

## 汇林印务全力以赴赶印教材教辅

**中国出版传媒商报讯** 记者近日在北京汇林印务有限公司采访时获悉,进入6月份以来,该公司一手抓常态化疫情防控,一手抓清洁生产和绿色印刷,全力以赴赶印教材教辅。

据该公司负责人介绍,汇林印务是中原出版传媒集团旗下中原大地传媒股份有限公司的全资子公司,是北京市“出版物印刷服务首都核心功能重点保障企业”。为做好今年秋季教材教辅的印制工作,6月初公司按照集团转发的《中原大地传媒股份有限公司教材教辅印制质量管理细则》和绿色印刷要求,制定详细的工作方案和应急预案,建立和完善相关制度,细化和强化生产管理流程,成立教材教辅印制工作领导小组和质量监控

小组,严把原辅材料进货关。同时,结合第十九届北京市印刷行业职业技能大赛对员工进行全方位技能培训,做到教材教辅制版、印刷、装订及包装的标准化、规范化操作,保证产品质量稳定达标。

该负责人告诉记者,在6月中旬新发地聚集性新冠肺炎疫情爆发后,公司所在地大兴区黄村镇被列为疫情高风险区。当时,正逢教材教辅印制的关键时期,生产和疫情防控形势十分严峻。为防患未然,公司立即启动应急预案,实行封闭式管理。为解决临时用工不能到位的问题,公司在6月至8月期间开展“创优质夺高产”劳动竞赛活动,充分发挥“重点工作党员先锋队”、车间主任、技术骨干的示范引领作用。同时,依托ERP智能管理系统,优化机台和工艺流程,按照教材教辅优先原则,暂停黑白、折配、精装车间等部分机台和工序,全力保障教材教辅印制工作。据了解,到本月20日,公司的教材教辅印制任务即可圆满完成。(董琦)

# 历经16年精心打造 上海书展溢出效应显现

■汪耀华(上海书刊发行行业协会)

经过16年精心打造,上海书展综合效应显著。据上海书展历年运营商——上海联合书业会展有限公司近日披露的2019上海书展数据显示:16万余种图书陈列,500多种新书首发,1270余场阅读文化活动、近1000位中外文化嘉宾莅临;主会场设在上海展览中心,展场面积2.3万平方米;上海市分会场100个、外埠分会场50个;展期7天实现销售6127万码洋。书展主会场、分会场入场读者人数再创新高,约151.2万市民读者共赴书展现场(其中39.1万人进入主会场),尽享书香之夏;上海书展微信小程序访问量超过2123万次……

由此可见,上海书展的大客流、多首发、高销售、名人效应,已成为业内年度新品的发布地、文化人士的集聚地,更推动着餐饮、旅游、交通等相关行业跟着上海书展的步伐共同转型升级。

上海书展的溢出效应,体现在展会设施的品牌效应、旅游消费需求增长、技术创新与扩散、企业形象和品牌形象,提升、产业调整和升级、区域城市群互动发展、主题理念渗透等诸多领域。具体表现在酒店及其他住宿、旅游、饮食、饮品、杂项零售、运输服务、商业服务、社会服务、建筑材料和园艺供应、健康服务、维修服务、博物馆、美术馆等方面。

### 会展业“产内”“产外”溢出效应明显

会展经济被认为是一种高效益、无污染、经济联动作用强的经济形式。会展业的溢出效应,也称联动效应,是指一个组织或者机构在进行某项活动时,不仅会产生活动所预期的效果,而且会对组织之外的人或社会产生的影响。简单而言,就是某项活动产生的外部收益,是活动的主体得不到的收益。会展业的溢出效应主要由人力资本溢出效应、技术溢出效应、知识溢出效应组成,也被分解为知识溢出效应、技术溢出效应和经济溢出效应等。

大型展会给举办地城市带来筹备及举办时的当期直接溢出效应或间接溢出效应,同时也会产生长期溢出效应:从举办地城市向周边地区辐射,形成整体累计溢出效应。其主要表现为“产内”溢出效应和“产外”溢出效应两方面。

