

CHINA PUBLICATION MARKETING WEEKLY

中国出版营销周报

《中国出版传媒商报》
官微中国出版营销周报
官微中国出版营销周报
视频号社店联动
发行集团优选好书再升级

■中国出版传媒商报记者 王双双 见习记者 张绮月

福建新华发行集团2023年一般图书销售码洋为6.04亿,与其签约合作的47家出版单位2023年的销售码洋逾1.09亿,同比增长13.82%——这是在1月10日福建新华发行集团举办的2024社店合作暨“百家万品”项目建设推进会上发布的数据。据介绍,这一成绩的取得得益于福建新华对社店合作新模式的不断探索:2023年福建新华与出版单位围绕“百家万品”选品标准及要求、“我们正在读”品牌项目建设等展开深入交流,从实际效果来看,成效显著。

不只是福建新华,近两年来,多家发行集团加大与出版社合作推荐好书的力度,形式也更加多样。例如,新华文轩阅读服务事业部推出了“新知选”和“快书单”两大选品主题,凤凰新华利用凤凰出版传媒集团内资源互补优势致力于打造青少年阅读服务新体系等。可以说,借助各种渠道、资源,寻找出版机构和新华书店的契合点,改变以往传统经营模式,推动图书出版发行行业变革成为发行集团与出版社的共识,更成为社店合作新模式。

2024年,发行集团如何适应时代需求,与出版社联动优选出适合的好书?如何将优选好书更好向读者推荐和营销?中国出版传媒商报记者采访多家发行集团相关负责人后发现,当前社店联合营销模式方法进一步升级,实现了从与出版社深度融合选书、定制图书到全员营销、新媒体传播的多渠道荐书的全流程、全链条营销的转变。



选书:借助大数据打造专属产品

在发行渠道愈加分散,价格被流量所裹挟的当下,低价竞争成为书店和出版社共同的痛点,双方都在谋求破局。发行集团如何适应时代需求,与出版社联动优选出适合的好书,成为社店联动思考的首要问题。

强化沟通,甄选适合新华渠道产品。在信息发达的当下,沟通仍是社店联动的重要举措。就图书选品而言,社店双方:一是把握市场需求和读者偏好。通过市场调研、数据分析,深入了解读者的阅读需求和偏好,更加准确地把握市场趋势,共同分析市场变化,为图书选品工作提供有力支持。二是强化沟通。开展定期沟通与交流,发行集团及时了解各出版社的出版动态、重点品种和优选目录,通过优中选优确定适合品种。大连市新华书店抓好出版社平台及信息资源第一手的优势,拿到素材及宣传信息第一时间转到书店门市经理及门市营业员手中,以最快速度了解掌握,为读者答疑解惑、推荐图书内容等。河南新华让有潜力的重点单品从策划开始就在社店合作关系层面协商,匹配各自优质资源,追求上量。三是利用技术手段提高选书效率。山西新华现代出版物连锁有限责任公司总经理冯大江介绍,山西新华进一步优化升级ERP系统,通过推进数字化平台建设,实现全省连锁门店图书信息的快速传递和共享,为强化店社协作交流提供了支撑。四是精准采取行动,减少无效竞争,实现合作双赢。图书价格乱象是影响社店联动关系良性发展的重要因素,社店双方作为图书市场的重要参与者、建设者和护卫者,应当通过加强合作,净化市场生态,共同致力于建立深化合作、实现双赢的战略伙伴关系。在社店业务合作中,河南新华坚持与合作出版社携手,共同严厉抵制打价格战的行为,谨防劣币驱逐良币现象发生。

因地制宜,定制图书迎合市场需求。“我们认为除了加强和出版社联动,共同精选出适合不同渠道的图书进行针对性推广,还要进行不同渠道产品的个性化定制,避免直接的比价行为影响到消费者的选择。”新华文轩阅读服务事业部图书产品部副经理余攀的看法代表了此次采访中多数相关负责人的态度。根据不同地域的特色,与出版社共同开发好书、爆款图书、定制图书、富有区域特色的图书,最终形成一个具有内容出版、图书定制、独家售卖为一体的双赢合作模式。新华文轩通过细分客群需求,聚焦大语文、少儿科普等垂类图书,与出版社携手,深度介入到定制出版中,通过内容原创、刷边定制、附加高价值赠品等多个维度,尝试打造属于自己的封闭渠道专属产品。重庆新华与优质出版社推出满足当地需求,具有当地特色的定制产品,以新方式开启图书销售新模式。如借助重庆旅游热契机,与中国地图社洽谈定制专属重庆的旅游景点地图,为区县店持续探寻专属各区的地形图,更好地满足不同区域的门店需求。河南新华积极

