

360buy.com

京东商城
图书周畅销榜前10
(2011年8月29日~9月4日)

乔布斯传·神一样的传奇
上海财经大学出版社
定价:29.80元

乔布斯传
神一样的传奇
李开复:所有中文书里最有特点也最好读的乔布斯传记
定价:29.80元

精准解读·健康检查
报告书(最新版)
辽宁科学技术出版社
定价:26.00元

京东价:12.9元

精准解读
健康检查
报告书
最新医学情报
定价:12.9元

老师也偷偷看
列(套装共4册)
中信出版社
定价:112.00元

京东价:37.30元

老师也偷偷看
列(套装共4册)
中信出版社
定价:112.00元

鬼吹灯之圣泉寻踪(京东独
家定制签名收藏版)
金城出版社
定价:35.80元

京东价:23.30元

鬼吹灯
圣泉寻踪
定价:29.00元
京东价:15.90元

说服力
天津教育出版社
定价:32.00元
京东价:14.20元
人脉是设计出来的
北方妇女儿童出版社
定价:28.00元
京东价:15.90元

怪诞心理学2
湖南文艺出版社
定价:29.80元
京东价:16.30元
高效能人士的七个习惯
中国青年出版社
定价:29.00元
京东价:14.90元

五天学会绘画(第22版)
北方文艺出版社
定价:39.00元
京东价:20.80元
醉文明
中信出版社
定价:45.00元
京东价:27.50元

(上接Y2版)

2011 BIBF 营销观察

■ 本报记者 小明 姜锐刚

那些精彩的少儿活动

广告内容之变:品牌背后是经营理念

曾几何时,每到北京国际图书博览会,施普林格出版社的LOGO“马头”就会准时出现在博览会的外国展区。这个有着三匹奔马的大幅蓝底图画,加上白色的施普林格LOGO、社名以及那句著名“the language of science”,作为展台背景每年如约在博览会上出现。



1 中国出版集团公司“固本求新,弘文致远”的核心理念。
2 凤凰出版集团展台前的大幅广告语。
3 施普林格的大幅“马头”,每年都能在展场看到。

4 安徽出版集团的广告语很有气势。
5 江西出版集团主打其上市公司的“身份”。

今年是北京国际图书博览会搬到北京顺义新国展的第一届,在国展的主入口,以前随处可见的大幅广告少了,每年都会在主入口处出现的中国出版集团公司的巨幅广告内容也在悄悄发生着变化:除了重点产品、下属出版单位等介绍信息外,广告上多了8个大字“固本求新,弘文致远”——这是中国出版集团公司的核心理念。同时,这句话也出现在了这次博览会中国出版集团公司新设计的展台上。这是中国出版集团公司第一次重点宣传自己的理念,通过这8个字也更好地诠释、宣传了中国出版集团公司作为出版国家队的发展理念,以及承担的责

任。作为历年博览会重要组成部分的广告,在今年,出版社赋予了它们新的内容,也成为今年博览会上的一个“靓”点。

先不论在E展厅过道荷兰主宾国“开阔的风景,开阔的图书”的广告随处可见,在E1展区的进口处,两个巨大的横幅,两句巨大的文字广告诠释着凤凰出版人的坚持:“努力成为享誉世界的出版企业”、“努力成为全国文化产业重要的战略投资者”;紧邻出现的是中南出版传媒集团的“在浏览的时代,我们提供阅读”。这些类似企业核心理念、发展目标的文字,已经成为重要的广告语在不少出版集团展台上看到:安徽出版的“读书

是全球的享受,合作是时代的旋律”、中南出版集团的“多介质传播文明,全流程创造价值”等内容在去年的博览会上就已经看到;江西出版集团今年的广告则主打他们上市公司的身份,红底白字的“江西出版集团中文天地出版传媒股份有限公司”几个大字,印满了其展台两侧的墙壁……在宣传各自的产品的时候,各家参展企业越来越重视自己的品牌,通过品牌广告宣传,来确立自己的影响力。

