

山西新华书店集团晋新大学举办启动式

中国出版传媒商报讯 为贯彻落实“尊重历史、循序渐进、夯实基础、开创未来”的总要求,加快建设学习型集团,实现为长远发展提供人才支撑的目标,10月13日,由山西新华书店集团筹建的山西新华书店集团大学(以下简称“晋新大学”)举办启动仪式。山西出版传媒集团党委委员、副总经理吕建新,山西新华书店集团党委书记、董事长、总经理刘兴太等山西新华班子成员,各市县子公司总经理、直属子公司班子成员,西南大学网络与继续教育学院院长陈恩伦等5所高校领导及代表共200余人参加。仪式由山西新华书店集团党委副书记薛文森主持。启动仪式上,山西新华还与5所高校领导代表签订战略合作协议。

业者观察

从“手不释卷”到“声声入耳” 传统出版迎来发展新机遇

——浅论“纸声同步”一体化出版及精品化方向

■钱元元(凤凰出版传媒编委会副总编辑、编审)

生逢上世纪六七十年代的人,对听书并不陌生。曾一度盛行的长篇小说连载播讲、评书节目、广播剧,在扩大原版图书传播力的同时,因为增添了播音及声效演绎元素,使“读书”过程多了“听”“讲”互动,静态文字因此“雁过留声”。不过相比于当下的有声阅读,彼时缺乏移动互联,更不能即时点播,受众的时间和空间完全受限,只有当“听书”变成随时随地指尖的切换与选择时,“听”和“读”才实现了真正意义上的自主连接。

传统“听书”一旦插上无线与数字的羽翼,阅读的时空便被加速放大。懒人听书发布的数据显示,截至2019年6月,注册用户3.5亿,月活跃用户4500万,活跃用户日均收听时长约180分钟;平台付费收入达2.5亿元,今年预计营收可达4亿元。喜马拉雅则宣称总用户规模已突破4.8亿,其规划的听书产业链中,出版社、作家、播主、听众、节目通过平台整合链接,借助电台粉丝效应强化出版社品牌形象,实现经济效益的转化变现;平台不仅共享阅文集团所有版权,而且与中信出版集团等国出版机构达成了长期稳定合作,并已与若干知名作家、学者、艺人签约。蜻蜓FM也在加速布局听书产业,并于2018年开启了有声书主播选秀“天声计划”,共吸引3000余名选手上传了近百份试音作品;同年又与纵横文学达成战略合作,宣布未来双方将实现文字及音频版权互授、联合打造文学IP等合作计划,后者将其每年独家开放1000本作品的优先选书权。

越来越多的出版人发现并意识到新商机的来临,更多出版社力图在有声书领域开疆拓土,重新寻找传统出版数字化转型的突破口,尝试以“听”带“读”,或“听”“读”并行,期望在“听书”市场分羹获利。但如何把握新一轮阅读发展趋势,如何更为有效契合新时代读者的新需求,“纸声同步”难点何在,传统出版机构在纸质读物衍生为有声书的过程前端,仍有必要进行市场价值判断及技术投入评估,精准投放比盲目跟风更能体现入局者的智慧与定力。笔者认为,起步阶段三个基本面的预判及考量不可或缺。

一是图书内容是否具备转化为听觉产品的优势,是做好“纸声同步”需要考量的前提。必须独具慧眼、选择取舍,而非一味“拿来”或进行简单的载体切换。

“纸声同步”的技术本质是内容传播渠道和传播方式的改变,对于新入局的开发者来说,核心是要把握好在音频介质的新路径中,如何将纸质内容转化为听觉优势和业态优势,因此选择内容标的物是做好“纸声同步”的首要命题。优质的有声书并非简单地会将图书资源置换为音频资源,而是必须经过文字作者、作品版权方、音频制作者以及导入导出平台等多方面合力再造,才能使产品具备良好的听觉效果。与对图书进行简单的照念诵读相比较,进行有对白、有角色分工的编辑加工,并配以解说词、背景音乐、声响效果等附加演绎,是有声书开发的更高层次,但因其制作成本、改编及后期合成难度较高而导致品类稀缺。

