

# 创新推动融合发展 新模式助力转型升级

书店运营不是“一个人的战斗”，而是群策群力的结果。当下，随着90后逐渐成为书店的中坚力量，00后越来越多地加入书店，在“新人”“新团队”的带动下，实体书店正在经历一场理念的变革，通过不断创新经营模式，实现从图书卖场向文化体验场、从线下渠道商向线上线下融合供应商、从坐商模式向行商模式的转型。为更好地宣传推介实体书店的优秀运营团队，以榜样力量推动实体书店实现高质量发展，中国出版传媒商报推出“卓越团队”专题，对全国范围内实体书店运营团队进行报道，分享其成功经验。



**团队档案:**团队以门店业务骨干为引领,全面推行项目负责人制,所有项目负责人均为近年引进的年轻大学生员工,年轻力量与骨干经验双向赋能,成为团队创新发展的核心引擎。

**推荐理由:**团队通过“联销+项目”双重激励与“项目制攻坚+骨干制领航”双线驱动,推动十大项目落地见效,构建起良性运营生态。

## 山东新华书店集团有限公司寿光分公司“十大创新项目”团队 跨年龄跨业态打造县域门店高质量发展“寿光样板”

团队在社群运营中精准发力,沉淀企微私域流量池,实现销售转化超百万元;建立社群三级响应机制,快速响应读者诉求,并按年级、阅读喜好等实施精细化运营,为全渠道引流筑牢坚实基础。由团队运营的自习室凭借舒适的环境、管家式服务及定制化的爆品政策,大幅提升了门店的口碑评分与假期利用率,成为当地备考人群的重要阵地。老年大学以“18门学制课程+2场研学旅行”为核心抓手,2025年招生突破750人次。秉持“教、学、乐、为”融合理念,以“一校五中心”为载体,开展各类特色活动,创新“学费创收+活动增值+衍生消费”3次变现模式,持续拓宽营利路径。青年夜校迭代推出18门课程,累计服务学员超千人次;搭建学员交流微信群,定期举办线下沙龙、作品展览等活动,构建“学习—实践—反馈”良性闭环,爆款课程复购率超50%,不断强化对年轻群体的吸引力。研学旅行打造“学校研学+培训+旅游”一体化产品线,累计服务学生近2万人次,构建“托管引流—研学变现—旅游叠加”闭环业务生态;依托寿光书城重点打造“沐浴书香,感受非遗”特色研学项目,成为区域研学标志性品牌,累计接待1.5万人次,实现营业收入近40万元。在第三方平台,团队紧抓抖音团购流量红利,2025年第二季度销售额环比激增12倍;通过“快团团+抖音来客”矩阵联动,有效带动线下到店率提升

15个百分点。新媒体电商联动319位合作达人,“惠民书展”团购活动单场销售额破10万元,实现同比降幅收窄、毛利率提升8个百分点的双向向好态势。分销业务聚焦商务印书馆字典词典核心单品,以“≤2小时服务响应+库存共享”的高效服务模式,实现客户零流失,优质大客户销售额突破110万元。店内研学严格遵循“策划—推广—执行—复盘”全流程标准,“新华领阅计划”六大品牌累计落地活动153场,吸引3.2万人次参与,直接营收突破78万元。场景美陈打造“春阅新生、夏阅拾光”等20余处沉浸式主题陈列,带动关联图书销售增长18%。

**持续深挖,以精准、跨界实现品牌再升级。**2026年,团队明确十大项目重点方向:社群运营聚焦粉丝留存与精准运营,加大自主活动策划;自习室强化线上引流与服务升级,丰富产品类型;老年大学探索“康养+文旅”新模式,扩大研学规模;青年夜校增设特色课程,布局寿光市东城分校并举办青春文化节;研学旅行深化一体化产品线,拓展企业培训与银发市场;在第三方平台,一方面巩固现有渠道,另一方面尝试探索与小红书进行合作;新媒体电商优化选品与达人合作,尝试直播新模式;分销业务深耕大客户、拓展新资源;店内研学计划落地活动200场,营收破百万元,争创省级以上荣誉;场景美陈延续四季主题,深化与营销节点融合,开展季度展陈评比。(伊璐 采访/整理)



