馬來西亞臺灣中文書籍與臺灣文化 知識的傳播——以大眾書局為研究 個案（1984-2014）

廖 冰 凌*

摘 要

書局、出版社作為文學場域和文化傳播的構成要素之一，觀察和分析歷史悠久的書局／出版社之營運模式和出版活動，是協助了解文學場域、文化傳播何以形成、如何變遷的重要視角。本文以目前馬來西亞最大的華文書局兼出版公司——大眾書局為出發，探看其在推介和傳播臺灣文化知識活動中所扮演的「媒介」角色。本文嘗試收集和統計馬來西亞大眾書局自1984年設立以來的每月暢銷書目，進行歸納分析。研究顯示，以大眾書局為考察對象所得出的中文書籍營銷狀況，反映出臺灣文學與大眾文化知識在馬來西亞的傳播廣泛，其中純文藝與言情小說的減少，勵志小品文的突出尤其顯示讀者的文學審美品味和價值選擇，同時亦透露民眾精神自救的普遍需求。

關鍵詞：馬來西亞、大眾書局、華文書籍、臺版書籍、知識傳播

2015.07.20 收稿，2016.01.22 通過刊登，2016.02.04 修訂稿收件。

* 馬來西亞拉曼大學中文系副教授

一、前言

書局、出版社屬於文化傳播的構成要素之一，書局／書店是書籍交易行為發生的場所，是銷售書籍的機構，而出版社是生產書籍的機構，兩者皆是書籍傳播的社會組織，使人類創造的符號得以記錄、保存、複製、流傳，並形成人與社會文化的互動關係。¹觀察和分析歷史悠久的書局／出版社之營運模式和出版活動，有助於了解文學場域與文化傳播何以形成、如何變遷。

在東南亞地區，馬來西亞是目前華人公民最多者，約 6,500,000 華人人人口，佔全國人口比例 24.6%，也是中國、香港、臺灣、澳門地區以外的一大中文圖書市場。²儘管馬來西亞華人公民因為歷史條件和多源流教育背景等因素，而非全都具備中文閱讀能力，但相較起東南亞各地的中文書籍（特別是臺版書籍）之傳播情況，馬來西亞的中文圖書市場有其一定的參考意義。³

書籍的產生具備記錄、保存和傳播的社會功能，而書籍傳播的形式是由媒介、受眾和傳播渠道等因素構成的，具體表現為社會成員的讀書現象，即各類成員通過不同管道得到他們需要的書，如：圖書館、互聯網、

¹ 詳見吉少甫，《中國出版簡史》（上海：學林出版社，1991），頁 50、倉理新《書籍傳播與社會發展——出版產業的文化社會學研究》（北京：首都師範大學，2007），頁 129。

² 馬來西亞種族人口統計資料來源檢索自馬來西亞國家統計局文獻：檢索自“Population Distribution and Basic Demographic Characteristic Report 2010,” https://www.statistics.gov.my/index.php?r=column/cthem&menu_id=L0pheU43NWJwRWVSZklWdzQ4TlhUUT09&bul_id=MDMxdHZjWtk1SjFzTzNkRXYzcVZjdz09. (2015.06.28 徵引)

³ 根據統計，1976-1980 年出生隊列中，華族就學率達 99.2%（見鄭乃平，〈馬來西亞華人人口趨勢與人力資本〉，文平強主編，《馬來西亞華人與國族建構：從獨立前到獨立後五十年（上冊）》（吉隆坡：華社研究中心，2009），頁 283）；又據 2013 年馬來西亞華校教師會總會的統計，全國 1288 所華小學生人數為 578,161 人，見〈截至 2013 年 1 月 31 日華小學生人數和班級統計數據〉，http://web.jiaozong.org.my/index.php?option=com_content&task=view&id=1789&Itemid=253（2015.12.12 徵引）；全國 78 所可以選修母語課的國民型中學，根據當中 65 所回應統計所得的華族學生人數為 97,479 人，引自《2010 年國民型中學華文班概況》，http://web.jiaozong.org.my/doc/2010/rnr/2010smjk_survey.pdf（2015.12.12 徵引）；以及全國 60 間華文獨立中學於 2015 年的學生人數超過八萬人，可見莊俊隆，〈華文獨中學人數逾八萬 抱持樂觀及謹慎態度〉，《馬來西亞華校董事聯合會總會》，<http://www.dongzong.my/detail-declare.php?id=457>（2015.12.12 徵引），從以上有關馬來西亞華文教育的概況進行年度預測和積累推算，可粗略勾勒當地中文讀者的數量。當然，預估市場將受消費者意願、閱讀興趣和購買能力等綜合因素影響。

書店／書局。⁴在馬來西亞，華文書局的發展歷史雖久，但卻因種種主客觀的因素而難以伸展，其中幾間老字號書局如商務、上海（前年結束門市營業，併入商務書局）、學林、新欣、友誼、大將、大眾等尤為珍貴。但這當中如：商務上海、學林、友誼等，主要銷售大陸書籍，及代售少量本土出版品。另有出版社如：有人、大將、彩虹、嘉陽、紅蜻蜓、馬來亞文化等，主攻本土作家作品或少兒讀物、教材課本等；而臺灣出版集團城邦在吉隆坡所設的分公司則主要代理臺灣雜誌和書籍。這些出版社除了社址兼作門市書店外，幾乎沒有自己的專屬書店，故相對難以反映臺版書籍在馬來西亞書局的傳播情況。唯設立於 1984 年的大眾書局是目前連鎖門市最多、分布地區最廣的華資書店，全馬來西亞共有 86 間門市。⁵除了設有中文部或中文書籍專櫃銷售中文書籍，大眾書局同時也扮演編輯、發行和出版的角色，擁有自己的編輯團隊和出版機制，長時期發行和出版多元品種的書籍。

如此，本文擬以馬來西亞大眾書局為研究對象，從其 1984 年成立迄今，探看該書局兼出版社對臺灣書籍和文化知識的傳播情況，及所可能發揮的角色功能。由於大眾集團無法提供 1984 年以來華文書籍營銷的完整數據，本文將以暢銷書為根據，統計大眾書局近二十年來的港臺版書籍，歸納並分析其內容主題之知識性質。⁶暢銷書指銷量超過一般的圖書或銷售居頭等的書，也即是銷量大、銷售快的書。一般而言，其讀者面較廣，內容也較能吸引人。得以榮昇暢銷書排行榜的港臺版書，在銷量上顯示其擁有廣大受眾，也最直接反映消費者或讀者對臺版書籍的接受度。本文嘗試藉此管窺大眾書局對臺版書籍的銷售與傳播現況。

