

中国图书商报

CHINA BOOK BUSINESS REPORT

我们的目标——**持续打造中国书业第一媒体**

请广大读者从速办理订阅手续

中国图书商报

年价268.80元
半年价134.40元

地址：北京西三环北路19号外研大厦北楼 邮编：100089
传真：010-88818933 咨询电话：010-88810715/27/29/转231

邮发代号**1-217**

中国出版发行数据调查中心主办，中国期刊协会、中国报业协会共同联办

2009 中国广告精确投放奖

中国图书商报 荣誉

最受广告主广告商青睐的行业报

中国传媒论坛学术委员会、史坦国际STANCHINA 等知名机构联合举办

2011 中国传媒投资年会

中国图书商报 荣誉

2011中国最具影响力行业媒体品牌

与理财周报等3家媒体从全国众多报刊网媒中脱颖而出
荣获2011中国传媒和思想界的全新价值榜单
中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

中国人民大学新闻学院等国内10家顶尖新闻学院、中国新闻史学会联合推选

中国图书商报 荣誉

2010~2011中国品牌媒体百强

跻身“商报品牌十强”

数字出版：六大变化 四大挑战

■ 商报记者 金霞 田丽丽 马雪芬

7月19日~20日，以“新发展 新举措 新期待”为主题的2012年中国数字出版年会在京召开。主论坛、分论坛、国家数字出版基地建设圆桌会议、出版集团数字传媒公司发展圆桌会议、首批全国新闻出版单位数字出版部门主任联盟成员会议、贸易签约、成果展览展示等多场活动，吸引了来自全国各地新闻出版局、新闻出版企业、信息技术企业、大中专院校、图书馆等官产学研各方800多人参会。记者强烈地感受到，与几年前业界谈及“数字出版产业”时的兴奋、质疑、观望、迷茫等复杂的情绪相比，如今更多的是理性的思考和前行的坚定。

新闻出版总署副署长孙寿山，中宣部出版局副局长刘建生，新闻出版总署科技与数字出版司司长张毅君，中国新闻出版研究院院长郝振省，中国教育出版传媒集团总经理李朋义，中国科技出版传媒集团董事长柳建尧，中国出版集团副总裁潘凯雄，新闻出版总署信息中心主任薛松岩，中国新闻出版研究院副院长魏玉山、范军、张立等出席开幕式。

2011年，中国数字出版营业收入达1377.88亿元，比2010年增长了31%，占当年新闻出版业营业收入1.46万亿元的近10%。这样一组数据的背后，折射出数字出版产业哪些变化，给业界带来了哪些思考，又预示着怎样的发展趋势？

“平台年”“标准年” 加速产业转型

正如孙寿山指出，距离2006年召开首届数字出版年会已过去了6年，我国的数字出版产业，也由“小学生”成长为“大学生”。而2011~2012年，数字出版产业的蓬勃生机，在六个方面表现得尤为突出。

数字出版集群化初具规模，形成了点—线—面立体化发展格局，数字出版产业链日趋健全和完善。2011年，天津、湖北、广东、陕西、江苏5家数字出版产业基地获批建立，加上之前的上海张江、杭州、重庆、湖南4家，国家级数字出版产业基地已达到9家。2011年，这9家基地共实现营业收入419.71亿元，占数字出版营业收入的30.5%，产业集聚效益明显。从基地的发展情况来看，发展战略及重点措施更加务实，定位更趋清晰明朗，差异化、特色化程度有所加强，如上

海张江的网络游戏和超算服务、天津和重庆的云计算技术服务、杭州的移动阅读和网游动漫、江苏扬州园区的数字教育(电子书包)和电子(纸)阅读器等，各地的优势领域已经基本形成。

数字出版产值再创新高，数字出版内容产业获得较快增长。据郝振省在会上发布的《2011~2012中国数字出版产业年度报告》显示，2011年国内数字出版产业收入中：互联网广告、网络游戏与手机出版(含手机彩铃、铃音、手机游戏等)占据收入前三位，分别为512.9、428.5亿元、367.34亿元，其余互联网期刊、电子图书、数字报纸的总收入为28.34亿元，在数字出版总收入中所占比例为2.06%，说明单纯将纸质出版物数字化而缺乏原创内容，难以在市场中立足。

数字出版平台纷纷涌现，传播渠道日渐完善。目前国内数字内容投送平台已经形成了电信运营商型、技术服务

型、文学创作型、互联网门户(信息服务型)、电子商务型五大类型。平台用户数量增长迅速，读者对数字内容需求不断提高，数字内容不断扩充，平台规模不断扩张；重体验、个性化、社区化成为平台发展的新趋势。

数字化阅读方式渐成主流，数字产品消费增长迅速。据中国新闻出版研究院《第九次国民阅读调查》相关数据显示：2011年我国18~70周岁国民数字化阅读方式的接触率为38.6%，比2010年的32.8%上升了5.8个百分点。

