

(上接第1版)

青年夜校,新华书店瞄准了年轻人!

课程 打造青年成长型社交品牌

课程是“青年夜校”的灵魂,也是核心竞争力所在,事关长远发展。各新华书店不断优化课程设置,丰富课程种类,引入更多实用、前沿的课程内容,涵盖更多领域和学科,以满足不同学员的兴趣和需求,为广大学员提供更加优质、全面的学习资源和场景。

精准定位,剖析需求是前提。为深入剖析“青年夜校”潜在用户群体及其课程需求,山东新华书店集团有限公司日照分公司采取了问卷调查的方式,在微信公众号、小红书等多个社交平台广泛征求读者意见与建议。该公司连锁零售部主任兼日照书城经理孙浩告诉记者,问卷内容涵盖了50余种课程选项供参与者进行投票选择,旨在最大程度地满足广大学员的个性化学习需求。青岛书城青年夜校团队瞄准25~40岁之间、有一定可支配收入、希望提升生活质量,对于文化活动质量有显著要求的青年客群,充分调研,与客群交流,选择了热度高、吸引人、适应性高的咖啡、花艺、即兴表达3门课程,开始首轮试水,在取得良好效果后持续扩大课程内容。

课程多样,满足不同阶段需求。目前青岛书城青年夜校已有近30门课程。青岛书城夜校负责人刘文川介绍,书城夜校将围绕艺术体验、审美提升、运动健康、圈层爱好四大方面进行课程开设,打造辐射周边5公里的青年成长型社交品牌。截至2024年10月,开展课程近50次,参与课程近千人次,累计曝光超15万次,积累潜在客户1000余人,老学员后续报名率达38%。黄岛新华书店传媒书城夜校负责人刘啸龙介绍,传媒书城夜校2024年3月成立以来,除了黄岛开发区传媒书城主校区外,还增加了胶州片区、幸福小镇(中德)片区、城阳片区等分校,已有目标服务人群2000余人、近40门课程,包括美妆、书法、调酒、自媒体运营等。“多样有趣的课程得到了西海岸诸多年轻人的信赖和喜爱,也收获了满满点赞,尤其美妆和书法2门课,已多次开班,每期报名都爆棚,特别受女性朋友欢迎。”日照“新华·青年夜校”项目已成功开设38门课程,其中美妆课程、书法课程、插花课程以及中医保健课程受到了学员们的广泛欢迎与青睐。项目根据不同课程类型和课程市场,价格300~500元不等,以499元12节课为基准。大连市新华书店青年夜校充分考虑到年轻人的特点,课程设计新颖、前卫,内容包括咖啡品鉴、红酒鉴赏、美妆培训



青岛书城茶艺课



日照“新华·青年夜校”美妆课

等,很多课程不得不应学员要求一再增加名额,有些甚至还增开了二班、三班,反响强烈。关军告诉记者,为了增加仪式感,课程结束时,大连新华还通过举办结业演出、颁发结业证书等形式,为学员提供展示才华、交流提高的平台,提高学习的成就感和获得感。山西新华南官青年夜校开展了幼儿行为解读、隔代教养实用心法、数字识人—解码用人之道、琵琶基础班、古琴研习、手机摄影课、摄影术进阶,插花课程、手作茶果子、硬笔书法课程等。

总结各新华书店推出的课程可以发现,主要分为三类:一类是陶冶情操、培养艺术细胞的课程,如茶道茶艺、花艺技法、古琴、古筝、钢琴、声乐、尤克里里等;一类是强健身体的课程,如羽毛球、网球、自由泳、瑜伽、普拉提;一类是提升个人技能,为工作加分的课程,如自媒体运营、剪辑、手机拍摄等。

赋能 从引进来到留得住再到强关联

在此次青年夜校项目的调研中,记者发现该项目的实施呈现出公益性和赢利性两个不同的运营方向。公益性以银川市新华书店、河北行唐县新华书店等为代表,项目主要与当地相关政府部门合作,以图书阅读等为切入点,组织青年参与。如行唐县新华书店与共青团行唐县委于2024年3月推出了以“青春有梦·乘阅而行”为主题的青年夜校课程,讲师通过分享阅读书籍,



大连新华花艺培训

让读者感受书中的精彩内容并进行交流、制作相关手工。赢利性运营的主要有山东新华书店集团、青岛书城、大连市新华书店、山西新华南官书店等。这些书店设置类型多样的课程,持续吸引青年人关注。无论哪种形式,如何将青年个人提升需求与书店服务、销售更好地对接?如何将人流变成现金流,是很多书店关心的内容和话题。

