

随着网络与各种新兴媒体的冲击,新华书店也经历着连续的关、停、并、转的阵痛,内蒙古实体门店已明显萎缩趋势,尤其是拥有近300万人口的首府呼和浩特,只有一家图书大厦孤零零的伫立在中山路,已经无法满足人民群众日益增长的精神文化需求。

面对严峻的形势,内蒙古新华发行集团始终认为,即便进入电子信息时代,实体书店仍然是人民群众不可缺少的文化活动空间,仍然是体现文化“软实力”的载体和民族文明程度的象征。在建设社会主义文化强国的大背景下,国家开始对实体书店实行优惠政策,实体书店建设发展又面临新的机遇。2013年,内蒙古新华发行集团经过调查研究和科学规划,对图书市场进行重新划分,化整为零,采取以书为媒多业态组合的精耕细作的专业书店运营模式,在未来五年内,通过新华书店“进商圈、进学校、进社区”,建设发展一批小而精的专业实体书店,初步形成布局合理、各具特色、环境优美、业态丰富、种类繁多、效益优良的实体书店网络体系。

内蒙古新华发行集团

■张桂霞



进商圈

大力推进“三进工程” 加强实体书店建设

在盟市所在地、计划单列市及较大规模的旗县,选择当地一定体量的商业综合体作为合作对象,利用新华书店的品牌优势和国有文化企业的社会影响力,采取租赁、提点等形式,低成本进入商场,占领商业制高点,按照“三位一体”,即“图书+咖啡茶艺+创意产品”的经营模式,打造集阅读购书、文化交流、品味休闲、创意生活等功能于一体的城

市精神文化生活地标。实体书店进商圈,是为了将读者从快节奏的生活方式和碎片化的阅读习惯中解脱出来,闹中取静,忙中偷闲,通过营造良好的阅读、休闲、体验环境,留住读者,增加购书的附加值,满足读者的多样化需求。仅仅一年多时间,目前仅在呼和浩特就创办了摩尔城市书房、外文书店等八家城市书房。

内蒙古新华发行集团本着一切为教育、为学校、为师生服务的宗旨,充分利用新华书店的品牌、管理平台、图书资源和网点优势,进一步拓展图书市场,与全区有条件的普通中小学校合作建设学生书屋,为广大师生提供正版优秀的图书,满足师生日益增长的精神文化需求。集团现已在呼和浩特市第三十八中、十七中、十六中、一中、十九中,在锡林郭勒盟职业技术学院、在扎兰屯市第四中学,在通辽市第七中学相继建立了校园书屋。

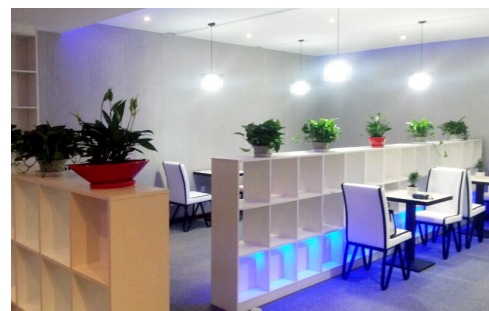
作为新华书店服务网点的延伸,校园书屋坚持店校共赢原则,采取“图书+办公用品+学生文化用品”的经营模式,为学校师生提供阅读和购买服务,融洽店校关系,从而带动教辅销售。校园书屋图书占总面积的90%,图书类

别主要有:社科、文艺、工具书、教辅、音像、期刊杂志以及校方要求配备的各类图书。其中社科文学等阅读类图书占70%,教辅占30%,所有图书都是新书。每个书屋的图书品种大约6000多种、1.6万多册图书。多元经营项目及阅读区域,占总面积的10%,根据每个学校不同情况,经营办公用品、文化用品以及小礼品。同时开辟一块区域作为教职工休憩阅读的空间。在人员配置上每个书屋至少配备两名营业员,一名收银员,一名卖场理货员。

校园书屋作为新华书店服务网点的延伸,得到了社会各界的高度重视和广泛关注,受到了学校师生的高度赞扬,各大新闻媒体争相进行采访报道。2015年3月,校园书屋获得呼和浩特市“十大社会公益活动”殊荣。



