

· 资讯播报 ·

《法医秦明2》编剧纠纷至诉讼程序

北京商报讯(记者 宗泳杉)7月17日,针对编剧张灿灿指出的《法医秦明2》编剧正当维权反遭刑事控告一事,北京博集天卷影业有限公司(以下简称“博集天卷”)副总经理《法医秦明2》总制片人郭琳媛回复北京商报记者称:“针对张灿灿对我个人以及我的公司和同事所发的不实言论,我们确实向法院提起了诉讼以及证据,情况并非她一直利用网络和媒体所说。现在案件在法院已进入诉讼程序,一切等法院的结果”。

郭琳媛表示:“编剧是与公司签订合同并非我个人,至于她为什么一直在网上针对我的个人和我的同事,我们不得而知。对于张灿灿,公司已履行了合同条款,并且也向法院提供了相关证据”。

7月12日,编剧张灿灿发布微博称,自今年2月,《法医秦明2》制片方博集天卷负责人郭琳媛撤销控告后又第二次发起刑事控告,从去年至今,她一直被郭琳媛方面以滥用诉讼的方式一路追打。

去年7月,张灿灿在微博上发文,称自己为《法医秦明2·清道夫》创作了5集剧本,不仅被恶意拖欠稿费、索要回扣,连编剧署名权都被剥夺。郭琳媛则在朋友圈发文回应称:“我方完全按照合同执行,并且她的剧本我方虽未采用,但是仍然按合同给了她报酬。署名权的部分也是完全按照合同执行的”。

天津滨海新区将推海上游艇项目

北京商报讯(记者 关子辰)随着天津建设北方国际航运中心的角色不断强化,当地游艇产业也迎来了新的发展机遇。7月18日,天津市滨海新区政府官方微博发布消息指出,将加大海洋旅游开发,合理规划利用人工、自然海岸线,丰富东疆湾沙滩景区等亲海旅游项目,打造都市海洋体验旅游线路,同时推动邮轮港城建设,推出海上游艇、游船项目。

近年来,天津在游艇产业发展上不断推进。早在2013年,天津市就制定实施了《天津市邮轮游艇产业发展“十二五”规划纲要》,并出台《天津市游艇管理办法》等多项规章政策,在免除强制引航、放宽游艇登记限制、放松短期入境游艇检验和登记限制等方面实现突破。目前天津已有从事游艇行业企业超过280家,包括游艇修造、游艇销售、游艇俱乐部、游艇进出口等多个环节。游艇产业中的重要环节也均在天津开始起步;游艇码头建设初见成效,已建成一批码头泊位;目前天津已有超过十家企业从事游艇俱乐部业务。天津邮轮游艇协会秘书长高文玲表示,虽然政策利好不断,不过,相比其他港口,天津游艇产业面临淡旺季经营的问题,随着政策支持力度的增加,未来天津还会吸引更多的企业投入到游艇产业中来。

亚马逊败走 图书电商巨头四进三

入华15年,亚马逊中国用一个背影做了了结。自营纸质书率先关闭,第三方商家悉数离场,纸质书卖家也不例外。7月18日,亚马逊中国正式停止销售纸质书,如此一来,市场就从四大巨头变成了三足鼎立。一时间,图书电商市场逐步面临发展天花板、用户红利慢慢消失的担忧也开始升起。为了稳定自身的市场规模,各大图书电商也在打法上进行升级,除了延续传统的价格战外,还针对读者和入驻商家提供各种定制服务。而代表着未来趋势之一的电子书业务,也引起各方的关注,并先后在此布局。

格局生变

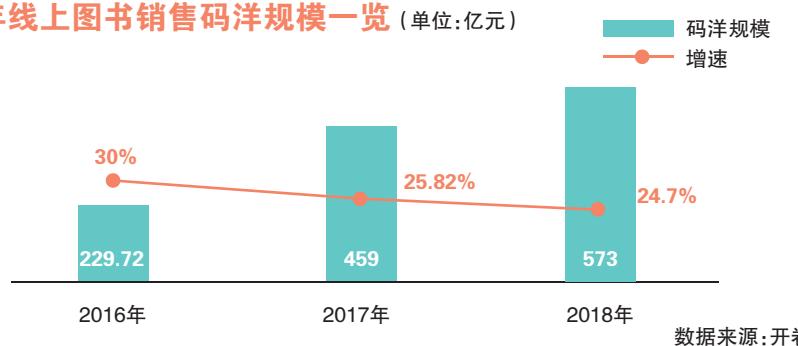
北京商报记者发现,7月16日和17日的亚马逊中国官网,仍有少量第三方商品处于有货状态。但7月18日再次登录亚马逊中国官网后则会发现,在浏览全部商品分类时,已经没有“图书”一栏,仅有kindle商店和kindle电子书的分类。当北京商报记者再次搜索前日查看的同款商品时,发现已处于无货状态,卖家的店铺信息也已不再显示。

对此,亚马逊中国方面回复北京商报记者采访称:“为了加速发展跨境在线零售业务,优化运营效率并提升盈利能力,亚马逊在今年4月对中国的零售业务进行了调整,纸书业务的调整则被包含在这次整体调整中。”

