

9、10月份是全国秋季馆配会的密集举办期,是各大馆配供应商、出版商、重点省份馆藏图书展示交流活动频繁的时段,也是优秀出版物被图书馆界认可和采购的黄金时期。第十一届全国出版物馆配交易会于10月20日至22日在贵阳举办,北京人天书店集团股份有限公司是承办方之一。人天书店扎根馆配行业20余年,见证了行业巨变,也在不断迎接市场挑战。本报专访北京人天书店集团股份有限公司副总经理陈继绍,请他谈谈化解挑战之法。

# 馆配市场正在呈现不可逆的碎片化趋势

■受访人:陈继绍(北京人天书店集团股份有限公司副总经理) □采访人:张馨宇(中国出版传媒商报记者)

□您如何看待短直渠道、馆配渠道对出版社的意义?

■近年很多出版社都面临着较大的自媒体冲击。自媒体改变了原来传统线上营销的格局。传统线上渠道不管是京东、天猫或者是当当,是以品种展示为主,但进化到自媒体时代,完全是另外一种玩法——某一个达人推某一种书,便造成了所谓的爆品现象。比如卖了1000多万册的《厚黑学》,甚至现在各大平台都在推的《黄帝内经》,也至少能卖几百万册。在这种模式下,卖得火热的一般都是公版书,或是一些国学书。这类书成为爆品,其实受冲击最大的是出版社。这类书一般出版社做不了,淘汰快。而且一般达人带货要一个月或一个半月准备10万册,出版社应付不了,所以往往这种书都是非常小的文化公司、想赚快钱的公司才能做的。

短直平台在图书曝光方面同样特殊,它既不同于传统电商渠道,也不同于馆配渠道。传统电商渠道用户还有些自主选择权利,有些小众书可以发挥长尾效应。但在自媒体时代,在短直平台的影响下,用户的自主选择权被大大剥夺,网红说某一本书好,读者就只能买到这本书,是KOL(关键意见领袖)决定了受众能看到什么。

反过来看,图书馆就没有这种现象,图书馆仍然按照自身建设需要的科目类型来选书,尽可能选出很多品种。从此方面来说,出版社的国内市场应该说是由国家托底的,因为图书馆的采购经费大多来自财政拨款。而且,图书馆对书的品种要求多,对专业书和学术书需求较大,馆配渠道保证出版社的书被最大限度地采购。所以说,馆配市场是出版社的基本盘。

□目前馆配市场的体系呈现出一个怎样的格局?

■近几年我提出来一种说法,即“馆配市场呈碎片化”发展。从2000年开始,当时图书馆配市场是以新华书店为主导,后来出现了人天书店、武汉三新、四川世云、安徽儒林等几家大型馆配商,在很长时间或者说在四五年前,馆配市场相对稳定。

从疫情突发以后,市场开始迅速地碎片化。大

量的私营代理小公司占据了市场主流,传统的大型图书馆配商都在急剧缩小。一二十年前,馆配市场是有一定的门槛的,但随着市场发展,现在所有的门槛都被打破,变成了一个纯粹的批发行业、渠道型企业。门槛降低就造成每个人都能做,馆配市场这几年在极度碎片化,而且碎片化这一趋势目前看来是不可逆的。



陈继绍

□在图书馆智能化发展的背景下,馆配市场,纸质资源和电子资源的采购量是否会发生变化呢?

■目前这种趋势很难判断。我们可以把纸质或者电子形式理解成一种知识资源的载体,核心问题还是这种资源本身的价值在哪里?说到这里你就会发现,其实中文纸质书在图书馆的借阅率并不高,很多图书馆甚至有高达70%的纸质书借阅率为“0”。现在在图书馆有很大的采购量,是因为有国家评估标准,在文明城市的评选上也有一定的指标要求。假如放开限制,让图书馆自己决定买的时候,他会发现真正需要的有价值的其实没那么多。

但是电子书资源又存在另一个困境,因为容易被盗版等问题,中文电子书的产业生态目前已经被完全破坏,导致了市场的不信任。

人天集团旗下有一个畅想之星馆配电子书平台,该平台是畅想之星和出版社深度合作,面向图书馆配电子书市场建立的一个集版权管理、新书发布、电子书采购、销售与知识发现于一体的综合性服务平台。畅想之星平台已经运营多年,我们就是想建立起出版社与图书馆相互信任的可能,但效果似乎并不明显。其实图书馆现在有电子书需求,只是没那么火,一年也就几个亿,实际上可以更大,为什么大不了?就因为出版社害怕,他们不敢把电子

