

实体书店应以社会责任和社会效益为先,运用新技术探寻新赢利模式——

挑本好书带回家

本报记者 李哲



①近日,在知名的诚品书店,书籍《台北小吃札记》以及书中介绍的小吃映入读者眼帘。本报记者 余颖摄
②近日,在青少年阅读体验大世界,读者在阅读图书。本报记者 李哲摄
③近日,在诚品书店,年轻人在选购耳机。本报记者 余颖摄

日前,中宣部、国家新闻出版广电总局、国家发改委、教育部、财政部等11部门联合印发了《关于支持实体书店发展的指导意见》,为实体书店的未来描绘出振奋人心的蓝图:到2020年,要基本建立以大城市为中心、中小城市相配套、乡镇网点为延伸、贯通城乡的实体书店建设体系,形成大型书城、连锁书店、中小特色书店及社区便民书店、农村书店、校园书店等合理布局、协调发展的良性格局。重大政策利好的释放激发了书店人的热情,也引起了新的探讨和思考。

政策唤回信心

实体书店具有重要的文化承载功能,有时甚至会成为城市的精神地标。然而,“四五年前,大批书店难以为继,从城市文化地图中消失,引发了‘这个行业还能支撑多久’的疑问。如今,上海实体书店行业暖潮涌动,一家家书店不仅再次进驻一个个地标性闹市区域,而且从功能布局到店堂设计、从经营理念到赢利模式,里外一新、充满活力”,上海市新闻出版局局长徐炯认为,欣喜的变化背后离不开“政策唤回信心”。

为进一步促进实体书店发展,释放政策利好,6月16日国家新闻出版广电总局在北京召开了全国实体书店发展推进会。“党中央、国务院高度重视实体书店工作,中央领导同志心系实体书店发展,一个时期以来连续作出多个重要批示,再次体现了党中央、国务院对加强文化建设、树立文化自信的高度重视。”在全国实体书店发展推进会上,国家新闻出版广电总局局长、党组书记蔡赴朝指出,各级管理部门一定要下大力气支持实体书店发展。

让书店经营者欣喜的是,《意见》指明了实体书店未来的发展方向,同时还提出了针对房租、物流、资金、税费等问题的具体意见。为了“实现‘实体书店’发展基础更加坚实、市场环境更加优化的目标”,《意见》明确了一系列支持政策,涉及土地、财税、金融、服务等多个方面。

未来,实体书店必须找到合适的经营目标,向多元化的方向转换,成为体验式消费的入口

实体书店是否需要“盖着棉被经历寒冬”?在讨论这个问题之前,先来认识几家目前日子过得非常滋润的实体书店。第一家是诚品书店。这家台湾书店以浓厚的文化创意氛围及复合式经营模式著称。诚品书店在大陆的第一家店引进了各种文化气息浓厚的茶服、香薰以及禅食,而书店本身也销售大量的文创产品。剪纸书的旁边销售小剪刀,《男人穿圣经》的旁边摆着电脑包、领带,《台面魂》的旁边堆满了台湾进口的手工艺品。对于美食爱好者来说,这简直是无法抵挡的诱惑。从某种程度上而言,诚品不只是一家书店,也是一种品味生活范本的展示。自开业以来,苏州诚品成了一个景点,也是年轻人生活休闲的约会胜地。

另一家书店也在苏州,叫“猫的天空”概念书店。这家书店最有特色的是“写给未来的信”。顾客可以挑选喜欢的明信片,写上祝福的话和地址,设定投放时间,未来的某年某月某日收件人就

其中,《意见》要求完善规划和土地政策,将实体书店建设纳入国民经济和社会发展规划,纳入文明城市、文明村镇、文明校园考核评价体系;在城镇新建社区为实体书店预留经营场所,鼓励房地产企业、综合性商业设施、公共服务设施等为实体书店提供减免租金的经营场所;加大对农村出版物发行网点建设的支持力度,加快实现全国所有乡镇的有效覆盖,解决城乡不均衡发展问题。

杭州晓风图书有限公司经理朱钰芳激动地说道:“文件里说‘规范图书市场秩序,完善图书市场价格管理机制,打击恶意打折、无序竞争行为,为实体书店发展营造公平有序的市场环境。’这很切中要害,平时最害怕听到读者说,网上才几折八折,我在你们晓风买了十几年书,才打个八折;书店是暴利,网上才卖三折……读者不再信任你,这让我很不舒服。希望将来图书销售价格方面的立法能出台,以维护图书市场销售秩序。”

创新才有出路

受新兴商业方式和读者阅读习惯的影响,传统书店的萧条几成必然。“很明显,如果实体书店不能创新和优化服务,依然故我,读者会继续离它们而去。所以,投入公共资金帮它们暂时维持生存,并无意义。”徐炯说,扶持实体书店不是简单地让它们生存下去,而是要引导创新和可持续发展。

