



# 1元易主之后，精典还是精典 实体书店如何探索突围之路

“听说精典书店换老板了呀？”“是的。”“但精典的名字肯定不会变吧？”“放心吧，不会。”

8月4日，精典书店文学区，一个大学生模样的姑娘正小声询问书店店员。她的神情略显局促，听到店员给出了满意的答复，方才释然。“我昨晚刚结束暑期社会实践回重庆，就听说了精典书店交接的消息，有些担心，今天专程来看看。毕竟从解放碑到南滨路，精典陪伴了我十几年。”她说，“精典还是精典，我也放心了……”

就在前一天，已有26年历史、被视为重庆文化地标的精典书店，于8月3日完成了交接。精典书店创始人杨一以1元钱的象征性价格，将精典书店品牌正式转让给新山书屋创始人李晖，让老字号书店得以传承。这一事件，令爱书人再一次关心起了实体书店。在传统阅读遭遇重重挑战、实体书店普遍不景气的今天，并非所有书店都能像精典一样幸运。

实体书店如何探索突围之路？连日来，记者进行了采访。

## 困境

### 实体书店份额进一步收缩

为什么易主？杨一这样解释：“一方面是年龄的原因。另一方面，我确实跟现在的年轻读者有代沟了，时代发展很快，年轻人的阅读、购书方式都发生了很大变化，而我还没有完全了解年轻人的阅读习惯和购书方式，不知道怎么向他们做阅读推广，这是一个大问题。”传承者李晖则通过调研发现，精典书店品牌的年轻人认知度不容乐观，他直言：“书店的可持续发展出了问题，接手后首先要解决怎么才能活下去。”

精典书店的生存困境，折射着当下整个实体书店行业的普遍尴尬。本质上说，阅读习惯和购书方式的改变，很大程度上源自线上购书带来的冲击。“就市场表现来看，实体书店的份额在进一步收缩。”北京开卷信息技术有限公司相关负责人告诉记者，今年7月，北京开卷发布的最新数据显示，过去一年短视频电商已经成为仅次于平台电商的第二大图书销售渠道，实体书店的市场份额进一步下降至11.93%，仅占一成多。并且，线上图书价格通常比线下平均低20%，尤其是近两年兴起的直播间超低价售书，更是进一步冲击着实体书店的销售。

有数据显示，2024年上半年整体图书零售市场依然负增长，码洋同比下降6.20%。“尽管喜欢逛书店的读者依然不少，因为他们可以真实地触摸、翻阅书籍，但愈发昂贵的定价，却‘劝退’了越来越多爱书人。”九龙书城一名工作人员坦言，实体书店要依靠线下服务“说服”读者买单很难，“他们要么转向电商，要么只看不买，在这种情形下，书店要维持就更难了。”

## 改变

### 从卖书到“卖生活方式”

书卷多情似故人，晨昏忧乐每相亲。必须看到的是，当今时代，虽然书依然是书店的基本，但书店早已不能仅依靠卖书生存。

接手精典书店的李晖，旗下的新山书屋在成都和贵阳都取得了较好发展。在他看来，书店的功能已经远不止于卖书了，“书店愈发倾向于是一种文化分享的公共空间。我们需要思考一个问题，在获取知识渠道多元，而且网上买书更优惠的今天，读者为啥还要进书店？新山给我的经验是，强化书店的社交功能，从卖书转向销售一种生活方式，吸引更多人走进书店，把逛书店作为打发时间的一种生活方式，或许是突破口。”

作为集书籍、文创、生活零售、咖啡轻食等多元业态于一体的新型城市文



市民正在精典书店内阅读、选购图书

化空间，新山书屋吸引了所在城市的众多年轻人。但李晖表示不会简单地复制新山经验，首先要通过吸引更多年轻人，解决精典的客流问题，“要建立年轻人对精典的认知，就要策划更多面向年轻人的活动，跟真正有文化同时也有趣的年轻社群合作，将精典打造为一个重庆的青年社区，跟年轻人建立深度链接，而且活动面向要打开，不局限于图书话题。”

旨在为读者“带来更多美好生活的可能性”的茑屋书店，让读者更充分地感受到了实体书店从卖书到“卖生活方式”所做出的努力。8月4日中午，记者在重庆茑屋书店随机采访了10位读者，仅有2人买了书，但10人都表示，喜欢茑屋书店的氛围，“就算不买书，也喜欢来挑选文创，有时也点杯咖啡，在书店看书、处理工作。”“我们非常欢迎读者来书店逛逛，翻阅样书，或是打卡。”重庆茑屋书店工作人员说，大众对书店的第一印象是书，但作为一家实体书店，茑屋除了提供线下选书、购书体验外，还致力于提供丰富的多元的文化消费选择。

