

2025电商平台 发挥各自优势 美美与共

■中国出版传媒商报记者 伊 璐

开卷2024年图书零售市场年度报告显示,从渠道上看,实体书店、平台电商以及垂直及其他电商依然呈现负增长,尤其是码洋规模最大的平台电商和2023年相比降幅更大,内容电商(原短视频电商)虽然保持正向增长,但是增速明显放缓,未能同2023年一样“挽救”整体市场下降的局面。面对变局,这些电商平台在2025年将有哪些应对?透过多家电商平台的年度报告、年度活动和商报的采访,我们初步梳理出其应对的四个发力方向及相关举措。

一是好的内容。多家电商平台相关负责人不约而同谈到了“好内容”。内容是出版行业的核心,高质量的内容永远有市场。聚焦客户需求,精细化运营,做好精品图书宣传、推广,致力打造图书精品佳作网上发行阵地,是电商平台的共同追求。抖音电商相关负责人

谈到,除了图书本身内容优质之外,还要回归抖音平台丰富的内容生态以及成熟的推荐技术优势。通过重点新书、重点作者的首发,将内容做成精良的短视频进行分发。

二是精准营销。今年开学季期间,天猫图书发布了用户公认的海淀妈妈、顺义妈妈、杭城爸爸、衡水学霸、985学长、大厂潮爸6大“课代表”最爱书单,为小学、初中、高中、考研、AI教育等五类需求人群提供了精准推荐。淘宝天猫文教行业总经理陈捷达透露,淘宝天猫文教行业将开放数字技术与行业共建共享,让出版机构在定品销售环节更了解现在的客户。同时,淘宝天猫文教行业也期待与头部商家合作,趋势共享、技术共建,挖掘出真实的消费群体及他们的消费需求,从而在图书选题规划和开发阶段就有所输入。小红书平台则不再局限于传统的商品

销售模式,不拘泥于销售商品,为某个用户生活场景里某一部分提供个性化的解决方案,希望用户能够真正从爱好出发去为兴趣买单,能够真正传播教育理念。

三是技术赋能。技术的革新为图书的创作、分发和阅读提供新的可能性。在2025京东图书合作伙伴大会上,京东零售3C数码事业群图书业务部负责人表示,2025年京东图书将围绕优化供应链管理、增强数据赋能、拓展销售渠道3个方面与机构和商家伙伴展开共建,积极探索包括内容创作、营销推广等方面的创新模式。文轩在线将以培育和发展新质生产力为重要抓手,驱动货架电商、新媒体电商、商品经营、融合出版、供应链服务等重点板块突破。北国书香网借助大数据、算法推荐等技术,推动发行渠道从单一线下到线上线下协同发展新阶段。平台

以总部线上商城为中盘,多门店统一管理,实现数据互通、商品资源互补共享。

四是打破平台界限,实现融合。在“2025当当出版人盛会”上,当当相关负责人认为,在对各平台卖场的布局 and 规划中,货架商会更注重稳健增长,不断提高流量获取效率和运营推广水平,提升控盘能力,追求人货场最优解。对于新媒体电商,当当的思路是与货架电商不断融合打通,在抖音、视频号、快手等搭建自有矩阵账号,扩大KOC分发优势,获取较高性价比的脉冲式流量,同时与传统货架电商联动推广,实现种草和拔草更丝滑高效。

在某个内容电商平台首发,以种草或直播的形式引爆,随后在货架电商平台大规模分发上架,并在全中国书店渠道铺开,这或许将成为2025年图书营销的一套规范动作。其间,电商平台将发挥各自优势,美美与共,为推好书努力。

北国书香网:打造地域特色文化电商品牌

■张琳(黑龙江新华书店集团有限公司、党委副书记、总经理)

2022年1月1日,“北国书香网”正式上线,该平台利用教材教辅发行优势,依托黑龙江省新华图书连锁经营有限公司先进的物流体系,打造具有地域性特点的文化电商品牌。上线以来,“北国书香网”持续拓展营销策略,通过建设线上书城、大力发展直播带货、制作短视频、扩大私域流量、打造社群营销、加大宣传力度等,强化线上发行,提高企业深度参与多元渠道的市场竞争能力。通过不断的技术创新、内容优化和形态拓展,“北国书香网”成功将传统的阅读体验与现代媒体平台相结合,为读者提供了更加丰富、便捷和多元的购书选择。截至目前,“北国书香网”已实现黑龙江全省103家实体新华书店全覆盖,关注人数155.39万人,累计销售额5552.91万元。

