



都在做直播,书店人怎样才能领跑?

关键词 直播销售 私域流量 客群服务

中国出版传媒商报记者 王双双

根据商务部商务大数据监测,1~10月,直播销售额超2.2万亿元,同比增长58.9%,占网络零售额18.1%。2023年上半年,直播场次超过1.1亿场,直播商品数超过7000万个,活跃主播数超过270万人。当前,直播已经成为电商生态的重要部分,直播带货继续“狂飙”。

书店亦是如此。疫情改变了读者的消费习惯,无论是出版社还是实体书店、各大书展,“直播”已成为标配。尤其是今年,多家书店负责人反映,门店零售特别难,一般图书销售呈现断崖式下跌。以社群营销和直播为主要发力点的线上渠道,成为书店线上营销的必选项。每家书店都在做直播,怎样才能做出特色,从“红海”中拼杀出来?商报对实体书店今年线上营销直播创新举措和效果进行采访(直播平台包括但不限于社群、抖音、小红书、淘宝、京东、当当等)发现,与出版社直播推荐自家书

不同的是,书店除了看重直播定位与选品,如何培养和强化读者对书店品牌的忠诚度、与线下门店形成互补,也是考虑的重要因素。

现状

专注内容深耕 提供情绪价值

书店直播间的打造在于针对不同平台的属性、不同平台客户的需求以及客户的痛点、痛点深挖商品价值,赋予商品附加值。

商品只是载体,销售的胜负手在于服务,提供情绪价值,专注于内容深耕和精雕,打破信任壁垒,增加顾客消费意愿。河南省新华书店发行集团中原图书大厦经理刘保权谈道:“书店开展直播的重要性和必要性,在于将有限的卖场销售渠道扩展到无限的线上渠道,将卖场

原本有限的人群辐射范围扩展到广袤无垠的全国人群,将地域文化、地域特色更好地展示给更多人群,打造有特色有调性的靓丽名片。”

不拼低价,拼内容和服务。正如湖北省新华书店(集团)有限公司襄阳市分公司数字运营中心负责人李馨所说:“流媒体盛行的当下,做图书直播的单位很多,价格和品质无疑是最有竞争力的一环。就目前而言,我们产品池的价格优势不大,这就需要在品质上深耕开发。”基于此,书店直播主要在三方面发力。一是熟悉各平台规则,主动适应大环境,这是最基础的要求。二是精准定位,通过培养优秀荐书人提供优质内容服务。中原图书大厦、内蒙古新华书店、河南省平顶山新华书店等均在直播间定位上有所创新。提供有深度、有趣味性的讲解和交流是书店直播能否脱颖而出的关键因素之一。内蒙古新华书店有限责任公

司策划运营部部长于海莲告诉记者:“我们确定直播的主题和定位时,会选择与书店相关的、有吸引力的内容,例如作者独家分享、读书技巧、书籍解读等。通过打造独家独特的内容定位,与其他直播区分开来。”围绕“襄”字,湖北新华襄阳分公司扎根古城历史文化,结合唐城、隆中等本地资源,将三国、金庸等襄阳特色IP与襄阳新华品牌形象产品融合,不断形成襄阳风物系列图书多元直播产品链,并通过前期打造“我爱书襄”“新华好声音”“新华姐妹淘”“新华还有李”“新华小课堂”“新华砰砰砰”等风格迥异、内容有趣的视频号KOL,不断深化“襄遇·直播”品牌,助推直播品质升级。为了更好地留住观众,宁波鄞州书城选择直播客户群体刚需书籍的同时给出让利,并搭配图书以及文具周边小礼品一起包邮。

(下转第10版)

● 商报专递

出版业科技与标准创新示范项目拟入选名单公示

中国出版传媒商报讯 为推动出版业科技创新能力提升,国家新闻出版署2023年深入实施出版业科技与标准创新示范项目,广泛征集评选技术研发、标准研制等方面的优秀成果,以及在科技与标准应用方面具有示范作用的单位。

