

首页 &gt;&gt; 新闻传播学 &gt;&gt; 学术资讯

2019年，中国新开书店超过4000家，数量回升；全年图书销售码洋首次突破千亿元，然而，实体书店贡献率仅三成左右，持续下降——

## 实体书店如何在市场中觅光生长

2020年01月16日 11:08 来源：光明日报 作者：

字号

打印 推荐

近年间，大小城市的“高颜值”书店相继涌现，成为民众身边的网红景观。面对网络书店的冲击与数字化阅读的挑战，实体书店境遇发生了哪些变化，传递出怎样的思考？新年伊始，伴着阵阵书香，我们请来学者、店主、出版人，与您共话“书店书事”。

### 本期嘉宾

中国新闻出版研究院传媒所所长 刘建华

百道新出版研究院院长 程三国

钟书阁创始人、上海钟书实业有限公司董事长 金浩

实体书店研究专家、书店空间设计师、出版人 三石

### 1 主题书店数量“井喷”，向社区乡镇下沉

#### ■ 记者观察

近年间，我国实体书店数量持续增加，2019年全国书店总量超过7万家，书店最多的5个城市分别为成都、南京、沈阳、西安、重庆。

光明智库：2019年，我国实体书店大量增长的原因是什么？这一年，我们身边的书店有哪些新特点？

程三国：实体书店数量持续增长，首先得益于政策推动。我国的实体书店税收优惠政策还在延续期内，图书批发零售5年免征增值税。各部委和地方鼓励书店发展的政策也不断出台，例如教育部专门出台文件支持高校开办实体书店；北京市2019年实体书店补贴资金额度翻倍，等等。

此外，商业加持、全民阅读、品牌扩张、多主体与全场景，都是书店增多的重要原因。实体书店商业环境依然友好，很多购物中心提供优惠条件吸引书店入驻；阅读季、读书月、书香节、全民阅读“七进”等活动在各地广泛开展，群众阅读意愿回升；一批民营连锁品牌书店具备快速扩张的能力；书店主体越来越多，从出版社到各种商业机构、公共机构、文化机构都加入实体书店大军，使书店嵌入各种空间和生活场景。

2019年，实体书店有两个特点非常突出：一是主题书店数量“井喷”，如诗歌书店、传记书店、虫子书店等；二是书店深度下沉，从一、二线城市商圈潜入社区、下到乡镇，散布在三、四线地区。

刘建华：从经济环境看，2019年存在一定的“口红效应”，即因经济下行而导致低价产品热卖，人们偏爱把“小闲钱”花在书籍等“小物件”上。加之书店投资门槛不高，便有了实体书店激增之势。

从社会心理看，书店增多是网络“容器人”人际交往愿望不断高涨的结果。互联网时代，原来以熟人关系为纽带的社区日益变得蜂巢化，每个家庭甚至每个人都成了被“透明玻璃”阻隔的“容器人”。实体书店成为人们进行社会交往的精神家园、文化空间，泡书店、深交流，成为减缓社会焦虑、润滑社会关系、促进社会稳定的时尚方式。

从业态演进看，书店“回暖”是新媒体技术裹挟中消费者怀念往昔时光的结果。报刊、图书、电影、广播电视、新媒体的发展是历史的必然，但每种媒介业态都不全是对前一种业态的取代，而是相互补足，共同为受众提供最佳的产品与服务。

金浩：2019年实体书店的发展可以用“探索”和“多元”来形容。书店正在从产品结构、空间体验、销售服务等多方面进行积极探索，寻求转型升级，并且越来越个性化。横向上，不断扩充“书店+”概念，尝试与多业态结合；纵向上，深挖客户需求，差异化竞争。这些探索带来了多元发展的可能，一批小而精、客群集中的专业型书店、功能型书店脱颖而出。

