

杨红樱进天津实体书店与学生面对面交流

中国出版传媒商报讯 日前,在天津市全民阅读活动办公室指导下,天津滨海新区壹格书店举办“书香海滨”推助全民阅读进基层活动。活动特邀儿童文学作家杨红樱,与在场中小学生就课外阅读问题进行了面对面的沟通交流。

杨红樱首先为读书征文的获奖学生颁发了由她亲自执笔书写的获奖证书,接着畅谈自己的创作历程,提到作品中很多人物形象都来源于现实生活,同时耐心地回答了孩子们提出的各种问题,鼓励

大家要享受阅读,勤于写作。活动现场气氛十分热烈。

天津市全民阅读活动办公室有关负责人指出,此次活动让阅读真正走进基层,邀请杨红樱、周国平等著名作家和学者走进实体书店、走进学校,为读者和孩子提供与作家直面交流的机会,可以让更多读者感受到阅读的快乐,让全民阅读真正普及到每个角落。

壹格书店地处天津滨海大港油田居民区,为了让书香文化有效传递,该书店定期举办经典诵读、阅读分享活动,极大地丰富了大港油田职工和居民的精神文化生活,对弘扬社会主义核心价值观和优秀传统文化,起到了积极推动作用。

(樊国安)

(上接第1版)

中国书业最新市场格局

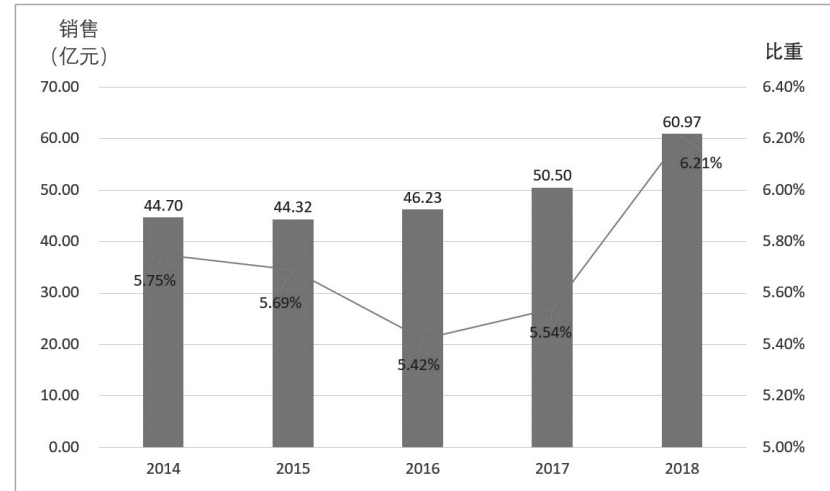


图2 2014~2018年中央书业销售及占全国比重

面临此种态势,2018年中央书业销售全面上扬,原因或来自三方面:一是时值深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神元年,相关主题图书多由中央级出版社出版,中央级出版社自发电量增长;二是中央级出版社普遍强化了内容资源建设,在给新华书店提供丰富优质资源的同时,也扩增了自身发行;三是中央级出版社多着力发展网络销售,一些出版社的网销业务已占其自办发行业务的相当份额,且呈递增态势。

但在书业市场“割据”客观存在的当下,中央书业要弱化“短板”,更大提升销售,尚取决于两大战略性举措的实施:一是拓展销售的覆盖面,将视野更多地关注于农村市场。二是发展中央书业的销售大底盘,走集约化、专业化发行之路,改变目前以出版社自办发行为主、各自为政分散发行的格局,而这不仅仅是对中央书业,对全国书业整体的销售力提升也将是一个强力的助推。

地方书业市场稳中有增

8成省域书业销售增长,近半省域销售排序不变

2018年全国地方书业销售921.62亿元,同比增长6.96%。地方书业由31个省(自治区、直辖市,下同)书业实体构成。比之中央书业,地方书业虽然在内容资源一定程度上逊于中央书业,但由于各省书业均有自己固有的一方领地,因而具有先天的渠道(市场)优势。近几年来,地方书业销售持续递增(见图3),占全国书业销售的比重一直保持在逾94%,直至2018年才降至93.79%。需要明确的是,地方书业销售的图书中相当一部分是中央书业的产品,其中中央书业的内容资源优势起了不可忽视的支撑作用。因此准确地说,地方书业销售的市场主导,集纳了中央书业的内容资源优势和地方书业的渠道资源优势,是两个优势的融合与叠加。

