

# 拓宽多元经营路径 推动书店转型升级(三)

不久前,由中国出版传媒商报与河南省新华书店发行集团联合主办的第九届业非书经营研讨会发布了“第九届业非书经营”推展结果,22家实体书店入选“示范店铺”。本报对入选实体书店的优秀案例陆续刊发,以期为行业提供参考。(链接:本报8月30日第2965期第8版《拓宽多元经营路径 推动书店转型升级(一)》、11月1日第2973期第7版《拓宽多元经营路径 推动书店转型升级(二)》)



## 新华书店安徽图书城店 “新”理念运营 打造多元业态“新书店”

图书城为进一步提升读者进店体验、挖掘读者消费潜力,引进老牌快餐肯德基与时尚科技品牌华为,后续更有时尚饮品进驻。

**推出多种创意体验活动,品牌化运营增强读者黏性。**达人活动、烘焙、粘土、非遗、茶艺、香道、读书沙龙……在新华书店安徽图书城店,多类不同主题、不同内容的体验活动轮番上演,让读者在充满趣味的互动活动中,感受别样的文化体验。在书城少儿区,针对小读者推出了创意品牌活动“书虫姐姐故事会”,以固定的周期、丰富的环节设定、多变的内容表达,受到小朋友及家长的高度认可。2024年1月1日至10月31日,安徽图书城共举办各类营销活动178场。其中名家进店进校园23场、自主品牌活动113场、异业结合27场、其他公益活动15场。

此外,新华书店安徽图书城店还集结安徽省内的手工创意达人,开展了“文化创意集市”品牌活动,创意不断,精品云集,让读者能集中地欣赏和采购到各式各样有趣、好玩的创意产品,让书店不限于阅读。

**聚焦传统文化,丰富书店内涵。**中华文化博大精深、源远流长,孕育了丰富的文化资源。尤其是近年来,党和政府高度重视优秀传统文化的传承发扬工作。作为重要文化阵地的实体书店,自然而然成为继承和发扬传统文化的重要平台。为弘扬中华民族优秀传统文化,增强民族文化自豪感,新华书店安徽图书城店联合安徽省内外优秀非物质文化遗产传承人进行集中文化展现,并有针对性地举办个人非遗文化讲座及作品展。2024年2月11日至2月16日(大年

初二至大年初七)每天一场春节主题活动,针对亲子、青年到成人等不同群体的不同的活动,进一步丰富读者的进店体验。其中,2月13日的非遗市集被中央电视台新闻频道报道。

为在全社会更好地弘扬优秀传统文化,新华书店安徽图书城店还开展优质营销活动“皖新杯”诗词之魅——中学生诗词大赛。该活动以弘扬传承中华诗词为目的,联合市、区教育局、体育局,通过不同环节的激烈比拼,让选手及读者朋友们在参加活动的同时,感受诗词魅力并培养学习诗词的氛围。2017年至今,该活动已经举办5届,共计销售图书近1500册;20多所学校的中小师生、5000多位读者参与其中;省内外31家媒体参与报道宣传,活动受到各类平台的关注与推广。

安徽图书城还根据各楼层图书分类特征,划定客户群体,打造符合该群体的多元业态“新书店”。二楼社科区域的“爱莲书苑”以革命文化、红色江淮、党史教育、中华优秀传统文化等品类图书为主,方便广大党员同志学习阅读;三楼爱心树绘本专区,将国内外优秀获奖作品集中呈现,为宝妈宝爸们提供一个便捷、高效阅读选择的平台。

长期以来,新华书店安徽图书城店以品牌建设为核心,紧紧围绕“内聚合力,外扩影响”的工作目标,积极响应国家推动全民阅读的号召,发挥新华书店自身优势,努力满足全民阅读需求。未来,书城将始终以满足读者的多元阅读需求为前提,打造有温度、有文化、有特色的阅读场所。(焦翊 采写/整理)



**发现临沂·手造之美**

门店介绍:临沂书城地处市中心繁华地段,2001年10月建成营业,2017年1月重装开业,营业面积由7500平方米扩大到9000平方米。重装开业后的临沂书城经营多元业态70余种,成为市民的学习交流中心、文化服务中心、时尚体验中心。2017年,临沂书城被评为国家AAA级旅游景区,成为全国新华书店中首家国家AAA级旅游景区。

成绩:多元项目从2017年的20项发展到70余项,服务内容不断拓展。

近年来,山东新华临沂书城持续创新经营思路,紧抓社会热点、流行趋势,聚焦商务人士、女性用户、青少年等群体精准需求,以生活更美、品质更高为目标要求,将多元项目融入时尚生活,对店内业态不断优化调整,打造出空中花园、艺术露台、琅琊书吧等一系列休闲阅读和文化消费空间,引进戴森、ASKO、斯麦格等中高端品牌,不断满足广大市民对美好生活的向往、对品质生活的追求。目前临沂书城集聚非遗手造、家居生活、文创产品、咖啡书吧、文化体验等多元业态,已打造成为集文化艺术、美好生活为核心的多主体、多业态生活商业平台。同时,服务内容不断拓展,在产品定制、场景设计、空间规划等专属服务上,探索出“图书+多元产品+个性化定制”的创新模式,为企业大客户提供多样化服务。

