

# CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

# 中国出版传媒商报

(原《中国图书商报》)

2019年10月22日 星期二 第2568、2569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)

第六届世界互联网大会 携手共建网络空间命运共同体

中国出版传媒商报讯 10月18日~22日,以“智能互联 开放合作——携手共建网络空间命运共同体”为主题的第六届世界互联网大会在浙江乌镇举办,中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明出席开幕式,宣读习近平主席贺信并发表主旨演讲。来自全球83个国家和地区的约1500名嘉宾参与,“互联网之光”博览会累计参观人数超10万人次。

浙江省人民政府、工业和信息化部共同举办了“工业互联网的创新与突破”论坛,受到国内外各界人士的高度关注,深入探讨数字经济发展趋势,研究产业数字化转型路径。

此外,工信部和浙江省政府共同召开的合作推进工业互联网发展联席会议,深入谋划在更广领域更高层次的进一步推动合作,取得了六项成果:一是开展国家(杭州)新型互联网交换中心试点,这是国内首个新型互联网交换中心;二是共建工业互联网研究院浙江分院和国家工业互联网大数据浙江分中心;三是部省市协同创建宁波特色产业型中国软件名城;四是共同举办首届中国工业互联网大赛,目前参赛人数已经超过5100人,参赛作品超过1000个;五是在工业互联网及软件融合创新等领域开展合作,共同建设标识体系Handle全球根节点(杭州)、国产技术适配中心和工业互联网平台创新应用体验中心等载体;六是共同打造5G(杭州)应用创新服务平台。(邸远)

中国出版传媒商报讯 由中国国家版权局支持,国家版权交易中心联盟主办、北京国际版权交易中心承办的“2019中国·北京国际版权授权大会”10月20日~22日在京举办。大会以“守正、创新、合作、共赢”为主题,旨在促进版权授权行业持续发展,更好地将版权进行成果转化,为全行业搭建一个国际化、市场化的高端平台。大会吸引了境内外逾300家单位和机构参加,且大部分为行业头部,包括美国电影协会、韩国文化产业振兴院、中国文化产业基金、长江文艺出版社等。IP授权层面向全球发出来自中国的行业声音,向世界展示中国的版权成果。

作为中国向世界展示版权成果最专业的平台,大会分为文博艺术、影视、动漫游戏、互联网内容以及俄罗斯冬宫授权论坛五大板块,具体活动包括主题论坛、场景体验式展示、项目推介专场洽谈、项目签约颁奖仪式及IP授权培训等,为参会代表提供交流和展示机会。

开幕式上,中宣部版权管理局局长于慈珂强调,为贯彻落实党中央、国务院战略决策部署,国家版权局不断加强版权创作、保护和运用,大力优化版权社会服务,完善版权授权交易体系,推动版权产业快速发展。他对版权展会授权工作提出了三点希望,即坚持正确导向、坚持创新发展、坚持以人为本。

大会主办方代表、国家版权交易中心联盟秘书长李衡指出,在全球格局重构的大环境下,文化出海既是商业考量,也是社会责任。联盟成立以来,力求真正在版权交流和交易上发挥作用,打造国际IP授权产业平台,构建中国版权授权体系,实现线上线下永不落幕的版权交易。希望业界以本届授权大会为契机,助力国际与跨行业间的合作,实现中国文化“走出去”的目标。

开幕当天举办了3项重磅活动:国家版权交易中心联盟各专业工作委员会成立、国际版权贸易与保护联盟发起仪式及版权一站式线上保护、交易系统“版马网”上线。(穆宏志)

## 国家新闻出版署权威统计资料凸显“十三五”中期 中国书业最新市场格局

■中国出版传媒商报记者 文东

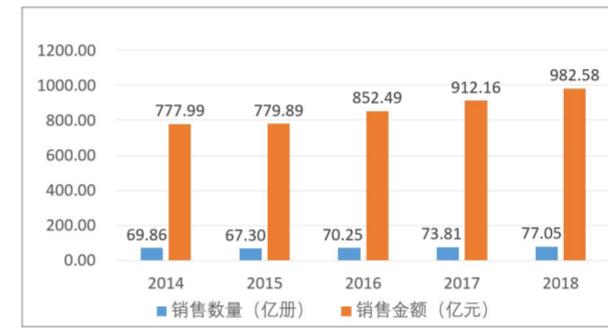


图1 2014~2018年全国书业销售

块构成,二者发挥各自优势,成就中国书业发展。2018年的中央书业由219家中央级出版社(含副牌社13家)和中国图书进出口(集团)总公司、中国国际图书贸易集团公司、新华书店总店及中国教育图书进出口公司等外贸、发行单位构成。前几年中央书业销售曾一度徘徊,甚至2010年、2011年、2013年分别出现同比两位数的下滑。进入“十三五”,中央书业连续三年销售递增(见图2),2018年销售增幅更达20.73% (见