示范项目拟入选名单于近日公示,其中,地图大数据融合出版知识服务平

台等14个平台入选科技创新成果,大象出版社有限公司等8家单位入选科技应用示范单位,《静态图像识别与检索技术规则》行业标准(CY/T 270-2023)等5项标准入选标准创新成果,广东省出版集团数字出版有限公司等3家单位入选标准应用示范单位。公示时间为5天。

(尧雯)

第十九届文津图书奖评选启动

中国出版传媒商报讯 11月22日,国家图书馆第19届文津图书奖评选启动。本次评选图书范围为2023年1月1日至12月31日(以版权页记载时间为准),由国家出版行政管理部门批准成立的出版机构在国内正式出版、公开发行(包括限国内发行)的汉文图书,不包括重印本和已获过文津图书奖的再版图书。

参评图书分为社科类、科普类和少儿类3类,侧重于能够传播知识、陶冶情操,提高公众的人文与科学素养的非虚构类(少儿类除外)普及性图书。评委会将通过推荐、初评、终评等程序,选出获奖图书20种、提名图书60种(均可空缺)。本届文津图书奖的推荐及报送工作截至2024年1月5日,评选结果将于2024年“4·23世界读书日”发布。

(尧雯)

基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜

(2023年11月上半月)

榜单快评 本期榜单多视角映射了“双11”市场爆点时段,非主题时政图书热销超高的态势:一是非主题时政领街书《2024考研政治冲刺8套卷》占得全品类图书热销第5位,这是今年非主题时政图书最前的市场站位;二是市场化程度高的文艺、少儿、科普三类细分市场的热销书均与上期相同,显示了实力书的持续热销;三是文学艺术书TOP4和科技生活书TOP2,6种头部部在与上期市场站位相同的基础上,销量分别比上期不同程度增长。其中《我与地坛》和《额尔古纳河右岸》《活着》,销量分别增长逾一、二成;《神奇的答案之书》和《神秘的答案之书》,销量分别增长逾三、四成。

2023年11月上半月全品类图书销售总榜

排序	书名	版别	时间	定价(元)
1	中国共产党章程(64开 口袋本)	人民出版社	2022年10月	4.00
2	习近平著作选读 第一卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	35.00
3	习近平著作选读 第二卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	34.00
4	高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告(平装)	人民出版社	2022年10月	6.00
5	2024考研政治冲刺8套卷	国家开放大学出版社	2023年3月	55.00
6	习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要(2023年版)	学习出版社 人民出版社	2023年4月	16.00
7	中国式现代化面对面 理论热点面对面2023	学习出版社	2023年8月	26.80
8	习近平新时代中国特色社会主义思想专题摘编	党建读物出版社 中央文献出版社	2023年4月	30.00
9	习近平谈治国理政 第四卷(平装)	外文出版社	2022年6月	80.00
10	党的二十大报告辅导读本(平装)	人民出版社	2022年10月	38.00

2023年11月上半月文学艺术类图书销售排行榜

排序	书名	版别	时间	定价(元)
1	我与地坛(纪念版)	人民文学出版社	2011年1月	29.00
2	额尔古纳河右岸(平装)	人民文学出版社	2019年6月	32.00
3	活着	北京十月文艺出版社	2021年7月	45.00
4	红岩	中国青年出版社	2018年1月	36.00
5	一句顶一万句	花城出版社	2022年7月	68.00
6	鲁迅文学院·百草园文集 紫杉棺木	知识出版社	2017年2月	30.00
7	长安的荔枝	湖南文艺出版社	2022年10月	45.00
8	窄门	天津人民出版社	2018年10月	45.00
9	白夜行	南海出版社	2017年7月	59.60
10	你当像鸟飞往你的山	南海出版社	2019年11月	59.00

(下转第4版)

● 中外交流

2023尼泊尔南亚国际书展开幕



嘉宾为中国展区揭幕(主办方供图)

