

# 中国出版传媒商报

(原《中国图书商报》)

2014年7月4日 星期五 第2054,2055期合刊 国内统一刊号CN11-0282 邮发代号1-217 国外代号D-4584



<p>中国广告主协会、 中国传媒大学广告学院、 中国人民大学公共外交研究院共同主办 <b>中国出版传媒商报</b>(原中国图书商报) 获评影响中国2013年度 最具传播价值专业媒体 唯一入榜的出版传媒类媒体</p>	<p>由中国广告协会刊分会 联合清华大学新闻与传播学院、央视CTR 等权威机构推选 <b>中国出版传媒商报</b>(原中国图书商报) 获评最具成长价值媒体十强 荣获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</p>	<p>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 <b>中国出版传媒商报</b>(原中国图书商报) 获评2010-2011中国品牌媒体百强 获评2011-2012中国行业报品牌十强 获评2013中国十大行业报</p>	<p>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 <b>中国出版传媒商报</b>(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中中脱颖而出 荣获2011中国传媒和思想界的全新华价值榜单 中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体</p>	<p>国新出版物发行数据调查中心主办、 中国期刊协会、中国报业协会共同主办 2009中国广告精准投放奖 <b>中国出版传媒商报</b>(原中国图书商报) 获评最受广告主广告青睐的行业报 与《中国汽车报》从中国百家部委行业报 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</p>	<p>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 <b>中国出版传媒商报目标——</b> 持续打造中国出版传媒第一全媒体传媒(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:010-88810715/27/29/3231</p>
---	---	---	--	---	---

## 2014全球出版业50强排行榜出炉

### 两家人围中国书企名次较上年大幅提升

中国出版传媒报记者 渠竞帆

培生、励德爱思唯尔、汤姆森路透、威科分别以93.3亿、72.88亿、55.76亿和49.2亿美元占据榜单前四。培生以其可观的盈利率保持榜首位置。企鹅兰登书屋和阿歇特图书出版集团分别以36.64亿美元和28.51亿美元的年收入位居第五第六。企鹅兰登书屋合体给书业带来不小的冲击波,但仍未撼动榜单前列的排序变化。企鹅兰登书屋因新增了企鹅2013年下半年的收入进账,另外与排名第24位的PRISA集团达成收购西班牙第二大出版商 Santillana 大众业务的协议,交易将在今年完成,这将使明年企鹅兰登书屋与第4名威科集团的收入差距缩小,与第6

名阿歇特图书出版集团的差距将进一步拉大。目前企鹅兰登书屋已成为有3亿西班牙语人口的美洲地区的第二大出版商。中国出版集团和中国教育出版传媒集团较去年分别前进8位和9位,分

列第14位和第21位,年收入分别为14.99亿美元和11.52亿美元。威辛巴特提到,中国的凤凰出版传媒集团和中南出版传媒集团股份有限公司,其收入可能包含印刷、媒体及其他业务的收入,因而未将这两家列入榜单。

阿歇特图书出版集团6月收购美国Perseus出版公司,将使阿歇特增强在大众出版领域的实力,哈珀·柯林斯今年春季收购禾林出版社,届时其年收入将达20亿美元,其名次将从第16位前进6位而跨入前10。此外,法国伽利玛出版社的母公司Madrigall集团,在2012年收购了弗拉马利翁(Flammarion)出版社,使该集团排名上升16名至第31位。俄罗斯的EKSMO集团收购AST集团,成为俄罗斯最大的出版集团,控制该国20%的市场份额,排名升至第45。而弗拉马利翁的前东家——意大利的RCS出版集团,名次上升了3位至第44位。(下转第4版)

中国出版传媒报记者 晓今 渠竞帆

“2014全球出版业50强排行榜”发布后,中国出版传媒报记者第一时间采访了有关各方,对榜单本身以及榜单所传递出的信息作了进一步的分析。

继入围“2013全球出版业50强排行榜”后,2014年中国出版集团公司再次荣登该榜,并且位次大幅提升——由第22位上升至第14位。对此,中国出版集团公司总裁谭跃表示,“这个排名只是一种现象,它反映的是中国出版在全球的上升趋势,揭示的是中国在世界上的影响力的扩大,也折射出改革给中国出版业带来的勃勃生机。和世界的差距,始终是我们的关注焦点,此时尤其甚。在企业化、市场化基础上的数字化、国际化,始终是我们意在心、有志有为的领域。这个排名是个动力,也是个压力。中国出版集团会更加努力,为文化强国,为中华文化的国际影响力而努力!”

