

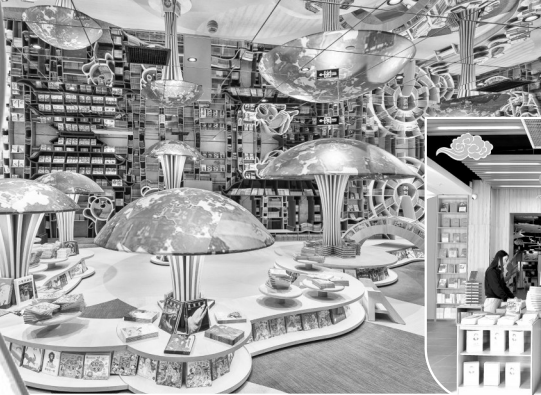
连点成线 聚线成面

■中国出版传媒商报记者 王双双 见习记者 张绮月

实体中小门店深挖服务空间价值

12月7日,浙江新华抖音直播间“魔法永存”——“哈利·波特”初版绝版复刻专场开播。这场直播线下依托余杭新华书店余之城哈利·波特主题门店开展主题打卡活动,利用私域粉丝群进行精准营销,实现线上线下有效互动,销售码洋320万。

这一案例的背后,折射出实体特色主题门店在精准营销方面的优势。北京开卷公司《2024图书零售市场分析》报告指出,今年1~10月图书零售市场同比呈现负增长态势,码洋下滑1.12%,实洋同比下滑2.60%,但实体店渠道中小型书店码洋比重明显扩大。可以说,以新华书店为代表的实体书店通过完善网点建设,将网点开到有人的地方,开到有文化消费需求的地方,成效显著。基层中心店、校园书店、机关书屋、廉政书屋、企业书屋等,成为实体书店连接政府机关、企事业单位、学校、社区的重要纽带,为实体书店全业务链路提供了支撑。



▲钟书阁成都店



▼河北定州新华中心门店



▲上海徐汇日月光店



▲江苏凤凰新华浦口分公司白马生活广场店

基层中心店

以线下场景为连接点

打造文化消费『入口』

公安县新华书店链接外部资源开展文化活动。在各单位之间实行“引进来,走出去”方案。引进来,如县团委驻点新华书店创建“青年之家”旗舰店,面对全体青年开展“青年夜校”,大力推动团的组织形态、工作力量、服务项目在青年身边实现有形化、日常化,进一步增强团属阵地服务青年乐业乐享能力;走出去,走进社区,关爱留守儿童,走进特殊学校,看望特殊儿童、慧悦读活动与县检察院合作,让小朋友感受法律的公正与威严。云南新华永德书城分组对政府采购信息进行统计和分析,及时了解单位采购信息和招标信息。通过从平台上获取到的信息再进一步加强和政府单位联系,灵活运用平台,提升中标概率,获得合作机会。

二是举办各类阅读节、市集等,营造阅读氛围。中国书店琉璃厂店推动“旧书新知”系列活动外展,参加王府井书香市集100天、报国寺旧书市集23次、北京春季书市全国古旧书展销年会、第三届嘉德国际图书艺术展、深圳文博会、天津京津冀古旧书展销、江苏书展、全国图书交易博览会等各类外展,共取得销售额28.83万元。上海书城九六广场店参与上海发行协会和集团公司的各项营销活动,如“悦读生活节”“上海夜生活节”“咖啡文化周”等。

三是打造特色多元项目,跨界合作。中国书店琉璃厂店与中国第三大游戏公司三七互娱合作,对古籍修复数字化作创新探索,进行《古籍修复师》功能游戏的跨界实践。中国书店作为项目专业指导方参与《古籍修复师》功能游戏项目的全生命周期,共同完成项目各节点的研发、推广、传播,并拓展更多合作内容,与三七互娱总部合作,开发《古籍修复礼盒》套装。永德书城通过纸品推广业务培训后,经过对复印纸性能反复对比,最终选择了一款性价比比较高,并适合永德市场现状的精裱品牌复印纸,作为永德纸业市场的敲门砖。同时盘活了打印设备、耗材、印刷等新型项目,增强非书品占有率。今年以来,永德书城非书品销售占比达总销售的68%以上。

开启新华人直播赛道,线上线下融合,激发市场新活力。如今,发力线上已经成为各门店的标配,通过持续强化用户思维和数据思维,坚持以用户为中心,以线下场景为连接点,努力向“互联网+”时代线上线下融合的新型文化消费服务商转变。

