

追趕潮流 平板電腦

蘋果公司推出觸控式電腦 iPad，首日即賣出三十萬部，有人更老遠飛到美國排隊購買，可見其吸引力。不過有人熱捧，亦有人不滿。有專家表示 Wi-Fi 連線不穩定，又有專家不滿 iPad 不能同時使用多個程式等等，不一而足。不過，在眾多評論當中，比較受關注的，是 iPad 如何界定用家的網絡角色。有論者認為 iPad 偏重閱讀功能多於寫作功能，因此用家被分配了資料消費者的角色，至於用家的另一個身份，亦即網上資料提供者，則被忽略。在現時講求網友互動，講求平等參與討論的年代，iPad 偏重用家網上讀者身份的做法，使一向被視為帶領潮流的蘋果公司，在這方面，也招來了「退倒」的批評。

至於從報業角度來看，《哥倫比亞新聞評論》(Columbia Journalism Review) 表示，iPad 有望成為美國報業的搖錢樹。根據彭



博報導，報業廣告支出遽降 27%，達 276 億美元，改寫一九八六年來新低；因此搶奪 iPad 版廣告商機就顯得格外重要。在 iPad 四月初上市前，聯邦快遞、摩根大通銀行等企業紛紛買下路透集團、華爾街日報、新聞周刊、時代雜誌等 iPad 版廣告，有些更長達六十天，所以，都不可以不算是一條大水喉！

再來看看大中華市場的反應，據《中國經濟網》的報導，春節過後，內地生產商已鎖定了平板電腦市場，據悉他們採用 Android 作業系統，螢幕大小從五至九吋不等，也會集成 GPS 及投影等功能。其次，按照蘋果公司的規劃，暫時不會在中國市場銷售 iPad，這對於國內廠商而言，無疑是天賜良機。

\* \* \* \* \*

英國報業 收費與免費

英國媒體報導，泰晤士報與週日泰晤士報的網站將於今年六月起開始收費，單日登入上述兩報網站的費用為一英鎊，一週訂費則為兩英鎊。這兩報將於今年五月初重新推出網站，並且提供訂戶免費試用。泰晤士報與週日泰晤士報將成為率先針對線上電子報收費的英國報紙，逐日付費者可以瀏覽這兩報的網站，至於每週訂戶則可瀏覽電子報與使用新應用功能。兩報紙版訂戶，即可以等同線上電子報七天訂戶資格登入網站享受服務。



「新聞集團」所屬的英國報紙出版公司「新聞國際」(News International Ltd) 執行長布魯克斯暗示，該公司其他報紙，也將跟進線上電子報收費措施，預料能吸引更多忠實讀者。但英國廣播公司 (BBC) 新聞網的分析卻不看好，主要原因就是沒有通用的小額付款機制，更何況讀者還有眾多的免費新聞選擇。

另外，《獨立報》所屬的愛爾蘭媒體集團 INM 於三月廿五日宣佈，它以一英鎊的價格將《獨立報》出售給前蘇聯克格勃特工，現為俄國大亨列別傑夫。列別傑夫曾於零九年三月以一英鎊收購了虧損的《倫敦晚報》。《倫敦晚報》是倫敦目前唯一的晚報，免費發行。英國媒體分析人士說，列別傑夫有可能採取對《倫敦晚報》同樣的做法，將《獨立報》變成一份免費發行的報紙。