

● 专访



人物档案

段海峰 1995年11月进入长春市科技书店,开始书业生涯。先后担任科技书店营业员、门市部主任;2000年11月进入长春市新华书店业务科,先后任采购员、业务科副科长;2008年任长春市新华书店

红旗街书店经理;2014年3月,通过竞聘出任吉林省新华书店集团长春市有限责任公司副总经理,负责一般图书经营及市场开发;2022年11月上任吉林省新华书店集团长春市有限责任公司董事长、总经理,负责全面工作。

段海峰：以经营业态创新强化书店服务

随着市场的快速变化、读者需求的多元化,传统卖场单一的图书经营模式已不能满足读者需求,转型升级、增加多元产品经营、构建更合理的书店布局,可以让读者在阅读的同时更加放松精神,促进销售。为此,从2015年开始,长春市新华书店在重庆路店和红旗街店打造了以咖啡茶吧、餐饮休闲、文化沙龙等相关经营业态的阅读空间,起名为“阅悦咖啡”。为进一步以经营业态的创新模式促进书店服务水平的提升,2022年9月28日,长春市新华书店福祉大路店开业,融合了图书、期刊、文创、数字类产品,涵盖阅读、餐饮、商务、生活等多业态,时尚的装修、优雅的环境、先进的服务以及多元的经营业态,已成为长春市南部新城读者的热门打卡地。段海峰表示:“福祉大路店的开业是长春市新华书店在新网点建设、融合发展方面一次新的探索和尝试。每逢节假日,许多家长和孩子都会聚集在这里阅读、休闲,参加丰富多彩的亲子活动。”

深挖读者需求,做好图书品种采购。从1995年踏入书店开始,有着28年图书发行经历的段海峰对书店有着深刻观察。在他看来,“开好书店的首要要做好图书品种采购工作。”无论空间大小,书店要根据当地读者构成、需求,精选图书品种。同质化图书要精选优质出版社的品种。其次,畅销、畅销品种的及时添订,保证门店畅销、畅销品种不脱销也尤为重要。段海峰说:“一个有责任心的采购员和营业员能否时刻掌握库存情况,对满足读者需求和扩大店内销售起着一定的作用”。再次,优质服务对书店来说是提高成交率的关键所在。优质服务能让读者有回到家的感觉,选书的过程中店员可以轻松与读者进行交流,合理荐书。最后,优雅的门店环境会给读者带来更好的阅读体验,增加客流。

线上线下相融合,激活书店创新潜能。为不断触达更多读者群体、提升企业竞争力、探索线上线下相融合的模式,长春市新华书店相继开通了读者购书群、微商城,并于2022年10月上线手机APP“阅悦文化书房”。段海峰介绍:“阅悦文化书房的图书品种与重庆路店相连接,随时接受读者下单,满足读者足不出户选购图书的需求。”同时,长春市新华书店采用微信、抖音等新媒体平台发布相关活动信息,进一步扩大了绘本讲座、小小售书员、朗读者、新华翰林讲堂等品牌活动的影响力,吸引大量读者踊跃参加。

营造书香氛围,为学校师生提供多样阅读空间。在2020年为长春师范高等专科学校打造开放式阅读空间的基础上,2023年长春市新华书店已与当地汽车产业开发区教育局达成协议,为部分中小学打造开放式阅读体验空间。据了解,阅读开放空间的经营模式采取学校提供图书陈列场地并对图书进行管理,长春市新华书店负责供应图书并定期进行更新和服务,以“校店一体、两业融合、功能多元、构建网系、惠及师生”的模式进行。段海峰介绍:“本着‘阅读启智、名著扶志、全国首座’的宗旨,在更大范围、更多空间、更多时间让公共文化、阅读服务惠及更多师生,展现校园书店独特的文化魅力,旨在打造一个集公共图书馆、实体书店之所长,以书为媒介实现人文思想交流、促进文化传播的‘共阅、共享、共品’为核心理念的创新阅读文化空间,精彩呈现课间10分钟阅读圈,大力营造‘读书好、读好书、好读书’的书香氛围,让广大师生在博览群书,雅俗共赏中根植一种生活态度、培植一种工作责任、浸润一种精神追求。”

