



BOOK STORE

开家

BOOK STORE

书店

BOOK STORE

BOOK STORE

君悦 编著

中国宇航出版社



开家书店

君悦 编著



中国宇航出版社

· 北京 ·

版权所有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

开家书店 / 君悦 编著. —北京: 中国宇航出版社, 2005. 7

(开店系列)

ISBN 7-80218-006-6

I. 开… II. 君… III. 书店—商业经营

IV. G235

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 068149 号

责任编辑 田方卿 设计制作 谭卫华

出版 中国宇航出版社

社址 北京市阜成路 8 号 邮编 100830
(010)68768548

网址 www.caphbook.com/www.caphbook.com.cn

经销 新华书店

发行部 (010)68371900 (010)88530478(传真)
(010)68768541 (010)68767294(传真)

零售店 读者服务部 北京宇航文苑
(010)68371105 (010)62529336

承印 北京中科印刷有限公司

版次 2005 年 7 月第 1 版

2005 年 7 月第 1 次印刷

规格 889 × 1194

开本 1/24

印张 5.5

字数 130 千字

书号 ISBN 7-80218-006-6

定价 28.00 元

本书如有印装质量问题, 可与发行部调换

光合作用书房

水木店

2nd FLOOR PHOTO SCOPE

韩国
E-leaf
lu lu 鞋

好一

京G 40037



目录

第一章 图书零售业的诱人前景 1

- 一、发展潜力巨大的市场
- 二、个人投资书店面临的竞争压力

第二章 开书店的理由 7

- 一、图书零售业毛利率较高
- 二、书店经营风险较低
- 三、进入的门槛低
- 四、让读书人能够买到书
- 五、爱书，所以办书店
- 六、文化启蒙

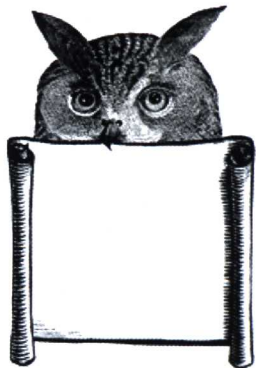


第三章 书店经营者需具备的素质 15

- 一、喜欢读书
- 二、有专业教育背景
- 三、对图书有敏锐的市场判断能力
- 四、必要的经营知识

第四章 书店类别区分 19

- 一、按图书种类区分
- 二、按出资人性质区分
- 三、按经营形式区分
- 四、按书店位置不同区分
- 五、按目标顾客的不同区分
- 六、其他几种书店



第五章 前期准备工作 41

- 一、获得书店从业经验
- 二、多接触一些书业朋友
- 三、了解渠道知识
- 四、了解书业信息



第六章 筹资与办照 47

- 一、开办书店有哪些投入
- 二、筹集资金的方法
- 三、为开办书店办理证照



第七章 书店的定位与选址 53

- 一、以店定址，还是以址定店
- 二、客流多则买卖旺
- 三、新开书店商圈的选择
- 四、兵家必争的新兴商圈
- 五、立地商圈调查
- 六、高租金换来高收益
- 七、选择店面时应该注意的问题
- 八、五种地点不宜开书店
- 九、租用店面应注意的事项



