

电子书APP的兴起对实体书出版的影响

费敏怡, 张大师

墨尔本大学文化与传播学院, 澳大利亚 墨尔本

收稿日期: 2023年9月28日; 录用日期: 2023年12月4日; 发布日期: 2023年12月13日

摘要

在技术进步的時代, 电子书应用已成为变革力量, 极大地改变了传统实体图书出版的格局。随着信息技术的高速发展, 电子书应用程序的出现对实体书出版行业有多方面的影响。文章从电子书应用程序的出现给实体书出版业带来的挑战和机遇的角度出发, 结合目前实体书出版业的现状, 综合分析了数字化时代电子书APP的兴起对实体书出版业的影响, 包括消费者的消费偏好和阅读习惯的改变, 以及书籍发行模式和当前出版业竞争格局和角色的变化, 思考和探讨了在时代趋势发展下出版商可做的应对措施并提出了战略性意见。

关键词

电子书, 出版业, 实体书, 数字化, 应用程序

The Impact of the Rise of E-Book Apps on Physical Book Publishing

Minyi Fei, Dashi Zhang

School of Culture and Communication, The University of Melbourne, Melbourne, Australia

Received: Sep. 28th, 2023; accepted: Dec. 4th, 2023; published: Dec. 13th, 2023

Abstract

In the era of technological progress, e-book applications have become a transformative force, drastically altering the traditional publishing landscape of corporeal books. With the swift advancement of information technology, the emergence of e-book applications has had numerous effects on the traditional book publishing industry. The article conducts a comprehensive analysis of the effects of the rise of e-book applications on the physical book publishing industry in the digital age, beginning with the challenges and opportunities that the emergence of e-book applications

presented to the industry and incorporating the current state of the physical book publishing sector. This analysis encompasses developments in consumer preferences and reading patterns, book distribution models, the current competitive environment, and the various roles and responsibilities within the publishing industry, considering and debating potential countermeasures that publishers may implement in light of the evolving circumstances, while also offering strategic perspectives.

Keywords

E-Books, Publishing Industry, Physical Books, Digitization, Applications

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

当前, 在科技和数字产业快速发展的推动下, 社会各领域正在经历全面的数字革命。毫无疑问, 这种技术转变最具变革性的成果之一是电子书应用程序的出现, 它对出版业产生了深远的影响。什么是数字图书应用程序? 以电子形式表现的图书就是电子书, 而 APP 是电子应用程序的英文简称, 是一种具有高度互动性和丰富媒体内容的计算机软件程序(Sargeant, 2015) [1]。事实上, 过去几年出版业一直在努力应对停滞的市场状况。在这种低增长的市场环境下, 出版商已经认识到利用技术来重新洗牌系统内的价值, 从而创造新的增量价值的必要性(Ronte, 2001) [2]。书籍的未来发展轨迹将由各种因素错综复杂的相互作用决定, 包括数字技术的可及性、消费者偏好和信息产业的经济学(Staley, 2003) [3]。

在信息技术的不断进步、生活方式的转变以及信息产业内不断发展的商业模式等因素的推动下, 大量的电子书应用程序应运而生。突出的例子包括 Ridibooks、Fizzo、Wattpad 和 Amazon Kindle。这些发展导致电子书阅读器的广泛采用。正如 Vassiliou 和 Rowley 敏锐地指出的那样, 电子书的发展不仅取决于技术进步, 而且还深受互联网的不断扩张、新技术的引入以及更广泛的文化和经济转变的影响(2008) [4]。在接下来的讨论中, 文章将深入探讨电子书应用的兴起的趋势背景下, 实体书出版业所面临的挑战和机遇, 通过分析其在电子浪潮下的目前的现状和概况, 来总结实体书出版和电子书 APP 之间的联系, 并通过对比和比较这些要素来阐明在这一不断变化的景观中发挥作用的复杂动态。此外, 本文将通过前辈学者的理论研究和实际案例分析, 深入研究出版商必须应对的战略考虑因素, 以便有效地驾驭这个变革时代, 提出策略性思考。

2. 电子书 APP 的兴起给实体书出版业带来挑战

2.1. 电子书 APP 的出现改变了消费者的消费偏好, 实体书的吸引力减弱

随着电子书应用程序的出现, 出版业经历了深刻的变革。这些数字平台彻底改变了我们消费书籍和与书籍互动的方式, 电子书 APP 由于其强大的顾客兼容性和低廉的售价导致了消费者阅读习惯的转变并挑战了实体书籍的传统主导地位。

