对

玉

# 中国出版传媒商报 2023年8月4日 星期五 第2911期

# 小调查: 书博会出版机构成绩如何? 哪些书卖得最好?

■中国出版传媒商报记者 张聪聪

为期5天的第31届书博会在泉城济南圆满落下帷幕。全国各地1700多家出版印刷发行单位参展,展览面积达10万平方米,共展出各类出版物76万余种,总交易额达8.6亿元。举办各类活动750余场,使用惠民消费券约1500万元,吸引读者80余万人次。出版机构参展成果如何?哪些书更受欢迎?参展人员有何感受?

#### Q1 本届书博会现场或线上卖得最好的三种产品?

Q2 现场最具人气活动或创新设计?

Q3 出版社整体成绩如何? 自播或达人带货情况如何?

Q4 有何参展感受或总结?

Q5 下一步有何计划?

# ●文学出版

### 濮存昕、白茶等人气作者亮相,自播首次走出去

■丁 羽(人民文学出版社发行部主任)

**卖得最好的产品**:濮存晰新书《濮存昕:我和我的 角色》、白茶新书《就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子(7)》以及《天下人心》;直播间销售最好的是莫言书 法集《三歌行》。

最具人气活动:"我的光在舞台——《濮存晰:我和我的角色》新书分享会"、《就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子7》白茶见面会。

线上销售215万实洋。我们在展位现场安排了自播, 4天共计销售215万元。

销售成绩:书博会现场售书、活动售书和自播合

计销售码洋135万。本次书博会,我们积极开展了

抖音自播和达人带货合作。人文社自播自2022年8

月恢复后,第一次走出去参加外地书展,对于自播团

队来说是一次成功的尝试,这也要感谢中国出版集

团对我们自播的支持,为人文社的自播提供了直播

间。同时,我们也积极地通过自己联系与机构合作

的方式进行达人带货,为达人提供差异化套装,仅

"小小鹰萱妈"直播间就实现销售4000余册,销售金

参展感受:书博会不同于北京订货会,是面向读者的一场图书盛会,济南人民的读书热情让我们感动,现场不断有人来买书。我们是从杭州到济南的,带很多大码洋的书并不现实,但是通过线下看实物,线上购买方便了很多。因而,这次书博会我们线下走的大多是单本书,线上走的大多是套装书。之后的书展,我们会做好线上线下的结合。

# 线下走单本、线上走套装书,自播4天销售215万元

■蒋 莉(浙江文艺出版社新媒体数字部主任)

**卖得最好的产品**:现场销售最好的是莫言新书《鳄鱼》以及《丰乳肥臀》和《蛙》,线上卖得最好的是 "茶人四部曲"的签名本,其次是我们专门为书博会准 备的福利闷包。

**创新设计:**浙江文艺社展位《鳄鱼》和《凉州十八 拍》的主题码堆吸引人眼球。

销售成绩:整体成绩斐然。现场销售3万实洋,

# 销售成绩:整体

●少儿出版

#### "米小圈"图书、活动人气旺

■李 力(四川少年儿童出版社副社长)

**卖得最好的产品:《**米小圈上学记》《米小圈脑筋 急转弯》《少年苏东坡传奇》。

最具人气活动:书博会上,川少社最具人气的是 米小圈系列活动,包括米小圈动脑大闯关活动以及 在川少社展位持续进行的"答题赢米小圈周边"有奖 活动,多角度展现米小圈"趣读、趣学、趣想"的魅力。

销售成绩:现场销售3.5万码洋,团购订单13万码洋。

参展感受:书博会整体组织良好,井然有序,为参展商提供了很好的展示交流平台。行业管理机构和媒体咨询机构组织的行业论坛对图书行业企业的经营有切实帮助。各参展单位活动丰富,市民参与度和购买热情也很高。

