

# 运用新技术 拓展新业态 大力推动产业转型升级

●肖 陵

**摘要:** 加快出版与科技融合,推动产业转型升级,提升出版发行业核心竞争力和整体实力是当前出版发行业的一个紧迫课题,本文提出了加快出版与科技融合步伐;运用网络信息新技术,实现传统商流模式和分销渠道再造;运用高新技术手段,升级书业物流平台;探索数字化教材教辅发行新路径等一系列建议,具有一定的可借鉴性。

**关键词:** 产业发展 新技术 新业态 转型升级

当前,我国新闻出版业正处在加快转变发展方式、推动文化产业成为国民经济支柱性产业的关键时期,如何加快出版与科技融合,推动产业转型升级,提升出版发行业核心竞争力和整体实力,是一项十分紧迫的课题。

## 一、加快出版与科技融合步伐,是推动出版发行产业转型升级的惟一途径

近两年来,以搜索引擎、移动终端、电子阅读器等为主的数字出版技术创新日新月异,数字阅读终端产品不断升级,新型阅读方式不断涌现。数字出版技术的运用与发展,带来了出版业生产方式、运营模式、管理方式等革命性的变化,加速了出版业的分化升级,传统图书、互联网、手持阅读器、手机阅读等多种出版方式并存。目前传统出版发行企业的自主研发能力有限、数字出版商业模式还不成熟、赢利模式亟待完善,再加上网络书店、电子书、移动阅读的强势崛起令纸质图书出路变窄、传统音像市场没落,三大移动运营商等网络和渠道对内容的权力争夺,这一切让传统出版发行业的生存发展面临困局。

处在改革发展关键时期的出版传媒集团,必须紧紧抓住科技创新,依靠科技带动,积极运用高新技术和先进设备改造传统基础设施,不断提高企业科技应用和现代化水平。积极采用数字、网络等高新技术和现代化生产方式,改造传统创作、生产和传播模式,建立新型内容生产方式和数字化传播载体、传播渠

道,以新技术新业态提升出版发行业的核心竞争力和整体实力。

近年来,重庆新华书店集团在这方面探索应用的步伐一直没有停止。借助网络信息技术自主研发的商流系统,覆盖了教材、教辅、一般图书以及音像电子出版物等主营业务以及财务核算、连锁管理、电子商务、对外交流等环节,实现了全市主营业务进、销、存、收、发、退以及报订、调剂、结算“一网通”;适应会员卡消费需求,推出了“新华一卡通”;开通了企业网上银行,提高了资金管理效能;开发利用最新科技成果建成全国一流水准的现代物流中心,大大解放了主业生产力。科技新技术给传统的发行企业注入了升级转型的活力。

## 二、运用网络信息新技术,实现传统商流模式和分销渠道再造

互联网技术的广泛应用,颠覆了传统的出版物发行业态。由于行业标准建设基础薄弱,大量的信息孤岛制约了出版传媒产业链的贯通和市场开拓,出版物流和分销环节存在着若干与产业发展趋势不符的问题。包括图书库存庞大、供销信息交流不畅、商流业态不优化等。推动传统出版发行渠道业态升级,必须打通信息处理壁垒。重庆新华书店集团自主开发已于2011年并线运行的企业信息管理平台(BPMS),为信息流、商流与物流的高效结合提供了一个解决方案。

在业务信息的整合上,利用互联网平台与上游供

商实时进行信息沟通、交流, 供应商的新书信息、发货信息、货品资料等数据, 可以通过 BPMS 系统提供的互联网平台, 实时、无缝地传递到 BPMS 系统中供业务人员使用。上游供应商可以按需求实时了解下游各网点的销售情况, 实现数据共享。下游各网店可以通过 BPMS 系统实时了解上游供应商信息, 甚至通过平台直接进行要货申请。

在业务渠道整合上, BPMS 系统创造性地加入了“非通过性发货”的新渠道, 货品绕过传统物流环节, 由供应商物流直接送达终端客户, 最大可能地缩短供应商和客户间的距离, 特别适合时效性要求极高的学习文件、音像制品等。在对下游客户层面, BPMS 系统在传统发货模式之外另辟蹊径, 革命性地推出了“可变单元发货”, 打破了传统发货必须到门店进行再分发的模式, 支持总部直接发货到最终客户, 特别适合教材、“农家书屋”等品种少、数量巨大品种。

在销售模式整合上, 除传统的批销、零售方式外, 整合了联动销售、网售、流动销售等方式, 融入了众多传统折扣、限时抢购、积分返利、电子礼券等方式。借助新的商流系统, 传统发行渠道能够承载图书之外更多更有效的文化产品。业态调整三年来, 主业与关联产业的销售各占半壁江山。在带来可观经济效益的同时, 也为实体书店的生存发展闯出了一条新路。

### 三、运用高新技术手段, 升级书业物流平台, 提高商品流转效率

科技新技术对发行业的帮助, 最大最直接的当属物流系统。新闻出版总署提出建设以连锁经营、物流配送、电子商务为主要特征, 以大城市为中心、中小城市相配套、贯通城乡的出版物发行流通网络, 是推动出版发行业升级的战略部署, 也是出版发行集团的出路和责任所在。

重庆新华书店集团新建的物流中心根据书业物流存在的品种多、正向物流量与逆向物流量都十分巨大的特点, 与设备生产商共同研发出基于物联网技术的、将播撒作业和分拣作业合二为一的高速存储器, 建立了物流作业中人与货的新关系, 改变了以往效率低下的“人找货”模式, 创新出“货到人”的高效运

