



姚海峰:锚定主业核心 力推转型跨越

人物信息 姚海峰(广西贺州市新华书店有限公司副总经理,主持公司全面工作)
工作感言 满载收获蓄力出发,永远保持一个归零的心态。
管理心得 管理之道贵在守正出新。

自2001年踏入贺州市新华书店的大门,姚海峰已在这片文化的沃土上深耕近25载春秋。从分管门店、连锁管理科等业务部门到全面主持公司工作,姚海峰以最快的速度进入角色,坚持理论学习指导实践工作,深入了解广西新华贺州公司各部门工作、主营业务开展情况、新业态的推进情况,积极探索实体店转型升级的有效路径,致力于构建公共文化服务的新标杆。

强化门店运营,促进精细化管理。面对线上阅读、电商等新兴方式对传统实体店带来的冲击,姚海峰迅速调整经营思路,从加强市场调研、销售渠道优化、数字赋能、服务质量提升等多个方面,扎实推动各项工作落地;推动实施门店转型升级战略,优化空间布局,新增文具文创区域、多功能阅读区,将新华书店打造成为集阅读、休闲、购物于一体的复合式文化空间,极大增强了读者的购买和阅读体验感。在商品结构上,姚海峰积极组织参加各类展销订货会及培训,及时了解最新货源行情,引进文具文创品牌“BIKU笔库”与贺州市各县各门店、校园书店达成连锁合作,通过合理规划商品陈列展示,提升客单价和店面形象,增强市场认知度。同时,充分发挥国有企业特色,设置“红色读物专区”,联合党支部开展文化活动,打造党建文化阵地,推行党员示范岗,通过党员亮身份、优服务,带动门店服务品质的整体

提升,让新华书店成为传递正能量、弘扬主旋律的文化阵地。

聚焦全民阅读,共筑书香文化。姚海峰带领书店广泛参与“乡村阅读”“爱暖童心·共筑成长梦”“书香浸润家风·携手共话家国情”等系列全民阅读公益项目,开展各类文化体验、荐书诵读、惠民书展等主题阅读活动共计213场,组织62次乡镇流动售书活动,取得了显著的社会效益和经济效益,丰富了群众的精神文化生活,为助力全民阅读作出了突出贡献。当地主流媒体多次对此进行广泛宣传,进一步提升了新华书店的社会美誉度。

拓展业态领域,创新多元化发展。面对电商的冲击以及不断变化的消费趋势,姚海峰迅速带领公司员工开辟网络销售新赛道,深入挖掘员工对新媒体业务的创造力和潜力,组建专业直播团队,定期策划并制作富有创意与趣味性的宣传视频以及直播预告,聚拢粉丝群体,提高用户黏性和复购率。这一举措不仅为新华书店带来了新的经济增长点,更充分提升了文化品牌影响力。2025年,随着人工智能技术不断发展,赋能出版行业,姚海峰紧跟行业趋势,促使新华书店在打造“校园智慧共享书屋”“以智助学”等新型AI学习空间。通过科学的数据分析与人工智能技术,为学生构建一个个性化、高效且充满趣味的学习平台,为学生的成长和发展贡献一份力量。

强化人才培养,练就队伍硬实力。

为持续提升公司竞争力,姚海峰不断优化人才队伍结构,积极探索并创新人才培养模式和引进机制。通过构建“党建+人才”深度融合机制,将党员培养成业务骨干,同时鼓励业务骨干加入党组织,实现“双培养、双促进”。在此基础上推行“制度保障+精准培养+实践历练+长效激励”的四位一体人才培养模式,确保每位员工都能在制度引领下,接受精准培训,通过实践锻炼提升能力,并在长效激励机制下持续进步。通过这一系列举措为公司打造一支既具备专业技能,又富有责任感和使命感,能够全面适应公司未来发展需求的高素质人才队伍。(张纳月 采访/整理)

姜海兰:探索跨界混合型业态 拓展门店经营维度



人物信息 姜海兰(哈尔滨市新华书店有限公司南岗分公司经理)
工作感言 见证书店从传统迈向多元融合,跨界前行,每一次尝试都在为文化添翼,深感责任在肩。
管理心得 拓展门店经营维度,关键在团队,凝聚众力,依市场灵活调整,稳扎稳打促发展。

