

## 京东读书亮相江苏书展 彰显数字阅读定制化趋势

中国出版传媒商报讯 在日前结束的第9届江苏书展中,京东数字阅读亮相数字阅读馆,通过产品展示和现场介绍,让参展嘉宾亲身体验数字阅读魅力。京东数字阅读业务在本次书展上展示了自主研发的电子书阅读器JDRread,同时进一步向大众介绍京东综合性移动阅读APP京东读书,展现京东数字阅读业务的丰硕成果。

书展现场,京东数字阅读工作人员还向参展公众介绍了京东数字阅读的定制模式,如党建版JDRread1,该产品可快速响应企业客户软硬件定制化需求,满足企业文化建设+员工能力

## 支招

# 一场成功市集背后的「操盘手」的心声

中国出版传媒商报记者 王霖

一场市集的活动举办,包含策划活动主题、规划活动流程、招募商户、召集读者以及后续活动对接等多个步骤,对书店来说,怎么才能举办一次成功的市集?看看这些活动“操盘手”怎么说。

**主题、形式是第一要义。**目前,越来越多的市集出现在消费者面前,如何从中脱颖而出,更吸引人?主题和形式尤为重要。沈阳玖伍文化城副总经理赵晓丹认为:“现在文创市集不仅多,而且门槛低,聚集几个手工艺者就觉得能搭一个市集,但其实并非如此。市集本身不在于卖什么,而是在于整个搭建、营造的氛围,消费者为什么要来这个市集。玖伍文化城的市集活动以传统文化为核心,但市集的定位不是“卖”,而在于“玩”,我们更希望年轻人和家庭在市集中可以玩起来,营造主题乐园氛围,在玩中传递文化信息,打造玩、吃、乐、买等一条龙服务。”玖伍文化城在举办“非遗文化市集”活动中,将传统文化与非遗碰撞、融合,联合20余位国家级、省级、市级、区级非遗传承人,从年轻人的视角出发,结合热门影视作品进行场景化搭建,在店内打造了“古·物新相”“青春·艺·场”“非遗·新”“品质·生·活”四大主题街区;引进全息影像技术,三维立体展现了中国古代唯一一篇全面描写沈阳城的辞赋《盛京赋》,让参与者产生“黑科技”走进身边的奇妙感觉。

**打造活动品牌化,注重多渠道宣传。**营销活动主题化、品牌化是当前众多书店打造的重点内容,对于市集活动也不例外,延续性、连贯性、常态化才能让消费者更加关注。临沂书城的“阅琅琊”非遗文创市集在每月末举办,根据不同内容制定了特色鲜明的活动主题,如“收藏旧时光”“在春天遇见”“粽情端午”等。山东新华书店集团有限公司临沂分公司临沂书城连锁零售部张昊介绍:“我们重视前期宣传,采取线上线下相结合的方式,线上开设‘临沂书城琅琊非遗文创市集’微信群,通过临沂新华书店微信订阅号、临沂微书城微信服务号发布市集信息,让读者第一时间了解活动。”此外,在非遗文创市集,临沂书城通过品牌文化活动搭建书城与读者沟通的桥梁,整合资源,打造了文化阅读推广平台,策划组织了一系列有影响力的文化主题活动,满足了读者多样的阅读需求,同时增强了多元业态间的关联性,带动了店内销售的增长。

苏州古旧书店店长张华认为,一个好的创意市集本身就是一个品牌,苏州古旧书店创意市集与打造的“城市文化会客厅”项目分不开的。其中,桃花坞木刻年画、古籍修复装帧、昆曲评弹表演、刺绣、陶瓷体验、古法造纸术等都是古旧书店的活动,多年活动的举办积累了丰富的经验,为试创意市集活动起到了基础作用。同时,苏州古旧书店也十分重视线上传播,依靠粉丝的转发分享、线上内容平台推荐以及设计师商户“KOL”属性,对市集活动进行口碑传播。

**搭配优质内容,融合多方资源,招募最适宜商户。**对于书店来说,平台和资源既有优势也有劣势,多方合作才能达到最大活动效果。2019年,新华书店安徽图书城店举办了多场市集活动,如“非物质文化遗产文化创意集市”“新春市集”“邂逅春天女神季文化创意集市”“桃李春风面,人间四月天文化创意集市”“安徽图书城店文化创意集市”等。新华书店安徽图书城店策划部主管助理杜海说:“活动开始前的沟通非常重要,同时还需要书店和商户之间彼此互相尊重。活动中招募的摊主不仅集中亮相、售卖自己的作品,同时通过书店平台推广品牌,还可以结识到一群有趣的朋友。”

