

去年底,美国《读者文摘》启动破产保护申请程序,而中国《读者》开始筹划电纸书项目;今年4月初,《读者文摘》重组后其大股东变成了几家大银行,大力开发广告业务,《读者》的电纸书宣布要在深圳文博会亮相,展现出中国出版企业主动顺应科技潮流的积极姿态。中国的《读者》与美国的《读者文摘》在相近的时间节点上,演绎着不同的发展趋向——

《读者》试水低碳阅读

■本报记者 康 劲

“这绝不是传统期刊的数字化转型,而是次全媒体的‘升位’,读者电纸书不会替代传统的纸质期刊,而是在网络时代争取庞大的E时代用户群。”在日前召开的深圳文博会上,读者集团董事长吉西平对记者说。

《读者》杂志发行量连续13年领跑中国期刊,位居中国和亚洲第一、世界综合类期刊第三位。去年底,读者出版传媒股份有限公司宣告成立,经过几个月的紧张筹备,又组建了读者数码科技有限公司,专业研发生产读者电纸书等IT产品。

吉西平表示,将通过无纸、节能、低碳的读者电纸书计划,努力把“读者电纸书”等新产品打造成为新的支撑产业之一:“2012年,再造一个‘读者集团’。”

读者电纸书5月14日在深圳文博会上正式亮相。国家新闻出版总署副署长蒋建国和甘肃省副省长成辉共同揭开了读者电纸书的“神秘面纱”,有媒体评论此举“在内地出版业率先迈出‘低碳’步伐”。

一则启事引爆读者期待

“面对每天海量的应征作品,我们真有点接不暇。”读者数码科技的梁学成对记者发出如此感慨。而一位读者在寄送了应征广告语后附信说:“我看重的不是5000元的奖金,而是期望能最早拿到那本电纸书,在第一时间见证读者在数字时代的产业传奇。”

5月4日,一则500余字的读者电纸书有奖征集最佳广告语的启事,非常低调地刊登在当天的读者网上。启事称:“为配合读者电纸书的上市,特向广大读者朋友有奖征集最佳广告语,请将您的创意思想,浓缩成精华的文字,为读者电纸书的畅销添色。”

在这则网络启事刊出后,迅速“蹿红”网络,短短5天时间在国内各大网站上被反复转载了1700多篇(条),截至5月20日已经收到应征的“广告语”上万条。

读者数码科技的工作人员解释说:“我们设立的奖金非常不起眼,但是读者的热情却让我们感动。”活动的奖项为:一等奖只设一名,奖励现金5000元和读者电纸书一部;二等奖两名,奖励现金2000元和读者电纸书一部;三等奖五名,奖励读者电纸书一部。

工作人员说:“征集活动引爆了读者广泛参与,超出了我们的预料。希望产品真正上市后,依然能获得读者持续的支持。”

《读者》电纸书究竟什么样

2007年美国亚马逊书店推出Kindle电子阅读器,销售火爆。第二代产品Kindle2自2009年2月上市后3个月时间内,销量达到24万部。截至2009年底,亚马逊共卖出了300万台电子阅读器。

2008年汉王科技刚刚进入电子阅读器市场时,月销售量仅有3000至4000台,一年以后,月销售量最高可达到7万至8万台,去

年共卖出了30多万台,今年一季度的销售量已经与去年全年相当。

在这种形势下,读者甘肃数码科技有限公司宣布推出“读者电纸书”,成为全世界期刊在宣布推出自主品牌电子产品的第一家企事业单位。

根据该公司提供的资料显示,即将上市的读者电纸书被定义为全新的低碳产品,不仅采用了6.0英寸大屏,而且应用了16灰阶电子墨水技术,无论图片还是文字,黑白过渡更细腻,更接近于纸质的高清显示,具有功耗低,保护视力,支持正版图书等优点。包括电池在内,其净重260g,可扩展到16G容量储存万本图书,并支持多种电子书、音频和图片格式。

