

中外书业大咖预测2023出版走势

(大众出版篇)

触达用户与平台建设同等重要

■岳根·博思(Juergen Boos,德国法兰克福书展主席)



岳根·博思

未来趋势：出版业的转型已经开始，2023年也不会停止。社媒营销、团队更加多元化等变化，让出版更有持续性以及消费者定位更细化。每一个转型都有它自己的机会。如向数字化出版发展的趋势正在不断加剧，尤其是在学术和商业信息领域。许多出版商都在向目标客户服务商方向转型，紧跟目标客户的各种需求交付适合的内容。在信息技术领域的专业性以及与人工智能的融合将更加重要。

与读者建立直接联系(触达用户)也将变得更加重要。出版商将需要建立并扩大自己的平台，并用这些平台收集和使用用户及社群数据(建立社群)。

应对策略：我们一方面要继续让法

兰克福书展不断发展壮大，重点是交流关于创新、技术及趋势的观点和想法，如Spotify和抖音这样的数字化商家，2022年首次出现在书展上，显示出这个行业内容的相关性。但也产生了巨大的责任感。这是我们增强法兰克福书展作为文化、社会及政治对话平台的原因。这包括引入翻译这一跨文化媒介话题，2022年法兰克福书展的主题是“翻译·传输·转化”(Translate.Transform.Transfer)。

业务布局：我们在强化法兰克福书展作为人们线下相遇的场所的理念。能够面对面相见有助于对抗两极分化。见面时人们以不同的方式交谈。与此同时，法兰克福彰显了书展作为国际书业人士相见场所的重要性：在几天之内就可以建立、培育并巩固宝贵的联系。同时我们还通过数字版权平台 Frankfurt Rights、法兰克福大师课(Master Classes)、在线社交聚会平台——法兰克福庭院(The Hof)、商务配对等数字化产品为参展商和观众提供更加丰富的服务。在内容方面，我们将持续关注享誉全球的青少年儿童领域。

回应读者反馈 做好消费者洞察

■希拉里·莫里·希尔(Hilary Murray Hill,英国阿歇特童书出版集团CEO)



希拉里·莫里·希尔

未来趋势：与其说趋势，我想出版业更长期的策略是保持多样性、持续性以及对实体书店的支持。阿歇特童书出版集团的目标是，为每个孩子出版图书，无论他们有什么阅读兴趣或处于哪个阅读水平。每个孩子都应获得高品质图书，在图书中能看到相同身份的人物出现。

疫情3年增强了我们履行这一使命的决心，我们也弥补了有的学生因教育缺失导致的学习差距。那些可以为孩子提供居家学习的读物，仍有巨大的市场机会。STEM和科普读物，以及帮助孩子应对近期挑战并为未来成功提供支撑的社会情感学习(SEL)类图书在2023年将继续畅销。我们将推出的《自信的孩子》(Confident Kids)就是这样一部连环漫画书，以有趣的方式引导孩子拥有重要的生活技能，管理他们的社交和情感问题。

图画小说的热度将继续升温，从我们出版的爱丽丝·奥斯曼(Alice Oseman)的漫画书《心跳漏一拍》(Heartstopper)畅销全球就可以看出来。我们今后还将推出此类现代风格的新书。

2023年我们还将面临供应链问题，我们的生产团队既专业又反应灵活，完全可

以应对这些问题。

应对策略：现在比以往任何时候都更需要与有本土化经验的最佳伙伴合作，这一点更加重要。我们将继续与中国的出版伙伴一起，通过更密切的直接联系，加强在中国市场的业务。星格文化公司将继续为我们在中国的业务发展提供支持。很高兴与中国的书业机构，如中信出版集团、外语教学与研究出版社、江苏凤凰美术出版社和读者等继续开展合作。我们团队创建了视频内容，通过达人荐书和直播带货这些时尚方式支持图书销售。如策划了抖音网红、同济大学物理教授吴姥姥参与儿童科普读物《太喜欢科学了!》(Science Pop!)的宣传推广活动，这是阿歇特童书与中信童书合作的一个出版项目。

