

举办文艺沙龙、打造休闲咖啡吧、结合电商模式……

# 宁波传统书店尝试多元化转型

4月初,北京三联韬奋书店做起了24小时试营业,第一夜通宵便卖了1.4万元,这家店以体验、休闲为主,吸引了一大批读者前来消费。在传统书店集体“衰”的年代中,三联书店的做法让许多书店拥护者纷纷点赞,业内人士称,这一举动让传统书店的复活带来了希望。

昨日,记者采访了宁波几家比较出名的书店,虽没有24小时营业,但他们正在尝试将传统书店向休闲型、多元化书店转型。

记者 杨江



在“左岸·城市之光”书店内,读者围坐在书桌前安静地看书。

记者 杨江 摄

## ●数据解读

### 举步维艰的实体书店

2013年的一份“第十次全国国民阅读调查”显示,2012年我国国民综合阅读率为76.3%,比2011年下降了1.3个百分点,人均纸质图书阅读量为4.39本,人均阅读电子书增幅达65.5%。

随着电子商务的不断发展,人们越来越喜欢在网络上购书,因为网上购书送货上门,且价格比实体店低廉,网络书店不断冲击着实体店市场份额。

“枫林晚”经营者郑永宏回忆起几年来网络书店的冲击深有感触,他说,“部分网络书店图书售价比实体店低许多,一般图书低于6折就属于亏本经营,他们甚至打出了3折、

4折,这对我们的冲击非常大,曾经有一段时间,我们一年的营业收入仅仅够付房租。”

宁波新世界图书公司经理蒋蔚曾对媒体表示,宁波新世界书店曾经在省内开有30多家门店,现在只剩市内3家,营业收入从2011年的1000多万元锐减至2013年的200多万元。

受到网络书店等冲击,宁波民营书店经营状况每况日下,来自一份内部市出版物市场年检数据可以看出,小型民营书店的数量正以每年超过10%的比例减少。

如“席殊”、“香樟树”等曾经在宁波读者心目中具有城市文化符号意义的书店,也已先后停业。

## ●模式参考

### 左岸·城市之光

改变传统书店印象 打造时尚休闲吧

不过,还是有许多书店依靠转型生存了下来,他们增加了书店的体验项目,让年轻人放下手机拿起图书。

方正的书架、狭窄的过道……这是读者们对书店的传统印象。不过位于鄞州万达广场中心一层的“左岸·城市之光”书店,完全不是这种景象。从店门走进,迎面而来的是一座类似咖啡店的工作台,两名围着围裙的营业员正在咖啡机后忙碌着。在吧台旁边摆着一张桌子,上面放着精致的盆栽,桌子旁边插满了包装好的鲜花。

据介绍,这是唯一一家开在万达广场中心的书店。这家书店的经营者告诉记者,“左岸·城市之光”的定位不再是传统意义上的书店,而是一个注重休闲的体验中心,他们还和当地艺术家合作,销售手绘明信片、自制陶瓷杯,以及布艺等创意产品。“文艺青年”和“小资青年”都是这家店的主力消费者。

### 枫林晚

定期举办文化沙龙 订购收藏类书籍

鼓楼的公园路26弄5号二楼,“枫林晚”书店从去年搬到这里后,就放弃了以前以经营文艺类书为主的的面孔,改走“文艺范”。

“与传统书店相比,我们更强调图书的人文特色,增加了阅读体验。”“枫林晚”经营者郑永宏介绍,现在有许多单位开始将文化沙龙放在“枫林晚”举办,因为这里的

氛围很契合他们的活动。

郑永宏根据书店消费者群体的不同把经营的书籍分为三类,文哲类、经典书籍和古典收藏类。

“除了阅读体验外,读者还可以订购市面上比较难买到的书籍,甚至有些古典收藏类书籍。”郑永宏说,有些读者除了爱好读书外也喜欢玩书,所以,“枫林晚”的收藏类图书成了抢手货。

