

2011全国新闻出版业网站年会将凸显三大亮点

本报讯(记者 思 实)2011全国新闻出版业网站年会将于11月22日至24日在北京召开。全国新闻出版业网站年会是在新闻出版总署科技与数字出版司的指导下,由中国出版协会、中国新闻出版研究院主办、总署互联网出版监测中心、总署教育培训中心及中国报业协会、中国书刊发行业协会、中国新华书店协会、中国大学出版社协会等单位协办的一次行业盛会。自2007年创办至今,已是第五届了。今年正式更名为全国新闻出版业网站年会。本届年会在以往基础上有所创新与突破,将凸显三大亮点。

亮点一:聚焦“内容资源的多元化经营” 据2011年最新数据,我国网民规模达到4.85亿;手机网民规模已达3.18

2008年以后,零售书业开始过冬,一边承受煎熬,一边期盼温暖。
2009年过去了,2010年过去了,2011年即将过去,春天在哪里?

中国零售书业的未来在哪里?

■徐 冲(浙江省新华书店集团有限公司副总经理,博库书城有限公司、博库网络有限公司总经理)

□股份制,上市,能给零售书业包括新华书店带来什么样的未来?

□建设大型Mall,或称文化综合体,能给零售书业包括新华书店带来什么样的未来?

□或许,在没有明确答案的时候,任何选择都有其合理性。

□但是,中国零售书业的未来一定取决于全民阅读的发展。

全民阅读的发展决定了书业的未来

最近几年,对传统书业冲击巨大的两个重要的方面,是电子商务和非纸质阅读。

以当当、卓越为代表的电子商务掠走了数以几十亿计的码洋,几乎被认定是扼杀零售书店的罪魁祸首。我们固然无法计算当当、卓越的码洋构成由哪几部分组成,但是,我们真的相信当当、卓越的几十个亿码洋本来就是你我他的?我们真的以为因为有了当当和卓越再加上京东,零售书业的未来空间就已经枯竭了?我们是不是还会以为万一有一天当当不玩了,卓越不玩了,京东也不玩了,我们就重见天日了?

当当拿到的码洋,很大部分,绝大部分本来就不是你的。在当当买书的读者,很大部分,绝大部分本来也不是你的。还是要说新华书店,全国的新华书店,至今还能算是一家书店的,到底有多少?纵然是省会城市,我们的新华书店都是拿得出手的?都能够提供30万种、40万种图书供读者选择?不要拿当当的折扣来说事,就说品种总量,那么多号称全省最大的书店、全市最大的书店,你为你的读者准备了多少品种?读者的满足率是多少?你不能满足,你没有能力满足,你没有意愿满足,读者投奔当当和卓越,难道不应该吗?

当当和卓越对中国书业最大的贡献,是唤醒了大量的潜在消费,对图书的潜在消费,本质上,是大大地唤醒了国民的阅读热情,唤醒了因为不能满足而被冷冻了的阅读热情。如果我们认识不到这一点,如果我们不能从中看到图书零售市场的潜力超出我们的预计,我们怎么还会有未来?

北京、上海、广州、深圳,在这一等级上的特大城市,杭州、南京、郑州、沈阳,在这一等级上的大城市,以及更多的二线城市,三线城市,乃至县城、乡镇,我们的读者要买一种他需要的图书仍然是十分困难的事情。我们总是傻傻地估计,出版的一种新书,平均每个县都应该找得到一位读者吧。如果是,这一需求已经被满足了吗?如果我们都满足其30%的需求,那是多少册?多少码洋?

在这个意义上,全民阅读的发展决定了我们的未来,而我们的努力又将促进全民阅读的发展。对这一点,永远也不要错误估计。

非纸质就是传统书店的末日吗?