或许大多数参展商都如同上文中的冯彦明所介绍的那样:博览会展示的不仅仅是产品,更重要的应该是出版的理念。

书目之变:整体减少 个别增多

出版机构参加图博会通常都会制作书目宣传册,以便于其他参会者随时取阅。书目通常也被称为图书目录、图书宣传册,是出版机构对其新推图书、主推图书、版权图书乃至全部待售(含预售)图书的宣传手册。书目册虽小,却是出版机构营销自己的重要媒介。所以在参加北京国际图书博览会,尤其是北京图书订货会这样的大型书业展会之时,来往穿梭的参会者提着大包小袋收集书目册的“热闹场景”年年始终如一。然而,参加今年图博会的观者可能会有一个整体印象:出版机构准备的书目册和会场里收集书目册的与会者似乎比往年有所减少。

记者通过观察多家省团或集团展位的书目发现,综合考量几十家省团或出版集团展位的书目册,整体数量和种类上确实有所减少。从是否有准备和摆放书目册和书目册摆放方式来看,集团展位主要有以下几种情况:一、省团展位上设立对外服务台陈列摆放“集团品牌书目册”。如中原出版传媒集团、浙江出版联合集团的服务台上摆放有集团统一制作的单一本“集团品牌书目册”,该书目册精选集团内每家出版社的重点推介图书,然后以中英双语或全英文形式呈现,制作成较精美的“杂志型开本”。二、省团或集团展位服务台上摆放“分散型出版社书目册”。中国教育出版传媒集团、中国科技出版传媒集团、河北出版集团、湖北长江出版传媒集团等集团展位也设有对外服务台,上面摆放有所属出版社



自行制作的单一出版社书目册。如河北出版集团展台上整齐排列有河北人民出版社、河北教育出版社等单一社较轻薄、分散的书目册。三、除却前两种省团展位设立服务台摆放书目册外,更多的省团在摆放书目上缺位。山东、上海、北京、湖南、安徽等展位没有设立摆放书目的服务台,四川文轩、广西、广东、江西等展位上设有服务台却没有摆放书目。

书目的数字化也是今年图博会上纸质书目减少的原因之一。有些出版机构的展位上没有展示陈列纸质书目,而是准备了光盘形式的数字化目录。如中国国际出版集团去年会上准备了纸质书目,而今年却将全英文文本书目信息制作成“PDF”格式电子文件刻录进光盘,形成光盘式电子书目。这样不仅节省了成

本,而且因为光盘的便携性而使取阅者携带更加方便。

与大多数省团或集团展位书目摆放缺位相比,单一出版社展台的书目宣传做得更到位。很多出版社展台的书目册摆放了整整一排,且形式多样,如外语教学与研究出版社、北京师范大学出版社根据出版业务的分类制作了数种书目册,同时展台上还摆放了多张单面形式的出版社品牌宣传页,以及体验光盘和光盘目录等不同形式的宣传品。而且也有出版社准备的书目册与去年相比在增多,如五洲传播出版社今年因为除图书出版业务之外,新增外文期刊、影视、网络、国际文化交流四个产品线来参展,所以相应准备的书目和宣传册种类也更为丰富。

花絮

1 展场人声鼎沸,热闹非凡,很吵也有点闷。电视台的专访只能在展馆中间的中心花园进行,看来对布光的要求有点高。

2 已经连续两年设立的书籍装帧展展区,有一本供所有人留言涂鸦的白报纸,记者看到时,两支油墨笔已经写不出字来。翻开留言,五花八门——“好饿啊,但还得逛!”、“吃饭好贵啊!”、“阅读是美好的享受”诸如此类的留言。有一个很有才的读者,在上面留下了这样的一幅“大作”。



《我们爱科学》杂志:小读者现场讲述与杂志的故事

9月1日,《我们爱科学》杂志在北京BIBF现场举行了2012年体验科学大行动——全国少年儿童“玩转科学”有奖竞赛活动的发布仪式,同时举行的还有《中国少年儿童》“我是金牌小读者”读刊分享会。活动伴随着科学实验短剧的表演热烈进行。“2012年体验科学大行动——全国少年儿童‘玩转科学’有奖竞赛活动”依托《我们爱科学》杂志,以有奖竞赛形式展开,通过孩子们自己的探索、发现和创新,让孩子们深切感受科学的

奇妙、有趣和好玩,并在快乐中增长知识,丰富见闻,开动脑筋,提高动手能力。该活动自2012年1月开始,持续至2012年10月。在《中国少年儿童》读刊分享会现场,4名小读者代表介绍了他们眼中的《中国少年儿童》杂志,讲述他们和杂志之间发生的故事。之后,4位小读者还带来了三句半表演——《谁不说咱队刊好》。中国少年儿童杂志社给这4名小读者颁发了“金牌小读者”证书、小记者证及奖品。

