全国高校商业精英挑战赛战略合作在京签约

中国出版传媒商报讯 日前，全国高校商业精英挑战赛战略合作签约仪式在“第二届中国对外贸易合作发展论坛——RCEP数字贸易产教融合论坛”期间举行。该论坛由中国国际贸易促进委员会主办，中国贸易报社、中国国际贸易促进委员会商业行业委员会承办，并作为2022年中国国际服贸交易会的重要活动在北京国家会议中心举行。

在仪式上，中国贸促会商业行业委员会书记任贵英与中图科信数智技术（北京）有限公司总经理李沄沨进行了合约签署。此次签约，标志着中国贸促会商业行业委员会与中图科信数智技术（北京）有限公司合作的正式开展。该合作有助于加快校企合作、产教融合成果的落地生效，为数字贸易人才培养提供了示范。

全国高校商业精英挑战赛是由中国国际贸易促进委员会商业行业委员会牵头会同有关专业协会（学会）、事业单位联合主办的国家级赛事。全国高校商业精英挑战赛设置品牌策划、国际贸易、会计与商业管理案例、物流与供应链、创新创业、流通业经营模拟、营销模拟决策、跨境电商、会展创新创业实践、商务谈判、商务会奖旅游、酒店管理、国际经贸与商务专题等13项专业竞赛，累计参赛院校数量1890余所、参赛队伍9.56万支、参赛学生65.27万名。总决赛举办地遍及我国境内21个城市及境外7个国家和地区。根据中国高等教育学会高校竞赛评估与管理体系研究工作组发布的《全国普通高校大学生竞赛排行榜》，全国高校商业精英挑战赛部分赛项已连续2年纳入全国普通高校大学生竞赛排行榜。 （肖 颖）

● 观 察

面对日趋变化的消费环境和学生、家长群体的多种需求，在开学季如何精准把握需求、推出直达消费者“心坎儿”的活动，对实体书店来说，是每年两次看似相同，却处处不同的“大考”。此次，商报记者从3个方面入手，对政策、线上营销、政企合作等方面进行梳理，破题实体书店开学季营销。

开学季营销难上加难 3招实现创新与实效兼顾

■中国出版传媒商报记者 王 霖

招数1：关注政策热点 紧抓读者需求

教材、教辅、工具书、配套阅读图书……一到开学季，对比往年销售数据以及学校、家长、学生的需求，实体书店都会配套推出相关的营销活动。

如何进一步吸引读者关注？在广州新华出版发行集团常务副总经理刘景明看来，实体书店的开学季营销，要在推出折扣优惠的基础上，更加关注消费者的多元化、个性化需求，结合“双减”政策策划开展各类文化活动。“对于学生群体，重视通过活动帮助其改善思维方式和学习方法，丰富课余生活，健康全面发展；对于家长群体，重视倡导科学教养，通过活动帮助其加强亲子交流，提升陪伴品质。从学生、家长及学校的当下痛点出发，以优质的主题活动吸引其到店学习、消费，推动书店持续从‘货场’向‘学习场’、从‘货商’到‘知识服务商’转变。”

针对不同地区的教育需求，书店要紧跟热点。在北京中关村图书大厦业务部经理邢丹看来，随着教育改革政策性文件的落地以及中考的新变化，学生购买图书的目的性更强。“我们在备货时要做好选品，在营销方式上更加精细化、多样化，比如对课本和教辅的到货情况通过表格的方式呈现给读者，并在读者微信群里实时通报。通过抖音、微信视频号等，以直播讲解的方式重点推荐文教等新书和促销活动信息，让读者第一时间了解。同时，今年秋季开学季逛书店的家庭客群增加、消费能力增强，为书店经营带来了新的机遇。针对这一特点，在经营过程中，我们要充分了解教育改革方面的政策和读者需求精准选品，发挥实体书店为读者面对面服务的优势，尝试以同年级课本、辅导、课外阅读、课堂笔记等打包购买的方式满足各年级学生的需求。通过以读者需求为中心的思维方式的转变将为实体书店销售增长产生长远的影响，也为读者重新回归实体书店创造更好的条件。”

