

网上中国

促进文化传播,带动图书销售

直播间里飘香

海外网 李雪钦

精心挑选的书单,生动有趣的讲解,令人心动的优惠……近年来,一些出版机构试水短视频和直播带货,打开了线上销售新市场。对于不少读者而言,通过短视频和直播了解图书内容并购买自己感兴趣的图书,是迈进知识大门的一件快事。

顺应趋势,拓宽线上空间

“主播出口成章,知识点满满,才华从直播间溢出来了”“以往一看见孩子刷视频就发飙,现在想带孩子一起看直播”“一时之间,我不知道该下单还是该记笔记”“要把这期直播收藏起来,从中能学到很多知识”……看了新东方主播董宇辉售卖图书的直播后,网友纷纷留言。

“3、2、1,上链接”“正版图书,全部好价,领券下单更优惠”“超值好书,库存不多,先到先得”“直播间专场,拍下这套宝藏书,送书签和明信片”……在出版机构的直播间,主播绘声绘色地介绍每本图书的亮点,同时根据读者评论有针对性地答疑,不少人竞相抢购下单,许多图书几乎“秒光”。

“通过举办活动来宣传推广图书是比较精准有效的方式,受疫情影响,采取直播方式来推广销售图书一开始可能是出版社不得不面临的处境,而在接受并熟悉了直播之后,我们发现直播比线下做活动更便捷。”北京十月文艺出版社营销部主任樊金凤接受本报采访时说,直播活动中可以在第一时间看到观众的点评,直接获知读者对一本书或相关作家的反馈,帮助出版社及时优化调整营销推广方案。据介绍,北京十月文艺出版社主要与“十点读书”“有书”等平台合作,比如今年4月与“十点读书”视频号合办了一场《心居》的直播活动,带货效果良好。

“出版机构通过直播技术来拓展市场,主

动拥抱互联网,是线下售卖的有益补充。直播更直观,体验感更强,对于消费者了解图书内容、激发阅读兴趣、产生购买意愿很有帮助。”四川大学文学与新闻学院教授、文化传播研究中心主任王炎龙说。

“出版机构通过直播来推广、售卖图书,是近年来出现的新模式。这种移动互联网发展中的‘吆喝式营销’,更容易吸引消费者关注。从产品推广角度看,必须做到‘用户在哪,市场在哪,销售就在哪’,所以要积极拥抱数字化、移动化、智能化时代,提高企业的生存发展能力。”中国新闻出版研究院出版研究所所长、国民阅读研究与促进中心主任徐升国接受本报采访时说,出版机构应积极研究新兴消费模式和营销技巧,加快观念更新和业务模式创新,在人才培养、技术革新、服务内容等方面加大力度,持续推进出版发行的转型升级。

什么内容适合做直播?怎样在开播一分钟内“抓住”眼球?如何清楚呈现图书的内容和价值?这些都考验着业界。

“一场有吸引力的图书直播,先要决定播什么,提前制定直播主题和图书品类。”北京蒲蒲文化发展有限公司市场发行部部长卢芳说,图书直播也要提前做好选品工作,通过分析直播间受众的偏好和需求,预判各类书籍的销售量、转化率等,分类筛选“引流款”“潜力款”“新鲜款”等图书,精准做好搭配组合。比如出版社直播会更强调品牌调性,与平台直播合作会更突出性价比,在图书选品、价格策略方面有所区别。“直播销售和品牌推广相辅相成,并不矛盾。出版机构通过提高直播的内容质量,既让读者享受超值服务,也推广了自家图书品牌。”卢芳说。

规范市场,促进行业发展

《2021年抖音电商图书消费报告》显示,抖音平台图书消费规模发展迅猛,2021年销量同比增长312%,消费人数同比增长205%,抖音图书带货直播累计观看量为80.5亿,每天通过抖音电商售出的图书超过45万本。据悉,磨铁文化、中信童书、机械工业出版社、华夏万卷等机构在该平台上图书销量增长较快。

直播售书火热,但也存在一些问题,例如带货主播销售“50万册10元以下的书”“10万册1元书”等超低价图书曾引发争议。“不是直播这种方式不合适,而是低价倾销不合适。”业内人士认为,图书是精神文化产品,一味低价倾销,对出版业的健康长远发展有不良影响。

