

德国数字出版之旅(四)

本栏目与德国图书信息中心联办



要捍卫内容,而不是书这种载体

■孙池 光合作用书房总经理

这次的欧洲数字出版之旅有两方面让我觉得印象比较深刻。

全世界 书只是内容的一种载体

第一个就是,当时有一个生活类出版社的负责人来跟我们讲他们是怎么面对数字化出版的。他们把自己作为一个内容的制造商,而不是单纯地做书的出版。因为这样的一个身份定位,他们不断完善自己的内容数据库,然后面对的就只是各种载体跟内容的对接问题。如果这个载体是 Apple 的,那就直接转化成 Apple 的,同样如果是 Google 的话也可以转化成 Google 的格式,或者还可以根据客户的要求来定制。他们的内容不一定是书,书只是内容载体的一种而已。我个人也认为未来出版的关键就是提供内容,不局限于载体,必须用很开放的心态和观念去面对各种载体的接口。

第二个就是,当时有一位纽约大学的教授,在论坛的最后一部分跟我们作了关于美国出版状况的



图片来源 / pixnet.net

分享。他最后的结语让我非常认同的,甚至听了还有点血脉喷张。他说他已经参加法兰克福书展五十年了,但他认为,在明年,或者在未来很近的某一年,法兰克福书展可能就不再叫“书展”了。他说的第二个方面就是,你们要去想象,当未来要出版一本关于汽车的书的时

候,你打开你的手机,就可以看到这本书,但更重要的是,你可以在手机上听到引擎声。这是一件让人觉得很兴奋的事情,就是说内容可以用更多元、更立体的形式表现出来,内容的附加价值也会有更多表现的可能性。

比如说上面提到的菜谱,可能会被应用到厨房里面去,当你在买肉的时候,厨房就可能提供菜谱的数据,比如说做牛肉可以有几种做法,这种做法需要的牛肉是多少克,配料是多少克,然后就在超市一次性买完了。甚至打印出来的小票就能成为一个小菜谱。这样的话就提供了很多的附加价值。

阅读也许会迎来一场革命,这场革命让我们看到许多的可能,我们拥抱书,也热爱书,书不会灭亡,但是,我们同时还会看到很多展示内容的可能性。

欧洲与中国 不同方式投身阅读变革

其实我跟数字之旅的很多同伴认为,在技术上我们并不落后,但是,有两个层面,中国与欧洲是不一样的。

第一个,跟任何一个高速发展中的国家一样,我们充满着各种的可能、创意、创造力,因为我们没有太多固有的传统,更具有生命力,更具有创造性,更具有打破传统的可能性,在中国的活力是很强的。很多人认为,现在是一个混乱的阶段,可是往往创新是在混乱中产生的。而在欧洲,要实现改变,往往就要慢一些。

第二个,因为过度的活力,也让我们显得不够沉淀,在很多事情上做得不够精细和到位,我们可能会有各种的火花和点子,因为市场大,很多东西做起来也很好做,很容易靠数量取胜,因此就很难在精细度上取胜,做得更粗放一些。反观欧洲,他们反而要削尖脑袋把各种事情做细、做透。

不过在这么一个成长和变动的国家里面,这都是非常正常的现象。

欧洲有一个很强大的传统阅读比例,有 50% 的人口是传统图书阅读的忠实读者。这几年在数字出版的冲击下,他们的阅读习惯也没有改变。但是,另外 50% 的人在迎接这场变革。如果上游的内容制造商不参与这场变革,如何去服务这另外 50% 的人群?

看未来 书店要做内容经销商

我们捍卫的是内容,而不是某一个载体,书只是载体的一部分,读者需要什么样的载体,出版人就把内容放到这个载体上去。

同样,书店要把自己定位为内容分销商,而不是书的分销商,而且也应该是软体、硬体同时的分销商。

书店应该非常深入地思考我们的受众到底需要什么,而不要站在一相情愿的角度思考。如果在未来,读者认为书店不需要存在了,那就不存在了,但如果读者还想到书店的其他功能,那么书店将以读者所能想象到的形式继续出现。这一切都是由客户和市场决定的,而不是利益保护者、个人爱好的一相情愿能左右的。

就光和作用书店而言,如果我们定位为内容和文化的体验店,那就没有书店不应该存在的烦恼了。在未来,我们只要在这个角色上扮演得更符合顾客的需求就好。我们不必执著于自己的形式。我并不是光合作用书店的捍卫者,而只是顾客的捍卫者。(崔焯 / 采访)

出版快讯

中文在线 千万巨资采购版权

本报讯(司林)近日,中文在线正式宣布推出千万元采集计划,面向全国各大出版集团、出版社、图书公司广泛采集优质图书的数字版权。据悉,中文在线本次主要采集 2007 年(含 2007 年)后出版的图书,要求权利无瑕疵、内容完整,按图书类别预付,分为超级畅销书、A、B、C 四类,其中超级畅销书可获得多达 10 万元/本的预付款。

