

线上线下 场内场外 书店多元经营方法论再升级(二)

编者按 日前,第九届书业非书品经营研讨会在河南郑州举行。本届研讨会以“塑造书业多元融合共赢新生态”为主题,以2024年出版发行业非书品经营的新变化、新趋势为主线,聚焦非书产品、多元项目,重点围绕文旅研学开启多场研讨,深度解析书业非书品经营发展,破题当下消费市场的实际需要,助力书业高质量发展。本报特整理刊发嘉宾的精彩分享内容,为业界提供参考,以飨读者。(链接:本报6月28日第2956期第17版《线上线下 场内场外 书店多元经营方法论再升级》)



探索地域特产开发与营销 打造综合性文化体验平台

■邓小庚(广东新华发行集团新会新华书店总经理)

广东新会新华书店积极应对市场挑战,不断探索多元化经营之路,通过引入文创产品、拓展文化活动、优化线上线下融合等举措,努力打造综合性文化体验平台,满足消费者日益多元化的需求。

近年来,新会的地域特色产业势头强劲,新会陈皮至今已有700多年的种植、生产历史。新会政府为新会陈皮产业提供了全方位的保障。除了财政补贴和税收优惠,还注重科技创新和品牌建设,举办陈皮文化节,促进产业与旅游结合,推动产业高质量发展。相关部门也积极行动,加强质量安全监管,特别是《江门市新会陈皮保护条例》的实施,为新会陈皮提供了法律保护,确保其种、柑、皮及生产工艺、产地环境的独特性得到维护,共同助力新会陈皮产业持续健康发展。

推出自有品牌“新华开顺号”。新会新华书店敏锐把握市场脉搏,自2016年起,就开始投入到陈皮、柑普茶等地域特产的经营,但由于缺乏自有品牌,市场上同类产品众多,缺乏差异性和独特性,一直以来难以打造拳头产品,在消费者心中建立起独特的形象和认知,也难以形成稳定的客户群体和市场份额。

为实现经营破局,新会新华书店深度挖掘新会地区的地域特色,融合新华品牌文化元素,以及对消费者偏好健康、天然产品的深入洞察,于2023年成功推出了自有

品牌——新华开顺号。

根据“新华开顺号”系列产品的特点,新会新华书店精心设计了精准的产品定位策略,旨在打造一款融合地域特产与书香文化的高品质文创产品。在产品的目标客户选择上,面向关注健康、注重生活品质的消费群,以及与行业相关的单位。在产品选材上,坚持真实选材和品质保证原则,从源头把控产品质量,精选新会核心产区的陈皮和小青柑,以及优质的云南普洱茶作为原材料。此外,为满足不同客户的需求,新会新华书店推出了不同产品线,包括“陈年往事”系列陈皮、“知书茶礼”系列小青柑、“礼应有你”系列小青柑等。

值得一提的是,在产品外观设计中,新会新华书店将地域文化融入其中,如“礼应有你”系列小青柑包装采用铁罐红盒,典雅喜庆,并特别将新会地标美景“新会八景”融入包装之中,既符合中国审美,又彰显地域乡土特色。

此外,新会新华书店还根据客户需求,灵活调整相关产品的规格,还提供多样化的定制服务,如外包装及产品样式的设计、制作等。

紧抓营销节点,线上线下融合营销。一是在“新华开顺号”系列产品的营销策略与市场推广中,新会新华书店一是抓住时间节点,打响第一枪。2023年8月,借助与广东江门新会区委宣传部联合参展南国书香节,推广新会梁启超文化、陈皮文化以及侨乡特色文创产品的契机,正式推出“新华开顺号”自有品牌,并重点开展了拳头产品知书茶礼系列——南国书香节三周年

纪念款小青柑的推广工作。二是媒体助力,迅速提升品牌知名度。新会新华书店借助学习强国平台、中国出版传媒商报、南方日报+等媒体平台,开展“新华开顺号”知书茶礼系列产品的深度报道,提升社会知名度和影响力,为品牌长远发展奠定基础。三是线上线下营销渠道融合。在店内,新会新华书店设置了专门的商品展示区域,不定期开展品鉴活动。在抖音平台,微信视频号、公众号、小程序商城,广东新华通读在线等平台,持续开展产品宣传和推广工作,包括定期发布产品动态、茶文化知识和优惠信息等,吸引消费者的关注和参与。四是秉持严谨的态度,优选优质供应商,并建立长期稳定的供应关系,确保产品源头品质可靠。如与中国邮政及顺丰速运达成战略合作,确保产品能够快速、准确地送达客户手中。

