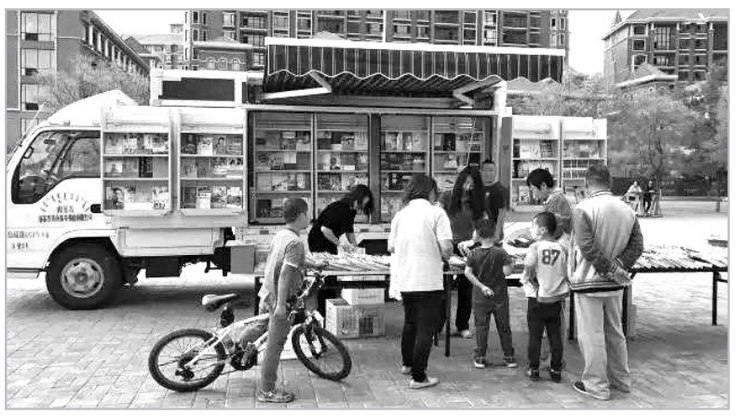
“人人心中都有一个是枝裕和”分享会关注亲情与力量

中国出版传媒商报讯 2月24日，众多甬城影迷、阅读爱好者齐聚浙江宁波海曙区药行街天一书房，参加了由宁波新华书店等主办的“人人心中都有一个是枝裕和”分享会。该活动作为“共读一座城·书香海曙”的系列推进活动之一，也是天一青年读书会嘉宾分享会活动，特邀电影剧本《春风不度》和话剧《人声鼎沸》作者、青年编剧、影评人周含，从专业编剧和影评人的视角出发，与阅读爱好者聊聊既是作家，又是导演的是枝裕和“如何美好得毫无仪式感”，与甬城影迷感受是枝裕和镜头下那些温情而克制、细腻不沉闷的亲情与力量，并提出当下对宁波电影人的启迪和意义。

2018年5月，是枝裕和凭借《小偷家族》捧得戛纳电影节金棕榈大奖，这部电影也创造了日本电影在华票房的新纪录，其作品多定位于家庭伦理亲情，真实存在于生活之中。天一书房系宁波新华书店集团有限公司所属全资子公司海曙区新华书店，经装修改造后，新店呈现出典雅文艺精致时尚的风格，开辟了图书长廊、童趣世界、文创产品等区域性主题布局，同时秉持开放共享的态度，开展了多种形式的文化集聚和交流。如与摄影家协会、天一青年书友会、汉文化研究院等联合举办摄影展、诗会，与浙江大学宁波理工学院共建阅读点，与宁波海曙区社区教育指导委员会共同成立青少年社会实践基地、联讲课基地、拉蕾朗读基地等，受到广大读者的欢迎。 （肖 颖）

掘金店外销售书店新招频出


内蒙古鄂尔多斯新华书店流动售书车

关键词 店外销售 细化 精准 ■中国出版传媒商报记者 蔡 蕾

2月25日，全国大多数城市迎来了中小学开学。这几天，在一些学校、社区也出现了不少书店的“流动销售服务点”，为学生、家长提供送书上门服务，已成为一道靓丽的文化风景——这是近年来不少书店强化店外销售的缩影。

近年来，在努力提升店内销售的同时，不少书店积极挖掘资源、拓展店外销售、拓宽市场渠道，着力为读者提供更优服务。除团购外，流动售书（进乡镇、进公园、进社区、进学校、进军营等）、惠民书市、大客户定制、图书代销点等成为目前各地书店的主要店外销售模式。

据了解，一些书店店外销售额占书店出版物总销售额的30%，店外销售已成为书店，特别是市、县基层书店的长期发展战略，是书店正常营收的重要组成部分，也是书店一般图书销售的重要增长点和发力点。

