

德法抗议亚马逊电子书恐吓条款 欧洲出版商协会展开调查

6月27日,英国《书商》杂志报道,欧洲出版商协会(FEP)目前正在对28个成员国展开调查,评估他们是否像阿歇特一样,处于亚马逊的商业压力下,接受调查的出版商来自法国、德国、意大利、西班牙和英国等国。欧洲出版商协会主席皮埃尔·杜蒂勒表示,希望在9月初宣布调查结果,而且呼吁所有各方采取必要的行动。“我们要小心不能触犯反垄断法,但这不会拖延德国书商与出版商协会向亚马逊提出滥用垄断市场地位的指控。据悉,杜蒂勒还担任法国第二大出版商埃迪蒂斯(Editis)的外联主任。尽管法国目前没有像德国对亚马逊提出指控一样的计划,但几位官员表示,法国政府及议会对于书业的支

持并不比其他欧洲国家少。

法国出版商协会主席文森特·蒙泰涅指出,亚马逊目前对法国发行商的压力大于出版商。从今年初开始亚马逊提出的要求包括对送货延迟的罚款,以及对交易对象不对称的罚款。

据悉法国议会近日最终通过了一条法令,依照1981年的定价法,禁止免费送书。这显然是针对亚马逊。法国文化部长奥雷利·菲利佩蒂及书业专家多次指责亚马逊通过避税和对其他零售商的不公平竞争倾销商品,如将新书5%的折扣与无底线(最低消费金额)免费送书捆绑在一起。菲利佩蒂在接受《回声报》采访时表示,独立书店变得越来越脆弱,需要受到保护,免于遭受不正当竞争的威胁。她支持阿歇特的立场,认为“像美国这样的合同条款一定不能被允许在欧洲使用”。(陆云/编译)

百年老店福伊尔斯 新开旗舰店提振英国书业士气

中国出版传媒商报记者 李同

许多英国书业界的人士都把希望投注到了福伊尔斯新开的旗舰店。它差不多被当成了一个测试案例。如果这家店运营不错,那么每个人的呼吸都会变得轻松一些。如果它难以继,最后只成为史书中的记载,那么这家书店无疑将被视为纸质出版和数字出版、实体店零售和网络零售同台竞技的一次测试,以确定它们究竟是否能够和谐共存。



伦敦市中心查理十字街107号福伊尔斯新旗舰店

英国媒体和书业界近日都在谈论家族所有制的独立连锁书店福伊尔斯连锁书店(Foyles)在伦敦市中心查理十字街107号新开的旗舰店,认为在实体店书店危机四伏的当下,它的开张令人吃惊,又是如此地温暖人心。这是一个在英国人心目中有着特殊意义的书店,不仅是每个英国人长期在各类媒体上看着福伊尔斯发展演变,还因为这家书店是伴随着他们的父母、祖父母一起成长的书店。而对于出版业来讲,福伊尔斯新开的这家门店还有着巨大的象征意义。

在6月初该店盛大的开业庆典晚会上,有书业人士慨叹:“有多久没有参加过书店的开业仪式了?上一次还是在15年前,1999年9月瓦特斯通书店开张其位于伦敦皮卡迪利大街上的旗舰店时。15年间,已是两个完全不同的时代。”

企鹅兰登书屋英国公司董事会主席盖尔·瑞布克和哈珀·柯林斯英国公司CEO查理·雷德马内,以及作家经纪人爱德华·维克多等,纷纷对福伊尔斯新店中恢宏华丽的中庭大加赞赏,瑞布克说:“这里是图书的神殿,它的开业是在正确的时间所做的正确选择。人们走进来,从一开始不知道自己想要什么到后来像被魔法深深地迷住。我热爱这样的神奇感受。”瓦特斯通书店的总经理詹姆斯·当特则怀着敬畏之情表示:“这是对实体店意义极其重大的一项及时投资。”

古老的伦敦文化地标

福伊尔斯是英国最大的拥有悠久历史的地标性书店,如今已经成为游客参观的伦敦景点之一。福伊尔斯书店1903年由威廉·福伊尔和吉尔伯特·福伊尔兄弟二人创办,迄今已有111年的历史。1906年在查理十字街上的第一家门店开业,1929年该店搬到了查理十字街113~119号。它很快成为了伦敦最著名的文学地标。2014年6月该旗舰店迁至查理十字街107号,标志着这家世界知名的家族所有制书店揭开了新的篇章。

福伊尔斯书店是神奇的书店幸存者。早先在查理十字街,它的左边是专业书店Collets,后来变成了瓦特斯通书店(Waterstones)。Collets在1993年关闭,瓦特斯通也在2001年搬走。过去鲍德斯连锁书店在它的对面,现在变成了连锁百货折扣店TK-Maxx。鲍德斯在2009年破产倒闭。现在,即使是在街道另一端的布莱克威尔书店(Blackwell),也已定下来要搬走。唯一留下来的福伊尔斯书店成为伦敦这条历史上著名的“图书之街”的承诺和保证。福伊尔斯旗舰店在伦敦的价值,就相当于巴诺旗舰店在纽约曼哈顿的意义。

