



《中国出版传媒商报》
官微



中国出版营销周报
官微



中国出版营销周报
视频号

本期
关注

50余家实体书店双节营销巡访 线上线下联动引流打好“复合牌”

中国出版传媒商报专题报道组 见习记者 王新雪/执笔

声音

转眼,2023年即将进入最后一个季度,各家书店都进入了业绩冲刺状态,从他们对国庆、中秋双节期间销售的预期来看,虽然传统营销节点遭遇诸如人流下降、读者购书意愿降低等因素困扰,但仍备受期待。第四季度,各实体书店在持续开展已有品牌活动之际,聚焦走出去、走上去,开展线上销售不遗余力,走出店外销售更加多元高效。

进入冲刺阶段
2023年实体书店如何圆满收官?

连依琳(广州新华书店集团传媒连锁有限公司总经理):一是利用节假日、特定日期,开展促销和特价活动。二是通过自有“书纽商城”线上销售平台,拓展线上销售。三是举办读书分享和互动活动等,吸引读者到店。四是根据顾客的需求和喜好,提供个性化的图书推荐服务,提高顾客的购买意愿和满意度。五是加强会员服务和维护,提供更多会员优惠和增值服务。

白庆增(内蒙古新华书店公司总经理):一是继续举办特色活动,如读书分享会、新书发布会等。二是增加畅销书和重点书的品种和数量,满足读者多样化的阅读需求。三是开展线上促销活动,如限时折扣、买一赠一等。四是优化店内布局,增加更多人性化、智能化的服务设施。五是加强客户服务,提升员工服务意识和服务水平。

李鉴明(广东新华发行集团顺德新华书店阅读服务中心经理):店内方面,更注重文化活动的输出,利用现有资源实现效益最大化,以活动带动销售增长。店外方面,积极走出去,进机关单位、政企、学校等,拓展团购业务。

高华(山西新华书店集团太原有限公司总经理):一是积极参与公共文化服务建设,深化新型公共文化空间建设。通过提高“新华书店”品牌曝光率,完善正面舆论引导。二是推广以书品经营为中心,辐射直播带货、阅读推广、研学旅行等多元产业的经营模式,推动实现馆中有店、店内设馆的阅读资源、阅读空间共享。三是“阅读服务中心”建设将突出面向“一老一小”营销,精细化引流书店周一至周五的日常消费,面向银发群体提供优质文化服务,同时把面向学龄前儿童提供“阅读+”服务作为丰富门店转型的新尝试,将走出去销售变成引进来营销。

甘丽萍(河北衡水市新华书店副总经理):重点从社群运营、线上直播、参与公共文化服务三个方面着手。一是针对店内读者做好用户画像分析、数据整理,搭建社群并不断维护。二是专注做好直播,不断提升线上运营水平,重点围绕抖音直播做好线上带货项目,将云商城、抖音直播与线上门店运营充分融合,提升各渠道图书销售能力。三是持续提升参与公共文化服务能力,积极对接图书馆、博物馆等,在店内探索运营自习室,在店外积极拓展建立校园书店、城市阅读空间等。

聂玲(湖北省新华书店集团仙桃市分公司连锁业务部副店长):积极拓展店外营销,一是及时关注招投标项目,积极参与。二是提前谋划“新华杯·寒暑假一本好书”活动,开展整本书阅读征订工作。三是加强线上线下、“图书+多元”融合营销,扩大流量池。

李明君(湖北新华书店集团宜昌市新华书店经理):为持续推进销售增长,我们将围绕“一核多元”开展书城运营工作。“一核”,即以打造文化交流平台为核心,不断优化“硬环境”,增强“软实力”,为参与全国“最美书店”评选做准备。“多元”即一是要加强空间运营力度,将活动开展和宣传有机统一,拓宽空间运营市场;二是盘活书城的联营业务,进一步增强与联营商户的黏性;三是加强年卡会员推广力度,优化年卡会员服务。

白欣玉(云南普洱新华书店连锁事业分部营销主管):既要守好门店零售,也要通过政府的合作与支持引进更多客户,并通过节假日节点开展营销活动,让更多客户进店,提高客流量,增加销售。

(下转第7版)

