

《书店之美（典藏版）》

图书基本信息

书名：《书店之美（典藏版）》

13位ISBN编号：9787515509075

10位ISBN编号：7515509074

出版时间：2014-3-1

出版社：金城出版社

作者：田原

页数：328

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《书店之美（典藏版）》

内容概要

书卷是内心的河山，书店是尘世的天堂。书店之美，在于它承载了商业、心灵和人文的理想。书店在文化经济快速发展的今天得到全新的阐释。它们或以书吧、书屋的形式存在，或以生活馆、书馆等的招牌存在，或以与咖啡、美酒同在的方式混搭。但无论如何，都是一种演绎。演绎人们对生活、对生命、对文化的理解和诠释。本书作者考察书店业十余年。为了寻找在这个网络书店称雄、数字阅读勃然崛起的时代里，实体书店能否找到自己生存的空间，作者走遍全国各地的书城、书店或者大大小小各类混合型书店、书吧，写下满满的观察记录，记录那些就在我们身边的书店之美。

《书店之美（典藏版）》

作者简介

田原，资深书店人。生于1969年底，长在70年代。年已40，未能不惑。从商18年，还是一书生；卖书12载，不算文化人。历任贵州西西弗书店副总经理、北京第三极书局副总经理、北京纸老虎文化交流公司副总经理，现任原本信业（北京）商业有限公司总经理。著有《书店之美》、《书店之美（第二季）》等。

《书店之美（典藏版）》

书籍目录

《书店之美（典藏版）》

精彩短评

- 1、翻着图片看完的 枫林晚介绍的不好
- 2、寥寥数语，深圳书城的确做得很糟糕，不过这几年南山书城的更新倒是让人耳目一新
- 3、 借阅即可。
- 4、 个人感太强。隔代太深。或者我太外行。
- 5、 书店这种东西，注定要成为咖啡馆和茶座的附属物
- 6、 书店，竟然可以这么美！
- 7、 定价太贵了
- 8、 感觉作者有一点自负 有时候让人读起来蛮不舒服的
- 9、 太不给我们书店面子了！！！都没有好好了解就一棍子打死我们枫林晚！！！再怎么好都给个差评！！！
- 10、 精装版比平装版好太多，之前图片都是亮的。平装的我看过，图片多是用手机拍的，光线比较暗，好好的书店拍的像鬼屋一样。精装版也有不足之处，如果只是逛书店的个人感受完全不用写这么长；如果是专业从业者的角度，那内容又太杂了……如果是看书话类的书还是看钟芳玲的书比较好。
- 11、 借来看看就行……98块不如拿去买洋芋……
- 12、 独立书店的今天，生存实在不易，但还是希望这些美好的事物可以留存的久一些。
- 13、 看过此书才明白，同样是游览书店，该作者和钟芳玲之间真的有天壤之别。再和去年出的那本《东京本屋》作比较，这本书更显得没有价值。作为一个商人，看到的不是书店的内在美，而是它的商业价值和前景，顺便拍照出本书。另外，很讨厌在书店不停拍照的人，作者说他不认同顾客就是上帝，其实他扮演的就是上帝。
- 14、 现在有能力了，也多了在书店买书支持实体书店。
- 15、 对想开书店的人来说，有部分地方值得思考。也有很多内容比较泛泛而谈。更像是一本“怎么开书店”的入门级读物？最后一章给自己的新店卖的小广告说实在的没什么意思，看完也不是很想去。囧。还有一个必须吐槽的，选纸太糟糕了，这个纸一直反光，看完整本书，差点把我看瞎。
- 16、 在注销的豆瓣账号应该记录在国图看过这本的简版；精装版就是作者的一些所观所感，配上一些照片；不是能开书店就会写书，这本书只适合图书馆收藏，并不具有特别大的价值，尤其是浮夸的装饰和价格。
- 17、 每次都时刻准备着 因为说不定就会去哪座城市 人生那么长
- 18、 找找新蒲點
- 19、 1.书店不应看重盈利。
2.书与咖啡是好搭档。

