

■ 本版撰文 本报记者 杨颖 霍玉茜

编者按:近几年,受阻于店租、水电等成本的上涨以及网络书店及电子阅读的冲击,传统书店每况愈下,随着科技日新月异,“纸质要消亡”的燎原之火已经烧到了实体书店。坐以待毙?跨界翻新?延时拼服务?面对生存考验,实体书店的经营者们或保持观望或重新整顿,筹谋逆袭。

尽管各种困难依旧清晰可见,但台湾诚品书店、北京三联韬奋24小时书店、“老书虫”等的成功也昭示实体书店未必只

有衰亡的结局。诚然,适应时代才能求得生存。一如当年的电报、BP机,无论如何凭吊,终会慢慢消亡,可作为一个城市文化和文明的象征,传统书店亦还有机会、空间寻得自我救赎。因为,无论如何,对于一个需要文化积淀和冷静思考的民族而言,拥有更多有百年甚至更长时间文化底蕴的传统书店的意义远大于只留下很多以卖教材为主的书店或售卖便宜书的网上商城。



只为一缕书香 实体书店逆袭

书店的记忆

在京城文化名人张立宪主编的《读库》里,一篇关于三联书店的描写和记录令人印象深刻。主人翁对着这个书店,日复一日,年复一年,工作了十余年,从归类书籍到隔着时空同大师对话,在文字笔墨的浸染中,从身到心都有了变化。

现如今,人们的阅读、休闲方式已极大丰富,互联网时代确实让传统书店遭遇了前所未有的衰亡危机。未来,传统书店能否生存下去,我们尚无法定论,但可以肯定的是,传统的坚守对于个人的改变,是数字网络这些新技术无法企及的。

“对于书店,我的记忆是每到放暑假、寒假,父母都会带着我到新华书店买各种练习册,还有我最喜欢的课外书。”在“80后”青年化文哲的记忆里,书店里很静,柜台很高,有种莫名的庄严感。虽然彼时需要自己扛着厚厚的《十万个为什么》回家,但那种满足感是现在快递送上门根本无法给予的。

而对于年龄更大一些的人,在他们那个年代,书店,就是文艺青年与奥斯特洛夫斯基、瓦西里耶夫、高尔基等名作家的约会地。这些书店承载了他们对于青春的热血渴望、理想的无限追求,甚至在一定程度上影响了他们的人生。

记忆里的新华书店、三联书店总是带着挥毫而就的大LOGO矗立在城市的繁华巷口。时过境迁,彼时的辉煌现在已成了街角的寂寥。

的确,对于善用现代智能工具的很多人来讲,在百度上搜索需要的图书,下载电子版或在网上书城购置折扣书更加便捷,这也使得很多实体书店陷入尴尬境地。传统书店,似乎已变成了强弩之末,成了“旧商业”的代名词。马未都先生也在博客上说传统书籍在未来会成为文化奢侈品,更何况是作为“池鱼”的书店。

今年世界读书日前夕,一项官方公布的统计数据显示,2013年,我国成年国民人均纸质图书阅读量为4.77本,与数量为64本的以色列相差13倍之多。这个国土面积接近北京、人口只有北京1/3的亚洲国家,多年来一直稳坐各类阅

读量排行榜的头把交椅——无论是从报刊浏览量还是人均图书馆拥有量来看,以色列都被公认为是最有阅读传统的国家。

在中国工作、来自以色列的希米(音译)表示,阅读,本来就是犹太民族深入骨血的习惯——大家或许也都听说过,犹太民族的母亲将蜂蜜沾到书上,告诉孩子书本是甜的这个故事。与中国相同,以色列的网络和新媒体一样发达——但这并没有抹去犹太民族喜爱阅读纸质书籍的习惯。“每周五晚到周六是安息日,在这天,我们不能碰任何带有火和电的东西,商店、饭店也大多关门,唯有书店能迎来络绎不绝的顾客。”希米说,“通过阅读度过安息日,是保留纸质阅读习惯的重要条件。”

如此差距怎样补足?可以预见,科技越发达,我们越难抵挡手机、电视、网络的诱惑,更何况当下国内陈旧的图书售卖形态,低质量、枯燥的图书还在拖行业后腿,如何回归阅读本身,让未来的小朋友也能有更多关于读书的美好记忆,甚至形成受益终身的习惯,这些都将是传统图书行业需要思考的命题。

