

## 瑞丽轻奢商街落地杭州余杭艺尚小镇

中国出版传媒商报讯 6月19日,由杭州市余杭区人民政府、中国轻工业出版社有限公司联合主办,杭州临平新城开发建设管委会、北京《瑞丽》杂志社共同承办的“瑞丽轻奢品牌孵化体系发布会暨瑞丽轻奢商街奠基仪式”在杭州艺尚小镇举行。

中国轻工业联合会会长张崇和、中国期刊协会会长吴尚之、品牌中国战略规划院院长汪同三、中国纺织工业联合会副会长孙淮滨、中国商业联合会副会长王耀、商务部有关部门领导与会。北京《瑞丽》杂志社社长陈业进代表杂志社和瑞丽轻奢创始团队发布“瑞丽轻奢品牌孵化体系”。中国轻工业

出版社有限公司党委书记、董事长才大颖主持发布会。

中国轻奢品牌孵化总部基地落户艺尚小镇,既是《瑞丽》产媒融合发展的新尝试,也是艺尚小镇推动时尚产业发展的创新。瑞丽轻奢商街(以下简称“瑞丽商街”)首开轻奢品类品牌集群式孵化先河,通过品类创新、品质升级、品牌提升,帮助企业实现新增长和新跃升,推动品牌建设从流量经济向内容经济升级,加速头部资源聚集,构建孵化闭环,为推动高质量发展提供新动能、新模式。

据悉,瑞丽轻奢商街是艺尚小镇四大时尚街区之一,由余杭区政府与中国轻工业出版社有限公司合作、临平新城与瑞丽杂志社共同打造。商街占地面积63亩,建筑面积15.4万平方米,项目总投资13.8亿元,计划2019年开工、2021年完工。(松松)

# 电影业复兴对期刊业的启示

关键词 期刊业 电影业 发展

李意清

近年来中国电影总票房节节攀升,《战狼2》《红海行动》《流浪地球》等一批国产影片取得“现象级”成功,作为期刊人,在羡慕与振奋的同时,也越来越深切地感觉到,有必要将电影业的复兴当作一面镜子,探讨期刊业能够从中得到什么启示。

据统计,2018年,全国电影票房总收入达609.7亿元,再创历史新高,与10年前相比增长13倍、相比15年前激增55倍。

由于2018年新闻出版业权威统计数据尚未公布,并且10年之前的新闻出版统计数据中没有总收入一项,因此笔者以2017年与2007年全国期刊定价总金额做一下对比。2017年,全国期刊定价总金额为223.9亿元,与2007年的170.9亿元相比,增长幅度仅为31%。这个发展速度,还赶不上CPI的增长速度。

为便于比较,笔者将期刊定价总金额换算为发行收入。据测算,2007年,全国期刊发行总收入约为100.6亿元,同年电影票房总收入约33.3亿元,后者不足前者的三分之一;2017年,全国期刊发行总收入约131.6亿元,电影票房总收入约559亿元,后者已是前者的4.2倍。

### “分众化”前提下的“用户导向”思维

据笔者观察,近年来中国电影业复兴,最重要的推动力是实行了全面产业化改革。如果不考虑行业(产业)政策等宏观层面的影响因素,仅从市场经营的微观层面来看,电影业在用户思维、产品优化、市场营销、项目经营和品牌经营等方面都取得了成功经营。

**准确聚焦“核心用户”。**电影业的复兴是从对受众群体的准确定位开始的。过去,传统媒体把最广大的受众群体当作自己的“目标用户”,但在新媒体时代,传统媒体实际上已不具备这方面的能力和潜力。而电影业准确地找到了“核心用户”——年轻人,从而先于其他传统媒体主动跨入“分众化”时代。十多年来,80后、90后乃至00后,一直是电影市场占压倒性多数的消费群体。正是年轻观众支撑了电影业的复兴。反观期刊业,时至今日,仍然没有真正意识到“分众化”的迫切性,甚至众多天生具有“分众化”基因的行业期刊,也仍然抱着“立足行业、面向社会”的观念,其结果是大众市场所获甚少,“核心用户”的需求没有得到重视和满足。

**注重改善“用户体验”。**电影业主要从两方面着手:一方面是针对“产品”即电影本身,大面积借鉴美国好莱坞“大片”的制作方式,在电影拍摄制作中更多运用明星战略及3D技术、高清技术、电脑特技等新技术手段;另一方面是针对影院的软硬件设施进行全面改造,不但“升级”了装修和设备,还增加了小厅、VIP厅、点播厅等多种有特色的观影空