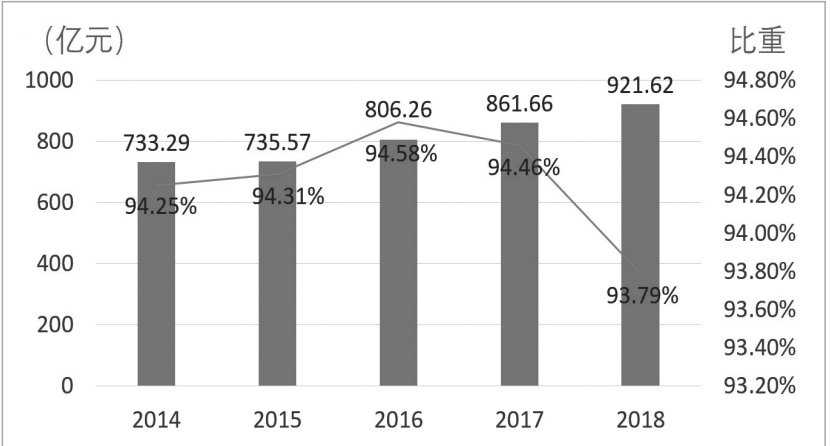


图3 2014~2018年地方书业销售及占全国比重

地方书业销售由31个省域书业销售组合集成。2018年全国省域书业销售整体状况显示(见表,国家新闻出版署发布2018年省域书业销售数据的同时,对2017年部分省域书业的销售数据予以调改,故依据调改后的数据反映2018年的书业销售同比,下同):25个省域书业销售增长,分别为浙江、山东、四川、江苏、河南、河北、江西、云南、广东、陕西、上海、新疆、广西、福建、贵州、湖北、北京、湖南、内蒙古、吉林、海南、天津、宁夏、西藏和青海,占省域书业市场的80.65%,其中半数以上的省域(13省)实现两位数及以上的增長。湖南、安徽、山西、甘肃、黑龙江、辽宁等6省域书业销售下滑。销售增长和销售下滑的省域数量分别与上年相等。

与上年相比,2018年省域书业销售占全国书业销售比重扩大的为山东、四川、江苏、河南、云南、广东、广西、贵州、北京、湖北、内蒙古、海南、宁夏、西藏等14省域;比重缩小的为浙江、湖南、安徽、河北、江西、山西、陕西、上海、新疆、福建、重庆、甘肃、黑龙江、辽宁、吉林、天津、青海等17省域。

2018年省域书业销售排行中,与上年相比,位序前移的有河南、江西、云南、广东、北京、湖北、内蒙古、西藏等8省域;位序后移的有湖南、安徽、山西、陕西、甘肃、黑龙江、辽宁、吉林、天津、青海等10省域;位序不变的有浙江、山东、四川、江苏、河北、上海、新疆、广西、福建、贵州、重庆、海南、宁夏等13省域。

与上年相比,排位不变的省域居多数,销售增长的省域居多数,这一省域书业景况表明:2018年省域书业市场大势为稳中有增。

第一方阵10强销售比重6成

浙江蝉联销售“龙头”,前4强位序依旧

2018年全国省域书业销售“龙头”浙江是继2017年后的蝉联,其85.93亿元的销售,系当年唯一登上80亿级阶的省域书业销售,也是对上年态势的又一个延续。浙江书业向以稳健、务实著称于业界,其书业主体浙江出版联合集团有限公司2018年继上年后再度成为资产总额、主营业务收入和所有者权益均逾100亿元的“三百亿”集团极品,在当年的全国图书出版集团总体经济规模排名中位居第6;其发行主体浙江省新华书店集团有限公司在2018年的全国发行集团总体经济规模排名中同样位居第6。浙江书业再获书业

