

影響傳統雜誌業者與電子雜誌平台業者 合作考量因素之探討

指導教授：賀邱白 教授

研究學生：廖筱之、黃筱菁

陳俞吟

摘要

近年臺灣資訊科技蓬勃發展，2009 年行政院通過了「數位出版產業推動現況」報告，5 年編列了 21.34 億元預算推廣電子書產業。根據文獻指出，由於傳統雜誌業者經營態度仍較保守，對數位出版欠缺了解，同時亦擔心對既有業務造成衝擊，而影響其與電子雜誌平台業者合作之意願。面對出版產業的變革，數位科技與內容創作的結合，從傳統雜誌業者面看來，他們握有大量的內容創作資產，而電子雜誌平台業者則具備數位加值技術及銷售通路，故在數位出版產業價值鏈中，傳統雜誌業者並非能獨立應變，與相關異業的合作變得更為重要。但許多傳統雜誌出版業者面對數位出版的來臨卻仍採觀望態度。因拓展電子雜誌市場仍面臨許多問題，本研究根據過去有關合作議題之文獻，從「數位工作流程」、「數位著作權管理」、「雙方競合關係」等構面，探究影響傳統出版業者與數位出版業者合作意願之因素。

關鍵詞：電子雜誌、數位出版、數位著作權

壹、緒論

一、研究背景與動機

全球數位化時代來臨，2010 出版年鑑指出數位出版已不是新興現象，尤其電子書的熱潮一路由國外蔓延到國內。根據 2008 年城邦數位出版的調查數據，台灣有 14.2% 的網路使用者，曾下載過電子雜誌，其中有重複購買意願者達 77%，這些數據皆指向電子雜誌雖尚未普及，但擁有讀者的高忠誠度。

長久以來，台灣傳統出版產業基於市場小，出版業者、出版種類都多，以及庫存壓力大等因素，加上近年來資訊科技產業發達、網路普及率高，讀者閱讀習慣改變、數位出版品的興起等致使傳統出版產業陷入經營困境。

就台灣目前數位出版產業發展，不管是 iPad、電子書閱讀器與平板電腦的問世，或是各家電子雜誌平台的成立，似乎還只是「只見電子不見書」的狀況（陳穎青，2010）。經濟部台灣數位內容產業白皮書（2007）指出，由於傳統雜誌業者經營態度仍

較保守，對數位出版欠缺了解，同時亦擔心對既有業務造成衝擊，而影響其與電子雜誌平台業者合作之意願。

因此，無論數位出版上下游業者在尋求合作夥伴，或政府在推動數位內容產業之際，皆有必要深入探究影響傳統雜誌業者與電子雜誌平台業者合作意願之因素，此即為本研究之主要動機。

二、研究目的與重要性

瞭解傳統雜誌出版業者與電子雜誌服務平台產業發展狀況，及傳統雜誌出版業者與電子雜誌服務平台產業面臨問題。

三、研究流程

本研究流程圖如下頁圖 1-1

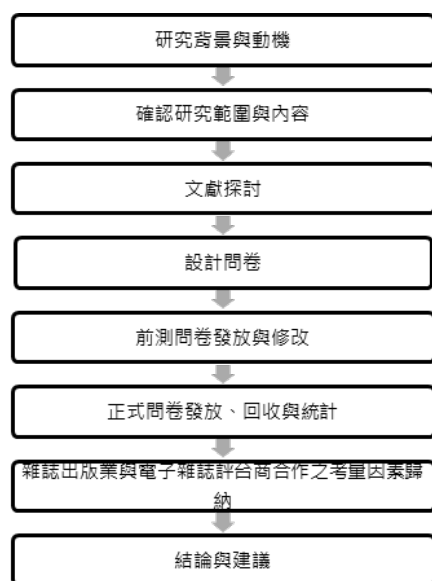


圖 1-1. 本研究流程圖

四、研究限制與範圍

（一）本研究根據過去文獻探討，即使儘量涵蓋重要構面，但問卷問題與內容仍難免無法完全衡量本研究所欲探討之情境，及代表整體構面之意義。

（二）因台灣傳統雜誌出版業者繁多，人力物力及時間等因素考量，僅以雜誌工會會員（傳統雜誌業者）做為研究對象。

五、名詞釋義

1.DRM 數位版權管理：結合軟硬體的存取機制，將數位內容設定存取權限，並與儲存媒體聯結，使數位內容在其生命週期內，從產生到消失（如檔案被刪除或全世界都無法開啟使用的狀態下），不管在使用過程中是否有被複製到別處，仍可持續追蹤與管理數位內容之使用狀況。（國際數據資訊中心 Internet Data Center，鄭茗襄，2002）

