

数字出版与

长尾理论

陈颖青◎著



印厂：没什么书要印了，空出来的厂房收房租比较赚。

发行：书店一家家收摊，业绩达不到，我去摆地摊好了。

仓库：起印量这么多干吗？退回来还不是都拉去报废？

编辑：没有人要看书了，我去卖保险好了。

电子大厂：我们要做电子书阅读器，产能之亿，赶快来买股票吧！

读者：可以买的电子书那么少，我才不要买阅读器！



华夏出版社

HUAXIA PUBLISHING HOUSE

013065446

G255.75
04

数字出版与 长尾理论

陈颖青◎著



北航

C1672505

G255.75
04



华夏出版社

HUAXIA PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

数字出版与长尾理论/陈颖青著. —北京: 华夏出版社, 2013.10
ISBN 978-7-5080-7455-9

I. ①数… II. ①陈… III. ①电子出版物—介绍—中国
IV. ①G255.75

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 012783 号

本书由台北城邦文化事业股份有限公司猫头鹰出版事业部授权, 华夏出版社取得中文简体版出版发行权。未经出版者书面允许, 不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

版权所有 翻印必究

北京市版权局著作权合同登记号: 图字 01-2011-0320

数字出版与长尾理论

作 者 陈颖青

责任编辑 李欣利

出版发行 华夏出版社

经 销 新华书店

印 刷 三河市李旗庄少明印装厂

装 订 三河市李旗庄少明印装厂

版 次 2013 年 10 月北京第 1 版
2013 年 10 月北京第 1 次印刷

开 本 880×1230 1/32 开

印 张 5.25

字 数 70 千字

插 页 1

定 价 25.00 元

华夏出版社 地址: 北京市东直门外香河园北里 4 号 邮编: 100028

电话: (010) 64663331 (转)

网址: www.hxph.com.cn

若发现本版图书有印装质量问题, 请与我社营销中心联系调换。

“数字新世界”系列出版的话

数字科技像空气一样，一转瞬就充满了我们生活的每个角落。工作、学习、娱乐、理财、居家、出游、沟通、传情、兼差、谋生、犯罪等，没有一种媒体的发明像数字科技这样无缝深入。

美国史学大师巴赞在他的经典名著《从黎明到衰落》中说，这个时代有一个新阶级叫做“数字人(Cybernist)”，他们的角色跟中世纪的教会神职人员一样，各机构制度的主管及领袖皆从这个阶级产生。巴森在一九九九年写出这段话的时候，Google尚未诞生，然而十年过后，现在全世界市值上升最快的公司，让最多年轻人快速致富的行业，全都来自这里。

数字世界本来是人类的新边疆，但很快的它已经变成我们的现实。英特尔的葛洛夫说“所有公司都会变成网络公司”，我们

不只架博客，上噗浪，开脸书，我们也要开始烦恼新开拍的电影如何找到观众，老家日渐萧条的手制品如何找到新爱好者，旧媒体如何找寻新读者，救灾体系如何不要被乡民在一天之内架设的网站所淘汰。

旧时代的服务、沟通、组织必须现在就跨入新世界，而我们只有极少数人熟悉数字世界的游戏规则。如果有所谓数字落差，那不只存在于城乡之间，更重要的是存在于旧部门、旧市场、旧主管、旧官僚对新世界的陌生。

你不需要开始学程序设计，但你应该开始熟悉数字世界运作的原理，以及如何进入的方法。这是“数字新世界”系列为什么会诞生的原因。

增订版自序

这两年的出版业真是让从业人员胆颤心惊。一下子亚马逊的点火电子书阅读器(Kindle)暴红了，一下子全世界都在做电子书了，一下子刚刚还在嘲笑亚马逊的苹果公司，转眼就推出iPad加上全套网上书城、付费下载的商业模式了（这模式不跟亚马逊一模一样的吗？）。

图书出版这一行好不容易度过了五百年慢慢演进的悠闲岁月，转眼就被数字浪潮冲进了一个超高速运转的世界。数字厂商不断推出新名词、新技术、新平台、新机器，我们真的要从安步当车的时代，转向新科技役使的陌生地吗？编辑要开始像“挨踢”（IT）业者一样天天面对新事物吗？

