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

2013 中国书业实力版图 民营书业 竞争力

●分报告●

民营策划商如今是教辅图书市场的主力军,是畅销书领域不可或缺的组成部分。2013年,他们继续大放光彩。以图书为核心,他们将触角伸至教育资源数字化、数字阅读、文化产业园等新业态,取得了令人瞩目的成绩。民营实体书店由于众所周知的原因虽仍步履维艰,不过新知、京广传媒等大型民营连锁书店的做法,乃至“钟书阁”引起的热议,也给民营实体书店突围困境提供了新思路。

重图书强发展源动力

2013年民营教辅商基本摆脱了教辅新政的影响,2012年唱衰论调不再。山东世纪金榜科教文化股份有限公司、北京曲一线图书策划有限公司、志鸿教育集团、经纶文化传媒集团、江苏春雨教育集团、江苏可一出版发行集团、上海钟书实业有限公司、沈阳序序文化有限公司等在教辅市场各占一片天,均有教辅品牌图书持续热销,在新品打造上亦有所斩获。

今年教辅图书市场市场化新品剧增,竞争自然更为激烈。民营教辅商除设法延续现有品牌辉煌,也希望辉煌可延续至教辅新品。天舟文化股份有限公司的“红魔英语”系列图

抓数字出版谋未来

数字出版仍是民营策划商2013年的热词。世纪金榜、志鸿教育、经纶文化传媒集团、江苏春雨、江苏可一等在数字出版上都已有所布局。教育领域内的数字出版现在虽盈利有限,但做就意味着把握未来。民营社科策划商如磨铁图书的磨铁中文网、新华先锋的新华阅读网等主打原创网络文学的数字阅读网站已开始切实感受到数字出版的盎然生机,初现盈利轮廓。

从2013年年初的北京图书订货会开始,在各大展会上,民营教辅商除了展示传统精品图书外,大都会辟出专门区域展示其近几年教育数字化的成果。众人齐吆喝,好不热闹。志鸿教育旗下北京天梯志鸿教育科技有限责任公司在2013中国国际新闻出版技术装备博览会上,展示了基于PC、Pad、手机等终端的多媒体数字出版的云智能教育教学平台,汇聚了传统及新技术教育教学解决方案的e学通、志鸿网校、成才学院、电子书包产品,颇受关注。江苏春雨在今年第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会上推荐了“学科王”教育考试网、“梦幻城堡实验班”、“教考通”智能

创业态深耕见实效

同心多圆一词很好地概括了民营策划商在业态创新上的态势。在长期从事图书策划的过程中,这些公司往往积累了十分丰富的文化资源。如何善用它们?这是民营策划商近几年一直在思考和探索的问题。2013年,民营策划商在新业态开发上整体变化不大,主要以推进现有非图书业态不断深化为主。世纪金榜年初推出手机电视,江苏可一继续深耕文化艺术品投资,曲一线的芬吉年份茶也在各地新华书店逐渐铺开,收益渐增。磨铁图书、新华先锋等依靠在畅销书领域和原创网络文学上的优势,除了提供剧本外,他们还创立影视公司,投资影视剧开发,最快2014年就可见到成果。

不得不提的是民营产业园逐渐成熟。经过几年布局,绝大部分民营教辅商的产业园2013年均取得了实质性、阶

避电商寻差异竞争

2013年,当当网、京东商城、苏宁易购、亚马逊中国等电商在图书销售上的强势不必赘言,民营实体书店的生存环境自也更为严峻。整体看来,云南新知集团、山东京广传媒股份有限公司等大型民营连锁书店新店开设数量不多,但新开书店往往颇具特色,某种程度上是其未来发展的一个缩影。新知集团近两年将主要注意力放在了开设海外华文书局。据悉,2013年11月23日,该集团第5家海外华文书局将在斯里兰卡的科伦坡正式开业。对新知集团来讲,海外华文书局既契合国家文化走出去的政策大势,同时也很好地弥补了东南亚、南亚等与中华文化有密切渊源地区中文书店的市场空白。如今,新知集团又在国内书城和中华书局中开设新知画廊,欲正式进军文化艺术品经营领域。京广传媒投巨资打造的京广文化广场也在今年亮相,在2万平方米的营业面积中,一个结合了休闲阅读、文化体

力争主业高地 力拓数字文创

中国出版传媒报记者 张攀

书曾引起极大轰动,如今依然占据重要的市场地位。今年该公司打出教辅组合拳,推出3个新品类教辅——“学+考全通”系列、“UP英语”系列和大语文阅读系列,成功拓宽现有市场份额。

