

实体书店迎来发展新契机

——北京部分书店经营情况调查

中国经济网记者 成琪

世界读书日即将到来,全国各地正掀起读书热潮。过去几年,疫情冲击、网络购物盛行、读者阅读方式和消费习惯深刻改变等,给实体书店运营带来了诸多挑战。实体书店面临的生存困境和经营转型压力,牵动着每个爱书人的神经。实体书店现状如何?互联网时代,书店该怎样谋求转型发展?如何主动拓展新渠道、新模式、新服务?记者近期走访了北京部分实体书店,发现他们做出了自己的探索。

春光明媚的下午,在北京751文化园区的旁观书社里,大家在安静地选书、看书。旁观书社主理人吴敏告诉记者,“店里客人越来越多,周末能达到七八百人。今年前两个月的营业额远超新冠疫情之前”。

实体书店不仅是重要的商业业态和消费空间,也是城市形象和文化传播的展示窗口。如今,越来越多的人走进书店,北京实体书店整体呈现出稳定发展、质量提升的良好局面。浓浓书香,在满足人们丰富多样阅读需求的同时,也涵养着城市的文化底蕴。数据显示,2016年前,北京实体书店数量不足1000家。截至2022年,北京实体书店数量已超过2000家,每万人拥有书店超过0.94个。2022年,北京举办各类特色阅读活动3万余场,影响和覆盖人群达2000余万人次。

“线下书店生命力开始显现,疫情让所有人都意识到人需要见面的,图书是需要用手去摸的,要翻开看的。实体书店生意越来越好,营业额比疫情前还好。”彼岸书店主理人赵超越告诉记者。

通过出台系列扶持政策、举办各类特色活动等措施,北京实体书店实现量与质的不断提升。书店通过优质的图书、创意的展陈、周到的服务、丰富的活动等,不断吸引更多读者。

拒绝躺平努力经营

“我们刚开业时,恰好赶上疫情比较严重的阶段。”乐舞乐读书店主理人潘晓龙是一名“80后”,他的书店在远离北京市区的密云区蓝山文化园内。“疫情3年,书店无法对外举办大量活动,只能通过线上形式先形成一定影响力,让大家知道这里。”

疫情期间,大部分实体书店经营时断时续,客流量不稳定,消费者越来越倾向于线上购书,这对本来生存压力就较大的实体书店来说更是雪上加霜。活下去,成为实体书店头等大事。

北京市近年来出台了相关扶持举措。2016年至2018年,北京投入约7000万元扶持资金,共对220多家(次)书店进行扶持。从2019年起,北京市实体书店扶持资金预算规模达到每年1亿元,4年来累计扶持约1000家(次)实体书店。此外,为促进实体书店聚焦主业、提升精细化管理水平,2016年至2020年,北京先后出台了《关于支持实体书店发展的实施意见》,以及实体书店扶持资金管理暂行办法等多个文件,为项目的实施提供了基本政策依据。

一系列扶持举措提振了实体书店从业者的信心。“疫情前,北京市政府、朝阳区政府以及书店所在的文化园区就通过减免房租、升级改造补贴、示范书店政策奖励等方式在资金上给予支持。这些举措让我们看到了政府加大文化事业投入的决心,吃了一颗定心丸。”吴敏告诉记者,“资金落实到位迅速,很快就能收到政府拨款,特别是年底或交房租的关键时刻,让我们大大缓了一口气。”

2022年旁观书社获得了政府给予的10万元改造升级专项补贴,吴敏用这笔资金对书店进行升级改造,撤掉了饮品区,加大了书架面积,增设了更多图书。“疫情期间,实体书店销售量很低,如果没有政府的资金支持,我们不敢大量进货。政府的支持让我们有了底气,在线上开设了微店,疫情期间线上依然保持了营销力度。”

2021年,北京对实体书店扶持方向、申报条件等进行了调整、细化,首次增设对示范书店、



旁观书社内的书架上陈列展示着大量书籍。
中国经济网记者 成琪摄

“进高校、进商场、进园区”书店的奖励扶持,并加大对实体书店开展阅读文化活动的扶持力度。

罐子书屋成立于2006年,是北京798艺术区设立的第一座实体书屋,主打艺术书籍,兼有茶道美学和艺术展览空间。作为艺术专业的小众书店,疫情对它来说影响巨大。“书店扶持资金对房租的补贴几乎是1:1,大大缓解了我们的压力。”罐子书屋主理人张小强说。

