

滾滾電子浪潮

出版形式轉 閱讀習慣變



乘搭巴士、港鐵等公共交通工具時，除了看到不少人拿着手機玩剛下載的最新遊戲之外，還能看到有些人用

來瀏覽資訊閱讀電子書、漫畫和雜誌，成了車廂裡常見的景象。科技進步令大眾的生活模式漸趨改變，憑手機或電子儀器隨處瀏覽資訊，掀起電子閱讀熱潮，去年蘋果平板電腦iPad的面世，更是推波助瀾，傳統出版業和印刷業也不得不應對，踏上電子出版的道路，轉變雖然無法避免，不過有關行業的各路尖子都對電子閱讀為印刷及出版帶來的機遇感到樂觀。

■文、攝：盧寶迪

電子閱讀帶來的方便和體驗，令不少人生活模式有所改變，看到要轉型的還有從事出版及印刷的從業員，早前他們都出席由職業訓練局印刷及出版業訓練委員會及印刷科技研究中心合辦的「E書『值』說2.0——印刷出版雙贏的『導』」講座，集思廣益。掀起電子閱讀的熱潮，不能不提手提電話的變革。手機由傳統的接聽電話功能，已變成具多元功能的微型電腦。近年推出電子書的首尚文化，該公司的聯合始創人陳德姿直言智能手機的影響甚大，推動了電子閱讀和電子出版。



■首尚文化聯合始創人陳德姿



■香港應用科技研究學院企業與消費電子群組移動多媒體通訊首席工程師周經偉博士

試用盡各方渠道。

「平板電腦很適合電子閱讀，大部分的螢幕尺寸約7或10吋，跟看書很相似。但別忘記，超過7成的電子設備都是行谷歌的Android系統，大家不要只是關注蘋果iOS系統的開發，而忽略了仍有使用Android的用戶，在發展時也需要顧及市場。」出版商瞄準蘋果用戶無可厚非，畢竟它們設有一定的準則，應用程式多元化，數量亦已超過30萬個，所以縱使iPhone、iPad以至iPod Touch的價錢都比其他品牌貴，但仍然不乏用家購買和支持。不過，陳德姿認為手機使

用谷歌Android系統的市場不容忽視。「仍有不少生產商參與開發系統，使用者的增長依然迅速。」

手機無疑為出版商帶來了機遇，陳德姿認為現時電子出版還要面對不少挑戰，除了在不同作業系統的平台上推出電子書之外，其他方面的細節也得留意。「製作電子書時要考慮不同儀器的螢幕尺寸，如手機、平板電腦的尺寸均不同。版權問題又如何處理和控制？要考慮完全杜絕翻版？還有，跟實體書不同，電子書的宣傳還沒有清晰的策略。」電子出版面對現時渠道多元的處境，製作適合不同儀器閱讀的版本需要更多時間，這些不曾在傳統出版發生的問題都需要一一考慮。

電子格式的改良

隨着科技進步，電子書的格式亦不斷進化，參與電子書格式研究的香港應用科技研究學院企業與消費電子群組移動多媒體通訊首席工程師周經偉博士對此深感認同，將來的出版不再局限於以紙張作為載體。說到電子出版，他說不是把內容轉換成PDF檔案格式上載到互聯網就是電子出版，更多的是涉及多媒體和互動功能。周經偉說書的演變源於科技進步，由傳統的紙和墨來表達文字、圖像和照片，已進化至利用電子設備來顯示，如各款電子書閱讀器，「更新的是利用多媒體和互動功能，並使用雲端服務，毋須事先下載大量內容，可以很方便利用平板電腦或智能手機來閱讀。」

電子出版的格式也追求貼近用戶閱讀

體驗，閱讀時既可配合螢幕大小來作最佳顯示，也可把局部內容放大縮小，周經偉說現時的主流格式主要是Adobe PDF和ePUB v2，前者屬固定排版，不能自動重排以適應不同尺寸的螢幕，後者則能適應不同大小的顯示器，然而兩者對多媒體和互動功能的支援極之有限。而最新的ePUB v3則能解決上述的缺點，並提供更多功能。「如多媒體方面，支援語音和音樂內容，亦擁有互動功能，頁面上以SVG (Scalable Vector Graphic) 編碼，可以保留原本出版版面的設計風格，原汁原味，十分適合教科書、漫畫及雜誌的出版。」雖然有較多功能，而應科院亦為ePUB v3增值，補充原先缺少了的註解功能，但仍缺跨文檔引用及字典功能，在以此作為電子學習工具上，尚有進步的空間。

電子出版的出現，周經偉表示既帶來機遇，也帶來挑戰。「包括在工作流程上的改變，需要兼顧多媒體和互動素材，以及版式印刷和電子出版共存；而且也得考慮不同類型的閱讀場景與系統，如在家中或戶外，會使用哪些電子設備——手提電腦或手機來閱讀？出版商的定位上也有挑戰，由以往提供內容，慢慢轉變或提供應用程式，甚至再發展下去成為提供服務的供應商。」

雖然版權問題仍未能完全得到解決，但仍無阻電子出版的發展。當中受惠的不只是使用電子設備來瀏覽資訊和觀賞電子書的閱讀人口，而且在教學上也為電子學習帶來契機。在電子科技熱潮的推動下，蘊藏的高機和效益仍待有心人去發掘出來。

