



郑州市店读者俱乐部开启“零点阅读”

中国出版传媒报 日前,郑州市新华书店读者俱乐部(知味书屋)宣布,将营业时间延长至午夜零点。经过多次转型,郑州市店读者俱乐部已成为集借阅、3D影院、咖啡、手工等为一体的阅读体验中心。

据该读者俱乐部统计,自延长营业时间以来,深夜到读者俱乐部

的读者不断增加,整体销售额有所提升。读者纷纷表示,书店不仅仅只是书店,更是他们在深夜闲暇之余,放松心情、陶冶情操的场所。

据悉,郑州市店读者俱乐部成立于1999年,至今已吸纳会员2万余名。与传统的书店会员俱乐部依附于书店的零售不同,该读者俱乐部是独立于门店零售以外的部门。读者俱乐部的日常业务以借阅为主,销售为辅,深入校园、社区开设了店外俱乐部,创建了新华讲堂等知名营销品牌,并承办各种大型公益活动。(文)

近年来,方所、西西弗等民营连锁书店进驻某大型商业中心(或商城,以下统称商业中心)的消息不绝于耳,而Page One、字里行间等书店,则更早的将大多数网点布局在人流集中的商业中心。2010年前后,出版社新开的自营书店,如海豚传媒的海豚儿童书店、华东师范大学出版社的智慧书坊等,也都位于商圈等繁华地带。这些开设在商圈核心地带的具有鲜明个性的特色书店,从开业便吸引了不少读者尤其是90后、00后读者的关注,书店为商业中心增添文化气息的同时,依托商圈的人流,也扩大了影响,提升了销量。

新华书店布局商圈 新生态卖场模式渐显

中国出版传媒报 记者 倪成

如今,新华书店进商圈的步伐正在逐渐加快。自2014年初内蒙古图书大厦摩尔城城市书房开业以来,内蒙古图书大厦已先后在商业中心新开超过8家门店;新华传媒自2014年底以来,先后在青浦区吾悦广场、松江地区中海广场商圈和平高世贸中心新开了3家千余平方米的门店;北方图书城2014年先后打造的沈阳天地店、葫芦岛店等新型书店也位于商业中心;此外,郑州市店、厦门市店、银川市店等均已经或即将在当地商业中心进行新门店的拓展。

值得关注的是,一些新华书店更是通过打造全新的独立品牌,以不同以往“新华书店”的品牌形象,加强对重点商业中心区域的布局。如皖新传媒的“前言后记”、新华传媒的“新华一城书集”等,以其独具特色的装修和店面设计风格,打造了拥有自己独特个性、功能、定位的书店模式,成为新华书店进入商业中心等核心区域的桥头堡,不仅在新华书店布局拓展、创新经营等方面发挥了重要作用,也成为实体店转型升级的重要方向。

“新华书店+”下的融合拓展

2015年前后,新华传媒旗下3家商业中心城市店相继开业,这些以“家庭书房”等概念打造的书店,在布局风格上突破传统书店模式,更注重读者的阅读体验和营销活动推广,打造了地方文化特色与新型商圈相融合的全新书业形态。新华传媒总裁诸葛岩在对这3家门店进行调研时强调:实体店在转型发展过程中,要发挥品牌聚合作用,强化文化空间概念;积极探索主题先行,利用品牌嫁接营销,深挖垂直细分市场;改进单店盈利模式,从内容到形式上进行突破,从特色化到专业化实现融合,使传统新华书店焕发出新的生机。

入驻商业中心是新华书店在激烈市场竞争之下,实行转型和升级的具体表现。郑州市新华书店相关负

责人表示,随着城市面积的不断扩张,新的大型住宅区以及配套商业中心逐渐形成,这些远离旧城市中心的外围新拓区域,大多没有新华书店的网点,从而成为民营书店的天下。这种现象,从商报近年来对民营书店的报道中可见一斑。无论是西西弗书店,还是方所书店等,纷纷在新形成的商业中心设店开业。在意识到问题后,不少新华书店纷纷提前或加快了区域网点布局的步伐,新的新华书店商圈店在近两年相继落地,成为区域商业中心不时闪耀的亮点。

