

《聊天记录》捕捉年轻人现状 思考人与世界关系

中国出版传媒商报 近日,上海译文出版社推出90后爱尔兰女作家莎莉·鲁尼的处女作《聊天记录》。该书是一个由年轻诗人讲述的故事,语言清澈直白,处理的却是现代社会个体面对的一系列道德难题。作者莎莉·鲁尼像一个小哲人,勇敢地面对生活中的困惑,真诚地思考人与世界的关系。

《聊天记录》主人公弗朗西丝是一名文艺的爱尔兰女大学生。21岁那年的夏天,她和朋友博比结识了小有名气的女作家梅丽莎和她的演员丈夫尼克。在书店、花园、咖啡馆、公寓楼,弗朗西丝和她的新朋友白天谈天说地,妙语连珠之间,人与人的关系或拉近,或疏离。不知不觉,弗朗西丝与尼克开

始了一段明知不会有结果的恋情。《聊天记录》平易近人的谈话风格充满了智慧以及对人际关系中复杂动态的洞察,精准地捕捉了“后金融危机”时代年轻人的现状,将电子邮件、网络聊天、短信、脸书融入角色的日常生活,用网络交流口语构建出了一种全新的叙事文体和张力。

作者莎莉·鲁尼,1991年生于爱尔兰西部的梅奥郡,2013年毕业于都柏林圣三一大学英文系,作品发表于《格兰塔》《白色评论》《都柏林评论》等杂志。她在攻读美国文学硕士学位期间创作的第一部长篇小说《聊天记录》引起英国出版界的广泛关注,最终由费伯出版社于2017年出版。莎莉·鲁尼亦因该书获得2017年《星期日泰晤士报》年度青年作家奖,该书也被美国《巴黎评论》评为年度最佳小说。

(惟一)

5家发行集团年中总结 实现时间过半 任务过半

关键词 转型 门店升级 多元拓展 ■中国出版传媒商报记者 焦翊/整理

2019年已经过半,各地发行集团半年工作会相继落幕,上半年工作总结与下半年规划相继出炉。从公开资料来看,各发行集团在2019年上半年的工作中,基本实现了时间过半,任务过半,与2018年

同期相比,均有着不同程度的增长。而在下半年的工作中,“转型”依然是各集团发力的重点关键词,这其中,门店升级与研学等多元业态拓展成为重要方向。

山西新华书店集团有限公司 推进大教育服务 完善经营管理

2019年下半年,山西新华将不断深化改革创新,落实改革举措,具体做好以下五方面工作。

一是扎实做好“不忘初心、牢记使命”主题教育。配合主题教育的开展,做好《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》发行工作。

二是做好庆祝新中国成立70周年各项工作。巩固拓展“好书进基层 献礼七十年”读书节活动成效,开展好“我和我的祖国”相关活动。

三是协同推进服务大教育配套政策落地。统筹做好2019秋“两教”发行工作;致力幼教发行;加强与当地教育部门和学校的沟通协调,支持研学公司对接

上半年回望

上半年,山西新华按照“1239”任务要求,统筹协调抓落实、上下联动促发展,营业总收入同比增长15.26%、利润总额同比增长4.07%。一是提升门店经营质量。根据山西全省连锁门店的实际情况,出台《关于开展门店(网点)经营质量提升年活动的实施方案》,召开2019名社好书进山西暨秋季文教产品订货会,举行营销经验交流与营销培训,增强基层门店营销能力。二是连锁经营稳步增长,连锁公司实现POS机销售1.25亿元,同比增长16.61%。新华研学旅行公司已建立太行龙泉营地和众里太行营地,忻州、太原、晋中、朔州等公司已组织上千人开展了研学活动,并组织对洪

