

◎蔡震(青岛 BCMIX 美食书店设计师):新的阅读空间,在空间设计上,应通过物语、技艺、知性、自我探求、审美、本真之美、高品质、真我等多个元素空间将文化元素和商业零售有机串联起来。涵盖风格数码、潮流3C、概念书店、生活采集、实演厨房、饮物美学等以生活方式提案为基底的多元发表平台,也是平行连结文化与生活美学表达之所在。通过开放型的业态组合,模糊边界,营造更为舒适的文化空间。每一次小憩,每一个转身,发现生活的小趣味。而不同场景的搭配组合,将提供具有私密感的独立专属空间与差异化服务。

声音

◎张志刚(苏州柏利城商业管理咨询有限公司总经理):以“文化+商业”为主的文化综合体经营是指以文化为主题,结合创意零售、特色餐饮、展览空间等多种业态,将文化、时尚和商业结合在一起,打造出的一种独特的商业体验空间。当下,以书店为核心的综合体主题定位应以书店为灵魂,“读”懂消费者,围绕消费者的消费需求选书;丰富的文化衍生品,让文化“有血有肉”;同时,时尚零售及餐饮作为配套,能够体现书店要传达的生活理念和价值观。

在改革开放 40 周年之际,中国出版传媒报社联合新华网书香中国·全民阅读网特举办“2016~2017 年度阅读空间新榜样”系列推选活动,包括“献礼新时代·2016~2017 年度阅读空间新榜样”“献礼新时代·2016~2017 年度阅读空间运营团队”两项推选,以鼓励实体书店在转型升级中的锐意创新,回应读者对实体书店的关注与支持,彰显近两年新崛起的文化阅读新空间及其运营团队风

采。活动自推出以来,得到全国各地新华书店、民营书店的积极响应,收到各地书店百余份推荐表。

日前,“献礼新时代·2016~2017 阅读空间新榜样”全国十佳榜样阅读空间、全国十佳榜样运营团队、上品设计阅读空间、绩优运营阅读空间、魅力文化阅读空间、强势品牌阅读空间、榜样阅读空间、高效运营团队等奖项的揭晓,引发了行业内高度关注。

献礼新时代·阅读空间新榜样推选获奖名单

| 献礼新时代 |

2016~2017 全国十佳榜样阅读空间

文轩 BOOKS
临沂书城
凤凰云书坊 24 小时书店
浙江丽水书城
沧州书城
京广·尚悦 24H 文艺空间
武汉九丘书馆
BCMIX 美食书店
深大简阅书吧
吴江书城

| 献礼新时代 |

2016~2017 全国十佳榜样运营团队

余杭文化书城运营团队
文轩 BOOKS 运营团队
山东书城运营团队
昆明新华安宁书城运营团队
石家庄饭米粒书房运营团队
广东新会新华书店运营团队
海口新华书店司南阅读空间运营团队

江西芦溪县新华书店运营团队
吾在书舍运营团队

| 献礼新时代 |

2016~2017 上品设计阅读空间

钟书阁杭州店
福建鳌峰坊书城
新华文轩宜宾购物中心
南京凤凰吾在书舍
鹤之魂绿色书店
羲悦书城
松社书店·松社文化会客厅
言几又·北京荟聚店
四阅书店·东湖店
桥渡书屋
寿光书城

| 献礼新时代 |

2016~2017 绩优运营阅读空间

思茅书城
上海书城五角场店
山东台儿庄新华书店
沈阳市新华书店马路湾书店

重庆南岸新华书店
内蒙古包头市新华书店有限公司悦书吧
回声馆
约阅读体验中心
初见书房·IFMALL 店
吉林省吉林市新华书店中凯店

| 献礼新时代 |

2016~2017 魅力文化阅读空间

北京外研书店
华润凤凰九里书屋
南湖乡愁书院
江西贵溪市新华书店
漓江书院
中国书店北京前门东大街店
新华书店蚌埠延安路店
新华书店香山 24 小时店
太原教育书店
甲骨文·悦读空间

