

2月“商务印书馆十大好书”发布
《鲁迅研究笔记》《浮士德》(第二部)《我们的未来》等入选

中国出版传媒商报讯 2月8日,“正月里来读好书:商务印书馆月度新书发布会”在京举行。商务印书馆党委书记、执行董事顾青,汉语中心学生辞书编辑室主任吴满蓉,教科文中心编辑雒华共同为广大读者分享了月度好书。经过读者投票与专家评议,2022年2月“商务印书馆十大好书”正式发布,《从语言看中西方的范畴观》、《浮士德》(第二部)、《鲁迅研究笔记》、《货币的购买力》、《西部罗马的转型》、《汉语韵律语法研究的音节——语义视野》、《生态,社区与生活方式》、《地磁简史》、《改变人类历史的植物》、《我们的未来:数字社

会乌托邦》入选。

值得一提的是,在冬奥火热进行的当下,商务印书馆推出的《冬奥会体育项目名词》也备受关注,该书是国家教育部、国家语委与北京冬奥组委联合启动的“北京冬奥会语言服务行动计划”的重要成果。在出版中,商务印书馆克服了语境信息资源选取、选词时效性、多语种同步变动等诸多技术性、专业性问题,与北京语言大学“冬奥术语库”一起,成功实现纸电联动的融媒体联合出版,填补了国内目前没有与冬奥会相关的术语查询平台和相关图书的空白。据悉,商务印书馆月度新书发布会已连续举办一整年,从每月新出版的图书中选出精品图书加上来自资深出版人的推荐,让商务印书馆的直播间成为读者颇为喜爱的好书发布平台,为读者提供了更多阅读选择。

(双)

(上接第1版)
“双减”利好门店 线下零售回暖

春节期间,凤凰国际书城围绕“秦淮灯彩伴书香”主题,以“秦淮灯彩”和“惠民书券”为两大重点抓手,开展营销活动。南京凤凰国际书城广场运营部副经理张驰表示,每年春节,“秦淮花灯”都是南京的顶流IP。但疫情导致活动连续两年停办,不仅给秦淮花灯艺人带来了不小的经济损失,也给秦淮灯彩的非遗传承带来了诸多不确定因素。“书城抓住时机,在线下通过为艺人提供免费场地,将南京人特殊的年俗文化记忆‘秦淮灯彩’搬进凤凰书城,并通过在书城二楼单独设立‘秦淮灯展’的方式,打造‘秦淮灯彩’在凤凰营销事件。‘灯彩’与‘书券’结合,也有效提升了人流,增加了读者的逗留时间。”

折扣让利实现文化惠民。山东临沂书城以“‘悦’读让心灵回家”为主题,策划了“瑞虎贺岁 书香迎春”系列活动,邀请市民到书城过书香文化年,感受岁中年味儿。该书城相关负责人靖红艳表示,为让读者既能感受到新年的氛围,又能挑选到心仪好书,临沂书城推出了“名社好书75折特惠”“好书钜惠购”等活动。

春节期间,湖北鄂州新华书店销售同比增长明显:图书销售同比增长24.74%,多元经营同比增长69.98%。鄂州新华连锁部门负责人曹俊清表示,春节期间,鄂州新华重点开展了4项线下促销活动:一是1月21日~2月7日,湖北新华会员可领取满99减20元、满150减35元、满300减80元购书券。二是2月1日~2月15日,读者参加跳远活动,跳到几折即可享受相应的图书、多元文创产品优惠。三是2月1日~2月7日,消费满额抽奖活动。

青海省新华发行(集团)有限公司大什字新华书店春节期间销售同比增长24.4%。该店经理王维刚表示,受政府倡导的“就地过年”影响,实体客流没有下滑。“书店积极开展多种营销活动,如满减折扣活动等。此外,春节期间天气情况良好,户外活动人员增加,也带动了客流的增长。”