2.EP 同步：電子版和實體紙本書籍利用共通的編輯程序製作發表（傅瑞德 2010）。

貳、文獻探討

一、數位出版發展概況

台灣的出版長期因為出版社和書店結帳制度的問題，造成退書率高的問題。數位化可以讓傳統出版業者節省通路及成本流通、

實體書囤積貨的壓力、帳款問題，改善實體書出版面臨的窘境，所以目前業者多抱持很大關注與興趣（林盈妤，2003）。行政院新聞局將 2004 年定為「數位出版年」，並開始補助國內數位出版之發行，以鼓勵出版者發行數位出版品，並建立示範性指標，期望有助於數位出版產業升級（行政院新聞局，2008）。

二、傳統雜誌發展概況

近年來傳統出版業界正面臨嚴峻的考驗，從上游出版社到下游實體通路均出現產值衰退的現象，逐漸失去活力的出版產業面臨轉型挑戰。根據財政部統計處的資料顯示，2008 年雜誌總銷售額尚有 221 億元左右，到 2009 年則縮減為 200 億元，衰退幅度達 10%，在外部環境不佳以及市場嚴格的考驗下，可發現雜誌的發行也朝 M 型化發展。

三、電子雜誌平台發展概況

2004 年 7 月，宏基取得電子雜誌發行系統 Zinio 技術授權，目前臺灣讀者透過 Zinio 服務平台可接觸到超過 50 種以上包含大陸的華文電子雜誌（任欣駿，2007）。

電子雜誌出版平台除了數位內容的流通、販售外，還需要有數位版權管理以及數位化流程等（吳祀璠，2009）。根據經濟部資料，提供電子雜誌服務的平台資本總額大都超過一億元新台幣。以下表 2-2-1. 為各平台的簡介。

表 2-3-1. 台灣電子雜誌出版平台簡介

	宏基	城邦	MagV	遠流流	Moker	udn
	Zinio	e 書館	摩達網	eBook	摩客資訊	數位閱讀網
販賣商品	電子雜誌	電子雜誌	電子書 電子雜誌	電子書 電子雜誌	電子書 電子雜誌	電子書 電子雜誌

價錢	定價	定價 (折扣)	99 元 吃到飽	定價 (折扣)	單 元 計價 5 元 以 上	定價 (折扣)
閱 讀 方式	可 離 線 閱 讀	可 離 線 閱 讀	線 上 閱 讀	可 離 線 閱 讀	線 上 閱 讀	可 離 線 閱 讀
閱 讀 軟體	Zinio 系統	Zinio 系統	掃描	Koobe 系統	HTML	Adobe Reader
販 賣 方式	單 本 訂閱	單 本 / 訂閱	吃 到 飽	單 本 販賣	單 篇 扣點	單 本 / 訂閱
基 本 單位	整本	整本	吃 到 飽	整本	單元	整本
備註	部 份 授權		部 份 授權		部 分 授權	
雜 誌 數 量 數 (2009)	73 種	21 種	133 種	17 種	59 種	32 種

資料來源：本研究整理製表

四、傳統雜誌與電子雜誌平台之關係

雜誌的篇幅小，適合在電腦畫面顯示；頁數少，下載的資源也少。雜誌的內容圖文各半，閱讀文字的份量減輕，又可利用電子技術展示圖片、多媒體，讓讀者經驗加分。因此，未來的電子雜誌是一項令人無法忽視的數位內容產業（萬榮水、游曉薇，2007）。

