華文網路書店探索之五

知識服務的新思路——新絲路網路書店的經營發展

新絲路網路書店資深專案經理
徐崧明

「新絲路科技」與「新絲路網路書店」的緣起

新絲路科技是國內第一家完全由民間資金所經營的Internet網路服務中心(Internet Service Provider)。它源起於凌怡系統民國83年第4季的「新絲路計畫」，在經過半年時期的準備與開發，於84年3月，完成其架構，並於同年7月開始正式對外營運，提供網際網路的相關服務。

隨著新絲路的穩定發展及有鑑於中南部民眾的需求，89年2月起桃園、新竹、彰化、嘉義、臺南及花蓮等六大機房正式啓用，再加上原有的臺北、臺中和高雄的機房及服務中心，全省已有9處機房同時運作，預期會爲消費者帶來更多的選擇。

新絲路爲全面促進網路商務應用的普及，並帶動電子商務的蓬勃發展，在88年增設電子商務平臺建置服務及信用卡付款制度。

新絲路網路書店於88年10月正式對外營運。秉持5年的網際網路服務經驗（ISP），以及完整的電子商務平台技術（EC）、線上付款機制(Payment Gateway)，並以堅強的技術做後盾，落實人性化科技；新絲路網路書店就是在這樣的理念和貫徹之下，呈現到所有熱愛閱讀、汲求知識的讀者面前。建立對讀者知識服務的基礎，並且要以對人本的關切，提供給讀者一種更即時的、更個人化的「知識服務新思路」(Knowledge Service Provider)。

目前，新絲路網路書店已經正式張開兩岸三地的佈局，除了臺灣的實體書網路書店、隨選列印網路書店（Print On Demand）外，香港地區的網路書店也已經開始營運，預計89年第4季，會有更進一步切入大陸市場的動作。

新絲路網路書店的定位

新絲路網路書店在成立之初，是以網路書店的經營形態來切入市場。然而，在省思科技必須回到使用者端的前提下，新絲路網路書店即建立以「知識服務」爲定位。「知識服務」的加值切入點（也就是可以產生價值以換取利潤之處）如下：

一、協助知識原創的功能：

這是目前出版社的功能，但應該更進一步，降低出版門檻，規格化出版流程，開創個人出版（Personal Publishing）的大時代。

二、知識撮合的功能：

如同撮合Buyer & Seller的網站，除有編輯群做爲守門人的角色外，如何透過程式機制去把某段知識（載體）與需求者配對是另一個努力方向。

三、知識嵌入載體的功能：

除實體書本外，新的媒體形式（POD、e-BOOK）亦會創造出新的載體，致使當知識嵌入載體後，產生全新的結合面貌。以e-BOOK而言，發展初期的價值創造關鍵在於特定內容、及時更新與網路化、資訊內容的設計多媒體化；POD則是以對個人的可塑性、實體感，與接近傳統品質要求而取勝。

四、載體的開發與功能規格：

除了紙張外，電子載體目前以PDF爲最重要

的標準，PDF在對多媒體的支援已經開創電子書互動、多媒體化的未來。POD則因後製（前製是準備知識或內容的階段）的多樣化，而提供給需求者更多on-demand的服務。

五、載體的傳輸：

位元的世界是下載，原子的世界是實體運送；節省實體運送的時間、費用，就可以產生競爭力。

新絲路網路書店業務組織

爲體現這個「知識服務」的承諾，新絲路網路書店在業務上由3個部份組成：

一、實體書網站：

提供安全的交易機制、多元的付款方式、豐富的書籍資料庫、專業的書評、作家與出版社資料等，提供給知識消費者一個享有最愉悅購書經驗的網上空間。新絲路網路書店不僅重視網站內容的豐富度、線上服務的自動化和程式化，還重視與客戶長久關係的建立；希望成爲知識消費者最信賴的知識服務代理人。

二、隨選列印網站：

藉由隨選列印技術支援，這個網站將陸續提供隨選列印書、篇章隨選、個人出版、線上出版、電子書等功能。單一的隨選列印機器無法造就出合宜的知識服務模式，還要再加上數位化檔案管理及傳輸、核心技術、商業機制等，才能眞正整合出新的知識服務模式。隨選列印是未來線上出版與知識服務發展歷程中，先期最顯著、重要的里程碑。

三、數位印刷中心：

爲開發核心技術，以使得「知識服務」的定位可以具現，數位印刷中心不僅是隨選列印功能的技術支援單位，而且還兼具研究發展的角色。不論是更彈性、更個人化的隨選列印功能，還是對電子文件技術（如：PDF、XML）的深耕、應用，數位印刷中心爲整個數位出版、印刷的未來提出答案。

