



赵 伟

派出单位：江苏凤凰美术出版社

挂职单位：凤凰新华泰州分公司

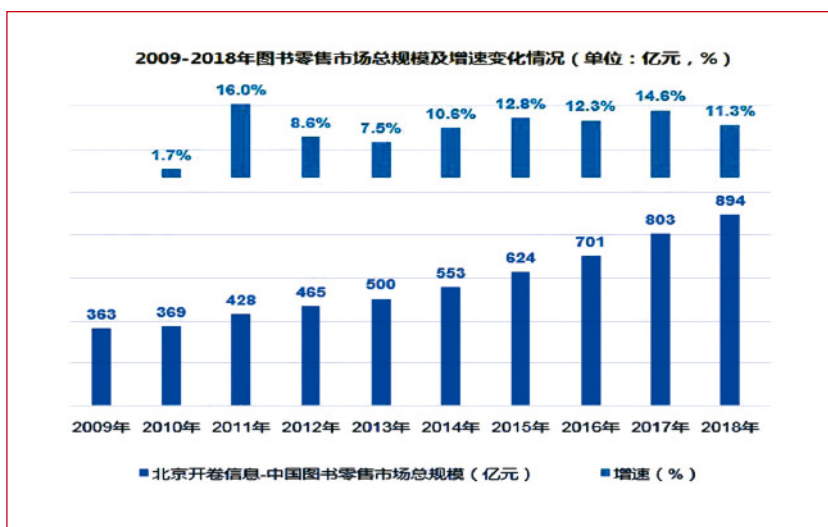
名家校园行，从“书+”向“文化+”延伸

——作家泰州校园行的创新思考

自去年 12 月 25 日启动仪式至今，在繁忙而又充实的挂职工作中，时间过得飞快。2019 年有幸成为凤凰新华发行集团泰州分公司的一员，并以总经理助理的身份参与书店管理及营销工作，我深感荣幸。衷心感谢泰州市新华书店的接纳与信任，感谢陆总、盛总给予我的日常工作指导与帮助，让我能快速熟悉环境，融入角色；也非常感谢泰州市新华书店和陆总对挂职班活动的全力支持。

在泰州这一年的挂职工作中，我策划和参与了一系列的门店活动、书展活动及校园人文行活动。当我自豪地以书店工作者的身份忙碌着，熟悉环节与流程，换个角度来看图书的宣传与营销，感到受益良多。根据日常工作和针对性的调研，我也对店外销售中校园活动的内容与形式进行了一些思考。

近年来，在线上销售飞速增长的冲击下，大型书城和门店的图书零售呈逐年下滑的趋势。据开卷的数据统计，2018 年我国图书零售市场同比上升 11.3%，但实体店零售额同比下降 6.69%。



在困境中如何奋发？店外销售成为开拓新的渠道，保证市场图书销量的一件利器。而在众多的店外销售形式中，“校园人文行”之作家进校园活动无疑是最具有销售确定性、转化率最高的项目。近年来，“校园人文行”在江苏大地蓬勃发展，而泰州地区的“校园人文行”活动不仅丰富多彩又特点突出。那么泰州地区的“校园人文行”活动有哪些特色，在形式上有哪些创新呢？

一、校园人文行的传统形式，店外流动售书模式分析

2005年9月，江苏新华发行集团策划了名为“校园人文行”的大型营销活动，通过名家进校园与学生近距离接触，让学生们感受名家的人文素养和学者风范，开阔眼界，增长见识。该活动已开展10多年，成为江苏出版发行一道亮丽的风景线。

“校园人文行”的形式多样，有公益活动、讲座活动、专家公开课等，其中，讲座活动形式最为普遍也最受师生欢迎。讲座活动有着精彩的知识讲述与热烈的互动问答，最让师生受益。讲座活动流程通常为：

作家相关介绍→作家讲座→互动问答→作家签售

综合讲座活动的图书销售形式则有两种，一种是预售形式：

告家长书→收单备货→活动前分发→收款

另一种是现售形式：

活动通知→根据学生数预估备货→讲座后现场销售收款

预售形式备货相对精准，退货少，销售确定性较高；现售形式的随机性较大，会出现备货不足，或者过量备货的情况。

随着“校园人文行”的逐年开展，学校、学生与家长对“校园人文行”的形式有了个性化的想法，对“校园人文行”的内涵也有了更深层次的要求。泰州地区在“校园人文行”的形式上进行了许多探索。

二、泰州地区“校园人文行”模式的思考

“校园人文行”中的名家进校园活动，是学校、老师、学生、家长喜闻乐见的形式，也是目前图书发行业比较有效的销售平台之一。在政府大力推进全民阅读、加强“书

香校园”建设的时代背景下,进一步提升了“校园人文行”的内涵。探索“校园人文行”的形式,对于出版发行单位有着一定的现实意义。

近年来,我供职的江苏凤凰美术出版社策划出版了大量少儿文学类精品图书。我也有幸联系并陪同祁智、谷清平、史春妍、许诺晨等多位知名作家在江苏省内开展了 200 余场“校园人文行”活动。在众多场次的活动中,泰州地区的校园活动从前期组织,活动安排,到呈现形式,都让人眼前一亮。今年初,一到泰州市新华书店挂职,我就制订了深入了解泰州地区校园活动的流程安排,总结其成熟模式与亮点特色的调研计划。



今年 5 月,我陪同《汤小团》系列的作者谷清平老师走进泰州凤凰小学,进行了一场生动有趣的名家校园行活动。凤凰小学把三年级学生安排在报告厅现场,全校其他年级学生在班级收看视频转播。整场活动的流程是:

