

中发协第七届理事会第五次会议召开 促进市场秩序规范化 提升行业信息化水平

■中国出版传媒商报记者 焦 翎

12月4日,中国书刊发行行业协会第七届理事会第五次会议在福建泉州举行,中国书刊发行行业协会第七届第六次常务理事会同期召开。中宣部印刷发行局发行处处长、二级巡视员武远明,中宣部印刷发行局发行处三级调研员杜建方,中共福建省委宣传部印刷发行处二级调研员俞增辉,海峡出版发行集团有限责任公司党委委员、副总经理(主持福建新华发行集团日常工作)谢兴权,中共泉州市委宣传部讲师团团长、泉州市委宣传部部务会议成员谢庆凤以及中国书刊发行行业协会理事长艾立民,中国书刊发行行业协会副理事长董伊薇等中国书刊发行行业协会第七届理事会和监事会成员,部分地区出版物发行行业协会相关负责人等200余人与会。

会议审议通过了《中国书刊发行行业协会2024年工作报告》《中国书刊发行行业协会2023年11月至2024年10月财务报告》,通报了中国书刊发行行业协会第一届监事会2024年工作情况,增补第七届理事会副理事长,调整增补第七届理事会常务理事、理事,审议并通过了古籍发行工作委员会第一次会员代表会议暨成立大会的情况报告和



城市发行专业委员会变更名称的报告。

谢庆凤表示,近年来,泉州市委、市政府高度重视文化产业发展,把文化建设作为推动经济社会高质量发展的重要支撑,不断优化产业结构,提升文化软实力,努力打造更具影响力的文化高地。

谢兴权介绍了近年来海峡出版发行集团的创新探索和丰硕成果。他表示,依托数字福建建设带来的基础优势,海峡出版发行集团积极探索新技术在出版领域的应用,在区块链+出版创新应用、深层次人工智能赋能出版内容创作、建设数字化智能化书城等方面不断取得新突破,数字经济营收稳步提升。集团所属福建新华发行集团成立20年来,坚持深化改革、聚焦创新创造、把握数字化转型浪潮、大力推动智慧新华工程建设。未来,集团将不断培育和发展文化领域的新生产力,进一步全面深化改革,全方位推进高质量发展。

在交流环节,湖北省出版物发行行业协会、民营书业工作委员会、少儿读物发行工作委员会的相关负责人进行了分享。

上下齐心 共推行业健康发展

近年来,实体书店发展面临诸多困局。针对这一现状,行业主管部门、各级各类协会纷纷推出相关政策、文件,推动行业健康可持续发展,并通过开展行业培训、交流和研讨活动等,推动行业思维创新、理念创新和模式创新,实现高质量发展。

武远明代表中宣部印刷发行局对会议的召开表示祝贺。他指出,2024年,中国书刊发行行业协会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻落实党的二十大精神 and 习近平文化思想,组织开展了一系列服务国家、服务社会、服务群众、服务行业的工作,有力推动了出版发行工作在围绕中心、服务大局中焕发新气象,在守正创新、攻坚克难中展现新作为,在深化改革、谋划高质量发展中取得新进展,发挥了上传下达、团结各方、凝心聚力、协调服务的职能作用,彰显了中宣部主管行业组织的政治站位和责任担当。他强调,2025年,中发协要团结带领全行业,做好党的创新理论出版宣传服务保障工作。坚持创新引领,发挥图书展会平台带动作用,组织筹办好2025北京图书订货会;继续积极服务全国书博会,引入更多重量级、首发性的活动。发挥好“年度最美书店”评选“指挥棒”作用,引导各地新华书店加强网络发行能力建设。在规范网上图书市场秩序上发挥更大作用,加紧修改完善图书网上销售行为规范,引导图书电商正确发展方向,推动线上线下图书发行良性互动。2025年,中宣部印刷发行局将在推动实体书店列入全民阅读重要设施,引导实体书店参与公共文化服务、加大最美书店宣传推广力度、为实体书店争取更多扶持政策和发展空间、会同出版局完善图书电商平台管理机制、加快修订《出版物市场管理规定》等方面发力,推动行业持续健康发展。

