

麦克米伦将举办飓风书友会活动

中国出版传媒商报讯 在苏格兰图书基金会的支持下,麦克米伦从2016年初开始运营飓风书友会(The Hurricane Book Club)。从2017年11月30日起,麦克米伦与福尔柯克社区图书馆合作,推出新一季的推特书友会。第3季书友会将从2018年1月一直延续到6月,将讨论Picador出版公司高级约稿编辑克里斯·多勒推荐的3本书。一本是丹雅·库卡夫卡的《雪中的女孩》(Girl in Snow),讲述小镇女孩离奇死亡及与她相关的3个人的秘密。另外2本是爱德华·多克斯的黑色幽默小说《放开我的手》(Let Go

My Hand),以及丹·布斯比的传记《梦想岛》(Island of Dreams)。

这3本书每本将给会员留出2个月的阅读期,之后在位于格拉斯哥的福尔柯克、奥克尼和米歇尔图书馆举办的飓风书友会上进行讨论,同时还将在推特网站举办讨论,便于读者和图书馆馆员相互沟通交流。2月22日将举行第一次线下讨论,其他两次分别在4月和6月。

麦克米伦发布了与图书有关的参考资料,还会配合每一期讨论图书,提供博客、播客、书评和书业分析。多勒表示,很高兴代表Picador为书友会选书。福尔柯克社区基金会成人图书馆馆员维吉·瑞恩表示,很高兴与其他两家图书馆一起参与书友会活动,与读者讨论和交流。(陆云/编译)

英国中型大学社的“翻番”创新路

中国出版传媒报记者 梁帆

在英国学术出版领域,除了牛津、剑桥这类大型出版社外,还有像利物浦大学出版社、曼彻斯特大学出版社、爱丁堡大学出版社、布里斯托尔大学出版社和威尔士大学出版社这样中等规模的大学社。尽管这些社在更广阔的市场中只是小玩家,但由于出版的专著质量过硬,有许多学者都选择在这些社出版专著来给自己的履历增加砝码。

这5家出版社过去15年的出版数量翻了一番,目前每年出版总品种有650种书和90种期刊。更重要的是,他们有雄心和本钱去寻找新的发展方式来开拓业务。

利物浦大学出版社的营销主管安东尼·科德认为,中型出版商应该得到业界的认可。他指出,多年来,一直有一些出版社或生或死,也有少数出版社生存了下来。随着时间的推移,这些出版社的压力越来越大。现在,有一群非常优秀的人在大学里工作,他们当中很多人都来自商业出版社,他们有很多的新想法和雄心壮志,使出版社团队更有吸引力。



布里斯托尔大学出版社的肖认为:“作者对我们非常重要,他们得到了来自英国总部的优质的编辑和生产支持。有一些非营利性组织(如BUP),正在试图让世界变得更美好,并以此吸引学者。当然,非营利性组织也要有声望。我们严格执行两个步骤的同行评审,每个提案和打印稿都会被审核,同行评审正在发挥着重要作用。”所有的出版社都强调,他们优先考虑的问题是,在大学社出版图书,质量和严格的同行评审是最重要的。“质量绝对是我们决定生存或死亡的原因”,威尔士大学出版社的威廉姆斯说道。

与一些大型商业学术出版商形成鲜明对比的是,大学社紧密地融入到学术环境中是至关重要的。科德说:“对学者和学生来说,在学术出版领域,我们距离图书馆很近,就位于去校园书店的路。”这意味着,尽管中型大学社可能没有大规模的内部创新资金,但仍能以对其机构和学生非常有帮助的方式进行创新。科德正在推进一个开放获取的电子教科书项目,在为教科书准备原始资料的时候,利用了大学图书馆馆藏的数字化内容。他们最近完成的教科书将在利物浦历史学院的20门课程教学中使用。另外,作为大学里最大的教学模块,一本关于金融管理的定制电子教科书,将在春季学期准备就绪。

