昆明独立书店
坚守还是转型 生存路如何走？

本报记者走访昆明最具代表性的独立书店 探究它们的生存境况

据《2019-2020中国实体书店产业报告》显示，疫情期间全国各民营、国营连锁书店销售额比去年同期下降85%至95%，5月底，台北诚品敦南店、广州天河区24小时不打烊的独立书店1200bookshop等受大众喜爱的书店宣布停业。

在电商等因素的冲击之下，实体书店效益日渐下滑，尤其是疫情影响之下，昆明的独立书店同样如此。是什么在支撑着独立书店的运转？独立书店未来的路在何方？日前，春城晚报-开屏新闻记者走访了昆明目前受大众喜欢的几家独立书店，从最能代表昆明独立书店特色的麦田书店和大象书店来窥探。

麦田书店

橡皮书店

大象好在

走访 几家店藏匿于闹市 不定期举办读书会

从2001年的钱局街到2007年的文化巷，再到2019年的国防路78号，麦田书店店主马力将独立书店一路坚持下来。和许多现代化书店的明亮色调相反，麦田书店给人老旧温暖的感觉，吧台有咖啡和酒，错落有致的书架上没有让人眼花缭乱的文创饰品，整个屋子被书和唱片占据，每本选书皆是老板多年的积累，目之所及的文学、哲学、艺术、电影、诗与品质生活，可以让你一不留神就闯入加缪、毛姆、黑塞等文人巨匠的精神世界。

旁边是一间“奢侈”的观影区，每周四电影放映时通常会来5-30人不等，店主人也会不定期地在这里举办读书会、诗歌分享会。从1994年开始玩乐队的马力对于音乐有自己独到的品味，在麦田书店，音乐永远不会缺席。

而在昆明市文化巷一个隐秘的地下车库，则藏着另一家文艺青年爱打卡的大象书店，就像爱丽丝掉进兔子洞以后看到了一个绿色和黄色森林相接的仙界那样，记者在穿过一道通往普通居民区的大铁门后，几步台阶之下，映入眼前的是一间掩映在一片绿色小花园后的精致书屋。

文化巷由荨麻巷改名而来，沈从文、冰心、李公朴等先生在西南联大时期为文化巷积淀下厚重的文化底蕴，对大象书店的选书有了更经典、专业、高质量的要求，店主人之后还打算做更多的画册，通过海外订购为读者呈现更多美学艺术，同时再加入更多的绝版书，为书店再增添一抹历史感与厚重感。

通常，飘着浓烈咖啡香气的吧台、显然对这里轻车熟路早早安置下来的老顾客、游走在书架前细细打量的新朋友，以及一屋子的书，为大象书店描绘出一幅迷人的静态图景。然而，它也绝不单纯的是你以为的静谧安详，书店会不定期举办沙龙、读书会、看电影等活动，据书店老板和达告知，下个月这里还会邀请小型的乐队做现场的直播。

大象书店

现状

坚守派 提供饮品服务 收支基本平衡

记者第一次在麦田书店见到马力，一头中长卷发的他正在忙着联系快递员给顾客寄送唱片，有读者朋友会从微博和微信上跟书店订货，由老板一个个打包好寄出去，但是唱片的受众面相对较窄，书籍又受电商挤压，马力说，线上的销售额相对于线下会稍差。

入口处的吧台有咖啡、酒和汽水，品类不多，一杯咖啡18元，科罗娜、老挝等啤酒售价也都在20元以内。马力说，书店目前在经营上还是存在困难的，尤其是换地方以后空间更大了，书籍也还不够，微信公众号和微博的线上销售以及线下的书籍、唱片的销售加上吧台的收入，只能基本上保证书店的正常运转，好在马力自己顾店，基本上可以省去人工这部分成本。

大象书店的经营情况同样不容乐观，书店里的桌椅在同类型的书店中算是多的，错落开来的桌椅区可以让五六十人坐下来阅读，但通常店里的固定读者只有10人左右。

咖啡师小楷告诉记者，在疫情影响之下，卖书的收入日均可能只有100元，文创类商品的销量也很低，吧台出售咖啡豆、咖啡、气泡水、果茶、鸡尾酒等，咖啡价格在22-32元不等，气泡水和果茶在18-26元不等，鸡尾酒价格在30-40元，读者点单以咖啡居多。据了解，目前吧台日均营业额在800元左右。为了促进消费，两个月前，店里在各个小桌子上立了“支持独立书店，请点单入座”字样。

店主和达表示，由于新店的开张，本店出现“抽血式”的发展，其实从去年店里就呈亏损状态，目前店里的盈亏是基本平衡的，有时候会有小额亏损。

转型派 对外配送咖啡 出售文具饰品

卡夫卡咖啡屋现在成了昆明本地人和外地游客都非常喜欢的一个歇脚地。2009年，该店以“卡夫卡书屋”出现在文化巷的街尾，与云南大学仅一墙之隔。去年年底，书店进行翻修，门头改成了英文的Kafka。