1、在图书馆里一直想借到梁文道的《我读》系列作品，今天却无意间发现了这本《书店之美》，厚厚的书籍，纸张印刷和包装都很精美，于是引发了强烈的好奇心——在我看来，虽然自己喜欢读书，也喜欢买书，但很多年没有逛过周围的书店了。当当、京东、亚马逊甚至淘宝价格上和质量上都属上乘。何必去书店费事巴力地一点点地掏书！？前些日子看有些关于书店的发展的评论文章说：传统书店因为网络打折的缘故，大多数都经营不善，很多已经倒闭了，即使没有倒闭的，也只是在城市的角落中苟延残喘。那么书店想要顺利的发展下去，或者简单地活下去，就必须走个性化之路，因为单单从书籍价格方面讲，书店需要考虑房屋租赁，人力资源，室内装潢，水电等成本的问题，在价格上永远比不上网店。在此之前，我所知道的享有大名的实体书店之路只有台湾的诚品书店，以及南京先锋书店以及国营的新华书店。而这本书把国内大部分出色的书店都进行了一一介绍，还配有精美的彩色插图。可以说是近年来我所读过的印刷质量和效果体验最好的一本书。这本书根据作者的亲身经历，介绍了北京、上海、苏州、杭州等十个国内大中型城市的47所风格迥异，或温馨或美丽的书店。在当今社会上很多人不读书、鄙视读书的现状下，在互联网电商拼了命疯狂的打折的情况下，这些书店如何安静地坚持自己的个性发展，如空谷幽兰一般，在城市的角落中静静吐露自己的芬芳呢？一切为了读者的用户体验刚才说过了，单纯从价格上，可能实体书店永远比不上网店。但是，人们也都知道，很多东西受到人们喜爱的原因不仅仅在于价格，或许是一种体验，或许是一种个性化的包装，甚至或许仅仅是因为出于某种习惯。同样的智能手机，苹果的就可以卖到四五千元。同样的包，prada可以卖到上万，。。。那么书店是否也可以这样，从品牌或体验中获得溢价呢？从这本书中我们可以看到，有很多个性化的书店在当今社会上生活的依然很好，他们依靠的就是全身心地细致的，提供给读者专业和丰富的阅读体验。很多阅读和购书体验是网店上无法享受到的。比如书中介绍的一个美术图书馆，你可以用摄像头摄取书中内容后，再由投影机到墙面上去看，你可以自己翻书看投影也可以在人家翻书的时候看投影，这个时候艺术的交流不再同步，感觉都会非常奇妙。书中作者这样介绍：你意犹未尽地，被人家哗哗翻过成了惊鸿一瞥，人家情趣盎然的，你却索然无味，摩拳擦掌，急不可耐想要翻页人和书的交流，你能感受到如此的不同。而有的书店则文化气息颇浓。在这样的书店里点一壶清茶，静静地阅览一个小时的书籍，能感受到那种“调素琴，阅金经，无丝竹之乱耳，无案牍之劳形”的悠闲和悠然。因为个性，所以精彩纷呈作者通过对多家的书店对比，发现了这样一个结论——对书店本质的不同理解，会引导书店走向不同的方向，选择不同的路径。如果你理解顾客来到书店，就是为了买便宜书，买书和买大白菜是一样的，那么低价，打折，促销，不断满足顾客对于性价比的追求，当然就是书店的核心价值了。如果你理解顾客来到书店是为了获得好书，得到生命的滋养和精神心理的升华，那么，对图书品种，质量，数量的不断追求和提炼，就是书店的核心价值和能力。如果你理解顾客来到书店不仅仅是为了获得知识和智慧还有获得审美体验和情感共鸣，那么你会把图书之外的环境风格文化，和顾客交流作为书店的核心价值，此时的书店就是一个人群生活的方式。有个书店的小黑板上这么写着：阅读的状态，可蜷缩在沙发中，亦可端坐于书桌前，可身处如厕小间，或置身于奔驰车厢内，可以平静依然，可泪染双襟，可惊叹，可悻悻然。。。阅读时，动用你所有的感官眼睛在书页中认字，耳朵听取朗读的内容，鼻子闻着纸张、墨水、印制板或皮革等熟悉的气味，手触摸者或初粗糙或柔软的纸页，平滑或坚硬的封面。。。这是一个爱书人阅读的感受。他不是仅仅用眼睛去读书，用眼耳鼻舌身意，全身心地爱着书中的内容。而书店能够体会到这一点，就是把图书、环境、服务、员工、读者，甚至和过客都组合成一个有机的，相互结合，相互渗透的整体。这是一种境界，需要非常用心才能做到。书店是一个多重关系交融之处，和我们习以为常的书籍和人的交互之外，还有一种人与人、书与书之间的无声触动。在书店中漫步，突然发现另外一个人也拿着你爱的书，在平心静气地阅读，这种灵光一闪的感触，简直一切尽在不言中的默契。企者不立跨者不行这本书中介绍的数十个书店中，很多传统的书店可能越来越步履维艰，但是如果转换思路，积极采用跨界思考的模式，进行全新的商业开发，那么书店可以成为一个服务平台终端，而不仅仅是购书场所。比如书中介绍的河南阅开心读书社，用开放的多业态创新尝试，来吸引所有爱书的人在这里汇集。除了购书以外，包括咖啡休闲、私人书房、上网体验、影音享受、读书讲座，以及创意商品销售等等，把顾客文化消费要求进行整体打包，采取提供集成方案的会员制营销思路，打开一条关于阅读的全新理念之路。的确，阅读，不是单维度的，而应该是多维和立体的，其实我们每天所记的文字、图像、声音都可以是阅读的组成部分，阅文，阅书，阅人，阅世，色声香味触法，无不可为我们塑造自己内心丰富的

《书店之美（典藏版）》

精神世界而进行体验。感受作者借评价某个书店的时候说过：做书店不一定非要挣钱，也许还会亏一点，但是你由此可以获得一种独特的自我存在方式，获得一种在世界和人间的自我表达，书店绝对是一个充满理想主义的选择。这些规模不一，个性迥异的书店，真的如一株株盛开的兰花，在城市的喧嚣中静静等待为爱他的人吐露芬芳，不如让我想起《猗兰操》的词句：兰之猗猗，扬扬其香。不采而佩，于兰何伤。今天之旋，其曷为然。我行四方，以日以年。雪霜贸贸，荠麦之茂。子如不伤，我不尔觐。荠麦之茂，荠麦之有。君子之伤，君子之守。

《书店之美（典藏版）》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com