下一步计划:川少社又马不停蹄投入了2023上海书展的筹备工作,本届上海书展由四川担当主宾省,川少社将带来米小圈成语游戏等活动。

#### 4天实现销售码洋115万,作家读者交流会 受关注

**卖得最好的产品:**"巴巴爸爸"系列、"万物有化学"系列、《100天后会死的鳄鱼君》(截至7月30日)。

最具人气活动:7月30日的"学习先锋人物,树立人生榜样——'中华先锋人物故事汇'系列丛书作家读者交流会"。

销售成绩:截至7月30日,接力社实现销售码洋 115万。接力社此次安排了自播并邀请达人带货。但 整体情况不如预期,流量和转化比之前的书展略差。 截至7月30日,自播销售实洋20万。

### **线上线下互动较好,阅读推广更有力量** ■中国少年儿童新闻出版总社相关负责人

**卖得最好的产品:《**美丽中国从家乡出发**》《**我们的母亲叫中国**》《**院士解锁中国科技**》**等。

参展感受:我们在展会安排了官方自播,邀请了3位"男神"作家沈石溪、黑鹤、王然众做客直播间,与粉丝分享阅读和写作等方面的话题。书博会的线下逛展与线上销售结合,形成了较好的线上线下互动,让我们直播间收获了不少济南的粉丝,同时受到了作家们的关注,让我们的阅读推广工作更加有力量。

下一步计划:邀请更多的作家做客直播间,让我们的粉丝有更多接触大咖作家的机会,我们也将走出出版社,让广阔的天地成为我们的直播间。

# 团购签约近50万元,两场新书首发活动受关注

■邓 超(湖南少年儿童出版社品牌营销部主任)

**卖得最好的产品:**湖南少年儿童出版社携600多 种新书和重点图书参展。此次,《大英儿童漫画百 科》、"笨狼的故事"系列、《撕不烂涂鸦水绘本》等备受小读者欢迎,被家长和孩子热情抢购。

最具人气活动:"书屋有爱人生有梦——《2022年'我的书屋·我的梦'优秀作品集》新书发布会""小溪汇成大海,文学滋养童心——'《小溪流》45年精品典藏书系'新书发布会"吸引了众多读者驻足围观和各大央媒和主流媒体争相报道。

销售成绩:销售码洋11万,其中线上4场直播销售7.5万码洋,线下零售3.5万码洋;现场团购签约近50万元,主要为农家书屋、馆配订单,取得较好效果。

# 码洋280余万、随处可见拉行李箱购书的读者

■程 静(二十一世纪出版社集团市场营销中心)

**卖得最好的产品:**"大中华寻宝记系列""不一样的卡梅拉系列""奥特曼系列"等产品销售火爆,大批读者前来抢购。

最具人气活动:二十一世纪出版社集团此次设置 了大中华寻宝记和世纪童书馆双主题展位。"大中华 寻宝记"神兽系列新书首发暨阅读分享会人气火爆。

销售成绩:截至7月31日上午,展位总销售码洋近40万,自播及达人带货240余万。

参展感受:参与单位多、活动场次多、购书人群多、深深感受到泉城济南人对阅读的喜爱,在展馆随处可见一个个拉着行李箱购书的家庭。

下一步计划:目前已提前精心准备上海书展事宜,二十一世纪出版社集团计划设计"大中华寻宝"系列、"世纪绘本馆"系列主题馆等活动,制作趣味打卡板拍照留念,提升品牌影响力。

# 王芳直播专场销售约500万码洋

■少年儿童出版社相关负责人

**卖得最好的产品:**《上下五千年》(新时代版)、《十万个为什么》(第六版珍藏版)、《三毛流浪记》(彩图注音读物)。

最具人气活动:上少社邀儿童文学作家杨紫汐于27、28日,举办了两场"东方传奇中的写作锦囊——《夜明桥上的小石狮》图书分享会"。《夜明桥上的小石狮》故事发生地是山东淄博,作者曾专程赴当地采风。分享会吸引了近50组亲子家庭参与,实用的写作法宝、有趣的游戏设计体现了作家的巧思。两场活动实现销售近100册,这提振了我们推广新人作家的信心,也为推进下半年线下活动注入士气。

