



产经

数字阅读 考验传统出版业

本报记者 赵昂

第三届中国数字阅读大会上发布的《2016 年度数字阅读白皮书》显示,2016 年,中国数字阅读用户规模已超过 3 亿,市场规模已经达到了 120 亿元左右,增长率达 25%,同比提升 6.5 个百分点。与此同时,广告、版权等新形态的收入模式逐渐成熟。

数字阅读市场规模增长的背后,是国民数字化阅读的比例在增加。根据刚刚发布的第十四次全国国民阅读调查成果,2016 年我国成年国民各媒介综合阅读率为 79.9%,较 2015 年的 79.6%略有提升,数字化阅读方式的接触率为 68.2%,较 2015 年的 64.0%上升了 4.2 个百分点,已连续 8 年上升。

数字化阅读的主要群体,是 80 后和 90 后,当越来越多的年轻人捧着手机和 KINDLE 阅读时,这对传统出版业无疑是一种挑战。年轻人青睐数字阅读,与数字阅读的便捷性和低价性不无关系,在早高峰拥挤的地铁上,拿着手机看东西,比捧着一本纸质书,方便程度截然不同。

当然,电子书相对成本较低,年轻群体更容易接受,因为,购买一本纸质书,需要付出的成本不只是图书的售价,还要在居住地点为它找存放之所,一本书好办,十本书、一百本书呢?2016 年,我国国民人均图书阅读量为 7.86 本,如果这 7.86 本书都是买下来放在家里的,全家人十年下来需要多大的存书地方?

其实,从某种意义上而言,纸质图书从来说就是“奢侈品”,就好比最近热映的电影《美女与野兽》里,喜爱阅读的乡间女孩到了王子家,看见满屋子书的那种惊叹。20 年前,家里有两三个大书柜,而今,家里有独立的书房,这都是令人感到“奢侈”的事情。

但是,这并不意味着,纸质图书就全无竞争优势。书籍出版的核心目的,是为了传播知识,分享思想,而纸质图书具有更好的流动性和传播性。毕竟,数字图书的使用,是有种种时效和次数限制的,但一本纸质书,可以在很长时间内流转给许多人。

也就是说,包括图书馆、文化馆、社区在内的公共阅读领域,应当是传统出版业瞄准的未来市场。因为,纸质图书在这一领域,具有更大的发挥空间,并且随着我国对公共文化的投入逐渐增加,相应的图书采购需求也在上升。

事实上,许多人的数字阅读,是在手机上完成的。2016 年我国成年国民手机阅读接触率高达 66.1%,人均每天微信阅读时长为 26 分钟。手机屏幕大小有限,使用时间也相对零碎,这样的阅读是碎片化的。要么是常识性内容,要么是休闲娱乐,调查显示,两成手机阅读者喜欢的是“都市类言情小说”。

换言之,如果传统出版机构出的书,依然是“都市类言情小说”,那么,面对数字阅读就毫无竞争力可言了,且不论价格劣势,谁又会在家中腾出宝贵空间放这类书籍?

阅读的过程是由浅及深的,随着国民整体知识水平和文化素养的提升,会有越来越多的人,从碎片化阅读向深入阅读转型,而这样的深入阅读,依然需要纸质图书。另外,随着年龄增长、视力变化,加之收入水平提升和生活条件改善,当现在的年轻一代迈入中年时,纸质图书消费需求会增加。毕竟,手机和书房相比,哪个对下一代的影响更好,是不言而喻的。

数字阅读不会取代传统出版业,传统出版业也不能抗拒数字出版方式而画地为牢。数字阅读和纸质阅读,在不同的消费群体里有不一样的欢迎程度,出版机构需要瞄准不同的阅读受众,在传统出版和数字出版领域融合发展。



随着“健康”理念的深入,体育产业规模越来越大

体育用品产业发展势头正猛

本报记者 吴锋思

4 月 18 日,第十九届中国(晋江)国际鞋业暨第二届国际体育产业博览会在晋江拉开帷幕。本届博览会聚焦全体育产业链,融合赛事体验与体育服务于一体,强化品牌集聚效应,集纳了众多知名体育用品企业和品牌参展。

