当出版遇上直播带货

□ 张聪聪

之前，中信出版社、四川少儿出版社虽也涉足直播，但大多是童书类或在营销节点的“偶有尝试”。2020年春节以来，疫情阻断线下宣传营销步伐，出版机构纷纷转战线上，从编辑、营销、发行到出版社的社长总编辑，纷纷变身带货主播，书店、电商也加码直播卖货配置，直播带货常态化成为国内出版业2020年上半年热门话题top1。

作者编辑讲书、云游探社探店、低折抢购……形式多样的直播活动构成书业独特的线上风景。赶上世界阅读日、“6·18”年中大促等重要营销节点，各出版机构的直播安排密度不断创新高。

各种直播姿态争芳斗艳

疫情初起，各出版机构无法按原有方式推进工作，下意识地选择了线上，云游出版社、云逛书店成为出版业直播特色。

志达书店、悦悦图书策划的“云游出版社”系列直播，带读者走进上海译文出版社、上海教育出版社等众多出版机构，让读者进入场景认识好书。读书日前后，中华书局在线上举行“读者开放日”，邀爱书人共赴“云端”，进行为时12小时的在线狂欢。5月以来，“回到文学现场，云游大家故居”系列直播活动连续上演，携读者跟随专业讲解一起游览老舍纪念馆、沈从文故居、萧红纪念馆、巴金故居、鲁迅博物馆等文化名迹，吸引数百万人观看。

如果说，这类文化气息较浓的直播表达存在感居多，带动图书销售比较间接的话，那么还有另一种姿态——搭上“薇娅”们的流量快车。

相对于食品、美妆等品类，图书并非快消品，受众辐射范围、利润空间都有限，但薇娅等顶流专业主播的流量号召力依然令人惊叹。3月，安徽少年儿童出版社的《中国经典动画珍藏版》与知乎盐选会员年组套现身薇娅直播间，短短几分钟内销售3万余套，销售码洋超500万。5月，少年儿童出版社的《三毛流浪记》上了薇娅直播间，以18元的价格，狂销8万多册。此前，3万册麦家的《人生海海》在薇娅直播间5秒售罄。

自己动手 丰衣足食

虽然登上薇娅直播间的图书战绩“令人眼红”，但业内注意到，她依靠的是粉丝群对她选择货品物美价廉的信赖，而不是对图书内容价值的认识。

于是，业内人上直播成为风景。机械工业出版社社长李奇在该社“‘园梦’主创带你走进苏州园林”直播活动中，以社长和文创产品主设计师的双重身份，与观众分享产品背景故事及产品制作工艺，海豚传媒总裁夏顺华也于“4·23”当天开启了“种树的老夏”直播首秀，当日累计观看人数突破20万。

直播已成为编辑的常规工作，或一人轻装上阵，以相对轻松、生活化的风格，荐书同时分享个人生活育儿理念；或作为主要嘉宾，与主持人或搭档合作。有出版社编辑感慨，他几乎每天晚上都要定点直播，工作节奏与以前大不相同。

与此同时，越来越多的出版社开始注重直播的栏目化、品牌化，在体系化、常规化方面下功夫。江苏凤凰教育出版社创意童书团队联合广电集团新媒体平台“小时间”工作室团队，打造“童书不一样”新媒体栏目；江苏凤凰少年儿童出版社成立新媒体营销小组，以“云说少年时代”为切入点，策划“名师带你读”“名家讲堂”两个栏目系列直播课程，带动相关图书销量提升。

为直播添加主题性、故事性，让活动更吸引眼球成为关注点。世界阅读日期间，上海译文出版社策划了“经典夜航线”线上诵读，主播精心设计阅读航线，通过诵读英国作家简·奥斯丁的《理智与情感》、俄罗斯作家帕乌斯托夫斯基的《金蔷薇》等译文社经典名著，带读者云游各国。该社天猫旗舰店“4·23游园会”以“测测你的本命作家”H5导入，邀请读者搭乘“译文号”旗舰进入虚拟的海上旅游，在得出测试结果的同时驶抵莎翁故居所在地斯特拉特福小镇，参与译文社自营店铺的“游园会”。

“看起来很美”还不够

近几个月的出版业直播“井喷”，使直播成为行业热词。不过，直播活动扎堆、流量有限、带货转化率难突破也成为出版机构的共同难题。

纵观当下书业的直播战绩，能取得可观关注度、喜人带货成绩的，要么有薇娅等网红主播加持，要么有流量作家站台，要么是在全网都有竞争力的低价。现实情况是，薇娅直播间“一位难求”，利润空间也被压缩到极致，性价比堪忧。