赋能新业务。“北国书香网”紧跟互联网发展趋势,在不同渠道布局新业务。一是推出微信小程序商城。微信商城充分利用集团教材教辅发行优势及完备的物流体系,面向全省中小學生及广大读者,提供百万余种包含教材教辅、党政、龙版精品、一般图书、文教文创、非图类产品的销售服务。与中国工商银行进行战略合作,开通工行专区,为基员工提供低折扣的优质图书和非书产品,得到了工行领导和员工的一致好评;开展全场一般图书8.8折特惠、一般图书满88元包邮、6.18活动专区5折销售、“双11”“双12”特价图书专区等活动。二是开启抖音直播。2022年6月,平台搭建新华抖音直播间,2023

年4月建立抖音商城精品联盟,打造全省新华电商平台直播矩阵,目前已完成省内全部市区县店及新华书城的培训工作。2023年深圳文博会、济南书博会、黑龙江国际文化展销会现场直播,2024首届东北图书交易博览会短视频现场播放均取得了良好效果。三是推出移动APP和PC端WEB版。与黑龙江新媒体集团合作,推出“北国书香网”移动APP(苹果端、安卓版)应用程序和PC端WEB版,同时结合线下各新华书店自身定位,实现实时搜索各门店图书品种、库存和架号等功能,增强了微信小程序商城的用户体验,引入大数据分析,实现精准推送服务。四是实现服务器上云,优化网站响应速度。“北国书香网”通过采用先进的云计算技术和CDN网络加速,现已成功实现了网站响应速度的提升,保证了高访问量的流畅体验。目前已完成省内全部连锁店服务器上云工作,为线上线下融合发展提供有力的技术保障。五是扩大私域流量,打造社群营销。“北国书香网”打造微信社群,吸引读者加入,根据周边读者的不同需求,定期定时为读者推荐书籍,解答读者问询,帮助读者选购所需图书,目前黑龙江全省已建立118个微信社群,总人数6.12万人。

激发新活力。一是服务全省中心工作,推动新华书店“老字号”品牌焕发新活力。通过做好教材教辅、主题图书、一般图书等主业图书发行工作,筑牢企业作为出版物发行业主渠

道、主阵地地位。上线《习近平谈治国理政》《习近平著作选读》等党政教育权威读本,助力宣传党的创新理论。二是服务教育事业,全力解决不同群体需求痛点。“北国书香网”以“百店互联”线上线下一体化销售理念为依托,即以总部线上商城为中盘,多门店统一管理,线上小程序和线下连锁店ERP全面对接,数据相互打通,全省各家新华书店商品资源互补共享的线上连锁模式。平台连接省内百家新华书店门店,实现线上线下无缝对接,为全省师生及广大读者提供方便快捷的购书途径。三是构建书香龙江,倡导全民阅读新风尚。坚持线上线下一体化联动,引导全省各级书店依托“北国书香网”线上平台优势,将店内活动、新书信息、重点书宣传等相关内容展现在网络上,建立全民阅读活动线上宣传渠道,让读者足不出户了解店内最新动态。通过线上宣传、提前预热通知、活动现场直播分享等多角度、多渠道协同开展线下活动,助推书香龙江建设。四是立足主业,勇挑振兴龙江出版产业重担。自上线以来,平台大力整合集团电商业务,借助大数据、算法推荐等技术,推动发行渠道从单一线下到线上线下协同发展新阶段,是集团从传统出版商向教育服务商转型的关键战略实践。与此同时,坚持以总部线上商城为中盘,多门店统一管理,实现数据互通、商品资源互补共享,随着品类的不断丰富,将促进规模效应充分释放,进而不断带动黑龙江出版产业发展壮大。

(下转第7版)

夯基强能提质增效 稳存拓新促发展

■徐洋(四川文轩在线电子商务有限公司总经理)

2024年,在行业零售市场下行、竞争加剧的形势下,文轩在线聚焦出版物网络发行主业,主动应对市场环境 with 行业格局变化,稳存拓新,经营保持了持续增长。我们重点从三个方面开展工作,并取得一定成效。

渠道运营。基于市场竞争态势,文轩在线持续加强与上游供应商联动,积极组织开展多渠道、多频次的营销活动,通过紧抓开学季、暑期、“双11”等关键节点,加强资源链接,做细做优渠道,开展多形式营销策划,进一步巩固货架电商优势。同时,重点发力新媒体电商,着力提升直播团队“知读者、懂图书、会选品、擅直播”的整合能力,打造了“新华文轩官方旗舰店”“文轩书局”“文轩甄选”等具有推品力、传播力的直播账号,推动新书、好书传播。公司直播团队先后获得全国图书直播邀请赛季军,中国电商主播大赛全国总决赛亚军。

