何

北京千场优秀出版物展节拉开迎接"十八大"系列文化活动大幕

商报讯(记者 郭虹)9月6日,随着新闻出版总署副署长阎晓宏在北京图书大厦宣布"弘扬主旋律,喜迎'十 八大"北京市干场优秀出版物展节活动启动,北京市迎接"十八大"系列文化活动大幕拉开。展节活动由中共北 京市委宣传部、北京市新闻出版局、首都出版发行联盟联合举办,从9月上旬持续到10月底。内容包括主题展览、 读书辅导及新书推广活动、实体书店图书展销、流动图书展销、网络书店图书展销等。届时,全市主要图书销售场 所将设立"迎接'十八大'"出版物专区和专柜,开展优秀出版物展销活动;北京出版集团、北京发行集团、郊区县新 华书店将组织流动图书展销;首都出版发行单位将重点推出迎接"十八大"的精品力作,其中既有人民日报出版社

的《人民日报重要评论员文章——满怀信心迎接党的十八大》、《科学发展 成就辉煌——十七大以来党的理论创 新与实践创新》,也有人民出版社的《国家大势》、人民文学出版社的《共和国震撼瞬间》,还有党建读物出版社的 《党代会现场:99个历史深处的细节》等。中共北京市市委常委、宣传部长、副市长鲁炜在启动式上讲话,要求主办 单位结合北京自身特点,面向基层、面向群众,让优秀出版物走进社区、走进街道、走进农村、走进校园、走进军 营。启动式上,北京市新闻出版局党组书记、局长冯俊科公布了第二届北京阅读季"大众最喜爱的十种精品图书" 榜单。中宣部出版局局长郭义强和新闻出版总署印刷发行司司长王岩镔为"大众最喜爱的十种精品图书"揭榜。 首都出版发行联盟成员单位——航天数字传媒有限公司向北京市捐赠了20套卫星数字益民书屋接收设备。北京 阅读季读书形象大使周国平先生发出读书倡议,倡导市民多读书、读好书、好读书,积极参与"书香北京"建设

第四届山东文博会打造交流展示和交易合作平台

山东出版集团抢眼亮点

■商报记者 郭 虹

山东出版集团:最大参展文化企业

中国图》商报

山东出版集团有限公司、山东出版传媒股 份有限公司作为本届文博会最大的文化企业参 展,以"新业态、新体制、新出版"为主打基调,着 力打造几大亮点。比如,传统出版与数字出版 交汇融合。近年来,集团在数字领域取得了实 质性进展:与山东移动公司联合搭建了手机出 版和内容推送平台;山东科技社注册为美国苹 果公司的软件开发商;开发网络教育教学平台、 电子教材、电子书包,至2013年底将实现教育多 元化服务平台,并实现电子书包、数字图书馆、 电子期刊、校园网上书店等的运营,预计2013年 底用户数将达到20余万。本次文博会,集团数 字出版发行展区汇集了山东友谊社的数字编辑 流程、青岛东图书店的中小学远程网络教育、山 东科技社的《妈妈宝宝》个性化手机报、山东明 天科技传媒公司的数字图书阅读平台,涵盖了 出版发行各业务链条。另外,拓展新市场新领 域。近年来,集团先后与印度Newgen集团签订 了战略合作协议,与英国GPS公司合资成立了 公司。本届文博会参展商首次涵盖全国31个 省、自治区、直辖市及港澳台地区,包括日本、韩 国馆的亮相,都为集团实施对外版权贸易和资 本合作提供了契机。

数字出版论坛:12场高峰论坛之一

由山东出版集团承办的数字出版论坛是本 届文博会12场高峰论坛之一。主题为加快数字 出版繁荣发展。与会嘉宾就数字出版现状、产 业政策、发展趋势、领先企业、移动数字媒体等 作主题演讲。山东出版传媒股份有限公司总经 理刘强主持论坛。

新闻出版总署副署长孙寿山表示,当前我 国数字出版业迎来了巨大的发展机遇,开始步 入高速发展阶段。"十一五"时期,我国广义的数 字出版产业营销收入增长迅速,从2006年的 213亿元,到2011年的1377亿元,平均增幅接近 50%。其中手机出版、网络游戏出版和互联网广 告三项产值占总产值的90%以上。他说,未来 五年是数字出版产业发展的关键时期。总署即 将开展传统出版企业向数字化转型的示范工 作,通过树立典型,带动全行业探索转型升级道 路。他希望新闻出版企业在数字化转型实践 中,贯彻落实《国家"十二五"时期文化改革发展 规划纲要》和相关产业规划;加快数字出版服务 平台建设;加快内容的数字化转换;加强数字出 版内容建设;加快关键技术的自主创新。

