

## 邦尼集团或将在英创建 Pocket Shop 分店

据悉,被瑞典传媒巨头邦尼集团2012年收购的北欧连锁书店Pocket Shop,目前考虑落户英国。Pocket Shop书店CEO安妮·博赫尼·明博格在今年10月访问英国时,曾与英国出版商会见,探讨在英国落地的情况。她表示,还没有最后确定进入英国市场,目前只是在同时考察几个国际市场,至于何时何地入户还无定论。但是她也指出,英国市场竞争非常激烈。以销售平装书见长的Pocket Shop连锁书店由马赛厄斯·恩道尔创建于1989年,2013年明博格从恩道

尔手中接管,这距离邦尼集团收购该店已经一年时间。该书店在瑞典、德国和芬兰共有约25家分店,都设于机场、大型火车站等旅游中心地。从该书店网站公布的信息看,该书店目前的畅销书包括Jo Nesbo、Gillian Flynn、Jojo Moyes等作家的瑞典语翻译作品,以及约翰·格里厄姆的《灰山》(Gray Mountain)、安迪·韦尔的《火星》(The Martian)、丹尼尔·卡尼曼的《思考,快与慢》(Thinking, Fast and Slow)和玛丽安·凯斯的《偷走我生活的女人》(The Woman Who Stole my Life)等英语作品。此次Pocket Shop进军英国市场与邦尼集团近来开拓英语市场的举措相一致。该集团的英语出版业务Bonnier Publishing获得了飞速发展,目前已成为英国第4大出版商。(乐毅/编译)

# 二手书店搭上电商顺风车

中国出版传媒商报记者 刘亚



市场观察

最近几年,实体书店在电商平台不惜以低价、包邮、送货上门等种种诱惑下节节败退,电商平台几乎让大众消费走向“货到才伸手”的局面。颠覆传统消费秩序的电商模式蓬勃发展的同时,几乎没有给实体书店喘息的机会。但现实似乎要从冷静的角度进行分析,繁荣的电商模式背后也需要回归理性的思考。在过去几年,美国的实体书店面对电商带来的市场寒冬也一直在探索与之相抗衡的办法,但面对商业秩序中的颠覆者,一味抗衡倒不如另辟蹊径,搭载上这艘能实现“曲线救店”的顺风车。

就在美国当地时间11月3日,全球最大的电商平台亚马逊在西雅图大学城开设了首家实体店,名为Amazon Books,在5500平方英尺的店面销售5000~6000种图书和Kindle电子阅览器等设备,店面还有2000平方英尺的库存空间。该店通过亚马逊网站的图书评分和销售情况,将图书分类列出,售价与亚马逊网站一致。

亚马逊实体店副总裁詹妮弗·卡斯特表示,希望这不是唯一的一家实体店。这家书店会长期经营下去,利用亚马逊自身的网络数据优势,实现线上和线下购物优势的整合。此消息一出,自然引起一片哗然。一方面,作为电商界的龙头老大,亚马逊走出开实体店这一步就意味着他可能开设更多的实体店;另一方面,由于亚马逊长期以来通过低价、便利的优势对实体店,特别是对实体书店的销量造成了几乎碾压式的打击,所以此次开设实体店究竟为何及未来有何影响,引发了业界诸多思考。

Amazon Books书店的运营情况究竟会如何还有待观察,但它的存在似乎已经说明了一个问题,亚马逊转变了单一的电商售书模式,渴望搭建一个电商与实体店结合的新模式,他已经从纯粹重视低价、高销量和便捷运送的低端大战转向关注消费者某些深层次需求,研究消费者购物体验的高端较量。

美国的实体书店在与亚马逊的长期斗争中找到了一些解决困境的办法,比如,引进技术让顾客通过移动客户端对所在地实体店和亚马逊网站图书的价格进行对比,或者完善搜书功能,实现图书信息对顾客的准确推送,聘请有经验、有学识的店员进行购书指导,将书店打造成文化创意集中地等等。这些策略虽然没有大程度上实现对电商平台的逆袭,但确实也让美国许多独立书店生存下来,让顾客从购物体验的角度找到了实体店优于电商的特点,从某种程度上而言,很可能是亚马逊踏足实体店的因素之一。