民营教辅商一贯善于深挖内容选题、深耕教辅市场。江苏可一今年将目光投向讲解类图书,期望在其中占据一席之地。为此,他们从一开始就注意培育消费者持续的购买习惯,且在产品内容、装帧设计、市场销售等方面尽量往品牌化靠拢。

上海钟书和沈阳序序作为地方民营教辅商,对区域市场的成功把握让他们立于不败之地。前者始终坚信要赢得读者的心,除服务还须有“人无我有”的特色,因而在充分调研的基础上量身定编“钟书金牌”教辅书系,始终在上海市教辅图书市场占据重要地位。沈阳序序历来主打的《单元+期末》仍是其最主要的收益来源。此外,他们还尝试以“专版”形式打造《课堂十分钟》和《单元+期末》,达到刺激市场形成新销售点的目的。

在畅销书领域,北京磨铁图书有限公司、北京凤凰联动公司、北京时代华语图书股份有限公司、天津华文天下图书有限公司、北京新华先锋出版科技有限公司、读客图书有限公司、北京湛庐文化传播有限公司、北京禹田翰风图书有限责任公司等仍为个中翘楚,推出的畅销书数不胜数。以磨铁图书为例,旗下现有3家子公司、6大品牌,以及11条较为成熟的产品线,平均每年策划图书约600种,年码洋已超8亿。

民营策划商近年不断探索畅销书市场,在选题策划、营销推广等方面日渐成熟,逐渐将某一类或几类风格化的产品打造成系列图书。湛庐文化会在其每一本策划图书的红色扉页写一句话,从成立之初的“成就商业阶层事业与生活的梦想”演变成“知识让世界更简单”,到2013年的“与思想有关”,文字变化实质是湛庐文化选题思路的成熟。如今,湛庐文化在以打造经管类、心理类图书为主的“小而美”民营策划商道路上踏实前进。

化资源平台和“云霓”数字出版交互应用平台。数字出版作为江苏春雨多元发力促转型的关键点,他们正在努力实现数字出版全面产品化、商品化。

民营教辅商大举介入数字出版,背后传递出强烈的由教育图书策划商往教育内容、教育服务提供商转型的信号。这是互联网、移动互联网迅速发展、图书介质日趋丰富、阅读习惯改变的必然结果。不过民营教辅商仍在“摸石头过河”,诸多行为处于市场铺垫阶段,实效尚难立即显现。

磨铁中文网、新华阅读网的成功发展为民营策划商描绘出美好前景。他们代表的是出版行业从单纯“做图书产品”转向“做数字化信息内容资源”的大势。以运营磨铁中文网、磨铁手机站以及苹果设备等终端建设工作为主的北京磨铁数盟信息技术有限公司,2012年便步入正规。新华先锋则在今年年初重新改版上线了新华阅读网,欲为作者和读者打造一个全新的文学创作与数字阅读平台。这些平台的效用立竿见影,尤其是针对影视剧开发,它们往往能为影视公司提供优秀剧本。

阶段性成果。整体来看,这些产业园可分为两类用途,一是自用的企业发展根据地,另一则是按照文化地产模式开发。其中,前者如经纶文化传媒集团旗下占地37亩,总建筑面积1.5万平方米的经纶文化产业园,其定位于新闻出版产业,主要从事教育研究、图书出版、数字出版和对外出版等工作,既是该公司的产品开发中心,也是市场运营中心。江苏春雨的春雨文化产业园,现阶段主要用于物流。志宏教育集团联手复星集团打造的印象齐都文化创意产业园本质是文化地产,其定位为一座承载齐文化传承使命的文化新城,也是集齐文化展示、体验及产品研发生产于一体的文化产业聚集区。据了解,该产业园一期工程有望于年底结束,建成的淄博记忆博物馆主馆组群、青少年体验中心将初步提供文化体验、休闲娱乐、旅游的功能。

验、文化创意、教育培训等多元文化产业,涵括图书、教育、传媒、创意、美术馆等元素的大型文化消费综合体,一个崭新的潍坊文化产业园地标脱颖而出。

不难看出,在网络书店迅猛发展的当下,民营实体书店若仍单纯执着卖书是不明智的。现在已不能简单地将新知、京广传媒看作书店,其具有多重内涵。这表明有条件的民营实体书店都选择在网络书店提供不了或不占优势的领域来构建新的竞争优势。这是上海钟书旗下“钟书阁”正在做的事情。开业之初,“钟书阁”即被誉为最美书店,曾在网络上引起大规模热议,在今年的上海书展上也吸引诸多参会者注意。话题效应很好地推动了“钟书阁”的发展,如今来店读者与日俱增,营业额也蒸蒸日上。鉴于此,“钟书阁”和上海文艺出版社达成合作意向,今后会邀请知名作家常来常往,力争活动举办长期化、常态化。