会上发布了《晋江体育用品产业发展蓝皮书(2017 年)》。蓝皮书指出,经过积极调整后,体育用品行业整体已经呈现出一定的回暖迹象,订单成绩明显回升;企业转型力度明显,重新审视产品定位,寻求差异化竞争;国际经济形势复苏情况良好;体育用品上市企业财报业绩提升明显。尽管深度调整过程还将持续一段时间,但从业各方主动创新、积极应对,重回良性发展道路指日可待。体育产业是当今全球发展最快的产业之一,年均为世界带来几千亿美元的收入,并以每年 20% 的速度增加。体育用品市场作为体育产业重要的组成部分,也成为潜力无限的市场。

体育用品产业复苏

“这两年明显好转了,应该度过了最困难时期吧。”晋江一家知名运动鞋服企业的负责人说起前几年的“关店潮”,仍记忆犹新,“有时一个月关好几个门店”。

2016 年,体育用品市场整体回暖趋势明显。种种迹象表明,体育用品行业已经度过了行业的滞涨期和衰退期。

2016 年,已经迈入体育用品行业“百亿俱乐部”的安踏再次拿出一份亮眼的业绩,全年营收 133.5 亿元,连续三年增长率超 20%,股东应占盈利 23.9 亿元。过去 5 年,安踏毛利率逐年攀升,上升至 48.4%。

最近发布年报的李宁,业绩也稳步上升。2016 年收入达 80.15 亿元人民币,较上年上升 13%。同时,李宁的销售渠道仍然保持健康拓展趋势,完成年初制定的销售点扩张计划。

特步国际控股有限公司 2016 年度业绩公告显示,实现收入 53.97 亿元,同比增加 1.9%;毛利



王东明 摄/中新社

率连续 4 年上升,为 43.2%。

361°业绩报告显示,公司实现营收 50.23 亿元,较 2015 年同比增长 12.6%。2016 年毛利率为人民币 21.09 亿元,同比增长 1.1 个百分点至 42%。

“企业转型情况良好,订单成绩明显回升。”晋江市相关部门负责人表示,当地体育用品企业主动创新,积极应对,随着市场利好刺激消费,体育用品行业将持续回暖,并有望进入下一个繁荣期。

相关数据显示,根据体育产业 11 个大类看,福建省体育用品和相关产品制造业总产出和增加值最大,分别为 2897.37 亿元和 929.18 亿元,占比分别为 92.3%和 87.5%。

业内人士分析认为,在体育产业结构逐步调整、大众体育锻炼意识不断增强的背景下,未来几年将是体育产业发展的黄金时期。体育产业链或迎来全面爆发,各相关产业的市场规模将持续增长,体育用品行业也将迎来蓬勃发展。

产业市场环境优化

记者了解到,体育用品行业在 2008 年北京奥运会后,逐渐走下坡路,直到 2014 年才开始恢复增长。实际上,这与政府扶持体育产业发展的意愿密切相关,2014 年,国务院颁布《加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,其中提出到 2025 年,中国体育产业总规模超过 5 万亿元的发展目标。

随后,各种利好政策密集出台,作为体育用品生产的大省,近年来,福建省在推进体育产业品牌建设、体育公共服务平台建设、体育休闲健身服务、市场化运作的体育品牌赛事等方面均取得重大的发展。

福建省的体育制造业起步于 20 世纪 80 年代,从代工做起,到现在几乎囊括了国内所有知名体育品牌。为了促进体育产业整体健康发展,福建将体育服务业与体育制造业一同列为未来重点发展的产业。

“政府的大力支持,吸引众多资本加入到这场盛

京津冀协同发力北斗产业聚集区

本报记者 张玺 实习生 田伟

近日,北京经信委、天津经信委、河北工信厅联合发布了《京津冀协同推进北斗导航与位置服务产业发展行动方案(2017-2020 年)》(以下简称《方案》),确定北斗产业成为京津冀协同发展战略实施的切入点和先行手段。

《方案》提出,到 2020 年,实现北斗导航与位置服务产业总产值超过 1200 亿元,使京津冀地区成为国内最具影响力的北斗导航与位置服务产业聚集区和科技创新制高点。

京津冀的北斗竞争优势

北斗系统作为我国拥有自主知识产权的卫星导航系统,是近年来我国科技创新的重大成果。2016 年,我国卫星导航与位置服务产业总产值已超过 2100 亿元,同比增长 22%,北斗应用对产业核心产值的贡献率已达到 70%以上。