在直播愈加频繁的情况下，名家作家亮相的号召力也在逐步减弱，大多数直播表现平平，观看人数多的上千、少的两位数，能破万的直播屈指可数。接力社相关负责人表示，策划直播、短视频时，一定要在产品卖点提炼、前期宣传、产品搭售、平台方面做好功课，让直播成为一种宣传手段，引客入店。

去年10月开始尝试直播带货的磨铁集团，如今已形成相对固定的包含策划、主播、后台的团队。磨铁新媒体事业部总经理袁复生透露，今年4月全公司的主播团队、作者、产品经理、网红带货已超100万元，“我们研究发现，短视频和直播带货，都能撬动全网的销量，有一个系数存在，我建议把单场带货量与全网提升销量系数结合起来考虑”。

必须看到，在“全民直播”的今天，图书作为文化商品具有特殊性，与其他行业相比，图书产品在纯粹以“带货”为目的的直播中欠缺优势，需要格外用心。

中华书局市场部副主任彭玉珊认为，图书本身相对严肃，要通过直播提取出产品的独特价值，用观众所喜闻乐见的方式来进行推广。品牌发声的重要性，大于单场成交量。磨铁星球独立策划人刘宇昕直言，把观众当成客户使劲去推销，会引起观众反感，需要讲故事，展示内容，和观众聊天。

相信未来，会有职业带书人成批出现，他们对图书类型各有侧重，对所选图书非常了解，从内容、作者、编辑、出版故事、出版单位等各方面如数家珍，渐渐建立起自己的粉丝群体。

出版与直播带货会携手走多远？未来值得我们拭目以待。

信仰的力量

□ 高　地

康德曾说，世界上有两件东西能深深震撼人们的心灵，一是高悬在我们头顶上的星空，一是深藏在每个人心底的道德准则。

然而，对这二者的体认激发出的力量却是截然相反的——我们越是对浩瀚自然有所认知，就越发感受到人类自身的渺小和无助；我们越是对精神宇宙有所了解，就越发体认出人类自身的高贵和伟大。人的高贵之处在于，虽然宇宙在空间上囊括并吞没了我，但在思想和信仰上，我却囊括了整个宇宙。在此意义上我们说，信仰是人的精神之“钙”，是“人类的精神火炬”和“生命的终极意义”。

青年时代是人生发展的关键阶段。青年的思维方式、知识结构和价值观念都不可避免地具有积而待发、长而未成的二重性特征，这也为开展价值引领和教育引导提供了广阔空间。

陈耀辉新作《与青年朋友谈信仰》以热烈之情感、平等之态度、质朴之道理，为广大青年朋友们阐释了信仰的源起、发展、功用等根本性命题，对新时代青年坚定马克思主义信仰、为实现中国梦不懈奋斗具有重要的理论创新价值与现实指导意义。

客观地讲，如何与新时代青年群体谈信仰仍是学术研究和宣传思想工作的难点所在。简言之，“难”在青年发展规律如何把握，“难”在宣传教育方法如何得当，“难”在交流话语如何与青年相通。

本书提炼和归纳了信仰与宗教、信仰与科学、信仰与政治、信仰与道德、信仰与审美以及马克思主义信仰等一系列基础性命题，并以与青年朋友对话的方式加以呈现，非常新颖。

文化归之于人的精神世界最根本、最核心的力量就是信仰，这也是青年发展的根基所在。与青年谈信仰，就是让青年在人生发展的关键时期对于信仰这一命题进行必要的自我觉醒、自我反思和理性审视。曾有过多年青年工作经历的作者指出，青年有树立信仰的现实需要、情感能力以及不可缺少的理性意识。他从明星崇拜与星座迷信入手，引导青年直面信仰冲突，正确区分娱乐性与严肃性、休闲性与神圣性、自发性与自觉性的本质差异，从“接地气”且又不失深刻的多维视角，创设了与青年朋友谈信仰的共同心灵之旅。

信仰归根结底是一个科学的理论命题。没有理论上的认知，不可能有坚定的信念。正如作者在书中所言：“对于信仰者来说，真理不是普通的知识，而是宇宙间最高的存在，是信仰的对象，是人生的价值，是生命的全部意义。所以准确地说，真理是信仰者的真理，正如美景是旅游者的美景。”作者不回避社会发展进步青年在信仰问题上存在的真问题，以高度的理论自觉，努力使科学信仰走进青年生活。这种“理论上的彻底性”具有强大的说服力量，能够在引导青年的过程中掌握青年，转化成为青年的成长养分和发展动力。

