

新理念 新融合 新创造 探索实体书店新形态

不吝书店:构建书店实体社交网 探索数字化运营新场景

■付震宇(湖南新华书店集团数字资源中心主任兼电子商务公司总经理)



不吝书店是湖南省新华书店集团数字资源中心的原创项目,由原来湖南新华总部的五楼重装设计而成的具有实验性质的个性书店,是融入了对互联网和数字化理解所做的一次独特尝试。不吝书店从“book link”衍生而来,表达了以书链接万物的核心理念。不吝书店以知识和文化为载体,连接读者与场景,希望为城市中匆匆而过的行人和读者,提供了一个驻足和休憩的场所,是一个基于知识文化消费衍生出的文化空间。

不吝书店将1000余平方米的卖场空间进行分区,设计了读者消费和阅读场景,包括开放的阅读空间、自习室、咖啡厅等。基于数字化技术和互联网架构,利用5G技术,将卖场中间的场景区,通过数字终端和移动设备,与用户连接,构建起一个人、货、场关联的关系场景,打造新型卖场的技术支撑体系。这一带有场景的系统体系和知识管理体系,可以为门店的改造升级或新门店拓展提供参考和借鉴。目前不吝书店在用的场景模式主要有七个方面。

一是阅读场景。阅读场景主要通过选品实现,目前不吝书店的选品已成为湖南新华旗下书店的标杆,很多门店的采购书单都由我们提供。不吝书店共有六大分类、130个主题书单。同时在卖场设计了不同专业和个性化的图书分类标签。

二是创新活动。不吝书店每周举办1场活动,

其中最重要的活动类型是演说会。围绕某本图书,通过自身团队或外部专业演艺公司合作的模式,开展现场对谈、签售、话剧等。读者通过报名和购票参与,这一传统书店卖场几乎未涉足的领域是不吝书店的亮点。这种剧场活动对于年轻人的吸引以及卖场的品位和文化,都有明显的提升作用。此外,还通过后台大数据采集体系,观察每一场剧场活动的实时情况和用户反馈互动情况,依据客户群体的喜好,进一步促进剧场活动的不断改进和拓展。

三是自习室。不吝书店自习室的选址经过多方面的深思熟虑。一方面新华大厦位于五一广场,是长沙市最中心的地段,商业与网红地标在这一区域较为集中。另一方面,不吝书店致力于打造一个纯粹化的阅读空间,聚焦提升阅读体验。因此在新华大厦的自习室应运而生,为白领以及商务人士的会客、交流、阅读,以及在城市中游玩的年轻人,提供了一个安静又私密的空间可以做自己的事情。目前,不吝书店二层已建成付费自习室,为会员提供服务。

四是借阅。不吝书店采用共享借阅的形式,会员购买借阅卡,将购买好的图书放在统一区域进行分享和借阅。借阅完成以后,顾客可以带走等价值图书,书店不断更新图书。这种会员先购书、进行共享借阅的服务形式均通过书店前端的小程序借阅服务开展。

五是文创。不吝书店聚焦选品,成立文创选品团队,团队成员年龄构成都以90后,甚至00后为主。我们相信,只有年轻人才知道年轻人爱好什

么。此外,不吝书店还在不断尝试品牌贴牌合作和原创文创设计。

六是融媒体。不吝书店充分利用互联网,融入湖南新华的媒体矩阵,除了微信、微博、抖音等平台的软文投放,在京东、当当、饿了么、淘宝、快手等平台均建立了融媒体群,由专业的年轻团队运营,打造线上线下融合性宣传营销阵地。

七是咖啡阅读。不吝书店的咖啡业态经过多方筛选,选择相对小众化的品牌深度合作。咖啡品牌在本地积累的数万固定用户群体也为书店提供了助力。下一步,不吝书店将继续与品牌方开展合作,打造具有书店特色的自有文化品牌。

作为湖南新华发力5G产业的重要成果,不吝书店2022年入选湖南省工信厅5G典型应用场景名单,未来将持续沿着数字化、互联网化的发展道路,不断地进行研发和迭代。开业至今,通过在小红书等平台开展口碑传播,不吝书店已累积了600多万用户群体。基于新零售卖场,单独通过O2O新零售卖场引流的注册以及APP的会员注册,已经达到50万人。

未来,不吝书店将更深入实体卖场,电商平台和互联网平台的融合,并将这一做法传递到线下传统门店,用这样技术平台和理念去改造传统门店,推动新型门店建设。另一方面,构建全新交互式的实验场景,形成有效的运营体系,并以打造这一运营体系为最终目标,探索传统新华书店卖场多元化、互联网化运营的新模式和新方向。