梁学成说:“读者电纸书的最大特点是设置了《读者》模块,预装《读者》杂志近年来的精华,用户可以1年内免费下载《读者》杂志。1年后,每期杂志下载费用将在1元左右,远远小于4元的纸质版。此外,我们也将与其他出版社合作,提供其他图书供用户下载,目前正全力打造技术完备的专门下载网站。”

能否复制当年“传奇”

《读者》杂志在1981年创刊时的名字叫《读者文摘》。

1993年7月,中国的《读者文摘》受到美国《读者文摘》的压力被迫改名,经过向广大读者征集新的刊名,《读者文摘》改名为《读者》。这次改名不仅没有让《读者》失去读者,

而是让《读者》依靠亲和的内容,促进发行量连续跨过大关,在许多报刊销量下滑的时候,月销量一度突破千万份,连续13年领跑中国期刊,位居中国和亚洲第一、世界综合类期刊第三位,奠定“亿万中国人心灵读本”的优势地位。

《读者》的这次改名传奇,成为中国企业在应对国际竞争的经典案例,至今为业界称颂。

记者注意到,历史的巧合不仅仅是当年的改名和如今的推出电纸书,都是通过向读者“有奖征集”开始,而中国《读者》的此次举措与美国《读者文摘》在相同的时间节点上演绎了不同的发展趋向,更为引人关注。

去年底,美国《读者文摘》启动破产保护申请程序,而中国《读者》开始筹划电纸书项目;今年4月初,《读者文摘》重组后其大股东变成了几家大银行,大力开发广告业务,《读者》的电纸书宣布要在深圳文博会亮相,展现出中国出版企业主动顺应科技潮流的积极姿态。

读者集团总经理彭长城说,今后将加快出版资源的内容整合,建成“云图书馆”性质的“读者书库”,将旗下所有版权资源范围内的杂志、图书和音像制品等多品牌资源进行整合、分类,为实现更大规模的产品开发奠定基础,为数字出版提供内容支持,使过去、现在、将来的《读者》杂志都能汇集在一本读者电纸书中,使“博采人文精华,启迪智慧人生”的《读者》办刊理念,在数字时代给亿万读者带来无限快乐的阅读体验。



兖州煤矿济三矿:
安全生产“全时空”动态收集

5月22日,在兖州煤矿济三矿的电子控制室里,管理人员指着办公平台上的电脑屏幕介绍下井人员所在的位置以及实施安全跟踪管理的具体情况(下图)。自去年元月起,济三矿将信息化、数字化技术应用于矿井的全面建设,先后引进了波兰微震监测、人员、车辆跟踪定位和矿井各类灾害隐患预测等国内外先进技术,实现了对矿井安全生产的“全时空”动态收集和科学化管理。截至5月24日,该矿已连续安全生产1508天。(上图为在安全帽上安装有电子跟踪定位系统的矿工。)

本报记者 于国文 摄

民间组织成我国环保事业发展
不可或缺的重要力量

本报讯 中华环保联合会等各种环保NGO(非政府组织),正在成为推动我国环保事业发展不可或缺的重要社会力量,这是5月22日召开的中华环保联合会第二届会员代表大会上,与会者一致达成的共识。

2005年4月,经国务院批准、民政部批准,原国家环保总局发起成立了中华环保联合会。中华环保联合会副主席、秘书长曾晓东说,联合会成立5年来,围绕维护公众和社会环境权益开展了大量工作,共接待环境维权来信来访12000余人次,接受各种环境污染投诉916人次,深入228个污染调查点,介入处理的518起环境案件中,278件得到妥善处理和解决。其中,协助地方政府和部门解决256件,司法诉讼胜诉9件,以中华环保联合会为诉讼主体的公益环境公益诉讼胜诉2件,协调解决11件,为百姓挽回直接经济损失1000多万元。