闻出版总社社长李学谦,开心球亚太地区总经理科诺瓦洛夫·爱德华,著名儿童文学作家金波、葛冰、白冰,国际象棋女子世界冠军、首都体育学院副院长谢军,中少总社首席教育专家卢勤等嘉宾,以及数百名家长共同观看了小朋友的精彩表演。

另外,9月1日下午,中少总社在自己的展台举办《小狼人》新书发布会,同时还和现场小朋友一起为来自荷兰的小狼人多弗庆祝生日。活动由少儿节目主持人金龟子姐姐刘纯燕主持,荷兰儿童文学女王安妮·施密特笔下的吉普和扬尼克两位小朋友也现身现场庆祝《小狼人》的发布。

中国少年儿童新闻出版总社:活动让小朋友们唱主角

9月4日,北京国际展览中心报告厅内,大受中国孩子们欢迎的“开心球表演剧嘉年华”活动在这里举行。这是中国少年儿童新闻出版总社低幼读物出版中心和北京学前教育委员会学前教育处在俄罗斯开心球中国公司的协助下,送给孩子们的一件礼物!

“开心球系列”是俄罗斯“国宝级”动画片,被授予俄罗斯联邦国家奖,全球每天收看人数超过500万。今年3月份开始在中央电视台少儿频道播出,《开心球》图画书和游戏书同步上市。据悉,中国少年儿童新闻出版总社和开心球公司为此精心策划了“我是中俄文化友好交流小使者”系列活动,包括“开心球儿童表演剧活动”和“我是中俄文化友好交流小使者绘画活动”两部分。活动得到全国上百所一类幼儿园的积极响应和广泛参与。爱好表演的孩子们在老师指导下,精心选取《开心球》图书中的某一个故事自行编排、表演,经过层层挑选,海军机关幼儿园等3所幼儿园进入了“开心球表演剧嘉年华”现场活动。

在表演剧嘉年华现场,,中国少年儿童新

接力出版社:启动首次儿童文学网络翻译大赛

9月3日,在第十八届北京国际图书博览会上,接力出版社与译言网联合举行了以“万一挑一译”,“译”味非凡”为主题的“疾速天使”系列图书译者选拔赛启动仪式。接力出版社常务副总编辑黄集伟宣布,该译者选拔赛历时一个月,冠军译者将获得与名家一起翻译“疾速天使系列”图书的机会,并成为接力出版社特约译者。自此,被美国媒体被誉为“从不失手的人”的畅销书作家詹姆斯·帕特森,其超级畅销书“疾速天使”系列中文简体字版正式步入出版流程,预计于2012年1月与中国读者见面。据悉,该译者选拔赛是我国儿童文学领域首次启动的网络翻译赛事。

美国作家詹姆斯·帕特森被誉为各大畅销榜单上“从不失手的人”。他的新作“疾速天使”系列已出版的7本中,有4本先后上榜。在2011年法兰克福书展上,接力出版社获得了该系列图书中文简体字版的独家版权。

湖南少年儿童出版社:中荷出版人、插画家、作家现场交流

9月1日下午,湖南少年儿童出版社特别邀请了资深荷兰出版人Ria Turkenburg,荷兰著名童书插画家Annemarie van Haeringen女士,著名童书作家、评论家梅子涵等人来到BIBF中南出版传媒集团展位,一同探讨中荷儿童图书的出版现状,同时庆贺“青蛙弗洛格的成长故事”系列图画书在中国累计销量突破200万册。“青蛙弗洛格的成长故事”系列是湘少社精心打造由荷兰引进的儿童图画书精品普及读物,讲述了青蛙弗洛格和伙伴们在成

长过程中所遇到的各种事情和随之产生的种种问题。

Turkenburg女士在交流会上讲述了“青蛙弗洛格”的诞生故事及其给全世界儿童带来的影响,同时介绍了荷兰图画书的出版现状和代表作品,她表示希望能继续加大中荷出版界在图画书领域的合作力度。中南出版传媒集团股份有限公司常务副总经理彭兆平随后回忆了她引进出版“青蛙弗洛格的成长故事”系列的初衷。