进校园



进社区

城市社区现在已经成为广大市民休闲、娱乐、交流、活动的中心。各级党委政府非常重视社区文化建设。发行集团抓住这一机遇。集团将通过与社区合作,将实体书店引入社区,建设以书业为依托的社区型文化中心,弥补城市区域性实体书店建设不均衡导致的读书难、买书难等问题,为广大市民提供一站式、便利性的公共文化生活空间。实体书店将以小型书吧的形式,配备为社区居民服务的业态组合,兼具书店、社区图书馆、交流中心、活动中心、培训中心等基本功能,打造融书业、教育、培训、电影、艺术、创意、设计等于一体的社区公共文化生活与文化产业集聚空间。目前在通辽市开展进社区试点工作,端午节前夕,通辽市瀚博一品社区书屋开业了。书屋坐落于通辽市瀚博一品社区活动中心三层,面积120平米,设有休闲区,除了主营图书业务外,还经营咖啡、茶等饮品,为广大社区群众提供了一处高雅的文化休闲场所。这些小型专业书店针对不同的区域,不同的读者群体,采取不同的经营定位,一方面实现了与大书城差异化经营,另一方面也为读者打造了一种全新的文化体验,更重要的是为了应对互联网、电子商务冲击,进行结构调整、转型升级的全新经营举措。大书城和小书店相互协调发展的模式,修补了千疮百孔的新华书店形象,重塑了新华书店品牌,提升了新华书店市场服务能力和社会影响力,收到了良好的效果。

智能化



不忘初心,传统主业屡创新高!

2003年9月28日,西部最大的文化地标、重庆新华传媒连锁旗舰店——重庆书城在万众期待中建成开业,实现了从中型图书门市向大型书城的跨越。

2014年,重庆书城营业额总额达2.2亿元,主业、多元交相辉映,更全面启动智能化转型工作,初显成效。

12年,沧海一粟,弹指一挥;12年,春华秋实,岁月如歌。重庆书城的发展变迁,承载着重庆新华人的光荣与梦想,彰显了重庆新华的改革魄力和创新勇气。

重庆书城员工用灵动的智慧、勤劳的双手、饱满的激情,不断缔造和超越着一座座销售高峰,从开业之初的9300万

元飙升至2014年的2.2亿元,荣膺《中国出版传媒商报》(原《中国图书商报》)评选的“影响中国图书零售业的十大书城”和“全国坪效最高新华书城”。

重庆书城开业以来,秉承新华书店的优良传统,牢记“为读者找书,为书找读者”的服务宗旨,坚守主阵地,做强主渠道。规模的提升必然推动经营模式、经营理念的蜕变。重庆书城顺应行业大势,创新经营理念,以书为媒,多元开拓,大力调整经营结构,深挖卖场潜力,逐步从经营单一的书城发展成为集阅读体验、文化消费、休闲娱乐于一体的一站式文化综合体。如今,重庆书城主业、多元相辅相成,互为依托,开创了全新的赢利模式。



经理抒怀
朱健安 重庆书城总经理

漫漫征程,传承跨越!回首往事,我们豪情满怀;展望未来,我们信心百倍。重庆书城将永远怀抱一颗感恩的心,感恩广大读者,是他们的信任和厚爱,成就了重庆书城十二载的荣耀;感恩全体员工,是他们发自内心的微笑、至真至诚的服务、日益精湛的专业素养谱写了重庆书城十二年的辉煌篇章。

“博观而约取,厚积而薄发。”站在“互联网+”风口,面对新的机遇和挑战,我们将居安思危、因时而变,树立更高的目标追求,以敢为行业先的壮志豪情,在传承中超越,在创新中融合,发掘产业蓝海,实现新的跨越!

让重庆书城飞起来!

胸怀远方,智能升级前景广阔!

随着现代信息技术的迅猛发展,电子商务、网络书店强势崛起,实体书店不再是读者获取书籍的唯一途径。网络销售、数字化阅读潜移默化的改变着读者的阅读习惯和消费习惯。一时间,波涛汹涌的图书市场将实体书店推上了“网店大战”的风口浪尖。

2013年底,重庆书城全面启动“智能书城”建设,推动线上线下一体互动,放大地面店潜能,补齐发展短板,传统实体书店向O2O融合发展的“智能书城”经营模式稳步迈进。

线下,启动卖场智能化建设。立足于卖场商品数字定位精细化管理,自主开发了智能书城运营系统。开通了免费WIFI,20余万种图书商品全部实现上架定位,并对应到数据库。遍布卖场的70台手持Pad为读者即时查询图书准确货位,并实施商品上下架管理。自主开发的智能APP投入运

营,读者可通过手机以APP或微信方式查阅商品并下单购买,最大限度地提升读者现场体验的满意度;APP支持线上预订、购买,或者线上下单现场购买,提高读者购买便捷性;APP客户端还可与云数据平台进行实时数据交换,实现出版社数据前移,满足读者对非书城陈列商品的需求。

线上,搭建电子商务平台,构建立体化营销渠道。开发了基于全新数媒理念的电子商务平台“阅淘网”,实现O2O线上线下互动融合,线上宣传,线下体验,立体销售。“阅淘网”立足于打造重庆地区专业化文化体验消费平台,读者可以在网上了解图书信息、咨询交流、在线支付,还可根据网上浏览结果,在线下实体卖场直接购买。利用新华品牌资源,发挥地面店个性化、互动体验优势,使实体店与阅淘网、微书城融合产生1+1大于2的效果。

