



忙着采写新闻却未顾及淘书

上世纪90年代,一批学人主导开办的书店在各地出现,这些书店选书眼光独到,店堂不大却布置的非常有文化情调,书又多也可以随便看,对于囊中羞涩却还有点文化追求的读书人真是再好没有的去处,一时竟成热门。北京海淀区就有著名的风入松、万圣,然后出现了国林风。为了吸引读者,国林风开业前策划活动,于是有了“人民文学出版社老版本、全品种图书展销”。开展那天,记者早上9点多到书店,中午12点离开,店堂内一直人头攒动,收款台前



的姑娘们忙得不亦乐乎,一溜儿载物车内,每辆车都堆放着不下几十本书。居然发现有几毛钱一本的《豆棚闲话》、《文学观念的变革》,《莎士比亚全集》一套8本只要60元,《俞平伯点校红楼梦》一套4本只要35元。这些书编校质量过硬,装帧简朴典雅。

《老版本低总价读者狂喜》是我作为记者回来后的稿子,新闻点抓得好,照片也拍得有气氛,得到领导肯定。只是现在回想起来,这么便宜的书,又是品质那么好的书,那些老版本现在可值老钱了,翻十倍也没处找啊,怎么自己就没有买几套?哎,怎么这样没经济头脑啊!光顾着采访写稿子了。如今每每想起这么多好书从身边溜走了,还真是心痛不已。(孟叶)

(上接第38版)

20年“商诺清单”大放送

中观：聚焦中外行业盛会

1 透视全国三大展会

《北京图书订货会专刊》

创办时间:2003年1月

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
作为中国书业年度三大展会之一,北京图书订货会每年年初在北京举办。商诺籍订货会专刊,盘点上一年书业大趋势,预测下一年走向趋势。	近年来,商诺不断放大行业专业媒体的平台价值,致力于由一张报纸向“活动+平台”的转型。2007年起,商诺与北京图书订货会组委会、北京出版集团、全国工商联书业商会、全国出版发行标委会等单位合作,连年举办北京图书订货会高峰论坛、全国书业营销创新论坛、中国民营书业峰会、全国出版物供应链管理高峰论坛、独立书店生存与发展之道研讨会等,已成为广受行业称道的品牌活动。近两年又创办了《中国创意工业创新报告》发布及颁奖活动、商报商学院新年发布会等项目。因此,订货会专刊除盘点与前瞻的功能之外,还承担着浓缩、梳理商诺一系列活动的职责。	订货会专刊及系列活动,完善了北京图书订货会风向标功能,也为商诺服务书业开拓了新的形式。如书业营销创新论坛以“营销创新”为关键词,不断创新形式、创新话题,收获了业界公认的品牌影响力,成为订货会期间含金量最高的论坛活动之一。再如商诺和中华全国工商联书业商会共同举办的中国民营书业峰会,从2010年开始,每年都汇聚众多业界人士,共同探讨发展难题,碰撞思想火花,为民营书业未来发展描绘美好蓝图。

《全国书博会专刊》

创办时间:1996年

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
经过二十多年发展,全国书博会已由最初单一的图书交易活动,发展为融出版物展销、信息交流、行业研讨和倡导全民阅读等功能为一体的文化盛事。2005年后,商诺寻求与书博会主办地组委会合作,先后出版了江苏专刊、山东专刊、重庆专刊、黑龙江专刊、新疆专刊、宁夏专刊、海南专刊等地方专刊。	每年书博会举办之前,商诺专刊提前为书博会预热。举办之时,第一时间全方位关注书博会现场,分析书业热点,预测书业走势。	书博会专刊对全国和当地出版业从阅读市场、出版政策、出版机构、作家作品,进行全方位报道,成为当期书博会信息指引,也成为商诺打造自己品牌的重要平台。

