CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

中国出版传媒商报

（原《中国图书商报》）

2016年7月15日　星期五　第2251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

2014~2015最具融合创新商报 / 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)

社群能否激活出版商产品矩阵？

■中国出版传媒商报记者 王 婷

艾媒网近日发布的《2016年中国大数据营销市场研究报告》称，2016年中国大数据营销中，社交化、场景社群成主旋律。另据今年以来超过30家上市公司披露的信息显示，涉及粉丝运营、社群经济等相关业务成为新的热点——第一季度约有10家公司进入，第二季度就猛增至20余家，且文化传媒成为其布局的主要领域。

2015年底，社群电商大V店交出了一份让出版业震惊的成绩单，累计上架图书2100多种，图书销售额过亿，不久前大V店再获千万美元融资。在这一背景下，社群经济成为出版企业看好的新发力点——不再单纯把卖书当作“一手交钱、一手交书”的生意，而是开始借助各类自媒体建立自己的读者社群。在这种长久、稳定、亲密的关系中，出版企业还能有何作为、收获多少？

借社群进行品牌可持续建设

在社群经济诱人前景的吸引下，越来越多的出版机构主动出击，希望借此来探索出更大的蓝海——围绕社群、深入终端去做活动、做培训，最终实现从产品到渠道到终端的全线贯通，进行品牌可持续建设。

记者在采访过程中了解到，已经有多家出版社通过各种方式建立自己的线上读者社群，与以往利用社群卖书不同，这些社群以书为媒，开展线上线下讲座、培训、亲子游等各种活动，不断强化品牌影响力。

人民文学出版社借助线上沙龙活动建立起十多个读者社群。该社策划部主任宋强告诉记者，人文社借力这些微信群，定期组织群成员参加作家见面会、读书会等线下活动，以及作家与读者线上交流等活动，不仅拉近了出版社与读者之间的距离，深入了解读者需求，更不断地加深读者对出版社的了解，提升出版社品牌知晓度和美誉度。

据青岛出版集团负责新媒体的工作人员李晓宇介绍，青岛出版社在微书城上线的“每天一页读书群”，在读者中反响热烈，很快就利用这个功能形成了三个读者群，组织的讲座类活动也越来越受欢迎。记者了解到，很多读者都是在朋友圈里看到相关活动信息加入社群，慢慢从“路人”变成了“粉丝”，生活书店出版有限公司近期就围绕新书《独立日》建立起“独立日社群”，不断通过线上线下活动聚拢人气。

2016年3月，海豚传媒在微信平台组建社群，开设海豚微课堂栏目，以分享体验为核心，以每月两次的频率，提供了一个与儿童各领域专家大咖的互动交流平台。在每次微课堂开课之前，海豚微课堂会收集学员提交的各类问题，专家从中选取学员普遍关心的或迫切需要解决的问题来回答，让学员与专家沟通零距离，及时得到指导，从而不断增强对微课堂的粘性。据悉，未来海豚传媒将在线上和线下同步进行社群营销——线上微课堂授课，线下举办专家见面会或沙龙，整合资源，让更多的消费者获取优质内容，让更多关心儿童的群体找到资源共享的平台。 （下转第4版）

●“走出去”优案推介

浙江出版联合集团『走出去』三举措建塑文化影响力

■中国出版传媒商报记者 徒 宁

多年来，浙江出版联合集团一直位于全国出版集团“走出去”第一方阵。在不久前召开的“中国图书对外推广计划”工作小组第十二次工作会议上，浙江出版联合集团以89项、1000万元“走出去”资助项目，240项非汉语地区版权输出，85.5分位居“中国图书对外推广计划”2015年度综合排名第四名。

版权输出着力实施精品战略

记者从浙江出版联合集团获悉，2015年，该集团版权输出高达240项。浙江科技出版社《整形美容外科学全书》21卷与施普林格出版社签约全球英文版，实现中国医学专著“走出去”的领域性突破；麦家作品已经输出版权34个语种、44个版本，在亚马逊网和全球图书馆收藏榜上名列前茅；王旭烽的《茶人三部曲》得到国家三个语种资助，俄文版2015年全部推出，获得海外读者好评；艾伟作品首次列入中宣部“当代作家翻译工程”；“沈石溪动物故事”已经输出版权7个语种；《这还是马云》一书输出10个语种的版权；“中国原创绘本丛书”有5个语种版权输出。