店外销售模式与时俱进

店外销售虽然老生常谈，但不少书店不断积累经验，并持续创新，模式常做常新。一些书店将店外销售与“七进工程”活动相结合，开展各种形式的流动售书、图书展销或惠民书市，并将流动售书与阅读文化活动相结合，将活动也做到了店外；一些书店与银行、酒店等企事业单位合作，开展个性定制服务，或将图书代销点进驻到这些场所。

流动售书/惠民书市将阅读活动带到户外。内蒙古新华发行集团近年来持续推进“七进工程”项目和“鸿雁图书悦读”计划。强军书屋、党建书苑是内蒙古新华书店“七进工程”走进机关、军营的重要途径。内蒙古新华书店以创建党建书苑为契机，将“鸿雁图书悦读”带进机关，干部职工在选择图书的同时，还可享受“鸿雁图书悦读”借阅服务，实现能阅、能借、能买。

此外，内蒙古新华发行集团旗下各书店还通过流动售书等方式推进店外销售。鄂尔多斯市新华书店2018年开展了以“阅行鄂尔多斯，书香浸润人生”为主题的流动售书全城行系列活动。鄂尔多斯市新华书店营销策划部郝晨表示，该系列活动地点为鄂市各大行政机关、企事业单位、学校、街道社区、乡村及广场等惠民利民场所。

“借助流动售书这一形式，根据所在地不同，有针对性地配备社科、文艺、少儿、文教、科技等几大类别的各式图书进行展卖，在此基础上将结合实际情况，开展阅读文化活动。”郝晨介绍，将流动售书与阅读文化活动相结合，将书店内的活动带到户外。2018年，鄂尔多斯市新华书店累计开展流动售书82场，累计销售22万元。

桂林市新华书店2018年持续开展了“送书下乡”及流动供应文化惠民活动。据了解，桂林新华旗下各县区公司组织流动供应志愿服务小组，利用东风工程流动供应专车，指定专人负责，常年不定期组织优秀图书展销进村屯乡镇、进公园、进社区、进学校、进军营等，全年累计送书下乡流动供应超100次。经过组织策划，桂林书城在某驻桂部队流动供应实现日销售码洋5万，在某学校日销售码洋近2万。

河北省新华书店编辑部主任石亚青介绍，近年来，河北新华尝试在全省部分新华书店以大棚展销的形式开展店外销售，扩大一般图书市场占有率，推动全民阅读。从2016年开始，河北新华开始打造独立的原创文化品牌——“新华书香节”。该活动规格高、规模大、全省联动，实行统一主题、统一货源、统一制作展棚，各店参展图书品种不低于1300种。2016~2018年，全省每年春季、秋季举办一次新华书香节活动，各店联动参加，2017年，“新华书香节”销售码洋3795万。

除了这些常规举措外，以新华文轩、江西新华为代表的发行集团，也借助科技的力量，利用自助售书机将服务网点扩展至社区、学校等场所。如江西新华发行集团近年来加快建设O2O新商业模式交易平台，积极推进高铁站、地铁站、医院等人流密集区域的“新华微书吧”（自助售书机）布局，延伸网络触角，扩大系统辐射范围。2018年，新华文轩旗下四川文轩云图文创科技有限公司打造的文轩云图24小时智能书店在北京石景山落地，该书店是集读者注册、图书陈列、图书推荐、图书购买和开放式借还等自助功能于一体、线上线下融合发展的智能阅读终端。

大客户定制/图书代销点：店外销售形式持续创新。临沂书城2018年重点打造了“书香共建阅读+”服务理念，据了解，“书香农行”作为2018年临沂分公司打造的品牌项目，开展“书单+文化活动”定制服务，“书香农行”活动开展以来，推荐图书销售码洋100多万。

广东新华南海新华书店2018年抓重点读物、主题活动团购，继续开展大客户合作模式，与农行、工行、招行等客户提供个性购书、积分兑换等多样服务，成效显著。同时，以团购业务拉动门店图书销售，2018年该店团购业务同比增长53.91%。据了解，南海新华书店2019年将继续加大力度深耕馆配、大中专学校及大客户市场，着力于营销主渠道建设，提升市场占有率。

