

Proceedings of the 3rd International Conference on

Publishing Industry and Publishing Education in the Digital Age

“第三届数字时代出版产业发展与人才培养国际学术研讨会”论文集

# 数字出版 与出版教育 (第三辑)

Digital Publishing and Publishing Education (Volume 3)

主 编 黄先蓉 罗紫初

副主编 张美娟 练小川 朱静雯

“第三届数字时代出版产业发展与人才培养国际学术研讨会”论文集

# 数字出版与出版教育 (第三辑)

ShuZi ChuBan Yu ChuBan JiaoYu (Di San Ji)

主 编 黄先蓉 罗紫初

副主编 张美娟 练小川 朱静雯

编委成员 (以姓氏笔画为序)

方 卿	王 清	王晓光	朱静雯	吴 平
吴永贵	沈 阳	张美娟	罗紫初	练小川
姚永春	徐丽芳	黄先蓉		



高等教育出版社·北京  
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

### 图书在版编目 (CIP) 数据

数字出版与出版教育. 第3辑, “第三届数字时代出版产业发展与人才培养国际学术研讨会”论文集/黄先蓉, 罗紫初主编. —北京: 高等教育出版社, 2012.3

ISBN 978-7-04-027024-2

I. ①数… II. ①黄…②罗… III. ①电子出版物—出版工作—国际学术会议—文集 IV. ①G237.6-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 008533 号

策划编辑 曹 园 责任编辑 阳化冰 郭治学 封面设计 王 洋 版式设计 范晓红  
插图绘制 尹文军 责任校对 刘 莉 责任印制 刘思涵

出版发行 高等教育出版社  
社 址 北京市西城区德外大街 4 号  
邮政编码 100120  
印 刷 北京外文印刷厂  
开 本 787mm×1092mm 1/16  
印 张 40.75  
字 数 970 千字  
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598  
网 址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>  
网上订购 <http://www.landaco.com>  
<http://www.landaco.com.cn>  
版 次 2012 年 3 月第 1 版  
印 次 2012 年 3 月第 1 次印刷  
定 价 116.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换  
版权所有 侵权必究  
物 料 号 27024-00

Proceedings of the 3rd International Conference on  
Publishing Industry and Publishing Education in the Digital Age

# Digital Publishing and Publishing Education ( Volume 3 )

Editors-in-chief	Huang Xianrong	Luo Zichu		
Vice Editors-in-chief	Zhang Meijuan	Lian Xiaochuan	Zhu Jingwen	
Editorial Staff	Fang Qing	Wang Qing	Wang Xiaoguang	
	Zhu Jingwen	Wu Ping	Wu Yonggui	Shen Yang
	Zhang Meijuan	Luo Zichu	Lian Xiaochuan	
	Yao Yongchun	Xu Lifang	Huang Xianrong	



高等教育出版社·北京  
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

2010 · 武汉

# 第三届数字时代出版产业发展与人才培养 国际学术研讨会

The 3rd International Conference on  
Publishing Industry and Publishing Education in the Digital Age  
Wuhan University, People's Republic of China

## 一、主办、承办和协办单位

### 主办单位

武汉大学（中国）

佩斯大学（美国）

### 承办单位

武汉大学信息管理学院

佩斯大学出版系

武汉大学信息资源研究中心

国家新闻出版总署武汉大学高级出版人才培养基地

### 协办单位

中国出版科学研究所

龙源期刊网

湖北省新闻出版局

湖北长江出版传媒集团

湖北省编辑学会

武汉大学出版社

荆楚网

腾讯·大楚网

## 二、组织机构

### 顾问委员会

李 健 武汉大学党委书记，教授，博导

顾海良 武汉大学校长，教授，博导

斯蒂芬·弗莱德曼 美国佩斯大学校长，教授

谢红星 武汉大学副校长

蔡学俭 湖北省新闻出版局原局长

彭斐章 武汉大学资深教授，博导

马费成 武汉大学教授，博导，信息资源研究中心主任



## 学术委员会

主席

罗紫初 武汉大学信息管理学院教授, 博导

谢尔曼·拉斯金 美国佩斯大学出版系主任, 教授, 佩斯大学出版社社长

委员

迈克尔·希利 美国(谷歌)图书版权登记处(BBR)执行主任, 美国佩斯大学大卫·派克特聘荣誉教授, 国际标准书号管理局主席, 国际数字对象标识(DOI)基金会主任, 美国书业研究会前执行主任