2017年,面对不断加剧的市场竞争,河北新华果敢进驻石家庄的高端商圈,并推出了全新的子品牌项目啡页书咖(Flypage)。啡页书咖是以图书为主,集文创、咖啡简餐、文化交流、线上线下互动体验于一体的新型实体书店,以入驻大型商场为主要发展模式,以打造城市文化交流空间为发展定位,形成了新零售概念下的品牌连锁体系。

创新经营模式,加快转型升级、实现异业合作。2019年8月,啡页书咖品牌旗舰店啡页书咖·勒泰店开业,该店位于石家庄核心商圈的勒泰购物中心,经营面积900平方米,店内除销售2万余种精选图书和文创产品外,还通过自主经营咖啡品牌,融合文化元素与现代生活,传承和创新了河北新华的品牌形象。

在设计布局上,啡页书咖·勒泰店从本地历史文化的设计理念出发,融入地域记忆符号,店内功能区域有序划分,实现了体验的层次感。

在运营模式上,啡页书咖通过经营理念的创新、阅读空间的打造、线上线下的联动、专业化的服务、丰富的文化活动,提升客群活跃度和体验感。店内精选图书品种,以重点出版社的精品出版物为主,以精选艺术、设计等外文原版书和读者的个性需求为补充,以VIP尊享阅读为特色,店内销售市场化图书,几乎没有党政读物团购。

拓宽渠道,满足读者多种需求。近年来,啡页书咖·勒泰店从店面布局、选品、文化活动、营销模式四个方面进行了运营调整。在提供线下的体验空间的同时,叠加线上商城、直播渠道消费场景,积极延伸其作为文化空间的功能定位,拓宽了线上线下渠道延展,满足了读者个性化、全方位的需求。

一是完善选品机制,突出热销图书展示。选品是门店经营的重要支撑,在选品上,啡页书咖·勒泰店快速响应市场需求,全渠道收集图书信息,尤其关注短视频直播电商流量大、交易高的图书品种,高频调整重点展示的图书品种,提高图书库存周转率。根据图书品种多,副本量相对少的特点,啡页书咖·勒泰店在图书分类上更加细化,丰富了商品标签,增加了百余个图书分类,更有效引导读者选购。

二是强化文化活动,激发读者热情。文化活动的啡页书咖·勒泰店的亮点之一,今年,书店开展了多类型文化活动,如联合当地文旅项目品牌开展文创产品联合直播,实现了文创销售的大幅增长;联合知乎共同推出知乎城市全国首家“有意思的书店”,定期举办文化沙龙,走进大学、社区等,延伸阅读服务。啡页书咖·勒泰店还邀请与门店客群相匹配的青年作家,如卢思浩、张皓宸等,与出版社联合开展文化活动。此外,书店还通过周末常态化开展文化手作类活动、暑期联合学校开展实践类活动等,进一步扩大顾客群体,提升阅读热情。

三是线上线下联动,推进融合发展。啡页书咖·勒泰店店内,依托河北新华自主研发的智慧书城多媒体触控终端,可以实现搜书定位、智能查询、手机下单等功能,增强了店内科技感和现代感,提升了读者的购书体验,为门店赋能。

啡页书咖线上门店于2020年上线,与门店商品全品种同步,读者可以轻松实现“领券、选书、下单”,每个月网店还推出主题活动,比如读书月、开学季、金秋购书节等。

啡页书咖还在直播上发力,开展阅读推荐、文创秒杀、“图书+生活”多种模式的直播,拓宽了与读者有效、实时交流的渠道。除自有直播团队外,还邀请本地影视名人、出版社等合作带货,多方位延伸营销触角。

四是打造自营咖啡品牌,提升顾客黏性。啡页书咖打造的咖啡自营品牌“Flypagecoffee”,对标一线咖啡品牌,开发了多种现磨咖啡、鲜榨果汁和茶饮满足可不同人群的口感。啡页书咖·勒泰店通过开展“书+饮品”“文创+饮品”“活动+饮品”等组合活动,推动了店内销售的增长。此外,店内常年有饮品储值活动,读者办卡即可享受饮品折及一般图书折扣,大大增加了店内停留时长、到店次数和复购率。

作为河北新华进驻购物中心的重要文化品牌,啡页书咖与购物中心形成业态互补、相互引流,打造了文化会客厅,辐射周边社区,与合作方共同构建本区域的明星型文化地标,现已在石家庄、唐山、承德、衡水等地开设了7家门店。未来,借助啡页书咖,河北新华将持续开展新的尝试和探索,推动实体书店高质量融合发展,搭建城市生活的文化廊桥,用书香涵养城市的文化底蕴。

