

圖書館電子書使用與產業現況

文崗資訊副總經理 ◎ 程蘊嘉

身處數位時代，我們早已習慣透過數位載具接收與查詢資料，因為這樣的發展影響了圖書館走向數位化資源服務，也相對吸引更多廠商加入開發數位資源及其使用載具。對於有興趣發展電子書的圖書館，本文將從實務角度與大家分享筆者在電子書市場的服務經驗與觀點。

談到圖書館所收錄的數位資源，除了資料庫之外，另外的主流資訊就是電子期刊與電子書，個人對其所下定義為：「將各式資料（期刊或圖書）數位化後予以系統化與結構化的處理，並透過不同的設備供人閱讀與再利用」（注1）。

其中系統化指的是將所需數位化的資源收集整理後，加以處理或加值，再做出可呈現與閱讀的結果，即以 Input --> Process --> Output 的系統化流程作業。結構化指的是呈現的方式，例如：網路書店多使用分類方式呈現各類圖書，同時也提供檢索的方式來查詢圖書。簡單的說，系統化是垂直的處理流程，結構化則是橫向的內容呈現方式。

科技的日新月異，將閱讀的方式從傳統的紙面資料擴增到利用電腦來閱讀資料。而人人都有的手機、電視也已加入成為數位資源的閱讀裝置，未來 AI 家電中，冰箱、烤箱、音響、手錶，甚至衣服，都有可能加值成為不同的閱讀方式；更有專用的電子書閱讀機、PDA、電子紙……等手持式閱讀裝置，更讓數位閱讀生活可使用的載具變得無所不在。

◆ 各國電子書現況

全球各國電子書的現況依國情與文化而有不同的發展，但主要還是以美加、日本、中國發展的較有特色，當然臺灣本地的電子書現況亦將會作一探討。

◎ 美加

根據開放電子書論壇（OEB Forum）所說明的數據中，美國的電子書 2004 年前三季的銷售金額為 950 萬美元，較 2003 年同期成長 20%，但只佔實體書市場全年 250 億美元的千分之五，全年銷售超過 42 萬本電子書，銷售金額向上持續攀升，但同期的電子書新書種類卻呈現下滑的現象，這是值得探討的議題（注2）。

其原因為出版社經歷了前幾年的實戰經驗後，出版社了解到某些特定類別的電子書是較受歡迎的，如：小說、參考書，進而調整發展電子書的出版數量與種類。整體而言，有越來越多的出版社在出版紙本書之後也會出版電子書。知名的電子書商則有：OCLC Netlibrary、Audible、Wiley、Books@OVID、TumbleBooks……等（注3）。

至於 2004 年底轟動一時的 Google Print Library 計劃，宣布要將美國具有特色的五個圖書館館藏數位化，並於加值後提供給大眾使用，此舉招致美國出版協會的抗議而於 2005 年宣佈暫停



該計劃。基於前車之鑑，Yahoo 在 2005 年 10 月宣佈與 Adobe、HP……等單位組成「開放內容聯盟」(Open Content Alliance, OCA)，只針對已過期的版權圖書進行數位化，營運的部分也交由一家非營利機構負責，稍後微軟也公佈進行類似的 MSN Book Search 計畫，並且也加入了 OCA 聯盟(注4)。

◎日本

根據日本朝日新聞在 2006 年 2 月 19 號的一則報導「休閒性的出版品在手機閱讀亦受到女性消費者的青睞」的新聞中提到，日本的電子書市場蓬勃發展的情況，以休閒性的漫畫《北斗神拳》、《上班族金太郎》……等 150 種漫畫為例，在今年的元月份就被下載一萬多次，營業額高達 200 多萬日幣(注5)。

日本的 IT 產業調查中也指出，2005 年時日本的電子書市場產值約有 45 億日幣，比 2004 年成長了 2.5 倍，其中行動電話的電子書市場就佔了 12 億，比 2004 年成長了 10 倍之多，調查單位的研究報告中指出，手機下載的電子書中，有超過一半的內容多為休閒性的內容居多，如：星座、命理、漫畫、短篇小說、寫真集……等。

目前日本的手機業者正積極投入提升在手機上觀看漫畫的相關技術，相關的出版社對於電子書市場蓬勃發展是否會影響整體出版市場則保持樂觀的看法，它們認為手機電子書市場對於實體的單行本漫畫、週刊和雜誌反而有減少「上架費」、「零庫存」成本的優點，期望在廠商與使用者良性的互動下，電子書市場會有更爆發性的成長。

◎中國

中國電子書部分，依據中國每周電腦報的資料顯示，2005 年電子書的銷售數量超過 1,000 萬冊，營業額約 50 億元人民幣，佔實體圖書 500 多億元人民幣的十分之一(注6)。500 多家出版社出版發行合法版權的電子書超過 20 萬種，出版總量達到全球第一，並有超過 2,000 家圖書館購買電子書作為數位資源。知名電子書商則有：北大方正、中文在線、超星、書生，四家即佔了全中國 90% 以上的市場；香港則有：香港商務、中文大學、先濤數碼、迪志文化……等。

根據 2005 年中國電子書產業年會，中國政府認為電子書產業之所以發展成功的原因在於：

1. 電子出版核心技術有重大的創新，中國已有能力自行開發數位版權保障技術 (DRM : Digital Right Management)。
2. 開發適合中國國情的電子書檔案格式 (如：CEB 格式)。
3. 電子書產業鏈的高度整合 (電子書製作、出版、閱讀平臺一體化)。

4. 技術和國內使用者需求可以相符合 (中國的網路人口為世界排名第二，目前擁有 9,880 萬網民，到了 2005 年底達到 1.2 億人)，藉由使用者的大量使用，可以創造出更多的需求，符合經濟學上的正反饋理論。

