



皖新传媒首家市级校园书店开业

中国出版传媒商报讯 11月2日,安徽滁州市首家市级校园书店——新华书店滁州学院店开业。该店位于滁州学院会峰校区图书馆二楼,拥有图书、多元文创、咖啡简餐等多种经营业态。其中图书经营面积260平方米,拥有包括党政、名家名著、青春文学、考研学习用书等图书1.03万册,满足广大在校师生不同的阅读需求。

(上接第2版)

湖北新华电商:放大短视频和直播内容优势

■李 照(湖北省新华书店集团连锁分公司互联网营销总监)

“双11”预测:整体销售额实现稳中有升

对比2021年“双11”,今年湖北新华线上全渠道预计整体销售额实现稳中有升。这主要基于两个因素:一是传统平台矩阵营销模式、产品架构已基本成熟,今年将继续加大营销推广力度,充分放大头部品种效应,进一步优化中长尾品种;二是在短视频赛道取得了长足进步,打通营销到转化的完整链路。通过“多维一体”的营销模式,放大短视频和直播的优质内容,预计新媒体将迎来爆发式增长。

以“产品赛马”模式,激励供应商提供优质资源。今年“双11”期间,湖北新华电商制定了以店铺活动为主,平台活动为辅;头部品营销为主,全店动销为辅;创新营销手法为主,传统促销模式为辅;传统电商平台新媒体电

“双11”预测:线上热度依然将维持稳定

近两年,因为疫情反复、消费降级、获客成本增加、直播平台热度兴起等原因,电商受到一定冲击,但预计“双11”线上热度依然将维持稳定。原因之一是对电商平台和出版社来说,日常的促销折扣力度已经接近最低,几乎与“双11”价格持平。面对全年持续不断的活动,购书者将更乐于看到多样的玩法和直接的福利。

延长销售时间,延续活动热度。新华书店网上商城“双11”活动于11月1日~11月30日举行,以“惊喜燃爆11月·不负阅读的热爱”为主题,并未强调“双11”字眼,销售时间也有所延长,使用户在整个11月均可享受优惠,将活动周期拉长,也避免“双11”后出现的热度大幅下降。活动期间推出9.9元包邮专区、3折封顶专区、5折封顶专区、5元、10元凑单专区。此外,还推出35元选5件、满

湖南新华电商:内容营销实现直播间流量增长

■游舒雅(湖南省新华书店电子商务公司副经理)

“双11”预测:体量回落,销利增长

对比2021年,今年“双11”期间,湖南省新华书店电子商务公司的销售预计出现体量回落、销利增长的情况。分析主要原因,一是受疫情防控影响,许多地区的快递无法送达;二是公司根据目前市场环境以及自身条件,调整“双11”全局营销思路,把对体量的追求转换为销利目标,控制投入确保安全“过冬”。

重点推广文学和社科类图书。“双11”期间,公司将推出“双11”抢先购(预售+现货)、“双11”直播专享券、“双11”当天前240分钟超级秒杀等营销活动。第一波活动的周期为10月24日~11月3

“双11”预测:销售预计有所上涨

福建新华发行集团自建电商平台经过两年培育和推广使用,新华悦读驿站APP在今年正式上线,在线上平台逐渐成熟之际,今年“双11”期间销售预计有所上涨。

活动“一分为二”更加密集。今年,我们的“双11”预热活动从10月29日延续到11月3日,正式活动从11月10日持续到11月13日。除优惠券、限时折扣外,还引入了预售等新玩法,活动更加密集的同时,优惠力度也没有减小,希望能给用户带来新鲜感。在选品时,主要以少儿类图书和文学类图书为重点。

针对“双11”,作为国有文化企业,集团一方面身兼时代重任,着力打造了《我们正在读》主题专栏,展现广大读者阅读风采,推进全民阅读,营造读书有福、书香润福的阅读氛围。另一方面,充分发挥集团自身优势,利用“云大屏”、自营短视频平台账号等新媒体渠道,发布宣传海报和视频,进行线上推广;在线下门店,使用相关物料向来店

