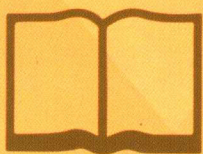


开一家赚钱的小店 系列丛书

开一家赚钱的 书店

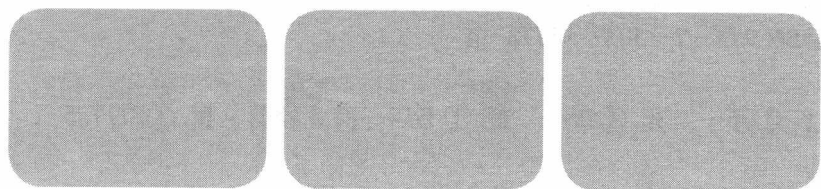


章名◎编著

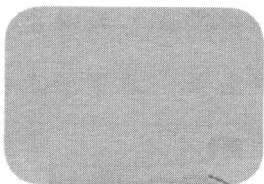
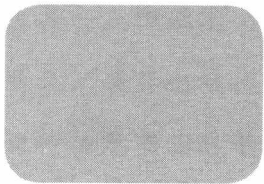
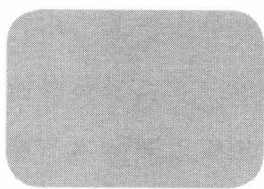


中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

开一家赚钱的小店 系列丛书



开一家赚钱的 书店



章名◎编著

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

开一家赚钱的书店/章名编著. —北京: 中国财富出版社, 2015. 11
(开一家赚钱的小店系列丛书)

ISBN 978-7-5047-5778-4

I. ①开… II. ①章… III. ①书店—商业经营 IV. ①F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 141988 号

策划编辑 姜莉君

责任编辑 姜莉君

责任印制 方朋远

责任校对 梁 凡

责任编辑 邢有涛

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)

010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 三河市西华印务有限公司

书 号 ISBN 978-7-5047-5778-4/F·2415

开 本 710mm×1000mm 1/16 版 次 2015 年 11 月第 1 版

印 张 15.5 印 次 2015 年 11 月第 1 次印刷

字 数 222 千字 定 价 29.80 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

前 言

图书是人类用来记录一切成就的主要工具，也是人类交融感情、取得知识、传承经验的重要媒介，对人类文明的开展贡献至钜，所以，无论古今中外，对于图书，人们总是给予最高的肯定与特别的关怀。

书店在功能上与其他商品零售店无异，是图书出版业行销通路成员之一。但因图书负有知识、文化传递使命，传统上较不被视为商品，书店也被视为文化事业，商业气息较不浓厚。书店业的产业特征是书店数量非常多，且每一家书店的规模都不大，因此无法获得规模经济利益。图书行业投资回报率低，使得书店缺乏资金及技术扩大营业规模；又或者是业者安于现状，数十年来在经营管理上都没有什么改变。

中国图书行业经营效益较为稳定，毛利率维持在 15% ~ 16%，销售利润率维持在 12% ~ 14%。但与其他行业相比，行业投资回报率并不太理想，行业总资产报酬率低于 6%，净资产利润率低于 8%，所幸两项指标都呈波动上升趋势。

据统计，我国图书行业销售规模在经历 2009 年小幅下降后，2010 年重新回到两位数增长速度，行业销售收入达 672.93 亿元。与此同时，行业利润达到 31.77 亿元，同比增长 43.71%。



开一家赚钱的书店

近些年，随着社会发展的步伐，书店业已形成实体书店和网上书店并驾齐驱的态势。而且，实体书店的确受到了网上书店的冲击。不过，不能因为这些客观原因而小觑了书店的优势，假设你懂经营，开的书店有特色，照样可以赚大钱。