有关专家认为,从资源禀赋来看,以北京、天津为中心的京津冀地区兼有经济实力、科技实力和发展潜力,发展北斗产业优势明显。

近年来,北京市大力推广北斗应用,培育北斗产业,搭建的北斗导航与位置服务产业公共平台,通过在行业、大众中开展典型示范运营,带动了北京北斗产业链的完善与发展。

目前,北斗 CORS 参考站的建设,可提供覆盖全国的广域米级定位增强服务和覆盖北京区域

的厘米级高精度增强服务。北京已成为全国北斗应用最广泛、终端推广量最大的城市之一。

天津在京津冀协同发展中,定位于全国先进制造研发基地。“三机一箭一星一站”,即大飞机、直升机、无人机、大火箭、卫星、空间站,都在天津,产业资源非常丰富。目前,天津武清建立了北斗产业园,滨海新区也建设了若干个关于北斗的双创空间,打造了一批平台资源。此外,在人才和金融资源方面,天津也具有自己独特的优势。

几年前,河北就出台了《卫星导航与位置服务产业科技发展实施方案(2013-2020 年)》等一系列措施。目前,河北形成了“三中心一基地”的发展格局,即运用运营中心、工程技术中心、设备测试认证中心和生产制造基地,涵盖卫星导航的全产业链。

此次三地联合推出《方案》,从更高的战略角度协同推进北斗导航与位置服务产业快速健康发展,是落实京津冀协同发展国家重大战略的一次有益的尝试。

有关专家表示,预计到 2020 年,我国卫星导航产业规模将超过 4000 亿元,北斗贡献率将达 60%。在人口规模超 1 亿的京津冀,北斗市场潜力巨大。

三大重点应用领域

值得注意的是,京津冀在此次协同推动北斗产业发展中,特别提到要实现区域内车辆出行与共享单车的精准化服务。过去,北斗卫星导航系统常被运用于科学、渔业、救灾和国防等领域,提出在共享单车领域运用还是第一次。

在《方案》发布会上,北京北斗导航与位置服务产业公共平台与 ofo 共享单车达成战略合作,ofo 小黄车将在京津冀地区配备由北斗导航定制研发的拥有全球卫星导航定位技术的“北斗智能锁”,让车辆定位更加精准。双方还将合作制定和推广共享单车行业采用中国自主卫星定位技术的新行业标准,以“逐步代替美国 GPS 定位技术”。

“北斗+共享单车”只是京津冀协同发力推进北斗产业的新开端。事实上,《方案》提出,京津冀三地充分利用现有北斗导航与位置服务产业基础设施和成果,将围绕公共安全应急保障、交通与物流、养老等三大重点领域开展规模化应用。

京津冀一体化交通出行位置服务平台建设,将通过多种方式方式为公众提供跨区域、全过程基于位置的实时交通信息服务。跨区域跨行业的物流信息平台,形成开放、透明、共享的供应链协作模式。

养老领域将依托北斗导航定位功能,研制推广智慧养老可穿戴型设备,为老年群体提供定位、位置服务、健康监测、预警、监护等服务,还将搭建京津冀一体化北斗智慧养老服务平台。

错位竞争协同发展

京津冀三地地缘相近,但发展基础与区域特色不同,未来三地如何在北斗产业上实现分工协作?鉴于众多北斗导航与位置服务产业核心企业在北京中关村已形成相对聚集效果,打造以北京中关村为核心的京津冀发展北斗导航与位置服务产业的聚集区,形成企业孵化成长区、加速发展区和企业总

蔓,体育产业迎来爆发式的增长。”业内人士分析,由于资本的投入,生产企业科研投入也随之增加。

时至今日,“健康中国”的理念逐渐深入人心。近两年,全国都掀起了全民体育的热潮,据统计,福建省内 2016 年举办的马拉松赛事多达几十场,虽然规模大小不一,但全民参与度极高。“一项赛事就带动路跑经济发展,特别是体育鞋服、体育装备从中直接受益。”福建省体育局相关人士告诉记者。

体育产业的市场越来越细分,记者采访发现,体育用品企业也越来越注重产品差异化。体育鞋服市场进一步细化,形成了针对不同消费者的子市场。各大运动品牌在 2016 年也加强了品牌布局,一方面通过收购或者成立合资公司,扩大品牌数量,进入足球、冰雪项目、瑜伽女性运动等新领域;另一方面多个品牌也积极布局儿童、青少年市场。