今年3月,国家新闻出版署发布《关于做好2022年印刷发行重点管理工作的通知》,要求规范图书电商营销行为,规制超低价直播带货、线上打折倾销等发行乱象。

王炎龙说,图书直播不能只考虑利益、流量、销量,还应充分考虑图书承载的文化意义。除了大众化、畅销的图书,还可以根据市场分层分类,普及经典著作等,兼顾社会效益,例如,中华书局曾策划“我们可以从经典借鉴什么”等话题的直播,跟其出版气质一脉相承,受到文史爱好者的欢迎。

“‘内容为王、读者至上’的理念不能忘。”专家认为,不管用哪种渠道,内容始终是出版社的核心竞争力,优质内容是出版社做好一切营销的基石。互联网时代,出版行业应当当好“知识服务者”,结合读者需求发挥专业化特长,探索IP运营、研发周边产品等。

打响品牌,完善知识服务

跟随直播镜头,读者“走进”5位平均年龄80余岁的编辑家中,观赏他们的书房;在线聆听多位作家讲述自己与出版社的文学情缘,回顾作品难忘的出版故事……今年3月,人民文学出版社举办“你好,人文社——庆祝人民文学出版社成立71周年”直播活动,作家、老编



上图:江苏省泰州市新华书店工作人员在进行线上好书推荐直播。

汤德宏摄(人民视觉)

下图:中信出版集团举办新书发布直播活动。

图片来源于网络

辑与读者通过网络直播的形式汇聚“一堂”,共同感受文学的温暖和力量。据统计,网友在线观看量超过100万人次。

作者做客直播间,讲述作品背后的故事,在线畅谈创作心得;编辑展示工作场景,为每本书制作配套短视频,与读者直接对话、积极互动……为满足不同读者需求,不少出版机构策划主题鲜明、颇具特色的线上直播活动,令人眼前一亮。

“过去,出版社邀请作者到书店、大学等文化场所与读者见面交流很普遍。数字时代,知识传播推广的方式也应随之而变。”中信出版集团品牌总监孔彦接受本报采访时说,线上直

播逐渐成为读者喜闻乐见的获取新知的方式,读者可以充分运用碎片化时间,不受时空限制地聆听作者的深度讲解,更直观地了解图书内容。据介绍,中信读书会是由中信出版集团为顺应出版融合发展趋势而打造的知识服务品牌,常以直播的形式为大众提供知识服务。今年中信读书会推出“中国经济的信心与道路”专题,邀请经济学家在线分析中国经济的前景和机遇。该专题总播放量达1427万,广受关注和好评。“好的内容达到几百万甚至上千万的播放量,这是以前做线下活动所无法想象的。让有价值的知识得到更广泛的传播,是我们出版人始终追求的目标。”孔彦说。

引导电商平台和商户“亮照、亮证、亮规则”

营造更放心的网络消费环境

本报记者 叶子

电商平台参与,与消费者日常生活密切相关,平台内经营者众多,日常交易量、业务覆盖面广。据初步统计,百家电商平台共涉及超2300万平台内经营者,为10多亿消费者提供服务。

提升消费信心

“在网上,常常看到一些店铺自称是‘自营’‘专卖’,同一个品牌有时能搜到好多家专卖店,但这些网店是否品牌直营、授权经销,我们也分不清。”家住北京市海淀区的蔡女士经常网购,她说,如果平台和商户能展示授权证书等证明材料或提供查询途径,有助于消费者甄别信息,非常有必要。

除了真假信息鱼龙混杂,在网购中,让许多用户头疼的还有营销活动规则复杂、下单容易退货难、投诉举报找不到入口等问题。记者注意到,在开展“亮照、亮

证、亮规则”的同时,行动还将加强对“砍单”“网络抽奖”等社交参与型营销活动的合规管理,督促平台以醒目方式向消费者展示各类活动的详细规则,不得作令人误解的虚假宣传,切实保障消费者知情权和选择权。这一内容在网上也引发热议。不少网友留言评论:“最烦朋友发来‘砍一刀’的链接,‘砍’了也不见得真有什么优惠”“网络抽奖抽了个寂寞”……