融合出版。我们深入推进渠道与内容融合发展,持续开拓内容产品研发市场,做优“远涉文化”品牌,实现负增长。今年,我们与巴蜀书社、有书至美、北方文艺出版社、四川文艺出版社等出版单位、内容机构开展策划合作,将出版端的内容资源优势与我们作为渠道端在精准定位用户需求基础上的策划优势结合,共同推进基于用户需求的出版,打造了百余种品效俱佳的图书产品上市。其中,由“远涉文化”联合巴蜀书社打造的《水浒传全传》《博物志》《中国通史》(全2册)、与四川文艺出版社打造的《全唐诗》(全彩精编版)等产品,获得了读者广泛认可与良好市场反馈。

新技术与业务融合运用。我们紧跟技术发展趋势,运用技术工具和手段,持续强化供应链管理、客户服务能力,进一步提升服务质效和用户体验。同时,运用AI相关技术,着力提高公司智能化水平和业务效果。

当前,图书发行业正面临着诸多挑战,不确定性因素增多。在我看来,保持发展定力、坚定发展信心至关重要。我们将积极应对变化和和挑战。**首先,内容仍然是出版行业的核心,高质量的内容永远有市场。**我们将聚焦客户需求,精细化运营,做好精品图书宣传、推广,致力打造图书精品佳作网上发行阵地。**其次,技术的革新为图书的创作、分发和阅读提供了新的可能性。**我们将积极拥抱变化,以培育和发展新质生产力为重要抓手,驱动货架电商、新媒体电商、商品经营、融合出版、供应链服务等重点板块突破。**此外,我们将更加关注读者的需求,持续加强融合出版能力,拓宽产品线,适应更多人群需求,为广大读者提供更加个性化和多元化的阅读体验。**

推动图书出版发行市场向更加繁荣和可持续发展的方向发展,需要出版单位、发行单位、电商平台等行业多方共同努力,在日常的经营中,应加强沟通,强化联动,共同营造良好的市场环境,实现图书出版行业高质量发展。

● 分销微讯

博库书城·党校书店探索“党校+新华书店”创新模式

中国出版传媒商报讯 2月18日,浙江省新华书店集团与浙江省委党校携手共建的“博库书城·党校书店”正式开业。

为深入贯彻落实新时代文化建设要求,积极响应国家推动全民阅读、加强文化阵地建设的号召,浙江省新华书店集团与浙江省委党校携手共建“博库书城·党校书店”,共同探索“党校+新华书店”合作新模式。此次浙江省新华书店集团与浙江省委党校的共建合作,旨在通过打造“博库书城·党校书店”这一文化品牌,为干部教育培训提供优质的文化服务。这一合作模式不仅是对“党校+新华书店”模式的创新探索,也是在新时代背景下积极响应国家号召,加强文化阵地建设、推动全民阅读、提升校园文化品位的重要举措。此外,双方还将以此为契机,进一步深化在党建和文化交流方面的合作。通过共同探索创新理论武装和党建方式的新路径,



推动书香党校建设,营造爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围。博库书城作为浙江省新华书店集团旗下的知名品牌,将充分发挥其在图书运营、文化空间打造等方面的经验和优势,为党校学员、教职員工及广大读者提供一个幽雅舒适、特色鲜明的文化空间。这一空间不仅是一个阅读场所,更是一个文化交流的平台,能够促进思想碰撞和知识共享。

据悉,博库书城·党校书店位于浙

江省委党校校园内的守信楼,面积近150平方米,是一个集图书文创售卖、阅读推荐、文化交流、休闲服务等多功能于一体的文化服务特色书店。步入书店,沉稳的胡桃木色书架与暖光交叠,打造沉浸式阅读场域。书店结合省委党校的教学精髓与学员兴趣,从政治理论经典到文学艺术佳作,从党史党建专著到经济管理前沿,万册精选图书静候知音。书店接入“钱塘鸿书”线上服务,通过“线上+线下”延展可供65万种图书品类,提升品类纵深。店内特设水吧休闲区,精选现磨咖啡、中式茶饮与精致茶点。此外,博库书城·党校书店深度赋能,推出特色服务。如图书榜单聚焦时政热点与学员需求,推荐榜单定期更新;打造思想沙龙,每两月一场主题文化活动,读书会/名家讲座/文化展览轮番登场;文创赋能,将“博库书城·党校书店”IP融入博库文创产品设计,打造既有书香文化内涵又符合学员需求的衍生品。(赢 销)