据了解，西北书城目前共有8家中石油加油站代销点、3家瑜伽馆代销点，2018年销售码洋7.1万。“这11家代销点虽体量小、分布散，但在书城的管理下，早已成为兰州市民身边的‘阅读小站’和‘精神家园’”西北书城总经理宋艳丽说。

大连市新华书店从2013年开始，通过与医院、中石油加油站、药房连锁店等机构合作，开设了近500家袖珍式实体书店，实现了让图书走进市民生活的每个空间。大连市新华书店还与旅顺日俄监狱旧址博物馆、大连武术文化博物馆等合作开设图书网点。

河北保定市新华书店图书大厦经理康慷介绍，保定图书大厦不仅与当地地产公司合作，为该公司提供图书订购业务，还与当地连锁酒店合作，在酒店中配置40~50平方米的文化阅读空间。“目前我们与100多个社区建立联系，其中有10个社区建立了幼儿活动中心，采购了2万册左右的图书及相关玩具。”康慷补充到。

细化、精准提升店外销售效率

目前纸质书价格上涨，市民读者购阅需求有所下滑；民营、网店等渠道瓜分市场，同行业竞争激烈。此外，店外市场开拓难度也远大于从前。因此，对于每一次店外销售的机会，书店都全力以赴配置相对应的图书，在采访中，不少负责人提到了店外销售要注重细化服务、精准服务。

临沂书城在开拓店外销售业务时，将店外团体客户以不同属性精细划分，充分了解客户的阅读需求，根据兴趣爱好及行业特点，提供专业阅读指引，开展“书单定制”“名家阅读分享”“文化活动定制”等服务。山东新华书店集团有限公司临沂分公司临沂书城经理吕欣容认为，店外销售需要常态化。“店外销售的季节性和机动性很强，作为增收的渠道之一，团购客户的订制要求越来越高，针对目前情况配备专业的服务人员针对团购客户做细致化的服务工作”。此外，她还表示，在进校园店外销售上会有一些阻力，通过校园书店搭建学生，家长服务平台，了解学生及家长购书需求。

一些民营书店在帮助企事业单位、政府部门做读书会时，通过细致、个性化的服务赢得市场和口碑。宁波甬上枫林晚书店总经理郑永宏曾表示，一方面从策划到与图书融合帮助客户开展，另一方面为客户做精品选书服务。“总的来说，我们希望提升服务意识，细化服务，精准服务，与顾客的接触更深入，从而提升销售。”

慈溪市新华书店副总经理周益飞表示，店外销售一般不以品种而以价格取胜，但价格恰恰是实体店的软肋，在缺乏大额团购资源的困境面前，慈溪市新华书店主要通过小额且分散的店外销售来弥补。

宋艳丽表示，西北书城店外销售比例相对来说份额占比还较低，但书店拓展店外销售，这种尝试能够创造的社会效益和辐射的读者范围，是目前书店仅靠店内销售无法达到的，店外销售能够让图书走进人民群众中间，让知识流动在求知者的身边，让服务读者的意义更加明显。“精心选择受众群体，为每位读者量身定制适合的图书，订好每场销售的计划，保持好每场工作的活力，总结好每场销售的结果。这就是西北书城店外销售不是经验的经验。”宋艳丽总结到。

一线实战

3变革助初见书房实现百家书店计划

■中国出版传媒商报记者 肖 颖

2015年，苏州初见书房入选“2015年中国书店潜力榜”，随后获评江苏省最美书店等奖项。近年来，初见书房先后在江苏苏州、无锡、杭州、南京等地开业十余家门店。作为新书店品牌，初见书房有哪些诀窍？未来又将会有哪些发展？

书店的本质是什么，对江苏远见控股集团总裁、初见书房品牌创始人程宏来说有两点：一是知识获取的重要场景，二是知识物流的空间。“如果背离了这两点，那就不是我们想要做的书店。”为此，近年来，初见书房着力让知识重回书店，让书店回归其本质，用新的运营方式来焕新书店。

