

真邪新作《非我无道》发布 “安卓读书”预付百万稿酬

中国出版传媒商报讯 10月28日下午,畅读科技公司在诺贝尔文学奖得主莫言亲笔题名的北京博书屋举办了真邪新作《非我无道》独家签约发布会。畅读科技是国内手机阅读内容分发商新秀,核心班底来自百度、网龙、91等移动互联网精英公司,成立不到2年,发展迅猛,注册用户已有8000万,今年5月已完成A轮融资。据第三方机构速途统计,公司旗下移动阅读APP品牌安卓读书在2014年就占国内移动阅读市场份额的4.6%,排名第5位。

发布会现场,畅读科技和东方二次元、多乐电台、儒意图书签订了战略合作协议,在小说、漫画、有声读

物和图书出版上,将同步发力,互相呼应。发布会上东方二次元带来了精心绘制的《非我无道》漫画封面,多乐电台邀请了著名声优布兰德——有声读物《花千骨》的配音男神,来现场助阵。布兰德阳光的外表,富有磁性的嗓音,配音《非我无道》的男主角秦忘舒,气氛热烈。

发布会重磅环节是网文大神真邪新作《非我无道》的百万稿费预付仪式。《非我无道》是真邪继仙侠经典小说《劫修传》之后的仙侠新作,故事背景设在春秋战国时期,诸子百家游走说法,名门仙宗修仙得道。《非我无道》连载不到一月,便获得安卓读书打榜第一、月票榜第四的好成绩。此外,发布会还首次公开了《百炼成神》漫画有声读物的小样。《百炼成神》是安卓读书销售榜第一的作品,台湾美女张永歆还为该书拍摄了封面,进一步推动了小说的人气增长,同名彩色漫画连载后,好评不断。

(林致)

社办APP靠什么吸引人?

■中国出版传媒商报记者 山河

付费阅读情况正好转

外研社、中华书局、接力社、时代华语等出版机构纷纷推出关于某类单品种图书的APP产品。磨铁图书还曾推出了“磨铁书栈”,每周都会推出不同的限时免费图书和特惠图书。然而,如今业界基本上没有关于出版社APP赢利的消息。

究其原因,彼时互联网盗版的猖獗与用户付费的条件不成熟占据很大比例。无法提供优质的免费阅读体验,让传统出版社,一面坐拥着让亚马逊、当当等电子书渠道商无法企及的海量优质图书资源库,一面只能静等盗版APP继续肆无忌惮地抢占市场,或将版权转让渠道商,无法转化为资源优势。“更何况,许多图书的网络版权本不在出版社手中,如果出版社不能提供收益,作者完全可以授权给类似网易云阅读这样的阅读客户端。”一位作者曾这样表示。

近几年,读者在互联网上付费阅读的现象似乎有所增加。速途研究院院长丁道师分析,2014年是个分水岭,例如掌阅公司就靠正版内容已经可以实现盈亏平衡,因为“用户的付费意愿在大大增加,愿意付费的用户所增加的比例远超过行业整体的发展速度”,而且年龄越大的人越愿

意为移动阅读产品付费。他认为,读者是否愿意对数字化产品付费,和整个国家GDP和经济情况息息相关。据网易云阅读早先发布的《2014年移动阅读报告》,中国人2014年电子书总阅读量已经超过了14亿册。这份报告显示,高付费用户占网上付费阅读总用户的8.9%,贡献了70%的收入来源。

有数据显示,这几年,图书行业市场规模每年超千亿元,而移动数字阅读收入在图书行业收入的占比尚不到5%,2015年移动阅读覆盖人群达1.7亿人,同比增长28.24%。移动阅读市场之大,令众多互联网、移动互联网精英投身其中,“书友”、“乐阅”等由各互联网公司开发的APP新品层出不穷,出版社能否在这块市场分得更多资源,研发更多的

APP产品是关键。(详见本报2015年7月14日3版《从阅读APP到阅读社交APP》报道)

但目前出版社面临的局面是,开发一款APP的投入产出严重不平衡,从事APP开发工作的张磊告诉记者,一般的APP开发公司都是根据APP的需求,再评估这个APP开发的难度和开发周期以及需投入的开发人员的报价,2万元左右的一般都是套用事先开发好的APP模板,优点是价格低,但缺点更多,比如APP的稳定性和用户体验以及后期的更新维护。

更重要的还是还需要有专业的维护团队后期跟踪维护,这对一款不知道如何赢利的社办APP来讲成本还是比较高的。

另一方面,虽然如何盈利仍然是社办APP的瓶颈,但如今基于git的开源电子书制作平台已经非常火爆,也诞生了许多优秀作品。不少国内服务公司也可以实现多人协作制作电子书,而读者也可以直接阅读。例如,基于苹果发布的互动式电子书制作工具iBooks Author制作的全套7本《哈利·波特》图书如今都已上架iBooks Store,而比起Kindle的mobi格式,iBooks互动电子书所拥有更强大的互动性,也可以令其在多种图书类型中有不错的表现,这些都为出版社开发自有APP产品提供了优势条件。

开发一款图书销售APP平台?

