

新华书店榜样阅读空间

石家庄市新华书店有限责任公司隶属河北省新华书店有限责任公司,1947年建店,历经70多年的创业发展,经营网点47个,遍布全市17个县区,总营业面积约3万平方米,是石家庄最大的国有出版物发行企业。石家庄市新华书店始终肩负文化传播使命,践行国有文化企业担当,发挥发行主渠道、主阵地作用,面对公众文化消费需求的升级及行业内发展形势的不断变化,主动应变、守正创新、融合发展,推进门店转型升级,建设当地文化新地标,提高公共文化服务质量和水平,助力公共文化事业和全民阅读事业加速推进。

石家庄书城是石家庄市新华书店近年改革发展过程中的建设成果之一,作为河北省会的最大“宝藏书店”,由陪伴石家庄市民走过20个春秋的图书大厦在原址全方位转型升级而来,于2022年3月4日焕新重张。作为石家庄重要标志性文化建筑和全民阅读重要载体,书城以全新舒适、时尚新潮、文化韵味浓厚的文化空间,创新的经营业态、服务模式及多元化的品牌活动满足不同读者的个性化需求,传播先进文化,引领文化潮流,日均接待读者5000人次,是名副其实的文化热门打卡地,受到国家级、省级等媒体平台的广泛关注报道及广大读者、业内外人士的一致好评。



石家庄书城曾荣获第二届全民阅读大会“年度最美书店”称号、第四届“全民阅读·书店之选”系列活动“十佳组织门店”、“百家阅读推广单位”、河北省出版发行业协会“最具阅读影响力书店”、“最具营销影响力书店”、鑫鱼阅读“全国书店之选营销大奖”等多个荣誉称号,书城营销策划小组荣获《中国出版传媒商报》“渠道百强战队”称号。

石家庄书城位于市内中心位置、核心商圈,交通便利,是集阅读、休闲、体验、沙龙、聚会于一体的一站式文化消费综合体。经营面积达9800平方米,其中图书经营面积7500平方米,经营图书及非书品15万种,营业时间为9点半至20点,销售旺季会根据客流量延长至自然闭店。书城注重图书与非书的融合,选取与图书结合密切的非书业态,打造自有品牌馆:“啡页”咖啡厅、“且听”音乐茶吧、悦媛文创、工元当代艺术空间、诗意生活馆等,实现美学、创意、生活与阅读的深度融合。

对于河北省会全民阅读习惯的培养、全民阅读氛围的营造,大型实体门店义不容辞、重任在肩。石家庄书城积极做城市的“文化摆渡者”,对满足公众精神文化需求、提高公众文化素质和社会文明程度,产生越来越重要的影响。

石家庄书城 构建全新阅读场景 做城市“文化摆渡者”

■邱亚亚

一层一主题 打造人文公共空间



人志士,展现出燕赵之地璀璨悠久的历史文脉。落地式的玻璃幕墙让读者在小憩时可以一览无余窗外景色。在洒满阳光的午后,捧一本好书,品一杯咖啡,在店内的沙发上度过一段惬意的时光。

三层科学艺术区,艺术领域百花齐放,“妙笔生花”区带来生活美学,“诗意生活馆”家居区展现一种生活新方式,是书城转型回归的亮点之一,文具、摆件、床品、家居等各类创意产品,在曲径通幽的尽头悄然出现,让人耳目一新,又不禁感叹图书与世间万物都能够和谐共融。三层空间设计中融入五角星元素,代表着红色基因的传承,曲折式的动线将各个分区有机链接,让读者漫步其中,感受美好生活。

四层儿童图书区,抬头仰望浩瀚无垠的星空,俯首撩起蔚蓝色海面的涟漪,高低错落的书架如童话般的梦幻。该区设计融入河北省“山、海、林、原”地貌兼具的地理特色,让小读者在游览、穿行中探索大自然的神奇,激发对祖国壮丽河山的热爱。探索并非少儿的特权,但少儿的探索更有意义。多年后,当不再年少的读者回忆起与书店的渊源,一定会感慨这段把美意与深情赠给阅读的光阴,并庆幸在探索充满未知的世界过程中,始终能以书为盾。