数字出版技术不断升级，数字阅读终端推陈出新。过去一年里，跨平台阅读技术、结构化版式技术、MPR技术、数字版权保护技术、内容结构加工技术、云出版服务技术等数字出版关键技术均取得突破性进展，对产业升级起到了强有力的推动作用。数字终端销量的不断攀升，进一步加速数字化阅读的普及。

数字出版标准进一步规范，数字版权保护全面提升。2011年被业界称为“数字出版标准建设年”。《数字出版标准体系研究报告》的发布，意味着我国数字出版标准化的整体框架基本形成。(下转第8版)

■ 商报记者 渠竞帆/编译

励德爱思唯尔公司旗下的励展公司发起的一项书业调查显示：受访者对数字化普遍有一种乐观的态度，他们认为，数字化带来了图书出版、流通等领域的变革，它不是威胁而是机遇，最重要的不是用哪一种设备，或对哪些产品进行数字化，而是了解如何去培育读者。

这项调查始于2011年初，励德爱思唯尔公司旗下的励展公司请Outsell公司对当前出版业的趋势、出版社受到的影响及目前的商业活动进行评估，从而为未来的书展活动和服务提供支持。Outsell公司对包括欧洲、中东及非洲在内的独立书店、专业网站、出版社及经纪公司进行了面谈和电话采访式的调查，参与采访调查的公司有亚马逊、谷歌、苹果、巴诺、瓦特斯特通、W·H·史密斯及一些独立书店、超市、百货店、图书馆、出版社等。

数字化收入持续提升 如何营销成为挑战

调查发现，各出版社的数字化程度相差很大，10%的受访者表示所在出版社的数据库数字化策略已相当成熟，正在成功实施一些出版项目；30%的受访者表示所在出版社已经完成了电子书的标签分类，准备实施下一步，但对移动应用的市场机遇表示怀疑，因为大众出版领域还不够成熟；20%的受访者表示所在出版社内部已有成熟的数据库，数字化策略仍在完善；40%的受访者表示所在企业虽对数字化有兴趣，但不想匆忙决策，而是谨慎地关注自己的日程安排，看看是否需要数字化。

尽管目前美国大型出版社获得的数字收入占到7%~10%的比例，较小以及专业化的企业数字化收入比例不到5%，但受访者都认为，5年后小说的数字化收入将至少占到50%。非小说可能会低很多。其中，学术出版社数字化收入占比会从目前的20%增加到5年后的60%。

受访者还指出，未来出版商策略的首要前提是保持业务的繁荣发展，在此前提下，出版社在发行环节也要适应新的市场条件。数字化环境下的挑战在于，如何对新作者或新概念进行营销，数字环境适合推广出版社的已成名作者，而实体书店更适合推新人。有人认为，印刷版图书销量萎缩，将导致小型发行公司的整合，闹市区书店的倒闭为独立书店带来了机遇。(下转第8版)

香港书展观众预计将超百万

本报讯(记者 辛文)第23届香港书展7月18日在香港会展中心开幕，为期一周。今年书展以“从香港阅读世界读通世情，书出智慧”为主题，展出来自23个国家和地区530家参展商的书刊外，同时举办超过350场的文化活动。会场设2000余个摊位，比去年增加2%，规模为历届最大。主办方香港贸易发展局表示，去年共有95万人次入场，预计今年将超过去年。

本届书展的文化讲座分为名作家、智慧人生、英语阅读与写作、世界视窗、阅读与生活、电影与文学和儿童及青年阅读七大系列。来自内地的资中筠、格非、慕容雪村、毛尖，台湾的白先勇、黄春明、纪蔚然、张曼娟，香港的马家辉、素黑、张翠容、冯唐、彭浩翔、陈晓蕾等重量级作家亮相书展。书展还专门为来自内地的读者安排特殊通道，并提供优惠票价。

从去年开始，香港书展尝试举办“经典读书会”，对人文、思想类经典进行细读，把读书会搬上了书展。今年书展再度与活动策划人梁文道合作，由其策划“少数人的读书会”，邀请陈智德、王慧麟、马家辉、陈宁等知名学者、作家，就陈冠中《香港三部曲》、刘维-施特劳斯《忧郁的热带》等作品，以小组细读的方式带领普通读者阅读经典。

与去年不同的是，有50多个文化活动在会展场地以外举行，如7月初展开的“文化七月·悦读夏季”活动将贯穿整月，在书展开幕前已吸引超过万名市民参加。“深圳读书月”将首次以官方身份走进香港书展，举行推介活动。

数字出版相关技术成为书展上的热点。在电子书及电子学习资源展区首次设立的“未来阅读体验区”中，一台人脸识别仪格外吸引观众眼球——根据“面相”判断读者性格，以此推荐20本书。据书展主办方透露，这种“电子选书师”今年年内有望在香港20多家书店使用。此外，主办方与一家电讯商合作“全城来读电子书”活动，推出为iPad、iPhone及Android智能手机而设的“电子书阅读平台”，免费提供由今年书展参展商出版的电子书供读者试读。