乌苏拉·劳腾堡 德国埃朗根—纽伦堡大学图书学系主任, 教授

A. H. 范德韦尔 荷兰莱顿大学图书与数字媒体研究系教授

郝振省 中国出版科学研究所所长, 武汉大学兼职教授

周百义 湖北长江出版传媒集团总编辑

陈传夫 武汉大学信息管理学院院长, 教授, 博导

吴平 武汉大学教务部部长, 教授, 博导

方卿 武汉大学信息管理学院副院长, 教授, 博导

黄先蓉 武汉大学信息管理学院出版科学系主任, 教授, 博导

## 组织委员会

主任委员

张儒芝 湖北省新闻出版局局长

黄泰岩 武汉大学副校长

王建辉 湖北省长江出版传媒集团董事长, 武汉大学兼职教授

陈庆辉 武汉大学出版社社长

谢尔曼·拉斯金 美国佩斯大学出版系主任, 教授, 佩斯大学出版社社长

陈传夫 武汉大学信息管理学院院长, 教授, 博导

委员

苏珊·丹齐格 美国 DailyLit 网站创始人和首席执行官, 美国佩斯大学出版系顾问委员会委员

柯尔斯顿·D. 桑德伯格 美国佩斯大学出版系兼职教授, 哈佛商学院出版社前高级编辑

练小川 美国佩斯大学兼职教授

徐德欢 湖北长江出版传媒集团出版产业部部长

万智 湖北长江出版传媒集团综合部部长

钱建国 武汉大学校长办公室主任

卢江滨 武汉大学国际交流部部长

沈壮海 武汉大学人文社会科学院常务副院长, 教授, 博导

吴平 武汉大学教务部部长, 教授, 博导

郭明磊 武汉大学人文社会科学院副院长

宋朝阳 武汉大学人文社会科学院副院长

姜星莉 武汉大学人文社会科学院副院长

- 穆广菊 龙源期刊网副总裁、总编辑
- 阎思甜 荆楚网总编辑
- 谢湖伟 腾讯·大楚网总编辑
- 何 皓 武汉大学出版社副社长
- 董有明 武汉大学信息管理学院党委书记
- 李 纲 武汉大学信息管理学院副院长, 教授, 博导
- 方 卿 武汉大学信息管理学院副院长, 教授, 博导
- 王新才 武汉大学信息管理学院副院长, 教授, 博导
- 黄先蓉 武汉大学信息管理学院出版科学系主任, 教授, 博导
- 朱静雯 武汉大学信息管理学院出版科学系副主任, 教授, 博导
- 徐丽芳 武汉大学信息管理学院出版科学系副主任, 教授, 博导
- 秘书长**
- 方 卿 武汉大学信息管理学院副院长, 教授, 博导
- 秘书组**
- 组长**
- 黄先蓉 武汉大学信息管理学院出版科学系主任, 教授, 博导
- 成员**
- 徐丽芳 武汉大学信息管理学院出版科学系副主任, 教授, 博导
- 张美娟 武汉大学信息管理学院出版科学系教授, 博导
- 王晓光 武汉大学信息管理学院出版科学系副教授
- 宣传组**
- 组长**
- 胡 伟 武汉大学信息管理学院党委副书记
- 成员**
- 王 清 武汉大学信息管理学院出版科学系副教授
- 吴永贵 武汉大学信息管理学院出版科学系教授
- 沈 阳 武汉大学信息管理学院出版科学系教授
- 姚永春 武汉大学信息管理学院出版科学系副教授
- 会务组**
- 组长**
- 朱静雯 武汉大学信息管理学院出版科学系副主任, 教授, 博导
- 成员**
- 赵金利 武汉大学信息管理学院党政办公室主任
- 查 荔 武汉大学信息资源研究中心办公室主任
- 严冠湘 武汉大学信息管理学院实验中心副主任
- 居森林 武汉大学信息管理学院学生工作办公室
- 宗 建 武汉大学信息管理学院研究生教学与科研管理办公室
- 钱宏宇 武汉大学信息管理学院党政办公室
- 余良珍 武汉大学信息管理学院党政办公室

