中国出版营销周报

社店营销实务对接会之主题书展篇

001 5084460 新浪微博 @中国出版营销周报 联系人 王双双 联系电话 15819633883 来稿 建议请联系

“社店对接”，是决定出版社和书店营销活动是否“对口”，是社店活动能否受到读者欢迎的关键因素。可以说，营销信息的对接、社会资源的引进是营销工作中的突破点。

基于这样的想法，2014年，中国出版传媒商报推出“首届全媒体时代社店营销实务对接会”，搭建“针对图书营销工作中切实存在的问题，真正为书店和出版社搭建沟通交流平台”，受到出版社和书店的关注。两天的会议亮点频频，与会代表就彼此关心的上架率、信息化、同质化等重点难题展开探讨，并对社店营销活动对接，对接效率、形式等提出了自

己的想法与解决建议。(链接:本报2014年11月7日第9版~第16版)

关注图书的阅读与营销任重道远。《中国出版传媒商报》将“社店对接”从线下搬到版面。每月固定时间——每月月底最后一期的《中国出版营销周报》，就社店双方共同关注的营销焦点话题进行讨论。

本期，本报聚焦“主题书展”对30余家出版社、书店进行了采访，就主题书展的选书问题、资源整合问题等困扰与思考充分讨论，并列举诸多行之有效的操作实例，为读者总结出最有效的N招技巧，供读者参考借鉴。以他山之石来攻玉，或有意想不到的效果。

本期焦点

主题书展，谁做策展人

中国出版传媒商报记者 王双双 王少波 邹昱琴

- 北方图书城连锁总部副经理 于琦
大连市新华书店副总经理 管月坤
广州购书中心策划部总监 李静研
河南省郑州市新华书店营销策划部经理 路毅
江西新华文化广场副经理 刘忠
南京凤凰国际书城文学音像部经理 张艳
南京新华书店市场运营部 谢婕
宁波书城中心店经理 余惠珠
青岛新华书店书城副经理 张蕾
山东新华书店集团济南分公司营销部副主任 袁雪
沈阳市新华书店营销策划部经理助理 张旺
石家庄图书大厦营销副经理 赵艳
天津图书大厦公共关系部部长 双常
新华文轩西南书城陈列小组组长 余攀
浙江省海宁市店业务科科长 张红梅
浙江省乐清市新华书店营销主管 徐海燕
浙江诸暨市新华书店有限公司业务部经理 蒋文海

书店

主题书展的书单问题已经困扰出版社和书店多时从双方特点分析出版社了解图书内容书店明了一线市场消费需求各具优势的社店双方引发了一个更深层的问题——

主题书展，谁做策展人更合适?

出版社

- 北京安之文化传播股份有限公司销售一部经理 闫平
电子工业出版社营销中心市场部产品经理 郑志宁
黑龙江少年儿童出版社发行部主任 王小宇
化学工业出版社市场部主任 郑永吉
接力出版社发行部副总经理 刘鹏松
京版北教文化传媒股份有限公司营销中心总经理 孟冰
山东友谊出版社市场营销部部长 邵海燕
陕西师范大学出版社有限公司推广部经理 王刚
上海世纪出版股份有限公司发行中心总经理 翁铭泽
线装书局营销经理 白晨
长江少儿出版社营销部主任 朱鹏虹
中国法制出版社新媒体负责人 刘峰
中国民主法制出版社营销主管 张立明
中国少年儿童新闻出版总社 刘菽
中华书局市场部副主任 李忠良

(受访者按单位首字母排序)

出版社“策展”，书店执行

在很多情况下，主题书展的推出，仍是出版社作为“策展人”办展，书店来执行。在这个过程中，书展主题是否适合书店推广?市场预期如何?其实都存在一定风险。而且，据出版社相关负责人介绍，出版社做主题书展最紧要的是人力问题。

江西新华文化广场副经理刘忠呼吁出版社提供人员支持，配合书展组织丰富的活动。而黑龙江少年儿童出版社发行部主任王小宇则呼吁书店要设专人了解相关书展的图书，以便于给读者介绍内容。“出版社的人员不会一直在店里，这样有书店人员代替出版社人员向读者介绍，对图书的销售会有很大的帮助。”电子工业出版社营销中心市场部产品经理郑志宁举例说：“有次送话费的活动，出版社人力输出很大，因为有充话费的环节，后台需要大量人去充值。如果有书店的更多支持会更好。”

