

飞天传媒举办“书香上海全国行”甘肃站活动

中国出版传媒商报 日前,上海书展暨“书香上海全国行——沪版图书精品展甘肃站”活动在甘肃新华书店飞天传媒股份公司西北书城开幕,正式开启这场跨越甘肃省10多个城市的八月书香之旅。本次书展参展图书以沪版社科、人文类为主,同时涵盖文学艺术、科技教育等,活动将持续至8月31日。

以上海书展暨“书香中国”上海周为品牌依托的“书香上海全国行——沪版图书精品展”活动

当“互联网+”以风暴之态席卷众多行业时,新华发行集团很难再坐得住。

进入2015年,商报记者持续跟踪这些发行集团的发展,发现“互联网+”总被它们频频提起,大有“互联网+一切”之势。

中国出版传媒商报记者 张攀

多方建入口 持续优出口 新华发行集团热捧“互联网+”

难对“互联网+”说不

从“+互联网”到“互联网+”,发行集团不用再担心线上业务对线下业务的冲击,而是追求融合发展。

8月10日,阿里巴巴和苏宁互相入股,中国零售业的线上第一和线下第一次走到了一起。

这多少有点出人意料。要知道,3年前京东和苏宁大打价格战时,苏宁董事长张近东却称苏宁的对手不是京东,而是天猫。如今,这个张近东口中的对手,却成为苏宁第二大股东。以此为始,阿里巴巴和苏宁将打通线上线下,全面提升效率,为中国及全球消费者提供更加完善的商业服务。

再没有比这能更好地注解“互联网+”的意义和前景。从竞争到合作,“互联网+”描绘出的线上线下共生共荣、互促互进的融合发展之态,让众多企业纷纷“折腰”,甚至原本的竞争对手也就此成为战略同盟。

马云说过这样一句话:线上企业未来30年的希望一定在线上,未来30年线下企业的希望一定在线上;互联网经济不是虚拟经济,“互联网+”经济就是把虚和实结合在一起。

这是“互联网+”经济干的事情。对发行集团来说,这恰好解决了它们此前面对互联网经济(更强调线上)时的难题,让它们在持续推进线下业务发展时可拓进线上,朝线上线下融合发展的目标前进。

“互联网+”经济可谓是新华发行集团转型升级的明钥。江西新华发行集团今年便率先提出“互联网+”的战略模式,试图实现“文化与科技、文化与市场、文化与金融”的全面融合,推进“互联网+经营平台”、“互联网+教育”、“互联网+物联网”三大板块的建设。

仔细分析江西新华的“互联网+”战略模式,就会发现这不仅是简单地给线下业务匹配线上,如实体书店开网络书店,而是要从整体经营、管理、供应链、内部流程、人才、服务等方面做全方位而深刻的革新。

如今发行集团极其热衷的一站式文化消费中心是“互联网+”经济的很好体现。在对传统大书城做升级再造时,新华发行集团或多或少地给它们增加了“互联网+”的因素。如今年7月5日重新亮相的山西图书大厦,就引入“互联网+”经济,打造“互联网+图书+音像+文化用品+文化衍生品+文化服务”的智慧书城,不仅实现全楼Wi-Fi覆盖,还自主开发以图书为核心的APP,深度整合了图书销售、文化消费、体验服务等,提供线上线下于一体的互动体验。

今年早些时候,安徽新华发行集团与腾讯合作,共同打造全国领先的以文化传播、文化消费、全民阅读为理念的O2O社交平台,向广大读者提供集门店导航指引、商品信息便捷查询、微信Wi-Fi覆盖、互动娱乐、在

线购买、智能扫码快捷支付等功能,有效提升了实体书店的消费体验,初尝甜头。

做入口的线下业务前景光明

给线下业务安上“互联网+”这双翅膀,它们统统成为线上流量的入口,发展动力十足。

这凸显了发行集团不松懈发展线下业务的重要性。可以看到,新华发行集团做“互联网+教育”、一站式文化消费平台时,都极其依靠已有的线下业务,甚至是发力点。简单举例,此前出版社跟新华书店合作大都只在采销,如今却能在新媒体、物流、大数据、服务等方面展开合作,尤其是一些发行集团新近拓展的数字教育、现代物流、文化消费平台等业务更被看好。

