

·专稿·

数字期刊的移动阅读发展趋势研究

李 鹏

(《艺术与设计》编辑部 北京 100052)

摘 要:移动互联网技术的成熟和智能手机、平板电脑等移动终端的普及,移动阅读已经成为数字阅读发展的新趋势,数字期刊的移动阅读也将呈现数字平台移动阅读开发力度加大、读图成 iPad 杂志重要卖点、手机阅读突显“情感”与“故事”、富媒体电子杂志成为未来重点等发展趋势。

关键词:数字期刊 移动阅读 富媒体 发展趋势

中图分类号: G255.2

文献标识码: A

文章编号: 1003-6938(2012)02-0007-03

Developing Trends on Mobile Reading of Digital Journals

Abstract With the rapid development of mobile Internet and the spread of smart phone and Pad, mobile reading has already played a new trend of digital publishing. Mobile reading can badly change our way of getting information now as a new technology and business mode. Magazine is a typical media form for the mobile reading comparing with other print media, so the study for digital magazine mobile reading is significant for the practice and theoretical study of mobile reading.

Keywords magazine ; mobile reading ; rich media ; developing trend

经过移动互联网的数年发展,移动阅读已成为期刊阅读的最重要方式之一。据 Enfodesk 易观智库发布数据显示,截至 2011 年第 4 季度,中国移动互联网用户规模已达 4.3 亿,占整体网民的比例为 83.8%^[1]。移动阅读从根本上改变了人们的阅读方式和阅读内容,给期刊出版商和平台提供商都带来了新的机遇和挑战。从需求端看,受众的信息需求正在以静态需求为主转向静态需求与移动需求并存;从发展趋势看,移动需求正成长为第一需求,新媒体发展显然要以满足移动需求为核心。因此对期刊而言,随着众多新媒体移动介质的发展,期刊的移动阅读必然会成为移动互联网时代的信息代表。

在期刊数字化阅读渐进的过程中,中国新闻出版研究院与龙源数字传媒集团龙源期刊网数年联合发布了期刊网络阅读排行。在 2011 年度最新发布的数据中,也包括龙源基于三大运营商和 APP 商店提供的数据推出的移动阅读 TOP10、iPad 阅读 TOP10 期刊。从中我们清晰地看到,移动阅读正在加速重塑现有的数字阅读新格局,而 iPad 杂志和手机杂志作为移动阅读中最重要的两种阅读形态,正在日益发挥着更加重要的推动作用。从期刊移动阅读排行中,

我们不难发现未来数字期刊移动阅读呈现出的四大趋势。

1 趋势一 数字平台移动阅读开发力度加大

早在 2010 年底,美国市场调研机构 eMarketer 就发现,成人用户花费在移动设备上的时间已经与阅读印刷版报纸和杂志的总时间大体相当。目前的统计数据显示,美国用户平均每天花费 50 分钟浏览手机内容,而新闻记者阅读印刷版报纸的时间为 30 分钟,阅读杂志的时间则为 20 分钟。当然,用户浏览的手机内容多数为网络新闻,另外还有 Tittwer 信息、电子邮件内容、短信以及其它的文章等^[2],但是他们阅读的内容与非网络版的内容并不相同。在这一背景下,苹果公司平板电脑 iPad 的出现有效解决了无序传播的问题,给众多杂志的数字化带来了新的转机。

2011 年对中国期刊业来说,iPad 杂志无疑是一个不可回避的热点话题。可以说,这种杂志类型已经成为国内期刊业在过去一年里最重要的新媒体形态。从去年年初开始,中国数字期刊平台阵营相继加大了对 iPad 杂志开发力量的投入。但在国内,有实力开发 iPad 版杂志的期刊社仍然是少数。龙源为

此研发了共用程序端口，每家合作期刊都可以利用这个端口推出独立的 iPad 版，满足了期刊社的现实需要，使得一大批刊物得以迅速进入苹果商店，为读者提供了更多的阅读选择。《大众摄影》等利用这个端口进入苹果商店，仅 7 个月时间，其 iPad 版杂志的下载量就超过了 6.5 万份。如《电影世界》、《疯狂英语》、《西藏人文地理》、《汽车杂志》、《三联生活周刊》、《看天下》、《中欧商业评论》、《中外管理》、《IT 时代周刊》等也成功地由此进入，下载量均在万次以上。这一数字的首次发布使得业界对于期刊在新兴阅读载体上的发展有了较为量化的认识。

