馆配市场将从规模扩张转向质量提升

■王翰卿(广西师范大学出版社实体渠道部经理)

当下,图书馆的数字化进程加快,馆配市场面临低价竞争、折扣内卷等一系列困局,作者指出,特价书正成为图书馆成本控制的重要手段,图书馆的采购策略也从粗放式的“大水漫灌”转变为“精准采购”,需求的变化倒逼出版机构重塑竞争优势,构建馆配服务新生态。本文从出版社渠道负责人的视角,探索行业发展新趋势、新路径。

2024年,广西师范大学出版社的馆配业务继续保持稳健发展态势,新书采纳率保持在98%以上,整体品种数受到近年来品种数缩减的影响,呈现出下降趋势,新书品种也有所收缩。

随着数字化资源占比的快速攀升,电子书等数字化资源受到图书馆关注的势头不减,图书馆近年来的采购需求一直在不断变化,一方面越来越多的图书馆为了优化读者服务体验,满足多元化的阅读需求,推出了读者荐购活动,转向“精准采购”,例如山东省图书馆2025年春季线上荐购会允许读者推荐5种图书,这一措施增加了冷门书和小众图书的采购机会。另一方面,图书馆对于专业化和时效性的要求不断提升,对于图书的出版时间要求较高,通常在2-3年内。值得一提的是,图书馆对于特价书,尤其是近年来出版的特价书的需求显著提升,特价书成为图书馆控制采购成本的重要手段。

这些变化对我社馆配销售产生了多方面的影响。首先,数字化转型的压力加大,

出版社需要投入更多资源提升数字化产品以适应市场需求。其次,细分市场策略的重要性日益凸显。高校和科研机构对专业文献的需求推动了出版社在垂直领域的深耕细作,例如古籍保护、数字出版等新兴细分市场成为我社的新增长点。同时,随着民营图书馆(如社区书房)的兴起,出版社需要提供小批量定制服务等更加灵活的采购方案,满足图书馆的特定需求,提升竞争力,图书馆对于出版时间的限制也趋于严格,这将倒逼出版社加快新书出版周期。

2025年我社馆配重点图书以学术著作、古籍文献等图书为主,还包括人文社科类、少儿、艺术类和经管类图书以及适合图书馆渠道的一些轻阅读类的图书。从我社的图书采购量来看,各省、各地级公共馆以及文科类高校馆对我社的图书采购量较高。为了进一步提升图书馆覆盖率,我社采取了多项举措。在选题策划阶段,我们适当考量图书馆需求,在图书定价和装帧等方面下功夫。同时,我们对不同年限的图书进行

差异化销售策略,并积极关注全国大型馆配商和省级馆配商,对其中还未开展合作的馆配商,在条件许可时,及时开展合作,拓宽销售渠道。

我们每年参与多家主要馆配商举办的馆配会,比如人天、三新、百万庄图书大厦以及各省新华书店等的馆配会。参会的投入产出比不一,这取决于多方因素,包括举办方影响力、新书品种和质量、促销方式,甚至包括场地位置等。我们也会在参加大型馆配会时,通过在会场内做特展、礼品赠送、专题书目等促销活动,提升我社图书的知名度和影响力。一般来讲,大型馆配会的投入产出比较理想。

虽然中盘商有助于渠道下沉和市场覆盖率增长,帮助出版社转移库存风险,并提供较为准确的数据反馈,以优化选品。但中小型馆配中盘商也带来了利润空间压缩和渠道依赖加剧的问题,使得折扣进一步下降。我认为,出版社应当保持对重点客户,如985高校馆、省级馆的直销能力,同时通

过馆配商覆盖“长尾”市场,形成渠道互补。为此,我社建立了分级合作体系,签订区域代理协议,并联合开发定制产品。同时还强化了风险管控机制,进行渠道合规管理,并实行“阶梯返利”政策等。