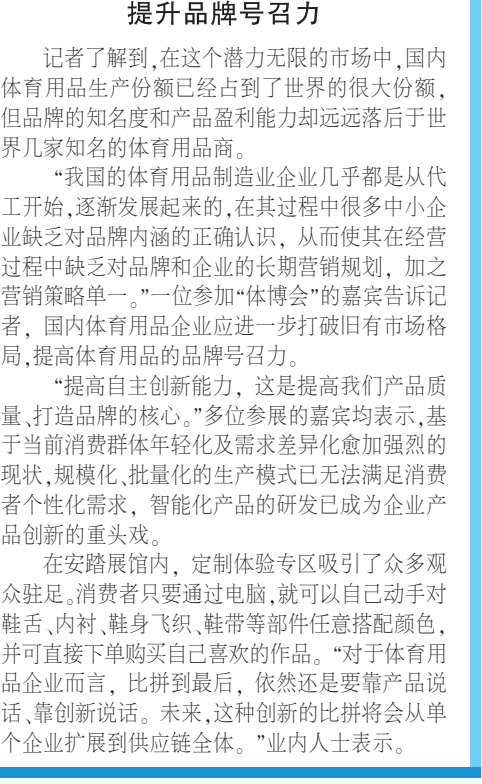
提升品牌号召力

记者了解到,在这个潜力无限的市场中,国内体育用品生产份额已经占到了世界的很大份额,但品牌的知名度和产品盈利能力却远远落后于世界几家知名的体育用品商。

“我国的体育用品制造业企业几乎都是从代工开始,逐渐发展起来的,在其过程中很多中小企业缺乏对品牌内涵的正确认识,从而使其在经营过程中缺乏对品牌和企业的长期营销规划,加之营销策略单一。”一位参加“体博会”的嘉宾告诉记者,国内体育用品企业应进一步打破旧有市场格局,提高体育用品的品牌号召力。

“提高自主创新能力,这是提高我们产品质量、打造品牌的核心。”多位参展的嘉宾均表示,基于当前消费群体年轻化及需求差异化愈加强烈的现状,规模化、批量化的生产模式已无法满足消费者个性化需求。智能化产品的研发已成为企业产品创新的重头戏。

在安路展馆内,定制体验专区吸引了众多观众驻足。消费者只要通过电脑,就可以自己动手对鞋舌、内衬、鞋身飞织、鞋带等部件任意搭配颜色,并可直接下单购买自己喜欢的作品。“对于体育用品企业而言,比拼到最后,依然还是要靠产品说话、靠创新说话。未来,这种创新的比拼将会从单个企业扩展到供应链全体。”业内人士表示。



李宋摄/东方 IC

部聚集区三大梯次功能区,辐射周边地区北斗导航与位置服务企业,引领产业发展,形成京津冀整个产业集群区的中心。

在天津市建立北斗导航产业基地、北斗战略新兴产业园区、北斗卫星导航数据中心等多个北斗产业创新服务平台及科技成果转化与产学研合作平台。

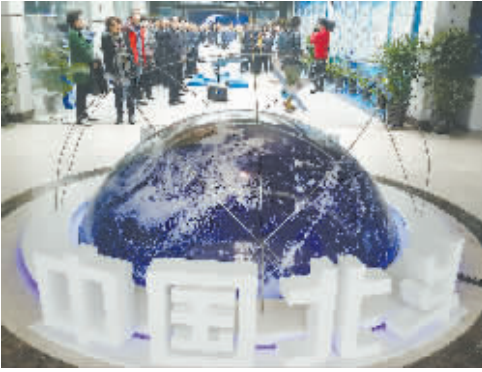
在河北省建立卫星导航国家级工程技术中心、国家级通信导航监督检验中心、卫星导航运营服务中心与卫星导航产业基地。

京津冀推进北斗产业实现错位竞争协同发展中,还将促进共用共建共享协调发展,推动空间信息基础设施一体化、应用平台一体化和运营服务一体化。

有关专家指出,京津冀虽然协同优势明显,但是发展北斗产业依然面临国内其他地区的竞争和挑战。

目前国内各地规划北斗相关产业园区星罗棋布,据有关统计,各地上马的“北斗产业园”已达 40 多座。在各地大搞规划、大设指标的背景下,各城市、各产业园对北斗企业和北斗人才的争夺会异常激烈。

更为关键的是,北斗产业本质上是一种创新经济,需要创新资源和高端资本的孵化,与传统园区经济给已经成型的制造企业提供搬迁的价值洼地大不相同。这对京津冀北斗产业园区也是一个挑战。



李宋摄/东方 IC

用好军民融合平台 推动航天科技成果转化

——中国航天科技集团公司第十二研究院院长薛惠锋谈军工高科技如何产业化

党的十八大以来,军民融合发展上升为国家战略。在今年初,中央成立了中央军民融合发展委员会,习近平总书记任主任,这体现了党和国家对军民融合发展的重视。作为国家军民融合产业发展的重要“先行区”和“试验田”,中国航天科技集团公司第十二研究院(中国航天系统科学与工程研究院,以下简称十二院)作用无疑将更加突显。

问:党的十八大以来,中央将军民融合上升到国家战略,强调建设军民融合创新体系,您对此是如何理解的?

