

# 今年流行City Walk? 出版人却说我们一直在City Work! 走近读者,是图书营销的首要

■中国出版传媒商报记者 张聪聪

- 1.今年因工作打卡了多少城市?
- 2.最近一次出差是哪个城市?有何业务目标或收获?
- 3.City Work日常中,有没有感悟触发的时刻?或遭遇尴尬、窘迫?
- 4.今年一系列City Work下来,有何工作思考或感悟?

## “笨办法”让品牌更有真实感染力

■林秋兰(二十一世纪出版社集团北京出版中心市场部负责人)

A1:粗略计算起来,今年出差城市差不多10个。今年3月到深圳宝安图书馆做原创绘本《你看见喜鹊了吗?》主题画展“绘美前海 声名鹊起”开幕式、讲座等相关活动;5月陪原创绘本作家大吴到广州、东莞开讲座;7月陪知名原创绘本作家《你看见喜鹊了吗?》作者戴芸在北京、南京、温州、乐清、宁波、上海等地做了六七场巡讲活动……

A2:最近在上海等地陪同畅销书“开车出发”系列作者间瀛直方结束活动。畅销500万册的“开车出发”系列作者间瀛直方,出生于日本爱知县的一个小渔村,那里面面朝大海背靠群山,他从小就对大海之外的世界充满了无限憧憬。2016年我们曾邀请他来中国开展了一系列让人难忘的活动。时隔7年,大朋友和小朋友们又一次和“电车爷爷”间瀛直方相聚。

8月16日在上海书展二十一世纪出版社集团联合活动区的活动是此次间瀛直方爷爷来华巡讲的第一场。后续我还与他去到杭州、苏州、西昌、常熟、合肥等地,在8场活动中感受到了各地读者的热情。

此次出差是陪同间瀛直方全国巡回演讲,他也是经历3年疫情后我们邀请来华做活动的第一位国际图画书作者,后续我们还会继续邀请更多的国际、国内作家到各地开展各种各样的活动。

A3:“常在河边走,哪有不湿鞋”,印象深刻、感悟触发的出差时刻有很多,尤其是和作者一起在外地的活动,真要说起来,三天三夜都说不完。

以间瀛直方老师来华第一场活动为例,我担任主持人,虽然已经做过不知道多少次主持了,但还是难免紧张——记得介绍老爷爷、书和后续流程等,甚至还和孩子互动带动气氛,偏偏忘记介绍翻译。

## 以高质量的内容和服务品质把握机会

■赵姗姗(新蕾出版社)

A1:截至8月20日,不重复计算同一个城市的多次往返,今年因为工作打卡了15座城市。

A2:最近一次出差是去杭州,既开展了新蕾“百城百校”青少年公益阅读活动,和百余位国际大奖小说的粉丝打卡见面,还产生了新的项目。

A3:经常出差的人,印象深刻的瞬间太多了,活动中听到孩子们对于图书的新理解,作家带病上阵坚持做完活动,以及安排好的出差计划被各种不可抗力干扰导致的各种追赶高铁的窘迫瞬间不胜枚举。

特别想分享的是,我们去年在西藏拉萨一个小学的活动,那也是新蕾社“中国的孩子”百城百校巡礼季的一站。为了在更多的孩子心中种下阅读的种子,我们把图书和公益阅读服务送进了各个省份,特别是偏远地区。在一个小县城的校园中,讲座开始前,校长致辞告诉孩子们,这是他们学校组织的第一次公益阅读活动,可能是这些孩子一辈子能听到的唯一一次专业阅读讲座,活动中孩子们炯炯的眼神令我动容,我也第一次这么强烈地感受到出版人的责任与使命。活动后,老师还给孩子们录了视频发来,看到他们对图书的热爱,我们觉得一切努力和辛苦都是值得的。

翻译老师也非常重要,但我就忘记了,翻译老师拿起话筒自我介绍时我才想起来,尴尬到想要钻到地下去。可是,能怎么办呢?只能接受这种“不完美”了(下来向翻译老师郑重地道歉了)。