⁴ 倉理新，《書籍傳播與社會發展——出版產業的文化社會學研究》，頁 4-13。

⁵ 大眾書局，〈關於大眾〉，《大眾書局》，<https://www.popular.com.my/cn/aboutus.php>（2015.12.12 徵引）。除了四間設於吉隆坡巴生谷、檳城和柔佛新山市的旗艦店外，其餘廣佈東馬和西馬各州市。

⁶ 本文數據乃分別根據《亞洲週刊》每期的熱門文化指標中由馬來西亞大眾書局提供的十大暢銷書目，以及大眾集團內部自編的《大眾資訊 Popular News》雙月刊內的暢銷書目進行統計而得。由於《亞洲週刊》的熱門文化指標始於 1993 年，故統計時限為 1993 年至 2014 年。因大眾集團無法提供詳細的臺灣書籍營售數據，而馬來西亞出版業界或國家統計局又未對 80 年代的中文書籍進行統計，故大眾書局首十年的臺灣書籍之銷售情況，乃取自大眾書局中文部採購部主任周強生先生的訪談內容。這點也是本研究的困難與不足之處。在此特別感謝馬來西亞大眾書局中文採購部主任周強生先生撥冗接受訪問，並提供多項寶貴資料作研究參考。2014 年 4 月 24 日，上午 10:00 至下午 12:30，地點：馬來西亞星洲日報吉隆坡總辦事處。

二、大眾書局的成立與發展歷程⁷

追溯大眾書局的發展，歷史相當悠久。其前身為正興公司，1924年由周星衢成立於新加坡，1935年併入於1934年成立的世界書局。而第一間的大眾書局（以下為行文簡潔，將視脈絡所需，逕稱「大眾」）則設立於1936年。從戰前到戰後、從冷戰時期到結束，如今成為上市集團的大眾，可說是參與並見證新馬華文出版業的歷史。大眾亦分別於1949年和1950年在香港成立世界出版社和教育出版社，為當時的新加坡、馬來亞和香港市場出版雜誌、華文書籍、教科書。進入90年代，大眾繼續於中、港、臺、澳等地成立辦事處，設置出版社，足見其與亞洲中文書籍出版事業的互動頻密，影響深遠。

1997年，大眾控股有限公司（Popular Holdings Limited）在新加坡證券交易所掛牌上市，成為一區域性綜合型多媒體集團，其主要業務包括零售與分銷、出版與內容創作，以及電子教學三大部份，亦涉獵房地產開發事業。這些業務可說是大眾集團傳播文化知識，建立文化場域的三大管道。

（一）零售和分銷。大眾書局以售賣文具起家，後發展成經營品種多元的書局。目前，大眾集團分別在新、馬、中、港、臺、澳、加拿大及英國等地設有129間大眾書局。⁸大眾書局的零售與分銷業務佔大眾集團總營業額的七成以上，英語和華語圖書所佔比重很大。在華文圖書經銷方面，大眾目前是中國大陸和臺灣最大的華文圖書單一進口機構。近十年來，大眾書局致力於將亞洲地區主要的中文出版市場串連，以買斷版權、獨家代理、簡繁轉換等方式，使書籍分別在五地（新、馬、中、港、臺）同步上市，建立分銷網絡，強化市場優勢。此外，大眾每年在新、馬舉辦大型書展，為兩地年度重要的華文書展。

（二）出版與內容創作。由於大眾集團旗下設有12家出版社／公司，分佈在新加坡、馬來西亞、中國、香港、臺灣、英國和加拿大，出版項目

⁷ 有關大眾集團的歷史主要綜合整理自以下資料：《大眾集團》網頁 www.popularworld.com/en（2014.5.12 徵引）、韓山元、王虹、曹蓉編，《詩書滋味長——大眾集團八十五週年特刊》（新加坡：大眾控股有限公司，2009）、王虹編，《歲月如書——大眾集團八十五週年特刊》（新加坡：大眾控販有限公司，2009）、田天，〈大眾控股有限公司〉，<http://app.dajianet.com/print.php?contentid=154474&validated=true>（2014.05.12 徵引）。

⁸ 田天，〈大眾控股有限公司〉（2014.05.12 徵引）。

包括小學和幼教教材、英語教材、小學和初中教輔、大眾類圖書（如：食譜、醫療保健及兒童教育類書籍）等等。這些出版社的出版重點各有專攻，例如香港金培企業有限公司（Kam Pui Enterprises Ltd.）旗下三間出版社，世界出版社（World Publishing Co.）主力出版青少年兒童圖書和知識進修類書籍；海濱圖書公司（Seashore Publishing Co.）主力出版食譜、家庭教育及成人消閑圖書；宇宙出版社（Universe Publishing Co.）則主攻星相及命理等書籍。又如：諾文文化事業私人有限公司（Novum）推出自己的出版品牌「童閱坊」和「眾閱堂」，專注於代理和出版少兒讀物及生活休閒書，將繁體版的臺灣書改版後引入新加坡和馬來西亞市場，至今已代理近 1,300 種圖書。⁹自 1926 年正興公司出版《華僑必讀：巫來油通話》始，隨後世界書局／世界出版社的成立，到戰後的聯營出版社、香港的教育出版社、乃至 90 年代於澳門設立教育社、2000 年後在臺灣設立大眾優童，大眾集團持續為亞洲華人圖書市場供應教育書籍，包括教科書、青少年兒童課外讀物、中小學輔佐教材、工具書、教育心理學類等出版品。

除了教育類書籍，大眾旗下的部份書局也出版文學書刊，當中最重要的應屬世界書局。先後於 1934 年和 1949 年在新加坡和香港成立的世界書局，不僅出版教科書，同時特別注重現代文學、南洋文學的作品出版。例如：60 年代著名的《中國現代文選叢書》（62 本，1961）、《南洋文藝》期刊（1961 年創刊）、《中國新文學大系續編》（1968），以及馬華文壇著名的民間學者方修主編的一系列文學和史料著作。值得一提的是，香港世界書局於冷戰時期成為華文書籍通往東南亞的重要樞紐，不少新、馬作家的作品是由香港世界書局所出版發行的。¹⁰

（三）電子教學。大眾集團的第三項業務是多媒體與信息化教學研發，即是將傳統教材演變成互動電子教材，並進行網上遠程教學與在線學習。大眾在過往傳統的紙本教科書和教材制作出版基礎上，結合數碼時代的新科技，提供適應不斷演變的資訊環境。大眾研發的教材在香港最受肯定。不僅獲得政府的認可和採用，同時也與中國廣東省一帶的教育機構合作，在中國大陸推出相關產品。電子教學業務在臺灣亦有所發展。1998

