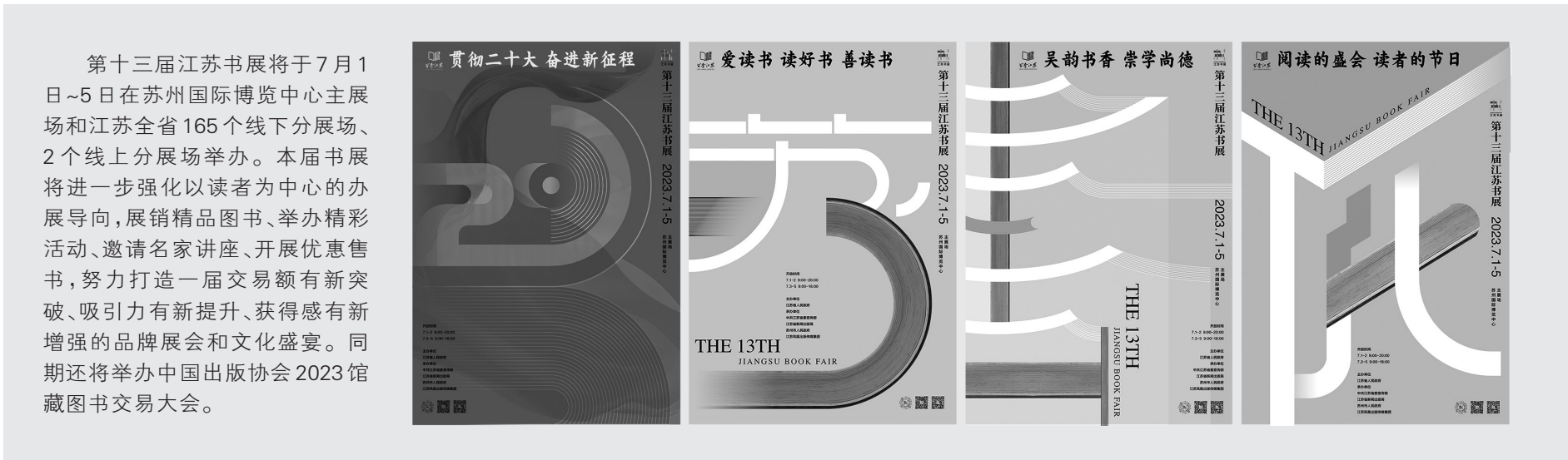


江苏书展7月1日苏州开幕 五大亮点着力文化惠民

■中国出版传媒商报记者 焦 翊



第十三届江苏书展将于7月1日~5日在苏州国际博览中心主展场和江苏全省165个线下分展场、2个线上分展场举办。本届书展将进一步强化以读者为中心的办展导向,展销精品图书、举办精彩活动、邀请名家讲座、开展优惠售书,努力打造一届交易额有新突破、吸引力有新提升、获得感有新增强的品牌展会和文化盛宴。同期还将举办中国出版协会2023馆藏图书交易大会。

第十三届江苏书展以“贯彻二十大,奋进新征程”为主题,以“阅读的盛会,读者的节日”为总定位,主展场苏州国际博览中心总面积约2.55万平方米,同比增加约8500平方米。300多家出版发行单位、超8万种出版物将亮相主展场,集中展示近年来的各类重点图书品种,包括《习近平著作选读》第一卷、第二卷,《习近平谈治国理政》第一卷至第四卷,《习近平走进百姓家》《复兴文库》等重点主题出版物;近几年的中国好书、江苏好书入围作品,历届江苏书展最受读者喜爱的好书,凤凰精品、中版好书等,并举办近300场阅读推广、行业交流活动。本届江苏书展同期设立南京文学之都主题书展、淮海书展、江苏全省165个实体店分展场和江苏书展APP、凤凰新华官网上分展场,举办各类阅读推广活动超1700场。500家供应商、超16万种出版物亮相中国出版协会2023馆藏图书交易大会,预计参展的终端图书馆客户将达2000家。全国馆藏图书交易大会的加入,将有助于显著提升江苏书展在全国的影响力。

