



人民教育出版社
PEOPLE'S EDUCATION PRESS

培根铸魂 启智增慧

·人民教育出版社重点图书推荐·

价格战之下的畅销书上市逻辑

关键词 书价 发行渠道 流量逻辑

中国出版传媒商报专题报道组

2月19日17时41分,书业人文枫在一家出版行业媒体网站上,看到某平台上线《如果历史是一群喵15·大清风云篇》的消息。2分钟后,他在该平台“漫友文化自营官方旗舰店”为孩子下单了这套超级畅销图书的最新册——没有现货,只是预售。这本图的定价为59.80元,平台旗舰店售价32.00元,相当于5.35折。

3月19日,这家平台网店显示该书处于“北京地区缺货”状态,依然为32元,售价下方增加了一行红字促销提醒——“2件9折、3件8.8折”。叠加购买3本活动图书后,售价优惠为28.16元,相当于4.7折。记者查询了该平台上浙江新华、博库网、文轩网等经销商旗舰店同一本图书的折后售价,发现均在32元~34元之间,同样叠加各自店铺满减优惠等促销之后,实际售价均在5折左右。

一本可预见的超级畅销书,一上市就开启5折销售——难道是出版行业普遍的畅销书营销策略或流量密码?以优惠价格尤其是低价为主要促销手段赢取市场之举,是否符合图书市场公平竞争的原则,是否有利于行业的健康可持续发展?

不得不说的图书发行价格战

对于2010年底的京东、当当价格战,小王已经忘记了很多细节,他只记得最低4折的图书售价在当时是绝无仅有的,为此,他当年淘了不少好书。

2010年12月,当当网赴美上市后不久,宣布拿出4000万元做促销,京东商城宣称图书业务遭当“封杀”,随即拿出8000万元以“双倍补贴”促销迎战,彼时距离2010年11月1日,京东商城图书频道上线不过1月有余。图书

平台电商价格战自此打响,虽后因相关主管部门的介入而终止,但造成的影响颇为深远。2011年3月,双方价格战再起。彼时京东商城表示,图书部门可以5年内不营利。时任当当网CEO李国庆则宣称,将进行力度空前的图书返利大促销。经历了两轮价格战,图书销售开始由线下实体店向线上平台电商转移,平台电商图书销售占比逐年走高,线上线下结合经营格局开始成形。

10年后的2021年,李国庆离开了曾在图书价格战中扮演重要角色的当当网,与此同时,京东图书的经营策略也在不断调整。北京开卷监测数据显示,2021年以实体店和平台电商为主的传统渠道品种规模均超过100万,短视频电商品种规模为3万余种。但中国互联网络信息中心发布的报告显示,2020年底,我国短视频用户规模达8.7亿。随着新型传播方式的革新,读者

购买习惯的改变,图书市场渠道格局发生着翻天覆地的变化。

也就在2021年前后,随着直播带货兴起,线上图书零售价直线下滑,9.9元包邮、2元~5元1本,甚至1元售书,在直播间屡见不鲜,一些图书直播间的零售价已低于成本。2021年9月,主播刘媛媛在一场长达16小时的图书专场直播中,销售额近8000万元。其中,刘媛媛在直播预告中宣称,“准备了50万册书破价到10元以下,10万册1元书”。这种超低价销售策略吸引了大量消费者,也引发行业极大争议。

同一时期,受疫情影响,线下实体店更是步履维艰,不时闭店歇业,虽全力发力线上销售,仍抵不过实体店面零售年均两位数下滑的影响,其市场份额逐年缩减,行业主渠道、主阵地的地位不再。

(下转第10版)

● 图片新闻

中国出版闪耀博洛尼亚



中国出版传媒商报 3月31日,第62届博洛尼亚童书展(BCBF)在意大利博洛尼亚展览中心启幕,来自90个国家和地区的约1500家参展商参与本届书展。与本届童书展同期举办的还有博洛尼亚图书峰会暨展览会(BBPlus)和博洛尼亚授权交易会(BLTF/Kids)。

本届书展主办国是临靠波罗的海的国家爱沙尼亚。今年恰逢首爱沙尼亚图书出版500周年,爱沙尼亚国家展台展示获奖作家、插画家作品,举办10场主题论坛及插画大师班,涵盖儿童文学创作、跨文化叙事等议题。