2023年2月诞生于上海陆家嘴的混知书店，在书店业态上也尝试着新变。这是一家特别的书店，店主是创作出现象级畅销书“半小时漫画”系列、全网坐拥6000多万粉丝的混知团队。设计师出身的混知文化联合创始人罗润洲亲自主导了店面设计，“图书经营面积约占一半，剩余空间包括小剧场、咖啡、餐饮等区域。在店里走走，就像逛一个知识展，能轻松学到很多好玩的知识。好的书店一定要满足了人们需求才能活下来。”他说。

## 探索

### 让“书店+”创造更多可能

“实体书店的所有转变，我想都是带着一种期待，在探索一种可持续发展的可能性。”李晖表示，书店人所有努力其实都围绕着同一件事：联结书和人。实体书店不仅彰显着一座城市的气质，也塑造着城市的人文风格，书店也因此成为充满故事的地方，甚至成为一个城市

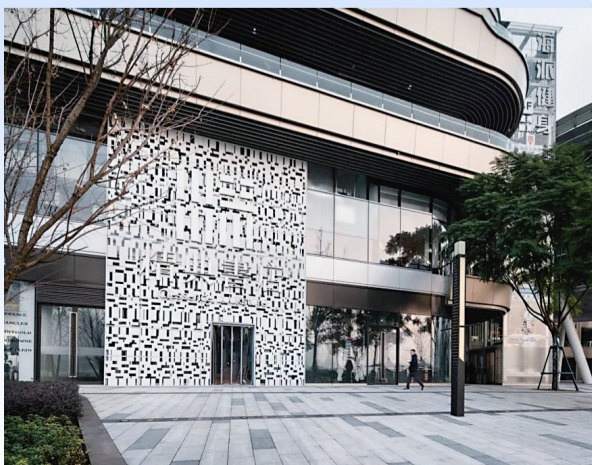
的文化窗口，天然具有了与人亲近的基因。

“如果给现在的实体书店找一个主题词，我认为是‘创新’。”百道新出版研究院院长程三国常年关注实体书店行业发展，他认为，中国实体书店在经历了只卖书的1.0时代和融入咖啡、文创、文化沙龙等不同业态的“书店+”2.0时代之后，正在迈进探索“书店+”的更多可能性、重新定位自身价值的3.0时代。在他看来，除了提供阅读服务，以及部分餐饮服务外，越来越多实体书店还融合了博物馆、美术馆、剧场、音乐厅等功能，实体书店为公共文化服务做了很多实质性工作，事实上，这样会更灵活地填补着很多公共文化方面的空缺。

重庆时光里书店主理人李柯成则提到，书店+地域文化，或许也是实体书店在破局转型困境面前可以尝试的路径。“时光里就是一家立体的重庆主题书店。不光有专属于重庆记忆的书，而且要有吃的、闻的、听的，有关于重庆的所有味道，从而让进店的读者能立体阅读重庆这座城市。”小而美的时光里书店里，书的品种不过百余种，丰富的具有重庆标识度的小面、酸辣粉、沱茶、老荫茶等文创产品，让读者记住了这家特别的书店。

成都的熊猫主题书店更是将书店+地域文化发挥到了极致。书店所属的新华文轩阅读服务事业部总经理杨柳青介绍，自7月21日熊猫书店亮相至今，店内日均千余人到店打卡，不仅深受本地读者的喜爱，而且吸引了众多外省、甚至韩国等海外游客到访。杨柳青认为，实体书店破局，激活跨界能力很重要，“我们正在尝试全方位、立体化、多层次地挖掘IP价值：一方面展开合作跨界、推出联名产品；一方面进行主题书店的探索、城市之间更多联动形式，实现品牌输出，持续丰富书店带给读者的文化体验。”

精典书店大门



## 链接

### 26岁精典书店1元易主

8月3日下午，走过26年的重庆精典书店，迎来了一个重要的时刻：以1元钱的象征性价格，创始人杨一将精典书店品牌正式转让给新山书屋创始人李晖。

作为重庆文化地标，曾获评“全国最美书店”的精典书店，被视为重庆读书人的“乡愁”。从1998年解放碑民权路的一个300平方米小店起步，到今天南滨路上一家著名的地标性复合型书店，26年来，精典书店已经成为无数重庆人精神世界里难以割舍的情怀。

今年4月，杨一决定以1元的价格把精典书店品牌转让出去，传承下去。他给出两个前提条件：第一，精

典书店不允许改名；第二，接手的主理人未来如果不想继续经营，同样只能以1元的价格转让书店品牌。

比杨一年轻14岁的李晖最终成为传承的理想人选。李晖表示：“以后的精典书店既不是杨老师的也不是我的，而是属于重庆的。杨老师用26年时间跑完了这场马拉松的第一棒，我跑第二棒，任务很明确，就是要让精典书店具有‘自我造血’机能，未来实现可持续发展。以后，我还要寻找合适人选跑第三棒，来继续完成大家共同的希望和期待。”

新重庆-重庆日报记者 赵欣 齐岚森

创始人杨一（左）与李晖进行交接