书资源放出来,怕被盗版。过去很多年,因为某些电子书馆配平台恶性的低价竞争,超过2元的电子书售价在图书馆看来都是卖贵了。可以说,国内电子书市场的生态已经破坏了,短期内看不到馆采电子书大爆发的迹象。怎么解决?过去四五年我们一直在想解决方案,但也很难。原因是出版社与图书馆或用户之间的信息鸿沟太深了。

我也发现了一个奇怪的现象,纸质书是to C市场的盗版多,像街边的小摊卖的那种,to B市场一般不太可能买到盗版。但电子书就完全不一样了,在手机上能查到的电子书、电子图片、电子小说都是有版权的,像喜马拉雅、掌阅这种平台,没有版权的很难买到。但在to B市场,有些机构用户完全不在乎版权,一个图书馆能采购上百万册,没有任何版权的电子书,这个现象很诡异。

□人天集团是如何扮演好图书馆和出版社之间的桥梁角色的?

■面对碎片化的市场格局,必须要有大公司来承担责任。以超市和零售店为例,华联、物美、沃尔玛这种大店出现假货的概率很小。

图书馆有两个行业名词,即馆藏结构和馆藏质量,是衡量建设图书馆的重要指标。市场碎片化以后,图书馆的馆藏质量越来越差,因为这些零售店、小公司会为攫取利润而不择手段,不会平衡好质量与利润之间的关系,只谋求利润最大化。

作为专业馆配商,像人天集团这样的大公司,我们比小公司更了解客户的需求,尽可能把更多的书送到图书馆,为图书馆建设做贡献,这是我们追求的最大平衡,也是我们公司存在的意义。

假如市场上的大公司都变得像小公司一样,我估计可能出版社很多真正的好书就卖不掉了,进入不到图书馆。更何况现在已经有这种趋势了,以前都是馆配商提供目录给图书馆选,现在图书馆会直接向相关专业出版社要目录,倒逼书商来选。但人天在这方面还尽量能做到平衡。不过假如整个市场都是“杂货铺”的话,真正的好东西就很难卖出去了。

凤凰书城15周年系列报道之一



今年的9月28日,南京凤凰国际书城(以下简称“凤凰书城”或“书城”)迎来了15岁的生日。

15岁,正是水样好年华,在传统实体店行业为生存苦苦挣扎的当下,凤凰书城不仅活了下来,而且还活出了“精气神”。它究竟以什么为支撑,能够风雨如磐地一路走来?从今天起,我们将用系列报道的形式,聚焦“凤凰书城现象”。

超前发展策略  
助书城行稳致远

凤凰书城的前身可以追溯到1998年在南京湖南路商圈中段开设的“云湖书店”。进入新世纪之后,契合全国多地陆续出现综合型超大书店的发展趋势,时任凤凰出版传媒集团领导班子成员决定打造一个江苏省实体店发展的样板。于是,云湖书店欣然受命,在集团的规划打造下,2008年整体迁入南京湖南路1号凤凰广场,名称变更为“凤凰国际书城”。

新生的凤凰书城一亮相就面临着2008年国际金融危机对中国出版业的急遽冲击。困难面前,凤凰书城上下明确了“以图书为主业,以文化为核心,走精品、时尚、专业”的品牌路线为战略定位,以“致力营造一座高雅精致的文化殿堂,一处休闲娱乐的文化场馆,一个充分满足消费者需求的多功能、一站式服务的大型文化MALL”为毫不动摇的发展目标。如此的发展策略让行业内外关注又疑虑,但此后几年,书城用高速的发展无声地证明着这一理念在行业内的超前和必要。

稳健发展理念  
助书城不断壮大

凤凰书城在发展历程中,始终坚持做文化、做教育、做服务。它推动着凤凰书城的这艘大船不断地根据实际调整战略,逐渐成长壮大并被社会各界所接纳。

面对传统的线下图书销售模式越来越难以维系,2017年和2021年,书城主动通过2次重装改造升级,改变发展思路,创新破局。其中,2017年完成了凤凰广场项目工程的改造,精心打造了实验型小型书店凤凰云书坊24小时书店。此次转型,书城由过去单体书城经营,向着综合性大型文化广场运营转变。