事实上,并不是只有亚马逊看到了线上线下相结合的商业模式,但以往这类主体都集中在出版社和实体店。实体店或出版社通过自己的官网进行在线购物,线上线下的结合早已不是什么新鲜事,但是,随着消费者网络消费习惯的成熟,顾客对产品质量、运送速度和运送质量都提出了更高的要求。无论是实体店还是出版社,想通过自身的条件实现这些基础设施的进一步完善都可能耗费大量的成本,收益也不一定能达到预期。这既是电商平台发展的缺陷,也是实体店可以有效利用的缺口。

## 书店动态

### 英国百年老店弗伊尔斯推出当日送货服务

10月8日英国图书市场迎来了壮观的“超级星期四”,有404种新书同时发布。进入11月,英国老牌书店弗伊尔斯为改善在线业务、服务圣诞零售市场,宣布将为伦敦中心区的顾客提供当日送货服务,向消费者收取第一本书7.5英镑,每加一本增加1英镑的运费。弗伊尔斯数字业务负责人马克·斯威特表示,这将使弗伊尔斯店内和在线销售的图书价格更统一。在向全方位开拓零售渠道的转型

中,实体店和网上销售的关系也更为和谐。弗伊尔斯对所有在线订单免费提供二级邮费。为伦敦中心区的消费者提供的这项服务,将使书店的进货商为顾客订购缺货图书,并直接送到顾客家中,价格与书店里的一样。

英国的送货服务于去年开始升级。去年10月,亚马逊在英国引入当日取货服务,下单的顾客可在英国包括史密斯报亭和便利店等500个地点取走订购商品。之后,这家电子商务巨头

### 瓦特斯通重装伯明翰分店

英国瓦特斯通连锁书店位于伯明翰的分店将于11月14日重新开业。重新装修后,图书品种增加,书店活动将更加丰富,书店将成为英格兰中部地区的旗舰店。书店于8月31日停业,开始为期9周的店面装修,新的地下一层将展销小说类图书,新腾出一层专为销售儿童图书,此外书店新开设了两个咖啡厅,重新布置了店面,安装了舒适的座椅,重新铺了地板,定制了橡木书架。瓦特斯通伯明翰地区经理斯图亚特·巴塞洛缪表示,书店相信店面重装将使瓦特斯通获得最佳的市场机会,并巩固瓦特斯通在伯明翰地区作为市中心文化枢纽的声望。该店将组织一系列充满活力、丰富多彩的活动,加上书店新的配

置,重新布置了店面,安装了舒适的座椅,重新铺了地板,定制了橡木书架。

瓦特斯通伯明翰地区经理斯图亚特·巴塞洛缪表示,书店相信店面重装将使瓦特斯通获得最佳的市场机会,并巩固瓦特斯通在伯明翰地区作为市中心文化枢纽的声望。该店将组织一系列充满活力、丰富多彩的活动,加上书店新的配

其实5年前,Bookmans就开始持续投资发展自己的在线售书网站。但由于亚马逊在第三方电商平台上的垄断地位,费尼表示,他们只能收手,然后转向其他领域。现在,从亚马逊上所得的收入占Bookmans整个在线收入的90%,而Bookmans还只是在线出售一些珍本书籍。

### 增加可见性 开拓新渠道

位于俄勒冈州的Book Bin书店拥有3家分店。该店是首批在电商平台上出售二手书的书店之一。俄巴蒂亚·贝尔德正在全面接管该店。他从20世纪90年代末,AbeBooks图书网(成立于1995年,从事旧书、绝版书交易的网站,有超过1亿本书上架)创立时就开始接触在线市场图书上架工作。

对贝尔德而言,在线销售不仅仅是帮助书店创收这么简单,因此不要把电商平台当作在人们面前展示图书的替代品。虽然Book Bin书店与AbeBooks和eBay两家电商进行了销售合作,但Book Bin书店官方网站上称,该店过去5年的网络销售额小幅下降。即便如此,网络销售额也占该店总销售额的15%。

