2013中国书业大势大事(上半年版)回眸 (详见本报6月28日3版)

- 发行集团有保也有增
- 民营书业三两面
- 基层书店创收增效
- 分社制分公司设立提速
- 创意产品延伸产业链
- 绩效考核指标细化成趋势
- 书业人才围城心态明显
- 地方教育社呈现活跃发展态势
- 教育解决方案成为教育出版新趋势
- 教辅零售市场持续显现“新政效应”
- 童书出版多媒体产业链布局渐深
- 经营读者才是大众出版未来

- 武侠作品春天悄然临近
- 儿童文学品牌打造6大趋势
- 欧亚多国图书市场普遍下滑
- 法俄政府出资扶持书业
- 青少板块领涨英美童书市场
- 首个国家级期刊博览会落户武汉
- 报刊改革催生报刊集团新潮
- 微信自媒体崛起

2013中国书业大势大事 (下半年版)

中国出版传媒商报记者 郭虹 蓝有林 孙珏 刘海颖 李丽 马雪芬

世界出版

大数据推动学术出版革新

2013年5月,国际科技医药出版商协会在华盛顿召开了2013年创新研讨会。围绕这三个主题,来自学术出版业内外的嘉宾探讨了数字环境下学术出版快速转型过程中遇到的问题。2013年10月,法兰克福书展也举办了名为“大数据和小数据的获取、分析和整合”的论坛。业界的观点是,在应用数据对内容和目标读者进行决策方面,出版业落在了音乐、电视和电影等许多行业的后面。许多主流出版商甚至搞不清他们实际的读者在哪儿,这是因为许多书业数据都是封闭的,出版商无法获得完整的大数据,因此也就无法了解和获得更多的读者。出版商拥有的是局限在办公室的小数据。数字环境下的“购买”等同于“搜索”,销售其实是一场关乎数据的角逐。大数据和小数据结合在一起使用,能让大数据的功能更加强大。

全球领先的学术出版商之一,爱思唯尔公司不久前与英国伦敦大学学院(UCL)合作,共同建立了UCL大数据研究所(UCLBigDataInstitute)。该项目旨在通过运用新技术分析和应用学术数据,来探索满足科研人员需求的新途径。

链接:10月8日8版《大数据推动学术出版革新》;12月20日11版《爱思唯尔将在英国投资开发大数据项目》。

英美出版迎来“技术型”CEO上任潮

2012年以来,一些全球领先的出版集团(公司)陆续进行CEO换届。无论是教育、学术和科技类的专业出版公司,还是大众类出版公司,纷纷迎来了数字化技术专家担当掌门人,他们大都在数字化和全球化运营方面经验丰富。

2013年8月,查理·雷德马内出任哈珀·柯林斯英国公司新一届CEO。他上任前一天,企鹅兰登书屋英国公司也任命了一位新的年轻CEO汤姆·韦尔登。曾在英国前首相戈登·布朗班底担任办公室主任的劳德·卡特,将于2014年1月担任著名学术出版集团Informa的CEO。爱思唯尔公司2012年8月上任的CEO罗恩·莫贝德,在电子信息业务方面拥有广泛的全球性经验,早期曾在信息服务公司HIS和油田技术服务公司斯伦贝谢担任过一系列领导职务。2012年8月,圣智学习集团宣布由迈克尔·汉森出任集团新一届CEO。汉森曾供职于波士顿咨询集团,是该集团电子商务企业和媒体实践的合伙人及联合主席。剑桥大学出版社2012年履新的彼得·菲利普斯也在全球化的内容产业、数字化转型,以及在商业化环境中创新非赢利性机构的运营方面拥有丰富经验。

链接:11月12日1版《英美出版迎来“技术型”CEO上任潮》,4版《学术教育类出版公司新掌门都是信息数据处理强人》;8月2日3版《Informa公司换帅 政界人士担当CEO》。

