

校园书店“拔地而起”，小网点“玩转”大战略

文 | 蔡蕾

摘要：近年来，各地校园书店如雨后春笋般迅速在各地大、中、小学校落地生根。浙江、湖北、江西、河北、河南、湖南、上海、山东、云南、四川、广东等地校园书店“渐次归来”。

“拔地而起”的校园书店和以前也大不相同：这些书店不仅成为校园风景的“颜值担当”，更成为师生阅读、文化交流的重要平台，在规模、能级、竞争能力等方面与以往都“不可同日而语”。那么，目前，各地校园书店建设状况如何？各地发行集团对校园书店网点采取怎样的管理经营模式？如何针对校园书店做营销？

一、打通校园文化服务“最后一公里”

校园书店不仅是发行集团向基层纵深发展的重要抓手，也是发行集团全面打通校园文化服务“最后一公里”，传播先进文化的平台。经过真金白银的投入，各地校园书店的网点建设初具规模，且经济效益、社会效益成果显著。

湖北新华2012年开始实施“公共文化服务平台网点”工程，重点建设大学、中小校园店、社区店；在每个县市重点学校打造一家示范校园书店，网点数量400余家；2018年，出台高校建设指导意见，计划建设15-20家高校示范校园书店。湖北新华连锁分公司运营管理部经理刘圣生表示，湖北新华校园书店近几年的战略布局不仅在当地产生了一定的社会影响，同时还带动了销售的增长。截至目前，湖北新华在全省建设校园书店160家，营业面积1.5万平方米，基本实现全省各县市全覆盖，部分乡镇覆盖，销售近年来持续保持在50%以上的速度增长。

浙江新华打造了独具特色的“小连锁”模式。2006年5月杭州市新华书店在杭州外国语学校以“小连锁”模式开办首家校园书店。截至目前，已在71家中小校园开设书店。自2015年9月浙江省新华书店集团与浙江传媒学院创办首家高校书店以来，浙江新华已与北京大学、浙江大学等多所院校合作开办了北大书店、颜品书店等11家校园书店。目前，浙江新华的校园书店经营面积约8900平方米，2018年1-10月共销售图书2203.7万元。

2013年起，河北新华就把校园书店作为“七个突破”之一重点推进。为充分调动各市、县店校园书店建设工作的积极性，河北新华2015年出台了《校园书店建设奖励管理办法》，根据校园书店的规模、效益、形象、公共管理、经营管理5方面的综合评定结果，对优秀校园书店予以补

贴和奖励。截至2018年10月，河北新华共建设校园书店110家，总经营面积1.4万平方米。今年1-10月总销售额1269万元。

2017年7月，郑州市新华书店在接到河南省委宣传部、河南省文明办、河南省教育厅等6部门联合下发的《关于印发〈河南省“实体书店进校园”三年行动计划〉的通知》（豫宣通〔2017〕56号）文件后，高度重视校园书店的建设。今年以来，郑州市新华书店已在3所中学开设校园书店，另有4所大学校园书店正在建设中。

2015年4月，山东新华书店集团有限公司提出了“三新”工作思路、总目标，旗下各市店积极建设校园书店。如山东枣庄台儿庄区格致书苑开业，临沂新华共建成中小校园书店19家、高校书店3家。

二、“书店+”探索适销运营模式

校园书店不同于其他实体书店，是以服务教育教学为目标，结合学校的中心工作开展活动，是学校全民阅读、校园文化建设的重要组成部分。因此，各地校园书店在管理方式、运营方式等方面，都充分体现“校园”特色；在管理上，大多采取“自营+连锁经营”的模式；在运营上，则采取“书店+”模式。

浙江新华的校园书店管理运营方式分为自营和连锁经营。浙江省新华书店集团图书连锁业务分公司副总经理吴择明介绍，“自营”即“新华直营”，由浙江新华创办校园书店，由子公司、连锁店派出团队负责日常经营。“连锁经营”模式是依靠浙江省新华书店集团的出版物供应保障能力，联合学校及第三方社会资源，依靠连锁总部信息化管理手段，充足的货源保障，密集高效的物流网络，为

合作方整合出切实可行、成本低廉、服务周到的一揽子实体书店解决方案。浙江新华对加盟连锁校园书店采取“统一货源、统一计算机信息系统、统一采购配送”经营模式，并为加盟的校园书店提供开店设计、业态规划、人员培训、长期辅导等服务。

