XX

代

为更好地推进书业多元经营拓展,关注书店多元经营顶层设计、行业现状、 资源整合,实现共赢协作,在2017全国书业非书品展订研讨会上,中国出版传 媒商报特推出"高层论坛"环节,在"教育装备"的主题下,就"教装市场前景如 何?""技术对教装的拓展有何帮助?""大教育下的教装拓展有何优势?"等话题, 国务院参事、中国出版传媒股份有限公司原副总经理樊希安,中国国际教育交 流协会教育装备分会常务副理事长、秘书长王玲,云南出版集团副总经理、云南 新华书店集团有限公司董事长杨志强,新华文轩出版传媒股份有限公司副总经 理李强,浙江省新华书店集团有限公司副总经理吕存周以及安徽新华传媒股份 有限公司副总经理肖金和等6位业界专家分别以不同主题发表主旨演讲,分享 经验,交流观点,脑力激荡,智慧碰撞,对书业教装文创多元经营的现状、不足、 前景、未来等进行了深入有效的研讨与交流,为书业多元经营尤其是教育装备 拓展把脉问诊。

高层论坛聚焦

## 书业教装文创多元经营路径寻解

■中国出版传媒商报专题报道组 邹昱琴 倪 成 王少波 王双双 蔡 雷



## 加快非书品经营步伐

抓住三个机遇,大力发展书店文创多元经营;同时,处理好非书品经营和图书 经营的辩证关系,坚持发展主业,做到主副业相辅相成,共同发展。

## 抓住机遇大力发展非书品经营

首先,要抓住全民阅读广泛开展的 机遇,适合中小学生的阅读需要,开创 相关的产品。众所周知,现在全国的全 民阅读已经呈现出前所未有的好形势, 主要表现为4个特点。

第一个特点是全民阅读已上升为 国家战略。党的十八大以后,党中央、 国务院更加重视全民阅读,习近平总 书记多次强调要爱读书、读好书、善读 书,李克强总理4次把全民阅读写进了 政府工作报告。其中第1次我印象十 分深刻,那时李克强总理召开政府工 作报告座谈会,我代表书业参加座谈, 在会上提出的建议是把"倡导全民阅 读"写进政府工作报告中。"全民阅读" 写进政府工作报告,明确了政府推动 全民阅读的责任。

第二个特点是现在全民阅读立法 已经提上了重要议事日程,今年就要完 成《全民阅读促进条例》的制定工作。 另外,《中华人民共和国公共图书馆法》 也已经通过国务院常务会议,提交全国 人大审议。值得注意的是,全民阅读立 法具有特殊性,与一般的立法不同,它 调节的不是人与人之间的关系,而是政 府与人之间的关系。全民阅读立法要 求政府必须为全民阅读创造条件,必须 保障公民的阅读权利,这就是其特殊 性。完成立法之后,政府不能不作为, 而要每年拿出资金、拿出规划支持全民 阅读,支持实体书店的发展。倘若不 做,将会被追责。

第三个特点是2016年12月份发布 了《全民阅读"十三五"时期发展规划》, 这是第一次出台此类规划。这份规划 明确提出了全民阅读的目标、措施和任 务,现在各个省也都在制定规划。

第四个特点是全国各地的读书活 动风起云涌。无论是读书活动的开展 还是读书推广人的宣传,全民阅读已经 呈现出良好的局面,这为文创产品提供 了很好的机遇。

其次,要抓住国家实施中华优秀传 统文化传承发展工程的机遇,开发相关 文创产品。中共中央办公厅、国务院办 公厅印发了《关于实施中华优秀传统文 化传承发展工程的意见》,这是一个重 要的信号,也是一个重大的措施。它在 全国范围内,从小学抓起,对中国的传 统文化开展普及。由此,中小学的书法 教育、诗词教育等都将迎来机遇。

最后,要抓住科学技术快速发展的 机遇,满足少年儿童对科学的好奇心, 发展文创产品。目前已经有商家制造 出玩具机器人,据说国外有一种帮助读 书的辅导机器人,这实际上都是文创产 品。希望书业同仁能抓住这个机遇。

## 图书多元相辅相成共同发展

要处理好非书品经营和图书经营 的辩证关系,坚持发展主业,做到主副 业相辅相成、共同发展。

第一要点是要加快非书品经营的 步伐,大胆闯、大胆试,开创非书品经营 的新局面。过去,书店为增加每平方米 的效益,开展了多种经营。但事实上, 非书品经营对书店产生的效益是多方 面的:一是增加经济实力,二是扩大社