迈入五层教材教辅区,以赵州桥为灵感设计的拱门映入眼帘,意在鼓励莘莘学子以书为媒,架起知识的桥梁,逐梦人生新篇章。明亮灯光,宽桌新椅,舒适的自习区域也期待着学生在课余时间来到书城,觅得一处安静的学习角落。北侧开辟的新华·小桔灯绘本馆内,涵盖品种丰富的精美绘本,柔软的地垫供孩子们随地取书而坐,成为少儿、家庭亲子阅读与表演的温馨场所。在这里,书店与小读者一起描绘五彩斑斓的梦。

升级改造之后的石家庄书城,为公共阅读及文化活动预留了充分场地。紧邻书架,新增更多的舒适卡座、桌椅,为阅读提供便利,延长阅读时间。坐下享受阅读的读者,同时成为书城的一道风景线,吸引更多人爱上阅读。一层的多媒体舞台,二层的“德馨居”国学文化体验馆,四层的亲子阅读区及小舞台、可容纳100多人的多功能厅等,不同规模和类型的新书发布会、读书沙龙、作者见面会等文化活动在这里举办,为读者带来更为丰富的文化体验。

石家庄书城的空间设计融合河北地域文化“京畿首府”和“诚意燕赵”文脉元素,重视民族精神的时代化表达,将经典与时尚相融合。五层空间一层一主题,一步一风景,分别以“智慧”“交融”“传承”“探索”“逐梦”五大主题,从不同维度赋予书城独有的文化属性与经营特性。

作为宣传思想文化的主阵地,书城一层显著位置设有“红色书屋”及“学习强国”线下体验空间,陈列主题党政图书1万余种,展示、宣传、推广主题出版物,唱响主旋律,传播正能量。一至二层间,增加复式平台,让阅读空间更立体、更具层次感,开阔的视野、舒适的座椅,两侧陈列适合慢阅读的哲学、历史、法律类图书,让读者在沉浸式阅读中启智增慧。书店是喧嚣的,各种思想在此汇聚碰撞;书店是安静的,让心灵在此得以安宁。

“Flypage Coffee·啡页咖啡”位于书城一层北侧,作为阅读体验的延伸,经营各式咖啡、奶茶以及精美甜点。吧台、沙发、卡座各区交错连接,为读者构造出一片享受休闲、商务洽谈的悦享空间。书城正门橱窗,“朝花惜时”花店散发着文艺的气息和生命的活力,为会员提供鲜花、工艺插花、盆栽、礼品等服务。

二层社科文学区,是中外古今文学交融汇聚地,书香、茶香氤氲,看书、朗读、听音乐,带给读者独特的阅读体验。该层还配备有“且听”音乐书吧、优谷朗读亭、“德馨居”国学文化体验馆。石家庄名人墙——“群贤集”汇聚多位与石家庄有渊源的贤

品牌活动体验化、社交化 掀起全民阅读新浪潮



主题诗会 集体诵读《面朝大海春暖花开》

实体书店应抓住线下空间这一区别于网络的突出优势,以丰富的文化资源、高频的文化活动搭建文化交流平台,增强读者的互动体验感、收获感、幸福感,从而吸引更多市民加入到全民阅读队伍中来。

石家庄书城除开展主题出版展示展销活动外,还以读者需求为导向,提供特色阅读服务,举办红色主题爱国教育活动、诗词文学交流会、读书分享会、艺术沙龙等活动,营造全民读书、终身学习的良好氛围。2022年开展各类活动共计2821场,惠及读者百万余人。今年举办河北省“阅·知·行”读书活动、“声动石家庄”青少年朗诵大赛、首届“石家庄书城”杯石家庄市图书文创大赛《阅见》主题读书分享会等公益品牌活动,掀起全民阅读新浪潮。