“之所以改成英文，是因为我不想太去界定它的功能性。”店主人张颖告诉记者，现在店里主要是做空间感和专业咖啡，精致的小院和通透的格局是她非常想要呈现的空间状态，咖啡作为店里的主要特色，咖啡豆来自她们自己在普洱孟连的卡夫卡庄园，咖啡师则是聘请了具有SCA精品咖啡协会全模块高级认证资格的张磊。书店里曾经售卖的书籍改成了拆开可供读者阅读，也会有张颖自己选的少数有特色的书籍出售。

张颖告诉记者，“现在的经营情况还是可以的，因为房租这块的压力不是很大，咖啡的售卖情况也还可以，自己也在做一些文创产品。”卡夫卡咖啡屋目前每天固定出售60杯左右，每杯价格在30-40元，另外还有一些单位会在网上下单，由店里配送，另外还有简餐提供。

位于文林街的漫林书苑一直受到很多人的喜爱，早年的漫林书苑因为出色优质的名著经典和外文书籍颇受读者喜爱，现如今书店里书与文具饰品各占半壁江山。书籍方面，除国内外一般的经典著作外，外文原版书籍、儿童绘本、词典、畅销书、情感励志书、生活类书籍都有出售。而文具区的种类则更加丰富，有文具、水杯、衣服、帆布包、陶瓷、礼品等等。店员告诉记者，“因为附近有云南大学、师范大学、云师大附中、云大附中等，店里顾客多以学生为主。”

据记者观察发现，漫林书苑的客流量明显大于此前走访的麦田书店和大象书店等，顾客多集中在文具区挑选商品，而书籍区的顾客寥寥无几。在记者观察的近一个小时里，不管看到有顾客购买书籍，文具饰品类却有近20笔金额不等的结算。“每月文具的营业额比书要高，毕竟文具类是快销产品。”店员说。

出路

坚持多元但不过度的商业形态

独立书店充当一个文化地标的作用，彰显着城市的文化品质。书店需要根据行业发展态势做出一定的调整，同时坚守住独立书店的精神意义，力求找到持久的生命力。

《2019-2020中国实体书店产业报告》引入了“重做”的概念，提出目前我国消费者购书的总量在持续增加，但是网上书店占据了大半份额，这就需要实体书店积极探索多元零售业务。独立书店的生存空间里面除了卖书，必须还有多元的商业形态给以支持，但同时，书店不是卖场，把握好度很重要。放眼现在实体书店的经营模式，绝大多数都是书店与咖啡、文具等商品的结合。

记者通过走访世界书局、漫林书苑、橡皮书店等发现，在生存需求的压力下，不少书店引入了过多的商业元素，使得书店更多地呈现出“卖场”的感觉。和达认为，如果要活下去，还是要做各个维度的拓展，但一切的拓展还是要围绕书店本身的气质与定位，比如大象书店出售的店主好友老二画的“翠湖鸟瞰图”，制作成单价50元的四张一套的明信片，非常受大家欢迎。马力说，今后也会围绕书和唱片做一些自己书店的品牌的文创，在一定程度缓解经营压力的同时，最重要的还是更加丰富书店的内容。

找准书店定位是关键

当记者问及怎样看待诸多新兴书店的快速扩张与停业时，马力认为：“关键是要找到自己的定位，自己到底卖什么书籍，卖什么唱片，陈列出来的东西给人的感觉是什么样子，肯定要跟别的书店是不一样的，我不能什么书都卖，所以选择就非常重要。”

对于书店的定位，他在这20年里有着自己的思考，他坚持认为做独立书店的方向是没有问题的，麦田书店里迎合市场的书基本为零。马力会定期去批发市场淘书，从书商那里订书，面对出版社不断推出的新书以及二手书交易市场的扩大，他对独立书店的未来发展很有信心。

对和达而言，大象书店门口下楼梯的设计使他一直对书店有一种“地下”的概念，“乐队、诗歌、文学都是我想做的元素，我对书店的定位是极致的，布考斯基的诗歌和摇滚乐，都是我认为非常贴近‘地下’概念的。”

和达希望将小乐队和诗歌录制空间加入进来，让书店更多地呈现出一种精神状态，“希望把这个书店做成一个精神属性的东西，越精神性越可能会吸引更多人，营业额可能才会相对更好一点。而不是让它呈现成一个学生赶作业的自习室，它更应该是一个精神空间”，和达笑着聊起自己将来的规划。

书店经营者是书店灵魂

“我觉得真正的独立书店的感觉应该是这样的，店应该要老板亲自去顾，我以后的书店会是图书馆式的，每本书无论价格高低都是可以拆开看的，因为书店归根到底是柔软的。”马力坚持自己的店应该自己来守，因为实体书店是需要体验和交流的。他不雇佣店员，自己学习冲咖啡，让我们看到书店主人不仅要从营业额的层面对书店进行经营，更重要的是对书店的氛围和精神世界层面的建立进行经营，书店经营者直接奠定了书店的灵魂。只有亲自陪伴才能真的了解，建立深厚情谊，不仅人与人之间如此，书店也是。