1. 先上一堂公开课。由语文老师带领三(3)班的同学学习,怎样阅读《汤小团》。

2. 开上一场故事会。由三年级5位学生代表每人讲述一段《汤小团》中的有趣故事。
3. 演上一场情景剧。同学们选取《汤小团》中的一个情节,表演一台精彩的情景剧。
4. 作家讲给大家听。《汤小团》的作者谷清平对公开课、故事会、情景剧进行点评,然后开始讲座,由作者讲给大家听。
5. 签名售书留纪念。讲座结束之后,谷清平为同学们签书。

活动现场互动热烈,故事会进行时,台下不时传出阵阵笑声;情景剧表演中,同学们跟着轻声背诵经典的段落台词;听讲座后,同学们不断地根据书中的内容与讲座的内容,有针对性地提问;最后在同学们崇拜的眼神中,签书仪式把活动推向高潮。

后来,我又陪同著名作家祁智老师参加了泰州实小的“梧桐树下书香浓”读书节活动,调研了姜堰的“校园读书会”活动。泰州各种形式的校园活动让我目不暇接。“校园人文行”活动还能这样做?我陷入了深深的思考。如果说“校园人文行”是一场说走就走的旅行,那么泰州的名家校园行则可以看成一次量身定制的深度游。从整体活动来看,泰州的作家校园行已经从简单的讲座签售、图书发行向形式多样的校园活动延伸,其特点鲜明。

(一) 创新活动流程,符合实际需求

泰州地区新华书店动员教育部门、学校、教师和学生共同参与名家作品阅读活动的设计和阅读活动的组织,教师、学生成为活动的主体,“校园人文行”的作家们起到了锦上添花的效果。因为整体活动流程设计来源于师生参与的方案,所以活动内容个性化突出,针对性强,更符合学校的实际需求。

(二) 形式多变,丰富多彩

校园活动变单一围绕图书的讲座为互动性更好、体验感更佳、学生们更为喜欢的形式,即以活动图书内容为基础的实验课、情景剧、延续情节的故事比赛、绘画比赛等,出版社与书店又提供奖品(如书包、文具及图书等)支持,大大提高了学生的参与度和热情度,内容丰富多彩,现场气氛热烈。

(三) 阅读体验好,持续时间长

简单而流于形式的阅读,既降低了学生们思考水平,又弱化了学生们的思维能力。泰州地区的校园活动从寒暑假前推荐活动用书的确立,到假期学生阅读,再到学生自主查阅相关资料,写读后感,又到新学期针对活动图书的阅读实验课,活动由单次变



为覆盖整个学期的系列活动，使得学生的阅读体验感增强。作家进校园活动时，提问有回应，想法有共鸣，与学生的现场互动更好。

（四）高附加值

作家进校园后，阅读活动持续发酵，参与校园活动作家们的作品可以顺利地进入校园书店，成为常销品种，为当地书城和新华书店门店带来后续销售，同时也同期拉动相关品种的线上销售。

三、以书为媒，从“书+”到“文化+”的创新思考

泰州地区的“校园人文行”已不是一场“到此一游”的进校园活动。随着阅读量增大，阅读范围变广，学校和学生们对校园人文行的需求已经由阅读技巧的讲解与写作方法的灌输，迭代为对活动推荐图书相关文化内容的配套提供。名家校园行的泰州模式是一种崭新的阅读推广模式，具有较大的推广价值。我们可以在其现有形式上融合创新，延伸新的文化服务的内容。

（一）增加学科内容，丰富活动内涵

除了为学校提供现在较为普遍的“阅读”类与“教辅”类的讲座活动，还可引入“书法”“绘画”“声乐”“科普”“心理辅导”“校园安全（防校园霸凌）”等素质教育各方面内容，邀请各领域的专家、名家参与到“校园人文行”，开展活动与讲座，可以极大丰富校园活动的内涵。

（二）亲子共读，见证成长

我在调研中也发现，学生家长也非常愿意参与到校园活动中来，他们更接受亲子类的校园活动，在和名家的互动中，与孩子们一起感受亲情，共同成长。

（三）线上线下联动，打造服务矩阵

我想，在此基础上，我们还可以将线上新媒体形式融入线下校园活动，利用“微信”“抖音”“微视公众号”等新媒体进行活动前期的预热宣传，结合“喜马拉雅”“凤凰书苑”APP等一书一码的听书服务，可以为校园活动提供更多的后期增值服务，打造一整套“文化+”校园活动的服务矩阵。

时光如梭，匆匆一年；挂职有期，交流无限。在挂职的短短一年里，我收获很多，

要感谢的人也太多太多。感谢股份公司人力资源部和江苏凤凰美术出版社的领导给予我这次锻炼的机会。感谢泰州分公司全体同仁，更感谢陆总在工作中给予我的指导与帮助，让我通过书店日常工作的总结与大型活动流程的梳理，提高了管理与策划的能力，更让我深入一线，感受基层书店工作的艰辛与不易。感谢泰州地区各分公司的领导与同仁，感谢本届挂职班与我共同奋斗又相亲相爱的同学们。尤其感谢股份公司人力资源部领导的信任与支持，指导我与班委成功地组织策划了泰州、苏州、南京的三次挂职实践活动。

我将永远珍惜这一难得的人生经历，把挂职的所学、所思、所获更好地运用到以后的工作中去，为凤凰精彩的明天做出自己的贡献。



聚力蜕变
决胜未来