吉林省新华书店集团有限责任公司 优化发行渠道 推进门店转型

2019年下半年,吉林新华对存在的问题进行专题研究,拓展优化发行渠道,将围绕七大重点发力。

一是坚守阵地,做好教材教辅发行。教材教辅发行要以集团版教材教辅发行为第一要务,全力做好集团品种征订工作。

二是围绕主业经营,切实完成一般图书销售任务。努力扩大一般图书的销售总量,力争在图书品种数量、质量、管理、营销、存货结构等方面提升;加大力度销售《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要(小本)》,争取党政机关、院校、企事业单位大宗团购;强化连锁经营功能;升级信息化管理平台。

三是积极参与公共文化活动,实现双效统一。积极配合各级政府做好当地公共文化事业各项服务工作,搭建服务平台,提供服务场所;以纪念新中国成立70周年为主线,组织开展主题阅读和文化惠民活动;征订、发行好重点时政类读物;办好各地读书节;组织好主题出版物展示展销活动等。

四是有序推进吉林全省门店软硬件升级改造。

上半年回望

2019年上半年,吉林新华主营业务收入同比增长7.26%,全品种教材教辅销售码洋同比增长5.6%。其中,集团版教材教辅销售码洋同比增长7.8%,占全品种比例为70%。门店建设及升级改造方面,根据全国新华书店《实体店服务标准(2018版)》,在吉林全省范围内开展新华书店门店贯标工作,对大安书店、公主岭书店、梨树县店、双辽市店进行了整改。通过对子公司考

广西新华书店集团股份有限公司 加快连锁经营建设 构建阅读生态平台

按照稳中求进的工作总基调和内涵式高质量发展的总体要求,2019年下半年,广西新华以“不忘初心、牢记使命”主题教育作为推动业务工作的有力抓手,突出“实干实绩实效”,提升核心竞争力,加快连锁经营体系向纵深推进,实施“构建阅读生态平台”战略,将图书和“大文化”融合在一起,建立系列子品

上半年回望

2019年上半年,广西新华经营业绩稳中有升,主营出版物发货码洋同比增长12.79%;营业总收入同比增长34.91%。一是各级公司以名家签售、读书分享会等主题阅读活动促进图书销售,开展图书流动供应近400场次。二是门店转型升级和网点建设扎实推进,5家门店已进入装修阶段,建成2个乡镇网点、2家校园书店和1家国企书店。三是广西新华获得自治区相关文化产业扶持,中国——东



一提到营销活动,成本则是首要衡量的问题。线上,随着渠道越来越多,资源投入和收费模式也不尽相同,电商促销“活动后遗症”、社交媒体“话题转化率”低、社群团购打造爆款难度加大等问题成为不少出版社的困扰。线下,活动场地、物料搭建,作家、名家邀请、人员投入等也让活动成本居高不下。如何策划、组织既省钱又“卖座”的营销活动,成为当前不少出版社尝试和思考的方向。

用资源置换力促双方共赢。近期,江苏凤凰文艺出版社出版了知名制片人、导演张纪中的《人在江湖》,该书主要介绍了作者影视剧拍摄的经历。据江苏凤凰文艺出版社新媒体事业部主任孙衍介绍,为精准获得影响力和曝光率,江苏凤凰文艺出版社用资源置换的方式与影视相关的线上大号进行合作,从而降低了营销成本。与之类似的,浙江文艺出版社采用的KOL名家推荐、新媒体联盟宣传以及电商平台合作等方式大多也是以资源置换的形式展开。据浙江文艺出版社市场营销中心副主任蒋莉介绍:“在资源互换中,我们更注重双方共赢,比如一些新媒体联盟兼具宣传与带货的双重属性,我们会研究他们的特性,提供合适的图书,并为他们定制符合其风格的赠品,提供优质的软文文章,让这些新媒体既能得到粉丝的青睐又能赚钱,从而利用他们流量带动其他渠道的销售。在与电商平台资源互换中,把我们的流量与他们的销售推荐位相结合,有效加强转化、拉动榜单,带动进一步销售。这些营销方式都是几乎没有成本但非常有效。”

