

出版自播成主流,还有“蓝海”待挖掘

□本报记者 朱子钰

展 场 观 察

近几年的北京图书订货会,令人目不暇接的直播间成了一大亮点。2025北京图书订货会虽然少了网络红人、图书达人直播的身影,但自播带货成为各家出版发行机构的主流,模式日渐成熟。每逛一个图书展位,都能看到出版社主播卖力吆喝的场景。未来出版发行机构图书自播的红利在哪?如何跨过“饮鸩止渴”的怪圈更好促进行业发展?带着这些问题,《中国新闻出版广电报》记者现场采访了多位出版社负责人及主播,探索图书直播转型发展的新气象与新变化。

展会是流动的直播场

行业内的重大展会,往往都是出版社自播的必争之地。直播三大要素“人货场”,北京图书订货会则营造了重要的“场景”元素。各大出版社也以不打无准备之战的姿态,全程策划了多场专题直播,既有聚焦新书发布会的内容型,也有专注图书销售的流程型,可谓各显身手。“三年前,机械工业出版社以北京图书订货会为契机,开启了第一场直播活动,此后每年的订货会,我们都会全程进行品牌直播。”机械工业出版社副总编辑王延表示,在展会现场直播效果优于平时,大型展会是赋能整个行业新媒体营销的有效途径。订货会期间,河北出版传媒集团的主播穆晨每天一早便开启直播工作,向网友推介集团旗下出版社的好书。刚上线几分钟,直播间便获得数千点赞,人气持续增长。“我们将展会自播视作一次主题策

划。展会现场的氛围能够更好地吸引用户,按照平台算法和规则,这样的背景与话题也会推送更多流量。”河北出版传媒集团此次直播活动负责人、《河北青年报》网络宣推部张玉锦告诉记者。

在湖南出版展区,中南出版传媒集团推出“北京图书订货会福利专场”,来自湖南教育出版社、湖南人民出版社、湖南文艺出版社、岳麓书社等单位的主播轮流直播,三天不间断直播售书。同时集团还邀请了宗介华、松间书房等作家或达人助阵直播,派发限时好礼及好书优惠,吸引了众多读者及网友的目光。

“北京图书订货会是一个流动的现场,对于我们的主播来说也是一次考验。主播需要将产品与现场氛围、读者的呼应融合,构成一个变化的、有即时感的直播场。”湖南文艺出版社社长陈新文告诉记者。

流量在哪,市场就在哪

数字化时代已来临,出版社前赴后继踏入直播场,把“话语权”重新抓到自己手中,直接与读者沟通,为自身的转型发展带来一次机会。“传统书店模式,看的是线下人流量。现在出版自播看的是网上流量。流量在哪,我们的市场就在哪。”浙江人民出版社社长叶国斌在北京图书订货会出版发行营销创新交流会上如是说。现实中,一大批出版社在自播的赛道上创造了实打实的战果。《2024抖音电商图书消费报告》显示,直播助力出版社转型,超过50家出版社的直播成交额同比翻倍。直播成交增幅最大的出版社前三名是故宫出版社官方旗舰店、外研社官方旗舰店和人民文学出版社图书旗舰店。

“自播提高了品牌的影响力,带来图书销售的可能性。加强了互动,能通过读者反馈对产品进行反向研究。此外,自播将产品爆款有效率提高了很多。”果麦文化副总裁王璟现场分享说。

在订货会现场,观众可以感受到一个明显的趋势,直播已经深刻融入出版业的各个环节,甚至影响着图书的选题策划、定价、发行和营销。自播依旧是出版社重点布局方向,倒逼行业人转变市场思维。记者在现场看到,除了出版社培育的专职主播,图书编辑也走进了直播间。

订货会的影响力与专业度带来了话题与热度,形成了一个天然的流量池。不少出版发行机构也在造话题、“抢流量”,助力自播销售。如湖南教育出版社与17家出版单位联动,通过“走出去”直播,打造“湘教社的朋友圈”,输出文化品牌。

“今年是我们直播团队第一次来到北京图书订货会现场直播,除了开眼界,还有一个目的是为主播们提供一次锻炼的机会。”河北省保定市新华书店新媒体企划部主任姚岚告诉记者,她鼓励主播们在现场一边练、一边学、一边播。抓住流量不仅在会场内,记者注意到,北京图书订货会闭幕后也有部分出版发行机构开启了返场直播活动,延续话题热度。

