创恒达公司提升品牌和产能

商报讯（记者 郭 虹）尽管目前实体书店面临困境，一些民营书店不得不关门，但依然有些零售书店在坚守，甚至在升级。比如即将开业的京版北教控股公司开设的5星级书馆，河南的会馆式书店阅开心等。而为了与实体书店的经营内容合拍，书业服务商北京创恒达商业展示设备有限公司开发了许多新产品，比如文具架、电子产品架、多用架等。北京创恒达商业展示设备有限公司总经理孙世瑜告诉记者，现在的书店基本都不是仅仅卖书，他们的一个客户——一家民营书店，租了三层楼经营，图书、文具、电子类产品各占一层。创恒达为其提供的产品三分之一是书架，三分之一是文具架，三分之一是手机等电子类产品架。

据了解，创恒达公司这几年的销售一直在增长。2008年至今，公司每年的销售增长都在20%~40%之间。孙世瑜把原因归结为，一是书店发展多种经营，所用各种陈列架总量增多；二是产品更趋高档，从全木刷漆、全钢、钢木结合，到全木烤漆；三是品牌效应提高，人们对品牌的认知度增强，民营书店要做品牌店，这几年创恒达公司的品牌也在逐步提升。

作为为数不多的拥有自有生产基地的书业服务商，创恒达公司去年10月把工厂搬到了北京顺义，面积扩大到1万余平方米，包括两个木工车间和两条全自动喷塑流水线。记者在现场还看到了流水线上的机械手。孙世瑜表示，这样一来，产品质量提高了，工作环境改善了。以前只有2000万的产能，现在生产量已经扩大到4000万元以上。

地贸联多方位合作拓展海外市场

■商报记者 穆宏志

全国地方出版外贸联合体（地贸联）规模和实力的壮大，从一个侧面表明了新闻出版走出去步伐的加快。

由第六届地贸联年会筹委会主办、河北文通国际贸易有限公司（河北省出版对外贸易有限责任公司）承办的第六届全国地方出版外贸联合体（地贸联）年会，前不久在河北承德举行。来自全国各地的16家地贸联公司负责人参加。正如河北出版传媒集团副总经理张军良肯定的，历届年会与出版产业发展态势相呼应，与产业发展重点相结合，与产业项目合作相联动，在积极推动区域出版外贸产业发展的同时，对整个出版产业的改革与发展，产生了积极影响。新闻出版总署对外交流与合作司巡视员、副司长陈英明出席会议，他呼吁地贸联各成员单位互通有无，创新思维，通过合作发现更好的走出去项目，加强人才培养。地贸联秘书长张安宁对地贸联章程的修订作了说明，增加了联合体会员单位基本条件的规定。河北文通国际贸易有限公司总经理张景山主持年会。

地方集团成走出去的生力军

地贸联各公司经营范围与大出版产业息息相关，包括出版物进出口，海外书展（文化展），机电设备及相关生产原材料的进口，浆纸贸易，电教数码、文化办公、工艺美术产品和其他一般商品的进出口，以及相关商品的内贸业务等。据地贸联主席、天津市出版对外贸易公司总经理刘跃进介绍，地贸联自2007年成立以来，成员单位数量不断增加，从初期的9家发展到29家，从业人员近千人，逐渐成为各地出版集团走出去的生力军。据不完全统计，2011年，地贸联18家成员单位资产总额为59.08亿元人民币，完成销售收入120.21亿元人民币，进出口总额10.35亿美元，其中出版物进出口1522.09万美元、出口865.37万美元，实现利润17.21亿元人民币。2011年地贸联各公司全部实现盈利，各公司销售收入大多在千万元到1亿元左右，超过2亿元的有7家。而这是在欧债危机带来的国际市场低迷、汇率大幅升值以及国内各项成本费用快速上涨的不利局面下完成的。

出版物的进出口是地贸联大部分公司的主营业务，虽然近几年受数字和网络等新兴出版业态的影响，实物出口竞争十分激烈，利润日渐微薄，但大部分公司仍坚守阵地。天津、福建、浙江、江苏、河南及中图的几家地方分公司去年出版物进出口均有不同程度增长。其中，多方位合作拓展，特别是拓展海外市场，是其突出亮点。

