

2015天猫图书白皮书在京发布

中国出版传媒商报 1月5日,天猫图书在北京举行图书行业书店交流会。天猫图书音像负责人灰衣在会上发布了2015天猫图书白皮书。白皮书显示在2015年,8000万消费者在天猫图书购书,总计成交75亿元,同比增长73%,平均每个消费者购买图书4.95册,平均在线6000万册图书,平均在线商家超过2800家。其中,考试教材与教辅品类、童书育儿品类、文学小说三类占比均超过15%,动漫艺术和进口原版成为了增长最高的品类,体现了用户阅读高品质的趋势。从人群上来说,天猫图书的

主流购书人群为年轻人,18~24岁年龄段人群占据主导。

为表彰优秀商家的付出以及让行业了解天猫图书的销售情况,此次大会还对优秀出版社及优秀商家进行了颁奖,25个商家,28家出版社获奖。天猫图书还与人民邮电出版社、清华大学出版社、高等教育出版社、北京大学出版社、北京航空航天大学出版社等十多家出版社及策划公司签订了战略合作。2016年天猫图书将与战略合作出版社互相扶持,在新书首发、包销定制、名人资源等方面,出版社优先选择天猫平台,天猫给予出版社活动及资源支持,帮助出版商提升市场占有率及影响力,为消费者带来更多好书。(文枫)

2016北京图书订货会

展会观察

·渠道表现·

订货会秀场:渠道商“主角”光环渐显

中国出版传媒商报专题组综合报道

每届北京图书订货会,主角都是出版社和图书,出版社组织好书参展,安排活动促销,组织经销商会、论坛沟通合作。通常,渠道商都是作为“配角”出现在订货会上,他们不停地忙于各种赶场,出席各种会议,沟通、交流、领奖。早在几年前,就有书业人士表示,随着信息沟通手段的发达,北京图书订货会的订货功能正在弱化,沟通交流功能渐强。

也正是基于这种发展趋势,基于进一步密切沟通交流的目的,一些发行集团也在订货会期间推出了诸如供应商年会、发布会、书店研讨会等内容不同于出版的各种研讨、推广活动,如浙江新华连续两年举办的供应商年会、云南新华的供应商B2B服务平台上线发布会、江苏新华的书店研讨会、新华文轩举办多届的出版物供应链年会等。发行集团正用与以往不同的观点、理念,借北京图书订货会的大平台、大舞台,推介自己,推销优势、想法、产品,同时了解需求、加强沟通、密切联系,共促合作,寻求共赢。



众多嘉宾见证凤凰传媒北京发行中心乔迁新址



浙江新华为优秀供应商颁奖

凤凰传媒举办社店合作研讨会共论社店协同

经过三年的运营拓展,凤凰传媒北京发行中心与全国60多家出版单位、30多家省市新华书店以及三大网络书店建立起稳定的合作关系,同时有效打通了与民营渠道、机场渠道的对接,中盘建设渐成规模。截至2015年底,凤凰传媒北京发行中心实现运营品种达1281种,净发货总码洋2.08亿。

1月6日,在凤凰传媒北京发行中心成立三周年之际,凤凰传媒北京发行中心在办公新址举办了社店合作研讨会。国家新闻出版广电总局印刷发行司副司长高世屹,中国书刊发行业协会理事长艾立民,凤凰出版传媒集团暨凤凰传媒董事长陈海燕,凤凰传媒总经理吴小平,常务副总经理孙真福,副总经理余江涛、金国华,中国出版集团党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理樊希安,江西新华发行集团运营总监张萌签署了合作协议。涂华、樊希安分别作主题发言。高世屹、陈海燕为凤凰传媒北京发行中心新址揭牌。

吴小平表示,凤凰传媒北京发行中心从无到有、从小到大,有效巩固了凤凰传媒发行板块在行业中的优势地位,有力促进了出版行业在新形势下探索发展。研讨会上,刘浩与化学工业出版社社长杨建忠签订了图书包销协议;杨勇与腾讯文学集团运营总监张萌签署了合作协议。涂华、樊希安分别作主题发言。高世屹、陈海燕为凤凰传媒北京发行中心新址揭牌。(文枫)

浙江新华2016供货商年会推介四大科技平台

浙江新华2016供货商年会以“精诚携手 聚力共赢”为主题,浙江新华着重向客户介绍了围绕基础大数据服务、专业馆配市场服务、移动零售服务和智慧物流服务进行打造布局的四大科技平台,并就新形势下社店双方的合作和发展给出自己的思考和建议。浙江新华承诺将为供货商伙伴升级服务支持,通过加快供应平台建设、数据分析共享,为供货商经营决策提供更为优质的服务。此次会议,浙江新华还对2015年度供应有力、营销创新、服务优良、取得不俗销售业绩的供货商进行了表彰。

