

CHINA PUBLICATION MARKETING WEEKLY

中国出版营销周报

本期
关注

用“阅读+”打造校园书店运营经

关键词 业态 活动 校园文化

当前，校园书店成为社会关注的热门话题。一方面是政策不断支持，例如2016年6月，11部门联合印发《关于支持实体书店发展的指导意见》，提出“引导和推动高校加强校园书店建设，鼓励发行企业参与高校书店建设，各高校应至少有一所达到一定建设标准的校园书店，没有的应尽快补建”，并且“鼓励在中小学校及周边开办实体书店”。2019年7月，教育部官网发布《教育部办公厅关于进一步支持高校校园实体书店发展的指导意见》提出，积极引导和支持校园实体书店在经营模式、空间布局和环境营造方面科学调整，打造特色鲜明的校园文化空间。另一方面，国家正在大力推进全民阅读建设，校园书店作为全民阅读的重要组成部分，建设新型校园书店，能为“书香校园”打造引领阅读风尚、符合学生需求的新型文化体验空间。

近两年，各地新华书店频频传出校园书店的开业消息，依托其专业运营优势，为校园书店的开办打造了示范效应和运营模式。为此，记者采访了全国十余家新华书店开设或共建的中学校园书店，聊一聊中学校园书店的运营经。

多招式精准选品
“阅读+多元”满足师生需求

在采访中发现，这些位于中学的校园书店面积大多在500平方米以下，属于中小门店。为了符合青少年群体的审美和阅读需求，这些书店在品牌选择、风格设计等方面借鉴了当地的文化、学校等元素。同时针对该群体的阅读需求进行精准选品，以满足构建学生知识体系的需要。此外，水吧、文创等多元项目的引进，让校园书店成为解决学生需求的“加油站”。

结合当地文化、学校元素命名书店，使之成为有机整体。“儒风书院”是梁山新华书店在梁山现代高级中学开设的校园店，面积390平方米，是一家集图书经营、阅读推广、学术交流、创意生活于一体的复合式校园文化空间。据梁山现代高级中学校园店经理关林介绍：“以读古今文化，承仁义雅风为书院理念，故书店取儒家文化发祥之名为‘儒风书院’。”广东梅州新华梅县东山中学“时敏书吧”、内蒙古赤峰新华赤峰二中明德书屋等校园书店的名字借鉴了学校的校训内容。据广东新华发行集团梅州新华书店有限公司江南购书中心经理罗宝君介绍：“时敏书吧面积160平方米，是书店与学校共商、共建、共享的文化空间，围绕着服务师生、服务教育、丰富校园文化生活以及促进书香校园建设的理念而展开。”

此外，还有一些校园书店是将新华子品牌与校园书店进行结合，例如昆明新华呈贡分公司昆明第三中学U品阅读栈、湖北新华随州市分公司倍阅曾都一中校园店、河南新华中原图书大厦朗

悦慧外国语中学店等。据中原图书大厦人民路店店长侯春芳介绍：“新华书店尚书房——朗悦慧店隶属于河南新华，为充分满足各界读者需求，尚书房由社区书店连锁品牌扩展到校园书店，全面打通校园文化服务的‘最后一公里’。”
依托各类榜单、大数据、调查问卷进行精准选品。相比其他书店目标客群，校园书店的客群相对集中，如何在有限的空间陈列学生最需要的图书，这直接考察了书店运营的专业性。浙江萧山新华萧山三中校园书店图书主要以人文社科类为主。在萧山书城经理王凯看来，校园书店拥有明确的读者群体，在选品上不需要面面俱到，而是要挖掘哪些图书适合中学生阅读。“为此，我们成立了校园店图书选品小组，依托浙江省店强大的信息技术，参考豆瓣、新浪、部分优秀人文社科类出版社等推荐的图书，因地制宜，挑选适合学生阅读的图书。”梁山现代高级中学校园店是一所以艺术类学生为主的学校，因此图书类型以艺术、社科、文学、教辅等图书为主。关林介绍：“图书品种选择有两个依据，一是组织举办师生荐品会，参考师生的建议；二是根据高中生必读书目和适用的教辅图书进行备货。”昆明新华呈贡分公司昆明第三中学U品阅读栈则利用校园大数据和即时的问卷调查，分析师生喜好，有针对性地挑选适合的图书产品。广东江门新华江门一中校园书店的图书品种以文学、教辅、工具书等为主。据了解，杂志格外受该校学生的欢迎，且具有连续购买的特点，因此是店内销售的重点类型之一。

“图书+多元”成为校园书店运营常态。采访发现，图书不再是中学校园书店的单一业态，文体用品、文创产品、水吧等多元项目进一步丰富了书店的业态。中原图书大厦朗悦慧外国语中学除