浙江公司通过与亚马逊和浙江省新华书店集团有限公司进口图书的合作，进口额有较大幅度增长。福建公司通过对外书展和电子商务平台，带动了出版物和其他文化产品的出口。近两年他们还介入全国馆配图书订货会，参与台版图书的样采环节，成效显著。江苏公司组织英文版图书参加“中国·南京馆藏图书展销会”，引进艺术设计类图书300种近千册，展会期间现货及数据采选13万多份，创历年新高。此外，参加和举办海外国际书展是地贸联各公司的主要业务之一，福建、江苏、浙江等公司每年还在海外举办地方书展，努力向品牌方向发展。除了在书展项目上的合作，地贸联各公司在其他领域也有许多合作，特别是在纸浆纸张和印刷设备器材进口的合作上，成果显著。

地贸联各公司在多种经营上也全面开花。如安徽华文国际公司去年四大业务中心全部完成既定任务、全面实现盈利，业务最高增幅超过200%。值得一提的是，安徽华文国际将成为地贸联首家单独股改上市的公司。该公司仅用不到一个月的时间就完成了增资扩股工作，引进8家优质战略投资者，募集资金1.8亿元人民币，为上市和公司长远发展创造有利条件，力争今年10月前上市。此外，安徽新龙图公司开展了包括文体数码连锁，外贸代理及大宗贸易三大业务板块，取得快速发展。福建公司介入“新华茗茶”系列品种的经营，创新体制机制，探索各种合作、协作、加盟形式，横向联合，拓展业务领域。天津公司参股经营鸿峰麟节能设备技术公司，目前已为三家大型企业集团做成节能水泵和节能电机项目。江西公司重点开拓新的业务市场，靠大联强，2011年与省内外一些大型企业集团建立了战略合作关系，开展易货贸易。广东公司目前已开拓出汽车配件、服装、家具、灯饰等新的出口业务。同时化工材料、电解铜出口业务也有了较大增幅。湖北公司以印刷物资为基石，夯实企业可持续发展的基础，以印刷耗材经营为主，同时将印刷机零配件供应和新闻纸的贸易作为较为稳定的经济基础，为全省报业印刷提供物资和设备供应的全套服务。河北公司2011年大宗物资贸易共实现销售收入3.72亿元，收益426万元。大宗物资贸易占公司全部销售收入的71%。

跨地区实质性合作鸣锣

利用地贸联优势，发挥地方文化和经贸特点，开展跨地区实质性合作，共同开拓海内外市场，共享有效渠道和资源，是地贸联成员最为关注的话题，目前已从美好愿景进入实质合作阶段。

据了解，地贸联今年将主要做好几个项目：一是继续办好今年全球百家华文书店中国图书联展活动。二是有重点地组织会员单位间的专项业务合作，如展会合作、出版物进出口合作、电子出版物平台合作、浆纸业务合作等。此外，共同办好“中国地方出版文化节”项目，该项目是以中国各地方特色出版文化内容为主题，每年在美国举办一届，每届展览变换一个主题，按照不同省份的地理人文环境和出版特点制定，体现了集体创办、共同参与、大家收益的原则，凸显了“地方”、“民族”、“大众”出版文化的特性。能够起到地贸联各成员单位间的相互拉动作用，有效地带动和促进各地方特色出版文化走出去，丰富走出去渠道建设工程。去年的主题是“中国孔子图书文化展”，今年的主题是“妈祖文化图书展”，由天津和福建公司联合承办。

而深圳市益文图书进出口公司与河北公司提出的两个项目，为地贸联成员单位之间实质性合作提供了版本。

深圳益文公司推荐的《中国旅游100》中英文手机书共同出版，计划出版100种向国外读者介绍中国100个城市的中英文手机书，以国外主流出版形式出版，在苹果网店等外国电子书主渠道上销售，销售对象是外国读者。提议每个地贸联成员作为编委单位，提供每本书用图约60~100幅，每幅图解说词100~200字，对会员所在城市作一个简单明晰的介绍。每个成员单位按提供书稿收取版税。

河北出版外贸、河北文通国际贸易有限公司董事长王志江推荐了“特色文化产品产业园区”项目设想。该产业园区拟以各地特色文化产品的推广为突破口，借助互联网营销平台和地贸联的区域营销网络平台，在全球范围内推广具有中国特色的文化产品。

