

业者论坛

以用户思维做策划 聚焦全媒体内容生产传播

——行业媒体如何创新地方书展报道

■ 倪成

展前：专刊策划有主有次

2024年，笔者在《中国出版传媒商报》上先后主导策划了数个地方书展的专刊、专版报道，均得到书展主办方肯定和读者认可，双效俱佳。其中2024年8月26日出版的《品味岭南书香 阅见文明之光·2024南国书香节暨羊城书展专刊》共12个版，采写内容和广告宣传各占6个版。采写内容分为展会综述和多组人物采访两大部分，包括主办方负责同志专访、地方出版社负责人推荐图书、出版行业大咖寄语等板块。2024年9月27日推出的《武汉书展暨第19届华中图书交易会专刊》，由于前期赴武汉与承办方相关负责人进行了直接沟通，结合各方需求进行更为详尽策划，最终呈现16个版，也是内容广告各占一半。采写内容分为展会综述、主办方主要负责同志专访、知名作家寄语荐书、地方出版社负责人展望荐书等部分构成。值得一提的是，由于书展主办期间恰逢主办方湖北长江出版传媒集团20周年大庆，因此在对“一把手”的专访稿件中，既有展会介绍，也有该集团阶段性发展总结和对集团未来、行业未来的思考，进一步丰富了专刊内容。

用户思维是当前媒体传播的核心思维。以用户为中心需贯彻在展会宣传策划报道的全流程。展前与主办方提前沟通了解诉求，与业界人士提前交流了解所需，结合媒体往届展会采访积累，研判后进行针对性内容策划，以有效满足用户需求。专刊采用多版面会前集中报道，易于对书展信息进行全方位、多视角、多维度展现，配合新媒体平台同步进行传播，能很好展现书展亮点、展示地方实力、扩大书展影响，也能体现出行业媒体的策划功底。

在具体操作中，策划统筹力争前移，在书展整体方案初步确定后即可进行。内容

当前，党和国家对全民阅读高度重视。“全民阅读”连续11年被写入政府工作报告，全民阅读理念深入人心；“全民阅读大会”连续在北京、浙江、云南成功举办三届，广受关注；以上海书展、南国书香节、江苏书展、天府书展为代表的地方书展如火如荼开展，呈现百花齐放百家争鸣态势。

据不完全统计，每年7月初至11月底，在全国各主要城市次第密集召开的重点区域书展近20场，月均举办4~5场。作为出版行业媒体，对这些主要由各地宣传部门主办、图书发行机构承办，在形式内容上同质化较高的书展活动，如何策划有针对性、具有个性化的报道方案，最终呈现出既能记录不同书展盛况、凸显亮点，又能通过现场采访观察思考总结引领书业发展、创新书展举办形式，还能让书展主办方满意、让同行有所借鉴、让读者有所收获的新闻报道，考验着行业媒体工作者的谋划与智慧。结合10余年来参与书展报道实践，笔者在行业媒体创新书展报道上，有以下几点思考。

设计上，争取做到有主有次，既呈现重点亮点也展现区域特色，如宣传展会新亮点新创意新策划必不可少，推介区域出版机构、展现出版机构相关负责人思考、介绍地方重点图书非常重要，邀请行业大咖与重点作家寄语书展寄托期许锦上添花，能够进一步提升书展在业内的影响力和关注度，对提升出版机构参与书展的积极性会有所帮助。

展中：新媒体宣传有声有色

传统行业媒体尤其是纸媒，在面对当前媒体变局时，加速推进媒体融合发展是大势所趋。新媒体具有传播速度快、范围广、呈现形式多等优势，能让读者第一时间了解书展情况，更有现场感，体现参与感。但如何利用新媒体有声有色呈现展会现场情况？制作出符合互联网调性、能够吸引流量的内容产品？既有质量又要流量，对于行业媒体是个严重挑战。

在新媒体内容制作上，尤其是利用视频形式进行书展报道，笔者认为：首先，要有介绍、采访的记者真人出境，还原现场原声，让画面更具现场感、代入感和互动感。

其次，多角度展现书展现场重点亮点，如拍摄沉浸式观展视频、录制或直播重点活动、采访重要人物，如邀请专业人士介绍展会设计、解读展台创意、讲解图书特色等，既能科普知识又满足观众猎奇心理。第三，更多采访在场者尤其是现场读者。参与书展的专业读者如图书馆采购老师、现场的老人小孩等普通读者，都是需要关注采访的对象，他们的看法意见是第一手调研资料，也是很好的写作素材和积累，也可能成为展会主承办方改进办展思路、完善现场设计的参考。

