

出國報告（出國類別：其他）

赴北京辦理政府出版品 行銷及交流活動

服務機關：行政院研究發展考核委員會

姓名職稱：李武育處長、陳瑩芳科長

派赴國家：北京

出國期間：99年5月10日至5月14日

報告日期：99年8月13日

摘要

政府出版品內容豐富多樣，涵蓋民間出版所不及的領域。為藉由市場機制擴散此知識產品，本會建立統籌展售機制，積極拓展國內外通路。隨著兩岸經濟文化交流加深，大陸地區對政府出版品的興趣與需求日漸增加，本會自 2006 年起開始積極拓展大陸地區市場，期提升出版品能見度並擴大流通。經過數年努力，本會已累積相當參展經驗，亦透過統籌展售門市於大陸北京、安徽、廈門等地開拓合作據點。由於大陸近來出版政策部分開放，民營書業得以合資方式與國營企業合作，發展相當蓬勃，因此規劃與國家書店共同赴北京辦理主題書展及座談會，藉由優質內容、專題演講及深度座談方式，加強政府出版品的曝光，並與藝文人士相互交流，提高對政府出版品的認知度，也藉此瞭解其看法。

另由於數位出版發展趨勢，除出版業外，資訊及電信業也紛紛投入電子書產業，是行政院的六大新興產業之一，然而在內容、標準及商業模式上至今未達成共識。中國大陸既為全球重要華文出版市場，其數位出版產業的發展及對電子書標準的看法如何，相當值得注意。因此，本次參訪特別安排北京方正阿帕比技術有限公司與北京中獻拓方科技發展有限公司，其各為「電子資料庫／電子書」及「按需出版」(Book on Demand, BOD)之先驅單位，期藉兩家不同發展脈絡的數位出版公司，汲取相關經驗。為觀察北京零售書店營運情形，另前往位於西單的北京圖書大廈，瞭解終端銷售點的品項內容及讀者閱讀興趣。此外，因應文化創意產業蓬勃發展趨勢，也前往 798 藝術區，瞭解藝術區的經營與現況。

本次參訪獲致心得如下：兩岸貿易條件不對稱，出版管制尚待鬆綁；民營書業發展蓬勃，成為大陸書市推動力量；電子書標準混沌未明，尚未取得各界共識；按需出版彌補傳統出版不足，有助知識傳承與流通；藝術區定位與經營不易，未來發展情形有待觀察。並提出：以分眾行銷策略，拓展中國大陸市場；掌握對岸數位出版發展情勢，積極規劃我方適當進路；按需出版應與傳統出版、數位出版並行開展；持續深化出版內涵，增加政府出版的軟實力等 4 項建議。

目次

壹、	目的.....	1
貳、	書展及活動.....	2
參、	參訪對象.....	4
肆、	心得.....	15
伍、	建議.....	19

圖目次

圖 1	主題書展海報設計.....	2
圖 2	李處長於主題書展現場向與會來賓介紹政府出版品	3
圖 3	李處長專題演講情形.....	4
圖 4	北京方正阿帕比技術有限公司.....	5
圖 5	中獻拓方公司 BOD 設備及製程	9
圖 6	以 BOD 方式重新產出民國時期的圖書.....	10
圖 7	北京圖書大廈外觀.....	11
圖 8	港台版圖書專櫃.....	12
圖 9	北京 798 藝術區入口.....	13
圖 10	798 藝術區中的藝術書店「旁觀·書社」	14

壹、 目的

政府出版品為各機關知識的結晶，內容豐富多樣，更涵蓋民間出版所不及的領域，除反映政府職能及展現施政成果外，另兼具促進學術研究、產業發展與推廣臺灣形象之意義。為藉由市場機制擴散此知識產品，本會建立統籌展售機制，積極拓展國內外市場，期提升政府出版品能見度並擴大流通範圍。

中國大陸是華文出版的最大基地及市場。考量政府出版品前進大陸除有提升銷售額的實質效益外，亦有助於促進大陸地區民眾對臺灣的正確認識。因此，本會近年來積極責成統籌展售門市參與大陸各書展及開拓合作經銷據點，並派員併同前往考察，俾掌握參展情形、出版業發展及顧客需求。另自去（98）年度起，除參訪行程外，更安排專題演講及座談會，期與目標客群進行深度交流，進一步闡述政府出版品的內容與價值，並尋求合作機會，相關活動成效甚佳。

