

湖北新华数字化转型 破局“三重挑战” 构建文化教育服务新生态

■邱从军(湖北省新华书店(集团)有限公司党委书记、董事长)

近年来,湖北新华为积极应对政策调整变革、市场竞争加剧和传统营销服务方式单一“三重挑战”,积极推进渠道、产品、营销、服务“四大变革”。聚焦数字化转型目标,深入实施“平台化运营、网格化服务、数字化管控”三化战略,着力打通数字平台与实体运营壁垒,推动业务全面线上化,实现线上线下的全渠道融合发展。

构建多元数字生态,赋能“数字湖北新华”全面升级。自2023年起,湖北新华数字化转型步入快车道,加速构建覆盖教育服务、文化服务及多元文创的综合型数字化业务体系。一系列创新平台如雨后春笋般涌现:包括教材教辅板块的“湖北新华教育服务平台+倍阅学习中心”、一般图书板块的“倍阅云店/微店”、多元产品的“倍阅生活馆”、咖啡餐饮品牌“浅磨咖啡”、文创平台“倍阅文创在线”以及服务校园阅读的“倍阅读”和“倍阅读-红色共读”平台,实现了从业务到技术、从能力到应用的全方位赋能,有力推进了“数字新华”建设。目前,湖北新华线上平台建设已投入超1000万元,覆盖用户逾500万,实现了全省75家分公司的线上业务全覆盖。各平台定位清晰,功能各异。“教育服务平台+倍阅学习中心”定位于服务全省教育用户的门户,致力于打造面向全省中小学生的综合性服务平台。“倍阅云店/微店”通过线上商城网、社群营销网、直播推广网“三网”融合,实现全省“门店+微店/云店”运营模式全覆盖,是湖北新华私域流量的核心载体和运营中枢。“倍阅生活馆”主要聚焦职工福利、商务礼品和校园生活供应链等细分市场,满足工会福利、商务好礼、学生用品、文创、品质生活等方面需求。“浅磨咖啡”主要聚焦丰富门店多元业

●分销微讯



2025 海峡读者嘉年华·福州书展落幕
10万册好书 17场活动

中国出版传媒商报讯 6月13日~6月15日,为期3天的2025海峡读者嘉年华·福州书展圆满收官。作为第二届海峡阅读大会的子活动,此次书展以“海峡共读,书香榕城”为主题,10万册好书、17场文化活动、一条浓缩八闽文脉的书香街市,共同构成一场精彩纷呈的文化之旅。据统计,各类媒体报道阅读量超百万,小红书、抖音等相关话题浏览量近26万,为推进全民阅读、建设书香八闽营造了浓厚氛围。

多元融合,打造读者嘉年华。此次书展以多元化、生活化的展陈方式和活动形式,为读者带来了集知识获取、社交互动、文化交流于一体的复合型逛展体验。特色图书展区、海峡出版发行集团以阅版好书为窗,徐徐展开八闽大地的文化长卷;“白菜阅读补给站”用亲民价格传递知识温度;“图书颜究馆”内特装书籍以艺术装帧吸引读者驻足。文创区化身潮玩乐园,热门IP与图书周边产品琳琅满目,令孩子们流连忘返。“书店万象”主题快闪展为读者带来一条八闽文化长街。数字阅读区成为本次书展的“流量担当”。读者在志愿者指导下戴上VR/MR设备,踏入元宇宙阅读空间。

大咖聚首,点燃榕城阅读热情。书展期间,17场形式多样的场内外阅读活动同步开展,通过高校、书店、商业综合体“全域联动”的方式,让市民全方位感受浓厚的书香氛围。主舞台区,余世存、混知团队、程蛟阳、江宜珍等作家、学者轮番上阵,为读者带来不同的故事,让不同的思想火花在书展现场相遇。少儿活动区,“大中华寻宝记”读者见面会挤满了“追星”小书迷,奶龙漫画新书分享会上,“奶龙”被孩子们热情簇拥。

两岸交融,联结同源性文化纽带。书展融合“海峡”元素,搭建两岸文化交流桥梁。两岸出版机构开展版权贸易洽谈,为合作增添活力。“同源岛语”台湾文化图书展台与我国台湾城市岛屿文创集市,以多元形式展现台湾特色,搭配丰富的现场互动和戏剧演绎,生动诠释两岸同文同种、血脉相连的文化纽带。(赢 晓)

态,通过注册礼遇、生日特权等会员体系增强用户黏性,与顺丰合作实现“书香咖啡即时达”高效服务。“倍阅文创在线”平台立足于聚合设计、生产、市场三端资源,专注于提供一站式文创产品设计及生产解决方案。“倍阅读”平台深度融合人工智能、大数据、云计算及物联网技术,构建了“线上+线下”“校内+校外”一体化的阅读服务数字化支撑体系。“倍阅读-红色共读”小程序面向全省党政机关、企事业单位、学校、社区及广大党员群众,提供权威红色读物推荐、线上活动报名与作品收集功能。