姜海兰与新华书店的故事始于1999年,踏入书业以来,她深耕书店发展新路径,积极探索跨界混合新业态,25年的初心与坚持让她如一朵铿锵玫瑰,在文化传播领域绽放芳华。2022年,姜海兰担任哈尔滨市新华书店有限公司南岗分公司经理兼党支部书记,2023年南岗新华书店重装升级,这不仅开启了她职业生涯的新篇章,更在无形中深化了她对书店经营的理解。通过延伸文化消费产业链,拓展全新经营维度,在她的带领下,书店团队将哈尔滨市南岗新华书店这一冰城文化地标,打造成全新复合型服务场所和多元化生活美学空间,实现了由以图书为核心向“文化+”“书店+”模式的转型,南岗新华书店也荣获“第三届全民阅读大会·年度最美书店”,成为哈尔滨市名副其实的文旅新名片。

深耕图书发行主业,提升供应链效率和服务水平。担任南岗新华书店经理以来,姜海兰将教材发行作为工作的重中之重。凭借敏锐的市场洞察力和扎实的业务能力,秉持对服务质量的不懈追求,她常常亲自走访学校,精准对接学校师生需求,优化库存结构,提升供应链效率和服务水平,带领团队高质量地完成“课前到书,人手一册”政治任务,实现教材发行业绩的显著增长。两年以来,书店教材教辅发行额增加近千万元,用行动诠释了“服务教育、传承文化”的使命与担当。

积极做好党史学习教育主题图书宣传发行工作,组织员工精心打造红色主题图书场景。南岗新华书店精心策划了一系列主题出版物的宣传活动,涵盖红色经典、传统文化、科技创新等多个领域,旨在通过高质量的主题图书和相关活动激发读者对国家历史、科技发展等重要议题的关注与思考。在姜海兰看来,主题出版物的展示不仅丰富了书店的产品线,更为广大读者提供了一扇了解国家大事、感受时代脉搏的窗口。此外,书店还积极参与社会公益事业,为贫困地区儿童和中小

学校捐赠图书,常年开展“图书七进”活动,将种类丰富的图书送到社区、企业、乡村、军营和校园,多层次、多角度唱响主旋律,推动书香社会建设。

紧贴读者需求,完善店内运营与反馈机制。在数字化阅读日益盛行的今天,姜海兰深知,只有打造一家有温度、有情怀的书店,才能在市场上脱颖而出。从每个部门图书的进销存情况、畅销书宣传,到新书的陈列摆台等细节,她事无巨细、亲力亲为。在她的努力下,南岗新华书店的图书种类日益丰富,服务质量得到了显著提升,全店销售额连续两年呈递增趋势。她坚信,优秀的企业不仅要追求经济效益,更要承担社会责任。因此,在她的倡导下,书店建立和完善了反馈机制,定期收集读者意见,不断调整经营策略,推动南岗新华书店成为集休闲、阅读、交流于一体的综合性文化空间。

拓展多元经营,提升文化品牌影响力。2024年,南岗新华书店持续将优质的文化内容带给读者,在姜海兰的带领下,书店团队组织开展全民阅读活动280余场,惠及万余名读者。从作家见面会到阅读分享会,从国学公益讲堂到文艺交流沙龙,从汉服古琴雅集到龙江非遗体验,从小型讲座到大型文化节,每一次活动都力求贴近读者兴趣点。书店开办的“寻隐读书会”“非遗小课堂”“知新国学公益讲堂”“新华姐姐讲故事”“新华文艺交流”等多个阅读品牌,深受读者喜爱。2025年初,南岗新华书店作为“第29届哈尔滨冰雪节图书博览会”主会场,以第九届亚冬会为契机,紧扣冰雪文化热点,一方面拓展产品经营,将“亚冬会特许零售店”引入店内,以琳琅满目的文创产品吸引读者和游客;另一方面策划多场书香与文旅深度融合的活动,设计“乘着书籍的翅膀去旅行”研学活动,举办“‘筑梦冰雪,燃情亚冬’亚冬会环保DIY冰雪艺术文创展”等,不断创新活动形式,提升品牌影响力。(王新雪 采访/整理)



