

《輕鬆走入電子出版世界—從零開始》 認識電子出版

隨著印刷及出版業面對科技與市場的急速發展，印刷及出版業行業培訓諮詢委員會（下稱：諮委會）近年對資歷架構下的第一版《能力標準說明》作出更新及修訂，以配合行業發展的需要。增訂本在2015年3月完成，其中「電子出版」為主要增訂部分。

出版業界察覺到時代的新趨勢，明白到電子出版是發展業務時不可忽視的一環，但相對傳統出版，電子出版牽涉不少新的技術和營運模式，盈利前景並不明朗，風險較高。有見及此，諮委會及資歷架構秘書處於2016年4月出版了《輕鬆走入電子出版世界—從零開始》，旨在介紹電子出版的概況和相關從業員應具備的能力，以助業界認識及發展有關業務。本文內容輯錄自該書的第一章「認識電子出版」，並經過整理。該書原文可於資歷架構網頁專頁（<http://www.hkqf.gov.hk/pp>）下載。



出版業在香港有悠久的歷史，是重要的文化創意產業。鑑於香港的特殊地理位置和歷史發展，出版業在宏揚中國文化、連繫海內外華人社會及引進外國發展經驗上，扮演著重要的角色。隨著社會及技術的發展，出版業的營商環境和從業員所需能力也在不斷變化中。

出版圖書近年並不易做，不少出版社的業務有萎縮趨勢，要繼續經營發展，就要尋找新出路。談到出版轉型，不少同行都說電子化是大勢所趨。有些同行嘗試跟新冒起的電子書平台合作，把一些圖書交給他們製成電子書出售；可是一兩年下來，收益微乎其微，對下滑的實體圖書收入毫無補助，卻增加了不少工作量。還有少數同行嘗試建立自己的電子出版團隊，但面對

要不斷更新技術，耗費的人力物力非常龐大，常有入不敷支的危機。

不少出版社經營者對電子出版躍躍欲試，但又有連串疑問：

- 出版社是否一定要發展電子出版業務？
- 電子出版真的能賺錢嗎？
- 要推行電子出版業務應怎樣做？
- 開展電子出版業務需要怎樣的人才？
- 自行開發電子書有利，還是交給其他公司處理較好？

要解決這些疑問，必須先了解電子出版發展的來龍去脈和相關知識。

出版的革命

「出版」是把人類的思維、想像和經驗作有組織的大規模傳播，可以說是一種歷史悠久的活動。這種傳播要有內容，並依靠媒體和載體去完成。數千年來，要廣泛而又詳盡地傳播內容，文字是最有效的媒體，而當中國人在公元二世紀發明紙張後，紙質書籍成為最方便及相對價廉的文字載體。

公元十一世紀中國畢昇發明活字版印刷術，書籍可以大量印製，為出版業的出現創造了條件。十五世紀中葉，德國人古騰堡（Johannes Gutenberg）發明以機械的方法用鉛活字印製圖書，被認為是出版工業化的開始。自此大量信息透過印刷書籍廣為傳播，推動了世界文化的發展。數百年來，以文字為主要媒體，以紙張為載體，以編輯、美術、排版、印刷為專業技能的作業方式，成為出版產業的基本模式，主宰了大部分信息的傳播和儲存。