## 2 好看的“皮囊”+有趣的灵魂+舒适的体验

### ■ 记者观察

上海中心大厦52层的朵云书院号称全国最高书店，开业初期，双休日打卡人数达1.2万人次；钟书阁重庆店，2019年春节期间因到访人数过多而宣布“不定时限流”……

光明智库：“高颜值”书店吸引了不少客流，消费者到书店打卡的热情前所未有。这种现象如何看待？

刘建华：“高颜值”书店除了体现创意之外，还隐含着多重经济价值。例如，可增加所在地的文化内涵，把文化元素辐射到餐饮、住宿、旅游等领域，增加整个区域文化附加值；二是作为一种文化符号发挥强大的媒介信息传播功能，吸引更多消费者前来。

跟前些年的惨淡经营相比，现在受欢迎的实体书店主要具备以下元素：区位优势带来的高人流量；书店外观及光影声色的新奇性；基于文化生活空间的多业态融合。

程三国：过去人们对书店的印象是“安静、单一的阅读空间”，但节奏明快、更加新潮的生活方式已然来临，在书店拍照打卡的现象，也是这个时代的独特印记和传播方式。然而，如果书店的追求始终停留在“颜值”，而不是对读者更有意义的“价值”，未来很可能还会遭遇危机。

三石：书店的“高颜值”，初衷是创造舒适的场景感，吸引大众走进来。但如果片面追求视觉效果，脱离了书店经营的本质和内涵，很多读者拍个照、打个卡就走了，那就出了问题。仔细观察，很多“高颜值”书店只是设计美，并没有提供给读者应有的阅读氛围，这是致命的硬伤。

“高颜值”书店不等于最美书店，最美书店不等于好书店。最美书店应具备五个“最美”：最美空间、最美品质、最美服务、最美体验、最美创意，成为读者喜爱、地域认可、健康运营的书店。

金浩：实体书店要发展，需要读者“走进来、留下来、带出去”，形成良性循环，其核心推动力永远是书。“高颜值”只是书店的流量入口之一，只有让更多“打卡人士”变为读者，才能在带来消费的同时，利用自媒体时代的口碑效应，将书店品牌传播出去。这一过程中，内功的修炼决定了品牌价值的提升。

受欢迎的实体书店，应该有三要素：好看的“皮囊”，有趣的灵魂，舒适的体验。要有设计和装饰之美，通过充满灵性的打造，将所在城市的历史、人文和精神融于设计之中；要有高品质的图书与服务，让每位踏入书店的读者收获属于自己的精神享受；要有功能之美，让书店拥有无限可能，能够动态满足消费需求的升级转型。

## 3 图书销售或许只是“药引子”

### ■ 记者观察

2019年网店图书零售码洋同比增长24.9%，规模达715.1亿元；实体书店继续呈现负增长，同比下降4.24%，规模为307.6亿元。

光明智库：实体书店规模不断扩张的同时，图书销售仍是网店“风景独好”。实体书店怎样与网络书店“和平共处”，共同发展？

金浩：实体书店受到电商冲击，在所难免。一方面，网络图书对消费者让利，让利成本的很大部分转嫁到了出版环节，而实体书店在这方面处于被动地位。另一方面，电商不断细分化、垂直化发展，向县级、村级客户延伸，而实体书店要占领基层市场份额则要付出更大代价。

同时，实体书店运营成本不断增大，但图书定价的上涨并未与之成正比。加之图书销售毛利率为20%~30%，仅凭定价增长难以抵销高昂的成本压力。

但实体书店与电商平台并非完全对立，两者已经从最初的纯粹价格竞争走向了互补型的差异化竞争，读者可以在网络书店实现“快捷购物、优惠消费、信息整合”，在实体书店实现“文化体验、产品精选、互动消费”。

刘建华：今天看来，很多实体书店的图书销售或许只是“药引子”，为书店其他业态发挥作用创造条件。网络书店与实体书店是两种角色不同、功能不同的市场主体，一个处于图书产业链上的流通环节，一个旨在搭建精神空间、文化空间与生活空间，两者可以在不同轨道上运行，共同发挥作用。

