

时代数媒公司助力安徽全民阅读

中国出版传媒商报讯 近日,由时代出版传媒股份有限公司、合肥市全民阅读活动组委会办公室指导,时代数媒科技股份有限公司和安徽全民阅读网主办,安徽文艺出版社、合肥市包河区文旅局等单位协办的“书香安徽·育才讲坛·我是阅读推广人”系列活动启动仪式暨《彼岸》阅读分享会活动在合肥举行。安徽省作协副主席、著名作家赵焰与读者一起分享创作过程和创作体会。

根据安徽省委宣传部“书香安徽”建设要求,“我是阅读推广人”活动2019年在全省范围开展,着力增强出版编辑队伍的“脚力、眼力、脑力、笔力”,推动全民阅读活动和优秀出版物向基层拓展,礼赞新中国成立70周年。

据悉,“书香安徽·育才讲坛·我是阅读推广人”系列活动每个月举办一场,活动的开展有利于进一步扩大皖版图书影响,提升公众对高水平阅读需求,增进读者对知名作家、图书编辑以及出版社的了解,营造浓厚的读书氛围。

(王乐 开朗)

2019英国书业半年考 美食博主问鼎作家收入榜

陆云 编译

英国《书商》杂志公布的2019年上半年TOP20出版商收入排行榜上,麦克米伦和费伯(Faber)的表现最为抢眼。从作家收入TOP5排行榜看,美食博主凯·费瑟斯通和凯特·艾林森登上冠军宝座,领先于4位儿童作家。



四家大社收入三升一降

2019年上半年,在英国前4大出版社中,除阿歇特(下滑4.1%至8170万英镑)之外,其他3家收入均有不同幅度的增长。企鹅兰登增长7%至1.356亿英镑,哈珀·柯林斯增长5%至5625万英镑,麦克米伦增长35.8%至4069万英镑。麦克米伦已经是5年内第3次取得高速增长,刷新了2016年上半年有乔·威克斯(Joe Wicks)图书时的最高历史纪录3420万英镑。

麦克米伦能取得如此好的成绩,得益于出版了一本现象级图书——《瘦身美食食谱》(Pinch of Nom)。美食博主凯·费瑟斯通(Kay Featherstone)和凯特·艾林森(Kate Allinson)热爱烹饪,开了一家餐厅,还在脸书、Instagram等社交网站以及pinchofnom.com博客网站上分享美食心得,很快有了150万粉丝。作者在书中分享了100个美味、健康又吃不胖的食谱,每个食谱都经过20位网站成员试过,简单易行,又符合现代人健康又瘦身的需求。今年1月由麦克米伦旗下的Bluebird公司先出版电子书,3月又推出纸质书,在广大读者中掀起阅读热潮,实现销售收入820万英镑。另一本《食物规划师》(Pinch of Nom Food Planner)借着这股热潮也揽入44万英镑,2位作者凭借这2部作品进账864万英镑,成功问鼎今年上半年作家收入排行榜。如果剔除这两位作家的收入,麦克米伦上半年的增幅为6.8%。

今年秋季,麦克米伦还将出版埃尔顿·约翰(Elton John)的传记以及节日主题新书,预计2019年全年麦克米伦将打破2016年7770万英镑的纪录,加入企鹅兰登、阿歇特和哈珀·柯林斯的梯队,收入破亿。

在2018年,企鹅兰登的市场份额达到了并购后的最低点。作为企鹅兰登的一部分,企鹅今年上半年交出了令人满意的答卷,收入增长8.6%至6820万英镑,企鹅旗下的Michael Joseph出版品牌出版的欣奇女士(Mrs Hinch,本名为Sophie Hinchliffe)的《自己整理家务让你更快乐》(Hinch Yourself Happy)和乔乔·莫伊思(Jojo Moyes)的《还是我》(Still Me)都是企鹅兰登上半年的畅销书。去年上半年,米歇尔·奥巴马的《成为》(Becoming)卖出220万英镑,在销量上今年上半年可能被欣奇的作品赶超。欣奇在Instagram上分享家居整理的秘籍,有超过200万粉丝。她认为,整理家务让人变得更快乐,是缓解压力、净化心灵的很好方式。

企鹅兰登旗下的Transworld出版公司今年上半年下滑了8.1%,这是因为去年上半年有热销的李·查尔德(Lee Child)的“侦探杰克”(Jack Reacher)系列新书。企鹅兰登童书销售在2018年下滑5.8%的基础上又下滑3.5%至2200万英镑,市场份额首次跌落到15%以下。杰夫·金尼(Jeff Kinney)的“小屁孩日记”是企鹅兰登童书公司的大赢家,其作品销售收入增长54%至320万英镑。