当然，手机杂志也是移动阅读中一支重要力量。截至 2011 年 10 月底，仅中国移动手机阅读客户端，月访问用户数就突破千万，日访问用户数已超过百万，全网覆盖用户数超过 2.7 亿。客户端已覆盖 iOS、安卓、塞班等主流手机智能操作系统，现网适配终端 1103 款，有效推广了手机阅读业务。同时数据显示，截至目前，中国电信天翼阅读用户总数已经超过 3000 万^[3]。

在龙源发布的 2011 期刊网络传播排行榜的“手机阅读 TOP10 榜单”中，排名第一位的《民间故事选刊》2011 年全年在中国移动、中国联通和中国电信三大移动运营平台上的点击量达到近 250 万次，于榜单第 2 位至第 6 位的《知音》、《微型小说选刊》、《读者》、《家庭百事通》、《男生女生（金版）》的点击量也都超过百万次。可以看出，这些刊物在手机上的受众规模，比起纸质刊物也并不逊色甚至超过了纸版，显示出手机阅读的欣欣向荣之势。

2 趋势二：读图成 iPad 杂志重要卖点

读图成为 iPad 杂志的重要卖点，这一趋势与 iPad 设备的特点息息相关。在平板电脑上，为读者提供完美的视觉体验，看来很多时候比内容本身更加有效。

从国外期刊巨头对 iPad 杂志的尝试来看，国外期刊的 iPad 杂志正在出现一些新的变化——成为大小刊物在纸版之外的“标配”。iPad 的生产商苹果公司与美国时代公司在 2011 年决定，时代公司旗下《人物》杂志的 iPad 数字版本将免费向印刷版订阅用户开放，《时代》周刊、《体育画报》以及《财富》杂志等的 iPad 数字版本也可能免费向印刷版订阅用户开放。那么，这是否会是杂志出版商通过印刷版和

iPad 两个工具增加用户黏性的明智之举呢？这一点，有待我们在 2012 年进行更为细致的观察与分析。

在 CondreNast 旗下的《连线》和《纽约客》等品牌杂志纷纷在 iPad 上推出电子版后，国内各类传统期刊也在跃跃欲试。但相对于海外便利的收支环境，动辄几十万元的客户端制作费用，使内地刊社普遍小心谨慎，高昂的制作成本，依然是横跨在纸媒与移动数字化之间的鸿沟^[4]。

作为中国领先的杂志内容聚合商，龙源期刊网在客户端制作费用持高不下之际，果断推出了为所合作的 3000 家期刊社定做的客户端。在 2011 年 9 月 28 日的 iPad/iPhone 客户端上线发布会上，龙源公布了第一批 70 种刊物的客户端，每一个客户端都独立属于刊社，包括 Logo、售价、广告植入功能，都由刊社自主决定，如各家各自制作，累计费用将达 2000 余万元，势必造成重复开发，资源浪费。而作为与龙源的合作刊社，龙源将免费提供所有开发、数据灌入和整体平台支持，并作为支付平台和用户管理平台，维护、支持所有客户端。作为早期和苹果达成协议，将千余本杂志引入苹果 App Store 的国内大型数字期刊平台，龙源表示在 2012 年底之前，至少将上线 500 家各类刊社客户端，使中国特别是内地的杂志能尽多尽早地步入苹果数字移动平台。

通过观察发现，作为年度 iPad 阅读 Top10 刊物，不论是《大众摄影》、《电影世界》，还是《西藏人文地理》、《汽车杂志》，这 4 份刊物都有一个重要特征，即杂志内容中充满了视觉效果较强的图片，整个杂志版式都以图片为主。可以说，读图已经成 iPad 杂志吸引用户的重要卖点。这一特点与 iPad 设备的特点息息相关：iPad 具备的细腻大屏，嫁接上杂志精美的图片，无疑击中了众多读者的深层次阅读需求。这也给我们解释了一个重要趋势，即杂志要想在 iPad 上增加对读者的吸引力，就必须在图片上多下工夫。