了经营图书外，同时经营文具、文创产品、生活用品、饮品等项目。青岛市黄岛区新华书店和美书乡校园书店将书店、书咖、文创产品等融为一体。广东梅州新华梅县东山中学“时敏书吧”的多元产品涉及文具、体育用品、文创产品等1500余种。浙江萧山新华萧山三中店围绕着“文创产品+书籍”经营理念，引进“书袋熊”品牌，深受师生欢迎。内蒙古赤峰新华赤峰二中明德书屋以“图书+多元”的经营模式，引入甜点、热饮、文创等项目。梁山现代高级中学“儒风书院”则融合了儒风西点水吧、时光慢递邮寄、宅急送快递、打字复印、文创产品、翰宣亭文房四宝和儒风图书借阅馆等多元服务项目，既满足师生需求，又实现了盈利。

创新营销形式
“阅读+活动”延伸校园需求

据中国新闻出版研究院组织实施的第十六次全国国民阅读调查结果显示，2018年我国成年国民人均纸质图书阅读量为4.67本，人均电子书阅读量为3.32本。其中，14~17周岁未成年人课外图书的阅读量最大，为11.56本。针对阅读需求如此大的群体，中学校园书店应发挥“第二课堂”作用，结合学校要求和师生需求，以阅读为核心打造营销活动，打通阅读最后一公里。

设立阅读区，举办阅读活动，推进书香校园建设。“校园书店不同于其他书店，是一个单存的文化营业场所，更是一个综合文化教育服务平台，除了承担书店的基本功能，更是推广全民阅读和书香校园建设的前沿阵地，连接书店与学校最后一公里的桥梁。”关林解释了对校园书店定位的理解。记者发现，虽然中学校园书店的面积不大，但不少书店都专门开辟阅读区，提供阅读空间，举办文化活动。浙江东阳中学心安书吧提供60余个座位，与学校图书馆相互补充，让师生在书吧静享阅读之乐。广东梅州新华梅县东山中学“时敏书吧”专门开辟了阅读区域，配置投影、音响等设备，为开展文化活动和师生日常看书、学习和交流提供了便利。据罗宝君介绍：“书店积极开展学生第二课堂和其他文化活动，例如在2018年6月举办了‘诗与诗意·第一届校园诗词大赛’。此类活动的开展，让更多师生了解书吧，来到书吧。”

昆明第三中学U品悦读栈将书店中的156平方米作为教师休息区和文化活动空间，用于开展文化沙龙和教研活动，据书店相关负责人介绍，书店与校园文化相结合，致力于打造“悦读时光，书林有你”的校园文化氛围。根据校园师生有差异的作息时间，展开了多种多样的活动，例如节日活动、图书分享、师生艺术展览、教师课题研讨、学生文化体验等。

(下转第11版)

■中国出版传媒报记者 王霖



10月20日，第5届浙江书展暨2019宁波读书节落幕(本报浙江书展专刊见2019年10月15日第2566期9~12版)。官方数据显示，浙江省2019秋季馆藏图书展示会，实现馆配订货码洋7780万，同比增长1625万，增幅达26%。浙江全省主会场分会场共实现销售1198万元，其中主会场实现图书销售89251册，销售额近378万元，同比增长19.24%，人流量达15.66万人次，同比增长17.22%。宁波主会场带动全省101个分会场，在4天的阅读嘉年华中，举办了350多项活动，近200万人享受了这场文化盛宴，1000多万人通过网络平台关注了书展。

3000浙版书礼赞新中国成立70周年

今年是宁波书展升级为浙江书展的第一年，恰逢新中国70华诞。书展的主题出版馆展出了中宣部发布的2019年主题出版重点出版物，包括“新时代新思想”“不忘初心牢记使命”“领导干部素养”和“宁波主题图书”等10个分系列，共300余种图书。10月19日，浙江省委副书记、宁波市委书记郑栅洁巡展时，在主题馆驻足翻阅良久，了解图书发行销售情况。他希望相关出版社坚持正确的出版导向，不断增强社会责任感和大局意识，为人民群众提供更多丰富、健康的精神食粮。

书香浙江馆展出了3000余种浙江当地出版社编辑出版的精品力作。其中《读懂“八八战略”》已销售380多万册；《之江新语》已发行400万册，还将被翻译成20多种不同语言的版本。连日来，前往主题馆参观的读者络绎不绝，有党员干部、理论研究专家，也有普通市民。他们通过书籍不断探寻和思索《之江新语》的时代意义、“两山理论”的精神密码、浙江人“勇立潮头”的文化基因。

