CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

中国出版传媒商报

2024年11月15日　星期五　第2975期　国内统一连续出版物号CN 11-0282　代号1-217　国外代号D-4584

“双11”从出版业消失了吗？

关键词　电商营销　渠道“双11”

■中国出版传媒商报记者　靳艺昕

“双11”购物节能为出版业带来增长吗？出版机构还在跟“双11”吗？策划本报道时，本报记者向30家出版机构发去了采访请求，其中多数出版社负责人透露，由于“双11”作用于本社销售的效果逐渐减弱，其吸引力已大不如前，以前做营销活动是跟着平台走，如今已回归常态化营销，赶上平台活动便借力宣传一波，但策划的用心程度和投入的人力物力已不复往日。仅有4家出版社接受采访，分享了今年“双11”期间的营销动作以及对该大促的看法。

“双11”购物节已走过16载。今年各电商平台的拉锯战越来越“卷”，开启活动的时间更早，堪称“史上最长‘双11’”，刷新了大促周期时长；但声势似乎越来越小，晚会停办，一些平台不再发布具体销售数据，或转向有选择性地公布平台主推活动数据，不愿提及预售周期拉长、凑单退货率高等现实情况。

近两年，伴随图书零售市场消费疲软，“双11”大促的积极性有日渐减弱的趋势。有些出版机构面临两难选择，不跟，失去了一次促销机会；跟进，“赔本赚吆喝”。有些出版机构则跳出电商平台的节奏，玩出自己的花样。

常态化营销还是节点营销？

去年，关于出版社要不要跟上“双11”等电商营销节点的话题，就成为业内热点。今年，面对开始得更早的这场大促，出版机构普遍较为冷静。四川文艺出版社副社长吴坤表示，多年来，四川文艺出版社做产品推广主要从两方面着手，平时侧重以重点书营销推广来拉动图书销售，到重要销售节点时，比如“4·23”世界读书日、“618”、“双11”等大促时，则主要配合渠道的营销动作，兼顾出版社整体品牌宣传。

凤凰出版社今年“双11”活动自10月25日开始，11月11日结束。经过长期合作，以及考虑到平台对凤凰出版社的重视程度，目前该社图书和营销活动主要投放在博库网、文轩在线、京东等渠道。今年“双11”恰逢凤凰出版社建社40周年，所以建社活动和营销推广活动一并举行。该社市场营销部主任许骏杨介绍说：“我们在自营的微店、天猫、京东、有赞以及抖音平台，举办了‘40周年庆全场4折’活动，让利给读者。今年出版社还成立了自营小组，专门负责线上自营、直播等工作。一些独家的历史类和抗日的题材品种更受青睐。”“双11”期间，凤凰出版社在抖音、视频号策划了数场直播；还联合布衣书局、视频号“卖书的胡同”，开展了凤凰出版社专场直播。

中国纺织出版社的“双11”营销活动，从10月21日延续到11月11日，以“自然流、高转化”为目标，策划了多场抖音直播活动。据该社新媒体直播负责人徐晶介绍，在直播选品方面，加入了河北科技出版社、河南科技出版社、百花洲文艺出版社等出版社的手工艺品类图书，丰富品种。（下转第2版）

大学生代表合影

中国出版集团首届大学生阅读分享活动完美收官

中国出版传媒商报讯　11月9日，“品味好书 分享阅读——中国出版集团首届大学生阅读分享活动优秀作品发布会”在京举办。中国出版集团有限公司董事长、党组书记黄志坚，中国出版集团有限公司总经理、党组副书记常勃，中宣部出版局局长孙德立，北京大学副校长任羽中，中国出版集团党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理臧永清，著名作家、剧作家、中国作家协会副主席陈彦，著名作家、中国作家协会副主席格非，北京大学教授、北京大学出版研究院副院长韩毓海，著名作家、北京作家协会副主席乔叶，中国作家协会小说委员会副主任、著名文学评论家潘凯雄，《人民日报》海外版副总编辑李舫，中国新闻出版传媒集团党委书记、董事长马国仓，北京大学出版研究院院长张久珍，演播艺术家、原中国电视剧制作中心导演、有声阅读委员会专家组成员李野墨等出席活动。中国出版集团下属商务印书馆执行董事、党委书记顾青，生活·读书·新知三联书店总经理、党委副书记宋志军，中国出版传媒商报执行董事（社长）、党委书记、总编辑宋强，人民文学出版社总编辑、党委副书记李红强，中华书局总经理、党委副书记叶冰，中国大百科全书出版社总经理刘杭，荣宝斋副总经理唐辉等单位领导、集团总部相关部门负责人以及来自全国各地30多所高校的40名大学生代表参加活动。活动由中国广播电视社会组织联合会有声阅读委员会演播人白钢主持。（下转第2版）