為延續歷年來開展大陸市場的成績，並探詢其他可能流通管道，經評估，中國大陸現有國營出版社約 544 家，民營文化公司／工作室則約有 1 萬家左右，其中北京地區無論在出版業規模、實力與市場方面都居首位，遠遠超越其他各省。另由於北京之文化、金融、經濟地位突出，亦為其他地區出版社設立分支機構的首選城市，且多數都是獨立開展出版業務，表現相當亮眼。此外，在出版品發行銷售據點方面，亦以北京的密度最高，而北京的各文創園區亦常辦理出版展示及相關行銷活動，頗具加乘效益。爰此，即規劃與政府出版品統籌展售門市－國家書店於 5 月合作赴北京，嘗試與民營業者舉辦「臺灣好山好水」主題書展，並邀集藝文人士進行座談交流，另安排參訪數位出版、文創園區及圖書出版業者，包括：北京方正阿帕比技術公司、北京中獻拓方科技發展有限公司、798 藝術區、22 院街藝術區及北京西單圖書大廈等，以瞭解現行數位出版及按需出版（BOD）發展趨勢，於文創特區辦理相關出版及行銷活動，以及書店展銷情形。

貳、 書展及活動

一、「臺灣好山好水」主題書展

本次書展首次嘗試走出官方及出版公會邀集的展銷管道，由國家書店與當地文化人士共同策劃，選定於北京新興的文創區－「22 院街藝術區」設展。「22 院街藝術區」是北京首座藝術與時尚相結合的步行商業區，總建築面積 30 萬平方公尺，目前有多家國際畫廊、各類藝術機關、拍賣公司、藝術家工作室進駐其中，且著名的「今日美術館」亦坐落在此區西端，更增加了藝術聚落的強度。

主題書展的展示區約計 6x6 平方公尺。考量大陸讀者閱讀興趣及政府出版品特性，本次書展選題以景觀、生態、文化、藝術、設計、飲食及文物風俗為主，選出包括《遇見臺北角落》、《浯島四月十二迎城隍》、《日治時期的臺南》、《臺灣物館系統叢書(2)－世界第一臺灣樟腦》等約 100 種政府出版品，展期自 5 月 12 日至 5 月 25 日為止。

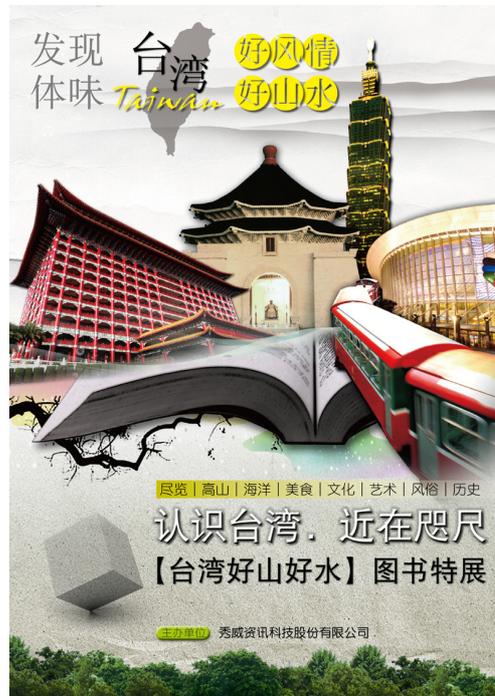


圖 1 主題書展海報設計



圖 2 李處長於主題書展現場向與會來賓介紹政府出版品

二、專題演講及座談

為聚焦特展主題，特別規劃於開展首日（5 月 12 日）舉辦專題演講及座談會，邀集北京知名學者及藝文人士參與。與會情況相當踴躍，計有 35 人參加，到訪率近 9 成，包括媒體記者、重要研究機構研究員、著名大學教授及知名出版社編輯與作家等。

李處長武育以「暢談台灣機關單位的出版現況」為題，從政府出版品的意義、價值、特性，分享政府出版品優質內容與管理經驗，並說明邁向電子書的發展策略與兩岸交流合作的重要性，以及臺灣自由、多元、富創意的出版情形。聆聽專題演講後，在場人士就政府出版品的內涵及管理制度進行提問與討論，由於兩岸制度迥異，來賓發言時均表示十分欽羨臺灣出版的開放環境及自由程度，更相當肯定政府出版品的專業度及豐富度，對於兩岸合作部分，則認為確實如同李處長所說，可朝向合作選題、編輯出版、華文市場整合行銷、發展數位出版產業相關

標準、擴大版權市場、共同維護出版業交易秩序、深化交流參訪及合作辦理書展及座談等方向努力。



圖 3 李處長專題演講情形

參、參訪對象

一、北京方正阿帕比技術有限公司

(一) 簡介

北京方正阿帕比技術有限公司 (Apabi, 以下簡稱「方正阿帕比公司」, <http://www.apabi.cn>) 是方正集團旗下專業的數位出版技術及產品提供商。方正集團與華為、海爾同列中國大陸資訊產業前三強的大型控股集團公司, 於 1986 年由北京大學投資創辦 (目前北京大學持股 70%), 產學合作的架構下, 掌握了重要的產業發展核心技術, 也吸引國內外資金的投入。目前該集團擁有 5 家在上

