

# 基于 SWOT 分析的电子阅读器发展研究

朱咫渝 林剑敏

**摘要:** 随着移动阅读的发展,电子阅读器开始兴起,在介绍其现状的基础上,运用 SWOT 方法进行分析,并提出了上游加快内容平台建设、中游寻求电子阅读器的多功能服务、下游拓展电子阅读器的应用领域的发展对策,从而建立起完整产业链,促进电子阅读器产业良性发展。

**关键词:** 电子阅读器;电子书;电子阅读;竞争战略

**作者简介:** 朱咫渝,女,副研究馆员,管理学硕士。(浙江传媒学院 图书馆,浙江 杭州,310018)

林剑敏,女,助理馆员。(浙江传媒学院 图书馆,浙江 杭州,310018)

**中图分类号:** G255.75      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1008-6552(2012)01-0115-06

2007年11月19日,亚马逊推出具有革命意义的电子书阅读器产品 Kindle,5.5小时内被抢购一空,真正在全球掀起了一轮电子阅读器热潮。进入2010年,除了汉王、盛大、方正、翰林等传统电子阅读器厂商外,上海世纪出版集团与读者出版集团有限公司相继推出自有品牌电子书阅读器,目前在电子阅读器市场上,国内已有40多个品牌,还有100多家厂商即将加入市场争夺。电子阅读器的发展果真会风光无限吗?本文对电子阅读器的现状进行概述,并在SWOT分析的基础上,对其未来发展提出建议。

## 一、电子阅读器的现状

电子阅读器是基于电子纸技术,提供电子图书、电子报纸和电子文件等数字内容阅读的专业终端。虽然1998年手持式电子阅读器“火箭书”就已问世,但在上市的近10年间,并没有大的发展和突破。直到电子墨水(e-ink)技术的发展和2007年底Kindle的面世,电子阅读器才开始在全球范围内呈现出爆炸式井喷状态。

随着越来越多的厂商加入,电子阅读器市场逐渐产生了三种典型的模式。

一是“平台企业”型。最具代表性的是亚马逊 kindle 和方正集团旗下的图书门户番薯网推出的电子阅读器——番薯 Yambook。电子商务平台亚马逊不仅售卖纸质书,也卖针对 Kindle 的电子书,在同一公司体系下,将终端设备与内容平台结合起来,二者相辅相成。Yambook 同样也是依托方正番薯网的电子书资源,将内容与设备进行了深度捆绑。Yambook 采用动态书城的模式,及时更新,随时为用户提供最新、最热的畅销作品<sup>[1]</sup>。此外,盛大锦书 Bambook 依托盛大文学的“云中书城”平台,为用户提供了拥有600亿字内容、300万部作品,日更新一亿字,且90%资源可以免费下载的庞大网络原创作品资源<sup>[2]</sup>。

二是“内容+终端”型。这是传统出版商进军电子阅读器市场普遍采取的模式。2010年4月上海世纪出版集团推出全球首款由出版机构出品的电子阅读器——“辞海阅读器”,独家内置《辞海》和《中华文化通志》,拥有世纪出版集团旗下27家出版机构的新书、畅销书、经典书等数万本图书资源;实时更新的44种期刊、5种报纸等新闻资讯等<sup>[3]</sup>。随后,中国出版集团、新星出版社、凤凰出版集团……,一些大集团出版社也纷纷推出各类电子阅读器。

三是以终端为主, 兼建平台。这种模式以汉王为代表。汉王是目前国内最大的阅读终端设备制造商, 开创了较为成功的商业化运作, 利用其在中国电子阅读器市场的先发优势, 进行内容整合, 打造了网络平台——汉王书城, 截止到2010年底, 已有版权书籍13万册、100多种报纸、300多种杂志。易万卷、金蟾等阅读器企业也是如此。易万卷为旗下电子阅读器Mreder搭建了内容平台万卷城, 金蟾与报刊集团、出版社、图书馆等资源方合作, 推出EPOST资讯运营平台, 为易博士电子阅读器用户提供丰富的内容资源。

据iSuppli公司报道, 今年全球电子阅读器市场不到400万台, 但到2011年将超过1200万台, 2012年更将逼近1800万台。美国研究公司Display Search最近的一份报告预测, 2010年中国的电子阅读器销量将从2009年的80万台跃升至300万台, 占全球市场的20%, 在2015年之前超过美国, 成为世界最大的电子阅读器市场。风起云涌的电子阅读器浪潮果真到来了吗<sup>[4]</sup>?