● 一线实战

2024年图书发行工作面临新形势、新举措,同样也有新突破、新成果,是挑战与成就感并存的一年。新形势,就是实体书店客流少,网络竞争压力大,利润产出低,政府大客户回款慢。面对此形势,我们有针对性地实施新举措,达到新突破,积极开展新业态项目的同时,做细读者需求的调研,做大线上销售渠道,稳步推进取得新成果。我们针对读者需求不断调整门店的经营业态,设立潮玩专区,积极引进新潮品、文创产品;开展新媒体运营,进行快团团、抖音直播线上销售。扩大重点主题出版物的推广和发行。2024全年销售额超2023年同期349万元。

目前实体客流减少,线上渠道丰富,线下实体难做。我们在“精”和“专”上用力,精心研究读者需求,寻找专业渠道合作,大力发展多元产品和新媒体线上销售。对到店读者,提供多样化服务,由以往的只是单一卖书,改为提供丰富多样的产品和休息座位,来扩大每位读者的销售贡献值。我们向同行兄弟单位学习,开展新媒体运营,进行快团团、抖音直播线上销售,2024年市公司线上实现销售码洋736万。

2025年的发行工作会进一步强化教材教辅发行工作,通过提前筹备、优化库存管理和物流配送等方式,确保全市各级各类学校的教材教辅供应稳定及时。并且还会推动教材教辅的电子化进程,开发和完善在线订购等功能,如抖音直播,为师生提供更加便捷的购书体验。

在主题出版物的发行上,新华书店作为重大主题出版物的发行主渠道、主阵地,会继续加大发行力度,创新发行方式和服务理念。我们会通过线上线下、店内店外多渠道布局,持续做好主题出版物的宣传和推广工作。

在新业态业务方面,长春市新华书店会继续拓展多元产品、研学业务、线上业务。利用自身的独特优势和资源,糅合“研”与“学”,结合本土资源设置研学路线和课程,满足广大学生、家长和学校对高品质、个性化、实践性强的研学实践活动的需求。在文创多元领域,将通过创新合作模式,寻求合作伙伴共同研发推出具有新华书店特色的文创产品。这些文创产品不仅丰富书店的商品品类,提升书店的文化氛围,还能为读者提供更多多元化的消费选择。积极探索线上线下融合发展的新模式。利用抖音、快团团等互联网技术,打造线上文创平台,让读者可以随时随地浏览和购买心仪的文创产品。同时,线下书店也会继续改造升级,打造文创专区,让读者在享受阅读乐趣的同时,也能感受到文创产品的魅力。

用两个关键词总结2024年营销工作,就是多元融合与创新发展。书店在坚守文化阵地的同时,要紧密围绕文化传播与服务的核心职能,积极应对市场变化与行业挑战,通过创新经营模式和服务方式,探索多元发展路径。为更好地履行传承文化、推广阅读、服务社会的社会责任,吉林辽源市新华书店在2024年3月打造新型党建活动基地,增设特色党建研学服务,成为市机关工委指定党建研学基地,极大地提升了新华书店的品牌形象和社会影响力,促进了新华书店企业文化与辽源市党建文化的深度融合推动党建与业务工作深度融合。

在最艰难的时刻破局,书店要实现跨界合作破局,一是要由“产品导向”转移到“服务导向”;二是营销渠道多元化,在主题式营销、形式创新等方面进行多元化布局,提升销售额及新华书店影响品牌形象,策划一系列精彩纷呈的文化活动,吸引众多读者沉浸其中,提升书店文化影响力,让读者感受文化魅力,使书店不仅仅是售书场所,更是文化交流与传播的重要平台。2025年,书店仍要面对数字化转型、读者习惯变化等趋势,确实处于艰难时期。然而,挑战中的机遇格外引人向往,希望书业的图书零售全面向阅读服务整体调整,原有的图书卖场整体向区域性文化交流平台转型,通过创新和适应新环境,找到新增长点。

紧跟消费者需求变化 探索新模式保持活力

■曲连伟(吉林省新华书店集团长春市有限责任公司副总经理)

跨界合作破局 调整阅读服务体系

■黎方洲(吉林省辽源市新华书店总经理)