首先也是最重要的, 电子书与实体书之间的显著对比是它们具有强大的灵活性。与印刷书籍不同, 电子书允许读者根据个人喜好定制字体大小和样式, 适应各种读者, 包括有视力障碍的读者。这种程度

的灵活性对于实体书籍来说是不可能的, 因为实体书籍的字体大小和布局都是固定的。此外, 通过电子书应用程序, 可以携带的书籍数量实际上变得无限, 类似于在袖珍设备的范围内拥有整个图书馆。电子书提供的便利是无与伦比的, 因为它们消除了携带多卷书的身体负担, 从而使移动阅读变得前所未有的简单。从本质上讲, 电子书应用程序将软件的可移植性与传统印刷书籍的触觉体验无缝地融合在一起, 从而彻底改变了阅读的本质(Wright, 2009) [5]。

此外, 电子书的定价在重塑消费者偏好方面发挥了关键作用。电子书的价格实惠, 在亚马逊等平台上尤其明显, 使得文学作品比以往任何时候都更容易获得。亚马逊图书馆中的大多数电子书售价低于 9.99 美元, 有些电子书售价低至 0.99 美元(Millar & Bosman, 2011) [6]。这种有竞争力的价格, 加上电子书的优势, 引发了消费者对数字阅读材料的需求激增。因此, 读者越来越倾向于电子书, 而购买实体书的倾向已经减弱。

这种变革的典型体现是亚马逊 Kindle 电子阅读器。它的推出标志着阅读史上的一个关键时刻, 超越了单纯的技术创新, 重新定义了阅读习惯、作者风格和出版业本身(Levy, 2007) [7]。2007 年至 2011 年间, 亚马逊在短短四年内售出的电子书比所有线下实体书的销量总和还要多, 凸显了这种数字化转型的速度(Millar & Bosman, 2011)。亚马逊为 iPhone 和 iPad 等移动设备提供可下载版本的 Kindle 应用程序的战略举措进一步强调了向数字阅读的转变。正如史蒂文·利维(Steven Levy)恰当地指出的那样, Kindle 不再仅仅是一个设备; 它转变为一种服务, 突出了其在塑造阅读未来方面的关键作用(Levy, 2007)。

美国出版商协会报告的统计数据显示, 这一数字化浪潮的后果显而易见。该协会显示, 2011 年 4 月, 亚马逊上的电子书销量与去年同月相比猛增了 146%, 而平装书的销量则大幅增长。下降了约 8% (Millar & Bosman, 2011)。这种阅读习惯的重大转变产生了深远的影响, 特别是对于实体图书零售商而言。正如 IdeaLogical 公司首席执行官迈克·沙茨金(Mike Shatzkin)所指出的那样, 电子书的兴起不仅转移了销量, 而且还影响了电子书的销量。它对传统图书零售的核心造成了冲击, 对已经陷入困境的实体书店来说是又一次打击(Millar & Bosman, 2011)。

2.2. 电子书 APP 的兴起增强了书籍盗版现象, 对正版实体书的出版造成阻碍

在另一方面, 电子书应用的激增无疑给实体书出版业带来了巨大的冲击和挑战, 其特点是电子图书盗版问题普遍。这个数字时代使受版权保护的材料非常容易被非法分发和访问, 从而给实体出版生态系统带来了许多负面后果。

新出版书籍的盗版出现在互联网上的速度之快令人震惊。这种现象的一个明显例子是《哈利·波特与火焰杯》的上映。在首次出版后不到 24 小时, 该书的免费盗版已经充斥互联网(Burk, 2001) [8]。受版权保护的材料的快速传播引起了出版商、作者和整个出版业的严重关注。盗版对出版商业模式构成的威胁是巨大的, 迫使出版商在电子书的分发和发行方面更加谨慎(Carreiro, 2010) [9]。

电子书盗版猖獗所带来的令人痛苦的后果之一是, 盗版实体书的制作方式仓促且常常疏忽大意。为了削减成本和实现利润最大化, 盗版出版商经常绕过合法出版商所遵守的严格校对和质量控制程序。因此, 盗版实体书充满了错误, 包括拼写错误、页码不正确、缺页和图像扭曲。这种质量下降不仅损害了读者的体验, 也侵犯了作者和版权所有者的权益。它破坏了知识产权保护的本质, 威胁到出版业的基础。

