

庆“七一” 中版集团捐书延安东关小学

中国出版传媒商报(记者 叶兰珊)7月1日中国共产党建党93周年之际,革命老区延安东关小学的师生开心地收到了来自中国出版集团公司及旗下人民美术出版社、人民音乐出版社捐赠的图书。这批图书及电子音像出版物共460套,总价值50万元。其中包括人民美术出版社出版的《百种红色经典连环画》230套,人民音乐出版社出版的《国韵华章》DVD光盘230套。

中国出版集团公司总裁谭跃,副总裁王俊国、李岩,陕西省新闻出版广电局副局长陆柯仑,陕西新华出版传媒集团副总经理盛义军,人民美术出版社社长汪家明,人民音乐出版社党委副书记周群及陕西省、西安市、延安

市有关部门领导,陕西人民教育出版社、陕西人民美术出版社等单位领导出席捐书活动。

《百种红色经典连环画》是人民美术出版社为纪念中国共产党成立90周年推出的一套思想性、艺术性、可读性俱佳,全面反映中华民族百年奋斗历史和中国共产党90年辉煌历程的精品力作,是一套进行革命传统教育的优秀连环画,以读图的形式再一次表明中国共产党的发展历史是中华民族复兴的历史,是无数中华民族优秀人物为民族解放事业前赴后继、英勇奋斗的英雄史;人民音乐出版社出版的《伟大的音乐·国韵华章》曾入选《辉煌历程——庆祝新中国成立60周年重点书系》,梳理了中国民族音乐的经典,展现出中国音乐文化的内涵和轮廓,让读者透过音乐领略博大精深的中国传统文化。这两套精品图书欣赏性和教育性兼备,对于培养学生品德修养、提高学生综合素质、积极引导孩子培育和践行社会主义核心价值观具有极大的推动作用。

中版集团举办营销恳谈会,与13家省市新华纵论 出版新生态 社店深合作

中国出版传媒商报记者 郭虹 金霞

新格局条件下的社店合作对接

王涛指出,在新的形势下,社店关系已经从让利互惠向共生共荣转型,社店合作要探索全方位、多形态、大纵深的合作模式,不仅在渠道、物流、营销上,还要在内容生产、品牌经营、资本运营上加大合作力度。

面对图书市场环境的变化,有人说“内容为王”,有人说“渠道为王”,江苏新华发行集团董事长孙真福认为,只有二者深化合作、相互融合,才能实现互利共赢、持续发展。他说,江苏新华近两年不断优化“社店通”数据平台,上联供应商,下通销售终端,提供网上新书发布、营销信息共享、发货对账、库存查询、销售查询等功能,促进整个供应链高效运转。

谈到社店合作的具体方式,青岛新华书店有限责任公司董事长袁淑琴表示,出版集团应扩大品牌影响力,重视营

销机构的设置,与书店共同开发新品种,利用好微传播传送平台,有计划地在媒体上投放宣传,在数媒产品上抢占先机,在供应价格上与网店接近等。

江西新华发行集团连锁公司副总经理曾瑞生认为,在互联网和移动互联网时代,体验营销是营销转型的重要方向。体验营销是以消费者为中心,通过对事件、情景的安排以及特定体验过程的设计,让消费者在体验中产生美妙而深刻的印象。他说,社店营销合作应向体验营销发展,多组织一些作家、学者的

新生态环境下的升级转型

面对当前各地发行企业信息数据平台自成体系的现象,与会者发出倡议,建立统一的出版物信息行业标准,推动全国性信息数据平台的建设。针对一些图书定价虚高、电商低价促销、恶性竞争等乱象,与会者呼吁社店要联合起来,推动主管部门完善图书定价机制、规范图书发行折扣体系,加强行业自律,营造公平有序的市场竞争环境。

