爱心图书到延安 首都记者老区行

中国出版传媒商报讯（记者 郭虹）12月18日，北京国际图书节组委会、中央人民广播电台携手十余家媒体记者，来到延安枣园小学，为爱心图书落地举行捐赠仪式。枣园小学校长李林表示：“这是我们小学有史以来接受捐赠图书数量最大、学生们最喜欢的图书。”

在我国中西部欠发达地区，教育发展水平普遍较低，当地的农村教育更是非常薄弱，没有足够的资金添置、更新图书，优秀课外读物匮乏。为此，北京国际图书节组委会与中央人民广播电台于2013年共同发起了“一人一本·爱心图书”公益项目，充分利用双方在文艺、文化界以及图书领域的资源，广泛约请文艺界名人、参与“北京国际图书节”的各国大使、相关领导以及普通北京市民等，每人捐出一本“爱心图书”，并在图书扉页写下心声和祝福，建立一对一的沟通和联系，满足孩子们对知识的渴求。

活动自开展以来，得到了社会各界的广泛关注和积极响应，机关领导、知名人士、广大市民、各大出版集团纷纷踊跃捐书。文化界莫言、梁晓声、张颐武、王立群、马伯庸等；演艺界郭宝昌、孟京辉、濮存昕、朗朗、敬一丹、徐春妮、吴宗宪、袁咏仪等，纷纷捐出自己喜爱的图书，并号召广大读者和粉丝参与其中。“一人一本·爱心图书”共募集到4000余册、价值10万码洋的爱心图书。

据悉，北京国际图书节组委会与中央人民广播电台将把“一人一本·爱心图书”公益活动做成长期性、可持续性的公益项目，在集纳爱心、传播知识的道路上发挥更大作用。

■中国出版传媒商报记者 张 攀

2014民营策划商

三方融合显效 纸数结合拓展

2014年，民营书业整体波澜不惊。无论民营教辅商，抑或民营社科、经管、少儿策划商，整体竞争格局变化不大。他们将眼光更多地投向未来，布局长远。这颇有点“军备竞赛”的意味：民营教辅商纷纷抓紧投入数字出版，不乏大动作，企图构建新的竞争高地；民营社科、经管、少儿策划商则各有侧重地做内容的全媒开发，进度各异。这个过程中，他们立足现有资源和优势，与渠道、数字出版、新业态融合紧密，共同催生民营书业新拓展、新气象。

2014年盘点 民营书业

3.19 天舟文化发布公告称证监会通过其收购神奇时代的事项。这起收购起效迅速，天舟文化由此迈出布局移动互联网、新媒体、游戏行业的重要一步。

4.8 经纶集团推出“数字出版1.5时代”模式，正式开启由传统教辅策划商往数字教育服务商的转变。该模式因路径清晰、纸数结合特性突出而受业界欢迎。

4.17 世纪金榜在苏州举行2014新品发布暨销售政策研讨会，推出《考前》等新品，成立营销顾问团，与学之泉集团签署战略合作协议，奠定一整年融合发展创新高的基调。

5.25 曲一线在京举行“问道新十年——2014曲一线教育出版论坛”。作为畅销市场10年的教辅品牌，曲一线与合作伙伴共享共赢，并共议新时期教育出版走向。

温故2014 民营书业

7.14 上海童石在官网宣布“星纪元”小说《魔机骑士》、《拯救超脑》全面上市。这进一步丰富了“星纪元”这一动漫全媒品牌的产品形态，继续扎实推进上海童石的战略转型。

8.1 江苏春雨在贵阳书博会期间举行经销商战略研讨会。超过130家经销商参与，与其共同商讨“双赢——教辅评议与互联网情境下的渠道价值再造与模式创新”。

10.10 首届“磨铁杯”原创文学“黄金联赛”正式启动。磨铁图书斥资5000万元，联合4家国内影视公司和2家游戏公司共推比赛，试图寻找这一时代的黄金作家。

11.25 天翼阅读在京举行“女神1.0”全媒体出版项目发布会。该项目是其今年引进凤凰传媒、新华网、中文在线的战略投资后的首项成果。

渠道融合添经营动力

在网络销售冲击地面销售的当下，教辅因其自身的特殊性，仍以各级经销商作为最主要的销售力量。2014年，山东世纪金榜科教文化股份有限公司、北京曲一线图书策划游戏公司、安徽经纶文化传媒集团、江苏春雨教育集团等民营教辅商投入巨大热情和精力举办经销商会。