科德表示:“多年来,我们发表了很多诗歌评论,总是被问到:‘为什么你们不发表诗歌呢?’答案是,诗歌出版非常困难。同时,学生很渴望和我们一起工作,有太多的人想要来这里体验出版工作。所以我们设立了一个艺术学院。在利物浦大学出版社的监管下,3名学生每年负责出版3本书。”“艺术学院出版的第一本书是莫娜·阿什的《小手》(Small Hands),该书赢得了2015年福沃德最佳首部文集奖(Forward

Best First Collection Prize),书鲁比·鲁滨逊的《每一个小的声音》(Every Little Sound)也入围该奖和TS艾略特奖(T S Eliot Prize)。另一本Nuair Alsadir的《第四人称单数》(Fourth Person Singular)入围今年的福沃德诗歌奖(Forward Prize)。迄今为止,共有8本书出版。作为一种创新,它不会对行业带来改变,但却对我们、对学生、对诗人有用,这是大学社能带来好处的一个很好例子。

加大平台合作与产品创新力度

大学社也更加注重与其他出版社建立伙伴关系。曼彻斯特大学社刚刚制定了一个新的平台项目,计划在2018年推出。该项目通过与德古意特出版社(De Gruyter)和博睿出版社(Brill)合作,提供其所有的书籍和期刊内容,里面还有很多曼彻斯特大学社正在寻找的内容。爱丁堡大学出版社也在Atypon创建的期刊网站和一个新的图书网站投资,与Klopotek合作,营销和编辑数据库。在产品创新方面,肖伯纳指出:“在社会科学领域,有各种各样的东西可以以数字的方式呈现。但真正使用的有多少呢?我们面临的挑战是找到那些必须拥有的东西。”

5家大学出版社是他们各自所在地区的主要出版商。科德认为,在英国西北地区,利物浦大学社为大学生提供了很受欢迎的就业机会。“有1/3的员工是利物浦大学的毕业生,这很重要。尽管他们不出生在这里,但因为他们都是利物浦大学的毕业生,能够留在这里工作。事实上,一旦利物浦大学的毕业生进入牛津北部工作,就不会给别人留下很多进入这个行业的空间。如果我们成为一所多样性的大学社,就可以在全国范围内传播专业知识。”

近几年,爱丁堡大学出版社的出版数量几乎增加了两倍,今年将出版200种图书。该社首席执行官蒂莫西·赖特认为,“我们不是大学的一个部门,而是一个全资子公司。因此我们有由大学高级学者组成的自己的董事会,有自己的非执行团队,他们是我们管理委员会的成员。这使我们的出版社免受大学的官僚体制束缚,对出版社市场化运营和构建团队非常重要。社长是一位拥有MBA学位的企业家,他了解如何在一所大学里按照商业规则经营企业。”

切入教研优势 抓住发展机遇

由于大学都希望在国际上传播他们的品牌,因此大学出版社通常是大学发展策略当中不可或缺的一部分。目前,在中型大学社里,发生根本性变化的是布里斯托尔大学出版社。该社由精力充沛的首席执行官艾莉森·肖执掌,他们将业务扩展到商业、经济、法律、国家发展、国际关系和社会学等多个方面,目标是在未来5年将其出版数量翻番(每年出250种图书和20种期刊)。该社不仅承载着布里斯托尔大学的使命——“全球面临的巨大挑战,即贫穷、不平等、可持续发展、全球健康或教育”,同时也致力于做好学术出版。

西蒙·罗斯在曼彻斯特大学出版社担任首席执行官一年后,希望提高该社的知名度。他表示:“曼彻斯特大学社仍然是曼彻斯特大学的一个部门,未来可以充分利用这一点。我们与爱丁堡大学出版社和利物浦大学出版社不同,我们并不是一家公司。我们也不打算走公司化路线,因为我们背靠英国最大的大学。”曼彻斯特大学社最引人注目的优势,在于其人文和社会科学。“尽管我们不打算在科学技术方面全速前进,但我们仍会在大学区域或本地区选择一些有影响力的工作,生产一些与全球性相关的东西。”

