



高校校园书店复兴与创新进路探索^{*}

□王磊 庄革发 刘偲偲 王宇

摘要 实体书店是文化传播的重要场域,网络书店的兴起让实体书店泥足深陷,大学校园的实体书店也未能幸免。为了发挥校园书店的文化阵地作用,扭转校园书店的生存困境,国家相关部门扶持政策频出。文章基于对实体书店发展基因的回顾,调查了校园书店的案例并总结其构建的新模式,对校园书店的现实困境与提振创新路径进行了探索与思考。

关键词 实体书店 校园书店 扶持政策 经营理念 探索创新

分类号 G258

DOI 10.16603/j.issn1002-1027.2020.03.001

书店是全人类共同的文化记忆,是传播思想、普及文化、联系读者、促进出版的重要场所,也是一座城市的文化品牌形象。校园书店是高校重要的文化设施、文明载体,也是高校师生的精神家园,在传播先进文化、推动全民阅读、建设书香校园、促进学生全面成长等方面具有十分重要的作用。然而,快速崛起的网络书店消解了实体书店的场域,让实体书店泥足深陷,越来越多的实体书店正从城市、大学校园以及人们的生活中消失。面对公共文化阵地的节节失守,面对校园书店生存状态的朝不保夕,国家连续对实体书店实施了一系列优惠扶持政策,对提振实体书店产业产生了极大影响。那么,校园书店真的峰回路转了吗?2019年2月,教育部高等学校图书馆情报工作指导委员会秘书处“关于‘高校图书馆设立实体书店’的调查分析”显示,在有效填写的1153人次问卷中,有410所高校校园内有一家实体书店,占35.6%;58所高校有2家实体书店,占5%。另有666份问卷的被调查者不清楚校园是否设有实体书店,占57.8%。总体而言,多数普通高校历来就没有校园书店,重点高校已有校园书店的实际经营情况也不容乐观^[1]。2019年7月,教育部办公厅发布《关于进一步支持高校校园实体书店发展的指导意见》,要求2020年每所高校至少建一家校园书店,强力推进高校校园书店的建设。同年10月12日,由

教育界、出版发行界、新闻界联合举办的“书香中国万里行:高校校园书店建设系列活动”在江苏徐州举行,旨在推动高校校园实体书店持续健康发展^[2]。本文全面回顾了校园书店的建设发展情况,分析其成败基因并探索振兴进路,可为我国高校校园书店建设发展提供新的思路。

1 校园实体书店的发展与扶持政策

校园书店也经历着诞生、成长、衰落、凋亡等生命周期,有源远流长的历史基因、广阔深厚的民间土壤、鲜活感人的诗和远方。它的基本结构、存在方式、根本属性以及生存繁衍都离不开各种发展因素^[3]。

1.1 校园实体书店的发展路径

我国书店的经典品牌“新华书店”最早诞生于1937年4月24日,《解放》周刊创刊署名“陕西延安新华书局”,当年10月改名为“陕西延安新华书店”。1939年9月1日,毛泽东题写了“新华书店”四个大字,新华书店的名称起用至今,已走过80个春秋。1950年12月,新华书店由国家事业单位转变为自主经营的国有企业,在全国拥有3100余家企业单位,14000多处书店网点,从业人员15万人,是我国图书发行领域的主力军。新华书店作为蜚声中外的优秀文化品牌,它的成长和壮大是我国出版发行业

^{*} 国家社科基金项目“大学图书馆能动型学习空间内涵与服务模式研究”(编号:18TBQ017)和辽宁省经济社会发展研究课题“图书馆空间再造与服务创新研究”(编号:2020lslktjdyb-031)的研究成果之一。

通讯作者:王宇,ORCID:0000-0001-8401-2436,邮箱:lib_wangyu@126.com。



发展壮大的缩影和见证^[4]。作为新华书店子系统的高校校园书店,从20世纪70年代末80年代初就开始陆续出现,如北京大学、清华大学、山东师范大学等校园都有新华书店^[5],在校园内或周边独立经营,经营范围包括专业性比较强的自然科学和社会科学各类书,也包括教辅书。同时,一些由大学出版社经营的校园书店也诞生了,还有少数个体书店在校园出现。这些书店一般规模不大,经营品种单一,以教材、教辅书为主,被动为学生服务。进入新世纪,校园书店有了长足发展,图书种类增多,数量日趋丰富。书店成为学生求知、娱乐、休闲的场所,淘书成为大学生的生活方式,也支撑了校园书店的生存。

