

(上接第2版)

深化服务改革 探索实体书店转型发展新路径

文化赋能门店业态创新 推动服务精准供给

■刘 亚(河南省郑州市新华书店有限公司党委书记、总经理)

2024年,郑州市新华书店聚焦三大方向,积极探索业态创新,全年营收较2023年稳中有升,非书业务和创新业务呈现良好发展态势。

一是提升服务质量,推动业务内容创新。郑州新华以内容建设新机制工作为契机,加快推进入校服务。邀请名师、名家、名人进校园,举办讲座、读书会、沙龙、课后延时服务等活动,累计开展入校服务500余场次;创新策划“芦丁鸡研学项目”“农业生态研学营”“原创青少年检索力研学”等研学活动,以活动促销售。2024年10月,郑州市店打造的原创青少年检索力主题研学在凯旋店启动,目前已连续开展7期,累计127名孩子参与,实现营收7万余元。经过2个多月的运营,新媒体平台+客服群会员粉丝超500人。

二是优化门店机制,推动人才培养创新。郑州新华在2023年原有特聘岗位的基础上做了进一步调整,设“优秀视频剪辑员”“优秀讲书人”“优秀门店讲解员”“优秀饮品师”“优秀课程讲师”“优秀直播带货主播”等特聘岗位,为入校服务、研学服务培养、储备人才。

三是深挖文化资源,推动经营模式创新。郑州新华各门店聚焦文化服务场景,重塑书店价值。2024年1月开业的凯旋店按照中原出版传媒集团关于“复合式”书店建设的要求,

深挖“今、古、人、文”知识内涵和“三类文化、两类人物”地域特色;丰富多元业态,打造自有品牌“知式”水吧,“知式”咖啡饮品等,推动门店经营升级;通过打造“农科路教育集团研学基地”“肖庄小学阅读实践基地”等校外五育并举的体验空间,成为众多中小学的第二课堂。

2024年,聚焦不同客户群体需求,郑州新华持续加强内容建设,以更加用心、细致、创意的文化服务打动客户。通过请进来和走出去策略,不断拓宽门店文化体验空间利用形式,开展各类文化输出活动,增强客户黏性,带动非书和文化服务内容销售。全年开展30余场活动,如三八妇女节为河南省委宣传部、六一儿童节为郑州大学、警察学院等单位职工,提供文化主题分享、非遗手工、茶歇甜品和节日礼品定制,实现了社会效益和经济效益双丰收。面向C端客户,凯旋店在店内策划了“小河演说会”“一池讲故事”“非遗手工”等主题鲜明体验式活动,真正达到“活化内容、触达用户、回归阅读”的目的。

2025年,郑州新华将继续坚持“内容为王”运营策略,以文化内容赋能,深入拓展店内外研学创新实践内容,延伸教育文化服务;凸显当地文化特色阅读场景、垂直类主题体验场景,以“文化+服务+活动”的方式,满足结构客户阅读文化需求,为更多的企事业单位量身定制文化服务类活动;积极探索线上销售模式,通过抖音、微信、小程序、天猫店等多渠道,打通线上线下双渠道。

加强资源整合 提升文化力

■谢盛标(海南三亚新华书店有限公司总经理)

海南三亚新华书店有限公司(以下简称“三亚新华”)在多方面实现显著发展。业务范畴方面,大力拓展多元领域,许可项目和一般项目均有拓展,极大丰富了业务架构;市场方面,积极投身政府采购招投标活动,成功斩获三亚市吉阳区、崖州区的义务教育阶段中小學生教辅书项目以及天涯区的作业本项目,深度扎根并稳固本地教育市场根基。然而,发展进程中亦面临挑战。因业务快速扩张,人员补充难以跟上。以教材物流部为例,仓管员岗位空缺,致使运转效率受损。同时,市场竞争态势严峻,线上线下书店与电子书多方夹击,亟待我们提升自身竞争力以实现突围。值得欣慰的是,在努力创新下,三亚新华经营成效颇为可观。2024年图书销售额持续强劲增长,增幅超20%。服务层面持续升级,通过加强员工培训、精心优化店面陈列布局,显著提升顾客购物体验。文化推广方面精耕细作,全年举办室内外近300场阅读分享会,诸如《简·爱》《边城》等经典作品的分享活动,有力推动全民阅读事业蓬勃发展。