现实中，网上书店的书的确价格较低，而且网上书店还提供送货上门服务。难怪就连最铁杆的民营书店粉丝，也习惯了从网上购书。很多民营书店倒闭惨象也说明，民营实体书店不能等着变革，不能总是一成不变走老路线，而应主动改变经营思路，适应社会发展和读者需求。实体书店不仅要努力降低成本，还应提高服务质量与网上书店争夺顾客。假设你开的书店有特色，适合大众读者消费理念，去实体书店买书还是比在网上书店下单感觉真实，顾客群也会一步步稳固。在欧美，很多民众购书的方式还是去书店，在地铁里、火车上、飞机上……处处都可见以纸质书为主的阅读方式，这也说明了我国的书店行业还是有前景的。因此，民营实体书店能否咸鱼翻身，关键还得靠自己。

实体书店除了拼价格，还可拼服务。除了在改善购书环境上下工夫，给购书者提供咖啡书吧等延伸服务、拓展多种经营外，还可效仿户外旅游用品商店组织“驴友”会推销产品的方式，组织书友会，通过不定期的打折促销和举办各种活动来吸引人气，培养忠实顾客群。为方便顾客，实体书店应尽快开展同城送货上门服务，改变书店辐射人口不多的劣势。

为弥补单个书店进货不多、难与出版社讲价的劣势，若干个民营书店完全可以组成销售联盟，共同进货，以降低成本；同时通过发行通用的会员卡，最大限度地拓展联盟的影响力，与新华

书店及网上书店相抗衡。凡此种种，都大有可为。

想开一家赚钱的书店，那就离不开日常经营管理，从选址、装修、进货、陈列、服务、经营上都要下很大工夫，本书详细地介绍了书店经营的一些诀窍，希望通过本书可以使您在书店的经营管理中得心应手，事半功倍。

在此，谨对参与本书编写的吴强、王振伟、杜延起、张萍、刘芳、张志勇、李光亮、李绍玲、贺子锦等人表示感谢！

作 者

2015年3月28日于北京

目 录

第一章 开书店需要哪些“基本功”	1
图书是什么	3
图书行业的发展趋势	4
和图书有关的术语	5
如何识别盗版书	8
开书店需要有一批书业的朋友	10
经营小书店的注意事项	10
第二章 开书店前须知	13
开书店可能存在的风险	15
投资开店须知三点	15
开书店的前期准备	17
开业前的资金预算	19
中小书店多大规模合适	21
开家小书店应注意四点	24
开业策划及准备工作	26
开书店要做好的七项工作	28
经营书店的十大误区	30
加盟连锁书店并非不可以	33



开一家赚钱的书店

开一家适合的特色店	34
第三章 好店址带来高效益	39
分析开书店的商圈立地	41
书店选址必须考虑的内在因素	43
开书店的“黄金宝地”	45
书店选址的两大技巧	47
书店选址的五大禁忌	48
选择好店面应注意的问题	49
接手转租店面需谨慎	51
租铺谈判与租赁合同	53
租金是否合理	56
第四章 书店的设计规划	59
店面设计的基本原则	61
如何营造充满文化气息的氛围	65
书架的设计艺术	68
书店外观设计应注意的问题	69
制作 POP（卖点广告）海报应注意的几个方面	69
书店如何规划“分类线”和“动线”	70
书店的实用规划模式	73
书店规划不可忽视的商品配置	76
第五章 合理陈列，提升动销	81
图书陈列的基本要求	83
图书陈列的八大手法	84

图书分类陈列的原则	88
如何根据图书分类去陈列	91
书店常用的码堆陈列法	93
科学的图书陈列模式	95
不可不知的图书陈列要点	98
图书陈列的5个规律性常识和10个禁忌	100
图书陈列还须注意的问题	102
促销货架的合理陈列	104
平展书台的陈列技巧	106
寻找书店的黄金陈列区	109
主题陈列赢得效益	110
第六章 开书店不得不学的营销艺术	115
书店如何利用卖场形象做营销	117
书店淡旺季的差异化营销	120
书店节假日营销应注意的要领	124
图书店堂营销四字真经	126
做好店外营销的四个方面	129
不可忽视的营销细节——书店内的标识与提示	131
提升销售指标的营销之道	133
太极销售法与恰到好处的推荐	135
个性小书店的营销新花招	136
另类的书店经营赚钱模式	139
书店需要主动营销	143

