山东新华书店集团建店80周年

守望齐鲁大地上的精神坐标 奋力绘就全民阅读精彩新篇

■中国出版传媒商报记者 芙 桂

7月26日，“山东新华书店集团2024年社店融合发展交流会暨80周年庆祝大会”在山东曲阜“中华优秀传统文化国际研学营地”隆重举行。

中国书刊发行业协会理事长艾立民；中国出版集团有限公司党组成员，中国出版传媒股份有限公司董事、总经理，中国新华店协会理事长茅院生；新华书店总店有限公司党委书记、执行董事任江哲以及全国各出版集团、出版社、各省市新华书店集团相关负责同志等近200人出席，共商社店融合发展新方向，共建社店融合发展新模式，共谋社店融合发展新路径。山东出版集团有限公司党委委员、董事，山东出版传媒股份有限公司党委副书记、董事、总经理申维龙致欢迎辞。会议由山东出版传媒股份有限公司党委委员，山东新华书店集团有限公司党委书记、董事长安蓬生主持。

当前，社店融合已成为顺应数字经济时代的新发展趋势，社店之间是唇齿相依、荣辱与共的“命运共同体”。大会伊始，申维龙介绍了近年来山东出版集团发展所取得的重大成就，肯定了山东新华书店集团成立80年来，始终把社会效益放在首位，为广大读者打造更加温馨的阅读场景，开展更加丰富的文化活动，提供更加多元的文化服务。他指出，面对新形势、新机遇、新挑战，社店之间唯有加强合作、资源共享、相互补位、深化融合，才能共同抵御各种风险，共享发展成果。

艾立民在致辞中表示，山东新华书店集团作为全国书业的重要成员，在转型升级过程中以融合创新发展为主基调，以向综合文化服务商转型为发展目标，不断挑战自己，推陈出新，为推动书业的健康发展贡献力量，很多经验做法值得业界学习借鉴。此次交流会的召开必将进一步深化社店融合，对推动书业健康可持续发展起到重要作用。

山东新华书店集团 SHANDONG XINHUA BOOKSTORE GROUP

茅院生表示，中国新华书店协会作为全国新华书店的桥梁和纽带，始终致力于推动新华书店创新发展，推动社店深度合作与交流。此次社店融合交流会的开展，能够建立社店之间更加紧密、更加高效的合作机制，积极探索线上线下、店内店外融合的新模式，为读者提供更加便捷、舒适的阅读空间，助力全民阅读走深走实。

随着新技术的迅猛发展、大众消费及阅读习惯的改变和人口红利的迅速消失，书店到店客流量持续减少，实体书店经营面临一定压力。基于此，交流会邀请商务印书馆党委书记、执行董事顾青，生活·读书·新知三联书店党委副书记、总经理宋志军，新华文轩出版传媒股份有限公司党委副书记、执行董事、总经理李强，译林出版社社长葛庆文就社店融合发展的成果与经验，分别作了精彩演讲。安徽新华发行集团党委副书记、总经理、董事，皖新传媒党委书记、董事长张克文；海峡出版发行集团党委委员、副总经理何强；浙江出版联合集团党委委员，浙江省新华书店集团有限公司党委书记、董事长蒋传洋分享了新华书店转型升级的成果与经验。发言围绕未来社店融合，提出了融合发展新思路、社店合作新模式，力求打造社店融合的新质生产力，探索了未来新华书店高质量发展的新方向、新模式、新路径，得到与会嘉宾的一致认同。

当晚，山东新华书店集团建店80周年文艺汇演在曲阜营地小剧场举办，山东新华人呈现了一场美轮美奂的视觉盛宴，充分展示出新华书店人积极向上的精神风貌和山东新华改革发展的新成果。

1937年4月，新华书店的前身——“新华书局”，在延安清凉山万佛洞的一座石窟里诞生。1944年7月，山东新华书店在沂蒙革命老区烽火岁月里揭牌建店，作为全国最早成立的省级新华书店之一，从此肩负起在齐鲁大地传承优秀文化、传播先进思想、为人民提供优质精神食粮的重要使命。

