

(上接第11版)



郭辉

郭辉(河南安阳市新华书店党委书记、经理)

2025年,安阳市新华书店以“根植文旅融合、服务全民阅读”为使命,紧扣“内容活化、触达用户、回归阅读”核心,实现向知识文化“再创造者”的跨越,让老字号文化品牌在新时代焕发新活力。

从“被动供给”到“主动引导”,拓展阅读服务深度与广度。青少年阅读是全民阅读的基础性工程,安阳市新华书店积极组建专业化入校服务团队,构建“店内+校外”全链条阅读服务体系。2025年,策划超百个阅读主题活动,吸引万余名小读者走进书店,同时创新“薪火故事荟”“少年读书班”等自有品牌建设。以《风啊吹向我们》《铁道游击队》等佳作为载体,邀请肖复兴、徐鲁等作家,深入校园开展沉浸式共读。安阳市新华书店还通过承办安阳市首届中小学科技节,创新“科学+阅读”模式,联合出版社研发地区定制版科学材料包,服务全市6万余名学生。服务团队从“图书销售员”成长为“阅读指导者”,培养了一批兼具文化素养与服务能力的核心人才,为书店发展夯实了人才根基。

从引进来到“创出来”,推动跨界资源整合与业态

创新。创新业务的关键,在于找准文化资源与市场需求的结合点。2025年,我们以工具书为切口,联动商务印书馆打造《古代汉语词典》(第三版)安阳首发IP。深挖甲骨文、殷墟等本土文化元素,原创设计三款安阳特装版词典,相关设计成功获取版权注册,实现文化产品从引进来到“创出来”的历史性突破。

为放大IP效应,我们在安阳市新华书店阅读孵化基地打造“商务印书馆工具书专题展”,构建“产品创新+场景营销”新模式;后续,阅读孵化基地也将持续引进更多名家作者、精品IP项目与跨界合作资源,打造具有地方特色的阅读品牌项目。紧抓开学节点,联合执法部门开展“工具书进校园”专项活动,覆盖全区20余所高中,通过优质工具书供给与版权知识宣讲,为工具书市场拓展提供了可复制的实践样本。

让阅读融入生活,打造全民文化服务枢纽。店外拓展的核心,是让文化服务融入城市肌理。我们通过平台共建,先后挂牌安阳市首家爱心妈妈驿站、4所学校的校外实践基地及文峰区“晚晴课堂”等多元载体,并配套开展多场研学活动。在阅读孵化基地,我们响应教育需求,配合河南省教育厅在市中一举办的语文夏令营,为全市高中生讲授课。精准化服务增强了群众对书店的文化认同与情感归属。

锚定文化深耕发展方向,搭建全链条阅读服务平台。2025年的实践让我们深刻认识到,新华书店的转型之路,核心是坚守文化初心,关键是创新服务模式。展望2026年,图书发行市场虽仍处于存量竞争调整期,渠道与规模红利减弱,大众出版面临压力,但“纸书不死”的核心逻辑未变,IP开发、情绪价值传递与在地文化结合将成为破局关键。这种压力与机遇并存的格局,为实体书店深耕文化价值提供了契机。

2026年安阳市新华书店将从四方面重点发力:一是深化阅读服务分层提质,针对不同群体定制阅读方案,升级“阅读指导者”培养体系。二是推动文化产品IP化延伸,深挖红旗渠、殷墟等本土IP,打造“图书+文创+数字内容”产品矩阵。三是拓展“书店+”多元场景,联动文旅场馆打造“阅读驿站”,在社区增设“亲子阅读指导中心”,在店内搭建“数字阅读体验区”,满足多元阅读需求。四是持续打造好安阳市新华书店阅读孵化基地,以“名家引航、资源聚合、服务本土”为核心,持续引进优质创作力量与出版资源,搭建全链条服务平台。2026年,安阳市新华书店将以“文化深耕者”的姿态,让新华书店不仅是图书发行渠道,更成为安阳文化传承的载体、全民阅读的引擎。

打造复合型文化空间,形成全民阅读新格局

李其周(广东新华发行集团江门新华书店有限公司总经理)

2025年,广东江门新华书店通过深度推进阅读服务体系、探索“五大融合”发展模式、持续推动门店转型升级等举措,构建发展新动能。

以“文化+”为核心推进阅读服务体系。在阅读服务方面,江门新华书店围绕“服务企事业单位”与“服务学生群体”双线推进,以“文化+”为核心推进阅读服务体系。一是推动“摆渡船”阅读项目,打造青少年阅读成长第三空间,通过持续举办名家名师面对面分享、整本书阅读与写作沙龙等活动,推动阅读服务向精准化、场景化升级。二是每月常态化举办“江门读书日”系列活动,且已发展成为江门地区覆盖面最广、影响力最大的全民阅读品牌。三是创新“书香政协”助力“书香校园”模式,举办政协委员助学活动,筹集资金为多所偏远地区学校捐赠大量优质图书,彰显国有文化企业的社会责任担当。此外,还深度参与了江门阅读生态共建,承办江门蓬江区小学首届“励耘杯”整本书阅读活动,通过开展名家讲座、教师分享、全校共读等,进一步将阅读服务嵌入校园场景。

