俄罗斯政府颁新政拨资金支持国有书店

随着俄罗斯房租的不断增长，大量俄罗斯书店纷纷关张倒闭。因此，俄罗斯政府正在增强政府补贴，支持俄罗斯图书零售商。

根据俄罗斯最大图书产业链Bukvoed的CEO丹尼斯·科托夫所言，1990年，俄罗斯有8500家书店，但截至2015年6月，俄罗斯的书店数量只剩下1500家。特别是在小城镇和农村地区，书店关门的现象显得尤为明显，而且最近几个月，由于房地产价格飚升，房租持续上涨，大量书店不得不面临关门倒闭的困境。

为了缓解实体书店面临的困境，俄罗斯政府及国家杜马（俄罗斯国会）6月底宣布了扶持国家图书零售商的相关计划，帮助那些与其他形式零售商艰难竞争的国有书店。

此次相关计划的其中一部分便是对俄罗斯现存联邦法律中有关“竞争保护法”的条例作出修改。据介绍，俄罗斯政府将向全国合计8万家国有书店及前苏联时期成立的、由市政文化组织所经营的书店提供租金补贴，帮助这些书店在付不起租金或急需贴现的时候度过难关。

这项计划得到了俄罗斯图书联盟（RCU）主席斯捷帕申的赞赏，他表示，政府这一举动是对俄罗斯图书事业的巨大支持，同时，政府应该为促进国家图书业采取更多举动，比如免除图书业务的营业税、免除图书销售的增值税等等。 （木 尧）

给读者更多便利 给作者更多福利

亚马逊更新数字阅读与付酬模式

■乐 毅

根据尼尔森图书监测机构的预估，英国自助出版市场目前总值为5800万英镑，在整个图书市场中占比5%，其中数字图书占80%，纸质图书仅占20%。而在美国，自助出版市场已达数亿美元。开发这个市场，数字阅读是最大的一块蛋糕。亚马逊近日调整版税政策，此外，在翻译出版领域已成为美国最大的出版公司，在大力推介德法作家作品的同时，对中国文学作品的重视也日益加强。

AmazonCrossing公司近几年出版翻译小说和诗歌数量持续增长

顺应数字阅读市场 调整版税政策

从7月1日起，亚马逊将根据读者阅读的页数向这些自助出书的作者支付版税。

数字阅读一直是亚马逊的布局重镇，自从开发Kindle电子阅读器并不断更新换代以来，亚马逊在英美电子书市场上稳居龙头地位。紧跟数字阅读市场的快速变化作出调整，是亚马逊一直立于不败之地的原因。今年6月亚马逊调整版税支付方式就是一个顺应市场的果断决策。

亚马逊开发有Kindle Direct Publishing项目，为爱写作的创作者一圆他们的出书梦。此外开发了电子图书馆（Kindle Owners' Lending Library）和电子书订阅（Kindle Unlimited）项目，为数字阅读的爱好者提供多品种电子书。Prime会员交纳79美元的年费，就可以从KOLL平台的80万种图书中每月借阅一本书。但看完一本归还后才能借阅下一本的政策束缚了用户群。之后亚马逊于2014年7月又推出KU项目，为用户提供每月花费9.99美元从80万种电子书和数万种有声书中每月可下载10本书的服务，这使亚马逊在与Oyster和Scribd抢夺电子书服务市场之争中显示出自己的实力。

虽然这些项目都没有赢得传统出版商的支持（相反美国传统出版商都加入了Oyster和Scribd的电子书订阅项目），但亚马逊借助其自助平台的强大实力，将自助作者的内容资源纳入电子书订阅和借阅的项目中，在KDP Select项目创立的2011年12月，邀请自助作者参与KOLL项目，并向作者支付相应版税。同样KU项目也向自助作者敞开大门。

亚马逊同时设立了KDP Select项目基金，每月拿出一定比例的营业收入投入基金池，用于向KDP Select的自助作者支付版税。2015年上半年亚马逊的版税统计显示，KDP Select的自助作者从KU和KOLL两个项目共获得了超过6000万美元的版税收入，其中美国的自助作者获得的版税收入同比增长一倍。而KU项目更是成了基金池的吸金神器，从KU启动一年来，该基金池中的总金额已达7813.5万美元，预计今年七八两个月的总金额将达1100万美元。这也吸引自助作者每月更新作品，目前95%的作者每月都会发布系列新故事。

但是，越来越多的作者对KU项目心生不满，虽然它为读者提供了阅读更多品种电子书的便利，但按照整部作品借阅量向作者支付版税，却不考虑到作品的长度不同，让不少作者的收入减少。作品销售600多万册的作者Holly Ward，就发现“在加入KU项目后的两个月内，收入减少了75%，作品的借阅量远远超过销售量”。