这些新业务统统离不开线下业务。更值得一提的是,这些入口的形态通常呈平台之姿,或者说更像一个单独的产品。这样,任何合作方都可视自身需要来寻找合作契合点,从而快速踏上“互联网+”经济的道路。

如今,发行集团打造“互联网+”经济入口的热情相当高涨。河北省新华书店集团近日出台了《关于进一步加强门店建设和经营管理工作的指导意见》,提出利用3年左右的时间完成首批列入计划门店的升级改造工作,特别是加速实体卖场与互联网的融合,打造O2O体系,为顾客提供线上线下一体化的消费体验。

湖北新华今年加强了与晨光文具的合作,将其作为卖场倍增计划和O2O战略的重要举措。河南新华计划今年在郑州市内开设15家到20家社区书店,这是它们搭建O2O社区体验书店微连锁体系的开始。新华文轩109家新华文轩·淘旅行直营店今年6月1日开业,将建立线上旅游平台(文轩淘旅)、线下体验体系(文轩实体店),这同样是新华文轩打造全新旅游O2O模式的第一步。

更加值得一提的是皖新传媒今年4月斥资1.58亿元收购蓝狮子45%股权。对原本在出版发行产业链上游入口上有很大欠缺的发行集团而言,没有什么能比通过资本手段来更快速介入了。对皖新传媒来说,收购完成后公司将实现由图书发行向上游互联网内容出版和新媒体运营领域的延伸,丰满产业链,激活现有资质资源,加速传统媒体向新媒体的转型与融合。

今年7月2日,皖新传媒以5亿元自有资金认购皖新智科教育创业投资合伙企业二期100%股权。记者了解到,这些并购基金将重点聚焦数字教育和互联网平台项目,储备优质的并购标的,打造以文化教育为核心的互联网平台企业。

这大大提升了发行集团创新传统业务发展的步伐。



“互联网+”出口打造重服务

有入口,就有出口。出口直面消费者,能否做到最全面、最丰富、最优质,将决定用户体验的好坏,这将是“互联网+”经济能否成功的关键。

服务的重要性被提到相当高的层面。这里的服务囊括线上线下,两者都同等重要。河北省新华书店有限责任公司今年推出了小学、初中、高中全年级、全科目、全品种线上零售业务,同时旗下的教材售后服务中心,也持续优化教材的线下零售、邮寄服务,并在河北各地新华书店设立教材零售专柜。这种线上线下“双轨制”课本零售业务颇具意义,创新了传统教材在“互联网+”经济下的业务模式、营销模式和服务模式。

新华文轩“双轨制”教材教辅业务走得更早,也更加有成效。近年来,新华文轩通过构建线下征订渠道和线上云服务平台相结合的经营模式,稳定了教材及助学类读物产品销售,推动教育服务多业态发展。因而,当一些发行集团才开始介入“双轨制”教材教辅业务时,新华文轩已经收获了很好的成效,并为自己构筑很好的竞争优势。值得一提的是新华文轩对自身服务质量的提升,特别是其结合实际需求来做针对性满足的能力。

新华文轩给数字教育产品“优课教室”配置了专门的客户培训团队,除了总部专业培训师主要负责项目性综合培训外,还在各市、县机构常设专职培训师队伍,保证各地用户的即时培训需求。同时,他们为了使用户能够获得及时、便捷、专业的售后服务,还组建了由三级自有技术支持服务(专责落地客服)和第三方技术落地服务(特约服务站)相结合的专业技术服务团队,明确了整个技术支持流程及规章制度,使客户需求第一时间得到回应,问题得到快速解决。

走得早,又善于服务的新华文轩,如今显然有很大的“互联网+教育”发展优势,这让他们颇为受益。人民教育出版社如今跟新华文轩已是战略合作伙伴关系,他们的考虑便是基于双方已有优势,强强联合可共同做强做大全媒体中小学教育市场,培育新的经济增长点。

