



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

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)
获评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
获评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纸网络中脱颖而出
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)
获评最受广告主广告青睐的行业报
与《中国汽车报》从中国百余家部委行业报
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

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/转231

商报·东方数据预测未来细分市场规模

少儿类有望超社科类跃居榜眼

中国出版传媒商报记者 龚牟利

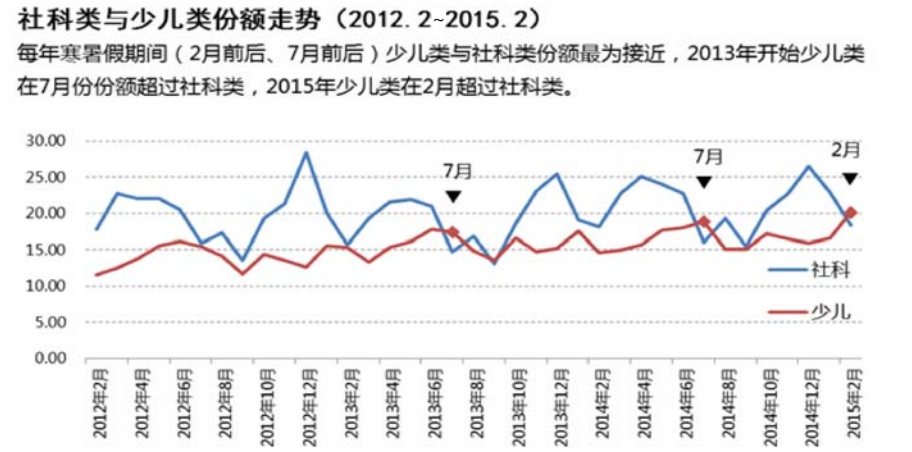
据商报·东方数据监测的2015年2月全国图书零售市场显示,长期在细分市场份额位居第三的少儿类首次在2月超过了社科类,跃居第二。每年的1月、7月处于学校假期,也是少儿类在全年的两个销售高点,往往与社科类的差距最小,少儿类一般也仅在7月能超过社科类,但2月超过社科类尚属首次。扣除2015年春节晚导致假期晚等因素,少儿类的增长还是可观的。

在2011、2012年少儿出版市场进入调整期后,舆论出现了“十年‘黄金增长’后是否进入‘白银增长’时代?”的讨论,而中国出版传媒商报记者根据近年商报·东方数据,推算出三年内少儿类将超越社科类市场份额。

2017年少儿类将超越社科类?
2017年社科类市场份额预计为20.03%左右,少儿类为20.42%左右。

通过下图可见,少儿类与社科类的市场份额均发展较平稳并呈现季节性特点。商报·东方数据监测结果显示,2014年社科类市场零售份额以

19.92%排名第二,少儿类以16.54%份额位居其后。根据2010~2014年5年各月的市场监测数据,用ARIMA(自回归移动平均模型)对两者未来数年的市场规模进行预测的结果显示,2017年社科类市场份额预计在20.03%左右,少儿类预计在20.42%左右,少儿类将超越社科类,位居第二。



海外传真

伦敦书展卓越奖中国六席入围

中国出版传媒报讯(记者 龚牟利/编译)3月19日,由伦敦书展与英国出版商协会联合举办的“2015伦敦书展国际出版业卓越奖”入围名单公布,中国在18个大类中斩获6席,英国11席、美国8席。

中国企业共获6项提名,其中中国出版集团公司旗下单位斩获3席,成为入围奖项最多的出版集团——人民文学出版社获“英国《书商》国际成人书大众出版商奖”提名,中国图书进出口(集团)总公司获“关注市场成就奖”提名,“美国《出版商周刊》国际书业技术供应商奖”提名。另外,文学翻译网站“纸上共和国”(Paper Republic)获“国际文学翻译推动奖”提名;外资出版商版权保护联盟(IPCC)获“出版商协会版权保护奖”提名;DK中国(Dorling Kindersley China)获“关注市场成就奖”提名。英美在学术出版、教育出版与数字革新等相关奖项上较有斩获,如传统强社世哲出版社(Sage Publication)、哈珀·柯林斯出版社等都获提名。这些用于表彰对国际出版业作出卓越贡献的奖项,覆盖了国际出版业的各个领域,包括学术出版、儿童出版和数字革新等。

伦敦书展总监杰克斯·托马斯表示:“第二届入围名单旨在展示全球范围内的出版革新,涵盖了国际舞台上最别出心裁的创意。这场表彰入围者的典礼有望成为一场盛宴,令人赞叹出版界是一个多么充满才华、智慧和想象力的产业!”