中国科技出版传媒集团有限公司董事长、 总裁柳建尧通过分析英美德日等发达国家著名 出版公司的年报,对其数字出版发展情况以及 面对数字化挑战采取的措施,进行了阐释。他 认为,数字时代加快了出版行业的集团化步伐; 出版商数字化转型模式和路径多样,各有千秋; 传统出版商和网络信息服务商互相渗透、融合

两年一届的第四届山东文化创意 产业博览交易会8月30日~9月2日 在济南国际会展中心举办。全国人大 常委会原副委员长何鲁丽,山东省省 委书记、省人大常委会主任姜异康,省 委副书记、省长姜大明,省政协主席刘 伟,新闻出版总署副署长孙寿山,山东 省省委常委、宣传部长孙守刚,省新闻 出版局局长宿华,山东出版集团有限 公司董事长张丽生等出席了开幕式。 本届文博会由山东省省政府主办,济 南市市政府承办,文化部、广电总局、 新闻出版总署等为支持单位。本届文 博会以"创意、融合、发展"为主题,通 过展览展示、项目推介、洽谈交易、系 列论坛等活动,努力打造国际化、专业 化、市场化、规范化、精品化的文化交 流展示和交易合作平台。

加剧;出版集团在依托内容的基础上,更重视信 息技术平台、数据库技术的研发、应用和服务; 网络信息服务商依托技术和平台优势,迅速占 领大众数字图书消费市场,并呈快速增长态势; 出版商在数字内容和服务领域的联合,将是出 版业向数字化转型的有效模式。

新闻出版总署科技与数字出版司数字出版 处副处长王强提出了数字出版产业未来的战略 重点,一是数字出版教育应用和服务(电子书 包);二是基于移动互联网应用的数字内容产品 和服务方式;三是专业数字出版;四是服务于公 共文化服务体系的数字内容产品开发。

中国大百科全书编审、国家数字版权保护 工程专家组成员王勤从10个方面探讨了我国数 字出版产业的发展趋势。1.构建基于三网融合 传播技术支撑下的现代内容信息服务业;2.关注 产业链中创作、生产、传播、消费四大环节间的 衔接机制;3.研发支撑四大产业核心环节的公共 平台、业务系统及专业工具;4.规模整合、流程化 管理、专业生产、精细化加工、动态化出版;5.构 建资源投放机制,提高现代优质文化产品的供 给力:6.规模积累可再生型文化资源,提高具有 自主知识产权的资源占有率;7.提高产品竞争 力,增强产品的功能性和可消费性、提升附加 值;8.融合产业链、延长产品链、扩大营销链、增 强产品服务力;9.细化版权的获权、确权、分权、 示权,提高版权保护力度;10.培养复合型数字出 版专门人才。

重点项目签约:文博会的重头戏

山东省文化产业增速一直高于GDP增速, 2011年全省文化创意产业实现增加值2300亿 元,今年上半年增长了16%。山东文化资源丰 富,产业基础雄厚,文化消费旺盛,文化产业成 为投资热点。据悉,本届文博会共征集文化产 业项目1252个,投资总额6960.9万元,融资总额

2910.1万元。而重点文化产业项目签约也一直 是山东文博会的重头戏。参加本届文博会现场 签约仪式的62个项目,涵盖了文化创意、影视剧 拍摄、动漫创作、出版发行、版权服务、网络开 发、文化园区建设等方面,呈现出项目更实、规 模适中、覆盖面更广等特点。

会上,山东出版传媒股份有限公司和山东 广播电视台读书频道签约合作,成立的新公司 将整合山东出版集团的资源,以"山东广播电视 台读书频道"为核心平台,立足山东,面向全国, 同时研发更多优质衍生产品,创建数字网络电 子多媒体平台,做大做强与出版业相关文化产 业项目。同时,山东出版集团与泰山体育产业 集团签约战略合作,双方组建以爱动体育文化 在线平台和体育用品连锁超市项目为核心的新 公司,借助泰山体育集团成熟的产品、研发能力 及出版集团强大的文化产品和渠道孵化上市。

