

2018，书业的变与新

近年来，除了阿里、京东、当当等互联网电商频频进军线下之外，自媒体大V也开始把触角伸向线下。2018年，包括一条、十点读书、樊登等在内的线上流量大户纷纷在线下开设实体书店。为什么这些电商和自媒体大户要开线下店？一方面互联网流量越来越贵，线上获客成本开始逐步升高，自媒体需找到新的流量入口；此外，在由卖方市场转变为买方市场的消费者主权至上的现在，流量超越商品成为首要经营的资源，而实体店是一个很重要的流量入口。同时，通过开设线下店，进一步打通线上线下，形成流量共享和互动的闭环。

2018年，除了电商和自媒体大V不断拓展线下渠道外，实体书店也涌起一波开店潮。无论是新华书店还是民营书店，这一年都动作频频，创新不断，11月依然延续了这种趋势。实体书店内部在不断探索自身生存之道，外部环境也给了大力支持。继2016年11个部门联合印发了《关于支持实体书店发展的指导意见》后，全国各地也纷纷推出了相应的实施意见。近年来，各地又不断对实体书店相关扶持政策进行细化和丰富。

在书店探索安身立命的过程中，面对行业中书店的佼佼者以及不断出现的新店型，实体书店到底能给读者带来什么？以什么样的方式去经营？这些是值得书店人永远思考的问题。本期《开卷文摘》聚焦非书话题，从亚洲知名的诚品书店与茑屋书店入手，诚品和茑屋两家公司是东亚地区文化商业或者说书店方面的标杆企业，我们该如何看这两家公司以及如何向它们学习？希望，我们都能从诚品和茑屋中得到一些我们想要的答案。

改革开放40年来，行业在变与不变中不断向前。近几年，新概念、新业态、新技术层出不穷，知识付费、AR\VR、人工智能、无人书店、智慧书城……新生事物和新的商业模式在不断冲击传统出版和发行的同时，也在推动行业不断前行。适应变化很重要，能找到变化后面不变的商业逻辑更加重要。对出版而言，不变的商业逻辑是什么？对书店而言，不变的商业逻辑是什么？在改革开放40周年之际，在开卷作为行业观察者20年之际，我们希望回归本源，和书业同仁一起共同探讨这个话题。2019年1月9号开卷“阅读X”论坛，期待各位业内同仁，拨冗莅临。