



北京的深夜,夜晚的消费已不再是餐饮业娱乐业的专属,散落在城市角落里的深夜书店掀起了夜经济的新潮流。日前,北京市推出十三项举措打造“夜京城”,明确提出将继续扶持24小时实体书店。据北京商报记者不完全统计,北京市目前共有14家书店依然在晚11时之后营业,还不断有书店延长营业时间或加入到24小时营业的队伍中来。自2014年三联韬奋书店率先试水24小时书店以来,越来越多的书店开始24小时营业,然而,并非所有的24小时书店都能成功,部分书店在后期取消了24小时营业。在实体书店备受冲击的形势之下,延长营业时间无疑会给书店带来不小的成本压力。有业内人士认为,24小时书店应该在经营图书之余尝试引入新的业态和新的经营模式。



# 新店入局 老店延时 京城开启深夜阅读模式

## 14家书店接连“上新”

深夜里的北京渐渐安静下来,有人选择在深夜与三五好友推杯换盏,有人选择到书店重拾内心的安宁,深夜书店的存在让越来越多人选择在夜晚走进书店,体味喧嚣远去的宁静。

自2014年三联韬奋书店在美术馆总店开设第一家24小时书店以来,新华书店旗下花市书店、中国书店雁翅楼店等都陆续加入到深夜书店的行列中。据北京商报记者不完全统计,目前北京地区有14家书店依然在晚11时之后营业,尤其今年以来,原本晚10时闭店的“阅青山”书店开启了24小时的营业模式,而位于华熙LIVE的言几又书店则将营业时间延长至晚12时。

深夜,此时的三里屯正在迎接夜晚狂热的到来,宁静的三联韬奋书店成为了这里最别致的存在。书店内蜿蜒的楼梯设计灵感源于北宋范宽的《溪山行旅图》,在这里,读者们能够拾级而上,在书架上发现更多惊喜。晚上12时,三联韬奋书店内依然有20人左右,其中十余人是在阅读区阅读或学习。店员告诉北京商报记者,目前该店的日均流水约为3万元,夜间销售大多集中在晚11时之前,夜间销售额约占全天流水的1/3左右。有许多是常来的读者,到凌晨2时会再减少一些,但也有部分读者会在这里通宵阅读。

正在书架前选购图书的董先生是在三里屯附近工作的上班族,在他手中已经有5本挑选好的经管类书籍,董先生表示,因为下班较晚,所以经常会深夜到这里选购图书。在阅读区捧书而读的刘女士也是这里的常客:“晚10点之前这里都比较吵闹,所以我一般是10点以后到这里看书,一直看到凌晨1点左右,与其他深夜书店相比,三联韬奋书店阅读区的座位相对较多,书籍品质也比较高。”刘女士表示。

在各大书店纷纷入局深夜书店的同时,首都图书馆、西城区第一图书馆、角楼图书馆、通州区图书馆等都延长了开放时间。

百道新出版研究院院长程三国表示,

深夜书店更像是一种公益或是公共行为,为深夜里的人们提供了阅读和休息的场所,从公共服务的角度来看,深夜书店的确是一个需要扶持和鼓励的项目,但书店方面则面临着人力物力的巨大经营压力。

## 深夜里的变与不变

在实体书店不景气的形势之下,深夜书店在某种程度上拓宽了经营模式,但同样也意味着书店将增加不小的成本压力,巨大的经营压力之下,深夜书店的格局也在悄悄发生着变化。

位于清华同方大厦的三联韬奋书店海淀店就因经营压力取消了24小时营业模式,但缩短营业时间未能改变书店的经营状况,再加之房租到期,今年6月3日,三联韬奋书店海淀店闭店。有消息称,三联韬奋书店的新店已在规划中,选址在地铁4号线人民大学附近,计划24小时营业。

同样难逃24小时营业取消的还有博书屋。博书屋位于德胜门文化产业园内,2014年,在继三联韬奋书店美术馆总店开设24小时营业后,博书屋成为了北京第二家24小时营业的书店。

