

肖陵

随着社群经济和短视频的兴起,知识内容载体及传播方式日趋多元,渠道边界日益模糊。大数据、智能化、新零售在重塑人们生活方式的同时,也加速推进图书发行新的产业形态和商业模式变革。面对这些颠覆性变革,必须进一步强化用户思维、流量思维、跨界思维、数据思维,适应新消费、打造新空间、引领新时尚,大力推动传统书业的商业模式重建、营销创新和服务升级,开创新华书店高质量发展的一片新天地。

(上接第69版)

线上线下一融合推动图书发行业高质量发展

■肖陵(重庆新华书店集团公司党委书记、董事长)

过去十年,新华书店既得到党中央的高度重视和大力扶持,又受到网上书店和新冠疫情的双重冲击。作为党的宣传思想工作的重要传播载体,新华书店始终是推进全民阅读、建设书香社会、满足人民精神文化生活新期待的主渠道、主阵地、主力军。



过去十年,重庆新华书店集团坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,完整、准确、全面贯彻新发展理念,守正创新,担当实干,大力实施门店数字化改造,线上线下一融合,不断提升现代企业治理水平,推动图书发行业高质量发展。

一是党建引领。始终把党的政治建设摆在首位,把讲政治的要求贯穿到经营管理的各个环节,以高质量党建引领企业高质量发展。组织56个“书香新华”志愿服务分队、976名志愿者,每年开展图书捐赠、敬老助残、关爱留守儿童、倡导文明礼仪等志愿服务活动500余场。在各大书城和区县中心门店设置儿童阅读专区,定期开展以未成年人为主体的公益讲座、文化体验活动。启动“书香新华”新时代文明实践基地建设,在“书香新华”志愿服务队基础上成立“书香小蜜蜂”“新华小喇叭”“文明小板车”三支志愿服务小分队,广泛开展文化微传播、理论微宣讲、道德微实践活动,打通服务群众的“最后一公里”。

二是深耕主业。稳步推进实体店升级改造,美化购书环境,营造书香氛围,打造有温度、有品味、有情怀的新型阅读空间。2022年4月,重庆书城入选全国首届全民阅读“年度最美书店”,精心打造重庆书城“阅淘读书联盟”、沙坪坝书城“吟诵经典”、南岸店“童心故事绘”、万州店“故事点亮心灯”、永川店“倡导经典诵读 建设书香校园”赠书活动等阅读活动品牌。“阅淘读书联盟”已开展943场文化分享活动,平均每周6-7场,加盟文化社群十点读书会、樊登读书会等阅读品牌23家,固定成员3000余人,受众达4万人,2021年入选教育部全国“终身学习品牌”项目;秉持“读书从娃娃抓起”的理念,持续开展“名家进校园”活动。2011年以来,先后邀请曹文轩、杨红樱、沈石溪、汤素兰等十几位知名儿童文学作家、科普作家等来渝开展“名家进校园”活动,名家与学生零距离接触,培根铸魂、启智增慧,每年100余场,受众达200万人次,深受广大师生欢迎;围绕打造教育服务品牌,丰富文

国庆期间上海百家品牌书店同步推出五大活动

中国出版传媒商报讯 今年国庆长假,正值中国共产党第二十次全国代表大会召开前夕,上海市书刊发行业协会主办的五大活动在全市百家品牌书店、全国各地近30家书店同步举行。通过三大展销两大展览,带来精彩纷呈的书香盛宴、激励读者喜迎二十大,奋进新征程,建功新时代。

上海市书刊发行业协会在上海市新闻出版局的指导下,10月1日~31日推出“喜迎二十大 书香满申城——上海百家书店主题图书联展暨陈造型竞赛活动”,联合上海全市100家品牌书店重点展销全国近期出版的主题图书,向广大读者推荐一批导向正确、质量上乘的优秀图书,唱响新时代昂扬奋进主旋律。参展书店在店堂显著区域集中展示展销100种主题图书,举办相关文化活动,设计活动海报并在书店的醒目位置张贴或LED屏展示,撰写微信推文在上海书展微信公众号上发布等,发挥线上线下多渠道优势,开展多领域、多层次、多样化的全民阅读活动。

