

德国电子书行业发展概览及启示

黄翊 汪智

【摘要】德国图书市场整体较为保守,纸质图书更受读者欢迎,其电子书行业发展受到定价制度、发行模式、版权保护等因素影响,虽然份额有限,但增长稳定,前景乐观,其经验对我国电子书行业发展也有启示。

【关键词】德国;电子书;数字出版;阅读

【作者简介】黄翊,汪智,中国建筑工业出版社。

【原文出处】《出版发行研究》(京),2017.1.95~97

众所周知,德国是一个爱好阅读的国家,阅读是德国人日常生活中不可或缺的内容,并且他们偏爱传统的纸质图书。因此有别于一些国家近些年来电子书行业的爆发式增长,德国电子书市场一直处于不温不火的状态。但随着科技的进步和电子书的普及,人们对于德国电子书行业的发展前景还是十分乐观的。德国电子书行业的发展更加健康和规范化,并具有自身的特点,这些都能够对我国电子书行业提供有益的借鉴。

一、德国电子书发展现状

1. 市场概况:份额有限但稳中有升

根据德国书业协会(Börsenverein des Deutschen

Buchhandels)的研究报告,2013年德国已有约三分之二的出版社拥有电子书业务,大型出版社已经全部开展电子书出版工作(图1),其中教材类电子书占15%,专业类电子书占35%。

著名统计机构Statista报告称2015年德国电子书的总销售额为3.5亿欧元。^[1]同时德国书业协会近期发布的统计报告显示2015年德国一般类电子书(不含教材和专业书籍)占整个图书市场份额的4.5%,较2014年的4.3%有小幅增长。其中,儿童图书占4%(2014年为5%,2013年为7%),比例呈持续下降的态势;辅导咨询类图书占4%(2014年为5%);小说类图书占86%(2014年为84%);非小说/百科类图书

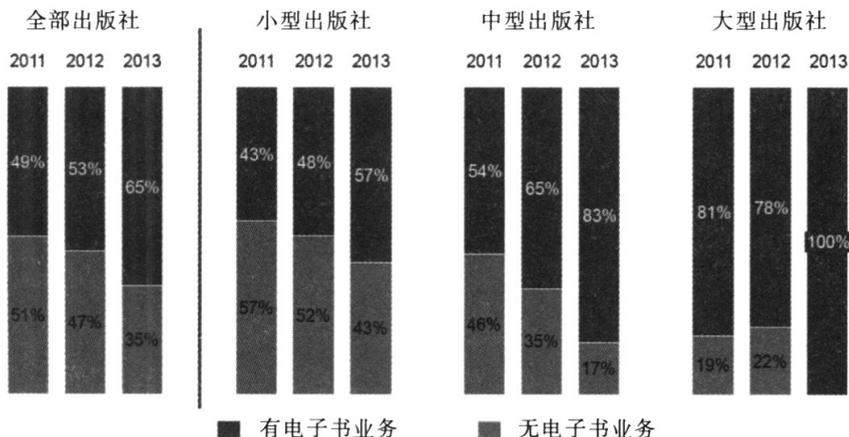


图1 德国出版社电子书业务概况

注:德国出版社总数为2012年348家,2013年361家。

占5%(2014年为6%)。2015年电子书消费者人数为390万,占德国10岁以上人口数的5.7%(2014年为3.9%)。^[1]可以看出,目前德国电子书市场份额虽然有限,但随着科技发展和人们对电子出版的认可度的提升,呈现出稳步增长的态势。

2. 定价制度:受《图书固定价格法》约束

德国书业协会自成立时便实行固定图书价格销售监管机制,由会员出版社和书商自愿达成协议,签署合同,锁定书价。这是因为书业协会认为图书是文化财富,需要特殊对待,对其进行保护,同时固定图书价格也有利于中小图书销售商的生存,避免恶性竞争,使德国图书行业健康发展。而2012年颁布的《图书固定价格法》则将这一行业惯例文本化,受到法律保护。该法律条文规定,无论实体点或网络书店,图书都要按出版社定价实行统一售价,并在图书出版后18个月内不得以折扣价销售图书。

