

7月27日至31日,以“奋进新征程 书香润中华”为主题的第31届全国图书交易博览会(以下简称“书博会”)在位于山东济南的山东国际会展中心举办。

广东省出版集团、南方传媒直属10家出版社携1500多种图书参展,这批带有鲜明岭南风骨、湾区气韵的书籍,成为本届书博会极为亮眼的一道风景,吸引了大批读者。

近年来,广东省出版集团、南方传媒大力实施出版主业供给侧结构性改革,深入推进教育出版集约化经营和大众出版专业化特色化品牌化发展,产品线建设取得显著成效,出版了一批精品力作,“万有引力”书系等品牌获得市场和读者的认可。

本届书博会上广东展团呈现了怎样的特色和亮点?最受读者欢迎的粤版图书有哪些?书展为何一个比一个热闹?羊城晚报记者在此为读者带来独家深度报道。



广东展馆设计布局时尚,尽显广东风采活力



一名小读者在广东展馆翻阅儿童读物

走进第31届全国图书交易博览会广东展团,解析书展火爆背后的“流量密码”

粤版精品汇泉城,岭南书香润人心

1 粤版精品打开“岭南之窗”

“我可以翻一下这本书吗?”“好美,这就是木棉花吗?”……广东展馆入口处,一本长88.9厘米、宽59.7厘米的“大书”让不少读者发出惊叹。

该书为岭南美术出版社出版的摄影作品集《大美湾区》,精选了200多幅/组视觉震撼、极具湾区特色的作品。书页翻动间,在北方的读者也能感受到南国的自然风光和都市风情,领略到大湾区城市群的蓬勃朝气与独特魅力。

广东展馆共分为演讲活动区、精品图书与畅销区、售卖区、花城文学区、直播间及打卡区等区域。复合型功能的布局,为读者带来多元体验。

精品展示台重点展示了主题出版、重点出版、获奖图书、岭南文化、湾区出版、市场热销产品。打卡区“我爱广东”的设计,特别融入广东标志性建筑,以符合当代审美的形式展现岭南文化。

值得一提的是,精品展区的《品赏岭南·潮绣》封面上精美的潮绣作品用一针一线为读者打开了一扇了解岭南文化的窗口。

“本来是封面吸引了我,打开后发现别有洞天。”从山西来济南旅游的刘小姐特意赶来书博会淘书,她告诉记者,这本书让她不仅对潮绣有了生动直观的认识,书中潮绣技艺及其发展流派脉络更是给她留下了深刻印象。

读者的肯定让岭南美术出版社社长刘自如感到振奋。“这本书以四百多幅精美且高清晰度的潮绣作品图片,以学术通俗化的呈现方式,系统梳理,保证了内容的可读性和普及性,努力能更好地向大众展示潮绣文化、岭南文化。”

除了上面提到的书籍,此次书博会还展出了《潮州文化丛书》《品读岭南·岭南书法》《大湾的乡愁》等两百多种岭南文化、湾区题材出版物。



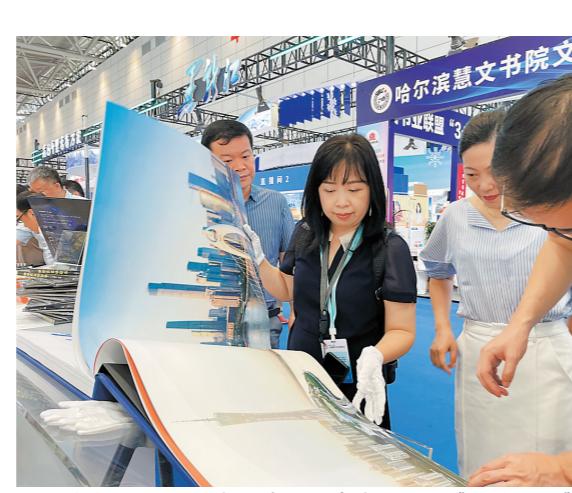
书博会期间广东展馆展出大量粤版精品图书

2 精美装帧为阅读“引流”

“我们刚刚在香港书展上推出了繁体字版《大湾的乡愁》,受到广大读者的欢迎,这次我们把这本书带来书博会,也想借此机会把美丽的岭南古村落介绍给全国的读者。”花城出版社社长张懿介绍道,《大湾的乡愁》是一部文字优美、内涵丰富的高质量散文随笔集,被称为“最动人的大湾区乡土文化读本”。

此外,广东展馆内展出的《新时代党员干部科技关键词学习》《品赏岭南·潮绣》《漫画小学生心理》《看见中国》《8分钟读懂课本里的大人物》《华夏历史一本通》《麦家陪你读书》《河湾》《金线》《了不起的基因》《文化因知录》《当苏格拉底遇上孔子:希腊与中国思想家的跨时空对话》《百年腐乳》等一大批粤版精品出版物也受到读者欢迎。

