

台灣地區佛教出版的入世模式－以佛光出版社為例

吳氏渥草

摘要

在悠長的歷史發展中，佛教從原始的出世精神，在分散到世界各地已出現蓬勃發展的大乘佛教之入世精神。在台灣，一個大乘佛教為主的地區，佛教出版社的決策方向與經營模式也如此受到很大的影響。佛教出版社的重要任務就是繼承「弘法利生」的事業，將佛法的三藏經典留傳在人世間。因之，在「以出世的精神，做入世的事業」，並且「非佛不出，非佛不做」的理念上，星雲大師已創辦了佛光出版社，結合兩種出版有價和結緣的佛書同時經營。這種新入世模式的出版社使得佛教出版品不斷地更新和一般出版社有經營競爭力。是以，筆者擬以佛光出版社為核心來釐清出版社從佛教對商品經濟之看法，目的理念，行銷通路，至數位化出版等方面；並通過收集資料的方法再做文獻回顧和整理來探討佛光出版社入世模式的特點所在。

關鍵詞：佛光出版社，入世模式，佛書，行銷通路

一、前言

「出版」是將人類的思想記載下來的一種方式，藉由它可以傳承知識，同時通過「出版」可察覺到文化歷史的變遷。

佛教出版社的任務便是如此，將佛陀的教法與相關佛教的其他論述所結集成為三藏佛書：經，律，論，出版留傳下去。佛在世時，沒有印刷發明，也沒有文字記載只有通過口傳的教說。從佛涅槃後，陸續有三次結集經典，全部都由背誦，口口相傳而成，以後還出現將經文寫在貝多羅樹葉上的遺跡。但這樣的方式會造成佛法的散失，或者外道的邪說容易插入，混亂於正法等。因此，雖然大眾常聽佛門往往講「空」，但要延續正法在人世間，留給後世眾人研究和修行，所以佛教徒們善用各種方便法不斷地努力把佛法留傳下去。因由可知，出版對佛教的傳承佔有一個很重要的任務。

對佛教而言，因為常被出世和入世之間的兩種觀念所綁架，加上大部分的出版社對佛教的商品經濟少有策略，明確的計劃，導致佛教出版社往往遇到不同的對立看法如只出版結緣書或有價的佛書等問題，這樣會影響出版的存在和進展方向。其次，以台灣地區來考察，四十年前的印刷幾乎是傳統的複印，設計十分簡樸，或限制只出版在藏經範圍內等。直到八〇年代以後，隨著印刷技術進步，使得佛書出版發展起來，無論是質或量都不斷的提高。¹雖然有所改善但佛教出版社還是沒有找到突破點。

以上的種種問題使很多佛教出版社的關注及擔憂。尤其是在台灣的佛光出版社對佛教經書的傳承和發展，以出版為弘法事業可說是十分注重；並且出版社在「非佛不出，非佛不做」²的原則上，已得到不只是台灣還有世界各地的認可。因之，筆者擬以佛光出版社的入世模式來釐清出版社從對佛教商品經濟之看法，目

¹ 釋自衍，《E時代臺灣佛教出版社面臨的挑戰與改革：專訪大千出版社梁崇明社長》，（臺北：佛教圖書館館刊第57期2013年12月），頁122。

² 周慧珠，《在佛教出版文化中看見福報——從高高山頂到深深海底——佛光山出版發展》，（人間福報，2007年02月03日）。

的理念，行銷通路，至數位化出版等方面；並通過收集資料的方法再做整理和文獻回顧來探討佛光出版社的入世模式特點所在。

二、佛光出版社——從「出世」到「入世」看商品經濟

佛教在印度時期從原始走到大乘佛教，或流傳到中國東土的禪宗，都善巧應用各方便法門而有其變化，但主要內容學說（正法）通過三次結集經藏還是保留三藏（經，律，論）的原本面目。同時，通過改變精華的過程，可見佛教的發展與分派在世界各地已慢慢地出現兩種主體觀念就是出世和入世。出世和入世簡單而言，如永本定義：

出世，出世間之略稱；即超越世俗、出離世塵之意。入世，入現有變化的世間，即指我們居住的世界。又，「出世」即是出世間，「入世」指世間。又，世間指世俗之事，出世間即指佛法；世間代表有漏（煩惱），出世間即意謂解脫。³