第七章 员工管理与顾客管理的艺术	151
导购员的五项基本职责	153
如何给书店导购员做培训	156
如何让导购员快速掌握图书分类	159
如何让店员成为店堂营销的主力	161
导购员如何为读者提供最“贴心”的服务	164
如何接待老年读者	167
顾客管理与会员制	169
第八章 不懂图书管理，最好别开书店	171
如何精确规划首期铺货	173
进书要考虑的三个因素	175
添书与退书的管理	177
如何处理滞销书	179
图书库存的管理技巧	180
第九章 书店的日常经营之道	183
书店如何加快货流	185
书店如何应对淡旺季	187
书店经营的十大误区	193
书店里的休闲区如何经营	197
让书店品类服从于门店策略	199
书店如何提高顾客的购买率	202
小书店的大经营策略	204
书店如何经营管理音像制品	207



第十章 教你开一家赚钱的特色书店	217
开一家赚钱的中小学教辅书店	219
开一家赚钱的女性书店	221
开一家赚钱的母子书店	223
开一家赚钱的休闲书吧	224
开一家赚钱的农民书屋	225
开一家赚钱的附着式书店	226
开一家赚钱的社区书店	229

第一章

开书店需要哪些“基本功”

开一家书店，也许很多人想过，不仅品位高而且还能赢利。大家都希望店铺开张后，车马盈门，生意兴隆，我们的日子也能越过越红火，越过越滋润。要想开一家赚钱的书店，那就必须先掌握一些开书店的“基本功”。



图书是什么

1. 图书的定义

在中国古代，人们曾对图书下过不同的定义。例如，从图书的内容方面出发的就有“百氏六家，总曰书也”（《尚书·序疏》）；从图书形式上出发的则认为“著于竹帛谓之书”（《说文解字·序》）。显然，这些定义是时代的产物，是就当时的实际情况而言的，不可能对以后的发展做全面的概括。但上述定义已经正确地揭示了当时书籍的内容和形式特征，并且把“书”看作是一种特指概念，把它与原始的文字记录区别开来。经过了长达数千年的演变，作为图书内容的知识范围扩大了，记述和表达的方法增多了，使用的物质载体和生产制作的方法发生了多次的变化；因而也就产生了图书的各种类型、著作方式、载体、书籍制度以及各种生产方式。所有这些，便促使人们对图书有了较系统而明确的概念。

直到今天，图书的定义仍有广义和狭义之分。广义的“图书”，泛指各种类型的读物，既包括甲骨文、金石拓片、手抄卷轴，又包括当代出版的书刊、报纸，甚至包括声像资料、缩微胶片（卷）及机读目录等新技术产品；而在图书馆和情报所的实际工作中，人们又要把图书同期刊、报纸、科技报告、技术标准、视听资料、缩微制品等既相提并论，又有所区别。在前者与后者有所区别的时候，图书所包括的范围就大大缩小了，这是狭义的“图书”。

2. 图书的构成要素及特点

从竹木简牍到今天的各类图书，不管其形式和内容如何变化，只要认

真地加以考察和分析，就可以看出它们都具有下面这样几个要素：

- ①被传播的知识信息。
- ②记录知识的文字、图像信号。
- ③记载文字、图像信号的物质载体。
- ④图书的生产技术和工艺也是产生图书的基本条件。

与其他出版物相比，图书的特点为：

- ①内容比较系统，全面，成熟，可靠。
- ②出版周期较长，传递信息速度较慢。

3. 图书的种类

按学科不同，图书可划分为社会科学图书和自然科学图书。

按文种不同，图书可划分为中文图书和外文图书。

按用途不同，图书可划分为普通图书和工具书。

按内容不同，图书可划分为小说、儿童读物、专业书、工具书、手册、书目、剧本、报告、日记、书集、摄影绘画集等。

按特征不同，图书可划分为纸质书、电子书、有声读物、盲人书等。

联合国教科文组织对图书的定义是：凡由出版社（商）出版的不包括封面和封底在内49页以上的印刷品，具有特定的书名和著者名，编有国际标准书号，有定价并取得版权保护的出版物称为图书。