**团队档案:**成员共10人,其中70后1人、80后2人、90后7人,团队整体年轻,开展新业务能力较强,团队职责分工明确。

**推荐理由:**团队以专业化、创新力,在门店运营、文化活动策划、读者服务及数字化转型等领域持续发力,通过多年运营配合,构建了“书+业态+文创”运营模式,形成了“核心业务+特色空间”立体化布局。

## 福建新华福鼎书城运营团队 深化服务体验 激活「核心业务+特色空间」布局

“丰富体验,服务至上”是福鼎书城运营团队秉承的主要定位,这支90后成员占多数的年轻团队以其向上的活力,通过空间重构、功能升级与体验创新,持续将书城打造为集图书销售、业态体验、文化活动、社交互动于一体的复合型文化消费场景。

**强化制度建设,以二次分工激活团队运营效能。**福鼎书城在团队成员掌握门店运营基础工作的同时,根据各个员工所擅长的领域进行了二次小组分工,推动运营服务升级。其中,选品小组由1名组长、3名组员组成,主要负责门店选品订货工作;研学、业态营销选品小组包括组长1名、组员5名,主要负责门店业态经营、日常线上推广、营销活动策划、活动实施、短视频制作等工作;直播小组设置组长1名、主播2名、助播4名,负责每周的固定直播、文案设计、荐书选品等工作;数字及多元专员包括专员1名、助手1名,与门店前台服务人员共同负责淘宝、抖音等网店的运营工作。此外,还制定了每季度小组岗位轮换制度,确保员工在熟悉当前小组业务的同时继续学习新业务。

**引入光影故事馆,创新“课程+体验”经营业态。**“光影故事馆”是福鼎书城运营团队为创新绘本阅读体验方式、丰富门店活动内容所引进的绘本服务新业态。在内部运营上,团队主打日常排课、特色活动和定制活动3种服务功能,并有选择地将光影课程与亲子绘本共读、手工活动、研学体验有机结合,增强小读者的获得感。在外部推广上,主要以单位、机构团体为主,散客为辅,并聚焦书城半径3公里内的居民需求开展文化服务。

**调整多元产品配置与服务结构,实现消费场景立体化开发。**为优化门店空间布局,进一步拓宽非书经营业态,福鼎书城于2025年完成了门店新华文创空间打造和新店置换及修缮工程,修缮后的多元空间动线合理、功能清晰,福鼎书城运营团队选品小组通过关注销售排行、收集读者反馈以及实时热点等方式进行上新选品工作。同时,团队将门店自营的多元项目光影故事馆与新华文创空间及新店进行整合营销,以光影故事馆的自有流量带动文创产品及水吧业态,并通过不断调整多元产品配置和服务结构,实现消费场景的立体开发和升级,做到既能定制体验消费(如小寿星生日Party定制、社会团体茶话会定制等),又能抓住热点营销(如策划《哪吒番外篇》亲子研学”等),还能够招募职业体验(如小小饮品师、小小图书管理员等)等,实现业态融合、流量共享。

**以“校园阅读”系列活动为抓手,升级教育服务模式。**为顺利推动“校园阅读”系列活动开展,同时为学生提供购书之外的更多增值服务,营造“爱读书、读好书、善读书、书香伴成长”的阅读氛围,福鼎书城运营团队与福建新华发行(集团)有限责任公司福鼎分公司业务团队携手合作,开展划片分区进校宣传,并根据学校反馈,组织开展一校一策宣传单进校、流动售书、公益讲座等活动。线上推广方面,构建了“本地市场主推新华优学小程序,外地市场主推淘宝网”的区域市场营销策略,并借助抖音本地生活优惠券持续引流,并于每周、三、五开展图书推荐专场直播,有效打通了线上线下销售与服务。(王新雪 采访/整理)