⁹ 王虹編，《歲月如書——大眾集團八十五週年特刊副刊》，頁 26。

¹⁰ 例如：溫梓川的《郁達夫南遊記》（香港：世界出版社，1956）、《夫妻夜話》（香港海濱書屋，1957）、于沫我的《穀種》（香港：世界書局，1960）、曾希邦的《黑白集》（香港世界書局，1957）、鄭子瑜的《門外文談》（香港：世界書局，1957），等等。

年，大眾書局在臺灣設立採購辦事處。2002年，大眾雨晨實業股份有限公司在臺灣成立，代理各類雜誌，同時也是大眾在東亞地區重要的書籍中轉站。同年，大眾電子教學在臺灣設立分公司。2003年，大眾優童股份有限公司成立，主要業務為出版及分銷教育書籍。2004年3月，大眾電子教學臺灣分公司與數位學習科技股份有限公司合作推出「易學堂教育學苑」補習班加盟系統，將電子教學與傳統教學的優點結合，並配之以大眾本身的圖書資源和教學研發團隊的實際教學經驗。多元化的加盟項目包括：幼童專業語課程、幼童數學課程、電腦課程和安親課程等。另外也引進「九年一貫題庫」、「兒童英檢動畫題庫」、「兒童數學動畫題庫」等線上測驗系統，以完整化電子教學的模式。¹¹

以上三項主要業務，同時也是三種輸送管道，相輔相成，維持和開拓大眾集團的營運活動。在以上各項業務活動中，大眾書局對臺灣文化知識的傳播功能是明顯的，而且也是目前的重要特色與趨勢。

接下來，本文將針對馬來西亞大眾書局自開設迄今的營售狀況進行分析，以便勾勒出臺灣出版品在其中的份量，所傾向的知識傳播類型，以及當中所可能反映出來且值得思考的問題。

三、(馬來西亞) 大眾書局中文書籍的營銷概況

馬來西亞的首間大眾書局設立於1984年，三十年內，增至87間，分佈於國內各州市。所經營的書籍品種包括中文圖書、英文圖書、教材教輔、文具用品、音像制品、多媒體產品和電子教學產品。中文部售有來自馬來西亞本土、新加坡、中國、臺灣、香港等地的書刊。在八、九十年代，留臺風氣鼎盛，加上港劇、臺劇的影響，港臺版書（不論正版或盜版）的市場相當驚人。然而，到了90年代中期，港版書的輸入和銷量遠不及臺版書，而新、馬出版品和大陸書籍亦逐步爭取本地市場。

大眾書局經銷的中文書類繁多，含科普、教育、經貿、文學、社會文化等等，臺灣出版品一直都佔書局中文書總銷售來源的四成左右。根據中文採購部所提供的近年數據顯示，2011年的臺版書銷售佔總比例的42%，而2012年所佔比例為43%。其中，文學類售量佔總中文書比例的11%，童書佔2%，兩者加起來佔營銷的三至四成。在這當中，6%為臺灣出版品或與臺灣有關。

¹¹ 不著撰人，〈大眾電子教學臺灣分公司〉，《大眾集團八十週年紀念特刊》（新加坡：新加坡大眾控股有限公司，2004），頁11。

大眾書局中文部採購經理周強生先生曾為文分析臺灣書受讀者歡迎的原因，認為與馬來西亞華人多年來堅持華文教育有關。基礎教育的媒介語運用使一般華人維持一定的中文語文能力，加上坊間報刊雜誌簡、繁體皆有甚至並用，因此華人讀者普遍上都能閱讀簡、繁體字。而臺灣書的制作精美、內容豐富多元，符合大眾的知識需求，故多年來一直擁有穩定的讀者群。¹²

實際上，簡、繁體字在馬來西亞華文書市的問題不大，因為讀者並不需要調整自己的學習來適應之，而是書局本身會自動將繁體出版品轉換成簡體字，以符合當地年輕一代的華文讀者。大眾書局在亞洲地區的中文出版市場，多以買斷版權、獨家代理和簡繁轉換的方式推出。所以絕大部份由台灣出版社出版的保健類、育兒類、輕小說及勵志小品，皆由大眾書局或其子公司買下版權，再以簡體字橫排重印後推出面市。當然，有小部份嚴肅文學、理論或特殊專業書籍等例外。可能是基於這類書籍的採購者屬於小量，故書局並未作出全面轉換和重印簡體版的投資。因此，大眾書局零售的臺版書中，有很多是經過改版處理，以簡體字方式與馬來西亞讀者見面的。新生代（嚴格說是 80 後）中少有識得繁體者的情況固然存在，但並不影響他們閱讀簡體版臺灣書。

此外，大眾書局臺版書的消費者年齡群分布甚廣，並不限於 30 歲以下的讀者。¹³就近三十年的情況而言，讀者群中有能力或有需要購買保健類、心理勵志性質書籍者，以青、中、老年人為主，這些中文讀者在其中小學階段所接受的教育仍採用繁體字，或處於簡繁並用的文化環境。

誠如周強生所言，臺版書籍之所以受馬來西亞讀者歡迎，更重要的原因是其製作精美、內容豐富、符合大眾的知識需求。

筆者通過《亞洲週刊》每期的熱門文化指標收集並統計由馬來西亞大眾書局提供的十大暢銷書目，以及大眾集團內部自編的《大眾資訊 Popular News》雙月刊內的暢銷書目，得出以下結果。¹⁴

¹² 周強生，〈新馬實體書店經營淺談〉，《大眾資訊》第 86 期（2013），頁 8-11。

¹³ 馬來西亞教育部於 1980 年代開始推行 3M 制度，在陸續幾年間於全國國民型華文小學實行簡體字與漢語拼音教學，所有課本改用簡體字課本，後來延伸至國民型中學和華文獨立中學。雖然坊間報紙雜誌多簡繁並用，但 80 年代出生的年輕一輩，大多比較適應簡體字的閱讀。

¹⁴ 表格資料出處皆引自《亞洲週刊》，後文不另作註明。

表一：港、臺版暢銷書年度登榜數量

年份	港版暢銷書數量	臺版暢銷書數量
1994	27	27
1995	24	33
1996	8	31
1997	5	42
1998	2	51
1999	2	49
2000	3	37
2001	2	31
2002	2	54
2003	5	83
2004	10	87
2005	1	104
2006	2	91
2007	2	79
2008	1	87
2009	1	111
2010	1	95
2011	0	54
2012	3	109
2013	3	118
總數	104	1373