從此定義就明顯知道出世和入世是完全不一樣的路條，甚至於在表面上是對立的。出家人顯然該是走出世的路，但人還是活在現代的世界，不能離開世間而解脫故關於入世方面會發生很多的掙扎。入世和出世在佛教看來是否有矛盾呢？或怎樣可融合兩種呢？學愚（2012）在《佛教倫理與商品經濟》這篇論文中曾指出，其實佛在世的時候，已經有入世的模式。但當時只單純通過「布施」的方式來呈現。布施就是「有者」給，頒布「沒有者」的關係。僧眾（比丘，比丘尼）乞食，商人（眾人）供養物質就是財施（僧眾沒有）；反過來，僧眾布施佛法就是法施（眾人沒有）。雖然有萌芽的入世形式但那時在經濟上，僧眾不得從事生產勞動，全部的物質生活所需要的，包括衣、食、住都靠檀越。⁴

再說，進到中國之後，佛教就作為一個外來的宗教，因為那時中國已有道家和儒家的存在。中國佛教不但帶著印度佛教思想，而且不斷的更新才可符合融入

³ 永本，《出世與入世》，（人間福報，2013年04月07）。

⁴ 學愚，《佛教倫理與商品經濟》，（人間佛教研究，第三期2012）；頁104-106。

於中國本土文化思想，具有創造力才能繼續在中國生根，發芽，結果成為中國佛教的特色。因此，說到中國佛教會讓眾人聯想到漢傳佛教，大乘佛教；至今還出現入世佛教，人間佛教等名。

進入中國之後，佛教與佛陀時代有不同的實踐應用，如六祖惠能曾說：「佛法在世間，不離世間覺。離世覓菩提，恰如求兔角」⁵；或是百丈懷海提出「一日不作，一日不食」的口號，以日常勞作為修行手段，將佛教的修行實踐完全融化和體現在包括勞動在內的日常生活中。此外，星雲大師曾說佛陀的一生從出生，修行，說法度眾生、覺悟成道各種活動都在人間而示現，就可了解佛教是以人為本的宗教，成佛悟道也不離世間。⁶可見，中國佛教很明顯是走到入世這條路。那麼，早期佛教的極端出世精神和中國佛教入世的形態，對商品真有矛盾嗎？如樊浩（2001）在《倫理精神的價值生態》指出經濟倫理問題是一個「現代性」的問題，「宗教」與「經濟」作為人類歷史或人類文明的兩大構成力量，彼此之間同樣存在着一種矛盾運動。⁷可知矛盾的確是有的，不過在這兩種矛盾的存在，從現代佛教的角度看來有怎樣處理才可一邊保存原始佛法的本義，一邊符合現代佛教的形態呢？

出世和入世模式對佛教商品經濟上往往會帶來現代佛教從法做事受到不同的走向與衡量。但怎樣可融通兩種模式在佛教經濟實踐運用，如星雲法師所主張：「以出世的精神，做入世的事業。」⁸這樣的主張不但解決兩者之間的矛盾，而同時還發揮兩者的價值，更符合新佛教時代。因此，在經營佛光出版社也順從這樣的主張而建造經營入世模式。對於無有市場壓力「結緣品」到有市場競爭力如一般的出版社，佛光出版社在台灣地區同時經營，已成為其有特色和有代表性的一種入世模式的出版社。

⁵ 〔唐〕法海集，《六祖壇經，般若品第二》，（新店：圓明出版社，1992年），頁39。

⁶ 星雲大師，《星雲說偈 -- 佛法在世間》，（人間福報，2012年09月16）。

⁷ 樊浩，《倫理精神的價值生態》，（北京：中國社會科學出版社，2001年），頁235。

⁸ 永本，《出世與入世》，（人間福報，2013年04月07）。

三、佛光出版社的入世模式

(一) 佛光出版社的起源

佛光出版社的前身是佛教文化服務處。在 1959 年 8 月 1 日，還沒有佛光山之前，星雲大師已經成立佛教文化服務處，要推展佛教文化而出版各種佛教圖書。首次，設址於臺北縣三重市，1964 年遷到高雄市，1967 年，在星雲大師開山創建佛光山之後就移到佛光山，1978 年為了推廣出版業務而改名成佛光出版社。⁹

