

拓宽多元经营路径 推动书店转型升级(二)

不久前,由中国出版传媒商报与河南省新华书店发行集团联合主办的第九届书业非书经营研讨会发布了“第九届书业非书经营”推展结果,22家实体书店入选“示范店铺”。本报对入选实体书店的优秀案例陆续刊发,以期为行业提供参考。(链接:本报8月30日第2965期第8版《拓宽多元经营路径 推动书店转型升级(一)》)



门店介绍:南昌书城是江西出版传媒集团旗下江西新华发行集团紧紧围绕“书香中国”“书香赣鄱”建设,打造的目前江西省面积最大、业态最丰富、图书品种最齐全的新华书店旗舰店,坐落于南昌市中心八一广场核心区域,毗邻南昌八一起义纪念馆、江西省美术馆等历史文化名胜。

成绩:截至今年6月,南昌书城客流量总量突破300万人次,被人民日报、新华网、江西日报、江西卫视大江网、南昌日报等各主流媒体报道50余次,累计举办各类主题阅读活动近300场。

南昌书城整体设计理念为“文化+美好生活聚落点”,2022年10月1日开业以来,已成为江西省新的城市文化地标。在当前零售业持续变革的大背景下,南昌书城积极拥抱新零售发展趋势,通过整合线上线下资源,创新多元业态,实现了非书经营的多维度拓展和优化,目标是打造一个文化与商业深度融合的现代阅读空间,并通过持续创新和优质服务,增强用户体验,提升品牌影响力。

多元业态创新,拓展书城服务模式。南昌书城

江西新华南昌市分公司南昌书城 创新多元业态 引领城市文化消费新潮流

紧抓青少年和亲子用户群的高黏性特点,引入了符合潮流消费趋势的复合业态。沉浸式裸眼3D体验影院“穿越南昌”利用超大屏和多方位影像相结合的3D场景,配合动感座位和多种特效设备,为读者提供了前所未有的沉浸式体验。据相关负责人透露,未来南昌书城还将推出新华在线数字体验馆,为读者带来最前沿的数字阅读体验。

除了文化类体验外,南昌书城自营水吧经过不断创新尝试,已经从单一的饮品销售扩展至包括小食、简餐在内的多样化产品线。自营咖啡品牌漫读咖啡,位于书城的核心楼层,为读者提供舒适的阅读和社交环境。通过引入扫码点单和送餐到桌服务,极大地提升了顾客体验和运营效率。漫读咖啡举办各类文化沙龙活动,不仅优化了书城的多元服务生态,还为书城文化活动提供定制化精品茶饮,进一步提升了文化活动的参与感和满意度。

研学活动跨界出圈,融合传统文化与现代科技。南昌书城举办系列研学和文化活动,如“典耀之旅:探寻汉字之美”南昌中小学生对2024年“洪城慧悦读”寒假主题阅读线下活动,累计接待中小学生对7000人次。该活动巧妙地将传统文化与现代科技结合,提供了独特的文化体验平台,通过VR技术和非遗印刷术,为南昌市中小学生对深入的文化学习体验。此外,非遗皮影戏、手作线装书、沉浸式

读书会等各类研学活动均采用线上售票、线下体验的方式,提升了服务效率和市场响应速度。

多元非书产品火爆,品牌效应显著。自2023年以来,南昌书城在非书经营领域取得了显著成绩。通过精心策划和实施一系列创新经营模式和文化活动,成功拓展了业务范围,提升了品牌影响力。为应对市场流行趋势,南昌书城推出了多款文创产品,如“开卷有益 人生进阶”文创礼盒和爆款手绘集章地图,深受消费者喜爱。南昌书城通过携手入驻商户开展视频号直播带货,实现了非书业态新销售模式的探索。两场直播销售成绩显著,展示了非书经营的巨大潜力。

