## 黑龙江出版集团开启新跨越发展道路

**中国出版传媒商报讯** 记者近日从黑龙江出版集团获悉，该集团紧抓“十三五”开局跨越式发展的重要时点，发展成果加速沉淀，新的布局初步形成，各板块萌发出强劲生机与活力，改革、发展、转型等形成显著成效。

一是加强宣传引导，扩大精品建设。《邓散木全集》等4种图书获国家出版基金支持，3种图书入选全国优秀科普作品，18种图书入选“十三五”重点出版规划，《营养总动员》获全国“图书版权输出奖励计划”重点奖励，推出《格言（校园版）》，筹备举办全国图书馆配馆建会，参与组织中俄精品图书展、中俄文化交流周等对外交流活动。

二是深化转型升级，培育发展增量。打造“龙江搜索”、“美食地图”等数字产品，合作创建出版融合发展重点实验室，策划创建大数据分析应用系统。全省新华书店加快实施连锁经营，9家地市级书店完成改造升级，大型图书配送中心逐步投入使用，果戈里书店入选“全国出版传媒集团品牌营销金案”。深入建设数字化绿色印刷产业园区。

三是深化重组改制，落实股权合作。加快重组改制收尾，集团所属一系列成员单位资产业务注入黑龙江出版传媒股份公司。与中国教育出版传媒股份公司深化合作共识，完成股权合作尽职调查。全方位梳理、修订、完善规章制度，在现代企业制度建设上向上市公司靠拢。积极推动引进战略投资者，深入做好股份公司实质运营的准备工作。

四是推动文化惠民，履行社会责任。积极参与主题宣传，推出一批主旋律精品。《黑龙江画报》加强时政宣传。多维度开展“朗读者计划”“读书馆奇妙夜”等文化活动，第七届“书香龙江”读书节掀起读书热潮。广泛捐赠图书，捐建爱心林。

（王 婷）

# 出版集团布局AR VR埋转型伏笔

近日，一款名为“口袋妖怪”的游戏风靡全球，掀起一股“抓妖怪”的风潮。根据App Annie的数据，该游戏上线一个多月，日活跃用户超过1000万，预计已获得1.6亿美元的总收入。“口袋妖怪”的火爆将基于地点的AR技术推到了公众视野当中，AR（增强现实技术Augmented Reality，简称AR）淘金热俨然已经开始。（链接：本期第13版《文化产业遇上VR将产生怎样的火花》）

■中国出版传媒商报记者 王 婷

AR，是一种实时计算摄影机影像的位置及角度并加上相应图像、视频、3D模型的技术，这种技术的目标是在屏幕上把虚拟世界套在现实世界并进行互动。提到AR，作为其子集的虚拟现实技术（Virtual Reality，简称VR）自然不能被忽略——VR是最前沿的视觉交互技术，通过全景成像，形成立体全沉浸式的视觉映像，使观众仿佛置身幻境之中。2016年被称作VR元年，腾讯、百度等互联网巨头开始布局这一技术市场，刚结束的2016China Joy的VR体验区人头攒动，热门的大型VR体验机排队时间普遍超过30分钟。出版业紧跟热点，很多出版集团已经对AR、VR数字出版展开布局。

### “静读”变“动读” 带来转型新增长点

*作为传统出版业的主力军与排头兵，出版集团在引进与应用新技术方面从来都是领风气之先。国内已有多家出版集团对AR、VR数字出版展开布局，探寻新的出版增长点。*

不久前，凤凰出版传媒集团旗下的凤凰新媒体公司与大连新锐天地传媒有限公司在南京举行“科技，让学习更有趣”战略合作发布会。双方计划在未来三年内，积极开发AR魔法智能科技儿童教育产品，在图书、动画片、大电影、舞台剧等方面合作，打造产业链。目前，双方已经协力完成“AR涂涂秀”系列、“AR小百科”系列、“看！海洋”系列等10余种革新早教行业的创意产品，结合先进的儿童教育理念与完善的知识体系，实现“试、听、说、触、想”多感联动，改变传统平面阅读的固定思路，为儿童带来快乐有趣的全新互动学习体验。

