

參加「2009第三屆中國數字出版博覽會」 及相關數位出版單位參訪心得分享

蔡佩玲 國家圖書館採訪組主任

【他山之石】

「第三屆中國數字出版博覽會」於 2009 年 7 月 7 日至 9 日假北京國際會議中心舉行。本次臺灣不但由「臺灣數位出版聯盟」及「臺北市雜誌商業同業公會」以協辦單位名義共同參與，同時「臺灣數位出版聯盟」也號召所屬成員共同組團參加本次盛會。本館也是該數位聯盟成員之一，有鑑於數位出版品在徵集館藏的比重上，近年已呈大幅度成長，為掌握對岸有關數位出版的最新現況，故本屆首次派員參與此次博覽會。筆者此次奉派參加，除全程參與「第三屆中國數字出版博覽會」外，臺灣代表團並安排參訪北京掃葉科技文化公司、新華社、漢王科技股份有限公司及中文在線發展公司四地，探訪實務從事數位出版產業或單位之發展概況。



第三屆中國數字出版博覽會會場—北京國際會議中心

一、緣起

大陸的新聞出版署為數位出版的管理與推動機關，為推動數位出版產業的發展，集中展現數位出版領域的最新成果，因此近年來舉辦多場數位出版博覽會（以下簡稱數博會）及數位出版年會，兩者已成為大陸出版行業的品牌性盛會，其內涵具有對大陸數位出版工作及數位出版成果集中檢驗及展示的功能。本屆數博會以「落實數字化發展戰略，推進出版業升級轉型」為主題，以突出並強調內容的務實性與國際性為目標。

目前臺灣出版業界，在面對數位化浪潮衝擊，持續不斷的尋找轉型的可能及數位化後的面貌。轉型過程當中，總不免面臨諸多困難，亟需與相關業界共同分享與切磋。大陸近年在數位出版的發展，頗具成果，而此次數博會主題，以「推進出版業升級轉型」為主軸，他山之石，應具有相當借鏡的價值。故此次國內諸多與數位出版相關的產業，如書刊出版業界、行銷通路商、資訊科技業界等均由各公司之中高階主管親自參與，足見他們對此項活動的重視。

二、活動內容

本屆數博會開幕式於 7 月 7 日上午 9 時舉行，有來自大陸數位出版領域的政府主管部門、企業界人士以及專家學者 1,000 餘人參加，主持人為中



國出版科學研究所郝振省所長。新聞出版總署副署長孫壽山以《把握新趨勢，破解新難題，進一步加快新聞出版業向數字化轉型》為題發表專題演講。其中提出大陸數位出版現況，如2008年12月底，中國數位出版業的整體收入達530億元，比2007年增長了46.42%。2009年數位出版業的整體收入預計將超過750億元，演講中也深入分析了當前數位出版產業發展的新趨勢及面臨的問題。開幕式結束後，隨即由大會工作人員引導全體參加來賓，至數位出版展覽會場參觀。

本屆數博會的組成，主要分為：高峰論壇（主論壇）、高峰論壇（分論壇）及數位出版展覽會三部分。以下分別概述其大致內容。

（一）高峰論壇——主論壇

主論壇部分主要由政府報告、產業報告及市場報告開始，先將中國大陸之數位出版產業的現況做全面的概況整理，以掌握當前發展概況與趨勢，主論壇共發表議題15篇。其篇目如下：

1. 出版集團企業管理資訊化戰略（甲骨文（中國）軟體系統公司大中國區應用產品總經理盧汝文）
2. 創新管理——推動數位出版快速發展（廣東省新聞出版局副局長韓安貴）
3. 互聯網對未來數字出版的影響（網易總裁丁磊）
4. 全媒體出版（中文線上董事長兼總裁童之磊）
5. 電子紙閱讀器——新的出版業態（漢王科技股份有限公司副總裁王邦江）
6. 數位出版盈利模式設計的關鍵因素（同方知網（北京）技術有限公司常務副總經理張振海）
7. 數位出版時代的技術創新（北京北大方正電子技術有限公司副總裁楊斌）

8. 政府在數字出版產業發展中的政策和策略（廣西壯族自治區新聞出版局副局長黃健）
9. 為知識創造價值：數位出版的未來在於健康價值鏈（龍源國際集團主席兼龍源期刊網總裁湯潮）
10. 報網融合與數位化傳播（杭州日報報業集團黨委書記、社長李建國）
11. 互聯網出版的創新與實踐（北京方正阿帕比技術有限公司總經理趙舸）
12. 數位出版盈利模式的幾點思考（中國出版科學研究所數字出版研究室主任張立）
13. 臺灣數字出版最新觀察報告（臺灣數位出版聯盟理事長何飛鵬）
14. 抓住數字出版契機，建設新型書香校園（中國教學儀器設備行業協會會長，教育部教學儀器研究所所長王富）
15. 人教社網路教材出版與運行的探索和實踐（人民教育出版社北京人教希望網路資訊技術有限公司編輯部主任楊青）

