

## 工人出版社《应急产业研究》新书发布直播吸引近10万人次观看

中国出版传媒商报 日前,一部反映应急产业发展内容的重要研究成果著作《应急产业研究》由工人出版社出版发行。3月29日,由应急救援装备产业技术创新战略联盟主办,工人出版社、新兴际华科技发展有限公司承办的应急产业发展研讨会暨《应急产业研究》新书发布会在京举办,全国应急产业部分单位和企业人员通过视频方式参加会议。现场实时观看直播的观众达9.4万人。目前,加上回放观看量,观众已接近10万人。来自国内应急管理方面的专家学者和来自应急救援装备产业技术创新战略联盟龙头企业新兴际华集团相关单位的嘉宾,围绕“从新冠疫情看应急产业发展”主题,对应急管理与应急产业发展状况进行深入研究。

(上接第6版)

### ● 加快直播、知识服务探索

近期,直播、短视频等营销手段探索,知识服务等线上产品布局成为出版圈的热门话题。疫情倒逼出版机构加快推进线上营销布局,提升知识服务转型节奏。在如何玩转直播、短视频,拓展知识服务等方面,出版人于实践中对下一步策略有了新的思考。

## 机械工业出版社总编辑郭锐:

### 注重传统新兴业务融合,堤内损失堤外补

疫情后,出版机构赢回盘面面临的最大问题是出版社服务终端的体系化能力有待加强。从短期看,实体店客流量趋零,学校复课时间未定,物流不畅,对图书销售势必会带来直接冲击。从长期看,随着读者与产品直接接触的不断减少,其对出版机构品牌的粘性和认知程度会降低。竞争主战场从线下转到线上,对于各分领域当下领先的出版机构而言,也面临着与其他机构更趋激烈、战术运用更为灵活的中小出版机构、民营机构直接短兵相接、抢夺市场份额甚至被超越的风险。

面对当前严峻的市场环境,机械工业出版社的总体策略是充分发挥自身优势,进一步加大资源整合和融合发展力度,发力线上、发力终端、发力数字化,通过复合经营和融合发展,“堤内损失堤外补”,以实现疫情后的市场突围和高质量发展。特别是强化出版社私域流量建设,为读者提供针对性服务来助力赢回盘面。

近300场直播坚定对新营销模式的信心。疫情期间,机工社强化通过直播、视频营销活动,在机工社九州云播平台、官方微博、官方头条号、官方抖音、以及腾讯直播、天猫、京东、当当、有赞等多平台举办了近300场直播。实践进一步坚定了我们将直播业务作为未来常规营销模式的信心和决心,今后机工社将把这一营销模式嵌入工作流程大力推广,同时加大对已开展活动的复盘,及时总结经验,进一步加大相关业务技能的培训力度,不断提升直播活动的质量和水平。

(上接第1版)

# 出版产业基地增长极效应“疫”后可期

基地集群初步实现了区域出版资源集聚,要素联通与产业生态架构,正由企业聚合走向产业融合,推动我国出版产业实现“点(单个企业)→线(产业链)→面(产业群)→体(产业体:组织一体化)”层递发展,基地集群对于整个新闻出版业新增长极的作用呼之欲出。随着产业升级、城市转型等要素的驱动,产业园区的更高级形态——产业社区也显出雏形。

数字出版产业基地是我国出版产业基地布局最早的板块,2008年~2018年10年间,14家国家数字出版基地集群在我国华东、华南、华中、华北、西南、西北六大区域完成了空间布局与平台构建。