2024年,三亚新华在多个维度实现创新。**一是环境与布局优化。**增设部队军营书店(深蓝书吧),其设计布局依据官兵需求,书籍按军事、文学、实用技能等精分区,设热门推荐与新书展示区。书吧灯光柔和明亮,座椅符合人体工学,墙面融入军旅文化元素,为官兵打造优质阅读空间。**二是活动场地拓展。**突破传统,与崖州湾科技城文化客厅合作,依活动类型定制场地。读书讲座配音响投影,文化展览规划陈列区设灯光解说,丰富活动形式与内容,扩大文化传播范围。**三是服务客群C端,实现阅读活动创新。**2024年阅读分享会主题多元,涵盖经典文学、热点话题与学生必读书目。如《活着》《骆驼祥子》分享会,邀请文学专家

解读作品背景与意图,引导读者讨论感悟,促进深度阅读。**四是服务客群B端,拓宽服务半径。**一方面创新合作模式,与崖州湾科技城总工会共建繁知书局,实现资源共享,为职工打造综合文化平台。另一方面拓展服务,除图书采购外,成立团队定制服务。

2024年很艰难,发行渠道如何破局?我认为一是加强合作与资源整合。与各大出版社建立紧密的合作关系,争取更有利的采购政策和优先发货权,共同策划营销活动,如举办新书发布会、作家签售会等,提升图书的知名度和销售量;与周边的咖啡馆、茶馆、文化创意店等开展跨行业合作,打造综合性文化消费场所;还可与当地旅游景区、酒店等合作,设置图书销售点或开展联合推广活动,为游客提供具有地方特色的图书产品,促进图书销售。二是增强新华书店在当地文化领域的影响力。积极参与文化公益活动,如捐赠图书、建设社区图书馆、开展阅读推广等。

2025年,三亚新华将在三个方面重点发力。**一是推进文化与旅游融合,助力打造旅游文化产品。**与三亚的旅游景区、酒店等合作,推出具有文化内涵的旅游纪念品和伴手礼,如印有三亚文化元素的笔记本、书签等。**二是开发文化研学线路。**结合三亚的历史文化遗迹和旅游景点,设计以文化为主题的研学线路,如“三亚文化溯源之旅”“海洋文化体验之旅”等,并在新华各店设置相关的咨询和报名点。**三是加强数字化建设,搭建数字阅读平台。**提供丰富的电子图书资源,支持在线阅读和下载,方便读者随时随地阅读。



在地文化赋能品牌建设 提升公共文化服务水平

■赵明勇(新华文轩阅读服务事业部绵阳市公司经理)

2024年绵阳市公司聚焦三大关键词,不断提升书店文化形象与影响力。

一是多元化经营。绵阳书城拓展业务范围,新增各大品牌文创产品,倾力打造集阅读、休闲于一体的文化空间,实现多元化经营。新引入中式茶饮“茶宜白昼”,并结合“欧阳修出生地”历史名人元素,将该区域打造成欧阳修主题文化空间,成为知识青年、城市白领阅读打卡必去之处。书城二层“理想之城”学生阅读空间结合年轻人喜欢的ACGN元素,新引入学生群体喜欢的“童学们好”文创产品。主题书店“修狗与喵”小动物书店落地该区域,引起年轻客群的追捧。三层“知识星球”少儿空间的“卡游”产品则成为这代少儿“社交”的必备产品。

二是品牌建设。绵阳书城2024年焕新升级后,打造在地文化品牌“绵州书院”。在此基础上融入大量绵阳本土特色文创、书籍,配合品牌开展多场阅读分享活动。书城引入省级非遗“木工”,既展销手工木质文创,又通过系列手工活动传承非遗文化。书城通过充分展示“嫫祖文化”“大禹故里”“文昌文化”等当地文化,构建了更为鲜活、立体的“绵州书院”。

三是数字化转型。线上线下相结合,依托“新华文轩云店”这一覆盖全川近170家实体店店的线上平台,提供了“门店自提、即时达、云仓发货”3种配送方式。通过云店实现“阅读到家”,真正做到“线上线下融合”的经营目标。通过调整业态和创新服务模式,绵阳书城焕新升级后实现了销售收入的稳步增长。从2024年7月1日恢复营业到12月中旬,店面销售规模同比增长13%。焕新升级以来,绵阳书城开展名家阅读分享活动20余场,与各政府单位、图书馆

