

(上接第7版)

# 持续向现代文化综合服务商转型



## 推动价值重塑 实现质的有效提升和量的合理增长

■唐庆(云南新华书店集团有限公司党委副书记、总经理)

实体书店是城市中温暖的思想灯塔,为人们提供沉浸式阅读、文化交流和精神栖息的文化会客厅;是全民阅读的推动者,中华优秀传统文化与当代价值的传承者、守护者、展示者。

2025年的实体书店处于“政策护航、转型加速、竞争加剧”的三重交织期,既迎来了前所未有的发展机遇,也面临不容忽视的挑战。云南新华书店集团紧扣“主业稳中有升、多元结构调整”的发展主线,各项工作取得显著成效。

**关键词一:企稳** 主业逐步企稳,高质量完成教材教辅“课前到书,人手一册”政治任务;《习近平谈治国理政》第五卷、《习近平文化思想学习纲要》等重点主题出版物发行成效突出。获学习出版社2024~2025年度重点通俗理论读物宣传推广“突出贡献奖”。

**关键词二:业态创新** 制定了业态创新工作方案及运营实施办法,昆明书城、滇池书城、丽江书城升级改造有序推进,其中滇池书城已完成改造。对文化服务功能进行全面升级与价值重塑,打破传统经营模式,实现红色文化传播、全民阅读推广、地域文化展示、文创产品消费、休闲社交互动等多重功能的有机融合。线上线下融合深化,连锁板块线上销售码洋、实洋稳步增长,143家标准连锁店实现减亏目标,经营质效持续提升。积极推动各州市68家连锁门店即时零售业务落地,实现中心门店全覆盖,有效提升门店运营效率与用户触达能力。进一步健全完善政企服务体系,坚持顶层设计与基层探索相结合,着力构建“集团统筹—专班推进—单位协同—基层落地”的一体化工作机制,持续整合内部资源。制定运行大纲和服务手册,打造标准化产品体系。开发政企客户信息系统,并在昆明公司试点应用,累计服务省级机关、高校等百余家单位,有效助力政企单位文化建设。

**关键词三:服务生态** 云南新华教育服务转型加速,建成23个劳动实践室、30个共享书屋,以阅读项目赋能教育服务。政企服务体系化推进,成立工作专班,建成55个“一平米图书角”,中标中医药大学教材供应、云南省职工书屋建设等重点项

目。结合云南省内丰富的研学资源打造“一地一品”课程,开办全国首列“新华奇遇号”生态民族研学专列,组织百余名学生行读滇西,获得了家长与社会广泛好评。

**关键词四:全民阅读** 品牌活动引领阅读新风尚,承办2025“春城市”服务市民2.81万人次,在多地开展“四季阅读”活动。构建服务网络全域覆盖新格局,实施“农村流动售书工程”,开展流动售书1400场次,覆盖95%以上乡镇,为近万个农家书屋配送图书。招募36名“全民阅读推广人”,深化“书香九进”行动,阅读服务可及性显著提升。

**关键词五:品牌影响力** 集团所属临沧新华书店“墨香斋”校园店获评“实体书店创新大会·年度最美书店”称号。物流公司“云彩云”牌纸品拓展项目入选新华书店品牌强企“创新经营案例”。在第十届中国书业营销推广、第十届中国书业非书经营推广、第三届中国书业品牌强企推选、第七届中国书业阅读空间推展中共荣获32个奖项,充分展现了云南新华书店转型升级的多元路径与蓬勃活力。

2026年,随着“全民阅读活动周”的设立,《全民阅读促进条例》落地实施,图书发行业将呈现“需求升级、融合加深、生态优化”的发展态势。实体书店作为全民阅读的核心阵地,将从三方面发挥更大作用:一是进一步融入公共文化服务体系,通过实体书店升级、微型阅读角拓展、智慧阅读平台建设,织密“15分钟阅读圈”,让阅读服务触手可及,转角遇书香成为市民生活常态;二是搭建“高品质文化平台”,实体书店将转型为集阅读分享、文化交流、文创展示、研学体验于一体的新型文化会客厅,满足群众多元文化需求;三是当好“文化传播使者”,聚焦主题出版推广、本土文化传承等,通过特色活动、精准服务,推动党的创新理论、优秀传统文化、地域特色文化深入人心。

新的一年,云南新华书店集团将坚持政策支持 and 改革创新并举,坚定信心、用好优势,以苦练内功应对挑战,聚焦主责主业,提升文化服务供

给能力,坚定不移推动实体书店的业态创新及连锁经营的价值重塑,推动实现质的有效提升和量的合理增长,不断巩固拓展经济稳中向好势头。围绕“守主业、深改革、促融合、防风险”四大方向精准发力,实现“十五五”开好局、起好步。