精准营销渠道,直达目标受众,提高宣传、活动转化率。“课内海量阅读”系列丛书是江西人民出版社倾情打造、提高青少年素质阅读的品牌。2019年上半年,江西人民出版社先后在深圳、南京、萍乡、南昌、济南等地开展形式多样、内容丰富的公开课、“海读研讨会”、“高峰论坛”、“海读分享会”等,吸引了近万名一线教师、数十万学生参与互动并受益。据江西人民出版社社长助理黄心刚介绍:“在全方位营销攻势下,‘课内海量阅读’的阅读理念走进全国各地,走进‘海读’实验学校,走进广大师生和家庭的阅读与生活,进一步提高‘课内海量阅读’系列丛书的品牌影响力。”

2018年6月,浙江人民出版社推出“且读”系列丛书第一辑10本试水当代文学图书。“由于我社不是专业文艺类出版社,没有文学类图书的发行经验,‘且读’系列丛书进入市场后,渠道商普遍反馈不太有信心。”浙江人民出版社市场部主任金继发回顾时表示,当时市场部对此有不少担忧。营销工作迫在眉睫如何做?浙江人民出版社将该丛书主要读者对象定位为青年群体,首先利用新华书店网点覆盖面广的特点,在寒暑假期间进行重点展示、门店促销。同时,把进校园活动作为营销推广的主要抓手,在各个业务片区有选择地推出向老师赠书、作者签售等地推活动,短时间内获得良好的读者口碑和不俗的市场反响。据了解,2019年“且读”系列丛书已经出版到第3辑共31种,其中包含林清玄、余光中、汪曾祺、丁立梅、琦君等一大批名家名作,使这套书获得了渠道商的逐步认可,全面开展门店活动的时机已经成熟。金继发说:“2019年暑期‘且读’系列丛书已经在全国十几个省市的新华书店近千家门店同时开展了促销活动。”

郑州大学出版社依托本社重点产品和高校资源,将其营销工作重点集中在高校教材的推广、馆配业务和院校教材代理,以及“高校教材在线销售与数字出版平台建设”项目的结项验收及成果推广宣传等。据郑州大学出版社副社长骆玉安介绍:“馆配主要是依托春季各地举办的馆配会,进行本版图书的宣传推广,上半年馆配业务已开花结果,订单正在发货中,据统计发货码洋比上年同期增长10%左右。依托‘高校教材在线销售与数字出版平台建设’项目,我社开发建设了专门网站,打造了集图书零售、宣传广告、教材征订、协同编辑、教学交互、资源管理为一体的平台,为线上线下营销提供基础性支撑。”

对有同样高校业务的中国建筑工业出版社来说,馆配也是今年的重点发力方向。据了解,中国建筑工业出版社充分发挥驻地代表的作用,开展点对点服务,特别是为院校师生做好服务,开展市场监控工作,进一步遏制盗版侵权行为,净化市场。据中国建筑工业出版社营销中心主任尹碧洋介绍,今年上半年出版社发货和回款都有较大幅度的增长。同时,该社开展线上精准营销,利用微信、微店、微课程粉丝群定向营销;定位线下书店,增加原有客户粘性,服务好周边行业单位。

如何策划低成本、高收益的营销活动?

中国出版传媒商报记者 王霖

抓实校园阅读工程 拓宽服务教育市场

湖南省新华书店有限责任公司

2019年下半年,湖南新华有两大工作重点。

一是抓实校园阅读工程。湖南新华旗下书店将以深入推进全民阅读,建设书香校园为切入点,围绕教育服务市场,从市场控制、产品组织、渠道拓展、服务升级等方面发力,全力扩大学科学习类教育图书、精读类阅读图书和主题类活动图书的市场份额,确保校园阅读工程在湖南全省落地见效,构建学生用书市场化发行新模式。

