



《中国出版传媒商报》  
官微



中国出版营销周报  
官微



中国出版营销周报  
视频号

# 实体书店非书品经营不完全调查 产品难选项目难引 经营待破局

中国出版传媒商报记者 焦 翊

新华严选

每年暑期，门店客流量增加，非书品经营迎来了  
一年一度的黄金节点。在暑期进行合理规划，实施更  
有效的营销策略推动销售增长，不仅将影响第三季度  
书店的销售，也对书店年度任务指标的完成起到至关  
重要作用。

部分受访书店暑期非书品经营规划

## 江苏凤凰新华书店集团有限公司宜兴新华书店

重点优化书包、体育器材、笔袋、收纳袋、钢笔等商品的选品结构和展陈布置，并策划系列主题促销活动。如针对书包品类推出“书包实验室满赠活动”“嗨暑假”“酷玩一夏活动”“暑假焕新我的理想书包活动”等。同时，开展“开学装备站”“新学期、新学霸”等文具类促销活动。

## 新华书店安徽图书城店

开展亲子手工、助学研学、暑期优惠展销、贴近商户业态的PARTY等。

## 安徽合肥三孝口店

增添画扇、拼图、合肥记忆系列等热门文创产品，暑假学习机等产品，通过价格+礼品组合优惠，精准引流，高效转化。推出夏季专属手作茶饮。

## 安徽合肥新华书店元·书局

开展更多亲子阅读活动、作者见面会。推出与阅读、旅行相关的文创产品，如文具、书签、笔记本、帆布包等。举办暑期图书折扣、满减、买赠等促销活动，将图书与文创产品、学习资料等组合成套餐销售，提升客单价。与学校合作开展暑期阅读计划，提供图书推荐、阅读指导等服务。与社区合作举办文化活动，如社区读书节、亲子阅读日等。举办读书打卡、征文比赛等线上互动活动。

## 江西赣州市新华书店

将门店的周期性活动与多元产品、多元项目深度捆绑，开展“书本的科学”不白吃漫画科学系列活动、儿童职业体验课、“红心向党 共铸军魂”建党建军双节同庆、小黄人趣味补给站·61折清凉一夏、新华放映厅活动等。

## 江西上饶玉山县新华书店

推出暑期专属“文化+”消费包，主题图书专区包括“暑期阅读清单”“影视联动专区”等。打造“笔记本+笔+书签”暑期限定文创学生实用套装。推出“书中风味”特饮，如《小王子》主题星空气泡水、《海底两万里》蓝色冰沙等。

## 山西晋城新华书店

引进当下热门文创产品，如文旅类商品等。

## 山西吕梁新华书店

新引进学习用品和益智类玩具等，特设假期托管班。

## 海南凤凰新华非图产品事业部

增设文具、玩具展台，开设收费自习室、研学托管服务，增加少儿手工业产品、打造沉浸式剧场活动等。在产品方面，精选涵盖多种风格与主题的文创产品，引入创意家居小物件等，并开展“小小图书管理员”活动，举办各类主题的读书分享会。

## 黑龙江哈尔滨南岗新华书店

黑龙江森林文化产品线引进“九珍十八品”省级林业公用品牌，设立“龙江农产品”主题展区，搭配《龙江特产》系列图书开展销售。设立人民教育出版社官方授权文创专区，重点展销“教材经典IP”衍生品。引进黑龙江特有的火岩瓷大师作品系列，辅以五大连池火山岩材质科普展览、制作工艺VR体验等互动形式。引进飞科智能产品体验中心，按产品类别打造沉浸式体验场景。推出“本土文化伴手礼”系列。开展“茶香润童年·暑期茶趣浓”——儿童茶艺暑期班、非遗手作工坊、文化展演活动等。

## 云南临沧书城

一是设立“暑期阅读计划”专区，推荐适合学生和亲子共读的书籍，如经典文学、科普读物、绘本等，并搭配折扣或满赠活动。二是推出“暑期礼盒”，将畅销书与文具、创意书签等捆绑销售，提升客单价。开展小小图书管理员活动。三是开启线上直播剪辑，主打场景化直播。

