

在全球书业不景气的背景下，中国图书零售市场一枝独秀，保持了11.3%的增长。但实体店数量增加，销售额却降低，新书贡献率也在下降，这是为什么？

# 为中国图书零售市场把脉

□ 本报记者 张稚丹



记者从2019阅读X论坛获悉，2018年，欧美图书市场表现平淡，美国市场同比增长1.3%，英国市场2017年负增长，2018年实现0.3%的正向增长。2018年，中国图书零售市场整体码洋规模为894亿元人民币，同比增长11.3%，继续保持两位数的增长。

1月9日举办的“阅读X”论坛由中国出版协会和中国书刊发行业协会共同主办，时代出版传媒股份有限公司和北京开卷信息技术有限公司共同承办，今年论坛的主题是“阅读X，寻找不变的商业逻辑”。

## 实体店内外兼修

有些数据看起来矛盾，其实却有着深刻的内在因素。如2018年，中国实体店数量大幅增加，但实体店图书零售却下降6.69%。这只能说，实体店卖书的效率降低了。

过去我们考虑实体书店的转型升级，关注点集中在颜值上。几年来，我们也看到了许多网红拍照打卡店，但这种方式吸引来的是真正的读者吗？转化率是否高？

北京开卷信息技术有限公司董事长蒋晞亮认为，这两年是新资本和新人大批进入实体店，这是继



喜气洋洋的订货会现场 张稚丹摄

二三十年前那次之后的第二次，这个行业是有未来的。书店的颜值已经不是第一位的，概念走完后必须关注运营。一是选品，书店应当像其他行业一样做人群分层。不是儿童书店、考试书店那样简单的划分，而是高端品牌和低端品牌的划分，按消费习惯、消费形态、收入水平确定消费者的画像。你在卖咖啡文具时连接锁定的是哪一类消费者？这样你才能精准地为他们提供内容产品。

行业内一向把书分为两类——好读和好卖的书。其实，书的品质如果分1到10个级别，也许某个书店只要3到7级，其他书不是你的消费群体所需要的。二是数据规划。你的消费者是谁？他住哪儿？他买过什么书？转化率和客单价，需要他们的所有行为数据，有了数据才有选品，才能往运营多走一步。从蒋晞亮的发言中，我们依稀看到了实体店经营中更为科学细致、更接近解决问题的方向。

凤凰传媒苏州凤凰投资公司执行董事曾峰的发言正好为蒋晞亮观点进行补充。他注意到每个城市的格局不同，承受力不同。比如上海、深圳或者可以容纳很多大体量的书店，而三四线城市则不然。不同城市的书店必须用不同的运营模式去解决。目前网红效应在消退，一些购物中心在倒闭，依托于购物中心建立的实体店书店

将经受经济和资本市场的压力。实体店书店的盈利模式目前尚未清晰，卖书还是卖文创卖咖啡？

生活·读书·新知三联书店副总编辑舒炜更多地从读者体验来考虑：书店应该设计一个路线，像宜家一样，引导读者进来，按品类浏览。

场景实验室创始人吴声认为需要重新定义书店，线上线下并没有那么严格的划分。如果像盒马一样，比如三里屯附近3公里，书店如何在30分钟或1小时完成配送，那么坪效会有一个大的飞跃。10年前的书店只是书店，跟人没关系。现在的书店能够重生，是因为它具有包容性，能快速与人形成关系。书店将被阅读重新定义，被数字化重新赋能，被人的社交和连接赋予新的生活方式活力和生机。

机遇书店总经理刘贵则提供了一个新型场景书店的模式。从图书单一消费到文创咖啡，再到空间场景的运营服务，他提出了书店4.0时代，即IP赋能。IP Mall主要打造社交和体验空间，所以连接人与人，而不是人与商品，人是一切交易的人口。比如哲学的书架，你扫一下二维码入群，社群里全是喜欢哲学的人。798机遇空间开业1年多，做了1000多场活动，有传统读书会也有音乐会，很多商业品牌用他们的空间来做，形成1000多个社群。上海机遇从上年11月开始营业，到现在做了600多场活动，涵盖论坛、展览、发布会、快闪、沙龙、演出、读书会、主题早餐会、下午茶，花椒直播进驻，法拉利也有展示，还有