间。“用户体验”的改善,大大增强了年轻观众的观影兴趣和热情。反观期刊业,近几年却在不断控制成本、减少印张,别说应用新技术,很多期刊的内容质量、设计水平、印装效果甚至还比不上十年前。其结果必然是读者阅读体验不佳,阅读兴趣降低,从而导致很多期刊沦为文化市场中的“鸡肋”。

由此,期刊业应该适应“分众化”趋势,准确定位期刊的核心读者群体,主动向“小众化”转型。准确定位“核心用户”,即核心读者群体,实现“分众化”“小众化”,是绝大多数期刊尤其是行业期刊、专业期刊的必由之路。

### “供给侧改革”思路下的“产品优化”

**合理确定“产品定位”。**电影业复兴与其“产品定位”的合理调整也有很大关系。文化娱乐行业是目前中国第三次消费升级中收益和增长幅度最快的领域,“看电影”已经从一种低端消费行为被重新定义为中高端消费行为,推动了“消费升级”。不但迎合了其“核心用户”群体的消费品质追求,也使整个产业的利润水平大幅提升,从而使电影制作方可以投入更多资金来提高质量和吸引力,形成良性循环。反观期刊业,近年来的“产品定位”不断走低,期刊的定位逐渐从高端走向“低端化”,而且期刊市场本身也正在不断萎缩,导致整个期刊业利润水平大幅下降,无力在提升产品质量和宣传推广上投入更多资金和人力物力,进一步导致恶性循环。

**紧紧贴合“主流审美”。**电影业的复兴尤其是近两年中国电影业“井喷”,与其紧紧贴合受众主流审美观念和审美情趣的变化密切相关。在经济全球化不断发展和中华民族伟大复兴这一宏大的历史背景下,坚定文化自信、“中国式英雄主义”、“人类命运共同体”迅速成为主流审美取向。电影业敏锐地把握住了观众主流审美观念的变化,推出了不少与之相呼应的作品,引发了广泛共鸣,取得了巨大成功。与之对比,期刊业处于“后知后觉”状态,困于小格局、小视野中,缺乏与时代特征相适应的自信、昂扬的“心气”和风格,没能适时推出一批适应受众审美取向变化的优秀创意和作品,其结果必然是自身审美取向上的“边缘化”,也导致了在文化市场中被“边缘化”。

由此,期刊业应该大力推进“供给侧改革”,合理调整期刊的“产品定位”,努力适应“消费升级”的要求。一方面,要重新认识期刊作为中高端消费品的属性,将期刊消费重新定义为中高端消费行为,彻底改变“薄利多销”的观念,树立“优质优价”的理念;另一方面,要主动吸收新媒体技术,努力提升期刊的内容质量和设计制作水平,提升期刊的产品力,改善“用户体验”,从而增强对读者的吸引力,使期刊出版经营形成良性循环。

### “生活方式”引导下的营销模式创新

**切实加强营销策划。**电影业的复兴与整个行业更加重视营销也有着非常直接的关系。目前,电影业的营销已经达到了“教科书级”的水平,大投入屡见不鲜,市场化、网络化程度非常高,热点营销、舆论营销、社交平台营销、组合营销等营销方式已成为常规手段。对比期刊业,由于观念落后、资金匮乏,很难看到像样的营销策划和营销活动。

**努力对接生活方式。**这是一种更高端、更潜移默化化的营销理念和模式。一方面,电影业一直着力把观看电影作为一种时尚的、有品位的生活方式推广给目标受众群体,使得这一群体逐渐认同了这一观念;另一方面,电影业把观看电影的行为与目标受众群体的消费方式“挂钩”,使目标受众自然而然地形成了“消费习惯”——电影院与商圈、购物中心、时尚消费场所“无缝对接”,“爆米花经济”持续走红。反观期刊业,对期刊阅读与目标读者群生活方式的结合点,应该怎样嵌入读者生活方式之中等话题,都没有进行过相关研究和探索。

由此,期刊业应该突出“时代性”特征,紧紧贴合现代社会的“生活方式”,努力形成符合主流审美的期刊风格。必须改变消极的、不自信的心态,在民族复兴、文化复兴、“人类命运共同体”的历史坐标中找到正确位置,打造出符合时代精神和主流审美的期刊产品。

### 开拓对接资本市场的渠道

**广泛引入社会资本。**电影业复兴还有一条很重要的经验,就是在电影拍摄制作营销中广泛借鉴了风险投资理念,大量引入社会资本有效降低整体风险。投资10部电影,只需2~3部影片大卖就可以挽回其余投资的损失,甚至还能带来很大盈利。于是社会资本更多地进入电影业,整个产业的规模迅速做大。反观期刊业,由于缺乏有吸引力的项目策划和经营策划,导致社会资本对期刊业持“敬而远之”的态度,因此行业仍处于“小本经营”状态。

