

英美书业如何下好暑期营销这盘棋

中国出版传媒商报记者 渠竞帆



企鹅兰登英国童书公司与水石书店首次共同举办青年图书节

英国:市集式图书节聚集人气

今年暑期,英国书店举办线下市集形式的文学节来拉动人气。同时,TikTok图书博主分享自己的购书视频,让广大网友了解当下流行的阅读潮流,也结交一些同好。目前,标有#bookhaul标签的视频已有19亿次浏览。

水石连锁书店8月16日在皮卡迪利旗舰店启动了瓦特斯通图书节,图书节持续2天,各家出版社在店内设立展位,举办论坛及其他活动。到出版社展位前交流的人很多,还有读者特意来书店,请心仪的作家在购买的书上签名,随身背的购物袋里装满了新买的书。年轻读者会在展位前补个妆,请展位后的占卜师预测一下未来,也从参与活动的出版社和作者那里了解要出版的新书和新的阅读潮流。

麦克米伦、哈珀·柯林斯、布鲁姆斯伯里、费伯、阿歇特童书、学乐社、西蒙与舒斯特英国、霍德、猎户星、邦尼和佳酿等出版社都设立了展位。图书节不收门票,以商品赠送开场,通过有奖竞猜活动向顾客奖励图书,此外还有手工、工作坊、摄影棚和以图书为主题的活动。

图书节期间,5位少数族裔女性运营的线上书友会“坦诚的读书会”(The Candid Book Club)举办了一场活动,主题是如何使用社交媒体树立自己的品牌。活动后围绕艾米丽·亨利(Emily Henry)的《快乐的地方》(Happy Place)举办了一场读书会,多位作者围绕创作过程、科幻人物、世界建构及其对书封的影响进行讨论。

今年的图书节更有交互性,有出版商组织的讨论活动,有发放试读本,读者有更多机会与出版商互动。水石书店根据去年的反馈策划了今年的图书节活动,便于作者和顾客建立起连接。图书节还邀请作者参与作家见面会及工作坊等活动。

企鹅兰登英国童书公司也参与到图书节中,8月15日~18日,与水石书店共同举办青年图书节(House of YA x Waterstones BookFest),在水石书店多个分店举办了作者见面会,邀请多位作者与读者见面,宣传各种类型的青年读物。出版社还设立了TikTok账号@houseofya,发布创新和娱乐性内容,通过社交平台延续读者对青年小说的热情。企鹅兰登英国童书公司品牌总监艾丽斯·布罗德里克(Alice Broderick)表示,BookTok的火爆表明,读者渴望相互之间的联系,分享各自的体验并发现新作者和新故事。很高兴与水石书店合作此次图书节,并开通社交平台新渠道。以@houseofya的身份加入对话,让读者与多元化的青年小说及其作者在线上线下产生关联。企鹅兰登英国童书公司执行总监弗朗西斯卡·道(Francesca Dow)表示,口碑相传仍是书业非常有效的方式,BookTok社区在分享对图书的热爱以及帮助重塑书业等方面富有想象力。图书节也让这么多爱书人与优质作家线下面对面,拉近了彼此的距离。

美国:TikTok效应在减弱

根据美国Circana机构图书监测(BookScan)统计的数据,美国成人虚构类图书18个月来一直保持稳定;2022年,该板块纸书销量同比增长8.5%,是2022年唯一增长板块;2023年上半年,成人虚构类再次一枝独秀,销量同比增长4.2%,TikTok图书社区(BookTok)为此提供了重要动力。

但是图书监测做的一项最新分析显示,BookTok给书业的提振作用正在减退,图书监测跟踪的约180位BookTok推介作者的作品销量在今年1~5月间增长38%,1~7月间仅增长23%。从6月开始,成人虚构类图书每周销量均有下滑,7月销量比上年同期下降4.5%,到8月12日销量仅增长1.4%。