值得关注的是,邯郸市新华书店副总经理兼邯郸书城总经理杨振表示,通过销售数据和营销情况分析,今年的线上线下折让力度要低于同期,但进店成交率高于去年,书店通过对卖场营销、主题陈列不断更新,以及调整经营方向,融入多种文创产品,受到了年轻读者的喜爱。“由于春节期间大部分为雨雪天气,气温也较低,外出的人员较少,客流量较去年有所下降。”江西新华文化广场店长曾金表示,但与往年相比,今年的客单量较大,因此对整体的销售成绩较为满意。

此外,部分地区虽因疫情导致到店客流下降,但凭借近年来在线上渠道的发力,销售依然可观。山东新华书店集团有限公司济南分公司山东书城副经理闫龙介绍,春节期间,出于防疫考虑,到店购书读者减少,但部分读者选择了线上购买,产生了可观的线上订单,一定程度上弥补了到店客流下降造成的损失。

“双减”利好显现 家庭客群增多

“双减”政策落地对实体书店门店零售的积极影响正在显现。学生们不上课外辅导班,空余时间能否被书店接待?学生们作业少了,增加的图书阅读能否由书店提供?从今年春节期间部分实体书店的针对性营销举措和最终销售数据来看,实体书店给出了肯定的答案。

“双减”催生少儿自主学习类图书销售上涨。从今年春节期间书店畅销图书品种不难看出,与往年相比,虽然在图书品种上差别不大,但其需求度存在较大差别。闫龙坦言,教材教辅类、少儿类以及文学类依然最受读者欢迎,但教材教辅类和少儿类图书的销售占比有了一定程度的提高。“出现这种变化的一个最主要的原因是各地坚决贯彻实施国家‘双减’政策,学生群体对课外阅读的需求进一步加大。”

春节期间,江西上饶新华文化广场销售较好的图书包括《钢铁是怎样炼成的》《海底两万里》《5年中考3年模拟初中同步》等,该店店长余利平坦言,与2021年相比,名著经典、假期读好书等非学科类图书销售占比增加明显。“国家教育部发布‘双减’政策后,课外阅读及大语文概念逐渐被广大读者所接受,进而促进了此类图书销量的增长”,余利平补充道。在桂林书城副经理刘龙友看来,随着“双减”政策的落地,学校作业明显减少,学生有了更多的课余时间,更多家长希望孩子从课外

阅读中汲取更多知识、拓宽视野,并养成良好的阅读习惯。“不少家长还希望通过阅读,提前预习下学期的课程,所以中小学课本及教辅增长幅度较大,一些经典文学作品销售较好。”

家庭客群增多,幼儿启蒙类销售佳。今年春节期间,湖北鄂州新华书店的畅销图书排在前3位的图书品种是中国现当代文学、儿童文学和幼儿启蒙,2021年则为中国现当代文学、儿童文学和外国文学,这种变化发生的原因,在鄂州新华连锁部门负责人曹俊清看来主要是两大因素:一是在宏观政策背景下,国家开放二胎生育刺激了幼儿启蒙类图书的需求增长;二是门店开展的多种亲子活动形成了较好品牌效益,在吸纳有幼教需求会员的同时,也为书店积累了家庭读者。春节期间,吉林长春市新华书店销售增幅较多的图书品种均与教育相关。长春市新华书店项目拓展部主任何莉娜表示,春节期间更多的家长喜欢利用假期,陪孩子到书店充电学习。

紧抓学校推荐书目,满足阅读需求。每年寒暑假,教育部门与学校都会发布课外阅读推荐书目,这些书目既是中小学生学习充电的重要参考,也吸引着不少书店关注、备货。安徽图书城策划经理李同欣表示,春节期间,书店内销售较好的图书包括“四大名著”系列、《红星照耀中国》《红岩》《傅雷家书》等学生课外阅读推荐书目。