可以说,出版社数字产品开发转型势在必行,打造一款融合出版社图书内容资源与社交属性的销售平台听起来似乎颇为靠谱。今年8月,上海译文出版社开发的电子书销售平台“译文的书”APP已经上线,并供用户下载使用。出版社自己做电子书APP销售平台,上海译文出版社应该是第一家。记者下载了该APP,发现该APP的界面设计很人性化,分类、栏目清晰丰富。

该APP应用分为“译文的书”和“书的事”两大板块。其中“译文的书”还设有“好东西”这一栏目,重点推荐热门、畅销图书。“书的事”这一

板块,特别介绍译文社最新书讯、作者动态以及译文社即将举办的线下活动预告及重磅活动回顾。在这一板块,读者可以第一时间了解到关注的作者出版了哪些新作,编辑是如何策划制作一本新书的,作者、书评人等又在线下活动中如何分享解读一本新书等等。

据上海译文出版社介绍,“译文的书”APP自2014年起开始研发,得到上海市文创办基金支持,先期开发经费500万元。目前平台上已有300多种上海译文出版社的图书供销售,另外还有200多种图书将陆续登上平台。在“译文的书”APP上,电子书的销售价格跟亚马逊平台基本一致,如此一来,在亚马逊能买到的电子书在译文社的自有平台上也能买到。译文社总编辑史领空认为,如今的纸书销售有一个网络,出版社希望更多书店卖他们的书,电子书平台也是如此,平台越多对出版社销售越好。

值得一提的是,“译文的书”APP的定位不只是电子书销售,同时也是一个社交平台——出版社通过自有平台掌握读者的消费习惯,也借助互联网手段传播书的故事,吸引读者阅读兴趣。在上海译文出版社社长韩卫东看来,目前图书生产的数字化还远远落后于读者需求,需要改变的不只是供需关系和业务转变,还包括编辑体系的再造。确实,在某些方面,数字收集的重要性要大于实际销售量。出版社可以根据读者在某个APP上消费行为的统计,知道哪本书的读者最多,一个读者在每本书上停留的时间大概有多久,这些读者的区域分布、性别、年龄等等。史领空表示,读者阅读行为对出版社选题开发有很大帮助,这些数据不仅对电子书的开发有意义,对出版社纸质书选题的开发也有借鉴意义。

如今,在单本图书的APP研发上,“辞书”走在前列。比较突出的产品有外语教学与研究出版社与上海词海信息技术有限公司合作推出的《外研社现代英汉汉英词典》APP,近期还有上海外语教育出版社推出的《新牛津英汉双解大词典》APP等。但仍有许多环境因素在限制着出版社开发数字产品的势头。例如,外研社的《新概念英语》出版30年来已经拥有近千万读者,该套丛书也承载了80后大多数人的学英语记忆。然而随着新概念系列丛书也被移植到了移动平台,记者在苹果的应用商店APP Store中搜索“新概念英语”的APP,会立即跳出数百条搜索结果,听力、单词、短语、课文……不一而足。400多个应用名单中,淘出哪个是正版产品,对读者是个不小的挑战。这些不利因素也是如今出版社开发数字APP时应考虑的因素。

●新书秀

“故宫三部曲”揭开故宫背后浮沉史

中国出版传媒商报讯 “一件文物就是一段历史,一件珍宝就是一个故事。”章剑华在长篇纪实文学“故宫三部曲”——《变局》《承载》《守望》序言中如是写道。2003年,章剑华在亲自考察及与台北故宫博物院、南迁文物后人等的交流后,于2010年创作出版长篇纪实文学《承载》。该书出版后影响甚广。写作《承载》的过程中,作者对故宫从皇宫变成故宫博物院的历史及解放之后两岸分离故宫一宫变成两院的历史都有了更深刻的认识,在人民文学出版社的推动下,章剑华一鼓作气,在今年,正值博物院成立90周年之际,完成出版三部曲第一部《变

局》、第三部《守望》。

《变局》以辛亥革命为起点记载北京紫禁城由明清两代皇宫变为故宫博物院的全过程;《守望》则以新中国成立为起点,记载两岸分离以后形成“一宫两院”的发展过程与现状。“故宫三部曲”用近百万字和404幅罕见的珍贵照片,图文并茂地展现了故宫近百年的动荡历史。人文社于10月22日举行了“故宫三部曲”发布会。章剑华在发布会现场宣布,委托中央新影集团进行长篇纪实文学“故宫三部曲”影视作品的改编,以期通过影视作品的形式“让更多人了解故宫的历史,了解中华的文明史”。(李丽萍)