对校园书店，**郑州市新华书店打造了“大卖场带动小书店”的管理模式**。郑州市新华书店相关负责人表示，通过该模式，校园书店享有大卖场的品种、营销、人才等优势。为实现高效运转，最大限度地降低人力成本，郑州市店在校园书店的管理模式上按照“谁牵线、谁负责”的原则，各个校园书店由实体店负责，并安排专人进行日常管理。在运营模式上，坚持“以书为主、以文润人、多元服务、激活阵地”的原则，经营范围包括图书、音像制品、数字产品、文体用品、文创产品等。

“新华壹品”校园文化综合服务平台是江西新华根据全省校园超市现状，依托新华书店品牌及集团渠道、资金优势量身打造的。江西新华发行集团副总经理傅冬冰介绍，该平台已形成了自身发展模式：一是以收取加盟费和服务费为经营模式，由直营重资产模式转变为加盟轻资产平台化，加强门店安全管控，构建3级管理模式，建立健全规范、高效的管控体系。二是以收取接入平台的服务费为方式，积极拓展中小学生研学旅行业务，开展红色、古色、绿色研学旅行活动。

长沙市新华书店目前共有32家校园书店、45家校园书屋，覆盖长沙地区12万在校师生，依托中南传媒华文教育出版基地的优势资源，紧抓精细服务站点、精准销售门店、精确数据源头、精彩活动中心4大核心功能。长沙市新华书店总经理陈卫红表示，校园书店是校园图书馆的有力补充。首先，因服务教育群体的特殊性，店长和导购经过了专业的业务培训，具有专业素养和能力。其次，实现线上线下同步，线上目前主要是将K12（基础教育阶段）引进运用于校园书店运营中；线下主要经营图书、报刊、文化用品、培训课程、综合数据采集等，有条件的书店放宽条件发展为校园综合服务平台。长沙新华还注重营造书香氛围，打造人性服务。“以‘书店+’为思路，依据校园书店的经营定位和特色合理划分区域，包括商品空间、

师生空间和活动空间等。”陈卫红强调。

三、提供阅读、文化、教育解决方案

与其他细分市场营销活动不同的是，各地发行集团及书店针对校园网点专门制定教育群体精准化销售平台，同时，以校园书店为平台，围绕教育开展多种阅读推广活动。

刘圣生表示，湖北新华以校园书店为平台，根据学校教学安排定期开展营销活动，同时打造品牌，如联合学校定期举办阅读课、朗读者活动等，开展阅读征文竞赛，为师生阅读提供丰富的图书资源与细致服务；招募学生志愿者并开展会员积分兑换礼品，提供生日优惠购、生日礼物包装服务、快递签收服务等。

陈卫红表示，在营销策划上，校园书店是专门针对学生群体的精准化销售平台，能够了解每位学生的在校学习情况，教师的基本教学思路和方法，学校管理模式和对学生的阅读要求，针对精准信息分析、开展营销活动。

河北新华校园书店围绕教育服务开展了多种阅读推广活动。唐山市新华书店有限责任公司遵化分公司经理李艳生介绍：“通过组织读书节、校园辩论赛、专题征文比赛等活动，培养了学生良好的阅读习惯；通过名家进校园、与学校共同举办朗诵比赛、书法比赛、文化沙龙等，提高了学校、学生及家长对校园书店的关注度；通过询问学生和老师，及时掌握各科学习进度，详细记录各年级各科的学习计划及购买意向，可以开展针对性的备货。”

一些书店还以校园为入口，拓展多方面业务，为各地校园师生提供阅读、文化解决方案。江西新华以校园书店为平台，推动中小学智慧教育进程；建设智慧图书馆，向学校植入智能自助借还书柜；收购新华银洲保险经纪有限公司51%股份，以立足教育，深耕教育的整体发展思路，**构建“保险+食品安全”“保险+校服安全”等模式，打造服务生态链，形成“保险+”发展生态圈**。

浙江新华为学校打造了符合学校期待和师生需要的校园书店解决方案，提供产品、管理、培训、配送等全方位服务支持，构建了集文化消费、学术交流、学生创业创意发布于一体的校园文化平台。

摘自：《中国出版营销周报》2018.12.04