**不断拓展经营领域。**为了提升整体收入水平,除票房收入之外,电影业收入来源还包括广告、版权经营、周边产品等,大大扩展了电影业的生存空间。反观期刊业,近年来经营领域不断收缩,广告经营急速萎缩,品牌经营和相关服务发展缓慢,导致期刊业的生存空间越来越逼仄。

由此,期刊业应该加强“多样化”经营,加强品牌经营、项目经营、周边产品经营等,为期刊赢得更大发展空间。一方面可以提升期刊自身的“造血功能”,改善期刊的生存状况,为行业发展集聚资源;另一方面可以吸引社会资本合作,有利于利用资本的力量做大期刊相关市场。



中国出版传媒商报记者 晓雪

6月28日,鸿翼创客·世纪天鸿创业孵化平台揭牌仪式在山东省淄博市华鸿出版产业园举行,标志着世纪天鸿成功上市后的第一大战略发展规划成功落地。作为行业内首个教育出版专业孵化器,鸿翼创客将以资本为纽带,以教育科技为抓手,以企业优质资源共享化为助力,聚合有志于教育、文化领域的创业者,构建创业者的事业平台、起飞平台和资源平台。

揭牌仪式上,世纪天鸿教育科技有限公司董事长任志鸿介绍了鸿翼创客·世纪天鸿创业孵化平台和华鸿出版产业园的发展情况。

2017年,世纪天鸿在深交所成功上市,企业价值和影响力显著提升,世纪天鸿具备了资本运作的条件。为了推动企业快速、健康持续发展,世纪天鸿制订了面向未来的中长期战略发展规划,确立了企业平台化的发展思路,通过搭建创业孵化平台,使世纪天鸿从单纯经营产品向孵化优秀企业和企业家转型,该项计划于2017年年底正式在行业会议上对外发布,“鸿翼创客·世纪天鸿创业孵化平台应运而生”。

据悉,于2018年3月筹建的鸿翼创客主要依托世纪天鸿上市资源、出版资源,本着“孵化文化教育发展的新生力量,构筑行业开放共享的创业平台”的理念,采取“投资+资源支持+孵化”的孵化模式,为创业者、创新项目搭建全媒体创业、创新服务平台;提供从产品创意、出版服务、产品设计、产品研发、教育考试研究、出版发行、数字出版等全媒体、全流程服务。逐步形成淄博、济南、北京三地协同发展的孵化园区格局,打造面向全国的开放、共享的行业创业孵化平台。

据任志鸿介绍,截至目前,创业孵化平台先后甄选了40余个创业团队和项目进入路演程序,首批通过路演并孵化的13家企业已经正式运营,包括6家图书公司、2家教育学科化公司、2家教育科技类公司、1家教育服务类公司、1家出版服务类公司、1家文创设计公司。

华鸿出版产业园于2006年投资建设,一期书业物流配送中心、二期书刊印刷基地分别于2008年和2009年投入使用,三期产业创新中心7号楼主要服务于鸿翼创客。华鸿园区自建立之初就定位于以出版为核心,打造原创版权研发集群、印刷智造集群、仓储物流分拨集群、产业创新服务集群、商务配套服务集群五大集群。目前,园区入驻的企业有世纪天鸿物流中心、湖州印业、中国邮政速递等企业,随着鸿翼创客——世纪天鸿创业孵化平台的入驻,业态更加丰富,特色更加突出,随着园区专业运营管理团队搭建,园区专业服务体系更加完善,也将进一步推动园区的成型和发展。

鸿翼创客的建立,是世纪天鸿创新发展模式的有益探索,也将对加快当地文化产业深度融合,优化产业布局 and 产业结构起到重要的推动作用。

## 世纪天鸿「鸿翼创客」揭牌 打造教育创业者起飞平台

## 掌阅联手厦门航空首推机上阅读服务“天际悦读”

中国出版传媒商报讯 6月27日,掌阅科技与厦门航空战略合作签约仪式暨2019年度“天际悦读”新品发布会在京举行,会上双方联合推出全国首个常态化空中阅读服务,这是国内民航产业与互联网文化产业一次重要的跨界合作,在探索推广全民阅读新模式上迈出了重要一步。