“产内”溢出效应主要表现为会展活动可带动餐饮、旅游、通信、购物、保险、装潢设计等第三产业内部相关产业的发展;“产外”溢出效应主要表现为会展活动为第一产业、第二产业提供新的供给领域和市场,有助于激发市场需求与供给,推动产业结构的转型优化。

国际公认“1比9”的说法是:如果会展的直接收入是1的话,它所带动的相关产业的收入就是9。会展给一个城市带来的首先是直接的场馆租赁、搭建以及贸易成交的收入,同时可以拉动服务、交通、旅游、广告、装饰、边检、海关、保险以及餐饮、通信等数十种相关产业。据国际博览会联盟(UFI)的估算,由展览会所创造的经济效应中,只有20%是展览业行业内的,其余80%为商贸、酒店、饮食、交通、旅游、电信、广告等相关行业所拥有。高的产业关联度使得会展经济成为带动城市和区域经济发展的新增长点。德国贸易协会(AUMA)之前的统计数据结果也与此相互印证。

一次成功的会展,会对举办城市的形象、对外的开放、自身的改革、文化的进步等方面产生良好的影响,这些因素的提升和发展反过来又促进城市国民经济的发展。

### 相关行业由书展获红利

上海书展的溢出效应有哪些?经过多年追踪分析,可以从以下三个方面展开。

一是上海书展依托上海本身具有的会展人才集聚地和众多的会展空间,通过公共服务项目的策划、技术、布局的招标,使众多常年参与上海主要会展业务的人才和公司加入到服务书展的行列。从篷房搭建、门禁检票系统、人脸识别系统、通信网络系统到安保服务系统等都采用了与上海会展业相匹配的专业新技术和执行团队。因为引进了会展业的人才和新技术,使上海书展得以“每年一小步,年年在进步”。

二是上海书展使众多与业界相关联的创新者、梦想成就者在这个信息交换空间获得新知,从而产生知识溢出效应。

三是上海书展所推出的展会新技术、新材料、

上海书展经历16年的发展,围绕“我爱读书,我爱生活”主题,引领阅读方向,开展阅读活动,推动全民阅读,打造阅读品牌,成效斐然,已成为具有全国影响力和示范性的城市文化展会。



新理念的揉合,因其具有的示范效应、竞争效应、联系效应和培训效应,足以成为各地书展、书市的“样本”。上海书展执行团队连续7年被国家新闻出版署和各省人民政府主办的全国图书交易博览会第一展馆——全国图书精品展聘为策展团队,并年年获得落地城市民众的好评,这就使上海书展的技术溢出效应明显。

2019上海书展相关数据如下:政府资金资助1200万元;主会场参观人数39.1万人次,100家上海分会场入场人数60.2万人次,50家各分会场入场人数51.9人次;主会场销售4529万元、上海分会场销售946万元、各地分会场销售651万元;主会场售票35万张;1270余场阅读文化活动,境内外嘉宾近1000人。同时举行的2019中国书业馆配年会暨图书馆与出版社高层论坛吸引了300多家图书馆、500多家出版单位近2000名代表参会。

因上海书展而增加的相关服务收益,包括主会场租赁、搭建物流费用、加班劳务费、保险费、安全保卫费、餐饮盒饭费、宾馆住宿、广告费、印刷费、快递费等估算超过2560万元。入场工作人员6000人(次)、银行消费刷卡100万次、电信服务、旅游、购物、交通(三分之一人次的公共交通费用,十分之一人次的汽车油费、停车费)等部门的配套服务费用等费用,尚待估计。

2019上海书展,政府资金资助1200万元,实际产出5325万元(其中,上海和各地分会场销售合计1597万元,作半数计入),相关服务收益2560万元。换句话说,政府投入1元,获得了8.3元的收益。统计显示,进入主会场的读者花费10元门票费用,带走了140元的图书或者文创产品。

