

## 大自然文学之父刘先平推最新力作《追梦珊瑚》

中国出版传媒商报讯 2017年6月21日,由长江出版传媒股份有限公司长江少年儿童出版社(集团)有限公司主办的《追梦珊瑚》作品研讨会在北京中国现代文学馆举行。

《追梦珊瑚》是中国当代大自然文学之父刘先平的最新力作,是一部描写我国珊瑚礁科考和保护的纪实文学作品。该书生动展现了我国科学家们为保护和恢复珊瑚礁生态系统所做的艰苦卓绝的奋斗,既有他们长年累月冒着生命危险考察珊瑚的精彩实录,又有繁育、移栽珊瑚的奇思妙想。书中还附有大量精美图片,展示了多彩而神秘的珊瑚世界,同时也展现了我国海疆特别是南海海域丰富的海洋资源。

(上接第1版)

# 电商“大促”,怎么看怎么算?

供货商和渠道的博弈从来就是凭实力说话,谁强势谁就有议价能力。据记者调查,在网销折扣潮中,有“爆款”产品的出版机构议价能力相对更强。如果出版机构有优质产品,能给平台带来流量和收益,在某平台的促销活动中能单独签署“保价协议”。比如有一童书出版机构近年的某款强势产品可以保价到42折,在返点最厉害的时候,也可以保证微利不亏(但也是只计算版税和纸张印制成本,不加入人力成本的前提下)。同样是在这家有“爆款”产品的出版机构,6·18期间,由于投入电商平台品种并不限于几个“爆款”,整体来看,依然亏损,但该书营销部相关负责人表示“拉伸到整个6月是盈利的”。

当然,这也与出版社对电商渠道的依赖度有很大关系。以童书为例,市场排名靠前的几家出版机构,不少电商渠道占比都已经过半。以某黑马出版社为例,该社今年6月的电商渠道销售额与去年同期相比,已经翻番。但是也有例外,比如浙江少年儿童出版社实体店销售依然占80%,该社营销部主任沈伟忠表示,网店的低折扣促销对他们影响不算太大。由于部分传统出版机构在地面店的渠道实力强大,尚可化解眼下的电商危机。

眼下不少主打“小而美”精品的出版机构与当道依然保持“超战”关系(超级战略合作,有排他性),这也意味着,从理论上说,其他电商平台无法见到这类出版商的产品,风险也就更大。有“小而美”出版机构老总透露,一般返点后整个收益保持在37%以上,图书成本在34%,就能略有盈余。对于他们来说,短期内不解除与某平台的“超战”关系,“还有些谈判的筹码”,若解除,“去年今年参加其他平台的促销活动,折扣更低,活动更多,结算时返点普遍20%以上,这样就亏大了”。

那么,对于没有优质产品的出版机构,到底能不能在大力度的网销折扣中活下来?答案是,可以!但很难,盈利微乎其微。“有教材教辅支撑的还能活,没有支撑的基本不能活。民营策划机构中,员工人数少、效率高并且有经典畅销品的就能活下来,人多而无优品的没法活。”某知名出版机构负责人这样总结。换句话说,某些尝试进入热门板块,比如童书板块的出版机构,如果不

能尽快造出“爆款”产品,且地面店渠道也不够强大,不足以对整体盘面进行反哺的话,只能通过解一时之渴的教材教辅利润进行平衡。

### 为何不放弃电商渠道?

如此重压下,出版商为何不撤离电商渠道?实际上,就依存度来讲,目前出版商对电商的依赖要远大于电商之于出版机构。前几年,两者联手干掉了不少“不争气”的实体店,结果发现,结盟方才是最大的敌人。

据了解,某童书出版商仅在几大电商平台的年销售额就达3亿元,大体占到该社整体销售收入的一半,“不是说撤就能撤的”。据知情人士测算,3个亿的销售额,电商渠道回款不会超过1.3亿,这样算来,折扣率=成本率。出版社就是平台商的厂家。

从目前情况看,作为供应商角色的出版社依然前仆后继参与电商促销(特指活动促销,即低于正常约定购销价格的促销),原因大抵有如下几个:

**其一,读者消费场景已迁移至网上。**随着互联网的普及,网上消费品的多样性以及消费者购物的便利性也早已使网络购物成为人们日常生活中最主要消费方式,图书行业自然无法例外。这意味着,网络渠道已经成为出版商卖书的主要阵地。

**其二,刷存在感。**图书品种在网店依然处于供大于求时代,所谓“长尾”并没有真正在电商渠道体现,由于页面资源和陈列有限,商家不愁没的卖,但只要供货方不参加促销,曝光率就会大幅缩水,销售也会相应大幅减值——这是销售业务、主管和出版社各方都不能接受的结果。

**其三,甩库存。**如果某些书在其他渠道销售不力且有足量库存,从加快周转的角度,参加大促可以快速实现变现。

**其四,推新品。**作为营销手段,增加曝光度,牺牲掉的毛利计入营销费用。大部分供应商被裹挟而入,但基本还不至于赔本赚吆喝。

**其五,结算快,库存透明。**相对于实体店店的漫长账期,网店销售尽管赚的少,但资金周转快,并且对于卖了多少,电商的库存还算一目了然,不至于盲目追求规模,死在库存上。

出版商在电商渠道的风险控制上,各家做法也不尽相同。对于整体规模和市场占有率处于上升阶段的出版商来说,当当和京东依然是他们高度发展不可或缺的平台,除了大型活动返点,日常促销和活动返点大约可通过采取规避“爆款”产品入场的策略进行整体利益平衡。而对于天猫店的经销商,有出版商的做法是,根据上年回款额度进行当年信用额度的设定,一旦突破某个额度就暂停发货。对于没有强势产品的出版机构来说,如果品种不够强势,可能连进入电商平台“被割肉”的机会都没有。

事实上,从目前的形势看,实体店也并非安全地带。让出版人忧心的是,“谁也不好说网店模式能坚持到什么时候,实体店虽然式微,但不可否认,万一哪天实体店咸鱼翻身了呢?”

## 《厦门大学海疆剪报资料选编》再现丝路风云变幻

2017年6月27日,《厦门大学海疆剪报资料选编》首发式在北京台湾会馆举行,中华全国台湾同胞联谊会会长汪毅夫,厦门大学校长朱崇实,全国政协社会和法制委员会副主任、香港福建社团联合会副主席兼秘书长、厦门大学63级校友周安达源以及部分学术界、图书馆、出版界、媒体代表参加了首发式。

厦门大学校长朱崇实首先介绍了《厦门大学海疆剪报资料选编》相关史料的历史渊源。20世纪40年代,福建泉州人陈盛明以私人力量创办“厦门私立海疆学术资料馆”,这是一家以搜集、整理和研究东南海疆、东南侨乡及南洋侨居国学术资料为主的新型图书资料收集和科研机构。新中国成立后,陈盛明把资料馆献给国家,并入厦门大学,厦门大学在此基础上成立了“南洋研究馆”,即为今天厦门大学南洋研究院、国际关系学院的前身。在这些海疆学术资料馆文献中,剪报资料是最珍贵和最具特色的。目前仅存于厦门大学图书馆的剪报资料订本就有一千余本,这批剪报时段多集中于二十世纪四五十年代,个别有早至民国初期者。剪报内容以东南亚各国政治、经济、社会情况和华人华侨问题为中心,同时兼顾国内其他地区和世界政治局势,涉及民国前后国内外的政治、军事、社会、经济、文化、风俗等方面,涉及到的文章有

作品将文学性、知识性、趣味性融于一体,力求唤起大众的海洋意识,树立生态道德观念。

此次研讨会围绕刘先平创作的纪实文学新作《追梦珊瑚》展开,与会嘉宾就《追梦珊瑚》作品的文学价值、艺术价值、思想价值、科学价值,生态文明建设的发展与现状、社会性与重要性等议题开展了深入分析和热烈的探讨,认为在当前的形势下这样一部作品的问世具有重大意义。

中宣部原副部长翟泰丰,中国作协副主席高洪波,中国文联副主席郭运德,中国出版集团公司党组成员、副总裁潘凯雄,中国版协原副主席海飞,湖北省新闻出版广电局图书处处长周凤荣,长江出版传媒股份有限公司副总经理李兵,著名儿童文学作家金波等出席会议并讲话。长江少年儿童出版社副总经理柯尊文主持会议。