国庆7天,由上海市书刊发行业协会主办、联合新零售(香港)有限公司、上海香港三联书店有限公司承办的“书送智识——2022沪港两地文化主题图书互展”在上海香港三联书店、外文书店、钟书阁徐汇店、香港三联书店中环店、香港中华书局油麻地店、香港商务印书馆铜锣湾店等6家书店同时展开。精选沪版及港版近3年出版的上海文化、香港文化代表作品各100种同步展销,这是沪港两地书业首次推出以互展的形式同频展现两地文化成果的书业交流。

10月1日,由上海市书刊发行业协会主办、上海钟书实业有限公司承办的“上海文化全国行”图书特展活动在全国33家钟书阁拉开序幕,覆盖北京、上海、广东、四川、宁夏、贵州等全国17个省、自治区、直辖市的26个城市;33家钟书阁设置“上海文化全国行”图书特展区域,集中陈列上海文化主题图书;举行一系列营销活动,使各地读者在阅读中感受上海文化的魅力。

10月1日~15日,上海市书刊发行业协会推出“奋进新征程 建功新时代——全国主题图书推荐海报大展”,在朵云书院·旗舰店、上海书城五角场店、大隐精舍、新华文创·光的空间、上海大众书局曲阳店、建投书局·读者·壹琳文化空间等7家品牌书店同步开展,上演异彩纷呈的主题图书海报大展。

同时,以“喜迎二十大 书香满申城”为主题的上海书业最美海报获奖作品展在上海外文书店三楼中外艺嘉文化空间举行,展出的108幅优秀作品从全民抗疫、书香传播、美好生活等多个维度展现上海近年来发生的变化,反映了上海书业海报设计制作的总体水平,成为上海阅读推广品牌。展览既是对获奖设计者的肯定,也为上海推动全民阅读、建设书香社会留下一份真实而又鲜活的记录。

(穆宏志)

许伟国

面对未来,我们清楚地看到,行业竞争将越来越激烈。消费者的消费习惯和阅读习惯发生了巨大的改变,特别是随着信息技术的不断发展,线上线下的融合发展将成为必然。在实体书店的具体经营过程中,文化空间的打造、多元业态融合发展,以及借助数字技术实现精准服务和突破物理空间界限获得需求满足及交互体验可能是未来实体书店的破局方向。



强化“书店+”思维 打响“上海文化”品牌

■许伟国(上海新华传媒连锁有限公司总经理)

随着互联网的快速发展,市场需求和公众的阅读方式都发生了翻天覆地的变化。但无论如何改变,新华书店的初心始终未变,红色基因依旧在代代相传中厚植着血脉力量,在坚定文化自信、坚守文化阵地、打造书香社会中,发挥着积极作用,在推广全民阅读中不断发挥自身的号召力、影响力,履行自身的责任担当。

十年来,全国各地新华书店在整体布局规划、空间塑造、服务理念、业态融合等方面持续发力,在经营模式、平台渠道建设、线上线下一联动等方面围绕公众需求不断创新。新华书店通过提供优美的阅读环境、精品图书、多元服务以及文化活动,推动公共文化服务走深走实,为文化强国建设作出自身贡献。回顾十年来上海新华传媒连锁有限公司的发展,主要从以下几个方面呈现。

主题图书发行实现新突破。上海新华持续发挥党的宣传思想文化主阵地作用和主渠道优势,多渠道全方位做好主题图书发行,为基层党组织提供最快供货速度、最佳服务质量和学习保障。

中小学教材发行兑现使命承诺。作为上海地区唯一的教材发行企业,十年来不论外部环境发生如何改变、历经何种困难,上海新华都实现了两季教材“课前到书,人手一册”的庄重承诺。2017年,上海新华开发了线上音频点读客户端“中学APP”,向师生及社会读者提供“正版教材,配套同步,教材音频随声听”等特色服务;2022年上海疫情期间,自主开发了线上征订程序,努力做到防疫、发行“两不误”。

网点布局进一步调整优化。积极整合现有书店资源,持续推动书店形象升级、业态布局优化,2021年起,根据新华传媒三年行动计划的总体部署,全力推进“5+5+1+N”书店网点布局建设,织就中心城区五大书城、五大新城旗舰店及“书香公园”主力门店网络。开设并运营好一批小而美的主题书店,进一步深化“新华书店·城市书房”“健康书屋”等项目拓展,全力升级社区服务能力。

多元业态发展与时俱进。上海新华通过强化“书店+”的经营新思维,着力聚合一批与图书相结合的新业态融入书店,布局“+党建”“+教育”“+文创”“+艺术”“+社区活动”等业态,打造具有品牌影响力的文化空间,提升本土书店发展升级。同时,积极探索自主文创品牌产品研发,进一步促进与图书销售的融合。