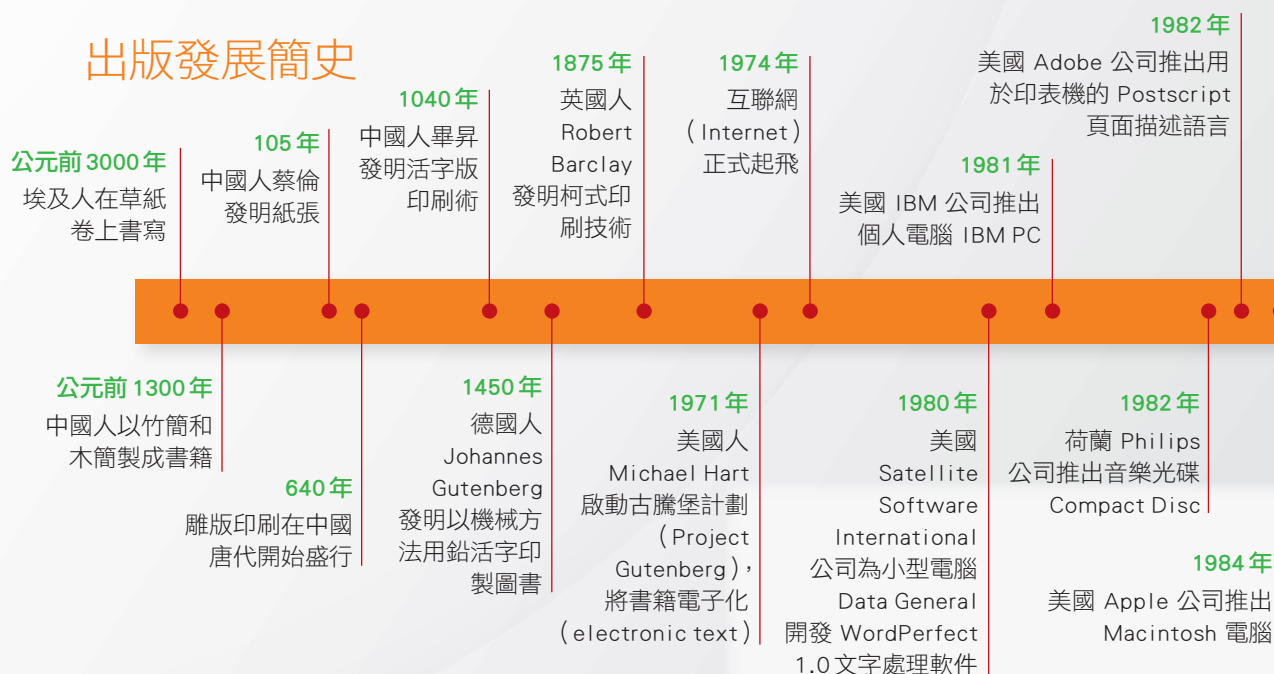
自上世紀八十年代開始，電腦科技及通訊技術迅速發展，帶動了出版業的革命性變化。1984年蘋果電腦公司推出 Macintosh 電腦，第二年再推出 LaserWriter（PostScript 打印機），配合 Aldus 公司編寫的 PageMaker 排版軟件，使