如今，“90后”“00后”逐渐成为消费的中坚力量，不少书店在分析了今年开学季书店消费群体的画像后，也印证了这一观点。为此，云南昆明书城徐露然表示，为进一步吸引年轻群体，秋季开学季期间，书城大幅增加了年轻化营销的权重，从选品、营销活动、宣传策略等方面采取更积极、更年轻化的方式，活动多为快速跟进当下热点以及更有互动的模式，同时从选品、陈列等方面进行调整和创新。

招数2：重视线上宣传 扩大活动影响

如今，线上渠道营销成为实体书店发力的重要方向和重要营销节点。从采访来看，几乎所有的书店都推出了线上活动。

包头书城创新线上活动形式，推出爆品书单、“秒杀”图书及文创活动等；在抖音进行宣传销售，做线上阅读打卡活动；储值返赠、读者群惊喜回馈、预约订书、“云逛”书店等。内蒙古包头书城策划部李恬说：“通过线上活动的推出，有效打通线上线下，让书店会员除了能在线下体验到优质的服务外，还能体验线上的便捷及多种优惠政策，进一步加强书店与消费者的粘合度。”

秋季开学季期间，课本教材改版与武汉市突发疫情叠加，学生无法到校领教材。针对这一突发状况，湖北武汉新华书店8月底陆续在20家门店上架相关教材，满足学生上网课的用书需求，并开通线上服务功能，通过读者社群、线上直播、线上商城的方式，积极满足学生的教材需求。武汉市新华书店企划部副部长张泽文说：“进一步通过读者社群、线上直播、线上商城的线上生态链，增强读者黏性，顺应读者消费习惯与消费方式的转变，提供更多线上线下同步服务，满足读者多样化的需求。”湖北仙桃市新华书店在线上也有不小的收获。秋季开学季期间，仙桃市新华书店借力数字营销技术，打通品牌营销链路，实现微店销售18万元、会员增长4000余人。

招数3：加大政企合作 加强店外营销

近年来，越来越多书店在营销策划中注重强强联合，通过多方合作，实现活动效果最大化。

秋季开学季期间，黑龙江牡丹江市新华书店联合中共牡丹江市委宣传部、牡丹江市教育局、牡丹江市妇女联合会开展了“童声颂党恩 喜迎二十大”红色经典诵读短视频征集活动，鼓励孩子们从诵读中获得力量，用读书丈量美好世界。据牡丹江市新华书店总经理郝晓坤介绍：“牡丹江多个小学积极参与、踊跃报名，共递交参赛作品140个，由牡丹江市专业朗读者协会专业老师进行评选，并将举行线下颁奖仪式。”内蒙古鄂尔多斯市新华书店抓住该地学校建立校内图书角的需求、家长注重图书质量和性价比等机会，利用“马上购”系统推出师生家长线上选书服务。据鄂尔多斯市新华书店营销策划郝晨介绍：“该项服务既为学校、家长提供购书便利，也带动了门店线上会员增长，增加线上销售。”吉林省新华书店集团长春市有限责任公司重庆路书店推出的“毕业季小小售书员”社会实践活动，通过与长春市自强街道重庆路南社区联合，为社区居民开展售书活动；与长春市少儿图书馆联合开展系列活动，邀请吉林广播电视台教育广播主持人，开展“家庭心理讲座——陪孩子一起幼小衔接”活动；邀请吉林广播电视台资讯广播制作人、主持人诗展开展“爱国教育讲座——红色家书”活动，联合主持人彤卉开展“有感情的朗读吧”活动等。该店经理曲连伟介绍：“连续开展多场活动，既带动了进店客流，又形成了固定的小读者群体。”