坚持守正创新原则,探索“五大融合”发展模式。一是推进“文化+科技”融合,引入乐博科技教育建立科普联营机制,设立新华科技馆,开展机器人编程与赛事培训。二是深化“文化+教育”融合,打造多个青少年阅读空间,举办亲子阅读、名家导读与写作沙龙。三是实施“文化+生活”融合,引入茶与茶艺、沉香等联营商,创建高品质文化生活体验空间。四是拓展“文化+文创优品”,引进“侨都文创”等优质商家,打造二次元动漫空间,丰富IP文创产品及五邑文化特色周边。五是创新“文化+劳动实践”,与博众教育共建劳动实践基地,开展劳动教育、课后服务及研学实践。

聚焦“空间共建”和“服务延伸”,推动店外拓展。一是打造“启明里新华悦读空间”示范项目,与江门市委宣传部共建“江门影视综合服务平台”,形成“阅读+影视服务”双业态融合空间。与江门蓬江区白沙街道深度合作,在侨乡历史建筑中融入非遗活动与影视服务,形成“阅读+非遗+文旅+影视”的跨界体验模式。二是推动网格化营销走深走实。以教育网络营销为载体,将优质文化服务延伸至学校,实现校内校外阅读资源联动共享,同时推广成功企业文化活动案例,协助社区建设“无负今日”书房,协助企事业单位建设职工阅览室空间。

推进门店转型升级,提升文化服务体验与门店吸引力。一是实施“断、舍、离”策略,大力优化书店空间陈列与图书商品结构,有效推动门店旧改工作,把资源重点向优质内容迭代。二是创新业态融合,引入乐博科技打造新华科技馆,提供机器人沉浸式体验区,积极引入热门动漫IP及周边衍生内容,增强对青少年读者的吸引力。三是积极联合出版社和供应商,打造店内品牌专区,并开展联销促销活动。四是有力打造品牌化文化活动,以“南国书香节江门分会场”“江门读书日”等读书品牌为导向,以“1+3+N”空间联动模式,全年开展主题书展、名家分享、非遗体验及AI科普等近300场活动,有效深化了书店作为复合型文化平台的服务功能与社会影响力。

《全民阅读促进条例》正式实施与“全民阅读活动周”的设立,将为图书发行市场注入强劲政策动能。新华书店应当立足新发展阶段,贯彻新发展理念,深化“阅读+”融合发展模式,形成学校、家庭、社会协同推进的全民阅读新格局,推动优质文化资源向基层、向农村、向弱势群体延伸覆盖。

2026年,江门新华书店将重点推进四项工作。一是深化校内外阅读服务联动,打造“摆渡船”阅读特色品牌项目,构建“校园播种、门店培育”的阅读成长闭环体系。二是深入推进政企网格服务营销,与社区服务公司联动,把阅读服务下沉到社区。三是打造研学实践核心IP,加入江门市科普研学联盟,开发面向中小学生和基层党组织的特色研学产品线,培育新的业务增长点。四是推进存量空间业态创新,重点引入亲子体验、文创市集等具有流量效应的新兴业态,提升场景活力与经营效益。

融入城市文化脉络,持续贡献“新华智慧”与“新华方案”

连晋坚(福建新华发行集团泉州分公司总经理)

福建新华发行集团泉州分公司2025年坚定转型升级,通过积极盘活书店空间,加大多元业务拓展力度,以专业化、精细化的服务打造覆盖多群体、融合多场景的立体化阅读服务体系,为城市的文化繁荣持续贡献“新华智慧”与“新华方案”。

坚守图书发行主责主业,培育多元增长“第二曲线”。面对外部环境变化,泉州分公司坚持“深耕教育、服务师生”的核心定位,以“线下精准触达”与“线上平台赋能”双轮驱动主业发展。线下,推动服务模式从“供应驱动”向“需求驱动”升级。“网格化”走访学校,深入了解个性化需求,提供“一校一策”的定制化解决方案。线上,以“新华优学”平台为核心,构建直达师生家庭的数字化服务通道。多元业务方面,一是打造智慧学习新场景。在温陵门店创

新打造“新华·AI智学空间”,构建“AI智学机个性化学习方案+专职伴学师深度辅导”的“双师”新模式。二是“研学+赛事”深挖垂直领域新价值。承办全省数独公开赛,策划举办“智慧之光·泉州数独之星挑战赛”“新华杯”数独城市邀请赛等系列品牌赛事。三是“文化服务+资源整合”赋能公共文化新实践。承办泉州市纪念中国抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年“刺桐幻幕”专场演出,创新“空间体验+内容共创+科技赋能”模式,取得良好社会反响。

盘活门店空间价值,深化阅读服务供给。一是筑牢实体“大本营”,打造城市文化新地标。重装后的中山路“新华·城市记忆书店”,成为融合红色文化与城市记忆的打卡地;泉州市新华书店温陵门店升级为复

