

山东新华枣庄分公司多维部署年度工作开创新局

中国出版传媒商报讯 近期,山东新华书店集团有限公司枣庄分公司年度工作会议召开。会议表彰了2020年度枣庄市书店系统先进单位和先进个人,深入传达了山东省出版集团和山东新华书店集团年度工作会议精神,全面回顾了枣庄分公司2020年工作,并对2021年重点工作作出部署和安排。

枣庄分公司党委书记、总经理杨冬梅对枣庄市书店系统党建、四年攻坚、重

点图书发行、研学旅行、多元、教材教辅、互联网化等重点工作进行了全面安排部署。她在讲话中谈到,2020年,枣庄市书店认真贯彻落实上级党委工作部署,统筹疫情防控和经营发展,解放思想、改革创新、开拓进取,党的建设、图书发行、多元发展、全民阅读、企业管理等重点工作均取得优异成绩。2021年,枣庄市书店要清醒认识企业发展所面临的困难和挑战,坚决贯彻实施山东出版集团“四六五”总体发展战略。“不以事艰而不为,不以任重而畏缩”,开创枣庄市书店发展新局面。
(李峰、褚宏亮)

2021 订货会特刊 复盘启思篇

·疫后新感悟·

技术赋能出版 社电协同实现精准互联

从2020年初突发疫情至今,针对市场和用户需求的变化,博库网及时调整运营策略,抓住发展机遇。一是建立直播电商生态圈框架,逐步实现流量变现。博库网抓住直播电商发展机遇,建立自有直播团队,搭建博库自有直播基地,培养自有主播,打造以淘宝、抖音、快手等主流自媒体直播平台为主的博库直播业务体系,同时深化对外合作,与作者、MCN机构和个人主播建立良好合作关系,实现多方位的共赢共创。从销售端来看,多场景的店客互动统一回流店铺会员中心,提升会员体验;由单节点运营到多维度多场景运营,从营销矩阵到自营矩阵裂变,实现多端联合打通,打造数字经济最新发展主流形态下的创新型图书电商。

二是多渠道深耕短视频IP孵化,并逐步实现内容变现。2020年初至今,博库网内容运营矩阵专项组着重加强内容矩阵建设,致力于自营短视频IP孵化,依托于微博、微信、抖音、头条、公众号拥有数百万粉丝受众实现产品和内容的裂变式扩散。同时提升私域流量运营,确定精准人群营销;从新媒体、短视频、KOL种草到粉丝关注,建立粉丝运营,结合营销活动不断尝试更多玩法。实现超级用户数量增长、人群正向转化率增长,逐步实现内容变现,从全量消费者运营向超级用户运营迈进。

与此同时,面对延续至今的新冠肺炎疫情,博库数字出版传媒集团有限公司与上游出版商的合作关系进一步紧密,同时依托于博库网庞大的会员体系及大数据优势,进一



■ 邓小林 (博库数字出版传媒集团有限公司董事长)

步为出版转型升级助力。

一是推动出版商对图书限价,促进图书电商行业的规范经营、有序竞争。博库网认为合理的限价让读者更理性地看待不同品质图书之间的销售价格差异,进而促进出版商之间的合理竞争,生产符合读者需求的全类型优质内容产品,避免同质化竞争。健康有序的市场竞争环境、合理的商品价格,才能促进图书行业生态可持续发展。

二是大力发展火把知识服务平台,以全国知识产品的渠道商角色,助力出版机构数字化转型,为知识赋能。针对图书行业痛点问题和用户消费需求,服务于出版机构及读者用户,以平台化运营模式,通过向出版机构提供纸书、电子书、音视频等知识产品从选题、加工到运营、销售的一站式技术解决方案,赋能出版机构,打造高品质知识服务产品集群,建设具有出版行业特色的知识服务平台;通过聚合出版机构的专业内容资源,提供给读者来自于出版机构最专业的知识产品;依托于大数据、及博库庞大的用户信息,实现内容和用户的精准互联。

三是推出博道出版数据实验室。依托博库庞大的会员体系,从读者标签和内容标签双维度出发,致力于用大数据助力出版,用大数据服务出版,从区域指导、销售走势、选题参谋、关联营销等出版需求痛点出发,打破内容与用户脱节的行业痛点,将功能落在实处、落在日常,为出版转型升级融合发展提供经过市场认证、实战验证的大数据支持。

