



深圳书城上线微信平台

中国出版传媒商报讯 近日,深圳书城正式上线微信平台,创业内之先。读者只需“扫一扫”便可查看书城选书目录、文化活动等讯息,并成为书城会员,享受各项会员优惠。这是深圳书城为实现线上线下有效互动,打通线下到线上,再从线上回归到线下的商业之路的创新之举,可真正展现“体验式书城”的魅力。

具体功能包括:随时了解深圳出版发行集团旗下三大书城的最新活动资讯及动态;实时掌握最新一期深圳书城的选书、选碟目录、畅销榜单等书讯;自助查询深圳书城现有图书的架位号及库存

分销视野

本版编辑:张攀
电话:88817695-2332
E-mail:546245242@qq.com
排版:艾林

2

尾品汇新掘库存书商机?

■中国出版传媒商报记者 张攀

特价书并不新鲜,新鲜的是当当网尾品汇限时、限量、限折扣的销售模式。而在业界对电商低价售书多有争议的情况下,尾品汇1~3.99折的低价却有顺理成章之处。针对出版业大量的库存书,尾品汇在简单地低价处理、公益捐赠、直接化浆之外,给库存书提供了一个更有利可图的前景。

而应对出版业,清仓需求同样强烈。近年来,国内出版物品种年年攀升,2012年已突破41万种,与此同时,图书的库存量也居高不下,总码洋接近900亿。

如何处理它们?这令出版社颇为头疼。通常来说,他们处理库存的主要方式有特价(一般是零点几折)卖给民营书商,参与政府采购、农家书屋、特价书市,公益捐赠,直接化浆等。然而无论通过哪种途径,出版社最终获得的实际回收相比原本的库存码洋都是微小的一部分。

反观尾品汇,它给出版社提高库存码洋的实际转化率提供了新鲜思路。当当网出版物事业部的张云在当当网前不久召开的经销商大会上,以实例说明了尾品汇的效益。张云介绍道,某出版社原本有64种图书准备退出当当网的库房,而在与采购人员沟通后,他们将这些图书以单独让利的形式参与尾品汇促销。结果是惊人的,64种图书促销前一个月的总销售额是2400元,促销后最

终销售额达到1.3万元,环比增长440%。

看得见的收益让当当网CEO李国庆在微博上不遗余力地宣传尾品汇。他点出了关键一点,即低价仍然是刺激消费者网购的最重要因素之一,而在撇除了如今电商花样繁出的营销方式后,当当网要以简单明了的方式让消费者享受低价。

这招来了许多消费者的青睐,由此也让当当网从今年的“双11、双12”电商大促中脱颖而出。当当网虽未透露准确数据,然而从消费者一次性购买数十,乃至上百本尾品汇图书,或在微博频发“哎呀,这本书又被抢没了”等感慨的举动,都从侧面印证了尾品汇的火爆。

是否参与需谨慎对待

不过众多出版社对此有点后知后觉。当被问及如何看待尾品汇对出版社的意义时,有大量图书在尾品汇上销售的重庆出版

信息;公益文化讲座随时听;免费成为深圳书城会员,除获得专属二维码会员卡,享受各种优惠外,该卡还与三大书城的会员系统无缝对接,免除了读者逛书城忘带会员卡的烦恼。

近年来,深圳出版发行集团一直努力探索O2O线上线下一体化运行模式,建立了深圳书城在线平台,开发了全国首家实体书城手机客户端——深圳书城手机客户端。2012年文博会期间,该集团又与腾讯公司签署战略合作协议,目前正着力打造数字化教育与数字阅读内容平台。接下来,深圳书城将不断完善该微信公众平台,如实现微信支付等,从而力争打造一个集线上购买和转赠,线下取货于一体的全方位微信服务平台。

读者只需用手机扫描左边二维码,或通过微信查找公共账号“szbookmall”关注即可。 (倪海娟)

尾品汇助销库存书

图书尾品汇替代传统的特价书模式是可取的。资深出版人杜辉对当当网将图书纳入尾品汇的做法评价道。

尾品汇是当当网今年5月上线的主打中高端服装、孕婴童、家居品特卖的购物频道。它的本质仍是让利促销,不过有了“闪购”这个颇有时尚范的内核——以3天(最长不超过7天)为期,按1~3.99折销售,天天上新,消费者需20分钟内付款(否则所选商品将被清空),同一产品一个月内不允许重复参加——其迅速成为当当网新的重要的销售和利润增长点。

当当网今年第三季度的财报清晰地证实了这一点。今年4月,当当网股价仅为IPO发行价的85%,而从第二季度开始,复苏迹象渐趋明显。到了第三季度,当当网毛利率上升至17.6%,创下自2011年第二季度以来最高,其中服装营收占总体营收的近一半,增幅也超过全平台整体增幅。证券人士分析称,当当网保持“毛利提高”和“亏损大幅收窄”的良好势头,与尾品汇的崛起密不可分。

