

“带本书给家乡的孩子”公益活动激起捐书热潮

中国出版传媒商报讯 近日,在北京各大书城以及很多中小学校、社区街道,掀起了“带本书给家乡的孩子”公益活动捐献爱心图书的热潮。在刚刚过去的3个周末,北京市共募集爱心图书近3万册。该活动由北京电视台新闻节目中心、北京发行集团、北京市学生联合会、北京青少年发展基金会共同发起,旨在动员社会各界的力量,利用节日或假期人口流动的机会,带本书给边远地区的孩子,改善贫困地区学校图书室条件,为当地孩子创造良好阅读环境。

据了解,每逢周末,北京图书大厦、王府井新华书店、中关村图书大厦、亚运村图书大厦等

京城4大书城都会迎来一批批特殊的读者。他们有的肩背手拎带来一本本图书,有的当场购买爱心图书进行捐赠。一位88岁的大学退休教授来到北京亚运村图书大厦,购买了近3万元的图书捐献给孩子们。在北京二中、海淀外国语学校、马连道社区青年汇等地,捐书的学生、市民络绎不绝。7月7日,该活动在北京图书大厦举行捐书信使出发仪式。北京发行集团向“捐书信使”捐赠千余册新版优秀青少年出版物。7月中旬~9月中旬,面向社会招募的近百位捐书信使将把社会各界捐赠的爱心图书送往新疆、西藏、贵州、云南、甘肃、宁夏、河北等全国21个省市自治区的55所小学,并将在新疆、西藏、云南、宁夏、河北等地的贫困地区小学建立5间“爱心图书室”,为那里的孩子们打开新的知识之窗。

(郭虹)

线上线下并进 实体书店掀新一轮扩张潮

No.1 “一站式”文化广场综合体主打文化牌

早在2012年,江苏凤凰出版传媒集团就投资建设了苏州凤凰文化广场,以文化消费为核心特色,将文化与商业进行有机融合,实现了“一站式文化消费”;2013年9月25日江西新华发行集团红谷滩文化综合体投入试运行,以书城为纽带,将影院、休闲、娱乐等多种泛文化业态融为一体。进入2015年以来,随着几大文化广场综合体项目的推出或在建,这些主打文化牌的“一站式”文化广场综合体项目走热,并渐成趋势。

即将于2015年8月开业的**山东书城**是这一模式的典型体现。山东书城总建筑面积13.1万平方米,由山东出版集团有限公司投资建设,被定位为山东省首家新业态综效性文化综合体,除个性迥异的独立书店、音像店、美术馆、文艺小店,还有众多国内外一线品牌入驻,将生活、时尚、休闲、艺术全方位打通。

致力于打造沈阳文化新地标的**沈阳盛京文化商业广场**是由沈阳出版发行集团全新推出的文化创意产业项目,以图书经营为核心,包含了图书专营、视听体验、传统文化、创新生活、亲子娱乐、新华教育、文化活与服务配套等8大主题板块,兼顾文化的商品属性和公益属性,将传统与现代创意文化相结合,突出O2O线上线下的交互性。该项目将于明年3月亮相沈阳太原街,沈阳出版发行集团董事长王京表示:“书店是城市的智慧和浪漫,该项目的策划和构想是想开创出一个新的适应互联网时代的商业模

式。”

6月25日,地处合肥市滨湖新区核心区、占地近200亩的一个黄金地块被总部设在深圳的联投地产成功拍下——该地块将主要用于建设一座全新概念的文化创意书城**合肥书城**,深圳出版发行集团将作为建成后书城的项目运营商,负责书城内各种业态的招商、引进和整体运营。这是深圳书城模式在深圳外地区拓展的重要一步,也是深圳出版发行集团创新文化发展的升级实践。深圳出版发行集团总经理尹昌龙表示,合肥书城目标是打造以读书、购书为主导力量的大型公共文化休闲空间,不仅是文化综合体,还是文化创意产业平台。

此外,像湖北荆门**荆楚文化广场**项目以文体为核心,以引进新华书店为主力,打造一站式文体购物中心;河北新华沧州市新华书店正在全力推进**沧州新华文化广场**项目建设等,都是实体书店“一站式”文化广场综合体的有益尝试。

No.3 强拓校园店重推校园营销

校园市场一直以来都是实体书店销售的重点市场之一。随着教育体制改革与市场竞争的加剧,为适应市场发展,各发行集团均加大了校园市场业务开创与经营创新力度,通过校园店开拓、加强校园营销,多举措、持续增强对校园市场的开拓力度。

