



## 短直带货流量见顶、销售压力加剧 出版机构发行考核面临改革

关键词 营销发行 考核机制 出版机构

中国出版传媒商报记者 孙 珏

### 年度变月度 考核机制大变革

“往年我们考核周期比较长，年初定任务，年底考核。现在迫于压力，为了推动发行人员实现全年销售目标，实行过程化考核。”某综合类出版社发行主管向记者透露，每月该社会根据年初制定的任务，结合当月产品上市节奏，让发行员根据社里指定的幅度区间设定目标，每月工资与绩效考核挂钩。“压力太大，要将全年的销售任务分解到每个月。”该发行主管直呼。

采访中，记者调查了多家出版机构，发现确有不少出版机构调整了发行考核制度。如，某知名民营童书策划公司今年将销售考核周期调整为月度考核，考核销售、回款及退货比例，更考核重点产品新书的销售任务完成情况。公司负责人表示，“之前公司的发行渠道相对单一，所以考核方式为季度考核

近日，记者得知部分出版机构将发行部的考核由年度考核改为月度考核，月度绩效与薪酬挂钩，以应对今年较为严峻的图书零售市场形势。与此同时，有数据显示，上半年短直带货流量见顶，这一波平台红利似乎接近尾声，而短直渠道近年来已经成为多数出版机构的主战场之一……渠道力量在演变，图书发行考核机制如何更能适应这一转变？为此，记者采访了多家出版机构发行部负责人，探究今年上半年各家的发行考核政策变动以及最新的图书销售情况。基于这一话题的敏感性，本次采访隐去了所有受访者的供职机构和职务。

与重点品同比考核相结合，今年则针对市场情况作了新的调整。”

某在京童书出版公司发行员告诉记者，公司现在实行的是月度回款考核，每个月都设定了销售完成率。“与工资里的绩效考核部分挂钩，绩效考核除了回款，还有日常表现、商务拓展等维度的考量。日常表现包括工作积极性，工作效率等相对主观的考量。”问及是否能完成月度任务时，该发行员表示，“基本问题不大，但也得铆足劲儿干才行。”

另据某地方少儿社发行主管透露，

该社以前对发行的考核是以年度回款为主，辅以退货率、库存、应收等指标，为了更好地把控出版社销售，从2023年开始，销售部门与编辑部门捆绑考核，以市场图书利润为主要指标，将编、发的业绩目标统一。“既解决了编发考核矛盾，又能聚焦发行工作的根本——利润。”

也有部分出版机构实施了月度考核办法但并未直接与薪酬挂钩。比如在京出版单位从今年6月开始，要求发行部门实行月度回款考核，每月上

榜，但月度任务未完成并不惩罚，最终还是以年底完成任务情况为依据。“每月分配指标，可以提醒业务人员关注回款进度，减少半年和年终月份集中回款的情况。”该社发行部主任说：“发货考核还没有按月度，因为月度考核，需要新品出版相对稳定，这样才好设置预判发行量。”

某地方少儿社发行部总监认为，将年度考核变为月度考核，更适用于自营官方旗舰店、新媒体渠道销售的实时把控。传统发行目前仍以赊销为主，如果以月度考核方式执行，发货指标虽能体现在当月，但回款执行标实际上反映的是平均6~8个月前的发货情况，而库存和应收这两个指标全年呈动态变化，如果逐月监控，不利于销售业务的顺利开展。该社目前以半年为周期进行库存和应收考核，相较于之前以一年为周期，调整后对库存和风险的把控更及时。

(下转第9版)

## 第十四届江苏书展交出亮眼答卷 出版人在苏州重拾希望与信心

中国出版传媒商报记者 焦翊

7月5日~9日，第十四届江苏书展在苏州国际博览中心举行。作为最具代表性的地方书展之一，5天时间里，虽然气温一度逼近40度，但场馆内人流如织，除本地读者外，不少外地读者纷至沓来，购买喜爱的书籍，参与文化活动。在不少展位，读者打卡、购书场面火爆；读者可领取购书优惠券购书，不少参展单位也以6折、5折促销，真正实现文化惠民；名家大咖现场开讲，让读者不出家门即可与名家面对面交流。“场场爆满、处处是人”成为本届江苏书展的最佳诠释，甚至有业内人士惊呼“出版人在苏州找回希望和信心”。

本届书展除主会场苏州国际博览中心外，还在江苏书展APP、凤凰新华官网开设线上展场。江苏全省约190个凤凰新华书店分公司、特色民营书店等阅读空间也以多种方式，参与到书展中。中国出版协会2024馆藏图书展销会、“阅见文博——书香金陵系列活动”、淮海书展、濠滨书展、连云港书展同期开幕。本届江苏书展主会场苏州国际博览中心面积约2.55万平方米，现场共有400多家单位的超8万种图书参展，组织开展各类活动176场。

据江苏书展组委会消息，本届书展线上线下实现销售2.52亿多码洋，同比增长48万码洋。其中，苏州展场零售929万码洋，同比增长9万码洋；全省参展实体店零售4427万码洋；江苏书展APP等线上和直播带货销售9645万码洋；馆配团购1.02亿多码洋。苏州展场进馆读者超10万人次。

突出主题主线、读者主体，引领阅读新风尚。本届书展聚焦深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想这一主线，在苏州展场设置“新时代 新使命 新实践”主题馆，分为“新时代新经典”“勇担新使命”“奋进新征程”3个板块。重点展陈习近平总书记著作和党的创新理论读物，并开展庆祝中华人民共和国成立75周年主题图书展陈、党史学习教育专题图书展陈等。

