

吕洪梅:拓展新华书店文化服务“流量池”



人物档案 吕洪梅(山东新华书店集团有限公司连锁分公司终端运营部经理)
2016年进入山东新华书店集团,2016年7月~2021年6月任职企业管理中心综合部,2021年7月至今,担任山东新华书店集团连锁分公司终端运营部经理。
推荐理由 凭借对山东新华书店集团战略的精准把握和对实体书店发展趋势的深刻洞悉,积极推进实体书店创新转型,在门店新业态的开拓创新、销售策略的精准优化以及资源的高效整合等方面,积累了丰富且卓有成效的工作经验,多次代表集团参与行业论坛活动,分享山东新华的转型经验与成功案例。

面对实体书店同质化竞争加剧、利润空间压缩的行业困局,作为新业态项目运行具体执行者之一,吕洪梅深入多地调研学习,积极寻求新的增长点,主导构建“场景营造-服务升级-平台搭建-机制保障-品牌输出”五位一体门店新业态运营体系,将文化服务从门店延伸至社区、校园与企业,以“流量思维”拓展新华书店文化服务边界。

创新推动业态融合,探索构建门店新业态。山东新华紧扣“构建终身学习型社会”的国家战略导向和“一老一小一少”的需求变化,不断探索新的服务场景和服务模式,探索打造了四大核心业态,形成了一批新的商业盈利模式。“新华书店老年大学”项目是在“银发经济”的背景下,山东新华与山东老年大学共创的合作品牌,截至目前已开设50余家新华书店老年大学,累计服务老年学员3万余人次;“新华·青年夜校”项目结合当下青年群体对自我提升和终身学习的强烈需求,通过开设美妆、插花、油画等特色课程,打造集学习、交流、体验于一体的文化服务品牌,截至目前已开设69家,累计服务1万余人次;“新华自习室”项目充分运用门店闲置资源及场地,挖掘当下初高中、考研、考公群体学习需求,探索打造环境舒适、设备先进、服务周全的收费制自习室,截至目前已开设53家,累计服务6万余人次;新华·阅享时光是山东新华依托门店空间与文化资源,结合本地非遗、历史、科技等特色,为青少年群体设计的沉浸式、体验式店内研学品牌。这些新业态在精心策划和运营下,形成了相互引流、协同发展的生态闭环,在全省范围内掀起学习热潮,成为各地新华书店拓展文化服务活动的“流量入口”。

发挥资源整合潜力,优化门店管理建设。依托新华书店的品牌、图书、教育、名家等特色优势,吕洪梅与团队在扎实抓好图书主业的同时,优化整合与高效利用书店集团

各类资源,积极布局门店研学市场,打造“书店+研学”新模式,为门店汇聚大量客流人气,成为门店持续引流的“强招牌”。利用全省网点建设优势,通过不同时段场地的多元化利用,实现门店研学与老年大学、青年夜校等项目共用、共享一个活动场地,提高空间利用率。此外,持续规范门店运营管理,扎实做好全省门店数据分析与反馈,策划推出全省性营销活动,为门店提供标准化、高质量的宣传物料、策划方案和执行指导,有效提升全省新华书店的品牌影响力和市场竞争力。

拓展宣传推广渠道,构建品牌传播矩阵。积极拓展宣传路径,构建“主流媒体+新媒体”的全方位、多层次的宣传矩阵,对接全国及省级各大主流媒体,策划专题报道;充分利用微信公众号、视频号等社交媒体平台进行宣传推广,形成传播合力。不断加大对重点商业模式的宣传推广力度,针对不同新业态的目标客群,通过精准内容策划与多渠道投放,实现宣传效能最大化,有效提升了山东新华的社会美誉度和文化影响力。

探索多元品牌合作,拓展业务发展思路。打破行业壁垒,深度聚焦用户多元需求,以前瞻性的战略眼光和精准的市场定位,积极探索与各类品牌的跨界融合、协同发展,深度挖掘新的业务增长点,为全省门店的业务发展开辟更为广阔的发展路径。以山东新华的“集客”业务为基础,为集客业务单位策划提供“专属定制活动”,融入政企文化建设,以上门服务或门店服务的形式,结合大客户单位人才培养需求开展青年夜校及老年大学活动。持续探索与教育机构、文化机构、互联网平台等进行跨界合作,通过品牌入驻、联名活动等多种合作形式,为读者提供更丰富、更优质的服务和体验,也为全省门店开辟了全新的业务发展思路。(伊 璐 采写/整理)