中国出版集团近两年在出版主业上所做的战略布局和战术动作,正在显现出成效。据记者观察,中版集团2013年营业收入突破90亿元大关,同比增长30.87%,又是以增幅较2013年大幅提升的关键,而高速增长的根本驱动力,在于内容创新战略。该集团自2013年召开内容创新大会以来,围绕“内容创新十策”动作频频:推出“中版好书榜”,创办全国经销商大会,培训骨干编辑和优秀营销人员,以商业化手段运营读者大会,加大对荣获国家级奖项的图书和畅销书的表彰力度……2014年,又以做响主题出版、做强优势板块、做大少儿出版、做开教育板块、做实出版管理为重点,进一步增强内容生产的竞争力。

记者还了解到,为增强国际传播的竞争力,扩大在国际出版业中的影响力,中版集团2014年正在加强版权资源积累与开发、扎实推进《中国近现代文化经典文库》(英文版)等重大“走出去”项目、整合翻译资源、探索建立数字化国际营销渠道、完善“走出去”工作机制等方面的工作,意在逐渐做开海外市场格局,实现近期“做响”的目标。

中国教育出版传媒集团已多次入围,且位次连续提升。中国教育出版传媒集团党组书记、总经理李朋义在接受记者采访时表示,观察榜单,一方面要看到三个“利好”:一是中央文化体制改革决策的正确,激发了文化企业的活力,特别是中国出版集团、中国教育出版集团的入围,表明国家集中资源、资产和出版实力,打造出版国家级主力舰队参与世界文化竞争的产业战略布局,已经显出实效。二是入围的中国出版企业排名相对靠前,表明其在文化体制改革中发展了自己,综合实力持续提升,规模不断扩大,效益逐年提升。三是中国出版企业近两年的排名每年都有提升,也从一个侧面反映出金融危机给国际市场带来的影响还在延续,而这恰恰是中国出版企业抓紧发展的契机。另一方面要看到三个“问题”:一是产业规模上,中国的出版企业与榜单中位居前三甲的国际出版大鳄相比,规模还相去甚远,想要真正在国际竞争中发挥影响力、赢得话语权,任重道远。二是整体效益上,中国出版业的效益主要还是依靠教材教辅,产业布局仍不够合理;同时数字化的水平太低,部分国际出版巨头数字化收入占比已达80%,而中国出版业的数字化占比远低于此。三是产品质量上,目前中国出版物的品种总量多,但有世界影响力的品种少,亟待改观。

作为“全球出版业50强排行榜”的制作者,奥地利咨询顾问鲁迪格·威辛巴特在接受本报记者专访时表示:“榜单中的收入包括出版和发行(批发)的收入,不包括图书零售、其他媒体业务、印刷、报纸等的收入,如培生的收入中不包括《金融时报》的收入。”他指出,“我们也希望与其他的出版集团直接讨论这些重要细节,为明年的排行榜作准备。我将参加今年8月的北京国际图书博览会,希望能够与这些集团展开对话。这是直接对话的最佳时机,可以为明年的工作获得尽可能优质的数据。”如果能区分出这些集团的主业收入,预计明年将有更多的中国出版企业进入榜单。

威辛巴特认为,在全球书业发生变化的时代,这样一份榜单很有参考价值,而且有许多公司都在使用这个榜单。8年来持续做排行榜,每年都需要作出改进,他非常了解其中的复杂性,“因此最好的方法是与这些公司直接对话,非常平等地对话。对于所有直接向我们提供详细信息的公司,我都深表感谢。我对中国领先的出版集团很有信心,像其他国家的书企一样,中国的书企也将收获果实。”(下转第4版)

# 或有更多中国出版企业上榜

### 出版界学习宣传习总书记系列重要讲话精神

中国出版传媒报 出版界学习宣传《习近平总书记系列重要讲话精神》座谈会7月4日在京举行。国家新闻出版广电总局党组书记、副局长蒋建国,国家新闻出版广电总局党组成员、副局长孙寿山,中宣部出版局局长郭义强等参加。国家新闻出版广电总局出版管理司司长吴尚之主持会议。百余名在京出版单位负责人参会。

中国出版集团公司党组书记王涛,人民出版社社长黄书元,学习出版社社长董俊山,北京发行集团党委书记、董事长李湛军,解放军出版社社长姚计军,中国社会科学出版社社长兼总编辑赵剑英,外文出版社社长徐步,民族出版社社长禹寅熙分别介绍了研读体会和《读本》对工作的指导意义。正如王涛所说,“《读本》为全党全国提供了新时期统一思想

推进工作的科学指南,为全面深化文化体制改革、建设文化强国提供了科学指南,对做好中国特色社会主义和中国梦的主题出版提供了范例。”