“我相信纸质书一定不会被电子阅读方式所取代，只是其比例和承载的工具会发生变化。2019年，我们会尝试为知识安一个新家——‘未来书店’，相比传统书店，会在3方面有所变革。”程宏表示，**首先是内容变革**。他认为，知识因被大量信息覆盖、专业领域不被大众所熟知等原因，存在大批存量。为此，初见书房专门成立了“知识力研究院”，将存量知识研发、解冻和加工，用更有趣的方式去解读，让其回到公众视野，让普通大众接受。“此外，我们不仅重新解构知识，还专注于生产知识，‘知识力研究院’跟不同知识领域的隐形专家，针对不同研究方向设立不同的实验室，例如食物实验室、音乐实验室、遗产实验室等。这种内容变革将改变传统实体书店的单一载体模式，在初见未来书店，纸质书籍、电子知识载体和知识旅游产品将是三大核心内容。”

其次是内涵变革。如何将知识和旅行结合到一起是江苏远见控股集团一直探索的方向，初见书房是旅行概念书店，而即将呈现的“未来书店”则将这一概念进一步深化。程宏坦言，相比于目前的OTA（在线旅行社），未来书店打造的是OTAK（在线知识旅行），让每一本书成为旅行的起点，为读者量身打造了人文旅行线路；让每一个作者成为每一次旅行的导师，揭示书本和景点背后的意义。

最后是技术变革。在“知识力研究院”的助力下，程宏认为，初见书房将以数字化的形式来呈现各种知识，如通过扫码获得知识等。此外，初见书房联合国内12家出版社，在每一本新书面世时，均将邀请作者、编辑或者出品人，对新书做音视频推荐。通过最近距离让读者和作者面对面，以最本源方式了解图书的创作动机。此外，初见书店还将在人工智能、AI等领域进行开拓，从硬件和软件上重构未来书店的人工智能场景。在未来书店里，不仅可以尝到机器人调配的不同口味的咖啡，还能根据互动者的兴趣爱好推荐有趣的知识点和相关书籍旅行线路等。

“从2019年开始，初见书房将在全国范围内，进行未来书店布局，我们希望用3年时间，在全国布局至少100家店。”程宏介绍，未来书店每家面积在50平方米左右，在选址方面，主要选择公共文化场所、开放的历史街区、商业体等。不仅如此，未来书店还将利用公共空间做更多的知识创意巡展，将文化融入到整体空间中，营造空间的文化氛围。将来，消费者通过未来书店联结初见投资的知识酒店、知识餐厅、知识旅行等多个场景，形成一个完整的基于知识产生的文旅产业链。

热点速递

海豚传媒致力打造头部儿童教育品牌

根植中国 盛开国际

海豚传媒总裁、联合创始人夏顺华现场分享

中国出版传媒商报讯 2月22日~23日，以“新商业、心联盟、兴教育”为主题的海豚传媒2019经销商年会在武汉举行。出版大教育生态领域的近200位经销商、行业专家齐聚一堂，共商儿童教育产业未来发展大计。湖北长江出版传媒集团（股份）有限公司党委书记、董事长陈义国，长江少年儿童出版社（集团）有限公司董事长、海豚传媒股份有限公司董事长何龙到会致辞。海豚传媒总裁、联合创始人夏顺华和执行总经理安海洋携多位高管，向合作伙伴介绍了海豚传媒的新未来、新规划和新布局。

会上，夏顺华表示，海豚传媒一直站在全球文化教育产业高度布局儿童教育事业，积极探索“内容+技术”融合发展、“出版+教育”产业延伸，致力于通过产品服务创新和商业模式创新，实现了将海豚做优、做强、做大的目标。未来，海豚传媒将通过做服务、做解决方案，踏实做好“产品+方案”，实现销售收入30亿元的目标。

