

CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

中国出版传媒商报

2016 BIBF 德国专刊

第15期

(自2000年-2016年)

Sonderausgabe Deutschland

2016 BIBF 德国专刊

第15期

(自2000年-2016年)

Sonderausgabe Deutschland

2015 德国书业 关键词 面向未来

10年来媒体竞争激烈,德国图书市场稳健发展 / 2015年图书市场下滑1.4% / 行业主导创新,萌发更多新型商业模式

■书通中德|德国图书信息中心

书店是高品质与多元内容的保障

出版社和书店系统既是行业变革的主导,也是稳固的基石。尽管行业处于时代巨变和强大媒体竞争的压力之下,德国图书市场仍以92亿欧元的市场规模,10年来保持稳健发展。2015年整体市场轻微下滑1.4%,虽然出版企业本身和出版社直销渠道的业绩不错,实体书店的在线销售业务在增长,但是还不能平衡店内销售下降的份额。此外,图书的平均价格两年来呈现下降趋势,2015年的均价为14.59欧元。

德国书业协会总经理亚历山大·斯基皮斯(Alexander Skipis)认为:“德国作为世界上最大的图书市场之一,行业发展的水准是领先的,行业结构体系良性循环,在世界范围内具有榜样的作用。德国的出版社和书店证明了他们可以把握变革,找到新路子,做出明智的投资。书店系统近乎全渠道的运营策略和出版社内积极的创新氛围,将德国书业向前推进了一大步。现在的德国书业为未来做好了准备,同时依然是德语图书内容的高品质和多元化的有力保障。行业从业者们很清楚,若想赢得未来,现在必须采取行动。新思想在出版社和书店生发,充满创意的新创公司和来自传统书业以外的力量将融合到图书市场。新的商业模式将实现跨界发展。”值得关注的是,像亚马逊这样的电商现在所面临的处境与十年前的书业一样,局限于一种单一的销售模式,远不能满足客户需求。客户想要的是所有可能性的集合,以便能享受最大便利。

德国书业协会主席海因里希·米勒(Heinrich Riethmüller)说:“从实体店去年的销售额来看,实体书店业务受阻,而网络销售开始上升。许多自己经营网上书店的实体书商能清楚地看到这个趋势。网络销售的增加还无法平衡线下商店销售额的下降。书商们积极应对这种变化,因为对于实体书店来说,这个趋势证明了继续投资并完善现代化的经营是很重要的。想为客户考虑,就不能忽略任何一个销售渠道和营销机会。我坚信,未来几年会产生一些新的合作联盟。”2016年图书市场的开局呈现增长趋势,实体书店销售实现了2%的增长。

对出版社、书店和消费者来说,新的销售渠道和媒体传播都是很重要的议题。德国电子书在2015年继续保持发展。书业协会的负责人马蒂亚斯·海因里希(Matthias Heinrich)说:“读者对电子书的兴趣没有减弱。虽然电子书的平均销售价格降低了,但消费者对电子书实际需求的增长要高于销售额的增长幅度。这显示了读者对新媒体的需求处于变化中。由此看来,出版社和书商的创新压力更大了。对于许多市场参与者来说,重要的是保持或者提升核心业务的品质。”

2015年书业呈五大趋势

销售渠道以实体店主导。2015年实体书店依然是德国图书市场最主要的销售渠道,全年实现销售额44.3亿欧元,同2014年相比下降3.4%,该渠道所占市场份额下降至48.2%(2014年为49.2%)。在线销售渠道2015年的销售额上涨6%,为16亿欧元,其市场份额占整个市场的17.4%(2014年为16.2%)。值得一提的是,实体书店的网店销售额被计入到在线销售渠道中,而非实体店渠道。传统的邮寄渠道,也就是通过书目、邮件以及电话实现的图书销售,延续2014年的下降趋势,在2014年下降26%的基础上,2015年再次下降26.4%,销售额为1.18亿欧元,在整个图书市场的占比仅为1.3%。2015年出版社直销渠道增长0.8%,销售额共计19.2亿欧元,所占市场份额为20.9%。

2005~2015媒体变革时代的德国图书市场

年份	销售额 (百万欧元)
2005	9,159
2006	9,300
2007	9,600
2008	9,650
2009	9,700
2010	9,700
2011	9,600
2012	9,500
2013	9,550
2014	9,300
2015	9,188

来源: 德国书业协会

非虚构类图书持续增长。非虚构类图书在2015年延续2014年的增长态势,在2014年实现引人注目的5.4%的增长之后,2015年继续增长1.6%,市场份额因此扩大到10.3%。旅游类图书保持稳定,市场占比6.5%,销售额和2014年相比轻微下滑0.8%。文学类图书一直是德国图书市场的支柱,2014年销售额同比下降6.7%,2015年再度减少1.6%,市场份额也从2014年的32.4%,降至32.1%。儿童和青少年类图书销售额下降1%,市场份额保持在15.8%。