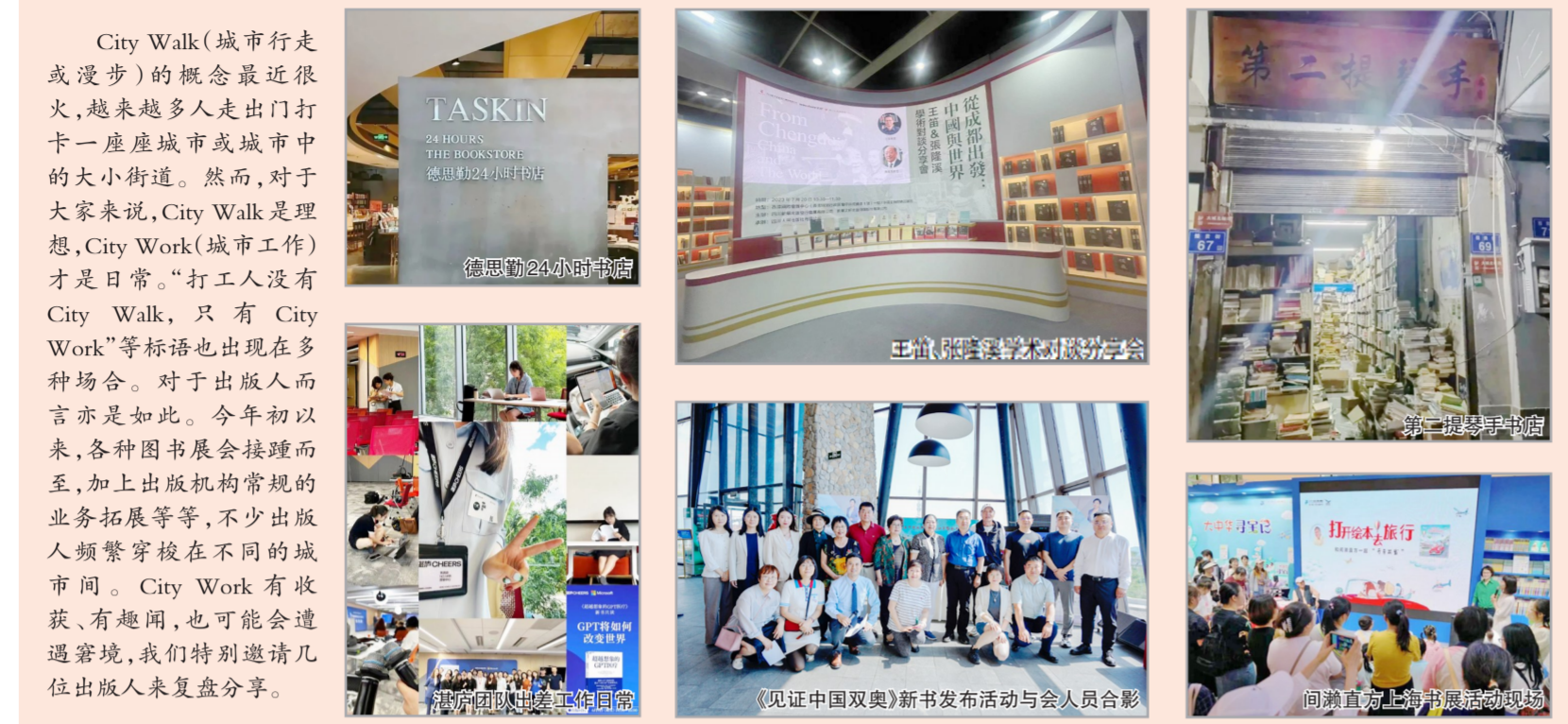
线下活动就是这样,无论一开始做了多好的设想和准备,临时总是会有一些意想不到的事情发生,但只要不是特别严重问题,及时补救就还好,随着时间流逝,反而可能变成和作家的珍贵回忆。

