

出國報告（出國類別：考察）

第五屆中國數字出版博覽會 出國報告

服務機關：文化部人文及出版司

姓名職稱：鄧科長美容

派赴國家：大陸

出國期間：102 年 7 月 7 日至 11 日

報告日期：102 年 10 月 9 日

摘要

臺灣出版業市場規模小，且數位閱讀習慣尚未建立，電子書交易量小，為擴大銷售規模，在大陸巨大市場的吸引下，臺灣因具有歷史文字相同淵源之優勢，許多出版業者都希望能跨入大陸出版業市場發展。近年來，大陸在政府龐大資金支援，在數位出版方面發展相當快速。多數出版業者認為在大陸法令及秩序尚未完備，投入大陸市場是機會與風險並存的。因此在跨足這個市場前，應充分了解大陸數位出版產業的訊息。

目 錄

壹、前言

一、台灣與大陸數位出版環境現況簡介·····	1
二、本部政策現況分析·····	3
三、考察緣由與目的·····	5

貳、行程安排及參訪議題

一、參訪行程·····	6
二、參訪議題·····	7
(一)開幕式 ·····	7
(二)論壇 ·····	8
(三)數位出版新成果展覽展區 ·····	11

參、參訪心得

一、積極形塑「中國數字出版博覽會」為大陸數位出版最具權威性及影響力之展會 ·····	12
二、台灣業者必須正視大陸數位出版面臨的問題 ·····	13
三、大陸數位出版朝規模化發展，我數位出版將面臨嚴峻挑戰 ·····	13
四、大陸「中國新聞出版研究院」為專責機構提供政府決策諮詢及支持，臺灣亦需建立智庫平臺 ·····	14

肆、建議事項

一、立即可行建議.....	14
二、中長期建議.....	16
附錄：照片	18

壹、前言

一、台灣與大陸數位出版環境現況簡介

(一) 台灣數位出版發展

從亞馬遜(Amazon.com)推出 Kindle 電子書閱讀器後，數位出版的發展即備受全球所關注，隨著科技發展，載具不斷的演變，自 iPad、iPhone 問市後，以及其他智慧型行動載具不斷推陳出新，但內容始終才是消費端所關注的。隨著網際網路發達，終端消費模式亦隨之改變，數位閱讀將會是未來主要閱讀模式，數位化亦是出版未來發展必然之趨勢。

在科技快速發展與數位浪潮的帶動下，臺灣數位出版發展也不能置身於外，目前臺灣數位閱讀尚未蔚為風氣，臺灣電子書相關營收在出版產業營收，其佔比仍不能與發展成熟的北美相提並論，根據「2011 年臺灣數位內容產業年鑑」估計 2011 年臺灣數位出版與典藏產值(含內容及硬體)約為新臺幣 716 億元，較 2010 年 493 億，成長 45.23%。另根據「99 年圖書出版產業調查報告」，目前國內圖書出版業有發行數位出版品的比例約占三成七(37.2%)，沒有發行數位圖書之比例約占五成五(55.1%)，顯示臺灣數化出版的發展仍有很大成長空間。

依據臺灣數位出版聯盟「2012 台灣數位出版市場現況報告」資料顯示，有九成電子書銷售平臺表示業績及會員數均持續成長，且願意為數位內容付費比率也逐年增高，顯見國內數位閱讀風氣正逐漸盛行。

今(102)年 9 月 26 日 Google 宣布，包括臺灣在內的亞太區九個市場，將同步推出 Google Play 圖書服務，Google 目前與臺灣 8 家出版社合作，類型涵蓋語言學習、小說文學、商業管理、健康、旅遊、童書、電腦科技等中文書籍內容。同時在今年初，蘋果 ibookstore 也已和臺灣多家出版業進行洽談，在國際電子書