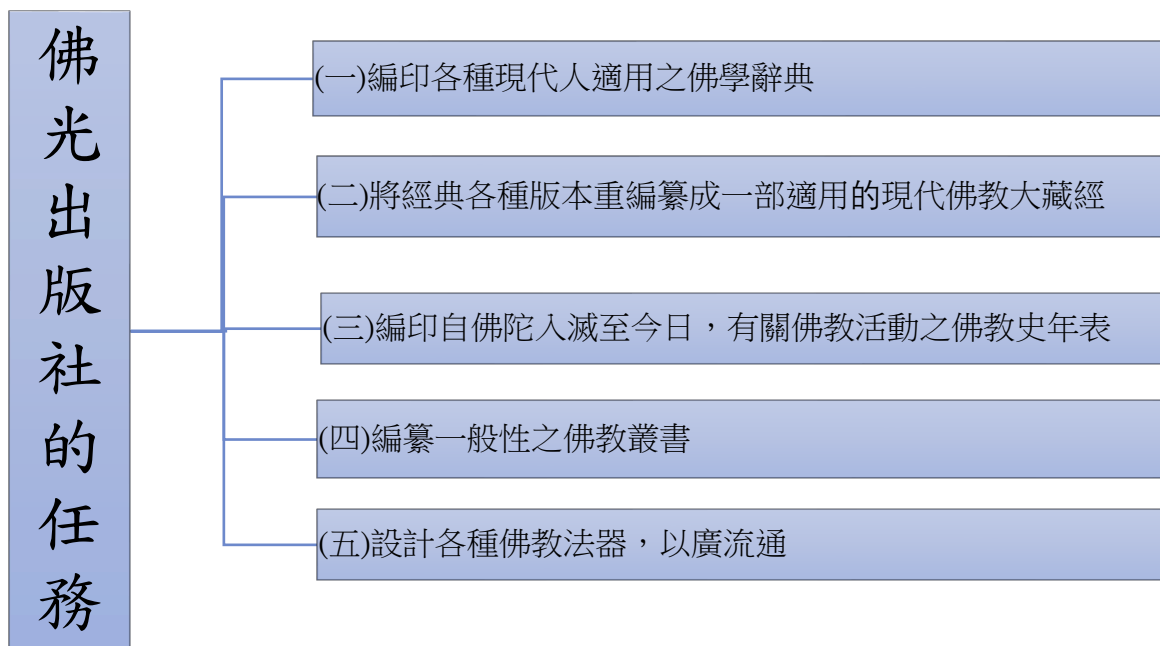
佛光出版社是佛教文化服務處的一部分。同時與佛光出版社存在還有：「佛教文物流通處」，「佛光文化事業有限公司」，「香海文化」，「如是我聞」，「大覺文化」，「大藏經編修委員會」，「電子大藏經」，「佛光緣美術館」，「文教基金會」，「馬來西亞佛光文化」，「普門學報社」，「美國佛光出版社」，「國際翻譯中心」及各類編輯專案小組。¹⁰佛光出版社與其他佛教文化服務處的單位有密切關係，這使得出版內容更加豐富。

佛光出版社有五大任務：¹¹

⁹ 慈怡法師主編，《佛光大辭典，佛光出版社》。2020 年 04 月 18 日。取自：
<http://buddhaspace.org/dict/fk/data/%25E4%25BD%259B%25E5%2585%2589%25E5%2587%25BA%25E7%2589%2588%25E7%25A4%25BE.html>

¹⁰ 請參考：佛光文化網。2020 年 04 月 18 日。取自：<http://www.fgs.com.tw/aboutUs.php>

¹¹ 從《佛光大辭典，佛光出版社》定義中有五種任務，筆者再整理畫為圖表。參考網址：
<http://buddhaspace.org/dict/fk/data/%25E4%25BD%259B%25E5%2585%2589%25E5%2587%25BA%25E7%2589%2588%25E7%25A4%25BE.html>



圖一：佛光出版社的任務

除了上面的五大任務，佛光出版社的重要理念是以文化弘揚佛法，「非佛不出，非佛不做」。¹²以佛法為中心，以弘法為事業，除了佛法之外，佛光出版社無有出版其他書籍。但怎樣可以脫離傳統出版方式，並且在一個範圍專門出版佛書之內可豐富出版品的種類呢？

