

冲击

网上书店成购书主渠道

22日,记者在青岛文化街与图书市场随机采访了20位市民,其中有18位曾有过网上购书的经历,逛实体店只是偶尔。“除非网上没有我想要的书,否则不会去书店。现在网上购书多方便,折扣又低。书店里的书费不说,还要浪费时间精力去逛去找。”中国海洋大学学生王剑表示。

采访中,很多市民表示现在的图书都是“快餐”,比如考

试类书籍,过一年就不能用了,“买正版的太浪费,网购一套20多本的公务员考试书,加邮费才40多块钱。”青岛理工大学王鹏说。

“网上书店对我们冲击太大了。”文化街一家书店负责人表示,网上书店已经把实体店逼进了死胡同。文化街开办之初有十几家书店,22日上午,记者数了数,现存书店只剩下了6家。

无奈

书店“兼职”卖衣服

22日上午,记者在青岛文化市场看到,这里有十几家书店,为吸引市民,书店基本上都在打折促销,一般为8折,最低的能到5折,但即使是这样,这里的顾客也不是太多。

在青岛市文化市场,多家书店的负责人表示,开在这里的书店主要以批发为主,“靠零售,早倒闭了!”一家书店的负责人姜女士说。记者在现场看到,虽然是暑期旺季,但很多书店里顾客寥寥,工作人员都在忙着将书籍装运与打包。“这些书都是批发给城阳一些书店的。”工作人员表示。

在昌乐路,记者看到这里的一家书店竟然打出了承接服装订单的招牌。老板告诉记者,书店里卖衣服是迫不得已,“现在店面租赁费这么高,单卖书又不挣钱,所以只能卖点别的。卖服装也是初步尝试,如果效益好,肯定要转行做服装。”老板说。

“受网上书店的冲击,现在实体店不好干,我们店从成立之初就不打折,到四年前开始打九五折,再到现在打八折,效益是一年不如一年了。”文化街上汉京书店的工作人员王女士表示。

转变

实体书店网上卖书

在青岛书城,里面虽然人头攒动,但是看书的大多过买书的。书城企划部经理崔立群表示,网上书店的折扣和送货上门的便利“抢走”了不少实体书店的读者,尤其是教师、医生和大学生这几类社会上读书的主要群体。“因为房屋投入、员工工资等运营成本的问题,我们实体店的书打到8.5折就不赚钱了。但更多读者重视书的折扣,想要花更少的钱买更多的书。”崔立群表示。

在文化市场,不少书店开

始悄悄“变脸”,既经营实体,又经营网上书店。十几家书店中有7家书店公开表示自己在网上也有网店。“网上开书店,成本非常低,这样也能给客人更大的折扣。”

也有市民表示,实体书店永远不能被网上书店所取代。家住长春路年近五十的杨先生表示,他从小就养成了逛书店的习惯,喜欢淘书的感觉,从网上买书目的性太强,现在连环画已经很少卖了,只能靠去书市、书店、文化街淘。“算是一种怀旧情怀吧。”



在青岛文化街上,一家书店边卖书边卖衣服。

这边卖图书 那边卖服装

实体书店渐入没落

文/片 本报记者 曲凯 见习记者 姜萌

近日,三联书店将要退出广州的消息一出,引起了各方关注。22日,记者走访了青岛文化街、青岛书城和学校附近的部分书店发现,有的实体书店已经关门,有的书店几经易主,有的书店一边卖衣服一边卖书。有专家表示,虽然网上书店对实体书店的冲击非常大,但实体书店不会消亡。

专家说法 实体书店 不会消亡

“便捷的网购已渐成趋势,实体店受到冲击在所难免,但是我认为实体书店不会消失。”青岛大学社会学教授孟天运认为,实体店有着不可替代的地位,还是有很多人享受逛书店的过程。“网上购书往往带有目的性,比如我想买什么书,就会到网上去买,但是在逛书店的时候,我们往往会有意外发现,那种淘到宝贝的乐趣,还有一些签售会,也只有在实体书店才能进行,这些都是网店所不能取代的。”

孟天运表示,面对网上书店的兴起,实体书店也应该适时调整,“比如网上销售与实体店销售相结合,实体店从单一的图书销售发展成图书服务也未尝不是一种出路。”

记者手记 如果城市 没有了书店

作为一个80后,上小学时攒钱去书店买《故事大王》,书虫系列的情景仍记忆犹新,用一周甚至更长时间的零用钱,来换得一本自己喜爱的图书,那种激动的心情难以言表。从某种程度上讲,实体书店承载了很多人对童年读书的回忆。

有人说,城中无书店,这将是文化的灾难。没有书店的城市,缺乏温度,鲜有深度。这样的城市,属于坚硬冰冷的钢筋水泥,却独独没有阅读的深度欢愉。因为我们的生活离不开书,离不开书文化,所以也就离不开承载着这些的书店。

国邦投资
★企业、个人项目投资(快捷、区域不限)
★各类项目投资(矿业、水电站、房地产、旅游业、农林、养殖、新建项目,在建及扩建项目)诚聘驻地代理(退休者优先)
010-58764784 短信咨询:13261276418
地址:北京市东三环富力城B区B8B05室 邮编:100022

A.O. 史密斯获第二届“影响中国：国际品牌大奖”

在日前举行的“第二届(2010)中国品牌与传播大会暨品牌贡献奖”年度颁奖盛典上,有着136年历史的美国热水巨头A.O. 史密斯获得“影响中国:国际品牌大奖”。百年历史、不断创新以及深受消费者信赖,是A.O. 史密斯赢得此次



