

(上接第1版)

客流销售双增 龙年开局抢眼

部分实体店春节期间的客流、销售一览

门店名称	客流(人次)	客流同比	销售额同比	书与非书销售比例
安徽图书城	超2.5万	下降14.95%	/	77.11%、22.89%
大连市新华书店	15万	增长300%	增长145%	76%、24%
福州福书轩	5799	增长38%	/	9.26%、90.74%
甘肃西北书城	3万	增长约30.43%	/	93%、7%
广东惠州购书中心	日均约3000	较大幅度增长	/	70%、30%
广东江门新华书店	超5000	增长10%	/	70%、30%
河北石家庄书城	约5万	增长约22.47%	/	98.29%、1.71%
河北唐山市新华书店书城	/	略有下降	/	88.22%、11.78%
黑龙江哈尔滨南岗新华书店	超1.5万	增长50%	/	66.66%、33.33%
湖北省外文书店	1万	增长20%	/	53.89%、46.11%
湖北仙桃市新华书店	超2000	略有下降	/	88%、12%
湖南岳阳市新华书店	超6000	增长超50%	增长75%	88%、12%
江苏海门新华书店	超3万	稍有增长	略有增长	78.37%、21.63%
江苏无锡新华书店	12万	明显增长	图书增长23.1%	63.8%、36.2%
江苏兴化新华书店南津路店	/	/	/	72.86%、27.14%
江苏张家港新华书店	约5000	略微增加	略微增长	69.75%、30.25%
昆明盘龙新华书店北辰名品店	日均800-1000	/	增长59%	80%、20%
内蒙古鄂尔多斯书城	日均约100	/	/	97%、3%
内蒙古新华书店	超1.2万	明显增长	/	80%、20%
宁波书城	/	基本持平	/	64%、37%
厦门市新华书店中山门店	超5000	增长约104%	增长115%	30%、70%
山东临沂书城	3.55万	增长40.28%	略有增长	80%、20%
山东青岛书城	近2万	增长49%	同比增长	65%、35%
山东书城	/	明显增长	增长20%	/
山西吕梁新华书店	日均超300	/	增长82.93%	89%、11%
山西图书大厦	超2000	增长约10%	增长15%	70%、30%
云南昆明文山书城	日均约300	增长约50%	/	71.76%、28.24%

青岛书城打造了首届“阅”来越好新春文化市集,汇集节日礼品图书、文创手作等。青岛书城副总经理张蕾介绍,在“寻龙记”主题印章打卡赢礼品活动中,青岛书城定制12枚“龙”印章,分布在书城12个地点,让读者按照地图在书城里逛起来,增加停留时间。“该活动非常吸引小朋友和年轻人参加,针对年轻参与者还推出转发有礼活动,读者在小红书、个人社交平台转发活动即获赠书城定制红包和购物袋,还可体验滚筒印刷项目,进一步扩大宣传。”

借力线上,拓新引流渠道。内蒙古新华书店党支部书记英春介绍,该店在春节期间采取了线上线下相结合的宣传营销策略,利用抖音平台进行线上宣传推广,并开展特色直播活动,挖掘全区十二盟市特色文化元素,进行十二盟市文化专场直播带货。同时,设置限时优惠和会员专享促销,有效刺激了消费者的购买欲望。

“今年春节期间取得如此喜人成绩,是因为我店在线上拓展(直播、短视频、公众号、社群等)方面下了很大功夫。”姜海兰表示,黑龙江南岗新华书店的所有活动都会在公众号和订阅号预热宣传,客服每天在社群发布新书资讯,并在不同社群匹配不同受众开展线上活动。“春节期间店内举办的活动同步分享抖音直播间,并在直播间为读者发放购书优惠券、文创优惠券,与读者互动。活动精彩花絮也会以短视频的方式分享到抖音及微信视频号,让更多读者了解新华书店的精彩活动,并吸引读者到店参与。”

河北石家庄书城不仅开辟了线上线下同步购买的通道,春节期间还开展了抖音直播荐书活动,推荐优质图书,为读者提供了便捷的购买途径。该店副经理张宁坦言:“通过这几类方式的结合,书城成功提升了读者的下单率,销售额节节攀升。”

推出主题展台,开展折扣促销活动。春节期间,哈尔滨南岗新华书店在店堂显著位置设立了“龙版精品图书专区”,围绕城市的旅游文化、历史文化开设专题展,让更多人更深刻了解哈尔滨,喜欢哈尔滨。