虽然进步快速，但不可否认，地贸联一些公司尚存在总体发展不平衡、整体实力较弱、产业结构趋同、向新型业态转型迟缓、企业创新能力不足等问题，距离真正的做大做强尚有一定距离。针对困难，地贸联希望首先从政策方面给予支持，提出了许多建议：比如建议主管部门制定出“国家文化出口重点企业”可享受的优惠措施细则，各地方政府设立地方出版文化出口项目基金，对出版文化企业提供低息或无息专项资金贷款，同时建立起专项贷款的监督考核机制。建议制定鼓励出版物实物出口的细则等，定期举办与走出去业务有关的培训班，加强走出去领军人物和业务骨干的培养力度等。

中国新华书店协会 聚业界智谋促教育资源数字化

■商报实习记者 张 攀

今年3月，教育部下发了《教育信息化十年发展规划》（2011～2020年），其中明确从现在到2015年是教育信息化的应用融合阶段，2015年到2020年则是融合和创新阶段。“目前国内数字化还处在初级阶段，停留在单一课程与产品数字化研发阶段，没有进入商业化运营。”机械工业出版社副总编辑、华章公司总经理周中华说。他的观点也得到了高等教育出版社信息管理部总经理、数字技术中心主任张泽的认同，作为教育出版的老兵，张泽参与了教育部从上个世纪到现在所有的数字化资源建设项目。他指出，数字化教育资源并没有在教学实际中得到广泛应用，大投入没有产生大产出，高投资没有产生高效益。“其中根本的问题是没有解决好信息技术与课程教学的有机整合。”

围绕教育资源数字化，前不久，由中国新华书店协会、《全国大中专教学用书汇编》（以下简称教目）编委会联合主办的第四届全国大中专教材公共论坛在北京举行，旨在促进数字出版和教育资源的可持续发展。中国新华书店协会会长、中国出版集团公司副总裁王俊国致开幕辞。

人教社在去年成立了数字出版部，今年在此基础上组建数字出版公司，凸显其实现人教版教材及教学资源现代化、数字化、立体化的决心。不过对许多出版社来说，教育资源数字化并非新课题，包括课件建设、开发自主平台或由国家主导的精品课程、视频项目等都是常规性动作。而电子社则早在2003年就建立了华信教育资源网，将教学知识与网络服务联合起来。该社副社长王传臣说：“建网站主要是对已有的出版社内容进行数字化管理、碎片化管理，旨在为课程提供全面的数字内容支持。”

至于该方案该怎样取得好的效果，多数参会者认为，关键在于互动。如今，教学资源的发展趋势是从平面到立体、从单一到多样、从封闭到开放。考虑到这些，张泽认为，教育资源数字化建设要注意非连续状态下的内容设计、微型的共享学习内容、移动设备上的内容自适应呈现三方面的问题。他透露目前高教社已制定出一系列标准，为教育资源数字化的建设统一了语境；在此基础上，资源库建设和个性化定制也在有条不紊地开展中。

这方面，国外有许多值得借鉴的经验。周中华指出，类似于培生的My Lab等平台并非简单的纸书搬家，而是围绕核心教材有多重形式、内容丰富，包括以学生付费为主的在线学习系统。与国内强调用教师队伍建设平台相比，国外的数字化平台更有利于互动型用户体验的产生，同时PAD、PC等终端电子载体的普及，也使得全方位的市场营销成为可能，而最关键的还是它是个可拓展的系统，可从学校学习系统向社区和终身学习平台升级。他描述了LMS（学习管理系统）的构建，其中教学测评系统、面授与自主学习系统是一个整体，即强调改变传统出版中读者付费、出版社提供产品买断，没有后续关联的模式，转而通过数字产品与读者进行互动，在这个过程中不断提供新的服务，从而实现新的交易、创造新的价值。

作为经销商的代表，天津市高雷图书发行有限公司则更贴近教育资源数字化的“第一线”，更容易掌握学生和老师的具体需求。根据他们已有的经验，如今的数字平台要求资源更丰富、更快捷，要生动实用、互动性强，评价体系客观、简洁，授课班级可随意结合调整并能满足行业和社会的培训。该公司总经理袁琳表示，目前许多学校主动寻求与他们合作，提供优质的数字资源。对此，公司成立了专门的落地队伍，且服务有偿。“实际上，国内的困惑，与国外的经验都是我们很好的切入点，教材数字化一定不是单纯的载体转变，作为教材经销商要把自己的视角由产品形态向产品内容转变，并且在关注内容、资源的同时，关注需求。”