哈珀·柯林斯继续借助戴维·威廉姆斯(David Walliams)与托尼·罗斯(Tony Ross)和盖尔·赫尼曼(Gail Honeyman)的势头,收入增长5%至5625万英镑,其中威廉姆斯为该社总收入贡献了13%的份额,在该社童书板块占到了41%。哈珀·柯林斯童书的收入为1820万英镑,占比高达1/3,与之相比,企鹅兰登的童书收入只占其总收入的16%。斯图

亚特·麦克布莱德(Stuart MacBride)的犯罪小说系列“洛根·麦克雷”销售增长17%至58.2万英镑,此外热销的还有克里斯蒂娜·达尔彻(Christina Dalcher)的反乌托邦小说《声音》(VOX)、受HBO电视剧助推的乔治·马丁(George R.R. Martin)的“权力的游戏”系列图书,以及卖出75万英镑的芬(A.J. Finn)的《窗内的女子》(Woman in the Window)。

阿歇特集团今年上半年收入下滑4.1%,该集团旗下的利特尔·布朗出版公司下滑18.5%至1590万英镑,这是因为去年上半年有迈克尔·沃尔夫(Michael Wolff)的《火与怒》(Fire and Fury)。阿歇特的另两家出版公司——霍德(Hodder)下滑了4.8%至1620万英镑,猎户星下滑了8.8%至1240万英镑。阿歇特也推出了几部市场反响不错的作品,如霍金遗作《十问:霍金沉思录——大问题的简答》(Brief Answers to Big Questions)卖出21.8万册,约翰·格里沙姆(John Grisham)的《罪孽的代价》(The Reckoning)、斯蒂芬·金(Stephen King)的《局外人》(The Outsider)和维多利亚·希思洛普(Victoria Hislop)的《被爱的人们》(Those who are Loved),但遗憾的是,没有一部的收入超过100万英镑,进入上半年TOP50榜单的只有5部。与之相比,企鹅兰登有19部、哈珀·柯林斯和麦克米伦各有8部进入前50榜单。

中小社各有“爆品”带动

在中小型出版社中,增幅最大的是费伯出版社,跃升36.6%至929万英镑,位列榜单第14位。如果说非虚构图书拉动了英国上半年的整个图书市场,那么费伯的增长主要来自于小说,尤其是爱尔兰作家的小说。如费伯今年5月出版的萨利·鲁尼(Sally Rooney)的《普通人》(Normal People)销售收入占到了总收入的21%,来自北爱尔兰的安娜·伯恩斯(Anna Burns)的布克奖获奖小说《送奶工》(Milkman)等图书对该社在小说板块28%的市场占比贡献不小。

学乐社和邦尼集团分别取得了26.4%和21.1%的增长。学乐社的克里格·史密斯(Craig Smith)和卡兹·考利(Katz Cowley)的《摇摆的毛驴》(The Wonky Donkey)延续了去年的辉煌,成为年度最畅销绘本,今年上半年卖出13.3万册,进账59.3万英镑。黄金搭档朱莉娅·唐纳森(Julia Donaldson)和阿历克斯·谢夫勒(Axel Scheffler)有9部作品进入学乐社TOP15榜单,还有利兹·皮雄(Liz Pichon)进账170万英镑,戴夫·皮尔金(Dav Pilkey)收入增长49%至130万英镑。邦尼在去年上半年增长53%的基础上,今年继续增长21.1%,这是在希瑟·莫里斯(Heather Morris)的处女作《奥斯维辛集中营的刺青师》(The Tattooist of Auschwitz)的带动下实现的,该书今年上半年卖出2万多册,为邦尼带来的收入占比为14%。

美食书作家更胜童书作家

从今年上半年的作家收入排行榜看,在美食博主凯·费瑟斯通和凯特·艾林森之后,第2位的是戴维·威廉姆斯,收入增长18%,上半年收入730万英镑。他2月的新作《发现》(Fing,哈珀·柯林斯出版)和6月新作《世界上最坏的老师》(The World's Worst Teachers)2部

作品的收入只占他总收入的43%,其他旧作收入增加了6%。如果加上他秋季即将推出的新作,他全年的总收入有望突破2000万英镑,将超过目前的榜单冠军,问鼎年度作家排行榜。

除去登上冠军宝座的美食博主,进入TOP5的其他4位都是童书作家。第3位的是茱莉亚·唐纳森(Julia Donaldson)和她的插画作家,上半年收入607万英镑,增长4.7%。上半年她的68部作品销量都超过了1万册。从这个数字看,威廉姆斯稍显逊色,销量超过1万册的有31部。