港版書：1996 年以前，港版暢銷書平均每年約有 25 本，佔大眾書局中文暢銷書的 4.5 成。分類主要含文學（作家如：黃霑、鍾曉陽、廖鳳明、梁鳳儀、亦舒、林燕妮、蔡瀾、李碧華、冷夏等）、財經管理（古鎮煌、董恒宇、梁鳳儀、祖夫、錢可通、邱永漢、黃雲等）、社會（潘綺雯、李英豪、謝家安等）、風水命理（王亭之等）和醫療保健知識（馬駿、嚴浩、陳浩恩、〔馬〕詹瑞蘭等）。1996 年始，港版書每年平均以個位數登榜，過去 18 年間平均開來的年度上榜港版書僅有 3 本。¹⁵入榜者多是資深作家如亦舒、

¹⁵ 港版書登上排行榜的佳績為何自 1996 始急轉直下，根據筆者參閱香港和臺灣書業史方面的資料，初步的推測可能與臺灣於八十年代解嚴，兩岸對話後，出版業崛起有關。據香港出版界權威人士陳萬雄先生所言，97 香港回歸中國及亞洲金融風暴雖然對香港社會帶來重大打擊，但對書業界的影響倒不算嚴重。反而是八十年代後期臺灣書業界的蓬勃發展，以及九十年代中國大陸書籍的民營化熱潮，才是香港書業

蔡瀾等人的作品，新進作家只有黃易、深雪等入榜，另外入榜的則是港星傳記。港版財經管理及醫療保健知識類書籍亦為臺灣出版品取代。

表二：1994 年 10 月份暢銷書排行榜

	作者／譯者	書名
1.	[港]錢可通	細價股投資要訣（香港出版集團有限公司）
2.	新加坡《聯合早報》編	李光耀 40 年政論選
3.	劉墉	離合悲歡總是緣（水雲齋文化事業有限公司）
4.	[港]李英豪	錢幣珍藏（臺北藝術圖書出版）
5.	[港]邱永漢	邱永漢生意入門（香港博益）
6.	Michael Michalko 著，[臺]羅若蘋譯	創意思考玩具庫（方智）
7.	[港]林燕妮	林燕妮開心健美談（香港博益）
8.	劉墉	作個飛翔的美夢（水雲齋文化事業有限公司）
9.	[港]廖鳳明	窗外有藍天（次文化堂）
10.	高揚	千年秘咒再公開（方智）

表三：1995 年 4 月份暢銷書排行榜

	作者／譯者	書名
1.	林清玄	三心（皇冠文化）
2.	[港]蔡瀾	給亦舒的信（香港天地圖書）
3.	[港]李碧華	潑墨（香港天地圖書）
4.	張愛玲	對照記——看老照相簿（皇冠）
5.	大島淳一著，蘇俊次譯	心想事成（臺北世茂）
6.	傑瑞·康倫著，殷于譯	因父之名（香港皇冠）
7.	[港]陳浩恩	水晶治療（香港出版集團）
8.	[港]錢可通	個人理財攻防戰（香港出版集團）
9.	蘇童	十一擊（臺北麥田）
10.	愛薇	告別青澀（南馬文藝研究會）

臺版書：在 1996 年以前，平均每年 30 本書上榜，平均每月暢銷書排行榜上會出現 5 至 6 本臺版書；1996 年始銷量持續上揚，2006 年迅速倍增，

出版所面臨的真正考驗（見魏曉薇，〈訪陳萬雄：香港書業強在「感覺優勢」〉，《中國新聞出版網》，<http://www.dajianet.com/world/2009/0303/95124.shtml>（2015.03.23 徵引）。馬來西亞的進口書商可能是因此而多了書源選擇，加上匯率及價格考量，故在九十年代末減少進口香港書籍。有關香港出版品在馬來西亞的營售情況，詳細論證仍待另作專論。

顛峰期更是連週連月稱霸排行榜，平均每年至少 72 本臺版書上榜。自此臺版書不再與港版書平分席位，而是穩居中文暢銷書之冠。

表四：1999 年 4 月份暢銷書排行榜

	作者／譯者	書名
1.	丹尼爾·高曼著，李瑞玲等譯	EQ II：工作 EQ
2.	鄭石岩	隨緣成長
3.	張曼娟	喜歡
4.	鄭石岩	換個想法更好——把握變動調適，開拓成功人生
5.	劉墉	做個快樂的讀書人
6.	歐陽林	少年醫生天才事件簿
7.	理察·卡爾森，朱衣譯	別為小事抓狂（2）——快活人生 100 招
8.	戴晨志	男女溝通高手
9.	傑克·坎蕘爾、馬克·韓森等編著，林平凡譯	心靈雞湯（4）
10.	歐陽林	醫院哈燒站

表五：1998 年 4 月份暢銷書排行榜

	作者／譯者	書名
1.	邁可·卓思寧著，杜默譯	聖經密碼
2.	劉墉、劉軒	創造雙贏的溝通
3.	彼得·杜拉克著，周文祥、慕心等譯	巨變時代的管理
4.	劉墉	攀上心中的巔峰
5.	保羅·科賀，許耀雲譯	我坐在琵卓河畔，哭泣
6.	尚-多明尼克著，邱瑞鑾譯	潛水鐘與蝴蝶
7.	余秋雨	余秋雨臺灣演講
8.	喬斯汀·賈德著，張琰、賴惠辛譯	依麗莎白的秘密
9.	吳淡如	自戀比自卑好
10.	傑克·坎蕘爾、馬克·韓森等編著，郭苑玲譯	心靈雞湯：關於工作

表六：1997 年 8 月份暢銷書排行榜

	作者／譯者	書名
1.	索甲仁波切著，黃朝譯	生死無懼
2.	丹尼爾·高曼著，張美慧譯	EQ
3.	戴晨志	你是 EQ 高手嗎？
4.	劉墉	殺手正傳

5.	張曼娟	火宅之貓
6.	陳安之	55 個超級成功秘訣
7.	張小嫻	荷包裡的單人牀
8.	喬斯坦·賈德著，劉泗翰譯	喂，有人在嗎
9.	珍·奧斯汀著，陳玥菁譯	傲慢與偏見
10.	春山茂雄著，魏珠恩譯	腦內革命

表七：1996 年 8 月份暢銷書排行榜

	作者／譯者	書名
1.	比爾·蓋茲，王美音譯	擁抱未來
2.	林清玄	柔軟心無掛礙
3.	劉墉	生生世世未了緣
4.	劉墉	抓住心靈的震顫
5.	鄭石岩	人生路這麼走
6.	約翰·奈思比著，林蔭庭譯	亞洲大趨勢
7.	莫里斯著，周旭華譯	造就自己
8.	陳安之	超級成功學
9.	村上春樹著，賴明珠譯	夜之蜘蛛猴
10.	喬斯坦·賈德著，蕭寶森譯	蘇菲的世界

