

新闻出版总署批准《动漫报》创刊

商报讯 新闻出版总署新近批准创办的《动漫报》，在北京国际图书博览会期间举行新闻发布会，宣布该报创刊发行。新闻出版总署规定《动漫报》的办报宗旨为：“坚持先进文化前进方向，弘扬优秀传统文化，培育原创动漫品牌，报道动漫业界资讯，引领动漫产品消费，促进动漫产业健康发展。”

据悉，由中原出版传媒投资控股集团有限公司主管、河南销售与市场杂志社有限公司主

办、河南动漫报业股份有限公司运营的《动漫报》，是全国第一张动漫类报纸，填补了我国此前没有专业动漫类报纸的空白，同时揭开了动漫报纸、杂志、图书出版、卡通频道、动漫网站等多种媒体竞合的序幕。在新闻发布会上，该报与中国出版集团中华动漫资源库、我国台北内湖科技园以及美国、日本、韩国、荷兰的多家出版企业达成动漫版权进出口协议，签署合作协议，标志着《动漫报》创刊伊始即迈出“走出去”步伐。

原中国出版工作者协会主席于友先，中国图书对外推广计划工作小组办公室主任、中国图书馆协会书记吴伟等出席发布会。目前该报订户已达20万个。

(方菲)

BIBF 数字化智慧火花迸发

原生、按需出版带来出版低成本时代?

■商报记者 李鹏

几场高规格的数字出版论坛，把“原生电子书”、“按需出版”等概念和最新实践带给了中国出版商。观念与实践的碰撞，中西方数字出版领域的不同实践，正在揭示一幅悄然变化了的数字出版图景，原生出版、按需出版等新的理念探讨，似乎为出版业的未来发展指出了一条新的方向——低成本生存。

被边缘化了的出版商?

不少业内人士参加完盛大文学主办的“亚马逊盛大文学超级写手巅峰对话”后，蓦然惊醒：通过数字出版平台，作者正在跨越出版商！通过“原生电子书”，美国的亚马逊、中国的盛大文学，以及大大小小的数字出版平台，正在静悄悄地挤占出版商的生存空间。

所谓“原生电子书”，指的是作者在没有法定的第三方出版商介入情况下，基本上完全自主出版的任何书籍或多媒体。最新的统计数字显示，亚马逊Kindle商店前100名畅销书中有28种是原生电子书，前50名中有11种属原生电子书。

美国作家约翰·洛克抛开出版商，在一个电子书交易平台上发表作品，几个月卖出100多万本，成为原生电子书销售的一个成功案例。今年2月份，作家阿曼达·霍金(Amanda Hocking)通过发表原生电子书作品，从Kindle商店获得了数百万美金报酬。

通过数字出版的模式抛开出版商？这对于不少作家来说是一个好消息。因为这种写作模式可以给予作家更大的自由度，同时少了条条框框约束后，作家可以有更多的机会发挥自己的写作潜能。

《被困雪地》作者、美国作家布莱克(Blake Crouch)直言，即使在他成名后，他仍对美国传统出版商感到沮丧，因为“我的出版商并不把我作为一个真正的合作伙伴。我不能对书的封面设计提供自己的想法和意见，对于书的推销和营销，我也不能提供自己的想法。”但Kindle的出现改变了这一切。当布莱克接受一位朋友的建议，从去年开始在Kindle上写作后，他的作品点击量开始突飞猛进。作品点击量从第一个月的188次，上涨到如今的月点击2万次，随之而来的，是他开始获得滚滚财源。

当然，原生电子书带来的，不仅仅是机遇，同样还有挑战。对于作家来说，以前完全由出版商所承担的工作，现在都需要作家的介入和参与。作家现在还负责雇佣设计师设计图书，为Kindle和所有的图书俱乐部提供作品的各种出版物形式，为自己的作品承担营销和推广工作，并负责校对和编辑工作等。

目前布莱克在亚马逊平台上70%的电子书作品都是原生电子书。他预测，多媒体原生电子书将为未来出版业的发展指引出一个方向。他现在正在与美国的一家动画公司合作，把他所有的电子书数字化，并把文本、视频、音频的形式融入到他的原生电子书作品中。