对此,全国政协副主席、中华环保联合会名誉主席张榕明指出,必须明确环保NGO组织是以公益为组织,不以盈利为目的的非政府组织,要在此前工作的基础上,加大力度,让更多社会公众参与环境保护活动,支持环境保护工作,推动环境公益社会化,进一步加强社会环境咨询服务工作,推进企业和社会环境的改善,加强环境宣传教育活动,进一步提高社会公众的环境意识、环境觉悟和环境道德,提高中华民族环境保护责任和环境保护能力。

(晓展)

域名实名监管机制亟待改进

本报讯 (记者于宛尼) 域名实名制管理已经成为全球域名注册和管理机构的共识,坚持打击不良域名应用更是全球域名管理的方向。5月18日,国内域名注册商ChinaIDS称,目前“.com”、“.net”国际域名也开始要求实名制注册,身份不准确者将遭到域名注销。

不过需要注意的是,“.COM”管理权不在国内,导致这部分域名难以实现实名。情况最近发生了微妙的改变,按照相关机构的要求,“.COM”不实注册信息的域名持有人必须在30天内更正,否则将被注销。但在业界看来,监管机制的缺乏很可能成为域名市场发展的又一隐患。

记者从注册商方面了解到,部分“.com”域名注册商未启动实名制管理工作,主要原因是为了追逐商业利益;也有受访的域名注册商表示,并不知道要向用户通知实名制管理的消息,这导致许多用户对实行域名实名制管理并不知情。记者调查也发现,域名注册信息不实现象依旧比较突出,新近曝光的一些涉黄网站域名111005.com、Q52520.COM、169VIP.NET等淫秽色情低俗网站近日在万网注册,而从域名注册信息看,全部含糊不清,属于典型的虚假信息,不符合域名注册信息真实准确的要求。

广珠铁路西江特大桥
建设实现“三个突破”

本报讯 广珠铁路西江特大桥全长6709.53米,主桥最大跨度230米,桩长101米,居该结构桥梁“世界第二”,是全线最长的桥梁,也是技术含量最高,施工难度最大的项目,被列为全线的重点之一。中铁二十二局哈建公司的建设者们没有被“世界第二”吓倒,通过科技攻关,实现了西江特大桥建设的三个“突破”。

裸岩是建设者们遇到的第一只“拦路虎”。西江水道特殊的地形,使河床呈东岸淤积、西岸严重冲刷状态,致使坚硬的强风化砂岩暴露在外。施工人员反复试验,将管桩尖部焊接特种合金钢锥,应用效果极佳,解决了打桩难题,提高了工效。西江特大桥三大主墩之一的143号墩靠近西岸,墩位河床岩面高差逾3.7米,给施工带来极大难度。工程技术人员经过反复探讨,多种方案比选,设计出一套改进施工方案——“跟进法”,不但较传统的施工工艺提前一个月的工期,其稳固程度更是经受住了强台风“莫拉菲”的考验,挂篮机构是西江特大桥连续梁悬灌施工中的必用设备,在没有经验和现成图纸的情况下,项目总工程师董启军多方搜集资料,组织人员自主设计,攻克了主体结构、预应力、加工精度等一系列难题,使方案得到完善、成型,所制作的12套三角形挂篮应用简便、安全系数大,全部满足施工设计要求,保证了连续梁悬灌浇注。(王智海)

世博文明大考不只在“排队”上

世博会带来人类文明成果的同时,也为我们提供着创造新文明的机缘。当你走在世博会园区,不经意间的每一言每一行都是你给出的答题,只是在这场特殊的“考试”中,你究竟能得到什么样的分数?