A4:二十一世纪出版社集团北京出版中心成立于2022年,是二十一世纪社整合旗下资源成立的出版中心,是集编辑出版、营销宣传、全渠道发行为一体的全能平台,专攻0-8岁绘本、科普、少儿文学。我们拥有最多凯迪克奖作品版权的“麦克米伦绘本”品牌,拥有曹文轩、郁蓉、米切尔·恩德等知名作者作品的“天下童书”品牌,拥有广大读者喜闻乐见的宫西达也恐龙系列、屁屁侦探系列等童书……我们致力于守护经典,开发原创,拥抱孩子的好奇心、想象力、创造力,做孩子美妙阅读童年的陪伴者和守护者。

要达成品牌目标,有一个特别特别重要的工作,就是去做好一场又一场线下活动,和每一个真实的人建立真实的联系,通过活动去感动和感染这些真实的人,每个人都是我们的潜在读者,只要他喜欢书,我们就有必要找到他。

2023年截至目前,我们已经做了近70场线下活动,今年的目标是80-100场,未来3-5年的目标也是坚持每年至少50场线下活动,希望能通过这种“笨办法”让我们的品牌更有真实感染力,也希望越来越多的人认识我们,喜欢我们。

当然,要完成这个目标,出差、City Work成为一种必然。希望大家都能有所收获。



图片由受访者提供

## 出版需要动静结合

■封龙(四川人民出版社学术出版中心主任)

A1:今年共走了6个城市,分别是北京、广州、杭州、香港、济南、上海。其中,北京往返4次,接下来还有湖州。

A2:最近一次是去参加2023年上海书展,并且在书展举办了活动,是与著名历史学家王笛教授的对谈:“微观史与大历史:作为空间的成都“茶馆”——王笛《茶馆:成都公共生活的衰落与复兴,1950—2000》新书分享”。除了宣传以外,还和作者对书稿中的问题进行了面对面的确认,针对下一步工作商榷了时间节点和后续营销宣传的策略。

A3:到不同的城市,会看到不同的城市特点,以及各个城市中的日常生活。因为工作原因去到各个城市,心中所想的是每次要完成的事情。如果现在“倒放电影”非要说印象,最深刻的就是“赶”,各种赶路、赶场。“确保万无一失”,“确保顺利平稳”。每次事情结束的那一刹那,整个人轻松了。这是印象深刻,又尴尬窘迫的遭遇常态。

A4:稳中求进,再接再厉,加快效率,保质保量。出版需要动静结合,行走的同时也要坚守内心对好选题、好内容的执着,这是大半年走下来最大的感悟。

## 非结构化数据是选题的决策依据

■贾慧君(研究出版社数媒部负责人)

有同比增长,反而下降。究其原因在于三点:一是产品、营销和服务的同质化;二是价格管理的混乱和无序,回款至上原则下,业务员当然知道什么是最有利的选择;三是缺乏对新渠道的调研,试试看的心态,既分散了精力,又要面对可能的骗局或者假象。

A4:首先,内容第一,内容质量一定要过关。其次,无论做什么书,都得强调与当下的联结是什么,怎么去打动现在的年轻读者以及主要读者群。另外就是我们对于书的包装和营销方式。畅销书肯定要切中时代的某个痛点。第一条是常识,无需多谈。第二条“当下的联结”——大众图书选题有点像给情绪找一个出口,畅销书尤其如此。这也是为什么说非结构化数据才是选题最重要的决策依据,而不是已有的销售数据,只有跟风类选题才会紧抓后者。

随着数字化浪潮席卷全球出版业,数字技术已用于出版的策划编辑、制作印刷、生产管理、市场营销等各个环节。与传统出版相比,数字出版以其方便快捷的查询、海量的存储、不断创新的文化内容和更加环保等特点,形成鲜明优势。近年来,世界各大出版集团的数字产品销量保持良好的增长势头,更加快了其数字化转型的步伐。此外,跨媒体运作成为文化传媒产业发展的新趋势,如全球大型新闻出版集团拥有几乎全部媒体类型:报纸、电视、电影、杂志、娱乐与新闻网站。通过跨媒体经营,可以实现同一内容的多重开发,实现内容利用增值和规模效应。