AR、VR图书现场体验也已成为近期各大书展上出版集团吸引人气的重要砝码。7月初第六届江苏书展上，主办方还特地设立“AR文创产品互动体验区”，“AR互动一体机”、AR图书体验等活动吸引了大批读者驻足。7月底的全国书博会上更是随处可见这类体验区，北京出版集团推出“大开眼界·恐龙世界大冒险”互动体验区，一拨又一拨人排队试戴VR眼镜。据了解，“大开眼界”科普少儿系列的第一部《大开眼界·恐龙世界大冒险》第一次出版便被京东独家买断了5000套定制版，目前已经再版数次。未来京版集团将加大在这一领域的投资，推出更多的VR图书，并在“大开眼界”APP上把用户和内容聚合起来。北京出版集团董事长乔玢表示，集团密切关注科学新技术，把握媒体融合发展新趋势，致力于国内原创科普研发，通过在传统出版物中不断注入科技元素，增强传统产品功能，丰富阅读体验，为青少年打开科学之门、走上创新之路提供更多更好的体现时代特色的精神食粮。

吉林出版集团提出了打造“立体派融媒体互动阅读新体验”的口号，打造立体的与智能终端互动的少儿科普百科图书。据了解，该集团“立体派”图书分为四大系列：一是AR系列，运用AR技术制作的图书；二是VR系列；三是3D仿真玩具系列和3D立体手工系列；四是3D视野系列和3D红蓝视差系列。该集团新媒体目前拥有4个专业平台12个系列的AR、VR类等产品。

这种超越传统媒体的表现形式能够在真正意义上实现跨时空的阅读呈现，开辟阅读新视角，让“静读”成“动读”。据记者观察，目前AR、VR图书主要集中在少儿类和生活类领域。除凤凰出版传媒集团、北京出版集团前述相关产品外，山东出版集团所属山东教育出版社也推出了“阳光大姐金牌育儿”系列、《恐龙大世界》《暑假生活指导》《寒假生活指导》《快乐化学》等AR图书。而凤凰出版传媒集团的生活类AR图书《智能菜谱》也十分火爆，读者选择书中想要做的菜，用手机摄像头对准这道菜的图就能看到烹饪过程的视频，达到大厨手把手教学的效果。

在不少受访者看来，AR、VR类图书更适合运用在少儿出版领域——不仅是一本书，还是一个互动游戏，加之新型场景下丰富的阅读体验，更符合青少年读者的心理。

### 技术迭代迅速 风险不可小觑

*由于行业的限制，加之技术本身更新迭代迅速，出版集团自己制作涉及AR、VR技术的产品不但费时费力，还存在核心源技术厂商撤回技术授权的风险。*

记者在采访中了解到，AR、VR图书成本非常高，书中每一个图形、场景都需要建模，这也导致AR、VR图书定价比较高，在一些大型图书电商平台上，一套AR、VR类图书定价动辄上百元，往往令消费者望而却步。

与此同时，由于行业的限制与技术本身更新迭代迅速，出版集团自行制作涉及AR、VR技术的APP不但费时费力，还存在核心源技术厂商撤回技术授权的风险。如2015年，苹果公司收购德国AR技术服务商Metaio，物联网软件开发商PCT收购高通Vuforia SDK，影响到了数以百计的国内AR服务提供商和一些知名出版社。

既然AR、VR图书可能无法带来丰厚效益，又存在技术风险，那出版集团缘何热衷于布局AR、VR技术？

对于一些出版集团来说，一方面，其目标并不在于图书销售，而在于通过这类新型图书获取用户数据，伏笔未来，谋划集团整体转型发展。一直以来，出版商与读者之间隔着书店、网店等渠道商，书卖出去之后并不知道谁买了，不能建立和用户的联系。而通过VR和AR，用户买了书需要使用APP，出版社就能够与用户建立起联系，后续产生增值效益。据北京出版集团相关负责人透露，这也是此前京版集团投资易视互动，双方合作推出AR图书的重要原因。