据南方出版传媒股份有限公司副总编辑兼出版部总监萧宿荣介绍,本届书博会广东展区主要展示六类图书,一是优秀主题出版物,《我们心中的现代化》《建设现代化经济体系丛书》等贯彻落实党的二十大精神的图书。二是弘扬岭南文化的出版物,包括《品赏岭南·潮绣》《品读岭南·岭南书法》《岭南文化辞典》等。三是展现湾区气韵的图书,包括《粤港澳大湾区中医药史》《找到孩子的光》《8分钟读懂课本里的大人物》等“大湾区合作出版计划”图书。四是赓续文化血脉、体现文化担当的重点出版物,包括《平安批》《血脉——东深供水工程建设实录》等荣获国家出版“三大奖”和“中国好书”等重要奖项的图书。五是市场热销产品,包括《金线》《看见中国:文物里的上下五千年》《漫画小学生心理》等。六是促进青少年成长,提升国民素养的科普图书,包括《广州二十四节气自然笔记》《写给孩子的天文课》《万万没想到:动物有话说》等。



岭南美术出版社工作人员为读者介绍图书《大美湾区》



广东展馆内特别开设的花城文学区

3 市场细分板块更加明晰

穿梭于书博会各展馆中,图书行业的生机与活力扑面而来。本届书博会吸引全国1700多家出版印刷发行单位参展,线上线下展示出版物超70万种。开展首日,一早八九点,长长的队伍就已经挤满了展馆入口处等待入场。

从第35届北京图书订货会到香港书展,再到如今的书博会,很多人在现场的第一感受就是人挤人,热闹非凡。不少出版人都表示图书行业在不断复苏和升温的同时,也呈现出多姿多样的变化。

“图书市场一个明显的变化就是细分板块更加明晰。对于出版机构来说,锁定哪个细分板块发力,以及如何加大优质品种的营销力度,就是市场应对之策。”萧宿荣表示,当前出版机构面临的一个重要挑战就是如何把握好读者分层,充分了解不同圈层读者的需求,从而精准制定出版策略。

在萧宿荣看来,就地域而言,广东人口数量巨大,读者基数大,而且广东读者购买力也很强,多项数据统计显示广东读者人均图书采购数量在全国排行第一,“广东图书市场很大,是机遇也是挑战。我们该如何抓住广东读者,满足广

东市场需求,是我们广东出版人的第一责任和使命”。

图书市场的升温也从侧面印证了当下图书市场竞争也在不断增强。热闹背后可以看出如今全国各地的出版集团都非常重视图书精品的生产,这对粤版图书的生产与发展也提出了新的要求。萧宿荣表示,提升竞争力的关键是推出更多精品力作,但是如何做好精品不是一句空话,而是一个产业链,从选题策划到编辑加工再到营销宣传和品牌打造,都需要下功夫,推出更多符合市场需求和文化需求的优质内容,方能给读者带来更多的文化盛宴。

就文学艺术出版领域而言,张懿也明显感觉到市场的变化。“名家号召力依旧强大。这两年莫言、余华、毕飞宇纷纷推出新书,热度都很高,可见大家对名家的认可度还是非常大的。花城出版社今年推出的《麦家陪你读书》系列,实质不是麦家怎样读书,而是通过麦家的号召力,让文学召唤青年,让青年感染青年,找到把经典的文学精神传下去的方式和路径。”

这种名人效应还体现在教育

奖,“南方传媒各出版社将以此优秀图书设计奖活动为契机,激励编辑人员不断刷新设计理念,为图书营销创造基础条件,推动‘专业化特色化品牌化’改革不断取得良好效果。”萧宿荣说。

图书需要设计,展示图书的展馆同样如此。此次广东展馆内还特别设有花城文学区。该艺术装置如同一本打开的书籍,内页向广大读者展示广东探索文学创作、精品生产和优质文学IP产业链延伸新机制新路径,致力于谱写广东、大湾区文学繁荣发展新篇章的决心和布局。

记者了解到,广东省出版集团、南方传媒将依托花城文学区,打造一批具有长远意义、代表国家水准、产生世界影响的传世之作,为影视、舞台剧、戏曲等其他艺术形式提供优质“母本”,增强岭南文学、湾区文学在新时代的影响力、传播力。

4 直播发力构建数字书博

不少出版人都提到,图书市场最大的变化还是推广营销模式。直播带货于图书销售而言,早已不是新鲜事物,不少出版社都建立了自己的直播团队。

本届书博会突出出版+互联网、展会+互联网的特色,推出“书博优选”网络荐书活动、“直播书博”网络推介平台、“线上书博”元宇宙数字展馆等,为展会插上科技的翅膀,给读者和观众以全新的阅读观展体验。

广东展馆也紧随潮流,开辟了专属直播间。广东人民出版社直播团队书展期间通过直播形式与广大读者分享书博会盛况,推介新书和好书。还邀请不少名家大咖来到线上访谈直播间,为读者推荐精品好书,与读者零距离互动,分享他们的阅读经历和感受。图书直播+访谈分享活动,构建了书博会线上矩阵。

