

一单只赚两三元或赔钱,受访书店仍坚持做外卖

书店外卖:如何从应急渠道成为新增长点?

本报记者 肖婕妤

一个工作日的中午,北京市东城区交道口乌兰花书店里,各式各样的教辅书整齐码放在书架上,一本打包好的《5年高考 3年模拟》放在门口,等待骑手取单配送。收银台旁的电脑传来提示音:“您好,您有一条新的外卖订单。”书店经理王雯雯点开屏幕——是一单练习册加一支笔,备注写着:孩子下午上课急用,麻烦尽快。

近年来,从大型连锁书城到小微书店,越来越多书店入驻外卖平台。当骑手在人流中取走的不再只是餐盒,还有散发着油墨香的书籍,这股“知识外卖”热潮,是实体书店的“数字急救”,还是通向未来的转型之路?近日,记者走访北京多家实体书店,探寻这一转型模式的现状与未来可能。

被动尝试与主动出击

“疫情期间,店里的书卖不出去,又没有专属在线平台对接顾客,只能试着上线外卖平台。”乌兰花书店经理王雯雯告诉《工人日报》记者,结合门店紧邻中小学的区位优势,该店线上选品以教辅类书籍为主,同步上线办公用品、日用品、玩具等品类,主打“一站式满足顾客需求”。

位于北京市昌平区的通达书店有着相似的起步经历。“疫情期间人们出行不便,上线外卖后,30分钟左右就能把书送到家。”书店老板李伯达对记者表示,除了疫情倒逼,线下门店的经营压力,更让他坚定了布局即时零售的决心。

实体店销售低迷,是大部分受访书店上线外卖平台的共同动因。“我得挣钱,想办法给大家发工资啊。”中关村图书大厦一位工作人员直言。

在被动求生之外,也有书店主动出击。位于北京市西城区的小儿郎书店于2024年6月上线外卖平台。书店老板张健表示,看到网络销售盛行,便想顺势而为拓

展销量,“没有线上平台,实体店只能辐射周围一两公里,做外卖后,销售范围能扩大一些”。

“外卖就是应急,花钱买一个快。”离小儿郎书店3公里远的文沁阁书店工作人员告诉记者,消费者的即时需求增长,临时通知的课外读物、午间急需的文具……这些“等不起”的需求,构成了书店外卖的核心初始市场。

郑州大学文化产业研究中心主任汪振军对《工人日报》记者表示,实体书店上线外卖平台,既是市场竞争倒逼的结果,也是自我转型的尝试,“尤其是教辅、工具书和学生文具,具有刚性需求,更容易在线上形成转化”。

转型带来了可见成效。在外卖平台上,乌兰花书店从疫情初期日均10~20单,增长至2024年底的80~90单;小儿郎书店线上营收占比达20%~30%;中关村图书大厦日均约20单,开学季可达40单,教辅与学校指定读物是爆款。

“外卖平台让书店服务半径从2公里扩展到15公里,曝光量翻了几番。”位于北京市西城区的学尔雅书店老板孙艳霞表示,线上渠道不仅带来新增订单,还能为线下引流,“有的顾客网上看到某本书后,觉得加运费不划算,会亲自到店购买,顺便挑选其他商品”。

盈利与竞争的双重考验

然而,书店外卖订单背后,是平台佣金与配送费的双重挤压。“卖一单赚一两块钱,有时候还会赔钱。”这是记者在走访中听到最多的抱怨。

子君子道书店位于北京市海淀区,书店老板陈芳丽给记者算了一笔账:一本35元的书,进价为21.7元,扣完运费9.2元,再减去平台5%的佣金1.75元,再减去满减活动3元,到手21.05元,“不赚钱还赔钱”。

学尔雅书店老板孙艳霞则表示,一单平均只赚2~3元,日均营收1000元的情况下,利润率仅10%左右,一年线上净利润不过3000~4000元。

“外卖平台是‘双向收费’,既向消费者收配送费,又从商家扣取配送成本。”小儿郎书店老板张健坦言,由于线上成本高于线下,只能提高售价,“线下一般8折售卖,线上只能卖原价”。

对此,北京中银律师事务所高级合伙人杨保全对《工人日报》记者表示,平台“双向收费”模式虽有运营逻辑,但对利润薄弱,且带有公益性质的实体书店来说,易构成“过度挤压”,需平衡调整。