另外,本届文博会上,由山东电子音像出版 社承担的国家"十二五"出版规划骨干工程项 目、山东省重点出版扶持基金项目——《中华民 族生存状态全影像纪录》启动。该项目集合各 学科专家、学者走进中华各民族栖息地,记录他 们的发展与繁荣,研究他们的生存与状态,绘制 流布图、建立数据库。该项目是首次运用现代 数字化记录手段进行的一次大规模的田野作 业,从民族学、社会学、人类学、民俗学、历史学、 政治经济学等学科的角度,全面系统翔实地记 录了中华民族的生存状态。包括:中华民族生 存状态全影像纪录——服装篇、建筑篇、原生态 民歌篇、民间技艺篇、古村落篇、信仰宗族篇、繁 衍迁徙篇、节日习俗篇、婚丧习俗篇、口述史各

明天社:向外来务工子女赠书

本届文博会上,山东出版集团与明天出版 社携手著名儿童文学作家"阳光姐姐"伍美珍, 举行了向济南外来务工子女定点学校捐赠图书 的活动。主办方向五所学校捐赠了价值10万元 的图书。山东出版集团有限公司董事长张丽生 在捐赠仪式上表示,希望每一个孩子通过阅读 好书开阔视野、陶冶情操、增长知识,度过一个 欢乐温暖的童年。

另外,"阳光姐姐小书房"出版五周年庆典 活动同时举行。该书作者伍美珍讲授了创作心 得。多位知名儿童文学评论家从文学理论的角 度对其进行点评。小学生和教师代表从阅读角 度发表感想。经销商代表从市场角度畅谈营销 运作过程,展望市场前景。"阳光姐姐小书房"与 小读者零距离真情互动,从读者来信中选取素 材,专为成长的烦恼度身定做系列故事,触及了 童年生活的实质。据了解,2007年6月,阳光姐 姐伍美珍牵手明天出版社,开始推出系列作品 ——"阳光姐姐小书房"。从那以后,每年她都 为小读者献上一辑新作。5年间,一共创作了15 部作品。每一部作品都深受小读者喜爱,一版 再版,不断加印,总印量超过600万册,成为"金 灿灿"的中国童书品牌。

全心全意为全国新华书店服务!这是新华盛章文化发展(北京)有限 公司的承诺。该公司是由中国新华书店协会企业形象推广中心牵头组织, 由部分省、市新华书店共同投资组建的面向全国新华书店、提供全面服务 的公司。目的是规范统一新华书店VI形象、降低书店专用设备采购成本、 开发适合新华书店经营的非主业文化产品、为全国新华人提供一个共同发 展的交流平台,树立新华书店在市场经济环境下的新形象。

■商报记者 郭 虹

随着市场经济的深化发展,新华书店的 门店品牌和渠道优势不断显现。而随着教材 教辅和一般图书销售份额的减少,开发非主 营业务成为各家新华书店关注的焦点。比如 陕西新华开发的酒业务销售额逐年上涨,去 年还是1000万元,今年就达到了2000万元。 再比如河北新华的粮食、汽车贸易,都取得了 不俗的业绩。中国新华书店协会企业形象推 广中心主任、新华盛章文化发展(北京)有限 公司总经理李红林认为,新华书店的多元经 营应以文化产品和消耗品为主,并且要赋予 这些产品工艺高档、有文化味道的包装。李 红林说,新华书店的业务在扩展、在升级,我 们是为新华书店服务的,下一步我们将把门 店的装修变成安装,实现产品的标准化建设, 包括店招、地面、屋顶、书架、灯光、灯具、颜 色、柱子、卫生间等,从而提高品质、降低成 本、缩短工期。同时还要与地域特色、经营内 容合拍,比如陕西宝鸡地处古代的周国,为其 门店的安装就要加上当地的文化符号,体现 当地的文化元素。

今年初成立的新华盛章公司,经过半年 多的运作,目前已推出一系列服务新华的品 牌产品。为更好地体现新华书店系统的VI 形象,公司专门开发了书店专用清洁桶、服务 指南触摸查询一体机、书讯POP展架、专用 直饮机等产品。整体以新华红作为主色调, 用中国印的形式突出体现毛体"新华书店"字 样。清洁桶采用全钢质桶体、镀铬边框工艺, 视觉效果极佳;触摸查询一体机为钢质柜体, 注塑边框技术,整体外形时尚大气,配套多种 专用查询软件,便于书店管理人员后台操作 和给读者提供查询指南服务;书讯POP展架 是专为书店新书及海报的展示道具,可单独 展示也可组合展示宣传,移动方便,美观实 用;直饮机可直接引入自来水,经直饮机净化 过滤后变成可直接饮用的净水,水质达到国 家规定的净水饮用标准。

