

HP / August 03, 2009 02:09PM

[Scribd: 出版界的 YouTube](#)

出處：世界日報 2009年7月25日

美國商業週刊 (BusinessWeek) 報導，由三個年僅20幾歲的小伙子創辦的電子書網站 Scribd，號稱每月吸引6000萬人次瀏覽，堪稱最受歡迎的文件分享網站。Scribd 以獨特的經營模式與作家和出版商合作銷售電子書，在網路書店龍頭亞馬遜 (Amazon) 的壓力下找到生存的利基。

作家塞登去年通知他的出版商柏柯公司 (Berrett-Koehler)，說他的著作被張貼在 Scribd 網站，供人免費閱覽或列印。Scribd 在接獲柏柯警告後，立即撤掉塞登的作品。

不過，柏柯公司主管在仔細研究 Scribd 後，驚訝地發現 Scribd 擁有龐大且持續增加的讀者群，包括許多會花錢買書的人。因此去年7月柏柯開始在 Scribd 提供免費書摘，沒想到吸引逾32萬5000人次點閱。Scribd 線上商店5月開張時，柏柯簽下透過 Scribd 銷售400本電子書的合約。柏柯副總裁馮德林說：「他們的網站流量遠勝過我們，我們相當有信心。」

Scribd 有點像出版界的

YouTube，可讓使用者輕易透過網路上傳與分享數位書籍、研究報告和其他刊物，每月訪客高達6000萬人。

這家設在舊金山的新創公司上月宣布，出版商西蒙夏斯特 (Simon & Schuster) 將在 Scribd 銷售4500本電子書，並提供數千本其他書籍的書摘，這是 Scribd 首度與大型出版商合作。西蒙夏斯特數位長何許罕說：「Scribd 是令人興奮的平台，有龐大的讀者作後盾。有讀者在的地方我們當然不能缺席。」

網路新創公司與傳統媒體巨擘間的合作，凸顯出版商進入數位時代面對的風險與商機。

隨著人們愈來愈習慣閱讀數位書籍，出版商也想在這塊快速成長的市場分杯羹，但他們擔心會失去掌控權並助長侵權行為，也懼怕全球最大網路書商亞馬遜及其推出的 Kindle 閱讀器會主宰出版業，一如蘋果公司稱霸網路音樂下載市場。

佛瑞斯特研究公司分析師艾普斯說：「多數出版商認為電子書是大勢所趨，但希望保有配銷和定價的控制權。」

Scribd 三位創辦人佛利曼 (Jared Friedman)、艾德勒 (Trip Adler) 和本斯坦 (Tikhon Bernstam) 從出版商的疑慮中看見商機。Scribd 讓作家或出版商可以自由選擇要保護版權的程度，並為自己的作品定價。相較下，亞馬遜為電子書定價，且通常會祭出更大的折扣。

Scribd 希望以更開放、更具彈性的系統，提供作者與出版商在亞馬遜以外的選擇。Scribd表示正與其它大型出版商協商，且設法讓 Kindle 和蘋果手機 iPhone 的使用者也看得到該網站的內容。