



## 构建书写艺术文化平台 徐州WRITE A·如荅开业

**中国出版传媒商报讯** 日前,徐州WRITE A·如荅开业,该店为徐州博库书城升级改造后的全新亮相。此次升级由徐州博库书城运营团队联合上海百新、文具零售企业浙江博学团队共同打造,书店面积约2000平方米,图书5万种,与升级改造前相比,营业面积减少一半,但通过充分利用空间和分区,上架图书品种数量进行了最大限度的保留,书店内既有国风汉韵,又具海派风采,阅读与人文、艺术、生活有机融合,“荅阶”活动区、VIP活动室等空间将举办阅读分享会、手帐交流会、插花手作体验等活动,构建书写艺术文化平台。

随着图书购买渠道的增多和阅读媒介的丰富,实体书店生存空间越来越少,怎样让读者多来书店、多参与活动和逗留成为图书经营者新的挑战。

WRITE A·如荅的开业既是适应时代的发展、消费习惯改变的需要,也是传统书店迭代升级的切实需要。徐州博库书城总经理王银媛表示:“焕新后的书城正式更名为WRITE A·如荅,新的名称既是对过去书城在书与人之间沉淀的文化归结,也代表开始书写未来的美好生活。WRITE A是以始为终,服务书写、阅读。同时,wri tea是阅读与茶的结合,打造了一种全新的生活方式。”

(肖 颖)

# 书店赛事如何打造更有效?

■中国出版传媒商报记者 焦 翊

近年来,越来越多的书店将打造文化平台作为自身发展的重要方向之一,在此理念的影响下,不少书店独立开展、联合举办了多种比赛活动,在获得社会影响力和美誉度的同时,也为书店带来了效益增长。一场比赛活动能做到投入小、影响大、收益高,那么活动效果也必然能达到甚至超出预期。近年来,书店举办了哪些活动?又有哪些心得体会?中国出版传媒商报记者对近10家书店进行了采访,一窥书店举办比赛活动的秘诀。

### 朗诵 讲故事为主 比赛活动吸人气助增长

通过赛事的举办,一方面能有效积攒人气、提升书店影响力;另一方面,人流量增加等,也为书店带来利润增长。

**借营销节点举办主题朗诵比赛。**在刚刚过去的暑期,部分书店开展了大型比赛活动。如湖北新华联合多个重点出版社,在全省范围内联合开展了“新华书店杯:假期读一本好书”比赛活动。参与活动的读者需朗读60种活动书目重点内容,书店还设置多种奖项,吸引了大量读者的关注和参与。

2019年,借新中国成立70周年之机,内蒙古新华书店举办了“我和我的祖国”小学生诵读大赛”,内蒙古新华书店副总经理英春介绍,活动的举办,为书店带来了诸多益处,“设置大赛推荐图书专台,引领小读者的阅读导向的同时,促进了销售的增长。”结合新中国成立70周年,重庆新华举办了首届“新华少儿故事大赛”,重庆新华传媒有限公司营销中心市场推广科王语嫣表示,该活动以“我是小小护旗手”为主题,参赛者自选或者自拟演讲稿,现场进行演讲比赛。“活动分为初赛、决赛、线上投票3部分。6天的线上投票活动,吸引了约5.77万人次参与,累计投票27万。”福建新华发行(集团)有限责任公司厦门分公司围绕新中国成立70周年也举办了朗诵比赛,吸引了众多学生的关注。

围绕世界阅读日,太原市新华书店举办了“诵读经典 阅读享生活”“我是朗读者”两场朗诵比赛。太原市新华书店业务营销中心经理姜月玲介绍,比赛参与人数众多,进入复赛人数超100人。“比赛后书店顺势举办‘阅读分享会’,参与读者畅所欲言,积极分享阅读心得,书店起到了阅读引领的作用。”南京市新华书店也举办了诗歌朗诵比赛,吸引了数百人参加。

