	環境教育《垃圾煉金術》	北投垃圾焚化廠
	講座《動物平權·友善城市》 講座《浪愛回家》	動動教育學會
	講座《親子種子球盆栽》	蕪蕪紙創
躍讀社區生態	生態躍讀《啾遊北投賞鳥趣》	柯智仁 (特有生物研究保育中心助理研究員)
	生態躍讀《森生不息》 生態躍讀《古道與咖啡》	林智海 (投圓文化有限公司執行總監、環境教育人員)
	生態躍讀《印象春北投》 生態躍讀《草山好繪讀》	林智海 張瓊文(插畫家)
探索社區文史	設置「北投學」專櫃	台北市八頭里仁協會
	講座《老北投的紙上散步》	虹燁文史工作室
	躍讀北投《生態、文化、古蹟》	北投說書人
遍遊無圍牆博物館	夏季館際串連活動《北投夏納涼·閱讀綠書房》	北投國中 新北投車站 北投公民會館

		凱達格蘭文化館
	藏書票展《綠建築中的紙蝴蝶》	臺北市立北投國民中學
	攝影展《看見北投》	北投文物館
	成果展《『北投·北投』北投生態博物園區特展》	臺北市文化局
	設置電子書展於《2018 年秋收好蟹·原風北投—MAYASVI 鄒族戰祭》	凱達格蘭文化館
	設置行動書車展於《2019 年陽明山花季- 牽手觀櫻》	臺北市工務局公園路燈工程管理處陽明山公園管理所
	設置關卡於《2021 年北投樂活節無圍牆博物館大挑戰》	臺北市北投區公所
	設置集章站於《2021 年北投阮入社區好厝邊~逗陣來迺迺》	臺北市政府社會局
	延長開館於《2021 年白晝之夜》	臺北市政府文化局
	設置關卡於《2022 年新北投車站生日慶「與家共生 咱的故事」》	新北投車站
	延長開館於《臺北溫泉季》	臺北市政府觀光傳播局

陸、結語

全球環境變遷，培植永續素養刻不容緩。「北投綠書房·四季閱讀鄉」系列活動以永續三面向及推廣三策略規劃六種活動方案，跨界辦理多元閱讀活動，邀請讀者與知識、環境、社群相遇及對話。

永續素養的培植需要長期發展，「北投綠書房·四季閱讀鄉」系列活動目前多以喚起民眾對永續發展的意識，未來將逐步設計更多促進民眾行動的方案，期待將永續的認知、情意與行動環環相扣，連結閱讀與永續生活，打造社區願景，讓圖書館成為在地的綠色知識方舟，朝永續航道前進。

參考文獻

- Cassen, R. H. (1987). *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*. London, Oxford : Oxford Univ. Press.
- Chen, C. F., An, Q., Zheng, L. J. & Guan, C. G. (2022). Sustainability Literacy: Assessment of Knowingness, Attitude and Behavior Regarding Sustainable Development among Students in China. *Sustainability*, 14 (9), 4886. doi: 10.3390/su14094886
- Hauke (2018). *From Information Literacy to Green Literacy: Training Librarians as Trainers for Sustainability Literacy*. <http://library.ifla.org/id/eprint/2147>
- International Federation of Library Associations and Institutions(2018). *Exemplars, Educators, Enablers: Libraries and Sustainability*. https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/environmental-sustainability-and-libraries/documents/exemplars_educators_enablers.pdf
- United Nations (2019). *Raising & mapping awareness of the global goals. 2019 UPDATE Report from Sulitest, Tangible implementation of the HESI & Contributor to the review of the 2030 Agenda*. New York City: United Nations Headquarters.
- United Nations (2022, online). *Raising awareness and assessing sustainability literacy on SDG 7*. Retrieved from <https://sustainabledevelopment.un.org/sdinaction/hesi/literacy>
- 內政部建築研究所 (民 108)。綠建築評估手冊-基本型，內政部建築研究所。
- 行政院國家永續發展委員會 (2004)。臺灣 21 世紀議程-國家永續發展願景與策略綱領，未出版。
- 屠淑敏、馮亞慧、李玲麗、粟慧 (2015)。互聯網思維視野下的公共圖書館跨界服務思考。圖書與情報，1，125-131。
- 教育部 (2020)。永續發展目標 (SDGs) 教育手冊-臺灣指南。臺北市：教育

部。

黃崇祐（2014）。明日北投的想像。取自

<https://tw.appledaily.com/forum/20140708/7BDEFKESIE6374P6TNHKGCLMEU/>

。

臺北市政府（2021）。5+3「無圍牆博物館」，體會臺北流動的過去、現在、未來。取自 <https://www->

[ws.gov.taipei/001/Upload/430/re1file/37525/8035240/09603dc2-5ec9-4f1d-8200-2a3a7b361cda.pdf](https://www-)。

臺北市政府文化局（2019）。故事在你身邊流動—臺北五大城市博物館。文化快遞，233，10-13。

環境教育法（民國 106 年 11 月 29 日）。

臺北市立圖書館館訊

Published by the Taipei Public Library

半年刊
36 卷 3 期

出版機關：臺北市立圖書館

發行人：洪哲義

編輯委員：林佳穎·袁大鈺·王秋閔·謝宜瑾·賴雅柔

執行編輯：詹心為

封面(底)設計：陳柔安

著作權管理資訊：第三者轉載本刊內容，須取得作者同意，並註
明原載本刊卷期、頁數。

地址：臺北市大安區建國南路 2 段 125 號

網址：<https://tpml.gov.tapei/>

電話：(02) 2755-2823

傳真：(02) 2703-3545

臺北市民當家熱線：1999 (外縣市 02-27208889)

中華民國 111 年 6 月 15 日出版

中華民國 72 年 6 月 20 日創刊