主論壇內容堪稱是此次數博會的核心，故每位講者的題目均與大陸數位出版現況息息相關。但各講者的簡報檔或講演文稿均未於會場發放，因此較無法預先掌握資訊。

（二）高峰論壇——分論壇

於7月8日當天舉行上下午共10場次同時進行。各分論壇研商議題分別如下：

1. 數位時代的全媒體行銷
2. 合作打造圖書數位出版新模式
3. 在震盪中發展、迎接資訊化浪潮
4. 數字出版產業中的法律關係及解決方案
5. 用友全面解決方案助出版業改制

6. 3G 時代，漢王電紙書給出版業帶來機遇還是挑戰？
7. 創新無限，攜手發展——數位複合出版技術發展與應用
8. 以數位出版多元產品形態，打造全民閱讀平臺
9. 面向青少年數字閱讀的創新應用
10. 電子紙在數位出版的應用

分論壇部分筆者主要參加了「數位時代的全媒體行銷」、「數字出版產業中的法律關係及解決方案」及「以數位出版多元產品形態，打造全民閱讀平臺」三場。因分論壇活動多場同步舉行，無法分身全部參與，且各場次幾乎無完整的講題內容資料可供書面參考，殊為可惜。



北京掃葉科技樂貴明先生（左二）及研究員（右一）、臺灣代表團團長何飛鵬先生（右二）

（三）展覽活動

此屆博覽會吸引了許多數位出版領域的企業參展。本屆參展家數由上一屆的 33 家增加到了 52 家；展位面積由上一屆的不足 2,500 平方公尺增加為 3,000 平方公尺。共有 15 個省（區、市）新聞出版局參展；25 家出版集團、報業集團及新華發行集團組團參加。在這些參展企業的攤位上，呈

現了目前大陸數位出版領域的最新科技現況及發行成果，也代表了數位出版產業的發展方向。

三、觀察心得

本次奉派參加第三屆中國數字出版博覽會，對於中國大陸的數位出版現況，約略有下列數項觀察：

（一）多元的服務模式

1. 建立多元化的數位閱讀途徑

大陸數位出版的發展，在數位閱讀方面建立了多種數位閱讀途徑，包括手機無線閱讀、互聯網閱讀（Internet）、手持閱讀器（reader）等。尤其是中國大陸對手機出版閱讀服務非常重視，與日本情況接近。但手機市場是否合適臺灣的整體大環境，另一般民衆的閱讀習慣適應等方面，均是值得研究的課題。

2. 規劃分眾對象的多元服務

目前大陸部分大型的電子書或電子期刊產品，均針對不同使用分眾建立不同的套裝產品。如中小學數字圖書館、中小學電子期刊閱覽室，另有專為公共圖書館、高校、黨政、軍隊、盲人、3G、農民工等服務群組所客製的產品模組；還有海外閱覽室、香港、臺灣閱覽室等多元數位發行形式。

3. 數位內容的多元版本型態

如電子期刊廠商將數位化期刊內容製作有原貌版、文本版、語音版、手機版、多媒體版等各種版本；另一家大型的電子書廠商更積極推出本屆數博會中頗受矚目的「全媒體出版」。所謂全媒體出版是指圖書一方面以傳統方式進行紙質圖書出版；另一方面以數位圖書的形式通過網際網路、手機、手持閱讀器等終端資訊設備進行同步出版。全媒體出版強調多管道的同步出版。為投入各種數位內容格式的開發，因此成本也相對提高。



4. 數位出版流程的完整解決方案

本次觀察到數博會的部分大型廠商，它們企業經營的觸角除了由傳統出版品擴展至數位化出版模組軟體產品，甚至數位出版服務平台的建立與經營等。部分廠商更預計推出自我品牌的手持閱讀器。這種對數位出版流程提供完整解決方案的經營方式，非常值得國內留意。

(二) 對於數位出版流程探討與解決方案

本次博覽會中，多家軟硬體廠商均積極投入協助傳統出版社轉型數位出版時的解決方案探討。故推出多種數位出版流程套裝軟體，期望能吸引傳統出版社採用。

(三) 重視數位出版及數位服務之著作權

如前述分論壇中的「數字出版產業中的法律關係及解決方案」分論壇，邀請傳統出版業者、數位出版業者、北京版權局、中國文字著作權協會、中國互聯網協會網絡版權聯盟、法官、北京大學教授、執業律師等共同發表與討論。在某電子書製作行銷廠商主導下，他們聯合大陸眾多大型出版社、知名作家和律師事務所等，發起成立中文「線上反盜版聯盟」。該聯盟並已成功起訴多起不法盜版案件。

(四) 數位出版的觀察

以下是對於數位出版的幾點零星觀察：

1. 傳統出版與數字出版兩者需建立整合的觀念，打破兩者對立思維
2. 紙質圖書、網際網路、手機、閱讀器等不同媒體的組合，不同媒體由競爭對手變為合作伙伴，如「全媒體出版」增加作者及出版社的收益
3. 出版商、技術提供商、移動運營商（通訊業者）等不同身份的整合，展現角色的換位與融