在资深出版人唐勇看来,对于三联书店等老牌书店而言,有强大的自身出版物做后盾,但对大多数民营书店而言,没有上游出版物支撑,很难抵抗销售板块巨大的成本压力。

两家率先试水24小时营业的书店先后缩短了营业时间,不得不令人唏嘘。但也有不少新书店和新形式开启了“深夜模式”。超市发与海淀图书馆合办的“超书房”就将便利店与书店相结合,为附近居民提供了便利的阅读空间。文轩云图等智能书店则将24小时书店开进了社区及产业园区。

无论是取消24小时营业模式还是加入24小时书店的序列,在一些书店积极求变的同时,还有一些书店选择不进行“拉夜经营”。位于融科资讯中心的钟书阁就在经营时间上选择了“不变”。钟书阁北京店店长向爱群表示:“延长营业时间并不

是我们能够决定的,而是需要交通等多个方面的协同作用。首先是物业会在晚10时关灯,在这之前我们需要用1小时进行整理和打扫卫生的工作,所以必须要在晚9时结束营业。其次,如果将营业时间延长,店员也会因地铁停运而不便回家”。

## 提升体验瞄向大众需求

在北京市商务局日前发布的十三项打造夜京城举措中,明确将打造夜间消费文化IP,继续扶持24小时实体书店纳入其中。

据了解,2018年北京市有151家实体书店获得5000万元专项资金扶持,这151家书店涵盖了北京市16个区,其中特色实体书店57家、社区实体书店94家。获得资金扶持的151家书店均为定位清晰、内容独特、服务新颖、风格与众不同的特色实体书店和服务社区居民及周边企事业单位表现突出的社区实体书店,其中不乏三联韬奋书店、言几又等深夜书店。

程三国表示:“深夜书店也不能仅靠政府的扶持还需要自身加强‘造血’能力,甚至不妨多一点创新。比如目前书店内的饮品区除了饮料、咖啡外还可以提供啤酒等饮品,像国外的很多书店都是白天是书店,晚上变身酒吧,满足读者的多元化需求。深夜书店在商业角度上需要的是文化与经济的结合,如果仅依靠图书销售业务很难长久”。

“事实上,24小时书店的概念已经变得过于僵化,想做24小时书店就意味着书店必然要面临高昂的成本压力。深夜书店可以根据具体的消费情况,灵活调整营业时间,甚至可以开设类似晚9时至早9时的夜间书店。”程三国补充道。

除了自身的经营模式外,选址对深夜书店来说同样重要。在唐勇看来,三联韬奋书店的成功也得益于地理位置上的优势,地处夜经济繁华的三里屯商圈内,便利的交通、较高消费能力的人群和已经有过良好培育的夜经济消费意识都为深夜书店提供了帮助。

北京商报记者 宗泳杉/文并摄

## 首闯大银幕《全职高手》为什么错失“巅峰荣耀”

### 背靠大树难乘凉

作为老IP《全职高手》系列的首部大银幕作品《全职高手之巅峰荣耀》自定档暑期档以来,便是外界讨论的热门话题之一。该片背后的资本也不可小觑,阅文、万达影视是影片的出品方,且值得注意的是,该片的联合出品方一栏中,还出现融创未来文化娱乐(北京)有限公司的名字。

终于在8月16日《全职高手之巅峰荣耀》正式在国内各大院线上映。据猫眼专业版显示,上映首日《全职高手之巅峰荣耀》共实现3456.6万元票房,位居当日票房排名的第三位,仅次于《哪吒之魔童降世》和《沉默的证人》,同时首日排片占比也达到15%,但此后该片的票房增势却似乎出现了动力不足的情况。

上映第二日《全职高手之巅峰荣耀》的单日排片占比为12.5%,同时单日票房仅报收于1758.2万元,较上映首日折半,并降至单日票房排名的第六位,不仅不及同日上映的《沉默的证人》和《愤怒的小鸟2》,也不及已上映半个多月的《烈火英雄》和登上大银幕近十天的《使徒行者2:谍影行动》。