按需出版从幕后走向台前

同样，作为一种便捷、经济的出版手段，“按需出版(POD)”这一话题同样吸引了不少参展者的关注。作为一种出版业熟悉的概念，按需出版正在从幕后逐渐走向台前。

9月2日，全球按需出版公司(POD)专门举办了一场“POD按需印刷论坛”。全球按需印刷公司CEO罗伯特·弗莱彻在接受记者采访时表示，“未来出版业发展的方向有三个：除了数字化，另外两个方向是全球化和按需出版化”。按需出版是传统出版业面临数字出版的必然选择，以往的传统出版模式对纸张的浪费注定会成为历史，我们必须和出版社一起面向未来”，他说。

他表示，通过POD技术，中国的出版商可以方便地将自己的数字出版产品根据用户需求推向全球市场。他认为，使用按需出版，出版商就可以直接实现与读者的沟通，而不用担心库存的库存和印刷成本。“我们尤其对中国在科学、技术、医学(STM)领域的内容感兴趣，并且我们现在就有对中国STM内容感兴趣的出版商”。

按需出版不仅解决的是纸质内容的按需出版，同样也在努力实现电子书资源的按需出版。记者在展会现场看到，民营数字出版信息服务商博云科技的工作人员仅用了3分钟时间，就为一位现场观众制作出了一本综合了文字、图片、视频、音频等表现形式的富媒体出版物，而书中放什么内容完全由个人来决定。通过博云科技开发出的iPad客户端，内容经过后台审核后，立即能够在iPad上呈现出来，令人印象深刻。

数字出版的“双低”挑战

“说到底，在版权问题得到有效解决后，数字出版面临的问题就是成本与受众的问题。”有分析人士称。而低价与低成本，无疑是原生电子书与按需出版给出版行业重要价值。

电子书的定价问题，一直是困扰数字出版是否赢得受众的关键问题之

海外平台

圣智盖尔电子书馆中文平台发布

商报讯 8月31日，圣智盖尔电子书馆中文平台正式上线暨当代中国电子书发布仪式举行。这个全新的产品支持简体和繁体中文界面，以完成中文内容的搜索。其语音技术使得用户能方便快捷地听到所有原文的朗读。作为首批登录圣智盖尔电子书馆的中文图书，“当代中国丛书”纸本书由当代中国出版社出版。

这套丛书将通过圣智盖尔电子书馆中文平台出售给美国及全球的客户。

圣智盖尔出版集团全球总裁兼首席执行官罗德·邓恩在致辞中表示，此次中文版电子书平台的发布是该集团的一个里程碑，未来将

继续加大与中国出版机构在数字出版上的合作，将反映当代中国主题的内容展现给世界读者。

新闻出版总署副署长、国家版权局副局长阎晓宏在致辞中高度评价了圣智盖尔出版集团在国际信息和服务领域所取得的成就。他说，圣智盖尔与当代中国出版社的此次合作意味着数字化环境下一种新的合作方式的确立。

阎晓宏鼓励中国的出版机构全面深入地与圣智盖尔这样的国际出版集团开展合作，依托数字传播平台，把反映中国当代经济社会发展的优秀图书更多地展现给全球关注的读者，为全世界的读者奉献出更多、更好的图书。(蓝)

第18届 BIBF 中外展商

做新想什么

·数字出版·



一。而价格低廉的原生电子书模式的出现和兴起，则为扫除电子书与受众之间的价格障碍提供了一条现实路径。目前亚马逊上的原生电子书作品售价为3.99美元甚至更少，有18种图书标出了尽可能低的价格0.99美元。

为什么原生电子书的价格可能做到这么低？答案很简单，比起传统图书的数字化出版，原生电子书的数字出版使得出版产业链中的一个主要成分者——出版商，被踢了出去。用户为作品的付费，完全由平台和作者享用，因此费用低了很多。

布莱克解释，“按照传统的模式，我只能获得销售额的10%，而用了原生电子书的模式，我可以获得70%的回报。这就意味着相对于传统的出版来说，我可以把价格定得更低。一般的书在美国传统出版领域平均需要26美元，而我的定价只是它的10%，在美国通过原生电子书的定价只有2.99美元，因为我能够获得70%的版税。所以即使把书的价格定到2.99美元所获的收入，和我以前把书定到26美元获得的收入差不多。”

“以前出版商所承担的工作我现在都要介入和承担。但是这些挑战对我来说都是好处，因为没有一个人比我更知道如何对我的书进行营销和包装，有了原生电子书之后，就不需要在它出版之前等待12个月或者是18个月的时间”，布莱克说。

反观按需出版，则是避免浪费、节省实体渠道铺货费用，并为出版社省钱的最有效举措之一。一旦按需出版在数字出版勃兴的大潮中成长起来，出版业未来将进一步向粗放型的发展模式告别，迎来一个低成本的精准发行时代。

