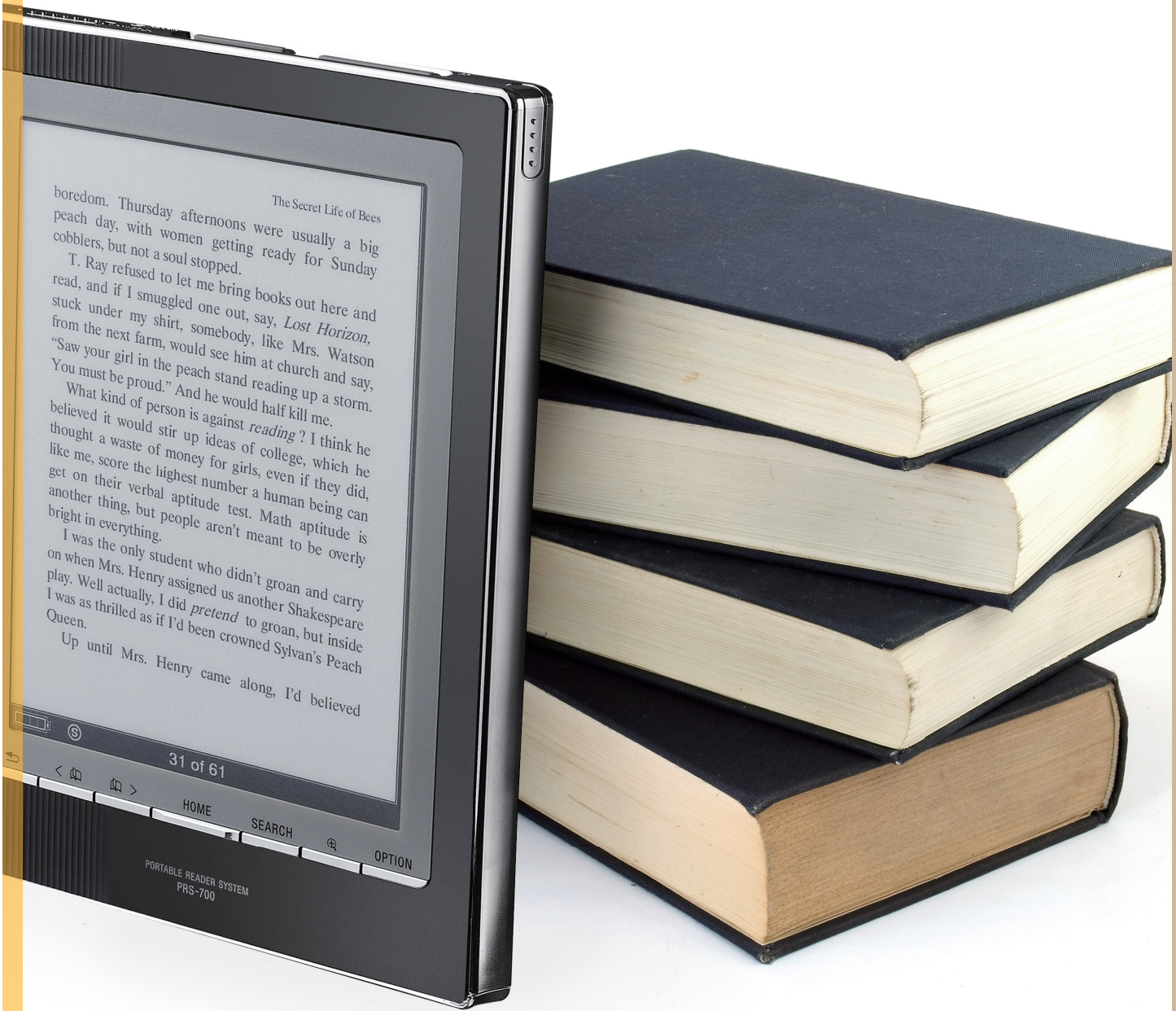


# 電子媒體與傳統印刷的共生與競爭

電子科技日新月異，在多媒體科技和數碼化技術發展得如火如荼的今天，大家想想哪一個行業的心情最為複雜？沒錯——就是印刷業。數碼化技術的發展，可謂顛覆了我們的日常生活以至對傳統技術的認知，而數碼技術的出現，不僅在生產和商務形式上改變著印刷行業，似乎還要取代傳統的印刷行業。