我们紧跟市场需求加强了科普读物的出版力度，2023年将出版《小侦探》(Kid Detectives)，书中讲述了4名小侦探的探案故事，帮助读者增加STEM知识，提升解决问题、观察分析及推理的能力。

业务布局：消费者洞察是我们业务更加重要的组成部分，无论是对于出版项目还是宣传营销，我们对读者的反应越敏捷，效果就越好。我相信高品质的非虚构图书、图画小说和情商类图书将继续畅销。我也乐观地相信，图书市场在全球各种挑战面前能够强势反弹。中国图书市场的活力和家长、师生对图书的需求给我很大鼓舞，非常期待未来与中国伙伴有密切合作。

以多种方式与阅读人群建立联系

■尼格尔·纽顿(Nigel Newton,英国布鲁姆斯伯里出版社创始人兼总裁)



尼格尔·纽顿

未来趋势：在新的混合式办公模式下我们的业务更灵活，适应性更强。但是每家公司都意识到，经济挑战和生活成本增加给员工带来的影响。这些变化2023年还将持续，我们将找到支撑员工的新方案。

消费者习惯将继续发生改变，反映了我们这个时代新的经济状况，人们设定了更严格的优先级并减少了消费。奇幻及

其他通世文学将继续崛起之势，如身心健康类题材将走到聚光灯下。与阅读人群建立联系将非常重要，无论是数字化的、社交化的还是通过零售渠道，我们需要继续保持疫情期间建立起来的这些联系。

更大比例的人群由于目前更关注保暖问题而减少了接触图书的机会，因此我们需要走近读者，确保激发下一代读者去发现阅读的乐趣以及由此带来的无限可能。

作为英国出版商协会主席，我很高兴政府已承诺通过数字市场、竞争和消费者法案(Digital Markets, Competition and Consumer Bill)，并将对这些市场进行管理，确保数字平台以对方公平、透明的方式运营。



虞文军

未来趋势：从用户习惯来看，购买随机性进一步增强，功能性、实用性、必需性更加突出，契合时代关注、社会潮流、符合大众心态，能引起共鸣的图书仍需求旺盛。

从市场格局来看，头部作者作品更趋向大社强社、品牌机构集中，出版品牌效应更加彰显。新品的畅销及老品的再次畅销依托于新渠道的引爆。不同平台的销售能力出现分化，传统电商流量式微，兴趣电商势头强劲，基于流量的MCN类的新中盘遍地开花。头部畅销书效应越来越明显，销售份额占比越来越集中。大众图书的版权竞争更加激烈，对核心版权资源的维护方式不断出新。

从流程管理来看，出版社需提升整体管理水平。编辑、营销、发行、新媒体各部门齐心协力，避免出现推书不成功、体验不畅通、品牌不响亮的问题。

从数字化变革来看，出版机构集聚头部名家资源，采取纸电声同步、音视频课程同行，实施IP全开发战略，加大与新技术行业的跨界联动接轨，争取实现内容版权资源收益的最大化。同时积极进入短视频+直播新赛道，建设健全自己的新媒体营销矩阵。

未来出版市场会受到几方面因素的影响。一是大的市场形势较为复杂，叠加新冠疫情的不确定性，消费信心的不足，出版社的销售推广、物流配送等工作也会受影响，出版单位会对扩大经

未来趋势：2023年，译文出版社将以推动高质量发展为主题，推动主业实现质的有效提升和量的合理增长。过去2年，我们已经为运营转型和业务创新布局奠定了基础。进入2023年，发展形势更为严峻复杂。出版市场仍处在深刻变化之中，人民阅读消费升级需要优质阅读产品来拉动，基础教育“双减”政策落地对素质教育和课外阅读提供了新需求，但发行渠道还在进一步深化。流量为王的趋势日益凸显，传统电商流量受到更多新型电商的分解，实体书店销售能力更加式微，面临生死存亡关头。这一方面对出版社的传统销售渠道和发货折扣带来更大压力，另一方面也为出版社直面读者创造更大空间。