三石：实体书店近年来的转型升级，核心在于转变为“文化复合空间”。此类书店之所以越来越受到读者喜爱，是因为它与冰冷的网络销售不一样，是联系人与人、人与书、人与书店、人与作者、人与文化的温暖场所。人们在书店不仅是为了买书，还可以阅读、参加分享会、与作家面对面交流、消费各类周边产品。转型升级后，书店的商业模式和业态也在转变，图书销售利润通常只占实体书店利润的一小部分，而咖啡饮品、图书类文创产品、阅读活动营销等则占很大份额。

#### 4 书店有灵魂，阅读变得亲近、随时发生

##### ■ 记者观察

第16次全国国民阅读调查结果显示，2018年中国成年国民人均纸质图书阅读量仅4.67本，与2017年的4.66本基本持平。与实体书店客流量的增长相比，我国人均纸质图书阅读量几乎裹足不前。

光明智库：实体书店如何真正走进消费者生活，避免昙花一现？如何看待实体书店的发展前景？

程三国：从中国阅读人口和城乡居民分布角度看，实体书店的数量缺口还很大。实体书店只有聚焦细分主题市场，扎根社群、嵌入场景，才能活力永续、生生不息。书店不仅要提供空间，还要把空间变成学习场；不仅要提供图书与货品，还要提供针对人的精准服务；不光要有效率，还应该有人文色彩和情感内涵；不光有选品与陈列，还应该有沟通与引导。

刘建华：作为一种文化生活空间，未来实体书店前景可期。线下实体书店要与线上网络书店融合发展，实体书店也可以成为网络书店的“药引子”，通过设在机场、社区、学校、景点等不同空间，促进人们对阅读的重视。

三石：在我看来，实体书店最关键的作用是通过特色活动推动全民阅读。我曾提出“做有灵魂的书店”，灵魂是文化，书店空间是载体，文化活动是措施。如果书店一味追求高颜值，那么书店将是空洞的，注定会昙花一现。

金浩：实体书店要走进日常，改变人们对书店“高冷”“高深”的刻板印象，让阅读变得亲近、随时发生。当下是知识爆炸的时代，知识不稀缺，读书环境和氛围却越来越稀缺；书不稀缺，但好书稀缺，选择好书的途径也稀缺。书店要坚持“为好书找读者，为读者找好书”的理念，为大众阅读提供专业、优质的服务，这样才能培养顾客的阅读习惯，增强大家对书店的认同度。

我相信书店的前景会越来越好。虽然任重道远，但大家对知识的需求是永恒的。在未来，信息化的升级、读者需求的升级，将推动书店实现更多层次的转变，书店将是专业的图书甄选者、文化引领者、多元文化体验的创造者。

（注：除标明外，本文记者观察、提问中所用数据均来自2020中国书店大会发布的《2019-2020中国实体书店产业报告》）

##### 【网友互动】

#光明智库你来问#【走进实体书店，你感觉到暖意了吗？】2019年，我国书店总数达到7万多家，成为世界上书店总量最多的国家。其中，2019年新开书店超过4000家。身边书店的变化，你感受到了吗？快来一起聊聊吧。

@葛大店的店：这几年去实体书店的确比以前多了，感觉方便多了，环境更好、服务也更多样了。无论时代怎么发展，人们对书籍的依赖都不会变化。

@金陵逍遥客：书香浸染的感觉有了，但实体书店毕竟要生存、要发展，还是要围绕着书，把推广阅读的功夫做实。

@轱辘使者-：无论是实体还是网络，书店都承载着文化传承的功能。除了销售图书，不少实体书店还办讲座、办活动，成了精神文化生活的重要空间。

@安贞小宝贝：我挺反感去书店只为发朋友圈、拍抖音。网红书店，除了让大家打卡以外，怎么让大家把书翻开来、读进去，还有很多工作要做。

（项目团队：光明日报全媒体记者 张胜、王斯敏、杜羽、蒋新军）

## 作者简介

姓名： 工作单位：

分享到：

转载请注明来源：[中国社会科学网](#) （责编：张赛）

## 相关文章