为此，2015年6月中旬，亚马逊宣布将改变对参与到KU和KOLL两个项目的自助作者的版税支付方式，从7月1日起，将根据读者阅读的页数向这些自助出书的作者支付版税，而不是像以前按照一本书被借阅的次数支付版税。新模式将在英美两国推行。

亚马逊开发了Kindle Edition Normalized Page Count（KENPC）软件，对字体、行高和行距进行整体设置，由此准确追踪读者阅读的页码数量，更合理地向作者支付版税。

在新的付费方式下，作者获得的收入将由作品被阅读量来决定，而不是被借阅次数来决定。如果基金池中有1000万美元，当月读者共阅读了1亿页，那么有一部100页作品的作者，该作品被借阅了1万次，就会分到1000美元。按照这个模式，给作者合理的版税收入。这也是亚马逊面对数字阅读市场做出的重要举措。

领军翻译文学出版

2014年，亚马逊在美国翻译出版了近600种小说和诗歌，已创建并发展出美国最大的文学翻译出版公司。

在成为自助出版市场老大的同时，亚马逊也在开发其他的出版领域。2010年5月亚马逊创立的翻译出版公司AmazonCrossing，就是一个拓展。该公司通过亚马逊书店发行纸本书，同时也提供电子书。根据消费者反馈和亚马逊数据找到值得在全球推广的图书。

2014年，AmazonCrossing公司共推出了44部新的文学译作，这些作品分别译自冰岛、土耳其和韩国。其数量在美国翻译类出版社中居首位。今年亚马逊计划将70部作品翻译成英文出版，200部作品翻译成德文出版，此外还将有十几部作品翻译成法文出版。2014年，亚马逊在美国翻译出版了近600种小说和诗歌，已创建并发展出美国最大的文学翻译出版公司，比2009年的340种增长不少。美国翻译文学的兴起和亚马逊作出的贡献，得到了美国Three Percent出版社编辑查德·帕斯特的肯定。AmazonCrossing公司选名家名作、与著名译者合作，并面向全球市场进行推广销售。

该公司推出的最成功的作品是德国作家奥立佛·波兹什（Oliver Pötzsch）的《刽子手的女儿》（The Hangman's Daughter，德文版由Ullstein Verlag出版），这部历史悬疑小说最初在德国书店销售时少有关注，想不到在亚马逊德国网店意外热销。2010年该公司推出的“Die Henkerstochter”系列，也曾通过Kindle网店销售了100多万册。

大力开拓中国市场

亚马逊在中国正尝试和国内优秀的文学出版社建立紧密的合作关系。

亚马逊对中国文学同样有浓厚兴趣，此前曾与多家版代公司和出版社合作，翻译出版过多部中国作品，其中包括2011年林哲的《外婆的古镇》、2013年南派三叔（徐磊）的《绝地勘探》、2014年7月包括贾平凹、陈忠实等作家作品的《陕西作家作品集》、2014年11月蔡骏的《生死河》、今年1月韩寒的《1988：我想和这个世界谈谈》以及今年3月冯唐的《北京 北京》。在今年5月的美国书展上，亚马逊又隆重推出了贾平凹的《高兴》英文版并推向国际市场。今年9月路内的《少年巴比伦》也将推出英文版。

亚马逊数字内容总监杨文胜介绍，挑选作品主要有两方面，一是通过读者反馈和海量销售数据分析，不断了解国外读者的阅读兴趣；二是依据销售热度、作品美誉度和读者口碑，从国内大量的优秀文学作品中，选择那些适合“走出去”的文学作品。

他表示，亚马逊在中国正尝试和国内优秀的文学出版社建立紧密的合作关系，欢迎任何好的合作形式，如出版社将其优秀作品推荐给亚马逊，双方共同协商；或者亚马逊联合出版社共同与作家进行沟通，包括作品的翻译和市场营销的策略与作法等。除了现已成名的作家，亚马逊也欢迎版代公司推荐富有潜力的新锐作家作品。亚马逊目前正与一些出版社积极洽谈一些知名作家和新锐作家的作品，所有这些翻译出版的中国作家作品，都将由AmazonCrossing以纸质版、Kindle电子版出版发行，利用亚马逊覆盖全球市场的网络优势，通过分布在全球各地的14家站点进行销售。他透露，不久的将来，还会有好消息和大家分享。

