

数字时代背景下书店经营模式的研究

——以诚品书店为例

庞硕

河北科技大学(新校区) 河北 石家庄 050018

[摘要]传统的实体书店常常定为为卖书,而诚品书店不仅仅是卖书,还是读书的舒适场所,并且是购物餐饮娱乐和文化等等融为一体的经营模式,这种多元化的经营的服务发展模式值得我们每个创业者学习。显然单一的模式难以满足群众的需求,多元化发展才是未来实体书店发展的出路。本文以诚品书店为研究对象,通过上网查询案例分析。从“视听触嗅味”五个方面对诚品书店的发展过程和多元化服务详细介绍诚品书店的服务品质。

[关键词]诚品书店;视听触嗅味;服务品质

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.344

1. 引言

诚品书店是1989年吴清友先生在台北仁爱路圆环创办第一家开始,一开始本着生活、创新、服务、工作的初衷,发展为今日以文化创意为核心的复合式经营模式。从名称来看,诚,是诚恳的心意,是执著的关怀;品,是专业的素养,严谨的选择。取名“诚品”,代表着诚品书店对美好社会的追求与实践。诚品书店的复合定位和品牌形象的设计,在同类行业中绝对属于成功典例,不仅冲击读者各个感官的感知,还多层次的将品牌精神传递给消费者,不但促进了诚品书店消费文化的差异化发展,而且满足了现代都市消费者的情感需要。

2. 实体书店转型的时代背景

近几年,许多电子商务平台飞速发展,电子书,网络阅读引领市场主流,全国倒闭的实体书店就有一半之多。阅读的方便化,已成为数字时代阅读发展的重要指数。网络零售对传统零售行业的冲击,实体书店更是这样。我们在线上买书,已经成为了常态,因为随着快递方便,大家都不想出门。面对这种现象,诚品书店不急于做出改变,他有他的节奏和规划。诚品书店自开业以来,便不仅仅是卖书,而是希望为读者提供一种阅读方式,诚品书店不以企业的盈亏作为书店经营最高目标。也正是因为如此,读者在这里也不仅仅是买书,更多的是一种享受,一种习以为常的休闲方式^[1]。

3. 诚品书店的差异化服务经营

3.1 诚品书店的对品质的追求

宝岛地区的诚品书店,被人们誉为“可以触摸到城市灵魂的地方”。他在台北创造了了独特的“诚品之夜”文化,这个书店甚至成为游客去宝岛地区旅游的文化旅游景点。作为诚品书店的创办人吴清友,他本想的是想创建一个高品质的消费环境,对消费水平不高的人来说,到诚品书店购物,可以实现自己对品质的追求。就好比星巴克咖啡厅。现在的诚品书店可以说是全世界客流量最多的书店了。

3.2 复合式经营模式

诚品首次推出“24个小时”的经营模式,成为了“不打烊书店”。给那些学习者提供了大量的时间和空间。诚品从该开始创立之初就不只是卖图书,而是融合工艺品、文具和礼品、影音映像等各种产业。

随着下属公司诚品生活的出现,他的出现不仅是代表着文化的创意,更是文化创意产业的开园,他旨在成为“创

意经济的全平台”。2014年,诚品集团的营收比例中,图书零售仅仅只占总收入的30%左右,70%的收入来自其它经营业务定位为人文艺术小型专业书店。包括食品、餐饮、小商品城、创意工业品等等。一楼有个小空间,是环境设计,经常有才艺表演活动。

在二楼主要是24小时营业书店,主要有艺术、历史、工作、设计与杂志等,还有咖啡机,闲暇之余,来一杯咖啡也是很不错的。也有诚品文具店会买一些文具盒卡片。这里有温暖的灯光;有人性化的转角设计;更有自由阅读的环境。每一个细节都能看出吴先生在用心为爱书的人营造最好的阅读场所。

