

整合资源 夯实品牌 推动书店营销创新

近年来图书发行渠道剧烈变化,读者消费需求日渐多元化,实体书店持续以创新激发活力,整合营销资源,通过打造文化消费新场景、举办丰富的营销活动,不断提升门店阅读体验和品牌影响力,为书店转型发展注入新动能。商报持续对部分实体书店优秀营销案例整理刊发,为行业提供参考。

江苏凤凰新华书店集团南京分公司 主动出击 深度参与公共文化服务



活动名称 公共文化服务创新营销

活动创新 全方位参与公共文化服务,整合多方资源,创新服务模式与合作机制,有效推动全民阅读。

活动效果 主动出击,创新服务,为政府、机关、银行、医院等企事业单位提供定制服务,近3年,年均举办活动20余场,活动收益和图书延伸销售近百万元。

近年来,江苏凤凰新华书店集团有限公司南京分公司(以下简称“南京新华书店”)积极响应政府号召,全方位、深度参与公共文化服务,整合多方资源,创新服务模式与合作机制,有效推动全民阅读,在文化传播、服务拓展、资源建设等方面,为实体书店参与公共文化服务提供了优秀范例。

提升政府购买项目参与度,为企业事业单位定制文化活动。南京新华书店通过公益讲座、名家分享会等活动,吸引大量读者参与,激发公众阅读兴趣,传播文化知识,提升城市文化氛围,在推动全民阅读进程中发挥重要作用。协同出版机构认真准备并根据需求不断调整作家、专家资源,近3年积极参加南京市文化和旅游局举办的年度南京市公益讲座采购会,成功与南京地区各区图书馆签订了数十场讲座协议,为各区图书馆组织的讲座吸引了众多读者,雨花台区图书馆活动参与度持续增长。除服务图书馆文化讲座外,还开展了现场图书流动销售。同时,南京新华书店还积极与市总工会接洽,并签订文化服务协议,年均举办文化活动30余场。主动出击,创新服务,为政府、机关、银行、医院等企事业单位提供定制化服务,近3年,年均举办活动20余场,活动收益和图书延伸销售近百万元。

新增小微网点丰富文化服务布局,增强文化

服务便利性。经过系列调研,南京新华书店拓展新文化服务网点,新增如桃李书屋、凤凰书苑等小微网点。“桃李书屋”由江苏省教育厅机关服务中心与南京新华书店按照“书屋+书苑”战略合作模式,分工协作落实项目建设,优势互补实施合作运营。充分发挥新华书店集团行业独特优势,拓展推出图书沙龙、名家讲座、咖啡轻食等配套项目,打造了政企合作新样板、机关文化新标杆。燕子矶凤凰书苑是在南京栖霞区委宣传部推动下由南京新华书店与燕子矶街道携手打造,集党群服务、人才汇聚、文学阅读、咖啡轻食、作品展陈、公益活动于一体的江边书屋。散落在全市的“凤凰书苑”,为服务单位和周边社区读者营造了一个个学习课堂、悦读驿站、文化地标,形成一道靓丽的城市风景线。

多措并举助力阅读资源建设,实现“四赢”。南京新华书店通过参与图书馆项目投标及馆藏会,大幅提升图书馆馆藏资源数量与质量,“你选书,我买单”服务让馆藏更贴合读者需求,中标中小学图书采购项目惠及众多学校。新街口旗舰店与南京图书馆、金陵图书馆长期合作此服务项目,读者凭借书证可选阅新街口店的新书、畅销书,这使得实体书店的图书变成了图书馆的后方大仓库,无限扩大了图书馆的藏书量。这项服务的实施不仅加强了图书馆文献资源建设,优化了馆藏资源,让读者直接参与图书采购环节,使得资源采购更符合读者需求,也激发了广大读者的阅读热情,提升了馆藏资源服务效能,取得了政府、图书馆、书店、读者的“四赢”效果。