虽然，本届BIBF上，原生电子书和按需出版，只能算是“小荷才露尖尖角”，而且这些出版模式势必会冲击出版业发展的一些根基性问题，因此面临版权、发行等诸多问题，但是当出版社擦亮了眼睛，细心发掘书展上透露出的细微趋势，或许就会发现，在这些领域，一些竞争对手早已开始行动，已经是“早有蜻蜓立上头”了。

日本凸版印刷进军中国数字出版

商报讯 在刚刚结束的第18届国际图书博览会上，由日本凸版印刷株式会社主推的云端书库BookLive亮相，引起众多出版商关注和热议。

BookLive诞生于去年年底，今年2月正式对外发布，这是目前日本凸版印刷在数字出版领域主打的电子书店。凸版印刷于去年10月在中国成立分公司——北京比特威数码产品有限公司，进军大陆电子书市场。

拥有100多年历史的世界印刷行业龙头企业的凸版印刷，早在2001年就成立了数字出版公司，又于2005年联合36家日本知名出版社成立数字出版合资企业。在中国

市场拥有全资子公司北京凸版数字产品有限公司。随着公司业务领域的扩大，该公司转入凸版印刷集团所属株式会社比特威旗下。在日本，比特威是首家面向3G手机提供手机阅读、手机写真集开发和发送等业务的企。2009年开始向法国、我国香港及台湾市场提供手机阅读内容。目前，比特威还是中国移动手机阅读基地海外漫画内容的主要提供商。公司市场部经理闫卫东认为，数字出版目前以两种形式为主，以互联网为基础和以手持终端等为基础，后者的比重越来越大，在日本漫画数字出版市场，80%的用户是通过手机访问，未来这一比例还有可能提高。(晓雪)

外研社现场发布三款数字产品

商报讯 第18届北京国际图书博览会上，外研社发布的“外研通”教学点读笔、《英语》(新标准)网络教材、外研协同翻译平台吸引了许多人的眼球。通过“外研通”教学点读笔，学生们都将学到来自BBC播音员纯正地道的英文，解决边远山区英语教学中的口音问题；《英语》(新标准)网络教材帮助全国2500多万中小学生学习实现了真正的个性化互动课堂；而外研协同翻译平台则大大提高了翻译工作效率，可将10万字翻译任务的完成时间从长达一年缩短到两个月。

8月31日，第18届北京国际图书博览会现场，英国埃克赛特大学英语教育博士李玮给观众示范了一堂点读笔辅助下的英语课。只见李玮老师用一支钢笔大小的点读笔在《英语》(新标准)教材上轻轻一点，音箱中就传出了响亮、地道的英语读音。这是由外研社最新推出的外研通教学点读笔。作为一款教学与自学并用的工具，外研通点读笔既满足了英语自学者随时随地学外语的热情和需求，还为外语教学课堂提供了强大的语音帮助，有助于在我国现有的师资水平下打造高效英语课堂的愿景。

外研社社长蔡剑峰表示，从2011年春季起，全国小学生和部分省份初、高中生使用的外研版英语课本已经升级为数码有声点读教材。新课本囊括了课文朗读、专家讲解、中文翻译及练习提示等语音资料，它采用了在纸张上加印与音频文件相关联的隐形底码的高新技术，通过指定的外研通点读笔轻轻点击印有隐形底码的文字或图片，就可以使教材“开口说话”。

同日，外研社在北京国际图书博览会新闻中心会议室举办了“外

研社《英语》(新标准)网络教材上线发布会”，在《英语》(新标准)系列教材出版10周年之际，重磅推出由其自主研发的《英语》(新标准)网络教材(以下简称：NSE网络教材)，为全国基础学段的师生提供全方位立体化的资源。

由外研社出版的《英语》(新标准)教材堪称国内第一套真正意义上的小、初、高中“一条龙”式英语教材。目前，这套教材已经走进了全国26个省、自治区、直辖市的中小学课堂，使用人数已达2500多万。记者了解到，此次推出的NSE网络教材完全由外研社自主研发，积累数十年的内容资源，包括立体教材、磁带、辅学光盘、教辅、课外读物、词典、语法书、试题库等，丰富性及可扩展性远高于其它同类网络教材，并实现了与纸质教材的“无缝衔接”。外研社副总编辑王勇在讲话中提到，这是外研社从一个传统教育出版社向教育服务商转变过程中的里程碑式的产品，旨在利用现代科技手段，更好地为广大基础阶段师生服务。