出版的印前工作可以在電腦上完成。到九十年代初，個人電腦逐漸普及，很多出版物的內容開始以數碼形式創作及儲存，也開始利用紙張以外的載體如磁碟、光碟等來傳輸。

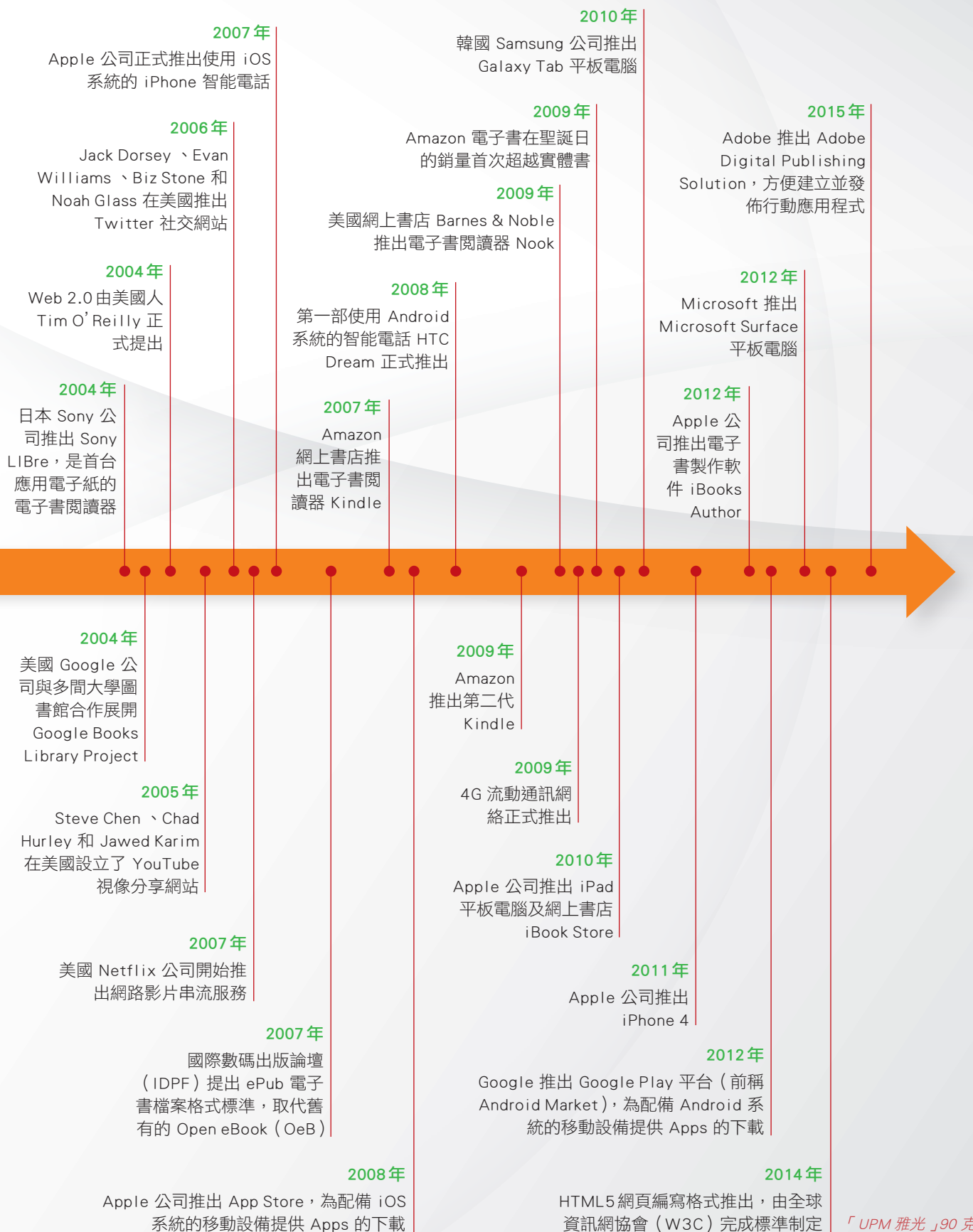
同時，互聯網的發展改變了信息以實體傳播的模式，人們開始登入網上虛擬世界搜尋信息。進入廿一世紀，互聯網和通訊技術高速發展，透過網上下載方式取得內容的做法漸趨普遍。2004 年，美國 Google 公司與多間大學圖書館合作，展開 Google Books Library Project，把大量書籍及文件數碼化，提供可搜尋數據庫，若書本的版權屬於公共領域，便讓公眾自由閱讀及下載，引起出版界的哄動。

2007 年 Amazon 網上書店推出電子書閱讀器 Kindle，改變了不少人的閱讀習慣，電子書時代正式展開。蘋果電腦公司相繼推出智能電話 iPhone 和平板電腦 iPad，隨後 Google 也加入戰場，以開放式平台 Android 與各大電腦及通訊設備商合作，推出多款智能電話和平板電腦。配合 3G、Wi-Fi 無線電訊網絡，大體積的內容，包括影視、音樂、動畫等可以透過無線網絡傳輸，加上無限可能的 Apps 應用軟件，開啟了真正的個人移動平台，大大改變了閱讀的生態，也顛覆了傳統出版業的營運模式。

出版發展簡史







電子出版的範疇

「電子出版」是近年出版界最熱門的議題之一。談電子出版時，我們常聽到「電子書」的製作和銷售等問題。其實「電子出版」是否就等於出版「電子書」？我們可從中、台兩地的經濟報告看看「電子出版」所涵蓋的範疇。香港所說的「電子出版」，在中國大陸稱為「數字出版」，在台灣稱為「數位出版」。