以上海为例,能够获得政策资助的实体书店,无一例外都是勇于创新的实践者。“无论上海本地书店还是外省市同行来上海开办的书店,不论是国有书店还是民营书店,大型综合性书店还是专业、特约的中小书店,只要它在某一方面有创新,对同行有启发作用和示范效应;或者有品牌影响力,能吸引读者回流;或者在专业特色或地域位置上能补短板乃至补缺项,就能申请并经评审获得政策资助。”徐炯告诉记者。

在“资助创新”的政策引导下,如今大众书局在上海开出女性主题和电影主题等特色书店,它是24小时书店在国内

最早的尝试者之一;今年博库书城也开设了24小时书店;蒲蒲兰绘本馆对上海的亲子阅读推广起到了相当大的引领作用;猫的天空之城、字里行间、西西弗、言几又、方所等国内知名品牌书店也都给上海带来了新理念、新模式以及阅读服务新资源。同时,一批有热情、有创意、有干劲的年轻人投入到书店创业之中。他们的诸多创意令人惊喜,为曾经变化缓慢的传统行业带来新鲜活力。

与新兴书店不同,深圳书城是不折不扣的“老字号”,它的逆势发展来源于不断的自我革新。20年来,深圳书城积极进行业态创新和经营模式创新,从“综合性大卖场”“文化Mall”,到“体验式书城”“创意书城”,成功打造了“文化万象城”的新型业态发展格局,为新时期传统书业的转型升级开创了崭新的发展道路。“改革创新是实体书店生存发展的必由之路。”深圳出版发行集团党委书记、总经理尹昌龙认为,实体书店作为独立市场主体,在面临转型升级时,一方面需要国家政策扶持,另一方面更需要自身树立起改革创新的勇气与智慧。

“实体书店要改革创新、积极有为,加快提升服务读者水平和可持续发展能力。”蔡赴朝在全国实体书店发展推进会上指出,要用改革创新赢得发展壮大,充分利用新技术手段拓展业务,实现线上线下相结合,加快由传统模式向新兴业态转变,积极打造文化传播交流空间,培育有影响的文化品牌。

盈利模式需探索

轻点鼠标,价格低廉的书籍就会送货上门;动动手指,电子书就可以在手机上随时阅读。实体书店已不再是读者购买书籍的首选之处,单一售书功能的坚守很难迎来柳暗花明。

近三年来,杭州本土民营书店“晓风”逆势增开了4家特色门店,其掌门人朱钰芳是这样介绍的:“一家开在浙报传媒大楼一楼大厅,连同咖啡馆变成了报社编辑、记者午间休闲、会客的文化客厅;一家开在杭州百年老饭店新新饭店

实体书店须擅长多元化经营

余颖

能收到。同时,这家书店还授权开发了大量文创产品,在实体店和天猫旗舰店的销量很好。通过标准化的店面设计和服务流程,“猫的天空之城”已经在苏州开了9家连锁店,大都处在人流量大的地带,很受年轻人欢迎。

第三家书店是蒲蒲兰绘本馆。它是一家专门出版、销售儿童绘本的书店,是日本白杨社旗下的公司。蒲蒲兰绘本馆的建筑和布局专为儿童设计,家长和孩子可以席地而坐地阅读、讲故事,这里定期也会举办幼儿活动,例如走进博物馆、日本绘本出境游等。蒲蒲兰在北京、上海、沈阳都有连锁店,有一批忠实的会员,是全国唯一一所坚持10年开馆并盈利的绘本馆。

上述3家书店的特点,即书籍只是将顾客引进店的诱因。书店真正赚钱的不一定是书,可能是文创产品,可能是咖啡,可能是在这里吃的一顿饭,也可能是在这里举办活动的场地费、参会费,总之是跟书的气质相融合的多元化经营。换个角度来说,也可以将这些书店看作是以书籍为纽带的百货商店,所倡导的

是种有品质的生活方式。这两年,实体书店的日子不好过,有人将原因归结于线上书店的冲击,其实不尽然。线上的流量红利和折扣优势正逐步消失,大量纸质书消费者正转向购买电子书,通过Kindle等阅读器读书。而且Kindle还在全球推出了“Unlimited”的服务功能,在大陆地区只需花88元钱就可以包年,免费借阅4万多本书,定期还有更新。在此情形下,不论线上还是线下,纸质书的销售都面临挑战,而单纯销售纸质书的实体店由于房租、人工成本的压力,日子还要更难过些。