截至目前,新会新华书店“新华开顺号”系列产品凭借其地域特色、品质保证以及对市场需求和消费趋势的精准把握,已成为店内文创产品经营中的一大亮点,产品远销至北京、新疆、浙江、湖南、上海、山东等地区,销售近百万元。未来,依托“新华开顺号”这一品牌,新会新华书店将持续推出新品,拓展如陈皮滋补养生类等品类,满足市场的不断变化和消费者的新需求。此外,还将积极拓宽市场视野,与地方政府深度合作,共同开发陈皮康养及小青柑等特色产品的采摘、制作、科普等研学项目,进一步拓宽产品的应用场景,有效提升品牌的影响力与生命力,持续提供更多优质、有特色的地域文创产品。

2023年,云南普洱新华连锁业务实现销售1.02亿元,其中非书品销售6669万元,占比65%。非书业务在实体书店的经营中占据较大比重,成为推动普洱新华整体销售破亿元大关的强劲动力引擎。

多元赋能,打造城市特色文化会客厅和“书店+”复合经营模式。普洱公司在普洱市内文化商圈、旅游特色小镇打造了8个“云上乡愁书院”。以思茅云上乡愁书院为例,该店在运营中,一是充分结合地方产业特色,融入本土文化元素,开展各类活动,举办了“茶叶品鉴会”“咖啡品鉴会”“葡萄酒品鉴会”等活动。截至今年4月,共开展各类文化互动活动2000余场,持续带动非书业务的销售增长。二是积极打造会员制消费模式,创办了“青年自习室”,实现了自习卡收入和茶饮销售的双重增收,开辟了新的增收点。

此外,普洱新华书店还与当地茶咖企业联合打造了5家茶咖主题书店,将特色鲜明的地域文化属性与书店场景深度融合,相互赋能、相互引流,实现全民阅读、文旅、城市IP等元素多维统一,持续推动“书店+”复合经营模式落地普洱。

空间赋能,创新公共文化服务模式——“新时代文明实践+新华书店”的创新探索。普洱新华书店主动创新公共文化服务模式,与地方党委和政府合力联动、携手共建“文明实践+新华书店”的新时代文明实践服务阵地,深挖潜能,打造出独具特色的公共文化服务模式和文化交流平台。

2021年普洱书城借升级改造契机,打造了“文明实践中心+新华书店”经营模式,除传统综合书店的经营功能以外,还增加“文明实践中心”社会功能,面向政企单位、社区街道、学校师生等社会各界开展文化活动。在非书品经营中,普洱书城的销售结构为“2+8”结构,即20%店内零售+80%的店外客户批销。80%的店外销售围绕“政企和教育”客户开展。文明实践中心投入使用后,书城服务的政企客户数也由2022年的164家增加到2023年的171家,政企单位的客户覆盖率达到82.61%,持续带动普洱书城非书品销售的逐年递增,至2023年实现1012.19万元,非书占比从2021年的52.57%提升至82.75%。

除文明实践中心发挥平台引流作用以外,普洱书城也一直致力于做好客户的拓展与维护。书城把各类客户分配到每一位员工手中,实现客户网格化、片区化管理,通过一对一服务,定期回访,及时了解和发现客户的潜在需求,牢牢地将客户资源掌握在自己手中。

调整定位,拓展非书盈利空间,“校园超市”推动非书经营新增长。“校园超市”集校园书店和小超市的功能于一身,在项目建设上,普洱新华书店首先交通不够便利、管理封闭的乡镇学校,秉持“小投入、低成本、有盈利”的可持续经营模式,投入资金一般不超过15万元。在项目投入建设前期开展一系列的项目论证,保证“校园超市”社会效益和经济效益的双丰收。

“校园超市”的建设要从政策支持、运营成本、风险防控三个方面具体分析推进。首先要争取地方政府、教育管理部门和学校的支持,在项目上提供相应的便利条件,在具体的经营上给予明确的界定。同时对项目开展充分的论证,要考虑运营的成本,从学生人数、消费能力等方面对销售进行预估。完善风险防控策略,包括销售商品安全制度、资金每周结算等,经过充分论证分析后才确定实施项目。