1月8日,由浙江省新华书店集团有限公司主办的浙江新华2016供货商年会在京举行,来自全国各地的100余家出版社负责人出席年会。浙江出版联合集团总裁董健、副总裁吴雪勇,浙江出版联合集团党委委员、浙江省新华书店集团有限公司董事长王忠义,海映出版发行集团副总经理吴志明,浙江新华副总经理徐冲、吕存周、许悦等出席会议。中国地图出版集团董事长王宝民作为供货商嘉宾代表发言。此次年会还首次为参加会议的供货商定制了2015年度销售数据分析报告,对各出版社在浙江新华销售渠道产生的各类数据进行汇总、对比、分析,多角度对经营情况进行梳理,这也是浙江新华大数据分析应用的起步。

董健在致辞中指出,浙江新华要进一步发挥主业优势和技术优势,推动行业的创新发展,更好地为行业改革发展服务,希望社店双方要以更加开放、包容、务实的心态加强合作,寻求共赢,进一步深化合作关系,创新合作模式,探寻合作新机制、新路径、新方法,促进图书销售增长。王宝民表示,在新形势下,中国地图出版集团与浙江新华深化合作、紧密联系,很好的把握住了互联网科技变革和数字化阅读趋势,抢抓机遇、乘势而上,实现了很好的业绩。(倪成)

云南新华供应商B2B服务平台加强信息交互

供应商B2B服务平台是云南新华书店ERP系统的延伸系统之一,利用互联网技术建设的B2B信息交换平台,主要用于云南新华与供应商之间信息交互,提高通信效率,简化工作方式,降低沟通成本。其主要功能包括:出版社(供应商)能及时而准确的获取书店对其生成的各类单据,可以对书店传递过来的单据做出反馈、回告与确认,可以主动向书店发送各种信息,可以借助供应平台及时了解书店在门店的销售情况与库存信息。

1月8日,云南新华书店集团有限公司在京召开“云南新华书店集团供应商B2B服务平台上线发布会”。据云南新华书店集团副总经理许悦介绍,云南新华书店集团近几年来,运用现代科技技术,实施连锁经营,建设物流大通道,构建信息网络平台,把先进的信息技术和设备融入到企业的日常经营管理中,不断拓展书店的经营业态,提升书店的管理水平,致力于把云南新华建设成为管理科学、机制灵活、效益显著、实力雄厚的大型文化企业。

2015年,云南新华完成了ERP信息系统上线及B2B供应商服务平台的搭建,其目的是不断加强云南新华业务总部与各个供应商的沟通协作,提高经营管理水平和服务能力,建立社店之间诚信共赢、持续高效的沟通协作机制。

商务印书馆、外语教学与研究出版社、法律出版社等二十余家国内知名出版社和策划公司出席了上线发布会。据了解,“云南新华书店集团供应商B2B服务平台”目前采取的是供应商在云南新华书店集团网站上使用相对应的客户代码和密码登录后,可进行信息互动。化学工业出版社、

外语教学与研究出版社、浙江少年儿童出版社等出版社目前已开通使用该系统。(邹昱琴)

京东图书音像2016颁奖典礼强化行业沟通协作

京东图书音像2016年颁奖典礼是京东悦读3.0战略落地实施的重要一步。通过此次活动,京东悦读3.0战略将会更加清晰,出版社、策划商与京东图书的合作也会更加密切。在未来,广大用户的阅读体验将会有更大的提升,对京东进一步提升在图书领域的影响力和图书的O2O化具有深远意义。

1月6日,京东图书音像2016年颁奖典礼在京东总部举行。京东商城3C事业部总裁胡胜利出席会议并致辞。人民出版社、人民文学出版社、上海世纪出版股份有限公司等300多家出版社与会。京东意在加强与行业之间的沟通与协作,为读者提供更多好的阅读产品及更加优质的阅读体验。

京东商城图书音像业务部总经理杨海峰介绍了京东图书的成长历程,并详解“悦读3.0”战略,展望2016年图书行业版图。作为2016年的重要战略,京东悦读3.0战略是旨在通过社会化的力量和最新的互联网技术,让人们选书购书的行为更加智能化、定制化,让读者以最高效率的方式获取感兴趣的好书。据悉,京东悦读3.0战略分为两部分,对于上游的出版社及书商,京东将为其提供三个方面的支持:组建重点部、品牌营销部,与出版社进行无缝对接,对重点图书及作者进行策划和宣传;为丰富图书品类,京东授权权威出版社和策划商在京东开设自营店铺;京东可以依靠平台优势帮助出版社和策划商实现社会库存O2O化。与此同时,借助与出版机构的深度合作,京东图书还将为消费者提供京东微信荐书联盟、京东成长计划和京东悦读汇三大升级服务,打造“悦读”的全新业态。(晓明)