（二）出版的書種、類別及編輯設計

在瞭解佛光出版社的書種，類別之前，我們重看佛教出版社的傳統出版概況如何，從此更明白佛光出版社的革新之處。

1. 台灣佛教出版社的傳統出版

根據藍吉富（1982）在《近三十年來台灣的佛書出版概況》指出因為印刷科技進步和成本降低，經書印行三十年以來的風氣還是歷久不衰。但是印刷範圍著

¹² 周慧珠：《在佛教出版文化中看見福報 從高高山頂到深深海底——佛光山出版發展》，（人間福報，2007年02月03）。

重在民初四十年間我國佛教界的重要作品。這時期的出版品內容比較貧乏，內文很少重複排印，大部分都是重印，而非創新的作品。¹³

再說，邱敏捷（1999）在《印順導師佛教著作及其對台灣佛教出版界響》這篇論文中也結論：

從戰後到現在半個多世紀以來，雖然台灣佛教不管在佛學著述或宗教活動都已發展到空前蓬勃的地步，但在佛學的建樹上，如果把印順全部著作抽掉，那麼當代中國佛教的文化資產，將所剩無幾。¹⁴

邱敏捷因為根據很多研究佛教的學者如吳老擇，楊郁文，楊惠南，釋昭慧等人加上看到台灣當時出版的現實狀況而對印順法師如此肯定。另外，據於聖嚴法師（2000）在《明日的佛教》也曾說：

到目前為止，印書、送書的人多，寫書的人少，過去人的老作品一再地被各印經處影印再影印，內容固然無損，但其印刷、裝訂、紙張，都非常地粗陋，甚至於到了不堪入目，使人無法產生敬意的程度。而對原著作者來說，往往一本比較有內容、可讀性高的書，剛一出版，立即被人影印，這便侵損了著作的權益，而且損害了作品的尊嚴。這些恐怕是印贈經書的單位，所沒有料想到的事吧！¹⁵

可知台灣佛教出版社當時雖然有改進，質和量都有提昇，但沒有什麼突破而主要是重印，少於創新的佛書，以及沒有意思到版權問題或者無注重編輯，排版，設計等。這樣的出版品對佛教文化的傳承和發展雖然有一定重要的意義但如此出版還是做得還是不到位，做不到頂，對於結緣書就是一種浪費，甚至讓讀者對佛書

¹³ 藍吉富：《近三十年來台灣的佛書出版概況》，（內明 118 期 1982 年 1 月），頁 11-17。

¹⁴ 邱敏捷，《印順導師佛教著作及其對台灣佛教出版界響》，（佛教圖書館館訊 第 20 期 1999 年 12 月）。

¹⁵ 釋聖嚴，《法鼓全集，明日的佛教》2020 年 04 月 18 日。參考網址：
<http://ddc.shengyen.org/pc.htm>

沒有產生敬意。是以，在意識到佛教出版社傳統出版的種種問題，佛光出版社就進一步地改善。

2. 佛光出版社的書種，類別

在「歸元無二路，方便有多門」之精神上，出版社為了適應眾生不同的根基，不同的層次，所以出版不同的書類。佛光山出版了六、七百種書裡，分成十大書系四大類如下：¹⁶

- (1)：具學術性質的，涵蓋佛教的經典，概論，教理，還有史傳的部分
- (2)：較軟性、普遍性，通俗性的佛教散文，小說，詩之類，如藝文、用世等叢書。
- (3)：為了青少年朋友、兒童，也出版了童話書，圖畫書，漫畫書。
- (4)：第四類即為有聲的圖書，如梵唄，唱頌，講經方面的卡帶，CD，錄影帶。

此外，為了全世界五洲的眾人可領受法樂，也除了一些外文書籍含有世界各種語言如西班牙文，英文，法文，韓文，德文，葡萄牙文，日文，越南文，等語言，¹⁷出版社還為了許多用電腦的人，特別是年輕人作為深入研究經藏及查證資料之用途還建立電子佛書如《佛光大辭典》光碟片；大藏經，像阿含藏，禪藏，般若藏，淨土藏等。