内蒙古赤峰书城的开学季营销活动与本地多家培训机构联手开展，策划购书即可享受免费体验课程的活动。该书城经理张国强介绍：“如购买字帖类图书可享受书法练字体验课，购买幼儿绘画类图书即可参加幼儿创意美术体验课等。这类创新活动在开学季开展，对促进销售有着积极影响，密切了书店与当地各大培训机构的联系，增加团购订单的可能。”山东临沂书城在今年开学季营销策划中融合资源优势、创新服务模式，该书城副经理田云红介绍：“临沂新华书店联合出版社、新铧文旅、联营商户等各方资源，策划举办了名家公益讲座、琅琊书香一日研学、小记者新华读书会、阅读音乐会、钢琴沙龙等系列文化活动20余场，丰富了孩子的课余生活。”

（上接第13版）

江苏南通受疫情影响，学生开学时间推迟，为有效推出开学季营销活动，南通书城加大了“掌上新华”线上销售推广力度。南通书城经理高海军介绍：“目前正在开发企业定制书单、学生教辅征订等功能，希望能补上门店零售的缺口。”

直播、社群运营成营销标配。谈到线上营销，很多人都会将“直播+社群运营”作为标配。的确，对书店来说，想要进一步培养读者的黏性，这样的搭配必不可少。秋季开学季期间，上海新华的营销活动以线上渠道为主。以2022年秋季开学为主题，上海新华举办了“申学课堂”开学第一课——大同幼儿园：阅读红色文化，浸润幸福童年线上活动。上海新华传媒连锁有限公司营销中心总监陈蓓蓓介绍：“大同幼儿园是中国共产党早期创建于上海的一所‘红色摇篮’，重温大同幼儿园的红色历史，牢记初心和使命，是申学课堂开学第一课的用意之一。该线上活动从教育、阅读与文化的角度吸引了不少学生和家长观看。”为了进一步扩大开学季营销的影响力，8月29日~9月4日，上海新华传媒旗下门店在各社群内开展了“学习搭档好推荐”活动，门店营销师、微信社群管理员每日选择1~2个系列的教辅图书，从图书特点、难易度等方面进行推荐说明，并发布图书最新的到店、现货情况，及时介绍开学季相关营销活动，方便读者第一时间了解信息。

湖北仙桃市新华书店今年重点发力线上渠道。据仙桃市新华书店连锁零售业务部副店长聂玲介绍，一是线上微店设立“焕新开学季 领航新学期”专区，通过设计无门槛优惠券、满减券、购书包送文具等优惠活动吸引读者下单；二是在微店、抖音、视频号直播，并在抖音、视频号上传阅读视频引发热点。8月15日~30日，在抖音平台每晚进行4小时直播活动，进行引流宣传；三是多区域联合直播，结合爆品视频、微信公众号宣传及社群推广，实现单场平均销售金额1.2万元。

武汉市新华书店在秋季开学季推出了“以梦为马，火力全开，向梦想出发——开学季”线上直播活动。据张泽文介绍：“如武汉市新华书店江汉书店开展沉浸式开学季直播，推荐书店开学季线下系列活动，并重点推介阅读主张活动图书品种、新版教材以及线下门店专门针对开学季为读者提供的社群导购线上下单增值服务。”

山东临沂书城开学季营销以中小学生为主体，充分利用自身行业优势，融合多方资源，策划推出主题联展、名家讲座、文化沙龙、书香研学、文化下乡、文创市集等不同类型的文化活动50余场。据临沂书城副经理田云红介绍：“我们深化立体营销，每场活动均同步开展线上直播，让读者足不出户畅享文化盛宴，努力实现全民共同参与。并利用短视频、直播、社群等形式，在微信视频号、抖音等新媒体平台进行图书、文创产品推荐，引导读者进行线上文化消费。”云南昆明书城在开学季期间除常规每周五线上开展“街头讲书六点一刻读书会”“沟通悦享会”活动外，还增加了细化群体后社群互动活动及服务工作。徐露然介绍，借力社群，用更为及时的同城配送及齐备的库存，为无法进店的读者提供服务。