中国出版传媒商报讯 11月21日,“2023尼泊尔南亚国际书展”在尼泊尔加德满都展览贸易中心开幕。书展由中国国际图书贸易集团有限公司、尼泊尔当代出版社承办。尼泊尔总理普拉昌达、中国驻尼泊尔大使陈松、中国外文局副局长刘大为等中尼嘉宾应邀出席开幕式,来自中国、尼泊尔及南亚国家出版界、文化界的300余名代表参加了开幕式。

陈松表示,本次书展担当文明交流的先行者,希望中国的文学作品能增进尼泊尔人民对中国的了解认识,也期待各国优秀文化作品能走进中国的千家万户,不断提升彼此间人文交流水平,共同拓宽人类文明的进步之路。

刘大为表示,中国外文局将以图书为载体,以出版为桥梁,以书展为平台,进一步推动中国和南亚各国的文明对话和交流互鉴。

开幕式后,嘉宾共同为尼泊尔书展中国展区揭幕剪彩。普拉昌达来到中国展区巡馆,了解中国出版团的参展情况,刘大为向其介绍了中国外文局出

版的重点图书并向其赠送精品书刊。

本届书展以“探索亚洲文化与文学魅力”为主题,设中国展区、尼泊尔展区和其他国家展区共3个展区。作为本届书展的承办方及中国展区的设计方和承建方,中国国际图书贸易集团有限公司组织了来自国内的30余家出版单位、智库机构,以及来自尼泊尔、印度、巴基斯坦、孟加拉国、斯里兰卡等南亚和周边国家的120余家出版商共赴盛会。书展期间,多场重点著作推介会、中外出版机构合作签约仪式、新书首发式、主题研讨会等陆续举行。

中国展区展出了3000余种中国精品图书,以尼泊尔语、英语和藏语图书为主,包括习近平总书记重要著作、大型历史文献丛书《复兴文库》、“读懂中国”丛书、“中国关键词”系列图书、中华传统文化百部经典等精品主题图书,以及国内出版单位出版的政治、经济、历史、文化艺术、自然科学、文学、汉语学习、儿童读物等不同类别的图书。

(尧雯)

● 海外传真

维旺迪完成对拉加代尔集团的收购

中国出版传媒商报讯 近日,法国传媒巨头维旺迪集团(Vivendi)宣布已完成对法国出版和零售集团拉加代尔(Lagarde group)的收购。作为欧盟委员会批准收购的2个前提条件,原归属维旺迪的法国第二大图书出版商埃迪蒂出版集团(Editis)和Gala杂志的出售也已完成。

该交易巩固了维旺迪在全球文化、媒体和娱乐领域的重要地位,尤其是将其在出版、旅游零售和体验行业的地位提升到全球引领者的新高度。其中,拉加代尔出版社是世界第三大面向公众和教育市场的图书出版商,在法国排名第一,在英国排名第二。

拉加代尔业务遍布全球40多个国家和地区,其75%的收入来自法国以外,完全符合维旺迪的国际化战略。拉加代尔拥有悠久历史、知名品牌,以及与维旺迪一致的价值观,双方都对各种形式的创新充满热情。截至目前,维旺迪已支付约17亿欧元(约合132亿人民币),收购了法国阿歇特出版集团(Hachette)母公司拉加代尔约60%的股份,这让维旺迪能够行使略高于50%的投票权。

结合2022年数据分析,整合后新集团的规模将大幅提升,年度总收入预计超过165亿欧元(约合1286亿人民币),在各大洲拥有6.6万名员工。

(靳艺昕)

精彩导读

讲好中国故事,见证中国童书的十年

“双11”之战,图书电商收益几何?

2023年度“最美的书”设计师访谈录

IP! 品牌! 操盘手拆解2024日历书策划营销

以文学之名,重聚在茅盾先生的故乡

商报新媒体矩阵

CPMT

出版营销

好书探

编客

文化北京

出版进化论

PUBLISHING EVOLUTION

本期24版

P6

P11

P14

P17-18

P23

编辑:聂慧超 排版:姚志英