

在济南,这家不卖咖啡的书店活了下來

三万个顾客三万个好友,它成了大家的书店



王树增在书店里整理图书。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 郭春雨

一个所有人都不看好的书店开张

从大明湖正门出发,顺着曲水亭街弯弯绕绕的石板路向巷子更深处走,就能看到不贵书店原木色的招牌。虽然环境好,但这实在不是一个开店做生意的好地方:不临街,不热闹,背靠着济南的老城保护区,年轻人不多,来的生面孔都是游客。游客把书店当成景点看,门口探头看一圈,全是书——抽身就走了。

书店的老板是王树增,32岁,和想象中儒雅的书店老板并不沾边:套头衫,运动服裤子,衣服前胸沾着一两滴油渍,头发也毫无造型可言。在开实体店之前,王树增曾在一家民营医院做文案,用他的话说,是“白天‘摸鱼’,晚上卖书”:下了班就骑着三轮车出去摆书摊。

王树增选书有自己的坚持,很多书摊都在卖的一些热门杂志,在他这里都找不到影子。相反,一些相对小众的书,他总摆在显眼的位置,而且全是正版书。来的顾客聊聊天,加个好友,一来二去的,一群聊得来的书友就聚在了书摊旁。

摆摊的四年时间里,王树增四处打游击,终于,在又一次被驱赶后,王树增想辞职开实体店了。了解王树增的朋友都劝他:别辞职,别开实体店。原因是明摆着的,玩手机的越来越多,看纸质书的越来越少。开书店,靠的不是情怀,房租、水电、人工……样样都要钱,而王树增没有钱。

农村出来的苦孩子,不是名校毕业,也从来没进过高收入的大公司,哪里来的钱去“做情怀”?王树增还是想开书店。他觉得只有自己有个底气:摆摊的这些年,他加了很多顾客,顾客发展成朋友,朋友都支持他的卖书事业。为了让这些朋友继续支持他的想法,他每天都在朋友圈里“碎碎念”：“我想开书店,我正在为开书店做准备。”“开了书店,就能把书卖得更好玩。”

王树增在朋友圈里问朋友,你们有没有想开的店?朋友回答:羊汤店。给书店起名字也费了很大工夫。王树增又开始在朋友圈碎碎念:名字都寄托了当事者的一些愿望,比如说自己的名字“王树增”,就寄托了父母希望他长大后能当上副镇长的愿望,因为他们镇的副镇长就叫这个名字。

王树增说,自己想了好几个名字,但总觉得缺点什么,“文雅的不够响亮,响亮的不够文雅”,因为爱听周杰伦的歌,王树增就想,干脆用周杰伦的专辑来命名:范特西书店。王树增在朋友圈问:这个名怎么样?有朋友回答:像理发店,而且是杀马特的那种。日复一日地在朋友圈碎碎念,在所有朋友



顾客淘到便宜好书,心满意足。



4月23日,世界读书日,扪心自问,你有多久没逛过书店,看过书了?在济南百花洲附近,有家“不贵书店”,2017年夏天开业,营业的这几年,没咖啡,没文创,也没有陈列精致的小点心,除了卖书,啥都不卖。在营业的这几年,书店曾接待过不少记者,还有一些来拍视频的自媒体人探店。对于一个既不算大也不算美,也没啥“明星”的普通书店来说,能吸引人的,就是它还“活着”——这本身就是个挺值得探究的事。



自称“第六好书店”

都知道王树增要开书店后,书店的地址定下来了,名字也定下来了。地址,就选在大明湖百花洲附近:名字,就叫不贵书店。

选址原因很简单,房东人好,房租要价低;书店名字起得也很随意,好而不贵的书,才是书店最大的竞争力。

几乎所有人都觉得看书是个好事,但开书店,却遭到几乎所有人的反对。即便是朋友们都默认了王树增要开书店,在装修时,也有不止一拨热心市民过来劝王树增不要开书店:在这个偏僻的位置,开一个没啥顾客的书,你这不等着赔本关门吗?

但谁都劝不动王树增。2017年五一过后,一个绿树阴浓的好日子里,王树增的不贵书店正式开业。

书店的姿态

书店开了,也活下来了,还是不停地有人问王树增:为什么要开书店?

问的人多了,王树增就找人写了张告示贴在书店最显眼的位置:开书店是为了挣钱。

有客人来了,看见告示后问王树增:那你挣到钱了?

王树增就回答:靠着这个书店,我买了房,找到了媳妇,你说挣不挣钱?

