

## “书店+短租”：

# 业态创新能否盘活书店

李明远

今年的政府工作报告中，涌现出不少新词。“分享经济”首入政府工作报告并被两次提及。其实，近年来实体书店在分享经济方面的探索已成效初显。由短租民宿在线预订平台小猪短租发起、10家实体书店共同参与的“城市之光”住宿计划上线以来，不仅圆了不少爱书人短住在书店的梦，也让书店获得新的经营收入。

### 书店住宿：一次双赢的品牌营销

“城市之光”计划筹备、发起之时，也是小猪短租副总裁潘采夫自身的转型过程。在来到小猪短租之前，他曾经是媒体记者。为推广“城市之光”，这位初次尝试做公司的前媒体人到南京、杭州、扬州、厦门和泉州等城市，与当地人文书店洽谈合作。在潘采夫与书店沟通前，一些书店经营者已经有了出租闲置房间的想法。一些打算探索新赢利方式的书店经营者也被他所打动。

“相较一般民宿和酒店，这些书店都拥有安静的阅读空间和浓厚的人文环境。”潘采夫表示，最终入选的10家营人文书店不仅与小猪短租理念相投，而且书店环境与周边环境都很优美。

不同于普通房源向房东收取10%的佣金，小猪短租在“城市之光”计划中不收取书店经营者佣金。小猪短租CEO陈驰提出，书店住宿计划具有丰富的社会意义，希望作为城市文化生态有机个体的人文书店能得到更多的关注、支持。

书店与小猪短租的合作，引来很

多媒体争相报道，对书店提升形象、知名度，有较大推动作用。“受益的不仅是书店，我们从这个计划中获得的回报更多。小猪短租希望通过分享经济这种新模式盘活社会资源，传播短租住宿理念。”潘采夫表示。

### 效果反馈：有口碑也有收益

“橘色的灯光伴着书香，映衬着淮海路的灯火，这里是我在上海住过的最特别的地方。”“外面是热闹的江山路，安静的房间给人的感觉完全是另外一个世界。”在小猪短租的网站上，住客留言给出了不少好评，有些住客甚至写下六七百字的评论。潘采夫分析说，书店住客本身就是传播能量很大的积极分子，他们是文学青年、旅游达人、文艺爱好者……在体验过书店住宿后往往会写文章表达心情。如此，“书店+短租”形成了自动传播的链条，书店得到收入，小猪短租得到住宿理念的普及。

查看小猪短租网站可以发现，根据客房条件、配套设施等情况不同，10家书店的住宿费用有所差异：最贵的厦门不在书店为598元/日；最便宜的西安回音公园概念书店只有68元/日；其他几家书店基本处于160元至400元之间。这样的价格，相对于售书收益，还是可观的。

目前运作较为成功的上海Mephisto书店，自2015年9月开业时就开启了短租业务。创办人吴志超表示，即使处于

春节淡季的2月，书店房间每月也有一半时间被预订。书店房间如今平均每个月有15天至20天被预订。这样计算，每个月能获得6000元以上的收入，不仅可以抵消书店每月房租，还略有盈余。

在北京、上海这样的一线城市，庞大的客流量让书店的短租订单得以持续。而位于湖北武汉汉口商业中心的文泽尔私人图书馆，因为房子为馆长自有，没有租金压力。图书馆负责人燕森林对春节前后1个多月内接到9个订单、收入3000多元表示满意。他表示，已经运营两年的另一间文泽尔私人图书馆也将加入书店住宿计划。

江苏扬州边城书店店主王军根据接单情况预测，书店每月能够保证10天到20天的预订，这将为书店减轻一半的房租压力。“短租能够对书店起到良好的补充作用，但不应成为书店的核心业务。书店还是要关注书和读者，让读者在设计精美、有人情味的空间里，感受历史人文，住宿是一种很好的方式。”王军表示，边城书店收集了很多木活字、清代雕版，希望通过书店住宿，激活书店的文化生态链，让读者不仅购买书籍，还能了解书籍的衍变过程，享受深度文化交流。

### 以书为媒：开启创新探索

查看网站上的预订情况可以发现，几家提供帐篷住宿的书店房间预订量相对较低。“相信随着天气逐渐转暖，全国迎来旅游旺季，加入计划的书店会迎来预订量的上涨。”潘采夫对“城市之