# 前言

随着信息技术在出版领域的广泛应用，国际出版业正在经历一场前所未有的数字革命。2009年，我国数字出版产业的总收入达到799.4亿元，比2008年增长了50.6%；国际知名网络书店亚马逊网站的电子书销量也一度超越印刷图书，成为2009年圣诞节最热销商品。2010年4月，美国苹果公司推出出版界翘首以待的iPad平板电脑，头三个月销量就超过300万台，国际出版传媒界无不为之震动。

移动互联网、智能手机、电子阅读器等各种新兴媒介的出现和蓬勃发展，不仅加快了传统出版业的转型，也推动了各类新型数字出版业务的发展。面对日益澎湃的数字出版浪潮，出版业遇到了前所未有的挑战与机遇。如何进一步加快传统出版机构的数字化转型步伐，推进数字出版产业链健康成长，实施出版高等教育改革，培养现代出版业急需人才，保证出版产业可持续发展，已经成为当代出版人和出版教育工作者亟待思考和广泛探讨的重要议题。为此，武汉大学、美国佩斯大学和新闻出版总署武汉大学高级出版人才培养基地决定联合举办“数字时代出版产业发展与人才培养国际研讨会”。

前两届研讨会得到了中外出版界与出版教育界同仁的热烈响应，并引起了社会各界广泛关注。近两年来，国际数字出版领域的发展日新月异，为了交流与探讨数字时代出版产业和出版教育的最新成果与未来发展思路，“第三届数字时代出版产业发展与人才培养国际学术研讨会”于2010年10月19—20日在武汉大学隆重召开并获得圆满成功。

本次大会以特邀作者撰文和公开征文的方式征集会议论文，共收到260多篇自由投稿。经过组委会筛选，我们选用了90篇文章编辑成为会议论文集，其中，由外国专家撰写的论文8篇，来自国内出版界、学术界的论文包括：宏观出版类11篇、学术出版与开放存取类10篇、出版教育类10篇、数字期刊类5篇、出版社数字化转型类13篇、出版信息交流类5篇、出版营销类7篇、国际出版类9篇、移动出版与电子书刊类12篇。

由于时间等原因，本会议论文集在一些方面难免存在错讹和不规范之处，恳请读者批评指正。



# 目 录

I

目  
录

## 外国专家

- Opening Speech Sherman Raskin / 1
- Seeking Permanence in a Time of Turbulence  
—An Overview of Recent Trends and Developments in U. S. Digital  
Publishing and Bookselling Michael Healy / 3
- E-Books and E-Readers on the German Book Market: Current State and Future  
Developments Ursula Rautenberg / 14
- E-Books: Discovery vs Invention Adriaan H. van der Weel / 19
- Discovering Digital Communities: Connecting with Book Buyers in Their  
Natural Habitat Susan Danziger / 23
- Publisher's Dilemma: From Penguin Books to E-Books Xiaochuan Lian / 36
- Re-imagining Business Publishing: A Balance of Technology and Expertise  
Kirsten D. Sandberg / 48
- Using the Kindle DX E-reader in the Classroom: Is It an Effective  
Teaching Tool? Manuela Soares / 62

## 宏观出版

- 图书定价的经济学分析 陈 昕 / 75
- 数字时代专业出版的主体意识及其数字化选择 敖 然 / 88
- 出版改革与出版社改制 王建辉 / 91
- 编辑思想的实践性探讨 吴 平 / 97
- An Exploratory Study of the Choice Behaviour on E-Books for Readers  
Yu-Kai Huang Rurng-Shueei Wahn / 103
- 数字时代出版业资本运营 徐建华 梁浩光 卢正明 / 112
- 数字技术环境下的出版产业发展战略 甘慧君 刘玲武 / 121
- 中国出版业“走出去”: 跨国经营的文化风险分析  
——以跨文化传播为理论视角 潘文年 / 128
- 数字出版与信息网络传播对社会的影响 那 欣 / 138
- 浅析湖北省数字出版产业发展存在的问题及对策 赵 丹 / 143
- 基于“钻石模型”的我国数字出版产业优劣分析 祝桂丽 / 147