合型“城市文化会客厅”;与高校共建“新华·正心红色悦读空间”,拓展校园思政教育与阅读融合新场景。二是延伸服务“生态圈”。自2023年以来,连续举办三届“泉州新华书展”,通过图书巡展、新书发布、作家讲座、AI体验、文创市集、直播带货等形式,形成独具本土特色的文化品牌。针对不同群体开展定制化阅读服务,如与泉州师范学院联合打造“新华·正心红色悦读空间”;面向党政领导干部,定期推送推荐书单;联合市老年大学打造“福见银龄思政悦读空间”等。

(下转第15版)

提升数智能力,实现“多元参与”新突破

赵立(湖北省新华书店(集团)有限公司仙桃市分公司党总支书记、经理)

围绕仙桃“四季主题”品牌活动和四张文化名片,结合“仙桃欢迎你”黄鳝品牌形象,开发特色文创产品,并在“仙马”、浙江文创新展、2025中国农民丰收节等场景高频亮相,以“实用美学+文化叙事”实现地域文化符号的年轻化表达与大众化传播升级。传统自习室服务功能,加入咖啡烘焙、文创文玩等情景式体验,联合科大讯飞探索AI自习室智能学习新场景,从“空间提供”向“服务增值”转型。

新媒体布局由单一平台向多平台协同转型,从单一账号向全员营销转型。一是专班引领,协同合作。打造专业直播间,直播团队实现每日4小时的常态化直播。二是聚焦区域,活动引流。依托“1个主账号+2个垂直账号”的账号体系,形成三级差异化布局,累计开展直播279场,本地生活团购业务同步推进。三是对标提升,垂直深耕。聚焦教辅、文创、本地生活三大板块,推动内容精细化运营。四是多维发力,增强链接。全年发布推文451篇,短视频219条,总浏览量突破7.2万次,逐渐形成多圈层内容覆盖网络体系。

融合“体验经济”与“社区生态”理念,构筑“阅读+生活+社交”的沉浸式文化空间。一是搭建阅读生态,服务全民阅读。升级“阅读+咖啡+手作+AI自习室”的复合体验空间,以文化生活体验的复合场景重塑实

体空间的文化向心力。二是重构空间场景,焕新“倍小阅”亲子阅读中心。匠心打造“慧悦读”分级阅读、益智活动体验、绘本花园、“阅见沔阳”四大功能区,定期举办精彩活动。三是定制文化活动,打造文化枢纽。携手仙桃市委宣传部、市妇联等单位,在“三八”妇女节、4·23世界读书日等重要节点策划专题活动;与街道办、居委会合作,举办“甜蜜相遇·倍感心动”青年交友联谊、“银龄京韵”银发合唱研学活动,增强阅读社交属性。

2026年图书发行市场将呈现政策驱动与“全民阅读”深化、数字化与纸质书深度融合、垂直领域与细分市场崛起的发展态势。在“全民阅读活动周”设立的大背景下,实体书店将加快实现从“单一阅读”到“多元参与”的突破。一是提升服务能力,持续构建“城市文化会客厅”。围绕新空间、新业态、新体验全面提升实体书店文化功能。二是提升运营能力,精细化社群运维服务。逐步建立覆盖广泛、结构清晰直达C端的线上网格体系。三是提升数智能力,探索新零售、新营销体系建设。加强产品聚合与新媒体矩阵建设,提升供应链服务保障能力,大力推动直播带货、短视频荐书等新型营销服务在全业务领域落地落实。通过服务能力、运营能力、数智能力提升,强化文化阵地作用。

打造“新华·AI智学空间”,构建“AI智学机个性化学习方案+专职伴学师深度辅导”的“双师”新模式。二是“研学+赛事”深挖垂直领域新价值。承办全省数独公开赛,策划举办“智慧之光·泉州数独之星挑战赛”“新华杯”数独城市邀请赛等系列品牌赛事。三是“文化服务+资源整合”赋能公共文化新实践。承办泉州市纪念中国抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年“刺桐幻幕”专场演出,创新“空间体验+内容共创+科技赋能”模式,取得良好社会反响。

盘活门店空间价值,深化阅读服务供给。一是筑牢实体“大本营”,打造城市文化新地标。重装后的中山路“新华·城市记忆书店”,成为融合红色文化与城市记忆的打卡地;泉州市新华书店温陵门店升级为复

合型“城市文化会客厅”;与高校共建“新华·正心红色悦读空间”,拓展校园思政教育与阅读融合新场景。二是延伸服务“生态圈”。自2023年以来,连续举办三届“泉州新华书展”,通过图书巡展、新书发布、作家讲座、AI体验、文创市集、直播带货等形式,形成独具本土特色的文化品牌。针对不同群体开展定制化阅读服务,如与泉州师范学院联合打造“新华·正心红色悦读空间”;面向党政领导干部,定期推送推荐书单;联合市老年大学打造“福见银龄思政悦读空间”等。

(下转第15版)

深耕文化价值,推动阅读服务分层提质

郭辉(河南安阳市新华书店党委书记、经理)