换个角度设想,当消费者在书店里闻着咖啡的香味,欣赏着各种精美陈设,体验了亲手绘画或者刚刚听过蔡澜讲课之后,往往并不介意多花些钱买本书,以便延续这种美妙的体验。因为如果为了省几块钱放弃当场购买这本书,等回头再到网上去淘书时,这种美妙的感觉就会被打断。更何况,对于多元经营的书店来说,其真正依靠的早就不是几本书的销售额了。

因此,所谓“寒冬”并非实体书店的

的附楼,面朝西湖,复原百年前老饭店的藏书室;一家开在文创园区主街道,书店+咖啡+小型展览空间成了文创街区的汇集站;还有一家是去年下半年入驻浙江省人民医院的晓风书店,被誉为最美“点滴”阅读时间。”

细细品来,无论是文化客厅、文创空间,还是最美“点滴”阅读时间,其功能定位都不是简单的售卖书籍,甚至可以以说,卖书成为这几家书店的“副业”。光顾书店的客人,更多地把这里当成复合型的文化休闲空间,在放松心情、会客、感受书香之后,也许会顺手买本好书带回家。

“文化万象城”,深圳书城提出的这个愿景正是未来实体书店的定位所在。尹昌龙介绍,未来深圳书城将进一步完善业态,积极探索复合型、多样化业态,构建多层次的书城文化综合体;进一步创新书吧发展模式,按照“一街道一书吧”战略部署,全面推进全市基层书吧建设,实现社区、校园、医院、产业园等公共区域全覆盖;进一步延伸和拓展虚拟书城空间,积极打造“智慧书城”,将实体书店的服务向网上延伸。

让书店变成“文化万象城”,是将原有的业态推翻重来。实事求是地说,尽管这种变化惠及了读者,叫好声连连,也不乏成功案例,但大多数实体书店依然没有找到可持续盈利模式。“对眼下的新态势特别是市场这个推手的动因、动向,需要冷静观察和分析。”徐炯说,市场推手青睐的只是少数有明星效应的品牌实体书店,从行业整体而言受惠面十分有限。特别是不可能改变实体书店地域分布不均衡和服务群众能力不均衡的格局。其次,实体书店依然是微利行业,即使是进入闹市购物中心、享受到低租金甚至免租金的书店,仅仅靠卖书和咖啡等所得,能否抵消快速上升的人工成本,实现可持续发展,还有待进一步观察。

针对此,徐炯认为,现有税收优惠和资助政策的稳定性和连续性需要保持,对实体书店的支持需持续而为;书店要以社会责任和社会效益为第一重点,承担促进全民阅读等社会服务功能;探索新业态、运用新技术、探寻新的赢利模式。

寒冬,而是传统经营模式的困境。传统铺货售书模式的书店之所以遇冷,真正的原因不是价格太贵、折扣太少、房租太高,更不是经营不够努力、服务不够好、交通不够便利,而是消费模式从单一购书变成了体验式消费。特别是随着消费者的兴趣正在从线上回归线下,网络带来的流量和折扣优势逐步被消费升级的脚步抵消。实体书店必须要向多元化经营的方向转换,成为体验式消费的入口。

这些年,实体书店为了适应现代人的生活节奏已经作了很多改变,譬如许多书店都在卖咖啡、卖西餐,有的还会主动拥抱分享经济,在书店内开设住宿体验项目。这只是最初级的复合经营,对消费尚未构成足够的吸引力。实体书店复合经营需要更多元的产业元素,引入更多大文化范畴的产业形态。不论是文创产品、未来的信、沙龙场地、餐饮服饰,还是相关的艺术培训班、烹饪课、宠物美容院等,总之,要找到跟书籍气质相投的经营点。这样,实体书店才能更快地扭转传统经营模式走下坡路的现实。

业内观察

让非遗“活”起来

本报记者 文晶

日前,安徽省黄山市屯溪老街、黎阳老街被正式授牌为国家级非遗展示展销基地试点,黄山市在非遗展示方面又多了两块“国”字招牌,非遗与现代生活从而也变得更加水乳交融。

“黄山市非遗相对集中、工艺大师云集、展示交流频繁等特点,适合安徽省落实传统工艺振兴的计划。”安徽省文化厅党组书记、厅长袁华近日在黄山市黟县参加第十一个中国文化遗产日安徽主场活动时说。

在政策、资金和平台等方面,黄山市出台了服务业综合改革试点专项资金使用暂行办法,对新获得国家、省级非物质文化遗产的基地,一次性分别奖励30万元、10万元;设立总规模7500万元的徽文化基金,建设徽文化产业园,制定优惠政策,引导以徽州四雕、文房四宝等为代表的传统技艺类徽文化产业企业入驻园区、集群发展;与中行合作开办“非物质文化遗产贷”“手艺保”“徽艺贷”等个人循环贷款,支持万安罗盘、徽墨、徽州三雕的生产和经营。同时,建设“百师官”徽州文化艺术长廊和非遗园等,将屯溪黎阳老街打造成以徽派古民居为依托的“非遗一条街”,为传承人搭建传承平台,开展传习活动。

