

江苏打造“阅读推广梦之队”

中国出版传媒商报讯 近期,江苏省全民阅读办通过建立领读者信息库、举办领读者培训班、承办书香中国·全民阅读大讲堂、开展书香江苏环省行·走进领读者宣传活动等创新性方式落实全民阅读推广计划。江苏全民阅读领读者即全民阅读推广人,他们来自各个行业,通过举办各种阅读活动来推广全民阅读。江苏省全民阅读办以打造“阅读推广梦之队”为目标,出实招亮实举,探索构建培育全民阅读领读者的“完整链条”。开展普查行动,让领读者“出得来”。通过对全省阅读推广人进行全面摸底,首批发现阅读推广人420名,

江苏省全民阅读办分行业、分类别建立了校园阅读推广人、图书馆阅读推广人、企业阅读推广人、书院阅读推广人等8个基础信息库,初步形成领读者资源储备体系。开展轮训行动,让领读者“站得高”。已集中培训领读者100余名,并设立网上课堂实施跟踪培训,迈出阅读推广人队伍机制化、常态化建设的“第一步”。开展宣传行动,让领读者“传得开”。截至目前,已累计采访优秀阅读推广人60余名,在省市主要媒体刊播重点稿件100余篇(条)。开展共建行动,让领读者“用得上”。首期书香中国·全民阅读大讲堂已经举办,着力打造培育阅读推广人的“新高地”,麦家等著名作家应邀开讲。依托全省全民阅读媒体联盟,书香江苏环省行·走进领读者宣传活动也已全面展开。

(徐同亮)

(上接第1版)

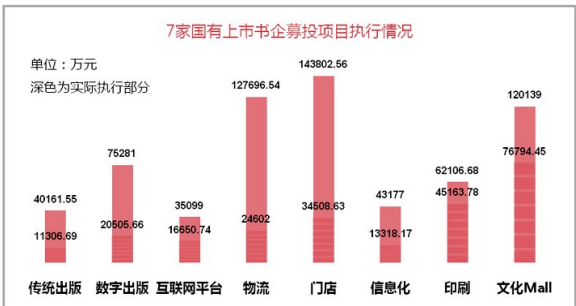
从年报可以看出,上市国有出版企业的募集资金规划投向,渠道占主导,包括物流体系、发行网点、网络销售及传播平台等,大概占据募投资金总量的40%以上。“图书策划项目”与“数字内容策划项目”等内容建设项目占总资金量的比例不到10%。对于这种现象,中央财经大学文化传媒学院院长助理周正兵认为,国有出版企业由于专业分工和区域规划处于分散状态,行政领导下的出版体制及区域壁垒使得无法通过并购实现产业集聚。通过外延式的扩张实现内容集聚不太现实,而内涵式的发展所需的资金不会太大,因此不可能有太多资金投入内容策划上。“除了北京聚集了上百家出版企业,其他出版企业分散在全国各省,各省基本已实现集团化重组,在主业领域目前很难依靠规模经济降低出版成本、积累资本实现流程改造和技术创新。”

从近年数据看,不少出版企业仍通过品种数的增长而不是对优质的具有创新能力的出版企业的并购实现增长。在市场没有扩大的情况下,只会增加人工成本和库存成本,也抑制了出版企业利用募集资金投资内容的动力。同时地方省市出版企业越强大,区域壁垒越严重,出版“航母”越难以形成,形成一种二律背反。虽然上述企业中偶尔也有募集资金用于出版企业的并购和重组,如中南传媒收购旗下的中南博集天卷文化传媒有限公司部分股权并增资,中原大地收购河南的出版企业,但更多的是对省内出版企业的重组。