中国出版闪耀书展舞台,《幸福的可怜虫》《如果你打破瓷罐》等8部中国原创图画书入选博洛尼亚最佳童书奖惊叹书架(BRAW Amazing Bookshelf)项目。奇幻国童书荣获2025年度“BOP——博洛尼亚年度最佳童书出版社奖”。中国出版协会常务理事,原国际儿童读物联盟主席、现任执委张明舟获颁国际出版商协会(IPA)第35届国际出版商大会大使证书。(许惟一)



主宾国展区



博洛尼亚书展现场,读者阅读展区图书。孙珏/摄

基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜

(2025年3月下半月)

榜单快评 作为季度末的本期榜单,与上期比较更新率为37%。更新率不高表明,多数热销头部品持续热销、霸榜,头部市场热销态势趋稳。不过各大细分市场不乏新面孔跻身热销TOP20:社会科学书细分市场的《情商高聊天术》,文化教育书细分市场的《翻译硕士 英汉词典互译词典》,文学艺术书细分市场的《繁星·春水》,少儿读物细分市场的《我的第一本思维导图书 侦探推理》,科技生活书细分市场的《香典》等,均系首次登榜,颇给人耳目一新之感。特别是堪称古代天然香料和香文化通鉴的《香典》,不但内容特异,还跃居细分市场领袖位。

2025年3月下半月全品类图书销售总榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	习近平关于加强党的作风建设论述摘编(普及本)	中央文献出版社	2025年3月	10.00
2	习近平总书记关于党的建设重要思想概论	党建读物出版社	2025年1月	28.00
3	习近平文化思想学习纲要(大字本)	人民出版社 学习出版社	2024年12月	15.00
4	2024理论热点面对面 强信心 促发展	学习出版社 人民出版社	2024年12月	26.80
5	不被大风吹倒	北京日报出版社	2024年1月	59.90
6	心理健康与职业生涯	高等教育出版社	2023年8月	12.25
7	你当像鸟飞往你的山	南海出版公司	2019年11月	59.00
8	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	人民出版社 高等教育出版社	2023年8月	26.00
9	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(2023年版)	高等教育出版社	2023年2月	25.00
10	我与地坛(纪念版)	人民文学出版社	2011年1月	29.00

2025年3月下半月社会科学类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	习近平关于加强党的作风建设论述摘编(普及本)	中央文献出版社	2025年3月	10.00
2	习近平总书记关于党的建设重要思想概论	党建读物出版社	2025年1月	28.00
3	习近平文化思想学习纲要(大字本)	人民出版社 学习出版社	2024年12月	15.00
4	2024理论热点面对面 强信心 促发展	学习出版社 人民出版社	2024年12月	26.80
5	心理健康与职业生涯	高等教育出版社	2023年8月	12.25
6	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	人民出版社 高等教育出版社	2023年8月	26.00
7	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(2023年版)	高等教育出版社	2023年2月	25.00
8	职业道德与法治	高等教育出版社	2023年8月	12.25
9	社会工作师职业考试 社会工作综合能力 社会工作实务真题全刷	光明日报出版社	2023年1月	98.00
10	行测说公务员面试 100真题摆平面试	清华大学出版社	2022年1月	69.80

(下转第16版)

● 商报专递

第四届全民阅读大会将在山西太原举办

中国出版传媒商报 第四届全民阅读大会将于4月23日~25日在山西太原举办。大会主题为“培育读书风尚建设文化强国”,将聚焦推动新时代全民阅读,围绕全民阅读工作重点任务、关键环节举办论坛、阅读推广等多项活动,探讨深化全民阅读的思路举措,调动社会各方面积极参与全民阅读,进一步营造全社会爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围。

据了解,本届大会主论坛将邀请相关管理部门和行业组织负责同志等演讲交流,发布第22次全国国民阅读调查报告,总结当前国民阅读趋势特点,交流全面阅读工作有效经验,探索全民阅读工作创新举措。分论坛着眼不同群体阅读需求,邀请不同部门、不

同领域人士共同探讨深化全民阅读,包括主题阅读推广、图书馆与全民阅读、阅读权益保障、数字阅读、城市阅读、乡村阅读、职工阅读、家庭亲子阅读、银龄阅读、全民阅读研究等各方面。大会将青少年阅读作为重要议题,举办“书香校园”建设推进会,进一步激发青少年阅读兴趣和读书热情,养成读书习惯。大会期间,还将举办重读经典(“重读赵树理”“重读王勃”“重读柳宗元”“重读资治通鉴”)系列活动、“春风里·2024中国好书”发布活动、全民阅读大讲堂、“书香青春—红色记忆阅读接力”活动,组织龙城书展、“旧书新知”展销、“锦绣千年 弦歌不辍”书院展等,致力突出“实效性”“引导性”“文化味”“群众性”。(尧 雯)