上海书展的成功举办,依赖于本身具有的产业基础、城市的经济实力和办展资源。经过多年的努力,上海书展已经因为陈列品位、新品质量、人群购买力和实际销量的优秀成绩,成为了业内年度新品的发布档期、业内人士的聚会码头,更带

动着餐饮、旅游等相关行业跟着书展的步伐一起获得参展红利。

### “上海出影响,全国出市场”

上海书展作为一个展会,并不投入基础实施,只是通过租借现有场地,在固定的时间进行的专业消费展。周边效应主要来源于阶段性的餐饮、交通、观光等影响。

根据历年的数据,约20%的读者(并且逐年递增)有在现场只拍照转身网上购书的习惯。据此推算,主会场实现4529万元销售,线上销售将可望增长1200万元。一个个案是,上海世纪出版集团每年在书展现场销售约700多万元,相对稳定,但同期线上销售连年增长——天猫店2017年销售43万元,2018年销售87万元,2019年销售约100万元。

更值得关注是,企业形象与品牌效应外溢,上海书展品牌已经延展出了上海国际童书展、活动延续(新书发布厅、各类读书会)、“上海书展全国行”巡回展销等,500种新书首发带来的“上海出影响,全国出市场”联动效应。

上海书展的成功举办,将加快推进上海文化产业的发展,影响并带动长三角地区文化产业的发展,从而形成行业新经济增长点和实现经济转型。同时,对周边区域产生巨大的溢出效应,特别是城市群发展互动效应外溢。

上海书展“我爱读书,我爱生活”主题渗透效应外溢,使上海书展产生足够强的吸引力、感召力和渗透力,进而在一定时期甚至长久地成为社会进步的重要元素。

2020上海书展由于受到疫情的影响,是否能进一步扩大书展的溢出效应,尚待观察。但在“书香润泽人民城市”的年度主题引领下,打造一场高质量、有特色的阅读盛会应该是值得期盼的。通过不断优化布局,提升品质和影响力,把上海书展的精彩进一步辐射到全市乃至全国,也将始终是上海书展的使命所在。

### 产业融合将为上海书展注入新活力

会展业在国际上被誉为“朝阳产业”。中国会展业的发展正朝区域联动化、产业融合化、会展智慧化、会展绿色化方向发展,逐渐形成以京津冀、长三角、珠三角三大产业圈为主,二三线内陆城市协同发展的格局。同时区域内会展业资源将趋于整合,以规模效应在全国范围内拓展,并走向世界。会展经济综合体的模式逐步成熟,充分利用会展的营销窗口的作用,加速与其他产业融合发展。会展与自媒体、展览、广告、旅游、酒店、餐饮等行业通过互联网平台跨界融合,“双线会展”的应用在2020年将获得更有力的张扬,这将为会展业注入新活力和机遇。借助物联网、大数据、AR/VR等新技术,客户体验将更加丰富。会展采用智能节能技术,以降低能源消耗和污染排放。

《2018上海会展业白皮书》显示,截至2018年,上海各类专业展览展馆可供展览面积已超过100万平方米,为全球主要会展城市之一,形成了“2+7+X”分布格局。“2”即两大超级展馆,分别为位于青浦的国家会展中心(上海)和位于浦东的新国际博览中心。“7”即世博展览馆、上海展览中心、光大会展中心、世贸商城、上海跨国采购会展中心、农业展览馆、汽车会展中心等7个中型专业展馆。“X”即中华艺术宫、上海博物馆、上海科技馆等专业特色展览场所,以及数量众多、各具特色的购物中心、酒店商场、办公楼宇等内设会展设施。

会展业已经成为上海城市形象的一张亮眼名片,上海书展更已成为上海出版形象的一张重要名片、中国出版业的一张耀眼名片。在中国会展业以市场化、专业化、国际化、品牌化、信息化为方向,提升创新力和竞争力,推动会展经济实现高质量发展,为中国建设现代经济体系贡献坚实的支撑和保障的当下,上海书展的腾升空间、溢出效应依然前景可观。

