

英美 出版文化行记

耿相新 撰



A B C D E F G H I J K L M N

河南大学出版社

英美 出版文化行记

耿相新 撰



河南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

英美出版文化行记 / 耿相新撰 — 开封: 河南大学出版社, 2006. 9

ISBN 7-81091-529-0

I. 英… II. 耿… III. ①出版工作—英国—文集②出版工作—美国—文集 IV. ① G239.561-53 ② G239.712-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 112021 号

出 版 人 王刘纯
责任编辑 马小泉
责任校对 崔 靖 王 森等
责任印制 王 慧
装帧设计 语 田

出 版 河南大学出版社
地 址 河南省开封市明伦街 85 号
邮 编 475001
电 话 0378-2864669 (事业部) 0378-2825001(营销部)
网 址 www.hupress.com E-mail: bangong@hupress.com
经 销 河南省新华书店
印 刷 河南第一新华印刷厂
版 次 2006 年 9 月第 1 版
印 次 2006 年 9 月第 1 次印刷
开 本 787 × 1092 1/16
印 张 16.5
字 数 180 千字
印 数 1-3000 册
ISBN 7-81091-529-0/G · 789
定 价 29.00 元

(本书如有印装质量问题请与河南大学出版社营销部联系调换)

书 界 无 疆

作为一个出版人,21年来,几乎没有任何停顿,始终奔波在字里行间与书名之间。时常,大多数的日子里,感觉与文字搏斗是件快意的事,不,不仅仅是文字,有时感觉与书名打交道也充满了趣味与惬意。然而,这一次的感觉却有些别样,无论是与汉字还是与英文字母面对面,都有些许的踌躇流淌在日子的不舍昼夜里。我不知道我为什么惶惑,也许是对中国出版的淡淡忧郁,也许是对书籍本身命运的隐隐担忧,也许是我面对纸质出版的渐渐淡去与数字出版的渐渐勃兴而心理准备不足,我不知道。我唯一明白的是,我知道中国出版与中国书籍再次走到了新的十字路口,与19世纪末一样,中国的书籍文化必须再次突围,再次放眼外部,再次“中体西用”,才能完成书籍文化本身的渐进式的自我

革命。于是，我更像一个西行者，到了英、美，到了数字出版的始作俑处，于是，也才有了这些文字的记录。

在世界出版的帝国里，美国与英国依然还是真正的“帝国”。无论是书籍出版的品种数量，还是他们行销全球的网络通道，无论是他们创新性的商业运作模式，还是他们数字出版的颠覆性技术创新，他们都更像是共同语言文化背景下所生长出来的双雄楚翘，引领着全球的书籍的技术性的革命。他们之间，所不同的，正像他们在其他领域所展示的不同个性，英国像是午后的阳光，不断地努力散发出更多的热量，而美国则更像是朝阳，你不知道他后面还有多少热量。就书籍而言，美国已完成了文字数字标准化的“信息高速公路”，而英国还在全球忙着为他们的传统书籍出版开疆拓土。

在英国，我身临其境地深切体会到，我们接触到的每一位英国出版人，无不沉浸在 J. K. 罗琳《哈利·波特》狂销全球的巨大喜悦与自豪中。每每说起最初名不见经传而如今却如日中天的 J. K. 罗琳时，英国的出版人无不眉眼上扬，艳羡中毫不掩饰对英国文化的自豪与自傲。更让他们欣喜的是，《哈利·波特》全球数亿印数的出版奇迹，让整个出版行业走出了数年前 DK 出版公司首印 1000 万册《星球大战》（第五集）画册兵败全球的阴影，从而让他们再一次相信：纸质出版奇迹依然还会发生。《哈利·波特》不仅仅让英国出版人重新拾回了出版自信，更重要的是还引发另外两个出版理念以供他们津津乐道：一是他们认为书籍出版的全球化运作是解救传统出版萎顿的最好药方，继续将其他国家的图书市场当做伦敦街头的自家市场努力去经营依然还会收

获良多；二是“书籍”概念的疆界里正在不断地装填着更多的利润想像力，根据《哈利·波特》改编的电影版权以及其他的产品制造权等等附属版权收益，绝不比书籍本身逊色，这对传统的纸质出版商来说，无疑是个莫大的精神上的更是物质上的激动人心的鼓舞。因此，英国的出版人更喜欢张扬书籍的个性，试图建立一套以分权为基础的严格的出版流程控制，借此缓解出版风险，并进而企图占领全球市场。