尾品汇的走俏契合了零售业亟需处理大库存这把达摩克利斯之剑的强烈愿望。以服装为例,国内服装清仓市场总额在3000亿元左右,占到了总市场的20%。

社、上海科学普及出版社表示他们对此并不知情,目前发给当当网的图书仍走的是正常折扣。

上海科普社发行科副科长孙伟达在了解尾品汇基本运作模式后,推测这可能是他们每两年集中将库存书低价处理给相关书商后,书商转而将这些库存书提供给了当当网。重庆出版社负责跟当当网对接的网络事业部经理白莉表达了类似观点,并进一步表示尾品汇是当当网一直就有的特价书的升级版。

在他们的表述中,尾品汇的最大意义仍在于处理库存书。杜辉对此作了细化阐释,库存书走电商渠道,相对折扣高、回款速度快,且手续合法,利润空间的弹性更大。白莉则谈到,相比零点几折处理给民营书商,与电商合作尾品汇,或可更大程度地调动出版社把握这块市场的积极性。

综合各受访者的意见,他们对尾品汇低价售书并不排斥,但强调一定要把好品种关。孙伟达的观点是,由于图书不像服装这类快消品,不存在断码的概念,库存书多是由于出版年份较长、品相较差、市场反响不佳等问题造成,出版社为了争取尽可能多的收益,才选择降折销售。

换个说法,尾品汇的图书大都是在正常的市场销售中,由于多方原因不太可能获得必要收益,从而以低价来提振消费者的购买需求。在杜辉看来,这些书往往集中在生活、文艺、教辅等类别,且以组稿书居多。它们共同的特点是成本相对较低,特价销售造成的损失较可承受。同时,他认为不能仅从单本书或仅从尾品汇销售的角度来计算整体收益。他举例道,若一本书参与尾品汇前已销售了8000册,那么它可能已收回了成本,或创造了一定的利润,此时的特价销售更多的是出于再度刺激市场的目的。

清华大学出版社发行部张显龙从自身角度出发,认为不是所有品类的库存书都适合参与尾品汇。他认可尾品汇是出版社处理库存书的一个途径,不过闪购的意义在大众类图书上的效果更为明显,科技类图书由于读者群较为固定,读者需求也有较强的对应性,此时决定消费者是否购买的因素中,价格便退到次要地位。

在对尾品汇尚缺乏足够了解的情况下,上述受访者对其可能带来的图书回流表示担心,这是他们强调为什么要做好品类把关的另一个原因。虽然参与尾品汇的图书并不会在当当网的正常图书频道出现,然而杜辉、孙伟达仍表示,部分不正当经营者可能采购尾品汇图书,然后投放到其他销售渠道,或是退回给出版社赚差价。

这凸显出白莉口中统一渠道政策的重要性。重庆出版社某些图书品种降价后,他们会通知有业务往来的每一个渠道,由渠道自行决定降折销售,还是退货。在此背景下,若一些书商再去采购尾品汇1~3.99折的图书无疑是不明智的,因为品种同价的情况下,出版社给书商的特价要比尾品汇低不少。

此外,部分受访者谨慎表示,尾品汇在营销上或也有所助益。这不难理解,一些出版社出于打开市场和知名度的考虑,会选择损失一部分利润来参与尾品汇。杜辉则认为参与尾品汇有助短期资金回流,不过特价书过多的现实也会给读者以品质不好的感觉,也可能造成读者在遇到喜欢的图书时,会等特价时再购买。

数字化教育近年来一直是书业热点,部分教育出版社和民营教辅商瞄准了这块代表未来的蛋糕,陆续推出各自产品。新华书店凭借星罗棋布的网点以及历年来与教育系统交好的优势,在数字教育产品落地方面扮演了十分重要的角色。河北省新华书店集团下属的新乐市分公司正是一例,他们今年实现了“人教版数字校园”和“e学100”两大产品在当地学校的全覆盖——前者覆盖26所中学,后者覆盖126所小学——并分别创造60余万元和80余万元销售额。这是一个良好的开端,为他们进一步切入数字教育产品市场打下基础,也给其他有意推进数字教育产品销售的新华书店提供了有益借鉴。

河北新华新乐分公司
开辟数字教育产品销售领地

■中国出版传媒商报记者 魏若

和铺开能力。

做好前期准备后,新乐分公司根据当地公办中小学教育经费紧张的实际情况,制定了单校采购和区域采购两种方案,并直观呈现两种方案花费的比较。最终,区域采购凭借可有效分摊投入的特点而为公办学校青睐,为实现全区域覆盖打下坚实基础,也减轻了挨个学校游说的压力。

达成观念上的共识是推进“人教版数字校园”和“e学100”这类新形式教育产品的前提。新乐分公司巧借东风,以今年上半年开展的“e学100”数字资源营销推广会、全国信息化教育论坛为抓手,结合河北省教育厅下发的《关于河北省教育信息化今明两年重点工作方案》,有针对性地,突出亮点、重点地向当地教委和各学校展开推荐。