◎臺灣

臺灣電子書的發展，有行政院所公布的「數位學習國家型科技計畫」，計畫在五年內投資 40 億臺幣發展「全民數位學」、「縮減數位落差」、「行動學習載具與輔具—多功能電子書

包」、「數位學習網路科學園區」、「前瞻數位學習技術研發」、「數位學習之學習與認知基礎研究」及「政策引導與人才培育」等子計畫，預計可帶動500多億相關產值（注7）。

至於臺灣的電子平臺部分，2005年有遠流提出的「整合性數位出版管理平臺」，包括創作、編輯、閱讀、管理以及電子商務流通；經濟部工業局專案經費補助城邦則和聯合線上各自建置「數位出版交易平臺」，將金流、物流和資訊流整合為一個平臺。

臺灣2005年電子書市場超過1億，實體書的市場每年則約有600億。電子書商在B2C市場（企業對客戶）多為自建電子書平臺的廠商，如：漢世紀、遠流、城邦、UDN聯合線上……等；B2B市場（企業對單位）則為代理電子書或出版社自營，如：文崗、長亨、Wiley、Springer……等。

◆ 圖書館使用現況

圖書館目前採用電子書的比例越來越高，學科範圍也日趨加大。在使用現況上而言是一種緩慢向上成長的曲線，大部分的使用者並未養成以閱讀電子書作為取得必要參考資料的來源，茲列出目前圖書館使用電子書的一些現況：

1. 使用比例：就臺灣地區的西文電子書而言，如同西文紙本書一樣使用量均不高，但因為其使用較為便利且可校外使用，更可以透過查詢或分類呈現的方式看到近似的圖書，因而增加了使用量，故整體而言是較同一本實體書的使用率高。

2. 客戶數量：目前以購買電子書的利用程度來說，約有75%的大專採用；大型公共圖書館與醫學圖書館則幾乎都有提供電子書服務；相形之下，中小學的使用狀況則就低得多。

3. 優先購買：因考量電子書的便利購買優點，故以購買時程較長的外文書與大陸書為主，通常採不定期購買，尚未將電子書當成固定採購之項目。

4. 買斷圖書：通常會考量到預算的一次性與是否能成為永久館藏，故多傾向採用買斷的方式購買圖書；但若屬於科技、醫學等有時效性的資源則會考慮用租用的方式獲取最新的資源。

5. 聯盟分享：近年來因圖書館預算不再增加，故由圖書館之間自發組成聯盟和廠商進行議價，藉以獲得更多資源與優惠價格，甚至可以分享資源。

6. 學術為主：目前圖書館所購電子書仍以學術典藏與運用為主，少部分購買休閒、益智類圖書；公共圖書館則相反。

7. 使用載具：可供電子書使用的載具，依目前的使用量排序為：電腦>PDA>手機>專用閱讀機>電視，但相信隨科技的變化與使用者習慣的調整，不久的將來這個排名就會有所變化。

8. 並存紙本：電子書雖具有相當多的優點，但實體書特有的文化與感受卻也是電子書所無法取代的，短時間內是只有可能並存而無法取代的。

◆ 結語

2005上海書展時有人預測，到了2008年時，中國50%以上的網路書店銷售電子書；2010



年時，90% 以上的出版社出版電子書；2015 年時，電子書的銷售金額達到100 億人民幣。

從這樣的數據資料中可以看到中國在發展電子書的速度上頗有「後發先至」的情況，臺灣繁體的電子書市場則受限於多家平臺、紙本圖書易於取得、版權與訂價、平臺收費機制等問題，仍處於草創階段。若臺灣的出版業者不耐久候與競爭而投靠對岸或美國的電子書平臺中，屆時要再發展平臺可能會因缺乏普遍性與可看性而遭到市場的淘汰。

代理電子書產品的廠商，目前因臺灣市場規模尚在起步階段，可先合作共同將市場做大，一同推廣數位服務的好處與利用方式，注重產品銷售後的客戶服務與售後推廣，創造圖書館的使用量，如此方可創出與客戶雙贏的市場。

圖書館部分，可從了解目前自身採購作業上的流程與主事者的政策發展，除了評選優質產品進入圖書館之外，可以要求廠商協助一同推廣該產品。館員自身也應了解週遭環境的變化與圖書館發展的艱辛現況，也唯有再多充實自身不同領域的知識，尤其是商業與社會學二方面知識，再經過伙伴們的集思廣益，創造具有特色的圖書館服務，才能維持圖書館的地位於不墜。

參考文獻

- 注1. 程蘊嘉 (2002) 網路時代的新閱讀風貌——電子書 全國新書月刊 42 期 頁8-11 臺北：國家圖書館
- 注2. OEBForum Top Selling eBooks of 2004 Announced Strong Q3 in 2004 with Double Digit Sales Increase Over 2003 <http://www.idpf.org/pressroom/pressreleases/2004bestsellers.htm>
- 注3. 康慨 2004 年美國電子書市場綜述
<http://www.publishing.com.hk/qushi/qsdetail.asp?textid=B00000020050128002>
- 注4. 沈聖書 Google Print Library V.S. Open Content Alliance
http://www.npo.org.tw/PhilNews/show_news.asp?NEWSID=7624
- 注5. 細沢礼輝 電子コミック携帯で「ながら読み」、女性にも人気
http://be.asahi.com/be_s/20060219/20060206TKEZ0038A.html
- 注6. ZDNet China 中国网络出版产业链形成 投入仍然大于产出
<http://www.cnetnews.com.cn/news/net/story/0,3800050307,39303780,00.htm>
- 注7. 孫文秀 數位學習理論為數位內容成功基
<http://www.elearn.org.tw/NR/exeres/8D3BD618-0CAA-4BE0-B9A4-77A9AF675A33.htm>