与电子商务平行,是非纸质阅读的冲击。互联网阅读、电子书阅读、手机阅读……,各种非传统非纸质阅读如洪水猛兽一般呼啸而来,我们难免大惊失色。90后阅读的主要来源一定是非纸质,这已经是不用怀疑的了。80后阅读的主要来源基本是以非纸质为主,或以非纸质略微占优,这似乎也是不用怀疑的了。而80后之前的各代,非纸质阅读也占了很大的比例。

问题在于非纸质就是传统书店的末日吗?如同电子商务一样,我们要明白非纸质的消费者本来就不是我们的老主顾。没有手机,90后就蜂拥而至到书店来买书了?我们不至于如此妄想吧。但是,我们必须乐观地注意到,不管是传统阅读还是非传统阅读,不管是纸质阅读还是非纸质阅读,只要阅读存在,只要阅读还是生活的一个部分,只要阅读还是一代代代人必不可少的生活内容,我们就应该心花怒放。

我们不能奢望我们的周围就像欧美一样到处是读书的人们,但比较于不阅读,手机阅读已经是一个很高的境界了,我们也该知足了。再去抱怨手机阅读、非纸质阅读构成了我们的不景气,那我们真的不可救药了。我们要庆幸阅读还是人们的习惯。我们有理由期待,只要阅读成为习惯,非纸质阅读一定会有一定的比例转化为纸质阅读,一定会给我们带来码洋。

况且,我们也可以经营非纸质阅读。只要是阅读,那就一定是我们的经营范围。同理,电子



商务也应该成为我们的经营项目。

书业为未来做好准备了吗?

广义的阅读,奠定了我们发展的基础。不断延伸的阅读内容,不断变革的阅读材料,不断升级的阅读消费方式,意味着我们的未来不是梦。

有阅读,就有我们的未来。

那么,问题就变得简单了,我们为我们的未来做好准备了吗?

我们可以选择上市,但如果上市以后,业绩要求我们放弃不能为上市公司带来丰厚利润的图书零售业务,这样的上市还是有意义的吗?

我们可以兴建大型购物中心,但我们的书店被迫在购物中心的某一个角落里苟延残喘,这个Mall还是有意义的吗?

身为书业之人,却不能够好好地为我们的读者建造一家好书店,准备丰富的图书品种,提供周到的服务,任何形式上的改变都是没有意义的。

将自己的书店做好,我们的创新和发展都取决于此。

这么一个的一个国家,这么多的人口,还有这么悠久的历史包括阅读的传统,可卖书怎么就卖得这么困难?

出版机构心知肚明,一种图书的平均印数是多少,据说也就是个四位数。一册小说,上了5万早就牛皮哄哄了,5万又是个什么概念,差不多也就是平均3万人摊上一册。全国一年一般图书纯零售到底有多少码洋?100多亿?200亿?左右也不过就是一家房产公司的年销售量。不要责怪读者不买书,更不要埋怨国人缺乏阅读传统,看看我们的书店,我们的书店有几家对得起我们的读者了?

好书店,我们心目中的好书店,标准不会有太大的差异。那么,大家心里算一下,全国范围内,无论新华民营,不管综合专业,更不分大型小型,到底能数出几家好书店出来。即使你是书店的主持人,那也问一下自己,你的书店,你们的书店,也算是好书店吗?能够使读者在这样的书店获得满足吗?

其中,尤其是新华书店,真的有必要盘点一番,自己的地盘上,好书店有吗?有多少?有什么办法将那些不算好的书店甚至是很烂的书店变成好书店呢?

如果每个县都有一家好书店,如果每个地级市都有三五家好书店,如果每个省会城市都有十来家好书店,如果北京上海这样的国际大都市有几十家好书店,我们这个行业难道还会像今天这样弱不禁风吗?