五大新亮点唱响主旋律 传播中华优秀文化

今年是全面贯彻党的二十大精神开局之年,为弘扬主旋律、讲好中国故事、传播中华文化,

●分销微讯

湖北新华召开线上平台运营店社合作交流会

中国出版传媒商报讯 日前,湖北省新华书店(集团)有限公司组织召开线上平台运营店社合作交流会,旨在通过深化店社合作模式、创新教育服务方式,进一步提升长江传媒服务教育能力,以构建高质量教育服务体系助力湖北“教育强省”建设。湖北省新华书店(集团)有限公司党委书记、董事长邱从军主持会议并作讲话,湖北省新华书店(集团)有限公司党委副书记、总经理罗坚,副总经理汪崑,总经理助理兼教图分公司经理张世勇出席会议。湖北人民出版社、湖北教育出版社、长江少年儿童出版社等8家长江传媒本版出版社分管副社长,以及新华书店集团教材运营中心、教图分公司、连锁分公司、线上平台运营项目组有关负责人等参加会议。

邱从军表示,湖北新华现已建成湖北新华教育服务平台、九丘网学习中心、微商城“三大线上平台”,并专门成立了线上平台运营项目组,全面推进发行主业向“线上平台化、线下网格化”发展。本次会议的主要目的就是共商共议新华书店集团线上平台运营情况,深入探讨如何以线上平台的推广使用共同打造优质产品品牌和服务体系,并以此次会议为契机,与各本版出版社同向发力、问题共答,通过推进更高质量的深化合作,联动提升服务教育高质量发展的能力,全力构建更加规范、更加高效、更加优质的教育服务体系,充分发挥长江传媒出版发行主阵地、主渠道、主力军作用,更好地服务湖北“教育强省”建设。

罗坚就湖北新华谋划做好2023年秋季教材教辅发行工作,分别从安全规范、预售情况、产品选用等六个方面进行了介绍和说明。汪崑介绍了湖北新华目前教材教辅发行相关情况及当前形势变化和冲击对市场带来的影响。

8家本版出版社围绕会议主题、立足各自实际,依次作了交流发言,并就如何更好服务教育发展、更好推进店社融合发展、更好创新营销模式进行了深入探讨。

湖北新华线上平台运营项目组负责人从线上平台发展背景、运营模式、平台矩阵、预售情况及下一步工作计划等方面进行了汇报,教材、教辅及连锁分公司负责人分别结合各自业务板块,详谈线上业务推进的时间节点、目标任务及活动思路。(肖颖)

第十三届江苏书展主要呈现五大新亮点。

一是突出“贯彻二十大,奋进新征程”主题。本届书展聚焦深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想这一主线,在主展场设置主题馆,举办重点主题出版物集中展示及相关阅读推广活动、筹划“中国符号”系列丛书发布会、“出版在社会主义文化强国先行区建设中的担当和标识”主题论坛、“强国复兴,我心筑梦”全省中小学生诵读大赛决赛、“贯彻二十大,奋进新征程”百场阅读推广等10余场重点活动,各地分展场同步设立主题出版物百店联展。

二是突出传承发展中华优秀传统文化。发布“中国国家文化公园”丛书等新书,举办“天堂的书香——中国文化的藏书传统、度阴山讲《道德经》中的中国智慧”等专题讲座,《丝绸之路(世界语)》《成语说》《中国古代文献文化史》等新书发布会,昆曲、南京金箔等非遗展演活动。

