



## 信息集结号

## 2011北京照明展4月举办

本报讯 4月6日至8日,2011年中国(北京)国际照明展览会暨LED照明技术与应用展览会将在北京中国国际展览中心举办。

该展会是一个面向行业和用户的全照明产业链展览会,除了为饭店行业提供照明应用系统展示以外,还特别设置多个主题展区,包括品牌馆、专业照明及装饰照明馆、照明工程及照明设计院等。同期活动中国照明论坛,将探讨照明领域的新技术及新产品,交流照明电器企业的发展趋势。

为了推动照明应用,同期还将举办照明设计系列活动。该活动将引入高附加值和创意元素,为照明设计师、建筑师、工程师、终端用户和照明器具供应商提供一个持续性的国际交流平台。

(喻淑妹)

CeBIT2011  
核心主题为云计算

本报讯 2011年德国汉诺威消费电子、信息及通信博览会(CeBIT 2011)将于3月1日至5日举办。

在本次展会上,参展商将围绕数字商务、数字生活、数字实验室和数字政务四大板块演绎云计算的强大功能。德国汉诺威展览公司董事局成员劳尔在接受媒体采访时表示,云计算被视为科技业的下一次革命,它将带来工作方式和商业模式的根本性改变。因此,他们将明年展会的核心主题定为云计算。

作为CeBIT展会海外参展的生力军,中国展商将在2011年再掀热潮,参展规模较往届增加10%。华为、汉王、三诺、普联、惠科等知名企业都将亮相展会。在这样的尖端科技展会上,中国厂商提供的产品也在悄然升级。应该说,CeBIT提供给中国企业的不仅仅是交流产品的大平台,更是一个让国内展商紧跟国际创新潮流的大窗口。

(王婷思)

2011年汽车装备展  
10月于法国举办

本报讯 2011年汽车装备展览会将于10月11日至15日在法国巴黎北部维尔班特展览馆举办。今年的汽车装备展由法国汽车装备工业联合会和法国汽车制造行业供货商及采购方交流协会主办,将展示用于各种车辆的所有装备。

2011年汽车装备展览会将尽力反映售后服务市场的状况,完整地提供市场上的服务方案。在此次展会上,参加展会的将有1800多家厂商,其中75%是国际展商。展会将接待9.6万多名参观者,其中35%是国际买家。与2009年8万平方米的规模相比,本届展会展览面积将增加25%,达到10万平方米。

本次展会将设立3个专门的展示区,分别是采用绿色技术的汽车装备专区、钣金油漆和故障修理专区、信息系统以及信息和通信技术展示区。

(张玉涛)

河北佛教文化用品展  
4月举办

本报讯 4月16日至18日,第二届“中国·河北佛教文化用品展览会暨佛教文化论坛”将在河北石家庄举办。

展会由中国会展策划师联盟、中国国际佛教协会、香港佛教协会、河北中华儿女展览中心、河北省会展经济学会、石家庄协和会展有限公司等单位联合举办,将围绕中国源远流长的佛教文化历史和别具特色的河北佛教文化人文景观,开展佛教文化用品展览展示、佛教文化大型公益论坛和佛教文化用品订货、贸易洽谈、交流等活动。

在首届中国·河北佛教文化用品展览会暨佛教文化论坛上,数万人次专业观众参与了大会论坛、展览展示、贸易洽谈等活动,成为中国北方规模较大、层次较高的佛教文化交流盛会。(穆智莉)

## 展业聚焦

## 数字出版有“钱途”

■ 本报记者 叶灵燕

1月9日,记者在2011年北京图书订货会数字出版专区看到,盛大Bambook推出的全球首款专为女性设计的电子书,凭借靓丽时尚的粉红色外表、细腻纤巧的感官体验和极致强大的阅读功能俘获了众多女性观众的芳心。

作为中国书业的年度盛事,本届图书订货会在延续以往特色的基础上,顺应近年数字出版业蓬勃发展的态势,首设数字出版专区,首次举办中国电子书产业峰会,召开以“数字出版——下一个五年的竞争策略”为主题的高层论坛,就连书稿版权交易会也侧重于数字版权交易,强调新媒体、新模式、新未来,搭建数字网络版权现场授权平台。

“本届图书订货会联合产业链各方,共同探讨研究数字出版的现实问题,希望能为中国数字出版的发展提供真正有价值的参考经验。”中国出版工作者协会常务副秘书长、北京图书订货会组委会秘书长黄国荣在接受记者采访时如是说。

