

百新书局新生延展城市生活空间

中国出版传媒商报讯 1912年,徐鹤龄在上海福州路创立了“百新书店”,开始从事图书零售、出版发行工作,1939年又在香港开设了两家分店,到如今,百新书即将迈入第105个年头。8月17日,上海百新书局开业仪式在上海市福州路364号举行。浙江出版联合集团董事长、总裁董健,山西出版传媒集团副总经理、山西新华书店总经理荆作栋,浙江新华书店集团董事长王忠义、山东新华书店集团总经理刘文田、安徽新华传媒股份有限公司总经理翟凌云等嘉宾出席开业仪式并参观了书局。

百新书店曾出版发行了许多文学作品,其中影响最盛的当属张恨水先生的《啼笑因缘》,以张恨水为

代表的鸳鸯蝴蝶派(通俗的市民文学)以亲近市民生活的姿态发挥了文学的审美和娱乐功能。百年前,百新书店保护了中国文学的多样性;今天,百新书局被重新唤醒,传承历史文脉根基并赋予其新的时代意义与职责。

自2015年起,以独立书店为代表的实体书店如雨后春笋般复活,甚至成为一座城市的文化新地标。新生的“百新书局”,以复合空间形态为读者带来了全新体验,延展城市生活空间,读者会感受到老派与新潮的融合。据了解,“百新书局”将打造一个集文学、美学、休闲为一体的生活空间,在这里,每个人都能找到属于自己的独特生活方式,分享各自的生活哲学,将互联网时代下人与人之间珍贵的交往保留在实体空间中,通过复合空间让更多人感受这座城市的魅力。

(文 枫)

中国实体书店创新发展年会在沪召开 共商全面落实“实体书店扶持政策”

■中国出版传媒商报记者 倪 成

由国家新闻出版广电总局印刷发行司支持指导,上海市新闻出版局、上海书展组委会主办,中国出版传媒商报社、上海书城承办的“中国实体书店创新发展年会”于8月18日在上海展览中心友谊会堂举行。国家新闻出版广电总局印刷发行司司长王岩铨、数字出版司副司长冯宏声,上海市新闻出版局局长徐炯、副局长彭卫国,上海新华传媒股份有限公司常务副总裁刘航出席会议,来自江西新华、河北新华、江苏新华、浙江新华、山东新华、山西新华、安徽新华、内蒙古新华等近30家发行集团负责人、51家大型书城掌门人、近百位出版社负责人共约300人与会,共商全面落实实体书店扶持政策,抓住机遇实现实体书店新一轮创新发展。王岩铨发表主旨演讲,徐炯、刘航分别发言。

王岩铨对上海书展及此次年会给予了高度评价。她表示,上海书展经过13年的打造,越办越精,成为读书人、爱书人、出版人、文化人、艺术人、名人大家在上海集聚一堂的盛会。她认为,此次年会是在11部委联合下发《关于支持实体书店发展的指导意见》和总局召开会议后,行业内第一次自发组织的大规模学习交流研讨活动,必将为全国发行集团、品牌实体书店搭建一个解读政策、发布信息、交流经验、引领创新的平台,也必将为推动全行业更好落实中央精神和11部委工作部署发挥积极的作用。

王岩铨对实体书店发展提出了三点意见:一是要把思想统一到中央要求和总局部署上来,提高对做好实体书店发展重要性的认识。二是要把握实体书店发展面临的良好机遇,增强做好工作的信心。三是新华书店要自觉用创新、协调、绿色、开放、

共享五大发展理念指导自身发展,不断提高经营管理服务水平。“经营好实体书店是新华人的立身之本,希望大家认真学习政策、用好政策、抓好落实,特别是针对薄弱环节,要认真研究问题,拿出具体措施,下大力气去推动解决。”王岩铨强调。

徐炯在发言中表示,实体书店是促进全民阅读的重要活动场所,是公共文化服务的重要载体,是出版产业链的重要环节,更是城市文化生态的重要组成部分。近年来上海市新闻出版局通过科学规划等多种措施,有选择、有重点扶持实体书店发展,取得了一定成效,但面对互联网技术的发展,实体书店实现可持续发展依然任重道远。他认为,此次年会围绕落实实体书店政策,围绕出版发行业“十三五”规划、书店绩效考核评估体系建设等内容,是解读国家政策、搭建交流分享的专业平台,是共同谋求实体书店新一轮创新发展的积极探索。

