

德古意特续推开放获取服务

中国出版传媒商报讯 德国历史悠久的高端学术出版社德古意特2012年收购的波兰维斯塔(Versita)出版社在2014年春已正式更名为德古意特开放(De Gruyter Open)。

美媒载文预测十大阅读趋势

中国出版传媒商报记者 李丽/编译

互联网扰乱了过去20年出版行业的业务模式。尽管如此，依然有少数深入人心的观念得以存续，比如叙事要完整(故事要有一个开头、中间和结尾)；图书作为创意思想的集装箱，要按照时间和地点组装起来；图书的出版必然要涉及作者、编辑，以及出版商和发行商；并且，在实体图书和数字化领域之间存在着极为

明显的边界。然而，随着2010年代以来科技和商业领域的巨大引领作用开始影响到整个的阅读体验，这些最后的堡垒也正消溶在数据的影响、大规模跨界合作和数字化整合中。不管你是否已经做好准备，在2014年及更远的未来都存在着以下10个值得关注的趋势。

罗布·萨尔科维兹

是一名专门研究数字化技术对商业企业影响的作家和咨询顾问，他还是总部位于美国西雅图的一家公关企业的共同创办人及内容与战略总监。今年年初，他在美国《出版商周刊》上撰文，提出了未来有关阅读的十个趋势。

趋势一：视觉文学将大获成功

我们生活在一个视觉影像的年代。市场营销人员将告诉你，在吸引关注度方面，视觉内容所发挥的影响是文本内容的40-60倍。在文学和娱乐产品领域，插图小说和漫画已经从文化和商业的边缘走向二者的中心位置，自从平板电脑出现以来，以数字化形态进行视觉讲述的媒体已经经历了大增长大繁荣。

趋势二：跨媒介讲故事横跨更广平台

现在把图书改编成其他媒介形式或者反过来，都不再是什么新鲜事，目前的“跨媒介”讲故事趋势迈出了更具适应性的一步，通过故事的延伸或者横跨更广泛范围平台的故事世界，实现从图书到影视，以及到社交与互动式媒介的自由转换和结合。

趋势三：大数据分析驱动计算机自动生成文学作品

多年来由计算机自动生成文学作品的想法被认为是痴人说梦、笑话，或者是低俗科幻小说中的情节。但《纸牌屋》(House of Cards)，这一来自收费视频网站Netflix的大热原创剧集，证明这并不是一个笑话。

趋势四：谷歌阅读眼镜

2013年，要接触到谷歌公司推出的“谷歌眼镜”(Google Glass)——这一可随身配戴的移动阅读设备，还十分受限，当其技术原型被发布时还被认为有些荒谬可笑。但很快，这一设备将会成为随处可见、万能通用、消费者买得起的新神器。

趋势五：计算机即时翻译

如今的电脑自动翻译已经相当好。但是对于文学、技术类的出版物，或者法律合同来说，还不够好，不过也正在朝着好的方向发展。通过结合运算法则、数据分析和众包信息，正在教会电脑机器领悟各种语言的习语和音调的微妙之处。很快，结合文本识别的即时文本翻译，将能够通过移动设备上的增强现实版应用软件来使用。

趋势六：书店将成为按需印刷书的样本室

聪明的实体书店经营者已经意识到，他们不仅仅是在销售图书，还销售购买图书的体验。正在挣扎求生的和一些发展依然蓬勃的独立书店增加了咖啡区和其他商品来补充收入，与此同时，它们正在成为阅读、表演的社区集会中心，以及老顾客休闲放松的安静场所。

趋势七：众筹集资渐成规模

去年11月，艺术类漫画出版商Fantagraphics启动了一个面向公众募集小额资金的众筹集资项目，以支持和激励创新性、创造性、意向性的活动。该项目不仅是资助一本书，其2014年春季的资助对象包括39本图书。

趋势八：专业出版物进一步演化

现在对于那些必须阅读而不是因为想读才读的专业领域人士来说，有了好消息。多年来专门的专业类和商业类出版物秉持陈旧模式，保护分层的编辑体系，以过高的订阅价格垄断市场。

趋势九：经营作者品牌货币化

在社交媒体时代，作者们已经司空见惯在博客、照片分享网站Pinterest、微博客Tumblr上提供免费的内容，并在Twitter、Facebook等的公共论坛上与粉丝进行互动，作为建立他们独有的个人品牌的一种途径。

有未来主义者提出通过付费将图书与社交媒介和内容渠道独家捆绑到一起进行销售，给购买者额外访问作者和访问给该作品提供帮助的专家群/资料来源社群的权利。

趋势十：社交媒介营销

作家们不是唯一对社交媒介越来越敏感的人。领先的营销和媒介理论家们现在终于把互联网自身社交性循环的把手握在了手中：某些内容怎样就变成了像传染病菌和遗传因子一样的东西，可以被无人穷转贴下去呢？创意观点是怎样从亚文化群向主流文化群转移的；名望声誉和社会资金是怎样被某些特定的文本和个体所获得和积累的。

新加坡2014年2月中文图书畅销排行榜

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling books in Singapore for February 2014.

