



虚实结合 书店突围在线直播

如今,为防控疫情而暂停营业的实体书店正将自己的阵地加速向线上转移。钟书阁就将自己的实体书店搬到了直播平台上,而北京新华书店、北京图书大厦等也纷纷向读者推介线上售书平台,推出相关优惠活动,一场实体书店的线上带货潮由此拉开帷幕。从以往单纯的在线售书,到直播带货、限时抢购,疫情之下的实体书店通过多种尝试在和过去的自己说再见。



急转线上

近日,钟书阁的身影再一次出现在淘宝直播上,这也是钟书阁继2月4日首次尝试直播后,推出的第二场线上直播活动,以最直接的形式向读者推介图书等产品。

数据显示,2月4日首次直播时,30分钟后共实现387人观看和7740个赞,随着越来越多的图书被展示推荐,实时观看人数持续增长,直播画面也开始不时弹出有读者前往相关页面购买的提示文字,直至4个小时直播结束,共有8777人实时观看,点赞量则达到2.7万,并收到1万多条互动信息。第

二场直播仍吸引1829人实时观看,点赞量则为2.1万。钟书阁表示,宅在家里,人们用看书和学习打发时间,但买书却成了难题,开通线上直播,让读者足不出户即可便捷优惠下单。

钟书阁只是当下加大线上布局的书店之一,包括北京新华书店、北京图书大厦等京城较具影响力的书店及大型书城,也已将主阵地转移到线上。

北京商报记者调查发现,1月25日,北京新华书店、王府井书店等便纷纷进入临时闭店状态,但同时,以上书店均同步提示读者可前往网上书店及

微商城购买图书,且在线上平台可以看到,不少图书均给予折扣或优惠。

以北京图书大厦网络书店为例,现阶段该平台正对图书《静听风松寒》推出限时抢购活动,读者此时下单可以30.6元的价格购买原价38元的图书。

无论是优惠促销还是限时抢购活动,抑或是借助当下热度较高的直播带货,均证明着越来越多的实体书店加入到线上销售的行列,并灵活运用多种方式加强自身在线上影响力。

线上直播受关注

2月4日钟书阁**首次直播**

30分钟后实现
★**387**人观看
★**7740**个赞

4小时直播结束

★**8777**人实时观看
★点赞量达到**2.7万**
★收到**1万**多条互动信息



第二场**直播**

★**1829**人实时观看
★点赞量达到**2.1万**

线上售书规模持续扩大



2018年,线上图书零售额在整体的占比达**64.1%**,市场规模则为**573亿元**,同比增长**24.8%**
2019年全年线上图书零售额占比将达到**七成**

市场变局

艾瑞咨询发布《2019年中国图书市场研究报告》(以下简称《报告》)显示,随着网购市场的日益发展成熟,居民购书方式逐渐变化,图书零售额线上占比正逐年提升。2018年,线上图书零售额在整体的占比达64.1%,市场规模则为573亿元,同比增长24.8%;2019年前三季度,线上图书零售市场规模则同比增长24.8%;而2019年全年线上图书零售额占比将达到七成。

以上数据也向外界展示出线上图书的销售空间还远远未到开发殆尽的

阶段,关键在于如何挖掘潜在空间。“线上图书销售规模若要进一步扩大,除了保证优质图书的供给外,也需更多元的经营者进入市场,尽管实体书店相继布局线上的过程会对原有的电商带来竞争,尤其是已形成连锁及品牌影响力的书店,难免会抢占一部分消费者,但从市场整体来看,则能满足不同读者的需求,激发市场活力,同时也能成为实体书店维持发展的后盾力量之一。”资深出版人唐勇如是说。

实体书店如今已进入需要抓住线

上平台发展契机促进自身发展的阶段,此次疫情便是佐证。且中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举认为,待疫情逐渐消失,人们能够恢复日常的活动,线下实体店仍共同渡过一段消费者解除心理包袱的时期,逐步放下对线下聚集类消费的恐慌,重拾信心,这需要时间等待消费者的转变。

这也不免令人们开始思考,是否会改变图书市场原有的市场格局。在唐勇看来,实体书店在线上增加布局是趋势之一,市场格局也会随之改变。

不破不立

虽然实体书店在线上的冲锋能抵消实体店暂停营业的部分损失,但不可忽视的是,书店经营者如今仍面临着经营负担。大兴区某民营书店负责人李琛向北京商报记者表示:“首先最大的支出便是房租与物业费,可占总成本的四五成,另外一项成本则是人工费,占比约为两三成,再加上其他开支及为今后进货流出一定资金以保持开业后的运营,粗略计算,每月的成本在七八万元左右”。

值得注意的是,日前北京市刚刚推出相关新举措帮扶企业发展。其中,

北京市发改委表示,鼓励大型商务楼宇、商场、市场运营方对小微租户适度减免疫情期间的租金,各区对采取减免租金措施的租赁企业可给予适度财政补贴。

除此以外,北京市还推出延迟缴纳社会保险的服务,将1、2月应缴社会保险费征收期延长至3月底,受影响较大的行业企业可将疫情影响期间应缴社会保险费征收期延长至7月底。

在唐勇看来,随着近年来国内推出全民阅读等一系列措施,实体书店的发展环境已有所向好。不过,

部分中小型民营书店仍被固有理念束缚,但实际上已有多种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产品或服务实现创收。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/文并摄



扫码观看现场视频