在凤凰云书坊24小时书店主理人张驰看来,举办“吾号口见——大家的文创市集”是在做一种“泛书店”概念的尝试。“现在的书店不能仅是书店,应该要能够引导读者的生活方式和生活态度。而读者也不能仅仅定义为‘读者’,应该是‘消费者’。通过对优质产品内容的配比和搭建,我们希望能将书城运营带来更多可能,满足消费者多种需求,产生一种有趣的跨界实验,让其对书店品牌、文化有不一样的认知和认可。”

此外,与政府相关部门、第三方机构合作也不失为一种好方式。山东新华书店集团有限公司青州分公司泰华店主管彭昆认为,举办市集活动可以与当地的文化部门合作,不仅能够得到较好的后期宣传效果,同时也可以借助政府文化部门优质资源。“市集活动不仅能为书店增加人流,还可以赚取好的口碑,加快书店成为文化体验中心的步伐。”

(上接第1版)

# 教改利好再推智慧教装市场扩容

据悉,江苏凤凰新华书店集团小红山教装展示基地拟在今年投入使用,该基地以“智慧教育、融合发展”为主线,旨在打造集“展示+交易+合作”为一体的互动平台,项目总面积约5000平方米,基地将以功能样板间形式,实景呈现整体智慧校园建设案例,内容涵盖创新实验室、学科教室、智慧图书馆、健康照明等,为江苏全省教育部门提供覆盖幼教、K12等各类智慧校园建设的一站式、个性化解决方案。

为响应国家提出的“三通两平台”建设要求,江西新华自主研发了区域云平台,并在省内多座城市推广,通过顶层设计,实现了区域统一部署。

## 战略合作降低试错成本

与科技公司进行战略合作,借助成熟的科技实力和较为雄厚的资本力量,推动智慧教装产业发展,在一定程度上可以有效降低试错成本。

对教装产业来说,技术的迭代对行业的发展至关重要。内蒙古新华发行集团教育科技服务有限公司总经理董立新表示,无论是前几年行业内一致倡导的“互联网+教育”,还是这两年兴起的“智能教育”,智慧教装已成为行业内广泛探讨的话题。广东新华发行集团教育图书有限公司总经理王志超认为,纳米黑板、数字教材、智慧课堂等技术可以更好地与教育行业相结合,加快实现共享教育。江西新华发行集团有限公司总经理助理、江西新华云教育科技有限公司董事长姜庆坦言,教育信息化行业的特殊性要求参与者既要具备教育行业的知识和经验,能够准确理解客户的需求和业务难点;又要熟悉信息技术领域的技术和方法,具备将客户需求转化为产品需求,并进行系统开发、功能升级的技术实力;还要深入理解教育系统的业务难点、客户需求、以及不同参与对象的目标。

这么高的要求,势必倒逼传统发行业与新兴技术领域携手并进。对发行集团来说,智慧教装是一个全新领域,在发力初期与科技公司合作能有效降低试错成本,提升产品品质。为响应广东省教育厅教育改革要求,广东新华与中国移动联手引入了广东省数字教材项目,针对教育现代化与教育创新改革的要求,将传统教材数字化,并以平板终端为载体,对数字资源、终端安全进行综合检测后,面向师生发布的新型数字教材。此外,针对不同阶段学生的不同需求,广东新华还因地制宜开展教装项目。据王志超介绍,广东新华与广东善利名师教育科技有限公司合作,针对高考引入了精准备考系统,通过大数据精准分析学生学习短板,有针对性地推送高考真题和全国百强高中模拟题,并提供线上线下教

提升刚需。企业可使用JDRread1后台发布任务,通过内容权限管理、党政学习各数据可视化、学习互动等功能实现企业党政学习需求,推动红色文化传承。此外,京东数字阅读还可以提供团队版、校园版和个人版的定制化服务,面对不同客户需求,可定向为客户开发专属数字阅读图书馆,提供包括前端个性化展示定制和后台管理服务的一整套解决方案。

据悉,京东开展数字阅读业务始于2012年4月,由京东读书APP、京东自主研发电子书阅读器JDRread和版权及内容3部分组成,旨在为用户提供海量正版的数字阅读内容和优质阅读服务。目前,京东数字阅读已建成506个校园数字阅读图书馆、1833个企事业单位职工数字阅读书屋,服务用户超1500万人。

(双)

