

(上接第5版)

发力线上 融合发展 打造全新商业模式



哈尔滨市南岗新华书店



河北邯郸书城



云南曲靖书城



福州福书轩

强化互联网思维 构建新媒体营销矩阵

■濮德超(云南曲靖新华书店麒麟分公司曲靖书城经理)

2024年的书业发展将与互联网更加紧密结合,顾客的需求来源、图书阅读、商品购买都将不可逆转地、持续性地转向互联网,如何利用好网络大数据,做强线上销售将成为工作重点。另一方面做好大众图书、学生配套阅读材料、小众特需等定制化、个性化的服务,

将是书店今后利润的重要增长点。

首先,结合2023年书店发展情况来看,线上销售比重未来将继续增长,如何占据更多市场份额、提升品牌影响力、促进线上流量转化等方面将成为探索重点。其次,要通过多种手段提升人流量,提高门店销售。一

是要保持顾客的新鲜体验。通过调整商品结构、花式促销、文化活动、提升联营品质等方面强化门店服务。二是要增强客户黏性。通过升级服务品质、购物体验,提供定制化服务以及优惠让利等增强对客户的吸引力。三是扩大宣传。注重多渠道宣传,通过高质量的视频与直播,邀请有社会影响力的文化大V到店等实现线上线下联动宣传。最后,针对B端团购客户要加强日常沟通和走动,预判用户需求,推动定制化服务和上门售后的全面升级。

店可持续发展的能力。

香格里拉新华书店在新一年要努力转变传统思维,坚持与时俱进。一是联合青海文旅打造具有“青海”“新华”等特色风格的IP多元化产品。二是采取线上运营模式,加大线上宣传推广力度,进行短视频直播带货等。三是积极促成“新华茶语”品牌与其他品牌联名,推出针对不同消费群体的新产品。

品销售锦上添花。二是要精准定位消费者需求。一方面图书选品要根据消费者定位突出独特性,另一方面在空间视觉设计与物料摆放上突出服务的消费导向。三是持续优化门店场景。让读者在书店有获得感、交流感,增强书店与读者之间的黏合度。创新体验场景,根据文化活动的主题,将卖场的图书与非书产品融合,从而提升客流量和读者到店频次。四是实现社群精准服务。将活动信息在不同类型的读者社群投放,实现线上、社群、店内多领域同时开展文化活动,满足不同读者的个性化需求。

的互动,提高消费者的忠诚度;另一方面通过社群了解消费者的需求,调整自身的产品结构和服务模式。四是拓展多元业务。除了传统的图书销售业务,邯郸书城还将拓展如定制文创产品、组织研学活动、开办科普智慧馆等相关业务,增加书城的盈利渠道,提升消费者的购物体验。五是强化个性化服务。通过大数据、人工智能等技术手段,为消费者提供更加个性化的产品推荐和服务。六是加强品牌建设。通过举办文化活动,与其他机构合作,宣传推广书城特有的、结合本土特色的文创产品等方式,提升品牌知名度和影响力。

使书业从传统的“一刀切”模式转变为“一对一”的服务模式,从而提高读者的阅读满意度和忠诚度。

淮南图书城在新一年的经营中,将贯彻以顾客为本,以优质服务为基础,以创新为突破点的理念,努力提升各岗位人员的专业能力。积极向数字化转型,打通供销链路,线上线下相互促进,多元业态相互融合,提升读者的文化体验感。此外,深挖B端与C端客户群,让新华书店品牌更加深入人心。

搭建线上社群,定期开展线上活动和发布重点图书信息,拉动进店客流。三是拓展书店服务,让课后托管成为新亮点。“双减”政策落地后,如何填补学生的课外时间,是书店需要思考的核心问题。我们将以打造课后服务阅读主阵地为核心,调整空间业态,推出具有吸引力的营销活动,满足学生和家长的 demand。四是加强运营团队建设,实现线上线下融合发展。策划以“琴、棋、书、画、茶艺、花艺”为主题的形式多样的文化营销活动,为学校、企事业单位等推出定制服务方案,开辟“国学讲堂”“阅读沙龙”等空间服务,打造龙江旗舰阅读阵地。