在威尔士大学出版社,刚上任的总监娜塔莉·威廉姆斯正在执行一项周密的规划。他表示:“在威尔士,教育体系和大学环境正在发生变化。我们正在研究想要进入的领域,以非常开放的思维方式展望未来。”“威尔士大学课程会在2022年发生变化,这可能会影响到大学和职业教育。此外,政府提出了一个雄心勃勃的目标——到2050年,将威尔士语的使用者提高到100万。我们也围绕政府的目标制定了相应的目标。同时,我们正在进行磋商,未来可能会有一个新的机构来监督整个后义务教育和培训,这对我们来说也是一个巨大的机会。”

保持适度规模 融入学术环境

利物浦大学出版社的科德认为,中型大学社处于“黄金位置”:足够大到可以把它的产品做得很好,同时也足够小到可以成为私人的出版社。他说:“这个行业已经发生了一些变化,中型商业出版商都被抢着收购。学术出版社Continuum、阿什盖特出版公司(Ashgate Publishing Ltd)等都被收购。现在,作者选择图书出版有两个鲜明的目标,一是与大学出版社合作,二是选择与大型国际出版社合作。从人文和社会科学乃至许多领域来说,大学出版社秉承的黄金标准,是作者发表学术论文的目标。有一些作家希望有在大学出版社出版作品的体验,我们也从不断变化的环境中受益。”

环球资讯

圣智在美推出无限订阅服务

美国圣智学习出版公司(Cengage)日前宣布,将推出无限订阅服务(Cengage Unlimited),美国学生将可以花固定价格获得一整套圣智的数字教材。据报道,该项服务将为学生提供超过2万种涵盖70多个学科、675个课程的产品,学生可选择每学期119.99美元的服务,或者每年179.99美元的服务,这为其节省了可观的成本。

从2018年8月开始,购买订阅服务的学生将通过一个控制面板接入圣智在线课程,也包括使用学习平台MindTap和WebAssign。订阅到期后,用户对关键

在11月29日举行的英国出版商协会年会以及英国教育供应商协会教育出版会议上,教科书、课程改革,以及如何更好地应对紧缩的学校预算成为最热门的话题。伦敦Beatrix Potter学校校长斯蒂芬·尼尔表示,现在很多小学的教科书太陈旧,学校需要价格便宜而且包含符合未来需求的及时更新内容的教科书,他认为虚拟现实(VR)等在线资源是教材出版的未来。

与此同时,坎布里亚维多利亚高中的助理校长亚历山德拉·德波特表示,她想要更多的资源来作为补充课本的资料,比如包含问题的卡片以及出现在卡片

课程材料的参考访问权将继续保留。

圣智公司CEO迈克尔·汉森说道:“过去传统的做法是,学生分别为每门课程教材支付昂贵的费用,高昂的教材成本限制了太多学生通过学习获得成功的能力。而圣智无限订阅服务将改变这种状况,我们正在采取前所未有的行动,打破成本壁垒,解决学生只能选择他们所能负担得起的课程材料以及得不到他们想要的结果的难题。”

英国《金融时报》报道,汉森将此形容为“彻底改变了过时的教科书时代的模式”。“这项服务之所以

英国出版商协会呼吁教材创新以适应教师需求

背面的答案提示,可供老师在课堂上使用。“我不需要新的教科书,我想要补充的材料”。

政策交易所的教育及社会改革主管约翰·布莱克表示:“市场并不十分清楚什么有好的价值。有些老师会被一本漂亮的教科书所诱惑,有一些老师想要一些他们可以和学生玩的东西……他们想要的是免费的东西,这是他们最想要的。有趣的是,他们可能会选择一些免费的东西,而不是很好的东西。”

