

“历代草书名家名帖经典字例解析”丛书首发

中国出版传媒报讯 2021年4月8日上午,由湖南省书院院、荣宝斋出版社主办,湖南省书法家协会指导单位,“星沙悟草”王厚祥全国大草高研班、高原班学员结业作品展开幕式暨“历代草书名家名帖经典字例解析”丛书首发式在湖南省长沙市星沙广场举行。活动仪式上中国书法家协会理事、草书委员会委员中国国家画院研究员王厚祥,中国书法家协会理事、荣宝斋出版社社长、总编辑崔伟,

荣宝斋出版社营销中心主任谢东滨向湖南省图书馆、长沙师范学院美术与设计学院、第一师范图书馆捐赠了“历代草书名家名帖经典字例解析”丛书。荣宝斋美术馆馆长王祥北介绍了丛书编辑、出版、发行等相关情况。

中国书法家协会副主席、湖南省文联主席、湖南省书法家协会主席鄢福初在讲话中指出,“历代草书名家名帖经典字例解析”丛书与古代的书论不同,它用大家能够接受的语言从实践的角度出发,对古代经典进行诠释,这是一个巨大的突破,对草书艺术的传播传承与发展有着非常积极的意义。

(卢贵波)

新业态下民营书业如何升级迭代深刻融变?

■中国出版传媒报记者 孟丽媛

以“新格局、新业态、新发展——聚焦书业 融合创新 合作共赢”为主题的“2021中国民营书业峰会”近日在北京召开,今年是民营书业峰会的第11个年头。本届峰会由北京图书订货会组委会、中国出版传媒商报社主办,中国出版协会民营工委、中国书刊发行业协会民营书业工委承办,世纪天鸿教育科技股份有限公司、北京易诚通信息技术有限公司、北京优学教育科技股份有限公司联合承办,中国光华科技基金会公益支持。

中国出版协会理事长柳斌杰,中国光华科技基金会党委书记、理事长侯宝森,中国出版协会常务副理事长兼秘书长刘建国,中国书刊发行业协会副理事长兼秘书长纪宏,中国出版传媒商报社执行董事(社长)、党委书记、总编辑伍旭升,中国出版协会民营工作委员会主任任志鸿;全国工商联书业商会执行会长王笑东,中国书刊发行业协会民营书业工作委员会主任徐登权,果麦文化传媒股份有限公司总裁瞿洪斌,巨量引擎内容消费业务中心运营策略总经理滕宏磊,优学教育科技股份有限公司 CEO、语文同步学创始人吴伟华,栖港投资管理合伙人顾科,未来之音(北京)科技有限公司创始人、副总裁姜洁,跟谁学、高途课堂高级品牌总监李重,数传集团创始人、执行总裁(CEO)施其明;中国大百科全书出版社原社长田胜立,新华书店总店原总经理汪季贤,中国教育科学研究院原副院长、教育科学出版社原社长所广一,中国出版传媒商报总编助理张维特,中国新闻出版研究院副研究员鲍红,北京少年儿童出版社版权室主任漆仰平以及民营书业知名企业的负责人

等近300人参与了本届峰会,共议行业发展之道,探讨行业转型方略。

在商业迭代和疫情常态化下,传统的书业发展模式逐渐被打破,在谋划“十四五”推进文化强国建设的进程中,民营书业企业也肩负重任,必将实现自身的升级迭代、深刻融变。2021中国民营书业峰会有如下几个特点:第一,报名参与者格外踊跃。原本以为受疫情的影响,报名参会的人数会大打折扣,从参会者踊跃的情况看,反映了从业者对民营书业的信心。第二,全面关注产业融合,重点探讨面对新业态、新消费、新需求的挑战,民营书企在转型发展过程中如何以内容创新、科技创新、渠道创新、营销创新、服务创新实现合作共赢。第三,本着鼓励实体书店的发展、支持全民阅读推广的宗旨,在推选环节新设置了“2020民营书业年度最具魅力书店”及“2020最佳阅读推广书店”。

