

## 厦门地区特色书店发展趋势分析——北京大学现代出版研究所“图书营销与阅读行为研究”课题报告3

作者：“图书营销与阅读行为研究”课题组 来源： 时间：2006-12-6 被阅读次数：35

调查书店：光合作用书房

晓风书屋

思无邪书店

台湾书店

新华学知书店

调查方式：访谈2小时；店内观察、拍照，读者问卷

### 一、 厦门地区特色书店现有市场简况

#### （一）地区特点

##### 1. 地理人口

厦门是中国大陆最早对外开放的经济特区之一，全市总面积1565平方公里，常住人口220万人，在副省级城市中人口规模最小。至2004年末全市户籍总人口1467731人，其中城镇人口910424人，占户籍人口的比重为62%，岛内思明、湖里两区人口就占了全市人口的43.9%。

##### 2. 经济消费

2005年厦门市实现GDP1029.55亿元，按常住人口算人均GDP为5659美元，在岗职工平均工资20539元，城镇居民可支配收入16403元，农民人均纯收入6230元，在全国都位于前列。

而2004年，整个厦门市教育文化娱乐服务支出为19.45亿元，人均支出1325元，只占消费支出的12.3%。据测算，当人均GDP达到3000美元时，文化需求在个人消费中约占23%，目前厦门市的文化消费远远低于国际标准，这说明厦门文化产业发展的潜力巨大。据估计，厦门年人均图书消费约在95元左右，据此厦门图书的零售市场总额1.4亿，在考虑到流动人口和周边城市的影响，图书的零售市场可望达到2亿以上。文化市场蕴藏着巨大的商机，且每年都有较大的增幅。

##### 3. 小结

由以上可以看出目前厦门地区的经济发展水平很高，图书市场总容量不算很大，但图书消费市场仍有很大的空间可以发掘。

#### （二）市场现状

##### 1. 整体现状

至2004年底厦门全市有各类图书、报刊销售网点323个，资产年末数1.91亿元。其中福建省新华发行集团所属厦门市新华书店有14个发行网点，主营业务收入5987.53万元；厦门对外图书交流中心有3个发行网点，全年出口台湾图书1800万元码洋，进口台湾图书600万元码洋，成为台湾地区大陆图书的主要供应商；民营企业厦门光合作用文化传播有限公司有14个发行网点，图书销售收入3828.45万元。这三家在经营上各有特色，是目前厦门图书市场上的主干力量，形成三足鼎立之势。此外，总面积7000多平方米的SM文化图书城在湖里区也有相当的势力，合资的台湾书店以专营台版图书闯出一片天地，一批各具特色的民营小书店争奇斗艳，共同在总容量并不大的厦门图书市场顽强求生。

就厦门市内而言，整体图书发行业资源的配置很不平衡。厦门市图书发行网点集中在岛内，占到了总体的77%，其中思明区尤为集中，拥有全市55%的图书发行网点，岛外发行网点则很少。邮政报刊厅也主要集中在岛内，其中思明区占到了66%。

在狭小的范围内大量密集存在的书店相互拼杀，一批弱者在竞争中被淘汰出局，据介绍，现在厦门市民营小书店仅存150多家。

## 2. 特色书店现状

厦门地区现有的特色书店发展状况不一,从经营手段、经营内容、经营环境等方面可分为四类:特价书店,专业书店,主题书店,氛围书店。下面就不同类型的特色书店进行一一分析。

### (1) 特价书店

厦门市的特价书店数量少、规模小、影响力不大,一般都位于房租相对比较便宜的地段,没有位于市中心、商业区等繁华商圈内的。特价书店一般为小型的综合类书店,汇集文学艺术、休闲娱乐、升学考试、计算机等领域的书籍,以低廉的价格吸引顾客。其进书渠道主要以出版社库存图书为主,也有一些书店违法销售盗版图书牟取更大的利益。目前厦门发展较好、知名度较高的特色书店只有厦门大学附近的思无邪书店。

### (2) 专业书店

厦门市专业书店发展较好,数量不少,有航海书店、教育书店、医药书店、建筑书店、艺术书店等。尤其是艺术类的专业书店,依托“琴岛”鼓浪屿,在厦门市良好的艺术氛围中,都经营得有声有色。