### 好戏连台

还在为“熊孩子”暑期去哪儿而绞尽脑汁吗?想跟童书出版“大咖”来次亲密接触吗?2017北京儿童阅读周暨中国童书博览会(以下简称“童博会”)已经为你做好了完美的规划。记者日前从童博会组委会处获悉,即将在7月7日~16日举办的第三届童博会目前已经进入最后筹备阶段。秉承“让中国的孩子读最好的童书,让世界的孩子读中国最好的童书”理念,童博会在前两届活动中,以国内外顶级童书出版专家和机构为核心资源,全力搭建以儿童阅读、家庭分享、行业创新、产业发展为核心的儿童阅读推广服务平台,吸引了数十万人次的儿童、家长、出版人、插画师、童书工作者参与,一举成为儿童出版产业协作及交流的重要纽带。第三届童博会在前两届的基础上,创新办会理念,升级展馆设计,丰富展会元素,将为参会者带来全流程、立体化、深层次的与童书亲密“接触”的机会。

据了解,本届童博会的展馆将以“海洋”元素呈现,特邀法国场馆设计师、手绘插画师及国内顶级设计团队共同打造,为孩子们打造一个兼具艺术性、互动性和童话风格的书海阅读主题乐园。书海乐园里将有中国少年儿童新闻出版总社、中信出版社、童趣出版有限公司等40余家少儿出版机构携带的精品好书及趣味活动,有关童书出版痛点和热点的高含金量培训,还将成立幼儿园阅读联盟……还等什么,跟着本报记者一起来看看本届童博会有哪些看点吧。



展馆效果图

### 看点1 将故事会和手工体验进行到底

为了打造让儿童流连忘返的“渔市”,本届童博会广泛召集参展机构开展形式多样的现场活动,这些活动不再局限于图书研讨、作者签售等传统荐书方法,而是通过故事会、体验课、手工实操等互动形式让孩子们在阅读的同时激发好奇心、想象力,培养他们的动手能力。

清华大学出版社将组织“我要去旅行知识抢答”“多纳爱英语兴趣学堂”等环节;童趣出版有限公司带来“哇,安全出行超简单!变形警车珀利交通安全体验课”“妙语连接成语”等活动。北京奇想国文化发展有限公司带领小读者现场“体验”做书。故事会更是接二连三,外语教学与研究出版社带来“温妮女巫魔法故事会”,荣信教育重新再现“迪士尼经典故事”……190余场的现场活动将让小读者们尽情在乐园中“撒欢儿”。在场馆内,组委会设置了直播瞭望塔、亲子朗读亭、科普实验室等互动展区,让家长和孩子可以随时进行互动体验。

对于家长们来说,逛童博会少不了物色好书。本届童书博览会继续推出由中国童书博览会童书漂流家庭共读、爸妈品读团荐读推选,并由专家评选推荐的年度好书TOP榜单,同时联合电商搭建童博会专题页面,现场也进行图书零售。就2016年第二届童博会的情况来看,出版社纷纷提到销售情况都比较理想,折扣在7~9折不等,虽然高于网络渠道,但开幕当天未到中午多数出版机构书架上的书已售罄。今年各大童书出版机构纷纷加大原创出版的支持力度,更多具有中国特色的、原汁原味的原创童书将会“吊起”家长们的胃口。

### 看点2 专业培训课程让你跟顶级大咖学做童书

童博会既是家长、儿童打造的狂欢嘉年华,也是出版业人士难得的交流、切磋机会。在童博会现场,童书出版人既可以了解当前童书出版的热点和趋势,也能够寻找选题灵感,发现市场商机,结识同业友人。最让人兴奋的是,组委会还策划了一系列童书出版课堂,召集了大批颇具人气的国内外童书出版大咖,分享出版“真经”。

原创无疑是今年童书出版的最大热点。7月9日,“为未来而智造——全球童书原创中国高峰论坛”将在童博会现场举办。曾任国际安徒生奖评委会主席的玛利亚·耶稣·基尔女士将与观众分享国际原创童书发展趋势以及原创在国际安徒生奖评选中的重要作用等话题。中国少年儿童新闻出版总社社长李学谦将在中少总社具体实践的基础上,谈谈“互联网+”时代儿童阅读趋势及服务。

