

江西新华文化广场,是江西新华发行集团投资近3亿元打造的江西省第一座大型一站式文化消费综合体,总建筑面积8.2万平方米。2013年9月投入运营以来,销售稳步攀升,今年1~6月份仅图书销售收入较去年同期就增长50%,包

含多元业态在内的总收入增长超过60%,在数字出版、网络书店以及读者阅读习惯被移动终端搅局的情况下,文化广场坚挺的图书销售业绩,可以说是成功逆袭。江西新华文化广场已成为名副其实的文化地标,散发出浓浓的文化气质。

极致的空间体验

空间设计·文化元素·艺术装饰

从诞生之日起,江西新华文化广场就与传统的新华书店有着天壤之别。传统新华书店在空间布局上显得局促拥挤,色调单一,动线狭窄,往往给读者造成受压的感觉。文化广场采取了新的空间设计理念,用大开大阖的方式,营造开阔明朗的视觉感。高挑的层距、明快的动线、丰富的色彩、通透的吊灯、青翠的绿植,这些空间元素混搭组合,刺激着读者的感官,有效激发了读者的兴趣。在物距的把握上,文化广场又充分融入了传统书画艺术中“留白”的手法,书架之间或紧或慢,或宽或窄,尽量留给读者更多进入和活动的空间。文化广场上架的图书近20万个品种,对于8000平米的图书卖场,这个级别的品种保有量是比较

多的,但整个图书城确显得十分开阔,视线通透,完全没有被挤压的感觉。

文化广场还将鲜明的文化元素融入空间装饰,包括朱毛井冈山会师的铜浮雕,以及八大山人、傅抱石等江西名家的水印书画等,这些艺术作品极大地提升了图书城的文化感,让空间体验更加饱满和扎实,既高端时尚,又不失温馨舒适,给到店的读者提供了一种沉浸式体验的完整空间。今年,江西新华对文化广场的空间体验再次进行大提升,利用联通南北楼之间近400平方米的空地,把它改造成文化活动的场所。这项改造将成为文化广场营造极致空间体验的点睛之笔,把文化广场的空间体验推上新的层次。

复合业态与平台经营

书城·影城·美食·体验馆·生活馆

文化广场采取了复合业态与平台经营的模式。它包括新华图书城、新华银兴国际影城、新方向儿童职业体验馆,这三大主力业态,都是江西省规模最大、档次最高的,比如新华银兴国际影城,是目前江西省最好的IMAX超五星级影院,共设计9个国际标准放映厅,1个VIP放映厅,1个配备国际领先的杜比全景声技术的3D超级巨幕厅,预计2015年将实现票房收入超过2000万,跻身江西影院票房收入前三甲。

以三大主力业态为基础,文化广场向大文化业态扩展和延伸,整合了慕佳咖啡、吉州窑宝泥坊、新华手机城、新华晨光文具生活馆、新华电教馆、巧手丫儿

童益智乐园、雅典娜眼镜专卖店、新华方正数字生活体验馆等业态,今年下半年还将有新华云境美食广场、豫章书房、未来教室体验厅、新华培训基地、新华壹品超市等项目入驻,形成一个基于文化的产品链,打造基于文化产业的大文化消费平台。从市场的反馈来看,这种复合型与平台化的经营理念和模式,得到了市场的充分肯定,今年1~6月份整个文化广场的进店人流量,较去年同期增长65%,进店人流的年龄结构也更趋多元化。以往逛书店的读者大部分是年轻人或者白领,现在来文化广场的读者则扩大到老人、孩子等群体,书店对读者的聚集能力明显提升。

文化地标炼成记

江西新华文化广场



建立完整的服务链

功能细分·服务能力·营销活动

完善优质的服务,是江西新华文化广场俘获读者的又一法宝。为了方便读者购书选书和阅读,文化广场在卖场功能设计上进行了细分,分别设置了畅销书区、经典图书区、儿童阅读区、活动区、咖啡吧等区域。店内的指示引导牌清晰可见,读者可以非常迅速地找到自己想要的图书,同时为顾客配置了自助存包柜、购书推车、自助查询机以及500多张桌椅,读者可以随时随地驻足停留,享受阅读的快乐。为了应对可能出现的突发事件,卖场内还常年配备了应急药箱、雨伞等,满足读者的特殊需求,并设置了读者意见箱和投诉箱,开通了找书、送书、图书预约等服务项目。

文化广场的经营团队非常重视服务软实力的提升,制定了早会制度、推荐书制度等,同时还会定期开展陈列、码堆、架号管理等技能培训,系统地提升员工队伍的专业素养和服务能力。

文化广场的营销活动也是吸引读者的

一大特色,常年举办各种营销活动,2014年仅图书城举办的活动就达到66场,几乎每个周末都有活动开展,很好地保持了营销活动的持续性和热度。在活动的主题策划方面,文化广场采取两条腿走路的方式,一是与政府部门的读书活动进行对接,今年与南昌市教育局达成合作,将文化广场作为南昌市教育局系统的阅读基地;同时还配合宣传部门开展了“书香赣鄱,风景独好”2015全民阅读宣传月活动等一系列公益性读书活动。另一方面,文化广场面向市场,与上游的出版社、作家、学者等开展合作,邀请他们开展一系列互动性强的营销活动。文化广场十分注重营销活动的差异化,针对不同年龄段的读者群体,策划不同的活动。同时在营销渠道上,文化广场除了开展地面营销活动之外,还积极筹建“新华读者书友会”,并开通了官方微信和微博,定期向读者推动营销资讯,建立多渠道、多平台的营销体系。

江西新华文化广场通过一系列的创新举措,赢得了广大读者的认可,实现了社会效益和经济效益的双赢。而透过一系列的创新观察江西新华文化广场成功的本质,在于其通过消费体验的输出,与读者的生活进行了对接,与读者的生活方式实现了契合。这应该是线下实体店区别于线上渠道的最大差异和优势,也是未来持续发展核心竞争力。

探索实践“智慧书城”战略

微信商城·微信公众号·会员管理

江西新华正积极推进“智慧书城”战略,通过互联网和移动互联网技术,打造更便捷的、随时随地实现产品和服务与读者互联的新模式。目前,江西新华通过与百度网合作,已完成了江西新华微信商城的建设,目前已进入内测阶段,文化广场是第一个进入内测的线下书城。江西新华的微信商城主要实现三大功能:营销、购买和会员管理。营销方面,将通过微信公众号定期向读者推送营销与活动信息;购买方面,读者可以通过微信商城对江西新华的门市进行搜索,找到离自己最近的门市,并在线查询图书的上架情况,以及图书的销售排名情况,然后根据自己的需要,完成在线下单和支付,手掌之间就可实现图书的购买,最后通过快递和线下自提两种方式收到图书;会员管理方面,对用户

的消费实行积分,开展积分兑换礼品、优惠券等,同时对用户的消费信息和数据进行归集分析,为精准营销提供数据化的依据,利用网络大数据为用户提供更好的服务。为了加快微信商城的正式上线,文化广场的80余名管理人员和一线营业人员,已进行了微信商城运营的培训,为微信商城的上线做好了准备。同时,文化广场将在下半年进行WiFi改造,开通微信支付和支付宝支付,配合微信商城的落地。按照江西新华对“智慧书城”的规划,在完成图书品类的上线运营后,将把文化广场其他便于在线上查询和购买的业态,也植入微信商城,比如,咖啡、电影票、数码产品等,最终将微信商城打造成一个多元销售品类的,能与实体门店进行良好互动的移动销售和服务平台。