除了资金扶持,政府部门还协调多方资源,对实体书店进行宣传引导,推动书店进驻电商平台,不断拓展销售渠道,为书店经营者打开思路。

位于顺义区金蝶软件园附近的着迷星球图书岛地理位置较为偏远,客流量不大。相关部门建议他们进驻大众点评平台,没想到短短几个月,书店就成为网红书店,收获了不小的流量。

对此,潘晓龙也有同感,“每次审查专家来指导观摩书店,都是希望能给予帮助。经历疫情,我们能够活下去,是社会多方给予的支持和引导起了决定性作用”。

一系列扶持举措,不只是为了让书店生存下来,而是要激发书店的内生动力。拿到补贴的书店没有躺平,而是积极谋求创新和可持续发展。大型国有书店北京图书大厦、PAGEONE北京坊店通过政府补贴,对书店进行升级改造,组织惠民活动等;国有老字号品牌大型书店三联韬奋美术馆店、王府井书店利用扶持资金,添置设备及装饰,美化店面;民营书店春风在书店连续3年获得补贴支持,连续两年获得示范书店奖励,2022年补贴资金的70%用于购进优秀图书,15%用于改造升级店内设施,15%用于填补房租上涨造成的缺口。

“有补贴给我们托底,疫情3年,我们不断在提升,增加书架,选更好的书、做装置艺术等。”赵超越说,“在没有房租压力的前提下,我们可以把更多精力放在开源节流,增加营收上,尽可能地丰富书店业态,让书店能持续经营。”张小强说。

优化定位打动读者

曾经,许多位于城市综合体内的书店因为装

修奢华而成为网红打卡地,但当高颜值带来的引流效果不断减弱,难以走得长远成为一些网红书店亟待解决的问题。网上流行着这样一句话——“去书店的往往都不是买书之人”,这也在一定程度上说明有的书店在经营定位上走偏了。近几年,一些网红书店陆续关门,人们也在不断思考到底要做什么样的书店?怎么让读者留下来?

“3年来,书店经历了很多变化,也增加了新的营收点。从整体环境来看,政府补贴力度加大、环境升级、消费者心态改变等都是新变化,也是新机遇。环境在变,我们也要改变,如今书店面临调整商品布局、改变销售策略等问题。”作为经营多年的艺术小众书店主理人,张小强有着清醒的认识。

“想通过图书盈利难度较大,必须要改变模式。”在张小强看来,小众书店要想走得更远,必须在专业上下功夫。如今,消费者更加理性,对图书的需求专业度越来越高,这给他们选品带来不小的挑战。读者选择专业书籍的理由主要是书籍价格合理、种类齐全。“80%以上的读者会选择在专业书店长时间阅读,寻找更具参考价值的资料。”

与主打专业书籍的罐子书屋不同,旁观书社是一家折扣书店,主打社科类图书,已运营了15年。店里之前也卖过咖啡、做过餐饮,但现在基本上只有书。“对我们来说,图书产生的附加值才是更长久的。”吴敏说。2021年11月,书店在政府出版支持下,大胆转型做折扣书店。“许多好书出版一段时间后会逐渐淡出大众视野。我们依靠10多年的选品经验,在出版社、书商的库存书目里淘金,让老书重新回归书店。”

旁观书社被业内人士称为“图书买手店”,对此吴敏毫不避讳。“这些书大多在流通环节具备存量,折扣低的特点,这让我们能够充分发挥选品优势,以现金结算、折扣售卖来保证书店的品种快速更新、现金流畅通,从而抵消电商带来的冲击。”吴敏说,“店里的书都是我亲自选出来的,让它们重新回归大众视野,我将其称之为‘老书复活’。”

记者注意到,旁观书社所有的样书都被包上了书皮,读者即使不买书也可以在店里阅读一整天。“实体书店能为读者提供安静阅读的空间,感受汲取知识的喜悦。我们只需要做好图书选品、展陈和推介,其余的就交给读者,通过阅读和挑选,读者会自己决定是否购买。”

有人做减法,也有人做加法。同样是主打社科类图书的彼岸书店,位于北京牡丹科技文化园内,门脸不大,走进进去却别有洞天。500平方米的书店一大半都摆满了书,几乎每本书旁都附有一张小卡片。“卡片上会写一句话介绍书,吸引大家的注意力。我们是书店,所做的努力都与书相关,要把读者的注意力吸引到图书上来。”赵超越说。