销售霸主地位,主要致因为线下线上共同发力:当年全省新华书店小连锁网点增至510家,与大中小学校、文旅企业强强联合,创建了“北大书店”“宋城一书房”“漓江书院”等一批有影响力的校园书店、景区书店、人文书店,销售扩增。在博库网独立运营后,浙江新华通过开发移动书店,多渠道、多平台推动网上发行业务,2018年实现线上销售逾亿元。宁波新华书店集团的组建运营,也助推了浙江书业的销售。

山东书业销售位居第二,其不仅延续了上年位序,还把和销售“龙头”的差距从上年的15亿元,缩小至本年的10亿元。其75.82亿元的销售,还使其成为2018年唯一登上70亿销售级阶的省域。其14.43%的销售增幅,使其占全国书业销售的比重提高了0.46个百分点。山东书业主体山东出版集团有限公司在2018年全国出版集团总体经济规模排名中位居第5,其上市公司在当年全国上市出版公司平均净资产收益率排名中位居第1。其发行主体山东新华书店集团有限公司在当年全国发行集团总体经济规模排名中同样位居第5。当年,山东新华新增网点129处,仅连锁门店的一般图书销售就同比增长12.31%。

四川、江苏分列省域书业销售第3、4位,分别与上年位序相同。二者的销售差从上年近3亿元,缩小至本年不足1.5亿元,致因为江苏实现两位数增长,而四川仅为一位数增长,不过二者销售占全国书业销售的比重均比上年提高。二省书业的实力可谓旗鼓相当,四川书业主体四川新华发行集团有限公司在2018年全国发行集团总体经济规模排名中居第2位,其上市公司新华文轩出版传媒股份有限公司在全国上市发行公司平均净资产收益率排名中位居第3。2018年四川新华一批面向不同消费群体的新型书店相继开业,形成了“新华文轩”“轩客会”“文轩BOOKS”“文轩儿童书店”“读书吧”“文轩云图智能书店”多品牌经营格局,一般图书销售同比增长15%。文轩电子书商务销售码洋近23亿元,同比增长15%。江苏书业主体江苏凤凰出版传媒集团有限公司系“三百亿”集团,在当年全国图书出版集团总体经济规模排名中居第1位,其上市公司在全国上市出版公司平均净资产收益率排名中居第7位。其发行主体江苏凤凰新华书店集团有限公司在2018年全国发行集团总体经济规模排名中居第3位。江苏新华当年新建小微书店120多个,开展“朗读者”等多种营销、阅读活动2600多场,凤凰新华电商年度销售码洋6.6亿元,同比翻番。

河南书业以22.20%的销售增幅,实现耀眼的年度“四升”,即年度销售上升;年度销售升阶,从上年的40亿级阶,跃过50亿级阶,登上60亿级阶;占全国书业销售的比重从5.45%提升至6.18%,提高了0.73个百分点;排序上升,从上年的第7位,上升至本年的第5位,晋级2位。河南书业主体中原出版传媒投资控股集团有限公司在2018年全国图书出版集团集团总体经济规模排名中跃身前10,其上市公司在当年全国上市出版公司平均净资产收益率排名中位居第8;其发行主体河南省新华书店发行集团有限公司在当年全国发行集团总体经济规模排名中位居第8。2018年河南新华启动各类卖场新建、改扩建项目200多个,新增文化服务阵地7万多平方米。全省新华连锁门店POS销售同比增长23%,扩展网络发行,线上图书销售突破千万元。

湖南、安徽分列省域书业销售第6、7位,两省同居50亿销售级阶。由于销售分别同比下滑,二者均较上年排序后退一位,占全国书业销售的比重也分别下降。二省书业实力均居全国前列,湖南书业主体湖南出版投资控股集团有限公司在2018年全国图书出版集团总体经济规模排名中居第4位;安徽发行主体安徽新华发行(集团)控股有限公司在2018年全国发行集团总体经济规模排名中位居榜首。湖南、安徽书业销售、排位的回落,也折射了书业市场竞争之激烈,不进则退。