今年是疫情政策调整的第一年,又逢中秋国庆双节再度相遇,8天超长假期,成为人们充电、放松的好时机。虽然政策变化和经营环境回暖让不少书店从业者对双节销售充满期待,但也有不少受访者持谨慎态度。疫情3年对读者消费习惯的改变以及线上折扣过低客观存在,实体书店要吸引读者到店,营销手段和引流举措不可或缺。

主题活动、特色展台、精美文创、跨界联动、线上直播、惠民折扣等,线上线下多渠道联动引流已成常态,各书店都在积极打好营销“复合牌”。中秋撞上国庆,书店为读者奉上了哪些福利?开展哪些最能拉满节日氛围感的文化活动?记者巡访了全国各地50余家实体书店双节营销的具体举措,看看各地实体书店都有哪些新动作。



河北衡水书城



河南洛阳市购书中心



甘肃西北书城



云南建水临安书城

拉满假日氛围值 结合传统文化组织图书展销

中秋节和国庆节承载了人们对“家”与“国”的美好期盼,在国人心中占据重要地位。相当一部分书店紧抓节日主题,选择与传统文化、爱国教育、地方特色等相关的图书种类,设置了主题鲜明的展台和精美的布景,在店内集中展销,而满减、买赠以及多种折扣仍是书店刺激读者消费的主要方式。

书进行集中陈列,并针对专区图书设置“双节”特惠折扣,通过发放优惠券补贴、特惠抽奖等方式吸引读者参与。

聚焦地方文化主题,弘扬传统文化。广东新华四阅书店清远店推出“月满华诞,趣游岭南”精品书展,在门店重点区域设置主题展销专区,陈列“上市新书抢先读”“畅销好书放肆读”“影视原著大放送”主题图书。湖北省外文书店充分发挥书店场景和文化资源优势,推出荆楚文库展、文史经典展等,让读者在阅读名社经典的同时感受新时代荆楚文化的魅力。

广州市新华书店集团传媒连锁有限公司总经理连依琳介绍,广州市新华书店旗下15家门店设立“读懂广州”系列图书展台,通过阅读该书系,让读者加深对广州历史、文化、民俗风情的了解。云南滇池书城双节期间将重点展销展现地方先进典型的《阿佤法官鲍卫忠》等图书,以经典作品引领广大读者增强爱国热情,弘扬传统文化。

强强联手开展促销让利于民。江西新华文化广场店长曾金介绍,双节期间,该店推出了重点图书、畅销

图书和促销图书展台方便读者购书,并组织了多种促销活动,全场教辅图书7.5折促销、购墨点字贴赠系列盲盒笔,并联合多家出版机构开展买赠活动等。山西太原新华书店所属门店推出了图书优惠促销方案,并联合相关企事业单位、中小学校等团体以发放和赠送宣传单、优惠券、微信福利券等线上线下多种形式让利读者。山西图书大厦新华南官书店经理连毅表示,双节来临之际,店内重新进行了整体布置,重点展陈与中秋、国庆、传统文化相关的图书,重点产品配合IP进行陈列,营造欢度双节氛围。武汉中心书城副总经理倪云介绍:“9月初开始,书城就推出了金秋惠民季,图书优惠活动持续到双节之后。除了和多家出版社合作推出多种好书打折、满减、满赠之外,还发放惠民购书券,叠加武汉文惠通消费券,不高于4.7折即可购书。”黑龙江大庆市新华书店与吉林出版集团,联合推出图书买二送一活动。

值得一提的是,亚运会正在火热进行中,浙江绍兴柯桥区新华书店借势亚运会热度,推出“相约亚运,双节礼遇”优惠活动,开启图书满减。

店内多业态有效融合 会员专属福利增强黏性

店内,书店积极推动多业态的有效融合,图书产品结合种类丰富非书品、多元项目在双节期间以打折、买赠、组合套装等形式让利销售。不少书店还特别推出双节限定餐饮,充分实现图书与多元的联动,不断解锁更多“书店+”模式。双节期间,针对书店会员推出福利活动,将进一步增强粉丝黏性。