柳斌杰在致辞中表示,民营书业经受住了新冠肺炎疫情的考验,其打造的模式、平台支撑了出版行业的发展,为人民群众抗疫斗争提供了科学的支持、文化的支持和精神的支持。民营书业的发展要围绕党和国家的部署,立足新阶段:一是高质量发展,提高制造质量、服务质量、团队质量、管理质量;二是供给侧结构性改革,使供给与社会需求衔接,与消费者建立更密切的关系;三是改革创新,改革要适用于当下的政策、市场和社会需求,建设相应的新平台、新渠道和新业态;四是满足人民美好生活的新期待,以高质量阅读带动高质量出版。

纪宏在发言中说,疫情改变了我们的生活方式,

也改变了我们的书业业态,技术的进步也迫使传统零售业不得不向新消费、新业态和新零售转型升级。后疫情时代,书业企业应以互联网为依托,通过大数据、人工智能等先进技术手段,对图书产品的生产、流通、销售过程进行升级改造,重塑书业业态与生态圈,并对图书销售线上、线下体验服务,以现代物流进行深度融合,以求产生高质量发展新模式。

伍旭升用三个关键词概括了民营书业所具备的诸多优秀品质:一是韧性,能够从疫情中存活下来的企业,一定是坚韧不拔、执着前行的企业;二是智性,民营书业思想先进、触角敏锐,能够应势而变、随机而变;三是感性,民营书业在疫情中体现出来的大爱和情怀,有着独特的温度和感情。未来在文化强国的建设历程中,民营书业一定是强中更强的团队,其对整个文化产业的贡献会大放异彩。

任志鸿提到,过去一年非常艰难,社会运行、书业经营和个人生活都受到了新冠疫情的影响,书业的内外环境正在变化:新技术从企业级向社会级全面拓展,传统书业通过数字化赋能产业链,已成为兵临城下的当务之急;读者消费知识的场景、知识生产和传播的生态发生了极速转变,书业的发展必须与之匹配。出版行业传统路径的天花板越来越远,书业产品和服务必须借力数字化,才能实现融合共赢,这也是促进书业高质量发展的必由之路。

中国民营书业峰会作为民营书业沟通与交流的专业平台,赢得了良好口碑及业界的高度关注。为鼓励民营书业发展,此次峰会推展出九大类奖项,为民营企业树立标杆和榜样。

吗?》,通过带货视频一晚上实销56055册,不仅清空2万多的库存还要加印3万多册,只要把视频流量做好,就可以解决所有库存。

最后,出版社和出版企业要具备“3C”。第一个“C”是Creativity创新、创意,现在新鲜事物的发展,已经完全超出了我们的认知,因此保有好奇心是任何一个掌舵人都必须具备的素质,只有给予年轻人更多的机会,让他们不断试错,才知道什么是最适合的。第二个“C”是Customer用户,以前我们的衣食父母是作家,也强调渠道为王;但现在终端用户才是我们的衣食父母,只有他们出钱买书,企业才能顺利发展。第三个“C”是TO C,以前的方式是出版商发给渠道、渠道发给读者,作者和读者是被割裂的;现在是直达用户,出版商和读者在互联网中可以随时互动交流,也能随时销售和变现,营销活动非常自然。

因此,未来的任何企业都必须具备两个特质。第一,必须具有科技基因;第二,必须具有互联网基因。也就是说一个出版公司,必须是准科技公司,帮你提供数据、帮你制造互联网产品;同时也是准互联网公司,能够帮你形成链接、把你和用户紧紧连接在一起。总之,一个出版公司必须具备制造私域流量的能力,它能给你带来的初始流量是公域流量无法达到的。

作为传统行业,我们受到的冲击很大,大家都觉得举步维艰,稍有一步走不好就会落伍;但有了这些压力和新技术,倒逼自己反省、更新、迭代、让基层员工在风险可控的范围内不断尝试,才能找出适合公司的商业模式和打法,只要勇敢迈开第一步,我们可以向前发展。

总结而言,我们在抖音上如何找对人、怎么实现长效性、提升商家的精准效益,就是如何运营好商域流量、公域流量和私域流量。第一个是商域流量,我们重点强调的是多种投放方式,选对品类、通过素材触达到对的人;第二个是公域流量,通过优质内容加持,无论视频还是直播,通过团队的努力都能获取更多公域流量;最后是私域流量,就是用户分享,产生裂变和复购。

