

### 上海财经大学出版社:股市回暖带动“黄金游戏”系列图书畅销

信息提供:上海财经大学出版社市场部 祝玺玮

《民间股神:传奇篇》,作者白青山,著名财经作家,曾任新华社记者、新华社南京军区区分社社长、《东海民兵》杂志总编辑、《中国社会报》副总编辑等职。该书记述的是6位民间高手的传奇故事。故事的发生地分布在中国版图上的6个省市。他们分别是:浙江的“江南神鹰”落升、重庆的“山城股侠”徐蓓、湖北武汉的“股市农民”黄志伟、湖南长沙的农民投资大师安农、北京的“巾帼英雄”刘颖和河南郑州的“中原股神”李旭东。针对该书的营销,首先在微博、微信平台上对该书进行一些宣传,同时摘取其中的某些精彩部分进行连载。



发行心得

《资产评估学教程》、《经济法概论》等教材一直是该社的拳头产品,深受广大师生的喜爱,所以新学期伊始,这几本教材的发货册数依然有不俗的表现。值得一提的是,随着股市的回暖,更多的老股民回归,新股民涌现,股票类图书市场也随之回暖,该社的经典产品“黄金游戏”系列一套共5本,2月的发货量无一例外都回到了前10的位置。股市的持续牛市让股民重拾信心,该社后续也会向市场推出一些新的股票类图书。

### 安徽少年儿童出版社:发挥卡通动漫类图书优势

信息提供:安徽少年儿童出版社市场推广专员 柳洁



首先在儿童文学板块,安少社将推出“国际安徒生奖大奖书系”第二辑、《辫子姐姐故事星球》、《庞婕馨·暖意成长悦读坊》、《闪客商店》、“名家自选精品”系列等图书。其中,“国际安徒生奖大奖书系”第二辑,包含文学作品10册、图画书12册、理论资料书2册。在卡通动漫板块,安少社已经推出了《新大头儿子和小头爸爸图画故事

重点推荐

书》、《青之驱魔师》、《夏日友人帐》等,2015年还将推出《奥特银河大怪兽之战对战全解析》、“超级图鉴”等系列图书。在低幼启蒙板块,“小树苗”系列图书已推出200余种,尤其值得一提是2014年4月上市的“小树苗儿童成长经典阅读宝库”(第一辑)10册,至今销售突破80万册,码洋2000余万。2015年,该社将推出“小树苗儿童成长经典阅读宝库”(第二辑)、《小熊维尼和他的朋友们》、《小树苗·美绘世界经典故事》等精品图书。

发行心得

一、卡通动漫一直是安少社着力打造的重点板块,先后推出了“变形金刚”、“愤怒的小鸟”、“奥特曼”、“淘气包马小跳”等一系列国际、国内顶尖动漫品牌图书。根据最新数据,安少社在卡通动漫市场占有率达4.35%,位居专业少儿动漫前5位。2015年,该社将在2014年的基础上,继续高举品牌大旗,推出一系列大品牌产品。

二、针对重点图书,安少社从线上的微博、微信、微群、百度贴吧等互联网营销上发力,营造图书热点;在线下积极开展地面店活动(专架展销、节假日“特色”买赠活动)、作家进校园、寒暑假读一本好书推荐活动,从细节着手,服务好终端读者、经销商,开展一系列惠民活动,将社会效益和经济效益紧密结合。

# 2015 2月

## 我们社发得最好的书

中国出版传媒商报记者 王双双/采写整理

(标\*的为近期新出版图书)

安徽少年儿童出版社	
“中外动物小说精品”(升级版)8种	*151484册
“淘气包马小跳”(漫画升级版)20种	97712册
“奥特银河大怪兽之战故事连环画”4种	*83852册
“平成奥特曼大搜查”7种	49170册
“国际插画大师典藏”4种	*27882册
“动物小说大王沈石溪自选精品集”(升级版)4种	18152册
“小树苗经典文库·影响孩子一生的经典名著”10种	11756册
《少年与海》	9684册
“新大头儿子和小头爸爸 图画故事书”5种	*5472册
《最新版美国国家地理少儿百科(修订本)(精装版)》	924册

四川少年儿童出版社	
《幼儿描红》	11000册
《幼儿习题》	72000册
《神偷奶爸趣味魔幻拼图》	*69552册
《米小圈上学记》	62000册
《神偷奶爸之情景涂色》	32000册

北京工业大学出版社	
《中华名人故事》	*5914册
《莫泊桑幽默精品选》	*4896册
《马克·吐温幽默精品选》	*4672册
《李柯克幽默精品选》	*4577册
《欧·亨利幽默精品选》	*4417册
《契科夫幽默精品选》	*4273册

