

CHINA BOOKS MARKETING WEEKLY

# 中国图书营销周报

我们的追求——

# 既要好又要更

地址：北京西三环北路19号外研大厦北楼  
邮编：100089 传真：010-88818933  
订阅热线：010-88810715/27/29/转231  
E-mail: sbfxb@vip.163.com

中国图书商报  
CHINA BOOK BUSINESS REPORT

惟优惟新

利业利世

营销现场



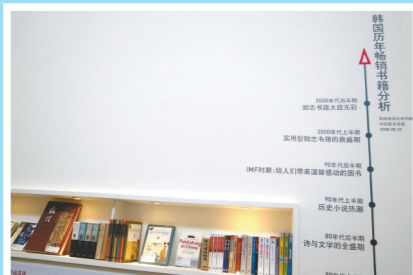
《中国图书商报》是每年BIBF唯一指定合作平面媒体，和往年一样，商报员工在现场忙碌发放新鲜出炉的《中国图书商报·BIBF专刊》。



由BIBF组委会主办的2012年BIBF新闻速递墙上，张贴的全是《中国图书商报·BIBF专刊》。



中国出版集团公司期刊报纸展位上的《中国图书商报》全景展示。



韩国展台上，韩国历年畅销图书分析所引用的数据来自《中国图书商报》。

## ●本期关注

《易传·系辞上》云：“一阖一辟谓之变，往来不穷谓之道。”

历时5天的2012年BIBF终于结束了，梳理此届书博会的营销感受，记者最深的体会就是一个“变”字。从每家的展位设计、展台的宣传用语、现场活动的安排设计等等细节，可以说，2012年BIBF营销在悄然发生变化，营销的变化是书业变化的风向标。在刚刚过去的2012年上半年，书业市场环境有了较大的变化，特别是数字出版、新媒体技术完善的影响日益彰显，使得传统书业的格局与定位发生了很大的转变，面对市场格局之变，书业人士也在思变，从此次BIBF上，多数参展单位的展位设计、展台的宣传用语、现场活动的安排设计等等，记者均能感受到一股求变之风。

有旧物消失，也有新物产生，即为进退往来之象，这就是“变”。进退往来也就是一个无穷的过程。只有往来不穷，才能使世界不断发展，不断发展即是通。那么，2012年BIBF的营销方式在哪些变化，这些变化对书业意味着通途吗？

(下转第14版)

韩国坡州是著名的出版城，此次BIBF韩国将坡州城市平面比例图搬到了现场。

## 2012BIBF营销观察

# 在变化的世界，以变应变

■商报记者 姜锐刚 邹昱琴 倪成



### 玩一场韩国「文字游戏」

#### 主宾国营销观察

当“高科技”、“小清新”与“韩国文化”碰撞在一起，会擦出什么样的火花？

主宾国展位，是每年BIBF(北京国际图书博览会)上最受参观者瞩目的展位，也是很多参观者进入展馆之后“按图索骥”的首去之处。2012 BIBF的主宾国是韩国，不少人在8月29日图博会开幕当天进入展馆后，直奔国外展区E2厅中的韩国展位。但他们会发现，这里的韩国展位密集地布满了数个韩国出版社的图书展位，没有多少设计感与新意，与去年BIBF的主宾国荷兰展位相比，让人生出失望感。

“毫无设计感”，这是部分参观者对韩国展位的误解。走出E2厅的门，踏入对面的W2厅，就会发现这里的“主宾国韩国文化展区”正在上演一场高科技下的“韩国文化秀”。从三星平板的电子阅读，到电子屏幕的韩国动漫介绍、韩文的拼字积木，更有韩国服装设计、雕塑设计、纸质模型设计，随处都散发着高科技的现代感与时尚感。尤其是各种好玩的韩国文字展示，吸引着许多人来这里体验韩国的“文字游戏”。

针对韩国展位的设计，我们现场采访了此次展览韩国展位的主设计师金旻聖，能说一句流利中文的展位负责人金女士在现场帮我们担任翻译。

(下转第16版)

活动主办单位：湖北长江出版集团·海豚传媒股份有限公司

活动时间：2012年11月1日-2013年2月28日



## 塑造英雄男孩·培养优雅女孩



### 2012年首届“海豚杯”创意营销百店风采大赛 诚邀全国百家书店参加

诗人惠特曼曾说：一个孩子向前走，他最初看到的是什么，他终将成为什么。阅读其实是让孩子“看见”，他（她）的“看见”，便是他（她）的未来。

作为教育的核心，阅读是有性别之分的。男孩子多喜欢冒险，具有“英雄”情结；女孩子则向往恬静、文雅的生活。于是，我们看到了大多数男孩手里挥舞着的是刀与剑，而女孩子怀里抱着的是“娃娃”。阅读就是应该充分发展男孩和女孩这样的天性，让男孩更“英雄”——正义、勇敢、担当、自信、力量，女孩更“优雅”——热情、自信、独立、坚强、友爱。

为加强书店之间的互动，调动书店员工的积极性，将优质的经典童书带给家长和孩子，体现书店文化传播的责任，海豚传媒精心策划了此次活动，我们衷心地希望在社店的共同努力下，让孩子通过阅读走向属于他们本来的样子，同时，通过海豚传媒长达半年、线上线下全方位的媒体推广和活动支持，助力实体书店的销售，创造共赢的格局。

