

# 山东新华书店集团 深耕「新华领阅计划」全民阅读文化品牌

为深入推动全民阅读,山东新华书店集团(以下简称“山东新华”)以“一三四五”总体战略思路为指引,持续深耕“新华领阅计划”全民阅读文化品牌。2024年上半年,山东新华全民阅读活动百花齐放,山东全省开展“新华领阅计划”系列活动5400余场,近80万人次参与活动,带动销售超1400万元,在齐鲁大地掀起全民阅读热潮。



## 融资源 以书为媒 打造文化活动新样板

“新华领阅计划”自实施以来,山东各新华书店坚持“四个并重”,整合文化资源,融合多种业态,以书为媒,以新媒体、新玩法打造文化活动新样板。

围绕地域特色,山东新华持续打造彰显独特城市文化的“新华·文化市集”品牌活动。潍坊新华大厦邀请诸城黑陶、潍坊剪纸等非遗传承人,开展本土非遗文化体验等活动;临沂书城依托“山东手造·产自临沂”非遗文化资源,开展非遗文创市集活动;济宁新华书店·漫舟书城以节日作为节点,开展集美食、手工、汉服、民俗体验于一体的游园会活动……一系列精彩活动有趣、有料,满足广大读者多元化的体验、消费需求,让山东新华成为文化生活的引领者和城市文化的传播者。

山东新华的“绘本+”不只有手工,更有音乐会、绘画、汉服体验、科普实验等一系列沉浸式、趣味式、互动式延伸活动。济宁新华书店·漫舟书城打造“Wow!传统文化”与“漫悦kids‘艺术家们’”系列课程;德州解放路新华书店推出“吉吉老师de绘画空间站”系列活动;滨州黄河八路新华书店开展“绘本音乐故事会”活动。山东各新华书店将“绘本+”玩出新高度,推动“新华·童乐绘”成为内容更生动、形式更新颖、特色更鲜明的儿童阅读活动品牌。

## 搭场景 以点带面 创新文化服务新模式

新的阅读体验呼唤新的阅读场景。从阅读角、文化墙到图书展合、主题美陈,山东各新华书店将生活中的美学元素融入店内,利用“新华书店老年大学”“新华青年夜校”资源优势,挖掘读者的深层需求,着力打造集学习、交流、体验、社交于一体的新型“书店式”文化服务空间。新华悦购、直播、社群、微信公众号等平台持续发力,搭建线上营销场景,向读者推荐好书、介绍活动,线上线下相互引流赋能,助力书店将“流量”转化为“留量”。

书店外的阅读场景同样聚拢人气。山东各新华书店以“新华·书香驿站”活动为抓手,创新文化传播载体,打造灵活便利、可移动、可动态更新的公共文化服务新模式。泰山书城举办“全民阅读 书香泰安”2024泰山书展暨泰山书城开业15周年双庆活动,一系列文化惠民活动让读者享受实实在在的优惠;济宁新华书店·漫舟书城走进济宁工商银行开展精品图书展销活动,丰富银行职工的文化生活;菏泽书城持续开展“书香进社区 文化进万家”活动,让社区居民享受到家门口的阅读服务。据统计,上半年,山东新华开展“新华·书香驿站”活动近千场,“新华书香气”图书展销活动30场,吸引40余万人次参与,遍及人流密集的社区、商场、校园、企事业单位、军营等地,助力覆盖城乡的全民阅读体系建设,推动公共文化服务高质量发展。

## 聚人气 以书会友 焕发实体书店新活力

书香文韵引客来。新华书店作为集图书、休闲、交友等元素于一体的城市文化地标,山东各新华书店加强策划创意,做好优质内容的传播,以高质量文化活动汇聚人气,让实体书店焕发新活力。面向大众读者,山东书城持续打造“同讲读书会”品牌活动,自2018年以来已开展192期,近3万人次参与线下聆听,线上平台同步直播,吸引众多读者进行交流互动;济南泉城路新华书店开展“老济南读书会”,为老年读者提供一个阅读分享的平台;聊城新华书城联合名师团队,组织策划读书沙龙、书友会等丰富多彩的亲子阅读活动。一系列“新华·阅见书香”活动精彩纷呈,极大丰富了广大读者的精神文化生活,吸引了无数读者走进书店。