A4:虽然目前各大综合书店里的传统艺术类图书日渐式微,但在国内外被称为第九艺术的漫画和游戏的相关图书却强势上升,很多书店单独为其开辟领地,举办专题活动、扩大展示区域。浙江摄影出版社作为专业艺术出版社,也紧跟市场动向,与快看漫画APP达成合作,与游戏公司做合作出版。今年我也特地与B站建立合作关系,B站小伙伴建议我们可以避开头部资源,寻求与中腰部的游戏、动画、动漫合作,这些资源不仅有忠实的粉丝,还可以借助B站平台的算法和推广机制进行精准营销。对我们发行来说,现在不再只是做好每本已出版图书的发行而已,与特定渠道深度沟通,做好产品策划、产品定制、产品推广是更加进阶和必不可少的工作内容。

个精神角落。

A4:虽然目前各大综合书店里的传统艺术类图书日渐式微,但在国内外被称为第九艺术的漫画和游戏的相关图书却强势上升,很多书店单独为其开辟领地,举办专题活动、扩大展示区域。浙江摄影出版社作为专业艺术出版社,也紧跟市场动向,与快看漫画APP达成合作,与游戏公司做合作出版。今年我也特地与B站建立合作关系,B站小伙伴建议我们可以避开头部资源,寻求与中腰部的游戏、动画、动漫合作,这些资源不仅有忠实的粉丝,还可以借助B站平台的算法和推广机制进行精准营销。对我们发行来说,现在不再只是做好每本已出版图书的发行而已,与特定渠道深度沟通,做好产品策划、产品定制、产品推广是更加进阶和必不可少的工作内容。

## 图书营销需要走近读者

■张涵淼(湛庐文化营销编辑)

的通知书,还想找与科技相关的图书,给他推荐了《AR改变世界》,甚至不用介绍,他翻看了目录就决定买走。

我们结合之前的例子,给他推荐了通知书《人人都该懂的量子力学》(人人都该懂的粒子物理学),没想到他翻看了一下就说这些知识基本了解。又给他推荐了彼得·戴曼迪斯的《未来呼啸而来》,没想到他也表示爸爸在看,家里已经有了。

还有一个男孩,自己在展台看《生命3.0》,看了一会就去前台结账。

湛庐在微软公司也做过《GPT时代人类再腾飞》的新书分享活动,这本书是关于ChatGPT如何重塑未来世界宏伟蓝图的。

## 产品策划、定制、推广必不可少

■陈赞羽(浙江摄影出版社发行人员)

A1:目前我负责浙江摄影出版社在南方大部分省份的图书发行业务,今年已经出差打卡了10座以上城市。

A3:当我到了某座城市,会在完成客户拜访工作之余,探访当地的独立书店。

长沙的独立书店给我留下了很深的印象,有开在居民楼17层顶楼的“目田书店”,这家店已拆封的书远比塑封书多,读者可以自由借阅,老板心也挺大,会留下一张写着外出吃饭的纸条,暂时开启无人营业模式。还有一家二手书店叫“第二提琴手”,开在五一广场商圈核心地段,在周遭满是现代繁华景象的衬托下,这家店的复古形象独树一帜。

A1:最近出远门是去上海书展,前期一直在北京跑来跑去。

A2:今年,湛庐第一次参加上海书展。主要目标是安排作者的书店活动以及展会现场的辅助销售。到了现场能直接观察读者,更能感受到读者真正关注的是什么。

A3:最近在参加上海书展时,发现现在的中学生阅读水平越来越高,可以说是颠覆了我做童书和青少年书单的认知。有的孩子还戴着小天才电话手表,一来就主动翻看大部头的认知类图书,还有各种前沿科技的成人书。在翻看、购买我们的新书《芯片简史》的人群中,中学生的人数甚至和成年人持平。科幻小说《未来史记》作者江波在展会做活动时,也出现了不少中学生小粉丝在排队签售。

有几个男孩让人印象深刻:一个男孩来我们展台一直在翻看量子力学、粒子物理学