从最初的浙江新华、江西新华、安徽新华、河北新华,到如今的内蒙古新华、湖北新华、广东新华等,各大发行集团校园书店建设以不同特色、不同的设计安排分步骤、有批次进行。**安徽新华**把拓展校园书店作为实现图书主业低成本扩张的重要途径;**浙江新华**将校园书店作为“小连锁”模式的重要组成部分来进行推广;**内蒙古新华**已在呼和浩特市开办38中和17中学校书屋;**湖北新华**2015年全面推进“百家校园店”建设工程,计划开设300家以上校园店。**湖南新华**、**河北新华**、**广东新华**等都在有条不紊地在省内建立校园书店,增加图书销量,了解师生所需。

随着教育部门和家长希望给学生减负,减少作业量,校园书店的经营模式也随之相应改变。**河北新华**近年将新华绘本馆作为重点项目进行推广;**江西新华**不久前针对校园超市多由

私人承包,“多、乱、杂”的粗放发展现状推出了壹品超市,全省建设目标是400家。广东新华通过“拓博网”建设校园书店专区宣传,借助微信公共号每月向学校推广10种好书。

此外,近年来,实体书店也加大了对校园市场的营销力度。江苏、浙江、湖南、江西、河南、河北等地发行集团持续发力名家进校园推广活动,成效显著。2015年5月,借助凤凰传媒绘本营销培训的契机,**江苏新华**开始在全省学校开展“凤凰姐姐讲绘本”活动,每场活动可带动图书销售1000册以上;**新华文轩**在2015年加大了“书香进校园”活动的推广力度,成功举办了多场校园活动;**沈阳市店**已将19台自动售书机布局于全市各大校园,进校园活动也在持续开展中……实体书店通过创新形式,增加多种互动交流环节等,做深做透校园市场,提升书店在校园市场的影响力与号召力。

No.5 特色小门店满足个性化需求

集图书阅读、休闲体验、多元经营于一体,有个性、有特色、环境优美、产品多元、经营灵活,拥有自身风格、特色,不同以往的小而特个性门店,满足了现代读者尤其是90后、00后读者文化需求,也改变了新华书店网点建设与店面经营格局。

1月28日,昆明安宁市集建水紫陶、华宁陶、多肉植物等经营项目的**宁湖“格调书店”**开业;2月6日,上海新华传媒地中海店开张;5月,以细分与差异化经营聚合资源,满足儿童阅读体验需求的**石家庄汇文儿童书店**开门迎宾;6月12日,河北涿州市店“**涿阅轩**”书店正式亮相……这些新推出的个性书店,与2014年乃至更早开业或正在持续推进的新华文轩“**轩客会**”,合肥新华“**前言后记**”书店,深圳新华“**简·阅书吧**”,北方图书城**大都汇店咖啡书吧**,银川新华“**书香苑**”,沈阳新华“**爱·味道书屋**”,宁波新华“**女性书苑**”等一大批具有鲜明风格的新华个性书店,成为实体书店门店建设的靓丽风景。

正如青岛市新华书店董事长李茗茗认为的那样,在数字出版、新业态、跨地区项目合作等可能成为新华书店转型方向的今天,小而特、小而美或中而特、中而优的门店将会大量涌现,成为新华书店在新时期转型升级的重要组成部分。沈阳市新华书店营销策划部经理田强也认为,新华书店正面临着两头发展,大书城与小门店相互协调的设想即:大书城,努力打造文化集合概念,实现一站式购书体验;小门店,努力成为创意休闲文化空间,成为新文化综合体,满足读者个性化阅读需求。目前,新华书店正将这些可复制的新型小门店,打造成为所在区域的活动中心、文化中心,促进书店的整体均衡发展。

实体书店扩张的

种方式

实体书店改造、重建大卖场、社区书店、校园书店整体步伐加快;个性书店、进商圈、进社区全新打造与拓展,电商、微商建设进程全面推进,在“力挺书店”全面扩张的道路上,实体书店“多条腿”共进,走出了创新发展进程的扩张新路。

No.2 大书城改造、4.0代书城启动路向前

在一系列利好指引下,从2014年开始出现的实体书店大书城重改造造潮,在2015年有渐扩之势,从广州购书中心、青岛书城、昆明书城等大书城改造,到深圳书城新开业的第4代宝安书城,实体书店大书城经营开拓之路不断向前。