创新与公共文化机构融合,运营南京雨花台区图书馆,打造“图书馆+新华书店”模式,开展多元活动,提升服务品质。近年来,南京新华书店与政府、企事业单位、公共文化机构紧密合作,实现互利共赢,拓展业务收益凭借优质服务赢得各方认可,不仅提升了品牌形象与社会影响力,还为行业树立了标杆,促进实体书店在公共文化服务领域的可持续发展。以南京雨花台区图书馆项目续约及新增标段中标为例,该项目是南京市首家把读者服务工作全部交给第三方运营的区级图书馆,南京新华书店也是江苏省新华书店系统第一个通过政府购买服务的方式进驻公共图书馆的市级新华书店。进驻以来,南京新华书店全方位密切配合馆方,在流通服务、参考咨询服务、数字化服务、读者服务、馆务管理、特殊群体服务等方面锐意改革,全面创新,服务质量和水平极大提升。

(伊璐 采访/整理)

重庆新华

搭建“新华系”账号矩阵讲述“新华故事”



活动名称 “新华之选”图书推荐短视频IP

活动创新 “新华之选”书单推荐品牌,将图书推荐与短视频营销结合,利用短视频裂变式增长的线上传播特点,拓宽获客渠道,为门店引流。

活动效果 “新华之选”2024年累计拍摄视频62期,于2024年10月2日在重庆新华书店视频号上线,截至2024年12月底播放量超3.5万人次,互动量3000余次。

直播与短视频全面融入各行各业,书业也不例外,其营销推广模式乃至整个产业链都发生了深刻变革。重庆新华书店团队感到,读者发现一本好书的途径日益多元化,不再局限于传统方式。通过搜索一段短视频介绍、观看一场直播推荐,或者在小红书这类社交平台上“种草”,已成为更多读者挖掘优质书籍的新选择。新的营销模式也带来了新的问题:究竟什么样的视频内容才能成功留住读者,并实现从关注到购买的转化?面临人才短缺、经验匮乏等诸多难题,重庆新华书店在2023年大胆创新,推出了“新华之选”IP,首次将图书推荐与短视频营销手段紧密结合,精心打造出重点书单品牌。

全流程分工搭建新媒体矩阵,做强线上营销。在“新华之选”的打造过程中,重庆全市各连锁店的经理、店长以及员工纷纷化身图书推荐官,他们凭借对图书的深刻理解和专业素养,结合自身工作与生活经历,打磨既具备“书生气”又“接地气”的文案,为读者挑选推荐优质书籍。专业音像团队全力配合,负责拍摄制作,将推荐内容以时下流行的短视频形式呈现出来。真正推选出了一批导向正确、品质卓越、内涵丰富且深受读者喜爱的阅读书单,利用当下读

者更乐于接受的短视频形式广泛宣传推广,努力做到每本书都搭配定制化场景,避免过度形式化、呆板化。“新华之选”IP着力搭建以重庆新华书店公司层面为主导、连锁门店为分支的新媒体传播矩阵,以高速的传播效率和精准的营销手段,做强线上营销、做响品牌影响、做大流量市场,带动全市新华书店积极开展有效的营销渠道转型。

该项举措是重庆新华书店公司迈向新媒体营销领域的第一步。后续,重庆新华书店将持续发力,致力于对“新华之选”IP进行深度优化与升级。一方面,不断优化推荐策略,邀请行业专家、资深书评人等参与其中,进一步提升推荐书单的专业性和权威性;另一方面,通过大数据分析、读者调研等方式,持续深入了解读者的阅读偏好和需求,实现精准营销和个性化服务,打造个性IP,为读者提供更加贴心、优质的阅读体验。此外,推进重庆新华书店数字化转型建设进程,积极搭建“新华系”账号矩阵,讲述“新华故事”,唱响“新华旋律”,营造良好的线上线下渠道融合发展与转型升级的氛围。

“理论+实操+互动”,搭建人才资源库。重庆新华书店相关负责人表示,实体书店业态要想连接时代前沿的营销打法,实现增长创新,首先要从“人”上入手。从2023年开始,重庆新华书店面向全市连锁店开展了“新华之选”图书推荐官选拔及短视频营销课程培训,通过严格的选拔机制,挑选出更具潜力和能力的员工参与其中。邀请专业的全网百万粉丝的新媒体营销讲师进行授课,切实补齐全市各店在线上营销方面的短板与人才空缺。参与培训的人员均来自门店等相关业务部门,专业的授课团队、拍摄团队全程跟踪学生状态,保驾护航,从内容策划的匠心独运到运营法则的深入剖析,再到剪辑技巧的展现,以及短视频营销生态的全面解析,理论与实践双管齐下。

