

《西方现代思想讲义》揭示学习哲学的意义

中国出版传媒商报 近日,西西弗书店与得到图书在山西书店·北京雨泽天街店联合举办“《西方现代思想讲义》新书分享签售会”。该书作者华东师范大学教授、知名学者刘擎与现场百余名读者共同以“思考”为话题进行了对话。

思考无用的问题有什么意义?刘擎表示,思考从维持生活基本需要的角度来看是无用的,但它却是重要的,因为人的生活不是纯粹动物意义上的生活,不是维持生物性生存就行的简单逻辑。人与其他动物的区别是人不仅要生存,还要思考如何生存,这是人与生俱来的反思意识和能力,也是一个人内在的精神结构。

在《西方现代思想讲义》一书中,刘擎重点强调了现代性和现代人两个概念。如何理解?刘擎表示,现代性是指现代生活的一种制度性和观念性的条件,它是一种处境。而现代人是生活在这个处境中的人。具体来说,所谓现代性的处境是指:一是高度理性化,理性化带来的后果使传统、神秘、不能被理性所把握的存在被忽视或被边缘化,理性成为了主导。二是现代性的理性化是不全面的理性化。在传统生活中,人们意义感的方向非常明确,而在现代,社会的发展带来了更多选择,但人们却很难找到方向。“现代人面临的问题是,有很多自由的选择,但在工作中找不到意义感,要从自己的精神世界里获得明确的人生方向、意义,就变成一个很重的个人负担。”

据悉,《西方现代思想讲义》一书由新星出版社出版,在书中,刘擎介绍了19位思想家,广泛而系统地讨论了工具理性的利弊、如何面对虚无主义、消费主义对人的异化、财富分配的公平正义和全球化等议题。(肖颖)

湖北新华鄂州分公司党史学习教育发行战队 打造党史学习教育园地 全员营销推广



战队成员:湖北省新华书店集团鄂州分公司党史学习教育发行战队成员共8位,分别为新华书店鄂州连锁店长曹俊清,鄂州书城副店长周晴,鄂州书城刘颖、徐雪晴、周晓雯、王加琪、方雯,倍阅鄂州职业大学书店店长孟硕。
战队特点:由鄂州连锁中心店、大学店抽调主要力量组合而成,能吃苦,敢拼搏,有创意,有耐心,扎实做好“你的红心,我们助你献给党”这一服务宗旨。

为做好主题图书发行工作,湖北新华鄂州分公司党史学习教育发行战队按照“一中心主控,四园地分众开花”的方向严格进行分工:曹俊清主抓团队工作计划制订、复盘,合理安排团队分工,与周晴共同策划实施全员营销激励方案,并协同市场部、系统业务部做好机关、校园活动需求的对接转化,实施补充征订。周晓雯、刘颖、徐雪晴、孟硕分别针对性负责党史学习教育机关党课、观影沙龙、青少年活动、大学活动的园地衔接与转化。王加琪负责活动信息搜集、活动流程反馈搜集,方雯配合各园地做好活动落实与记录,整体流程有分工,团队做好衔接,整体运营顺畅平稳,为主题图书发行打下了坚实基础。同时,鄂州分公司还配套出台了激励政策:落实每场党史学习教育给予150元活动单项奖励;连锁部门超额完成党史学习教育图书零售与活动销售任务,进行超额奖励。

打造党史学习教育园地,充分发挥激励机制效能最大化。鄂州分公司在鄂州书城、倍阅鄂州职大店等门店打造了4处党史学习教育园地,活动信息对接到店后在连锁工作群内进行群接龙,选品信息员进行活动时间登记制表,所涉店面店长或主管安排相应场次、环节的服务人员,责任到人,活动结束后,店长、主管组织复盘,选品信息员汇总信息,及时对党史学习教育图书、文具文创产品进行征补。

为将政策用好用足,鄂州分公司连锁部门根据服务环节拆分奖励,将其分解为信息员(提供活动信息的第一人)奖励、初期对接奖励、中期对接奖励、活动落实奖励4个部分,旨在促进全员联系转化活动,促进其他部门加强活动配合。同时,配套出台相应考核措施,完善现场问卷调查制度、一周内回访跟踪制度,安排专人跟踪调查服务满意度,将此作为奖励发放的考核依据,完善基层员工参与活动对接、活动服务的次数计入月度考核与年度评优的考核制度,用制度托底激发员工积极性。

