

# CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

# 中国出版传媒商报

(原《中国图书商报》)

2018年6月22日 星期五 第2439、2440期合刊 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)

## “声态圈”：“以旧翻新”新体验

■中国出版传媒商报记者 张聪聪

暑期将至，学龄孩子的阅读黄金档来临。读屏时代，不单纯是从纸到屏的阅读介质的改变，阅读习惯、阅读方式、阅读体验、消费路径……与阅读相关的一切都在发生变化，各种载体的音视频节目、课程，出版机构对于内容的浅层彰显和深度挖掘，都以更为丰富的状态呈现出来。本期“暑期专刊”特别关注阅读“声态圈”——听书。(链接：内容详见本期第6版)

与以往提到“读屏时代”的阅读就等同于探讨电子书不同，听书为读者提供了新选择，内容丰富、操作简单、想听就听……经历了两年快速增长的国内听书市场，2018年表现依然抢眼。有关

调研数据显示，2018年国内有声阅读的市场规模或将逼近45亿。据多家国外科技媒体报道，谷歌日前也对外发布了“谷歌播客”，入局音频内容领域。

其实，听书是一门“旧生意”，从在广播电台里为听众读书到2006年一家叫作“动听中国”的WEB2.0新型网站出现，主要提供有声读物、曲艺杂谈、影视原声和英语有声等音频节目，成为一种有实现可能的创业方向。用耳朵代替眼睛来完成阅读，听书方式已经从早期的录音带、CD、有声读书机、广播转移到了移动APP、微信语音、智能音像等更加智能、场景化更强的搭载介质。

2011年，蜻蜓FM诞生；随后，懒人听书、喜马拉雅FM、荔枝FM、考拉FM等诸多音频内容平台先后上线，这些顺

应移动互联网热潮诞生的有声掘金者继承了此前探索者的衣钵，整个听书市场都热闹了起来。“罗辑思维”“凯叔讲故事”“十点读书”等一大批提供听书服务的公号也逐渐成为流量大V并发展为另一种形式的音频内容平台……听书这门“旧生意”在移动互联网时代成了入场者众多的新赛道。除了“原生”的音频内容平台，社区、电商、出版社也都看好听书市场，竞相为“占领”读者的耳朵“凹造型”。

2017年9月20日，当当网听书业务正式上线。在得到APP、樊登读书会、新世相读书会等音频付费产品之后，知乎于2018年4月18日上线了音频付费产品“知乎·读书会”。近日，京东、小米、天猫、百度、喜马拉雅等诸多企业先

后上市能够直接提供听书服务的智能音箱，将自身携带的有声内容资源作为主打卖点，显然又将听书赛道从线上拓展到了线下，形成有声内容的新一轮追逐战。

出版圈也不甘落后，中信书院、华章书院、湛庐阅读、小荷听书……一批出版机构自建的听书平台为融合出版的实现提供了条件。接力出版社、新疆青少年出版社、博集天卷等一大批出版策划机构也通过与喜马拉雅、懒人听书等平台的合作，拓展其有声业务。对于内容从业者来说，有声市场正处于曲线的上升阶段，已经能够较为自如地找到可施展空间。而对于读者来说，听书这一阅读新姿势，却有着多种不同的操作路径，“声”态环境也逐渐稳定、规范。

### ●书业潮事

#### “众版联”创建国内首家出版产业链 全新整合服务平台

中国出版传媒商报讯 只要进销5万元实洋图书(可退货)、再交5万元保证金(三年退还)就可现场开走价值10万的东风悦达起亚K3轿车！这么划算的“无本”生意一下刺激了在场几十位中小城市图书经销商的神经。半小时不到，20辆汽车钥匙便被领走。这是6月16日由新三板挂牌企业北京安之文化传播股份有限公司、出版传媒权威媒体中国出版传媒商报、知名产业链整合专家蓝源资本联合发起创建的国内首家出版产业链整合服务平台“众版联”首场城市合伙人招募活动的场景。安之文化股份有限公司董事长田津举、中国出版传媒商报社社长伍旭升、蓝源资本合伙人邵燕成、北京南山京石投资有限公司董事长周运南、河北廊坊市文化广电新闻出版局大项目办主任赵旭水、廊坊市印刷协会副会长杨旭升、中国科学院化学研究所科技处科研成果转化办公室副主任李江平、东风悦达起亚北京代表处首席代表王怀德等出席活动。