■本报记者 钱培坚

不难想象,如果没有“每天投入近2000名环卫工人和数十辆垃圾清运车清运垃圾”,即便参观者不乱扔垃圾,有限的垃圾箱也会被堆积成山;如果没有高科技的运用——可以喷吐清凉白雾而不打湿人体的喷雾设施,一定会有人不耐高温而离开;还有不断便捷的购票系统,不断强化的医疗急救服务,不断优化的食品供应、不断增多的志愿者数量……

洪浩说:“世博运行期长达半年之久,还有很多工作要做,希望社会各界提供建设性意见,使世博园区各项工作能够不断进步和提高,为海内外参观者提供细致、周到的服务,获得美好的观博体验。”

5月19日,一群胸挂特殊公交卡的参观者引起了国内很多人的好奇。他们是首批持有世博绿色出行低碳交通卡参观上海世博会的游客。这些参观者挂在胸前的公交卡,就是上个月的22日在上海面世的专门为致力低碳世博的参观者推出的含有1吨碳排放指标的限量版交通卡。

这款低碳交通卡最大的亮点,是每张卡片中含有一吨经过认证的二氧化碳指标。这意

味着每售出一张卡,持卡人将通过“绿色出行”基金为低碳世博贡献1吨碳指标,也为上海世博会减少了1吨碳排放。

这是世博会提供给参观者共同创造文明的众多实践机会之一。

其实,在观博过程中,这样的机会无处不在。比如“不可避免的排队”与有限体力和耐心冲突时刻,就极易考量出一个人的文明素质的高低。

“大家对园区的工作十分支持、十分配合,无论是出入口还是热门场馆,无论是活动场地还是餐饮场所,总体上,大家都能够自觉排队、自觉维护园区卫生,正是大家的理解配合,确保了园区运行的总体有序。”在听到洪浩感谢广大世博会参观者的这段话时,记者又想起了一位同行的文字记录:“近日听人谈起一些旁门左道的‘世博攻略’,比如身体健康的可装作残疾人坐轮椅从优先通道进馆,还比如,谎称‘手机落在馆内’要求从出口进馆……”

实际上,作为一名现场采访世博会的记者,我也亲眼看到,在世博园区里还有不少不文明的现象。在休息区,有人吃完饭后将包装盒等垃圾随便丢弃;在热门展馆前,一些游客心安理得地翻过栏杆;西班牙馆内的“小米娃娃”旁,解说员的劝阻都挡不住一些游客“摸一下”的瘾头;在卢森堡馆外,一些游客无视“贵重铜板,请勿触摸”的警示牌,恨不得在上面留下“到此一游”的墨宝”……

“在联合国人居署看来,要在城市中实现更美好的生活,有赖于两个方面:满足市民基本生活需求,如水、卫生设施和住房;更多则是从精神方面使市民得到充实和愉悦,尤其是在社会、文化和历史等相关领域。在我们看来,在人们心中培养一种地方情结、归属感和共同的思维,其重要性并不亚于让人拥有基本的生活条件。”联合国副秘书长、联合国人居署执行主任安娜·蒂贝琼卡说:“美好的城市得以建立,目标的一致性也很重要,即当地政府、私营企业以及城市居民都要

将包装盒等垃圾随便丢弃;在热门展馆前,一些游客心安理得地翻过栏杆;西班牙馆内的“小米娃娃”旁,解说员的劝阻都挡不住一些游客“摸一下”的瘾头;在卢森堡馆外,一些游客无视“贵重铜板,请勿触摸”的警示牌,恨不得在上面留下“到此一游”的墨宝”……

“在联合国人居署看来,要在城市中实现更美好的生活,有赖于两个方面:满足市民基本生活需求,如水、卫生设施和住房;更多则是从精神方面使市民得到充实和愉悦,尤其是在社会、文化和历史等相关领域。在我们看来,在人们心中培养一种地方情结、归属感和共同的思维,其重要性并不亚于让人拥有基本的生活条件。”联合国副秘书长、联合国人居署执行主任安娜·蒂贝琼卡说:“美好的城市得以建立,目标的一致性也很重要,即当地政府、私营企业以及城市居民都要



感知人类的共同使命

——聆听世博会国际组织馆区里的“动人故事”(上)

