

緒論

紙本印刷在過去超過一個世紀的時間中，扮演了承載各類創作的媒介，舉凡絕大多數的書籍與繪畫作品，都是以實體印刷的方式大量複製與傳播，也造就了傳統出版業的產業價值鏈與經營模式。然而，圖 1 顯示在既有的商業模式之下，創作的交流是以單向的方式進行，而出版社則扮演了接續上下游的角色。

若審視出版社之成本結構（如表 1 所示），可以發現固定成本占總成本超過五成（張崇仁，2011），這使得出版社在挑選出版標的時，受到極大的限制，許多具天分與潛力的創作者，因而遭到了埋沒。

近年來，網路的興起提供創作者另一

發表空間，使得「網路小說」曾紅極一時，並成功塑造出了如藤井樹、痞子蔡及九把刀等知名的網路作家。然而，由於網路創作長期以來一直未能發展出一套完善的交易模式，在缺乏合理獲利的情況下，許多創作者逐漸不再發表創作，較有名氣的作者則選擇回歸傳統的出版模式，將作品交由出版社發行為實體書籍（謝奇任，2013）。

有鑑於此，中國大陸在 2002 年因應網路文學的大規模興起，出現了「起點中文網」文學創作交流平台，經商業化轉型後，短時間內靠著自由發表創作與收費閱讀的機制，讓許多網路作家獲得了回收獲利的管道，而網友則能以低廉的價格閱讀到大量的作品，藉此培養出許多受歡迎的



圖 1 傳統出版業之產業價值鏈

表 1 傳統圖書出版業者之成本結構

成本項目	比例
一般印刷費用	24.2%
薪資費用	21.9%
版稅	16.0%
編輯相關費用	12.4%
其他營業費用	5.0%
數位印刷費用	4.2%
行銷費用	4.2%
折舊費用	3.4%
重要直接費用	3.2%
其他非營業支出	0.8%
非出版相關總支出	4.7%

資料來源：引自 99 年圖書出版產業調查報告（頁 147），張崇仁，2011。台北：新聞局。

新銳作家（周志雄，2009）。台灣則是在2010年左右開始出現 POPO 原創市集這類以線上創作交流為主要服務的平台網站，提供台灣網路作家一個交流創作與創造價值的管道。

事實上，隨著知識經濟時代的來臨，內容與文創產業愈發受到重視，惟當網路科技快速發展時，知識與創作商品的傳遞與販售模式也受到根本性的挑戰。蔡政安與羅勝文(2015)發表的研究中也提到，透過線上平台的機制，可以讓交易雙方在互動過程中協同設計並共創價值，進而形成長期的信任與依賴關係。

因此，創作交流平台不僅有助於打破傳統出版業單向供給的交易模式，更能透過供需雙方在平台交易的過程，幫助創作者（供給方）與讀者（需求方）共同創造有價值的資訊，進而提高交易前後的信賴感與滿意度。

本研究即以現有的創作交流平台經營模式出發，透過個案研究的方式，針對現有的平台加以研究分析，並依據實際需求提出建議，以發展出更為完整的創作交流平台模式。在個案選擇的部分，本研究以「文學創作」、「圖像授權」、「原創設計」三個主要創作型態，選擇具代表性的國內平台為研究對象，其中，「POPO 原創市集」為出版業者所經營的文學創作交流平台；另外，因應政府推動數位典藏交易電子化所成立的「數位典藏授權平台網路商城」，則是國內少數以創作的授權為商品，進行線上交易的網路平台；最後，由於近年來圖文著作與文創商品在網路上廣為傳播，因此，本研究也納入以原

創設計為主體的「Pinkoi」平台，研究其如何透過網路平台的優勢，協助新手設計師跳脫既有的產銷體系。圖2為本研究之研究架構示意圖。

理論基礎

多邊平台的定義與特徵

最早關於多邊平台的研究，源自法國經濟學家(Rochet & Tirole, 2001)對信用卡交換費用的研究，他們提出的模型經實證可適用於許多不同類型的企業，因此，他們首創了「雙邊市場」(two-sided markets)一詞來稱呼這些產業。

他們提出三項多邊平台具備的特徵與功能，分別為：(1)市場必須存在兩個或兩個以上可明確區分的參與群體；(2)將前述的參與群體相互整合、協調在一起，以獲得利益；(3)透過第三方平台協調不同群體的需求，使大家都能獲益。

由此可知，多邊平台(Multi-Sided Platforms, MSPs)是一種能協調兩個或兩個以上不同市場群體需求的商業平台，由於這些群體的需求存在著某種互動或相互依賴的關係，因此，多邊平台能有效提升交易的效率與價值(Evans & Schmalensee, 2007)。

媒體產業正是日常生活中最典型的多邊平台案例，以報紙為例，報社販售時事報導給閱聽者，再藉由閱報的群眾吸引廣告商上門；同樣地，包括電視台、廣播，甚至是影音網站等，都依循相同模式，打造整合多方需求的平台生態系統。

Hagiu (2007)將多邊平台的主要價值歸納為兩項，分別是「降低搜尋成本」與