

图书市场现状及营销策略

李媛媛

宁夏阳光出版社有限公司

DOI: 10.12238/cj.v1i11.5694

【摘要】随着现代化进程的日益发展,人们的物质需求越来越得到满足,同时,世界的精神文明也得到了发展,人们的精神文明需求也越来越高。互联网的发展,推动了我国电子书的发展进程,越来越多的人使用和阅读电子书,这无疑会对纸质图书的发展产生阻碍,因此,需要分析我国图书市场的现状,从而采取相应的营销策略来维持纸质图书的地位。本文对我国图书市场现状进行了分析,并通过分析讨论提出了一些图书市场发展的营销策略。

【关键词】图书市场;营销;文化发展;全民阅读

Current Situation and Marketing Strategy of Book Market

Li Yuanyuan

Ningxia Sunshine Publishing House Co., Ltd

Abstract: With the increasing development of the modernization process, people's material needs are more and more satisfied. At the same time, the world's spiritual civilization has also been developed, and people's spiritual civilization needs are getting higher and higher. The development of the Internet has promoted the development of electronic books in China. More and more people use and read electronic books, which will undoubtedly hinder the development of paper books. Therefore, it is necessary to analyze the current situation of the book market in China, so as to adopt corresponding marketing strategies to maintain the position of paper books. This paper analyzes the current situation of the book market in China, and puts forward some marketing strategies for the development of the book market through analysis and discussion.

Key words: book market; Marketing; Cultural development; National Reading

一、引言

精神文明是一个国家的灵魂,随着经济社会的发展,我国的精神文明建设也一步一步地在发展,人们的文化素养和综合素质也随精神文明的发展而慢慢提高,同时,我国人民对精神文化的需求也越来越高。网络的发展让信息的传播越来越快,电子书的出现使我国的图书市场受到了一定的打击,二者都有各自的优点,电子书方便快捷,纸质图书则更具文化内涵。但在图书市场的发展过程中,电子书是绝对不可能取代纸质图书的,因为它是通过千年的文化沉淀而留下来的,具有无法替代的一种书魂,因此,在改革图书市场的过程中,要充分把握我国图书市场的现状,分析其发展趋势,通过精细的战略安排,制定合理的营销策略,使我国图书市场能够进一步发展与提升。

二、我国图书市场的基本现状

虽然现阶段我国的图书市场总体上是一种可持续发展的形势,但仍然存在一些相关的问题,比如,

图书产品种类繁多,但是有些图书的分类不够明确,不能够满足人们的个性和需求,此外,在价格上,图书的价格普遍偏高,这使得各种盗版图书泛滥[1]。其次,图书的销售渠道也存在着这样那样的问题。由于图书市场的迟滞现象,使得读者对图书的购买需要不高,由于其销售形式的落后,图书的销量有所下滑,形成了一个供过于求的局面。图书的供需不平衡现象,主要是由于大量图书的销售过程没有相关的市场需求调查,对图书的销售目标不够明确,在图书销售时其针对性不够强,这使得图书市场所销售的产品很多,但是图书的内容充实度不够,因而使得书本的价值没有得到体现,使得书本的销售存在着供需不平衡的现状。有市场调查发现,读者对图书的需求产生了变化,我国人民对图书的内容的需求产生了转变,人们对一些政治、经济金融、人物传记以及心理学方向的书籍的需求有所增加,而对传统书籍的名著等书籍的要求降低,说明人们对图书的多元化发展有着一定的需求。

此外,由于我国土地幅员辽阔,人员的分布比较广泛,不同地区消费者的密度也有所不同,而图书的销售多在比较发达的地区发展,偏远的贫困地区图书销售种类不齐全,销售范围不够广泛,销售路线也不科学,使得有些山区人员缺少书籍的阅读,而城市发达地区则图书泛滥,这是对于图书市场的整体性和局部地区的分析考虑不够深入造成的[2]。在市场监管方面,其力度不够强,图书市场的监督决定着图书销售的最后步骤,我国图书销售监督部门没有重视图书市场的平衡,对一些内容不够丰富、制作粗糙的书籍把关不够严密,对盗版图书的打压力度欠缺,这使得图书市场的信息鱼龙混杂,市场相对较为混乱。基于这样的图书市场现状,因此需要给出相应的营销策略以保证图书市场的稳步平衡发展。