刘航认为,当前实体书店正在全力谋变,追求行业发展的可持续性。未来实体书店的发展将更注重客户的体验,推崇专业化、个性化的发展。为此上海新华传媒一方面推进线下实体书店建设,将图书销售、亲子阅读、咖啡休闲、文创产品等多种业态融为一体;另一方面更加注重人与书、人与人之间的互动,通过打造微信书店等为读者提供更时尚、更年轻、更便捷的文化体验平台。“同时,新华传媒努力以主业为核心,进行全方位的拓展,今年3月上海书城正式推出‘全国新书发布平台’,6月升级打造了‘玛德琳绘本馆’在上海书城正式亮相,都为实体书店的转型升级提供了宝贵的经验。”

来自全国各地发行集团代表,还就相



关议题进行了主旨发言。黑龙江省图书音像发行集团副总经理张声辰、浙江省新华书店集团有限公司副总经理邓小林就“《关于支持实体书店发展的指导意见》落实工作”发表了看法;北京新华发行集团有限责任公司经营发展处处长关贵、新华文轩出版传媒股份有限公司副总经理陈大利就“关于《出版物发行业‘十三五’发展规划》及新华书店发展方向”进行了交流;江苏凤凰出版传媒股份有限公司发行分公司副总经理杨勇介绍了《新华书店社会效益考核评价办法》的落实情况。

同日下午,“中国实体书店创新发展年会沙龙”在上海书城举行,来自全国50余家大书城领导与会,探讨新时期大书城发展。北京市新华书店王府井书店总经理杨峰、宁波新华书店有限公司副总经理胡晓军、山西新华太原有限公司副总经理曹笑吟、青岛市新华书店电商部经理刘锐等分别就相关议题进行了主旨发言。会议还就“新华书店星级评定标准及评论办法”及“超级书店联盟”的具体工作”进行了探讨。

经验分享

进一步发力移动端拓展

■杨 峰(北京市新华书店王府井书店总经理)

2014年,我们建立了王府井书店微商城,两年多的运作也积累了一些经验。目前王府井书店微商城有3万人关注,年销售额达20万元左右。在线销售的多是与出版社合作的产品,如2015年《故宫日历》单本销售近1.3万册,如果重点品种有较多关注,通常能够带来较好的销售效果。王府井书店在天猫、京东、亚马逊、当当都开设了店铺,通过借助第三方平台摸索B2C如何做?实际上,每个电商平台销售主导因素都不一样,有价格为主,也有包括后期服务、好评度等,通过摸索,我们发现京东销售大概70%来自于移动端,移动端将是我们下阶段的重

点。此外,北京发行集团今年4月还成立了北新云网,北新网APP也正式上线,尽管有些技术还在调试,但这也是我们关注的重点。

这是我们目前线上线下融合的三种方式,也摸索一些经验,如移动端支付带来的便捷,书店品种相对齐全以及大书城的信誉度、品牌度等,都是书店移动端后继发展的优势。当然,线上、线下融合所面临的最主要难题依然是价格;其次数据实时对接目前在技术上还难以完全解决,难免造成读者体验感较差;三是线上线下结合要避免追求全品种,要针对不同类别的店铺,推出特色、个性的内容。

门店转型多元发展的困惑

■胡晓军(宁波新华书店有限公司副总经理)

目前,宁波新华多元发展的模式有出租、联营、自营三种。品类是传统的数码产品、文化用品和学生配套产品“三驾马车”,还引进了咖啡、小型商超、进口食品等产品形态。从2012年开始,基于卖场多元发展,宁波新华提出了做自营品牌思路,并推出了“欣雨文创”品牌,从起初的小范围陈列,每年实现数十万元销售,到2014年底,在宁波书城建立了“女性书苑”,推出“店中店”经营模式,再到今年6月28日推出了260平方米的“欣雨文创”旗舰店,品种扩大到4000多种,年销售预计能达300万元左右。