## 内蒙古蒙新图书连锁有限公司

推出暑期限定文创套装，如包含特色笔记本、贴纸、笔等的“夏日研学手账套装”。将书籍、文创产品、农副产品搭配成不同价位的“暑期大礼包”，并进行折扣销售。暑假学生凭满分试卷可以到店兑换多元奖品。

## 内蒙古锡林郭勒盟新华书店

以“亲子互动（家庭客群）→食品+手作结合，增强体验感、解压治愈（学生/上班族）→创意DIY+零食组合，打造社交话题、健康轻食（健身/控糖人群）→中粮低卡食品+环保手作”为暑期核心策略，开展限时促销、盲盒福袋、会员专属福利等活动。

## 甘肃嘉峪关新华书店

紧跟非书、文创流行趋势，引入益智玩具、国风拼图等暑期热门产品。推出“文化体验包”组合产品，搭配书籍与文创周边组合销售。联合学校、社区，举办“暑期文化快闪展”。

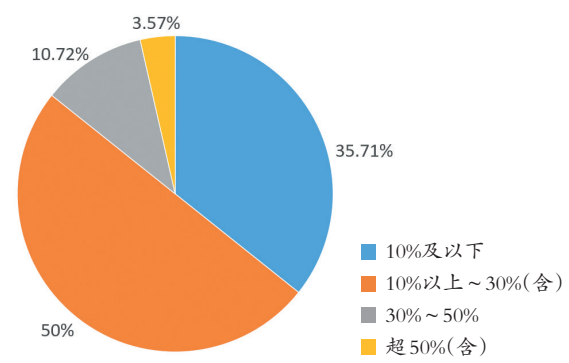
当下，实体书店面临发展困境，开展非书品经营系大势所趋，但如何开展、怎样谋划，是摆在书店非书品经营操盘者面前的第一道难题。经过多年持续探索，实体书店多元经营经历了诸多变化。产品方面，既有引进品牌也有自主IP产品；经营模式上，既有联合经营，也有自主经营；经营范围上，既有产品销售，也有项目拓展……实体书店拓展多元经营犹如打开潘多拉的魔盒，图书经营与非书品经营有着很大的不同，在管理上也有着较大的差异，尤其是非书品受地域、经济等因素影响更为明显，传统实体书店在非书品经营中面临着模式陈旧变量大、消费者对非书产品认可度不高销售难、多元项目付费理念尚未成熟等困境，这与图书经营存在根本上的差别。面对愈发不确定的市场环境，也注定了实体书店的多元经营不可能一劳永逸，需要根据市场变化不断调整。

2024年下半年至2025年5月，实体书店非书品经营整体情况如何？有哪些新变化？面临哪些新问题？据此，商报对全国40余家实体书店进行采访，一窥当下实体书店非书品经营的现状，破题“实体书店要为非书品经营留出多大的面积”“如何让非书品经营真正成为助推书店销售增长的重要动力”等业界关心的焦点、难点问题。

## 非书品经营未达预期 扩大占比成趋势

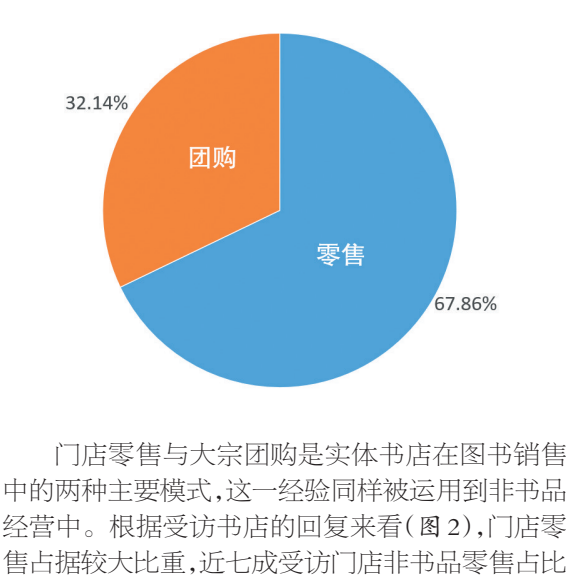
从此次受访书店的情况来看，非书品经营面积占比超门店总面积20%的书店，相对来说满意度较高。而在非书品选品方面，地域之间呈现明显差异，部分门店引入了具有地域特色的文创产品且销售较好，但这些产品能否在其他地区畅销较难评估。热门IP产品、文具、体验活动等，在更多书店受到关注。综观而言，书店非书品经营目前仍处于由探索期到成熟期阶段，仍然需要大量适合当下消费者需求的高质量产品的引入。