会影响,三是完善产业链条,四是提高 发行业的创新能力和培养创新人才。 所以,我们要从更高的角度、更全面的 高度来认识非书品经营,甚至什么是主 业、什么是副业,都存在需要进一步辩 证认识的问题。

第二要点是不忘初心,坚守主业, 牢记责任和使命,实现核心价值。"书店 到底是做什么的"这一点是必须强调 的。无论是新华人、出版人还是发行 人,无论是国有还是民营,很多公司和 个人并不是为了单纯的经济效益而在 书业奋斗,甚至有的是从其他行业挣钱 来发展书业。这种情况下,我们更要坚 守主业,牢记新华人的责任和使命,实 现核心价值。书店大都在城市的核心 区域,是城市的文化地标。我们的努力 方向是让书店成为精神地标,就需要通 过自身的努力来提高全民的素质和素 养,而不是仅仅停留在经济目标,才能 实现我们的核心价值。如果仅仅把书 店当做一个产业,而忘记了文化的价值 和行业的价值,那就迷失了方向,也失 去了根本的优势。

第三要点是正确处理辩证关系。 这主要表现在三个方面。一是处理好 战略布局上全局和局部的关系。对于 新华书店的负责人来说,在战略布局方 面要处理好全局和局部的关系,坚持主

业、坚持使命是全局,多元经营是局 部。二是要处理好主流和支流的关 系。无论何时,主业经营都是主流,而 多元经营无论多么壮大,都是支流。三 是要处理好主副业相互转化的关系。 主业是书店的后盾、基石、平台,也是资 源优势和人才优势之所在。要利用这 样的优势,在非书品经营上做足特色。 同时,完善主业的产业链,提升主业的 影响力,增加对读者的吸引力,进一步 激发人才的积极性。

关于多元经营的边界,我认为有 三方面需要注意。一是不损害主业, 不弱化主业。诚然所谓主业和副业, 都需要重新定位和认识,但是图书主 业的绝对地位不容动摇。二是多元经 营要尽力靠近文化,要有文化品位,要 和书业经营搭界。我曾考察过很多书 店,多元经营呈现出可喜的局面。但 我们一定要注意,无论主业还是副业, 一定要有比较好的文化品位。三是非 书品经营要有创新能力,能够进行独 立自主的研发,形成并保护知识版 权。现在书店内经营的非书产品,有 一部分是自主研发,但是仍有很多是 贴牌经营。未来,更为重要的应当是 我们自己进行自主研发,提出创意,拥 有自己的版权。这样才能更好地体现 自身的价值。



夏顺华(海豚传媒股份有限公司 创始人、总裁):海豚传媒有5000个单 品,在很多新华书店进行了推广,我 想让每一个孩子都脱离现在的"痛苦 教学",当我们把50多个小孩放在一 个教室进行学习的时候,这就是一场 灾难。因为50多个孩子来自不同的 家庭,有不同的经历、背景,有的情商 高,有的有艺术细胞。有的喜欢文 学,有的喜欢智能。所以,我希望新 华书店能提供平台,发展教育产业。

毛文凤(江苏可一文化产业集团 董事长):在教装领域,江苏省的教育 信息公共服务平台、教育资源管理平 台,就是传统的平台,都是我们公司 的,包括教育部的微课平台等,销售 大概5个多亿,这是我们做的第一件 事情。第二件事就是文创产品。文 创产品依托于可一集团知识产业园 的众多艺术资源,将艺术家的作品与 可一的生活用品以及艺术生活馆进 行融合研发。未来,可一集团将在一 些有文艺范的文化报或者书店,以及 有文艺范的艺术空间里,让大家看到 我们的一些衍生品的重点展示。

李弘(漓江出版社副社长):漓江 出版社最近在打造漓江书院,要寻找 一种线上和线下支持服务的落地模 式。漓江书院有四大功能。一是为我 们的机构服务,比如为广西的国资委 提供国企党建服务。二是打造了一个 阅读的场景。我们在做知识服务、线 下服务过程中,阅读场景是很重要的 步骤和服务的方式。因为我们旗舰店 所在的中央商务区,有大量的金融机 构和商业机构,以及国企系统的大型 单位,全民阅读的氛围以及单位文化 活动开展的场景需求很大。三是在线 下,我们想要与新华书店在青少年活 动市场共同拓展,希望能够成为青少 年的知识培训中心,服务中心和产业 外延研学基地。从旗舰店出发,进而 发展到全国各地,成为产业外延的基 地。四是文创服务。希望通过我们的 和城市的特点及风尚,以及在线上的 创意集合,形成创意市集,打造符合这 个城市风格、文化和消费习惯的文创