2025年,安阳市新华书店以“根植文旅融合、服务全民阅读”为使命,紧扣“内容活化、触达用户、回归阅读”核心,实现向知识文化“再创造者”的跨越,让老字号文化品牌在新时代焕发新活力。

从“被动供给”到“主动引导”,拓展阅读服务深度与广度。青少年阅读是全民阅读的基础性工程,安阳市新华书店积极组建专业化入校服务团队,构建“店内+校外”全链条阅读服务体系。2025年,策划超百个阅读主题活动,吸引万余名小读者走进书店,同时创新“薪火故事荟”“少年读书班”等自有品牌建设。以《风啊吹向我们》《铁道游击队》等佳作为载体,邀请肖复兴、徐鲁等作家,深入校园开展沉浸式共读。安阳市新华书店还通过承办安阳市首届中小学科技节,创新“科学+阅读”模式,联合出版社研发地区定制版科学材料包,服务全市6万余名学生。服务团队从“图书销售员”成长为“阅读指导者”,培养了一批兼具文化素养与服务能力的核心人才,为书店发展夯实了人才根基。

从引进来到“创出来”,推动跨界资源整合与业态

创新。创新业务的关键,在于找准文化资源与市场需求的结合点。2025年,我们以工具书为切口,联动商务印书馆打造《古代汉语词典》(第三版)安阳首发IP。深挖甲骨文、殷墟等本土文化元素,原创设计三款安阳特装版词典,相关设计成功获取版权注册,实现文化产品从引进来到“创出来”的历史性突破。

为放大IP效应,我们在安阳市新华书店阅读孵化基地打造“商务印书馆工具书专题展”,构建“产品创新+场景营销”新模式;后续,阅读孵化基地也将持续引进更多名家作者、精品IP项目与跨界合作资源,打造具有地方特色的阅读品牌项目。紧抓开学节点,联合执法部门开展“工具书进校园”专项活动,覆盖全区20余所高中,通过优质工具书供给与版权知识宣讲,为工具书市场拓展提供了可复制的实践样本。

让阅读融入生活,打造全民文化服务枢纽。店外拓展的核心,是让文化服务融入城市肌理。我们通过平台共建,先后挂牌安阳市首家爱心妈妈驿站、4所学校的校外实践基地及文峰区“晚晴课堂”等多元载体,并配套开展多场研学活动。在阅读孵化基地,我们响应教育需求,配合河南省教育厅在市中一举办的语文夏令营,为全市高中生讲授课。精准化服务增强了群众对书店的文化认同与情感归属。

锚定文化深耕发展方向,搭建全链条阅读服务平台。2025年的实践让我们深刻认识到,新华书店的转型之路,核心是坚守文化初心,关键是创新服务模式。展望2026年,图书发行市场虽仍处于存量竞争调整期,渠道与规模红利减弱,大众出版面临压力,但“纸书不死”的核心逻辑未变,IP开发、情绪价值传递与在地文化结合将成为破局关键。这种压力与机遇并存的格局,为实体书店深耕文化价值提供了契机。

2026年安阳市新华书店将从四方面重点发力:一是深化阅读服务分层提质,针对不同群体定制阅读方案,升级“阅读指导者”培养体系。二是推动文化产品IP化延伸,深挖红旗渠、殷墟等本土IP,打造“图书+文创+数字内容”产品矩阵。三是拓展“书店+”多元场景,联动文旅场馆打造“阅读驿站”,在社区增设“亲子阅读指导中心”,在店内搭建“数字阅读体验区”,满足多元阅读需求。四是持续打造好安阳市新华书店阅读孵化基地,以“名家引航、资源聚合、服务本土”为核心,持续引进优质创作力量与出版资源,搭建全链条服务平台。2026年,安阳市新华书店将以“文化深耕者”的姿态,让新华书店不仅是图书发行渠道,更成为安阳文化传承的载体、全民阅读的引擎。

实体书店要成为全民阅读的“体验场、推广站、社交圈”

黄茗馨(江苏凤凰新华书店集团有限公司无锡分公司党总支书记、总经理)

回顾2025年,江苏凤凰新华无锡分公司(以下简称“无锡新华”)的成绩可以总结为四大关键词:品牌价值跃升、多元业务突破、全渠道营销贯通、场景展会打造。

“服务文化、赋能教育、融入地方”为根本,助力无锡地区文化教育。2025年无锡新华书店机关、企事业单位团体客户增长至1652个。其一,深耕企事业单位阅读服务,聚焦客户需求提供职工书房定制、企业书店建设、阅读服务定制、阅读空间托管等一体化解决方案,落地国网无锡供电、无锡监狱、中国银行、黄巷街道等重点项目,打造“凤凰阅读讲座”特色产品并入选政府(机关)文化采购项目。其二,拓展客户增量,针对性开发高新技术企业、外资企业等客户群体,创新“主题活动+配套服务”一站式阅读场景模式。其三,聚焦学生阅读成长核心需求,构建特色教育服务体系。无锡图书中心被无锡市教育局授牌首家“无锡课外阅读基地”;打造“悬铃木下听绘本”“悦享太阳城”等IP与“第二课堂”特色品牌,全年累计开展各类学生阅读活动超百场。