校园书店经过多年的发展,在保留固有文化基因基础上发生了些许变异。在创建方式上:有学校直接经营,所有权与经营权合一;有出版社自主经营,所有权与经营权分离;还有民营企业,私人创立并自营;也有少数合伙经营或连锁店的方式。在服务功能上:根据经营主体服务目标而定,有的以本校出版社的图书为主;有的以教学参考书、工具书为主;均以图书作为产品来批发零售。在服务特征上:根据学校的性质侧重图书的品质,门类不够齐全,服务对象单一,服务主动性不足。校园书店经过多年的发展,形成了独特的历史、文化、传承和特色,在主体地位上具有独立性,同样具有公共文化属性之外的商业属性。伴随着网络书店的冲击,书店业竞争加剧,实体书店倒闭的风潮不可避免。

随着实体书店倒闭潮的出现,校园书店也未能幸免。2009年前后,我国民营书店减少了1万余家,2011年北京“风入松”书店撤离,中国农业大学的“五色土”、武汉大学的三联书店相继歇业。在北京大学、清华大学、北京师范大学等高校校园及周边的民营书店,5年时间近半数消失^[6]。实体书店的困境是诸多因素合力作用的结果:一是网络书店消解了实体书店的场域。调查显示,77%的同学更喜欢在网上购书,电商的出现改变了书店行业的生态^[7];二是阅读方式的改变使实体书店产业日益凋敝。数字化阅读、移动阅读成为读者信息获取的首选方式,伴随纸质图书利用率大幅下滑,光顾实体书店的人也越来越少;三是我国国民阅读习惯的养成尚待时日。近年来,虽然在国家的大力倡导下,在全社会的共同努力下,普通民众的阅读习惯有所改善,但与发达国家相比还有一定的差距;四是书店运

营成本日益增高。在书刊、人力、房租、水电等成本不断上涨的刚性条件制约下,实体书店的运营困境必然发生;五是经营模式传统和固化。书店经营者的经营理念与服务态度因循守旧,缺乏与时俱进的企业家精神。诸多因素最终导致有着80年历史的实体书店和30年历史的校园书店生存机会渺茫,这是时代与历史发展的必然。

1.2 实体书店建设的扶持政策

北京第三极书局、广州三联书店、北京大学“风入松”书店等一批传统书店倒闭的消息备受国家瞩目,有关部门扶持实体书店的政策接连出台。2011年,原新闻出版总署与中宣部、住建部共同出台了《关于加强城乡出版物发行网点建设的通知》,从国家层面支持书店建设用地,同时与财政部沟通,制定了对国内实体书店减免税赋的政策法规。2013年,国家财政部发布通知,从1月1日起,文化改制试点单位的新华书店可免征企业所得税、营业税、城镇土地使用税及房产税等6大税种,县级及以下书店亦可免收增值税,将税收优惠扩大到书店全行业,实体书店的免税政策终于落到实处^[8]。2013年8月,国家财政部办公厅、国家新闻出版广电总局办公厅联合下发《关于开展实体书店扶持试点工作的通知》,对符合条件的优秀实体书店给予奖励,用于购买软硬件设备、支付房租、弥补流动资金的不足等。首批向包括北京、上海、南京、杭州、广州等12个试点城市的56家实体书店提供了9000万元资助^[9]。

2014年起,“倡导全民阅读”已连续3年写入国务院政府工作报告,强调纸媒阅读的不可忽视。书店作为推动全民阅读的重要保障,支持实体书店发展是政府实施全民阅读政策体系的重要一环,也表明政府发力改善全民阅读状况的鲜明态度,更是解决阅读时代痛点问题的有效路径。2015年,为进一步规范和加强文化产业发展,财政部设立了专项资金,财政部办公厅于2月12日印发了《关于申报2015年度文化产业发展专项资金的通知》,明确重点支持文化金融扶持计划、实体书店扶持试点等八个方面。北京的151家实体书店共获得5000万元专项资金扶持^[10]。2016年6月,中宣部、国家新闻出版广电总局、教育部等11部委联合颁发《关于支持实体书店发展的指导意见》,明确提出了加强城乡实体书店建设发展等6项任务,以及加强财税、金融扶持和简化行政审批管理等5项政策措施。文件特



