

“

快报  
调查

热线:96060

2020年,受新冠肺炎疫情影响,中国图书零售市场迎来20年来首个负增长,无数出版人正在努力寻找应对之法。

“屋漏偏逢连夜雨”。现代快报记者了解到,在总体市场规模下滑之时,图书电商平台通过渠道优势不断挤压出版社的销售利润,甚至有出版社图书售价低于成本价,让出版社的日子更加难过。

专业出版社是知识生产的重要供给方,出版行业健康发展对社会进步至关重要。专家指出,图书电商在与出版社合作中具有市场优势地位,应该受到《电子商务法》第三十五条制约,不应滥用市场优势地位。

现代快报+/ZAKER南京记者 熊平平 文/摄

图书电商高频促销真相:

# 出版社被割肉 图书售价低于成本

现状

出版社的毛利润只有10%至20%

“最近网上买书有折扣和满减活动,有没有人一起拼?”“怎么又有促销活动,感觉天天都有促销。”……工作群里,方严(化名)正在寻找拼友,只因无意间逛到当当网,想买的书下单时出现满减提示,“再凑几本达到200元,价格还能再降不少。”

最后,方严拉着朋友凑足200元,达到满减条件,这样选购的图书单价更优惠了。方严满心以为这是电商平台带来的利好,其实不然。图书优惠部分并非平台补贴,而是来自图书出版社的让利。

“最近刚核算的数据,我们出版社整体图书在当当网

平台售价只有2折多,比成本还低。”某省出版社社长介绍,一本书的定价包含了两部分成本,生产成本和销售成本。生产成本由出版社承担,包含版税、编辑、印制三部分,占定价的30%至35%,给到书店和平台是40%至55%,出版社的毛利润只有10%至20%。

电商大促优惠是割了出版商的肉

“各大图书电商经常搞‘双11’、618之类的促销,也是各家出版社提高销量的重要节点。”该出版社社长解释,许多消费者认为促销的优惠是平台补贴的,实际上这部分成本主要是由出版社承担。

“过去,这样的促销活动比较少,出版社能接受也乐于

参与。但近年来,图书电商平台的促销频率越来越高,几乎月月有、天天有,对出版社图书价格的压缩空间也越来越大。”该出版社社长表示,他家图书就是在如此密集的促销活动中,售价被挤压得低于成本价。

“现在这个时代就是渠道

为王,所谓的电商赋能不是给生产者赋能,实际是赋给了渠道。在缺乏监管的情况下,许多中小销售商就会被电商平台割肉。”中国政法大学传播法研究中心副主任、研究员朱巍告诉现代快报记者,图书出版是更为特殊的行业,这一问题应该被各界重视。

专家

图书电商涉嫌滥用市场优势地位

图书零售市场首次负增长背后,是线下市场实体书店销售额大幅度下滑。据融合国家出版发行信息公共服务平台的一项数据显示,2020年前三季度,线下市场实体书店销售数量同比下降26.95%。“对于图书业来说,本身书商的利润已被压得很低,读者买书又很少去书店,基本是网上购买,出版商已经被电商渠道掌握。”朱巍告诉现代快报记者,如果真的靠电商提供流量来卖书,出版社就变成了给电商打工。

针对前述出版社反映在电商平台销售价格低于成本的现象,北京大学法学院教授

薛军认为,这一现象或涉嫌滥用市场优势地位。虽然出版社与图书电商平台是合作共赢关系,但因为销售渠道在电商方,电商平台处于市场优势地位。而这种优势地位正体现在出版社与电商平台的一次次促销活动中。

促销活动需要出版社承担成本,出版社为何不拒绝?多位出版社销售人员表示,理论上是可以不参与,因为平台在促销活动前会提前告知出版社,但实际上出版社是“能参与一定参与”。“不参与促销活动,会直接影响图书销售。”北京某出版社营销编辑告诉现代快报记者,根据既往经

验,这种影响还可能是长远的,因此通常出版社都会同意参与平台的促销活动。

《电子商务法》第三十五条规定,电子商务平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术手段,对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件,或者向平台内经营者收取不合理费用。薛军指出,图书电商平台应该受到这一法律条款制约,让交易更公平,保障出版商的利益。朱巍也认为,渠道为王的前提是不能侵害消费者的权益,也不能破坏市场正常的经营秩序。

建议

出版社抱团取暖,积极开拓市场

面对有失公平的销售条款,向有关部门投诉是出版社自救的一项措施。但因电商平台掌握了算法和网络技术等主动权,针对销售商的手段具有极强的隐蔽性,即使商家投诉平台,也存在取证难等现实障碍。对此,薛军曾发文建议,如果相关商家能够提出一组统计数据,证明自己之前的正常流量是多少,在没有特别的其他影响因素的情况下,忽然整个流量直线下降,并且有相应的截图以及数据,能够证明这种情况是异常的,那么在法律层面上就可以基于这个证

据,推定平台对其进行了干扰或者采取某种技术措施。

投诉电商平台对于出版业并非治本之策。为保证出版社健康发展,2016年,央视主持人、全国政协委员白岩松曾于全国两会期间提交了《实行新书半年内八五折销售制度》提案,他建议,无论网上书店还是实体书店,新书在出版半年内不能低于八五折销售。

提案中白岩松指出,低折扣短期看会让读者获益,但长远看,受害人还是阅读者本身,“出版社被网上销售的低价绑架,进一步降低利润,同时更倾向提高书价,给消费者折扣大省钱多的幻觉,更愿意

畅销书减少多元化出版,直到劣币驱逐良币的现象在出版界一再上演。”

对于电商平台挤压出版社利润的现状,多名省级出版社社长表示,出版社已经开始抱团取暖,在开辟新渠道,一方面建设自主的网络渠道,另一方面通过社交媒体来开拓销售渠道,通过多元化营销来降低对当当网等传统图书电商平台的依赖。

面对图书零售市场的首个下滑,出版社自身也要具有强烈的危机感,通过创新来变危为机。“尽管我们每个人都承认纸质书很重要,但媒介时代确实变了,出版社也需要创新发展思维,适应市场,多元化生产,以适应当前及未来的时代环境。”朱巍说。



中国图书零售市场近五年的状况



图书电商平台的促销频率越来越高