传媒新媒

首届中国期刊交易博览会落户武汉

2013年9月14日~16日,首届中国(武汉)期刊交易博览会召开,主题为“期刊让生活更精彩”,共有近5万种精品期刊参展。首届刊博会共设8个展馆,展览面积达10万平方米,以期展示交易为主,同时展销图书、报纸、电子出版物、动漫游戏产品、文化衍生品等,提供各种新媒体产品和新技术的现场体验。其中,海外馆有英、美、德、法、俄、韩、日等40个国家和地区的200多个出版单位的万余种期刊,4万余种文化产品参展,包括《自然》、美国《国家地理》等畅销海外的期刊都联袂登陆刊博会。首届刊博会创新发展形式,展示交易、高端论坛、文化展示三位一体,融合产品展示、版权交易、思想交锋与大众娱乐,既为行业人士搭建了一个重要的交流平台,也设计了众多吸引广大民众参与的文化活动。

链接:9月17日1版《从首届刊博会看刊业传媒气候》。

上海两大报业合并 传媒核聚变伸向体制内

2013年10月28日,由解放日报报业集团和文汇报新联合报业集团整合重组成立上海报业集团成立。面对纸媒未来继续衰落的趋势,组建上海报业集团,试图通过体制机制的调整改革,更好适应形势和发展需要,推进主流媒体的创新转型发展。据悉,上海将每年为解放日报社、文汇报社注入财政资金,支持两大报社的品牌拓展和传播运营工作。同时,上海市宣传文化专项资金也将安排资金,用于支持各主要报纸发展新媒体、扶持外宣媒体和具有文化影响力的报刊。12月11日,上海报业集团成立后的首个新媒体产品《上海观察》APP上线。前不久,运行了14年的《新闻晚报》宣布将在2014年1月1日正式停刊,成为上海报业集团成立后首张休刊的报纸。

链接:12月6日9版《传媒业进入裂变时代》。

教育出版

四六级考试重塑市场格局

8月14日,全国大学英语四、六级考试委员会发布声明,四六级考试将从2013年12月考次起进行题型的“局部调整”。这让英语四六级考辅的相关策划、出版机构颇有些猝不及防。相当数量针对调整之前英语四六级考试的图书产品面临了不可避免的市场危机,这其中还包含一部分刚刚在六七月份才上市的新产品。但是这也给市场新象的产生带来了可能,甚至被预判为“这次考试改革甚至会成为细分市场重新洗牌的机会和驱动力”。在此情况下,相关机构迅速应对,对选题研发、产品线规划、市场推广进行重新布局。相关人士认为,改革后的考试不仅带来了新的市场变化和空间,还有望对教学产生新的影响。

链接:9月10日7版《英语四六级考试题型调整会带来一个新的细分市场吗?》。

大学社试水学术出版转型

眼前,传统学术出版正面临着转型升级的诉求,大学社等主要学术出版群体尝试在产业规律、市场规律中提升学术出版的生存能力、可持续发展能力。在数字技术和理念深入渗透出版,我国学术出版走出去的主客观条件日渐成熟等条件下,北京大学社、北京师范大学社、上海交通大学社、高等教育社等出版机构正在从数字化、版权贸易和市场推广等方面进行“转型”试水,并在经济效益和社会效益方面都取得了相应成效。此外,学术出版社的市场营销也经历着精细化、专业化、网络化的升级。

链接:11月15日1版《学术出版转型升级路径渐“摸门”》。

分销

行业标准 CNONIX 加快推行

《中国出版物在线信息交换》行业标准 CNONIX 标准经国家新闻出版广电总局批准于2013年6月14日正式颁布。CNONIX 标准是由全国出版物发行标准化技术委员会组织行业内具有影响的多家出版发行单位,历时三年时间编制完成的一项重要的基础标准,它确定了我传统出版和数字出版与出版发行业务相关的核心元数据,提供了出版物产品信息统一数据格式的技术解决方案。为了更好地支持 CNONIX 标准体系,中国出版集团公司牵头联合24家业内重要的出版、发行、信息技术服务单位,向全国新闻出版业各单位发出应用推广该系列标准的倡议书。根据产学研用相结合的原则,发行标委会又与湖南新华书店集团有限责任公司、北方工业大学、北京中启智源数字信息技术有限公司合作完成了《中国出版物在线信息交换标准应用示范工程》。中南出版传媒湖南省新华书店成为 CNONIX 行业标准的首家试点单位。