合，以往傳統出版業與技術商、電信商的互動較不明顯，但數位出版則打破藩籬，角色分工更具彈性，而相對也擠壓到傳統出版業的發展空間

4. 出版、電信、影視等不同行業應充分合作，達到了優勢互補，資源共享
5. 「一種內容、多種載體、複合出版」可能成爲未來數位出版的模式。如何滿足讀者閱讀需求與各種體驗的整合形式出版，才能最大限度的滿足讀者

(五) 數位出版與圖書館

此次數博會的論壇中，有傳統出版業界對於本屆數博會未邀請圖書館界共同參與，表達不解與遺憾。筆者在會場也有同樣的感受。在一片蓬勃的數位出版浪潮中，圖書館的角色爲何？對於長久以來擔負著文獻資訊典藏與服務提供，及文化知識傳承者的圖書館界，在大陸一片蓬勃的數位出版產業中爲何遺忘了此區塊？由大陸數位出版的發展現況看來，目前除將圖書館定位爲一使用單位外，尙未積極的進行與圖書館界的合作與互動，這點質疑在數博會上也被業界提出，爲何數博會的參與單位未見圖書館這個重要單位？連參展的攤位也未見圖書館的參加，讓人對圖書館日後運用與典藏數位出版產品時的運作，感到擔憂與困擾，如果數位出版只重視 B to C (Business to customer) 而不重視 B to B 的聲音，那日後的數位閱讀推廣是否均交由數位出版廠商自行進行？那對圖書資訊推廣運用，已累積豐富經驗與各式服務機制的圖書館，其角色又在哪裡？

國外許多先進國家在推展數位出版及數位服務時，仍不忘與圖書館界攜手合作，畢竟數位技術、通路只是工具、途徑，但數位內容的豐富與跨度，才是數位出版能長期發展與成功的重要因



素。雖然「技術不休，變革不止」但我個人認為「內容為王」，對於擁有多元豐富的文獻內容，且對推廣閱讀與知識傳承深具經驗的圖書館界，絕對是數位出版發展價值鏈中，另一項不應被忽略甚至很重要的夥伴。否則數位出版終究只能流於展現閱讀途徑與閱讀媒材的奇巧，但對於出版資訊的彙整流通與巨量出版資訊的存儲，人類知識文化成果的傳承，甚至是民衆的閱讀模式的建立推廣，其熱度能維持多久？圖書館與出版業界應持續攜手合作，共創雙贏。

（六）臺灣數位出版的未來

透過此次數博會的參與，深刻感受到出版業界對於數位出版領域，雖然一致認同是未來必然的潮流趨勢，且需儘速跟上腳步的迫切性，但他們的猶豫、困惑與焦慮，卻是不爭的事實。因數位出版與資訊技術、傳播媒介等其他產業的發展緊密關聯，以當前數位出版市場觀察，可謂是百家爭鳴，新技術、新媒體及新服務的發展一日千里，瞬息多元。以手持閱讀器為例，各方較勁，推陳出新，誰才是未來的主流、王道？那種數位格式及服務模式為最終的歸宿？這些對傳統出版業界轉型數位出版時，需投入較高資本，以及被迫接觸資訊技術層面及新型態的出版傳播形態等，均是一項嚴峻的挑戰！其實轉型並不可懼，可怕之處在於要轉型成何種面貌與形式才能確保投資正確，日後不被淘汰？中小型的出版社業界，是否有能力與財力能夠如大型企業財團般，透過多方嘗試來尋獲最佳經營模式？應採用哪種數位發行模式？讀者在哪裡？作者在哪裡？獲利機制在哪裡？

本屆數博會對於上述議題雖均有涉及，但出版業界對於其艱辛轉型的過程及對未來的不確定性，仍是無解的課題。

在臺灣數位出版聯盟何飛鵬先生的報告中，歸納現今組成數位出版或數位內容的價值鏈有三部份，包括：內容製作的價值鏈、交易服務的價值鏈及產生閱讀器的價值鏈。這種新的經營模式，確實與傳統出版有極大差異，更需留意的是在數位出版平臺上，資訊的創造者、出版者、運營者和消費者身份日益模糊，技術商們正在花重金拉攏資訊的創造者，但我認為其實不只是技術商，運營商、通路商及媒體等，只要有資訊技術平台的支援，透過異業合作，也能直接與作者接軌，成為數位出版與數位服務的提供者，這對於原來的單純進行傳統出版的業界，確實造成極大的衝擊。

四、結語

數位出版瞬息萬變，本次僅觀察第三屆數博會內容，短短數天已覺收穫很大，雖然國內對於世界各國數位出版現況，已有許多新聞資訊，但百聞不如一見，故非常建議國內相關圖書或雜誌出版團體，以及圖書資訊界應多參與國外類似的數位出版會議或展覽。

另期待國內也能舉辦類似的數位出版博覽會或數位閱讀節等活動，一方面透過推廣與宣傳，讓全民了解國內數位出版的發展現況，進而接觸並運用最新數位出版成果，加強全民數位閱讀風氣；另一方面也能藉此刺激國內相關數位產業在內涵與產值方面的成長，共創多贏局勢，與世界數位出版潮流齊驅並進。