2024年，山东新华书店迎来建店80周年。穿越80年岁月激流，山东新华书店以唤起民众、启发民智、服务全社会文化需求为己任，为社会主义革命和建设作出自己独特的贡献，成为一代又一代山东人的精神坐标。特别是在进入新时代以来，山东各地新华书店经过努力已成为当地文化建设的新地标、重要的文化服务阵地，在两个文明建设中发挥了重要作用。与此同时，山东新华书店的经济效益显著提升，展现出强劲的发展势头，已成为山东省规模最大、实力最强、服务最专业的图书发行商和文化渠道运营商。当下，山东新华书店正持续大力营造“爱读书、读好书、善读书”的浓厚氛围，扎实推进全民阅读，加快建设书香山东，扛起“在全国发展大局中定好位挑大梁”的光荣使命，为奋力谱写中国式现代化山东篇章提供强大精神动力和文化支撑。

薪火相传 共筑几代人的精神记忆

如同遍布中华大地的新华书店深刻影响着中国的历史进程那样，在中国历史发展的每一个关键节点，山东新华书店也一样从未缺席。在战火纷飞的年代，山东新华人用书籍和知识作为武器，为国家的独立和民族的解放贡献了自己的力量，成为山东新华书店建店80周年历史上不可磨灭的篇章，这种爱国精神，如薪火相传的火种，激励着每一代山东新华人不忘初心、牢记使命，在新时代的征程上继续书写新的辉煌篇章。

1949年10月1日，中华人民共和国成立，新华书店也随之迎来新生，包括山东新华书店在内的全国成千上万家大大小小的新华书店，宛如一个个粮食供应站，源源不断地给国人输送着精神食粮。1950年3月，国家将过去各地分散经营的新华书店统一为全国性的国营出版企业；1951年初，新华书店山东总分店由原来的“编、印、发”三位一体转变为专营图书发行的机构，标志着其在图书发行领域的专业化发展；1952年，根据新华书店全国管理委员会决定，新华书店山东总分店改称为新华书店山东分店。

回溯抗美援朝的烽火岁月，山东新华人展现了深厚的爱国情怀与无畏精神。在总店的号召下，他们不仅全力投入到书籍的出版与发行工作中，确保抗美援朝相关书刊的及时供应，还积极参与了全国范围内的募捐活动，为志愿军捐赠了大量书刊，展现了新华人的责任与担当。据统计，新华书店山东分店在此期间完成了600万册抗美援朝书刊的发行任务，并额外捐献了80多万册书刊，为战争的胜利贡献了独特的文化力量。

进入20世纪50年代，新中国百业待兴，新华书店也面临着将知识文化普及至偏远乡村的艰巨任务。山东新华书店人敏锐地洞察到基层供销社在农村生活中的核心地位，创新性地提出了在供销社文具柜台上代销图书的策略。这一举措迅速构建了覆盖广泛的农村图书发行网络，使山东新华书店的书籍能够深入齐鲁大地的每一个角落，惠及广大农村读者。新华书店与供销社的紧密合作不仅满足了农村读者的文化需求，也为普及知识、传播文化作出了重要贡献。

1951年9月，新华书店山东总分店与山东省供销合作总社签订代销书刊协议，同年即与90多个县联社签订了代销书刊合同，全省有1300多个基层供销社代销书刊。1968年，山东全省供销社售书点达11518处。其中，山东新华书店“乌兰牧骑”式流动供应队，是一个独特的存在。这支队伍创造了与群众“同吃、同住、同劳动”的“三同”和“边宣传、边发行、边组织学习”的“三边”农村发行工作法。1968年，在“三边”工作法的基础上，烟台新华书店总结提出以“边劳动、边宣传、边售书、边组织群众学习”为基本内容的“四边”售书工作法，并在全烟台地区的新华书店推广。

统计数据资料显示，截至1980年，依托“梅花布点”农村图书发行网络体系，烟台地区成功构建了每11万人有一处门市部，每1.1万人有一处发行点的服务网络。1982年，烟台全区推进图书信息、征订、发行三网一体化。1985年，黄县（今龙口市）受联合国教科文组织委托，开展扩大农村图书销售试验。尽管遭受台风影响，黄县3个月内图书销量达110.4万册，销售59.5万元，人均购书增长显著。

