浙江省第12届馆藏会4月12日将在杭州举行

分销微讯

中国出版传媒商报讯 4月12日~14日，以“汇集中外文明的典藏，共享全民阅读的盛宴”为主题的浙江省第12届馆藏图书展示会将在杭州国际博览中心开幕。此次馆藏图书展示会由浙江省图书馆、浙江大学图书馆、浙江省新华书店集团联合举办。

据了解，浙江省第12届馆藏图书展示会为期三天，将设杭州国际博览中心主会场和下沙样本室分会场，不仅吸引了全国各地600余家出版机构亮相展会，还邀请了全国1300余家图书馆单位参展，预计参会人员将达5000余人。其中，主会场展出面积9600平方米，包含了20余万种图书音像品种，并设有大型出版集团展区、典藏精品馆、POD（按需印刷）展示馆、多元文化体验馆、社科、科技等各类主题馆共15个展区，现场可通过手机端页面同步提供重点图书信息、订货成果查询、展区地图演示等相关服务。会议期间，举办方还将举办主题为“数字时代多介质文献资源建设与创新”的馆配论坛。

自2006年以来，浙江省馆藏图书展示会已连续举办11届，主要面向全国各地公共图书馆、大学图书馆、专业图书馆、中小学图书馆，为其提供图书看样订货服务。经过11年的沉淀和成长，浙江馆藏图书展示会订货成果年年创新高，2016年订货达到1.3亿码洋，在全国同类订货展示会中名列前茅，是目前华东地区规模最大、品类最全、信息化程度最高的专业型图书展会之一。（文 枫）

长春实体书店经营探访

新老并进为区域市场注入活力

■中国出版传媒商报记者 蔡 蕾

坐上一路向北的列车，当列车停靠在长春站时，天未亮，窗户就结上了一层冰。这是汇于人文与自然之中的长春给每一位访客的见面礼。走在长春的大街上，新华书店、联合书城、同仁书店、学人书店、卫星书店、红旗书店等具有影响力的传统实体书店散落在城市的各个角落。这些传统书店承载着长春人的记忆，并为这个城市的市民不断输送着文化的养料。与此同时，乐读书社、书嗜24小时城市阅读空间等“小而美”独立书店的相继开业，又为长春市民的阅读生活注入了新的活力。此外，西西弗等国内知名书店品牌不久也将入驻长春。

5年前，遭受电子阅读及互联网双重挤压的长春实体书店在夹缝中生存，遭遇重重困境。如今，长春地区实体书店发展状况如何？这种局面是否有所改善？中国出版传媒商报记者对长春地区实体书店进行了调查与采访，一窥长春地区实体书店发展新图谱。

一表看懂长春地区书店格局

书店名称	门店数量	书店特色	书店性质
长春市新华书店	8家门店	网上书店正以“快捷、品种全”的特色辐射全东北。	国有
长春联合图书城	5家	全面实行计算机化管理，读者查询、订购一站式服务。	民营全国连锁
吉林外文书店	1家	开发四大新型业务体系。	国有
正大书苑	21家	电商网店及微店业务拓展全国市场，实现线上与线下业务双轮驱动。	民营本地连锁
乐读书社	2家	以人文、艺术类图书为主，打造特色读书会及特色课程。	民营本地连锁

长春有个别称是“文化城”，这样的称呼，源于不大的长春市拥有较多的大中专院校，中小学生家长对孩子的教育比较重视，城市的阅读氛围十分浓厚。长春地处东北，经济整体水平与发达地区相比较为落后，整个城市给人古朴、传统的印象，读者在选书、购书的过程中，更看重图书的价格。近年来，长春实体书店受到互联网及电子阅读的冲击，实体书店客流量逐渐下降。尽管如此，长春实体书店在夹缝中求生存，一方面，传统书店如新华书店、联合书城、外文书店等纷纷转型升级，改变传统书店的定位、经营和管理，新时代下的发展路径逐渐清晰。另一方面，“小而美”、独立的新兴书店则从无到有，日渐兴起，并面向年轻消费群体，为读者提供精致、文艺的阅读环境，发展大有“井喷”之势。

传统书店

转型升级营造新时代发展路径

长春市新华书店总部位于长春最繁华的重庆路上，旗下拥有重庆路图书音像大厦、红旗街书店、教材公司、汽车厂书店、大马路书店、长春书画社、图书馆供应部、双阳区书店8家门店。其中，重庆路图书音像大厦是吉林省新华书店系统内最大的图书音像制品零售门店，营业面积3700余平方米。

