

中国出版营销周报

2017全国书业教装文创多元经营展订研讨会专题(二)

注重文教 敢于跨界 书业多元经营方向渐明晰

中国出版传媒商报实习记者 王霖执笔 记者 倪成 王少波 王双双 焦翊



聚焦产品 助推上下游高效合作

通过会议的研讨,来自书店一线的参会者普遍认为,虽然书业教装文创多元经营已经过了试水阶段,但是仍存在着一些问题。其中,“什么样的多元产品适合引入书店”仍是大家最关心的话题之一。

今年会议现场邀请到20家供应商,设置20个展位,为渠道与供应商搭建起更便捷的对接通道。其中特别设置了“教育装备”展区、云南展区等主题展区,吸引着每一位与会嘉宾的关注。

已连续两年参会展演的云南咖啡,引起了不少渠道商的兴趣。山东新华书店有限公司聊城分公司副总经理张国光告诉记者:“这次会议主要是来考察一些文创产品,聊城新华今年增加了2家校园店,打算在店内引进咖啡经营,所以这次主要来考察咖啡,从而寻找合作的可能。”

作为此次会议的参会大团,山东省从新华到民营有27人到会。他们对寻求产品合作表现出浓厚的兴趣。

山东济宁亚龙书城有限公司总经理崔亚龙被展览上的龙泉青瓷所吸引,他认为龙泉青瓷具有相当高的文化品位和地域特色,能够满足各年龄段、各层次人群的消费需求。“对于文创产品的引入,我觉得应该采用‘自创+他创’模式相结合,一方面加大公司对于文创产品的开发力度,提高自有品牌竞争力;另一方面通过引入其他企业的有特色、有个性的文创产品,吸引更多消费者。”

而山东新华书店集团有限公司东营分公司副总经理薄遵君,则关注到华夏万卷的“凹槽练字板”和“水写宝”、世纪金榜的文具类产品、山东友谊社的文创系列产品等。他说:“通过参加此次展订会,我发现了许多很好的产品,这些产品都适合拿到新华书店的平台上进行合作和推广。”

获得“十大标杆书城”的青岛书城,据书城总经理韩朝辉透露,会议间隙青岛书城已与海豚传媒达成了初步的合作意向,他将在会议结束后,用最短的时间完成产品落地工作。

3点突破 发力掘金教装市场

目前全国教育装备行业呈现出集约化、多渠道的快速发展态势,特别是随着国家现代远程教育等项目的实施,使得教育装备的需求急剧增加。本届会议的主题聚焦“教育装备”,针对书店如何引入和引入哪些教装产品进行了广泛而深入的讨论。

对于教育装备发展中出现的投入问题,山西汾阳新华书店总经理张光辉提出了自己的疑问:“教育装备对书店来说是硬件,但是现在没有好的内容平台,书店如何参与进去?如何赢利?如何把‘全民阅读’和教育产品经营融合在一起?”对此,嘉宾们认为就自身实践而言,以下三方面是发展的重点。

发展尖端技术。教育智能化是未来的发展趋势。浙江省新华书店集团有限公司综合业务部副经理张芳介绍说:“浙江省教育装备示范基地将于今年年底建成,主打信息化智慧样板间,能够进行软件集

成等多业态的展示,希望能与国内顶尖、优秀的供应商进行强化合作。”

发挥品牌优势。齐齐哈尔市新华书店总经理杨国田认为,要利用新华书店多年服务教育的品牌优势,开展相关的教育培训等活动,利用图书优势大力发展教育领域的多元产品和服务,最终培养读者对于书店的忠诚度,进一步激发品牌活力。

找准客户需求。内蒙古图书大厦办公室主任张莹认为,要紧跟趋势,引入深受学生喜爱的“电子书包”等新颖产品;同时还要配合引入图书周边产品,如创意笔记本、创意文具、书签、个性化产品、地域文化产品等,逐步增加适合本地文化消费的多元产品,适时调整,达到优胜劣汰的效果。

多元经营“图书+”模式最受欢迎

会议另一支26人的队伍来自山西新华,文化元素浓厚是山西临汾新华书店总经理吴向勤参加完会议最大的感受,他说:“在产品选择上要本着文化这一根脉去挖掘,在进行深入市场调研的基础上,推出具有市场生命力的产品。”