别指出要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,特别鼓励在大学校园开办实体书店,同时“鼓励高校毕业生创办实体书店”。

2019年7月,教育部办公厅发布的《关于进一步支持高校校园实体书店发展的指导意见》规定,各高校应至少有一家校园实体书店,没有的应尽快补建,形成全国高校校园实体书店的发展与全社会实体书店的总体布局,实现服务功能相匹配,主业突出、各具特色、多元经营的良好格局,更好地满足高校校园日益增长的多样化文化需求。高校要积极提供便利条件,从场地租金、水电费等日常运营费用方面对校园实体书店给予必要的减免优惠,在设备设施投入方面给予一定的支持,以保证校园实体书店服务功能的稳定性和长效运营,对长期坚持立足校园、服务师生的优秀校园实体书店给予奖励。力争到2020年底,在全国范围打造一批独具高校特色的“校园智慧书店”。

自《关于支持实体书店发展的指导意见》和教育部文件颁布以来,各省区市都抓住国家对实体书店的政策机遇,纷纷出台地方支持政策,全国已有浙江、四川、辽宁、安徽、天津、江苏、山东、河南等28个省区市出台了支持实体书店发展的具体措施,坚定支持高校校园实体书店建设和健康发展。政策利好是目前校园实体书店建设发展强有力的“助推器”。

2 校园实体书店的复兴现状与构建模式

国家政策的引导和提振激发了学校、书店、出版社等校园书店建设主体的动力,“实体书店进校园”的行动计划不断推出,直接推动了高校校园实体书店建设发展走向新的春天。目前一批独具高校特色的校园实体书店在全国陆续建立,成为高校校园极具吸引力的学习空间和一道靓丽的文化风景线,为滋养民族心灵、培育文化自信、增强国家文化力量作出了贡献。调查所见,因各地区的重视程度和实际条件不同,已建校园实体书店呈现出多种模式,其初衷是让实体书店更契合学校的发展需要而扎根校园。目前的主要建设模式包括:

2.1 出版集团+高校图书馆

在校园实体书店建设浪潮中,出版集团与高校(图书馆)合作模式比较凸显,图书出版发行行业是支持和参与的主力军。许多地区经过出版集团的总

体布局、周密规划,并与高校携手推进,效果显著。如广西师范大学出版社集团、辽宁出版集团、浙江省新华书店集团、商务印书馆等案例。2016年10月,广西师范大学出版社集团与高校合作创办的校园实体书店品牌“独秀书房”,向公众同时开放了4家,至2018年底已建成10家^[11]。自2017年9月至今,辽宁出版集团为贯彻中央文件精神,在高校精心打造了“盛文·北方新生活”校园实体书店项目。项目实施2年来,已先后合作建设了沈阳师范大学园丁店、中国医科大学红医店、中国刑警学院刑警店、鲁迅美术学院鲁艺店、辽东学院金山店、沈阳理工大学兵工店等13家校园实体书店,收到了前所未有的成效。辽宁出版集团与辽宁省高校进行全方位、多元化、深层次的合作,力争在全省打造115家校园书店^[12],推动“书店+图书馆”合作型校园书店的供给侧变革。该项目实施的跨界合作、紧扣实际、行业连锁、快速复制、精心运营等特点,业界认可度高,为高校创新读者空间找到了一套可行的新路径。

2.2 高校图书馆+出版社合办

在校园书店建设模式中,也存在大学图书馆与社会出版社合作的模式,此模式的特色是高校图书馆具有主动意愿引入知名出版社合作建设校园书店。此模式的构建,一是要做好顶层设计,二是服务好校园师生,三是把书店建成校园文化品牌,四是要做好中华优秀传统文化的国际传播与交流。如清华大学图书馆和商务印书馆合办的清华大学“邺架轩”阅读体验书店,是商务印书馆与北京地区高校合作创建的首个浸润式阅读体验中心。由清华大学图书馆在其北馆提供面积约700平方米的空间,商务印书馆与图书馆精心挑选国内近百家出版社最新出版的精品图书近3万册,为清华大学师生提供卓越的图书阅读体验环境、网上购书及定制化服务。清华大学图书馆与百年历史的商务印书馆合作建立的校园书店,成为连接读者、作者、专家学者、出版社与服务者(图书馆)的文化交流平台;通过服务阅读、引领阅读,成为培育师生文化自信的校园文化中最温暖的一盏灯。