12月1日英国《书商》杂志主办的“图书的未来”大会现场,70多位嘉宾、600名观众云集,共议出版业变局下的洞察与思考,许多嘉宾的演讲题目都以问题呈现,如“内容未来的格式会是什么?”“数字化与全球出版的交叉点在哪里?”“如何帮助更多作者把作品送达更多读者手中?”“如何使用大数据留存读者信息?”“从按需视频业务可以做什么?”“纸电出版如何更好配合卖出更多图书?”只有一个话题没有以问题形式出现——“不要把工作推到未来”。这也告诉人们,在充满变数的时代,采取行动是最佳选择。

消费者的阅读方式发生变化,内容未来将会以什么样的格式呈现? Hill + Kowlton 战略公司首席内容策略官维吉·乔尼向听众提出了这个问题。她认为,出版业在内容营销上有巨大的潜力可挖。现在内容营销的支出在急剧增加,2018年将给出版业务带来极大影响。“传媒业要从纯粹的公关宣传向服务用户转变。预计到2021年,全球内容营销市场将从19.58亿美元增至41.3亿美元(约30.5亿英镑)。内容营销在帮助出版商树立品牌、提高内容转化率、避免广告墙阻隔等方面更有效,比投放电视广告成本更低。她表示,“图书市场在扩大,有很多资金都涌进来。出版商需要找到会讲故事的人,也可以组建专门的团队,如发动作者和其他内容创建者,来最大限度地发挥作用。”她建议出版商借助在讲故事方面的优势开发新的收入来源,通过与现有机构合作或创建自己的部门来开发品牌内容。“内容营销不一定非要创作新内容,可以用以前拍摄的系列短片、互动文章,组织巡回宣传及带来浸入式体验。”

出版人在积极尝试创建新的商业模式。企鹅公司前全球数字总监莫里·巴顿几年前创建的电子书出版公司Serial Box,采用订阅模式,每周发布电子书的新一章内容(包含文字版和语音版),Serial Box公司找到一位类似电视剧主创的主要作者,来编写首章内容,确定一本书的整体框架,然后四五名作者组成写作工作室,共同讨论情节和角色发展。然后分工合作。巴顿表示,至今该公司已经有4亿多条电子书内容上传到Wattpad平台。

邦尼集团出版业务CEO理查德·约翰森表示,现在智能手机、脸书、图书、新创意以及员工都在激励他用创新的方式思考和工作。2016年年底邦尼集团进驻脸书平台,与平台上的人分享想法、庆祝成功以及展示数字产品。据悉,约翰森7年来领导公司成功转型,营业收入从4500万英镑增至1.28亿英镑。

哈珀·柯林斯首席数字官钱塔·雷斯蒂沃-阿利希提出出版商必须有全球化的方式,她认为,这是数字出版和全球出版相遇的地方。出版更多地受到社交媒体全球化、亚马逊全球化等新发展的挑战。亚马逊新开发的国际货运服务也让全球化变得比以往更加重要。阿利希介绍了该社的Harper360项目,在英语地区市场推广英语图书起到的作用。另一个名为“语言协作”(Language Coordination)的项目为其遍布全球的分公司提供了分享公关和营销方案、减轻当地营销团队和作者宣传压力的中心系统。(陆云/编译)

有效,是因为我们相信,这对教职员和学生来说,是一个令人信服的服务,我们将会被越来越多的用户采纳。”该服务是圣智学习出版公司的目标之一,即到2020年,将90%的美国高等教育教材销量从纸质印刷转变成数字格式。圣智方面表示,目前,有超过2000家美国机构在10多个课程中使用了圣智的产品,约1400家公司在20多个课程中使用了圣智的教材。

圣智此举规模很大,在学术市场迈出了大胆的一步。据英国《金融时报》报道,到目前为止,培生提供一个学期内访问个别数字文本,而爱国的Perlego电子书平台的模式是每月支付12~15英镑即可使用16万种电子书,其内容来自培生、布卢姆斯伯里和牛津大学出版社。(梁帆/编译)

「图书的未来」大会研讨书业趋势