“字里行间”探寻实体书店发展新路径

■商报实习记者 刘 平

2010年7月“字里行间”第一家店——北京慈云寺店营业，2011年12月又开了三元桥店和万寿路店，2012年上半年，德胜门店、中央美院店、淘宝企业店相继开业。“‘字里行间’的发展目标是100家（含加盟店）”，书店负责人陈绍敏介绍。全面打造都市人身心最佳栖息之所是“字里行间”的终极目标。“字里行间”登场时正处于实体书店的寒冬。曾经是城市文化地标的实体书店如何生存下去，这是业界正在思考的问题。“字里行间”也许可以为实体书店的发展提供一些新的思路。

强势出版背景

2011年3月，凤凰出版传媒集团旗下江苏译林出版社有限公司与北京鹏飞一力图书有限公司共同投资成立了集图书出版、中盘分销和零售连锁为一体的凤凰壹力文化发展有限公司。凤凰壹力便是“字里行间”的母公司。凤凰壹力公司对“字里行间”的发展极为重视，提供了足够的资金支持，让书店在开店之初就可以在房租和硬件成本等方面有一些资金缓冲。同时，因为公司上游出版、中盘分销背景，在货源方面的成本更加优惠，留给“字里行间”的利润空间也就更大。“许多知名作家和文化名人，都可以通过公司的渠道邀请来参与我们的活动，我们经常举办读者见面会、文化沙龙等”，陈绍敏说。强势的出版背景让“字里行间”在同行中有着优势。

多元盈利模式

2012年6月，电商混战，涉及社科、青春文艺、经管励志、生活和科技教育等类的许多好书，3元限时出售。财大气粗的电商们已然将书贱卖成了“大葱价”。面对着网络书店强势的竞争，实体书店如何生存下去，改变图书销售业态势在必行，要与电商错位竞争。“字里行间”将自身定位为“集书籍、影音、休闲于一体，与创意产品、文化沙龙相融合”的复合式文化休闲空间，其经营模式、盈利链条是多元的。

据陈绍敏介绍，“字里行间”收入中，百分之十几是百货的销售，40%是图书的销售，剩下的是会员卡收入和活动收入。百货包括礼品、摆件、或是直接由设计师设计的小东西。百货的利润空间较大，补充了图书利润的不足。如果顾客喜欢店里的书架或是座椅，“字里行间”也可以定制出售。“‘字里行间’除了人不卖，其他的只要是顾客喜欢的都可以销售。”凤凰壹力总经理贺鹏飞说。这也是“字里行间”坚持“以店为媒”整合资源优势，拓展创收项目的一步。

会员卡是“字里行间”收入中重要的一块。会员除了可以享受免费的咖啡与借阅服务外，还有很多个性化的产品定制服务，以及文化沙龙等。慈云寺店开业一年，会员续卡率达七成。与网络书店相比，面对面、有温度的交流与服务是“字里行间”的核心竞争力。慈云寺店的成功让“字里行间”的发展有了十足的底气。

探索互赢合作

2011年12月18日，“字里行间”三元桥店在凤凰汇购物中心营业。三元桥店是“字里行间”与商场合作的一个新模式。目前实体书店面临的一个很大发展障碍就是日益高涨的房租。这一点，“字里行间”找到了解决办法。以“服务”为核心的“字里行间”将自身的受众锁定在都市“有知阶层”。这也正是众多商场苦苦找寻的顾客——有品位、有消费能力。这就成为“字里行间”与商场合作的契合点。与商场合作，商场看重的是“字里行间”的高端受众群以及书店举办的文化活动，这都为商场拉拢了人气。“字里行间”得到的就是相对低廉的房租与较为优越的位置。

另外，与淘宝网合作的淘宝企业店也独具特色。淘宝公司提供场地等一些基础设施，“字里行间”提供服务和管理。这是一个双向互赢的合作模式。而这种合作模式成功的基础便是“字里行间”受众的高端定位，这与其合作者的需求不谋而合。

“字里行间”让我们看到了实体书店发展的新希望。阅读不会成为过去式，只要社会还需要文化，需要阅读，实体书店就有生存的意义。

微博新闻

长沙县新华网上书店一小时送货上门

商报讯 湖南省新华书店首家网上书店“星城新华网（www.xcxinhua.com）”在长沙县投入运行。开业10天，网上书店累计销售码洋近3000元。通过网店购买图书的客户十分满意网上书店的服务，表示会推荐给周围的朋友。