3. 包裝及編輯設計

在包裝及編輯設計這方面，避免傳統出版所存在的問題，出版不會讓書籍像過去的那些結緣佛書如此樸素、粗糙，因為像那樣的佛書可能一般人不太會去取閱，何況購買。所以出版社結合傳統與現代，典雅與創意之相融，從版面的編排，

¹⁶ 釋滿觀，《佛光文化出版發展概況》，（佛教圖書館館訊，第 21-22 期，2000 年 09 月）

¹⁷ 佛光文化網。2020 年 04 月 18 日。筆者從網路調查再整理資料出來。取自：

<http://www.fgs.com.tw/aboutUs.php>

包裝，封面，內容設計等如何可以吸引讀者，這就是佛經所說的「先以欲勾牽，後令入佛智」的一種方便法門吧。¹⁸

由此可知，在傳統出版的基礎上，佛光出版社不斷地更新，從佛書的內容到排版編輯設計。在內容上，除了重印之外，出版社特別注重在建造佛教各種詞典，用現代白話語言來設計三藏經典；加上運用科技的發展來設計佛教各種電子書，佛書漫畫適合各不同的讀者從老幼，青年，普通讀者到學界研究者等人。這種革新，出版社不只是修改了傳統出版社過去的缺點，並對於出版社在現代入世有所適應。

（三）、行銷通路

根據陳勵勤（2013），在《產銷團體行銷通路推廣之研究》指出有關行銷通路有不同學者來定義如：

Bucklin（1966）指行銷通路乃由一組機構組成，他們執行所有將產品及所有權，由生產者移至消費者的一切活動。Guirdham（1992）認為行銷通路乃是貨品從生產者，經由或不經由各種中間機構，到達最終消費者或工業用戶之整個過程，……許士軍（1986）認為行銷通路乃指產品自廠商至最後消費者（或用戶）之間的流通過程，可以經由各種中間商（包括批發及零售商），也可以不經過中間商。¹⁹

從一般出版社的行銷通路之角度來看，佛教出版社更會面對很大的挑戰，行銷通路也受到很大的影響。根據釋自正（2000）指出，在佛教出版社有兩種行銷通路同時的存在包括：有價的佛書和結緣書的行銷通路：²⁰

¹⁸ 釋滿觀，《佛光文化出版發展概況》，（佛教圖書館館訊，第 21-22 期，2000 年 09 月）

¹⁹ 陳勵勤，《產銷團體行銷通路推廣之研究》，（臺南：農業改良場研究彙報第 62 號，2013 年 05 月 01 日），頁 62

²⁰ 釋自正，《從圖書館管理角度談臺灣地區佛教出版》，（佛教圖書館館訊第 21/22 期 2000 年 6 月）

有價的佛書就是佛書出版有定價者。出版社隨著時代變化而出版社轉變經營模式，有系統，規劃，競爭力的經營形態，這使得出版社重視行銷方式。且行銷方式會影響整個出版社的運作。

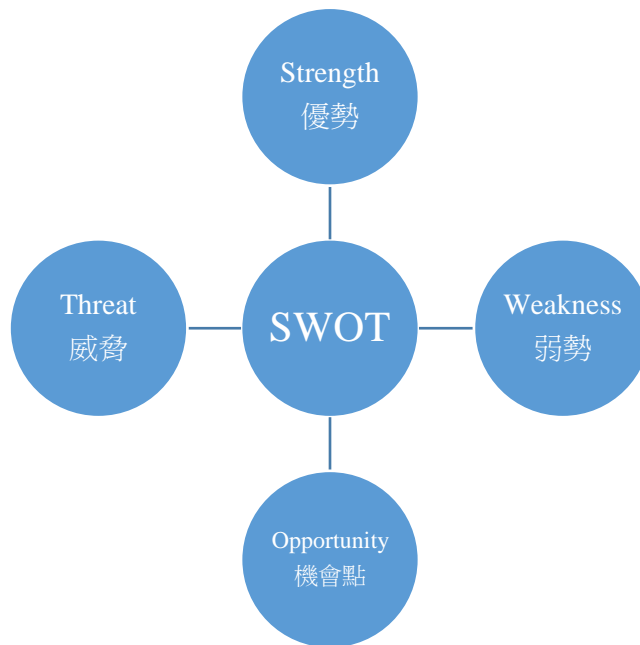
結緣書基本上延續了傳統的概念，不可以買賣方式來出版因以為佛書是無價的，而以「結緣」方式贈閱。大部分的結緣書出版屬於寺院，道場單位，然而結緣書的出版是屬於另種文化，出版是幾乎無有計劃統計。如上所述，傳統的結緣書是佛教出版所依佛陀原始出世的精神上而運作；出版社無有經營競爭力，經濟來源是不穩定的，主要是靠檀越來護持所以出版會受到很大的影響和支配，以及存在的危機。結緣出版書的行銷通路無有一個很正統的做法，就看每個寺院道場單位的情況自作決定。

