

輕鬆走入電子出版世界 從零開始



資歷架構
Qualifications
Framework

輕鬆走入電子出版世界 從零開始



香港特別行政區政府教育局

印刷及出版業行業培訓諮詢委員會 資歷架構秘書處

出版

前言 4

第一章 認識電子出版 6

出版的革命	8
電子出版的範疇	14
電子出版的革命性轉變	18
電子書 vs. 實體書	26
出版產業的發展趨勢	31

第二章 電子出版的經營 36

管理人員的認知與考慮	38
電子出版 SWOT	40
電子出版經營策略	42
電子出版團隊的組成	45



第三章 電子出版的執行 52

項目管理	54
編輯	60
美術設計	64
技術製作	66
推廣及營銷	70

第四章 參考篇 74

與電子出版相關的能力單元	75
電子出版關鍵詞彙	80
參考網址	85
資歷架構	86

前言

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，扮演着重重要的角色。隨着社會及技術的發展，出版業的營商環境和從業員所需能力也在不斷變化中。

香港資歷架構在 2008 年正式推出，目前已為多個行業制訂《能力標準說明》（SCS），詳細列出相關行業不同職位須具備的專業知識和技能，內容除了切合業界目前和未來發展的實際需要外，亦有助確保各培訓機構所提供的課程，能夠真正滿足該行業所需，同時也為從業員提供清晰的進修途徑，協助他們制訂個人就業發展計劃。香港印刷及出版業為最早推行資歷架構的行業之一，印刷及出版業行業培訓諮詢委員會（簡稱諮委會）早在 2007 年便制訂了《香港印刷及出版業能力標準說明》供從業員參考，幫助他們制訂個人就業及進修發展計劃。隨着印刷及出版業面對科技與市場的急速發展，諮

委會近年對第一版《能力標準說明》進行檢討，建議作出更新及修訂，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，瞭解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。因此一些出版機構在未掌握這種新業務的穩當推行方法時，對發展電子出版比較猶豫。另一方面，有意加入出版行業的人，儘管明白電子出版知識和技能是應具備的能力，但對出版機構的具體要求並不容易知悉清楚。有見及此，諮委會及資歷架構秘書處出版這本書，以深入淺出方法介紹「電子出版」的概況和從業員應具備的能力，以助業界認識及發展有關業務；並讓培訓機構和從業員清晰瞭解電子出版行業所需知識和技能，制訂培訓或進修的計劃，配合業界應對各項挑戰的發展需要。書中除介紹電子出版相關能力標準的梗概外，更標示《香港印刷及出版業能力標準說明》（第一版）增訂本中可參考的相關部分，方便讀者參照。



第一章

認識 電子出版

志勇是香港一家歷史悠久出版社的管理人，為着剛接手的家業不勝煩惱。出版圖書近年並不易做，志勇管理的出版社，業務有萎縮趨勢，但家業是父親留下，不好放棄；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。他看到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。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。

志勇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？

要解決志勇的疑問，我們先請來出版達人李智樂（阿Lok），介紹電子出版的來龍去脈和相關知識。



你對電子出版有多少認識？
我給你介紹幾個重要範疇。



出版的革命

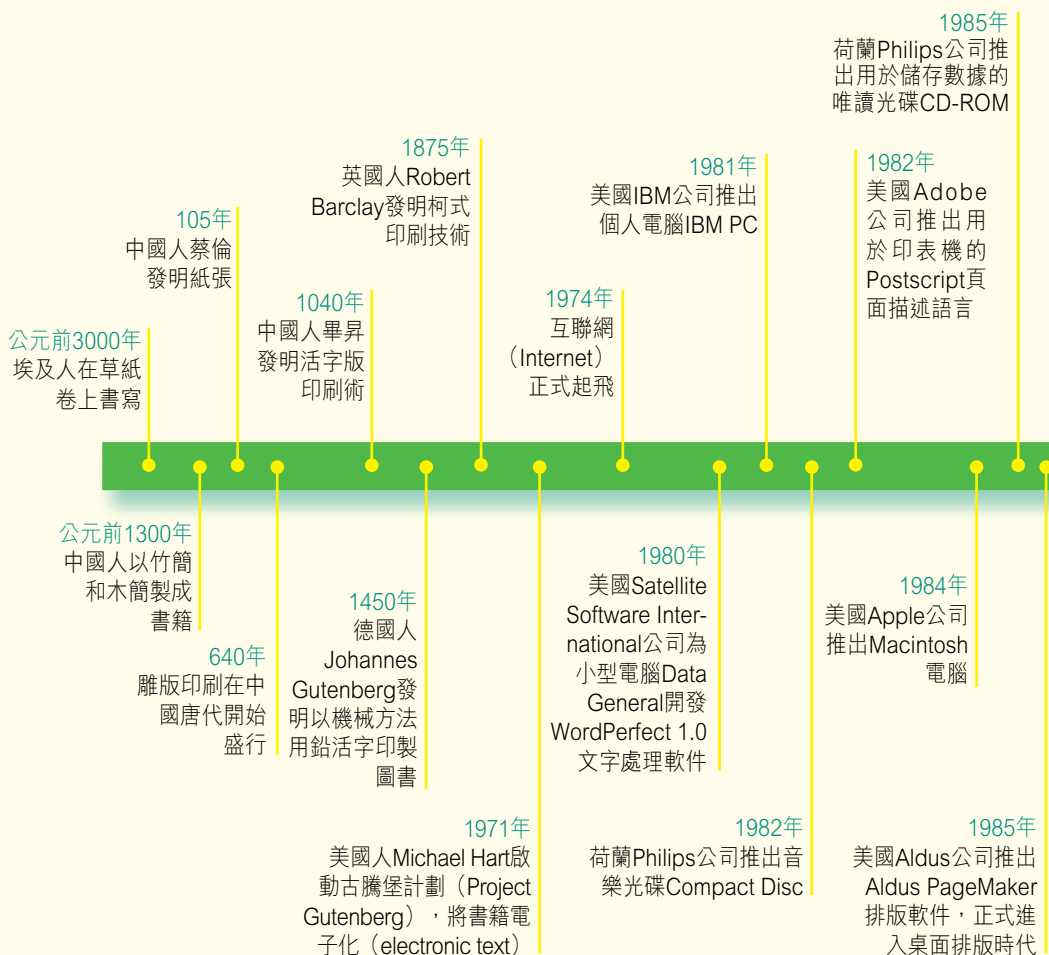
「出版」是把人類的思維、想像和經驗作有組織的大規模傳播，可以說是一種歷史悠久的活動。這種傳播要有內容，依靠媒體和載體去完成。數千年來，要廣泛而又詳盡地傳播內容，文字是最有效的媒體，而當中國人在公元二世紀發明紙張後，紙質書籍成為最方便及相對價廉的文字載體。公元十一世紀中國畢昇發明活字版印刷術，書籍可以大量印製，為出版業的出現創造了條件。十五世紀中葉，德國人古騰堡（Johannes Gutenberg）發明以機械的方法用鉛活字印製圖書，被認為是出版工業化的開始。自此大量信息透過印刷書籍廣為傳播，推動了世界文化的發展。數百年來，以文字為主要媒體，以紙張為載體，以編輯、美術、排版、印刷為專業技能的作業方式，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。

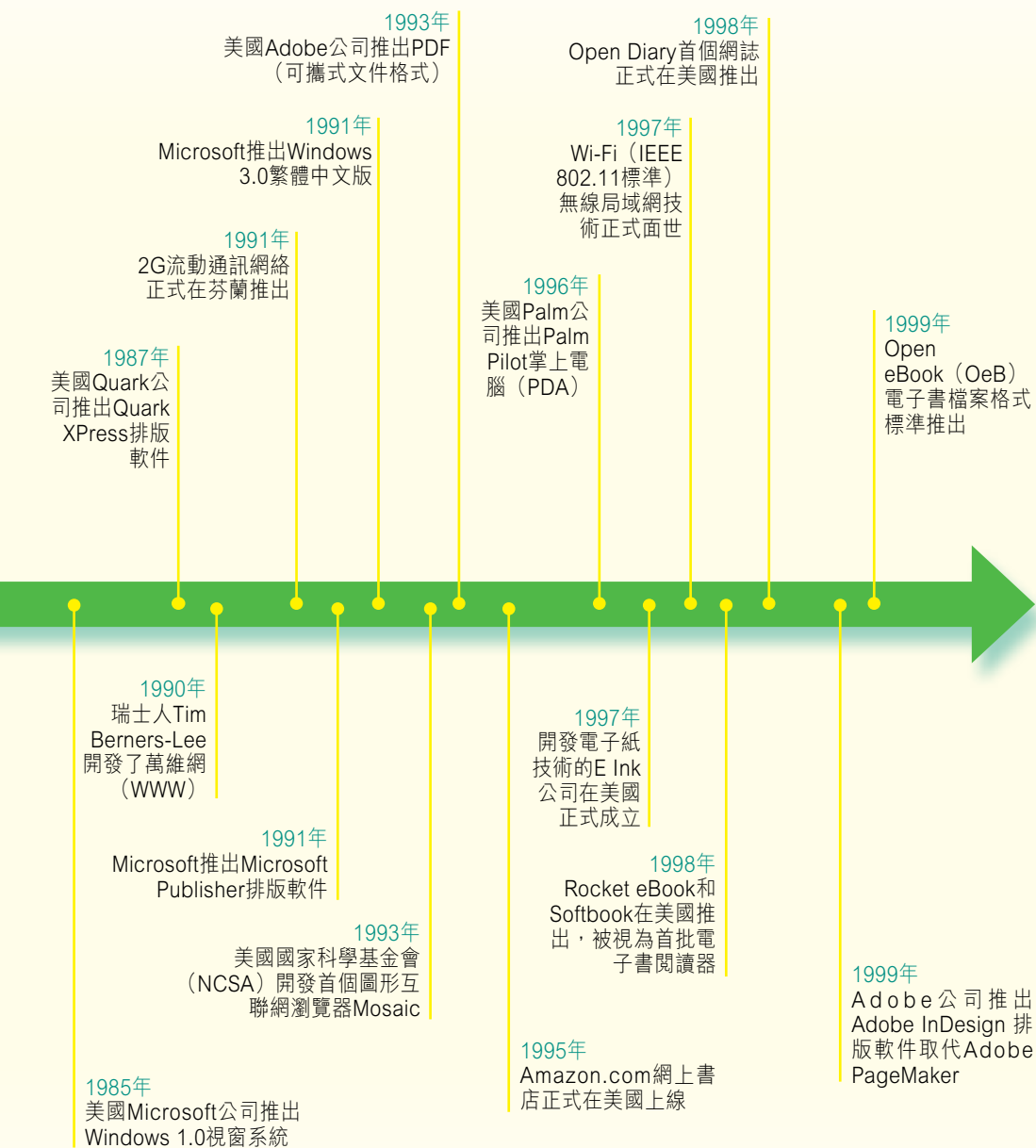
自上世紀八十年代開始，電腦科技及通訊技術迅速發展，帶動了出版業的革命性變化。1984 年蘋果電腦公司推出 Macintosh 電腦，第二年再推出 LaserWriter（PostScript 打