张乾(山东世纪金榜科教文化股 份有限公司营销副总经理):世纪金 榜不仅一直做教辅,在其他方面也做 了很多的探索,比如培训学校、海外 出国留学等,在不同的省份与新华渠 道也有一定的合作。文教是刚刚起 步,目前来说,品种比较少、结构也比 较单一,但我们将继续以品质、品牌 为基础,以终端用户为核心,通过和 民营渠道和新华渠道设置的拓展点, 实现产业的不断提升和拓展。

郑波(北京触学科技有限公司常 务副总经理):教育信息化到了终端 用户的时候,沟通方式、产品特质怎 么传递给用户、怎么能真正让用户明 白,这"最后一公里"的问题,对作为 厂商的我们来说,是过去没有接触、没 有面对的问题。国家花了80年的时 间,建立新华书店这个渠道,我认为可 能是中国唯一一个可以商业化运营 的、能够触及每一所学校的唯一渠 道。感谢新华书店渠道的存在,为我 们厂商提供了解决"最后一公里"问题 的渠道。

在一些大城市的学校中,出现了这样一 种现象:老师和学生在同一课堂上,人手一 台人工智能平板电脑,该智能系统集电子排 版、拍照上传、实物展台等多功能为一体,老 师不需要电脑、PPT与投影之间的切换,学 生依靠智能教学软件即可达到同时操作,掌 握知识点。在日常教学中,以讲解人类消化 系统为例,教师只需要点一下鼠标,食物即 可自动进入人体口中,进而达到胃部,通过 动态效果向学生展示食物在胃部如何消化 吸收、如何分解、如何进入小肠大肠并排出 体外的过程。与单纯的图片展示和文字描 述不同,通过知识点与电脑技术的融合,以 动态、直观的方式阐述问题,通过这种方式, 大大提高了人的认知能力。

再如智能批改系统,在学生日常英文写 作中,经常出现各种问题,如结构、语法、拼 写错误等。智能批改系统可在3~5分钟内, 指出作文存在的问题,满足学生的修改需 求。与之类似,利用人工技能技术由机器创 造性的生成自然语言,自动收集大数据的文 档,进行整理、提取、过滤、筛选之后,输入所 需关键词,即可自动生成文章的智能写作系 统也已经出现。

诸如上述种种与信息技术相关的案例 还有很多,其最根本的颠覆在于:通过"互联 网信息技术+人工智能",使得教辅装备从教 学的支撑,进入到教学内容、教学资源深度 融合和提高学生的认知能力同步。

大教育装备理念下教育装备市场更关 注学生发展与文化融合。2016年发改委、工 信部、科技部以及网信办联合发布《互联网 信息技术+人工智能三年行动实施方案》, 《方案》中提出一个清晰的要求:从2016年开 始,要着力突破若干人工智能核心技术,培 育发展人工智能新兴产业。

这一背景下,2016年中国教育装备市场 涌现出很多创新点。其中,最突出的新特点 就是互联网信息技术+人工智能的教育装备 产品出现在校园的课堂教学、在线学习、远 程教育、家庭辅导之中,这是一个不同于其 他年代的突出的特点。该模式下,教育教学 方法、方式、模式以及教师的教学、学生的学 习都发生了革命性的变化。

与之对应,教育装备市场的新理念也不 断产生。第一,以人的全面发展为核心的大 教育装备理念。第二,信息技术与教学内容 深度融合,使得教育装备从教学边缘走向教 学中心,其对于提高中华民族的综合素质和 人口质量的提升具有重要意义。第三,提供 整体性、一体化的教学解决方案。新一代的 教育装备的研发把新一代的信息技术,包括 云计算、计算机的仿真、AR、VR等,以及互 联网和个人移动终端、4G技术等。因为每 个学生对数学的感知和对知识的吸收能力 不同,学校在数学教学遇到了一个瓶颈。如 何知道每位学生对知识点掌握中存在的问 题,可通过相关设备与计算进行更为系统分 析,提升教学水平。第四,关注学生个性体 验。新理念加强了对抽象知识的可视化,特 别是新一代教育装备产品的研发,更注重学 生中心,这个是非常重要的。