以“内容+阅读+体验”为多元业务发展主旋律,在非主营业务领域实现稳步拓展与突破。一是深化多元融合发展,丰富消费场景与产品矩阵。今年首次引入故宫文化产品、“中国国家地理”文创等优质IP衍生品,引入星巴克咖啡服务,构建复合消费场景。紧跟实时热点策

划“苏超”联赛比分竞猜及直播观影活动吸引200余人进店观赛。二是打磨凤凰新华研学IP,开发“书店奇妙夜”“寻籍开蚌”等爆款研学项目。今年首次为学校定制“特训科技夏令营”北京研学线路,配套增值服务广受认可;全年累计开展各类研学活动300余场。

营收为基、流量为腰,形成线上引流、线下转化的良性循环。一是以图书为根本,全力做好线上线下产品保障。既紧抓市场大IP的落地,又挖掘小众品类创新呈现。线上一年新增品种超3000个,确保热门畅销书、课本、教辅品种及时上架。二是以读者为核心,提升私域服务能力。对省内外线上大单客户采取“一对一”回访,创造“需求响应快、选书配书快、售后反馈快”的购书体验。面对开学季的咨询高峰,团队迅速搭建13个专项咨询群,吸纳核心用户超2500人。三是以全矩阵营销为驱动,扩大影响力。今年无锡新华在抖音、微信公众号等平台发布原创视频内容40条;首次与媒体人打造“丹琼&小新”直播品牌,全店全年开展直播112场。媒体宣传达80次,累计阅读量超百万。

着重发力精品文化展陈,进一步打造专属凤凰新华场景展会。2025年无锡新华先后引入了“长三角最美书海报”“长三角藏书票名家作品·无锡图书中心巡展”,推动书店成为“行走的艺术课堂”。借助图书文创与店内外场景融合,举办大型展会。在社店合作中,积极整合

出版社优质文化资源,联动译林出版社及相关学校,连续两年举办高中“图书腰封设计展”;联动江苏凤凰教育出版社举办“教育与这个时代”圆桌论坛,搭建了书店、出版社、教育单位资源共享的活动模式。

2026年,随着“全民阅读活动周”设立,《全民阅读促进条例》落地,为图书发行带来了诸多发展机遇。实体书店需从场景、内容、服务、营销四大维度重构核心竞争力,转型成为全民阅读的“体验场、推广站、社交圈”。2026年,无锡新华将继续以市场化为导向,全力向知识文化综合服务商转型。一是深耕品牌活动,强化文化地标效应。办好无锡“两会”书展、江苏书展无锡分展场、无锡文脉等品牌展会或主题展,办好凤凰新华研学、凤凰文化系列品牌活动。二是优化服务体系,提升读者消费体验。继续深化文化会客厅功能,完善线上线下图书品种储备。深耕门店私域流量运营,增强本地读者的归属感与忠诚度。持续拓宽多元业态边界,以跨界融合为实体书店注入新活力。三是加快人才培养,打造高素质核心团队。完善选人用人机制,充分释放员工潜能。

提升数智能力,实现“多元参与”新突破

赵立(湖北省新华书店(集团)有限公司仙桃市分公司党总支书记、经理)

围绕仙桃“四季主题”品牌活动和四张文化名片,结合“仙桃欢迎你”黄鳝品牌形象,开发特色文创产品,并在“仙马”、浙江文创新展、2025中国农民丰收节等场景高频亮相,以“实用美学+文化叙事”实现地域文化符号的年轻化表达与大众化传播升级。传统自习室服务功能,加入咖啡烘焙、文创文玩等情景式体验,联合科大讯飞探索AI自习室智能学习新场景,从“空间提供”向“服务增值”转型。

新媒体布局由单一平台向多平台协同转型,从单一账号向全员营销转型。一是专班引领,协同合作。打造专业直播间,直播团队实现每日4小时的常态化直播。二是聚焦区域,活动引流。依托“1个主账号+2个垂直账号”的账号体系,形成三级差异化布局,累计开展直播279场,本地生活团购业务同步推进。三是对标提升,垂直深耕。聚焦教辅、文创、本地生活三大板块,推动内容精细化运营。四是多维发力,增强链接。全年发布推文451篇,短视频219条,总浏览量突破7.2万次,逐渐形成多圈层内容覆盖网络体系。

融合“体验经济”与“社区生态”理念,构筑“阅读+生活+社交”的沉浸式文化空间。一是搭建阅读生态,服务全民阅读。升级“阅读+咖啡+手作+AI自习室”的复合体验空间,以文化生活体验的复合场景重塑实

体空间的文化向心力。二是重构空间场景,焕新“倍小阅”亲子阅读中心。匠心打造“慧悦读”分级阅读、益智活动体验、绘本花园、“阅见沔阳”四大功能区,定期举办精彩活动。三是定制文化活动,打造文化枢纽。携手仙桃市委宣传部、市妇联等单位,在“三八”妇女节、4·23世界读书日等重要节点策划专题活动;与街道办、居委会合作,举办“甜蜜相遇·倍感心动”青年交友联谊、“银龄京韵”银发合唱研学活动,增强阅读社交属性。