2.3 出版社+学校+书城三方合作

校园书店建设模式中还出现了“出版社+学校+书城”三方合作的案例,与上述不同之处在于,该模式是由出版社、企业与学校三方共建,成为全国校园书店运营的新型模式。以高校为纽带,出版社、学校、书



城三方合作,实现优势互补、资源共享,形成“共建、共享、共促”的新局面。例如,“博库书城徐工院店”,由中国建筑工业出版社、徐州工程学院和博库书城徐州有限公司三家单位密切合作,2017年4月“世界读书日”书店揭牌并对外开放。该模式基于国家政策的指导,以自身条件优势为基础,以需求导向为联合动力,通过周密规划、共同建设,打造了全国首家具有建筑特色的校园书店品牌,荣获了“2019江苏最美书店”称号。2019年10月,中国新闻出版传媒集团有限公司等单位联合主办的“书香中国万里行:高校校园书店建设系列活动”在徐州工程学院举行,该书店被授予“书香中国万里行·走进徐州”旗帜^[13]。

2.4 大学出版社办校园书店

多数大学出版社早年就依附学校或周边建有校园书店,但伴随实体书店的厄运,有的校园书店也走向衰退或关闭。如今得到国家的政策支持,助推了大学出版社书店的重生与集中复兴。例如,北京大学出版社的北大书店、华东理工大学出版社的陇上书店、同济大学出版社的同济书店、湖南大学出版社的学习斋校园书店、中国人民大学出版社在校内外创办的6家书店等,均是出版社办校园书店的升级版。此举一是改变了以经营本社出版图书为主打产品的模式,全精品运营成为常态;二是教材服务升级换代,将教材需求作为校园书店的中心工作,服务更加主动精细;三是选择了复合式的经营业态,集售书、阅读、文创产品经营为一体,成为读者分享交流的体验式平台。大学出版社建校园书店与学校的学术气质相匹配,更愿意将校园特色与出版社优势无缝结合,进而重新扮演校园书店的主角^[14]。

2.5 民营书店进校园

民营书店是图书文化市场最富活力、最具潜力、最有创造力的民间力量,是繁荣校园书店的重要力量。民营书店进驻高校校园扎根,到有思想的读者基地落脚,使校园师生有了购书交流的好去处,也为图书馆的读者文化活动搭建了一个合作平台。如上海对外经贸大学的“钟书阁书店”、上海交通大学的“曦潮书店”、浙江杭州的民营书店“晓风书屋”。“晓风书屋”的店主名叫朱钰芳,她已在文化名城打下了“晓风书屋”的文化坐标。目前已拥有11家零售店,其中建在校园里的书店就有“浙大紫金港店”“晓风杭师大校园书店”“晓风厦大店”“晓风浙大西溪校区店”等5家^[15]。“晓风书屋”首开了民营书店进校园的先河。

店主顶着资本和科技夹击下的网络侵袭,建设了校园文化的会客厅,构筑了学术薪火相传的聚集地;它不仅仅是一家书店,还是学生的公共书房、公共客厅,用热情、真挚和努力坚守着书店的初心。

2.6 学生创业示范书店

校园书店模式中最独特的即是支持引导大学生创办校园书店,将校园书店建成创新创业的示范基地。如安徽时代出版发行公司与安徽农业大学共建的“大学生创新创业示范基地”——青禾书店。选拔在校“90后”学生组成书店领导小组,负责书店的日常经营管理,从本校学生中招聘书店服务人员^[16]。又如浙江理工大学的“浙理时光·新华书店”也是采取学生创业模式。书店由创意学院的5名学生组成的创业团队接手,由有熟练书店卖场经验的余航负责团队管理,留学生孟柯负责书店对外宣传。书店开展社团阅读活动、汉语角,提供留学生交流空间,推动立体阅读活动。“浙理时光·新华书店”开业时间不长,却已成为当地留学生群体的汉语学习基地。令人刮目相看的是,截至目前,书店的整体销售额已超过50万元。学生创业书店,充分发挥了青年学生的主观能动性,实现了寓教于店,书店既是校园文化建设的重要阵地,也是学校对创新创业人才培养和“双创”事业发展的积极探索^[17]。

