

出版社电子书APP应对“数字阅读”挑战——“纸书”握住“屏书”的手



马上评

重要的是读什么

“亭亭如盖的树，遮荫着那水边的茅屋。有一个人在忙着她的工作，她的手镯在角落里发出音乐。”

读到这里，我不得不点一下“返回”，退出手机上这本泰戈尔的诗选，开始我的工作。

有人认为，屏幕无法重建纸张阅读的那种“直观、愉悦”的观感体验。对于那些出生时家里便有智能手机以及iPad的少年们来说，这个观点可能并不成立。即便是对于像我这样奔三十了才开始接触智能手机的人来说，也并不觉得屏幕和纸张的阅读差异有多大。

电子书还是纸书，不过载体的区别而已。真正的不同，在于阅读的内容。

地铁车厢里的年轻人，几乎人人都是低着头的，眼睛盯着屏幕。我留意过一些，大约一半是在刷微信，剩下的一半里，一半在追电视剧，一半在看网络小说。

我的调查样本不算多，肯定不是什么权威统计，但至少可以说明些问题。在相当部分的读者那里，数字阅读更倾向于信息的获取以及娱乐手段，而非传统意义上的阅读。上月出炉的“上海市民阅读状况调查”显示，市民首选“数字阅读”的比例比去年高出3.52个百分点。另一个数据显示，市民购买数字出版物的意愿缓慢上升，但“只看免费”仍居主流。

即便是纸书，也有出版垃圾。如果说出版社推出电子书APP，挑战对象是纸书，倒不如说是浅、平、快的阅读趋势和“只看免费”的阅读习惯。你如果下载上海译文出版社的“译文的书”APP，书架上自动出现的第一本书，是阿尔贝·加缪的《局外人》。这本书篇幅并不算长，但却是加缪的成名作，是法国20世纪极有分量、举足轻重的文学作品，也是当代世界文学意蕴深厚的经典名著。

如果你愿意用手机读一读这本《局外人》，如果你愿意用iPad读《红楼梦》或者《百年孤独》，谁又会批评你的阅读“碎片化”呢。

夏琦



董春洁制图

手机阅读

出版社顺应数字阅读的

潮流，推出各自的电子书APP显然是一种主动应对挑战的做法。不过根据“上海市民阅读状况调查”显示，“来源广，信息丰富”、“获取便利”、“收费少甚至不付费”、“方便信息检索”是市民选择数字阅读的主要原因，从这个角度来讲，出版社各自为营的APP颇难满足这些需求。

文化娱乐现象 述评

据上月出炉的“上海市民阅读状况调查”显示，市民首选“数字阅读”的比例比去年高出3.52个百分点，这几年呈稳中渐升的态势。今年上海书展，上海世纪出版集团亦首次设立数字出版馆，以顺应数字阅读这个潮流，包括“译文的书”APP在内的多种新阅读媒介在馆内推广。在亚马逊、当当网等大型网络书店已经推出了大量电子书的前提下，不少出版社也耐不住“寂寞”，推出了自己的电子书APP平台，不过面对大量免费阅读的平台，出版社的电子书APP处境并不乐观，赔钱吆喝的概率相当大。相比之下，工具书类、教育类、童书类APP则表现较为出色。

纷纷圈地

在今年书展上，上海译文出版社打造的移动数字出版整体业务平台“译文的书”APP正式上线。“译文的书”APP自2014年起开始研发，目前上架图书有300种左右，该阅读应用分为“译文的书”和“书的事”两大板块。其中“译文的书”还设有“好东西”这一栏目，重点推荐热门、畅销图书。而在上海译文出版社之前，中信出版社已经推出了“中信尚书房”，磨铁图书有限公司则有“磨铁书栈”上线。此外，凤凰出版集团和广州出版集团也都有自己的阅读类APP。虽然出版社的电子书APP所占市场份额可能微不足道，但向业界释放

出了一种信号——出版机构正在主动出击电子书市场，在慢慢寻找自己的数字化生存之路。不过从目前来看，这些出版社的电子书APP上架的图书数量非常有限，与亚马逊等的海量电子书，完全无法相提并论。更何况还有大量免费阅读的电子平台，出版社自身开发的电子书APP要在这样的环境下闯出一条生存之路来还是颇为困难。