彼岸书店还在展陈上下足了功夫。2022年,彼岸书店尝试用装置艺术来讲述图书的故事。在一个装置艺术角落里,赵超越向记者介绍,“这个装置艺术主要是为了售卖博尔赫斯的《小径分岔的花园》而设置,这本书是讲时空错乱的,我们就故意把书摆乱。读者很喜欢这些有创意的展陈,相关图书销量都不错”。

“费了这么大精力,实际上我们还是为了卖书。现在不是读者不买书,而是要打动读者,给他一个逛书店的理由,让读者能主动翻阅图书,从而被书吸引然后想要购买。”赵超越说,“实体书店就是要扎根读者,用各种方式把书里的故事

讲透。我们通过装置艺术讲述书的故事,并把书卖出去。”

小众主题书店雅和书庭的主理人彭明榜也表达了类似观点,“无论是做小众书店还是大众书店,内在规律是一致的。首先,书店要以书为主,而且要以好的选品为主。其次,要定位准确。小众主题书店不能一味地简单迎合大众,而是要注重提升和引领”。

从做书店到做文化

“在网上我只是买书,但在实体书店,我能得到更多。”有网友这样描述线上和线下购书的区别。相比在线阅读,实体书店能够提供浓厚的文化氛围,给人带来置身其中的沉浸式体验。

在电商竞相打折售书的环境下,想要实现图书原价出售且销量可观,似乎是一个难以实现的目标,但是雅和书庭却做到了。这是一家以作家签名本为主题的书店,基本每天都有作家到现场签名,开新书发布会、分享会。

“我最初决定做一家以签名本为主题的实体书店,主要是想与电商以及其他实体书店实现差异化。让书店在作者和读者之间实现有温度的连接,给读者一个到实体书店来买原价书的理由。”彭明榜说。

越来越多的书店不断寻求求变,深耕主题特色,提升服务专业性,更加精准把握读者的阅读喜好和消费行为,让读者感兴趣并留下来,最终形成购买力。

彭明榜认为,除了书,活动也是书店的重要内容。活动可以成为一个区域内读者人相聚的理由,有助于扩大客流,创造社会影响。“对书店而言,不要计较一场活动的经济得失,而是要计算其日积月累的综合价值。”

在业内人士看来,实体书店的功能远不只是卖书,而是要成为一个融合平台,以图书为媒介,把多种文化要素聚集起来,打造出丰富的业态。

罐子书屋作为艺术类垂直专业实体书店,除了售卖艺术书籍,还结合茶道美学、艺术展览空间,定期举办各类展览,让读者在品茶阅读的同时观赏艺术作品。门口店名旁有3个大字“茶书馆”,“罐子茶书馆结合艺术类书籍、茶文化、艺术品以及不同形式的艺术展览,以复合式文艺空间的概念进行运营”,张小强说。

书店不仅要给读者提供舒适的阅读环境,更要提供用心的产品和服务,用书店独特的气质和氛围来吸引读者,才能走得长远。当书店的书与读者、主理人与买家产生了共振,那么书店就能有尊严地活下去。

开书店前,潘晓龙经营着一家儿童舞蹈学校。3年来,他一直在尝试让书与舞蹈实现结合。用舞蹈表达诗歌,通过读书更好地理解舞蹈。在书店里,潘晓龙邀请读者戴上耳机,伴着音乐欣赏一首舞蹈演绎的诗歌。“有些学舞蹈的孩子和我们一起坚持读书,本来压腿等一些舞蹈基本功很枯燥,但对他们来说,想起某个故事就会有勇气坚持下去。”

实体书店作为重要的文化设施和文明载体,对推动全民阅读、满足人们精神文化生活等方面发挥着重要作用。

近年来,我国居民阅读习惯和图书销售格局发生了重大变化,成年人数字化阅读方式的接触率高达79.6%,图书零售市场中各类电商码洋占比高达84.7%。受电商冲击、阅读习惯变化以及3年来疫情反复的影响,实体书店正在经历转型阵痛,一些品牌书店、网红连锁书店、小众独立书店关门歇业。

