

開創行動學習新紀元

考試用書走向數位內容領域

趙鈺芬 ◎ 千華數位文化股份有限公司
行銷企劃部主任

隨著去年聖誕節Amazon Kindle的熱銷缺貨，到今年iPad上市不到一週就狂賣45萬臺，在在顯示電子書市場的狂熱程度。隨著電子書的熱銷，由數位閱讀引爆的新閱讀革命，也加速傳統圖書出版業者由紙本轉型至數位內容出版。在電子書蓬勃發展之際，身為電子產業發展重鎮的臺灣，政府也早已嗅出市場的潛力，臺灣的電子製造大廠如鴻海、元太、台達電、振曜等等，對於開發電子書硬體都有足夠的技術，此外，軟體業者的規模，也足以因應電子書的發展需求。數位出版的前景年產值上看1000億，政府將投入100億新臺幣，強勢幫助廠商打入目前正火紅的電子書市場，並將成立2至3個大型華文電子書內容交易中心，讓業者拓展市場，讓數位出版業有亮麗的前景。

✦ 100萬人次考試學習市場

從現階段傳統紙本書市場觀察，考試學習類書籍，無疑是金融海嘯後，受創最小的圖書種類。其中國家考試與語言檢定類圖書，更是在不景氣下逆勢成長，根據《2009博客來報告》指出，2009年專業考用書在博客來網路書店銷售總額，較2008年成長幅度近六成，顯示專業考用書在整個圖書出版市場上的異軍突起。

從考選部的統計資料來看，2009年國家考試總報考人數創下歷史新高，逼近70萬人次；其中，高普考等各類公務人員（公職）考試報名人數首度突破50萬人次，比2008年足足多出了10萬人，單憑應考人所繳交的報名費就超過7億元！即使今年景氣復甦，失業率下降，但報名人數不減反增，以今年3、4月份才結束報名作業的鐵路特考與高普考為例，兩項考試的報名人數紛紛創下10年來的新高，總計超過20萬人報考，反映多數民眾開始以選擇參加公職考試為其重要的人生規劃。

除了國家考試用書以外，英語檢定類考試學習用書，也在學校、企業與政府紛紛採取語言認證制度下，使得市場需求呈現穩定成長。以2008年為例，全民英檢（GEPT）中級及初級，共有306,771名考生報名參加，而2008年度共有約186,649名考生報名參加臺灣地區的多益（TOEIC）測驗，可知臺灣的英文檢定及語言學習需求，是多麼重要。



✿ 國內公職、證照類服務者產品與服務分析

目前提供國內公職、證照類考試產品服務為主者，主要可分為二大類，分別是補習班、書籍出版社，這類服務者一直以來所提供的產品類型，不脫紙本教材、函授、面授等。然而，究竟這樣的服務模式，對學習者來說是適合的嗎？或者其實讀者有許多需求都沒有被關照到？以下即就目前坊間常見的產品類型做一比較如下：

1. 面授教材

為一般補習班最基本的產品與服務類型，其特點在於提供固定時間、地點，讓學習者親自到現場聽老師講授。

優點：教材更新即時性高、有問題可於課堂立即發問。

缺點：價格昂貴、不適遠距離或交通不便者、無法自行分配時間學習。

2. 函授教材

目前市面的函授課程，除了千華有專為函授學員設計的課程內容外，絕大多數的教材都來自於補習班的上課側錄，故除了不受時空限制外，服務內容與補習無異。

優點：可自行分配時間學習。

缺點：過了課程時間即無法更新教材法規、遇到問題求助無門。

3. 傳統紙本教材

即讀者自行購買紙本書籍，透過自行閱讀方式學習。此種學習方式，學習者需有一定程度的理解力、耐力和整合力。相較面授或函授有老師先整理好的講義與重點，自學的讀者僅能根據課本的系統，自行查閱法規或相關書籍做整合學習，同時還必須隨時注意相關法規時事的更新。

優點：價格低廉、便利性較高、可自行分配時間學習。

缺點：耗時間精力、遇到問題求助無門、科目多時不便攜帶、無法更新教材法規。

綜觀以上國內公職、證照類服務者之產品與服務型態，以及學習者的滿意度可以得知，雖然面授、函授在教材的完整度與更新即時性上是不錯的選擇，然而無法滿足價格低廉、便利性高以及容易攜帶等學習者需求，亦是其不足之處。而紙本教材相對於前兩者，滿足了較多的需求，成為多數學習者較折衷的選擇。

✿ 行動學習需求帶來電子書市場新契機

隨著國家考試與英語檢定報考人數的增加，除了帶來相關考試用書的銷量成長外，消費者對於行動學習的需求也隨之增高。無論是準備國家考試和英語檢定的上班族或是學生，善用各種零碎時間進入行動學習的狀態，是其渴望的學習方式。而數位內容透過各類行動載具，如：電子書閱讀器、智慧型手機、iPod、iPad等，輕而易舉達到任何時間、任何地點皆可立即閱讀、