“书展期间直播带货的效果还是很明显的,7月28日上午我们直播两个小时销售额就超2万,大概打败了80%的同品类账号。”广东人民出版社流量与品牌运营中心负责人毛彩霞告诉记者,他们的直播团成立时间并不长,自官方账号第一次开播以来,团队做过很多方向的尝试和思考:是不是只有低价的图书才有流量?通过一次次选品、一场场直播测试,广东人民出版社的抖音账号吸引了一波喜欢书法艺术和大部头书籍的忠实粉丝,无意间开辟了人文社科类新的

直播赛道。

在毛彩霞看来,直播带货有一个很大的优势就是为读者发掘比较少见的图书品类。像《容庚藏帖》这类大部头通常是走馆配渠道,一般读者很难在线下买到。“当时我们选择拆开部分套装,单函以35至268元不等的价格在直播间销售,最后《容庚藏帖》专场冲到了品质生活榜单top3,《容庚藏帖》单函成交2600多单,总成交额19万元”。

毛彩霞表示,跟其他商品销售相比,图书品类的直播最主要的是内容。尤其是新书,很多读者尚未接触,就可以通过直播间主播的讲解深入了解到该书的图书内容、精美图片和鲜明特色等,有助于读者在茫茫书海中锁定自己想买的图书。

广东经济出版社从2022年南国书香节开始做直播,深耕经营赛道,主要销售企业管理、经管绩效股权等类别图书。据广东经济出版社新媒体部副主任陈潇介绍,此次书博会他们展出的重点图书有《TikTok头号玩家》《动态股权设计合伙人》等。

陈潇表示,直播除了带货这一销售功能,更是出版社链接读者的最好最便捷通道,为图书选题策划提供方向。“我们会把直播售数据反馈给责任编辑,让编辑掌握市场到底需要什么样的产品,然后根据市场需求去做图书策划,这样才能在最短周期抓住热点推出精品,快速抢占相应图书市场。”

5 浓浓书香激发创造活力

本届书博会期间,广东省出版集团、南方传媒所属出版社举办了多场丰富多彩的文化活动,用浓浓的书香为读者送来夏日清凉。

7月26日,广东人民出版社与山东人才发展集团在山东大学联合举办了“科技赋能文化,创新引领发展”高端论坛。广东省出版集团、南方传媒负责人叶河、肖延兵、肖风华出席本次论坛。论坛聚焦科技创新引领下的文化传媒、数字文化创意、智慧文化旅游、跨界融合等领域,研讨前沿科技对文化创意的影响和推动力,探讨创新性科技产业与文化产业的深度融合、推动科技成果从实验室走向市场的新思路,为促进科技与文化融合发展贡献智慧。中国科学院原秘书长姚永斌就“十八种营销方式,总有一种助你破局”进行了主题演讲。广东经济出版社王成刚副总编辑、特邀嘉宾宾尔海出席了本次活动。在新书发布会上,作者姚永斌概述营销的整套理论系统,通过灵活的组合打法,指导个人品牌企业更好地进行营销推广。

开幕式当天上午,广东人民出版社举办“舌尖上的论语——孔府菜美食秘境”新书座谈会。中国非物质文化遗产传承人、孔府菜大师以及孔府点心技艺传承人彭文瑜老先生,作者、辽宁报告文学学会副会长佟丽霞将精美食物与传统文化完美融合,向读者、观众揭示了孔府宴的美味秘笈及背后蕴涵的独特魅力,为读者带来一次独特的美食体验和传统文化的浸润。

7月28日,新世纪出版社举办了“书香润童心 用好故事助力儿童阅读——肖云峰作品对谈会”。新世纪出版社总编辑翁容、资深教师兼阅读推广人张丽娟、儿童文学作家肖云峰等聚焦儿童阅读与作品创作,分享了其文学经验与阅读心得。立足于作家角度,肖云峰认为,小说写作应立足于当代孩子的成长现状,通过构建让他们喜闻乐见的故事,开凿一个入口并搭建一条通路,让他们踏进阅读的世界。

7月28日下午,由广东经济出版社出版的《营销破局:玩转营销十八般武艺》新书发布会亮相山东国际会展中心济南书博会广东展馆,主讲嘉宾山东化妆品行业协会顾问姚永斌就“十八种营销方式,总有一种助你破局”进行了主题演讲。广东经济出版社王成刚副总编辑、特邀嘉宾宾尔海出席了本次活动。在新书发布会上,作者姚永斌概述营销的整套理论系统,通过灵活的组合打法,指导个人品牌企业更好地进行营销推广。

7月29日下午,由花城出版社主办的编剧、小说家海飞新书分享会在广东展区举行,海飞现场与读者面对面,回顾自己的写作旅程。从《海飞自选集》中,可以看出海飞多年来的创作经历以及丰富的创作题材。