歸納臺版暢銷書的類別，可概括其知識類型，即以下三種：（一）養生、飲食、心靈勵志類；（二）少年兒童讀物、少兒教育理論類；（三）文學作品、翻譯文學類。

（一）養生、飲食、心靈勵志類

以醫療保健、飲食養生、心靈勵志為主題的臺灣出版品，多內容充實、圖文並茂，解說清楚，易於實踐操作，非常符合各階層大眾讀者的普遍需求。藉此，臺灣流行的養生觀、食療法、保健知識、大眾心理學、瘦身美容等通俗文化與知識得以引進馬來西亞，在一定程度上產生文化刺激的作用。近十年來，綠色食品店、有機產品店、靈修課程、勵志課程、輔導講座、教育講座、親子活動、環保活動等等明顯增多，且反響不俗。這都顯示馬來西亞讀者對臺灣文化知識的接受度，也反映出他們對臺灣出版品的認同感與信任感。尤其在人文勵志書方面，戴晨志、吳若權、吳娟瑜、鄭石岩、劉墉、賴淑惠、王國華、林慶昭等著名專家的著作風靡當地。當中不少散文書寫風格的勵志書籍作者，以輕鬆感性和私語化方式表達他們對各種生活課題（如人生態度、心理人格、工作職場、家庭倫

理、婚姻關係、兩性關係等等)的經驗分享或專業分析，深得眾多馬來西亞讀者的認同與接受。

表八：大眾書局中文暢銷書中的臺灣書目(部份)：心靈勵志類

作者	書名
何權峰	優秀，從你忽略的小事開始
何權峰	煩惱從你而起，由你結束
力克·胡哲	永不止步
戴晨志	幽默智慧王
DaiGo	別讓人知道你怎麼想
蔡志忠	漫畫達摩禪：活在當下的生命態度
何權峰	當然可以不生氣
黃桐	做人要像咖啡豆
何權峰	下一步，該怎麼走
戴晨志	勝利總在堅持後
吳娟瑜	想法改變，壓力就消失了
DaiGo	這不是超能力，是終極讀心術
戴晨志	人生有千萬個起跑點
黃桐	人生就像茶葉蛋，有裂痕才入味 2
吳若權	寬恕是療癒的開始
吳若權	拉自己一把，這是你的人生
林慶昭	放手
梅樂蒂·碧緹	每一天，都是放手的練習
戴晨志	力量來自渴望
林慶昭	脾氣沒了，福氣來了
黃桐	日子再苦，我還是原來的我
元點	每天大笑三分鐘：幫你的壓力減重
劉墉	你不可不知的人性 2
吳九箴	當你接受自己，人生才真正開始
戴晨志	自我挑戰高手
林慶昭	真愛要用心體會
釋證嚴	用愛撫平創傷
鄭石岩	勝任自己
吳淡如	樂觀者座右銘
史蒂芬·柯維著，柯清心譯	與生活有約(天下文化)
鄭石岩	過好每一天
黃桐	苦難教我的七件事
吳淡如	重新看見自己

戴晨志	激勵高手 2
吳娟瑜	Touch 最真的心靈
安德魯·馬修斯著，張文茜譯	從心再出發
彭懷真	愛情 Manager
戴晨志	看好自己——成就一生的激勵故事精選
吳淡如	自戀比自卑好
傑克·坎黃爾、馬克·韓森等編著，郭苑玲譯	心靈雞湯：關於工作
吳淡如	成功是唯一的希望
賴淑惠	選擇放下，就能活在當下
丹尼爾·高曼著，楊大和等譯	心智重塑——自欺人生新解讀（時報文化）
小池龍之介著，嚴可婷譯	不被情緒綁架的平常心
徐竹	一個人的極致幸福：從愛上自己開始
洪雪珍	20 幾歲就定位：堅定去做你認為對的工作
何權峰	不是路已走到盡頭，而是該轉彎了
王渡	別為小事折磨自己
嚴長壽	做自己與別人生命中的天使

表九：大眾書局中文暢銷書中的臺灣書目（部份）：醫療、養生、保健類

作者	書名
林孝義	提升免疫力這樣吃才對
康鑒文化編輯部	蔬果汁自然養生法（暢銷升級版）
王明勇	王明勇的瘦身果排行榜
福社銳記	一周腰瘦 10 公分的神奇骨盤枕
吳美玲	小小米桶的省時廚房
楊定一	真原醫：21 世紀最完整的預防醫學
張擘	13 億人都在喝的神奇養生豆漿
Lulu	Lulu's 快瘦 XS 女神操
鄭多蓮	塑身女皇美胸、美腹、美腎 Dance
王明勇	這樣吃，最有酵
吳明珠	氣血美活：女人一生的 6 堂關鍵保健課
黃木村	驚人的人體自癒療法
楊新玲	喝出瘦 S！萬人按讚的手作蔬果汁激瘦養顏法
簡芝妍	彩虹飲食的驚人療癒力
陳彥甫	清腸排毒食物功效速查圖典
Judy 吳惠美	肩項療癒解剖書
張擘、左小霞	蔬果汁的療癒力
養沛文化館	阿嬤的自然養生方
趙慶新	圖解式細說女性醫學

(二) 少年兒童讀物、少兒教育理論類

以少年兒童甚至嬰幼兒為內容主題或閱讀群的讀物，以及與教育心理、教育理論相關的書籍，不僅向馬來西亞讀者介紹了臺灣時下盛行的童書形式、閱讀和審美取向，而成熟、有創意且多元化的教育觀、教學法，更是給家長老師很多的啟發。例如：繪本的流行、說故事親子活動、少兒心理輔導、兒童劇場的普及化等等，這些社會活動都影響著馬來西亞華人父母、師長對各年齡層孩子的教育觀、倫理觀。然而，相較起銷量日增的教育類書籍，臺灣少年兒童文學出版品在馬來西亞的市場有限。這很可能是因為臺版少兒讀物價格偏高，即便是備受歡迎的繪本，也面臨中國大陸日愈改良的低價位繪本之競爭。除非大眾出版集團旗下的諾文或通過自創品牌童悅坊以版權交易、獨家代理方式在新、馬地區另外發行（價格低廉許多），否則一般家長無力採購原裝版。臺譯版哈利波特系列或類似的少年幻想小說之譯著則屬特例。