据吉林省新华书店集团长春市有限责任公司副总经理段海峰介绍，近年来，在电子书及网络销售的剧烈冲击下，长春市新华书店在经营管理上积极转型升级，主抓服务质量，延长营业时间，提倡“每人每天多卖一本书”，并引进多元经营，打造阅读体验区。目前，重庆路图书音像大厦不仅主营图书、音像制品等，还新增了数码产品体验区、小家电、文化用品、优贝克孕婴生活馆等多元经营项目，成为书店销售新的经济增长点。如2015年，长春市新华书店在重庆路图书音像大厦打造了第一个阅读体验空间——“阅悦咖啡”，在给读者提供阅读空间的同时，书店自营各种咖啡、饮品、小食等，同时利用新空间举办各种公益讲座及互动活动。2016年，重庆路图书音像大厦共举办各种活动63场，大大拉动了客流量，提升了读者影响力。“目前，重庆路图书音像大厦、红旗街书店每天都有络绎不绝的读者，其现代化的管理模式，成为北国春城一道靓丽的风景线”，段海峰说。

长春联合书城总经理尹英霞表示，为在竞争中打造自身特色、吸引读者，长春联合书城在坚守图书主业，保持品种及服务优势的同时，通过各类文化活动提升社会影响力，并增加多元经营来吸引读者。“目前正在进行‘文化生活体验馆’建设，以图书文化周边产品及咖啡馆为主，让读者在书城体验到文化生活体验及购买的一站式服务”，尹英霞介绍道。

“要想做信息化时代的新型书店，就不能只是卖书，还要卖服务，因此，要抓住自己擅长的主题对书店进行设计和经营”，吉林省新华书店集团外文图书发行有限责任公司门店经理姜玉红表示，长春外文书店通过转型改造，已经成为集阅读体验、文化交流、餐饮服务、学习培训等诸多功能于一体的综合性文化场所，“书店环境温馨，服务至上，吸引了越来越多的读者”。

新兴书店

着眼年轻群体呈井喷之势

2015年年末，吉林大学毕业生吕东和近60名股东一起众筹建立起了一家有浓浓的咖啡香、读书会活动和各种艺术形式的独立书店——乐读书社。这家装修精致、文艺气息浓厚的独立书店很快引起了长春市民的关注，同时也盘活了长春地区的阅读氛围。乐读书社创始人吕东介绍，在经过一段时间的试营业后，乐读书社于2016年春节之后正式开业。

乐读书社位于吉林大学附近，在一栋民宅的一层，室内室外总面积约150平方米，经营模式以“图书+饮品”为主，吸引了很多学生读者的关注。书店选书多以人文、艺术类型为主，没有教辅书籍。每个周末，乐读书社举办的“乐读读书会”会邀请吉林大学各专业领域颇有名望的老师、校友以及学生前来进行分享。“从第一期的5位书友，到后来的几十位参与者，读书会渐渐成为书店的特色，也成为众多爱书人发表个人观点、表达阅读主张的社交平台。”

近两年，随着长春几大商场品牌愈发意识到书店入驻对商场提升格调、延长顾客停留时间的重要性，为此，不少商场纷纷为书店推出了人性化的政策，这些优惠政策为独立书店的发展带来了机遇。2016年年末，第二家乐读书社在长春活力城开业。与第一家店相比，该店的经营面积更大，绿植与灯光相映，装修则偏向复古，通过举办丰富多彩的读书会、咖啡品鉴课、油画课等文化活动，读书与文化变得更有情调。

除乐读书社外，“书嗜24小时城市阅读空间”也于2016年末入驻长春红旗街万达广场，作为长春首家24小时通宵营业的书店，为全城爱书的读者打造了一个新式城市阅读空间。据悉，“书嗜24小时城市阅读空间”是长春民营连锁书店正大书苑旗下的全新概念体验店。书店营业面积528平方米，除5万多册图书，还包含艺术品和文化衍生品等，集图书、阅读、文创产品、主题咖啡、儿童阅读与家庭教育等为一体。据“书嗜24小时城市阅读空间”总经理龙海虹介绍，该店旨在打造融艺术交流、文化沙龙、创新互动等多文化元素为一体的综合平台和生活的第三空间。“今后，‘书嗜24小时城市阅读空间’将会邀请更多摄影家、书画家及手工艺专家打造文化交流互动的文化中心，使长春这座文化城的阅读氛围更加浓厚。”

在西西弗等国内知名品牌书店入驻长春的同时，长春本土品牌也在积极尝试新兴独立书店的经营模式。不难判断，未来一段时间内，长春的独立书店会从以前的“干涸”状态发展到“井喷”的状态。“但是我知道书店发展，文化先行，如何影响这座城市的文化氛围，如何影响这座城市人们的阅读习惯，任重而道远”，吕东总结道。

