



热烈庆祝 浙江省十三届人大一次会议 **隆重召开**
浙江省政协十二届一次会议

新时代新常态下实体书店的生存与发展之道



苍南县图书馆

—— **浙江省公共图书馆信息服务联盟** ——



目 录

实体书店发展现状	5
(1)继续保持图书零售市场主体地位，数量有所增长	5
(2)从被“体验”到主动“体验”，实现服务升级	6
(3)实现功能突破，向文化创意、公共文化服务方面延伸	6
(4)与网上书店融合发展，线上线下一体化成重要模式	7
实体书店面临的问题	7
(1)购书群体持续缩减	7
(2)经营成本上涨压力得不到有效缓解	8
(3)盗版屡禁不止，冲击实体书店	8
(4)自身观念陈旧或经营不善	9
业内观点	9
(1)北京百万庄图书大厦总经理 缪立进：回归产品 极致服务	9
(2)南京先锋书店董事长 钱小华：不断创新 积极转变	10
(3)杭州晓风书屋总经理 朱钰芳：打造精神的“独立王国”	11
(4)雨枫书馆创办人 许春宇：在困惑中坚守	12
(5)钟书阁董事长 金浩：做百年老店 阅书香中国	13
国内外实体书店的转型现状	14
(1)欧美地区的实体书店转型现状	14
(2)日本的实体书店转型现状	15
(3)我国的实体书店转型现状	16
政策解读	17
11 部门联合印发《关于支持实体书店发展的指导意见》	17
附：《关于支持实体书店发展的指导意见》	19

免责声明：

浙江“两会”专题信息产品由浙江省公共图书馆信息服务联盟各成员单位联合编辑。信息内容取自公开的报纸、图书、期刊、数据库资源以及各大主流网站，每份专题我们都准确标明来源和出处，摘选信息内容的真实性、准确性和合法性由发布单位负责。

本期专题由苍南县图书馆编辑，如您需要更为详细的内容及跟踪报道，请与该馆联络。

新时代新常态下实体书店的生存与发展之道



2011年以来，实体书店面临前所未有的艰难局面，随着第三极书局关门，“风入松”书店停业，三联书店退出广州，特别是中国民营图书业的一面旗帜光合作用连锁店也不得不关闭，引来各方关注。原本遍布城市各个角落的实体书店，不仅仅是人们去看书和买书的地方，也是一座城市文化氛围的体现。实体书店纷纷倒闭，让无数钟情于实体书店的人感到伤感和无奈。2014年11月21日上午，李克强总理在考察杭州时，走访了民营实体书店晓风书屋，强调“纸质图书永远都是有市场。”之后连续几年全民阅读都被写入了政府工作报告，极大地推动了全民阅读氛围的形成，使得实体书店获得了新的生机。2017年10月，党的十九大报告提出，我国社会主要矛盾已经转化为“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。人民对美好生活的需要必然离不了文化的需求，离不了书籍的熏陶，也离不了实体书店带来的阅读感受。新时代新常态下实体书店寻求怎样的发展路径，进而谋求自身的生存与发展，值得我们一探究竟。

实体书店发展现状

(1) 继续保持图书零售市场主体地位，数量有所增长

根据国家新闻出版广电总局印刷发行司发布的《2014 中国出版物发行业年度发展报告》，2013 年，全国出版物零售总额 757.6 亿元，其中实体书店销售额 581.6 亿元，占 76.8%，仍然保持着出版物零售市场的主体地位。在政策的激励下，近两年全国实体书店零售市场扭转了整体下滑趋势。根据开卷发布的全国图书零售市场报告，全国实体书店零售市场 2014 年同比增长 3.26%，北京等一线城市大型书店的零售增幅超过了 8%；2015 年同比增长 0.3%，北上广深一线城市实体书店渠道继续保持快速增长。

在前几年的“倒闭潮”中，一批经营不善，不能适应市场变化、满足读者需求的实体书店退出了历史舞台。但同时，资本、政策与文化相结合，在市场上又催生出了一大批新的实体书店。一些品牌书店、特色书店、专业书店在坚守中求新求变，通过注入新血液，创新发展模式，开展连锁经营，扩大经营规模。一些新鲜另类的书店，如社区书店、体验书店、书吧、文化 Mall 等新型书店层出不穷，满足了读者多样性的文化需求。如昆明新知集团新建了 5 家连锁书城，并走出国门，在马来西亚等国家建设了 5 家国际连锁华文书局。北京字里行间新开了 12 家门店。上海钟书阁也计划用三年的时间，在现有 16 家钟书连锁书店的基础上，再新建 12 家连锁书店。实体书店进入更新换代快速复苏期。根据全国出版物发行单位年检数据，截至 2014 年年底，全国共有各类出版物发行单位 122 289 家，各类发行网点 220 535 处，分别比上年增长了 1.5% 和 5.0%，5000 平方米以上大型书城 127 个，比上年增长了 16.5%，反映出实体书店数量增长的势头。