## 临沂书城 创新「图书+多元产品+个性化定制」模式

**一是优化店内业态。**2023年以来,临沂书城围绕用户需求,精选业态契合度高、自带流量的多元项目,引进ASKO、斯麦格、阿米尔、永之信日化、吉喆商贸、翰林时光钟表、尚绒坊毛绒玩具等10余个项目;打造了“山东手造·产自临沂”“新华臻选·品质生活馆”“知新小课堂·研学手工坊”研学体验馆3个特色展馆;对小巴士绘本馆、琅琊书吧的场景氛围、服务功能进行升级。同时,合理安排业态布局,运用场景式体验营销,通过产品搭配、展示窗口、展陈设计、灯光效果等手段,创造吸引人的生活化场景,提高多元产品盈利面。

**二是深耕店外市场。**加强多元产品的推荐与定制,以“服务+”拓展校政、企、银企间的合作渠道,不断拓展店外团购市场,锚定用户需求,聚焦异业间的资源优势,不断深化与农行、工行、监狱等企业单位的战略合作关系,延伸业务路径,为客户量身定制文化消费套餐,努力实现由运营产品向运营服务过渡,不断开辟店外大客市场,实现多方合作共赢。此外,积极参加第二届全国文创产品交易博览会、第31届全国图书交易博览会、书圣雅集、秋季音乐市集等国家级、省市级展销活动,持续提升多元品牌影响力和服务范围。

**三是探索线上服务。**借助企微社群、快团团等平台,通过线上团购的形式,为用户提供粮油生鲜、生活家居、日用电器等产品,让消费者足不出户买好物,最大限度满足用户购买需求。

**四是线下聚焦重要节点。**牢牢抓住中秋节、春节两大传统节日节点,聚焦客群福利发放需求,做到提前谋划、严格选品,在全市范围广泛征集本地特色产品,充实福利产品品类,降低进货成本。通过店内举办年货大集、开展团购定制等形式,提升“两节”福利产品销售。

**五是弘扬传统文化,践行文旅融合。**临沂书城将业态赋能作为多元工作发力点,联合市委宣传部在店内打造“山东手造·产自临沂”非遗体验馆,与临沂文创品牌“由礼文化”合作,引进了既具文化底蕴又符合现代审美趋势的文创产品,在“山东手造·产自临沂”体验馆和收款台进行重点展示,目前已有冰箱贴、明信片、钥匙扣、集章本、文房四宝等40余个品种。借助馆内丰富手作资源,临沂书城大力拓展“琅琊非遗文创市集”“琅琊书香一日研学”等品牌活动内容,放大多元业态与文化品牌间的联动效应,已初步形成“展览展销、研学体验、线上融合”为一体的文创运营新模式。2024年上半年,借助“山东手造·产自临沂”丰富的非遗资源,开展相关活动50余场。(伊璐 采写/整理)

## 新华书店梅河口市店 根据读者阅读需求 实现全面转型升级

吉林省新华书店集团梅河口市有限责任公司(以下简称“新华书店梅河口市店”)位于吉林省梅河口市梅河大街1534号,公司主营教材教辅、图书、音像制品,兼营办公文创产品、文房四宝及美术用品、益智玩具、电子教育产品、休闲饮食等多元化经营产品,是集阅读体验空间、休闲阅读空间、亲子阅读空间以及多功能文化交流空间于一体的城市文化交流活动中心。

**布局多元化经营空间,满足读者需求。**新华书店梅河口市店在加强图书、音像制品销售的同时,也同步经营办公文创产品、文房四宝及美术用品、益智玩具、电子教育产品、休闲饮食、积木乐园等多元化产品。此外,书店还成功引进了“凤凰机器人”“爱迪生思维馆”和“巴拉乌拉绘本馆”等广受欢迎的品牌,拓展多元品牌渠道。对于非书经营,书店采用了分区分类布置格局。在社科文艺馆,销售社科文艺图书的同时陈列摆放文房四宝、工艺藏品等多元文化产品;在阶梯教室销售教材教辅图书的同时陈列摆放文化文创用品、电子产品等多元文化产品;在儿童体验空间销售儿童类图书的同时陈列摆放儿童玩具、儿童服饰,开设积木乐园等多元文化产品;科技生活馆销售科技生活类图书的同时陈列摆放电子产品、生活用品等多元文化产品;并在分区中提供简餐、水吧、游戏等休闲文化服务,初步

形成了功能完善、环境温馨的多元化经营空间,使社会影响力和经济效益都得到了提高。

**以形式多样的公益文化活动,助力全民阅读。**为助推全民阅读活动持续、良好发展,助力“书香吉林”建设,新华书店梅河口市店积极与单位、学校、协会和个人沟通、合作,开展各种文化活动,如泉爱美术公益公开课、文明新风润梅城公益课堂(新华书友会、茶文化公益课堂、作文与口才)等。书店还与第三幼儿园、第四幼儿园、易道童学馆、家德教育等教育单位共同开展多次“童心助成长”系列主题活动;2024年在首届东北图书交易博览会上举办了分会场;连续第27年举办春节送春联活动,由梅河口市委宣传部、梅河口市教育局、梅河口市总工会主办,梅河口市新华书店协办共同开展“书香吉林·悦读梅河”活动,促进全民阅读发展,助推书香梅城建设;由市委宣传部、市文广旅局、市总工会、市教育局、市妇联、团市委等多部门共同开展“书香吉林·畅读梅城”梅河口市首届市民读书节活动等。丰富多彩的文化活动吸引了众多梅河口市读者参与,得到读者的广泛好评。