名家效应注入强劲动能。山东新华以“新华·名家齐鲁行”活动为桥梁,邀请张炜、彭学明、沈石溪、刘小川等名家齐聚齐鲁大地,深化知识交流、传递思想火花。同时,邀请杨义堂、孙为刚、王玉强、高兴宇等本土作家参与活动,现场与读者进行对话交流。“新华·名家齐鲁行”系列活动覆盖人群8万余人,接下来将引领更多的人加入读书行列,让书店人气热度持续攀升,齐鲁大地满溢书香。

## 树品牌 以研促学 引领青少年阅读新风尚

以实践启发思考,用体验探寻答案,研学成为阅读的有益补充。山东新华在原有“新华领阅计划”系列活动的基础上,创新打造“新华·阅享时光”门店研学活动品牌。临沂书城推出“跟着绘本来研学——小小中医师 传承大国粹”研学课程,为小读者打开中草药奇妙世界之门;山东书城开展《穿越时空,重温千年文化》系列研学活动,让小读者感受传统文化的魅力,提高文学素养;夜宿书城、儿童剧本杀、小小图书管理员、一日小店长等凸显新华特色,满足青少年成长需求的“新华书香实践营”活动,正逐渐汇聚起多方合力,引领广大青少年养成“多读书、读好书、善读书”的阅读风尚。

## 强内功 以赛提质 探索人才发展新通道

紧贴市场需求,坚持融合发展,山东新华围绕图书推介、文案写作、活动策划、书籍讲读、场景打造等门店多项业务工作,举办“新华荐读师”“新华讲读师”“新华美陈师”业务技能比赛,提升员工在内容服务、自主创新、运营能力等多方面的核心竞争力。以赛促练、以赛促干,发掘培养创新型、复合型人才,打造高素质、专业化、创新型员工队伍,为“新华领阅计划”系列活动提质增效提供人才保障,为进一步提升实体书店整体运营水平,夯实人才基础。

## 观察

# 广东新华 打造一体化青少年学生读书服务解决方案

中国出版传媒商报记者 伊璐

2024年初,中国出版传媒商报记者对全国部分重点发行集团相关负责人进行采访时发现,在各集团规划2024年重点工作时,拓展教育综合服务,挖掘“课后一小时”服务业务,提供“书+课程”“书+活动”“书+培训”“书+资源”等“书+N”整体解决方案成为重要发力方向之一。如宁波新华书店集团将依托专业教育培训优势,联动区县子公司,拓展四点钟课后服务和“小书虫”项目,做大课后服务,并以“小书虫”群体为基础,增强有效消费人群黏性,拓展阅读和研学业务圈;北京发行集团拓展“课后一小时”服务业务,利用渠道资源优势,整合内容资源,开发带有线上选课、线下体验功能的APP等。

在今年上半年多家发行集团发布的社会责任报告中,“课后服务”成为其中一大亮点。例如,湖南省新华书店2023年度社会责任报告中谈到,集团聚焦破解课后服务难题,持续提质“智慧新课后”公益平台,免费上线61门课程,6000余节课时资源,向学生提供更加优质、更为精准的“升级版”课后服务。安徽新华发行(集团)控股有限公司2023年度社会

责任报告显示,2023年,集团开发院新自有的课后服务课程体系,包括学会阅读、前沿科技、阳光体育等七大主题课程和20多套特色课程。通过课后服务管理平台服务阜阳市下辖界首、阜南、临泉、颍泉三区一区,及淮北市杜集区及相山区部分学校,覆盖阜阳、淮北市共871所学校,50.3万名学生。

2024年发行集团在“课后服务”方面有哪些发力亮点?广东新华发行集团打造一体化青少年学生读书服务解决方案。据广东新华发行集团股份有限公司副总经理再去疾介绍,2024年广东新华发行集团以普惠性课后服务为切入点,以素质课程为重点,以“新华乐育”学堂为抓手,持续深耕服务业务。截至6月底,累计服务学校114所,服务学生13万人次。