应对策略：市场变化对出版业发展而言是机遇也是挑战。从不利因素分析，新冠疫情防控措施虽调整放宽，但疫情蔓延和各种社会突发情况对业务特别是物流的冲击不可预料，出版社必须增强抗击波动的能力。意识形态风险仍然较高，引进图书出版限制较多，主管部门对书号和品种数量的严格控制使我们迫切需要调整出版方向。原材料价格上涨、人力成本上升、人民币汇率下行的压力依然存在，这些因素将继续推高图书生产成本，头部产品优质版权资源的争夺依然十分激烈。这些问题客观上会对我们的发展规模和盈利能力形成严重制约。

业务布局：2023年，为破解发展难题，译文社将推进“两个延伸”和“两个转变”的发展战略，围绕构建版权经营核心竞争力为主线，继续强化优质版权资源集聚，打造强大的新零售、新营销市场运营体系和现代出版企业专业队伍，在各个业务领域和产品形态开拓中取得新突破。主要从三个方面进行布局。

一是创造纸电声创课一体化融合发展的新优势。2023年，译文社将进一步

营和新品投放更为谨慎，导致新书品种下降。二是存在多年的图书市场价格战及盗版乱象，对优质版权投入有打击。三是教材教辅政策的变动。

应对策略：浙江文艺出版社做出了一系列应变。一是深化互联网思维，抢占流量入口，积极布局短视频+直播新赛道。浙江文艺社已实现抖音直播稳居业内前列、新媒体矩阵建设形成销售闭环、达人库建设效果突出等方面成果，已建立包括抖音、小红书、微博、微信等平台在内的达人库，在库达人1500多名，重点产品、中尾部产品的带货效应明显。

二是守住传统线上电商平台基本盘，加大线上业务布局，细分出传统书店线上经营、传统电商持续维护、新兴电商重点突破三个层面。同时继续对地面业务、特殊渠道业务的“定制”开拓，聘请专业控价公司对全社价格体系进行管控，提升了重点产品的毛利率，维护了出版社的品牌。

三是实施市场重点图书分级制，改进营销体系，提升畅销书运作能力。浙江文艺社对不同项目实行不同的扶持奖励政策和营销资源配置，以此探索出适合自身的市场畅销书运作机制。在机构设置上，浙江文艺社将营销编辑下沉到编辑中心，加深对图书的了解和市场卖点的提炼，制定重点图书营销方案，探索畅销书运作模式。此外，我们还以小红书平台精准营销为突破口，加大线上营销宣传工作，持续改进宣发与销售转化方法，提升出版社畅销书的营销运作能力。

浙江文艺社的新产品运营可以概括为四个方面。一是重视选题论证，新品诞生前经选题编辑中心论证，同市场营

销中心、新媒体数字部做前置讨论，最后再经社委会讨论。新品印刷前同市场营销中心、新媒体数字部进行印前讨论，以确定一本书的核心卖点、购买理由、定价策略、首印数量、铺货渠道、存货数量、加印节奏、促销手段、价格体系等。二是新品选题实施分级制，重点产品单独建立工作群重点讨论。三是责任编辑与营销编辑“分工不分家”。从编辑加工开始就由责任编辑和营销编辑分工协作。四是新品上市后进行全方位营销，重点图书提前做试读本，快样本寄送达人进行选品。此外还通过已沉淀的私域流量和自营体系对新品实行差异化、独特性宣推。

业务布局：在内容建设方面，2023年浙江文艺社将以茅盾文学奖评奖之年为契机，着力做好重点作品的宣传推广工作；将继续实施精品出版战略，建设原创长篇小说和中短篇小说、诺奖巨擘作品、网络文学大神巨作三条专业产品线，储备更多名家资源。同时积极挖掘极具创作潜力的新生代青年作家，不断推出网络文学作品及周边产品。文艺社还将重点加大社科文化类选题。

