

7月2日,北京师范大学东门的野草书店老板含泪宣布,他和老伴儿苦撑了3年之后,“现在连一千块钱都拿不出来”,只能清仓关门。这则消息虽然触动人心,在网上却只是昙花一现。在经历了第三极书局、风入松、光合作用等多家知名书店的倒下之后,读书人仿佛已经习惯了听到“坏消息”。

不管是那些撑不住的书店,还是依然在坚守的先锋书店、大众书局、可一书店、万象书坊,南京的书店也正在遭遇差不多的“困局”——它们正逐渐被一道由网络围剿和高成本构建的高墙所包围。

不过,现代快报记者了解到,为了扶持实体书店,近期,新闻出版广电总局正在联合财政部、税务总局研究针对实体书店财税方面的扶持政策,南京很可能作为试点城市之一,未来实体书店的税费有望减免。

实习生 王煜 现代快报记者 胡玉梅 王颖菲 摄影 记者 李雨泽

# 实体书店的艰难转身

## 严冬

### 两年减少近200家 实体书店遭遇冬天

还有不少人记得“席殊书屋”进驻新街口的盛景,也有更多人记得这家书店撤退时的凄凉。

南京市文广新局文化市场管理处副处长王小龙介绍了南京实体书店兴衰历程——从1992年起步,1998年开始辉煌,2008年开始,则是退潮期。

“1998年到2008年,南京实体书店数量达到最多,然后就开始下滑,2012年年检时,南京有出版物发行网点2800余家,今年这个数字是2600多,两年时间,少了近200家。”王小龙说,广义上的出版物发行,包括了图书报纸、音像等方面,但倒闭的,“大多是民营实体书店”。

可一书店是湖南路上最老牌的民营书店,它已经16岁了。相比外面的炎热,书店的玻璃门后凉爽宜人,店里醒目的位置也有“5-7折”的标志,可还是没有几个人愿意进入。

当年“可一”旁边有三联书店、东方文化书店……但现在,湖南路商业街上,就“可一”一家民营书店。

“1997年刚开业的时候,一天销售额几万元很正常。”总经理钱晓征回忆着当年的盛景,她说,那时干得也有劲,“每天在书店泡12个小时以上。自己进书、选书、摆故事,看到好书,会在书签上写成推介卡,插在书架上。如果读者需要什么书,想办法去帮他找。”看着如今的萧条,钱晓征苦笑著回忆。

其实不只是民营书店,作为国营书店的凤凰书城也不好过,其营销部的孟先生坦言,来到他们店里的顾客,同样日渐稀少。目前,他们的市场教辅书占据了他们总盈利的约1/3。

据北京开卷公司公布的《2012年中国图书零售市场报告》,2012年中国实体书店零售渠道销售额335亿元,比上一年下降了1.05%。这是自有该项数据统计以来的首次负增长。

同时,报告也认为,实体书店首现负增长的主要原因是网络书店抢走了市场份额。从全国范围来看,民营书店受到网店的影响尤为严重,销售量下降了5.32%。



书店内看书的多,买书的少

## 困局

### 最大的问题是网络“围剿”

钱晓征说,如今,读者还在,但目光早已不再聚焦书店。“网络占据了人们大量的阅读时间。”这位资深行业从业者早就认识到了问题所在。

南京市文广新局文化市场管理处副处长王小龙表示,网络售书比出的杀手锏就是廉价,2011年,苏宁易购甚至推出了“0元售书”的口号。

网上图书的销售量惊人,与此同时,实体书店却成了网上书店的“免费展厅”。有时,有些实体书店还得到网店去进货,因为网店的销售价比出版社发货价还便宜。

网店为什么能打那么大的折扣?钱晓征分析,很多网上书城都不是单纯靠销售图书来支撑的,书只是附加值,用来赚人气。而王小龙则认为,“网上售书并不规范,在一定程度上破坏了‘游戏规则’”。