此外，近十年來馬來西亞本土少兒文學穩健發展，銷售成績幾乎與上榜的臺版書籍分庭抗禮，臺版童書更顯弱勢。在馬來西亞，本土少兒文學創作的歷史雖然不短，但卻是萌芽早，停滯期長。直至少年科幻小說和電影的風行，以及作家許友彬少年小說的應時面市，微妙地扭轉了馬來西亞少兒讀物的蕭條市場。2006 年底，紅蜻蜓出版社社長許友彬和總主編鄧秀茵分別推出《七天》和《純純的守護神》，吸引了大批少年讀者，自此本土少年小說在大眾書局的每月暢銷書榜上穩居多席。¹⁶

表十：大眾書局中文暢銷書中的臺灣書目（部份）：教育類讀物
(2003-2014)

作者	書名
陳之華	沒有資優班，珍視每個孩子的芬蘭教育
趙麗榮、孫玉梅	世界媽媽智慧隨身冊——百萬父母想知道的教養 100 Q&A

¹⁶ 相較起新加坡，本土少年兒童讀物在馬來西亞大眾書局的營售情況相當樂觀，自 2006 年始幾乎每月都榜上有名，有時更達橫掃 5 至 8 席的暢銷佳績。這可能與新加坡長期以來佔主流的英文教育政策有關，促成以英語讀者為導向的閱讀環境。此外，缺乏以中文創作少兒文學的寫作人恐怕是另一原因。有趣的是，筆者在收集新、馬兩地的每月暢銷書目時，發現新加坡大眾書局特別設有以英文小說 Fiction 為單位的統計書目，足見英語文學作品在該國具有很大的市場魅力。

鄭南求等著，曾天富譯	富爸爸，從小學起培養孩子的理財智慧（時報）
戴晨志	愛讓孩子更優秀
傑克·坎黃爾、馬克·韓森等編著，郭苑玲譯	心靈雞湯：關於青少年
戴晨志	新愛的教育
鄭石岩	發揮創意教孩子
葉勝雄、田馥綿	0-3 歲寶寶主副食全調理
黃淑文	媽媽做自己，孩子就能做自己
洪蘭、尹建莉	好孩子：三分天註定，七分靠教育
吳娟瑜	幼兒養育學
史蒂芬·柯維著，姜雪影譯	7 個習慣教出優秀的孩子
劉超平	學會怎麼說鼓勵孩子的 100 句話
蔡穎卿	媽媽是最初的老師

（三）文學作品、翻譯文學類

臺灣文學作品、譯著和評論類書籍早在 80 年代始便風行馬來西亞。從整體的中文暢銷書排行榜來看，可以發現 1993 至 2014 年間的上榜書都不乏文學著作，每年平均有 20 本文學書列入暢銷書榜。但近年來，成人文學出版品的購買者有銳減之趨勢，惟馬來西亞本土少年兒童文學書刊銷量節節攀升。當中反映出來的閱讀興趣之改變，發人深思。

成人文學出版品：從 90 年代對港臺作家作品及文學譯作的普遍支持，在踏入 2000 年後，開始出現平均每年只有 10-16 本成人文學書上榜的情況，而這些上榜書又以輕小說和勵志小品文為主。純文學或嚴肅文學成品下降，取之以輕小說和勵志小品，反映了文體形式和文學觀念的變化，傳統狹義定義的小說、散文、詩的文體結構不再單一化，也不刻意強調藝術感，或追求國家社會、思想文化層面的重大題材之發揮，而是趨向結合生活細節和資訊知識，甚至加入娛樂性、圖文音像等元素。儘管目前成人文學的零售情況不比 90 年代，但成名於 80、90 年代的港、臺作家，不論是言情文學、評論雜文、性靈小品、散文、小說等等的推出，仍有一定的號召力。如：龍應台、張曼娟、劉墉、張小嫻、吳淡如、侯文詠、西西等人的作品。而勵志小品文尤其超越 80 年代流行的言情小說，從二十年前特定的幾位暢銷書作者到近年來集體出現的作者群及大量的出版品，顯示此一散文文體的蓬勃發展，其構成因素還包括了讀者對此類作品的選擇與接受，還有出版者的有意經營和傳播。勵志小品文的文體屬於散文範疇，勉勵意志

是內容的中心主旨。此類小品形式篇幅短小，結構上多以連綴方式呈現，題材多從小處著手，寫生活點滴，以輕鬆自在的方式抒發個人感受或體悟，表達個人看法。其私語化的寫作風格，大大拉近與讀者的距離，配合作者個人的情感特質、學識智慧，形成當代散文不可忽視的一個流派。

翻譯品：臺灣的翻譯著作（不僅限於文學類）在馬來西亞素有口碑，但近年來，隨著中國大陸的外文翻譯水平提昇，加上新生代多習慣於閱讀簡體字，大陸書品價格又相較低廉，臺灣譯著在市場上的競爭對手優勢明顯增強。例如：八、九〇年代風行的日本作家村上春樹小說譯著，主要採臺灣賴明珠所譯的版本，但後來出現了大陸譯者林少華之譯本，迥異的風格亦吸引了讀者。¹⁷

表十一：大眾書局中文暢銷書目：2014年11-12月份¹⁸（*顯示為臺版書）

作者	書名
九把刀*	等一個人咖啡（電影書衣版）
〔馬〕葉劍鋒	天天向上（海濱出版）
〔馬〕紅蜻蜓出版社作者合著	90 檔案
〔馬〕陳圓鳳	郭鶴年（大觀出版社）
川原礫	刀劍神域 13（臺灣角川）
力克·胡哲	誰都不敢欺負你
楊定一、楊元寧*	靜坐的科學、醫學與心靈之旅
橘子*	你想要的，只是我的後悔嗎？
蔡康永*	蔡康永的說話之道 2
〔馬〕伊卡	你知道嗎？原來他曾經來過（魔豆）

從大眾書局過去三十年來中文書籍營售狀況的變遷可以看出，第一個階段屬於探索期。當時，首兩間大眾書局在馬來西亞的營運仍處於觀察市場、調整方針的起步階段，故未有確切的建檔工作或統計供研究佐證。僅從口述採訪中得知，80年代的港臺版書市場相當大，但因版權法不成熟而須與盜版書商競爭，故盈虧並不穩定。其實，盜版書盛行恰恰證明了馬來西亞讀者對港臺版書的渴求，但礙於購買能力有限，故轉向買盜版書。當

¹⁷ 除了文學譯著外，勵志類書籍的中譯本也有同樣的發展趨勢。在可以選擇的情況下，大陸譯本已開始受到消費者、讀者的考慮。除非以授權方式發行簡體版，否則繁體版（正體版）臺譯品在馬來西亞的銷路恐怕難以突破。

