

单日销量15本 单向街众筹续命

2月24日,本应是庆祝成立15周年的日子,单向街书店却在官方微信发布众筹求助计划。在疫情蔓延的一个月里,单向街书店仅剩的4家实体店只留有北京朝阳大悦城店维持营业,客流量大幅下滑,收入预计同比减少超八成。尽管单向街也曾展开储值优惠、在线直播、建群秒杀等促销活动以谋求自救,但收效甚微。这让曾经打造过爆款、引起过跟风的单向街书店,在15年后走上了一条众筹求助路。

单向街书店大事记



暂停营业的实体书店纷纷开启自救模式。北京新华书店、北京图书大厦等也纷纷向读者推介线上售书平台；钟书阁则在书店内直接开启直播，以最为直接的展现形式向读者推介图书等产品。虽然实体书店在短期内加速在线上布局，不能完全抵消暂停营业所带来的损失，但恰恰是这次疫情，让经营者们开始认真、彻底地去考虑，实体书店究竟何处是归宿这个问题。

在实体书店经营者宋斯文看来：“互联网的快速发展，让消费者对于实体书的购买方式快速转变，图书零售线上占比正逐年提升。有数据显示，2019年全年线上图书零售额占比达到七成。这样的背景之下，如果经营者还把书店只当作一个卖书的场所，那必定离关门不远了，关键还是在于向空间化、体验化转型”。

然而，在书店谋求自救的同时，政府也在第一时间出台了一系列的新举措帮扶企业发展。以北京市日前出台的《关于应对新冠肺炎疫情影响促进文化企业健康发展的若干措施》为例，在实体书店方面，政策指出将提前启动2020年北京市实体书店项目扶持申报工作，实现书店申报全方位覆盖。此外，鼓励图书等产品供货商对实体书店给予3-6个月的延期结算。鼓励实体书店、印刷企业在条件具备的情况下坚持营业。

在资深出版人唐勇看来，近年来实体书店的发展环境已有所好转，但对于部分中小型民营书店而言，仍未摆脱固有理念的束缚，但实际上已有多渠道可成为书店的衍生发展平台，如较为常见的网店或小程序，可成为线上销售平台，还可借助微信等社交应用将读者组成书友群、会员群等，将单纯购书的读者转化为对书店具有黏性且有持续消费意愿的粉丝，借助推出具有含金量的付费内容或服务实现创收。而在销售模式上，也可多种并行，除了直接销售，还可涵盖借阅等模式。

北京商报记者 卢扬 郑蕊

预计2月收入减少80%

“截止到2月24日,在疫情蔓延的一个月里,我们仅剩的4家实体店只有北京朝阳大悦城店开始营业,北京东风店、杭州乐堤港店和秦皇岛阿那亚店全部闭店,北京爱琴海店已于去年底停业。”在求助信的开头位置,单向街书店便将当下的困境摆在人们眼前。

北京商报记者了解到,由于疫情的影响,单向街书店所有门店于1月25日起暂停营业,直至2月10日,北京朝阳大悦城店才重新恢复营业,但每日客流量大幅下滑,只有平时的1/10左右,每天的销售额则是平时的10%-15%,单日图书销量也只有平均15本左右,此外咖啡收入一天只有几百元,蛋糕甜品则因保质期较短等原因而选择暂停提供。

据单向街书店相关负责人透露:“根据目前的形势,预计2月的收入将较往年同期减少

至少80%,对本来就利润微薄的行业来说,这意味着绝境。”

在陷入这一处境之前,单向街书店也曾尝试着改善状态。其中从大年初六开始,单向街书店便开通线上销售,但这却又不得不面临一个客观情况,那便是物流发货受到影响,时间延后且部分地区无法送达,导致销售情况也不容乐观。此后,单向街书店还推出过储值优惠、在线直播、建群秒杀等促销活动,但这也收效甚微,每次推广仅能带来几百元的收入,连值班店员一天的工资都不够。”单向街书店相关负责人表示,即便疫情好转之后,销售也很难在短时间内恢复,可能的商务合作无法开展,对书店的影响可能要持续半年,甚至更久。

公开资料显示,其实早在2009年,单向街书店便曾因房租涨价而面临经营危机,当时恰好有另一个新兴商业区愿意免租金只收取提成的方式邀请单向街书店入驻,此次危机便顺利化解。随后在2012年,单向街书店再次面临“租金大涨,无以为继”的处境,并被迫搬

家。由于搬迁和装修资金不足,单向街书店曾在微博上发出号召,希望能找到1000位支持者凑足10万元费用,最终在一天之内众筹到20余万元。

造“爆款”谋自救

作为2005年创立、至今已有15年历史的书店,此次疫情的冲击并非是单向街书店首次面对发展危机,在此前曾因租金增加、市场环境不佳等而面临经营难题,随后通过延伸品牌概念、制造爆款产品等方式让自身脱离了困境。