目前,馆配市场中仍存在一些亟待解决的难题,如低价恶性竞争、回款账期长、呆账风险增大等。为了应对这些问题,我社完善了业务管理流程,以加强回款和适当退货调整账期,并适当调整图书阶梯折扣适应市场变化和读者需求。我们也期待有关部门能够加强版权保护与反盗版执法,提供政策扶持与资源倾斜,完善考核机制,打击不正常的低折扣中标,引导采购重心从“量”转向“质”,为馆配市场的健康发展创造良好的环境。未来馆配市场结构将从规模扩张转向质量提升,数字化与知识服务的深度融合加快。对于出版社来说,应该精细化运营,利用大数据分析采购偏好,针对性策划选题,以更好满足图书馆的需求。

(管若潼 采访/整理)

基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜

(2025年3月上半月)

榜单快评 本期榜单显示,新年度图书市场运行2个半月之际,当年出版上市的新书已在市场百种热销头部品中初显比重;五大细分市场热销TOP20中均有当年新品晋入,无一空缺,总计达8个品种。主题时政读物《习近平新时代中国特色社会主义思想重要论述》和职场考试书《高级会计实务》,分别晋入社科书热销TOP20,前者还跻身全品类图书热销TOP10。2种考研英语书《2026考研英语66句搞定考研英语语法长难句》和《2026考研政治核心考点真题库》,分别晋入文教书热销TOP20,前者且居领衔位。2种少儿读物《青少年研学旅游百科 中国国家博物馆》和《美国经典少儿百科知识全书》,分别晋入童书热销TOP20,后者且居领衔位。套装诗画集《小鸟啃坏玫瑰还说我人脾气太暴躁 小狗疑心大宇宙阴谋夺它的位置》,晋入文艺书热销TOP20。时尚美妆读物《面部按摩 皱纹与垮脸自救指南》,晋入科技生活书热销TOP20。其中,不乏出版上市仅半月的当月新品。

2025年3月上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	习近平新时代中国特色社会主义思想(小字本)	人民出版社 学习出版社	2024年12月	9.00
2	习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要(2023年版)	人民出版社 学习出版社	2023年4月	16.00
3	习近平著作选读 第一卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	35.00
4	习近平著作选读 第二卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	34.00
5	不被大风吹倒	北京日报出版社	2024年1月	59.90
6	你当像鸟飞往你的山	南海出版社	2019年11月	59.00
7	习近平新时代中国特色社会主义思想(大字本)	人民出版社 学习出版社	2024年12月	15.00
8	习近平新时代中国特色社会主义思想重要论述	党建读物出版社	2025年1月	28.00
9	我的阿勒泰	花城出版社	2021年8月	45.00
10	我与地坛(纪念版)	人民文学出版社	2011年1月	29.00

2025年3月上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	习近平新时代中国特色社会主义思想(小字本)	人民出版社 学习出版社	2024年12月	9.00
2	习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要(2023年版)	人民出版社 学习出版社	2023年4月	16.00
3	习近平著作选读 第一卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	35.00
4	习近平著作选读 第二卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	34.00
5	习近平新时代中国特色社会主义思想(大字本)	人民出版社 学习出版社	2024年12月	15.00
6	习近平新时代中国特色社会主义思想重要论述	党建读物出版社	2025年1月	28.00
7	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
8	被讨厌的勇气 自我启发之父阿德勒的哲学课	机械工业出版社	2020年3月	55.00
9	认知觉醒 开启自我改变的原动力	人民邮电出版社	2020年9月	59.80
10	非暴力沟通(修订版)	华夏出版社	2021年5月	59.80

2025年3月上半月文化教育类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	2026考研英语 66句搞定考研英语语法长难句	中国人民大学出版社	2025年3月	58.00
2	2026管理类联考数学高分指南	华龄出版社	2024年3月	109.00
3	2026考研英语 语法及长难句应试全攻略(1)	中国宇航出版社	2024年1月	99.90
4	2026管理类专硕联考 数学分册	华龄出版社	2024年1月	66.00
5	2026考研英语 语法及长难句应试全攻略(2)	中国宇航出版社	2024年1月	99.90
6	恋练有词 考研英语真题词汇6500分层串记	群言出版社	2024年12月	88.00
7	考研英语词汇 基础考点重点单词背诵	西北大学出版社	2024年3月	129.80
8	2026考研数学 基础篇 线性代数基础	中国农业出版社	2024年1月	99.80
9	2026考研数学基础30讲	北京理工大学出版社	2024年1月	139.80
10	2025考研政治背诵手册	高等教育出版社	2024年1月	42.00