169元减100元、满99元减50元3种优惠券,用户可在促销价格基础上叠加使用优惠券,享受折上折。

“双11”的本质是一场流量大战。首先是针对商城站内的流量布局,通过增加首页坑位、加大产品推荐轮换频次、重点专区轮播展示等引流;其次是充分利用新媒体渠道,在快手、抖音、小红书平台,以及微信公众号、新浪微博等,推送和投放图书宣传和促销宣传,开展福袋、盲盒秒杀,进行站外引流。

抓住头部品种,拉动腰部和尾部销售。目前,电商平台备战“双11”的时间越来越早,一方面各家都在努力争取抢到更大流量,尽早开展预售和活动;另一方面留出充分时间复盘和预估销售,更好地适应市场,争取获得更

日,第二波活动的周期为11月5日~11月11日,与往年的活动时间基本一致。今年,公司在文学、社科图书板块实现了效益增长,因此今年“双11”也将这两类图书作为重点推广种类。

根据市场需求,公司不断实现突破与创新,利用“两微一抖”等平台,助力“双11”期间的活动宣发,为直播间引流;在活动内容层面,通过发放优惠券及会员活动,实现巩固老顾客、拓展新客源。

线上线下结合发展自有平台。针对行业普遍面临的低利润甚至是无利润的困境,今年全面调整营销策略,通过降低成本等手段保证利润。同时,针

促期间更高的转化率。

线下损失线上补,在新媒体平台实现突破。面对疫情带来的营销、供应链等压力,尤其是实体渠道继续下滑、传统电商渠道增长放缓的情况,湖北新华坚决落实“线下损失线上补”的战略部署,充分利用“全民悦读会”入局抖音等新媒体,用较短时间在新媒体平台实现了销售突破,抖音矩阵号粉丝数、在线观看人数在“双11”期间大幅提升。

面对市场环境的不不断变化、消费者消费需求的不断转变,湖北新华电商不仅将稳扎稳打,练好“内功”,还要抢抓机遇,重点突破:一是主动把握文化消费需求转变新趋势,在不断夯实现有店铺集群基础上,打通新兴渠道环节,持续扩大“全渠道”覆盖范围;二是基于渠道能力,聚合优质内容资源,持续探索渠道与内容融合发展新模式;三是推动供应链数字化、智慧化升级,完善信息系统建设及电商仓储布局,全面提升供应链支撑效能。

新华书店网上商城:多点布局实现内外引流

■葛 晨(新华互联电子商务有限责任公司主站运营经理)

大效益。

新华书店网上商城在9月初开始着手准备“双11”营销,一方面针对今年的重点图书进行数据复盘,对畅销书和重点新书提前预热和营销;另一方面积极联系各大出版社、图书公司,征集、整合促销图书,着手准备多元活动。具体来说,首先是玩法需要创新,全年超低价活动总在持续中,购书者已有明显疲态,甚至大家已经习惯无促销不购书,相信这不仅对电商平台是痛点,对出版社也是如此。其次对于电商平台来说,要想长期吸引读者产生消费,仅靠“全网最低价”等销售策略行不通,还要抓住头部品种,拉动腰部和尾部销售,才能在“双11”大促时,从各大强势电商平台中脱颖而出。

对缺少优秀图书的新品及爆品打造等问题,认真分析消费者的差异化需求,从读者角度出发积极探索爆品打造方式,提高核心竞争力和与出版社谈判的话语权。价格竞争并不能为行业带来良性发展,2022年行业上下对“价格战”经进行了很好的管控,重点图书、热销图书的“无底线”行为得到及时有效制止;多家大型图书零售商家重心不再单一通过“价格战”引流,图书的日常销售价格也在逐步提升。

未来,我们将进一步提高自身的品牌价值及影响力,打造专属品牌会员服务;线上线下结合发展经营自有平台(包括boolink、阅达等),紧跟市场需求变化不断调整步伐;加强推动新型电商的渠道拓展,针对消费者的个性化需求,不断丰富短视频、直播的内容质量和互动性。

福建新华悦读驿站:新平台上线给用户“新鲜感”

■林一凡(福建新华发行集团悦读驿站线上运营负责人)