武汉市新华书店的商圈店布局相对较早,其第一家商圈店——武汉光谷书城于2004年开业,改变了该商圈在当时没有新华书店的状况,为了更好的与商圈相适应,2014年,光谷书城进行了升级改造;2012年开业的武汉经济技术开发区湘隆商业广场沌口书店,也填补了该商圈新华书店布局的空白;2015年初,武昌销品茂书店以“家庭生活馆”为主题进行了升级改造,并打造了亲子阅读体验馆中店。武汉市新华书店企划部部长程晓萍表示,武汉市的三家商圈书店都围绕“主题化+体验化+立体化”的创新思路进行了全新打造,或填补了市场空白,或在多元业态的选择上倡导“书文化”概念,或提供Wi-Fi及移动支付,为读者提供更好服务的同时,实现了图书与文化的有机结合。

与网络销售平台借图书产品吸引人气,提升平台文化品位相类似,很多商业中心也希望借助书店的文化属性,增添文化氛围。为此,很多商业中心为书店提供了租金低廉的店铺、有利的位置以及较大的经营面积等,在为书店安家商圈提供便利的同时,也给了新华书店更多精力对门店进行创新与实践。

从经济效益上来看,这是双方的互相借势,大型商圈的餐饮、娱乐、停车场等功能性配套完整,而书店能够营造出更好的文化氛围;从社会效益而言,共生关系不仅增加了商圈的文化内涵,也便于实体店进入人们的视野,不仅有利于国家全民阅读推广,也让书店能够更好地为读者服务。



全新品牌的时尚吸引力

“前言后记”、“新华一城书集”以及沈阳新华的“爱味道书屋”、银川新华的“书香苑”等品牌都是新华书店在近年来新创立的独立子品牌,这些在商业中心区的年轻、时尚的门店,也改变着读者对新华书店的印象。

皖新传媒旗下目前有“新华书店”、“布克乐园”、“前言后记”等5个各具特色的文化消费商业品牌。其中,以“书+饮品+文创产品”为组合,以打造新的阅读空间理念为指导的“前言后记”店,是2014年皖新传媒区别于传统新华书店品牌的创新尝试。

据了解,“前言后记”已在合肥市区的银泰百货、高铁合肥南站等商业综合体或人流密集地区开设了门店。皖新传媒文化消费合肥公司相关负责人表示,商业综合体里的门店,在经营上能够与商业客流很好地结合,通过对年轻读者群体定位,以及打造与之匹配的营销模式,能为读者打造更好的阅读环境、提供更多的文化服务。目前该店已获得众多读者的喜爱。

“新华一城书集”是2015年新华传媒全新打造的品牌,目前经营面积800-1000平方米,是一家位于主要商业集聚区的中等规模门店,店内除图书产品外,还推出咖啡休闲区等场所,以满足读者的多种消费需求。据上海新华传媒连锁有限公司总经理助理、上海书城总经理江利介绍,“新华一城书集”更时尚、文化和现代,能够满足白领、文化青年的需求。“商圈店的读者呈现年轻化,在产品选择、服务功能、店面定位等方面,要适应90后、00后年轻读者的需求;在营销活动打造上,也要向这方面人群倾斜,让更多读者能够作为阅读主体,参与互动与表达”,江利表示。从目前的情况来看,“新华一城书集”整体销售与行业评价良好,也受到了很多商场的邀请。据悉,“新华一城书集”将针对门店区位特色,人流、客流特点,精选图书品种,更好打造“书集(Collection)”概念,同时,将增设亲

子阅读空间、文创设计产品、无线Wi-Fi、微信支付等功能和服务。

此外,银川新华开在古玩城里的“书香苑”书店总经营面积600余平方米,主营人文社科类、少儿类图书,并设有咖啡厅,免费提供热水。该店相关负责人表示,希望通过细节服务,吸引更多读者。北方图书城沈阳天地店、葫芦岛店等,通过设立咖啡吧休闲阅读专区,举办多元化主题特色活动等,实现文化消费与图书的有机融合,使书店有了新的书香味道。

纵深

星星之火,可以燎原?