2025年3月上半月文学艺术类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	不被大风吹倒	北京日报出版社	2024年1月	59.90
2	你当像鸟飞往你的山	南海出版社	2019年11月	59.00
3	我的阿勒泰	花城出版社	2021年8月	45.00
4	我与地坛(纪念版)	人民文学出版社	2011年1月	29.00
5	一间只属于自己的房间	天津人民出版社	2024年3月	39.80
6	人群太少,我想去听雨声的风	光明日报出版社	2024年3月	49.80
7	小狗疑心大宇宙阴谋夺它的位置	江苏凤凰文艺出版社	2024年11月	59.80
8	病隙碎笔(纪念版)	湖南文艺出版社	2021年10月	48.00
9	我从未如此眷恋人间	读者出版社	2022年2月	49.80
10	总有路在等你	湖南文艺出版社	2024年6月	49.80

2025年3月上半月少儿读物销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	美国经典少儿百科知识全书	江苏凤凰科学技术出版社	2025年3月	350.00
2	没头脑和不高兴(注音版)	浙江少年儿童出版社	2018年4月	25.00
3	读读童谣和儿歌	人民教育出版社	2018年1月	39.80
4	少年游学 跟着诗词去旅行	北方妇女儿童出版社	2024年1月	34.00
5	青少年研学旅游百科 中国国家博物馆	甘肃少年儿童出版社	2025年3月	34.00
6	猜猜我有多爱你	明天出版社	2013年7月	43.80
7	少年游学 人生一定要去的100个地方	北方妇女儿童出版社	2024年2月	34.00
8	波西和皮普(套装11册)	外语教学与研究出版社	2022年12月	137.00
9	妈妈买绿豆	明天出版社	2020年3月	35.80
10	波西和皮普(经典套装7册)	外语教学与研究出版社	2015年12月	73.00

2025年3月上半月科技生活类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	为什么伟大不能被计划	中译出版社	2023年5月	79.00
2	天宫空间站:奇趣体验篇	国防工业出版社	2023年1月	55.00
3	DK人体大百科	电子工业出版社	2018年5月	298.00
4	瑜伽之光	当代中国出版社	2024年6月	128.00
5	面部按摩 皱纹与垮脸自救指南	人民邮电出版社	2025年3月	42.00
6	怎么穿都很难	江苏凤凰科学技术出版社	2021年2月	32.80
7	护肤全书(全新修订版)	江苏凤凰文艺出版社	2022年8月	69.00
8	瑜伽解剖学(典藏版)	人民邮电出版社	2023年5月	118.00
9	阿育吠陀疗法	海南出版社	2017年5月	39.80
10	面部瑜伽	北京科学技术出版社	2024年6月	69.00

为了及时反映市场行情,为出版社、书店营销、选品提供参考,为读者阅读、购书提供指南,本报半月刊出一次图书销售排行榜,以服务业界与读者。半月图书销售排行榜基于“国家出版发行信息公共服务平台”的销售数据和商报·奥云“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据,由全品类总榜和社会科学、文化教育、文学艺术、少儿读物、科技生活5个分类总榜组成,均按销量降序排列。(报载各榜TOP10;各榜TOP20见商报官微、官网)

● 访谈

一座不借书也不卖书的图书馆

■中国出版传媒商报记者 聂慧超

在传统书店与图书馆围绕“借阅”和“交易”构建的业态中,好奇象图书馆创始人贺贺选择了一条截然不同的道路——这里既不借书,也不卖书。面对采访,贺贺表示:“我们希望打破‘书’作为商品的单一属性,转而关注人与知识的情感连接。”这一理念源于她对儿童教育的深刻观察。她认为,在科技高速发展的时代,“孩子们或者成人获取知识的途径越发容易,更需要通过沉浸式体验建立对世界的认知和责任感”。

