



數位出版的現況與 臺灣發展之展望

臺灣師範大學圖文傳播學系碩士班研究生 ◎ 王維君

◆ 摘要

數位化趨勢已成為現代人生活的一部分。數位內容產業在科技的發展下蓬勃興起，而數位出版也在這種情形下產生。這樣的改變不但打破了既有的出版模式，也讓出版產業的生態有了大幅度的轉變。本文主要藉由對數位出版的介紹，大致勾勒出數位出版的藍圖。在其中討論數位出版市場的發展趨勢，和在亞洲各國的數位出版發展；並檢視目前臺灣的數位出版現況，企圖由此對數位出版的發展和展望做一個全面性的了解。本文建議，在數位出版市場佔有率漸漸升高的同時，重新重視「內容」的重要性，可能才是未來臺灣發展數位出版的關鍵。

一、前言

當古騰堡發明木刻印刷，改變了歐洲的知識流通方式，讓以往難以獲得、被少數人掌握的知識，成為一種能夠較大量傳佈的內容。這也成為推動文藝復興的一個重要原因。隨著科技不斷的發展，資訊科技的強力衝擊改變了許多既有的習慣。在現今的數位時代，數位技術和內容的出現讓傳播業有了很大的改變，而出版業就是其中相當重要的一環。因為數位內容的大量出現，讓出版業有了全面、基礎性的改變。

數位內容產業是我國政府列為「新世紀兩兆雙星產業發展計畫」的重點之一，由於其具有發展知識經濟與數位經濟之指標意義，除可促進傳統產業提升知識含量，進而轉型成高附加價值產業外，亦能提升我國整體產業競爭力之基礎。根據經濟部的定義，「數位內容產業」意指：「提供將圖像、文字、影像、語音等資料，運用資訊科技加以數位化，並整合運用之產品或服務之產業」（注1）。而「數位出版」是一個全新的概念和產業思考，從發行觀念到寫作、印刷、通路等配置，都與傳統出版概念不同。數位出版的方式大致包含三種，第一是以數位工具產出數位內容；第二是以平面紙本轉為數位內容；最後是將數位內容列印為平面紙本（注2）。從Digital Distribution 與Electronic Publishing 概念下，經營者必須重新以電子化、數位化以及全自動化的思考模式，構想數位出版的未來發展方向。和以往單純的出版業不同，出版社需要了解目前技術發展進程以及未來市場發展趨勢，才有機會讓自身的企業躍升為「數位出版業」。

本文藉由對數位出版的介紹，大致勾勒出數位出版的藍圖，並討論在數位出版的走向和在

亞洲各國的發展，並檢視目前臺灣的數位出版現況，企圖由此對數位出版的發展和展望做一個全面性的了解。

二、數位出版市場的發展趨勢

在出版市場數位化之後，將呈現出和以往截然不同的風貌，而整體市場亦會產生不同於以往的發展。以一般出版來說，主要的趨勢包括（注3）：

- （一）以紙本形式的書需求逐漸下降。
- （二）POD成長快速。Frank Romano 相信，十年後（2015），48% 的書將會以數位化隨選列印的方式存在。
- （三）電子期刊的增加。以紙本形式的雜誌增加趨於緩慢，但電子期刊則穩定增加。而日報的數量亦會有些許下降，但電子報已發展至高峰，數量將可能持平。
- （四）視聽媒體的成長。預計在三年後，視訊資料會增加 32%。

而以學術資料來說，可分為四個不同的層面：包括圖書出版、期刊出版、學術性文章、數位典範等四方面。以下將介紹這四個層面：

（一）圖書出版方面：

在學術性圖書上，電子形式將整合到傳統出版和隨選列印。而圖書館的購書成本會降低，根據 Survey of Academic Libraries 2002 的資料，以美國的學術圖書館為例，從 2000 到 2002 年的採買減少了 14% 的紙本形式圖書。而大學出版社的銷售下滑，以精裝本為例，銷售量在 2002 年 8 月較之前下滑了 26.8%，而圖書館館購買的量則減少 12% 以上。種種的結果將會導致學術性出版社的經營困境，或許學術性圖書需要一個新的管道來傳播，必須兼具成本、效益和速度。美國杜克大學出版社的 Wissoker 提到，出版型態的改變確實讓圖書出版產生困境，平均一本書需要美金 3200-4200 的產值，約需要賣出 2500-3500 本，但現在許多書賣不到 1500 本，加上貨運、倉儲、人事等成本，學術性出版社的維持可能愈益困難。

（二）在期刊出版方面：

內華達大學的 Anderson 相信，在未來五年中，研究型期刊將完全的線上化。而目前大型出版社的主要期刊都已經被放在網路上，從 1994 年不超過 75 個期刊；到 2002 年，75% 的期刊皆可上網取得，甚至有 64% 可從網路上看到期刊的內容全文，這種趨勢似乎勢在必行。而研究者似乎亦偏好電子形式的期刊，以 Drexel 大學的調查可知，和原本的紙本比起來，84% 的教職學和學生皆喜歡電子期刊，雖其中原因可能相當複雜，但多數人認為這可以節省他們尋找資料的時間，並獲得更多資訊。

