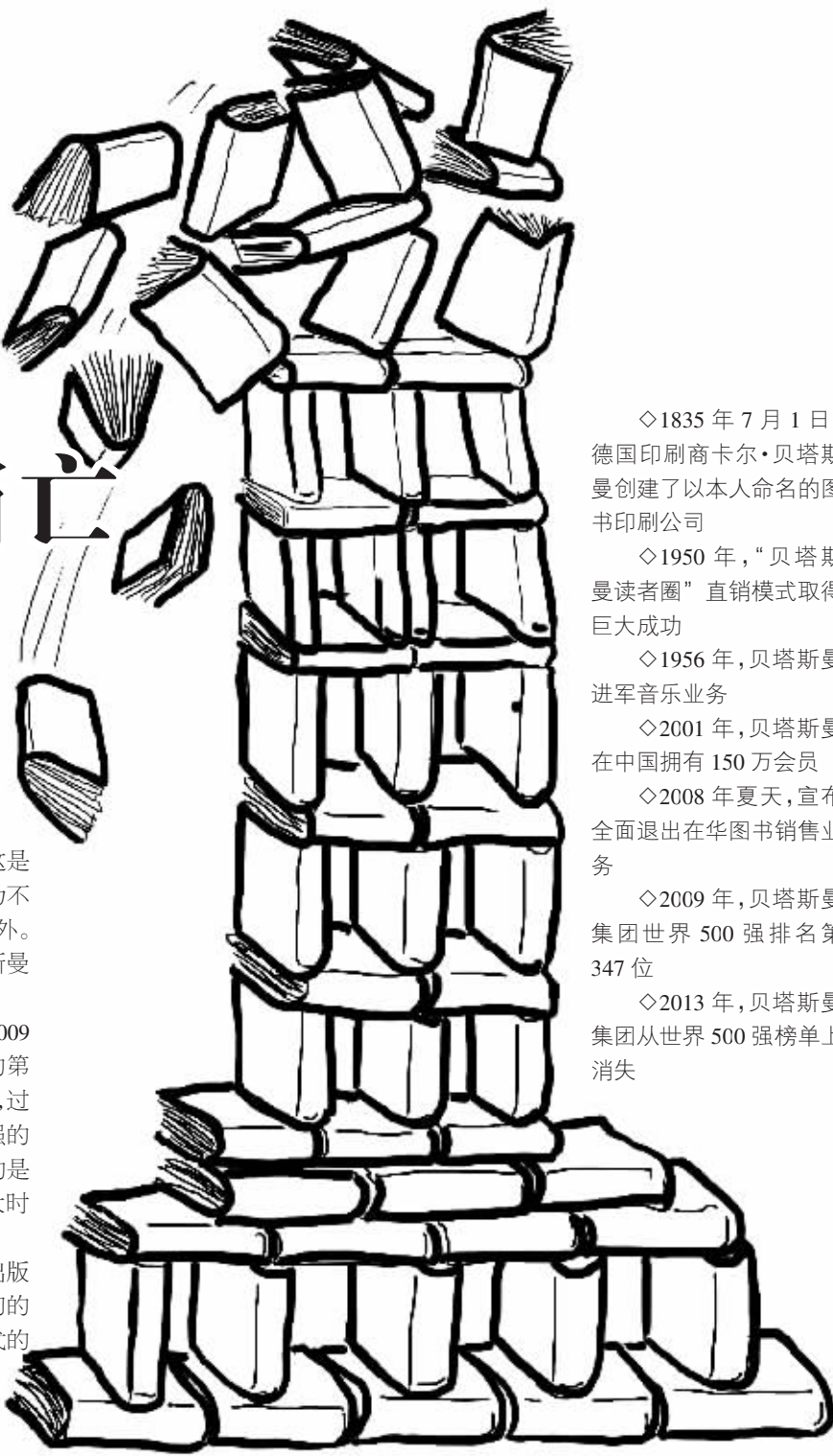


如果认真参详贝塔斯曼的发展变迁,可以发现这个走过近两百年的企业,本身就是一部阅读史。

2013年,贝塔斯曼集团从世界500强榜单上消失的黯然身影,是这个善变时代又一桩无奈的失意。

# 贝塔斯曼:一部阅读史的消亡



◇1835年7月1日,德国印刷商卡尔·贝塔斯曼创建了以本人命名的图书印刷公司  
◇1950年,“贝塔斯曼读者圈”直销模式取得巨大成功  
◇1956年,贝塔斯曼进军音乐业务  
◇2001年,贝塔斯曼在中国拥有150万会员  
◇2008年夏天,宣布全面退出在华图书销售业务  
◇2009年,贝塔斯曼集团世界500强排名第347位  
◇2013年,贝塔斯曼集团从世界500强榜单上消失