(2)从被“体验”到主动“体验”，实现服务升级

前几年，大多数实体书店还停留在传统售书模式阶段，基础设施陈旧，环境不尽如人意，服务被动保守，不能很好地满足新生代读者对书店的购书环境、文化氛围、便捷购书的新需求，本身已难留住读者。因此，网上书店一旦大打价格战，实体书店就沦为网上书店的“体验店”。面对激烈的市场竞争，经过几年的艰难探索，实体书店的经营者们看到如不转变传统经营模式，提升服务质量，生存都是困难，更不要谈发展。因此书店经营者开始“开眼看世界”，学习借鉴中国台湾诚品、日本茑屋以及欧美国家一些优秀实体书店的做法，在商业模式、经营方式上积极创新，找准市场需求和自身定位，通过完善图书品种、改善卖场环境、增强读者购物“体验”、优化支付手段等，化被动为主动，实现了服务升级。实体书店重又焕发出强大的活力，迎来读者群的同时也为书店发展迎来新的发展契机。

(3)实现功能突破，向文化创意、公共文化服务方面延伸

近几年，在对外学习和探索转型的过程中，实体书店逐步认识到书店不仅仅是售书场所，不仅是卖场，同时还承担着文化传播的重任，还是文化广场，这个功能是网上书店所不能比拟的。2014年4月，国家新闻出版广电总局副局长、国家版权局副局长阎晓宏在上海实体书店发展推进会上提出，实体书店经营者要重新认识自身的功能和定位，并提出要重视书店文化传播和推进全民阅读的功能。基于此种定位，实体书店在转型中积极创新经营理念，扩大文化内涵，有的将图书销售与咖啡文化、茶文化、电影鉴赏会、戏剧鉴赏会等休闲文化结合，有的将图书销售与阅读推广、读书品书相结合，有的将图书产品与创意产品相结合开展多元业态经营，效果显著。据不完全统计，2014年仅全国127个大型书城就举办各类读书活动达6249场次，吸引了数十万名读者走进书店，实现了社会效益和经济效益双丰收。

(4)与网上书店融合发展，线上线下一体化成为重要模式

网上书店和实体书店从对立走向并存并融合发展已成图书零售市场的“新常态”。2015年11月3日，全球最大图书电商亚马逊在西雅图购物中心开设了第一家名为 Amazon Books 的实体书店，集合线下和线上书籍销售的优势，成为亚马逊网络书店的实体延伸。随后，中国最大的网上书店当当网宣布推行开设实体书店计划，计划3年内开到1000家，实行线上线下同价，重在增强顾客“体验”。而在此之前，国内一些有实力的实体书店已经开设线上业务。如浙江新华的博库书城，四川文轩的文轩网，在全国网上书店中占有重要地位。随着智能手机的普及以及微信等社交媒体平台的繁荣，O2O模式更添新业态，如重庆新华传媒有限公司建立了电子商务平台“阅淘网”，深圳书城推出了云书城和微商城。线上线下实现你中有我、我中有你，线上营销、线下体验、交易方式多样化，已成为图书零售市场的重要模式。

（来源：和讯 2016-1-6）

实体书店面临的问题

(1)购书群体持续缩减

实体书店普遍反映进店购书群体较十年前有大幅度的下降。据北京图书大厦反映，在客流中，有70%的顾客是只看不买的。分析原因主要有二：一是数字阅读的冲击。便携式电子产品的繁荣，尤其对购书群体造成了分流，影响了纸质书籍的销售。碎片化阅读、“浅阅读”逐渐占据了阅读纸质书籍的时间，对专业资料的获取也由原来的专业书刊向电子资料转移。消费者阅读习惯的改变，加上出版物数字化的发展趋势，使得实体书店原有的购书群体大幅缩减。二是网络书店低价倾销侵蚀实体书店利益。在电子商务日趋发达的今天，人们的购书

习惯也发生了巨大变化，网络购书已经成为人们购书的重要消费方式。据统计，全国网上售书已占全部图书销售的30%左右。在被调查的实体书店中，九成以上认为网络书店的低价销售是对实体书店经营形成冲击的主要因素。在与上游出版企业议价过程中，网上书店比实体书店具有明显优势，因此能够以低折扣甚至低于成本价销售，抢夺市场占有率，对实体书店的销售产生了较大的挤占效应。很多实体书店往往沦为网上书店的“体验店”。

(2)经营成本上涨压力得不到有效缓解

不断上涨的房租和员工工资被认为是加速实体书店凋零的两大重要因素。近几年各地房租、人力成本持续上涨，尤其是一线城市的民营实体书店尤为明显。在被调查的民营书店中，书店租金占经营成本比重最高，大城市的店面租金成本普遍占到成本的30%~40%，有的甚至更高，且仍在逐年上涨。因无法支付房租，许多实体书店不得不向偏远地区或向“二楼”迁移。人力资本急增，有专业背景或工作经验的店员薪酬逐年上涨，也相应增加了经营成本。减免增值税等优惠政策所带来的利润很容易被不断上涨的房屋租金和员工工资所抵消。

(3)盗版屡禁不止，冲击实体书店

盗版书一直是实体书店的一个重大困扰，通过对多个城市的实体书店调研发现，绝大多数实体书店的所有者和管理者对盗版书等问题深恶痛绝，把盗版书问题视为当前实体书店经营困难的重要原因之一。盗版书等非法出版物一方面影响了正规出版物的销售，成本上的极大优势使得个别实体书店铤而走险，在正规书店中夹杂盗版书销售；另一方面，盗版图书屡禁不绝，造成“劣币驱逐良币”的现象，