全国政协文化文史和学习委员会副主任、中国版权协会理事长阎晓宏,厦门航空公司服务总监陈毅真,掌阅科技股份有限公司创始人张凌云,掌阅科技副总裁游亭,厦门航空空中乘务部副总经理张玉晶等,以及双方相关部门负责人、合作出版机构代表、记者等出席发布会。

出行与阅读有天然的优势,特别是飞机旅行,封闭的机舱既是出行的空间,也是静享的“书房”。目前一些国际航空公司,例如英国航空、国泰航空等,已经开始通过与数字阅读平台合作,推出了机上阅读的增值服务。

厦门航空是中国民航唯一荣获“中国质量奖”的企业,也是全球首家与联合国签订可持续发展目标战略合作的航空公司。而作为国内领先的数字阅读平台,掌阅因在数字阅读领域的技术创新、优质内容和用户体验,荣获“世界知识产权组织版权金奖”,并成为第一家被评为“全国版权示范单位”的移动互联网企业。

厦航一直以来都积极对标国际,注重机上特色服务的开发。为了更好地推广全民阅读,掌阅也在积极探索推广阅读的新场景、新模式。让旅

客在飞行中享受到优质的阅读服务体验这一目标,让掌阅与厦航一拍即合,达成战略合作,共同探索机上阅读服务新模式,树立行业标杆。

游亭和张玉晶代表双方签约,并正式开启“天际悦读”服务。

张凌云表示,一直以来,掌阅都十分重视用户体验,希望能让阅读无处不在。为了更好地推广全民阅读,掌阅近年来大力推进与相关机构和优秀品牌的跨界合作,特别是对场景化阅读模式的探索,先后在图书馆等城市公共服务空间、高铁、餐厅等场所提供数字阅读服务。掌阅和厦航跨界合作,是国内首创的沉浸式机上的阅读服务,“天际悦读”项目也是国内阅读与航空两大领域头部品牌首次的战略合作。期待通过掌阅与厦航的精诚合作,探索空中阅读常态化服务的最佳方案,让每位乘客的旅途都能有好书相伴。

除了数字阅读内容,掌阅还为厦航旅客提供了配套的实体书,在厦航客舱中设立“天际悦读”书吧,为旅客提供借阅服务。值得一提的是,掌阅还特别为厦航旅客提供了作家重磅书籍的全球首发专享福利,例如韩少功的《修改过程》,法医秦明的《天谴者》,笛安的《景恒街》等。

据悉,“天际悦读”试运行服务已于6月初在厦门至悉尼和厦门至温哥华两条航线上开展,经过试运行阶段对旅客及乘务员服务的调研,伴随“天际悦读”专区的上线,正式运行服务已于7月初与厦航旅客见面。(晓雪)



### 重点关注

## 北京书香童年首届“原创之美”绘本剧 总结演出在京举行

中国出版传媒商报讯 6月28日,在书香中国·北京阅读季领导小组的指导下,由中共北京市委宣传部主办,北京承启文化传播有限公司、北京出版集团父母必读杂志社、北京幼儿园阅读联盟承办的北京阅读季·书香童年首届“原创之美”绘本剧总结演出暨颁奖典礼在京隆重举行。北京市委宣传部副部长、北京市新闻出版局局长王野霏,北京出版集团总经理曲仲,北京出版集团党委副书记曹蕾等出席活动,幼儿园、家长及媒体代表近400人与会。

伴随着《我和我的祖国》小提琴演奏,活动正式拉开序幕。王野霏致开场词,他强调,今年书香中国·北京阅读季以“壮丽70年 颂读新时代”为主题,策划、组织了“庆70周年,读70种书”主题荐书活动,并举办了北京阅读季·书香童年首届“原创之美”绘本剧展演,希望借助此次契机,携手社会各界力量共同努力,共同传播儿童

阅读理念,促进儿童阅读健康发展,创造良好的儿童阅读环境。

曹蕾代表北京出版集团致辞时提到,儿童阅读作为全民阅读的重要组成部分,承担着重要的历史使命。自承接项目以来,北京出版集团父母必读杂志社精心策划,共举办了15场书香大课堂、34场儿童阅读活动、15场“原创之美”绘本剧展演、7场“原创之美”作品展、3期书种种子培训等近百场形式多样的儿童阅读活动,评选出了年度“最佳童书”50种,媒体传播近300篇,覆盖人群近万人。

北京阅读季·书香童年首届“原创之美”绘本剧展演活动,立足培养孩子们良好的阅读习惯,用儿童视角去理解和诠释中华优秀传统文化内涵,充分彰显书香中国·北京阅读季主题思想。颁奖典礼上,对表现优秀的作品、个人和组织机构进行了表彰。(晓雪)