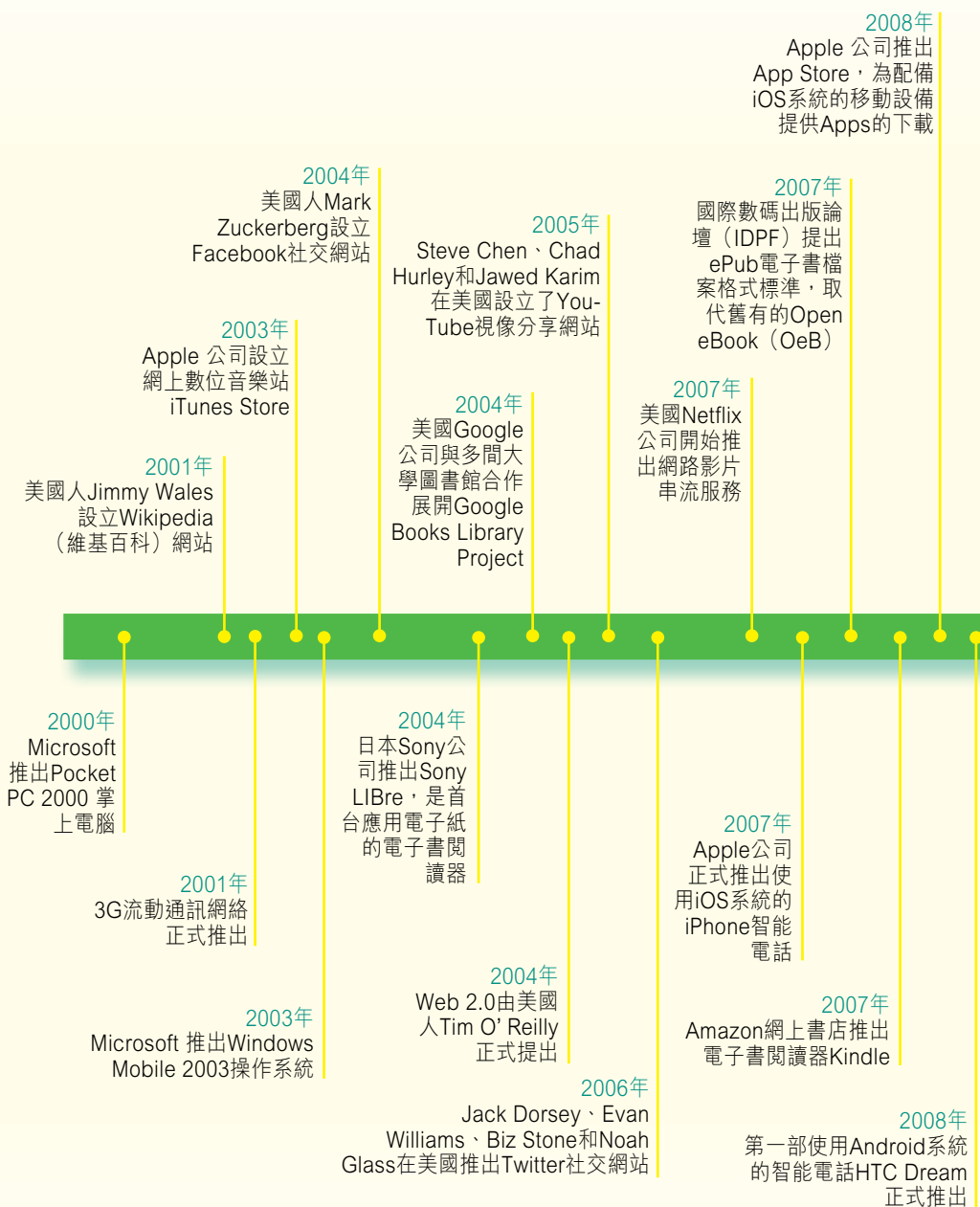
印機），配合 Aldus 公司編寫的 PageMaker 排版軟件，使出版的印前工作可以在電腦上完成。到九十年代初，個人電腦逐漸普及，很多出版物的內容開始以數碼形式創作及儲存，也開始利用紙張以外的載體如磁碟、光碟等來傳輸。同時，互聯網的發展改變了信息以實體傳播的模式，人們開始登入網上虛擬世界搜尋信息。進入廿一世紀，互聯網和通訊技術高速發展，透過網上下載方式取得內容的做法漸趨普遍。2004 年，美國 Google 公司與多間大學圖書館合作，展開 Google Books Library Project，把大量書籍及文件數碼化，提供可搜尋數據庫，若書本的版權屬於公共領域，便讓公眾自由閱讀及下載，引起出版界的哄動。

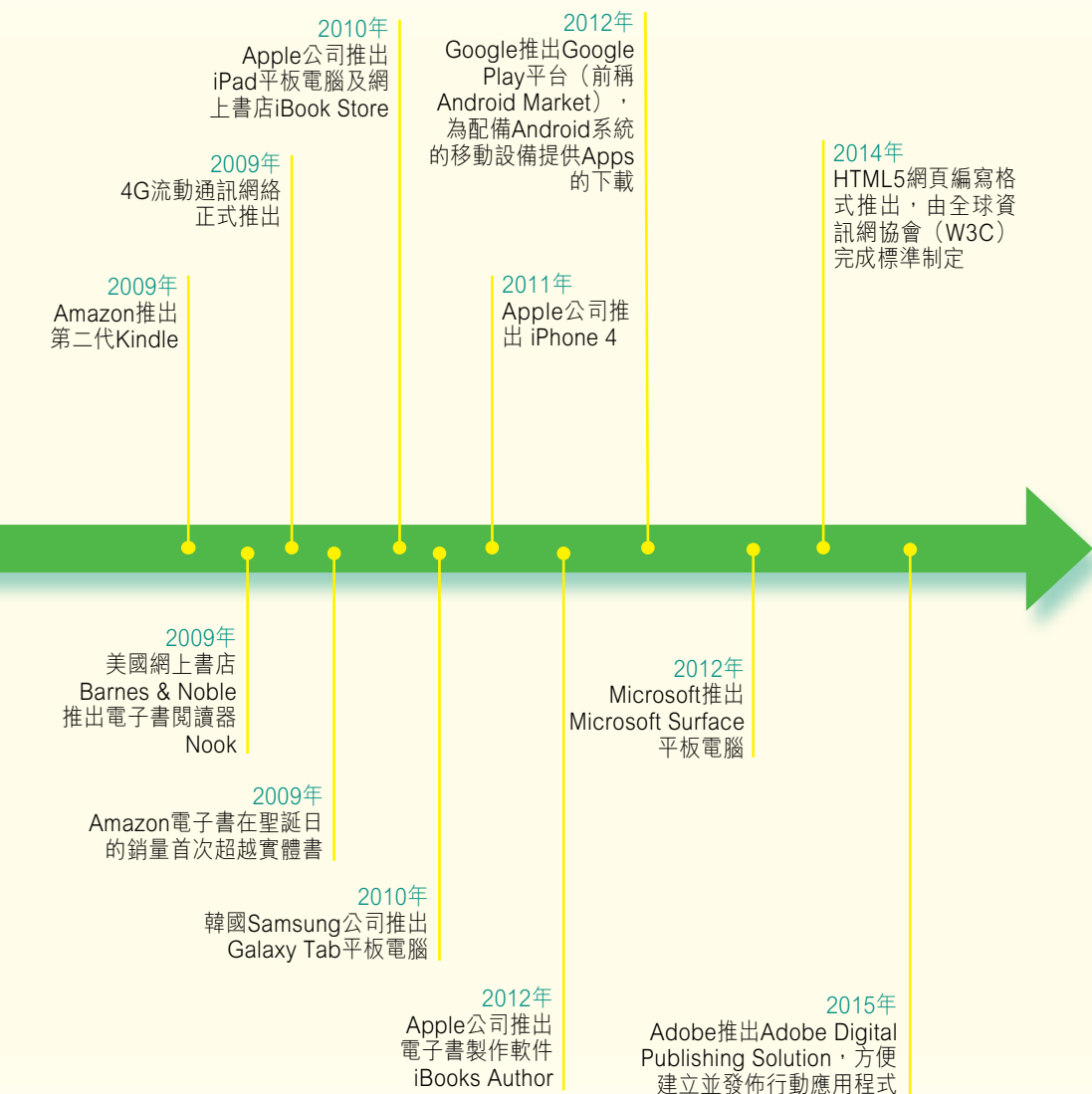
2007 年 Amazon 網上書店推出電子書閱讀器 Kindle，改變了不少人的閱讀習慣，電子書時代正式展開。蘋果電腦公司相繼推出智能電話 iPhone 和平板電腦 iPad，隨後 Google 也加入戰場，以開放式平台 Android 與各大電腦及通訊設備商合作，推出多款智能電話和平板電腦。配合 3G、Wi-Fi 無線電訊網絡，大體積的內容，包括影視、音樂、動畫等可以透過無線網絡傳輸，加上無限可能的 Apps 應用軟件，開啟了真正的個人移動平台，大大改變了閱讀的生態，也顛覆了傳統出版業的營運模式。

