

最近，连锁书店似乎成了各大商场的标配，而且多是融合书店、餐饮、文创于一体的混合业态——

实体书店这样“变身”

本报记者 李华林

经营有道

丁郢来北京后买的第一本书是马尔克斯的《百年孤独》。那还是2008年，丁郢刚上大学一年级，他在书的扉页用黑色钢笔写下“购于中关村图书大厦，2008年10月23日”。

在新书的扉页上记录购书地点和日期，是丁郢坚持多年的习惯。“很多年后再翻起旧书，便能想起当天买书的情景。”对丁郢来说，每买一本书都是一次邂逅。

丁郢的大学时期，正是网络购书兴起的时候。在互联网上买书，低价、便捷，实体书店一本原价三四十元的小说，当当网、亚马逊常常都有七八折优惠，遇到活动，更是低至5折。和周围同学一样，囊中羞涩的学生丁郢渐渐更多地选择了在网上买书。大学毕业，一清书柜，200多本书，其中有百分之九十购于互联网。“大部分书的扉页，都没有记录。”丁郢有些怅然若失。

那几年，“实体书店消失”的声音此起彼伏。让丁郢记忆最深刻的是，2011年7月份，拥有17年历史，曾被誉为“北京三大民营书店”之一的“风入松”书店关门停业。同一年，民营书店“光合作用”北京五道口店和现代城店，因为欠下债务，遭遇图书供应商“抢书”。

“好的书店曾被认为是城市的文化地标，但越来越多的书店消失在城市地图中。”丁郢说，事实上，周围看书的人并没有减少。只不过，人们往往先在实体店挑书选择，再去网上书店买书。这形成了一道独特的风景线：实体书店自付店租做网上书店的免费“展厅”。

这两年，情况又有了新变化。“网络购书也有缺陷。”丁郢比喻，买书也像买衣服，你不逛店，可能就错过了新的发现，也不知道哪件更适合你。在网络上，屏幕的展示空间有限，为了追求更

大的经济效应，商家总会把最畅销的几本书放在首页，网上翻个三五页，都能找不到自己喜欢的书。反而是在实体店书店，书架上扫一眼，很多本都想看。

或许正因为这样，哀鸿过后，实体书店开始复苏。在刚过去的2016年，民营连锁书店似乎成了各大商场的标配，“西西弗书店”全国新增门店31家，平均每12天就有一家新店开张。另一知名连锁书店品牌“言几又”去年新开的店面也比前年翻了一番，达到13家。除此以外，钟书阁、方所等书店连锁品牌也在最近一年动作频频，陆续在多地开出新店。

与传统的实体书店不同，这一轮实

体书店开业潮中，呈现出一个新变化——大半都是混合业态。开店讲究规模和品牌，在经营书籍之外往往融合餐饮、文创等复合业态，强调设计、氛围和体验。据称，目前业内有一个普遍的经济规律：毛利的三成靠书籍、七成靠文创和餐饮。

在丁郢家附近的西红门鸿坤广场，去年新开了家“拾光书房”，也是这种混合业态。书房占据了鸿坤广场的1至2层，一层是咖啡店，有宽敞舒适的沙发座椅，购书结账后可以带到这里阅读。中央大阶梯通往二层书店区，台阶上铺设了软包坐垫，设计成免费阅读区，读者可以拿上一本喜欢的书，随意找一级台阶

坐下阅读。因为位置够大，常常有人坐累了，就躺着看书，也不会影响别人。

“这些新开的店铺，与其说是书店，不如说是‘文化空间’。”“拾光书房”除了卖书和咖啡，还卖艺术，举办摄影展、画展。比如，最近正在展出的摄影师马宏杰的“最后的要猴人”，就吸引丁郢消磨了一个下午。

喝杯咖啡，赏艺术，再挑几本书带回家，在扉页写上“购于拾光书房，某年某月某日”。如今，丁郢既会在网上买书，也会去实体店慢慢挖掘冷门的好书。“不同的人有不同的阅读需求和体验，互联网购书和实体店购书已经不是此消彼长的竞争对手，而是同行的伙伴。”

目前，知名连锁书店品牌“言几又”的店面已经扩大到13家，这是北京西红门荟聚购物中心的言几又书店。



“拾光书房”台阶免费阅读区坐满了读者。本报记者 李华林摄

体验买书消费

吕大郎

买书的癖好，从少年时就有。那时住在小镇，方圆可达之内，仅有一家供销社有书卖。父亲在县城工作，偶尔会跟他进城时，最爱去的便是新华书店，在软磨硬泡后总能得到一两本连环画。小时候零花钱很少，买书处于无望，后来听到“没有面包就没有爱情”的话，也悟得没有钱就没有书的真谛。终于有一天攒够了零花钱，便第一时间买来小时候一直在邻居家看、心心念念很久的一套《聊斋志异》，只是那个时候读的是白话本，自己买来的是原本本。

后来，到县城读高中，把每月有限的生活费省下三五元钱用来买书，基本是《读者文摘》和《青年文摘》之类。

随着年纪不动声色地增长，手头有了日渐宽裕的闲钱。每次以总是要读的理由，鼓励自己买来很多书。书买多了，也发现其中一些有趣的东西。

其一，哪家网站购书体验更好。现在去实体店少了，一则没有多少打折，二则自己拎书回来太重，三则检索起来也麻烦。除了偶尔去旧书店瞅瞅看看是否有遗珠可捡之外，都在网上购书。在比较了亚马逊、京东、当当、中国

图书网和孔夫子旧书网后，感觉亚马逊和当当的种类最全，中国图书网则最便宜。笔者是亚马逊的忠实用户，已经和快递小哥熟到互加了微信。虽然亚马逊的提醒功能——书买得太多之后，常常忘记自己买过什么书。