| 献礼新时代 |

2016~2017 强势品牌阅读空间

涵芬楼书店

中国出版集团海口解放路书城精品图书馆
常州 24 小时青果书房
延安中国红色书店书城
邵阳书里书外(红旗路店)
吉林省长春市欧亚商都乐活里店·阅悦书吧
宁夏中卫市新华书店读者书苑
大众书局·苏州繁花店
中油书店管干院店
玖伍文化城新华购书中心

| 献礼新时代 |

2016~2017 高效运营团队

京广·尚悦运营团队
重庆新华北碚城南书城运营团队
武汉万隆书城运营团队
河北宽城新华书店运营团队
海门麦穗书房运营团队
合肥市城市阅读空间
荆门九渊书吧运营团队
牡丹江市新华书店运营团队
清江浦书房·24H 书店运营团队
山西省实验中学校园书吧运营团队
上海新华书店港汇店运营团队
山东文友书店运营团队

(上接第 17 版)

阅读空间新思维

经营一家书店,无法绕过的问题是“如何吸引读者”。一家书店的选书、摆放、装修、格局无不体现对这个问题的思考。好的空间设计,不仅能够吸引读者,更能够放大书店的商业品牌价值。除此之外,“图书+”“文化+”的经营模式,将文化、时尚和商业结合在一起,打造出的一种独特购物体验,也成为众多实体书店转型升级后的经营新思维。

空间设计力放大商业品牌价值。GLC 中国区合伙人、商业空间设计及运营总监、资深设计师陈嘉智表示,综观商业大潮,为求生存、求长久,各家各施所长,纵论体验,但唯有“强内容、情景化”,方能使品牌价值最大化。

他认为,在新的空间设计上应做到以下几点:市调先行,做精准整体的定位;以消费者为核心进行业态招商;规划有“服务感”的措施清单;维护读者忠诚度;梳理企业特性的 IP 形象元素;搭建区域特色主题化、情景;规划情感故事线;规划功能动线节点;打造记忆点;实施专业的陈列、灯光设计;运用适当的科技手段;打造人性化配套服务。

北京上元环艺创办人、设计总监仪祥策表示,目前,全国实体书店升级工作如火如荼,涌现出许多形式各异的新案例,可谓争奇斗艳、百花齐放。书店升级是多学科、多专业的系统工程,清晰鉴别案例空间设计的真伪与优劣,才能更有效地博采众家之长,从而更有效地发挥设计力量,结合相关环节推动,达成升级目标,实现华丽蜕变。仪祥策表示,书店的空间设计力应体现在整体氛围、建筑优化、原创意识、形式与功能、文化属性 5 个方面。

探索“文化+商业”经营模式。据湖北省新华书店集团有限公司副总经理时军介绍,2015 年,湖北全省新华书店经营面积还只有 6.5 万平方米,经营模式和服务方式都非常传统。对此,湖北下定决心,通过 3~5 年的努力,全面提升城市实体书店的吸引力,实现湖北省实体书店网点的合理布局,彻底改变新华书店在读者心中的印象。

2017 年,经过系列改造升级举措,湖北新华进一步打造出符合读者消费体验需求的新空间、新业态、新体验,并结合楚文化特色打造出湖北新华特有的荆楚文创品牌——“阅界”,探索“文化+商业”经营模式。围绕“图书+”和“文化+”,集合阅读、教育、休闲、社交、文化消费等多种文化生活方式,形成以图书为媒介、文化、商业周边产品相融合的消费场景和生活方式的新空间。

阅读空间新绩效

书店经营的终极目标是获取客流、实现盈利。那么,如何吸引读者?如何扭亏为盈?这些问题矛盾则直接指向书店营销推广、服务水平如何进一步转变和提升。

调整机制,激发团队干事激情。明阅岛 24 小时书店 2014 年 7 月正式营业,开业时是全国第 4 家、全省第 1 家 24 小时书店,起初采取的是联营模式,属于多元业态的