更大的挑战来自市场的竞争乱象。多家书店反映,部分不良商家利用盗版书、非正常渠道货源压低价格,以9.9元包邮等方式抢占流量,导致坚持正版的实体书店曝光量骤降。“他们靠低价走量抢流量,我们正规书店根本没法比。”通达书店老板李伯达无奈地表示。

对此,上海财经大学数字经济研究院副院长崔丽丽指出,低价引流属于商家的价格策略,平台没有理由介入,但对盗版图书的甄别与治理责无旁贷。“平台应强化资质审核,通过技术手段识别盗版图书,并对违规商家限流或清退。”崔丽丽对记者说。

此外,运营繁琐、退单售后等都让本就人力有限的书店疲于应付。线上之路,远非上传即售那般简单。

从应急渠道到“第二增长曲线”

上线外卖平台能否撑起书店的未来?“指着完全靠线上挣钱,那不可能。”学尔雅书店老板孙艳霞的话道出多数经营者的心声。目前,外卖业务更多是“补充渠道”“引流入口”和增加“品牌曝光”。

“一单赚几块钱,积少成多。”“不做你就赚不到。”受访书店老板们均表示,外卖平台虽非盈利主力,但已是不可或缺的“增收备胎”,尤其在实体书店普遍承压的当下,多一条渠道就多一份生存希望。

“要让外卖模式真正成为‘第二增长曲线’,书店必须转变观念,从被动适应转向主动运营,从季节性‘应急刚需’转向长期的用户精细化运营。”在汪振军看来,书店可以借助大数据洞察需求,实现精准服务,“通过线上互动在网络上打造出自己的服务品牌,不能沦为外卖平台的附属品”。

“交易环节的数字化带来的是整个供应链的转型。”崔丽丽建议书店向“时尚生活方式买手店”学习,针对细分客群筛选、精选图书,做好内容推送和活动策划,维持一定活跃度的社群,基于内容进行运营并实现销售转化。

平台规则优化与监管加强是重要保障。杨保全建议,外卖平台应完善准入审核,优化流量算法,引入商家信誉、正版保障等评价维度。同时,监管部门应加强知识产权执法,行业协会可通过自律公约引导诚信经营。“通过‘政府执法+行业自律’二轮驱动,营造公平竞争的线上环境。”

“从长远来看,实体书店外卖模式的价值不仅在于销售增长,更在于文化传播延伸。”汪振军指出,在《全民阅读促进条例》的立法保障下,实体书店可借助外卖平台扩大公共文化服务半径,参与社区阅读推广,成为城市文化生态的重要组成部分。

“未来的图书营销将是多元共存的格局,实体书店既要守住线下文化空间核心优势,也要通过线上渠道融入市民日常生活,才能实现社会效益与经济效益双丰收。”汪振军强调。

一道壮阔的人文风景

许锋

韩愈,谁人不识。只是,对于韩愈本人,尤其是他的“苦难”,我们知的不多。王培峰的著作《韩愈:千古文宗第一人》(辽宁人民出版社),是一本关乎韩愈其人其文的长篇传记。全书依托翔实、客观的史料、典籍、诗文,行文轻松而不失庄重,给读者提供了不一样的阅读感受。

韩愈出生两个月丧母,三年父亡,刚满一纪,兄长病死,依孀而存。像韩愈这样的人别说改变命运的轨迹,即便只是活着,也已经很不容易;若要“颠覆”,实现逆袭,实在太难。但韩愈硬是凭借数十年如一日的潜心向学,成为唐朝官场、文坛的“孤勇者”“实验者”和“清流”。

事在人为,但韩愈的“事”,注定太难。他十九岁出门远行,先连续在多地漂泊,后入长安,经过四次科举考试,最终考中进士。又考过三次“博学宏辞试”,却均以失败告终。

韩愈无奈“漂”回籍籍河阳,此后,他从“入幕”到“京官”,人生不断变动,创作也从未间断。贞元十七年秋,朝廷授予韩愈国子监四门博士职,使他能够方便地举荐人才。“从此,韩门逐渐光大门户,弟子甚众,韩愈也不避讳,往往以师道自居,主动宣扬他在文学上的主张。一代文学宗师的气象,在此时已经初步形成。”但抡打出头鸟,韩愈自任为“师”,引起朝野上下争议,但他没有低头,而是以一篇《师说》“袒露”心声,“是故无贵无贱,无长无少,道之所存,师之所存也”。