从“乌兰牧骑”流动供应队实践推行的“三边”和“四边”农村发行工作法到20世纪70年代中期结合基层供销社图书文具门市部的普及；从因创新推广而被写进了大学图书发行教材的“梅花布点”的农村发行网络体系，到新时代致力于转型升级推动高质量发展；从最初的星星之火，到如今遍布城乡的书店网络，山东新华书店历经了80年风雨兼程，每一座书店都是薪火相传的见证，每一代新华人都在接力前行，持续为读者提供优质的服务，共同书写了这段波澜壮阔、服务社会的峥嵘岁月。

凝心聚力 践行文化服务新使命

1978年12月，党的十一届三中全会胜利召开，国家实现伟大历史转折，改革春风唤醒万物。恰逢其时，全国新华书店的柜台上摆上了《安娜·卡列尼娜》《子夜》《大卫·科波菲尔》等中外经典名著，满足了人们井喷式的精神需求。当时的新华书店被誉为“国民精神财富的银行”，像磁铁一样引领全民阅读风尚，广大读者如饥似渴地在书籍中寻求知识。

1978年5月4日，35种被解禁的老版中外文学名著在山东投放，事先得到消息的广大爱书人，一大早就聚集到全省各地新华书店排队抢购。20世纪80年代，新华书店发行了一大批高质量的好书。到了1980年代后期，“买书难”问题解决了，“读书热”仍未减退。济南泉城路新华书店一到周末能卖出七八百套《红楼梦》，顾城、北岛的诗集一天能卖出2000多本。

不仅城镇出现“读书热”，广大农村地区也出现了“购书热”的场面。在农村庙会的流动书摊旁，《官场现形记》《聊斋志异》《封神演义》《镜花缘》《老残游记》等文学名著，吸引众多农民朋友驻足购买。究的十一届三中全会之后，山东农村图书销售额逐年递增，离不开农村图书发行员们的辛勤付出。农忙季节，也是农村图书发行员最忙碌的季节。他们走村串户、流动售书，走到哪里就被哪里的群众围个水泄不通，被群众亲切地称为“图书货郎”。

与深入乡村基层走村串户的“图书货郎”相比，城镇新华书店各个实体店做出的“开架售书”举动，则在某种程度上为新华书店开创了图书发行新局面。建店以来，新华书店传统上采用“闭架售书”方式，不便于读者浏览。1978年，北京市朝阳区的新华书店双井门市部首开“开架售书”模式。随后，山东新华书店在济南、青岛先行试点该模式并在全省推广。此举极大提升了读者购书便利性和门店销售业绩，成为山东新华书店发展史上改革篇章的精彩一笔，更为山东新华书店探索更具开放式的广阔图书卖场奠定实践基础。

在那个全民买书、读书的激情年代，书店已无法承载蜂拥而至的广大读者和喷薄而出的阅读热情。把所有可以组织到的货源在更大的空间里、更集中的时间段放在一起，为大众阅读提供更多的方便，成为山东新华书店举办图书博览会的初衷。

1979年起，山东新华书店便开始尝试图书展销。有的是展销专业性图书，有的是展销综合性图书；有的是与出版社联合举办，有的是新华书店自己主办。1987年，济南市新华书店举办了首届“泉城书市”，接待读者15万人次，销售图书90万册。

时至今日，始于1980年的全国书市已演变为全国图书交易博览会（简称“书博会”），走过了40余年发展历程，已由起初单一的图书交易活动，发展成为集出版物展销、信息交流、行业研讨和倡导阅读等多功能于一体的文化盛会。

2024年7月26日，第32届全国书博会在山东济南启幕。这是继第19届、第30届、第31届全国书博会举办之后，全国书博会第4次花落山东。书博会的成功举办，不仅展现了新时代我国出版业高质量发展取得的丰硕成果，也充分向万千读者呈现了山东新华作为完善公共文化服务的主阵地、创新文化消费的主渠道、深化全民阅读服务的主力军的新形象。

