

近两年来,浙江省新华书店集团有限公司(以下简称“浙江新华”)进一步统筹加强了全省书店改造提升工作,实施新一轮门市靓化和优化提升工程。新开业的黄岩书城,全新改造升级的丽水书城、柯桥书城、余杭文化广场店、杭州庆春路购书中心等一批书店,创建了设计感强、时尚潮流的阅读文化空间,客户体验度有效增强,书店客流显著增加,成为当地有影响力的文化地标,有效提升了企业品牌形象。

由中国出版传媒商报、新华网悦读频道、书香中国·全民阅读官网联合主办的“献礼新时

代·2016~2017 阅读空间新榜样”推展日前揭晓,浙江省新华书店集团有限公司旗下丽水书城获评“全国十佳榜样阅读空间”,余杭文化广场店运营团队获评“全国十佳榜样运营团队”。据了解,2016年2月,丽水书城完成升级改造,经营面积达6000余平方米,结合本地文化特色,为读者打造了一个“阅读体验齐备、文化艺术交融和服务功能完善的第三生活空间”。余杭文化广场店运营团队共有17位员工,大部分为80后、90后年轻员工。在店长的带领人,大家各司其能、发挥特长,奉行“团结、努力、谦虚、好学”的原则,为读者提供贴心、优质服务。

浙江省新华书店集团有限公司坚守主业力量 做文化强团队 引导阅读风向

5招实现销售年增34%
余杭文化广场店

余杭文化广场店,位于浙江省杭州市余杭区临平老城区,经营面积2110平方米,其中图书经营面积约为1500平方米,文具数码等穿插其中,二楼开设书吧面积150平方米,优雅的环境受到了当地读者的好评。书店共17位员工,秉承着“爱生活·悦读书·乐分享”的经营理念,为到店的每一位读者,提供热情的服务,使读者开心而来,满意而归。



2016年1月24日,余杭文化广场店正式对外试营业,2016全年零售码洋736.1万,经过书店全体员工的不断努力2017年全年零售码洋992.28万,同比增长34%,实现社会效益、经济效益双丰收。

在实体书店销售并不好的大环境下,为何余杭文化广场店会有如此大幅度的增长?

1 环境美

通过全面装修改造,余杭文化广场店成为临平老城区的一处“新地标”。

外立面设计:“新华红”及楼层旋转的角度,似台阶状排列而上,具有较强的文化辨识度。书店积极争取杭州当地政府宣传部的大力支持,宣传部出面帮助协调了街道、规划局、城管、消防等部门,克服了外立面规划论证的复杂流程,通过外挑,卖场1~3层增加了近200平方米面积,使整个卖场东、南两面有了较好的景观。

室内设计:室内设计通过一条深色的走道模拟江南曲折的街巷,来贯穿整个书店的空间组织和流线。经过入口的雨幕,泛起层层涟漪,通过“街巷”,空灵、轻巧的楼梯贯穿上下交通,如同丝带一般将各个功能链接起来。

2 理念新

通过装修改造,余杭文化广场店在原本仅有图书、文具的基础上,成为集购书、阅读、洽谈、休闲、交流、活动、时尚购物、生活为一体的多样化新时代书店环境,打破读者对新华书店传统、单一的纯粹“卖书”的固有印象,让“书”真正走进现代人的生活里,让书店变成一种传统与现代相结合的新商业模式。

3 团队强

17人的团队,除了店长是70后,其余皆为80后、90后,平均年龄不足30岁。年轻团队的优势在于可塑性强,挖掘的潜力大。两年来,尽可能地让所有员工都去接触业务的各个环节,放手让大家跑出去,与各种业务单位打交道。这样一来,所有员工都能适应各项实际工作的操作,提升工作效率和责任心。

为了进一步发挥员工的特长,8位员工担任了绘本故事会的主讲人,经过看、听、揣摩,互相学习,大家的讲述能力、与小朋友的互动能力都有了长足的进步。6位员工熟练掌握书吧的咖啡饮料小点心的制作,其制作

