

# 媒體帶來的新方向

—— 零零七年蘋果電腦發表的 iPhone，轉瞬間已經過幾代的演變，技術方面亦越趨成熟。在此機出現之前，其實手機已經能夠上網，不過其時手機上網卻不是十分流行。追查原因，不外乎有以下幾個因素：

- 一．手機內的瀏覽器比較陽春，不可以正常顯示大部份網頁，使用上亦不是很方便；
- 二．上網費用仍然是比較貴；
- 三．手機上的應用軟件比較難找，除非是電腦發燒友，其他人使用智能手機可能一個軟件也沒有安裝過。

## 智能手機 iPhone 的出現

直至 iPhone 的出現，改變了整個形勢。從硬件角度來看，它是第一個把桌面級數的瀏覽器放進手機上，加上特大的畫面，和較強的圖像處理，上網的體驗即時良好了很多。與此同時，電訊商亦願意把資料傳送的價格大幅降低；現在大傳送量或無限量的數據通訊計劃 (Data Plan) 已經到達一個較合理的價格。流動上網的普及，對媒體來說是一個新平台，現在大家在港鐵車廂內，也會經常碰到使用智能手機的人。

iPhone OS 平台最成功的一環是它的 App Store。比起以前 Windows Mobile 或 Palm 年代，如果用戶需要一些軟件，那麼用戶必

須到互聯網搜尋，然後再自行將軟件上載到手機。對於慣用電腦的人當然沒有問題，但對一般的用戶便有些難度了。至於 App Store，就好像是 iPhone 上的 Google 一樣，用戶只需要打上關鍵字，便可以找到想要的軟件；又或可以看看有什麼流行的軟件，這使得 iPhone 開發的 App Store 的下載率十分之高，亦做成之後所有智能手機亦逐一建立自己的 App Store。不過 App Store 的優勢不只於此，因為 App Store 是從原本售賣音樂的 iTunes Store 演變出來，收費系統已經十分成熟，而用戶亦都十分習慣這種有如購買音樂的銷售模式，所以不只是免費軟件，就連需收費的軟件，亦都獲得十分理想的銷售成績。

## 新媒體的收費模式漸成氣候

App Store 收費模式的成功，對新媒體帶來正面的影響。當舊媒體從報紙雜誌轉到互聯網時，遇到最大問題便是收費。如果把一本小说或雜誌做成 apps 放上 App Store 發售，過程便變得很簡單，發行者需要付出的只是製造 apps 的成本，和給 App Store 銷售額的 30% 手續費。

製造 app 的成本很視乎要做 app 的質素和功能；當然，多花一點開發費用，加一點多媒體功能到 app 上，便可擁有多一些

賣點。之前 App Store 有一個名為《說法國酒》(<http://itunes.apple.com/app/id355897828?mt=8>) 的 app，當中除了加入一些搜尋功能外，還增加了各類酒名稱的真人發聲法文正確讀音，這正就是一個很好的多媒體應用例子。其實可以給 apps 增值的方法還有：加入影片、圖片集；根據用戶坐標的 Location-based Service (LBS) 提供用戶所在地區的內容；又或者實時利用「推送服務」(push notification) 提供一些即時資訊給用戶。

## 互聯網化身 app

網站內容轉做 app 現在也很普遍，很多本地大型媒體也已經有自己的 iPhone app 了。他們本身也有網站，很多內容其實也可以用瀏覽器讀取，但為什麼還要做 app 呢？一是因為大部份智能手機用戶比較愛用 apps 多於用瀏覽器上網；二是之前說的 App Store 效應。一個成功的 app 可以達至宣傳效果，如果做一個流動版網頁反而比較難接觸到用戶。關於一個 app 是好是壞，個人認為，最重要是要提供多一點網頁所不能滿足的功能，如本地資料庫。另外建議設計者要考慮「離線」(offline) 的模式，雖然現在是互聯網時代，iPhone 上網也十分快，但因為 iPod Touch 只可以經