## 二、电子阅读器的SWOT分析

SWOT分析法又称态势分析法, 就是根据优势(Strength)、劣势(Weakness)、机会(Opportunity)、威胁(Threat)四个要素对研究对象所处的环境和形势进行深入的分析, 以便充分认识、掌握、利用和发挥有利条件和因素, 控制或化解不利因素和威胁, 制定良好发展战略的一种方法<sup>[5]</sup>。运用SWOT分析法对电子阅读器的现状进行分析, 以期对其未来发展提出建议。

### (一) 优势因素

#### 1. 绿色环保的阅读方式

电子阅读器不存在纸质书籍的印刷环节, 减少了对纸张和木材的消耗, 而且由于电子阅读器只在翻页时需要耗费少量的电, 充电一次可以阅读7000到8000页的内容, 带给用户的是低碳环保的阅读方式<sup>[6]</sup>。

#### 2. 轻松便捷的阅读体验

首先, 电子阅读器给用户创造了便捷易携的小型图书馆。以厚度仅为9毫米的Kindle3为例, 它提供了4G的存储空间, 可以储存3500本书, 亚马逊还免费提供几百万本古老的版权失效的名著, 可以直接下载到Kindle中。只要拥有一个电子阅读器, 上万册书就可以尽收眼底, 这种轻松获取阅读内容的方式极大地刺激了读者的阅读欲望。

其次, 电子阅读器普遍采用的电子墨水技术带来了类纸化的阅读体验, 可长时间阅读, 无闪烁, 字号缩放自如, 不伤眼睛, 甚至在直射阳光下也能舒服地阅读。汉王电子阅读器还具有手写识别、批注、查找等功能, 使其阅读体验更趋于纸质出版物<sup>[7]</sup>。

### (二) 劣势因素

#### 1. 技术限制, 难以适应阅读需求

目前, 90%的电子阅读器采用的是黑白电子纸显示(E-Ink)技术, 利用微型电泳胶囊的翻转显示不同灰度, 展示黑白内容。电子墨水技术的先天缺陷是刷新率偏低, 电泳胶囊的翻转使屏幕刷新具有短暂滞留, 这使得该类屏幕翻页时反应速度慢, 无法显示彩色图片或视频影像, 这就限制了电子书的内容, 使其无法显示图文并茂的阅读内容, 更无法提供声音、动画等生动而富有感染力的阅读体验<sup>[8]</sup>。

#### 2. 内容匮乏, 难以满足阅读需要

Kindle是亚马逊B2C购物平台上最为畅销的产品, 2009年亚马逊的电子书籍销量首次超过了实体书的销量, 这一切都是因为亚马逊将硬件特性与“看书”这种用户体验, 以及本身具有的庞大内容资源库巧妙地整合在了Kindle平台上, 其发展路径是“先拥有出版内容资源, 再制造销售阅读终端”。

Kindle 背后有强大的内容作支撑,截至2010年12月,有近70万种图书(涵盖了绝大部分的《纽约时报》畅销书榜上的图书)、30多种报纸及25种杂志可供下载<sup>[9]</sup>。

相比之下,国内最先进入电子阅读器行业的大部分是专做硬件设备的厂商,有的是电子技术,缺的是出版内容,“先做终端再找内容”的模式使电子阅读器先天不足地患上了“内容缺乏症”。虽然目前涉足电子阅读器的IT企业和传统出版企业都认识到了内容对于电子阅读器行业发展的决定性作用,IT企业开始大力搭建自己的内容资源平台,传统出版企业则依托自身的内容资源大力开发自主品牌的电子阅读器,但是内容匮乏仍然是其发展的一大短板。举例来看,汉王的做法是通过预装书库和汉王书城两种途径为用户提供正版图书内容,但是预装的内容十分有限,而且不一定是读者感兴趣的,而供汉王电子书下载阅读内容的汉王书城只有10万本图书,畅销书非常有限。盛大bambook内容平台“云中书城”的主要图书都是来自盛大文学旗下的网络文学作品,畅销书、名人名作、科技、正史、专业类图书基本没有。至于传统出版企业开发的电子阅读器,其最大优势是内嵌资源的正版效益,但是,任何一家传统出版商能拥有的出版物电子版权都是有限的,这种有限不单是数量上,更是质量上的,而在现有的体制下,不可能真正实现传统出版商在内容上的共享。

另外,电子阅读器的内容格式纷繁复杂,目前还没有统一的格式,厂商们为了保护自己的内容不被窃取,各自采用自己的格式及加密技术,目前电子书主要有PDF、CHE、UMD等。这给各厂商之间造成了封闭的围墙,用户买到一家的产品,可能下载不了另一家厂商提供的电子内容,这对用户来说是一种浪费,对产业发展来说也是一大阻碍。