而2021年,书城面对着疫情和“双减”政策的双重利空,果断地通过调整传统综合性大型文化广场的运营模式,将图书空间结合系列创意活动或空间,力图将书城打造成一个文化体验型平台和潮流生活引领者。

硬件的创新,倒逼着思维的创新。15年来,书城每年均组织上百场人气文化活动,如“凤凰各类讲坛”“名人签售会”“校园人文行”等;不断推出富有影响力的品牌文化活动及公益活动,如“1000万书券惠全城”“凤凰文化夜市”“有书的冬天不会冷”等;引进多种文化教育生活类项目,丰富书城的文化商业业态;线上线下联动,打造具有凤凰书城特色的电子商务平台;通过推广全民阅读,开办近40家小微书店,根据读者爱好推出多项文化权益叠加的凤凰喜阅卡;成立新技术拓展部,以坚持自主研发自建平台去连接社会服务等。

这几年,书城更是创新性动作不断,如将凤凰广场规划为集艺术、体育、科技等于一体的凤凰文艺综合体;推出“秦淮灯彩伴书香”“凤凰少年朗读者”代言人选拔赛、“凤凰博物研习社”研学活动以及“鼓楼名师伴读 相约凤凰书城”系列讲堂活动等创新型营销品牌业务。

创新发展经验  
助书城荣誉不断

事实证明,只有脚踏实地,才能行稳致远。15年来,书城常年保持日进店读者数5000人次以上,周末节假日1.5万人次以上的稳定客流业绩。凤凰书城作为“江苏省政府新世纪重点文化工程之一”,被誉为江苏文化新地标,先后获得“中国超级书城”“中国最佳创新书城”“中国最美阅读空间”等殊荣。

2022年,书城在“首届全民阅读大会·年度最美书店发布”盛典上更是获得了“年度最美书店”的殊荣(江苏唯一一家国有上榜书店)。

(后续,我们将通过“文化活动”“融合发展”“文化商业运营”“小微书店”等4个篇章聚焦凤凰书城的发展经验。)

## 『凤凰』于飞十五载,春华结秋实

(上接第10版)

## 积极拥抱市场变化 满足图书馆专业诉求

■张鹏(社会科学文献出版社发行部负责人)

在现代出版业中,我们一般把出版分为三大业态,面向个人读者的大众出版、以教材为主的教育出版以及以学术著作为主的专业出版。社会科学文献出版社(以下简称“社科文献社”)致力专业学术出版,这也决定了以图书馆为代表的机构用户是社科文献社非常重要的客户类型。

2008年前后,社科文献社设立了专职人员负责馆配业务,随后又成立了馆配业务部负责与图书馆的联络。2010年前后,馆配收入达到出版社整体收入的六成。社科文献社在2013年推出了“甲骨文”品牌书系,一经上市受到读者大众的喜爱,在零售市场表现不俗。得益于全民阅读的政策导向和人文历史类图书的阅读潮流,在2013~2019年之间社科文献社打造了一系列可读性较强的品牌书系,零售销量不断增长,甚至出现了赶超馆配市场的局面。此后,受到全国实体店以及平台电商收入下滑的影响,零售市场又逐渐回落。比起零售市场,馆配市场的伸缩性更强,在零售相对低迷的情况下,就更需要馆配市场来稳住出版社的“基本盘”。因此,从2020年开始社科文献

社又调整馆配市场策略,以确保大盘稳定。

在数字化进程方面,社科文献社有专门的人员和部门负责数据库和电子书平台建设,我们的皮书数据库、列国志数据库、先晓书院等数字产品和平台在业内已经形成了一定的影响力。

当下,由于图书馆空间的局限和经费的限制,图书馆和馆配商纷纷开始探索电子书的馆配,但这距离“纸电同步”仍然有很长的路要走。一是商业模式还并未成熟,对于馆配商开发电子书的知识产权技术能力目前各家出版社都在观望期。二是图书作者对电子书的认知和诉求也不尽相同,整合优质的内容资源也需要个过程。

公共图书馆也是目前馆配市场的一个重要增长点。面向公共图书馆的阅读推广应该突破传统模式,做好线下阅读推广活动,建设好线上自媒体传播平台,承担阅读推广的社会责任。因此,图书馆的自媒体成为我们馆配工作的重要对象,我们倡导具备优质内容资源的出版机构和图书馆对接起来,以优质内容的推广赋能馆配销售。