平台紛紛進入臺灣後，出版業期待臺灣電子書有更多銷售通路，此亦可能是促使臺灣出版業加快數位化腳步的動能。

(二) 大陸數位出版發展

大陸已將數位出版列為「十二五」(國家十二五時期文化發展規劃綱要)期間文化產業發展的重點，為出版產業發展的重中之重，顯見大陸對數位出版產業發展的高度重視。

根據大陸在本次數字博覽會公布的「2012-2013 中國數字出版產業年度報告」，2012 年大陸電子書收入達 31 億人民幣（包含電子書及網路原創出版），較 2011 年 7 億元，2010 年 5 億元，可謂成長快速。其中 B2C 的收入規模佔整體收入 80%，但其收入總量與紙本圖書相比，所佔比例仍然較少。

該報告亦指出 2012 年大陸電子書出版總量已累積達 100 萬種，新書同步出版比例仍然較低，同年出版新書進行數位化的比例不足總量 1/5，其原因是為避免衝擊紙本書銷量，出版社通常會將新書數位化的時間推後 3 個月、半年，甚至 1 年。

另根據大陸新聞出版研究院發布的「第十次全國國民閱讀調查」資料顯示，2012 年大陸 18-70 歲國民包括書報刊和數字出版物在大陸各種媒介的綜合閱讀率為 76.3%，電子書閱讀率 17%，較 2011 年的 16.8%上升了 0.2 個百分點，電子書的閱讀量增幅較為明顯，2012 年國民人均閱讀電子書 2.35 本，比 2011 年的 1.42 本增長了 0.93 本，增幅達 65.5%，數位閱讀整體人數呈現增長趨勢。(資料來源：大陸中國新聞出版研究院 <http://cips.chinapublish.com.cn/>)

2013 年 6 月 Amazon Kindle 已正式在大陸上市，雖激起大陸出版業對電子圖書 B2C 的期待，但目前大陸消費者對於付費電子書的接受度不高，是否能為大

陸電子書產業注入活力，仍有待觀察。

二、本部政策現況分析

98年5月14日行政院院會通過「創意台灣-文化創意產業發展方案」，擇取發展較為成熟、具產值潛力、產業關聯效益大的業別包括電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業為六大旗艦計畫，「數位內容產業發展旗艦計畫」即為六大旗艦計畫之一。而隨著國際間電子書產業的蓬勃發展，「數位出版」更是獲得重視，行政院98年8月31日也核定「數位出版產業發展策略及行動計畫」，執行期程為98年至102年，由經濟部、教育部、國科會及本部為推動單位。本部實際執行主要是落實在2項行動計畫，包括：（一）推動民間出版品EP同步，以供給全面數位內容活化市場交易動能。（二）鼓勵web創作電子書出版，獎勵優良數位出版品、鼓勵數位出版創新應用服務，爰訂定「數位出版產業前瞻研究補助計畫」向國科會申請經費，執行期程為100年1月1日至102年12月31日，今(102)年即為計畫執行最後一年。

鑒於國內數位出版產業尚在發展中，且數位科技變化快速，本部所提數位出版產業前瞻研究補助計畫亦採滾動式修正。100年延續99年作法，藉以大帶小的體系輔導機制，協助傳統出版產業加速邁向數位化，經辦理2年後，依實際執行情形進行檢討，101年修正計畫，規劃7項工作項目執行，並於執行期間邀請出版業界人士諮詢，以101年「數位出版產業前瞻研究補助計畫」內容為基礎，將102年執行項目調整如下：

（一）辦理數位出版產業調查：

今年首度針對數位出版產業進行之產業調查，目的以瞭解我國數位出版產業概況，計畫性地蒐集數位出版產業發展現況、出版量、銷售量、產

值等各面向之調查資料，以利制訂數位出版產業之輔導政策，並提供國內外業者做為經營與投資參考。

(二) 輔導業者數位化轉型：

辦理「輔導數位出版產業發展補助案」補助相關業者及團體辦理人才培訓與產學合作、原創及優良出版品數位化、舉辦推動或參加國際相關活動、輔導出版業者建立創新營運及閱讀模式等工作，協助出版業者數位化轉型。兩梯次共補助 20 件計畫，補助金額達新臺幣 2,025 萬元，引導業者相對投入 5,387 萬 4,542 元。

