

受访书店名单(按首字母音序排序)

新华书店:安徽新华书店三孝口店、北京中关村图书大厦、重庆书城、广州新华书店集团传媒连锁有限公司、甘肃省新华书店、桂林市新华书店有限公司、贵州书城、贵阳市大营路书城、石家庄市新华书店图书大厦、河北唐山书城、河南省三门峡市新华书店、河南省新华书店发行集团中原图书大厦回声馆、河南省洛阳市新华书店购书中心、湖北省新华书店(集团)有限公司仙桃市分公司、湖北随州书城、湖北省新华书店(集团)有限公司十堰市分公司人民路连锁店、湖北鄂州书城、湖北外文书店、湖北

荆门书城、湖南图书城、江苏南通凤凰书城、江西新华发行集团有限公司九江市分公司、宁波新华书店集团、山东临沂书城、山东新华书店集团有限公司济南分公司、陕西新华出版传媒集团汉中市新华书店有限责任公司、山西太原书城、文轩BOOKS九方店、乌鲁木齐新华书店发行有限责任公司购书中心、云南新华书店图书有限公司、杭州庆春路购书中心

民营书店:钟书阁北京融科店、北京老佛爷百货店、四川成都店、都江堰店

(上接第2版)

(上接第1版)

广西师大社出版集团
实力彰显出版主业特色



在经过“编辑推荐”“专家投票评审”2个环节后,广西师范大学出版社集团精心推出2020年度十大好书候选书目(35种),并最终结合1000余名读者历时1周投票,于2021年2月上旬评选发布包括《食物探险者:跑遍全球的植物学家如何改变美国人的饮食》等在内的“2020年度十大好书”。有同时收获销量和口碑的畅销作品。《食物探险者》出版以来,以其极强的可读性、丰富的历史文化知识、精美的装帧设计打动了读者和媒体,入选“深圳书城选书”“诚品书店选书”“中国出版传媒商报年度影响力图书”等重要图书榜单。《一页情书》是“人民艺术家”王蒙近年来最新中短篇小说合集,每一篇小说都堪称情趣与哲理并存,体现了作者丰厚的人生阅历和情感。

有兼具史料意义和研究价值的大部头读物。《入木:黄永玉版画艺术》收入黄永玉创作于20世纪不同时期的400余幅版画作品,不仅是其版画成就的全方位展示,还将丰富更多读者对中国现代版画史的认识。《贾江溶藏稀见清代科举史料汇编》共计收入贾江溶“木铎堂”珍藏清代科举史料440余种,将私人珍藏转化为学术公器,在学者中引起较多关注和积极反响。《日本所藏清人诗歌总集善本丛刊》(第二辑)(全24册)为国家社科基金重大项目“全清诗歌总集文献整理与研究”及广西特聘专家团队课题“清诗总集文献整理与研究”阶段性成果,共收日本内阁文库、京都大学文学研究科图书馆、大阪大学图书馆所藏清人诗歌总集12种,均为孤本或稀见之本。

有反映2020年“宋朝热”趋势的历史类图书。《宋仁宗:共治时代》是“吴钩说宋”系列的第4部作品,也是该系列传记方向的开篇之作,该书聚焦于宋朝第4位君主宋仁宗的前朝和后宫生活,探讨了中国历史上“与士大夫共治天下”的奇特局面,是一部口碑销量双赢的畅销图书。《大宋之变:1063~1086》用一个个故事串联起大宋激流涌动的变局,以司马光的一生来复盘北宋英宗、神宗、哲宗三朝政治的演变,揭示大宋之变的历史真相和帝国兴衰的深层根源。

也有依然受到广大读者喜爱的国外作家人文读物。《人的疆域》是卡内蒂小说、政论、回忆录和戏剧作品的重要补充,包含了大量关于文学作品与作家的评论,以及作者对衰老和死亡的沉思。《生命是赌注:马雅可夫斯基的革命与爱情》立足于解密档案,同时与马雅可夫斯基许多友人进行过独家访谈,阐述了爱情与革命在马雅可夫斯基一生中的复杂角色,进而呈现了20世纪20年代苏联知识分子的群像。《陀思妥耶夫斯基:非凡的年代,1865~1871》是约瑟夫·弗兰克所著受到广泛赞誉的五卷本陀思妥耶夫斯基传记的第四卷,涵盖了这位小说家整个创作生涯中最多产的6年时间。(郎远)

公示

根据国家新闻出版署《关于开展2020年度新闻记者证核验工作的通知》(国新出发函[2021]1号)精神以及《新闻记者证管理办法》有关规定,我单位对持有新闻记者证的人员资格进行了严格核验,现将通过核验的人员名单进行公示。