**多方联合举办“讲故事”比赛扩大影响力。**内蒙古新华书店联合内蒙古小记者协会、乌兰夫纪念馆、内蒙古图书馆、内蒙古展览馆、内蒙古将军衙署博物院等8家文化场所,连续2年举办“小小讲解员”公益大赛,活动吸引数千名学生参与。英春表示,此类活动加强了书店与博物类场馆的合作,实现渠道拓宽、资源共享。“从选拔出的小小讲解员中培养新华书店小讲师,加入到书店日常参观、少儿活动的主持中,在小读者中起到示范引领作用。”

安徽图书城相继举办了“皖新杯”诗词之魅、童



云南红河州新华书店有限公司蒙自分公司“悦读伴我成长”读书会活动

稚之声故事大赛等,安徽图书城店营销负责人李同欣介绍,“皖新杯”诗词之魅活动联合当地学校、教育主管部门等,分海选、预赛、晋级赛、总决赛。

2019年,云南红河州新华书店有限公司蒙自分公司联合当地教育局等,举办2019年蒙自市中小学生春季学期“悦读伴我成长”读书会活动,该活动持续近2个月,共8期,设置专家讲座、好文分享——学生好书、好文分享演讲,时间3~5分钟;专家点评——邀请专家进行点评等。云南红河州新华书店有限公司蒙自分公司副总经理马艳飞表示:“通过开展读书活动,将更多的人群吸引进新华书店,再辅之以卖场陈列、促销等形式,培育稳定客群。”

此外,征文比赛也是书店经常举办的比赛活动之一。王语嫣说,重庆新华在举办征文比赛中,将其与“名家进校园”活动相结合,由书店邀请作者前往学校开展阅读讲座,由校方提前开展作者相关作品的阅读征文比赛,并在讲座现场由作者亲自颁奖,效果显著。

### 思考

书店与当地教育主管部门、学校以及企业等联合举办比赛活动,一方面助力全民阅读,另一方面,通过将比赛场地设置在书店内,有效带动了书店人气的增长,也带来了销售的提升。正如湖北新华荆门书城营销主管欧瑞所认为的,近年来因为互联网的影响和阅读方式的转变,实体书店受到了前所未有的冲击,更多人来书店只是拍照打卡,看而不买。书店不再单单是卖书的地方,而是提供以知识服务为核心的文化生活新空间。那么,在书店举办读书会、学术交流、比赛活动就非常贴合文化生活新空间的核心。“创意比赛,启迪思维,聚焦未来,年轻自然;朗读比赛坚韧之音、声声入耳,亲切温暖。‘年轻、自然、亲切、温暖’正是荆门书城的品格,所以由书店举办的比赛应凸显自我品格。”

### 线上线下结合 体验为先融合发展

在举办比赛中,无论是前期预热还是比赛的具体环节,书店线上线下相结合为着力点,扩大影响力的同时,充分利用新媒体优势。此外,不少受访书店负责人表示,比赛活动重点在体验,而通过多种方式进行融合,打造比赛活动,能为参与的读者带来更好的体验。

**多渠道融合宣传扩大影响力。**在比赛活动的预热中,书店充分利用新媒体和线下优势,共同发力扩大活动影响力。姜月玲介绍,太原市新华书店在比赛活动的前期准备中进行了详细的工作计划,并打造了多种预案。“提前1个月,在太原书城一楼大厅安

(上接第5版)

### 课程设计开拓运营体现专业

书店做教育有着天然的优势,如品牌好、客流多、网点多、图书专等,但在课程设计、专业人才等方面也受到一定的挑战。那么,书店的教育培训如何设计课程?怎样体现专业性?