此外,2023年南昌书城新开辟了咖啡、小食以及活动门票等板块,通过直播带货等线上渠道,多元产品销售实现了较为可观的营收增长。“洪城慧悦读”等大型研学活动、沉浸式裸眼3D体验影院项目的引流,不仅增强了读者的体验感,也显著提高了书城的市场吸引力和文化影响力。2024年4月,南昌书城获评“全国最美书店”荣誉称号,2023年先后荣获“百佳阅读推广单位”“非书经营创新单位”“首届新华书店品牌强企创新经营案例”“书业榜样阅读空间标杆大书城”“最受欢迎新媒体”等荣誉,被南昌市教育局授予“全市中小学生对素质教育实践基地”。(张玥月 采访/整理)



门店介绍:江苏海门新华书店坚守图书销售核心业务,积极探索与创新非书经营模式,为读者带来更加多元的文化体验。其非书经营领域包括凤凰唱片、凤凰数码、凤凰咖啡、凤凰美物、凤凰植艺等多个项目。

成绩:自2023年开业至今,凤凰咖啡总计销售20.85万元,凤凰美物销售167.06万元,“凤凰数码”销售254.16万元。

江苏凤凰新华书店有限公司海门分公司(以下简称“海门新华”)的非书经营项目在丰富书店经营内容的同时,也为读者带来了更加全面、多样的文化体验。海门新华始终将无处不在的阅读、多元业态以及新媒体平台的融合作为重点,旨在达成资源效益的最优化,实现客流的互补互融。为此,海门新华秉持融合地方特色、精准市场定位、沿袭文化传承、紧跟创新发展的理念,增设了“凤凰咖啡”“凤凰美物”“凤凰唱片”“凤凰数码”“凤凰植艺”等非书文化品牌。

凤凰咖啡:书香与茶香的交织。凤凰咖啡的创立,不仅彰显海门新华紧跟时代潮流的明智抉择,更体现出对当下消费趋势的深刻洞察。奶茶、咖啡逐渐取代可乐,成为新一代的“快乐神水”,书店多次奔赴江苏昆山调研学习,期望打造出契合当下消费者口味的饮品。通过精心策划与筹备,凤凰咖啡于2023年6月10日开始试营业,以其独特的定位和精美的产品迅速吸引众多读者的目光。海门新华以书名赋予奶茶名字,诸如“桃花扇”“茶花女”“枫林渡”等,这种极具创意的命名方式不仅使奶茶更富文化内涵,还巧妙地将书香与茶香完美结合,让读者在品尝香浓咖啡或清甜奶茶时,也能感受到浓郁的书香气息。在饮品的选择上,凤凰咖啡开业时精心挑选了6款奶茶和4款咖啡,并按照季节时令在特定季节推出限定产品,营业至今可供选择的饮品已多达16种。此外,凤凰咖啡还紧跟网络购物潮流,同步在外卖平台上线,为读者提供了更为便捷的购买途径。据海门新华相关负责人介绍:“自2023年开业至今,咖啡总计销售额达20.85万元,其中‘桃花扇’荣膺单品点单王,销售量1918杯,2023年7月2日当天点单量为140杯,创下单日点单最高纪录。后续,依据季节变化,紧随市场热点,又陆续推出‘桂花雨’‘桂花鸳鸯拿铁’‘手打柠檬茶’等季节限定茶。”

凤凰美物:创意与实用的交融。凤凰美物作为海门新华的非书经营项目之一,以“生活美学”“文创优品”“休闲益智”为标语,致力于满足全年龄段对文化产品的需求。在凤凰美物,读者可以发现各种精致的生活用品、富有创意的文创产品以及益智休闲的玩具。这些产品不仅具有实用性,更蕴含了深厚的文化内涵,让人们在日常生活中感受到文化的魅力。2023年9月,凤凰美物引入了乐高积木、计客益智玩具等热门产品,专注于推广玩得有趣、学得有益的理念。此外,凤凰美物还走出书店,走进社区,为多家单位提供了结合益智玩具的研学活动,让更多的人能够享受到文化带来的乐趣。2024年4月,凤凰美物依托海门历史人文,设计推出具有地方特色的自有文创文化衫和帆布包——来自白相吧(海门方言,意为“来玩吧”)。这些文创产品不仅具有独特的美学价值,更是对海门文化的传承与弘扬。数据显示,凤凰美物自2023年至今销售167.06万元。同年9月,凤凰美物引入乐高积木、计客益智玩具,至今为其增加销售9.05万元。2024年4月以来,自有文创帆布包及文化衫,最高单笔销售1292元。