艺术作品的展览空间，1.5万平方米的空间，只拿五六百做书店。LV在上月12月中做品牌答谢会和新品发布会，所有场景都切换为LV模式。美洲一个副总统在这里做晚宴很有新鲜感，还有意大利之夜，推广意大利的图书、红酒、艺术和文化。IP Mall这个新物种不变的是图书业态，不同的是，机遇空间不是做一家书店，而是做场，并持续迭代和进化。

## 新书贡献下降需反思

2018年，中国书业网店部分继续保持较高速增长，但增速有所放缓，为24.7%，码洋规模达573亿元；实体店出现负增长，同比下降6.69%，码洋规模达321亿元。考虑到不包含满减、满减、优惠券等活动，网店折扣通常为62折，也就是说网店渠道573亿元的销售中，有38%的只是表面的一个数字，实际销售额为355亿元，所以网店和实体店的差距并没有那么大，图书的实体销售和网上销售差不多一半一半。

中国图书出版目前存在的主要问题是内容创新不足。

2018年整体图书零售市场动销194万种，新书品种数20.3万种，新书品种有小幅收缩。开卷对新书占比进行观察，发现新书对整体市场的贡献在不断下降，无论是新书码洋贡献还是新书册数贡献，在整体市场中所占的份额越来越小，从2008年降到30%以下之后，一直呈现下降态势，在2015年下降到20%以下。如果将整体市场中图书总动销情况按照上市时间来划分，老书在市场中所占的比重进一步上升，可以说老书在市场中发挥着越来越重要的作用，但同时也反映出内容创新的不足。

从畅销书也能看出新书影响力也在不断减弱，2018年没有新书进入虚构榜前10名，非虚构中只有2本，一本是《梁家河》，一本是大冰的《你坏》，少儿有1本，《笑猫日记》系列的最新册《又见小可怜》。从新进榜单的图书来看，要么是主题出版，要么是畅销作者或畅销系列的新作，可见形势之严峻。

□ 杨帆

# 逆风飞扬的姿态好美

2018年对于出版业来说，不是很好的年份，书号收紧、纸张涨价等多种因素轮番冲击。但“2018书业年度评选”颁奖典礼却让人感到振奋，因为从中可以看到出版界在各个领域永不停息的脚步和迎风飞扬的姿态。

除年度图书、畅销书等题中应有之义外，“年度出版人”大奖由接力出版社总编辑白冰和中信出版集团股份有限公司董事长王斌获得。2018年，白冰和接力社完成了金波幼儿文学奖和曹文轩儿童小说奖的作品征集、评选、出版，还携手俄罗斯莫斯科国立综合图书馆共同举办了“比安基国际文学奖”，同时进行了第三次变革——建立了婴幼儿社、少儿分社和青年分社。自2001年任中信出版社社长以来，王斌为出版社确立了“提供知识以应对变化的世界”和“把时间变成历史”的定位，领导中信走出了一条独特的创新发展之路。2018年，中信出版主业保持高速增长，打造了《原则》《今日简史》等多本百万级畅销书，并在“文化新零售”上大手笔投入：中信书店在营店面近百家，以“中信书院”为核心的知识服务平台和电子商务平台体系也雏形初现。

“年度出版人”奖被授予机械工业出版社和近年来主要经营指标增长最快的专业少儿社——四川少年儿童出版社。北京磨铁和果麦文化获得“年度民营出版商”奖项。

“年度编辑”奖由湛庐文化科技趋势产品线主编安焱和读客文化股份有限公司历史社科产品线主管沈骏获得。2018，安焱策划出版了风靡全球的科技奇书《生命3.0》和畅销科幻小说《十二个明天》；策划过畅销50万册《丝绸之路》的沈骏2018年打造的《半小时漫画世界史》，半年发行量超过100万册，掀起了一波“半小时”热潮。安焱说，一个好的编辑应该具备终身学习者、好的思想引领者和文化工匠这几个角色。

