

(上接第2版)

上海书展:一代上海出版人的集体记忆

与上海书展共成长的20年

■王世平(上海科技教育出版社总编辑)



我第一次参加上海书展,是在20年前的首届。感觉很振奋,因为上海终于有了一个对标国际水平,联通作者、读者和出版机构的舞台。记得书展第一天就对读者开放售书,当时场面非常火爆,让我直观地感受到了图书在当时读者心中的魅力,感受到了上海学习型城市建设的深厚底蕴。作为一家专注科学普及和基础教育的出版单位,上海科技教育出版社当年准备了许多精品力作参展,其中《竺可桢全集》(1-4卷)在书展“推荐十本沪版新书”活动中名列榜首。后来又过了10年,在2014年,这套24卷、2000多万字的全集才终于出齐,并获得了中国出版政府奖、中华优秀出版物奖等荣誉。某种程度上,上海书展的发展与出版社自己的成长是携手并进的。

作为一名经历了上海书展20年历程的出版人,我对上海书展的发展有最直观的感受。在我看来,上海书展的最大特点,就是坚持与读者零距离,让读者在这个平台上能够看到自己喜欢或者作家,听到他们讲的最鲜活的故事,与他们直接对话;让读者能够在现场翻阅自己感兴趣的图书,了解图书的具体内容、装帧设计。在20年前,电子商务、网络直播等尚未普及,这些特点对读者更是有着极大的吸引力。其次,上海书展坚持“海纳百川”,面向全国出版界,而且从首届开始一直向民营书业敞开大门,使得国有出版社和民营书业有了同台亮相、相互学习的机会。对我来说,每一年的书展,都有很大收获。此外,上海书展从首届开始,就贯彻了产业化运作的理念,无论是会场布置,活动安排还是餐食休憩等配套服务,都充分体现了人性化概念。20年来,上海书展坚持学习借鉴国际先进经验,适应时代发展变化,同时不断总结经验,使得书展的美誉度不断上升,影响力逐步扩大。

上海书展也是上海出版人的主场,为了办好上海书展,我们每一年都要付出巨大努力。一是多出精品力作,让读者每来一次书展,必有收获。每年在书展前几个月,我社就会对书展上亮相的重点图书品种的进度进行把控,确保按时出书。有时一些新书一印出来,就由发行人员直接“背”到书展现场,在第一时间与书展观众见面。二是邀请海内外名家在书展上开展活动,形成“明星效应”。每年,书展都会邀请全国乃至海外的优秀作者与读者面对面,每天的活动都有

上海书展激发从事出版行业的初心

■庄晓明(上海教育出版社副社长)

上海书展的起源最早可以追溯到1979年,当时上海新华书店等联合举办了庆祝中华人民共和国成立30周年图书展销会,这被认为是全国首次举行图书展销会。上海书展作为一个面向普通市民的文化盛会,是从2004年开始的。2004年标志着上海书展正式创办。

那时,我在华东师范大学出版社工作,在发行科负责山东、河南和江苏三省的业务。早几年的上海书展给我留下最深的印象就是累并快乐着。累是真累,书展期间每天从展馆一开门就迎客,一直忙到闭馆,向读者朋友介绍图书,我和同事们常常因为向读者介绍图书说话太多而嗓子都哑了。快乐是因为看着一摞摞的书被如饥似渴的读者买走,那份成就感所带来的快乐,能一扫当天的疲惫,第二天打鸡血一样继续上阵。

上海书展20年,给我最深的印象是上海书展并不是免费,而是卖门票的,但是上海市民购买门票非常踊跃,甚至还有黄牛倒卖书展的门票。每年书展,看到在炎炎烈日下一眼望不到头的买票的队伍,心里总会涌起一股热流,上海是一座文化之城,市民们渴望知识、热爱学习,这也激发了我们从事出版这个行业的初心:为广大读者奉献更多的精神食粮。

最初几年的上海书展有以下几个显著特点。一是面向广大读者。上海书展一开始定位就是以零售为主,且市民需要购买门票才能进入会场选书购书。二是图书品种丰富。参展图书从最初的10万种,逐年增加到15万、18万余种。读者能在书展上享受淘书的乐趣。三是与书有关的文化活动精彩纷呈。与书有关的文化活动,各种新书首发、签售等从100多项发展到800多项。书展期间,每天的活动都安排得满满当当的,海内外社会各界名流云集,上海把书展办成了读书人的盛会、阅读的嘉年华。

上海书展之所以能逐步发展并成为全国乃至国际知名书展,离不开方方面面的支持,但我认为最主要的,还是决策者的格局和胸襟。首先是文化品牌的打造。上海书展没有止步于卖书的层面,而是在上海市委、市政府的领导下,在主管部门、行业协会的统筹下,通过发动上海全市所有出版单位,群策群