好奇象图书馆是坐落在深圳华侨城的一家个人独立图书馆,从店面选址,到文化定位,再到装修设计,逐步落地的过程倾注了贺贺颇多心血。经历了3年的打磨,好奇象图书馆终于在2024年5月与读者见面。

长久以来,贺贺对图书怀有的热爱,此前成功的创业经历,以及成为家庭主妇后那段幸福而又略显沉寂的时光,都促使她对自身价值、人们的情感共鸣,以及图书蕴含的强大力量,有了更深刻的领悟,也让她打造这座图书馆的信念愈发坚定。她趁趁着还能“折腾”的年龄做一些更能把控的,对自己、对孩子、对这个社会可能都更有意义的事情。“每个人都要有自己的归属,书的背后是氛围,大家愿意走入这样的氛围中。好奇象图书馆就是一个能够提供情绪价值和氛围价值的空间。”

为了营造出好的空间氛围,馆内的每一处细节都彰显着设计的精妙巧思——图书的选择和摆放,布置过的灯光、特别调制的香氛、精选的音乐歌单、特色的餐盘餐具、对i人友好的自习区……“每当有顾客

与我分享,他在某个不起眼的角落找到一份属于自己的‘小确幸’,对我来说就是一个rewarding moment(有意义的时刻)。这或许正是好奇象存在的意义——让每一次阅读和每一次相遇,都成为一次心灵的触动与成长的契机。”贺贺说。

不同于一般图书馆通过传统借阅模式确保展场运营,贺贺给好奇象设计的经营路线是“阅读+”跨界融合。她深知,一个理念若真要正落地生根,绝不能仅仅停留在空想阶段,其背后必须有坚实的商业逻辑作为支撑。为此,好奇象图书馆通过策划主题展览、互动工作坊和跨学科活动,将阅读转化为一种多维度的感官体验,为不同年龄段的人群提供拓宽认识边界的地方。

在贺贺看来,2025年好奇象图书馆的关键词是“进化”。在她的愿景中,好奇象图书馆致力于重新定义阅读的价值——从“拥有书籍”转向“激活思想”,从“个体消费”迈向“集体共创”。

贺贺感慨道:“许多热心读者都非常关注图书馆的发展,他们会热情地提出各种各样极具建设性的建议,这些建议都十分宝贵。但目前摆在我面前的事务众多,优先级也各不相同,仅依靠我个人的力量,可能一时难以将所有好的想法逐一落实。我期望能够寻觅到志同道合的伙伴,大家携手为好奇象图书馆实现更长期、可持续的发展而深入探索。这一过程,既是对项目潜力进行不断筛选甄别,也是对合作方以及客户进行精心挑选的过程。只有找到真正契合的合作伙伴与客户群体,我们才能在这条探索之路上稳步前行。”

们目前还处于一个验证与积累的阶段。

记者:创业中最大的挑战是什么?

贺贺:缺乏可对标的模式。从选书逻辑到活动设计,每一步都在摸索。此外,平衡商业与情怀不易——既要确保运营可持续,又需坚持“不功利”的初心。但正是这种未知,让过程充满乐趣。

记者:2025年有哪些具体计划?对未来有何期待?

贺贺:今年我们将围绕5个核心方向全面推进发展计划。在文学交流板块,将积极开展新书分享会与新书签售活动,加强与出版社的合作等;聚焦青少年成长,计划举办一系列科普、科幻相关活动,助力青少年更好地理解科学科幻和数理化知识,树立良好的世界观,同时将围绕职业教育开展分享活动;在心健康领域,计划打造全方位的心理健康关怀空间,内容涵盖婚姻、家庭、职场等不同人生场景下的心理调适,同时针对儿童及青少年的心理特点,设计专属的心理健康教育课程;文史哲方面,将以历史、人文、地理、博物为切入点,策划主题展览、讲座以及研学活动;为了给读者提供轻松解压的体验,图书馆还精心策划了一系列“反卷”主题活动,包括音乐艺术、脱口秀、创意手工、旅游主题等等。

