

中欧数字出版圆桌论坛探讨版权代理与营销

商报讯 8月30日,法国驻华使馆文化合作处与中国图书进出口总公司在展馆主办了一场中欧数字出版圆桌论坛。爱尔兰版权授权代理机构CEO萨曼莎·侯曼、丹麦独立出版者运动带头人卡斯滕·皮尔斯、法国对外文化教育局数字出版项目负责人斯特发尼-艾洛伊斯·格拉、中国新闻出版研究院副院长张立等分别发言,探讨中国和欧洲数字出版产业的现状及发展。侯曼女士担任爱尔兰版权授权代理机构CEO,该机构为作者和出版者代理版权,尤其是复

制权的代理。她认为,集体管理组织对于数字环境中版权管理和实施起着重要作用,版权所有者、用户和内容管理者之间保持互信很重要,有合格的市场管理总监来平衡这三者之间的利益也很重要。皮尔斯介绍了丹麦独立出版(即自助出版)的发展情况,他认为,迅速发展的自助出版将对全球出版业产生重要影响。未来出版获得成功的秘诀在于灵活地调整营销手段。他还以出版的畅销书《宝贝日历》为例,介绍了如何了解顾客需求,出版读者愿意买的图书的经验,如书用活页纸装订,封面上装一个塑料夹,顾客可以插进自己孩子的照片,封底可以插上孩子的日历。

(渠亮帆)

国际展商看书业热门话题

■商报记者 渠亮帆

本届北京国际图书博览会期间,就当前国际出版领域的热点话题,如学术出版、自助出版、电子书定价、国际书展走向等,本报记者对参加BIBF的国外出版高层进行了采访。

学术出版的数字化转型走在出版行业的最前面。据Springer(施普林格)CEO德克·汉克介绍,目前Springer有80%的期刊都是电子刊,50%的图书都是电子书,总体来说,2/3的收入来自数字产品和数据库,1/3来自纸质出版物。这与几年前相比是一个很大的进步。作为一家在全球学术出版领域排名前三位的出版商,虽早在1990年代就开始投资于数字产品和数据库的研发,但均采用外包形式,为了更好地开发数字化产品、数据库并提供服务,两年前Springer收购了一家拥有100人的技术公司,来为Springer做数据库和平台,但他们除了懂技术还必须懂得图书和生产制作,因为出版社的结构已经发生了改变,不再是按条块分割成不同的图书部门、各自为政,新的技术部门负责数据库上对所有图书的数字化,因此他们必须懂出版和制作。而对于全球学术出版领域排名前五的美国SAGE(世哲)出版公司,则采取了由美国斯坦福大学下属的HighWire公司提供技术支持的发展模式,共同打造了SAGE全文期刊的电子访问平台——SAGE期刊在线(SAGE Journals Online, SJO)。

汉克指出,各国,尤其是在欧洲,对纸质和电子书刊不同的税收政策,是影响数字转型的一个主要因素。因为在欧洲,政府部门规定对用电子形式出版的期刊要征收很高的增值税,这对只出电子刊或电子与纸质都出的出版商是不合

理的。因此目前虽然各出版社还出版纸质刊,但使用率很低。Springer发表的论文中有99%都是从电子刊上被引用的。因为它提供了功能强大而便捷的搜索和数据支持。因此,Springer提倡“电子先行”但不提倡“只出电子版”。目前Springer有65%的图书是按需出版,这意味着2/3的图书一开始就是以电子形式问世的。

对于已获得英国政府接受并将进行跟进的芬奇报告, Springer和SAGE公司都表达了支持的立场。汉克认为这是一个“在充分考虑各方意见后作出的虽不很完美但可以接受的报告”,他很欣赏报告中建议的向金色OA转变,而不是向绿色OA及延迟公开形式转变,为此Springer将继续增加金色OA和混合OA出版,并允许对出版论文的重复使用。同时Springer还启动了OA图书项目,以满足学术机构对作者的要求。SAGE公司亚太区总经理保罗·伊文斯表示,这份报告的出台将推动出版商的期刊从订阅模式演变为混合OA及金色OA。而且报告中提出的“在订阅模式过渡期,合理使用授权以覆盖所有机构;改善英国公共图书馆的访问;机构资料库发挥补充角色;允许开放获取的‘禁烟期限’以避免期刊可持续性方面的风险”都具有现实意义。但两人都认为,鉴于目前完全OA刊数量仍占少数,出版商不会因内容的完全公开失去持续发展的动力,而是应该加大优化访问并不断增强搜索功

能,以实现最佳研究与学术价值,提供增值服务。伊文斯还强调指出,未来出版商要以内容为重,避免“虚荣出版”和信息过载,通过强大的编辑和编委会来帮助管理研究团体及其出版,通过质量管理流程及全球协作,来确保为研究者创造最高价值。