(三) 促進產業交流加速接軌國際：

辦理兩梯次「國際數位出版專業工作坊」，邀請國際成功轉型數位出版的出版企業與集團，辦理專業工作坊，以高階經理人之實務經驗交流為主，希望流程改造從企業政策領導者開始。第 1 梯次邀請香港、新加坡及馬來西亞數位出版專業人士來臺辦理 3 場專業工作坊，已於 9 月 5 日、6 日辦理完畢。第 2 梯次將於 11 月 6 日舉辦，亦辦理 3 場次，邀請對象為美國及中國大陸計 3 位專業出版經理人。

(四) 辦理推廣數位閱讀及推廣著作權觀念：

為帶動我國數位出版市場之發展，業界認為應從使用者端建立民眾數位閱讀習慣，普及數位閱讀風氣，以助帶動整體市場需求增長。本項活動規畫為下列四項活動：

1. 數位閱讀線上書展：結合國內 8 家平臺、電信業者辦理電子書聯展，提供 30 萬冊以上電子書。
2. 隨處雲閱讀：與高鐵、獨立書店、咖啡館合作，提供電子書借閱。

3. 雲閱讀無偏鄉：結合花蓮玉里、臺東太平、彰化伸港、屏東長治、苗栗通霄、臺南麻豆 6 處偏鄉圖書館共同辦理。
4. 數位授權座談會：對目前業界關心的數位授權議題，針對圖書館、創作者、出版社不同需求，高雄、臺北兩地，辦理 3 場次數位授權研討會。

三、考察緣由與目的

臺灣出版業市場規模小，且數位閱讀習慣尚未建立，電子書交易量小，為擴大銷售規模，許多臺灣出版業者都積極尋求其他華文市場商機，大陸 13 億人口的巨大市場的吸引，臺灣因具有歷史文字相同淵源之優勢，許多出版業者都希望能跨入大陸出版業市場發展。

大陸已將數位出版列為「十二五」期間文化產業發展重點，因此近年來，大陸數位出版發展相當快速，輔以政府龐大資金支援，建立規模龐大的數位出版基地，整合產業鏈上下游，運用群聚效益優勢，帶動發展，企圖創造數位出版巨大的產業規模。

然而大陸出版業仍屬管制行業，數位出版也剛從這新興的市場崛起，許多業者認為在大陸法令及秩序尚未完備，投入大陸市場是機會與風險並存的。因此再跨足這個市場前，應充分了解大陸數位出版產業的訊息，透過數位出版展會與業者實際交流，掌握多面向的資訊是相當重要的。

「中國數字出版博覽會」(以下簡稱數博會)是大陸國家級以數位出版產業為主體的大型交流會展活動，該數博會與數字年會以隔年交替方式辦理，每兩年舉辦一次的。為觀察大陸數位趨勢、了解大陸數位出版市場現況，本部爰派員前往考察，俾利做為研擬輔導國內出版業拓展大陸市場之政策參考。

貳、行程安排及參訪議題

第五屆數博會於 2013 年 7 月 8 日至 7 月 10 日在大陸北京國際會議中心舉行，臺灣出版業並未規畫展位參展，本次係臺灣數位出版聯盟應中國新聞出版研究院邀請前往演講，爰由臺灣數位出版聯盟號召同業組團前往，由於大陸公布舉辦時間相當晚，致本次前往參往數字博覽會僅臺灣數位出版聯盟、凌網科技、台灣大哥大、城邦、潑墨書房與職，計 8 人前往參與。