图1 受访书店非书品经营在门店总销售中的占比



综观受访书店的调查情况（图1），非书品销售占比在门店总销售占比为10%以上~30%（含）最多，达五成。10%及以下占比超三成，最低仅为销售总收入的0.2%。占比为30%~50%的比例超过一成。占比超过50%仅为3.57%，最高约占销售总收入的63%。在销售额占比五成的门店中，不少受访书店相关负责人也并不满意，认为非书品经营在门店整体销售中的占比应该更高。而在销售额占比超三成的门店中，有书店管理者表示基本满意。这一差异，既体现出书店管理者对非书品经营预期存在不同的期待，也反映了受地域、门店类型等影响，沿海、省会城市等对非书品经营有着更高的期待，而内陆地区三、四线城市及乡镇等下沉市场则期待平平。

图2 受访书店在非书品经营中零售与团购占比



门店零售与大宗团购是实体书店在图书销售中的两种主要模式，这一经验同样被运用到非书品经营中。根据受访书店的回复来看（图2），门店零售占据较大比重，近七成受访门店非书品零售占比

大于团购。在零售占比比较高的门店中，最高零售占比可达99%，团购仅占1%。在以团购为主的门店中，团购占比最高为83%。

综合受访书店的调查情况分析，在店内非书品零售方面，文创IP产品、水吧等业态颇受读者欢迎。在文创产品中，地方特色文创产品更受关注。如内蒙古、黑龙江等地新华书店推出的地方特色文创产品，在门店非书品零售排行中排名前列。IP产品则以热门IP产品为主，如小马宝莉、蛋仔派对、奥特曼等IP文创产品。此外，文具、科大讯飞学习机等学习用品，“中粮”品牌等米面粮油生活必需品以及家电产品等，也在不同地区的书店畅销。

非书品经营项目的拓展，为书店带来了更多的发展优势。如山西图书大厦的新华成长自习室项目实现销售51万元。山西新华书店集团吕梁有限公司连锁门店通过开展数百场体验活动和店内研学等，吸引了近400人次参与。合肥新华书店元·书局不仅开设了串珠体验馆，还引进了创玩屋儿童娱乐区。据统计，在儿童游乐区域消费的顾客，平均停留时间比没有游乐区域的书店多1~2小时。在团购方面，非书品经营主要以企事业单位等重点客户的项目服务为主。如云南临沧书城开拓了教育装备多元服务，构建教育领域的全能服务商。江西上饶玉山县新华书店通过拓展自主文创定制服务项目，为乡镇政府单位定制专属文创产品，包括乡镇地图包、特色产品钥匙扣等。宁波新华书店拓展了中小学午休“躺睡工程”。内蒙古新华书店拓展了建设银行文创采购项目等。

综合受访书店调查情况，在非书品经营面积占全店总面积比重方面，占比30%以下的超八成，占比30%以上的不到两成。（下转第10版）

## 集团要闻

## 山西新华书店集团举办2025年上半年经营分析会 加快推进数智化转型 全面优化渠道建设

中国出版传媒商报讯 近日，山西新华书店集团召开2025年上半年经营分析会。会议指出，今年年初以来，山西新华整体工作有亮点有成效。一是扎实推进巡视整改工作，从严从实深入贯彻中央八项规定精神学习教育，作风建设持续深化。二是承办第四届全民阅读大会龙城书展等文化活动，组织开展各类阅读推广活动4000余场，开展职工新华读书角专题阅读活动300余场。三是数字化转型稳步推进，电商平台建设取得阶段性成果，新媒体运营实现新进展，融合发展取得阶段性成效。下半年，山西新华将重点抓好五项任务。一是全力保障教育服务供给。扎实推进教育反哺计划，确保“两教”发行工作高质量完成，加速线上服务平台推广应用，启动数字化网格员管理系统建设，提升