链接:8月27日2版《中国出版物在线信息交换》行业标准加快推行》,9月3日9、10版《第三届全国出版物供应链论坛 大数据时代出版发行行业走向》,11月5日2版《中南传媒启动 CNONIX 应用示范工程》。

民营教辅新品增多技术力渐显

2012年,教辅新政似乎被看作是民营教辅的“末日预言”,一时间唱衰论调此起彼伏。到了2013年下半年,诸多民营教辅商仍干得风声水起。与2012年相比,2013年民营教辅商几乎不再纠结政策,将其视为正常因素。零售教辅市场的竞争也更为激烈,出现了更多的市场化产品,近几年民营教辅商有意推广的新品也逐渐收获实效。在这个过程中,民营教辅商渠道不断下沉,服务终端读者和技术创新的能力也在不断提升。随着教材改版、教辅评议的逐渐广泛和规范,2013年,一些原本主攻系统订订的目录类教辅也加入零售类教辅的市场竞争中,加剧了原本十分激烈的零售教辅市场竞争。在零售类教辅销售中,不可不忽视的一点是中小型书店的倒闭潮仍在持续,这在一定程度上增加了民营教辅商的渠道成本。形势虽然严峻,不过在部分民营教辅商的表述中,2013年整体销售态势仍稳中有升,最让他们欣喜的是一些2013年或近几年持续打造的新品颇受市场欢迎。

链接:10月18日2版《民营教辅走出“2012”了吗? 正视竞争新品增多技术力渐显》。

新华书店网店销售进快轨

2013年下半年,包括深圳购书中心关门在内的消息再度引起关于实体书店未来的热议。与此同时,以电商为代表的图书网络销售模式正鼓劲而行。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,他们加快了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、线上线下的“互搏”、构建网店竞争优势等问题,也有了更深入的思考和更有效的做法。2013年,新华书店在入驻电商平台已取得较大突破,这也契合了时下火热的O2O潮流。部分新华书店还创造了优秀业绩,特别是在今年“双11购物狂欢节”中表现突出。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。

链接:11月19日5版《出版物电商“双11”火爆》,12月3日2版《巧借电商东风 新华书店网店销售进快轨》。

专业出版

出版商跨界结盟破壁垒

随着市场竞争的日益加剧,已经很难对一个企业或者一个品牌清楚地界定它的“属性”。对于身处文化创意领域的出版企业而言,“跨界合作”越来越普遍。天津凤凰空间与东方汉世联手打造设计俱乐部,磨铁图书营销推广牵手音乐界,重庆出版集团联合重庆餐饮、旅游发送美食及旅游代金券,广西科技社与化妆品牌的结合,人邮社与华安基金、验孕试纸厂商的合作,光明日报出版社与茅台集团、面包店的合作,吉林科技社与阿迪锅、北京科技社与烤箱厂的合作等。或与国际公司合作,或与行业部门协力,或与学术机构联袂,或与周边企业携手,都是营销手段与渠

道创新的有效实践。

链接:11月8日2版《出版商跨界结盟破壁垒》。

自媒体影响出版生态端倪初露

从Web1.0到Web2.0,媒介技术的更新换代及媒介融合进程的推进,人们正式步入移动互联网时代。移动终端的普及促进了阅读方式,更改变了阅读方式。在它的促进之下,从“浅阅读”到“自媒体”,无一不折射出快速、零散的现代生活特性。特别是“自媒体”,业已悄然影响着传统出版生态。出版社依托“自媒体”寻觅着选题、作者、译者等资源,并以“自媒体”为平台部署自身的独特的营销渠道;更多有意于写作与出版愿景的普通人也通过“自媒体”去“宣传”、“展示”、“交流”自己的能力,进而受到策划编辑、出版社的青睐,一跃而成职业出版人,而且这样的案例还不在少数,比如豆瓣用户兼豆瓣阅读作者月入数万的丁小云等。

