

实体书店： 需政策、资本再推一程

9月6日，在由文创板、北京市大兴区新媒体产业基地举办的“书香北京”文化发展交流会暨北京实体书店融资交流研讨会上，来自北京市的十几家实体书店如言几又、更读书社、涵芬楼、新华书店、方所、更读书屋等国有和民营书店在交流时，纷纷表达各自经营中存在诸多痛点。实体书店究竟仅能依靠政府输血来改变现状，还是需要通过树立正确的金融观念，通过规范经营，依靠市场力量完成提质升级，成为让读者愿意买单的“精神食堂”？这些都值得经营者们进行更深层的思考。

【书店困惑】 期待政策、资本更多助力

新华书店：

新华书店作为国有的实体书店品牌，在多年的经营中，同时承担着重要的公共文化服务功能。因为历史原因，大多数新华书店以传统形态为主，近几年也开始尝试转型新形态，出现了光的空间、轩客会等一批令人眼前一亮的子品牌。

今年初，中国书刊发行业协会发布的《2018—2019中国书店产业报告》清楚地显示，调查的17家新华品牌书店当中，有5家图书销售占比在50%以下，有1家咖啡餐饮销售占比超过了50%，有1家文创周边销售占比达到了30%到50%。

但是新华书店的相关负责人也表示，目前在申报实体书店的专项资金奖励政策时，也遇到一些难题，比如，申请的补贴款不能用于运营中最大的人工成本，也不能用于为改善环境、增加业态而花费的装修和采购设备成本等，还期待政策能满足企业发展的实际需求。

更读书社：

雷图志悦（北京）科技发展有限公司，是一家聚焦于公共文化服务与科学技术相融合的高新创业企业。2017年6月，通过技术研发，雷图志悦在北京打造了首个24小时无人值守公共阅读空间；2018年6月，“图书馆+更读书社”的新型复合型阅读空间落成运营。

截至目前，更读品牌现运营以及在建的24小时城市书房近35间、自运营实体书店3家、加盟书店2家、运营社区阅览室近200个。全部阅读空间有效覆盖人群近150万。

通过政企合作，政府提供公共文化资源及部分资金扶持，雷

2018年，北京市人民政府办公厅印发《关于支持实体书店发展的实施意见》（以下简称《意见》）写道：“到2020年，以大型书店为骨干，打造一区一书城的综合文化体验中心；以特色书店为依托，打造重点街区文化地标和标志性文化品牌；以社区书店为抓手，打造15分钟公共阅读服务体系，最终形成以16家综合书城和200家标志性特色书店为支点，布局合理、层次分明、特色浓郁、多业融合、遍布北京的实体书店发展新格局，为广大读者提供更加舒适、智能的阅读空间。”实体书店业再获政策关注。



更读书社内景

图志悦承担大部分建设费用，并进行符合市场需求的运营管理，创新公共文化服务领域新模式，大力推进了公共文化服务建设，不仅在市区，而且下沉到北京各区县，推进了全民阅读的“最后一公里”。但建设和经营过程中，也存在着资金回收周期长、前期投入大、资本不青睐等特点，业务拓展中也存在很大压力。

雷图志悦希望通过政府助力和资本进入的方式，助推企业成长。更读书社希望能够得到更多来自政策方面的扶持，在业务承接、税收减免、政府引导性基金、融资贷款和补贴扶持上予以更多的帮助。

小鸟观映：

小鸟观映以电影文化为核心，是集投资、发行、放映等于一体的具有完整产业链的多元化互联网影视传媒集团，目前已经与全国近400家影院合作建立点播影院，将多元化的电影文化融入大众消费生活。

如今，即将在中国传媒大学开业的电影文化主题书店，是一个集电影艺术书籍、影厅、电影

艺术展厅、沙龙活动厅、餐饮于一体的综合娱乐商业体，正可以满足“90后”“00后”年轻人对夜间购物、餐饮、游玩、休闲娱乐的需求，以“观影+书籍”的方式推动中国电影文化产业的创新与多元化发展。

随着主题书店的建设，小鸟观映也面临着融资压力，希望得到相关部门和社会力量的支持。

【投资支招】 除了书，资本还关注什么？

雷多（北京文兴盛世投资管理有限公司执行董事）

书店是否具有核心竞争力？

我国实体书店正在从“大而全”转向“小而专”，并进一步转向“精而美”。虽然实体书店面临着各种竞争和挑战，但风格独特的实体书店从来都是市场上的稀缺资源。

未来书店形态大致分为两种：一是主题型书店，如美食书店、电影书店、科技书店、儿童书店等。书店应根据所处区位等条件，树立自己的优势方向。二

是策展型书店，用策展的方式把人流引进书店，根据人的需求有针对性地进行文化生活的补给。这是书店区别于其他零售空间的不同价值，应可以成为书店的核心竞争力。

书店是否能多元化经营？

与网络购书便利又省钱的优势相比，实体书店如何吸引读者、满足他们的需求？

在实体书店中，国有书店这样的主力军，是否能放下身段从读者的角度提供解决办法：为什么几千平方米的屋子要全部挤满书架，为什么不能给爱书人一方舒服的座椅，为什么不能递上一杯沁香的茶与墨香共饮，为什么不能提供更方便的检索服务，不用因找寻一本书而跑遍楼上楼下？书店应追求服务的人性化、受众定位的清晰化、环境布局的个性化，消费读书场景、享受文化体验将为实体书店提供新的增长点。

【他山之石】

虽然在网络书店的影响下，实体书店面临着巨大的冲击，但在这个快速发展的时代，仍有书店在逆势增长，成为书店领域的模范代表。

台湾诚品：经营20年之后才盈利

当年投资诚品书店的是台湾第一批科技企业，他们将在科技上获得的盈利投入到书店建设，但传统模式跑了多年都是亏损的。于是，在投资额将要烧光的情况下，诚品书店突破创新，改变经营策略，拿出书店2/3的空间来做体验服务。最后，诚品模式成为众多书店转型的目标。

日本茑尾：卖的是一种生活方式

茑尾书店的创始人兼总裁增田宗昭说，只把书放在书架上是不行的，一定要以生活方式为基础挑选所出售的图书，也就是说，这里所有的图书都与生活方式相关。

茑尾书店不是传统的零售模式，不只是售书，而是为顾客做设计，为他们设计一种生活方式、提供一个思考的命题，并帮助他们找到解决的办法。比如，关于“如何使用剩余的人生和金钱”，顾客可以在这个命题的指导下，在店内200多台平板电脑上检索藏书，还能咨询拥有专业知识的导购以及享受差异化的服务。通过亲身体验和对话，获得意想不到的推荐，满足知性的刺激。

（图文来源：中国文化报）