## 江西新华赣州市分公司赣州书城营销团队 四大维度发力 创新驱动书店转型

2025年江西赣州书城营销团队秉持“年轻化创新+文化深耕”的初心,以“经验领航+青春赋能”为坚实支撑,凭借“经验+创新”组合优势,以文化深耕为内核、以场景创新为抓手,在服务民生、赋能企业、推动全民阅读等方面取得显著成效。

**深度融入文化惠民工程,构建“三位一体”服务机制。**赣州书城积极响应赣州章贡区委、区政府“虔民悦读”1235文化惠民工程,突破“图书销售场所”单一定位,成为区域公共文化服务体系的重要参与主体,构建“政府引导、书店运营、社会参与”的三位一体服务机制。赣州书城营销团队先后开展了“名师进校园”活动,通过主题讲座、阅读方法指导、人文素养课程,助力青少年阅读能力提升;举办了“六一工会联合活动”,设计亲子共读、绘本剧场等互动体验内容,强化家庭阅读氛围。

**打造“文化赋能+精准服务”模式,拓展定制化服务市场。**赣州书城营销团队创新推出“文化赋能+精准服务”双轮驱动模式,搭建“需求调研—主题策划—内容执行—效果评估”一站式文化服务解决方案,精准对接机构客户需求。团队还推动了书城与当地商业银行达成阅读文化合作,针对银行员工在美育提升、子女教育、红色文化建设等方面的需求,定制“美育鉴赏沙龙”“高考志愿填报辅导会”“红色长征之旅”等专属活动。该合作不仅助力银行企业文化建设升

级,还为书城带来了近4万元营收,充分彰显了文化定制服务的市场潜力与社会价值。

**聚焦民生痛点,创新暑期托管服务新场景。**针对职工家庭暑期“看护难”“教育焦虑”的痛点,赣州书城营销团队推出了“教育+休闲+文化”一体化暑期托管服务,服务内容涵盖专业作业辅导、阅读启蒙课程、创意手工实践,配套帐篷午休区、营养配餐、安全看护等保障措施,既切实缓解双职工家庭压力,又开辟了“服务增值”新路径,推动了赣州书城向“现代城市文化综合体”转型。

**深耕“书店+”多元业态,激活常态化经营活力。**赣州书城营销团队始终以服务“全民阅读”为核心,同步拓展“书店+”多元业态,丰富经营场景与营利渠道。在衍生业务布局上,开发文创产品、咖啡饮品、文化文具等业务,推出融合客家围屋、阳明文化等地方元素的“赣州文化”系列文创产品,涵盖帆布袋、明信片、书签等品类,同时联合出版社及文创企业打造“新华”“熊猫”等“书香+”爆款文创专区及咖啡饮品,并推出“长安的荔枝”限定特饮荔枝玫瑰冰露,探索自主产品研发路径;在传播模式上创新构建“短视频+直播+社群”三维传播矩阵,通过“移动走播”精准触达本地文化消费群体,借助“网红摊车”深入虔城街巷,大幅提升品牌曝光度与传播实效。

下一步,赣州书城营销团队将继续深化“年轻化



**团队档案:**赣州书城营销团队由有着近30年图书文化零售经验的店长领衔,核心成员为95后青年群体,形成了“经验领航+青春赋能”的高效协作模式。

**推荐理由:**团队以“年轻化创新+文化深耕”为核心驱动力,店长凭借专业积淀主导战略方向,成员则从沉浸式活动策划、短视频内容创作、用户数据精准分析、跨界资源整合四大维度发力,推动“书店+多元”场景创新,成功实现非书商品销售额年度增长30%,以创新实践重塑传统书店的阅读体验与消费场景。

创新+文化深耕”战略,进一步拓展“书店+”业态边界,优化多元业态布局与传播矩阵,以更创新的模式、更多元的文化服务模式 and 更优质的文化服务,持续激活书店发展活力,充分发挥城市文化阵地价值,助力区域文化建设,书写传统书店高质量发展的新篇章。(戴佳运 采访/整理)



