

# 奖杯,花落谁家

## 新知杯·2009 民营书业评选获奖名单

### ·人物奖·

#### 年度人物

陈天桥 盛大网络发展有限公司总裁兼董事长

##### 获奖理由:

他,曾经梦想用文学影响世界,如今在用网络平台改变世界,尤其是出版和娱乐世界,他就是陈天桥。

陈天桥的娱乐帝国虽然还没有完全建成,但现有的规模已经让我们感叹。单是拥有 80% 的网络文学内容这一项,就会让人懂得,未来的盛大,不但拥有制订网络文学规则的权利,还拥有从资源整合到资源再利用派生出的各种可能,这些可能包括:娱乐、文化和财富。

陈天桥以及他的团队对出版业的意义和启发在于:内容,内容,还是内容;资源,资源,还是资源。

#### 年度出版人

华楠 / 吴又 北京读客图书有限公司董事长 / 总经理

##### 获奖理由:

当写诗的吴又碰到同样写诗的华楠,诗歌界并没有反响,图书市场却有了反响。震惊于出版业“没有品牌,没有营销,没有思想,没有希望”,并认为许多出版人都落后于这个朝气蓬勃的时代,似乎有点狂,有点目空一切。但他们创立的北京读客图书有限公司成立不过才三年,创造一个又一个畅销书神话,却是事实。他们对《藏地密码》、《黑道风云二十年》和《我们台湾这些年》等图书的营销,带给了书业全新的理念和方法,带给书业一股热风。凭借对一本书的营销,他们打败了阿里巴巴、荣威汽车、汉庭酒店、创维电视和招商银行,荣获“2009 中国杰出营销奖”。他们用自己的实践证明,中国书业是有营销、有思想,因而也是有希望的,和这个时代一样,书业也是朝气蓬勃的。

#### 年度经理人

唐代伟 陕西嘉汇汉唐图书发行有限责任公司总经理

##### 获奖理由:

无论是作为书店老板,还是作为书店经理人,唐代伟多年来都一直坚持自己的理念:我们卖的不仅是书,卖的也是文化。正是因为有了这种坚持,他才能将一家只有 600 平方米的小书店经营成为拥有 12000 平方米的大型书城,并拥有了多家连锁店。

在 2009 年全国图书市场低迷之时,不少书店困难重重之时,嘉汇汉唐却仍然保持了 25% 的高速增长,这跟坚持这种经营理念的经理人有着直接的关系。

#### 年度新人

嵇晓华 科学松鼠会创始人

##### 获奖理由:

这是一个多么美丽的开端。一群年龄不一、性别不一、性格不一,但爱好同一的大小“松鼠”,试图通过自己的努力,团结更多的人,共同打开科学坚硬的外壳,将有营养的果仁剥出来,让人们享受科学丰富的营养,以科学提高人类的生活质量。科学松鼠会,人员越来越多,影响越来越大,他们身体力行地践行着科学的三个层次,即:科学技术、科学思想和科学精神。

科学松鼠会发表了很多文章,现在他们又开始策划和出版图书了。这群可爱的松鼠们,对出版业而言,是当之无愧的新人。出版行业需要更多这样的新人。嵇晓华,科学松鼠会的发起者,莫愁前路无知己,天下谁人不识君?

奖杯的沉甸代表的是收获的果实,在书业不景气的 2009 年,他们没有成天地抱怨,而是用实际行动交出了一份令人满意的答卷,此时的褒奖是对某个人、某个机构的肯定,更是对整个民营书业的鞭策和鼓励!



### ·书店奖·

#### 年度最佳小书店 云南麦田书店

##### 获奖理由:

退伍军人、摇滚乐手、电台主持人马力老板率性经营着云南麦田书店,诗人、独立音乐人、文艺书虫经常出没于此。作为昆明文艺地图的中心,麦田书店为我们阐释了 10 平方米书店成功的可能性。它的名字令人联想起“守望”一词,因为它的存在,我们对昆明的向往得以完整,亦更加丰富。

#### 年度最佳专业书店 四川水利电力科技购书中心

##### 获奖理由:

专业细分是民营书店在当下竞争环境中的生存之道。四川水利电力科技购书中心作为西南地区规模最大、品种最齐的水利电力专业科技书店,其经营理念为“做行家、做内行”,事实上,他们成功地做到了。

#### 年度最佳网上书店 当当网

##### 获奖理由:

裹挟着传统书店的焦虑与惊恐,伴随着书业转型的加速与冲突,在刚刚过去的 2009 年,当当网的奔跑带起更大的旋风,更具意义的是其增长方式——这并不是“简单、粗暴、有效”的价格战模式的延续。十年当当,值得回顾、更值得展望其更新颖的奔跑方式。

#### 年度最佳书城 陕西嘉汇汉唐书城

##### 获奖理由:

在图书市场低迷、产业制度变革的年代,汉唐书城仍保持了 25% 的销售增长率。目前,书城会员已逾 10 万人,连锁战略模式与多功能文化 MALL 模式同步拓展,书城辐射面扩大。在大书城模式备受考问的 2009 年,汉唐书城无疑是民营大书店难得的亮点。

#### 年度最佳服务商 孔夫子旧书网

##### 获奖理由:

最初,这是琉璃厂的网上版本。淘书乐趣以一种新的方式得以会聚与实现,从而成功地开启一个长尾市场。众多的书店经由孔夫子找到难逢的买家,众多的淘书者经由孔夫子找到难觅的心仪之书。旧书的网上交易事实上产生了全新类型的平台,尤其是在互联网基础设施化的时代,书店有了全新的含义:孔夫子,虽为旧书店,实为新平台。

#### 年度最佳馆配商 北京人天书店有限公司

##### 获奖理由:

高校等级评估过后的馆配市场一度呈现低迷状态,诸多馆配企业退出市场,而人天书店在 2009 年做到销量增长 40%、期刊增长 20% 的优良业绩。这是因为他们对内,开发内部结算系统;对外,进一步完善销售网络。同时,在网上书店方面人天也开始尝试。

#### 年度最佳营销奖 唐码书业(北京)有限公司

##### 获奖理由:

鲁迅说:地上本无路,走的人多了,便有了路。曲波云:地上本有路,走的人多了,便没了路。

唐码开辟了中国超市售书渠道,并打造了一个从内容到产品,到商超渠道营销的全价值链运营体系。传统书业创新多集中于题材、内容的创新,而唐码在内容、产品形态和渠道运营全方位的创新显得相当“另类”。从这个意义上说,唐码应该获得的不应仅仅是“最佳营销奖”,而其创新范例值得书业同人进一步解读和深入学习。