出版發展簡史











電子出版的範疇

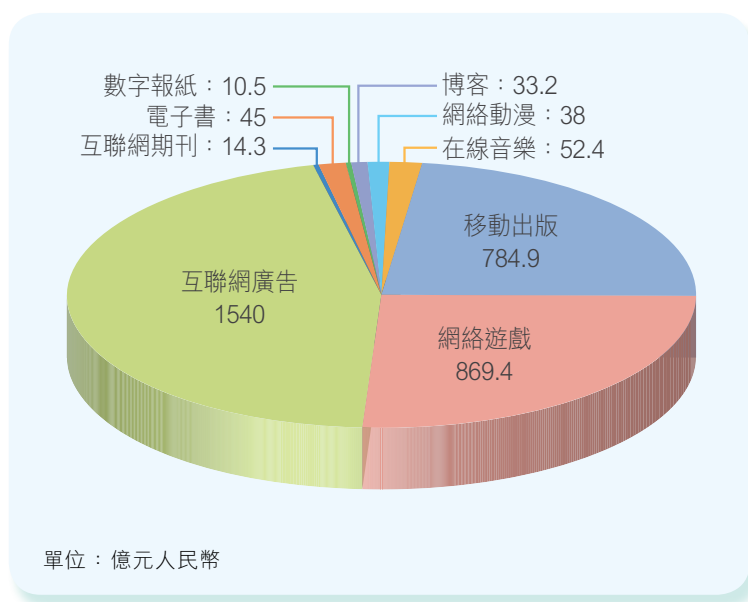
「電子出版」是近年出版界最熱門的議題之一。談電子出版時，我們常聽到「電子書」的製作和銷售等問題。其實「電子出版」是否就等於出版「電子書」？我們可從中、台兩地的經濟報告看看「電子出版」所涵蓋的範疇。香港所說的「電子出版」，在中國大陸稱為「數字出版」，在台灣稱為「數位出版」。

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3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。



台灣數位出版產業範疇（來源：《2014台灣數位內容產業年鑑》）

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。



中國數字出版產業 2014-2015 年收入分佈
(來源：《2014-2015 中國數字出版產業年度報告》)

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。



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

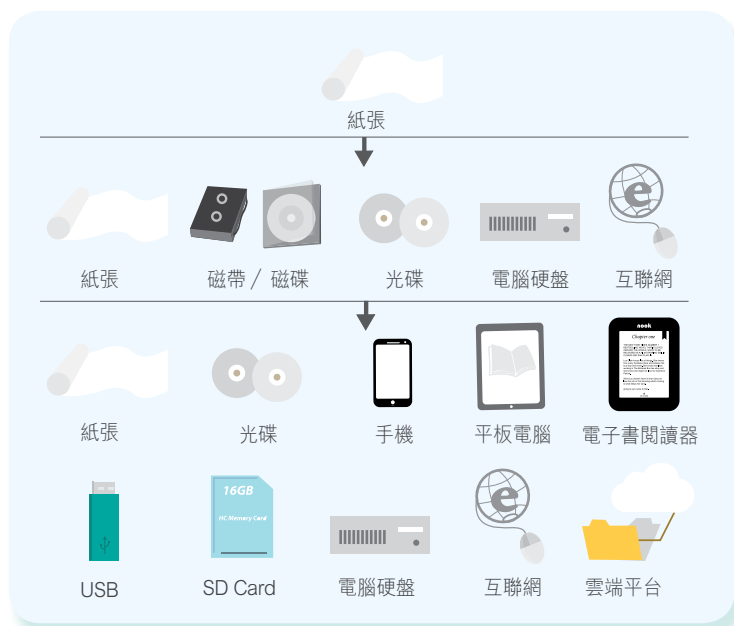
- 多媒體融合：由文字媒體轉變為跨媒體，文字、圖像、音像、視像、動畫、遊戲等可融合在一起呈現。
- 表現形式轉變：由單向、平面、靜態，轉變為多線性、立體、互動。
- 組織方式轉變：文本的超連結，使內容由系統性、單一化，變為跳躍式、聯想式，更可無限擴展。
- 經營主體的變化：由出版社主導內容的創製和發佈，大眾接受劃一內容，轉變為可以個人化、容許大規模協作創造、自主出版。



多媒體的融合

2. 載體的變革

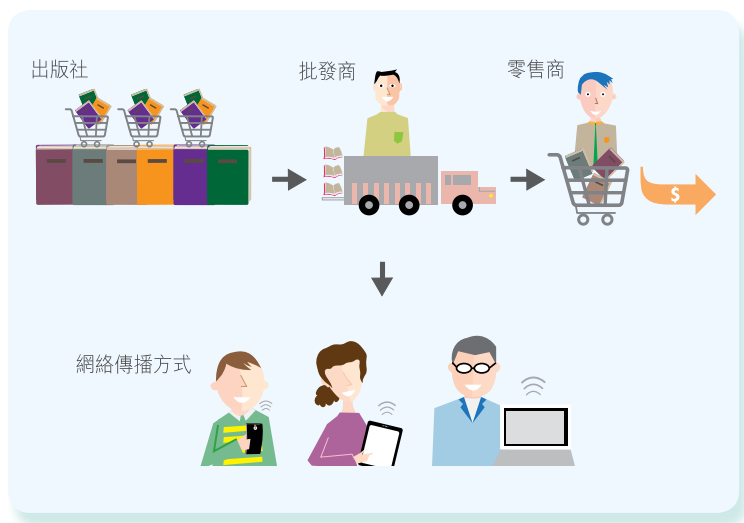
- 載體種類：由紙質載體擴展到電子屏幕和視聽終端，終端器材的模式五花八門，包括桌面電腦、手機、平板電腦、電子書閱讀器、MP3、遊戲機等。
- 載體作用：由載體單次使用，轉變為多次使用。聽讀新內容時，只須在載體內轉換內容而毋須更換載體。
- 用戶應用體驗：觀賞方式隨之改變，因應不同載體有不同觀賞方式，變為片段式、跳躍式、互動式，可以離線或連線。



內容載體的轉變

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。



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。



電子出版物消費者

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。

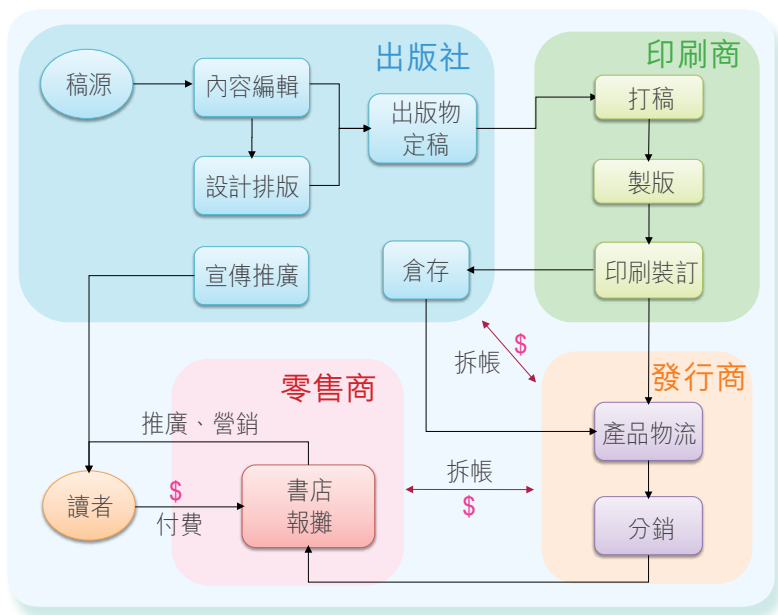


電子出版新盈利模式



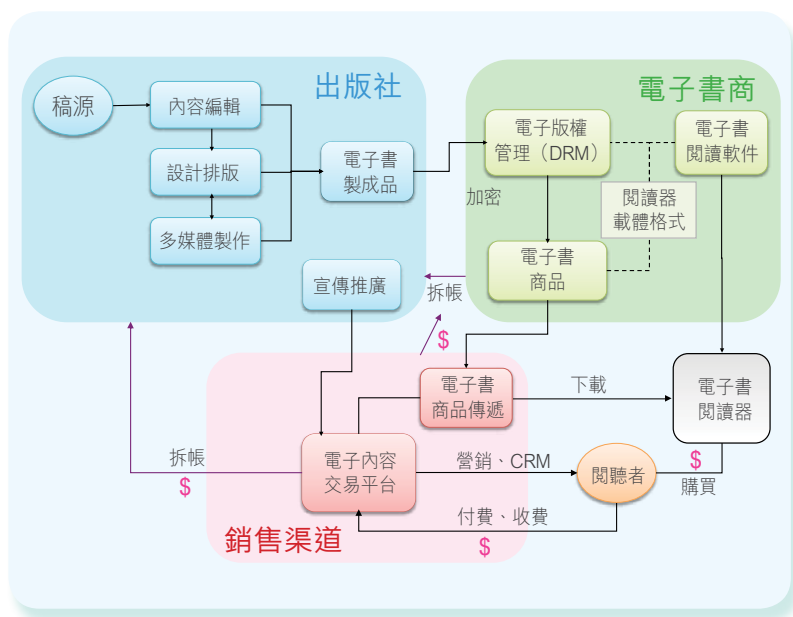
電子書 vs. 實體書

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。



實體書出版營運流程示例

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。



電子書出版營運流程示例

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。



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？我們來比對一下：

	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。循現時趨勢發展下去，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 年以前已開始，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。與我們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 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%。其中精裝書下跌 11.0%，而平裝書則上升了 12.5%；電子書下跌 10.3%，而下載發聲書則上升了 31.0%。電子書的收入下跌，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 3387.7 億元（人民幣），比 2013 年增長了 33.36%。