## 對 店 式 程 式 應 用

WiFi 無線上網，所以離線模式對這群用戶就顯得非常重要。大家還需要明白，iPod Touch 的銷售量到現在仍遠比 iPhone 多，所以我覺得一個兼具「在線」(online) 和「離線」(offline) 也可以使用的 app，是十分重要的。

相對於手機型的 iPhone 或 iPod Touch，新出品的 iPad 對媒體所帶來的衝擊將會更大。iPad 第一個賣點，是他的電子書 (iBook) 和他的 iBook Store。iBook Store 綜合了 App Store 的成功，除了連鎖大型書商可以在 iBook Store 上售賣書籍外，普通作者只要有作品的國際標準書號 (International Standard Book Number - ISBN)，和一個 epub 格式 (一種電子圖書標準) 的文件原稿，便可以出版了。

出版商利用互動平台百花齊放

蘋果公司還提供了一些 iBook Store 的代理 (aggregator) 給這些小作家，以解決收費的繁複程序。雖然現時 iPad 在香港還未正式發售，iBook Store 的成敗仍然未定，但可以肯定，iBook Store 已為出版商提供了一個最簡單直接的機遇。值得一提的是，iBook 現在雖然只可以在 iPad 上執行，但已經更新的 iPhone OS 4.0 中，iPhone 和 iPod Touch 也可以應用 iBook，到時其潛在市場勢將非常大。

除了 iBook 以外，iPad 上的

apps 更加是百花齊放。例如美國廣播公司的 ABC player (<http://itunes.apple.com/us/app/abc-player/id36419181?mt=8>)，可以經 iPad 觀看該電視台的節目重溫；其介面及易用性比其網頁更加優秀。另外一大堆新聞網站 apps 如 USA Today, BBC News, Financial Times 雖然也是網上移植版，但因為他們也特別為 iPad 版設計了很美觀的介面，加上該產品本身的 touch screen 功能，整體上帶給用戶的使用感覺亦是比網頁版要好。

收費軟件方便，外國的出版商也正在試著利用 App Store 的收費模式提供收費內容。最近梅鐸的新聞集團 (News Corp.) 便嘗試推出收費版的 iPad 報紙 app，名為《The Times of London》，每月收費 16.99 美元 (<http://itunes.apple.com/app/the-times-of-london/id374015721?mt=8>)，結果便賣了一五千份。另外他們也推出了免費下載的 free app 《Wall Street Journal》(<http://itunes.apple.com/app/the-wall-street-journal/id364387007?mt=8>)，而以網頁的訂閱模式收費，每星期收費 3.99 美元，兩個月來也有一萬個訂閱。《Time Magazine》(<http://itunes.apple.com/app/time-magazine/id369021520?mt=8>) 和《Marvel Comics》(<http://itunes.apple.com/app/marvel-comics/id350027738?mt=8>) 則以 free app 加 in-app purchase (則在一個 app 裏面付

錢買一些額外功能或內容) 的方式，售賣每一期的雜誌底漫畫。由此可見，出版商仍然於 App Store 上尋找最為市場受落的內容銷售的方法。

以上各種報紙、雜誌都仍然是將實體雜誌直接轉到 iPad 上，但《WIRED Magazine》(<http://itunes.apple.com/app/wired-magazine/id373903654?mt=8>) 已經嘗試在雜誌上加入大量多媒體內容，包括影片、圖片集和大量互動功能，使人覺得它就一如《哈利波特》裡面的魔法報紙，推出後亦都大受歡迎，立即成為美國 paid apps 首位，這可能就是未來多媒體雜誌的發展方向。

除了雜誌外，iPad 上的讀物 apps 更是精彩，如《Toy Story》(<http://itunes.apple.com/app/toy-story-read-along/id384376920?mt=8>) 就加入了朗讀功能及填色遊戲等；而《Alice In Wonderland》(<http://itunes.apple.com/app/alice-for-the-ipad/id354537426?mt=8>) 則可以用 iPad 上的加速度感應器 (accelerometer) 製造一些有趣效果。App Store 是一個百花齊放的平台，如何做一個好 app，根本沒有一定的準則，接下來便是媒體自己發掘和利用這些新媒體接觸更多的用戶了！

■ 劉志偉

軟件開發設計工程師