教育服务效能。二是加快推进数智化转型。深入实施数智转型计划，强化场景化销售系统应用，充分发挥ERP系统效能，积极开展短直平台运营，推动线上线下业务协同发展。三是全面优化渠道建设。实施渠道再造计划，打造具有影响力的全民阅读品牌，提升职工新华读书角运营质量，加快推进门店减亏扭亏，确保巡视整改任务落实到位；积极拓展校园阅读工程和自习室业务，增强渠道服务能力。四是着力提升资产运营水平。强化重点项目引领作用，规范资产管理流程，加快推进外文书店加固修缮改造和大同新华文化广场项目建设。五是坚决完成年度目标。紧盯重点任务，加强分析研判，聚焦短板弱项，精准施策、全力攻坚，确保全年各项目标任务圆满完成，推动集团高质量发展迈上新台阶。（焦 翊）

## 甘肃省新华书店召开重点工作推进会 强化服务教育能力 全力支持非书业务做大做强

中国出版传媒商报讯 近日，甘肃省新华书店召开重点工作推进会，安排部署近期重点工作。一是提高工作站位，深化思想认识，清醒认识到当前书店转型发展面临的巨大挑战和艰巨任务，以“思想之变”促“行动之变”推“经营之变”。二是强化责任担当，抓好工作落实，主动攻坚克难、强化协同配合，重塑产品体系、渠道体系、营销体系、服务体系，加快推进新阅读集微商城及甘肃新华教辅线上平台建设，全力以赴办好2025兰州书展暨“书香黄河阅读周”活动，将西北书城打造为新型城市文化综合体样本，并加快推动门店转型升级工作。三是强化服务教育能

力，创新线上线下服务渠道，提升教育服务水平，让“选教辅上新华，选正版教辅就上甘肃新华”成为共识。四是加强体制机制建设，尽快出台非书产品自采配套制度方案，建设省店非书产品采购交易平台，全力支持非书业务做大做强。五是加快项目建设，着力推进飞天文化产业园项目和天水读者大厦项目前期调研论证，加快项目开发建设，筑牢发展根基。六是加强工作督导，提高工作效率，党委办公室牵头对省店近期重点工作实行日调度、周调度，明确每日工作进展、存在的困难、应对措施及需要协调的事项，确保各项重点工作快速推进。（焦 翊）

持续深化融合创新发展战略 深化『数字赋能』  
黑龙江新华2025年度中期工作会议举行

中国出版传媒商报讯 日前，黑龙江新华书店集团召开2025年度中期工作会议。会议指出，集团要围绕全年重点工作目标和工作任务，克服图书发行业内外挑战，审时度势调整政策机制和业务链条，盘活存量、做优增量，积极争取传统业务稳盘提质、新兴业务早见成效。下半年，黑龙江新华一是对照“全年重点工作任务”，在思想上想新招、闯新路，凝聚改革发展共识，系统推动线上与线下、店内与店外、文化消费与教育服务多元融合，敢闯敢试走出一条创新发展的新路径。二是树立“领航旗帜”，创新突破稳固主责主业，全面落实教材教辅征订发行工作要求，创新工作思路和发行引流策略，全力挖掘教育服务市场潜力。三是坚守“公益初心”，打造龙江新华阅读品牌，积极做好全民阅读服务，持续巩固建设文化宣传阵地，不断提升高质量文化服务供给能力和水平。四是拓宽“文化格局”，深化融合创新发展战略，继续锚定“终身学习服务商”“品质阅读服务商”“优质生活服务商”三个细分定位，延伸“阅读+”“文化+”“教育+”，全力向知识文化综合服务商转型。五是深化“数字赋能”，推进线上线下协同发展，持续加强平台化运营、网格化服务、数字化管控，加快推进阅读服务板块数字化转型和线上线下协同发展。六是聚焦“党建引领”精益管理，加强作风建设。加强人才队伍建设，建立健全更加完善的安全生产管理制度和长效监督机制。（肖 颖）