

# 现代图书出版策划管理与市场调研

## Modern Book Publishing Planning Management and Market Research

何士娟

Shijuan He

机械工业出版社 中国·北京 100037

China Machine Press, Beijing, 100037, China

**摘要:** 图书市场呈现出良好的发展态势, 图书质量、发展规模也呈良性发展。策划管理属于系统工程, 是出版企业策划能力体系的关键构成, 对图书出版有着重要的影响。同时, 突出出版策划, 同样需要紧密结合市场调研, 以此为现代图书出版策划提供基础保障。基于此, 论文对现代图书出版策划管理与市场调研进行分析探讨。

**Abstract:** The book market presents the good development situation, the book quality, the development scale also presents the benign development. Planning management, which belongs to the systems engineering, is a key component of the planning capability system of publishing enterprises and has an important impact on book publishing. At the same time, highlighting publishing planning also needs to be closely combined with market research, so as to provide basic guarantee for modern book publishing planning. Based on this, this paper analyzes and discusses the modern book publishing planning management and market research.

**关键词:** 图书出版; 策划管理; 市场调研

**Keywords:** book publishing; planning management; marketing research

**DOI:** 10.12346/emr.v3i6.4827

### 1 引言

策划活动属于出版业务的关键起点, 同样也属于关键核心业务活动, 是出版项目的重要源头, 产出、效能则对出版企业经营发展有着重要的影响。现代图书出版策划管理, 多以选题申报为初始, 策划活动并未归属到管理范畴, 理论研究、管理实践方面存在明显不足, 以至于产生相应的问题和风险。所以, 出版企业务必高度重视现代图书出版策划管理, 结合市场调研, 促使出版企业经营效能可以得到有效提高。

### 2 规划管理与市场调研

规划管理, 以策划活动为主, 是对选题开展的顶层规划和设计, 确保业务竞争战略可以全面有效贯彻落实。针对规划管理, 专业化属于第一标准原则。出版企业应当重点关注专业化分工, 集中资源与力量, 确保策划活动可以更加科学专业, 做到由点及面, 逐渐形成规模效应, 促使策划效能得

到进一步提高。图书策划专业性越高, 各业务部门就会越专业化, 促使特定垂直领域专一而精, 精耕细作, 保证优势。

在业务部门, 策划工作是基于学科专业方向、人员专业基础等, 作出科学明确分工。例如, 对于科技图书出版策划的规划管理, 为保证人力集约使用, 应通过策划业务分工, 促使策划编辑综合业务统筹。对交叉领域线索与活动、资源作出统筹协调, 保证团队协作, 使策划活动效率得以充分保证。

依托严格科学的专业化限制为基础框架, 规划管理设计促使策划编辑能够更好地精耕细作, 以终身服务理念, 同重要作者保持良好、紧密的合作, 为图书出版策划管理提供基础保障。

图书出版调研对图书出版规划管理有重要的影响, 起着主要的指导作用, 所以规划管理、市场调研是关键性环节。通过市场调研可以根据读者的需求和趋势, 为图书出版工作提供方向和创新思路<sup>[1]</sup>。

【作者简介】何士娟(1978-), 女, 中国河北张家口人, 硕士, 副编审, 从事科技图书出版研究。

### 3 过程管理中做好市场调研

过程管理,即对策划项目进度所实施的科学管理,属于策划管理的基础。这里所说的过程管理,是策划编辑所开展实施的一系列与选题策略相关的过程。管理过程,可参考销售管理所涉及的“销售漏斗”理论,对图书出版策划活动过程作出合理划分,以进展为主,对策略项目设置相应的标签,构建“策划活动漏斗”,对策划项目具体情况作出全程跟踪与科学度量。

基于“策划活动漏斗”,对不同类型选题的策划活动,位于各不相同阶段所表现出的规律展开科学研究,具体明确各阶段所对应的目标,对有关问题作出高效整理,制定科学可行的解决方案。同时,在策划活动绩效评估方面,同样可以运用“策划活动漏斗”。基于经验值,对特定选题类型,位于各不相同阶段、完成策划工作量占比做出准确估算。对特定策划编辑,位于各不相同阶段、历史项目平均实现率作出准确估算。如此,为现代图书出版策划管理奠定重要基础。