成立于2008年的首个国家级数字出版基地——张江国家数字出版基地一直在打造多主体互利共赢生态圈的路上疾驰,时至今日,已成为生态人口。数字出版平台不仅联系园区企业,而且影响到国内外广泛合作者,并带来巨大商业价值。上海张江文化控股有限公司董事长韩露表示,“我们借助互联网的力量,让这些平台不仅在国内影响广泛,而且走出国门,讲好中国好故事,发出中国好声音。”让科技插上文化的翅膀才能飞得更高,目前基地企业尤为注重对大数据的开发,应用大数据发现消费者的统计特征、兴趣特征、消费特征、社交特征,从而引导入驻企业在内容创新、模式创新、标准制定、版权保护与开发等方面提高自主研发的能力。基地的数字出版企业除了在已有的产业中深耕细作,还依托技术优势,在智能芯片、智能设备、智能信息处理、智能营销、智能家居、智慧城市等方面积极探索。

在先行先试的数字出版基地(园区)中,产业社区的雏形也逐步显现。2013年成立的北京国家数字出版基地目前注册企业共计260家,未来将建成包括数字出版产业改革先行试验区、数字出版科技金融融合发展示范区、数字出版产业自由贸易区、国家数字出版产业核心区、国家数字出版产业聚集区、生态保护产业区六大产业功能分区。据基地负责人介绍,2020年,基地将充分挖掘园区内资源,与横山书院、国学时代等企业展开全方位合作;加大宣传力度,积极开拓周边市场,增加配套空间收入。预计将吸引新入驻企业40~50家,为地区承载约3000多人的就业人口。

数字出版产业基地(园区)在促进产业机制创新、业态创新、项目创新方面,也发挥积极作用。睿泰数字产业园始终聚焦数字教育出版产

业,围绕上下游企业发展的关键要素,为入园企业提供集“基础+平台+人才+金融+技术+市场”于一体的专业化、高品质、全方位的产业链支撑服务。姚进德向记者介绍,2019年,睿泰数字产业园与“镇港澳台青年创新创业大赛”3个获奖项目签订入孵协议,给予最高50万元的创业扶持,并举办“镇港澳台青年创新创业成果展”与“镇港澳台青年创业训练营”。睿泰数字产业园携手武汉大学信息管理学院、南京师范大学等学校共建“大学生创客教育实践基地”,同时与多家中高职院校建立产教融合示范基地,通过设立创客教育实践基地的形式,进一步深化校企合作,构建全链条式创新创业人才培养体系,共同着力打造高层次创新创业人才。

下一步,机工社将继续积极探索创新型业态,通过整合资源,加大直播、视频业务与图书出版、期刊出版等传统业务方式的有机融合力度,加快实现业务的转型升级和高质量发展。

坚持“内容为王”,注重实用性。疫情倒逼线上需求集中爆发,针对高校师生对电子教材的需求,我们通过机工教育服务网陆续提供了3000多种的电子教材样章。工程科技数字图书馆也在

业,围绕上下游企业发展的关键要素,为入园企业提供集“基础+平台+人才+金融+技术+市场”于一体的专业化、高品质、全方位的产业链支撑服务。姚进德向记者介绍,2019年,睿泰数字产业园与“镇港澳台青年创新创业大赛”3个获奖项目签订入孵协议,给予最高50万元的创业扶持,并举办“镇港澳台青年创新创业成果展”与“镇港澳台青年创业训练营”。睿泰数字产业园携手武汉大学信息管理学院、南京师范大学等学校共建“大学生创客教育实践基地”,同时与多家中高职院校建立产教融合示范基地,通过设立创客教育实践基地的形式,进一步深化校企合作,构建全链条式创新创业人才培养体系,共同着力打造高层次创新创业人才。

出版产业园区也是我国出版业深化改革的试验区。2010年成立的北京出版创意产业园区是国内唯一一家国家级、综合性出版产业园区。园区通过搭建出版领域专业化服务平台,在推动民营企业有序参与出版,实施对外专项出版权试点等方面,率先在全国取得历史性突破。园区在产业聚集的基础上,推进同一产业内打通链条、不同产业间融合发展。一是将内容产业作为核心竞争力,将内容资源由单一的图书出版向全版权生产运营转变。二是依托科技创新的跨领域融合。作为园区的运营单位,北京联合出版公司董事长赵红仕介绍说,“融合与创新,将是园区下一阶段发展的两个关键词。”融合,是未来新型文化业态的发展大趋势,既包括文化与科技的融合,文化与金融的融合,文化载体之间的融合,也包括体制的融合、产品的融合与团队的融合。创新,需要生态链、业务流程、商业模式的重塑,依托园区的现实基础,努力将园区打造成优秀社会主义文化产品的“创作区”,优秀文化产品创作者的“聚集区”,多种所有制文化企业融合创新发展的“创新创业区”,出版产业“走出去”的先导区,