读者进行宣传。同时,与地方融媒体中心进行合作,利用地方融媒体中心的流量进行引流。

目前,作为图书电商面临的主要问题是新平台缺少流量,虽然在一些平台进行了宣传推广但效果有限,流量进不来也就带动不了销售和后续的社群运营。为此,我们尝试利用新华书店门店的优势进行地推,让线下用户习惯线上购书;同时线上利用抖音、微信视频号等短视频平台发布活动视频,与融媒体进行合作,通过流量转换等方式引流,取得了一定效果。此外,我们为新华会员推出会员专属积分和限定活动,吸引用户加入会员、变为私域流量,下一步将尝试开展全员线上营销活动。

打造线上线下相结合的新零售模式。以“价格优势”能迅速抢占市场份额、刺激消费者购买、提升零售成交总

据悉,新华书店滁州学院店仅用1个多月时间就完成所有前期筹备和图书陈列工作,正式投入运营。滁州学院和滁州新华书店相关工作人员参加了当天的试营业启动仪式。

新华书店滁州学院店的设立,是滁州新华书店响应《关于推进高校校园实体书店建设的通知》精神做出的重要举措,标志着滁州书香校园建设又向前迈出坚实一步。该店将成为集图书销售、阅读学习、展示交流、聚会休闲、创意生活等多功能于一体的复合式校园文化场所,也将在校企合作方面发挥重要的桥梁纽带作用。

(韦 勇)

江苏新华电商:重视流量投放与服务品质提升

■张 丽(江苏凤凰新华书店集团电子商务中心副经理)

“双11”预测:预计流量与销售有所回落

从近年图书市场的趋势来看,图书电商的爆发增长还将持续。

服务与品质是“双11”宣传引流核心点。对比去年,今年“双11”期间的销售预计将有所回落,主要销售依旧依赖于货架搜索电商。由于货架搜索电商流量趋于饱和,各商家在平台内的流量竞争愈加激烈,获流费用增加、价格内卷,因此导致毛利下降,从而违背基本的商业本质,不利于图书行业高质量发展,因此预计流量与销售会有所回落。

今年“双11”江苏凤凰新华书店集团以货架搜索平台的促销玩法为核心,预售期的预售价格促销、满减促销、优惠券促销、会员专属优惠促销等依旧是核心的促销策略。我们的促销周期从10月下旬开始直至11月11日当天,同比往年有所缩短。今年以来,我们在教辅、少儿等图书板块实现了较大的效益增长。因此“双11”期间,少儿、教辅板块将会是我们的重点,另外高单价、高品质的书籍将是平台新的重点种类。

面对日益激烈的流量竞争,“双11”期间除了基本的竞价搜索流量、推荐广告流量、客户裂变流量外,我们还投放了

重庆新华阅淘网:主打日常流量品和畅销品

■唐传鑫(重庆新华书店集团阅淘网三方平台资深主管)

“双11”预测:依旧保持增长

在疫情影响下,尽管图书电商今年前三季度出现下滑迹象,但其增长趋势依旧未见扭转。

直播间将作出最大让利。今年“双11”期间,重庆新华书店集团阅淘网的销售预计将依旧保持增长。因为整体基数小,今年阅淘网保持着同比70%左右的增长。在日常增长的前提下,阅淘网也为“双11”做足了准备,以乐观状态迎接大促。“双11”活动以跨店满减为主,店铺内部的直播优惠券、满赠活动等为辅。活动共2波,分别是10月31日20点~11月3日24点和11月10日20点~11月11日24点,与2021年相比活动周期变化不大。阅淘网今年“双11”最大的特点是开始时间从凌晨改为晚8点,主要是因为在各方面因素影响下,各大平台活动频繁导致消费疲软。

今年,阅淘网在教辅和文学板块的效益增长比较明显。因此,“双11”期间的重点图书以少儿和文学为主,重点品种就是店铺日常的流量品和畅销品。“双11”期间,阅淘网紧跟各大平台的活动步伐,通过平台跨店满减、店内满赠

(上接第1版)