协同线上线下发展,精准对接用户需求变迁。为应对读者阅读习惯数字化转型与个性化需求升级,湖北新华聚力打造精品文学阅读服务,线上平台开展多场景直播、制定导购书单、短视频荐书等系列新媒体营销,为读者提供线上互动交流,用户参与度与口碑持续攀升。目前线上渠道互动转化以童书、文教、主题出版物、社科,以及心理自助、影视动漫等泛娱乐与功能性图书为主。相较之下,线下渠道表现突出的生活类、艺术类等图书,在线上销售则较为平淡。

湖北新华的线上矩阵建设和线下门店协同发展是数字化转型工作的一体两面。线上渠道构建了以小程序商城为核心的线上智慧零售与短视频、直播带货、抖音本地生活化联动的“店+群+网”一体化全域运营新模式,线下门店聚焦由图书售卖服务向文化空间服务的转型,“便捷线上服务+沉浸线下体验”实现不同消费场景的优势互补。正在规划实施的湖北新华业务中台系统将通过会员中台、订单中台、商品中台实现“人、货、场”的数字化统一,进一步协调线上线下资源共享、优势互补。

深耕私域流量运营,创新营销服务模式。目前湖北新华小程序运营中有线上下单、线下提/换货、线上消费、线下赠券、线上报名、线下活动体验等多种双向引流方式。同时,持续强化小程序与公众号、读者社群的三端联动,通过网格化社群服务有效沉淀线下高黏性文化客群,“线上裂变+线下转化”的良性循环效果明显。通过精准定位、纸数融合、社交互动、便捷体验、品牌信任、精准营销以及文化教育结合等多方面创新服务模式,实现差异化竞争。

依托小程序的轻量化与便捷性,以及新华书店的品牌公信力与品质保障,湖北新华构建的线上线下融合服务模式不仅能高效满足用户对教育文化产品的多元需求,更能通过社群运营与用户

(上接第9版)

全功能商城型以用户为中心,这些小程序突破传统电商框架,集成找书购书、会员活动、教材教辅销售、多元产品销售等全链条服务。以湖北新华为例,自2023年以来逐步建立了覆盖教育服务、文化服务及多元文创的数字化业务体系,陆续上线包括教材教辅板块的“湖北新华教育服务平台+倍阅学习中心”、一般图书板块的“倍阅云店/微店”、多元产品的“倍阅生活馆”、咖啡餐饮品牌“浅磨咖啡”、文创平台“倍阅文创在线”以及服务校园阅读的“倍阅读”和“倍阅读-红色共读”平台等多个线上服务平台,实现了从业务到技术、从能力到应用的全方位赋能。

线下服务延伸型主要着力将线上服务延伸到线下地市门店,如“新华文轩云店”,基于线下门店特色延伸线上业务。一些在线下门店销售较高的图书品类,如少儿、文学、文教等与线上销售基本一致。通过查库存+定书到店自提+活动预约等方式延伸服务,新书销量表现明显优于线下,通过云店社群、直播、种草等线上新媒体矩阵布局,并结合数据分析精准营销,很多新品在云店首发时就能短时间爆发、销量突出。

品牌展示型与其他两类相比,缺乏部分基础性功能和用户体验,例如无法实现“扫码查书”或“一键配送”功能,大部分为县级门店所做的展示类小程序/线上平台,仅仅将其作为资讯发布和门店导航的工具。但在库存和地域文化活动等方面具备优势,例如湖南浏阳新华书店线上书城,搭配外卖餐饮服务,实现书店小程序多元经营。

整体来看,小程序一体化销售与服务平台,涉及数字化转型、线上线下融合、用户体验提升、数据驱动运营等方面,已经成为新华书店第二增长曲线。然而,行业盛宴背后同样暗流涌动,伴随小程序的矩阵式发展,隐忧已然浮现。多数小程序功能趋同,如查库存、发放优惠券等,缺乏独特内容壁垒。此外,线上线下图书的比价反而可能加剧价格战。部分县级新华书店也并未规划小程序运营,仅