疫情深刻地影响了许多人的生活,也改变了很多人的行为模式和生活习惯。而这其中,直播带货蔚然成风,这一方式,也成为出版人的营销阵地。在图书线上发行上,我们注意到,消费者有了更多时间看直播、刷手机、看短视频。而针对短视频提高单品转化,当当也开启了拍摄新书、经典书,定制短视频之路,如针对不同读者群,在抖音和当当主站开设直播,同时邀请出版方直播荐书。此外,当当还在微信视频号、抖音、快手等平台开设自有店铺,设立佣金扶持政策,吸引更多作家、KOL加入到阅读推广的行列中。通过推荐丰富的产品,从需求出发创建多元场景,当当使不读书的人想起阅读,场景化全面开花,在公众号、抖音、短视频、跨界合作上,取得了长足的进步。

一方面,短视频、直播打造了阅读新格局,当当与出版社也继续加大对新渠道、新流量和新玩法的挖掘。2020年,当当根据场景标签,创建了数百个丰富的场景化榜单,使得榜单内单品浏览量提升325%。2021年,当当计划创建更多的标签,提高评论、图文信息、直播等种草转化率。另一方面,当当将继续赋能出版社。2020年,当当率先开通了10家出版方的数据权限,其中一家出版方的中部产品通过营销,转化率从25%提升至45%。当当鼓励出版社丰富自主营销手段、自主触达手段制订营销计划,帮助出版社提升流量转化和运营效率,同时也提高供应商直播、图文信息等浏览量,引发了诸多出版社的热烈响应与积极参与。

当当与出版社的关系始终是相辅相成



■ 张玲 (当当出版物事业部总经理)

的。作为平台方,当当在选品、营销、技术等方面提供支持,让技术赋能驱动销售增长。同时,为出版社经营“私域流量”提供便利。因此,可以说,当当与出版社之间的关系是始终不变的;大家共同成长,互相成就。

在个性化内容、创建营销计划方面,当当与出版社间的合作需要与时俱进,双方协力促进发展。出版人需要产出符合当下社会环境和顾客心理需求,满足读者高品质阅读的内容。随着顾客行为习惯的变化,当当丰富的大数据也处于不断更新中,因此提供给出版社的选题策划、营销资源等多方面建议也是与时俱进的。以2021年的新书《医路向前》为例,当当与出版社合作在抖音突破,采取多项主题加持,直播和短视频双箭齐发,带货超过32万册,其中单场直播最高收订1.6万册。创造出这款抖音热门图书,同时吸引了48个抖音号分别引流带货。

在2021年北京图书订货会,当当希望看到更多出版社推出让人眼前一亮的精品,挖掘更多有爆款潜质的新书。同时也想对出版社说,经历过疫情,更多出版人有很多新的感受和认知。如果说直播、短视频是最大的风口,我相信还会有更多未知的新机遇。当当也会保持开放的心态,在新环境的挑战和出版社多交流共同进步。未来,当当也将不忘初心、建设文化电商,打造属于读书人的APP,让更多的读者想起阅读,想起书,想起当当。希望未来上下游继续形成更大的合力,为图书出版业创造更多可能性。

2014年8月,中央全面深化改革领导小组第四次全体会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,“媒体融合”上升为国家战略。据人民卫生出版社有限公司董事会秘书宋秀全介绍,该社在巩固传统出版优势的情况下积极落实《意见》精神,统筹安排由专业出版向全媒体时代的专业知识服务转型的战略部署。经前期充分调研论证,于2015年11月启动人卫助手系列知识服务数字平台的建设开发。在平台建设、运营的过程中,逐步形成了人卫知识数字服务体系,实现了传统出版与数字服务体系共同发展、相互促进的出版融合良性互动。

以政策为导向 构建知识数字服务价值链

人卫知识数字服务体系建设,按照《关于促进和规范健康医疗大数据应用发展的指导意见》《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》等重要文件指示精神,以提升医疗服务能力为重点,助推医疗信息化为目标,现代信息技术为支撑,权威优质内容为基础数据资源,围绕用户使用场景开发,成为能够为医务工作者提供权威、可信的临床证据和指导意见的专业知识服务体系,为落实党中央提出的《“健康中国2030”规划纲要》做出了积极贡献。