曾有人把庞大的福伊尔斯书店比作图书的泰坦尼克号。事实上,在寒冷冬天的夜晚,它的确是辽阔海面上的一艘轮船,从它窗户中流泻出的温暖的光犹如刺破黑暗夜空的希望之灯,外面公共汽车行驶在潮湿路面上的沙沙声,就像是海浪在拍打甲板……

威廉的女儿克里斯蒂娜·福伊尔在17岁的时候作为她父亲的秘书和得力助手进入福伊尔斯书店工作。她对书店总是充满激情,并且极大地继承了她的

亲充满活力、善于揽客、表现欲强的特点和精明的生意头脑。她美丽迷人而又直爽泼辣,她和当时一些主要的作家、文坛先驱人物都建立起了友谊,她首倡在书店举办各种作家活动,从1920年代开始举办作家演讲系列活动,并于1930年发起了著名的福伊尔斯文学午餐会。福伊尔斯书店的文学午餐会是该店传奇历史的重要组成部分,从1930年到2010年间该店举办的午餐会发言人名单中,有着一系列大名鼎鼎的非凡人士:吉米·杜兰特(Jimmy Durante)、劳伦·巴考尔(Lauren Bacall)、查理·卓别林(Charlie Chaplin)、菲利普·罗斯(Philip Roth)、伊妮德·布赖顿(Enid Blyton),等等。在克里斯蒂娜的管理下,福伊尔斯书店的业务在1950到1960年代之间蒸蒸日上繁荣兴旺。

与时俱进新店惊艳亮相

1999年6月克里斯蒂娜去世后,她的侄子克里斯多夫·福伊尔接管了书店的经营权。克里斯蒂娜死后10年间,福伊尔斯书店发生了极大变化,进入新的历史发展时期。2000年,福伊尔斯书店开通了全面的电子商务网站,面向全世界的消费者销售图书,当地顾客可以在下单购书之前,先在书店的所有数据库中进行搜索,在家或办公室里舒适方便地查看店内的图书

供货目录然后下订单,并选择从哪家店发货。自2010年以来,福伊尔斯书店持续赢利,并扩张店面。目前其在伦敦拥有5家门店,并在英国西部港口城市布里斯托尔开设了一家分店。书店还通过其网站上的交易平台提供绝版书和二手书销售。

从2009年开始,福伊尔斯书店开始销售电子书,目前将网站服务和面向智能手机与平板电脑的应用软件销售全部整合到了一起,提供越来越多的电子书即时下载。它还销售Nook电子书阅读器和平板电脑。

如今,新的福伊尔斯旗舰店位于伦敦查理十字街107号,距离原来在该大街113~119号的老旗舰店仅数米之遥,新店的一楼摆满小说和艺术类书籍,一楼夹层陈列旅游、烹饪和生活时尚类图书,电影和音乐类图书在二楼和三楼,语言类图书在四楼,咖啡厅在五楼。新店两侧的人口旁边是6米高的大窗,此处原来是大楼前租户用来展示艺术品的,现在被开辟成了书店的艺术和设计图书部。新店还有一个令人惊艳的豪华中庭,用来安置童书区,在这里,因为有成排的巨大大窗,所以孩子们可以沐浴在充足的自然光下,读书嬉戏。

新店内,总计蜿蜒长达6.5公里的书架上陈列有20多万种不同主题的图书——这个长度相当于用书沿着泰晤士河

美两家数字出版商的困扰个案

自助出版的增长并非仅仅影响到传统的纸质图书出版商,事实上,随着电子书增长减缓,许多业内观察家认为,这表明出版业正在达到某种平衡,进入一个稳定时期。而在出版业的转型过程中,一个比较少被提及的牺牲品其实是奉行数字化优先战略的纯粹的数字出版商。

大家对Samhain通常的抱怨是,它对作者的任何问询都回应得很慢。而令作者更为不安的,是该公司几项政策的转变。

过去,作者要求出版社归还版权很简单。任何作者在把作品交给Samhain出版公司满7年后,都可以要求把版权归还给自己。根据协议,通过第三方零售商的销售收入30%返还给作者,再加上出版社直销收入的40%分给作者,因此Samhain一度被大多数作者视为签订友好合作协议的最好出版社之一。

然而形势在变化。目前Samhain不再对要求收回版权的信件作出回应。有人对此提出质问, Samhain公司仅简单回复称,它正在考虑以何种方式来处理有关收回版权的各类请求。

Samhain公司正把一项新的合同条款附加到与作者签订的合同中,这一引起轩然大波的条款是:“原本本身具有的元数据应被视为为了被出版商租用而制

作的作品,出版商应拥有通往这些元数据的所有权利。”

根据独立数字出版论坛所制定的epub标准,元数据包括以下所有内容:书名、创作者、主题、内容简介、出版社、捐助人、出版日期、作品类型、版本格式、标识符、资料来源、语种、人物关系、读者范围、权限。