2019年,云南省新华书店集团成立“新华三点半”成长陪伴项目。云南新华书店会议会展公司总经理李晓华介绍,“新华三点半”结合学校需求、社区需求、门店服务能力等实际情况,组织开展个性化课后服务。其2.0版本的课程体系包括“新华+新阅读”“新华+新体育”“新华+新实践”“新华+新高考”四大板块,含新华国风舞、攀岩、剑创、环保生态、非遗传承等具体课程。

广东新华教育培训中心重点拓展教师培训、研学培训、会议培训三大核心业务,尝试合作运营教育城、幼儿园等教育基地,辅以开展综合才艺素质培训、网络培训等业务,寻求孵化适合全省推广落地的培训业态。教育培训中心将积极利用广东新华发行集团门店渠道资源打造招生信息发布、招生业务落地、培训业务开展平台,主要包括快速推广的微信、

放一个大型展台进行活动预热,场地供照相留念,并在微信公众号中广泛宣传、号召员工在朋友圈广泛转发。”

“在预热宣传上,我们会通过线上、线下双渠道,内、外两个维度同时推进”,王语嫣介绍,重庆新华联动重庆新华传媒有限公司微信公众号矩阵、淘淘网、小程序等线上平台,38家连锁门店以及多个媒体开展宣传。“在活动准备上,我们还全力争取当地学校、团委、教委的支持,提高活动的权威性与公信力。”安徽图书城也通过线上微信、抖音宣传,店内物料、广播以及合作院校,共同开展活动的预热。内蒙古新华书店借学校为海选赛场,扩大宣传,还与合作单位联合发文、制作软文推荐;各大媒体进行合作,扩大活动影响力。南京市新华书店主要打造了两个宣传渠道,胡宇介绍,一是阵地宣传,通过印制活动海报、吊旗、横幅等宣传品,门店利用阵地电子屏等载体,多方位宣传活动信息。二是媒体宣传,在现代快报、金陵晚报、南京晨报等媒体进行宣传,扩大影响力。

而除了常规的方式,不少书店还创新宣传形式。荆门书城除在微信、微博、抖音、论坛、社群、朋友圈等渠道开展常规宣传外,欧瑞介绍,还策划了预热活动,以换购、小游戏、集赞赢礼等形式,开展了互动宣传。

**体验为先,注重“文化+”助力未来发展。**“相比单纯卖产品,消费者更期待在实体书店获得社交体验、学习体验和文化活动体验。”欧瑞表示,疫情改变了人们的消费方式,未来书店举办活动时,要更注重线上线下相结合,双线运营,并选择高性价比的产品。王语嫣也认为,线上线下融合是未来书店活动的发展趋势之一,“以人为中心,使活动全程更具备交互性、体验性。”

书店正在开展多元经营,这种转变也为书店未来活动的举办带来了新的发展方向。福建新华发行(集团)有限责任公司厦门分公司“六一直播”活动策划人周璇表示,未来活动在内容主题上将更具多元化和更具个性化学习功能。姜月玲也认为书店要从单向输出转变为双向互动,她说:“未来书店举办的活动将由启发性转为课程性,增加阅读体验广度和深度。”

总的来说,正如英春所认为的,随着读者生活水平的不断提高,单一的重复式活动已经不能满足读者的需要,要创新活动,将活动品牌化、持续化、晋级化,为读者打造金字塔式的连贯文化活动。“同时,要在增强用户体验感上下功夫,在目前快餐式文化的影响下,人们已经适应简单、粗暴的接受信息的方式,要将活动结合线上第三方平台,进行短小精悍又吸引人的宣传,使用户能在短时间内接受信息,线下配合开展精致文化体验活动,延长参与时间,让读者的文化体验不断档。”

### 思考

书店已由过去单纯的提供场地转变为赛事的组织策划方,身份的转变,也带来了挑战。如活动策划能力、落地实施能力、组织协调能力、海报制作能力、对外宣传能力、公关能力等。同时,如何解决经费的问题,如内蒙古新华书店选择与企业合作等,值得学习。此外,有学生参加的活动,安全是重中之重。书店也还需在比赛的权威性上下功夫,邀请知名人士参加,并且要尽可能多地联合如教育部门、电视台等,扩大影响力。同时,要整体统筹协调活动的相关部门,充分调动各类人才的工作积极性,才能提高效率,确保活动达到预期效果。