山东临沂书城的文学类图书销售主要以教师推荐书单为主。寒假期间推荐的必读书目也成为福建新华发行集团福州分公司卖场热卖图书。该店经理沈一伟表示,在疫情影响逐渐减弱的背景下,书店按照集团要求,开展了一系列的线下活动,并重点推出了“壬寅新春雅韵,书香润泽成长”寒假推荐书目活动,紧跟春节以及寒假期间读者的阅读需求。

热点话题带动相关图书销售走高。元宇宙概念的大热,也带动着相关图书销售的走俏,这种趋势也蔓延到了春节,《元宇宙》等图书登上了不少书店的畅销榜。湖南图书城营销部经理唐婧表示,除常年畅销的文学类、少儿类品种外,书店还新增了一些当下话题度较高的图书。“影视作品热映对相关图书的销售带来利好,如春节期间上映的电影《长津湖》,相关图书销售十分可观”,唐婧补充道。甘肃西北书城今年销售较好的图书包括《遥远的救世主》《胖虎下山》等,该书城营销副主任马瑞鸿认为,如《遥远的救世主》等有同名影视作品的图书成为书店的畅销品种,表明影视剧热播以及名家新作对图书销售的拉动仍不容小觑。内蒙古新华书店策划部副部长刘政也认为,2022春节期间因《长津湖之水门桥》上映,推动了书店内战争题材图书销售的上涨。

值得关注的是,从诗词大会到各地方台举办的多种围绕传统文化开展的节目,“国学热”成为人们关注的话题之一,也带动了相关图书的销售。曾金坦言,今年春节期间,江西新华文化广场的畅销书仍以文学类图书和学生课外读物为主,但有些较为突出的品类也出现在了销售排行榜的前列,如传统文化相关的国学、诗词类在春节期间的动销都比较大。

多元经营添亮点 年货大集提年味

今年是冬奥年,围绕冬奥开展多元经营,引进相关文创产品,成为不少书店的重头戏。综合此次受访书店的情况不难发现,今年春节,不少书店在多元经营上发力明显,引进了不少新产品和项目。而围绕多元经营,在营销上也突出新年主题,通过推出如年货大集等活动,带动了非书品销售的增长。

新增冬奥相关文创产品,“盲选”添新亮点。冬奥会的开幕,让北京成为首个双奥之城。北京发行集团充分发挥自身优势,在旗下各大书城引入了多种冬奥商品。春节期间,北京图书大厦多元产品销售同步增长近20%,该店营销主任祖志婷表示:“今年春节期间正值第24届冬奥会开幕之际,大厦冬奥产品特许经营柜台新增30余种新品,掀起了广大顾客的购买热潮。”

不少实体书店瞄准盲盒营销,将这一备受年轻人喜爱的模式引入书店当中。春节期间,河北邢台书城多元经营同比增长37%,据该书城经理赵茹介绍,通过推出定制盲袋活动,收到了不错的效果。“我们要有全品类的思维,产品也要不断升级。还要随时关注网红商品及动向,结合书店特性保证我们的产品、活动有



部分书店春节期间举办的活动

趣、有料、新奇”,赵茹强调道。春节期间,河北邯郸书城也推出了限量版春节系列盲袋,产品包括“猫不在虎”童年游戏、“寅虎送福”文创礼品、“巴斯光年”精美文具,销售情况超出预期。

引入联名文创产品,聚焦本土文化。品牌联名是近年来零售行业较为常用的营销方式,在文创领域,将知名IP与文创产品相结合,颇受年轻人喜爱。靖红艳表示,春节前夕,山东临沂书城抓住节日和假期的契机,与“青壹坊”文具达成合作,引入“吾皇万睡”等IP联名解压文具,吸引年轻人消费。此外,如江西上饶新华文化广场店引进了国图系列文创,甘肃西北书城则引进了“遇见敦煌”系列文创产品,河北邯郸书城引进了鲁迅“呐喊”系列文创、“TY”萌宠玩偶系列和国潮拼图系列,河北邢台书城引进了差不多鸭IP组合、小蓝IP组合、魔道祖师IP组合、樱桃小丸子IP组合和国潮敦煌IP组合等。