海、深圳、香港及馬來西亞交易所上市的公眾公司以及正在籌辦上市的方正證券，下設遍佈海內外的獨資、合資企業 80 多家，員工 3 萬人。2009 年，方正的營業額佔中國大陸校辦產業近 70%，為國家首批 6 家技術創新試點企業之一，在 500 家國有大型企業集團中排名第 118 位，其總資產 480 億(人民幣，以下同)、總收入 480 億、淨資產 210 億、利潤 25 億，是中國大陸「企業為主體、市場為導向、產學研結合」的典範企業之一。

方正阿帕比公司成立於 2006 年 4 月，其前身是成立於 2001 年的北京北大方正電子有限公司數位內容事業部，其自主研發的數位出版技術及整體解決方案，曾獲 19 項國家專利、2 次發明專利獎及 1 次國家科技進步獎，目前全國已經有 90%以上的出版單位，超過 500 家出版社採用 Apabi 平臺發展數位出版業務。



圖 4 北京方正阿帕比技術有限公司

(二) 核心技術及產品

方正阿帕比公司的核心技術包括：數位版權保護技術 (Apabi DRM)、文檔格式技術 (可將不同格式檔案轉換為統一的 CEB、CEBX 格式，且保有原格式的版面及資訊，目前廣泛應用於電子書、電子公文、電子期刊及電子報紙等)、全文檢索技術、版面分析和版面理解技術、分散式數位內容傳輸與控制技術 (該技

術可確保傳輸的效率和安全)、跨平臺閱讀技術(可於 PC、電子書閱讀器、PDA 及智慧型手機間轉換,既符合中文的版面規範,電子書的檔案格式也一致)、統一的數位資源服務和檢索技術(用戶可自行設定所購買的 Apabi 電子書資源網頁及控制使用權限,且能進行多種資源的檢索)及連續性出版物內容管理技術和發佈技術。

目前該公司在內容產品方面,可分為電子書、數位報紙、數位內容閱讀平台(包括工具書、年鑑、經典典籍等各式特色資源資料庫)及移動閱讀(包括以隨身碟方式提供電子書閱讀的「U 閱迷你書房」、電子書閱讀器「方正文房」、Windows Mobile 系統的手機等)等,內容涵蓋多種資料類型,亦針對客戶性質發展不同的使用方式與權限控管。據本次參訪得知,方正阿帕比公司目前獲得版權的電子書圖書已達 50 萬種,數位報紙則有 500 種,全球有超過 3800 家的圖書館、中小學機構向其訂購數位書報刊服務。

(三) 數位產業標準

根據該公司執行總經理赫思佳女士表示,由於全國目前已有超過 9 成的出版社均使用該公司開發的排版系統來進行傳統出版,又其自主研發 CEBX 格式(類似 Adobe 公司的 PDF 檔案格式)已獲政府機關電子公文系統採用,其子集 CEBX/A-1 並獲得中國大陸的版式技術產業應用聯盟(DIAA)通過,成為歸檔格式標準,且所開發的各項數位內容產品也獲顧客高度認同。從出版流程來看,該公司強調「一次性編輯加工、多渠道發佈»,全力發展「內容編輯—出版機構—數位銷售—數位終端」的解決方案,結合了內容、技術及通路,並面向不同的應用領域,開發適用各種閱讀載具的產品,包括手機、電子書閱讀器及平板電腦等。赫總經理認為,以方正阿帕比公司在傳統出版的深耕及數位技術研發的實力,雖然目前中國大陸就電子書標準仍處於調查研究及討論階段,該公司希望成為引領者,推動各種數位閱讀格式的統一,並最終建立數位出版行業的版式技術標準。

二、北京中献拓方科技發展有限公司

(一) 簡介

北京中献拓方科技發展有限公司(以下簡稱中献拓方公司)係知識產權出版社(原名專利文獻出版社)控股的企業,該公司位於世界 500 強雲集的國家級經濟技術開發區—北京經濟技術開發區(BDA,即北京亦庄—Beijing ETown),以資料處理、數位印刷為基礎,大力發展按需出版(BOD)業務。