凤凰唱片、凤凰数码、凤凰植艺,满足小众读者需求。自经营伊始,凤凰唱片就以其高质量的音乐产品和专业的音乐服务,赢得了广大音乐爱好者的喜爱。凤凰数码专注于出售对学习有辅助作用的电子产品。随着科技的发展,电子产品在辅助学习方面发挥着越来越重要的作用,凤凰数码为广大读者提供了丰富多样的电子产品,助力学习之路。凤凰植艺不仅是书店的普通商品,更是一场艺术的精彩演绎。它们的存在,令书店不再仅仅是知识的贮藏宝库,而蜕变成一个洋溢着艺术氛围的广阔天地。自引入至今,海门新华书店“凤凰数码”销售达254.16万元,凤凰唱片销售达6.25万元,凤凰植艺销售3.52万元,为书店赋予别样的内涵。(伊璐 采访/整理)

江苏凤凰新华书店有限公司海门分公司
积极探索书店与文化创意生活的融合

甘肃省新华书店西北书城 持续丰富产品线 拓展全渠道布局

2020年9月28日,完成转型升级后的西北书城重装开业,以全新面貌与读者见面,展现出甘肃省新华书店的企业形象及内涵。自开业以来,西北书城始终坚持全心全意为人民服务、为读者服务的宗旨,传承红色基因,赓续红色血脉,继承和发扬新华书店的优良传统,把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益相统一,获得社会各界和广大读者好评。

在非书经营已经成为书店业务的重要组成部分,对推动书店多元化发展、提升市场竞争力具有重要意义。在转型升级后的西北书城重点打造了生活采集馆,着力开展多元经营。该馆位于书城4层,面积约200平方米,销售产品涵盖学习用品、文创产品、数码电子产品、生活用品等。作为西北书城新业务拓展的重要平台,近年来生活采集馆呈现出了蓬勃发展的良好态势,为书店提供了更加多元化的经营选择和收入来源。

持续丰富非书品种,不断满足读者多元需求。在西北书城生活采集馆的非书经营中,西北书城非书运营团队不断丰富产品线,为读者提供了更为多样的选择。从最初的音像制品、文具,到现在的文创产品、体验项目、生活用品等,非书经营的延伸面越来越广泛,已经成为书店不可或缺的经营业态。西北书

城还与小度、摩飞、汉印、维克多力、康巴赫、红官窑等知名品牌和优质供应商跨界合作等,引入更多高品质、有特色的非书品,进一步提升了书店的品牌形象和市场竞争力。

此外,西北书城在非书经营的供应链管理方面,不断优化库存结构,提高库存周转率,降低运营成本。同时,加强了对供应商的管理和评估,确保产品质量和供货稳定性,持续规范了业务流程。一系列的举措,也带来了非书业务的稳步增长,尤其是文化衍生品和艺术品的销售额同比增长明显。

多样营销,实现线上线下同步拓展。在经营过程中,非书业务通过灵活多样的营销策略,精心策划促销活动,如开展打折促销、捆绑销售、会员优惠等,吸引了大量消费者的关注和购买。同时为扩大非书品线上销售,非书运营团队推动非书品入驻政府采购网实现大宗采购网上销售,并积极上门推荐办公用品,结合党支部联建活动,加强与各单位之间的深度合作,进一步扩大销售。

未来,西北书城的非书业务将继续坚持创新驱动、品质至上的发展理念,不断拓展市场、优化产品、提升服务,为消费者带来更多优质、独特的文化体验和生活选择。(焦翊 采访/整理)



门店介绍:甘肃省新华书店西北书城成立于2001年10月28日,坐落于兰州市城关区南关十字商圈中心位置,目前是甘肃省内图书经营面积最大、品类最多的大型实体书店,承载着文化综合体的延伸功能。为更好地深化全民阅读,建设书香中国,书城大力营造爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围。