成为实体店抢占市场、提升效益的重要方式。

郑州市店通过购买物业的形式,打造全新的新型卖场,更多书店(无论是民营还是新华)则通过租赁等方式,将店面开在商业中心。相关书店人士认为,商业中心以便宜的租金引入书店,看重的是书店的文化氛围,以此来带动人气,然而,当目的达成后,商业中心会不会给书店施加压力,压缩书店经营面积,或以提升租金的方式,获取更多利益,目前还是未知数。

武汉市新华书店企划部部长程晓萍认为,与传统书店相比,开设商业中心城市店首先要解决资金难题;其次,要对门店经营进行重新规划,实现不同品类的组合和不同业态的融合,如“书店+咖啡”、“书店+茶馆”、“书店+艺术”、“书店+培训”等“书店+”模式;第三,要对硬件、服务手段、服务质量等升级,与书店转型升级相类似,如果新打造的商业中心城市店在硬件升级的同时,不能全面提升软件服务,那么最终难逃被市场淘汰的命运。

不断增加的人力成本和阅读终端,也造成了书店的经营压力。“这种环境下,仅靠书店自身经营远远不够,需要得到政府等多方面的支持,书店才能实现更好地发展。”某书店负责人表示。

“实体店如何更好地发展,我认为,做好商业中心城市店定位,提供优质服务,有自身特色,将为书店发展提供保障。书店通过环境营销与特色服务,能够提供网店不可比拟的购书和阅读体验。”上海书城总经理江利总结道。

编者按

今年9月,中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》(以下简称《意见》),且听发行集团老总们如何解读。

『五大抓手』落实《意见》精神

我个人认为,新华书店要落实好《意见》的要求和精神,需要从以下5个方面着手:

一是进一步增强使命感和责任感,强化新华书店发行主阵地、主渠道的地位和作用。新华书店要继续肩负社会责任和义务,就需要增强使命感,坚守阵地和底线,这是新华书店存在的根本意义,通过不断丰富图书品种,及时做好各类政治读物和重点图书、主旋律图书的发行工作,让广大读者能第一时间读到优秀出版物。

二是努力打造良好的公共文化场所,提升新华书店门市的品质和品位。新华书店要加强门市建设,不断提高门市的品质和品位,让门市更接地气,让读者满意。同时,新华书店承载着城市的文化积淀,甚至一定程度上是城市文明和文化的象征,提高新华书店的品质和品位,无疑可以推动城市的文明进程,促进读书及文化氛围的提升。

三是转变经营模式,做平台化、复合式经营。这一点已经在业内形成共识,新华书店不转型,不创新经营模式,生存和发展都将面临很多难题,社会效益也就无从谈起,因此向平台化、复合式经营方向转型,是新华书店实现社会效益的重要举措。

四是组织各类读书活动,融入并推动全民阅读。新华书店有位置较好的卖场和丰富的图书资源,并且有相关部门的支持,所以要多开展读书活动,融入并推动全民阅读。江西新华发行集团把讲座、沙龙、读者见面会等读书分享活动,作为日常的重点工作来抓,仅今年上半年南昌红角洲文化城就组织开展了46场活动,全省范围内开展的活动超过300场,参与者超过100万人次,有力推动了全民阅读;集团还积极“走出去”,举办了送书下乡、进工厂、进社区、进学校等一系列活动,为读者提供便利。