本屆數博會係由大陸「中國新聞出版研究院」主辦，大陸國家新聞出版廣電總局、科學技術部、工業和信息化部、中國科學院為協辦單位。主題「科技與出版融合、轉型與創新並舉」，活動包含了 2013 年度數字出版新成果展覽、數字出版高峰論壇、數字出版圓桌會議、數字出版主賓省/主賓企業系列活動、數字出版年度推介、數字出版專題活動等六大部分組成，共計 20 多位數字出版專家發表主題演講，舉辦 20 幾場的論壇。(資料來源:第五屆中國數字出版博覽會

<http://www.cdpi.cn/wujieshubohui/>)

本次臺灣團前往參加，主要由臺灣數位出版聯盟出席發表演說外，其餘成員主要出席開幕儀式、論壇及參觀展區，另亦安排與相關業者進行商業洽談。本此職參加開幕式、5 場次論壇會議，另也觀摩新成果展覽。

一、參訪行程

日期	時間	與會人員
7/7	19：30	抵達北京首都國際機場
	20：30	飯店 check in
7/8(第一天)	09：00-10：30	出席開幕式

	11：30-12：45	出席論壇
	15：00-16：00	出席論壇
	16：00-17：00	參觀新成果展覽
7/9	10：00-12：00	出席論壇
(第二天)	14：00-17：00	參觀新成果展覽
7/10	10：00-12：00	出席論壇
(第三天)	14：00-15：00	參觀新成果展覽
7/11	10：30	飯店check out
	13：00	搭機返國

二、 參訪議題

(一)開幕式(7月8日上午9時，北京國際會議中心第一會議廳)

7月8日上午9時進行開幕，由大陸全國人大常委會委員、教科文衛委員會主任委員柳斌杰以及國家新聞出版廣電總局副局長孫壽山出席致詞，在邀集台下貴賓一同進行開幕儀式後，正式開始為期3天的展會活動。(資料來源：中國網新聞中心 http://news.china.com.cn/live/2013-07/08/content_20991373.htm)

柳斌杰在開幕致中提到，在全球出版業數位化趨勢日益加深，大陸的出版傳媒要在數位出版發展突破難題，必須在內容、技術及商業模式上能創新，要提升自身實力及競爭力，並參與國際競爭，要積極「走出去」。他也指出，「大陸至今尚未有一家文化企業進入世界的500強，這與其他文化產業發達的國家差距仍大，認為應該要把品牌做大做強，做出中國的微軟，中國的蘋果，中國的亞馬遜，才能在文化產業領域引領世界的文化發展」。

另孫壽山則說明 2012 年數位出版產值高達 1935.49 億元，為 10 年前的百倍以上。2013 年 3 月份，大陸國家級數字出版產業基地已經達到 12 家，已提前完成了原新聞出版總署在「十二五」時期，要在全國形成 8-10 家年產值超百億元的國家級數字出版基地或國家級數字出版產業園區的任務。

(二)高峰論壇

高峰論壇包含主論壇及分論壇，主論壇主要為主題報告、產業報告、運營報告等為整個展會重要核心，分論壇則偏向技術、成果交流說明。同時間有多場次論壇進行，茲就出席之論壇說明如下：

1.主題報告-發布「2012－2013 中國數字出版產業年度報告」：主報告人中國新聞出版研究院院長郝振省(7 月 8 日上午，北京國際會議中心第一會議廳)

主題報告係由大陸新聞出版研究院院長郝振省發布《2012－2013 中國數字出版產業年度報告》摘要，重點內容為 2012 年大陸數位出版總產出達到 1935.49 億元人民幣，比 2010 年增長 40.47%。顯示大陸數位出版產業已經步入快速發展階段，數位出版在出版產業中的比重逐年上升，成為新聞出版業的重要組成部分。其中互聯網廣告、手機出版與網絡遊戲仍佔據收入榜前三名。數位報紙、電子書也保持了高速的增長，增長幅度均超過了 30%以上。電子書收入規模為 31 億，是上一年 7 億元的 4.43 倍。