第八章 书店室内装修设计 65

- 一、轻装修重装饰
- 二、书店的主色调
- 三、灯光和照明
- 四、书架制作
- 五、书店装修的其他细节



第九章 卖场布置和图书陈列 75

- 一、需要明确的几个问题
- 二、合理划分卖场空间
- 三、图书分类原则
- 四、图书陈列的重要性
- 五、图书陈列的原则
- 六、常见图书陈列方式



第十章 购货的渠道和技巧 93

- 一、常见的进货渠道
- 二、如何选择品种
- 三、首次铺货需注意的问题
- 四、书店配货的技巧
- 五、常用的配货策略



第十一章 书店的营业管理 103

- 一、书店的人员管理
- 二、日常营业管理
- 三、搞好开架管理
- 四、维护卖场魅力
- 五、防止图书失盗
- 六、重视图书盘点



第十二章 书店的促销技巧 119

- 一、书店常用的促销手段
- 二、如何制定书店活动策划方案



附录

第一章

图书零售业的诱人前景

一、发展潜力巨大的市场

钟芳玲在《书店风景》一书中提到发生在《洛杉矶时报》特派员大卫·蓝博 (David Lamb) 身上的轶事：他在54岁时，决定独自骑自行车横跨美国。出发前他在精简的行囊中放了一品脱的威士忌和一本小说，上路两天后，他发现自己犯了个严重的错误，酒喝完了倒是容易补给，但是书看完了却不见得有救，许多小地方连一家书店都没有。对文字饥渴的蓝博有一晚在汽车旅馆内甚至看起《圣经》来了，一直到第三个星期，路过大城市孟菲斯，蓝博的焦虑才在一家书店内解除。尔后有人向蓝博讨教骑自行车旅行的要诀，他除了告知一些技术上的事项外，最后总不忘附加一句：“记得带一本书。”

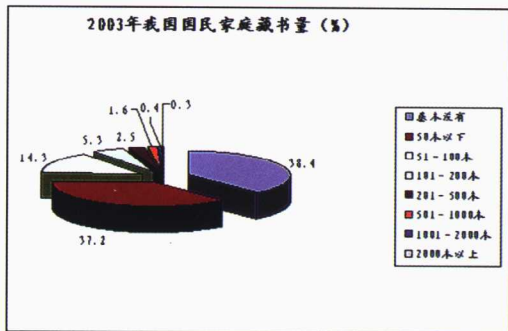
阅读活动是人类特有的文明行为和社会现象，可以说，人类文明史就是一部阅读的历史。从悠久的阅读史来看，文本作为人类阅读活动的客体和对象，它的每一次变化对阅读都是一次冲击。

即使将来我们无所不能，我们依然离不开人类文明之光的照耀和抚慰，离不开回忆和梦想。

阅读将是人类永恒的生活方式。

21世纪是知识经济的时代，社会越来越凸显出知识对于人们生存、发展的重要性，个人、家庭、企事业组织、政

府在学习、教育、培训上的投入也呈现出明显上升的趋势。同时，随着经济收入的增长和受教育程度的普遍提高，越来越多的老百姓已经不再满足于吃饱穿暖的物质享受，开始追求精神上的更高层次的享受，买书、藏书在知识分子和高收入人群中成为一种时尚，并且爱书一族的数量一直呈上升趋势，这预示着阅读和学习将成为越来越多的人一种非常重要的生活方式。



中国出版科学研究所组织实施的“全国国民阅读与购买倾向抽样调查”结果显示，我国国民对读书与个人生存发展依存关系的认识有了很大的提升，多数国民都感受和了解到科技迅猛发展、信息爆炸对生活、生存带来的挑战，

BOOK

STORE

开家书店

认识到知识更新对一个人一生的重要作用。调查结果显示,有87.7%的人认为在当今社会中,读书的作用对于个人的生存和发展来说是越来越重要了。与此相关的一个数据是,2001年人们的购书费用比上年增加的读者占59.7%,读者自费购书比例由1999年的46.1%上升到57.7%;2003年,我国城镇人口购买其他出版物的人均消费额虽然略有下降,但图书和DVD的人均消费额均有了不同程度的持续增长。这些数据表明,以个人读书、学习为主的图书消费市场正在形成。另外,读书、教育的永久延续性,决定了在未来较长的一个时期内,图书零售业是增长率高、可持续发展的行业。



三次调查我国城镇居民读书目的之比较 (%)

读书目的	1999 年	2001 年	2003 年
增加知识, 开阔眼界	63.4	57.3	49.2
提高修养	37.9	33.7	27.4
掌握一些实用技能	23.2	22.1	21.1
满足兴趣爱好	23.5	21.1	21.2
消遣娱乐	20.1	15.2	22.3
工作需要	23.9	21.6	19.8
与别人谈话交流	5.3	4.6	4.3
习惯	6.9	7.1	6.9
应对考试	4.8	5.3	7.2
其他	0.2	0.2	0.6