《北京国际图书博览会(BIBF)特刊》

创办时间:2002年

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
北京国际图书博览会始终坚持“把世界优秀图书引进中国,让中国图书走向世界,以促进国际科技文化交流,增强各国人民的相互了解和友谊,扩大中外合作出版和版权贸易,发展图书进出口贸易”的宗旨。商诺也紧紧抓住这一中外交流的绝佳契机,精心策划BIBF特刊,将其打造为沟通中外出版信息、加强中外出版合作的载体。从本世纪初,商诺一直是北京国际图书博览会唯一官方合作媒体,展会前的国际出版论坛预告、BIBFlogo、BIBF倒计时牌以及BIBF文化活动策划表,都由商诺独家报道。	在BIBF组委会支持下,商诺会前与国际出版论坛国内外嘉宾进行独家专访。近年设置BIBF主宾国以后,BIBF组委会支持商诺会前与主宾国联系,确立报道线索和方式。商诺先后对英国、法国、德国、俄罗斯、西班牙、希腊、印度等国家的出版业概况,特别是文学活动、作家作品进行了专题报道。	BIBF日益成为一张企业名片、一张行业名片、一张国家文化名片。近几年,商诺不仅深度报道BIBF活动、图书,还借这一国际交流窗口,发布“中国图书海外馆藏影响力报告”并策划落地活动,充实了BIBF的内涵,也为BIBF成为最具影响力的国际书展、为中国书业“借船出海”搭建起平台。

2 推介各地特色书展

《上海书展专刊》

创办时间:2010年8月

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
2010年上海书展,商诺首次达成与上海书展组委会合作出版《上海书展专刊》协议,推出4开24版专刊。	2010年后,商诺不仅连年推出《上海书展专刊》,更受上海书展组委会之邀,在上海书展的重点活动——“中国书业馆配年暨图书馆与出版社高层论坛”上发布《中国馆配市场年度报告》,参与上海书展“十佳营销明星”、“十佳服务明星”评选活动。2014年商诺参与主办“首届中国超级书店论坛”。	专刊全景展现了上海书展由“区域性地方书展”到“全国性书业大会”再到“国际性书业大会”的三级跨越式发展,成为业内人士和社会公众参展的“必备手册”。

《南国书香节专刊》

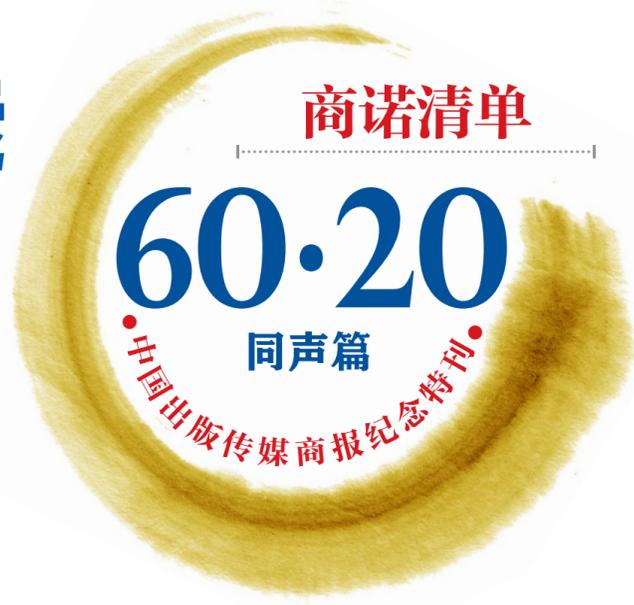
创办时间:2012年8月14日

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
南国书香节暨广州书展是全国最有影响的区域性书展之一,商诺2012年首度与之合作,推出《南国书香节专刊》。	专刊采访书业人士,推出值得期待的文化活动、作家和图书,分析广东当地图书市场现状。	专刊在宣传推介南国书香节、全方位展示广东文化形象方面受到业界肯定。

《中国上海国际童书展(CCBF)特刊》

创办时间:2013年11月5日

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
2013年首届中国上海国际童书展(CCBF)创办,商诺紧抓书展主办方和国内国际童书出版商的交流需求,特别推出中国上海国际童书展特刊。	专刊从童书版权洽谈、作家推介、阅读推广活动等各方面,为读者呈现出国内外童书出版的繁荣成果,全面介绍上海国际童书展的参展图书和各项活动。	中国上海国际童书展填补了亚童书版权贸易的巨大市场空白,专刊也为中外童书出版商、经销商提供了一个展示机构品牌、产品品牌的载体,拓宽了上海国际童书展的国内外影响力。