贝尔德表示,电商平台依然是他们的重要业务,但他也在寻找整合结构的方法。

和贝尔德一样,盐湖城Weller Book Works书店的合伙人凯瑟琳·韦勒将购书看作一项艺术。她的书店依靠Fillz软件定价,并且是在电商平台上定价最低的书店之一,每本书定价在3美元左右,远低于许多独立书店的每本不低于15美元的水平。

韦勒表示,他们将所有的图书都放在电商平台上,她倡导完全开放书店,不要只是选择部分书放到网上。

从10年前开始,Weller Book Works书店就开始逐渐加大在电商平台上的产品比重。目前,该书店的大多数业务都通过AbeBooks及其他电商网站实现。同时,韦勒强调,他们已经将电商收入看作体现自己经济活力的一个重要部分。韦勒也呼吁其他书店尝试电商途径,她表示,电商确实能帮助二手书店实现增值。

可见,这些二手书店实体店同亚马逊、eBay、AbeBooks、Alibris等大型网络购物平台的合作不仅提高了自身图书在这些大型电商平台上的可见性,而且用相对节省的办法实现了线上线下的商业模式结合。

其实,在电商频繁的冲击下,实体书店并不是全无机会,利用自身线下的购物体验,缩短与线上电商之间的差距,顺利搭载电商平台的顺风车,实体书店将找到越来越多的优势。



图:月底开业的弗伊尔斯伯明翰旗舰店的儿童图书区

又为伦敦的高级会员提供1小时送货服务,费用为6.99英镑,2小时送货免运费,从早8点至午夜,无休息日。(陆云/编译)

设施和更多元的图书品种,将为读者构建一个真正有活力的、有吸引力的书店。

书店策划举办的活动包括:为当地作者组织的新书发布会、诗歌阅读活动、著名作家的对话活动、读书会、儿童活动日及名人签售会。11月书店计划举办两场作家活动,此外在圣诞节前还将举办多场活动。亲子日活动包括儿童最喜爱品牌“米菲”见面会和英国著名泡泡专家在11月14日书店重新开业日的特别演出。(陆云/编译)

## 德国 Tolino 联盟新添两店

### 德国 Tolino 联盟新添两店

10月底,德国两大图书零售商Mayersche和Oslander宣布加盟Tolino售书联盟,Mayersche图书城有40家分店,主要分布在德国西部,年营业额为1.6亿欧元,Oslander有34家分店,分布在德国南部,年营业额为6800万欧元。两家书店加盟后,Tolino联盟书店达1800家之多,占德国6000家书店的1/3。

2013年德国塔利亚(Thalia)、Weltbild、胡根杜贝尔(Hugendubel)等几家图书连锁店和贝塔斯曼书友会及德国电信公司组成财团,共同开发了电子阅读器Tolino,2014年批发商Libri加盟,为联盟新增了约1000家独立书店。如今Tolino阅读器在德国非常普遍,消费者可以从Tolino平台上的1800多家书店选购电子书。

这些战略合作使Tolino获得了与亚马逊相抗衡的更大力量,在电子书市场的地位也日益提升。据GfK Entertainment机构的统计显示,去年第3季度,Tolino占有德国电子书市场44%的份额,亚马逊只有39%。Oslander和Mayersche的加盟,将使今年双方的市场份额差距更加明显。塔利亚连锁店执行总监米歇尔·布施表示,Tolino的销售预计将有两位数的增长。

在前不久的法兰克福书展开幕式上,德国书商与出版商协会主席海因里希·里特穆勒,在谈及德国书业界为抵制亚马逊垄断书业而开展的斗争时说,目前Tolino阅读设备

的销量已超过Kindle。德国出版商和书商对市场都很有信心。尽管图书市场的销售在去年和今年前几个月有所下滑,但过去几年的市场表现整体仍比较稳定。

他指出,德国读者仍更青睐纸本书,但是电子书也找到了市场位置。德国大众电子书的份额相对较少,7月约占整个市场销售的5.6%,但是读者购买电子书的数量和支出在过去几年已经大幅提高,尽管近来电子书销售收入的增长没有前几年那么快。