的产品一点都不输于专业售卖店。此外,一位员工还学会了茶艺表演,在国学馆中不定期表演,吸引很多读者品尝。一位员工善于图书陈列布置,自己动手做的小道具精致美观。有绘画特长的员工当仁不让承担店内各种图书海报的绘制,曾在浙江省的海报绘制比赛中获奖。在店长的带领下,员工想顾客之所想,急顾客之所急,让顾客在轻松、愉悦的氛围下完成消费。

4 活动多

余杭文化广场店开业至今,共举办各类活动500多场。其中每周六下午由书店员工为广大小读者带来的绘本故事会,开业至今已举办121场,每周会通过“余杭新华书店”微信公众号提前告知本周的绘本主题,因此每次活动都有许多小读者参与。周六晚上“英语沙龙”活动至今已举办77场,从创立时仅有会员10余人,到如今160余人,规模不断壮大。其中,每周日晚上“日语沙龙”,由留日多年的盛旅创立,至今已开展中日茶道讲座、插花艺术讲座、寿司制作等85场活动,吸引了众多青少年读者参与。通过举办各类日语沙龙活动,粉丝群也从原先创办时的40余人,增加到近300人,书店在日语爱好者当中已颇具影响力。此外,从2018年开始,余杭文化广场店与七彩桥艺术培训中心合作,每周日下午免费开展书法、美术公开课,为读者提供书法和美术教学;与杭州慕己艺术文化有限公司合作,每周三晚开展亲子油画沙龙等活动,受到读者的好评。

5 文化浓

余杭文化广场店的开业,除了图书本身以外,新增设国学馆,几乎囊括了余杭区所有的非物质文化遗产项目,例如良渚的玉琮、玉璧,超山的梅花制品,崇贤的古琴,中泰的笛箫,瓶窑的油纸伞等,可以说读者进入到书店,即可领略和欣赏余杭宝贵的非物质文化遗产。

文化广场店书店开业以来,一直受到各界的关注,先后被评为“全国最美十大基层书店”、80周年庆“最美书店”、“百佳文化地标”等荣誉称号。同时,在余杭地区更是受到各界读者的喜爱。如由余杭区宣传部牵头的余悦沙龙,至今已成功举办2届,其中首届活动邀请到了全国作家协会副主席张抗抗,第2届活动邀请知名儿童文学作家殷健灵莅临现场,活动场面人气爆满。值得关注的是,2018年电视剧《我只喜欢你》在书店内取景。

丽水书城在坚持图书主业不动摇的前提下,以读者为中心,搭空间,整业态,做宣传,重体验,积极引进相关性较强的多元产业,实现图书阅读、文化体验、文化商业三者相辅相成的经营战略。突出阅读体验和文化享受,通过融入各类文化相关产业,逐步完成从“商品本位”向“读者本位”转变。

丽水书城 阅读与时尚的邂逅

升级改造后的丽水书城经营面积达6000余平方米,常备图书8.5万余种。2017年度浙江丽水市新华书店有限公司完成销售7502万元,同比增长14%,名列浙江新华74家书店销售收入增幅排名第8位。

打造艺术美感的卖场环境

2016年2月,丽水书城完成卖场的转型升级,将书城卖场分隔成曲径通幽、处处是景的区域空间,实现了空间与空间之间的呼应贯通。同时,在视觉效果和文化氛围的营造上,严格把控主色调、分区布局立体化、动线设置流畅合理、精心搭配多种光源以及独具匠心的细节和软装,并深度结合本地的文化特色,为读者营造了一个文化底蕴深厚、艺术美感浓郁、适合阅读休闲聚会以及举办各类阅读体验活动的文化交流平台,真正成为一个“阅读体验齐备、文化艺术交融和服务功能完善的第三生活空间”。

摸索新的经营理念和方向

在新的时代背景下,浙江丽水市新华书店有限公司不断开拓经营布局,确定从“单一图书卖场”向“多种阅读空间”转变的经营方向。通过打造有文化内涵的环境,为读者提供更多更好的文化产品,充分发挥实体店的优势,依靠优质的服务和优雅的环境,重新吸引和唤回读者回到书店,把书店变成集图书阅读、文化体验、文化商业为一体的复合式城市文化和生活空间。目前,已形成了以丽水书城大型文化消费综合体为主卖场,以校园书屋、公益书吧和智能共享书屋为辅助的业态格局。