而在美国的大学校园里，我体会最深的是只要是在有房顶的供学习用的场所里你绝对可以找到连接互联网的端口。而讲课的教授，无论是土生土长的白种人教授，还是从大陆飘洋过去的黄种人教授，教学用具无一不是数字化的。从他们嘴里传达出来的内容信息，如果一定要找出一条共同点的话，那便是——数字革命。无论是直接讲信息产品与信息经济，还是讲战略市场与目标市场，无论是讲印刷媒体还是讲数字媒体，无论是在室内还是到室外考察，“互联网”一词是他们必然要讲到的，也许还是使用频率最高的词汇之一。与在英国不断听到的《哈利·波特》与“国际化”截然不同，我们在新奥尔良杜兰大学听到的更多的是互联网、亚马逊与数字技术。似乎是美国人制定的众多的技术标准，早已伸延到全球的各个角落，美国人早已忘记 21 世纪还需要不需要“全球化”这个词。而具体到美国出版的数字化，即便我们是呆在自己的办公室里，我们也能体会到美国巨型媒体集团公司与技术集团公司的影响力，亚马逊网上书店的零售商业革命，Google 的内容搜索革命，微软无处不在的软件服务，以及恒河沙数般的美国在线产品，等等，无一不在改变着传统出版业的市场

形态。真正的出版革命毫无疑问是美国引领的数字革命。

书籍出版的数字革命是不可逆转的。正如 19 世纪末中国雕版书籍碰撞到西方的铅活字机械印本书籍一样,最明智的路径选择是在葆续自身文化传统的前提下,全力学习西方的先进技术,只有不断地提升国家的综合竞争力,只有不断地涌现具有世界影响力的作者,只有不断地像我们的祖先发明纸与印刷术一样自主创新,我们才能在数字出版的书籍革命过程中进入世界出版的主流,才能在 21 世纪的世界出版论坛上真正听到中国出版人的声音。只有听到自己的回声,也许才是真正的书籍的出版的回声。

我喜欢声音,尤其是书的“声音”。但作为出版大国里的一名出版人,我更希望能够听到中国人的关于书的声音。不过,我也十分清楚,在学会说话之前必须首先学会倾听。因此,在我认真倾听了英美出版人的声音之后,不自觉地将他们的声音用零乱的文字,记录下来了一些零乱的片断。借此,真诚地希望中国的出版同仁,与我一道听听来自异乡的出版声音,在我们学会大声说话之前,也许这会有些许的助益。果真如此,我也就心满意足了。

耿相新

2006 年 9 月 19 日

目 录

上篇 英国出版文化行记/1

11月9日 星期二 从北京到斯特灵/3

11月10日 星期三 英国斯特灵/4

_____夜游斯特灵小镇/4

11月10日 星期三 斯特灵大学/6

_____参加培训班/6

_____英国版权概况/7

_____复印、电子扫描及版权/10

中国的版权保护/11

美国的版权情况/12

英国出版社与作者之间的版权关系/12

英国出版人获得版权信息的方式/14

聆听随感：中国图书版权贸易前瞻/14

11月11日 星期四 斯特灵大学/17

购买英国图书版权应注意的问题/17

敏感话题：图书内容改动/20

不可忽视的图片授权/21

英国作者版税及授权版税情况/22

中国的文化工作室与西方的图书包装商/22

培生教育出版集团的授权细节/23

11月12日 星期五 斯特灵大学/26

培生教育出版集团版权部的工作情况/26

对中国图书版权输出的若干建议/27

11月12日 星期五 斯特灵市/32

古老的斯特灵市/32

年轻的斯特灵大学/35

11月13日 星期六 斯特灵大学/37

英国出版业的难题/37

英国出版人的思维变化:注重声望/39	
出版社如何建立与读者的关系/40	
英国的小批量出版/42	
一个成功出版社的几点标志/42	
英国出版的专业化/43	
一个英国人眼中的中国出版/44	
中国出版如何走向世界/46	
英国取消定价系统的不利影响/48	
11月14日 星期日 斯特灵大学/50	
英国出版风险/50	
英国的出版风险管理/54	
英国出版业的四个共性特点/57	
11月15日 星期一 格拉斯哥 利盟湖/59	
格拉斯哥 BORDERS 书店(美国鲍德斯书店)/59	
11月16日 星期二 爱丁堡 斯特灵/63	
英国出版的流程控制/63	
英国出版从业人员的年薪/65	
爱丁堡大学出版社/65	
11月17日 星期三 圣安德鲁斯市 邓肯市 斯特灵/67	
11月18日 星期四 伦敦/68	