新华书店大多地处人流量车流量巨大的 城市中心地带,拥有独立的楼体结构,这将使 新华书店逐步成为当地文化地标和宣传中 心。新华盛章公司依托全国新华书店这一巨 大的媒体推广平台,打造以LED大屏幕为传 播载体的信息推广平台,整合优质的广告宣 传资源,一方面为新华书店自身的品牌和相 关产品提供新颖、科技化的宣传途径,另一方 面统一、高效、高质量广告资源的介入,将为 新华书店创造新的经济效益增长点。宽屏立 式广告机系列是新华盛章公司为新华书店门 店专门设计定制的多媒体展示设备,为书店 公共区域提供多媒体信息公示、商业广告、音 视频媒体播放等服务。可作为书店新书的演 示推荐,亦可对外承接商业广告,当多家新华 书店规模配备后可联合承接区域性或全国性 商业广告,成为新华系统又一个多元经营的

新华盛章服务新华

推进新华品牌提升

毛泽东主席像及党和国家三代领导人题 词是新华盛章公司开发的新华书店传统教育 专用品,材料为纯铜制作,质感极佳。

另外,受中国新华书店协会企业形象推广 中心委托,新华盛章设计团队还为新华书店设 计了主题为"时代新风尚"的系列职业服装。 自然、修身的适体板型;清爽、简洁的外形轮 廓;精致、巧妙的细节处理;细腻、流畅的结构 线条;经典的现代的文化元素相结合能经得起 时尚流行的变幻。让服装充满职业特点、时代 气息,以构成一个经济与艺术相融的新境界。

商报讯(记者 郭 虹)8月29 日,中国新华书店协会企业形象推 广中心联络员座谈会在北京举行。 会议围绕目前新华书店企业形象推 广中存在的问题和解决方法进行深 人研讨。中国新华书店协会会长王 俊国、秘书长张雅山,中国新华书店 协会企业形象推广中心主任、新华 盛章文化发展(北京)有限公司总经 理李红林,以及全国近20个省区市 新华书店的代表参会。

新华书店作为驰名商标,已经 有14年的历史。据了解,中国新华 书店协会成立之后,曾以店招的形 式推广新华书店企业形象。今天, 如何更好地展示新华书店企业形 象,细节显得格外重要。王俊国表 示,这也是中国新华书店协会企业 形象推广中心的主要任务。他说, 作为协会企业形象推广中心所属新 华盛章文化发展(北京)有限公司, 成立半年多来开发了许多产品。这 些产品可以增加售书的科技含量, 改进服务方式,为读者提供优质服 务。李红林介绍说,新华盛章公司 的任务就是为规范新华书店企业形 象服务。同时他还认为,为了适应 新形势,公司应为新华书店开发非 主业产品服务。

新华书店作为品牌,具有名人 效应、历史沉淀、市场认可以及发展 需要等优势,但也面临一些问题,比 如目前绝大部分省区市已经成立了 出版集团,而新华书店只是其中的 子分公司;随着改革的不断深入,一 些新华书店的企业名称注册也失去 了"新华书店"的字样。对此,辽宁 省新华书店有限责任公司副总经理 杨福智呼吁,新华企业商标注册不

经营主业也不能丢, 应在主业经营做出 品牌的前提下,开展 其他产业经营。而 浙江省新华书店集 团有限公司基层工 作部主任朱晓蔚则 认为,目前各地新华 书店店与店之间的 差异比较大,企业形 象推广一定要有系 统性,不能单打独 斗。就像浙江新华 的小连锁,其实也是 对新华品牌的延伸, 其乡镇门店的加盟, 都会冠以"新华书店 某某店"的招牌,这 样做的结果就是把 一些民营书店收编 到新华品牌旗下。 谈到新华书店从规 模化发展到软实力

能丢掉"新华书店"