¹⁸ 不著撰人，〈大眾書局中文暢銷書目：2014年11月-12月份〉，《大眾資訊》第94期（2014），頁47。

時的臺版書主要來自臺灣多間書店／出版社，如：洪範、爾雅、九歌、聯經、滿庭芳、志文、遠景、天下文化、時報文化等等。而港版書則多來自香港博益、天地圖書、世界、海濱、勤+緣等等出版公司。直到 1990 年，第三間大眾書局才設於吉隆坡市中心的茨廠街。進入九〇年代，港臺書籍繼續風行，加上版權法已相對成熟，故前五年港臺書籍平均分佔大眾暢銷書榜，後五年則幾乎由臺版書稱霸排行榜，當中又以文學作品居多，類別排序為小說、散文、傳記，生活類書籍則次之。踏入 21 世紀，即是近十年的最新發展，食譜、保健及兒童書籍佔有特定的市場地位。雖然臺灣出版品依然佔零售書目的四成以上，但當中的文學出版品以勵志散文最受歡迎，八、九十年代較常出現的小說則明顯減少。

四、結論：普及文化知識的書籍訴求與傳播

上文有關大眾書局臺版書籍營銷狀況的討論，可以反映出兩點：

（一）臺灣文化知識傳播的類別

由於馬來（西）亞華人赴臺求學的歷史相當悠久，加上留臺人士當中有不少作家和學者，分別在文學創作和學術研究方面有所成就，並享有聲譽。故一般人對於臺、馬之間文化交流的內容容易產生一種刻板印象，即是馬來西亞華人對臺灣文化知識的接受，主要在於純文學方面。這裡所謂的純文學，主要指余光中、白先勇、李昂、朱天文等作家的作品之影響。相較之下，臺灣通俗文學如瓊瑤、岑凱倫、張小嫻等作家的言情作品，甚至是廣泛形式的各類臺版生活讀物在馬來西亞的傳播與影響，則鮮少得到嚴肅的看待。

本文從在地華文書店的中文暢銷書出發，檢視臺灣文學與文化知識在馬來西亞的傳播影響，發現臺灣輕文學、勵志小品和生活類書籍擁有大規模的受眾。尤其是私語化的勵志小品，在過往雖有固定擁眾，但近十年卻以數倍增長的速度成為主要市場。當然，暢銷書的發行人不能和文學質量相提並論，雅文化或嚴肅文學的藝術高度和思想深度使它只能擁有小眾可說是一種必然現象。但仍有需要從各種不同的層面綜合審視臺、馬之間文化知識的交流活動，避免限囿於某個權威視角來想像臺灣文化知識在馬來西亞的傳播。特別是注意到傳統的主流知識體系主要由精英知識份子所建構，而佔人口絕大部份的平民大眾，他們一方面受到主流意識型態的制約

或牽引，但同時也具有自生自發的特性。如此，他們的知識需求同樣值得關注，他們的知識世界有助於我們把握更完整的文化傳播網絡和豐富的交流內容。

書籍本身兼具文化屬性和商品屬性，它承擔著社會文化傳遞與建構的功能。從傳播受眾的角度而言，臺灣的大眾文學和公眾文化經由書籍媒介與馬來西亞讀者的頻密互動，其所傳播的廣泛性和影響面，值得關注。

從大眾書局近十年臺版書籍的營銷趨勢可見，臺灣文化與知識的傳播現況為：勵志類書籍（特別是勵志散文小品）超越純文學和言情小說類書籍成為市場主流，這意味著大規模的讀者、受眾對心理成長或心靈層面的知識需求。此外，輕文學成為文學類書籍的新寵，這意味著處於原有的文學場域、生產內容、形式和閱讀品味已產生變革。而勵志小品文則結合這兩者的形式與內容，成功脫穎而出，成為馬來西亞目前最受歡迎的臺灣書類。

大眾書局面對近三十年間逐步變奏的出版、營售與閱讀市場，不僅在簡繁體字的改版複製上作出的調節和取捨，同時在臺版書的內容性質方面更加重視勵志小品、輕文學和保健知識等。這些調節、取捨使生產自臺灣的文化知識符碼，得以繼續在馬來西亞的實體書店廣泛流通。

（二）民眾精神自救的普遍需求

身兼出版與零售業務的大眾集團，是傳播媒介的一員。媒介不僅直接地作用於個人，而且還影響文化、知識的儲存、一個社會的規範和價觀。「媒介提供了一系列概念、思想和評價，受眾成員可以從中選擇自己的行為方向。」¹⁹大眾書局的服務宗旨強調以市民大眾的文化心態為本位，故當八、九〇年代的所謂傳統精英文化、嚴肅文學（其實當時流行的港臺文學有一半屬於通俗言情）開始轉向衣食住行、日常生活領域的文化訴求時，曾經在零售港臺文學書刊取得亮麗成績的大眾書局選擇順應市場。

從近十年的營售數量與質量可見，勵志小品、健康保健、經管、人際心理、名人傳記、旅遊、輕小說／輕文學、少兒讀物等領域已成為潛在的社會需求。而大眾書局顯然也掌握此社會需求，積極地通過系列策略性的宣傳配套進行開發運作。除了多媒體廣告宣傳外，以上出版品多通過在報刊上刊載書評、導讀、節選試讀的方式進行推介，而醫療保健、心理勵志類的書籍更輔以收費低廉甚至免費入場的講座、簽書會等形式擴大影響，

¹⁹ 丹尼斯·麥奎爾、斯文·溫德爾著，祝建華、武偉譯，《大眾傳播模式論》（上海：上海譯文，1997），頁82。

爭取曝光率，吸引讀者。這些宣傳造勢的促銷手法成功促使出版品加速成為當週或當月的暢銷書。

從統計看來，不論是港版書或臺版書，甚至是大陸書籍，都明顯趨向心靈輔導、心理勵志、人際關係、日常生活和職場等社會人文性質的知識需求。就連盛行的少年小說和校園文學亦偏向勵志教育的題材內容。這反映了讀者的閱讀取向從強調美學元素的嚴肅文學轉向直白實用性強的生活知識和勵志故事。不管雅俗文學／文化的爭論如何，或可將讀者群眾的這種閱讀行為，理解成積極尋求精神自救的普遍現象；而上述的營銷業績，也說明大眾書局發行和零售這類書籍，不僅把握和爭取了讀者市場，提高書局／集團本身的知名度，同時也發揮著協助讀者精神自救的啟蒙意義。