而浙江古籍出版社的《西游记》马来语版在东南亚和西亚伊斯兰教国家的推广更是一个突破性的进展，李克强总理在马来西亚亲自参加赠书仪式，对此给予肯定，成为浙江出版联合集团中国古典文学名著海外推广工程迈出的成功一步。 （下转第2版）

●商报专递

中国出版传媒商报将打造行业顶尖智库

中国出版传媒商报讯 在打造出版强国、增强文化自信的道路上，出版传媒业如何把脉整个产业转型升级的正确方向，科学、前瞻地制订战略路线，尤其是避开“暗礁”和“险滩”，一直是业界研究的重大课题。为打造业内顶尖智库，助力产业转型升级，早日实现文化强国梦，7月11日~13日，由中国出版传媒商报主办、安徽出版工作者协会协办的首届出版产业转型专家座谈会，邀请业内一批资深专家型管理与经营者，共同研判当前产业发展大势。与会代表对于商报努力搭建平台给予高度评价，并一致表示，要为出版传媒业的发展多做实事、多想问题，“始终怀着对出版的情怀，为中国出版业的繁荣发展出主意、想办法”。中国出版协会常务副理事长邬书林，副理事长李朋义、陈海燕、王亚非、吉西平，中国新华书店协会理事长哈九如等参加研讨。

中国出版传媒商报社党委书记任江哲表示，参加座谈会的代表都是业内有深刻思想、有丰富经验且极具影响力的大家，是商报从全国范围内优中选优的代表，大多数代表都担任过大型出版传媒企业的掌舵者、决策者，具有丰富的传统出版传媒企业改革经验。商报以座谈会的形式努力打造业内顶尖智库，把代表们宝贵的经验、智慧传播出去，助力出版传媒业生产力的提升。

据悉，出版产业转型专家座谈会今后将定期召开，并通过读书会、讲座、研讨会等经常性的活动加强与业界的联系和沟通，研究发展战略，为业界提供有价值的、有实效的智力支持。 （田丽丽）

■最美书店■

钟书阁扬州开店

钟书阁扬州珍园店于7月8日开业，这是钟书阁第四家门店，也是继杭州星光大道店后的上海之外第二家书店。

走进书店的前厅，布满书籍的长廊带来巨大的视觉冲击力——仿佛是一座“桥梁”，又仿佛是一条“天路”，优美的弧线结构横亘在地面与天花板之间，将爱书人引领向浩瀚的知识星空。镜面与灯光的巧妙使用，塑造出流光溢彩的镜像世界。人仿佛在书籍的海洋中遨游，地面上的诗文投影则将读者整个包裹进知识的隧道中。钟书阁扬州店儿童绘本馆五彩缤纷，融汇着扬州独有的文化特色与标签。 （郭 虹）

●书业潮事

深圳推出国内首个实体书店应用“掌上书城”

中国出版传媒商报讯 对于爱逛书城的人来说，在偌大的书城里迷路是常有的事。7月12日，深圳书城APP——“掌上书城”正式上线，读者可以借助“掌上书城”随时随地了解图书库存，接收图书所在书架方位地图，通过银联、微信、智慧卡等多种支付方式实现购买功能，订制私人书单。“掌上书城”还汇集深圳最新公益文化活动信息，提供会员服务、阅读交流两大功能，成为读者掌上阅读文化生活空间。

“掌上书城”是深圳出版发行集团加快传统媒体和新媒体融合发展、建设数字书城的重要举措和重大项目之一。“掌上书城”APP以深圳书城中心城、罗湖城、南山城、宝安城四大书城为依托，融图书查询、智能导购、书单定制、文化活动、会员服务、掌上销售等多功能于一体的移动应用，也是国内首个通过移动互联网提供实体书店及书城文化综合体服务的移动应用。

“掌上书城”APP目前推出的是一期功能，未来二期三期工程将逐步完善并丰富移动客户端，实现在手机上预订图书POD按需印刷、在线阅读电子书、听书、演出展览票务服务，以及购买文创产品、停车缴费、点餐付费等多种功能。 （禾）