3.3 优化服务,以顾客为中心

相比网络书店,实体书店除了有不可替代的阅读环境,还能供应特有的服务质量,这种优势是网络书店比不了的。诚品书店能够在猛烈的市场竞争下获得自己的地位,大部分的功劳还是诚品经营的本质,就是经营顾客。

因此,书店必须在民心方面下功夫,他们不仅定期给读者朋友推荐好书,还举办各种书友会或者“读书节”活动来吸引人气,有时候也可以邀请名作家来签售。央视主持人白岩松就曾受邀在现场签售新书《幸福了吗》。这是对书店的肯定。在一个就是优化服务,如主动为大家查找书籍,帮助顾客照看孩子等,甚至可以同城送货上门服务。完善服务,就能充分发挥实体书店的优势,这也是诚品对顾客的服务。

4. 诚品书店的服务给顾客带来的感官感受

“人类的感官系统是整体和部分的关系,虽然多感官的联合工作有利于加深记忆,但是感官系统之间也可以彼此独立工作。”这是崔婉君在聊城大学,基于情感体验的独立书店品牌形象设计中提到的。分别通过颜色、味道、材料,属性、规格、等冲击五种不同感官,使消费者对服务感受更加深刻,队品牌记忆更加立体。给顾客更加立体的感受,带来全方面的服务。

4.1 字体与暖色灯光温馨的视觉感受

在我们的五个感官中,获取最直接,最有效率的就是视觉这个感官。著名生物学家寿天德曾说过至少有80%的外界信息通过视觉获得,人们从小时候所积累的视觉感受经历长期的转化,这在色彩上表现十分准确,比如,蓝色会使人联想到凉爽的感觉、红色会使人联想到热情的感觉,绿色会使人联想到自然的感觉。对于不同的字体形态也会有不同的感

受,含有视角的字体给人端庄、高雅的感觉。

第一,在字样的设计方面,诚品书店的字体都采用了和宋体相似,含有视角的明体,体现出传统和文化相结合的视觉体验。而明体使用,是的书店更加文化深厚,给人眼前一亮,看到明体就想到诚品书店。

第二,在颜色方面,诚品书店内大部分采用了暖色,室内大多将浅黄色的墙壁贴纸。暖色的灯光和木质的地板衬托,构成了温馨而自然地阅读空间。使顾客的认知升华到了情感化的高度。

第三,这里的格局设置错落有致,每一个主题区域是独立的通道是高低不等的,与整体相连,给人庭院深处的感觉,为顾客营造了一个充满格调,可以尽情享受的休闲空间。

4.2 恬淡的环境气味,划分成各自的嗅觉空间

嗅觉信息是直接送往大脑内部,所以嗅觉感知的途径即短暂又直接,记忆时间也更为持久。

正是因为诚品书店是复合式设计,所以决定了它不仅仅有书,还有其他一些食品、娱乐、文创等功能区。多种功能区不仅制造了自身的文化环境,而且也书店的多元化发展带来价值。不同功能区之间存在不同的气味。划分了各个功能区,也使人们通过常有的嗅觉经验,将诚品中具有独特的娱乐、美食等环境氛围联系起来,快速地形成了品牌的记忆,营造独特的文化、娱乐、创新、生活的空间,对书店品牌形象的记忆具有重要作用。

在功能上,气味属于看不见摸不到的。在书店环境的区分中不会影响书店全部的视觉外观,有利于形成相同的情调。因为气味的传播受环境的影响,这很好地促进了各个区域生态氛围的形成,保留了各自的形态特征。

在实际应用过程中,通过气味形成了书店内各自的生活空间。消费者在浏览过程中,会根据不同的嗅觉记忆点,和不同的气味会形成不同的感受。从而给予了诚品书店品牌的情感化,增添了品牌在消费者心中的影响。