上百场,极大地激发了观众的热情,有时场面甚至热烈到有些失控的状态。不少作者都有过被读者围堵堵截或者签售到手酸疼痛的经历。三是利用媒体进行广泛宣传,在全社会形成“爱读书,看展”的良好氛围。上海的不少企事业单位都把参观书展作为员工福利。书展一直固定在8月举办,方便了广大中小学生学习利用暑假逛书展。四是把书展变成出版社与读者沟通的平台。除了营销发行人员,很多出版社的领导和编辑都会到书展现场,与读者互动,增进相互感情,了解读者需求。很多老读者对出版社的图书如数家珍,让我们深受感染,充分体会到了作为出版人的自豪感。

我社产品集中在科技科普领域,与文学作品相比,科技类作品的读者体量相对较小,意想不到的,2013年我们在上海书展上的一场活动吸引大量读者参与。当年8月18日,我们在书展现场举办新书《希格斯——“上帝粒子”的发明与发现》首发,邀请该书译者、著名粒子物理学家邢志忠作关于希格斯粒子的科普讲座,并对希格斯粒子能否获得当年的诺贝尔物理学奖进行预测。不仅活动现场爆满,读者还与这位一线顶尖科学家积极互动,购书等待签名的读者排起了长队。不到2个月,希格斯粒子果真不负众望,勇夺当年的诺贝尔物理学奖,邢志忠则在上海书展留下了一段“预言”佳话。

2007年,时任上海市委书记的习近平同志专程参观上海书展,在谈及上海书展所肩负的使命时指出:“朝着努力建设文化大都市的奋斗目标,上海要认真打造好上海书展这张文化名片,增强上海文化的吸引力和影响力,提高上海城市软实力。”他还特别提出:“要让上海书展真正成为服务全国的文化大平台。”习近平总书记的指示对上海书展的发展产生了重大推动作用。上海书展面向全国开放办展,规模越办越大,朋友圈不断扩展,内容越来越丰富,跨界融合越来越“出圈”。

多年来,上海书展的突破和创新有多个方面,如设立特色分会场、提出“上海首发、全国畅销”、实现“云首发”“云逛书展”“云看活动”等等。尤其是展区设置的变化,港台出版馆、海外出版馆、音像出版馆、数字出版馆……每一个新展馆的出现,都是渠道拓展和技术进步带来影响的结果。这几年,书展的直播间也不断增加,从最早的活动直播到这两年的直播售书,让我们直观地感受到图书营销发行方式所经历的变化。

上海书展的20年巨变,也是出版业的20年巨变,今天的出版业和20年前比,形式已有了天翻地覆的变化,出版人唯有不断创新求变,才能实现建设文化高地的梦想。



力,逐步把上海书展打造成了上海的一张文化名片。其次是上海书展的国际化发展。从2011年起,上海书展设立了上海国际文学周,邀请国际知名作家参与,促进了中外文化交流。当然,更重要的是,上海书展用更精细化的服务为书展赢得了读者口碑。比如,上海书展为了给上班的市民提供更多的购书机会,主动设置了夜场,把书展每天闭馆时间从下午5点延长到晚上9点,双休日更是延长到晚上9点半。再如,为了打消购书之后携带不便的顾虑,上海书展组委会及时在会场里设立快速递到家的服务,方便读者“0负担”购书。可以说,上海书展的成功离不开出版人的支持与各种阅读服务上的细节考量。

20年来,上海书展也一路见证并融入了出版业的发展历程。伴随着数字化和网络售书的兴起,上海书展同样面临着实体书店所受的冲击,这促使书展在融合中不断进行自我革新和功能优化,以更好地满足读者需求。上海书展通过与电商平台、前沿科技型企业 and 数字阅读企业的合作,探索了出版与科技、文化与商业的跨界融合。其次,科技变革、文旅消费趋势等也同样影响着上海书展的表现形式,通过结合AI技术等现代科技手段,举办如AI短片大赛等活动,增加了书展的互动性和趣味性。此外,上海书展还推动了“1+1+X+N”的办展模式,强化了主题推介、阅读场景呈现、现场服务和品牌影响力,展现了阅读新消费新业态新模式。书展期间不仅有图书展示,还有各种文化产品和文创设计大赛,如“2021上海书展文创设计大赛”和吉祥物“逗点”的推出,增加了书展的文化产品多样性。

上海书展不仅适应了行业发展的新趋势,也推动了出版业创新和文化交流的重要平台,为全国出版业的繁荣和进步作出了重要贡献。

上海书展连接每一个渴望知识与美的心

■陆小新(少年儿童出版社总编辑)



