

新经济时代下实体书店经营新模式探索

胡昌华

(河南省潢川县新华书店有限公司 河南信阳 465150)

摘要:受新经济时代的影响,图书市场发生了翻天覆地的变化,网络书店的蓬勃发展,导致实体书店迅速萎缩,如何应对这种挑战,对网络书店造成的冲击进行抵御,是目前实体书店亟待解决的一个问题。本文主要对新经济时代下实体书店的经营困境进行分析,对经营的新模式进行探索,期待对以后实体书店的发展、经营提供借鉴。

关键词: 新经济时代; 实体书店; 经营新模式;

实体书店的发展历史比较久远,曾经经历过一个高速发展的阶段,但如今市场形势不断改变,实体书店的经济多以中低速进行增长。随着网络书店和电子商务的发展,去实体书店买书的人不断减少,外加书店的人力成本和租金不断增加,给实体书店的经营造成巨大冲击,如今全国大约有上万家实体书店出现压缩经营面积和转行的情况。实体书店的发展、生存和人们的生活息息相关,尤其是新经济时代下的实体书店的经营模式也不断改变。

一、实体书店在新经济时代下面临的困境

第一,通货膨胀,受通货膨胀的影响,物价均有上涨,相较于其他的人均收入或商品价格的上涨,书价的涨幅较低,另外由于商品上会明明白白的印上书价,因此只能降,无法涨。如果一家书店中陈列的书籍是近三年内的出版物,在CPI不稳时如果以今天的成本价销售去年或前年价格的商品,其售价无法摊销成本的上涨。

第二,利润空间小,由于租金不断增长,书店的生存压力逐渐增加,外加利润较低的双重打击,导致实体书店的生成空间不断缩小。

第三,出版和发行相互倾轧,图书业想要发展离不开出版和发行,虽然图书产业链中出版和发行是两个重要的缓解,但两者之间的相处并不融洽。如今在图书市场中本应获得共赢的出版和发行,多年来在互不相让的利益博弈中陷入困境。从根本上看图书市场只有规模越来越大双方才能获得更大的利益,而不是通过相互争夺或倾轧将对方的利润吞噬掉来保证自己的利益。但实际上由于缺失体系内的信用平衡机制,导致书店、出版社之间的信息不对称问题越来越严重,影响图书发行的效率。新华书店作为主渠道其连锁运动已如火如荼地开展,连锁运动的开展其主要目的就是将其销售网络拓宽,也增加了向出版社讨价还价的筹码。例如回款周期延长,折扣力度更大等。但较多的省级的新华书店的连锁店面建设仅为形式化完成,忽略了连锁的核心,即网络化、标准化的新型技术以及物流配送体系,更大程度上导致需求信息失真,不仅无法将退货和库存有效降低,还会增加退货的风险和回款周期延长的情况,最终导致下游出版社为此埋单。由此表明,在某种程度上来讲,连锁成为了下游威胁上游的一个工具^[1]。而民营书店作为二渠道也让出版社悲声载道,卷书款逃走或拒不回款的情况常用发生。

第四,网络的冲击,网络的冲击更加致命,主要表现在以下几点:①电子书的冲击;②网上书城的冲击。最近几年,网上书店独树一帜,卓越、当当等网上书城的迅速崛起将零售书店的风头彻底抢走。2010年时,实体书店忽然发现,受时尚文化的影响,阅读时间减少、阅读方式改变等因素明显制约了书店的发展和生成能力,另外网上书店的竞争更是雪上加霜。相较于实体书店网上书城具有无可比拟的成本优势,通常出售书籍时以6到7折的价格进行出售。相关业内人士表明,因为销售环节较少,因此网上书店可以以最低的价格出售书籍,另外网上书店物流费用较低且没有房租成本,相较于实体书店,成本较低。电子书籍的费用更低,较多内容均为免费阅读、下载,导致实体书籍读者流失情况越来越严重。

二、新经济时代下实体书店经营新模式的建议

第一,进行特色创新经营,拓宽书店的经营范围。现在书店不仅只是买书的地方,还应该是娱乐、休闲的好去处,大型的图书卖场不仅能出售图书还可以经营文化展览或餐饮,出售图书的周边产品,这样书店不仅能在其他商品上获得利润,还可以增加书店的吸引力。同时需要特色经营创新,可以开展主题书店,将书店做新、做专、做精。和目前感性营销时代的消费观相结合,采用特色的经营、营销以及服务模式。