早前在美國大學出版協會討論電子出版問題的會議上，一位教授曾以：「如果你不是壓路機的一部分，那你就路的一部分」來形容電子出版對傳統出版的威脅，表示在新技術浪潮中，若傳統出版社再不沖向潮頭，就會被洪水淹沒。印刷產業將何去何從，大概是每位印刷從業者不可回避的問題。

隨款多量少急件的數碼印刷不斷普及，對於傳統印刷已構成重大威脅；加上近年來勢洶洶的電子書興起，對於傳統紙媒更是雪上加霜。近年來周遭也有不少人開始對電子媒體和傳統紙質媒體進行比較，很多人甚至認為它們是「勢不兩立」，最終必定「你存我亡」。然而兩者均存在其優劣，它們所帶來的影響並非三言兩語能定奪。是次專題我們便就此課題進行探討，還邀請了電子雜誌技術供應商AD Computer和我們傾談，看看他對電子出版與傳統出版有何看法。



## 電子與傳統出版的相遇

現在走到街上，基本上無人不手持智能電話和平板電腦，因為只要一「機」在手，天下事盡收眼簾，如上網、閱讀、玩遊戲、通訊、甚至購物等都可以在這小小的長方形屏幕上幫你完成，難怪令人愛不措手；特別在閱讀方面來說，比起沉甸甸的實體書，一個數MByte的檔案就能覆蓋整本書的所有內容，有些甚至包含音樂和短片，作為消費者當然會因此而衡量和作出選擇。

媒體的分類

	平面媒體	數碼媒體
代表媒體	報紙 雜誌 書籍 印刷廣告	數碼電視 新聞網 電子報 行動媒體 新媒體
傳播方式	紙張印刷 人工傳送	數碼訊號傳播
取得成本	雜誌價格高於報紙	只有少數需付費
更新能力	較低 固定刊期	較高 短時間重播或更新
傳播速度	慢	快
承載量	極為有限	高
廣告販賣	版面尺寸大小	點閱率或瀏覽數
經營困境	紙張成本高 低價競爭 閱讀人口下降	廣告量不多 (已有成長趨勢)
互動	無	有
即時	低	高
耐久	久	壓縮儲存、最耐久

	平面媒體	數碼媒體
表現	圖片、文字	圖片、影音、文字
覆蓋範圍	廣	次廣（仍受設備限制）

### 2006-2010年美國媒體廣告支出（%市佔率）

單位 %

	2006	2007	2008	2009	2010	
報紙	21.1%	19.4%	16.5%	14.6%	13.2%	減近一半
當地及國際電視台	12.2%	11.1%	11.2%	10.6%	10.0%	
網絡	7.9%	9.2%	10.6%	12.5%	14.2%	增近一半
消費者刊物	8.0%	8.9%	9.5%	9.7%	10.1%	
主流電台	9.3%	8.8%	8.4%	7.9%	7.3%	
寬頻網路電視	8.1%	8.0%	7.9%	7.9%	7.6%	
有線網路電視	7.4%	7.5%	7.9%	8.5%	8.7%	
消費者雜誌	6.1%	6.1%	5.5%	4.9%	4.7%	
寬頻娛樂/產品	2.4%	3.1%	4.1%	4.9%	5.8%	
B2B雜誌	3.9%	3.9%	3.8%	3.6%	3.6%	
室外廣告	2.8%	3.0%	3.1%	3.3%	3.3%	
本地及地區性有線電視	2.6%	2.7%	2.8%	2.8%	2.8%	
綜合性電視台	1.3%	1.3%	1.4%	1.4%	1.4%	
影片遊戲廣告	0.1%	0.2%	0.4%	0.7%	1.0%	
電影廣告	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%	
手機廣告	0.2%	0.2%	0.3%	0.5%	0.8%	
衛星電台	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	