去年就备受关注和好评的“童书出版特训营”,今年无论是在专家阵营还是在课程设置上都进行了升级。国内两大知名童书品牌“掌门人”——中信出版集团副总编辑卢俊、新经典文化股份有限公司副总裁、爱心树童书总编辑李昕,独家分享在“多家争霸”的市场环境下,童书品牌“黑马”从无到有、从小到大建立和运营秘诀。自媒体“红人”童书妈妈三川玲帮你诊断“为什么你写的童书推荐文案没人看”。此外,新东方在线儿童产品事业部总经理、酷学多纳品牌负责人陈婉青还会带来她对优质内容的价值迁移模式与盈利模式的探索……这些童书出版热门专家的分享注定会让编辑们获益颇丰。

### 看点3 特色展示区、城市科学节再添活力

本届童博会的多元化还体现在特色展区的布置上。此前,童博会组委会已经吹响“中国原创插画师集结号”,面向全国原创插画师及童书插画设计爱好者征集作品,这些精选出来的插画将在童博会现场进行展示,为中国童书出版行业和原创插画师搭建交流平台,推动国内原创插画发展、发掘优秀的原创插画新人。第二届张乐平绘本奖也将童博会举办期间启动征集。

此外,“第四届城市科学节”将同期举行。据了解,本届城市科学节同样主打“海洋”主题,邀请来自英国、日本、德国、新加坡、以色列等十个国家的科学研究者和表演者为现场的青少年儿童带来200余项科学活动,50多场创客工作坊、近100场科学秀表演,还有VR体验馆、智能科技、创意集市DIY等互动展区,全方位锻炼孩子们的动手能力。城市科学节无疑将为童博会带来更多乐趣和更高人气。

## 童博会精彩抢鲜看

中国出版传媒商报记者 李允

### 时讯播报

Kindle 新款成咪咕阅读新入口 亚马逊吸纳网文爱好者

2017年6月27日,亚马逊和中国移动咪咕公司的战略合作新成果终于揭开神秘面纱,专为中国市场定制的全球首款联合品牌Kindle——亚马逊Kindle X咪咕电子书阅读器正式发布,并从当日起可以在各大电商平台上预定,于7月10日开始发货。

与此前发布的Kindle阅读器相比,Kindle X咪咕阅读器同时存在两个商城——咪咕阅读和Kindle电子书店,且两个商城的账号体系并未打通,付款方式也不尽然相同。Kindle电子书店提供46万余本Kindle电子书,咪咕阅读则提供40余万本网络文学作品,为了适应网文特殊的阅读模式,咪咕阅读中的网络文学电子书可按章节订购,也可免费阅读章节。

亚马逊全球高级副总裁李大为(David Limp)表示:“Kindle电子书阅读器受到了数百万中国用户的青睐。我们深知中国读者的阅读需求日益多元化,因此,我们携手中国移动咪咕公司推出了开创性的Kindle X咪咕阅读器。Kindle X咪咕阅读器为网络文学爱好者带来了全新的数字阅读体验,也让中国读者获得了更丰富的电子书内容。”

自2012年进入中国以来,Kindle在中国的粉丝数一路上涨,到2016年,中国已成为全球最大的Kindle市场。有业者认为,亚马逊此次与咪咕阅读合作的意图再明显不过,借助咪咕扩充网文内容资源,并借助中移动的线下渠道将Kindle渗透到三四线城市。对于咪咕阅读来说,Kindle硬件优势和现有内容的加入也是其吸纳新读者的重要方式。此次合作,可以说继2016年6月,咪咕与亚马逊Kindle联合推出亚马逊Fire平板电脑咪咕版,实现智能终端硬件联合开发、定制与销售、数字化内容合作、市场运营后的再次深度合作。

发布会上,主办方还邀请《人民的名义》作者周梅森,知名网文作家唐家三少、白饭如霜就经典阅读与网文阅读等话题进行交流。第二届咪咕杯网络文学大赛同时开启。(李丽萍)