

人民教育出版社
PEOPLE'S EDUCATION PRESS

培根铸魂 启智增慧

小雨点
十二岁生日
绘本

培养阅读兴趣
养成阅读习惯

• 人民教育出版社“校园星阅读·国风童话”系列丛书 •

重印书码洋占比超9成! 还出新书吗?

关键词 重印书 新书 渠道 版权

中国出版传媒商报记者 聂慧超

重印书是救星?

日前,中华书局在其微信公众号以“重印书金字塔”的形式展现了该社各类书籍的重印情况:《古代汉语(校订重排本)第一/二册》重印76/79次,《论语译注(简体字本)》重印53次,《万历十五年(增订纪念本)》重印42次……在经典图书能量汇聚的加持下,该推文浏览量很快突破1万,还有不少读者在评论中“催更”,打出希望重印的书名。

在中华书局总编辑尹涛看来,此次梳理,从重印书视角加深了读者对图书价值的了解,对出版社来说,也起到动态管理的作用。“中华书局100多年历史中出版了几万种图书,难免有些书被忽略。‘重印书金字塔’这一梳理方式能够帮助我们拾起遗珠。此次读者评论中提到的大部分图书都在重印计划中,同时,我们的重印也会将市场销售周期纳入考虑。”尹涛表示。

“从整个销售结构来看,中华书局的

2024年即将收官,出版机构相继召开经营复盘会,总结当年的得与失。人均码洋贡献率、回款率、库存周转率、重印率等一系列重要数据被摆上桌面。数据背后,既有不甘于苦等利好的彷徨与挣扎,也有难以扭转大环境的无力与妥协。一些新问题变得突出,一些老问题变得尖锐。其中,图书出版码洋结构变化格外显著。商报记者了解到,多家出版机构的重印书码洋与新书码洋对比甚至已经达到9:1,且这一趋势还在进一步加剧,新书太难卖成为所有出版人的痛点。喜忧之下,出版的市场逻辑发生了怎样的变化? 出版人将如何端稳“老书”的碗,吃好“新书”的饭? 或许是今年最值得探讨的话题。

重印书码洋占比一直很高。10年前,重印书和新书的码洋占比约为8:2,过去几年新书比例逐渐往10%移动,到2023年,新书销售码洋占比为10%。截至目前,新书码洋占比10%再度被突破,也就是说,重印书码洋占比已经超过90%。”尹涛用“亦喜亦忧”来形容这一比例。从盈利能力来说,重印书的总体利润率要比新书高,如果重印书码洋占比很高,出

版社的整体盘子又比较大,的确是有利的。但换一个角度看,文化需要创新,缺少新书,天天看老面孔图书也不行。最佳状态是,不断推出新书,且新书转化为重印书的比例很高,从而实现文化积累又快又好。“当然,这只是一个理想。过去几年,新书市场整体状况并不乐观,各个出版社都面临巨大的新书创新压力,新书畅销谈何容易?”

“接力出版社上个月召开的经营管理月度分析会上,公布的财务数据显示:2024年重印书与新书码洋比率大概为9:1。”接力出版社总编辑白冰告诉记者。

据了解,接力出版社近3年的新书品种数共计839种,总印数935.53万册,重印与再版品种数共计3699种,总印数4698万册。按考核年统计,2022年重印书发货码洋占比86%,2023年重印书发货码洋占比84.8%,2024年重印书发货码洋占比接近90%,呈走高之势。“重印率是新书、畅销书向常销书转化的转化率,是出版社管理经营的重要指标之一。重印率高,说明出版社图书的文化、艺术、实用价值高,品质过硬,甚至可能成为传世之作;也说明出版社看家书多,家底厚,有良好、坚实、可持续发展的基础。在新冠疫情前2年中,接力社的实体店销售几乎停摆,但业绩仍略有增长,这主要得益于‘看家书’的储备以及渠道的健全。”白冰说道。(下转第6版)

政经提示

三部门发布经营性文化事业单位转制企业税收政策

中国出版传媒商报讯 近日,财政部、税务总局、中央宣传部发布《关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业税收政策的公告》(以下简称《公告》)。