未来,希望“好奇象”能逐步成长为城市的文化地标,吸引更多“同路人”。读书不是孤岛,我们计划推出会员社群,让爱书者在此碰撞思想,形成独特的文化生态圈。

(上接第1版)

陆彩云指出,大模型技术的发展带来了从算法革新到算力竞争的变革,且技术成本不断下降。知识产权出版社针对这些变化进行了组织结构调整,并设立了知识产权服务板块和出版板块。创新研究院专注于AI产品研发,而出版板块则致力于融合管理和智能化系统建设。此外,人工智能技术已广泛应用于社内的审核、书稿数据处理与全版权运营等业务领域,有效提高了工作效率并促进了人才培养。

陈永刚认为,从农业社会到数字经济时代,技术不断改变出版的内容生产和传播方式。人工智能为出版业带来机遇,也带来传播分流、边缘弱化、内容同质化、可信度存疑、伦理安全等挑战。出版业应从多方面着力应对,从“单一内容输出”升级为知识服务生态构建者,强化知识赋能与场景渗透能力,重塑出版价值;推动“图书—专业知识库—垂直智能体”,实现内容资源对用户的高质量交互式知识服务;建设在特定场景中拥有小规模大模型的本地化部署与应用,支撑AI出版赋能中心与产品创新中心建设,打造智能化技术底座。

朱济顺指出,人工智能核心是根据事实及模型推理,虽在记忆存储和速度上有优势,但在文艺作品创作等方面无法超越人类。出版行业应重视自身内容优势,将纸质书转化为知识服务平台,打造文创产品,守护好自身的专业知识库这一“护城河”。行业数据可在选题策划上发挥指导作用,企业则需注重内容加工衍生产品、收集个性化经营数据等,构建以数据为底座的ERP系统,与人工智能技术结合打造智能应用场景,对编印发流程等进行改造优化。

沙龙对谈环节,中国新闻出版研究院出版研究所所长兼国民阅读研究中心主任徐升国,数传集团常务副总裁温亚莉,北京中文在线阅读公司CEO、执行董事兼总经理杜嘉3位嘉宾围绕“AI能给出出版业带来什么?”话题,从不同角度开展深入研讨。

徐升国表示,AI对出版业影响深刻:一方面使读者“变心”,图书读者不再单纯从书中获取确定知识,转而从不“靠谱”的渠道获取“幻觉知识”,出版业或面临精品内容无人问津的局面。另一方面,AI带来机遇,知识和智慧成为智能时代的核心与灵魂。他总结道,出版看似走向“死亡”,实则正迎来全新发展机遇。

温亚莉认为,AI给出版业带来诸多变化:比如图书作品多样性增加、生产流程各环节效率提升、发行更精准,但同时也面临版权管理、复合人才短缺等新问题。与此同时,AI也带来一些新的机遇,出版业有望望涉知识付费市场。出版单位应利用语料权威、纸书精准获客两大优势,融入新场景,开拓出版业务新版图。

杜嘉表示,在AI时代出版社仍需聚焦精品筛选。随着创作门槛不断降低,大量作品涌现的同时,如何筛选精品成为出版业关键。出版业向来具有权威性,未来除提供创作工具和服务外,需从海量作品中选拔精品,经严格流程背书后进行大力传播,这将成为出版业在AI时代的发展方向。

研究出版社、机械工业出版社、国防工业出版社、中国经济出版社等部分出版单位代表线下参会,6000余人次通过中国出版传媒商报视频号、出版视点视频号直播观看。(张绮月)

公示

根据国家新闻出版署《新闻记者证管理办法》有关规定,《中国出版传媒商报》社有限公司已对申领记者证人员的资格进行了严格审核,现将拟领取新闻记者证人员名单进行公示。如无异议,请于本公示发布之日起5日内拨打国家新闻出版署举报电话:010-83138953。

《中国出版传媒商报》社有限公司
2025年03月21日