### (三) 机会因素

自从Kindle在2007年面世以来,亚马逊一直与美国电信运营商Sprint合作,2008年Sprint为Kindle用户提供了基于3G网络的服务,与之前的图书下载以及内容更新主要依赖于固定网络以及Wi-Fi网络不同,Sprint的3G网络不仅实现了真正的移动接入,而且用户从挑选内容到订阅以及最后的下载完成,整个过程所需要的时间不到一分钟。于是Kindle以全新的面貌呈现:没有月租费、不需要寻找Wi-Fi热点、不需要依赖计算机……<sup>[10]</sup>

随着中国移动3G技术的推广,搭载高速3G网络的国内电子阅读器市场迎来了快速发展的新机遇。2009年9月10日,汉王科技宣布推出中国移动定制的全球首款手写3G电子阅读器。与此同时,大唐电信也拿出了型号为AirPaper50T、采用了中国移动G3的全球首款TD电子阅读终端。显然,中国移动对电子阅读这个方面的投入,无疑为汉王、津科等电子阅读器厂商提供了前所未有的良机。各厂商纷纷与中国移动、中国电信、中国联通等电信运营商展开合作,深度定制运营商电子阅读终端。

3G,还能给电子阅读器带来更多的新变化。在3G高速数据通信能力的支持下,电子阅读器可以自动、实时地接收来自报纸、杂志等的内容,最新鲜的资讯可以储存在电子阅读器中等待用户,这为人们读书读报的老习惯带来了新体验……

电子阅读器的出现,首先将人们从纸张中解放出来。3G网络又使阅读器摆脱对计算机的依赖和固定网络的束缚,实现新的飞跃,这也意味着电子阅读器的移动时代真正到来。

### (四) 威胁因素

#### 1. 传统的阅读习惯难以改变

电子阅读器的重量不足200克,轻于一般书籍,大小类书,便携性不言而喻,而且其存储空间可扩展,容纳几千、几万本电子图书不在话下。但这只是数字的对比和规格展示,对于读者来说,阅读飘着油墨清香的纸质书刊的历史已逾千年,手有书香、心有余念更是众多读者心中的美好画卷。特别是那些需要读者投入很长一段时间、很专注地思考、体会的深层次或者专业性阅读,读纸质书是最好的选择,要改变读“书”这一千年不变的阅读习惯并非易事,电子阅读器难以真的替代纸质图书的阅读

体验。

其次,普通的电子阅读器价格一般都过千元,而高档的价格高达三四千,昂贵的价格令用户却步,目前火热的电子阅读器市场更多的是基于“送礼经济”的拉动以及厂家宣传的驱动,电子阅读器的个人消费时代尚未完全来临。

## 2. 替代产品多,难有竞争优势

在国内,无论是以汉王为代表的市场先行者,还是以 Bambook 为代表的新秀,都在强调电子纸技术的优势,以及书一样的阅读体验,但如果电子阅读器操作起来不方便,不能达到读者的阅读舒适需求,是极容易被舍弃的。据 CNNIC 对网络文学用户的调研显示,使用电子阅读器阅读网络文学的用户仅占到 11.5%,而用手机阅读的用户则占到 60.1%,还有 42.6% 的用户使用 MP3/MP4、PSP 阅读。目前手机最大的优势是终端普及、收费模式成熟、用户群庞大<sup>[11]</sup>。如果其技术进一步成熟,市场进一步细化,手机阅读习惯进一步强化,以后可能会出现中屏、大屏手机,出现大容量、高分辨率、强储存力、能快速上网的手机,这样的手机在阅读时非常方便,取代电子阅读器简直易如反掌。

除此之外,以苹果 iPad 为代表的平板电脑也对电子阅读器市场形成一定的冲击。今年 4 月苹果 iPad 发布以来,全球总销量已达 327 万台,甚至用户一天内就在苹果电子书店下载了 25 万本电子书。而且 iPad 还使读者从阅读纯文字转向多媒体阅读方式,不但可以欣赏图片和视频,还可以在看过内容后面发表评论。例如,iPad 专门配备了《纽约时报》数字版的程序,首页标题不断更新,同时夹杂系列图片、视频、用户评论、指向其他来源的链接,以及纪录片式的新闻报道。iPad 以文字、视频、音频和其他交互性任务开启了“巨无霸的阅读”新时代。