创新和发展或许还不是主要的议题,坚持自己的主业,做好自己的主业,才是阳光大道。一个连根基都不扎实的企业,一个连基础都没有完成的行业,创新或发展只能是空中楼阁。

当然,好书店还得有好书。好书,就是出版社的事情了。

首先,要出好书。

要出好书,出能卖好多年的好书。这些年来,中国出版进入一个误区,单纯依靠品种数量来拉动总量的增加。一年出版十多万种品种,其中有多少好书呢?出版大国有什么意思?中国这么大,大是该强的,本来就是的。出版大国为什么不是出版强国?只有数量没有质量,自然不强。就算从去年开始,从张悟本开始,出版社屡次害苦书店。这还算是比较极端的例子。更多的情况,是那么多的短命的一次性的品种,滥竽充数,招摇过市,来去匆匆,劳民伤财。为出版社做分析时,会经常提问:

一、统计过每一个品种带来的码洋吗?平均值是多少?控制线是多少?不及格的品种是怎么做出来的?

二、重印率是多少?有多少品种没有重印?有多少品种只卖了一年、只卖了一季?

三、品种总量中,有效品种占多少?那么多的无效品种,折腾了书店,也折腾了出版社。

所以,出版社要出好书。

然后,好书要维护好。最不可思议的事,是好书往往会断档,是出版社已经放弃了维护。印象中,中信的《谁动了我的奶酪》已经卖了10年了,还是有码洋,不低的码洋。这10年中,消失得无影无踪的好书不要太多喽。

出版社不要只盯住今年的好书,要花大力气维护历年来的好书。一个出版机构的传统和口碑,光靠一次性的新书是建立不起来的。

最后,要改变现行图书定价和结算折扣的状况。

业外说中国书价太贵,尽管错误但尚可谅解。业内如果有谁也这么说,那就太荒谬了。书价永远也跟不上物价,这个不用讨论了吧。比较于不停上涨的物价,书价永远滞后,永远不可能超前。那么,对于2011年的零售书店来说,就是以2010年的书价、2009年的书价甚至更早的书价产生销售,带来的利润如何抵消2011年的成本?所有商品都有调价的可能,唯独书价不行。

书价过低,就意味着销售总量过低,低到不足以摊销经营成本。同时,书价过低,也就意味着出版社与书店的结算折扣没有调整的空间,最终导致零售书店获利空间过于狭窄,完全不足以摊销越来越昂贵的经营成本。

至于结算折扣这件事,一些出版社往往高高在上,等着书店开口提要求。出版社为什么不主动些,说我们已经充分考虑到书店零售的困难,我们愿意下降多少个百分点呢?为什么这么动人的场面永远不会出现,那是因为一些出版社到现在为止也没有真正意识到零售书店的存在对于他们的重要性。

书店没有定价权,有定价权的出版社又不进行零售业务。零售书店的赢利空间远不及百货、超市、菜市场,一些出版社看起来一点也不着急。卖书比卖菜还不如,总有一天,我们会被迫不卖书了,我们去卖菜。等到书店变菜市场了,出版社有能力去种菜吗?

是不是非得等到这一天,一些出版社才会感觉到让零售书店活得那么艰苦简直就是一种罪过?

这么说,出版社可能也很委屈,说出版社在书店那里也吃够了苦头,譬如付款,譬如退货,譬如各种不能公开的刁难。这是完全可能的。但是,出版社能不能优待一下你们心目中的好书店呢?

至少,我们没有感受到这方面的优待。

维持书业的正常运行,出版社需要做太多的事情,大多必须做好的事情。出版社要提供足够的好书,要维护好书的供应,要提高书价并降低折扣。

仅仅如此,自然还是不够的。即使加上出版社的力量,也很难改变零售书店艰难生存的困境。我们希望免去零售书店的所有赋税,这一笔对于国家或地方财政来说简直就是微不足道的税款,在于零售书店就是一项沉重的负担。至于其它的优惠政策,当然也是多多益善。

而这些,书没有一个出发点,那就是办好我们的书店。图书不是一项过剩的商品,在制造、流通和消费三大环节上存在的问题,使得书业充满悲观的气氛。我们应该相信在我们的努力下,我们能够乐观起来。出版社将出版做好,书店将零售做好,码洋是一定会有的。

