

《失落的符号》致折扣战再升级

■王丹丹

丹·布朗的新书《失落的符号》一上市即引发了销售热潮,同时也引发了英国图书市场新一轮的折扣战。连锁超市阿斯达、网络书店亚马逊和书库都以4.99英镑或5英镑的价格销售《失落的符号》一书,相当于该书建议零售价的2.5折。英国图书市场的折扣战由来已久,而最新畅销书的促销幅度总是让人跌破眼镜。去年春天,阿斯达超市就曾以2.3折的价格销售戴拉·史密斯的烹饪书《完全烹饪手册》(Complete How to Cook)。

对于此次《失落的符号》引发的折扣战,阿斯达超市不愿做出回应。但不久前,阿斯达超市的图书采购经理曾公开表示:“在图书零售领域,所谓的折扣是一个误区。图书产品从未,也永远不会按照建议零售价出售,所以又何来恶性折扣之说呢?”他还表示,对于消费者而言,图书就是越便宜越好。

亚马逊成批发商

对于折扣战中处于劣势的独立书店来说,既然连锁超市和网络书店的折扣已经很低,又何必从批发商那里进货呢?目前,独立书店从批发商那里进货的折扣一般是5.5折。因此,直接从网络书店或超



顾客在伦敦一家书店排队购买《失落的符号》/ 图片来源《纽约日报》网站

市购书成了许多独立书店新的进货渠道。

一位不愿透露姓名的独立书店店主说:“以前,在一些重头的畅销书上市的时候,我会从超市书店直接进货。现在,我通常是从亚马逊进货。坦白地说,亚马逊已经成了我们的批发商之一。”另一位独立书店店主则说:“我们并不愿意这样做,但事实上我们不得不这样做。通常情况下,我都会从贝特拉姆和Gardners图书公司那里进货,但是在一些特别的书目和客户需求上,从亚马逊进货是最聪明的选择。”

一位独立书店店主则表示,他们并不希望亚马逊成为名副其实的图书批发商,但是,从亚马逊进货确实有诸多便利。他说:“下订单很方便,送货很快,而且不收费。我办理了亚马逊的会员卡,之前购书的积分可以抵下次购书的费用。我也会从贝特拉姆进货,但是量很少,只是为了看看是否卖得动。如果卖得好的话,我再从亚马逊大量进货,并把之前从贝特拉姆进的货退掉。”

有业内人士指出,独立书店这么做的原因之一,是因为批发商给独立书店的折扣太少,被激怒的书

商们才如此恶性报复。对此,英国图书批发商Gardners图书公司商务总监鲍勃·杰克森并不认同,他说:“这种现象已经有好多年了,而且无法改变。”

行业秩序面临挑战

为了帮助独立书商降低进货价格,批发商贝特拉姆提供了一些优惠的政策。2006年,贝特拉姆联合多家独立书店共同组成了独立书商联盟(Independent Booksellers' Group)。独立书商联盟的成员每个月都可以享受部分图书以5折进货的优惠,这些图书多是当月新上市的畅销书。享受此优惠的前提是,进货数量不能低于10本,而且必须在书店里进行重点陈列,但零售价格可由独立书店自己决定。目前,该联盟有300家独立书店,并得到企鹅、兰登书屋、哈珀·柯林斯、阿歇特等大型出版集团的支持。

独立书商联盟在成立之初确实给独立书店带来了一定利益,但随着折扣战的加剧,5折的优惠仍然不够,许多联盟成员也更愿意从亚马逊进货。一位独立书商联盟的成员说:“这确实是一个问题,我也自问,从亚马逊进货这样的形式能维持多久?但反过来,如果我们从亚马逊拿货的价格更优惠,为什么要通过联盟进货呢?联盟对我们的进货

数量、陈列空间有要求,而亚马逊没有。选择亚马逊,我的利润就会增加,就是这么简单。”

Badger书店店主盖里·金顿说:“独立图书联盟给我们的优惠仍然不能与网络书店相抗衡,图书批发商也不可能给我们更优惠的折扣。需要作出改变的是出版商。他们最看重的是销量,而不是利润,所以愿意以超低价向超市书店和亚马逊供货。正是出版商的这种做法使我们无法在市场上公平竞争。”

提姆·沃克尔是沃克尔独立书店的店主。目前,他的独立书店已开设了6家分店。在他看来,折扣战伤害的决不仅仅是独立书店的利益,而是整个图书零售市场的秩序。如果折扣战长此以往,就连财大气粗的连锁书店也难以经营。他说:“超市书店一般不会销售重版书,网络书店的重版书库存也非常少,而连锁书店则要面临重版书的库存压力。如果折扣战持续下去,整个行业的秩序将被破坏。”

Torbay书店店主马修·克拉克则表示,恶性折扣战导致独立书店的生存日益简单。许多独立书店因此而关闭,那些勉强生存的独立书店也很难有话语权,只能成为出版商与其他零售商的利益牺牲品。他说:“这是一场残酷的游戏,但规则已经制定,我们只能奉陪到底,并开发新的适合我们的经营模式。”