展后：总结报道有滋有味

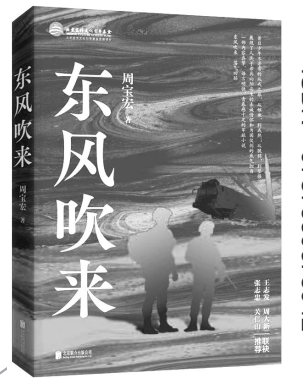
一场书展落幕后总结性报道的优劣，一定程度上反映着一家行业媒体对行业的观察、思考和研判能力，也是衡量其专业性、权威性、内容生产能力以及底蕴的重要指标。总结性报道如何做有滋有味，做到专业性、可读性与引领性兼备，并能够实现高效传播？笔者有以下几点建议。

突出重要指标。一场书展的成功与否，有着众多考量标准。出席领导的级别、参与作家的咖位、现场活动的场数、参与读

者的人数等等，都是重要的量化指标。重要人物、重点作家、重磅活动和重头展区等重点信息不能遗漏；关键性数据，如参与出版机构家数、参展图书册数、现场读者人数、整体销售金额、同比增长比例等重点数据不能缺失，且最好能在标题等突出位置呈现，如“XXX出席开幕式”“数说XX书展”等。这些指标代表着一场书展在当地的受重视程度、行业的关注度以及国内国际影响力。

创新内容设计。改变传统总结性报道模式，进行写作手法呈现方式创新，如针对性标题设计、进行故事性写作、使用现场感语言等，减少通稿内容的使用量，让报道不再千篇一律。如2021年9月14日，笔者推出2021年羊城书展总结报道《4家实体店2021羊城书展的11天》，通过观察总结策划，针对性地采访了深度参与2021羊城书展的4家不同经营性质的实体店相关负责人，阐述他们在当时广州新冠疫情防控常态化下，借势书展所做的努力和取得的成效，以及对书展功能和全民阅读的思考，现场感与可读性、引领性兼备，做到了有滋有味。

做好评论报道。评论是表达观念的重要形式。各地成功举办的书展活动，有值得宣传得好的方方面面，不可避免也会有需要改进的地方，可能是主承办方活动筹备的不足，也可能是地方政府、行业参与者考虑欠缺的方面。行业媒体具有服务行业、推进行业发展的天职，要求我们既要肯定成绩，也要对不足之处进行善意提醒。这时，评论报道就能很好地发挥作用。以记者身份评述，或通过编辑部文章，还可以邀请行业知名人士进行评论，不同的视野、不同的角度、不同的站位，对同一件事情进行评论发散，容易碰撞出智慧火花。再通过新媒体渠道分发传播，同时进行正向的互动引导，引发对话题的实践探讨，可能会对行业发展产生积极影响。



《东风吹来》周宝宏著
京联合出版公司2025年1月
版59.80元
ISBN: 978755678942

■ 张志忠

周宝宏是一个非常年轻、非常有爆发力的青年作家——我这儿所说的爆发力，并非泛指，而是就长篇小说创作的特性而言。长篇小说并非几部中短篇小说的叠加，不能靠灵光一闪，不能靠一招制胜，而是要行远致广，有一种浩荡之气，激越之情，能够开拓出一片广阔高远的文学天地，能够打得起，撑得住，走得远；能够山重水复疑无路，柳暗花明又一村，万水千山走遍，归来仍是少年。

东风激荡，既就是说贴合作品所描述的火箭兵常备不懈的日常生活，以“东风”命名的新型导弹研制与装备部队为其标志，也是指强军兴国的浩荡之风，随着国力增强，强军大业也进入加速发展的快车道，军管气象日新。我至今有一个正在建构中的新命题，将近代至今的中国文学命名为“中国式现代转型之大时代的文学”，重新界定文学与时代的关系，以此阐释当下文学的中国特色、中国经验。《东风吹来》中的一群年轻战士，李寒雨、王二宝、徐少佳、郭鹏等，就是赶上了这样的伟大时代，在日复一日地学习、训练、站岗和演习的军营生活中磨砺成长。作家面对的难题在于，怎样把这平淡无奇的生活场景写得风生水起、虎虎生威，写出生活本身的魅力与惊奇？周宝宏的窍门在于从始至终贯穿了青春的朝气、生命的活力，以青春蓬勃生命血色去刷新“铁打的营盘”，去润色绿色军营的日常运作法则，硬是把似乎已经司空见惯、习以为常的和平岁月写出了生机盎然，趣味无穷。由此生发开来，可以窥得《东风吹来》创作的特色一二。

其三，现代青年人的话语方式，既有时代印记，又有诙谐调侃，有自我解嘲，充满了活泼的生活气息，让那些平淡无奇的日常琐事融入了“青春密码”和“时尚暗语”。这样的对话，从作品的开篇到结局都不绝如缕，饶有兴味。