2.7 其他校园书店模式

除上述类型之外,学校自建、书店直营、股份合作、合伙经营等都纷纷将触角伸进了校园,成为校园书店建设的有效方式。学校自建,是由学校出财力、人力,由学校相关部门(教务处、图书馆等)负责创办和经管,以服务师生教学为主,不以追求经营效益为目的。书店直营,这里是指实体书店得到校方的必要扶持,将书店直接建到校园,与学校密切配合,管理运营均由实体书店负责。股份制与合伙经营相似,是指二名以上校友或其他人员按照协议,各自提供资金、实物、技术等,或按股份分配合作经营、共同劳动的校园书店模式。如上海交通大学的“曦潮书店”,即是由三位本校往届毕业生回母校创建的校园书店。总之,校园实体书店建设日新月异,在相关政策的扶持下正日益走向蓬勃发展。

3 校园实体书店的生存困境与提振策略

将实体书店办到校园或者落地图书馆是贴近师生服务的最佳选择。在国家各种优惠政策的持续推



动下,校园书店得到了广泛发展,但从总体经营状况来看,经济效益仍然不容乐观。调查结果显示,盈利运营的书店为数不多,大多处于平稳运营或业绩下滑的尴尬状态。国家的扶持政策和指导精神并不能彻底改变书店的生存困境,但校园书店不可遇难而退,须量身定制既能彰显本校办学特色,又能引领校园文化消费时尚的多元体验空间,发挥网络所无法取代的优势,走出一条社会效益和经济效益双赢的经营之路。

3.1 校园实体书店经营无法摆脱的困境

(1)校园书店缺乏经营理念与管理机制。实体书店重建设轻管理,延续的是固化老旧的商业思维,传统被动的服务方式,缺乏企业经营理念与管理机制,缺少统一的规划与定位,缺乏品牌意识,宣传不到位,运营效率低,在图书选择、多业态经营、策划活动、书店营销等方面常常显得捉襟见肘。出版部门在从专注出版向实体书店经营的转型中,还有很多经营策略需要学习。有的校园书店大张旗鼓地开张,但不久就冷清了下来。

(2)校园书店利润空间微乎其微。校园书店即使有政策的“关照”,这种线下渠道的布局,也无法与网络匹敌。受数字阅读和网络购书的冲击,读者消费习惯的转变以及线上购书具备的吸引力似乎已经不可逆转,许多学生都喜欢数字资源或网上购书,因为网络购书比实体书店更优惠。那些获得租金、场地等支持的校园书店尚可实现微小盈利,背负场地租金压力的书店盈利空间微乎其微,单纯靠经营图书很难盈利,需要合作方给予实实在在的支持,依靠多元化的经营才能得以生存。

(3)影响学生购书的性价比因素。本着诚信经营的原则,校园书店基本杜绝了盗版书和劣质文具产品,经营的是正版新书、品牌文具等文创产品。据大学生反映,正版书与盗版书价格差距很大,品牌文具也要比一般文具贵一些。囊中羞涩的大学生更愿意选择盗版书和便宜文具,对一些文化创意产品也是看得多买得少,消费能力明显不足。

(4)经营者的职业素养有待提高。无论是校园原有书店还是新建书店,为压缩开支,书店的经营大多为临时聘用人员,或者是出版社派来的闲杂人员,普遍存在运营者的文化素质不高,服务意识不强,流动性较大,队伍不够稳定等特点。他们认为自己的职责就是把书看住,对待学生缺少爱心与温度,

缺少人文关怀,策划一些吸引大学生的读书沙龙、好书推介等活动的的能力不足,打造校园文化地标的主观愿望不强。

(5)寒暑假对书店经营不利。社会上的实体书店可以全年经营,节假日一般不休息。而学校放假时多数学生都要离校,即使留校的也是很少的部分,导致校园书店开也不是、关也不是,陷入两难的境地。这是由高校的办学性质决定的,校园书店只好随着学校放假(2个多月),有效经营时间不足10个月。这个不利因素,既影响社会文化效益又影响书店经济效益,是一个无法克服、必须接受的现实问题。