三、改善图书市场,实现精神文明进步的有效策略

(一) 丰富图书出版形式,实现多元营销

随着社会主义精神文明的发展与繁荣,图书的传播形式越来越丰富,因此,在出版商出版图书时,可以通过多种形式的图书形式对图书进行发行。比如,在发行某一期刊时,可以既发行传统的书籍,同时也在网络上发行电子版的书籍,以及电影画册等其他形式来发行图书[3]。在丰富出版形式的同时,也可以通过图书错误的把控、图书纸质的提升、增强对图书内容针对性的把握等方面来实现图书质量的提升,让公众对书籍的需求度和兴趣提高,从而更加愿意去阅读此类书籍,提高公众对图书的购买力。

(二) 建立并完善图书市场监管制度

任何一个行业都应该有其内部的规律和制度,一个行业的稳步发展需要完善的制度体系来奠定基础,图书市场的营销过程同样需要完善的监管制度。在信息化发展的进程中,随着文化的变革与发展,我国图书市场面临着新的机遇与挑战,传统的图书市场营销方式已经落后于互联网时代,因此,需要针对这一条件来制定严谨的市场监管制度和营销体系,对销售范围和人群以及书籍的类型来进行监管[4]。比如在小学学校周围主要售卖儿童书籍,对一些少儿不宜的打斗书籍等进行监管。通过联系需求来开展销售,实现图书市场发展的新趋势。

(三) 加强政府扶持,调整图书营销模式

图书市场虽然分布在各个不同的销售区域中,但是它是实现我国精神文化建设的重要条件和重要资源,因此,政府应该重视对图书市场的监管与维护,要加大扶持力度,营造有序的图书市场环境和良好的销售氛围,制定相关的规章制度来规范图书的销售过

程,要着眼于公众的精神文明建设,以提升人民的综合素质为目标,做好书籍阅读的宣传工作,提高公众对书籍的需求,让公众能够主动去阅读书籍,并且能够树立好正确的书籍阅读选择系统,营造全民阅读的良好氛围[5]。此外,对于贫困偏远地区,要加大财务输入,通过建设公共图书馆等方式促进图书市场的发展。此外,需要通过调查图书市场的趋势和销售现状来了解其产业结构和供求情况,调整图书市场的营销模式,从而增加市场的销售数额。比如,图书出版单位应该明确经营销售的方法,看中长远利益,不要盲目跟从其他书籍,要充分考虑公众的喜好与需求,通过合理的市场调查来进行发行,从而营造自身特色,同时也能够避免书籍滞销堆积的情况,更能够使该出版单位在图书市场中具有核心竞争力,能够在互联网时代稳步向前,为促进文化发展做出贡献。

四、结束语

书本是知识的源泉,是前人与后人沟通的媒介,是信息传递的载体。在互联网发展迅速的时代,图书市场遭受到一定冲击,我国的图书出版单位需要正视这一局面,要把这当作一个挑战,同时也要把它当成一个机遇,要加强图书的质量,同时改进和完善图书市场营销手段,从而在这一阶段中能够稳步前进而不被吞没。同时,国家政府也需要加强对图书市场的监管力度,定位好市场发展和公众需求,明确图书市场的现状,分析图书市场的未来发展趋势,通过合理的监管手段来控制图书市场的稳定,避免一些假冒伪劣书籍的发行与出版,提升图书市场书籍的质量,为社会营造全民阅读的氛围,完善我国图书市场的监管系统,实现文化传播的便利性。公众应该树立好正确的阅读观,对一些内容简单、粗糙的书籍要适当摒弃,要多选择一些具有意义的、能够提升个人能力与素质的书籍来进行阅读。这样,我国的精神文明建设才会有所提升,也能够实现群众文化生活的进步和提升,实现图书市场的稳步发展,营造出全民阅读的良好氛围,为我国现代化建设进程提供内能,实现经济文化科技的稳步前进。

【参考文献】

- [1]赵倩,汪玲.少儿图书市场发展现状及营销策略创新研究[J].新闻研究导刊,2017,8(18):17-18.
- [2]孙健.浅析我国图书市场现状及营销策略[J].中国市场,2015(14):20-21.
- [3]张春明.新媒体环境图书市场营销策略研究[J].现代营销(下旬刊),2017(8):65-66.
- [4]陈俊.新媒体环境下图书市场营销策略[J].合作经济与科技,2018,596(21):92-93.