当“+互联网”成为“互联网+”,新华发行集团的思路显然被进一步放开,路子也变多了。但他们也依然清醒,即无论概念如何变化、更新,他们本质上要做的仍然是满足读者文化需求的事——手段可以革新,但这点不能变。

“我与商报《图书发行》”征文

唐俊荣

在我垂垂老矣的暮年尚能参与《图书发行》60年和《中国图书商报》20年的征文活动,殊属一大幸事。

在解放战争的炮声刚刚停息之际,我进入新华书店。那个年代机关单位报刊资料很少,但几乎都有自己系统的内报内刊,新华书店的这类资料尤其完备。我最初见到的就有新华书店总店的《新华通报》、中南总店分的《中南发行》和省分店的《发行简报》。这些内刊为全店的业务指导和信息交流提供了广阔的平台,我也就是从那时开始写稿的。

1955年1月1日,总店的《图书发行》创刊,这是新华书店系统的第一份报纸。它与之前的简报型内刊有两大不同特点:一是内部机制健全,编辑、校对、印务、通联一应俱全;二是内容趋向丰富,消息、言论、通讯、图片、散文、诗歌,直至微型小说,都在选题之列。

《图书发行》创刊之后,各省市自治区原来的简报也先后改名为《××图书发行》。我就是在这个时候担任《湖南图书发行》的编辑,先后达7年之久。由于这个原因,我与《图书发行》的联系较为密切,不仅经常供稿,而且还有报道业务上的往来,总店编辑室(《图书发行》编辑部)的浦一之、王仁、宋培真、梁天俊、费再扬、梁英、陈斌、郭虹等,我们都比较熟悉。

1995年在世界书业史上不算是景气年,这一年倒闭、并购的事件不断发生,有的案例还相当惨烈。但在中国却是另一番景象。一方面,“文革”造成的文化荒漠现象正在逐渐消除,图书市场热切期待繁荣;另一方面,出版业经历近十年的试水与徘徊,一场新的改革初露端倪。但是也应该看到,长期的闭关锁国使中国书业与世界的差距越来越大,比如,我国书业还没有一份真正意义上的商务报纸,这是出版文化软实力的一块“短板”。因此,《中国图书商报》的诞生,就是形势所迫顺理成章的事了。那时正碰上全国发行协会换届选举大会,来自全国各省市书店和出版社的负责人,无不为此叫好。

也是在那次会议期间,我第一次接受了《中国图书商报》记者的采访,并见到了该报的两位领导:年轻的程三国和老熟人陈斌。从他们的言谈中我深感《中国图书商报》较之于《图书发行》,不仅在于理念上的全新视野,更让人喝彩的是,经过艰难争取在报名中加“中国”二字的前缀,这就意味着它与生俱来的地位与责任不同凡响。同时也标识着它的目标是进入世界书业之林。

《中国图书商报》创刊后一年一大步地向前迈进。1996年第一次改版,由原来的4开报改为对开报(我的《美国书业考察》就是在这时刊登的),接着1997年扩版,由原来的常规4版扩至常规8版。我就是在这个“增人增产”的时候,应当时新华书店总店总经理邓耘之聘,加盟图书商报。

1997年元旦,一个大雪纷飞的新年来到北京。当天晚上就开始看当期报纸的清样,那时正在开展“中盘雄起”的讨论,一股深化改革之风扑面而来。

那时报社条件很差,几十个人在北礼士路135号后院,与“三目报”挤在同一栋小楼里。那时报社自己还不能排版,每到出报的那天,各版和广告部的编辑一起去2207工厂和排版师傅一起操作,有时搞到深夜才完工。这一天半夜的集体办公也是挺有趣的,特别是中午那顿工作餐,尽管都是一些“糙白菜”、“摊鸡蛋”等大路货,但大家还是吃得喜气洋洋。搬到西三环的初期,仍在原来的工厂排版,那就更困难了,我签完最后一个版打的回到苏州桥住地,常常是凌晨两三点了。

我是一个实际工作者,缺乏开阔眼界和深邃思想,我是以纯粹打工者的身份进入报社,所以我写专栏的笔名就叫“达官哉”。与我形成巨大反差的是那时商报同仁多数是时髦的“新新人类”。他们年纪轻、学历高、眼光新、思想活、胆子大。我近4年时间生活在他们中间受益匪浅,处处感觉新鲜,也同时面临困局。2000年,报社另一位领导成员调入,这年秋天我就趁机退回到湖南,参与《潇湘晨报》的筹创工作。

我与《图书发行》和《中国图书商报》这种奇特因缘,造就了我后半生的独特际遇,算是平淡无奇的晚年生活的一抹暖色吧!