艾立民从六个方面,介绍了2024年中国书刊发行行业协会的工作重点、亮点。一是以组织机构建设为抓手,调整、巩固和完善专业委员会,吐故纳新,释放出新的活力。二是以创建最美书店活动为抓手,首次举办最美书店学习大会,进一步强化最美书店的示范引领作用,推动实体书店从“好美”到“美好”的提升和转变,以书店之美促进和带动城市文明之美,进而推进实体书店的新质转型。三是以网上发行工作委员会为抓手,积极发挥职能作用,促进市场秩序规范化,营造良好市场环境取得积极成效。四是以标准化工作为抓手,积极推进CNONIX国家标准和少年儿童分级阅读系列标准的落地实施,提升行业信息化标准水平,提升实体书店阅读服务能力,成效显著。五是以

教育培训为抓手,以促进行业新质生产力发展为核心内容,面向基层门店,加大交流培训力度,收到良好效果。六是监事会履职尽责,为确保协会工作的正确方向和任务的顺利实施起到了重要的监督保障作用。他客观分析了当下出版发行业的发展成绩和突出挑战,并对协会2025年将开展的推动图书市场秩序治理、推进全民阅读活动、继续推进行业信息化和标准化建设、开展行业培训、搭建出版物交易平台、筹备召开中国书刊发行行业协会第八届会员代表大会等九项内容进行了介绍。

湖北省出版物发行行业协会秘书长陈强汇报了2024年湖北省出版物发行协会的工作成绩和2025年的工作计划。2024年,湖北省出版物发行协会助推会员企业转型升级、融合发展,孵化武汉童书展、打造武汉书展与华图会双轮驱动新模式。2025年,协会将以“武汉书展·长江阅读季”“武汉书展·长江书市”为平台,整合资源、创新办展,举办第七届湖北省出版发行产业营销创新大会、湖北省出版发行行业业务技能大赛,探索应用数字出版技术等。

中发协民营书业工委副主任委员兼秘书长于晓华介绍,2024年,中发协工委持续完善服务水平,组织开展Books New+书业新生态——面向未来的思考研讨会、“书香润童心 阅读伴成长”研讨会、“智慧领航书海,数字赋能文脉”数字+书业创新融合分享会、“智慧领航书香路,全民共筑阅读梦”研学团等各类活动,充分发挥引领示范作用,并通过持续开展走访活动,推动行业高质量发展。2025年,中发协工委将持续举办主题研讨会,深化行业交流,加强通力合作,推动产业协同发展。

2024年,中发协少儿读物发行工作委员会主要围绕四个方面开展工作。中国书刊发行行业协会副理事长、少读工委主任委员郭峰介绍,一是举办第三届全民阅读大会“书香青春”青少年阅读论坛。二是举办首届“中国好书”少年儿童阅读演说短视频分享活动。三是加强国际交流,推进中国少儿图书走出去。四是积极参加各大书展,促进行业内专业交流及展示。2025年,中发协少工委将构建少儿出版发展新格局,通过组织专业论坛,探索童书未来发展,并通过多种方式,明确少儿图书定价制度等,保护少儿出版健康可持续发展。持续打击盗版、高仿现象。融合优势出版资源,探索建立阅读服务体系行之之道。承办第二届“好书共享、好文共读”短视频展演活动。

● 资 讯

线上线下联动 浙江新华“魔法永存”专场直播销售320万码洋

中国出版传媒商报讯 12月7日,浙江新华抖音直播间“魔法永存”——“哈利·波特”初版绝版复刻专场开播。虽是大雪节气,但直播间里的气氛却非常热烈,广大哈迷涌入直播间与主播展开热烈互动,一同进入JK·罗琳笔下自9“站”台启程的奇幻魔法世界。在5个多小时的直播时间里,成交人数达7000人次,销售码洋320万。浙江省新华书店集团有限公司官方抖音号位居当日图书达人直播带货榜首位,达人带货周榜首次升至前十序列。

该场直播充分利用线上线下各平台进行宣传预热。线上发布多期预热视频,并邀请书籍编者王瑞琴、译者马爱农进行独家专访,广泛激发读者的购买热情。线下依托余杭新华书店余之城“哈利·波特”主题门店开展主题打卡活动,利用私域粉丝群进行精准营销,以线上线下的亲密互动进一步为读者营造良好购买体验,充分发挥了门店的阵地支撑作用。

直播期间,从纸张尺寸到版本区别讲解,从魔法咒语到故事情节回顾,作为资深哈迷的主播与评论区读者展开了热烈互动,同时主播身着魔法袍,充分利用主题店场地、物料为读者营造线上沉浸式购买体