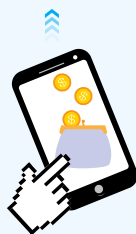
就整體電子出版產業的發展看來，發展較早的地區進入鞏固期，增長逐漸放緩，起步較遲的地區則有高增長。至於紙本圖書的前景，曾有人表示悲觀，但從 2015 年的銷售數字看來，平裝紙本書仍有穩定的增長。美國 Hachette Book Group 行政總裁 Michael Pietsch 認為紙本書不會被完全取代，因為它經過幾百年的演進，在形式上自有其不可取代的優點。PwC 高級顧問 Marcel Fenez 也認為讀者會因應所需和書籍提供的閱讀體驗，紙本書和電子書都會購買。因

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。



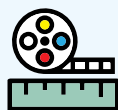
5G移動網絡



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）

電子出版受關注發展重點



第二章

電子出版的經營

聽過阿 Lok 的介紹後，志勇對電子出版有了簡單的認識，想進一步探討自己的公司應否開展電子出版業務。他打算走訪一些有經驗人士，向他們取經，再作考慮。

志勇首先去拜訪一位世叔陳博文先生（Uncle Charles），他是一間有電子出版業務公司的管理人。要在公司開展電子出版業務，管理人要有哪些知識和能力？怎樣判斷應否開展電子出版業務？他要做些甚麼部署？這些都是志勇想知道的。



Uncle Charles，
電子出版的管理
人要懂得甚麼？



作為公司管理人，要
看大局，也要衡量自
己公司的條件，部署
發展的方向。



如能瞭解各項不同工作崗
位的能力需求，管理和營
運會順利一些。《香港
印刷及出版業能力標準說
明》可以作為參考。

Uncle Charles
出版公司總經理
出版年資：30年
電子出版經驗：12年



管理人員的認知與考慮



能力單元（增）

瞭解媒體和娛樂業全球的發展形勢及相互之間的市場份額
(106308L5)



能力單元（增）

掌握電子出版的綜合概念
(106327L5)



能力單元（增）

瞭解電子出版的產業鏈
(106324L4)

首先你要知道，公司是否要推行電子出版業務，是管理層在衡量各方面因素後的一個商業決定。我們須瞭解現今世界及本地的發展情況，包括政治、經濟、社會和科技的發展怎樣影響出版業的發展趨勢；尤其與電子出版有關的資訊，例如技術發展、市場形勢、商業模式、成本結構，甚至版權條例等都要有所理解，才可作出正確的決定。

電子出版與實體書的出版模式有不同之處，公司管理人須認識產業鏈的變化，清楚理解兩者在營運上的異同，瞭解在各關鍵環節如何部署所需。我們也要掌握自己公司的發展目標和條件，衡量人才和設備的狀況，才決定是否要發展電子出版業務，以及發展的方式和進程。

如果在衡量各方面的條件後，決定開展電子出版業務，便要制訂公司的短期和長期發展目標，再按此在公司內組織電子出版部門或團隊，負責執行相關的工作。這些工作目標需要定期檢討，並按外在和內在的發展情況和需要作出調整。

**能力單元（增）**

制訂出版企業的短期及長期目標
(106309L6)

這項業務規劃的工作，須要與公司各部門的主管一起商討。我建議考慮以下的問題：

- 公司是否必須開展電子出版業務？如不開展會有甚麼後果？
- 如開展電子出版業務，應在哪些範疇發展？短期和長期目標是甚麼？
- 公司有沒有這方面的發展條件，包括資本、設備、人才、營銷渠道等？
- 如條件未具備，如何滿足這些方面的需求？
- 跟電子書商合作，公司只提供內容，還是自行建立電子出版團隊？



電子出版 SWOT



能力單元（增）

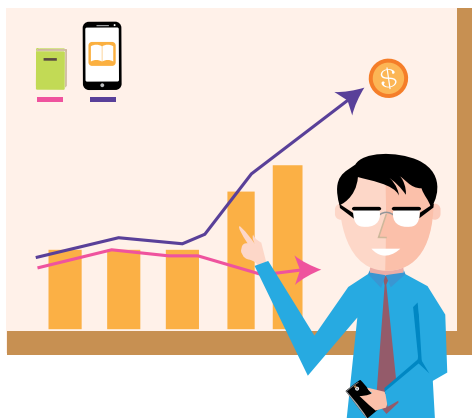
掌握電子出版的綜合
概念
(106327L5)



能力單元（增）

瞭解電子出版的商
業模式
(106341L6)

電子出版產業在世界各地發展了一段時間，曾經從事這種業務的公司，有成功也有失敗。為公司業務發展做規劃，必須全盤考慮各種因素，作多角度考慮。我們可以用SWOT（強項、弱項、機遇和威脅）的分析方法，瞭解電子出版在業務發展中的各種特點。



	正面	負面
內在因素	強項 (Strengths) • 可結合多媒體及多重連結，豐富內容和表達手法； • 可隨時修正或更新內容，提供最新資訊； • 複製成本低，可在短時間內按需要複製成品； • 減少印製、倉存和批發程序，節省時間和支出。	弱項 (Weaknesses) • 包含多媒體製作及電腦編程，研製成本高； • 新技術變化多，電子書格式及載具五花八門，缺乏統一標準，內容轉換成本高； • 須要使用電子器材閱讀，門檻較高，減低方便度，使讀者卻步。
外在因素	機遇 (Opportunities) • 迎合新一代讀者閱讀習慣，可拓展市場； • 短時間內可接觸大量讀者，發行至世界各地成本低； • 透過網絡可與讀者互動，容易取得其回饋資訊； • 利用互聯網可節省推廣及營銷成本。	威脅 (Threats) • 普遍形成電子內容「免費」或「共享」觀念，賺取利潤困難； • 讀者容易大量複製傳輸，收入欠保證； • 版權法規未完善，盜版風險高； • 數碼版權管理 (DRM) 技術所費不菲。



電子出版 經營策略



能力單元（增）

訂立電子出版的發展策略
(106340L6)



能力單元（增）

瞭解媒體和娛樂業全球的發展形勢及相互之間的市場份額
(106308L5)



能力單元（增）

瞭解影響電子出版發展的新技术和概念
(106326L4)



能力單元（增）

瞭解電子出版的產業鏈
(106324L4)

做生意沒有必勝之道，如果策略部署做得好，勝算便會高一些。要推行電子出版業務，除要瞭解各種內在和外在因素，還要有適當的策略。我可以建議一些考慮的重點。

1. 早着先機

出版業今天已成為龐大數碼內容產業的一部分，受到信息及通訊科技發展的影響，變化十分迅速，技術、設備、經營模式的更新頻率愈來愈快。我們要做好業務經營，必須緊貼時代脈搏，瞭解世界及鄰近地區相關產業的發展趨勢，把握時機。

2. 配合變化

傳統出版的產業鏈形成已久，行之有效過百年。可是，科技的變革造成傳統出版產

業鏈的解構，形成新的產業鏈。其中生產者與消費者的關係、製作技術與營銷模式，甚至版權保護需求等，都跟以前有很大分別。我們理解和配合種種變化，才可避免遭受淘汰。

**能力單元（增）**

瞭解版權條例與電子出版的關係
(106328L5)

3. 瞭解受眾

要維持出版業的發展，必須爭取新生代受眾的支持。在數碼時代成長的新生代，興趣、閱讀習慣、消費模式都跟上一代有很大差異。要吸引這個群體，我們要主動瞭解他們的口味和習慣，然後規劃適合的產品形態，並優化產品的用戶體驗。

**能力單元（增）**

瞭解電子出版的目標讀者群
(106323L4)

4. 提高效率

人力資源往往是出版業務最龐大的支出。從事電子出版，要有效地組織工作團隊，提升各人員的能力和工作效率，業務才可穩健經營。電子出版需要的編輯、技術和營銷人才跟傳統出版有很大分別，我們須

**能力單元**

制訂出版企業各部門的營運計劃、管理架構及專業守則
(PPPUMN604A)



能力單元（增）

執行電子出版的流程管理

(106348L6)



能力單元（增）

訂立電子出版的財務估算

(106331L5)



能力單元（增）

訂立電子書的市場計劃

(106330L5)



能力單元（增）

執行出版業的電子商貿業務

(106307L5)

制訂策略，是透過培訓、招聘，還是與其他機構結盟來滿足需求。

5. 降低成本

電子出版的研製方式跟紙本不同，各種銷售平台和終端閱讀器又五花八門，規格並不統一，要把電子書放在各種不同平台發售，轉換的成本頗高。我們要優化工作流程，規劃「一次開發，多元發佈」，才可有效降低生產成本。

6. 善用渠道

互聯網、社交網絡、移動網絡的蓬勃發展，提供了市場推廣和營銷的新渠道和新形式。好處是可以在極短時間內接觸大量受眾，成本相對降低，更可實時互動。我們如果可以經常留意並善用這些渠道，將會是經營電子出版，甚至實體書出版的強大助力。



電子出版團隊的組成

除了各種策略的部署，我們不可忽略人力組織的重要性。電子出版業務的推行，主要倚靠具備相關知識和能力的工作團隊。團隊的組成有兩個層面，包括策劃和執行。執行方面，又可按需要分為「公司內部完成」和「與其他公司合作完成」兩種模式。



能力單元（增）

掌握電子出版的綜合概念

(106327L5)

1. 策劃

首先看看業務策劃團隊，成員應包括管理、編輯、美術、技術、推廣、營銷、發行等部門的主管，還可以加入資料搜集人員。這團隊的組織其實跟傳統出版的分別不大，只是個別部門的責任比重有所分別。策劃團隊可因應大環境的發展和公司



能力單元（增）

瞭解出版企業管理

(106306L5)



能力單元（增）

制訂出版企業的短期及長期目標

(106309L6)