当考虑到实体书销量下降和电子书应用程序助长的盗版泛滥的双重影响时, 很明显, 这些因素给实体书的出版和销售带来了巨大的经济压力。这种压力反过来又给作者、出版商和图书行业的各方带来了巨大的经济损失。传统上维持该行业的收入来源正在受到侵蚀, 在确保创作者获得公平报酬的同时保持创意作品的完整性的挑战变得越来越艰巨。

3. 电子书 APP 的兴起给实体书出版业带来新的发展机遇

3.1. 电子书 APP 的兴起推动了实体书出版业的战略化转型, 实现了新的发行方式

电子书应用程序的出现引发了出版业的战略转型, 将其从实体图书领域推向了数字出版的广阔领域。通过传统广播和出版技术传播信息的传统范式已被数字方法深刻颠覆(Greco, 2013) [10]。这种变革性的转变迫使企业家重新思考他们的方法, 努力利用数字平台的能力来复制甚至增强印刷书籍的功能(Greco, 2013)。

出版商拥抱数字时代的关键动力之一是在线或电子书提供的节省金钱和时间效率的诱人组合。这种诱惑促使众多出版商开始将其丰富的图书目录数字化, 以电子格式向读者提供文学宝藏(Millar & Bosman, 2011)。通过在线系统, 出版商可以绕过传统上与实体图书生产和发行相关的某些费用。他们还可以通过独立网站与读者建立直接联系(Greco, 2013)。这种数字策略不仅加快了出版过程, 而且使出版商能够对其电子书进行有竞争力的定价, 吸引读者探索和获取数字图书(Levy, 2007)。

从实体出版到数字出版的转变不仅限于传统书籍, 还扩展到更广泛的多渠道杂志和图书出版领域。这种转变的一个典型例子是《花花公子》杂志进军数字出版领域。Mary Yurkovic 是负责监督花花公子数字资产管理(DAM)团队的经理, 在制定公司的 DAM 战略方面发挥了关键作用(Yurkovic, 2008) [11]。数字资产管理行业经历了快速增长, 花花公子与全球移动、网络和印刷领域的 50 多个实体建立了合作伙伴关系(Yurkovic, 2008)。为了简化制作, 《花花公子》杂志利用 Telescope 和 DAM 系统, 显着提高了效率。在内容开发阶段使用 MEI 的 K4 系统进一步优化编辑文本, 将其分解为片段, 为最终产品增加价值。然后, 这些片段会无缝集成到资产管理系统中, 从而实现关键字搜索并改进在线内容和资产管理(Yurkovic, 2008)。DAM 系统的集成简化了《花花公子》杂志出版部门的各种流程, 带来了组织内部的系统性变革。

这一转变凸显了电子书应用程序如何促进了出版行业的反思和创新时期。出版商正在积极采用不同的数据库建设和数字出版系统作为其出版流程的组成部分。这种战略调整不仅重新定义了内容的创建和传播方式, 而且还重塑了出版商和读者之间的关系, 因为数字格式为直接参与和分发提供了新的途径。

总之, 电子书应用程序的兴起引发了出版格局的深刻转变, 促使战略转向从实体书到数字内容。出版商正在拥抱数字时代, 充分利用电子书的成本和时间效率, 同时重新构想出版的本质。这种转变不仅限于传统书籍; 它扩展到更广泛的多渠道出版领域, 其中创新系统和战略正在重塑行业的运营和可能性。随着出版商不断适应数字时代, 他们正在开辟内容创作、发行和与读者互动的新途径。

3.2. 电子书 APP 的兴起让读者和书籍的交互形式变得多样化

电子书应用程序的兴起带来了读者查找书籍和与书籍交互方式的范式转变, 从根本上改变了实体书“查找过程”的传统概念, 并重塑了作者在文学世界中的角色(Levy, 2007)。这种转变不仅仅是改变媒介, 而是彻底改变整个阅读体验。