值得一提的是，洽谈《高兴》一书版权的人民文学出版社对外合作部主任刘乔表示，在与亚马逊版权洽谈的过程中，由于作家本人和出版社的声望以及她的坚持，亚马逊给出了优厚的合同条件，这在以前是从未有过的，也体现出亚马逊对中国市场和出版社的重视。在亚马逊获得中国优秀文学内容资源的同时，中国文学也将借助亚马逊这个平台，进入到更广阔的全球市场。

●环球资讯

培生集团 稳居世界出版50强榜首

6月26日，世界出版企业50强排名在全球范围内发布，培生集团继续占据榜首，紧随其后分别为汤森路透、励德爱思唯尔集团（现更名为RELX）、威科集团和企鹅兰登书屋。《全球出版企业排名报告》是国际出版业针对出版企业进行排名的唯一榜单，已连续发布近十年，被认为是全球出版业变化的“晴雨表”和“风向标”。2015年榜中现身的56家公司，2014年的出版销售收入皆达到1.5亿欧元以上，所有公司的收入合计达到593.28亿欧元，较2013年提高了11%。

与2014年榜单相比，今年的排名变化不大。培生集团依然牢牢占据着榜首位置，2014年实现营收58.09亿欧元，超越位居第二的汤森路透10.8亿欧元。

分析人士指出，培生集团能够保持强劲的增长势头，很大程度上得益于其进一步将核心教育出版业务向数字化转型以及对新兴市场的大力投资。2014年培生集团财报显示，其60%的营收来自于数字化业务。中国、印度、巴西和南非是培生集团主要的新兴市场。在这些市场，培生集团已将业务拓展到了传统出版范畴之外，比如培生集团在南非就经营着几所大学，在墨西哥拥有远程大学，在印度还管理了几家K12的学校。

在中国，培生集团目前90%的业务都来自于英语语言培训，旗下包括领先英语培训品牌华尔街英语和留学考培机构环球教育。除此之外，培生集团也通过与中国教育部以及地区教委合作，希望能够进一步参与国内K12的教育市场，在国内教育行业进一步站稳脚跟。 （李 丹）

●培训归来

文学出版的远方

■刘 乔（人民文学出版社对外合作部）

深春五月，纽约最美的季节，由中国出版集团公司下属多个成员单位组成的学习班，在曼哈顿第五大道的纽约佩斯大学，接受为期两周的数字化出版与版权培训课。

“技术对抗传统”的诘问

当写作愈加困难的时候，人们需要在下笔之前，有更多的时间去构思。

今年春天在美国第一天的第一堂培训课就有被当头棒喝的感觉：“技术对抗传统”、“乔布斯对抗上帝”、“是敌是友？”、“消灭亚马逊！”这些令人惊愕的言辞，对于来自同一个地球上遥远的东方国度、正享受着传统出版业繁荣余晖的我们，这些都让我们惊诧不已。

对于数字化出版近乎文盲的我，随着课程的展开，开始一知半解地了解到数字化在美国出版行业的全面应用，以及技术与资本带给出版业的可观收益，也慢慢体会到那句“技术对抗传统”“是敌是友？”的诘问，实质是美国乃至全世界出版业，面对时代进化所感到的困惑。而我敏感的文学神经瞬间激活了记忆，回想起早在2007年悉尼作家节上，听到过的同样的发问。那是曾任澳大利亚作家协会主席、澳大利亚作家基金会主席阿瑟丹先生的演说，题为“讲故事从石器时代到电子时代的变迁”。

“毫无疑问，现今以讲故事为生的人仍有头脑和嗓子，但也几乎都有：电脑、文字处理软件、电子邮件、谷歌搜索引擎。语音识别系统已经发展到仅仅通过语音命令，就能写作、编辑、修改和版式设计。问题是，这些变化改善了我们的写作吗？”

显然，当年阿瑟丹先生或许只针对技术带给文学创作的冲击。眼前，风度翩翩的美国《出版视角》（又译《出版瞭望》）杂志的主编兼创始人Edward Nawotka先生，正在投影幕布前，一张张推开幻灯片，以简洁而风趣的语言，为我们展开数字化出版全球现实的一角。亦正亦邪，喜忧参半。

我们看到，为防止不当竞争或保护本国图书市场，2014年法国议会以颁布法律的形式，不再允许亚马逊在法国图书销售中种种促销措施或享有免费运输优待。在技术高度发达的德国，电子书的销售份额虽然尚且停留在不足10%的市场份额阶段，但为抗衡亚马逊，德国三家出版社毅然结盟，占领本国数字出版高地，基本垄断了德国的电子书销售市场。在电子书市场萎靡的法国，成立仅14年的Bragelonne出版社，借由电子书阅读的隐蔽性，出版法国少有涉猎的科幻及爱情小说等门类的电子书从而取得意外商业成功。在经济发展落后地区，电子书可以更为经济高效地向大众普及阅读，是文明延伸的有力推手。