河北、江西、山西分居省域书业销售第8、9、10位,且同处40亿销售级阶。河北、江西书业销售均告增长,但由于增幅不大,导致占全国书业销售的比重分别出现0.13个百分点和0.08个百分点的微弱缩小。河北与上年排位相同,江西排位较上年前移一位。河北发行主体河北省新华书店有限责任公司在2018年全国发行集团总体经济规模排名中位居第9。2018年河北新华自有网点增加78处,“农村文化直通车”出车近3500次,扩大了农村图书销售;举办系列主题读书活动,吸引2000多万人次中小學生参加,活动用书销售2亿多元。江西书业主体江西省出版集团公司系“三百亿”集团,在2018年全国图书出版集团总体经济规模排名中位居第2;其上市公司在当年全国上市出版公司平均净资产收益率排名中居第4位;其发行主体江西新华发行集团有限公司在当年全国发行集团总体经济规模排名中位居第4。2018年江西新华扩大网络发行,仅自有网络发行平台新华网的销售就同比增长近40%;大力推进以新华文化综合体为主,景区书店、校园书店、社区书店和农村网点为补充的发行网络体系建设,扩大了实体网点销售。山西书业由于销售下滑,排名较上年后退一位,占全国书业销售的比重较上年缩小了0.62个百分点。

去年笔者在撰文分析全国书业市场格局时曾提出,随着中国书业整体销售规模的扩大,为了更恰当、准确、科学地划分市场格局,归属产业力量,结构实力版图,有必要根据产业实绩对2012年开始执行的现行中国书业方阵划分标准做适当调整。2012年全国书业销售712.58亿元,2018年全国书业销售982.58亿元,增长37.89%。据此,按增长等比例对各方阵标准的划分作出调整:第一方阵由年销售35亿元以上的省域构成;第二方阵由年销售15亿元~35亿元的省域构成;第三方阵由年销售15亿元以下的省域构成。

按新的方阵划分标准,2018年中国书业销售第一方阵由浙江、山东、四川、江苏、河南、湖南、安徽、河北、江西、山西10强构成,10强销售总计596.85亿元,占全国书业销售的60.74%。第一方阵10强是中国书业的强势军团,其华东5省、中南、华北各2省、西南1省的结构,显示了东部经济发达地区对中国书业的支撑。

第二方阵集结书业中坚力量

10成员结构多元,市场份额近四分之一

云南、广东、陕西销售同居30亿级阶,分列省域书业销售第11、12、13位,居第二方阵前列。云南以两位数的销售增长领衔第二方阵,且实现了销售、比重、排位、销售级阶“四升”。作为一个边疆省域,近几年来云南从排序第13位,升至第11位实属不易,云南新华的“书香九进”等活动,有力助推了销售,2018年这类活动开展上千场。广东书业以22.74%的销售高增幅,把排序推前一位,同样实现了“四升”。广东书业主体的“三架马车”各有建树,

广东新华发行集团承办的“南国书香节”,深圳出版集团承办的全国图书交易博览会,广州新华出版发行集团承办的“羊城书展”均有力拉动了销售。陕西书业销售增长,且升阶30亿级,巩固了其西北书业“龙头”的地位,只是由于其销售增幅不及云南、广东,导致销售比重下降,排名后移2位,可谓少见的反常状况。也映现了同处30亿销售级阶,差距不足1亿元的3省竞争之烈。

上海、新疆、广西、福建4省域销售均告增长,同处20亿元销售级阶,分列第14、15、16、17位,其中广西、福建不仅销售增长,还实现销售升阶。四者排序均与上年相同,其中上海、福建同处华东经济发达区,上海新华以在上海书展、上海国际童书展中的出色作为,扩增销售。福建新华赴俄罗斯、美国、日本、澳大利亚等7国举办图书展销会,扩大了图书外销。新疆、广西同属少数民族自治区,已连续三年销售增长。新疆新华当年新增网点30处,深入基层开展流动售书近1500次;乌鲁木齐新华为近500所(家)学校、单位配送维、哈等5种语言的批量民汉互译作品等。广西新华年内新开东兴国门书店,开办8家“国企书院”,一般图书销售同比增长18.92%。