盗版图书将正版图书挤出市场，造成坚持诚信经营的实体书店经营丧失信心。

(4)自身观念陈旧或经营不善

自身也存在着严重的经营问题。主要表现在：一是书店经营者观念保守，不研究读者需求，产品雷同性较高，缺乏创新和特色。二是功能单一，缺少应有的文化活力和吸引力，阅读氛围不足，留不住读者。三是营销观念落伍，不能利用一些新的技术手段做宣传推广和便捷支付，与时代相脱节。四是服务意识不强，有的书店为降低成本，缺少必要的员工培训，造成服务不够专业，影响了顾客的购物体验，备受诟病。五是个别实体书店扩张速度过快，管理服务跟不上，等等。随着人民群众生活水平、消费水平的普遍提高，读者对书店有了新的期盼，特色化、个性化、精品化、便捷化、舒适化是新一代读者对书店的要求。要想把读者留住，就必须认真研究市场，研究读者需求，研究经营管理，不断改善优化服务。

（来源：和讯 2016-1-6）

业内观点

(1)北京百万庄图书大厦总经理 缪立进：回归产品 极致服务

2015年我们的宏观环境有三个显著的特征：

第一个是互联融合，就是在大的环境下，我们选择和什么样的人或者企业合作，这是至关重要的。现在是一个整合的阶段，这是一个大的环境。

第二个是线上与线下，因为有更大的互动才能增加机会，我们要增加与店铺融合的机会。

第三个是知识与资本，市场是价值驱动的，我们要提供更多增值的核心价值，创造市场价值。

这三个宏观环境对我们的经营企业来讲有三个要求。第一就是我们要不断的提升生产效率，这是我们书店一个永恒的主题。第二还要回归产品，回归基本层面。现在大家讲互联网思维，互联网思维里面有一个最大的思维就是极致思维。我们要把产品做到极致，这个极致，是指你在读者或者在用户心中有一个最突出的特色，比如说钟书阁，大家认为他是最美的书店，他为好书找到读者，为读者找到好书。我想这个店最大的特点，就是在读者心目中的定位，非常简单的把它表达出来，这个非常重要。第三我们要充分与顾客互动，因为只有互动才有价值，不管做什么样的努力，我们更多的都是以增加与顾客接触的机会，增加与顾客互动的机会，来提升我们的经营价值。

(2)南京先锋书店董事长 钱小华：不断创新 积极转变

实体书店最重要的是要去创新和转型。这几年我们看到很多实体书店纷纷倒闭，却还有一批实体书店像雨后春笋般茁壮成长，就在于这些书店都在不断地去创新，不断地去改变。

第一个方面，中国的实体书店从去年以来，已经进入了发展的新常态，书店已经在崛起。具体有三个原因：一是国家把实体书店作为一个政策扶植的重要方面，各个地方的政府也出台了民营书店发展的扶持政策，比如上海、浙江。这都是利好政策，而且政府还在大力地推动这方面的工作。二是国家已经把全民阅读提高到国家战略层面去考量。在这方面，江苏第一个出台了全民阅读发展的纲领性规划。三是实体书店自身力量的改变。这是一个永恒不变的主题，钟书阁、字里行间、单向街、贵州西西弗等等，这些有代表性的书店都在以很快的速度去改变，而且给我们这个行业作出了示范性的作用。他们由传统书店、粗放式书店向创意型书店、精品书店和集约型书店转变。

第二个方面，是商业模式的创新。做书店，商业模式的创新才叫真正的创新，现在涌现出来的新型书店层出不穷，有酒店吧、银行吧

等。江苏建设银行跟凤凰出版传媒合作，每个银行网点上开出一个书吧，满足顾客的消费需求，提升他们的附加值。甚至有的博物馆也在开书店。民营实体书店在经济新常态下，把握住了新机遇，由粗放型向质量型转变。到2014年为止，24小时书店全国有32家，到2015年肯定有不少24小时书店可以精彩亮相，南京有一个24小时书店网上已经公示，现在新华书店也在准备积极筹备24小时书店。这些都是在大环境、新常态下的新举措。

第三个方面，我想分享未来书店的模式。未来书店的模式就是事业合伙人制、小组制、众筹模式，这三种模式先锋都在做。今年我把先锋转变成为事业合伙人的团队，把所有的门店转变成小组制创新的门店，我们做出有益的事，鼓励创新、宽容失败。每一个人都是创业者，让每一个人发挥好作用，让业绩说话。在先锋人人都是创业者，这也是保持先锋有序成长经营的一个积极举措，没有比人更重要的，人比制度更重要，制度也是人建立的，没有一个好的机制和团队，企业很难走下去。我们把每一个门店，作为每一个人的创业组织，创新发展模式，创新发展思路，让每个人的活力和创造力能够得到发挥，释放潜力。

(3)杭州晓风书屋总经理 朱钰芳：打造精神的“独立王国”