对于国际书展业的发展,亲临BIBF现场的美国书展市场总监斯蒂夫·罗萨托与英国伦敦书展负责人艾米·韦伯斯特均表示,近两年

自助出版和数字展区是书展上增长最快的板块。因为英美有很多普通人自己写书并选择了自助出版,他们也很希望通过伦敦书展找到传统出版社来出版他们的作品。伦敦书展上有80平方米的作者休闲区(Author Lounge),为自助出版作者提供了相互交流的空间,同时书展的250多个论坛为他们提供了获得出版商关注的途径。传统出版商也非常关注这个市场,希望从中找到好的新作者。美国书展和伦敦书展都有专人负责Facebook、Twitter、Youtube等社交网站的营销宣传,他们组织对特定话题的讨论,使关注书展的跟帖者(群体)数量迅速几级增长。同时,移动设备、电子零售商及技术公司也非常积极地参加数字专区的展示,希望借此加强与传统的内容出版商及自助作者的合作。此外,两人都提到,书展上提供了高速无线上网,为参展商和参观者提供更便捷的服务。

谈到自助出版,罗萨托表示,企鹅收购自助出版公司ASI,但它可能也面临一个需要解决的问题,就是图书的定价。传统图书因为要支付编辑、制作等环节的各种成本,所以定价一定会高于自助图书,而且也无法支付给作者很高的版税。但韦伯斯特认为,读者还是希望阅读经过出版社的过滤系统,有编辑严格挑选、精心编辑出版的高质量图书。而很多作者自己发布到网上的作品质量都不高。

谈到电子书定价问题,韦伯斯特认为,亚马逊为新书定了很低的售价(7.99英镑或9.99美元),这让很多出版社很难利用价格杠杆获得本来可以从新书出版中得到的利润,因此很难继续维持优质的编辑出版。她解释说,以前,出版社可以以很低的99便士或1英镑的价格先促销新书,然后再提高新书售价大量销售来获得可观收入,而

如今,亚马逊让传统出版商很难再通过这些方式增加图书收入。传统出版商的利润空间被大大压缩了。美国司法部作出的“苹果公司与出版商共谋电子书价”裁决一案,就是在起诉传统出版商共谋以抬高电子书售价的行为。最后,阿歇特、哈珀·柯林斯和西蒙·舒斯特这3家美国公司因为不愿卷入这场拉锯战承担高昂的律师诉讼费用,因此选择了接受和解协议。根据美国《出版商周刊》最新消息,日前他们已同意向2010年4月至2012年5月期间购买电子书的美国消费者支付6900万美元。而企鹅美国、麦克米伦美国和苹果公司将于明年6月再次进行无罪辩护。在欧洲,据路透社报道,为早日结束欧盟的垄断调查并避免被罚款,阿歇特、哈珀·柯林斯和西蒙·舒斯特及麦克米伦的母公司霍兹布林克集团已允许亚马逊在内的电子零售商在两年内打折销售电子书。而此前,苹果公司与出版商签订了亚马逊在内的其他零售商不得以更低价格销售电子书的协议。由此看来,亚马逊处于更为有利的形势。

谈到当前的并购形势,韦伯斯特表示,谷歌最近收购了威立的弗罗默旅游指南品牌,这对传统出版品牌是个好事。现在网上有许多免费的旅游信息,弗罗默与谷歌联手后,可以通过各种移动设备和平板电脑下载App,电子书和各种工具,为旅游者提供机票、住宿预订及目的地的各种信息服务。这让传统的出版焕发了生机。传统出版商近几年在数字化浪潮中受到了很大的震荡,因此要不断寻找最适合的出版方式。现在人们关注的不再是图书而是内容。因此出版商需要进行调整 and 转型,借助社交媒体和移动设备传递有价值的内容,这样才能保持永久的活力。



德国老牌高端学术出版社德古意特进军中国 德古意特看好中国市场

■商报记者 金霞



2012北京国际图书博览会,中德两家“气质”相近的出版机构的战略合作备受各方关注——一方是成立于1897年,有“学术出版重镇”和“工具书王国”美誉的商务印书馆,另一方是成立于1749年,德国历史最悠久的高端学术出版社德古意特;双方将携手开发选题,组织编辑和作者的国际化团队,针对全球市场合作出版新书。这也是德古意特驻华代表处“进京”一年来,与中国学术界、出版界合作结出的又一硕果。

而德古意特对中国市场的重视,从此次参加BIBF的阵容即可见一斑——执行总裁Dr. Sven Fund、人文出版副总裁Dr. Anke Beck、市场销售副总裁Katrin Siems、全球销售总监Ben Ashcroft、驻华代表处负责人史行果齐齐亮相。