在亞洲地區，台灣是較早發展電子出版的地方。據台灣經濟部工業局的《台灣數位內容產業年鑑》，「數位出版」是「數位內容產業」其中一個領域，而數位出版產業區又分為三個次領域，包含數位出版品、通路平台、電子書閱讀器。產品或服務包含圖像或文字之光碟出版品、電子書、電子雜誌、電子資料庫、電子化出版（e-publishing）、數位化流通（digital distribution）及資訊加值服務（enabling services）等。

在中國大陸，「數字出版」近年發展十分迅速。據中國新聞出版研究院《2014-2015中國數字出版產業年度報告》所示，中國數字出版產業包括了互聯網期刊、電子書、數字報紙、博客、在線音樂、網絡動漫、移動出版、網絡遊戲和互聯網廣告。

可見「電子出版」的範疇比較廣闊，以數碼化形式發佈內容都可歸入此範疇，而「電子書」只是眾多電子出版產品的其中一種。在中國大陸，電子書只佔數字出版收入中一個較小份額。

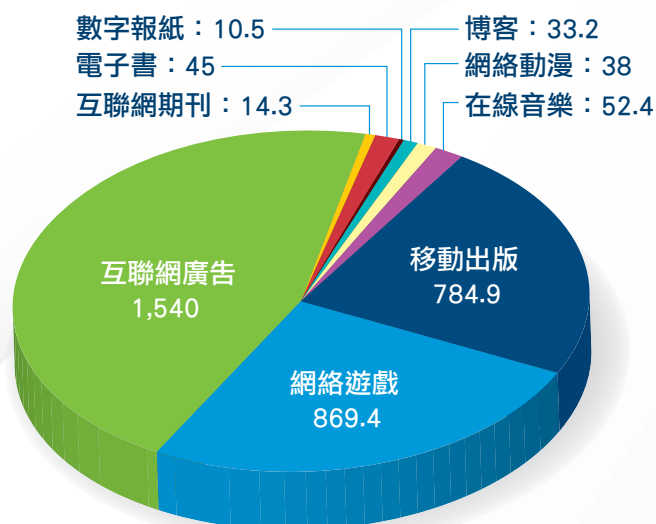
台灣數位出版產業範疇

（來源：《2014台灣數位內容產業年鑑》）



中國數字出版產業2014年至2015年收入分佈

（來源：《2014-2015中國數字出版產業年度報告》）



單位：億元人民幣

電子出版的革命性轉變

科技的發展對出版業造成徹底的改變，可以說等於一場革命。相對於已運作數百年的紙本書籍出版，電子出版的革命性轉變可以從以下幾個層面說明。

1. 內容的變革

- **多媒體融合**：由文字媒體轉變為跨媒體，文字、圖像、音像、視像、動畫、遊戲等可融合在一起呈現。
- **表現形式轉變**：由單向、平面、靜態，轉變為多線性、立體、互動。
- **組織方式轉變**：文本的超連結，使內容由系統性、單一化，變為跳躍式、聯想式，更可無限擴展。
- **經營主體的變化**：由出版社主導內容的創製和發佈，大眾接受劃一內容，轉變為可以個人化、容許大規模協作創造、自主出版。

2. 載體的變革

- **載體種類**：由紙質載體擴展到電子屏幕和視聽終端，終端器材的模式五花八門，包括桌面電腦、手機、平板電腦、電子書閱讀器、MP3、遊戲機等。
- **載體作用**：由載體單次使用，轉變為多次使用。聽讀新內容時，只須在載體內轉換內容而毋須更換載體。
- **用戶應用體驗**：觀賞方式隨之改變，因應不同載體有不同觀賞方式，變為片段式、跳躍式、互動式，可以離線或連線。

3. 傳播方式的變革

- **由迂迴到直接**：內容提供者以往要經出版社、批發商、零售商，才可把信息傳給受眾，轉變為可以直接透過網絡傳給受眾。
- **由實體到虛擬**：發行方式由運載實體書籍到零售點，轉變為在網絡上發佈。
- **由整體到零碎**：由完成整部書籍才發佈，轉變為可以碎片式發佈內容，且時間有彈性。