书店的多元经营不能离开图书这一重要元素。山东新华书店集团有限公司连锁分公司副总经理李少宾认为,“图书+”模式要结合本地实际,创建“图书+文创产品、轻饮、文玩、电教产品、休闲体验项目”等多样化的“图书+”发展模式,形成有本地特色、有

杨国田(齐齐哈尔市新华书店总经理):目前,图书卖场的转型升级带动了图书经济的快速发展,书业与多元业态相互融合、优势互补,构建了多元文化产业,使得书店以一种全新的姿态、独特的品位展示在读者面前。转型后的书店,文化内涵更加丰富,注入了新的元素、新的亮点,明显改变了人们对传统书店单调、刻板的印象。

未来,齐齐哈尔新华书店将从传统的“单一做书店”向“多元做文化”转变,不断分析图书市场,结合自身优势制定多元文化路线。首先,在文创产品经营方面,发掘具有地域特色的文创产品进行销售,用多元产业带动图书主业销售。其次,在店里开设咖啡区域,通过改变阅读环境,使阅读氛围更加舒适、惬意、雅致,为读者和图书搭建桥梁,从而给予读者尊重与关注。三是利用多年服务教育的品牌优势开展相关的教育培训等活动,最终培养读者对书店的忠诚度,营造出一个“吸引读者走进书店,着力打造书香鹤城”的优质阅读环境,从而进一步激发新华品牌的活力。

荣国文(江苏扬州新华书店江都分公司总经理):参加此次研讨会收获较大,与很多知名企业聚在一起,听他们介绍经验,不管是在传统思路上还是转型升级上,都有一种耳目一新的感觉。书业的发展已经离不开文创产品。我对机器人、品牌咖啡、定制文创产品、智慧产品等较感兴趣。

目前,多元经营的发展是一种慢效益,不能只做表面文章,看起来很时尚、很热闹,要满足读者需

个性的全新文化综合体。据山东京广传媒股份有限公司副董事长孙维芬介绍说,京广·尚悦一直坚持“书+”模式,注重场景和氛围,多元组合是关键,如“书+咖啡”“书+教育”“书+绿植”“书+艺术品”“书+科技”“书+文创”“书+简餐”等。京广·尚悦打破传统模式,店内设有漫悦美绘本馆、乐高机器人体验馆、格调手工艺品展区等多个功能区,打造了高品质文化体验空间。

多元经营要与书店文化合拍,塑造自身品牌价值。山西图书大厦总经理刘杰认为,实体书店引入多元产品不是越多越好,其发展还是要以文化为核心,以文化产业的外延为重点,整合文化资源,打造属于自己的文化IP,进行文化资源输出,才能赢得一席之地。云南曲靖新华书店市场部副主任陈鹏也认为,文化产品的选择要结合书店的发展路径,选择符合书店文化的产品;同时,书店要掌握上游资源,才有持续性规模化发展的可能,从而将其融入书店的文化之中。

据了解,为了对书店卖场进行升级,体现书城的文化内涵,江西省新华发行集团宜春分公司进行了大刀阔斧的改造。据公司副经理钟宜秀介绍,书店打破了以往单一产品的引进、销售模式,建立起非书品独立品类与品牌,形成品类管理优势,并延伸出符合市场化、个性化动向及需求的产品;从最初的文具到电教产品、电子产品如手机、电脑等,再到如今的餐饮、影院、工艺品、沙龙讲座、文创产品、地方特色产品等,多元经营的品类与时俱进,不断调整丰富,成为新的经济增长点。

求,产品要接地气。对于非书品经营,我们将在定制产品、智慧教育、专营文创产品、开发智力发育培训等方向发展。

未来,希望能在会上听到更多更实用的文创产品介绍,以及对产品发展空间的合理建议。下届会议地点建议到非书品产业做得既大又有特色的集团所在区域,参观与实践及理论研讨相结合。

艾晓斌(山西外文书店总经理):我第一次参加会议,总体感觉收获颇多,信息量够大,供应商和优秀门店的经验很多,使我脑洞大开。但我觉得会议时间太短,没有听够,没有时间与会代表及供应商交流,实感遗憾。我希望下次会议的召开地选在多元经营业绩突出的地方,并留出足够的时间,组织与会代表参观、交流,以汲取经验,有所收获。