图书监测分析师克里斯汀·麦克莱恩(Kristen McLean)预测,2023年8月中旬到年底,BookTok推介作者每月作品销量将低于2022年同期或与之持平,最终销量将与2022年持平。据统计,2022年,图书监测统计的BookTok推介作者作品销量为4700万册,而在首次统计这一数据的2020年,这一群体的作品销量为1300万册,2021年增至2700万册。

从2021年7月到2023年7月之间的图书销量对比可以看出,成人作品销量在2022年7月比上年同期增长9%之后,2023年7月销量同比持平;青年类作品销量在2022年7月同比增长4%之后,2023年7月同比下降1%。

麦克莱恩表示,BookTok推介作者的作品销量也难以维系2020年以来的增长态势,一个因素是消费者在疫情解封之后恢复社交活动,因而减少了阅读时间。

然而,即使BookTok带动的图书销售在下降,它仍是书业发现新作者最重要的平台。麦克莱恩说,在当今社媒驱动的世界,BookTok对年轻人来说是非常重要的、发现想读的书的平台。但她提醒说,今年打造新作者的数量没有过去两年多,今年7月位于TOP10的BookTok作者的作品销量与2021、2022年同期基本相同。但其他BookTok作者(包括新作者在内)的作品销售速度减缓,表明推出新人的效率下降。然而,今年依然有新人涌现。如瑞贝卡·亚罗斯(Rebecca Yarros)的《第四翼》(Fourth Wing)和卡莉·富琼(Carley Fortune)的《在湖边遇到我》(Meet Me at the Lake)自5月问世以来分别售出近40万册和23万册。

2023服贸会聚焦数智赋能

9月2日~6日,2023年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)在北京国际会议中心、国家体育馆及首钢园举办,11年来,服贸会已成为中国对外开放的标志性展会平台。本届服贸会以“开放引领发展,合作共赢未来”为主题,展览规模达15.5万平方米,设立电信、计算机信息服务、文旅服务、教育服务、供应链商务服务等9个专题,吸引包括500多家世界500强和行业龙头企业在内的2400余家企业同台亮相,有59个国家和24个国际组织设展,总数比上届多12个。记者逛展后发现,参展的出版机构致力于以此平台为契机,向国内外展示自身品牌和产品优势,积极与国外机构开展合作,数智赋能已成为各企业寻求产品和服务升级的重要手段。

中国外文局集中展示对外出版成果

中国出版传媒报 9月2日,2023年服贸会在北京开幕,中国外文局受邀参展。外文局副局长刘大为到外文局展区考察指导。外文局展区以“对话与合作——国际传播合作机制与贸易创新”为主题,融合“今日中国”会客厅的概念,以多形态展示外文局围绕中华民族现代文明打造国际传播品牌,推动中国文化产品进入世界知识体系;聚焦服务贸易,支持和鼓励文化业态创新,推动以对外文化贸易带动外文局外向型产业发展的成果。

在连续三届服贸会上,习近平总书记重要著作展墙始终是中外文局展区的亮点之一。本届展会共展出《习近平谈治国理政》第一至四卷及《摆脱贫困》之江新语》等总书记著作百余本。首次在服贸会亮相的《习近平谈治国理政》多语种数据库也吸引不少观众驻足。这是近年来外文局将对外宣传习近平新时代中国特色社会主义思想融入高端外宣服务、对外出版发行、媒体国际传播、中外人文交流、外宣研究咨询和行业协同协作等领域,以最高标准、最高质量、最高水平做好习近平总书记著作对外出版和全球宣介的集中呈现。

高教社首次现身服贸会 展示三大领域新成果

中国出版传媒报 9月2日至6日服贸会期间,高等教育出版社作为教育服务专题展区唯一一家参展出版机构首次亮相服贸会,展示其在教育出版、学术出版、在线教育与服务三大业务领域的最新实践与成果。

在教育出版展区,高教社展示了刚刚出版发行的《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》教材,以及《习近平法治思想概论》《习近平总书记教育重要论述讲读》(中、英文版)等重点出版物。

在学术出版方面,高教社展示了中国学术和中国文化走出去的最新成果。作为“中国科技期刊卓越行动计划”项目支撑平台,中国学术前沿期刊网现有《前沿》(Frontiers)等系列英文学术期刊38种,其中12种被SCI收录,用户遍布200多个国家和地区,荣获多项国家级奖项。专为国外少儿读者研发的汉语绘本“Cool Panda少