行模式, 改变了物流的传统流程, 提高了商品流转效率。项目总占地 200 亩, 已经建成投入运营的一期占地 80 亩, 投资 2 亿, 物流配送中心 4 万平方米, 满负荷年吞吐量可达 40 亿元, 储存单品 25 万个, 一般图书日发货 3000 件, 全面提升了出版物物流配送的服务方式和手段, 为集团主业扩张、市场营销起到了重要的中盘支撑。

目前, 重庆新华物流中心正在积极地探索和实践, 努力提高人、机、场地的综合使用效率, 向第三方物流拓展, 实现由企业物流向物流企业的转变。

### 四、积极介入电子书包的研发、推广, 探索数字化教材教辅发行新路径

传统出版发行产业最大的硬伤之一, 就是产业面狭窄, 产业结构单一, 主要依靠教材教辅生存。随着学生减负、知识载体的变化、教学模式的改变, 教材教辅电子化是大势所趋。国有发行集团应当主动跟进, 积极介入电子书包的研发、推广, 开拓数字化教材教辅发行的新路径, 努力成为技术先进、服务一流的教育产品服务商。

具体地说, 可从以下四个方面入手: 一是与教材、教辅出版商进行合作, 介入教材教辅数字化出版上游, 大力开发拥有自主知识产权的数字教材教辅产品。联合开发针对性、适用性强的数字化教材教辅产品, 贯通数字出版产业链, 完成由一个单纯的渠道商向内容提供商的转变。二是与电子设备生产商合作, 开发生产适合使用数字化教材教辅的电子阅读器产品。三是成立专门的数字网络公司, 在为学生提供数字教材产品的同时, 开发基于中小校园的数字化教育服务云平台, 为学校提供一体化的网络教学解决方案, 同步提供网络教学、试题库下载、课堂及家庭作业的网络发布、学生作业的网上批改、学生综合情况分析等功能, 延伸数字教材产品线。四是利用国有发行集团在长期教材教辅发行实践中积累的品牌、渠道、服务优势, 积极争取教育主管部门的支持, 大力推广拥有自主知识产权的数字教材、教辅和电子阅读器等产品, 帮助中小学校搭建数字化无线校园网络, 提供从产品到服务的一体化解决方案, 逐步形成具有自身特点的核心竞争力。

# 关于地方专业出版社 产品结构调整的思考

● 崔向东

**摘要:** 地方专业出版社具有鲜明的地域色彩, 需要根据地方特点有针对性地开展产品结构调整。本文在论证地方社产品结构调整的特殊性基础上, 探讨调整过程中需要处理好的三种关系, 以及实现产品结构调整的方法与途径, 以期为地方社的发展提供支持。

**关键词:** 地方社 产品结构 调整

出版社的产品结构调整是一个老话题, 也是一个常谈常新的话题。因为, 对于出版社来说, 产品结构的调整是发展中一个无法避开的问题, 准确地说, 是一个永恒的主题。地方专业出版社(以下简称地方社), 是出版队伍中具有地域色彩的方阵, “地方”这一特色使其产品结构的调整有着自身的特

殊性, 只有适应了这种特殊性, 调整才会给予出版社的发展以正确的影响和支持。

## 一、地方社产品结构调整的特殊性

由于市场格局和读者需求发生了变化, 或是出版社自身的生产规模发生了变化, 出版社从自身发

## 五、搭建出版发行交易云平台, 为全行业 数字化转型、电子商务化提供技术支撑

标准不一、信息不畅、效率低下, 是制约图书快速、广泛、精准流转的瓶颈。再加上地区行政壁垒等诸多因素的影响, 全行业的商品交易、结算、行业监管大都停留在传统方式, 交易成本高, 流通效率低, 服务手段落后, 制约了全国出版物“大市场、大流通”的形成。因此, 建设一个贯通全行业的出版交易平台十分紧迫和必要。

大数据、新技术和消费满足率是电子商务平台成功的三大关键因素。重庆近两年建起了国内最大的云计算基地, 为利用互联网技术传播文化商品提供了便利, 全面启动建设“中国出版发行交易云平台”项目。项目分两个阶段实施:

第一阶段, 建立“中国出版发行在线交易中心”, 为出版社和书店打造全面、快捷、实时互动的“中国出版发行交易云平台”。交易平台配置最新多媒体技术, 使交易过程实时互动; 交易平台终端不但适用于

PC机, 同时还广泛支持各类移动终端, 使交易更方便; 通过智能接口技术, 将用户的ERP系统与交易平台实现实时无缝对接, 使交易的数据自动生成, 转移至用户ERP系统。同时, 出版社的图书资料可以通过交易平台完整地传递到书店系统, 用户无需对数据进行二次处理。

第二阶段, 为读者群提供出版产品主导类文化消费网站“中国书城”(B2C)。整合供应链, 为读者打造一个集传统出版物与数字出版物为一网的品种齐全、购买方便、配送及时、满足率高的网上购书平台。

“中国出版发行交易云平台”为全行业实现交易全品种和交易全过程的电子商务化提供了有效的解决途径。届时, 出版社专注于提升产品的内容质量, 实体店专注于销售服务和物流配送, 不用再花费人力财力去搭建各自的电子商务网站, 都可以借助“中国出版发行交易云平台”来实现。

(作者单位: 重庆新华书店集团公司)