培训自启动以来,已跨越两个年头。通过逐年深化的培训,目前已筛选并培育出一批能够辐射全市区县新华书店的新媒体营销人才,搭建起了特色鲜明、风格各异的人才梯队,形成取长补短、携手共进的人才生态氛围。此外,培训的个性化与深度逐年递进,逐渐将重点放在挖掘学员潜力、塑造个性化IP人设上。通过宏观层面的行业洞察与微观层面的精准定位,每位“推荐官”都被赋予了鲜明的个性与特色,期望打造出新媒体数字化转型之路的璀璨星光。

(张绮月 采访/整理)

滁州新华书店有限公司 专业化推进 全方位开展 实现文化建设强大合力



活动名称 “皖美阅读 书香滁州”惠民书展

活动创新 活动在滁州市琅琊区、来安县、明光市、定远县等地同步开展,取得了显著效果,为当地文化建设和书店发展带来了积极影响。

活动效果 活动吸引近20万人次参与,营造了“书香滁州”的浓厚氛围;图书销售实洋约69.41万,捐赠图书约15万码洋,实现双效提升。

为学习贯彻党的二十大精神,深入推进“书香滁州”建设,助力“书香社会”氛围的营造,为广大读者提供更多的阅读体验,在滁州营造良好的阅读氛围,2024年10月至12月,滁州新华书店组织开展了“皖美阅读 书香滁州”惠民书展。

高度重视,精心组织部署。为扩大“皖美阅读 书香滁州”惠民书展的影响力和知名度,确保活动顺利开展并达成预期效果,滁州新华书店管理团队高度重视活动开展,专门成立活动筹备小组。筹备小组积极与当地宣传部门、学校、单位等进行对接,在场地协调方面,充分考虑各地区的人流量和场地条件,确保活动场地宽敞舒适、交通便利。一方面,在活动宣传上,通过多种渠道,如当地媒体、社交媒体、线下海报等进行广泛宣传,提高公众对活动的知晓度;另一方面,针对阅读打卡券的发放,制定了详细计划,确保打卡券能够精准地到达单位职工和学生手中。

同时,合理调配现场人员,明确各人员的职责,保障活动现场的秩序和服务质量。

展销结合,推动销售提升。滁州新华书店深入研究当地读者的阅读需求,精心整合参与活动出版社的畅销及常销图书,在活动现场为读者提供近万种优质图书。读者可以在现场免费阅读,书店还推出了较大折扣力度优惠,让利读者。如惠民书展现场设置了半价区、买赠区及特价区等,读者可根据自身需求自由选购。通过展销结合的形式,惠民书展带动图书销售实洋69.41万,实现了书店经济效益的显著增长。惠民书展活动的成功举办,极大地提高了滁州新华书店的社会知名度和美誉度,吸引了众多潜在客户,为未来发展奠定了坚实基础。

阅读打卡,推广阅读文化。惠民书展活动中,滁州新华书店精心制作阅读打卡券,吸引企事业单位职工和学生来到现场,参与阅读打卡活动。活动期间,共吸引了近20万读者参与,充分彰显了活动的吸引力和影响力。此外,滁州新华书店还通过在滁州琅琊区、来安县、明光市、定远县等地同步开展相关活动,让阅读的种子在滁州各地生根发芽,让更多市民有机会接触到丰富多样的图书资源,有效激发了参与者的阅读兴趣,进一步营造了“书香滁州”的浓厚文化氛围,对于培养阅读习惯、提升整体文化素养发挥了积极作用。

图书捐赠,彰显公益担当。活动中,滁州新华书店积极履行社会责任,向企事业单位、学校等捐赠了约15万码洋的图书,为学生和单位职工提供了更为丰富的图书品类,让更多人能够尽情享受阅读的乐趣,深刻感受到知识的力量,充分彰显了新华书店作为文化企业的公益精神和社会价值。