显而易见,电子阅读器面临其他功能强大、特色鲜明的阅读终端的挑战,它不是唯一选择,甚至不是最佳选择。平板电脑、智能手机的出现,大大挤占了高价位大屏幕电子阅读器的生存空间,这些较强替代性能的终端的出现将为电子阅读器的发展增加新的不可预测风险。

## 三、电子阅读器的发展对策

电子阅读器产业的上游是广大的出版社、报社等传统出版机构和互联网等新媒体,中游是各大硬件制造厂商,下游是各类消费者,通过以上对电子阅读器的 SWOT 分析,可以运用风险规避的策略促进国内的电子阅读器产业建立完整的产业链,将劣势转变为优势,将威胁转变为机会,使之在数字阅读领域真正能风光无限。

### (一) 加快内容平台建设,完善电子阅读器的内容资源

从我国现有电子阅读器市场的初步统计来看,目前有将近 20 种电子阅读器正在争夺中国的消费者和内容资源。汉王的“电纸书”内置一定量的图书,读者还可从“汉王书城”网站下载书籍和报纸。中国出版集团和方正合作推出了“大佳阅读器”,预装了集团旗下 16 家出版社的 108 种畅销和常销精品图书。上海新华解放阅读器公司推出的“亦墨”阅读器,则建立了一个完全开放的数字内容平台——“新华 e 店”,在这个平台上,出版社、报社以及所有版权拥有者可以对阅读资讯自由定价并上传。盛大“锦书”阅读器以“起点小说”为主要经营手段,拥有“云中书城”的 300 万种图书……众多分散的内容资源平台导致了电子阅读器市场的碎片化,对上游出版商而言,出现了同一内容多次加工、多口对接的尴尬局面。但是,任何一家电子阅读器供应商都不可能将全国 500 多家出版社的版权全部囊括其中,因此,建立一个不依赖于任何电子阅读器供应商为实体的、具有一定规模整合能力的、上承内容商、下接众多零售平台的第三方电子书内容资源集中供应平台是电子阅读器市场进一步发展的必然需求。

2010 年 10 月,新闻出版总署发布了《关于发展电子书产业的意见》,从确保电子阅读器的内容质

量出发,提出了要大力建设电子阅读器内容资源集中供应平台的要求,通过搭建一个标准化的平台,解决格式、监管、出版发行以及版权保护等问题。

## (二) 打破单一功能限制,寻求电子阅读器的多功能服务

电子阅读器是以文字下载及显示器的本质出现的,虽然能提供舒适的阅读环境和阅读体验,但也意味着其设备功能较为单一,现阶段用户对阅读设备的选择,处于重功能、轻体验的阶段,一旦这个功能被替代或弱化,被替代和淘汰的可能非常高。因此,国内电子阅读器厂商在开发理念上,应不仅聚焦在技术层面,比如加快推进电子油墨技术,提高显示屏的清晰度,支持双面显示、多屏重叠阅读功能,支持读者在书上画线、标注、检索、加书签功能,进一步缩小电子书与纸质书的阅读体验差异,提高消费者对电子阅读器的认可度,同时还应该将外观设计、娱乐功能、多媒体兼容等指标纳入开发范围。

此外,未来的电子阅读器还可以考虑应用模式上的创新。在2010年美国国际消费电子展(CES)上亮相的世界上首类社交型电子书——Copia电子书阅读器引起极大的关注。它整合了自己的电子书平台和众多的社交网站,可以通过链接Facebook和Twitter建立学习小组和读书俱乐部。Copia还将分享和协作引入到电子图书本身中,让用户可以直接在图书文本页面中进行实时讨论<sup>[12]</sup>。这种具备社交元素的电子书阅读器也许将改变“阅读是一件孤独的事”的观点,使阅读随时随地跨入用户参与、社群互动的2.0时代。

作为中游的制造商必须具有“内外兼修”的深入开发理念,才能帮助电子阅读器在市场上凸显特性,站稳脚跟。

## (三) 做好市场定位和宣传,拓展电子阅读器的应用领域

目前国内电子阅读器销售市场主要以礼品为主,但未来要拓展下游消费者数量,必须有明确而独特的市场定位和有效的市场宣传方式。

首先应该抓住的是那些对于书本有着强烈必须性的客户群,比方说学生市场。电子阅读器比较适合人们通常的阅读方式,对眼睛几乎没有伤害。同时,它可以融入海量存储、多媒体技术、人机交互等多项功能,有助于优化学生的阅读方式和学习方式,提高学习效率。电子阅读器既节约印刷课本的墨水和纸张,又可以把学生从沉重的书包中解放出来,扬州市已正式启动“电子书阅读器产品教育教学开发与应用实验研究项目”的课题,或许教育领域可以成为电子阅读器日后发展的主流之一。