在课后服务平台建设上,广东新华优化了家校互通信息触达功能,同时课后服务平台升级为新华教育服务平台,进一步满足了校方教育教学、校园管理、家校共育等一站式教育数字化需求,同时拓展了作业设计及题库等学习资源;在兴趣服务方面,建设共享阅读服务平台,提供阅读

教育教学、阅读竞赛活动、阅读资源服务与成果评价等一体化青少年学生读书服务解决方案。

再去疾透露,今年下半年广东新华主要围绕以下四个方面推进课后服务项目落地落实:一是遵循最新政策完善自身人员、办学等教育服务资质,为各地进校园服务提供资质保障;二是通过“书课互通”的融合出版理念,为学校持续输送优质兴趣课程资源;三是深化作业设计资源服务,助力“双减”向课堂提质增效;四是持续深耕技术开发,推进优质课后服务教育资源的共建共享。

传统书店单位往往面临从发行渠道向教育服务的角色转变,为了增强服务黏性和模式创新,需要发挥主业优势,做好内容资源的供应和深度应用服务,同时重视培养专业的教育服务队伍,储备熟悉教育教学规律、信息化素养较高的人才,积极拥抱数字技术,通过平台数字化赋能,提高课后服务管理效能。广东新华将持续以自主研发技术服务课后服务,助力教育数字化发展,通过课后服务平台应用汇聚的作业设计及题库等学习资源,在兴趣服务方面,建设共享阅读服务平台,提供阅读

# 实体书店要多渠道并进 加速数字化转型

中国出版传媒商报记者 张绮月

如果用三个关键词概括2024上半年的门店销售渠道,吉林长春市新华书店副总经理曲连伟将其总结为“线上线下融合、多渠道并存、数字化转型加速”。他认为,目前各大实体书店都在寻找新产品方向,开拓新渠道,精选新品种,谋求新的活动方式来增加销量。只有通过不断探索和实践,实体书店才能在激烈的市场竞争中脱颖而出,实现可持续发展。应当深入线上线下融合,在创新营销方式、提升顾客体验、拓展非书业务和加强品牌建设等方面寻求潜在的突破点。

线上线下内容升级、多元创新实现走出去。为触达更多读者,长春市新华从明确目标群体、创新营销方式、提升体验与服务、拓展合作与街道社区联盟以及加强宣传等方面发力,持续走出去拓展店外经营。长春新华上半年联合街道社区建立了两家社区书店和一家法院书店,通过新网点的建立,不仅扩大了图书销售的受众群体,同时利用社区密切联系辖区居民和辖区企业等资源,走进居民小区、企业、学校开展店外流动书展,扩大销售。为适应时代需求,长春市店还通过关注线上数据,如开卷报告、好书排行榜、热点图书和出版社推荐等方式获取热门图书信息,从中筛选好书,并在暑期、国庆节等节点



开展买赠活动,增加销售额。

此外,长春市新华书店多渠道、多方式开展线上宣传,借助快团团和微信社群、公众号联动发布信息,进行社群运营,并于2023年12月末开始直播带货。快团团的运营增加了与长春本地读者的互动性和黏性,为线下引流起到效果。经过一段时间的学习摸索,长春市新华书店逐渐深入了解平台特性,优化内容与商品展示、实施精准营销策略、强化运营与服务能力以及关注流量趋势与创新直播场景等措施,实现了线上销售的增长。