文轩在线打造三大业务品牌持续优化供应链

文轩在线已拥有三大业务板块:纸质出版物网络销售平台“文轩网”、数字内容推送平台“九月网”以及出版发行行业供应链服务平台“出版物协同交易平台”。其中,文轩网首创网络连锁渠道,开辟网络连锁渠道300余家。

1月5日,由新华文轩出版传媒股份有限公司(以下简称文轩)主办的“2016年文轩出版物供应链年会”在北京举行。文轩与参会的100多家出版机构领导及数家媒体共同探讨出版发行行业电子商务的合作协调问题。

2015年,文轩电子商务持续优化供应链,进一步扩大销售,年销售额达到了14亿码洋,双“十一”当天访客过百万,共售出图书300万册,销售额过亿。2015年与文轩进行合作的出版社中,有几十家出版社销售码洋过1000万。在此次年会上,文轩设立了销售冠军奖、战略合作奖、卓越贡献奖、锐意进取等奖项,对与文轩深度合作的出版社进行了表彰。

截至目前,“文轩网”合作供应商800余家,常备图书品种超过70万种。值得关注的是,2015年出版物协同交易平台全年交易码洋超过30亿,月均交易码洋近3亿,月均订单数近5万单。出版物协同交易平台上游聚集了820余家供应商,覆盖全部出版社及主流民营供应商。(王一)

当当召开图书供应商大会共建阅读产业生态

俞渝表示,阅读是当当的核心事业,推进“全民阅读”,推进“互联网+”时代下的全民阅读,是当当的重要使命。“我相信文字的诱惑,也相信技术的力量,希望当当与各位出版业同事一起,为全国读者送上更多、更好的读物。”

1月8日,当当在京举办一年一度的出版物供应商大会。来自全国数百家出版社、图书公司的行业精英齐聚一堂,共话图书市场的发展变革。当当董事长、联合创始人俞渝,高级副总裁姚丹,出版物事业部总经理陈立均、童书频道主编王悦等发表主题演讲。畅销书作家大冰荣获“当当2015人气作家”奖,并被聘为“当当2016年度阅读大使”。

姚丹就“当当为什么做出版?为什么开书店?将怎么做?”3个问题进行了深度解读:当当做出版的初衷是发挥出版人、资深编辑的创造力,提供创业平台;开书店是因为书店能提升顾客的购物体验,有效解决供应链效率问题。陈立均公布了当当图书2015年的经营业绩。“2015年当当自营图书销售额过百亿码洋,其中22家出版社在当当销售码洋超过1亿元。”

又讯 1月6日,以中国力量为主题的“第四届中国童书编辑与营销年会”在京举行。超过300位中国童书业优秀的出版人、编辑齐聚一堂,探讨中国童书发展之路。上海世纪出版集团副总裁李远涛、海豚传媒创始人兼总裁夏顺华、儿童文学作家曹文轩等出席会议并发表演讲,俞渝到会致辞。

2015年当当自营童书累计销售码洋27.6亿,同比增长20.3%,年销售达1.5亿册,42个系列销售码洋突破1000万,9家出版社销售码洋超1亿,过千万的供应商已达45家。俞渝在致辞中表示,当当致力于成为互联网阅读生态的建设者,支持用中文母语表达的中国情感、讲述的中国或者外国故事,打造“中国力量”。她认为:“阅读是途径,图书是载体,形式可以多样,灵魂是故事。讲故事的是作家,让故事更好听、更耐看的是编辑。”(倪成)

现场直击

2016全国馆社高层论坛在京举行

中国出版传媒商报 1月8日,由新华书店总店、北京图书订货会组委会主办,图书馆报、新书日报、北京社直通车科技有限公司承办的“2016年全国馆社高层论坛”在北京举行。中国图书馆学会副理事长刘小琴,中国出版协会常务副理事长郭书林,中国书刊发行业协会理事长艾立民,中国出版集团党组成员、副总裁潘凯雄,中国出版协会常务副理事长兼秘书长刘建国等嘉宾出席论坛。中国新华书店协会常务副理事长、新华书店总店总经理茅院生主持会议。