餐饮板块进行了外包,导致具体经营虽然收获了一定的社会效益,但一直处于亏损状态。青岛书城总经理韩朝辉表示,针对这些问题,2016 年 4 月书店升级重构,采用在全系统范围首创的项目团队运作制,所谓项目制就是由员工自发组成项目团队,承担工作任务,完成效益,由项目团队与书城进行分成,从而调动起团队整体的主观能动性。

明阅岛项目小组经过半年的努力就实现了书店的扭亏为盈,成功实现了 2 年盈利目标。而接下来明阅岛 24 小时书店将继续作为改革推广的试验田,尝试 24 小时无人值守书店,并且进行品牌输出,建立大学书店、社区书店,继而持续提升社会影响力。

湖北新华在创新书店运营方式,推进体制机制改革的过程中,全面推进店长负责制施行。湖北新华集团总部对连锁门店经营成本、费用进行严格预算管控,将门店员工聘用、门店日常经营管理全权授予店长,打破传统薪酬模式,建立以业绩为导向的考核和分配机制,解决薪酬问题。

品牌活动获取流量,实现有效转化。新华文轩零售连锁事业部副总经理杨柳青表示,书店经营首先要获取流量。实体书店销售不景气,客流量每况愈下,如何让更多人来到实体书店,在这个“看脸”的时代,不可否认“颜值”会带来巨大流量。但仅靠“颜值”远远不够。面对多种引流方式,怎样让读者持续并愿意来到书店?持续不断开展活动不失为一个好办法。据了解,在文轩 BOOKS 一年举办的 400 场活动中,大概有 50 场是和书、阅读、出版社相关的,另外的 350 场更多是其他领域的活动,例如旅游旺季和四川的媒体、美团网等一起开展的民宿分享会。文轩 BOOKS 在 180 平方米的展厅每月和各国领事馆、艺术家等举办文化展出,通过不一样的形式让新一代的消费者重新认识文轩。

江苏新华目前正在不断探索“阅读+”的营销模式,提出了将门店打造成城市“文化客厅”的理念,通过把出版物销售和相关业态、产品及服务进行叠加,举办书展、书市,组织名家讲座、主题沙龙、书友联谊会等活动,满足读者多样化、个性化文化需求。

沈阳市新华书店所创办的“沈阳晚八点”为书店的引流方面作出较好贡献,书店也借助活动与店内图书陈列相辅相承,取得了较好的销售业绩。“沈阳晚八点”创办于 2015 年 11 月,是沈阳市新华书店联合辽宁电视台新北方琳琳书屋节目组发起的一档公益活动。“沈阳晚八点”公益文化沙龙讲座创办至今共举行公益讲座 962 场,邀请演讲嘉宾 569 人,听课读者已突破 10 万人次,形成了稳定的嘉宾和读者基础。随着“沈阳晚八点”活动的人气越来越高,活动时间内的销售额占全年销售额的 10%以上,也证明了“沈阳晚八点”为书店的销售起到了助力的作用。

沈阳市新华书店马路湾书店经理丛海燕表示,“沈阳晚八点”活动坚持在小规模试错中摸索前行,内容安排直击受众痛点、痒点和爽点,无门槛理念吸引和涵养更多“晚粉”,打通线上线下口碑传播“任督二脉”,以及活动在持之以恒的固守中“星火燎原”等特色都让该活动成为书店获取流量、取得效益的好途径。

优案推介

文轩 BOOKS 参与一家书店梦想



宜家&文轩 BOOKS 主题策展:好的阅读空间,从一本好书和一个优质环保的沙发开始。



文轩 BOOKS 运营团队

如何使阅读更加贴近普通人的生活、让阅读体验变得更为丰富,让阅读真正成为人们的生活方式,这是实体书店发展的方向,也是阅读服务发展的方向。因此,新华文轩希望读者、书店运营团队都参与进来,去设想和规划一家他们认为有价值的书店,并将这个梦想实现。

除了书,读者梦想中的书店还应拥有什么?