书店的遭遇

曾经坐落在北京五道口的光合作用书店名噪一时。在光合作用未倒闭之前,在书店中增设咖啡馆、倡导“悦读”概念的创新模式,让光合作用和其创始人孙池名声大振。光合作用很快成为民营书店中的佼佼者。

“我有一个梦想,书店不仅仅卖书,还能创造一个阅读空间……我有一个梦想,希望书店如寒夜里一盏温暖的灯,安静地守候读书的人……”孙池在创办光合作用的时候用这样的诗句形容其初衷。

从事出版业多年的李先生对于光合作用的倒闭表示遗憾,但他也认为,光合作用已被图书供应商逼债多次,加之近

年来房租、水电等成本急剧上涨,使得其资金问题雪上加霜。而且,它选取了文艺范儿较浓的学生作为主要客户群,这些人的消费易受价格因素影响,这也是导致光合作用走向末路的原因之一。

一厢是,各大电商图书频道今天打出“0元售书”的促销活动,明天又迎周年庆典疯狂让利。为招揽顾客,一批批新的图书网商相继推出以网店价、免运费、快速到货为特点的服务,获得了不少年轻消费者的青睐。

而另一厢,传统书店仍在为各种费用苦苦挣扎。据一家规模较大的民营书店经营者反映,其2013年书籍销售额约占全年营业额的50%,图书销售利润只能与开销基本持平,得依靠培训和其他销售利润支撑书店的正常运作。

因此,光合作用的遭遇并不是特例。不久前,民营书店万有引力倒闭的消息也在微博里炸开了锅。经营者在投入200

万元后8年也没有回本,终“累觉不爱”。

而对于“新华”系的书店来说,经营者坦言,单纯的图书零售份额已经很少,大部分的利润来源于教科书和教辅书销售,经营压力日益增加。另外,无法染指教材等高利润图书的大部分中小书店经营者也表示营业利润日见微薄。

书店与书店之间更大的差距还体现在税收方面。据李先生介绍,目前,只有国营图书企业才能享受税收优惠政策,新华书店可享受县级及县级以上书店免收增值税的优惠,同时,作为国家文化改制试点单位,免征企业所得税、营业税、城镇土地使用税及房产税六大税种。而民营书店每年需要缴纳的税种有增值税、营业税、城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加税、印花税、企业所得税。在图书业的利润不断受到挤压时,有没有税收优惠的区别会更加明显地体现出来。

书店的逆转

经历了初时的彷徨,在日渐衰落的现实面前,很多书店开启了探索模式,希望可以通过努力,适应数字信息时代的需要,找到并留住自己的顾客。

今年5月初,第一家以书店+影院为经营模式的汾阳新华书店开始试营业。根据山西新华书店集团与保利影业签订的院线合作项目,5年内,双方将在山西的新华书店内建立28家电影院。此前,就有很多书店+咖啡馆的转型形态,尽管细节不尽相同,但可以看到,新华书店走的是和北京的单向街空间、中信书店、字里行间等知名实体书店类似的路数。如今,跨界和混搭都是流行热词,虽然书店和影院的碰撞看着并不新鲜,其匹配可行性也有待进一步检验,但毕竟已经走上了行

进的路上。

除了跨界,不少实体书店也在美观上下足了功夫。上海的松江泰晤士小镇上开设的钟书阁就是这样一家书店。在这里,各式书籍被巧妙地安放在形态各异的建筑设计中,浑然天成。在这里买书,还能额外得到一枚纪念印章,别有一番情致。这种融合了美学元素和人文景观的书店与阿姆斯特丹的美国图书中心、阿伦维克镇的巴特书店有异曲同工之妙。

同样走在求索路上的还有北京的三联韬奋书店、博书屋,它们选择的是延时策略,开足24小时。自今年4月开张后,坐落在北京东城区崔府夹道胡同口的三联韬奋每晚都灯火通明,人来人往。先不追究“夜读”是否符合生活规律,但它的出现,为“夜北京”平添了一缕“书香”。据了解,这种24小时书店模式近日也已在广州、郑州、安徽等地开启。至于博书屋,预计会在今年6月底正式亮相。博书屋总经理陈黎明介绍说,24小时博书屋将提供8小时以外的、家里不能提供的文化空间,

