“书店+市集”：与读者双向奔赴

■中国出版传媒商报见习记者 王新雪

随着个性化消费体验需求日渐旺盛，市集正被更多的创意形式赋予新的文化内涵，为城市增添了更多活力和“烟火气”。今年，中原书香节、地坛书市、“书山有麓·阅读市集”、为宝书局“寻美中轴”最美市集、开封市新华书店“非遗手工市集”、海南新华“阅动日月”书香市集等地方图书市集、文化市集的举办，成为靓丽的城市文化景观。

街头巷尾、公园、商场、书城……承载市集活动的场所越来越多样，书店也推出了不同主题和规模的文化市集活动，并通过融合文创、餐饮、手工，设置阅读打卡点、发放购书券等形式，激发市场消费活力。“书店+市集”有哪些创新玩法？文化市集如何拉动书店客流量？销售之外，市集活动还能为书店带来哪些价值？记者采访了多家举办过文化市集活动的书店，一窥书店文化市集的运营与创新。

聚合图书非书品资源 带动客流与销售增长

作为城市标志性的文化空间，越来越多的书店加入市集活动的策划行列中，通过发挥内外空间效应，在店内店外举办了多种不同规模大小的市集。在不断积累经验的基础上，让市集活动拉动客流量的同时，为书店销售找到了新增长点。

书店文化市集活动类型多样。今年山东临沂书城先后举办了新华·文化市集、“书香润老 乐享桑榆”文化市集、“阅琅琊非遗文化市集”、跳蚤市场文化市集等可逛可赏、丰富有趣的文化市集。

河南开封市新华书店精心策划并成功举办了多项富有文化特色的市集活动，包括“以书纪年，集市行乐”新春市集，以“新华少年研学营”为核心的一系列研学活动，如“小小店长”职业体验、假期托管班以及别具一格的“风雅梦华”与“唐宫夜宴”等店外研学盛会。其中，暑期推出的“新华非遗”手工市集备受关注，暑期以来共开展了83期活动，参与学生达1462人次，成为开封市新华书店今年以来最受欢迎的活动之一，并且成为书店的重要宣传平台。

广西桂林市新华书店今年举办了不同主题的市集活动，包括传统文化主题的“2024新时代乡村阅读季文化惠民市集”、艺术创意主题的“阅己·越己·悦己惠民市集”、山水生活美学主题的“2024中国－东盟文化周惠民市集”等。这些活动吸引了大量的人流量，尤其是周末和节假日，人流量达到了高峰，据广西桂林市新华书店连锁管理科副经理刘龙有介绍，平均每场市集约有1.2万人次参与，销售达3.5万元。

带动非书品销售较为显著。山东新华书店集团临沂分公司临沂书城营销郑晓萱介绍，市集活动不仅丰富了读者的文化生活，也吸引了大量的人流量。市集对于书城的图书及非书业务的销售拉动较为明显。尤其是学习用品、文创产品、咖啡吧等非书品类别受到欢迎，且非书品与图书的组合营销有效提升了销售转化。

浙江萧山书城举办的“夏风张扬，市集别样——书店里的市集”活动不仅吸引了大量人流，还在推动文化消费上发挥了积极作用。据萧山书城副经理戴琼瑶介绍，从销售数据上看，市集活动无疑为书城提供了新增长点，其中非书销售额的增长尤为显著。市集期间，爱普诗巧克力以其明星代言的加入，吸引了大量粉丝和潜在消费者的关注。

今年9月25日至10月2日，河北保定市新华参与“地坛书市进保定”活动，在为期8天的活动中，累计接待读者近5万人次，累计图书销售码洋20余万，非书品销售超5万元。保定新华书店原创品牌“言只堂”艾草养生系列产品护膝、肩颈宝、坐垫以及“隶卷新语”文创雪糕受到广大读者青睐。此外，保定市新华书店新媒体企划部主任姚岚表示，每年4月，保定市新华书店还会开展“新华书香节”大型书展市集活动。