上映第三天也就是8月18日,截至下午17时50分《全职高手之巅峰荣耀》的单日票房为1020万元,排片占比则进一步下滑

如果要问当下哪个IP受到较高关注,《全职高手》无疑位列其中。正当由小说改编的真人版电视剧《全职高手》在视频网站热播时,国内各大院线的大银幕上,一部同样由该IP改编的动画大电影《全职高手之巅峰荣耀》也正式亮相,背后更是汇集了阅文、万达、融创等多位大佬的身影。然而,尽管背靠大树,《全职高手之巅峰荣耀》仍面临着票房、口碑不及预期的处境。

至9.9%,不足10%。截至北京商报记者发稿时《全职高手之巅峰荣耀》获得的累计票房为7775.3万元,观影人次则为216.8万,尚未能实现此前人们期待的再现一个动画电影票房黑马的盛况。

### “讲好”故事是关键

自《全职高手之巅峰荣耀》上映以来,各式各样的议论便纷至沓来,在部分观众对影片画面和特效给予认可的同时,也有不少观众针对该片的故事情节设计产生了质疑。

在《全职高手》粉丝群体中,有声音称,影片调整内容后,使得剧情的矛盾点不温不火,需要高潮的情节一笔带过,而可以简单略过的场景则增加了不少情节,很多角色都非常单薄,导致剧情节奏出现问题,观众的情绪很难被调动,反而像是看了一次《全职高手》的内容概要。

而对于从未接触过《全职高手》这一IP的观众而言,很多人在看完影片后反映不知所云,尤其是那些对电竞了解不深的观众,更是一头雾水,不仅难以了解到每个角色的设定,剧情也给了一种莫名其妙的感觉,懵懵懂懂地看完了一场将近100分钟的电影,却没有感受到期待中的热血。

观众蒋女士表示,从小说开始更新以来,便一直遇《全职高手》的粉丝,但此次动画大电影的改编在剧情和人物角色设计上都让人不太理解:“就好像编剧对于电竞完全没有了解,导致剧情经常会出现漏洞,出现逻辑上的硬伤,但讲好故事才是真正的关键”。对于部分观众的反馈以及该片的相关筹备、发行情况,北京商报记者第一时间联系到该片的出品方,截至发稿尚未回应。

值得注意的是,豆瓣电影上《全职高手之巅峰荣耀》的评分为5.7分,近四成的评价者给予三星的评价,此外在猫眼和淘票票上,该片的评分则分别为8.7分和8.2



分。而在部分观众认为影片达到自己预期的同时,也有另外一部分观众表达出自己的失望之情。

### 老IP变现先变通

此前的高度期待,与当下不温不火的市场反响《全职高手之巅峰荣耀》究竟能实现何种票房成绩也引得业内关注。而据

猫眼专业版预测,该片最终票房预计为8588.9万元左右。虽然这一票房成绩并不算多么亮眼,但不可否认的是《全职高手》IP仍有着自身含金量。

2011年,小说《全职高手》在起点中文网上开始更新,至今已获得561.2万总推荐和1.38万周推荐,并在2017年发布的《2017猫片 胡润原创文学IP价值榜》上排名第13位。受到众多粉丝推崇的《全职高手》,此后也开始进入到全方位开发的路程。

2015年,漫画版《全职高手》开始连载,2016年,有声书版《全职高手》也正式上线,随后《全职高手》动画第一季、动画特别篇、真人版电视剧、电影也相继亮相,其中动画第一季曾在开播3小时后便实现全网播放量突破5000万,再一次证明了该IP的市场价值。而在此后,围绕《全职高手》开发的手游、广播剧等其他形式的IP产品还将陆续与人们见面。

“运营IP不难,但要想运营好一个IP却不简单。”在投资分析师许杉看来,影视、游戏等文化公司选择开发IP作品的路径能够挖掘内容的更大价值,但开发IP并不是左想一出,右想一出,而是需要进行全盘有序规划,并时刻关注着市场环境、受众的变化,通过合理的开发为整个IP镀金,并持续获得更年轻受众的青睐,延长生命期。

北京商报记者 郑蕊