扫码查看征文获奖名单

●商报专递

新华书店与土耳其红猫书店合作签约

中国出版传媒商报讯　11月12日，新华书店与土耳其红猫书店签约仪式在京举行。中国出版集团有限公司董事长、党组书记黄志坚，中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司总经理茅院生，土耳其红猫出版社及红猫书店创始人哈卢克·赫普顿（Haluk Hepkon），土耳其红猫出版社及红猫书店中国事务专项负责人卡密尔·埃尔道度（Kamil Erdoğdu），土耳其汉学家、安卡拉大学教授吉来（Giray Fidan），新华书店总店有限公司执行董事、党委书记任江哲，山东新华书店集团有限公司党委书记、董事长安蓬生，河北省新华书店有限责任公司党委副书记、总经理邸明杰等出席。签约仪式由新华书店总店有限公司党委副书记、副总经理何光宇主持。

茅院生指出，希望能够借助此次合作机会，将中国出版集团丰富的出版资源带给更多土耳其的读者，同时引进更多优秀的土耳其图书进入中国市场，为两国读者提供更加多样的文化内容。（焦　翊）

2025年北京图书订货会突出五大亮点

中国出版传媒商报讯　由中国出版协会和中国书刊发行业协会主办，北京盛会文化交流有限公司承办的第37届北京图书订货会将于2025年1月9日至11日在中国国际展览中心（朝阳馆）举行。日前，该活动第一次新闻发布会在京召开，据悉，本届订货会将在营销、内容和互动方面全面升级，突出五大亮点。

一是强化论坛的风向标作用。本届北京图书订货会论坛将聚焦出版发行领域的现状和发展趋势，开展一场具有深度的学术交流和数据发布，进一步增强订货会在行业中的风向标作用。

二是举办首届营销大会暨社店恳谈会。邀请业内精英，打通出版和发行的全链条交流；出版集团与书店代表将分享案例，共同探讨图书营销创新，探索融合发展新模式。

三是紧跟文旅融合趋势，新增文创专区。文创产品展区将通过互动体验和线上直播等方式，为参展者提供一个好看、好玩、好买的“潮”区，满足文化消费需求，推动线上线下联动交易。

四是出版成果展示廊。重点展示中国出版政府奖、“五个一工程”奖、中华优秀出版物奖获奖图书及国家出版基金扶持图书、“全民阅读书店之选”十佳作品等精品力作。

五是线上新书推荐矩阵与公益捐赠。联合主流媒体和知名出版平台，打造线上线下联动的新书推荐矩阵，激发全民阅读热潮。同时，开展图书捐赠等公益活动，进一步扩大活动的社会影响力。

本届订货会以“培育新质生产力 推动行业高质量发展”为主题，全面展示各出版机构的主题出版物与重点出版成果，推动出版行业创新升级，助力书香社会和文化强国的建设。（穆宏志）

精彩导读　本期24版

本期特别推出2024中国黄山书会专刊　P17~24
“双11”狂欢过后，图书平台电商还剩什么？　P3
10月：图书零售整体回落　细分市场不乏增长　P6~7
出版机构离职的编辑都去干什么了？（下）　P13~14

排版：彭庆伟
编辑：张馨宇

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　地址：北京市西城区红莲南路28号6-1幢12层　邮编：100055　传真电话：(010)88817657　编辑部：(010)88810191~99　网址：http://www.cpmj.com.cn
营销中心：(010)88810715/27/29/39　广告许可证：京西工商广告字第0199号　印刷：人民日报印刷厂（北京市朝阳区五方桥王四营）　排版：本社　全国邮发（北京市报刊发行局）　年价：298.80元