

中南出版传媒新书亮眼活动精彩

北京图书订货会期间,中南出版传媒集团8大系列的重点新书抢眼,营销活动丰富多彩,吸引了众多读者。在重点新书方面,中南传媒携主题出版、文学类、艺术类、历史经典类、科普类、生活类、少儿类、畅销系列等图书,闪亮登场。主题出版方面,湖南教育出版社的《中国血:抗战十四年》、《20世纪中国科学口述史系列:“523”任务与青蒿素研发访谈录》等成为亮点。文学类方面,湖南文艺出版社《高铁风云录》引发关注。艺术类方面,湖南美术出版社的《八十年代——一个艺术与理想交融的时代》等成为重点。历史经典方面,岳麓书社的唐浩明评点系列备受青睐。科普类方面,湖南科学技术出版社推出了“不可磨灭的印记”系列、《完美理

(上接第8版)

新华文轩出版传媒股份有限公司

重点凸显出版数字化升级优秀成果

新华文轩出版传媒股份有限公司(以下简称“文轩”)在重视发挥订货会的业务洽谈、订货和产品推广功能的同时,充分利用订货会契机,宣传文轩出版业务发展亮点,展示创新发展整体形象。整个展厅呈开阔式扇形布局,开放、活跃、流动感强,与整个展场相互渗透、交融,寓意文轩愿以兼容并包的心态博取众长、创新交流发展。

“创新·进取”为文轩此次参展的主题,重点突出文轩在出版、数字化升级转型等方面的优秀成果,同时展示文轩教育信息化、电子商务的成果及亮点,扩大文轩在出版传媒行业的品牌影响力。

文轩好书亮相订货会。2015年底文轩为推动“书香天府”全民阅读的开展,推介优秀川版好书,鼓励和培养优秀作者,积聚出

山西出版传媒集团

阐释多种文化 收获多种成效

作为山西出版传媒集团“冬季行动”主要任务之一,集团对订货会参展工作高度重视,8家出版社和山西新华书店集团积极参与,从展厅设计招标,到媒体宣传营销;从规划新书出版,到组织订货交流,各项工作都圆满完成。在红白相间、简约时尚的集团展厅内,千余种精品图书亮相展出。

本届订货会,山西出版传媒集团推出了一大批新书好书。《悦乐为天下:范仲淹与庆历新政》为学术少年林嘉文史学新作,谱写了一曲北宋士大夫的精神悲歌。《陈永贵》用翔实的史料、丰富的图片,揭秘了一个真实的时代劳模、农民总理。《何泽慧传》追述了著名核物理学家何泽慧的成长历程,全景式地展现了其伟大的一生。《宇宙观察者》引领读者去探索科幻小说的玄妙与风采。“刘慈欣现象观察丛书”收集了刘慈欣本人的创作谈、媒体的访谈以及他人眼中的刘慈欣印象。“廉洁文化读本丛书”对山西历史上清廉名臣狄仁杰、裴度、司马光、陈廷敬、栗毓美、于成龙的一生进

(上接第1版)

在新华发行集团聚焦线上信息流通平台的同时,当当网则把重心放在了线下。在其供应商大会上,当当高级副总裁姚丹对“为什么我们要开实体店”的问题解释称,“实体店能大大提升顾客的购物体验,有效解决供应链效率问题,商业地产过剩为实体店的发展带来机会。当当鼓励出版人、大V、网络红人推荐图书,并在当当开店。当当提供后端服务、物流及仓储。”无独有偶,1月6日,由中国新闻出版研究院主办、北京吴福文化传播股份有限公司承办的2016全国千家实体店发展大会在京召开,围绕“把书店留住”的主题,会议设置了政策扶持、文化助力、企业创新推动三类专题,全方位聚焦实体店发展现状,各方共同探讨实体店在新常态下的转型发展。