今年3月份，长沙县分公司探索区域性网络书店模式，将实体门店和网上书店结合起来，成立项目组开发电子商务平台，并在日前投入使用，星城新华网是一个服务长沙县城区居民的购书网站，结合长沙县新华书店便利的地理位置，拥有门店网店一体化、一小时送货上门制度、货到付款制度、购物赠送精美包装纸（袋）等特色。网站定位服务城区，主要面向有一定购买能力与购买水平的政府工作人员、企业白领、广大高校学生与教师等。

星城新华网具备复制性，网站运营由门店销售人员兼顾，属于湖南新华电商平台低成本探索。（李思之）

幼儿园多媒体互动课程平台要将幼儿园搬回家

商报讯 前不久，幼儿教育数字出版产品——幼儿园多媒体互动课程教育资源平台产品发布展示会在西安举行。该平台由西安教育文化数码有限公司按照教育部新颁布的《3~6岁儿童学习与发展指南》和《幼儿园教育指导纲要》开发，包含了教学视频、动画、名师讲堂等，集纸质教材和多媒体于一体，两者同步发行，互为补充。

平台针对3~6岁孩子的学习特征和习惯，经过上百位幼教专家研发成功。它搭载一台42寸多媒体智能一体机，借助网络教学平台，实现教育信息的即时共享。目前，该产品已在陕西、广东、山东的300多个幼儿园进行了试用，受到老师和孩子的欢迎。据悉，未来公司将面向家庭用户，推出“将幼儿园搬回家”系列产品，通过与各地新华书店合作，将平台推广至千家万户。（张志方）

郑州新华打造“创意生活”

商报讯 前不久，由郑州市新华书店创办的第九届“河南创意市集”在郑州购书中心举办。活动集合了创意书展、现场音乐、创意人摊位、手工物料展、手工讲座、现场游戏、饮料吧等元素，在卖场内部打造一个为期一天的“创意公园”。“创意市集”的概念源自英国，是指在特定场地展示、售卖个人原创手工作品和收藏品的文化艺术活动。该市店举办“河南创意市集”意在以积极主动、充满活力的姿态，与社会公众互动，特别是获得80后及90后这两个主力消费人群的好感，塑造“郑州购书中心”新装开市后年轻朝气的形象。同时，创造出一个与出版机构、文化创意机构开展合作的平台，联手创造新的文化市场机会。（郑 新）

新安读书月推七大主题活动

商报讯（记者 马 燕）前不久，随着“新安读书论坛”在合肥大剧院开讲，一年一度的大型社会文化公益活动——第四届安徽省2012新安读书月开幕。新安读书月由安徽新华发行集团与安徽广播电视台联合主办，自2009年5月首届举办以来，得到社会各界的广泛参与和大力支持。本届新安读书月推出七大主题活动：年度十大好书评选、“我的穿越我做主”中学生征文大赛、新安读书月闭幕晚会暨经典诗文朗诵会等。8月至10月活动期间，安徽图书城在一楼显著位置设立了“2012新安读书月百本推荐图书”专柜。

《1948·上海老书店地图》上市

商报讯 《1948·上海老书店地图》由中华地图学社出版，首批100张在上海书展售缺。

该图以1948年为时间节点，包括《1948·上海老书店地图书店索引》、《上海福州路老书店分布图书店名录》，通过整体部分见证了当时正常经营的608家书店和出版机构的地理位置和分布区域；以局部显示了福州路街区285家书店的空间位置，传递了那个年代的书业盛景，反映了那个时代上海的民居区域、社会生活、文化价值。

1843年，上海开埠，外国传教士、商人率先在上海办书馆、出书办报，用先进的印刷技术替代了古老的雕版刻字。西学东渐，使上海迅速成为西方译本和新式教科书的出版基地，开启了中国近现代出版业的进程。1936年，商务印书馆、中华书局和世界书局的出书总数占当时全国的71%。上海的书店，1911年有150家，1935年有261家，1946年有273家，1948年有608家。1948年，服务各种政治背景、文化背景的书店都有着生存的基地。在上海近现代书业发展史上，1948年是很有代表性的年份。上海福州路及其周边的麦家圈、棋盘街、望平街、昼锦里等，都曾经是书店的集聚之地。（华）