其母機構—知識產權出版社成立於 1980 年 8 月,由國家知識產權局主管和主辦,是中國專利文獻的唯一法定出版單位,擁有全部的中國專利文獻資訊資源,也是國家新聞出版總署批准的國家級出版社、電子出版單位、網路出版單位。據瞭解,過去 20 多年來,知識產權出版社累計出版的中國專利文獻已逾 240 萬件及 2,100 萬頁,相當於 10.5 萬種一般圖書。現在每年新增專利文獻 45 萬件,相當於 1.5 萬種一般圖書,但平均每一種文獻的需求量只有幾份到 100 至 200 份。由於專利文獻種類多,印量少的特性,使得在傳統圖書出版的條件下,成本相當昂貴。因此該出版社經過近 3 年的研究與協調,在 2004 年啟動了中國大陸首項的「BOD」工程,成立中献拓方公司,前社長董鐵鷹先生的領導之下,以 OCR 光學字元辨識生產線、專利文獻自動排版、數位印刷技術及網路系統,將出版資訊全部存儲在電腦系統中,需要時直接印刷成書,省去製版等中間環節,真正做到一冊起印,即需即印,並成立按需出版網(CNBOD),利用網路進行銷售流通。

(二) 核心技術及產品

如同前述,「按需出版」是一種全新的出版方式,它突破了傳統模式的基本印量限制,由於自動化程度高,也能節省大量的人工費用,不僅可降低印刷成本,增加銷售利潤,印製過程簡便、快速,且能滿足客戶個性化需求。

本次參訪時董前社長表示,在資料處理方面,中献拓方公司採用自主研發的

多核心 OCR 資料加工系統，實現紙本到電子檔的轉換，差錯率可控制在萬分之三之內。利用該 OCR 系統可將各種類型的文獻轉換成 XML 等格式的資料，且能處理中西文各種字體、橫豎版各種版式，亦可將科技文獻中的數學式、化學式及表格等進行有效編碼，進而建立資料庫實現全文檢索。該公司利用自建字庫及辨識技術，毋需太多人工判斷，即可達成一定的準確率，有利於進行快速、大量的紙本的數位化工作，因此，除專利文獻的按需出版外，目前觸角尚擴及其他出版社絕版圖書或圖書館典藏、學術用書的數位化服務。該公司目前員工約 8 百多人，年營業額約達 6 億，其中 3/4 的收入都來自於數位出版。

在數位印刷方面，中獻拓方公司位於亦莊的「圖書數位化及快印工廠」其面積近 7000 平方公尺，是目前中國大陸最大的數位印刷基地。其採用施樂公司生產型數碼印刷機及進口高端印後加工設備，同時擁有大陸境內唯一的兩台法國 NIPSON 對接生產線，具每月 600 萬印 A4（黑白印刷）的生產能力。在彩色印刷方面，中獻拓方引進目前世界範圍內最先進的 IGEN3（愛將 3），每小時可實現產量 3000 印 A3，印刷品質堪與傳統印刷相媲美。在印後加工方面，則引進 HORIZON（地平線）膠訂機（兩台）等印後加工設備，為客戶提供高品質的數位印刷一條龍服務。其《清儒學案》、《茅盾譯文集》、《傈僳族語言文學及文獻研究》等數位印刷出版品曾分獲 2007 年「科印杯」數碼印刷作品大獎賽的品質大獎、出版物類金獎、評委推薦獎。



圖 5 中献拓方公司 BOD 設備及製程

(三) 數位出版標準及未來發展

董前社長表示，有關中國大陸電子書的標準目前尚未定案，雖然方正阿帕比公司的排版系統確實已有極高的市佔率（包括中献拓方公司亦是採用方正系統），但所開發的 CEBX 等格式仍是以呈現原版式樣貌為目標，未完全轉換成因應不同載體重新展現內容的電子書思維。他認為，未來中國大陸電子書標準是否採用方正所建議的格式仍未定，目前中献拓方是以 XML 格式為編碼方式，將資料全面數位化，做好數位出版基礎工程，日後再視國家政策的走向配合調整。

雖然電子閱讀的發展相當快速，銷售量急速上升，但董前社長表示，圖書的需求不會消失，只是需求量變少；此外，根據統計，中國大陸每年出版 30 餘萬種圖書，其中 55% 在出版之後就逐漸退出通路，歷年所積累下來的斷版、絕版圖書中不乏具有研究、參考及收藏價值者，再加上個人化的需求部分，這些均屬按需出版可著力之處，也具有相當市場規模。另為補足現行通路不足的問題，中献

拓方公司正積極與超星公司（中國大陸 4 大電子書公司之一，以圖書館、大學為主要用戶）所成立的朗潤網路書店合作，希望能擴展流通範圍。



圖 6 以 BOD 方式重新產出民國時期的圖書

三、北京圖書大廈

（一）簡介

北京發行集團旗下的北京圖書大廈位於北京最繁華的西單商圈，據報導是目前中國大陸出版品的品項最全、年銷售額最高的零售書店。營業面積 1.6 萬平方公尺，彙集全國 500 餘家出版單位的 30 多萬種圖書、影音製品和電子出版物，平均每日客流量約 5 萬多次，單日最高銷售額 413.2 萬元，最高年銷售額超過 5 億元，銷售額以平均每年 23% 的速度快速增長。