第一个是“情有独钟”。晓风书屋1996年开业到今天，开了12家门店，都很小，但在地方上得到一些认可。我们一直在很努力地做，更多的是为我们几十万的读者。到今年4月为止，书店办了近700场书友活动，忠实的粉丝47万。最早以前很多在我们书店里看书的小学生、初中生，他们现在已经身为父母，开始带自己的孩子来看书了。我们并不是为了某一个人做，更多是为一群人，为社会和地方上的文化一直在努力做事情。

第二个是“独一无二”。晓风书屋今年跨入了第20年，对我们来

说，民营书店就是在一个“独”字上，“独来独往”。最早在浙江最强新华书店的夹缝中生存，这几年又在阿里巴巴这么强的网络平台下生存，非常艰难。但就是因为这个“独”字，我就想要做自己，就想一个人，或者一群人好好经营一家书店，所以我们才坚持到现在。

独来独往了 20 年，现在孤独的成分少了一些，更多的是“独一无二”。我们能够坚持到今天，更多是因为有自己的特色。不能说别人没有办法来复制，没有可比性，更多是做我们自己。

第三个是“独立王国”。我自认为我最好的精神寄托，就是我有一批非常忠诚的员工，跟了我十几年，有一批非常信赖我，非常钟爱我的读者。我的每一家书店，全部有我自己的风格。在其他地方我不一定很自在，但是在我自己的王国里面我非常自在。

第四个是“独辟蹊径”。这两年政府对我们的关注越来越多，晓风这两年接收到了省市和中央的扶持资金，这对我们非常重要。拿到政府的钱，我希望自己有更多的造血功能，让自己可以生存下去。16 周年店庆的时候，我说我想开百年书店，如果没有造血功能，这个书店造不下去。我们不断在进行多元化的尝试，包括做文创，做定制的图书，建微型书吧，这个对我们很关键，因为有一批忠实的粉丝，在微信群和淘宝的消费群里面他们会很在意，会支持。

第五个是“独出心裁”。晓风作为地方认可的品牌书店，需要得到政府的关注，应该有更多责任感、义务感。最近这几年，不仅仅我们的书店在变，我个人也在浙江省民营书店的协会里面担任一定的工作，我们更希望所有的独立书店都可以找到一个好的转型模式。

(4)雨枫书馆创办人 许春宇：在困惑中坚守

在做书店这样一个，有一点行为艺术的过程里面，我看到了并感知了一些无奈。但是作为一个行为艺术，至少我把它在某些时候作为一个行为艺术去表达的时候，其实还有另外一个收获就是你得到了这

种响应。更多人会因为你的存在，受到影响。我们书店里面有一些小朋友看书的数量很惊人。有一年，通过对读书率的统计发现，有个妈妈和孩子读了 470 本书，无论你怎么样质疑他是不是每一本书都读过，但是这么多书他每一本都拿到手里过目，如果每一个孩子每年都可以读 100 本书，或者 30 本书，我觉得意义都是无限大的，这是我觉得我们带给社会责任感的部分。

雨枫做了八年，我个人还有困惑在里面，我不知道前辈们是如何抵抗当热情消退，当你的愿望有很大的落差，当你对自己所做的事情充满了质疑和无限期的等待的时候，你们是怎么熬过来那段时间的？怎么去保持自己热情？其实我对实体书店的前景不太乐观，我觉得书和阅读的本质在发生变化，无可质疑，我们已经从纸质书的单一阅读方向，转变到电子化阅读上面。

书店是会存在，但书店不会成为我们主流的一个阅读方向，纸质书也不再是我们阅读的主流，我们都是阅读习惯的人，但是我们的阅读已经发生了一个转变。面对这样的一个前景模糊的行业，怎么去说服自己在坚守的同时，在认真努力的时候接受它的死亡，我觉得是一个很重要的心理过程。我确实没有做准备，我想跟在座的去分享我自己实实在在的感悟。这个感悟包含我们是不是真的把我们的读者放在了第一位上。

(5)钟书阁董事长 金浩：做百年老店 阅书香中国

不仅民营书业，整个书业都是阳光企业。不管多少年，书业不可能倒闭，但是书店会越来越少，不可能越来越多。这是一个趋势，就好像柯达胶卷，一夜之间就没了。记者问既然是这样，您为什么要开钟书阁？我说上海有 2300 万人口，这中间有许多爱书的人，我只要把书店开好，有 100 万或者 50 万人到我书店来，我的书店也是能生存下去的，所以我要把书店开到最好，人家喜欢来，我就有生存的空

间。

我的想法是开大众化书店，为大众服务，为老百姓服务。所以我的书店就是一点点地开，最多时开了二十几家书店。这几年为了开钟书阁，我可以说不全国几乎所有的书店都去了，去年我走了几百家书店，北京的书店我一家一家去看，从浙江、到福建、到广州等等，开车走了15000多公里，只要有书店我就去看，我就想探究如何把书店坚持下去。

