



由中国广告协会报刊分会
联合清华大学新闻与传播学院、央视CTR
等权威机构推选

中国出版传媒商报(原中国图书商报)
获评最具成长价值媒体十强

荣登2012-2013中国报刊广告投放价值排行榜
唯一入榜的出版传媒类媒体

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

中国出版传媒商报(原中国图书商报)
获评2011-2012中国行业报品牌十强

再次跻身“中国品牌媒体百强”

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

中国出版传媒商报(原中国图书商报)
获评2010-2011中国品牌媒体百强

跻身“商报品牌十强”

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

中国出版传媒商报(原中国图书商报)
获评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
荣登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

国新出版物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

中国出版传媒商报(原中国图书商报)
获评最受广告主广告商青睐的行业报

与《中国汽车报》从中国百余家部委行业报
千余家行业报中脱颖而出
中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

邮发代号1-217
请广大读者从速办理订阅手续
年价298.80元/半年价149.40元

中国出版传媒商报目标——
持续打造中国出版传媒业第一全媒体传媒(群)

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

纸质书电子书捆绑销售缘何难行

需求有限谨慎捆绑

中国出版传媒商报记者 张 攀

今年9月份,亚马逊在美国推行的纸质书电子书捆绑项目“MatchBook”不幸遇冷,美国5大出版商中唯有哈珀·柯林斯加入该项目,大多数出版商不愿讨论这个项目,更遑论尝试捆绑销售。国内,捆绑销售所遭冷遇更甚,相关讨论报道极少。通过采访,记者发现经销商、出版商对此并非没有想法,而是诸多疑虑让他们举棋难下。

“纸质书电子书捆绑销售”则无法实现。消费者没有此类捆绑需求吗?对此,记者在“知乎”上做了小调查——你会同时购买纸质书与电子书吗?综合各回答者及相关问题的答案后,记者发现,愿意捆绑购买的读者主要分两种情况:爱看纸质书的前提下也期望得到携带更为方便的电子书;看完

云商图书事业部总经理李好也看到了其中好处,且表示苏宁已将此类捆绑提上业务上线日程,最快年底就可一见究竟。

然而同样是在“知乎”上,微博红人东东枪分享了他自己阅读纸质书和使用Kindle看电子书的经验。在这里,纸质书与电子书的关系就不那么“和谐”了。具体说来,纸质书更适合那些有一定阅读难度的图书,且能满足不同读者不同的阅读习惯,而Kindle尽管在界面显示、功能设置上日趋完善,然而目前仍无法媲美纸质书的阅读体验,因此可能更适合阅读那些“很可能只看一遍”或“不好看”的图书。

(下转第5版)

中国出版传媒商报记者 马 莹

在加油站、机场、高铁站、高端写字楼、银行,一家家不大的书店就好像是读者的文化驿站,构成别致的风景,在实体书店生存艰难的今天,提供了另一种生存可能。

经过一段时间的试点,大连市新华书店将图书、音像制品铺进中石油公司所属的加油站,让有车一族在加油的空隙时间,也能随手翻阅购买新书,给车加油的同时也给自己的头脑“加油”。近日大连市新华书店与中国石油天然气股份有限公司大连销售分公司正式进行文化合作签约,大连市新华书店投资制作了统一标识、统一规格的出版物陈列书架,建立配套管理体系,实行专人分片管理,针对不同区域、不同读者对象、不同消费能力进行有针对性的出版物配货,并随时跟踪补货。

可以说,此举是新华书店进军中石油加油站网络合作零的突破。大连市新华书店总经理王延生介绍,目前,大连市新华书店已在三源、老虎滩等6座加油站进行了合作尝试,将图书音像销售覆盖到开发区、旅顺、金州的36个站点,效果初显。计划在今年年底前,用最短的时间将书店覆盖到中石油在大连的全部三百余座加油站。王延生透露,以此为案例样本,今后大连市新华书店将继续延伸到医药领域的合作。

与加油站书店相比,将阅读与咖啡结合的写字楼书店越来越受到都市白领们的欢迎。今年5月,第一间中信咖啡店落户北京环球金融中心(WFC)。这家主打books与coffee的城市商务版书店,成为中信集团继2011年在北京京城大厦、证券大厦、农业总部大厦三家1.0书店后在品牌及空间的一次升级。据了解,升级版书店除了更有特色的室内设计,还提供更多元化的服务,中/外文原版图书、各类杂志、文创用品以及高品质咖啡。一位网名为好媛女的读者感慨,“喜欢这里安静的阅读环境,喜欢这里的芝士蛋糕,喜欢这里的下午茶时光”。

由此为缩影,不难看出,尽管传统书店在网上书店和电子书的夹击下苦不堪言,无论是新华系统、出版机构还是民营机构,都在各显神通,自辟蹊径,通过业态联合、加盟合作、独立经营等方式将书店进驻一些公共场所,让读者在等候、购物或参与必需消费活动的同时,顺便购买到自己喜欢的书籍,寻找着打造“驿站书店”的各种可能。

(下转第5版)

驿站书店,自辟蹊径觅蓝海

●商报快递

2014北京图书订货会明年1月9日举行

中国出版传媒商报讯 记者在10月28日在京举行的2014北京图书订货会招商会上获悉,第27届订货会将于明年1月9日至11日在北京中国国际展览中心(老馆)举行。订货会组委会主任、中国版协常务副理事长兼秘书长刘建国,中国书刊发行业协会副会长兼秘书长吴修书讲话,中国版协协会副理事长李宝中主持会议。

