

青年夜校:持续打造圈层性课程

与学生和老年群体相比,青年群体更具活力,也更具个人特色和思想。为了让青年夜校持续焕发活力而不是“一锤子买卖”,新华书店不断丰富课程内容,以此维护青年群体。在此次青年夜校专题采访中,各新华书店负责人告诉记者,未来他们将用“交朋友”式的初心为学员提供情绪价值。同时,书店跳出青年夜校的范畴,开辟更多的领域,以更好地服务青年群体。(链接:本报2024年11月1日第2973期第1版《青年夜校,新华书店瞄准了年轻人!》)

“吃透”青年群体 满足个性化需求

■连毅(山西新华南官书店经理)

满足青年群体文化生活需求和技能提升需求,创新服务模式,拓展书店服务功能,营造学习氛围,推动全民阅读和学习型社会建设,助力青年成长和成才,带着这四方面的思考,山西新华南官书店在2024年7月推出青年夜校系列课程,包括幼儿行为解读、隔代教养实用心法、手机摄影课等10余种。为了让青年夜校具有可持续性,山西新华南官书店不断创新,在课程规划与青年需求对接上持续发力。

从课程到平台,打造一站式服务体系。未来,新华南官书店一是不断完善与拓展课程体系,涵盖兴趣艺术、生活美学、健身养生、技能培训、家庭教育等多个领域,以满足不同青年群体的学习需求。紧跟时代潮流,引入前沿技术和热门话题,如短视频制作、人工智能、区块链等,提升课程的吸引力和实用性。通过调研问卷、学员反馈等方式,收集青年群体的学习需求和兴趣点,定制化开发符合其需求的课程,提高课程的针对性和满意度。二是提升教学质量,继续招募具有丰富教学经验和专业知识的教师,充实师资力量。邀请行业专家、非遗传承人等进行授课,提升课程的专业性和权威性。采用线上线下相结合的方式,利用互联网和多媒体技术,提高教学效果和互动性。同时,注重实践教学和案例分析,让学员在实践中学习和成长。三是优化学习环境。整合书店的文化服务资源,提升门店的硬件设施和软件环境,打造温馨舒适、翰墨飘香的学习环境。设置集学习、交流、体验、社交于一体的新型“书店式”文化服务空间,为青年群体提供充满文化艺术气息的书香平台。营造浓厚的文化氛围,举办丰富多彩的文化活动,如读书分



享会、文化讲座、艺术展览等,激发青年的学习热情和创造力。四是搭建社交平台。鼓励学员根据兴趣和课程组建兴趣小组,定期组织户外采风、慢旅行等休闲娱乐活动,丰富学员的业余生活,增进彼此之间的友谊和合作。建立线上社区或社交平台,方便学员之间的交流和互动。定期发布课程信息、活动预告和学员心得等,增强学员的归属感和参与感。五是通过社交媒体、线下活动等多种渠道进行宣传推广,提高青年夜校的知名度和影响力。与共青团、青年联合会等组织合作,共同举办活动或课程,扩大青年夜校的社会影响力。重视学员的反馈和建议,不断改进和优化青年夜校的服务和课程。积极展示学员的学习成果和优秀案例,增强学员的自信心和成就感。