此外,德国书业是全球最具活力的市场之一,数千家书店构建成了密集的图书发行网络,为读者提供多元化的选择。他指出,因为德国将图书定价制上升为法律,所以亚马逊在价格上无法挑战书店,这也为德国图书零售业树起了一道天然屏障。德国书业一直关注亚马逊的行动并努力维护定价制,抵制一切违反定价制的行为。

2014年亚马逊曾对出版商施压,要求对电子书给予高折扣。对此,里特穆勒表示,亚马逊是在滥用其市场优势地位,为此他们向德国联邦反垄断机构提出了对亚马逊的指控。今年亚马逊旗下的Audiible公司对有声书公司开展了类似的行动,迫使德国书业界再次向德国乃至欧洲的反垄断机构提出诉讼。这些行动取得了成效,欧委会已经对亚马逊展开了调查。(乐毅/编译)

## 英国社店共迎万圣节

10月31日是西方的万圣节,英国的出版商和书商组织了许多搞怪比赛和以幽灵、“食尸鬼”等为主题的宣传活动。

恐怖故事一直是万圣节最吸引眼球的元素。费伯出版社编辑安吉斯·嘉吉在官网上分享了《妹妹之死》(Little Sister Death)的部分恐怖情节,来吸引读者。同时在官网上开展了部分图书7.5折的促销活动。

Hodder & Stoughton出版社借推出斯蒂芬·金的新作品集《噩梦集市》(The Bazaar of Bad Dreams)之机,与推特网和Ralph公司合作,邀请读者使用推特的话题标签“#BazaarofBadDreams”,用140字写出各自的噩梦,之后根据统计结果,公布世界各地人们最担心的梦魇。该社数字营销团队再对这些最有趣的梦魇进行分析,并与新书中相应的段落建立链接。

企鹅兰登书屋从10月底开始,使用旗下Transworld出版社的推特账户,创建了主题标签“#HalloweenReads”,与粉丝讨论他们最喜欢的惊悚小说人物,还提供赢得其犯罪小说书系“Dead Good”的心理惊悚小说的机会。Transworld出版社不仅在线分享了万圣节风格的图片和读者对惊悚小说的评语,还雕刻了书封封式的南瓜灯,来庆度节日。

猎户星出版社则通过当代小说社区“One Book Lane”分享万圣节热读图书的摘要。其母公司阿歇特的侦探小说社区“Crime Files”正举办为期一周的“#Countdunnit”比赛,用恐怖小说中的(颠倒字母顺序而

出的)字谜出题,选出获胜者。

哈珀·柯林斯则通过免费发行图书样章启动了“The Ice Twins”社交媒体宣传活动,邀请读者上传捕捉到的剧情精彩的画面。

Sceptre出版社向书店提供戴维·米歇尔的《斯莱德别墅》(Slade House)的一系列宣传品,其中包括插图、评语,作者已出版的其他作品的海报和根据书中的“杀手”制作的明信片,弗伊尔斯书店在店内摆放了新书造型,和有签名、编号、书套的限量版。

Vintage出版社的经典系列9月末新推出了短篇故事集《幽灵》(Ghostly),出自畅销书《时间旅行者的妻子》作者奥德丽·尼芬格之手,她将艾伦·坡、M. R.詹姆斯等老牌作家及尼尔·盖曼、奥德丽·尼芬格等新生代作家的作品收录其中,为每个故事写了引言,并亲手绘制了插图,从小开始阅读恐怖小说的尼芬格,表示她选取的标准是内容独特、一直盘旋在她脑海中而难以忘记的故事,而不是那些最受欢迎的故事,因此书中故事有的已被人遗忘,有的一直未出版。

10月30日弗伊尔斯书店举办了名为“The Witching Hour”的万圣节座谈会,邀请名作家出席,作家还在现场朗读作品部分章节。下午3点,通过作家的推特账号进行流媒体播放。瓦特斯通的许多书店有万圣节活动和讲故事时间,其博客上发布了万圣节主题的文章和视频,来指导顾客如何选购合适的恐怖故事。(陆云/编译)