链接:10月8日3版《自媒体影响出版生态端倪初露》。

出版企业实体经营多线开花

当前不少正处于成长期的出版发行企业,在各自的经营策略上都表现出了一定的普遍特征——扩大品种规模、深掘市场蓝海,在主营的出版业务之外,还精心挑选一些其他的非出版业务,采取多品种、多渠道和多市场的部署,积极投身到跨行业实体经营中去,不少出版企业借此还获得了预期的规模效益。比如河北新华除涉足学校、幼儿园、酒店、汽车、粮贸、装饰、超市等产业,发展势头良好;福建新华进军茶行业,并有意向瓷器、红木等相关文化产业布局;荣宝斋积极拓展艺术品投资市场,上海世纪出版集团依托朵云轩等发展艺术品、古籍等经营和拍卖业务;凤凰传媒、时代出版等在房产、贸易、物流、金融等都有涉及。而新华文轩、外研社、二十一世纪社、江西教育社等出击幼儿培训业务,广西师大社启动状元红艺术馆主营桂林鸡血玉,江苏美术社与南京大学社进军艺术培训市场,江苏文艺社进军影视,江西科技社开发生态游农庄等都是实体经营的有效探索。

链接:9月27日3版《出版企业实体经营多线开花》。

财经出版市场生变

2013年财经出版力量格局再起波澜。年初,由财政部授权,由中国财政经济出版社与经济科学出版社合并成立中国财经出版传媒集团,集团领导均任命完毕,并已完成工商注册。不独有偶,年初中国经济出版社启动整体无偿划转给中石化集团公司;11月,由中国人力出版社、中国劳动保障出版社和5家子公司组成的中国人力资源和社会保障出版集团有限公司正式成立。

与此同时,一边是中信出版社、机械工业出版社、广东经济出版社、北京大学出版社、东北财经大学出版社等专业社向大众化探索,一些大学社、其他专业社甚至文艺社却将目光转向了财经出版。比如华中科技大学出版社北京分社及其佳思漫团队即随后重组的大众分社,近年已在财经类普及读物和传记类等有所建树;浙江大学出版社联手蓝狮子财经出版中心的战略合作,共同开发面向市场的企业史和投资理财类图书,不仅使其财经类出版规模达到3500万码洋,随后还共同投资成立了杭州飞阅图书有限公司负责图书发行;而长江文艺出版社以拿下《货币战争4》作为进军财经图书至关重要的一步棋,随后也在财税类和投资理财类图书方面推出了不少产品。

链接:7月5日9版《财经出版市场格局生变》,2013年11月19日7版《中国人力资源和社会保障出版集团成立 三大战略致力产业升级》。

大众出版

网络文学启动新移动战略

2013年7月,中国网络文学出版平台盛大文学融资1.1亿美元,用于实现盛大文学新的开放战略和移动战略。从具体的战略上看,以盛大文学旗下起点中文网作为开放承载平台,让作者自主上架销售,包括自主决定上架、自主站内外站外促销并同样享有分成和奖励。未来,盛大文学平台还将向整个文学行业开放,接受各个出版社的非独家授权作品,面向更加多元化的内容,享有流量变现支持。针对作者收益,盛大文学将重塑起点中文网作者收益模式,连载订阅销售收入将通过“分成+奖励”的形式100%返还作者。

目前,自有移动互联网端,日活跃用户数已经超过500万,月活跃用户数超过3000万,来自于自有移动渠道的收入已经超过PC端收入。包括起点中文网