

電子書的過去、現在、未來

美國出版商[Simon and Schuster](#)在2000年初與多家網路書店合作，以僅有電子書的形式出版了暢銷驚悚作家史蒂芬·金（[Stephen King](#)）的新書——「子彈列車」（[Riding the Bullet](#)），供有興趣的讀者下載。

這項活動一公開，立即得到了廣大讀者的瘋狂迴響，造成許多網路書店的下載伺服器因為負擔過重而當機，因而必須暫時停止提供下載服務。

上述的原始連結已無法下載「[Riding the Bullet](#)」；經過一番搜尋，在[Planet PDF](#)網站上發現了還下載得到的連結，不過是僅有前7頁的試閱版。在[eBookMall](#)網站之類的網站還可以下載得到全書，但必須付費購買。（與主文字體相同、但顏色不同的部份為2009年增修內容，以下類推）

最近Amazon.com隨著Kindle電子書推出，將一些過去的電子書改為適用於Kindle版的格式重新銷售，也包括「[Riding the Bullet](#)」在內，售價則降為2美元。

何謂電子書？

所謂電子書，就是把書的內容做成電子檔案格式，在個人電腦、手機、個人電子助理（PDA）、或是專用的電子書硬體之類的電子設備上閱讀。為了讓大家容易接受，大多數的早期電子書都儘可能做得看起來像是傳統的紙本書籍；設計比較進步的電子書，甚至還可以圖文並茂，或是讓讀者在頁面上加書籤或做筆記。

為什麼電子書（英文有人叫做「digital book」、「electronic book」、或者就簡稱「e-book」）忽然又開始熱起來？電子書不是已經被討論了很多年了嗎？也許是因為這本書可以免費下載得到吧？因為作者是暢銷作家史蒂芬·金？還是還是因為電子書的時代真的已經來臨了？

銷售成功？

都有可能。前面說過，這個「活動」立即得到了很大的成功，但並沒有說它在「銷售」上很成功，至少現在還不算是。因為雖然下載這本書理論上要付美金2.50元，但是許多網路書店根本就是「大請客」提供免費下載。

換個角度來看，如果下載一次要花美金10元，結果又會如何？如果當您在下載的時候，還得跟在網路上買其他東西一樣，花好幾分鐘走過整個輸入個人和信用卡資料的過程（尤其是像這麼受歡迎的商品，可能會讓您在結帳網頁上等好幾分鐘）；如果這本書的作者不是史蒂芬·金這麼了不起的作家，結果又會是如何？

很難說。不過有一點是可以確定的：這次的活動只是將來一連串電子書行銷活動的開始，而且這些活動將會為電子書的未來發展，開啟一條新的道路。

對於這類電子媒介來說，適當的價位和流暢而可靠的小額付款機制是銷售成功不可或缺的要素；在2000年時，這兩者都還處於摸索階段。以市場實驗的角度來說，以免費方式發行是聰明的作法；並不是因為「大家不拿白不拿」，而是減少難以控制的變數，讓通路效果好壞能夠明白展現。

簡速小額付款機制的重要性，在約略同時期由Amazon.com網路書店開發的「1-click」快速結帳技術上獲得了證明。Amazon不僅靠1-click擊敗對手、奠定了網路書店霸主的地位，後來蘋果電腦經過授權，在iTunes線上音樂商店使用這項技術、再加上0.99美元這個「魔術價位」，至今更讓iTunes成為線上銷售音樂、影片、iPhone軟體等小額數位商品的典範。

有人主張，iTunes模式將會是未來最有可能成功的電子書銷售通路，目前看起來確實如此。

電子書緣起

從早期個人電腦剛出現的時代開始，就有人嘗試製作電子書。事實上，即使以今天的標準來看，有些廣受歡迎的遊戲如 [Broderbund](#) 公司的「[Just Grandma and Me](#)」也可以稱為「互動式電子圖畫書」；不過電子書的範圍就跟傳統書籍一樣，遠大於兒童圖畫書。有人說未來電子書會取代傳統書籍；也有人說它不會取代書本，但是只能在需要攜帶大量資料的時候，當作「資料庫」來用，並不適合一般的閱讀用途。

直到最近這一波電子書熱潮之前，資訊界對於電子書的研究，大多都集中在開發閱讀電子書專用的硬體方面。如同我們在筆記型電腦的發展中所學到的經驗，電子媒體的特性是儲存容量大、反應快速、並且具有高效率的索引和搜尋能力，可以節省許多花在尋找資訊方面的時間。將來在大區域無線通訊技術和環境成熟之後，更可以將內容延伸到網路上，不必侷限於手上這本「書」的內容。