谈到新的产业生态环境,商务印书馆总经理于殿利认为,生产方式虽然在变化,但纸质出版和数字出版两者会相互促进;销售方式虽然在变化,但传统地面店和新型电商两者会长期并存;而服务方式的变化,则要求改变等客上门经营方式。读者需求的新变化则体现在,读者对产品形式的需求变化,他们会同时购买纸质书、电子书、数据库等;体现在读者角色的变化,增加了参与性和交互性;体现在读者对服务要求的变化,即专业化、精确化、细微化。另外,产业秩序的新格局也正在形成,包括数字出版以及销售领域的乱象依然存在,这些乱象会破坏传统产业的秩序,侵蚀产业发展的未来。于殿利表示,目前,文化发展已经上升为国家战略。农民市民化、市民知识化,对文化产业是一个极大的机会。在新的形势下,作为文化产业的重要内核,出版产业有着不可替代的作用。因此,社店应确定新的战略合作方式,真正把价值创新作为维持生命的手段,包括产品产业、信息传播、服务方式等方面的价值创新。

谈到书价,中华书局副总编辑顾青认为,书业价格体系乱象已经持续了很多年,作为实行固定价格体系的中国书业,折扣应以协议的方式固定下来,出版商定价时应保证产业链中各方利益,各方则应遵守市场交易规则。他说,目前这方面我国的

监管缺位,折扣战中没有一个赢家,包括网店,对读者也是终极伤害。他呼吁由政府出面强力介入,进行价格体系的监管,特别提出需要立法解决。

三联书店总经理樊希安认为,开办24小时书店,要找到读者需求,适应读者需要,这样开书店的社会效益和经济效益就可以统一。

新生态环境下,小出版社怎么办?现代出版社社长臧永清提出精品化、精细化以及领先策略。就像现代社的青春文学、音乐书以及城市绘本等,都是在小领域里领先的例子。

我们是否真的要一步跨入大数据?我们的小数据做好了吗?广州新华出版发行集团股份有限公司董事长沈育明的疑问引起了与会者的共鸣。他以广州购书中心为例说,目前购书有10多万会员,相对于大数据来说,这个数据算小的,但就算是这些已经有的小数据,我们是否充分挖掘了?我们真的掌握了会员的消费习惯吗?我们是否了解他们翻阅过什么书,咨询过什么书?我们是否知道他们关联购买的潜力?我们是否掌握他们的消费心理?未必尽然。对于实体店来说,虽然大多数都有自己的信息管理系统,但这系统过去一直都是满足于图书的进销存退等业务,随着书店尤其是大书城逐步转变为一个多元文

字售、讲座、文化沙龙等活动,这些活动互动性好、现场感强,不仅可以拉动销售,而且对培养读者的忠诚度,形成成熟稳定的读者群非常有利。江西新华近年来非常重视体验营销,并且通过与出版社合作,培育了一些具有较强影响力的营销品牌。比如与二十一世纪出版社合作打造的“暑期读一本好书”系列活动已经开展了数年,2013年活动期间图书发行码洋超过600万。目前,出版社还应加强向书店推荐好书的营销工作。山东新华书店集团有限公司总经理刘文田说,93家出版社向山东新华45家书店提供有效品种推荐书目做法,收到了非常好的效果。据统计,推荐品种的销售达到了其他品种销售的数倍。人民文学出版社社长管士光也希望书店更多关注精品书,慎重选择同质类产品。同时加强重点项目的合作,推动总体营销。

化产品的销售综合体,我们的系统对客户数据的搜集和挖掘能力就显得捉襟见肘了,我们的小数据还有很大的发展空间。因此,我们应该先升级,后转型。比如,提供网络服务和数字图书阅读器服务的新模式对图书馆来说就迫在眉睫。

而上海“新华e店数字图书馆综合解决方案”正是在这样的背景下产生。新华e店数字图书馆是通过数字技术将各种信息资源进行存储。上海新华传媒连锁有限公司副总经理吕瑜表示,为保护数字资源的知识产权不受侵犯,他们自主研发设计了“新华e店数字内容版权保护系统”(简称:DRM系统)。DRM系统结合了经典的对称和非对称密钥模型对数字内容进行加解密和签名,并在客户端和服务端设计了部分安全协议;结合多终端设备绑定机制,通过网络服务平台根据用户发出的下载阅读请求动态地对数字图书进行加密和封装,或预先根据一些原则对数字图书进行加密和封装,随后分发给指定的用户,从而实现了对数字内容的权限管理。

无论升级还是转型,首先要清楚自己的定位。浙江省新华书店集团有限公司副总经理吕存周认为,在一个发行集团中,省店的定位应该是规则的制定者,要做好裁判员,服务好上下游;而基层店的定位是根据地,是销售增长的关键,是集团持续发展的根本,应扎扎实实地开展工作。