山东费县书城依托新华悦购、淘宝、抖音、企微社群等载体,打造自有平台、三方平台、私域平台矩阵。通过线上直播的形式让更多读者与好书相遇。山东巨野分公司通过大力发展自有线上平台“新华悦购”、拓展电商平台“抖音”开展直播带货,实现线上线下的有机融合,为读者提供更加便捷、高效的购书体验。其中直播带货2024年已实现销售100余万元。巨野分公司注重社群建设,目前正在运营有效社群200余个,群成员2.95万人,社群消息活跃度与订单活跃度均处于活跃状态。钟书阁成都店入驻第三方电商平台,提供线上购书服务,扩大销售渠道,并且与线下实体书店协作,利用线下门店的库存来满足顾客订单。青岛新华即墨书城向抖音直播平台发力,开启直播带货之路,不断抢抓互联网红利,线下以“城市课堂”为中心,以门店活动为引流,不断扩大实体门店影响力,通过线上抖音与实体门店活动互动,形成线上线下融合发展的典范。

商超书店

打造多元文化会客厅

实现文化价值落地

走进大型商场,似乎总能看到繁华一隅坐落着实体书店,成为人来人往的商圈里独特又静谧的存在。然而,上有昂贵房租挤压,下有各大小电商平台的围追堵截,商超书店不得不在夹缝中求生存。虽然在购物中心的加持下进店客流量尚算可观,但是真正购书的消费者仍是少之又少。

这些商超书店究竟如何实现盈利?整体来看,2024年商超书店依然将重点放在了文化空间的构建上,发力品牌建设,持续完善多业态运营,打造“城市文化会客厅”“都市人的心灵港湾”等新型文化地标。同时,积极推动商超书店向综合文化服务商发展,实现由传统图书零售向提高城市文化品位、营造阅读场景氛围的新型阅读空间转型。

多元业态结合,打造新型文化会客厅。面对日益激烈的市场竞争和消费者需求的多元化趋势,商超书店纷纷打造“图书+商超”的深度融合模式,将图书销售与日常生活用品、文创产品、咖啡餐饮等多元化业态相结合,为读者提供了一站式的文化消费体验,在繁华的商业气息中注入了文化血液,营造了文化氛围。

江苏凤凰新华射阳凤凰广场店结合商超书店的特点,融入城市书房、阅读空间、演艺舞台等形式,打造集阅读学习、文化服务、体验消费于一体的新型文化空间。店堂分为社艺图书区、少儿图书区、文教图书区、科技图书区、多功能阅读表演舞台、儿童沉浸式活动区、慢悦读体验专区、文创精品区、电子产品展示区等区域。

满足周边居民需求是商超店服务转型的首要目标,江苏凤凰新华白马生活广场店结合浦口区地方特色,营造以书为媒介的生活场景,以新中式风格,将书店空间以地域风景、文化背景为设计元素装修应用到软装陈列、灯光、色彩等方向,打造浦口地区新的城市客厅,与周边社区的生活理念和文化气息紧密融合。

山东德州解放路书店秉承“三新”发展战略,积极推进“三中心”建设,每层设置了不同主题,各具特色,并融入了图书、文创、培训、生活等多种业态,开设了新华·崇德书房、阶梯阅读区、杨红樱童书馆、相亲角等多元化的阅读交流空间。

广东湛江新华书店泊(湛江上悦城店)创新设计理念,以“港城”作为设计主题,分港城老街、海洋、湛江本土文化三个主题区域,融合了湛江变迁发展的情怀氛围,让不同年龄层的读者在阅读氛围中产生情感共鸣,感受本土历史文化,成为霞山区的“网红打卡点”。

营造文化氛围,重视与读者互动。作为商场中独特的文化空间,闹中取静的书店为商场带来潜在客流的同时,也将发展创新的思维深植于每一个服务细节之中,不仅涵盖了线上线下融合的阅读体验、定制化的文化沙龙与讲座,还延伸到了文化创意产品的开发、亲子共读空间等多个领域。

新疆伊犁新华书店时光书苑精选优质内容,打造独特文化体验,通过实施“品种丰富、适销对路”的图书采购策略,采取“以需订书、积极调剂”的灵活机制,兼顾书籍的品质与市场需求,融合文学、社科、艺术等领域的经典与新潮,确保书架上每一本书都能触动读者的心弦。

