

广东新华发行集团

打造特色阅读空间 塑造渠道品牌形象

肖颖

近年来,广东新华发行集团以“分层次布局、广范围覆盖、轻资产扩张、兼顾网络发行要求”为原则,立足主业,挺进主业,不断优化渠道建设,健全网点布局,优化产品结构,提升文化服务,基本形成了覆盖全省、点面结合的发行网络。2019年以来,集团实施“双基计划”,以门店改造、品牌建设、二级连锁、门店销售力提升四大工程为抓手,积极推进新华书店基础设施及基本服务提升工作,形成了主业更加突出、品牌更更特色、文化更具活力的实体书店发展格局。同时,集团抓住标准、设计、质量、品牌、信誉“五位一体”联动打造,以标准引领设计,以设计提升质量,以质量铸就品牌,以品牌树立信誉,以信誉拓展市场,突出品牌差异化,打造了众多特色鲜明、功能广泛的阅读空间。

密织全省网点布局 构建品牌体系

广东新华秉承“一个坚守、三个支撑”的发展理念,围绕自身“十四五”发展规划纲要和战略方向,不断扩大渠道规模,适应新时代行业发展趋势,推动渠道多元发展和转型升级。

为构建多层次、多样态的渠道体系,广东新华实施多品牌战略,立足地域差异、定位差异,创新拓展渠道品牌,分阶段建立了四阅、书笈、渡、泊、吾悦、楠枫书院、猩球会等渠道子品牌,形成了以“广东新华”为主品牌的“1+N”品牌体系,提升空间设计、人文氛围、选品品质、服务质量,品牌知名度不断扩大。截至2024年11月,集团建设各类网点共376个,经营面积22.4万平方米,覆盖广东省94个市县城乡。“四阅”以“阅书、阅人、阅生活、阅世界”为理念,突出人文品质生活;“书笈”以“阅读+文化+旅游”为特色,突出人文湾区特色;“楠枫书院”立足本土岭南特色,“渡”品牌以文化摆渡者为定位,经营图书、咖啡、文创,突显文化氛围;“泊”与“渡”呼应,定位文旅复合空间,传递生活美学主张;“猩球会”瞄准少儿群体,打造多元融合体验空间。各类品牌书店个性鲜明,建成后均成为了地方文化地标。

匠心打造空间设计 树立品牌风格

为提升书店的品牌辨识度,广东新华精心打造书店空间,提升书店颜值,强化读者的逛店体验。通过空间设计、陈列布局、装饰摆设,将本土文化特色融入书店,不仅让书店更具文化气质,也使其成为地域文化的展示空间,引领读者在阅读过程中感受文化传承。

揭阳进贤书城提取潮汕“四点金”老建筑、当地标志性建筑骑楼、骑楼等作为设计元素,赋予现代化的设计展现,融合古朴美和现代感;楠枫书院提取广式骑楼、岭南书轩等元素,借鉴园林造景手法,塑造微景观,融入岭南本土特色;惠州购书中心以惠州西湖、九曲桥、四合院、山川等空间造景,打造“半城山色半城湖”融合空间;茂名河东新华书店设计提取“渡口”元素,将广东新华“文化摆渡者”的使命与油城茂名“唯用一好心”的城市名片充分融合;罗定书城融入红色基地长岗坡渡槽的造型以及本地特色手工罗定四轮竹篾蒸笼设计元素;渡书店(广州南沙)融入当地麒麟文化、水乡文化,用水街概念连通空间,以渡船点缀;泊(霞山上悦城)结合港城老街、雷剧文化、十贤名宦、碗洲灯塔等元素,营造湛江本土文化氛围……各类地域文化元素通过新型设计,转化成为更具现代化的呈现方式。近年来,广东新华旗下多家门店荣获全国“最美书店”,并在年度阅读空间新榜样、年度书店非书店经营推选等活动中,获得多项荣誉。

促进多元业态融合 铸造品牌质量

在深入推进品牌建设过程中,实体书店逐步从单



泊(汕头小公园)

汕头小公园是民国时期保存下来的全国最大规模骑楼建筑群,建筑风格独特、历史文化悠久,是来汕游客的必选打卡点。广东新华在小公园建设“泊”品牌文化空间,选址位于园区中心,毗邻“八角楼”,建成以经营潮汕文化书籍、本土文创为主的公共文化阅读空间,成为当地文旅地标,实现以文促旅、以旅彰文。泊(汕头小公园)除了集成绝版、限量的潮汕文化书籍,也搜罗具有地方特色的文创产品,凸显浓浓“潮味”,将冰箱贴、钥匙扣、明信片、扇子、日用品、摆件等文创,融入地标建筑、潮汕小吃、本地方言、传统民俗、非遗工艺等元素,主打“有趣、有用、有文化内涵”。为避免旅游景点商品同质化,书店与当地职校、工业设计城、网红咖啡店进行联动,推出青花茶杯、潮汕动物园系列帆布袋、潮剧IP拼图、潮绣笔记本、本土画家作品杯垫、非遗作品挂耳咖啡等独家产品,提升产品文化价值。2024年,泊(汕头小公园)销售实洋150万,同比增长16.4%。

