

500万投入仅销售300万元 当当网叫苦电子书成本过高

# 高成本电子书背后的利益争夺战

北京商报记者 陈杰

## 一本电子书如何加工制作

当当网副总裁王曦的“诉苦”引发不少人好奇:制作一本电子书到底有多难?京东图书相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,“低成本、易制作”一直以来是读者对电子书的误解,绝大多数人都认为电子书等同于TXT,其实不然。

“我们日常浏览、使用的TXT文档或者网页文章,除了段落外没有任何格式,根本不存在加工制作的问题。而真正意义的电子书是由各种格式、图表、链接、颜色等众多元素集合而成的产品,这其中包括上下角标、数学化学符号、图表位置、字体字号、对齐方式、注释注码、篇章截取、目录生成等内容,与纸书排版类似,电子书制作同样要对源数据整理、校对、排版、格式调整加工、初审、复审、终审、加密、入库等一系列加工环节,还不包括淘汰、返修等情况,精加工的电子书甚至比纸书还要精美。”京东图书负责人如是说,制作周期短则数小时,长则十几天,加工成本大多在几十元至几百元不等,只有经历这样的流程,一本电子书才会最终诞生。

中文在线内容中心总经理孙香娟也表示,现在正式出版物中大部分电子书都是纸质书的电子版,但很多读者不知道由于部分纸质书连基本的原始电子文档都没有,往往需要技术人员一页一页地把纸质书扫描成图片,然后将这些图片通过一系列复杂的技术手段,如OCR等,转换、编排为相应的电子书格式。“尤其是2000年以前出版的,很多根本没有保存其原始的排版文件即电子版文档,这部分图书要实现数字化比较费时费力,成本更高。但随着出版社对数字出版的重视,2005年以后出版的图书大多都保存有原始排版文件,可以较为方便地转换为电子书。”

孙香娟介绍,电子书制作加工成本高昂的另一个原因,在于市场上电子书格式不统一,现在国内市场电子书格式多种多样,既有比较普遍的PDF格式、EPUB格式,还有诸如CEB、PDG、LIT等数十种格式。如此一来,一本电子书要想与多个终端或平台匹配,就需要加工成为多种格式,由此产生了多次加工成本,累加起来成本也就相当庞大。

“看似一本电子书制作成本也就几十元、百元左右,但殊不知企业为形成规模效应,往往会引进万余本甚至数十万电子书,加上人员开支、设备费用等,电子书制作成本达到几千万甚至亿元也就不足为奇。”孙香娟表示。记者查询公开数据显示,京东电子书目前持有量不下30万册;当当网电子书持有量也超过10万册;中文在线电子书持有量也达近10万册,而且还在快速扩张。

## 高投入却难带来高产出

如此高昂的投入是否能够带来高额的高产出呢?答案是否定的。当当网去年仅电子书制作成本就达500万元,整体销售额也不过300万元。京东电子书负责人也表示,京东的电子书业务还处于投入阶段,尚未盈利,技术研发、电子书制作和人员管理是最大成本开支,电子书的收入仅限于网站销售收入,暂时没有考虑其他方式。

孙香娟向北京商报记者介绍,作为业内为数不多依靠数字出版盈利的企业,中文在线电子书产品和销售渠道较多,产品主要有两类:大众阅读产品和教育阅读产品。在大众阅读产品的渠道推广和营销方面,主要包括电信运营商渠道和互联网渠道,电信运营商渠道即指中文在线与三大电信运营商的合作。互联网渠道很多,既包括中文在线旗下的17K小说阅读网,也包括中文在线的合作伙伴,如亚马逊、新浪、京东商城、新华网、淘宝网等众多平台。“从销售状况来看,无线业务的电子书收入超过公司主营业务收入的30%。”

华文天下总编辑杨文轩在谈及此问题

时表示,大部分企业电子书销售渠道太少。“京东和当当的电子书销售主要是为配合纸质图书营销,但由于很多消费者并未形成电子书下载付费习惯,所以单靠这一渠道,很难获得理想的收入。”

此外,另一个重要原因在于电子书定价体系未建立。“京东电子书的定价普遍为纸质图书的1/3。这个价格策略,较好地兼顾到了消费者、作者、出版商和平台商的各自利益。”京东电子书负责人表示。但北京商报记者发现,电子书的定价权很大程度上也由掌握着优质资源的出版商决定,此前畅销的《乔布斯传》原价68元,其电子书售价也高达40多元,为原价的2/3还要多,电子书平台根本没话语权。