拟领取新闻记者证名单:陈麟、郝溢男、江玉婷、焦翊、金霞、李星零、刘海颖、马雪芬、孟叶、穆宏志、倪成、渠竟帆、任志茜、孙珏、孙月沐、田红媛、王霖、王茜、王少波、王双双、温琬滢、伍旭升、张聪聪、郑杨、邹昱勤。

如有异议,请于本公示发布之日起5日内拨打国家新闻出版署举报电话:010-83138953。

《中国出版传媒商报》社有限公司
2021年2月22日

“就地过年”客流回升实体回暖

传统热销大类有新变,备货重点区域特色需求。透过各门店今年春节图书销量排名,少儿类、文学类和教辅类最为火爆,依旧是销售重点,其中中国文学、外国文学、儿童文学、低幼读物、哲学、艺术、历史等细分销售占比比较大。与2020年全年相比,部分门店有升有降的趋势值得关注:教辅类中同步讲解类下降、同步作业类上升;文学类中青春文学有较大增幅,名著类略有下降;儿童文学类中课标阅读类下降,名家类下降。据湖北新华书店集团分公司副经理付华章分析,出现这种情况一是因疫情影响了消费习惯,家长已经习惯于网上购买讲解课程;二是校外补习班盛行,同步讲解类图书销售下降。值得关注的是,京东图书2021春节热销榜显示,情感类小说、穿越架空小说,以及减肥瘦身书、养生食疗书、五官保健书成交额同比增长均超过200%,说明休闲和养生是不少读者春节期间选择的生活方式——这与部分实体书店的图书销售情况大致趋同。

从动销单品来看,商务印书馆《新华字典(第12版)》、人民文学出版社《骆驼祥子(丁聪插图本)》、译林出版社《经典译林:傅雷家书》、重庆出版社《三体(典藏版)》、北京十月文艺出版社《活着》、江苏文艺出版社《半小时漫画中国史》、四川少年儿童出版社《米小圈脑筋急转弯机灵小神童》、明天出版社《笑猫日记:戴口罩的猫》、江苏少年儿童出版社《青铜葵花》、民法典相关图书等在各地地区均是销量“明星”。

同时,各地备货更加注重因地制宜,聚焦区域读者特色需求。北京中关村图书大厦营销策划部主任李薇介绍,该店地处海淀教育高地、科技高地、创新高地,客群以周边高知群体、学生群体为主,科技类是日常备货重点,销售热度也始终居于高位。河南新华中原图书大厦回声馆敏锐把握年轻读者口味,重点营销历史漫画类图书,回声馆店长周玉洁介绍,“如果历史是一群喵”系列以华夏历史为主线,依据二十四史等文献资料编绘,12只猫咪形象演绎的搞笑二次元风格历史漫画,受到众多年轻读者的喜爱。

陕西新华出版传媒集团汉中市新华书店有限责任公司党委书记、总经理王利刚分析了汉中书城今年春节期间销售榜单TOP10:除教辅类占据4席最热外,文艺类也以4席呈现出持续提升的热度;少儿类在TOP10中仅占1席,但在TOP100中扎堆上榜,尤以名著居多,近几年有渐超人类之势。“寒暑假期间是中小学生在集中进行课外阅读的最佳时间,越来越多的家长认可经典名著类推荐书目,我们也更加重视这类图书的备货和营销”。

在有崇书尚读传统的宁波,教辅类图书始终是各门店的销售重点,据宁波新华书店集团办公室副主任任水杉介绍,今年春节该店教辅类图书销售平均增长33%,《中学教材全解》《5·3天天练》《小学教材全解》《实验班提优训练》《黄冈小状元》等系列图书比较受甬城学生的欢迎。

“到家+到店”构建本地生活圈

从过去线下主导,到线上电商爆发,再到“到家”与“到店”共同构成本地生活圈,渠道正不断拉近与消费者的距离,适应消费者需求的多元变化。这一趋势,正是今年书店春节营销增长背后的主因之一。

针对就地过年,增加体验式活动。为迎接春节销售旺季,特别是针对就地过年人群,实体书店策划了满减促销、到店体验、视频直播等活动,如湖北外文书店的“翻动书本里的小秘密”活动,文轩BOOKS的猜灯谜送饮品、画汤圆免费品尝熊猫汤圆活动,安徽合肥新华书店三孝口店、甘肃省新华书店旗下门店、中原图书大厦回声馆等推出的新春剪纸、名家写对联送福字等,多维满足读者需求。

一线实战

大众书局“迈小步不停步”深耕门店体验

金立(江苏大众书局图书文化有限公司副总经理)

作为一家始终关注自身定位的书店,大众书局并非以独立书店为发展目标,而是着力成为“大众化的精品书店”。以稳步发展为经营策略,大众书局“迈小步不停步”,谨慎投资。目前,大众书局未有能力每年开开设10~20家新店,也未有2000平方米以上大店开业计划,着力成为中型连锁而不完全复制的书店品牌。