图书是用文字或其他信息符号记录于一定形式的材料之上的著作物，是一种特定的不断发展着的知识传播工具。

图书行业的发展趋势

中国图书行业经营效益较为稳定，毛利率维持在15%~16%，销售利



润率维持在 12% ~ 14%。但与其他行业相比，行业投资回报率并不太理想，行业总资产报酬率低于 6%，净资产利润率低于 8%；所幸两项指标都呈波动上升趋势。

据统计，我国图书行业销售规模在经历 2009 年小幅下降后，2010 年重新回到两位数增长速度，行业销售收入达 672.93 亿元。与此同时，行业利润达到 31.77 亿元，同比增长 43.71%。

《2014—2018 年中国教辅类图书行业发展规模与行业企业发展状况分析报告》显示，至 2015 年中国图书出版品种将增至 41.9 万种，图书出版总印数将增至 79.2 亿册，报纸出版总印数将增至 552.3 亿份，期刊出版总印数将增至 42.2 亿册，人均年拥有图书数量将上升至 5.8 册，每千人拥有日报份数将达 100.6 份，国民综合阅读率将提高至 80%。这预示着图书行业需求将稳步增长，行业销售规模有望持续扩大。

和图书有关的术语

想成功开一家赚钱的书店，那么和图书有关的最基本的术语必须要掌握，不然对方说一个“码洋”或者“复本”，你还要让人解释，那就太不专业了。“专业的人做专业的事”，开书店前必须要懂一些必要的术语。

1. 码洋、实洋、复本

这是出版专业术语，其他行业都不这么用。“码”就是指数量的多少，“洋”代表钱，“码洋”就是“多少钱”。书刊的每一本上面都列有由阿拉伯数字（码）和钱的单位（洋）构成的定价，相乘得定价总额，一本书的定价或一批书的总定价，其货币额俗称码。“码洋”是图书出版发行部门

用于指全部图书定价总额的词语，即出版物价格的总和。

$$\text{码洋} = \text{定价} \times \text{数量}$$

相对应码洋的还有一个就是实洋，实洋就是“码洋 × 折扣”后的数字，即打折过后的价格。

$$\text{实洋} = \text{码洋} \times \text{折扣}$$

复本就是同一种书的数量。

2. CIP (图书在版编目数据)

CIP 是英文 Cataloguing In Publication 的缩写，指依据一定的标准，为在出版过程中的图书编制书目数据。经图书在版编目产生的并印刷在图书主书名页背面的书目数据称为在版编目数据。

3. ISBN (国际标准书号)

ISBN 是英文 International Standard Book Number 的缩写，是专门为识别图书等文献而设计的国际编号。在联机书目中 ISBN 可以作为一个检索字段，从而为用户增加了一种检索途径。ISO (国际标准化组织) 于 1972 年颁布了 ISBN 国际标准，并在西柏林普鲁士图书馆设立了实施该标准的管理机构——国际 ISBN 中心。现在，采用 ISBN 编码系统的出版物有图书、小册子、缩微出版物、盲文印刷品等。2007 年 1 月 1 日前，ISBN 由 10 位数字组成，分为 4 段：组号 (国家、地区、语言的代号)，出版者号，书序号和检验码。2007 年 1 月 1 日起，实行新版 ISBN，新版 ISBN 由 13 位数字组成，分为 5 段，即在原来的 10 位数字前加上 3 位 ENA (欧洲商品编号) 图书产品代码“978”。

以下就其余 4 段号码做简单介绍。

第一段号码是国家代码 (State Identifier)，最短的是 1 位数字，最长的达 5 位数字，大体上兼顾文种、国别和地区，把全世界自愿申请参加国际