最引人注目的变化之一在于读者在数字时代发现书籍的方式。克里斯·安德森(Chris Anderson)敏锐地指出, 书籍的挑战不是印刷媒介或写作本身, 而是寻找读者的挑战(Levy, 2007)。在当今世界, 只有不到 60% 的人在一年内读过一本书, 而且这个数字比 10 年前的 61% 有所下降, 因此可发现性问题至关重要(Levy, 2007)。在当今信息技术主导的时代, 书面文字越来越多地转向数字格式, 以满足读者不断变化的偏好(Gall, 2005) [12]。电子书应用程序凭借其超链接和互连内容的能力, 重新定义了读者浏览书籍的方式。这些应用程序中的书籍可以相互错综复杂地链接, 从而创建一个相关内容的网络。这种相互关联性使读者能够探索和发现与他们当前正在阅读的书籍在主题或上下文上相关的新书。从本质上讲, 电子书应用程序正在培育一个强大的图书网络, 确保潜在的高质量图书更有可能被更广泛的读者发现。

此外, 电子书应用程序正在改变作者和读者之间的关系, 将阅读变成一项公共活动(Levy, 2007)。越来越多的作者, 包括克里斯·安德森和米切尔·斯蒂芬斯等知名人物, 通过在个人博客上发布帖子并直接与读者互动来拥抱数字时代。电子书应用程序使读者能够参与创作过程, 从而将这种交互提升到一个全新的水平。在某些情况下, 读者可以选择修改故事的结论或在原文中添加和删除情节节点, 从而有效地共同创作叙事(Levy, 2007)。

这种读者与作者的互动不仅限于读后讨论, 还延伸到实时在线交流。读者可以在书末的评论部分表达他们的想法、批评和想法, 与作者和其他读者展开动态对话。这种实时参与为作者提供了对其作品的快速反馈, 使他们能够根据读者的反馈来完善和增强自己的写作。对于有抱负的作者来说, 电子书应用程序提供了一个独特的可见性和认可平台。相对不知名的作家可以利用网络出版来获得知名度和关注, 最终吸引编辑对未来签署和出版实体书的兴趣(Levy, 2007)。

总之, 电子书应用程序开创了一个新时代, 书籍的发现更加动态和互动, 作者和读者之间的传统界限正在被打破。这些应用程序使读者能够轻松探索相关内容并与书籍互动, 作为更广泛的文学生态系统的一部分。反过来, 作者也可以从与读者的直接反馈和合作中受益, 将单独的写作行为转变为一种公共和参与性的体验。文学的民主化和阅读作为一种社会活动的演变是图书和出版界数字革命带来的众多深刻变化之一。

3.3. 电子书 APP 的兴起促进了出版行业的革新并赋予了实体书出版商新的角色

电子书应用程序的出现催生了一个强大的自助出版行业。作者现在可以绕过传统出版社, 直接将作品上传到电子书平台, 无需实体印刷即可覆盖全球受众。这导致了出版过程的民主化, 让更多的声音被听到。电子应用程序简化了数字图书和其他书面内容的创建和格式化。作者可以使用电子应用程序将手稿转换为与各种电子阅读器和平台兼容的电子书格式。这也消除了对专业技术技能和昂贵软件的需求。

电子应用程序平台, 例如 Amazon Kindle Direct Publishing (KDP)、Apple iBooks 等, 允许作者将其电子书直接分发给全球受众。这种直接发行消除了对传统出版社、分销商和零售商的需求, 使作者能够更快地接触读者。一些电子应用平台甚至提供按需打印(POD)服务, 使作者能够在读者下订单时创建其书籍的实体副本。这消除了对大量印刷和仓储的需求, 降低了前期成本并最大限度地降低了未售出库存的风险。

另一方面, 随着自助出版变得越来越容易和有利可图, 传统出版商不得不与独立作者争夺人才, 为了适应数字时代, 传统出版商必须通过将电子书纳入其产品组合并采用数字营销和发行策略。为了实现这一目标, 传统出版商一直在探索数字创新, 例如具有多媒体内容的增强型电子书、交互功能以及补充印刷书籍的应用程序。这些创新旨在与电子书应用程序提供的沉浸式体验竞争从而确保他们的书籍能够接触到电子书应用程序的受众, 即使有时候这可能会影响他们的利润和图书的可用性, 他们也会与电子书应用程序提供商签订复杂的许可协议。

4. 总结

可轻松下载到便携式设备中的电子书应用程序的出现预示着图书消费(通常称为在线阅读)的新时代的到来。我们消费文学方式的这种转变证明了电子书应用程序利用尖端数字技术的独特功能。它们的影响不仅限于扰乱传统出版业; 他们也在这个不断变化的环境中迎来了一波新的机遇。植根于传统商业模式的传统出版业如今被迫适应快速发展的移动互联网和数字阅读世界。