(6)“读者选书,图书馆买单”服务模式。“图书馆+实体书店”推出的“读者选书,图书馆买单”服务模式,准许读者将自己喜欢的书刊而图书馆又没有收藏的图书直接借走,定期由图书馆采购馆员来结账,图书用后还回图书馆。此举深受广大师生欢迎。但“读者选书,图书馆买单”这种采购模式,因为它的无序性在馆藏资源建设中仅仅是一个补充手段,为保证馆藏文献体系建设的科学化与规范化,这种模式应维持在一个较小的比重。

3.2 多方合力谋求校园实体书店提振路径

(1)高校应充分认识并全力支持实体书店落户校园。《关于支持实体书店发展的指导意见》中明确提出每所高校至少建一家校园书店,2020年底,在全国范围打造一批独具高校特色的“校园智慧书店”。高校应把支持实体书店高质量发展摆在高校思想政治和校园文化建设的重要位置,并作为高校贯彻全国宣传思想工作会、全国教育大会精神的重要举措,并以此为阵地进一步推动高校全面落实“三全育人”职能,为高校培养德、智、体、劳全面发展的社会主义建设者和接班人发挥重要作用。各高校应结合本校实际,建立健全由学校领导牵头,宣传、资产、财务等部门协同的工作机制,明确分工任务,出台各种支持政策,解除一些束缚和捆绑校园实体书店发展的条条框框。调查显示,校园书店希望各级政府和高校能在政策层面的经济、管理、服务上规范框架和流程,大力宣扬推动开设实体书店,简化开办书店的手续,给予免税和专项经费支持;制定标准规范、经营方式、总结评估和激励推动机制;解除图书馆资源实施政府集中采购的捆绑;在主营图书的基础上允许多元化经营。相关部门要以政策措施推动校园书店建设,助力书店成为高校重要的文化设施,在传播先进文化、培育文化



自信、建设文化强国方面发挥作用。

(2) 兼顾文化服务和产业经营的双重属性。2019年10月,江苏徐州举行的“书香中国万里行:高校校园书店建设系列活动”中,中宣部印刷发行局副局长董伊薇围绕校园书店建设提出了三点建议:第一,必须坚持正确的政治方向和工作导向,紧紧围绕中心、服务大局。第二,必须坚持把社会效益放在首位,努力实现社会效益和经济效益相统一。第三,必须坚持守正创新的发展方向。“守正”就是要守方向、守立场、守根脉、守底线;“创新”就是要坚持问题导向,推动工作内容创新、体制机制创新、方式方法创新^[2]。校园书店是培养大学生人文素养的基地之一,要兼顾文化服务和产业经营的双重属性,秉持经济效益与社会效益兼顾,经营与情怀并重的执业理念,彼此共生,校园书店才能植根愈深。坚持以文化人的重大使命,牢记立德树人的根本任务,建设好、维护好、发展好高校校园书店。

(3) 依托“文教结合”开展地域书店布局。由地方政府依地域统一规划建设校园书店不失为一个好策略,如辽宁省出版集团打造的“盛文·北方新生活”校园书店项目,预计让辽宁省115所高校全部实现“一校一店”。他们依托“文教结合”的机制,打造“图书馆+书店”馆店融合的模式,体现“文化+经济”的效果,成为省域高校校园书店建设的政体规划、统一布局、合作经营操作的典范。图书出版发行行业协会应积极开展从业者交流活动,推进校园书店经营走向创新能力强、业务突出、充满活力的知名品牌,打造本地域书香满城的文化风景^[18]。同时,校园书店的发展与学校的支持密不可分,学校应把校园书店摆在与思政、教学、科研同等重要的地位,提供适宜的场地用于校园书店经营,助力校园书店走向成功。

(4) 加强多方合作是书店经营致胜的法宝。校园书店要创新经营模式,独辟蹊径走合作经营之路,这包括校内外的合作与开放。校园书店与校外的媒体、出版社、社区文化站、作家、社会各界知名人士等构建开放合作环境,通过举办真人读书会、读书沙龙、作家新书签售等,打造文化交流平台,激发书店经营新活力,释放服务能量,吸引人气,驱动经济效益增长。书店还要与校内的各院系、图书馆、教务处、团委、后勤处、学生社团等合作,加强信息互通、资源共享,准确掌握师生需求。可与教务处建立教

