

张家口市第二届光明书香节火爆落幕

中国出版传媒商报讯 由河北新华张家口市新华书店主办的第二届光明书香节日前落下帷幕。本届书香节以“营造书香社会·助力全民阅读”为主题,在张家口市区和县区的13个会场进行14天展销,最终累计实现销售码洋523.9万。为使活动取得实效,张家口市店和辖区各店均在当地最繁华地段设立图书展销书市,在醒目位置摆放红色拱门,展厅内悬挂主题条幅营造声势。同时,他们提前到学校发放5万张宣传单,利用微信、校讯通和当地媒体提前进行宣传预热。由于组织宣传到位,书香节一开幕便得到广大读者的积极参与和热烈欢迎。特别在书香节第一个双休日,张家口市文化广场书市和各县区书市展厅内人山人海,晚上10点还有很多读者驻足购买,气氛火爆,最终创造双休日销售60万元的纪录。(繁)

当当自有图书:不抢生意做创投

■中国出版传媒商报记者 张攀

创投!创投!创投!重要的事情说三遍。这是中国出版传媒商报记者专访当当自有图书负责人张巍时,他频繁挂在嘴边的词。采访中,张巍表示他们无意争抢出版社的生意,而是给有理想的出版人提供创业机会,挖掘市场增量。关于这门生意,一切都可以谈,而最理想的状况便是当当只给出版人提供资金,其余事情一概不参与。

不是颠覆出版 而是挖掘增量

当当助理总裁、创投基金合伙人张巍并不认为当当自有图书是对传统出版的颠覆,而是在这个创意、风投满天飞的时代,当当依靠自身的资金和渠道资源,给有志的出版人提供创业机会。“我们在招募帖中寻找的出版人,并不是要他们来做当当的员工,而是创业和投资的关系,这与完全脱胎当当内部或完全反映当当意志的图书公司是两个截然不同的概念。”

这与亚马逊在美国不带图书代理商玩,且与出版商正面竞争做出版的方式有所区别。如果亚马逊在美国掀起的是“出版革命”,当当在中国的做法则“简单粗暴”了不少:当当和出版人合作成立工作室/策划公司,当当出全资(占股75%),出版人以人力资源入股(占股25%),双方按照图书销售利润分成。在这个过程中,当当最大程度保证工作室/策划公司的独立性,除了投资和必要考核外,对于选题、营销、发行、人事等将不主动参与。“只有工作室/策划公司确实在某些方面存在短板,我们才会提供一些收费的针对性服务。”



从当当看电商做书症结

当当这些年给人的印象是起了大早,却赶了晚集。单就自有图书这块,京东的脚步都比当当快了不少,且有更深的介入。虽然京东自营表现并不令人印象深刻,但在创新上,京东图书的很多玩法还是很值得一提。好在是,在自有图书上,当当不存在赶晚集的情况。从国外的亚马逊和国内的京东来看,由电商发起介入上游始终难有大突破。亚马逊的出版业务受到出版商和渠道商的抵制,京东自营版则反映出大数据并不万能,出版还是需要基因和经验的行当,以及从事者的专注。当当自有图书不主动介入选题,这倒避免了完全由自己主导来做时需面临的难题,而以创投来扶持工作室/策划公司的做法,可能更加容易被业界接受。然而,采访完张巍后,记者仍有问题没能找到答案,这也暴露出电商做书的症结。

当当如何避免与出版社、民营策划商争抢作者和作品资源? 时下,对这些资源的争抢本已相当白热化,哪怕当当强调此举旨在挖掘市场增量,表明工作室/策划公司不必刻意强调当当背景,但若要想取得更大效果,依然离不开热门资源,这就必然触动传统出版商的利益。那么,这是否会考验当当和出版商的现有合作,尚待进一步观察。

当当怎么保证自有图书的成效? 当当将自有图书的主动权下放给了工作室/策划公司,这无疑考验当当对人的鉴别能力。同时,对这些方向各异的工作室/策划公司,如何从整体上加以把控,尤其是如何协调工作室/策划公司之间可能出现的竞争,也对当当的管理能力提出了高要求。更为重要的是,当当只会在工作室/策划公司有需求时才会提供市场、渠道、营销等方面的支持,且将收费。这种非主动推进、不以一套成熟模式来贯彻的做法是否会导致当当的优势无法顺畅被工作室/策划公司所得到,从而影响自有图书的成效,值得考虑。

当当内部不同部门如何协同? 当当今年年初大力推进数字业务,如今又介入自有图书,在全产业链延拓的背景下,当当的不同部门必然需要有更加紧密的协同合作,如纸电互通等。张巍表示,他们正在考虑如何进一步加强各部门的联系,但仅是起步。