2016年2月通过的《图书固定价格法》修改草案结束了多年来德国出版界关于电子书是否属于《价格法》管束范畴的争论,明确规定电子书同样受其约束,电子书和纸质书一样,将在不同渠道中以相同的价格进行销售。同时根据欧盟政策,纸质书属于文化财富而受到保护,因此纸质书在增值税率上享受优惠,仅为7%。而电子书则被划归为服务类商品,需按正常增值税率即19%征缴。

德国书业协会的统计数据显示,德国电子书的平均价格呈逐年下降的趋势,2013年德国电子书的平均价格为7.58欧元^[2]。有85%的出版社对电子书提供优惠价格,其中近一半出版社的电子书价格比

纸质书低20%以上(图2)。因此,在固定价格和增值税率的双重作用下,德国的电子书与纸质书相比很难占有优势,这也在一定程度上阻碍了德国电子书市场的增长。

3. 发行模式:本土品牌Tolino创新型商业模式

与其他国家一样,德国有越来越多的读者选择通过台式和笔记本电脑、平板电脑以及智能手机阅读电子书。数据显示,2013年德国有74%的电子书是通过网上书店销售的,有14%直接通过网站销售,6%以借阅的形式销售,其他销售方式占6%。^[3]而目前德国市场主流电子书阅读器主要包括亚马逊的Kindle、Kobo和德国本土品牌Tolino。

Tolino品牌于2013年创立,最初源于包括贝塔斯曼图书俱乐部(Club Bertelsmann)、各自拥有数百家连锁书店的德国两家最大的图书零售商Thalia和Hugendubel、大型传媒集团Weltbild在内的四家传统书商,以及德国最大电信公司之一的德国电信组成联盟,共同推出Tolino品牌,以与亚马逊抗衡,避免德国电子书市场的沦陷。

与亚马逊的Kindle不同的是,Tolino并不连接本品牌的电子书店,而是利用德国电信提供的Tolino“中央生态系统”与加入其系统的各图书销售商的电子书店相连接。读者通过中央生态系统前往各图书销售商的电子书销售平台购买电子书。Tolino中央生态系统的服务功能包括:①云服务,账号内电子书的安全存储和多终端同步;②共享热点,德国境内免费使用德国电信的热点;③免费平台,可通过阅读器、手机和网络免费使用系统;④开放系

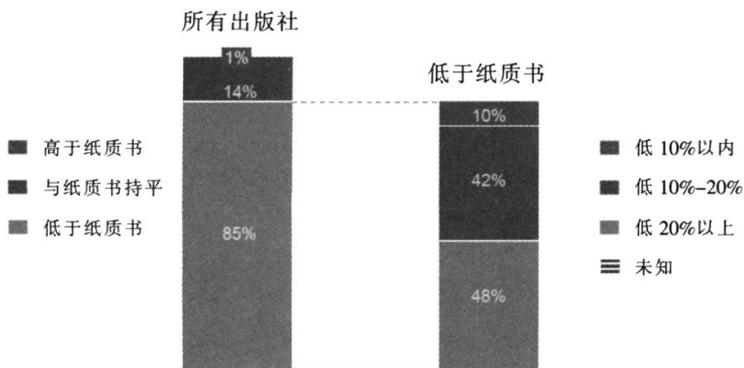


图2 2014年德国出版社电子书与纸质书定价比较

注:2014年德国出版社共348家。

(资料来源:笔者根据《Kurzversion E-Book Studie 2014》数据改绘)

统,自由选择图书销售商;⑤格式兼容,与所有常用电子书格式兼容;⑥资源概览,可浏览全部图书销售商的电子书资源;⑦阅读APP,通过智能手机和平板电脑实现移动性和灵活性的阅读;⑧在线阅读,可通过智能手机、平板电脑和计算机的浏览器直接阅读。^[3]

