

# 共谋合作双赢

## 春茗恳谈会昨在肥召开

声音  
Voice



刘丛星  
(吉林出版集团董事长)  
“蛋糕分割好,才是合理的市场。”

——在刘丛星看来,在市场细分化的今天,任何一家企业想包打天下已不可能做到,包括出版、发行企业。



孟鸣飞  
(青岛出版发行集团董事长)  
“地方出版要做够得着的事。”

——孟鸣飞在谈到地方出版集团应该集中力量做出自己的特色时,如是说。



王斌  
(中信出版股份有限公司总裁)  
“做出版应该‘放得下、拿得起’。”

——在数字化浪潮已然来临时,王斌强调出版人应摒弃传统的出版思维。



王曦  
(当当网副总裁)  
“网络的特性是重在缓和。”

——由于网络的“草根性”特点,王曦谈到出版业如何利用网络高速成长的机会,和合作伙伴达成共识时,如此表示。



朱欣欣  
(海峡出版发行集团副总经理)  
“安徽出版给了我底气。”

——作为一名在安徽读书,又从安徽出版业做起的出版人,朱欣欣在谈起安徽出版业时,颇有感情。 记者 朱玉婷



## 主动合作各大电商 创新网络营销策略 时代出版开辟图书零售新通路

2012年,时代出版传媒公司网店零售同比增长118.88%,今年一季度,同比增长71.8%。

在昨天上午的“2013年出版发行春茗恳谈会·网络营销论坛”上,时代出版传媒公司总编辑林清发说出的这个简单数字,却是时代出版公司图书网络零售近期取得突飞猛进的有力证明。

在两个小时的网络营销论坛上,各大网店代表认真研讨图书网络销售现状和发展趋势,以及营销策略。

除此以外,林清发总编辑还向上海新华e店、四川新华文轩在线电子商务有限公司、当当网、亚马逊网、苏宁易购、英特华总部等六家对时代出版图书出版主业做出重要贡献的电商,授予了“最佳

合作单位”的纪念牌。

### 谈发展——网店零售总额势头强劲

会议开始,一份关于时代出版传媒公司网店零售的报告就引起了参会人员的强烈兴趣。

从林清发总编辑的介绍中得知,网店销售品种、销售册数、销售力度方面,时代出版都大大超越了全国书业的平均增长水平,一是由于主动同全国各大网络图书零售电商合作。比如当当、亚马逊是中国网络图书书店的探路者,也是时代出版的长期合作伙伴;京东商城、苏宁易购进军图书网上零售市场,时代出版积极参与。

二是时代出版积极到电商组织的各

类专题营销活动、节日营销活动中,大力推广本版图书;

三是主动和电商进行交流,既“走出去”参加培训,又“请进来”面向全体编辑营销发行人员授课。

### 谈合作——营销细节需要做得更完善

网上购书、网络阅读的读者是怎么样的群体?他们的消费有什么样的习惯?又有什么特殊的个体需求?作为内容的提供商需要做什么样的转变……

参会的40多位代表,就目前的书业零售势头和发展趋势进行了热烈的探讨。

大家通过亲身经历的案例一致认为,网上购买和阅读的群体多为80后,这就需要书籍要有良好的品质,因此

网上的细节呈现非常重要,需要多方面的立体和平面图片、详细的编辑推荐语等等。

比如,当当网代表提出,出版社的编辑应该从开始的策划选题到实际的上架销售,全流程参与书籍的出版和销售,与网店保持密切联系;而苏宁易购代表认为,要改变以往出版社发什么书、网店就卖什么书的销售模式,把读者的阅读需求定期整理反馈给出版社,再根据需求决定出版的内容,达到可以私人定制的模式。

时代出版的各家出版社代表表示,将汇集整理这些意见和建议,在今后的网络营销上加强改进,推动网店销售上新台阶。 记者 张亚琴

## 2012年时代出版传媒公司销售业绩排名全国前十 全国近50家馆配商献计馆配营销

4月8日,时代出版传媒公司第七届出版发行春茗恳谈会馆配营销论坛在美丽的天鹅湖畔举行。来自全国各地的近50家馆配商参加了论坛,共同交流探讨馆配市场发展,为时代出版传媒公司的馆配营销献计献策。

与往年举办的“营销发行论坛”不同,今年的春茗恳谈会,把“馆配营销”和“网店营销”拆开,分别设置会场交流讨论。在高度重视网络销售渠道的同时,

出版传媒公司对实体销售渠道也没有丝毫放松,而是要实现“馆配与网店结合,让政府和市场的手紧紧握在一起”。

据本次论坛的主持人、时代出版传媒公司副总经理韩进介绍,时代出版传媒公司在缺乏自有发行平台的劣势条件下,去年的图书经营依然取得了较好的成绩,全年销售业绩排名全国前十。

论坛上,时代传媒公司还为北京

新华书店采购部、上海书城、广州购书中心等24家支持力度较大的馆配商代表,颁发了“最佳合作单位”的奖牌。

在自由讨论时间,参会代表就时代出版传媒公司的馆配营销发展进行发言,从客户角度表达看法,提出了很多有建设性的意见和建议。

北京一家馆配单位建议,出版社要加大学术著作的引进力度,对一些过去出版的好书,可以整理重印,满足市场需

要;安徽新华传媒股份有限公司的代表则表示,馆配的图书,质量一定要过硬。

就讨论过程中馆配商代表提出的一些问题和疑惑,韩进逐一做了解释和答复。“作为出版商,我们还没到‘酒香不怕巷子深’的程度。”

韩进表示,时代出版传媒公司将进一步加大营销宣传推介力度,加强与各地馆配商的合作力度,努力推动时代出版传媒公司主业增长再上新台阶。 记者 王震