合作开展各项活动30余场,吸引了大量读者到店参与,提升了书店的文化形象与影响力。

2024年,在经营模式方面,市级门店不再局限于传统的图书销售,而是积极探索多元化经营模式。例如,绵阳书城增设了大量免费阅读区、文创产品区、展览空间等,以满足不同消费者的需求。在品牌建设与市场推广方面更加注重品牌知名度和特色的打造,通过图书主题展、策划活动等方式,提升品牌形象和吸引力。例如,绵阳书城“生活·读书·新知三联书店”“地图主题书店”的入驻,吸引了大量的资深读者。

2024年,市级门店还更加注重读者的消费体验,为读者提供公共文化交流平台,增强社交互动性和参与度。同时,书城充分运用小红书等新媒体平台,发布图书推荐、活动预告、文化资讯等内容,吸引读者关注和互动,并大量增加直播带货场次,增加与读者的互动和黏性。例如,绵阳书城开业主题活动“绵YOUNG艺文生活节”,被许多小红书博主转发,促成绵阳书城开业成为当地重要的文化热点事件。

2025年,绵阳书城将主要从以下方向发力进行新的探索和尝试。一是进一步优化书城运营。从运营管理机制、人员配置、产品结构性调整、店面活动开展等方面多角度探索,不断创新,适应市场变化。二是创建自己的阅读品牌,提高文化建设能力,紧依“绵州书院”在地文化品牌,将公共阅读推广、公共文化传播作为品牌价值体现的主要内容。通过活动、展示展销、传播,共同书写绵州文化的传承。三是进一步提升影响力。绵阳书城升级后得到读者广泛认可,我们将以此为契机,积极参与到当地客户“阅读空间及项目”的打造中,将公共文化服务建设落到具体项目中,落到实处。

持续优化创新 放大实体书店价值

■王 琦(大连市新华书店有限公司党委委员、副总经理)

2024年,大连市新华书店积极应对市场环境、读者阅读和购买习惯的变革,通过推进市场运营创新、优化零售生态体系,实现“店内+店外”“线上+线下”“图书+多元”的综合运营模式。

大连市新华书店在经营中进行了多项新尝试,坚守线下实体店优质服务的同时,大力拓宽网店业务,显著提升了直播带货与短视频营销的效果与力度。目前,网店已拓展至10多个经营平台,并创建了“新华在线”“新华严选”“新华优品”等多个官方抖音子账号,实现每天9小时不间断直播。直播内容涵盖企业形象、门店介绍、新书及重点图书信息,线上累计销售额近百万。大连市新华书店还加强与本地主流媒体的合作,与大连晚报社等共同举办了2024年健康亲子读书会,倡导亲子阅读,增进家庭情感交流;利用周末、节假日等节点,在图书大厦进行了形式多样的文化创意活动,实现精准营销引流,取得社会效益与经济效益的双丰收。

一是携手合作,拓宽多元化经营模式。在多元经营中,大连市新华书店积极参与公共文化服务建设。全年开展文化有约惠民公益文化服务,连青夜校培训服务超过660场,服务学员超过2万人次,实现培训收入近百万元,创下历年新高。其中文化有约惠民公益文化服务计划上课400场,实际上课522场,超额完成122场,并根据读者需求定制了声乐、古琴、陶艺等课程的进阶班,受到欢迎与好评。书店组织了近200场图书与文创产品的外展销售活动,将阅读体验延伸至更广阔的空间,在大连儿童公园草坪上举办了英国著名插画大师科奇·保罗与大连小读者的见面会。

二是探索实体书店智能化升级途径。与前沿科技公司合作,引进AI智能下棋机器人,

并精心策划了人机对弈活动,赢得了小读者的青睐,成功实现了科技与文化的深度融合,为孩子们营造了一个健康、智能的学习空间。研究AI自习室、元宇宙图书销售模式,计划在中心门市图书大厦打造沉浸式图书销售及共享直播间,探索智慧化图书发行新思路。

三是致力于提供更加专业的阅读服务。从2023年起,在中心门市图书大厦特别设立了外研社分级阅读馆,实现了线上线下互通借阅的便捷服务。同时,还定期邀请专业外教老师组织英文阅读活动,旨在为小读者们开启一扇通往全阅读世界的大门。配套销售点读笔、单词机也成为了新的销售增长点,进一步丰富了书店的多元产品线。

四是线上线下高度融合,重视读者消费体验。大连市新华书店更加注重运营创新,优化零售生态体系,积极引进前沿科技互动。在服务客群方面,不仅巩固了C端消费者的阅读体验,还拓展了B端合作,与报社媒体等合作举办文化活动,实现了精准营销引流。此外,书店还特别关注小读者的需求,与出版社合作,优化运营外研社分级阅读馆,提供了更专业、细致的阅读服务。