但对于读者来说,他们觉得有更多的理由选择网购。

在新街口上班的白领袁易京说,网上书城中的书,除了便宜,还全面且容易检索,“手指动动手就找到了书,再动一下就能买下,我何必去书店?”他反问记者。

“比起在网上买书,我更喜欢下载电子书。”年轻的大学生李与悟说,除了必须看的教材之外,他和班里的同学都喜欢在网上下载电子书版的小说看,“一是免费,

二是方便。”这个21岁的小伙子扬了扬手中的智能手机,一脸不屑地看着书店,“我可不想抱着一大本书出门。”

### 成本正在日益增加

曾经也有书店想要跟电商比价格,但他们很快发现,这一点不现实。

可一书店一年的运行成本在80万到100万,这让他们每年的销售额必须达到500万左右,才能“不赔本”。1997年刚开业时,“可一”的店面租金是30多万/年,现在在房租已经涨到了50多万/年,这还是爱好文化的房东一直给予照顾的结果。

位于青岛路的万象书坊,每年的房租也在20万,这让老板魏明不是单纯靠销售图书来支撑的,书只是附加值,用来赚人气。而王小龙则认为,“网上售书并不规范,在一定程度上破坏了‘游戏规则’”。

实体书店的人工费用也很高,据有关统计,员工的工资一般都不低于1500元。但这依然留不住人。“可一”旁边是各类时尚店铺,店铺的店员之间经常有交流,不时有书店的员工跳槽到隔壁店。“那边工资高,我理解。”钱晓征说。

同时,实体书店还面临着高额税费。

相比起电商,实体书店还得交增值税。目前我国图书销售环节需缴纳13%的增值税,再加上附着在增值税上的城建费、教育附加费、防洪费等接近15%。而实体书店的盈利部分,还须缴纳一定所得税。



先锋书店咖啡区,可以边看书边喝咖啡

## 自我突围

### 可一书店: 像卖外卖一样卖书

尽管书店一直生存艰难,但钱晓征说,只要有可,可一书店就会坚持开下去。她认为网店总归不能代替实体书店,在实体书店里浏览图书,读者可以和书亲密接触,可以感受一本书究竟长什么样,逛实体书店最大的好处,就是可以随手翻书,随意的翻阅中,体会书的质感,书店都有精心分类,翻阅的过程,是浏览群书的过程。

这种特有的“阅读空间”,是网购不能取代的。

“一个城市怎么能没有自己的书店呢,真正的读书人怎么可能全靠在网上扒书呢?怎么能丢失‘逛’书店的乐趣呢?”钱晓征笑着说。

“可一书店会一直开下去,如今,它已经是湖南路上不能缺少的人文空间。在这个什么都变化很快的时代,有一些东西不变,反而显得珍贵了。”钱晓征说。

此外,“可一”也是唯一一家书画合一的店面,钱晓征说,为了让书店活下来,他们主动去寻找读者,接受杂志订阅,也可以电话订书。

只要相中的书,一个电话,店员就会送过去。“这有点像外卖,读者可以点单。”当然网络这个商机,也不能丢。

### 万象书坊: 找其他产业养活书

体会到网络冲击的万象书坊老板魏明也作出决定:开网店。两年前的《乔布斯传》,他一口气在网络上卖出4万多册。“那时候挣到钱了,”魏明苦笑了一下,尽管直到现在,他的网店里的社科类书籍始终卖得不错,但无论销售量还是利润,都无法和之前相提并论,最多只能称得上“保持持平”“勉强生存”。他必须一个月在网上卖出3万到5万本书,才能在房租已经涨到了50多万/年,这还是爱好文化的房东一直给予照顾的结果。

六折、四折乃至两折还依旧包邮的定价,则彻底将只卖书的传统书商击垮了,让他们“再不敢妄想和大网站竞争”。

“爱书人有,但他们养不活实体书店,”魏明对书店未来的发展并不乐观。尽管如此,他依旧在尽自己最大努力,希望“延缓行业衰退的速度”。他试着“找一些和书无关的产业来养活书”,比如,自己在淘宝上做了一些技术支持,以“个人副业”挣的钱,负担一部分书店开销。同时,学习不少实体书店,扩大盈利模式。几天前,着手开始对万象书坊重新装修,增加咖啡区域,计划7月底或8月初完工。魏明希望,通过他的“让书”,带给读者全新的阅读体验,让这片曾属于学人们的书店,吸