“对整个出版业而言,当当做自有图书,是增加了市场机会,而不是说要抢谁的饭碗。”张巍认为,当当虽然新搭了戏台子,但这同样离不开与出版社的合作。“我们不干预工作室/策划公司的经营行为,他们跟出版社合作完全自由,渠道搭建上同样享有相应自由。”

创投不限门类、不限地域,以致具体形式和细节都可谈,譬如出版人若愿投入部分资金,最大占股比例可达49%。借此,当当期望可以让更多图书,尤其是那些被出版社和市场所忽视、认知不够的图书拥有翻身的机会。“一旦这些图书成为当当自有图书,我们自然会给它们匹配相关资源。”理论上来说,凭借当当现在的渠道影响力和市场占有规模,这些书确实将有更好的机会改变命运、脱颖而出。

不拘一格做孵化器

可以看出,当当扶持的工作室/策划公司,与如今市面上大量存在的民营策划公司并无两异。采访中,张巍一直明确表达要淡化当当留在这些工作室/策划公司身上的痕迹:这些工作室/策划公司

的名字不用带当当字样,做的书不一定非得有当当的图标,给不同渠道的折扣同样可以商量。

当当在竭力避免与传统出版商、渠道商发生正面冲突。对于这些工作室/策划公司可能造成对市场上热门作品和作者的抢夺,张巍坦承这是一个现实问题。“这不可避免会冲击现有市场的利益分配格局,我们想尽力照顾到每一方,但确实不太现实。”

不过,从市场经营的角度而言,当当做自有图书并没有值得特别苛责之处。当当从图书起家,走到今天,通过自身力量给市场提供更多、更好的产品,是产业链的自然延伸。

这样一个新鲜事物需要时间来被各方所理解、消化。民营书业是一个很好的例子,其从诞生之初的“偷偷摸摸”到如今与国有书业几乎“平起平坐”,同样经历了一个冲击原有利益格局到和平共处,从不接受到接受的过程。虽然创投肯定对利益有明确要求,张巍表示他们并不贪大求快,所有工作室/策划公司都会有至少半年的辅导期,大的计划是在未来2~3年逐渐建立当当自有图书的市场规模和影响力。

以自有图书布局阅读全生态

实质上,业界一直对当当是否会涉足上游颇为关注,但当当此前对外口径始终相当谨慎,而这次终于宣布启动,缘何何在?

四川省青少年爱国主义读书教育活动夏令营开营

中国出版传媒商报讯 7月13日,由四川省委宣传部省文明办主办,新华文轩出版传媒股份有限公司承办的四川省青少年“奋发向上·崇德向善”爱国主义读书教育活动夏令营开营,5天里,500余名师生将参与看电影,参观四川省科技馆、大熊猫繁育基地、极地海洋世界、国色天香乐园、购书中心等活动,前期开展的四川各市州演讲及讲故事比赛优胜者将进行决赛。四川省委宣传部副巡视员孙先荣主持开营仪式,四川省新闻出版局副局长张

中国出版传媒商报讯 暑期来临,新华书店进入营销旺季。南京新华书店有限责任公司从7月1日起至8月28日在南京市所属各店、天猫旗舰店及微商城同步联动举办“玩转暑假·乐在书店”系列主题文化活动。

该系列活动主要分为六部分。一是多场演讲、征文活动来袭,如“悦读荐书”征文、演讲活动,第五届“好书伴成长”和“摆渡船杯·我是文学小水手”暑期读书征文活动,“少年中国说·暑

中国出版传媒商报讯 随着内容产业热度不断走高,2015年数字阅读领域的拼抢也更加激烈。近日,阅文集团对外披露,其上半年电子稿酬发放额近4亿元,创下新高。阅文集团旗下汇集起点中文网、创世中文网等原创文学优质品牌、多家图书出版及数

中国出版传媒商报讯 亚马逊中国近日发布2015年中国图书排行榜,包括“年中国图书畅销榜”、“年中Kindle电子书畅销榜”和“年中最爱阅读城市榜”。《解忧杂货店》、《从0到1:开启商业与未来的秘密》和《追风筝的人》位列最畅销图书前三甲;Kindle付费电子书榜前三名则是《解忧杂货店》、《何以笙箫默》和《一个人的朝圣》;金华市、温州市、苏州市成为亚马逊中国2015年最爱阅读城市榜的前三名,其余城市包括贵阳市、太原市、昆明市、珠海市、惠州市、中山市

晓杰、新华文轩出版传媒股份有限公司总经理杨杪等出席。

第22届青少年爱国主义读书教育活动于2014年7月启动,在四川省各级宣传部、文明办、教育局、新华文轩等相关部门和单位的推动下,各地学校师生积极参与,开展了征文比赛、小学生讲故事比赛、中学生演讲比赛和知识竞赛、夏令营等丰富多彩的活动。整个过程中,根据活动主题和青少年特点,各地、各校的活动都结合了自身特点,结合班会、团队会,利用墙

