

实体书店能否借特色服务突围

近日,当当网拉开了网上书城的又一波价格战,这对本来就出现了零售负增长的实体书店来说无疑是雪上加霜。在实体书店普遍式微的大环境下,有人开始质疑,还有实体书店能盈利吗?然而北京商报记者调查发现,面对网络渠道的冲击,实体书店各出奇招,推出特色服务以求找到新的盈利点,渡过市场“寒冰”期。

枫林晚书店 做企业的文化管家



2006年之前,枫林晚书店在浙江省内已经开了12家分店,然而随之而来的房租上涨,以及网络冲击让枫林晚书店的创始人朱升华感觉传统专业连锁的路子很难走下去。

“之前我一直想解决书店发展的两个难题。一是怎么改变传统书店单一盈利模式,从之前的以赚取图书差价为主转型到以输出文化服务,收取文化服务费为主,改变过去传统书店做‘搬运工’的角色,提升附加值;其次,我觉得书店对图书要有定价权。如果没有定价权,面对‘红海’里的价格战,民营书店肯定不堪一击。”朱升华如是说。

2008年,阿里巴巴滨江江园区还在建设的时候,就主动找到枫林晚书店,请其进驻开分店,提供书籍及文化服务。有着十年经营经验的朱升华意识到这是一个

双赢的事情,双方一拍即合。第二年,园区就免费为书店提供场地,枫林晚书店开进了园区。所有阿里巴巴的员工都可以到该书店免费阅读,同时买书可以享受最低折扣至6-8折,成为会员则可以免费借书,书店每年还会举办一些讲座和文化沙龙。

在枫林晚书店进驻一年后,阿里巴巴人力资源部做了一次调查,调查结果显示公司员工人均阅读量达到了8.9本,当时全国人均纸质书年阅读量才4.35本。

写字楼里的转型也让枫林晚实现了盈利,朱升华告诉北京商报记者,目前在枫林晚书店的收入中,文化管家服务和创意产品定制占60%以上。在未来三年里,企业文化服务外包和定制服务仍然是枫林晚的重点发展项目。

爱知书店 傍着地铁做活书店



“地面图书零售行业还有很大的商业机会,没有过时的行业只有过时的模式。”说这话的是靠地铁书店起家的爱知书店市场部销售总监王玉明。

地铁的商铺普遍都有一个特点——店面小。爱知书店也不例外,市面上图书种类很多,而地铁店面面积均不超过30平方米,这样展示的图书种类必然会受到限制,为此爱知书店在书籍服务上花了不少心思,首先是与出版社、策划公司合作,免费提供店面平台为作家举办签名售书、签名赠书等售书活动,以期加强销售和宣传;其次,爱知书店还开通了网店,读者可以在网上预订书籍,然后到门店自提,不收取费用,这样能有效解决门店局限性。据王玉明介绍,爱知书店还会根据每家店的销售数据来调整店内展示的书目。“千

万不要让所有事情都千篇一律,因为读者不一样。”王玉明如是说。

在地铁开书店同时也意味着高租金,王玉明告诉北京商报记者,“地铁书店”的租金每年都在涨,租金的压力也逼迫他们求创新。在爱知书店的收入组成里,图书销售占到50%-60%;服务费收入占30%-40%。服务费来自于期刊杂志的订阅服务。爱知书店与期刊社联名发行了订阅卡,期刊社将订阅的杂志如果送到读者手里会有很高的物流成本,而且在时效性上也会大打折扣,通过联名订阅读卡订阅读杂志后,读者主动到门店领取,期刊社节约了成本,同时也会对书店给予一定的补贴。

经过五年的发展,爱知书店已经开张了40家分店,目前爱知书店已实现盈利。

西安市新华书店 用书房服务赢得市场空间



新华书店一直被认为是“国家官方书店”,过去总被人诟病为“财大气粗”。然而面对数字化的冲击和人们阅读习惯的改变,新华书店也面临着诸多困惑。在这样的背景下,西安市新华书店选择推出“中式书房(图书)装备精品工程”以求突围。

就像市场上到处都有的“整体厨房”和“整体浴室”,西安市新华书店的这项精品工程其实是一种“整体书房”的概念。西安市新华书店相关负责人介绍,“我们目前主要提供中式书房家具的配套供应和个性化图书套餐定制两项服务,顾客可以选择其一,也可以选择一站式书房装备配套服务。我们同时会提供免费上门测量、免费出效果草图、免费送货安装等服务”

从去年6月开始,西安市新华书店就开始了调研、筹备工作,原打算在两个书

店各推出4个体验馆,兼顾到现代的、古典的、中式的、欧式的形式。但因为场地有限,最后决定推出“御书房”和“万卷堂”两个体验馆,分别设置在西安钟楼书店和西安图书大厦供读者体验和问询。

最先上市的两个书房体验馆主要针对高端客户,采用红木材质的书房家具,当然价格不菲。就西安市新华书店现在展出的花梨木书房来说,一套最简单的书房,包括书柜一套(两个)、书桌一张、椅子一把,定价大概五六万元。

西安市新华书店的书房常常引来许多读者驻足体验,但因工程推出时间短,定位高端,前来体验询价的读者比较多,尚未有订购。不过接下来,西安市新华书店会逐渐在价格上分出多个层次,根据市场和顾客的需要,做出一定的调整,时机成熟的话也会推出针对学生、工薪阶层等普通人群的品种。

深圳南山书城 让影城开进书城



“南山书城曾经被深圳出版发行集团称为2.0代书城,在引进‘书城+影城’的复合业态模式之后,南山书城升级为3.5代书城。”深圳出版发行集团相关负责人向北京商报记者介绍。

去年8月,“华夏星光国际影城”开始内部试营业,该影城由南山书城和华夏电影发行有限公司合作打造。与其他影院不同的是,华夏星光国际影城开在了大型书城里。深圳出版发行集团总经理尹昌龙在接受媒体采访时表示,现在大书城已不仅仅是一个图书的卖场,而是慢慢变成了一个复合型的综合性文化消费中心。随着电影观影人数逐年上升,深圳出版发行集团开始考虑,能不能把书城和影城结合起来。

“书城+影城”的模式推出时间虽然不长,却表现出了良好的发展势头。自去年运营以来截止到2013年1月31日,华

夏星光国际影城共接待观众7万多人次,经营收入达220万元。与影城结为一体的南山书城客流量为71万多人次,与上年同期相比增加86575人次,增长了13.45%,体现了影城与书城的有效互动。

今年5月,深圳出版发行集团和华夏电影发行有限公司在第八届文博会上签署战略合作协议,协议中提到,双方将共同投资设立深圳华夏星光影业有限公司。当时,华夏电影发行有限公司总经理魏健表示,南山书城的影城项目“是跟深圳出版发行集团进行的第一个合作,后面他们的书城开到哪,我们的影城也开到哪,相信这种创新会对全国起到引领作用”。

据悉,继南山书城之后,“书城+影城”的业态模式还将在深圳中心书城及出版发行集团新建的宝安沙井书城等项目中陆续引进。北京商报记者 肖湘女