### (3) 主题书店

2002厦门对外图书交流中心与台湾书商合作创立了全国首家台湾书店,专营台版图书,成为目前厦门规模最大的主题书店。此外,定位为学术图书的晓风书屋也在厦门有分店。这些书店在销售书籍种类上独辟蹊径、自成一家,拥有一批固定的读者群,但是目前盈利状况不佳。

### (4) 氛围书店

全国闻名的光合作用书坊就是起源于厦门,目前在厦门拥有11家连锁店,它整体走高端路线,装修布置格调较高,在细节设计上做得很到位,符合都市白领的品味,在厦门市的学区、高档社区和商业区都建立了分店占领了市场。它是目前厦门市唯一知名的氛围类书店。

## 二、厦门地区特色书店发展趋势

### (一) 整体趋势

#### 1. 市场容量、结构

由以上可以知道,目前厦门地区的经济发展水平很高,但是由于居民的购书习惯不盛图书市场总容量不算很大,相信随着经济的进一步发展、国家政策的推动、行业的努力、人民整体文化水平的提高,图书消费市场将会有很大的发展。

此外,厦门是中国十大旅游城市之一,也是中国接待国际游轮最多的口岸之一,2002年全市接待旅客达1020万人,其中境外游客67.2万人,旅游创汇3.65亿美元。旅游城市、港口城市的性质使它的市场具有更大的综合性,整体容量也更大。而毗邻台湾这个特点也使它在发展对台图书贸易上拥有其他地方无可比拟的优势,在政府的大力推动下,对台图书贸易将会进一步有很大的增长。

### 2. 地理位置分布

在地理位置分布上,由于目前整个厦门地区的书店分布过于集中在岛内地区,2005年末制定的厦门市“十一五”文化发展规划中提到要“完善发行网点建设,重点发展岛外地区,以及旧城以外的新建成区和居住区”,政策上的支持将会吸引一批投资者在岛外进行投资,书店分布将向岛外进行延伸。

### 3. 竞争态势

整体而言,目前厦门市的书店数量较多,竞争比较激烈。大的书城数量仍在不断增长中,即将建立的就有关外图国际图书文化城、集美图书城,届时竞争加剧,现有大书城盈利水平将会下降,一些经营不善的书城将会出现生存危机。民营小书店正处于一个整合期,一些竞争力弱、缺乏经营特色的书店在不断被市场淘汰,书店总体数量在不断减少。

### (二) 特色书店发展趋势

具体就各类特色书店而言,由于经营模式、经营内容、目标市场等不一样,其未来的发展趋势也需要分而论之。

#### 1. 特价书店

目前限制厦门主体图书市场发展的并非经济因素,主要还是人们意识的问题,因此对于大多数厦门本地人来说,特价图书的吸引力并不大,这决定了特价图书在厦门的市场上是不可能进入主流的。目前厦门特价书店的主要顾客群为没有收入的学生或者收入较低、但是爱看书的外来打工者,而厦门高校密度在整个福建省最大,外来打工人员也为数不少,因此特价书店还是有它生存的空间。厦门的特价书店在未来不会有很大的发展,但是也依然能够生存下去。

#### 2. 专业书店

专业类书店的图书内容高、专,读者群稳定,需要所在地区有大量该领域人群或者爱好者存在。厦门地区现有的专业书店抓住了它音乐艺术氛围浓厚、港口城市等特征,发展良好,已经拥有了稳定的顾客群,未来发展稳定。

#### 3. 主题书店

厦门目前的主题书店经营时间不长,总体上发展的并不是很好。但是由于主题书店的特色与品牌需要一个较长的时间让读者知晓、认可,因此相信随着时间的发展,这些主题书店的经营状况将日益好转,形成其品牌号召力,最终在厦门市场上站稳脚跟。

#### 4. 氛围书店

光合作用的品牌在厦门深入人心,在高端市场、氛围书店这个领域已经占领了市场。但是目前它的多家连锁店房租很高,都处于微利状况,真正盈利状况良好的店很少,由于房租、人工等成本的逐渐上升而销售额没有相应提升,利润率在下降。目前正在积极开拓非书商品的经营,开源节流,以提高利润。未来发展趋势总体看好。