这已经成为他们近年来的惯常举动，且规模和水平在不断升级中。2014年是曲一线成立10周年，为此他们在5月举办了“问道新十年——2014曲一线教育出版论坛”，不仅与各合作伙伴共享企业发展成果，更齐聚一堂商讨未来十年教育出版走向。**曲一线此举颇具代表性，点出2014年民营教辅商普遍面临的问题，即如何在稳固已有成绩的基础上，承上启下，在新时期续写辉煌。他们意识到，这并不只是民营教辅商亟需处理的问题，而是整个产业链上下游的企业都要面对的。**

鉴于此，民营教辅商有意向经销商传递共赢理念——无论是传统教辅发行，还是新业务的推广普及。针对各级经销商，江苏春雨2014年出台了恰当的、有激励性的折扣政策和奖励办法；加大主要品类图书的促销力度；增强图书新品研发和推广力度；打造立体式多渠道的服务平台。他们在书博会上发布四款小数新品，凸显与经销商携手用市场和运营做活品牌的立意——将双赢追求贯穿到产业上下游，以多种手段提升再造渠道价值。

在这个过程中，民营教辅商有目的地将教辅品牌重心下移，实现自身从“协助代理”到“主导市场”的转变。总的来看，民营教辅商2014年在与经销商的合作中，逐渐强化代理商在物流配送和图书铺货、展示上的功能，弱化并逐渐回收代理商对教辅销售政策的终端控制，转为上游民营教辅商根据市场销售、同行竞品等因素来灵活主导市场。

世纪金榜即在年初创新成立了营销顾问团，选取思路好、善管理和实战强、有远见的12位代理精英组成营销顾问团，在设置责权利、整合资源的基础上，为其教辅销售出谋划策。由此，世纪金榜借品牌优势与代理商战略联盟，推动深度捆绑合作，在稳步提升传统教辅产品发行的同时，还激发骨干代理商在数字产品推广上的主观能动性。

在数字教育产品的推广普及中，经纶集团与经销商互动的做法值得推荐。从今年5月开始，经纶集团在全国陆续召开了近100场以数字化为中心的营销会议，面向数百家新华书店、万余家民营书店和逾千名直销人展开宣传，让传统渠道了解经纶数字产品的创新点和操作模式。**由于不断更新的数字内容给图书注入了活力，原本固态的纸质图书变成了鲜活的媒体平台，始终对消费者有极大的吸引力，从而有效突破了销售淡季的限制。**

在教辅政策愈发锁紧的情况下，民营教辅商2014年除了加强与经销商的融合，更着眼与新华系统的创新合作。最明显的就是双方从一般的销售合作上升到资本合作。2014年7月，山东金榜苑文化传媒有限公司与内蒙古新华发行集团联合组建内蒙古新华文化传媒有限公司。无独有偶，沈阳庠序文化有限公司与沈阳市新华书店签署战略合作协议，双方将以共同投资项目的形式来开展深度合作。**就民营教辅商而言，此类合作最大的好处即是降低进入区域市场的门槛，同时国有企业完备的制度和管理规范也将为他们的发展提供有益帮助。**

在民营经销商、新华系统外，网络渠道同样为民营教辅商所重视，他们借助网络渠道主要做服务强化。譬如曲一线的“4S店”，集合了增值服务、一线书城和授权书城，既是其开展数字出版、提供个性化学习方案的试验田，也较好地推动了曲一线产品的网络销售。