“还有的电子书按照章节或者每千字来定价;也有将电子书销售与硬件捆绑,将电子书定价糅入硬件价格;还有些电子书可以通过免费阅读、利用广告盈利。总之现在的电子书价格和渠道都是根据多元化的需求来决定的,并不统一。”孙香娟称。

## 电子书制作流程



以京东电子书最近热门图书、赵薇导演处女作原著小说《致我们终将逝去的青春》为例,该书的电子书制作相对简单。书中没有图表、引文、注释、落款等任何格式,不存在结构设置,并且只有一级目录,也不存在多级目录制作问题,所以,总体来说此书制作上相对没有太多难度,惟一需要重点处理的只有对文字内容的校对以及段落的处理。

纯加工约需1小时左右的时间,具体分解的话有以下步骤:

- 创编码:包含数据整理、与已有数据查重,约20分钟
- 制作:最终生成EPUB文件,约30分钟
- 分类、页面信息:约10分钟
- 审核:检查数据是否符合标准,约15分钟
- 加密、入库:约10分钟
- 上柜:1分钟

京东电子书负责人表示,此书从拿到版权到上线差不多接近一个月,累计下载量达到几百次,目前单价5元,在4月份同名电影上映的时期,将加大宣传,希望能吸引更多的电子书读者。

## 业界建言

电子书市场正处于发展初期,行业竞争态势明显。针对行业中存在的问题,各方呼吁,应该由政府牵头,通过建立行业联盟或协会,制定行业标准。

京东电子书负责人表示支持这一倡议。“电子书产业发展,涉及到版权、技术、支付、消费者习惯引导、市场培育等各个方面,不仅需要的投入大,更重要的是对行业的发展要有深刻的理解,并且能够下定决心坚持不懈地做下去。政府需要引导、鼓励拥有

## 政府应该推动建立行业平台

安全便捷的支付手段,提供良好阅读和购买体验的发展平台。”

中文在线总裁童之磊亦称,数字出版行业的发展应该成立一个联盟,这样大家可以一起讨论行业的关键问题,比如标准怎样定、数据格式是怎样。“希望政府能在未来这个联盟中扮演重要角色,我非常期望未来中国出现中国数字出版协会这样的组织,这将对整个行业产生巨大推动作用。”

## 艰难维持只为争夺行业标准

电子书市场看着吃力不讨好,但调查发现似乎没有一家企业打退堂鼓,反而是在不断加大投入力度。当当网CFO杨嘉宏此前在接受媒体采访时表示,预料电子书业务在未来一年不会对收入有“太大贡献”,但当今年将进一步推出付费的电子书下载服务;京东商城副总裁石涛表示,京东商城电子书业务在今年计划推出一线名家的电子书创作计划。

资深互联网观察人士张金对此则一针见血地指出,之所以业内都在咬牙坚持,目的就在于争夺行业标准,并最终在残酷竞争中存活到盈利的那天。“仔细观察可以发现,其实不仅仅是京东、当当、中文在线,很多有实力的出版集团、出版企业都在搞大平台。正常的产业链是上中下游的企业各司其职,守好自己的利益空间即可。但电子书市场的每家企业都想独占全产业链,把自己做成大平台,做成行业的标杆。”

这种趋势从混乱的电子书格式中亦可以看出来。张金指出,按照常理,如果电子书行业能够统一电子书格式,就能够起到整合资源、加快流通和交易的作用。但很多数字出版企业或平台死死守住自己的电子书格式,希望尽快让自己的平台做大做强,有朝一日让自己的电子书格式成为行业标准,从而让全行业向它看齐。

张金表示,这种现象在短期内无法得到解决,现阶段所有有实力的企业都在大量聚集内容资源,推广自己的行业标准体系,从某种意义上讲,谁的钱多、谁支撑的时间长、谁的资源丰富,谁将更容易在未来残酷的竞争中胜出。“可以类比于其他行业,等市场培育到一定阶段,电子书的消费潜力会爆发,那个时候会有一批企业被淘汰掉,市场会出现兼并重组,一番大洗牌之后,坚持到最后的企业才能获得最终的利益。”