啡页书咖:打造城市文化生活的廊桥
张丽华(河北省新华书店华锐公司总经理助理)



5举措构筑“有温度”的社区书店

■傅钧(浙江绍兴市新华书店副总经理)

浙江绍兴市新华书店外滩未来社区城市书房位于绍兴市未来社区二层,面积约273平方米,涵盖社会科学、文化教育、经典文学、生活用书、少儿读物等各类图书万余种、4.5万余册,并开展文化用品、文创产品、图书馆借阅服务,承接各种企事业单位、校园定制活动。当下,城市书房正成为整个片区的文化生活中心,充分覆盖了周边15分钟车程的居民小区与商务楼宇,满足市民的消费和精神文化需求。

一是发挥年轻人员的创造力和活力,新媒体营销精准触达读者。为打造特色店的特色,外滩未来社区城市书房在绍兴新华全店范围内抽调了年纪轻、工作相对突出、思想活跃的骨干员工,组成平均年龄不到35岁的新媒体营销队伍,成员多数拥有4年以上的新媒体运营经验。书房营销模式以“公众号+社群+客服号+视频号+直播”的模式,在垂直平台以每周2~3次的频率,发布线下活动招募信息。经过几个月的矩阵营销投放,借助不同平台和账号的组合,实现精准触达读者群体,社群人数超600。

二是借助或适应于不同特色的环境文化开展营销活动。社区书店作为社会文化资源阶梯式分配的社区解决方案,正成为社区生活与消费场景的重要组成部分,也是实体书店行业在新时代、新阶段探索

出的全新生存路径。外滩未来社区书店在保障中青年群体阅读需求的同时,紧抓“一老一小”家庭购书的核心点,打造社区“一老一小”融合书房场景,与一楼幼托及三楼社区养老服务中心一道,从实际出发,提高书房与周边校区、住宅区的融入度,让文化能够以更短的距离和更直接的方式服务每个家庭。书房还精心策划适合老中青幼的各种活动,如联合绍兴市妇幼保健院开展“小儿内分泌”义诊、“我要长高”关爱儿童生长发育义诊等。

三是将文化因素渗透到市场营销组合中。综合运用文化因素,制定有文化特色的市场营销组合,一直贯穿在外滩社区店每场活动策划中,打造“好看、好玩、好学”的线下活动品牌,在这个内容为王的时代显得尤为重要。线下活动如何推陈出新,如何吸引眼球,不仅要在活动形式上动脑筋,更要从活动内容策划上下功夫。如卯兔迎春新年打卡活动、元宵喜乐会闯关活动等线下活动口碑的广泛传播,得益于策划的趣味性、实践性、公益性,离不开活动内容的创意性、合理性、体验感和一定的文化内涵。以人为本,寓教于乐,为读者带来高质量文化体验的同时,还强化了社区书店成为继家庭、学校之外第三教育空间的概念。

四是让社区书店成为推动全民阅读进程中的“文



化基础设施”。在网上购物逐渐成为常规消费方式的今天,做一家“有温度”的书店,而不仅是一家“卖书的商店”,与社区保持常态性的互动很有必要,可以想象在不远的未来,社区居民可以通过实体书店举办的活动彼此交流和互动,得以结识邻里新朋友,沟通分享让读到的知识观点互相交换和印证,并以此有效聚集兴趣爱好和品位认知相近相近的人群,在社区内形成一种良性的共生关系,通过一定时间的累积,这一群体就会不断生长扩大,从而形成书店与读者双赢的局面。如“三八”妇女节联合灵芝街道开展“女性健康养护”中医讲座、“关爱女性”口腔讲座、世界读书日组织外滩社区开展名家讲座签售等。

五是推出研学活动,培育新的业务增长点,丰富品牌经营体系。通过组织书香节阅读活动,为孩子开启了一次充满书香和童趣的探索之旅。书房在知名度、美誉度得到提升后适时推出了收费研学活动,截止到目前9月底,共举办“少年店长”“亚运系列专场”“定制版小队活动”27场,参加范围不仅涉及本街道,还辐射到其他街道。通过近一年的运营尝试,“少儿+教辅图书+文创”的组合成为当之无愧的销冠,开业到9月底图书实现销售75万多元,举办线下活动60多场,每次活动招募令一投放就被迅速抢光,在本地读者中形成了0差评的好口碑。