未来出版自播的着力点

经过近几年风风火火的发展与探索,出版社图书自播已经走上了专业化、理性化的道路。但对于自播的价值追求、发展走向,行业人没有停止思考与创新。未来出版社自播的着力点应该在哪?还要越过哪些坎?要做好资源整合、协同创造优势,把市场做大,是记者采访中感受到的行业共识。

“目前看来,图书出版市场处于一个传播渠道严重过剩、优质内容严重稀缺的时代。出版社借力直播电商是行业趋势,但不能陷入自娱自乐的陷阱中,如果没有好的内容,所有的直播电商都是无源之水。”湖北省新华书店集团总经理陈栋建议,希望出版机构能够与新华书店、电商平台整合优质资源,发挥优势,携手打造图书上下游供应链。

记者观察到,此次订货会,河北出版传媒集团直播采用了“社店媒”融合联动形式,借助旗下《河北青年报》专业直播团队力量,主播走进旗下各个出版社,助力冀版图书宣推,实现了线上营销流程化、精细化、标准化运行,进一步促进了集团系统内资源的优化配置。

实际上,未来的出版直播还有更多可能解锁。“在图书行业层面,出版自播市场有待释放。”王璟认为,图书直播比一般带货要求高,综合类的博主不太喜欢带图书,图书类型的博主挑品又非常难做。

但一旦踏入线上领域,就不可避免地会产生流量焦虑。纵观市场,无序的价格战等让行业人感到头疼。“价格战没有赢家,既伤出版社,也伤读者。出版自播最好的状态应该着重于产品本身的价值。不管在哪一种渠道发力,只有让图书的价格与价值匹配,才是一个可持续发展模式。”陈新文表示。

从目前看,出版社自播势如破竹,但还有一片“蓝海”可以挖掘。以董宇辉为代表的达人,率先在图书直播上创造了多个销售奇迹。与之相比,出版社自播还有待创造一个爆点,这也为行业人带来了思考方向。陈新文认为,从未来看,图书直播领域需要更多专家型的推荐者,能够善于提取话题,将图书的价值传递给大众,这对行业自播来说是一次重要的机遇。

人教社举行2025年重点产品推介活动

聚焦高质量出版 深化全民阅读活动

本报讯 (记者章红雨 见习记者蒲添) 1月9日,人民教育出版社2025年重点产品推介暨合作推进活动在2025北京图书订货会上举行。人教社社长黄强在致辞中表示,人教社在过去一年聚焦基础教育高质量发展,工作达到新高度,在教材建设、打造精品教育图书、提升教育服务水平、宣传人教

品牌、推动教育融合发展、深化交流合作等多个领域取得了新成就。2025年,人教社重点推介的图书涵盖了主题出版物、优质阅读资源、高质量教学资源三个领域,有《百年先锋》《中华民族一家亲 童谣绘本》等主题出版物,有《快乐读书吧》“名著课程化阅读丛书”“课内作家作品系列”等深受学生喜爱的知名品牌

读物,还有《同步写字》《新课程同步教学设计》《家庭教育公开课》等适用于学生、教师和家长的教学资源产品。《中国新闻出版广电报》与人民教育出版社人教教材中心联合开展了“2024年青少年及儿童优秀传统文化与科普图书阅读调研”活动,为出版更多优质图书提供有力支持。

活动现场,人教社对2024年度在图书品牌宣传、营销推广等方面作出突出贡献的单位及个人进行了表彰。此外,还举行了“典籍中华——第六届‘人教杯’诵读活动”交旗仪式,由江西省出版传媒集团传递给今年的共同举办方重庆新华出版集团。该活动为人教社与全国各省出版发行集团共同打造的知名文化教育品牌,已举办5届。

江西出版集团·中文传媒2024年度好书发布

本报讯 (记者孙海悦) 1月9日,江西出版集团·中文传媒2024年度好书发布会在2025北京图书订货会上举办。经由专家学者精心遴选,江西出版集团·中文传媒2024年度好书20种出炉,其中多部作品入选中央宣传部主题出版重点出版物选题、月度“中国好书”等,以及国家出版基金资助项目。