2001 年欧洲 5 国人均购书的情况

国名	购书金额 (欧元)	折合人民币 (元)
法国	44	484
德国	70	770
丹麦	86	946
英国	88	968
芬兰	116	1276

我国2001年人均购书为54.20元, 仅及法国的11.20%, 德国的7.04%, 丹麦的5.73%, 英国的5.60%, 芬兰的4.25%。同欧洲国家人均图书消费量比较结果, 说明我国的图书销售还有很大的发展空间。

随着我国城镇居民家庭收入持续快速增长, 一个明显的趋势是, 恩格尔系数(家庭或个人的消费支出中食品支出所占的比重)明显下降, 从2002年以来, 城乡居民消费结构升级的趋势日益明显。按照专家的看法, 我国新一轮的消费升级储备期已经有近10年之久, 消费作为拉动经济

增长的一个重要动力，正在寻求新的突破，文化消费包括用于购买图书的支出增加，是城乡居民消费结构升级的一个重要指标。事实上，目前北京、上海等一些大城市和部分沿海地区的人均收入较高，已经完全能够支撑起500元的年人均图书消费。

从中国图书市场的表现看，目前，中国是世界上图书消费增长最快的国家，近年来一直以两位数的速度增长，2003年图书销售总额达461亿元。业内专家分析，中国图书市场如果排除发行渠道和信息通道不畅等因素，目前其潜在纯销售额应该为每年900亿元。有关人士预测，未来几年内，中国图书零售业的年增长率仍将超过10%。如此巨大的市场空间，为业内外资本投入图书零售市场提供了强大的原动力。

虽然我国早在上世纪80年代就在一定程度上对民营资本开放了图书零售领域，但相对于巨大的图书消费需求来说，我国图书零售市场却仍然是有效供给不足，远远未达到饱和的状态。

我国目前有572家出版社，年出版图书19万余种（其中新书10万余种，再版书9万余种）；全国有新华书店系统销售网点13000多个，民营书店5.7万多个（包括个体私营书店），此外还有许多图书批发点、读者服务部、图书俱乐部和网上书店。单纯从图书品种和销售网点的规模和数量上来看，中国图书零售市场似乎是一派欣欣向荣的景象，但是，由于中国图书产业化程度和运营水准不高，流通渠道和信息通路不畅，图书业营销不力，图书发行迟滞，书店市场覆盖率低，许多城市特别是中小城市，还缺乏规模经营和服务于真正读书人群的书店。

据《中国图书商报》近四年连续所作的全国读者调查，读者认为买书难的比例四年分别为80%、59.5%、58.8%、43.5%。许多读者在调查过程中提出，“出版社也许出版了

我想要的书，但我不知道。”“我知道出版社出版了我想要的书，但书店就是买不到，我不知道怎样才能买到。”这意味着中国图书业发展至今，仍有四成多的读者购书意愿难以得到满足，与此同时，出版社却存在400多亿元的库存图书积压，造成“读者买书难”、“出版社卖书难”的现象。

加入WTO之后，中国图书业正酝酿一场巨大的变革，首先是政府为中国书业加快发展和走向国际作政策导航。2003年1月在“2003年中国书业高峰论坛”上，国家新闻出版总署副署长柳斌杰明确表示，新闻出版总署将围绕依法行政、加快发展、深化改革、对外开放、加强监管等五方面推出20多项政策措施。其次，中国履行入世承诺，2003年开放图书零售市场，2005年开放图书批发市场，实现国有、民营、外资投资图书业的市场准入平等。随着一系列开放政策的实施，中国图书业正在进入历史上最活跃的时期。

随着国家对图书零售市场的进一步开放，图书零售领域将重新洗牌，以新华书店为主体的图书零售格局将受到挑战，民营资本将越来越多地进入图书零售领域，一大批



有个性、有特色、有影响力的民营和个体书店将不断崛起，为读者提供越来越多的购书机会，为读者提供更优越的购书场所。

二、个人投资书店 面临的竞争压力

1. 连锁书店和大卖场对独立书店的挤压

从国际范围来看，独立书店历史悠久；而连锁店虽然也已有140年的历史，但它在书业真正发展起来是在20世纪90年代之后。在近10年中，连锁书店表现出如下特点：连锁书店朝大型化、巨型化发展；兼并、破产频繁，集中趋向明显；扩张快，势头猛。独立书店产生远远早于连锁书店，但近10年，由于连锁书店的迅猛发展，独立书店地位下降，数量剧减；生存空间日益狭窄；所占市场份额减少；一般独立书店减少，纷纷选择专业化发展道路。

