

## 中国发协与我国台湾发协在京交流

中国出版传媒商报讯 近日,中国书刊发行业协会会长杨牧之与我国台湾图书发行协会新任理事长罗爱萍一行在京座谈交流。杨牧之指出,两家协会近年来往密切,共同组织开展了一系列业务交流活动,譬如2009年的“两岸美术图书展”和“海峡两岸书刊发行暨物流研讨会”;2011年6月,中国发协组织50余人对台湾地区出版物发行及物流企业进行了考察和业务交流,期间举办了“两岸书刊发行物流研讨会”;2013年9月,两个协

会共同举办了“2013年两岸出版物(版权)交易会”等。他希望,两家协会继续开展各种交流活动,为双方会员单位搭建交流平台并提供服务,促进两岸出版发行业的共同发展。

罗爱萍对两个协会近年密切合作的突出成效持肯定态度,并对协进会前两任理事长李振善、杨克齐的工作表示了感谢。她表示,她将带领协进会新一届理事会成员,继续加强与中国发协的联系,为两岸业者进行业务交流和研讨搭建平台、提供服务。中国发协副会长兼秘书长吴修书,台湾文房文化事业有限公司董事长杨玉清等参加座谈。

(小方)

## 新华集团三大转型三大气象

■中国出版传媒商报记者 张攀

如今,新华发行集团既要稳定教材教辅市场,又要在门店改造、校园书店布局、一般书销售、多元产品经营上下功夫,还要兼顾网销、数字教育、文化消费等新业务领域。虽头绪众多,各新华发行集团在2014年的前三个季度依然交出出色的成绩单。进入第四季度,他们在已有成绩的基础上,以持续抢抓三方市场热点为发展契机,在出版物供应商向综合文化服务商的转型上更趋深入。



## 从图书卖场到快消品集中地

2014年第四季度,各新华发行集团的门店改造工作继续推进,仍以文化Mall、文化消费为关键词。江西新华发行集团今年要完成南昌红角洲文化城、老福山门市、时代图书广场以及旗下30家县级中心门店的改造。前不久,慕佳咖啡屋正式在江西新华文化广场图书城开业,书香咖啡香融一体的消费体验受到当地读者好评。

同时,新华发行集团也在第四季度抢抓校园书店建设进度。湖南省新华书店有限责任公司年初确定到年底要建成200家校园书店,目前已完成大半。河北省新华书店集团则朝着新建50家校园书店的目标持续迈进。广东新华发行集团股份有限公司正有条不紊地在省内建立更多富于个性书店范儿的校园书店。

借助门店改造和校园书店布局,新华发行集团意欲紧抓区域市场,服务区域读者,提供更好的文化消费体验。这也为他们正积极开展的O2O业务提供了便利,尤其校园书店直面师生的特性使得它们更易成为O2O的突破口。

## ●观点

新媒体营销着力媒体、读者定位

无论出版社,还是书店,受限于规模、历史习惯等因素,如今的营销往往还侧重使用传统手段,这已不能很好地适应新媒体快速发展、个性化阅读需求猛增的情况。笔者认为,新媒体的蓬勃发展既带来了图书内容的革新,也给传统的图书营销模式提出新课题。如今,媒体愈发多样,营销方式也要有相应改变,其中最重要的一点即是要利用好新媒体营销平台。

整体来看,使用新媒体营销要选择更精准的推广方式,使推广效果最大化,成本投入最小化。这首先需要出版社和书店做好不同新媒体的使用定位。微博、微信等新媒体并不意味着营销信息投放量变宽,而是要更加准确地选择新媒体,了解各自不同受众群体的特征(譬如微信更适合点对点深度传播),以此为据组织营销内容,有的放矢。

其次,要结合新媒体受众群体的特征做好读者定位。图书的细分时代早已来临,新媒体的受众也一直呈现愈发细分的态势。与图书细分不同,新媒体受众群并不强调年龄区别,更多的是以志趣和爱好来结成不同群体。因此,出版社和书店要充分做好图书细分和新媒体受众群细分的结合,实现信息投放效率的最大化。这里,出版社和书店不妨选择一些有影响力的自媒体来进行合作。自媒体因各自的专业素养和某方面的知识受到关注,人数不多却极有影响力和号召力,关注和参与的人群目标明确,很容易转换成购买力。

众多新华发行集团第四季度的工作均强调了这一点。广东新华继续深化今年重新改版上线的“拓博网”与校园书店的互通,并通过微信公共平台定期向学校推荐好书,收效颇佳。通过校园书店的建设,积极探索教材教辅、一般图书征订和文化用品销售的线上平台建设,新华发行集团希望能形成实体书店与线上门店互动、无限抵近终极受众的经营模式,建立连通线上线下、覆盖省内各城乡的市场网络。