这20种书分别是:江西人民出版社《中国式现代化的人类贡献》、《新时代中国共产党新的文化使命通论》、《江西通史》(全11卷)、江西高校出版社《新质生产力:强国理论与生产认识新飞跃》、中国和平出版社《未来讲堂——讲述优秀共产党员的故事》《妈妈的剪影》,江西教育出版社《赣水的河》、“江西诗派经典选本丛书”《月光妈妈》、《调查研究——中国共产党成功秘诀》,二十一世纪出版社《吉林寻宝记》《珍珠塔》《迷路》《芙蓉花开》,百花洲文艺出版社《“风流之上”《秦岭人家》《大江大船》,江西美术出版社《捡来的瓷器史》,江西科学技术出版社《酱油——独有的中国味道》,红星电子音像出版社《红色标语的力量——寻找永不褪色的苏区记忆》(U盘)。



动物标本 助力图书推介

1月9日至11日,2025北京图书订货会期间,举办了400余项丰富多彩的图书活动。为吸引出版人、作者和读者的目光,出版社各自拿出独家绝技。图为1月9日,位于中国国际展览中心(朝阳馆)7号馆的吉林展区,北方妇女儿童出版社工作人员带着动物标本为重点出版物《大河的歌谣》推介会助力。

本报记者 章红雨 摄

我 在 现 场

小文创“卷”出大能量

□本报记者 孙海悦

凤凰花语丝巾、瓦当冰箱贴、纪念邮册、主题抱枕、语音鼠标、时间管理日历……连日来,2025北京图书订货会文创展区吸引了很多人驻足。这是北京图书订货会首次设立文创展区。《中国新闻出版广电报》记者在文创展区看到,这里汇集了众多知名出版机构、新华书店、特色实体书店和各大图书店的文创产品,涵盖图书周边、文具、配饰、艺术收藏等多个领域,一系列沙龙活动、互动环节为人们带来特色文化体验。订货会有关负责人表示,随着出版发行业文创业务快速崛起,市场呈现蓬勃

发展态势。今年的订货会紧跟这一市场热点,设立文创展区,展现多元化发展成果,多个大IP集中亮相,如人民教育出版社的“教小萌和教小淘”等多系列百余种文创IP、厦门外图集团的闽南特色文创和宝岛文创、二十一世纪出版社“大中华寻宝记”系列衍生文创品牌等。巴黎公社社邦纸包、《共产党宣言》和《资本论》纸雕灯、马克思恩格斯著作冰箱贴……中央编译出版社“文创里的马克思”主题展区人潮涌动。在这里,“小文创”释放“大能量”,红色文创以独特别致的巧思和打磨精品的态度获得高频点赞。同样人头攒动的还有国图创新展区。北京国图创新文化服务有限公司副总经理郑伟介绍说,此次国图文创携带包括《永乐大典》、《四库全书》、甲骨文、《山海经》、《红楼梦》系列文创产品在内的十几个系列300余款产品和广大读者见面,力

求全方位展示国图深厚的典籍底蕴。以中国驻外使领馆馆舍建筑为元素的“陆地文创”、灵感源自新中国第一份国书和古代通关文牒的新版《国书》集章册……一批具有“外交特色”的文创产品受到青睐。北京世知文化传媒有限公司总经理陈依尼表示,通过中华优秀传统文化精华、中国特色大国外交故事赋能文创产品,世界知识出版社文创品牌“时音文创”现已累计开发印刷品、服饰、箱包、陶瓷器等十大类300余种产品。循着一股浓郁的咖啡香气,记者来到倍悦文创展位。湖北省新华书店集团旗下的湖北倍悦文化创意有限公司副经理赵瑛介绍说,近年来,湖北省新华书店集团的融合创新实践和平台化转型取得阶段性成

效,打造了“倍阅文创在线”共享服务平台,孵化了“浅磨”咖啡品牌,希望为出版发行行业创新发展增添活力。此次带来的精品挂耳咖啡、创意随心包、趣味冰箱贴、实用便签本4款定制周边产品很受欢迎。“现在的文创真的大卷了!”“它怎么能这么可爱!”“这创意绝了”……这样的感叹在文创展区不绝于耳。记者看到,一批基于优质内容的文创产品兼具审美属性和文化价值,更加注重产品功能设计和品牌价值延伸,从而实现出版资源、能量、价值最大化。“出版+文创”跨界融合,北京图书订货会通过搭建行业交流平台,充分展现出版业在创新跨界合作中的积极探索。