正如现代教育出版社国学中心编辑室主任聂金星所言,书业的最终指向和落点是读者。一个急躁的编辑,一个急躁的出版社,一个急躁的书业,是不可能静心

商报快递

18种教辅和养生保健书编校不合格

中国出版传媒商报 1月8日,国家新闻出版广电总局公布了2015年“出版物质量提升年”教辅和养生保健类编校质量不合格图书,该批次共查出18种图书编校质量不合格。如广东高等教育出版社的《高考复习指导 历史 第2轮》差错率达到3.03/万;吉林科学技术出版社的《肠道保养书》差错率达到2.99/万;首都师范大学出版社的《高中英语读本 模块3(高一下学期)》差错率达到1.75/万;湘潭大学出版社的《新视野大学英语读写教程学习指南·2》差错率达到1.67/万等。

此次公布的编校质量不合格图书,差错主要集中在两个方面:一是文字错误,不合格图书中错别字、漏字、漏词、颠倒字等问题较多,如“雾凇”误为“雾松”、“切记不要喝汤”误为“切忌不要喝汤”等;二是知识性差错;三是逻辑不严密、

资源,促进四川出版业的繁荣与发展,组织旗下10家出版单位共同开展了“文轩好书”的评选活动。通过对推荐图书社会效益和经济效益相统一的标准进行评定,四川人民出版社等9家出版单位的16种图书入选文轩好书,并在订货会上重点展示。

智慧教育示范。文轩还在展厅设置了“智慧教育示范厅”,展示文轩旗下优课智慧教育云平台、优课V3、教研平台等产品,全面展示教育信息化产品线及“平台+应用”的新型产品模式。本次展会首次亮相的优课智慧教育云平台,全面覆盖数字化教学、网络教研与常态管理、基于物联网的校园管理、数字化办公、家校沟通等多个业务环节,为教育管理部门、教师、学生和家長提供教育信息化综合解决方案。(文枫)

行了叙述,是领导干部反腐倡廉的极佳读本。《新供给经济学》直击“供给侧改革”。《回家》是李零叙写乡情和文化考察的文章合集。《葛剑雄演讲录二集》涉及读书、教育、文化、移民等多方面,是细品传统文化,解读当今社会的佳作。

作为山西省大型出版工程,《山西文化》第一批图书等的展出吸引了一大批参观者翻阅。《一代廉吏于成龙》、《画说廉政》、《血铸山河》、《中国抗战:晋察冀根据地抗日影像》、《清明无战事》、《六福客栈》等“三个文化”图书的展出全面阐释了山西的法治文化、廉政文化和红色文化。

订货会期间,集团所属出版社积极参加图书馆馆配会,多渠道、多方位营销产品。各单位参会人员充分利用订货会行业交流平台,积极参与各种研讨、交流活动,主动与发行、宣传、零售机构开展联系洽谈,及时了解行业前沿信息,掌握最新发展动态。(靳金龙)

倾听到读者心声的,也无法精细做书打动读者。而近期,他明显感到新生代爱书人开始经营书店,对书的挑选更细,更愿为不同年龄层次的读者选书,而不再一味地逐热逐新。这是有理性、有方向性的书业经营。出版人应当对此有敏感性,书业不能再走粗放型老路。

不难看出,发行集团、民营书店、电商等正积极改善与出版商的关系,通过信息系统建设提高沟通效率,并为出版社的营销、选题等提供数据支持。目前出版业的发展“滞胀”相当一部分是结构性问题,出版商与渠道相互靠拢、相互融通,信息流和物流通可期。

技术与内容融合 数字盈利曙光初现

在2016北京图书订货会上,数字技术服务商全面参展,阿凡提、“书联网”等占据不少展馆面积,本届订货会组委会首次评选“十佳出版新技术

不通顺。总局已对上述18家出版单位作出行政处罚,责令18家出版单位自查检查结果公布之日起30日内,全部收回不合格图书。

据总局质量监督检测中心主任王冰介绍,质检中心制定了“抽查工作内控机制”,从管理人员自律、复审终审制约、工作人员回避等多方面,建立严格的约束机制,确保抽查结果客观公正真实准确。