12月15日，山东世纪天鸿文教科技股份有限公司举办“志鸿优化”官方商城运营培训会。这是为进一步配合新版“志鸿优化网”（12月1日上线，除提供产品增值服务外，还在电子商务方面作出尝试）的维护和运营，以期使官方商城整体运营能力走上一个新的台阶，使“志鸿优化”品牌实现线上线下两者相互结合的“立体化”营销。这无疑丰富了世纪天鸿现有的渠道，使其与客户的沟通、互动更为简便快捷，能更好地满足客户需求。

沈阳庠序文化有限公司近年有意识地加强与电商网站合作，并初尝甜头。这让他们更加坚定了做教辅O2O模式的决心，利用码上淘、手机淘宝、微信等移动客户端，制定系统的网络推广方案，拍摄《备考笔记》版“小苹果”视频，初步勾勒出线上线下相结合的教育模式。**不过，网络渠道的低价促销特性，对仓储和配送能力的高要求和对传统渠道的冲击，这些因素也在客观上让民营教辅商的投入有所保留。**

民营社科、少儿策划商对网络渠道的销售依赖性更大，这与他们策划图书的大众、通俗、畅销属性有很大关系。2014年，北京磨铁图书有限公司、中南博集天卷文化传媒有限公司、北京新华先锋文化传媒有限公司、北京儒意欣欣文化发展有限公司、北京凤凰联动文化传媒有限公司、北京湛庐文化传播有限公司等策划的图书在当当网、京东、亚马逊中国、天猫书城上表现突出，尤其是不少策划商参与电商店庆、“双11”等活动，成绩突出。

网络融合推数字出版

2014年4月，经纶集团在其20周年庆典活动上推出“数字出版1.5时代”模式，反响斐然。**民营教辅商近年均在数字出版上有所布局，经纶集团此举更为坚定，魄力更大，路径和目标也更为明确。**作为其历经四年潜心研发和两年市场实践推出的纸数结合的数字出版模式，“数字出版1.5时代”模式依托集团旗下的“扫扫看数字平台”，借助二维码搭桥，提供即刻阅读体验。这将成为经纶集团未来发展的核心，不仅用于推动自身数字出版的拓展，更着眼为整个行业提供数字出版服务。

而放眼整个行业，民营教辅商推进数字出版的进度各有不同。世纪金榜将2014年作为数字出版年，在移动互联网产品、世纪金榜教育云、在线教育等方面多有部署。从成果来看，世纪金榜的手机电视自问世以来，已销售超过30万台。这款其自主开发的移动终端，因搭载了定期推送的世纪金榜空中课堂、世纪金榜教育访谈等教育节目而深受用户欢迎。

江苏春雨在2014年3月正式上线“教考通”智能化教育资源平台，相关的“组卷通”、“在线评测”系列产品在2014年下半年陆续上市。今明两年，他们还计划筹建“春雨少儿文学网”、“民办教育网”、“春雨教育培训网”等门户网站，力求在专业细分领域有所作为。

不难看出，这些举措的共同倾向是实现纸质教辅和数字出版的融合发展。作为一种共识，其在民营教辅领域得到很好的验证。

在这方面，上海童石网络科技有限公司提供了很好的示范，即从传统的图书策划往基于互联网、移动互联网的数字出版企业转变。自2010年起，上海童石从传统动漫产业转型进入互联网，通过异业、O2O线上线下的整合，打通了故事、漫画、周边、游戏四个产业的壁垒，构建了一个全媒体产业链。2014年，他们利用已有资源，倾力实践动漫全媒体开发和运营。其中，最重要的抓手之是上海童石在2013年推出的动漫品牌“星纪元”。

经过一整年的不断奋斗，“星纪元”如今已是中国动漫第一个全媒体落地产品，同名游戏在多个客户端大放异彩，同名小说、杂志、漫画陆续推出，同名电影则正在接洽，进一步完善产品形态。借此，上海童石成功转型成为中国第一家原创动漫全媒体公司。

上海童石的成功，说明了基于互联网、移动互联网的数字出版转型，拥有极为广阔的发展空间。民营社科、少儿、经管等策划商对此意识深刻。磨铁图书首届“磨铁杯”原创文学“黄金联赛”正在如火如荼地开展中，在上一波网络文学热潮过去后，其试图打造又一个黄金时代。**这项比赛联合光线影业、新丽传媒、合一影业、磨铁星亚4家影视公司和完美世界、巨人网络2家游戏公司，因此不单是原创文学盛事，更是时下全媒体、全版权、全方位开发优质版权的有力尝试。**