## 数字出版收入有望突破千亿元大关

“数字出版是出版业的发展趋势,势在必行。这种趋势是一种难以逆转的趋势,所以出版社要想发展,必须重视这一趋势。”中国大学出版社协会副秘书长、清华大学出版社数字出版中心主任毕研林强调表示。

事实上,这几年数字出版的数据证实了这一趋势。中国出版科学研究所发布的报告显示,2009年,中国数字出版的收入为799.4亿元,比2008年增长了50.6%,增长速度非常惊人。其中电子书收入14亿元、数字报纸收入3.1亿元、网络游戏收入256.2亿元、网络广告收入206.1亿元。

数字出版高速发展顺应了时代的需要。2010年,中国网民达4.2亿,互联网普及率达到了31.8%,手机用户突破8亿。据中国出版科学研究所预测,2010年,中国数字出版产业总收入有望突破千亿元大关。

中国新闻出版总署出版管理司司长吴尚之在中国电子书产业峰会上指出,发展数字出版产业是产业转型、生产方式、发展方式转型的需要,是阅读需求变化的需要,更是倡导绿色印刷的需要。

“人们的阅读习惯正在悄然发生着革命性的变化,尽管现在大家还不情愿为数字阅读付费,但是不管你情不愿,数字出版时代来了。等年轻人习惯了,中老年人也就慢慢习惯了,那读书人、爱书人都习惯了。这个习惯一旦形成以后,数字出版的掘金时代也就来了。所以,我们有理由对中国数字出版爆发期的尽快到来抱有充分的信心。”中国民主与法制出版社副社长刘明清介绍说。

## 传统出版在数字时代的机遇

“读者消费习惯正在悄然发生着革命性的变化,这对传统出版而言是个巨大的机会。传统出版可以有享受数字出版的大餐,享受数字出版带来的革命性变化和成果。”刘明清指出,截至目前,绝大多数出版社还没有在数字出版当中掘到属于自己的金矿,还没有看到自己在数字出版领域的大好“钱途”。

毕研林认为,为了把握数字出版的机会,传统出版应该把数字出版的新技术和传统的一些资源进行有效整合,把单一的出版形式变成一种多媒体、立体的出版形式。这样一来,全方位的出版物会给出版的下一步发展带来新的增长点。

“如何抓住这个机会,推进数字出版的转型,确实已经成为出版人士共同关注的话题。”

吴尚之介绍道,传统出版的优势也正是传统出版社实现转型的优势。在他看来,传统出版社积累了大量的出版资源,集中了一批高素质的人才,聚集了一批长期合作的作者,以及在管理和出版物标准方面形成一套行之有效的规范和制度等。

科学出版社有限责任公司副总经理胡华强表示,对于数字出版来讲,内容资源是核心、技术标准是手段、版权保护是保障、政策支持是关键、模式创新是根本、海量内容是基础。传统出版社要专业化地做好数字出版,需要转变发展理念、转换人才队伍的培育等。

科学出版社有限责任公司数字出版技术总监孙卫指出,营销模式、生产模式、运营模式的转变,都需要跳出传统出版业的方法,进入互联网时代、进入数字出版时代。

## 中国应走自己的数字出版之路

“你怎么储备明天的能力,使得你明天具备竞争能力,这是数字出版面临的一大挑战。”孙卫称,怎样把纸媒发展成互联网和移动网,是出版界要储备的能力。目前,传统出版社还没有意识到意味着要储备明天的能力。

据黄国荣介绍,中国数字出版产业发展很快,但从整体来看仍有很多问题,依旧处于摸索阶段。就目前发展情况来看,中国数字出版最大的问题在于尚未出现良好的商业模式。中国出版界不能照搬亚马逊的模式,因为国内没有亚马逊这样有内容资源、电子书生产和平台服务三位一体的大集团。中国出版界也不能照搬苹果模式,因为没有苹果的技术能力。“中国必须走自己的数字出版之路,我们的产业链各方已经到位,终端厂商、平台服务商以及内容生产商都已兴起,现在需要的就是合作。”黄国荣认为,只有三方分工合作,才能形成良好的数字出版盈利模式,形成一个密合的数字出版产业链。这样,中国的数字出版有可能走上一个良性循环的轨道。

记者在本届北京图书订货会上调查发现,版权问题是制约数字出版产业发展的瓶颈。一位不愿透露姓名的出版商告诉记者,版权纠纷在数字出版中时有发生。在数字出版中,作者、出版社、终端厂商之间围绕版权而产生的利益纠纷较传统出版更为激烈。众多出版业内人士呼吁,应该找出数字出版版权新的发力点,营造良好的数字出版环境,以便健康有序地发展中国的数字出版产业。