“除了几个比较大的出版社可以主动提出

策划自己的主题之外，大部分的出版社因为图书品种的问题，不具备独立推出主题书展的能力。如果主题书展由书店提出，就能集中相关出版社的优质图书一起展示，书店和出版社可以提高销售。”山东友谊出版社市场营销部部长邵海燕认为：“主题书展不一定是畅销的图书，也可能是受众较少的专业图书。希望书店制定全年主题书展计划时，给相关题材图书以展示机会，并配以相关的位置支持等。”

浙江省乐清市新华书店营销主管徐海燕也认为，目前的出版社书展还是以单一的出版社为主，而读者需要全方位的推荐，这涉及整合多家出版社资源。(下转第18版)

生活·读书·新知三联书店

重点推荐

《饥渴的想像：约翰逊散文作品选》 [英] 塞缪尔·约翰逊著 叶丽贤译/978-7-108-05233-9/2015年3月版/47.00元

以牛津和企鹅为选本参考，收入塞缪尔·约翰逊散文作品60篇(部分为节选)，涵盖伦理道德、时事政治、文学批评三大领域，纵跨约翰逊40年写作生涯。约翰逊善于知人论世，也善于反省自我;“饥渴的想像”正是他在读书、察世和内省中对人类心灵状态的提炼，是他思考诸多道德问题需要回溯的起点。

《历史活着》(增订本)(启明文丛)李天纲著/978-7-108-05230-8/2015年2月版/35.00元

对于当代生活的不懈，朝着未来社会的呼唤，都投射在古代历史中，这就是中国人的“历史理性”，不断地诠释自己的历史，是中华民族的一个传统。其实，对今人的理解也是如此，环境一变，原始的意义就很难完整再现。但是，历史还在延续，语言文字有沿革，在今人和古人，他们和他们之间，都还有不少基本人性的相似性。

《活着有多久：关于死亡的科学和哲学》(新知文库 52)[加]理查德·贝利沃·丹尼斯·金格拉斯著 白紫阳译/978-7-108-05002-1/2015年1月版/32.00元

死亡并不是反常的事件，相反，有机会活着才是一个奇迹。大多数时间我们都没有意识到：组成我们身体的这些细胞，以及它们的运作机制，才代表了真正的“完美”。死亡的原因有无数种，机制也各不相同，作者从中归纳出最常见的几种，并深入浅出地讲解其中的奥秘。你会发现，它离我们那么远，却又这么近。

《小说家拿破仑》[英] 安迪·马丁著 刘倩译/978-7-108-04849-3/2015年2月版/36.00元

拿破仑之为拿破仑，不在于他后半生的军事征服与帝国梦想，而源于他青年时代的理想：成为卢梭那样的思想家和歌德那样的文人。在汗牛充栋的拿破仑研究中，该书独辟蹊径，以四两而拨千斤，它揭示了为传记作家们所忽视的拿破仑的另一面：一心想成为有抱负的小说家、有思想的文人。作者表明，拿破仑被忽略的这一面是我们理解其非凡人生的关键所在。

《推敲“自我”：小说在18世纪的英国》(修订版)(三联·哈佛燕京学术丛书) 黄梅著/978-7-108-05145-5/2015年2月版/58.00元

该书全面评介了从17世纪英国现代小说兴起之初始阶段到18世纪英国小说首次繁荣昌盛这一百多年里的主要小说作家、主要作品、流派风格和在英国及西方小说史上的贡献。书中包含、点评了西方特别是英美学者们过去对这些作家、作品从不同观点和角度所发表的重要评论意见，在此基础上提出了自己的看法。在具体评介上，作者显示了出色的解读文本和人物分析的水平，把文本多层次含义都一一展示出来，起到了经典赏析的作用。

《冷海情深：达悟男人与海的故事》夏曼·蓝波安著/978-7-108-05156-1/2015年2月版/33.00元

该书收录了12篇优美的散文，内容是达悟族人与现代社会的交会，作为受过教育、被台湾“污染”过的达悟男人重返传统文化的经历与体悟，对海洋的爱，对生活的思考，对民族的认同……图书的文字优美动人，同时为当代读者打开一个窗口，看到一个远离现代文明价值的小小岛屿，岛上的人刻木作舟、撒网射鱼、信奉自然、吟唱歌谣……在理解文化的过程中作者更多地思考人生的价值、生存的意义、力与美，并将之传达给当代的读者，非常值得一读。