其次，在星雲大師的指導下，佛光出版社在行銷通路這方面主要是以一般出版社的經營模式來運作，著重在有價的佛書，結緣書也有但是跟一般的結緣書出版社也不一樣。釋滿觀（2000）表示針對出版有價的佛書，很多人指出出家人不適合談行銷，不可能賣書，和人討價還價，談商場生意經等事。但通過如此的評價意見，釋滿觀卻肯定出版有價的佛書也是佛教文化的一種傳承，佛法的推廣，她常對行銷部門講：「唯有將書送到讀者手中，打開來，閱讀了，從書中得到啟發，領受法益，才真正完成文化弘法的工作，否則只是砍掉許多樹，浪費資源去造紙、印刷，然後囤積在倉庫而已。」²¹可知，這樣的行銷就是符合，適應於中國佛教文化的入世模式。雖然與原始佛教的實踐有所差異但基本上無有違背出版佛書的理念和宗旨。

在行銷通路，面對外面五花八門出版品的一般出版社，實際上佛光山出本社的競爭力就比不上，加上閱讀人口卻屬於小眾群體。因此，出版社不斷地調整和突破，並且在規劃一個出版品時，出版社會先思考四點：²²

²¹ 釋滿觀，《佛光文化出版發展概況》，（佛教圖書館館訊，第 21-22 期，2000 年 09 月）

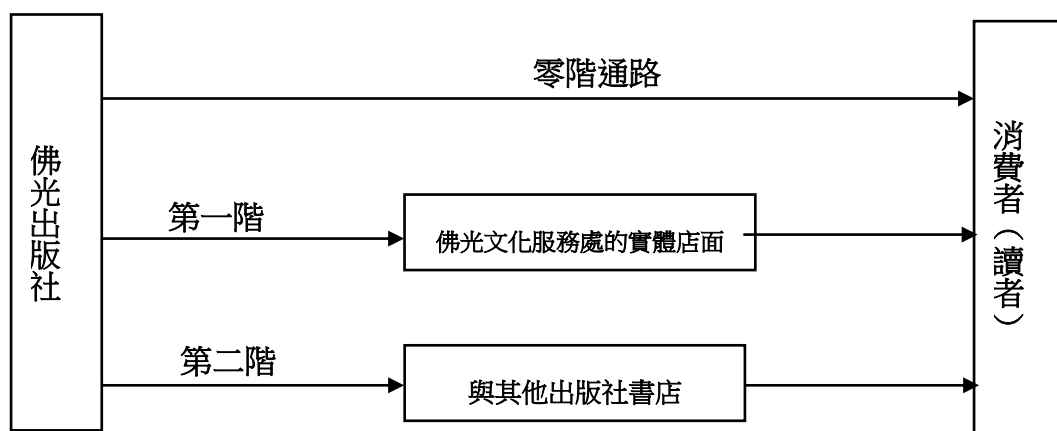
²² 從釋滿觀分析佛光出版社的開拓市場、通路，筆者再整理畫為圖表。請參考：釋滿觀，《佛光文化出版發展概況》，（佛教圖書館館訊，第 21-22 期，2000 年 09 月）



圖二：佛光出版社的行銷通路思考點

出版社在規劃新的出版品時，會對上面的四點思考很明確；這就是出版規劃，行銷，市場等的優勢，弱勢，機會與可能發生的威脅；在產品的定義與市場定位更明白清楚，就知道要如何衡量和從哪裡使力。