展 场 快 递

“大美中国人文地理绘本”系列推出首部作品

本报讯 (记者雷萌) 1月9日,湖北美术出版社出版项目《大美中国人文地理绘本·大江大河》在2025北京图书订货会上首发。中国出版协会理事长邬书林表示,《大美中国人文地理绘本·大江大河》精彩呈现祖国大好河山,展示中华优秀传统文化富藏,讴歌中华民族高尚品格和优良传统,是一部品质上乘的青少年爱国主义教育读物。中国编辑学会会长郝振省说,该书系统梳理中国人民与大江大河相相相依的漫长历史,生动阐述人与自然和谐共生的价值追求,是主流价值的创新表达。“大美中国人文地理绘本”系列致力于绘中国自然地理奇境、访多彩民风民俗、溯华夏文明源流,全景呈现大中国江山美、文化美、人民美。该系列的首部作品《大江大河》由湖北省作家协会副主席李鲁平、插画艺术家何正礼创作。在书里,可以读到长江边龙舟竞渡的端午习俗、塔里木河流域刀郎部落优美动人的麦西热甫,以及众多文人墨客对江河的赞美和感慨,江河之美与文化之韵紧密地结合在一起。

《做书:编辑那些事》致敬出版从业者

本报讯 (记者范燕莹) 1月10日,由《文艺报》和凤凰传媒共同策划,江苏凤凰文艺出版社出版的《做书:编辑那些事》在2025北京图书订货会现场首发。活动中,中国出版协会全民阅读工作委员会主任聂震宁对《做书》的出版给予了高度评价。作为《做书》主编,江苏凤凰出版传媒集团副总经理徐海提到,该书的整个编辑过程充满了乐趣与挑战。《做书》缘起于《文艺报》、凤凰传媒共同主办的《凤凰书评》专刊下设的“编辑故事”专栏。全书40多位作者,50余篇文章,覆盖封面装帧设计、策划组稿、与作者交往、如何从单本到套书等编辑工作全流程细节,涉及主题出版、文学出版、古籍出版等多个维度。

苏科社2025年聚焦科普与生活图书

本报讯 (见习记者蒲添) 1月10日,江苏凤凰科学技术出版社经销商峰会暨2025新品发布会在京举行,重点推介了“青岛新知”“凤凰汉竹”等重点科普、生活图书品牌。当天,苏科社对2025年的重点新品进行了推介,包括以“强国少年了不起的学科”系列、“10分钟生物课”系列为代表的少儿科普套系,以《悟空传:暗物质空间探索的中国方案》《图解从一到无穷大》等为代表的成人科普单品,《大自然的收藏家》《化石故事》等“青岛新知”文库(第二辑)图书,以及《家常月子汤188例》《爸爸5分钟早教游戏》等孕产育儿、养生保健、时尚生活品种。

百花社举办边地文学读者见面会

本报讯 (记者韩萌萌) 1月10日,百花文艺出版社主办的《白色罕达犴》《驮着魂灵的马》读者见面会在2025北京图书订货会上举行。两部小说的作者海勒根那、娜仁高娃均为内蒙古作家,他们与评论家、出版社编辑等围绕作品灵感来源、边地文学写作等话题展开探讨和交流。海勒根那表示,他的小说集《白色罕达犴》所收录的篇章,都深深植根于北方游牧民族与狩猎民族的故事与文化之中,展示了另一种看待世界的方式。《驮着魂灵的马》作者娜仁高娃认为,写作者在创作中需勇于探索与发现时代的独特性。

评论家刘汀表示,两位作家都是内蒙古文学界的中坚力量,为读者塑造了具有清晰辨识度和巨大阐释空间的文学世界,希望今后看到更多书写北国边疆的文学作品。

辽海社主打“成长”系列丛书品牌

本报讯 (记者章红雨) 1月10日,辽海出版社主打品牌“成长”系列丛书6种在2025北京图书订货会上与读者见面。这6种图书是:《激流勇进:我的成长之路》《东方之子:魏巍的成长之路》《戏剧人生:李默然的成长之路》《譬如登山:我的成长之路》《文章天下事:我的成长之路》《永不止步:我的成长之路》,分别讲述了刘白羽、魏巍、李默然、王充闾、李宏林、胡世宗6位在文学艺术领域贡献卓著人士的成长路径和人生心得。据悉,“成长”系列丛书今年将继续推出臧克家、安波、李仲元、铁源等名家的成长传记。