2023年,该项目在普洱墨江县6个乡镇学校试点推进。“校园超市”的模式在2024年1~4月共实现销售75万元,均处于盈利状态。通过校园书店的建设,普洱新华书店把服务的触角不断向校园延伸,为教育提供定制类的服务项目,如定制作业本和校服业务。2023年普洱新华书店定制作业本和校服业务实现千万元销售,占实体书店总销售的10%。

未来,普洱新华书店将会持续做好非书品经营,助推云南新华实体书店的振兴发展。



公共文化服务创新+「校园超市」推动非书品经营新增长

■王青国(云南普洱新华书店有限公司副总经理)



湖北仙桃新华书店的非书经营流量密码

■赵立(湖北省新华书店集团仙桃分公司党总支书记、经理)

近年来,湖北仙桃新华打造文化+活动、文化+空间、文化+新媒体的多业态矩阵,深耕非书品经营,建设线上线下一体化服务生态链,破局非书服务模式,通过阵地升级、服务升级、产品升级、体验升级,形成了跨界共享、线上互联、业态共生的良好非书生态,为多元发展提质增效提供了有力保障。2023年,仙桃分公司文教业务销售占比总营收近10%,多元业务销售与图书零售实现了3:4,门店图书+多元零售平效居湖北省前列。

阵地升级,以线下阅读活动破题线上零售。一是升级线下体验空间。增设党建书房、学习强国线下体验空间、艺文空间、沔阳印象,打造了一个更舒适、更开阔、更智能的阅读栖息地。二是打造“倍小阅”亲子阅读中心。以慧悦读+非遗手工、寻味玩食+烘焙、自然科学+研学为载体,开展系列阅读体验活动300余场,形成课程研发、小班讲解、课后评价为一体的教学闭环。自2024年初创设以来,招募年会员30余个,体验会员300多名。依托会员基础,携手中科贝可MINI科学院开展海洋科技、植物科学、航天科技馆研学体验活动。三是调整少儿、多元区域分布。将少儿区单独规划,把多元玩具与少儿活动区紧密结合,图书与玩具关联展示,带动了图书与多元的关联销售。四是提升浅磨咖啡品牌。实现新型阅读概念咖啡品牌——浅磨咖啡的华丽转身,升级店内综合场景运用,依托咖啡+读书+文化活动策划模式,提升湖北新华书店集团自有

品牌影响力。

服务升级,以策展创意服务撬动多元增长。一是为仙桃市政协委员提供“委员讲堂”学习平台。开展了11期“委员讲堂”读书活动,邀请仙桃市300余名政协委员在书城与读者互动,搭建了培养参政议政能力的学习平台。二是为机关企事业单位提供丰富多彩的文化活动。近年来,仙桃分公司定制化服务多点开花,以中央宣传部“我们的节日”主题活动为主线,每年为机关企事业单位提供100余场多元文化活动。与盟盟界别组联合开展“悦读青少年,关注心成长”公益活动30余场,为孩子们送上精美的多元文创产品,关爱帮助留守儿童。先后邀请知名作家、美术编辑进校开展公益知识讲座20余场,带动了图书+多元的推广。关爱特殊人群,进入汉江监狱开展“书香进高墙 阅读伴成长”系列活动,以咖啡、烘焙、文创等多元文创活动为服刑人员及其亲属创造亲子互动空间,丰富其精神世界。通过举办形式多样的文化服务活动,仙桃分公司活动策划团队形成了一套完整的策展服务体系,团队组织、策划、执行能力均得到不同程度提升,也带来了可观的多元收益,2023年多元营收比2020年增长60.6%。

产品升级,以本土文创产品叩开市民心扉。一是以特色多元产品为中心,开辟文创上分新途径。仙桃分公司升级了“沔阳印象”文化墙,将仙桃本土文化精华集中呈现在门店艺文空间活动区,并增设“春风十里”桃花市集、“四季之爱”主题展台,上线了“我的大

学·我的梦”专题,展示湖北新华武汉分公司开发的高校联名文创。二是以本地农副产品为切口,破局直播带货新赛道。整合“短、直、微”生态链资源,扩大企业微信会员流量池,打造私域特色产品线。截至目前,累计开展直播活动200余场。