90岁高龄的抗美援朝老兵亲手书写开业贺词,来到书城讲述抗美援朝的故事,他身上的勋章、手里的模拟雷达和自绘的朝鲜地图,传递着艰苦奋斗保家卫国的精神;“苏东坡”《阅见》读书分享会上,苏轼一生的颠沛流离诠释了“此心安处是吾乡”;唐装汉服游书城、古诗朗诵、“学习强国”线下知识竞赛、投壶游戏、茶艺品鉴、制香鉴赏、亲子阅读区《白雪公主》舞台剧等活动聚集人气,传播知识与文化,让优秀传统文化以生动的方式浸润更多读者心灵。众多书迷相聚,同沐书香之美,尽享阅读之乐。许多人在这里结识了爱阅读的伙伴,不断拓宽思维和获取知识,成为更优秀的自己。每一个瞬

间,每一幕时光,点点滴滴都定格成书店里的难忘记忆。

知名科普大V安迪斯晨风《一本不正经的博物志2》签售会为大小读者开启一场轻松好玩的科普之旅;畅销书作者大冰在小蓝书系列收官作品《保重》签售会上认真剖白和自省,带给读者寻梦的勇气;刘殿波《我不怕大灰狼》新书发布会以精彩的舞台剧表演拉开序幕,作者通过讲述创作初衷和灵感,希望孩子们在阅读时犹如打开一层又一层的“套娃”,获得成就感;画家姜来展示国画丹青的艺术创作手法,希望孩子在阅读中获取拥抱世界的勇气。

“双减”背景下,石家庄书城不断探索和拓展服务教育的载体和形式,充分发挥新华书店社会公众服务职能。自去年以来开办课后服务角,围绕“职业体验”“非遗文化”“机器人编程”“新华探索博物馆”“科学实验”等开展系列趣味实践性活动,增加青少年的社会经验,挖掘潜能,推动素质教育深入发展。

今年暑期书城成功举办3期课程,受到学生和家长的极高评价。古法造纸、活字印刷、拓印、衍纸的艺术等课程,让读者在近距离体验中了解先辈智慧,趣味科普通过自制指南针,让读者领会中国四大发明的意义,激发兴趣和想象力,增强民族自豪感,在学生心里埋下科技强国的种子。国学剧本杀《万国来朝》,选取唐代最负盛名的10位诗人,带小伙伴们踏上浪漫的诗词艺术之旅,在诗词里感受“盛唐繁华”。非遗文化方面,童趣榫卯,精心传承,运用手中的零件,完成榫卯设计,在一凹一凸之间感受中国式“乐高”的乐趣。团扇手作带领读者共赴一场古风花雅之旅,感受团扇灵动与华贵之美。

石家庄书城多次承接河北省委宣传部主办的“惠民书市”,平均让利幅度在30%,最大限度让利予民,回馈社会。积极开展图书“七进”活动,走进机关、军营、社区、学校等单位,将服务触角延伸到社会的各个角落,号召全民养成“爱读书、善读书、读好书”的良好习惯,受到社会各界的广泛好评。

凝聚文化资源 探索创新融合发展之路

为提升公共文化服务能力,石家庄书城整合优秀文化及社会资源,不断拓展业内外合作领域。开辟石家庄公共文化空间,邀请名家入驻石家庄书城,如设立程雪莉作家工作室,联合石家庄诗词协会、草斋诗社等共同搭建石家庄市诗教基地,挂牌成为河北省中小学研学实践基地等。

为展现图书行业的时代风采,引导各界力量参与文化资源的创造性转化与创新性发展,书城联合河北省文化和旅游产业协会举办首届“石家庄书城杯”石家庄市图书文创设计大赛,让全市的文化产品“活”起来、“亮”起来,助推图书文创产业高质量发展。携手河北省演讲与口才学会、石家庄市诗词协会开展“呼唤世界和平”主题诗歌朗诵会,以情演绎、以词抒怀,用声音描绘一幕幕感人至深的场景。携手工元当代艺术空间举办《案头余墨——崔强荷花逸品展》,为市民呈现一场缤纷的艺术盛宴。与河北省图书馆联合举办首届“新华杯”图书馆知识答题竞赛,激励读者对话经典,培养广泛的阅读兴趣。