包括纸质阅读空间、旅游艺术衍生品及咖啡设施区等,周末还有文化沙龙、名家讲座。

与前面提到的实体书店不同,武汉海豚儿童书店正在进行的是打造文化综合体的尝试。它经营模式的核心是强调“体验”,无论是精选的图书,还是特色活动和课程,都让这里不只是一个书店,更像是一个成长乐园。

此外,一些独具特色的专业书店如鹿鸣书店等、小众书店如桃花岛等也在进行尝试。以桃花岛为例,它以线上“桃花岛新媒体”及线下实体店为载体,为其严格筛选的会员提供专门的阅读定制及社交聚会等服务。在桃花岛的创始人庄婧看来,互联网和传统书店并不存在冲突。通过网站用户的数据挖掘,能够更了解读者的年龄、兴趣、阅读习惯等等,发现潜在的会员,进而将其带入实体书店之中。据悉,它的客户主要是女性用户,线上部分“桃花岛新媒体”更是秉承“只为29+女性用心呈现”的理念,堪称“温柔逆袭”。

书店的春天

伴随着互联网的高速发展、电子阅读的普及,一股席卷图书行业的寒流吹过全球,尤其是过去几年,不管是在中国还是在美国、英国、西班牙,大批书店经营惨淡,境况堪忧。

据统计,在过去10年中,中国已有超过5成的民营书店陆

续倒闭。几年前红极一时的北京第三级书店也没有逃过亏损关张的结局。同样“倒霉”的还有上海的席殊书屋、思考乐书局等等,亦是或关门或被收购。

而就算是国营书店,也无法独善其身,早不复当年的繁荣景象。记者曾试图到一家国营图书大厦买书,但终没有带走一本。因为,那里的书没料、亦无趣,而且折扣没有吸引力、衍生服务有限、环境更是一般,简言之,在书店里待不久,也不想买书。

好在,问题虽然存在,但各界已在努力。近年来,为扶持实体书店,中央及地方政府出台了一系列优惠政策。2013年,财政部中央文化产业发展专项资金首次对北京、上海、南京、杭州等12个城市的56家实体书店给予奖励资金9000万元;图书批发和零售环节享受为期5年的免征增值税优惠政策。而上海、浙江、天津等5个省市也已落实相关扶持资金5640万元。此外,扶持实体书店已经被继续列入2014年中央文化产业发展专项资金重大项目,并且覆盖范围由2013年的首批12个试点城市扩展到12个省区。

与此同时,不少学校、名人都在积极倡导养成良好的读书习惯。而且,一些实体书店也纷纷求变,无论是新华书店的跨界发展、北京三联韬奋书店的不打烊尝试,还是枫林晚、海豚儿

童书店的文化服务延展,都表明它们正在思考如何取悦读者。但在这个时代,有人气不一定就会挣钱,它们的投入究竟何时才能收获真金白银尚未可知。

“台湾的诚品做得好,但它也是在亏了15年以后才开始盈利的。”在中央财经大学出版经济发展研究中心主任莫林虎看来,当下,传统书店只靠卖书是没有出路的,不调整整个商业模式绝对不行;仅仅强调“书香”是没用的,还得看内容。而书店经营模式的调整得从用户入手,要明确受众,并满足读者其他需求,久而久之,便能形成稳定客源。

另外,在采访中,多位业内人士均表示,拥有高质量的图书极为关键。当下,实体书店之所以无法与网上商城抗衡,最核心的原因是,很多书店正越来越沦为“考试书店”。教辅类书籍虽然可以在一定程度上保障销量,但只依靠它们,实体书店是无法与网上商城比拼的,毕竟,这类书籍不具有不可替代性。如今,能够被人消遣的高质量的历史、文化、科学、文学类图书太少了,努力补足这部分图书可以吸引到更多消费者,也与中国这个拥有5000年历史,发明了造纸术、印刷术,编写了四库全书的文明古国的身份相符。而也只有拥有更多消费者心甘情愿为之掏钱的独特商品或服务,实体书店才可能寻得自己在市场中的一席之地,也才更有机会走进春天。