王树增着重强调,“我靠着开书店,还买了车位,虽然没买车,但车位都十多万元。”

书店挣钱,也不挣钱,虽然能让王树增安身立命,但书店多次都游离在撑不住的边缘,最近的一次撑不住,是要进30万元的图书,王树增实在不知道从哪里找这么多钱,觉得要撑不住的时候,朋友支店,里搞了一波充值优惠,才凑齐了这笔钱。

一直到现在,王树增外面还是欠着一些钱,但也不算有亏空:毕竟钱都变成了书,躺在仓库里。

不贵书店面积不大,扩张过一次,从45平米扩张到了96平米,但还是几乎没有能坐下的地方,到处都放着满满当当的书。

邀请记者坐下,王树增从柜台后摸摸索地拿出俩马扎,绳子都磨得毛边了:坐这,这行。

为了解决朋友来了没地方坐的问题,王树增在门口放了一把躺椅,一把木椅,但把躺椅基本上也没人坐,一方面是因为朋友们都习惯了站着看书、挑书;另一方面是因为椅子被占了:一只肥猫,长期以肚皮朝上的姿态盘踞在椅子上睡觉。王树增一边埋怨着这只肥猫长期混吃混喝的霸道,一边拿出一个小毯子,想要给肥猫盖上——当天有点下雨,担心猫着凉。

但王树增可不是个暖男,甚至都算不上好脾气的人。认识他十来年的顾客小墨说,王树增是被朋友当成“怪人”推荐给自己的,因为自己的脾气就挺怪。

“朋友说我的脾气挺怪,泉城路有个摆摊卖书的脾气也挺怪,你们俩肯定能聊得上来。”果然,小墨跟王树增从卖家和顾客的关系发展成了线下朋友。小墨说,王树增有点旧时掌柜的拧劲和傲劲,有顾客来买书,想要还价,王树增摆出一张臭脸,宁肯几百块钱的生意不做,也不给人便宜一块钱。不为啥,就是觉得顾客还价“不尊重书,也不尊重自己。”

但王树增也并不真的那么在乎钱,收钱后面书架是显眼的“黄金位置”,王树增全放着小众书,经常是好久都没人买,但王树增就是不换。

问他为啥,他张口就是“我就愿意这样摆”;卖文创,玩具,教辅的利润高,也畅销,王树增就是不卖,问他为啥,张口就是“我不想卖”。

连媳妇都是书店给“找到的”

王树增说,自己并不爱看书,也没这个时间看书,时间都用来挣钱了。但看记者挑了两本社会学方面的书,王树增立刻转身去拿了一套《金枝》,语气诚恳地让人觉得这书绝对值得一读:“我没看过,但这本书绝对好。”记者看了一下,《金枝》作者是詹姆斯·乔治·弗雷泽,著名的社会人类学家,也是神话学和比较宗教学的先驱。

小墨觉得,王树增是“有文化、有情怀的人”,他选的书有品位,而且还很懂。他在朋友圈里推荐的书经常大获好评。“王树增是很有品位的。”

然而,在王树增那里,意义再次被消解。选择哪些书目并不重要,重要的是“便宜”。书不仅要好,还得便宜。不贵书店所售图书,价格一般非常低,有时甚至会接近正常书店的进货折扣,也就是定价的六折左右。

想要拿到低折扣,得靠多跑跑,加大进货量来打动出版商。“我这里是全济南,全山东,全国最便宜的书店。”王树增有点得意,“好而不贵,这是不贵书店的核心竞争力。”

不过,书店的意义可不仅这些:媳妇李永华曾是王树增的顾客,俩人是在他骑着三轮车摆书摊的时候认识的,以店主和顾客的身份处了两年后,两人走到了一起。王树增有些得意地说:你看,我和书就是有缘,连媳妇都是书店给“找到的”。

3万个顾客,3万个好友

记者问,书店的支出有多少?成本有多少?利润有多少?王树增通通答不上来,但他说自己学过“经济统计学”。

记者问,你看过经济学的书吗?答:“没有。”记者又问,你卖过经济学的书吗?又答:“没有。”

记者再问,王树增有点急眼,“没看过但我懂,因为我是从实践里得出来的经验。”王树增的实践,就是他的微信。

他有7部手机,3万多个微信好友,每天最重要的工作就是通过手机接单、回复顾客咨询。手机24小时待机,消息永远不停。为了能带好这些手机,王树增专门找了个电脑包装手机,平时7部手机一字排开。这让王树增看着不像书店老板,倒是很像修手机的店主。



王树增开书店前曾摆过书摊。

“手机少了,消息会爆,顾客的信息回复不过来。”王树增说,之前因为信息回复慢曾引发顾客不满,因此自己只好拿着一堆手机,分不同的微信群,让自己尽可能地看到顾客发来的信息。

“现在收入主要靠网店。”王树增说,线下实体店的收入还是不能支撑支出,但自己绝对不会关掉实体店,大道理自己也不清楚,但“我就不关,不挣钱我也不关”。

在王树增3万多个好友中,很多都是陪着王树增一路走过来的朋友。小墨说,自己还记得不贵书店刚开业时的模样,“跟我们想象的书店不一样,挺破的,跟个书摊一样。”书架从地顶到天也装不下,书像要溢出来似的,狭窄的过道里堆着成捆成箱的书,一抬脚就可能踩到。有的地方干脆胡乱堆积成一座小书山,一旦碰倒,整个书店就乱套了。