总局出版管理司副司长王然表示,总局将在以往工作基础上,进一步加大出版物质量管理的工作力度,每年围绕不同的重点开展出版物质量管理专项工作,推进出版物质量检查工作专项化、常态化。其中2016年将重点围绕辞书、教材教辅、地图、少儿、养生保健类出版物以及重大选题备案有关出版物开展质量检查。(穆宏志)

山东出版集团

“走心”好书彰显品牌效应

在山东出版集团“双品工程”战略的有力带动下,山东出版传媒股份有限公司各出版单位强化出版特色,注重营销策划和宣传推广,以多项精彩的活动,展现最新出版成果。

此次订货会,股份公司12家出版单位都推出了富有特色和亮点的品牌,既有产品规模,也有质量优势。

国家出版基金等重大项目图书,起重要引领作用。齐鲁书社的国家出版基金项目《宋代序跋全编》、《清儒地理考据研究》,国家古籍整理出版资助项目《中国古代武艺珍本丛编(上辑)》等,为热爱优秀传统文化的读者准备了一场视觉上的“饕餮盛宴”。山东电子音像出版社推出的《正道——社会主义核心价值观影像读本》以电子出版物的形式积极弘扬中华优

辽宁出版集团公司、北方联合出版传媒公司

展主业新品牌 呈“多业融合”新生态

在北京图书订货会期间,辽宁出版集团、北方联合出版传媒公司携3200余种图书、十几个核心产品线、多项数字转型新项目集中亮相,旨在展主业新品牌,亮转型新版图,呈“多业融合”新生态。

强化内容优势,一批双效重点书面世。该集团特设精品展区,围绕中国梦、红色文化、社会主义核心价值观、辽宁精神等,《依法治国论》、《中国梦,辽宁情》、《晒家规家训》等100余种主题出版核心产品群重点参展。同时,出版结构深化调整的积极成果,时政读物、少儿文学、建筑设计、国学经典等特色产品线中的畅销书、常销书也占据突出比重。

坚持高端原创,彰显家国情怀。辽宁人民出版社重点推出经典书系“开国领袖画传”。辽宁教育出版社挖掘地域历史出版资源,推出《中国共产党与东北抗日斗

应用企业”,数字技术服务商逐渐走上前台,与出版企业同台交流。其中最为风光的是数字教育与教辅企业。

数字出版企业的参展成为今年会展的一大看点。五年前电子书是当之无愧的主角,而今站到舞台中央的是在线教育服务商,尤其在民营教辅策划出版领域,教辅内容与技术深度融合,教辅机构或与互联网技术服务商联盟合作,或借资本力量深度整合内容与技术,其盈利的曙光初现。

在线教育平台阿凡题颇为引人注目,其在2015年末刚获6000万美元B轮融资,自2014年7月上线一年多来,已获得2000多万学生以及上万名教师注册,成功领跑“真人在线答疑平台”。在线教育的“拍照搜题”模式广受诟病,甚至被质疑为“抄答案”,与教育本质背道而驰。而阿凡题提供的服务回归到“问老师”,并且提出Uber模式的派单调度系统,支持上千万用户的答疑需求,让学生在30秒之内找到在线老师,并在5~10分钟内得到解答。值得注意的是,阿凡题已经与曲一线、全品、志鸿、荣德基、小熊图书、瀚海书业等诸多一线教辅机构达成了多层面的合作,通过在线答疑把用户拉到传统教辅机构面前,帮助教辅机构深度挖掘、再造用户资源。同时,阿凡题的教辅合作伙伴的终端图书用户会成为阿凡题APP高等级用户。

深圳远景同程、北京易全解等在线教育公司则联合陕西人民教育出版社、金星教育科技有限公司等机构,宣布发起中国教育图书“书联网”产业联盟,在线教育公司通过移动终端扫描教辅上的作业,为老师提供考评,为学生提供讲解和答案。