黎方洲:破局经营模式 打造文化交流传播平台

在文化传播与图书销售领域深耕多年,黎方洲以卓越的领导能力与创新思维,在担任辽源市新华书店总经理一职后,积极推动辽源市新华书店转型升级,扩展书店业务,极大提升了书店的人气与影响力。为应对市场变化与行业挑战,通过积极创新经营模式和服务方式,探索多元发展路径,让书店不再仅仅是售书场所,更化身为文化交流与传播的重要平台。

打破传统管理模式,从各司其职到协同作战。为更好地将辽源市新华书店建设成为城市文化的新坐标,黎方洲一年内策划了一系列精彩纷呈的文化活动,不仅得到辽源市委宣传部、市文旅局的大力支持与高度认可,还使辽源市新华书店成为当地文化交流与传承的核心阵地,提升和丰富了读者的阅读体验。他创新推动书店管理模式的转变——从传统的各司其职、相对封闭的行政管理模式转变为以销售为核心导向的协同式模式。辽源市新华书店党办打造新型党建活动基地,面向全市党政机关、企事业单位、大专院校、乡镇街道、中小学校等组织全体党员,通过推动党建与业务工作深度融合,增设特色党建研学服务,成为市机关工委指定党建研学基地,极大提升了新华书店在当地的品牌形象。在黎方洲看来,要将书店打造成为文化交流与传播的枢纽,拓宽发展维度、提升书店在文化市场中的竞争力和社会价值尤为重要。今年3月7日,辽源市委宣传部与辽源市新华书店联合举办了“寻脉非遗书韵传情”新时代文明实践活动,邀请非遗面塑传承人现场教授制作面塑,让读者亲身体验到这一非遗技艺的独特魅力,在亲手制作中感受到传统手工艺的温度与传承意义,促进新华书店企业文化与辽源市党建文



人物档案 黎方洲(吉林省新华书店集团有限责任公司信息部经理兼吉林省新华书店集团辽源市有限责任公司总经理)
负责辽源市新华书店的经营管理、文化活动策划、多元业务拓展及党建研学基地建设等工作,同时负责吉林省新华书店集团信息部相关业务运营工作。荣获吉林东北亚出版传媒集团2023~2024年度先进个人表彰,获评第十届书业非书经营推展“创新经营单位”荣誉。
推荐理由 突破传统经营模式,将书店从单一售书场所升级为集文化服务、交流、传承于一体的多元平台;革新管理模式,推动党建与业务深度融合,打造特色党建研学基地,显著提升品牌形象与社会影响力。

化的深度融合。

创新多元业务,打造文化消费新场景。在市场环境冲击下,黎方洲积极应对市场变化,从单纯以销售为导向的经营指标转变为注重提升企业团队能力的综合性战略。为更好地提升员工专业素质与综合能力,他制定详细的员工培训计划,内容涵盖图书业务知识提升、市场营销经验分享、客户服务等多项技能。通过培训,员工可以学习到销售工作方法和技能,提高工作效率和质量,从而提升书店的整体运营效率。通过充分发挥团队的力量,能够更敏锐地洞察市场变化趋势,第一时间作出战略决策,引领市场发展,推动书店从传统经营向创新驱动转变。他鼓励团队成员积极探索新的业务领域、服务模式 and 营销手段,比如开展线上业务、举办文化活动、拓展多元业态等。