2.「融合產業 精品聯運 共贏未來」：主講人中文在綫董事長兼總裁 童之磊(7 月 8 日下午，北京國際會議中心第二會議廳)

「中文在綫」於 2000 年成立於大陸清華大學，為大陸數位出版開

創者之一，目前與大陸 510 家版權機構合作，簽約的知名作家、暢銷書作者約 2000 餘位，擁有駐站網路作家超過 30 萬名，每年出版物覆蓋率達 50% 以上。提供的內容類型廣泛，除名家經典、青春言情、歷史軍事、官場職場、經管勵志等文藝類作品之外，亦包含有社科和教育類內容資源，為大陸最大的正版數位內容提供商之一，並在大陸首先提出全媒體出版概念。主要業務含括手機閱讀、互聯網、數位圖書館、電子書包、手持終端出版等業務。(資料來源：中文在綫 <http://www.chineseall.com/>)

童之磊認為商業模式首要特質就是規模化。真正的數位出版產業的商業模式，他認為至少要超過 10 億，並認為手機出版模式、手持終端模式、數據庫模式和教育模式四種，即符合他所說的商業模式。

另外他也提到，要把數位出版產業規模擴大，就需要透過產業融合，以合作開放、共同推動的模式，透過集群效益，形成新的產業發展模式，並能整合產業鏈各方的資源。因此，他亦認為促進產業融合，應先建立數位出版產業聯盟，共同探討交易模式、分成模式及定價模式等；其次是在內容、運營、技術、版權保護、通路方面開放合作；再者就是要在資金上的合作，以壯大及優化產業。

3.「移動互聯網：知識應用的盛宴」：主講人龍源數字媒體集團總裁 湯潮 (7 月 9 日上午，北京國際會議中心第二會議廳)

龍源數字媒體以北京為基地，目前在天津、上海、多倫多設有分公司，在南京、廣州、香港、蘭州、美國亞特蘭大設有辦事處。主要由龍源期刊網、龍源移動閱讀、龍源數字圖書館、龍源數字教育、龍源國際等業務版塊所組成。其中龍源期刊網已有 3000 多種大陸主流期刊雜誌的

數位內容，並涵蓋時政、管理、財經、文學、藝術、哲學、歷史、社會、科普、軍事、教育、家庭、體育、休閒、健康、時尚、職場等領域。(資料來源：龍源期刊網 <http://www.qikan.com.cn/>)

龍源數字媒體集團總裁湯潮在論壇中表示，移動互聯網是傳統出版和互聯網二者的融合。傳統出版，是權威性且精耕細作的傳統產業。網路是恰好相反的，是具草根性、海量，以及平台是有局限性的。他認為，知識應用的未來形態，將會是個性化知識的應用，此包含兩層次概念，第一是指從龐大的知識庫中吸取。第二則是指源源不斷有機性的生長。傳統出版就是一個知識庫，而網路在近年來形成了一個內容雲，因此現在要做的就是將知識庫中的版權問題聚集，把內容的數據予以加工，解決技術問題，並逐步地做更深入的知識應用。

4. 「臺灣數位出版的現況與特色服務」：主講人臺灣數位出版聯盟副秘書長祝本堯(7月9日上午，北京國際會議中心第二會議廳)

臺灣數位出版聯盟於2008年7月7日成立，為國內出版公協會、出版組織、數位內容提供者、資通訊服務業者之策略性聯盟。約有120名會員成員，涵蓋全數位出版價值鏈，包含有硬體業者、電信業者、內容供應者、平台業者等。也分別為國際數位出版聯盟(International Digital Publishing Forum, IDPF)及美國圖書產業研究機構(Book Industry Study Group, BISG)之成員。

祝本堯副秘書長先簡介臺灣數位出版聯盟的組成、會員及功能，主要演講內容則是說明台灣數位出版現況、服務特色及內容業者的未來。有關臺灣數位現況，他則指出臺灣已有37%出版社投入數位出版