2016年6月商报•东方数据排行榜

2016年6月畅销榜TOP10

排名	图书书名	定价(元)	版别	监测销量	覆盖率%
1	《幸福禅》	20.00	光明日报	20931	8.4
2	《党委会的工作方法》	4.00	人民	18989	19.8
3	《雪山巨魔/查理九世26》	15.00	浙江少儿	17717	35.2
4	《我们仨(第二版)》	23.00	三联书店	16173	36.1
5	《转动时光的伞/笑猫日记》	15.00	明天	12920	31.8
6	《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(2015年修订版)》	25.00	高等教育	11973	1.6
7	《重读抗战家书》	18.00	中华书局	11349	17.3
8	《行者：一念一生》	39.80	长江文艺	11060	6.6
9	《解忧杂货店》	39.50	南海	8930	42.0
10	《白夜行/东野圭吾作品02》	39.50	南海	7752	43.2

2016年6月飚升榜TOP10

排名	图书书名	定价(元)	版别	册数增长	覆盖率%
1	《幸福禅》	20.00	光明日报	20928	8.4
2	《行者：一念一生》	39.80	长江文艺	11060	6.6
3	《我们仨(第二版)》	23.00	三联书店	9047	36.1
4	《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(2015年修订版)》	25.00	高等教育	6629	1.6
5	《做最好的老师：著名教育家李镇西30年教育教学精华》	32.80	译林	5189	10.1
6	《早安豆浆店》	16.00	福建少儿	5182	8.5
7	《住在拼图里的精灵(拼音版)》	18.00	福建少儿	5143	5.0
8	《青少年科普读本——海洋生命的蓝色摇篮》	19.80	合肥工大	5000	2.9
9	《植物：树木的男婚女嫁你身边的十万个为什么》	19.80	合肥工大	5000	2.7
10	《神秘的旅伴》	29.80	吉林出版集团	5000	1.2

2016年6月新书榜TOP10

排名	图书书名	定价(元)	版别	监测销量	覆盖率%
1	《女生日记》	25.00	明天	2649	16.6
2	《翻译官》	39.80	江苏文艺	2450	11.2
3	《大师在家吗？》	19.80	福建少儿	2056	1.9
4	《假如童年有翅膀》	20.00	江西高校	1917	1.0
5	《男生日记》	25.00	明天	1539	10.2
6	《有趣的数学故事》	20.00	江西高校	1525	0.7
7	《剑网3——洗心问剑(壹)》	36.00	新星	1029	0.9
8	《夏至未至》	36.80	湖南文艺	959	11.9
9	《默克尔传：力量蕴藏在沉静之中》	39.80	新世界	816	0.4
10	《自在独行：贾平凹的独行世界》	39.00	长江文艺	788	7.0

●精彩导读

江苏书展 培育阅读文化 播撒书香种子

7月8日~12日，第六届江苏书展在大运河畔的扬州成功举办。扬州主展场进场28.1万人次，总销售额2084.8万元，其中零售544.8万元，团购馆配1540万元。

在为期5天的时间内，主办方为好书和名家留下极佳的位置，同时营造了浓厚的“全民阅读”氛围。主展场内380多家出版发行单位携带12万种精品书、畅销书、长销书参展。在力推精品图书的基础上，本届书展首次推选曹文轩、刘东、格非为“2016江苏致敬作家”，并策划举办众多好书作家见面会和阅读推广等200多场活动。此外，文创版权馆、动漫体验馆、数字阅读馆等成为本次书展的新亮点。各特色展馆内组织举办的互动体验活动人气爆棚，让不少读者感受到了江苏书展的新奇、好玩、有趣。

（链接：详细内容请关注第5版《江苏书展：转型升级彰显平台价值》）

樊希安：回忆宋木文同志关心三联书店的一些往事 P4
法国漫画：出版瞩目方兴未艾 P7
ChinaJoy升级为泛娱乐平台 P12
商报·腾讯原创10大华文好书夏季特刊 P13~16

预告

◆7月20日~22日，第16届中国孕婴童展、童装展(CBME)将在上海举办。

◆8月11日~15日，2016创意云南文化产业博览会将在云南昆明举行。

◆8月17日~23日，2016上海书展将在上海展览中心举行。

中商国报出官版微传媒　中商国报出官版网传媒

排版：丁大桂　编辑：穆宏志

主管主办：中国出版传媒股份有限公司　出版：《中国出版传媒商报》社有限公司　地址：北京西三环北路19号外研大厦北楼　邮编：100089　传真电话：(010)68403022　总编室电话：(010)88817702　网址：http://www.cpmj.com.cn
编辑部：(010)88817690~97　营销中心：(010)88810715/27/29/39　广告许可证：京西工商广告字第0199号　排版：本社　印刷：人民日报印刷厂　年价：298.80元