光”计划前景充满信心。他表示，根据目前掌握的情况，今年再邀请几十家书店加入不成问题。未来“城市之光”争取在更多城市落地，实现与全国100家书店展开合作。“我们也希望能通过这个计划带动一些公益项目，在世界读书日、儿童节等特别的节日，邀请孩子住在书店，培养孩子对书店、图书的喜爱。”潘采夫说。

在谈到“书店+短租”经营模式时，一些书店经营者表示，这种新探索对于管理便捷的小书店更容易尝试，但也存在着安全保障等不稳定因素。南京先锋书店等国内知名书店已成为当地文化地标，它们是否会尝试这种模式？南京先锋品牌运营管理有限公司总经理张兴透露，先锋书店有个图书馆酒店计划，与民宿联合，将书店与酒店两种业态打通。从装修开始就融入图书元素，设计一些个性化、艺术化、有设计感的空间。同时，举办一系列与图书有关的活动，邀请名家举办新书发布、阅读分享会，将阅读与居住、度假融合在一起。

“书店+短租”和图书馆酒店计划都是书店经营者注重用户体验，进一步开发书店空间的新尝试。“任何创新尝试都不能背离主业，从文创产品到饮品等多元经营，都要和图书结合，将书店品牌从图书主业发散出去。”张兴表示。

以书为媒开启书店多元经营的想象力，将多年培养的读者资源变为服务的用户，并不断吸引新一代读者，这样的探索正被一家家有创新精神的书店践行。

## 市场庞大 乱象迭出

# 如何让少儿艺术培训回归教育本身

本报记者 苏丹丹

近日，有关少儿艺术培训机构的消息不断：从事少儿艺术培训的北京东方童文化艺术正式申请在新三板挂牌；国内大型文化企业保利文化进入少儿艺术教育领域，全力打造保利WeDo艺术教育平台……然而，在少儿艺术培训机构高歌猛进之时，该领域存在的问题也被频频提起。有业内人士表示，社会艺术教育的市场庞大，利润空间巨大，但目前还存在很多弊端，加强对社会艺术培训机构的监管很有必要。

这些年，家长对孩子的艺术教育越来越重视，资金和时间的投入越来越多，很多人都看到了社会艺术教育的市场潜力，培训机构在短时期内得到了迅猛发展，但是其中的乱象一直为人所诟病。如何让市场更规范，让教育回归教育本身，成为亟待解决的问题。

### 少儿艺术培训尚处成长阶段

中国产业调研网发布的《中国少儿艺术培训行业现状研究分析及发展趋势预测报告(2015年)》显示，未来5年至10年，国内少儿艺术教育培训市场潜在规模将达到5000亿元。其中，中小学少儿艺术教育培训市场的规模将超出3000亿元，并以每年增长30%的速度持续扩张。预计我国每年参加各类艺术培训的青少年儿童将超过1亿人次。这一数据意味着艺术培训行业可挖掘的市场潜力还很大。

虽然市场前景被广泛看好，但是艺术培训行业现状不容乐观。在江苏苏州做过调研。苏州有2/3的艺术教育机构为民办机构和私人教式培训。公办教育机构，如少年宫或社区街道活动中心、行业协会开办的培训机构等占33.32%；民办教育机构与教育咨询机构占45.02%；私人教式的培训占21.74%。存在的一个突出问题是，部分培训机构不是给予孩子以正确的引导，而是利用家长的功利心理疯狂敛财。

据了解，由于准入门槛低，加之缺乏有效的评判标准和监管，少儿艺术培训市场目前的培训费用居高不下，服务质量也良莠不齐。不仅如此，如果家长发现了教育质量问题也无处投诉。记者了解到，在北京，钢琴课的收费标准在120元/45分钟左右，有些高端艺术培训机构收费达280元/45分钟。一位业内人士表示，现在很多机构收费很混乱，大部分家长又不太懂艺术，所以在选艺术培训机构的时候比较注重价格，加上缺乏认证和第三方机构对家长合法权益的维护，这使很多无牌无证机构和无资质及教学经验的教师在市场上浑水摸鱼，但教学质量却不尽如人意。