数字化将令出版社角色转换

出版社需要以作者福祉为第一宗旨，完成向作者代理人角色的转换。

放眼未来，对于数字化深入出版业的大格局，Nawotka先生特别提出：这是一场亚马逊对抗整个传统出版业的较量；大众图书市场必将更趋向于对读者的量身定制：包括按需制作、直接销售、快递到户；由技术便利带来的自出版（self-publishing）的趋向，首当其冲是迫使传统出版社历史角色的转变，亦即在所有出版相关业务环节中，出版社需要以作者福祉为第一宗旨，完成向作者代理人角色的转换。

与此不谋而合的是，悉尼的阿瑟丹先生也曾这样说：

“通过网站，作者可以随意将自己的作品公之于众。换言之，你可以写作文字、制作电影，然后发布；不需要任何出版商、制片人，不需要任何人。一句话，切断中间人。”

虽然，眼前的Nawotka先生所预测的与当年阿瑟丹先生所担忧的如出一辙，我仍难以想象，终有一天，庞大的出版公司瘦身缩水成一个个作者的代理人。

在Nawotka先生给我们掀开数字化出版全幕的一角之后，美籍日裔Jeffrey Yamaguchi先生又在有关出版及图书的数字化营销方面，例举众多具有实操性的案例，证明着数字化营销平台包括网站、社交媒体、播客等，无论对图书营销还是作者以及出版社的品牌经营，都具有无可比拟的积极意义。有趣的是，Yamaguchi先生特意举例在美国针对诗歌创作——这一文学最高表现形式，成功进行数字化营销的案例。

Yamaguchi先生特别提到通过数字化平台，能够更加及时地关注到文学新秀黑马。其中，storybundle.com是美国一个网罗各种文学新手的网站，热爱文学的写手们会在这一网站发布作品，而影视投资也会对这样的网站颇为关注，并从中选取可以改编的作品投资，并已产生一些成功案例。

新技术带给出版无限可能

技术已经给出版甚至是文学创作提供了无限的可能，技术的福利也正在这一领域继续叠加蔓延。

两周的培训课程中，先后登台的还有多位提供数字化出版解决方案的技术男，他们从最简技术层面、到商务成本预算，甚至包括法律可能性，都给我们进行完整的图解，展示在美国自出版一部形式完美的图书是何等轻而易举的事！甚至是具有独特排版风格的诗歌集！

看似技术已经给出版甚至是文学创作提供了无限的可能，技术的福利也正在这一领域继续叠加蔓延。而这一切是否足够？遥远的2007年的悉尼，阿瑟丹先生不无担忧地说：

“在某些网站上，如果有足够多的人喜欢你的作品，那你就能挣到钱。这对写作者而言是一个充满机会的崭新世界。这叫作‘使用者决定内容’。”

“几乎所有的‘使用者决定内容’的作品都是篇幅短的。因为构思和创作长篇巨著需要的投入很大，时间、精力和献身精神，而很少有人做好了充分的思想准备才投身进去。”

紧随佩斯大学培训的正是2015纽约BEA书展。传说中与美国传统出版业关系并不美妙的亚马逊公司，恰恰正是美国翻译出版世界文学作品（包括中国文学）数量最多的机构。人民文学出版社在书展上与亚马逊公司联合举办一场“新媒体时代跨文化文学作品翻译与出版”活动，并发布了作家冯唐的小说《北京，北京》亚马逊版新书。早已声名鹊起的作家冯唐感慨坦言，回想自己所走过的文学道路，在今天技术产品如此丰富便捷的环境中，想在文学创作的大盘中脱颖而出，会是何等的艰难！然而，犹如《北京北京》在亚马逊的翻译出版，正是依靠亚马逊这样的技术及其平台，才使得更多优秀的文学作品跨越地域语言的实际障碍，轻身走向更远更大的世界。

这一番话恰恰回应着从悉尼经纽约回北京的轨迹。身为文学理想主义者，我深深地理解阿瑟丹先生的忧心忡忡，是一心向着文学的。我更欣然接受《出版视角》杂志主编Nawotka先生在讲座结束语中的重申：“出版的意义，远不囿于任何呈现它的形式，而在于它对文明与进步的传播。”这一寄语是面向出版这一广阔视野，也面向文学出版，不论今天还是未来。