这4个字,新华书店

提升,如何进行企业形象推广,山西 新华书店集团有限公司总经办主任 宋少华提出,一是要在更大范围内 进行,从目前的卖场装备、职业装等 视觉识别,扩展到理念识别和行为 识别上。二是在更高层次上提升, 落实到促进经营工作中,如在行业 政策上、行业标准上、行业制度上做 工作。三是在更实举措上推进。

会上,张雅山透露,今年晚些时 候,协会将推出新华书店企业形象 手册,包含新华精神、新华标识、新 华环境等三项内容。届时,新华品 牌将有更好的推广标准。

"郎爸"出书:讲述培养钢琴巨星30年

商报讯(记者 及 烁)国际钢 琴巨星郎朗独奏,杨澜等现场朗 诵郎朗写给父母的诗, 于丹、宋 祖英、郁钧剑等的视频祝福,让 人以为到了郎朗30岁生日音乐会 的现场。实际上,由中国出版集 团公司主办,现代出版社和北京 郎朗文化发展有限公司联合承办 的这场别开生面的新书发布会正 是为郎朗父亲郎国任所著《我和 郎朗30年》一书特别策划的,而 这本书也是"郎爸"送给儿子重要 的生日礼物。

由中国出版集团旗下现代出 版社出版的《我和郎朗30年》是一 个父亲用真情书写真相的作品,书 中讲述了郎朗成功背后鲜为人知 的故事及其奋斗中的坎坷经历,首 次完整地披露了郎朗从出生到30 岁的成长历程,揭开了过去许多年 媒体质疑的"郎爸的严厉教育逼出

了郎朗的成功"等谜团,书写"郎 爸"从一个琴童家长成为音乐教育 家的传奇经历,披露了培养郎朗、 教育"郎家兵团"的秘诀。

出席发布会的新闻出版总署 副署长阎晓宏,称赞郎朗通过音乐 这种沟通交流方式把一个友善、阳 光的中国形象传递给世界,他强 调,伟大的音乐不仅能升华人的心 灵,也是文化沟通的最佳方式。

中国出版集团公司党组书记 王涛、副总裁李岩,中华文化促进 委员会副主席曾庆淮,中国对外文 化交流协会副会长董俊新,国际著 名版权代理商托比·伊迪等人出席 了发布会。

据主办方现代出版社介绍,由 于郎朗在国际上的巨大影响力,该 书在出版过程中,就受到众多国际 出版商的高度关注,在第一时间表 达了版权引进的意向。

昆明新知联手人教社拓展国际市场



新闻出版总署出版产业发展司副司长李建臣、对外交流与合作司副司长赵秀玲、 国家汉办(孔子学院总部)教材处处长彭增安、云南省新闻出版局副局长刘水云、中国 教育出版传媒集团董事长李志军、人民教育出版社社长殷忠民、昆明新知集团董事长

商报讯 近日,中国教育出版 集团人民教育出版社与昆明新知 集团有限公司签署合作意向书,强 强联手开拓国际市场。据了解,此 次合作,双方旨在共同开拓东南 亚、南亚国际市场。人民教育出版 社将授权昆明新知集团在东南亚、 南亚和加拿大销售人教版出版物, 包括中小学教科书、一般教育图书 和对外汉语教材的纸质图书产品 及音像制品。

人民教育出版社经过60多年 的发展,已形成了全方位、多样化、 立体化的出版格局。人民教育出 版社社长殷忠民表示,近年来,人 教社加快了"走出去"的步伐,并 在"十二五"规划中,明确提出了 人教社产品精品化、数字化和国际 化三大发展战略。2012年年初,还 组建了国际营销部,专门负责人教

社产品的对外销售,经营品种包括 人教版教科书、教辅、一般图书、电 子音像制品。而昆明新知集团现 已拥有58个连锁书城构成的营销 服务网络,覆盖云南、四川、贵州、 湖南四省和柬埔寨金边、老挝万 象,总营业面积14万平方米,经营 图书品种35万多种,是我国文化企 业走向东南亚、南亚的"排头兵"。

新知金边华文书局开业时,昆 明新知集团董事长李勇发现有读者 前来选购中文教材,经过市场调查, 李勇发现当地华文学校还在使用 1990年的中文教材,与22年后的中 国有巨大差距,于是萌发了把最好 的中文教材介绍给东南亚读者的想 法。据了解,除销售合作外,双方还 将联合开展中文教材推介活动,让 更多读者通过新知华文书局和人教 (邹昱琴) 社认识了解中国。