### 行业缺乏品牌培训机构

据分析，少儿艺术培训的市场准入条件较宽松，市场竞争激烈，很多机构短期行为严重，不太注重品牌的建设，机构主要的招生方式还是依赖熟人介绍和口碑，市场上有号召力的艺术机构大都是公立机构。此外，我国艺术培训业的集中度还非常低。

不过，这一状况可能在以后会有所改观。据《中国少儿艺术培训行业现状研究分析及发展趋势预测报告(2015年)》分析，随着少儿艺术培训行业竞争的不断加剧，大型少儿艺术培训机构间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的少儿艺术培训企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对当前市场环境和趋势变

化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。保利文化就是其中一个例子。

据了解，保利WeDo在成立之初就被赋予了极高的期望值，该项目致力于打造青少年极具品质感的音乐艺术教育社区，采取美国预科班的模式与中国实践教学相结合，为具有音乐潜能和对音乐感兴趣的孩子及家庭进行课程内容的量身定制，并提供音乐戏剧表演。保利WeDo负责人曹红雯称，该项目不仅仅是培养艺术教育专家，也培育音乐家庭，倡导三代同修的家庭文化生活方式。

从课程设置和教师的安排来看，保利WeDo的确令人耳目一新。记者在招生现场了解到，不少家长都是老早就带着孩子去现场咨询。在与家长聊天中，可以看出费用不是家长考虑的第一问题，而是课程设置和师资力量。一些家长表示，越来越多的大型企业进入少儿培训机构是家长愿意看到的现象，对市场规范或将起到积极作用。

“少儿艺术培训其实是社会教育的一部分，社会教育比学校教育做起来更难，做少儿艺术培训首先要认清这一点，它不是牟利的工具，而是育人的方式。”曹红雯说，保利WeDo的目标之一是让少儿艺术培训回归教育本身。

当然，要做到让少儿艺术培训回归教育本身就需要对市场进行规范。对此，朱晓进表示，一方面需要加强对社会艺术教育市场的监管；另一方面要加强师资认定，由官方或半官方的行业协会、社会团体对社会教育机构进行师资认证，逐步在社会教育机构全行业推行师资认定制度。



3月14日，2016中国（北京）国际游乐设施设备博览会在国家会议中心开幕。此次博览会共吸引国内外游乐行业的近400家设备商、规划商参展，展区面积达4万平方米。在为期3天的时间里，博览会还举办了水上乐园发展论坛、主题公园发展峰会、摩天奖颁奖等一系列活动，为中外专业人士搭建交流平台，助推国内休闲娱乐市场快速发展。图为工作人员在展示操作全自动对战机器人。

新华社记者 刘勇贞 摄

## 江西晶赢：深耕舞蹈服装市场

赣文

在江西省贵溪市工业园区的最西边矗立着一片现代化生产厂房，出现在人们眼前的是一派繁忙的生产景象，那就是江西晶赢文化产业有限公司。

江西晶赢文化产业有限公司成立于2010年6月，它顺应市场需求，不断拓宽市场、开发新产品，并于2014年8月26日对注册资本、经营范围进行了变更，注册资本从原来的1220万元，增资为3000万元，一步步从小微文化企业发展成知名品牌企业。

### 创新设计，融入市场

公司创始人孔祥春是返乡创业的典范，他31岁时创办了江西晶赢服饰有限公司，也就是江西晶赢文化产业有限公司的前身。刚开始没有场地，资金不足，就在自家的厅堂开办了舞蹈表演加工小作坊，后来规模不断壮大，

业绩不断攀升，公司也有了自己的厂区、厂房。目前，在孔祥春的带领下，公司已成为当地文化企业的佼佼者，在艺术服饰行业更是全国知名。2014年，晶赢被评为江西省文化产业基地、江西省文化名企。

晶赢有如此成绩归功于公司的创新设计，能让产品迅速融入市场。

2010年，晶赢生产的产品从原来单一的拉丁舞服扩展到多个系列几十个品种，有摩登舞裙、民族表演服、舞蹈鞋、瑜伽服、练功服、休闲服及其他舞蹈用品。舞蹈服装品种繁多，从激情、奔放的拉丁舞服到精工细制、高端典雅的摩登舞裙，从随意、休闲的广场舞服到符合标准的参赛舞服，应有尽有。一方面，公司设计师将美学、材料学、色彩学等要素运用到产品设计中，设计出的产品款式新颖、紧跟潮流；另一方面，技术人员在生产过程中严格把关，力求做好每一件产品，做到了舞蹈服装的艺术价值和实用价值的有效结合。此外，公司还依据客户要求设计、生产不同系列、不同风格的舞蹈用品。设计的创新、品种的齐全、品质的优异、价格的合理，使