在网点升级的基础上,新华发行集团在第四季度继续做好营销创新,普遍在“十一黄金周”收获颇丰。值得一提的是社店合作不断走向深入,这成为新华发行集团抵抗网络销售冲击的一大法宝。上海新华传媒股份有限公司今年已与多家出版社围绕头部图书开展有针对性的合作,双方共同制定专项奖励政策,充分挖掘主渠道优势,收效颇佳。

图书之外,新华发行集团第四季度都在积极推进多元产品经营再创新高。在各集团2014年的半年业绩中,多元产品是一大亮点。与往年有所不同的是,他们今年多侧重引进、打造“快消”特性突出的多元产品。湖北省新华书店(集团)有限公司欲在接下来的三个月大力推进“新华名酒汇”、“晨光生活馆”建设,同时积极发展“新华崇文”办公用纸业务。湖南新华的数码产品销售则以近3倍的速度增长,首涉进口酒类产品的华章国际贸易公司,业务量也在稳步增长。

通过多年门店改造和网点布局,新华发行集团在“快消品”上更具销售优势。具体来看,新华书店作为主渠道在区域市场具有不可代替的地位,拥有较好口碑,长期促销图书积累了丰富的经验。在此基础上,通过有意识地引进契合文化消费的多元产品(多为同类产品中的品牌产品),打造辨识度较高的传播体系(江西新华统一标识、跨专门区域打造“晨光生活馆”),往往收获不错效果。

## 从图书电商向综合电商转变

从新华文轩出版传媒股份有限公司、浙江省新华书店集团公司等在网络销售上的实践和效果来看,新华发行集团在网络售书上大有可为。为此,浙江新华延续前三个季度的做法,继续完善

博库网平台建设和联运机制,提升博库网品牌效应。

为扎实推进图书电商转型,不少新华发行集团选择重新出发,成果正逐渐体现。广东新华“拓博网”在今年世界阅读日全新改版上线,以“最全教育产品线”为经营特色,全力打造成为教育图书品种最全的网上新华书店,建设涵盖教辅、教材、考试、培训和教学等全方位的教育产品线,服务幼教、义务教育、大学、成人教育、职业教育等教育领域。河南省新华书店发行集团酝酿已久的“云书网”也终于上线,并在今年的全国图书交易博览会等展会上成为焦点,得到多方关注。安徽新华发行集团所属的新龙图公司与新加坡友联书局合作成立新龙图(新加坡)贸易发展有限公司,并搭建“来买网”这一海外电子商务平台,现已有15万种现货、80万种在线图书供应。

如今,新华发行集团尝试从单纯的图书电商转向更加多元的综合文化电商。今年年初,上海新华传媒电子商务有限公司与当地某金融机构达成协议,定期为后者举办形式多样的文化服务。今年下半年,该公司不断推出具有金融企业文化特色的精准营销服务,在单纯的卡片销售外,有针对性地提供海外游学咨询、教育培训、演出票务、旅游等业务,丰富了金融与文化融合发展的新模式和新途径。

各集团视所在区域市场的不同,瞄准不同方向转型电商。河北新华给自己贴上了一个生鲜电商的标签。他们与北青传媒股份有限公司合资搭建了农产品电商平台——采采网,旨在为京津冀地区的城市中高端人群提供石榴、菊花茶、红枣、核桃等高养生价值的特色农副产品。河南新华“云书网”专注提供专业化、差异化、个性化的出版物网购和创意文化服务;安徽新华“来买网”迈出了安徽新华冀图打造国内最大的海外图书销售平台的第一步;广东新华“拓博网”借助服务“大教育”与其他电商展开差异竞争。

他们表示,这些网站目前发展状况良好,未来将专注已有定位不断推进发展,不过道路仍然漫长。对此,他们保持耐心,围绕生鲜电商、大教育、海外图书销售等概念做垂直电商,不是一味求大求快,而是有意识地将精力先放在区域性电商的打造;利用长期从事图书发

行的经验和省内为数众多的网点,新华发行集团有意找准定位、明确特点,挖掘一种“人无我有、人有我优”的优势。

## 从数字产品销售到全产业链参与

数字化是新华发行集团转型发展的必然趋势和重要支撑。过去的三个季度,各集团的数字产品销售均有不错收获。湖南新华大力抢抓国家推进“三通两平台”建设的契机,积极参与相关项目竞标,中标率同比大幅提升,仅上半年就中标近70个项目;对“天闻”点读学习笔和教师笔进行产品升级,已于秋季投放市场,前景看涨。河北新华将数字化视为集网络化信息体系建设、服务和内容推送平台建设、数字化教育产品推广营销、本地化电子商务、数字化人才队伍培养等为一体的系统化工程。在已有成绩的基础上,他们第四季度继续以“E周云学习平台”等重点数字化产品推广为抓手,积极拓展渠道,狠抓客户资源,加速实现从传统产品供应商向数字化产品运营商的转变。