马克思恩格斯列宁画传出版

本报讯(记者 文东)新版《马克思画传》、《恩格斯画传》和《列宁画传》近日面世。中共中央政治局委员、书记处书记、中宣部部长刘云山对这三部画传的出版致贺信，称其“用生动的图片、朴实的文字，全面展示了马克思、恩格斯和列宁的卓越贡献，有助于读者特别是青年读者深切感悟他们的辉煌品格，深刻领会他们的宝贵思想，是宣传普及马克思主义经典著作的重要读物，是推进马克思主义大众化的有益尝试。”

由中央编译局历时三年编纂，重庆出版集团和中央编译出版社联合出版的这三部画传，以贴近当代中国读者需求的新颖编辑思路和学术风格，形成了鲜明的时代特色。在史实记叙方面，改变历来沿袭的单纯按时间顺序编排的模式，尝试开辟一条使编年叙事与专题介绍有机结合、相互补充的新路。在理论阐述方面，特别注重思想历程与实践历程的统一，将三位伟人思想的转变、发展同他们的实践活动的演进、深化相互融合。在整体结构方面，在全面介绍三位导师人生轨迹的前提下，突出反映他们与中国的关系。在编排设计方面，画传以文为经，以图纬，经纬交织，图文互补，构成一种立体的叙事语言。

在7月17日在京召开的三部画传出版座谈会上，中宣部常务副部长雒树刚表示，三部新版画传是马克思主义理论研究和建设工程向党的“十八大”献礼的重要成果。他从坚持突出重点、精选精学，努力掌握贯穿其中的立场观点方法；坚持联系实际、学以致用，增强经典著作学习的针对性实效性；坚持深入研究、科学阐释，为学习掌握马克思主义提供坚实支撑；坚持改进文风、创新形式，着力推进经典著作的宣传普及等四个方面，对如何更好地学习马克思主义经典著作做出部署。

新闻出版总署副署长郭书林对列入国家“十二五”重点出版规划并获得国家出版基金资助的这三部画传给予高度评价，并对其出版发行工作和推出更多更好的通俗理论著作提出要求。

中央编译局局长衣俊卿主持会议。中央文献研究室常务副主任杨胜群，全国政协常委、中央编译局原局长韦建桦，中央党校原副校长李君如，教育部党组成员顾海良，光明日报总编辑何东平，重庆市委宣传部常务副部长周勇等分别在会上谈话。桂晓风、张磊、黄中平、吴尚之、李璐、杨恩芳、张拥军、罗小卫等出席会议。

国家古籍整理出版十年规划出炉

本报讯(记者 辛文)由新闻出版总署、全国古籍整理出版规划领导小组组织编制的《2011~2020年国家古籍整理出版规划》日前正式发布，标志着—个由国家主导、体现国家意志、代表国家水平的脉络清晰的古籍出版体系开始形成。

据了解，《规划》分为文学艺术、语言文字、历史、出土文献、哲学宗教、科学技术、综合参考、普及读物和古籍数据库九大门类，下设若干小类共列入491个项目，每年将视具体情况对项目作适当调整和增补。《规划》注重科学性、权威性、广泛性和可操作性，全面反映目前我国古籍整理出版的最高水平，注重具有较高古籍整理含量的高水平

原创作品，推出一批文化传承价值和学术价值高、版本选择得当、整理方法完善，既注重学术的总结性，又注重填补学术研究空白的项目，协调古籍整理出版的长期性与阶段性、保护性与传播性、普及与提高的关系。

据悉，为有效推动《规划》的实施，充分体现《规划》的示范带头作用，鼓励精品出版，《规划》的实施将与古籍整理专项经费、国家出版基金等出版资助相衔接，列入《规划》的项目将成为古籍整理专项经费、国家出版基金等资助的重点。同时，要将《规划》的执行情况与出版单位评估考核挂钩，政府评奖要向《规划》项目倾斜。

天府文化
TIANFU CULTURE

中国首位迪士尼签约作家杨鹏年度巨献

《超能神探帅小天》

超能神探社网站 www.tgo.com

订购热线：0731-82918793 82918795

大连出版社
DALIAN PUBLISHING HOUSE

欢迎点题 欢迎投稿
欢迎提供新闻线索

本版主编：金霞
编辑：金霞 排版：姚志英

新闻热线：(010)88817702
E-mail:langfei@sohu.net

杜森：跳出出版 做精出版

入选辞10年，将地处偏远、经济后发展地区的广西出版集团带进中国出版版图的第二方阵，杜森无疑付出了更多的心血和智慧：在没有政府资金支持下，整合多家印刷企业，成立印包集团公司；通过和社会资本的创新合作，实现集团旗下工贸企业全部股份化。这两项改革使集团发展再获加速度，演绎了“广西出版现象”。(详见第4版)

生活·读书·新知三联书店
八十周年庆特别关注

“合集”热市，需求难掩隐忧

二季度美国畅销书概介

内容资源方和销售平台热战电子书营销

P5~7
P2
P3
P9

精彩导读