上海古籍出版社	
《红楼梦》	4000余册
《西游记》	4000余册
《三国演义》	4000余册
《水浒传》	4000余册
《史记》	2500余册
《世说新语译注》	1500余册

华东师范大学出版社	
《2015挑战压轴题·中考数学:强化训练篇》	12000册
《2014春·一课一练·二年级数学(2)》	8500册
《2014春·一课一练·一年级数学(2)》	8300册
《大夏书系·有效教学十讲》	8000册
《2014春·一课一练·二年级物理(2)》	6500册
《大夏书系·龚桂梅:站在课堂上的校长》	*6000册
《顾准文集》	*3600册

新时代出版社	
“小熊满满健康系列故事绘本”系列	25772册
“外星人地球大冒险”系列	*9730册
“早读早知早知道”系列	8506册
“幼儿角色扮演手工”系列	7622册
“快乐阅读”系列	7513册
“脑筋急转弯”系列	5288册
“幼小衔接入学准备”系列	4979册
《五顿动物小说全集(彩绘拼音版)》	4971册
“迷宫大冒险”系列	3899册
“百变趣味纸魔方”系列	3722册

上海财经大学出版社	
《资产评估学教程(第四版)》	4313册
《黄金游戏——从A股获利》	2214册
《领导学(普通高等教育“十二五”规划教材)》	2087册
《经济法概论(第六版)》	2020册
《会计基础习题精选(2015年)》	1864册
《财经法规与会计职业道德习题精选(2015年)》	1851册
《黄金游戏(四):看透阴阳线》	1776册
《黄金游戏(五):智慧靠财富》	1637册
《黄金游戏(三):交易靠自己》	1568册

华中科技大学出版社	
《活着,就为了盖面俄罗斯:普京大传》	2891册
《《易经》入门:人人都能看懂的《易经》》	1762册
《萧红全集——呼兰河传》	1460册
《普京的铁拳》	1321册
《为政治而生的女人:希拉里传》	*1244册

河南文艺出版社	
《大秦帝国点校本》	5235册
《门神门神扛大刀》	2520册
“小说家的散文”	*2310册
“名家最意味小说”	2132册
“女作家的情感世界”	2130册
《中国红旗渠》	1293册
《女导游》	1284册
《中国人最易误解的文史常识(升级版)》	1126册

### 四川少年儿童出版社:借势电影“小黄人”系列图书再引热潮

信息提供:四川少年儿童出版社营销策划 谭钟



《神偷奶爸趣味魔幻拼图》和《神偷奶爸之情景涂色》是川少社根据美国知名动漫影片《神偷奶爸》开发的“小黄人”系列图书,该书一上市,就取得不错的销量。《神偷奶爸》电影在中国创下了5.6亿元的票房纪录,深受儿童乃至成年人的喜爱。第三部电影《小黄人》将于2015年全球同步上映,势必会再次引发追捧小黄人的热潮。

《米小圈上学记》2015年2月荣获第五届中华优秀出版物奖提名奖,

重点推荐

同名广播剧即将上线,再次掀起家长追捧热潮,目前销量已超过130万册,成为热门校园小说,图书通过米小圈这个天真活泼的孩子的日记,讲述上小学后遇到的各类成长烦恼,分年段的日记体编排方式,随文插入的老爸老妈评语,告诉家长该怎么做,书中有日记魔法、作文魔法——解决小学生写作的实际困难。《蕾拉·布鲁的超凡冒险》是一套意大利少女幻想读物,针对小学三年级至五年级女生,聚焦9岁到12岁女生的梦想与烦恼,时尚小女巫的魔幻冒险之旅一定能激发许多小女生的阅读热情。

发行心得

升级经典产品受到认可。《幼儿描红》与《幼儿习题》一直是川少社的经典畅销产品,在市场中良好口碑,累计销售数十万册。2015年,川少社对这两类产品全新升级,在

升级版插红字帖中采用特制描摹纸不渗墨、超清晰、防近视,内容编排少而精,练习量适中,保护幼儿健康。一上市就受到各地经销商的高度认可。

### 上海古籍出版社:微博互动配合专题推广让《小窗幽记》火了

信息提供:上海古籍出版社 查明昊



《张岱诗文集》、《文徵明集》两书均为明代江南名士的作品集,此次经整理者精心整理,列入“中国古典文学丛书”,借助于原作者的影响力和“中国古典文学丛书”