谈及2023年长春市新华书店的重点工作,段海峰表示:“今年,经营改革创新和销售稳中求进仍是书店发展的重要方向;守好精神文明阵地、发行好党的学习文件及辅导读物、扩大店外销售、多元创新等工作仍是我们长期的选择。只有用实际行动扎扎实实地稳步前进,才能让员工生活得更加美好。” (王霖)

4·23出版社加码线下阅读活动 抢占营销先机 提升引流转化

■中国出版传媒商报记者 王少波

聚焦实体渠道 社店合作再显活力

书店对接是书业营销永恒的主题。在今年4·23来临之际,沉寂了一段时间的社店活动再次火热起来,为社店合作作出新的注解。

二十一世纪出版集团于4·23推出为期2个月的重点活动“百店共读计划”,全国共有131个城市、218家书店参与。相比往年,参与书店积极性进一步提高,不少书店热情高涨,主动参与到活动中,为深化全民阅读在地方的落地贡献力量。此次活动参与书店包括北京图书大厦、上海书城、广州购书中心、深圳书城等大书城,凤凰新华南京新街口旗舰店、南昌市新华书店、中原图书大厦、西北书城、新华国际图书城等省会城市书店,河北定州新华品阅生活、内蒙古海拉尔市河西新华书店等县级新华书店,长春联合书城、重庆购书中心、广西韬智书店等民营书店。4月1日~5月31日,各地读者可以走进书店打卡,参与共读好书的活动。

据二十一世纪出版集团市场营销中心电子商务公司总经理袁翔介绍,与往年相比,今年4·23活动的整体统筹与策划更加专业化和系统化,整个活动的策划思路、方案和执行都更加清晰和规范。其中最大的不同是基于全面战略的营销思路,将活动策划和执行贯穿全年的营销工作中,形成一个完整的营销生态系统,使得活动能够更好地服务于营销目标和业务效果。

加强服务书店渠道是今年很多出版社策划4·23活动时的重点方向。如4月15日,由陕西人民出版社举办的“倾听远古,触摸时光——《石峁二十四节气》诵读分享会”在西安曲江书城举行,联合书店、自媒体,通过微信公众号、微博、抖音、视频号等平台滚动播发活动信息,形成立体矩阵宣传。该社相关负责人表示,今年4·23将通过图书推广、文化阅读、线上阅读等多种形式的活动,加强服务书店渠道,努力深化全民阅读,积极在消费者群体中培养阅读习惯,构建阅读参与网络。

许多出版社今年加强了与书店合作的力度,策划开展主题阅读活动。据岭南美术出版社市场营销部业务员王鑫悦介绍,该社将在广州购书中心举行《路——唐大禧的时代塑记》新书首发式暨分享会,邀请作者唐大禧现场座谈,分享人生经历和创作的心路历程。接力出版社的“绿孔雀绘本原画展”,以绿孔雀的家乡云南为起点,先后在璞玉书店、世界书局、上海少年儿童图书馆、上海浦东图书馆、上海钟书阁、成都方所等开展相关活动。

进校园进社区 深化全民阅读活动

近年来,全民阅读活动开展如火如荼,出版社在其中发挥了重要作用。今年4·23出版社仍将全民阅读活动作为做好读者服务的重要抓手。

除常规见面会、分享会外,出版社不断创新形式,以展览、舞台剧等丰富多彩的形式进校园、进社区,为学生和读者带来不一样的阅读体验。今年4月接力出版社特别策划了近百场阅读活动,邀请作家、画家、阅读推广人等走进校园、书店以及线上直播

世界读书日临近,这是在疫情政策调整后的首个4·23,全国各地的阅读活动已拉开帷幕,为读者献上一场又一场关于阅读的“饕餮盛宴”。其中,出版社的活跃程度非常醒目,他们用丰富而密集的活动,抢占营销先机,助力日渐复苏的图书零售市场加速“回到过去”。比如,中华书局将连续8年举办的读者开放日升级为“首届宛粉节”,北京大学出版社正式开启以“未名书香”为主题的首届校园读书文化节。如此种种不胜枚举,各家出版社仿佛“八仙过海”般,进书店、进校园、进社区,线上与线下联动,策划出无数精彩的4·23主题阅读活动。



