

# Pageone:网络时代还能赚钱的实体书店

在租金持续高涨、网上书店分流顾客以及读者阅读习惯改变等众多原因的冲击下,实体书店经历了一轮又一轮的倒闭潮。然而Pageone虽然坐落在国贸三期这样寸土寸金的商圈里,但仅凭图书销售就实现了单店盈利,去年最高月流水业绩甚至达百万元。Pageone书店中国区总经理刘贵告诉北京商报记者,Pageone的盈利之道在于拥有驻港选书团队,他们能提供网络书店没有的最新最全的英文书和设计书,此举“笼络”了一众中高端客户群,英文书和设计书的销售也成了Pageone的主要收入来源。

## 定位细分 英文书里有大市场

“网络书店对我们影响不大。”网上书店的兴起对实体书店的冲击不言而喻。而当北京商报记者抛出“如何应对网上书店冲击”的问题时,刘贵的回答却让人颇为意外。

“我们书店有英文原版书、设计书,这些是我们书店特有的品种,在网络书店买不到,所以受网络书店影响不大。网络书店虽然也有英文书,但品种并不全,同样,在北京,我们的设计书是最新最全的,而且设计师在买设计类的书籍时必须先看设计书内容才知道书是不是他们需要的,这一点网络书店满足不了他们的需求,内地的书店在图书品种上太同质化,没有自己的优势,导致和网络书店有冲突,所以受到很大的冲击”,刘贵如是说。

英文和设计类图书的定价往往比普通的简体中文书要高,前者的销售利润也比后者高出10%左右,Pageone的图书中有60%-70%是进口的。英文原版书和设计类书籍的销售也成了Pageone主要的收入来源,两者带来的收入占到总收入的80%,去年Pageone国贸店最高月流水业绩甚至达百万元,实现了单店盈利。

## 国际团队 驻港选书员保证图书更新

Pageone在守护自己的优势领域上也颇有“手段”。据刘贵透露,Pageone有一个香港的选书团队,该团队同时为香港和内地的书店选书。香港的Pageone占据了香港外文书的大部分市场份额,通过选书团队,这个优势也被带到了内地。用刘贵的话来形容这个团队就是“他们在香港做了很久,对英文书很熟悉,能随时找到最新最好的英文书和设计书”。

如果说选书团队是Pageone在做图书品类的加法,那拒绝主发图书便是它的减法。所谓主发是指图书供货商在没有跟书店沟通的情况下,直接把新书发给书店。对于一些书店来说,主发的图书是“送上门的肥肉”,而刘贵却认为,如果接受主发图书,就不能保证书店图书的品种,书店要上什么样的书应该是自主筛选而不是被动接受。

Pageone借着英文书和设计书杀出了一条血路,然而刘贵坦言,这一块市场还是比较有限的,Pageone有经验有名气,其他实体书店如果要完全复制Pageone的模式,恐怕难与Pageone匹敌,“但可以挖掘其他的细分市场”,刘贵建议。

## 因地制宜 根据商圈特点设计店铺

目前Pageone在北京已有三家店,杭州有一家店。连锁给人的感觉总是标准化、可复制性,而Pageone则完全颠覆这样的概念。

Pageone杭州店白金色调为主打,金丝柚配上白色的书架,国贸店则采用了传统的红木家具设计风格。刘贵透露,这是根据不同城市的特点设计的,杭州是一座很时尚、有品质的城市,所以选择简洁明快的色调,而红木色系则更符合北京作为首都的气质。即便在同一个城市,不同商圈的书店之间也有比较大的差别,Pageone的颐堤港店跟国贸店相比就增加了更多的现代元素。不仅仅是装修风格,营业方式也有差别,以三里屯店为例,因为三里屯夜生活丰富,三里屯店会在周末和节假日24小时开放。

Pageone在选择店址时依据的是同一个标准——与目标人群定位相符。因为销售的是英文及设计书籍,所以Pageone的目标消费群是高级白领和设计专才,正是因为这样,Pageone才选择在国贸、三里屯这样寸土寸金的商圈里开店。在刘贵看来,虽然选址的标准一样,但是不同的商圈有不同的特点,所以Pageone每家店除

