

2023.9.2

星期六 癸卯年七月十八
今日4版 第8300期APG 安徽出版集团 主管主办
国内统一刊号 CN34-0062
邮发代号 25-50

市场星报

阅读周刊

读书人、写书人、卖书人、编书人的朋友

全国数字出版转型示范单位

2023年,全面复工营业后,许多书店人气旺了,但营业额却在下降。为此《新京报》策划了书店系列访谈,由特约采访者、诗人严彬探访独立书店,从日常经营聊起,探寻当下维持一方精神园地的付出与收获、挣扎与退让。本文为“桑丘书店访谈”内容节选。

桑丘书店是天津的一家独立书店,坐落在风景如画的五大道的常德道,周围簇拥着成片近代以来的西洋建筑。从严彬和书店主理人韩筱龙的对话中,我们可以看到这家还在坚持的独立书店的价值观念和经营策略,看到情怀背后更具体、真实的日常。 据《新京报》



书店里禁止拍照的标志, 晃眼!

人多了,热闹了,利润却在下降

严彬:现在是暑假,桑丘书店的经营情况怎么样?利润方面呢?

韩筱龙:现在书店的销售情况基本恢复到2021年的水平。去年受疫情影响肯定差一点。2021年一年销售额大约是100万,去年80万,今年估计能达到100万到110万。利润会下降一些。

严彬:利润下降是因为折扣书吗?打折促销对销量影响有多大?

韩筱龙:这是一方面,图书销售基本每年都会加大折扣力度。2019年我们不打折,或者买咖啡再买书才打折;但到了2020年,大部分书都贴上了打折标签。现在比较贵的书我都会推优惠标签。因为整体的环境是这样,图书折扣越来越严重。其实还是卖那些书,没有太大影响。但如果我不打折,销量可能会下降。现在很多独立书店都在做打折书。哪怕今年比较火的书也会打折。比如武汉的诚与真书店,常常新书就直接打五六折。这等于跟电商平台同价了。

严彬:为什么近两年来实体书店纷纷主打打折书,甚至成为折扣书店?

韩筱龙:不光是图书行业打折,各行各业都在让利经营。我生活在这条街上,也会和其他开店的老板聊天,做餐饮的、开咖啡店的。就咖啡店来说,这几年活得好的是像瑞幸这种单品售价相对低廉的连锁店。一杯咖啡,如果还是卖三四十块,甚至五六十块,那顾客一定是越来越少。这是当下无法逆转的趋势。但大家都打折,伤害的是整个市场。

严彬:做折扣书,销售额保住了,利润却在下降?

韩筱龙:我看了一下今年前四个月的营业额,比2021年同期五个月的还增长了一些,但利润却少了3万。表面上看恢复正常了,人多了,热闹了,可书店的利润在下降。

严彬:那你在经营上有没有适当调整?

韩筱龙:从一开始桑丘书店就是复合经营的方式。除了书,我们有咖啡、文创和音像产品。2020年开始,我们算是网红店,比较火,那时候卖咖啡的收入占营业额的一半。但我还是想把它往书店、一个文化空间去引导,提高文化属性。所以产品组合一直调到现在,还在探索。房租每年都在涨,第一年是28万,第二年续租的时候30万,今年房租涨到35万!

网红书店容易让人失望

严彬:桑丘书店现在主要卖什么样的书呢?选品的原则大概是什么样的?

韩筱龙:我们新书、库存书、旧书都卖。主要以新书为主,占七成左右,一楼全是。二楼有一部分库存书。品类还是文学社科、艺术类的居多。

严彬:如今人们压力更大,接触的事物和信息复杂而浮躁。很多人在逃离大城市,回到小地方。

韩筱龙:这个很难讲。独立书店、唱片店、咖啡馆,如果想保持一定的独立性,就要对抗很多东西。很多城市现在都有“网红书店”,但真去了这些书店,有的会让你很失望,发现它并没有那么好、那么美。它没有好好选书、经营书。一个城市最好的那家书店,一定是独立书店。

严彬:如何解释独立书店的这种“独立”?

韩筱龙:至少要自负盈亏,不受商业、资本、流量控制。一家书店如果开了十家连锁店,就很难保证独立性。因为它要养的人员、要承担的事情太多,它的独立性就可能丧失了。

所谓的网红书店不以卖书为主

严彬:你最初为什么开书店呢?

韩筱龙:我从小就想开书店,所以大学才学工商管理,毕业之后,我去零售业打工,一开始在优衣库,后来去了重庆的西西弗书店,在成都的咖啡店学习做咖啡,最后才回到天津,开了自己的书店。

严彬:这样看你的经历是理想的人生范本了,有理想,并且一步步按计划实现了。

韩筱龙:这样看来也算是吧。

严彬:实体书店根植于本地,服务当地读者。但自媒体、短视频平台、社交网络也给实体书店走向更大的群体提供了可能性。你怎么看这种变化?

韩筱龙:我上大学时是微博时代,那时候很多书店,比如南京的先锋书店,是通过微博被更多人知道的。后来到了大众点评的时代,读者在网上对实体书店进行评价、打分,写你的服务、选品、环境怎么样,进而影响其他人的选择。现在桑丘书店注册了小红书,也有微店。但我们发现,很多通过网络知道我们的人,来的目的和从前的读者不一样。很多是来打卡的,拍完照、发了小红书,就走了。网络平台给我们贴上网红书店的标签,它不服务于实体书店,而是让实体书店服务于它,成为它的道具,这个事情本末倒置了。所以我们看到很多所谓的网红书店并不是以卖书为主,而是在经营一个自媒体。

书店里张贴“禁止拍照”标志

严彬:你怎么看桑丘书店成为网红书店?

韩筱龙:我们会用小红书账号发一些书籍信息,但没有特别运营。我们还是在选择顾客。很多小红书用户并不是书店的读者,而我们想要的是真正有质量的读者。我们今年计划做播客,就是想去发现真正关注内容的读者。2019年,我们开店时有了公众号,发布一些书店消息,单向的居多,没有运营、互动。我更喜欢这种没有那么亲密的交流方式,我没有去建很多读者群,而是希望在书店和顾客真实沟通。

严彬:桑丘书店似乎还是在以比较传统的方式卖书和经营。

韩筱龙:是的,我觉得我还是一个很老派、传统的书店经营者。我希望长期经营这家书店,创造社会价值。是真实的本地顾客支持我能经营下去。网络流量很大,但对我没有用。尤其在疫情期间,谁会在网上在我的书店下单?我的书也无法寄出去。还是本地的熟客,他们信任我,支持我。我们在每天实际交流当中建立了关系。所以我通过书店赚到了钱,肯定回馈给支持我的人。这是一种平等的互动。

严彬:能养活书店和员工吗?

韩筱龙:我相当于自己给自己发工资,能养活三四个人。如果扩大到七八个人,或者说房租再涨两三万的话,也无法生存。

严彬:游客的比重大吗?

韩筱龙:应该挺大吧。所以今年其实变差了,变成一个单纯的低端旅游区。以前不是这样。这个变化来得太快了,很多东西都网红化了,这也是缺少良好引导的缘故。

严彬:有没有可能主动在书店范围内做一些引导?

韩筱龙:现在店里张贴了“禁止拍照”的标志。疫情期间没什么人,但今年过来拍照、录视频的太多了,导致我必须提出这种要求。