安海洋在演讲中提到，2018年，海豚传媒在夯实头部效应的同时，稳步推进从规模和数量向质量和效益转型的可持续发展，码洋规模达13亿。在图书出版方面，原创图书品种增长迅速。在市场方面，新拓客户数量可观。未来，海豚传媒将进一步做优内容，创新性地将英语类图书产品与APP相结合，打造海豚儿童英语APP。该APP将在今年正式上线。

成立20年来，海豚传媒作为全媒体、全产业链儿童教育服务商，顺应时代变革步伐，创新发展路径，重塑伙伴关系，始终专注于儿童教育事业，培养“野性而又高贵”的优势中国儿童，助力他们成为未来世界的领导者。未来，海豚传媒将向内夯实核心能力，向外链接共生，并借力资本市场，打造成为中国头部的儿童教育品牌，成为优质的全媒体、全产业链儿童教育服务商，以更好状态迎接新商业环境下的新挑战。 （郑 杨）

浙江新华部署深化发行转型 推进高质量发展

中国出版传媒商报讯 2月21日，2019年度浙江全省新华书店经理工作会议在杭州召开，此次会议旨在深入贯彻浙江出版联合集团2018年表彰总结会议精神，全面落实浙江省新华书店集团新发展理念，深化实施发行转型战略，助力高水平高质量发展。浙江出版联合集团党委书记、董事长、总裁鲍洪俊出席会议并讲话，党委副书记虞汉胤出席会议，浙江省新华书店集团领导班子成员，各市、县新华书店班子成员，宁波新华书店集团相关负责人等260余人参加会议。

鲍洪俊在讲话中指出，2018年，省店集团戮力同心、奋发有为，在主业经营、连锁拓展、门店转型、数字融合、项目投资、体制机制改革等方面都取得了可喜成绩，为全集团发展作出了重要贡献，发挥了压舱石和定盘星作用，成绩值得充分肯定。他要求，面对宏观经济不断下行，民营书店发展风起云涌等挑战，省店集团要稳规模、增效益，进一步做大做强做优主业，为高质量发展挑重担作表率；要强融合、促转型，加快推进各类数字化平台建设，为数字出版发展挑重担作表率；要重人才、强队伍，强化选人用人育人工作，为锻造强劲人才支撑挑重担作表率；要强党建、防风险，警惕防范“黑天鹅”“灰犀牛”事件，为贯彻落实“三个责任制”挑重担作表率。他强调，面对百年未有之大变局，省店集团要以救亡图存、凤凰涅槃的信心和决心，打赢发行转型的关键战役，要坚持行业领跑者的战略目标，守正创新、扎实工作，为出版集团的高质量高水平发展作出更大贡献。

浙江省新华书店集团董事长王忠义在会议总结时指出，全省干部员工要认真贯彻落实会议精神，通过“比、学、赶、帮、超 ”全面推动各项工作再上新台阶。通过“比”来找到差距和不足；通过“学”来全面提升工作能力；通过“赶”来加快落实发展战略；通过“帮”来实现企业和自我价值；通过“超”来走出一条内生动力驱动的发展之路。

浙江省新华书店集团总经理邓小林代表省店领导班子作了工作报告，总结省店集团2018年主要工作，剖析存在的不足和短板，并对2019年重点工作进行了部署。

会议对集团版一般图书、文教图书销售先进单位，2018秋教材应急处理和售后服务先进单位进行了表彰。授予温州市新华书店沁书集等10家门店第3批“浙江省新华书店转型升级示范店”称号。浙江省新华书店集团纪委书记周建平、副总经理朱晓蔚分别围绕加强党建和人力资源工作作了讲话，省店集团荣获出版集团“年度人物”“青年新锐”“优秀业务团队”代表进行了交流发言，萧山公司、衢州公司、上虞公司主要负责人分享了各自工作的经验和成果。 （肖 颖）