能力單元（增）

創新數碼市場產品
和服務
(106346L6)



能力單元

制訂出版企業各部
門的營運計劃、管
理架構及專業守則
(PPPUMN604A)

的狀況，制訂公司電子出版業務的目標，規劃產品的形態和發展進程。然後，把相關計劃交由執行團隊去完成，並作定期跟進和檢討。



電子出版業務策劃團隊

2. 執行

談到電子出版業務的執行團隊，宜以項目管理形式運作。管理層完成業務策劃後，可為不同的產品成立個別發展項目，由一位項目經理統籌整個項目，從規劃、開發、檢測、營銷到客戶服務全程跟進。內容、美術、技術、推廣、營銷等各部門人員按項目需要組成項目工作小組，在項目經理統籌下，按規劃進度完成相關工作。這組織方法跟傳統出版有一定分別，如公司決定把實體書和電子書同步出版，可略為調整現有架構，加入多媒體製作和資訊科技隊伍。工作流程的優化也相當重要，管理人員可以制訂清晰的工作要求和指引，並要求各崗位人員按事前規劃的進度和成本預算完成工作。



能力單元

計劃出版項目管理
(PPPUED501A)



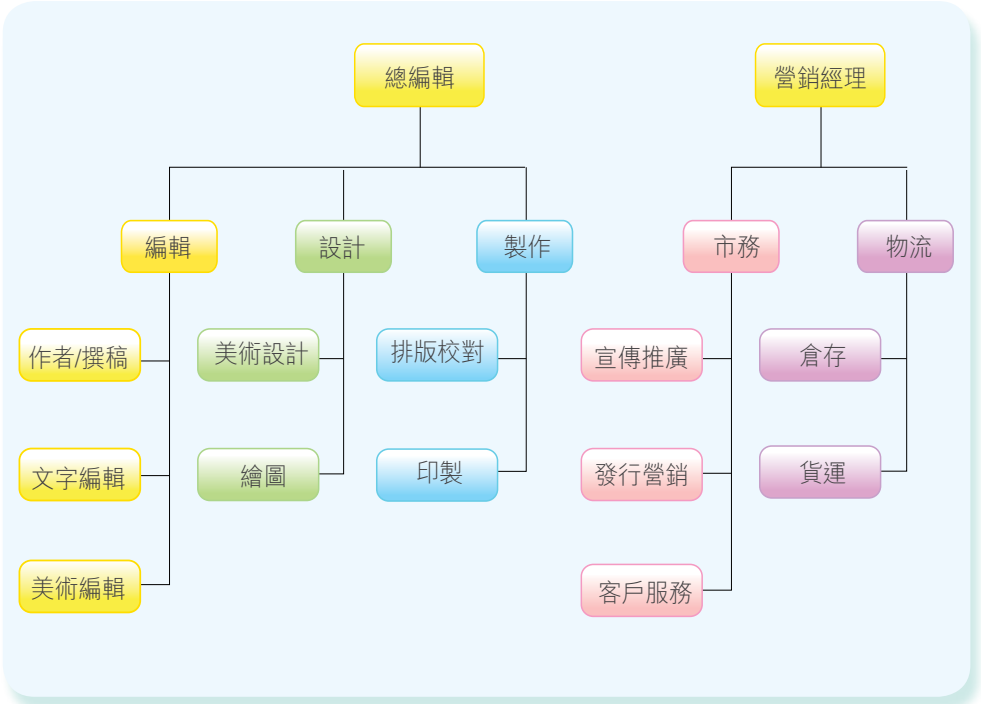
能力單元（增）

執行電子／在線出版製作及生產
(106310L5)

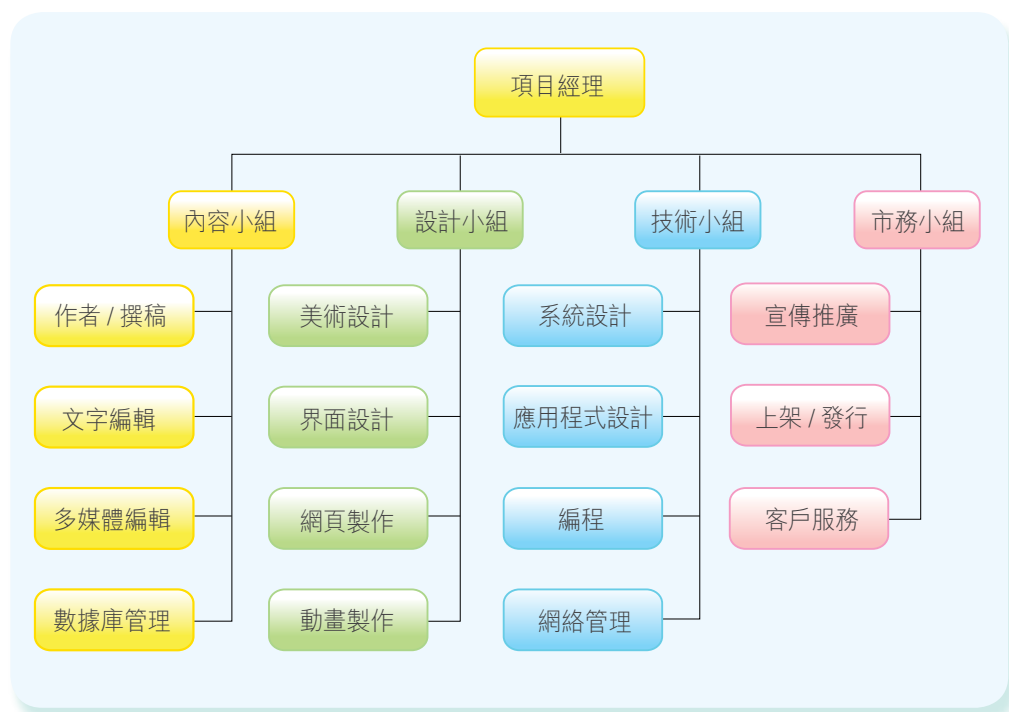


能力單元（增）

執行電子出版的流程管理
(106348L6)



傳統出版執行團隊架構示例



電子出版執行團隊架構示例



能力單元（增）

訂立電子出版的發展策略
(106340L6)



能力單元（增）

瞭解跨媒體的伙伴合作模式
(106365L6)

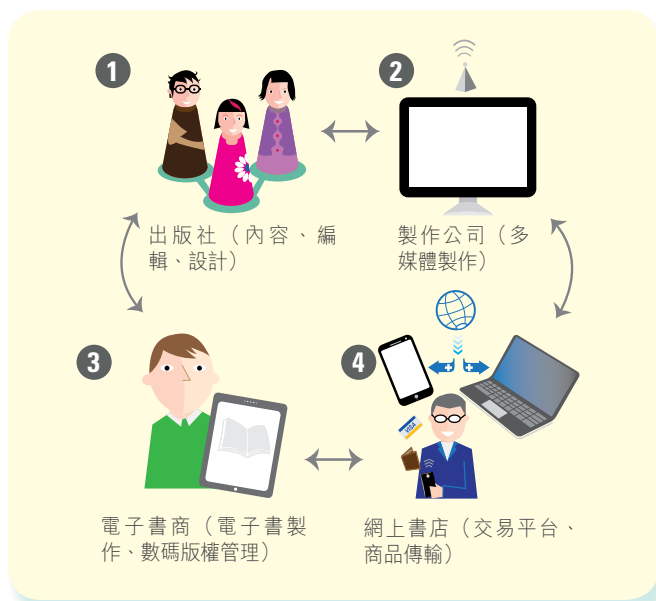


能力單元（增）

瞭解電子書書店的合作條款
(106334L5)

3. 組織與協作

電子出版團隊需要的知識技能跟傳統出版有所分別，較具規模的公司可透過培訓或招聘，組成合適的團隊，這並不表示一定要有龐大財力才可做到。電子出版的特性，是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。一些原本從事電腦科技或電訊服務的大公司，會提供平台和工具讓內容提供者以簡易程序完成電子出版。小型企業可透過同業結盟，甚至跨界合作完成電子出版項目，而毋須自行成立龐大組織或團隊。當然這其中有利有弊，好處是節省成本和開發時間，但也衍生利益分配、知識產權和目標方向不一致等問題。我們須衡量公司條件，制訂團隊組織或與人結盟的策略。



跨產業合作

志勇聽了 Uncle Charles 介紹管理者在電子出版業務要認識和考慮的事項後，想進一步瞭解電子出版的執行情況。Uncle Charles 便介紹他去找有電子出版執行工作經驗的朋友。

第三章

電子出版的執行

志勇知道電子出版的執行工作主要由項目經理統籌，於是去找 Uncle Charles 介紹的于臻小姐（Karen）。

Karen 曾經統籌過很多出版項目，近年也處理過不少電子出版項目，現在是一間電子出版公司的項目總監。志勇打算請教她：項目管理要做些甚麼呢？擔任電子出版項目經理，要具備甚麼條件？她的電子出版執行團隊包括哪些成員，要有甚麼能力？



項目管理是要
做甚麼的？



項目管理人要保證出
版項目在預期的時間
和成本內完成，並達
到一定的質量。



Karen

電子出版公司項目總監

出版年資：25年

電子出版經驗：15年



項目管理

「項目管理」（Project Management）在香港出版業中是較新的概念，在台灣的出版界較早應用，稱為「專案企劃」。項目管理的工作模式在多媒體製作公司比較常用，出版社要發展電子出版業務，用這種模式運作可以讓團隊各人任務明確，提高工作效率。



能力單元

執行出版項目管理計劃
(PPPUED502A)



能力單元（增）

執行電子／在線出版 (106311L5)

項目管理人一般稱「項目經理」或「項目統籌員」，是整個發展項目的統籌，也可以說是領導者。他們須理解項目發展策略，熟悉各個工序的流程，安排資源，監控項目的時間、質量和使費。從開始策劃到產品完成推出市場後，項目經理都要跟進。其實傳統出版中也有人負責相類的工作，只是沒有另設職銜，而大多是由編輯經理或策劃編輯擔任。我入行時就是當編輯，後來慢慢學習項目管理工作。不

