

CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

中国出版传媒商报

(原《中国图书商报》)

2015年10月23日 星期五 第2180期 国内统一刊号 CN11-0282 邮发代号 1-217 国外代号 D-4584



我们的理念——惟优惟新 利业利世

2013~2014中国最具品牌影响力商报 / 2013中国十大行业报 / 影响中国2013年度最具传播价值专业媒体 / 2012~2013最具成长价值媒体十强 / 2011~2012中国行业报品牌十强 / 2011中国最具影响力行业媒体品牌 / 2010~2011中国品牌媒体百强 / 2009最受广告主广告商青睐的行业报

我们的目标——持续打造中国出版传媒业第一全媒体传媒(群)

出版企业
内部创业
5模式

■中国出版传媒商报记者 孙 珊

作为最初互联网公司激活内部员工创造力的方式，“内部创业”在国家层面大力提倡的“创业、创新”氛围中(李克强总理在2015年《政府工作报告》中，38次提到“创新”，13次提到“创业”，尤其2次专门提到“大众创业，万众创新”)，迅速进入大众视野，并以极快的速度蔓延至出版传媒领域。

2012年，安徽出版集团出资500万元，设立青年创新扶持基金“翼基金”，无偿资助青年员工的创意项目实施，由集团团委具体负责。截至2015年7月，“翼基金”累计投入了280万元，资助4个批次17个项目成功实施，取得良好的经济效益和社会效益，同时激励了一大批青年员工敢想敢做、成长成才，在集团内部营造了“敢想、敢闯、敢干”的创新氛围。今年，二十一世纪出版社集团、新世界出版社、中信出版社、北京磨铁图书有限公司等多家出版、策划企业都在积极进行内部创业。前不久，外语教学与研究出版社公布了最新组织架构和鼓励内部创业支持方案，改革大戏正式上演。

“内部创业”概念最早于1978年由美国学者吉福德·平肖提出。彼时，美国很多企业开始尝试内部创业，进行业务流程再造和结构重组，建立学习型组织、组织架构扁平化，以提高企业竞争力。国内企业大张旗鼓地推出内部创业项目，不得不提2007年盛大游戏推出“20计划”，旨在鼓励游戏项目负责人在盛大内部创业，项目负责人最高可获得游戏20%的收益分成。2009年，盛大创新院成立，掀起了内部创业的高潮。它类似一个孵化器，曾推出盛大Bambook电子书、盛大手机等产品，吸引了“程序员之父”潘爱民、国内知名语音交互专家黄伟等加入。

有业内专家认为，眼下的传统出版企业，之所以纷纷提出“内部创业”概念，首先是因为时代的变化让他们感到凛冬将至，怕跟不上时代。但是让他们完全抛弃传统的业务收入而转型，又缺少这种壮士断腕的决心，所以希望能用最小的代价来引领企业的未来。

不管是形势所迫还是内在驱动，此轮出版机构内部创业，正如我们关注到的案例(详见本期第9~10版)那样，坚定而务实，在某种程度上，已远超多年前市场化转型时，出版机构所做出的诸如设立分支机构、开办新公司等相对初级的探索。此番革新，更多是基于市场格局和大环境的变更，从企业更为远大的愿景出发，做出的关乎产品生产和销售全流程的颠覆与创新。

无论结局如何，对于这样的探索，我们都应予以鼓励。毕竟，这个时代，传统出版已不能偏安一隅。出版、传媒、网络、电子、电信等行业界限被打破，内容行业正逐渐被纳入更为宏大的服务业范畴，不断产生新的商业模式。在信息时代，出版业如何能重新引领时代潮流，出版人理应行动。“内部创业”是一个抓手，也是一个契机。

借力政策东风 股权众筹可期

■中国出版传媒商报记者 王 婷

“众筹”模式舶来中国已有5年，从最初的实物众筹到目前的股权众筹，不断摸索发展。相对于实物众筹，股权众筹的发展空间更大。

2013年，徐志斌通过在互联网上发布《社交红利》的众筹，一周内获得了上万元的资金支持，众筹出版由此进入大众视野。这也是人们最熟悉的众筹出版模式——实物众筹。不论是《社交红利》，还是周鸿祎的《周鸿祎自述：我的互联网方法论》等市面上大多数众筹出版的图书，都采用实物众筹的方式。读者首先赞助图书出版，等出书后，出版社回馈给读者图书或者一些额外的福利。学林出版社数字出版部主任吴耀根将此模式形容为“预售+团购”。实物众筹最大的弊端在于投