文创产品跟图书的完美结合是宁波市店多元发展的定位。目前,书店设计了20余个不同主题陈列商品,实现了图书与文创产品混搭但不牵强、不故作、不搭卖,给读者舒心的感觉。此外,我们也有针对性地进

行一些地方文化特色产品的开发、探索工作,但做起来比较难,牵扯到设计,需要专业设计人员出方案、做设计,最终由书店确定产品。我们初步可能会推出“宁波的天空”系列的产品,把宁波的印象,如“宁波温度”体现在背包、围巾、手套、帽子等产品上,我们也会选择与当地一些故事性很强的品牌合作开发,将这些产品引入卖场销售。这些是非常艰辛的工作,也遇到了一系列困难:如主打产品,尤其是自营大产品目前还没有成功找到,同质化产品较多,相关产品的故事性、文化性还有待发掘。如面临商品的积压、滞销等。随着自营文创产品规模的扩大,门店的增加,这方面的风险会加大。另外,书店门店普遍较少,采购量不大,渠道也不算通畅,难以形成采购价格优势;同时缺少专业的运营人才,欠缺专门的角度,也难以实现更好地运营。

围绕互联网改变业务、服务流程

■曹笑吟(山西新华太原有限公司副总经理)

山西新华书店集团太原有限公司微平台“来读书吧”,2015年正式上线,经过一年多的运营和升级,在打造线上、线下融合的体验平台方面取得了一点点效果,不足之处很多,困惑也不少。其中围绕互联网模式发展也带来了业务和服务流程的改变。

一是购买商品流程的改变。书店网上书城包括两个部分:基于所有连锁实体门店的图书和店中店精品图书,购买流程采用线上、线下相结合的做法,各连锁门店作为网上书城的仓储基地,共同完成客单的服务。二是文化服务流程的改变。通过网上书城微信服务号定期推送各类文化、交流的信息,接受读者的报名,组织读者参加各种文化活动和促销活动,提升品牌影响力。三是数据流程的改

变,通过对开通的电子会员卡进行大数据分析,提高了书店对客户信息分析的精准度,能够比较有效和及时地对客户信息分类建档,实现精准营销。四是财务流程的调整。书店现场支付功能的实现,引起了财务流程相关的变化,相关部门的结算习惯都进行了相关调整。五是客户信息资源的共享,带来了服务流程的调整。比较突出的案例是近年来我们和当地公共图书馆在业务往来中,除了传统的购销模式,开始进一步向深度合作发展。目前图书馆已经把读者借阅平台放到书店的平台进行应用,今年双方开通了微信平台,进行了数据的对接,通过对书店环境的打造,后台的支持,系统、安全地改良了服务流程,实现了多部门联合、流通、融合再造。

政策研判

线上线下结合探索实体书店经营发展

在11部委《关于支持实体书店发展的指导意见》指导下,黑龙江新华书店正筹划一场书店革命。首先,转变经营理念,颠覆传统模式。从2013年起黑龙江新华提出了推动书店转型升级的规划和设想,我们本着在“形象、业态、营销、服务”四个方面全面升级的标准和理念,在全系统内有计划推动和实施了实体店升级改造。其中果戈里书店以优雅舒适的店堂环境和丰富多彩的互动活动,成为哈尔滨这座具有欧陆风情省会城市的文化新地标,今年上半年实现销售同比增长100.88%。其次,打造书店典范,尝试经营思路。在不断总结经验的基础上,黑龙江新华正在有计划地推动全省新华书店升级改造,目前已完成了黑河、伊春等9个地级市较大规模书城的升级改造任务,重装后的书店更加注重服务读者双效统一,增设公共阅读空间和文化休闲场所,打造“朗读者计划”和“大麦绘本馆”等品牌活动,吸引读者回归书店,提升读者黏着力。第三,推进转型深入,重塑品牌形象。今年我们还计划完成十余家县级新华书店升级改造任务,以果戈里书店和黑河普希金书店的创办为引领,找准定位,提炼特色化元素,重塑新华书店的品牌形象。