我第一次参加上海书展是2006年,当时最令我印象深刻的签售是易中天《品三国》的新书首发式。那时易中天在央视“百家讲坛”受关注的程度一点儿不亚于现在的“流量明星”,书展签售当天上午9点就已经有读者开始排队,在下午近4个小时的签售中,易中天以3秒签一本的速度,签坏了8支笔,签了4000多本,创造了上海书展举办以来的最高签售纪录。当时的感受就是上海书展的确是读者的阅读盛宴,无论老幼,读者都太热情了,为了得到自己心仪作者的签名本,为了能与作者互动合影,很多读者不惜冒着酷暑排队四五个小时。作为业内最具影响力的大众书展之一,上海书展每年都吸引着大量读者来到现场,上海深厚的人文积淀、浓厚的阅读氛围、热情的读者,让上海书展不但成为各出版机构展示出版成果的最佳窗口,也成为各出版机构了解市场风向、读者需求的重要信息来源。

早期的上海书展即便规模不大,但已经具备了丰富的图书种类、文化活动和作者参与等特点,逐步形成了独特的文化魅力和社会影响力。这20年来,上海书展不断追求卓越和创新,致力于推动城市阅读文化的发展和普及。通过不断丰富图书种类,提升文化品位、推广高品质阅读、融入国际元素、借助专业书店兴起,吸引社会关注,成功打造了自己的品牌和影响力,并最终形成城市文化节日,成为中国出版业最具影响力和美誉度的大众书展之一,为全国业界树立了标杆,甚至成为全球阅读版图上的重要“地标”。

上海书展的成功离不开出版人、作者和相关工作人员多年来的不懈奋斗和创新探索,他们在开放办展、提升服务业界能力、拥抱读者、传递爱与热忱,营造全民阅读浓厚氛围等方面不断努力。从展示模式的演变,活动组织的多样化,读者服务的优化,品牌影响力的提升,数字融合的推进,最美书籍的设计展示,国际艺术图书专题展销区的设立,到分会场的

拓展等,经过20年的发展,上海书展已经成为一个集文化传播、阅读推广、设计展示于一体的多功能平台,为打响“上海文化”品牌、推动全民阅读作出了巨大贡献,使书展成为连接读者、作者和出版人的重要纽带,传递着书籍与阅读的力量。

可以说,上海书展对中国出版业的影响是全方位的,并且已然成为我国图书出版业年度重要图书新品首发地、面向个体读者的阅读风向标,是全国最具品牌影响力的图书展会之一。它不仅提升了出版业的整体影响力,促进了全民阅读和文化繁荣,还推动了市场和行业的创新,为上海乃至全国的文化生活注入了新的活力。

回望上海书展的20年历程,它不仅成为了国内外读者与文化的交流盛会,更是一座城市智慧与情感的交融之所。从初露锋芒到成为全球知名的文化地标,上海书展不断展示着阅读的力量与美好,证明了书籍能够超越时空的界限,连接每一个渴望知识与美的心。本届书展少儿社精心策划了15场分享会,秦文君、沈石溪、刘保法等一线知名作家悉数亮相。销售方面,我们有2个主展场,分别是东二馆的精品展区和东阳光棚的少儿专区。为了吸引读者,优惠读者,我们精心组织书目,主打书展期间场馆内线上线下的“同品同价”的概念,将我们的线上流量产品如《十万个为什么》(第六版)、《上下五千年》(新时代版)、《故事大王合集》、《莫莎莎的神奇图书馆》等都列入优选惠民书目,现场买书的读者还可专享集章打卡以及附赠周边的福利。

对于上海书展未来的发展,我认为,一是在新媒体渠道风头正劲的情况下,必须走线上线下相结合的推广方式,让上海书展不但成为上海人的节日,也能通过线上传播,成为更多热爱阅读、热爱生活的人的节日。二是在全国多设分会场,将上海的成功经验复制到更多的分会场,不断扩大沪版图书的影响力,扩大上海书展的辐射面。三是在书展上,给实体书店更多的亮相机会,让他们展示自己的特色服务以及文创周边,利用书展平台,引导读者多走进书店,让读者平时也能感受到上海书展书香在不断地延伸。在未来,我们有理由相信,上海书展将继续以其开放和包容的姿态,引领着人们探索知识的无限可能,为更多热爱阅读的人点燃智慧之光,共同缔造文化的下一个20年辉煌。

上海书展见证了中国出版业的变革与发展

■董力军(上海辞书出版社副总编辑)