**聚焦主责主业,筑牢发展根基。**持续提升教材教辅发行精准度,深化“一校一策”服务模式,做优存量,盘活增量,稳固教辅市场基本盘。扩大主题出版物发行覆盖面,完善“一书一策”保供机制,打造“发行+活动+服务”三位一体宣传模式。加速教育服务转型,依托“新华启智”平台搭建省级五育资源库,拓展劳动实践、科学美育等具身教育产品。

**深化改革攻坚,加快转型升级。**推进组建供应链管理公司,构建“采购集中化、仓储智能化、配送网络化”生态,进一步形成专业化、集约化经营。加速推进信息平台建设,借助电商平台、云数e店、新华启智等平台渠道,构建线上线下一体化的运营体系。深化三项制度改革,完善经理层契约化管理和“岗位+绩效+专项”激励机制,加强数字化、新媒体等紧缺人才引进。优化组织架构与管控模式,推动资源集约化配置。

**推动融合发展,拓展增长空间。**深化新型文化空间“建设+运营”模式,打造“城市文化会客厅”,提升文化空间管理和服务效能。构建全省16个州市“一地一品”文创云品生态,优化“一张纸”供给业务,推动“云品出滇”走出云南走向全国更广阔市场。拓展“研学+文旅”融合业务,升级“新华奇遇号”研学专列,开发非遗体验、生态科普等特色课程。加快物流“一张网”建设,推进仓储配送标准化、智能化升级。

**强化风险防范,守牢发展底线。**严格落实“双减”政策,规范教材教辅征订发行。深化“两金”压控,抓实应收账款清收,降低经营风险。健全风控合规体系,保障政治安全、意识形态安全和生产安全,为高质量发展筑牢防线。

新时期实体书店是以图书为核心,融合地域特色与多元业态,联动线上线下资源,兼具文化传播、体验服务、社交联结功能的城市文化地标与全龄段精神栖息地。



## 深耕全民阅读服务 助力推进文化润疆

■邹士洪(乌鲁木齐市新华书店发行有限责任公司党委书记、董事长)

2025年,实体书店在挑战与机遇中持续探索高质量发展之路。政策层面,全民阅读国家战略的纵深推进与文旅融合的深化实施,为实体书店明确了文化传播主阵地的核心价值与发展根基。市场层面,读者需求从单一购书转向对深度内容、文化体验与综合服务的复合型期待,“书店+”多元运营模式成为行业主流,推动实体书店由传统图书经销商向现代文化生活综合服务商加速转型。乌鲁木齐市新华书店以旗下旗舰店、大书城为示范引领,统筹各网点探索特色化、差异化发展路径,通过系统性空间革新、品牌化运营深耕与数字化转型赋能,使新华书店这一老品牌焕发出时代活力。

**关键词一:空间革新** 构建“1大托N小、多点联动”的网状文化服务空间,着力打造以核心书城为枢纽,辐射覆盖乡村、社区、景区、校园、机场等重点区域的网状阅读服务体系,推动旗下各网点围绕自身定位打造个性化场景。

**关键词二:品牌深耕** 持续打造具有新华特色的立体化文化IP矩阵:“新新哥哥华华姐姐”悦读汇围绕红色基因传承、中华优秀传统文化体验、科技素养培育三大板块,全年开展活动逾200场;“南门记忆·品读时光”以领读人短视频荐书、主题读书分享会、特色图书展陈、非遗技艺体验为核心载体,制作精品荐书短视频;举办多场著名作家见面会及“天山文学奖”获奖作品深度品读会,联动新疆日报等主流媒体进行专题报道;“11365·书香润支部”为党政机关、企事业单位及社区党组织提供定制化党建阅读课程与服务,打造了特色鲜明的党建文化服务品牌。

**关键词三:服务升级** 实施分众化、精准化的全龄段读者关怀。面向儿童,创新推出“小小图书发行员”职业体验实践活动。面向青年,与乌鲁木齐天山区团委合作共建“青年之家”阅读服务点,提供职业规划、技能提升、文化社交等主题服务。面向老年读者,组织开展银龄诵读会、健康生活阅读角等适老主题活动,并提供大字版图书、老花镜、温馨朗读指导等便利服务。面向特殊群体及偏远区域,持续推进“您身边的新华书店”图书“七进”工作,切实打通公共文化服务“最后一公里”。