在文化的唐朝,在李白、杜甫的万丈光芒笼罩之下,惯常而言,之后的诗人包括文化人,恐怕都难免生活在巨人的阴影之下。如是,韩愈“文宗”地位的取得殊为不易。韩愈基于孟子“吾善养吾浩然之气”说法的古文理论越来越成熟,更为重要的是,随着韩愈仕途的发展和弟子的壮大,他开始越来越多地影响读书人。以这样的“阵容”写文章、做学问、传道授业,便与孔子“弟子三千,贤者七十二人”的洋洋大观颇为相似。

这是一部“草根”的学术变成知识分子的传记。读罢,你能理解“贤令山”“韩山”“韩江”“韩树”,以至潮州“山水皆姓韩”“匹夫而为百世师,一言而为天下法”的壮阔人文风景。

工业题材书写的启示

李燕

“川东内陆、交通不便、经济欠发达”曾是达州的标签,但“十四五”期间的871个工业投资项目正在改写其历史。新时代四川的山乡巨变,达州无疑是样本。

交通建设上,《达城记忆·能工巧匠》(四川人民出版社)中讲述了“一碗水”道班的故事:作为国道210线四川迎检的第一站,班长曹健带领大家把好路率提升到95%,得到交通部高度评价。工曹留下严重后遗症的他被评为“团中央青年岗位能手”“四川省劳动模范”,活成了巴山公路的一块“铺路石”。

长时间以来,工业题材的文学创作遇冷。我认为,最大的原因在于,工业生产技术性强、专业术语密集,容易让文学创作陷入技术流程描写,导致外行读者难以共情,内行又觉得较为肤浅。作家钟正林直言,没有十天半个月的深入观察和体验,要想写出好的工业报告文学,几乎是不可能的。这就需要作家到工业现场,浸润其中,观察从业群体的生活细节与精神世界,并记录下来。《达城记忆·能工巧匠》以65篇工匠故事格局,其中25篇口述保留原生态情感:农技专家杜国友的亲情亏欠、酿酒师张明政的工艺革新、环卫工鲁毅化解儿子委屈的温情对话,都是穿透钢铁外壳的人性之光。

工业题材书写的启示是,想向能工巧匠要好的答案,就必须超越技术叙事,聚焦人性与社会性。剥离工业外壳后,还应该深入人性内核,转而挖掘工业环境中人的生存状态、情感冲突与命运浮沉。书中文谏统帮扶8个乡村超百万元、资助200名员工子女就学,电工衡立文为故障急掉头发,女工王杨丹雷电中抢险电网……这些机械轰鸣中的温暖和心跳,是上好的叙事素材。在理性工业和冰冷机器中注入人文温度,才能有机融合大文学观和大工业观,成就兼具大气象与大魂魄的力作。

两套党史党建领域丛书首发

本报讯(记者苏墨)为深入推进新时代党的建设新的伟大工程,系统梳理中国共产党百余年自身建设的理论与实践成果,1月8日,第38届北京图书订货会期间,《中国共产党建设史丛书》(八卷本)与《中国共产党建设史》(五卷本)新书首发式举行。

两套丛书的编撰汇聚了全国党史党建领域的顶尖学术力量。《中国共产党建设史丛书》(八卷本)由原中央党史研究室主任欧阳淞与中国人民大学原党委书记靳诺共同主编,人民出版社出版,国内部分高等学校、中国社会科学院的近20位资深专家历时7年精心编撰而成;《中国共产党建设史》(五卷本)由欧阳淞主编,湖南人民出版社、党建读物出版社出版,集结中国社会科学院、中央党史和文献研究院、中国人民大学等单位的专家学者,历时4年完成编撰。作为国家“十四五”规划重点出版物、国家出版基金项目等多项重点工程成果,两套丛书分别以横向党的建设专题史与纵向党的建设通史的独特视角,构建起立体完整的党史党建研究体系。