截至目前,鄂州分公司已承接机关企事业单位党史学习教育活动35场,红色主题观影沙

龙、“童心向党”故事活动、青少年朗诵活动15场,各类活动通过微党课、红色观影、红色知识竞赛、红色图书推荐、红色故事宣讲、红色手工制作等形式,切实让读者沐浴在红色学习的氛围中,通过各项活动累计实现党史学习教育图书发行10万册,销售码洋300万。

全员营销、全流程筹备,全方位做好主题图书发行。为做好主题图书发行,鄂州分公司全流程配合、全员营销、全方位推进。

一是全员营销,多部门合作推广四史学习教育园地。鄂州分公司利用4处党史学习教育园地,由经理班子牵头部署,连锁门店负责场地布置、场地宣传与活动承接,市场部业务部与系统业务部分别在向机关企事业单位、教育系统进行征订的过程中发放宣传单页。宣传单页一目了然,活动单位通过单页直观了解园地基本情况、可容纳人数、可承接活动类型、可提供的活动流程服务。分公司全员营销,多部门合作推广学习园地,邀请地区宣传部领导启幕第一场在鄂州新华书店举办的党史学习教育活动,并由当地融媒体中心全程报道,迎来了党史学习教育的小高峰。

二是全流程筹备,流程责任分解到人,设置转化战术。将有活动意向的单位对接到店后,活动信息在连锁工作群内进行群接龙,并征集活动服务人员。对于没有及时认领的活动,由视频号管理人员统一对接活动需求,待活动服务人员确定后进行交接。所有环节明确责任划分,并要求服务人员填报《党史学习教育活动对接流程表》。

通过表格对活动初期对接、中期对接、活动确认及执行、活动复盘等环节进行控制,每个环节均设置收费转化环节,尽可能增加活动的经济效益转化。一场活动一张表,提交至连锁信息员处,并由信息员对活动预约、活动执行情况制表登记、总结。各环节流程的把控与战队突破、全员营销的实施,实现了新华书店鄂州连锁“活动来了接得住,接了活动办得好,活动办完回头找”的服务效果,实现了较好的销售业绩。

甘肃新华平凉市分公司主题出版物营销战队 成立领导小组 重点推进实现销售增长



战队成员:该战队成员共5人,甘肃新华平凉市分公司总经理刘屹,平凉市分公司副经理刘卓,平凉市分公司业务部主任丁玉龙,甘肃新华书店连锁公司业务员邱译乐、高洁。
战队特点:团队成员出生于不同年代,见证了图书出版行业的快速发展,积累了丰富的实体店管理运营经验,形成了科学的管理体系。团队勇于挑战,具有良好的合作意识、创新意识以及社会责任感。

甘肃新华平凉市分公司始终坚持有宽度、有深度、有温度的教育服务经营思想,坚持“为读者找书,为书找读者”的服务宗旨,通过举办不同主题的沙龙、讲座、论坛,为读者提供了一个公共的文化交流平台;积极拓展校园书店网点,加强县级门店、乡镇网点建设,将全民阅读渗透到每个角落,探索出一条独具平凉特色的“阅读+公益”模式。

明确目标,科学谋划,精心组织。3月16日,平凉市新华书店召开全市党史学习教育动员部署大会,对党史学习教育活动进行了动员部署。会议成立了以运营团队为中心的党史学习教育用书发行工作领导小组,把党史学习教育教材发行工作确立为当前工作的重中之重,统筹安排部署,针对城乡不同区域,组织两组骨干力量成立发行、宣传工作小分队,进机关、学校、社区、单位、部队上门征订,确保各级党组织、广大党员干部和群众党史学习教育活动用书及时到位。

平凉市分公司主题出版物营销团队中,既有身经百战、阅历丰富的老将,也有朝气蓬勃、年轻有为的后起之秀,专业化“正规军”与年轻化创新团队共同参与、合力并进。为做好党史学习教育主题出版物发行、宣传工作,营销团队主动上门服务,深入党政机关、企事业单位、部队、院校、社区和基层农村,积极联系对接、预约征订、送书上门、布置党史图书学习专柜等保障服务工作,以最优的服务满足广大党员干部和群众学习需求,发挥了新华书店的主渠道作用。

截至目前,平凉市分公司共发行《论党的宣传思想工作》5828册,销售目标完成率77%;《新时代宣传思想工作》5003册,

销售目标完成率219.4%;《论中国共产党历史》43490册,销售目标完成93.7%;《毛泽东邓小平江泽民胡锦涛关于中国共产党历史论述摘编》23930册,销售目标完成154.4%;《习近平新时代中国特色社会主义思想学习问答》46795册,销售目标完成75.5%;《中国共产党简史》32385册,销售目标完成115.7%,成绩在甘肃新华书店门店中名列前茅。