与时俱进 夯实全民阅读主阵地

为深入推进全民阅读，山东新华明确提出打造山东特色的文化活动品牌，通过整合文化资源、创新活动方式、建立长效机制等多种举措，全力实现文化活动品牌化、定制化。同时，深耕店内“蓄力”，向合作单位“借力”，汇聚文化活动“合力”，全力实施“新华领阅计划”，增强门店引流拓客能力，全面提升新华书店的社会美誉度和影响力。

自2015年开始，在山东出版集团主导下，山东新华书店一手转型升级、一手创新经营，推动以山东书城为代表的各地新华实体门店的升级改造，递次为进地打响了以提升书店“颜值”为重心、以调整经营方式为中心、以融合创新发展为核心的转型升级“三大战役”，实现了社会效益与经济效益的双效统一，交出了一份满意的新时代答卷。2022年，在世界读书日期间举办的首届全民阅读大会上，山东新华书店旗下的山东书城，被评为“首届全民阅读大会·年度最美书店”，正是“第一战役”反响的结果。

目前，山东新华正以融合创新发展为主线，重构运营逻辑，以实现由单纯的图书经销商向综合文化服务商转变为根本目标，推动门店转型升级，大力拓展线上渠道，线上线下融合发展，形成两套发行网络，有力支撑主责主业，持续不断夯实全民阅读主力军地位。

一直以来，山东新华在全民阅读推广中自觉担当、主动作为，积极融入各地公共文化服务中，策划推出了众多主题阅读推广活动及大型书展活动。以“新华领阅计划”为例，作为山东新华书店构建品牌文化阅读空间的重点工作，活动以“融资源、搭场景、聚人气、创品牌”为工作目标，逐步将高品质、高人气的阅读活动融入读者日常生活，让翰墨书香浸润齐鲁大地。活动还细分群体、领域，在全省各地打造了“新华·童乐绘”“新华·文化市集”“新华·阅见书香”等诸多子品牌特色活动。

时至今日，山东新华书店以文化活动为依托，建立起多层面的品牌活动推广体系。一方面，连续承办多届全国图书交易博览会，多次承办“山东书展”“齐鲁书香节”等全省大型展会活动；另一方面，组织开展“沂蒙夏季书市”“滕州书展”等地域性品牌性文化活动，积极推动全民阅读进农村、进社区、进家庭、进学校、进机关、进企业、进军营。承接各类文化活动、提供定制化服务等，不断深化新华书店在推进全民阅读工作中的重要位置。

不仅如此，山东各市县新华书店结合当地特色，连续多年开展主题阅读类品牌文化活动，开启“文化+活动”模式，解锁读者家门口的“文化大餐”，打造新型“书店式”文化阅读空间。如济南的“泉韵书香”、临沂的“书香晚七点”、烟台的“优阅书房”、泰安的“东岳书香文博会”、潍坊的“图书漂流共享阅读”等，有效提升了山东的全民阅读事。

“对历史最好的继承，就是创造新的历史。”将视线从回望80周年的过往奋进征程，转向高歌猛进中的新时代新征程。山东新华书店把根深植在齐鲁文化沃土，将坚守传播文明、传承文化的初心，内化于心、外化于行，以新发展理念为引领，以新质生产力强劲推动高质量发展，持续推动改革创新走深走实，为奋力谱写中国式现代化山东篇章凝聚强大精神合力。

坚守文化服务使命的80年岁月

薪火相传·初心不改·与时俱进

鲁南书城

泰安分公司组织开展“新华·童乐绘”阅读悦耳绘本公益课堂现场

潍坊新阅广场老年大学结业演出

新华·日照青年夜校—书法

新华自习室朝夕房间学习场景

中华传统文化国际研学实践教育营地

1944年7月21日《大众日报》刊登的山东新华书店成立的消息

1981年4月，济南市新华书店科技天桥门市部举办“高考复习读物展销会”