万文杰(江苏大众书局图书文化有限公司副总经理):参加此次全国书业教装文创多元展订研讨会,我收获到了同行的先进经验,尤其在多元文化空间的建设上,学习到很多文创产品多样化开发的新思路,对书店转型为兼具培训、文化聚合等功能的文化平台有了更清晰的认识。目前,大众书局在“书店+百货”的实践探索中,已取得一定的收获。未来将通过引进重点战略合作伙伴,在青少年教育、职业技能课程开发和招生上进行尝试。同时,会将文创产品的研发聚集在特色产品、高文化附加值产品、非遗产品方向。

供应链

姜革文

广西师范大学出版社集团总裁

这次会议的感觉非常好。无论是订货会,还是展览会,对于供货商而言是很难在现场见到如此多书店重量级、有针对性的负责人,这是此次展订会很重要的一个功能,通过专题会议在较短时间里聚集到大量的专业人士进行探讨与研究。

今年是第3届会议,连续3年得到较大的关注,也意味着会议指明一个方向,正如浙江新华书店集团有限公司副总经理吕存周的发言所表示的:图书在书店的占比已从80%下降到60%,未来可能会缩减到40%,多元业务销售额、占比得到快速提升,这也为实体书店指明了未来发展的方向。会议的内容、培训的设计基本上切中了多元经营发展的主要问题,一些讲座也给书店相关业务的发展提供了思考和建议,能够给现场的参会者启发。但在培训的深度上,可能受到时间的影响,有些问题没有讲透,有些遗憾。

我的建议有两点:一是会议的内容安排上有点头重脚轻,上午的会议内容很充实,下午则略显单薄,一些嘉宾的离席也让会议整体内容没那么给力。二是文创产品展示实际上也可以分类进行。如艺术品、生活用品、茶叶大米等等可以分类展示,研讨也可以分类、有主题、有侧重点地召开,可能效果会更好一些。

林春

云南新华文汇教育科技有限公司总经理

此次参会我有很大收获,感兴趣的商品有浙江的龙泉青瓷、山西的漆器等。此次研讨会的培训内容和整体设计总体比较好,我的建议是,在培训内容上应该缩减广告商的宣讲时长,严格把控宣讲时间,并增加实战环节的交流,让业务层面参会人员收获更多;下届会议我希望能到轻工业、手工业比较发达的沿海地带,同时把时间安排妥当,可以增加市场调研、工厂参观等会议内容。我非常看好书业非书品经营的前景,过程中肯定是不容易的,但未来是美好的。我们对云南新华书店的多元产品经营充满信心,在集团的坚强领导下,我们一定会越走越稳,做强做大。

郑波

北京触学科技有限公司常务副总经理

参加此次会议,我的主要收获是对各省新华系统非书业务有了更深入的了解。会议的内容很丰富,但形式有些老套,很多人同时听一个内容,感兴趣的人和不感兴趣的人都得听,效率有些低,建议同时并行多个,这样可能更高效。

目前,我公司在多元业务上有一定进展,但整体来讲多元业务的经营还没有形成比较清晰的模式和机制;未来,希望充分借助书业最后一公里的渠道优势,扬长避短地与书店系统合作。

刘亚磊

北京创恒达家具制造有限责任公司总经理

此次会议收获满满,让已合作的客户对公司品牌有了更深入的了解;不仅在书店空间和书架制造上专业,在文创非书品的空间和陈列道具配套上同样优秀。会上与一些准备改造门店的客户也初步达成了合作意向。此次会议的内容和安排组织得很好,含金量高的会议议题次序上可优先安排。下届会议,我希望能去文风雅韵浓厚的城市、多元经营有特色的新华集团所在省份。

本期导读

非书品经营优秀经理人有话说

7要素打造教装经营“操盘手”

三招做好书店多元经营

“产品+方案+资金+服务”打造一站式教学服务平台
多元经营需混搭文化事件

►P10

“十大标杆书城”多元经营路径析

►P11

“十佳文化空间”是如何炼成的?

►P12

中国出版传媒商报



文创中国周报