作為大眾傳播媒介的書籍，其所承載和傳遞的信息對民眾群體價值取向的認同、他們的思想觀念、生活方式和文化趣味的發展等方面都起著重要的影響作用。而社會人生勵志類書籍如今成為人們日常文化消費的一部份，在一定程度上會成為某種／多種「參考架構」，去解釋社會現象，表達某種觀點主張。而讀者大眾在不知不覺中，日常生活的行為規範、生活方式、觀念想法等方面，都會受到不同層面、不同程度的指引或引導。重要的是，這種自覺、主動的意識是可貴的。讀者民眾在自覺主動的情況下去接觸或了解新事物、新知識、新觀念，這種自覺的關懷點主要在於反思和調整人與自身之間的關係，是一種人類對自己的管理，也是人類自覺對理性的追求。

隨著國家社會經濟發展，現代社會人的生活水平雖然提高，但日愈緊張的生活步伐和競爭的工作環境，都威脅著人們的生理和心理健康。人們對生活質量的認識開始出現變化。這些生活質量的追求反映了人們對生活的主觀感受，即對工作、生活、婚姻家庭、健康問題的感受。近年來暢銷書題材基本上都圍繞人生、日常生活主題，正說明了一般民眾關心的，乃是他們賴以安身立命的現實日常生活世界。而這種回歸現實生活世界的文化啟蒙，可說是反映人們自覺自發的集體性療救行為。這種借印刷出版品來達到啟蒙和療救作用的現象，早已遠離五四時期為救國保種而生發的情感訴求，而是強調直白、應用性、實用性的利己意識。筆者以為，大眾書局暢銷書目所顯示的讀者需求，和大眾書局為馬來西亞民眾所提供的這類勵志書籍，將有助於促成一般民眾的自覺意識，並可能繼續以大規模的知識影響逐步形成相對自律、自覺的文化精神。

引用書目

- 大眾書局，〈關於大眾〉，《大眾書局》，<https://www.popular.com.my/cn/aboutus.php>（2015.12.12 徵引）。
- 不著撰人，《大眾書局》，www.popularworld.com/en（2014.05.12 徵引）。
- ，〈大眾電子教學臺灣分公司〉，《大眾集團八十週年紀念特刊》（新加坡：大眾控股有限公司，2004）。
- 韓山元、王虹、曹蓉編，《詩書滋味長——大眾集團八十五週年特刊》（新加坡：大眾控股有限公司，2009）。
- 王虹編，《歲月如書——大眾集團八十五週年特刊》（新加坡：大眾控股有限公司，2009）。
- 不著撰人，〈大眾書局中文暢銷書目：2014 年 11-12 月份〉，《大眾資訊》，第 94 期（2014），頁 47。
- ，〈亞洲週刊·熱門文化指標〉，《亞洲週刊》，1994-2014 年。
- 于沫我，《穀種》（香港：世界書局，1960）。
- 田天，〈大眾控股有限公司〉，<http://app.dajianet.com/print.php?contentid=154474&validated=true>（2014.5.12 徵引）。
- 吉少甫，《中國出版簡史》（上海：學林出版社，1991）。
- 倉理新，《書籍傳播與社會發展——出版產業的文化社會學研究》（北京：首都師範大學，2007）。
- 丹尼斯·麥奎爾、斯文·溫德爾，祝建華、武偉譯，《大眾傳播模式論》（上海：上海譯文，1997）。
- 周強生，〈新馬實體書店經營淺談〉，《大眾資訊》第 86 期（2013），頁 8-11。
- 曾希邦，《黑白集》（香港：世界書局，1957）。
- 溫梓川，《郁達夫南遊記》（香港：世界出版社，1956）。
- ，《夫妻夜話》（香港：海濱書屋，1957）。
- 鄭子瑜，《門外文談》（香港：世界書局，1957）。
- 鄭乃平，〈馬來西亞華人人口趨勢與人力資本〉，文平強主編，《馬來西亞華人與國族建構：從獨立前到獨立後五十年（上冊）》（吉隆坡：華社研究中心，2009）。

- 魏曉薇，〈訪陳萬雄：香港書業強在「感覺優勢」〉，《中國新聞出版網》，
<http://www.dajianet.com/world/2009/0303/95124.shtml>（2015.03.23 徵引）。
- 馬來西亞華校教師會總會，〈截至 2013 年 1 月 31 日華小學生人數和班級
統計數據〉，[http://web.jiaozong.org.my/index.php?option=com_content&
task=view&id=1789&Itemid=253](http://web.jiaozong.org.my/index.php?option=com_content&task=view&id=1789&Itemid=253)（2015.12.12 徵引）。
- 馬來西亞華校教師會總會，〈2010 年國民型中學華文班概況〉，http://web.jiaozong.org.my/doc/2010/rnr/2010smjk_survey.pdf（2015.12.12 徵引）。
- 莊俊隆，〈華文獨中學人數逾八萬 抱持樂觀及謹慎態度〉，《馬來西亞華
校董事聯合會總會》，<http://www.dongzong.my/detail-declare.php?id=457>
（2015.12.12 徵引）。
- Department of Statistics Malaysia, “Population Distribution and Basic Demographic
Characteristic Report 2010,” [https://www.statistics.gov.my/index.php?r=column/
ctheme&menu_id=L0pheU43NWJwRWVVSZklWdzQ4TlhUUT09&bul_id=
MDMxdHZjWTK1SjFzTzNkRXZcVZjd09](https://www.statistics.gov.my/index.php?r=column/ctheme&menu_id=L0pheU43NWJwRWVVSZklWdzQ4TlhUUT09&bul_id=MDMxdHZjWTK1SjFzTzNkRXZcVZjd09).（2015.06.28 徵引）。

The Dissemination of Taiwan Cultural Knowledge and Taiwan Chinese Books in Malaysia: A Case Study on Popular Bookshop (1984-2014)

Liau, Ping-Leng*

Abstract

Bookshops and publishers play an important role in constructing the literary field, as well as cultural dissemination. The observation and analysis of publishing operations and related activities helps to clarify the reasons and the means by which the literature field and culture dissemination are formed. This paper focuses on the largest Chinese bookshop in Malaysia, Popular Bookshop, as an example, attempting to look into its role as a medium through which the literature and culture from Taiwan is disseminated. An examination of the monthly best-seller booklist over the past 30 years reveals that the Taiwan book category of elite literature has diminished in size in recent years, whereas popular literature and books about spirituality or general knowledge have become major best-sellers instead. These findings highlight a different approach when researching the topic of knowledge and cultural dissemination from Taiwan to Malaysia; that is, the observation of changing literary trends, as well as the demand of humanistic enlightenment from the general masses.

Keywords: Malaysia, Popular Bookshop, Chinese publication, Taiwan publication, knowledge dissemination

* Associate Professor, Department of Chinese Studies, Universiti Tunku Abdul Rahman