体验升级,以智慧共享书屋链接“家校店”。打造湖北省首家“倍阅读”智慧共享书局,链接“家校店”三方服务。今年4-23世界读书日期间,通过“共建、共享、共管、共评”的智慧阅读新模式,仙桃新华打造了湖北省内首家集学习、阅读、文化交流于一体的校园空间“倍阅读智慧共享书屋”。通过提供数字化、智能化借阅设备,精读泛读学习资源和借阅共享服务,帮助学生养成更好的阅读习惯。该项目推出一个多月以来,每天都产生较好的反馈,多元产品销售占99.9%。每天都有400余人次在这里开展阅读课,已有300余名学生自愿预存一定金额办理借阅共享卡,可在一学期内免费借阅,期满后,转化为整本书阅读图书和多元产品,使精读一本好书蔚然成风。同时,大力布局线上短视频营销矩阵,邀请百名中小学师生推荐经典好书和多元产品,引导家长和学生亲子阅读,共同推动家校店三方联动,更好培育时代新人。

主业发展 多元创新 内蒙古新华书店持续发力政企服务

■张升(内蒙古新华书店有限责任公司副总经理)



内蒙古新华书店有限责任公司隶属于内蒙古新华发行集团,作为内蒙古地区文化产业的龙头企业,按照集团围绕主业同心多元的发展布局,在日益激烈的市场竞争和消费升级的大趋势下,积极调整业务结构,深化政企合作,探索并实践全新的服务模式。

在图书主业的探索方面,内蒙古新华书店不断优化升级传统图书零售业务,坚守品质,忠实于阅读本质,力求为广大读者群体提供丰富多样的图书资源,营造舒适宜人的阅读环境。同时,积极拓展抖音直播等新兴业务领域,通过线上线下相结合的方式,满足消费者多元化的阅读需求。在多元创新上,内蒙古新华书店主动对接政府部门和社会企业,提供图书+多元的文化服务产品组合,成立了政企服务部作为服务政府和企业的部门,主要负责政企客户的维护和开发,服务包括图书、多元、礼品福利、办公用品采购等大客户采购业务,实现从单纯图书销售向综合文化服务提供商的转型。

新华书店将党建工作与业务发展紧密结合,实现新华品牌与党建活动的相互赋能。首先,精准定位客户需求,结合自身在图书领域的专业优势,为客户提供量身定制的文化解决方案。其次,实施个性化营销,针对不同客户群体的特点,设计并执行一系列的文化活动,如讲座、展览、作者见面会、读书沙龙等。依托党建活动的开展,将文化服务与党建工作有机结合,实现双赢。对政府机关、企事业单位服务的方式越是创新,彼此关系越密切,销售的产品和渠道也越宽广。

二是推出区域代表性文化品牌——“北疆文化”。内蒙古新华书店打造设计了具有北疆文化品牌的“阅北疆·颂中华”文创礼盒,通过文创产品的开发和推广,让客户在日常工作中就能感受到文化的温度和力量,实现文化与商业的共赢、文化与市场深度融合,多方位提升新华书店的品牌影响力。

三是提升千企千面的企业购专属通道,与优质供应商合作,将一健代发模式加入企业购平台。内蒙古新华书店通过供应产品优选与定制开发,满足不同客户的新需求,便捷服务政企客户的多种形态采购模式。目前企业购平台服务的客户群体已经突破万人规模,平台上架图书5万余种、非书品5000余种。商品包括食品粮油、创意美妆、通讯数码以及家居生活、

休闲娱乐等多个品类。内蒙古新华书店从采购、品控、仓储、物流、交付等各个环节严格把控,确保每一件商品的质量和配送的时效性。同时,凭借专业的客户服务团队,提供7×24小时在线客服服务,及时解决客户问题,确保客户在任何时间都能得到满意的服务。在每个节日到来之际,平台都会设置专门的节日专区并设有折扣并享受相应的优惠价格和丰富的服务,这些专区不仅是为了庆祝节日,更是为了满足客户的需求,提供更加便捷、高效的服务。今年“五一”劳动节期间,内蒙古新华书店专门设置了“五一”出行礼,专区内设有防晒及露营设备,满足不同的户外需求。企业采购平台是对政企服务的一项提升,是高品质产品和服务和供应能力的提升,为新华书店非书品发展提供新的渠道。

今年年初以来,内蒙古新华书店通过投标或磋商,已与多家企业单位达成近千万文创非书品的采购框架协议,成功将图书和非书品融合服务于多家大型企业,并建立深度战略合作关系。未来,内蒙古新华书店紧跟时代步伐,不断寻求新的合作契机和增长点,通过开放式的资源共享、优势互补的合作模式,与众多伙伴共同挖掘市场潜力,携手推动内蒙古自治区文化产业繁荣发展。