2003年8月,刚踏入出版行业的我,有幸参加了在光大会展中心举办的上海图书交易会。可以说那是上海书展的前身,它主要面向业内同行和图书馆,像是一场秘密聚会,普通市民只能在最后一天窥探一二。次年,上海图书交易会正式升级为上海书展,从幕后走向台前,从面向业内的交流平台转变为面向广大读者的图书盛宴。那时的我,作为上海古籍出版社的一名新晋编辑,怀揣着既激动又忐忑的心情,步入了上海展览中心的殿堂。那一年,上海书展的人气之旺,简直超乎想象,让我深切感受到了上海市民对书籍的无限热爱与支持。站在展台前,望着那片书海中流连忘返的读者,我的心中不禁涌起一股对出版事业的深切热爱与崇高使命感。

回望上海书展最初的几年,它如同一颗种子,在上海市民的期待与呵护下,逐渐生根发芽,茁壮成长。那时的书展,更多地聚焦于本地读者,以零售为主,但即便如此,它所展现出的独特文化魅力和广泛参与度,已预示着其在全国范围内的潜力。随着时间的推移,上海书展的规模逐渐扩大,参展单位和读者数量逐年攀升,内容也日益丰富多元,从单一的图书销售平台,逐步转型为集新书发布、作者见面会、主题论坛、文化交流、版权贸易、数字阅读等多功能于一体的综合性书展。随着上海书展的成功举办,全国其他省份的书展也如雨后春笋般涌现,天府书展、江苏书展、深圳书展等等,为出版业带来了新的发展机遇,也共同编织着中国书展的繁荣图景。

特别是在近10年间,上海书展凭借其深厚的文化底蕴和开放包容的姿态,吸引了越来越多国内外出版机构的参与,逐步发展成为全国乃至国际知名的书展品牌。这一过程中,上海出版人展现出了非凡的创造力和执行力,他们不断创新展会模式,提升服务质量,加强国际合作,让上海书展的国际影响力日益增强,逐步成为了上海文化的重要名片。

自2013年起,我踏上了辞书社数字化工作的新征程,在这片充满挑战与机遇的新天地中,我和团队一起努力先后推出了一系列深受用户喜爱的数字产品:中国近代教育资源数据库、《辞海》历版数据库、《汉语大词典》数字版、聚典数据开放平台、《辞海》网络版等等。特别是聚典数据开放平台和《辞海》网络版,这两款产品更是我们的骄傲。聚典数据开放平台以其“开放、赋能”的数据服务模式受到上下游企业的广泛认可,目前已与50多家机构合作,为超过6000名用户提供超14亿次知识查询服务,它的卓越表现也让它先后入选全国新闻出版深度融合发展创



新案例、国家新闻出版署数字出版优质平台遴选计划。而《辞海》网络版则是我国第一部走向互联网的大型综合性辞典,它的出现让读者能够更加便捷地获取《辞海》所提供的权威、准确知识,极大地提升了使用体验。值得一提的是,我们这些精心打造的数字产品每年都会在上海书展上亮相,展示给广大的读者和业界同仁。每一次的展示都获得了读者们的高度评价和热烈反响,这也让我们更加坚定了在数字化道路上不断前行的决心和信心。

这期间,上海书展也紧跟技术进步的步伐,积极推动数字化转型,利用大数据、云计算等现代信息技术手段,书展的智能化水平和用户体验得到了显著提升。线上直播、虚拟展览等新形式的出现,使得无法亲临现场的读者也能参与到这场文化盛宴中来。这些努力不仅让上海书展成为了一个展示出版成果、推动文化交流的重要窗口,更为上海乃至全国的出版业注入了新的活力和动力。

尽管今年的图书市场遭遇了一定的下滑,但我对图书的未来依然充满信心。只要图书作为凝结人类智慧的核心载体这一本质没有改变,那么在可见的将来,图书就绝不会消失。当然,不可否认的是,纸书的销售高峰或许已经过去。同时,对于上海书展的未来发展,我满怀期待,并认为有几个方向值得我们去深入探索。首先,我们应该继续深化国际化合作,积极吸引更多海外出版社参展,以此丰富书展的内容,提升书展的国际影响力。其次,我们需要加大数字化转型力度,充分利用大数据、人工智能、虚拟现实等先进技术来优化用户体验,让书展更加智能化、便捷化,满足现代读者的多元化需求。最后,我们还应该加强与各类教育机构的合作,共同促进读者阅读习惯的培养,为书展的长远发展奠定坚实的基础。

上海书展,这个见证了我职业生涯成长的文化盛事,已经走过了20个春秋。在这20年的时间里,它不仅记录了我个人的成长轨迹,更见证了上海,乃至整个中国出版业的变革与发展。未来,我相信上海书展将继续以开放、创新的精神,迎接每一个热爱阅读的人,继续书写属于它的辉煌篇章。

(下转第6版)