

## 贵州书城：让阅读成为门槛最低的高贵和享受

贵州书城位于贵州省贵阳市中华北路46-48号黄果树广场裙楼1-4层，于2008年12月28日开业，是贵州省新华书店图书音像有限责任公司的旗舰店（自营店），也是贵州省图书行业目前规模最大、品种最全、设施完备的图书零售卖场，为顾客提供了优雅的阅读和购物环境。

贵州书城共分四层楼，其中图书经营面积3093平方米，非图书经营面积1105平方米，经营图书、音像制品13万余种，数量70万余册。

书城内有机营商家11家，包含优学派、读书郎、步步高知名电教品牌，并附设咖啡饮品、文化用品区、儿童游乐场及阅读休闲区等，是一座满足不同层次消费群体需求的综合文化卖场，以丰富的品种、优质的服务，为广大贵州读者营造一个启迪智慧、愉悦心灵的精神家园。目前，书城设立微信公众号，推送的活动信息包括：好书试读、新书推荐、销售排行榜、活动信息等，吸引近万人关注，同时，通过10年的努力，积累了一批忠实的会员读者，逐步形成粘合度较高的读者群体。



书城内部环境

书城在2011年被中国书刊发行行业协会授予“文明店堂”称号，又于2016年被贵州省全民阅读活动领导小组办公室确定为“贵州省全民阅读示范店”；在2018年由中国书刊发行行业协会、中国新华书店协会与山东出版集

团有限公司共同主办，百道网、山东新华发行集团有限公司承办的“中国改革开放四十年图书发行业致敬活动”中，被推荐为“致敬影响力书城”。

### 一、适合读者的卖场规划、商品陈列

在卖场规划上，统一标识，包含区域导示、安全导示及活动导示，便于读者快速了解书城信息。通过一级类目、二级类目悬挂、三级类目标识于每一个书架上，让读者直观、便捷地找到所需图书类别。

同时，卖场区域以目的性、有效性、动向引导原则进行划分，与门店商品定位紧密结合，商品间做间隔，以便顾客在选择商品时能明确分别不同的商品区域，使消费习惯相近、功能上互补、产品关联度高的商品统一区域，以提高顾客购买率；卖场采光设计上采取了自然采光和人工采光相结合的方式，同时以一般照明、重点、局部照明的原则突出商品特点。



主题展台陈列

在卖场陈列上，按照平衡、色系、立体化、多样化的原则进行，集中设立“新书区”“畅销书区”“主题折扣展台”。同时，为做好本版图书的销售及宣传工作，在书城正门进口处设置“黔版图书”主题展台，陈列了大量本土出版社出版的各类精品图书，主题鲜明、以封面陈列的

方式进行；在图书堆码时注重简洁大方，体现特色；图书陈列丰满、美观，书脊陈列垂直、无倒状、松散现象，读者翻看过的书及时进行整理、归类、归位，做到最大限度地展示图书品质。

## 二、致力于为读者提供有价值的企业文化服务

在企业文化及服务理念上，书城作为国有文化阵地，深知“构建和谐书城、塑造新华形象”的重要性，书城以每季度“服务规范月”为主线，在卖场服务方面，始终保持以读者为中心，致力于为读者提供有价值的商品和服务理念，让读者高兴而来满载而归。

通过全方位、不间断地开展各类业务培训、管理培训及每月评优的形式，激发员工的工作热情，并不断提高服务态度、服务质量和水平，工作中所有员工统一工装、使用普通话、文明用语、微笑服务、站立服务等，尽心竭力地为读者朋友提供服务保障。同时利用早会时间，组织员工学习图书查询系统，做好图书咨询和导购工作。

书城按照公司总部要求建立了相关的门店经营管理规章制度，先后拟定有关门店经营管理制度、行政管理制度、员工工作内容制度及作业规范管理制度，制度建设是门店经营管理的基础性工作，是书城管理工作规范有序运转的根本保证，实现了规范化管理，形成了一支有朝气、有能力、有活力、守纪律的队伍，为门店工作的正常运行保驾护航。



邀请消防队专业人士进行员工培训

书城每月进行一次消防培训及消防演习，增强员工的安全意识、实操能力，并把学习内容以简报的形式记录，以达到保障顾客、员工生命及财产安全，严密配合相关部门维护社会秩序、保障国有资产安全的目的，为消费者提供一个安全的购书环境。

## 三、线下实体营销和新媒体营销相结合服务读者

以推广阅读为己任，致力于为读者提供阅读平台，定期开展不同形式的阅读活动。书店定期为顾客推送各类新书、畅销书信息，线下更是长年开展丰富的阅读体验活动，仅2017年开展各项活动80场，包括图书分享会、签售、全民阅读进校园、进部队、进社区，同时与出版社合作开展每周少儿故事分享会等，颇受顾客欢迎。