我在2000年所預測的「大區域通訊技術」，應該可以說就是日後的都市WiFi服務、以及後來的3G或WiMAX網路；目前來看，都市WiFi服務雖然已經在幾個大城市建構完成，但並不算成功（請參閱我的「網路新都」系列評論）。

3G/3.5G網路已經實用化、覆蓋面積最大，速度也在可以接受的範圍；如果不考慮費用因素，在多數先進國家都有良好的普及度。至於WiMAX目前還在起步階段；由於進度落後、技術障礙較多、又面臨已經成熟的3G網路競爭，所以我個人其實不是非常看好。

另一方面，實體書籍適合各種閱讀環境、不受時空限制、便利、價格低廉、以及其他情緒上的優點，像是觸感、氣味、夾在書中的樹葉、甚至整排放在書架上看起來的滿足感，都是傳統書籍擁護者批評電子書無法做到、在技術上也不夠成熟的地方。

的確，現在電子書也許已經成熟到可以「閱讀」，但是還不到可以「感覺」的程度。電子書沒有可以撫觸的實感、沒有可以用指尖翻閱的頁面、沒有因為年代而散發出來的氣味、也沒有會弄髒手指的油墨。對於大多數還不習慣電子書的人來說，閱讀像是一種精神上的享受比較多，基於實際的需要而查閱資料庫則似乎比較少。

電子書還做不到這一些，但是難道就沒有機會了嗎？當然不是。現在的電子書確實沒有辦法滿足我們的情緒需要，但是也有紙本書所沒有的優點。所以兩者之間要能和平共存，就必須能互相截長補短，不必試圖取代對方。就像即溶咖啡和磨豆咖啡各有各的優點，分別滿足不同的情緒和實際需要，而且在看得見得將來之中，似乎也不會互相取代。

電子書能做什麼？

1994年前後，我曾經參與一個早期的電子書研發計畫。這個計畫的內容是將波音747客機的維修手冊（排在書架上可能有幾公尺寬）塞進「Newton」——由蘋果電腦所研發的世界第一部PDA之中。

後來這個計畫並沒有成功。因為：第一，要把那麼多的手冊內容變成電子檔案，無論是用掃描、或是當時還不成熟的文字辨識技術都很困難；第二，即使有能力把內容轉成電子檔，也沒有適當的格式可以容納；第三，當時PDA本身的電池壽命太短、記憶體太小、價格太高；更重要的是，潛在用戶對於電子書的全新形式沒有信心。

事實上，這些都是電子書由來已久的老問題，所以那個時代一提起電子書，就是昂貴、不實用、無趣的代名詞，最適合用來做電子書的，大概只有大英百科全書（[Britannica Encyclopedia](#)）這類的大部頭參考工具書。

為什麼大英百科全書（或是747的維修手冊）適合做成電子書？很簡單，因為它們都是長篇累牘、數十巨冊的東西，需要大量的索引和搜尋功能才會有用，而且大概沒有人會從第一頁讀到最後一頁，也沒有人會抱著它們在計程車或浴室裡欣賞。

世界上只有一套大英百科全書、747維修手冊的讀者群也不是很廣，所以電子書的市場看起來就不是很大。所以，電子書接下來就沈寂了一段很長的時間。

截至目前為止，大英百科全書的最新紙本是經過2008年6月增修的2007年版，不算太舊，但價格仍維持過去的水準，高達1500美元左右；閱讀線上版本的年費約70美元，光碟版的價格甚至在30美元以下。如果只以價位的親和力而論，勝負一看就十分明白。

現在讀讀看

然而，後來卻出現了讓網路大塞車的「子彈列車」。為什麼呢？難道現在已經有會散發書味的電子書閱讀機了嗎？好像還沒有，那又是怎麼回事？

最近幾年以來，有兩項看起來似乎不太相干的發展，事實上卻刺激了電子書技術的成熟。其一是全球資訊網（WWW）、其二則是筆記型電腦。

近幾年來由於技術的進步，使得筆記型電腦因為體積更小、速度更快、價格更便宜而廣受歡迎，在咖啡館寫文章、做財務規劃、或是上網看新聞都已經不是什麼了不起的事情。而隨著筆記型市場的起飛，使用者也要求電腦有更小的體積、更清晰的螢幕、更長的電池壽命、以及新的檔案交換格式，讓使用者可以更容易的在不同的平台之間閱讀或交換資訊。

現在，我們不僅可以買到重量只有一公斤多的筆記型電腦，還可以託它的福，買到像是Palm個人電子助理或是Windows CE（後來的Windows Mobile）掌上型電腦的小東西；而對於跨平台資訊的需求，則帶給我們像是HTML網頁語言或是[PDF可攜式電子文件](#)等標準交換格式。