《公告》明确,经营性文化事业单位转制为企业,可以享受以下过渡期税收优惠政策:经营性文化事业单位于2022年12月31日前转制为企业的,自转制注册之日起至2027年12月31日免征企业所得税。由财政部门拨付事业经费的文化单位于2022年12月31日前转制为企业的,自转制注册之日起至2027年12月31日对其自用房产免征房产税。

上述所称“经营性文化事业单位”,是指从事新闻出版、广播影视和文化艺术的事业单位。转制包括整体转制和剥离转制。其中,整体转制包括:(图书、音像、电子)出版社、非时政类报刊出版单位、新华书店、艺术院团、电影制片厂、电影(发行

放映)公司、影剧院、重点新闻网站等整体转制为企业;剥离转制包括:新闻媒体中的广告、印刷、发行、传输网络等部分,以及影视剧等节目制作与销售机构,从事事业体制中剥离出来转制为企业。

上述所称“转制注册之日”,是指经营性文化事业单位转制为企业并进行企业法人登记之日。对于经营性文化事业单位转制前已进行企业法人登记的,则按注销事业单位法人登记之日,或核销事业编制的批复之日(转制前未进行事业单位法人登记的)确定转制完成并享受本公告所规定的税收优惠政策。上述所称“2022年12月31日前转制为企业”,是指经营性文化事业单位在2022年12月31日及以前已转制为企业、进行企业法人登记,并注销事业单位法人登记或批复核销事业编制(转制前未进行事业单位法人登记的)。(尧 雯)

商报专递

2025年度国家古籍整理出版资助项目开启申报

中国出版传媒商报讯 为贯彻落实《关于推进新时代古籍工作的意见》《2021—2035年国家古籍工作规划》部署要求,有力推进古籍整理出版工作高质量发展,国家新闻出版署决定组织开展2025年度国家古籍整理出版资助项目申报工作。

本次申报重点聚焦五方面:一是推进基础古籍深度整理出版和古籍文献通代断代集成性整理出版,加强传世文献系统性整理出版,加快出土文献整理研究成果出版利用,代表新时代水平的高质量古籍出版和数字化项目。二是提炼、展示中华优秀传统文化的精神标识和中华优秀传统文化中具有当代价

值、世界意义的文化精髓,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的古籍出版和数字化项目。三是服务国家发展大局,注重古籍保护传承和转化利用,满足社会、经济、文化、教育等方面实际需要,推动重要古籍文献整理利用的古籍出版和数字化项目。四是利用新技术、新条件,着眼古籍资源集成集聚,有针对性加强古籍资源深度挖掘利用的古籍出版和数字化项目。五是聚焦古籍整理研究和出版工程、古籍数字化工程重点方向,列入《2021—2035年国家古籍工作规划》的古籍出版和数字化项目。申报材料须于2025年1月27日前报送。(尧 雯)

新时代文学攀登计划第五期支持项目名单公布

中国出版传媒商报讯 12月9日,中国作家协会新时代文学攀登计划办公室发布新时代文学攀登计划第五期支持项目名单。经评审委员会评审,并报中国作家

协会书记处批准,确定《开春》《星荒》《园应探兮》《江山故宅》《夜鹰》《嘉禾》《长命》《紫山》《刘宏工作笔记》《破阵子》《万川归》《蛋镇诗社》12个项目入选。(伊 尹)

最美书店

地图主题书店白纸坊旗舰店亮相



图片版权归活动主办方所有

中国出版传媒商报讯 12月9日,中国地图出版社集团(以下简称“中图集团”)举办“国家版图意识宣传暨地图主题书店媒体开放日”活动。中国工程院院士王家耀、郭仁忠,自然资源部、北京市委宣传部、保定市委宣传部、西城区委宣传部、北京市西城区白纸坊街道等有关单位负责同志出席活动。

活动中,中图集团地图编辑围绕“中国国家版图在地图上的正确表达方式”作主题宣讲,向公众普及如何正确使用和使用地图、有效防范“问题地图”等国家版图知识,推动国家版图意识在社会公众心中落地生根。

活动当日,地图主题书店白纸坊旗舰店正式面向社会公众开放运营,以丰富的地图呈现、多元的文化展示、沉浸的阅读体验和多彩的实践活动,引导社会公众厚植爱国精神,成为国家版图意识宣传教育的又一重要阵地。