儿汉语教学资源”,利用AR、VR技术还原书中故事场景,促进听、说、读、写各项技能相结合。该项目已出版144个品种,进入海外近400个小学汉语课堂,在美英等多个国家培训2000余位汉语教师,有力推动了中国文化的传播和交流。

近年来,高教社通过深化数字化战略与融合发展战略,打造多个有影响力的在线教育服务平台,服务国家的教育数字化战略行动。本次服贸会,高教社重点展示了为全球学习者提供在线教育服务的慕课平台“爱课程”、我国职业教育信息化水平的重要标志——职业教育在线平台“智慧职教”等最新成果。在虚拟仿真实验互动体验区,观众可通过虚拟现实设备现场体验国产大飞机大部件装配、火星车探测系统控制技术探究和爆燃灾害演化等实验项目。这些虚拟仿真实验来自自于高教社建设运营的国家虚拟仿真实验教学课程共享

平台“实验空间”。该平台目前已有来自2686所高校的500余万注册用户,共汇集3500余门虚拟仿真实验课程,课程覆盖350余个专业。“实验空间”有助于解决高校无法开展的,涉及高危或极端环境、高成本、高消耗、不可逆的实验、实习、实训问题。

9月2日上午,高教社总编辑谭方正出席在北京国家会议中心举行的2023年中国国际服务贸易交易会全球服务贸易峰会。9月3日下午,高教社副总编辑张泽应邀出席“人工智能与教育数字化转型”圆桌会议,以《教育大模型赋能教育出版新发展》为题发表主旨演讲,介绍高教社正在建设的基于学科、课程教学应用场景的教育大语言模型情况。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

北京出版集团精彩亮相服贸会

中国出版传媒报 9月2日,2023服贸会于国家会议中心和首钢园正式开展。北京出版集团作为市属大型文化企业受邀参展位于首钢园1号馆的文旅服务专题展区,集中展示“北大红楼与中国共产党创建历史丛书”“北京文化书系”等精品主题类出版物,以及近年来荣获重大奖项、入选国家级、省部级出版规划精品力作,突出展示该集团秉承“原创、专业、首善”的价值目标,坚定文化自信,坚持精品出版高质量发展取得的丰硕成果。

该集团最新推出的“北京文化书系”在展台突出陈列,书系包含“红色文化”“古都文化”“京味文化”“创新文化”四套,以首善标准、首都水准对北京文化进行深层次整理和内涵式挖掘,集中呈现北京文化的根和魂,记述北京日新月异的社会变化和时代风貌。第十一届茅盾文学奖获奖作品《宝水》,分别入选第15、16届“五个一工程”奖的《北上》《云中记》《平安批》,入选“2022中国好书”的《西海固笔记》,以及《金墟》《北斗牵着我的手》《瓦屋山桑》《熊猫小四》等新品力作深受读者喜爱,吸引观众驻足品读。《宝水》由北京十月文艺出版社出版,是70后代表作家乔叶的长篇突围之作,小说中的宝水村地处太行山深处,在全面推进乡村振兴的时代背景下,正在由传统型乡村转变为以文旅为特色的新型乡村,作品通过宝水这个既虚且实的小小村落,呈现出久违了的文学里的中国乡村和新时代乡村建设的生动图景,以及诸多清新鲜活的故事。服贸会期间,北京出版集团线上店铺还搭建了“开放引领发展,合作共赢未来”线上精品图书购买专区,满足线上线下读者的购书需求。

牛津参与教育论坛 提倡加强科学素养教育

中国出版传媒报 服贸会期间,牛津大学出版社(以下简称“牛津”)携优质学习资源内容和解决方案参加教育服务专题展,中国区董事总经理丁锐应邀在教育服务专题下的“馆校结合·科学教育”论坛发表演讲。