钟书阁要想开成百年老店，里面的文化底蕴还不够，这是我们接下去要考虑的问题。目前，针对钟书阁的经营模式，我们在做一个改变：书香进家庭、书香进企业、书香进学校。

通过这些项目和平台，进一步打造品牌，吸引更多的家庭、企业、学校与我们合作。

（来源：《出版参考》2015-5）

国内外实体书店的转型现状

(1) 欧美地区的实体书店转型现状

在欧美地区，实体书店受到网络的冲击非常大，但这一冲击大部分来自网络购书的便捷性。欧美地区为了保护独立书店，对图书的定价进行了法律保护，如法国就制定了法律，对图书的销售采取统一定价的方式，不允许随意打折销售，同时法国政府还从政策、资金、税收等方面给予独立书店支持。因此，欧美地区实体书店的倒闭形势远不如亚洲地区严峻。但即使如此，欧美地区的独立书店亦纷纷进行转型探索。总体而言，相比亚洲地区的“卖生活”转型模式，欧美地区的书店转型更注重新一代技术在出版、书店中的应用。也就是说，在欧美地区的实体书店中，由于图书的价格并未受到网络冲击，因此仍旧以卖书为主，商业模式并未发生深刻的改变，只是进一步寻找细分市场，明确自身的定位打造自身特色，或是借助新一代信息技术从购

书的环节中进行体验的优化和提升。如美国丹佛市的Tattered Cover书店，引进自助出版机器Espresso book machine，并与自助出版作者建立合作关系，同时建立了透明、详细的自助出版流程。在该书店自助出版的图书销售收入，书店与作者四六分成。Tattered Cover书店的自助出版服务不仅方便了本地作家出版作品，而且也给读者提供了专属书店的特色服务。众筹是在欧美地区发祥的，书店众筹在欧美地区非常受欢迎，这一方式可以为实体书店突破财务困境，获取资金支持。在美国两家最大的众筹网站Indiegogo和Kickstarter上经常可以看到独立书店的众筹项目，众筹成功的书店案例也比比皆是。此外，在欧美地区，二三十岁的年轻人已成为在实体书店购书最多的群体，对于实体书店的发展来说，这些都是令人欣慰的转变。

(2)日本的实体书店转型现状

日本的实体书店受到互联网以及数字出版的冲击非常大，从2006年到2016年的10年时间里，其实体书店的数量从1.25万家锐减到1万家左右，倒闭的大多是小型的实体书店，可以说日本的实体书店发展形势也较为严峻。为了生存下去，日本近80%的书店都在摸索新的经营模式，试图从原本单纯的卖书模式中摆脱出来。日本的实体书店转型模式相对欧美国家的更加丰富多样，转型的方向多与衣食住行紧密相关，以提供服务为主。此外，日本书店的转型过程中，还有一个较为重要的转型方向——主题鲜明的个性化经营模式，尤其是一些深藏在社区的小型实体书店，正积极发挥实体书店的优势，进行个性化、多元化的经营，在书店转型浪潮中走出自己的一片天地。如位于东京只有100平方米的B&B小型书店，存放有7000多册精挑细选的图书，每一册图书的选择标准都是是否有趣以及能否开展主题活动。书店经营的核心内容是邀请作者开展主题活动讲座，为读者和作者提供互动交流的机会，并以此带动新书的销售。B&B的经营模式虽然看似简单，

但从其本质来看，其已经从单纯的卖书模式转向为读者提供个性化的服务，而读者在书店除了能够购买图书，更深入了解图书，还能找到志同道合的朋友。从另一个层面而言，书店已经不仅仅是单纯卖书的场所，而是一个生活的空间。又如2015年11月开业的，可以住的书店——**Book and Bed**，由于人气极高，半年后就宣布在京都开设第二家门店。在**Book and Bed**书店中，藏有图书3000多册，高高的书架后隐藏的是温馨的床位，**Book and Bed**不卖书，但读者非常乐意花钱在这里住上一宿，体验书香的味道以及店主的偏执。除了多元化的经营，日本的主题书店也越来越多。如以动漫为主题、以美食为主题，或是以人物为主题。一家以“达尔文科学”为主题的书店，就专门精选自然科学中地理与文化人类学关系的图书，并且在书店中展示这些图书所描写的矿石标本、动物模型、艺术品等，用更多的元素去刺激读者的求知欲。在这里，读者不仅可以购买图书，还可以购买书店中出售的文具、标本、放大镜等考古工具。此外，书店还不定期举办生物科学类讲座，与读者进行互动交流，加深读者对科学知识的认知。毋庸置疑，这家书店聚集了一大批喜欢自然科学、考古探秘的忠实读者。

(3)我国的实体书店转型现状

和全球范围内的许多实体书店一样，我国的书店也同样经历着骇人的倒闭潮。近年来，在文化与资本的融合下，市场上涌现了一大批创新的实体书店，一些专业书店、特色书店、品牌书店也都在坚守中创新改变，不断注入新鲜血液，创新发展模式，满足读者的多样化需求。在全球实体书店的复兴潮中，中国的实体书店转型可以说是走在了前列，其中又以品牌书店的连锁经营，不断扩大规模，以及特色书店的经营为主。如昆明的新知书店，在国内增加了多家连锁书城，同时还走出国门，在东南亚多个国家建立了连锁书局。上海的钟书阁开设了十多家新店，北京的字里行间也在现有的基础上新开了十多家