国风文化颇受年轻人喜爱,不少书店抓住这一契机,着力引进与传统文化相关的文创产品,得到了不少读者的关注。江西上饶新华文化广场店新引入了上饶文博会产品,丰富了文创品类并宣传了本土文化。甘肃西北书城新引进了遇见敦煌系列文创产品,希望借助该产品让更多读者了解甘肃。河北邯郸书城、内蒙古新华书店等也引入了带有本土特色的文创产品。值得一提的是,今年是寅虎年,山东书城围绕“虎”做文章,大力引入了与虎年相关的主题文创产品,并在书城内多个区域进行平台陈列,取得了很好的效果。

开设年货大集,借线上提升销售。“过新春,赶大集”是人们在春节期间重要的活动。为让更多异地过年的读者感受新春氛围,不少书店在体验和便民服务上下功夫,如山东临沂书城在门店显著位置布置瑞虎、贺岁等元素特色春节主题展台,不少书店还推出了年货大集活动。闫龙表示,山东书城的“年货大集”,设立专台陈列食品、日用品等年货产品。刘政介绍,内蒙古新华书店的线下“年货集市”以当地特产奶制品及新引进的中粮食品为主,结合影院销售饮品小食品等,满足进店市民在春节期间的多种消费需求。河北邯郸书城在门店黄金位置,以新春花车的形式推出了迎春集市“虎年大集”活动。

通过近年来的历练,不少书店的线上销售渠道已经轻车熟路,如借力直播带货,短视频、公众号宣传等。今年春节,不少书店在多元经营中也开辟了线上销售渠道,如陕西延安中国红色书店书城在抖音平台开展线上活动,带动图书与多元产品销售的增长。春节期间,内蒙古新华书店销售的多元产品主要以食品类为主,刘政表示,与往年不同的是,今年,书店由之前单一的线下销售,转为运用线上“智慧书城”、线下“年货集市”的线上线下同步经营模式,带动销售的增长。

20家书店春节期间多元销售占门店整体销售比重		
店名	多元销售占比	
陕西延安中国红色书店书城	60%	
江苏大众书局	53%	
重庆沙坪坝书城	50%	
内蒙古鄂尔多斯新华杭锦旗新华书店	41%	
河北邢台书城	37%	
吉林长春市新华书店	33.04%	
内蒙古新华书店	30%	
青海新华香格里拉新华书店	29.16%	
湖北鄂州新华书店	26%	
广西桂林书城	25%	
内蒙古青城阅立方书店	23%	
湖北省外文书店	20%	
湖北新华公安县新华书店	20%	
山东临沂书城	20%	
陕西嘉汇汉唐书城	20%	
青海新华大什字新华书店	15%	
湖南益阳书城	14.80%	
河北邯郸书城	11.15%(不含联营)	
甘肃西北书城	8%	
江西上饶新华文化广场店	5%	

32家书店春节期间销售简况

店名	销售简况
安徽图书城	同比持平
北京图书大厦	同比略有增长
重庆沙坪坝书城	同比基本持平
福建新华福鼎分公司卖场	同比增长71%
甘肃临夏州新华书店门店	图书略有增长
甘肃武威书城	同比增长
甘肃西北书城	同比持平
广西桂林书城	一般图书、饮品增长,文体、数码下滑
河北邯郸书城	整体同比增长1.67%
河北邢台书城	图书持平,多元经营直线上涨
河南洛阳市新华书店购书中心	同比下滑
湖北鄂州新华书店	图书同比增长24.74%,多元经营同比增长69.98%
湖北省外文书店	同比增长40%
湖北新华公安县新华书店	图书同比增长90%,多元经营同比增长380%
湖南图书城	图书同比下降38.8%,多元经营同比增长23%
湖南益阳书城	图书同比下降3.04%,文具增长110.89%,水吧增长183.73%
吉林长春市新华书店	图书同比增长37.90%
吉林新华吉林市新华书店	同比增长60.7%
江苏大众书局	同比基本持平
江西上饶新华文化广场	同比持平,总体呈上升趋势
江西新华文化广场	图书同比略有下降,多元经营同比基本持平
内蒙古鄂尔多斯新华杭锦旗新华书店	同比增长69%
内蒙古青城阅立方书店	整体平稳
内蒙古新华书店	同比持平
南京凤凰国际书城	同比增长7%
青海新华大什字新华书店	同比增长24.4%
青海新华香格里拉新华书店	同比增长
山东临沂书城	同比明显增长
山东书城	同比下降
山西新华阳泉新华书店	同比略有增长
陕西嘉汇汉唐书城	图书同比增幅较大
陕西延安中国红色书店书城	同比下降