多媒體的融合



內容載體的轉變



傳播方式的轉變



4. 消費的變革

- **消費模式改變：**高效檢索功能使用戶可以按個人興趣主動搜尋內容，由內容消費轉變為知識消費，由購買完整產品到按需取量。
- **消費界限模糊化：**消費者通過重新創造、協作創造成為生產消費者（prosumer），例如 YouTube、Wikipedia，消費者與生產者的界限漸趨模糊。
- **消費觀念的衝擊：**互聯網發展使「分享」、「免費」的觀念根深柢固，不容易打動用戶付費購買內容。
- **消費關係改變：**容許實時溝通，讀後評價即時影響內容銷情；用戶由購買產品轉為購買服務。

5. 產業形態的變革

- **盈利模式的變化：**共享和免費的消費習慣使直接倚靠固定內容收費的模式不再成為主流。代之而起的是個性化消費市場，包括在線按需付費閱讀、廣告、專業諮詢、增值服務、應用程式內購買（In-app purchase）等。
- **版權保護方式的變化：**由於內容和載體的轉變，數碼版權保護（DRM）應運而生。這不單牽涉技術問題，更因版權保護與數碼世界的共享文化存在矛盾，衍生連串「保護」與「共享」如何平衡的思考和討論。
- **產業鏈的變化：**由於消費者與生產者在功能定位上的模糊化、生產及發佈程序的轉變，形成包括內容提供者、軟件技術提供者、硬件提供者、交易平台營運商、內容消費者的新產業鏈。
- **企業組織的變化：**電子出版範圍牽涉甚廣，如要像傳統出版般全部工序自行完成，要增加多位具不同專業技能的人員。同時由於互聯網使跨產業協調的交易成本大大降低，內容生產者可透過跨行業合作完成製作及交易，毋須自行成立龐大組織，耗費人力資源。