（上接第13版）

书店人眼中的开学季销售黑马产品都有啥？

黑龙江牡丹江市新华书店
推荐人：郝晓坤（牡丹江市新华书店总经理）

主打产品：《四大名著》《上下五千年》及“大中华寻宝记”系列、“绿卡”系列、“东野圭吾”系列、“半小时漫画”系列

多元产品：晨光文具，保温杯具、餐盒、早餐厨具等家居产品

销售黑马：《动漫迷的世界》《英雄刘胡兰》《星空下的童年》及“摆渡船”系列、“植物大战僵尸”漫画系列、“大中华寻宝记”系列、“金星”系列

销售Tips：推理小说深受青年读者喜爱，工具书需求同比增加。

湖北省新华书店集团仙桃市新华书店
推荐人：聂玲（仙桃市新华书店连锁零售业务部副店长）

主打产品：同步教辅、同步阅读系列，如“慧读者”同步阅读系列等

多元产品：文具文创产品，如倍悦帆布包、爱好IP文具等

销售黑马：《蛤蟆先生去看心理医生》《乡土中国》

销售Tips：同步教辅、同步阅读、多元文具文创等产品上榜开学季必买清单。

湖北武汉市新华书店
推荐人：张泽文（武汉市新华书店企划部副部长）

主打产品：《五年中考三年模拟》《5·3天天练》《黄冈小状元》《重难点手册》《现代汉语词典》《新华字典》《古汉语用字字典》及“Q-BOOK”系列

销售Tips：主要推荐经过多年市场考验的品牌，市场认可度高，销售稳定。

吉林省新华书店集团长春市有限责任公司重庆路书店
推荐人：曲连伟（重庆路书店经理）

主打产品：《新华字典（第12版）》《现代汉语词典（第7版）》《古代汉语词典（第2版）》《朝花夕拾》《西游记》《红星照耀中国》《活着》《文城》

多元产品：文化用品

销售黑马：文化用品

销售Tips：综合往年销售经验，有针对性地进行销售准备，并在重点区域进行展销。

江苏凤凰新华书店集团南通书城
推荐人：高海军（南通书城经理）

主打产品：“数学计算能手”系列、“语文默写能手”系列及《新华字典》《活着》《百年孤独》《朝花夕拾》《昆虫记》

多元产品：天文文具套装、步步高词典笔

销售黑马：教辅、课外阅读系列

销售Tips：以新学期学生教辅和课外阅读名著为主；加大线上推广力度，减少疫情造成的影响。

江西新华文化广场
推荐人：曾金（江西新华文化广场店长）

主打产品：《现代汉语词典》《新华字典》《红星照耀中国》《西游记》《艾青诗选》《红岩》《乡土中国》《朝花夕拾》《活着》《大中华寻宝系列·江西寻宝记》

销售黑马：《实验班提优训练》

销售Tips：紧跟学生需求，适时调整销售产品。

内蒙古包头书城
推荐人：李恬（包头书城策划部员工）

主打产品：《现代汉语词典》《独代汉语词典》《古汉语常用字字典》《牛津高阶》《成语大词典》《英汉大词典》

多元产品：维克多利笔记本、杯具熊儿童水杯、爪爪猫C12蓝牙音箱、漫步者GM5蓝牙耳机

销售黑马：《主题诗文诵读》《内蒙古寻宝记》《猜猜我有多爱你》《大卫不可以》及水杯、笔记本、口罩等。

销售Tips：符合地区性学校用书和学生的需求。

内蒙古赤峰书城、赤峰市新华书店主题店
推荐人：张国强（赤峰书城经理）、**雷志峰**（赤峰市店主题店经理）

主打产品：《乡土中国》《红楼梦》《红星照耀中国》《新华字典（第12版）》《古代汉语词典（第2版）》《现代汉语词典（第7版）》《活着》《大语文——成语故事》《学生实用古汉语常用字字典（第6版）》《西游记》及名著系列、红色书籍