新华文轩、安徽新华、江西新华等亲身投入数字产品打造,积极构建数字教育生态圈。从他们上半年业绩和下半年工作重点来看,数字教育业务占据相当分量。新华文轩的“优课”教室现已进入全国6000所学校的10万间教室。安徽新华旗下的皖新金智则已完成了数字教育服务平台的搭建,并不断深挖安徽省内中小学校的购买潜力,以学习多媒体设备采购为主,辅以少部分软件开发,在推广校园信息化和多媒体教学上的前景为不少投资机构看好。江西新华的业态调整重点转向互联网和移动互联网领域,以“师生人人通”项目为基础,与IBM、江西移动等公司合作打造“智慧教育云平台”。

利用旗下类型多样、数量众多的网点,以及与各级教育部门和众多校长期建立的良好合作关系,新华发行集团构建起一张直面学校和师生的销售网络,可以迅速地将数字教育产品推到第一线。为此,河北新华、安徽新华、山东新华等实行全面责任制,按照各地学生数量将销售任务层层分解,落实到各市、各部门和各个业务员身上,再辅以明晰的奖惩措施,最终很好地调动了传统书店推进新业务的积极性。

陕西新华发行集团在年初将数字化产品销售作为年度重点经营领域。迄今,该集团举办多场专题研讨和业务培训。同时,下属市级公司和部分县级公司成立了“数字化业务部”等相关部门,并将数字化产品销售业务纳入经营考核体系。多种举措下,该集团目前数字化产品销售取得稳步增长。

从数字产品销售到全产业链参与,新华发行集团数字转型的步伐正在加快且不断趋向深入。他们意识到,基于互联网和移动互联网的数字教育或将颠覆传统教育模式,这将极大地挑战纸质教材教辅的地位。在此背景下,单纯地做数字产品代理销售显然不利于新华发行集团在数字教育产业链中掌握主动权,融合行业理解和技术基础的数字教育产品开发及运营,才更有助于他们在更大的范围赢得占位。

## ●微博新闻

## 新疆版图书展示交易会举行

中国出版传媒商报讯 新疆版图书展示交易会近日在乌鲁木齐市举行。该交易会由新疆维吾尔自治区新闻出版广电局主办,新疆人民出版社协办,新疆自治区新华书店承办。来自该区内、外的国有、民营书企,带来维吾尔文、汉文、哈萨克文、蒙古文、柯尔克孜文、锡伯文6个语种的1.1万种出版物参展。其中,维吾尔文4485种、汉文1914种、哈萨克文1640种、蒙文668种、柯尔克孜文238种、锡伯文78种。新疆新华书店组织的2100种图书涵盖了新疆版民文图书的绝

大部分。

开幕式上,新疆自治区新华书店党委书记徐晓涛表示,2013年该区新华书店出版物发行总码洋31.66亿,其中民文出版物发行总量达12.18亿;新疆版图书在品种、发行总量上的快速增长,成为带动业务发展的重要因素。据了解,该交易会除了现场展示、订货外,还开展了社店交流研讨等活动,同时在乌鲁木齐各大购书中心以及喀什、和田、伊犁、阿克苏、巴州等书城开展优惠促销活动。

(小方)

## 腾讯文学Next Idea校园宣讲进行时

中国出版传媒商报讯 目前,“腾讯文学Next Idea原创文学大赏校园巡讲·上海站”在上海华东师范大学闵行校区举行。该宣讲以“大神?你也可以!”为主题,创世中文网总编辑杨晨、网络作家乱等与众多热爱文学的大学生畅谈创作心得、分享成功经验。

腾讯Next Idea互动娱乐青年创意大赏涵盖文学、动漫、舞蹈、主持四领域。其中,腾讯文学Next Idea原创文学大赏由腾讯文学旗下创世中文网、

云起书院两大平台承办,之前已成功举办两届。通过联合征集原创文学作品,该活动试图让更多优秀作家走进大众视野。

据了解,文学大赏目前正在华东师范大学、四川大学、中山大学、哈尔滨理工大学、武汉大学、西北大学六大院校开展招募和评选,投稿截止日期为10月31日。获奖作品将获得腾讯文学全渠道推荐,获奖选手则有机会参与“星计划”作家班。

(小方)

河北金秋惠民书市做足“惠”文章  
■中国出版传媒商报记者 穆宏志