一书业态升级为多元融合业态。近年来,广东新华不断优化产品供给结构,推动“书店+”复合经营模式落地,提升书店多元业态融合体验。如今,图书、咖啡、饮品、文化用品、创意产品已成为大中型书店的标配,潮玩、花艺、电子产品、创意手工、绘画艺术、素质教育培训等业态更为书店增加了多元消费体验。

在促进实体书店多元转型发展过程中,广东新华注重自主品牌打造,2020年自创了“Doloading 渡咖啡”品牌,提供自研咖啡饮品和简餐服务,并研发周边文创,目前已在广东19家书店落地渡咖啡经营网点。此外,还丰富文体、办公、生活、艺术、文创、玩教具等采购品种,加强产品场景布置,增设文化特色产



揭阳进贤书城



书笈(海韵城)



楠枫书院



泊(广州友谊商店)

品,逐步增加实体书店非图经营面积,并通过多种合作方式,联合文化企业、科技企业、教育机构等,引入与书店调性吻合的业态,如与智能语音技术提供商科大讯飞合作,在惠州购书中心、梅州购书中心、珠海书城等引入学习机、智能办公本、电子产品专区;与当地素质教育培训机构合作,在台山润华书城、四阅书店、琶洲店等引入阅读培训专区。

叠加文化服务功能 塑造品牌内涵

广东新华不断完善书店的文化服务功能,注入公共文化服务因子,促进实体书店向功能叠加、适用广泛的多元化阅读空间转型。一方面,运用书店场地空间和设施,广泛联合社会各行各业,举办名家讲座、文化论坛、签售会、读书会、诵读等阅读活动,以及咖啡品鉴、绘画书法、花艺制作等手工活动,强化

书店文化属性。

同时,广东新华也积极挖掘书店的文化平台作用,将其打造为“基地式”文化场所,融合新时代文明实践中心、粤书吧、少先队校外实践教育(营地)基地、爱心驿站、青年之家、“粤家美·成长书吧”等文化项目,使书店成为党的文化宣传阵地、青少年的教育基地、政企资源共享平台,强化书店的公益属性。

借助实体书店阅读资源优势,广东新华还广泛参与公共图书馆、阅读空间等公共阅读资源建设,探索书店融合模式及政企共建阅读空间模式。如与广州市越秀区图书馆、海珠区图书馆共建,分别在四阅书店·东湖店设立广州越秀区图书馆分馆,在四阅书店·琶洲店

佛山新华书店岭南盛世店于2024年2月开业,位于佛山市禅城区兆祥路5号三座,经营面积1500平方米,是采用“公共图书馆+实体书店”融合模式建设的新型阅读服务空间。这里既是环境宜人的新型实体书店,也是一间集纳和传播佛山古镇文化特色的“民俗图书馆”。书店采取开放式共建共享的理念,集新时代文明实践点、青年之家、广东省少先队校外实践教育基地、党员阅览室、版权保护宣讲、南国书香节分会场、佛山文化传承及展示于一体,打造成为了佛山禅城公共文化交流平台。

空间设计彰显佛山本土特色

书店的空间设计充分彰显佛山传统文化特色。一楼入口处设置了龙舟、剪纸等具有佛山传统文化特色的造型装置,二楼为自助借阅图书馆,各类图书展示区、佛山本地文创艺术精品展示区、故宫博物院文创精品展示区、休闲阅读区、儿童活动区、多功能活动室、非遗文化长廊等八大板块。其中,佛山本地文创艺术精品区设置在最具佛山传统民俗代表意义的“通济桥”模型处,集中展示佛山陶塑、剪纸、刺绣、木版年画、特产等各类文创精品。

共建共建模式实现书店融合

佛山新华书店岭南盛世店与佛山禅城区图书馆创新合作成立联合图书馆,实现图书资源的共享。该馆藏书超5000册,展示各类新书、畅销书超8000种、2.6万余册,空间配备电子阅读屏,提供海量免费阅读资源,为长者、儿童、职场人士等不同人群提供丰富的阅读选择。自开业以来,日均借还书籍近1000册。目前,该馆已纳入禅城区联合图书馆服务体系,按全市统一的业务标准及规范开展服务,并与500余家图书馆实现了图书的互通通还。书店共创新建模式,打破了传统书店与图书馆的经营界限,读者可以在同一空间内享受到购买和借阅书籍的便利,满足了他们不同的需求。

公共文化激发实体书店活力

佛山新华书店岭南盛世店深化公共文化服务功能,不定期组织开展阅读分享会、文化沙龙、主题展览、专题讲座等活动,为市民群众创造了良好的阅读氛围和交流互动的文化平台。为广泛宣传佛山优秀传统文化,讲好佛山故事,书店还与社区、街道合作,常态化举办佛山传统文化读书会、讲座超30场,服务群众约1000人次。