其次,积极与图书馆等公共服务机构合作,开拓市场宣传的新通路。Kindle早在2007年12月就与美国Sparta公共图书馆合作,推出了电子阅读器借阅服务<sup>[13]</sup>。在国内,2009年3月开始,易博士先后在上海图书馆、国家图书馆、广州图书馆推出电子阅读器外借服务,读者可以通过易博士在馆内的数字资源平台下载电子书刊资源,实现随身移动阅读<sup>[14]</sup>。汉王科技与北京大学图书馆也在2009年9月达成合作——北大借助汉王电纸书向在校学生提供数字移动阅读外借服务,同时目前教学科研所需的各种资源(如电子图书、数字化期刊、图片、音频资料等),将以电子格式存储到汉王电纸书<sup>[15]</sup>。阅读器作为一个阅读的新兴终端,为用户提供了不一样的阅读感受,它是传统阅读的延伸,利用图书馆引导公众认识阅读器,对于阅读器厂商的产品改善和这个产业的发展都有一定的促进作用。

## 四、结 语

数字化移动阅读的推广,使电子阅读器有可能成为3G时代的一个重要应用,无论叫“电子书”还是叫“电纸书”,它终究关键在“书”,其便携易用的产品、更加平民的价格、更加丰富的内容以及更便捷的资源获取方式,这些才是影响电子阅读器未来走向的关键因素。只有产业链上多方力量共同努力才能获得高速发展,在共赢的过程当中逐渐建立自己的竞争优势。

**参考文献:**

- [1] 番薯网携手元太科技 电子书平台全面助推阅读器市场[EB/OL]. [http://www.china.com.cn/economic/txt/2010-04/19/content\\_19850437.htm](http://www.china.com.cn/economic/txt/2010-04/19/content_19850437.htm).
- [2] Bambook 锦书特色功能[EB/OL]. [2010-10-20]. <http://bambook.sdo.com/Feature.aspx>
- [3] 辞海阅读器面世[EB/OL]. [http://news.china.com.cn/rollnews/2010-04/10/content\\_1517763.htm](http://news.china.com.cn/rollnews/2010-04/10/content_1517763.htm).
- [4] 韩妹. 有研究预测今年中国电子阅读器销量将占全球市场20% [N]. 中国青年报, 2010-03-25(07).
- [5] 陈昭楠. SWOT 形势分析法简介[J]. 情报理论与实践, 1995(03):13.
- [6] 杨宇良. 3G 能否拯救电子阅读器[J]. 软件工程师, 2010(1):27-29.
- [7] 匡文波, 孙燕青. 电子阅读器发展现状与对策分析[J]. 中国记者, 2010(8):86-87.
- [8] 手持阅读器的未来之痛[EB/OL]. [2010-10-20]. <http://www.epuber.com/?p=6114>.
- [9] Free Kindle Reading Apps[EB/OL]. [2010-12-12]. [http://www.amazon.com/gp/feature.html/ref=kindle\\_app?ie=UTF8&docId=1000493771](http://www.amazon.com/gp/feature.html/ref=kindle_app?ie=UTF8&docId=1000493771).
- [10] 电子书迎 3G 新伙伴中移动期待市场随之起舞[EB/OL]. [2010-12-12]. <http://3gzhan.com/html/3Gxinwenzixun/zhongguodianxin/2009/1029/605.html>.
- [11] 仅一成多网络文学用户使用电子阅读器[EB/OL]. [2010-12-12]. <http://research.cnnic.cn/html/1287575492d2456.html>.
- [12] What is Copia? [EB/OL]. [2010-12-25]. <http://www.thecopia.com/about/whatiscopia.html>.
- [13] 赵亮. 电子书阅读器, 现在与未来的桥梁[J]. 数字图书馆论坛, 2010(6):1-19.
- [14] 京沪粤三大图书馆推出外借电子阅读器活动[EB/OL]. [2010-12-25]. <http://www.mydoo.cn/xinwen/dianzishu-1023.html>
- [15] 北大牵手汉王电纸书 打造“随身图书馆”[EB/OL]. [2010-12-25]. [http://fashion.ifeng.com/digi/news/200907/0728\\_3893\\_1273604.shtml](http://fashion.ifeng.com/digi/news/200907/0728_3893_1273604.shtml).