验,直播间在线人数不断攀升,最终在观众的认可支持下登顶图书榜榜一位置,并在库存告罄情况下提前下播。

此次直播从前期筹备阶段的图书编目加急,到全程物流跟踪、拆包上架,再到直播中途协同采购进行补货确认等,充分展现了浙江新华产业链协同作战优势,并凭借着浙江新华各部门的紧密配合,各环节的有效联动,为此次新书率先发布创造了宝贵的时间差,形成了极为有利的先发优势,最后在直播团队的努力下促成了此次成功案例的精彩呈现。

今年以来,面对日益激烈的市场环境,浙江新华坚持以高质量发展为目标,扎实推进“五纵三横一主线”新产业体系建设,根据主营业务类型,电商事业部在垂直领域深耕细作,线上连锁规范运营,重点项目有序落实,新媒体赛道加速拓展,体系化建设取得积极成效,电商业务增速高于行业平均水平。电商直播团队自组建以来,经过2年多的运营,浙江新华抖音官方号以后起之势,精准发力,领跑行业标杆,积累粉丝近17万,年销售码洋破千万,最高单场在线超1.2万人。

(赢 骁)

在政府相关部门和各地各级行业协会的支持下,近年来,出版发行单位锐意进取、开拓创新,以新理念引领新发展,尤其是在“加快发展新质生产力”理念的引领下,通过破题创新经营、技术赋能出版产业链条等方式,实现了逆势增长,其中的优秀案例,为出版发行单位转型发展提供了有效的借鉴,也为出版发行业更好地推动全民阅读,助力文化强国建设提供了更多的参考。

在中国书刊发行行业协会同期举办的“发展新质生产力,助力出版发行业高质量发展”工作交流会上,浙江出版联合集团党委委员,浙江省新华书店集团党委书记、董事长蒋传洋;重庆出版集团数字公司总经理邵平;湖北省新华书店(集团)有限公司党委副书记、总经理陈栋;福建省人民政府参事、编审,海峡出版发行集团原党委委员、副总经理何强;江苏大众书局创始人缪炳文;北京开卷信息技术有限公司副董事长、总裁蒋艳平分别进行分享。

蒋传洋以《书业渠道变革正当时》为题,介绍了近几年来关于浙江新华建设的一些基本思考。他认为,当前,以互联网为突破口的出版物全国统一大市场迅速形成导致市场环境急剧变革,互联网渠道快速崛起引发行渠道变迁和行业生态变化。他强调,要进一步挖掘新华书店的文化价值,在渠道专业化、内容专业化、队伍专业化三个方面,发挥横向渠道和纵向渠道建设合力,搭建纵横交错的、专业的网格体系。浙江新华通过搭建“五纵三横一主线”产业架构,打造了电商事业部、阅读服务事业部、教育服务事业部、创新业务事业部,构建了线上连锁、线下连锁、业务中台,并通过加强内容主线建设提高选品能力,加强社店合作提高渠道控盘能力、加强渠道整合与管控提高执行力,持续发力内容运营。

以《提升新质生产力,构建数字时代新型出版传播体系》为题,邵平介绍了近年来重庆出版集团在数字化转型方面进行的尝试和取得的成绩。2019年,重庆出版集团制定了“1221”发展战略,打造1个智慧出版产业生态圈,即内容出版、服务内容、经济服务、数字经济及数字出版,2线包括“文化+创新服务”与“5G+智慧教育”,2端即安全阅读云端与技术应用端,1网即出版产业互联网,构建了一体化数字资源系统(IRS),通过重庆出版大数据中台建设,将内容和行为转化为标准数据流资产,包括数字化转化,传统纸质、光盘及多元异构数据完成数字化转换;AI+人工双重审核,保障数字出版“内容安全”和“意识形态安全”;数据服务发布,将数据封装成不同形态的数据服务,由数据服务总统一对外服务。通过将内容数据化、标准化,与各平台互联互通,实现了渠道的快速延展,创新应用服务。未来,重庆出版集团将加快出版深度融合的步伐,立足重庆,服务文化和教育,推动电子、音像、网络和游戏出版;服务出版,成为出版业数字化管理系统的高端定制服务商;深耕职教,成为支撑职业教育高质量发展的重要力量;实现全方位架构创新、模式创新、体系创新。