3 展示全球书业风采

《法兰克福书展英文版专刊》

创办时间:2005年10月14日

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
商诺成为主管部门指定出版《法兰克福书展英文版专刊》的唯一媒体,专刊每年于法兰克福书展现场派发。以全英文的形式,报道中国出版最新产业发展趋势、特色企业、精品图书,并提供中方出版社当届书展中有重点输出意向的版权书信息以及书展上的重点活动预告等。	专刊贴合国际图书市场和读者需求变化,向全球出版界传递中国出版产业动向,重点推介国内出版机构和产品,促进、拉动国际合作,对参展起到实效性的助益,从传播角度提升中国出版、中国文化“走出去”的影响力。	专刊针对性和实用性很强,成为书展期间甚至书展后,国外出版人寻找中意的图书和合作伙伴的“指南针”,备受国内出版机构青睐。

《德国专刊》

创办时间:2000年8月25日

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
作为BIBF前夕的保留剧目,商诺与德国法兰克福书展合作出版《德国专刊》。专刊中既有对德国书业的概述,也有对德国展商和展品的介绍,还有对德国书业人士的访谈,全面展示德国书业最新风貌。	2009年,法兰克福书展主席彼得·博恩代表法兰克福书展与商诺签订战略合作伙伴框架协议,双方在继续办好《德国专刊》上采取更有效措施,并在共同编辑、发布“中国创意工业创新奖”方面加强合作,进行了具体规划。	《德国专刊》发商诺对外合作先声,专刊设计别出心裁,颇受赞扬。

《俄罗斯专刊》《俄文版中国专刊》

创办时间:2006年/2007年

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
2006年中国政府举办俄罗斯文化年。商诺采访了俄罗斯联邦出版与大众传媒署署长米·瓦·谢斯拉文斯基,在他的支持与直接关心下,商诺与俄罗斯《图书评论报》合作,在当年北京国际图书博览会期间出版对开8版《俄罗斯专刊》。	专刊介绍了俄罗斯出版国际化与营销个性化趋势、中俄出版交流与合作展望,特别推介了适合中国人口味的俄罗斯图书和一批当今俄罗斯最有影响力的作家。	搭建中俄文化交流合作之桥,成为中国出版业了解俄罗斯出版文化的窗口。
2007年莫斯科国际书展期间,合作方俄罗斯《图书评论报》和商诺二度合作,在莫斯科出版了32个4开俄文版《中国专刊》。	全面系统介绍了当今中国出版政策、版权交流、著名展会、重要出版机构、代表性作家作品。	报纸在当年莫斯科书展派发时,俄罗斯共产党主席久加诺夫拿到这份报纸反复翻阅,兴趣盎然。时任新闻出版总署署长柳斌杰、俄罗斯联邦出版与大众传媒署署长米·瓦·谢斯拉文斯基,在讲话中都充分肯定中俄双方媒体合作出版《俄罗斯专刊》和《中国专刊》的重要意义。

《韩文版中国专刊》《韩国专刊》

创办时间:2008年5月/2008年9月

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
2008年5月,韩国首尔国际书展首设主宾国,中国入选。商诺与韩国最大社会类报纸《中央日报》合作,在首尔出版12个版韩文版《中国专刊》。	专刊重点介绍中国出版物市场、文化与阅读市场变迁,18位中国作家及代表作品。	这期专刊除随《中央日报》发送韩国读者200多万份,并单印1万份在首尔书展上派发。在首尔书展上产生广泛影响,搭建中韩书业交流的桥梁。
2008年9月,在当年北京国际图书博览会期间,商诺与韩国《中央日报》二度合作,在北京出版了对开8版中文韩文版《韩国专刊》。	2008年前后正是中国大刮“韩风”之时,《韩国专刊》向中国出版界和读者宣传韩国作家及其作品。	为业界提供了解韩国书业的窗口,因其及时而且贴近实际,对出版界助益很大。

《法国专刊》

创办时间:2000年8月25日

“商诺”档案	服务方案	品牌价值
本世纪初,商诺与法国全国出版商协会、法国书业联合会合作,不定期在北京国际图书博览会期间合作出版《法国专刊》。	随着中国政府加入各项国际公约,中法两国版权交流与合作出版业务的迅猛增长,催生了《法国专刊》丰富多彩的内容。专刊介绍了法国出版业概况和多姿多彩的法国作家及其作品。	商诺坚持国际化视野,密切关注全球书业发展,获得一致好评。

(下转第42版)