在美国，连锁书店和独立书店的竞争已达到白热化的程度，而独立书店则日益萎缩。在连锁书店的进逼下，每年圣诞节后，美国都有一批独立书店无力维持，关门歇业。为此，反垄断和倡导公平竞争的美国书商协会成立，多次代表独立书店将巴诺、鲍德斯等超级连锁书店告上法庭，在一定程度上缓解了独立书店压力。尽管如此，独立书店仍然境况艰难。

在英国，连锁书店和独立书店的矛盾与美国相比略为缓和，但也在不断加深。从1995年到2000年，英国有10%的独立书店倒闭，其市场份额也损失了将近10%。

在日本，独立书店几乎已不存在，所有的书店都在某种形式的连锁状态下经营。

在加拿大，查普特斯书店在2000年还是图书连锁业的

老大，但2002年2月，第二大图书连锁店英迪戈书店兼并了查普特斯，垄断趋势加剧。在法国，由于惟一价格法的存在，许多中小独立书店能保持一定的营业额，连锁书店和独立书店的矛盾并不突出，二者有竞争但并不排斥。但是惟一价格法只适用于图书而不适用于音像制品，因此以销售音像制品为主的书店迅速消失。

法国最大的图书连锁店FNAC的图书营业额占整个法国图书零售市场总营业额的15%。

“如果所有的图书都能得到与读者见面的机会，则每一本书都有可能成为畅销书。”

超级图书大卖场的出现和队伍的逐步壮大，使得更多的图书能够得到与读者见面的机会。此外，超级大卖场也为读者选择图书提供了更广阔的空间，更适合快节奏生活的便利等。

在中国，连锁书店和超级大卖场近年来也表现出迅猛发展的势头，并对民营和个体书店造成挤压。据《中国图书商报》调查的情况，国内号称图书经营面积超过1万平方米的书店有20多家，这些超级书店大都集中在北京、上海、广州、沈阳、杭州这些大城市和省会城市，常年陈列图书一般在15万种以上。由于超级书店地理位置优越、交通便利、图书品种全，所以吸引了大量的购书人群。据调查，在拥有超级书店的大城市，读者购书的首选场所是图书城、图书大厦，其次才是专业书店、校园书店、民营个体书店和书摊。目前，连锁书店在中国正处于发展的初级阶段，除新华书店外，在中国尚未形成全国性连锁书店。席殊书屋是仅次于新华书店的全国性连锁书店，目前连锁店已突破500家，分布于全国30个省市自治区的近400个城市，但其经营规模非常有限，仅占全国市场的0.25%不到，尚不具备对全国市场的影响力和控制力。但随着连锁书店的快速扩张，必然也会对独立书店造成挤压之势。

2. 外国连锁书店对国内书店的挑战

随着《外商投资图书、报纸、期刊分销企业管理办法》的实施，我国将允许外国投资者在中国市场上从事图书、报纸、期刊的分销业务。从2003年5月1日起中国首先对外商投资者设立零售企业进行开放，设立外商投资书、报、刊批发企业的规定于2004年12月1日起实施。

对外开放图书零售市场，意味着国内书店会面对更多的竞争对手。2003年5月，贝塔斯曼、德国图书中心、朗文、培生、麦格劳希尔、白洋舍、剑桥大学出版社、新加坡泛太平洋有限公司这些洋品牌已正式向政府提出申请投资国内图书、报纸和期刊的零售业务，随着国内图书业的发展，将来肯定会有更多的外国图书零售巨头进入中国。

美国三大图书零售商之一的巴诺图书连锁书店，年图书销售总额在30亿美元以上，在全美拥有上千家连锁店，每个书店的图书种类都在20万种以上，但一个面积1000多平方米的新华书店每年的零售额也不过几千万元，席殊2005年的目标也只是零售突破3亿元，而已“申请执照”的贝塔斯曼、朗文培生集团、麦格劳希尔这些国际出版发行“巨人”，每一家的实力都在巴诺连锁书店之上。尽管中外图书零售商之间存在图书售价悬殊等不可比因素，但国外巨头具有的市场运作手段完善、资金实力雄厚等优势，意味着国内的书店即将面临一场严酷的挑战。