把握重点,创新驱动,统筹推进。以平凉市分公司主题出版物营销团队为中心,平凉市分公司第一时间备足货源,全力做好党史图书供应工作,第一时间统一上架发行,在醒目位置设立红色主题展台和党史学习教育系列书籍、政治类读物专区专柜集中展示。通过微信公众号、新书榜单、店内广播、电子屏、宣传展架等形式,进行全方位立体化重点推荐,创新打造了“缅怀革命历史 弘扬爱国精神”文明实践系列活动,通过“我和我的党支部”微视频、“学党史铸初心”微党课、“缅怀革命历史 弘扬爱国精神”流动图书、“品味红色经典 铸就文化自信”主题诗会、“我的读书故事”“红色家书诵读”“重温红色经典 学习百年党史”红色经典放映厅、“喜迎党的百年华诞 感悟伟大精神力量”主题出版物展示展销等活动,开展红色教育。

未来,平凉市新华书店营销团队将继续围绕创新经营、精细管理、连锁经营、多元发展的思路,以平凉市新华书店打造成为平凉的文化名片、读者的精神家园,文化产品展示中心、文化交流中心、学习教育中心为新阶段的奋斗目标,坚持传播科学真理、弘扬先进文化、凝聚奋进力量,服务人民群众,助力陇原大地书香社会建设。

「渠道百强团队巡展」(六) 主题出版物销售我们这样做

中国出版传媒商报专题报道组

河南新华顺河路店主题出版物销售战队 深挖读者消费潜力 多元推荐主题图书



战队成员:河南省新华书店发行集团有限公司顺河路店顺河路店战队共5人,队长为店长王倩茜,负责全店工作;组长李春霞,负责人员管理和社科文学类图书业务;组员为宋丽娟,负责非书相关业务;组员占厚娣,负责图书相关业务;组员王倩,负责少儿教辅类图书业务。该战队队员岗位上各尽其职,积极完成店内活动与销售任务,时刻体现新华人的新风貌。
战队特点:热情、创新、活力。该战队以多元化方式推广主题出版图书,深挖消费潜力,用自己的热情与活力把读者当家人,培养出一批批固定长期的消费客户,从而建立良好的客户关系。

河南省新华书店发行集团有限公司顺河路店采取多元经营模式,在保证做好以图书销售为主业、社会效益第一位的前提下,不断探索、与非书产品相结合,并创建了“书店融合”借阅服务项目,丰富多元化业态内容,满足读者多元化需求。该店不断钻研业务,大胆尝试创新营销举措,利用微信、微博、抖音等进行新媒体营销,并推进社群营销模式,把握周边单位资源,为读者线上提供新书推荐、好书分享、会员福利、VIP特色服务。目前,定期推出的主题文化体验活动、红色主题阅读沙龙等,让大家重拾纸质阅读乐趣,吸引其入店感受书香氛围,实现部门销售稳步复苏。

为了进一步增强团队凝聚力,顺河路店定期一方面开展员工互相分享优秀经验;另一方面向员工介绍主题出版图书相关的图书及周边非书品,共同探索和实现战队销售任务目标。为此顺河路店制定了相应的激励措施:销售排行靠前的,可获得“年度销售状元”称号,并设置了一等奖、二等奖、三等奖。意在鼓励队员积极参与到销售中去,多劳多得。

值得关注的是,今年是中国共产党成立100周年,结合这个契机,顺河路店制定了一系列营销方案和创新举措。

一是线下开展党史学习教育主题展销活动,做好全民阅读、全民教育、全民学习的服务责任。二是运用新媒体与河南广播电视台等开展线上线下联动宣传打卡。一方面增加新媒体APP的宣传推广渠道,做好社群营销服务,增加粉丝量。社群会员专享好书推荐、图书专属福利,每周活动预告,预订图书、借阅续时,提供参与读者的照片等,并丰富会员周末文化体验活动,提升粉丝粘性;另一方面参与河南广播电视台联动的“风华百年党史读书角”陈列展、微博推文、店内打卡活动。**三是加强推广2021年主题出版类图书,参与党史读物相关的书店陈列技能比赛,加强员工的服务意识,在实践中深入探索与学习,做到“打铁必须自身硬”的决心。**店内陈列主题出版类图书展销活动,对入店客户主动热情服务;店外联系各单位客户积极提供主题出版类图书书卡,让主题出版图书及时走入各单位、人民群众手中。**四是加强推广“书店融合”借阅服务项目。**全员推广图书借阅服务,服务好VIP借阅会员,对VIP借阅会员提供文化体验活动、4点半课堂等VIP服务增值内容。为书店的经济效益指标带来新的收益。**五是丰富文化体验活动,提升销售,增加粉丝粘性。**举办国画、书法体验类活动、丰富社群会员的兴趣点,延长在店体验时间,把握好参与活动的顾客入店机会,提供专属福利,促成店内二次销售。**六是加强员工培训,交流优秀经验,提升员工整体专业水平。**店内积极组织员工消防安全、业务知识培训,加强员工管理制度规范,对销售、业务能力相互交流经验,调动员工积极性;店外带领员工参加图书、非书产品订货会、参观各类网红、特色书店让员工对店内布局、陈列、选品上始终保持在前线。