26家书店春节期间畅销图书品类

店名	畅销品类
安徽图书城	学生课外阅读推荐书目
重庆沙坪坝书城	教辅、家庭教育、少儿百科
福建新华福鼎分公司卖场	少儿类、寒假推荐必读书目
甘肃省临夏州新华书店门店	文教类、教辅资料、字帖类、少儿类
广西桂林书城	教育类、文学经典类
河北邯郸书城	文学类、少儿类、漫画小说、小学教辅
河北邢台书城	少儿类、文学类
湖北鄂州新华书店	现当代文学、儿童文学、幼儿启蒙类
湖北省外文书店	儿童文学、中小学教辅、青春文学类
湖北新华公安县新华书店	小初中学生必读名著、青春文学、初高中教辅、儿童读物
湖南益阳书城	青少年版名著、科幻类、少儿类
吉林长春市新华书店	教辅类、少儿类、字帖、地图
吉林新华吉林市新华书店	教辅类、少儿类
江苏大众书局	文学类、少儿类、教育类
江西上饶新华文化广场	名著经典、寒假推荐必读书目
江西新华文化广场	文学类、学生课外阅读类图书
内蒙古鄂尔多斯新华杭锦旗新华书店	少儿类
内蒙古青城阅立方书店	少儿类
内蒙古新华书店	文艺类、教材教辅类
南京凤凰国际书城	教材教辅,少儿类图书、文学类
青海新华大什字新华书店	文教类、文学艺术类、少儿类
山东临沂书城	教辅类、儿童文学、文学类
山东书城	教材教辅,少儿类、文学类
山西新华阳泉新华书店	哲学类、社科类、文化类、教育类
陕西嘉汇汉唐书城	教辅、少儿类、文学类、社科类
陕西延安中国红色书店书城	少儿类、教材辅导

19家实体书店春节期间新引进的多元产品\项目

店名	新引进多元产品\项目名称
北京图书大厦	冬奥文创产品
甘肃西北书城	德世朗产品、遇见敦煌文创产品、可口可乐联名款保温杯系列产品
广西桂林书城	水吧饮品项目
河北邯郸书城	鲁迅“呐喊”系列、“TY”萌宠玩偶系列、国潮拼图系列文创产品,春节盲袋等
湖北鄂州新华书店	发饰、桌游类产品
湖北省外文书店	大英博物馆系列文创产品
湖北新华公安县新华书店	毛绒娃娃、昆虫标本
湖南益阳书城	海外购(食品、个人护理类、小电器等)、上新了故宫文创产品
江西上饶新华文化广场店	上饶文博会文创产品
江西新华文化广场	科大讯飞品牌学习机类电子产品
内蒙古鄂尔多斯新华杭锦旗新华书店	玩具产品
内蒙古青城阅立方书店	电子手表
内蒙古新华书店	氨糖系列老年类保健食品
南京凤凰文化广场	金箔店
青海新华大什字新华书店	定制党员学习笔记本
青海新华香格里拉新华书店	Playforever玩具、JosephJoseph厨具、KeepCup环保咖啡杯
山东临沂书城	“吾皇万睡”等IP联名解压文具
山东书城	虎年主题文创产品
山西新华阳泉新华书店	自助咖啡机、特美赢杯、小家电