人的生存建立在对生命价值意义的追寻之中。人类既是一种物质的存在，在某种意义上同时也是一种文化的存在，而作为文化存在之人，最根本的内涵在于价值的存在。对信仰问题的研究离不开对价值意义的讨论。虚假的信仰只有虚无的价值，真正的信仰必然拥有真正的价值。在本书中，作者用深刻的笔触对与当下青年信仰密切相关的“中”与“西”、“左”与“右”、传统与现代等多元价值观挑战作出一一回应和科学解答，向新时代青年发出了理性反思和积极创造人生价值的呼唤。

这种价值自觉，是作者在自身对信仰本质和规律以及青年的思想特点和行为规律的认识基础之上，积极、主动思考并理性追求真善美的统一、追求青年全面发展的一种根本价值指向，不仅通往青年的内心世界，也同样通往青年的行动与实践，将马克思主义的真理性转化为青年发展自身、改造世界的不竭动力，实现从价值自发到价值自觉的飞跃。

（作者系共青团吉林省委副书记、东北师范大学思想政治教育研究中心教授）

“让阅读走进乡村”文化讲座直播

本报电（若　秋）“上初一时读刘慈欣的《三体》，书中的那些量子力学、曲率驱动根本看不懂。因为故事很精彩，不懂的内容跳过去也不会影响对整个故事的理解。等年龄增长，知识累积，自然会搞懂的。”

7月3日，“让阅读走进乡村”暨“书香乡村 阅读驿站”线上文化讲座第二次直播活动在快手开讲。14岁的儿童作家蔡亦青做客“北京阅读季”快手直播间，讲述她的创作历程。她三四岁能独自阅读简单绘本，6岁创作童话故事，9岁出版首部长篇小说《一盒巧克力》，到13岁已出版《蟠星兔与总统女儿》等多部长篇小说，作品被喜马拉雅FM改编成广播剧和有声书，播放量500多万次。

为丰富农村地区阅读资源，第十届书香中国·北京阅读季开展了“让阅读走进乡村”特色阅读活动，活动由市委宣传部主办，平谷、房山、延庆、密云、门头沟等区委宣传部与北京联合出版公司承办。6月23日，首场线上文化讲座由中国红楼梦学会理事樊志斌讲“纳兰性德与北京民俗”。接下来还有畅销书作家宽宽，绘本作家常立，全科医生胡冰霜等多位知名文化学者开讲。

“涵芬绽放——商务印书馆人文社科读书月”启动

本报电（唐　敏）“读名著，找商务；商务好书，尽在当当。”当当副总裁陈立均的诙谐致辞引来一片欢笑。

6月30日，“涵芬绽放——商务印书馆人文社科读书月”在京启动。

读书月从7月1日开始，“一日一主题，日日有新书”，围绕主题出版、传统文化、民法典、大家小书、人类学、人文地理等30个经典主题，向读者推荐2000余种好书。期间将举办14场“涵芬大讲堂”，邀请专家学者线上直播，还有7场线上“新书发布会”。

商务印书馆还将以读者投票的形式，选出“读者喜爱的商务印书馆人文社科十大好书”。除经典图书之外，《当代中国的厕所革命》《扶贫笔记》《21.0：当代简史》《法兰西的特性》《指花扯蕊》等新书被纳入60本候选书目中。

今年是商务印书馆123岁华诞。商务印书馆执行董事顾青表示，希望通过“涵芬绽放——商务印书馆人文社科读书月”系列活动，与读者一起品读商务经典，传递经典阅读价值，共享知识芬芳。

“一带一路”中北京的定位

□ 杨　军

作为中国的政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心，北京在参与“一带一路”建设中应扮演什么角色，发挥什么作用，一直受到关注。

“一带一路”倡议提出以来，北京与沿线国家的贸易进一步发展，北汽福田、同仁堂医药、北京控股、北京银行等京企代表的先行实践表明，“一带一路”构筑了北京与沿线各国开放、融合的进出口贸易机制，并显示出巨大的贸易合作潜能。另一方面，在“京津冀协同发展”大框架下，北京要不断疏解非首都功能，带动整个区域共同发展。