資料來源：eMarketer（2008/09）

在數據方面來看，在被稱為「全球電子書元年」的2010年，僅僅在中國電子書銷量已從2009年的80萬台躍升至300萬台，佔全球市場的20%，數字躍升程度驚人。此外，根據著名行銷研究機構eMarketer早前有關「美國媒體廣告支出比例」的研究指出（上表），廣告支出在報紙減少近一半，而網路則增加近一倍，原因包括經濟不景氣，因而轉向較便宜的數碼媒體應用服務、廣告流動性和互動性大、數碼媒體能更個人化地掌握讀者的閱讀需求等等。

縱然數碼出版好像比傳統出版擁有較佳的優勢，但其實電子媒

體的承載器本身也具有先天的局限性，如幅面不可能太大、需要充電、色彩偏差和視覺疲勞等；加上電子媒體更新速度快，造成大量電子垃圾出現，其中猶以電腦和手機的更新和淘汰速度遠快於家電產品，且裡面多種化學原料均對人體有害。就著種種因素，近兩年來電子書會不會替代紙質書一直是出版界關注的熱點，甚至有個說法，聲稱傳統的紙質書出版到2018年就要「打烊」；然而有研究公司認為，數碼出版業務尚沒有產生明確的商業模式和盈利預期，因此數碼出版對於傳統出版行業的發展機遇也還需要進一步觀察。



## 電子出版為傳統出版帶來的新機遇 ——專訪AD Computer麥兆基先生

隨著寬頻普及、數碼閱讀人口急升以及數碼出版風潮的興起，利用個人電腦、平板電腦、智能手機閱讀已成為閱讀的大趨勢，製作電子書和電子雜誌的軟件亦相繼出現，也令不少公司因而轉營，圍繞數碼出版的多樣經營模式應運而生。就連一貫以紙質印刷為主的報章雜誌，也隨著出版數碼化而紛紛加入這個大懷抱，令平面刊物也變得多姿多彩。早前本刊曾介紹過一套跨媒體出版內容文件管理系統WoodWing，至今已經在36個國家帶來超過1500期刊物和300個apps發報，帶來一個新世代的閱讀體驗。而今次我們訪問了其代理商AD Computer（雄基電腦有限公司）的經理麥兆基先生，看看他對電子出版與傳統出版有甚麼見解。

### 電子與傳統出版的三大分別

麥先生曾經從事印刷界，對本港印刷界有非常深入的了解。而對於曾親身與傳統出版和電子出版打交道的他，認為兩者的主要分別是甚麼？「我認為它們兩者都需要經過三大工序——設計、印刷和發行。設計方面相信最容易看得出來，傳統書刊是平面的，只能有文字和圖畫；但電子出版不僅能增加互動性，如加入遊戲、幻燈片和影像變化等，令刊物更添趣味。而印刷方面，傳統

出版需要印製出實體書，電子出版則只需硬碟空間來儲存，也不像傳統印刷需要顧及用紙量、校正CMYK等問題，而且同一個檔案能讓讀者在網絡和手機等跨媒體平台閱讀。至於最後的發行方面，傳統印刷其實有很多限制，如須處理書號、版權等問題印刷廠才能開工印刷，但電子出版的界線其實很模糊，例如要放在Apple Store公開下載便先得讓Apple審查，權利轉移至發行商身上；而且從前出版商要把實體書帶到客戶之間，但電子書反而只需放在一個平台上讓讀者自行下載閱讀，整個模式有很大的差別。」

### 由本土走進全球市場

面對市場轉型，相信最艱難的便是當中的過渡時期。作為傳統出版商，面對來勢洶洶的電子出版業，相信很多人也曾想過同樣的問題：到底我們是否應加入電子出版行列？應如何開始？電子出版能否對我們業務帶來增長？等等。對於這些問題，麥先生認為，出版商應首先考慮電子出版對其業務是否帶來優勢。「我認為傳統和電子出版最大分別在於發行方面，很多傳統出版物其實都只能局限在本地市場，因為要顧及到印量、寄書等成本及翻譯等問題，但電子出版是面向網絡的，這表示市

場已擴展至全球；那麼商家們可以想想，這個優勢是否對我有利？我的廣告客戶主要是針對本地市場還是海外商家？如果是海外的，那麼便可以好好利用電子出版這個優勢，讓刊物更進一步推向全球市場。」