有别于亚马逊直接面向客户、将图书销售商排除在外的封闭系统,Tolino这种基于B2B系统的新型电子书销售模式保障了各图书销售商的利益,避免客户流失,并促进了电子书的销售,推动了德国电子书行业健康有序地发展。而相应地,市场也给予其积极的回报。德国捷孚凯市场研究集团(GfK)数据显示,2014年第三季度Tolino的电子书市场占有率达45%^[4],超越亚马逊的Kindle成为德国电子书阅读器的销售冠军。

4. 版权保护:法律制度和手段并举

(1)数字版权法律制度

德国版权法律制度具有悠久的历史,随着信息时代的到来,德国逐步实行了以《著作权法》为基础的一系列版权法律制度的数字化改革。2003年,德国《信息社会版权制度法》(*Gesetz zur Regulierung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft*)正式实施。该法案对于私人复制行为进行了严格的界定,明显属于非法来源的私人复制被明令禁止,并对网络传播权、技术保护措施和网络服务商的责任等问题进行了规定。2007年通过的《信息社会版权制度第二法规》(*Gesetz zur Regulierung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft*)则进一步对《著作权法》中的“版权补偿金制度”进行了修改,明确了数字环境下的版权补偿金制度和补偿金额。法律约束下,在德国纸质书可以进行二手书销售,而电子书却只能销售一次,不允许转卖。

(2)DRM技术手段

传统的电子书数字版权保护(Digital Rights Management, DRM)通常采用更加严格的“硬性”方式,即文件通过加密或通过特定软件终端方可阅读。其比较知名的例子便是亚马逊的网上电子书店和Kindle阅读器。越来越多的德国出版社选择使用“软性”DRM方式(最常见的是添加水印),在适度保护版权的

前提下考虑电子书软件与其他品牌终端(如Kindle)的兼容性,顺应市场需求,增加电子书的市场占有率。2014年有62%的出版社对其电子书添加了数字版权保护,其中多数出版社选择了“软性”方式(图3)。德国最大出版商之一的兰登书屋从2015年10月起对全部电子书采用水印进行数字版权保护。德国Fraunhofer研究学会研发的SiDiM系统则能够对副本添加可见或不可见的标记(如改变拼写方式等)并进行版本记录,进而对网络传播的副本来源进行追溯,起到保护版权的作用。^[5]

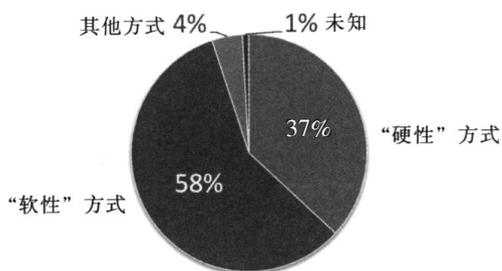


图3 2014年德国出版社电子书数字版权保护方式选择
(资料来源:笔者根据《Kurzversion E-Book Studie 2014》数据改绘)

5. 未来展望

根据统计机构Statista对德国电子书市场的预测,到2020年,德国电子书市场销售总额将达8.7亿欧元,年增长率为20%;电子书消费者将达到910万人,人均消费额将达95.5欧元。^[6]可以看出,虽然德国电子书市场的增长较为缓慢,但业界对于电子书将逐渐取代电子书的未来趋势还是予以肯定的。相信通过出版行业以及社会各界对电子书发展付出的努力,其未来的道路必将逐渐清晰,迈入良性、稳步发展的轨迹。

二、对我国电子书发展的启示

1. 移动互联网发展,引领电子书移动阅读

随着国家倡导全民阅读,电子书内容的逐步丰富,我国电子书市场在近几年发展较为迅速,电子书与纸书阅读量比例逐年上升。根据比达统计数据显示,2012~2014年纸质书籍的人均阅读量由4.39本下降为3.21本,而电子书的人均阅读量由2.35本上升至4.8本。^[6]同时随着移动互联网时代的到来,移动端尤其是智能手机已经成为我国大众电子书的主要阅读方式。