期更快乐”小小演说家活动等。二是启动“凤凰芝麻读书会”暑期档亲子阅读活动,活动期间每周六下午两点将有出版社编辑在新街口新华书店六层微电影厅聊童书和编辑趣事。三是“名师助学讲习堂”暑期开讲,以助学教辅、阅读、写作为主讲内容。四是“梦工厂:我的舞台我做主”将定期在外文书店开展,指导孩子们编、导、演儿童绘本。五是“我是小画家”少儿美术体验课在江东中路店开课。六是每

阅文集团上半年发放4亿元电子稿酬

字发行品牌、音频听书品牌,以及承载其全部内容与服务的APP“QQ阅读”。其以“全民阅读”为发展目标,确立了以“全面领先的内容储备、全设备平台搭建、全产业运作”为核心的发展模式。成立以来,一方面积极搭台“全民阅读”,推出了全新改版的QQ阅读

亚马逊中国发布年中国图书排行及最爱阅读城市

和长春市。

在亚马逊中国2015年中国图书畅销榜中,经管图书表现尤为突出,有5种图书上榜单前50且排名靠前。

2015年最爱阅读城市榜相比2014年变化较大,仅有苏州市连续两年上榜。值得注意的是,连续两年,最爱阅读城市榜前十均是二三线城市,这表明阅读在二三线城市生活中占据更加重要的地位。它们不同的历史、人文造就了不同的阅读风景。

譬如,金华市的阅读选择大致符合主流阅读趣味,同时也非常重视孩

太原市店开通网上书城

中国出版传媒商报讯 实体书店与互联网融合速度加快,山西太原市新华书店日前正式推出“来读书吧·网上书城”业务,给读者提供了新的购书渠道。该网上书城集店商、电商、微商于一体,在线销售图书和各类文化产品。据悉,读者只需要注册一个账号,就可享受会员信息、折扣、积分、优惠券、活动、收藏、购买、支付、物流查询、到店购买等功能,且有专门人员送货上门。同时还拓展了新华书店深度服务,如在线分享资讯、门店地理位置和商品在架位置导航等功能,读者可在微社区互动交流,太原市店旗下多个文化品牌也会在上面实时发布活动信息。由此,读者将尽享立体式阅读服务。(繁)

我们看到,出版业发展至今的不同发展阶段,每阶段都有自己的特点。如今,出版业在网络、资本、创意、新媒体推动下发生天翻地覆变化的同时,对优质内容的渴求却始终强烈。尤其是代表未来的90后、00后阅读群体,阅读习惯和阅读载体的巨大转变,让传统阅读并不能很好地满足他们的需求。

对出版业而言,这是一次新的爆发机会。于是,当当此时高调介入便更有道理可循了,以资金、渠道和大数据优势来释放那些被束缚住手脚的出版社和民营策划公司里的出版人的创造力,经他们的手来满足更多元的阅读需求。

时下,最主流的出版形式仍是纸质出版,哪怕数字出版火爆发展,但纸质出版同样是衡量数字出版内容好坏与否的重要标准(很多数字出版内容做全媒体开发时都要以纸书形式检验成色)。而当当继2015年起大力推进数字阅读业务后,如今再做自有图书,总算为其一直念叨的阅读生态圈搭建起了完善的上游内容生产体系。张巍透露,除了现有的线上渠道,当当正在推进线下渠道的布局,未来将做一些O2O的事情,进一步完善这个生态圈。

当然,在更大的意义上,以当当为代表的图书电商很好地唤起了读者的阅读热情,而此次做自有图书,同样具备这个意义。在张巍看来,只有整个阅读消费内容产业繁荣了,作为其中的一分子的当当才能得到更大收益。



报、板报、校报、校电视台、校园网等途径开展,受到老师、学生和家长的欢迎。

据悉,作为整体活动的一部分,四川省读书活动征文比赛利用“优课优信”APP平台进行专题展示、投票评论。最终,通过平台共征文430篇,投票50万人次,四川省20多位名师在线点评1万余条,点击浏览120万人次。这些获奖作品将汇编成集。四川省演讲及讲故事比赛、征文比赛优胜者等还将参加7月底在北京举行的全国读书教育活动表彰大会和夏令营。(文 枫)

周定期举办“艺工坊”体验非遗文化的系列活动。

据悉,整个系列活动期间,南京新华下属门店准备了多样的优惠活动,如常用工具书8折优惠销售;七家书店同步推出的“刷工行书缘卡享惠”活动,满40元即可获赠10元书券;新街口新华书店卡西欧专柜开展购指定款电子词典获赠200元书卡的活动等。所有活动的信息都可在南京新华书店官方微信实时查阅获取。(繁)