數位出版與傳統出版產業之間最明顯的差異，不在於其內容是否實體化，而在於資訊傳送到使用者端所使用之方式。兩者之間最大差別在於，數位出版品可依需求而有不同的輸出型態，更可依消費者喜好進行客製化或個人化之服務（楊涵貽，2007），亦方便讀者與其中之圖文內容進行互動。由於數位出版擁有量大，且易於流通之特性，使數位出版品的取得較傳統出版品更為便利，且不易發生絕版或缺版之憾。

五、數位著作權管理 (Digital Rights Management, DRM)

DRM(Digital Rights Management) 是利用軟硬體的管制保護數位化內容不被任意複製、利用的機制，透過使用權限的控管保障數位內容之版權（謝顯丞，2007）。數位版

權保護應採取有效的權限分層管理，建立安全的數位環境，提供行銷與購買功能，保障合法使用權益。數位版權管理機制依照實際的商業模式，運用分權概念，將組織、內容與權限分成三個部分獨立運作：組織意指以人為結構，如授權者、被授權者等；內容是以著作為結構，如來源、版本等；權限則將授權項目作為結構，如使用條件、合約範圍等（李彥璋，2006）。

六、授權模式

隨著保護智慧財產權的觀念興起，數位內容易於複製、傳輸的特性，造成數位出版產業發展的極大挑戰。以往出版市場以紙本書為流通主體，作者與出版社簽訂的授權契約大都以紙本書的出版與銷售為範圍，但隨著數位出版興起，作者與出版社均開始重視數位授權的議題（陳雪華，2008）。

觀察大陸市場，可知過去對於數位出版授權的態度較為寬鬆。反觀臺灣受限於美國三〇一條款等限制，相關法規漸趨嚴格，提高廠商進行數位授權之門檻，造成數位出版發展之阻礙。建議政府需要重新檢討著作權，在可能的範圍盡量降低數位授權的門檻，數位出版未來才有蓬勃發展的可能（陳雪華，2008）。

參、研究方法與研究步驟

一、研究方法

本研究以問卷調查為主，即調查者就調查專案編製成表式，分發或郵寄給有關人員，請示填寫答案，然後回收整理、統計和研究。因以問卷調查法為主，收集實征資料，填答者可能因為情緒、態度或其它主觀因素等原因，對問卷有所保留或認知上的差異，因此研究資料所反應的事實可能有所差異存在。

二、研究架構圖

以下為本研究之研究架構圖。

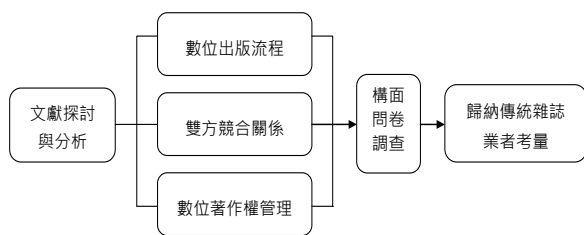


圖 3-1. 研究架構圖

三、研究對象與抽樣方法

(一) 母體界定：

本研究以在雜誌工會會員（傳統雜誌業者）為研究對象為母體。

(二) 抽樣方法：

本研究採用非隨機抽樣法透過雜誌工會相關單位幫忙發放。

(三) 量表設計與衡量：

問卷的衡量方式採 Likert 量表，分為 5 個等距尺度的評量尺度方式。

(四) 操作型定義：

傳統雜誌業者：為用一定刊名，刊期在 7 日以上、3 月以下之期間，按期發行，並依《公司法》或《商業登記法》申設登記之雜誌事業。

電子雜誌平台業者：將一般平面內容數位化的單位。服務對象為內容平台業者與一般消費者，提供流通平台供消費者下載、付費、閱讀電子雜誌。

四、資料分析與統計方法

本研究採用一般描述性統計（Descriptive Statistics），主要用於了解回收問卷中，受測者於各題選項間回答的分布情形，其中會使用到的統計方法包括次數分配、平均數、標準差等。

肆、結果與分析

一、信效度分析

(一) 信度分析

本研究首先以 Cronbach's Alpha 的觀念，測量本研究問卷各構念間的一致性，若 α 係數介於 0.7 至 0.9 之間，則屬高信度值 (Bryman and Cramer, 1997)。由下表可知，本研究各構念之 α 值多在 0.8 以上，可見整體而言，本份問卷具有高信度。