随后的《应急产业研究》新书发布会上,《应急产业研究》主编、新兴际华集团总经理、应急救援装备产业技术创新战略联盟理事长杨彬,国务院应急管理专家组组长、国家减灾委专家委员会副主任冯厚昌,中国工程院院士、清华大学公共安全研究院院长范维澄,中国工人出版社社长、党委书记王娇萍现场接受主持人访谈。

该书由应急产业发展方面权威专家编写,是国内首部应急产业方面的研究成果,从全球视野、时代眼光、历史经验、国家战略、实践探索等方面,多视角、多维度回顾了我国应急产业的发展历程,分析了我国应急产业的现状,展望了我国应急产业的未来,为我国应急产业面临的重大发展机遇提供了深入解读与指南。

发布会上,应急救援装备产业技术创新战略联盟向300余家政府机构、企事业单位和联盟单位赠送3000册新书;中国工人出版社随书赠送3000张全国工会电子书屋阅读卡。

(穆宏志)

北京师范大学出版集团的核心产品是教材及配套用书,核心用户是教师和学生,北师大品牌的立体化教材培训服务是我们和用户连接的重要纽带。非常时期,当一部分教材服务手段暂时失灵的时候,网络成了我们和用户连接的关键工具和应急手段。其中,直播是我们在线上服务运营的新形式,在尝鲜之后纳入常规体系只是时间问题。直播兼具“营”和“销”的双重功能,前者利用直播流量与用户充分互动、提供图书产品之外的增值服务并增加品牌粘性,后者聚焦直播流量的变现并通过直播分销平台促成图书产品交易,当前我们更关注如何发挥好直播平台“营”的独特价值。

北师大出版集团的直播活动从2月开始,到3月中旬开始多点开花,3月底全面发力,目前完成直播20多场,4月份将上线更多场次的直播活动。直播策划运营主体涵盖大部分分社和子公司,合作平台包括淘宝直播、京东直播、抖音、央视频、知乎、盟主直播等主流平台,我们与盟主直播合作建设了北师大出版集团公共频道。

从分类来说,北师大出版集团的直播可以分为教育培训、知识讲座、好书分享三个类型,直播课程和知识讲座类型的主讲人以作者和专家学者为主,好书分享类型的主讲人以图书编辑为主。其中,教育培训有面向教师的教师培训和面向家长学生的直播课程,面向学生家长的直播课程、知识讲座和好书分享的直播类型有销售(带货)功能。

我们最早在2月27日联合各地教育部门开展了北师大版高中英语教材的在线培训,来自教材实验区和非实验区的10万余名教师和教研员参加了此次培训,超5000人参与线上互动。目前,我们已经开展了覆盖幼儿教育 and 中小学教育各个阶段的直播活动十多场,如面向幼儿教育的“如何通过选择时间开展以儿童为中心的区域活动”、面向中小学的“为什么要给孩子们讲《史记》”、面向高中教育的“高中数学新课标案例解读”等直播活动。知识讲座类直播,我们聚焦防疫抗疫的现实需要,如开展“清末东北三省大鼠疫应对:经验、教训及启示”直播。好书分享类型的直播,我们做了分享启功作品《我学书法的经过》的“启功的书法世界”,以分享少儿经典绘本为目的的“这些书凭什么获奖”。此外,我们发起了“以‘读’攻毒,颂诗战疫:我在读北师大诗群书系”抖音诗歌诵读活动。