三是突出儿童和青少年重点群体。针对0~18岁儿童和青少年的阅读需求,举办百余场阅读推广活动,包括“七彩语文”杯青少年讲·读·演大赛、第二届东方娃娃原创绘本大赛颁奖暨第三届东方娃娃原创绘本大赛启动活动、“风从东方来——东方娃娃原创绘本奖作品展”、“大科学家的小故事”系列丛书新书首发式、“心向阳光快乐成长”——青少年心理健康交流会等。

四是突出名人名家参展。邀请邬书林、孙晓云、刘心武、莫砺锋等专家学者、行业精英线上线下举办讲座、推介好书、首发新书等文化活动。围绕书香传播,提升品位强互动,“新华书房读书论坛·沙龙对话——江苏读书会·全民阅读新力量”将邀请一批江苏优秀的读书会“掌门人”,分享阅读理念,讲述阅读故事。

五是突出江苏地方特色文化。本届书展在展示展销好书的同时,将推出一系列与“书”相关、彰显江苏特色的专业展陈和体验活动。如“大运河文化”图片展、“长江文化”图片展、“晒晒我的家庭书房”图片展、“三体科幻图书”展,《昆虫印象》——童真与虫趣展”“世界儿童文学经典大师插画”展等,还安排了“凤凰姐姐带你逛书展”“小小建筑师”空间积木拼搭挑战赛等55场互动体验和江苏地情文化宣传、专题推介及相关非遗和民俗展演活动。

首开达人荐书直播 让利优惠着力文化惠民

6月25日,第十三届江苏书展线上分展场已提

●重点关注

无锡图书中心新书城迁址重装开业

第十三届江苏书展无锡分展场启动

中国出版传媒商报讯 6月29日,无锡地区首家复合型书店无锡图书中心迁址开业庆典在新书城五楼“凤凰报告厅”举行。江苏凤凰出版传媒集团有限公司党委书记、董事长章朝阳,无锡市委常委、宣传部长李秋峰,凤凰出版传媒股份有限公司副总经理、江苏凤凰新华书店集团董事长金国章等嘉宾,以及全国近60家出版社代表出席活动。同日,第十三届江苏书展无锡分展场暨“钟书·阅读暑期嘉年华”活动启动。

无锡图书中心新书城是江苏省图书经营面积最大、图书品种最全的书城之一,集图书、时尚、生活、美学于一体,共五层,总营业面积近9000平方米,每层均以“一本书”命名,以全品类的图书阅读为基底,延展文化交流、展演互动、艺美空间、童趣天地、轻食咖啡等功能。试营业期间,日人流量超过3.3万人次,以超高的颜值、有格调的氛围、全新的文化体验,吸引了众多读者打卡。新书城设立的“凤凰书苑听书体验站”,汇集了凤凰传媒旗下9家出版社优质资源,采用定向音场技术,读者扫一扫,即可便捷获取好书在线免费阅读,通过数字化阅读方式,打造全新的读者用户体验。

为迎接新书城开业,江苏凤凰文艺出版社、无锡史志办、无锡新华书店出版了《城市记忆:无锡》一书,精心收录285幅无锡老照片,记录无锡的历史与成长。

前开启,读者可通过“江苏书展APP/小程序”和“凤凰新华官网(PC端/APP/小程序)”参与江苏书展线上分展场的活动。

发力线上不间断直播,达人荐书有亮点。作为全国首个进行网络直播的书展,本届江苏书展将继续推出“第十三届江苏书展5×8小时不间断直播‘我们云上见’大型全媒体活动”,进一步强化主分展场联动和直播带货等营销力度,并持续强化馆藏图书集中采购力度和线上线下宣传推广力度,优化提升“出版社社长总编荐书”等活动,深化拓展“书香中国·全民阅读大讲堂”等阅读推广活动。本届书展还首次开设达人荐书直播,邀请图书达人王芳、东方甄选直播间、清华妈妈马兰花、元梦妈妈等,以及头部供应商自播号机械工业出版社、中信出版集团、磨铁图书、后浪图书、学而思等开展直播。

