

# CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

# 中国出版传媒商报

## (原《中国图书商报》)

2014年12月23日 星期二 第2101期 国内统一刊号CN11-0282 邮发代号1-217 国外代号D-4584

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  
**中国出版传媒商报(原中国图书商报)**  
获誉影响中国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

由中国广告协会报刊分会  
联合清华大学新闻与传播学院、央视CTR  
等权威机构推选  
**中国出版传媒商报(原中国图书商报)**  
获誉最具成长价值媒体十强  
荣登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

国内10家顶尖新闻学院、  
中国新闻史学会联合推选  
**中国出版传媒商报(原中国图书商报)**  
获誉2010-2011中国品牌媒体百强  
获誉2011-2012中国行业报品牌十强  
获誉2013中国十大行业报  
获誉2013-2014中国最具品牌影响力商报

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  
**中国出版传媒商报(原中国图书商报)**  
获誉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媒中脱颖而出  
荣登2011中国传媒和思想界的全新价值榜单  
中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

国新出版物发行数据调查中心主办、  
中国期刊协会、中国报业协会共同联办  
2009中国广告精确投放奖  
**中国出版传媒商报(原中国图书商报)**  
获誉最受广告主广告商青睐的行业报  
与《中国汽车报》从中国百余部委行业报  
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

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  
**中国出版传媒商报目标——**  
持续打造中国出版传媒业第一全媒体传媒(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:010-88810715/27/29/231

“传统媒体和新兴媒体融合”系列报道(四)

## 出版布局动漫路径出新

### 三大路径促进二者融合

中国版协少读工委原主任海飞有一个形象的比喻,如果把文化比作浩瀚的海洋,出版就像奔腾的波浪,动漫就像美丽的浪花。今年是Hello Kitty诞生40周年,这个简单的卡通形象,从1974年诞生之日起,通过周边产品开发和形象授权,成为全世界最知名的动漫产业形象,同时为日本三丽鸥公司每年赚取超过5亿美金的收益。

国内出版业对于动漫产业的布局早已开始,今年出版与动漫的跨界融合呈现三个特点:一是由出版动漫图书、同名动画片抓帧书的“单兵作战”模式,过渡到以优势互补、资源共享的战略合作为主流发展模式;二是由出版传媒企业跨媒体、跨行业寻求合作伙伴,多元发展;三是出版企业增强动漫品牌意识,投资人资本通过动漫授权

《动漫蓝皮书·中国动漫产业发展报告(2014)》发布的数据显示,我国动漫产业产值2005年不足100亿元人民币,2010年增长到470.84亿元,2013年总产值达870.85亿元,预计2014年将达到1000亿元。动漫已成为横跨出版、影视、演出、新媒体、玩具、服装、游戏、主题公园等衍生产品,以动漫形象和品牌串联成的一个整体产业链。在传统媒体和新兴媒体加速融合发展的当下,转型升级中的出版传媒企业,纷纷看好动漫产业的巨大市场。

构建动漫产业链。

11月22日,中国少年儿童新闻出版总社与法国著名动漫公司达高集团签约,双方就“小猪波波飞系列”达成360度全方位合作,计划投资拍摄波波飞的动画片,并对衍生产品进一步开发。8月,中国人民大学出版社斥资百万,与俄罗斯最大的系列动画片品牌《开心球》战略合作,计划在5年内出版至少100种原版引进《开心球》绘

本图书。中国人民大学出版社社长李永强表示,《开心球》品牌高度的文学价值和社会责任感,与人大出版社的出版导向和品牌形象一致,成为了二者携手合作的契合点。

除了以单个出版项目为核心的合

作,还有跨媒体、跨行业的整体合作,拓展传统出版的动漫产业新空间。今年3月,二十一世纪出版社与上海美术电影制片厂达成战略合作协议,双

方将合作开发多品种多样式的图书绘本产品和动画产品,凸显动画新项目的营销、衍生品开发等产业链的打造。二十一世纪出版社拥有上海电影制片厂的动漫资源首选权并以该厂授权的相关动漫要素开发衍生出版物,并介入动画片的拍摄,与上海美影厂共同开发动画产品。