延伸阅读

长春图书市场 文学、社科、少儿书销售更具优势

与全国其他地区的读者类似，长春读者对少儿类、文学类图书格外感兴趣，因此少儿类、文学类图书成为当地实体书店的主要动销品种。同时，由于长春大中专学校集中，教辅类图书也是主要动销品种之一。长春新华书店、吉林外文书店、长春联合书城等书店负责人均表示，书店内的主要动销品种以文学、少儿、教辅为主。此外，对于“小而美”的新兴独立书店来说，简餐、饮品也成为主要销售产品之一。同时，在书店内开展各种各样的分享沙龙与主题课程也正成为书店的重要赢利点之一。

吉林省新华书店集团长春市有限责任公司副总经理段海峰表示，目前书店主要动销品种有小说类、文艺类畅销书，少儿名著类、幼儿益智类等图书。如网络小说、人物传记、中国历史、古典文学、儿童文学、现代小说等，从中可以看出文学、社科、少儿等图书更具优势。“书店通常会在不同的特定时期及时针对不同读者的需求引进图书，在特定时期结束后及时调整库存结构，为常销类图书增加陈列空间。”段海峰认为，书店采购及销售人员要及时关注国家重要会议、网络新闻及有较高热度的电视剧，并及时联系相关出版社采购相应品种等。

近年来，在激烈的市场角逐中，长春地区书店除了积极转型店内经营，还努力拓展店外销售。目前，不少书店都与当地的图书馆、学校、教育局等部门保持着良好的合作。长春联合书城总经理尹英霞表示，随着实体书店客流的逐年减少，近几年，联合书城在店外销售上也下了一定的功夫。“首先是用奖励的办法激发全体员工‘走出去’寻找销售机遇，根据销售金额给予一定比例奖励；其次是开发馆配，积极参预政府采购招投标，2016年度实现馆配700余万实洋的销售；最后是走进校园、部队、社区进行流动售书及参与农家书屋图书的发行工作。”

吉林外文书店随着互联网时代的不断发展及市场需求的变化，在保持传统书店业务的前提下，开发了四大新型业务体系，即电子数据库业务、图书信息商务平台、阅读体验空间和教育培训学校，打造图书信息服务新平台。此外，外文书店与吉林省广电、妇联、教育局等职能部门有着良好的合作关系，在各类型的公益活动中密切配合，也收到了不错的效果。（蔡）

（上接第1版）

谭跃强调，围绕迎接、宣传、贯彻党的十九大，坚持稳中求进工作总基调，深化“两调四强”战略重点，以“稳增长、调结构、促融合”为要领，以“提升六个能力”为年度目标，为十九大的胜利召开营造积极舆论氛围和良好文化环境，为“十三五”时期基本建成国际著名出版集团奠定更加坚实的基础，中版集团要把握好六个“坚定不移”：坚定不移地贯彻中央精神，牢牢把握正确出版导向；坚定不移地坚持稳中求进工作总基调，统筹推进稳增长、防风险、强动力；坚定不移地深化结构调整，做优、做强、做大专业化生产能力；坚定不移地加快股改上市，提高集团化运营管理水平；坚定不移地推动融合发展，努力打造数字集团；坚定不移地加强党的建设，不断增强集团改革创新的政治保证。

王涛用“新颖、朴素、务实”概括了此次座谈会的特点，希望全体中版人牢记做大文化影响的使命，在“十三五”发展中沿着中版道路、中版价值观继续前行。

人民文学出版社、商务印书馆、中华书局、中国美术出版总社、生活·读书·新知三联书店、中国对外翻译有限公司、新华书店总店、中国图书进出口（集团）总公司、荣宝斋、中国民主法制出版社10家单位的主要负责人作为代表，在会上交流了“稳增长、调结构、促融合”的理念、实践探索及未来规划，务实创新，亮点可圈可点。

为集中梳理总结回顾中版集团改革发展历程，集团组织了“十五年改革发展成就展”，以图片、图表、视频、实物、现场演示等形式，反映了集团成立十五年来特别是党的十八大以来改革创新成就，凸显了集团作为出版“国家队”在全国文化体制改革中的发展历程与实践经验。

中版集团收藏手稿、题词展暨成立15周年职工书画摄影作品展同期启幕。著名书法家沈鹏题写“不忘初心”的展览主题。郭沫若、徐志摩、叶圣陶、范文澜、吴晗、茅盾、钱锺书、陈忠实、贾平凹等名家的109件稀见手稿、题词、编辑手记等，充分展示了中版集团深厚的文化积淀、与名家水乳交融的关系及广泛的社会影响力。书画摄影展则展出了203幅集团员工书画摄影作品，其中包括沈鹏等当代名家的书画新作，彰显了中版集团作为文化央企独特的精神底蕴和员工风貌。展览将持续到4月20日。