师一对一指导,快速帮助学生补齐短板。

2014年,内蒙古被国务院定为全国唯一足球试点省份,董立新谈到,内蒙古新华书店发行集团教育科技服务公司2017年成立之初便与北京体之杰体育用品有限公司达成战略合作,将“足球路径”设备向全区推广落地,并于2018年引进“智能足球技能评测系统”“智能足球比赛系统”和“校园足球教学服务平台”。

浙江新华则在其打造的教育装备基地中引进了多家智慧教装产品供应商,湖南新华与当地的湖南省智慧教育装备展示体验中心在智慧电钢琴教室、未来概念教室等方面开展了深度合作,积极引进相关产品。

## 创新思维引导科技成果转化

通过体系化和专业化制度建设,以创新思维引导智慧教装发展,成为各发行集团发力时重要的考量因素。

提供整体解决方案,探索新发展模式。“围绕课堂教学,以技术促进教育装备与教育教学的深度融合,提供从工具到内容到服务的整体解决方案。”新华文轩相关负责人表示,文轩将密切关注教育发展规划和科技发展态势,从以义教、高中为主体服务的教育对象逐渐向学前教育领域延伸,贯穿学生发展

## 部分发行集团“智慧教装”项目不完全统计

集团名称	项目名称	合作方	项目特点
新华文轩	AR地理资源包	四川寰视乾坤科技有限公司	利用AR增强技术,打造现实地理教学环境,体验沉浸式地理教学模式。
	文轩趣学 妙懂课堂 移动地理教室	四川寰视乾坤科技有限公司	通过AR立体讲解、三维动画解析、精选真题互动等形式实现课堂互动。
	融媒体地理教辅	四川寰视乾坤科技有限公司	以初中地理课程标准为依据,基于数字化学习环境,打造融媒体学生用书。
广东新华	精准高考备考系统推广项目	广东善利名师教育科技有限公司	将善利名师的优质资源与广东新华的渠道优势相结合,打造的高考备考系统。线上支付、线下体验和现代物流相结合的新零售业态。
	乐育智能馆	中国移动终端公司	管理平台、资源平台。纸质教辅数字化征订。各区云平台建设。
江西新华	南昌市云平台项目	江西南昌市教育局	管理平台、资源平台。
	景德镇智慧教育云平台项目	二十一世纪出版社、江西人民出版社等 江西景德镇教育局	纸质教辅数字化征订。各区云平台建设。
内蒙古新华	体之杰足球路径	北京体之杰体育用品有限公司	足球训练器材以及智能测评/比赛系统。
	鸿合系列产品 小鱼视频会议	深圳市鸿合创新信息技术有限责任公司 呼和浩特市中横商贸有限责任公司	商务屏、教育屏等。视频会议系统等。
皖新传媒	OKAY智慧教育项目	北京瑞兆通达科技发展有限公司	OKAY智慧教育产品及方案。
	“美丽科学”数字教育产品 K12教育云·智慧整体解决方案 皖新十分钟学校	赛富基金、新东方等	互联网数字教育内容的技术创新与产品研发。数字化教学与管理平台。在线学习系统,可直接利用电脑、平板电脑和智能手机进行学习。

## ●一线实战

# 创新巡展形式 推动教材营销提质增效

■欧光江 王 昕

2019年是福建高校教材经销商走向联合的开局年,经过多年的竞争,市场格局已基本稳定,福建省内高校教材经销商的经营理念日趋成熟与理性,更加趋于服务上的精细化,在很多观念上达成了共识。自2019年开始,福建经销商联合体开始举办福建省高校教材联合巡展,旨在进一步扩大出版社新优教材的宣传、推广和发行,充分发挥图书经销单位服务于高校的功能,增进社、校、站之间的协作,为福建省高校教师选用教材、协助出版社推介新优教材提供强有力的平台。

首次巡展活动由厦门大学出版社高校图书代办站(以下简称“厦大代办站”)任轮值负责单位,自4月从第一站福州开始,横跨福建省8个地市,按照本科和高职院校两条线路,两支队伍马不停蹄地进行。历时1个月,高等教育出版社、上海外语教育出版社、清华大学出版社、厦门大学出版社等31家出版社携手走进省内30多所高校,各高校通过校内办公网络、自媒体、校内LED滚动屏、教师邮箱通知等方式开展前期宣传工作,为巡展活动现场聚集了人气,本次巡展效果教师样书签领回单累计近3000份,超出了预期效果。