石家庄书城大力发展融媒体营销,依托新华优选网上商城,多点位、多层次拓展线上业务,主动入驻抖音、快手等第三方平台,通过组建营销渠道矩阵,抓住直播带货的风口契机,实现知识视频化、视频知识化的融合发展。利用企业微信、社群,实现多端口直接触达读者,以爆款图书、畅销图书为选品参考,以惠民、便民为服务宗旨,线上线下联动引流,提升书店竞争力。直播活动中,主播对图书的精彩讲解让线上读者惊喜连连,营造了沉浸式的阅读视听、产品选购氛围。

门店形象转变的同时,服务水平软实力的提升是品牌影响力扩大的关键要素。为此,石家庄书城建立健全绩效考核机制,KPI考核指标的设定以服务读者为宗旨,更加多元化,并精确到分货位的个人,有效提升员工工



作积极性、主动性。打造复合型人才队伍,推动业务技能培训及考核常态化,引导员工不断提升自身技能、强化责任心、提升服务水平。石家庄书城积极开拓“尊享会员”营销制度,会员服务内容涵盖咖啡、绘本借阅、文化活动等八大权益,通过多措并举提升书城效益与会员体验感。创新经营管理模式,重塑门店竞争优势,助力门店管理水平提升和经营业绩增长,打造新华书店服务标杆门店。

好的书店不仅是知识传播的载体,更是美好生活态度的呈现者。从大家熟悉的图书大厦到焕新蝶变的石家庄书城,这座河北省会全民阅读的文化空间和文化地标,以书为媒努力构建有颜值、有特色、有情怀、有温度的城市文旅新高地,正成为更多市民文化生活的乐园,心灵栖息的港湾。

石家庄书城敞开怀抱,以全新的面貌,以新华人服务社会、服务读者的匠心与初心迎接读者,让人们身处喧嚣的时代也能在阅读中重新回到一种理性的状态,在光影交叠与静谧空间里,通过阅读跨越时空藩篱,环游大美天地,遇见更好的自己。

科技赋能 别具时尚感、现代感的智慧书城

门店数智化改造升级,既是提升读者体验、吸引客流、增强新华书店品牌形象的有效方式,也是融合利用最新科技成果提高门店经营管理水平的有效途径。石家庄书城在服务模式、销售模式、支付模式等方面进行智能升级,导购机器人、自助查询购书机、朗读亭、“新华优选”连锁网店等线上线下设备与平台,让科技与文化融合,让智慧书城引领阅读新风尚。



石家庄书城朗读亭

在一楼大厅,机器人“小豹”吸引了众人目光。读者可以与它对话,了解书城布局、营业时间等信息,未来“小豹”还将化身导购,带领读者去指定区域购书。

书城每层都设置自助收银机,读者不仅可以利用它自助购书,还可以搜索自己想找的图书、查询书城最新活动,查看推荐图书以及进行趣味读书测试。“测一测”的设计非常有趣,点开“测测你适合看什么书”的板块,进入拍照页面,几秒钟之后,系统会根据读者的形象气质推荐合适的图书。

二楼北侧“且听Music Books音乐茶吧”内,朗读亭为读者提供一个不被外界打扰、能尽情朗读的私密空间。专业的朗读设备、丰富的朗读资源和舒适的朗读环境,读者可以全身心沉浸在琅琅

书声中,尽享阅读之趣。旁边配备音乐座椅,读者可以戴上耳机,选择自己喜欢的音乐,感受快节奏生活中难得的惬意时光。此外,书城还设置VIP私享会客厅,面向尊享会员开放。

书城大力推广新华优选网上商城,迎合读者的线上消费习惯,以本土配送速度快的优势抢占电商市场。网店打通购书的时间空间限制,读者通过手机登录微信小程序即可实现查库存、享受折扣优惠、选择到店自提或快递配送服务的便捷功能。书城制定全员分销方案,以佣金激励店内外分销员积极宣传、推广,并使用企业微信与读者建立一对一服务关系。线上业务的发力,有效拉动了店内外销售,目前累计拥有近10万会员。后续书城将提升会员精细化运营管理,挖掘用户价值,逐步由会员分级模式向体验模式、产业模式过渡。