

2020年秋季南京馆藏图书订货会再破亿元

中国出版传媒商报讯 在疫情防控全面落实的前提下,2020年秋季南京馆藏图书展销会销售再次过亿元,其中现货销售突破4520万码洋、数据采集销售5776万码洋。江苏凤凰新华书店集团有限公司作为承办方,结合实际、转变思路、研究对策,一如既往的延续“以人为本、专业平台、细节服务”的理念,为广大馆藏客户提供了现货选选、样本采集、线上报订和数据加工等一站式全方位馆配服务,特色鲜明,亮点频现。

为做好此次馆配会,凤凰新华提前对与会客户进行了细致的日程统筹和分流处理,各分公司积极响应配合落实安排。同时,在现场客户高效采配完成后,凤凰新华物流后场在本次展会中采用全新的打包封装流程,极大提高了配送服务效率,基本实现了“客户一到家,图书也一并交付”的服务标准,在后疫情时代,满足

(上接第1版)

线上线下深度融合打造云上书展新品牌

在书香浙江馆的“唐诗之路”上,放眼望去,可谓白墙黛瓦、翠竹古桥、青山绿水,多元化呈现了浙江各地书店的风貌,让广大读者“足不出展”就享受到“在书展里逛书店”的乐趣;浙版馆以“书”为窗,其空间设计融入了具有江南古风的窗棂造型;在中版集团馆,商务印书馆、人民文学出版社、生活·读书·新知三联书店等各社中版好书齐聚一堂;走进文创生活馆,宁波新华书店集团“微生物”展区映入眼帘,设有文创展销,互动体验感一流;数字文创体验区则主打智能听书设备,非常适合家长带着孩子“走一走,看一看”。

本届书展还推出了网络直播、云逛书展、云游出版社、云馆配等形态多样、受众广泛的线上服务,构建了“云上书展”新品牌,实现了“3天的浙江书展向365天的书香浙江”理念的延伸,打造了永不落幕的书展。

直播间+数智屏实现线上线下融合

这是一次线上与线下深度融合的书展:通过直播间、数智大屏等技术手段,打造“云上书展”新品牌;古籍馆的古籍装订、文创生活馆的手作体验等互动项目,让来到现场的读者获得更多参与感。

积极打造云上书展,强调线上线下数字融合。为让更多人有机会“云”逛展,本届书展主会场专门设置了4个直播间,推出“看浙里”移动书展项目,开启全程直播模式,从2020秋浙江省“云馆配”图书展示会,到名家活动现场直播、作家联合知名主播直播带货,再到编辑助力主播说书,全面呈现书展盛况。此外,“天猫双11”图书会场还增加了“第六届浙江书展云展区”,让读者多渠道、零距离参与书展。

为延伸阅读体验,本届书展新增数字出版馆,整合博库数字出版传媒、网易蜗牛读书、杭州平治、咪咕数字、天翼阅读、华云文化、白马湖学研究院、中国网络作家村、华数探索和皓哥读书10家数字出版及阅读服务提供商,向读者提供数字阅读体验。

值得一提的是,浙江出版集团为书展带来3个数智大屏,即博库屏、馆配屏、中金屏,提供图书消费实时数据,读者可以直观看到每本好书从出版社到读者的全流程。在博库屏,读者在博库下的每一笔订单都会在10秒内刷新屏幕上的云数据图;馆配屏则对应“云馆配平台”,今年全国1000多家图书馆采购的新书都来自该平台,甚至有相当数量的高校图书馆新书采购实现由师生亲自选购的深度交互;

『甬·书循环』将书香从浙江送往新疆

中国出版传媒商报讯 11月6日,“甬·书循环‘我为新疆送本书’”活动在宁波举行。在捐赠仪式上,中共宁波市委宣传部副部长任学军、宁波日报报业集团党委书记、社长李浙闽向受赠单位代表授牌、赠书。

在2019年的第5届浙江书展上,“甬·书循环”项目正式启动。项目秉承“循环、绿色、公益、共享”的理念,旨在打造集图书漂流、书籍捐赠、二手书流通等活动功能的循环阅读新平台,让常用的旧书本能够被循环使用,营造节约环保的社会用书氛围。经过1年的运作,“甬·书循环”的公益半径不断扩大,这份爱心传递还到了几千里外的新疆。新疆阿克苏地区库车市第一中学现有学生3300名,而图书馆藏书目前仅1万册,缺口达11万册。学生们十分渴望书籍,期盼通过文字了解外面的精彩世界。

在了解到这一情况后,今年10月,宁波启动了“我为新疆送本书”专项活动。短短半个月的时间,社会各界捐赠的5万多册图书。经过精心挑选,“甬·书循环”项目组决定将其中的1.85万册图书捐赠给库车市第一中学。