（三）在學術性文章方面：

大體而言，學術文章已從傳統的學術出版（像大學出版社或學術型出版社），轉變為數位檔案和其他的類型。內華達大學的 Anderson 預測，「刊期」的概念是一種 20 世



紀的產物，未來許多研究圖書館會停止每期登錄的工作。而當未來研究報告的產量接近飽和，亦會趨向轉為電子形式出版。

(四) 數位典藏方面：

數位化的腳步促使各類的內容轉化為數位檔案加以保存，如電視臺的數位新聞影音資料庫等，而出版的數位印刷典藏是指將文字內容以電子化的形式保存。在數位印刷典藏下，使用者可以方便的找到許多已絕版的書籍，也提供書籍一種長期保存的模式，不會因時間的流逝而耗損、斑駁。目前數位印刷典藏所建立的資料庫尚未普及，多數亦需付費閱讀。

二、亞洲各國的數位出版發展

數位出版在世界各國皆是一股銳不可當的風潮，在此因考慮到區域市場及文化的相似性，以亞洲幾個較著名的國家為例。

在韓國，出版業爲了開發數位閱讀與出版，先在 2000 年由 25 家出版社和 34 家 IT 相關企業共同組成 Electronic Book Korea 訂下韓國電子書的標準規格（注 4）。並決定各家不單打獨鬥，而由 120 家出版社集資 70 億韓元成立 Booktopia，由這一家來集中全力開發可供各種載具閱讀的電子書。目前已開發出五萬種書。接下來兩年以開發三十萬種爲目標。因此如果你上這個網站，會發現首頁的網頁說明是「大韓民國電子書代表企業」。

而在日本，有些日本出版社將數位出版納入出版社內部，也有一些委託外部廠商辦理。如講談社的電子文庫，就和 Paburi 公司合作。基本上，日本有規模的網上內容供應者相當多，諸如 Ebookjapan（號稱是日本規模最大的數位出版網站）、Space Town Books、Web 書齋（包括 PDA 電子書、PC 電子書、On demand 等）PDA Paburi 等（注 5）。除此之外，日本在數位閱讀的開發上也有特別之處。如 AZUR 就特別針對漢字直排閱讀的需求，開發出直行閱讀的系統。而日本極具特色的數位出版計劃——青空文庫，原來只是一個年輕人自己的網上閱讀的整理計劃，但是在網路傳播之下，已成爲頗具規模的線上資料庫。而在電子書（E-book）的發展上，日本挾電子產業的傳統優勢，現已成爲 Sony 與 Panasonic 的競爭。Sony 聯合了講談社、新潮社成立了一個電子書的流通公司 Publishing Link，以使用 E Ink 公司合作開發的電子紙爲界面；而 Panasonic 聯合東芝和其他一些出版社成立了另一個 The Electronic Book Business Consortium，以另一個系統的 LCD 爲界面。目前尚不知哪一種規格將成爲未來的標準，但由此可看出日本數位出版產業的蓬勃發展。

在中國大陸，數位出版也發展得極爲蓬勃。跟日本不同，中國雖然在電子書方面沒有太多新的發展，但以網路瀏覽形式的數位出版卻是目前的當紅炸子雞。在全球最大的中文數位圖書資訊網——超星數字圖書館網站，共擁有 51 萬種電子圖書館圖書資源。其中 2000 年後的新書有 12 萬種，分文學、歷史、法律、軍事、經濟、科學、醫藥、工程、建築、交通、電腦和環保等幾十個大類。目前提出「一天上架 50 種新書」的口號，並號稱要在今年暑假推出一萬本

新書（注6）。在香港，迪志推動自主出版及以「四庫全書電子版」為主要發展項目，而2005年1月更正式推出日文版，是電子出版中相當成功的例子。

四、臺灣數位出版發展現況

臺灣的數位出版現況可以從兩個層面來檢視，一個是技術面，另一個是內容面。以內容面看來，現今臺灣的實體書和電子書（此處指的是廣義的虛擬書籍）的比例相當懸殊。根據2003的調查，共有43000種新書、約5200種雜誌上市，換算成每日出版量，一天約出版110種新書。（注7）

如果單以此來看，臺灣的出書能力高於美國、日本，但其中數位出版數量相當有限，以2004年6月份的資料看來僅約有430種（注8），比例懸殊。由此可知，目前臺灣的出版社尚未將主力置於數位出版的領域，而是致力於傳統上紙本的範疇。這可能表現出出版社對於數位出版市場的不確定，因為不了解讀者的喜好和想法，對於較不習慣的數位出版抱持保留態度。