让单向街书店真正获得更大的发展,则是2012年开始向延展品牌概念的方向加大布局,并谋求差异化。正如单向街书店创始人许知远曾多次对外表示的:“我们创办单向街时,就希望它不仅是一家书店,更是一种精神与生活方式”。

为了能够实现差异化布局,单向街书店不仅在图书选品方面,根据自身的目标读者

进行更强的个性化布局,还延伸多条业务链,并推出沙龙品牌“单谈”、出版物“单读”、餐饮品牌“单厨”、原创设计品牌“单选”,这令单向街书店成为读者眼中的“爆款”书店。

随后在2015年,单向街书店推出的另一个爆款产品《单向历》再次受到诸多关注,尽管只是一本厚度不足5厘米,长宽分别为10厘米和17厘米的小日历,却引发购买热潮,有数据显示,第一年《单向历》就带来约千万元流水。而在去年底,北京商报记者在针对文创日历的采访过程中,单向街营销主管李君棠告诉北京商报记者:“《单向历2019》的销量已经超过了80万册”。

但当时人们都没有想到,曾推出诸多“爆款”的单向街书店,在此次突如其来的疫情下再次迎来发展危机。

实体书店何处是归宿

北京商报记者注意到,自疫情发生以来,

转战线上 潘家园想当网红

在今年这个特殊的假期,众多线下古玩文玩市场集体“停摆”,一直维持着365天不打烊传统的潘家园旧货市场,也在1月28日选择了闭市。但潘家园并未就此停业,而是将2020年春节交易会搬到线上——开展了直播展售、线上拍卖等多方式营业。其中,单场知识类直播的播放量就近10万。对于潘家园市场来说,开拓线上业务不仅有可能使潘家园成为线下网红打卡地,也能带动线上销售的流量。在2月24日线下复市的潘家园市场,未来还将持续谋求线上“闹市”。

在线“掌眼”

2月以来,潘家园市场在旗下社交媒体账号“潘家匠”开展了3场科普类直播,以文玩主线穿插,直播畅聊鸣虫过冬的讲究和门道,线上鉴宝,并分享真实案例与故事,由主播在线解读书籍《一眼辨真伪》的珠宝玉石辨别知识。

其中,潘家园总鉴定师师俊超担纲主播的直播间气氛热烈。虽然并非在黄金时间段开播,但最高同时在线数千人,截至目前视频已达近10万的播放量。

某网友上传了一张玉石把件的照片请师俊超“掌眼”,称是自己花15万元购得。师俊超为了替网友解惑,在线“算账”,分享了一次通常行内并不说破的文玩估价经验:“和田玉主要讲究‘半工半料’,即一半是料的价值,一半是工艺价值。网友展示的是一块俄料把件,成品有100g,按照50%以上的损耗估计,毛料可能250g左右,按照中上等俄料标准,价格大致在2万元。按照料2万,工2万的评估,那4万元以内买的话不算冤枉。”

除了资深鉴定专家身份外,师俊超还是拥有百万粉丝的知名文玩博主。其早在2017年末就曾以视频、直播等线上形式进行文玩知识普及。对于非常时期随着线下市场关闭

而兴起的线上文玩生意,师俊超表示:“和头两年相比,眼下的市场还是理性很多。建议新手‘小白’多学习,货比三家再下手。”

不打烊的生意

在线奉上文玩知识类“避坑指南”,将业内“行话”普及给公众之外,闭市中的潘家园也正不断活化线上交易。

据介绍,2月10日起,“潘家匠”一直播平台每日都有直播展示销售。此外,线上货品细分为多种,有“潘家园督造”“潘家园造办”等自主品牌背书的文玩,也有潘家园商户的老货,属于与商户一起做联营的直播。

另外,京东潘家园线上古玩城通过对潘家园旧货市场线下优质商户的整合,将平时在店铺陈列的商品展示到线上拍卖平台。作为登陆京东拍卖的潘家园商户之一,铭帅玉器店主刘丛告诉北京商报记者:“拍卖平台的销量比以往有所增加,千元左右的女性饰品最受欢迎”。刘丛表示目前线上交易对于商户来说属于消化库存:“新品生产暂停,交通也多方面受限,货源受到影响。现在谁的库存大,谁就能卖得较多。”

据刘丛介绍,节前计划为潘家园市场春节交易会备的许多货物,现在转战线上,库存充裕,赶上了线上的好时机。北京商报记者了解到,疫情期间潘家园市场每日都有专

人值班,协助商户取货送货,跟踪服务线上交易等需求。

借力潘家园市场的线上铺垫,不少像刘丛一样的商户都表示未来不止步于网店网拍,也想尝试一些没有做过的直播等内容。

谈及前景与难点,刘丛表示:“许多个体经营的商户,精力有限,房租、人力、设备费用都是压力。”