“纸声同步”的理想状态是做纸质选题的时候就考虑到和有声书一体化运作,在做好纸质图

书编辑的同时,即展开有声书制作的全程策划,遴选音质音色、表达风格与内容主题相契合的主播,并进行配乐、录制、剪辑等二度创作,通过各环节密切协作及试读、复审,最终实现纸质和有声书的同步产出。市场及听众的诉求与反馈说明,有声书并非“文化快餐”,仍必须坚持走精品化路线。这就意味着必须找到合适的主播,组建优秀的制作团队,产品形态必须随听众口味不断进化丰富。相比之下,多集数的音频系列比单册更能产生用户粘性,名著经典属于值得深耕循环的主题板块,这些传统出版的既有资源,恰是“纸声同步”价值开发的蓝海。

二是无论嫁接或自建专业平台,蓄积大量有声读物选题资源是关键。

有声书开发运营模式虽有合作与自建之别,但都有一个共性前置条件,即需要有大量的内容积累,此为有声产品线开发的关键,若没有足够丰富的内容和作者资源支撑,平台就无以继,难以赢利。中信出版集团在这方面摒弃短线思维,进行了突破性尝试,以“音书同步”的互动模式,线上改编、独家推出和纸质书同名的有声剧节目,对合作平台音频用户免费播出,线下实体书则印有音频二维码,购书者在阅读纸质书的同时,可通过收听在线音频节目补充背景知识、增值阅读体验,此种模式为有声书与纸质书、在线音频与实体出版社融合发展提供了合作新思路。

从长远看,部分有实力的出版社将凭借自有资金、品牌影响力和内容产品库,建立独立的有声读物平台,走自主之路,这既是趋势所迫,也是发展之需。自建平台有利于出版社扩大品牌影响,同时可以蓄积用户数据,为后续图书选题开发提供数据支撑,为线上线下全版权运营储备资源。如凤凰出版传媒集团正立足自有音像数

分销微讯

石家庄图书大厦打造“学习强国”线下阅读空间

中国出版传媒商报讯 在新中国成立70周年之际,为进一步贯彻落实习近平总书记关于推动建设学习大国的指示精神,石家庄图书大厦在门店内打造的“学习强国”线下阅读空间于近日启用。

为认真宣传好党和国家的方针政策,石家庄图书大厦在卖场醒目位置设立“学习强国”线下阅读空间,陈列近200种“学习强国”重点图书,在为省会广大干部群众提供丰富的党政

“书香银行”助推城市文化建设

中国出版传媒商报讯 近日,山东新华书店集团有限公司日照分公司与日照银行举行“书香银行”合作签约仪式,日照首家“书香银行”——日照银行枣庄路支行正式启动。该店目前陈列图书品类800种,数量1600余册,并定期更新,经前期试运行,获得了周边居民的认可和好评。

“书香银行”项目由日照分公司与日照银行共同发起,旨在推动全民阅读活动开展,营造港城浓厚读书氛围,助力城市文化建设。该项目

吕建新对晋新大学发展提出三点要求:一是不忘初心、牢记使命,始终保持正确的发展方向;二是通力合作、共谋发展,大胆探索校企联合新模式;三是务实创新、多措并举,努力实现人才建设新突破。

刘兴太用“四个坚信”表达了对晋新大学充满信心和期待:一是坚信能够打造成为资源足、覆盖广、师资队伍强、课程水平高、创新创造创业活力充分涌动的一站式教育培训基地;二是坚信能够打造成为师资的孵化站、培训的中转站、员工的加油站;三是坚信全体干部员工综合素质能够不断提高,优秀人才不断涌现;四是坚信在出版传媒集团党委和书店集团党委的坚强领导下,在合作院校、各级公司、全体员工的协同努力下,一定能够办出水平、办出特色、办出成效。仪式结束后,晋新大学“新华讲堂”第一课《当前宏观经济形势下国有企业改革发展政策研究与案例分析》开课。晋新大学在线学习平台对启动仪式及“新华讲堂”进行了全程网络直播。(肖颖)

(上接第1版)

随着实体书店转型和渠道下沉的不断推进,乡村书店建设不再“单打独斗”,而呈现出联合发展的趋势。

山东新华在乡村书店建设中,重点打造“小连锁”经营模式,通过与民营企业合作,实现政府、新华集团、个体经营者和居民多赢。

以建设百家“云上乡愁书院”为发展契机,云南新华着力推进农村实体书店建设。“云上乡愁书院”以不同地域、民族、文化传统为考虑因素,注重非物质文化遗产、打造兼具乡土特色、农耕文化、全民阅读元素的小型文化综合体。通过与当地旅游局、图书馆、房地产开发商、文化传媒公司的合作,基本形成了政府支持、企业运营、多方参与的发展模式。