多维创新,实现青年个人提升需求与书店服务、销售更好对接。为了更紧密服务于青年群体,山西新华南官书店在提供青年夜校之外,不断拓展。一是通

过问卷调查、社交媒体互动、读者反馈等方式,深入了解青年的阅读偏好、学习需求及个人发展目标。紧跟时代潮流,关注青年关心的社会热点、科技发展及文化趋势,以便及时调整图书种类和服务项目。二是多样化选品与精品推荐齐头并进,根据青年需求,提供涵盖励志、文化、科技、艺术、心理等多领域的图书,满足不同青年的个性化需求。同时精选优质图书,特别是有助于青年个人成长和提升的书籍,如领袖传记、名人故事、专业技能书籍等。三是提升服务质量。对书店员工进行专业培训,使其熟悉各类图书,能够根据青年的需求和兴趣给予专业的建议和推荐。为青年提供个性化的阅读计划、读书笔记分享、阅读心得交流等服务,增强他们的阅读体验。四是创新营销方式,利用互联网和社交媒体平台,开展线上图书推荐、读书分享会等活动,同时线下举办签名售书、读者见面会等,增强与青年的互动。五是拓展销售渠道。与青年组织、学校、社区等建立合作关系,共同推广图书阅读,拓宽销售渠道。建立会员制度,为会员提供优惠购书、积分兑换、专属活动等福利,增强会员的忠诚度。六是营造舒适环境。设置舒适的阅读角落、咖啡厅等,为青年提供一个安静、舒适的阅读环境。通过布置艺术展览、文化墙等方式,营造浓厚的文化氛围,吸引青年前来阅读和学习。七是关注青年心理健康。联合专业机构或人员,为青年提供心理辅导服务,帮助他们应对学习、生活中的压力和困惑。通过读书分享、心得交流等方式,为青年提供一个情感支持的平台,让他们在阅读中找到共鸣和力量。

打造全新社交场 做强做大教培产业蛋糕

■关军(大连市新华书店有限公司营销策划中心总监)

大连新华书店从今年5月开始与大连团市委合作,面向上班族和青年群体推出青年夜校,受到了广大学员的欢迎。大连市新华书店一直非常重视教育培训工作,早在2011年就注册成立了大连市新华书店文化培训学校,开展音乐考级、名校名师优秀学子公益讲座等大型培训活动。从2018年开始承办大连市文化和旅游局、大连市财政局主办的文化有约惠民公益文化服务项目,每年开展市民公益文化培训500余场。2023年4月,中央宣传部办公厅、文化和旅游部办公厅印发《关于推动实体书店参与公共文化服务的通知》。通知强调,要支持实体书店参与政府购买公共文化服务项目,引导实体书店参与公共文化服务网络建设,鼓励实体书店参与公共阅读资源建设,推动实体书店与公共文化机构融合发展。该通知为实体书店参与公共文化服务指明了方向,也坚定了大连新华把教育培训作为多元转型突破口的决心和信心。传统的培训工作主要是针对中小学生和退休老年人开展的,根据多年的培训经验,我们认为年轻人和上班族是未来教培行业发展的蓝海,所以今年与大连团市委合作,开设专门服务年轻群体的培训活动——连青夜校,上课时间全部安排在周末或工作日的晚上,方便学员上课。

大连市新华书店青年夜校充分考虑到年轻人的特点,课程设计新颖、前卫,内容包括咖啡品鉴、红酒鉴赏、美妆培训、瑜伽入门、形体培训、手机摄影、花艺培训、陶艺制作、皮艺手工、古琴培训、声乐培训等,深受学员们的欢迎,很多课程不得不应学员要求一再增加名额,有些甚至还增开了二班、三班,反响极为强烈。其中最受欢迎的当数陶艺培训,计划招生一个班30人,报名参加近百人,开设了3个班。此外咖啡品鉴、花艺培训、美妆培训、古琴培训等也很受欢迎,每个班的学员都在40人左右。古琴班报名通道开放后,16个名额很快被抢报一空。声乐、古琴班的课程结束后,应学员要求增开了进阶班。课



程结束时,我们还通过举办结业演出、颁发结业证书等形式,为学员提供展示才华、交流提高的平台,提高学习的成就感和获得感。

将青年个人提升需求与书店服务、销售对接,我认为可以从三个层面来理解:一是开设青年夜校本身可以通过收取学费提高书店销售。二是通过为学员提供学习用品、简餐等,提高书店服务、销售等。三是开设青年夜校可以为书店带来客流,也能在一定程度上拉动图书销售。未来,大连市新华书店将在青年夜校方面投入更多人力物力,通过改造场地,升级培训教室设备,聘请高水平的师资力量等多种措施,争取开发更多受青年学员欢迎的课程,满足市民多层次的培训需求。随着大连市全域化新华书店整合工作的完成,大连金普新区新华书店有限公司、大连市旅顺口区新华书店有限公司等6个区市县新华书店也全部划入了公司,我们也会考虑在下属区市县开设培训课程,满足当地居民尤其是年轻群体的培训需求,力争做强做大教培产业蛋糕,为公司转型升级做出更大的贡献。让大连市新华书店的青年夜校不但成为年轻人学习知识的场所,还是他们结识兴趣搭子、进行花式充电、解锁新技能的全新社交场。