文化阅读品牌彰显影响力。在全民阅读的新形势下,上海新华发挥自身资源和活动优势,开掘精品

阅读,打造深耕“市民文化客厅”“全国新书发布厅”和“上海·故事读书会”三大精品阅读活动品牌,助力打响上海“红色文化”“海派文化”“江南文化”。2021年起,全新打造教育服务品牌“中学课堂”,为全市中小学生学习提供丰富的教育服务,并开办“商务印书馆虹口讲堂”系列讲座,在1925书局定期为作家、读者提供面对面交流的机会。

线上线下一融合。通过打造“新华一城书集”自有线上电商运营平台,不断推进线上平台建设。并先后完成在新华总店发行平台、天猫等10余家线上平台的销售渠道拓展。2020年疫情发生后,不断整合线上线下资源,先后推出“海上名医”健康讲堂、“虎爸虎妈是你吗”以及“陪伴计划”社群营销等活动,并入驻外卖平台,实现线上线下的融合发展。

信息技术持续升级。为助推出版发行业创新体系建设和高质量发展,上海新华作为联盟和共建单位参与打造“CNONIX国家标准应用与推广实验室”及“出版业用户行为大数据分析与应用重点实验室”。同时,以网点管理平台为核心,着力建设门市ERP系统及CRM会员管理系统,打造适合业务融合发展的ESHOP平台,以实现高度统一的业务管理和精准营销,不断满足新型门店新业态、新营销和新管理的要求。

未来,上海新华将从两方面继续发力。**一是打响“上海文化”品牌、“新华书店”品牌。**上海新华将用好上海丰富的红色文化、海派文化、江南文化等宝贵资源,把打响“上海文化”品牌、“新华书店”品牌的工作贯彻始终。强化“书店+”的经营新思维,着力聚合一批与图书相结合的新业态融入书店,打造具有品牌影响力的文化空间。**二是运用大数据等技术手段,进一步推动线上线下一融合。**借助于大数据构建用户信息数据库,通过分析用户画像进行积累,形成标签,精准推荐。提供个性化的线上咨询、预约、销售等服务,助推引流,实现线上营销,线下转化。通过对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合,重塑业态结构,打造实体书店零售新模式。

中华优秀传统文化主题图书《中国字 中国人》(中英文)发布

中国出版传媒商报讯 9月26日~28日,2022中国(曲阜)国际孔子文化节、第八届尼山世界文明论坛在山东曲阜举办。9月27日,在第十七届联合国教科文组织孔子教育奖颁奖典礼暨中外青年学生孔子文化周启动仪式上,中共山东省委副书记、省长周乃翔,省委常委、宣传部长白玉刚,省政府副省长孙继业以及部分驻华使节代表将刚刚出版发行的中华优秀传统文化主题图书《中国字 中国人》(中英文)作为礼品赠送给中外学生代表。

《中国字 中国人》一书入选中宣部2022年主题出版重点出版物选题,为2022年度山东省重大理论与实践问题研究重点课题,由山东省委宣传部组织编写,山东友谊出版社出版。该书以中国字为切入点,按照中国人立身处世、美德建设的不同层面,分成自律助人、孝老爱亲、服务利他、节俭绿色、共建共享、和合大同6

“国土空间规划系列教材”又出新作

中国出版传媒商报讯 责任规划师制度的建立和完善,对于深入贯彻党中央、国务院关于实施乡村振兴行动和城市更新行动的决策部署,解决基层规划专业技术力量不足,规划落地“最后一公里难”等问题具有重要作用,是建立国土空间规划体系中具有长远意义的一项改革实践。

2017年,中共中央、国务院批复《北京城市总体规划(2016年~2035年)》,提出建立责任规划师制度。2019年,《北京市城乡规划条例》提出要推行责任规划师制度,指导规划实施,推进公众参与;同年5月,北京市规划和自然资源委员会发布《北京市责任规划师制度实施办法》。与此同时,上海、江苏、浙江、成都等地也都在积极推行责任(乡村、社区)规划师制度,在全国起到了很好的示范和引领作用。