北京工商大学法学院教授吕来明说,网络交易中,交易双方无法进行线下接触或身份识别、交易商品或服务无法实物展示,再加上推荐算法、直播营销等技术复杂商业模式的应用,使得消费者面临信息缺乏或信息泛滥的双重困境。“亮照”行动是切实维护消费者权益、改善消费环境的必要之举,有利于提升消费信心,促进消费。

国家市场监督管理总局相关负责人表示,网络消费者是全国社会消费品零售总额持续增长的生力军,保护好他们的

合法权益,对于保持全社会消费信心、稳定平台经济健康运行基本面向具有重要作用。“亮照”行动坚持以保护消费者利益为价值导向,注重模式创新,确保平台消费者广泛参与行动全过程,努力实现良好社会效果。

护航平台经济

截至目前,已有多家平台积极响应“百家电商平台亮照”行动。

例如,京东集团表示将重点针对入驻商家的无效证照开展专项检查和集中清理,同时持续完善服务协议和交易规则。今年的“6·18”,京东发布了30项“三减三优”商家扶持举措,通过“减少成本、减少考核、减少风险、优化规则、优化效率、优化服务”,希望最大限度为中小商家减压释负。贝壳找房已实现全平台4.5万家商户亮照、亮证,实现“贝壳分”在服务者个人页面首页对消费者公开展示。

据悉,“亮照”行动将加强与中国消费者协会的合作,通过组织消费志愿者全程体验式评价、第三方机构线上问卷调查、电商平台问卷推送等形式,对平台落实“亮照、亮证、亮规则”情况进行全流程、多场景、体验式评价,更好营造网络消费环境。

北京大学电子商务法研究中心主任薛军说,防疫期间,网购成为很多人日常生活物资获取的主要渠道。“亮照、亮证、亮规则”,能够帮助消除网络交易中存在的信息不透明、不对称、不准确等突出问题。

专家指出,平台一头连着千千万万的中小微市场主体,一头连着亿万消费者和灵活就业形态劳动者。平台经济平稳健康发展,有利于推动经济高质量发展、满足人民群众日益增长的美好生活需要。

近日,国家市场监督管理总局部署开展“百家电商平台亮照”行动,组织全国31个省(区、市)100余家电商平台,引导平台和商户“亮照、亮证、亮规则”,推动信息公开、规则透明,共同营造公平、诚信、放心的网络消费环境,促进平台经济规范健康发展。

推进信息公示

最近一段时间,不少消费者注意到,各大电商平台相继在首页显著位置持续公示营业执照信息或其链接标识,许多平台内的商户公示了与所经营业务有关的行政许可、注册备案等信息。

据了解,近日,国家市场监督管理总局部署开展了“百家电商平台亮照”行动。“亮照”行动的“亮照”,即依法公示营业执照信息;“亮证”,即依法公示行政许可、备案、审查批准、强制性产品认证等信息;“亮规则”,即依法公示平台服务协议和交易规则信息。同时,市场监管部门还指导督促平台集中清理平台内伪造、变造、冒用、过期、未及时调整等情形的无效证照,推动平台持续完善服务协议和交易规则,切实保护消费者和中小经营者合法权益。

业内人士表示,“亮照、亮证、亮规则”原本就是《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国市场主体登记管理条例》《网络交易监督管理办法》等法律法规规定的信息公示义务。国家市场监督管理总局相关负责人表示,通过指导电商平台全面落实信息公示有关的法定义务,“亮照”行动可以从整体上提升平台信息公开性和规则透明度,推动形成平台、平台内经营者和消费者多方有序互动、共生共赢的长效机制。

据介绍,该行动共有全国范围内百



智能网联助力物流畅通

柳州是广西著名的汽车工业基地。近年来,柳州车企积极开展智能网联汽车研发、测试工作,以新能源智慧物流车辆作为运输载体,在企业园区内建设智慧无人物流线路,不仅可以补充人力需求缺口,还有有效减少作业接触,提高物流效率,及时响应生产需求,确保物流畅通。

图为日前在柳州汽车城一家汽车企业里,无人驾驶的新能源物流车拖着货柜在园区道路上行驶。

黎寒池摄(人民视觉)



勾建山作(新华社发)