中文在线总裁童之磊表示,之所以郑重启动此次大规模的版权资源采集计划,是为了满足其迅猛发展的手机、数字图书馆、互联网、手持阅读器等多渠道的数字出版需

求。“出版社谈到数字出版,往往首先问的就是赢利模式是什么,中文在线希望通过预付或买断的方式,打消出版社的顾虑,拉动他们一起走向数字出版。”童之磊表示,“千万元采集计划”整体投入规模视优质版权资源而定,有可能达几千万,这将是一项长期的计划,“只有达到一定规模,才能真正拉动出版社的发展,预计最长需要三年的时间收回成本”。

据了解,中文在线此次采集的数字图书包括文艺、管理、生活、财经等多种类别,只要真正有市场需求的图书都会关注,目前已和北京

大学出版社、中国经济出版社等在第一时间达成了合作。对于采购回的数字版权资源,中文在线将通过手机、互联网、数字图书馆、手持阅读器等渠道,实现多种媒体的数字出版。童之磊预计,明年中文在线数字出版销售规模有望超过 1 亿元。

又讯 近日,中国出版集团、中信出版社、浙江联合出版集团等国内多家传统出版社以及中文在线等文学网站与中国移动签约,成为手机阅读的内容合作伙伴。据了解,中国移动手机阅读基地计划五年在浙江投资 5 亿元,其中,2 年内实现对手机阅读基地投资 5000 万元。

接力社 多种新品 11 月亮相

本报讯(肖晓)近日,接力出版社推出了一系列新品。

“鼹鼠的故事”系列,出版了《鼹鼠是个小画家》、《鼹鼠和电视》、《鼹鼠和伙伴们》三部新品。

《鼹鼠和电视》中,蜗牛给森林里的小动物们带来了一台电视机,大伙迷上了精彩的电视节目,从春夏到秋冬,寸步不离。《鼹鼠是个小画家》中,鼹鼠想到了对付狐狸的妙计。《鼹鼠和伙伴们》将带领读者进行一次森林探秘,看一看鼹鼠和他的伙伴们在森林里都干什么。

为庆祝英国著名插画家艾力克·希尔创作的经典卡通形象小狗

“小坡”30 岁生日,接力出版社将于年底推出“小坡系列翻翻书欢乐珍藏版”。该系列共 18 册,本本精粹,除集纳先前出版的 17 本翻翻书精品外,更收录了艾力克老爷爷的最新作品《小坡说晚安》。

接力出版社即将推出一本联想游戏书——《这是什么》。全书共由二十几个创意构成,生活中常见的物品,到了作者笔下,都能神奇地变成一种动物。

此外,该社引进出版了“巴巴爸爸”经典系列。该书是来自法国的图画书,首批 5 本图书将分别出版精、平两种版本,于 2010 年 1 月份上市。



洁尘《锦瑟无端》写暗恋

本报讯(秦沛)近日,著名女作家洁尘的最新都市情感小说《锦瑟无端》由人民文学出版社出版。小说用多声部的叙述方式讲述了一个关于暗恋的故事,女人暗恋男

人,男人暗恋男人。女人的暗恋获得了婚姻,男人的暗恋毁灭了一切。作者用充满魅惑的笔触,引人入胜进入了一场外表平静、内心狂野的都市恋情……

儿童阅读推广论坛召开

本报讯(肖晓)近日,作家林清玄、梅子涵、韩国大韩教科书出版社教育研究人员李炯昊、台湾教育研究院副研究员赵镜中等会聚宁波,参加第三届“二十一世纪中国儿童阅读推广人”论坛,就“儿童文学进课堂”的主题,展开了为期两天的讨论。中国版协副主席海飞应邀出席。

本届论坛,展示了儿童阅读推

广的最新实践成果。此外,论坛还公布了“2008.10~2009.10 优秀童书推荐榜”。关于目前阅读推广“阳刚气不足,偏女性化”的问题,引起了与会者反思。

二十一世纪出版社社长张秋林透露,连办了三届的推广论坛,已引起各方关注,包括地方政府部门。目前,争夺第四届论坛举办资格的地区,急剧增加。

龙源 发布期刊网络传播排行

本报讯(记者程华)近日,由龙源期刊网和中国出版科学研究所联合主办的“期刊杂志网络传播 TOP100 排行发布会”在京召开,《青年文摘》以 72 万访问量位列 2009 年度中文期刊网络传播国内阅读榜首,《意林》、《人生与伴侣》、《电脑爱好者》、《商场现代化》、《考试周刊》、《收获》也都上榜。“3G 时代的期刊盈利模式高峰论坛”也同时举行。

在此次发布会上,龙源期刊网首次提出“网络发行量”概念,对杂志

电子版内容在网络上的传播量进行了统计,并制作了排行榜,分为 2009 年度中文期刊网络传播国内阅读、海外阅读排行榜,还包括更细致的期刊分类、栏目、文章国内外网络传播排行榜。龙源期刊网总裁汤潮表示,“网络发行量”概念的提出,将对刊社广告营收和品牌拓展产生重大影响。排行榜的数据来源于中文期刊电子版在龙源期刊网上的访问量。

期刊网络传播 TOP100 排行发布活动始于 2005 年,现已成为研究期刊电子版网络传播的重要途径。