多年来,中图集团坚持将国家版图意识宣传教育作为践行社会主义核心价值观、弘扬爱国主义精神的重要举措,编制出版《祖国在我心中——国家版图教育》《国家版图知识读本》等一系列寓教于乐的国家版图意识教育科普图书,组织开展了4届“美丽中国”全国国家版图知识竞赛和少儿手绘地图大赛,参赛人数超500万人次。中图集团积极推进地图主题书店品牌运营,先后在北京、江苏、安徽、四川等地开设地图主题书店,不断丰富完善人民群众的阅读空间和文化体验。(张聪聪)

本期特别推出大学社专刊

本期28版

精彩导读
第六届教育·出版·互联峰会在京举行
探索跨界 携手新图景
AI加速入局出版业
2025年,出版业会更难吗?
2024年,这些出版品牌的真实故事

编辑:彭庆伟
排版:聂慧超



二月:图书零售小幅反弹 市场收官回升可期

商报·奥思数据研析组 文 东执笔

年度市场收官迫近的11月份,图书零售曙光乍现,出现小幅反弹,为2024年图书市场的最终回升增添了砝码。

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·奥思“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11月,图书零售市场销售数量同比增长2.82%,销售码洋同比增长2.43%。这种月度销售数量、销售码洋同比双增,是今年继1月份、5月份后第三次出现,虽然增幅小于前两次,但在年度终结前的这次销售同比双增其意义重于前两次。应该说与“双11”热销爆点的作用不无关系,以致当月销售环比大幅增长:销售数量环比增长30.06%,销售码洋环比增长29.62%。11月份,图书市场销售数量的同比、环比增幅分别大于销售码洋的同比、环比增幅,是一个可喜的市场现象,表明市场进入一个销售实物量增长大于销售金额增长的良性状态,市场规模回升更多依赖的是消费者购书量的增长,而非书价的上涨。

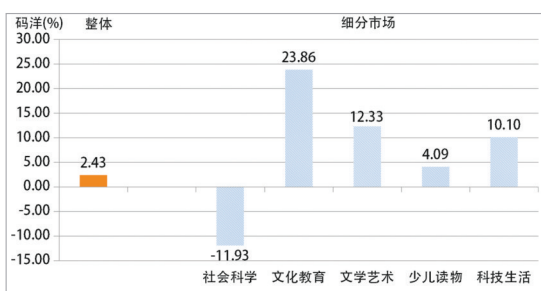
2024年图书零售市场的最终结局,取决于12月份市场各方力量的“冲刺”一搏,特别是占市场绝大比重的线上市场的表现。

细分市场四升一降

刚需性强的文教书占最大份额

11月份,图书零售细分市场态势较好好转,细分市场规模呈四升一降(见图1)。文化教育书细分市场规模增幅最大,销售同比增长23.86%;文学艺术书细分市场规模增幅次之,销售同比增长12.33%;科技生活书细分市场规模增幅第三,销售同比增长10.10%;少儿读物细分市场规模增幅最小,销售同比增长4.09%。社会科学书细分市场规模独呈回落,销售同比下降11.93%。

图1 2024年11月图书零售市场销售态势(同比)



11月份,图书零售市场的销售结构(见图2)是:文化教育类市场份额最大,占比25.09%,比重同比扩大2.87个百分点,环比扩大3.04个百分点;少儿读物类市场份额次之,占比24.11%,比重同比缩小1.73个百分点,环比缩小0.86个百分点;社会科学类市场份额居中,占比21.18%,比重同比缩小5.63个百分点,环比扩大1.14个百分点;文学艺术类市场份额第四,占比20.28%,比重同比扩大3.56个百分点,环比缩小4.75个百分点;科技生活类市场份额最小,占比9.34%,比重同比扩大0.93个百分点,环比扩大1.43个百分点。与去年同期比较:文化教育类和社会科学类市场份额位序互换,其余各类市场份额位序不变。文化教育类市场份额居首,比重扩大,销售显增,折射了刚需产品对市场的支撑。社会科学类比重变化最大,下降超过5个百分点,系去年的主题时政书超热销不再所致。

(下转第14版)