分別針對本問卷三大構面實施信度檢測，第一構面「數位版權管理保護」之信度分析結果，此構面題目數為 16，信度驗證數值為 0.834，第二構面「數位工作流程」之信度分析結果，此構面題目數 10，信度驗證數值為 0.856、第三構面「傳統出版業者和電子交易平台的合作考量」之信度分析結果，此構面題目數 9，信度驗證數值為 0.813。

最後將本問卷之所有項目一起進行整體信度分析，全問卷之題目數為 35，信度驗證數值為 0.875，詳見下表 3-1。

表 4.1. 信度分析表

問卷構面	Cronbach's Alpha 值	項目個數
數位版權管理保護	.834	16
數位工作流程	.856	10
傳統出版業者和電子交易平台的合作考量	.813	9
整體問卷	.875	35

(二) 效度分析

本研究分析問卷效度之方法，以 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 取樣適切性與 Bartlett 球型檢定，已得知問卷變項是否適用於因素分析，詳見表。

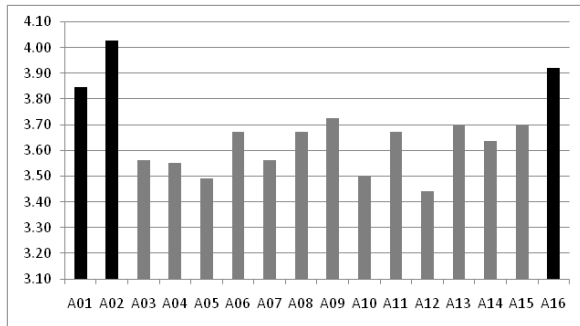
表 4.2. 效度分析表

問卷構面	KMO 效度
數位版權管理保護	.819
數位工作流程	.847
傳統出版業者和電子交易平台之合作考量	.892
基本資料	.863

二、問卷結果統計

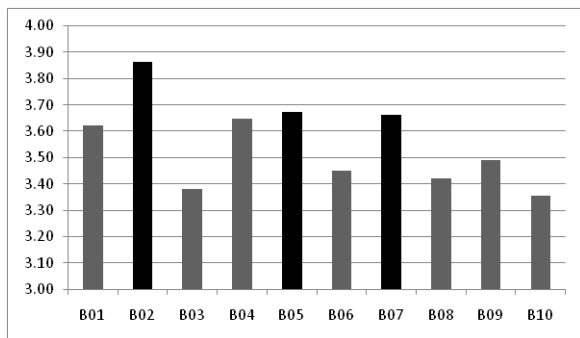
(一) 第一構面（數位版權管理保護）：統計結論發現，由第一構面問題 2、問題 16 與問題 1 得知，受試者認為「與權利人交涉」、「著作權保護困難」，及「DRM 系統保護機制之完善」皆對受試者在考量與電子雜誌平台業者合作時有影響，詳見表 4-3。

表 4-3. 第一構面填答平均數



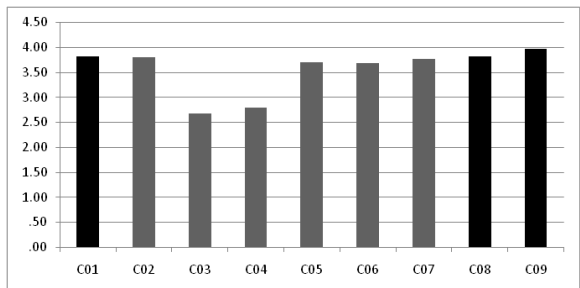
(二) 第二構面 (數位工作流程)：見表 4-4，受試者認為此構面問題 2、問題 5 與問題 7「轉製過程會造成公司負擔」、「與外包印刷廠商合作出版數位化」，及「公司內部尚無 EP 同步計畫之單位」在發展出版數位化時產生影響。

表 4-4. 第二構面填答平均數



(三) 第三構面 (傳統出版業者和電子交易平台之合作考量)：由表 4-5 得知受試者認為於雙方合作關係，問題 9、問題 8 與問題 1「推動出版品數位化」、「電子雜誌使用方便」，及「對電子雜誌交易平台之認知與熟識程度」，對發展雙方合作關係時產生影響。