网站、宣传广告电子屏,覆盖广东省各地市的新华书店门店、学校深度合作的校园店、深入乡村基层店,以及“四阅”书店。

据了解,北方图书城“北图教育·阅美书房”培训项目自成立以来,深受学员及家长的喜爱及认可。针对学前及小学阶段儿童的专家定制式阅读培养训练,旨在提高孩子的阅读专注力及培养良好的阅读习惯,提高阅读兴趣,并最终让他们爱上阅读。该课程着重解决五大阅读难题:如何开始阅读、不同年龄段应该读什么书、怎样正确阅读、如何深入阅读、如何长期坚持阅读。课程采用小班授课的方式,每堂课时长2小时,采用三段式的课程设置。

山东新华薛城新华书店课后服务中心面向书店附近的小学生招生,现有学生450余人,主要开设四点半课堂——课后作业辅导、阅读写作班、英语班、寒暑假班及数学精品班等课程。吉春景表示,寒假、暑假班及阅读写作班非常受学生的欢迎,书店的品牌影响力较强,收费标准低于市场价格,而且注重教学品质,学生生源都是通过口碑相传,“运营两年多以来,课后服务中心口碑良好,每次招生报名都异常火爆,名额供不应求”。

(上接第6版)

## 甘肃新华书店飞天传媒股份有限公司

### 线上线下齐发力 提升企业软实力

在做好疫情防控的前提下,甘肃新华将在四方面发力。

**一是做好图书发行、销售工作。**首先,做好“两教”发行。全面提高发行效率和发行质量,促进服务水平再上新台阶。其次,加强一般图书销售工作。进一步加大新品种开发力度,打造重点营销项目,制定营销推广计划,拓展市场,以重点图书销售拉动一般图书发行。第三,做好重点图书发行工作。做好主题出版重点出版物《习近平谈治国理政》(第三卷)及《习近平新时代中国特色社会主义思想学习问答》《中国制度十五讲》《中国制度面对面》等的发行推广工作。

**二是做好线上平台建设。**加快推进天猫图书专营店、微商城、直播、抖音、微信群等线上平台的搭建和线上营销的发展,打通线上线下;其次,加大与出版社合作力度,打通上下游供应链,通过开展线上名家活动,做好营销配合,拉动线下销售。

**三是做好线下实体店转型升级和建设工作。**首先,推进门店升级改造。按照统一规划、分步实施、因地制宜、体现特色的原则,逐步推进全省中心门店的转型升级工作。同时,推动农村发行网点升级改造试点工作。其次,完成甘肃新华书店阅读体验中心建设。对物流园区1.6万平方米场地进行装修改造,设立甘肃省新华书店历史展览馆、阅读休闲区等文娱设施,进一步探索“新零售”销售模式。第三,积极推进区域重点项目的实施。第四,加快品牌连锁便利店建设。探索、推动“书店+便利店”模式的文化主题便利店建设。第五,加强网点建设,推进“点、线、端”销售网络体系建设。

**四是提升企业软实力。**实施定岗、定人、定薪“三定方案”;重新打造绩效考核体系和薪酬管理体系;进一步梳理业务流程,整合资源,改进管控模式,提升经营能力;发挥资产效应,提升运营能力;强化企业内部管理,促进各项工作有序进行。

## 青海省新华发行(集团)有限公司

### 推进项目建设 开展多元经营

青海新华将采取有效措施,克服门店改造、新冠肺炎疫情带来的影响,强化经营管理,狠抓目标落实,积极拓展新业务,探索尝试新模式,抓稳存量,谋求增量,提质增效,确保年度目标任务圆满完成。