## 学术出版与开放存取

- 资源、技术与共享：数字出版的三种基本模式 方 卿 / 153
- 科技论文开放存取经济生存途径及发展前景 黄先蓉 林姿蓉 / 160
- 开放获取期刊的分布研究 徐丽芳 / 169
- 如何提高科研人员对 OA 知识库的使用意愿  
——基于用户接受的研究视角 李 武 / 178
- 开放获取学术资源分布研究综述 刘锦宏 / 189
- 学术信息开放存取出版政策研究 牛晓宏 / 199
- 维基百科编辑机制分析 王京山 廖小珊 / 205
- PLoS——十年缔造的网络科技出版强者 温 宝 / 212
- Study on China Internet-based Academic Journals Digital Publishing Modes  
Shen Xiangxing Li Xiangdong Yang Yuan Yan Guanxiang  
Shen Chong / 218
- 新型学术信息交流模式的尝试 李 霄 / 235

## 出版教育

- 数字出版时代编辑出版专业高等教育的再思考 罗紫初 吴亮芳 / 241
- 数字出版转型期出版人才培养模式的探析 梁春芳 / 249
- 论全媒体语境下的出版产业变革与专业实践教学改革 王武林 / 255
- 数字出版人才培养对策研究 艾 岚 李剑欣 / 262
- 媒介融合视角下的数字出版人才培养模式研究 陈 洁 陈 佳 / 269
- German Higher Education on Electronic Publishing An Xin / 275
- 河北大学编辑出版学专业本科毕业生（2001 至 2005 级）就业状况调查  
金 强 闫占菁 / 281
- 数字时代中美出版教育比较研究 张美娟 周 瑜 / 289
- 教育出版的数字化模式探析 丁嘉佳 贺子岳 / 297
- 中国数字出版人才培养存在问题及建议 李大玲 彭 洁 王运红 / 304

## 数 字 期 刊

- 时尚期刊网站发展 B2C 业务的 SWOT 分析 朱静雯 刘志杰 / 310
- 消费类杂志网络发行量概念初探  
何 姣 刘惠婷 陈孝禹 李巧明 王晓光 / 316
- 让数字报刊发行实现赢利 刘玉清 杨 靓 / 321
- 网络期刊数字化阅读指数探析 陈 丹 周 玥 / 327
- SAGE 科技期刊网络化运营模式分析 郑珍宇 / 336

## 出版社数字化转型

- 出版企业网络招聘存在的问题及优化对策 姚永春 / 343

从市场混淆行为谈网络文学的法律规制

——由“网络文学第一案”引发的思考

贺子岳 张 茜 / 348

Effectiveness of Notification and Substantial Compliance: Threshold of Successful