诺克司推动 即热式能效标准建立

日前,在中国家电产业基地中山,即热式行业高能效热水器领跑品牌诺克司,组织召开了“即热式电热水器行业能效标准研讨会”,旨在推动即热式电热水器行业能效技术发展和能效标准的建立,为消费者带来更加低碳舒适的沐浴新体验。

中国家电协会陈钢副秘书长在研讨会上指出,能效标准在我国已实施第5个年头,燃气与储水式电热水器的能效标准已经实施且节能效果显著,即热式热水器的能效标准制定和实施将势在必行。而据主办方中山天立卫厨(澳资)有限公司董事长谭文胜在研讨会上提到,由于行业里各品牌的加热技术不同,即热式电热水器的

中国品牌传播界“奥斯卡”的关键要素。

行业领先 A.O. 史密斯“影响中国”

备受业界关注的第二届中国品牌与传播大会,无疑是中国品牌传播界最权威、规模最大、影响最广的一次盛会,更被誉为中国品牌传播界的“奥斯卡”。这场顶级盛会上,评选出来的“影响中国:国际品牌大奖”是众多国际品牌和企业激烈角逐、翘首期待的奖项。

A.O. 史密斯1998年进入中国热水器市场,坚持走精品路线,和依托品质及服务的口碑营销,市场份额稳健增长,成为中国热水器行业领先的高端品牌。据悉,此次和A.O. 史密斯一同获得“影响中国:国际品牌大奖”殊荣的,还有宝马(中国)、欧莱雅等这几个卓越的知名品牌。

A.O. 史密斯“进驻”23个世博馆

上海世博会上,也出现了

A.O. 史密斯热水器的身影。据悉,A.O. 史密斯作为世博美国馆热水设备官方指定供应商,此次为23个世博场馆提供了全方位的热解决方案,30个型号的A.O. 史密斯产品分别进驻了世博中国馆、世博轴、世博演艺中心、未来馆,以及美国、加拿大、德国、法国、西班牙、荷兰、沙特等23个世博场馆。对于此次全面“入驻”世博会,A.O. 史密斯全球副总裁丁威认为,超前的设计、创新的

饮水安全引发创业潮 小投资迎来大前景

调研数据表明,随着群众对于安全健康饮水的关注,饮水机、净水器、直饮机等水家电的发展势头被普遍看好,预计未来市场总容量将超过2500亿元。

作为该水家电行业的领军企业,沁园已凭借“水屋+水处理+水家电”三管齐下的健康水世界率先抢占了商机。这种全新商业模式不仅为社区居民提供了质优价廉的新鲜好水,同时也为广大中小投资者创造了难得的创业机遇,形成了一股健康饮水的创业潮流。

据沁园健康水世界招商负责人周龙滨先生介绍,目前全国已有200多家加盟店,多样化的赢利方式,

提高了加盟店的生存能力,降低了投资者的创业风险,是众多中小投资者青睐健康水世界的重要原因。在浙江慈溪的周巷镇,沁园加盟店许老板告诉笔者当初他仅花费三万元加盟沁园健康水世界,到现在夏季最多一天可达一千余桶的销量,一年售水的收入大概在二三十万元左右。

有业内人士表示“随着水危机的加重和人们健康意识的提高,人们的饮水渠道亟待改变,沁园健康水世界这种创新的售水模式不但满足了人们对健康饮水的需求,也很可能掀起日常饮水的又一次革命,健康直饮水行业将成为又一个财富金矿。”

理念,以及过硬的质量,使得A.O. 史密斯热水器为世博会所“青睐”。此次进驻23个世博场馆,彰显了A.O. 史密斯在全球热水器行业的地位。

创新为本,打造热水专家品牌典范

时至今日,136年历史的A.O. 史密斯一直保持着对创新研发的异常重视。位于中国的全球工程研发中心每年都会针对中国消费者需求进行设计研发,目前已推出:带一氧化碳

力诺瑞特新一代阳台 壁挂太阳能靓装上市

“搬进小高层了,生活更方便了,但是家里以前用的太阳能却安不上了”,市民王先生如是说。伴随着近年来城市的不断长高,越来越多的人住进了高楼大厦,高层建筑如何安装太阳能成为众多厂家亟需攻克难题。

目前市场上阳台壁挂太阳能品类繁多,质量参差不齐,在使用过程中暴露出诸多问题:集热器垂直安装,因阳光照射角度较小导致热水升温较慢;水箱因为承压运行,普通的不锈钢内胆容易出现漏水等现象;施工队伍无经验,对建筑野蛮破坏,导致阳台出现漏水等现象;产品设计粗糙,影响家装风格……力诺瑞特掌握分体式太阳能核心技术,致力于阳

安全防护系统的燃气热水器、打破安装局限的“阳台安装”太阳能热水器、“带快进键”的电热水器、“省电一半”的电热水器等一大批新品。A.O. 史密斯一次次打破常规,成为中国热水器行业潮流的领导者。

A.O. 史密斯自1998年在中国独资建厂,依靠针对消费者需求的研发创新,坚持品质和服务的口碑营销,已成为热水器行业最值得信赖和最受欢迎的国际品牌。

台壁挂产品的研发与推广,并创新多项国家专利技术,6月份推出的2010款阳台壁挂太阳能新品,在各方面较前代产品有了长足进步:专利万能支架几乎可以适应任何阳台的安装要求,专利技术v型集热管,防止热量的逆向导热,避免热冲突,提高集热和热量转换效率。同时新一代的阳台壁挂产品水箱升级为cc波纹导热胆和蓝釉双效搪瓷内胆,增强了换热和保温功能,即便是在冬天,日照充足时就可达到50多度;在产品设计上,力诺瑞特将青花瓷设计延伸至产品水箱,外观简约淡雅,已经成为家里的一件工艺品。新产品陆续推出,敬请消费者前往力诺瑞特各专卖店品鉴。