“湖北新华教育服务平台”“倍阅云店”“浅磨咖啡”“倍阅生活馆”小程序

互动持续沉淀私域流量,多维优势的整合有效强化了市场竞争力,为用户提供更优质、便捷、个性化的服务体验。

技术赋能文化消费,发挥公共文化服务功能。湖北新华积极拥抱前沿技术,以AI与大数据赋能多元文化消费场景,主要体现在三个应用层面:一是智能客服系统,接入专业AI客服和结构化知识库,实现售前、售中、售后咨询服务的高效化、精准化与体验提升。二是数据驱动的精准营销,运用数据采集、挖掘分析消费行为,构建商品ABC分类模型与精细化用户画像,并结合LBS定位数据,实现“千店千面、千人千面”的个性化首页推荐,提升转化效率。三是AI伴读与阅读评价,“倍阅读”平台通过整合推荐书目的导读、正文及拓展内容,为读者提供智能阅读引导、实时答疑与互动测评等伴读服务;同时,基于阅读过程数据采集,构建“阅读素养AI评价模型”,生成个性化阅读报告。

在国家大力推动教育数字化转型的政策背景下,新华书店的小程序/线上商城承载着重要的公共文化服务功能。湖北新华线上平台矩阵的建设目标是助力湖北新华实现“图书销售渠道商”向“文化教育综合服务商”的转型,借助数字化技术的赋能打破资源壁垒,让知识获取更普惠,成为教育公平的支撑点和文化生态的引擎,以数据智能与场景创新为核心,构建出“人人可享、处处可达”的现代化公共文化服务网络。比如教育服务平台通过普惠数字资源库覆盖教育薄弱地区,通过数字化触手缩小城乡教育鸿沟,基于消费能力模型提供特别优惠服务,降低低收入群体获取教育资源门槛;倍阅云店/微店启动“学习用书智慧新零售行动”,聚焦学生学习新需求,联合优质供应商优质新产品,整合优质教育资源,邀请专家、学者分享教育教学方法,打造“新华伴学”“新华智选”服务品牌,实现教育资源供给的优质化、专业化、精细化。

未来,湖北新华将持续拓展线上服务场景、创新服务模式,以数字化杠杆撬动文化服务效能,为深入推进全民阅读、助力学习型社会建设注入新动能,以创新实践诠释新时代文化企业的使命担当。

仅将其作为信息发布的“电子橱窗”。

由此可见,线上书城的数字化建设绝非做个电子下单页面那么简单,需要从组织架构到服务体系的整体重构。未能建立用户运营能力或特色内容护城河的门店,可能退回线下渠道依赖的老路,只有将区域资源与特色转化为差异性功能,才能避免沦为线上货架。

面对电商平台和内容平台的强势冲击,小程序的核心优势在于直面用户。其深度融入用户生态、构建私域流量、灵活定制功能、提升用户体验、降低成本等,均是不受三方平台限制下凸显的差异化竞争优势。

新华书店的小程序并非是电商平台、内容平台的替代品,而是新华书店实现数字化深度转型、高效触达用户、拓展文化消费场景的关键利器,也是连接政策、资源与用户的关键数字化枢纽,这是追求流量和交易的商业平台、内容平台难以替代的价值所在。正如湖北新华相关负责人所说,其小程序的核心优势在于根植公共文化服务使命,深度融合OMO模式、高效运营自主私域,依托国有文化企业的公信力与实体书店网点优势,承载公共文化消费服务的职能,所开发的小程序/线上商城不是单纯的商品售卖平台,而是公共文化服务体系的数字化延伸。

通过轻量化数字载体,书店小程序实现了两大转型:从依赖门店到全域触达的渠道转型,以及从被动销售到主动连接的服务转型。新华书店作为国内最大的国有图书发行机构,其拥抱小程序将对出版行业产生多层次的积极影响,推动线上销售增长与全渠道战略布局。小程序只是起点。随着技术迭代(如元宇宙书房、AI荐书)与跨界合作深化(如政务、文旅融合),当读者通过“倍阅读”平台的“阅读素养AI评价模型”生成个性化阅读报告,当用户在皖新云书店领取作家签售会的电子号码牌,小程序的轻量载体,或将成为未来新华书店“破圈”的核心引擎。

●观察

小程序越做越大,反哺实体门店客流也是必然。经由小程序发布的活动资讯,对读者而言更易获取,既方便他们线上便捷消费,也可线上报名到店参与。又如读者通过小程序链接的门店直播,既可远程咨询、消费,也可通过逛店直播了解门店展览后到店打卡体验。读者还可以通过小程序获取优惠券到店使用……随着线上线下的界限逐渐模糊,书店线上线下渠道结合营销能够更多地发挥各自优势,提供给读者更加优质、全面、便捷的阅读服务,小程序的价值远不止于渠道。