值得一提的是,惠民书展活动的成功开展,进一步加强了滁州新华书店与当地政府、社区、学校等各方的合作与交流,各方共同举办活动,形成了文化建设的强大合力,也为今后开展更多丰富多彩的文化活动积累了宝贵经验和有益借鉴。

(焦翊 采访/整理)

银川市新华书店有限公司 强化阅读品牌矩阵建设 拓展文化服务渠道



活动名称 “建设书香社会 全民阅读推广”系列品牌活动

活动创新 该项目由银川市新华书店与宁夏作协联合打造,包括4大品牌活动,以线上线下形式开展直播、名家荐书、文化沙龙、文艺评论,研讨会等多种活动,实现阅读推广活动的创新化升级。

活动效果 线上线下开展活动260余场,累计参与11万余人次,线上观看60万余次。

为持续推动“书香宁夏”建设,2022年开始,银川市新华书店在宁夏作协创办“文学照亮生活公益大讲堂”的基础上,联合打造了“建设书香社会 全民阅读推广”系列品牌活动,包括“大家谈”公益讲座、“点亮一盏灯,照亮读书路”线上名家荐读视频、“文学会客厅”、传统文化进校园“文学小伙伴”4大品牌活动,充分利用新媒体矩阵,通过新华书店抖音、微信公众号、小红书平台等,实现内容共享与互推,同时建设读者与名家活动分享群,截至目前,线上线下组织读书分享会、作品研讨会等活动260余场。

搭建文学交流平台,创新文化服务形式。在内容策划上,该系列品牌活动聚焦名家名作,自开展以来邀请了众多知名作家、大学教授、文艺名家参与,确保内容权威性和吸引力的同时,旨在以名家丰富的阅读经验和独特的阅读视角,为读者持续提供高质量的图书推荐内容和文化活动内容;从古典名著

到现代佳作,从小说、散文到诗歌、戏剧,从东方智慧到西方哲学,满足不同读者的阅读需求,激发阅读兴趣。其中,“大家谈”公益讲座自2022年4月正式启动以来,汇聚200余位优秀文艺名家分享、通过“铸牢中华民族共同体意识”“新时代文学方向”“山乡巨变”“中国现代文学中的戏剧作品”等优秀传统文化为主题,以“线下实体店讲座+线上同步直播”模式,全程录制活动视频并在全网媒体平台同步发布更新,截至目前线上线下参与人数超过2万,点赞超80万次,“文学会客厅”活动为作家、读者和文学爱好者提供互动交流平台,自2023年4月启动以来,每月举办作家讲座、读书会、作品研讨会等活动,形成了活跃的文学社群。传统文化进校园“文学小伙伴”活动将中华优秀传统文化融入校园教育,组织经典文学作品阅读、文学讲座、写作比赛等丰富多彩的活动,激发学生阅读兴趣。此外,该活动还邀请知名作家、学者等担任导师,提供专业的指导和支持,帮助学生更好地发掘文学潜力和才华,自开办以来,吸引了万余名师生积极参与。

构建新媒体传播矩阵,助力全民阅读推广。“建设书香社会 全民阅读推广”系列品牌活动通过文字、图片、音频、视频多样化的表现形式,利用新媒体平台传播,让读者随时随地观看和了解活动。如“点亮一盏灯,照亮读书路”线上名家荐读视频活动,依托宁夏作家协会理事会成员、1400多位会员的经典著作阅读优势,定期在线上为读者推荐丰富的优秀作品。银川市新华书店在线上书城开通专版专栏,将本地作者信息及推荐作品集中展示,向广大读者进行好书推荐全方位服务。截至目前,线上浏览次数11万余次,点赞超10万次,拓宽了文学的传播渠道和影响力,让优秀的文学作品能够迅速传播到更广泛的受众中,提高了文学的普及率和影响力。

未来,银川市新华书店将继续深挖宁夏本地文学作品的内在价值,基于新媒体平台的多样化表现形式和线上互动机制,拓宽文学的传播渠道和影响力,通过广泛的宣传和推广让更多人了解和喜爱宁夏文学,为乡村振兴和文化繁荣贡献力量。

(王新雪 采访/整理)