當然，未來的電子書不見得會以這些產品為基礎，但是它們的出現，至少幫助了電子書的技術邁向成熟之路。

自從網站開始大流行之後，大家比以往更習慣在電腦螢幕上閱讀文件、長篇文章、笑話、產品目錄之類的東西，這些文件以往也許並不見得適合做成電子書，電腦螢幕也帶不進洗手間。但是網站和筆記型電腦技術的發展，卻無意中為電子書「訓練」了一批能接受這些閱讀特性（或是限制）的讀者。

所以，也許電子書和紙本書已經在彼此學習，以消除一些技術和接受度上的障礙，但是我們卻已經不自覺的在說服自己接受電子書。隨著技術的進步，以後的電子書閱讀工具將會更便宜、功能更廣泛、而且在許多地方都越來越像紙本書。

電子書哪裡來？

也許前面的文章並沒有回答一些問題，像是「現在的電子書適合用來讀武俠小說了嗎？」、「電子書上可以做眉批嗎？」、「電子書讀到一半沒電了怎麼辦？」

從技術的角度來看，這些關於記憶體、螢幕、電池壽命的問題只有工程師可以回答，但是如果您有在留意筆記型電腦的發展，或是最近推出的電子書產品，大概就可以知道現在可以做到什麼程度。

其實，技術問題是可以隨著時間而解決的，而其他的障礙則需要更大的創新來克服。舉例來說，Internet和網站的發展不僅改變了我們的閱讀習慣，也為我們帶來了電子商務、檔案下載、以及更多取得新知和新產品的管道。

電子書如果要在商業市場上成功，由這些管道所帶來的流通絕對是不可或缺的。試想一下，如果要看電子書，還得郵購幾片磁碟片回來，然後花幾天等送貨、再花時間安裝起來才能看，還是花一兩個小時坐車到書店去逛逛算了。

由於在這次「子彈列車」下載活動中，大多數的網路書店都不收定價的2.50美元，所以要說這樣賣書可以賺大錢似乎還言之過早。但是讀者的熱烈反應似乎已經告訴我們，電子書的流通管理確實是已經接近成熟了。

新的商業模式

所以，現在電子書的閱讀設備（無論是電腦、PDA、或是閱讀機）算是有點眉目了，流通和銷售管道已經準備就緒，大出版商和暢銷作家也已經跳進來做嘗試，那麼我們還需要什麼？

我們現在需要的，是一個能夠革新出版產業、突破舊有限制的全新商業模式。我在過去的文章中提過網路書店Amazon.com之所以有一段時間不賺錢，有一部分是因為當時網路技術無法大幅減少銷售實體產品所需的成本。如果以下載銷售電子書的方式可行，網路書店就不需要像Amazon一樣，還得到處設立發貨倉庫，不需要被物流商中間賺去一筆費用，也不需要花包裝紙箱和郵資的錢。

在現有的出版產業中，是不是任何人都可以出版自己的作品呢？現在的書店可以陳列僅有10頁的出版品，並且分配給它適當的行銷資源，讓它可以用合理的價格售出，並且還讓作者和書店維持合理的利潤嗎？

理論上可以，但是很遺憾，這些在真實的世界中是做不到的。然而，我們從網站大流行的經驗中已經學到，只要有適當的媒介和技術，無論想要發表的東西是大眾還是小眾，任何人都可以從傳統媒體的限制中解放出來，表達自己的知識和意見。既然我們已經有這樣的媒介，再創造出新的商業模式來獲得合理報酬又有何不可？

在這裡，就是商業模式發揮的空間了。過去有許多人絞盡腦汁，希望改進電子書的技術，但是卻少有人著眼在新的出版產業形式上。我在查閱關於「子彈列車」的資料時，發現了一家有趣的網路書店，也許就符合了未來電子書的商業模式，所以在這裡就花點篇幅介紹一下。

神奇的文字

這家網路書店叫做「神奇文字」 ([Mighty Words](#))。第一眼看來，它像是一家很小的Amazon.com，但是花一點時間到處逛逛之後，發現它做了一些有趣而大膽的嘗試，吸引了我的注意。

這家書店只賣電子書（它的母公司FatBrain.com則是一家賣印刷版科技書籍的網路書店）。您也許已經猜到，電子書的價格通常比紙本書要便宜一些，有很多定價都在美金5元以下；不過也有些比較高價位的電子書，跟紙本書之間的價差真的只有紙張和印刷的成本而已。

Mighty Words網站目前已經無法連結，母公司FatBrain.com也已經被美國連鎖實體書店邦諾 (Barnes & Noble) 於2000年10月併購。

我曾經到過FatBrain位於美國加州矽谷的實體書店，是個很有趣的地方；雖然裝潢調性偏冷，但用今天的辭彙來形容的話，就是個宅男天堂。被邦諾併購之後，這個特色並沒有保留下來，十分可惜。