两套著作经纬交织,相互补益,兼具权威性、资料性、思想性与学术性,既是党史党建学研究的标志性成果,也是党员干部、高校师生学习研究党史党建的权威读物。

《朱自清大传》填补相关研究空白

本报讯(记者吴丽蓉)1月8日,北京图书订货会现场,“弦歌不辍,风骨长存——走进《朱自清大传》的温雅与傲骨”品读会举行。作者陈武与中国作家协会副主席吴义勤、北京作家协会主席李洱、《小说选刊》副主编顾建群展开深入交流,共探朱自清的精神世界。

作为北京时代华文书局推出的文学力作,《朱自清大传》耗时10余年打磨,全书80万字,是国内目前体量最大、内容最全的朱自清传记。作品经朱自清后人亲自审定,以“无一字无出处”的严谨态度填补了相关研究空白。

陈武作为朱自清同乡,自1996年《朱自清全集》出版时便开始研读,2000年起搜集史料,2013年正式启动创作,其间还策划了“朱自清自编文集”等系列图书,只为还原真实立体的朱自清。为挖掘细节,他与出版社共同搜集近百幅珍贵照片、书信、手稿,追溯家族姓氏变迁,厘清其从海州出生、扬州定居到北大求学的人生脉络,考证《荷塘月色》创作背景,立体呈现了朱自清的多重身份。

这部精装著作“以时间为经,以精神成长为纬”,划分出海州童年、北大求学、江南执教、清华深耕、联大烽火、重返清华六个阶段。书中不仅展现了朱自清作为散文家的文学成就,更凸显了其被低估的学术贡献与教育情怀。

在敦煌书局 感受阅读之美

甘肃酒泉坚持以文化赋能经济社会发展,先后打造了敦煌书局、敦煌印局、敦煌规划局、敦煌无界、敦煌食局等文旅新地标、美学新空间。采用多元化运营模式,推进文化与旅游、科技、商业深度融合,丰富高品质文旅产品供给,多维度呈现敦煌文化魅力,吸引了众多游客前来打卡游览体验,让千年敦煌文化焕发新活力、释放新动能。

图为1月6日,游客在敦煌书局阅读。

张晓亮 摄/视觉中国



G 高谈阔论

苏墨

2026年北京图书订货会开幕的这天,恰好是三九的第一天,然而天气暖得像是春天。会场里人头攒动,大家打招呼说得最多的也是,“这天儿是真暖和啊!”

对于图书出版业来说,最近确实吹入了政策的暖风——《全民阅读促进条例》即将全面实施,第一个全民阅读活动周也即将到来。党的二十届四中全会提出,“十五五”时期,要培育更多的优秀文化企业,实施重大文化产业项目带动战略,实施积极的文化经济政策;推动出版业数智化发展、信息化转型,发展新型文化业态(含出版业数字化发展);繁荣新大众文艺……可以预见,图书出版业将注入更多发展新动能。

“百战归来再读书”

过去的一年,出版业走得并不容易。难、难上加难、前所未有的难,这是众多从业者的真实感受。数字阅读冲击着传统纸质出版的市场份额,线上平台的价格底线可以不断被攻破,网红实体书店即便是“很出片”也接二连三地倒闭……然而这些也只不过是多年积累、不断递进的老生常谈。让已经习惯了被唱衰的出版人真正感到危机的,是AI的迅猛发展以及发展中不可避免的各种弊病。

所有的大语言模型都需要大量语料的训练,出版物自然是重要的语料来源,但这些内容往往是被“无偿”或者以极低价格售卖使用的,这让很多对自家数字版权没有系统管理和运营的出版社吃了哑巴亏。加之,举证难、维权难,很多出版社直接选择“认了”“忍了”“不挣扎了”。没挣钱不说,当AI工具日益成为人们获取知

识信息的重要途径,看书、卖书的人又少了,这才是最具有杀伤力的。

种种困难,归根结底是人们的生活与书的互动、联结越来越少了。无论是获取知识的刚性需求,还是获取情绪价值的软性需求,我们都有了更多的选择。图书出版业需要做的还是在深度、广度、恒久度上不断地提升读者的阅读体验,让读书依然是人们内心深处的归处。这是行业真正的出路,也是此前战胜一次次危机的制胜法宝。

虽然AI带来挑战,但作为最有韧性的行业之一,图书出版业一向敏锐且敢于拥抱新事物。在今年的订货会上,新业态与高质量发展成为关键词。智能编校系统、数字阅读平台、虚拟现实图书、AI创作助手等多项新技术应用集中亮相,展现出出版业在数字化转型方面的探索与成效。