人卫知识数字服务体系建设以“全程数字化、生产中台化、服务场景化、运营多元化”为核心理念,充分发挥人卫在医药学出版领域的传统优势,形成以人卫知识数字服务为价值链,从内容生产、审核加工、运营服务,针对作者、编辑、渠道、用户等多角色参与者的数字服务平台矩阵。

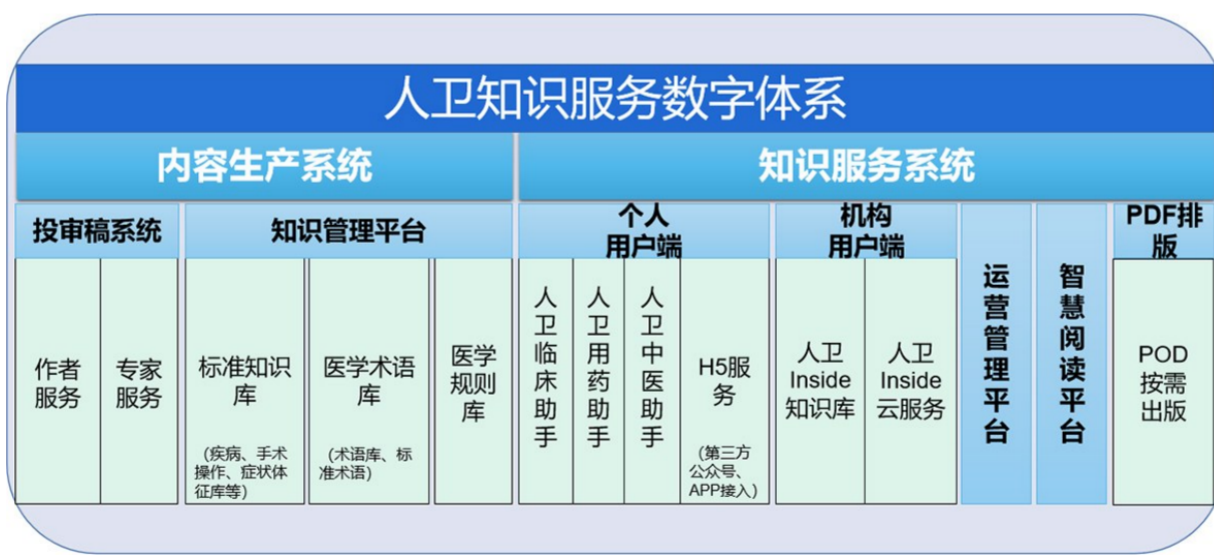
据北京人卫智数科技有限公司总经理贾晓巍介绍,该体系主要由内容生产系统和知识服务系统构成,为用户提供全方位的医学专业知识数字服务。

一是作者投稿平台。主要面对人卫社外聘专家作者群体,提供约稿、交稿、外审等功能,是人卫社医学编辑与作者沟通稿件的通用途径。平台提供了以栏目为单位的投稿功能,支持知识库、图书、期刊、征文活动等多种载体形式的组稿和审稿工作。通过微信公众号使编辑与作者建立连接,方便作者及时查看稿件状态。平台还额外提供了稿费结算、一键交稿和实用小工具等丰富的功能项。

二是知识管理平台。人卫知识管理平台旨在打造一个内容的生产、加工、管理、输出的综合性知识服务平台。面向社内外编辑,通过提供线上知识编辑、知识审核等功能模块,具备了快速构建不同

人卫知识数字服务体系 探索智能时代场景下的知识服务转型

■ 中国出版传媒商报记者 尹天



形式资源内容能力。同时引入严格的三审制度,保证了知识的高质量。目前平台已经涵盖了标准知识库、医学计算器、诊断流程图、医学规则库、医学术语库、图书资源等多形式多维度的医学知识内容。同时作为内容的输出方,知识管理定义了标准的内容提供API,支持各应用平台快速对接,实现了知识实时、高效的更新,完成了内容从生产加工到快速应用的完整闭环。