产品赢得众多客户的认可，也使企业成为了目前国内集设计、生产、销售为一体的较大的舞蹈用品文化产业基地。

### 完善管理，准确定位

晶赢在创建后的几年间，企业体制得以逐步完善。随着信息技术的发展，为了适应企业信息化管理和信息技术的发展，晶赢在公司内部建立了计算机局域网，实现信息资源共享，同时引进企业资源计划管理系统、生产管理系统、财务管理系统等信息化手段，成功运用于企业管理中，规范了企业内部管理，提高了企业在市场中的竞争力。此外，公司还积极推进产业现代化、信息化建设，在艺术服饰、舞蹈用品行业发挥模范带头作用。

在产品的市场拓展方面，由于企业成立初期受全球金融危机影响，曾面临订单不多、销售难以打开的局面。所以，一直以来，晶赢在继续拓展国内市场的同时，还积极开拓国外市场，先后在上海、北京、武汉、郑州、杭州、长沙等地设立晶赢产品(销售)形象店。

### 远景规划，着眼未来

经过多年的努力，目前，晶赢已成为艺术服饰、舞蹈用品的知名品牌。2014年公司重新定位了企业文化，提出了“艺术、舞蹈文化、精彩、梦想晶赢”的新宣传语，并建设舞蹈文化产业基地，计划用3至5年的时间，开发“舞蹈文化产业园区基地”项目。

在下一步规划中，公司将通过产品销售、舞蹈表演、舞蹈文化体验旅游等，把晶赢文化基地建设成以舞蹈文化为主导，以设计、生产、销售为支撑，集配套服务、舞蹈培训、舞蹈演艺、舞蹈文化研究、旅游休闲于一体的舞蹈文化产业园区。据介绍，产业园及配套基础设施共有九大项目内容，总体可概括为：“三大基地”即艺术服饰生产基地、舞蹈用品生产基地、舞蹈编排创意基地；“三配套”即配套物流、配套加工、配套销售；“一校两中心”即舞蹈培训艺术学校、舞蹈文化体验服务中心、舞蹈文化研究中心。

## 五部门整治高校及周边复印店盗版活动

本报讯（记者白伟）近日，全国“扫黄打非”办公室会同教育部、国家工商总局、国家新闻出版广电总局、国家版权局联合下发通知，部署各地开展高校及周边复印店专项治理行动，对部分重点省(区、市)重点城市辖区内的高校及周边复印店侵权盗版行为，有效遏制高校及其周边复印店盗版活动蔓延的态势。

全国“扫黄打非”办公室一直高度重视打击侵权盗版工作，仅去年就组织各地“扫黄打非”部门查处侵权盗版案件2194起，收缴各类侵权盗版出版物679万余份。但在工作中发现，高校及其周边复印店盗版复印教材等违法活动一直屡打不绝，且随着复印设备技术水平的提高，盗版复印活动愈加突出，严重损害著作权人合法权益。

针对这一突出问题，全国“扫黄打非”办公室联合教育部等五部门共同开展专项治理，对复印店盗版活动予以严厉打击。

据了解，此次专项治理行动以高校聚集或复印业较为发达的40个城市为重点，包括4个直辖市、27个省会城市及9个其他城市。重点打击复印店盗版复印行为以及利用网络开展盗版复印和业务推广行为。要求做到三个到位，即对高校及周边复印店全部清查到位，摸清复印店数量和证照持有情况；对复印店经营者法律宣传到位，明确哪些行为合法、哪些行为非法，要求依法依规经营；对盗版复印行为处罚到位，以查办案件为着力点，协调公安、工商、文化行政执法等部门深挖线索，查办一批盗版案件，取缔一批违法店档，曝光相关违法行为。

激发新活力 培育新动力  
助推小微文化企业发展