Claims for Digital Contributory Copyright Infringements

Wang Qing Cong Ting / 356

对出版社数字化转型的思考

常韶伟 / 363

出版企业 ERP 项目建设目标

李 彬 / 367

基于 KaaS 的数字出版特征分析及其组织实施

李 弘 / 373

论数字出版的新型内部组织结构与形态

邓红艳 尹章池 / 381

论数字出版时代的文学创作

彭 静 / 387

数字出版企业的版权危机与转机

王志刚 / 391

数字时代版权代理发展对策浅析

冯广涛 / 398

细节决定编辑成败

黄秀琴 / 403

数字出版创新模式

饶 瑶 / 407

传统出版社数字化环境分析与应用研究

叶姗姗 / 412

### 出版信息交流

数字环境下出版供应链信息交流障碍与共享模式选择

何国军 张美娟 / 419

论国家少数民族出版网络平台及其公共服务模式

尹章池 刘 凯 / 425

书业出版物信息交换标准在数字出版业的应用

庄小雪 / 432

教育教学类电子出版物和电子资源 (EUPER) 的分类原则、方法

与标准浅探

王迎胜 / 438

出版企业如何在数字出版产业链中提高议价能力

郑 倩 / 444

### 出版营销

基于内容挖掘的出版社微博传播效果分析

彭 云 沈 阳 / 448

数字时代的出版物市场需求分析

邓香莲 / 454

微博营销: 数字时代的出版营销新策略

郑 妍 / 462

读者心理与市场营销

李 春 / 470

盛大文学全版权运营模式研究

邹 燕 / 474

小荷才露尖尖角

——论图书视频广告在中国应用的现状及发展趋势

魏丹萸 杨倩茹 詹莉波 / 481

长尾理论对按需印刷的影响

——以大学专业类教材为例

余 倩 / 488

## 国际出版

## 数字化背景下欧美出版企业并购的特征及其对中国出版集团化的启示

洪九来 / 500

## 美国期刊数字化创新探析

丛 挺 / 507

## 欧美国数字出版发展态势探析

赵树旺 / 514

## 美国电子杂志产业发展现状与趋势观察

缪 婕 / 520

## 英、美教材数字化道路探索

张洪艳 / 528

## 国外科技期刊订阅平台研究

邹 莉 / 535

## 美国电子出版的发展历史及行业变革

杨状振 / 545

## 日本数字内容产业政策研究

吕 睿 / 550

## 中日手机出版发展比较研究

秦洁雯 / 555

## 移动出版与电子书刊

## 移动出版的发展模式及其评价

李镜镜 张志强 / 563

## 汉王电纸书产品策略之分析与思考

安小兰 / 569

## 从亚马逊模式看国内电子书阅读器的现状与发展趋势

肖 洋 张志强 / 576

## 对中国博客书发展瓶颈的探析

潘蓓开 / 584

## 电子书出版的版权维护探讨

马小媛 / 590

## 运用钻石理论浅析大众手机报竞争力的提升

李 茜 杨 威 / 596

## 手机杂志的 SWOT 分析及发展对策

许斐然 / 605

## 出版集团应对电子阅读器产业兴起的六个策略

李新祥 / 611

## 移动数字阅读：走差异化竞争之路

张 炯 / 616

## 电子杂志的优越性浅析

杨 欢 / 621

## 汉王电纸书产业链建设与运营模式探析

阮 静 / 625

## 数字出版物长期保存的要求与方法

张婵娟 / 630

## Opening Speech

Sherman Raskin

(Director, Professor, M. S. in Publishing, Pace University)

(美国佩斯大学出版系主任谢尔曼·拉斯金教授致辞)

sDear Colleagues,

We were last in Wuhan in November 2008 for the Second International Conference on Publishing Industry and Publishing Education in the Digital Age. As I stated in 2008, digitalization and technology continue to change the publishing industry. iPod, Kindle, the Nook and the Sony Reader grow in popularity. On-demand books also continue to grow in popularity, and Jason Epstein's Espresso Book Machine continues to print and trim books in minutes. Digital files are retrieved and transmitted by the Internet and printing, page logging, and cutting are performed in a continual process.

More readers are turning to iPhones, smartphones and electronic books to retrieve information and major questions to ask are the following: What is the future of books as we know them today? How far will the technical revolution take us? This is a challenging time to work in publishing and digitalization presents the industry with new opportunities. The publishing industry and publishing education can only advance if we address these issues with confidence and creativity.

And so, we meet again at Wuhan University in 2010 to participate in the Third International Conference on Publishing Industry and Publishing Education in the Digital Age, a conference sponsored by Pace University, Wuhan University and General Administration of Press and Publication (GAPP). The last conference, in November 2008, covered numerous interesting subjects such as "Digital Publishing Technology and the Global Liquidity Crisis", "E-books in Theory and Practice: Anticipating the Year 2020", "Marketing in an Increasingly Digital World", "Electronic Publishing in Germany" and "Reading in the Digital Age".

In 2010, the digital challenge is growing quickly and in the past two years since we last met digitalization has made huge gains in the publishing industry. In the next two days, we will discuss these changes and attempt to look into the future and understand where the industry will be in 2012, the year of the next digital conference. During the next two days scholars, publishing executives and publishing professionals will discuss how digitalization will alter the way that we conduct the business of publishing and publishing education. Today is a special day for Pace University, Wuhan University, GAPP, and the United States and China.