构建多元化渠道,优化产业链,加速传统出版数字化融合。小程序是一场不止于卖书的生意经,其带来的销售变化,表面是渠道变革,内核却是服务体系的重构。由小程序联动全渠道提升销售效率,不仅能推动线上线下融合,还成为连接多元业态的接口。不少新华书店利用小程序构建自有线上入口,打破传统线下渠道的物理限制,为出版社增加稳定分销出口,尤其是在消化库存、推广新品方面,积极构建“线上+线下”闭环体系。如吉林新华“北吉星”线上阅读商城搭建起集当、拼多多、微信商城、抖音直播、小红书、快团团等平台于一体的电商营销矩阵,引进科大讯飞、猿辅导、学而思等数字产品和教辅新产品,集宇宙探索大揭秘、红色故事汇等AR、VR、裸眼3D、元宇宙等新场景,为读者打造数字文化新平台,创造消费新场景。

湖北新华围绕“文化+”拓展服务场景,推动文化消费向“文化+文创”“文化+文旅”“文化+非遗”“文化+教育”升级。其“倍阅生活馆”线上商城打造“博物馆文创”专区,上架“四季之爱”博物馆IP系列文创,线下门店同步场景化陈列,拓展文化+文创消费场景;打造“湖北地域特产专区”,上架地市县优质农副产品,开展农产品跨界直播,结合线上下单、线下门店提货,促进多元消费场景融合。

又如“江西新华在线”平台,搭建了以“江西新华优选”主账号为主、全省92家新华书店账号为联动账号的“1+N”的“新华本地来客”新媒体矩阵,实现新华书店“本地生活”商品的矩阵式推送,用户线上购券、全省门店核销,线上线下循环导流,满足读者个性化消费需求。

当小程序连接起图书、文创乃至本地生活服务,传统书店的货架正在无限延展。

助力书店数据驱动的选品与供应链完善。小程序可以依据用户行为数据反馈机制,如点击、购买、阅读时长等,辅助上游出版社选题策划和印刷量预估,减少行业“盲目出版”风险。同时赋能区域化选品决策,分析不同城市用户偏好,如一线城市热销原版书、三线教辅需求高等情况,指导门店差异化备货。湖北新华线上渠道即通过数据采集、挖掘分析用户消费行为,构建商品ABC分类模型与精细化用户画像,并结合LBS定位数据,实现“千店千面、千人千面”的个性化首页推荐,提升转化效率。此外,书店销售需求还推动出版社提供适配小程序场景的内容形态,如电子书、有声书、互动绘本等,还能有效降低成本,应对行业竞争,同时促进纸电同步发行、多媒体内容开发。

升级会员生态,增强服务黏性。部分新华书店的小程序会员体系有专属权利,例如年费会员享包邮、专属折扣、线下活动优先参与权(如作家见面会)等,以此来提升用户忠诚度。如为方便更多读者参与作家活动,安徽新华书店通过“皖新云书店”小程序开通活动预约通道。用户可登录小程序搜索进入活动界面进行实名预约,预约成功者将优先获得现场席位及签售资格。据了解,今后“皖新云书店”将持续开展名家活动信息发布、活动预约,发挥数字化平台的赋能作用,让文化服务触达更多人群,助力读者更便捷地遇见名家。

此外,小程序还可以降低获客成本,提升转化率。例如公众号粉丝、门店会员可直接引导至小程序,避免第三方平台高昂佣金,达成私域流量运营。当小程序开通作家签售预约通道等活动时,新华书店线上销售正从单纯图书销售向“文化服务中枢”蜕变。

履行文化使命,深化全民阅读。小程序还可以作为文化使命的数字化承载,在国家推动教育数字化转型的政策下,新华书店小程序/线上商城可通过以下三方面发挥公共文化服务功能:

一是阅读服务,通过书香“七进”业务等,将小程序推广至各公共文化空间,并呈现相关专题书单、线上教育直播课程等,提供定向阅读服务。如湖北新华“倍阅读”平台,通过整合线上智慧平台和线下智慧书屋,打造“荆楚阅读季”“长江杯课后服务展评”等品牌活动,形成政府指导、企业实施、学校落地的合作模式,打造可持续发展的阅读生态闭环。

二是文化惠民,配合政府惠民优惠券的发放;上线作家公益讲座;与博物馆/图书馆等合作上线研学课程等。文轩网与“文轩九月”微信小程序共同打造“新时代新经典——学习习近平新时代中国特色社会主义思想重点数字图书专栏”,在文轩官网网、文轩九月小程序等端口上线专题页面,提供电子书、有声书资源,为网上学习习近平新时代中国特色社会主义思想提供了丰富生动的内容和便利条件。

三是在地文化传播,深度融合当地特色文化资源,充分挖掘各地区的在地文化及特产,通过直播、社群等助力传播文化力量的同时,促进当地特产销售转化。如内蒙古新华的新华熏闻小程序平台,与3家大型企业签订合作协议,并提供含食品粮油、创意潮品、美妆护肤、通讯数码、家居生活、个人护理、休闲娱乐等多个品类的千余种商品。(张绮月)

书店小程序:延伸价值不止于渠道