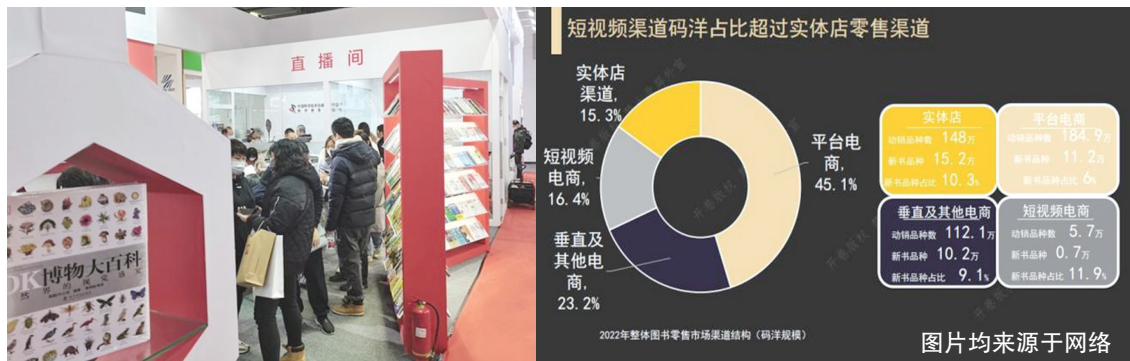


直播带货风行之下， 什么样的书才能“破圈”？



“3、2、1，上链接！”网络时代，直播带货风行。眼下，图书与直播间也似乎正在越来越紧密地联系在一起。不只是专业主播，作家、图书编辑也可以现身直播间，有效互动，拉近与读者的距离。此外，有媒体报道，有不少作家通过短视频，在购物直播平台推荐自己的书或为其他书带货。

什么样的图书“直播带货”才能“破圈”？哪些直播内容可以有效吸引读者？带着这些问题，记者采访了多位业内人士以及读者。

成为亮点的线上直播

在日前举行的第35届北京图书订货会上，直播间并不鲜见。也有人认为，线上直播是本届图书订货会的一大亮点。

记者在现场了解到，不少出版社都有直播活动，订货会现场的直播间里，也有主播在声情并茂地推荐图书，为网友讲解内容。

据媒体报道，此次订货会首次开通了“社长荐书”

直播带货 好书“出圈”

直播、短视频等网络时代流行的推介渠道，让优质图书更容易出圈。《2022年图书零售市场年度报告》中的多项数据也证明了这一点。

比如，从四个渠道零售市场中动销图书的上市时间来看，短视频电商中2022年上市新书无论是品种占比还是码洋占比，均高于其他渠道。

上述报告提到，短视频渠道已经成为新书重要的宣发渠道，从整体图书零售市场前100名非主题出版类新书的销量分布来看，有43种新书在短视频电商的销量占比超过50%。

“有文化”的图书直播带货

直播拉近了书与读者的距离，但进入直播间的图书，并不一定都能引起读者关注。

有效的图书直播带货，整场直播往往拥有真诚、干货满满的内容。有媒体提到，在介绍《额尔古纳河右岸》时，“东方甄选”主播董宇辉认真分享自己的阅读感受，打动了不少网友。

译林出版社总编辑袁楠表示：“我们深耕自有新媒体矩阵建设，并在去年初成立新媒体营销运营中心，打破宣发壁垒，努力实现图书出版宣传销售闭环，

对优质“内容”的坚持

有人认为，直播间是好书与读者相遇的平台，图书想要通过直播带货破圈，必须有优质内容。但也有业内人士表示，面对直播带货的风潮，要保持清醒。

对图书销售渠道而言，在人民文学出版社社长臧永清看来，不管是直播带货还是短视频，都是手段和过程。科技在不断进步，它们不会是终极形式，很可能还会有新的变化。

“出版业要用好这些工具，同时要有理性的认识 and 判断，就是说，我们在生产精神产品，不能让手段和

直播间，邀请各大出版社的社长总编、专家学者走进直播间荐书。

“很早之前，有些出版社就开始做直播了，但类型不太一样。”有读者对记者说，其中，一部分直播就是单纯地对讲座、对谈等文学活动进行直播，也有一些是直播带货，也就是卖书。