3 趋势三：“故事”和“情感”是手机阅读的两大关键词

情感故事类内容受到读者欢迎，这是 2011 年度龙源发布的手机阅读排行给我们传递的另一个重要信息。

iPad 的高价格和全新的触觉体验吸引了相对高收入、高品质生活的一代，而手机阅读用户则彰显了大众化趋势。如果说 iPad 杂志已经带领用户进入

“读图时代”,那么,目前的杂志手机阅读仍然停留在文本时代,这是我们分析 iPad 杂志 TOP10 和手机阅读 TOP10 这两份榜单之后,得出的一个明显印象。

通过对手机阅读 TOP10 排行进行简单分析,我们可以很明显地看到手机阅读的两个核心词——“故事”与“情感”。首先,故事性已经成为手机杂志吸引用户的第一要务。仅从手机阅读 TOP10 的榜单上我们就可以直观地看到,仅以“故事”为刊名的杂志就有 3 种,占据了手机阅读 TOP10 榜单的三成,成为手机阅读中最受欢迎的一个类别。

期刊网络传播排行榜中,故事类刊物在手机上表现出色的原因,与整个国内手机阅读的现状是共同的——手机杂志中故事性内容受到读者欢迎的这一特点,也是整个手机阅读的一个重要用户特征。有调查显示,在图书阅读方面,读者同样更推崇情节较强的故事性作品。在这份调查中,关于“你喜欢阅读什么类型的图书”这一问题,选择“奇幻悬疑”(24.58%)、“青春都市”(17.95%)、“军事战争”(10%)的位居前 3 位,合计占到被调查对象总数的 52.53%,均为故事性较强的内容类别,大大超出“中外经典”、“励志传记”等类别。而在热衷手机阅读的读者中,选择上述 3 类故事性作品的比例更高达 89.51%。反观中国移动阅读基地的分类,通俗内容大行其道,正迎合了手机阅读用户的需求,也是基于手机便携、私密性强的特质。

其次,榜单数据显示,“情感”牌也是期刊手机阅读的主打招数。从手机阅读 TOP10 榜单上我们可以看到,《知音》、《恋爱婚姻家庭》、《做人与处事》都是情感特色鲜明的刊物。并且,刊物本身所拥有的庞大纸质读者群,同样在手机上建立了一条情感纽带,成为手机阅读最受欢迎的刊物之一。

综合上述两个关键词,可以说,如果不按照严格意义上的区分,“故事”和“情感”可以合并为“情感故事”。情感故事类内容受到读者欢迎,这是本次手机阅读排行给我们揭示的一个重要信号。因此,如何传播更具文学价值的作品,使其与传统纸质阅读形成本质上的继承性对接,是摆在手机杂志面前的重要课题。随着智能手机的普及,以及平板电脑价位的适中下调,凭借互动体验、便捷、快速,数字化阅读将会更有市场和生命力,移动阅读这支力量也将进一步重塑数字期刊的市场形态和格局。

根据艾媒咨询(iimedia research)发布的《2011 年

度中国移动互联网电子阅读市场发展状况研究报告》^[5],2011 年中国手机阅读用户性别结构男性手机读者多于女性手机读者,比例分别为 55.1% 和 44.9%,但两者差距正在缩小,随着智能手机的普及和移动互联网的发展,手机阅读正在吸引越来越多的女性用户。从用户年龄结构上来看,年轻用户为主流群体,其中 21 岁~25 岁是中国手机阅读用户的主流群体,比例为 39.6%。15 岁~20 岁的年轻群体占据了 32.8% 的份额。从用户学历水平来看,中等学历占据主流,其中中学(中专)学历水平的网民是主流,占据 35.1% 的市场份额;大专学历的网民次之,占 29.8%;本科学历的网民为 25.6%;小学及硕士以上的分别为 2.8% 和 6.7%。从用户职业分布来看:学生占据绝对优势。可以说,手机阅读网民的主流用户总体消费力不容乐观,大量集中在学生、工人、军人等低收入或者无收入群体,手机网民整体消费能力有限。从龙源根据运营商提供的数据,推出的手机阅读 TOP10 刊物来看,与这些数据非常吻合,无论是从经济支出、情感诉求、阅读欣赏等诸多方面都可以互相印证。

4 趋势四:富媒体电子杂志将成为未来重点

不管是 iPad 上的读图趋势还是手机上的故事化特色,通过数据分析和各种用户调查,我们可以清晰地发现:融合了各种新媒体呈现形式的富媒体电子杂志将成为期刊移动阅读的发展重点。众多杂志在转移到移动平台上之后,传统的图文元素将与流行音乐、影像视频等在移动互联平台加以融合。