■ 本报记者 汪静赫

尽管经历许多繁花胜景,但贝塔斯曼看上去总是很安静。

虽然图书出版如今只是业务板块中一小部分,但在很多人的心中,贝塔斯曼这个名字依然呈现出一种书香气质。

如果认真参详贝塔斯曼的发展变迁,可以发现这个走过近两百年的企业,本身就是一部阅读史。

2013年,贝塔斯曼集团从世界500强榜单上消失了。

贝塔斯曼的黯然身影,是这个善变时代又一桩无奈的失意。

## 阅读时代的祭奠

书,从来不只是一件商品,阅读,也并非纸张对眼睛的贩卖。贝塔斯曼跌落2013年世界500强榜单,失落的不是高昂数字的利润,而是渐行渐远的纸质阅读和日渐衰落的传统出版。

1835年7月1日,德国印刷商卡尔·贝塔斯曼创建了以本人命名的图书印刷公司。1950年6月1日,“贝塔斯曼读者圈”应运而生,其客户直销模式被视为世界营销史上的巨大成功。在1956年进军音乐业务之前,贝塔斯曼专注图书出版已有一个多世纪的漫长岁月。

极盛时期的贝塔斯曼书友会覆盖全球56个国家,堪称世界最大的“读者圈”。风行全球的经营理念,将阅读化成书友会的精神纽带和商业链条。在许多人的书架上,在每一次静静的阅读中,贝塔斯曼书友会的好时光绵延了半个世纪。

尽管现在的贝塔斯曼已是涉足多个行业的庞大媒体集团,但在很多人的心中,图书仍是贝塔斯曼最不变的标签。在读者看来,阅读是一种无法用价格来衡量、也不能用商业来评断的美好,因为读书可以贴近心灵、远离喧嚣——然而,“卖书的”却不可以这样。

2008年之后,以贝塔斯曼全面退出中国市场为代表事件,贝塔斯曼告别了书友会、邮购目录以及实体店

店三大支柱,最赚钱业务转变为第三方物流和广播电视。这家老牌传媒集团的战略转型昭示出的是当下传统出版和实体书店的生存困境。

2012年,贝塔斯曼集团在世界500强榜单上排名第492位,这是一个被认为极度危险的信号,因为一不小心就会滑到边缘,直至跌出榜外。2013年,新一年的榜单上,贝塔斯曼看似不意外地消失了。

从2008年排名第316位到2009年排名第347位,再到2011年的第444位,直至2012年的第492位,过去的5年中,贝塔斯曼离开500强的速度一直在加速,而与之相对应的是数字化出版传统赶超出版业的大时代背景。

在时代的流走中,依靠印刷出版起家的贝塔斯曼最终远离了当初的起点,成为对于曾经那段阅读时代的祭奠。

## “中国式”短暂青春

贝塔斯曼的中国青春来去匆匆。尽管在2008年,红极一时的贝塔斯曼书友会突然在中国消失,但至今在很多中国人的印象里,贝塔斯曼依然只是一家经营邮购业务的图书公司。

1997年,还在读中学的赵先生第一次在《读者》杂志的广告夹页里看到一个新奇名词:书友会,同时他也首度听说了贝塔斯曼这个品牌。当时在很多中国人看来,“贝塔斯曼”的名字看上去十分“高端大气”。

20世纪90年代中期,贝塔斯曼给中国传统图书销售业带来了新的业务模式,它也是中国邮政之外最早建立起自己送货上门和客户服务系统的公司之一。在电子商务时代来临之前,贝塔斯曼模式为许多中国读者提供了另一种阅读消费的新鲜体验。

2001年,贝塔斯曼宣布在中国拥有150万会员,有超过800万的会员注册信息。时年19岁的赵先生正是其中的一名会员。在购书没有更多选择的时代,在网络电商未发迹之前,