引更多年轻人驻足。

### 大众书局: 打造“第三代书店”

2003年1月1日,第一座大众书局以其五层楼的宏大气势,矗立在新街口的黄金位置。与新华书店传统的安静、理性的风格相比,这座“书城”显得有些“特立独行”——书店除了引进餐厅,还进驻了不少售卖电子产品的柜台。这在当时显得有些“格格不入”的做法,却立即让读者毫不犹豫地买了单,他们有了歇脚、吃饭的地方,同时感到了便利。

而这,也正是大众书局创始人缪炳文的初衷,“大部分传统书店,只是可以买书的图书馆。”他对现代快报记者说,从一开始,自己就不想以传统模式开书店,而是摸索着,以开百货公司的思路,打造复合式、百货式的“第二代书店”。因此,自己也倾向于把自己归结为商业,而不是文化业。

尽管实体书店一家家倒下,但对于未来发展,缪炳文并不那么悲观,“一个书店做得好,完全能保证书客流量。”他认为,一个环境优美、让读者有精神寄托的书店,肯定能刺激他们的购买欲望。缪炳文抱着雄心壮志,希望打造一个能充分保证顾客空间、形成更高层次消费的“第三代书店”。这个想法,如今已经付诸实践。从本月起,位于新街口的国药店和仙林的东城汇店,已经开始试运转。其中仙林东城汇

店,面积达到一千多平方米,环境清幽,同时也是南京第一家“书餐厅”。也就是说,在这里,书店和餐厅“共处一室”、相互融合,人们在书海徜徉的同时,也可以用餐、品茶、聊天、休闲。

“我们希望大幅度增加顾客的消费单价,这就需要书店拓展新的盈利模式、提供更丰富的产品,而非局限于图书。”至于可能造成的书籍污损,缪炳文也做好了心理准备,“甘愿买单。”

### 先锋书店: 文化地标,成功转型

似有若无的音乐、头顶悠悠旋转的风扇、随处可见的沙发、充满“独立”色彩的海报,不远处,还传来淡淡的咖啡香气……这些似乎和书店不搭界的事物,当它们全部组合到一起,便成为了“先锋书店”。

这一南京人引以为豪的文化地标,在2008年前后成功转型,似乎能给正在迷茫中前进的民营书店,点上一盏灯。

没有教辅,没有市面上常见的畅销书,一本诗集能卖出一千多册。“先锋”以“小众”和“独立”的形象,培养了一大批忠实读者,却也因为低不下来的折扣,失去了一大批顾客。

现在的书店里,大多是买上一两本的“散客”,而当年那些动辄能买上几套全本的“大户”,却大多转向了网络。

如今的先锋,更像是一个“体

验中心”,除了有图书,还有各种文艺风格的纪念品,甚至还有咖啡屋。作为一个书店,它有自己的商标,有自己的创意产品公司,自己设计纪念品,找下游厂家代工,然后在自己的书店里销售。

在先锋书店的营业额中,文化类创意产品已经占到了20%的份额,而书店希望,未来这一比重能够继续上升。

先锋书店也开网店,而且已经开了两年。不过八五折还不包邮的价格,在众多网上书城中多少显得有些另类。据了解,“先锋”的网店成交量,只能占到其总成交量中极小的一部分。对此,先锋书店的常务副总经理张兴表示,网店主要是方便外地读者购书,并没有想过“复制”大网站的经营手法,更没有打算就此“杀人”网络市场。

不过好在,对于这一南京的文化名片,政府部门始终小心扶持着。除了在房租上有所减免,去年的国家文化创意产业基金,也让先锋书店继续并一步步扩大着自己“独立书店”的理想。

曾经有大型集团及网络书商想要收购先锋书店,不过没有成功。面对网络书商线上线下的“圈地”战略,“先锋”显得非常保守和谨慎。张兴觉得,相比企业,书店应该更具有人文气息和公益性质。

