

圣诞销售季 书店如何备战?

针对12月和明年1月的不同市场需求分别制定不同的营销计划,凭借有特色的推荐和重点陈列吸引更多的顾客。

■吴雨珊

金融危机使英美图书零售市场变得不容乐观,如何利用即将到来的圣诞和新年销售季成为许多书商关心的问题。接下来的一两个月,既决定着2009年全年的业绩表现,也会对2010年的销售是否能开个好头有着直接的影响。那么,除了常规的折扣促销外,书商还有什么办法备战即将到来的圣诞销售季呢?

圣诞、新年区别对待

WH史密森集团图书业务总监雷切尔·拉塞尔说:“对于书店来说,1月不仅仅意味着促销,更重要的是赢得新客户的好机会。12月份的圣诞销售季则是重点打折促销月,半价销售会变得非常普遍。因此,12月和明年1月的促销计划应该有所区别。”

英国鲍德斯集团前首席执行官菲利普·唐内尔说:“每年圣诞节促



销的图书无外乎集中在健康、饮食以及自我提升类图书,当然,一些当季上市的最新畅销书也不能忽视。”

鲍德斯集团前图书业务负责人麦克·琼斯表示,“理查德·莱迪”俱乐部的缺席会对今年的圣诞销售季造成一定的影响。作为英国图书市场的助推剂,该俱乐部每年推荐的圣诞和新年书目都会成为畅销书,

但该项目在今年换了新的电视台后收视率不佳,目前已暂时停播。不过琼斯预计,今年圣诞销售的图书销量仍然会很强劲,并且这种势头会一直保持到明年1月。他说:“12月的时候,人们买书是为了作为礼品送给他人。明年1月则更多的是为自己选购图书。通常在经济危机的情况下,图书这种提供价值的产品

会表现得不错。”

B先生(Mr.B)独立书店的店主尼克·巴托雷说:“作为一个独立书商,对任何一个月都不能悲观,否则你恐怕就要关门大吉了。”他表示,圣诞节后的十天应该是销量最好的一段时间。书商应该提前做好促销的优惠券,并将一些重点书陈列在显眼的位置。

荐好书胜过低折扣

对于折扣问题,巴托雷说:“我们通常不会进行大规模的促销活动,如果你陈列的图书能够满足读者的需求,不打折也会有不错的销量。”他认为,12月重点陈列的图书应该是名人传记等礼品书,明年1月份重点陈列的图书则需要书商多动些脑筋。他说:“1月份通常会有一些非常不错的新书问世。独立书商应该以相对小众的主题陈列图书。另外,好的重版书以及当代经典读物也是这个月的销售重点”。《奇迹之城》(The Burnt-out Town

of Miracles)是B先生书店在去年重点推荐的一本书,获得了不错的销量。今年,他准备把剩余的库存继续拿出来。

书挡(Bookends)独立书店的店主琳达·罗伊表示,在经济危机的情况下,人们购书时并不是选便宜的,而是选适合自己的,因此,迎合读者的荐书比折扣更吸引人。

Books@Hoddesdon独立书店店主艾兰·詹妮弗也表示,许多出版商将图书的上市日期集中在12月,而忽略了10月和11月,她认为,这两个月也同样重要。詹妮弗说:“一年当中的每个月份对我们来说都是机会。明年1月份的时候,我们会批发少量的畅销书并打折促销,以满足那些想要低价书的顾客。但是对于库存书,我们不会打折。”

书柜独立书店(Bookcase)的店主简·斯图特表示,明年1月份是赢得新客户的机会,因此会在这个月举行很多签售活动,而这样做的目的是“吸引更多的读者并让他们记住我们”。

环球动态

兰登 联手索尼推“帕特森”主题阅读器

近日,兰登书屋集团与索尼公司联手,推出以著名推理作家詹姆斯·帕特森为主题的限量版索尼阅读器。而不久前,以出版浪漫小说著称的禾林出版社也与索尼合作,准备推出一款针对女性读者的粉色阅读器。

索尼公司表示,詹姆斯·帕特森主题阅读器将采用深蓝色,帕特森作品中的主角埃里克斯·克劳斯的头像也会被印在阅读器上。从11月30日起,该阅读器将通过索尼门店、瓦特斯通连锁书店和索尼公司网站进行销售。该阅读器附赠帕特森的最新作品《亡命追击》(Cross Country)电子