“众版联”是以解决产业痛点为出发点，通过多方合力实现产业破局，通过重构产业秩序打造新型生态圈。“众版联”将通过出版商、发行商、印刷厂、内容商、供应商、战略合作第三方几大板块的组成成员，重塑出版产业服务链。平台的主要价值在于，生态、共享、拓展、赋能，最终实现三大平台受益的共赢：一是产业收益，包括集采收益、内容收益、效率

提升，二是平台直接收益，包括大数据收益、技术投资收益、平台服务收益、第三方合作的收益等，三是资本收益，包括供应链金融的收益、资本溢价、基金收益。赵旭水表示，“众版联”是一个整合、融合、跨界不打劫的平台，符合国家所提的供给侧改革精神；平台打破了过去“有你没我，有我沒你”的格局，呈现“你中有我，我中有你”共享、共创、共赢的新模式；平台是一个利益共同体、事业共同体。“众版联”以金融为杠杆，平台为航母，模式为翅膀，整合的是出版业的新形态，呈现良性可持续循环经济发展态势，必将形成全体合伙人各尽其长、互得所长而又和谐互助、相生相长的局面。

活动现场，广州碧宽投资基金管理有限公司董事长李军、天风证券股份有限公司中小企业部副总经理霍玉瑛、快创科技(大连)有限公司董事长孙贻财、邵燕成、伍旭升先后围绕投资、出版业供给侧改革等进行了主题演讲。

据悉，自加入合伙人之日起，乙方销售图书超过5万元实洋任务部分按协议规定奖励乙方期权股，进货越多奖励越多，拟预留600万股价值对合伙人进行期权奖励；为合伙人免费提供可以提前收取订单和书款的营销模式，且对模式落地进行帮扶；赠送价值1万元让合伙人成为当地行业领军的商业模式学习名额。据了解，每省仅招30个合伙人，活动现场已实现大比例签约。(文 龚)

#### 《读者》再度入选《中国500最具价值品牌》

中国出版传媒商报讯 6月20日，世界品牌实验室在京发布2018年《中国500最具价值品牌》分析报告。读者出版传媒股份有限公司旗下《读者》再度入选，品牌总价值达302.23亿元，较2017年增加29.4%，总排名为176位，在平面媒体中位列前八。

在本年度《中国500最具价值品牌》排行榜中，共有来自食品饮料、纺织服装、文化传媒、信息技术、家用电器等在内的25个相关行业的品牌入选。具体到传媒行业，今年共有36家传媒机构进入

### ■最美书店

#### 上影·思南书局快闪店“开机”

中国出版传媒商报讯 6月15日，被称为“梧桐树下·人文心脏”的上海思南书局概念店落幕5个月后，在上海国际电影节拉开序幕前夕，由上海市作家协会、上海电影集团、上海世纪出版集团、上海永业集团主办，上海图书有限公司、上海电影博物馆、思南公馆承办的第二季快闪书店——上影·思南书局快闪店，在中国电影文化地标——上海电影博物馆广场正式“开机”。这个融电影、文学与阅读的钻石型袖珍空间将连续运营30天，开放时间为每天10:00~21:00。

在30天里，上影·思南书局快闪店特邀30位电影人担任轮值店长，与广大市民读者和影迷围绕电影、文学、艺术、阅读、生活等话题进行零距离交流。首日亮相的“集体店长”包括著名演员梁波罗、吴竞、陈鸿梅，为第一批读者签名赠送上影剧团65周年画册，并分享电影与文学的故事；乔榛、曹雷、陈丹燕、虹影、史航、江海洋、张扬、石川、曹可凡、毛尖、郑大圣、顾小白、李睿珺、李洋等电影界和文学艺术界人士将陆续与读者见面。图为6月17日，小说家虹影做店长。

思南书局快闪店第二季的内容定位和人文特色，由著名作家孙甘露领衔的团队筹划。严格把控图书品质，书店内约800种中文图书、200种英文图书均为专业选书团队挑选的电影、文学主题图书，分为七个类别，分别以充满电影符号或名作色彩的词汇命名。

2017年11月5日，思南书局概念店以快闪形式首次亮相思南公馆小广场。60天内，这座仅仅30平方米的木质结构书店每天邀请一位作家驻店，为公众带来了全新的阅读与购书体验。思南书局快闪店第一季活动直接催生了一个新型阅读文化空间——思南书局实体店在今年4月23日诞生。(许卓)