建立颜值投入标准,严格图书选品。当下,“拥有一定颜值”既是实体书店的发展趋势,也是必然选择。目前,大众书局所有门店都是通过租赁获取物业,租赁期一般6~10年,也就是所有的前期投入必须在租赁期限,甚至更短时间内折旧完毕。大众书局在门店颜值投入上有严格标准,既专注打造一家漂亮、有格调、舒适、有一定当地文化元素的书店,还关注消费者对消费环境的满意度研究,提供更好的产品与服务。

在图书选品上,大众书局的要求极为严格,更不允许供应商主配模式。采购部门每周召开选书会议,并设立图书情报分析岗位。大众书局的主力品类是文学、社科、儿童、教育和生活,再根据每家门店的区域特征补充其他类别。在图书选品上,大众书局要有对读者表达最大诚意的方式,博采百家之长,认真挑选优秀的、值得读者长期阅读和收藏的图书。

聚焦员工技能提升,优化服务带动效益增长。大众书局鼓励员工加强自身的阅读修养,如每天熟悉几本书、多看几本书的前言后记、多记几本书的阅读推荐语等,在工作中,要与读者交朋友,凭借专业知识与他们有话可谈。同时,为一线员

工在湖北新华书店集团副经理付华章看来,体验营销活动持续开展,为书店粘住了更多忠诚度高的读者。这一观点与文轩BOOKS九方店经理余攀不谋而合,“2021年春节销售超2019年同期,源自3年来文轩BOOKS品牌的沉淀,增加了各种体验业态,加上春节期间营销活动的氛围营造,让更多读者愿意到店体验。甘肃省新华书店相关负责人表示,2020年8月,甘肃省88家连锁门店图书品种进行调整,常备畅销图书库存安排专人定时跟踪、定期更新,销售提升明显,2021年1月尤其凸显,满足了到店人群的消费需求。

为更好地服务读者,在春节期间,包括河南省三门峡市新华书店、北京中关村图书大厦在内的多家书店延长营业时间。北京发行集团2月11日至2月17日期间推出“书香‘悦’京城 新春不打烊”春节系列主题文化读书活动,旗下北京图书大厦、王府井书店、中关村图书大厦等9家特色书店春节7天24小时营业,其余33家新华书店均延长营业时间至23点。

文化消费券、红包让消费者获得实惠。上海新华传媒发放价值百万的“原年人书香大红包”,春节七天全市新华书店、上海书城通用。春节期间,济南市文旅局向市民发放“春节文旅惠民消费券”,济南分公司争取到50万元的消费券核销额度,带动图书销售133万元。宁波新华书店集团各门店共销售图书12.4万册,销售码洋423万元,16175人次使用了文化红包。

发力多元销售,拉动文化消费。多家书店表示,春节假期销售的增长离不开书店多元化经营、融合发展。

山东新华济南分公司以多元为切入点,在山东书城和泉城路店策划开展了“礼遇2021——年货里的年味儿”年货趴活动。山东新华书店集团有限公司济南分公司营销部袁雪说,浓郁的节日氛围+年货爆品+会员回馈价,增加了活动吸引力,成功为书店引流。据统计,为期20多天的年货趴销售近30万元,有效带动了多元销售。

重装开业后的汉中书城突出两汉三国文化与汉中地域文化特色,凭借多品种、多类型的产品,优雅舒适的购物环境,高效优质的服务,实现了春节销售的提升。中原图书大厦回声馆备货足礼盒全、多元体验乐趣多,“金牛献瑞、礼盒专区”图书主题展台有效帮助顾客选品,成功拉动了消费。

湖北随州书城在门店内设立新年礼物专区,满额优惠活动让利于消费者,也带动了图书和其他非书品的销售。

线上云逛书店,线下联动宣推。经过了一年的磨练,春节期间实体书店的线上营销更有品质,读者足不出户也能感受到书香的温暖陪伴。据河北石家庄市新华书店图书大厦副经理邱亚介绍,书店参与了新华优选网上商城春节“云聚新春”活动,吸引了很多市民的关注。山东新华济南分公司加大视频营销力度,7天假期通过抖音、视频号共计发布43条视频,内容包括书店活动、春节场景、读书荐书等,其中《生活帮+1+1》对济南分公司的专访视频点击量达1.4万人次;组织10场线上直播活动,点击量7千人次。