帮助书法初学者获得正确起点

中国出版传媒商报讯 9月13日,国务院学位委员会、教育部印发《研究生教育学科专业目录(2022年)》(下称《目录》),《研究生教育学科专业目录管理办法》(下称《办法》)新版目录,将“美术与书法”正式列为一级学科。新版《目录》落地之后,与过去相比,有着怎样的分量?对书法学科的建设又能带来何种机遇?有专家认为,书法进入一级学科后,将鼓励更多人重视书法学习,也传递出我国教育中对传统文化的弘扬。

书法作为一门古老的艺术,要进入现代教育系统,必然要进行充分的准备。而到目前为止,对书法技法

个相对独立又相互关联的部分,共收录107个中国字,每个部分选择17~18个汉字,每个字呈现为一篇2000字左右的国学小散文,通过阐述其字形、内涵的演变以及蕴含的价值理念,让读者了解中国字既体现了中华民族核心价值观的精髓,也承载着人类共同的文明成果和价值。《中国字 中国人》(英文版)在确保翻译准确性基础上,对书中的相关传统文化概念进行了更通俗的英文阐释,并邀请英国青年汉学家寇哲明(Benjamin Coles)进行英文审校,便于海外读者更好地理解中国文化与中国人。

剖析中国字背后的“微言大义”,可以让我们洞悉中国传统文化的一些奥秘,有助于利用其多维文化价值取向,了解先贤,认识自己,服务当代,裨益后人。这也正契合了本届尼山世界文明论坛的主题——“人类文明多样性与人类共同价值”。

(穆宏志)

为全面落实党中央对国土空间规划改革的重大战略部署,准确理解党中央赋予新时代国土空间规划的使命和改革精神,自然资源部国土空间规划局组织编写了首套“国土空间规划系列教材”。该系列教材已由中国地图出版社出版。该书作为面向国土空间规划实践的探索性成果,具有理论联系实际、认知结合实例的特点,不仅可以为各级领导,也可以为从事实际规划工作的工作人员提供全方位参考、借鉴和帮助。

(陈西娅)

进行归纳和总结的书籍仍然很少。人们通常都有对书写的关注,但是怎样了解书法,进入书法,却很少有这种机缘——即使是学习过书法的人,也不敢自信地说真正了解这门艺术。

由江西教育出版社出版的《愉快的书法——进入书法的24个练习》是一本专门的书法学习教材,用深入浅出的语言把书法的魅力和练习书法的步骤介绍给读者,书中概括的24个练习,从最基本的执笔开始,完全针对初学者设计,同时针对每一种技巧进行了细致而详尽的分析,引导读者慢慢深入书法练习,它和以往所有书法教材都不一样。

(穆宏志)



中国出版传媒商报讯 10月9日,中国政府朝鲜半岛事务特别代表、中国前驻英国大使刘晓明新书《尖锐对话》首发式在北京举行。首发式由北京出版集团主办,北京银行协办。北京出版集团党委书记、董事长康伟,北京银行党委书记、董事长霍学文,中国国际问题研究院欧洲所所长崔洪建,北京发行集团党委书记、董事长郭小明,北京大学教授、中国埃德加·斯诺研究中心主任孙华,该书作者刘晓明在首发式上致辞。

《尖锐对话》收录了刘晓明担任驻英大使期间(2010~2021年)接受英国电视和电台采访实录30余篇,集中展示了21世纪第二个10年中英两国之间和国际上发生的重大事件。其中包括习近平主席对英国进行国事访问、新时代中国发展成就、新冠肺炎疫情全球防控策略、中日关系、中国香港问题等。内容均为刘晓明亲身经历,是新时代中国外交和多元化国际传播战略的生动写照,具有宝贵的口述史价值。该书不但回应了世界对中国发展的种种关切,还体现了讲好中国故事的应有之义,不仅仅是研究中国外交问题重要的参考书,更是对关心中国国际地位提高和影响力发展、研究国际关系学科的读者大有助益的好书。

刘晓明指出了该书特点,认为可以从书中看到中国外交人员对祖国和使命的忠诚和担当。该书是一本中英双语书,希望对更多人用英语讲好中国故事,提升中国国际影响力有所帮助。

活动现场,刘晓明及夫人胡平华,康伟,霍学文,崔洪建,郭小明,孙华,北京出版集团党委委员、董事、总编辑李清霞为新书揭幕。

据悉,北京出版集团未来还将举办一系列宣传活动,为清晰有力地国际国际社会表达中国立场、形象生动地向世界讲好中国故事贡献力量。

(穆宏志)

让世界听到新时代中国的声音