

校店融合显特色 书香润心启新程

随着全民阅读深入推进,各地新华书店主动转型,立足校园场景、贴合办学特色,打破传统售书边界,打造集阅读、体验、交流、实践于一体的复合式文化空间。通过精准选品、品牌活动、业态创新、校店联动等举措,实现从“图书卖场”向“文化阵地”的转变,成为滋养师生心灵、助力教育发展、传承特色文化的重要载体。本报聚焦新华书店校园特色店发展,从全国范围征集、采访优秀案例进行报道,供行业参考借鉴。



位置:湖北中医药大学黄家湖校区图书馆一楼南侧
面积:562平方米
特色:集阅读服务、文化体验、学术交流、创新创业实践于一体的复合式校园文化空间。

面朝李时珍广场,背靠药用植物园,将自然景观与阅读空间深度融合,契合“书香园林”理念,营造“树荫环绕,鸟语花香”的沉浸式阅读环境,这就是倍阅悦读中医药大学店(以下简称“倍阅中医店”)。店内以橙黄色为主色调,划分图书陈列区(含中外文学、中医药经典、党政经管类等图书1万余册)、文创展销区(BestU倍悦文创、漫娱文创等400余种)、咖啡茶饮区(专属饮品“得闲饮啡”)、活动沙龙区(占比超10%),实现“静动分离、功能复合”。其中,图书品类中中医药专业书籍占比超30%,形成“专业+通识”的精准选品模式。

构建“中医药文化周”品牌化活动体系。倍阅中医店持续深化“传承中医智慧,乐享健康人生”中医药文化周等品牌活动,将节气养生、药膳食疗、中医典籍

湖北省新华书店(集团)有限公司倍阅悦读中医药大学店 深挖学科特色 让中医药主题IP开发融入书店日常

解读等内容融入校园生活。活动设计紧扣“治未病”理念,结合师生健康需求,推出“八段锦养生功法教学”“中医本草科普讲堂”“道地药材标本展示”等互动项目,形成“文化传播—健康服务—产品体验”闭环。同时,书店联动湖北省“书香长江”阅读周、倍阅红色共读等省级活动,实现“小店联动大平台”的资源共享模式。数据显示,截至2025年底,累计开展300余场文化活动,包括品牌栏目倍小阅放映室、倍阅公开课、倍阅大讲堂;特色项目中医药文化周(如“传承中医智慧,乐享健康人生”系列活动)、党史知识竞赛、“红色共读,学习强国信仰之旅”省级联动活动。

打造“AI+中医药”智慧教研与文化平台。2025年4月,倍阅中医店与学校基础医学院、针灸骨伤学院联合主办“DeepSeek赋能高校教学管理创新研修”活动,吸引百余名师生参与。活动聚焦人工智能与中医药教育的深度融合,通过AIGC工具实操培训(如DeepSeek在课程设计、科研管理中的应用),推动书店从“文化空间”向“智慧教研协同平台”转型。这一实践顺应了2025年中医行业“AI技术重塑诊疗流程”的趋势,也为校园书店注入了科技赋能的专业特色,推动人工智能与中医药教育融合,强化书店作为“第二课堂”的功能。

搭建“学生创业+文创转化”产学研一体化机制。倍阅中医店与学校基础医学院“岐黄融创”大学生创业团队合作,推出校园专属文创产品线(如蕲艾养生坐垫、吉祥如意香囊),并通过店内展销、线上云店同步推广,实现“学生创作—书店转化—市场反

馈”的闭环。这一机制不仅丰富了商品供给,更成为学生创新创业的实践基地,契合高校书店“育人功能”与“文化功能”双融合的定位。

探索“线上线下全域一体化”服务模式。依托湖北新华“倍阅文创在线”平台及新媒体矩阵(抖音、视频号),倍阅中医店将线下活动同步至线上,如通过直播带货推广“遇见猫”日历、AI中医健康讲座等内容,吸引年轻群体关注。同时,利用私域社群(如会员群、课程群)推送个性化活动提醒、定制书单,形成“公域引流—私域沉淀—到店转化”的全域运营模型。

筑校园文化共同体,树行业示范标杆。一是学科支撑平台。倍阅中医店成为中医药文化传播的实体阵地,通过专业图书展陈、学科主题活动,支撑学校“产学研用”生态构建。二是学生成长空间。作为学生创业成果展示窗口、志愿服务实践点,门店年均承接学生团队活动超50场,强化书店与校园生活的黏性。三是行业标杆案例。以“一校一品”专业化特色,为全国高校校园书店提供“中医药学科+文化空间”的可复制范式,入选湖北省新华书店多元经营创新案例。

倍阅中医店以“文化空间专业化、服务场景智慧化、运营模式全域化”为核心竞争力,通过AI技术赋能、品牌活动深化、产学研联动,在2025年实现了从“图书卖场”到“智慧文化综合体”的升级。2026年,书店将进一步探索“AI健康管理助手”“元宇宙中医体验馆”等创新场景,持续提升校园书店作为文化育人平台的价值。

(伊璐 采写/整理)



位置:贺州市桃源南路66号
面积:450平方米
特色:致力于图书、文创产品经营,持续提升服务质量。通过实施精准的图书选择策略、策划多样化的文化活动以及提供创新的服务模式。

广西贺州第一高级中学校园阅读体验中心



位置:长治市容海学校内
面积:400平方米
特色:独创“共读课堂”模式,打造学生的“课后阅读圈”,构建集“图书借阅、阅读课程、文化活动和社区服务”于一体的复合型文化空间。

读、专家讲堂等活动,全年无休,有效维持了品牌热度与用户黏性。经过两年多的运营,收获了长治全市教育同仁的广泛赞誉。每一本书的翻阅声、每一次活动的欢笑声,都诉说着校园书店如何成为滋养心灵的“第二课堂”。