2015年2月17日,广州购书中心正式重装开业。新广州购书中心在设计上被定位为城市书房,成为学习、休闲、娱乐、体验等为一体的综合型文化生活中心。据广州新华出版发行集团股份有限公司董事长、广州购书中心有限公司董事长沈育明介绍,新广购打造“风尚生活”、“博阅天下”、“艺文空间”、“童趣乐园”4大板块,按经营主题细分为9大区域,使空间布局和功能清晰明确,在增加体验性的同时,融入新社会趋势,实现以移动互联网为导向的营销思路的转变。

目前正在改造的**青岛书城**,围绕打造“城市课堂”和“城市书房”的核心理念,以消费者习惯做动线引导,以特色的“书城体验”,多维智能和全业态立体交互查询、微信及APP互通等打造“智慧书城”;通过开设生活美学馆、童趣苑等多功能专区设置和文化业态的互动,将书城打造成读者体验文化休闲、接受文化教育、丰富文化生活的场所。5月1日,青岛书城一楼全新亮相“变身”城市书房,实现了城市课

No.4 进社区、进商圈创新图书销售模式

内蒙古新华提出实体书店“进商圈、进校园、进社区”的图书产业发展模式,计划在未来五年内,初步形成布局合理、各具特色的实体书店网络体系。进校园之外,实体书店也加大了对其他销售渠道的重拓、扩张力度,通过社区店、商圈店进一步抢占市场。

5月1日,内蒙古图书大厦开设的第7家城市书房金游城店开业;5月8日,第8家城市书房万达店开业。自2014年年初摩尔城城市书房开业以来,内蒙古新华开启了实体书店进商圈的破冰之举,为书店下一步发展积累了经验,提供了发展思路。这种依托商圈物业优惠推出特色书店的经营模式,以往主要受如方所、西西弗书店等民营书店重视,近年来新华书店正逐渐试水,成效尚可。

除商圈店外,社区店建设更是各家新华书店的重拓方向。1月23日,面积为260平方米的河南首家O2O社区体验书店“**尚书房**”正式开业。这是河南省新华书店发行集团打造的O2O社区体验书店微连锁体系旗舰店,周边多个大型社区居民均能全面享受各种类型的阅读服务、线上线下互动体验服务、便民服务等由大数据支持实现的精准化、个性化文化集成

No.6 O2O建设力度加大

互联网+使传统书业的运营模式发生全新变革,加快进行网店和微店建设,实现以消费者为主导,以信息技术为平台支撑,集实体店、网店、微店于一体,O2O闭环互动、融合发展的全链架构模式和营销网络,将是实体书店升级发展的必然。

近年来,为扎实推进图书电商转型,不少新华发行集团尝试从单纯的图书电商转向更加多元的综合文化电商,广东新华“拓博网”全力打造成为教育图书品种最全的网上新华书店,河南新华“云书网”专注提供专业化、差异化、个性化的出版物网购和创意文化服务,安徽新华搭建的“来买网”实现了打造国内最大海外图书销售平台的第一步,深圳书城自主研发的深圳书城“云书城”、“微商城”以及博库网、文轩网等线上平台,不断融合推进其区域性O2O经营模式建设。

2014年3月,腾讯微信首度卖书;2014年4月,“青岛微书城”打造的“移动电商”微平台开启,至今积累粉丝超过15万人,并实现对多个

消费服务,为城市社区目标读者群体购买图书、品质阅读等知识型、综合型消费提供了解决方案。下一步,河南省新华书店发行集团正在郑州及全省其他城市开设社区书店,微连锁体系正在逐步形成。

4月18日上午,江西新华建设的江西省首家“**新市民书吧**”在南昌红谷滩新区普贤社区成功揭牌。首家书吧坐落南昌红谷滩新区普贤社区,服务对象主要锁定该社区近万名外来务工人员,上架包括法律法规、医药卫生等类别图书超1万种,还提供图书借阅、咖啡、茶水、会员积分等服务。广州新华出版发行集团股份有限公司**约阅BOOKBAR**是广州新华对实体书城、书店经营的又一次探索,是广州新华第一家以大学城校园社区为立足点,主打“复合业态”、“多元功能”的大学社区书店,标志着广州新华全面发力校园、社区市场。

深圳书城·宝安城外景



青岛书城18米杂志墙

中国出版传媒商报记者 文枫