与人民文学出版社协调沟通,有力推动了四大名著河南定制版图书项目落地;联合文心出版社对《红旗渠是怎样修成的》在河南全省书店开展“红旗渠精神代代传”暨《红旗渠是怎样修成的》青少年阅读接力活动,活动合计销售图书75301册、码洋249万。河南省新华书店发行集团图书运营事业部经理王宇告诉记者:“河南新华的成功案例充分证明,深化社店双方合作,不仅能够有效提高合作效益,更能为图书主业的进一步挺拔拓展边界、夯实基础。”

项目引领,寻求更多合作可能。在地资源与阅读服务是新华书店的优势所在。基于此,多家发行集团拓宽与出版社合作思路,将图书合作嵌入更多项目中。据福建新华图书发行中心阅版科科长吴伟介绍,福建新华与中华书局、作家出版社、重庆出版集团、北京科学技术出版社等21家出版单位签订了共建“我们正在读·百家万品”项目协议,就深度交流选品工作、多元化社交平台营销推广以及线上线下同步赋能优秀图书等达成合作。大连新华与出版社深度合作,打造垂直阅读空间。大连市新华书店新媒体中心经理林芝透露,大连市店已与外语教学与研究出版社合作,开设分级阅读馆,针对少儿市场进行精准营销,增强读者黏性,培养读者持续阅读习惯。重庆新华一方面结合时政热点,选择适合学生阅读、机关团体学习的品种,开展相关学习项目。如结合重庆红色革命区的特点,选择青少年爱国主义教育等品种开展阅读活动。另一方面融合出版与教育数字化相结合。争取引入数字课程、微课、音视频课程、教学小程序、教育培训软件、作业修改软件等产品。江苏凤凰新华书店集团有限公司充分利用集团内资源互补优势,打造青少年阅读服务新

体系,和江苏凤凰文艺出版社共同建设150余家凤凰校园文学基地,并成功举办了“凤凰文学少年训练营”,推选出“凤凰十佳文学少年”。

荐书:线上线下多渠道协力上量

好书有了,将优选好书更好地向读者推荐,送到需要的读者手中,才是社店联动推荐好书的终极目的。书店只有持续加强线上线下深度融合,不仅用更丰富的体验和场景来引起用户共鸣,还应加强私域流量的运营,以朋友的身份向读者传递优选好书的信息。因此,线上线下深度融合,通过门店美陈、社群推广、馆配及团购荐书等全渠道协力共同上量,成为社店联合荐书的举措。正如余攀所说:“这些举措不但给广大读者呈现出更多有价值的精选好书,增强实体书店话题度和体验感,也带来了数千万销售增量。”

营造沉浸式阅读场景,强化阅读阵地建设。“根据出版社出版物的特点,制定有针对性的营销策略,店社联合打造独特的活动品牌形象,盯住目标读者群体,制定有针对性的营销策略,在提高门店知名度和影响力的同时,提升读者对出版社图书的认可和购买意愿。”冯大江说道。山西新华全力推进新华阅读中心建设,积极探索连锁门店向阅读中心拓展的新路径,山西首家外语教学与研究出版社分级阅读馆入驻新华南官店,为学生家长提供一站式家庭阅读服务;太原书城等阅读中心正式开放,山西图书大厦与太原市8所学校签订“中小学阅读基地”战略合作协议,推进优质阅读资源系统化整合。

(下转第6版)

中国出版传媒商报讯 为满足广大图书馆客户对出版物采选工作的需求,搭建书业与图书馆界的交流与合作平台,由中国新华书店协会指导,浙江图书馆、浙江大学图书馆、浙江省新华书店集团主办的2024春浙江馆藏图书展示会,将以线下展馆和线上平台联动的模式举行。据悉,线下展示会将于3月26日~28日于杭州武林之星博览中心举行,线上展示会将于3月25日~29日举行。

本次展会特别邀请近400家馆配核心出版社携最新出版图书进行现场展示,线上平台同步上架全国600余家出版单位的近年图书品种,馆、店、社通过线上线下平台实时交流互动,高效满足各方需求。展会期间突显典藏新品,设有重点馆藏精品专区,呈现最新、最优质的典藏图书。大型出版集团展区将有多家出版集团亮相,集中展馆配优质品种,为图书馆提供一站式选购体验。

(伊璐)

2024春浙江馆藏图书展示会将于3月底线上线下联动举行

中国出版传媒商报讯 春节期间,内蒙古赤峰市新华书店组织开展第八届“书香伴你过大年”迎新春、送祝福系列文化惠民活动。活动期间,内蒙古赤峰市新华书店邀请书法名家们写春联、送福字,举行制作灯笼、糖葫芦等传统年俗活动,同时举办“阅旧知新——以书换蔬”活动,有效创新了公共文化服务社会化运营模式。