過，電子出版涉及的範疇較多，所需知識技能超出傳統編輯人員的認知和能力，適宜有專門人才去承擔項目管理工作。

要做好電子出版的項目管理工作，除了熟悉製作生產工序和業務的運作，對影響電子出版的相關知識都要掌握；例如出版地和銷售地相關的電子出版法例和管理規定、版權條例、版權保護的發展等。傳統紙本出版的版權條例未能完全適用於電子出版，如果我們能瞭解當中的差異和影響版權條例發展的因素，可以有助公司電子出版業務的發展，也確保產品能保障各方的利益。

項目經理在接到一個電子出版任務後，可因應需要組織執行團隊，成員來自公司各個部門，包括編輯、美術設計、技術製作、推廣、營銷等。如果公司內部沒有足夠人才，為節省成本或加快進度，我們可以把部分工作外判，例如多媒體製作、應用程式編寫等。今天的電

**能力單元（增）**

瞭解版權條例與電子出版的關係
(106328L5)

**能力單元（增）**

瞭解製作各種電子出版物的方法
(106325L4)

**能力單元（增）**

瞭解跨媒體創作及策略方向
(106364L6)



能力單元（增）

掌握電子出版的數碼版權管理
(106342L6)

子出版經常涉及跨媒體創作，營銷渠道是在互聯網上的平台，我們很多時要與不同媒體或平台合作。在有外判工作或對外合作的情況下，更須做好項目管理工作，確保在預算成本和限期內完成質量達標的產品；並且透過有效的數碼版權管理工作，保障公司的出版資源，獲得最高的經濟收益，也引導讀者正確地使用電子出版物。



能力單元（增）

執行電子出版的流程管理
(106348L6)

看來你不太認識項目管理工作，我多解說一下。一般項目管理的流程，可劃分為「啟動、規劃、實施、完成」幾個階段。而在實施過程中要有幾方面的控制，包括範圍、質量、時間和成本。



項目管理工作流程

公司管理層在確定電子出版的發展方向，確立具體開發項目後，可委任一名項目經理或統籌員執行有關工作。執行團隊需要先做仔細的規劃，包括：

- 制訂使用者需求；
- 產品設計；
- 財務預算；
- 工作進度規劃；

然後按規劃實施有關出版項目。



能力單元（增）

執行電子/在線出版
製作及生產
(106310L5)



能力單元（增）

掌握跨媒體製作流
程
(106363L5)

在項目實施過程中，項目經理要按協定的項目範圍作以下三方面的監控：

- 監控編製時間，在預定時間內完成製作產品推出市場；
- 按財務預算監控製作成本（包括人手需求），以達至出版項目有利可圖；
- 監控產品質量，避免因質量欠佳而須修改或重做，增加成本和時間。



出版項目管理四大要素

我們可以利用一些項目管理工具軟件，協助電子出版項目的管理工作，例如利用甘特圖（Gantt Chart），使規劃和監控工作更加清晰流暢。

電子出版項目除了由項目經理統籌其事，在執行各項具體工作時，要由不同專業人士負責。不如我介紹幾位朋友給你，由他們親自現身說法吧。他們都是出版業的資深從業員，包括：



梁桂枝 (Gigi)
編輯副經理



黃賢祖 (阿Joe)
美術設計主任



黎偉成 (Ivan)
技術製作主任



何思瑩 (Anita)
宣傳推廣主任



關偉新 (William)
銷售及客戶服務主任

編輯



Gigi

10年前：編輯（能力組合級別第四級）

- 認識基本編輯學 (PPPUED305A)
- 認識出版學 (PPPUMN401A)
- 認識出版有關法例 (PPPUMN402A)
- 瞭解印刷製作程序 (PPPUPD401A)
- 瞭解編輯製作技巧 (PPPUPD402A)

現職：編輯副經理

在傳統實體書出版中，編輯的位置十分重要，負責出版物的組織編排，也通常兼任項目管理的工作。電子出版項目的管理比較複雜，如果有另設的項目經理，我們就可以集中管理有關內容的部分。傳統出版項目有文字編輯和美術編輯，電子出版項目一般有文字編輯和多媒體編輯，我會按產品的內容設計需求，安排不同編輯負責。



能力單元（增）

掌握電子出版的編輯管理
(106349L6)



能力單元（增）

瞭解電子出版的目標讀者群
(106323L4)

要做好電子出版的編輯工作，應對電子出版市場出版物的內容、特色、風格、定價、規格等的現況與趨勢有相當的瞭解。今天的出版注重「用戶體驗」，電子書跟實體書一樣需要

有高質素的內容，再以讓讀者有良好體驗的形式來表現。我們必須瞭解目標讀者群的興趣和閱讀習慣，策劃組織合適的內容和表現形式。

出版物的表現形式跟所運用的媒體和載體有密切關係。我們須認識電子書格式的特色、優缺點、被支援的閱讀器和平台等，瞭解各種格式的結構要求、編輯流程和發行渠道，選擇合適的電子書規格；也要認識電子書格式的未來趨勢，以減低資源投放錯配的風險。除了電子書格式，我們也要瞭解市場上不同電子書閱讀器的顯示特性；又可利用電子書各種數碼工具，例如文字放大、文本試聽和語言指示等，務求方便使用者。如何配合不同電子書閱讀器的顯示特性，使電子書達至最佳用戶體驗，是電子出版編輯過程中要考慮的重要環節。

**能力單元（增）**

執行編輯出版的選題策劃
(106314L5)

**能力單元（增）**

掌握電子書的格式
(106333L5)

**能力單元（增）**

瞭解電子書閱讀器的顯示特性
(106337L5)



電子書閱讀器和格式



能力單元（增）

掌握電子出版的數碼內容管理
(106343L6)

編輯是出版物內容的掌管者。電子出版的內容很多樣化，包括文字、相片、圖像、音像、影像、動畫等多媒體，出版物的結構和組織方法也跟實體書很不一樣。編輯需要認識數碼內容的種類和基本特質，也要瞭解數碼內容由創作、

組稿、修訂、出版、儲存、擷取到刪除的生命週期中，在管理上需要注意的事項，實行數碼內容管理的安全性、統一性、系統性和版本控制。數碼內容應以數據庫形式處理並儲存，編輯最好能掌握電子書的元數據和編目，優化數碼內容資源的運用，達至「一次開發，多元發佈」的效能。如果能夠計劃出版設計的規範，自動產生出版的版面，更可加快電子出版的效率和減低成本。

在數碼通訊與娛樂發達的年代，流動通訊正迅速地取代桌面通訊，社交媒體平台除了提供便捷的社交網絡，也逐漸成為內容發佈，甚至出版的平台。從事電子出版的編輯也應掌握各種社交媒體及流動通訊平台的特性和運用方法，加強出版的能力。

**能力單元（增）**

掌握電子書的元數據和編目
(106350L6)

**能力單元（增）**

掌握電子出版的自動化標準
(106352L6)

**能力單元（增）**

掌握社交媒體平台
(106360L5)

美術設計



阿Joe

8年前：美術設計員（能力組合級別第三級）

- 認識版面設計的技巧 (PPPUAD201A)
- 認識插圖的表達技巧 (PPPUAD202A)
- 認識印刷工序 (PPPUAD301A)
- 瞭解圖書設計的技巧 (PPPUAD302A)
- 瞭解封面設計的技巧 (PPPUAD303A)

現職：美術設計主任

傳統實體書出版的美術設計以文字和圖像為主，電子出版的美術設計要求就比較多樣化。電子出版物有多種，電子書的版面設計要求跟實體書比較接近；但如果包含多媒體，或不是以「書」的形式出現，美術設計的需求就很不一樣。

作為電子出版的美術設計人員，我們必須瞭解目標讀者群，並掌握各種電子出版物的設計技巧，從美術角度提供好的「用戶體驗」。我們應該瞭解數碼多媒體出版物的種類和功能，能夠靈活運用數碼多媒體軟件，設計及製作符合讀者興趣的電子出版物。我們也要掌握跨媒體、文化和產品的設計元素，針對不同媒體的特徵，設計



能力單元（增）

掌握各種設計技巧
(106319L4)



能力單元（增）

瞭解電子出版的目標讀者群
(106323L4)



能力單元（增）

瞭解多媒體設計的技巧
(106318L3)

合適的產品。

電子書是較主要的一種電子出版物。設計電子書時，我們要就目標讀者群所使用的各種電子書閱讀器，設計電子書的視覺版面及用戶介面。我們要瞭解電子書的版面特質，以及跟實體書的差異。設計除了盡量在版面上美觀地顯示內容，也要兼顧使用的方便度，例如字體的大小、圖片的顯示方式和清晰度、版面與版面之間的相互關係等。此外，設計也要配合電子書閱讀器的顯示特性，以及用戶使用電子書閱讀器的喜好和習慣。我們要瞭解市場上不同電子書閱讀器的顯示特性，例如屏幕的尺幅、長寬比、解析度、色彩管理、色域支援、光暗反差、對錄像和聲音格式的支援等，才可因應需要做好設計。

除了電子書，電子出版物經常以網頁形式顯示，網頁設計也成了美術設計人員主要工作之一。因此，我們要認識編程工具及網頁製作軟件，並掌握網頁製作的基本技巧，再與技術製作人員合作完成網頁的製作。



能力單元

掌握跨媒體、文化及產品的設計元素
(PPPRCT501A)



能力單元（增）

執行電子書的視覺及用戶介面設計
(106344L6)



能力單元（增）

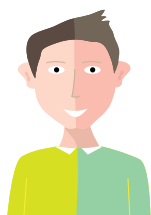
瞭解電子書閱讀器的顯示特性
(106337L5)



能力單元（增）

瞭解基本編程與互聯網出版技巧
(106274L3)

