

中国首部单体出版社企业社会责任报告发布

中国出版传媒商报讯(记者 晓今) 由中国出版企业社会责任研讨会暨中国出版企业社会责任(CSR)报告(2012~2013)发布会12月2日在京举行。作为我国单体出版社第一份真正意义上的企业社会责任报告,该报告的发布标志着我国出版行业正步入积极践行社会责任的“成熟期”。

来自中国社科院企业社会责任研究中心、中国社科院科研局、中国新闻出版研究院、人民出版社、中国出版传媒商报的专家学者,共同研讨转型期出版企业履行社会责任的意义,以及如何将社会责任践行与企业经营融合实现多方和谐发展等问题。

会上同期发布的《社会科学文献出版社企业社会责任报告(2012~2013)》备受关注。社会科学文献出版社社长谢寿光介绍了编制报告的初衷,即有效开展社会责任风险识别工作,寻找持续改进的机会,以“实现人文社会科学成果价值最大化”的社会责任理念。与会者认为,企业社会责任报告是企业非财务信息披露的重要载体,是企业与利益相关方沟通的重要桥梁,编制企业社会责任报告对企业来说是创造价值的过程,同时具备了防范风险和促进企业经营改革的功能,而作为天然承担着社会责任的出版企业,目前并无编制企业社会责任报告意识和做法。此份报告的发布,具有示范意义,而从首次示范到形成行业示范效应需要一个过程,呼吁尽快构建企业社会责任指标体系,推动实现可持续发展。

巧借电商东风 新华书店网店销售进快轨

驻平台实效渐显

中国出版传媒商报记者 张攀

新华书店触网的必要性正被更多人认识到,现在,他们希望把此举推向更广泛、更深刻的方向。在新华书店自办网店已成大势、为数众多的背景下,2013年新华书店在入驻电商平台上取得较大突破,为他们转型电子商务、线上线下融合打了一针强心剂。

这契合了时下颇热的O2O潮流。不妨看看苏宁,其近年来大举推进线上业务,并在今年年初提出“云商”概念,打起线上线下全面融合的O2O大旗。有受访者认为,正是苏宁易购的快速崛起,为该公司拉大与竞争对手的距离提供了可能。

而在苏宁云商董事长张近东最新的表态中,可看到O2O隐含的巨大商机:我们正在步入虚实融合的O2O时代,将原先要么线上、要么线下单一的购物体验全面升级、融合,唤醒了消费者潜藏内心的深层次、全方位的购物需求,这将引领中国零售业的第三次变革。

新华书店已切身感受到这种变革带来的影响。他们几十年来线下销售实体书的规模正在萎缩,反而是从头开始,面对当当网、京东商城、亚马逊中国等电商几无竞争优势的网络书店给他们带来了新的活力。新华文轩出版传媒股份有限公司的文轩网、浙江省新华书店集团的博库网等网站走得早,现已创造了优秀业绩。在今年“双11购物狂欢节”中,两家网站表现突出,尤其是前者单日销售突破3000万元,这个成绩甚至超过了当当网在天猫开设的旗舰店。

纵观新华书店在电子商务上已有的布局,“自办网店+入驻电商平台”是他们的普遍之选。两者相比,后者的好处显而易见:网店搭建成本、用户获取成本更低,利用电商平台的资源、影响力也有助新华书店更快介入电子商务。

中国出版传媒商报记者 张攀

2014北京图书订货会馆配会推进筹备

11月25日,2014北京图书订货会图书馆馆配会采购商沟通协商会在北京台湖出版物会展贸易中心举行。北京台湖出版物会展贸易中心、浙江省新华书店集团馆藏图书有限公司、北京人天书店有限公司、北京百万庄图书大厦、广东大音文化发展有限公司、武汉三新书业有限公司等发行企业、馆配商代表,及中国出版协会副秘书长兼会展部主任刘丽霞、中国书刊发行业协会副秘书长兼会展部主任王成法参会。会议就馆配会的许多细节问题,譬如馆配会期间人员住宿及交通、图书的供货率、配齐率、及时配送等进行了沟通。对于近年来国内馆配会扎堆的问题,与会代表们表示应该集中举办品牌型馆配会,减少参会各方的舟车劳顿和资源浪费。