虎咖啡馆

BLUE GOAT
BOOKS & CAFE
藍羊書坊

第二章

开书店的理由

有专家指出,开始投资创业,首要选择市场需求量大、增长快、资金投入门槛不高、获利稳定、风险小的行业,图书零售业无疑符合所有这些要求。此外,书是联系作者和读者之间的一个文化桥梁,书店本身是传播文化知识的场所,办书店不但能够赢利,书这类商品的特殊性决定了经营书店是一种文化活动。因此,开家书店尤其适合拥有很深的文化情结的文化人创业。

一、图书零售业毛利率较高

同其他零售业相比,图书零售业毛利率较高,是许多人希望进入图书零售业的一个重要原因。

计划经济时期,出版社给新华书店的图书发行折扣为7.5~7.0折(本地书店7.5折,外地书店7.0折),即书店按图书定价的75%或70%向出版社结算,图书由书店包销,不退货,即由新华书店承担存货损失。改革开放后,民营资本进入图书业,部分民营书商为了与出版社竞争,采用高定价、低折扣的手段向发行和零售领域推销。民营资本的加入,使出版业发生了巨大变化,图书发行也开始由卖方市场向买方市场转变。出版社为了提高图书销售业绩,也开始在图书发行折扣上做文章,图书发行折扣愈折愈大,由7.5~7.0折转向6.5折、6.0折,且批出去的图书基本上都属于代销、寄销,卖不掉的存货,书店可如数退还出版社。

在流通渠道中,图书批发商赚取约5个百分点。这意

味着35%左右的书价都分配给了图书零售终端——书店。如果书店按6.0折批进图书的话,即便向购书者让利到9.0折,其毛利润率也有25%。

《2003年度中国连锁经营企业经营状况分析报告》显示,“在家电、超市、餐饮等七大连锁门类中,餐饮门店毛利水平最高,平均为53%,家电卖场毛利水平最低,只有6.1%。”就此而言,图书零售业35%左右的毛利率,在零售领域已经是较为可观的。

当然,这只是对新华书店占主体的图书零售业整体情况而言的。对于个人投资开办的书店,图书毛利率可能无法达到35%,但即便书店的毛利率只有30%,对许多人来说已经是很不错的生意了,毕竟暴利的时代已经离我们远去。

虽然越来越多的书店老板开始埋怨书店的生意越来越难做,利润也越来越低,但这并不能掩盖图书零售业有着较高的毛利率,毕竟较高的毛利率并不代表着一定会盈利。主要制约因素是国内图书单价较低,与经营大价商品的商店相比,书店的总营业额较低。在35%左右的毛利润中,书店还要支付房租、人员工资、税费及其他开支,经营得好,纯利润约为营业额的10%。

《2003年度中国连锁经营企业经营状况分析报告》指出,尽管零售业的前景并不明朗,但书店销售仍呈现出持续发展的势头,只是速度比过去有所减慢。对书店和其他

零售机构的调查显示,在过去几年里,书店的经营情况远比其他类型的零售产业要好。

二、书店经营风险较低

在图书销售领域,书店一般都是采用图书代销和寄售制。所谓代销和寄售,就是说书店一般都不必在批进图书时支付款项,而是按照图书销售数量,定期与出版社、批发商和民营书商结款,滞销图书和积压图书,可以退回出版社、批发商和民营书商,或者与出版社、批发商和民营书商调济其他品种图书。这意味着经营一家书店,除了房租和人员工资外,几乎没有任何经营风险。

图书代销和寄售,只是针对新华书店和大的民营书店而言,对于个体书店,如果想获得这种待遇,一般需要经营一段时间,和出版社、批发商、民营书商建立起了良好的关系,积累起了良好的信誉。这种状况意味着个体书店在首次批进图书或者开业初期,仍需要和出版社、批发商和民营书商现金结款。书店经营一段时间后,你可能和供货商建立起了良好的合作关系,之后销售的图书,按照现在图书零售业的惯例,就可以实行“只调不退”,即销售不出去的图书,可以和出版社、批发商、民营书商调换其他品种。“只调不退”的图书批发模式,意味着书店只承担首次进货不当的风险,不用担心图书积压在你的书店里,从而造成存货损失。