“新时代文明实践+新华书店”创新公共文化服务模式

■白欣玉(云南普洱新华书店有限公司连锁事业分部产品营销管理部经理)



普洱书城位于云南省普洱市宁洱哈尼族彝族自治县,总人口19.5万人,少数民族人口占55.5%。红色革命文化、民族团结文化和茶马古道文化深植于这座边疆少数民族县城中。

“焕新重装”构建最美文化体验空间。近年来,受多种因素影响,实体书店发展面临困境,但政府的推动、群众的需要,书店仍有存在的重要价值和发展机遇。2021年,宁洱书城以新的经营理念 and 模式,进行了转型升级。以“用户思维”“场景思维”,重新定义书店卖场。

首先,转变书城定位,从“卖场”的传统模式向“文化空间”模式转型,引入与宁洱本地文化息息相关的诸多元素,如老普洱马古道等,并以红色主题打造党政专区、引入咖啡阅读区吸引年轻读者、打造少儿区和开展每周“书香童趣”活动满足小读者的需求。其次,转变经营模式,将“服务读者”升级为“服务客户”,从提供单一的销售服务,向提供文化服务,为更多客户提供高品质的生活方式这一方向转型。

经过优化升级改造,宁洱书城以全新的经营模式,提升了阅读氛围和消费体验,为实体书店的转型升级注入了新的活力。

打造“空间赋能”创新公共文化服务模式。新华书店是党的宣传阵地和精神文明的窗口,在转型升级中,如何发挥自身优势,与国家政策紧密集合?宁洱县将建立宁洱县新时代文明实践中心的

消息,为宁洱书城的发展带来了机遇。普洱市新华书店领导班子积极对接宁洱党委政府,政府拨款35万元、书店投资40万元,总投资75万元的宁洱县新时代文明实践中心落地宁洱书城三楼。2022年9月,新时代文明实践中心正式启用,宁洱县新华书店“新时代文明实践+新华书店”的公共文化服务新模式就此成型。

拓展优势,整合资源助力探索发展新模式。宁洱县新时代文明实践中心面积约500平方米,设计了“名茶、名道、名碑、名人”文化展示区;普洱茶、小粒咖啡展示区和品鉴空间;可容纳近200人的文明讲堂;志愿者孵化中心整合文明实践、志愿服务及文化服务资源,五大功能区合力联动,将宣传、教育、服务群众融为一体,打造了群众身边的精神家园,开创了理论宣讲、主题教育、文化传承创新的有形阵地。

“新时代文明实践+新华书店”的公共文化服务新模式有两方面意义。

一是优势互补,强强合作。新华书店与新时代文明实践中心相结合,一方面可以更好的发挥新华书店文化阵地的作用,另一方面可以进一步落实新时代文明实践的重要作用,强强联手,实现“1+1>2”。

二是搭建活动平台,实现资源整合。宁洱县新时代文明实践中心举办了多种文化活动,如全民阅读启动仪式、党支部主题党日活动等。一方面,邀请当地县委、县政府各级领导主动带头参与,政府各级各部门通力配合,开展各类活动已覆盖全县近

150家单位,当地政府与书店间的联系更加紧密,增强了相互间的黏性。另一方面,举办多种店外活动,提升社会效益。面向社区街道、学校师生、城乡群众等不同社会层面、不同年龄段的读者,开展各类活动87场。新时代文明实践中心不仅成为了当地居民参与文化活动的重要平台,也让宁洱书城获得了诸多荣誉,如“第二届全民阅读大会·年度最美书店”、云南“全民阅读·年度最美书店”、“党员干部阅读基地”、“书香宁洱亲子阅读基地”、“普洱市全民阅读示范基地”等。

通过一年来探索实践,宁洱书城的“新时代文明实践+新华书店”的模式,实现了整合文化资源、强化书店功能价值、培养客户黏性、增加营收渠道等目标,打造了公共文化服务可持续发展的新模式。2022年,宁洱书城实现销售实洋884万元,同比增长38%。

在成功打造运营新时代文明实践中心的基础上,宁洱书店与当地政府联手打造的新时代文明实践中心线上直播基地项目也正在推进当中,“书与非书+农特产品”的全新发展方向,不仅将实现文化助农,也将丰富“新时代文明实践+新华书店”模式的内涵,实现新发展。

未来,宁洱书城将以“新时代文明实践+新华书店”模式为引领,持续传承和发扬“新华”红色文化、赓续红色基因与血脉,在发展中坚持以读者为中心,推动书店由经营“书”向服务“人”的文化需求转变,充分发挥文化空间作用,创新营销策略,持续为读者提供全方位、立体化的文化服务。