谈到升级和转型,三联书店24小时书店的经验,受到与会者的关注。樊希安介绍说,运营两个半月,书店的功能发生了明显变化,从文化风景线变成城市文化地标;销售业绩不断提升;书店影响力也日益显现,不但点亮了周边夜商业,还带动了各地24小时书店的相继开业,促进了全民阅读。

中国出版协会组建民营工作委员会 服务民营出版业

中国出版传媒商报(记者郭虹 王茜)6月29日,中国出版协会民营工作委员会成立暨第一次会员代表大会在国家新闻出版广电总局召开。中国版协民营工委以顺应出版业的发展需要,服务会员为宗旨,将积极发挥中国出版协会的桥梁和纽带作用,通过中国出版协会,向政府反映行业诉求,维护会员权益和利益,与政府进行交流沟通,服务于民营出版业发展的需求。

会上,中国版协民营工委首批会员231家,选举产生了55家常务理事单位,91家理事单位,15家主任、副主任单位。山东世纪天鸿书业有限公司董事长任志鸿当选中国版协民营工委第一届理事会主任。记者发现,中国版协民营工委的成员单位涵盖整个“大出版”的概念,既包括世纪天鸿、江苏春雨、磨铁图书、上海钟书等传统图书策划、发行企业,还包括印刷领域的盛通印刷,新媒体领域的俏佳人传媒,数字出版领域的中文在线、盛大文学等,以及物流、分销领域的企业。中国版协民营工委成立后将聚集更多的行业资源,促进全行业民营企业的转型和提升,并着重完善出版专业化的服务体系。据统计,目前全国除教材由国有出版社专营外,其余品种民营公司占据了50%~80%的市场份额。而高速发展的互联网时代,数字出版的普及和成熟为出版行业提出了新的发展需求。民营工委作为代表中国民营出版企业的社团组织,将推动“大出版”全领域的发展,并对中国出版业的新媒体转型做出贡献。

中国出版协会常务副理事长兼秘书长刘建国指出:民营工作委员会的成立是民营出版从业者的一件大事,也是中国版协进一步为行业和会员单位服务,全面贯彻落实党的十八大及十八届三中全会精神,促进出版业民营企业繁荣发展的重要举措。他说,在出版业深化改革发展的过程中,民营工作委员会的成立是顺势而生,恰逢其时。他认为,民营工委应全心全意为行业和会员单位服务;发挥民营企业推动出版业发展的重要作用;为民营企业创造良好环境;抓住机遇,迎接挑战,实现目标;发挥自身特点,积极主动开展工作。国家新闻出版广电总局人事司副巡视员王彤则表示,版协民营工委应遵纪守法,规范运营;精诚合作,提升自我;抓住机遇,用好资源;培养人才,激发活力。

新当选的版协民营工委第一届理事会主任任志鸿在工作报告中介绍了民营工委的几项工作:第一,打造沟通和宣传平台,提高民营工委影响力。第二,反映会员呼声,争取政策支持。第三,开展行业调查研究。第四,加强对内对外交流,组织召开行业研讨会,组织参加行业展会,开展行业培训,为会员单位提供研讨交流平台。第五,维护会员权益,推动行业自律。第六,提高民营书企人积极性,扩大会员范围。

新数据平台下的营销模式创新

“营销恳谈会”上,中国出版集团副总裁李岩介绍了中国出版集团近期推出的《妈阁是座城》、《钱钟书手稿集》、《历史的脚脚》、《中国少年儿童百科全书》、《百年佛缘》等54种优秀图书,并代表中国出版集团与13家省市新华发行企业签署了战略合作协议。协议要求双方以出好书、发好书为共同宗旨,打破出版发行上下游、不同隶属关系、不同地域的诸多限制,谋求更广阔的合作与发展空间;以创新的姿态打造出版营销合作双向一体平台,努力形成出版运营到营销发行的全方位互动合作链。双方并建立古籍精品书店、文化创意专营店等达成了合作意向。