北京圖書大廈是北京市的重點文化設施，開業至今獲獎無數，包括先後三次被新聞出版總署評為「全國第一店」，更有中國大陸書業「地標書店」的稱號。

為順應時代發展需要，北京圖書大廈的二期工程已經開工建設，未來將成爲一個複合型文化消費企業，成爲一個集休閒、娛樂、購物於一體的文化交流中心。



圖 7 北京圖書大廈外觀

(二) 各層分類及港臺專櫃

北京圖書大廈共有 5 層：第 1 層爲社會科學圖書，包括共產黨的領袖及主義思想著作在內，還有各種考試用書及財經、旅遊書籍，此樓層也是讀者人數最多的地方；第 2 層爲少兒讀物和文學藝術類圖書；第 3 層則爲文化教育類圖書及影音出版品，其中西南側另開設了數位產品專區，銷售相機、攝影機、MP3 等 3C 產品；第 4 層則爲科學技術類圖書，包括科普書籍也是置放在此處。

而地下一層則是此次參訪重點之一「原版圖書專區」，該區將各類原版進口的圖書、期刊雜誌集中，包括自港澳臺所引進的原版圖書也在內，特別開闢專櫃陳列。經檢視，該專櫃中亦有數種政府出版品，例如：國史館臺灣文獻館的《臺灣全志》、文建會與遠流合作出版的《明清臺灣檔案彙編》、國立故宮博物院的《仕女畫之美》，另有中研院出版的歷史研究叢書等等，或許是中國大陸進行出版管制，所有出版品進口需經審批程序，現場展售書籍以歷史及文化藝術等專業書籍爲限，且售價約爲原定價的 1 至 2 倍，相較中國大陸境內出版品普遍偏低的售價，

可能影響原版圖書的銷售狀況。



圖 8 港台版圖書專櫃

四、798 藝術區

798 藝術區是位於北京市朝陽區大山子地區的一個藝術園區，所在的七座廠房建於 1950 年代，由蘇聯援建、東德負責設計建造，是解放初期中國電子工業的「樣板廠」。1980 年代到 1990 年代逐漸衰落，從 2002 年開始，由於租金低廉，來自北京周邊和北京以外的藝術家開始聚集於此，逐漸形成了一個藝術群落。由於一些著名的藝術人如洪晃、李宗盛等亦先後進駐，並有大量外國人參觀訪問，798 藝術區成爲北京的文化地標之一，也有新的北京三大景點「長城、故宮、798」的說法。



圖 9 北京 798 藝術區入口

除了國內外許多著名的藝術家、團體及畫廊、藝術經紀公司、藝術書店進駐外，本次參訪也觀察到臺灣知名的亞洲藝術中心(Asia Art Center)及藝奇(Artkey)藝術授權公司等均在 798 藝術區中設點。

雖然有許多人將 798 比喻為紐約的布魯克林，然而，隨著 798 藝術區的名氣越來越大，也吸引越來越多的中、外資本湧入，不少人期望短時間內能從拍賣作品中獲得高額報酬，但實際上能達到高水準的藝術家並不多，反而流於投機炒作，且造成藝術區的租金上漲，許多藝術家或公司被迫離開 798，另也曾有人反映 798 物業管理混亂、停車場與衛生設備不足及干預展出內容的種種問題。來自臺灣的亞洲藝術中心李宜霖經理在本處參訪時就表示，當地的租金相當昂貴，而經營藝術需長期投資，且兩岸文化脈絡與收藏家口味不盡相同，又涉及中國大陸各畫派間的門派之見，再加上去年又歷經金融風暴，事實上一路走來並不容易。

在經過數度洗牌重組後，目前的 798 藝術區已不單單是當初成立時的純藝術聚落，而是交雜著藝術團體、咖啡店、書店、文創商品及餐廳業者，是市民生活的空間之一，成為較符合大眾口味的藝術市集。



圖 10 798 藝術區中的藝術書店「旁觀·書社」

肆、心得

一、兩岸貿易條件不對稱，出版管制尙待鬆綁

中國大陸對國外出版品進口有嚴格的管制，目前僅有中國圖書進出口公司等約 40 個單位擁有出版品進口代理權，而且營運較為健全者僅 7、8 家左右。因此全國的出版品進出口市場基本由這幾家單位壟斷，需要購買國外出版品的單位也只能通過這幾家合法代理，而且本地的圖書進出口公司較其他地區者擁有優勢。另依據【出版管理條例】第四十四條及第四十五條，出版品於進口前需先將目錄報省級以上人民政府出版行政部門備案，內容則由進口公司或上級政府進行審查後方可執行進口作業。