With the support of Professor Liu Binjie, Administrator of GAPP, Dr. Chen Chuanfu, Dean of the School of Information Management of Wuhan University, and Stephen Friedman,

President of Pace University, we have organized the third conference on digital publishing, inviting publishers and publishing educators worldwide to participate.

The conference is essential as technology changes the face of the industry and alters methods to disseminate information. Most importantly, the conference symbolizes the mutual cooperation between Pace University and Wuhan University. We began this process in the academic year 2003—2004 when Dr. Xu Lifang and Dr. Fang Qing served as research scholars at Pace University. They met educators and publishing professionals to learn about the publishing industry in the United States. Their visit was unique and gave us opportunity to share ideas.

One year later Dr. Huang Xianrong, presently Chair of the Publishing Science Program at Wuhan University, was in residence at Pace. Dr. Huang was instrumental in establishing an agreement of mutual understanding between Pace University and Wuhan Universities. In the fall 2007, Dr. Zhu Jingwen spent six months in New York. Her focus was the magazine industry in the United States. Last year, Dr. Yao Yongchun visited New York and her specialty was children's book publishing.

Pace University is proud of our strong ties with Wuhan University. We are honored to participate as a cosponsor of the conference and pleased to have Pace faculty in attendance. We are very proud to have Michael Healy, the David Pecker Distinguished Professor of Publishing at Pace University, present the keynote address. He has served in the book industry for more than 25 years and has spent most of his time in senior editorial, sales and distribution roles in publishing. Professor Healy presently serves as the Executive Director of the Book Rights Registry (BRR) which will be the lead body in the administration of the Google Book Settlement. The BRR will represent authors and publishers in the administration of their digital assets.

President Stephen Friedman extends his congratulations to all participants and looks forward to a long and productive relationship between Pace University and Wuhan University. Most unique is the mutual cooperation between these two prestigious institutions.



# Seeking Permanence in a Time of Turbulence

—An Overview of Recent Trends and Developments  
in U. S. Digital Publishing and Bookselling

Michael Healy

(Google Book Rights Registry)

**Abstract:** All aspects of book publishing are being disrupted by digital technology. The disruption started more than forty years ago, but its effects have been felt with particular intensity in trade publishing in the last few years since the advent of e-readers and the pervasiveness of inexpensive Internet access. Technology has allowed some of the traditional functions of book publishers to be usurped by other individuals and organizations and this is provoking a debate about what it is that publishers contribute distinctively to the value chain. Traditional roles and responsibilities are shifting and this is likely to intensify in the future.

**Keywords:** Publishing Bookselling E-books Digital books Digital publishing

## 混乱时代里的永恒：美国数字出版和 书籍销售的近期发展趋势

迈克尔·希利

(谷歌图书版权登记处)

**摘要：**数字技术对图书出版的各个方面都带来了扰乱。四十年前这种扰乱就已开始，但在最近几年，由于电子阅读器和廉价互联网的普及，它对大众出版的影响愈加激烈。技术已经导致图书出版商的部分传统功能被其他领域的个人和组织取代。这种现象引起了关于出版人对价值链有何贡献的激烈讨论。出版人传统的角色和责任正在发生改变，未来这种变化将更加剧烈。

**关键词：**出版 图书营销 电子书 数字图书 数字出版

Before I begin my presentation I want to thank those here at Wuhan University and my friends at Pace University in New York for the opportunity to be here today. It's a privilege to be in China at a time of such profound change and to be given the opportunity not only to share with you some of my experiences of how that change is transforming the American book industry, but also to learn how Chinese publishing and bookselling are responding to developments that are truly

global in their significance and impact.