业态资源整合实现图书非书互动、互融。据山西图书大厦新华南官书店经理连毅介绍,双节期间该店设立非书专台,针对10款非书产品进行重点营销,通过打折、买赠等活动形式,带动销售增长。福州市安泰图书城推出部分多元和图书组合优惠套装。如茶文化图书搭配茶具套装,文房四宝搭配字帖套装。同时将部分文创品如茶针、书签、绳结等与手工研学活动进行组合推广。湖北宜昌市新华书店经理李明君表示,屈原书城双节期间邀请店内联营商户联合开展活动。湖南郴州书城在店内商业区联合水吧、劳动实践、电教商店等供应商,联合推出双节优惠活动。湖南省娄底市新华书店碧桂园书城以图书销售为主,文化用品、餐饮相关服务为辅,开展互融互补活动,如推出读者购书满101元即送餐饮券等。

引入传统文化IP产品拓经营边界。在产品选择上,书店依托地方文化特色,寻找属于自己独一份的“色彩”。西双版纳新华书店景洪分公司版纳书城依托西双版纳州旅游城市特色,重点推出西双版纳州城市IP形象文创产品。广东肇庆新华书店设立非书品展销专区,打折销售怀集新岗茶、德庆金山茶等。内蒙古蒙新图书连锁有限公司紧

抓内蒙古旅游季的尾声,以蒙元特色产品专区持续为游客献上草原好礼。河南洛阳市新华书店购书中心将洛阳特色牡丹瓷、牡丹国画、文房四宝等与牡丹相关图书相结合,让读者更直观了解洛阳文化。

河北新华石家庄书城推出原创《石话石说》月饼展陈,为读者提供独特的“石家庄方言月饼”,给读者留下读者独有的中秋记忆。甘肃西北书城引进了文创月饼、茶叶,开展买赠活动。

推出会员专属福利增强吸引力。面向会员群体,不少书店还设置了专属福利,增强归属感。如河北衡水市新华书店推出“中秋团圆礼”,将会员积分兑换与中秋团圆券发放相结合,提升会员活跃度。据湖北省新华书店集团仙桃市分公司连锁业务部副店长聂玲介绍,仙桃市分公司针对新老会员开展积分兑换活动,读者可在会员中心使用相应的积分兑换优惠券,增强会员黏性。黑龙江安达市新华书店面向会员推出购书九折并享双倍积分的优惠,会员积分还可兑换不同价值好礼。湖北外文书店推出“金秋充值福利”活动,读者初次办理外文书店线上饮品卡可享折扣优惠,活动期间新加入社群的读者还能享受书咖消费立减优惠。(下转第7版)

分销
微讯

2023年京津冀出版物馆配馆建交易会落幕

中国出版传媒商报讯 9月25日~26日,由河北省新华书店有限责任公司主办的2023年京津冀出版物馆配馆建交易会暨河北省第三届馆配会在河北石家庄国际会展中心举行。人民出版社、人民文学出版社、生活·读书·新知三联书店、商务印书馆、作家出版社等200余家国内优秀出版社的8万余种优质图书参展,展场面积近万平方米。

冀版展区集合河北少年儿童出版社、河北教育出版社等7家出版单位的近千种冀版常销书、畅销书和新书等优秀出版物,如2022年度“中国好书”《从历史深处走来:马克思主义哲学谈话录》、国家出版基金项目《中国种子植物多样性名录与保护利用》等。一大批展示燕赵文化特点、深挖河北文化底蕴的精品冀版好书、重点图书、励志人生的优秀青少年读物、名家经典著作等精彩亮相。

本届馆配会专门设置了党政社科、文学美术、科学艺术等专区,企事业单位、公共图书馆、大中专院校和中小学校图书馆馆配馆建采购负责人,出版社馆配业务负责人到会采购洽谈,交流行业信息。

9月25日,在河北全省馆配业务座谈会上,河北各市新华书店主管副总经理、业务负责人,围绕目前河北全省馆配市场的现状、地区优秀的经验做法、遇到的问题等议题展开了探讨交流。河北省新华书店有限责任公司相关业务负责人表示,馆配馆建业务的扩容,对相关人员的业务能力和水平提出了更高要求,下一步,河北新华将通过线上线下融合、数媒融合等数字技术为馆配客户做好全方位的服务,以馆配业务的繁荣发展,促进“全民阅读”“书香河北”建设。(焦 翔)