三、进入的门槛低

尽管如今个体书店数量越来越多,但投资者申报零售书店的热情依然不减。造成开办书店热情高涨的原因,除图书零售经营风险低外,进入的门槛不高也是一个重要的

原因。

一般来讲,在中小城市开一家20平方米的书店,总投资大概在5万元左右。其中,办理证照3000元左右,书店装修及配置书架的费用大约在5000元左右,每月的支出包括房租约1000元,税金约400元,人员工资约800元,水电、电话费、交通费等约400元,书店一月支出2600元左右;20平方米的书店一般可以容纳6万码洋(码洋为图书的定价,实洋为码洋乘以销售折扣)的图书,按平均6.5折购进图书计算,首次进书需要资金3.9万元。这样,总体下来,投资5万元,即可开办一家小书店。

如果在大城市投资开办一家书店,投资的门槛相对会高一些,有些城市甚至会限制个人进入图书零售领域,要求投资书店必须设立公司,并规定相应的公司投资额。但即使是在北京、上海这样的特大型城市,申请营业执照的资金限制也只有10万元。

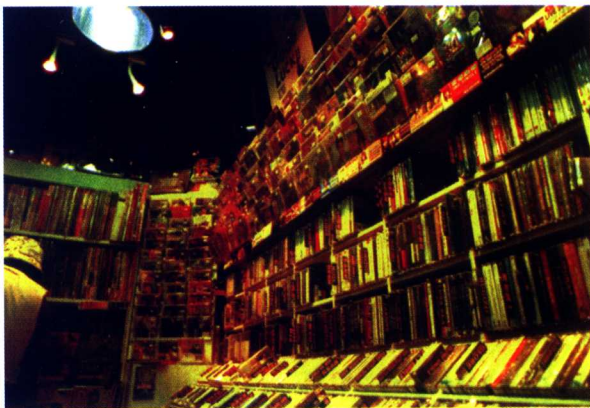
资金投入门槛低,一定程度上造成了小型个体、民营书店的重复性投资和恶性竞争,致使书店品位不高,经营状况不佳。

如果你有充足的资金,可以开一家更大规模、更有特色的书店,以服务于更广泛的读者,获得更好的经营效果。开卷公司的一项调查数据表明,卖场面积大、图书品种全或有特色,是书店获得读者青睐的重要因素。

四、让读书人能够买到书

有人戏称,几十年来,中国只有一家书店,这就是新华书店。

由于我国图书发行渠道单一,加上市场机制不健全,出版社出版的相当一部分图书被视为“死书”,出版之后就一直压在库房里,难以和读者见面。一面是很多有价值的



图书在出版社的库房里大量积压，一面是患了思想饥渴症、嗷嗷待哺的读者，这也许是转型期书业留给人们的最大遗憾。20世纪八九十年代，民间资本进入图书零售领域，使图书发行渠道发生了很大变化。如今民营书店虽然数量多，但大都规模小、档次低、定位雷同，至今为止，读者买书难和出版社买书难的局面依然没有得到根本改观。

风入松书店经理王炜在讲述他办书店的初衷时说：“以前，我在外哲所开课的时候，我的学生需要用我和一些同仁翻译的书，竟然买不到。有时候，我自己也买不到我自己翻译和编写的书。甚至有时花一个星期天，骑自行车，在京城里转悠一圈，经常是一本书都买不到。”有感于买书难，王炜在20世纪80年代末和几个同仁一起出资，在北京大学南门办起了风入松书店。

广州天河图书城的必得书店主要经营文、史、哲、外文和音乐艺术方面的书籍，老板是一对夫妻。谈起办书店的初衷，书店老板说，小时候家里穷，买不起书。后来文革，又买不到书。所以他有能力之后，就要开书店，让人们都能买到好书。