(王新雪 采写/整理)

校量身打造了“专属文创产品”,让校园文化以更具温度的方式融入学员的学习生活,将校徽、校园内的香樟树等具有特殊意义的符号,融入文创产品的设计中,推出了专属手提包、笔记本等系列产品。

下一步,大桐书屋将立足现有复合经营基础,紧扣“服务党员干部学习成长”的核心目标,持续深化多元服务体系、丰富文化体验场景,推动服务提质增效、内涵升级,进一步彰显扎根党校、服务主业的文化价值。

一是优化便民服务举措,针对党校学员封闭式学习、不便携带书籍回家的实情,书屋负责将学员选购的书籍精准送达其家中,切实为学员排忧解难,提供便捷。二是深化文创产品创新,在现有文创产品的基础上,进一步挖掘党校文化内涵与校园特色符号,优化定制文创服务流程,推出更多兼具实用性、纪念性与思想性的定制产品。重点引入更多兼具贵阳地域特色与文化底蕴的文创产品,让书屋成为展示贵阳文化、贵州文化的重要窗口。三是完善配套服务保障,延伸咖啡、茶点等饮品服务触角,精准对接学员在宿舍学习、休息的饮品需求,推出宿舍配送服务,实现线上线下单,快速送达,让贴心服务融入日常。

大桐书屋将持续联动党校各类资源,紧扣学员学习需求与文化追求,进一步优化空间利用、创新活动形式,不断增强多元文化体验空间的吸引力与凝聚力,全力打造服务党校教职工与学员的“精神家园”,为党校文化建设提质增效、再上新台阶注入强劲动力。

(焦翊 采写/整理)



位置:贵阳市花溪区桐木岭中共贵州省委党校
面积:515平方米
特色:将图书借阅的基础服务,与文创展售的文化传播、阅读休闲的场景营造、复合体验的多元互动、思想交流的平台搭建以及文化消费的价值延伸深度融合,打造服务党员干部学习成长的“革新型多元文化体验空间”。

贵州省新华书店贵州省党校大桐书屋 以复合经营模式打造多元文化体验空间

州经典景点等本土元素融入设计中的具有贵州地域特色的文创产品,成为传递贵州文化的载体;红色文创以党史故事、革命精神为内核,通过书签、摆件、笔记本等形式,让红色文化以更鲜活的方式贴近生活。此外,书屋还引入了咖啡、茶点,为读者营造舒适的阅读休闲环境。

创新布局营造舒适文化空间。在空间布局上,大桐书屋摒弃了传统书店“隔而相离”的模式,采用“隔而不断”的开放策略,打造出灵活且富有活力的空间。书架不再是阻碍视线的“墙”,而是被设计成错落有致的“景”,形成自然、流畅的视觉通道。同时,书屋通过书架的合理排列设计,让读者能轻松穿梭于各个区域,实现了区域之间相互渗透、互通共融。这种布局既保证了不同区域的相对独立性,又最大程度地促进了知识的流动与人际互动,读者可能在寻找书籍时被活动区的讨论吸引,也可能在喝咖啡时与邻座的人因一本共同喜欢的书开启交流,让整个空间充满了“自由探索”的氛围。

策划活动打造“可体验、可参与”文化空间。大桐书屋致力于打造“可体验、可参与的文化空间”,成为党校开展小型文化活动、促进师生交流的重要场所。书屋充分利用建筑空间和景观自然融合的优势,规划形式多样的阅读区。不定期举办各类文化活动,如读书分享会、理论学习研讨会、文化沙龙活动等。在文创区设置“丰子恺主题文创小型陈列区”,陈列简约雅致的丰子恺主题文创;引进中央编译出版社红色主题文创系列,成为“明星产品”;为党

搭建活动平台,赋能书香校园建设。作为推进全民阅读、服务教育教学的重要平台,该中心常态化举办主题读书会、名家讲座、学习分享会等丰富多彩的阅读推广活动。这些活动不仅直接助推了书香校园的建设,更使该中心超越了实体空间的功能,转变为校园内汇聚思想、激发灵感、充满能量的文化策源地。

创新引领业绩飞跃,现象级营销验证模式成功。2025年,该中心的经营业绩与品牌影响力实现了双重飞跃。全年总营收达149万元,展现出强劲的经营能力与深厚的市场认可度。这无疑是对其“复合业态+精准营销”创新模式的直接肯定。其中,2025年秋季开学季策划执行的“开学的第一本书”计划,成为一个现象级的营销案例。该活动精准切入学生在新学期的精神文化与实用需求,通过主题展陈、精选书单、互动打卡形式,引导学生以一本好书锚定新学期起点。活动成功引爆开学消费热潮,仅开学当天,便创下了10.08万元的销售纪录。

运营持续迭代,保持校园时尚前沿。成功背后是持续的精细化运营与创新迭代。该中心将“积分消消乐”体系与“开学的第一本书”等所有主题活动进行无缝对接与联动,使得积分玩法贯穿始终,强化了用户行为的正向循环。同时,运营团队密切关注师生群体不断变化的需求与时尚潮流,动态调整文创产品与饮品品类,确保所提供的产品与服务始终位于校园时尚消费的前沿。

贺州第一高级中学校园阅读体验中心的实践表明,在校园场景下,文化空间通过深度融入校园生态、创新业态组合、玩转趣味营销以及搭建活力平台,完全能够实现社会效益与经济效益的统一。它不仅仅是一个卖书的地方,更是一个培育阅读风尚、激发文化活力、提升美学素养的“聚能场”,为新时代书香校园与校园文化建设提供了一个颇具参考价值的鲜活范本。

(佳运 采写/整理)