

我爱读书 我爱生活
Love Reading Love Life

今年上海书展期间，两家受涿州水灾影响的民营出版商如约而至。那么，这些参展机构如约而至的背后有什么故事？本届书展期间，他们的图书的销售情况如何？8月21日，《上海会客厅》节目前往上海书展现场，采访到两家参加今年书展的民营出版机构负责人。

经历涿州水灾，他们如约而至

向图书市场展示信心，赞上海读者消费能力很强

独立参加上海书展 向读者展示坚韧不拔精神

湛庐文化成立于2005年，目前已经发展成为国内专业的商业图书出版商以及阅读解决方案的提供商。在民营商业出版机构中位居翘楚，在全国商业图书出版品牌中位居前列。和位于涿州的同行们一样，湛庐文化的库房也不幸遭受洪水侵袭，据初步估算，这轮灾情给湛庐文化造成的图书损失在三千多万码洋以上。

在上海展览中心的书展现场，记者遇到了刚刚赶到上海参加书展的湛庐文化创始人、总裁陈晓晖。陈晓晖本人是一位马拉松跑者，参加过多届马拉松赛事，他告诉记者：“湛庐的Slogan（口号）叫做‘10年磨一剑’，它的名字就是一把湛庐剑（编者按：古代中国十大名剑，于湛庐山所制造），代表了坚韧不拔的精神，那么我们也希望能够向上海读者展示这样的精神——那就是湛庐并没有在自然灾害当中倒下，我们依然会以非常好的精神面貌来参加上海书展。”

陈晓晖告诉记者，其实，从年初时湛庐文化就已经确定在2023年要独立参加上海书展：“我们要自己投入来参与上海书展，这是公司早就制定好的计划，水灾是不可预料的情况，也确实给我们也造成了一些困难，比如说一些原来准备好的图书被水泡损了。我们也做了很多的弥补措施，包括通过印厂紧急加印，然后从其他渠道调货，最终以参加上海书展。对于我们来说，水灾虽然造成了影响，但对于在行业当中已经走过18年的湛庐来讲，影响整体还是可控的。我们不但没有放弃参加上海书展，而且我们还加大了对上海书展的参展力度。在这样的情况

下，通过上海书展把我们的品牌、我们的特色更好地传递给消费者，对于我们未来的经营，对读者的认知来讲，这是非常重要的一件事情。”

记者发现，湛庐文化今年的展区面积有100多平方米，公司在展台推出了“99元加油包”，据湛庐文化渠道经理顾濛介绍：“加油包是我们选了库房中幸存的书，然后做了一个99元的打包价，读者可以挑选两本书（指定品种）。”

最让陈晓晖感到欣喜的是，他在上海书展遇到了许多湛庐文化的忠实读者：“到现在为止，湛庐出了1500多种书。据我所知，有一位读者他有900多种湛庐出的书，而买了几十种书的读者也比比皆是。你看这届书展，我们就遇到很多专门慕名过来找湛庐展位的读者朋友，他们会非常惊喜地说‘湛庐你们终于出现了！’同时向我们分享他们家中有多少湛庐出的书，然后在书展上又会买一批书带回去。”

能如约出现真的很幸运 参展图书在水灾前三天发往上海

“未读”成立于2014年，是国内的新锐文化品牌，主要从事图书出版、新媒体、品牌活动等方面业务。8月21日中午，在“未读”公司展区，记者见到了正在给展位补书的“未读”首席营销官（CMO）萧佳杰。萧佳杰的手臂上有一张贴纸，写着一句公司改自尼采的金句：“凡不能淹没我的，必使我强大”。

为参加上海书展，“未读”紧急订制了这批贴纸，并送给每一位来展台购书的读者。萧佳杰送给记者一些贴纸，小小的贴纸也包含了图书人的信心与态度。

对于这次公司能如约出现在上海书展，

萧佳杰认为真的是非常幸运，此前要参加上海书展，主要图书在水灾发生前三天已从库房发往上海，因此这些图书在水灾当中“逃过一劫”。而位于涿州的库房损失大约在千万级码洋，目前还在定损阶段。

在书展进场布置期间，萧佳杰发现布置书的桌子不够，就和同事去宜家买了两张小桌子，铺上布做成一张小展桌用来摆书。没想到的是，这张小展桌在书展的短短几天内已经销售出去上万元图书。而来自书展现场读者们的支持与热情，让萧佳杰有了更多信心，“这几天图书销售情况非常好，好多读者都来给我们加油。”

据萧佳杰统计，上海书展期间，“未读”的图书销售额在西一馆区域保持在前十名左右：“我们自己觉得还挺满意的，因为当中有很多体量比我们大得多的公司。我自己也逛过书展，发现这次上海书展的人流量还有转化率都挺高的。我以前曾经在书店工作过，所以对这方面关注会比较细一点。”

多本书卖断货 沪上读者消费能力很强

萧佳杰看来，上海的读者不仅是懂书，消费能力还很强：“‘未读’图书的折扣价都是六九折销售，这个折扣与其他展位相比是没有什么价格优势的，但我们仍然卖得还可以，因为上海读者还是很懂书的，他们看到喜欢的书还是会主动购买。此外，我们也遇到一些喜欢‘未读’品牌的老读者，他们在选书的过程中，还会向新读者介绍书。”

萧佳杰告诉记者，这次书展期间，“未读”带来的不少图书出现热销情况，包括《二战信息图》《What if ?2》《如何屠龙》《快乐上等》，其中有多本书已经卖断货了，他们

又从北京紧急补货。“其中，《如何屠龙》8月19日就售罄了，原本是要走一批空运（补货）的，但是我们下空运单时书还很多，所以就补，没想到一下子卖完了，而这两天读者询问度特别高，估计少卖了至少100本吧！《二战信息图》和《What if ?2》是重新补货之后坐飞机空运来上海书展的，估计这批书马上也会卖完，上野千鹤子的《快乐上等》本来是垒起了一大堆书，现在就剩小小的一堆书。”

据上海新华传媒连锁有限公司副总经理兼上海书城总经理赵锋介绍，新华传媒公司作为本届上海书展的服务商，竭尽全力为相关参展的出版社和图书公司做好品种添配、缺货调剂、物流配送工作，以及现场图书的展示销售工作。

据悉，在水灾之前，“未读”的品种就陆续进入新华连锁上海的仓库了，在书展开幕之前，新华连锁负责图书的上架工作，在得知部分图书品种即将售罄，新华连锁及时做好信息对接和添货工作。

对于本届书展，萧佳杰表示满意：“我们去过很多地方的书展，有室内的书展，也有室外的书展，我觉得上海在书展方面还是办得比较好的，工作做得也非常细。比如说，外面下大雨的时候，主办方会在门口向没带伞的读者发放一次性雨披，在展馆里，保洁人员一直会做清洁和打扫工作，包括喷芳香剂，让会场时时刻刻保持干净有序的状态。”

据悉，2023上海书展将开展涿州受灾机构的纾困售卖活动，通过“您买书我捐款”、“您购票我捐款”等方式助力受灾书企重新出发，具体情况将在近日公布。

晨报记者 严峻嵘 摄影报道
制图 / 潘文健