与图书联动,用服务提升互动。一是优化图书选品。连毅建议从两方面展开,一方面根据青年需求,提供涵盖励志、文化、科技、艺术、心理等多领域的图书,满足不同青年的个性化需求,实现多样化选品;另一方面推荐精品,精选优质图书,特别是有助于青年个人成长和提升的书籍,如领袖传记、名人故事、专业技能书籍等。二是跨界融合,不限于餐饮、娱乐、体育、策展、活动策划等。书店可以尝试所有青年群体所感兴趣的业态,从吃、学、游、玩等方面着手,增加用户黏性,不再是产品销售的一锤子买卖。

创新营销方式,做好宣传推广。在私域板块,利用科技手段和会员体系,通过数据分析构建用户画像,精准推送个性化产品、服务、文化活动等;在公域板块,则是要求书店加大对自身经营产品、服务、新业态的持续发声,吸引年轻人的关注,尤其是重视线上青年人聚集的平台,如增强在B站、小红书等平台的宣发力度。

(更多精彩案例和未来规划,详见后续报道)

(上接第5版)

三是开创文化供给新模式,奏响文化惠民新旋律。内蒙古新华不断创新文化输出路径,主动融入现代公共文化服务体系,率先实施“鸿雁悦读”计划,建立了“书店+图书馆”的合作模式,实现了新华书店和图书馆的图书借通还,极大地提升了图书馆的图书借阅率。内蒙古新华还将“鸿雁悦读”与全区11590家草原书屋相结合,借助“草原借阅+”小程序,精选电子书和有声读物,为广大农牧民群众提供“百姓点单”“线上阅读”“线下借阅”等服务。为进一步推动全民阅读均等化,内蒙古新华创新开展了“阅旧知新 图书共享”活动,通过搭建公益性图书回收、捐赠平台,让闲置的旧图书重焕生机。

提升管理水平,推动改革创新。内蒙古新华一是落实财务报账、业务整合和干部交流三大管理举措,塑造发展优势。持续深化企业经营管理,实施财务报账制度。为更有效地整合资源,提升规模效益和集约效应,对主营业务进行了业务整合,对内统一计划、统一标准,对外统一谈判、统一定价,形成了以盟市为单位的业务整合格局。此外,积极畅通干部交流渠道,推进旗县分公司经理、盟市子公司负责人异地交流任职,助推干部成长成才。二是精准科学选人用人,推动

人才各尽所能。不断优化“选育管用”四个环节,探索实施立体化的人才发展战略。“百人计划”通过公开招聘,吸纳大量优秀人才,有效改善员工年龄结构老化、学历水平不高、文化素质偏低的问题。遵循老中青“三用”原则和能力学历“两用”思路,持续规范干部选拔任用工作,为各类人才搭建干事创业的良好平台。有计划、分批次、分阶段地开展了上挂下派、复合型人才培养计划和跟岗锻炼,逐步提升人才综合素质和能力水平。三是高质高效推进考核,筑牢企业发展根基。将考核作为激励干部员工和推动事业发展的有效手段,建立了主体责任交流机制,通过月调度、季分析、半年一总结的形式,严格落实考核排名制度。出台《经营管理人员能上能下管理办法》。同时,全面实施薪酬制度改革,构建科学、公平、具有激励性的薪酬体系,建立了“双通道”职业发展体系和基于员工“能力+业绩表现”等多维度调薪机制。

当前,实体书店面临进店人数减少、“两教”业务受教育行业改革影响严重以及数字化阅读迅猛发展带来多重挑战,需要我们在实践中大胆创新、勇于尝试、积极应对,不断加强与先进地区、优秀企业的学习交流,吸取借鉴有益经验,共同探讨可持续发展的路径。

拓宽书店研学市场 开辟创研独特路径

■丁兆光(山东新华书店集团有限公司党委副书记、总经理)

近年来,山东新华以融合创新发展为主基调,守正创新、内融外拓,一方面维护好图书发行主阵地主力军地位,把服务做得更精细、更到位,传承好“新华精神”,树立新华书店良好的企业形象。另一方面,通过经营理念的创新、服务领域的创新、场景体验的创新等,调整经营结构,转变经营模式,把链条拉长、领域拓宽,提升新形势下的生存发展能力,体现新时代的价值担当。文旅研学板块是山东新华推动融合创新发展的重要路径,作为多元融合发展的第一方向大力推进、重点布局。