技術製作



Ivan

7年前：製作部員工（能力組合級別第三級）

- 認識版面設計的技巧 (PPPUAD201A)
- 認識印刷工序 (PPPUAD301A)
- 認識印刷製作基本流程 (PPPUPD301A)

現職：技術製作主任

電子出版在編輯和美術設計方面都有跟實體書出版共通的地方，而工作差異最大的應是技術製作部門。我入行時負責實體書的製作，主要是圖文的排版校對，再把排好的書稿電腦檔案交給印刷廠印刷。電子出版物毋須經過印刷的工序，格式和製作要求跟實體書有很大分別，製作部最好有具備電腦編程知識的技術人員。



能力單元（增）

掌握電子出版物的
內容轉換
(106339L5)

我們最常處理的電子出版物是電子書。電子書的製作有兩種情況，一是把已出版的實體書轉換成電子書，二是全新製作。如果是把已出版實體書的書稿轉換，或電子書與實體書

同步出版，製作人員便要掌握出版物的內容轉換，從原始的印刷書本、文本檔案、PDF 檔案或 InDesign 格式轉換內容到電子出版物的目標檔案格式，並要注意在內容轉換前必須清除和更改的版面控制指示和用戶介面的處理方法。如果是全新製作，技術人員除了掌握運用特定工具製作某種電子書，也要掌握編寫置標語言的能力，瞭解各種置標語言（XML、MathML、XHTML、HTML5 或其後繼版本）在不同應用場合的功能，並且與級聯樣式表（CSS）一起配合使用。

跟電子出版美術設計人員一樣，技術製作人員要瞭解各種電子書閱讀器的顯示特性，並掌握所使用電子書閱讀器相對應的製作軟件，包括對文件檔格式和版本的最低要求、製作的硬體要求等，按編輯和設計師的指示製作符合基本規格的電子書。在電子書設計階段，技術製作人員需要與編輯合作，基於該類電子書的

**能力單元（增）**

掌握電子書製作軟件
(106338L5)

**能力單元（增）**

掌握置標語言在電子書的功能
(106335L5)

**能力單元（增）**

瞭解級聯樣式表在電子書的功能
(106336L5)

**能力單元（增）**

瞭解電子書閱讀器的顯示特性
(106337L5)



能力單元（增）

執行電子書的結構設計
(106345L6)

標準規格，執行相適應的結構設計，並設計合適數碼容器存載電子書的各部分內容，經測試後讓被包裝妥當的容器放到電子書內。



能力單元（增）

掌握電子出版物製作軟件
(106351L6)

電子出版項目經常涉及跨媒體創作和合作，技術製作人員宜掌握各種增強跨媒體和跨平台的製作軟件，擴闊出版空間。雖然音像、影像、動漫、立體特效等的製作可以外判或由合作伙伴負責，但我們也應有這方面的認識，掌握各類製作對技術、方法、場地和器材的要求。現在有不少電腦軟件提供製作數碼音像和影像的工具，我們可自行製作不太複雜的多媒體，以節省時間和資源。



能力單元（增）

掌握聲音製作概念
(106354L5)

另一方面，互聯網出版也是我們的日常任務之一。我們須認識編程工具及網頁製作軟件，並掌握網頁製作的基本技巧，與美術設計人員合作完成網頁的製作，放在合適的平台上。有時網頁出版牽涉音像和影像的嵌入，我們就要掌握互聯網數碼音像和影像的出版



能力單元（增）

掌握錄像製作概念
(106356L5)



能力單元（增）

瞭解基本編程與互聯網出版技巧
(106274L3)

技巧，包括數碼音像和影像編輯軟件的應用技術、計算數碼音像檔案容量、壓縮數碼音像檔案的方法、串流數碼音像製作技巧等。

除了執行電子出版物的具體製作工作，我們也須協助團隊做好數碼版權管理，最好能掌握市場上各大供應商附帶的數碼版權管理模塊的科技內容，以及對出版企業的權益保障。我們也可協助規劃電子出版自動化的工作，認識置標語言 XML 所能提供自動化出版的機會，規劃資訊間的關係和出版設計的規範後自動產生出版的版面，加快電子出版的效率和減低成本。

**能力單元（增）**

掌握互聯網數碼音像出版技巧
(106276L4)

**能力單元（增）**

掌握電子出版的數碼版權管理
(106342L6)

**能力單元（增）**

掌握電子出版的自動化標準
(106352L6)

推廣及營銷



Anita

5年前：宣傳部員工（能力組合級別第四級）

- 圖書發行(PPPUDS401A)
- 瞭解讀者心理(PPPUMK401A)
- 掌握圖書宣傳策略(PPPUMK402A)

現職：宣傳推廣主任



William

5年前：營業員（能力組合級別第三級）

- 瞭解營銷技巧 (PPPUDS301A)
- 瞭解發行流程(PPPUDS302A)
- 認識貨運流程(PPPULO303A)

現職：銷售及客戶服務主任



能力單元（增）

瞭解電子出版的商業模式
(106341L6)

電子出版的商業模式跟實體書很不一樣，目前仍處於急促變化的狀態，並隨着科技和社會變化不斷推陳出新。我們負責推廣和營銷，面對多變的商業模式，須瞭解不同商業模式發展的因素，從而掌握變化中的發展路徑。

我們在前線面向客戶，要深入認識目標讀者群，也應熟悉客戶關係管理（Customer

Relationship Management)。在瞭解目標客戶的興趣、閱讀習慣和購買模式後，我們須把握電子出版物的特色，制訂合適的推廣和營銷計劃。我們應在電子出版物規劃階段開始提供意見，務求令產品的設計切合目標客戶的需要，並以容易吸引用戶選購的方式推出市場。

電子書的市場計劃包括電子書的市場定位、訂價、銷售渠道和推廣策略等。電子書的銷售模式一般是在網上電子書店寄售。與電子書店合作時要考慮的層面跟實體書店有所不同，營銷人員應先作瞭解。在選擇某間電子書店為合作伙伴前，要先瞭解書店支援的移動操作平台的覆蓋面，在訂價、專營、地域、分成、上架、配送、增值稅等方面的收費條款，以及在推廣電子書和搜尋排序的準則。出版團隊也須瞭解書店要求的電子書格式、檔案容量、數碼版權、封面設計和元數據等，在製作時要加以配合。

**能力單元（增）**

瞭解電子出版的目標讀者群
(106323L4)

**能力單元（增）**

訂立電子書的市場計劃
(106330L5)

**能力單元（增）**

瞭解電子書書店的合作條款
(106334L5)



能力單元（增）

訂立數碼市場的推廣策略
(106347L6)

電子出版既然作為數碼市場的一份子，市場推廣策略也應更靠近數碼市場。出版社可透過分析數碼市場的機會和風險，訂立合適的數碼市場推廣策略。市務人員須瞭解目標讀者群在網絡的行為、關心的議題、消費的心態、喜惡的原則和組群的互動等，制訂推廣計劃，推動他們購買產品和服務。數碼市場的推廣策略包括利用社交媒體營銷、顯示廣告和搜尋器營銷等模式。



能力單元（增）

瞭解數碼市場營銷指標分析
(106329L5)

在數碼市場營銷中，我們可以透過指標分析來量化營銷成效。分析主要在建立品牌、提高營銷效益和增加銷售三方面，數據將會和市場策略的目標相比較。我們留意到市場上有各種市場營銷指標分析軟件，也有提供監察和分析服務的專業分析公司，市務人員可多作瞭解。除了收集和分析顧客的數據以促進業務外，出版社也應注意顧客數據的保安。在儲存和擷取顧客數據時有妥當的密碼、權限、加密

保安和備份，並且能抵禦黑客和電腦病毒的入侵。

此外，在更改數據的用途前，我們也應該先徵求客戶同意。

第四章

參考篇

除了前面幾位電子出版從業員就各個工作崗位的能力需求做介紹，出版達人阿Lok再提供一些參考資料，讓志勇有空時作進一步瞭解。



你再參考下面的資料吧。



與電子出版相關的能力單元

《香港印刷及出版業能力標準說明》對上述電子出版能力有更詳細的解說，我在這裡把前兩章提及的各個與「電子出版」有關的能力單元列出，可以進一步參考。

出版業各職能範疇		
級別	能力單元	編號
2	認識多媒體設計的技巧	106317L2
3	瞭解基本編程與互聯網出版技巧	106274L3
	瞭解多媒體設計的技巧	106318L3
4	掌握互聯網數碼音像出版技巧	106276L4
	掌握各種設計技巧	106319L4

級別	能力單元	編號
5	計劃出版項目管理	PPPUED501A
	執行出版項目管理計劃	PPPUED502A
	掌握跨媒體、文化及產品的設計元素	PPPRCT501A
	瞭解出版企業管理	106306L5
	執行出版業的電子商貿業務	106307L5
	瞭解媒體和娛樂業全球的發展形勢及相互之間的市場份額	106308L5
	執行電子 / 在線出版製作及生產	106310L5
	執行電子 / 在線出版	106311L5
	執行編輯出版的選題策劃	106314L5
	制訂印刷業電子商貿的市場推廣計劃	106303L5
6	制訂出版企業各部門的營運計劃、管理架構及專業守則	PPPUMN604A
	制訂出版企業的短期及長期目標	106309L6

「電子出版」職能範疇		
級別	能力單元	編號
4	瞭解電子出版的目標讀者群	106323L4
	瞭解電子出版的產業鏈	106324L4
	瞭解製作各種電子出版物的方法	106325L4
	瞭解影響電子出版發展的新技術和概念	106326L4
5	掌握電子出版的綜合概念	106327L5
	瞭解版權條例與電子出版的關係	106328L5
	瞭解數碼市場營銷指標分析	106329L5
	訂立電子書的市場計劃	106330L5
	訂立電子出版的財務估算	106331L5
	瞭解電子出版的顧客數據保安	106332L5
	掌握電子書的格式	106333L5
	瞭解電子書書店的合作條款	106334L5
	掌握置標語言在電子書的功能	106335L5
	掌握級聯樣式表在電子書的功能	106336L5
	瞭解電子書閱讀器的顯示特性	106337L5
	掌握電子書製作軟件	106338L5
	掌握電子出版物的內容轉換	106339L5