三是多场景综合服务平台。该综合服务平台由机构用户端(人卫Inside知识库机构版、人卫Inside知识库云服务)、个人用户端(人卫临床助手、人卫用药助手、人卫中医助手)、智慧阅读平台、运营管理平台和PDF排版平台构成。面向多场景用户服务,通过强大的医学专业编辑团队和专家团队,对人卫社近70年的权威医学知识内容进行碎片化整合,将知识应用完全融入到用户工作生活场景和企业技术应用场景中。无论是经验丰富的医务工作者,还是基层医疗卫生机构的医护人员,都可以随时随地查询、学习权威医药学专业知识内容。

以专业为抓手 根植行业、服务行业成效显著

社会效益显著,斩获多项荣誉。人卫知识数字服务体系推出后,受到国家新闻出版署、国家卫生

健康委等各级政府部门的关注和指导,目前为中共中央宣传部“学习强国”学习平台、国家知识资源服务中心及国家卫生健康委医疗管理服务中心等多个国家级平台提供免费的专业医学知识服务。同时,为部分老少边穷地区的医疗机构提供了免费的数字化知识服务,解决了当地长期难以获取实时、权威、科学的专业医学知识内容的难题,受到广泛好评。

同时,人卫知识数字服务体系内的多个子平台荣获中宣部、国家卫生健康委、出版行业学会、协会的多个奖项。其中人卫助手系列知识服务数字平台入选了中宣部2019年度数字出版精品遴选推荐计划,人卫临床助手APP获国家卫生健康委2019年委管出版单位主题宣传优秀作品、中国出版协会优秀互联网创新项目等,人卫用药助手APP获中国出版协会、中国音像与数字出版协会颁发的出版融合创新年度推优技术、产品创新技术应用,人卫中医助手APP获中国出版协会出版融合创新年度推优·数字渠道创新应用、原国家新闻出版广电总局改革发展项目库等荣誉。

经济效益明显,市场稳步扩大。人卫知识数字服务体系推出后即受到医疗信息化行业领域的高度关注。华为、腾讯、阿里、平安科技、百度、科大讯飞等头部互联网企业及卫宁健康、北大医信、众阳健康等医院信息系统厂商纷纷寻求与人卫卫生出

版社合作。

场景服务便捷,用户覆盖面广泛。人卫知识数字服务体系提供多场景用户服务,将知识应用完全融入到用户工作生活场景和企业技术应用场景中,可支持个人移动端、医院信息化系统、区域或公有云服务系统等多类型场景。截至2020年底,人卫助手系列APP下载量达100万人次,人卫Inside已在武汉协和医院、南昌大学第一附属医院、山东齐鲁儿童医院等190余家单体医院,安徽省、银川市等3万个社区卫生服务中心以及乡镇卫生院完成部署并开始使用。

知识服务转型 道阻且长、行则将至

知识服务是伴随数字互联网技术发展而诞生的。随着计算机算力、算法的不断增强,大数据、云计算、人工智能等技术的出现,技术在知识服务中的作用不断增强。以纸媒为载体形成的价值链体现的传统出版体系,实际上阻碍了数字互联网技术在出版行业的发展和应用。宋秀全表示,人民卫生出版社在做知识服务转型时,不是对原有的价值链体系进行简单地修改或依附,而是建立新的组织保障、制度保障、人才保障等体系,构成了以数字知识服务体系为核心的新价值链。

同时,人民卫生出版社作为传统出版企业在转型中充分发挥自身优势,将多年积累的高质量内容、优秀的作家队伍、品牌形象作为出版转型基础。本着维护国家文化安全、意识形态安全的使命,积极与高水平的数字互联网公司进行深度合作,通过业务合作、项目合作的模式,快速搭建了技术平台,以支撑知识服务转型。

传统出版企业向知识服务转型存在技术人才短缺、对技术内涵理解不足、跨界竞争、数字侵权、前期投入产出比过低等诸多困难,但人们对于知识服务的需求不会变,知识服务向数字形式、智能形式转变的脚步不会停歇。人民卫生出版社将勇于突破创新,以拥抱技术、合作共赢的心态,充分发挥自身优势,进一步由医药卫生出版者向医药卫生健康信息知识综合服务提供者转型,在场景时代、人工智能时代发挥积极作用。