**团队档案:**人员组成结构合理,分工明确,涵盖运营管理、市场营销、信息技术、主播等关键领域。

**推荐理由:**新零售运营中心积极搭建“微信小程序+抖音矩阵”线上营销体系,全年累计开展直播155场,日均直播时长达4小时;发布推文263篇、短视频168条,内容总浏览量突破15万人次。线上业务实现快速突破,客户满意度持续保持98%高位。

2025年,甘肃武威市新华书店新零售运营中心团队凭借在信息技术领域的自主探索能力与全员齐心的实干精神,不仅在传统业务上稳步前行,更在新兴领域开辟全新赛道,尤其在抖音直播带货中,仅用半个月时间便正式开通了抖音带货功能,实现从“0”到“1”的突破,为书店转型发展注入了强劲动力。

## 甘肃武威市新华书店新零售运营中心 创新运营模式 实现直播带货从“0”到“1”

**转变理念,以新机制实现新发展。**在抖音带货中,武威市新华书店新零售运营中心主动调整供应链策略,摒弃“大水漫灌”式的选品思路,围绕抖音用户的阅读偏好与消费习惯精准筛选品类:既有满足大众需求的热门畅销书,又抓住2025年秋季开学季这一机会,大力推动教辅销售;不仅有为青少年群体定制的成长类读物,还引入适合小众爱好者的社科、艺术类书籍,搭配读者集团作业本、阅读香薰等周边产品,让直播商品矩阵更丰富。为避免直播中出现缺货、断货问题,团队建立了动态库存监测机制,确保每一场直播的商品供应稳定。通过结合不同周期、节日与社会热点,团队还先后策划了“治愈系书单大放送”“教辅秘籍助梦升学”“亲子共读欢乐时光”等系列主题直播。

为更好推动直播这一核心业务发展,团队主播们提前深入研读每本待播图书,不仅能清晰讲解内容亮点,更能结合读者生活场景进行推荐;助播全程配合,实时在评论区回复“适合多大孩子读”等问题,并操作商品链接上下架,确保观众从“感兴趣”到“下单”的流程顺畅。

武威市新华书店新零售运营中心还构建了“线上+线下”融合的新零售生态。团队主动走出书店,与当地学校、监狱、社区等建立深度合作;持续优化线上商城,信息技术团队自主开发的智能推荐系统,有效带动了线上商城销售额增长,进一步拓宽盈利模式。

**聚焦核心业务,深耕本地市场,做实内容生态,做强销售转化。**2026年,新零售运营中心将重点从五个方面开展工作。一是攻坚抖音本地生活业务。完成本地生活业务开通,组建专项运营小组,探索本地达人合作路径。二是深化直播运营标准化建设,构建品效合一的运营闭环。系统梳理形成“策划—选品—预热—脚本—开播—互动—复盘”全流程规范。搭建核心数据看板,落实播后即时复盘、每周小结、每月深析制度。三是优化内容体系,强化平台协同,实施精准获客与内容优化。平台差异化运营,抖音聚焦本地文化解读、教育政策服务等垂直领域,打造系列化栏目;小红书强化“书香武威推荐官”人设,输出高颜值书架搭配、治愈系书单等内容;微信公众号转型为“会员服务中心”,增设本地生活套餐详解、会员活动报名等专栏,优化菜单功能,打通小程序商城、会员体系等关键入口。四是推进私域沉淀与会员精细化运营。设计全场景引流路径,通过线上平台与线下门店多触点引导用户入群,开展群内专属秒杀、共读打卡等活动,提供专业阅读咨询服务,实施用户标签化管理,实现分层分类运营,有效提升复购率。五是强化数据支撑与团队能力建设,拓展“图书+”多元化经营。建立月度运营分析会制度,定期复盘数据,明确优化方向。每季度组织专题培训,提升团队实战能力。积极探索与本地优质创作者、文化博主的合作机制,扩大品牌传播影响力。同时,拓展非书业务融合。(焦翊 采访/整理)