2014北京图书订货会图书馆馆配会由中国出版协会、中国书刊发行业协会主管主办、北京发行集团承办,近20家发行企业、馆配商、行业媒体共同协办,将于2014年1月9日~11日在北京中国国际展览中心(老国展)5号馆举行。作为北京图书订货会的重要组成部分,本次馆配会将带来中外800余家出版社近两年出版的20余万种新书,并设置看样订货、图书馆馆建、业务接待洽谈和综合服务四大展区。高校图书馆客户和公共图书馆客户不仅可找到近年国内出版的社科、科技等门类的精品图书,还能采购到流行文学、艺术鉴赏、生活百科等满足日常阅读需求的图书。值得注意的是,本次馆配会将首次开设台湾版图书展区和外文原版图书展区,集中展销我国台湾地区近年出版的国学精品图书和2013年的重点进口外文原版图书。

据了解,馆配会承办方——北京发行集团将给到场的每一位客户和参展商发放《2014北京图书订货会馆配图书目录》,提供充足的采集设备和高质量的图书馆编目数据。客户在现场可方便快捷地完成采购图书查重,及时提交订单,还可随时进行订单处理和跟踪查询。同时,馆配会还为图书馆客户和采购商提供了多项人性化服务举措,譬如舒适安静的业务洽谈环境、免费茶饮甜点和交通服务等。为了保证馆配会的专业水准,他们还将为报名参会的图书馆、馆配商等统一发放参展证件,营造一个高端、专业、舒适的采购环境。

此外,馆配会期间还将举办大型专业馆配论坛,部分图书馆、出版社和馆配商代表,将共同探讨如何促进馆配市场规范发展等问题。

近日,微博上深圳购书中心关门的消息再度引起关于实体书店未来的热议。类似景象近年来频繁出现,让人时时为实体书店的前景捏一把汗。与此同时,以电商为代表的图书网络销售模式正鼓旗而行。此消彼长间,实体书店也开始更多触网。聚焦到新华书店,在开办自有网店的基础上,他们加快入驻电商平台的步伐,企图搭上这趟电子商务快车。2013年,此类网店取得不俗业绩。在这个过程中,对于入驻的必要性、线上线下“互搏”、构建网店竞争优势等问题,也有了更深的思考和更有价值的做法。

结合文轩网、博库网等网站的经验,他们入驻的电商平台较为规范,拥有先进的互联网技术和专业的数据分析等工具,基于此的数据分析有助不断完善经营策略;自办网店受限于规模、流量,所搜集的用户行为数据难以支撑全局分析现有市场。同时,电商平台的品类经营既方便了消费者选择,也可产生品类互动效果,形成用户聚合和商品销售互相促进的态势,这一点在自办网店亦难以实现。

在更多的新华书店选择入驻电商平台的背景下,北京中启智源数字信息技术有限责任公司总经理曹仁杰一针见血地指出:就算做了,也不一定做得好。

中启智源如今给江苏凤凰出版传媒股份有限公司、新华文轩、湖北省新华书店(集团)有限公司、江西新华发行集团、天津图书大厦等单位提供电子商务的技术支持。曹仁杰在与众多新华书店打交道的过程中,认识到诸多书店对电子商务缺乏足够的认识、理解。“这不单是开家网络书店、入驻几个平台就够了,这需要新华书店对互联网、移动互联网语境下新的销售体系搭建有更深刻认识。”

多数受访者认可曹仁杰的观点,并进一步指出,新华书店若想与当当网、京东商城、亚马逊中国、苏宁易购等“高手”电商过招,就不能简单地将电子商务看作是拓渠道、搞促销、吸引眼球的方法,这里面有更大文章可做。