傳統雜誌涉足電子出版

愈來愈多人都拿着手機和平板電腦瀏覽最新資訊，部分傳統媒體也不甘人後，推出電子雜誌，當中有新傳媒集團，旗下的《新假期》電子雜誌亦已面世。新傳媒集團項目經理鄒文盛說當集團決定製作電子雜誌，也是源於iPad的出現。初作嘗試難免會遇到困難和阻滯，第一期電子版早前便曾因部分內容未能滿足蘋果公司審核的準則，原定在農曆新年前出電子雜誌也被迫押後，他坦言做電子雜誌要充分預留時間，選得熟讀審核內容的準則，否則隨時因一兩隻字而耽誤時間。「工具易學，做出好的內容和具創意是個挑戰，時間更是一大挑戰。」

兼顧傳統及電子出版的難處

電子雜誌製作流程，跟傳統製作雜誌的流程有所不同，鄒文盛說因應現時製作流程，利用排版軟件Adobe InDesign來製作電子雜誌。而在同時兼顧版式印刷和電子版本下，每個流程都需要投入更多的功夫。「記者除了採訪和拍照之外，還得拍攝短片。即使介紹一對新球鞋，為顧及讀者可於電子雜誌裡在不同角度欣賞，便會拍出36張相，方便讀者日後可以360度觀賞。編輯收到記者提供的資料，便要考慮如何把版面做得美觀，如開首部分可能以短片來代替傳統擺放大相的方法，版面直倒、橫倒以至圖片的排列都要兼顧。」

他補充，即使美術及製作部在相片色彩管理上都要花不少時間，整個過程比以往需要更多人手和時間。「要讓讀者在過程中明白更多，顧及他們的閱讀經驗。電子雜誌跟電子書不同，要有更多互動元素、圖文可放大縮小，擺放更多短片，無論是資訊及設計都更為講究。」

鄒文盛分享電子雜誌的經驗，反映了傳統出版在兼顧原有的出版及電子出版，所需的資源和時間都大為增加，事前需要周詳的考慮，畢竟製作過程絕非「搬字過紙」那樣簡單。

■新傳媒集團項目經理鄒文盛



創意設計融合生產模式 商機無限大

近年特區政府提倡創意產業，如何把「創意」與「產業」連在一起無疑是一大關鍵，香港並非沒有設計師和藝術家筆下的卡通角色及新穎設計，而銳意嘗試的商人也大有人在。只是有創意的設計師未必找到合適的生產商，廠商也未必找到適合自己產品的设计，幸好城中不乏有心人支持本地創意設計走向產業化的道路，說的是由創意香港資助、香港生產力促進局和創意創業會主辦的「跨產業『創』+『造』配對會」，讓雙方有更深入認識，締造雙贏局面。

這次配對會雲集60位本地卡通人物及平面創作精英，讓有興趣於商品設計及建立品牌時使用卡通設計和平面創作的企業可到現場參觀兼作商討配對，期間亦設多個研討會，除了分享配對成功的經驗之外，還有相關專家和律師在場講解知識產權、版權、商標的保護與指引。當中引發創意設計與生產業界的交流，創

造更大的效益。

創意設計融合產業概念

本地創作人Prudence Mak與梳化品牌茲曼尼(Giormani)的合作，就是其中一個因合作帶來雙贏局面的明證。茲曼尼創辦人兼執行董事唐慕貞表示當初在團隊以外找創作人合作，就是希望能突破傳統框框，在09年與Prudence合作，把Chocolate Rain與梳化產品結合家的概念，製作的傢俱都是用餘料棄物來造，包含環保減廢的元素，深受客人的歡喜。「覺得出來的結果很好，既有環保元素，也能帶出玩味。」Prudence亦滿意合作成果，她坦言跟廠商合作也有3個基本原則：「一是要環保，二是品牌定位相近，三是要玩得起。說實話，若然只想play safe，又何需找

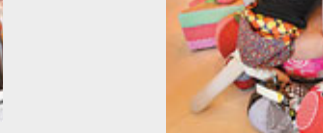


▼Toy2R創辦人兼創意創業會長蔡漢成(左)與FX Creations創辦人吳柏濤。



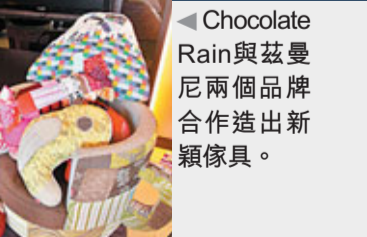
▶Chocolate Rain創辦人Prudence Mak(左)與茲曼尼創辦人兼執行董事唐慕貞。

新設計比原有產品更添玩味。



呢？」一件件手工藝味濃的傢俱，正好反映雙方的合作成果。

成功把創意設計融入商品，還有Toy2R和FX Creations的合作，後者的創辦人吳柏濤坦言雙方合作能發揮協同效應，選Toy2R的原因在於它已具國際性及設計特色。「找來合作的人物角色本身有其價值，放在合適的產品



Chocolate Rain與茲曼尼兩個品牌合作造出新穎傢俱。



上，能提高價值，有助進入商場作銷售。」他強調當中需作審慎思考，角色人物與產品是否相配合，以及產品的定位與針對的市場等，都要有周詳的考慮。

本地創意產業的潛力有多大，當中還要視乎每一個創作人與商人之間的合作，相互緊密合作，相信兩者所發揮的影響力，能衝出香港，邁向亞洲以至全世界。

文、攝：盧寶迪

跨產業「創」+「造」配對會

日期：3月10至12日 (上午9時30分至下午5時)
地點：九龍塘達之路72號創新中心地下展覽場
網址：emarketing.hkpc.org/csiedm