平台谋新

复市后,潘家园商户也将迎来特殊时期房租的减免优惠。据北京潘家园旧货市场副总经理王丽梅介绍,已为近6000家商户申报了朝阳区第一批中小企业优惠减免措施,“免2月摊位租金,3月、4月减半”。

其实,对于市场、专家以及商户来说,“不论是否受疫情影响,不论经营者是否愿意尝试,线上业务都是大势所趋”。师俊超与刘丛不约而同地谈道。

有业界专家指出,如今各大平台艺术品直播数不胜数,但对品质严格把关的平台和直播间屈指可数,知名的古玩市场具有良好的品牌信誉、庞大的消费基数、特色品类的商户资源、专业的直播讲解,这些都是老牌古玩市场在直播展示方面的优势。

对于2020年潘家园在线上市场的业务,师俊超表示:“直播或者视频的模式已经并不新鲜,或者说相当成熟了。眼下,潘家园还会拓展与更多、更好的平台合作。”基于平台对平台的线上玩法,师俊超表示,未来潘家园期望打造“直播基地”,做相关的联盟及更大的直播群。

线上产品与主播人选也是业界关注的问题。据师俊超介绍:“为了保障视频、直播内容的严谨,不会随意请兼职主播带货。”

北京商报记者 马嘉会 胡晓钰

30余家影院:尚无复工时间表

2月23日,一份《中国电影发行放映协会技术分会关于电影院复工准备工作的建议》,让“电影院复工准备”这一话题再度引发热议,北京商报记者也在第一时间展开调查。北京商报记者在对北京市内的30余家重点影院的调查过程中发现,所有影院均未复工,且皆无明确复工时间表。由于疫情仍处于防控的关键时期,尽管电影院因暂停营业而持续受到不小的冲击,但当下电影院尚未迎来复工“时机”。

疫情暴发已持续一月有余,尽管现阶段部分商场、餐厅、便利店等公共消费场所恢复营业,但对于密闭空间较多且容易产生人群聚集的电影院而言,仍大门紧闭,且暂无恢复营业的具体时间。

“因疫情影响,金逸影城暂停营业,具体恢复营业时间另行通知。”金逸影城客服如是说。活力天宝影城的值班人员告诉北京商报记者:“目前影院仍在持续停业,暂时也没有何时能够恢复营业的时间表。”

尽管无法恢复运营,但电影院并非完全处于“静默”状态。以万达影城为例,疫情期间该影院开展了员工业务的线上培训,并针对卫生防疫、安全管理、客户权益保障、品牌管理等多项内容制定统一规划,明确员工在疫情期间业务开展的诸项标准。

除此以外,博纳国际影城、保利国际影城、金逸影城、大地影院等,均已陆续通过线上渠道开设卖品店,对外销售零食、电影周边产品等。

而对于是否已对此后的复工制定相关计划,不少电影院表示尚未有具体安排。美嘉欢乐影城三里屯店的工作人员表示,现阶段主要还是等待主管部门发布何时能恢复营业的通知,解禁后总部也将会有一计划与部署,安排后续复工的相关工作。

当下,电影院重新进入运营状态,也并非只有打开大门,做做简单的清洁那样简单。

保利影业投资有限公司总经理助理刘建峰表示,截至目前,京城的所有影院处于暂停营业状态已一月有余,设备长期没有启用,因此需要全方位的检查与调试,此前的日常检查更为复杂,一方面是重新启动后各项设备能否正常运作;另一方面也是排查安全隐患;此外,还有一件必须谨慎对待的工作,那就是彻底地做好卫生和消毒工作,以保证观众和影院工作人员的安全。而若要完成所有的检查准备工作,大约需要一周左右的时间”。

在中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举看来,电影院要恢复正常运营,疫情防控工作是重中之重。

为了降低人员聚集造成的交叉感染风险,将疫情防控关口前移,自疫情发生以来,北京市在公共文化、演出和娱乐市场方面果断采取管控措施。但不可否认的是,暂停营业令电影院失去了主要的收入来源,复工无疑是所有经营者所期待的头等大事。通常情况下,票房收入占比可达八成左右,因此电影院在此次疫情中的收入来源趋近于零,同时还需承担每月仅房租成本便可达数十万元甚至上百万元的经营成本,压力不可小觑。

影评人刘贺进一步强调,在疫情结束以前,电影院恢复营业无疑会暗藏较高的安全风险;而此次疫情其实也给电影院经营者带来反思,尤其是在近年来业内一直倡议的建立多元业务结构方面,电影院尚未实现较为明显的转变,仍较多为同质化经营,导致行业整体冲击较大,后续还需逐步在差异化经营方面持续探索”。

北京商报记者 卢扬 郑蕊