青岛书城特别策划推出“春节年味在哪里”系列文化活动。张蕾介绍,在书城各区域展台,该店推出了节日爆款和限时优惠图书,小羊上山、米小圈、大中华寻宝日记等系列图书5折促销。此外,青岛书城还联合银行推出支付满减活动,促进消费转换。

无锡市新华书店在店内设立了一系列主题展台,过政介绍,如“带一本好书回家”2023年度畅销书回顾展、“册开新篇 龙迎新年”新春好书推荐、年度凤凰好书等主题展台,同时还开展了如凤凰优选5.5折、中小学生学习寒假阅读推荐图书展销、会员专享7.5折等购书优惠活动。

春节期间,厦门市新华书店中山门店推出多种图书主题展陈和多重折扣让利读者。该店副经理陈凌跃介绍,如“寒假一本好书”“新华荐购”“龙年大集”“书书福福”过大年等新春主题书展,同时推出阶梯式图书折扣,最低可达5折。

此外,不少书店去年刚刚升级完毕,新门店也吸引了不少读者春节期间体验打卡。如江苏兴化新华书店南津路店、无锡新华书店,山西吕梁新华书店等。山西新华书店集团吕梁有限公司党总支书记、总经理刘月明介绍,该店升级改造后,全力打造“阅读中心”,并开启多业态经营模式,融入咖啡、文创、党建等复合型业态,春节期间吸引了大批读者。

少儿教辅类持续火爆 旅游类图书受关注

每年春节期间,与少儿有关的图书销售都颇为热门,如教辅类图书,少儿文学、绘本类图书等,今年也不例外。此外,虽然旅游类APP越来越普遍,但旅游类图书今年春节期间仍入围部分门店畅销榜,证明其市场需求仍在。

推荐书目推动图书销售。春节期间,湖北省外文书店销售最好的图书品种是中小学教辅和推荐课外阅读类,该店店长姜萍表示,寒假确实是教辅和同步类阅读的销售旺季,根据市场需求备齐产品,并配合一定的折扣,抓住了销售高峰。

“图书销售受政策影响大,主要是学校推荐书目当中的图书,普遍销售较好。”新华书店安徽图书城店策划部经理李同欣表示,通过与当地教育系统密切联系沟通,对书目中的图书提前备货,带动了相关图书的销售。

春节期间,不少学生及家庭客群到店,且近年来少儿类图书的质量较高,不少品牌备受小读者的喜爱,进而带动了少儿类图书的销售。如2023年12月出版的《大中华寻宝记系列30 山西寻宝记》,该书入围多家受访书店春节期间销售最好的10种图书名单。

旅游类图书销售提升。春节期间,游客流量显著增长,其中省外和海外游客数量更是呈现明显上升趋势。作为厦门著名的步行街,中山路吸引了大量游客前来观光和购物,使得旅游类图书在零售市场上取得了显著的增长,销量大幅攀升。“陈凌跃表示,春节期间,多种旅游类图书在厦门市新华书店中山门店的销售表现异常出色,入围该店春节十大热销书榜单。“这些旅游类图书涵盖各种类型,特别是与厦门本地相关的旅游攻略、地图和手绘本等,销量超平时数倍。春节假期,中山路不仅成为游客们热衷的旅游胜地,也成为旅游类图书的热销之地。”

此外,在福州福书轩春节期间销售最好的前10种图书中,包括《福州市交通旅游地图》《厦门市交通



湖北省外文书店



江苏无锡新华书店

旅游图》等5种旅游类图书。《兰州CITY城市地图》(2024版)入围甘肃西北书城春节期间10种最畅销图书榜单。

值得一提的是,春节期间的畅销图书呈现四大特点:一是直播带火的图书品种,如人民文学出版社出版的《额尔古纳河右岸》。二是名人传记类,如中信出版社出版的《埃隆·马斯克传》。三是知名作家作品,如马伯庸的《长安的荔枝》《龙与地下城》《太白金星有点烦》。四是影视同名原著,如上海文艺出版社出版的《繁花》。这些图书均入围多家实体店春节期间10种最畅销图书榜单。

特色非书品+传统文化项目 非书经营增年味促销售

在当下的实体店经营中,非书经营占比越来越大,从此次受访书店来看,与往年比较,今年春节期间不少书店的非书经营占比增加,一些更受年轻读者欢迎的门店,非书占比甚至达七成。

引入特色文创产品。陈凌跃表示,厦门市新华书店中山门店的文创产品大多融合厦门闽南文化和非遗特色,同时注重益智科普,旨在为游客提供具有针对性的伴手礼选择。

“福书轩最受欢迎的多元产品是旅游相关的明信片及套色章、冰箱贴等产品。”陈昌树介绍,其中福州诗意明信片售出147张、福书轩定制款套色章明信片售出145张、三坊七巷钥匙扣售出59个。“福书轩位于福州核心商圈东街口,紧挨三坊七巷,依托高涨的福州旅游热潮,多挖掘福州旅游元素、特色元素相关的产品,宣传上也围绕产品地方特色宣传,销售增长明显。”