“年度书店”奖由PageOne书店和思南书店获得。PageOne旗下北京坊店开业一年来总进店客流近80万，凭借雅致的环境、丰富的选品和多样的活动成为北京阅读新地标。2018年开业的思南书店以“品质化、国际化、生活化”为定位，与世界闻名的伦敦书评书店结成姐妹店。每周五晚举办的思南经典诵读会请到大批知名作家、编辑、学者、主播、演员坐镇，吸引了无数朗读爱好者。

“年度数字出版人”奖项由懒人听书创始人兼CEO宋斌和商务印书馆数字出版中心主任孙述学获得。经6年发展，懒人听书已成为行业内有声阅读平台的领军者，拥有3.2亿激活用户。孙述学则带领团队成功开发新华字典App、《现代汉语词典》第7版App等数字产品。

“年度图书馆”奖由深圳市福田区图书馆和上海交通大学图书馆获得。福田区图书馆建成了“1个区总馆+10个街道分馆+89个社区馆”的立体服务体系，2018年共接待读者近500万人次，外借书刊文献90万次，举办阅读推广活动近2000场，参与读者近20万人次。通过思源荐书等卓有成效的创新性举措，上海交通大学图书馆真正实现了资源建设由师生说了算。该馆首建的“思源探索”新一代图书馆资源检索平台被誉为图书馆的“谷歌”。

由《出版人》杂志发起的“书业年度评选”至今已成功举办13届，被视作中国书业的风向标。本届评选由《出版人》杂志和北京开卷信息技术有限公司共同主办。



三联书店原总经理董秀玉为安焱和沈骏颁奖

## 在开年的北京图书订货会现场，诸多有分量有价值有温度的好书现场发布——

### 商务好书亮相中版集团论坛

北京图书订货会上，由商务印书馆出版的《国家相册——改革开放四十年的家国记忆》、《汉译世界学术名著丛书120周年纪念版·珍藏本》“中华当代学术著作辑要”丛书，登陆中国出版集团“国家使命，文化担当”论坛。

商务印书馆宣布，“汉译世界学术名著丛书120周年纪念版·珍藏本”正式出版发行。珍藏本共700种，小16开的布面精装凸显其典藏特质。自上世纪80年代初开始编辑出版，丛书已成为中国知识界吸收世界文明成果的标志性成就。北京师范大学历史学院蒋重跃教授指出，汉译名著不仅是“洋学”，更是“中学”，这些译成中文的书，已成为汉语文化的一部分。正是在了解、吸收和直面他者文化的过程中，我们自己的文化得到了更健康的发展。

“中华当代学术著作辑要”收录了1949年以来内地及港澳台地区及海外华人学者的原创名著，涵盖文学、历史、哲学、政治等学科。目前已出版了葛晓音、郭英德、陈志强、邓晓芒、陈嘉映等18位著名学者的代表作，近期将推出刘家驹、马克斯等30余位当代名家的重要著作。这些新一代学者的著作，向世界展示了中华学人立足本土、独立思考的思想结晶与学术智慧。

由新华社《国家相册》栏目组编辑的《国家相册——改革开放四十年的家国记忆》一书，化视频为图书，从《高考四十年》《白菜的味道》等观众耳熟能详的微纪录片中选出170余幅照片，辅以主创讲述、采访实录等内容，从个人变化中感受家国变化，由此看到历史的肌理。（曹亚锋）

### 《中国关键词：十九大篇》发布

《中国关键词：十九大篇》是由中国外文出版发行事业局、当代中国与世界研究院和中国翻译研究院联合组织实施的国家重点项目——“中国关键词多语对外传播平台”项目的最新项目成果，延续了此前《中国关键词（第一辑）》《中国关键词：一带一路篇》的体例，以中英文对照的形式呈现，涵盖了中文、英语、法语、俄语、西班牙语、阿拉伯语、德语、葡语、意大利语、日语、韩语、越南语、印尼语、土耳其语、哈萨克语，共15个语种。该书以词条的方式呈现中共十九大精神，包含了“习近平新时代中国特色社会主义思想”“新时代中国特色社会主义思想”“新时代中国特色社会主义思想”“新时代中国特色社会主义思想”等关键词条。（苏丽娅）