9月11日晚上8点，麦田书店举办了一场40人左右的小型读诗会和音乐会，诗人老六分享了木心的诗集，歌手阿水和他的伙伴们带来醉人的歌曲，读者朋友们也参与到读诗活动中，窗外没有征兆下起的雨为乐队增添更丰富的旋律。在这一刻，一间屋子，一堆朋友，一阵欢笑，任窗外大雨滂沱，他们幸福自在，独立书店正彰显着它存在的意义。

和达以“修身治国齐家平天下”的理念来践行自己的管理方式，“我把我们的员工当做家人，我们现在有4个小伙伴，分管吧台、书区、活动，每周一次的例会供大家交流分享，只有大家逐渐成为家人的状态，才会有因为默契而产生出来有独立书店温度的内容。”

采访结束时，一位邻桌的女士听闻和达是大象书店老板，难以掩饰激动的心情，说每次来昆明都要来大象书店待几天，她喜欢这个由学生、老师、医生等群体共同营造的氛围，这或许也是独立书店无法被连锁书店取代的原因。

做出书店特色积累稳定人群

作为独立书店读书活动的爱好者，本报记者张京徽曾在昆明的多家书店策划多场读书活动。在他看来，独立书店的发展前景要从不同层面上来说。从卖书的层面来看，面对电商经济的挤压，实体书店无疑是生存困难的，并且独立书店的选书领域比较窄，没有办法满足很多人的购书需求。很多书店发展成与咖啡结合的商业形态，但最后可能就会变成一个书比较多的咖啡店。

从提供交流空间的层面来说，张京徽认为独立书店有它存在的必要性。独立书店通常举办的观影会、诗歌分享会等活动所提供的这种交流和体验，将书店变成一个大家在线下交流的空间，一个朋友间的据点，这也是这个时代较多的人对线下交流需求的一种满足。

总的来说，某个独立书店的存在对于书店相对应的一群受众而言，无论是选书的“合口味”，还是书店气质的契合，都是他们选择这个书店的直接理由。在他看来，在一个各方面知识细分的时代，一个独立书店专注于某个特定的垂直领域，即使受众面很小，也可以积累一定的稳定人群，或许就能够生存下去了。

观点

什么是独立书店？

在传统书店中独树一格，特点有三：无所依附，人文关照，持之以恒。区别于连锁、国营书店，独立书店经营者自负盈亏、无所依附，在书店中注入书店主人的个性特点、审美品位等，打造出独具特色的具有人文关照的实体书店微景观，形成了一个个独具特色的文化社区，成为了志同道合的人们聚集在一起交流想法、激发灵感、生发创意的地方。

众人眼中的Ta

记者发现，一些市民从书的品种、书店提供交流体验的角度，觉得独立书店非常有存在的必要；而也有人认为，独立书店原价售卖书籍太贵，且书店沦为顾客打卡的地方，很多时候并不能保证阅读环境。

支持 选的书品质很高 且有交流有碰撞

32岁的张女士是一名爱看书的白领人士，当记者问到她对独立书店的看法时，她非常认真地告诉记者：“我觉得现在好的独立书店就像珍珠一样，会发着光吸引你去。我家旁边有一个很大的书城，环境也不错，但迎合大众市场的书特别多，我转了两圈都找不到想买的书，一下子就明白了独立书店存在的意义。”

杨先生是一名自媒体人，他说独立书店永远是他的精神安息处，“现在商场里的很多书店是留不住顾客静下来读书的，也不会举办任何活动，我认为读书人非常需要交流和学习，好的养分通常是独立书店经营者和它的粉丝们共同交流碰撞出来的，这就对独立书店自身的品质要求很高，好的独立书店应该永远发展下去。”正在上大学的王同学说：“当我‘书荒’的时候就去大象书店，因为我非常相信他们选书的品质。通常商场里大书店里面的书总让我眼花缭乱，有时候书封看起来很有噱头实际内容却不耐看，我很庆幸有独立书店的存在。”

反对 书籍和饮品都贵 有的沦为自习室

“上学的时候我还是经常去独立书店的，因为觉得很文艺，但工作以后我觉得书店的咖啡、文具和书都很贵，有些华而不实。”23岁的王女士告诉记者，如果想喝咖啡，去专门的咖啡店价格有时候更合理而且味道更好；买书的话，网上经常六七折，买了书在自己家里安安静静地看，比在书店更舒服。周女士表示：“现在‘当当图书’活动大的时候都是五折，书店里基本不打折，我可以考虑到实体书店要付房租、人工等支出，愿意比网上价格多付10%甚至20%，但让我以多出一倍的价格去买，实在没有必要。”

41岁的周先生表示自己平常不看书，但会帮孩子买书，“我女儿今年高二，除了比较急要的教辅资料会在书店买，其他课外书都是攒着活动的时候网购。女儿喜欢和同学约着去书店上自习，书店变成自习室，怎么赢利呢？苦苦支撑下去有什么意义？”

实习记者 刘文波 摄影报道