9月,安徽出版集团旗下时代漫游文化传媒股份有限公司与全球立体拼图玩具的领导者乐立方成为品牌战略合作伙伴,双方将对立体拼图玩具与互动电子书、绘本图书以及乐立方各项创新玩具领域进行捆绑整合。中南传媒旗下广州天闻角川动漫有限公司与国内知名企业展开跨界合作,代理“剑侠情缘”、“秦时明月”小说、画集等策划出版及周边商品的开发生产,并与上海晨光文具股份有限公司达成文具与动漫的跨界合作。

(下转第4版)

### ●海外传真

## 法国增加2015年文化预算

中国出版传媒商报讯 与2012年至2014年的预算紧缩相比,2015年,法国的文化预算不降反增,被认为是一个令人振奋的拐点,标志着政府加大了对文化事业的投入,文化在政府全盘战略中将得到更多重视。2015年,法国政府的文化预算增加了0.33%,达到70.8亿欧元,其中,27亿欧元用于文化和研究领域,43亿欧元拨给媒体、文化产业和公共视听领域。其中,公共视听领域获得预算38.5亿欧元,比2013年增加了0.3%。

未来法国文化战略优先发展的重心集中在三个方面:一是增加补贴强化青少年文化教育。2015年文化预算显示,法国政府进一步向文化艺术教育事业予以侧重。2012年至2015年3年间,用于文化艺术教育的专项经费增长了1/3,达4000万欧元。二是利用资源提升法国文化国际影响力。向海外推广优秀文化、彰显文化

软实力是法国一贯坚持的方针战略。如何发挥既有优势,让文化走出国门,提升影响力,成为法国政府近年来致力研究的重点课题。在这方面,政府已经做了不少卓有成效的工作,大手笔打造了一批重量级的文化项目。三是培育人才挖掘创意产业潜力。从2015年文化预算看出,用于创意产业以及文化创意的预算与往年持平。在此基础上,政府将重点放在支持各类高等师范学校、艺术院校和手工艺技校方面。除了美术、音乐、戏剧等纯艺术门类,烹饪、服装设计、工业设计、传统手工艺等也是法国引以为傲且颇受欢迎的职业之选。

推崇创新精神、鼓励创意思念、倚重创造性人才是法国保持文化生命力和国际竞争力的不二法门。这种“推崇”“鼓励”和“倚重”并非停留在口头和字面上,而是通过实实在在的制度、法案和措施得到充分体现。

(禾)

### 本期关注

2014年度企业行动盘点:出版产业资本运作6趋势 P2

2014年度企业行动盘点:出版业态升级6模式 P3

2014年度民营书业盘点:

民营策划商三方融合显效 纸数结合拓展 P6

品味北京文博会:文化创意进入美好年代 P13

## “商报商学院新年书业焦点报告会”直面关切 隆重放送

演讲嘉宾:钟秉林(北师大原校长、现任中国教育学会理事长)

演讲内容:中国高考制度改革暨教育体制改革给出版业带来的影响

演讲嘉宾:周立伟(浙江新华发行集团原董事长)

演讲内容:四维测评管控图书库存

演讲嘉宾:李超(北京市新闻出版广电局人事处副调研员)

演讲内容:数字编辑专业技术资格前景与设定

演讲嘉宾:杨海峰(京东商城图书音像事业部总经理)

演讲内容:出版众筹实务案例

演讲嘉宾:李明淑(接力出版社婴幼读物事业部总监)

演讲内容:技术创新与编辑流程创新

时间:2015年1月7日下午2:00

地址:重庆饭店二层多功能厅(朝阳区西坝河光熙门北里15号)

联系人:方菲 010-68403016、13911189031 郭虹 010-68403013-339

名额有限,索票即刻

China Publishing Group  
**中国出版集团公司**

## 全国重点经销商战略合作联席会暨 第三届经销商大会诚邀光临

中国出版集团公司携旗下商务印书馆、中华书局、生活·读书·新知三联书店、人民文学出版社、人民美术出版社、人民音乐出版社、中国大百科全书出版社等23家出版单位在北京图书订货会之前举办2015年“全国重点经销商战略合作联席会暨第三届经销商大会”。

- 一、整合资源,旗下各出版单位共同举办
- 二、与全国战略合作伙伴签订战略合作协议
- 三、各出版单位重点介绍新年度新品图书
- 四、宣布中版十大品牌单位及“中版好书2014年度榜”
- 五、评选、表彰一批优秀采购商
- 六、多种形式和经销商密切交流