江苏凤凰新华书店集团有限公司海门分公司连锁拓展部经理卞飞表示,春节期间,该店最受欢迎的非书品以“凤凰·美学”系列文创产品为主。春节期间,哈尔滨南岗新华书店最受欢迎的非书品是“尔滨”AR系列四款网红冰箱贴。姜海兰坦言,该产品到货秒没,还开启了到店预定模式,满足读者购买需求,也为到店引流奠定了良好基础。宁波书城春节期间以销售特色文创产品为主,该店经理陈良表示:“有地域特色文化属性和独具创意思的文创产品往往能打动顾客,让他们愿意付出几倍甚至几十倍的溢价购买。”



山东临沂书城



云南文山书城

昆明新华书店连锁有限公司盘龙分公司北辰名品店店长赵芹介绍,春节期间,该店引进了两种新文创产品,中国国图图书馆文创产品和南方航空文创产品,分别产生数千元销售。

文具电教实现新发展。春节期间,广东惠州购书中心的热门IP文创文具产品销量可观,该店经理(店长)张军表示,好IP自带流量,拥有其忠实粉丝,书店在做好美陈和推广的前提下,相关产品能够为书店达成引流和销售双重的目的。萌迪熊在湖南地区拥有不少粉丝,颇受消费者喜爱的文具品牌。春节期间,湖南岳阳市新华书店萌迪熊品牌产品进行了重点展陈,该品牌的书套和笔芯成为最受该店欢迎的非书品。

江苏张家港新华书店春节期间收益最高的非书品为文具,销售7.73万元,占非书品销售的44.84%。施卫军表示:“张家港新华书店的文具不仅品种齐全,部分商品折扣力度也大。此外,供应商的微信视频号还会针对各类商品拍摄详细视频,便于客户直接、详细地了解相关产品。”

唐山市新华书店书城在文具销售中,也注重线上营销。郑伟丽介绍,该店春节期间收益最高的非书品是得力品牌文具,除了符合进店读者的需求,选品得当外,该店还积极利用微信朋友圈、社群、公众号等渠道加大宣传。

江苏凤凰新华书店集团有限公司兴化分公司连锁拓展部副经理沙春晨表示,春节期间,该店将文具与文教类图书设置在同一楼层,方便读者选购。“供应商在春节期间策划的活动,书店也进行了线上线下的同步宣传,起到促销效果。”

“湖北省外文书店春节期间带来最高收益的非书多元产品是学习机和文具类商品。”姜萍表示,这主要是因为假期是学生充电的时期,家长重视孩子学习,愿意在学习用具方面消费。黑龙江哈尔滨市南岗新华书店春节期间非书品共销售12万元,其中步步高、科大讯飞、优学派等电教产品销售8万余元。

家居游戏类受追捧。春节期间,甘肃西北书城销售的康巴赫系列、摩飞系列、电子数码产品更受读者欢迎。王蕾表示,春节期间卡券消费增加,有这部分需求的读者,更愿意购买家居类产品。

“春节期间带来最高收益的多元产品是最新引进的翰林时光钟表及吉喆商贾箱包。”山东新华书店集团有限公司临沂分公司临沂书城副经理靖红艳坦言,最大的原因在于这类商品的群体定位为学生群

体,与春节期间的主题客群相吻合。“通过打造特色专区,开展优惠活动吸引消费者驻足购买,箱包由于实用性和时尚性,成为春节节庆、开学季期间的送礼佳品之一。”

春节期间,内蒙古鄂尔多斯新华书店各类炒锅、炖锅、压力锅等品牌(康巴赫)厨具厨具的销售较为火爆。山西吕梁新华书店的厨房小家电、保温杯等销售较多。

“因本店服务客群重点以中小小学生为主,所以玩具类产品最受欢迎。”赵芹介绍,春节期间,昆明盘龙新华书店北辰名品店销售同比增长150%,其中八音盒单品销售数千元,成为该店的明星单品。此外,不少书店的卡牌、盲盒等游戏产品,也销售可观。

值得一提的是,在今年春节期间最受欢迎的非书项目中,餐饮成为不少实体书店的重头戏。广东新华发行集团江门新华书店有限公司总经理龚婷介绍,春节期间为该店带来最高收益的项目是书吧餐饮。“随着简餐和饮品越来越受年轻读者喜爱,如何让读者愿意来,到店后留得住,书店增加书吧餐饮项目迎合了年轻读者的喜好,也大大增加书店的收益。”此外,餐饮也是今年春节期间,新华书店安徽图书城店最受欢迎的非书项目。