詹姆斯·帕特森

书、詹姆斯致读者的一封信以及其他作品的摘要。另外,购买该阅

读器的读者还可以在圣诞节当天提前购买帕特森的新作《最糟的案子》(The Worst Case),而该书在明年1月21日才正式上市。

兰登书屋数字出版人乔纳森·戴维斯说:“对于爱书人来说,这款限量版的阅读器是圣诞节的最佳礼物之一。”瓦特斯通集团虚构类采购经理西蒙·伯克则称:“一直以来,詹姆斯·帕特森都是最受欢迎的作家之一。他的每一本书都能成为畅销书。这款阅读器的推出是一个非常棒的主意,这将给读者带来全新的阅读体验。”

(王丹丹)

靛青 大力推进书业环保化

加拿大连锁书店巨头靛青(Indigo)集团近日推出了一系列环保战略:出版商需向靛青提供该书的纸张使用情况。而这些情况将通过靛青集团的网站向顾客公开。靛青公司运营总监米歇尔·怀特表示,这样做的目的是“和出版业通力合作,更好地贯彻环保战略,以维护书业的长期发展”。而向顾客公布这些信息,就是希望出版业的环保信息能够透明化。

同时,靛青公司推出了三种不同的标志。读者在靛青的实体店或网点查询图书时,可以通过这三种标志识别图书纸张的使用情况。第一种标志表示图书采用了森林事物委员会(FSC)认证的纸张;第二种标志表明采用了经过FSC认证的纸张而且含有循环再生材料;第三种标志表明图书的纸张未经过FSC的认证。

对于靛青集团的此次行动,加

拿大环保组织Canopy执行总监尼克·莱克福特表示支持。他说:“这可以使更多的人了解到图书的环保程度,我想读书人会关注到这一点并重新考虑购买哪些图书。”莱克福特同时表示,他希望靛青集团能够进一步在自身的运营以及货物的供应上推行环保化。此前,靛青集团曾宣布,希望在5年之内实现所销图书一半以上采用再生纸的目标。

(吴雨珊)

立特尔·布朗 推出甲流防治电子书

立特尔·布朗出版社近日宣布,将推出甲流防治电子书《疫情手册》(The Vaccine Book)。该书由医学专家罗伯特·瑟尔斯撰写,曾在2007年10月推出纸质版,此次推出的电子版针对目前的甲流发展状况更新了一

些内容。该书定价为13.99美元,与纸质书定价相同。

立特尔·布朗出版社表示,他们将组织网络营销团队,在鸟鸣网(Twitter)以及各个博客上推广该书。另外,瑟尔斯的另一本书《黄

金时间的健康》(Prime-Time Health)也将于近日问世。

此前,约翰·威立集团曾经出版过《猪流感:全国新疫情》(The Swine-Flu: The New Pandemic)一书。

(晓萱)

数据·报告

美青少年图书消费增5.1%

近日,美国《出版商周刊》公布了一项针对15~25岁年轻人的调查结果。这项调查显示,这个读者群在2009年的图书消费有5.1%的同比增长,好于预期下滑4%的数据。

据悉,在虚构类图书的销售中,15~25岁的年轻人贡献了7.44亿美元,这主要是由“暮光之城”系列的热销所产生的。《出版商周刊》预计,青少年在今年全年的虚构类图书消费将同比增长13%。

在这项调查中,96%的受访者均为女性,其中41%的受访者在夏季阅读超过20本的图书,2/3的受访者的购书费用来自父母,大约25%的受访者每月至少去过一次书店。

在受访者中,78%的人习惯去连锁店购书,44%的人通过网络购书;83%的人会通过朋友的介绍而去购买某本书,另有52%的人经由家人介绍,47%的人由教授推介而产生购书行为。

(心蓝)

2010年童书市场面临挑战

近日,美国的传媒研究机构Simba信息公司发布了一项报告,指出儿童图书市场在2010年将出现下滑。

据悉,Simba公司发布的这项报告囊括了迪士尼、阿歇特、哈珀·柯林斯、企鹅、兰登书屋、斯科拉斯蒂克等多家知名儿童图书出版商,是在对它们具体的出版战略和财务状况进行了详细的分析之后得出的结论。

Simba公司高级分析师迈克尔·诺里斯(Michael Norris)指出:“出版商、作者和书商将大量的书目呈现在读者面前的同时,读者拥有了越来越多的免费休闲方式,而出版商对于这种现象将给阅读和售书带来的影响反应迟钝。”

报告中指出,目前,奇幻类作品占到了儿童畅销书的最大比例,斯蒂芬妮·梅尔、P.C.卡斯特等作家常驻榜单,但吸血鬼主题图书热销之后带来的空白将由什么来替代?2009年,许多儿童畅销书通过电子书形式进入索尼和Kindle阅读器。有1/5的成年人会购买至少一本儿童图书,这个数据比前几年要相对稳定。

(舟舟)