除了渠道建设体系,文化地产也是出版发行企业投入的一个重点。但是现有的文化地产的经营也存在一些尴尬。因为文化地产不仅要让它建起来,还要活下去。江苏凤凰出版传媒股份有限公司发行分公司副总经理孙刚指出:“大型的文化Mall不仅要建好,还要引导、招商。还需要思考引进什么业态、何种业态适合我们。”在传统的国有出版发行企业的考核体制下,建好的文化地产必须马上有回报来完成利润指标,但高昂的租金却伤害商户的积极性。现代很多大型商业购物中心、文化广场出租给餐饮或其他娱乐业,会采取类似免租3年或减租的政策培养商圈生态、聚集人气。海豚传媒、西西弗等连锁书店就是利用这种减租政策活跃在各大商圈。想要捕鱼,首先要“放水养鱼”。

募投项目的问题一直纠缠着上市国有书企,周

正兵认为其深层问题是市场改革尚未到位。“出版与电影业的改革差不多同时开始,《出版管理条例》和《电影管理条例》都是2001年左右出台。但是电影业现在没有这个纠结,华谊、光线等影视公司募集的资金很多都投在了主业上。并且电影行业通过一系列的优胜劣汰已经建立了一套比较完善的产业结构。产业集中度代表着结构是否合理,中国电影业的集中度与好莱坞的差距已不大,多年前CR8已经达到60%以上。而目前出版业前8的出版集团产业集中度不到30%”。



做实募投规划

除了做实项目调研,募投规划还需要拥有前瞻性的眼光关注多元化发展。从新兴领域寻找可供拓展的多元化空间,毕竟传统出版业容量有限。

之所以募投资金的问题一直困扰着出版企业,中国新闻出版研究院市场研究所所长张晓斌认为:“一方面是超募,另一方面是募投项目本身规划不严谨。”募投项目必须要进行严格的可行性论证,规范测算。张晓斌曾参与江苏可一、天舟文化、读者传媒及数家国家级出版传媒企业的上市辅导,他举例说:“例如要做市场调研,需要请调查公司,需要开多少次会,去实地调研,都要按照商业计划书严格规划,不能只停留在概念和文字上。”此外,各家的募投方向重合率比较高,一些募投方向的投入产出比无论从直接回报还是回报速度上都无法满足要求。而为了赚“快钱”,并购重组、文化地产乃至购买理财产品就成了其主要方向。

除了做实项目调研,募投规划还需要拥有前瞻性的眼光关注多元化发展。传统出版企业已经意识

到数字化转型是其实现产品与服务升级与多元化的重要手段,但在募投规划上不少出版企业却走了弯路。正如周正兵指出的,随着第三方物流的快速发展,传统出版发行企业不得不对物流发展规划做出调整;而数字内容风险高,盈利模式不清晰,且产品快速迭代,出版企业在历经数年的上市之路后,其产品规划已落后于现实需求,而不得不调整。比如出版企业上市之路往往耗费数年,数字出版领域技术与新商业模式风起云涌,瞬息变幻,稍不留神原来募投规划中的数字项目就落伍,失去了可投入的价值。例如“平台化”是前几年数字出版的一个趋势,数家出版企业也将其列为募投规划发力点,但现在除了拥有海量内容和用户资源的电信运营商和互联网巨头,鲜有出版企业来进行这种烧钱的游戏;又如电子书包的风潮刚刚过去,慕课已经开始成了新宠。出版企业必须灵活运用政策,可以先行立项投资相关产业再从募投资金中划拨,这样才能紧跟时代发展。同时出版企业要拿出具有前瞻性的概念题材,关注未来产品及业态的改造,业外资本才会感兴趣。最关键的一点是应尽量从新兴领域寻找可供拓展的多元化空间,毕竟传统出版业容量有限,一个池塘,容不下这么多鳄鱼。

而在募投项目的操作和管理上,应从顶层开始规划,紧抓品牌,关注消费动向。孙刚以其连锁店店面改造及多元产品经营为例,“现在消费者对连锁品牌的关注程度变高了,门店多元产品的一地一品牌不合时宜。”凤凰正在进行的“连锁网点改造”及“文化数码连锁”等募投项目经营多元产品,从顶层对每个门店的产品、服务及引进商家进行集团层面的规划管理,以此克服单个门店的资金及人员的不足。