物馆协会的作用……但是,如果仅仅将这些民间机构看做是为世界的补漏而存在,那就忽视了它的价值,它不是为了生产一个产品,或是制定某种规则而存在,它代表着人类的理想,以及对未来的态度。”这是一位记者观展后的感言。

用“黑色记忆”唤醒“人道之光”

国际红十字与红新月运动已走过147年的历程,目前拥有186个成员国、1亿多会员和志愿者。该组织与世博会的渊源也甚为长久,早在1867年的巴黎世博会上,就首次参与。上海世博会上,中国红十字会主办了国际红十字与红新月馆,在建筑面积

500平方米的展馆中,集中展示国际红十字与红新月运动的发展和成就,传播世界各国人们在战乱、自然灾害、疾病的侵扰下,仍然满怀希望、奋起抗争的坚强形象。

观众在入口等候排队时,工作人员会给每位参观者派发一条红手链。红手链具有“连接人心”的寓意,它将是整个展馆的一个视觉符号。第一展区主题是“黑色记忆”。该展区是一个狭长的“时空长廊”,主色调为黑色,营造出战争与灾难阴影下的压抑气氛。在长廊的右侧,将通过原子弹面幕墙后的数码显示屏,回顾从1859年索尔弗里诺战役至今人类所遭遇的重大战争与灾难。“时空长廊”的终点设有一个高科技

“气雾幕墙”,在气雾组成的幕墙上,投影出真实的、以期盼和希望为主题的画面,表现人类在历经战争与灾难磨难的洗礼后,对于美好生活的祈愿。穿越“气雾幕墙”,参观者就来到了第二展区“人道之光”。在这里,展示背景由压抑的黑色变成了圣洁的白色,参观者将首先看到一段镌刻在墙上的文字:“经历战争与灾难的黑暗,我们更需要人道的光芒。”

第二展区的主体建筑是一座“环幕剧场”,剧场中有一块15米长、4米高的大屏幕。屏幕上播放的一段影片,表现国际红十字与红新月运动在保护人类的生命与健康、维护人类的尊严、防止与减轻人类的苦难等方面所做出的不懈努力与杰出成就。第三展区“行动你我”是一个互动区域,四个自动驾驶仪装置捕捉并拍下参观者的脸和红手链并实时传输到主题墙上的液晶屏,并显示在“环幕剧场”的影片中,这些头像与众多国际红十字与红新月运动志愿者的照片交织在一起,意味着参观者从触动到感动再到付诸行动的情感历程。

体验2030年的“智能气象”

世界气象馆是上海世博会上唯一的国际组织自建馆,也是世博会159年历史上第一个独立的气象馆。

世界气象馆外形就像一朵白云,白色的外表膜上分布着4180个喷头,当这些喷头喷雾时,整个展馆宛如一朵漂浮在雾气中的白云。每当太阳角度小于42度,“雾中彩虹”景观就呈现在参观者面前。循环使用的水雾既增加空气湿度,又释放出大量的负离子,气象馆外部温度可比周边下降2℃。

世界气象馆的电梯被包装成一只巨型“热气球”,它通过投影技术模拟“热气球”从零海拔起飞缓慢升空的过程。参观者眼前的景象不断变幻,仿佛穿过了云层,突破了对流层,最终抵达平流层。走出“热气球”,沿着回转长廊而上,参观者犹如走进“时空隧

■本报记者 钱培坚

承担着人类共同使命的各类国际组织,是上海世博会上体现国际性的一个重要角色。在参展上海世博会的246个席位中,国际组织如联合国、世界气象组织、国际红十字会等都建起了自己的展馆。

“上海世博会是我们认识并了解各类型国际组织,尤其是民间组织机构的生动课堂。一直以来,我们对它们的认识,总是伴随着一些伤痛的记忆。如果不是濒危物种急需抢救,很少有人知道世界自然基金会;如果不是文物走私猖獗,很难意识到国际博