第二,最大程度降低书店和出版社之间的博弈。目前书店发行需要一种辅助依据,即发行渠道的信用体系,用以获得有效回款、理性发货效果。否则发挥、退货、回款、销售的不确定性会将增加出版社的压力。如果存在一套公信力强、相对比较客观的渠道信用体系,把

具体的渠道商信用分级,不仅可以规范渠道商的运作,淘汰信用差的渠道商,还可以为出版社的发货提供仿效,加大信用度高的渠道商的发货量,而针对信用度差的渠道商给予断货措施。如此便可以将图书上皮的流通效率大大提高,最大程度将出版社的回款风险降低。

第三,从根本上将经营理念进行转变。网上书店以无限的货架及更低的成本将较多大型实体书店逼入绝境时,街角书店沉积多年,以另一种形式获得重生。融合了传统街角书店氛围和星巴克第三空间的新型书店以其多的企业管理战略和经营模式在社会中立足,并形成了独有的凤江县,这样的企业值得人们研究学习。因此实体书店的经营应将这些文化体验场所的定位抓住,借鉴此类书店的先进理念和经营模式,为读者建造心理上的归属,刺激其购买欲^[2]。

第四,网上书店、实体书店并举经营。鼓励网络书店、实体书店进行联姻,将两大渠道的自愿进行整合,使两者均能获得良好的发展。近几年,各大实体书店或发行集团均创建了网络书店,但实体书店或发行集团创建的网络书店仅是一种补充实体书店补充实体书店的方式,由于此类网络书店在送货、品种和折扣等方面和实体书店密不可分,导致此类网络书店的地域特点较为明显,限制了其在全国市场的发展。当然这不代表实体书店无法开网店,但要将实体书店的渠道优势充分发挥,主营业务是实体书店的音像制品和图书的销售,同时也应进行网络推广。例如中关村图书大厦创建了电话购书、团购服务以及网上书店,同时发挥门市、电话购书、团购服务、网上书店的作用,有效提高了其在图书市场中的竞争力。

第五,为将实体书店的功能充分发挥,需要增加政府的扶持力度。时代的发展导致实体书店逐渐减少,这是一种必然趋势,但此种局面也让爱书之人痛心。虽然网上书店成本较低,但销售的通常是畅销书,仅能满足部分人们的需求,而有思想、有个性、大众化的书籍在网上书城较难寻找。实体书店保证了图书的个性化可能,彰显了其品味,是文化风景线。从实体书店其独有的服务功能来讲,有关部门应给实体书店相应的政策优惠,使实体书店能风光再现。虽然无法降低书店的房租,但可以考虑将零售书店的税负进行减免。如果无法救助零售书店的业主,可以考虑出台政策鼓励其他行业投资文化企业;或给予有特殊的小型书店相应的支持。同时可以有特殊的专业书店的发展^[3]。

第六,应用大数据进行数据筛选,实体书店的发展中特殊性较强,因此产生的数据内容较为复杂。因此实体书店应以大数据作为基础,做好专业化的数据的筛选工作,重新定位和筛选服务群体,只有这样才能保证消费者的自身需求和实体书店的发展相符,并为消费者提供高效的人性化的服务,节约其时间成本。实体书店的经营中,资源是其最欠缺的地方,因此可以通过大数据分析将其转化成自己的资源,最终实现高效、精准运营^[4]。

综上所述,综观实体店书店的发展史,每次经济变革均能形成新的文化的发展,进而影响实体店书店的发展。为了避免实体店书店惨遭淘汰,经营者们需要有效调整经营模式,将技术的创新优势进行战线,在市场中获得更多的发展机会。

参考文献:

- [1] 陈东华,叶阳,伍婵提.价值创造视角下概念书店商业模式创新——基于猫的天空之城概念书店的案例研究[J].中国出版,2020,000(007):11-14.
- [2] 张雪.私域流量营销:后疫情时代实体书店直播转型再思考[J].出版科学,2020,28(05):84-92.
- [3] 林昱君.实体书店转型升级下的品牌经营模式探索[J].出版广角,2019,333(03):66-68.
- [4] 赵珍珍,詹秦川.浅析新媒体时代下实体书店的发展路径——以覓书店为例[J].出版广角,2019,000(013):69-71.