陈栋作题为《立足“三化、四链、五融合”模式 奋力打造现代文化教育品牌服务商》的报告。他表示,近年来,湖北省新华书店集团坚持平台化运营、网格化服务和数字化管控“三化”驱动,不断延长产业链、缩短供应链、优化服务链、提升价值链,推动线上与线下深度融合、店内与店外深度融合、纸媒与数媒深度融合、文化消费与教育服务深度融合、书店与出版社供应商深度融合,持续擦亮城市文化会客厅、全民阅读示范基地、新时代生活美学博物馆三张文化名片,努力打造具有内容整合传播能力的现代文化教育品牌服务商,实现从发行企业向平台企业、生态企业跨越。他强调,湖北新华将坚持把社会效益放在优先地位,大力实施文化惠民工程,大力发展新型文化业态,牢固树立倡导全民阅读、回归纸质阅读、善用数字阅读的文化理念,努力把更多优质文化产品和服务送到人民群众身边,积极培育新质生产力和新增长点。

何强以《漫谈新华人的九种能力》为主题进行了分享。他表示,当前新华书店的发展面临如何优化服务体验、如何创新经营模式、如何加强品牌建设、如何适应市场变化等问题,解决之道最为重要的是要解决人才队伍建设问题。他强调,要想成为合格的新华书店管理人,应当具备的九种能力,即政治觉悟、文化情怀、教育视野、阅读兴趣、传播技能、书写思考、企业追求、管理能力和创业激情。为此,福建新华打造了人才选拔培养机制,并从政治觉悟、教育视野、文化人的情怀、企业追求、书写思考、创业激情、阅读兴趣、管理能力、传播技能等方面,进行全面的人才考察,在人才培养发展中,注重分层分级,聚焦主题,提高培养效率,实现识别不同层级人员的关键差异,优化成长发展路径,重点关注和培养;识别不同区域的人才结构及人才管理的优劣势,有针对性地进行管理优化;识别不同序列的人才优劣规律,用人所长,扬长补短。

以《做实体书店的几点体会》为题,缪炳文分享了江苏大众书局成立以来的经营感受和经验做法。他表示,目前大众书局共拥有分布在江苏、上海和浙江等地的自营书店49家,图书及与图书相关的收入占比69%,非图书业务收入占比31%。以一家服务于大众消费的社区型精品书店为宗旨,大众书局门店以只为其周边三公里的社区人群或家庭服务为定位。在经营中,大众书局重视图书商品的陈列,如何调整传统的陈列方式,并尝试按消费者的身份和职业来陈列图书。缪炳文认为,实体书店必须认真看待互联网视播时代的到来,并作为一种生活场景,通过视播全域的多种方式呈现给读者。聚焦如何为传统的实体书店植入互联网的基因,缪炳文坦言,要选择核心产品,先找出好卖的产品,再研究如何把产品卖好,并在线上完成推广,在线下实现成交;在设置账号时,要突出与主营产品相关的关键词,还要注重视播平台的选择。

蒋艳平作题为《2024图书零售市场分析》的报告,她指出,今年1-10月图书零售市场同比呈现负增长态势,码洋同比增长率-1.12%,实洋同比增长率-2.60%。内容电商同比保持增长,码洋比重大扩大;实体店渠道中小型书店码洋比重明显扩大。她表示,在过去出版社和实体书店建成的上下游闭环的通道当中,合作关系是稳定的、销售模式是不变的。但当下,出版社的销售很多来源于临时性的交易伙伴,原先稳定的图书销售模式变成随机性、偶然性越来越强,或者是原来自然销售模式变成强资源投入拉动的营销方式,销售的风险和成本加大。在畅销图书的销售上,实体店的用户群体比较多样化。垂直及其他电商方面,以当当和京东为代表,以爱读书的人、传统读书人为主,读者的忠诚度较高。一些知名的套系、知名的图书或者知名作者的图书,读者会选择这些平台搜索购买,平台电商依赖促销活动拉动流量,拉动消费。内容电商借力技术支持,通过兴趣标签能够找准用户,精准匹配用户的需求,大目标群体的基本需求会被平台放大,所以心理自助、少儿教辅类的单本图书销量非常高。她还指出,新华书店要打造自身的书店子品牌,要形成自身特色,针对特定的人群,实现更高精准度和更好服务。

新理念引领 助力实现高质量发展