五是规范管理,提升管理水平。对新华书店来说,规范管理主要包含两大方面:一方面,要加强党风廉政建设,严格落实“三重一大”集体决策制以及中央“八项规定”等一系列党的规章和纪律,确保新华书店在党的领导下规范、健康地运行,确保新华书店始终与党中央保持高度一致;另一方面,要不断推动管理与科技的融合,通过科技手段提升管理的精细化、规范化水平,与时俱进,使新华书店真正成为现代化的文化企业。

通过文化服务累积人气和信誉

《意见》要求把社会效益放在首位、实现社会效益与经济效益相统一,对于新华书店,我认为有以下几点需要注意:

一是要把握大局,为党和政府的工作服务。新华书店要紧紧围绕党和政府的中心任务和工作大局,积极发行党和国家重要文献、马列著作等政治理论读物,满足广西全区党员干部和青少年理论学习的需要,发挥发行主渠道和主阵地的重要作用。

二是要服务好教育,全力发行中小学教材。发扬新华书店团结奋进、艰苦拼搏的优良传统,克服点多面广、时间紧任务重、仓容窄小、运力不足等困难,以优质高效、细心周到的服务,确保实现“课前三到,人手一册”的目标,为教育事业的发展做出应有贡献。

三是要多措并举,推动全民阅读活动深入开展。比如通过农家书屋项目,为乡村搭建文化阅读平台;通过广西国门书店建设项目,让边境人民共享文化成果等。特别要通过全国青少年爱国主义读书教育活动这一重要载体,积极组织全区中小学生学习参与,打造阅读教育的重要品牌,促进青少年健康成长。

四是要反哺社会,开展爱心捐赠活动。积极开展文化惠民、捐助助学等社会公益活动,为创建书香校园、书香社区、书香村屯做出重要贡献。

新华书店要始终把社会效益放在首位,在服务政治、服务教育、服务青少年、服务社会大众的过程中,累积人气和信誉,同时也享受到党和国家的文化政策扶持。我们坚信,在国家实施“文化强国”方略、推动文化大发展大繁荣的历史进程中,新华书店在取得社会效益的同时,也必定能够取得良好的经济效益。

现场

安徽首家儿童体验式书店开业



中国出版传媒报 11月7日,安徽省首家儿童体验式书店——安徽少儿书店开门营业。

据了解,少儿书店与其他实体店相比,受网上书店的冲击较小。对于少儿类图书,家长们更在乎实体店带给孩子的阅读氛围、阅读感受,借此促进孩子形成良好的阅读习惯。在了解这一需求后,

经过安徽少儿出版社与合肥育才书店磋商,双方共同出资500万元,开办安徽首家儿童体验式书店——安徽少儿书店。

安徽少儿书店是全国知名的少儿读物专业出版社,合肥育才书店是一家以图书零售为主业的民营书店。双方共同开办安徽少儿书店实现了优势互补:安徽少儿社把最新出炉的图书第一时间提供到安徽少儿书店进行展销;合肥育才书店利用现有销售渠道和30万会员,为实现少儿社图书的推广和销售提供有利条件。

安徽少儿书店负责人表示,该店面向0~12岁的儿童及家庭,与传统书店不同,安徽少儿书店注重儿童的阅读体验、互动游戏、亲子阅读等互

动环节。店面装修风格也“儿童化”,色彩鲜艳,充满童趣。

安徽少儿书店除了售卖儿童图书外,还将不定期开展亲子故事会、亲子主题派对、幼教论坛、作家签售等各种与早期阅读相关的文化沙龙活动,定期为读者提供有关早期阅读的前沿信息。(一禾)

河北大发纸业有限公司为国家秘密载体指定的销毁单位
我公司长期收购造纸原料出版社的报废书本,公司主要产品有:生活用纸、文化用纸、水印和安全线防伪用纸以及纸板底纸、防锈原纸、育果袋纸等工农业用纸四大系列。
电话: 010-60259488 联系人: 王冬梅
手机: 13501362711