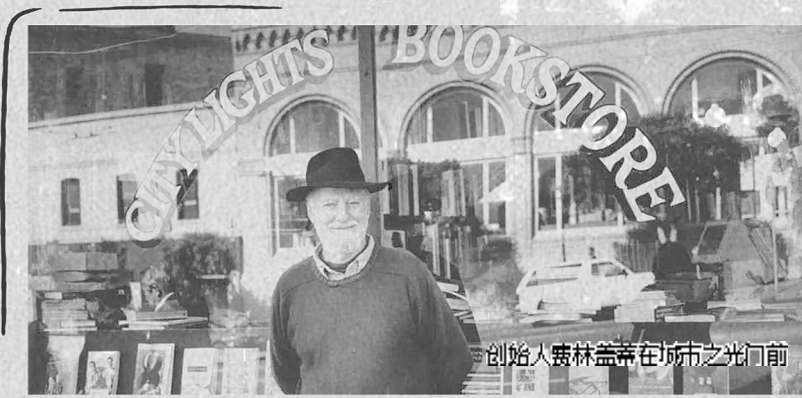


5月31日,陪伴台北人31年的诚品书店敦南店因租约到期正式谢幕,当天数万读者涌入和这个24小时不熄灯的书店告别。

在2020年开始的几个月,国内实体书店的结业并非个例。

与此同时,67岁的旧金山城市之光书店依然红红火火地经营着,该书店甚至被当地宣布为第228号标志性建筑物。



创始人费林盖蒂在城市之光书店门前

实体书店只拼颜值是不够的 城市之光书店 长寿秘诀是有根有魂

书店只拼颜值是不够的

“众筹续命”“外卖售书”“拯救书店”……此次疫情让一些原本抗风险能力不强的实体书店陷入生存危机。国内疫情防控进入常态化之后,实体书店又该如何转型破局?

很多网红书店的室内装修不错,可以说“颜值能打”,吸引年轻人前来拍照、打卡。可是,一些书店空有好看的“皮囊”,“选书质量不高”“样书比例很少”“全价售卖没有折扣”……这样的网红,很难让读者形成真正的购买冲动。

真正促使消费者付费的是书店的内涵,也就是为消费者提供的价值。关于这个价值,百道新出版研究院院长程三国曾在2019中国书店大会现场诠释:为消费者省钱、给消费者省时间、让消费者身心愉悦,总之,就是对消费者有意义,并使之愿意为之花钱的东西。

同济大学人文学院文化产业管理系教授王国伟告诉记者,如今,很多实体书店都在追求豪华的室内景观,这种景观的确可以让人们耳目一新,但是,只有景观难以为继,人们的审美喜好不断迭代,真正的内在竞争力是书店的主题性、对自身的专业定位及用专业知识产生价值的的能力,这才是构成实体书店的产品、服务可依赖的最核心的东西,也是超越形式的存在。

“这几年,在政府扶持、商业支持下,实体书店实现了大发展,可是同质化现象严重,书店的空间、位置差不多,个性彰显不明显。”王国伟认为,除了市场调节之外,主管部门可多鼓励差异化的竞争,让更多的音乐书店、古籍书店、艺术书店等个性化书店涌现出来。



当年在城市之光书店门外进行的采访

城市之光书店何以成名

对于旧金山的居民而言,城市之光书店是他们心中的圣地。上世纪六十年代,这间书店为“垮掉一代”(Beat generation)作家和艺术家提供聚会场所,一时传为美谈。

这家在2001年被旧金山市政府列为历史文物的书店,坐落在旧金山中国城和意大利区中间地带。它由诗人劳伦斯·费林盖蒂与人合伙创立于1953年,但不久后,他便独自经营。店名是取自卓别林主演的同名电影,用意是要以小人物的姿态与来势汹汹、冷酷无情的主流势力相抗衡。

“城市之光”的声名远播,离不开他的创始人费林盖蒂,亦和1956年美国出版界历史性的艾伦·金斯堡案件不无关系。当时,费林盖蒂因出版金斯堡的诗集被控出版有伤风化的书籍。结果全美许多知名的作家、艺术家和教授联名支持他。最后,法官判他无罪。

城市之光书店到今天仍然守护着异议发声的权利,与主流文化对抗在所不惜。现在它专门出版或销售世界文学、艺术、历史和政治方面的书以及期刊,包括许多由外文翻成英文的著作。

书店二楼有专供诗朗诵的空间,并陈列诗集和“垮掉一代”的书籍,以及当年“垮掉一代”文学运动的纪念品。

和其他一般书店最大的不同是店里的标示:“请坐下来读本书”。这鲜明地凸显他们经营“城市之光”的理念与态度。虽然书店盈余不多,然而在网络和大型连锁书店的冲击下,许多独立书店相继倒闭之际,“城市之光”却依然持守着它原先创立时的那份理想。



城市之光书店内“垮掉一代”的纪念品

创办者回望城市之光成长

如今,城市之光的创办者费林盖蒂已经度过了101岁生日。他在2009年接受采访时,这样说:

“我1950年来到旧金山时,老式的书店晚上不开,周末也关门。店里没有地方可以坐下来看书,而且没有定期刊物、杂志或报纸。通常你一进门,店员就盯着你,问你想要什么。我们1953年新开张时,每天营业都超过半夜。”

“我们是全美第一家全卖平装本的书店。那时候市面上虽有袖珍平装版的书,但都是大众化的谋杀推理小说、恐怖及黄色小说之类,没有高品质的平装本,尤其没有文学之类。当然啦,我们究竟是一个小书店兼出版社,出书的数目比较少。”

“从开店的时候,我们就试着使它成为一个社区中心。早期我们有个广告语:从1953年以来的文学聚会场所。后来,我们也试着让书店看起来像是不卖咖啡的咖啡屋。在店里放一些圆桌和椅子,让大家能坐下来看看书。让书店成为社区中心,这也是为什么我们能够存活,而其他许多书店关门的原因。”

在被问道:“你曾经有过开第二家甚至第三家城市之光书店的念头吗?”

费老坦诚地回答:“没有。许多人找我们授权开连锁店,可是我认为书店并非可以扩充成连锁店的行业。我们的书店有独特的性格,我不想复制它。”

虽然中美两国的文化背景和政策并不相同,城市之光书店的成功也有它的特殊性,但是让实体书店扎根社区,让实体书店具有灵魂——这或许是实体书店得以长寿的基因所在吧。

复合经营或许是大趋势

放眼国内,此次疫情给实体书店上了一堂线上经营的“选修课”,也是实体书店寻求长远经营发展的“必修课”。

中国传媒大学广告学院教授张翔认为,实体书店的优势在于线下的体验感,这种体验感具有直达人心的作用,不过,“固守”线下并不是出路,在技术推动下,线上线下应逐步融合。

“图书是微利行业,即使书卖得再好,利润空间也很薄,开展复合经营可以给实体书店带来更多利润来源。”王国伟认为,实体书店不仅应向线上拓展,也可在经营范围上做更多延展。诚品书店曾“买书配青菜”,单向空间主推过单向日历,樊登书店更是在多个文化空间做加法,复合经营的理念正在被积极实践着。(本报综合)