环球快讯

'09上半年美图书进出口下滑剧烈

受全球经济危机的影响,美国的图书出口在2009年上半年出现了下滑。根据美国商务部的数据,2009年上半年,美国图书的出口额为9.18亿美元,比上年同期下滑14.6%。所有的出口国几乎都受到了影响,尤其是对中国和德国的出口

额下滑较为严重。阿拉伯联合酋长国和菲律宾是仅有的两个出口额上升的地区。不过,出口下滑并未改变美国图书出口的市场排名,加拿大依然是最大的出口国,其次是英国和澳大利亚。

与此同时,美国的图书进口也

下滑了25.9%。在15个最大的进口国中,只有印度的进口额攀升了39.1%,从侧面反映出美国在印度的图书生产量提升。中国依然是美国最大的图书进口国,2009年上半年的进口额为2.95亿美元,比上年同期下滑17%。(艾玉)

WH史密斯销售下滑 利润反增长

近日,据英国WH史密斯连锁书店集团的财务数据显示,截至2009年8月31日的财年中,集团的总销售额为13.4亿英镑,与上一年的13.5亿英镑相比略有下滑;集团的税前利润为8100万英镑,与上一年的7600万英镑相比增长了6.6%。

WH史密斯表示,集团在机场、火车站、地铁等旅行网点的490家书店的运营情况良好,运营利润达到4800万英镑,比上一年增长17%;商业街书店的运营利润达到4900万英镑,同比增长4%。

WH史密斯首席执行官凯特·斯万(Kate Swann)说:“虽然整体的

经济形势低迷,但集团在过去一个财年的运营超出了预期,尤其是旅行网点书店和商业街书店的表现。”她还指出:“目前,WH史密斯的业务一直处于赢利状态,我们今年返还给股东的现金就达到3500万英镑。我们也将继续投资那些会为股东带来利益的业务。”(柴玉琳)

4%的英国人阅读电子书

近日,据全球知名的毕马威会计师事务所(KPMG)的一项调查显示,4%的英国人在10月份曾经阅读过电子书,其中大部分人阅读的都是免费的电子书产品。

在阅读过电子书的1000余名消费者中,70%的受访者阅读的是免费电子书产品,19%的受访者

为付费电子书,花费少于5英镑,7%的受访者的花费为5~25英镑。调查显示,68%的受访者表示在10月阅读过纸质版图书,39%的受访者阅读的花费少于10英镑,13%的受访者的图书花费在10~25英镑之间。

毕马威会计师事务所的媒体总监大卫·艾尔姆斯(David Elms)表

示,数字化已经渗透到了媒体产业的各个部分,出版业必须迅速行动起来,尤其是在防范盗版、产品和定价方面。他说:“这项调查反映了电子书市场的潜力和发展方向,电子书阅读器的兴起不仅仅是因为新技术的应用,也因为商家对电子书产品的选择。”(心蓝)

华文出版

香港永固兴码成立 代理欧洲版权

10月23日,香港永固兴码有限公司北京代表处成立。该公司是由来自香港永固纸品与德国兴码股份公司合作设立的大型图书贸易公司。德国兴码股份公司是拥有160多年历史的德国印刷企业。双方于2006年建立起了长期合作关系。两家印刷企业凭借在印刷、出版行业多年的经验和显著地位,与诸多出版社,尤其是欧盟许多著名出版社保持了悠久而紧密的往来与合作关系。因此,永固兴码在成立之初就拥有了很多欧洲出版社的图书在中国的版权独家代理权。

香港永固兴码有限公司北京代表处首席代表蒋燕表示,在我国经济实力逐渐提升以及经济全球化的大背景下,从封闭走向开放和

交汇的中欧版权贸易正在蓬勃兴起,永固兴码公司的成立正是基于这样的时代大背景。

目前,永固兴码拥有30多家欧洲出版社的大陆独家版权代理,其中包括VEMAG出版社、维森传媒有限公司(Wissen media GmbH),以及在语言、旅游、参考等领域享有声誉的朗氏集团。公司代理的图书品种包括旅游、百科、儿童图书、历史、语言学习和烹饪。

在刚刚结束的法兰克福书展上,永固兴码促成了商务印书馆、国家汉办和朗氏出版集团的首次合作,即成功输出了《图解汉语词典》的德语版权。据悉,除去教育领域,永固兴码今后将是朗氏出版社在中国的唯一代理商。(黄新萍)

创意工作改名牡丹花 做亚洲作家经纪人

从今年11月1日起,原香港创意工作有限公司(Creative Work)正式更名为牡丹花版权代理公司。这个更加中国化的名称代表了公司的主营业务:代理许多资深以及畅销的亚洲作家在海外的版权业务,将亚洲作家的作品输出到海外。这

其中包括苏童(入围2009年曼氏亚洲文学奖)、严歌苓、韩寒以及安妮宝贝。该公司还帮助签约作家润色稿件、寻找译者以及合适的出版商。除此之外,牡丹花版权代理公司还负责引介外国作品、出售简体和繁体版权等业务。(黄新萍)