转思维正视“互搏”

由此,新华书店需要转变一系列思维。这个长期强调的问题,在大部分受访者看来,如今仍未得到很好地改善。以今年“双11”为例,文轩网取得佳绩的原因并非单纯将图书放到天猫上统一打折销售。实际上,他们在活动开始前就对销售品种和数量进行了科学搭配和储备,并在前几周就开始多种方式的营销推广,物流则是自有物流中心与第三方物流公司联合投递,最大程度确保商品第一时间到达顾客手中,保证性价比。

某受访者评价道,文轩网连续两年在“双11”上的成功,与他们历来注重优化升级供应链,长期积累的线下销售经验,严密的货源、营销、物流组织流程,专业团队的密切协作等密不可分,这并非其他新华书店朝夕间所能具备的。

转变思维的一个关键问题是,若新华书店大规模入驻电商平台,开展网络销售,这是否会极大地分流实体书店的图书销售?浙江新华副总经理徐冲、文轩在线电子商务公司总经理张践等对此表述细节上存在差异,但他们一致认为线上线下面对不同类型的消费者,对应不同的消费习惯,服务方式也不相同,不能简单以“互搏”一概而论。

徐冲表示线上线下并不矛盾,其是全域市场的

区分问题。具体说来,选择网络书店的读者已经在线上上了,而线下读者也仍然需要阅读环境,一种模式满足的是一种类型的顾客,但在年轻人越来越多地选择线上,选择数字阅读的情况下,这是整个阅读的一次转机,也是新华书店的一次转机。“我们要两手抓两手都要硬,虽不能忽视中间的竞争关系,但更要把两端读者都服务好。”

曹仁杰从他们多年积累的数据分析出发,也认为网络销售的客户实质是实体书店客户的补充,其中不排除有重合的部分,但不能单纯说网络销售拉走了实体书店的现有客户,其更关键的意义是挖掘出了新的网络购书的群体。“这部分群体很大程度上也是整个图书市场的未来。”

撇折扣寻“个性”

文轩网、博库网等网站在电商平台上的突出表现,从一个侧面反映出上述未来的光明。张践等将之形容为一种可能性,要抓住它,就必须在线上线下的专业领域做得更更深。

首要当其冲要解决的是线上线下折扣的问题。整体看来,新华书店在入驻的电商平台上享有定价权,相对应的网店日常销售的折扣也比实体书店更多、幅度更大。不过这并非意味着低价销售。综合各受访者的观点,他们表示出于营销的考虑,网络书店会选择部分畅销品种以低折扣销售,但大多数品种的折扣仍然与运营成本相适应。至于“双11”,他们认为这是一年一次的特殊促销活动,其折扣也仅适用于当天,而非长期策略。

这实质说明新华书店若想从电子商务大军中脱颖而出,必须寻找折扣之外的竞争优势。包括曹仁杰在内的多数受访者认为,这是新华书店眼下急需做的事情,即找到自身赖以发展的“个性”——没有它,消费者很可能就把你过滤掉了。譬如网络购书的客户往往有非常大的搜索需求,鉴于此,诸多新华书店在网络书店都会注重界面设计,突出自身的图书特色及优势。

这是一个有意识地将自身优势植入消费者头脑的过程。一般说来,在各项线上线下的活动中,新华书店必须注重将现有或正在打造的诸如区位优势、渠道辐射优势、网购服务水平、投递质量、售后保障、促销机制,乃至发展愿景等因素融入其中,让消费者对其一方面产生清晰印象,形成回头客。