刘文川:敏锐抓住读者需求 提升经营业绩



人物信息 刘文川(青岛书城明阅岛城市书房经理,青岛新华书店书城营销团队负责人)
工作感言 每一天的奋斗都是对梦想的致敬,每一分努力都在为团队的成功添砖加瓦。
管理心得 让每个细节都成为书店灵魂的注脚。

位于青岛新华书店书城二楼的明阅岛,作为面积不足200平方米的“店中店”,原有业态主要为饮品与我国港台原版图书,服务时尚潮人、游客和附近大学生群体。近几年,面对消费者消费习惯的转变,大众对阅读空间体验需求的不断提高,明阅岛积极探索小型门店转型升级的新方向。为此,明阅岛积极参与青岛市城市书房建设,将“明阅岛24小时书店”转型升级为“明阅岛城市书房”,打造成集图书、休闲、咖啡、文创展示等多种元素于一体的高品质阅读服务空间。这一举措不仅提升了书店品质,还使其荣获了“青岛市标杆城市书房”荣誉称号,成为青岛市南区唯一一家获此殊荣的城市书房。2024年成功举办逾120场的文化活动,服务读者达5万人次,销售收入实现同比显著增长,增幅超过30%,这些成绩不仅体现了城市书房在文化推广方面的努力,也证明了其在商业运营上的成功,实现了社会效益与经济效益的同步提升,更是刘文川成长的见证。

盘活店内多元产品,提升客单价。为促进门店业绩增长,刘文川带领团队积极拓展咖啡简餐新业务,在原本仅咖啡、茶饮的销售模式上,创新性地推出多样化套餐。同时,巧妙运用“词牌”概念,打造独具特色的花草拼配茶系列,成功地将餐饮与书店文化底蕴相结合。在不增加座位数量的前提下,实现了客单价超过20%的显著提升。同时,团队在原有多元产品系列的基础上引进了包括故宫文创、央视文创等在内的众多知名文创品牌,这些品牌以其深厚的文化底蕴和独特的创意设计,受到了广大消费者的热烈欢迎和追捧。得益于新品牌的加入,2024年明阅岛的多元产品销售额相较于2023年实现了显著的增长,增幅超过了40%。这一成绩的取得,不仅体现了团队对市场趋势的敏锐洞察和快速响应能力,也展示了不断追求产品创新和文化融合的决心与实力。

拓展政企合作路径,实现双效提

升。在刘文川的带领下,“明阅岛24小时书店”转型升级为“明阅岛城市书房”。城市书房的建立是政府与企业合作模式的一个积极的探索,在该模式下,政府通过购买企业提供的文化服务,更好地服务于广大市民。明阅岛书店作为这一模式的实践者,严格遵循城市书房的建设标准和运营规范,在提供图书的统一借阅和归还服务的基础上,积极组织和开展各种群众性文化活动,以此来打造一系列便民服务项目。2024年,明阅岛城市书房先后携手共青团青岛市委、山东省海员工会委员会、青岛市行政审批局团委、山东港口集团董家口港团委、中远海运青岛有限公司团委,成功举办了一系列精彩纷呈的文化活动。这些活动不仅增进了社会各界人士的相互了解和友谊,也为明阅岛城市书房赢得了良好的社会声誉。

敏锐捕捉社会热点,发力青年夜校。2023年下半年,上海夜校的盛况引起了广泛关注。刘文川迅速反应,从增强空间功能、服务读者的角度出发,着手进行书店相关工作。2024年1月,青岛书城以“青岛青年成长计划”为主题,围绕青年“社交”需求,在明阅岛城市书房启动了“青年夜校”。此举迎合了年轻消费群体的“情绪消费”趋势,明阅岛团队负责项目的落地、实施,团队成员从零开始,由前期调研、对接授课老师,到在公众号、小红书、社群招募,全职客服,再到开课中收集反馈,调整授课内容,在实践中筛选、扩充课程种类,目前已有近百门课程持续更新,吸引了逾1000人次的参与,老学员复课率达38%,累计曝光量达到15万+,并积累了3000+潜在客户。以特色课程“中华香事”为例,在整个课程期间,老师与运营团队在课外时间也根据课程内容利用社群持续指导学员,针对不同的天气、材料完成香材材料的准备,最终在结课时指导学员利用课程期间做好的各类材料组装成一块传统香牌,受到了参课学员的一致好评。(伊璐 采访/整理)

