



新春走基层·全国30余家实体书店春节营销调查

拆解实体书店春节营销流量密码

关键词 主题展销 社群服务 IP开发

中国出版传媒商报记者 焦翊

龙年春节将至,实体书店线上线下春节营销策划再起。实体书店的存在及其相关春节营销活动的展现,为国人过年传统增添了一抹浓厚的文化气息。



春节期间,实体书店计划开展哪些创新营销活动,对春节营销有哪些策略与思考? 本报记者采访了全国30余家

实体书店,对2024实体书店的春节营销进行了综合了解。采访发现,除了更好地满足学生读者的刚需图书需求及采

用更多元的价格促销策略之外,书店正通过引入更丰富的产品、开展大量体验活动,尤其是与春节相关的体验活动。

受快递停发影响,线上销售并非春节期间书店的重点。但借力微信、抖音等平台实施“短直双打”,宣传店内线上线下文化活动,成为实体书店融入当地读者生活圈的重要方式。

(内容详见本期13-14版)

2024年图书零售实现“开门红”——新年首月市场规模同比双增,销售数量、销售码洋分别呈两位数增长,为新春佳节之际的书业平添欣喜。

基于“国家出版发行信息公共服务平台”的销售数据和商报·奥示“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据的统计,2024年1月,图书销售数量同比增长14.81%,图书销售码洋同比增长14.24%。

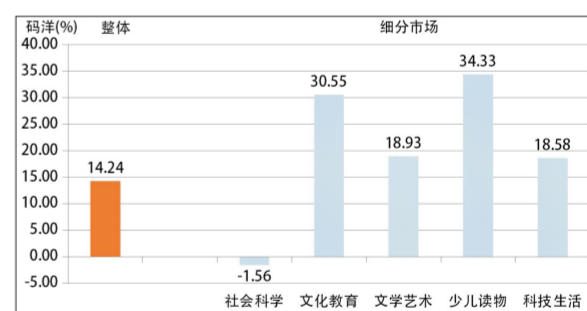
寄希望这一新年市场“开门红”,释放的是一个年度利好预兆,2024年的图书零售能沿循这一良好开端一路前行。

四类细分市场均呈同比增长

少儿书文教书两类刚需扩增逾3成

1月份,图书零售各细分市场除社会科学书细分市场小幅下滑外,其余各细分市场均实现两位数扩增(见图1)。

图1 2024年1月图书零售市场销售态势(同比)



1月份,图书零售市场的销售结构(见图2)是:少儿读物类份额最大,占比28.67%,比重同比扩大5.99个百分点;社会科学类份额次之,占比23.03%。

青海出版传媒集团有限公司成立

中国出版传媒商报 1月31日,青海出版传媒集团有限公司成立大会在西宁召开。青海省委常委、宣传部部长王大南,省政协副主席何春录出席大会并为集团公司揭牌。

成立后的青海出版传媒集团将深耕青海文化沃土,依托生态文化、历史文化、红色文化、民族文化、高原文化等丰富资源,实施重大出版、原创精品工程,提升原创能力、打造特色品牌;推动传统出版转型升级,加快发展电子音像、数字出版等新型文化业态;将立足青海、面向全国,借助全国和青海省重大文化活动,推动出版传媒“走出去”。

贺岁书

书香伴您过大年



2024甲辰龙年新春佳节来临之际,中国出版传媒商报延续历年传统,为读者特别推荐10种老少皆宜的“贺岁书”,为春节增添一分书香,希望读者在新的一年里龙行龘龘,前程朤朤。

商报自2014年开始推出“贺岁书”,每年用心遴选推荐书目,真正为大家带来好书。今年的荐书,不仅蕴含过年必不可少的美食文化,还有中国古代艺术作品的品鉴,更有世界各地的人文自然风景。

(刘思怡)

《天真与自由——漫步中国古代艺术》

翟进著/广西师范大学出版社2023年1月版/128.00元/ISBN:9787559853905

“节日的颜色系列”