101个分会场同步开启阅读

除了主会场，浙江书展还在该省11



个市的新华书店、特色书店和农家书屋等101个分会场同时开展阅读活动。如宁波书城举办了“阿拉阅读”系列分享会，鄞州书城举办了《文化的江山》新书首发式，余姚泗门书城组织了书香泗门读书会，象山书城组织了一批阅读推广系列活动，富阳新华书店举办了“穿越红楼西游，叱咤三国水浒”——东吴文化分享会；宁波新华书店集团旗下门店同步举办了“浙江书展百种好书推荐”主题书展。10月18日，节目主持人、作家敬一丹，作家、茅盾文学奖得主阿来、李洱等做客“天一阁论坛”，纵论文化与阅读推广。

除众多文化名家，本届展会还让很多读者有了与国内一流图书出版单位、出版人沟通交流的机会。人民文学出版社、商务印书馆、中华书局、三联书店等30多家全国顶尖出版单位悉数到场。站在新的起点，浙江书展正在朝着打造有重要影响力的文化盛会、全国知名的全民阅读示范点、全国一流水平的省级书展的目标奋进。

让企业与书展共成长

无论是“第5届浙江书展暨2019宁波读书节”还是过往数年的“浙江全民读书节暨2018宁波书展”，宁波新华书店集团作为执行承办方，为书展顺利进行承担了海量工作。当被问到“5年不间断的书展为新华书店集团带了什么”时，宁波新华书店集团董事长陆皎表示：“打造文化阅读品牌的同时，宁波新华书店集团也在与书展共同成长。”他表示，数载的努力，让打造全省文化阅读品牌逐步成为现实。

陆皎坦言，为了办好书展，相关的负责人全国各地到处跑，现场观摩其他城市书展的情况。“北京、上海、深圳、西安全国各地书展都有我们集团员工的身影。”每一年的书展，都需要长时间的准备，消耗大量的时间精力。但这些努力都是有成效的，不仅打造了书香品牌，更推动了企业的成长。“汗水和付出是有成效的，5年办展的辛劳，让我们集团与书展共成长。”陆皎强调到。

主会场图书销售同比增长近两成

湖北新华开展军运会特许吉祥物营销

中国出版传媒商报讯 10月18日~27日，第7届世界军人运动会在武汉举行，赛期10天。这是中国第一次承办综合性国际军事赛事，也是继北京奥运会后，中国举办的规模最大、参赛人员最多、影响力最广的国际体育盛会。近期，围绕办好军运会，湖北新华紧锣密鼓、积极开展第七届世界军人运动会特许商品营销工作。

据了解，军运会特许商品包括军事题材商品、武汉特色徽章及其他非贵金属制品、贵金属、配饰、文具、玩具、中国特色工艺品、丝绸制品以

2019广西书展传播书香辐射东盟国家

中国出版传媒商报讯 2019广西书展于10月25日~28日在广西南宁国际会展中心B1馆举行，为期4天。本届书展以“书香八桂 共圆梦想”为主题，旨在通过大力开展全民阅读系列活动，引导全社会多读书、读好书，着力提高全区人民群众思想道德素质和科学文化素养，努力建设书香八桂。

本届书展由广西书展组委会主办，由广西出版传媒集团有限公司承办，广西新华书店集团股份有限公司、广西书刊行业协会协办，邀请国内100多家优秀出版单位、东盟国家出版机构、中国港澳台出版商与经销商以及民营书商参展。

及第7届世界军人运动会纪念邮票、足银纪念章等10个大类。湖北新华旗下武汉泛海书城、24小时九丘书馆、倍阅书店华师大学店、倍阅书店华农大学店、万隆书城、长江文化广场店等16家门店销售军运会特许商品。这些门店积极开展宣传营销工作，例如在店内打造军运会特许商品专区，制作横幅、电子屏、POP海报，组织针对小读者的军运会普及讲座，并利用微信、抖音等多种形式，全方位向广大读者推介。此外，营销人员还主动走进机关单位进行团体宣传。(唯一)

本届书展加大了优惠力度，全场图书7.9折、部分书低至5.9折，特价展区图书低至4折，最后一天狂欢折扣全场图书6.5折。此外，现场发售文化惠民卡和抢购书券活动，让利读者。第2届中国全民阅读年会和中国—东盟少儿出版阅读论坛也将同期举行。(尹天)

本期导读

技术驱动促电商运营能力提升

“商报·京东数据9月畅销书榜单”分析 P10

《汴京之围》

纸电声联动3个月销售突破7万册

《在深渊里仰望星空》

纸电同步+多端引流实现畅销常销

P11