间,与读者面对面交流图书创作经历,分享故事背后那些动人心弦的精彩故事。比如4月10日~29日,“少年航天局”系列作者孙睿在广西柳州、广东深圳等地的校园开展主题为“航天知识进校园,助力孩子‘航天梦’”图书分享会;策划集生命教育、自然教育和艺术鉴赏于一体“绿孔雀绘本原画展”,邀请作家、画家、动物园的自然教育导师来到现场,与读者分享绿孔雀保护的相关知识,还将走进社区,与更多小读者见面,同时在微信公众号、新浪微博、小红书、微信社群、朋友圈持续扩散。此外,小读者们还根据“少年航天局”系列的内容自编编排了“少年航天局”舞台剧,真正做到了沉浸式阅读。

系统性、持续性的主题活动,成为当下出版社进校园的一大趣事。比如北京大学出版社策划推出“未名书香”首届校园读书文化节,邀请34位学者举办21场讲座,围绕未名艺术、人文书香、博雅经典、科学前沿四大主题,包括讲座、展览、发布会等多种形式。从4月13日起,21场讲座以4·23世界读书日为中心展开,横跨4、5两个月份,使用技术手段和直播平台,通过线上、线下结合的方式,为读者开

展知识分享,把大师带到读者身边。整体活动以校园为切入点,优选名家名师,向大众普及知识。据该社相关负责人介绍,今年4·23活动以一个主题为轴心,把分散的知识分享活动统筹起来,‘形散神聚’整体宣发,读者一站通览,简洁明了,既提升了读者参与活动的便利性,也有助于激发读者参与活动的积极性。

无独有偶,青岛出版社在整个4月期间共组织30项、60余场营销活动,其中就包括邀请刘海栖、张崴、常新港、薛涛、常笑宇等作者,走进广东、浙江、新疆、山东等地,开展文化进校园活动。

可以看到,出版社通过进校园、进社区等方式,不断增强触达C端的能力,增加与读者面对面交流的机会,助力全民阅读活动的同时,提升了自身品牌价值与销售能力。

线上直播线下联动 加强引流与销售转化

过去3年,出版社的大部分活动都转移到了线上。今年4·23期间,线上活动成为各家出版社必备的营销举措,主要包括直播和短视频荐书等方式。

中华书局策划了汉服走秀直播,参与汉服推广;“中少读书”将在4·23开展“聆听穿越时空的读书声”主题直播,邀请作家进入直播间与读者连线。比如中国水利水电出版传媒集团策划了“全民阅读 阅享时光”短视频荐好书活动,入围视频将在官方微信公众号、订阅号、微信视频号、抖音平台发布,还将投送至年度内举办的各类书展、馆配会等文化活动进行展示宣传,并作为销售图书产品的主图视频,向京东、当当、天猫等重点电商平台推荐;湖南人民出版社将在各电商自营店铺开展百种好书促销活动,邀请作者在世界读书日通过短视频分享好书和读书心得体会。

线上线下联动成为今年4·23期间各家出版社活动的主旋律。接力出版社联合全国各大特色书店共同举办“这个世界上,没有人不需要安慰——《小王子(图像小说)》全国巡回展”,采用线上、线下联动的方式开展,线下通过打卡互动以及开发的文创产品、咖啡饮品等,配合线上各平台炒热话题,目前全网话题热度超百万。

线上线下联动的优势在于引流与转化的相互作用。青岛出版社有限公司经营管理部主任张晓表示,与过去几年相比,今年4·23活动的策划方向是在做好线上渠道营销推广的同时,对在线下活动投入较多人力物力。张晓说:“线下市场环境开始复苏,抓紧时间做好布局很重要。所有线下活动都要为线上销售转化做好引流,活动目的不仅是宣传,更要做好转化,而且是及时转化”。4·23之际,二十一世纪出版集团与京东、当当、天猫图书三大网店合作,分别开展了多场秒杀和“华东六少”专场促销活动。袁翔认为,“华东六少”专场促销活动揭示出现代图书产业中群体营销的趋势,通过集体推广和相互合作,充分发挥多个作家之间的人气和影响力,最大化地增强品牌知名度和销售额。今年4·23期间,该社开展了以抖音平台为主的直播带货活动,活动覆盖面广、曝光产品多、头部产品销售火爆,达成了预期的业绩和推广效果,也顺利将活动延展至其他社交媒体平台。