作为妇女儿童事业发展联盟的成员、新华书店大湾区青少年研学实践教育基地,书店已举办妇女、青少年活动超40场,服务群众约1600人次,为妇女和儿童提供了便捷、丰富、深入的阅读和学习体验。其中,“我们的节日”主题活动获得了“文明佛山”“禅城融媒体中心”“佛山新闻”等媒介报道,“少年讲书人”主题活动获佛山市传媒中心、头条新闻、触电新闻等媒体报道。

作为扫黄打非教育阵地,书店常态化开展“绿书签”主题活动,如举办“森林奇遇记——让人又爱又怕的蘑菇”活动,走进同济小学等学校开展科普公益讲座。书店通过举办讲座、展览、报告等多种形式的活动,向青少年读者传递扫黄打非的知识和理念,有效遏制了非法出版物的传播,净化了文化市场,提高了青少年法律意识和自我保护能力。

作为新时代文明实践点,书店创建了多个志愿者群,服务超过400名志愿者,并常态化开展志愿服务,参与的志愿者累计1000人,志愿服务时长3000小时。此外,开展小小图书管理员活动,将职业教育以创新、实践化的方式呈现给孩子们,让他们体验书店管理员的工作,锻炼实践能力和动手能力。

为推动建设学习型企业、助力书香工会建设,书店与政企合作开展读书沙龙、线下读书会,联合企业策划读书会,为佛山市团市委、用友公司、中国工商银行、新阶联、中国铁塔公司等佛山当地政企单位提供阅读资源和阅读空间,提供全方位、多角度的阅读支持。

创新的运营模式,激发了实体书店的发展新活力,“公共图书馆+实体书店”融合模式不仅拓展了公共图书馆的服务网点,也为实体书店拓展了公共文化服务能力,为实体书店的未来发展探索提供了新的样本和路径。



佛山新华书店岭南盛世店

泊(汕头小公园)

文旅底色赋能阅读空间

优化空间设计,提升逛店体验

为了给市民游客提供更好的阅读和消费体验,汕头小公园店于今年10月进行了升级改造。在空间设计上,兼顾前卫实验性、潮汕本土性和情感共鸣性,借由前卫的视觉元素,表现书店的实验精神,融入潮汕本地特色文化元素,以丰富饱满的软装呈现潮汕本土文化。

一楼集中展陈文创精品。在功能布局上,增加了产品的展陈货柜和道具,提高品种上架率。二楼优化阅读空间,打造休闲体验空间,让阅读与赏景、打卡互补互促,提高读者阅读和逛店体验。除了保持产品每周上新外,书店还结合节假日、热门话题、景区传统文化表演等进行活动策划,开展新年福气接龙、浪涌书香·漂流漆扇、我的心动礼物、文创鉴赏官——送你喜欢的文创出道等互动活动,推出20余款涵盖民俗、地标、景点等特色内容的限定纪念章,紧抓游客集章打卡热情,带动明信片、印章本等销售近20万元。

开通直播带货,促进双向引流

泊(汕头小公园)作为景区店,受限节假日客流淡旺影响。为打破地域界限,今年书店做了新的尝试,在小红书平台开展直播带货,宣传和推介店内书籍和文创精品。小红书的用户群体年轻化、基数大,以90后、00后为主,消费观念超前,易于接受新事物,且用户黏性较强,用户之间的相互关注和互动频繁,对于景区店来说,能够快速通过游客的评价提高

书店知名度。在直播选品上,书店主打畅销品和新品,以汕头著名景点为元素,搭配非遗手作、特色挂件等,搭建直播场景,营造浓厚的地方特色氛围。直播时间选择在非节假日,结合关注买赠、满减、抽盲盒等福利活动开展。此外,结合开展“纸短情长话侨批”系列活动,通过买赠、打卡、抽奖、小红书发帖、话题讨论等形式传播“侨”文化,用一封致旅汕游客的仿真侨批以及侨批文创产品背后的科普二维码,让读者了解潮汕侨文化,实现小红书账号粉丝积累,增加客户黏度。

走出店外参展,宣传书店品牌

为了提高泊(汕头小公园)的知名度,今年南国书香节期间,书店携潮汕文化相关书籍、文创、非遗手作参展。展区设计以“岭南第一侨宅”陈慈黄故居为灵感,以潮汕五行厝角头为元素,围绕“来去踢桃——走进汕头老厝 领略舵城风光”为主题,融入英歌舞、庭院休闲生活、侨居、潮汕美食等元素,打造潮味十足,让人“上头”的城市文化馆,打出了一张漂亮的“汕头名片”。展区共设4个主题图书区,分别是“潮汕美食”“过番侨侨”“历史人文”和“潮汕琴仔”,还设置了3个主题文创分区,分别是“潮物集聚”“寻味汕头”和“舵城风貌”,呈现汕头的历史、建筑、美食、风俗。扫码聆听发音的俗语冰箱贴、红桃粿手机壳、胜杯挂件等文创产品,也受到广大读者的喜爱,活动现场产品供不应求。