The remarks I want to share with you today are based on two very simple observations. Observation Number One: there's only one conversation being conducted today in the American book world: the conversation about digital technology and its impacts on the publishing and book-selling industries. In conferences and seminars, in blogs, tweets, and discussion lists, the talk is exclusively of digital technology and how it is influencing the ways in which books are commissioned, developed, edited, produced, marketed, priced, sold, and consumed. It is reasonable to ask why this conversation is being conducted with such intensity right now. After all, digital publishing itself is nothing new. In fact it's at least 40 years old if you choose to trace its origins back to the inception of Project Gutenberg back in 1970. For much of the intervening time, technology has been quietly transforming many facets of publishing, especially academic and scientific publishing, starting with periodicals more than 20 years ago. I suggest there are two answers to my question — why is the debate as intense and all consuming as it is right now? First, the debate is being led by the trade publishing sector, which is not only by far the largest and most influential in the U. S. industry, but also the sector that attracts the most prominent news coverage in the wider general media. Second, the debate within trade publishing coincides with the convergence of all the conditions necessary for the radical transformation of the publishing and bookselling industries: ubiquitous, low-cost, and high-speed access to the Internet; the rapidly declining costs of hardware and bandwidth; the evolution of technical standards for the development of e-books and other digital content; the development of low-priced reading devices; the maturity of a new generation of readers that is much more technically sophisticated than its predecessors; and the growing interest and participation of powerful, global interests in the book industry (notably Google, Apple and Amazon). I will be talking about many of these conditions in a little more detail during my presentation but before doing so let's talk about my second observation.

Observation Number Two is this: whenever you listen into the conversation about the impact of digital technology on U. S. publishing and bookselling, beneath the superficial discussion lies one recurring theme. Conversations that seem to be ostensibly about pricing, about copyright, about digital rights management, about royalties, on closer inspection turn out to be conversations about the same thing: they're about survival; they're about re-defining what it really means to be a publisher or to be a bookseller at a time when cheaper technology seems to put within the reach of everyone the tools that used to make publishers unique and distinctive. In other words, all these conversations are about permanence and that's why I chose to call this talk Seeking Permanence in a Time of Turbulence.

The sales of digital books in the United States, which I would argue are impressive given how new the marketplace is, are themselves not yet sufficiently significant to explain the intensity of the conversation now underway about the future of publishing and bookselling in the U. S. In the twelve-month period ending June 30, 2010 retail sales of trade e-books were approximately \$550 million.<sup>[1]</sup> Total book sales in the trade sector in the same period were approximately \$11 bil-

lion<sup>[2]</sup> suggesting that digital books now account for approximately 5% of all trade sales. If there is any temptation to dismiss the significance of digital books on the basis of these retail sales numbers or on the proportion of total sales that they represent, it's important to stress the growth rates behind these numbers. The annual figure of \$550 million I quoted a moment ago was only \$185 million the year before, indicating a three-fold increase in twelve months. And let's not forget these figures have been achieved in an industry that didn't even exist three years ago. It is of course impossible to say the e-book industry started on any one particular date, but as far as the trade book industry is concerned I tend to place its foundation to the time of the launch of the first Amazon Kindle in December 2007. If you agree with me that this is a reasonable starting point, I think you'll agree that the growth from zero to \$550 million in fewer than three years is not inconsiderable. The growth is especially impressive when you appreciate that unit sales of printed books across all sectors in the United States have been flat for many years and that much of the revenue growth enjoyed by publishers in that same period has been achieved by price increases rather than in genuine growth in the number of books sold. (See Tables 1—3)

**Table 1 U. S. book industry 2007—2010: dollar and unit sales (all sectors)**

All sectors	2007	2008	2009	2010
Dollar (Millions)	39,936	40,321	41,040	42,028
Units (Millions)	3,127	3,079	3,101	3,169

**Table 2 U. S. book industry 2007—2010: dollar growth rate (all sectors)**

Growth rate (revenue)	Percent
2007—2008	1.0%
2008—2009	1.8%
2009—2010	2.4%
CAGR 2007—2010 <sup>[3]</sup>	1.7%

**Table 3 U. S. book industry 2007—2010: unit growth rate (all sectors)**

Growth rate (units)	Percent
2007—2008	-1.5%
2008—2009	0.7%
2009—2010	2.2%
CAGR 2007—2010	0.4%

Based on current sales figures for e-books in the trade sector, most industry commentators are comfortable saying that digital sales today represent between 5% and 10% of total sales for the largest trade publishers. Consensus among commentators is more elusive when it comes to projections from this base. The more cautious observers suggest that it will take a further five years for digital sales to reach 25% of trade publishers' total revenue, with less conservative commentators