渠道拓展

云南新华 五招做好精准发行

■刀金梅

近年来，云南新华书店集团有限公司（以下简称云南新华）通过大力实施精准发行、在图书和非书业务方面实施供给侧改革，取得了较好的成绩。截至2016年12月31日，云南新华图书公司销售码洋8.46亿，营业收入4.78亿元；全省一般图书库存2.59亿码洋，减存7100万码洋；连锁店过机销售码洋3.87亿，周转1.49次，同比提高了49%。非书方面，2016年，全省连锁店库存4284.17万元，同比减存28.59%，周转1.78次，同比提高了42.4%。

渠道精准。目前，云南新华发行渠道建设一是要加强线下传统发行渠道建设，二是要发展线上书店等网络发行渠道建设。

云南新华在“一县一店”渠道基础上，一是加强了城市中心书城、连锁门店、校园书店、社区街区书吧等城市发行网点建设，计划建设发行网点103个，积极推进全省连锁店转型升级，提质增效，引入多元业态，使社会效益和经济效益稳步提升。二是发挥新华书店文化传承与品牌延伸的功能，提升乡镇发行网点覆盖率。在抓好大中型书城建设的同时，推进“国门书店”、乡愁书院等发行网点建设，实行网点下沉，服务前移。目前已建成国门书店12个，在全省有条件的民族团结示范村、历史文化名村、旅游特色民村建设一批“乡愁书院”。三是探索省外渠道建设，实施文化走出去战略，传播中华民族优秀传统文化。

采购精准。云南新华一是对当下的书业形势、出版趋势、读者关注的重点热点、作者动态等等进行分析研究和判断，有针对性地采购读者需要的图书。二是向出版社提供市场信息，把潜在的需求变为出版产品，保障有效供给。

在图书方面，云南新华围绕对库存的精细化把控和有效管理，根据整体采购计划对各大类作了指标分解。与2015年相比，总体进货降低17.18%，发货降低17.92%，连锁店纯零售增长15.88%，发销提升至84.37%；积极对连锁店及中心库进行滞销退货清理。精选进货品种、强化品类管理，在严密监控重点、畅销、常备常销品种，保证这些商品不断档的同时做大重点品种，加大对外谈判的筹码与力度，努力降低采购成本。在非书方面，一是通过严格按照ERP流程，根据商品实际情况精准报订各店实际需求。二是切实根据连锁店需求、销售情况，严格从优选择供应商，做好产品分发工作。三是强化业务人员对供应商进、销、存情况分析，精准采购计划。四是针对非书商品同质化问题，做进一步精细筛选，挑选出最具竞争优势的产品进行重点推广。

营销精准。云南新华还积极创新营销模式，要从单一的图书销售模式，向复合式、平台化、场景化的销售模式转型。加大营销力度，细分市场，锁定目标，多形式、全方位、有针对性地推销产品。

在图书方面，云南新华加强集团总部与图书公司的联系，积极做好各类店内、店外营销。大力推进“名师名家进校园”延伸校园服务。积极协调供应商举办名家签售活动。积极策划以消化现有库存为目的的专题营销活动，为“降存”工作提供了有力抓手。在非书方面，通过分类别、季节策划相应主题的营销活动方案，针对“精准出版年”工作方案，订货满足率达到95%以上，大部分商品是从总部物流仓库出货。

配送精准。云南新华在配送上要做到“收货精细化、配发标准化、配送优质化、仓储精确化”，要统筹仓储、物流、销售各个环节，用最小的仓储带动最大的市场，形成小仓储、小库存、大市场、大效益的格局。

在图书方面，云南新华一是通过进一步完善工作流程，加强费用审批和作业现场管理，流转费用率得到较好控制。二是依据“定岗、定员、定责、定标、定薪”五定方案实施细则，物流配送部对所有员工绩效进行严格考评。三是充分应用互联网信息服务平台，物流配送部设立专人专岗“对口”服务，对相关业务查询及时准确回告；对连锁店（基层店）提出的各类需求，物流配送部采取多种方式满足各店差异化需要，切实做到“精准配送”。在非书方面，云南新华通过对连锁店进行分级管理，按照不同级别的店面实施不同的配货政策。根据顾客的订数的订单相应的越库操作方式直发到客户，简化流程、降低成本，缩短了到货周期。

服务精准。云南新华通过认真分析工作中存在的问题和不足，坚持以问题为导向，梳理业务流程中需要提高精度的环节，认真听取连锁店的意见，及时调整了工作步伐。一是加强培训，提高综合素质。二是提高内部财务管理、提升企业形象。三是做好ERP系统的业务支持，进一步提升对连锁店的服务质量。四是优化配送流程，加强流转时效管理。五是规范对店服务的窗口，切实做到服务质量的提升。