

传统出版业春风回暖

图书订货会现场馆配采购码洋1.63亿元

■ 本报记者 胡心媛

传统出版业呈现新趋势

众所周知,在互联网高速发展的当下,电子书的兴起对传统纸质书籍市场造成了很大的冲击,对出版社的冲击自然也不可小觑,但本届图书订货会却让业界看见了曙光。业内人士表示,如今订货会的“风向标”作用非常明显,对读者来说,能知道新的一年将有哪些好书;对出版人来说,能看到出版社的变化和业态的新趋势。

今年的订货会上,“风向”就有了变化。从今年的订货会可以看出,出版社对于市场变化的应对越来越积极灵活。“比如商务印书馆这类老品牌,也在调整出书品种,今年除了主打产品第三版《辞源》和一些学术书外,更加注重环保、博物等知识类图书,内容更加面向大众。而一些民营书商则正相反,以往都是紧贴市场畅销书,今年却开始往‘大部头’‘大工程套书’方向发展。”据中国社会科学出版社营销中心的王磊分析,各个

出版社都在根据市场调整策略,显示出当下出版业的积极性和服务意识在提升。

国家新闻出版广电总局印刷发行司发行处副处长安乐表示:“十三五”规划中文化产业将会成为支柱性产业,国家现在对文化产业的高度重视,在政策上又给予了很多支持,这是前所未有的,生活水平的提高将会极大地促进人们对文化的消费。

新技术为出版业带来活力

在订货会现场,记者看到许多新技术都运用到了少儿图书中。毫无疑问,新技术为少儿图书带来了新体验。北京出版集团旗下的北京少年儿童出版社,依托虚拟现实(VR)技术,推出了第一部结合虚拟现实(VR)技术的启智类科普读物——“大开眼界·恐龙世界大冒险”丛书,并在订货会现场设立了互动体验区。虚拟现实技术(VR)是最前沿的视觉交互技术,通过全景成像,形成

立体全沉浸式的视觉影像,使观众仿佛置身幻境之中。

这些新变化、新面貌都为出版业带来了更大的活力。据2016年北京图书订货会组委会秘书长刘丽霞介绍,3天来,本届订货会现场馆配采购码洋达到1.63亿元,参观人数近9万人次。

针对前几年的行业整体下滑而言,不少出版人表示当下已经明显感觉到了行业回暖的迹象。这个改变有很大一部分来自于实体书店的前回暖。记者了解到,就在订货会开幕前不久,网络图书销售平台当当网宣布,未来3年内将在全国开1000家实体书店,引发关注。

在订货会上,中信出版集团上海公司总经理、中信书院院长施宏俊透露,中信出版计划在“十三五”期间开办上千家书店,并把它们打造成一种“城市文化公共空间”,将书店、咖啡、文化活动融为一体,以对接不同的商业领域。

会展 红粉秀

致会展“老泡儿”们

■ 周宇宁



年度聚会,不是新常态,但在2015年和2016年的辞旧迎新中,会展江湖的各部门派聚会的频率颇高。大会、年会、论坛、成立、庆典……每周都不止一次地在北上广+N个会展城市里上演。

在上个月的朱家角会展人大会上,会展江湖中的一位壮派派说:“从金庸小说中可以看出,武林地位就是由一个个大会确立的。”此言一出,立即得到数位读者金庸小说长大、在业界拼杀多年的男士的赞同,再配合当时朱家角古镇上迎风招展的龙形底图的路旗,一场由互联网社群发起的创意活动,在会展江湖里入戏很深。

说起会展江湖,就不得不提多年来浸在这里,自嘲为“老炮儿”的一群人。近日,在常州,第22届国际(常州)广告创意展示设计高峰论坛上,吸引了国内展览工程公司的多位负责人,他们自称:这次活动“老炮”全聚齐了,难得!