正式开展前,厦大代办站制作了《巡展指南》手册,系统、全面、直观地将巡展活动相关细则展现给出版社、高校以及合作伙伴,希望能够将多年教材巡展的实战经验,整理总结出来,与业内共享。为了进一步发挥好纽带作用,配套巡展活动,厦大代办站为省内高校和参展出版社提供了3项专业服务。

**出版专题培训和课程培训相辅相成。**为了搭建高校教师出版平台,带给高校教师更为易懂、详实、专业的出版知识,同时满足有出版需求的教师对相关问题的咨询问答,厦大代办站为厦门理工学院、福建商学院等高校,聘请了厦门大学出版社资深编辑,开办出版培训讲座。通过讲解出版流程,从选题、申报、书

号申请、三审三校等环节让教师有了整体了解,出版培训咨询会受到了教师欢迎,现场就有两位教师达成了出书意向。

为了推进高校教学改革,依靠自身优势,面向高校教师开展课程培训与教学论坛。2019年4月底协办福建省高校“大学计算机教学论坛”,邀请厦门大学、福州大学、华侨大学、集美大学、福建农林大学等20多所高校的60多位老师参加论坛,为福建省高校计算机与信息领域教师间的交流合作搭建了一个资源共享的平台;先后举办了福建省高校军事理论课教学大纲研讨会、体育课程培训会等,提升了教学质量,加强了各高校之间教学学术研讨和经验交流。

**新优教材和采选系统推介。**依据高校开办的专业科目,邀请在科目领域内权威的、有优势的出版社开展专项新优教材推介会,以PPT宣讲、视频演示、互动问答的方式,将新品教材展示给高校教师。目前,很多高校的教材管理部门的审核、选课、采购、数据报表等仍然处于“手工”的阶段,鉴于教材供应、结算方式在不断变化,为了助力高校的教材信息化,厦大代办站与第三方合作,陆续为厦门理工、厦门南洋职业学院、龙岩学院、福建商学院等高校举办教材采选系统培训,技术人员在培训会现场展示了系统各模块的功能,并请老师亲自登录体验。经过几轮问答咨询和试用,三座院校全部达成了使用意向。

**以专家讲座丰富大学文化。**厦大代办站出自于厦门大学,直接隶属于厦门大学出版社。厦大代办站利用自身优势,为高校带来厦大名师讲座。厦大法学院李瑞教授在泉州轻工学院举办了题为《文字华夏的信仰》的讲座,厦大管院潘维廉教授在福建农林大学举办了《福建缘何福》的讲座,5月22日,厦大管院潘维廉教授将在厦门南洋职业学院举办《我30年的中国故事》的演讲。

## 声音

**新华文轩相关负责人:**服务范围的扩大意味着需要对更多不同学段群体进行探究,信息爆炸时代日新月异的科技发展促使我们不能停步,需要更专业的人才队伍与更新颖的技术手段,解决更个性化的客户需求。解决专家资源库建立、专业团队攻坚、与高校及同行业科技领先者合作是在教装发展中解决问题的有效方法。

**姜庆:**教育信息化强调在认识教育的本质的基础上用互联网思维重塑教育模式、内容、工具、方法、体系。这就要求我们对教育系统的客户需求和业务难点有深入的理解。以往教育信息化的主要投入在硬件设备上,目前正处于“初步应用整合”阶段,并逐步向着“融合创新”阶段推进。“新华云”也从单一的应用供应商逐步转型为整体解决方案供应商,联合行业合作伙伴,如蚂蚁金服、阿里云、科达、捷成等软件供应商,共同打造教育信息化行业新生态。

**王志超:**制约教装业务发展的难点一方面在于传统国有企业对教装领域的陌生感,另一方面在于相关方面的资金压力。为解决这两大难点,广东新华一是通过联合教装合作方组织各地基层店进行教装培训,使基层店方识教装领域、了解教装行业,进一步推动基层店开拓教装业务的自信心与积极性;二是以自有资金先行帮助客户运行项目,让客户先使用再购买,推动教育改革的加快实施。

**董立新(内蒙古新华发行集团教育科技服务有限公司总经理):**集团进入教装市场较晚,自身实力还不够强劲,在市场大环境下还不具备核心竞争力,因此要求各成员企业加强锤炼自身团队的业务能力,结合国企自身优势,竭力从教育集成商向服务商转型。此外,有些政策要求与学校实际需求并不对轨,我们必须改变自上而下的销售思路,多了解市场需求,多倾听客户声音,加强市场调研,做真正适销对路的产品。