顺河路店期望2021年主题出版类图书的销售同比2019年、2020年呈现增长状态,这也是整个团队奋斗的决心。

宁夏新华吴忠新华书店“逐梦远航战队” 详细计划有目标 渠道联动增收益



战队成员:宁夏新华吴忠新华书店“逐梦远航战队”,共19人,分别是队长吴忠新华书店经理张红梅,负责总揽大局;副队长有2人,分别为吴忠新华书店副经理冯东博,负责门店整体运营、活动策划、党建等工作;吴忠新华书店副经理李鹏飞,负责管理教材教辅、财务等工作。队员分别为杨东升、吴小兵、李霞、吕莉、宋冬霞、袁洋、刘俊杰、周亮、张莉、马宇洋、冯旭、田彩娟、马红、法文洁、王倩、马静雯。
战队特点:该战队团结一心、勇于创新、用心服务,用自己的努力和奋斗乘风破浪,逐梦远航。

宁夏新华吴忠新华书店经过详细市场调研后,制定了改革创新、融合发展的战略。一是对有40年历史的吴忠新华书店中心店进行升级改造,打破门市长久以来传统的经营模式,打造了一个新型文化商业综合体。开业2个月以来,仅新增的自创产品、文化用品及特色副业就与一般图书销售不相上下,且一般图书同比去年,更是销售翻番。转型升级后的吴忠新华书店中心店被誉为“城市阅读书房”,多家媒体纷纷报道,增强了社会影响力,成为宁夏吴忠地区文化供给服务新的驿站。二是结合书店固定客群和目标客群,在学校附近开设教辅专营店,利用节假日,开展营销活动,更好地为广大师生提供便利服务。三是在街道居民社区附近开设花园街折扣专营店,同时配套儿童体验区,吸引相关客流,增加收入。其中,儿童乐园的运营方式主要以线上宣传活动和办理会员卡为主,既有效传递活动信息,又能增强顾客粘性。

多渠道开展活动,制定有效奖励措施。为了进一步发挥营销作用,吴忠新华书店战队根据书店目标消费群体、不同节假日以及不同的主题出版物制订了详细的活动计划,助推全年销售目标的完成。一是紧抓党史类图书发行时机,在门店开展建党100周年系列图书展销活动,同时制作建党100周年精选书单,发动全员,深入各党政机关企事业单位,进行上门推销服务,取得了良好的销售业绩。

二是充分利用线上小程序、微信公众号、抖音等平台,抓住主题出版物的特色和卖点,进行推广宣传,线上线下同时发力,引导顾客消费。

为此,门店还制定了“培训学习、精神鼓励、奖罚分明”一体的激励措施。一是团队根据成员实际情况,结合年初制定销售技能、服务礼仪、业务知识、营销策略、图书陈列、情绪管理等方面的培训计划,定期进行培训学习,并开展案例实践、岗位大练兵,全面提升了团队成员的综合素质。二是组织学习先进人物事迹,广泛开展谈心谈话,充分了解团队成员内心诉求,解决团员工作中及生活中出现的问题,对先进工作事迹进行精神鼓励,及时纠正不良的工作风气,充分调动了全员的工作热情。三是奖惩分明,年销售任务分解到月,超额完成目标任务,对团队进行奖励;未完成目标任务,对团队进行相应处罚。每季度设销售冠军奖、服务之星等奖励,充分激励团队成员,砥砺前行,用心做好工作。

在网络营销和市场浪潮的冲击与影响下,书店只有不断与时俱进才能更好地发展。吴忠新华书店营销团队认为,书店营销应在传统营销中寻求突破,将传统营销与网络营销结合起来,线上线下多渠道联动发展,多种方式推广图书,深挖消费潜力,用优质的服务,培养固定长期消费客户,从而建立良好的客户关系。