现在的“先锋”,承担了部分公共图书馆的职能。仅五台山店内,就有7万多个种类、30多万册图书,很多在市面上已经绝版、绝迹。书店内共有300多个座位,常常举办

讲座、沙龙,甚至音乐会。店主希望,它能够成为城市人的公共空间,成为文学爱好者心目中的“理想国”。

### 国营书店: 教辅为主,其他产业为辅

为了跟上网络时代的脚步,从去年起,凤凰书城也探索着在淘宝上开设了网店。卖得最好的,依旧是教辅。其次,是有名家签名的书籍,这也是凤凰书城的一大特色,一年200多场公益活动、讲座、沙龙、签售、书展、摄影展等活动,不仅为其带来了人气,更使书店多了不少引以为豪的“周边产品”。

凤凰书城打算通过此类活动,把自身打造为一个“都市公共文化空间”。“通过这个平台,向各个领域的读者‘辐射’,”营销部的孟先生说,“这些具有体验性和互动性的现场活动,是网上购书体验不到的。”而通过和单位、政府、学校合办活动,书城也可以实现资源共享、成本分摊。

此外,他们也依靠入驻书城的教育培训、文化创意产品,起到增加读者驻足时间,以及对书店盈利进行补充的作用。

相比之下,作为老牌国营书店,新华书店可能会“好过些”。因为,每年的课本,以及与课本相配套的教辅,都是新华书店独家经营。“尽管每年都说招投标,但民营书店却竞争不过新华书店,它们的配送网络发达了。”

## 好消息

### 实体书店有望“减负”

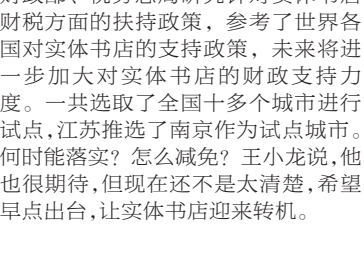
“如果有规范的市场环境,我们根本就不怕与电商竞争。”谈起实体书店与电子书商之间的“恩怨恩怨”,张兴显得有些无奈。张兴说,世界上很多国家对电子书商都有严格的规定,比如折扣上的限制;比如新书需要在实体书店上市一段时间之后,才可以在网上销售;再比如,对实体书店的免税优惠。

实体书店的困境,也引起了政府部门的关注。王小龙表示,这些年为了帮助实体书店渡过难关,南京一直有一些扶持政策,比如文化产业基金、免息贷款服务等。今年4月23日,国际读书日,南京市文广新局买了1500支玫瑰,送给南京部分实体书店,比如新华书店、可一书店、万象书坊等,只要有读者买书,就向他们赠送玫瑰花。这其实是在帮助实体书店宣传。

此外,江苏省新闻出版局有关负责人也透露已经意识到了实体书店的难处,并有意通过多种手段,从多方面为实体书店提供帮助。据介绍,从2007年开始,江苏就对实体书店给予支持,江苏省新闻出版局通过发放文化产业引导资金,在2007年到2012年的五年间,对全省13个实体书店项目给予了资金扶持,总计扶持金额达到1850万元。“先锋书店是省里面的重点扶持对象,去年,先锋书店拿到了100万元的扶持资金。”王小龙说。

这几年,江苏举办了图书展销会,今年是第三届书展,和往届不同的是,今年书展,先锋书店、大众书局这两家民营书店,也被邀加盟入场销售。除此之外,江苏省新闻出版局还积极支持民营书店进行多元化、复合式的经营,进行产业结构调整。

至于房租、税收等,据介绍,新闻出版广电总局印刷发行司正在联合财政部、税务总局研究针对实体书店财税方面的扶持政策,参考了世界各国对实体书店的支持政策,未来将进一步加大对实体书店的财政支持力度。一共选取了全国十多个城市进行试点,江苏推选了南京作为试点城市。何时能落实?怎么减免?王小龙说,他也很期待,但现在还不是太清楚,希望早点出台,让实体书店迎来转机。



先锋书店成功转型