时下,电影《老炮儿》火爆异常,对于没看过这部片子,但每天在朋友圈里不时接受相关信息的笔者来说,最深的感触就是,这部电影让一群本来不怎么进电影院、很少谈论电影的“40+”男人有了共鸣。

据一位已成功成名就的北京老哥说,他10多年来第一次为了《老炮儿》走进电影院,看得泪流满面。根据百度词条显示,“老炮儿”是北京俚语,指资格较老的爱玩儿闹的人,或经常进“局子”的人。

那些自称为“老炮儿”的会展人,显然不是经常进“局子”的人,他们只是混迹在会展江湖中,打拼多年的人。

和那些有政府背景的行业协会的主办比起来,他们自由;和那些外资公司出身的“会展洋派”比起来,他们更接地气。再加上,这些会展“老炮儿”多是民营公司的创业人士,对付过三教九流,终于通过努力和作品确立了江湖地位,平时在会展圈里最活跃、最讲义气的也是他们。能和他们PK一下江湖感受的,大约就是展馆负责人了,他们多次过招,对彼此的诉求和路数比较熟悉。

对于会展江湖来说,资深人士戏称“老泡儿”似乎比“老炮儿”更贴切些。所谓“老泡儿”,就是经常泡在各种会议和展览上,不是参加活动就是在做活动的人,这是会展人工作的常态。这样一来,会展资深人士都可称为“老泡儿”。

“老泡儿”需要泡得时间久,就像泡菜,需要的是鲜菜的出身和来自不同化学反应的味道。变味的或味道不纯正的,没人喜欢。所以怎样把自己“泡”得活色生香,才能在办会办展时吸引人,在参会参展时犹如当年传说中在巴拿马打碎的茅台,一战成名,从此江湖地位确立。就像这次常州聚会,多位“40+”、“50+”的“老泡儿”不仅是在聚会上变着花样玩,还在论坛上严肃地秀着自己的作品、创意和观点。

不入江湖,焉知江湖。会展“老泡儿”,成就了一道味道独特的会展大餐!

(作者系中华会展精英女性俱乐部秘书长、中国经济网·会展中国/旅游经济主编)

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

素,如LG新款冰箱的挥手和挥手自动开门功能;而另一方面,部分厂商继续着力于建立智能家居平台和物联网,从三星通过Smart Control遥控器和Smart Hub可以看到其对于未来智能家居生态的“野心”。

CES 2016已经结束,但科技仍在发展。在CES上我们能看到很多未来科技生活的风向标,不过现在仍是一年初,作为行业关注者,我们也期待在未来会有更多与未来生活相关的、能让人眼前一亮的技术出现。

成都加快建设国际会展名城

2016年,成都会展业发布消息,亚洲知名展览机构新加坡新展展览公司在中国内地布局的首个项目选定成都,并将于2016年11月举办中国(成都)物联网展览与会议,该会议将成为中国中西部国际化和专业化水平最高的物联网展会。

这是成都会展业近年来坚持“专业化、国际化、品牌化、信息化”发展战略成果的缩影。随着会展产业规模不断壮大,品牌影响持续扩大,成都“具有国际影响力的中国会展名城”建设得到加强。会展业的蓬勃发展也促进了成都的全方位开放,并在推进城市国际化进程、促进城市经济转型升级中起到了积极作用。

当前,“一带一路”战略和长江经济带建设等国家发展战略,以及国家级天府新区、西部综合交通枢纽、具有国际影响力区域创新创业中心的建设为成都提供了新的发展机遇。2014年,成都市地区生产总值突破万亿元大关,目前落户成都的世界500强企业已达268家,双流机场年旅客吞吐量突破4000万人次,国际地区航线达85条。

在城市国际化进程加快、对外开放水平提升的大背景下,成都市博览局不断加强与国际国内会展知名企业合作,先后与全球知名展览公司如英国励展集团、英国博闻集团等签订战略合作谅解备忘录。

随着国内外知名展商和会议组织者开始将目光转向西部地区,成都凭借在市场辐射能力、航空条件、会展环境、旅游资源、城市魅力等方面的比较优势,在西部城市承接国内外重大会展向西部转移中取得了领先发展的

态势,已成为国内外重大会展活动在中西部布局的首选城市。继财富全球论坛和世界华商大会落户成都后,全球规模最大、影响最强的可持续交通领域综合性盛会——米其林必比登挑战赛2014年在成都举办。全球民航领域的重量级国际品牌会议——2015世界机场城市大会和2016年世界航线发展大会先后落户成都。