青岛新华书店在天猫开设了旗舰店,读者在此可依据各种图书分类找到相对应的产品,同时该店在页面置顶处还醒目地推荐了关于科学、教育、卫生考试,以及参与“聚划算”活动的重点图书,一目了然。青岛市新华书店有限公司董事长袁淑琴琴对此的考虑是,他们要在有效的品种里,展开差异化竞争,以优势、专业品种和特色来指引网站发展方向。与之类似,无锡市新华书店今年甫一开设天猫旗舰店,就推出了“品读无锡”等特色板块。

门店的存在无疑为新华书店推进O2O提供了很好的基础,即消费者足不出户可逛新华书店,来新华书店也可线上购物。常州市新华书店总经理何志峰以“品牌效应、错位竞争”总结他们的开店经验:以多年从事线下图书销售的经验,在网店推荐多、精、专、权威的图书;靠门店保证网店的“轻库存”;线上深耕某一类图书,辅以下线密集的文化活动,融合互促效果颇佳。

新华书店在电商平台上取得的突破验证了介入电子商务的正确性,也振奋了经营者的信心。不过不少受访者也表示了忧虑,认为新华书店仍面临电子商务人才储备匮乏,技术力量薄弱,业界缺乏成功、可供复制的模式,部分领导不够重视,转型阵痛期等问题,前路考验颇多。

办图书图片展 美丽福建绽放荷兰

中国出版传媒商报讯 近日,首届荷兰中国(福建)书展暨“美丽福建”大型图片展在荷兰乌特勒支省落下帷幕。该展会由福建省新闻出版局、福建省对外文化交流会、海峡出版发行集团主办,福建新华发行集团、福建省外文书店、荷兰乌特勒支华人友谊中心承办。在1000余平方米的展场中,陈列了近两年来国内出版的优秀图书,尤其是闽版图书,内容涵盖旅游、中国古籍、生活饮食、养生保健、文学艺术、汉语教学、儿童教育等。130幅展现福建省近年来发展成就的主题图片同时亮相,引起诸多关注。

开幕式上,福建出版代表团团长、福建省新闻出版局机关党委专职副书记宋建华与荷兰华人友谊中心主席胡玮芳签订了《荷兰“闽侨书屋”战略合作框架协议》,同时揭牌在荷兰首次创设的“闽侨书屋”。

“闽侨书屋”是福建省新闻出版局应用“中国元素、国际表达”理念,发挥闽籍海外侨胞作用,探索对外文化交流的创新项目,是福建在海外华人华侨聚集区设立的公益性图书阅览室。国家新闻出版广电总局举办的全球百家华文书店中国图书联展海外站启动仪式也在现场同时举行。

福建出版代表团秘书长、福建省外文书店总经理陈晖代表福建新华发行集团向乌特勒支华人友谊中心下属的中文学校赠送了1000册中文图书,并与胡玮芳、荷兰黄河中文书店总经理黄小石分别签订《中文图书出口合同》,三方将携手扩大中国出版物在荷兰的发行。据悉,英国中国(福建)书展暨“美丽福建”大型图片展也于日前在英国伦敦成功举办。(方艳)

中国出版传媒商报讯 11月28日,中华出版促进会第一次会员代表大会在京召开,大会选举产生了第一届理事会,全国人大教科文卫委员会主任柳斌杰当选名誉理事长,全国政协常委、中国文物出版社名誉社长苏士澍当选理事长。国家新闻出版总局副局长孙寿山,原新闻出版署和原新闻出版总署老领导宋木文、桂晓风、李东东,中央有关部门、出版发行集团、出版社、社会团体等单位的代表共计180余人参会。

中华出版促进会是由出版界和热心对内推广、对外传播中华文化的相关单位及个人自愿组成的全国性、专业性、非营利性社会组织,由国家新闻出版广电总局主管,会员涵盖了国内主要出版集团、出版社、图书进出口单位,新闻出版行业组织,研究、教学机构,民营出版文化单位,部分中央企业和业内热爱中华文化的人士。