字阅读服务。同时,可以通过社交媒体、短视频等渠道进行宣传和推广,吸引更多年轻读者。三是拓展定制化服务,为企业事业单位定制专属文创产品,并根据顾客的阅读兴趣和需求,提供定制化的图书推荐、购书建议等服务。同时,可以定期举办读书会、签售会等活动,增强与读者的互动和黏性。四是积极参与政府公共文化服务项目,与其他文化机构、企业等进行跨界合作,举办文化活动、展览等,扩大书店的影响力和知名度。同时,与学校、社区等建立合作关系,开展公益阅读活动,提高社会责任感。五是打造文化教育中心,为读者提供各类文化知识培训课程。如开设写作课程、艺术鉴赏课程等,提高读者的文化素养和审美能力。

张升(内蒙古新华书店副总经理)

2024年,更多图书市集的开展将把好书带到读者面前,出版机构推出的个性化、定制版出版物预计受到欢迎,并通过新媒体渠道大放异彩。实体书店转型升级过程中纷纷涌入新媒体赛道,总体而言书业将呈现向上的繁荣景象。然而版权保护和知识产权问题愈发重要,希望得到有关部门和书业同仁的更多重视。

2024年内蒙古新华书店将继续以“创新、适应、融合”为引领,不断提升门店竞争力和服务水平,为消费者带来更优质的阅读体验。

曾金(江西新华发行集团文化广场分公司市民中心书店店长)

数字化浪潮滚滚而来,想要书店发展勇立潮头就必须加快步伐,跟上时代潮流。新一年我们蓄势待发,立足数字化,通过打通线上渠道、打造文化新体验,创新书店销售方式,推进线上线下一体化进程,激活线上线下客群消费潜力,实现在线与在场相结合,持续为读者提供高质量文化盛宴。

山西长治图书大厦相关负责人

2024年进军线上会是大部分书业同仁的选择,尽管线上发展对书店来说是一条并不平坦的道路,但狭路相逢勇者胜,追求新尝试才能有新突破。长治图书大厦除了持续探索多元经营之外,将大力发展线上业务,通过多项举措在新赛道拼出一席之地。此外,希望相关部门能够针对市场存在的问题,出台行之有效的“价格保护”政策,为线下实体书店提供更多生存空间。

马星(贵州新华文潮超市紫林庵店卖场主任)

2024年“元宇宙”依旧是书业的热门概念,布局发展“元宇宙”已是业内数字技术领域的共识。我们将继续坚持“以人为本”的发展理念,在巩固提升新华书店作为公共文化服务主阵地的功能作用方面狠下功夫,打造城市文化消费新场景、新空间,持续提升公共文化服务能力。以“元宇宙阅读空间”结合原有零售业态为模式,探索科技、文化、阅读融合发展的新机制、新模式,创新“出版+科技+阅读”新业态,满足人们日益提升的精神文化需求,为推进全民阅读和构建书香社会发挥积极作用。

史娅宁(内蒙古包头书城副经理)

只有大胆创新、勇于尝试,不断更新经营理念,才能在快速变化的市场环境中稳中求胜。2024年,包头书城将不断开拓新服务,增强读者体验,借力“内蒙新华马上购”微信小程序,开展“云”逛书店、作家见面会、书迷狂欢节等线上线下活动,充实人们的文化生活,以书香沁润靓丽北疆,在拉动销售的同时,扩大新华书店的品牌影响力。

陈昌树(福建福州福书轩店长)

文化觉醒的时代已然到来,提高文化自信,以文化强省、文化强国的强大内驱力,推动中华民族凝聚在一起成为共识。福书轩作为全新的“福文化”宣传窗口及阵地,2024年将继续深挖“福文化”内涵,让优秀的中华优秀传统文化继续闪耀,照亮过去、现在和未来。

福书轩将继续以“图书+”的模式,开发具有福文化特色的伴手礼。以图书中的内容为创作元素,以创造、创新为根本手段,以闽都文化、朱子文化、妈祖文化、客家文化等为核心,融入生活美学为重要支撑,将传统“福文化”元素与现代设计理念相结合,为社会公众提供兼具文化价值、艺术价值与实用性的“福文化”衍生品,引领“福文化”伴手礼消费潮流。