无论合作或结盟,技术商都是基于教辅内容,为其提供附加服务来积累用户和口碑,进而用多种方式变现。但也有教辅机构自己运营内容和技术,圣才教育2015年挂牌新三板,已转型在线教育产品研发,此次订货会上力推电子书,其优势在于“平台+内容+服务”的模式,即自主开发的网络分销系统;自有网络课程、在线课

秀传统文化,建立价值共识。

荣获各大奖项和进入各类榜单的优质作品,持续发挥影响力。明天出版社除《笑猫日记》外,《枫林渡》、《寻找鱼王》等书也都频频入选各种畅销书、推荐推书的榜单。山东文艺出版社的《国家记忆》、山东科学技术出版社的《给教师的健康枕边书》、齐鲁书社的《春秋范》、山东友谊出版社的《中国家风》、《中国风尚史》在此次订货会上继续发挥好书影响力。

“术业有专攻”,在优势领域精耕细作,品牌效应凸显。山东人民出版社的蔡志忠、黄蓓佳、贾平凹名家力作系列;山东文艺出版社推出的精品图书中,既有《中国古典文学名著文库》这样的经典品种,也有“雅歌译丛”这样的外国经典诗译丛;山东教育出版社推出了《季羡林评传》、《张玮

争》,全面回顾了中国共产党领导东北人民抗战14年的恢弘历史。

洞悉文化热点,把脉时代潮流。1000余种文化、历史类图书荟萃了《中国古代书画鉴定学稿》、《中国百年话剧史述》等一大批获国家出版基金的重点图书。辽宁民族出版社携手国家民委文宣司共同推出“走近中国少数民族丛书”(55种)。

把握市场前沿,领航精品童书。春风文艺出版社儿童文学出版品牌继续扩容,重点打造有声读物《爱》。万卷出版社着力打造童书品牌《最小孩童书》。辽宁少儿出版社重点推出《幸运的卢克》。

凸显专业特色,提升品牌地位。在建筑设计板块,辽宁科技出版社主推“导视设计2”丛书和“建筑材料与细部结构”系列丛书。

库、3D电子书等,批发给代理商;代理商销售产品的售后服务由圣才教育免费提供。

春雨教育集团也是教辅领域的佼佼者,其董事长严军认为,数字出版的盈利模式尚未普遍出现,但2016年春雨教育仍将走上数字出版、信息技术在“互联网+教育”出版+在线教育”的快速跑道,让新产业链焕发出新能量。

也有部分出版社逐渐摸索出数字出版盈利之路。记者从中国数字出版联盟举办的全国中小出版社数字出版协作发展及盈利模式论坛上了解到,中信出版社和人民法院电子音像出版社分别在电子书、法律知识服务领域实现了盈利。中小出版社正尝试通过“抱团”的方式加强彼此间的合作。中国数字出版联盟副秘书长胡金平强调,传统出版企业做数字出版关键在于找准方向以及长期的坚持,数字出版的产品形态和商业模式多样,如何根据自身特点找准方向至关重要。

产业链开发与读者需求融汇 IP热持续引爆

2016年IP热延续了2015年的势头,此次订货会上,多家出版机构主打产品便是2015年引起轰动的影视剧同名图书。创意十足的图书展示,加上影视剧、明星海报,很容易攻下年轻读者的心。

儒意欣欣公司举办了《一生有你》的IP发布会,《一生有你》是水木年华卢庚戌的代表作品,此次搭上IP这趟快车,不仅与作家午歌携手共创同名小说《一生有你》,还预计于明年上映《一生有你》同名大电影。此后,还会开发《一生有你》的网络剧、漫画、手游、舞台剧等,为消费者提供更加多样化的选择。可见,IP热潮的愈演愈烈,带来的是产业链开发的深层融汇。

网络文学这支原创文学中的生力军,作为优质IP最重要的源头也进入爆发期。订货会期间,阅文集团宣布2016年计划开发百部网络文学作品,相比2015年六七十部作品数量有较大幅度提升。阅文