在新技术与出版资源及服务整合方面，将继续重点推进“一书一世界”新媒体矩阵建设工程，探索基于自有粉丝属性的社群运营和自营宣发购买渠道。目前浙江文艺社自播位居行业前列，抖音漫画垂类账号名列第一，在此基础上，浙江文艺社将利用自播账号经验，进一步实施文学亲子、悬疑等类别多账号的裂变和复制，扩大出版社直播码洋。浙江文艺社还将尝试跨界合作，借力新兴行业的成熟供应链，探索头部作品的IP全产业链运营，开拓基于纸质图书版权的衍生品业务，开发动漫、游戏、文创及周边产品，拓宽出版价值和效益空间。

流量为王的趋势日益凸显

■韩卫东(上海译文出版社社长)

整合已布局完毕的纸电声创课一体化的业务能力，着力在版权、出版、营销各环节打通运作流程，充分发挥各业务板块资源共享、协同作战的综合优势，创造更多优质内容版权资源。要把握市场销售节点，适时推出新一批高质量图书。与相关高校合作出版研究成果专辑，拓展学术出版资源，继续举办“陈伯吹儿童文学创作大赛”“译文年选”“上译杯”翻译比赛，扩大社会影响力。加快融合出版项目开发，《英汉大词典》APP正式发布上线，“基于经典名著阅读全媒体出版与知识服务云平台”做好内容解读和阅读辅导课程的制作，争取在部分学校落地。推动合作的时尚杂志数字化转型，吸引其背靠译文社品牌，在流量资源上实现书刊互动，促进时尚代言人流量在服务阅读推广的同时开辟新的业务收入来源。文创产品将在自创品牌“七海制造局”取得成功的基础上，扩大外部合作，在产品形态上向高端拓展，在品牌授权上与实力客户联名，更好挖掘译文版权元素潜力，迅速做大规模。进一步布局“全版权、多形态”，巩固头部产品全版权经营权利，竞购更多高质量作品版权，保持外国文学出版领域优势，开发非虚构领域新的精品力作版权，更好发挥打击盗版侵权对头部产品市场占有率的提升作用，支持国际版权中心展开新一轮运作，加大通过原创作品版权输出扩大版权资源的力度。

二是发挥新零售、新营销体系市场竞争新活力。继续全力打造以译文品牌私域流量为基础的新零售、新营销体系，在阅读产品销售渠道转型的环境下努力占据市场先机。进一步集聚品牌流量，在稳定自媒体和自营店铺文学粉丝流量的前提下，通过各种渠道和平台，整合全社相关出版资源，大力培育非虚构品牌流量，形成译文品牌矩阵新增长极。继续加大投入，扩大2C仓储配送客服能力，继续拓展线上平台店铺，促使自营销

售业务迈上新台阶。积极开拓直播和带货业务，一方面增强带动效果较好的短视频制作能力，另一方面提高对带货博主的动员能力，



韩卫东

尽快做大兴趣电商平台的销售规模。在BtoB业务上，调整激励政策，引导头部电商继续提高专业化水平，开展精细化运营，深耕私有流量。在传统销售领域继续补短板，减少对省级批销环节的过度依赖，把有限的销售鼓励费用投放到有针对性提高头部产品在基层实体门店下沉在架比例上，进一步开拓馆配、团购和各种特色渠道业务，开发海外出口渠道。把纸电声创课一体化的概念贯穿到整体销售中，将纸电声创课一体化的综合能力体现在各种互联网平台上，发挥电子书、有声书、短视频、阅读课等数字产品吸引转化非传统阅读人群特别是年轻人流量的特殊作用，尝试运用新流量打造阅读爆款产品的途径。

三是增强信息化经营管理平台高效运营新动力。译文社的ERP系统经过两年多建设已基本成型，在应对疫情封控的考验中发挥了保障作用，下一步将在继续完善各模块功能的基础上，增强ERP对企业全面预算管理的支撑作用及对新业务拓展的后台作用，以适应新零售时代出版社业务转型需要。在此基础上，进一步开发建设内容管理系统(CMS)，打通版权、生产、营销、编辑环节之间数据和信息交互屏障，实现各领域数据共享互动，改变分割、混乱和技术手段落后的状态。搭建一书一码平台，为衍生数字内容开发和防止盗版侵权提供技术保障。

(下转第25版)