根据国家新闻出版广电总局转变政府职能、突出行业协会作用精神,明年订货会不再由新闻出版广电总局主管,改由中国版协和中国发协主管主办。

在更新主管主办单位后第一年独立办会的订货会组委会将紧紧抓住两个依靠:紧紧依靠各地方出版协会和发行协会,紧紧依靠

中央各出版集团和全国其他各出版集团、发行集团,充分发挥协会、集团作用,宣传动员,招商组团,保证这次盛会办出特色,办出水平,办出气势,办出成果,更好地为出版发行行业服务、为会员单位服务、为馆配商服务、为全民阅读服务,做好新版出版物订货,宣传企业形象,展示出版成果,交流市场信息,拓展国外市场,促进华文出版物走向世界。

据悉,新一届订货会将实行网上报名,简化参展手续;实行民营企业独立招商;北京发行集团主办馆配会议。在负责海内外参展商报名、接站、登记、注册、预订酒店等方面,将继续推进一站式服务。中国出版传媒商报作为订货会协办单位,将与组委会合作,继续办好订货会高层论坛和会展报道。(方 菲)

商务国际二十年而今迈步从头越

中国出版传媒商报讯 20年前,在中国出版业正处在改革开放的关键时期,由我国北京、香港、台北和新加坡、吉隆坡五地商务印书馆共同投资的商务印书馆国际有限公司应运而生,成为至今国内唯一的一家合资出版机构。20年后的10月22日,商务国际同仁召开纪念会,大家济济一堂,面前摆放着的是228本最新出版的各类图书,以简朴而独特的形式纪念这个重要的日子。

中国出版集团公司党组书记、商务印书馆国际有限公司前任董事长王涛,商务印书馆总经理、商务印书馆国际有限公司董事长于殿利在会上高度评价了商务国际成立的意义,并勉励大家要提振精神、勇于担当,要把眼光放得更加远大,把产品做到全国最好,争取在业界内、在历史上做一个光荣和自豪的商务人。

据悉,商务国际20年来一直致力于中外语工具书的出版,现在已经形成了汉语工具书、英语工具书、学生工具书和文学艺术鉴赏类工具书4条产品线。《新华大字典》、《成语大词典》、《汉语成语大全》等大部头重要辞书共同构成商务国际的辞书品牌形象,同时也进一步巩固了“大商务辞书王国”的地位。商务国际还出版了不少优秀的社科图书,近两年开发了家教类和成功励志类等大众文化图书产品线,此外,公司在电子出版上也早有探索。近4年来,商务国际的出版码洋、发货码洋以及销售收入都翻了一番,利润更是增长了4倍之多。(玛)

中国出版集团京外首设选题开发中心

中国出版传媒商报讯 10月28日,中国出版集团公司向西藏自治区文化厅捐赠图书仪式在西藏自治区图书馆举行。西藏自治区党委宣传部副部长、区文化厅党组书记、厅长尼玛次仁与中国出版集团公司党组成员、副总裁李岩共同签订了由中国出版集团公司与西藏自治区文化厅战略合作协议,李岩与西藏自治区文化厅党组书记、副厅长邹立共同为“中国出版集团公司西藏图书选题开发中心”揭牌。中国出版集团工会主席王云武代表集团公司捐赠图书,西藏自治区文化厅党组成员、文物局局长桑布接受捐赠,并回赠了感谢牌匾。西藏自治区文化厅党组成员、副厅长任淑琼主持仪式。

尼玛次仁在致辞中说,中国出版集团公司

向西藏自治区文化厅捐赠价值40余万元的高品质图书,同时双方签订战略合作协议,充分体现了集团作为优秀文化企业的强烈社会责任意识。李岩在讲话中表示,今后中国出版集团公司将每年持续向西藏图书馆捐赠图书,并通过建立“中国出版集团公司西藏图书选题开发中心”,进一步加强交流与合作,共同研究、开发西藏藏文古籍、文博、历史文献和非物质文化遗产等的出版工作,让西藏文化更好地走出去。

据了解,中国出版集团公司第一次集体向西藏捐赠图书,第一次与包括西藏在内的各省市签订战略合作协议,第一次在京外建立图书选题开发中心。“三个第一”说明中国出版集团公司对西藏文化的高度重视,体现了“国家队”的担当意识和战略关注。(樱)

■商报封面优案■

世纪金榜：创新驱动发展

山东世纪金榜科教文化股份有限公司是我国民营出版的佼佼者,拥有全国出版业唯一被国家工商总局全品认定的中国驰名商标。从提出“让教辅像名著一样可读”到陆续推出少儿类、名著类、社科类、国学类、动漫类图书,再到对数字出版、网络出版等新兴业态的大胆探索,世纪金榜在产品研发的创新之路上,不断开拓。(详见第4版)



图1,世纪金榜大厦正式启用;图2,世纪金榜冠名主办的第七届中国国际儿童产业博览会;图3,“世纪金榜”商标是全国出版业唯一被国家工商总局全品认定的中国驰名商标;图4,世纪金榜国学、动漫、名著、社科图书;图5,世纪金榜题库智能组卷系统。

商报封面优案、封面优案、商报、优案、封面优案、商报、优案、商报封面优案

精彩导读	城市新华书店应对三重冲击转型升级成大势	P2
	地科社找准差异运作品牌	P6
	大学社大盘活中精细发展	P7
	第九届海峡两岸图书交易会第十八届两岸四地华文出版年会	
	探求两岸合作拓展与创新	P8
	国产动漫的9种盈利模式	P9
	手游概念横行资本市场	P13