明确定位,聚焦优势,将文旅研学作为多元融合发展第一方向。山东新华于2018年成立山东省书香研学旅行社,正式开展中小学生研学工作;2020年组建山东新华文旅发展集团;2023年3月,新华文旅集团收购《老干部之家》杂志社旗下山东红叶旅行社。目前,新华文旅集团下设山东省书香研学旅行社有限公司、山东新华教育投资有限公司、山东新华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,另在山东16个地市设立市级分公司。子公司提供中小学生研学旅行、研学营地建设与运营、研学衍生品及文创产品开发、中高端定制旅游等专业服务,市地级分公司在山东各县区设派驻机构,全省文旅从业人员300余人,形成了较为完整的文旅产业链和覆盖全省的营销体系。

积累经验,深化服务,努力打造新经济增长点。经过7年的实践探索,山东新华的文旅研学工作取得了良好成效,积累了丰富经验。一是创立了研学品牌。新华文旅集团担任山东研学行业协会研学分会会长单位,书香研学旅行社担任秘书长单位,旗下“新华爱书客”研学逐步成为全省中小学生研学旅行领军品牌。二是建立了研学特色课程体系。立足山东特色文化资源,组建研学课程研发团队,研发推出七大课程体系、八大主题课程、200余套课程体系课程,每年在集团内部开展研学课程大赛,不断充实“一市一品、一县一品”研学课程储备库。三是形成了特色营地集群。投资近5亿元建设的曲阜“中华优秀传统文化国际研学营地”(一期)、投资1.2亿元建设的沂南“沂蒙红色研学营地”、合作运营的青州“人工智能体验中心”均已开营运行,现有营地集群涵盖中华优秀传统文化、红色革命文化及人工智能科技,“一大两小”三个营地实现一体化运行、统一化服务、标准化管理。四是拓展了

文旅研学产业链。新华文旅集团对红叶旅行社进行了混合所有制改革,引入优质股东《老干部之家》杂志社,山东新华的文旅板块在原有业务基础上,补充了中高端定制旅游、老年人康养慢旅行、出境游等业务。截至今年8月底,文旅研学累计发团1.86万次、出行人数210万人次,累计收入9.14亿元。

将现有资源与文旅板块深度融合,实现传统经营业态与研学业务的相互赋能。山东新华将门店的新场景、新业态及相关文化活动与研学业务进行融合,挖掘不同群体需求,探索“门店+研学”新模式,不仅提升了实体门店客流和人气,还充分体现了新华书店开展文旅研学的文化特色。如针对老年群体,与山东老年大学合作在门店打造“新华书店老年大学”活动品牌,通过开设多元化课程、开展老年研学活动、举办成果展演等方式,不断丰富服务模式,扩大老年教育资源供给。目前,山东新华在全省已开设30处“新华书店老年大学”,累计服务1.6万余人。针对青年群体,在门店推出“新华青年夜校”,开设兴趣艺术、生活美学、健身养生、技能培训、家庭教育等课程,目前已开设42处“新华青年夜校”,累计服务4000余人。针对学生群体,积极开展暑期托管“新华书香实践营”活动,今年暑假服务学生2.8万人次。在研学课程内容设计上,通过发挥书店双方资源优势,打造了具有出版发行特色的研学课程,如已在门店研学中落地的“一本书的诞生”“小小图书管理员”等特色课程,围绕《家门外的自然课》《噢!中草药》等图书与山东科技出版社合作开发门店研学课程等。

山东新华还在全省门店打造“新华领阅计划”全民阅读品牌,针对不同群体、不同领域常态化开展各类系列活动,今年已累计开展近7000场,参与人数超100万。此外,还组织举办户外采风等店外休闲活动,将课程融入游学项目,定制共享旅行线路。

强化合作,携手共进,切实发挥全国新华研学协作共同体的职责使命。由山东新华担任主任单位、新华文旅集团担任秘书长单位的“全国新华研学协作共同体”自成立以来,先后完成了各省市新华独立课程的整理优化,成果亮相“第32届全国图书交易博览会”。同时,与广东新华联合举办“问道曲阜,朝圣之旅”夏令营活动,与吉林新华联合举办研学考察等活动,加强了与兄弟单位间的交流,深化了合作,初步搭建起了文旅融合的合作交流平台。

新华书店“青年夜校”开展简况(部分)