销售成绩:书博会5天现场零售累计销售码洋2万,累计销量500册;我们邀请了主持人王芳在上少社做直播专场,销售约500万码洋,其中《上下五千年》新书首发,单场销售额突破100万。同时,我们邀请刘媛媛、周洲、赵雅等在书博会现场带货,销售分别约20万、14万、6万、2万码洋。

参展感受:惠民券的优惠力度很大,购书者的购书热情也很高。每天人流量都不少,很多家长带着小朋友来购书,套装礼品书和适合凑单用券的图书较有优势







# 立体书销售火爆,AI智能点读笔受关注

■孙肇志(荣信文化副总经理兼乐乐趣总编辑)

**卖得最好的产品:** 乐乐趣立体书《我们的身体》 《鳄鱼先生立体游戏屋》、乐乐趣揭秘翻翻书系列《揭 秘营养》(截至7月30日)

最具人气活动:乐乐趣 AI 智能点读笔新品发布会。乐乐趣基于科大讯飞的"语音复刻"技术,推出乐乐趣点读笔"AI声音定制"功能。

销售成绩:100万码洋(截至7月30日)

参展感受: 乐乐趣 AI 智能点读笔是荣信文化数字 化转型的重要产品, 我们会持续加大推广力度, 也会 不断完善、升级产品功能, 比如和科大讯飞合作, 为点 读笔新增了语音复刻功能, 该功能也已经上线。

# 双语学习机受关注,IP新书人气旺

■陈 盼(海豚传媒山东分公司副总经理)

**卖得最好的产品:**《德国少年儿童百科知识全书· 珍藏版》、《大侦探福尔摩斯》、"海豚绘本花园"系列绘 本(截至7月30日)。

最具人气活动:7月29日在少儿阅读区举办的豚小蒙双语学习机T10发布会,现场观众近百人,齐鲁晚报·齐鲁壹点全程直播,线上观看人数94万。另外,我们为畅销新书《小黑熊的四季故事》定制了小黑熊IP人偶,其原版IP源于日本畅销十余年的小黑熊系列,由著名设计师高井喜和创作;小黑熊人偶在展会现场俘获了孩子们的心。

**销售成绩:**线上直播、现场销售共计125万码洋, 达人带货约100万码洋(截至7月30日)。

参展感受:会议主办方热情洋溢,组织井然有序; 山东济南人民热爱阅读,购书热情似火。家长对于孩子的教育越来越重视,科普、文学、玩具书、低幼各类型图书全面受到欢迎;点读笔、学习机等智能硬件产品进入了越来越多的家庭。

下一步计划:继续在儿童教育行业深耕,更多参与展会,带来更多受市场认可的好书,策划丰富有意义的活动,拉近与消费者的距离。

#### **创意展陈营造沉浸氛围,线上线下销售火爆** ■中信童书相关负责人

**卖得最好的产品:**《小狗钱钱》《苏菲的世界(漫画版)》《小狗钱钱2》《跟着绘本学古文》《墨菲定律(青少版)》。

创新设计:创意展陈为沉浸式海底世界,设置了小鱼形状的书架,展位顶做出海浪造型,并在空间内部布置了灯塔、珊瑚、贝壳等各类海底元素,吸引小朋友们拍照打卡,并沉浸式感受深海文化的无穷魅力。

销售成绩:中信童书现场书展销售超过90万码洋;自播和达人直播间累计销售超过500万码洋。

中国出版传媒商报讯 7月28日,三环出版社在第31届全国图书交易博览会期间,举办"追寻信仰之源,弘扬建党精神——光耀千秋·党史人物故事丛书"新书首发活动。中国出版协会理事长邬书林、中国图书评论学会会长郭义强等领导出席会议并讲话。海南出版社、三环出版社社长王景霞,海南出版社总经理、三环出版社总经理吴宗森,三环出版社总编辑张秋林出席会议。人民教育出版社编审王林、中共江西省委党史研究室三处处长汪洋、全国党建研究会特约研究员汪玉琦等专家学者及该书作者应邀出席。