表),只是2016年、2017年中央书业销售占全国书业销售的比重仍低于前几年,在5%左右徘徊,而2018年中央书业销售占全国书业销售的比重高于前几年,且突破了5%,达到6.21%。其60.97亿元的年度销售额不仅从上年的50亿级阶升至60亿级阶,也攀升至2010年以来的最高。2018年中央书业的销售额、销售比重、销售增幅均达到近几年新高和上新阶,实现全面上扬。其中新华书店总店联合全国各省市新华书店共同投资运营新华书店网上商城,开办运营线上线下融合体验店——新华书店城市书房,仅优秀大众读物就销售1500多万元,成为当年新亮点。

内容资源和渠道(市场)资源是中国书业的两大重要资源。比之地方书业,中央书业相对来说在内容资源上占有一定优势,但其渠道资源却相对短板。除少量针对一些书的系统发行渠道外,中央书业没有一方从属于自己的稳固领地,其要经受的市场挑战甚于地方书业。特别是其以城市为主要目标市场,以都市发行为主要抓手的销售布局,使其遭遇的来自阅读方式转变的冲击更甚于地方书业。

(下转第2版)

## 上海童书展博洛尼亚童书展联动设专区提升品牌认可度

中国出版传媒商报讯 由上海市新闻出版局和中国教育出版传媒集团有限公司、环球新闻出版发展有限公司共同主办的第七届中国上海国际童书展(CCBF)将于11月15日~17日在上海世博展览馆举办。根据上海童书展主办方与博洛尼亚展览集团的战略合作协议,本届童书展由上海新华发行集团有限公司与博洛尼亚展览集团共同投资成立的上海融博会展有限公司负责全面运营和管理。

作为亚太地区唯一专注于0~16岁青少年图书出版文化全产业链内容的展会平台,以“与世界和未来在一起”为主题的上海童书展,坚持国际化、专业化、公众化的发展理念,始终致力于国际童书出版文化的交流合作,致力于中国童书出版原创力、传播力、影响力和国际竞争力的不断提升。上海童书展的国际标识度和品牌认可度日益鲜明,成为中国青少年出版文化和教育领域贯通东西文化、参与国际竞争的重要专业平台。

本届童书展展览面积2.5万平方米,较去年增长25%;整个展馆设置为专业区(包括版权区、综合区)和大众区,净展览面积分别增长15%和38%;专业区中国国际展商面积较上届增长15%。参展中外最新童书将超过6万种,其中外版童书约2万种,与展会同期举办的各类阅读推广和专业交流活动将超过300场。根据观众预登记情况,预计本届童书展将吸引4万位观众。来自30多个国家和地区的超过400家国内外参展商共襄盛举,同台竞技。其中国际展商数量约200家,较上届增长25%。展商覆盖童书出版、发行、数字出版、文创产品、玩具和教育服务等多个领域。国际展商来自英国、法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、澳大利亚、瑞士、日本、美国、韩国、丹麦、俄罗斯等国家和地区,阿联酋首次组团参展。新展商数量超过30%。

上海童书展发挥与博洛尼亚童书展的联动效应,以点对点定向的方式邀请历年获得博洛尼亚童书展奖项和其他国际儿童文学奖项的出版商及全球童书出版业顶尖出版企业,设立“博洛尼亚年度最佳童书出版社大奖专区”“亚太地区新展商专区”“斯特雷加儿童文学奖专区”“版权代理区”,借助博洛尼亚童书展数字区及博洛尼亚授权展的资源,进一步拓展数字板块和授权板块的规模及国际展商数量。

(穆)

### 国际出版商点赞 《2019法兰克福书展专刊》 (英文版)

10月20日,第71届德国法兰克福书展收官。中国出版界在书展上,以多载体多种形式的展示活动、务实的版权对谈和中外同行对话等交流方式,充分展现了中国出版的风采,推动了中外文化、出版的进一步交流与合作。中国出版传媒商报连续多年精心策划《法兰克福书展专刊》(英文版),今年再度在多个展馆引起海内外书业人士的极大关注。

该英文专刊共4开40版,全彩印刷,为全球广大的英语读者提供了了解中国图书市场最新发展的一个窗口。(竞帆)

## 2019法兰克福书展 观书业动向 看热聊话题 览中国风采

■中国出版传媒商报记者 渠竞帆

今年,无论是对已举办70届的法兰克福书展还是担任书展主席14年的岳根·博思来说,都是颇具挑战的一年。部分展馆年久失修亟需翻新改造,引来不少展商的争议;今年将版权中心移至书展东门附近的百年老楼多功能厅(Festhalle);今年底将拆除5号馆,意味着从明年开始,5号馆里的国际展商将搬至4号和6号馆,直至2023年新馆改建完工。

为解决版权代理们提出的多功能厅离其他展馆太远的问题,今年主办方投入了更多小型巴士运送参展商,并通过优化大厅入口处的设施、指示牌、分流措施等,为参展商和观众创造更多便利,加强彼此联系。

人性化的设计和服务为今年的书展带来了好的效果:今年版权中心迎来了355家版代公司,实现了连续7年增长。10月16日~18日的专业场,虽然参展商数量比去年有所下滑(今年的7450家参展商来自104个国家,去年7503家来自109个国家),但观众人数增加了1.8%。10月19日~20日周末两天大众场的参观人数增加了9.2%,使5天的参观总人数增加5.5%至30.23万人。艺术+展区的会议、社交和培训等活动有3750位参与者,参观艺术+展区的总人数有14.7万之多。遍布法