赔钱吆喝

据介绍，一般电子书的定价是纸书的70%左右，随着纸书销售时间的延长，电子书价格会逐渐往下走，有时候会到纸书的5折，促销时则会更低。不过打开“译文的书”，大部分书的定价都在10元以下，包括《洛丽塔》在内的不少原价30元左右的书售价都只有6元，连3折都不到。在“磨铁书栈”情况也大致相同，热销排行榜上清一色的6元书，而在下载排行榜上更是清一色的免费书。“中信尚书房”价格略贵，一般在1.99-2.99美元之间。虽然数字版对于出版社来讲节约了印刷成本，但APP的前期投入和后期维护都需要财力、人力，从目前出版社电子书APP的规模来看，赔钱吆喝恐怕难以避免。上海新闻出版局局

长徐炯表示，现在中国的读者还没有愿意为数字版付钱的、或者说付纸书同样的钱的概念，国外数字版图书和纸质书的售价差别不是很大，数字版对于出版社来讲节省了成本，所以获利比纸质书也许还要丰厚。但在国内愿意为数字版付钱的人很少，即便愿意付钱，能够接受的价格也非常低。

另辟蹊径

相比单纯阅读类的APP，出版社推出的工具书类、教育类、互动童书类等APP则现状较为乐观。在上海书展上，上海外语教育出版社售价98元的《牛津牛津英汉双解大词典》APP颇引人注目，这款移动平台的词典APP目前已有用户60多万，其中约有一半左右是付费用户。此外，外研社在苹果商店推出的各种收费及免费的外语教育APP有好几十种。而接力出版社则推出了《蓝皮鼠大脸猫学数学》《瓢虫》《森林》等8款针对青少年的APP，其中《瓢虫》《森林》在苹果商店不仅获得用户四星半评价，下载量约63000次，一度在分类榜排名第3名，还在“2012年度十佳儿童App”名列第八，也是这一榜单中唯一有作品入选的出版社。

本报记者 王剑虹

本报讯(首席记者 朱光)19世纪的剧场是“殿堂”，如今的剧场入商场。亚洲剧场翘楚赖声川的“专属剧场”——上剧场，日前正式宣布入驻美罗城，将把看戏当作是如同吃饭、逛店一样普通人的日常生活方式。

上剧场位于美罗城5楼，与周边的书店、电影院形成“三位一体”的商场文化体验空间。赖声川认为，若还是以“殿堂”的方式建造剧场，固然令人肃然起敬，但是难免拉远了观众与戏剧的距离。剧院应该与民众生活同步，艺术脚步与百姓的心跳节奏应该保持一致。虽然目前剧场的内装还处于施工阶段，但是按规划，2350平方米的面积中包含一个剧场和一个排练厅。为了不后排看到前排观众的后脑勺，也擅长建筑的赖声川把剧场位子设定在699座，确保每一个位子的视角都很好。

“上剧场”(英文名: Theatre Above)取名的意义之一是“因为在楼上”。“上”的含义还包括“之上”、“上等”、“上海”等，表明追求艺术品质与心灵境界，积极向上的力量。与此同时，“上”也可以解释为动词，“大家一起‘上剧场’去！”

今年是赖声川等创立的“台湾表演工作坊”成立30周年。作为导演，30年来在各个剧场“移动”排练、上演的赖声川，始终想拥有一个固定剧场便于创制作品。历经6年磨合，“上剧场”令他感觉仿佛有了“家”。年底正式

让看戏成为风尚 赖声川“专属剧场”入驻美罗城

“大家一起‘上剧场’去”

《冬之旅》剧照

开演的“上剧场”将定期演出赖声川的《表坊》以及其内地合作方北京时代华的优秀剧目，还会有专为上剧场“度身定制”的驻场剧目。目前，已经确定的开幕季演

出将有《爱朦胧、人朦胧》《冬之旅》《在那遥远的星球，一粒沙》《一夫二主》《那一夜，在旅途中说相声》等。主演包括香港著名影星郑佩佩、著名主持人戴军以及S.H.E中的ELLA陈嘉桦等。