湖南省新华书店有限责任公司董事长秦玉莲认为,社店合作在大数据、大平台、大渠道建设上可以做更多努力和探索。比如中版集团可以用现有品牌形成大数据思路,实现载体的大平台化,同时加强与全国新华书店的合作,建立大渠道。目前,江苏新华正在构建“大中小特”的网点体系。孙真福提出,可以尝试在文化MALL中开设中版集团“店中店”,在具备条件的中心门店逐步开设中版集团专架、专柜,并探讨以多种形式合作建设一批精品特色书店。会上,新华联合发行有限公司副总经理叶冰以物流业务合作促进书业升级转型介绍了新华联合物流中心项目与社店合作新方向。

作为2014年南国书香节的主宾馆,中国出版集团还与广东新华发行集团就2014年南国书香节主宾馆筹备暨业务合作进行了交流。广东新华发行集团总经理蒋鸣涛介绍了南国书香节的特色创新以及对产业的提升带动,并提出社店联手推动全民阅读。

安徽新华发行(集团)控股有限公司采购销售部副总经理吴国栋、福建新华发行集团副总经理刘子华、深圳出版发行集团副总经理何春华、广州购书中心总经理白宜纳以及湖北省新华书店(集团)有限公司的代表等13个省市新华发行系统的20多名负责人参加会议。中国出版集团公

司出版部主任张贤明、人民文学出版社社长李春凯、中国大百科全书出版社社长刘晓东、中国美术出版总社副总编辑欧京海、人民音乐出版社党委副书记郭文山、中国对外翻译出版公司副总编辑吴良柱、东方出版中心总编辑李智平、现代教育出版社社长仇正伟、中国民主法制出版社社长肖启明、荣宝斋出版社社长曲刚、商务印书馆国际有限公司总经理胡中文、天天出版社社长张戈辉、中国图书进出口广州公司总经理栗淑萍、中国出版传媒商报常务副总编辑伍旭升等中国出版集团所属17家出版单位主要负责人及发行部主任30余人参加会议。

2014中国数字出版年会

大会主题:融合、发展:互联网与新闻出版业的对话
时间:2014年7月14日-16日(14日报到)
地点:北京国际会议中心
主办:中国新闻出版研究院
承办:中文在线
中国新闻出版研究院希普思文化公司

- 大会内容
- 2014中国数字出版年会主论坛
2014中国数字出版年会分论坛
 - 圆桌会议
(1)2014省级数字出版转型示范工作圆桌会议
(2)2014国家数字出版基地建设发展圆桌会议
 - 2014中国数字出版产业年度报告
 - 2014新闻出版单位数字出版转型报告
 - 2014数字出版新闻发布
 - 2014数字出版交易签约

大会要点

中国数字出版年会是我国唯一以促进数字出版产业发展为目的的全国性产业大会。政府领导,国内外数字出版专家,互联网CEO,出版集团、报业集团、期刊集团、出版单位及数字出版企业、数字出版企业高层将在主论坛发表主题演讲;出版单位、互联网企业、数字技术企业及重要机构将分别主办分论坛并演讲展示新技术、新成果、新方案;届时,国内外出版机构、互联网企业、数字技术企业和客户高层将云集大会,洽谈合作,共商发展。

大会安排

- 7月14日全天(18:00前):与会代表报到;
- 7月15日上午:开幕式暨国家新闻出版广电总局领导主旨报告,产业年度报告发布,互联网高层、新闻出版业高层对话;
- 7月15日下午:主论坛;
- 7月16日上午:主论坛;
- 7月16日下午:多个分论坛同时举行;
- 7月15日-16日:数字出版新闻发布、交易签约;
- 7月16日18:00:大会结束

参展参会

新闻出版广电局、出版集团、报业集团、期刊集团、发行集团、数字传媒集团、出版社、报社、杂志社、数字出版企业、互联网企业及有关单位可报名参加;

在京各图书、报刊出版单位,国内外数字出版企业、港澳台有关机构参会可组团参加也可分别向组委会秘书处报名。各单位参会代表名单于2014年6月30日前报组委会秘书处。

组委会秘书处
中国新闻出版研究院产业发展咨询中心
地址:北京丰台太平桥西里38号楼715、710室
电话:(8610)63452270 63271963
传真:(8610)63271903 63271962
电邮:cipsxps@126.com
官网:中国数字出版信息网
微博:中国数字出版博览会