第一,校园书屋。2014年3月,浙江丽水市新华书店有限公司与丽水市文广新局、教育局联合印发文件,正式启动校园书屋的建设工作,共建书香校园,解决城区以及周边寄宿学校学生的购书难问题,同时,也起到了拓宽主业、创新发展、改变单一卖场布局的切实效果。2014年11月,浙江省“校园书屋”现场经验交流会议上充分肯定了丽水新华书店在“校园书屋”建设中所取得的成绩。截至目前,丽水市店在丽水市区初、高中学校已建成11家校园书屋,2017年实现销售890万元。

第二,公益书吧。按照由政府提供场地,书店提供图书及配套服务的形式,浙江丽水市新华书店有限公司与丽水市文广出版局、丽水市瓯江生态旅游景区管委会合作建设了丽水市首家公益性书吧——南明书苑,位于丽水南明门古城墙上。南明书苑内陈列有丽水地方文化图书、畅销书、经典著作等,可供市民和游客免费阅读和购买,同时不定期举办文化沙龙活动,让书苑成为老百姓阅读休闲的好去处。2017年度,南明书苑共接待市民读者和外地游客6万余人次,获得了较好的社会效益。

第三,智能共享书屋。2018年世界阅读日,浙江丽水市新华书店有限公司和丽水市直机关党工委联合启动“群心跟党走·天天读好书”智能共享书屋项目。全天候服务,7天免费借阅、操作简易等一系列便民措施是智能共享书屋最大的亮点。读者只需通过书柜所设



的电子屏幕,便可获取本站点所有图书的信息,通过手机支付宝APP,30秒内就可以实现信用自助借阅、图书预约、随借随还等功能。目前,丽水市区内已设立10个智能共享书屋,并根据点位人群的特点,在图书品类实现个性化配置。启动1个月,实现了图书借阅1691册,图书归还1521册,站点借阅率53.2%,深受读者喜爱。接下来的3年内,浙江丽水市新华书店有限公司将协助推进全区1000个智能共享书屋的项目建设。

第四,读者至上,不断创新服务内容,提升服务水平。为了更好地服务于读者,升级后的卖场从产品合理布局、体验功能区划分、阅读区配置、售后服务等方面做了大量的工作准备。例如:开辟多个读者阅读区;为读者提供软饮、咖啡糕点、套餐饭等美食;免费提供Wi-Fi、书籍自主检索服务和自助购书服务。同时,书店提高对工作人员的服务要求,每季度组织员工进行服务礼仪、业务技能等方面培训,并且不定期开展服务水平的考核。

第五,积极倡导和推进全民阅读战略,实现从“卖文化”到“做文化”的转变。转型升级后的丽水书城在打造文化交流平台,积极倡导全民阅读过程中进行自主创新尝试,联合政府相关部门、学校以及社会各界,充分利用“世界阅读日”“六一”儿童节、学生寒暑假等重要时间节点推广阅读,通过搭建不同平台,推广形式多样的公益阅读推广活动,打造特色阅读品牌,满足不同层次读者的文化需求。例如每周举办的“小书豆故事会”,以故事会的形式,做到分享与互动有机结合,自2016年3月开展以来,已举办114期,参与人数达7000人。每月举办一次的“书香·童年”系列活动之“我是角儿”——亲子角色阅读活动,通过书中人物角色扮演,培养孩子阅读兴趣,加强亲子阅读互动。截至2017年底已举办13期,近500人参与。除此之外,“全民阅读专家巡讲——‘新·峰’系列公益讲座”“‘峰启志愿者’暑期社会实践之走进新华书店”、读书系列活动及地域文化推广活动等都得到了众多读者的青睐。

第六,设立“新华荐品”机制,积极引导阅读风向。面对浩如烟海的书籍,如何选择成了读书人“幸福的困扰”。对此丽水书城借助浙江省新华书店的资源,深度打造公益性阅读推广平台“新华·荐品”,以“好书甄选、阅读推广、交流互动”为主要功能,为广大读者提供专业化的阅读指导和荐书服务。转型升级后的丽水书城获得了全国书店2016年度“十佳大书城”、2017年度“全国最美书店”、全国“新华书店80周年百佳文化地标”、浙江省“书香企业”等诸多荣誉,受到了社会各界的一致认可。