**关键词四:推广融合** 构建线上线下协同、多方联动的立体化传播格局。线上,依托抖音、微信视频号等平台组建专业直播团队,线上商城销售码洋超百万。线下,紧密结合春节、国庆及新疆维吾尔自治区成立70周年等重要时间节点,打造“时节+文化”沉浸式主题场景,开展特色图书展销、文化展览等活动。跨界联动方面,与本地多家企事业单位、学校、机构建立稳定的合作关系,形成了资源共享、活动共办、品牌共建的多方共赢文化传播生态。

2026年是乌鲁木齐市新华书店转型升级的深化之年,我们将紧紧抓住《全民阅读促进条例》颁布实施与第五届全民阅读大会在新疆举办的历史机遇,在靛、活、精、融四方面持续发力,推动全民阅读事业走深走实,阅读风尚浸润人心,为构筑书香社会注入持久而深厚的新力量。

**让门店靓起来,在空间升级中彰显文化气质。**以“颜值与内涵并重”为目标,系统推进阅读空间品质提升。对南门分店等网点实施文化场景再造,打造集阅读、展示、体验于一体的主题文化专区。加快推进社区书店、校园书店标准化、特色化建设,完善阅读设施与服务功能,使每一处门店都成为展示乌鲁木齐文化形象的窗口,力争培育2~3个具有区域影响力的城市文化新地标。同步引入智慧阅读终端等科技载体。

**让品牌活起来,在空间构建中激发参与动能。**着力推动品牌活动从数量扩张向质量赋能转型,构建可持续、有温度的阅读空间。以沉浸式体验让红色教育、传统文化在青少年中活起来、火起来。“南门记忆·品读时光”将静态阅读转化为可听、可看、可感的动态文化现场。通过系列短视频、联动主流媒体深度报道,将线下活动的热度延伸至线上。针对不同单位需求提供定制化党建阅读课程。

**让服务精起来,在内容运营中提升供给质量。**聚焦精选、精推、精服务,构建以品质为导向的内容供给体系。设立新疆主题出版物专区,系统陈列反映新疆发展成就、民族团结、文化传承的精品力作,定期发布“新华荐书”年度精品书单。深化与疆内外知名作家、权威出版机构的战略合作,举办系列化、高水准的作家见面会、新书发布会等活动。依托读者画像与销售数据分析,动态优化图书品类结构,加大读者需求旺盛领域的选品力度。

**让营销融起来,在业态创新中拓宽发展路径。**以融合为突破口,推动书店从传统图书销售向复合型文化平台转型。深化线上线下一体化运营,升级数字化阅读服务平台功能,拓展线上借闻、会员专属直播、共读打卡等交互服务,构建“线下体验+线上社群”的双轮驱动模式。加强与学校、社区、景区、企业的多方联动,开展“阅读进校园”“文旅研学行”“企业书香角”等项目,织密全域阅读服务网络。稳步探索“图书+文创+咖啡+体验”的多元业态融合,开发具有新疆特色、具有新华书店品牌标识的文创产品,试点“阅读空间+咖啡茶饮+手工作坊”的运营模式,增强自身造血能力。



## 深化价值 创新模式 拓展生态 打造城市综合文化服务运营者

■王红卫(武汉市新华书店有限公司党委书记、董事长)

实体书店是市民不可或缺的“公共文化服务主阵地”,是人们的精神家园和文化客厅。新华书店始终是文化强国建设的重要参与者与推动者。从传承红色基因到孵化新型文化空间,从公益惠民到跨界创新,新华书店以不变的文化担当,为文化强国筑牢精神根基、凝聚奋进力量。

当前,图书发行市场正经历深刻的结构性变化。线上渠道凭借便捷性与价格优势,持续对实体销售构成分流压力。成功转型的书店已不再是单纯的“卖书场”,而是融合了阅读、学习、社交、休闲、轻食,并延伸出脱口秀剧场、艺术展览、创客梦工厂、非遗工坊等新业态文化服务的城市文化客厅。图书发行业正加速从传统的“图书销售商”向综合型“文化服务商”跃迁。在这一进程中,AI技术应用正走向纵深,从智能荐书、库存管理延伸至阅读行为分析、个性化内容推送,助力运营提效与体验升级;场景重构成为核心竞争力,通过主题设计、动线规划、功能复合等方式,打造具有高辨识度与黏性的文化空间。社群运营成为构建读者忠诚度的关键,通过会员体系、主题社群、线上线下活动,将偶然的消费者转化为持续的参与者与共建者。这些“抓手”共同指向一个核心:实体书店的独特价值不再仅限于图书的交易功能,更在于其作为线下文化节点的体验价值、社交价值与审美价值。