碎片化阅读的风行,给传统期刊报纸带来了严峻的挑战。此前曾有专家撰文指出,新媒体的信息海量和碎片化促使传统媒体思考,如何发挥自己的优势,扬自己之长。由于新媒体的新鲜体验对受众会产生冲击力,报刊等传统媒体也将更加注重形态的包装,以良好的体验留住读者。包括期刊在内的各种移动阅读形式,未来都会走向富媒体的发展方向。

2010 年年度美国出版创新大奖得主是由潘德沃克斯(PadWorx)数字媒体公司出品的互动小说《德科拉:斯多可家族正传》。这本图书展示了未来 iPad 出版物的一个雏形:完全触屏的交互体验,300 多页的原小说文字,6000 余幅插图,由众多流行歌星打造的 21 首歌曲,数十小时的音乐和音响特效,以及类似 DVD 互动模式的趣味“彩蛋”(下转第 28 页)

- [5]马恒通.新中国图书馆学研究对象争鸣 50 年(1949-1999)[J].图书馆,2000,(1):18-23.
- [6]俞传正.图书馆核心价值的历史解读[J].图书与情报,2007,(3):10-14.
- [7]黄宗忠.图书馆核心价值(上)[J].图书馆论坛,2007,(6):3-8.
- [8]范并思.图书馆核心价值:理念、历史、现状和愿景[J].图书与情报,2007,(3):1.
- [9]王宏义、蒋永福.作为图书馆核心价值的知识自由研究[J].中国图书馆学报,2008,(5):20-25.
- [10]黄俊贵.图书馆核心价值及其实现[J].中国图书馆学报,2008,(5):14-19.
- [11]百度文库.科学与人文价[EB/OL].[2011-10-16].http://wenku.baidu.com/view/391e47e9551810a6f5248616.html.
- [12]熊伟.根植“知识记忆”:图书馆作为“人类永久记忆客观知识精华的社会机制”自立在世[J].图书馆杂志,2011,(2):6-12.
- [13]张开逊.科学的终极价值是人文价值.[EB/OL].[2011-10-16].http://economy.enorth.com.cn/system/2005/07/01/001058664.shtml.
- [14]杨晓农.近 20 年中国图书馆学基础理论研究的三次嬗变[J].情报资料工作,2007,(5):12-15.
- [15]熊伟.追问图书馆的本质:近 30 年来国内图书馆本质问题研究代表性观点述评 [J]. 图书馆杂志,2008,(7):5-9,80.
- [16]熊伟.论图书馆学范式的形成与转换[J].图书情报工作,2004,48(5):41-44,55.
- [17]王续琨,阎佳梅.图书馆学的学科体系和发展态势[J].图书馆建设 2004,(3):1-4.
- 作者简介:段小虎(1962-),男,西安文理学院图书馆副研究馆员,秦巧春(1964-),女,西安文理学院图书馆馆员。

(上接第 9 页) 等等。可以说,此产品已超越了纸质出版物的概念,而成为一个庞大的、有机整合的媒体库,带给读者愉悦的互动阅读体验。爱尔兰互动青春偶像剧《艾斯灵日记(Aisling's Diary)》也是跨媒体融合(Transmedia)的典型案列,它成功地实现了网络社群、电视剧、小说、互联网和移动媒体的整合,通过持续的、跨平台的读者、制作者与内容的互动,成就了立体、多元、复杂的流行文化产品。正如其制作者所言,他们坚信积极参与的受众群体和诱人的互动体验越来越重要,它使受众深深融入剧情,与角色和情节同苦、同乐、同喜、同悲,移动互联网使这种互动随时随地可以发生,并成为受众生活中不可分割的一部分。

参考文献:

- [1]中国移动互联网用户达 4.37 亿,数字阅读将进一步细

化 [EB/OL].[2012-03-05].http://news.xinhuanet.com/tech/2012-02-09/c-122769353.htm.

- [2]宋向东.终端瓶颈效应缓解美日电子图书风生水起[J].通信世界,2011,(6).
- [3]美国用户阅读移动设备内容时长超过报纸和杂志[EB/OL].[2012-01-20].http://it.sohu.com/20101216/n278335834.shtml.
- [4]任翔.移动互联网时代数字出版的商业模式创新[J].出版广角,2012(02).
- [5]2011 年度中国移动互联网电子阅读市场发展状况研究报告[EB/OL].[2012-01-13].http://www.cnsdc.com/58175.html.

作者简介:李鹏(1982-),《艺术与设计》编辑部主任,《Q 潮乐志》助理出版人、龙源期刊网络传播研究中心专家委员。