多元产品：文具、水杯、书包等

销售黑马：《轻轻松松当好班主任》

销售Tips：注重教师培训及综合素质提升相关书籍；今年开学季名著类图书销售不如预期，更多教师更愿意关注新书。

内蒙古鄂尔多斯市新华书店
推荐人：郝晨（鄂尔多斯市新华书店营销策划）

主打产品：《现代汉语词典（第7版）》《古汉语常用字字典（第5版）》《牛津高阶英汉双解词典》《古代汉语词典（第2版）》《爱上古诗文》《大语文学霸手册：识字大王》

多元产品：天堂伞、纸本笔等文具

销售黑马：字词典

销售Tips：主推单价高、实用性强、市场需求大的图书和多元产品，有利于带动销售。

内蒙古呼伦贝尔市新华书店河东店
推荐人：张媛（呼伦贝尔市新华书店河东店员工）

主打产品：《句子训练同步练习》《字词训练同步练习》《西游记》《水浒传》《小学奥数思维举一反三》及“小学学霸作业本”系列、“英才教程”系列

多元产品：与教辅相关联文创产品

销售黑马：阅读类辅导图书

销售Tips：学校重视阅读，促使家长、学生增加阅读辅导类图书需求，可关注该类图书需求。

山东新华书店集团临沂书城
推荐人：田云红（临沂书城副经理）

主打产品：《昆虫记》《平凡的世界》《新华成语大词典》《写字课》《地球仪》《牛津高阶英汉双解词典（第9版）》《一本涂书亲子记》《戴口罩的猫》《流浪地球（2021新版）》及“大语文名著阅读文库”系列

多元产品：派克钢笔、笔袋、护脊书包、点石中性笔等文具类产品，优学派学习机、词典笔、学习桌、智能护眼灯等辅学类产品，斯伯丁篮球、门上单杠、跳绳类体育用品，大嘴猴保温壶、乐动脖挂耳机等生活类产品

销售黑马：篮球、排球、门上单杠、跳绳类体育用品

销售Tips：满足读者线上教育学习的多种需求；中考规定的发布，体育中考有关的体育器材销量显著增长。

云南昆明书城
推荐人：徐露然（昆明书城员工）

主打产品：《人民日报教你写好文章》《艾青诗选》《红星照耀中国》《幽微的人性》《圆圈正义》《素书全集·中华传统文化核心读本》及“半小时漫画”系列

多元产品：国誉活页本、得力文件袋、晨光G-5中性芯、百乐LJU-10EF-B啫喱笔、精牍作业本、国誉活页纸、信与恋人系列贴纸、撒米和纸胶带

销售黑马：“人民日报教你写好文章”系列、漫画作品以及IP联动文创产品

销售Tips：今年开学季增加了一些高质量的课外阅读读物作为主推品种，多元产品重点对各类开学文具以及青年人喜欢的文创产品、手帐类产品进行备货。

云南新华滇池书城
推荐人：寸黎（滇池书城经理）

主打产品：“5·3”系列、“核心试卷”系列、“能力检测卷”系列及《牛津英汉双解词典（初、中、高阶版）》《汉语常用字字典》《现代汉语词典（第7版）》

销售黑马：矫姿铅笔、地球仪

销售Tips：关注学校、家庭对孩子的多元化培养需求。

浙江杭州市新华书店庆春路购书中心
推荐人：张磊（杭州市新华书店庆春路购书中心副经理）

主打产品：《起初·纪年》《愿少年乘风破浪》《追光少年/逆风成长》《心的力量》《所有的哲学都在人生里》《苏东坡：不孤独的美食家》《江南有条钱塘江》《地球史诗：46亿年有多远》《手帐英文字体设计》《手帐排版很简单——超实用简笔画手绘排版教程》

多元产品：喜乐见字铜制活字、施德楼顶级绘图前壁、百乐juice0.4白果乐啫喱笔、樱花24色油画棒、博酷24色马克笔套装、凤凰4号勾线笔、亚运吉祥物大礼包、“杭福运”文具套餐

销售黑马：个人能力提升、时间管理、情绪控制、青春期教育、科普类读物，解压类涂色、手帐类

销售Tips：图书与文创结合开展联合展销，用展台的丰富性、实用性、美观性，吸引读者的眼球，促使读者产生购买欲望。