2026年图书发行市场将呈现政策驱动与“全民阅读”深化、数字化与纸质书深度融合、垂直领域与细分市场崛起的发展态势。在“全民阅读活动周”设立的大背景下,实体书店将加快实现从“单一阅读”到“多元参与”的突破。一是提升服务能力,持续构建“城市文化会客厅”。围绕新空间、新业态、新体验全面提升实体书店文化功能。二是提升运营能力,精细化社群运维服务。逐步建立覆盖广泛、结构清晰直达C端的线上网格体系。三是提升数智能力,探索新零售、新营销体系建设。加强产品聚合与新媒体矩阵建设,提升供应链服务保障能力,大力推动直播带货、短视频荐书等新型营销服务在全业务领域落地落实。通过服务能力、运营能力、数智能力提升,强化文化阵地作用。

打造“新华·AI智学空间”,构建“AI智学机个性化学习方案+专职伴学师深度辅导”的“双师”新模式。二是“研学+赛事”深挖垂直领域新价值。承办全省数独公开赛,策划举办“智慧之光·泉州数独之星挑战赛”“新华杯”数独城市邀请赛等系列品牌赛事。三是“文化服务+资源整合”赋能公共文化新实践。承办泉州市纪念中国抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年“刺桐幻幕”专场演出,创新“空间体验+内容共创+科技赋能”模式,取得良好社会反响。

盘活门店空间价值,深化阅读服务供给。一是筑牢实体“大本营”,打造城市文化新地标。重装后的中山路“新华·城市记忆书店”,成为融合红色文化与城市记忆的打卡地;泉州市新华书店温陵门店升级为复

合型“城市文化会客厅”;与高校共建“新华·正心红色悦读空间”,拓展校园思政教育与阅读融合新场景。二是延伸服务“生态圈”。自2023年以来,连续举办三届“泉州新华书展”,通过图书巡展、新书发布、作家讲座、AI体验、文创市集、直播带货等形式,形成独具本土特色的文化品牌。针对不同群体开展定制化阅读服务,如与泉州师范学院联合打造“新华·正心红色悦读空间”;面向党政领导干部,定期推送推荐书单;联合市老年大学打造“福见银龄思政悦读空间”等。

(下转第15版)

打造复合型文化空间,形成全民阅读新格局

李其周(广东新华发行集团江门新华书店有限公司总经理)

2025年,广东江门新华书店通过深度推进阅读服务体系、探索“五大融合”发展模式、持续推动门店转型升级等举措,构建发展新动能。

以“文化+”为核心推进阅读服务体系。在阅读服务方面,江门新华书店围绕“服务企事业单位”与“服务学生群体”双线推进,以“文化+”为核心推进阅读服务体系。一是推动“摆渡船”阅读项目,打造青少年阅读成长第三空间,通过持续举办名家名师面对面分享、整本书阅读与写作沙龙等活动,推动阅读服务向精准化、场景化升级。二是每月常态化举办“江门读书日”系列活动,且已发展成为江门地区覆盖面最广、影响力最大的全民阅读品牌。三是创新“书香政协”助力“书香校园”模式,举办政协委员助学活动,筹集资金为多所偏远地区学校捐赠大量优质图书,彰显国有文化企业的社会责任担当。此外,还深度参与了江门阅读生态共建,承办江门蓬江区小学首届“励耘杯”整本书阅读活动,通过开展名家讲座、教师分享、全校共读等,进一步将阅读服务嵌入校园场景。

坚持守正创新原则,探索“五大融合”发展模式。一是推进“文化+科技”融合,引入乐博科技教育建立科普联营机制,设立新华科技馆,开展机器人编程与赛事培训。二是深化“文化+教育”融合,打造多个青少年阅读空间,举办亲子阅读、名家导读与写作沙龙。三是实施“文化+生活”融合,引入茶与茶艺、沉香等联营商,创建高品质文化生活体验空间。四是拓展“文化+文创优品”,引进“侨都文创”等优质商家,打造二次元动漫空间,丰富IP文创产品及五邑文化特色周边。五是创新“文化+劳动实践”,与博众教育共建劳动实践基地,开展劳动教育、课后服务及研学实践。

聚焦“空间共建”和“服务延伸”,推动店外拓展。一是打造“启明里新华悦读空间”示范项目,与江门市委宣传部共建“江门影视综合服务平台”,形成“阅读+影视服务”双业态融合空间。与江门蓬江区白沙街道深度合作,在侨乡历史建筑中融入非遗活动与影视服务,形成“阅读+非遗+文旅+影视”的跨界体验模式。二是推动网格化营销走深走实。以教育网络营销为载体,将优质文化服务延伸至学校,实现校内校外阅读资源联动共享,同时推广成功企业文化活动案例,协助社区建设“无负今日”书房,协助企事业单位建设职工阅览室空间。