蒋建国要求高度重视《读本》的学习宣传发行工作,真正做到在认识上高一筹、在学习上深一些、在应用上先一步。一是要学习应用好,坚持学以致用、用以促学,联系实际,围绕问题学;二是要宣传推介好,传统媒体、新兴媒体相结合,坚持“三贴近”,践行“走转改”;三是要发行服务好,及时把《读本》送到广大干部群众手中。郭义强提出四点希望:学思结合,深入思考;融会贯通,全面把握;不负重托,践行使命;求真务实,提高水平。

据了解,由学习出版社、人民出版社出版的《读本》自6月23日出版后,全国已发行逾200万册。(穆宏志)

### 《中印文化交流百科全书》展示中印文化交流史

中国出版传媒报 中印文化交流研究领域首部兼具查检功能和系统学习功能的大型学术文化工具书——《中印文化交流百科全书》中英文版日前面世,中国国家副主席李源潮、印度副总统穆罕默德·哈米德·安萨里出席6月30日在京举办的出版发布会,并为该书首发揭幕。国家新闻出版广电总局局长蔡赴朝主持发布会,国家新闻出版广电总局副局长郭书林、外交部副部长刘振民、中国出版集团总裁谭跃、印度驻华大使康特出席。

据了解,编纂《中印文化交流百科全书》,是2010年12月时任中国国务院总理温家宝访问印度期间与印方确定的两国重大文化交流项目,两国数十位中印文化交流研究领域顶

级专家参与编纂。该书由中国大百科全书出版社出版。全书以800条目为主体,对2000多年来中印两国的贸易往来、科技交流、佛教交流、哲学交流、语言学交流、文学交流、艺术交流、民俗养生健身交流、交通交流、外交往来、学术交流等方面进行总结与描述,内含4000多个知识主题,约110万字,配图1300多幅,是对中印文化交流史的全面系统总结,是中印两国文化交流与合作的新成果。

国家新闻出版广电总局进口管理司司长张福海、巡视员陈英明,中国出版集团副总裁李岩,中国大百科全书出版社社长龚莉,《中印文化交流百科全书》联合编审委员会中方委员薛克翹、葛维钧、刘建、姜景奎等出席发布会。(辛文)

### 祖国大陆书展暨出版基金成果展12月台北举办

中国出版传媒报 为了巩固两岸出版界交流成果,扩大合作,第15届祖国大陆书展将于2014年12月11日~18日在台北举办。书展期间,还将举办出版基金成果专题展,除重点向台湾人民展示和宣传近年来国

家在出版基金方面所取得的重要成果外,还将举行系列出版交流活动。祖国大陆书展暨出版基金成果展由中国出版协会和国家出版基金规划管理办公室共同主办,中国图书进出口(集团)总公司承办。(宋)

### 2014暑期卖场精品导购专刊

暑期卖场精品导购

2014暑期卖场精品导购

暑期阅读什么 P22-23

教师暑期进阶选书秘笈 P26

经典教辅回顾 追忆读书时光 P27

精彩导读

中版集团举办营销恳谈会,与13家省市新华纵论深合作 P2

少儿出版人大智汇 创新发展路大交流 P6

2013年度江苏省居民阅读状况调查主要发现 P9

文创产品进书店个性化吸引眼球 P13

### 首届中国读友读品节 卖场营销策划案评比启事

4月23日,中国出版传媒报主持策划和发起、由活动组委会及千余家机构共同联合办的、以“读友有礼,阅读有礼”为主题、为期一月的首届中国读友读品节正式拉开帷幕,受到了世界的广泛关注,108种指定读品和100种推荐读品书目,更是格外引人注目。在活动即将结束之际,适逢端午节、六一小长假,为更好地服务书店,满足广大小读者需求,中国出版传媒报更是启动推出了“首届中国读友读品节(第二波)”,在原有208种读品名单(含童书48种)的基础上,增加61种儿童书单,并将活动顺延至6月8日。

首届中国读友读品节自启动以来,全国有500余家书店积极参与,各大书店通过码堆、推出营销活动、制作专题海报等多种形式,对首届中国读友读品节及书目进行了宣传、推广,取得了广泛的反响,也有效促进了店面销售。为回馈广大书店的厚爱,主办方中国出版传媒报与组委会特向参与活动的书店征集最具创意的码堆、营销活动、专题海报设计和销售能手等4项反馈信息(以文字、照片形式回复联系人),并设立同名4大奖项若干,组委会将根据评选结果予以公布报道、展示;颁发证书并予以适当奖励。

截止时间:7月22日 联系人:倪成 王少波  
010-88817691-2334/2342 113363923@qq.com 445413089@qq.com

欢迎点题 欢迎投稿 欢迎提供线索  
新闻热线:(010)88817702

中国出版传媒报及其网站、电子报享有本报文字及图片版权,未经许可不得转载,本报保留一切法律追究权利。

总编:李岩 副编:葛维钧 编辑:丁文峰

距第24届全国书博会还有28天