另一方面，出版集团应用AR、VR技术的赢利模式并不是只有售书。据了解，虚拟现实产业主要分为内容、硬件、产业平台等多个不同的类型，因此AR、VR在出版领域运用的范围远不止图书出版，更多的出版集团还有着更大的目标，即基于内容构建产业平台。不久前，青岛出版集团推出“VR未来课堂”，包括VR创新课程、VR教辅图书、VR学习教具、VR未来实验室四大板块，通过沉浸式的教育内容、虚拟互动的学习体验，为传统课堂带来全新的教学方式。中文天地出版传媒股份有限公司则正在筹建江西最大的VR体验中心+VR内容实验室，并积极研发VR内容分发平台和VR教育资源平台，致力于开拓VR产业在娱乐文化领域、教育领域的大力发展。

在中国新闻出版研究院数字出版研究所所长王飚看来，技术是产业创新的助推器，是出版业转型升级、融合发展的重要支撑。出版单位不仅要加大对先进技术研究与应用的投入力度，更要找到内容、产品与技术的契合点，把技术更合理地应用于流程改造、内容整合、丰富呈现、优化体验等环节中，根据需要，使内容、产品与技术更加合理地结合，利用技术使内容价值得到更充分地发挥，更有效地提升产品的竞争力。

### ●记者观察

忽如一夜春风来，一时间，AR、VR成为街头巷尾的热议话题，但是目前这两项新技术更多地被游戏、影视行业所采用，技术的缺失、成本的高昂等一系列问题让很多出版企业仍然处在观望之中。

在记者看来，随着出版的全产业链布局逐渐展开，应用AR、VR等新技术该是各大型出版集团转型拓展的题中应有之意。对于书店来说，AR、VR也有着重要的用途。据记者了解，日本一家大型书店将AR技术的市场化推向了极致：发放了5万多份书籍目录，消费者只要在手机上安装一款安卓或iOS应用，就能从书籍目录中读取更多的信息，这一应用完全取代了原有只能固定在书店指定地方的条形码扫码器，使得书店顾客能够随时随地了解到自己有可能购买的书籍，大大提升购书的体验品质。

新技术的采纳应用固然是好事，但内容重要性仍然不能忽略。记者在京东上看到一些消费者对这些AR、VR图书评价并不是很高，这些负面评价主要集中在内容不够丰富、体验感不好等方面。目前AR、VR图书品种并不多，多集中在少儿类与生活类领域，但是其实在专业领域，这类新技术应用有着更广的市场。众所周知，平面阅读往往在满足读者对获取科技类知识的需求方面存在短板，而AR、VR图书将虚拟与现实相结合，能够让读者更直接感受到效果，如AR可以更为直观地展示三维模型与场景，VR则给读者带来现场体验。因此，着力挖掘更多可以嫁接AR、VR技术的内容资源，是出版机构的当务之急。

# 新闻出版产业总营收增8.5%

（上接第1版）

**报刊出版面临挑战更趋严峻。**2015年，全国报纸出版全面下滑，总印数、总印张分别同比降低7.3%和19.1%，营业收入、利润总额分别同比降低10.3%和53.2%。43家报业集团主营业务收入与利润总额分别降低6.9%与45.1%，其中31家报业集团营业出现亏损，亏损面较上年扩大。期刊出版总印数、总印张分别同比下降6.97%和8.6%，营业收入利润总额分别同比下降5.21%和2.99%，虽然各项降幅小于报纸出版，但二者的境况拉动纸介质出版整体（书、报、刊）营收同比下降3.02%。