材代办站关系,拓展经营范围;与后勤实体共建书香咖啡厅、餐厅,让咖啡厅、餐厅书香四溢;与学生社团合作,既为社团开展活动提供空间与资源,又可联手打造文化品牌活动;开办公寓书屋,将书店设在学生宿舍楼里,打造宿舍书香环境。最大限度地争取各方资源,激发书店经营活力、拓展阅读空间,实现文化服务与经济效益的双赢。

(5) 组建成就事业的团队开展多元创新。新时代的校园书店作为校园文化的重要阵地,承载着文化交流、文化传播的责任与使命,迫切需要建立一支具有新思维、新理念,能够满足师生个性化需要,为师生提供优质服务的团队。这就要求书店工作人员工作的关注点不仅仅是图书销售,而是需要培养有个性、有创意、有能力履行书店事业的责任感,促进书店文化效益与经济效益的双重收效。同时,书店工作人员要加强学习,与时俱进,提高个人素养,改变胸无点墨的窘状;积极开展与文创产品、文具、网络器材等的多元跨界合作;加强二手图书的回收与经营,以廉价或赠送方式满足不同读者的需求;让图书品种更多、购书更快、服务体验更佳;提供舒适环境和免费座位,增加学生进店流量,从流量中获取更高的商业价值;积极让渡书店的空间,承接各种文化活动,策划各种文化活动方案。校园书店不是一个单纯的图书卖场,而是一个文化建设的集成服务商,必须让书店的文化气质与学生的精神生活紧密融合。

(6) 将体验营销作为书店的经营理念。卓有成效地开展各具特色的体验营销,为师生提供独特的消费体验和增值服务,不失为一条摆脱困境、走向可持续发展的路径。①创建体验营销空间。将书店打造成为一个区别于网上书城具有学校特色、舒适温馨、便于交流的体验空间,比如用形态各异的书架为墙分隔功能空间,以冷暖交替的灯光营造温馨的氛围,以易于移动的桌椅方便特色活动的开展,从而吸引更多的师生乐于光顾校园书店。②定位体验主题。结合教育特点和读者心理制定体验主题,店内的广告、产品、环境、氛围以及陈设都应围绕一个主题布置,以增强体验效果。③开展跨界营销。即以图书为起点,搭配多种产品合作经营,如咖啡与茶座、风格文具、旅行户外用品、文化纪念品、数码产品等实现联动销售,作为文化体验主题的辅助和延伸。④线上线下结合。建设网站搭建虚拟平台,将线上和线下营销渠道有机整合,加强交流互动,发放图书



积分卡或优惠券等,推进优惠与促销。⑤树立体验营销品牌。注意挖掘和树立品牌,并以品牌形象承载书店消费体验的各项活动,用独特的品牌形象凝聚体验,传播书店文化。

(7)虚实融合经营打造校园“智慧书店”。校园“智慧书店”的基础形式是将书店打造成线上线下结合的服务平台,从时间、空间、场景和阅读、体验、交流以及文化活动各个层面实现对用户的服务覆盖。书店应充分利用互联网、人工智能等新兴技术手段,拓展书店发行销售业务,开展“网订店送”和“网订店取”等形式的图书配送业务,实现线上线下精准对接。利用智能化的方式,提供低成本和高质量的读者服务;通过共享阅读,增强读者的信息获取和流量黏性;通过人机交互,搭建读者新阅读体验场景;通过抢占多种终端用户入口,解决服务触点问题;通过融合线上线下,改善师生体验,便利获取大数据^[19];通过手机实现买书或借书,是书店也是图书馆,同时也是公共文化服务的载体。强化“互联网+”思维,鼓励校园书店利用网络技术推进数字化升级和改造,打造新一代“智慧书店”。

4 总结与展望

校园书店建设是文化工作的当务之急,在教育、中宣部的支持和督导下,越来越多的出版机构或品牌书店愿意创办利润微薄的校园书店,一批新的颇具情感和温度的创意书店日益涌现,他们走复合式经营和文化体验的路径,彰显了从业的勇气和诚意,成为书店业的榜样。既然选择从事书店行业,就应认定商业和文化平衡兼顾的执业理念,秉持书店需要逐利,但逐利不是唯一经营目的;让书店不仅活下去,更要活得有价值;既让校园师生共享书店、共享空间、共享知识服务,又树立了书店的品牌影响力,实现文化效益与经济效益双赢,推动一场新的书店革命日益走向深入繁荣。