会议时间:2015年1月7日 14:00~18:00

会议地点:北京北发大酒店(北京市通州区台湖镇)

邀请人员:各发行集团董事长、总经理、相关部门负责人、

业务人员及有关经销商

联系人:乔先彪

联系电话:010-58110326/13910861760

座席虚位以待 诚邀共襄盛举

### 童书如何卖?

#### 外研少儿阅读成长全面解决方案

欢迎莅临 2015北京图书订货会

新华渠道订货会:国展8号馆B 224~227号展位

民营渠道订货会:华北宾馆(大成路9号)810房间

我们诚挚邀请您共商少儿出版的新发展!



外研社 地址:北京市西三环北路19号 电话:010-88819532  
网址:www.fltrp.com

体验式营销助潜质书浮出水面

### ●书业潮事

当一些读者走进书店,面对众多图书发生“选择困难症”的时候,一些有心用心的书店,别出心裁地以体验式阅读方式进行推销,让一些“黑马”图书脱颖而出,取得了不俗的业绩。

### ■中国出版传媒商报记者 白小禾

运行了一年多的郑州购书中心“试读书联谊会”活动,在销售卖场搭建读者体验式阅读平台,选择有潜力、适合大众阅读的图书,而非畅销榜图书,打造了卖场营销新品牌,拉动了所推图书的销售。

据郑州购书中心副经理刘亚琳介绍,“试读书联谊会”每月举办一期,每期推介一或两种图书,以文学类、社科类、生活类和经济类为主,都是适合大众阅读的充满正能量的产品。充分的前期准备必不可少——书店先由店员和相关人士进行选品;再利用店堂外电子广告、店堂内POP悬挂、向会员群发短信等形式,面向广大读者招募读书爱好者10~15人。他们用10天左右的时间进行试读,提交读后感,逢月末周六举办联谊会,大家在古色古香的一楼精品书屋专区畅谈交流。通过交流,活动参与者可发掘在阅读过程中未捕捉到的信息。每次的活动现场都气氛热烈,由于有共同的谈资和爱好,试读会员们很快打破陌生人之间的界限,畅所欲言,以书会友,交流学习,并对每期图书进行好评指数测定。书店则根据试读者的意见,在卖场调整陈列位置、宣传图书卖点、进行全方位推介,为一些盲目选书的读者指点迷津。这种读者之间的“口碑相传”,从读者角度而非商家角度推介图书,更易获得认可。由于效果立竿见影,现在很多出版社纷纷自荐图书,有时作者或者编辑还赶到活动现场,与会员直接交流。“试读书联谊会”不仅同广大读者形成互动,同时也有效地拉动了图书销售。

营业员出身的刘亚琳,在一线工作多年,她认为人与人之间需要面对面对话,不只是人机交流,实体书店有着不可替代的优势,要提供温暖和文化氛围给读者,要给读者向导作用,不只是整理图书、被动销售。(下转第4版)

### ●商报快递

#### 江苏百万元专项资助主题出版

中国出版传媒商报讯 江苏省新闻出版局近日对10种“江苏省迎接党的十八大主题出版重点项目”、9种“江苏省社会主义核心价值体系建设‘双百’出版工程重点项目”给予120万元资助。这19种获得资助的项目包括《创先争优系列读本》《我们的法兰西岁月》《中国纪念馆故事——全国爱国主义教育示范基地巡礼》等。江苏省局要求各受资助的出版单位严格按照规定,管好用好资助经费,确保专款专用。

#### 湖南实现公益移动数字阅读

中国出版传媒商报讯 “书香湖南·数字阅读”公益移动阅读平台近日发布,湖南成为全国首个实现公益移动数字阅读省份。“书香湖南·数字阅读”公益移动阅读平台是湖南省今年推广全民阅读活动的又一新举措。该平台首批上线图书1万种,还将以每年5000~1万种的数量增加,最终建成拥有3万~4万种图书的移动数字图书馆。(禾)

距2015北京图书订货会还有16天  
本报为BBF协办单位

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

本版主编:金霞 编辑:穆宏志 撰稿:刘菲