

遵义新华书店 24 小时书店：唤醒纸上文化，点亮山城夜晚

2017年4月23日，第22个世界读书日，遵义新华书店首家24小时书店在这个充满书香气的节日盛大开业，这是一场图书的盛宴，更意味着一场唤醒纸上文化的革命就此开始。



遵义新华书店 24 小时书店坐落在美丽的湘江河畔 1935 文化新天地，毗邻遵义会址，书店承袭着这座红色名城的文化历史与红色基因。沿着光滑斑驳的石板路走到尽头，朝着灯火通明那一处望去，就见一个个形态各异的“书”字跃于玻璃窗上，24 小时书店便隐于此，这样清幽的地方颇有些“世外桃源”的味道。

寻着书香而去，店堂小巧而精致，仅有 478 平米，但设计别具一格，将“新华红”作为主基调，木质结构的巨型火炬拔地而起，似星星之火在此引燃，燎原之势最终贯穿整个书店。这个设计灵感来自红军二万五千里长征，寓意读者在书店的阅读体验就是一次在知识文化中的蜿蜒之旅，始终有盏明灯为读者指明前进的方向，恰如遵义会议精神一直引领红军一样，大转折之后，最终拨云见日。

书店藏书 40000 余册，14000 多个品种，共分为三个专区，红色类、文艺类和少儿类，放弃了新华书店惯有的教辅专区。调配人员根据各大网站发布的实时畅销书排行榜，再结合当地市场需求，进行图书添配，确保能精准满足读者多样化的阅读需求。

常说，货卖堆山。将图书整齐有序地排列堆积，变成形状各异的图书花堆，这不仅可以美化店堂，更能从视觉上吸引读者，使读者迅速地由逛转变到驻足看。图书码堆

是一种尤为重要且具有事半功倍效果的营销手段。

图书陈列的重要性于此以小见大，24 小时书店便不会等闲视之。新书和畅销书根据类别不同，分别以不同的造型码放在各自分区最显眼的位置，读者目光所及便可见到。书堆维持的时间有明确的标准，新书码堆常换常新，通常在半个月到一个月；畅销书维持时间较长，通常在两个月左右；新闻时事、热点 IP 类图书在热度退却和销售旺季过后撤堆；店内的经典特色书籍则给予足够的展示时间，进行长期码堆销售，以突出本店图书品种特色。

书店是一个文化空间，更是一个生活空间。24 小时书店有丰富的文化沙龙、社会实践、手工作坊等活动，涵盖了文化生活的方方面面。书店亮点区域共有三处，一是“寓乐坊”，取自寓教于乐，这是书店的乐活体验区。为了丰富少儿读者的业余生活，每两周推出甜品 DIY 和手工 DIY 体验课，让小朋友在动手动脑的同时能学到新知识和掌握新技能，也让小朋友不再沉迷于手机和平板各类电子设备。

再是综合阅读区域，是集文化沙龙、新书签售和读书会等项目为一体的综合体验区，如与留美博士马宁联合推出的“正面管教”父母沙龙、深受少儿读者喜爱的“成语猜猜猜”和“小小朗读者”等读书活动。



三是休闲娱乐区，24 小时供应饮品和甜品，饿了有可口的点心，困了有香醇的咖啡，在满足读者精神需求的同时也解决了温饱问题。书香中夹杂着咖啡香，这是何等的惬意！除此，书店在寒暑假还为学生读者免费提供一次

社会实践的机会，从消费者到服务者角色的转换，改变认识书店的角度，使其深刻体会到每一份工作背后的艰辛，尊重不同岗位的工作人员。

24小时书店还有一个名字在读者中广为流传——红色书店，不仅是因其独特的新华红装修风格，还因红色类书籍的品种与其他书店相比更为丰富齐全，甚至很多藏书该店独有，做到“有他人之没有”。

互联网时代，对于书店的传统解读已经发生了深刻变化，现如今的大趋势是从传统观念向互联网思维的转变。虽然重视经济效益，但是24小时书店一直在标准与个性、商业模式与文化调性之间寻求最佳平衡。



转变观念，创新模式

为了适应互联网时代，书店必须推动创新运营模式，拓宽发展空间。现如今书店提供的价值不仅在书，更在于创造一种生活状态，引导读者阅读学习知识和提升生活品质并养成习惯，对读者造成潜移默化的影响。24小时书店最大的特点在于它的开放性和包容性，在无限的开放时间里，无论是学生还是上班族，只要进入书店，都是读者，且全心全意为其服务。

主题明确，多元经营

书店本身作为“文化空间”，其整体功能升级了，便

开始承载更多元的文化理念。24小时书店想要持续发展，就要扩展多业态。

一方面以打造精品主题书店为目标，以此拉近书店和特定读者群的距离。书店须尝试更精细、更垂直的书籍内容，把红色主题做大做精，着力突出历史厚重感。

另一方面是积极探索“书店+”的模式，增加多元产品经营，在书与非书经营之间寻找经营平衡，全力打造综合性文化休闲体验中心。在多元业态的选择上最应突出卖场的互动体验和文化休闲功能，引进相关文化用品、文创产品、创意礼品等业态，这些项目不仅与图书经营相互融合，丰富着书店的文化氛围，也激活了书店的发展动因。打造“主题图书+创意产品+文艺活动”为一体的多元红色主题书店，是24小时书店发展的新方向。

强调细节，加强体验

书店要想走出困境，经营方式的调整固然重要，但同时也要优化读书环境，针对不同读者群设立多种阅读空间，以满足消费者的要求；要提高服务质量，让消费者有一个舒适融洽的消费环境。

就24小时书店而言，重点是增加和丰富读者的参与感与体验感。基于少儿图书强劲的增长势头，针对儿童区的改造是书店需要关注的重点。其体验式特点是：专业的少儿图书筛选、陈列方式；营销活动多样化，如亲子阅读、故事沙龙、父母课堂等。书店的最终目标，除了图书销售外，更多地是注重增加服务的功能和细节，最大限度地满足读者的个性化需求和多样化需求。互联网思维的核心是服务，向读者输出专业服务，努力把客户体验做到极致，有助于重拾新华书店的认知度和美誉度。

努力走出既定的模式，开阔眼界和创新经营思路，梦想之光终将会唤醒纸上文化，还能照亮湘江河畔美丽红城的夜晚。

（以上素材由贵州遵义新华书店提供，由北京开卷编辑整理，感谢贵州遵义新华书店的支持）