全类别新书品种增加。德国市场的新版图书品种在2014年经历谷底后(73863种),2015年呈现增长趋势,总计76547种。品种增长的趋势涉及所有类别图书。其中最突出的是艺术和休闲类图书,2015年比2014年增加1500多种,达11659种;文学类29685种(2014年28654种),哲学、心理学类4222种(2014年3586种)。不同于新书品种普遍增长的趋势,翻译类新书品种在减少,2015年共计9454种(2014年9962种)。下降最多的是文学类,比2014年减少447种,共计5400种。翻译类新书中,最主要的语言来源是英语、法语和日语。

版权输出出少儿类居多。德国的版权输出贸易

2016年8月16日
星期二
第2259、2260期合刊
国内统一刊号CN11-0282
邮发代号1-217
国外代号D-4584

made in Germany

北京国际图书博览会德国展台

2016年8月24日-8月28日

中国国际展览中心(新馆),东2馆D20号

欢迎参加2016年北京国际图书博览会
德国展台的主要赞助者:德国联邦经济和能源部。主办方:德国书商和出版商协会。德国出版社将提供范围广泛、内容有趣、富有创新精神的图书和期刊杂志。无论在质量、创新方面还是在技术、内容方面德国图书一直处于领先地位。

主办方和赞助方

Federal Ministry for Economic Affairs and Energy

AUMA

FRANKFURTER BUCHMESSE

www.peking-bookfair.german-pavilion.com

岳博

亲爱的中国读者们:

大家好!
2000年前陆上丝绸之路打开了东西方交流的大门,而在今天的数字时代,文化丝绸之路正在成为全球趋势。这一趋势也许正在开启“数字时代的文艺复兴”。在图书行业的最初,艺术、生活和技术并没有特别区分开来。之后艺术或其他领域的专业化和差异化不断增长,直到19世纪晚期艺术和科学才开始真正分开。写作和绘画开始被认作是非常个人化和直觉的行为,而科学被认为是理性和方法论的表达。

今天,从我们最熟悉的图书就很容易观察到,一种文化复兴逐渐普及人类生活所有方面。在一贯的传统中,书是最重要的文化和知识载体。而数字时代的图书证明了互联网的一个原则,所有触碰到网络的东西都将变成数字内容。

图书是文化知识以及遗产的容器,有点像博物馆和资料馆。数字化让这些容器开放,将它们的内容投射到生活各处。对出版者来说,这意味着它们的出版目录就是一座宝藏。就这一点而论,它有潜力成为“文化知识产权”。

这方面有一个例子可以佐证,那就是欧洲的Europeana项目。这个项目正在将它自己从图书的数字仓库重新定位为一切格式的数字文化文化遗产的中介。欧洲最著名的收藏,比如阿姆斯特丹国家博物馆,都被数字化并可以自由地被艺术家和出版者再利用于新的作品中。谁不想要一件按需印刷的,印有他最喜欢的艺术品的T恤呢?

当我们理解“书”实际上是将文化和知识编码进入各种容器,并且被数字化所解放,那么书的“文艺复兴”形势就很明显。出版者用一种跨学科的方式在工作:有创造性的人,比如说作者,与有商业头脑的人一起工作,以此保证其创作能够获得成功。

在数字时代,这种跨学科的思维变得更重要。现在作家开始直接与技术人员或程序员一起工作。比如说,当一本书要加入游戏元素来增强效果,这就意味着作家和程序员之间要找到一种共通的语言,而且必须跨越学科藩篱去制作完整个吸引人的故事。

我们为什么读书?理由就像我们所经历的生活片段一样纷繁多样。数字时代书籍正在比以往更密集且频繁地渗透进我们的生活。一本包含了增强现实或虚拟现实特色的“书”可以让工程师获得知识,为他提供通向更广阔知识数据库的接口。小说读者可以在异国都市漫步,当路过某个咖啡馆的时候,APP可以告诉这间咖啡馆是某部文学作品的主角最喜欢逗留的地方。

对于文化IP产业和贸易来说,图书的这种“文艺复兴的形势”意味着什么?我们怎样在数字时代从文化内容中获得价值?在书展上我们观察到,书籍正在与其它行业连接,并产生新的合作形式和新的商务模式。为了反映和鼓励这种趋势,今年的法兰克福书展将推出一个全新的形式,叫作“艺术+”(Arts Plus),这个项目是建立在艺术以及图书对其他行业的广泛影响之上。这个概念之下囊括了具有创造力的个人、品牌以及出版社,也包括研究者、科学家、博物馆、美术馆和数字遗产从业者,他们都是这场新的文化IP贸易的核心,是新的文艺复兴主体。

祝大家在北京国际图书博览会上一切顺利!

您的
岳博·博思
法兰克福书展主席

文化丝绸之路与数字时代的文艺复兴

主管主办: 中国出版传媒股份有限公司
编辑部: (010) 88817690-97

出版:《中国出版传媒商报》社有限公司
营销中心: (010) 88810715/27/29/39

地址: 北京西三环北路19号外研大厦北楼
广告许可证: 京西工商广告字第0199号

邮编: 100089

传真电话: (010) 68403022
排版: 本社

总编室电话: (010) 88817702
印刷: 人民日报印刷厂

网址: http://www.cpmj.com.cn
年价: 298.80元