近年来,成都会展业积极围绕全市高端成长型产业、先导新兴服务业、战略性新兴产业和优势产业,为产业发展搭建平台,先后举办了中国—东盟投资贸易科技合作洽谈会、世界3D打印技术产业大会暨博览会、世界机器人及智能装备产业大会暨博览会等一批产业推动作用显著、产业示范效应良好的品牌展会。经过软洽会10多年的推动,成都软件和信息技术服务业产业规模由2003年66亿元增长到2014年的2398亿元,年均增长率超过35%。

2015年,成都市成功举办第92届全国糖酒商品交易会、首届中国西部(四川)进口展暨国际投资大会等一批重大会展活动。成都市博览局负责人表示,2016年,成都将举办2016中国成都全球创新创业交易会、第16届中国西部国际博览会等重点展会。成都会展业将按照“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念,坚持“专业化、国际化、品牌化、信息化”发展方向,积极推进市场化进程,持续发挥会展经济助推产业、拉动消费、服务民生、扩大开放、营销城市的积极作用,加快建设国际会展名城,推动成都建设西部经济核心增长极和国际性区域中心城市。(刘 畅)



中国作为主宾国亮相新德里国际书展

2016年新德里世界书展日前在印度首都新德里开幕。作为本届书展的主宾国,中国有81家出版单位的5000多种出版物亮相展会,以“文明复兴,交流互鉴”为主题的一系列出版与文化交流活动随之展开。亚穆纳河畔,菩提树下,书香与茶香相伴,笛声与笑声相融。

创办于1972年的新德里世界书展,目前已经成为印度规模最大的书展,也是南亚地区的重要书展,2015年的观众人数逾100万人次。本届书展有来自30个国家的1000多家展商参展。首次作为主宾国的中国,将独具魅力的中国传统文化与当代中国的新发展、当代中国人的新生活,以图书的形式呈现给印度各界。(新 华)

奇思妙想 跨界碰撞

国际消费电子产品展告诉你未来的生活会怎样

■ 梅 子



2016年国际消费电子产品展(CES)日前在美国拉斯维加斯落下帷幕。作为每年开年的第一个科技大展,CES总是特别引人关注,因为从当年展出的产品中,往往能够看到时下科技行业的发展趋势,可以说CES是科技行业的一个风向标。

穿戴产品风光不再

作为去年CES的一个热点,穿戴产品在今天的展会上,似乎低调了不少。虽然像华为、雷蛇、卡西欧、Misfit、Fitbit、Garmin等厂商带来了一系列的新产品,但是纵观整个展会,能让人眼前一亮的穿戴产品几乎没有,大多数产品都是一些过往产品的升级版和特别版,功能上也没有太多的革新。

经过了几年的发展,穿戴产品在去年Apple Watch正式发售之后掀起了另一股高潮,但Apple Watch销售一段时间之后的疲软也让大家对智能穿戴产品这个领域有着更多的思考。相比智能手机那极快的发展速度,智能穿戴产品的发展瓶颈期迟

迟未过,包括一直存在的同质化问题依然没有得到很好的解决,这些都像是给穿戴热潮泼了一盆冷水。穿戴产品遇冷,其实很值得厂商,甚至是我们去思考,到底怎么样的智能穿戴产品,才是大家真正想要的?

科技“入侵”汽车领域

汽车科技是今年CES上的一个热点,无论是各路厂商发布的电动汽车/无人驾驶概念汽车,还是各种自动驾驶技术系统,我们都不难看到,科技“入侵”到汽车领域,已经是件板上钉钉的事情。

值得注意的是,CES上出现了传统汽车厂商和科技厂商加强合作的趋势,乐视分别与法拉第未来和阿斯顿马丁联手推出概念汽车,搞得和德尔夫联合发展自动驾驶技术、迈凯伦携手日本电子巨头JVC发布概念车,这些都是很好的例子。其实两者的结合,对于未来汽车的发展是一件好事,毕竟科技厂商懂科技,汽车厂商会造车,两者分工合作,总比两者各自埋头发展要好得多。