不过,从未来趋势看,实体书店仍具有良好的发展空间。一是我国人口众多、市场规模巨大,伴随居民收入水平和文化程度的提升,人民群众精神文化需求日益增长,对图书和阅读的需求量将持续扩大;二是消费分层明显,老中青幼不同年龄、东中西部不同区域、大中小不同城市的群体对阅读方式、阅读空间和阅读载体的需求各异,既需要线上书店,也需要实体书店;三是体验式、沉浸式阅读成为新趋势,主题鲜明、空间友好、场景多元的实体书店有助于满足消费者全方位文化消费需求,提升阅读体验。

新形势下,促进实体书店更健康发展,让实体书店更好服务全民阅读、更好支撑文化强国建设,需要政府和市场共同发力。

对政府而言,要把实体书店当作准公共文化设施,提前做好公共服务设施规划和商业网点布局,在预留经营用地、减免租金、免征增值税、加大文化产业专项资金等方面给予更大力度的政策支持,切实减轻实体书店的经营负担。通过政府购买服务等方式,鼓励实体书店承担图书馆、职工书屋等全民阅读场所的部分功能。深化全民阅读活动,将发放实体书店购书券、读书交流活动补贴等纳入促进消费的政策举措中。

对实体书店经营者而言,要精准把握读者的消费习惯变化,找准市场定位和品牌定位,加强场景营造,优化购书体验,丰富阅读空间,积极探索线上与线下融合,书店与餐饮、展览、沙龙、剧场、亲子等多功能复合的发展模式,不断提升实体书店的吸引力。(作者系中国宏观经济研究院产业经济与技术经济研究所研究员)

本版编辑 王薇薇 闫伟奇 美编 倪梦婷

探索多业态盈利模式

如何让实体书店在倡导阅读、传播文化的同时收获经济效益,从而获得更长足的发展?这一问题的答案关乎着实体书店的未来。让书店有自我造血功能,能独立生存下去是每个书店人的目标。

2021年“双减”政策实施后,传统新华书店的教辅书籍销量明显下滑,谋求变革摆在了它的面前。2022年,顺义新华书店温榆河田园店开业,经营图书、特色文创、品茶、咖啡饮品、甜点等。店内尽可能保留玻璃幕墙,将室内室外景色融为一体,打造一个集阅读、活动、简餐等多个功能于一体的综合型书店。开业后不久,该店就登上了北京阅读空间类网红打卡地榜单。“这是转型升级后迈出的重要一步,也是新华书店探索‘文化+旅游’的新尝试,为新华书店的未来发展拓展了新路径。”北京市顺义新华书店有限责任公司总经理张秀梅说。

着迷星球图书岛主打儿童亲子沉浸式阅读,其装修风格令人耳目一新。店内场景丰富,有声阅读舱、配音舱等充满科技感,还设计有哈利波特主题屋、太空宇宙探秘主题屋等主题阅读屋。“图书哪里都可以买,我希望给家长和孩子们打造一个沉浸式的阅读空间,让他们在安静舒服的场景区隔内阅读。”着迷星球图书岛主理人朱莉说,“此外,我们还有许多活动能帮助读者完成阅读。目前,以活动带动阅读、以阅读带动图书的经营模式经过市场验证是可行的。”

会员制也是许多书店的选择,有助于增强书店与读者的黏性。朱莉告诉记者,店里有不同的会员类型,包括阅读年卡、会员、储值会员以及可以参加免费公益活动的会员等。“书店创立至今两年,我与每名会员都进行过交流,向他们了解对书店的建议等。”朱莉问到如果没有补贴,书店能否养活自己时,朱莉自信地说:“没问题!”

近年来短视频的兴起让书店又多了一个推介的窗口。2022年年底,雅和书庭开始尝试做微视频,只售卖自己小众书坊出品的诗歌。小试牛刀后,效果不错。

彼岸书店有12个大小不一的书房隐藏在书架后面。这些书房原本可以用来举办活动,但是赵超越告诉记者,他们并不参与活动策划,而是把精力集中在图书上。“虽然书房空间利润高,但是我们把它藏起来了,我们想让读者进来之后发现这就是一个书店。”赵超越说,“经过几年经营,我发现把书店的气氛做好,把书选好,书房就会经常有人租,利润也会增加,书店也能好好活着。”

“有的书店之所以没落,不是大家不读书了,而是因为书店没有跟上时代和读者的脚步。”赵超越说,“行业没有那么悲观,我们能做很多事。只要努力做到极致,就能打动读者。”



着迷星球图书岛内,顾客在选购书籍。中国经济网记者 成琪摄