他们举行了一系列产品推介会。2012年秋和2013年暑假,新乐分公司分三次组织异地观摩进而产品培训会,到石家庄等地参观学习,在观念、视觉上营造出对教育资源数字化的整体认知。此后,他们又联合当地教育局普教科和教研室,组织了六县近300人参加的大规模产品推介会,参与者囊括了当地各初、高中的业务主管领导和学科骨干教师;教育装备科后也组织了类似的推介会,均收效颇佳。除了统一组织推介会,新乐分公司亦主动走出去、走下去实地调研。按高中、初中、小学和民办学校的类别,分别走访,力求摸清市场,掌握一线学校最实际的要求与建议,从而确保两类产品有较强的市场渗透

同时,新乐分公司还制定了灵活有效的回款计划,小学三年一次性付清;中学分两次付清,一年一收费。为了将收费政策落到实处,他们走访了当地46所学校,面对面沟通交流;在第三季度公用经费到位的情况下,再次走访并组织二次培训,增强回款力度。在此,他们尤为注重回款与服务相结合,通过服务牌来赢得学校信任,建立长期合作关系。

在两类产品初步打开市场后,为了使它们在3年内收获更大实效,新乐分公司制定了3年服务计划,例如设置售后服务部、每学期开展两轮定期回访、定期升级软件、组织教师培训等。在新华书店传统业务颇受考验的当下,数字教育产品已成为新乐分公司一个崭新的利润增长点。

●微博新闻

第八届金门书展成功举办

中国出版传媒商报讯 近日,由福建新华发行集团、台湾图书出版事业协会、福建省出版工作者协会、闽台经济合作促进委员会联合主办,福建省外文书店、福建闽台图书有限公司及台湾有关单位联合承办的第八届金门书展(台、澎、金、马巡回展),历经5站后,来到最后一站金门。本届书展自2013年9月15日开始巡展,时间跨度两月有余,展出了海峡两岸出版界近两年的精品图书,文献、宣纸、湖笔等文化产品也进入展销范围,成为一大亮点。此外,现场还特别增设了“美丽福建”图片展。

在金门举行的开幕式上,本

南京市高层支招江苏春雨发展

中国出版传媒商报讯 近日,南京市委常委、宣传部长徐宁率领相关政府部门前往江苏春雨教育集团,就春雨集团转型升级和“春雨数字出版中心”建设规划等作专题调研。江苏春雨作为国内最大的民营策划发行商之一,近年来持续稳固教辅图书主业,在教育数字化上亦表现突出。

此外,部分受访者谨慎表示,尾品汇在营销上或也有所助益。这不难理解,一些出版社出于打开市场和知名度的考虑,会选择损失一部分利润来参与尾品汇。杜辉则认为参与尾品汇有助短期资金回流,不过特价书过多的现实也会给读者以品质不好的感觉,也可能造成读者在遇到喜欢的图书时,会等特价时再购买。

中,他们也需要必要的载体与平台,数字出版、软件研发、动漫设计与互联网营销的高端人才,研发基地及展示、体验与交易中心,以及配套的人才公寓等。

在充分了解江苏春雨发展状况与遇到的困难后,徐宁从十八届三中全会《决定》中有关废除对非公有制经济各种形式的不合理规定,消除各种隐性壁垒的角度出发,表示他们将积极协调有关部门,解决江苏春雨在过程中遇到的相关问题。南京市规划局城东分局局长于建勋,现场梳理了“春雨数字出版中心”的规划、建设路径。

(繁)

商務印書館 招聘启事

(非校园招聘,应届和在职都可报名)

岗位

教育产品经理兼营销经理

- 熟练掌握本馆重点产品的特点,负责会议宣讲和宣传文本编辑
- 为发行人员参加各地教育类图书招投标工作提供全方位支持
- 重点教育类图书的多渠道宣传
- 访问重点客户,维护重要渠道

岗位要求

- 要求男性,1984年以后出生
- 本科以上学历,专业不限
- 热情开朗,具有较强沟通能力,具有承受挫折的良好心态
- 能适应长期出差,能接受连续加班,能承担琐碎事务性工作
- 有大型教育出版社工作经验优先

岗位

媒体经理1人

- 重点产品营销方案的策划和实施
- 新闻稿、书评等文案的撰写
- 媒体渠道的维护和开拓
- 举办新书发布会等大型会议
- 图书新媒体营销
- 品牌宣传,图书的立体化宣传

岗位要求

- 1984年以后出生
- 本科以上学历,专业不限
- 有较强的组织能力,良好的人际协调和沟通能力,热情开朗,具有较强沟通能力,团队合作意识,能承受较强工作压力和挫折
- 文笔好,需提供相关发表作品(非学术研究类)
- 有出版机构媒体经理等相关工作经验优先
- 能适应长期出差,能接受连续加班,能承担琐碎事务性工作

工作待遇

- 签订正式的劳动合同,五险一金。
- 薪酬面议,不低于行业中等水平。

招聘流程

- 简历投递,电子邮箱:swysgzb@163.com
请先以Word附件形式投递简历,并附生活照片。
- 简历接收截止日期:2013年12月25日,经审核后,集中通知面试和笔试。为节约考生时间,谢绝来访。