盛大文学在2014年举办两场版权拍卖会，多个优质版权吸引众多竞拍者抢拍。在互联网、移动互联网放大优质IP价值，泛文化、泛娱乐开发成大势的背景下，不止盛大文学、腾讯文学、天翼阅读等有着浓厚互联网基因且资金较为雄厚的公司大都在全媒体开发上磨刀霍霍。

2014年7月，天翼阅读引入中文在线、凤凰传媒、新华网的外部投资，各方正在渠道推广、市场营销、版权运营和管理等方面展开合作。11月中旬，天翼阅读与凤凰传媒合作推出的“女神1.0”全媒体出版项目即是首例成果。**以此为始，通过多个平台的强强联合和多方资源的优势互补，天翼阅读旨在最大程度地挖掘数字阅读内容资源的版权价值，实现一鱼多吃。**

天舟文化股份有限公司2014年积极推进数字化转型升级及大文化产业领域的跨界融合，于2014年上半年成功并购重组知名手机游戏企业——北京神奇时代网络有限公司，使公司由一家做教辅起家的传统出版发行企业华丽转身为横跨不同文化业态、致力打造“线上游戏、线下图书”新模式的综合性文化企业。

这是民营书业2014年推进战略转型升级，积极布局移动互联网、数字教育新媒体、文化创意等新型业态的最佳写照。效果很快展现，天舟文化2014年5~9月新增移动网游戏业务营业收入8781万元，《忘仙》、《三国时代》、《足球大逆袭》等游戏贡献颇大。

2014年有更多的图书出版策划延伸收到实效。北京安之文化传播股份有限公司与中国轻工业出版社合作推出《创意影画教程》。该项目创新融合摄影与绘画艺术，借助科技手段，普通人的摄影可利用电脑屏幕进行再创作，最后通过打印实现纸版化。该项目通过线上线下的交易平台，目前广泛应用于礼品、家居、公共空间的装饰及印染、陶瓷、3D打印等领域，有效带动了相关产品销售。

曲一线2014年在芬吉茶叶上收货颇丰。经过努力，芬吉现已建立起了比较完善的产品体系，完善了自身科学的编号体系，各类茶都有标志性的产品，产品既不高高在上，也不盲目追求价格最低，基本上满足了消费者的各类需求。为进一步满足新时代消费者对茶品的要求，曲一线2014年在北京国贸地区建立了茶生活馆，吸引更多年轻消费者。

不难看出，在文化创意产业发展迅速的当下，民营书业只要找到了一个好的创意点，就可实现产业链的有效拓展。上海钟书实业有限公司以书店起步，后又在教辅策划领域表现突出，在当地文化市场上占据重要地位。2014年，他们升级钟书阁，开展二期工程。**钟书阁一期已经成为松江泰晤士小镇最引人注目的文化地标，二期不仅仅是经营面积的扩大，而是进一步以钟书阁为载体，做体验经济模式下的精品文化综合体。**如今，两期钟书阁有效互动，逐渐成为一个完整的综合实体书店。

业态融合拓发展空间

在民营书业的多样尝试中，他们对以图书为根基往大文化产业延伸的态度更趋开放，由此为自身寻找到新的发展空间。对儒意欣欣这类新兴的民营策划商而言，全媒体开发的热潮对其自身的快速发展帮助颇大。与传统出版业靠码洋生存不同，儒意欣欣设定青春文学、大众文艺和影视星书三大产品线，并将它们作为图书影视转化的版权基础内容库。**具体来说，图书出版是其中吸引、发展作者群的一个基石版块，未来发展的重心则落在了版权运营。**目前，儒意欣欣已与国内多家影视公司形成紧密合作关系，不仅卖版权，更是全面介入影视产业链前端、深度参与影视产品打造。

