## CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

(原《中国图》)商报》)

2013年10月29日

第1988期

国内统一刊号CN11 - 0282

邮发代号1-217

国外代号D-4584



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) 获誉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) 获誉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) 获誉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) 获誉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

新浪微博: http://weibo.com/yya2z 电话: 010-88819026

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

**♦** 5

•

# 纸质书电子书捆绑销售缘何难行

### 需求有限谨慎捆绑

就一般性来讲,捆绑销售面对的 是消费者购买商品时延伸出的相关联 的需求,譬如买电脑时可能需要买电 脑包、鼠标、耳机、U盘等。为此,卖 家以买赠、混批、混搭等形式完成需 求捆绑,在共生营销上达到"由此及 彼"的目的。

放之图书,当当网、京东商城、苏宁 易购等电商,在消费者买一本书时会配 上另外一本或几本"最佳拍档"待选,同 时还以"买过本商品的人还买了"等类 似噱头展开新推荐。不过此类捆绑仅 单独针对纸质书或电子书,且捆绑后的 总价仍为单品售价之和,本文要讨论的

### ■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 电子书后认为该书有收藏或长期阅读 的价值而再去购买纸质书。在满足上 述两种前提中任何一种的情况下,纸 质书与电子书理论上不呈相互竞争关 系,且可互促销售。这也正是当当网 出版物事业部总经理阚敏看好捆绑销 售,认为其作为一种满足不同阅读场 景需求将大有可为的原因之一。苏宁

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)

### ●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北京图书订货会招展会 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,中国版协驻会 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 能、突出专业协会作用精神,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

### 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

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

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,

化参展手续;实行民营公司独立招商;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)

取在业界内、在历史上做一个光荣和自豪的 据悉,商务国际20年来一直致力于中外

语文工具书的出版,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。

### 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、区文化厅党组副书记、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

中国出版传媒商报及其网站、电子报 享有本报文字及图片版权,未经允许不得 转载。本报保留一切法律追究权利。

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 区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关注,体现了"国家 队"的担当意识和战略思路。 (楔)

欢迎点题 欢迎投稿 欢迎提供线索 新闻热线:(010)88817702

本版主编:金 霞 编辑:马 莹 排版:艾 林

### ■商报封面优案■

Ш

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。



4

### 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

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 P13 手游概念横行资本市场

### ■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

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,第一间中信咖啡书店落户北京环球 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。一位网名为好摄女的读者感慨, "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)

### ●海外传真

### 美国打折批发销库存有妙招

中国出版传媒商报讯(记者 渠竞帆/编译)美国芝加哥将于10月29 日~11月1日举办国际库存书展。该书展创办人之一的布拉德·乔纳斯 认为,虽然书店数量在减少,但这个行业仍很健康。

将打折批发与直销实现无缝链接的最佳案例应属 Daedalus Books 公司。这是美国一家成立有23年、以销售库存书为主的图书批发与零售 兼营的公司。该公司高级副总裁海伦·哈里斯表示,2011年,即鲍德斯倒 闭那一年,他们低价采购了许多图书,同时由于有数量可观的客户群,因 此直销获得了快速增长,占到总销售的65%。2012年,Daedalus公司的 消费者部送出了近50万份订单。"消费者在寻找好的独立书店来购买好 书"。此外,该公司的手表、老花镜和贺卡等非书商品也卖得不错。

Daedalus 的成功缘于图书种类范围广,包括过往出版的历史、文学 小说、励志类和传记都有售。尽管消费者有iPad等电子阅读设备,但他 们仍愿意购买纸质读物。

Daedalus公司的销售主要由邮寄书目来拉动,每年该公司向顾客或 潜在顾客寄出900万份书目,明年预计还会增加。今年将邮寄13种大众 书目,其中包括CD和DVD书目、音乐书目、童书书目和其他非书商品书 目等,邮寄业务有150位员工,他们要为书目上的每本书写推介、拍照、编 写目录,以保持统一风格。

尽管 Daedalus 的邮寄方式奏效,但哈里斯表示,大多数消费者是55 岁以上的顾客。为吸引年轻消费者,Daedalus公司今年引入了一系列在 线论坛,从1月的"唐顿庄园"论坛(Downton Abbey)开始,夏季开辟了 "健康英国——健康生活"论坛(Healthy Brain-Healthy Life),有关间谍 题材的"平地风云"论坛(Hidden in Plain Sight)论坛等,将一直举办到11 月。这些论坛以讨论组、新闻和视频等形式,向年轻读者推介范围很广的 过往图书和从英国进口的图书。第4个论坛将在明年一季度举办,之后 Daedalus公司将评估这些项目并决定是否继续推出新的在线论坛。

主管主办:中国出版传媒股份有限公司 编辑部:(010)88817690~97

出版:《中国出版传媒商报》社有限公司 营销中心:(010)88810715/27/29/39

社长、总编辑:孙月沐 传真:(010)88818933

彩已

地址:北京西三环北路19号外研大厦北楼 广告许可证:京西工商广告字第0199号

邮编:100089 排版:本社

印刷:人民日报印刷厂

网址:http//www.cpmj.com.cn 年价:298.80元

传真电话:(010)88817657