由於圖書進出口為特許執照，內容需經審批、價格亦受到控制，除不利中國大陸的當地讀者外，亦造成目前臺灣出版業不僅受到世界經濟和本國經濟的影響，在出口至中國大陸市場時，也受到進出口公司壓低進貨折扣的壓力，甚至還遭遇彼此盲目競爭的衝擊。雖然平均定價較大陸出版品高，但在前述因素影響下，開始以價格為主的競爭，市場價格體系被破壞，銷售利潤也隨之下滑。

二、民營書業發展蓬勃，成為大陸書市推動力量

民營出版商／發行業（以下簡稱民營書業）俗稱為「二渠道」，由於體制原因，過去依附在國營出版商之下，歷經一段地下工作室、買賣書號的日子，近來在開放政策下終於得到認可。雖說民營書業仍需以合資的方式與國營企業合作，但因具有一批高學歷高素質的人才，選題企劃活潑且有想法，再加上過去累積的

豐富出版及銷售經驗，在獲得認可後，已佔有中國大陸書業的半壁江山，據統計，目前與圖書出版策劃相關的民營大小公司、工作室約 1 萬家左右，年策劃書種約 2 萬種，佔年出版新書量近 20%。

雖然民營書業在少數領域仍受到一些經營限制，例如不具有教科書、某些個別圖書（主要是黨政圖書）的批發資格，與國營企業並不完全平等，但某些民營書店則因以獨特的經營理念、獨到的選書眼光、幽雅的購書環境及貼心的服務而成爲城市的文化風景，吸引了許多愛書人，例如萬聖書園、季風書店等。另有些則採跨領域經營策略，例如江蘇春雨教育集團以園區方式整合了教育、圖書物流中心、餐廳、房產等，該集團年銷售額亦高達 5 億元。

民營書業的蓬勃發展，爲中國大陸的書業帶來一股推動的力量，增加了選題企劃的活潑度，也擴增了出版品的銷售通路，更提高了民眾文化生活的豐富度。然而在整體出版政策未全面開放的情況下，雖然民營書業的加入讓大陸書市擴增了彈性，但書號仍受管制，作者依然無法享受論述及出版的自由，必須經過層層的審批方能獲得出版及發行的機會。

三、電子書標準混沌未明，尙未取得各界共識

中國大陸曾於 2002 年發布 2 個與電子書相關的國家標準。其一是《電子圖書閱讀器通用規範》，該標準規定了電子書閱讀器的技術要求、試驗方法、檢驗規則及標誌、包裝、運輸和儲存。另一則是《開放式電子圖書出版物結構》，描述電子書的內容，規範出版物包檔的標識、中繼資料、檔清單、文檔排列、出版物導讀、出版物指南等，以確保各種格式的內容可以在不同電子書平臺上正確讀取。然而隨著市場、技術的發展，上述標準已與數位出版現狀不相匹配。¹

¹孟凡，“數字出版標準呼之欲出”，[全國出版物發行信息網](http://www.cpin.com.cn/Article/news/observation/201007/Article_20100726142321_525945.html)，轉載自 2010 年科技新書目第 900 期，2010.7.16，下載網址 http://www.cpin.com.cn/Article/news/observation/201007/Article_20100726142321_525945.html

就現行電子書的格式而言，格式相當複雜多樣，使用也不方便。以中國大陸來說，目前電子書的檔案格式包括 DOC、TXT、EXE、PDF、TMF、SEP、CEB、CHM、EDO、WDL 等不下 20 餘種，可在電腦上閱讀，也廣泛應用不同的移動載具，如手機、電子閱讀器、mp4 等。其中在移動閱讀上，各種格式都有不少企業支持，致使無法形成統一的格式標準，而限制了移動閱讀行業的發展。

由於誰能在規範制定的過程中發揮作用，誰就能夠在今後的發展中獲得更大利益。方正阿帕比公司以其在排版系統及文檔格式的廣大市佔率力量，積極爭取將其自主研發的統一版式文檔技術 CEBX 的一個子集 CEBX/A-1，獲版式技術產業應用聯盟（DIAA）通過，成為歸檔格式標準。同時，該公司更進一步參與中國大陸工信部針對電子書標準成立的工作小組，期在研究調查階段發揮影響力。然而，所謂的 DIAA 聯盟係以方正阿帕比公司為首的 30 多家企業所組成，雖認證 CEBX 為歸檔格式標準，認證公信力如何，能否取得各界共識，以及是否獲採納為國家標準仍有待觀察。對此，中獻拓方公司董前社長也抱持同樣的看法，認為現階段先將資料依開放的共通格式進行數位化，待標準及商業模式底定後，即可迅速地以此為基礎投入市場。