我国短视频用户规模超10亿人

中国出版传媒商报 据《中国网络视听发展研究报告(2025)》(以下简称《报告》)3月26日发布。

《报告》显示,截至2024年12月,我国短视频用户规模为10.40亿人,使用率达93.8%,连续6年保持网络视听应用细分领域第一。截至2024年12月,短视频应用人均单日使用时长达

156分钟,居所有互联网应用首位,同比增长3.1%。微短剧的用户规模截至2024年12月达6.62亿人,半年增长率高达14.8%;使用率为59.7%,较2024年上半年提高7.3个百分点。仅半年时间,微短剧独立应用的人均单日使用时长就从90分钟涨到101分钟,已经迫平即时通讯。(尧 雯)

书业营销『奥斯卡』再启,6项推选结果揭晓!

● 聚焦

中国出版传媒商报 3月25日,由中国新华书店协会、《中国出版传媒商报》社联合主办的第10届年度书业营销推展发布活动在北京举行。

中国新华书店协会常务副理事长张雅珊,中华书局总经理、党委副书记叶冰,河南省新华书店发行集团党委书记、董事、副总经理任振茂,湖北省新华书店(集团)有限公司集团党委委员、副总经理谢俊波,甘肃省新华书店党委委员、副总经理、工会主席宋艳丽,博库集团总经理程明达,首都经济贸易大学出版社社长杨玲,吉林科学技术出版社有限责任公司总编辑端金香等嘉宾,以及来自全国各地的近200位书业同仁与会。活动由《中国出版传媒商报》社执行董事(社长)、党委书记、总编辑宋强主持。

张雅珊在致辞中表示,当下书业面临诸多压力,虽然书业上下游共同努力,通过多种措施避免图书产品同质化“内卷”、低价倾销,构建城市文化中心等,但消费理念、宏观经济层面的影响,很难依靠我们单打独斗实现扭转。作为团结会员、提供服务、交流情况、促进发展的重要机构,中国新华书店协会将充分发挥自身优势,在做好会员服务,做好上传下达的纽带的同时,积极推动书业上下游持续健康发展,为助力行业,推动实现全民阅读提供更多的支持与服务。

“年度书业营销推展”活动是《中国出版传媒商报》为鼓励创意营销、推荐营销人才,于2014年与书业书店营销实务对接会同步推出的重要品牌活动。2019年,又在行业首推“图书电商运营推展”活动,并组织开展书业社电(出版社与电商平台)营销实务对接会,引领行业发展。

2023年,面对新渠道、新模式、新理念下的书业营销对接新发展,《中国出版传媒商报》将“书业书店营销推展”和“图书电商运营推展”合并,全新推出“年度书业营销推展”活动,并与中国新华书店协会一道,向出版机构、策划机构、实体店、网上书店、新媒体企业等公开征集优秀典型案例和优选营销人、发行人。经过企业自荐、评委推选等环节,第10届(2024年度)“金牌经理”“发行精英”“创新营销人”“新锐主播”“营销金案”以及“最受欢迎新媒体”等推展结果揭晓。

3月26日~27日,第二届书业渠道年会同期举行,来自全国各地的实体店、平台电商、内容电商、直播平台专家和行业一线员工,聚焦社店(电)协同,围绕社店融合、渠道定制、人工智能(DeepSeek)、书展创新、谷子经济、电商协同、直播玩法等多个热点领域,展开深入探讨,分享宝贵营销经验。

任振茂,叶冰,人民文学出版社策划部副主任张一,中金易云行业研究中心副总经理莫琳怡,东方出版中心北京分社社长范斐,江苏凤凰科学技术出版社副总编辑王崇,秋叶集团AI签约讲师、工信部中国电子学会高级AIGC提示词工程师任泽岩,以及湖北新华、安徽新华、江苏凤凰新华、人民教育出版社、凤凰传媒凤凰商管公司、机械工业出版社、青豆书坊、淘宝天猫、当当、抖音、小红书、博库网等线上平台的相关负责人,结合自身经验进行了分享。(张绮月)

精彩导读

本期20版

特装书“内卷”时代	
刷边书泛滥,市场空间还在吗?	P6~7
撬动市场 出版社重仓推动自办发行	P9~10
从书店到酒吧:图书玩转品牌年轻化	P13
3月书单:小书房 大世界	P17~19

商报新媒体

矩阵

出版营销

好书探

文化北京

出版进化论

编辑:葛慧超

排版:彭庆伟