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling non-fiction books in Singapore for February 2014.

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling children's books in Singapore for February 2014.

台湾金石堂2014年2月畅销书排行榜

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling books in Taiwan for February 2014.

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling non-fiction books in Taiwan for February 2014.

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling children's books in Taiwan for February 2014.

环球资讯

美专业营销公司收费助图书打榜

近日，美国《洛杉矶时报》(Los Angeles Times)有报道称，每个作者都想让自己的图书登上畅销书排行榜，在此情况下，那些付费给ResultSource Inc公司购买营销服务的人，或许可以成功在排行榜上谋得一席之地。

ResultSource Inc公司描述自己是“一个专业的精品营销企业，与当今的思想领袖们合作共同制造畅销书榜单”，很显然，该公司做到了这一点。2013年《华尔街日报》曾经采访过两本书的两个作者，他们付给了ResultSource数千美元，然后很快登上了该日报的畅销书排行榜。

现在，一位叫沃伦·科尔·史密斯的人又在www.worldmag.com网站上发布了类似的消息，称西雅图的马尔·希尔教堂在2011年和2012年至少付给了ResultSource公司21万美元，以确保该教堂的创始牧师及其妻子创作的图书《现实婚姻》(Real Marriage)进入《纽约时报》的畅销书排行榜。

匈牙利最大网络书店和连锁书店合并

日前，在匈牙利，相当于该国亚马逊的网上书店Bookline.hu的所有者Shoptine零售公司，与匈牙利市场上最大的实体连锁书店Libri合并。这一新的企业实体被冠名为Libri-Shoptine，已于去年年底由匈牙利竞争管理局核准通过。

合并看起来将推动匈牙利的图书销售，因为它能同时撬动营销和发行的潜力。对于Bookline.hu而言，合并还能够为它提供十分需要的财务

史密斯写道，一份由WORLD公司获取的文件显示，ResultSource Inc公司和马尔·希尔教堂签署了协议“负责把《现实婚姻》一书打造成2012年1月2日那一周排行榜上的畅销书。该活动计划将《现实婚姻》放到《纽约时报》畅销书榜单上的建议与忠告类图书中，即(How-To)类型的图书。”

ResultSource公司还答应马尔·希尔教堂，他们将帮着把《现实婚姻》一书打入《华尔街日报》的高管类图书榜单，以及《今日美国》的理财类图书、巴诺网站和亚马逊网站上的畅销书排行榜。

史密斯说，马尔·希尔教堂和ResultSource之间的协议细节很复杂，“ResultSource收到2.5万美元的费用来协调全美境外的图书购买者，让他们都在恰当的时间地点购买《现实婚姻》一书来创造出能登上各类畅销书排行榜的销售数字。马尔·希尔教堂还需在一周之内以个人或团体的名义在18.62美元至20.70美元的价格区间购买至少1.1万册的《现实婚姻》一书。”

上的激励，它正急需扭亏为盈。2013年前9个月，Bookline.hu取得了大约1065万美元的收入，比2012年同期增长3.7%。但收支相抵后公司仍然净亏35万美元。

和许多其它互联网企业一样，Bookline.hu网站的用户信息数据库被认为是它最大的资产。Bookline.hu宣称拥有匈牙利990万人口中大约160万人的消费者数据。合并前，Libri在匈牙利首都布达佩斯拥有14家门店，并在匈牙利其他直辖市拥有16个销售网点。

2014年2月华文图书畅销榜单

马来西亚2014年2月中文图书畅销排行榜

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling books in Malaysia for February 2014.

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling non-fiction books in Malaysia for February 2014.

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling children's books in Malaysia for February 2014.

香港联合出版集团属下门市2014年2月中文图书畅销排行榜

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling books in Hong Kong for February 2014.

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling non-fiction books in Hong Kong for February 2014.

Table with 4 columns: Rank, Title, Author, Publisher. Lists top-selling children's books in Hong Kong for February 2014.