讓讀者用比較低的價格購買下載電子書，並不是什麼新鮮的點子。Mighty Word書店最有趣的地方，在於它對於解構「書」這個東西和出版產業規則的嘗試。

Mighty Word書店鼓勵讀者把自己寫的東西拿出來交易，不管是家裡的祖傳食譜、以前做過的研究報告、寫著玩的短篇故事之類以前沒有想過可以賣的文章，只要您覺得有人會買，都可以拿出來賣。

他們把這類內容「比文章長、比書還短」的作品叫做

「eMatter」，硬要翻譯成中文的話，就是「電子出版品」。這種形態的文章比一般的書容易閱讀、容易寫、更容易透過網路下載、也更容易放在機器上攜帶、價格也更便宜；事實上，只有66頁的「子彈列車」就是這類新形態出版品的典型。

不知道各位讀者覺得eMatter是不是個好點子，但我倒是有些心癢難熬，想要趕快把一些本來已經束之高閣的作品拿到Mighty Words上去賣。

對某些曾經抗拒電子書的讀者來說，也許eMatter會是一個很好的敲門磚，感覺上也不那麼可怕（想像過在電腦上讀完「史記」嗎？）。也許我們過去曾經疑慮過大家會不會讀電子書，不過以10頁的文章、66頁的小說、或是兩頁的食譜來說，我們大概不太需要擔心這個問題。

用電子商務的觀點來看，利用電子書的形式來交換（或者說交易）文字資訊，可以為本來已經有點走到死巷子的「C2C」（customer-to-customer；顧客對顧客）交易形式創造出新的機會。至少在網路上買電子書，要比在eBay拍賣網站競標名人穿過的內褲要有建設性得多。

當年eMatter沒有成功，但並不代表它的觀念不好，反而證明了它的前瞻性；就如同部落格流行了一段時間之後，衍生出了不需要取標題、僅限於140個字的「微網誌」，例如 [Twitter](#)。Twitter對於字數和格式彈性的限制，反而激發了許多創造力、為不擅長篇大論的寫作者提供了更多發表的機會；作者之間的頻繁互動，更為Twitter創造了許多意想不到的用途。

只要前述的小額付費機制、以及交易空間（Marketplace）的應用門檻能夠降低，類似eMatter的「微型電子書」應該還是有再度流行的機會。

電子書的要素

所以，eMatter概念的出現似乎彌補了電子出版品原來所缺少的要素，而這些要素在前面也多少都有提到。筆者認為，電子書要成功至少需要這些條件：

1. 電子書檔案格式：就像電視節目一樣，無論您買的是那一家出品的電視機，無論您看的是哪一個頻道，只要能夠接收標準格式的訊號，就可以看到節目內容。同樣的，如果電子書有統一的資料格式，就可以更快的讓讀者更容易接受。
2. 閱讀設備：所謂閱讀設備可以是電腦、PDA、或是最近有廠商推出，體積重量都跟實體書籍已經相差不多的閱讀機（如已經上市的[Rocket e-book](#)；倉頡輸入法的發明人朱邦復先生，也在日前發表了一款稱為「[文昌電子書](#)」的原型機）。只要能顯示標準格式的檔案，這些設備倒是可以不必標準化。

Rocket e-book網站目前已經無法連結，但其電子書相關資訊還可以在Planet eBook網站找到；朱邦復先生網站亦已無電子書相關訊息。關於同時期的其他電子書，請參閱「[閱讀新科技—『e書』](#)」一文。

3. 解構書籍：如果您喜歡一口氣蹲著讀完「戰爭與和平」，或是對於液晶螢幕過敏，也許電子書的確不太適合您。
4. 新的市場：如同我們在Internet上所看到的例子，新的媒體形式會刺激媒體商機的出現。也許您把自己的作品放上去賣不見得能賺很多錢（雖然Mighty Words提供了高達50%的版稅），不過電子書交易的市場很有可能被這個新的做法刺激成長，讓我們有更多的東西可以讀。

結語

誠然「子彈列車」和「eMatter」都不見得能馬上讓電子書產業開始大賺其錢，但是在電子書邁向實用和可行的過程中，這兩者無疑都可以說是相當成功的實驗。

您也許已經有電腦，或者手邊已經有PDA甚至閱讀機，那麼您就已經是電子書的潛在讀者了，歡迎您來到電子書的世界。無論您選擇現在就加入，還是等一陣子再說都沒有關係；不過，我們將來的閱讀形式已經永遠改變，而且不見得會是您所熟悉的樣貌。無論您現在是否能夠接受，電子書都將會是您未來要深入研讀的新媒介。

（原載於2000年3月26日自由時報，本文原始內容有[英文版](#)。相關討論請至[原始網頁](#)。）