据宁波援疆干部、库车市教科局副局长陈冬冬透露,库车市教科局前期已对市内各学校图书缺口情况进行了摸底。“近日,由宁波市团市委学军部募捐的20吨书籍已先行抵达库车市,市教科局指派专人管理,安排了图书堆场,并调集人手进行统计。”陈冬冬表示,待“甬·书循环‘我为新疆送本书’”活动募集的这批书进疆,援疆指挥部和库车市教科局将根据当地学校缺口地实际情况进行图书发放,制作的“天一图书馆x号馆”牌匾也将同步发放至学校。

(尹天)



中金屏实时采集全国5000多家实体书店和3000多家网络店铺的销售数据,在这一平台上,读者可以一览全国实时的图书消费风向趋势,进行精准采购,了解全国阅读风尚。

增强现场互动体验,精密智控保障安全参展。为了让读者得到更便捷、安全的体验,本届书展以精密智控提升读者观展的安全感和舒适度。在展馆设计中,强调保障现场通道宽敞和空气流通,为读者提供更佳的参展体验;入场票证实名预约,做到可追溯、可查询;结合场馆面积合理设置读者入场人次,做好观众信息动态监测,调控现场参观人流。此外,现场还有工作人员举牌提醒读者带好口罩,尽显书展细致服务。

来到现场的观众可以得到线上无法给予的互动体验。如文创生活馆以宁波新华书店集团“微生物”线上购物平台为主体,十分注重互动体验,设立了文创展销和手作体验区,展示了生活美学、原创设计、文创手作、非遗展示以及精品文具、益智玩具等不同类型的文创产品。古籍馆则结合天一阁优势,展示中国古籍文化,设置读者互动区域,借助科技手段,让读者零距离接触天一阁珍稀藏品;馆里的打印机连接着数字触屏,方便读者现场打印。相关负责人介绍,现场还提供了信封,方便读者打印国画后保存带回家。

11地市200会场同步吸引读者回流

本届书展不仅展示了300余家出版社的近3万种图书,更有何建明、阎崇年、李文儒、阿来、艾伟等名人名家来到现场,与读者见面、互动。在书展各分会场,优质图书、名人大咖、精彩活动等吸引读者重新走进实体空间,开启阅读之旅。

主分会场同步,展场内外联合,切实惠及读者。本届书展以宁波国际会展中心为主会场,同



《习近平扶贫故事》走进宁波 读书分享会多地举行

中国出版传媒商报讯 11月6日,宁波鼓楼商圈党委和浙江省宁波市慈溪市古塘街道党工委分别在枫林晚书店、鼓楼店和古塘街道举行《习近平扶贫故事》读书分享会主题活动。

《习近平扶贫故事》由人民日报海外版编著、商务印书馆出版。该书由67篇扶贫故事组成,以时间顺序系统讲述了习近平总书记在陕西梁家河、河北正定、福建、浙江、上海,直到担任总书记,都始终把人民放在心中最高位置,关心困难群众生产生活,带领困难群众脱贫攻坚的感人故事,生动记录了习近平总书记高度重视扶贫开发、驰而不息推进脱贫攻坚的精彩瞬间。

党员活动期间,商务印书馆编辑、青年理论学习小组联络员逢世龙介绍了该书信息。他提到,该书展现了习近平总书记的思想力量、人格力量、语言力量,使人真切感受到习近平总书记“小康路上一个都

中国出版传媒商报讯 11月7日,中国民主法制出版社、华文出版社在宁波举行了《故宫疑案》《故宫六百年》读者见面会。中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司总经理李岩,宁波日报报业集团党委书记、社长李浙闽,中国民主法制出版社党委书记、社长兼总编辑刘海涛,华文出版社社长宋志军、宁波新华书店集团有限公司总经理余慧等出席活动。

《故宫疑案》《故宫六百年》的作者、明清史专家阎崇年来到现场开讲并签售。活动中,阎崇年不仅分享了自己和故宫的渊源及新书内容,更现场为宁波市民当起故宫导游,足足讲了10多分钟。很多现场观众表示,冲着阎崇年的这番精彩讲解,也要找机

会去故宫看看。

《故宫疑案》由中国民主法制出版社出版,作者在书中以一手史料为依据,精选200余幅图片,条分缕析、翔实考证,从中探寻历史的蛛丝马迹,发掘背后的事实真相。该书精选28桩故宫重要疑案,以时间为纬、以人事为经,强力透视后金到清296年间的风云变幻。

《故宫六百年》由华文出版社出版,共100讲,分6个章节,精选200余幅图片,以时间为线索,将明清600多年历史从头细细讲来,分别讲述明代故宫、清代故宫、民国故宫和新中国故宫4个时期的历史,从明永乐18年(1420年)~2020年,再现了故宫600年的风雨历程。

据悉,本届展会7个展日共接待客户780家、3000人次客户,参展供应商超过700家。参加现货展销的供应商中,销售超过50万元的共有21家。其中主宾单位中信出版集团股份有限公司销售达196万元。(文 枫)

一家之言

近年来,线上购书平台崛起对实体书店的冲击日益强势,凭借较低的成本和快捷的物流,大量消费者成为线上购书平台的忠实拥趸,网购成为他们最常用的购书习惯,业界常用“寒冬”来形容实体书店面临的困境。在此背景下,实体书店积极转型,通过尝试引入咖啡、文创等多元产品和项目,打造城市文化平台等方法进行自救。