结合地方特色丰富业态 增加体验式项目

市集的发展为消费者提供了全新的线下消费及社交空间，为将文化集市办出新意，同时强化人与人、人与地域之间的联系，书店延伸文创、餐饮、手工、研学、文化活动等多业态，并注重传统文化、非遗项目为读者带来的体验感。

融入更多特色产品与活动，连接地方读者。上海新华传媒连锁有限公司的“新华悦读生活节”以丰富的品牌业态类型向市民传递了生活节“生活，是很好玩的”理念。活动入驻品牌有“LEE”“贵州茅台”“节气物语”“敦煌博物馆”“黑爪”“人文之宝”“小林漫画”“白玉兰”等。在“新华悦读生活节”各个场地的文化市集中，项目团队策划了近30场活动及演出，如著名舞蹈家孟庆旸的江南风情画·青绿寻春——《不止青绿》签售会吸引了众多粉丝和读者，带动了市集人气。

保定市新华书店书市期间开展直播

萧山书城“夏风张扬，市集别样——书店里的市集”活动

临沂新华书店新华文化市集

开封市新华书店暑期非遗手工市集

桂林市新华书店阅己·越己·悦己惠民市集

保定市新华书店展区在书市期间展出少儿、文学、科普等新书、畅销图书1000余种，多元文创产品200余种，设立“主题出版物专区”“冀版图书专区”。其中《这里是河北》《红色画卷——书写中国共产党人的精神谱系》《珊瑚在歌唱》《知了科学课》等重点冀版图书让广大读者“读冀版 知河北”。活动现场设置文创产品展区，展出保定新华书店原创品牌。

萧山书城在市集活动中引入小众独特的文创手作、琳琅满目的精美饰品、非遗甲马版画文创、Serendipity手作DIY烘焙坊等手工艺品、文化创意产品。并在市集期间推出“何以消烦暑，书店觅新职——少年店长2.0”“‘纸’尖传承 独具‘浆’心——DIY纸浆画”“穿越时空，体验雕刻版画的艺术”等研学活动，增强市集的趣味性与互动性。

彰显传统文化魅力，扩大书店影响力。开封市新华书店购书中心副主任张晓航介绍，在“以书纪年，集市行乐”新春市集中，开封市新华书店创新性地引入了手工创作、寻宝探险、打卡集章和知识竞答等一系列趣味盎然的活动。暑期“新华非遗”手工市集则以“非遗＋手工＋知识互动”的全新模式呈现，巧妙融合当下热门的手工技艺与新华书店独家小课程。

临沂新华书店将多元文化与非遗元素巧妙融合。“新华·文化市集”系列活动开设“一日研学”系列课程。课程涵盖古法造纸术、植物拓染等，让参与者在动手实践中加深对中华优秀传统文化的热爱。“山东手造，产自临沂”非遗文化市集集中展示20多项非遗文化产品，如手绣、彩绘瓷、柳编等，让读者沉浸式体验沂蒙传统工艺魅力。

强化线上线下宣传 提升市集影响力

为扩大市集活动影响力，不少书店表示除了活动和产品的策划，对于市集活动的前期宣传和后期反馈也非常重要。一方面通过借助社交媒体等，形成线上线下的营销推广吸引更多客流；另一方面活动后及时收集读者反馈积累更多经验。

精心谋划，做足前期宣传和筹备工作。为做好“新华悦读生活节”活动，上海新华传媒连锁有限公司团队成员依据策划、设计、文案、选品、合作商接洽与落实、现场销售及维护等工作种类分工，各司其职又紧密合作。

山东临沂市新华书店线上通过微信公众号、社交媒体等提前公告活动，线下在书店入口处黄金位置布置特色图书造型美陈展区，配以活动海报、横幅、大型展板、店内外电子屏等方式，吸引读者关注。