为突出江苏特色，积极展示凤凰好书，江苏精品馆面积与往年相比有所扩大，新增更多特色展架，包括江苏籍作家专柜、凤凰优选、凤凰精品、“中国好书”十年精品展、茅盾文学奖获奖作品展等，展陈推介江苏入选“五个一工程”奖、“中国好书”“茅盾文学奖”等获奖图书和畅销书、常销书等精品力作，新增设立的“金凤凰”奖章获得者风采展则集中展示历届19名获奖作家的写作历程和代表作，进一步增强“金凤凰”奖章的影响力。江苏各地阅读空间还同步开展了“新时代 新使命 新实践”主题出版物百店联展及主题阅读推广活动。

在苏州展场全国综合馆，中国出版集团、上海世纪出版集团、重庆出版集团、中信出版集团、中国地图出版集团等重要出版集团，包括人民文学出版社、中华书局、商务印书馆、上海人民出版社等在内的出版社位的重磅好书吸引了不少读者的关注。磨铁图书、湛庐文化、博集天卷、果麦文化、后浪文化、新经典文化等民营策划单位也纷纷参展，多种好书供读者选购。在主展场各展区，利用电子屏幕对该展区的重点图书进行推荐，并滚动播出各类推荐榜和好书介绍，帮助读者选到满意的图书。

此外，方志江苏馆、书香邮政馆、特色书店馆、文创产品和动漫展、文教专题展、沉浸式活动体验区等都进行了重新设计，注重突出创新，体现特色。尤其是全新打造的青少年阅读嘉年华展区，引入中信童书、浪花朵朵、小博集等少儿图书品牌，成为少儿读者最喜爱的展区之一。值得一提的是，本届书展期间，新推出的苏州文化市集也吸引了不少读者的关注。市集汇集苏州本地多家文化企业的多种文化产品，包括非遗、手工、文创产品等。本届江苏书展还特别设立云南特色展区，邀请云南省新华书店携“发现云南”系列图书及文创产品入驻，包括大理扎染、楚雄彝绣、云南省博物馆文创、版纳城市IP文创、扎染与云南永生花装饰画等。

(下转第5版)

## 第十四届江苏书展现场掠影



第十四届江苏书展现场人流如织，读者与出版人热情高涨。

焦翊/摄



## 9月起北京市属高校人工智能通识课全覆盖

中国出版传媒商报讯 近日，北京市教育委员会发布《关于深化高校专业课程提高大学生人工智能素养能力的意见》，明确从2024年9月面向北京市属公办本科高校全覆盖开设人工智能通识课。

意见指出，深化人工智能专业课程改革实施方案，一是要建设一门市级统筹的全覆盖、分层次、高质量、有特色的人工智能通识类公共基础课。课程包括“基础理论”“综合素养”“前沿拓展”“实践实训”四个专题模块。课程特色

突出“课程思政，紧扣前沿”“分层设计，分类供给”“AI赋能，深度融合”“名师领衔，系统设计”。二是加强人工智能领域专业发展建设，支持高校以经济社会发展需要、学校优势特色、利于学生成才为原则，重点建设一批人工智能领域专业。三是要积极推进具有人工智能素养的复合型人才培养，鼓励人工智能专业与其他专业交叉复合，建设人工智能辅修专业和微专业，加强人工智能双学士学位复合型人才培养项目和联合学士学位项目建设。(白 藏)

## 第四届中国报业深度融合创新发展案例公布

中国出版传媒商报讯 近日，国家新闻出版署公布第四届中国报业深度融合创新发展案例。经评审，共遴选出60个创新案例，包含全媒体传播建设类、内容供给创新类、运营服务模式创新类、数字技术应用类、体制机制创新类五大类。

其中，深圳证券时报社有限公司的“证券时报新媒体平台”等17个案例入选全媒体传播建设类，《新华每日电讯》社

的“《新华每日电讯》社核心报道‘每日学习’融媒栏目”等21个案例入选内容供给创新类，《中国企业报》股份有限公司的“产业融媒招商赋能平台”等12个案例入选运营服务模式创新类，人民日报社的“媒体融合发展与国际传播技术支撑体系建设”等7个案例入选数字技术应用类，浙江日报报业集团“传播大脑推进浙江省媒体深度融合”等3个案例入选体制机制创新类。(张馨宇)

## 第七届中国“网络文学+”大会开幕

中国出版传媒商报讯 第七届中国“网络文学+”大会于7月12日至14日在北京举行。本届大会主题为“网聚创造活力 文谱时代华章”。

据介绍，本届大会以网络文学推动文化传承发展为主题主线，以引导精品创作、服务人民群众、促进交流互鉴、推动高质量发展为目标，期间推出5场论坛、1场会议、4场分享沙龙。本届大会还在线上安排了“1+3”配套活动：即1个文化长廊通过图片、互动、实物

等方式宣传网络文学在推动文化传承发展、交流互鉴方面的优秀成果，3场特色活动包括创作采风、网文校园行、云上阅享季。

据悉，本届大会由国家新闻出版署、北京市人民政府指导，北京市委宣传部(北京市新闻出版局)、中国音像与数字出版协会、中国作协网络文学中心、北京市委网络安全和信息化委员会办公室、北京经济技术开发区管理委员会共同主办。(张馨宇)

### 精彩导读

本期20版

第十七届中华图书特殊贡献奖得主专访  
文化交流须首先克服“不平衡” P3

德法两国2023年度书业数据出炉  
新书品种减少 传统渠道仍占主流 P4

2024过半，实体店销售有何新招 P7-8

2024最值得推荐的50种童书(夏季版) P11-12

2024年第二季度影响力图书推展 P17-20

编辑:张馨宇 排版:艾琳