四、按需出版彌補傳統出版不足，有助知識傳承與流通

在傳統大量出版及數位出版的兩大夾擊之下，按需出版仍有其定位與需求。按需印刷在已開發國家已非常普遍，據統計，2008 年美國出版圖書總數為 56.06 萬種，其中通過傳統印刷方式出版的數量為 27.52 萬種，比去年同期下滑 3%，至於按需出版的數量則為 28.54 萬種，比去年同期增長 132%。在英國，按需出版已經不僅限於學術和專業出版領域，許多大眾出版商也紛紛著手啟動按需出版業務。包括著名的貝塔斯曼出版集團、劍橋大學出版社等都具有按需出版的設備

來生產特殊需要的圖書。

中國大陸在按需出版領域仍屬個案探索階段，相較其他出版方式，尙未形成產業規模。其中知識產權出版社在國家政策的強力支持下，成立中獻拓方公司，承擔有關中國專利資料、民國圖書及各種中文核心圖書、多語版對外文宣書籍的按需出版工作。經過數年的實作後，中獻拓方公司已從單純的按需出版業務，拓展至全面資料流的整合，除了既有的專利文獻外，觸角已延伸至與其他出版社、數位內容業者、圖書館合作，應用數位化及按需出版的技術，再結合網路書店通路形成戰略聯盟，試圖為斷版書、短版書及個人化需求的書籍提供「內容－技術－通路」的全面解決方案，如此作法將有助於知識的傳承與流通，且兼顧成本與環保。

五、藝術區定位與經營不易，未來發展情形有待觀察

798 藝術區起初定位為純藝術園區，後因經營成本上漲調高租金，且物業管理發生若干問題，配套設施不足，導致藝術家及公司出走，取而代之的是偏向商業化的廠商進駐。這樣的轉變引發一個藝術區應該如何經營及定位的辯證：類似 798 這一類的藝術區，如果要維持純藝術的特性，是否就不應受自由經濟規律控制呢？而維運經費何來？是否由政府贊助或有大財團支持？若由政府介入，是否會影響藝術創作自由？又是否出現資源分配的問題呢？如果一切走向商業化方式營運，節節上升的租金，是否僅有大規模的企業才能支應，而排擠具創意但規模小的個人工作室，而失去支持藝術創作的原意？這些都仍待觀察後續發展。

伍、 建議

一、以分眾行銷策略，拓展中國大陸市場

受到中國大陸對出版品進口管制及內容審批政策的限制，進口圖書的品項不多、價格昂貴，且尚存在對不同書寫文字理解的障礙，對一般消費者而言，除非有特殊需求，否則購買率並不高。

我方政府出版品屬進口圖書，必須受到前述相關的管制，且因政治環境不同，因此前進大陸市場時，宜選擇適當品項，以不涉及政治及其他敏感議題之內容，例如此次赴北京辦理主題書展的景觀、生態、藝術、生活等出版品，達成實質文化交流、傳播知識為主要目標，而且也不宜打價格戰。

根據有關統計資料顯示，目前中國大陸圖書館中文圖書採購量每年約為 50 億元，是一個相當可觀的市場規模，其中僅院校圖書館就占了 6 成，這是因為近年來，中國大陸各類高中等院校擴招及教育評鑑中對圖書館的相應要求所致。而政府出版品的類型多樣且內容豐富，其中又以文史哲、法律、經濟等社會科學資料內容為強項，農業及半導體科技亦屬先導地位，兼具專業性及學術性，正符合院校圖書館的館藏需求。因此，就此類專業及學術性的政府出版品，市場發展主力應投注於館配市場，建議積極透過合適的當地經銷商向院校圖書館主動推介，或藉由本次主題書展與小型座談會方式，以民營文化工作室的人際網路及居中連繫，與具影響力的學校教授與研究員互動交流，聚焦內容、提高其對政府出版品的認知度，並藉以試探市場，當有助於政府出版品之推廣。

至於一般大眾市場，受限於書寫文字的限制、讀者閱讀口味的多變與文化發展脈絡的差異，建議以版權交易的方式，選擇具有臺灣特色或具世界國際觀，且要符合當地的價值觀念和文化理解的出版品，透過正式的授權談判，在著作權受

到保護下，轉換成簡體字版進入大眾閱讀市場，亦能擴大流通範圍。

二、掌握對岸數位出版發展情勢，積極規劃我方適當進路

數位出版是不容忽視的發展趨勢，中國大陸的北大方正、萬方數據庫、超星電子書等內容高達數百萬筆，幾乎各大圖書館都編列經費採購，包括國外及臺灣重要圖書館亦同。自去年起，電子書閱讀器熱潮興起，國內各家廠牌新產品爭相推出，出版社也積極投入，尋求轉型及提升產值的可能性，一時之間各種電子書合作方案及移動閱讀載具(如手機)如雨後春筍般出現。中國大陸也是類似情形，不僅前述數位內容廠商積極從資料庫跨足移動閱讀，以閱讀器為主要產品的漢王電子書更是炙手可熱，甚至吸引中國移動等電信廠商投入。