● 分销微讯

“书香安徽 皖美阅读”第二届全民阅读系列活动启动

中国出版传媒商报讯 由皖新传媒主办,主题为“书香安徽 皖美阅读”的第二届全民阅读系列活动暨第七屆全省校园读书创作活动将于4月22日在新华书店安徽图书城店启动。据了解,今年的“书香安徽 皖美阅读”系列活动主要包括启动仪式、“皖美好书”全省线上线下联展、皖美阅读大讲堂、2023皖美阅读六大系列活动发布、第七屆全省校园读书创作活动发布、家庭亲子阅读、向基层组织赠书等系列活动。

安徽全省各市县新华书店和线上商城将集中展示党的二十大报告单行本、《中国共产党章程》、《习近平著作选读》第一卷第二卷等学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育学习材料。重点展示展销2022年度中国好

书、2022年度“皖版好书”、2022年度“悦读好书”和皖新精选图书。

活动期间,安徽各地新华书店将邀请周大新、罗平汉、东西、鲍鹏山、汤素兰、伍美珍等茅盾文学奖获得者、知名专家、作家做客“皖美阅读大讲堂”,开展新书首发、读书报告会、阅读分享会等文化活动。

以“皖美阅读”为主题,安徽新华发行集团将统一组织策划出版物展示展销、品牌阅读示范、皖美阅读大讲堂、校园青少年阅读、家庭亲子阅读、文化惠民六大系列活动,通过丰富的文化活动助力“书香安徽”建设。此外,安徽新华发行集团还将积极配合安徽省教育工委、教育厅开展第七屆全省校园读书创作活动。(皖新)

《如果地球没有水》绘本首发关注地球水资源

中国出版传媒商报讯 在第36届“中国水周”期间,“如果地球没有水”作文及绘画征集活动颁奖仪式暨同名新书首发式在北京举办。此次活动由水利部节约用水促进中心、中国水利水电出版传媒集团联合主办,北京市石景山区第二实验学校、北京中水传媒文化有限公司承办。全国节约用水办公室一级巡视员李烽,水利部节约用水促进中心主任杨国华、副主任张继群,中国水利水电出版传媒集团副总经理马爱梅,中国科普作家协会副理事长、科普时报社长尹传红,北京市石景

山区教育委员会主任李秀兰出席活动并颁奖。

“如果地球没有水”作文及绘画征集活动于2022年12月举办,获得了较高的社会关注和积极的社会反响。活动评选出作文及绘画等级奖作品各60部、优秀组织单位6家。《如果地球没有水》绘本以“节约用水、珍惜地球水资源”为主题,从反向视角切入,创新开展绘本创作。首发式上,张继群、马爱梅、尹传红代表活动组织方向校方代表学校支部书记叶奔、社区居委会主任孙晓丽及学生代表赠送了图书。(尹天)

中国出版传媒商报讯 4月18日,由中共河南省委宣传部、中原出版传媒集团主办,河南省新华书店发行集团承办的“最美读书声·书SHI生活节”创意阅读市集活动在郑州中原图书大厦落幕。

“最美读书声·书SHI生活节”创意阅读市集聚集了30余家出版机构、上万种图书,供读者肆意买、任性逛;10余场阅读沙龙、名家座谈随心听,为“书友”提供了与知名作家观点碰撞、思想交锋的机会;面人、糖画、刺绣、剪纸等非遗摊位让大家“零距离”一站式感受传统文化的魅力;集章打卡、漂流图书馆、盲盒书等创意活动开启阅读新玩法;老中青三代组团打卡“记忆里的新华书店”,凝聚传承的力量。此外,蒙太奇拼贴诗、读书心愿墙、“新华朗读亭”等充满仪式感的活动也获得了广大读者的喜爱。

作为河南首家创意阅读市集,该活动历时4天,通过开展图书展销、名家分享、新书发布、非遗体验、集章打卡等创意满满、形式丰富的阅读活动,打造了一场全民共同参与的“沉浸式”阅读盛会。该活动在线上引发了大量关注,媒体纷纷转发报道,百姓文化云、微博相关话题#在郑州有个创意阅读市集##河南也有阅读市集啦##2023最美四月天阅读季##花开时节读书吧#等话题聚集众多讨论词条,全网阅读量超3000万。(肖颖)

河南首家创意阅读市集打造「沉浸式」阅读盛宴