其二，出版社的猫腻多少可以发现一些。比如，重印的非畅销书及文学类书，几乎都是要加价的；换了一个硬壳封面变成精装书，势必要加价；换一家出版社出版，那是肯定要加价的；换了译者再出版，多半也是要加价。加价出版，在出

版社是常态，可以忍，但有一些出版社的做法，实在让人很难忍。《黑帮老大的一天》与《城中城》，怎么看都是两本书。买来后者看越发熟悉，原来就是多年前买过的《黑帮老大的一天》，同一出版社，同一译者，不同的书名，不同的价钱。

其三，书的定价越来越高。笔者去年买了一本近200元的单本书，这是笔者买书以来最贵的。尽管贵，但并没有打消我买书的积极性，买得贵并快乐着。

互联网产业，消费体验很重要，客户也许因为非常小的一个原因，就可能成为忠实的客户群体。市场有需求，则使书商变换方式攫取利润。

2017年就这么来了，买书的行动也已执行。没想到，春节之后见到的第一个外人，便是亚马逊快递小哥。小哥送上我买的颇沉的书后，问了句：大哥，新年好哦！哈，一丝暖意立即浮上心头。

国务院办公厅日前正式公布《生育保险和职工基本医疗保险合并实施试点方案》

两险合并将如何影响你我

本报记者 韩秉志

国务院办公厅印发的《生育保险和职工基本医疗保险合并实施试点方案》（下称试点方案）日前正式公布。方案确定，今年6月底前在河北邯郸等12个试点地区启动生育保险和职工基本医疗保险两项保险合并实施工作，试点期限为1年左右。

两险将如何合并实施、实施后会不会影响参保人的待遇发放等问题，有关专家作出解读。

降低成本减少环节

李女士对生育保险有着深刻的体会和无奈。自从怀孕后，只要是看产科，所有的费用走的都是生育保险，平时医保可以报销的硫酸亚铁等补血药在孕期却报不了。那么合并实施后，像李女士这样的情况能否得到解决？

试点方案明确提出，遵循保留险种、保障待遇、统一管理、降低成本的总体思路，推进两项保险合并实施。

合并实施可以降低成本，减少环节。生育本身就是一种医疗行为，需要检查、开药、住院、治疗等，和医疗保险密切相关。过去两个险种独立运行，分开

结算，有时候很难区分。两个险种合并实施后，有利于降低经办成本。统一参保登记，也有利于进一步扩大生育保险覆盖的职业人群，有利于发挥社会保险的大数法则优势，更好地保障生育职工的生育保险权益。

扩大基金共济范围

两险合并实施后，钱该怎么收，收多少？这是参保人员关心的问题。

按照试点方案规定，生育保险基金并入职工基本医疗保险基金，统一征缴。试点期间，可按照用人单位参加生育保险和职工基本医疗保险的缴费比例之和确定新的用人单位职工基本医疗保险费率，个人不缴纳生育保险费。同时，根据职工基本医疗保险基金支出情况和生育待遇需求，按照收支平衡的原则，建立职工基本医疗保险费率确定和调整机制。

从基金管理角度看，这样规定有利于提高征缴效率，扩大基金共济范围，也没有增加用人单位的缴费负担；同时明确设置生育待遇支出项目，既可保障女职工生育保险待遇，也为进一步完善生

育保险待遇政策奠定基础。

生育保险待遇不降

小李是一名准妈妈。她担心两险合并实施后，会影响生育保险的相关待遇发放。诸如小李这样的疑惑，试点方案给出了明确答案：试点地区职工生育期间的生育保险待遇不变。

数据显示，截至2016年底，全国生育保险参保1.84亿人，当期基金收入519亿元，支出527亿元，累计结余676亿元，全国享受生育保险待遇808万人次。生育保险制度运行平稳。

目前，我国生育保险待遇包括《中华人民共和国社会保险法》规定的生育医疗费用和生育津贴，所需资金从职工基本医疗保险基金中支付。生育津贴支付期限按照《女职工劳动保护特别规定》等法律法规规定的产假期限执行。

生育保险的待遇发放，主要是医疗费用的支出和产假期间生育保险基金支付的工资两部分。两个险种的合并实施，不仅不会导致参保职工生育保险待遇降低，而且将随着基金共济能力的提高，更有利于保障参保人员的待遇。

合并不是取消险种

有观点认为，随着生育保险和职工基本医疗保险合并实施，是否意味着人们熟悉的“五险一金”会变为“四险一金”？生育保险从此取消了吗？答案是否定的。

生育保险与医疗保险相比具有不同的功能和保障政策，作为一项社会保险险种，仍有保留的必要：一是生育保险具有维护女性平等就业权益和女职工劳动保护的独特功能；二是体现雇主责任，个人不缴纳生育保险费；三是待遇上符合规定的医疗费实报实销，同时还有生育津贴（占基金支出的60%以上，主要是平衡用人单位负担）。因此，这次合并实施试点不是简单地将两项保险在制度层面合并，不涉及生育保险待遇政策的调整，而是在管理运行层面合并实施。

推进两项保险合并实施，是要通过整合两项保险基金及管理资源，强化基金共济能力，提升管理综合效能，降低管理运行成本。因此，合并实施不等于合二为一。

火车票售票机走进上海社区



日前，智慧社区服务一体化建设暨铁路便民服务进社区启动仪式在上海举行。上海铁路局上海站将自助式火车票售票机从火车站“搬入”社区、高校等公共场所，方便社区居民就近买票取票。这是技术人员在位于上海浦东商城路1177弄小区内调试安装自助式火车票售票机。新华社记者 方喆摄