书店。可以说我国的实体书店进入了复苏和发展的新阶段。国内的实体书店转型模式与日本的较为相似，都是朝复合型的经营模式发展，与人们的衣食住行紧密结合，进行多元化的跨界经营。在转型过程中，国内实体书店尝试得最多的转型模式主要是将书店打造成生活馆。在“书店+生活馆”的模式中，独立书店方所的运作模式被业内谈及较多。方所是在倒闭潮中成立的书店，经过几年的发展，现已开了四家店。其开设在广州太古汇商场的书店，总面积达1800平方米，是一个综合场所，而非单纯的书店。该书店设置了书店空间、设计品展示和销售空间、展览空间、咖啡区域，以及最具特色的服饰馆。从其空间的规划布局就可以看出，其经营的方向不仅仅是图书，还包括生活类产品、植物、咖啡、服饰。除了“书店+生活馆”，我国书店转型的另一个重要方向就是“书店+文化体验空间”。书店除了卖书，还通过多种载体、多样化的形式来给人们提供丰富的文化体验，如举办展览、讲座、分享会等，同时深度融入书店所在地的文化，这其中又以著名出版人三石策划成立的一系列书店最为受同行追捧。与日本的主题书店转型方向相似，国内书店也非常重视细分领域的图书市场，为读者提供某一类型的产品，如以销售世界各地外文原版图书为主的BOOCUP现代书店，以销售俄文图书以及欧洲文学经典为主的果戈里书店，还有专门针对女性、儿童的实体书店。

（来源：《出版广角》2016-10）

政策解读

11 部门联合印发《关于支持实体书店发展的指导意见》

中宣部、国家新闻出版广电总局、国家发展改革委、教育部、财政部、住房和城乡建设部、商务部、文化部、中国人民银行、国家税务总局、国家工商总局等 11 部门近日联合印发《关于支持实体书店发展的指导意见》。

《指导意见》指出，到2020年，要基本建立以大城市为中心、中小城市相配套、乡镇网点为延伸、贯通城乡的实体书店建设体系，形成大型书城、连锁书店、中小特色书店及社区便民书店、农村书店、校园书店等合理布局、协调发展的良性格局。

《指导意见》提出了推动实体书店建设的6项主要任务：加强城乡实体书店网点建设，创新实体书店经营发展模式，推动实体书店与网络融合发展，提升实体书店信息化、标准化水平，加大实体书店的优秀出版物供给，更好发挥实体书店的社会服务功能。

《指导意见》强调，按照城市人口规模和实际要求，结合各级商业网点和公共服务设施，合理规划并推动建设一批与当地经济发展水平相适应的实体书店；积极推动新华书店等国有实体书店大力发展新兴业态，支持大型书城升级改造，支持连锁书店扩大连锁经营范围，支持知名民营书店做优做强，鼓励中小书店向专业化、特色化方向发展，鼓励开办24小时书店、设立自动售书机等；强化“互联网+”思维，实现实体书店由传统模式向新兴业态的转变。鼓励实体书店利用互联网技术推进数字化升级和改造，打造新一代“智慧书城”；支持实体书店拓展网络发行业务；推动建立统一的实体书店可供图书信息标准，降低流通和各环节运营成本；充分发挥实体书店传播先进文化的阵地作用，引导实体书店采购供应宣传党的理论和路线方针政策、弘扬社会主义核心价值观的重点出版物；鼓励实体书店积极参与公共文化服务，鼓励以实体书店为载体，开展多种形式的群众性读书文化活动。

《指导意见》重点提出5项政策措施鼓励实体书店改革创新：完善规划和土地政策、加强财税和金融扶持、提供创业和培训服务、简化行政审批管理、规范出版物市场秩序。

《指导意见》要求，将实体书店建设纳入国民经济和社会发展规划，纳入基层宣传思想文化工作考核评价体系，纳入文明城市、文明

村镇、文明校园考核评价体系。在城镇新建社区商业和综合服务设施中，为实体书店预留经营场所。对实体书店创新经营项目和特色中小书店转型发展，通过奖励、贴息、项目补助等方式给予支持。同时，加大对农村出版物发行网点建设的财政支持力度，通过中央和地方文化产业专项资金，对长期坚持立足农村、服务农村的优秀实体书店给予奖励。落实好国务院的有关政策，鼓励高校毕业生创办实体书店，鼓励行业协会、中介服务组织搭建实体书店综合服务平台，支持有条件的发行企业成立专业化的书店管理机构，鼓励对实体书店从业人员开展多种形式的培训和业务交流。加快政府职能转变，切实落实实体书店“先照后证”改革要求，降低市场准入门槛，吸引更多社会资本开办书店。加大“扫黄打非”和出版物市场管理力度，完善实体书店诚信体系建设。

（来源：中央政府门户网站 2016-6-18）

附：《关于支持实体书店发展的指导意见》

实体书店是重要的文化设施和文明载体，在促进城乡文化产业发展和文化市场繁荣、巩固先进文化传播阵地、推动全民阅读、建设书香社会、提高全民族素质等方面具有重要作用。近年来，我国实体书店发展势头良好，总体销售规模扩大，较好地履行了社会服务功能，体现了社会效益和经济效益相统一。但区域发展不均衡，创新发展动力和能力不足，市场秩序不规范，信息化、标准化程度不高等问题仍然突出，互联网发展带来的数字阅读、网络购书等对实体书店经营带来较大冲击。为贯彻落实党中央、国务院有关部署要求，进一步促进实体书店发展，现提出以下意见。