3000万元优惠券让利于民,充分满足读者阅读需求。江苏书展APP、凤凰新华官方平台及第三方平台将向广大读者投放价值总额不低于3000万元的优惠券。在江苏书展APP、凤凰新华官方平台,全场图书8折销售(特殊品种除外),读者还可领满68元减15元、满188元减50元、满298元减100元优惠券。在凤凰新华天猫、京东、拼多多旗舰店等第三方平台开设江苏书展专题,读者一次性购买专区内图书实洋满200元可减30元。在苏州主展场,苏州市教育局为学生免费发放价值60万元的惠民助读卡;苏州市文广旅局投入文化消费补贴150万元,读者可通过“君到苏州”平台申领数字人民币消费红包实现购书折上折优惠(外地来苏读者可在线上参与申领优惠);苏州市总工会开展了“你购书 我买单”职工书券大放送活动,面向广大职工(包括非在苏职工)发放价值120万元购书券。

值得一提的是,本届书展在各分展场将举办超1700场各类阅读推广活动,并安排惠民资金303.5万元。其中,南京文学之都主题书展拟在南京六朝博物馆主展场举办精品出版物展,设置南京经典图书展区,举办《百川归海:(世界遗产公约)的诞生和早期发展》中文版全球首发仪式、“行走·文都南京”“品读·文都南京”等活动。第六届淮海书展暨第十三届江苏书展徐州分展场,将开展“贯彻二十大,奋进新征程”重点出版物集中展示及相关阅读推广活动、淮海经济区特色出版物专题展览活动、“徐州作家日”等13项活动。



据悉,开业期间,无锡图书中心准备了一系列优惠活动回馈读者,如读者注册年度电子会员,享全场图书85折优惠;邀请名家举办系列阅读活动,如6月30日新书城开业读者晚会暨首场音乐会在书城五楼凤凰报告厅举行,7月1日新书城将举办马伯庸锡城读者见面会,7月2日曹文轩、《疯了桂宝》系列作者阿桂等将做客新书城开展对话;组织开展“无锡图书中,我有话对你说”征集、“品读无锡”无锡本土作品征集、“二泉阅读”第五季、“寄存书娃”“新书城瞬间摄影征集活动”等30余项文化活动。

通过多元化阅读活动的举办、多元文化场景的营造,无锡图书中心新书城将为锡城市民尽享沉浸式阅读构建优质体验空间。(文枫)

●行业观察

据北京开卷发布的“2023年第一季度图书零售市场数据”显示:实体图书零售市场同比下降31.67%,与2019年同比下降超60%。当下,实体书店遭遇着发展困境。出版机构开办实体书店并不鲜见,从最早的社办书店,到现在的品牌化拓展,中信出版集团、上海三联书店等一些国内出版机构的实体书店仍在坚守,甚至进一步向三线城市下沉。全民阅读早已成为国之大计,出版人对此责无旁贷。

好处多,优势大,出版机构纷纷布局实体店。出版机构开办实体书店,既有好处,也有优势。就好处来说,一是可以宣传企业文化,树立企业良好形象,加强品牌影响力。二是可以打通产销壁垒,扩大销售渠道,助推线上营销。三是可以直接获取读者的信息反馈,反哺图书生产,辅助选题策划、图书加印、再版等工作。出版人最懂书,便于做好图书选品工作,这是出版机构开办实体店的重要优势。一些网红书店的倒闭恰恰在于过于关注书店的装潢,忙于为外界打造“最美”印象,而忽视了图书选品。出版机构由于长期关注社会热点、读者兴趣点,对读者的阅读习惯、兴趣偏好等市场需求的嗅觉尤为敏锐。此外,还积累了大量优秀的内容资源和作者资源,便于转化为图书产品,也便于利用实体店开展作家签售和主题活动,从而吸引更多的流量,进一步增加用户黏性,从而形成良性循环。