市場，平台商則著重滿足讀者基本需求，業績及會員持續成長。另也舉百年千書及隨身 e 冊的執行方式及特色，來說明台灣數位出版的特色服務。

祝副秘書長不同於大陸業者的活潑演講方式，引起參與論壇的相當大的迴響，因為大陸數位出版產業並未有像臺灣數位出版聯盟這樣的組織。這也是上述中文在綫董事長兼總裁童之磊在論壇中提到羨慕臺灣有這樣的產業聯盟，共同協商與合作，促進產業融合。

5.「挽弓當挽強、用箭當用長-出版企業數字出版轉型破局路徑探析論壇」：

北京博云易訊科技有限公司總經理 張軍(7 月 10 日上午，北京國際會議中心第二會議廳)

博云科技為資源管理及運營平台，主要是向數位出版業務運營企業，提供業務應用平台，涵括數位出版、數位發行、新興通路、運營閱讀使用及用戶反饋採集與分析等業務。除提供中國出版集團旗下大佳網之主要技術提供和運營工作，並和中國出版集團下屬各出版單位、中國教育集團、中國鐵道出版社等眾多出版單位進行合作。(資料來源：博云科技 <http://www.brainsoon.com/>)

張軍演講中說明出版企業要在數位出版領域有所突破，就必須從使用者的角度出發，要強化自身管理，並能辨識目標市場與價值用戶，以及控製成本與確認產業定位；另外也與參與者分享運營策略、解決方案以及創新模式三個重要問題，並透過舉證說明如何組織數位出版創新流程。

三、 數位出版新成果展覽展區

2013 年度數位出版新成果展覽區會場面積共 5000 平方米，參展單位計 52 家，參與人數達到 6000 人次以上。展覽共分五大展區：包含 MPR 展區、國家數字出版基地綜合展區、主賓企業展區、數字出版龍頭企業及數字技術企業展區、出版傳媒集團數字出版新成果展區。(資料來源：第五屆中國數字出版博覽會 <http://www.cdpi.cn/wujieshubohui/>)

本次參展廠商均為大陸數位出版居重要地位廠商，如中文在綫、龍源數字傳媒集團、航天數字集團、北京北大方正、中國出版集團、現代傳播集團等，會場展出目前最新話題的 3D 列印，另外數位地球儀以及 4K 極清數字衛星傳輸視頻影像，則是相當吸引前往參展民眾。展出廠商除了在此尋找新商機，也藉此了解大陸出版平臺發展情形，並觀察到大陸數位出版整體發展趨勢。

本屆展出之「國家數字出版基地綜合展區」，為首次設立，展區運用大幅輸出解說大陸數字出版基地概況、發展重點、建設情形，也分別介紹各個數字出版基地規劃內容，預計達成目標等，同時展出各基地模型。大陸建設數字出版基地，主要就是要運用政府力量，集中外界各種政策、技術、服務、資金等資源，發揮群聚效應優勢，帶動週邊地區同步發展，及擴大與發展產業鏈。

參、 參訪心得

一、 積極形塑「中國數字出版博覽會」為大陸數位出版最具權威性及影響力之展會

自 2005 年大陸辦理第一屆數字博覽會起，即以年會及博覽會交替方式持續辦理。其中政府扮演極重要角色，官員、業界及專家均積極參與此展會，一方

面藉此活動，展示大陸數位出版發展之整體績效及總體產業樣貌，另一方面藉由數位相關議題之討論，作為引領數位產業發展趨勢。本屆數博會大陸動員政府官員、業界領導階層及產業專家，就參加開幕式人數就高達 1200 人。目的即是以政府強力引導力量，形塑該博覽會為大陸數位出版領域最具權威性、最具影響力之數位出版品牌盛會。