在行銷通路方面，與一般的行銷通路有一樣的意義就是怎樣把產品自廠商至最後消費者（讀者），但佛光出版社是佛光文化服務處的一部分所以出版品的行銷有點特別，主要是在佛光文化服務處的實體書店行銷，一部分是聯通與其他出版社來經營。佛光出版社出版品的行銷通路可顯示如下：



圖三：出版品的行銷通路²³

在零階通路又稱為「直效行銷」，從出版社直接將出版品販售到讀者而不經過任何中介通路如直接通過網路或打電話訂購等。

其次，在第一和第二階，出版品從出版社到書店基本上有兩派：一是，跟其他佛光山別的分院道場與文物處通路；二是，與其他流通書店。

其他佛光山別分院道場與文物處通路目前有十七家如下：²⁴

次序	實體店面	地址
1	佛光山文教廣場	高雄市大樹區興田路 153 號 07-6561921#6102
2	佛光山香花迎	高雄市大樹區興田路 153 號 07-6561921#6690

²³ 筆者通過文獻參考和網路調查再整理畫為圖表。請參考：佛光文化網。2020 年 04 月 19 日。網址：

<http://www.fgs.com.tw/aboutUs.php?fbclid=IwAR2dpGV3PidKoeUoSAVuZyWvJwuPt7f-xoioeq53yMOXNsMBB6D9GvCzAQw>

²⁴ 筆者整理自佛光文化網。請參考：佛光文化網。2020 年 04 月 19 日。網址：

<http://www.fgs.com.tw/aboutUs.php?fbclid=IwAR2dpGV3PidKoeUoSAVuZyWvJwuPt7f-xoioeq53yMOXNsMBB6D9GvCzAQw>

3	佛陀紀念館四給塔	高雄市大樹區統嶺路 1 號 07-6561921#4140
4	極樂滴水坊	基隆市信義區信二路 270 號
5	普門寺文物處	台北市松山區民權東路三段 136 號 11 樓
6	台北道場文物處	台北市信義區松隆路 327 號 14 樓
7	佛光緣美術館台北館	台北市信義區松隆路 327 號 10 樓之 1
8	永和滴水書坊	新北市永和區中正路 446 號
9	三重滴水書坊	新北市三重區三和路三段 117 號
10	金光明寺文物處	新北市三峽區溪東路 268 號
11	惠中寺	台中市南屯區惠中路三段 65 號
12	滴水生活藝術坊	嘉義市博愛路二段 241 號
13	南華滴水書坊	嘉義縣大林鎮中坑里南華路一段 55 號(南華大學學慧樓 B1)
14	佛光緣美術館高雄館	高雄市左營區忠言路 28 號
15	南屏滴水坊	高雄市左營區忠言路 28 號
16	普賢寺滴水書坊	高雄市前金區七賢二路 426 號 10 樓
17	屏東滴水書坊	屏東縣屏東市建華三街 46 號

其他流通書店有：²⁵

三民書局復北店、三民書局重南店、瑞成書局、懺雲宗教文物中心等。

富山檀香新北泰山店、桃園八德店、桃園楊梅店、新竹竹北店、台南中華店、高雄自由旗艦店、高雄三多店、高雄岡山店、屏東東港店、屏東復興店。

網路書店：博客來、誠品、三民網路書局、法鼓文化。

大陸地區：香港佛教慈慧服務中心。

新馬地區：馬來西亞佛光文化、長青佛教文化服務社等。

此外，佛光出版社繼承一部分的傳統出版也有結緣書品，但數量且書種有其限制。參考工具書及畫冊有一定指定出版結緣書包含三類：辭典，參考書，畫冊及佛像。其中屬於佛光出版社出版的結緣書有四種：(1) 佛光大辭典 (1-8) / 佛

²⁵ 請參考：佛光文化網。2020 年 04 月 19 日。網址：

<http://www.fgs.com.tw/aboutUs.php?fbclid=IwAR2dpGV3PidKoeUoS AVuZyWvJwuPt7f-xoioeq53yMOXNsMBB6D9GvCzAQw>

光出版社；(2) 佛光大辭典 (光碟版) / 佛光出版社；(3) 中英佛學辭典 / 佛光出版社；(4) 佛教 (叢書) (全十冊) / 星雲大師 / 佛光出版社。²⁶