推进门店转型升级,提升文化服务体验与门店吸引力。一是实施“断、舍、离”策略,大力优化书店空间陈列与图书商品结构,有效推动门店旧改工作,把资源重点向优质内容迭代。二是创新业态融合,引入乐博科技打造新华科技馆,提供机器人沉浸式体验区,积极引入热门动漫IP及周边衍生内容,增强对青少年读者的吸引力。三是积极联合出版社和供应商,打造店内品牌专区,并开展联销促销活动。四是有力打造品牌化文化活动,以“南国书香节江门分会场”“江门读书日”等读书品牌为导向,以“1+3+N”空间联动模式,全年开展主题书展、名家分享、非遗体验及AI科普等近300场活动,有效深化了书店作为复合型文化平台的服务功能与社会影响力。

《全民阅读促进条例》正式实施与“全民阅读活动周”的设立,将为图书发行市场注入强劲政策动能。新华书店应当立足新发展阶段,贯彻新发展理念,深化“阅读+”融合发展模式,形成学校、家庭、社会协同推进的全民阅读新格局,推动优质文化资源向基层、向农村、向弱势群体延伸覆盖。

2026年,江门新华书店将重点推进四项工作。一是深化校内外阅读服务联动,打造“摆渡船”阅读特色品牌项目,构建“校园播种、门店培育”的阅读成长闭环体系。二是深入推进政企网格服务营销,与社区服务公司联动,把阅读服务下沉到社区。三是打造研学实践核心IP,加入江门市科普研学联盟,开发面向中小学生和基层党组织的特色研学产品线,培育新的业务增长点。四是推进存量空间业态创新,重点引入亲子体验、文创市集等具有流量效应的新兴业态,提升场景活力与经营效益。

融入城市文化脉络,持续贡献“新华智慧”与“新华方案”

连晋坚(福建新华发行集团泉州分公司总经理)

福建新华发行集团泉州分公司2025年坚定转型升级,通过积极盘活书店空间,加大多元业务拓展力度,以专业化、精细化的服务打造覆盖多群体、融合多场景的立体化阅读服务体系,为城市的文化繁荣持续贡献“新华智慧”与“新华方案”。

坚守图书发行主责主业,培育多元增长“第二曲线”。面对外部环境变化,泉州分公司坚持“深耕教育、服务师生”的核心定位,以“线下精准触达”与“线上平台赋能”双轮驱动主业发展。线下,推动服务模式从“供应驱动”向“需求驱动”升级。“网格化”走访学校,深入了解个性化需求,提供“一校一策”的定制化解决方案。线上,以“新华优学”平台为核心,构建直达师生家庭的数字化服务通道。多元业务方面,一是打造智慧学习新场景。在温陵门店创

新打造“新华·AI智学空间”,构建“AI智学机个性化学习方案+专职伴学师深度辅导”的“双师”新模式。二是“研学+赛事”深挖垂直领域新价值。承办全省数独公开赛,策划举办“智慧之光·泉州数独之星挑战赛”“新华杯”数独城市邀请赛等系列品牌赛事。三是“文化服务+资源整合”赋能公共文化新实践。承办泉州市纪念中国抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年“刺桐幻幕”专场演出,创新“空间体验+内容共创+科技赋能”模式,取得良好社会反响。

盘活门店空间价值,深化阅读服务供给。一是筑牢实体“大本营”,打造城市文化新地标。重装后的中山路“新华·城市记忆书店”,成为融合红色文化与城市记忆的打卡地;泉州市新华书店温陵门店升级为复

合型“城市文化会客厅”;与高校共建“新华·正心红色悦读空间”,拓展校园思政教育与阅读融合新场景。二是延伸服务“生态圈”。自2023年以来,连续举办三届“泉州新华书展”,通过图书巡展、新书发布、作家讲座、AI体验、文创市集、直播带货等形式,形成独具本土特色的文化品牌。针对不同群体开展定制化阅读服务,如与泉州师范学院联合打造“新华·正心红色悦读空间”;面向党政领导干部,定期推送推荐书单;联合市老年大学打造“福见银龄思政悦读空间”等。

(下转第15版)

提升数智能力,实现“多元参与”新突破

赵立(湖北省新华书店(集团)有限公司仙桃市分公司党总支书记、经理)

围绕仙桃“四季主题”品牌活动和四张文化名片,结合“仙桃欢迎你”黄鳝品牌形象,开发特色文创产品,并在“仙马”、浙江文创新展、2025中国农民丰收节等场景高频亮相,以“实用美学+文化叙事”实现地域文化符号的年轻化表达与大众化传播升级。传统自习室服务功能,加入咖啡烘焙、文创文玩等情景式体验,联合科大讯飞探索AI自习室智能学习新场景,从“空间提供”向“服务增值”转型。