9月1日，外研社又一款重磅数字出版产品——协同翻译平台由外研社携手翻译界、语言学界以及计算机软件行业的多位专家，历时两年打造，在第18届北京国际图书博览会发布。在发布会现场，中国外文局常务副局长、中国翻译协会第一常务副会长郭晓勇对外研社协同翻译平台给出了很高评价，他认为，作为出版界首次开发的翻译平台，外研社协同翻译平台不仅有利于规范翻译出版流程，提高异地团队的协同翻译能力，还将有助于充分利用全国乃至世界各地的翻译资源，提高翻译出版的效率，是翻译出版领域的一项很有意义的探索。(王东 倪成)

国内平台

江西科技社将借台湾资源进军数字出版

商报讯 9月1日，借第18届北京国际图书博览会召开之机，江西科学技术出版社与中国台湾出版与数位内容产业研究协会就数字出版发展的趋势共同探讨两岸未来有关数字出版的合作契机与展望等内容进行了广泛而深入的会谈。

会谈双方认为，随着两岸电子书的崛起，传统出版已面临数字出

版的挑战。两岸应善用台湾的创意、管理经验，强化大陆市场的消费习惯。双方就出版物数字化程度、出版数据库完善程度、数字化产品发布渠道、传统出版物与数字出版物的契合等多方面的合作愿景与方式进行了具体的磋商。会谈结束后，双方就数字出版的合作达成共识。(蓝)

英捷特数字图书馆平台上线

商报讯 9月1日，首次亮相北京国际图书博览会的英国出版科技集团(Publishing Technology)正式发布世界三大数字图书馆平台之一的英捷特(ingentaconnect)全球数字图书馆平台中文版，并与首批战略合作伙伴签约，允许每年向其提供数字图书馆用户研究报告、国外出版市场研究报告等服务。开通仪式上，中外出版业精英云集。英国出版科技集团全球总裁乔治·卢塞斯与中国出版集团前总裁聂震宁、天津新闻出版局局长荣新海、中国图书进出口(集团)总公司党委书记吴伟、外文局副局长陆

彩荣、时代出版传媒股份有限公司董事长王亚非、凤凰出版传媒集团总经理陈海燕、广西出版传媒集团董事长杜森、江西出版集团中文天地出版传媒股份有限公司总经理曾少雄、中国人民大学出版社社长李永强、剑桥大学出版社CEO潘仕勋、泰勒弗朗西斯亚太区总裁柯百利等200余人共同见证这一时刻。

乔治·卢塞斯发表了《开启通向世界的数字大门》的演讲。他认为，英捷特这一平台覆盖了2.5万多家图书馆机构用户，可以成为中国出版“走出去”的一个主战场。(马莹)

“移动书城”推实体书购买功能

商报讯 在本届BIBF上，中国移动手机阅读基地成为参展的一个亮点，其展示的“移动购书”更是受到业内关注。8月8日在浙江省推广上线的“移动书城”是中国移动联合当当网、京东网、博库网等公司共同推出的实体书购书商城，这也是移动方面及多家网络书城“释放传统出版潜力”的一次探索。

据悉，中国移动用户可使用该频道的比价系统进行购物，该功能

能够自动将最便宜的书置顶。用户可用当当、京东等账户登录，也可用手机号码快速注册。将心仪的书目加入购物车后可通过货到付款的方式把书买下来。该服务的物流并不是由移动方面负责，他们只是起到了一个“牵线搭桥”的作用，具体配送是通过京东、当当、博库等公司来做，只要是电商可以送达的地方，用户购买的图书都可以被送到。(李琳竹)

中国大陆首获国际畅销小说电子版权

商报讯 由畅销书作家安东尼·赫洛维兹执笔的福尔摩斯最新力作《The House of Silk》，将于今年11月全球同步上市。

凤凰阿歌特文化发展(北京)有限公司总经理王竞在书展期间的发布会上透露，他们获得了该书的独家版权，包括纸质书和电子书出版权，而这也是我国首次获得国际畅销小说电子版权。(夜雨)

在在线阅读迅猛发展的当下，国内频频发生的有关电子书的版权纠纷，引起了出版界、学术界和法律界的广泛关注。此前国际上从未对大陆开放过畅销书的电子版权，凤凰阿歌特文化发展有限公司为国内电子版权的开放打开了一扇门。在该书的电子版权保护上，王竞表示，凤凰阿歌特正在积极寻找电子版权的合作商。(夜雨)