未来教育装备市场将走向何方? 有三 个趋势值得关注。

第一,2018年,中国将推出天地一体化 的中国教育卫星综合服务平台。届时传输宽 带化、空天一体化,以及终端小型化,将会更 方便、快捷。目前,相关部门正在组建中国教 育卫星应用协会,融合卫星发射、接收设备的 技术专家,教育装备的研发学者、企业家,卫 星接收设备的制造商以及用户,共同来搭建 综合服务平台。

第二,中国教育装备和中国文化深度融 合,联合"走出去",是落实"一带一路"国家 战略的有效载体。在推进"一带一路"的战 略中出现的国与国之间交流存在的问题,不 是设备问题、经费问题,而是人的问题,是不 同文化相互尊重、相互认同的问题。我们发 现,"一带一路"中的很多国家,尤其是亚洲 国家,对于教育装备很感兴趣。因此,中国 教育装备和中国文化深度融合,联合"走出 去"将成为一大趋势。

第三,教育基于信息化和人工智能复合



书店在进军教育 装备领域时,一定要认 清自己的优势,比如信 誉优势、资金优势等, 在此基础上,转变思 维,以需求驱动创新发 展。同时,要形成数据 思维利用大数据资源, 进行细化分析。

的教育装备研发,将更关注学生的成长规律 和身心健康。如以人脸识别技术来分析学 生的表情、课堂的情绪、社会交往以及对人 才的选拔,以情感计算和人工智能技术来进 行情绪分析、情绪识别、印象分析,帮助学生 提高自己。再如,在训练足球运动员的过程 中,将相关产品贴在他的腿上。运动员奔跑 过程中的心跳、脉搏、血氧等情况等均可被记

网络时代书业的核心竞争力在于内容、 融合、互动。网络时代,书业的优势在哪 里? 我认为,一是历史悠久,书本是人类记录 物质文化精神文化文明的重要载体。二是连 续性,无论技术如何发展都无法中断文字记 载历史的连续性。三是稳定性和权威性。四 是成熟的销售网络系统,新华书店已有80年 的历史,从新华书店总店到各个省市集团到 各地市、区县、乡镇,都有新华书店的销售网 点。因此,书业应该将多个优势作为一个整 体来思考,打造互联网时代的核心竞争力。

录下来,通过调整分析,即可计算出采取哪些

措施提高运动员的弹跳力。

书业的核心竞争力在哪里? 我认为有3 点最为关键。

第一,内容。无论做图书销售还是多元 经营,任何时候都不能忘记内容的重要性, 尤其是基于人性、人的兴趣、人的需求、人的 发展的内容,更为重要。

第二,融合。我们必须看到来自技术的 挑战,而且这一挑战还在不断变化中。在此 过程中,要注意人的兴趣需求与内容的融 合、内容资源与技术的融合、资源技术与平 台的融合。融合不是1+1,而是合二为一,是 "你中有我,我中有你",而最为核心的是人 性,是人的需求。

第三,互动。主要表现为人与资源要素 的互动、人与人之间互动以及平台内外要素 与要素之间互动。

转变思维,以需求驱动创新发展。书业 存在观念、人才和管理三大老生常谈的问 题。我认为,解决所有问题的关键在于强 化人为核心的理念,研究书背后的"人",满 足需求多样性、满足人的兴趣。这就需要 新华书店的领导转变思维方式,不断更新 管理模式。

首先,思考需求驱动。需求是一切技 术创新发展的原动力,也是技术推广应用 产生新价值的原动力,这是非常重要的。 在跨界融合过程中,最重要的障碍是"利 益"。面对需求与利益,如何解决?必须认 真思考需求驱动。

第二,形成数据思维。四通八达的销售 网、丰富的阅读数据,这是新华书店所拥有的 无可比拟的优势。不同民族、不同地区、不同 职业、不同年龄、不同性别、不同人群,在阅读 方面是怎样的需求,新华书店需要形成数据 思维,充分利用手中大数据资源,进行深层次 细化分析。与此同时,面对过去存在的问题, 应该同步推进,不断解决。 (下转第7版)