**一是努力完成经营目标。**认真做好秋季中小学教材发行;全力抓好《政府工作报告》《民法典》及《习近平谈治国理政》(第三卷)等主题出版物的征订发行工作;持续开展全民阅读活动和流动售书活动;完成“农(牧)家书屋”“寺庙书屋”配送任务。

**二是统筹推进项目建设。**完成大什字新华书店重建立项审批工作;完成民和、共和新华文旅综合体项目基建及内装修工程,酒店板块投入运营;完成互助、化隆、茫崖等地新华书店的改造升级工作。

**三是积极开展多元业务。**巩固新华书店经营内容和服务模式创新试点成果,指导已完成升级改造投入营业的新华书店探索开展多元经营业务,图书销售、多元经营占比趋于合理,新业务实现新增长。

## 宁夏新华书店发行集团有限公司

### 落实“市店振兴计划” 推进新媒体建设

宁夏新华以“市店振兴计划”为总抓手,强化硬任务、落实硬举措,增添新动能,将重点做好以下几个方面的

**一是全面落实“市店振兴”建设计划。**加快推进吴忠、中卫、固原、灵武、西吉5家基层门店的综合改造工作,着力跨界融合发展,以“市店振兴计划”为契机全面拉开实体门店运营帷幕,争取每年改造2~3家基层门店,全力提振新华书店发展信心。

**二是切实做好教材教辅的发行工作。**落实《2020年基础教育课程教学用书目录》新增品种的征订发行工作和“三选一”教辅征订发行工作,积极参与“互联网+教育”建设,借助与教育良好的合作关系,探索教育类内容的市场营销发展新趋势。

**三是培育壮大非图和第三产业,促进产业转型和多元化发展。**加快推进中宁“锁鲜枸杞”的项目合作运营,面向全国新华书店系统进行推广营销;在全区基层书店建立非图书文创产品销售专柜;继续探索新业态和书店多元复合发展路径,推动形成图书发行主要业态和第三产业辅助业态互促共进、并驾齐驱的良好发展局面。

**四是继续推进新媒体运营建设发展。**紧抓信息化、网络化、数字化、可视化、社交化的发展历史机遇,打造抖音短视频拍摄、直播室等新媒体项目,开展产业合作,积极适应多元素融合发行时代大势,推进新媒体运营升级;积极推进一般图书连锁销售系统切换工作,使新系统尽快落地使用。

**五是完善发行集团人才培养机制。**通过制定有效的人才培养计划,坚持专业培养和综合管理培养同步进行,加大对新员工的技能和综合管理培训。

## 微讯

### 北京新华开启「科学教育STEAM嘉年华」发力图书+

**中国出版传媒商报讯**“炫酷的舞姿、精准的射门”,做出这些动作的并非专业运动员,而是机器人。9月12日,北京中关村图书大厦启动“科学教育STEAM嘉年华”活动。据悉,北京中关村图书大厦是北京市新华书店连锁有限责任公司与拼图资本/无界读书联合推出的“科学教育STEAM嘉年华”活动场地之一,其他还有北京图书大厦和北京王府井书店。活动邀请科学队长、火星派、码高教育、北京火星人俱乐部、深圳乐智机器人5家教育机构,开启为期2周的科学教育探索之旅,让小读者们在逛书店选书购书的同时,触碰“动起来”的科普知识,感受生动有趣的书店新魔力。

活动中,来自不同教育机构的老师以“动手创未来”“科技大冒险等你来挑战”等主题,通过实物或模型展示、互动体验等形式,展现科学魔术、科学展示等内容,将晦涩难懂的声、光、电等科学原理,融入科普课程中。

北京市新华书店连锁有限责任公司副总经理秦辉表示,在书店里引进品质优良的科普教育机构开办“科学教育STEAM嘉年华”活动,是新华书店发挥文化资源和空间资源优势,探索“图书+科学教育”经营模式的试水。今后,还将推出“图书+文创”“图书+科技”“图书+旅游”等文化体验活动,将新华书店打造成城市综合文化中心,更好地满足读者看书购书、休闲娱乐、互动交流等文化需求。

(焦 翊)