這樣的結緣書制度比以前的傳統出版社之運作有所改進，不但免費而且更要「免廢」。所以結緣書從排版，設計等工作跟有價的書籍一樣慎重，印刷精美，富有內涵。結緣書不是重印而是看讀者所需要的傾向而影印。並且出版結緣書是有制度的，只出版一定有限定的書目，這樣不會影響到有價的出版行銷，兩者同時存在但不會衝突，也不會進犯作家的智慧財產版權。

四、結語

從印度的原始佛教分支到世界各地已經將佛陀的出世精神融入在人世間，同時也形成另一種入世模式。星雲大師在成立佛光出版社時已經對佛教商品有一定的看法，清楚的態度，策略，提倡從出世之精神上做入世的事業，但不離目的理念而做就是弘法利生的事業，「非佛不做，非佛不出」的出版社。

因之，在台灣的佛光出版社不斷的改進以完善出版社的五大重要任務。從編輯，排版，設計一律慎重，並且一直創新和改革佛書的質和量。但如何把一個佛教出版社可穩定地站在一個現代化社會，一邊不會違背佛教原始出世的精神，一邊在經營行銷模式與一般的出版社可避免遇到的競爭力呢？佛光出版社已善用方便法門，同時進行經營佛教的兩種出版模式就是：有價的佛書和結緣書。兩者獨立存在但同時發展相依相存，無有衝突矛盾。

在星雲大師的指導下，佛光出版社的入世模式已適應不只在台灣地區，並且在世界各地的佛教出版社也可以模仿學習，這可讓佛法可永續發展在人世間。

參考文獻

〔唐〕法海集，《六祖壇經》，新店：圓明出版社，1992年。

周慧珠，《在佛教出版文化中看見福報 從高高山頂到深深海底——佛光山出版發

²⁶ 請參考：結緣書籍：參考工具書及畫冊。2020年04月19日。網址：
http://www.zizaiju.com/free-form-x-70.htm?fbclid=IwAR3eESM77fpgQSRAIMT-XrWZGLIo_Bzao_cHcFStfPWP_pdpBcUp2hd8B08

展》，人間福報，2007年02月03日。

星雲大師，《星雲說偈 -- 佛法在世間》，人間福報，2012年09月16日。

學愚，《佛教倫理與商品經濟》，人間佛教研究，第三期 2012；頁 97-126。

釋自衍，《E 時代臺灣佛教出版社面臨的挑戰與改革：專訪大千出版社梁崇明社長》，臺北：佛教圖書館館刊第 57 期 2013 年 12 月，頁 122-127。

永本，《出世與入世》，人間福報，2013年04月07日。

朱同慶，《佛光山結緣書 內容一流印刷精美》，人間福報，2016年10月12日。

藍吉富：《近三十年來台灣的佛書出版概況》，內明 118 期 1982 年 1 月，頁 11-17。

邱敏捷，《印順導師佛教著作及其對台灣佛教出版界響》，佛教圖書館館訊 第 20 期 1999 年 12 月。

釋滿觀，《佛光文化出版發展概況》，佛教圖書館館訊，第 21-22 期，2000 年 09 月

陳勵勤，《產銷團體行銷通路推廣之研究》，臺南：農業改良場研究彙報第 62 號，2013 年 05 月 01 日，頁 61-73。

釋自正，《從圖書館管理角度談臺灣地區佛教出版》，佛教圖書館館訊第 21/22 期 2000 年 6 月。

徵引網址：

佛光大辭典。2020 年 04 月 18 日。取自：

<http://buddhaspace.org/dict/fk/data/%25E4%25BD%259B%25E5%2585%2589%25E5%2587%25BA%25E7%2589%2588%25E7%25A4%25BE.html>

佛光文化網。2020 年 04 月 18 日。筆者從網路調查再整理資料出來。取自：

<http://www.fgs.com.tw/aboutUs.php>

法鼓全集，明日的佛教》2020 年 04 月 18 日。參考網址：

<http://ddc.shengyen.org/pc.htm>

結緣書籍：參考工具書及畫冊。2020 年 04 月 19 日。網址：

http://www.zizaiju.com/free-form-x-70.htm?fbclid=IwAR3eESM77fpGQSRAlMT-XrWZGLIo_Bzao_cHcFStfPWP_pdpBcUp2hd8B08