大连市新华书店有限公司品牌运营中心经理关军告诉记者,根据城乡书店“走出去”“跨界经营”的发展战略,自2013年起,大连新华着力乡村书店建设。2016年,大连新华与大连供销电子商务有限公司达成合作协议,在农村综合服务站建设连锁体验店,目前已建成195家。“通过搭建信息服务平台系统,将供应链数据流和信息流进行了整合,实现与服务大连市农村的益供应链等电子商务平台的有效对接,打造线上线下一体化的数据交换平台,满足农民线上线下阅读、购书需求,实现文化精准扶贫。”

今年1月,浙江萧山区首家乡村书店——绿野书舍开业,这是浙江萧山区新华书店与萧山区河上镇政府的合作项目。萧山新华书店总经理杨岳江介绍,河上镇需要文化中心满足居民文化需求,而处在转型期的新华书店也在寻求更多可能。“河上镇政府给予了极为优惠的补助政策,书店则因地制宜,不仅打造了全新的“绿野书舍”品牌,在运营中还采用新运营思路,1/3开展图书销售,1/3为读者提供休闲,另外1/3为多元业态。”

9月28日,南京先锋书店第4家乡村书店——厦地水田书店在福建平南县厦地村开业,成为以“学术、文化沙龙、咖啡、艺术画廊、电影、音乐、创意、生活、时尚”为主题的乡村水田书店综合体,搭建公共性平台,助推乡村振兴。据了解,先锋书店还将在云南大理沙溪古镇、贵州黔东南苗族村、浙江台州海上渔村等地建设乡村书店,并继续结合当地特色,吸引各方资源聚集,共同打造乡村文化振兴的“先锋实践”。

借助科技手段缩小城乡文化差距

实体书店在转型中,构建文化平台是重要的发力方向。乡村书店不仅构建了更专业和可持续性的发展模式,更通过科技手段的引入,有效缩小了城乡文化差距,为乡村文化事业发展注入更多的书店力量。

熊旭华表示,乡村书店是湖北新华未来发展的重要方向之一。湖北新华不仅将持续开展乡村书店建设,还将借鉴湖北襄阳市保康县、宜昌市夷陵区新时代文明实践中心和新华书店融合发展的成功经验,以合作经营、连锁加盟、品牌输出等模式,整合乡镇文化站、农家书屋、供销社等基层文化资源和空间资源,承接新时代文明实践站(所)功能,把乡村书店打造成政策宣讲平台、学习教育平台、科普服务平台和文化供给平台。

在未来建设中,云南新华将围绕云南高原历史文化、非遗文化等,探索构筑“云上乡愁书院”的文化拓展功能及产业发展价值,创建独具云南本土特色的“文化+非遗”“文化+农业”“服务+农业”等乡村特色发展模式,以现代、灵活、市场的运营形式和载体,充分挖掘传统文化潜在价值,让乡村文化建设和文化产业发展的相统一,在推动乡村文化振兴中发挥“以文化人”的作用。

大连新华书店的乡村书店建设将聚焦“+科技”,打造功能全面升级的“实体书店+智能终端+信息平台+商业模式”的“智慧型阅读综合体”。关军强调,“大连新华还将在每个乡镇的中心地段,采取合作或租赁方式,安装公司自主研发的智慧共享书吧,打造农村“智慧型阅读综合体”,并通过实时转播在大连市新华书店图书大厦里举办的签售、讲座等活动,缩小城乡文化差距。”

选品与营销融入区域特色

当下,在乡村书店建设中,不仅以农村发行网点建立为目标,在图书选品和营销方面,更以专业化、特色化和品牌化,在满足当地群众文化需求的同时,成为吸引年轻读者的文化集聚地。

各地乡村书店在产品选择上,更加注重与本地文化和读者需求相结合,图书主要分为两种:一是围绕提升基层群众劳动生产技能进行选品,包括农业、林业、养殖业等实操性、指导性强的图书;二是围绕培养留守儿童阅读习惯进行选品,包括青少年文学文摘、课外辅导读物、生活科技知识等。文创品选择则以当地的文化和美食为主,如“云上乡愁书院”引进建水紫陶、华宁陶、大理诺邓火腿,婺源乡村书店引进婺源特产砚台、草菊等。

在营销活动的打造上,各地乡村书店则各有特色,亮点频频。熊旭华介绍,湖北新华在乡村书店营销活动的开展上,不仅组织法律、农业、林业、养殖等方面的专家开展文化活动,还举办了道德大讲堂、健康知识讲座、手工制作等群众参与度高、互动性强的文化活动。