一、总体要求

（一）指导思想全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中、五中全会精神，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，牢固树立

创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，坚持把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，加强政府引导，不断提升实体书店的创新力和竞争力，丰富产品和服务供给，更好适应人民群众日益增长的多样性文化需求，拉动文化消费。

（二）基本原则坚持改革创新。推动实体书店经营模式创新和转型升级，以改革激发市场活力，以创新增强经营能力，着力解决制约实体书店发展的关键问题。发挥市场作用。遵循产业发展规律，顺应互联网时代发展趋势，积极培育壮大多元市场主体，鼓励吸引社会资本进入，充分调动发展实体书店的积极性和创造性。加强政府引导。加快政府职能转变，进一步简政放权、放管结合、优化服务，营造竞争有序、公平参与的市场环境。完善政府宏观管理体制，明确重点、注重实效，加大规划、政策、标准等引导和支持力度。注重统筹协调。充分发挥各地、各相关方面作用，统筹谋划、综合施策，形成推动实体书店发展的合力。积极推进实体书店与出版等相关产业的深层互动、融合发展。

（三）发展目标按照全面建成小康社会的要求，推动实体书店与经济社会协调发展，到 2020 年，基本形成布局合理、功能完善、主业突出、多元经营的实体书店发展格局。

——布局体系更趋完善。按照城乡人口规模、流动趋势和区域功能，建立以大城市为中心、中小城市相配套、乡镇网点为延伸、贯通城乡的实体书店建设体系，形成大型书城、连锁书店、中小特色书店及社区便民书店、农村书店、校园书店等合理布局、协调发展的良性格局。

——市场主体更具活力。多种所有制并存、多元业态经营的市场主体确立，应对市场变化的能力显著增强，商业模式和服务形式创新更加适应新的消费需求。全国逐步形成一批品牌知名度高、创新发展

能力强、主营业务突出、具有核心竞争力的实体书店。

——发展基础更加坚实。实体书店作为重要阅读场所的文化功能更加突出，在推动全民阅读、建设书香社会中发挥积极作用。全国人均图书消费水平不断提升，实体书店数量和图书销售额保持稳定增长。

——市场环境更加优化。加快形成统一开放、竞争有序的市场体系。图书价格管理逐步规范，资源配置效率进一步提高，侵权盗版和行业不正当竞争得到有效遏制，实体书店合法权益得到有效保护。

二、主要任务

（四）加强城乡实体书店网点建设。坚持城乡共同推进、协调发展。按照城市人口规模和实际需求，结合各级商业网点和公共服务设施，合理规划并推动建设一批与当地经济社会发展水平相适应的实体书店，包括大型书城、连锁书店、专业书店、社区便民书店、书报刊亭等。鼓励大型商贸、餐饮、服务连锁企业开展出版物经营业务。加强农村出版物发行网点建设，提高经营发展的适应性和管理服务水平。充分发挥新华书店等发行企业的骨干作用，推进农村出版物“小连锁”建设和经营；积极调动各方面力量，依托乡镇综合文化站、农家书屋、供销合作社、邮政局所、便民超市、电商服务站点等设立农村出版物代销点或网络代购点；支持实体书店深入乡镇农村开展流动售书。引导和推动高校加强校园书店建设，鼓励发行企业参与高校书店建设，各高校应至少有一所达到一定建设标准的校园书店，没有的应尽快补建。鼓励在中小学校及周边开办实体书店。

（五）创新实体书店经营发展模式。积极培育壮大市场主体，推动新华书店等国有实体书店大力发展新兴业态，支持大型书城升级改造，建设综合性文化体验消费中心；支持连锁书店扩大连锁经营范围，形成品牌优势，完善统一配送；支持知名民营书店做优做强，突出文化创意和品牌效应，营造优质阅读空间；鼓励中小书店向专业化、特

色化方向发展，做精做大细分市场；鼓励开办 24 小时书店，设立自动售书机等。支持实体书店进一步融入文化旅游、创意设计、商贸物流等相关行业发展，努力建设成为集阅读学习、展示交流、聚会休闲、创意生活等功能于一体的复合式文化场所。

（六）推动实体书店与网络融合发展。强化“互联网+”思维，充分利用互联网、物联网、云计算、大数据、数字印刷等新技术手段，实现实体书店由传统模式向新兴业态的转变。鼓励实体书店利用互联网技术推进数字化升级和改造，增强店面场景化、立体化、智能化展示功能，打造新一代“智慧书城”。支持实体书店拓展网络发行业务，开发移动互联网服务平台，完善信息推送、数据分析、移动支付、在线互动、个性订制等功能，推动线上营销与线下体验相结合，实现线上线下互动协同发展；推动实体书店与电商在区域配送、平台共享、网点共建等方面优势互补、合作共赢，探索“网订店取”、“网订店送”等经营方式。鼓励实体书店探索“按需印刷”、“前店后厂”等新的商业模式。