社科文献社今年的馆配重点主要在国家重点出

版项目、大型古籍与历史文献、核心品牌书以及关于党政类的主题学习书籍。在工作机制上,社科文献社采取“全员跑馆”策略,业务员全部参与面向图书馆的营销,同时还需要和馆配商开展不同类型的合作。出版社会围绕图书馆专业特长以及馆藏特色定制相关的专题目录,同时,充分发挥出版社作者、编辑也是学者的优势,通过他们把重点专题书单推荐给学校,建立一个立体化的工作体系。在考核机制上,社科文献社除了考核销售指标,还将馆藏数据、馆藏质量纳入考核体系,通过考核指标反向指导馆配工作。并且,社科文献社还建立了一套内部培训计划,根据图书馆不断变化的需求调整工作内容、工作标准、工作流程,更好地满足图书馆的诉求。



张鹏

未来,我们仍需要不断加强馆社三方的合作,加强信息互动,深入了解图书馆的诉求,调整工作方向,与图书馆共同努力实现从图书销售到阅读使用的完整闭环。

## 青春无限好 读书正当时

——记南京大学图书馆主题书展“青春正当时——追寻习近平总书记的读书脚步”

■张薇(南京大学图书馆读者服务部主任)

展览缘起

为庆祝中国共产党建党百年,2021年5月底,南京大学图书馆决定筹备“像总书记那样读书”的书展,以献礼百年大庆。图书馆充分利用丰富的馆藏资源,包括习近平总书记写的书、写总书记的书、研究总书记的书。此外,还通过人民网、新华网、央视网新闻网和学习强国等平台,收集总书记的读书经历与读书之道。

搜集和整理材料的过程中,馆员们被习近平总书记的读书精神所折服。到农村插队后,青年习近平就给自己定了一个座右铭,先从修身开始,“一物不知,深以为耻,便求知若渴”。下乡时,不满16岁的习近平带了2个箱子,满满的都是书;在陕北农村的田间地头里,青年习近平兜里揣着一本《新华字典》,锄地到田头,就拿出来记一个字的多种含义;在窑洞昏暗的煤油灯下,青年习近平把厚厚的《资本论》看了3遍,写了厚厚18本笔记;为了看《浮士德》,

“我爱好挺多,最大的爱好是读书,读书已成为我的一种生活方式。”如何让更多的当代大学生像习近平总书记一样有爱读书的好习惯。南京大学图书馆于2021年建党百年之际,开设了“青春正当时——追寻习近平总书记的读书脚步”常设书展。

他走了30里路……回忆7年的知青岁月,习近平总书记说,“我并不觉得农村7年时光被荒废了,很多知识的基础是那时候打下来的”。

习近平总书记不仅爱读书,还博览群书。他以“一物不知,深以为耻”的自我要求,涉猎各种图书,“读得非常广、非常博、非常杂”。除了阅读《资本论》《共产党宣言》《毛泽东选集》这些马列经典著作,青年习近平还涉猎《中世纪史》《史记》《汉书》《中国通史简编》等各种史学著作,“四书五经”“三言二拍”这类古

代典籍也很喜欢,国外的文学经典作品如莎士比亚的戏剧《浮士德》《怎么办?》也读得非常多,更不用说鲁迅、贾大山、路遥、柳青这些中国现当代的文学大家,那时青年习近平经常在窑洞里与路遥讨论文学。“学史可以看成败、鉴得失、知兴替;学诗可以情飞扬、志高昂、人灵秀;学伦理可以知廉耻、懂荣辱、辨是非。”读书丰富了青年习近平的知青生活,他也将这种读书习惯一直保持到现在。可以说,习近平总书记的思想与执政理念,就是在这广博的涉猎阅读与持之以恒的读书生活中慢慢沉淀出来的。

于是,策展人决定以青年习近平的读书经历为主题,选取他曾经阅读过的并给予其深刻影响的马列经典、史学著作、古代典籍、外国名著、现当代文学以及习近平的个人著作等图书,以期唤醒青年学子爱读书、读好书、好读书的阅读精神。

2021年6月23日,经过20多天的努力,主题书展“青春正当时——追寻习近平总书记的读书脚步”与南京大学及校外广大读者见面了。(下转第14版)