海豚传媒诚邀您参与此次活动，请与我们联系吧！

大赛QQ群：224696451  
活动咨询电话：027-87750113

海豚传媒新浪官方微博地址：<http://e.weibo.com/dolphinmedia>  
地址：湖北省武汉市武昌区雄楚大街268号湖北出版文化城C座14-15层

### 活动内容

活动期间，书店应在主通道、人流量较大的区域进行专台、专架、图书封面陈列，要求陈列面积不低于5平方米。参赛图书要求不低于300册(堆码除外)。为保证活动成功，海豚传媒鼓励书店根据实际需求开展创意营销，除集中陈列外，可积极进行“好书周周荐”(海豚传媒提供推荐书目和素材)、读者互动、打折销售、买赠等营销活动。

为了助力销售，海豚将为参加活动的书店提供主题吊挂和促销台卡的宣传品支持，以及丰富多彩的促销礼品吸引读者购买。同时，为配合本次大赛，将读者引入店内，海豚推广部还发起了长达半年的主题推广活动。

### 评比办法

为充分调动书店参与活动的积极性，保证大赛取得效果，活动主办方将根据各店销售实绩及同比增长幅度以及营销创意进行评比

#### 1.明星书店：

共计6名。大赛结束后评选，依次排序按名额择优，给予现金奖励。评选要素为活动期间海豚传媒图书销售码洋。

- 一等奖：1名，奖金10000元
- 二等奖：2名，奖金3000元
- 三等奖：3名，奖金2000元

(要求书店每月5日前向主办方提供上月销售明细及统计数据。)

#### 2.潜力新星书店：

共计6名。大赛结束后评选，依次排序按名额择优，给予现金奖励。评选要素为活动期间海豚图书销售增长率。

- 一等奖：1名，奖金5000元
- 二等奖：2名，奖金3000元
- 三等奖：3名，奖金2000元

(要求书店每月5号前向主办方提供上月销售明细及统计数据。)

#### 3.创意营销奖、明星柜组奖、金牌采购奖：

大赛期间两月评选一次，每月各3名，奖金800元/店/月。创意营销奖评选要素为创意陈列和创意图书宣传



明星柜组奖评选要素为陈列、宣传、促销活动执行、添补货、销售数据、社店信息沟通；金牌采购奖评选要素当期进货数据、添补的及时性、促销活动的执行和社店信息的沟通。

### 活动评委

特邀评委：中国图书商报社社长、总编辑 孙月沐  
儿童文学作家 梅子涵  
海豚传媒评委：海豚传媒总经理 夏顺华  
海豚传媒销售部和市场部



<p>凡购买带 标识的活动图书 金额达30元，赠送精美便签一本；</p> <p>金额达100元，赠送蜘蛛侠/索尼克小相框一个；</p> <p>金额达160元，赠送米奇/米妮笔记本一本。</p> <p>逢周末做活动(8天)</p> <p>1月12日至1月31日(20天)</p>	<p>凡购买带 标识的活动图书 金额达30元，赠送时尚印花纸巾一包；</p> <p>金额达120元，赠送蜘蛛侠/芭比笔筒一个；</p> <p>金额达160元，赠送米奇/索尼克文具盒一个。</p> <p>狂欢13天</p> <p>12月15日至1月1日(18天)</p>
<p>凡购买带 标识的活动图书 金额达30元，赠送蜘蛛侠/芭比钢笔一套；</p> <p>金额达120元，赠送蜘蛛侠/米奇/索尼克飞盘一个；</p> <p>金额达160元，赠送蜘蛛侠/索尼克文具组合一套。</p> <p>激情14天</p> <p>2月1日至2月28日(28天)</p>	<p>凡购买带 标识的活动图书 金额达30元，赠送蜘蛛侠/芭比钢笔一套；</p> <p>金额达120元，赠送蜘蛛侠/芭比手表+钱包组合一个；</p> <p>金额达160元，赠送蜘蛛侠/索尼克小相框一个。</p>

**惊喜 微博活动**

关注@海豚传媒，分享#性别阅读之我见#写出你购买海豚活动图书的理由由@海豚传媒转发给5位好友，有机会赢取迪士尼儿童相机一个。

11月15日 凡购买海豚图书消费者，拍下所购图书及对应的购书小票，上传至自己的微博，@海豚传媒并转发给5位好友，参与评选活动，有机会获得迪士尼限量版海报一张。

12月1日 关注@海豚传媒，写下你的新年祝福，同时转发@海豚传媒#2013新年爱的祝福#标签转发有奖微博同时@你的5位好友 就有机会赢取迪士尼冰鞋一双。

12月15日 凡购买海豚图书消费者，拍下所购图书及对应的购书小票，上传至自己的人型纸膜合影，上传至自己的微博，@海豚传媒并转发给5位好友，参与评选活动，有机会获得立拍得一部。

中国·海豚传媒 <http://www.dolphinmedia.cn> 海豚淘宝商城网址: <http://hailuntm.taobao.com>