营销现场

《黄酒有意思》 六维度介绍黄酒文化

中国出版传媒商报 11月7日,正逢立冬,浙江绍兴黄酒节如期隆重开幕。与往年不同的是,今年的开幕式上,嘉宾手上多了一份特别的“伴手礼”,那就是由浙江人民出版社出版的新书《黄酒有意思》。

该书以黄酒为主题,从酒之史、酒之特、酒之用、酒之饮、酒之文、酒之兴六个维度出发,结合最新的考古发掘材料和大量的文献资料,全面介绍黄酒的历史渊源、酿造工艺、品鉴方法、文化价值以及产业复兴等内容。

值得一提的是,该书作者冯建荣是地道地道的绍兴人,现任绍兴市文史研究馆馆长。说起出版缘由,他在书中写道,早在七八年前,他就有意写一本有关家乡绍兴酒的通俗读物,为此开始了相关素材的准备,并于今年4月动笔撰写,完成这本20万余字的新书。

“酒香也要勤吆喝。”冯建荣说,绍兴酒在清代直至民国时,一直处于通行宇内、独步天下、力压群芳的境地。这是何等光辉灿烂的岁月。今天的绍兴酒,虽然品质风采依旧,却是尤需吆喝,借以换取光风霁月。他希望该书能让读者“一册在手,读懂黄酒。”

(伊璐)

“青少年太空探索科普丛书”(第三辑) 融合古代飞天梦与现代航天梦

中国出版传媒商报 10月27日,北京中知大厦16层,迎来了一群小朋友,他们带着求知渴望,来参加“青少年太空探索科普丛书”(第三辑)新书发布暨公益科普讲座。

知识产权出版社党委书记、董事长刘超,知识产权出版社董事、总编辑刘新民,中国科普研究所副所长郑念,中国科学技术出版社原副总编辑徐扬科,丛书作者代表、北京大学地球与空间科学学院焦维新教授及鲍建中、李良、刘树勇、余恒和责任编辑代表共同为新书揭幕。刘超、刘新民向革命老区西柏坡中小学校教师代表赠书。

“青少年太空探索科普丛书”(第三辑)共10册,丛书聚焦我国重大的航天工程,将古代飞天梦与现代航天梦有机融合,将普及航天知识与弘扬科学家精神有机融合,将科学教育与人文教育有机融合,在促进中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展方面做了大量有益尝试。项目组绘制了200多幅插图,设计了思维导图、长页、互动的摩斯密码等环节,极大丰富了图书的表现形式。

据悉,从2013年出版《月球文化与月球探测》开始,青少年太空探索系列图书出版已走过了11个年头,先后出版了“青少年太空探索科普丛书”第一辑、第二辑、第三辑,共30册均获得国家出版基金资助。

刘超表示,出版团队始终坚持社会效益优先,坚持走精品化、专业化道路,与众多科普作者、科普专家建立了良好的合作关系。中国科学院院士欧阳自远专门为丛书作推荐:逐梦星辰大海,探索浩瀚宇宙。希望该套丛书可以帮助更多的青少年拓宽视野,树立科学思维,培育科学梦想。

焦维新现场作了题为《火星探测的现状 & 未来》的公益科普讲座,并和其他作者代表一道分享了图书创作体会,与青少年和家长就大力弘扬科学家精神、提升全民科学素质进行了深入交流。

(伊璐)

《大道知行》(第三辑) 探讨儒学与企业管理之道

中国出版传媒商报 近期,由国际儒学联合会主办、辽宁人民出版社承办的《大道知行——国际儒学联合会系列讲座》(第三辑)新书首发式在北京举行。此次活动主题为“教授学者讲传统文化,培育企业家智慧品德”,多位国内知名专家学者、企业家及相关单位代表参加活动。