在图书出版的过程管理中,在不同阶段都体现出图书策划的重要性。因此,在图书策划活动之前,要做好充分的数据调研工作,如了解科技发展方向,了解读者的兴趣爱好、阅读专业、阅读的时间等,为读者起到导向的作用。这样做的目的就是引导读者阅读,实现购买价值,为图书出版创收。同时读者的需求也反映了出版市场的导向需求,为图书策划活动做精准的策划方案,选题方案,保证后续策划活动的有效开展。

在当今媒体通信发达的时代,必须利用好新媒体平台,跟随社会主流,通过电子阅读平台抓取有效的痕迹和数据资料,与平台谈合作,把获取到的信息进行大数据分析和整合对比,从而提炼出更精准的数据;灵活运用网络调查手段,精准掌握读者的习惯和喜好,不同的喜好会对不同的产品做出不同的选择。因此,可以根据大致的专业方向来策划对应的图书,确定目标人群,对目标人群进行网络调查。通过这样的形式,数据的针对性更强,准确性更高,节省了大量的时间和精力,具有很大的创新性,对图书出版过程的管理有很大的参考价值<sup>[2]</sup>。

由此可以得出,市场调研是图书管理的前锋,管理的过程是重点,是图书市场的主角,读者导向也是图书策划出版工作的重中之重。在图书的管理策划工作中,市场调研是一切策划选题的大前提和先决条件。

### 4 市场调研为关系管理的基础

企业能力发挥,以具备专有资源、广泛市场调研为基础,重点加强作译者信息与跟进信息记录的市场调研工程,属于关系管理的重要基础。作译者分类尤为关键,需要基于多维度,对分类标签做出合理设置。同时,以学科业务为主,结合具体发展情况,对作者拓新、维护等工作作出科学合理的调查和分配。以多样化方式,科学高效利用有限人力,同作

译者保持紧密联系,建立良好的业务与人际关系。

市场调研后开展实施关系管理,目的在于在作译者内心形成品牌与美誉度,达到促进交易、节约成本、提高效率、保证利润的最终目的。提升策划活动效率,关键在于策划能力以及策划资源。选题策划,与作译者资源建设有非常紧密的联系。作译者关系建设,属于图书出版策划管理的关键内容。所以,需对作译者关系管理保持重点关注,积极拓展维护核心作译者良好关系,依托关系管理,为出版社知识服务转型提供基础保障。

### 5 市场分析下的信息管理

策划信息管理,本质属于组织学习方式,基于策划活动知识库的科学构建等方式,确保策划编辑能够对有关技能做到熟悉掌握。例如,可以通过老编辑带新编辑熟悉业务流程,也可以通过各种模板,培养策划编辑与作译者沟通的能力,以多样化方式,并结合相应的市场调研的情况以及场景、材料等,促使策划编辑具备良好的策划信息收发、处理的综合能力。把收集和掌握的这些信息根据市场调研的结果进行对比和归纳,有利于与作译者沟通了解其需求和想法。

图书策划活动,也需要基于市场调查而开展,是出版企业和有关利益方交换信息的项目构造以及版权交易过程。基于某种意义而言,有关市场调查,策划信息,对其发送、接收、传递,直接关乎策划项目质量。策划信息管理的基础核心在于,促使出版企业信息生产、加工能力可以得到显著提高,使信息传递质量得以有效改善,保证良好的策划效果。

出版企业实施策划期间,所积累的知识和客户数据都是宝贵的财富。依市场调研数据,有效获取内外信息,需构建科学系统的策划信息管理体系。依托信息管理体系,为策划编辑提供重要辅助,对策划活动系统规划与科学管理,可以确保策划工作更具计划性以及条理性,实现策划效率的显著提高,为出版企业经营决策提供基础依据<sup>[3]</sup>。

### 6 结语

综上所述,现代图书出版策划管理,关键执行在于人。图书出版策划管理期间,不论以何种机制、措施,均需体现以人为本,基于人员协调、协作,发挥人的主观能动性,基于规划、过程、关系、信息管理层面,紧密结合市场调研,确保现代图书出版策划管理质量得以有效提高,以此促进现代图书市场良好发展。

### 参考文献

- [1] 飞蝉.浅谈大数据市场调研下移动阅读软件的书籍推荐[J].经营管理者,2016(10):291-292.
- [2] 张美娟,孙晓翠,潘涵.基于数据挖掘的图书大数据市场调研创新[J].科技风,2015(8):68-72.
- [3] 现代营销体系下需求预测的方法探究上海市烟草学会2020年度优秀论文集[C].2021.