J.K.罗琳位居第4,她的460万英镑收入中有84%都是来自于“哈利·波特”系列。杰夫·金尼的两部新作《格里格挚友日记》(Diary of Greg Heffley's Best Friend)和《格雷格好友罗利日记》(Diary of an Awesome Friendly Kid)使他的收入增长54%至328万英镑。

第9位是非奥娜·瓦特(Fiona Watt),她的50部作品进入TOP5000,总收入260万英镑。成人小说领域收入最高的是李·查尔德,他上半年的“侦探杰克”系列第23本《回到过去》(Past Tense)比去年的上一本收入增长3%,但总收入减少9.2%至290万英镑。欣奇和米歇尔·奥巴马是首次进入TOP10的新作者,欣奇收入230万英镑,米歇尔收入300万英镑。去年她的《成为》为出版社进账780万英镑。该书的平均售价为15.83英镑,是平均售价最高的一本。萨利·鲁尼的收入增长了62%至200万英镑,费伯出版社的4部最热卖图书中,有3部是鲁尼作品,希瑟·莫里斯收入增长183%,进账190万英镑。

(上接第1版)

中青文诉百度胜诉启示几何?

中青文认为,一、二审法院对该案侵权损失赔偿数额认定错误:涉及百度移动搜索的侵权行为的损害赔偿,按照搜索得到涉案图书的侵权文档情况,应分别以法定赔偿50万元确定赔偿;涉及百度手机助手的侵权行为的损害赔偿,应与上一案件同样以“被告侵权复制品数量×原告单品利润”的方式计算,主张赔偿损失135.6万元。百度则认为,百度移动搜索是搜索引擎服务,中青文主张按照法定赔偿上限计算赔偿没有根据。百度手机助手属于开放平台,其中下载量为“10万+”的应用程序为《心理学合集》,涉案的《高效能人士的七个习惯》仅为其中之一,内容仅占原书的38%,中青文主张的损害赔偿计算方式没有依据。

最高法院认为,综合考虑涉案作品的性质及知名度、百度公司的主观过错、侵权行为的性质和情节等因素,将涉及百度移动搜索的赔偿数额酌定为5万元。

对于百度手机助手的赔偿数额,最高法院经审理认为,“消费者通过在百度手机助手中搜索涉案作品的书名,即可获得上述包含有侵权内容的应用程序,并获得侵权作品,所述应用程序中的侵权内容能够实质性地替代涉案作品。在百度没有提供相反证据的情况下,中青文主张按照各个应用程序下载数量中能够确定的最低数量来确定侵权复制品的数量,并无不当。”

最高法院认为,中青文主张按照“下载量×权利人单品利润×侵权内容所占比例”的方式确定赔偿数额为135.6万元,具有事实和法律依据,全额支持了中青文主张的赔偿数额。

关于电子书合理单位利润的认定

记者发现,判决书中3种电子书合理单位利润的认定,也值得一提。

7月23日,法国阿尔斯通前高管弗雷德里克·皮耶鲁携他的力作《美国陷阱》来到位于北京中关村的言又几书店,分享自己被卷入阿尔斯通调查案的始末。

据悉,该书今年1月在法国出版后很快成为畅销书,中文版由中信出版集团5月引进出版,至今已印刷40多万册。皮耶鲁在书中对自己亲历的阿尔斯通被收购事件进行了全面的思考、分析,揭露了阿尔斯通被美国企业“强制”收购,以及美国利用《反海外腐败法》打击美国企业竞争对手的内幕。他透露,法国政府面对美国通用电气“围猎”本国能源巨头时,表现得犹豫不决和瞻前顾后,最终导致阿尔斯通被前CEO以低价卖给了美国通用电气,法国的核电站被美国控制。此后法国政府吸取教训,出台或修改了相关法规,来保护本国企业的利益。

该书在国内上市后,短短几个月就进入电商经济类图书排行榜前列,并成为团购爆款。就此书的出版故事,中信出版集团相关负责人在受访时介绍,《美国陷阱》作为中信出版集团的重点项目,由总编辑牵头成立了工作小组,从上市时间、内容编排、封面设计、装帧品质到宣传营销等各方面进行了周密部署,力求保质保量高速推进出版工作。其灰犀牛分社一直积极关注国内外热点话题,挖掘政治、经济、金融、科技、社科等领域前沿和热点的智识。他们了解到,今年1月,该书在法国上市后得到法新社的报道,国内相关媒体也做了报道。该分社结合当前国际形势,对内容进行了紧急评估,积极进行了版权引进。为使中文版尽快上市,他们组建了译者团队同时翻译,还请几位校译专家对译稿进行了专业校译。