而討論數位出版時，不能僅以過去看待出版業的方式，只重視內容、通路、倉儲、行銷的事項，數位出版的技術亦是影響成敗的關鍵。以技術面看來，出版界已耕耘了一段長的時間。和數位出版上、下游相關的部分包括：數位出版社，多由現今的出版社轉型而成，致力於數位出版的內容開發；數位出版之平臺；數位版權管理；數位出版實體通路商；從事電子書硬體的廠商等。雖然從事相關技術的廠商不多，但大多具備了完整的技術。而每個環節並非涇渭分明，像是數位出版社並非僅能提供內容，一些數位出版社亦擁有相當良好的技術能力，以國內來說，遠流即是一個很好的例子（注8）。而目前的數位出版公司可大致分為三類，第一種是以出版百科全書、期刊等為主的出版社，像是遠流，以建立書目資料庫為主；第二種是以書為主，以電子書做為行銷，而販賣實體書仍是主要業務，以華文網為例；第三種則是以雜誌、資料庫為主的出版公司，像是天下雜誌，將其過去的雜誌內容都數位化，以電子雜誌和紙本並重的方式出版。


國內的數位出版採用的電子檔案格式以PDF為主，但內部多採用XML，讓未來交流的可能性大增。相較於韓國有一個統一的規格，或日本兩大規格的激烈競爭，在臺灣的各家出版公司使用的平臺都不盡相同，雖然目前因為尚未有一個標準的格式供各家使用，但這樣的情形可能造成日後互不相容的情形，提高消費者在電子書接近和使用的難度。

而在臺灣的數位出版發展中，有一個較引人注目的是loopin，其在大陸的名稱為Xplus。就數位出版的型態而言，loopin徹底打破了過去只是把紙本書籍轉化為電子文本的模式，結合影音多媒體的特性，同時橫跨雜誌與書籍的特色。發展出一期期的電子雜誌，不但可在網路上瀏覽，亦可下載收看。其維持雜誌的原貌以一頁頁的方式供讀者翻閱，但打破了僅能以紙本閱讀的限制，使其流通更方便。目前其內容以年輕人為主要族群，如同坊間一般的流行雜誌，雖然尚未有以影音效果和雜誌不同的專題，但其代表的意含相當重要。

五、結語



數位時代的到來，讓「數位出版」成爲不可避免的趨勢。數位出版可解決一些出版界長期以來的問題，像是「先生產、再銷售」等，出版品不再需要大量庫存、堆積，和資金的積壓與倉儲場地的費用等。但面對數位出版所帶來的改變，出版業必須以一種全然不同的想法應對。當速度經濟取代規模經濟，印刷出版不再要求大量，而是轉爲精緻、量少、高附加價值的產品。大量複製的方式將不在未來的時代中風行，如何找到大量的消費客群成爲最重要的課題。出版社在建立客戶資料的部分或許將更爲重要，因爲藉由網路直銷客戶資料庫的建立，才能進而分析顧客的消費行爲，針對消費習性提供適當的產品，達成與顧客一對一的行銷，創造數位出版的商機。

而在數位出版的世界裡，國界的限制似乎將愈來愈小。在翻譯工具容易取得的情況下，消費者的閱讀可能不再因語言的差異受到龐大的限制。而當臺灣面對日、韓、中國大陸的蓬勃發展，如何在數位出版的各方面有更多的提升，留住本土的閱讀族群，並納入更多的外來讀者，是相當重要的課題。以目前的情況看來，日、韓在網路介面、電子書規格和資料庫上發展有相當快的腳步，在這樣的情形下，臺灣在數位出版的前景或許必須回歸「內容」上的豐富性。如同在其他的數位內容產業一般，「Content is the King」，具有原創性、文化特色的豐富內容永遠能吸引讀者。這個情形也提醒我們思考一個重要的問題——到底出版業「提供的是知識的價值，還是複本的價值？」面對現在資訊成長一百倍，紙張成長僅一倍的情況，答案不言而喻。如何發展更優良的數位內容，或許將成爲未來在數位出版發展的成敗關鍵。

注釋

注1. 陳冠華，"數位內容產業" 2005, <http://www.read.com.tw/new/hypage.cgi?HYPAGE=subject/sub_content.asp>

注2. 洪志郎，"探索數位出版的前進動力——從3個面向看數位出版市場"，*網路資訊*，156期，(2004)：68-73

注3. OCLC, "OCLCReport:004 Information Formats Trends", (2004) <<http://www.OCLC.org/reports/2004format.htm>>

注4. Won-Sung Sohn, cSeung-Kyu Ko, Seung-Kyu Ko, Sung-Hyuk Kim, "Standardization of eBook documents in the Korean Industry," *Computer Standards & Interfaces*, 24 (2002)：45 - 60 .

注5. 臺北國際書展，數位閱讀趨勢網站 <<http://www.tibe.org.tw/digital/>>

注6. 超星數字圖書館網站 <<http://www.ssreader.com/>>

注7. 全國新書資訊網 <<http://lib.ncl.edu.tw/isbn/index.htm>>

注8. 陳昭珍，"數位出版發展現況與趨勢研究The Developing State and Trend of Digital Publishing," *圖書館學與資訊科學*，no.30.