华文出版社的重点图书,阎崇年《故宫六百年》在抖音首发,用的就是整合营销的思路:第一抓住了产品的核心卖点;第二打造了KOL账号。抖音会推荐适合图书垂类的达人,同时联动多个KOL造势、发布。阎崇年《故宫六百年》形成了非常爆的抖音热门话题,覆盖人群达到5000万量级,单条视频点赞达到20万,通过不同KOL联合发布,全方位告诉受众这本书如何创作、如何介绍内容、如何阐述故宫故事,仅这本书的预售册数就达到了4000册,直播当天观看人数达到了110万,最后还添加原价138元的签名版图书,1000册在10分钟之内告罄,这就是抖音给大家带来的魅力,相信类似的爆款书在抖音里会越来越多、屡见不鲜。

希望以上内容,能够助各位企业家从线下到线上转型的一臂之力,我对出版行业和巨量引擎的融合充满信心!

(下转第3版)



互联网赋能:传统书业的破冰之路

■瞿洪斌(果麦文化传媒股份有限公司总裁)

如何运用新科技、新思维来改造传统出版业,使出版业实现破冰之旅?

首先,以2010年和2020年为时间节点,中国出版行业的商业模式经历了三个阶段。第一阶段是2010年之前的1.0发行阶段:图书相对稀缺,只要把书发给渠道,渠道就会销售。这种情况发展到2010年就发生了变化,我们发出去的货很可能被书店束之高阁,不能实现商业流通。第二阶段是2010年之后、2020年之前的2.0货架阶段:产品和图书只有进入到终端卖场,进入到读者能够一眼看到的地方,才可能实现销售。因此“抢货架”就成了当时出版公司最重要的工作,但是这种情况到接近2020年的时候又发生了变化,我们发现货架远远不够,要寻找新出路。第三阶段是2020年之后的3.0流量阶段:就是制造事件、热点,让读者被我们吸引,并进入到我们的互联网流量池里,在这个过程中实现图书的营销和销售,关键词就是“流量”。

1.0发行阶段和2.0货架阶段的图书销售主要依靠物理变现,包含了一个漫长的评估过程,读者购买是相对理性的行为,但3.0流量阶段会让读者进入到相对封闭的空间里,可以和主播、作者、出版方在一起互动,这个时候读者的购买相对冲动。冲动型购买力的商业价值是理智型购买力的10倍,因此,流量就成了我们所要追求的最重要的一个元素。



激发生意新可能 图书行业的电商探索

■滕宏磊(巨量引擎内容消费业务中心运营策略总经理)

2020年可以说是跌宕起伏的一年,特殊时期,新的格局下,包括图书出版在内的各类传统行业都遭遇了不同程度的挑战,与此同时,用户对于新媒体的触达习惯也在逐步养成,人们的经济、社会、生活等方面都在发生着巨变。

整个图书行业从2015年到2019年都在不断上涨,但在2020年出现了5%的负增长。受疫情影响最大的是图书零售的线下规模,负增长达到了33.8%,线上规模保持正向增长,达到7.2%,但整体增速放缓。在新消费的生态上,视频逐渐被大家认可,从2018年到2020年,短视频用户规模不断扩大,使用率高达88.3%,人均单日使用时长达到110分钟,说明短视频对人们的沉浸式阅读和消费更有黏性。在这种形式下,用户主要有两个行为:关注电商直播和移动端搜索。2020上半年互联网电商直播总场次达1000万场,平均每天有将近5.5万场的线上直播;整个短视频8.73亿用户里有7.6亿人有移动端搜索的习惯。在用户行为和用户时长的加持下,整个互联网经济增速达到了15%。

把正确的内容推荐给志同道合的人,就是所谓的公域流量,基于兴趣推送内容、沉淀用户产生复购,就是所谓的私域流量。如果私域流量不足以产生影响,就可以通过商域流量来实现私域流量的冷启动,这就是公域流量、商域流量实现多元增长的私域流量。

公域流量就是空手套白狼,如果经营能力和运营能力强,就可以触达抖音的推荐流。公域流量里内容的四个关键要素:没见过的、没想过的、有知识的、有同感的,再比如说追热点、造人设、做生意和卖产品都可以打开公域流量的入口。抖音鼓励大家多做短视频信息,鼓励大家多做直播的场次。

私域流量的运营会受到越来越多企业家的追捧,让用户主动和被动产生转化,主要有以下几种方式:第一种是自发分享,用户觉得内容特别好,就会自动产生分享行为;第二种是有分享激励,比如分享之后可以获得红包反赠,或者组织优惠活动,让用户持续留驻并分享给他人;第三种是被动转化,可以通过发私信的方式多次触达用户,从而产生复购的场景,抖音也提供入口可以产生用户的沉淀和转化。