但是也由於政府的強力主導，大陸重要出版企業領導階層均會出席展會，臺灣業者在展會期間，可一次與多家業者及具有決定權階層進行商業洽談，促成合作機會。

二、台灣業者必須正視大陸數位出版面臨的問題

數位出版產品不足、盜版問題嚴重、訂價機制模糊、數位出版產業鏈發展未臻成熟及數位閱讀習慣尚未成形等，均為大陸目前數位出版發展的核心問題。雖然大陸傳統出版內容資源豐富，但轉化成適合消費端具有高收益的數位產品，仍屬有限；而數位內容的易複製性及容易傳播特性，造成大陸數位出版侵權規模龐大且結構性複雜，也嚴重影響大陸數位出版的發展；另大陸數位出版產業鏈發展並不均衡，目前三大電信營運商挾其用戶群體大、投送能力強及支付等優勢，最終決定電子書訂價及上架內容，三大電信商扮演關鍵角色；另大陸民眾電子書付費習慣尚未建立，數位閱讀亦尚未蔚為風氣，數位出版尚未真正獲利。臺灣業者如要前往大陸發展，必須正視這些問題，審慎評估。

三、大陸數位出版朝規模化發展，我數位出版將面臨嚴峻挑戰

大陸數位出版發展政府扮演引導者及推動者的角色，陸續提出數位出版產業相關政策，如推動轉企改制、併購上市及大量建立數位出版基地等，透過資金集中，使市場投資更加靈活，促成產業群聚效應，帶動週邊發展，最終目的

在於使數位出版能規模化發展，再由規模化朝向效益化發展。

由大陸公布的電子書產業收入成長趨勢，從 2007 年的 2 億人民幣到 2012 年 31 億人民幣，呈現大幅成長趨勢，在政府在資金大力的支撐，及市場磁吸效應下，國際知名電子書平台均相當重視中國市場，臺灣出版業應積極投入數位出版，以避免邊緣化。

四、大陸「中國新聞出版研究院」為專責機構提供政府決策諮詢及支持，臺灣亦需建立智庫平臺

本次數博會主辦單位中國新聞出版研究院，是大陸國家級新聞出版專業研究機構。主要業務為研究國內外出版業現況、趨勢與歷史，該研究院每年推出了大陸出版業發展年度報告、數字出版產業年度報告及全國國民閱讀調查等各種年度報告，提供政府和業界全方位的決策諮詢和智力支持。

該研究院現有出版研究所、傳媒研究所、印刷研究所、市場（發行）研究所、數字出版研究所、標準化研究所、政策法規研究所、調查統計中心、工程研發中心等 9 個科研部門。並長期與美國出版商協會、英國出版商協會、韓國出版學會、日本出版學會、美國佩斯大學、紐約大學、英國牛津布魯克斯大學、英國出版研究中心等機構曾聯合舉辦過諸多相關活動或業務交流。（資料來源：大陸中國新聞出版研究院 <http://cips.chinapublish.com.cn/>）

大陸「中國新聞出版研究院」除公布各種年報，呈現大陸數位出版產業發展樣貌與趨勢，同時亦能連結產業，辦理相關展會與專題研討，提供政府及產業相關決策意見，對政府及產業專業有極大的協助功能，臺灣政府與出版產業亟須要有像「中國新聞出版研究院」這樣的智庫機構。

肆、建議

一、立即可行建議

(一) 補助業者出版品數位化及鼓勵原創數位出版，強化臺灣數位出版內容。

臺灣數位出版目前面臨核心的問題就是數位出版品的品項不足，由於數位出版商業模式尚未成熟，出版業進行數位化需要投入龐大資金，在目前數位出版品的獲利不佳的情形下，致出版業者投入數位化的意願不高。然而數位出版品若無足夠的供給量，缺乏選擇性，讀者就不會願意購買，是很難發展的，必須透過供給面帶來需求面的成長，要有充足的數位出版品，讀者才會願意購買，才有發展的可能性。