在作者的施压下, Samhain公司澄清说,它只想保留品牌、封面副本以及和销售有关的要素。但当修改后的合同返回来,上面依然包含有前面所罗列的允许Samhain拥有的广泛权利。而Samhain坚称,这些条款是可以协商的,但事实是现在合同所写的条款就是这么涵盖广泛。

由于版权返还问题正变得越来越重要,这些和元数据有关的合同条款需要推翻重新考虑。出版商想为自己的作品寻求保护是可以理解的,但是使用过于宽泛的词语“元数据”,而没有详尽列出这个词所包含的具体项目,可能会极大地危害到作者的利益。

无论如何,变化已经显现出来。作者们已经在自己的私人圈子里互相交流,警告其他人远离前面提到的两大数字出版商,因为他们拖欠付款,对作者要求回应缓慢、不合理的合同条款以及销售下滑。自助出版和新出现的数字出版商正在动摇原来已存在多年有所积累的数字出版商的根基,因为越来越多的作者决定去打造一条自己特有的发展路径。因此在这个过程中出现一些财务问题和合同纠纷也不足为怪。

(何柏/编译)

环球资讯

Lonely Planet 打造童书跨平台品牌

总部位于澳大利亚的Lonely Planet出版社正在重新布局童书书目“Not for Parents”系列,将其打造成LP的跨平台品牌,从秋季开始将陆续推出新书。

LP儿童及语言类图书出版人米纳·帕特里亚表示:“这个书系的成功使我们对未来有信心,我们现在已经准备好让书跟上时代发展。相信我们有潜力在帮助儿童通过阅读了解真实世界方面成为品牌引领者。目前的书单继续放在“Not for Parents”书系下,10月的一批新书将设在“Lonely Planet Kids”品牌下。

他为LP的年轻读者作了如下定位:有好奇心,有冒险精神,对认识身边世界有强烈的渴望。他表示,LP在寻求拓展业务范围,在图书出版以外,围绕新书开发应用软件和各种活动。“现在到了建立‘Lonely Planet Kids’跨平台品牌的时候了。这需要的不只是数字化的内容,还要为我们的读者用适当的形式创建和传递内容。”

10月即将推出的新书中包括《神奇的世界地图》(Amazing World Atlas, 售价14.99英镑),这是一本介绍8个目的地的地图册,配有时尚的照片和插图。同时LP还将推出一套独立的游戏应用,与该书配套使用。帕特里亚表示:“如果你购买了两种产品,你就会增加对世界认知的经验,因为图书使读者对目的地产生了一种感觉,配套的游戏应用可以帮助建立对这个地方的认识以及与那些地方相关的一些内容。游戏玩家还可以随着知识和熟练度增加而提高游戏难度级别。”

10月LP发布的另外8本书还包括天体物理学家马克·布雷克的《如何成为太空探险家》(How to be a Space Explorer, 售价12.99英镑),作者将举办新书巡回宣传。另3本互动式旅游指南《忙碌的地方》(Busy Places, Cold Places and Wild Places), 售价均为5.99英镑),被收入“探险”系列,每本书都设计了目的地活动和贴纸和打孔活页装订模式,读者可以重新自行装订成册。

所有新书都将有一个新的外观。“我们在创建一切独特的设计形式,它代表了LP Kids的一种元素:一本勇敢的书,包含照片和插图在内,对年轻读者有吸引力。LP正与一些插图画家一同开发内容,其中包括今年入围英国插画家奖——凯特·格林威奖初选名单的插图画家弗兰·普莱斯顿-甘农(Frann Preston-Gannon)。”

帕特里亚说:“我们正在与连锁店、独立书店和博物馆讨论举办活动的计划,与儿童读物集团联盟协商共同举办未来的活动——‘全国非小说日’(National Non-Fiction Day)。LP还将建立一个儿童专门网站,从为零售商、父母和学校提供信息开始,我们将适时增加儿童专区,为他们提供有趣互动的内容。”他表示,“我们对未来有许多计划,包括对于围绕这些新书开发哪些新产品,但是现在要创建稳固的根基。我们需要树立我们的形象,积累资产和读者群,随着读者群的扩大,为他们提供更多的内容。我们希望开发更多的旅游指南,而且跨越更多平台。”(陆云/编译)

海德兰出版社 为新书开发游戏应用

阿歇特旗下的英国海德兰出版社与其作者西蒙·斯卡罗正在尝试根据作者的军事小说“两个罗马士兵”(Macro and Cato Roman)系列开发游戏,来打造作者品牌。双方将与游戏开发商合作创建一个快餐式游戏应用,吸引书迷和新读者。

游戏玩家将与这两名士兵一起在欧洲、北非和中东战场厮杀。10月该系列新书《血缘兄弟》(Brothers in Blood)将上市。这款游戏从今年秋季开始可在各大平台免费下载,包括独家的故事摘要和战绩排行榜,榜单的获奖者将有机会赢得签名图书及其他商品。

海德兰的母公司阿歇特出版集团的品牌开发总监达米安·霍纳表示,这是一个海德兰增强作者与读者联系并拓展到图书领域以外的又一个案例,作者西蒙也在打造作者品牌方面走在了前面。(陆云/编译)