新势力:越“卷”越有信心

短视频电商迅速崛起,“新华系”电商整体规模愈强,形成有“大”有“小”、有“老”有“新”的多元结构。目前,短视频和直播让图书销售模式发生很大变化。快手电商图书类目负责人庄洲表示,近半年来,快手电商图书类目GMV(成交总额)环比2021年增长超90%,动销卖家数量增长超过250%,买家数量增长超过135%,预计今年“双11”快手电商图书类目销售将继续增长。湖北省新华书店集团连锁分公司互联网营销总监李照认为,以直播带货为代表的新兴互联网渠道快速发展,湖北新华通过放大短视频和直播的优质内容,预计今年新媒体将迎来爆发式的突破,实现“双11”整体销售额稳中有升。此外,今年“双11”,抖音电商发力“货架电商”,围绕抖音商城推出了多种玩法和优惠举措,继续携手作家、图书知识达人为读者推荐新书好书。小红书除低价优惠外,还发掘、邀请300位新产品“清单”创作者,分享在各自热爱领域中的独特见解,形成具体场景下的购物清单。延长促销周期能够体现出“新华

更多品牌广告流量与品牌搜索流量,把服务与品质作为“双11”宣传引流的核心点。同时,虽然我们在兴趣电商上还处于萌芽期,但是目前直播与短视频团队已经可以满足多平台同时不间断直播引流“种草”。

品质、服务与品牌是未来电商的核心竞争力。目前受疫情影响,供应链物流问题是我们的首要问题。只有在供应链通畅的情况下,每一笔的付费流量才能发挥最大价值。在销量较为集中的阶段,相对应的人力资源管理侧重点也会进行相应调整,柔性分配以满足不同平台销售需求。面对“价格战”,我们将通过市场洞察、人群洞察、消费力洞察等,建立有效的顾客体系,追究极“极致”的服务质量与购买体验,以品牌为核心发展忠实客户群体。

要获得长期良好的发展,图书的品质、商家的服务、品牌的口碑是主要竞争力。此外,在货架搜索流量见顶的趋势下,图书的内容兴趣电商将会是主要发展方向,以图文、短视频、直播等介质传达相关图书产品内容给顾客信息,通过内容的创建与传播吸引、打动、影响顾客,从顾客的角度找到共性,并以内容的形式解决共性问题,最终获得良性、持久、优质的发展。

重庆新华阅淘网:主打日常流量品和畅销品

■唐传鑫(重庆新华书店集团阅淘网三方平台资深主管)

等活动获取流量,同时做好短视频和直播营销,直播间将在活动期间作出最大让利。

未来要健全渠道供货价格机制。目前,内部发展力不足是传统行业触及电商最大的“危机”,也是必经之路,一方面想对电商做大胆的尝试,另一方面匹配的资源不足,形成边走边看的情况,出现了如库房不够用、操作模式传统化等问题。目前,库房的品种月动销率达到60%以上,在电商行业算中高等水平,每个品种都背负着坑位产出的责任,随着图书电商整体基数的提升,集团在着手解决发展过程中资源不配套的问题。

面对“价格战”这一难题,阅淘网以“选品战”应对,在选品上花功夫,将市场的腰部品种打造成店铺的头部品种,找到新的生存机会。未来,电商想要获得长期发展,最主要的还是健全各大渠道的供货价格机制,让市场回到良性发展之路。各大渠道商从关注价格回归到关注品质上,让有特色、高品质、有卖点的图书回归市场主流。同时,图书定制将从小众变成大众合作模式,成为量和利润的平衡点。

系”电商的十足进取心。今年“双11”期间,新华书店网上商城虽然并未强调“双11”字眼,但销售时间有所延长,新华互联电子商务有限责任公司主站运营经理葛晨预计,“双11”线上热度将维持稳定。今年的“双11”大促,博库不仅延长了活动周期,促销力度较往年也有所加大。博库网络有限公司副总经理高翥飞表示,按当前销售趋势来看,今年“双11”博库的销售将实现全面增长。

福建新华的新华悦读驿站APP今年正式上线,在线上平台逐渐成熟的加持下,今年“双11”期间销售预计有所上涨。重庆新华书店集团阅淘网三方平台资深主管唐传鑫表示,在平日销售持续增长的前提下,阅淘网为今年“双11”做足了准备,持乐观心态迎接活动。

但正如徐洋所说,“双11”是检验深化经营成效的“试金石”。“新华系”作为主要渠道力量,正以加速数字化转型的姿态接入不断扩容的数字经济,介入各大社交媒体的流量布局,但也在不断面临新的挑战。“内部发展力不足是传统行业触及电商的最大‘危机’,也是必经之路,未来要健全渠道供货价格机制”,唐传鑫说。