本书想提出的解答，既是“是”，也是“不是”。

“是”的是，数字冲击是必然要面对的现实，那不只是未来

会怎样，而是现在已经发生，你打算怎么办（见本书第一章）；

“不是”的则是，我总是在各种纷乱的冲击中，找到对出版、编辑工作更本质的理解，外在冲击正好是刺激我们探问，哪些才可以安身立命的价值（见本书第三章）。

安身立命？听起来好像励志书？不，这当然不是励志书，我只是希望在纷纷出厂的新事物里，让我们这些习惯了五百年纸质书老科技的编辑，能够顺利适应新科技的挑战。新科技并不会取消出版活动，但新科技确实动摇了五百年来日趋稳固（或者说僵化）的产业结构（见本书第二章）。

眼前的坏消息是，出版产业正在经历一场前所未有的利益重分配。产业链上传统的参与者，有的大幅扩张分配的权利（如作者）；有的完全被排除参与分配的资格（如中盘）；出版社和编辑到底会在哪一边呢？相对的，好消息则是，经过数字因素的冲击，我们才有办法重新理解我们做的事情，到底哪些是永恒不变的，哪些是随波逐流的（见本书第三章）。

执著在纸张上是过去我们生存的关键，如果纸张不再是书的重要特征，我们的旧知识和旧能力就到了必须重新盘点的时候了（见本书第三章）。

许多人觉得数字技术距离自己太遥远。距离当然是有点远，但这个距离和我们自以为很熟悉的印刷科技之间，恐怕也没有想象的远。印刷虽然古老，但我们并不真的知道如何印刷。把你派遣到印刷厂去，多半时候我们也只能干瞪眼不知道能做什么。全台湾也没有那一家出版社会在自家社内养着一个印刷工厂。

我们自以为可以掌握印刷科技，是因为我们知道印刷可以做什么事，可以找谁做——在我们的预算、品质和时间要求之下。数字科技同样也可以作如是观。你并不真的需要开始去学习写程序，架主机，你只需要懂得驾驭，知道数字科技可以做什么事，可以找谁做——在我们的预算、品质和时间要求之下。这没有想象中难。只是还有太多新的技术供应商尚未成熟，新的商业模式尚待实验罢了。

如何从纸张过渡到数字，只是光焦虑不能解决问题。我们真正应该焦虑的事情，可能反而跟最热闹的新闻事件没什么关系。电子书很热门，那又如何？如果我们手上根本也没有多少可以授权的书单，那么我们该烦恼的事情就不是电子书，而是我们如何持有内容（见本书第四章）。我们的工作到底是协助作者出书呢？还是寻找跟社会对话的议题？或者是把书铺货到书店呢？千言万语，最后我们会发现，真正要面对的问题，就是如何重新定义我们所从事的行业（见本书第四章）。

本书在今年2010年初曾经以电子书版本首发。同样的内容我们做了三种档案格式、四种规格，上架到六个电子书交易平台上。三个月下来，付费下载的总数不超过五十份，连我们配合发行而举办的收费讲座，上课学员都比这个数字更多（讲座收费还比电子书定价高四倍）。

这个测试告诉我们，电子书在台湾显然是个尚未成熟的市场，业界对这个事情非常关切，但是能够上网、注册、购买、完

成电子书交易的读者，显然还相对不足。这是我们为什么要推出纸版《数字出版与长尾理论》的缘故。我希望这本书不只有分析问题的价值，也有实用的功能，能够让我们找到新时代可以继续生存、工作的方法。

自序

如果电子书不来迁就我……

按：本文是电子版的自序，存真起见，纸版仍然保留。

写了几篇讨论电子书和数字世界对产业的冲击以后，有一天，公司同事忽然神秘兮兮地说，她打算收集我的文章出一本《数字出版与长尾理论》的书。一时间我脑袋转不过来，出一本书？虽然我对这个题目自认还算有点见解，但相关主题加一加总共也不过写了两、三万字吧，这样出书不会太少了么？字数多少不是重点，重点是很多同行编辑对这件事很焦虑，你的见解应该要让更多人知道，出书是个推广的方法。同事说：“好吧，既然要出书，而且是出一本谈数字的书，我们干脆就直接推出电子书吧。一本彻头彻尾以电子版发行上市，完全不从纸版转档的，一本原生的电子书。”