展望2025年,大连市新华书店将继续坚守图书销售的核心地位,并通过深入调研和分析,精准把握顾客的多元化需求,不断丰富产品线,提升服务品质,力求为顾客带来卓越的阅读和购物体验。在科技与文化融合方面积极引进新科技和智能化设备,进一步拓展市场空间;启动全域直播,建立直播矩阵;深入探索与国内、国际连锁酒店或著名景点的零售合作新业态,推动业务的持续扩张和发展。



构建社区型书店 打造文化新空间

■林伟群(广东新华发行集团惠阳新华书店有限公司副总经理)



2024年,线下图书零售依然面临需求疲软,消费者购买实体书意愿下降、电商平台低价竞争加剧等困难。

面对当前现状,实体书店必须转变经营思路,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。

广东惠阳新华书店**一是提升服务品质,满足读者多元化阅读需求。**书店在选品和服务方面下足功夫,通过设立订书客服热线等方式,为消费者提供更专业、个性化的服务。此外,还加大了对各类惠民优惠活动的投入,积极为读者朋友们争取各级政府的文化消费补贴券、广东新华专属电商优惠券等。**二是依托社区型书店,打造文化新空间。**充分利用书店的独特氛围和空间,通过宣传文化部门,团青妇、社区等机关团体政

企、校企合作形式推动全民阅读,不定期举办暑期名家分享会、名师分享会、亲子读书会、绘画活动、朗读者活动等特色课外活动。书店内还设立“学习强国”阅读专区及爱心驿站休息区,配备饮水机、微波炉、应急药箱等设施。**三是以“你选书·我买单”项目,推动全民阅读。**积极与各级图书馆、街道文化站合作,开展“你选书·我买单”活动。读书节期间,惠阳新华书店还举办大型书展——“广东新华”书香节大亚湾书展。

2025年,惠阳新华书店将继续推进“社区型书店”建设,探索书店空间的更多可能性。书店将深入开展流动售书工作,努力扩大书店的辐射范围和服务人群,将优质图书资源带到机关、企事业单位、社区、学校、村庄等场所,努力推动书店成为社区居民生活中不可或缺的一部分,为推动地方文化事业的发展努力作出更大的贡献。

加快布局线上 推进全民阅读与文化服务创新

■尹 敏(安徽阜阳新华书店有限公司副总经理)

2024年,书店的发展遇到了前所未有的挑战,主要表现在两个方面。一是读者购买欲望降低,二是市场消费不足,直接反映在门店的客流下降,销售加速下滑且短期内不可逆转。

安徽阜阳新华书店紧密围绕安徽新华发行集团的“四本书”战略实现创新发展。一是做好传统主业。系统性打造使命任务“传统书”,传播党的创新理论和马克思主义中国化最新理论成果。二是打造美好生活“社会书”,做好公共文化服务,运营好阜阳市图书馆和太和县图书馆、阜阳幼儿师范高等专科学校图书馆和阜阳理工学院图书馆等高校图书馆,着力将阜阳市图书馆打造成省内市图书馆的标杆。三是写好融合发展“IP书”,重点在线下线上融合方面发力,将线上业务打造成为线下业务的延伸与拓展,同时推动“新华书店+”与“文化+”融合。通过对阜阳图书馆改造升级,完成新阅读方式、新业态组合、新科技应用等各类产业模式融合,推动服务模式与商业模式新升级,进一步提升门店核心竞争力,打造“城市会客厅+生活新空间”公共文化双地标。四是科技赋能“AI书”,阜阳

市中心图书城将进行改造,引入AI场景,打造科技赋能的体验中心和文化服务中心。

2025年,阜阳新华书店**一是强化主题出版物发行与宣传。**积极响应党的二十届三中全会对文化事业发展的新要求,强化主题出版物的发行与宣传工作。全员当网格员,确保主题出版物广泛传播,满足广大读者的学习需求,把党的理论宣传做到“进村入户”。**二是推动全民阅读与文化服务创新。**积极参与全民阅读活动,不断创新文化服务方式。书店将依托实体店和线上平台,开展形式多样的阅读推广活动,探索开展如读书节、书香节等活动,引导人们多读书、读好书。同时,还将加强与图书馆、社区书屋、农家书屋等机构的合作,共同推动全民阅读活动的深入开展。**三是加快占领线上阵地。**在现有直播的基础上积极探索网红达人、私域流量、社群营销等新型线上销售实现形式,进一步拓宽线上阵地范围。