四举措破局书店未来营销。曲连伟认为,未来实体书店可以采取以下破局策略:一是深化线上线下融合。建立完善的线上销售平台,与线下门店形成互补。通

过线上渠道吸引更多流量,并利用线下门店提供优质的购物体验 and 售后服务,从而提升顾客黏性和销售额。同时,利用社交媒体、短视频等新媒体工具进行宣传推广,提升品牌知名度和影响力。二是深化数字化转型,为读者提供多样阅读空间。引入先进的数字化管理工具,利用大数据、人工智能等技术手段,优化库存管理、供应链管理 and 顾客服务等方面。通过大数据分析顾客行为和需求和,实现精准营销和个性化推荐,提升顾客购物体验和满意度。三是拓展多元化经营。在保持图书销售业务的基础上,积极拓展其他相关业务领域。例如,举办各类文化讲座、展览和读书活动;售卖文创产品、咖啡茶饮等增值产品;通过多元化经营增加收入来源并提升顾客黏性。更多实体书店更加注重打造社区感和个性化体验,通过举办读书会、设立独立阅读空间等方式,加强与读者的互动和联系。四是加强产业协同与合作。积极寻求与出版社、文化机构等上下游企业的合作机会,共同开展文化活动、推广优秀图书作品等,通过产业协同实现资源共享和优势互补,共同推动文化产业的繁荣发展。同时,也可以考虑与电商平台、物流企业等合作开展跨界营销和服务创新等活动。

## 快讯

# 实战赋能 河北省新华书店举办2024年度首期全省内训师培训

中国出版传媒商报讯 为持续提升全系统企业内训师专业水平,打造业务精、能力强、素质高的内训师队伍,7月16-17日,河北省新华书店举办了2024年度第一期全省内训师培训。来自石家庄、邯郸、邢台、保定、张家口、衡水、辛集、定州市店和省店公司总部的内训师,以及石家庄辖区门店运营人员和新媒体营销策划人员共计50余人参加了

培训。据悉,培训以实战演练为主,从内训师队伍中选拔出5名课件成熟、授课水平较高的内训师,围绕新媒体运营、线上直播、门店服务、图书推荐及线上线下融合发展等方面课程进行了现场演练。

培训特邀资深TTT训练专家刘乃持,采取“实战练兵+点评指导”模式,从

课程设计、课件制作、授课技巧等方面对5名内训师的现场授课进行综合评定与辅导,使学员们进一步掌握精熟授课内容、完善教学方法、优化课件PPT的技巧。刘乃持结合“试讲锤炼”专业培养要求,通过现场互动、舞台试讲等多样化的教学方式,着力提升参训学员互动控场、动态呈现、灵活应变等方法技巧,帮助大家逐渐掌握技能。(赢 骁)

# 7月21日,苏州观前书城焕新再出发

苏州市委常委、保护区党工委书记、姑苏区委书记方文滨,江苏凤凰出版传媒集团党委副书记、总经理李贞强,苏州市副市长查颖冬,凤凰集团副总经理、凤凰传媒党委书记、总编辑徐海,凤凰集团党委委员、凤凰传媒总经理宋吉述,凤凰集团、凤凰股份相关负责同志,苏州市委宣传部常务副部长、市新闻出版局(版权局)局长黄锡明,姑苏区领导李忠、许建荣,市、区相关部门负责同志,相关街道负责同志,以及全国出版界、图书发行界代表和读者代表出席了盛典。苏州新华书店总经理刘晓亚主持活动。

观前书城此次升级改造总建筑面积超过7600平方米,对总共五个楼层进行了全新规划与布局,各楼层各区域以“四时

读书”“书聚万象”“书趣童年”“雅趣乐园”“莘莘学子”“城市会客厅”等为主题进行呈现,并将完整的一个楼面打造成儿童阅读玩乐的生态空间。集综合性的服务于一体的观前书城,融合了非遗文化、数字科技、文创潮玩、休闲餐饮等丰富多元的业态,通过优化空间为读者创设出全新的阅读交流情境,兼具促进社会交流与互动、文化展示与传播、社区凝聚与融合等多元化功能,呈现出一个“苏州味道”十足的复合型文化商业综合体。

苏州新华书店以此次观前书城焕新升级为契机,以“文化+”为定位,探索实体门店的转型升级之路,推动图书与旅游资源、江南文化互促共进,为满足城市文化发展需求,构筑文化强市贡献力量。(赢 骁)



中国出版传媒商报讯 7月21日,江苏苏州新华书店观前书城举行“焕新启航盛典”。与读者暂别525天后,观前书城经过精心改造,以崭新面貌回归读者身边。苏州新华书店“苏州市青少年阅读实践基地”当天也揭幕启动。

苏州市委常委、宣传部部长金洁,苏