然而，數位出版中關鍵性的三要素「內容－標準－商業模式」兩岸至今仍未定論。中國大陸境內的數位出版產業基本是由技術提供商來推動的，傳統出版單位處於被動的地位。除少數有實力、資金雄厚的出版集團積極拓展數位出版業務，眾多中小型出版單位受限於資金、資源、人才，建樹不多。此外，相關制度安排亦尚未到位，也缺少懂出版又懂數位的複合型人才，各種檔案格式與電子書相關標準更未統一，對於合理的數位出版商業模式或營利模式也未形成共識，而國內情形也是如此。

政府出版品在發展數位出版上具有相當優勢：內容專業權威，民間出版所不及；出版持續且穩定，系列叢書有利研究；應業務需要出版，不受商業利益限制；著作權清楚、可加值利用者比例高。在數位發展「內容為王」的時代，政府出版品因擁有豐富的內容且深具專業特色，應以開放、穩定的格式及標準，例如 PDF 檔，積極投入內容數位化的基礎工作，適時與民間合作，建置政府出版品的電子書或全文資料庫，集中管理、集中供應，提高傳播與供給能力，並密切注意兩岸

數位出版標準及商業模式的發展，在著作權保護及稽核制度完善的情形下，規劃適當的進路，以期在整體華文市場發揮影響力。

三、按需出版應與傳統出版、數位出版並行開展

考量目前讀者的閱讀習慣仍未全面轉變，數位閱讀的內容、標準、商業模式與相關配套措施亦未到位，面對廣大的閱讀市場，傳統出版方式應仍佔有一席之地，特別是目前數位技術未能完全表現的內容，例如藝術文物等仍需高品質精緻印刷，傳統紙本仍為最佳載體。

然而，若干超越紙本的閱讀體驗及資料彙集、探勘、比對，也唯有借重數位技術的加值與整合才能達到，例如原有的觀光旅遊內容，在文字與圖片外，加上當地的蟲鳴鳥叫，進行多媒體的出版，或結合智慧型手機的 GPS 功能，發揮指引旅人的效用；又例如專業研究型的資料，藉由資料庫的建置，提供跨時間、跨地域、跨主題的大量資料搜尋與比對，確有助於研究工作的進行。又，考量傳播速度及流通範圍等等因素，事實上，數位出版的浪潮是無法抵抗的，確應正向且積極的準備與面對。至於按需出版，在節能減碳、減少倉儲物流成本及符合小眾出版、解決絕版問題及保存具參考、典藏價值的出版品等考量下，是應與傳統出版與數位出版並行開展的。

對政府出版品而言，大多數的出版品內容是屬於專業、研究的小眾性質，而且往往需要長期的時間、人力及經費投入，這些類型的出版品具有無可取代的價值，但市場需求者少，相當適合以按需出版或建置資料庫方式流通。另為了讓一般大眾更容易接近與瞭解政府施政內涵，近年各機關也嘗試以較接近民眾的語言及文字來編輯出版品，並在裝幀設計多所著力，這些較符合大眾市場需求者，因需求數量多，傳統出版方式是較為合適的方式，另可從中選適當者再進一步加值

成爲不同形式的電子書，藉以區隔市場。不論採取任何出版模式，基礎的數位檔案都應同時具備且妥善保存，因應不同的需求，採取不同的方式或多管道的流通，進行全方位、多層次、深度的利用。

四、持續深化出版內涵，增加政府出版的軟實力

臺灣的優勢在於創新、靈活與彈性。從出版業來看，臺灣的出版內涵相較大陸，在企劃創新活潑，內容豐富度及印刷設計品質，及與傑出的資訊科技產業結合方面，確實具有相當的優勢。然而，在面向大陸所擁有的廣大市場、政策力量及基礎建設時，如何掌握自己的優勢實力，以互補合作、創造更大利益的方式來登陸，應是值得深思的問題。

政府出版品不是一般坊間常見的暢銷書，它應與民間出版品有所區隔，彼此是互補的關係。政府出版品蒐羅了各級政府及各部門所開發的知識，內容豐富、多元，尤其是在台灣文史及自然生態資源的開發整理相當厚實。政府出版一方面應該擔負公共知識傳播的職責，在文字書寫上讓民眾容易接近及瞭解，在流通管道讓讀者容易取用；另一方面更應該以國家的高度來治書，從文化發展及滿足公共利益的角度，關注民間所不能的領域，以政府的力量來進行選題、企劃及編輯出版足以傳世的精品佳作，深化政府出版的內涵，再思考與文創結合的可能性，以堅強的軟實力成爲整體出版業的一股推動力量。