记者了解到,黄山市还率先建立健全国家级、省级、市级、县级四级非遗代表性项目名录和代表性传承人体系。目前,黄山市的徽派传统建筑营造技艺、程大位珠算法作为中国传统木结构营造技艺、中国珠算子项目被列入联合国教科文组织人类非遗代表作名录;公布五批市级非遗代表性项目名录和传承人,拥有市级以上非遗名录171项,其中国家级非物质文化遗产名录20项、省级71项;拥有国家级非遗传承人20人、省级145人、市级466人,推荐代表性传承人参加文化部、省文化厅举办的各类培训班。

在基地建设基础上,黄山市重视教育与传承相结合,创办德胜木工学校和歙县徽雕艺术学校,聘请国家级、省级代表性传承人实地传授技艺。此外,黄山市文化委还与黄山学院、黄山职业技术学院签订战略合作协议,进一步提高传统工艺品质、形成品牌、走进生活、增加就业。

《梦想年华大三线》将播出——

原创作品“突出重围”

本报记者 吴凯

到底是IP改编好,还是原创编剧强?尽管这个话题从开年以来一直争论不休没有定论,市场上IP原著的版权交易价格却是节节攀升,原创编剧的作品似乎遭遇“寒流”。不过,虽然表面遇冷,但原创编剧作品并未因此陷入低谷甚至消失,反倒以更加进取打造精品佳作的姿态悄然酝酿。

近期,一部讲述“三线建设”的主旋律长篇电视剧《梦想年华大三线》在四川成都、绵阳等地摄制完成。该剧出品人、国家一级编剧、慈文传媒集团董事长马中骏认为,不管是IP改编还是原创编剧,归根到底还是离不开“内容为王”,尤其是在当下浮躁的市场环境下,用心创作的文艺精品恰好是市场的稀缺品。

据统计,在今年新立项计划开拍的影视项目中,IP改编已经成为占据八成份额的强势类型,传统的原创编剧受到巨大冲击,尤其是现实题材创作更是呈现明显颓势。“对于影视改编来说,拥有粉丝基础的IP改编更容易被市场接纳,对于动辄就破亿的当下市场投资行情来讲,容易被市场接纳就意味着风险相对降低,所以IP热并非纯粹的市场投机行为,背后有市场经济的轨迹可循。”马中骏认为,“但影视剧不是一般的商品,是具有养成和教化功能的精神文化产品,因此不能盲目地市场跟风,不管是创作者还是出品方,还有一份社会责任担当。原创编剧也并非没有市场,要相信观众判断能力。好作品,特别是贴近生活反映现实的精品,同样会受到市场青睐。”

第四届文化创新国际论坛举办

本报讯 记者李哲报道:近日,第四届文化创新国际论坛在北京举办。论坛现场,首都文化创新与文化传播工程研究院院长于丹发布了《外国人对中国文化认知调研(2015)》。该报告调查了十个国家的青年群体对中国文化认知的现状、意愿和渠道,结果显示,超过半数的外国青年愿意接近并了解中国文化。其中,73.2%的调查对象希望以文化旅游的方式接触中国文化,73.1%的调查对象愿意和中国人交朋友,62%的调查对象愿意购买中国文化产品。在中国文化认知渠道方面,外国青年首选互联网,远远超过其他渠道的选择数量,报告据此指出,必须高度重视在网络平台技术与内容上进一步改进、增强中国文化传播的效果。

第六届中国儿童戏剧节将办

本报讯 记者余颖报道:由中国儿童艺术剧院主办的第六届中国儿童戏剧节将于2016年7月8日至8月25日举办。戏剧节历时49天,将带来46部优秀剧目、215场演出,并在济南、成都、宁波设立分会场。本届戏剧节首设观众评审团,通过网络选出观众最喜爱的剧目,并将所有演出剧目均标注适合某一年龄段儿童,为不同年龄段的少年儿童进行最佳推荐。展演剧目有中国儿童艺术剧院话剧《马兰花》、人偶儿童剧《白雪公主与七个小人》、童话剧《小蝌蚪找妈妈》、肢体动漫剧《三个和尚》等。据了解,本届戏剧节演出平均票价90元/张,100元以下低票价占总票数40%。戏剧节期间,中国儿童剧场演出的剧目还将为教师每场预留10张演出票,持教师资格证可免费领取。

本版编辑 梁剑箫