

CHINA PUBLICATION MARKETING WEEKLY

中国出版营销周报



《中国出版传媒商报》官微



中国出版营销周报官微



中国出版营销周报视频号

实体书店如何构建“策展”新场景

中国出版传媒商报记者 焦 翊

“到书店看展去!”在以前实体书店以图书销售为主,“兼职”售卖文教产品的背景下,这一想法可谓天方夜谭,但在实体书店迅速向文化中心转型的当下,依托书店空间推出更多展览,已成为越来越多实体书店的选择,也催生出了更多的“书店策展人”。刚刚过去的这个“五一”假期,杭州不熟艺术书店开启了“大山里的春天会发光”公益展览,鹅舍书店艺术馆推出了“向无趣的生活叫板,给世界点颜色看看——气球玩家悟空个人展览”等。实体书店策划过哪些展览?围绕策展,实体书店又有哪些做法?据此,商报推出“书店策展”专题,对数家常态化策展的书店相关负责人进行了采访。



思南书局“一本杂志的诞生——《小说界》杂志展”



PAGEONE《红楼梦》出版史料展



凤凰书城艺术馆

客策划李京介绍,每年年终会对新一年的展览进行总体规划。“考虑到世纪朵云10家门店的定位和读者群体不同,策展主题的确定需要综合考虑每家书店的独特调性和目标受众。同时,我们也密切关注市场趋势和热点议题,如‘IP’具有较高的讨论度和吸引力,今年我们便以‘IP’为年度主题,大部分展览都将围绕这一主题展开。”

2023年至今,几何书店在全国门店举办了近30场展览,近期举办了“iART儿童艺术展”和“蓝通通创意非遗互动展”,同时也在筹备下半年的FIRST青年电影展等。几何文化市场部经理王晓烟表示,几何书店以“文化生活平台”为定位,整合全国的文化资源,集结各方品牌等共同策展。“我们从市场和观众角度出发筹备办展,前期进行内容筛选和挖掘,如选择非遗、儿童或者青年艺术,定调内核与主题;中期整合资源,加入国内品牌或国际资源,拓展展览宽度;后期拓展市场,延展融合文旅、商业等,加强运营深度。”

与书结合,快闪、限定灵活办展。中信书店在不同门店策划了多场文化主题快闪展览,并不定期甄选一些主题,举办限定特展。中信书店策划出品中心策划经理陈江虹介绍,在重庆江北机场的中信书店全新品牌概念店举办的“邂逅重庆——多维城市·未来镜像”主题文化展中,通过图片、文献、实物、装置、数字艺术等丰富的展示形式,展现重庆的方方面面。“在策展中我们通常会选择具有文化推广属性的优质内容,或是中信出版的图书相关IP,从多个方面综合考量筛选适合的展览选题,之后策划团队根据选题组织内容,并结合空间与平面视觉

进行展览深化设计,对接物料制作、现场布展等工作。在每一次展览中,我们也会专门策划一系列亮点内容,例如链接在地文化的打卡装置,或与特邀艺术家联合呈现创意作品等。”

近年来,北京春明簪阅读空间举办了多场以1本书为主题的展览,吸引了不少人的关注。像“打开图书做营销”的方式,也在许多书店有着类似的尝试。2023年至今,PAGEONE共举办了66场人文、艺术类的展览。近期PAGEONE·北京坊店举办了与人民文学出版社合作策划的《红楼梦》出版史料展,以及与爱心树合作的儿童科普绘本展。PAGEONE市场部经理刘迪表示,该店大部分的展览均围绕近期店内的重点图书、文创产品落地,与图书的内容和产品的独家卖点紧密相关,结合店内客群偏好,甚至会考虑是否能与当下热门话题相结合,并与产品方共同讨论确定最终的落展主题。“在展览前,会对展览思路及展销品进行评估,如是否与品牌风格适配、主题和内容是否有一定热度、能否有效带动产品销售等。之后才会与产品方商讨展览主题、内容、形式、预算等。”

需要指出的是,单一的展览为书店带来的投入产出比并不可观,如何破题?不少书店通盘考虑,除策展外,还通过举办相关分享会等活动,增强展览为书店带来的整体附加值。

2023年至今,哈尔滨众创书局举办了卡尔维诺百年诞辰(含刘征《看不见的城市》插画展)、“2024,字在观,观字在”创意书法展览等多场展览。该店店长张白白表示,该店在策展时会考虑两个方面,一是结合当前热点,如节日、作

