

浩瀚書海尋佳作 實體書店代網羅 盲購製造偶遇 開卷滿屋浪漫

早前內地疫情嚴重期間，北京單向街書店發出一封「求助信」在文青圈引發了轟動。這家成立於2006年的書店寫道：疫情遲遲沒有盡頭，書店撐不住了。疫情只是催化劑，實體書店的式微或許是意料中的必然之路。近段時間，單向街書店、先鋒書店、杭州曉風書屋等多家實體書店，通過直播售賣盲盒自救。在浩瀚書海中找佳作閱讀，尋尋覓覓，花費不少時間，購買盲盒製造偶遇，開卷有益也可以非常浪漫。

大公報記者 周琳



▲北京72家實體書店推出外賣服務，讀者可以通過平台買書 網絡圖片

「盲盒經濟」一時風行。這種源於日本的小盒子中裝着玩偶手辦，買的時候不知道裝的哪一款，賣的就是顧客對商品不確定性的期待。不可否認，最近書店扎堆賣盲盒，是疫情帶來的經濟壓力，但疫情更多的只是壓倒書店的最後一根沉重的稻草。在危機中，「老派公知」、單向街書店創始人許知遠在3月9日走下「神壇」，與淘寶頂流主播薇婭連線，開啟了一場名為「保衛獨立書店」的直播。6分鐘，99元的盲盒就賣了3000件。這突破了許知遠的認知，也讓一直在小眾文藝圈中的實體書店開始重視盲盒等新型銷售方式。

關鍵在於選書人審美觀

與裝着玩偶手辦的盲盒相比，書有那麼大的魅力嗎？書店盲盒的成功，關鍵還在於選書人的審美深度。例如，單向街所挑選的書籍，均為出版體系中的佳作，包括《單讀23·破碎之家》、《最危險的書》、《佩拉宮的午夜》等。盲盒上的一句標語道破了其價值所在：「你可以將它視作一個以不同維度認識這間未曾謀面的書店的方式、重新閱讀一位老朋友有機會」。

和單向街一道抱團自救的，還有先鋒書店、1200bookshop、精典書店、曉風書屋、烏托邦書店。其中，先鋒書店大概算是書店盲盒界的先鋒。

隨機閱讀獲意外之喜

早在2015年，先鋒書店就在其網店上推出了「定製」盲盒：讀者留言訴說自己最近的心情，書店根據需求針對性地挑選。「很多讀者面對一個龐大的書庫，不知道如何開啟閱讀，所以比較

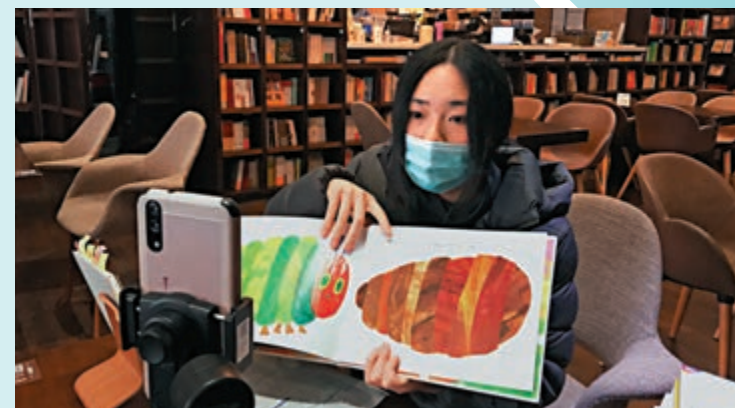


▲實體書店紛紛推出「盲選好書」活動，製造驚喜招徠客人 網絡圖片

貼心的方式就是我們幫你挑選。」先鋒書店品牌運營經理李新新說。

在無界書店，李小姐買了文學類的盲選。她告訴記者，書不像手辦，如果打開發現踩了雷，會更影響對書店的信任。所以很多人買書總喜歡先看豆瓣推薦，在買之前已經對書的內容有了基本認識，少了驚喜之感。這次的盲選書是兩本不知名的小說，但卻意外地好看，如獲至寶。

除了名家推薦的「背書」，先鋒書店還創新地推出了「氣味盲選」（1本圖書+1款香水）、「甜鹹盲選」（1本書+1張手寫明信片）、「賭酒盲選」（至少1瓶酒+其他）等新花樣。有人說，打開盲盒閱讀是一次劈開冰海的旅途，實體書店未來的自救也是。



▲鍾書閣2月開始做線上直播，在不同平台開展讀書會、鑒書、售書等，近期在天貓的一場直播，有7萬多人觀看，售書2000餘冊 網絡圖片

盲盒經濟話你知

「盲盒」

● 盒子中放置不同的物品，消費者憑運氣抽中商品

「盲盒營銷」

● 類似於一種抽獎遊戲的商品營銷手法，大大刺激用戶的復購率。最初大量用於二次元領域的手辦銷售，由於用戶的收集癖，「盲盒營銷」能快速刺激產品銷售，挖掘消費潛力

「盲盒現象」

● 一種「驚喜經濟」，人們已經不滿足於消費本身，而是希望通過消費帶來更多的體驗元素，盲盒就是抓住了「驚喜」這個元素。

資料來源：江蘇商報、中國青年報 大公報整理



▲珠海無界書店推出「無界盲選」，讀者根據「童書」、「文學」、「社科」等關鍵詞來選擇圖書 網絡圖片

無目的閱讀妙不可言

閱讀本身其實就是「無目的」的，從這種意義上來講，盲盒的形式給讀者帶來了更多的體驗感。近日，先鋒書店天貓旗艦店重啟，推出「創始人盲選閱讀計劃」，邀請詩人北島、音樂人李健、作家阿乙、詞作者方文山等，為讀者挑選圖書。