海南新华书店日月广场海口书香店以新型互动综合式阅读空间为理念,引入专题阅购区、沉浸式互动空间、环绕式立体视听空间、特色专题书籍艺术展览区、非遗文化创意展区等区域,为读者创造轻松休闲的阅购环境。

山东德州解放路书店积极履行社会责任,进机关、进企业、进学校、进社区开展各类全民阅读活动,组织了“新华·童乐绘”“新华·书香驿站”“新华·阅见书香”“夜宿书城”等品牌文化活动238场,以及“全民阅读进社区活动”150多场,获得了广泛好评。

安徽新华芜湖银泰城店注重书店与读者之间的互动交流,邀请秦文君、曹文轩等数十位作家在店内开展讲座和签名售书;定期举办“绘本故事”“手工制作”等相关主题的亲亲子阅读活动;打造“学

习强国”学习交流区,举办了朗诵、党史学习等多场文化特色活动,广泛开展全民阅读活动,打造当地文化新地标。

2024年,泊(湛江上悦城店)围绕“书店+”塑造鲜活的文化场景,将书店与社交、古风、网红文化、茶文化、餐饮等业态创新融合,设置茶室区域、自习区域、网红打卡点和提供古风服装摄影业务。周末在水吧、活动区内开展各种文化活动,如读书分享会、作家讲座、朗诵比赛、汉服秀等,线上通过打卡分享点赞兑换优惠券或小礼品等,吸引年轻消费人群。

多方联动,探索复合式经营模式。如今文化消费已经成为消费者追求生活质量的新标志,2024年不少商超书店尝试跨界融合联动,立足合作,不断拓展经营服务思路,持续增强商超门店运营活力。

河北衡水市新华书店啡页书咖与肯德基、麦当劳、星巴克合作开展体验类活动,与当地口才训练班探索演讲、阅读等分享讲座,充分发挥品牌互利作用,并结合地域特色,引进武强年画、非遗剪纸体验项目,为小读者接触传统文化提供平台。

湖南省新华书店有限责任公司娄底碧桂园书城与五江城市广场强强联合,携手打造联合商业模式,将文化消费与日常生活紧密相连,丰富了商超的业态布局,为市民提供了一个集购物、休闲、学习于一体的综合性文化空间,不仅提升了消费者的购物体验,也进一步推动了文化的普及与传播。

宁夏银川市新华书店品读时光阅彩城店深挖夜色经济,在重大节日时和商场联动,成功打造“夜读+休闲”生活方式;在部分电影热映时期和沃美影城进行影视联动,联名作影视原著推荐,或者对以往经典影视作品进行原著再宣传,如举办影视同期声——《灌篮高手》精美套装展销活动。

江苏大众书局常州武进吾悦店依托吾悦广场,深耕武进区,积极和商场、社区、街道合作,多次联合举办爱心捐赠、社区公益等,持续保持门店的知名度曝光,营造良好的品牌形象。守店却不止于店。积极外拓是常州武进吾悦店的一大创新。门店积极开发企业中关于“学习基金”的客户,通过外拓,挑选书目,送货上门,形成长期稳定的外部客源。

今年上半年,内蒙古呼伦贝尔市新华书店扎兰屯市新华书店与扎兰屯监狱展开了合作,建立了犯人家属专属购书通道,通过合作推广“马上购”小程序,增加了小程序的会员注册以及提高了自身品牌的影响力。

融合线上线下营销,实现数字化创新。甘肃兰州新区新华书店利用数字化手段,如通过社交媒体、线上平台宣传来拓宽服务范围和提升用户体验,积极在社交媒体平台等进行图书推广和宣传,实现了线上线下的无缝对接。

对于线上营销,银川市新华书店品读时光阅彩城店也形成了自身优势,通过“三微一抖一红书”进行多渠道覆盖式营销宣传,以图文并茂和视频的形式向大众直观展示阅彩城书店的空间美学和丰富的活动内容。新疆博州新华书店结合店内的业务特点和客户需求,与政采云平台合作,提供个性化的采购推荐服务,根据客户的历史采购记录和偏好,为其推荐合适的图书和文化用品;开发订单跟踪功能,让客户能够实时了解订单的处理进度和配送情况;根据客户的需求,提供灵活的配送方式和时间选择,如加急配送、定时配送等,满足不同客户的个性化需求。