答:当前我国迈入实现“第一个百年目标”的冲刺阶段,面临实现中华民族伟大复兴中国梦的关键时期。与此同时,我们面临的各种外部压力和风险挑战急剧增多,主要分为安全和发展两个大的方面。

从安全的角度看,挑战是“修昔底德陷阱”。这指的是在发展过程中,“新型大国”与

“守成大国”之间爆发(战争)冲突的可能性会增大。

从发展的角度看,挑战是“中等收入陷阱”。这指的是一国的 GDP 到了“中等收入”阶段,如果不能成功实现经济发展方式的转型,就无法跨入高收入国家行列。

从全局来看,安全和发展是一个事物的两个方面,我国现在要同时跨越两大陷阱,面临如何处理有限资源的矛盾;要跨越“修昔底德陷阱”,就需要加大对国防和军队建设的投入;要跨越“中等收入陷阱”,就需要加大对经济建设投资。

克服有限资源的矛盾,同时跨越“两大陷阱”,关键在于实现军事优势、经济优势的良性循环。

国际知名智库兰德公司在《衡量国家实力》中提到,历史上能够长期保持强大的所有强国都在经济优势和军事优势之间建立了良性循环。美国能够长期保持超级大国地位,关

键是能够将有限资源打造为双向互动的“经济竞争力”和“军事战斗力”。

党的十八大以来,我党把军民融合上升为国家战略。这既是兴国之举,又是强军之策。无论是《关于经济建设和国防建设融合发展的意见》出台,还是今年 3 月,习近平总书记在全国人大解放军代表团上,对建设“军民融合创新体系”的指示,都是要打破军民两大体系的界限,使得“生产力发展”和“战斗力生成”相互转化、相得益彰,保障中华民族和平崛起、永续发展。

问:军民融合发展对引领“经济新常态”、推动供给侧结构性改革的作用是什么?

答:党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央作出了“我国经济进入新常态”的重大战略判断。

一方面,我国经济发展势头、速度在世界大国中一枝独秀;另一方面“三期”叠加持

续、下行压力加大,内生动力不足,经济发展呈现“将强未强”的态势,成长矛盾增多、风险和压力增大。循规蹈矩,因循守旧没有出路,传统的经济增长方式不可持续。实现发展的“速度换挡、结构优化、动力转换”,必须走“无中生有、有中生新”的道路,从更高起点上设计未来。

当前,军用、民用技术的界限日益模糊。发达国家军事专用技术比重已不到 15%,而军民通用技术超过了 80%。

与一般消耗性开支不同,国防建设“溢出效应”显著。以航天产业为例,从欧美航天产业发展历程来看,航天产业的直接投入产出比是 1:2,对相关产业的辐射能力达到 1:7 至 1:14。

像接力赛一样,实现技术突破是跑好了第一棒,技术的转化应用则是下一棒,如果下一棒没人接,科技成果再耀眼也变不成生产力。因此绝不能让科研成果“躺在功劳簿上睡

大觉”,要让“养在深闺”的国防尖端技术回馈民生,找到理想的“婆家”。只有打通国防尖端技术向现实生产力转化的最后一里地,才能迈入富国和强国相统一的快车道,为引领经济新常态、推动供给侧结构性改革,提供源源不断的强劲动力。

问:航天十二院的发展定位是什么?在推动军民融合发展方面有哪些独特使命和优势?

答:十二院是由中央批准、中编办发文,在原航天五家单位基础上重组成立的,肩负着中央赋予的“打造钱学森智库;支撑航天、服务国家;成为军民融合产业发展的抓总单位”三大使命,是中国航天事业的六大总体:智库总体、情报总体、数据总体、自动化总体、网络与信息化总体、军民融合产业化推进总体。

中国航天工业的突破和快速发展,为新

(孙喜保)