在多元经营创新方面,黎方洲将书店业务从传统出版物销售扩展至茶饮、餐食、智慧化数字教育产品等

领域,不仅丰富了书店的营收来源,更为读者打造了一站式文化消费空间,满足了不同读者群体的多元需求,让书店在激烈的市场竞争中脱颖而出,成为当地文化商业综合体的典范。

2024年,黎方洲牵头创立三大特色品牌——“时光书局”“时光书局的茶”“时光悦读会”,传递积极向上的价值观与文化内涵,增强了读者间的互动与交流,丰富读者精神文化生活。以辽源市新华书店时光书局的绘本活动为例,每周六周日下午2点,店内会举办生动有趣的免费绘本故事以及快乐游戏,让参与读者能够尽享亲子共读时光。活动与全市大中型幼儿园建立合作关系,活动后赠送读者小礼物,小读者们在参加活动之余购买绘本或其他相关书籍,从而带动了图书销售。此外,绘本活动的举办也有效提升了店内餐饮区域的销售额,增加了门店整体销售额。(张绮月 采写/整理)

连毅:创新会员制服务模式 构建全年龄段阅读生态圈



人物档案 连毅(山西新华南官书店店长)
2012年参加工作以来,不断深入图书市场、了解行业趋势,具有敏锐的市场洞察力,在书店的营销工作中更好地融合文化和商业元素,精准捕捉读者的阅读需求,带领团队开拓创新。
推荐理由 以独特的创新思维引领书店变革,通过运营会员制、开设青年夜校、打造阅读品牌等一系列富有创意和前瞻性的营销策略,书店业绩显著增长,品牌影响力持续提升。

新华南官书店是山西首家会员制书店,打破了传统书店的经营模式,借助会员制运营为书店带来稳定的客源,通过会员专属活动和优惠,增强了读者的归属感和忠诚度。

持续创新会员运营模式,与读者建立长期联结。在会员制书店的基础上,连毅带领书店团队进一步推出了南官文会、南官手动课堂等系列阅读活动品牌。这些活动以其独特的定位和丰富的内涵,迅速吸引了大量读者的关注和参与。南官文会以其高雅的文化氛围和深度的阅读交流环节设置,满足了文化爱好者的需求;南官手动课堂则通过动手实践的方式,将阅读与

创意、学习紧密结合,激发了读者的探索欲和创造力。这些活动丰富了读者的亲子阅读体验,提升了书店的品牌影响力和市场竞争力。

在线上,新华南官书店通过自主开发小程序“新华南官”和“新华云书”构建会员中心,增强用户黏性;借助企业微信推送个性化书单,结合消费数据为读者推荐图书和文化活动,增强读者参与感,推动书店实现从“卖书”到“卖生活方式”的跨越。

满足个性化需求,构建全年龄段阅读服务生态。为进一步拓展会员群体,满足不同年龄段读者的需求,连毅带领团队相继推出了青年夜校、老年大学等活动,

为书店带来了更多的潜在会员。青年夜校以丰富的课程内容、灵活的学习方式以及良好的学习氛围,吸引了大量青年读者的积极参与;老年大学则通过开设书法、绘画、养生等课程,满足了老年读者的精神文化需求。同时,他注重不断提升服务质量,对书店员工进行专业培训,使其熟悉各类图书,能够根据年轻人和老年人的需求和兴趣给予专业的建议和推荐,提供更多个性化的阅读计划、读书笔记分享、阅读心得交流等服务,增强他们的阅读体验。

此外,新华南官书店充分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,线下举办签名售书、读者见面会等,增强与读者的互动。通过线上线下各类活动的成功举办,实现口碑传播。除系列阅读活动品牌和夜校活动外,书店2024年全年策划并成功举办了各类营销活动超过100场,开展4·23书市和暑期书市等全民阅读活动,吸引了大量读者,树立了良好的品牌形象。

这些创新营销实践也得到了社会的广泛认可。新华南官书店在2024年分别荣获了山西最美书店、山西省十佳阅读推广机构、太原市十佳阅读机构、太原市科学社会普及基地等荣誉称号。(王新雪 采写/整理)



人物档案
吴蓓(乌鲁木齐市新华书店发行有限责任公司大中专教材发行中心党支部书记、副经理)

先后担任乌鲁木齐市新华书店卖场营业员、楼层主任、采购业务员、党群办公室文员、副主任,2019年底调入大中专教材发行中心,荣获乌鲁木齐市新华书店2020、2022年度“优秀先进个人”称号。