此外,黑龙江新华书店在“十三五”期间更加重视探索未来的经营模式,大胆尝试进军电子商务领域,重点尝试线上交易、线下体验消费的O2O商务新模式,利用实体店、网店、移动终端及社交平台等多种渠道,进行线上线下融合,建立以消费者为中心的全渠道零售模式。在教育服务领域,积极开办校园书店,提供丰富的教育装备物资,从图书供应商向教育服务商转变。在网点建设领域,积极探索农村图书发行网点的规划和建设工作,力争“十三五”期间每县开办一家乡镇图书发行网点,改变农村图书发行网点日趋萎缩的局面。

着眼未来 补齐短板 合理布局

■邓小林(浙江省新华书店集团有限公司副总经理)

11部委出台《关于支持实体书店发展的指导意见》体现了党中央对文化建设的高度重视,为包括新华书店在内的实体书店未来发展指明了方向,带来了机遇。浙江省店就贯彻落实《指导意见》有几点想法:

一是加快文化消费综合体和“智慧书城”建设。在“十三五”期间,浙江省店要建设一批具有影响力的文化消费综合体;开展“门市靓化工程”和转型升级工作;加速推广新技术在卖场的普及使用,积极打造新一代“智慧书城”。

二是加快实体书店和网络融合发展。浙江省店要着重推进提升电子商务发展项目,强化国有企业网络发行的品牌及服务优势,加快博库网发展,把其建设成为—个纸质书销售和电子书运营相结合、出版物和文化生活产品经营相补充、电子商务销售与电子商务中盘运营服务融为一体的开放式电子商务综合应用平台。

三是创新深化“小连锁”城乡基层网点发展模式。深入总结浙江“小连锁”建设经验,创新深化“小连锁”发展模式,继续加强对城乡基层网点建设和运行的统筹布局,整体推进,形成与城镇化水平、教育水平和公共文化服务体系建设相适应的城乡基层网点布局,同时加强运营维护和管理。

四是推进出版物物流信息化标准化建设。浙江省店要保持业内的技术先发优势,加快新技术在主业经营和新业态发展中的深度融合和高水平应用,加快信息化管理系统的升级和应用推广,利用信息技术进一步优化业务流程,以技术引领促进企业的转型升级。

五是加快企业的转型升级和市场的主体建设。浙江省店发挥好出版物发行主业优势,提升经营能力和市场竞争力,继续实施“走出去”省外连锁经营战略,扩大跨区域、跨资本、跨行业的连锁经营合作,打造成为全市场的终端服务供应商,实现规模化、集约化、专业化发展。

对出版发行业“十三五”规划的理解建议

■关贵(北京新华发行集团有限责任公司经营发展处副处长)

出版物发行业“十三五”发展规划,明确提出了“十三五”发展方向,切中要害,具有很强的针对性和可操作性,对行业发展具有重要的指导意义。对于这一规划,有三点建议:

一是要进一步完善规划的体系,督促将国家的利好政策真正落到实处,将好事办得更好。总局“十三五”规划讨论稿和11部委《关于支持实体书店发展的指导意见》,对完善实体书店的网点布局和推进书店体系建设都提出了明确的要求。我们建议对规划作进一步的细化,协调各省区市作进一步配套,将中央的政策具象化、量化。同时,实体书店转型升级需要大量的资金,希望政府建立引导资金,对实体书店转型升级项目给予补助,同时加强实体书店转型发展的投融资体系建设,实现实体书店转型发展优势项目与资金的有效对接。

二是进一步规范行业竞争,构建更加良好的经营环境。近年来,加强线上线下融合发展成为行业发展的趋势,但不能回避实体书店面临的网上的不当竞争的问题。网络书店在风投支持下大打价格战,给实体书店经营带来了一定的负面影响。总局印刷发行司曾做了大量的工作,力图推动政府出台规范市场竞争的政策,希望加强这方面的工作,推动政策尽快出台。

三是呼吁行业单位加强沟通,携手合作,提升行业的竞争力。多年来,发行业受地域分割形成了各自循环的发行链条,物流、发行网点各自自成体系,无法形成合力。希望政府加强领导,推动行业单位加强沟通、合作,建立协调机制,从开展营销活动入手,逐步推进在采购、物流等方面合作,不断降低企业运营成本,提升行业竞争力。