以北京和上海地区出版机构打造的部分实体店为例:地处北京西三环的北京外研书店坚守前店后社的行规,已成为外语爱好者的乐园,并被不少家长誉为“亲子外语阅读的宝藏”。中信书店不仅在机场和商场开设实体门店,还曾在上海中信泰富广场打造了一家充满文艺气息的“伤心咖啡馆”快闪店。上海交大出版社实体店“阅读隧道”引进VR设备,致力于将读者带往“有灵魂的生活”。上海三联书店自2015年首家实体店开业至今,已在多个城市布局,近年来还下沉至三四线城市和乡村,并开启了“书店+酒店”“书店+社区”“书店+民宿”“书店+电影院”“书店+福利机构”等多业态叠加模式。

积极转型,改变经营策略打造城市第三空间。近年来,实体书店的颜值越来越高,“最美书店”层出不穷。但目前实体店经营模式尚不明晰,经营成本居高不下,网店、直播带货开启了高定价、低折扣的狂欢,进一步冲击着实体渠道。此外,实体书店的运营需要系统的管理,涉及选品采购、店面运营、品牌营销和仓储物流,对人才素质的要求极高。房屋租金、物业费用、人员薪酬、不当竞争……这些情况,同样出现在出版机构的实体店中。

推进全民阅读是长期国策,需要各界持续发力,出版机构责无旁贷。“十四五”规划要求“加强优秀文化作品的创作、生产和传播”,党的二十大报告对我国文化建设提出了明确的目的和任务,近年来各地政府对实体店纷纷给予政策倾斜。大环境向好,出版机构的实体店也需要自救,密切关注市场动向,改变经营策略,求新求变。出版机构开办实体店,我认为应该从以下四个方面入手,打造城市的第三空间。

第一,内容为王,用户至上。出版机构的实体店与出版社(民营出版公司)休戚相关、共荣发展。出版社努力做好书,旗下实体店积极营销。服务用户,积极传播先进文化的同时,也要带动营销。可以凭借实体店这一最美第三空间,吸引更多市民与书亲近,进而产生消费。

第二,提升服务管理水平。要建立总编辑制度,由既懂商业运营,又懂出版,且管理精细化水平高的复合型人才掌舵,充分体现出版机构的专业优势。

第三,更多融合互联网思维。通过加强线上线下联系,实现活动、图书等文化产品的线上线下打通,并着力营造智慧书城,借力技术达到降低管理和物流成本的目的。

第四,加强多元业态建设,构建大营销体系,从单纯卖书向卖阅读体验、生活方式转变。既可以借鉴独立品牌和民营加盟连锁书店的成功经验,也可以跨行业取经。如以销售家居产品起家的宜家,吸引消费者的不只有家具,还有美食、电影和儿童乐园和书店,“建立大型综合购物中心而非独立门店”是宜家的成功之道。消费者需要的是一个从书出发而不仅限于书的第三空间,让身心都能得到小憩。

今年五一期间,北京中信书店·合生汇店举办“在劳动与写作之间:我们都是赶时间的人——王计兵、胡安焉新书分享会”,前外卖员王计兵和写作者、前快递员胡安焉,与读者畅谈身为劳动者缘何开始写作和写作对生活产生的影响。5月26日,PAFONE(北京坊店)举行了《古诗词用起来——大诗人的作文魔法书》新书发布会,让孩子们提前过六一。高考刚刚结束,北京多家书店又马不停蹄地推出了相关主题活动致意考生——“等你凯旋”,其中不乏出版机构打造的实体店。

出版机构建设实体店,不应止于“看起来很美”,做“最美书店”,不仅需要更高的颜值,还需要更优秀的内容、更高级的管理和更贴心的服务。只有努力把打卡者变成读者和消费者,实体店才不仅能赢得“最美”称号,还能回归市场本真,赢得精神文明和物质文明的双丰收。

出版机构开书店 不应止于『看起来很美』

■丁燕伟