山东书城

邹城一中校园书店阅读课活动

新形势下山东新华书店的转型升级之路

战略引领·价值重塑·聚势赋能

新形势下，实体书店面临着多重挑战。面对行业大震荡、大变革，山东新华书店集团坚持“一三四五”总体战略布局，通过一系列有效措施在业界掀起一场“书店+”转型革命，取得了丰硕成果。一是打造文化高地，全面提升新华书店品牌影响力。门店的整体形象、阅读环境和服务功能得到全面改观，初步实现了成为城市“文化教育中心、时尚体验中心、社会交往中心”的目标，成为集多元业态于一体的文化阅读空间。此外，增强服务软实力，创新营销模式，打造品牌活动，满足读者的多样化需求。二是大力拓展多元业态，推动“文化+教育+旅游”融合发展，在国家推动文旅融合发展、实施科教兴国战略的大背景下，敏锐抓住研学旅行机遇，推动实体书店转型升级、融合发展。

当下，山东新华正坚持以创新驱动融合发展，全面塑造发展新优势，持续推动全系统接续打好转型升级的“第三战役”，不断实现一次又一次的精彩蝶变。

“谋”字当先 打好文化品牌“组合拳”

新时代，为更好地塑造新华书店品牌，山东新华书店筑牢责任，围绕持续强化政治引领力、有效服务力和决策执行力等“三力”体系，正以文化活动为依托深化全民阅读，打好文化品牌“组合拳”。

在“谋”字上下功夫，握好转型升级“方向盘”。围绕“重构实体书店的运营逻辑，塑造线下多维度的文化服务场景”“注重互联网科技赋能，打造线上线下融合发展的综合文化服务生态圈”“更深地融入公共文化服务，做强做实全民阅读‘主力军’”等方面发力作为，着眼于“融”“拓”“转”“新”四个字下功夫，持续推动全系统做好转型升级。

在“融”字上出实招，打好运营创新“攻坚战”。一是提升市场竞争力，通过打造新的商业盈利模式，拥抱新的互联网技术，有效应对企业的发展危机，打造了一批新业态新项目，在山东省探索形成了一批新的商业盈利模式，如“新华书店老年大学”模式、“新华自习室”模式等。二是强化资源整合力，积极推进社店融合工作。山东新华书店打造了“社店融合·合作出版”模式，与各出版单位联手打造适合山东省市场的合作定制出版图书，实现了产业链上下游的合作共赢。三是凝聚品牌塑造力，通过文化活动提升店内流量。山东新华书店以文化活动为依托，建立起省、市、县、乡镇四级层面的品牌活动推广体系。四是驱动业态融合力，搭建店内文化消费新场景，实现多业态融合发展。

在“拓”字上谋实策，用好异业合作“关键招”。一是注重品牌战略，分别与山东鲁花集团、云南农垦集团等知名企业签订战略合作协议，形成店内与店外、线上与线下、图书与非书、传统营销与现代营销并重的合作新模式。二是注重大客户拓展，设立政企服务部，加大和党政机关、金融机构、高校、企事业单位等之间的合作，目前已与工商银行山东省分行、建设银行山东省分行、农业银行山东省分行等多家单位达成战略合作。三是建立“新华臻选·品质生活馆”，优选总部战略合作产品、山东省内外老字号产品、地理标志性农产品等，通过“线下运营+线上营销”的形式，进一步营造与图书文化空间相融合且自带流量的品质生活场景，打造高品质的多元产品专区，推动多元产品盈利水平提升。

在“转”字上求突破，筑牢线上布局“压舱石”。近几年，山东新华书店在加强线下运营的基础上，不断提升互联网化运营水平，总结形成了互联网化“三四一”工作思路，积极重构与用户的连接方式，促进了山东新华书店互联网化转型升级发展。一是强化自有平台建设，打造快捷、高效、多元的数字平台。依托线上自有平台“新华助学”积极推进“教育服务+互联网”；依托“新华悦购”平台推进“实体门店+互联网”，实现了全省新华书店门店线上线下高度的融合。三是加大外部平台布局，探索新兴电商及第三方平台市场，布局抖音平台，探索尝试分销商业模式，打造山东新华抖音新媒体矩阵。三是启动社群运营工作，搭建起全省统一的企业微信平台，大力拓展企微私域流量，搭建起企微社群网络。