**对外版贸与出版物出口平稳增长，版贸逆差缩小。**2015年，全国共输出版权10471种，同比增长1.7%；引进版权16467种，同比降低1.4%，版权输出品种与引进品种比例为1:1.57，比上年的1:1.62逆差缩小。全国累计出口图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物和数字出版物10485.6万美元，同比增长4.4%。其中数字出版物出口2366.9万美元，同比增长12.7%，占全部出口金额的22.6%。

**出版传媒集团整体规模提升，经营状况迥异。**全国119家集团共实现主营业务收入3001.8亿元，同比增长6.6%；拥有资产总额6018.1亿元，同比增长12.5%。共有16家集团资产总额超过百亿元，其中江苏凤凰出版传媒集团有限公司、江西省出版集团公司、湖南出版投资控股集团有限公司和浙江出版联合集团有限公司等4家集团资产总额、主营业务收入和所有者权益均超过百亿元，率先跻身“三百亿”集团行列。安徽出版集团有限责任公司、湖北长江出版传媒集团有限公司、河北出版传媒集团有限责任公司和安徽新华发行（集团）控股有限公司等4家集团资产总额、主营业务收入均超过百亿元，组成“双百亿”阵营。不同类型集团盈利能力差异明显，发行集团平均资产总利润率为6.0%，有所提升；图书出版集团5.2%，报刊出版集团1.5%，均有所降低。

**上市公司绩优，传统出版与新兴出版融合发展。**以2015年12月31日收盘价计算，32家在中国内地上市的出版传媒企业股市总市值合计6096.0亿元，同比增长102.7%，增幅领跑传媒娱乐板块。出版、发行、印刷主业挺拔，平均资产收益率高于行业平均水平，保持了较高的盈利能力。传统出版与新兴出版在内容、渠道、平台、经营、管理等方面融合不断深化，“传媒+互联网”、“传媒+金融”、“传媒+服务”的发展趋势日益显现。

**出版物发行营收、利润双增，实体书店销售上扬。**2015年全国出版物发行实现营业收入3234.0亿元，同比增长7.0%；利润总额259.7亿元，同比增长1.9%。全国新华书店系统和出版社自办发行单位实现出版物总销售2563.7亿元，同比增长6.1%，彰显了实体书店加快转型融合后，走出一度困境，销售回暖上扬。

**产业基地（园区）高速成长，集聚效应凸显。**2015年，22家国家新闻出版产业基地（园区）共实现营业收入1780.2亿元，同比增长25.2%；利润总额281.3亿元，同比增长29.9%。4家数字出版产业基地（园区）营业收入超过100亿元。

**国民阅读率提升，数字化阅读显增。**2015年我国各媒介综合阅读率为79.6%，同比提高1.0个百分点；国民图书阅读率为58.4%，同比提高0.2个百分点；数字化阅读方式的接触率为64.0%，同比提高5.9个百分点，增长幅度远高于国民图书阅读率，表明国民阅读方式正在发生深刻变化。

（上接第1版）

英镑的贬值给拉加代尔集团带来了总共1800万欧元的损失。拉加代尔出版集团息税前利润同比保持稳定，达到3600万欧元，尽管美国部门的收入因新书发布较少而同比下降了6.6%，但由于严格的成本管理，利润强劲增长，弥补了英国部门电子书销售下降的部分。2016年上半年，电子书收入占拉加代尔集团总收入的9.2%，去年同期为10.7%。

励讯集团的报告显示，STM出版商爱思唯尔2016年上半年潜在同比增长2%，达10.56亿英镑，去年同期为9.87亿英镑，其中80%的收入来自于数字化产品；调整后营业利润达到3.74亿英镑，去年同期为3.49亿英镑，潜在增长率为4%，略微领先于收入增长。毛利润的增长部分被汇率波动所抵消。

爱思唯尔表示，纸书持续衰退，与近来的整体趋势相一致。在基础研究领域，客户对爱思唯尔的使用增长强劲，并且文章投稿量持续增长。在各个学科分类中，爱思唯尔旗下影响因子排名第一的期刊从去年的62种增加到今年的71种。