重点推荐

的品牌影响力,相信会有良好的市场表现;《安禄山服散考》一书的作者结合考古学资料,撇开大的政治事件,而是从一些琐屑碎事入手,考察安禄山这样一个在一定程度上影响了中国历史进程的人物的宗教信仰、种族文化及其服散的状态等。

发行心得

每年春节前后是该社新书进栈和图书发货的淡季。2月排在前列的都是重版书,都是国学类的名著。值得一提的是,王家卫导演1月份与网友的微博互动,让《小窗幽记》一时名声大噪。针对该书,上海古籍社在官微上及时进行相关的主题推

广,地方电视台和媒体也进行相关采访报道,让这本常销但一直不温不火的《小窗幽记》有近1500册的销售。此外,同属于“明清小品丛刊”的《浮生六记》、《闲情偶记》、《陶庵梦忆》、《呻吟语·菜根谈》、《板桥杂记》等也有近千册的销量。

### 新时代出版社:“小熊满满绘本”全媒体营销的并喷效应

信息提供:新时代出版社 张辉



“小熊满满绘本”系列是新时代出版社在2013年底推出的重点低幼品

重点推荐

牌。该书魅力在于年轻的父母以这样一种非说教的亲密方式走进了孩子多彩的世界,而孩子在爸爸妈妈的读书声中走出了他们小小的世界。绘本故事结构以及寓意让孩子的语言、认知得到发展,情绪学会调节,培养出好性格、好习惯。可爱的“小熊满满绘本”故事能够帮助家长按照幼儿心理发展去教育引导孩子。憨态可掬的小熊满满形象恰似每一个可爱的小宝贝。

发行心得

针对“小熊满满绘本”系列的推出组织多种媒体进行宣传推广,首先,该社将网络推广、地面签售、报纸宣传、公众微信号及微博等结合起来,形成了广泛且强有力的营销,在宣传的同时,利用自有图书营销平台组织活动,联动提升图书销量并喷。其次,配合

早教机构、绘本馆的活动进行宣传推广,着重宣传该书的实用性和艺术性,形成销售热点。再次,该书使用大豆油墨环保印刷,在国内外的童书中纸张质量优良,受到大陆和港台地区读者的广泛好评,易引发读者的阅读兴趣,使销量持续攀升。

### 河南文艺出版社:因“书”制宜 创新营销方式

信息提供:河南文艺出版社发行部主任 刘大龙



河南文艺出版社下一阶段的重点书有《汉家天下》、《这才是开始》、《唐宋诗词名家精品集》、“新文化原典”丛书(新青年简体横排版本)。其中,《汉家天下》内容涵盖西汉王朝前期的崛起过程,再现了汉初的帝王胸襟、治国策略和重大历史事件,着力塑造了刘邦、项羽、韩信、萧何、吕后、汉武帝、卫青、霍去病、霍光等著名历史人物,描写了他

重点推荐

们各自独特的性格、命运与历史功过,该书是继《大秦帝国》之后又一超高级历史长篇,二月河、孙皓晖、王立群推荐。针对《汉家天下》的营销,将打破以往的传统方式,增加创新性元素。主要从四个方面着手。第一,在各大书店开展新书预告;第二,在当当网、京东商城,以“众筹”的方式开展新书预告;第三,在各大媒体上刊登书评和书讯等信息,为图书宣传造势;第四,在新浪、腾讯、天涯网部分连载,吊读者胃口。

发行心得

针对《女导游》一书的营销,该社以线上线下搭配的形式展开。首先,微博宣传剧透,提升知名度。该书作者微博粉丝7万多,作者把有关该书出版信息的微博置顶2个月,和编辑经常发与该书相关的微博,剧透部分精彩内容,并请一些微博大V转发,极大地提升了该书的知

名度。其次,微博转发送书。一方面出版社送书,另一方面,作者在微博上征集愿意写书评的读者免费送书。再次,铺天盖地的媒体攻势。出版社组织了多篇书评,从不同角度评论该书。此外,在郑州图书大厦举行新书发布会暨读者见面会,拉近与读者距离。

### 北京工业大学出版社:出货主流仍为传统成人知识性读物

信息提供:北京工业大学出版社 许京



《21世纪中国小学生百科全书》,该书10册一套,每册独立定价,具体的各册分别是《科技发明》、《神奇自然》、《海洋漫游》、《艺术宝库》、《人体玄机》、《动物世界》、