此次参展,牛津带来了近年来在本地着力打造的重点内容:Talk about... with Oxford(TAO,中文书名为“牛津话……”系列)。该系列以1000余个妙趣横生的故事为核心,主要覆盖学前和小学阶段,让孩子们在各种时间和场景中,通过轻松有趣的故事自主学习中国及世界文化、英语、科学、经济、艺术、情商、环保等丰富的通识内容。

在第十五届“馆校结合·科学教育”论坛上,丁锐作了题为“通过科学素养教育,培养未来科学公民”的主旨演讲。他表示,回顾全球百年历程,科技发展对于社会经济的重要影响不言而喻,它的快速发展与人类科学素养的提升密切相关。加强科学素养教育,使公民具备基本科学素养,必将为国家进一步发展奠定新的人才基础。科学素养的内涵包括科学身份认同、科学知识和科学能力,且前者是后两者的基础。科学身份认

同影响着科学学业成就、参与积极性和效率,是影响科学知识学习和科学能力发展的关键因素。今年6月经济合作与发展组织(OECD)发布的2025 PISA科学素养评估框架(由牛津大学出版社组织全球专家撰写)中,新增了科学身份认同是科学素养基础的论述。牛津构建了矩阵式的丰富科学素养学习内容,帮助学习者建立科学身份认同、构建科学知识体系、培养科学能力,同时涵盖科学教师职业发展,为科学素养教育提供有力支持。丁锐还阐述了牛津“闻致远”的理念,通过阅读,激发和保护孩子们的好奇心、想象力、判断力和专注力这四大原动力,助力学习者“阅自然、阅人文、阅科学、阅未来”,阅以致远。丁锐表示:基于“闻致远”的理念,牛津通过内容本地化开发和升级,聚焦核心素养,构建内容生态,保护和滋养孩子们发挥四大原动力,实现“闻致远”,这也是培养科学素养的重要途径。未来,牛津在中国将积极开发面向新时代、寓教于乐的科

学内容,激发学习者的兴趣,为他们建立科学身份认同,提升他们未来继续学习科学、参与科学的意愿和积极性,帮助他们成为具备科学素养的未来公民。

同影响着科学学业成就、参与积极性和效率,是影响科学知识学习和科学能力发展的关键因素。今年6月经济合作与发展组织(OECD)发布的2025 PISA科学素养评估框架(由牛津大学出版社组织全球专家撰写)中,新增了科学身份认同是科学素养基础的论述。牛津构建了矩阵式的丰富科学素养学习内容,帮助学习者建立科学身份认同、构建科学知识体系、培养科学能力,同时涵盖科学教师职业发展,为科学素养教育提供有力支持。丁锐还阐述了牛津“闻致远”的理念,通过阅读,激发和保护孩子们的好奇心、想象力、判断力和专注力这四大原动力,助力学习者“阅自然、阅人文、阅科学、阅未来”,阅以致远。丁锐表示:基于“闻致远”的理念,牛津通过内容本地化开发和升级,聚焦核心素养,构建内容生态,保护和滋养孩子们发挥四大原动力,实现“闻致远”,这也是培养科学素养的重要途径。未来,牛津在中国将积极开发面向新时代、寓教于乐的科

学内容,激发学习者的兴趣,为他们建立科学身份认同,提升他们未来继续学习科学、参与科学的意愿和积极性,帮助他们成为具备科学素养的未来公民。

文明互鉴而发起的重要奖项。媒体屏以图片墙形式,集中展示了外文局译者队伍和国际文化交流平台的精彩瞬间,也展示了外文局近年来通过多种方式搭建民心相通的人文桥梁,加强与海外友好人士沟通,不断促进文明交流互鉴,推动中华文化更好走向世界。

此外,展区聚焦数智赋能助力对外文化贸易“千帆出海”,展示了包括中国文化贸易跨境服务平台、国际传播大数据智能服务平台、牵星出海——企业出海服务平台、AI多语种实时翻译系统、以数字人为代表的虚拟体验技术解决方案服务平台等立足语言服务、人工智能、云计算等对外贸易服务类平台。开幕式当天,外文局还围绕文化创意产业、非物质文化遗产传承等主题举办了多场活动,包括外文局所属北京长略信息咨询有限公司(长略智库)与北京市文化创意产业投资基金管理有限公司签约仪式、海豚出版社主办的海豚非遗传习学苑等。