本报记者 李春红 摄

## 走马观花

## 美国电子消费展大摆平板电脑擂台

■ 沈竹士

1月7日,美国消费电子展在拉斯维加斯威斯酒店开幕。iPad(平板电脑)成为展会中最受关注的热点。专家称2011年将成为“平板电脑之年”,而对消费者来说,商家的激烈竞争可能带来实际的价格实惠。

## 平板产品爆发式增长

美国消费电子协会首席经济学家肖恩·杜布拉瓦克曾预计,100多种平板电脑新品将在本次展会中亮相。现在看来,实际情况远超他的预计。

多达十几家厂商拿出了平板系列产品,他们的“门派”所出不同:摩托罗拉、黑莓、三星代表智能手机阵营;松下、瑞轩、LG代表电视显示器阵营;惠普、东芝、宏碁代表个人电脑阵营。他们各恃所长,都想在平板市场里分一杯羹。

这与去年的情况形成鲜明对比。苹果iPad独霸2010年的平板市场,全球销量超过700万台。唯一的对手三星“银河”(Galaxy Tab)在2010年11月才上市,迄今只卖了150万台。

苹果iPad的成功让商家看到消费者对平板电脑的需求。根据弗雷斯特公司的调

查,今年美国本土的平板市场容量会达到2400万台,而全球范围内有可能卖掉4200万台。

弗雷斯特公司分析师萨拉说:“平板已经变身成为工作娱乐两相宜的时髦货,消费者的需求会更旺盛,他们换起机器来比以往更快。”

## 用价格挑战苹果iPad

后发制人的厂商要挑战苹果,他们首先想到打一场价格战。

韩国Enspert公司首席营销官鲍比·查说:“平板是个新兴市场,消费者买名牌货就得花大价钱。对不太知名的公司来说,如果能造出相似的廉价款,那就是绝好的机会。”这家韩国公司把一款平板产品带到拉斯维加斯展会上,配备安卓系统和7英寸屏幕,售价350美元,比16G低配的iPad还要便宜30%。

在低价的基础上,厂商们增加了更多的功能。东芝公司的负责人尼谷说:“我们把笔记本技术应用到平板上,比如让屏幕亮度根据光线自动调整。相比苹果iPad,我们的平板电脑前后都配有摄像头,能插SIM卡,还有高清视频接口。”

苹果、黑莓、微软的平板电脑都使用自己开发的操作系统;而其他厂商大多使用

谷歌专为平板电脑开发的安卓3.0“蜂巢”系统。更重要的是,谷歌在展览开幕后声称“蜂巢”系统对芯片等硬件没有最低要求,制造商不用担心没有高级“发动机”来配这部“好车”了。

## “内涵”应用是关键

平板电脑名目繁多,消费者从中能得到多少实惠呢?恐怕还要打上问号。

要装配出一台廉价平板并不难,难在内外兼修,提供足够丰富的软件应用。美国comScore公司分析师马克·多诺万认为,平板决胜不在于硬件功能有多丰富,而在于软件质量的高低。“一句话,你需要大批程序开发者的支持。”马克·多诺万说。

这正是苹果素来成功的秘诀。人们喜欢苹果,因为他们喜欢“愤怒的小鸟”等等有趣、贴心的应用。从iPod touch开始,苹果一路在iPhone和iPad上苦心经营应用软件商店,现在收到丰厚回报。

苹果缺席了本次电子消费展,而是在前一天发布了针对个人电脑的应用软件商店,并推出1000多个应用软件。看来对苹果的挑战者来说,电子消费展上的亮相只是一次“阅兵”,真正的竞争将在应用开发领域继续展开。

冰雪旅游与民俗文化融合  
沈阳国际冰雪节开门迎客

本报讯 1月8日下午,中国沈阳国际冰雪节在沈阳棋盘山开幕。

据了解,发起于1993年的沈阳冰雪活动,至今已累计接待中外游客超过千万人次。从2009年开始,沈阳国际冰雪节将冰雪旅游与民俗文化融合,受到国内外游客的关注。

据介绍,本届冰雪节除设棋盘山冰雪大世界主会场外,还在东北亚滑雪场、白清寨滑雪场、沈阳怪坡滑雪场、沈阳世博园设立4个分会场。本届冰雪节还将开展国际冰上舞蹈汇演、民间艺术展示交流会、玩转冰雪大闯关、挑战严寒冬泳表演、冰雪大竞技、冰雪靓车冬装秀等13项系列活动。(姜敏)

## 节庆快递