本次论坛以“创新发展与文献资源建设”为主题,包括嘉宾致辞、嘉宾对话、现场互动以及颁奖等环节。对谈环节以“六人行”的形式,邀请行业专家、出版社、图书馆、馆配商代表,进行馆配行业的主题研讨,就图书馆“十三五”规划、馆配服务转型、产业链建设以及行业自律、馆配电子书的发展趋势等问题,进行了深入探讨。“2006~2015中国馆配行业最具影响力人物”和“2015年全国优秀馆配商评选”的颁奖仪式也在论坛期间举行。

该论坛是馆配合作共赢的对话平台,被称为“中国馆配行业风向标”,是北京图书订货会,也是馆配行业信息交流与研讨的重要品牌活动。(郭虹)

全国千家实体书店发展大会聚焦留住书店

中国出版传媒商报 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全国千家实体书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,全方位聚焦实体书店发展现状,各方共同探讨实体书店在新常态下的转型发展。中宣部出版局巡视员刘建生出席会议并致辞;国家新闻出版广电总局规划发展司副司长李建建、中国新闻出版研究院院长魏玉山、商务印书馆总经理于殿利等作主题演讲;北京吴福文化传播股份有限公司董事长福生发布了吴福文化“千家书店发展计划”。

对于“把书店留住”这一议题,吴福文化已是一个“行动者”,福生在大会上发布的、此前已开始实施的“千家书店发展计划”,代表了一条出版企业引领和服务于实体书店转型的路子。据悉,吴福文化计划与千家实体书店合作,在初期主要着重于中小型教育书店,就升级改造、专用书店管理APP研发、“线上线下共赢O2O模式”开创新出版和数字定制出版等内容进行探讨合作。

大会期间设置了嘉宾沙龙,中国新闻出版研究院出版研究所所长、国民阅读研究中心主任徐升国,单向街书店联合创始人、掌灯人移动社交电商平台投资人杨文轩,袁季,福生等嘉宾围绕“如何释放实体书店活力”的主题进行了深入讨论。(穆宏志 郭虹)

重庆出版集团B2B销售平台即将上线

中国出版传媒商报 1月7日,重庆出版集团宣布将推出B2B销售平台,预计2016年全面上线。据介绍,该B2B图书销售平台的上线,标志着重庆出版集团从线下零售分销到线上分销+线上零售的业务转型;从人脑记忆订货到大数据分析订货的采购转型;从B2B发货货到B2C发货的物流转型;从线下粗放营销到线上精细化营销的营销转型;从线下缺失规范管理到系统数据化管理的管理转型。转型后,重庆出版将更加迎合互联网时代的发展,使企业管理减少许多繁杂的工作流程和管理费用,降低企业经营成本。网络的便利及延伸性使企业扩大了活动范围,企业发展跨地区跨界更方便,成本更低廉。

据了解,平台开发宗旨就是为建立良好的发行业生态规则,使管理更加规范、信息更加透明、沟通更加便捷,同时,通过平台大数据分析实现订货更加精准,降低退货,提高利润率;平台将遵循客户管理体系,不与各客户争夺利益,从而达到社店双赢。(少波)

中信出版探讨“实体书店的回暖与未来”

中国出版传媒商报 1月9日,由中信出版集团举办的“实体书店的回暖与未来”座谈会在京举办。国家新闻出版广电总局印刷发行司发行处副处长安乐、中信出版集团上海公司总经理、中信书院院长施宏俊出席会议。

安乐认为,当下很多知名的、有特色的品牌书店在蓬勃发展、不断扩张,这反映了市场的需求。他表示,总局从2015年开始就一直在研究支持实体书店发展的综合措施,预计今年一季度能出台。施宏俊表示,中信集团的“千店计划”要营造城市的文化氛围、书香氛围,让读者获得很好的体验,该计划会有很多的合作者。“中信作为内容提供者,希望将内容更多落地,形成闭环,需要将书店和互联网结合在一起。”(波)

中国教育图书“书联网”产业联盟成立

中国出版传媒商报 1月6日,中国教育图书“书联网”产业联盟发起大会在京举行。深圳市远景同程教育网络技术有限公司、北京易全解教育科技有限公司等在线教育公司,陕西人民教育出版社、金星教育科技有限公司等出版策划商,京东图书等电商平台等30多家联盟成员单位代表与会。

据介绍,“书联网”首次提出了“教育图书+”的概念,通过大数据帮助教育内容实现数据化、解构化、标签化;让原本分散、独立的教学内容有相互连接的可能,很大程度上避免了教学内容的单一、匮乏,提升了传统教育图书的核心竞争力。“书联网”产业联盟所倡导的“教育图书+”,在内容和平台共享的前提下,图书以在线教育公司的个性化学习平台为内容输出入口,以线下作业和练习切入一线校园教学场景,利用大数据手段为师生提供服务。(波)