**非书销售稳中有进,多元产品类型丰富。**2024年新华书店梅河口市店多元销售表现不俗,包括小天才



门店介绍:新华书店梅河口市店始建于1946年1月,2000年12月12日改制为国有独资企业,2019年店面全面改造升级,目前营业面积1700平方米。现有营业网点3个,员工35人。

成绩:2024年多元化销售取得良好业绩,文化用品销售额达56.5万元,其他商品销售额为2.5万元,玩具类销售额为5万元,电子产品销售额为0.6万元。

手表、点读机、学习机、智能台灯等多元产品销售稳中有进;文化用品在全店非书经营的占比超过了60%,销售额高达56.5万元,文具文创成为非书经营的领军类别;在书画用品的选品上,书店力求精良,选取高端品牌的同时价格做到亲民平价,得到了本地书法家协会、作家协会、绘画协会等的大力支持认可。此外,为了丰富广大顾客朋友的多元体验,书店特设咖啡吧,销售多种手工特制饮品以及各类小食零食、冰淇淋等。(张绮月 采写/整理)

## 山西新华阳城书房 满足多元需求 “书+X”创新消费场景

生活馆中的各种精品小家电,为顾客的生活提供了多种品质选择;国际文具区丰富多样、别具创意的文具、办公用品等,满足了学生、成人的学习和办公需求;书房设置智慧咖啡机,通过智能便捷的操作让读者在阅读之余能够品味一缕咖啡香。此外,在阳城书房二楼“新华悦时光”综合文化空间一隅的“茶·文”空间,陈列着华文堂铁壶、铁器、精美茶具、茶、酒,读者在这里既可以品茶、读书,还可以与三五好友闲聚畅谈,在书房收获别样的生活体验。

除了引入各种非书品牌,阳城书房还自主开发了“阳城书房”文创包、“新华悦时光”文创笔记本等符合自身文化特色的文创产品,以其创意和品质得到了当地市场认可。为赋能非书产品销售,实现书与非书联动效应,通过文化产品组合推广等形式吸引更多消费者。此外,书房积极向外拓展合作,销售北京大橘子嘿嘿文化传媒有限公司,为书房授权大美术馆系列产品;与郑州汇美商贸有限公司合作,增加了国际文具专区及谷子专区,为顾客提供了更丰富的产品选择。

**紧抓热点举办系列文化活动,线上线下扩大书店影响力。**书房围绕老年读者的特征和文化需求,设有

“遇见阳城”和“畅享晋版”主题推荐书架;阳城书房在二楼的新华悦时光空间,打造老年读者阅读、学习、书画、茗茶、交流的场所。与中共阳城县委宣传部、老龄委、教育局、老干部局、县文联、妇联等举办了“共读共享·悦读悦心”读书分享会、“国学的天空”国学讲座、老年旗袍秀、老年书画展、银发茶艺表演等一系列活动。线上在新华e书城、阳城书房的阅读时光视频号、阳城书房抖音号积极为老年读者提供服务,并为本地老年读者订购的读书等送货上门,获得老年读者一片赞誉。

今年随着《黑神话:悟空》的火爆出圈,阳城书房紧抓流量,结合线上直播和线下展示,对“跟着悟空游山西系列图书”及店内文创产品进行重点陈列及专场直播,借助此次契机进行宣传,讲好三晋故事。线下,通过以“玩”代“卖”的方式,变卖产品为卖服务,通过策划9月“传承千年文脉,非遗九月”非遗手工活动,“科学伴我行 探究促成长”10月自然科学活动,“高效节能的生活”11月生活中的科学等系列活动,获得了家长、孩子的一致好评,促进了科学类产品的销售。(王新雪 采写/整理)



门店介绍:升级改造后的阳城书房于2022年10月16日正式投入使用,营业面积700平方米,形成精品图书、潮玩文创、国际文具、手账印章、新华生活馆五大品类,是集阅读空间、文化空间、生活空间、休闲空间于一体的文化聚集地,满足人民日益增长的精神文化需求。

成绩:2023年阳城书房非书销售码洋超45万。

作为适应地方文化特色的高品质书房,阳城书房以满足人民日益增长的精神文化需求为目标,集合优质图书、文创精品、潮玩手办等与书房调性相契合的产品,图书与非书的高度融合,旨在打造城市阅读综合空间和城市文化地标。

**聚集非书资源,为读者提供丰富选择。**猫王音箱、大艺术家手办、日本的童颜印章和月猫印泥,为书房增添了艺术潮流气息,深受年轻消费者喜爱,新华