马赫著 高星绘/现代教育出版社2023年3月版/119.20元(4册)/ISBN:9787510691430等

《食日谈:餐桌上的中国故事》

李昕升著 冯浩然绘/江苏凤凰科学技术出版社2023年3月版/88.00元/ISBN:9787571332914

《我爱中餐——俄罗斯记者眼中的中华美食与文化》

[俄罗斯]安德烈·基里洛夫著/新世界出版社2023年3月版/168.00元/ISBN:9787510476518

《因书而美》

顾晓光著/浙江摄影出版社2023年5月版/68.00元/ISBN:9787551444279

《12只鸟儿,治愈你:大自然的幸福课堂》

[美]查理·科贝特著 曾心仪译/南京大学出版社2023年9月版/68.00元/ISBN:9787305271366

《春节简史》

张志春著/陕西师范大学出版社2023年12月版/68.00元/ISBN:9787569539417

《印象春节:文学大家谈中国传统节日》

李浩主编/贵州人民出版社2023年12月版/138.00元/ISBN:9787221181466

《小舞狮》

董昕昱著、绘/浙江少年儿童出版社2024年1月版/52.00元/ISBN:9787559736253

《年画传奇》

人民文学出版社编辑部编/人民文学出版社2024年2月版/56.00元/ISBN:9787020183975

2023年全国文化企业营业收入增长8.2%

中国出版传媒商报 1月30日,国家统计局发布了2023年全国规模以上文化及相关产业企业(简称“文化企业”)营业收入统计数据。据对全国7.3万家规模以上文化企业调查,2023年,文化企业实现营业收入129515亿元,按可比口径计算,比上年增长8.2%。

分产业类型看,文化制造业实现营业收入40962亿元,比上年增长0.6%;文化批

发和零售业营收20814亿元,增长6.1%;文化服务业营收67739亿元,增长14.1%。分行业类别看,新闻信息服务实现营业收入17243亿元,比上年增长15.5%;内容创作生产营收28262亿元,增长10.7%;创意设计服务营收21249亿元,增长8.7%;文化传播渠道营收14797亿元,增长11.9%;文化投资运营营收669亿元,增长24.4%;文化娱乐休闲服务营收1758亿元,增长63.2%;文化辅助生产和中介服务营收15468亿元,增长0.4%;文化装备生产营收6282亿元,下降2.6%;文化消费终端生产营收23787亿元,增长3.3%。(尧雯)

2024年BIBF6月举行

中国出版传媒商报 第30届北京国际图书博览会(BIBF)将于6月19日~23日举办,场址为“国家会议中心”。近日,第30届北京国际图书博览会展会选定会在京举行,这标志着2024年北京国际图书博览会正式进入准备阶段。

作为一年一度的大型国际文化交流

活动,自1986年创办至今,北京国际图书博览会始终坚守“把世界优秀图书引进中国,让中国图书走向世界,以促进国际科技文化交流,增强各国人民的相互了解和友谊,扩大中外合作出版和版权贸易,发展图书进出口贸易”的宗旨,持续打造国际版权贸易的重要平台。(尧雯)

首次评选! 100种“上海好书”出炉

中国出版传媒商报 为推进书香社会建设,打造习近平文化思想最佳实践地,鼓励推出更多具有较高思想含量或艺术水准、可读性强的精品图书,上海市新闻出版局与上海市出版协会、上海出版社经营管理协会、上海市书刊发行行业协会共同策划首届“上海好书”评选推介活动。2月2日,首届100种“上海好书”揭晓,春节期间将通过上海市多家实体书店集中展陈销售,让书香浸润春节文化市场,打造出版大厦的亲水阳台。

上海人民出版社的《天下国家道理:中国共产党的成功之道》等8种主题出版图书入选,文汇出版社的《大地中

国》等39种人文社科类图书入选,上海书画出版社的《她们:中国古代女子图鉴》等22种文学艺术类图书入选,上海科技教育出版社的《认识中国湖》等21种科普生活类图书入选,少年儿童出版社的《上下五千年(新时代版)》等10种少儿读物类图书入选。

“上海好书”评选推介参照“中国好书”选书和分类标准,优选以适合大众阅读为导向,体现上海出版专业学术优势和出版门类齐全特色,社会效益和经济效益俱佳的精品畅销图书。据悉,该评选未来拟以半年榜、年榜形式推出,搭建出版生产前端、发行网点与读者大众三者协同的平台。(聂慧超)

Table with 2 columns: Topic and Page Number. Includes '出版集团年度好书凸显选题趋向', '电子书平台对纸书市场冲击到底有多大?', '2024春节假期编辑们打算怎么过?', '2024年民营书业做什么?怎么做?'.