其二，对具有普遍性的生活场景做出别具一格的描述，让人觉得耳目一新。“世界上不是缺少美，而是缺少发现美的眼睛”，罗丹的这句话，已经被人们引用过千万遍，但仍然是颠扑不破的至理名言。比起战争年代的风云跌宕、铁血男儿，李寒雨们平凡的军营生活，是很难作出拍案惊奇的文章的。周宝宏将可能很一般化的场景写得很不一般，奥妙在于发现“此时此刻”，发现“这一个”场景和人物的独特性，个性就是美。

其三，在汶川地震中参加抗震救灾，是作品中难得的重大关节，救灾如战场，生死抉择不容犹豫，养兵千日用兵一时，正是可以大写特写军人的英雄主义和自我牺牲精神的契机。《东风吹来》的相关段落仍然具有一种情感的冲击力。其中，有徐少佳这样的“准逃兵”为救护小学校儿童而忘我捐躯，有老连长面对妻子临难却无力相救的绝望悲情，更让我震撼的是救灾归来住院治疗时李寒雨“噩梦重重”的精神心态。

其四，文学要描写和塑造文学新人，它瞩目的不仅是李寒雨和其战友群，《东风吹来》中的许家刚也是一个有血有肉的军旅新人。作家巧妙地安排了让在部队从事新闻报道的李寒雨零距离地生活在许家刚身边，生活在“男儿沟”，对许家刚的工作与生活做全方位的观察，不仅是深度体验，还要和许家刚一起出现在多个不同空间，面对深山军营独具的难题。

其五，李寒雨们的青春之歌，融入了现实军营中的种种折光，还有着人与大自然的互动交响。尤其是后者，在作品中占有非常醒目的位置。

东风激荡的军旅青春之歌

阅读推广

上海百家品牌书店营造春节氛围

中国出版传媒商报 2025年1月27日~2月15日，上海市书刊发行业协会以100多家品牌书店为主导，精心营造丰富多彩、充满书香、温馨和谐的节日氛围，满足读者的节日阅读需求。参与活动的百家书店，既有新华书店、上海书城、朵云书院、钟书阁、大众书局、大隐书局、西西弗书店等连锁书店，也有单体书店如艺术书坊、上海外文书店、现代书店等，还有悦悦书店、博库书城、云间世纪等网上书店，同步同频发挥线上线下多渠道优势，开展一系列多领域、多层次、多样化的文化活动，通过朋友圈、海报、公众号、视频、直播等多种方式进行营销推广，让书香浸润春节文化市场。联展的图书以2023“上海好书”百种和2024“上海好书”百种为主，包括近期销售较好的图书和文创。今年春节，恰逢中国春节申遗成功，各家书店打造了一众格调满满的活动。

上海新华传媒旗下的上海全市新华书店、上海书城为读者准备了丰富的活动，包括精美赠送礼品、新春市集、快闪周等精彩内容。上海外文书店于1月28日~2月2日推出“金蛇送福，好礼欢度贺新年”

新春”活动，举办“锦绣中华 锦色丰繁”文化中国系列图书展。艺术书坊推出“乙巳长虹·书香迎春”活动，开展一系列精心策划的讲座签售、直播、回馈促销活动。正在装修待开业的上海古籍书店在小红书、视频号平台开展惠民好书荐读直播，精选新春特价书籍，覆盖各类热门领域，给与直播专享优惠。朵云书院·枫泾店举行“画蛇添彩”——金山农民画蛇年新春画展，展出金山农民画师们精心创作的10幅融合“蛇”元素的农民画和10幅新春主题农民画。大隐书局推出“金蛇携福印祥瑞 书香非贺岁长”活动。悦悦书店携手虎薇社教练机构，举办《学会优雅说“不”，建立关系的边界感》的线上分享会。学悦风咏书社推出著名沪剧表演艺术家马莉莉主讲的“沪剧的故事与魅力”、知名作家马尚龙主讲的《上海秩序——上海人的遵守和信赖》。

春节少不了走访送礼。新华文创·光的空间新春好礼上新，推出“福禄”咖啡+“福鼎”新春茶叶茶点礼盒，为读者提供充满书香的春节选择机会。（穆宏志）

沪港两地书业携手“互贺新春”

中国出版传媒商报 1月26日~2月14日，上海书城福州路店、朵云书院·旗舰店、上海外文书店、钟书阁徐汇绿地缤纷城店、上海香港三联书店和香港三联书店中环店、香港三联书店湾仔店、香港中华书局油麻地店、香港商务印书馆尖沙咀店、香港商务印书馆铜锣湾店同步推出“书送智识——2025沪港文化主题图书互展”，充分展示沪港两地年度好书、为沪港两地读者送上一份特别的新春“沪味”“港味”文化书礼。书展由上海市书刊发行业协会主办，联合新零售（香港）有限公司、上海香港三联书店有限公司承办，上海联合书业会展有限公司协办。