序号	书店	开始时间	课程性质	课程价格	课程内容
1	青岛书城	2024年1月	赢利性	300~600元不等	咖啡、茶艺、即兴表演、美妆、制香、围棋等近30门课程
2	山东新华书店集团有限公司日照分公司	2024年2月25日	赢利性	根据不同课程类型和课程市场,300~500元不等,多数课程为499元12节课	插花等38门课程
3	银川市新华书店	2024年2月	公益性	/	好书分享
4	黄岛新华书店传媒书城	2024年3月	赢利性	300~600元不等	美妆、书法、调酒、自媒体运营、剪辑、手机拍摄、花艺技法等近40门课程
5	河北行唐县新华书店	2024年3月	公益性	/	“青春有梦·乘阅而行”主题活动,包含读书分享和黏土手工课程等
6	大连市新华书店有限公司	2025年5月	赢利性	全市统一规定10次课500元	咖啡品鉴、红酒鉴赏、美妆培训、瑜伽入门、形体培训、手机摄影、花艺培训、陶艺制作、皮具手工、古琴培训、声乐培训等
7	山西新华南官书店	2024年7月	赢利性	500元10节课	幼儿行为解读、隔代教养实用心法、数字识人—解码用人之道等
8	广西河池市新华书店有限公司罗城分公司	2024年7月	公益性	/	美妆基础课、减脂塑形入门培训班

● 声音

针对年轻人的服务,新华书店有哪些方向可以参与?

张蕾(青岛新华书店企划部部长):从功能角度考虑,新华书店的空间内,一是考虑满足年轻人的社交需求,线下社交筛选兴趣爱好相近的客群,围绕青年婚恋市场做一定尝试,线上社交提供优质社媒资源(线下打卡、线上社媒宣传),把有消费能力的人群拉到空间,创造消费转化的可能;二是满足年轻人的物质需求,将书店作为一个综合性的集合空间,在这里也可以买到最潮、最有特色的二次元、文创、趣玩、典藏书籍、体育、非遗手作等商品,以及热播剧集线、某一特类图书装置展、打卡、分享活动等。

张伟硕(河北石家庄市新华书店有限责任公司行唐分公司经理):新华书店可以通过线上线下融合、文化场景打造和个性化图书推荐服务等多个方面,吸引青年的关注,提升购书体验,为年轻人提供更加全面、丰富、有趣的服务。将书店打造成集阅读、休闲、社交于一体的文化空间,提供舒适的阅读环境,有助于新华书店更好地适应年轻人的需求,提升品牌影响力,成为年轻人喜爱的文化地标。

孙浩(山东新华书店集团有限公司日照分公司连锁零售部主任兼日照书城经理):年轻群体对于文化活动、艺术教育的需求呈现多元化、个性化的特点。他们不仅追求物质的满足,更重视精神的富足,对新鲜、有趣、富有挑战性的文化体验具有较高向往。新华书店必须密切关注这一变化,并积极调整营销策略,以适应年轻人的文化及娱乐需求。

据此,新华书店应紧跟时代步伐,密切关注年轻群体的具体需求,推出更为细致且个性化的图书和文创产品、店内文化活动以及研学旅游服务,以期满足不同读者的多元化需求,为年轻群体提供更多具有情绪价值的体验与更加丰富的参与形式。

关军(大连市新华书店有限公司营销策划中心总监):大连市新华书店致力于打造城市文化会客厅,我们认为在服务青年群体方面,还有很多工作可以做。公司在大连文化行业深耕多年,拥有丰富的品牌、图书、教育、名家等资源,母公司大连文化产业集团旗下拥有大连出版社、大

连歌舞剧院、大连话剧院、大连国际会议中心、大连人民文化俱乐部,可以为青年夜校开展培训工作提供充足的师资和场地。今后我们继续为青年群体提供优质、丰富、多样化的文化产品和服务,并将继续探索公益夜校服务新模式,推动公共文化服务高质量发展,增强城市文化活力,为大连高水平建设东亚文化之都作出更大贡献。

连毅(山西新华南官书店经理):一是打造青年文化空间,在书店内设立青年专区,提供青年喜爱的书籍、杂志、文具等,同时举办青年作家签售会、读书会等活动,打造青年文化交流的平台。二是提升服务质量与体验,根据年轻人的阅读习惯和偏好,提供个性化的推荐和服务。三是开展青年文化沙龙,定期举办文化沙龙、讲座、展览等活动,邀请青年作家、艺术家、学者等分享他们的创作经验和人生感悟,激发青年人的文化热情和创造力。四是与青年组织、学校等合作,推动青年阅读计划,鼓励青年人养成良好的阅读习惯,提高他们的文化素养和综合素质。