推荐理由 2024年,乌鲁木齐市新华书店大中专教材发行中心以高质量发展为目标,顺利完成全年教材发行任务。2025年,大中专教材发行中心党支部被评为乌鲁木齐市新华书店“优秀党支部”,她本人也被评为乌鲁木齐市新华书店“优秀党务工作者”。

2024年上半年,乌鲁木齐教材招标院校扎堆,共计20所,这一现象造成了各项招标项目准备时间上有重叠。时间紧、任务重,且面临部门经理岗位空缺的困境,按照乌鲁木齐市新华书店发行有限责任公司党委安排,吴蓓带领团队迎难而上,党建、经营业务一手抓两不误。

对大中专教材来说,2024年是关键的一年,教材市场的竞争白热化导致销售码洋上涨,但是经营利润却持续下滑。为此,乌鲁木齐市新华书店对大中专教材的经营作出要求,希望部门能够在保住教材阵地的前提下,竭尽全力改变销售连年上涨但利润却持续下滑的状况。如何实现,成为摆在吴蓓面前的一道难题。

专业化运作,细节上把控。接手项目招标,对吴蓓来说可谓头一遭,如何更快地完成全面部署,实现项目招标顺利进行?接手项目招标工作后,她首先针对每个项目成立招标小组。其次,协同驻校业务员,积极与每一家招标院校开展业务洽谈,全程参与招投标系列工作,盯紧每一个招标细节。吴蓓表示:“这样做好处大大增加了员工对招标工作的参与度和责任感,激励员工掌握新技能,增强大家的工作成就感,认同每一个招标工作都是团队集体智慧的结晶。”

细心、用心开展教材发行。接手大中专教材招标工作后,吴蓓对这一项目进行了重新布局和谋划,依照实际情况,调整工作方式。一是做减法,核算全部院校的销售指标,找出毛利最低院校进行研判分析,做到心中有数。二是投标时主动一家家院校反复去协商折扣,最终在普遍折扣下降的大环境下,有两所院校折扣分别有1%、3%的上浮。三是本着节流思路,和院校协商标的物的形式以及和招标公司协商中标代理服务费用的适当减免,起到一定效果,节省费用约20万元。四是持续加大教材直发到校力度。院校分散,如果全部货到库房不仅增加库房的存放压力,同时物流部门的人员、车辆等费用成本大幅增加,吴蓓团队在细节上不断完善教材到校流程,从出版社参与直发力度的加大到每一包教材贴单的规范填写,团队细致耐心的工作取得了显著成效,2024年全年直发到校教材码洋达4200万,极大地提高了工作效率。

积极与出版社沟通,开展合作。作为教材发行者,吴蓓深知教材发行对出版社的重要性。她和采购业务员一起积极开展业务洽谈,逐个拜访出版社,搭建书店良好合作关系。今年上半年,为加速推动大中专教材发行向智能化、精准化转型,提升员工对教育数智化的理解,乌鲁木齐市新华书店大中专教材发行中心邀请部分出版社举办数智教材发展与校园推广策略专题培训,开展“深化全民阅读 建设书香校园”活动等,加强与出版社联系。

“大中专教材发行存在订购需求浮动大、采购率逐渐下滑等问题。市场上存在低价竞标、降低折扣等情况,二手、盗版教材也影响了新版、正版教材的销售市场。此外,学生自采模式占比越来越大,对新华书店的传统发行模式造成冲击。”压力即动力,吴蓓坦言:“面对大中专教材发行的现状,我们直面挑战,全力补齐短板,规范经营,强化资质,杜绝低价恶性竞争;创新服务模式,适配学生自采趋势,拓展线上线下融合渠道。”

未来,乌鲁木齐市新华书店将继续以深化全民阅读为己任,在全社会营造爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围。吴蓓表示,一是协助推动校园书店建设,积极与高校对接,扎实开展调研工作,目前已经重点选址2家本科院校,经多次洽谈,基本达成合作意向。二是将馆配列为重点突破项目,由部门专人负责。梳理缺漏资质清单,筛选适配招标项目,同步提升基础能力,咨询招标方沟通。(焦 翊 采写/整理)

吴蓓:专业化、体系化运作 细心、用心推进教材发行