家诞辰、出版社重点推荐图书等,并邀请出版社参与,链接更多资源,协同开展宣传等。二是自主策划。“我们会同时选出2~3个主题,经内部讨论后再进行选书、选品、制作物料。展览开幕后,也会吸引一些同频读者等加入,持续丰富展览内容。如在译者主题展览中,我们最初只邀请了何雨珈和陈以侃两位嘉宾手写寄语,后渐渐增加了陈英、陶立夏、btr等10几位嘉宾,成为店内最具特色的展览项目,并保存至今。”在张白白看来,“众创书局的展览仍处在相对初级的阶段”,希望通过策展带动相应图书的销售。“如读库策划的《孤星之旅》一书,展览期间销售近百本。此外我们还会为每个主题展搭配读书会,邀请哈尔滨本地教师、领读人共读,也产生了一笔收入。”

关注社会效益,引发共鸣,提升看展情绪价值。“全民阅读”是实体书店肩负的重要责任之一,如何通过策展推动全民阅读?张弛强调:“通过持续高品质的展览提升书店调性、推广全民阅读,是一条提升书店展览维度的可探索之路。”

在产生直接的经济效益之外,不少书店将策展融入自身战略定位中,服务于书店的整体发展。如几何书店致力于打造文化平台,王晓烟认为,书店作为非专业性展览空间,很难产生更多经济效益,但能很大程度地制造市场话题和创造内容突破。“我们搭建了一个人人平等的表演舞台,任何人都会有机会在几何书店办一场展览,其中可能没有任何实质收入,但从市场角度来说,行业会看到几何的大胆突破,观众也会更加认可和支持几何。”(下转第14版)

现场

由书香羊城全民阅读活动组委会指导,中共广州市委宣传部、广州市新闻出版局、广州新华出版发行集团主办,以“书香羊城 穗阅静好”为主题的2024广州读书月系列活动,自4月开幕以来一直延续至“五一”假期。相比往届,本届广州读书月活动主题更加聚焦、形式更加丰富、内涵更加深远,先后举办了超500场覆盖面广、参与度高、互动性强阅读活动,让全民阅读在岭南大地持续生根发芽、蔚然成风。

丝路引领,阅读活动接连不断。本届读书月以“跨越山海 丝路共读”系列活动为引领,广州、西安双城联动,通过推出2024广州读书月推荐阅读书单,让市民穿越古今,读懂丝绸之路上的文化故事。读书月期间,广州各区实体书店结合自身经营特色,开展了“读懂广州”主题阅读活动、广州购书中心30周年庆、“纪念金庸先生诞辰100周年”武侠文学专题特展活动等。此外,广州市11区紧密联动,先后举办了广州职工“悦读圆梦”系列读书活动暨全民阅读汇、“读懂广州·热爱广州·奉献广州”主题党日活动、广州越秀公园花城书房“悦享生活”研学、广州诗词大会诗词竞技决赛、《粤剧表演艺术大全·舞美卷》系列活动、《家在广州》新书首发活动、音乐品鉴会、书画艺术展、亲子手工乐等精彩纷呈、各具特色的“阅读+”体验活动,让全民阅读深入到城市各个毛细血管,有效助力广州文化强市和“阅读之城”建设。

好书引领,持续构建阅读阵地。本届读书月活动围绕阅、粤、越、乐、悦、跃六大模式,依托阅读阵地等场域,坚实筑起广州“读书圈”。

本届广州读书月活动依托并拓展了实体书店、公共图书馆、“花城书房”等特色阅读空间,打造阅读阵地,在全社会营造“爱读书、读好书、善读书”的浓厚氛围。2024广州读书月期间,全民阅读活动还走进企



业、农村、机关、校园、社区、军营、网络、家庭、公园、基层10个重要场域,引导带动广大市民读懂广州、热爱广州、奉献广州。

此外,读书月期间,广州各区实体书店还开设了精品图书专区,推送优秀经典读物。包括特别推荐图书、年度十大好书、主题出版好书、少儿好书和网络年度好书5大类别在内的2024书香羊城好书榜也在广州读书月期间揭晓,《文学里的广州》等31种人选好书走进广州市实体书店,与广大读者见面。

据悉,2006年起,广州十八年如一日持续推动全民阅读。“书香羊城”历经多年培育耕耘,已逐渐成为展现广州城市文化品位、彰显市民精神文化风貌的重要活动,广州读书月、羊城书展两大品牌活动深入人心。2013年,广州首次将每年4月定为“书香羊城阅读月”;2015年实施的《广州市公共图书馆条例》将每年4月定为“广州读书月”;2021年,“书香羊城”全民阅读活动组委会开启品牌整合战略,“广州读书月”获中宣部、国家新闻出版署“全民阅读优秀项目”。2022年,《广州市推进公共阅读空间试点建设工作方案》正式实施,并遴选出首批23家“全民阅读共建点”和“全民阅读示范点”。在此基础上,两年来,“花城书房”特色阅读空间在广州爱国主义教育基地、城市公园、社区乡村等场所纷纷落地,“爱读书、读好书、善读书”的浓厚氛围蔚然成风。