贝塔斯曼的“魔力”迅速而美好。在赵先生的记忆中,当时觉得“身为一名贝塔斯曼书友会会员,说话感觉都能大声一点”。

贝塔斯曼的到来,让中国读者在新华书店之外终于有了更多选择。2003年,贝塔斯曼营业收入突破1.5亿元人民币。然而,就从2004年起,贝塔斯曼开始从巅峰滑落。网络销售书商的异军突起,加上贝塔斯曼长期以来存在的一些问题如高成本运营难以继等问题,导致实体店与书友会开始衰落。2008年夏天,贝塔斯曼宣布全面退出在华图书销售业务,曾经风靡中国的贝塔斯曼书友会正式从中国消失。

关于贝塔斯曼败走中国,有一个令人惊讶的说法是:在中国的13年,贝塔斯曼中国业务从未给德国总部贡献利润。相比较而言,“水土不服”则是对贝塔斯曼遭遇“中国滑铁卢”的一致评价。曾有业内专家感叹“贝塔斯曼拥有100多万书友会员,如果当时转型B2C网络图书销售成功,网络书商的机会会很小”。

2003年,贝塔斯曼建立了BOL网站,同时面向书友会会员和非会员,然而它还是错过了在华转型的最后机会。据说,当时来自贝塔斯曼高层的意见是,传统书友会将来仍然是主营收入,并不看好在线书店。于是,作为电子商务最早的开垦者之一的贝塔斯曼,没能及时转型,而是任由竞争对手迅猛发展。

2008年,贝塔斯曼书友会解散时,时年26岁的赵先生早已经是一名“白金会员”,此时的他也已经大学毕业步入社会。对于贝塔斯曼的离开,赵先生感到震惊和失落,但却并不觉得遗憾,因为当时他已开始习惯从网络书店订购图书了。

在文艺青年扎堆的豆瓣网,至今存在着一个叫做贝塔斯曼的小组,在其主页的简介里,这样写着:“来这里是为了怀念,怀念当年,那时,木有京东、木有当当、木有卓越……”

当年从贝塔斯曼购得的书,至今仍被赵先生整齐码放于书柜中。他说:“那是我青春的记忆。”——对于贝塔斯曼来说,何尝不是?

王利博制图

## 纪念日

(8月13日—8月19日)

1998年8月14日

## 香港政府对抗“金融大鳄”索罗斯

1998年8月14日至28日,香港政府共动用1180亿港元外汇基金,给国际炒家以致命一击。

1998年8月,一场前所未有的“世纪豪赌”在香港展开。一方是以“金融大鳄”索罗斯为首的国际金融投机家,另一方就是以财政司司长曾荫权为代表的香港特区政府。一时,这场“没有硝烟”战火已燃。

8月13日,香港特区政府决定向国际金融炒家“开战”。香港财政司司长曾荫权表示,下此决心绝非易事,因为特区政府入市有可能引起人们对香港金融经济政策一贯性的怀疑;而且一旦失败,上百亿的美金将付诸东流。虽然香港是一个自由经济体系,但

绝非让国际炒家自由“提款”的地方,正是意识到这一点,香港政府痛下决心,迎头追击。

8月14日,港府出击了。这是一场没有硝烟的战争,其激烈程度令所有亲历其中的港人心有余悸。8月27日战争已达到了白热化程度。从上午10时股市开市始,炒家的卖盘就如排山倒海一般扑来,短短15分钟内,成交额即达19亿港元,而在收市前的15分钟内,成交额高达82亿港元。这一天,香港股票的交易额高达790亿港元,是平日的20倍,而港府则动用了200亿港元。

那个曾经在不同的地方赢过不同的对手的索罗斯,最终以失败告终。

## 一周史记

- 8月13日: 2009年8月13日,中国银监会正式颁布《消费金融公司试点管理办法》。
- 8月14日: 1998年8月14日,香港特区政府入市与国际炒家对抗。
- 8月15日: 1988年8月15日,中共中央决定放开绝大部分商品价格。2007年8月15日,国务院决定将储蓄存款利息个人所得税税率由20%调减到5%。
- 8月16日: 1954年8月16日,中国第一台航空发动机试制成功。
- 8月17日: 2000年8月17日,香港最大电讯商香港电讯正式与盈科数码动力合并。
- 8月18日: 1938年8月18日,袁牧之、吴印咸创办延安电影团。
- 8月19日: 1948年8月19日,南京国民政府发行金圆券。