在多信息途径传播的当下，作为传统书店，拓展新媒体营销是一条创新之路，更是书店与读者、读者与读者的交流平台，从线上的信息获取，到线下的交流体验，都是一种新的尝试。

书城于2017年推出微信公众号，并设专人负责管理，除了线上与顾客沟通交流，提供日常的活动咨询、图书查询、日常诉求等，同时固定时间更新畅销榜、营销活动、会员日活动；每周有好书推荐、好书试读、人气活动推荐；同时，与出版社之间达成良好的互动，转发新书预定及推荐书目；线下不定期地举办微信粉丝书友会、读书会，为微粉举办各种健康、休闲、亲子的体验活动。



少儿故事分享会

## 四、员工团队建设

书城具备完整的人员结构，并配备相关责任人。书城总人数为72人，依法为员工缴纳社会保险，在双向选择的前提下，与员工签订了合法用工合同。管理岗位都具有相关从业经验，并取得了出版物行业资格证书。按照公司要求实行全面预算管理，经理室制定了经营管理目标、计划、预算、绩效考核制度，以管理制度有效地管控书城战略方向和重大经营行为，通过明确任务指标和考核激励的方式，使员工明晰了工作任务及日常工作中的要点，树立共同奋斗和努力的方向，摒弃“大锅饭”的思想观念，充分了解“卖多少、挣多少、用多少”之间的联动关系，从

而使书城各项工作在制度化、规范化的流程中进行。

作为图书行业的从业人员，在业务能力上也要有过硬的本领，为打造一支业务能力强，向心力强的队伍，书城每年进行两次业务技能竞赛，以全员参与、全员竞技的方式，通过图书花堆造型、收银连续操作、图书分类等竞赛项目，让基层员工在竞赛中赛出水平，同时提升整个团队的业务能力。

## 五、文化阵地的社会责任

传播文化，奉献社会，是国有发行阵地在行业内的重大社会责任。贵州书城内部设置免费阅读区，既是销售增长点，更是给读者提供一个阅读的平台和机会。为让更多的人知道书城、了解书城，采取“走出去、请进来”的方式，书城员工走出书城、走进校园，与大中专院校联合开展文化交流活动，参与以“读黔版图书、爱多彩贵州、打击盗版、净化市场”为主题的世界图书日书展和金秋书市，得到了社会各界人士的支持和认可，活动现场人潮涌动，吸引读者来到贵州书城阅读、购买、了解图书。

在公司的领导与号召下，书城积极开展各项公益活动，为社区、为部队捐赠阅读图书，为地处偏僻的贫困小学捐建阅读室，为留守儿童捐赠爱心书籍。在团队的共同努力下，取得了经济效益和社会效益的双丰收，在贵阳市民中形成了“爱读书、读好书、读正版书”的良好氛围。



“走出大山”公益活动

## 六、新华品读升级改造，让阅读成为一种全新的享受

2015年1月，贵州书城开设贵阳首家24小时新华品读咖啡吧，是一间集休闲、咖啡、创意文化于一体的书店，24小时书店不定期地组织读书分享会、名家讲座及文化沙龙等活动，以全新的文化体验，给贵阳市民打造全新的文化交流平台。

2018年，在省店公司的支持下，书店对新华咖啡吧升级打造，把硬件设施、软件布置、人员服务上的全新体验展现在读者面前，它不同于咖啡店的嘈杂，融入书店安静的文化氛围，是一个集思考和交流为一体的休闲空间。一杯时光，一段遐想，似乎只有在这样的环境里才能完美释放自己。在安静的午后，慵懒地窝在软软的沙发里，怀抱一本自己喜欢的书，身旁一杯温热的咖啡，书香、咖啡香混成特有的香醇，让阅读成为一种全新的享受。

## 七、多元化经营的创新与发展

在市场发展的需求下，书店积极寻求新的发展方向，计划设置文创专区，并将贵州本土出版的图书与带有贵州民族文化特色的文创产品相融合，让顾客直观地了解贵州文化的独特魅力。

书城10年以来，始终以坚持图书发行为首要任务，严格自觉维护出版物的市场程序，自觉遵守国家各项法律法规，从未经营盗版、假冒伪劣图书等非法出版物，在经营方面从未受到任何处罚。未来，书城在做好一般图书经营的同时，还将在上级主管部门的指导下，积极参与各项活动，配合相应部门规范市场秩序。我们相信，在上级领导的关注、关怀下，贵州书城作为贵州省文化产业的标杆，将会通过自身不懈的努力尝试，以多元复合的经营模式来吸引广大市民，把书店打造成为一个包容性更大、更为广义的艺术空间，为贵阳市精神文明建设贡献一份力量。

（以上素材由贵州书城提供，由北京开卷编辑整理，感谢贵州书城的支持）