（七）提升实体书店信息化标准化水平。推动建立统一的实体书店可供图书信息标准，降低流通和各环节运营成本；运用大数据建立面向社会的信息共享平台，提高实体书店经营质量和效率。推动实体书店利用信息技术改造传统业务流程，逐步实现从传统管理模式向信息化管理模式转变。推动实体书店完善物流基础设施，以现代物流和信息技术为核心，促进资源优化配置，提高出版物流通配送能力，并积极拓展第三方物流业务。

（八）加大实体书店的优秀出版物供给。充分发挥实体书店传播先进文化的阵地作用，引导实体书店采购供应宣传党的理论和路线方针政策、弘扬社会主义核心价值观的重点出版物，有利于提高人民群众知识文化水平、满足人民群众精神文化需求的优秀出版物，有助于推动科技创新、促进经济社会持续健康发展的最新出版物，采取

多种形式做好宣传推广和展示销售工作，在扩大市场销售的同时实现社会效益最大化。

（九）更好发挥实体书店的社会服务功能。鼓励实体书店积极参与公共文化服务，鼓励以实体书店为载体，开展多种形式的群众性读书文化活动。对引领全民阅读具有示范导向作用的实体书店，政府应按一定标准给予财政扶持。鼓励有条件的地方探索向城乡低收入困难群众发放购书券，或对困难群众购书给予一定补贴，保障基本文化民生，拉动实体书店消费。鼓励实体书店参与政府购买公共文化服务项目，拓展业务渠道。

三、政策措施

（十）完善规划和土地政策。将实体书店建设纳入国民经济和社会发展规划，纳入基层宣传思想文化工作考核评价体系，纳入文明城市、文明村镇、文明校园考核评价体系。落实中央城市工作会议精神，推动实体书店在城市文化功能区建设中发挥重要作用。根据《国务院关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》，落实好城镇新建社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积比例不低于 10% 的要求，合理规划，为实体书店预留经营场所。加强政府引导，鼓励房地产企业、综合性商业设施、公共服务设施等为具有较强经营发展能力和社会影响力的实体书店提供免租金或低租金的经营场所。加大对农村出版物发行网点建设的规划和财政支持力度，加快实现实体书店网点和出版物代销代购点覆盖全国所有乡镇，解决城乡不均衡的问题。将开办校园书店作为学校思想政治建设和文化建设的重要内容，教育部门要加强对高校校园书店的整体规划，各高校要从场地、租金等方面给予支持和优惠。

（十一）加强财税和金融扶持。进一步加大财政资金扶持实体书店力度，完善标准，优化方法，更好发挥杠杆作用，对实体书店创新经营项目和特色中小书店转型发展通过奖励、贴息、项目补助等方

式给予支持，重点扶持一批具有示范引领作用的品牌实体书店做优做强。加大对农村出版物发行网点建设的财政支持力度，通过中央和地方文化产业专项资金，对新华书店等发行企业的农村连锁网点建设项目和相关的物流、信息等配套项目给予补助；对长期坚持立足农村、服务农村的优秀实体书店给予奖励。落实图书批发、零售环节免增值税政策。引导银行业金融机构在风险可控、商业可持续的前提下，针对中小书店经营特点和融资需求，创新产品和服务。鼓励社会资本为中小书店发展提供资金支持。

（十二）提供创业和培训服务。落实好国务院关于做好新形势下就业创业工作的意见和大力推进大众创业万众创新的政策措施，对开办实体书店的创业重点群体给予支持。与引导大学生创业创新相结合，鼓励高校毕业生创办实体书店，纳入大学生创业引领计划，落实相关创业扶持政策。鼓励行业协会、中介服务组织搭建实体书店综合服务平台，提供注册登记、生产经营、社保、法律、税费、用工等咨询服务。支持有条件的发行企业成立专业化的书店管理机构，帮助进入市场的中小书店运营管理。鼓励开展多种形式的培训和业务交流，提高实体书店从业人员整体素质和服务水平。

（十三）简化行政审批管理。加快政府职能转变，进一步简政放权，切实落实单位和个人开办实体书店“先照后证”改革要求，减少审批项目，简化审批程序。对实体书店开展其他经营业务的，提供便利的工商登记注册服务。通过降低市场准入门槛，吸引更多社会资本开办书店。

（十四）规范出版物市场秩序。加大“扫黄打非”和出版物市场管理力度，加强对出版单位、印刷企业、出版物批发市场、实体书店、网络书店、游商摊贩等的执法检查，加强事中事后监管，坚决打击侵权盗版、制售非法出版物等违法违规行为。完善实体书店诚信体系建设，充分利用企业信用信息公示平台，及时对违规企业信息进行公示。

规范图书市场秩序，完善图书市场价格管理机制，打击恶意打折、无序竞争行为，为实体书店发展营造公平有序的市场环境。

四、组织实施

（十五）形成工作合力。中央宣传部、新闻出版广电总局要会同发展改革委、教育部、财政部、住房城乡建设部、商务部、文化部、人民银行、税务总局、工商总局等部门，切实加强对支持实体书店发展工作的组织领导和统筹协调，并及时对落实情况进行监督检查。

（十六）落实主体责任。各地区各有关部门要高度重视，按照本意见的各项要求，结合实际情况明确任务分工，抓紧制定具体实施方案，完善和细化相关措施，加强宣传和引导，确保各项政策措施落到实处。