## 江湖

### 窦玉明任中欧基金董事长

日前,中欧基金正式发布董事会换届公告,窦玉明被选为新一届董事长,原董事长唐步由于任期届满,已于8月6日转任公司监事会主席。这也意味着,窦玉明或将成为公募基金(不包括香港子公司和专户子公司)实施股权激励的第一人。“员工持股计划”或许是窦玉明到了中欧基金之后烧的第一把火。

### 陈绍鹏出任丰联集团董事长

联想控股日前宣布,联想控股高级副总裁、佳沃集团总裁陈绍鹏将同时出任丰联集团董事长兼CEO,原丰联集团总裁路通离任。陈绍鹏1993年加入联想,转战多个极具挑战性的市场和业务,为联想集团的发展做出了重大贡献;2011年加入联想控股后,陈绍鹏构建起了联想控股现代农业——佳沃集团可持续发展的战略和业务布局。

### 裴长江离任华宝兴业总经理

有消息称,在华宝兴业基金管理有限公司担任10年总经理的裴长江“因个人原因”离任。裴长江的下一站将重返券商寻求职业发展,不出意外,是到国内券商龙头海通证券担任副总。海通证券内部人士近日确认,裴长江已到公司上班,但尚未宣布职务。

### 李楚源担任新广州药业董事长

广药集团整体上市后的新上市公司“广州白云山医药集团股份有限公司”(原广州药业)日前发布公告,广药集团董事长李楚源担任该公司董事长。公司原董事长杨荣明因退休原因不再担任相关职务。据悉,新上市公司“广州白云山医药集团股份有限公司”已于8月5日正式揭牌。

## 361°新闻

# 让孩子们尽情地歌唱

——“361°童装中国新声代”首季落幕



■ 陈芳 洪雅如

3个月、3大阶段,老中青三代音乐人的热情参与和互动,第一季“361°童装中国新声代”落幕。作为20年来中国首档儿童歌唱类节目,“361°童装中国新声代”为中国广大儿童开辟了一片清新的音乐天地,打造出一档充满爱、梦想与自由的强档节目,开启了“新儿歌”时代,与广大儿童一起唱响未来。

“361°童装中国新声代”主要面向14岁以下青少年儿童,旨在直面当前中国孩子没有属于自己的歌唱的儿童音乐断层现状,通过对经典曲目进行时尚改编、启动“新儿歌”全新创作等手段以及通过合唱、轮唱、竞唱等多元化的呈现方式,唱响最具时代感的新童声,挖掘孩子的音乐才华,更好地呵护儿童成长。

361°童装秉承“多一度热爱,多一份未来”理念,始终倾听儿童心声,希望呵护儿童成长的每一步,从研发服装到联合打造“361°童装中国新声代”等儿童精品节目与线下活动,不断延伸企业价值观,把帮助儿童健康成长更深入地融入企业战略,以求通过在更广泛的领域,以更多元化的投入,激发人们对儿童成长再多付出一份关爱,一起帮助孩子们创造更美好未来。

“361°童装中国新声代”,从节目最初创意,一直到赛程制定,老师选择,最终制作等环节,361°都全程参与,始终坚持“要做就做标杆与范本”原则。也是基于这一原则,节目邀请了歌王羽泉组合胡海泉、陈羽凡,情歌天后陈明和实力唱将杨宗纬组成导师团队,对小歌手们进行倾情指导,帮助小歌手们普遍提高歌唱水平。为了让孩子们真正成为儿童音乐的主角,361°与金鹰卡通卫视发挥各自优势,通过节目营造出轻松的、自由发挥的空间,帮助孩子们在属于自己的音乐世界里放飞梦想,并让家长通过温情互动,完成对孩子们爱的表达。观众则在音乐与温情交汇的感染下,深度融入纯净的音乐世界之中,进而节目收视率一路飙升,成为省级卫视中唯一一档能在周末七点双黄金档播出的音乐类娱乐节目,也堪称具有开创意义的儿童音乐节目。

此外,借由361°传播资源优势以及全国近万家门店和终端资源优势,节目的传播效果也不断提升,节目的平台作用有效显现,让小歌手、音乐老师、家长,乃至多位音乐界前辈紧密携手,为中国儿童音乐发展、新儿歌的兴起积蓄正能量。而这正是361°童装举贤资助该节目的深意,也对361°童装“多一度热爱,多一份未来”理念做出了新的深情诠释。