英国出版商协会主席理查德·莫莱特表示:“这份入围名单毫无疑问不会遗漏全球出版业任何令人振奋的进展。出版商正不断拓展传统出版的边界,如APP、视频游戏和多媒体产品,它们展示了这个领域非比寻常的革新。”

4月14日,来自全球的受邀出版商将出席在伦敦书展新会场伦敦奥林匹克会议中心举行的揭晓典礼。

中国出版传媒商报官方微信

本版主编:金震 编辑:马莹 排版:刘菲

商报快递

中国音数协大众数字出版工委成立

中国出版传媒报讯(记者 穆宏志)3月27日,中国音像与数字出版协会大众数字出版工作委员会成立大会在京召开。国家新闻出版广电总局副局长、中国音像与数字出版协会理事长孙寿山出席会议并讲话。中国出版协会常务副理事长兼秘书长刘建国,国家新闻出版广电总局数字出版司副司长宋建新、出版管理司副司长许正明等参会。

作为中国音像与数字出版协会的重要组成部分,大众数字出版工作委员会由国家新闻出版广电总局批准成立,主要包括小说、非小说在内的各类大众数字读物,与专业、教育、电子及数字传媒等9个工委共同为数字出版行业服务。

孙寿山强调,当前新闻出版产业正处于传统新闻出版产业与新兴媒体融合的重要节点,大众工委要将推动媒体融合作为一项重点工作抓好抓实;要盘活存量资源,

推动传统出版单位将大众出版产品的存量资源数字化;要加强技术推广应用,推动大众数字出版从业单位持续加大技术研发和应用力度;要推动产业协作,推动出版行业间的沟通合作。

北京中文在线数字出版股份有限公司董事长兼总编辑董之磊当选大众数字出版工作委员会主任委员。赖雪梅、刘方、汤潮、田荣华、吴文辉、许丹丹、朱泓当选副主任委员,谢广才当选秘书长。

对于大众工委成立目的和今后工作,董之磊希望一定程度上能为《新闻出版业“十三五”规划编制工作方案》的实施做好支撑工作,深度参与国家“十三五”规划的推进和实施,以数字出版推进全民阅读。此外,加强大众内容数字出版的关联企业与消费者之间的联系,“维权”也将作为大众工委2015年工作计划的重要组成部分。

书业潮事

地质社投拍首部4D特效科普电影

中国出版传媒报讯 记者近日获悉,地质出版社采用4D特效技术投拍中国首部用故事讲科学的4D科普影片,首开出版界先例,更有望成为当前媒体融合和跨界融合的一个范本。

据悉,4D电影《会飞的恐龙》基于我国科学家“鸟类的起源”重大原创性科研成果,由周忠和等古生物学家担任科学顾问,地质出版社总编辑王章俊任总策划、总导演和总编剧,与中国科学技术馆、中国古动物馆、辽宁省古生物博物馆、四川自贡恐龙博物馆联合,由上海睿宏文化传播有限公司制作,经过近两年的精心编创已杀青。

《会飞的恐龙》通过趣味生动的故事情节,辅以座椅升降、震动,以及吹风、喷水、挠腿、耳音、频闪、泡泡等环境特效,让观众在身临其境的互动体验之中,了解达尔文

生命进化论的意义,感悟每个生命都是一个不朽的传奇。

据透露,为配合第46个“地球日”科普活动,该片将在4月18日~4月22日的“科普电影周”期间在中国科技馆首映。届时,地质出版社还将向观众推出介绍影片科学背景和故事创意的精美儿童绘本等衍生产品,并陆续推出《生命大爆发》《鱼类称霸》《爬行天下》《恐龙帝国(上下)》《走出非洲》等一系列反映地球历史生命演化和我国古生物领域重大科研进展的特效科普影片,以及同主题的科普教育平台、儿童游戏、手游等系列衍生产品。在宣传方面,该社除通过大众媒体、行业媒体及新媒体资源传播,在全国科技馆、博物馆、地质类科普场馆等发行外,还将开创“科普影片亮相商业影院”的先河。(蓝)

中国出版传媒商报
书香中国·北京阅读季

征集令

2015年北京阅读季合作活动
邀请全国出版机构参与

“书香中国·北京阅读季”于2014年经国家新闻出版广电总局批准,成为国家级全民阅读品牌。第五届“书香中国·北京阅读季”立足于北京首善之区建设,以“阅读点亮中国梦”为主题,计划广泛开展形式多样、层次分明的阅读活动。活动集中于2015年4月至6月展开。作为“北京阅读季”合作伙伴,中国出版传媒商报代表主办方与合作方,现面向全国出版机构发出邀请,征集拟于2015年在北京16区县举办的优秀阅读推广活动。