■中国出版传媒商报记者 王 婷

今年9月中旬，国务院常务会议提出推动企业利用“互联网+”，积极发展众创、众包、众扶、众筹等新模式，鼓励股权众筹等。借力政策东风，图书众筹模式中的股权众筹方兴未艾，不再是单一的实物众筹。今年上半年，众筹出版平台“赞赏出版”获得IDG风投900万元，一石激起千层浪。其实众筹在出版业已不是新鲜词，热闹之余，出版业也应冷静追问——各类众筹模式优劣几何？众筹给出版业带来哪些启发？出版业又如何借众筹探索新路径？

资与收益不匹配，可能投资很多，但最后只收获了一本书，难免让人觉得不划算。业内人士分析，众筹之所以显得后劲不足，跟目前主要采用实物众筹的方式有关。

不久前众筹出版的《独家上海》则运用了股权众筹模式。2014年，学林出版社成立学林自出版平台，该平台运用数字出版技术，通过众筹项目出版优质选题。在学林自出

版平台上，《独家上海》项目募集投资人共同出版。待图书出版发行后，按照众筹者投资的资金分摊图书收益，风险和收益共担。相较于实物众筹，股权众筹更容易营销。因为所有的众筹者都成为图书投资者，销售好坏直接与其回报挂钩，激发了众筹各方利用自身资源开展营销的积极性。学林出版社社长段学俭透露，股权众筹让很多众筹者都

积极地在各个社交网站上分享《独家上海》众筹的消息。

更适合小众细分市场

传统的出版业，对于一本书销量的预测，基本靠经验判断以及图书上市之前的征订预售等完成，出版社在未知市场反馈之前一般会采取保守策略，而小众图书因为受众的狭窄，经常被出版社判处“死刑”。众筹出版为小众图书的面世带来更多可能。

“不是所有的图书都适合众筹出版”，徐志斌在《社交红利》火爆后曾如是表示。如今过了两年，他依旧坚持此看法。从目前市场情况看，众筹对难入出版社“法眼”的小众选题和专业的分众选题更有吸引力。

(下转第5版)

社店营销实务对接会2015年会

打造社店“零距离、零时差、最深度”对接平台

我们不仅仅提供

对接信息：让书店掌握最有用、针对性、定制化的重点书、新书信息；
对接资源：作家资源、活动资源、业外资源，社店互通有无的“伊甸园”；
对服务：会前微信、微博推广，会中业内、业外培训，会后线上、线下连线；
为订货会早作准备、比订货会更深度对接，能展销、能洽谈，有培训、有推介。

我们不仅仅邀请

新华发行集团、大书城、民营书企负责人，营销、发行、网络服务人员；
出版集团、出版社、民营策划商负责人，营销、发行、网络服务人员；
“主宾店”让你成为最亮眼的那颗星！

我们仅仅推荐

年度“金牌经理”、“明星店员”、“发行英杰”、“创新营销人”——书业风云人物；
年度“书业营销大事件”——社、店共同解析事件背后的故事。

我们还邀请业内外重磅嘉宾聚焦解读行业热点话题——

京东图书：书业如何与京东更好合作？
天猫图书：书业如何拥抱互联网？
新意互动：全媒时代，如何做好数字营销？
厚德胜言投资咨询公司：从营销至“赢”销——全媒时代下新营销模式
商报·东方数据：90后新生代现象及阅读特点
商报：年度“行情报告”走势分析及意向洽谈

你还舍得错过？本年度书业最重要社店营销大会即将开幕！

11月2日~5日，相约北京台湖，不见不散！

主办：中国出版传媒商报社
协办：北京台湖出版物会展中心
会议规模：200~300人(先报先得)
会议费用：2680元/人(含会议费、培训费、2日~4日三天住宿费、餐费)
(注：4人参会，1人免费)

精彩导读

重识信息战略，出版传媒业有话说

民营书店人才年轻化寻解

旅游出版如何广纳创意元素

2015CICF：泛娱乐驱动新动漫

京津冀携手 以非遗激文创活力

P2~P4

P6

P7

P8

P13

●政经提示

繁荣发展社会主义文艺 重点扶持原创

10月19日，新华社全文播发《中共中央关于繁荣发展社会主义文艺的意见》。《意见》分为6部分25条，包括：做好文艺工作的重大意义和指导思想；坚持以人民为中心的创作导向；让中国精神成为社会主义文艺的灵魂；创作无愧于时代的优秀作品；建设德艺双馨的文艺队伍；加强和改进党对文艺工作的领导。

