

费勇：实体书店除了选品，更重要的是“卖”生活方式

今年三月，广州市新闻发布中心举办了一场“特别”的“疫情防控新闻通气会”，分别邀请了广州市新华出版发行集团常务副总经理杨斌，广州市书报刊发行业协会执行会长、广州市新华书店集团党委书记何燕芬，广州购书中心董事长白宜纳，暨南大学生活方式研究院院长费勇，广州市方所文化发展有限公司董事长毛继鸿，广州扶光书店连锁有限公司常务副总经理梁婷，唐宁书店商务总监王映珊等出版业界的代表，围绕出版业，书店等话题进行了深入讨论。其中，费勇深入剖析了书店经营现状与发展方向，以下是他的观点。



■ 散步书店

书店到底是要卖什么？ 疫情加快了书店转型

关于解读书店困境，我谈一点感想。一方面在这次疫情过程中，广州实体书店不仅仅渡过了一次难关，而且在此过程中，反而有了更好的成长。书店很特殊，可能与餐厅、杂货店不太一样，书店是一个可以给予人力量、温暖的地点。前不久，我在朋友圈看到有朋友去了方所、唐宁、扶光等书店，他们会晒出来照片，我看到很是感动，有一些年轻的父母带着小孩去书店。在这次疫情中，书店是很特别的。在这次疫情中，我反而觉得书店是非常有存在的必要。

但是另外一方面，书店还是一个商业的东西，还是按照市场规律来运营，不能完全靠读者的情怀，我喜欢你，所以我支持你。但是也不能完全靠政府的支持，靠“养”是很难的，最终还是要靠自己，找到市场空间，自己造血，不断地生长。

产品内容化对书店非常有利

现在实体书店面临很大的转型，这次疫情其实是加快了这次转型。我觉得要思考一下，书店到底是要卖什么？我们

■ 安思远藏善本碑帖十一种
2018年 中国嘉德拍卖

■ 钟书阁

传统地认为书店是卖书，我觉得只卖书是很难的，当然原因有很多，比如说有网店，因为在网.上可以买到很便宜的书，中国的书的定价也很便宜，有很多原因，包括销售渠道等等很多复杂的原因，光靠卖书，在中国是很难的。书店到底要卖什么，实际上这几年国内的人都很喜欢茑屋书店，我去过不下5次，也跟他们的创始人聊过天，但是我印象最深的是老先生讲：我不是卖书，我是卖书里的生活方式。

如果国内假如有谁把这句话参悟透了，这个书店肯定会了不得了。不单单是书店，整个商业都面临着一个重大的变化。我很难描述，尤其是因为疫情的原因，特别明显，在营销上讲内容营销，我不是单独的卖产品，但是从我们的角度可以归纳为：产品内容化。现在朋友圈很多老板自己去做内容，去抖音开直播。比如说有一个卖红酒的董事长，自己上抖音讲红酒文化，用内容带动产品。从这个意义上，书店是处于非常有利的位置，书店内容非常好，图书很经典。到现在为止，我觉得有两种内容是优质内容，微信公众号有两种优质内容：书评和影评。图书是沉淀了人类千百年来智慧的结晶。还是要从书上得到经典的东西。

第一个转型要思考怎么把书里面的东西和产品串起来。毛继鸿也提到，书店和广药合作做口罩，我觉得特别好玩。包括方所本身就有服装的基因，在我的想象中，完全可以构建从图书到服装时尚的生活方式场景。这是特别值得我们思考的，我不是卖书，是卖书里的生活方式、内容。

实体书店的存在理由是因为选品

第二个转型，是大家都讲到了，发现线上的销售也很强，一下子把销量提升上去，我觉得就今天的商业来说是非常基本的东西，不管是卖什么东西，一定是线上线下打通。但是我们另外需要思考的是，我们为什么除了线上购物平台之后，还需要线下实体店，像有了当当、京东大的购物平台。但是还需要有新华、扶光、方所、唐宁等独立书店，我有一个很不成熟的想法，我觉得实体书店的存在理由是因为选品，像之前商业机会是信



■ 爱书人覃世尧在阳江市专门辟了一个地方，建立了“五车斋藏书博物馆”，时常会邀请文人好友雅集谈书。



■ 广州北京路古籍书店一角

息不对称，我不知道哪个地方有什么东西，有商家告诉我，这个东西在哪能找到，不管是国还是日本，是靠信息不对称来做生意。但是今天不是的，信息很泛滥，很容易找到很多信息，但是消费者的痛点是：我不知道要买什么东西。我观察到很多年轻的妈妈，小孩子两三岁的时候，她们很茫然，不知道怎么买东西。像唐宁做的亲子方面，从图书到活动提供了所有的书，全部都选好了，一个月内需要的东西，怎么带着宝宝学习，怎么做育儿，一套所有东西都给你选好了。

在城市空间的角度 来重新定位书店

但是在当当上很难，因为那是一个商品的海洋，我经常说，我要买一个东西，到大的商城，好像是进入到了商品的原始丛林，我很茫然，不知道要选购什么。我觉得在卖的方式上，像书店更