这就是你现在看到的这本《数字出版与长尾理论》为什么会
出现并且长成这个模样的原因。

电子书有很多好处，其中之一是你不需要为了凑页数，把
一万字可以说完的话，勉强加油添醋，多挤出五万字来。如果一
个题目三万个字可以表达，我们就用三万字处理；给它一个好架
构，让它的逻辑层次清楚明白，让读者可以顺利阅读、理解你想
说的话。

直接推出电子版的决定，让我松了一口气，不用烦恼字数会
不会太少，也让我们有机会实验“推出一本电子书”，跟推出一
本纸本书，到底有何不同。

过去在纸质书时代，我们评价一本书有时很容易会被外观误
导。封面、装帧、厚薄等等，纸质书的“物质性”常常让我们误
以为，看起来像书的东西，里面的内容应该就会像正常书一样具
有价值，值得阅读。任何作者只要出版一本有模有样的书，我们
常常就会上当，以为这个人必然有料。

到了电子书时代，这件事情有了有趣的转变。出版电子书的成本确实比纸质书便宜太多，这会让更多真真假假、好好坏坏的内容，更容易出版成（电子）书。

但从另一方面而言，电子书时代的读者因为不再有外观特征可供依赖，所以我们得学习如何更准确地评价内容。这算是个好消息。电子书必须在品质上足以称为一本书，不然读者会比对待纸质书更小心，更不敢轻易阅读一本电子书（即使是免费的）。

纸质书由于篇幅的限制，不能太厚也不能太薄，厚的书太贵，薄的书难以上架，这些问题都是“纸张是实体物质”所致。甚至在联合国的行政定义里，只有五十页以上的才能叫做书，四十九页以下则只能称为小册。电子书时代这种定义就会显得荒唐，此时电子书会更讲究“作为一本书”的价值问题，而不是问一本书页数有没有符合条件。

没有物质问题的电子书，可以无所顾虑地超越纸质书的物质限制，不需要为了符合纸质书发行的物质条件而大量灌水，或不

敢出书。

所以你现在看到的这一本《数字出版与长尾理论》，虽然是博客文章结集而来，但我确实颇花了一些力气思考，如何让零散的篇章，能够聚集在一个有力量的诠释架构底下，清楚地表达我想解释的问题。

我相信现在呈现在这里的是一个简单、明白、清楚的诠释架构。

收在这里的文字，有些也曾经收在我的上一本书《老猫学出版》里面，若依照纸质书惯例，不宜再收在其他书里（因为会有灌水嫌疑），但在这个电子书版《数字出版与长尾理论》里，为了整体架构所需，还是重复收了几篇。目的是让本书叙述更完整，而不是希望页数可以增加。

事实上我在实际编辑电子书的经验上显示，“页数”对电子书而言，几乎已经没有太多意义了。一方面页数多寡不会对一个电子档案有任何视觉差别；另一方面电子书因为要适应不同屏幕

大小的缘故，同一份档案在不同电脑不同屏幕大小下阅读，常常就会得到不同的页数。

所以在电子书时代，我们引证说某一段文字出自“某某书第几页”，那可能是个误导的指引，因为其他人可能会在其他页面才看得到你说的文字（也许新时代注明出处的方法可能要回归古老的圣经方法。当你说“请看《创世记》第六章第二节”的时候，每个人都会知道你所说的是哪一句经文，不会混淆）。

电子书一定和纸质书不同，这是一个实验，也是一个整理，希望对所有徬徨在产业明天的朋友都能有帮助。

穆罕默德说：“如果山不来迁就我，我便去就山。”电子书和数字时代对出版产业的冲击，现在也像那浮现在地平线上的山了，这本书就当是我们准备爬山的草稿吧。

老猫陈颖青 序于台北

追从老猫的产业情报

内容推进实验室:<http://www.contnt.net/>

RSS:<http://feeds.feedburner.com/contnt>

老猫的推特:<http://twitter.com/octw>

目 录

“数字新世界”系列出版的话	1
增订版自序	3
自序 如果电子书不来就我	9

第一章 电子书再思考 1

纸质书到底会不会消失?	1
电子书生死之谜	7
电子书的微型化障碍	13
情报狂与美食家:线上与纸本的阅读差别	16
不可能的电子书商业模式	21
只见电子不见书	24
为什么台湾能上架的电子书这么少?	28

第二章 出版产业真正的麻烦 37

从“老猫学出版”到“内容推进实验室”	37
电子书产业链将如何诞生	40
美国新书出版大爆发	46