长江文艺出版社60年系列报道之五

■中国出版传媒商报记者 李允

“三驾马车”金丽红、黎波、安波舜领衔的策划团队,新生代郭敬明加入带来的新鲜血液,《狼图腾》《一句顶一万句》《小时代》等常销不衰的优质图书……或许提起长江新世纪公司少部分人会有些陌生,但是该公司上述令人艳羡的出版力量和业绩则可以说是出版行业“尽人皆知”。从最初的默默无闻到如今的声名显赫,长江新世纪公司已然成为“国有资本与市场机制”强强联合的典型。长江出版传媒集团下属的长江文艺出版社通过与该公司长达12年的深度合作,为国有出版社产业化走出了一条创新的道路,也为中国出版界开创了一个崭新的市场模式。

以市场为导向 率先实行职业经理人制

北京长江新世纪文化传媒有限公司成立于2006年,前身是成立于2003年的长江文艺出版社北京图书中心。2003年4月,金丽红从华艺出版社退休,她和同是华艺出版社的发行部主任黎波一起加盟长江文艺出版社。金丽红和黎波当时即提出,国有资本同样可以按照市场机制建立相关主体,参与到市场竞争中去,而且完全有可能在竞争中取得成功,时任长江文艺出版社社长周百义与他们一拍即合。在“尊重市场规律、遵循行业特点”的基础上,长江文艺出版社投资50万元,按照“依靠职业经理人管理、发挥职业经理人作用、培养职业经理人能力、建设品牌文化机构”的思路组建了长江文艺出版社北京图书中心。周百义曾提到,出版社对北京中心的要求是,坚持正确的出版导向,并保证国有资产的增值保值,除选题和重大投资报出版社批准外,其余人事、分配、生产经营等,完全由北京中心按照市场规律来运作。

在短短3年多时间里,在长江出版传媒集团和长江文艺出版社的全力支持下,长江文艺出版社北京图书中心规模迅速扩大,经济、社会效益稳步增长。2006年,为进一步发挥这一团队的潜力,激发其成员的积极性、创造性,湖北长江出版集团对长江文艺出版社北京图书中心进行了股份制改造,成立北京长江新世纪文化传媒有限公司。以刘学明为首的长江文艺出版社新的领导班子,在近10年的时间里,在确保出版导向的前提下,对长江新世纪公司给予了极大的平台支持、政策支持,进一步理顺体制、机制,简化流程,为长江新世纪公司的快速发展,创造了一个良好的外部环境。

立足出版 多元延伸

自北京图书中心成立算起,12年来,北京长江新世纪文化传媒有限公司员工人数从成立初期的9人发展到现在已有70多人。通过出版发行图书、期刊、版权交易等主营业务,该公司共计出版图书(含刊)1100余种、码洋29亿元,实现销售码洋24.9亿、实洋14亿元。《狼图腾》《小时代》《爵迹》《蜗居》《幸福了吗?》《一句顶一万句》等一本本脍炙人口的经典图书,不仅当年畅销,而且连续多年畅销;出版的图书中获得茅盾文学奖、茅盾文学奖等各种奖项近百种,图书版权遍及110多个国家和地区。在期刊出版上,由郭敬明主编长江新世纪营销发行的期刊《最小说》《文艺风象》《文艺风赏》《最漫画》在读者公众中有深刻影响,成为青少年追捧的最畅销的品牌文学杂志,深得广大青少年学生的喜爱。带有可持续发展的经营模式的形成,为今后快速做强做大提供了坚实的基础。

众所周知,由于受电子屏幕的影响,纸质出版物市场日渐式微,出版社作为传统纸质出版物的经营主体,面临空前的市场压力。作为一家以市场创新闻名的公司,长江新世纪公司早已预判到这一社会发展趋势,并从5年前积极谋求转型,寻求从单一的出版发行公司到集图书出版、版权交易、经纪代理、IP开发、新媒体平台为一体的文化传媒公司的转变。面对市场的风云变化,公司利用在多年努力的基础上所形成的具有超前理念的成熟团队,坚持“以自我优势资源作为战略发展基础,立足图书,开拓多种形式的业务,如影视版权交易、投资制作、广告、跨媒体合作等”。

与母体协同推动 共谋共进

合则两利,同进步,共繁荣。长江文艺出版社与长江新世纪公司共同构建的新型合作平台每年以平均30%以上的增长速度,在社会效益、企业规模和经济效益上都取得了巨大的成功,成为业界公认的“畅销书梦工厂”。近年来,“长江文艺出版社”的品牌价值迅速提升,跻身我国文学出版前三甲,形成了“北有人民文学,南有长江文艺”的市场格局。据统计,全国的畅销书排行榜虚构类和非虚构类的前30名中,近10年来,长江文艺出版社的图书平均占有12%,为全国文艺类图书出版社的翘楚。这其中,长江新世纪公司功不可没。

双方的合作极大地刺激了长江文艺社这个老牌出版社的敏感神经,使其充分挖掘了自身所具有的潜力,释放出巨大的能量。通过持续不断地深化改革,长江文艺出版社形成了一套良性的运行机制,打造了一支具有高度市场运作能力的团队。在“畅销+常销”出版思路的引领下,该社不仅开发积累了千余种优秀常销品种,畅销书运作水准也获得极大的提升。

看
国
有
资
本
如
何
在
市
场
环
境
下
起
舞