(作者系湖南省新华书店原总经理,1997年~2000年受聘任《中国图书商报》社代总编辑。)

奇妙因缘的记忆碎片

北京·台湖全国社科图书订货会 满足抗战军事题材阅读选购需求

中国出版传媒商报记者 郭虹

8月13日至14日,纪念“中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年”北京·台湖全国社科图书订货会在北京台湖出版会展贸易中心举行。订货会由北京发行集团主办,北京台湖出版会展贸易中心承办。会议联合百余家重点社科图书出版社,集中展销涵盖数万种最新社科精品图书在内的60余万种中外文出版物,举办多场丰富多彩的图书推介活动,力求全面展示国内社科类图书最新出版成果,满足阅读社科精品图书、重温抗战历史的市场需求。

“全国社科图书订货会”,自2009年以来,已举办多届。订货会以齐全的图书品种、优惠的采购折扣、高效专业的服务,成为出版社展示最新社科出版成果、采购商“抢鲜”订购社科图书的业内颇具影响力的品牌盛会。今年的“全国社科图书订货会”,以“纪念‘中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年’”为主题,汇聚人民出版社、人民文学出版社、解放军出版社等社科类图书出版社出版的数万种最新社科图书,重点展销抗日战争、二战历史、

核心价值题材以及军事题材等热点图书,满足图书馆、批发商、零售书店的采购需求。

订货会开设九大展区。具体是:“锻造中华民族品格 学习时代英雄楷模”主题图书展示区、“铭记历史”中国人民抗日战争胜利70周年图书展示展销区、“正义的胜利”世界反法西斯战争胜利70周年图书展示展销区、“新强军时代”军事题材图书展示展销区、新版图书现采订货区、重点图书及排行榜现采订货区、外文原版图书订采区、特价图书现采区以及音像制品、数码产品订采区。

“铭记历史”、“正义的胜利”图书展示展销区,集中展销了各大出版社的400余种出版精品。其中,人民文学出版社出版、中国战争题材第一作家王树增的《抗日战争》一书,全景真实再现了抗日战争的惨烈与悲壮,被誉为王树增中国战争系列作品的完满收官之作。北京出版集团《烽火连天的京西抗日岁月》,记录了抗战英雄王朝仪年轻时时期在京西地区的抗战经历,再现了我党地下工作者艰苦卓绝的斗争生活。此外,人民出版社《中国抗日战争史简明读本》、重庆出版社的《503重装甲营战史》等一大批重点图书,引起采购

商和读者的关注。

“锻造中华民族品格 学习时代英雄楷模”主题图书展示区汇集了人民出版社、中国人民大学出版社等出版社的百余种当代核心价值题材图书。《中国传统伦理思想——社会主义核心价值体系构建的文化底蕴》一书,通过对中国古代和近现代中国社会主要特点的概述与归纳,阐述了中国传统伦理思想与社会主义核心价值体系形成与发展的关系。《中国道路与马克思主义》一书分析了中国模式的秘密、中国马克思主义与西欧的区别等。“新强军时代”军事题材图书展示展销区,集中展销了《高端军事决策——共和国重大军事行动实录》、《兵行海上——中国海军编队护航实录》、《冲天一跃:罗阳和歼-15的秘密》等数百种军事题材图书。

据悉,订货会期间,著名少儿读物专家雪岗将到场推荐《神圣抗战》一书,人民大学出版社编辑到场介绍《戴高乐战争回忆录》图书亮点,中华书局现场推荐《生生不息——从传统经典名句领悟社会主义核心价值观》。

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图书。公司主要产品有:生活用纸、文化用纸、水印和安全线防伪用纸以及火板底纸、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