流量名人带货直播成为社会热点话题,对很多产业形成极大触动。出版业如何顺应社会消费形式和媒体格局的变化,积极调整组织形式和业务布局,这值得深入思考。诚然,如此规模的直播活动,属于非常情势倒逼出版业业务调整的结果。我们在融媒体技术和业务能力上也有一定的储备,例如国家新闻出版署出版融合发展(北师大出版社)重点实验室、专业的融媒体产品研发机构(北师大音像社和京师讯飞公司),各个出版业务板块在近几年的业务转型中已经初步形成了以自有多媒体平台和微信公众号等为主要载体的新媒体运营机制,新媒体学习资源的生产方式日益成熟,资源库建设不断推进,这些都为我们应对和满足当前高涨的在线学习新需求准备了必要条件。近期,我们计划推出鼓励全员参与新媒体营销的具体举措,充分调动各方面积极性和创造性,挖掘和培育新的业务增长点。

### ● 实战分享

## 新手直播,如何避免“尬聊”?

■牛德华(北京阳光博客总编辑)

从2月10日组建一米阳光直播组至今,短短1个月内,在北京阳光博客2位总编辑上阵引领下,我们已累计完成直播18场,涉及京东、当当、抖音等各类直播平台7家,涵盖书目20余种。这算是一米阳光尝试编辑出镜参与直播营销的一次初体验。

该轮直播由阳光博客副总经理于丽丽牵头发起。2月3日,她开始研究直播,从学习观摩各大平台的人气主播开始,到自己动手下载操作直播软件,再到购买专业的直播设备,短时间内迅速完成一个直播节目操盘手的角色转型。与此同时,我与阳光博客旗下童书品牌一米阳光童书馆总编辑张汉平,也都各自进行着与直播相关的准备。2月15日,在这种共同的团队默契下,一米阳光直播组正式组建成立,在19人的团队中,大家分工明确各司其职:有人负责策划选题、筛选书目,有人负责对接平台,有人负责直播技术支持,有人负责召集社区观众,有人负责撰写文案、制作海报。

3天后,一米阳光直播组成立后的第一场直播首秀正式亮相,张汉平总编辑率先上阵,给孩子们讲起了逻辑思维游戏;4天后,这位被很多同行熟知的科普工作者,又推出了“胖叔叔抗疫科普小课堂”,为孩子们普及如何正确认识病毒、如何做好自我保护的相关知识。

此后,我们正式将所有直播统一命名为“一米阳光抗疫公益讲座小课堂”,并正式加入了中国出版协会发起的“中国百城儿童阅读嘉年华”线上阅读行动计划。直播频次不断加大,最多时达到一天3场,并且在同一时段、不同主播、不同平台。

一个月来,我们除了组织旗下编辑团队,还邀约图书作者、知名阅读推广人、育儿专家等各方力量,通过多个线上直播平台,为大家和孩子提供免费的公益讲座,主题涉及“在家上网课,如何让孩子学会自我管理”“全家都能上的魔术课”“让孩子找到内驱动力,轻松解决学习的自律性”等,让“主播说书”这件事可能变得轻松、有趣、接地气。

经过近20场的直播体验,我们发现了一些直播小技巧,比如直播时间最好安排在晚间8时,我们的直播主题多数是亲子类,大部分家长忙完工作和家务,才有时间陪伴孩子一起观看。一个人直播,往往容易陷入一个人尬聊境地,尤其是刚成为主播的新手。最好的解决办法是,两个人结伴出镜,一起直播,像说相声,互为补充,或者至少在主播身边安排个助手,随时搭话递词。此外,一场成功的直播离不开观众的积极互动,在前期尚未培养出足够数量的观众前,可适当安排“群众演员”,在直播间随时提出问题,与主播形成互动。



北京师范大学出版集团总编辑李艳辉:应急与顺势,直播带动出版融合转型