平台“实验空间”。该平台目前已有来自2686所高校的500余万注册用户,共汇集3500余门虚拟仿真实验课程,课程覆盖350余个专业。“实验空间”有助于解决高校无法开展的,涉及高危或极端环境、高成本、高消耗、不可逆的实验、实习、实训问题。

9月2日上午,高教社总编辑谭方正出席在北京国家会议中心举行的2023年中国国际服务贸易交易会全球服务贸易峰会。9月3日下午,高教社副总编辑张泽应邀出席“人工智能与教育数字化转型”圆桌会议,以《教育大模型赋能教育出版新发展》为题发表主旨演讲,介绍高教社正在建设的基于学科、课程教学应用场景的教育大语言模型情况。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

高教社将以此次服贸会为契机,不断扩大海外朋友圈,深入推进国际合作交流,强化数字技术赋能,坚定不移地推动教育出版事业高质量发展,实现从传统教育出版向智慧教育出版的转型升级,为加快推进教育现代化、建设教育强国作出贡献。

猿辅导与多家出版单位签订战略合作协议

中国出版传媒报 继今年6月正式成立图书业务线后,猿辅导再出重磅动作:9月3日,服贸会期间,猿辅导图书与新华出版社、华东理工大学出版社等签订战略合作协议,加快传统出版与数字科技融合发展新探索。中国出版传媒报社执行董事(社长)、党委书记、总编辑宋强,新华出版社副总编辑赵怀志,华东理工大学出版社副社长王雪,北京出版集团教材分公司总经理邵云泰,猿力科技集团副总裁李杨,猿力科技创新发展研究院院长马旻等参加签约仪式。

马旻谈到,猿辅导始终致力于为用户提供最高品质的教育产品解决方案,而图书作为一种非常确定的、在过去20年被广泛接受的解决方案,可以和数字化教育有效结合,在更多场景下满足用户需求并提供更丰富的体验。未来,猿辅导图书将基于学科学习的资源积淀,与资深出版机构共同深化发展优质内容,继续深耕出版、融合发展。猿辅导图书也将从学科教育走向核心素养,共同开发基于孩子成长的新形态作品。

赵怀志表示,新华出版社与猿辅导发挥各自优势,合作推出了“我们的语文”丛书,自今年6月出版至今已发行近200万册,成为新华社经典名篇佳作进课堂的重要载体。下一步双方将密切配合,深入推进该系列丛书进课堂,进一步引导中小学生学习正确的政治方向、价值取向、舆论导向,帮助青少年“扣好人生第一粒扣子”。王雪表示,猿辅导在内容研发和技术赋能教育方面具备强大能力,华理社与猿辅导基于各自优势共同开发了《图解数学》等系列优秀产品和服务,不仅满足了读者多样化需求,也为教育和学术研究等领域提供了有力支持。该丛书自今年2月上市以来销量已逾100万册。

据悉,自2022年6月立项至今,猿辅导图书全系列累计销量已突破400万册,图书系列矩阵也已初具规模,分别为“我们的语文”“一本通”“新考法”“好方法”“趣系列”及初高中“名师大招”系列。

据悉,自2022年6月立项至今,猿辅导图书全系列累计销量已突破400万册,图书系列矩阵也已初具规模,分别为“我们的语文”“一本通”“新考法”“好方法”“趣系列”及初高中“名师大招”系列。

据悉,自2022年6月立项至今,猿辅导图书全系列累计销量已突破400万册,图书系列矩阵也已初具规模,分别为“我们的语文”“一本通”“新考法”“好方法”“趣系列”及初高中“名师大招”系列。

据悉,自2022年6月立项至今,猿辅导图书全系列累计销量已突破400万册,图书系列矩阵也已初具规模,分别为“我们的语文”“一本通”“新考法”“好方法”“趣系列”及初高中“名师大招”系列。