德古意特总部设在德国柏林,并在德国慕尼黑、图宾根、奥斯纳布吕克和美国波士顿设有分支机构,在全球拥有300多名员工,分别从事项目开发、出版、生产和销售工作。该社以出版高端学术著作、学术期刊和数据库著称,每年出版800种新书,拥有550种学术期刊,以及50个大型数据库,在全球发行。德古意特的出版物覆盖所有人文科学和自然科学领域,包括哲学、语言学、文学研究、宗教学、古典学、图书馆学、法学、医学、数学、化学、物理学、生物学、建筑和设计、艺术等。德古意特在其悠久的历史当中将若干传统精英学术出版品牌置于旗下,例如在欧洲古典学方面处于权威地位的,成立于1749年的格奥尔格·莱默出版社(Georg Reimer),成立于1872年的卡尔·J·特吕布那出版社(Karl J. Teubner),以及世界最著名的语言学出版社穆彤(Mouton)和以人文出版著称的马克斯·尼玛亚出版社(Max Niemeyer)。

260多年的学术积累,10万多种出版物,德古意特始终与国际最顶尖的图书馆和学术机构保持合作关系,而先进的数字科技使其在

数字出版方面也在世界前列。

电子出版方面,通过“德古意特e-出版”(De Gruyter e-dition),德古意特历史上所有的出版物均可转化为电子书,或者以按需印刷的方式重新生产。各学科的出版物也可被打包重组,比如语言学、数学或哲学类已绝版的品种,通过这种方式又可供应给读者。学术期刊方面,通过“德古意特期刊资料库”(De Gruyter Journal Archive),读者可以获取德古意特出版的所有科学杂志自首届开始的电子版内容。其中具有代表性的创刊于1826年的“克雷勒纯粹数学与应用数学期刊”(Crelle Journal der reinen und angewandten Mathematik),它至今仍被誉为世界最著名的数学期刊。大型数据库方面,以“尼采在线”(Nietzsche Online)为例,它不仅包括了国际知名的科利版尼采作品全集(KGW)和书信全集(KGB),还包括德古意特出版的所有关于尼采著作及其接受的出版物;又如“世界人物传记信息系统在线”(WBIS Online),它是世界上最大的生物传记资料库,读者从中可检索到全球范围内600万个人物的原始资料。德古意特所有的电子产品均集中在它的电子平台上,即“德古意特在线”(De Gruyter Online http://www.degruyter.com),以供读者使用。

德古意特从2010年开始在中国寻找合作伙伴。2011年8月,德古意特驻华代表处在北京正式设立,标志着其与中国学术界和出版界密切合作的开端。“世界上有十

分之一的科研论文来自中国,它们都具有相当高的学术水准。我们非常乐意与中国合作伙伴长期合作,共同开发、出版和在全球推广这些高品质的学术出版物。”德古意特人文出版副总裁Dr. Anke Beck表达了德古意特对中国学术成果的浓厚兴趣。

记者了解到,德古意特已与中国多家出版社签署了第一批合作协议,并商讨达成了具体的合作项目,如商务印书馆、科学出版社、中国社会科学出版社、高等教育出版社、中国建筑工业出版社、上海交通大学出版社、上海外语教育出版社、外语教学与研究出版社、化学工业出版社等。此外,德古意特与中国社会科学院考古所也达成了首个合作项目,自2011年开始,德古意特在全球发行《中国考古学》期刊。

“我们期望与合作伙伴的合作能够取得丰硕的成果,这种合作也体现了德古意特的庄严使命,那就是在国际化的环境下,为全球读者提供最高品质的读物。”正如德古意特执行总裁Dr. Sven Fund所说,该出版社与包括中国在内的国际出版业的合作在不断扩大。2012年,随着对波兰维斯塔出版社(Versita)的收购,德古意特成为世界上第三大开放获取出版商。与此同时,美国哈佛大学出版社(Harvard University Press)与德古意特在发行业务上展开合作,将其所有电子书委托德古意特销售。类似的销售合作关系也存在于德古意特与Böhlau出版社(奥地利)以及Otto Schmidt出版社(瑞士)之间。

●书博会资讯

“对外推广计划”以新思路集束推精品

商报讯 8月31日,BIBF展馆CBI活动区,“中国图书对外推广计划”工作小组举行了三本中文图书英文版全球首发式。这三本书分别是福建教育出版社的《中国德奥战俘营》、安徽科技出版社的《中国盆景金奖集》和《小说选刊》杂志社出版的《爱情到处流传》,在获得了CBI翻译资助后,由美国全球按需出版集团(PODGI)公司推出英文版面向全球市场发行按需出版电子书。据悉,未来还有34本将获得“中国图书对外推广计划”(CBI)资助的图书,陆续通过PODGI在海外问世。PODGI公司总裁罗伯特、国务院研究室秘书局局长王昕明、国务院新闻办三局局长张雁彬、时代出版传媒股份有限公司总编辑林清发、福建教育出版社长