到后来,书店扩建、收拾,有了一些名人过来题字,书店慢慢就像一个“想象中书店”的样子了。

不贵书店发展到现在,依然是个小书店,但是成了大家伙一起买书、聚会的地方。与其说是书店,不如说是个寄托,“因为喜欢同一本书,我认识了好多朋友,我们线下也会一起聚会。能够因为喜欢而聚在一起,觉得这种感情很珍贵。”

读者龙哥是王树增的读者,也是他的朋友。龙哥是德州人,只要有空,就跟媳妇一起买16.5元的火车票,聊着天到济南玩。不贵书店是俩人必去的地方,即使再忙也要去站一站。

“我现在都对人说王树增是我表弟,但其实他不是,我跟他是在县西巷南头海底捞的柳树下认识的,当时他在那里摆摊,我去旁边媳妇公司接她时买了本书,后来我们就互相看着顺眼,他找我做设计,画画。”龙哥说,俩人成了朋友后,就经常互相搭把手,王树增骑着电动三轮车他去站点运书,俩人当苦力一点点把书搬回来。

当时王树增租的房子里全都是书,没处下脚,晚上就在书的海洋里睡觉。看着王树增从摆地摊到开书店,再到扩大书店,开网店,走上正轨,这个过程赋予了不贵书店很多超乎卖书的意义,“书店不卖咖啡、饮品,不卖周边文创还能赚钱,能做到这样,在济南也算独一份。”

因为只卖书的这份纯粹,一些作家、文化名人、报社编辑、大学教授都成了不贵书店的常客、朋友。也因为这些一起走过的日子,不贵书店在很多顾客心里,是“大家的书店”。

阅读报告之一:

85后年轻人越来越爱读红色经典

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 师文静

世界读书日来临之际,京东研究院联合京东图书发布《2021京东阅读数据报告》。《报告》显示,过去一年,人们阅读的书籍类型发生了极大变化,2020年以来,小说、文学、励志与心理学类书籍在不同性别、不同年龄段的读者群中都更受欢迎。

基于京东图书公布的榜单,2020小说和文学类畅销书有《三体X平凡的世界X人生X海海X你当像鸟飞往你的山X晚熟的人X云边有个小卖部》等;励志类书籍有《断舍离》、《终身成长》等;心理学畅销书有《天才在左,疯子在右》、《非暴力沟通》、《自卑与超越》等。

2020年许多人寻求安慰的五大类型书籍是:“寻找答案”“与童年及故乡和解”“拒绝成熟”“温暖的现实主义”“自我疗愈”。

除了文学的鼓舞力量之外,法律类、童书教辅、科学与自然、历史政治、理财投资等“功能性”或“学习型”书籍也在不同人群

阅读报告之二:

我国人均书房面积仅0.65平米

齐鲁晚报·齐鲁壹点 记者 师文静

世界读书日来临之际,当当发布的《2021中国书房与阅读现状洞察》报告显示,中国72.8%的家庭没有书房,人均书房面积仅0.65㎡。一线城市近9成家庭没有书房,人均书房面积仅0.26㎡;新一线、二线、三线、四线城市人均书房面积依次为0.53㎡、0.62㎡、0.80㎡、0.93㎡;只有五线城市达到1.01㎡。

有书房家庭的平均书房面积为8.6㎡,一线、新一线城市的家庭书房平均面积在8㎡以下,二、三线城市在8-9㎡之间,而四、五线城市则接近10㎡。

大城市“书房难求”。上海、北京、深圳、广州、南京是全国人均书房面积排名垫底的五大城市;上海人均书房面积最低,仅0.23㎡;而沈阳、西安等城市人均书房面积达到上海近三倍,分别为0.68㎡和0.64㎡。

报告显示,全国实现“书房自由”的平均成本为29万元。深圳、上海、北京的书房成本位列前三,分别高达近110万元、78万元、75万元。

天宇新成员郎茂山店、伟东新都店 明码实价,为您创造价值

秉承“正宗良品、平价精神”,天宇茶叶泉城新添两个成员:伟东新都店已于4月28日开业!

香绿新茶30元/斤、38元/斤;茉莉花茶23元/斤、39元/斤、58元/斤;铁观音35元/斤、45元/斤、55元/斤……全部茶品平价销售,明码实价,并标注原产地,售价仅仅在原产地进价基础上加8%—10%!

天宇茶叶平价超市成立于2006年,有连锁店多家,荣获“山东省茶文化优秀企业”“山东省第七届消费者满意单位”等多项荣誉。

为回馈泉城厚爱,郎茂山店、伟东新都店开业期间(4月20日—5月20日)到店赠送体验装,欢迎品鉴! 凭此报广到郎茂山、伟东新都店即可领取鸡蛋一份,活动仅限3天

郎茂山店: 0531-82729418 泉景天沅鑫园4-102(郎茂山农产品市场对过)

伟东新都店: 0531-67810656 舜耕路91-3号(伟东新都二区)