### 電子出版初體驗

對於初次接觸電子出版的人，可能都曾有過無從入手的感覺；而對企業來說，要考慮的問題便更多。麥先生也帶出了幾個電子出版的優勢，讓初次接觸的朋友作借鏡。「首先要考慮的是電子出版能為你帶來甚麼優勢。例如接觸電子刊物的多數為年青人，你可在內容上增加多點活潑的原素，例如互動遊戲、多元化視覺效果等，加強刊物的特色。此外，也可好好利用社交網絡的力量，例如Facebook和Twitter，讓人們『跟蹤』你的最新動態，成為你產品的『粉絲』，其效益相對一般廣告更大。至於成本方面，電子出版的成本其實可大可小，由數千至數十萬不等，應視乎自身需求和市場定位而定。而最重要一點是，傳統出版商應視電子出版為傳統出版的附加價值而非將之取代，電子出版能比傳統出版吸引範圍更廣的客戶群，企業應好好利用這個優勢。」

### 傳統印刷不能坐以待斃

除了出版商，印刷廠相信也是數碼化浪潮下影響最深的一群；面對數碼出版的威脅，令很多廠家也直言「無得做」，到底印刷廠的前路是否如此黑暗？麥先生則有以下的見解。「其實並非所有印刷廠也受數碼出版影響，例如包裝印刷；而受數碼出版直接影響的是書本和雜誌兩大類，對於一些不涉及設計和發行的純印刷廠和出版商來說，數碼出版當然不能為他們帶來好處；這時便應該考慮加入其他附加價值，如設計、排版和發行等一條龍服務，甚至為客戶推出電子版等，務求增加自身的市場價值。正如當年由菲林輸出發展至CTP，很多印刷廠都能成功轉營；因此不應該墨守成規、固步自封，應該以開放態度迎接新機遇。」

### 傳統出版需保持優勢

說了這麼多數碼出版的優點，那麼傳統出版會如人們預測一樣，

在不久將來便會走上末路嗎？其實我們可以從另一個角度來看，到底傳統出版比數碼出版有哪些優勢。其中一個最大特點，就是實體書能保留思想，傳達文字資訊，甚至能傳遞民族特色，也強化了文化傳承；一本精美的印刷書籍，多年後也能保存其價值。而且實體書也具有包裝性、裝飾性和禮品性，一本普通的書只要經過不同的後加工和採用多樣的紙張材料，便可將之化身成精裝本、立體書、紙板書和郵冊等，其價值能頓時升價十倍，這種是數碼出版不能做到的優勢。

另外一個有趣的現象是，雖然電子書的大趨勢已經相當明顯，但研究顯示仍然有一大群人是實體書的「死忠粉絲」，依舊以印刷書籍的形式閱讀他們感興趣的文章和內容，甚至會把電子書檔案內容列印出來再閱讀。這除了與習慣有關外，也可以說實體書比電子書更「人性化」，人們拿著書本閱讀時，不僅視覺和手感也是最良好，可以隨意在精采的章節折頁、觸摸紙張的感覺，給予讀者一種踏實感。也曾有一位作家打趣地說：「我很難想像以後如果有讀者見到我，拿出電子書請我簽名，要不是我該傳個簽名檔給他嗎？」

此外，傳統書籍比電子書也有其他方面的優勢，如電子書的保存讓人較不放心，一旦有病毒出現攻擊電腦系統，一不小心就可能把下載的電子書刪掉；擁有書櫃能體現現代人文化品味；能讓小孩子學好寫字而非打字等，這些對我們來說都是很切身的問題。

### 總結：打破傳統出版框框

收音機沒有因為電視的發明而消失，電視也沒有因為互聯網的崛起而衰退，未來傳統印刷和出版業勢必會面臨艱鉅的挑戰，但是印刷需求不會一下子就消失無蹤。電子媒體有些方面對傳統出版有衝擊，有些方面卻帶來裨益和新的活力，其實只要我們打破傳統，與時並進及發揮創意，它們之間可以產生良好的配合性，產生互補作用，為產品帶來附加價值。

其實實體書的敵人不是電子書，反是整體閱讀風氣的日趨低迷。如何善用電子書的特性帶來不同的閱讀樂趣，從而提升閱讀風氣，可能是出版社值得思考的問題。🌈