重点推荐

《植物王国》、《宇宙探索》、《历史典故》和《生活常识》。此外,与高校相关的图书也是重点。如有关高校思想教育的著作《育德明效,启智立思——大学生思想政治教育探索与实践》和《见微知著——共青团特色工作案例》;高校教材《高等数学简明双语教程》、《人体健康与环境》等。

发行心得

一、2015年2月,该社的出库码洋为400万余,较去年同期同比下降很多,原因是在2月内有春节假期,前后影响正常发货近半月之久。在2月,该社的出货品种主流仍为传统的成人知识性读物。

二、迎合假期购书定位。以“外国幽默名著”系列5种图书为例,其中所选的契科夫、莫泊桑、李柯克、马克·吐温和欧·亨利,都是读者耳熟能详的文学名家,但是他们的幽默作品却不像他们的代表作那样广为人知。此次专辑出版,适值春节长假,迎合了人

们在假期里渴望幽默的愿望,因此畅销。三、家书传承中国文化。此次出版的《中华名人故事》,含古带今,既有历代传诵的历史名篇,也有深藏难觅的珍品。该书按内容分为:票父母、勉儿女、寄爱人、告兄妹和劝子侄五个部分,从中囊括了古今贤人们在信中的思索、倾吐、求助和感悟,蕴含着浓厚的亲情、友情和恋情,反映了特定历史时代的人们精神风貌。或许正是由于阅读该书能领略雅致和学习修身,所以才被广大读者所认可接受。

### 华东师范大学出版社:教辅类图书成2月主导

信息提供:华东师范大学出版社发行中心副主任 陆欣



《大夏书系·教师的价值》、《儿童心理学手册(第六版)》平装新版、《一个瑞士人眼中的晚清帝国》,以及叶澜主编的“生命·实践”教育论著”系列等多本图书,成为未来的重点图书,其中《儿

重点推荐

童心理学手册(第六版)》,在有关人类发展的研究领域,这套书起到了独特而重要的作用,其影响之大甚至连那些世界著名的学术手册也难以比拟。它被誉为发展心理学中的“百科全书”、“圣经”。该套书的引进,让更多国内的学生和导师受益。

发行心得

2015年与往年唯一不同的是,由于春节较晚,教辅的发货时间有所提前。经过春节,寒假接近尾声,适逢开学季,教辅教育类图书自然占据主导。“挑战中考压轴题”系列中的一本,在2月拔得头筹。2月下旬因“一课一练”走出国门”相关报道引起轰动后,“一课一练”系列发货量明显增加,并且持续影响到3月的销量;而以教师教育为特色的“大夏书系”,它优质的内容以

及相对较为固定的受众群体,在教育业内一直有着良好的销量。无论是“一课一练”还是“大夏书系”品牌效应在销量中一直占据着重要的因素,而好的质量才能使好的品牌经久不衰。除了教辅之外,2月社科文学类的书籍中,《顾准文集》的发货量也值得一提,除了书本身的内容价值之外,一些眼光挑剔的书评媒体也向大众推荐了这本书,以致2月的销量有了明显的提高。

### 华中科技大学出版社:营销创新掀起“萧红热”

信息提供:华中科技大学出版社营销中心市场部主管 李升炜



《活着,就为了改变俄罗斯:普京大传》,以全新的视角深入地描述了普京的真实人生及俄罗斯的政治内幕。书中资料丰富,史实准确客观,披露了一些鲜为人知的真相,可以说是普京传记里最全、最好的读本之一。俄罗斯备受制裁之苦,然而,普

重点推荐

京依旧强硬,向挑战者发出了铿锵之声:“俄罗斯不会接受任何讹诈!”他依然怀着强国之梦,正如他的豪言壮语:“给我20年,还你一个奇迹般的俄罗斯!”如今,普京已执掌克里姆林宫11个年头,在余下的时间里,他又会创造出什么样的奇迹?当今世界,看懂了普京,便知俄罗斯;知俄罗斯,便晓世界格局。

发行心得

一、《易经》被誉为群经之首,大道之源。《《易经》入门:人人都能看懂的《易经》》用通俗的语言、日常生活中的案例,深入浅出、言简意赅地对晦涩的知识进行了诠释,利于读者活学活用,是《易经》入门者不可多得的一本好书。

二、《黄金时代:萧红永久的憧憬和追求》的销量支撑主要是电影《黄金时代》的

播放,借此机会,该社在营销上进行创新,线上线下互动不断,微博、微信同时发力,进行宣传,抢占先机。

三、《普京的铁拳》首次全面披露普京在乌克兰争端与克里米亚问题中鲜为人知的内幕与铁血手腕。借助着乌克兰局势,吸引了读者的关注,累计发货2万册。