日前 Google 與臺灣出版業合作在台灣開始販賣電子書，接續蘋果 ibookstore 可能也將進入臺灣市場，藉由更多通路的銷售，讓台灣出版業投入數位化的動能。如何協助業者短時間提供充足數量進入市場，在本部有限的預算下，建議可透過補助業者就經典及獲各界推薦的優良作品先進行數位化，加速增加數位出版品的品項，以活絡數位出版市場。

除了補助出版品數位化之外，也必須積極鼓勵數位原創作品。如大陸甚為風行的網路原創小說網站，「盛大文學」營運的原創文學網站之一「起點中文網」，首創線上收費閱讀服務，已成為網絡文學成功獲利經營模式，其他旗下版權作品，更成為影視劇本重要來源。透過補助鼓勵數位原創出版發行，亦可為數位出版內容端注入新動能。

(二) 每年辦理數位出版調查，建立基礎資訊供業者及政府研擬政策之參考。

臺灣數位出版產業為近年才逐步發展的產業，基礎資料薄弱，至今尚未有針對數位出版產業全面性的調查報告。數位出版產業發展瞬息萬變，要了

解產業整體樣貌，就必須長期進行產業調查。

本年度本部首次辦理數位出版產業調查，為了協助業者精準掌握產業脈動及提供本部擬定或輔導產業政策之依據，每年應編列充足預算，辦理數位出版產業調查報告。

二、 中長期建議

(一) 持續補助業者參加大陸重要數位出版展覽或研討會，掌握大陸市場發展趨勢。

由於科技變化快速，數位科技不斷演進之下，要拓展大陸數位出版市場，就應該掌握其數位出版趨勢及蒐集相關資訊。業者應積極參與大陸重要展覽會、研討會議等活動，透過各項展會、會議的參與建立長久的交流管道。

以本次前往數博會為例，本部並未補助業者前往，臺灣參與的業者不多，但此次透過業者面對面的接觸，已建立良性的交流的管道，在會展期間，業者已成功邀請大陸重要數位出版業者到臺灣了解該公司營運狀況，進一步洽談合作的可能性，未來透過補助，希望有更多業者前往觀摩，掌握大陸市場脈動。

由於數博會官方色彩濃厚，且均為大陸出版企業參展，本屆未見有其他國際展位，現階段臺灣業者尚不適宜在該博覽會策展，以免被矮化。但建議仍可補助業者參加大陸重要國際性書展如在北京書展中規畫臺灣數位出版展區，提升臺灣數位出版品能見度，促進交易，並也可藉此機會與大陸及其他國際出版業者建立長期的交流平台。

(二) 建立智庫平台，為政府及企業提供決策諮詢。

大陸設立「中國新聞出版研究院」每年均提出數字出版年度報告、研究

專題，包含產業現況、產業規模、發展趨勢、面臨問題及其他國家發展特點等，提供政府及業界了解整體數位出版產業的輪廓，對於擘劃未來數位出版發展提供重要指引。

由於「數位出版產業」所涉內容廣泛，涵括出版、資訊科技兩大產業領域，然產業界現況瞬息萬變，亟需成立像中國新聞出版研究院這樣的研究機構，提供決策建議。然成立相關研究機構困難度較高，建議可先以委託方式，結合產官學專家成立出版產業之智庫平台，以蒐集分析大陸與國際產業現況與趨勢相關資訊、辦理專題研討、定期提供產業調查報告、接受諮詢及提供政策建議。

伍、附錄一照片

圖一：舉辦會場-北京國際會中心



圖二：數字博覽會展場



圖三：開幕及主論壇舉辦場地—北京國際會議中心第二會議廳



圖四：臺灣數位出版聯盟副秘書長祝本堯簡介臺灣數位出版產業現況



圖五：北京國際會議中心數字博覽會展場



圖六：北京國際會議中心數字博覽會展場



圖七：北京國際會議中心數字博覽會展場—數字基地模型展示



圖八：北京國際會議中心數字博覽會展場—上海張江數字基地介紹



圖九：北京國際會議中心數字博覽會展場—杭州數字基地介紹