案例点击

世纪金榜:数字出版发力年

2013年是世纪金榜推进数字出版的发力年,其在世纪金榜教学资源网、教育软件、电子书及动漫课件、手机电视、数字复合出版平台开发上成效显著。世纪金榜教学资源网已稳定运行5年。目前该网正在升级,世纪金榜投入3000万元欲打造高效实用的网络教学平台,借助互联网实现校外教学,预计2014年5月可完成。世纪金榜2008年涉足教育软件开发,以行业应用和师生适用为着力点,目前已成功研发出九套软件,世纪金榜双窗口界面视频教学光盘、世纪金榜题库智能组卷系统等颇受市场欢迎。作为一家从教辅图书成功向少儿类、名著类、社科类、国学类、动漫类系列产品延伸的民营教辅商,世纪金榜在电子书、动漫课件的开发上也走在前面。它们统一被集纳在世纪金榜光盘中,推向市场后已成为新的利润增长点。手机电视是世纪金榜今年数字出版最亮眼的产品,在各大展会上均引起关注。有了这个载体后,世纪金榜教育资源数字化也走得更好,如今搭载的“世纪金榜空中课堂”即是一例。此外,世纪金榜从2012年年初开始推进数字复合出版平台的开发,总投资约3500万元,预计将于2014年年底完成。该平台也是山东省重点文化项目。

曲一线:自建平台助销高质产品

2013年,曲一线凭借高品质产品,继续保持增长态势。在部分民营教辅商纷纷推出教辅新品或非教辅图书时,曲一线坚守“5·3书系”、“3·2书系”、“5·3英语”和工具书四大产品类别,将它们做全、做深入,从策划理念、编著方式,到指导思想、体例编排、模块设计、栏目构思,每个环节都专注品质、精益求精。为此,曲一线今年继续扩大编审队伍,组建外审基地,成立质量提升小组,并建立核心作者群,“金牌作者奖励计划”、“300本精品工程”、“200名人才工程”也收获实效。有了高品质产品,曲一线在自有网络销售平台搭建上成效突出。据了解,曲一线独有的网络平台“曲一线4S店”集四项服务于一体,与教辅产品配套的“我的错题本”、“精品题库”、“一线书城”、“读者问答”皆在网上快捷实现。这既丰富了曲一线教辅产品的销售渠道,同时也是他们在数字时代探索网络与图书结合的“试验田”。“4S店”集数字化增值服务、信息服务、电商渠道于一身,试图以网络渠道实时跟进消费者消费习惯的变化,也让他们提供的服务有了直观体现的载体。在此基础上,曲一线今年新推出“家教版”图书,借助二维码,优质的图书内容可与名师视频讲解有机结合,“一题一码一视频”的形式无疑为使用者提供了个性化的学习方案。

江苏春雨:渠道经营构建畅销高地

如今生存较好的民营教辅商大都在渠道经营上值得称道,江苏春雨也不例外。从2011年起,江苏春雨计划用3年时间,投入2亿元,实施“春雨‘百店千家’全国连锁书店与物流配送平台建设”项目,通过独资、控股、并购或特许加盟等方式,开设直营连锁门店100家,吸纳加盟连锁店和自由连锁店1000家。同时,立足已经建成并投入使用的1期春雨文化产业园,迅速建构全国出版物物流配送体系,建设以南京总部为核心,淄博分部为支撑,北京、西安、成都、广州、杭州等六地为区域物流中心的辐射全国各地经销商的物流网络。2012年年底,“‘百店千家’全国连锁书店与物流配送平台建设”获得了江苏省文化产业引导资金的项目补贴,由江苏云想信息技术有限公司研发的含编务管理系统、印务管理系统、发行管理系统在内的“云想出版发行全流程解决方案”业已投入使用。通过规范管理与持续创新,江苏春雨希望加速自身与经销商群体的信息化进程,提升物流服务水平与市场竞争力,提振经销商的信心。一年来,该集团加大了与多家出版社的战略合作,特别是加大了与全国各地新华书店、民营经销商的战略合作,先后在银川、海口成功举办民营经销商发展战略研讨会,形成了富有创新精神的战略合作伙伴群体,共同更新了理念、营销模式与信息技术工具,实现了由规模粗放型增长向效率效益型增长转变。