在“新”字上做文章，把稳健康发展“定盘星”。自2022年以来，山东新华书店集团大力推动体制机制创新，在坚持“积极与稳妥并重”“目标与激励匹配”“责权利对等”“各板块均衡发展”“业绩导向”“能上能下”“实事求是”七大原则的基础上，确立了以业绩为导向的各类评比评优原则，明确了加大重点业务、创新业务的考核比重；不断完善人才管理、培养、激励机制，加强人才队伍建设，保障了转型升级工作的良性健康持续推进。

门店升级 延伸全民阅读服务阵地

如同每个时代都有属于它的恢宏、历史及老去的时光，新华书店也承载着一代人书香岁月的阅读记忆，见证了一座座城市的发展变迁。

有着“城市人文地标、生活美学空间”之誉的山东书城、鲁南书城、临沂书城等新华书店市级中心门店，展现着高质量发展全面起势的山东新华书店焕新质变的新风采。山东书城开业以来，多次举办如齐鲁阅读季、山东书展等大型文化活动。鲁南书城积极传播优秀文化，开展“小小非遗传承人”“小青檀读书会”“小小图书管理员”“跟着书本去研学”等活动。烟台南大街购书中心成立了精准选品团队，强化互联网化思维，加快“智慧书城”建设。潍坊新华阅广场设计新颖，围绕“新华领阅计划”，举办多种公益文化活动，为市民打造闹市中的“心灵栖息地”。济宁漫母书城以运河文化为底蕴，融合“方舟”设计理念，先后荣获包括“山东最美书店”和“全国最美书店”在内的诸多荣誉。泰山书城店展包括书画助学、假期托管和夜宿书城等创新服务，推动书店业务赋能。日照书城积极开展“青年夜校”活动，打造集学习、交流、体验于一体的综合性文化服务空间，激发了年轻人争相“参与其中”的热情。临沂书城持续探索文旅融合发展新路径，如在沂蒙红色文化和琅琊文化，设置沂蒙精神主题展区、本土作家作品专架、山东出版集团优秀图书专区，为临沂读者讲好山东新华好故事。

开在县城的新华书店，一头连接城市，一头服务乡村，打通了许多城乡居民与书籍的“最后一公里”。寿光书城以图书为媒介，与潍坊图书馆合作实现公共阅读的便利化。孟子书城推进数字化业务，近年来通过“新华悦购”平台、企业微信社群、抖音、快团团等渠道，构建线上营销网络。滕州书城围绕“新华领阅计划”，每年开展各类活动100余场。桓台分公司中心门店依托人文历史底蕴丰厚的县城禀赋，打造富有温度、多业态组合、硬件设施优越的文化传播空间。借助重装升级后的崭新形象，冠县分公司门店积极向“文化 + 书店”方向发展，加入文创产品，打造品牌亲子活动。

校园书店延伸着山东新华书店品牌和文化服务的新阵地。山商书苑由烟台新华书店与山东工商学院合作共建，该书店创新运营模式，由学校学生处招募运营团队，开业以来邀请多位作家讲座签售，丰富校园文化生活。山东农业大学校园书店由泰安新华书店与山东农业大学经济管理学院联合共建，每年举办50余场文化活动，提供图书销售、打印复印、自习租座、咖啡饮品等服务，是学院内的“党史学习教育书吧”，也是为大学生提供勤工俭学和创业的平台。邹平一中校园书店于2017年10月成立，当年就荣获了“山东省最美校园书店”的荣誉，次年又获得了“新时代杯·年度校园书店”表彰。