在书店各类文化市集活动筹备阶段，保定市新华书店高度重视，协同业务、门店、宣传、后勤等相关部门在产品备货、市集选址、活动策划、宣传预热及后勤保障等工作上做好充分准备。

线上线下联动营销，形成良好互动反馈。保定市新华书店官方抖音直播间在书市期间，同步开展线上直播推荐好书，为全国读书爱好者提供价格优惠、购书便利的线上购书平台，《我与地坛》《吃透中国史》等书受到广大读者热捧。

开封市新华书店在暑期“新华非遗”手工市集后半段，应参与读者的热烈反响，特别安排了部分非遗手工活动的返场演出，在暑期市集尾声，还举办了盛大的抽奖活动，以感谢读者的热情支持，进一步激发了读者参与市集活动的积极性与热情。

广西桂林市新华书店不仅借助传统媒体的广泛覆盖面进行信息传播，还大力拓展自媒体与新兴社交媒体平台的宣传路径。例如，在抖音上发布精彩短视频展示市集亮点，在小红书上以图文并茂的形式分享市集的独特魅力，利用微视频全方位记录市集的精彩瞬间，并组建主播团队开展现场直播，让观众能够实时感受市集的热闹氛围与丰富内涵。通过立体多维的宣传模式，将文化市集的影响力拓展到更广泛的受众群体之中。

●声 音

策划文化市集活动，书店需注意哪些问题？

总体来看，文化市集仍然是书店吸引客流的好方式，通过市集活动不仅可以吸引不同年龄层、不同兴趣偏好的消费者，还能够在活动中真实了解消费者的需求和偏好，帮助书店调整商品结构和营销策略。那么，一场成功市集活动背后的因素都有哪些？

张晓航：首先，精心挑选手工项目至关重要。这些项目不仅要能够呈现出令人瞩目的成果，还需确保参与者能够轻松上手，从而在亲身体验中收获满满的乐趣。同时，将非遗文化知识与手工科普巧妙融入市集之中，增设“知识讲解”与“互动问答”环节，借助生动有趣的课件和活动视频指导，有效提升活动的品质与内涵。其次，紧密结合市场趋势与读者需求进行广泛宣传。开封市新华书店采取了微信公众号推送与线下海报宣传双管齐下的策略，确保信息覆盖广泛。通过定时在读者群中发布推送，专门组建活动群，精准锁定目标客群。在每场市集结束后，书店会精心制作活动照片与回顾视频，聚焦提升客群服务与体验，进一步细化私域流量运营策略，以期达到更好的宣传效果。

郑晓萱：一是线上线下联动宣传，线上通过临沂新华书店的公众号、社交媒体等提前公告活动，线下通过活动海报、横幅等营造氛围。同时，联合当地文化机构、媒体进行联合宣传，利用多平台推广，扩大活动的影响力和覆盖面。二是活动内容要丰富多样，文化市集应包含图书特卖区、文化市集、作者见面会、传统文化体验区以及亲子互动游戏等多样化的内容，以满足不同顾客的需求。三是举办专题讲座与签售会，邀请行业内专家和学者进行专题讲座，内容涉及文学、历史、艺术等领域。组织知名作家或专家到店进行图书签售会，吸引读者前来购买并与作者进行近距离接触和交流。

戴琼瑶：一是注重市集活动的创意与多样性。确定市集活动主题后，有选择地招募摊主参与活动。通过产品的丰富度和创新性将书店打造成时尚与艺术氛围的文化聚集地，为读者提供更多互动体验。二是通过举办相关讲座、手工互动活动等，帮助读者更好地了解和参与到市集活动中来。三是在活动的宣传与推广上下足功夫。通过与当地媒体、社群等进行推广，吸引更多读者参与到活动中来。四是在活动策划与执行过程中，要确保场地的设备和安全，制定合理的促销活动，有效吸引消费者。