電子出版物消費者



電子出版新盈利模式



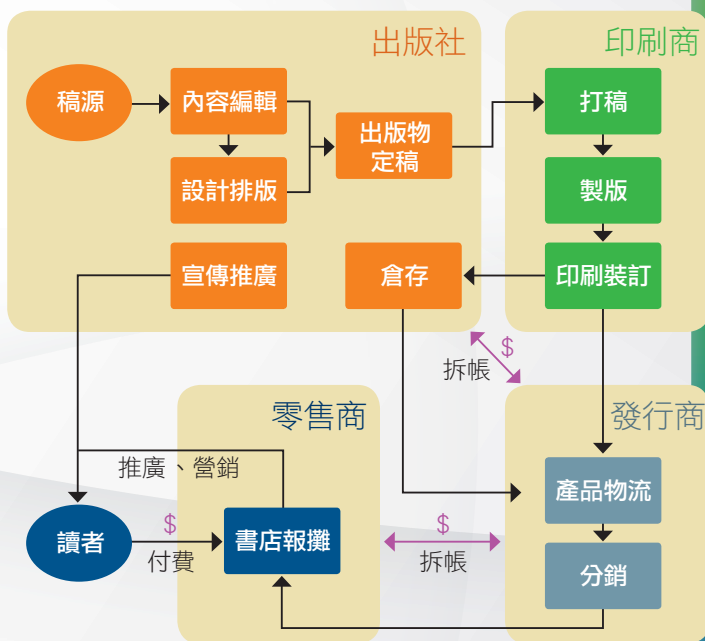
電子書 vs. 實體書

傳統實體書的出版，要經過出版社、印刷商、發行商和零售商的營運，才可送抵消費者手上。作者或編者的意念，要經過一段頗長的時間，經歷若干不同的空間，才可傳播給讀者。

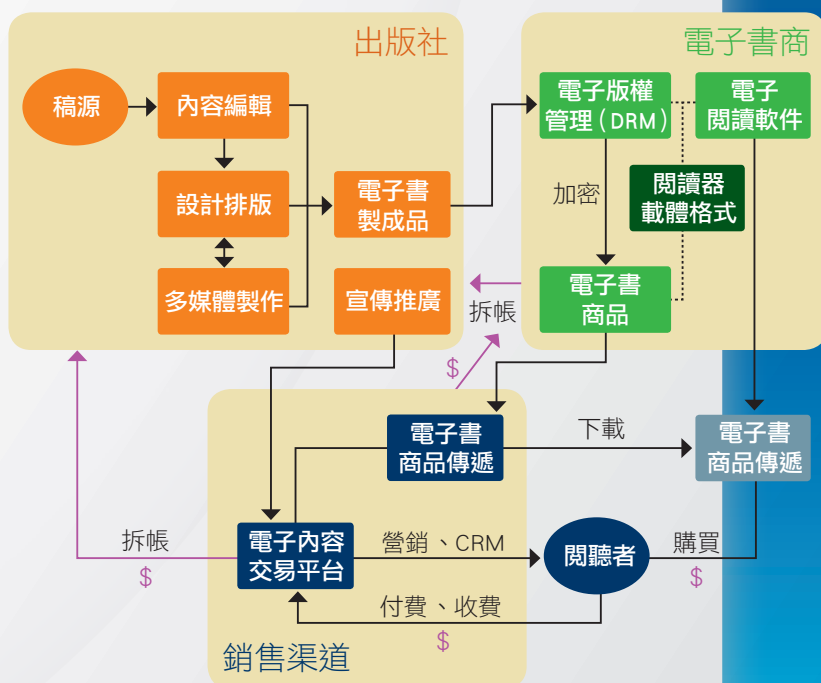
電子書在圖文內容的處理跟實體書相似，但如果其中包含多媒體，編輯製作過程會相對繁複。不過由於毋須送到印刷商輪候上機印製，可節省一定的製作時間。另外，電子書的數碼格式可以透過網絡傳輸，節省物流倉存等人力和空間資源。當電子書完成製作後，可以在極短時間內發放到銷售渠道上，消費者又可立即選購下載。

由於一些公司會在互聯網上提供出版平台和銷售渠道，個人也可擔當電子書的生產者，不必像實體書般須依賴出版社或印刷商。電子書出版的產業鏈也因此有多種變化，容許大規模至小規模，甚至個人化的營運模式。

實體書出版營運流程示例



電子書出版營運流程示例



電子書各種出版模式



在生產者的角度看，電子書跟傳統實體書有顯著的分別。對讀者來說，這兩者又有甚麼不同呢？以下表格可作出比較：

	電子書	實體書
載體	• 電子器材	• 紙張
表現模式	• 多媒體 • 因應閱讀器屏幕大小編排或流動	• 文字與圖像 • 細緻版面設計
互動性	• 容許互動	• 單向
獲取方式	• 購買電子書光碟或隨身碟 • 可透過互聯網閱讀或下載	• 到書店、報攤購買 • 郵購、網上訂購
費用	• 書價較便宜，但電子閱讀器須另費購買	• 書價較貴
儲存	• 節省空間，可大量存於電子閱讀器，甚至雲端空間	• 須佔據實體儲存空間
方便度	• 可大量存於電子閱讀器，隨身攜帶 • 閱讀時需要電腦或電子閱讀器	• 可少量隨身攜帶 • 不需電子器材
舒適度	• 電子屏幕較容易使眼睛疲勞	• 眼睛較舒服

電子書和實體書各有優點和缺點，也各有支持者。一般認為新世代的讀者較喜歡看電子書，上年紀的讀者較喜歡看實體書。其實這未必盡然，讀者也不可截然以年齡層劃分。PricewaterhouseCoopers (PwC) 全球調研機構高級顧問 Marcel Fenez 就指出，從現時書籍消費者的購買習慣來看，書籍是電子或紙本並不是主要考慮因素，他們看重的是內容和閱讀體驗；只要是好書，能提供良好的用戶體驗，他們兩者都會購買。

電子書和實體書的生存和發展並不是新生事物淘汰舊事物，而是可以優勢互補共存。某些書種會較適合以電子形式表現，例如工具書或學習材料，可以運用檢索和加入各種連結或多媒體；而雜誌類圖書又較多人喜歡看實體書，因為版面較大，圖文的編排也更悅目。這種取捨都跟用戶體驗有關。