二是抓细平台战略落实。下半年,湖南新华旗下书店线下将继续推进以校园书店为主体的实体书店建设,持续擦亮新华书店品牌形象;线上尽快实现阅读教育平台在全省各县市分公司上线运行,实现学生用书线上征订、收款,为学生用书市场化发行提供支持和保障。

上半年回望

湖南新华坚持以社会效益促经济效益,围绕重点时政类图书发行、大宗业务拓展、全民阅读推广、营销活动开展等重点开展工作,大宗业务上半年销售同比增长10%。一是大中专教材发行以客户需求为导向,打造个性化招投标方案,在巩固原有业务规模且降低中标折扣、提高项目收益的同时,拓展了湖南女子学院、湖南水利水电职业技术学院等高校业务,大中专教材销售同比增长20%。同时,继续加大省外市场开拓力度,省外发行“翰墨飘香”21万册,实现销售近400万元。二是在湖南全省开展营销活动1214场,包括“快乐寒假 新华有礼”寒假主题营销活动、“书香湖南悦读有礼”等。三是多元业态拓展上,在研学方面,与湖南30余家基地建立了合作协议;成功搭建全省课程体系架构,根据不同主题打造了17个省级精品课程,组织策划了近百个县级主题课程。四是在线下网点建设上,分批启动中心门店改造升级工作,同时全面推广智慧书店进机关、进社区、进医院,致力于打造功能齐全的实体书店与快捷便利的智慧书店互补充,综合型网点与特色型网点相结合的线下网点体系。

提质增效 加快门店项目建设

青海省新华发行(集团)有限公司

2019年下半年,青海新华将继续全面提升经营管理水平,提高整体发展质量和效益,全力推进各项工作。

一是努力完成经营目标。认真做好秋季教材教辅发行工作;积极应对门店改造等对图书销售造成的影响,加大市场营销力度,力保一般图书销售稳定;完成“农(牧)家书屋”“寺庙书屋”配送任务;做好主题出版物发行工作;持续开展全民阅读流动图书销售活动;配合主管部门做好出版物发行市场监管;加强安全生产工作。

二是加快推进项目建设。完成西宁大十字新华书店主体加固改造、项目招标、卖场过渡搬迁、入场施工等工作;“少数民族新闻出版东风工程二期县級新华书店改扩建项目”共和、民和、化隆项目主体完工;完成小桥、乐都、大通、德令哈、玛沁、河南等新华书店转型升级,并投入运营。加强项目全程跟踪监督,确保工程进度和工程质量,争创优质工程。

上半年回望

2019年上半年,青海新华营业总收入完成年度目标的53.33%。一是保质保量完成2019年春季教材发行任务,连续41年实现“课到书,人手一册”。二是全面做好党的创新理论著作、重要文件文献、重点主题出版物及一般图书发行销售工作。同时,完成2018年“农(牧)家书屋”“寺庙书屋”图书配送工作。三是开展流动图书销售活动和送图书进军营、进学校、进寺院、进社区等活动。四是车辆租赁服务公司正式运营,租赁业务逐步推开。五是组织召开了青海全省经理工作会议、教材教辅征订工作会议。六是持续项目推行,例如西宁大十字新华书店加固改造升级项目进入图纸审查、工程造价环节;“东风工程”二期民和、共和、化隆新建项目开工;全省新华书店门头形象统一设计、制作全面铺开;“全国藏文图书批销中心及青海省新华发行集团仓储配送中心建设项目”质量整改顺利推进;书店连锁经营中企ERP系统全面落地。七是在制度建设上,修订党委会、董事会、监事会及董事长办公会议事规则和“三重一大”决策制度,人力资源管理、财务资产管理等规章制度陆续完成初稿。八是强化管理上,工资收入分级分类岗位绩效分配管理制度试行;引进物流配送市场竞争机制,优选6家物流企业签约,成本得到有效控制。