新媒体布局由单一平台向多平台协同转型,从单一账号向全员营销转型。一是专班引领,协同合作。打造专业直播间,直播团队实现每日4小时的常态化直播。二是聚焦区域,活动引流。依托“1个主账号+2个垂直账号”的账号体系,形成三级差异化布局,累计开展直播279场,本地生活团购业务同步推进。三是对标提升,垂直深耕。聚焦教辅、文创、本地生活三大板块,推动内容精细化运营。四是多维发力,增强链接。全年发布推文451篇,短视频219条,总浏览量突破7.2万次,逐渐形成多圈层内容覆盖网络体系。

融合“体验经济”与“社区生态”理念,构筑“阅读+生活+社交”的沉浸式文化空间。一是搭建阅读生态,服务全民阅读。升级“阅读+咖啡+手作+AI自习室”的复合体验空间,以文化生活体验的复合场景重塑实

体空间的文化向心力。二是重构空间场景,焕新“倍小阅”亲子阅读中心。匠心打造“慧悦读”分级阅读、益智活动体验、绘本花园、“阅见沔阳”四大功能区,定期举办精彩活动。三是定制文化活动,打造文化枢纽。携手仙桃市委宣传部、市妇联等单位,在“三八”妇女节、4·23世界读书日等重要节点策划专题活动;与街道办、居委会合作,举办“甜蜜相遇·倍感心动”青年交友联谊、“银龄京韵”银发合唱研学活动,增强阅读社交属性。

2026年图书发行市场将呈现政策驱动与“全民阅读”深化、数字化与纸质书深度融合、垂直领域与细分市场崛起的发展态势。在“全民阅读活动周”设立的大背景下,实体书店将加快实现从“单一阅读”到“多元参与”的突破。一是提升服务能力,持续构建“城市文化会客厅”。围绕新空间、新业态、新体验全面提升实体书店文化功能。二是提升运营能力,精细化社群运维服务。逐步建立覆盖广泛、结构清晰直达C端的线上网格体系。三是提升数智能力,探索新零售、新营销体系建设。加强产品聚合与新媒体矩阵建设,提升供应链服务保障能力,大力推动直播带货、短视频荐书等新型营销服务在全业务领域落地落实。通过服务能力、运营能力、数智能力提升,强化文化阵地作用。

打造“新华·AI智学空间”,构建“AI智学机个性化学习方案+专职伴学师深度辅导”的“双师”新模式。二是“研学+赛事”深挖垂直领域新价值。承办全省数独公开赛,策划举办“智慧之光·泉州数独之星挑战赛”“新华杯”数独城市邀请赛等系列品牌赛事。三是“文化服务+资源整合”赋能公共文化新实践。承办泉州市纪念中国抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年“刺桐幻幕”专场演出,创新“空间体验+内容共创+科技赋能”模式,取得良好社会反响。

盘活门店空间价值,深化阅读服务供给。一是筑牢实体“大本营”,打造城市文化新地标。重装后的中山路“新华·城市记忆书店”,成为融合红色文化与城市记忆的打卡地;泉州市新华书店温陵门店升级为复

合型“城市文化会客厅”;与高校共建“新华·正心红色悦读空间”,拓展校园思政教育与阅读融合新场景。二是延伸服务“生态圈”。自2023年以来,连续举办三届“泉州新华书展”,通过图书巡展、新书发布、作家讲座、AI体验、文创市集、直播带货等形式,形成独具本土特色的文化品牌。针对不同群体开展定制化阅读服务,如与泉州师范学院联合打造“新华·正心红色悦读空间”;面向党政领导干部,定期推送推荐书单;联合市老年大学打造“福见银龄思政悦读空间”等。

(下转第15版)

深耕文化价值,推动阅读服务分层提质

郭辉(河南安阳市新华书店党委书记、经理)

2025年,安阳市新华书店以“根植文旅融合、服务全民阅读”为使命,紧扣“内容活化、触达用户、回归阅读”核心,实现向知识文化“再创造者”的跨越,让老字号文化品牌在新时代焕发新活力。

从“被动供给”到“主动引导”,拓展阅读服务深度与广度。青少年阅读是全民阅读的基础性工程,安阳市新华书店积极组建专业化入校服务团队,构建“店内+校外”全链条阅读服务体系。2025年,策划超百个阅读主题活动,吸引万余名小读者走进书店,同时创新“薪火故事荟”“少年读书班”等自有品牌建设。以《风啊吹向我们》《铁道游击队》等佳作为载体,邀请肖复兴、徐鲁等作家,深入校园开展沉浸式共读。安阳市新华书店还通过承办安阳市首届中小学科技节,创新“科学+阅读”模式,联合出版社研发地区定制版科学材料包,服务全市6万余名学生。服务团队从“图书销售员”成长为“阅读指导者”,培养了一批兼具文化素养与服务能力的核心人才,为书店发展夯实了人才根基。

从引进来到“创出来”,推动跨界资源整合与业态

创新。创新业务的关键,在于找准文化资源与市场需求的结合点。2025年,我们以工具书为切口,联动商务印书馆打造《古代汉语词典》(第三版)安阳首发IP。深挖甲骨文、殷墟等本土文化元素,原创设计三款安阳特装版词典,相关设计成功获取版权注册,实现文化产品从引进来到“创出来”的历史性突破。

为放大