围绕社群营销,湖北外文书店开展了“寒假读一本好书”和60天朗读者计划——社群互动有礼活动,读者可通过转发指定微信宣传推文、社群内朗读打卡等方式参与。湖北仙桃新华书店的“新春六天乐”社群互动,针对不同社群主打不同活动,如“寻味玩食——给你的生活来点甜”活动,在烘焙爱好群内每日分享并帮助烘焙爱好者们制作甜点;在专为小朋友讲绘本、做手工的“慧悦读·读书会”社群,开启线上互动游戏。湖北鄂州书城连锁门店在线上社群开展的慧悦读故事会、简笔画和手工跟学互动、有奖朗读打卡等线上活动,部分参加读者坚持打卡达20余天。付华章认为,此类活动的举办,为门店在新的一年里开展线下活动奠定了基础,培养了忠实粉丝。

一年之计在于春。经历了从2020到2021的艰难反转,书店人正摩拳擦掌迎接新的一年。

春节营销思考

实体书店营销如何升级?合作思维与精准发力成为书店近年来重点发力的两大领域。在2021年春节营销中,各家实体书店多点创新发展,通过异业合作有效降低书单成本的同时,引流效果也为书店带来了客流量和影响力的增长;通过对会员群体的精准发力,进一步巩固了固有客群的同时;通过开展多种纳新政策,新会员的加入为书店注入了新的活力。

合作思维+精准发力实现实体书店营销升级

业内外合作构建书店发展新生态。在重要节日期间,与上游出版机构合作开展联合促销等,成为实体书店的不二选择。春节期间,河北石家庄图书大厦联合磨铁、北京教育出版社、海豚传媒等推出春节特惠图书及礼盒,并在卖场内设立专台展销。贵州贵阳大营路书城联合天地出版社、四川文艺出版社、上海文艺出版社等举办图书促销活动。临沂书城开展了“冬温故·阅迎新——名社好书7.5折特惠”活动。桂林新华书店在店内进行丰富多彩的折扣和买赠的促销方式,通过突出专台陈列对读者图书消费进行引导。河南三门峡市新华书店与后浪出版公司开启“豫”你一起读书7折活动;与北教小雨图书开展图书买一赠一活动。

近年来,越来越多书店将目光投向业外,与政府、企事业单位合作,开展联合营销,既降低了成本也扩大了影响力。洛阳市新华书店购书中心负责人刘青青介绍,春节期间,洛阳市新华书店购书中心配合洛阳市委宣传部做好“古都新生活,云端阅读月”活动,通过当地著名主持人、网络大V开展线上荐书,针对推荐图书,购书中心还设立了线上专区、线下专柜,积极宣传营销。河南省三门峡市新华书店副总经理郭辉辉表示,三门峡市新华书店与三门峡市湖滨区文旅局联合在河南百姓文化云平台开展“悦读春天”2021年线上新春读书会等7场直播,线上观看人数达到51.27万人。河北唐山书城与唐山市交通文艺广播电台大型公益直播“春暖凤凰城”活动;甘肃省新华书店与社区、学校联合开展新春音乐会,并联合电影院在书店免费播放贺岁大片。

春节期间,北京市政府推出了北京惠民文化消费电子券,在钟书阁北京融科店与老佛爷店,消费者领取“文惠券”在指定合作单位购买文化产品或服务时,最高可享受100元的满减优惠。钟书阁成都店和都江堰店与平安银行开展合作,读者通过微信绑定平安银行信用卡或借记卡在四川钟书阁所有门店(银泰店、都江堰店)单笔消费满1元即享8.8折优惠折扣。

满减、宠粉,会员营销为书店注入新活力。一直以来,会员一直是实体书店重要的发力点。他们既是书店店的常客,也是忠实粉丝,能够为书店带来长期稳定的收益。春节期间,围绕会员营销,书店可谓“八仙过海各显神通”,满减、宠粉,切实为会员们带来了诸多实惠。

围绕会员,湖北新华书店分公司开启了“会员专属——牛气好物秒不停”活动。湖北新华书店分公司副经理付华章介绍,在会员福利群,每晚开启一秒秒杀畅销图书活动。“秒杀成功的会员需到店自提商品,进而带动门店的销售。”

2月1日~2月28日,在湖北外文书店,湖北新华会员(新老会员均可)可购买第五期“九丘好书榜”专台活动图书,新年活动图书礼盒套装,并专享7.5折优惠;购买店内商品可得满88减18元、满188减48元、满288减88元优惠券。

春节期间,唐山书城开展了“会员满减”活动。太原书城积极推进会员借阅模式增加读者到店次数。钟书阁成都店和都江堰店,“会员专享您充值,钟书请您喝‘书痴咖啡’”活动,吸引了不少读者的关注,有效带动了店内销售的增长。此外,如临沂书城等,针对新入会的会员,还开展了“礼惠春节,购书有礼”活动。新注册会员可获得精美礼品一份,同时购书还可换购图书、日历、瓷器等。(焦翊)