## 三、厦门地区特色书店外来业者进入本地区发展成功机率与要素

## (一) 可行性分析

### 1. 特价书店

在厦门目前特价书店数量较少的情况下，特价图书市场并未饱和，只要能够获得较好的出版社库存资源，在图书品种选择上符合市场需求，特价书店的发展还是有一定空间的。但是由于特价书店利薄，书店不要位于房租高昂的地段，最好位于高校聚集区或者外来人员较多的区域，或者依托其他大的卖场。在规模上出于成本考虑面积也不要太大。在控制了成本的基础上，还是可以有所作为的。

### 2. 专业书店

目前厦门地区的专业书店已经在它的分区市场上拥有了相当的知名度，再有新的竞争者加入只能导致彼此的利润率下降，而且也未必能生存下去。预计未来将会很少有新的这些类别的专业书店出现。但是不排除有经营者能够找到市场空白，开发其他专业领域的市场空间。但是由于厦门地区整体人口高知识专业人群并不多，且现有市场已开发较多，未来拓展空间较小，专业书店不是一个很好的投资切入点。

### 3. 主题书店

厦门现在的主题书店较少，预计未来会有较大的发展空间，将会是一个很好的投资项目。能否成功关键在于能不能找到一个符合本地人口特点、能够得到市场认同的切入点。建议根据厦门的特色状况，如游客很多、毗邻台湾、港口城市、艺术氛围浓厚、高校较多等特点独辟蹊径，开辟现有市场上的空白主题，还是有发展空间的。

如通过调研发现，厦门虽然成年人整体阅读习惯不好，但是却非常重视子女的教育与阅读，在假期许多家长习惯陪同孩子去书店看书。但是目前厦门市场并没有专门为青少年建立的书店，除了教材教辅，就只有在一些大书城内设有少儿图书专区。如果能够开设一家专门的少儿书店，主营少儿类图书，围绕这一主题进行相关衍生产品的销售，营造出少儿学习阅读的文化氛围，相信可以吸引很多望子成龙的家长带领孩子前往。

### 4. 氛围书店

光合作用书房现在在厦门有11家分店，分布于商业繁华地段、高档社区，社会知名度高，在白领、高收入人群中口碑很好，基本已经占领了厦门的图书销售高端市场。再想以氛围特色进入厦门市场，势必要与光合作用进行激烈的竞争，这样的局面对新的投资者来说风险很大。综上，目前厦门氛围书店已有劲敌占据了市场，进入这类市场不乐观，可行性不大。

## (二) 风险预估

厦门市总体人口规模小，消费能力较强的人口比例低，限制了文化市场的发展和消费能力的提高。此外，居民的文化消费习惯也对图书市场的发展产生限制。

目前厦门市书店数量正在不断减少，市场整体容量并不大但竞争却很激烈，尤其是一些大书城即将建立，对特色书店也将产生一定的冲击。在未来发展中中小型的特色书店一定要在经营中突出自身特色，严格按照市场的需求和自己的实力限制规模，谨慎投资。

## 四、经营理念和症结所在

### (一) 经营理念

与其他类型的书店相比，特色书店的经营者一般都为爱书人、懂书人，对其所经营图书的涵盖领域有一定了解，开设书店一般都是他们的兴趣所在，这在一定程度上影响了他们的经营理念。如光合作用的理念是“构建爱书人心目中的精神家园，成就读者现实生活中不可或缺的‘第二书房’。”

体现在具体的经营管理上，特色书店的经营者往往更重视书店文化氛围的营造、自身的愉悦性等，这样对其品牌的竖立是有益的，但在盈利性上则表现较弱。简单的理解就是：厦门地区特色书店的经营理念更重视的是文化的传播、氛围的营造，较少的将经营重点放在增加盈利上。

### (二) 问题症结

目前厦门地区特色书店的经营者普遍学历为大学本科以上，经营初衷为满足自身爱书的愿望，学者从商注定了与其他商人相比会较少地关注盈利。而特色书店一般规模不大，体现的是经营者个人的意志和品味，没有能形成科学的管理系统、盈利投资评估体系等，所以一般盈利状况都不理想。

但是个人觉得这并不一定就以为是特色书店的弊病。也正是由于这些没有那么急功近利、追逐盈利的经营者存在，用心的去品味文化、传播文化，才能够经营出光合作用、思无邪这样的书店，才能够形成它的鲜明特色。

上传者：王一涵

[【返回】](#) [【关闭】](#)