●分销微讯

新华文轩2024劳动业务技能大赛推动人才队伍建设

中国出版传媒商报讯 11月20日，新华文轩2024“新时代、新技能、新征程”劳动业务技能大赛成果展示暨总结表彰会在新华之星举行。四川新华出版发行集团党委书记、董事长，新华文轩出版传媒股份有限公司党委书记、董事长周青；四川新华出版发行集团党委副书记、副董事长、总经理，新华文轩出版传媒股份有限公司党委委员、副董事长刘龙章出席活动并颁奖。

此次劳动技能大赛是新华文轩加快建设知识型、技能型、创新型员工队伍的重要举措，也是提升员工职业技能，促进公司改革发展的有力抓手。新华文轩工会精心策划，聚焦公司出版发行主责主业，根据各业务板块的技能需求，设立了编校知识、印制技能、叉车技能、图书选品美陈、新媒体直播、产品宣推和安全知识等7个竞赛项目，近6000名员工参与比赛。

大赛自4月启动以来，历经近6个月的比赛，涌现出了一批优秀团队和技能能手。会上，新华文轩工会对11个优秀团队、133名技能能手进行了表彰。参赛代表还现场进行了展示和分享。 （赢 晓）

河北省新华书店2024年第二期全省内训师培训举办

中国出版传媒商报讯 11月13日~14日，河北省新华书店在廊坊举办2024年第二期全省内训师培训。来自廊坊、唐山、秦皇岛、承德、沧州市店的内训师，以及廊坊辖区门店运营人员、新媒体营销策划人员共计50余人参加培训。省店公司党委委员、副总经理王富江出席开班式并作动员讲话。

省店强调，参训人员要提高思想意识，端正学习态度，充分认识培训的重要性；要不断沉淀经验，紧密联系岗位实际设计开发独具特色的精品课程；要始终坚持传承创新并行，通过“老带新传帮带”，薪火相传，构建有凝聚力的内部师资队伍。

此次培训特邀国家一级人力资源管理师刘乃持现场授课，从课程开发设计、梳理课程结构、课件设计制作、内训师角色认知、授课呈现技巧等方面，帮助学员解锁授课技能技巧、解读高效授课关键。

培训过程中，学员们经过分组，采用岛屿式布局模式，充分调动积极性。在实战环节，选拔出的4名内训师围绕媒体运营、场景营销、直播语言及团队建设等方面课程依次上台试讲。

下一步，河北新华将继续创新培训模式，持续推进内训师队伍建设与管理，发挥内训师赋能团队人才、传承企业文化的作用，切实把学习成果转化为干事动力，推进人才培养从“自然成长”到“引领成长”的转变。 （高天勋）

湖南新华书店集团第二期『互联网数字化人才培训』圆满结束

中国出版传媒商报讯 为进一步提高集团员工数字化应用水平，日前，由湖南新华书店集团主办的第二期互联网数字化人才培训在杭州阿里巴巴西溪园区开展。

培训开始前，组织方特别安排了一次深入的参观活动，近距离感受阿里巴巴一路走来的创新发展历程，切实体会企业进行数字化转型的意义。阿里云培训中心认证讲师、广东省人社厅创新创业导师、中山大学研究院新媒体导师黑马唐带来了主题为“全媒体运营驱动业务新增长”的课程内容，带领学员深度学习如何通过全媒体运营实现业务的飞跃。

曾担任头部达人的直播运营主管、拥有丰富实战经验的讲师柏航带来了关于“直播运营增长提效”的精彩课程，分享了直播行业的发展趋势、各平台特点分析、直播团队的架构设计、分工协作及运营逻辑等内容。

此次培训不仅提供了前沿的行业知识和实用的操作技巧，更激发了参训人员对于数字化时代下企业发展新机遇的思考。随着第二期培训的圆满结束，湖南新华书店集团在探索数字化转型的征途中再次迈出了坚实而有力的步伐，加深了员工对数字化技术的理解与掌握，为集团整体战略转型注入了新的活力与动力。 （赢 晓）