5.0版,将移动阅读从1.0时代带入2.0时代,大幅加快数字阅读领域革新步伐;一方面在网络原创文学领域深耕细作,通过出台旨在全面升级作家运作模式的“星计划”等一系列动作,推进拓展原创文学业态的广度和深度。(繁)

子的教育,最受欢迎的前十种图书中,少儿书占据4种。温州以经商著称,当地读者深谙“教育从娃娃抓起”这一道理,有19种少儿书进入该市最受欢迎图书前50名。苏州市文化底深厚,当地读者阅读范围较为广泛,畅销书、经管书、科技书都很受欢迎。此外,贵阳读者爱看讲述执行力和自我管理的图书,如《请给我结果》、《自控力》等。太原读者则是青春与古典并存;昆明市汇聚大量爱看文艺书的读者;珠海市读者偏爱考试和经济管理类图书。(繁)

福建教育出版社是全国最早组建的5家教育出版社之一,近年除了做好传统的教材教辅、教育理论读物两大主业外,耕耘数十年的学术出版亦卓有成效,而2014年10月18日启动的大梦书屋更是彰显了该社“坚守出版、跨界融合”的发展理念和文化担当。7月9日,闽教社在京举办独立书店交流会,携该社近年出版的精品学术著作与三联韬奋书店、北京万圣书园、彼岸书店、雨枫书馆、北京库布里克书店、布衣书局、孔夫子网、前流书店等见面,闽教社社长黄旭、副社长孙汉生,中国图书评论学会副会长杨平、中国出版传媒报社副社长李际平等参会,共同就独立书店发展前景及闽教社学术图书如何借独立书店打响品牌进行研讨交流。

闽教社社长黄旭坦承,近年来,闽教社推出了多套颇具影响力的精品学术著作,但默默耕耘、认真出版的低调作风,使业界和读者对闽教社的学术出版还缺乏足够认知,尚需改变。黄旭认为,闽教社建社58年来基本是自给自足,没有真正地“走进江湖”,而如今,他们要做一件在“江湖”上有影响的事情,在坚守学术文化精品的时候,更着意传递文化、播撒书香。黄旭对如今依然坚守的独立书店表示敬佩,认为每个独立书店都有深受读者喜爱、不可取代的独特个性。谈及去年大梦书屋的开业,

黄旭希望构建一个交流的平台、思想的聚集地,为所有懂书、爱书的读书人营造复合型人文空间。

闽教社副社长孙汉生以讲故事的形式介绍了他们如今在学术出版上的实践和探索,晚清民国、学术文化、名家名作、大众阅读四大系列兼顾高端学术精品和适合大众阅读的人文社科图书,有多种市场反应佳、读者口碑好的学术著作面市。如“莫理循研究系列”、“鲁迅研究系列”、“论道书系”、《严复全集》、《20世纪学术大典》、《民国时期社会调查丛编》、《航拍中国1945》、“西方思想文化译丛”、“叙旧文丛”、“鹿鸣书系”等都已形成品牌影响和规模优势。孙汉生感慨,愈深挖学术出版,便有愈多的发现,而这些发现往往让他们都惊叹不已。

中国图书评论学会副会长杨平认为中国人读书需求会越来越大,独立书店的未来是光明的。他表示,每个人其实都有读书的愿望,随着中国社会经济的发展,专注于推广好书、促进阅读的独立书店必然有美好未来。杨平希望中国图书评论学会能与更多书店、出版社合作,将阅读真正推入大众生活中。

中国出版传媒商报社副社长李际平称赞了闽教社坚守出版、跨界融合所取得的成果。她表示,闽教社虽偏处一隅,但近年出版成果颇丰、跨界成效显著,大梦书屋的开业,更进一步地服务了社会和读者。

万圣书园创始人刘苏里和彼岸书店创始人赵越超从独立书店经营者的角度,谈了他们对面教版学术著作的看法及独立书店未来走向。对闽教社此次拿出的人文社科精品图书书单,刘苏里认为这是他近年来获得的最好的一份由非专攻学术出版的出版社所推出的书单。

刘苏里感慨,来参会的独立书店多是新鲜面孔。面对这么多后起之秀,他希望这些书店能够做出自己的气势。彼岸书店创始人赵越超谈到,他做的最多的事情就是选书。对实体书店如今的经营困境,他认为不必过于悲观。他指出,独立书店需要做出自己的个性,不要将网络书店、新媒体当作敌人,它们其实带动了更多读者的购书热情,要善加利用。

河北大发纸业有限公司为国家秘密载体指定的销毁单位
我公司长期收购造纸原料出版社的报废书本。公司主要产品有:生活用纸、文化用纸、水印和防伪用纸以及木板底纸、防锈原纸、育果袋纸等工农业用纸四大系列。
电话: 010-60259488 联系人: 王冬梅
手机: 13501362711

闽教社在京举办独立书店交流会
跨界造影响 携手推阅读
中国出版传媒商报记者 张攀