上海童石:“星纪元”品牌初探显效

互联网、移动互联网是上海童石赖以生存的关键,也是其业务发展的最大特色。2013年,他们持续加强故事与内容的核心研发能力,一大批优秀图书占据重要市场地位。譬如对淘米品牌的全品种开发,与腾讯游戏合作的腾讯DNF系列图书,与新东方联手打造的“泡泡系列”图书,与水果忍者游戏联合开发的“水果忍者”系列图书以及《果核战记》、《机械迷城》等。在原有产品线之外,今年上海童石最大的动作是推出全媒体互动娱乐原创动漫品牌——星纪元。历时一年,星纪元网页版本在今年7月正式上线腾讯游戏,IOS版本也于8月中旬上线AppStore。游戏先行,全媒体跟进。上海童石欲在游戏、图书、杂志、动画、电影等领域展开跨媒体叙事。目前星纪元的两版本游戏初战告捷:公测一个月的数据显示,该游戏共开7服,总注册人数35万,周留存率18%,单日活跃用户8000人;IOS版本一经推出,迅速成为细分类别中的热门卡牌游戏,被苹果官方列为推荐游戏,单日最高收入达10万元。如今页游已于10月全平台开放,用户接入数量呈直线上升态势。此外,上海童石两本漫画杂志以及一本轻小说杂志将于2014年上市,届时,根据星纪元背景设定改编的系列故事将悉数登场,知名漫画家姬川明月的作品也将展开连载。

江苏可一:文创产业布局成形

在其他民营教辅商的文化产业园尚处持续推进阶段,江苏可一的可一文化产业园已逐渐成形,成为收藏家、艺术品经营机构、艺术家、出版人、出版机构等工作及生活居住的理想之选。该产业园占地近500亩,位于南京市宝华山麓,有京沪高铁、沪宁城际铁路、地铁2号线等交通干线经过,目前国内“可一画家村”四十余个工作室和“可园”一期一百多栋工作室都已竣工,配合上可一画廊与可一书店,一个崭新的文化艺术区呼之欲出。借助可一文化产业园,江苏可一在文化产业上的布局无疑更趋完善。今年,他们投入重资打造了集学术、收藏于一体的经典古籍线装文库,同时还在继续整理推出佛教经典古籍。江苏可一有很多可供参照的发展模式,北京的798艺术区即是在一些艺术家、文化机构入住后,带动了周围房地产的开发,整片市场被捂热。江苏历来是书画重镇,不乏优秀的书画家群体,但其艺术品市场不温不火、艺术经营机构散兵游勇的状态为江苏可一提供了后来居上和规范化、产业化运作的机会。在未来,他们希望以可一画家村、可园吸引国内优秀艺术家和艺术机构入住,以可一出版产业园吸引国内优秀的出版人和出版机构入住,从而在当地打造出一个新的文化地标。

禹田文化:多方尝试专注青少年阅读

禹田文化一直专注于青少年阅读图书的开发,多方推进只为全面构建青少年阅读体系。2013年,他们推出了知名儿童文学作家秦文君的新作——《小香咕全传》,得到了业界和读者的一致好评。针对国外小说,禹田文化在今年年初策划了“长青藤国际大奖小说系列”(8册),选入了纽伯瑞奖、美国国家图书奖等获奖青少年小说,辅以精致的装帧设计,面市后反应热烈。2013年10月底,第二季4册:《从天而降的幸运》、《蓝莓季节》、《宇宙最后一本书》和《地下121天》再度出发,在各方面更精益求精。在稳固现有图书品牌的基础上,禹田文化2013年尝试发力青春阅读,推出了“白虎之咒”系列图书,目前《预言中的少女》、《寻找我的圣物》已推出,第三册即将于2014年元旦前后上市。同时,为了延续策划少年侦探推理图书的传统,禹田文化目前正在打造《侦探社》杂志。该杂志将以两个月一个主题的形式,逢单月出版。低幼阅读也成为禹田文化今后开发的重点,引自英国兰登书屋的“小公主波比”系列成为重中之重。而在百科图书上,该公司2014年将推出一套颇具特色的3D百科图书,以“热门主题+写实图片”为主体,再辅以一定数量的3D立体情境体验图,实现学玩互动的目的。