去年,“枫林晚”举办了艾伟新作分享会、周志峰解读宁波话、张悦鸣谈摄影、《红楼梦》与宁波的点点滴滴等21场活动,大批读者在这里找到了自己的兴趣归属。

未来,郑永宏打算在店内设立手工创意产品,读者不仅在这里能阅读,还能把精美的创意品带回家。

“从去年搬家开始,书店的营业额每一季度上升了5%到7%,今年第一季度甚至达到了20%。”郑永宏对书店的未来又重新燃起了希望。

### 老约翰绘本馆

全国首家提供“网上租赁、免费送货”服务

此外,曾经被网络书店低价销售冲击的传统书店也开始走电商道路。

被誉为图书电商成功范本的宁波老约翰绘本馆,在全国首家提供“网上租赁绘本、免费送货上门”服务,以互联网为平台,开创了利用网络技术实现网上统一信息平台+加盟连锁经营+本地服务结合的绘本借阅新模式。目前,老约翰绘本馆除了在宁波有10家加盟站外,还在全国20多个省份有160多家加盟站,最远的加盟站开到了新疆乌鲁木齐。

## 注册登记制度改革激发创业热潮 仅诞生一家一元公司

商报讯(通讯员 张淑蓉 记者 周雁)自3月1日开始实施注册资本登记制度改革以来,我市改革实施工作进展顺利,通过推进工商注册便利化,进一步激发了创业热情,新登记市场主体呈现较大增幅。截至3月31日,全市新设内资市场主体11541户,同比增加2663户,增幅为30%;新增资金数额140亿元,同比增加41亿元,增幅为42.1%。

“登记制度改革理论上创业者可以投资成立一元公司,但实际操作中,到目前为止全市仅宁波产生了一家一元公司。”宁波市

市场监管局登记注册部门负责人告诉记者,目前有新设企业需求的人士还比较理性,认缴万元以内的注册资本的企业只是凤毛麟角。

宁海人金先生是一名大学刚毕业的海归。3月18日,他在工商部门注册了自己的第一家公司——宁海县盛鑫包装有限公司,注册资本是1元,这也是宁波目前唯一的“一元公司”。

“注册的时候真没想那么多,工作人员说最低注册资本是‘1元’,我就选择了1元。毕竟才创业,如果没有家庭支持,自己手头是没有太多资金的。”小金说。

## 网上淘美食 比团购价更低

跨界O2O资源联合平台“合天下”登陆宁波

商报讯(记者 殷浩)通过“合天下”的智能APP,在美团网上淘优惠美食,比美团价更低。昨天,跨界O2O资源联合平台“合天下”正式登陆宁波。这意味着市民通过该平台可获得更优惠的服务,或者以更低的价格购买商品。

“合天下”董事局主席邵玉鹏介绍说,对普通消费者来说,“合天下”会实现三大功能,

一是在线比价,能够帮助消费者找到最优惠的商品或服务;二是线上消费返利,这意味着更低的价格;三是线下消费折扣。目前“合天下”已与包括京东、天猫、大众点评、美团在内的100多家线上公司达成了无缝对接,线下正稳步推进与本地优质实体商户的合作,未来还将与银泰、万达等著名连锁商业机构开展合作。

## 股市点评

### 市场需要一个蓄势整理的过程

早间央行宣布正回购1720亿元以收紧流动性的消息对市场信心打击较大,金融、房地产等权重板块集体调整,成为当日指数调整的导火索。实际上,本周到期资金2260亿元,昨天到期1500亿元,并自动注入市场,昨天央行公开市场操作净回笼资金220亿元,本周资金仍较为充裕,主力只是借题发挥而已。

从战略角度考量,A股尚未摆脱区域性震荡的格局(亦可视为震荡筑底),目前股

市增量资金不足,存量资金只能维持局部行情的活跃,这也是蓝筹股和题材股始终难以形成合力的重要原因。不过,由于市场条件和政策背景都发生了一些积极变化,大盘逐步形成了“稳住阵脚”的态势,大规模做空的理由并不充分。大盘震荡筑底的过程也是多空磨合的过程,不急不躁、耐心等待、适度参与是合宜的策略。