未来提倡校园书店创新经营方式,但不能喧宾夺主,不应是多元形态的简单相加,要用服务师生的态度办书店,让书店真正被师生需要,浸润大学的精神气质,方是正途^[20]。期待校园书店经营良性竞争,势在燎原;期待校园书店服务砥砺前行,焕然一新;期待校园书店执业避害就利,蒸蒸日上;期待校园书店理论研究砥志研思,九转功成!让实体书店牢牢根植于校园之中,以绚丽的风景装点校园,打造

成为新时代最美的“校园智慧天堂”!

参考文献

- 1 陈玲,高冰洁,李莹,等.关于“高校图书馆设立实体书店”的调查分析[J].大学图书馆学报,2019(5):19-23.
- 2 才佳玉.高校校园书店建设系列活动在徐州举行[N].图书馆报,2019-10-18(13).
- 3 王波.阅读疗法的历史基因、民间土壤、理论新解和发展现状[J].图书馆论坛,2019(8):108-123.
- 4 新华社.新华书店的诞生与发展(永远的丰碑·红色记忆)[N].人民日报,2007-04-25(02).
- 5 快乐一轻舟的博客.大学校园书店消逝的悲哀[EB/OL].[2019-09-17].http://blog.sina.com.cn/s/blog_4b95d53e0102ebqn.html.
- 6 王晓芸,郑林.北京的大学校园书店倒闭近半[J].小康,2015(20):82-83.
- 7 杨永生.高校实体书店建设的困境与提振路径选择[J].长春师范大学学报,2018(2):133-135.
- 8 罗皓菱.财政部发布通知:图书批发、零售环节免征增值税[N].北京青年报,2014-01-02(A02).
- 9 杨亮.实体书店获试点扶持 56 家书店获 9000 万元专项资金[N].光明日报,2014-01-17(01).
- 10 张漫宇.北京 151 家实体书店获 5000 万元资金扶持[EB/OL].[2019-09-17].<http://finance.sina.com.cn/roll/2018-10-29/doc-ihnaivxq4379723.shtml>.
- 11 刘艳.当我们建设校园书店时,我们在做什么[EB/OL].[2019-08-23].<http://www.cbbr.com.cn/article/121222.html>.
- 12 王坤宁.三层网格化书店“织”就文化服务网[EB/OL].[2019-06-08].<https://www.chinaxweb.com/info/551610>.
- 13 徐州工程学院.“书香中国万里行:高校校园书店建设系列活动”在我校举行[EB/OL].[2019-09-17].<http://www.xz.it.edu.cn/e7/e8/c119a124904/page.htm>.
- 14 李丽萍.校园书店卷土重来,除了情怀,大学社凭什么成主角[N].中国出版传媒商报,2018-06-15(06).
- 15 戴维.晓风书屋在杭师大开分店[N].都市快报,2017-05-17(A07).
- 16 时代商城.时代书苑·青禾书店:一家书店温暖一座校园[EB/OL].[2019-08-23].http://www.sohu.com/a/242916988_100020060.
- 17 李月红,方扬帆.77 家实体书店入驻浙江大中小学[EB/OL].[2019-08-23].http://zjnews.zjol.com.cn/zjnews/zjxw/201711/t20171110_5594237.shtml.
- 18 徐翌晨.今年,沪上高校新开了 5 家校园书店[N].新民晚报,2018-11-21(14).
- 19 杨柳青.书店的商业基因是什么?如何用数据驱动营销?[EB/OL].[2019-09-18].<http://dy.163.com/v2/article/detail/DRU2OIGQ0512DFEN.html>.
- 20 谭影子.校园书店不能脱离大学的精神气质[N].中国青年报,2019-08-06(002).

作者单位:王宇、王磊、刘偲偲,沈阳师范大学图书馆,辽宁沈阳,110034

庄革发,鲁迅美术学院图书馆,辽宁沈阳,110004

收稿日期:2019 年 11 月 13 日

修回日期:2020 年 4 月 11 日

(责任编辑:关志英)

(转第 47 页)