她说，自己也会在网上的直播间买书，每次看直播，最想了解的是图书内容、文学内涵，如果是童书，那么想知道能对孩子有什么益处，适读年龄等等，也能淘到好书。

2022年虚构类销量前100名图书的作家中，有多位曾做客东方甄选直播间及俞敏洪的“老俞闲话”短视频栏目，包括阿来、麦家、梁晓声等，相应地也带动这些作家图书的热销。

北京开卷研究咨询部经理冯小慧表示，同时，可以看到一些新的文学作品通过头部主播的推荐都取得了不错的成绩，如《在岁月中远行》《命运》等等。

在日前举行第六届阅读X论坛上，冯小慧曾分析，就营销方式而言，从早年的纸质书上架，到后来的图文网页上架，再到短视频方式，进一步拉近了和读者之间的距离。“说到短视频，其实大家都会提到直播带货，回溯过往，其中的一匹黑马就是东方甄选，我们可以从数据中看到去年这样一个‘头部直播’的影响力。”她说。

减少了内容触达读者的中间环节。”

“新媒体为出版社提供了直接面向读者的更多可能。”她说，懂书且善于表达的主播把书的核心与精华，以及读者可能最需要的点提炼出来，在面对面的沟通中与读者及时互动，精准有效实现内容价值。”

另外，对主播而言，如何精准把握一本书的内涵和附加价值，并找准它与读者实际需要的契合点，非常考验文化功底。

“同样都是图书的直播带货，我更愿意围观有文化且接地气的直播间，能从中了解到这本书本身的文化价值，也想知道它对我有什么实际帮助。”有读者如是说。

形式带着走，而是应该有自己的定力。”他表示。

作为知识和文化的载体，图书具有不同于其他商品的特性，甚至有些时候，它们的形式本身就是“内容”，能够吸引读者。

臧永清举例，“比如我们社做四大名著，《红楼梦》有大字本，也有精装书，可以收藏。下一步还要做线装书。也就是关注读者需求，用形式促进产生新的内容。把这些资源充分利用好。”

某种意义上，直播带货其实是双向的。正如冯小慧所说，我们有头部主播这样的外部资源，同时也有对内容价值的坚持，有优质作品在手，最后才可能达成一个理想的效果。

从“大国制造”到“大国质造”： 书写中国人自己的 “质量简史”

质量是一个“上接天线，下接地气”的出版主题。十九大、二十大报告提出建设质量强国，“十四五”规划和2035年远景目标纲要明确要求加快推进制造强国、质量强国建设。今年2月，中共中央、国务院印发了《质量强国建设纲要》，为质量强国建设确立了更加具体的阶段目标。

由上海交通大学出版社推出的《质量简史》正是在这样的时代背景下策划出版。该书以制造业发展为背景，梳理现代质量理念的变迁路径，不仅梳理经典质量理论，还穿插对质量管理、计量体系、企业生产等现代工业主题的阐发，是第一本系统梳理质量理论发展史的科普著作。质量理论是工业思维的投射。在这个意义上，为质量书写“简史”，也为当下制造业发展提供了重要镜鉴。

日前在京举行的新书发布会上，该书作者、产业观察家林雪萍与质量专家韩俊仙结合各自的质量研究与实践工作，为读者分享了对书中内容的感受。

林雪萍拥有多年的产业观察经验。在他看来，当下中国质量面对的主要还是以往遗留下的问题；但随着时代进步，质量管理在数据统计、数字化等方面已经有很大进步。用“新工具”应对“老问题”，关键在于提升领导者乃至全民的质量意识。

他在书中提到，质量是有国家特色的，每个国家都会有自己的国情，无法照搬理论。中国早已是制造大国，全球的大量工厂基地都在中国。而质量理论向来诞生于热闹的机器所在地。下一个重要的质量理论突破，应该会来自机器数据的使用。由此，中国应该是一个极具潜力的工业市场。

资深质量专家韩俊仙有丰富的质量管理一线经验。她认为，质量工作者应该善于利用智能化手段整合资源，打造科学模型，攻克可靠性等质量难题，让中国质量再上新台阶。

值得一提的是，《质量简史》作为一本中文原创著作，为中国学者和企业的质量界的足迹留下了笔墨。尽管质量领域中已有不少经典著作，但大部分是外文作品，对中国当时一批走在前沿的“质量人”及其实践记载并不充分。因此，本书也期待为中国质量界抛出引子，呼唤用自己的语言讲述中国自己的质量故事。

据中新网

据中新网