民族证券宁波营业部 本文仅供参考

## 一季度“十面埋伏” 二季度发起总攻

### 苏宁易购418打响2014年首战 全国门店全线参与

4月14日晚,苏宁召开全国418及五一促销视频动员会,对2014年第一季度工作进行了总结,并对即将到来的418及五一大促进行全面部署,要求全员动员,抓住市场旺季,苏宁易购和苏宁全国门店同步发起大规模的降价促销和服务提升攻势。

#### 以我为主 坚持“两大路线”不动摇

作为业界普遍关注的互联网转型代表,苏宁的发展一直备受外界瞩目。张近东在内部始终强调,苏宁云商转型的方向和路径已经明确,全体苏宁人必须以我为主,坚持两个“不动摇”:坚持以互联网零售为主体,以O2O和开放平台为两翼的“一体两翼”互联网路线图不动摇;坚持以用户体验为中心,持续为用户打造极致的综合性生活平台不动摇。

张近东也在年后多个场合表示,过去两年是苏宁云商转型的布局年,一切围绕企业互联网资源平台的打造进行布局,今年是苏宁的成效凸显年,抓细节重执行,坚决贯彻三效法则,对外展现苏宁全新的企业竞争力,创造企业、行业和新用户的新价值。

#### 一季度“十面埋伏” 全方位蓄力二季度大战

在外界看来,一季度苏宁在市场上确实表现相对低调,但仔细梳理今年以来苏宁的轨迹,其实苏宁按照张近东强调绝不妥协的“两大路线”做了大量基础优化工作:1.并购整合:协同PPTV,独家销售PPbox,发力OTT业务,启动了家庭互联网布局,整合满座网,打通用户数据和入口交换,丰富了本地生活产品线;2.移动布局:集中推出云信、云盘等应用,提升移动端用户粘性;苏宁互联业务布局快速推进,率先测试及试商用放号,抢占虚拟运营商大趋势下的移动端入口;3.门店创新:升级互联网门店,各地陆续试点,开通门店WIFI,启用虚拟展示手段,使门店品类极大丰富化;陆续引入穿戴设备、美图、苏宁互联营业厅等新兴服务板块进驻门店,抢占前沿市场需求;4.体验优化:315期间推出

的15天无理由退换货承诺,则在售后环节大幅度提升了用户体验;5.营销创新:改变以往过分强调促销让利的营销模式,在明星单品推广、服务产品推广、会员数据精准营销、社交化粉丝营销等领域进行了全方位的尝试,推出一整套更加符合互联网时代需求的营销方式。张近东一直强调,零售就是跑马拉松,需要有策略地调整节奏,有跟跑,也有冲刺。

#### 双线协同 苏宁易购418开打2014年首战

418是个对苏宁有特殊意义的时间节点,2012年418苏宁易购发起“击穿全网底价、何必东比西淘”的价格战,被认为是苏宁易购在电商领域连续价格战的起点,并在当年轰动全国的815电商大战中达到了顶点,一战奠定了苏宁易购在电商行业第一阵营的地位。

据苏宁云商运营总部执行副总裁李斌介绍,这次418苏宁将一改以往“0元购”等略显复杂的促销形式,直接进行直降和海量爆款的爆仓销售,尤其是此次线上线下均以爆款作为主打活动,苏宁已经在家电、3C、母婴、美妆、日用等品类上准备了数百款畅销爆款商品,爆款的让利折扣空间在3-7折不等,每款供货数量都是以万为单位,确保用户买得到,同时保证送货体验。

据悉,目前爆款产品的清单已经确定,由于力度过大,对外还属于保密状态,但基本都是在市场供货价基础上还能给出相当折扣,部分价格坚挺的3C、家电产品也都突破了用户想象,基本五一准备下手的用户都可以提前购买了。

目前,苏宁已经通过门店、苏宁易购和客户端提前发放20亿元的“云券”,消费者可以免费领取,在4月17-4月21日五天时间集中使用。此外,苏宁还将通过易付宝充100抢100、定金10倍翻(预存定金10倍增值)、全品让利、品牌团购、家装套餐、出游装备专场等营销活动集中释放消费市场热情。