出版產業的發展趨勢

電子出版是科技發展和社會發展的產物，對傳統紙本圖書的出版經營造成一定的影響。循環時趨勢發展下去，紙本圖書的出版會不會逐漸被淘汰？電子出版是不是一門有盈利前景的業務？在免費分享文化盛行的世代，出版社是否已難以生存？

電子書的銷售早在 2000 年之前已開始，但一直處於試驗階段，產業收入微不足道。直到 2007 年底 Amazon 公司推出第一代 Kindle 電子書閱讀器，才出現了突破。2011 年 5 月，Amazon 公司發佈業績，Kindle 電子書的銷量全面超過實體書籍。

據 PricewaterhouseCoopers (PwC) 的報告 (“Global entertainment and media outlook: 2014-2018”) 指出，2014 年全球電子圖書市場

的規模達到187億美元，2017年將成長至297億美元，到2018年預計更將達到330億美元。當中無論是專業性、消費性，甚至是教育性電子書出版物都被看好。與香港關係密切的中國大陸電子書市場，則被預估在2014年和2017年分別超過日本和德國，並在2018年成為市場營收高達132億美元的全球第二大電子書市場。此外，中國大陸2018年圖書獲利將佔亞太地區圖書總營收的35%。

不過，根據早前發佈的 Association of American Publishers (AAP) 的報告，2015年上半年美國出版業淨收入較2014年同期下跌4.1%。其中精裝書減少11%，而平裝書則上升了12.5%；電子書下滑10.3%，而下載發聲書則大增了31.0%。電子書的收入下行，主要由於兒童及青少年類別在2014年有巨大的增幅，至2015年有所調整，大幅下跌45.5%。不過另有分析指出，AAP的數據來源是傳統出版商，他們的電子書收入下跌，不代表整體電子書的狀況，由其他機構出版，或由作者直接出版而不須經過出版社的電子書正蓬勃發展。

亞洲方面，根據台灣經濟部工業局的《2014台灣數位內容產業年鑑》，「數位出版與典藏產業」的產值在2014年下滑了6.82%。分析原因，多數出版社對電子書的態度較為保留，電子書內容數量有限，暢銷書籍又受制於各地版權和拆分而無法有大突破，電子書平台的獲利模式受多種限制，導至整體產業規模呈現萎縮現象。

在相對起步較遲的中國大陸，電子出版產業在2014年則有較大的進展。據中國新聞出版研究院「第十二次全國國民閱讀調查」顯示，2014年數字化閱讀方式（包括網絡在線閱讀、手機閱讀、電子閱讀器閱讀、平板電腦閱讀、光盤閱讀等）的接觸率為58.1%，較2013年上升了8%，首次超過了實體圖書的閱讀率。該院《2014-2015 中國數字出版產業年度報告》指

出，2014年中國數字出版產業收入為3,387.7億元人民幣，比2013年增長了33.36%。

就整體電子出版產業的發展看來，發展較早的地區進入鞏固期，增長逐漸放緩，起步較遲的地區則有高增長。至於紙本圖書的前景，曾有人表示悲觀，但從2015年的銷售數字看來，平裝紙本書仍有穩定的增長。美國 Hachette Book Group 行政總裁 Michael Pietsch 認為紙本書不會被完全取代，因為它經過幾百年的演進，在形式上自有其不可取代的優點。PwC 高級顧問 Marcel Fenez 也認為讀者會因應所需和書籍提供的閱讀體驗，紙本書和電子書都會購買。因此，最可能出現的情況是，電子書會繼續發展至佔有市場一定的份額，與紙本書並存。

出版產業既受社會和科技發展的影響，在資訊科技日新月異的發展速度下，出版業不免在短時間內會繼續變化。近期受關注的發展重點有5G移動網絡、NFC移動支付平台、三網合一（電訊網、互聯網、有線電視網融合發展）、微應用（微消費、微電影、微小說、微課）等，都會影響電子出版的發展。■

電子出版受關注發展重點



5G 移動網絡



NFC 移動支付平台



三網合一（電訊網、互聯網、有線電視網融合發展）



微應用（微消費、微電影、微小說、微課）