11月19日 星期五 伦敦/69

安德鲁先生谈英国出版现状/69

中英两国出版培训比较/71

2005年4月18日 星期一 上海圣达大酒店/74

英国策划编辑的行业背景/75

策划编辑与案头编辑/76

英国的项目经理人/78

项目经理人工作流程控制/80

4月19日 星期二 上海圣达大酒店/83

管理费用与直接费用控制/83

项目经理人检查信息内容/85

4月20日 星期三 上海圣达大酒店/86

项目经理人的任务简报/86

图书项目经理人的主要清单举例/88

下篇 美国出版文化行记/101

7月21日 星期四 从北京到新奥尔良/103

7月22日 星期五(新奥尔良日期) 杜兰大学/104

杜兰大学/105

7月23日 星期六 杜兰大学/107

美国信息产品的基本特点/107	
信息产品“锁定”策略/109	
信息产品基本发展模式/110	
信息产品定价策略/110	
信息产品:体验产品/112	
信息经济:注意力经济/112	
信息经济属于合作经济/113	
网络经济的规模效应/114	
美国技术标准化战争的基本特点/115	
技术标准化战争的分类/116	
技术标准化之战七要素/116	
技术标准化战争中的五种战略战术/117	
7月24日 星期日 杜兰大学/119	
西方精装书/119	
7月25日 星期一 杜兰大学/121	
美国的大众媒体/122	
美国媒体的自由问题/124	
美国新闻与日常生活/125	
新闻媒体的公众信任度/125	
7月26日 星期二 杜兰大学/127	

美国公司的客户关系管理/127

“定做服务”/130

美国的数据库营销/130

7月27日 星期三 杜兰大学/132

美国书籍出版业的三个特点/132

美国的杂志业/133

美国的报纸业/135

新奥尔良日报社/136

美国报纸的发展趋势/138

7月28日 星期四 杜兰大学/140

会计与成本管理/140

7月29日 星期五 杜兰大学/143

美国公司战略市场计划/143

美国图书出版行业的价值链/145

美国图书出版产业经济/147

美国图书出版行业趋势/147

兰登书屋的历史/149

7月30日 星期六 杜兰大学/151

美国电子媒体/151

网上出版业/154

	<u>《今日美国》报的历史/154</u>
	<u>亚马逊零售模式革命/156</u>
	<u>亚马逊的商业模型/158</u>
7月31日 星期日	杜兰大学/161
	<u>美国公司市场细分理论/161</u>
	<u>美国电子图书市场/162</u>
	<u>美国电子图书的价值链/163</u>
	<u>美国电子图书标准/164</u>
8月1日 星期一	路易斯安那州/166
	<u>路易斯安那大学出版社/166</u>
8月2日 星期二	杜兰大学/169
	<u>美国媒体公司的兼并与联合/169</u>
	<u>时代华纳公司/171</u>
	<u>迪斯尼公司/173</u>
	<u>Viacom 公司/174</u>
	<u>贝塔斯曼 (Bertelsmann)/177</u>
	<u>新闻集团/179</u>
	<u>MC 媒体集团/182</u>
8月3日 星期三	杜兰大学/184
	<u>美国媒体经济/184</u>

8月4日 星期四 新奥尔良/187

8月5日 星期五 杜兰大学/188

美国的公共关系与媒体的互动/188

8月8日 星期一 新奥尔良 杜兰大学/191

美国媒体与政府的关系/191

MC Media 杂志集团/194

附录 台湾出版文化行记/197

1月20日 星期日/200

网络不通/201

出关的思考/202

1月21日 星期一/205

碰 撞/205

1月22日 星期二/208

初识台北/208

诚品书店/209

1月23日 星期三/211

交 流/212

杂志展开幕/214

读书人的乐园——台湾读书会/215

1月24日 星期四/219

	台湾的杂志集团/219
1月25日	星期五/222
	空中英语教室/222
	参观《时报周刊》/223
1月26日	星期六/225
	台湾的第十个民族——邵族/225
1月27日	星期日/228
	大汉书局与参考书/228
1月28日	星期一/232
	高雄一瞥/232
	出版的忧郁/233
1月29日	星期二/235
	台北故宫博物院/235
1月30日	星期三/238
	访问秋雨印刷集团/238
1月31日	星期四/240
	逛台北书店街/240
	同业·友人——知书房出版社/244
2月1日	星期五/246
	告别台北/246
	夜观铜锣湾/246
后	记/249

上
篇

英国出版文化行记