钟书阁淮安店积极探索大数据时代的多元化融合发展模式,在客流统计、销售数据分析、储值会员线上渠道开拓、社群营销等方面进行了有益尝试,不断丰富书店的业态,用多元、多样、多变的“文化+”反哺实体书店图书销售。(下转第23版)

精准选品,优化会员服务,提供无缝衔接购物体验。随着门店定位的精细化,大而全的供货已经不再适应当下书店。如何精准对接读者需求,提高坪效和图书销售,书店多维发力。

一是图书选品成为重要一环。钟书阁成都店组建了专业的选书团队,用心挑选让读者满意的好书,与620家优质出版社合作,甄选图书三大信息,照顾读者八大阅读需求,从新出版的约75万册图书中,精选约2万册入库,优选率2%。江西庐陵县学店在选品上除了常见的畅销书和经典书籍外,还结合当下热点和流行文化进行选书,特别是有庐陵文化及本土作家著作的系列丛书,以满足不同读者的个性化需求。

二是不断优化会员制度,提供更为丰富的会员权益成为很多书店2024年着重发力的亮点。钟书阁成都店建立了完善的会员制度,为会员提供积分兑换、专享优惠等福利,增强会员的忠诚度和黏性。除了常规的购书折扣、会员专享活动等优惠外,还为会员提供专属的阅读空间、定期赠送新书试读等福利。湖南浏阳新华书店中心书城拥有较为完善的会员运营体系,会员消费成为门店营业额的重要支柱。目前,门店会员数量已达3.8万人,会员销售占比高达60%,显示出会员群体对书店的高度忠诚与信赖。河北定州新华启动了借阅会员系统建设,门店阅读类图书全品类开放借阅,以借阅服务为依托,构建以书店中心门店为中心,大型社区为协同网点的“城区借阅网络体系”,实现覆盖范围内图书的互联互通、通借通还。

三是优化门店的布局 and 陈列,提升购物体验。陕西榆阳书城引入榆林本土特色文创产品,如山野文创、新华文创、朔方文创联营模式,王红飞手工书签、榆小狮小产品等;通过华盛笔都寄销模式,优学派、读书郎柜台租赁模式丰富产品类型,增加书城流量。内蒙古兴安盟新华书店红色书屋营造一种独特的文化氛围。通过内部装饰和布局体现了红色文化和历史,以此增强顾客的体验感。店内陈列图书2600种、近1万余册,集红色文化理论研究、红色文化图书、红色旅游、红色文化文创产品于一体,并设立专架对自治区老一辈革命家的传记和文学作品进行重点陈列。

四是着重于创造独特的文化氛围,举办各种主题活动,如作者见面会、读书俱乐部等,吸引顾客到店体验。从开设“青年夜校”到举办各类文化交流活动,从专注销售特色书籍到尝试文旅融合发展,当前,不少实体书店正不断拓展业态模式,打造自身品牌,满足市民读者精神生活需求。定州新华在业态融合上,立足主业,扩大外延,严把图书选品,强化门店布局,通过对消费者精准定位,以“书店+”模式,增强书店市场差异化服务,将不同业态、空间融合,让书店成为多业态主体,让读者有更多的发现 and 选择。

以各种方式“走出去”“走下去”“走进来”,更好服务农村、社区、校园,切实做到为书找好读者,为读者找好书。综观2024年全国各地书店相关举措,2024年服务外拓主要体现在3个方面。

一是与图书馆、学校、政府部门等合作,提供阅读定制服务。如在做好门店日常工作的基础上,上海书城九六广场店今年与浦东图书馆及上图东馆合作,举办9场讲座、现场签售等活动,销售码洋2.6万。定州新华书店强化店外业务拓展,充分利用国企优势,紧抓政策机遇、时间节点,积极开展对校服务业务和阅读推广活动,密切店校关系,助力公共教育服务效能提升。新华博库结合“五进”战略,将高质量图书和阅读活动带出传统门店,走进机关、校园、社区、企业和场馆,加速融入15分钟品质文化生活圈。2024年已预订活动超过300场,辐射五大场景,覆盖上万人次,入选包括徐汇区“家幸福”百项千场进万家项目、宝山妇联家儿部“文润家庭,文明同行”亲子家庭项目、2024年徐汇区图书馆阅读推广活动配送项目库、2024年浦东新区第二批公共文化内容配送项目。湖北省