这个愿望,姑且算是我们的未来吧。

亿。各种平台、智能手机及移动阅读终端纷纷涌现,为新闻出版业内容资源的多元化经营提供了基础。本届年会以“内容资源的多元化经营”为主题,围绕如何提升出版业内容资源的多元化经营、丰富的内容增值服务、精准高效的送达能力等议题,邀请行业专家,共同探讨提升互联网出版价值之路。

亮点二:新增“投融资暨合作洽谈会” 本届年会将发布新闻出版业网站合作项目,并邀请互联网投资公司代表、合作意向单位等参加,助推项目对接。组委会已向软银赛富、IDG、中盛投资、中国移动、中国电信、中国联通等公司发出邀请,希望他们派出高层参加洽谈。此次的投融资暨合作洽谈会注重实效,将大力推进参会单位的战略性发展。

亮点三:采用扫码监测,使评选更客观 每年,网站年会都将发布年度网站百强以及各种荣誉奖项。今年,组委会为了提升评选结果的客观公正性,提高了客观监测指标的比值,采用部署代码的方式,筛选参评网站。

“科技七社·图书商报”杯首届全国大学生辩论赛落幕 高峰论坛为实体书店支招

本报讯(记者 叶兰珊)9月18日,由电子工业出版社、化学工业出版社、人民交通出版社、科学出版社、科学技术文献出版社、中国纺织出版社、中国轻工业出版社等7家专业出版社与本报共同主办的“科技七社·图书商报”杯首届全国大学生辩论赛在山西落下帷幕。两支杀人决赛的高校——武汉大学代表队和北京大学代表队围绕“网络书店将取代实体书店”这一辩题展开了唇枪舌剑的激烈交锋,现场观赛的出版社和书店代表不时为参赛选手的敏捷思维、犀利表达和诙谐言语报以阵阵热烈的掌声。经过艰苦论战,武汉大学代表队最终以其更加扎实的专业功底和姑娘们的伶牙俐齿夺得了本届辩论赛的冠军,她们将获得由七社提供的1万元现金奖励和价值3万元的图书;北京大学代表队四辩选手孙一奇获得了本场比赛的最佳辩手称号。(本局辩论赛预赛、复赛消息见本报2011年9月16日第一版)

辩论赛闭幕后,紧接着召开了全国出版发行行业高峰论坛。据了解,科技七社举办该论坛由来已久,本次已是第四届,每届论坛都聚焦热点话题,以期给行业带来启发。本届论坛围绕三个题目展开:面对读者阅读习惯、购买习惯的转变,实体书店的经营业态将会发生哪些转变,网络书店冲击下的实体书店将采取什么样的经营模式和营销策略,以及实体书店开展网络销售的前景如何。七社代表中国轻工业出版社社长杨西京、副社长赵丽华,电子工业出版社社长敖然,中国纺织出版社社长郑伟良,化学工业出版社副社长杨建忠,人民交通出

版社副社长王振军,科学出版社副总经理胡华强,科学技术文献出版社副社长刘冬燕,以及书店代表山西新华书店集团董事长田文生,吉林省新华书店集团总经理魏淑霞,北京市新华书店副总经理孟凡洪,河北省新华书店集团公司副总经理徐斌,山东新华书店集团有限公司副总经理巩兰芳,湖南省新华书店有限责任公司副总经理沈剑锋,云南新华书店集团有限公司副总经理许悦,广东新华发行集团股份有限公司副总经理游少波,重庆新华传媒有限公司副总经理何越,辽宁发行集团北方出版物配送有限公司总经理王琦,青岛市新华书店集团有限责任公司董事长袁淑琴,沈阳市新华书店总经理王京,吉林省新华书店集团长春市有限责任公司董事长、总经理宋孟林等,结合各自的实际围绕三个论题进行了充分的讨论。尽管有人对目前网络书店因其价格优势和便捷优势而扩张迅速、实体书店购书人群减少的现状表示了一定程度的担忧,但更多的人则认为,在目前读者选择越来越多元的情况下,未来书店的发展,将适者生存,赢家胜出。实体书店和网络书店今后将共生共存,达到一种动态平衡的状态。实体书店应更好地发挥品牌、人才、渠道、物流等多方面的优势,练好内功。要发挥以书为媒的集群效应,改变粗放式管理模式,精选品种,向精细化管理要效益,积极拓展发展空间,进一步提高个性化服务,提高体验式营销水平,扬长避短,加速转型。论坛上,青岛、山西、广东等地书店近期的做法还为与会者提供了更开阔的思路。