未来,广州将以“全民阅读”为基础,持续推动文化发展,引导市民在阅读中领悟中华文化,厚植人文精神,培育文化自信,筑牢广州“文化强市”根基。(肖颖)

分销微讯

首届赣鄱惠民书展闭幕 10万人赴“阅”销售码洋近百万

中国出版传媒商报讯 名家大咖云集交流、直播活动近百场、参展图书1万余种、发放百万购书券……日前,由江西出版传媒集团、江西省出版发行行业协会主办,江西新华发行集团承办的首届赣鄱惠民书展在江西上饶举行。线上线下参与活动的读者近10万人次,图书销售码洋近百万。

本届书展采取“线上线下融合、展示展销结合、全民阅读联动”的方式深化融合办展。通过“江西新华在线”全民阅读数字平台,江西全省11个设区市新华书店的图书主题展区

“搬”到线上,读者足不出户即可参与。线下主会场还设置了“融合阅读展区”和“数字阅读展区”。

本届书展吸引了人民出版社、人民文学出版社、学习出版社等百余家出版单位和文创机构参与,展出文史、古典、百科、教育等种类丰富、题材广泛的优质好书。书展还主打“文化惠民”,参展出版社新书、畅销书8折让利销售,特价图书6折以下销售。此外,“江西新华在线”小程序还线上发放70万元图书优惠券,读者领取后可在江西全省新华书店线下门店使用。

值得一提的是,参展出版单位还在线上直播间开展近百场直播。邀请作者、编辑、人气主播推出“全民阅读”“大咖带你逛书展”等活动。

本届书展期间,聂震宁、吴波、张品成等名家大咖开展了数十场文化讲座、读者见面会、新书发布会、作家访谈等文化活动。

未来,江西新华将坚持“阅读不打烊”的服务理念,全省百家新华书店同频联动,让江西读书月活动贯穿全年,进一步助力书香赣鄱建设,深化全民阅读。(肖颖)

安徽新华“皖美阅读 书香五一”系列活动营造浓厚阅读氛围

中国出版传媒商报讯 为更好满足广大读者的文化阅读需求,安徽新华发行集团在安徽全省新华书店门店推出了“皖美阅读 书香五一”主题系列活动,先后开展好书展销、研学活动、阅读分享、名师讲座、非遗体验等400余场文化活动,陪伴广大读者度过了充实有趣的文化假期。

安徽全省新华书店精选社科类、文学类、科普类、儿童类、生活健康类

等丰富的图书品种及特色文创,在门店设立主题图书展示展销专区。安徽各地新华书店精心策划了一系列精彩的文化阅读体验活动,邀请非遗达人、手工爱好者等走进书店开展体验式分享活动,让读者们在书店里不仅能阅读到好书,还能沉浸式参与手工制作、小小图书管理员、科学实验等活动。如合肥元·书局举办文化市集,并设有漫画书籍、动漫周边、人形

立牌打卡。5月1日~3日,安徽图书城举办了“文化创意劳动者市集”,10余位手工达人带来了制作的精美产品,为读者朋友带来别样的进店体验。此外,淮南书城开展了非遗竹编画活动、淮北图书城开展了“非遗文化——扎染”主题活动、蚌埠延安路店开展了包括“小小图书管理员”“科学小实验——齿轮转转转”等环节的周末研学活动。(肖颖)

第12届河北省青少年“阅·知·行”读书活动收官

中国出版传媒商报讯 由中共河北省委宣传部、河北省教育厅、河北出版传媒集团联合主办,河北省新华书店有限责任公司承办的第十二届河北省青少年“阅·知·行”读书活动总结展演暨第十三届活动动员会日前举行。中共河北省委宣传部副部长、河北省电影局局长王振儒,河北省教育厅副厅长余育国,河北出版传媒集团党委委员、董事于慧丰,河北省新华书店党委书记、董事长韩丽璞,河北各市新华书店代表、冀版出版单位有关负责同志等出席活动。

于慧丰从品牌影响力、活动规模、社会效益三个方面充分肯定了第12届读书活动的成果。余育国对第13届读书活动提出要求,强调要强化组织领导,做出亮点、做出特色、做出成效,努力打造“一地一品牌、一校一特色”行动格局。

以“深化全民阅读 建设书香河北”为主题的第12届“阅·知·行”读书活动2023年4月启动,吸引近500万人次师生参与,累计收集各类视频、征文等作品2万余份,近300所学校提交“书香校园”建设资料,“书香家庭”亲子共读视频打卡2万余人次,超15万名中小學生参与线上知识问答。(肖颖)