## 安徽新华发行集团

# "皖美阅读",以"五化"建设打造文化双地标

□本报记者 刘蓓蓓

2024年是新中国成立75周年,是实 现"十四五"规划目标任务的关键一 年,安徽新华发行集团贯彻落实"四本 书"("传统书""社会书""IP书""AI 书")战略,立足"社会效益发展的主 要阵地、转型升级的重要力量、融合创 新的先锋示范"的集团定位和"成为全 国文化服务创新标杆企业"的工作目 标,以"皖美阅读"为主题,紧扣集团 IP"元小鳌"和门店"五化"(标准 化、本土化、体验化、数字化、时尚 化)建设,在全省形成以中国黄山书会 和皖新传媒读者节为龙头、以"皖美阅 读大讲堂"为特色、以各市县品牌特色 阅读活动为支撑的全民阅读品牌活动体 系,引领全民阅读。

### 融合推广集团IP"元小螯"

由安徽新华发行集团自主研发的第一个时尚文化类IP——"元小鳌"在今年1月正式亮相。横空出世的"元小鳌",是安徽新华发行集团"四本书"战略中"IP书"的精彩一页,是该集团自主研发的第一个时尚文化类IP。

"元小鳌"的名字很有寓意,元是状元,一腔登顶的勇气;元是元初,一种不断重新出发的锐气。这一形象饱含了对于书香的敬意。安徽新华发行集团希望通过"元小鳌"这个IP,赋予优秀传统文化新的内涵和形式,把"读书不畏难"的求索精神、"行行出状元"的争先精神、"未来不是梦"的创新精神,传达

据了解,今年安徽新华发行集团将通过一系列的活动与举措,全面融合推广集团IP"元小鳌"。

打造"元小鳌"系列文化活动。将"元小鳌"形象和品牌贯穿于"4·23"世界读书日、"六一"店庆、中国黄山书会等重要文化活动之中,形成"元小鳌"系列文化活动,全面提升"元小鳌"的









品牌知名度和社会影响力。

打造"元小鳌"主题书店。以元·书局"元小鳌"主题书店建设为样板,快速复制其他门店,增强互动性和传播力,营造沉浸式场景。

打造"元小鳌"直播间和账号。计划推出"元小鳌"专属直播间和"元小鳌广播站"账号。

#### 以"五化"实现门店升级

2024年,安徽新华发行集团全省新

华书店门店将持续推进"五化"标准建设,通过新建、修缮、改造升级等方式,完成新阅读方式、新业态组合、新科技应用等各类产业模式融合,推动服务模式与商业模式新升级,进一步提升门店核心竞争力,打造"城市会客厅+生活新空间"公共文化双地标。

推行"标准化"建设。优化实体门店服务运营标准化管理体系,提升基础管理,建立服务优势。

打造"本土化"特色。深入挖掘本地文化元素,融入门店的设计和建设之

中,同步开发具有当地特色的文创产品,联动文旅与研学开展文化体验活动。

推动"体验化"阅读。推动求新求变、丰富文化体验,打造网红书店,通过沉浸式、体验式、多业态的阅读空间破圈,为读者创造个性独特、积极持久的品牌体验。

推广"数字化"应用。实现人工智能、大数据、云计算、区块链等新技术和书店业务场景的全方位融合,形成线上线下互为支撑的阅读服务体系。

推出"时尚化"业态。把握文化

新消费趋势,开发吸睛吸金的文创产品、科技产品、特色快销品等多元产品,导入共融共生的学习、教育、生活体验等多元业态,引领文化潮流,放大经济价值。

#### 打造阅读服务新高度

作为阅读推广的重要阵地和渠道, 安徽新华以打造皖新阅读服务新高度为 目标,今年将采取一系列举措提高全民 阅读活动的精准度和有效性。

一是按照"高站位、高品质、高效率、高流量"的思路重点办好中国书店大会、皖新传媒读者节、"六一"店庆活动、中国黄山书会,进一步提升影响力、覆盖面、知名度。

二是以"造节"模式精心策划组织面向基层群众的地方特色阅读活动,逐步培育形成"一市一特色""一店一品牌"的市县门店阅读品牌,提高群众参与度、辐射面和影响力。

三是引导社会力量参与,继续推广铜陵、淮南、马鞍山等地阅读活动的经验做法,联合政府、高校、妇联、银行等,共同开展全省性、系统性阅读活动。

四是充分发挥文化名家、知名作者的阅读引领作用,组织省内外的"大作家、大名家、大专家"来安徽开展各类阅读推广活动,打造"皖美阅读大讲堂"活动品牌,通过"多类型、多渠道、多方式"形成皖新独特的文化影响力。

五是打造"6+X"文化惠民系列活动,持续做好"文化进万家"、"三下乡"、全省图书销售惠民月、文化惠民消费季、"新时代乡村阅读季"、"我的书屋·我的梦"等惠民活动,扩大淮南文化惠民书展、滁州市文化集市、马鞍山惠民书展等地方惠民活动影响力。

(本文图片由安徽新华发行集团提供)