结合上述论点, 电子书 APP 改变传统书籍的发行模式、影响和转变了消费者的阅读习惯和消费偏好、引入经济影响、迫使实体书出版业进行适应和创新、塑造零售格局, 并提出与盗版和版权相关的挑战。

为了应对电子浪潮带来的冲击, 出版商必须应对这些变化并适应不断变化的出版格局, 电子书和实体书共存并迎合不同读者的喜好。

在这个数字时代, 出版商的关键考虑因素之一是电子书在更广泛的信息文化中的战略定位。出版商必须仔细评估哪些材料最适合印刷, 哪些材料以电子书格式更有效地提供。电子书和印刷书不应被视为竞争媒介, 而应被视为出版界的互补方面。出版商无需在印刷版和数字版之间做出非此即彼的选择; 相反, 他们必须驾驭不断变化的格局, 综合采用两种格式来满足读者的不同喜好。

电子书应用程序的出现在给传统图书出版带来重大挑战的同时, 也为出版商开辟了新的视野。电子书应用程序对传统图书制作过程的影响是不可否认的, 但出版商认识到适应和发展的需要, 正在积极参与这种转变。电子书应用程序给出版领域带来的积极和消极影响的双重性强调了对其角色有细致入微的理解的必要性。电子书应用程序确实颠覆了传统的图书制作, 但它们同时为出版商提供了新的探索机会和途径。

从本质上讲, 电子书应用程序带来的数字颠覆是出版业变革的催化剂。出版商正在探索未知的领域, 寻求在传统格式和数字格式之间取得微妙的平衡, 同时利用电子书技术的巨大潜力。随着出版业格局的不断发展, 越来越明显的是, 电子书应用程序不仅是一个挑战, 而且是一股变革力量, 只要出版商愿意拥抱数字未来并抓住它带来的机遇, 它就可以重塑行业, 使其变得更好。

参考文献

- [1] Sargeant, B. (2015) What Is an Ebook? What is a Book App? And Why Should We Care? An Analysis of Contemporary Digital Picture Books. *Children's Literature in Education*, **46**, 454-466. <https://doi.org/10.1007/s10583-015-9243-5>
- [2] Ronte, H. (2001) The Impact of Technology on Publishing. *Publishing Research Quarterly*, **16**, 11-22. <https://doi.org/10.1007/s12109-001-0011-6>
- [3] Staley, D. (2003) The Future of the Book in a Digital Age. In *21st Century Opportunities and Challenges: An Age of Destruction or an Age of Transformation*. World Future Society, Chicago, 133-143.
- [4] Vassiliou, M. and Rowley, J. (2008) Progressing the Definition of "E-Book". *Library Hi Tech*, **26**, 355-368. <https://doi.org/10.1108/07378830810903292>
- [5] Wright, A. (2009) The Battle of the Books. *The Wilson Quarterly*, **33**, 59-64.
- [6] Millar, C. and Bosman, J. (2011) E-Books Outsell Print Books at Amazon. *The New York Times*, New York.
- [7] Levy, S. (2007) The Future of Reading. *The Daily Beast*.
- [8] Burk, R. (2001) E-Book Devices and the Marketplace: in Search of Customers. *Library Hi Tech*, **19**, 325-331. <https://doi.org/10.1108/07378830110411907>
- [9] Carreiro, E. (2010) Electronic Books: How Digital Devices and Supplementary New Technologies Are Changing the Face of the Publishing Industry. *Publishing Research Quarterly*, **26**, 219-235. <https://doi.org/10.1007/s12109-010-9178-z>
- [10] Greco, A. (2013) *The Book Publishing Industry*. Routledge, New York. <https://doi.org/10.4324/9780203834565>
- [11] Yurkovic, M. (2008) DAM Integration for Multi-Channel Publishing—Interview with Mary Yurkovic of Playboy Enterprises, Inc. *Journal of Digital Asset Management*, **4**, 305-312. <https://doi.org/10.1057/dam.2008.42>
- [12] Gall, J.E. (2005) Dispelling Five Myths about E-Books. *Information Technology and Libraries*, **24**, 25-31. <https://doi.org/10.6017/ital.v24i1.3361>