贵州、重庆、北京3省域书业销售同增,分别第18、19、20位。地处欠发达地区的贵州销售增幅两位数,贵州新华年内新开7家门店,升级改造“新华品读”24小时书店,一般图书销售同比增长26%。北京书业以26.63%的销售增幅,排名较上年前移二位,北京阅读季和北京新华举办的近2000场营销阅读活动有力助推了销售。同为直辖市的重庆已是连续3年保持排名位序,重庆新华当年的一般图书店销和网销均呈新高。

同为10省域构成的第二方阵,当年销售总计235.73亿元,占全国书业销售的比重为23.99%。第二方阵为中国书业的中坚力量,其3直辖市、3西部省域、2少数民族自治区、2沿海省域的分布,显示了中国书业发展的多元地区结构。

第三方阵新扩容

成员数量最多,孕育晋级

甘肃、湖北、内蒙古居第三方阵前列,分别第21、22、23位。甘肃因销售下滑,排位较上年后退一位。湖北销售实现两位数增长,排位较上年前移一位,占全国书业的销售比重提高0.03个百分点。湖北新华承办的华中图书交易会和网络销售的大幅增长,成就了湖北书业的年度表现。内蒙古书业3倍的销售增幅,为当年全国书业销售增幅之最。通过举办8000多场营销活动,少儿、教辅读物销售的突破性大幅增长系主要致因,由此也使其排序晋级五位。

东北三省黑龙江、辽宁、吉林排名相邻,分列第24、25、26位。只是黑、辽二省书业由于销售下滑,排位较上年分别后移三位和一位。吉林书业虽然销售增长,但由于增幅偏小,排位也较上年后移一位。

海南、天津、宁夏、西藏、青海5省域销售均告增长,分列第27、28、29、30、31位。海南、宁夏书业销售增幅均逾50%,实为难得,二者排位依旧。西藏书业销售实现两位数增长,排序较上年晋前一位,其1.23亿元的销售为史上新高,其近3成的销售增幅为多年之最。天津、青海虽销售增长,但增幅偏低,排序分别较上年后移二位和一位。

第三方阵11家成员,总计销售89.04亿元,占全国书业销售的比重为9.06%。

综上所述,“十三五”中期中国书业市场,中央书业、地方书业各尽担当,销售双增。省域销售不均衡发展、两极分化严重,销售“龙头”与第三方阵销售几近相等。实力相当的省域竞争激烈,不增则退,微增也难保不退。

2018年全国省域书业销售排行

序位	省份	销售额(亿元)	同比(%)	占全国比重(%)	排序同比变化
1	浙江	85.93	4.90	8.75	0
2	山东	75.82	14.43	7.72	0
3	四川	69.80	8.17	7.10	0
4	江苏	68.37	11.01	6.96	0
5	河南	60.71	22.20	6.18	2
6	湖南	52.56	-12.82	5.35	-1
7	安徽	51.22	-6.53	5.21	-1
8	河北	49.18	4.88	5.01	0
9	江西	43.01	5.75	4.38	1
10	山西	40.25	-6.48	4.10	-1
11	云南	31.63	10.13	3.22	1
12	广东	31.57	22.74	3.21	1
13	陕西	30.74	6.70	3.13	-2
14	上海	25.03	0.48	2.55	0
15	新疆	22.48	1.54	2.29	0
16	广西	22.11	11.67	2.25	0
17	福建	20.63	7.28	2.10	0
18	贵州	18.84	11.22	1.92	0
19	重庆	17.58	4.15	1.79	0
20	北京	15.12	26.63	1.54	2
21	甘肃	14.30	-11.95	1.46	-1
22	湖北	12.91	10.63	1.31	1
23	内蒙古	12.14	332.03	1.24	5
24	黑龙江	11.82	-7.73	1.20	-3
25	辽宁	10.33	-2.36	1.05	-1
26	吉林	9.98	4.50	1.02	-1
27	海南	6.54	55.71	0.67	0
28	天津	5.12	5.57	0.52	-2
29	宁夏	3.48	65.71	0.35	0
30	西藏	1.23	28.13	0.13	1
31	青海	1.19	2.59	0.12	-1
	中央	60.97	20.73	6.21	