征集要求:适合在校大学生、女性、公务员、青少年等重点人群开展深度阅读,重点征集适合进街道社区、进乡镇、进校园、进企业、进机关的“百姓读书大讲堂”的阅读推广活动,鼓励出版机构发挥特色上报活动,紧扣第五届北京阅读季主题,如弘扬中国优秀传统文化、培育践行社会主义核心价值观、纪念抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年以及其他引领阅读时尚,培养阅读风气的重要主题组织系列主题讲座。

具体报送要求
请与中国出版传媒报社联系
联系人:徐明珍 15901213934
徐华 15810628897
或登录中国出版传媒报网站
www.cpmj.com.cn查询

中国出版传媒商报讯 3月30日,全球最大的少儿出版物博览会——第52届博洛尼亚国际童书展在意大利博洛尼亚会展中心开幕。中国展团以最最强阵容集体亮相26号馆,与欧美出版强国同场亮相。

为期4天的书展,吸引了全世界70多个国家和地区的出版商、版权代理人、作家、儿童插图画家、发行商、印刷商共襄盛举。由中国出版协会少年儿童读物工作委员会主办、中国少年儿童新闻出版总社承办参展的中国展团阵容强大,包括中少总社、接力出版社、安徽少儿出版社、江苏少儿出版社、二十一世纪出版社、浙江少儿出版社、天天出版社、明天出版社、新蕾出版社、海燕出版社等中国版协少读工委24家成员单位,与少儿出版表现优异的外语教学与研究出版社、吉林出版集团、中国大百科全书出版社等13家非专业少儿出版单位,组成了涵盖出版人、作家、专业少儿阅读推广人的参展团队。

据悉,此次中国展团共计展出图书3418册,其中原创图书占70%以上,以绘本为主,包括《爷爷的打火匣》《外婆住在香水村》《怎样教大象跳》《好神奇的小石头》《比利的工厂》《兔儿爷丢了耳朵》《龙的故乡》等,也有中国文化和历史类的《古诗词绘本》《名家弟子规》《植物大战僵尸2武器秘密之历史漫画》、儿童文学类的《丁丁当当》、益智类的《红袋鼠开心游戏》等。

中国展团为本书展的版权输出准备充分,早在2014上海国际童书展期间,博洛尼亚参展的各项准备工作就有序展开。全团预计将在本届书展期间达成300余项版权输出,这一数字将超2014年同期的1倍。

中国展区320平方米的超大展位以红、黄、白三色为主色调,搭建出一个兼具中国特色和童真童趣的童书世界,并专门开辟出中国插画家优秀插画展区和现场活动区。“解密中国童书市场高端对话”活动现场,中国少儿出版的领军人物和权威人士齐聚一堂,中少总社社长李学谦现场解密“为何中少总社如此重视原创而不是直接进口版权”等业界极为关注的问题;著名阅读推广人梅子涵就中国孩子的阅读趣味、现状及激发孩子阅读乐趣的举措等方面作深度解答。此外,“图画书的图与文的成人视角和儿童视角”、《熊猫的故事》版权推荐会,“与国际插画家共创一流绘本”等精彩活动不断上演。在中国展团场地内举办的“中国优秀插画展”为中国插画与国际插画交流合作提供了便利条件。

从品种和规模来看,中国的少儿出版已经成为世界少儿出版大国。然而,中国少儿出版缺乏在国际少儿出版市场上叫得响的品牌作家和品牌作品。李学谦指出,大而不强、发展中的少儿出版大国,是当下中国少儿出版最为显著的阶段性特征。通过集体参与国际童书展,让中国少儿出版更广泛地参与到国际少儿出版中,让版权贸易收入成为出版社新的利润来源,让还处于起步阶段的“走出去”成为少儿出版的新常态,将是中国少儿出版实现新发展的大趋势。

据悉,中国展团将向国际青少年图书馆和博洛尼亚当地华人学校捐赠参展图书2000余册,将中国文化的种子播撒到更多儿童的精神沃土上。(陆伊)

本期关注	2015,出版集团做什么怎么做?(一)	P2
	“文化商人”杜金卿:允智允勇 创新担当	P3
	新华书店大开“脑洞”做微商	P6
	文学年选出版步入收获期	P13
	主题书展,谁做策展人?	P17
	编辑7步终极大人脉经营术	P21