书是人写的，也是要人读的，不同的人读不同的书，不同的书给不同的人读。开书店的乐趣，恐怕就在于沟通了书与人、人与书，归根到底沟通了人与人之间的联系。为读书人提供了好书，不亦乐乎；读书人买到好书，不亦乐乎。



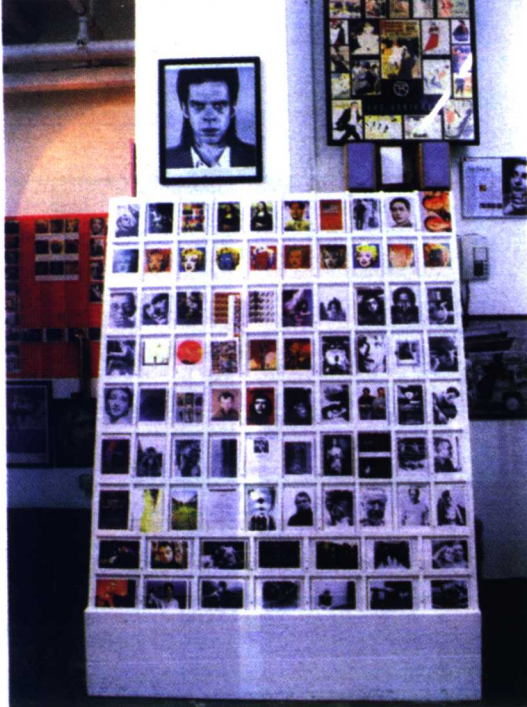
五、爱书，所以办书店

如果你对读书情有独钟，而对自己的现状又不是很满意，或者想要从单位与体制的束缚中抽身而退，盘算着干点与理想相关的事情，那么，开一家书店无疑是一个非常具有诱惑力的选择。

一位编辑有一次在和同事谑笑时说，小时候的理想是长大后有钱有闲，就一定要开个饺子店、木工厂什么的；随着年龄增长，有段时期天天在音乐和啤酒里沉醉，这时愿望有时替换为酒吧，有时替换为音响店。大学期间四处游历，对广州的“博尔赫斯”和成都的“卡夫卡”两个书店印象深刻，于是又梦想开一家书店。



慢书店（北京）



在城里，有一临街两层的小楼，楼下卖书，楼上烹茶，风雨故人来。这是读书人梦寐以求的生活，也是读书人的一种人生境界。

著名经济学家黄有光说过这样一句话：“当经济增长和自己的兴趣爱好结合在一起的时候，人最能够感到快乐。”如果你喜欢读书，喜欢与书为伴，那么，你可以选择这样一种工作：开一家自己爱好的书店，经营自己喜欢的图书。通过这个小店，你可以将自己的兴趣与赚钱完美地结合在一起，同时还可以在经营书店的过程中，结识许多和自己有共同读书爱好的朋友。

红枫叶书店是广州一家以卖学术书为主的书店，老板原是银行职员，后来辞职开了一家书店。书店里卖的都是些很新的、很时髦的书，有人称之为“时尚知识分子读物”。这家书店不卖畅销书，老板说开书店是他个人的爱好，他为理想而做，目标并不是纯为赚钱。

文化人办书店，多半是圆内心中的一个梦想或者情结。这样说，不是说赚钱不重要，而是说把赚钱作为办书店的惟一目的是错误的。

文化人进入图书零售领域，使书店的形态更加多元化，具有更多的特色和个性色彩。



六、文化启蒙

办书店虽然是一种商业行为，但书店本身是销售图书和传播文化知识的场所，书这类商品的特殊性决定了经营书店还是一种文化活动。

在一些知识分子眼中，书店还肩负着传播文化、开启民智的功能。知识分子是社会的良心，无疑会有对社会进行良知渗透、人文引导的使命，而办书店是达到这一目的不可或缺的手段。

曾经有图书出版商作过一项调查表明：到书店的读者当中，有61%的人并没有明确的购买目的。这一数据说明，有很大一部分人到书店时并没有打算要买什么书，他们只是在节假日或平时空闲时间去书店随便看一看、瞧一瞧，看到有什么值得自己买的书籍才会掏钱买。