省委领导荐书 发行量突破万册

本报讯(记者 及 烁)近日,在江苏省学习型党组织建设工作经验交流会上,省委书记罗志军郑重推荐了3本图书,其中包括由人民日报理论部主编、人民日报出版社出版的《精神的力量——中国共产党伟大精神最新阐释》。而广东省委则向参加理论学习中心组(扩大)读书学习务会的领导干部推荐了包括由人民日报理论部主编、人民日报出版社出版的《大变局——中国经济发展新趋势解读》在内的12本图书。目前,两本书发行量均已达数万册。

人民日报社社长张研农表示,两本书的成功,说明出版社一定要发扬人民日报社优势,在发挥党和国家治国理政重要资源和重要手

段功能上多动脑筋、多下工夫。据了解,3年来,人民日报出版社依托人民日报社资源,专注于党政图书策划、出版,现已基本形成系列,且许多图书取得了不错的市场反响。一是报书互动图书:如与人民日报评论部合作的《人民日报评论年编》、《任仲平60篇》等被新闻出版总署调阅,年发行逾万套;与人民网共同组织的党史知识竞赛有38万人参与,配合竞赛出版的《纪念中国共产党成立90周年党史知识900题》发行6万册。二是紧跟中央精神的主题图书:“六个为什么”系列受到主管部门表扬,发行30万册;解读“十二五”系列、建党90周年系列等,均引起社会广泛关注。

第六版《辞海》典藏本区域首发

本报讯 作为当代中国极具权威的,以字带词,集字典、语文词典和百科词典功能于一体的大型综合性辞典——《辞海》,自1936年出版发行至今已历70余年。由夏征农和陈至立先后担任主编的第六版《辞海》自2009年底面世以来,受到读者和社会各界的极大关注和肯定。截至今年9月,《辞海》(第六版)的彩图本、普及本和缩印本累计发行已达20万套。

9月23日,《辞海》(第六版)典藏本区域首发式在太原举行,上海辞书出版社社长彭卫国出席活动。典藏本的惊艳亮相,意味着图书市场即将再次引发《辞海》销售

热潮。此外,上海辞书出版社向山西省图书馆捐赠了包括《辞海》(第六版)典藏本在内的第六版《辞海》总计四个版本。“皇皇巨著,十年一修”,第六版《辞海》典藏本作为《辞海》(第六版)中最具收藏价值的最后一个纸质版本,无论从内容还是形式上都颇具亮点,主要体现在以下三个方面:第一,在字号、图片、装帧等方面呈现出的六大看点凸显经典;第二,定价3900元,较12年前“不涨反降”;第三,在诞生之前曾经被当做“期房”卖。在没有产品、只有样品的前提下,今年上海书展,7天累计预售68套,码洋26.52万元。(王 茜)

《理论热点面对面2011》受欢迎

本报讯 近日,一股理论学习的热潮正在新疆石河子垦区悄悄兴起。走进石河子新华书店,远远便看见《从怎么看到怎么办——理论热点面对面2011》图书专架旁,围满了翻阅这本书的读者。从学校到军营,从社区到工厂,石河子垦区广大读者争相购买和阅读,目前销量达300余册,跃居哲学社科类图书榜首。

读者普遍反映,这本书关注的都是老百姓最关心的问题,比如物价、住房、就业、医疗和教育等。中央宣传部理论局组织编写的通俗理论读物《从怎么看到怎么办——理论热点面对面2011》日前由学习出版社、人民出版社联合出版,在全国各地新华书店发行。(马 谦)