表 4-5. 第三構面填答平均數



伍、結論與建議

一、研究結論

隨著平板電腦、智慧型手機與行動上網的普及，傳統雜誌業者不得不跟上腳步邁

入出版數位化的世代，藉由統整各傳統雜誌業者對與電子雜誌平台業者合作時不同構面之考量，給予電子雜誌平台業者在未來與傳統雜誌業者擬訂合作條款時能有更適當的方向。

(一) 根據研究顯示，就數位版權管理保護方面，傳統雜誌業者對數位出版卻步乃因目前 DRM 機制尚未成熟，著作權是否真能獲得保障為其擔憂之因。且數位版權之取得，須與權利人交涉，其中干涉傳統雜誌業者及原作者等過程之繁複。

(二) 在數位工作流程構面，傳統雜誌業者認為電子雜誌在轉製過程中常出現問題，轉檔成本過高，造成公司內部人員負擔；但傳統雜誌業者多無 EP 同步計畫，亦考量交付印刷廠數位轉製以利發展數位出版。

(三) 在傳統出版業者和電子交易平台之合作考量構面，傳統雜誌業者認為電子雜誌交易平台的使用介面與認知的熟識度與消費者有直接關連，為考量的重要因素；且多數傳統雜誌業者認為推動電子雜誌已成為趨勢，但不會取代傳統的雜誌，而是期望能以較低的成本，來為印刷出版品作宣傳，使雜誌訂閱等客戶服務作業能更有效率。

二、研究應建議

針對後續研究建議，未來研究者若要進行相關議題探討，可考慮擴大抽樣樣本，或於研究方法中加入訪談法，深入了解並比較各業者之不同需求及考量。也可供未來電子雜誌平台業者在與傳統雜誌業者合作之參考依據，配合既有合作經驗，從中規畫更詳盡之合作方案，促進電子雜誌平台業之行銷與發展。

參考文獻

1. 中任欣駿 (2007)。台灣電子雜誌業者之經營策略研究。世新大學圖文傳播暨數位出版學系研究所，碩士論文。
2. 何祖銘 (2006)。藍海策略檢視台灣電子雜誌業發展之研究。世新大學圖文傳播暨數位出版學系研究所，碩士論文。
3. 行政院新聞局 (2006)。台灣雜誌出版產

業調查研究報告。台北市：行政院新聞局。

4. 行政院新聞局 (2007)，「中華民國 96 年圖書出版及行銷通路經營概況調查」行政院新聞局，台北。

5. 經濟部 (2010)，「2009 台灣數位內容產業年鑑」，行政院經濟部，台北。

6. 林政榮 (2004)。數位出版業者對數位出版內容形式之看法研究。國立臺灣藝術大學應用媒體藝術研究所，碩士論文。

7. 陳雪華，林維萱 (2008)。數位出版產業之構面研究。圖書資訊學研究。第 3 卷第 1 期。

8. 李彥璋 (2006)。電子書的守門員 - 談 DRM 的保護機制。出版年鑑 2006。

9. 賴文志，顏雅倫 (2007)。台灣法律，取自：http://www.lawtw.com/article.php?template=article_content&area=free_browse&parent_path=,1,777,&job_id=2867&article_category_id=807&article_id=2861

10. Taiwan.CNET.com (2003)。宏碁與城邦合作開拓電子書市場。99 年 11 月 2 日，取自：<http://taiwan.cnet.com/news/software/0,2000064574,20081802,00.htm>

11. 吳佳靜 (2005)。台灣電子雜誌市場將起飛，內容多樣化、通路、價格為關鍵因素。2010 年 11 月 1 日，取自：<http://www.ectimes.org.tw/readpaper.asp?id=7716>

12. 那福忠，「電子書的 PDF 與 XML 之爭」，那福忠網際論壇，99 年 11 月 10 日，取自：http://www.brainnew.com.tw/Article/na2000/F_092000.asp

13. IDPF (2010)，Industry Statistics，99 年 11 月 10 日，取自：http://www.idpf.org/doc_library/industrystats.htm