进入中国市场15年,亚马逊中国停止出售纸质书难免令人唏嘘,但亚马逊中国撤出纸质书电商竞争的背后,国内图书电商的格局也在发生着变化。以往国内图书电商市场中,亚马逊中国、京东、当当、天猫书城4家图书电商巨头占据着大部分市场份额,而亚马逊中国“砍掉”纸质书业务后,图书电商市场呈现出京东、当当、天猫书城三大平台“三足鼎立”的局面。

在百道新出版研究院院长程三国看

近年线上图书销售码洋规模一览(单位:亿元)



来,亚马逊中国撤掉纸质书销售业务对整体市场的影响不大,因为亚马逊进入中国市场15年来,并未占据主导权。如今亚马逊中国的纸质书业务份额早已被其他电商平台瓜分,撤掉也正因如此。

据北京开卷信息技术有限公司近几年发布的图书零售市场报告显示,2015年,全国网上书店零售市场规模保持高速增长,并实现同比增长33.21%,2016年,网上书店的全年码洋超过实体书店,并保持着30%左右的增长速度。此后,网上书店的码洋虽然继续增长,但增速却逐步下滑,2018年增速已降至24.7%。

打法升级

用户增长的红利正逐渐消失。为了能够稳定自身的业务规模并实现进一步增长,当下各大图书电商也在使用着各类打法。

传统的价格战仍是不可或缺的手段之一。暑期期间,天猫、当当和京东各自推出了促销活动,如当当打出了“30万图书五折封顶”的广告,京东则正进行“跨店每满199减100”的活动,而天猫是“精品图书五折封顶”。

程三国认为,打价格战是因为用户的增长速度已经接近天花板,因此图书电商选择牺牲掉书,把书作为引流的一种方式。但国内图书电商模式已经有点失控了,引流作用并不如以前那么

大。且各大平台都推出优惠活动,单一电商平台的销售效果就不再明显。可电商平台又不能不推出促销活动,因此陷入了如果不打折就不会有收入,打折了就不会有利润的恶性循环。”

因此,各大图书电商也开始针对读者和供应商制定多元服务。此前,京东图书文娱营销部总经理高燕就介绍了京东图书2019年营销方面的三大计划,并计划结合京东平台的资源,为新品制定个性化营销方案,帮助商家开发粉丝价值等。

当当也在对旗下图书业务进行更多布局,并在出版人盛会上提到坚持大数据选品,开放运营平台,实行流量交换计划等策略,同时延伸至线下的当当书店也将重建新的场景容器,实现线上线下联动。

资深出版人唐勇表示,打价格战是一种让平台获得用户和销售量的简单有效方式,从竞争对手的手中吸引用户到自己的平台,但这并不能让用户成为长期用户,因此各个平台均开始在体验性、服务上做文章,希望能更长时间地留住用户。

挑战加剧

巨头败退,图书电商的市场环境也再一次受到关注。在唐勇看来,对现阶段的读者而言,能够长期被吸引的因素更多在于图书品类和价格,但由于大多数

图书均会在多个平台上出售,所以各大图书电商很难在图书品类上找到自身的独特性,而价格战也容易令行业陷入恶性循环,如何实现长期稳定的发展,成为各大图书电商不断探索的领域。

值得注意的是,被视为未来发展趋势之一的电子书,近年来也在飞速发展,尽管纸质图书不会因电子书而彻底消失,但确有部分读者在阅读时逐渐向电子书靠拢,这也进一步带来市场挑战。与此同时,出版商与图书电商发现,电子书虽然会给纸质图书带来一定发展压力,但将电子书与纸质书的销售进行联动时,也能带动纸质图书的销售。唐勇表示,有时通过电子书的营销,反而也能成为后续销售纸质图书的口碑催化剂,这也使得近年来联动营销的图书越来越多。

在以上背景下,图书电商也尝试在电子书领域布局。而纵观几大平台,亚马逊中国在电子书领域布局得较早,无论是内容还是硬件,均已形成相对稳定的产业链条。当当、京东等平台近年来也在该领域动作不断,除了销售电子书外,也推出电子书阅读器等硬件产品,试图争得一定市场。

但在程三国看来,电子书业务方面,亚马逊中国处于龙头地位,不仅是因为该公司是世界上最早做电子书的公司,同时还将硬件和软件捆绑在一起。当亚马逊中国形成一定的用户基础之后,用户再切换到新的平台上是很困难的。而在亚马逊中国较为强势的市场份额之下,许多出版商都会优先考虑将优质的版权资源给亚马逊中国,因此亚马逊中国的这块业务已经形成了良性循环。对其他平台的电子书业务而言,他们面向的是非亚马逊用户,只能寻求差异化的版权资源,要想做大是很困难的”,程三国如是说。

北京商报记者 郑蕊 宗泳杉 闫岩



立潮头 信理智 怀专注 探真容

——人生是一段旅程,商报始终在这儿——

订阅价360元/年

2种订阅方式

1. 电话订阅

400-630-1663

2. 当地邮局 窗口订阅



六大平台为用户提供全方位服务

内容平台 | 互联网营销平台 | 活动营销平台 | 研究平台 | 评价平台 | 促销平台

■ 国内刊号: CN11-0104

■ 国内发行代号: 1-110

■ 国外发行代号: D4003

■ 地址: 北京市朝阳区和平里西街21号北京商报大厦

■ 电话: 400-630-1663 010-84277808

■ 网址: www.bbnews.com.cn