隨時學習。

1. 互動學習型電子書

與其他類型考試學習教材相較，在攜帶便利性、時間靈活度、問題解決度、教材即時性、價格滿意度上都考慮到了讀者的需求，以下分述之：

- (1) 攜帶便利性：所有用書皆存於閱讀器中，不需要一本一本攜帶。
- (2) 時間靈活度：隨時隨地只要有閱讀器即可學習。
- (3) 教材即時性：使用者可隨時至電子書平臺購買最新教材，幾分鐘之內便可開始研讀，大大提升時效及便利性。

互動學習型電子書擁有龐大的儲存空間，而體積卻是如此的輕薄短小，使用者不需要再「扛」著一堆書，就能隨時隨地的閱讀。而電子書的優勢不僅僅在於它的輕、薄、短、小，更在於科技如此便利的時代，人們對於效率的要求就越強烈，以往看一本書得千里迢迢跑去買，或是等上一星期才拿得到的速度，怎麼樣都比不上在電子閱讀器上，三分鐘內書即到手的效率來的誘人。而當這樣的便利性，被運用在閱讀目標明確、願意投資教材、需要整合多樣資訊、希望達到高效率優化學習的使用者身上時，更是前景燦爛。

目前的數位內容主要仍集中在無版權的公版電子書、小說與散文型態的文學類書籍，在需求龐大的考試學習市場上，相關內容的供給卻相對貧乏，無疑提供經營考試用書的傳統出版業者，一個進入電子書市場的絕佳契機。

✳ 內容+硬體+軟體+服務，開創數位內容新局面

對於長期以來習慣於使用紙本書籍閱讀的廣大消費者而言，使用電子書閱讀器從事閱讀行為時，還是無法享受紙本書閱讀時劃線、註記的自由度。如果能保留紙本書籍原本具有之優點為核心，讓學習者在使用電子書閱讀器時，也能隨心所欲的劃線、註記，如此一來，才能真正讓使用者願意在電子書閱讀器上K書、準備考試。

閱讀是極具個人化的行為，要找出讀者的閱讀行為與偏好，開發一款使用者心目中夢幻的電子書閱讀器，單憑硬體製造商絕對無法辦到的，此時圖書出版業者的專業與經驗，便可提供硬體業者極寶貴的產品開發建議。在裝置硬體廠商與數位內容業者的共同合作下，同時提升硬體產業附加價值及建構數位內容，發揮一加一大於二的加乘效果。

以筆者服務的千華數位文化為例，經營公職證照類考試用書出版已有36個年頭。在傳統出版轉型數位化的過程中，嘗試各種與資通訊合作的教材內容開發模式。近年應用電腦科技與資訊網路的技術，將圖書內容數位化，創新學習模式，並屢獲國家政府單位的獎勵與認證通過。在這波圖書出版的轉型與變革下，在國科會、經濟部工業局，以及資策會數位教育研究所的用心輔導及協助下，千華數位文化率先結合電子書硬體製造業者振曜科技、南臺灣托福多益權威



補教業者寰宇外語，及數位內容跨平臺軟體技術商曉騰國際，共同推出屬於公職證照及英語考試學習的行動電子書學習服務。

此款全球第一臺具學習功能的電子書閱讀器，將於2010年7月上市，多項具創意的貼心學習功能更爲業界首見，如：手寫劃線、註記、跨資料庫的智慧搜尋、互動測驗、提問服務等。可以想像未來的學習者，在彈指間便可輕鬆進行學習，學習效果甚至超過原有的學習方式！

這四家代表性業者，整合其在內容、硬體、軟體與服務的專長，首度合作開發全球第一臺兼具互動學習功能的電子書閱讀器，目標瞄準每年超過100萬人次的考試學習市場。這項獨步全球、具備學習功能的電子書開發計畫，不僅要水平式的整合內容業者、更要跨產業的納入硬體及軟體業者的合作。整合的過程中，除要克服不同產業間的作業習慣，更經常要調適「語言」不同的障礙，可說是難度相當高。所幸，經由政府部門的積極媒合下，此項開發計畫已順利開展，並榮獲通過「經濟部工業局數位內容產業發展補助計畫」，爲臺灣今年第一件通過相關補助案肯定的學習終端應用計畫。

電子書的發展已是銳不可擋，圖書出版業者的因應之道，在於發揮長期累積於讀者閱讀行為與偏好的知識，以及出版流程與市場銷售的經驗，正面、積極地與其他產業合作。相信結集臺灣的數位內容、數位服務、電子書硬體製造、軟體開發等相關領域業者，透過異業整合的策略合作，並能推展出嶄新的電子書應用整合解決方案，進而開啓數位出版的新商機。📖



· 全球第一款互動學習型電子書閱讀器。(趙鈺芬提供)