成绩:先后荣获中华全国总工会“工人先锋号”、全国妇联“巾帼文明岗”、首届全民阅读大会“最美书店”、甘肃省直机关工委“文明单位”、中国新华书店协会“致敬改革开放40周年影响力书城”荣誉称号,同时荣获甘肃省总工会、省妇联、原省新闻出版广电局以及多家省内外出版社等单位授予的荣誉百余项。2023年至今销售码洋超420.5万,销售品种3373个,同比增长19.12%,非书经营业务取得显著成效。

黑龙江新华书店集团绥化市新华书店 拓营契合客群需求非书品 提升品牌影响力

经营品牌扩充、经营渠道拓展及经营空间扩展等方式,并在考察市场过程中发现,当下文创产品市场空间大,具有功能性和创意性产品不断更新换代的优势,决定引进品牌文创产品。在品种繁多的文创类别里,绥化市新华书店选择盲盒、DIY产品、若态潮流原创木质积木、同趣拼装、启蒙KP-国玩系列、商务礼品、艺术书签等与书店环境相匹配相融合的一系列文创产品,丰富书店卖场结构,设立多功能休闲阅读体验区,打造了独具一格的非书品文化创意空间。书店的咖啡吧经营咖啡、奶茶和果茶品种40多种,定期推出初夏热销饮品和秋冬奶茶新品。此外,书店定期邀请资深咖啡师在店内举办咖啡沙龙和咖啡课堂等系列活动,吸引读者与咖友们体验分享不同产地咖啡豆研磨冲泡后的口感,以先体验后销售的模式,激发消费者的购买动力,零售效果显著。咖啡吧自运营至今咖啡饮品销售额36.7万元,办理饮品金银储值卡620余张,举办各类展示展销活动260余场次,既满足了读者的多元需求,又扩大了销售,实现两个效益的提升。

配套开展文化活动,深化品牌意识和服务。如何适应市场变化,实现转型升级,从而扩大市场覆

盖面,增强区域市场主导性和销售,是实体书店苦于探寻的重要课题。新华书店作为国有老字号文化企业,在广大读者心目中享有较高信誉。绥化市新华书店充分利用这一优势,强化读者至上、信誉第一的观念,深化服务内容,不断拓展服务范围,拓宽服务渠道。配合图书和非书产品,绥化市新华书店在店内店外定期开展茶艺、插花、非遗文化剪纸讲座、手工DIY制作、文化沙龙、阅读分享、文化讲座、朗读者、文创品牌四诺考古、小花农植造春天等主题活动,促进多元化经营发展。在不断提升品牌意识和服务意识的同时,坚持与时俱进,让读者对新华书店有了更新更丰富的认知,推动书店的转型升级。

此外,绥化市新华书店还依托“新华书店品牌”“北国书香网”,不断丰富和发掘线上线下用户需求,配合主营相关类别图书展台策划主题活动,增加读者线上线下的体验感和粉丝黏度,在为书店增加人气,提升文创产品和图书销售附加值的同时,为书店源源不断注入新活力。2024年,门店销售额日均提高20%,图书销售市场占有率上升了10个百分点,客流量增长了2倍,有效提升了门店的经营质量。(王新雪 采访/整理)



门店介绍:黑龙江绥化市新华书店成立于1950年,营业面积1300平方米。2016年初,门店转型升级改造,加大了阅读空间,并且实现与集团连锁经营,经营品种和数量较以往更加丰富,截至目前已成为绥化首家现代复合式书店和多元文化交流平台,发挥着推动全民阅读、建设书香社会、提高全民文化素养的重要作用。

成绩:门店咖啡吧自运营至今咖啡饮品销售额36.7万元,办理饮品金银储值卡共计620余张,各类展示展销活动260余场次。

引入与客群需求相契合的产品,丰富经营业态。为实现多元化经营发展,绥化市新华书店在原有咖啡、饮品和木艺的基础上,又增加了多项文创产品。在经营文创产品的过程中,意识到必须在客群方面选择有连带性的产品,因此书店利用