2020年度民营书业最具影响力人物

王艺桦	荣信教育文化产业发展股份有限公司
王笑东	北京新华先锋出版科技有限公司
杜志建	河南天星教育传媒股份有限公司
李万强	江西金太阳教育研究有限公司
张向民	北京华取基业教育科技有限公司
金浩	上海钟书实业有限公司
夏顺华	海豚传媒股份有限公司
龚县流	深圳市友谊书城有限公司

2020年度民营书业最具影响力企业

山东天成书业有限公司
广州开心教育科技股份有限公司
世纪天鸿教育科技股份有限公司
北京天域北斗文化科技集团有限公司
北京当当网信息技术有限公司
北京曲一线图书策划有限公司
四川华夏万卷文化传媒股份有限公司
江苏春雨教育集团有限公司
重庆五洲世纪文化产业投资集团有限公司
阅文集团(上海阅文信息技术有限公司)
新经典发行有限公司

2020年度民营书业最具影响力社科+童书品牌

北京时代华语国际传媒股份有限公司 时代华语国际
北京湛庐文化传播有限公司 湛庐
读客文化股份有限公司 读客
北京奇想国文化发展有限公司 奇想国童书
北京禹田翰风图书有限责任公司 禹田文化传媒
北京洋洋兔文化发展有限责任公司 洋洋兔动漫
北京爱心树文化有限公司 爱心树
北京童立方文化品牌管理有限公司 童立方
北京蒲公英童书馆文化传播有限公司 蒲公英童书馆
青豆书坊(北京)文化发展有限公司 青豆书坊
哈尔滨勤为径图书经销有限公司 勤径千里马
深圳市金版文化数字传媒有限公司 金版
黑龙江省同源文化发展有限公司 小笨熊

2020年度民营书业最具影响力教育品牌

万向思维国际图书(北京)有限公司 万向思维
山东星火国际传媒有限公司 星火
世纪金榜集团股份有限公司 世纪金榜
北京优学教育科技股份有限公司 鼠状元
北京智慧熊文化传媒有限公司 智慧熊
华版(北京)文化有限公司 状元手写笔记
江西省赣江文化发展有限公司 赣江文化
武汉天成贵龙文化传播有限公司 状元大课堂
郑州培优教育图书发行有限公司 培优小状元
河北金卷教育科技有限公司 先享题
河北领先文化传播有限公司 一路领先
陕西万唯教育传媒有限公司 万唯中考
洛阳朝霞文化股份有限公司 王朝霞
湖北世纪华章文化传播有限公司 名校课堂

2020年度民营书业最佳渠道商

山东中教产业发展股份有限公司
北京人天书店有限公司
北京书福图书有限公司
北京美妙文化传播有限公司
安徽省导航图书有限公司
贵州智方文化传播有限公司
徐州三味图书有限公司
湖北三新文化传媒有限公司
湖南书畅教育图书有限公司
漳州市芗城区博文图书文化有限公司

2020年度民营书业最佳出版服务商

一书一码(北京)智慧图书技术有限公司
广州豪镁装饰设计工程有限公司
北京易诚通信息技术有限公司
北京京城新安文化传媒有限公司
北京益华鼎泰科技发展有限公司
四川寰视乾坤科技有限公司
成都林鸿创客图书有限公司
沈阳序序文化有限公司
南京大众书网图书文化有限公司
湖北知合空间设计装饰有限公司

2020年度民营书业最具魅力书店+最佳阅读推广书店

广州扶光书店连锁有限公司 扶光书店
昆明新知集团有限公司 花千谷阅读小镇
荆州市弘丰江汉书店股份有限公司 江汉书店
南昌市青苑书店 青苑书店
保定市新世纪图书中心 新世纪图书中心
上海大隐书局有限公司 大隐书局
山东文友书店有限公司 文友书店
陕西嘉江汉唐图书发行有限责任公司 嘉江汉唐书城
浏阳市卡乐文化发展有限公司 卡乐书城
浙江新闻阅读文化传播有限公司 無料书铺
锡林郭勒盟教育园图书销售有限公司 青城阅立方