对于上市书企来说,主业仍是安身立命之本。读者出版传媒股份有限公司刚从证监会拿到上市的批文,其总经理彭长城感叹上市之路的不易与责任的重大:“之所以读者上市受到各方的关注,是因为《读者》这本杂志在无数人成长之路中对他们的启发与帮助,这些受众也真心希望读者能通过上市焕发更大的生机与活力。在中国品牌500强的评比中,我们之所以能和销售额上百倍于我们的万达同列,这代表了来自大众的力量与价值评价。”彭长城表示,“将来的发展方向还会专注于传统主业这块,不会放弃,这是我们的立身之本!”

● 商报快递

东京国际书展我输出日文版权75项

中国出版传媒商报讯 第22届东京国际书展于7月1日~8日举行。日本德仁皇太子为书展开幕剪彩。由中国科学出版集团、人民出版社等20家出版单位组成的中国出版展团共带来800余种新书,涵盖文学、科普、教育、法律、史学、医学、建筑、传统文化、美术、图画书等多个领域,均为近两年新书,共输出版权75项,创参展以来的最好成绩。本次参展的教育类图书较为突出,同时,还有百余册反映社会主义核心价值观的优秀出版物在书展期间展出。为促进中日出版界交流,书展期间还举办了以“开拓中日图书交流的渠道”为主题的交流活动。

(利)

首届中国互联网文学联赛正式启动

中国出版传媒商报讯 6月30日,2015首届中国互联网文学联赛启动仪式在杭州举行。此次联赛由中国音像与数字出版协会数字阅读工作委员会、咪咕文化科技有限公司主办,由咪咕数字传媒有限公司承办。本次联赛采用导师制进行淘汰赛,麦家、唐家三少、辰东、梦入神机、酒徒、鱼歌、西子情、叶非夜、阿彩、辛夷坞十位导师将分别选择自己喜欢的作者,并组成各自的队伍,经过组内PK、组间PK等三轮比赛角逐出优秀作品进入决赛,决赛的优胜者将会得到最高5万元的奖金奖励以及最高100万元的单本作品推广资源投入。

(梅 园)

中国音数协游戏工委成立

中国出版传媒商报讯 6月30日,中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会在京成立。2015年该委员会工作重心为:加强自身学习与自律,不断强化服务意识;突出桥梁与纽带作用,密切游戏管理部门与行业联系;搭建游戏产业交流平台,建设优良产业发展环境;深入开展调研工作,客观宣传游戏产业发展成果;提供游戏出版程序咨询与办事服务,助力会员单位游戏经营效率提高。游戏工委是中国音数协今年以来组建的第7个二级协会,之前已经组建了专业数字出版工委、大众数字出版工委、数字阅读工委、数字教育出版工委、音乐产业促进工委和电子出版工委。

(禾)

确保文化安全成新《国家安全法》亮点

中国出版传媒商报讯 7月1日,十二届全国人大常委会第十五次会议表决通过了新的《国家安全法》。其中,“确保文化安全”成新《国家安全法》的亮点之一。法律明确,国家坚持社会主义先进文化前进方向,继承和弘扬中华优秀传统文化,培育和践行社会主义核心价值观,防范和抵制不良文化的影响,掌握意识形态领域主导权,增强文化整体实力和竞争力。(梅 园)

HELLO BOOKY
布奇乐园
陪伴成长 幸福一生

阅读季
Reading Season

科学、语言、健康、艺术、社会性……互动亲子读物套装布奇乐园,为宝宝营造丰富早期家庭教育环境,将多彩世界带到宝宝面前。现在选择布奇,开启宝宝无限未来。



现在开启 遇见未来

布奇乐园

亲子互动读物套装,是适合0~6岁中国宝宝的全面成长方案,根据儿童身心发展规律,从五大领域对宝宝进行全面培养,帮助宝宝智商、情商综合发展。全国热线:4008-98-4008。



布奇乐园
新浪微博
@布奇乐园



布奇乐园
官方微信