中共上海市委书记李强在考察2019上海书展现场时指出,要不断提升上海书展的吸引力、影响力、辐射力,共同打造市民文化客厅,在全社会营造更加浓厚的书香氛围,为打响“上海文化”品牌、加快建设国际文化大都市做出更大贡献。在疫情防控常态下,2020上海书展仍将继续保持发展活力与持续性,持续加强溢出效应。

### ● 实力参展商



8月12日,2020上海书展暨“书香中国”上海周如约而至,中国出版集团有限公司旗下人民文学出版社、商务印书馆、中华书局、中国大百科全书出版社、中国美术出版总社、人民音乐出版社、生活·读书·新知三联书店、东方出版中心等23家出版单位统一参展,包括600余种重点图书在内的8000余种精品出版物集中亮相,50余场精彩纷呈的文化活动静候读者。

今年是决胜全面建成小康社会、决战脱贫攻坚之年,也是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利75周年,中国出版集团专设“主题出版专区”,聚焦中国道路、脱贫攻坚、“四史”系列等三大主题,集中展销相关精品出版物。一是中国道路方面,带来了厉以宁主编的“中国道路丛书”,以及英国著名学者马丁·阿尔布劳新著《中国在人类命运共同体中的角色——走向全球领导力理论》。二是脱贫攻坚方面,带来了在各级机关广受好评的《中央和国家机关驻村第一书记扶贫典型案例集》,以及新近出版的《扶贫笔记》等扶贫主题图书。三是“四史”系列,带来了《红军长征记:原始记录》《中国海军》《新时代军乐之声——庆祝中华人民共和国成立70周年典礼阅兵曲》等图书和音像出版物。

另外,针对今年的新冠肺炎疫情,中版集团还出版一系列出版物,涉及语言、文学、音乐、心理疏导等不同类型和题材,如《抗击疫情湖北方言通》《明月何曾是两乡:海外汉学家助力中国战“疫”实录》《方舱之声——音乐调节情绪手册》《抗新冠肺炎疫情心理自助手册》等。

上海书展期间,中版集团各出版单位将举办50余场线下活动,邀请多位名家大者与读者见面,既有主题论坛、新书发布、作者签售,又有名家访谈、专题讲座、读者见面互动等。如人民文学出版社的“故宫六百年——祝勇新书分享会”“‘哈利·波特’二十周年:相遇霍格沃茨”“《就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子5》读者见面会”;商务印书馆的“‘光启文库·随笔系列’新书发布会”“‘合璧之书’(《水流云在:张元济孙女的自述》增订版、《钢的交响——一位早期归国工程师的共和国乐章》)新书分享会”;中华书局的“《治术:周秦汉唐的经世之道》新书全国首发”“点校本《金史》《梁书》修订本读者见面会”;生活·读书·新知三联书店的“《唐人的生活》读者见面会”;东方出版中心的“《党在这里诞生》新书发布会”“打开诗词的正确方式——《诗词名家讲》新书发布会”;现代教育出版社的讲座“‘大阅读’背景下的如何提高语文阅读能力”;中译出版社的“一套书搞定英语——DK英语系列推广”;世界图书出版有限公司的“《其实你不懂进化论》新书发布会”;天天出版社的“赵丽宏《打开儿童诗歌教育》新作分享会”;生活书店出版有限公司的“1994年,我刚好在场:《红勋1994》新书对谈暨签售”,等等。

继中国出版集团下属实体书店“中版书房”长宁店于去年上海书展首日落地上海后,在本届上海书展期间,“中版书房”奉贤店即将开业运营,和长宁店同为分会场,并举办为期一周的阅读分享文化活动。奉贤店位于奉贤区青村镇南奉公路3111弄宝华商业广场7号楼,目标是打造以书为中心的集阅读、文化、活动于一体的新型实体书店。

中版集团除了为读者奉上优秀的精品图书、精彩的主题活动外,还将现场活动进行线上直播,邀请平面媒体、网络媒体、各种微信公众号、订阅号等全媒体参与推广,宣传推介精品出版物,努力让广大读者多渠道、多形式参与活动。(田红媛)

## 中版集团 力推主题出版精品 再开『中版书房』新店