這三個組織相輔相成，涵蓋目前知識生產者與消費者的需要，實現新絲路網路書店對「知識服務」這個定位的企業責任，同時也給同業帶出一個更明亮、有願景的未來。

新絲路網路書店大事記

- 1999.02／成立絲路阿克塞網路書店，開始著手網站的規劃建置。
- 1999.10／更名爲新絲路網路書店（silkbook.com），正式對外營運。
- 1999.11／推出《250購書專案》的大規模優惠活動，以250元的超值折價抵扣，鼓勵消費者嘗試網路購書的便利。會員反應熱烈、成效卓著。
- 2000.02／於臺北國際書展，新絲路網路書店在世貿二館電子書區，介紹並展示網路書店的服務內容。另外，在人文科技館，也首次展示了劃時代意義的—隨選列印（Print On Demand）流程，正式宣告「新絲路網路書店」進行知識服務的願景。
- 2000.02／《250購書專案》優惠活動截止，成功招募有效會員三萬名。2月29日當日，並創下500張訂單的開站新記錄。
- 2000.03／爲服務讀者缺書問題，進一步加深程式系統的人性化設計，讓付款機制更貼近實際交易、訂單處理的狀況，首創了「依出貨扣款」的EC機制—OCTS線上信用卡交易系統。
- 2000.04／「新絲路數位印刷中心」正式成立，以少量、多樣的隨選列印技術，解決出版社庫存與缺書的問題，並且向出版社提出「e-Content數位化出版管理」的創新觀念。
- 2000.05／結合全錄Xerox、Adobe公司與藝術工作者吳興國先生、魏海敏小姐，舉辦全世界首次隨選列印POD記者會，全球華人地區第一本隨選列印書籍《慾望城國》正式問世，引起出版界巨大的震撼。
- 2000.07／成立全世界第一個隨選列印網站（pod.silkbook.com），進一步展現未來線上出版與知識服務的可能性。
- 2000.07／香港地區網站於香港國際書展中，正式與讀者見面。
- 2000.09／與太穎國際法律事務所正式策略聯盟，太穎的法律專業評論首次以篇章隨選
- 2000.10／隨選列印網站正式推出「個人出

CENTRAL LIBRARY ROC

版」服務，撤除了傳統出版的門檻，出版變得更個人化。而且，一些具出版價值、但可能無法符合傳統出版商業思維的書籍，終於可以和讀者在網路空間相遇。

- 2000.11／首創網路購書、帳單月結的新付款方式，除了讓消費者消除線上刷卡疑慮外，也使消費者體驗「知識越快越好，帳單越晚越好」的新網路消費方式。

新絲路網路書店的願景

認識「新絲路網路書店」不能僅從傳統網路書店的觀念著手，其願景亦非目前網路書店的模式所能侷限。

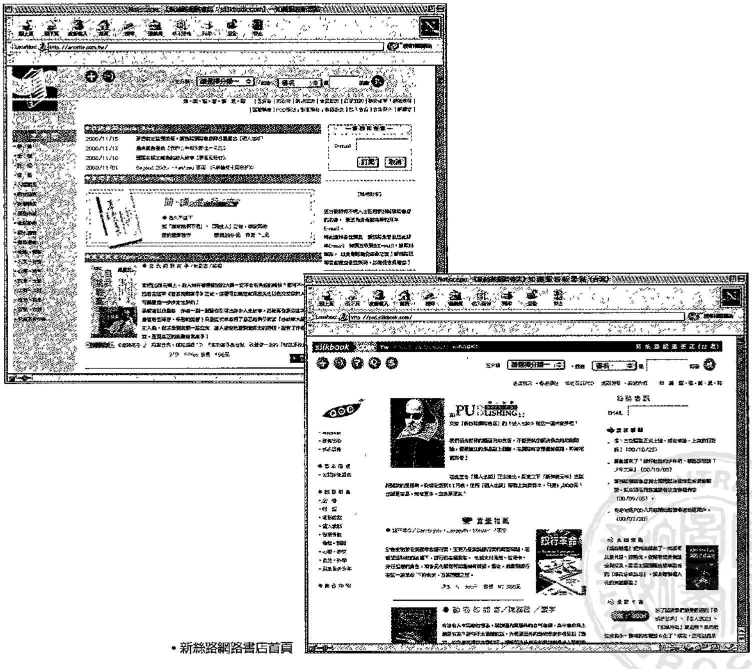
試想，有一天知識的計量單位可能變成一個章節、一個句子，而不是一本「書」。

試想，書店的角色將不再只是販售一本書，而是瞭解客户需求、透過程式機制的安排，推出適合知識消費者的知識組合，並且提供滿足其需求的各種閱讀平台服務。

試想，知識生產者不再受限於印刷成本和通路，只要他有出版的意願，都可以輕易地讓自己的作品在網路空間飛翔，等待知音相遇。

試想，有一天早上，您在臺北的網站買了一本書送給遠在紐約的朋友，用過晚飯休息後，他已經從書的字裡行間閱讀出您真摯的情誼。

新絲路網路書店提出「知識服務」的定位，跳脫傳統網路書店的思考；一條新的絲路，流通模式不再是商品經濟，而是知識經濟，「新絲路」網路書店為次世代的知識流通下了新的定義。



•新絲路網路書店首頁