辑推出《踏荆前行——陈延年、陈乔年的故事》《先驱丰碑——李大钊的故事》《秋之白华——瞿秋白的故事》《大地赤子——陈独秀的故事》4册。会上,王景霞汇报了丛书的出版情况。邬书林肯定了三环出版社的政治自觉和精品追求,盛赞该套书"作者作为文学家,站在史学研究的基础上,把文学的力量和史学的力量结合起来,讲出了党史人物新的高度、新的境界"。郭义强讲道:"当代出版人在红色读物出版问题上,要有这个心,自觉承担起传承红色文化的历史责任和使命;要肯出这个力,精心策划、精心打磨,精益求精,使之具有感染人的真实力量和艺术力量。"

"光耀千秋·党史人物故事丛书"第一

中国作家协会原副主席高洪波特意从北京发来视频讲话。李朝全、纪红建、云从龙、王彦4位作家发表了创作感言。 (沈 西)

中国出版传媒商报讯 7月29日,中国 大百科全书出版社、知识出版社在泉城济 南举行。"改革开放下的中国童话:张吉宙 《小黄牛和野斑鸠》新书发布会"中国作家 协会会员、青岛市作家协会副主席、青岛市 小作家协会主席、该书作者张吉宙携新作 《小黄牛和野斑鸠》莅临现场。中国出版 集团有限公司党组成员、中国出版传媒股 份有限公司总经理李岩,中国大百科全书 出版社副总编辑刘金双,中国作家协会报 告文学委员会副主任、山东省作家协会副 主席、青岛市作家协会主席铁流,儿童文 学研究会副会长、儿童阅读专家王林,兰 州大学文学院院长、教授、儿童文学评论 家李利芳,儿童文学评论家、翻译家舒伟等 出席新书发布会并参与研讨。发布会现场

《小黄牛和野斑鸠》是中国大百科全书出版社、知识出版社今年重磅推出的一部改革开放题材的少儿作品,是一个充满友爱的动物故事。童话作为儿童文学作家惯用的体裁,在对中国当代社会的书写方面具有怎样的突破?《小黄牛和野斑鸠》无疑树立了一个成功的典范。张吉宙表示:"作家是有责任的,对我来讲有责任把改革开放的故事告诉今天的孩子们,让他们了解我们曾经经历过那样一个时代,中国人意气风发,迈出了坚实步伐,一起走到了今天,在不断实现着美丽的梦想。" (沈西)

中国出版传媒商报讯 7月27日下午,由山西出版传媒集团主办,希望出版社承办的"讲好传统文化 童诗浸润童年——中国韵·童诗说传统文化"书系新书发布会书博会在山西展馆举办。山西出版传媒集团总经理助理连军,山西出版传媒集团出版业务部副主任董润泽,儿童文学作家、诗人张晓楠,散文家、诗人、"中国韵·童诗说传统文化"书系作者耿立,儿童文学作家、诗人、"中国韵·童诗说传统文化"书系作者李德民等出席发布会。希望出版社党支部书记、社长、总编辑王琦,副总编辑傅晓明,副社长李林参加发布会。活动由希望出版社编辑张泽坤主持。

"中国韵·童诗说传统文化"书系从童诗角度对优秀传统文化进行创造性转化和创新性发展,用现代儿童诗诠释了优秀传统文化的精髓。王琦提到,希望多方合力,共同为弘扬中华优秀传统文化而努力,打造出更多更好的符合时代要求、深受青少年喜爱、彰显中国文化自信和力量的精品力作。

耿立结合自身的散文与诗歌创作,阐释了儿童诗本身天然的文学趣味性,提出要让优秀传统文化转化为当下青少年和儿童喜闻乐见的形式。李德民从题材的拓展、培养兴趣、开发想象力三个方面讲了自己对阅读与创作的理解。张晓楠从诗歌的接受与创作维度谈到自己对耿立、李德民两位诗人和作品的独特认识。 (沈西)