今年是“沪港文化主题图书互展”连续举办的第三届，已成为沪港两地文化交流的品牌活动，也是两地读者新年期盼的文化大餐。销售品种由最初的100种发展到今年的沪版图书206种和港版图书271

种，在品种数、册数、码洋数上都创造了历年之最。此外，连续3届的“互展”，让读者对港版图书、香港文化、香港出版有了更直观的了解，直接带动了港版图书的销售。近年来，上海香港三联书店以“互展”开局，引进港版图书成为书店销售的特色板块，2024年销售港版图书实洋达1600万，超过了2022年和2023年的销售总和，呈现高速发展态势。

此次香港文化主题图书的参展单位以香港联合出版集团为主，呈现过去一年代表香港文化主题和出版水平的图书，如《金庸小说与文学》《食日谈：餐桌上的中国故事》《点样划条铁：香港铁路规划》《寻踪觅迹：香港古宅故事》《香港非物质文化遗产系列》等。上海参展图书以上海世纪出版集团旗下各出版社和上海三联书店、文汇出版社、东方出版中心等出版机构为主。（穆宏志）

《上海水务海洋年鉴2024》新书发布

中国出版传媒商报 1月20日，上海市水务局（上海市海洋局）组织编纂的《上海水务海洋年鉴2024》的新书发布暨出版座谈会于商务印书馆上海分馆举行。上海市水务局总工程师、办公室主任朱慧峰，上海市地方志办公室年鉴处副处长张燕伶，商务印书馆上海分馆总经理、总编辑鲍静静出席活动。资深摄影代表，执法总队、水利管理事务中心、供水管理事务中心、排水管理事务中心、堤防泵闸建设运行中心、水文总站、供水调度中心、海洋测报中心、黄浦区水务局、徐汇区水务局、长宁区水务局、虹口区水务局、杨浦区水务局和宝山区水务局等参编单位负责人以及媒体代表参加会议。上海市水务局（上海市海洋局）办公室副主任欧阳田军主持会议。

会上，上海市水务局（上海市海洋局）办公室和商务印书馆上海分馆相关

负责同志分别介绍《上海水务海洋年鉴2024》编纂和出版工作情况。摄影家代表和参编单位代表纷纷表示，《上海水务海洋年鉴2024》实现图片和条目的双增加，内容更丰富，图片更精美，编纂更顺畅，内容更充实，更具有阅读价值和收藏价值。

鲍静静表示，《上海水务海洋年鉴2024》经过严格编校，并在延续年鉴原有设计理念的同时作出了创新。该书的出版对于传承水文脉，弘扬水文化，促进水务海洋事业的发展具有重要意义。

《上海水务海洋年鉴2024》首图106张，同比增加30.8%，以图辅文，全面、系统地反映2023年上海水利、供水、排水、海洋四大行业，涵盖规划、建设、运营、防汛减灾等各方面工作，这是一部了解上海治水管海、研究治水管海、宣传治水管海的年度综合性、权威性、资料性工具书。（张馨宇）

作家璟携《魂牵梦绕》舞动梦幻现实



中国出版传媒商报 1月24日，作家璟携其首部长篇玄幻小说《魂牵梦绕》在北京惊艳亮相，为读者们带来了一场心灵盛宴。《魂牵梦绕》由济南出版社出版，不仅是一部充满奇幻色彩的小说，也是一次对梦想、选择与生活深刻剖析的心灵之旅。它是一个关于芭蕾舞女孩追逐梦想的故事，更是一部关于勇气、坚持、成长与爱的人生小书。璟与现场的读者们分享了创作心路历程。

谈及创作初衷，璟流露出对芭蕾的挚爱。该书的创作灵感，源自她对众多专业芭蕾舞者的真实经历和感受。她

从中汲取素材，虚构了一位主人公，以此展开故事。在创作中，璟除了描绘芭蕾舞训练的艰辛，更多地展现了不同的人在对生活、道义和人性抉择时的思考。随着故事情节的推进，最终给男女主人公出了一道极度纠结的选择题，旨在引发读者共鸣。她希望通过这部作品，为读者呈现一个更加多元、丰富的芭蕾世界。同时，璟也向读者们发起了一场心灵的拷问：“所有的梦想成真都需要付出，问题是你愿意为之付出多少？”

发布会上，璟还透露了《魂牵梦绕》第二部正在创作中。作为该书的延续，她内心充满了创作的热情与灵感，渴望将这份真挚的情感通过文字传达给读者。

璟就读于法国巴黎新索邦大学及巴黎天主教高等院校法国语言与文化学院，在法国担任过《Vogue》杂志的自由撰稿人。回国后，她编写了两部芭蕾舞剧，并撰写了由中国纺织出版社出版的人物传记《皮尔·卡丹中国传奇》。（穆宏志）