自《大道知行——国际儒学联合会系列讲座》第一辑、第二辑面世以来,书中收录的40位当代学术名家讲座稿,从多个角度和维度阐释中华优秀传统文化,受到了企业界和其他社会各界的广泛关注和高度评价。此次推出的《大道知行——国际儒学联合会系列讲座》第三辑收录了18位专家学者的讲座精髓,希望读者可以学习先贤智慧精粹,提高传统文化素养,做到古为今用、知行合一。

未来,国际儒联将持续开展“大道知行”系列讲座,并继续出版以“传播儒学思想,分享管理经验,探讨儒学与企业管理之道”为宗旨的《大道知行——国际儒学联合会系列讲座》系列精品图书,将传统文化的核心理论灵活转化,为中国式现代化发展提供浓厚的文化底蕴。

(四又)

跨界融合 用服务增加用户黏性

■张蕾(青岛新华书店企划部部长)

在青岛书城,每到晚上就有一群年轻人聚在一起,或学习研磨咖啡,或静下心来学习围棋,或低头认真钩针编织……这些场景都来自青年夜校。青岛新华书店2023年下半年关注到上海夜校的火爆情况后,从为空间赋能、为读者服务角度,着手筹备相关工作。2024年1月,青岛书城以“青岛青年成长计划”为主题,开办“青年夜校”,黄岛新华书店传媒书城随后在3月正式推出夜校活动。

围绕青年兴趣,打造圈层性课程。对市民来说,新华书店是一个较为传统文化企业,空间内服务读者一老一小居多,为了培育年轻消费群体,让企业形象更加时尚,同时新华书店在当下也需要新动能来激发新热点,用新兴产业助推书店形成新的销售增长模式,青岛新华书店结合自身优质文化资源和空间优势,开展了青年夜校工作。经过前几个月积累,青岛新华书店夜校下一步的工作方向,一是围绕用户兴趣打造更多元、有趣的圈层性课程,多线程技能滚动开课,在运营实践中确立长线固定技能课程,不断加入新资源,形成新华书店特色夜校模式。二是洽谈多场地,确定多个圆心开展夜校项目,扩大规模。三是提高服务质量,以学员的体验和感受为出发点,营造欢快、轻松、向上的夜校氛围,不仅让学员走进这里,更加爱上夜校,用“交朋友”式的初心为学员提供情绪价值,同时还让其学到有趣有益的内容知识,为知识付费也为情绪价值付费。

尝试新业态,持续吸引青年群体关注。“为读者找好书,为好书找读者”是新华书店的责任担当和初心使命,随着社会发展,老百姓的文化需求不局限于图书消费,在做好图书外,进行更多跨界融合,不限于餐饮、娱乐、体育、策展、活动策划等。对于青年群体来说,书店可以尝试所有青年群体所感兴趣的业态,从吃、学、玩、游等方面着手,用服务来提升与客户之间的互动性,增加用户黏性,不再是单纯销售的“一锤子买卖”。做好宣传推广,在私域板块,利用科技手段和会员体系,通过数据分析构建用户画像,精准推送个性化产品、服务、文化活动等;在公域板块,则是要求书店加大对自身经营产品、服务、新业态持续发声,吸引年轻人的关注,尤其是重视线上青年人聚集的平台,如加大在B站、小红书等平台的宣发力度。

声音

孙洁(山东新华书店集团有限公司日照分公司连锁零售部主任兼日照书城经理):
为提升青年夜校运营质量,更好服务于“青年夜校”广大学员,日照书城已组建“红太阳”青年夜校专业运营团队。未来将通过加强专业技能培训学习,进一步提升团队整体服务意识和业务能力,确保每一位学员在“青年夜校”都能享受高品质的服务,实现自身价值。课程设置是“青年夜校”的灵魂,也是核心竞争力所在,事关长远发展。日照书城将不断优化课程设置,丰富课程种类,引入更多实用、前沿的课程内容,涵盖更多领域和学科,以满足不同学员的兴趣和需求,为广大学员提供更加优质、全面的学习资源和场景。

张伟硕(石家庄市新华书店有限责任公司行唐分公司经理):
未来,行唐分公司一是持续研究,根据青年的兴趣和需求,不断推出内容丰富、形式多样的夜校课程。二是扩大服务范围,通过增加班次、优化课程设置等方式,吸引更多青年参与夜校学习。