刘亦璇:加强门店采购选品管理 深挖读者文化需求



人物信息 刘亦璇(内蒙古呼和浩特市新华书店腾飞路店门店经理)
工作感言 将顾客满意度放在首位,通过个性化的服务和高标准的服务质量,赢得读者。
管理心得 擅长团队建设,能够激发团队成员的潜能,营造积极向上的工作氛围,推动书店向更个性化的方向发展。

2012年,艺术设计专业毕业的刘亦璇的第一选择是在自己熟悉的领域奋斗,进入一家服装公司担任设计师助理和陈列师。2019年,她进入内蒙古新华书店连锁有限公司,从店员做起,2023年10月至今,担任腾飞路店经理。与其他同年龄的人相比,刘亦璇具有出色的执行力,这一优势,也让她能够迅速将创新想法转化为实际成果,按时完成并达到预期目标。

2024年,实体店面临着市场环境剧烈变化、读者需求多样化以及线上阅读冲击带来的多重挑战,在此背景下,刘亦璇带领着新华书店腾飞路店的员工,持续推动团队协作,通过创新经营模式,强化文化服务能力等方式,带领门店销售情况创新高,在重点主题出版物、团购客户的销售以及维护和服务好店内原有客户方面持续发力,并发动店员以自身的资源和渠道走出去,扩大店外图书市场,抢占市场份额,增加团购成交量。2024年,新华书店腾飞路店销售共计474万元,连续5年实现门店盈利。

以市场需求为导向,加强门店采购选品管理。2024年,刘亦璇带领新华书店腾飞路店的管理团队,一方面对门店的销售数据进行分析,并根据数据结果开展选品进货。同时,主动关注社会热点和市场亮点,关注当下较火的IP联动话题,吸引更多相关读者到店。提高市场满足率和客户满意度,坚持社会效益与经济效益双效统一。另一方面,重点把握畅销书,关注动销书,及时清退滞销书,优化库存结构,满足市场需求,腾飞路店图书周转率接近1,进货消化率达到93%。多元化选品,引入文创产品、鲜花、小天才等电子产品等,给读者提供多样化的文化消费选择。

刘亦璇不断加强门店窗口形象建设,优化服务店开设了便民服务箱,缺书登记簿,新书预订等业务,努力方便读者和满足读者;及时为团购单位制定书单并提供送书上门服务,以便对方单位提高复购率;开展书店读者群宣传,定期向群内推荐图书、多元优惠活动等,维护好与读者的黏性。不断提升获客能力

提升管理能力和水平,高质量守住意识形态底线,从进货上把关,严格按照中盘发货的要求采购图书。

深挖读者文化需求,提供更丰富的文化活动。2024年,新华书店腾飞路店先后举办了阅旧知新、流动售书、读书分享会等活动,并与当地机关单位联合举办党日活动、开学第一课、DIY创意等,共计60余场,与读者产生了深度的交流,营造了浓厚的书香氛围,增加了书店的影响力。此外,腾飞路店充分发挥年货节平台的作用,2024年举办了第四届年货节,销售40余万元,这一做法,也为内蒙古全区新华书店举办年货节提供可供借鉴的经验,为这一模式全面铺开带来了参考。

通过不断加强门店窗口形象建设、为读者提供舒适优美的环境和优质服务,新华书店腾飞路店获得了诸多荣誉,不仅得到了行业的认可,也得到了读者的喜爱,在提升书店的社会影响力的同时,不断将书店打造成为一个集阅读、学习、文化交流和休闲于一体的综合性文化空间。(焦翊 采访/整理)