“云上乡愁书院”不仅开展了“书香彩云南惠民书市”主题阅读推广活动,还通过开展“迎接新中国成立70周年读书分享会”“少数民族文化交流”等近百场阅读活动,为乡村注入文化血液,把党的先进思想带入乡村,让全民阅读更加贴近读者生活。

江西婺源乡村书店位于旅游景区,江西新华发行集团有限公司婺源县分公司副经理汪昌桂介绍说,“书店营销结合旅游资源,在旺季开展促销活动,通过为游客介绍婺源游玩攻略的营销活动,吸引更多的游客走进书店,效果较理想。”

先锋书店持续在乡村书店举办诗歌、文学、艺术、民俗、乡建等主题文化活动,吸引更多人到乡村。值得一提的是,在城市正流行的“盲选”产品,作为先锋书店的爆款,也被引进了乡村书店中。张瑞峰表示:“先锋书店为不同乡村打造了‘盲选’产品,并结合农副农产品应季销售,助力当地经济发展。”

第二届“小十月文学奖”征稿启事

为繁荣华语儿童文学创作,倡导“直击内心的童年书写”,发现和培养更多的儿童文学作者,支持和鼓励各种体裁儿童文学作品的创作与出版,北京出版集团《十月少年文学》杂志自2018年设立“小十月文学奖”,计划每两年举办一次。第二届“小十月文学奖”征稿于2019年6月1日启动,将持续至2019年12月30日,2020年公布评选结果并颁奖。

一、征稿对象

全球范围内18周岁以上作者创作,以华语写成的儿童文学作品均可参评,不受作者国籍和生活地区限制。

二、征稿要求

- 基本要求**
参评作品必须是作者新创作的未曾发表、出版过的原创儿童文学作品。
- 征稿类别**
面向“小说”“童话”“散文”“诗歌”4种体裁进行征稿,投稿时请注明参评类别。
- 征稿字数**
征稿作品不区分短篇和中长篇,“小说”和“童话”作品单篇字数为6000~60000字,“散文”作品单篇字数为3000~

8000字,“诗歌”作品仅限现代诗,单首不超过50行,组诗不超过200行。

4.“小说”“童话”“散文”3个类别每人每个类别仅限投一篇作品,“诗歌”每人仅限投3首或3组组诗。

5.请务必在投稿作品末尾标注投稿信息,需要提供投稿者姓名、性别、年龄、通信地址和邮编、邮箱、联系电话等信息。

三、奖项设置及奖金标准

- 1.“小说”“童话”“散文”“诗歌”4个类别均设“金奖”1名和“佳作奖”3名。
- 2.“金奖”奖金为人民币3万元(含税),“佳作奖”奖金为人民币1万元(含税)。
- 3.所有获奖者均获得由“小十月文学奖”组委会颁发的奖杯和获奖证书。

四、投稿方式及征稿时间

- 1.投稿方式**
参评作品请以邮件正文的形式发送至邮箱 xsywxj@sina.com,同时务必在正文起始处注明作者信息、作品名称和参评类别,并同时将作品 Word 文档以附件形式发送。邮件主题

请注明“参评小十月文学奖××组-《作品名称》”。

2.征稿时间

征稿时间自2019年6月1日开始,至2019年12月30日结束,请务必在此时间段内把稿件发送至指定邮箱,逾期发送的作品将视为杂志普通来稿处理。

五、评奖及刊发

- 1.“小十月文学奖”坚持公平、公正的评奖原则,由作家、评论家、编辑组成评审委员会,经过初评、复评、终评3轮匿名评审,最终产生获奖名单。
- 2.评选结果计划于2020年下半年公布并举行颁奖仪式。
- 3.凡参评“小十月文学奖”的作品,均视为同时向《十月少年文学》杂志投稿,优秀作品将在杂志上刊发。如已经收到用稿通知,在评选结果未公布之前,请勿将作品另投他处或参加其他征稿。
- 4.作品如果获奖,作者须同意授予评奖组委会优先代理作品的出版、影视改编、动漫改编及衍生品开发等权利,如果开发成功,组委会将按照国家相关规定给予作者相关收益。

六、补充说明

- 1.参评作品无论获奖与否,均不退稿,请作者自留底稿。
- 2.凡参评者均视为自动同意本启事的各项约定,请仔细阅读启事。
- 3.本奖项不收取任何参评费。
- 4.本启事的最终解释权归“小十月文学奖”组委会所有。