赤峰新华敖汉旗分公司在敖汉旗新惠镇北城

新区社区居民委员会草原书屋和敖汉万强广场组织举办“感党恩、听党话、跟党走——新春走基层文艺进万家”活动,邀请内蒙古美术家协会副主席、赤峰市美术家协会主席经冠,赤峰市书法家协会相关嘉宾等出席。该活动是敖汉旗新华书店推进北疆文化建设的组成部分,共书写送出春联500余副、福字600余张、剪纸作品200余张。

(肖颖)

案例

网络荐书是一个触达面最广、时效最快的方式。对以传统渠道经营为主的新华书店而言,只有主动拥抱时代变化,在具有较高影响力的网络平台上下功夫,着力培养自己的推荐达人,才能真正实现这一目标。图书是一种特定的知识传播载体,推荐图书必须从内容出发,不能一味地追求低价,一本好的图书值得被读者反复阅读。此外,点对点的推荐方式精准性较高。新华书店可发挥自身的优势,利用线下团体供应渠道,向各类企事业单位和机关团体,推荐适合的图书品种。2023年,江苏凤凰新华书店集团在部分地区开展“凤凰启阅”荐读活动,通过联合知名出版单位,精选部分图书进行定向推荐,正向推动新业务订单的生成,实现社会效益和经济效益双丰收。2024年,凤凰新华将根据图书市场的变化趋势,结合自身的发展需求,从江苏市场的区域性特点出发,与出版单位开展相关合作,继续强化社店合作的专属性和有效性。

一是优化提升书展的办展形式和内容。凤凰新华已经规划提供更为开放的展示平台,让出版单位能够充分发挥自身的特点优势,提高与读者交流互动有效性,聚集更多的受众读者,提升书展销售。

二是强化专业图书市场合作。凤凰新华将通过与专业出版单位的强强联合,充分发挥双方优势,重点加大与专业读者群体的互动,将图书发行做得更为深入,提高服务水平。

三是深化与江苏图书馆联盟的沟通与合作。凤凰新华拟与出版单位共同携手,举行针对性的推荐活动,提供专属服务方案,努力提升出版社原创图书的市场占有率为,积极参与和推动图书馆藏资源建设和高质量发展工作。

四是实施高等教材专有的推广机制。凤凰新华计划在保持既有市场推广服务的基础上,为重点出版单位的优质高等教材推广制定独家市场政策,为江苏高等教育的发展提供更为优质的服务。

五是引入并加大图书周边产品的合作。凤凰新华正在广泛收集出版单位的相关资源信息,引进特色文创及图书周边产品,后续通过江苏全省实体书店、线上平台和店外销售渠道进行展示展销,携手共同开拓市场。

六是联合开拓研学市场。加强与出版上游优质资源的链接联动,联手推进出版单位课程产品的本地化,共同打造适合江苏的研学模式。

声音

孙军(重庆新华采购分公司副经理):重庆新华在选品上注重以下几点:一是根据出版类型领域优选品种。出版社都有自己擅长的领域,依托专业出版社的资源,凭借他们丰富的选品出版经验,以及对书籍的排版、设计、纸质方面的严格要求,选择专业社的重点品种。根据出版类型领域来优选品种,使选品质量和来源更有保证,专业知识也更具权威性。二是通过专家、老师推荐指导选品。凭借专家和老师丰富的阅读经验和独到的见解,为书店提供权威的选品推荐。三是通过新书试读选品。通过出版社定期提供的样书试读,精选品种,充分满足不同群体的阅读需求。四是通过优选好书榜单发布选品。通过专业报纸、杂志、平台发布的畅销书、推荐书榜单进行选品。配合全国榜单开展“百本好书送你读”活动,将精选的优质品种配上视频介绍、广告展示,以直观新颖的方式向读者展示推荐品种。五是根据媒体的关注度与评分选品。重视媒体对新书的推荐和评分,特别是读者的评论。通过对读者评论的收集和分析,了解当前市场的阅读习惯和需求,客观地进行选品。六是通过社会热点、文化热点、地域特点进行选品。通过话题热点、政论热点、影视热点和地域特点等开展相关图书品种的选择引入,更易发现和催生爆品。

林芝(大连市新华书店新媒体中心经理):2023年,大连市新华书店紧抓热点组织多场图书展,以点带面,取得了很好的销售成绩。实施的优选好书举措:一是业务人员在选品上把关,要体现业务专业性,考虑读者差异化,把适合当地、适合不同门店销售的图书采购到门店。二是根据出版社提供的新书出版信息,结合当下热点,带动某一话题相关图书的整体销售。三是重品牌、推经典,深挖图书潜能,把关注点放在名家名作上,不限于新品,更重视老品图书的潜力深挖。

凤凰新华:从内容出发 深化社店合作专属性
■江苏凤凰新华书店集团相关负责人