科技公司跨界无人机

无人机是今年CES展会的另外一个热点,除了大疆这种“老牌”无人机厂商带来了旗下新品,也有不少新鲜的血液加入到无人机领域当中,如腾讯和零度合作的“Ying”(空影)无人机、抛到空中就能放飞的Parrot Disco固定翼无人机、亿航的可自动驾驶载人飞行器等等。高通和英特尔则是分别带来了内置骁龙801处理器的骁龙飞行平台和具有实感技术的Yuneeec和Ascending无人机。

腾讯做无人机的消息在会展业界之前已经有曝光,然而当这款产品CES上正式出现时,还是给人带来了一种“不做无人机的公司都不能算是科技公司”的错觉。不过事实上也正是如此,像国外的亚马逊和谷歌早已展开对无人机的研究,据闻国内也有一些大厂在筹划着做无人机。

其实,这对无人机的普及来说并不是一件坏事,毕竟在这个领域上,做的人多了,自然也就会有更多的人对无人机有所了解,这对推动无人机的普及来说是一件好事。当然,入局的厂商一多,很有可能会造成同质化的局面,不过就目前无人机的这种功能多样化的发展趋势来说,暂时还是不用太担心的。

智能依旧,但少了天马行空

智能元素在本届CES上仍然有不少体现,不过这回的智能要靠谱不少,那些天马行空的所谓“智能”产品少了很多。

智能家居是不少科技厂商关注的方向,因此家电产品是本届CES上最能体现智能元素的一个领域。一方面,不少产品去掉智能的名头,但是加入了一些更加贴近未来科技生活的元

▼信息集结号

湖南第15届文博会今春举办 7年成交20亿元

记者近日获悉,为期3天的湖南第15届文物博览会将于3月4日在湖南省文物总店、湖南古玩城举办。自2009年以来,湖南文博会直接成交额20亿元,带动交通、住宿、餐饮、购物、娱乐、旅游消费120亿元。

湖南文博会从最初的单一文物交易平台,成功向集文物交易、交流、拍

卖、展览和文物鉴定、文物知识普及为一体的综合性平台转型,向以文化创意为主题的广泛社会活动扩展,逐渐形成了“规模化、专业化、多样化、国际化”的品牌形象,成为了省内外乃至国内外文物古玩界的重要平台,推动了湖南省文物艺术品市场的繁荣健康发展,正在形成成为湖南文化产业的新名片。

2000多家企业参展 IFE2016广州国际食品展6月举办

记者近日获悉,2016年第16届中国广州国际食品展暨广州进口食品展览会将于6月29日至7月1日在中国进

出口商品贸易会展馆举办。届实将有来自40多个国家和地区的2000多家企业参展,观众数量有望突破7万人次。

12.1万人次逛西部农交会 签订购销合同25亿元

近日,第15届中国西部(重庆)国际农产品交易会迎来12.1万人次市民采购,销售的优质农产品达9900万余元。

农交会搭起让生产者与消费者“面对面”的桥梁,有购、有吃、有看。万州的柑橘、巫溪的药材、黔江的蜂蜜、忠县的腐乳等优质农产品以低于平时销售价格出售,万州

的香橙曾两度断货。

与此同时,农交会还搭起了合作的平台。据组委会统计,农交会现场签订购销合同25亿元,签订的投资项目达到6.8亿元。其中,綦江区斩获现场最大订单;该区举办的特色效益农业招商引资项目推介会上,推出的40个项目中,有6个签约,购销协议和投资项目总额达15.2亿元。

河北首届韩国商品博览会开幕 聚焦五大类产品

近日,为期5天的河北首届韩国商品博览会在石家庄举办。此次博览会展示了美妆、食品、日用品、小家电、母婴用品五大品类近百种韩国商品,供市民参观挑选。据悉,以上五大品类的韩国商品将被引进,

它们将入驻中商大厦的韩国商品时尚精品馆,并在实体店资源基础上,进行B2C跨境电商销售,在主流购物网站建立互联网旗舰店,使消费者第一时间享受来自韩国一线的商品及潮流信息。(本报综合报道)