北京林业大学程宝栋教授和李芳芳博士等所著《践行“一带一路”倡议：中国的探索与北京的定位》（社会科学文献出版社）一书，讨论了北京作为“一带一路”倡议实施“排头兵”的区位优势，“一带一路”倡议实施给北京对外贸易和投资发展带来的新变化及存在的问题，探讨北京依托“政策牵引”“文化交流”“创新示范”等功能，如何进一步实现自我发展、引领国内区域发展以及对接国内和国外两大市场；最后，从全球视角讨论“一带一路”建设，梳理了国际分工理论中的全球价值链理论，正视发展中国家在传统价值链分工中所做的努力以及面临的“价值链低端锁定”困境，在此基础上提出“一带一路”平台下的全球价值链良性重构路径及中国方案。

该书立意深刻、案例数据详实、论述科学准确、前瞻性强，得到了中国社会科学院经济研究所所长黄群慧、山东财经大学校长赵忠秀等8位专家的联合推荐。该书的出版发行，为继续深化中国与“一带一路”国家多方位合作、对接区域发展规划提供了参考。

难舍书香

□ 小　章

有些故事，简简单单却令人动容，因为它内含不同凡俗的特质。

“我来东莞十七年，其中来图书馆看书有十二年。书能明理，对人百益无一害的唯书也。今年疫情让好多产业倒闭，农民工也无事可做了，选择了回乡。想起这些年的生活，最好的地方就是图书馆了。虽万般不舍，然生活所迫，余生永不忘你，东莞图书馆。愿你越办越兴旺。识惠东莞，识惠外来农民工。

湖北农民工

2020.6.24”

留言者吴桂春，54岁，在东莞已打工17年。今年6月，吴桂春回到东莞，但去年工作的小工厂受疫情影响没有开工，他打算过几天返回家乡。

临回湖北之前，吴桂春来到图书馆。退读者卡时心里特别难受，把卡拿在手里放下又拿起，拿起又放下。他不想销掉这张陪伴自己十几年的读者卡，又想着万一不回东莞，卡拿在手里也没用。

图书馆管理员好奇地问：“你这么喜欢看书，怎么退卡？”听了他的故事，管理员说，“你对我们图书馆的印象好，就留个言吧”！于是，吴桂春在留言簿上写下了对东莞图书馆的眷恋与不舍。

6月25日，东莞图书馆官方微博也转发了这张留言的照片，并留言：“感谢

我们一直在，等您再来！”

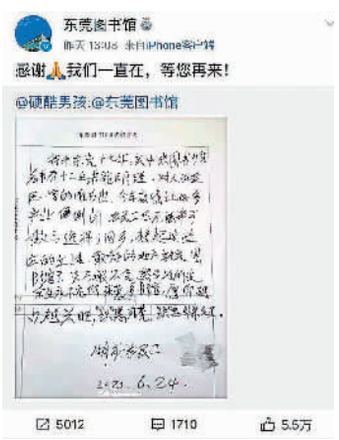
这个故事在全网传播，引发诸多网友的共鸣与感慨。

6月26日，在东莞市人社部门和企业的共同努力下，吴桂春找到了新的工作：在市区一小区物业从事绿化养护工作，包食宿，五险一金。新工作基本确定之后，吴桂春来到东莞图书馆，重新办了读者证。拿到读者证的那一刻，他说，“又可以看书了！很高兴”！

2003年，吴桂春来到东莞，在工厂打杂，工作之余去地摊上买书看。“你这么喜欢看书，为啥不去图书馆，那儿看书不花钱，书也多。”同事对吴桂春说。

2008年的一天，吴桂春第一次到图书馆，发现空调很凉快，书真的很多，“这是我应该来的地方”。从此每逢节假日或者工厂轮休日，吴桂春大多在图书馆度过，“如果今天要去图书馆，我早上就会多吃点，这样中午不会饿，可以一直待到晚上闭馆”。

从2008年至今，连续在图书馆读了12年书的吴桂春已经不记得自己读了多少本书，但是那些书对他的影响日渐增多。“做人要有正气，要知道是非，通过读书知道怎么样做事，怎么样做人。”吴桂春说，读书让他增长知识，让他性格变得平稳，让他看待事物的眼光更长远，“我的第一职业是打工，第二职业就是看书”。

这个故事里，有图书的魅力，有普通人对文化的依恋，还有一座城市的温暖，淳朴而自然。

让我们记住这份美好。