磨铁图书、凤凰联动、新华先锋等在影视联动上投入颇大，或成立专门的影视公司，或将其作为经营模式的重要组成。这里，出版和影视成互相融合、促进的关系，互动频频。**由此，他们期望将自身打造成一个高级的内容平台，不限于图书、影视，乃至游戏等新老业态都是这个平台自然产出的结果。**

●微博新闻

江西新华文化广场图书城 举办新移民文学活动

中国出版传媒商报讯 近日，首届中国新移民文学研讨会系列活动之新移民作家见面会在江西新华文化广场图书城举行。严歌苓、张翎、陈瑞琳三位人气与实力兼具的旅美作家参与活动，吸引大批读者前来。现场，三位作家敞开心扉，就各自的文学创作历程、写作灵感来源、人生成长经历等话题与读者展开面对面交流。此后的签售环节十分火爆，众多读者拿着图书请心仪作家签名并合影留念。

上述活动结束后不久，由中文天地出版传媒股份有限公司主办，江西新华发行集团有限公司承办的首届中国新移民文学研讨会系列活动之“首届中国新移民文学成果展”再度在江西新华文化广场图书城与众多读者见面。江西省副省长朱虹，江西省出版集团公司董事长赵东亮，江西省出版集团公司副总经理朱法元，中文天地出版传媒股份有限公司总经理傅伟中、副总经理徐建国，江西新华发行集团总经理涂华等出席揭幕式。中国新移民文学，是特指中国改革开放三十年以来，从中国大陆新移居或侨居到海外的文学爱好者、作家，他们的文学创作和文学活动。此次研讨会的系列活动，旨在弘扬新移民文学，搭建海内外文化交流平台，推动国际文化交流。（夕）

天翼阅读携手新华网 发布“悦读中国”

中国出版传媒商报讯 近日，由新华网、天翼阅读文化传播有限公司联手打造的政企定制手机学习馆——“悦读中国”客户端在京首发，并成为首批入驻“4G入口”（移动互联网精品应用集成分发超级平台）的手机应用。新华网董事长兼总裁田舒斌、中国期刊协会会长石峰、中国电信创新业务事业部副总经理张伟、天翼阅读文化传播有限公司董事长兼总经理肖伟等参加首发式。

据悉，“悦读中国”学习馆是国内首个将数字阅读服务与政府、企业的文化建设相结合的手机阅读客户端，具有政企文化建设、行业知识学习、政企信息发布三大主要功能。目前，“悦读中国”学习馆已经拥有数万册精品图书，这将是政企打造“学习型组织”的主要阵地；其创新性地融入了新华网原创的深度阅读板块，提供深度新闻、行业资讯、分析报告等特色服务，为企业发展和决策提供帮助。此外，该客户端还有定制化的企业资讯发布板块，适用不同企业自主发布、推介不同内容。

肖伟表示，“悦读中国”学习馆是新华网入股天翼阅读后，双方在内容、渠道等方面展开资源整合的首次紧密合作；这一专业化、定制化的移动互联网数字阅读产品，将全力满足政府和企业等团体用户的阅读需求。目前，“悦读中国”学习馆已面向政企用户开放订购，可为用户量身定做独一无二的手机阅读客户端。天翼阅读还将组织精英阅读会，开展形式多样的线上线下活动，全力推动政企学习型组织建设。（夕）

银川新华“书香苑” 打造文化新亮点

中国出版传媒商报讯 日前，由银川市新华书店倾力打造的“书香苑”在银川文化城开门迎客。据悉，“书香苑”营业面积为600平方米，以精美图书为装饰内核，集高端人文社科、收藏鉴赏、历史典籍于一体，可满足一般读者的休闲阅读需求。

作为综合性休闲阅读场所，其也是宁夏高端收藏鉴赏类、人文社科类图书及高档历史典籍品种最全的书店。目前，该书店典藏书籍品种约2.1万种，且在不断增加中。图书之外，店内还提供咖啡、茶水、饮料及笔、墨、纸、砚，一、二楼设有多处休闲座椅，很好地为阅读爱好者营造出身心愉悦的阅读环境和氛围。（夕）