据介绍,灰犀牛分社的编辑团队也全面参与到同步文稿的编辑出版工作中。他们将打磨内文作为工作重点之一。在内容编排上,力争还原事发现场,让读者仿佛身临其境,从字词的使用,到措辞是否符合中文表达,以及确认名词,都花费了很长时间。对于法学专业名词、法律术语、机构名称、人物事件等,通过与翻译团队、校译团队、北大法学院老师等多方沟通商讨,并查找相关网站新闻资讯,通过多种方式进行多角度核实和确认,力求做到文字准确、可靠。分社全员参与文字编校工作,一遍遍核实、打磨文字,确保译文在尊重原文的基础上,最大限度地还原事件过程,使译文做到“信达雅”。在打磨内文的同时,由美编进行专业的封面设计,并广泛征求社内各部门意见,进行多次调整。经过紧张有序的团队协作,不到2个月就完成了该书翻译和出版的所有环节。

为扩大图书影响力,出版社将上市时间定在5月初,围绕着这一时间点开展出版和营销工作。中信社组建了专门的小团队,就宣传策略进行多次研讨,确定从4个层面推进,保证整体的宣传节奏与图书上市节奏能够完美契合。一是邀请专家学者和意见领袖撰写深度书评。二是网络渠道和地面渠道协同上架推广,并参与促销活动。三是与媒体进行多轮沟通,根据出版时间节点进行书讯、书摘、书评和音频、视频的宣发。四是组织线上直播宣讲和线下读书会、演讲等活动。从图书上市第1个月开始,中信社就在全国高校、企业、民间组织开展线下研讨会和读书会。7月下旬邀请皮耶鲁来华,在北京、上海、深圳、天津等地开展面对公众的图书分享会,针对企业举办内部培训,在高校举办学术研讨会。

中信社通过网络渠道和地面渠道同步进行图书销售。如今近70%的图书销量来自各大电商平台,中信社还与各电商平台多次沟通,使《美国陷阱》在各平台能够获得精准的推荐资源,让图书信息最快捷地抵达购买者视野。考虑到地面店的展示陈列具有巨大的广告价值,该书5月9日在全国200余家书店同步上市,各地书店同时推出了各具特色的展陈方案,从规模和视觉上引起读者关注,这也对其热销起到了推波助澜的作用。

在第一起中青文诉百度文库侵权案中,最高法院经审理认为,“随着信息技术的发展,消费者购买、阅读书籍的习惯和方式已经在逐步发生变化。除传统书籍之外,消费者购买、阅读电子书已经越来越普遍。且即使未经下载,也可以通过在线的方式获取、阅读侵权作品。根据著作权法第四十九条、《司法解释》第二十四条,在百度没有提供相反证据的情况下,中青文主张按照各个侵权作品的阅读人数以及下载数量来确定侵权复制品的数量并无不当。关于涉案作品复制品的单位利润,对于电子书而言,权利人有权确定书籍的市场价格,在没有相反证据的情况下,可以依据权利人销售电子书的市场价格等因素,合理确定权利人发行该复制品的单位利润,并作为认定侵权损害赔偿的依据。对于中青文有关《高效能人士的七个习惯》《现在,发现你的优势》的合理单位利润分别为23.4元、22.8元的主张,在百度公司未能提供相反证据的情况下,予以支持。”

在第二起中青文诉百度移动搜索和百度手机助手侵权案中,关于涉案作品复制品单位利润,最高法院经审理认为,不论是电子书还是传统书籍,作者、出版者等权利人有权根据作品的具体情况以及市场状况,合理确定书籍的市场价格。对于电子书而言,其制作、销售、复制、传播、存储的方式均明显不同于传统书籍,相应的成本也明显更低,在没有相反证据的情况下,可以依据权利人销售电子书的市场价格等因素,合理确定权利人发行该复制品的单位利润,并作为认定侵权损害赔偿的依据。最高法院也支持了中青文有关《高效能人士的七个习惯》《现在,发现你的优势》《考拉小巫的英语学习日记》的合理单位利润分别为23.4元、22.8元、10元的主张。

一审、二审与再审的不同,源于对适用法条的解释和法院裁量之间的不同解读。这起诉讼带给业界的思考,不只是赔偿数额的增加,还有对维权有了方向和抓手的自信。

《美国陷阱》中文版如何引爆市场?

中国出版传媒商报记者 渠彦帆