2025年,武汉市新华书店紧紧围绕湖北省“建成中部地区崛起重要战略支点”的总体目标,坚持以“新质生产力”为核心驱动,积极探索驱动高质量发展的实践路径,围绕“空间升维、业态破圈、技术赋能、传播深化”四大战略方向,持续强化线上线下融合、拓展店内外布局、深化业内业外联动,全力推动从传统图书发行商向城市综合文化服务运营者的深度转型。

**关键词一:空间升维** 持续推进从“图书卖场”到“城市文化会客厅”,打破传统书店静态陈列模式,推行“一店一策”的场景化、主题化改造,将书店空间打造为可阅读、可体验、可传播的城市文化地标。如在江汉路新华书店成功首启《画说庄子》艺术巡展,并延伸至湖北省图书馆、武汉江夏区文化馆等地;在武汉童书展现场打造800平方米的文化创新旗舰展区;打造校地合作标杆致远书苑,开创“馆店融合”的校地合作新范式;汉阳新华书店焕新升级,打造融合文旅融合、教育赋能、社区服

务、文化客厅等多维功能的综合文化平台。

**关键词二:业态破圈** 着力从“图书+”到“文化服务生态”,通过系统构建覆盖全龄段、多场景的多元业务体系,重点发力文化教育服务,将服务从商品销售延伸至知识付费和体验经济。如“知行合一美育未来”非遗研学项目在15家门店同步推出十大主题、51个产品线;“作家进校园名师读名篇”品牌活动精准对接学校,举办百余场活动。

**关键词三:技术赋能** 主动拥抱人工智能,将AIGC技术深度应用于内容创作、营销推广和运营提效环节,成立“新质生产力攻坚克难小组”,探索数字化转型新路径。如自主研发了DeepRead“深度阅读”智能体,实现爆款文案改写、短视频脚本生成、直播台本创建自动化,使主播筹备时间缩短50%,实现了新媒体内容的规模化、个性化生产。

**关键词四:传播深化** 从“活动宣传”到“品牌心智塑造”,采用“全城联动、立体运营”模式,将重大主题宣传与本地文化、惠民服务深度融合,构建线上线下双循环传播体系,强化品牌在市民心中的文化引领者形象。

2026年的图书发行市场将在“政策深化、技术融合、需求分层”三大动力推动下,进入精细运营、价值重构的新阶段。图书发行业的发展态势将集中体现为“融合、赋能、共生”三大主题。首先,线上线下的深度融合。实体书店将不再是线上平台的对抗者,而是体验中心、服务中心和本地化内容的策源地。其次,技术对传统业务链的全面赋能。AI不仅用于前端营销,更将重塑中后台:基于大数据的动态选品、预测性采购,以及AIGC辅助的个性化阅读方案定制,将极大提升运营效率和顾客满意度。最后,跨界生态共生共创。书店与出版机构、教育单位、文旅项目、商业综合体乃至科技公司的边界将日益模糊,形成“文化服务共同体”。实体书店要发挥文化阵地作用,关键在于实现从“参与活动”到“构建生态”、从“服务读者”到“塑造市民”的战略升级。

新的一年,武汉市新华书店将坚持以“新质生

产力”驱动高质量发展,围绕“深化价值、创新模式、拓展生态”的核心思路,在两大方向进行战略性探索与尝试,推动新华书店从“文化产品的经营者”向“文化数据的运营者、文化价值的共创者、城市文化服务的提供者”进行深刻转型。

**一是发力“智慧门店”与“数据资产化”,探索文化空间的升维迭代。**将超越传统的门店改造逻辑,重点探索物联网、AI视觉分析、大数据等技术,与空间运营的深度融合。如通过智能传感系统实时分析客流动线、热力区域与“驻留时长”,动态优化陈列与空间布局;通过会员行为数据的深度挖掘,实现从“广谱营销”到“千人千面”的个性化阅读推荐和活动邀约。

**二是打造“文化服务综合解决方案”,探索从B2C到B2B2C的生态化拓展。**将在全民阅读、非遗研学、主题策展等领域已验证成功的服务能力进行产品化、模块化、标准化输出,主动为政府、学校、企业、社区等B端和G端客户提供“量身定制”的文化服务。如为街道社区提供“最美社区书房”的运营解决方案,为学校提供“课后三点半”人文素养课程体系,为企业提供“企业文化书房”建设与活动策划一站式服务。

# 高端预测

·发行集团·