作为新华文轩转型升级的全新品牌,文轩 BOOKS 一直在思考,除了书,读者梦想中的书店还应拥有什么?为此,文轩 BOOKS 不但创新性地将在店内 25% 的面积用于打造各种类型免费阅读区,更提供 100 种不同形态的座椅,让读者能用自己喜欢的方式来享受阅读。文轩 BOOKS 将 3 层楼近万平方米的空间一分为二,在书城 1~2 层以人文和自然为主题,以“森林生活&休闲阅读”为核心,将花草植物融入到整体设计环境之中,由书到植物,由植物到环境布置,为来书店的成年人打造了一个独一无二、舒适的空间。在 3 层,以文明和进化为主题,让整个书城 3 层空间故事化,打造了国际象棋、冰河世纪、四大文明、星空故事等多个趣味化主题空间,为小朋友打造了一个小人国的童话世界。

除了工资,我们还能给团队提供什么?

站在行业改革创新的浪头上,新华文轩彻底颠覆过往的刻板形象,以阅读服务为核心,推动商业模式创新和经营业态升级,让读者惊喜地发现,原来新华书店也能集创意、舒适于一身,而这一切,只依靠以人为本的空间设计、充裕的资金、前瞻的战略规划是不够的,还需要优秀的运营团队来支撑转

型升级的落地。

她们想做自己的追梦人。以 90 后川妹子为主力的文轩 BOOKS 业务团队,年轻、时尚、任性。换下工装甚至够资格去 T 台走秀的她们,可以不眠不休,在 10 天内将一座近万平方米的书店从废墟般的工地变得如自己一般美丽动人。没有 80 后房贷、车贷的压力,工牌、工装的好看与否都可以成为她们留下的理由。除了工资,新华文轩能给她们提供什么?只有在制度范围内最大程度的信任与自由,让她们能将自己对印物的执迷与追问融入到图书选品中、与读者朋友般的交谈中,以同龄人的思维去和读者建立情感、沟通信任、找到共鸣。

设计师的世界你不懂,要保障效果就不要去指手画脚。同样是 90 后川妹子为主的设计团队,用创意为颜料、以各种设计软件为画笔,将书店的每个角落都赋予了不同的意义。小到宣传品设计,大到场景打造,每当给到一个命题,给予充分信任和资源调配支持,她们就能用画面和空间传达信息,重新定义书店消费者的五感体验,用设计来创造价值。她们嘴边常常挂着一句话是“设计师的世界你不懂”,她们用巧妙的构思和叹为观止的落地效果来征服所有消费者。

企划不是吃饭,但照样可以一日三餐。文轩 BOOKS 企划团队平均出生于 1993 年,虽然生活阅历不太丰富,但却能从消费者的角度进行生活方式的设计,以天马行空的想象力,将创意作为竞争力,用企划力来搭建起跨界合作的桥梁。短短一年时间,400 余场活动,涵盖了阅读沙龙、影视分享、大咖讲座、文化策展、主题音乐会、舞会、沉浸式戏剧等,并且平均单场活动参与人数过千。

用什么才能留住如此妖娆的她们?构建这样一个团队很难,但更难的是如何留住她们。除了信任和放权,最主要在于文轩给了她们实现梦想的机会:有的梦想着自己能亲手设计一次展览,里面的每一个角落都是自己梦中的画面;有的梦想着能开一家小小书店,里面的每一本书都经过了自己的秉烛夜读;有的梦想着能与崇拜的名人,面对面来一次访谈……这些,在文轩 BOOKS 都得到了实现。