了LOGO一样,装修、设计、书架以及图书品类组合都不一样。“我们希望给顾客不同的购书体验和感觉。”刘贵向媒体表示。

## 混业经营 发展多元业态增加盈利点

从国贸店到三里屯店,Pageone有一个大的变化就是增加了创意礼品区和咖啡区,一如诚品书店的复合经营模式。

对此,刘贵解释,“三里屯店之所以要补充业态,并不是因为书店生存不下去,得靠咖啡、礼品来赚钱,我们最主要的考虑是顾客的需要。国贸店的非书商品区不大,开业以后,有很多顾客反映,书店如果辟出一小块地方能坐下来喝咖啡、休息一下,甚至约会朋友就好了。所以从三里屯店开始我们增加了咖啡和非书类的创意礼品”。

刘贵告诉北京商报记者,无论如何,书都是书店的主体,非书类的商品利润比书好,它们能增加书店的盈利点。据统计,目前国贸店的非书商品区占总体面积5%左右,颐堤港店非书商品区扩大到整个店面的20%,三里屯店的比例为25%。

当然,Pageone能这样有底气,在一定程度上跟他们享受到租金优惠也有关系。刘贵向北京商报记者透露,书店属于特殊的业态,本身利润低但又能给商圈带来客流,丰富他们的业态,也是业主所需要的,所以能够得到一定的租金优惠,而Pageone则会根据销售额给予业主一定的提成。

## 积极转型 书店力求小型化特色化多元化

Pageone是网络时代下的实体书店幸存者,有幸存者就有阵亡者。上周日,深圳购书中心关门停业,这个经营了九年的书城的倒闭引发了众多关注,实体书店进入寒冬的论调又一次甚嚣尘上。

在刘贵看来,书店倒闭还会继续,行业会面临洗牌,不适合市场的书店会被淘汰。但是实体书店不会消亡,因为有很多人还是喜欢书店的环境。同时刘贵也建议,实体书店要生存下去,必须要有变化,“实体书店要小型化、特色化以及多元化。小型化租金的压力就不会有那么大;特色化则是要找准自己的定位和顾客群,不能大众化;经营多元化则要把书店做成一个文化场所,加一些创意礼品的销售,多做一些讲座,使大家有一个文化交流的空间”。

北京商报记者 肖湘女

## 新知集团连锁化经营抢滩海外市场

新知图书斯里兰卡科伦坡华文书局近日正式营业,这是新知集团第五家境外书店,此前新知图书已经在柬埔寨、老挝、马来西亚、缅甸开设了华文书局。新知图书斯里兰卡店是斯里兰卡首个中国图书专营店,也是新知集团在南亚地区的首个连锁书局。

新知图书斯里兰卡店经营总面积约450平方米,经营教育、外文、计算机等16个图书分类及文体用品,约2万个品种。

新知集团董事长李勇在开业仪式上说,新知科伦坡书局是新知走向南亚地区的平台,旨在把中国经典著作及其他优秀

图书带到斯里兰卡,把一个真实的中国介绍给斯里兰卡读者,并将斯里兰卡优秀图书引入中国图书市场,为推动两国文化交流做出自己的努力。

斯里兰卡华文书局在开业前进行了一个多月的试营业,试营业以来的销售数据显示,中国四大名著、唐诗、宋词、《明朝

那些事儿》,张爱玲、三毛、几米的作品以及《英汉词典》、《高山流水》、《汉字描红》等文学教育类图书,《古筝》等音像制品销售不错,另一个销售重点在文化体育用品。李勇认为,这些销售数据说明书局在当地是有生存前景的。

新知书店第一家海外的华文书局2011年10月在柬埔寨成立,当时成为我国民营书业企业在境外开的首家实体书城,投资总额超过1200万元人民币,开业当天营业额就达到了2578美元,虽然经历过销售的平淡,但是通过不断调整经营策略,目前已经在当地站稳脚跟。

书店除经营华文图书外,还开设中文教学培训、国际文化交流、金边华人联

谊会等服务项目;同时还与云南省教育厅、商务厅、新闻出版局联合开展两国文化交流、文化培训、留学中介等综合业务。截至目前,新知集团对外出口图书文体用品总码洋超过700万元(折合约112.19万美元)。

李勇表示,新知将继续推进在东南亚、南亚等国华文书局的建设,加快在泰国、越南、印度尼西亚、印度、尼泊尔、孟加拉国的华文书局选址考察工作,确保在2015年前,在东南亚、南亚建立十个华文书局,并探索在美国、加拿大、澳大利亚、德国、法国等欧美国家和地区建设华文书局。

北京商报记者 肖湘女