国出版传媒商

2024年2月9日 星期五 第2936、2937期合刊 国内统一刊号CN11-0282 邮发代号1-217 国外代号D-4584



●新春走基层·全国30余家实体书店春节营销调查

占春节营销流量密

主题展销 客群服务 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,为国人的过年传统添 加了一抹浓厚的文化气息。与其 他营销节点相比,传统春节营销 具有特殊性,承载着深厚的传统 文化积淀与诉求。一方面,春节 假期虽是长假,但团聚、走亲访友 仍是主旋律,逛店购物并非刚 需。另一方面,部分人选择假期 出游,可能会减少进店客流。随 着购物趋势日益转向线上,实体 书店的春节营销面临更大挑战和 更多不确定性。如何抓住客群有 效需求,让更多人在春节期间走 进书店? 既是机遇也是挑战。



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? 商报记者采访了全国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。 传统文化复兴的热潮,并没有随着时间 的推移而失去热度,借势春节这一传统 文化中的最佳营销节点,不少书店将地 方文化、非遗文化等文化元素融入营 销,推出相关产品和体验活动,实现经 营破圈。不少书店还规划了寒假研学 活动,提供多元服务。

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。依 托社群、微信群等私域流量,能持续保 持书店活动的热度,更好地服务周边3 公里客群。

(内容详见本期13~14版)



书",为春节增添一分书香气,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。值得提及的是,今年的美 食荐书除了中国传统美食文化外,还增添了外国人眼中的中国美食集锦。春节假期团圆与陪伴,成为主旋律,适合 亲子共读的荐书自然也少不了,通过带领孩子了解传统民俗文化,倾听鸟儿的"心声",感受读书带来的乐趣。愿大 家随这份阅读指南,度过一个充满书香味儿的年 (刘思怡)

书香伴您过大年



















《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——俄罗斯记者眼里的中华美食与文化》

[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》

[英]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%

中国出版传媒商报讯 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%。其中,文 化新业态特征较为明显的16个行业小 类实现营业收入52395亿元,比上年增 长15.3%,高于全部规模以上文化企业 增幅7.1个百分点。

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)

本期28版

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?

P2 敬告读者 根据国家 法定节假日安 排,本报2月16 P17~19 日休刊1期。 祝广大读者新 P21~22 春愉快!

> 编辑:聂慧超 排版:彭庆伟

2024年BIBF6月举行

中国出版传媒商报讯 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台选 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。

首次评选! 100种"上海好书"出炉

中国出版传媒商报讯 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)

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。

据基于"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%。销售数量增幅大于销售码 洋增幅表明,市场规模扩增源于实实 在在的销售实物量的增长,而非价格 增长所致,折射了市场的良性运营。 特别引为欣慰的是,新年伊始的图书 零售同比双增,源自线下市场、线上 市场的分别同比双增,改写了自2022 年下半年以来线上市场销售持续下 滑的态势。

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 路前行。

研

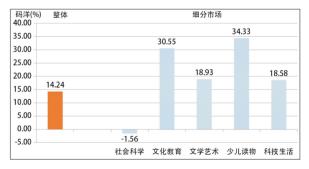
析组

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, 其余各细分市场规模均实现两位数 扩增(见图1)。少儿读物细分市场 和文化教育书细分市场分别扩增逾 3成,显示了这两类图书的强势刚 需。少儿读物增幅最大,销售同比 增长34.33%;文化教育书增幅次 之,销售同比增长30.55%。文学艺 术书细分市场和科技生活书细分市 场增幅接近,前者销售同比增长 18.93%,后者销售同比增长 18.58%。社会科学书细分市场小幅 回落,销售同比下降1.56%。

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%, 比重同比缩小2.09个百分点;文化教育类份额居中, 占比21.45%,比重同比扩大10.07个百分点;文学艺 术类份额第四,占比20.15%,比重同比缩小2.79个 百分点;科技生活类份额最小,占比6.70%,比重同 比缩小1.18个百分点。 (下转第3版)

青海出版传媒集团 有限公司成立

中国出版传媒商报讯 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,省政府副省长何录春出席大 会并为集团公司揭牌。经青海省政府批准,青海人 民出版社有限责任公司、青海新华民族印务有限公 司、青海省新华发行(集团)有限公司和青海省电影 发行放映有限责任公司组建成立青海出版传媒集团 有限公司。

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"。

主管主办:中国出版传媒股份有限公司

出版:《中国出版传媒商报》社有限公司 广告许可证:京西工商广告字第0199号

農进化论

印刷:人民日报印刷厂(北京市朝阳区五方桥王四营)

传真电话:(010)88817657

编辑部:(010)88810191~99

网址:http://www.cpmj.com.cn 年价:298.80元

地址:北京市西城区红莲南路28号6-1幢12层 邮编:100055 排版:本社

全国邮发(北京市报刊发行局)

营销中心:(010)88810715/27/29/39