据悉,中华出版促进会成立后,将组织、支持会员及相关单位编辑、整理、翻译、出版和向海外推广介绍中国的出版物;组织参与和承接出版及其他领域有关对外宣传、对外文化交流的各类项目;组织参与和开展与出版、文化等相关的境内外交流合作活动;加强与国内外同业的交流;开展国际出版市场与业态调研,提供信息、咨询和策划服务;组织会员及相关单位学习、研究、掌握出版新模式、新技术、新动向,推动文化与科技融合发展;组织开展培训,促进“走出去”专业队伍建设;组织、支持社会公益活动等。中华出版促进会还将出版发行杂志《国际援助》,讲述对外援助工作人员的生活,宣传中国对外援助事业的贡献。

柳斌杰表示,中华出版促进会是国内唯一的一个以对外出版交流为平台、推动中华文化“走出去”为宗旨的专业性社会团体。它的成立,标志着民间力量,将在中华文化走出去中扮演更重要角色,政府、民间、企业将形成合力,向世界讲好中国故事,传播好中国声音。(攀)

● 微博新闻

中新协财务管理委员会成立

中国出版传媒商报讯 日前,由全国22家省市新华书店(发行集团)共同发起,经国家新闻出版广电总局和民政部批准,中国新华书店协会财务管理委员会在山东青岛正式成立。中新协财工委由中国新华书店协会主管,是新华书店行业的专业社团组织,其成员单位包括新华书店总部、全国省级和部分计划单列市新华书店(集团)。中新协财工委将秉承“为行业发展服务、为会员单位服务、为会员单位财务人员服务”的宗旨开展工作,从而为解决行业发展面临的普遍问题,提高企业财务运行质量做出贡献。(攀)

北京王府井书店展销年度好书

中国出版传媒商报讯 记者近日获悉,北京王府井书店11月30日至12月29日举办“2013年度好书回顾展”,汇集年度畅销经典图书万余种,为读者盘点一年好书。活动期间,逢周末购买图书及音像制品实际消费满100元返10元购物券。同时,11月29日至12月31日推出“百社万种图书优惠大联展”,期间购买指定图书实际消费满100元返50元购物券,实际消费满50元返20元购物券。(思实)

诚聘天下贤才 共绘书业宏图 求真出版社有限责任公司招聘启事

求真出版社有限责任公司致力于出版具有较高文化含量和传承价值的精品图书。因事业发展需要现公开招聘。

- 一、图书编辑室主任(或副主任)1名
从事图书编辑5年以上。有较强的市场调研分析能力、图书选题策划能力、资源整合和客户沟通能力、文本质量控制能力、产品设计审美能力、成本核算定价能力和组织协调沟通能力,有一定数量的优秀图书策划和实践成果。人文社科、教育等相关专业本科以上学历,具有中高级以上图书出版专业职称,40岁以下。
- 二、图书编辑 6名
有较强的图书选题策划能力和较高的文字水平,有一定数量的优秀图书策划和编辑成果,有较多的作者资源,知识面宽,对所学专业和图书行业有较深的认识和了解,善于信息搜索与编辑整理。人文社科、教育、医学与生命科学等相关专业本科以上学历,从事图书编辑3年以上。
- 三、图书营销经理 2名
有5年以上图书营销工作经历,具有敏锐的图书市场感觉和较强的市场信息捕捉能力,具有较宽的渠道开拓能力和广泛的客户关系,具有较强的选题策划、营销规划、团队组织调度管理和部门协调能力,具有相关职业资格。市场营销相关专业本科以上学历,40岁以下。
- 四、图文录入排版技术编辑 4名
从事书刊录入排版2年以上;熟练掌握各种图文录入排版软件;具备又快又快的录入排版能力;30岁以下。
- 五、兼职编辑 8名
具有良好的文字功底,有过文字编辑经验。退休编辑、教师、有文字经验者优先。
有意者请两周内将个人详细简历和相关资料发至邮箱
E-mail: mwrenshi@126.com, 或寄至:北京市西城区太平街甲6号B座624