春节期间,内蒙古鄂尔多斯新华书店以地方特色为主的食品及礼盒,如沙棘汁、蒙古奶茶颇受读者欢迎。鄂尔多斯市书城营销经理、康巴什书城经理魏丽芬表示,因为此类多元产品陈列于门店显著位置,并在微信视频号、抖音、公众号等线上线下宣传中主要以“特色礼品”等关键词为卖点,吸引不少读者消费。

研学体验+传统文化产品 挖掘更多潜在客户 带动客流商流双增

从去年到今年,研学在成为社会热点的同时,也为实体店经营带来新机遇。从店内到店外,从本地到省外,实体书店的研学业务乘上东风,成为重要的发展方向之一。春节期间,不少书店还围绕传统文化,推出体验活动,实现了客流与商流双增长。

研学体验活动多,注入满满年味。春节期间,山东书城举办的“东坡家宴——回到北宋过春节”室内主题研学活动是一大亮点。山东书城经理李际祯介绍,该活动除了加入传统的春节文化以外,还通过观赏北宋《清明上河图》穿越到北宋,带领小读者参加文化名人苏轼的春节家宴,了解北宋时期的春节习俗、东坡美食等传统文化。

春节期间,湖北仙桃市新华书店最受欢迎非书项目是“倍小阅”亲子阅读中心社群活动。湖北省新华书店(集团)有限公司仙桃市分公司连锁店副店长聂玲介绍,该活动通过微信公众号、视频号发布活动内容及招募信息,大年初四举办“成长+”绘本故事 非遗竹编活动、初五举办“寻味玩食”新春福袋活动,因活动火爆,大年初八又连开两场“寻味玩食”活动。

“春节期间,为书店带来最高收益的非书项目是研学体验活动。”内蒙古新华书店党支部书记英春表示,研学体验活动不仅满足了读者的阅读需求,还提供了更多元化的学习方式,与读者的需求高度匹配。“同时,通过社交媒体、户外广告等渠道进行宣传,能够吸引更多潜在客户了解并参与活动。”

江苏无锡市新华书店春节期间开展了新年传统文化和非遗体验活动包括画年兽、活字印刷、雕版拓印、汉服体验、新春观影和凤凰姐姐讲新春文化故事等。石家庄书城春节期间最受欢迎的非书品项目是武强年画体验、蔚县剪纸、竹编画等非非遗体验活动。山东临沂书城春节期间,依托该店山东手造·产自临沂非遗体验馆,开展了新华·文化市集,小巴士绘本馆围绕龙年主题举办了“绘本故事+手工制作”活动等。

引入传统文化相关产品。春节是一年中最为重要的传统节日,不少书店引进了许多与传统文化相关的多元产品,销售可观。云南文山新华书店有限公司文山分公司文山书城店长任艳介绍,综合春节期间销售情况,收益比较高的非书多元产品当属笔类(中性笔、毛笔)和纸品类(空白对联纸、宣纸)以及文创产品。

“最受大众喜爱的非书多元产品当属龙年文创产品。”陈凌跃表示,该店的龙年魔方在短短8天内便售出400余个。“去年底以来,我们对市场上的龙年特色文创产品给予了高度关注,并从各个渠道深入了解,除了龙年魔方之外,还引进了龙年福帽、龙年摆件、龙年保温杯等多元化产品线。”

管月坤介绍,大连市新华书店位于大连博物馆和旅顺博物馆的两家门店,春节期间借势文旅热度,取得了很好的销售业绩。“为了迎接春节旅游季,这两家博物馆店提前统筹规划,精选了大连特色文创产品、本土历史文化书籍以及龙年相关文化产品,精准地抓住了游客和家长的春节期间的消费需求。”

青岛书城春节期间最受欢迎的非书品是龙墩墩系列文创。张蕾表示,该产品缘起于参与今年的北京图书订货会。“该产品客单价高、收益高,我们认为非常符合文化市集和书店的业态,也符合龙年主题,所以迅速引入,并在新春市集集中在主要展位集中陈列。”

此外,春节期间,唐山市新华书店的龙年玩偶、虎头帽及2024年“春晚”联名陶瓷备受读者喜爱。文化礼品套装是山西图书大厦收益最高的非书品,该店电子商务部主管田甜表示,该套装包括传统文化元素的文创产品和书籍组合,受到不少读者欢迎。