### 谷歌5.5亿美元投资京东

中国出版传媒商报讯 6月18日，京东集团和谷歌宣布，谷歌将以5.5亿美元现金投资京东，双方将结成广泛的战略合作伙伴关系。根据协议，谷歌将获得27,106,948股新发售的京东A类普通股，发售价为每股20.29美元，等值为每ADS(美国存托股票)40.58美元，此价格为前10个交易日的交易量加权平均价格。

此外，谷歌和京东将在一系列战略项目上进行合作，其中一项是在包括东南亚、美国和欧洲在内的全球多个地区合作开发零售解决方案。结合

京东在供应链、物流领域的专业能力与谷歌的技术优势，双方将携手探索打造下一代零售基础设施解决方案，为消费者提供有价值、个性化、流畅便捷的购物体验。

京东同时计划优选一系列高品质商品，通过Google Shopping(谷歌购物)在全球多个地区进行销售。

京东集团首席战略官廖建文表示，这是全球零售现代化进程的重要一步。在京东迎来6·18全球年中购物节最高潮之际，此次合作掀开一个新篇章。(宋)

### 精彩导读

2018暑期专刊 P2~P16

200元超值阅读方案设计大赏 P2~P3

“头号玩家”带你玩转暑期营销 P7

出版圈爸妈VS孩子童年大比拼 P10~P11

这个暑期，与书相约在阅读空间 P13

樊青芳：燎原就需星星火 P17

成都将音乐文化融入城市细胞 P21

■中国出版传媒商报记者 刘海颖

近年，出版、发行集团以自身文化+优势打造文旅研学板块，凸显了核心竞争力与市场影响力。在近期由中国出版传媒商报社和黑龙江出版集团主办的第六届中国出版传媒业信息资源联会议期间，中国出版传媒商报社、读者出版集团、辽宁出版集团、北京出版集团、长江出版传媒集团、四川新华文轩、皖新传媒7家单位，正式倡议发起筹备全国出版业文旅联盟。以产业融通整合的视角，在文旅特别是研学旅行领域打破地域、资源乃至服务链条所限，以集约型、集优化的思路，为教育实践、文化旅游提供独具出版行业特色和优势的线路产品乃至生态服务，是为联盟基业。

### 大手笔大空间大联盟

2016年12月28日，读者出版集团布局文化旅游产业，以“读者”品牌为引领，构建读者生态圈，探索文化+教育+旅游融合发展延伸之路，发起成立读者文化旅游股份有限公司，注册资本1亿元。研学旅行板块作为读者文旅的核心业务，率先在甘肃省内开启基础教育课程内研学旅行，组建专业研学旅行管理运行团队，开发涵盖义务教育和高中教育阶段的研学旅行课程体系、服务保障体系、营地标准体系，研发策划涉及甘肃省内14个地州市、15个片区及省外19个主题的系列产品。在甘肃省挂牌近60个读者研学教育基地，签约80位非物质文化遗产传承人作为读者研学教学顾问；利用集团旗下期刊资源以研学专刊的形式助力研学旅行业务，借助“读者读书会”“读者进校园”“读者杯征文大赛”等活动。自2017年10月至2018年5月，读者研学完成甘肃省1万余名中小学生研学旅行，目前各类研学活动正如火如荼地进行，业已形成读者研学在甘肃省的影响力和领跑态势。同时以其深圳读者研学分公司为抓手，拓展以深圳为核心的省外市场，逐步提升其在全国的影响力，读者研学正着力打造中国研学旅行行业的“读者”品牌。

无独有偶。在文旅投资上，辽宁出版集团也是大手笔规划，同样以1亿元开局，并针对研学旅行专门成立辽宁北方国际文化旅游投资有限公司，且配套注册辽宁研学旅行社。基于研学旅行要在课程基础上来开展的初衷，公司结合辽宁省教育厅、相关培训机构，寻找专业的教研培训人员开发研学旅行课程，并专门设立研学旅行课程构建的科研课题，共开发40条研学线路，并针对每条线路都做了研学旅行指导手册。日前，最后一条线路设计完成，但公司副总经理刘娜坦言，这只是完成了一些基础性的准备工作，接下来面临线路持续精品化、生源导流等更多深层次的发展问题，需要进行更多经验乃至资源的共享。(下转第20版)



编辑：穆宏志  
排版：胡斌

## 全国出版业文旅板块异军突起