社区书店、商圈书店构建出多样的文化平台，为社区、商圈注入了浓厚的文化氛围，实现了和谐共生。淄博市沂源县燕崖镇朱家户的“阅见乡愁”乡村书吧不断探索“书店+”“阅读+”融合发展模式，积极开展文化惠民活动，如组织名师公益讲堂，开展“送书下乡”，组织特价图书展销，获得了村民赞誉。南湖书院定位为“城市书房”，内部采用徽派建筑风格，设儿童绘本区、国学讲堂、水吧休闲区等，致力于满足个性化阅读需求。日照石臼社区书店是一家具有海洋风格的精品社区书店，年均举办90余场文化活动，包括免费公益活动和联合书城举办的研学活动，深受家长和小朋友喜爱。荣成樱花湖社区书店坐落于荣成市樱花湖体育公园湖畔，主动参与政府文化建设体系，实施图书馆与书店达成的“馆店合作”战略合作，通过管理系统对接形成精准化服务模式，实现了图书共享。

文旅融合 赋能产业高质量发展

面对互联网、大数据、人工智能等新技术的迭代发展，以山东出版集团为主导，在山东出版传媒股份有限公司推动下，山东新华书店为改善经营结构、抵御经营风险，不断提高集团综合实力，立足充分发挥系统内文化资源、渠道优势及丰富文化企业当代社会价值，作出了进军文旅研学行业的战略性决策。2018年成立了山东省书香研学旅行社，并于2020年组建了山东新锋文旅发展集团（简称新锋文旅集团）。目前，新锋文旅集团下设山东省书香研学旅行社有限公司、山东新锋教育投资有限公司、山东新锋优品创意科技有限公司、山东红叶旅行社有限公司4家子公司及16家市级分公司。4家子公司分别提供中小学生研学旅行、中高端定制化旅游、研学实践教育活动、营地运营、文化创意设计等多项专业服务。

当前，“新华爱书客”研学品牌逐步成长为山东省内研学领军品牌。截至2024年6月底，总发团超过1.7万次、200万人次。特别是2023年，发团近6000次、超60万人次，实现营业收入超3亿元，山东新华文旅研学工作实现了全省“一盘棋”式一体化推进，专业的研学课程研发、营地建设运营、文化创意开发、研学导师团队均建设成型，文旅研学工作正逐步成为山东新华的重要利润增长点。

文旅研学精品课程体系迭进一步完善。立足山东省内特色文化资源，研发推出七大课程体系、八大主题课程，200余套体系课程，集团内部研学课程资源库不断充实，自有精品课程连续4年在山东省研学旅行创新线路设计大赛中获奖。

文旅特色研学营地集群初具规模。涵盖中华优秀传统文化、红色革命文化、人工智能科技的曲阜、沂南、青州“一大两小”营地一体化运行。其中，曲阜营地投资近5亿元，已被挂牌“中外青少年交流基地”“国际汉语教育培训基地”，成为山东出版集团进军文化旅游和中小学生研学的龙头项目。目前，以营地为平台，省内外、国内国外青少年文化交流实践平台已搭建成型。

系统内融合发展格局初步形成。结合出版发行特色，由出版社、印刷基地等单位联合研发的《一本书的诞生》研学课程广受欢迎；结合图书销售、教材教辅发行、老年大学分校、中小学生研学、中高端旅游为一体的专业营销队伍不断涌现，全省各地市文旅研学工作多点开花、各具特色。

文旅研学产业链基本打造完成。在前期将书香研学旅行社、新锋教育投资公司、新锋优品创意公司组建为新锋文旅集团后，2023年3月，根据山东省委统一部署，新锋文旅集团全资收购山东红叶旅行社，完成混合所有制改革，形成了“城市书店+文旅研学”的中高端旅游新模式，初步构建了涵盖中小学生研学旅行、成人党建团建及素质拓展、中高端品质旅游、中老年人慢旅行的全文旅产业链。

融合性文旅研学合作交流平台已逐步成型。2024年2月29日，“中国新华书店协会研学教育专业工作委员会”及“全国新华研学协作共同体”成立仪式在曲阜中华优秀传统文化国际研学营地成功举办，山东新华任主任单位，新锋文旅集团任秘书长单位，借助全国新华兄弟单位的渠道资源和品牌优势打造的全国新华文旅研学课程库不断充实，优势互补、资源共享的联合体模式逐渐成熟，“新华书店+文旅研学”的新模式，正赋能老牌的新华书店焕发新的生机活力。