目前,国内电子书市场有两种主要模式,一是基于硬件+内容的闭环生态模式,另一种是基于APP+内容的抢占入口模式。在亚马逊Kindle进入国内以前,一些企业厂商尝试过硬件+内容的模式,但都以失败告终,目前硬件+内容模式都是基于硬件定价不赚钱,而希望通过内容来进行营利。APP+内容模式基本都是互联网公司主导,通过互联网公司自身强大的用户群和入口保证平台的用户关注度和使用率。

2. 传统出版业地位尴尬,仍为市场配角

2014年我国数字出版产业收入达3387.7亿元,同比增长33.36%。其中电子书(含网络原创出版物)收入45亿元,增长幅度均超过17%。但其在数字出版总收入中所占比例为2.06%,相较于2013年的2.43%占比来说是下降的。^[7]这说明传统出版单位数字化转型工作依然任重道远,仍需继续深化。出版社作为内容传播者的中介角色在互联网时代已被彻底颠覆。虽然出版业带着封闭性和准入门槛,但作者这一内容行业的核心资源已非出版社所独有,找准定位去提升出版社在产业上的特殊属性可能是未来出版社在电子书市场发展必须关注的重要一环。

因此,传统出版业应积极探索发展的路径,加强对存量资源的盘活及应用,并积极拓展增量资源的应用渠道,同时要加深对“互联网+”的理解,寻求与互联网能够产生深度融合的契合点,使内容资源优势得以充分发挥,企业或产品的品牌效应得到强化、市场竞争中的地位得到提升,占据更大的市场份额。

3. 缺乏制度保障,需探索健康发展之路

相比国外电子书市场,国内电子书市场定价体系混乱,德国市场受《图书固定价格法》约束,避免恶

性竞争;反观国内市场,政府和行业协会没有制定定价保护政策,依靠巨大流量入口,电子书定价权被一些大的互联网平台所掌控,而互联网平台之间主要依靠价格来进行竞争;此外,国内出版社电子书版权都是各自为战,没有统一的版权代理机构来与互联网平台进行角力,也降低了出版社自身话语权。因此,我国电子书行业的健康发展仍需要各方努力,建立科学的保障制度,健全完善市场机制,借鉴国际经验,探索适合我国国情的发展道路。

参考文献:

- [1]ebook Markt Deutschland 2015: 7 Mio K?ufer, 350Mio EUR Umsatz[EB/OL]. <http://meier-meint.de/2015/07/27/ebook-markt-deutschland-2015/>.
- [2]B?rsenverein des Deutschen Buchhandels. Kurzversion E-Book Studie 2014[EB/OL].[2014-06-03]. http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Kurzversion_EBook-Studie2014.pdf.
- [3]<http://mytolino.de/vorteile/oekosystem/>.
- [4]45 Prozent Marktanteil bei E-Books in Deutschland[EB/OL].[2014- 11- 17]. http://www.boersenblatt.net/45_prozent_markanteil_bei_e-books_in-deutschland.834396.html.
- [5]SiDiM-Sichere Dokumente durch individuelle Markierung [EB/OL]. https://www.sit.fraunhofer.de/fileadmin/dokumente/Projektblaetter/SiDiM_de.pdf.
- [6]比达.2015年第2季度中国移动阅读市场研究报告 [EB/OL].[2015- 08- 10].<http://www.bigdata-research.cn/content/201508/132.html>.
- [7]中国数字出版产业年度报告课题组.融合发展之年的中国数字出版——2014-2015中国数字出版产业年度报告(摘要) [EB/OL].[2015- 08- 26].http://cips.chuban.cc/kybm/szcyjjs/cgzs/201508/t20150826_169568.html.