屏蔽盗版出版物 网盘服务商有责

近日，国家版权局发布《关于规范网盘服务版权秩序的通知》，进一步落实《中华人民共和国著作权法》、《信息网络传播权保护条例》等规定，落实网盘服务商版权正版化的责任。

通知要求，网盘服务商应当采取有效措施，制止用户违法上传、存储并分享下列未经授权的作品：正在热

◆10月23日~25日，由河北省新闻出版广电局、河北出版传媒集团、沧州市人民政府主办的第三届环渤海地区图书交易博览会暨第七届河北省图书交易博览会将在沧州市图书馆举办。

◆10月24日~26日，由湖北省新闻出版广电局指导、湖北省出版物行业协会主办的第十三届华中图书交易会暨全国教育出版物展销会将在武汉科技会展中心举行。

◆11月13日~15日，由上海市新闻出版局、中国教育出版传媒集团有限公司、环球新闻出版发展有限公司主办的2015上海国际童书展将在上海世博展览馆举办。

◆11月18日~19日，由中国新闻出版研究院举办的第二届国际数字出版大会将在北京香山饭店举办。



本版主编：金 震
编 辑：龚真利
排 版：胡 斌

排名	图书书名	定价(元)	版别	监测销量	覆盖率%
1	《稻草人之乡愁理查世25》	15.00	折子少儿	19722	33.8
2	《秘境图鉴·一本探索奇境的手绘涂色书》	42.00	北京联合	19565	31.5
3	《跑着长大(向日葵名童书大赏)(美绘注音版)》	16.00	二十一世纪	14076	8.4
4	《大抗战(知识读本)》	38.00	学习	13810	11.5
5	《梅子涵图画小说·乡下路》	18.00	二十一世纪	13192	4.5
6	《阿甘的旅程》	38.00	湖南文艺	12848	22.0
7	《隔壁搬来一只狼(向日葵名童书大赏)(美绘注音版)》	16.00	二十一世纪	12387	12.8
8	《和爷爷一起读〈曹文轩小说馆〉》	18.00	二十一世纪	12193	4.5
9	《戴眼镜侦探记(李毓佩数学童话总动员)》	16.00	二十一世纪	11121	15.8
10	《戴面具的海》	18.00	二十一世纪	10787	5.5

9月全国图书零售畅销榜TOP10

排名	图书书名	定价(元)	版别	监测销量	覆盖率%
1	《稻草人之乡愁理查世25》	15.00	折子少儿	13584	8.4
2	《梅子涵图画小说·乡下路》	18.00	二十一世纪	13143	4.5
3	《隔壁搬来一只狼(向日葵名童书大赏)(美绘注音版)》	16.00	二十一世纪	12101	12.8
4	《三国演义(青少年文库)》	16.00	二十一世纪	10070	15.8
5	《浮桥下的汤小子(李毓佩数学童话总动员)》	18.00	二十一世纪	9267	7.9
6	《戴眼镜的海》	18.00	二十一世纪	8559	5.5
7	《和爷爷一起读〈曹文轩小说馆〉》	18.00	二十一世纪	8489	4.5
8	《阿甘的旅程》	38.00	湖南文艺	7064	22.0
9	《新教科(一年级第1册)(8月)》	19.80	二十一世纪	6447	8.7
10	《这世界,缺你不可》	39.80	湖南文艺	6164	10.0

9月全国图书动销新书总榜TOP10

排名	图书书名	定价(元)	版别	监测销量	覆盖率%
1	《中华人民共和国刑法(合修订三九)》	10.00	中国法制	410	5.5
2	《中华人民共和国刑法(根据刑法修正案九最新修正)》	10.00	法律	392	7.8
3	《美乐光·秘密花园涂绘学册(书坊10)》	49.80	北京联合	367	6.7
4	《藏在树下的孩子(席慕蓉散文)》	28.00	长江文艺	321	8.2
5	《弟子规·影响孩子一生的国学启蒙经典》	15.80	天地	307	5.5
6	《墨龙精粹(第5季)》	20.00	沈阳	272	2.9
7	《即席发的战争》	48.00	新世界	262	1.5
8	《植物大战僵尸2:极品爆笑多格漫画20》	13.80	中少总社	244	6.7
9	《我的部落:青春》	35.00	南海	227	5.7
10	《三字经·影响孩子一生的国学启蒙经典》	15.80	天地	196	4.2

9月全国动销新书总榜TOP10