但转型也遭遇着困境,暴露出了一些问题,如近年来频繁出现在公众视线中,以精致装修、高雅环境为主打的特色实体书店。我认为,这类书店有足够的 ability 吸引读者进店打卡,却无法把读者留下,并带来效益的提升,也无法把真正的好书送到读者手中。可以预见,“重‘颜值’,轻‘图书’”的发展模式,必定将成为实体书店自救路上一场舍本逐末的尝试。

能盘活实体书店,并重新带来生命力的,始终是书。以近年来持续火爆的杨红樱系列图书为例,杨红樱作品几乎实现了低幼阶段,小学低、中、高年级年龄层全覆盖——有适宜幼儿读的启蒙图画书《熊猫日记》,有为小学低年级孩子书写的人格教养读物“杨红樱童话”系列,也有为中高年级孩子开拓想象力、培养阅读兴趣而准备的“笑猫日记”系列、“淘气包马小跳”系列等。这些图书不仅为书店带来人气,也带动着销售的增长。

为读者提供“所见即所得”的购书体验感。读者愿意走进实体书店的主要原因是实体书店能为读者带来“所见即所得”的体验感:读者可以直观、全面的通过封面、色彩、开本以及纸张的触觉等细节来认识一本书。在与线上购书平台的竞争中,“颜值”和附加服务只是加分项,图书的品质和文化价值是实体书店的竞争核心。

“笑猫日记”系列在线上购书平台销售时,有着较低的折扣,吸引了不少对价格敏感的读者的关注,但该系列图书在实体书店的销售依然火爆。分析其原因,一方面,该系列图书采用轻型护眼纸张,方便少年儿童携带、阅读;另一方面,封面色彩选用柔和且不失鲜艳的水果色泽,环保油墨印刷,在实体店的书架上格外吸睛。此外,日记体裁的排版,简短、轻快,从形式上带来宜人的节奏感,可以在翻开图书的第一时间吸引住小读者。

2020天府书展期间,杨红樱携代表作“笑猫日记”系列及其他经典作品与小读者见面,并在书展各分会场门店开展了签售活动。短短数日,作品销量超6000册,如在四川遂宁的签售活动中,签售时长超6小时,为实体书店带来了千余名读者,直接提升了门店销售额。

打造聚沙成塔的文化交流场所。“高颜值的网红打卡点”不应该是书店的唯一追求目标,书店可以将这些标签用作宣传,但不宜将其视为安身立命的本钱。能为实体书店重新注入生命力的,始终是那些经得起时间和市场双重考验的好书。

图书的价值观以及其文化内涵,先天具有凝聚力。如“笑猫日记”系列以中国传统美德为核心,鼓励少年儿童探索、思考、交流,为孩子们输送积极向上的家庭观、永不言弃的学习观、立志当高远的求职观。它凝聚的也是友善、守序和勤于思考的读者。透过该书,书店可以吸引、聚集与其价值观相近的读者,并逐渐形成特定群体。如在2020天府书展期间,参与杨红樱签售活动的小读者常常需要提前2个小时入场排队。虽然等待时间较长,但小读者们有条不紊、秩序井然。他们或捧书阅读,沉浸在书香世界,或彼此交流,分享阅读体验。这对1~4年级的小学生来说难能可贵。

实体书店是读者群体中无可取代的交流场所,读者在这里寻求志同道合的朋友,感受良好的阅读氛围。以阅读带动阅读,以交流带动思考,这一点是实体书店得天独厚的优势。

以更宽广的选书视野为读者带来惊喜。大数据对线上购书平台来说既是优点也是缺点。网站根据读者过去的购书记录、浏览记录进行数据分析后,在有限的页面依据大数据分析、筛选后的逻辑向读者推送新书信息。这使得读者进行采购时,能看到的新书始终有局限。但实体书店拥有空间优势,不仅能让读者尽可能多的看到图书,还可以通过合理的书架设计,实现书与人的相遇,为读者带来惊喜。

如2020天府书展期间,在新华文轩各分会场门店,寻“笑猫日记”系列而来的小读者往往能偶遇杨红樱更多意想不到的作品。如“淘气包马小跳系列”“马小跳发现之旅”系列,以及针对小学高年级读者创作的“成长小说”系列等,小读者们不时发出“原来还有这本书!”的感叹,就是对这种惊喜偶遇的最佳注脚。在安徽淮北·蚌埠·蒙城等地新华书店举行的小读者见面会中,杨红樱出版的系列作品销量超4000册,书店店员感慨:“杨老师的作品重新燃起了我们的信心。”

诚然,在与线上购书平台的读者“争夺赛”中,实体书店有短板,但其有着自身无可取代的优势。通过发挥优势,弱化成本和价格带来的局限性,并始终将发力点集中在“好书”上,是为实体书店重新注入生命力的良策。

盘活书店的根本始终在于书
杨红樱系列作品为实体书店注入新生命力
■任明涛