### 《光荣与道路》见证40年

由生活·读书·新知三联书店《三联生活周刊》编著，现代出版社出版发行的《光荣与道路：中国大时代的精英记忆》正式与读者见面。重回历史现场，改革开放的进程并非一帆风顺。《光荣与道路》一书为《三联生活周刊》年度巨制，通过宗庆后、林毅夫、谭盾、张艺谋、李宁、陈平原等40位领域翘楚、行业领袖、高层智囊的集体传记，重现他们的创业历程、心路历程，解读改革开放以来中国社会结构的变迁、中国人精神气质的重塑，折射中国社会40年不同寻常的发展轨迹和成长逻辑，有助于读者理性看待中国社会的真实状况，探索未来的发展与转型之路。（何明昕）

### 《大桥》举行出版签约仪式

漓江出版社社长刘迪才与《大桥》作者何建明正式签约。2018年10月开通的港珠澳大桥不是一座普通的大桥，整个工程的核心与难点在于中间一段6.7公里长的海底隧道以及深海之中连通海底隧道的两个人工岛。《大桥》作者何建明以非虚构手法，为我们揭秘这座“海上之城”及世界上最长的海底沉管隧道是如何建成的，讲述了大桥修建过程中林鸣等工程师攻坚克难种种不为人知的故事和细节，生动彰显了中国人民的智慧与自信。何建明表示，选用“大桥”作为书名，包括了双重含义：它是世界上最大的桥，又代表中国的民族精神，意味着中华民族走向世界，走向富强。（杜渝）

## 出版掌门人说

# 我们这样做出版

□ 张志华

山东是中华传统文化富集区。近年来，山东出版集团围绕“从弘扬优秀传统文化中寻找精气神”这条主线，注重对优秀传统文化尤其是齐鲁文化进行深层次挖掘和整理。一是经典文本的整理与研究，如《孔府档案全编》《孟文文献集成》《齐鲁文化经典文库》《山东地方史文库》《中国京剧大典》《中华泰山文库》等。二是开发多层次的传统普及读本，如习近平总书记在山东曲阜考察时提到“要仔细看看”的《论语诠解》《孔子家语通解》以及《儒家文化大众读本》《中国家风》《党政干部微阅读系列》等。这些项目经典体例与生活点滴相结合，让古老的中华优秀传统文化真正起到修身养性的作用。

我们特别注重让优秀传统文化“活”起来的实践探索。滨州市滨城区有一个高杜村，前几年实施旧村改造工程，整个村落消失了。这个村的党支部书记有着高度的文化自觉与深厚的文化情怀，以一个个翔实故事撰写村史。出版单位获悉这个消息后，敏锐地捕捉到其承载的文化信息，积极主动全程参与，完成了村史的编写出版工作，内容涉及创业、亲情、持家、风俗物等。书中描写的虽然是乡村中普通的事，平凡的人，却包含了人们日用而不觉的优良行为准则，体现了深植于中华大地的优良传统。在《高杜故事》编撰与出版过程中，村

民的参与热情超乎预期，户户参与，人人动手。该书出版后，该村每当有出国等长期外出的，都会带上一本《高杜故事》，甚至一个原来不孝顺的儿媳，也因受书中故事的教育感染，悄悄地接婆婆接回了家。

近年来，山东出版集团创新“走出去”工作思路，注重版权资源的国际适用性提升，精心策划搭建中韩图书版权贸易洽谈会、“一带一路”图书版权贸易洽谈会、尼山书展及中国（尼山）书展等本土化运营平台，“走出去”工作已跻身全国地方集团领先水平。2019年，集团将举办“一带一路”版权贸易走进新加坡、韩国、俄罗斯，和“齐鲁文化走进香港”活动，我们将以国际化思维提炼中华优秀传统文化的精髓，打造有厚重文化底蕴、有市场竞争优势、有中国话语权和自主知识产权的传统文化产品。在媒体融合方面，集团旗下的山东教育出版社2017年上线了“小荷听书”微信公众号，为中小学生打造专属有声读物出版阅读平台，实现了阅读、听说、视读的全阅读体验。不但平台上有大量中华优秀传统文化内容，而且工作人员还走进小学校，指导学生们阅读、朗诵传统文化经典文本，并上传平台，助力青少年全方位了解、体验优秀传统文化。目前整个平台上线专辑近600种，吸引了超过14万读者用户的关注。（作者为山东出版集团有限公司董事长）