級別	能力單元	編號
6	訂立電子出版的發展策略	106340L6
	瞭解電子出版的商業模式	106341L6
	掌握電子出版的數碼版權管理	106342L6
	掌握電子出版的數碼內容管理	106343L6
	執行電子書的視覺及用戶介面設計	106344L6
	執行電子書的結構設計	106345L6
	創新數碼市場產品和服務	106346L6
	訂立數碼市場的推廣策略	106347L6
	執行電子出版的流程管理	106348L6
	掌握電子出版的編輯管理	106349L6
	掌握電子書的元數據和編目	106350L6
	掌握電子出版物製作軟件	106351L6
	掌握電子出版的自動化標準	106352L6

「跨媒體服務」職能範疇		
級別	能力單元	編號
5	掌握聲音製作概念	106354L5
	掌握錄像製作概念	106356L5
	掌握社交媒體平台	106360L5
	掌握跨媒體製作流程	106363L5
6	瞭解跨媒體創作及策略方向	106364L6
	瞭解跨媒體的伙伴合作模式	106365L6

*《香港印刷及出版業能力標準說明》（第一版）增訂本可以在香港資歷架構網頁下載：<http://www.hkqf.gov.hk/pp>



電子出版關鍵詞彙

英文	簡稱	中文（港 / 中 / 台）
3 rd Generation mobile networks	3G	第三代 流動通訊網絡 / 移動網絡 / 行動網絡
4 th Generation mobile networks	4G	第四代 流動通訊網絡 / 移動網絡 / 行動網絡
5 th Generation mobile networks	5G	第五代 流動通訊網絡 / 移動網絡 / 行動網絡
Adobe InDesign		
Augmented Reality	AR	擴張實境 / 增強現實 / 強化實境
Amazon		亞馬遜
Android		安卓
Apple App Store		
Applications	Apps	應用程式 / 應用程序 / 應用程式
Big data analytics		大數據分析
Blog		網誌 / 博客 / 部落格
Browser		瀏覽器
Cascading Style Sheets	CSS	級聯樣式表 / 層疊樣式表 / 級聯式樣表單
Cloud computing		雲端運算 / 雲計算 / 雲端運算

英文	簡稱	中文（港 / 中 / 台）
Compact disc read-only memory	CD-ROM	唯讀光碟 / 只讀光盤 / 唯讀光碟
Creative Commons		共享創意 / 創作共用 / 版權宣告
Cross platform		跨平台
Customer Relationship Management	CRM	客戶關係管理
Data protection		數據保安 / 數據保護 / 資料保護
Desktop publishing		桌上排版 / 桌面出版 / 桌上出版
Digitization		數碼化 / 數字化 / 數位化
Digital Rights Management	DRM	數碼版權管理 / 數字版權管理 / 數位著作權管理
e-book		電子書
e-book reader		電子書閱讀器
Electronic content carriers		電子載體
Electronic Paper	ePaper	電子紙
Electronic Publication	ePub	電子書格式
Electronic Publishing		電子出版 / 數字出版 / 數位出版
Facebook		臉書
Gamification		遊戲化 / 游戲化
Google books		Google圖書
Google Play Store		

英文	簡稱	中文（港 / 中 / 台）
Hyper Text Markup Language	HTML	超文本標示語言 / 超文本標記語言 / 超文件標示語言
Hyper Text Markup Language (5 th revision)	HTML5	第五代超文本標示語言 / 第五代超文本標記語言 / 第五代超文件標示語言
iBook Store		
iBooks		
In-App Purchase		應用程式內購買 / 應用程序購買
Internet		互聯網 / 因特網 / 網際網路
iOS		
iPad		
iPhone		
iTunes Store		
Kindle		
Massive Online Open Course	MOOC	慕課
Metadata		元數據 / 元數據 / 詮釋資料
Micro-application		微應用
Mobile learning		移動學習 / 移動學習 / 行動學習
Multimedia		多媒體
Near Field Communication	NFC	近距離無線通訊 / 近場通訊 / 近距離通訊
Operating System	OS	操作系統 / 操作系統 / 作業系統

英文	簡稱	中文（港 / 中 / 台）
Optical Character Recognition	OCR	光學字符識別 / 光學字符識別 / 光學字元辨識
Personal Digital Assistant	PDA	個人數碼助理（掌上電腦） / 個人數字助理 / 個人數位助理
Portable Document Format	PDF	可攜式文件格式 / 可攜式文件格式 / 可攜文件格式
Print On Demand	POD	按需印刷
Quick Response Code	QR Code	快速回應碼 / 行動條碼 / 行動條碼
Read on demand		按需付費閱讀
Social Networking Service	SNS	社交網絡服務
Tablet computer		平板電腦
Twitter		微博
Unicode		統一碼 / 統一碼 / 萬國碼
Universal Serial Bus	USB	通用串列匯流排 / 通用串行總線 / 通用序列匯流排
USB flash disk		USB 隨身碟（USB 手指） / U盤（USB 閃存盤） / USB 隨身碟（快閃隨身碟）
User Experience	UX	用戶體驗 / 用戶體驗 / 使用者經歷
Video streaming		視像串流 / 視頻流 / 視訊串流
Wi-Fi		無線上網
Wikipedia		維基百科

英文	簡稱	中文（港 / 中 / 台）
World Wide Web	WWW	萬維網 / 萬維網 / 全球資訊網
YouTube		



參考網址

教育局－資歷架構

<http://www.hkqf.gov.hk>

資歷架構－香港印刷及出版業《能力標準說明》（第一版）及增訂本

<http://www.hkqf.gov.hk/pp>

中國新聞出版研究院－數字出版研究所

<http://cips.chinapublish.com.cn/kybm/szcbys/>

台灣數位內容產業推動辦公室

<http://dcipo.org.tw/>

台灣數位出版聯盟協會

<https://netreading.wordpress.com/>

財團法人資訊工業策進會

<http://www.iii.org.tw/>

Digital Book World

<http://www.digitalbookworld.com/>

International Digital Publishing Forum

<http://idpf.org/>

Learn all about eBooks

<https://www.ebooksion.com/learn>

Project Gutenberg

<https://www.gutenberg.org/>

Smart Book

<http://www.smartbook-tisp.eu/>

The Association of American Publishers

<http://publishers.org/>

The Digital Reader

<http://the-digital-reader.com/>

我對電子出版有了基本的了解，可以好好計劃一下公司怎樣發展了。



資歷架構

資歷架構是一個七級的資歷制度，涵蓋學術教育、職業教育及持續進修的資歷，其認可的資歷是經過質素保證以及按照客觀和明確的標準釐訂級別。資歷架構旨在鼓勵終身學習，從而提升本港勞動人口的競爭力。

教育局為行業成立行業培訓諮詢委員會（簡稱諮委會），為持分者提供平台，讓他們能攜手推展資歷架構，並就行業的培訓需求及人力發展交換意見。諮委會由有關業界的持分者，包括僱主、僱員、專業團體及監管機構代表組成。

印刷及出版業諮委會於2004年成立，主要工作是就有關行業的主要職能範疇制訂能力標準（即《能力標準說明》），並就發展行業的「過往資歷認可」機制向政府提供意見，使從業員在工作場所取得的經驗及能力獲得認可。此外，諮委會亦會在業界推廣及推行資歷架構。

第六屆印刷及出版業行業培訓諮詢委員會（2015-2017）

成員名單：

主席：	梁兆賢		
副主席：	冼國忠		
專責小組召集人：	吳競輝	印刷業《能力標準說明》編撰	
	冼國忠	出版業《能力標準說明》編撰	
	楊金溪	過往資歷認可	
	李家駒	教育及培訓	
	譚麗轉	推廣及諮詢	

委員：	任德聰	林志堅	馬桂綿
（按姓氏筆畫排名）	陸偉豪	陳慧文	陸綺微
	崔建昌	張倩儀	麥嘉隆
	黃燕如	謝葆德	鍾潔雄
	教育局代表	政府物流服務署代表	

增選委員：	于仲恆	何亮同	連繼賢
（按姓氏筆畫排名）	區紹基	馮文清	楊國強
	葉偉慈	蔡榮照	劉文邦
	黎國輝	鄭子器	

鳴謝

本書能順利出版，有賴印刷及出版業行業培訓諮詢委員會的支持，及其教育及培訓專責小組轄下之工作小組的督導。謹此鳴謝。

本書工作小組成員名單：

召集人： 李家駒

成員： 馬桂綿

張倩儀

馮文清

黃燕如

黎國輝

鄺子器

鍾潔雄

書名： 輕鬆走入電子出版世界 — 從零開始
編撰及設計： 智樂文化有限公司
出版： 香港特別行政區政府教育局
印刷及出版業行業培訓諮詢委員會及資歷架構秘書處
電話：2836 1700 傳真：3106 2035
網頁： www.hkqf.gov.hk
電郵： hkqf@edb.gov.hk
印刷： 善美印刷廣告公司
地址：香港北角馬寶道41-47號華寶商業大廈16樓2室

2016年4月初版

© 2016香港特別行政區政府

非賣品

若須引用或翻印本書內容，務請註明出處

本書以深入淺出方法介紹「電子出版」的概況和從業員應具備的能力，以助業界認識及發展有關業務；並讓培訓機構和從業員清晰瞭解電子出版行業所需知識和技能，制訂培訓或進修的計劃，配合業界應對各項挑戰的發展需要。書中除介紹電子出版相關能力標準的梗概，更標示《香港印刷及出版業能力標準說明》（第一版）增訂本中可參考的相關部分，方便讀者參照。

香港特別行政區政府教育局

印刷及出版業行業培訓諮詢委員會 資歷架構秘書處

www.hkqf.gov.hk

ISBN 978-988-8370-12-2



Published in Hong Kong