4.3 悠远古典音乐营造优雅舒适的听觉氛围

音乐的特殊性使得音乐具有突破空间局限性的优势。它可以深入人心,音乐还可以表达我们的感情,让我们抒怀。所以,对音乐的选择与声音的大小对书店环境氛围的烘托更加重要。所以诚品书店选择了西方古典音乐,其中莫扎特的《“一首小的夜曲”》等世界名曲。然而古典音乐的复杂和多样的技术还有深厚的内涵感情,区别于不同的民间音乐,这些都是经过时间大量的沉淀的音乐给人尊贵、高尚的感受。诚品书店细心地调低了音量,给消费者提供了一个相对安静的氛围,提升消费者的阅读感受。

4.4 标牌的细节纹理与立体的海报设计提供丰富的触觉感受

因为触觉是我们身体最直观的感觉,能摸得到的,所有可以提供更多的情感感受,这主要表现在书架、书柜、桌椅、书籍等触摸感受。但同时对于不同物体的材料和纹路也会有不同的视觉体验,所以从而形成比较强烈的视觉和触觉的冲击。

诚品书店在触觉的应用方面,主要表现在两个方面:

第一,在书架材料的纹路上,采用木质材料,伴着淡淡的木香,使人能够更加静心诚品书店在其运营过程中,不仅运用了单一的平面印刷覆膜的工艺,而是选择具有凹凸效果的线状纹理,其视觉效果更接近自然,有着丰富的触觉感受,平行线的纹理也符合几何化的现代设计。

第二,主要体现于海报的立体化设计与立体书籍相仿,通过材料的体积,使平面的视觉海报展现出了立体化的效果,给消费者带来三维的视觉感受。^[5]

在诚品书店如果想找一本书是一点也不麻烦的,不用像我们在传统的书店自己去茫无目的的找,他设立了有电子导航系统,我们有想找的书直接搜索你想看的系列的书籍,系统就会自动给你指引,不用我们去乱找,不仅节省了我们的时间而且还不耗费我们的耐心和精力。就好比我们科大的图书馆,存放书籍的书架都是采用木质,就给人一种非常高雅的感觉^[2]。

4.5 精选餐厅、美食,保留味觉记忆

这一点最能体现处以复合式经营为基础的诚品书店那就是餐饮美食,精选的餐饮美食不仅为消费者提供了阅读后休闲小憩的体验,也为诚品带来了更多的经济来源。诚品书店内堪称美食城,包含点心、饼干、咖啡、下午茶等。

各式菜肴都表现得很精致,体现诚品为消费者们所打造的优美闲暇生活服务。诚品的部分美食也吸引了更多的消费者前来参观品尝,独特的美食更是深深地牵住了消费者的味蕾,保留了消费者舌尖上的诚品。为了考虑到各个地方的饮食习惯,诚品还推出各种主食和菜品,

当我们推开餐厅那扇沉甸甸的大门,首先映入眼帘的是一个风格高尚的阔大空间,抬头天花板上还挂着一大个水晶灯,像一颗颗钻石一样,散发着耀眼的光芒。古典的木质椅子,还有精致的中式吧台,都刷成洁白的。到处都弥漫着高雅的气息。而诚品的工作人员,会一直陪在餐厅里面,会主动向大家推荐好的菜品,每个菜品都有单独的加热器,想必大家也想体验一下这样的服务。

结论

在我国当前经济社会高速发展的情况下,实体书店的存在是无法替代的。它是一座城市的文化标志,是人们日常闲暇生活中获取精神价值的“粮仓”。相比于其他很多书店,诚品能坚持到现在实属不易,由刚开始的一家小店发展至今今天的庞大团队绝不是运气。诚品书店作为国内的大企业,服务品质一直是值得赞扬的,也正是靠着服务的态度让大家记住了这个品牌,提升了档次,使消费者对品牌的认知更加深刻,产生了依赖依托感,给自己加油充能。

参考文献

[1]杨杰.数字时代民营实体书店的生存之道[J].传媒论坛,2018,1(13):145-146+148.

[2]陆路.诚品书店经营模式对高校图书馆阅读推广工作的启示[J].漯河职业技术学院学报,2020,19(04):92-94.

作者简介:

庞硕(1997.06-),男,汉,河北省盐山县,本科在读,研究方向:服务管理。