文存》两部力作;山东科学技术出版社以医学(骨科和中医)、孕产养育图书为重点;明天出版社主推阿来的首部儿童文学作品《三只虫草》;齐鲁书社出版的“道教文化图书”系列继续发力;山东美术出版社的艺术素质培养系列图书《写给孩子的艺术史》让人耳目一新;山东画报出版社《日本侵华图志》(25卷)和《老照片》豪华典藏本(壹至贰拾辑),具有极高的收藏价值与文献价值。

板块齐全,形成健全的产品线。除了板块齐全、内容完备的传统图书展示之外,多种电子出版物也同步展出,山东电子音像出版社的《孔子大学堂》,山东数字出版传媒有限公司《大学汉语》、《百岁心意》等推广中国语言文化,呈现传统文化精粹的出版物是最大亮点。

能够让图书影响力和感染力传播最快捷的方式就是营销活动,山东出版集团还精心策划组织了多场有细节,有创意的重点活动,以著名作者为带动,发挥影响力;将品牌优势最大化,发挥连锁效应;找准独特角度,精准营销。(里里)

开拓新业态,融合发展项目集中亮相。辽宁出版集团努力建构以IP版权为内核,平台和运营推广为杠杆的产业融合新布局,一批成熟项目首次参展。如辽宁人民出版社“全国残疾人专职委员职业能力培训与服务平台”项目、辽海出版社与中国统一教育网共同研发的“《新课程能力培养》微课堂”、春风文艺出版社推出的“春风微出版”是由“我要出书”、“我来预定”和“我来出版”三个部分组成的管理平台。慧谷创客空间项目是整合辽宁出版集团内部的创新创业资源,集“孵化器+文创传媒+创客产品+连锁经营+互联网平台”为一体的新型文创空间。

强化品牌推展,致力阅读分享。订货会期间,辽宁出版集团在带来海量精品力作的同时,围绕目标市场,定制推出了阅读分享系列活动。如辽宁人民出版社围绕“开国领袖画传”系列图书营销,举办专家品评会。立体营销、精准营销已成为辽宁出版集团发展出版新常态的重要方向之一。(里里)

集团计划建立一个多元化、深入型的IP开发新生态。

瞄准IP热潮不仅仅只是民营书业,国有出版社也抢抓商机。长江少年儿童出版社在订货会上推出了前段时间湖南卫视热播的两部青春偶像剧《旋风少女》《明若晓溪》的同名图书;而青年作家鲁引弓自2014年至2015年在浙江大学出版社共出版了11部作品,每部作品均被影视公司买下版权,此次在展会上就如何挖掘故事题材、吸引读者的豪说,就吸引了众多业者。

IP的潜在价值很大,IP全产业链开发的优质文化产品将是海量的。目前优秀IP带来的产业价值挖掘还不够,未来几年,IP热潮将持续升高,这将为出版业带来巨大机遇。

本届订货会,组委会以“互联网+”为手段,完善展会服务程序,首度推出手机端“展会信息”服务,在手机上随时浏览展会地图、展位位置、活动安排,甚至可注册下载展会书目,真正将便捷的全程信息服务送到与会人员手中。订货会首次设立LED电子室外大屏幕,播放精品图书、阅读公益宣传片,开通“北京图书订货会”官方微信公众号,为参展人员定期推送文化活动和展会服务信息,实现了重大活动、重点服务的实时预告。本届订货会的新闻中心新书发布会、新书发布厅、大家读好书、LED大屏幕和各项文化活动,形成了百花齐放的局面。订货会首次与网络约车平台合作,为参展嘉宾提供预约叫车服务,进一步完善了订货会一站式服务的内容。

互联网时代,新技术、新应用风起云涌,出版业一度被认为是夕阳产业,但从本届订货会来看,这种说法为时过早。正如柳斌杰所说,出版业是一项永恒的事业,没有其它任何一样东西比它更有生命力。出版业作为文化创意产业的生力军,仍然朝气蓬勃,曾经束缚出版业发展的社店矛盾、业内外隔阂、技术与内容的壁垒,正在逐渐被打通,实现融通、融合、融汇,出版业作为朝阳产业,正向我们春意盎然地走来。