在3月9日的書店直播中，陳瀟買了3家書店的盲盒，他認為，盲盒裏的書比正價便宜，開卷就是有益的。最重要的是，無目的的閱讀反而更能感受閱讀的快樂，讓人覺得這是一種妙不可言的緣分。

平時喜歡深刻文學類書籍的李雯在購買盲盒時特別選擇「社科」的主題，她說，既然選擇「盲盒」，不妨試一下新的領域會不會帶來火花，本以為是一本枯燥的專業書，卻收到了「甲骨文叢書」系列中的一本，意外地有趣。

從「圖書外賣」到「書店盲盒」，書店為了生存，紛紛推出了新的玩法。通過搭線「盲盒經濟」，將原本單調乏味的選書過程，升級為抽獎式的購書體驗，無疑是一類促進圖書銷售的好措施。

應該看到，「書店盲盒」雖能促進銷售，但是否能真正讓讀者讀下去，進而打造黏性消費才是書店的長久之道。 記者 周琳

疫情下的圖書市場

● 2020年1-3月，整體圖書零售市場同比下降15.93%，網店渠道同比上升3.02%，實體店渠道同比下降54.79%，但「疫情」「病毒」等主題相關的圖書銷量上升，如：

● 《霍亂時期的愛情》強勢返榜，排在開卷虛構類榜單第11名，是返榜圖書中名次上升最多的圖書

● 《鼠疫》等銷量創近兩年來的歷史新高

● 《病毒星球》2月份銷量是其2019年4月上市以來的最高銷量

● 《大流感：最致命瘟疫的史詩》2月份銷量比2019年12月份上漲約23倍

● 《瘟疫與人》2月份銷量增長是其上市以來平均銷量的近10倍

資料來源：經濟日報



▲北京外研書店精裝筆記本一經推出，立刻售罄 網絡圖片

實體書店自救措施

- 線上直播薦書 聚人氣起步穩
- 書店送「外賣」 開啓銷售新模式
- 多元經營新業態 進軍文創產品

記者周琳整理



圖看神州

走下鋼梯，走上樓梯

四川省昭覺縣支爾莫鄉「懸崖村」與地面垂直距離約800米，至今無法實現整村通公路，因村民進出村莊需攀爬陡峭的懸崖而



備受關注。為緩解村民出行難、出行險問題，當地建設實施了「鋼管天梯」工程。為徹底改變村民居住生活條件，昭覺縣將「懸崖村」建檔立卡貧困戶列入易地扶貧搬遷範圍，阿土列爾村全村84戶建檔立卡貧困戶將陸續搬遷至位於昭覺縣易地扶貧搬遷縣城集中安置點的新家。5月13日，「懸崖村」——阿土列爾村高山區的31戶貧困戶搬到縣城集中安置點。走下鋼梯，走上樓梯，他們的居住條件實現歷史性改變。 新華社

內蒙古會唱歌的路奏響《歌唱祖國》

【特稿】

日前，內蒙古自治區首條音樂公路建設完成，正式向公眾開放。

在車輛通過這條路時，便會響起《歌唱祖國》的音樂聲。這一有趣的現象引得不少遊客前來打卡體驗，這條鄉村公路也被當地村民稱為「會唱歌的路」。

採訪中，當地村民張靜對記者說：「以前從來沒聽過『會唱歌的路』，沒想到在查乾柴達木村實現了。當車走在路面的時候，響起了動聽的音樂旋律，心情感覺非常地開心，感覺



▲5月14日，車輛行駛在音樂公路上 中新社

路面上刻畫了不同深度、不同寬度的凹槽，使其形成有聲階音階的音槽和音柱，當車輛駛過，輪胎與路面的摩擦便會產生旋律，形成樂曲。

音樂公路總長280米，當行駛車輛以每小時45公里的速度勻速通過時，會呈現出最佳效果，《歌唱祖國》的旋律會持續30秒。記者實地體驗後發現，駕車行駛在音樂公路上時，不會有強烈的顛簸感，在車內聽到的樂曲聲也比在外面聽到的更加清晰流暢。 記者 喬輝、王月

AI煲仔飯機器人1句鐘出餐140份

5月12日，河南省鄭州市，一台「AI煲仔飯機器人」亮相鄭東新區街頭，這台機器人可實現全自動化烹飪餐品，平均每小時能製作140份煲仔飯與湯品美食，可謂一家「黑科技」滿滿的「無人餐廳」。

工作人員只需提前將半成品的放入機器冷藏區，即完成了準備工作。顧客掃碼下單後，人工智能控制的智能化機器人會自動將煲仔飯放到加熱灶上，自動控制火候，並在烹飪途中自動加水、

加油，大約15分鐘結束製作，將餐品送至出口。

炮製煲仔飯蛋花湯

顧客無接觸掃碼取餐後，可根據口味加入醬油、香蔥、青菜等。據了解，「煲仔飯機器人」是人工智能在餐飲行業應用的新產品。目前，這台機器人提供廣式臘腸味道的煲仔飯、紫菜蛋花湯，每份套餐價格設定為23元人民幣，每天大約能賣出120-130份。 環京津網