黄旭、安徽科技出版社社长黄和平等出席了首发式。

随着图书“走出去”的项目更加深入,国内出版社与国外同行的合作模式也日益深化。据林清发介绍,在与PODGI建立战略合作关系、推出英文版图书后,他们还计划在其数字出版平台——时代e博上建立国际社区,与美、澳和英三国的版权代理公司开展合作,计划于明年推出一个面向机构用户和按需出版用户、基于国际数字版权交易的社区平台,提供国内外出版物数字版权输出和引进的一站式服务。

中青社也将在今年的法兰克福书展上重磅推出《中国艺术5000年》中、英、法、北美版本。这部鸿篇巨制涵盖

了从远古到明清各时期名家的艺术精品画作,生动翔实的文字由中央美院博士历经3.4年精心编纂完成。此外今年还将推出《茶书》(The China Tea Book)三个新版本。

据中青(英国)国际出版传媒公司市场部经理任远介绍,自从2007年在英国创立公司以来,已在海外市场推出100多种文化艺术和创意设计类图书,向40多个国家发行。该公司近年来将创意设计作为着力发展的领域。刚刚出版的《72变:孙悟空概念设定艺术》、“幻想+”系列(Fantasy+)均是汇集全球顶级艺术家共同创作的精美力作,十分适合从事美术创作设计的人员使用。

(渠亮帆)

SpringerOpen品牌再添新军

商报讯 本届BIBF上,施普林格(Springer)在其展台上以1900本最新图书、产品宣传册/视频/海报等宣传资料以及电子平台亮相,同时还在图书馆配区展示了1000多本图书。更为值得关注的是,8月29日,Springer宣布,将拓展开放获取项目至图书领域,为其已建立的SpringerOpen、BMC期刊及SpringerOpen Choice混合刊出版模式

再添OA图书,使全球各地读者都可通过互联网在SpringerLink上获取其内容。这是一个针对所有学科领域的OA图书出版项目,出书后,作者仍将持有整本图书的版权以及其中每一章的版权。这些图书根据CC-BY-NC许可出版,允许使用者在有作者署名情况下进行非商业用途的开发和再使用。OA图书将收录于OA图书目录(DOAB)

SAGE主办国际学术出版论坛多方论道

商报讯 8月30日,美国SAGE(世哲)出版公司在BIBF会场附近的临空皇冠假日酒店主办了探讨学术出版模式及未来发展的研讨会。SAGE公司亚太区总经理保罗·伊文斯、英国皇家学会出版人菲尔·赫斯特、世界科技出版公司经理傅明炎介绍了当前学术出版的商业模式、现状和芬奇报告提出的建议,各自谈了学术出版面临的机遇与挑战,以及如何协同合作实现出版价值的最大化。

据伊文斯介绍,SAGE公司的创始人萨拉女士为保持这家学术公司

的独立性,在其遗产计划中规定,在她身故后,SAGE的经营权将被授予由多家慈善机构拥有的信托公司。英国皇家学会是有近400年历史、汇聚最著名科学家的学术机构。世界科技出版公司则是专门出版高科技书刊,在亚洲规模最大的学术出版公司。在OA出版领域,英国皇家学会2011年推出了Open Biology金色OA刊,同时为作者提供了在非金色OA刊上选择“OA出版”的选项。SAGE公司也在社科领域设立了SAGE Open选项,为适应出版行业演变做

中,便于对OA图书的查找。Springer还将推出电子书回溯数据库,收录1840年代以来其出版的STM领域的电子书,并整合进SpringerLink平台。

在学术出版面临OA运动的变局下,Springer预测到图书将成为OA进程的下一个焦点,因此适时地推出OA图书项目,这有助于将OA建成可行的学术书籍出版模式。DOAB与OAPEN基金会主管阿克·弗沃达如是表示。

(渠亮帆)

好准备。

与会者表示,国际间合作的研究论文在过去15年间从25%增长到35%。包括中国学者在内的国际合作研究项目也在飞速增长。因为科学出版在发生变化,如领域更为开放,更加需要对数据等科学研究的整合,需要更多的国际合作(如进行气候变化的研究)因此,科学研究需要加强国际间的合作,而且学者对论文信息的使用量每年都在快速增长,这就要求出版商通过功能更强大、优化的电子出版和数据库,来为图书馆和学者提供越来越高的价值,坚持不懈地服务最终用户。

(渠亮帆)