

卞卓舟 江晶静 / 主编
杨旭 李利军 / 副主编

书香漫处 显风云

北大周边的书店



中国书籍出版社

卓舟 江晶静 / 主编
旭 李利军 / 副主编

书香漫处显风云

北大周边的书店



中国书籍出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

书香漫处显风云：北大周边的书店 / 卞卓舟，江晶静
主编. —北京：中国书籍出版社，2009. 6
ISBN 978 - 7 - 5068 - 1908 - 4

I. 书… II. ①卞…②江… III. 书店—研究—北京市
IV. G239.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 101104 号

策 划 / 肖东发 陈露晓

责任编辑 / 游 翔

责任印制 / 熊 力 武雅彬

封面设计 / 武业凌

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址：北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编：100073)

电 话：(010)52257142(总编室) (010)52257152(发行部)

电子邮箱：chinabp@vip.sina.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京温林源印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 960 毫米 1/16

印 张 / 12.25

字 数 / 177 千字

版 次 / 2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

定 价 / 24.50 元

版权所有 翻印必究

结缘与致敬

（代序）

与书结缘，让我此生倍感幸福。仅在北大燕园的读书、教书、藏书、研究书和著书生涯就已历经 35 载。我与民营书业的缘分也有 50 多年了。我是共和国的同龄人，1955 年上小学一年级的的时候就爱去门口的小人书铺，坐上半天，拿出舍不得买早点积攒下来的几分钱，租借几本小人书和好看的儿童画报，有时趁看摊的大胡子老爷爷不注意，与旁边的人偷偷地换过两本，这样就可以多看上几本连环画和画报了。后来这样方便的小人书铺不见了，因为他是私营的小本生意，被取代了，合营了。一晃就是二三十年，民营书业在中国是一片空白。1979 到 1982 年我在北大图书馆学系攻读硕士研究生时，选定的研究方向是中国书史，撰写的硕士论文的题目是《建阳余氏刻书考略》，选的就是中国古代最大的民营刻书世家，我深入到福建省建阳县书坊乡实地考察，走访余氏后人，查阅家谱、方志、文集等资料，还到京、津、沪、浙、蜀、闽、辽等地 15 所图书馆寻访查阅了近 200 部余氏刻本实物，从中发掘了不少第一手材料。其后连续发表了《中国民间刻书业》、《中国古代刻书世家》及《中国古代出版印刷史专论》系列文章，其中《坊刻的特点及贡献》一文，于 1991 年获首届全国出版科研论文奖，这个专论系列还获北京大学科研光华奖，并在此系列的基础上完成专著《中国图书出版印刷史论》。在此书中我提出了这样一个观点：印刷术的发明起源于民间，开始朝廷并不支持，下令禁止民间私置印版，到了五代，才在民间书坊刻书的基础上，由国子监开始印书，有了政府掌管的官刻书业。

作为一名与书结缘的北大人，我还对北大的历史及人文掌故，北大的出版历史、出版物和出版人十分关注。在研究出版产业现状的过程中，我发现了一个非常有趣的现象：在我国民营书店的经营者的中，北大的毕业生

占了不小的比例，在民营书店的发展进程中扮演了不容忽视的角色。他们将北大的气质带到这个行业，给民营书店带来了新的气象。例如，我的好友、已故的风入松书店创办人王炜原任教于北京大学哲学系外国哲学研究所；国林风和“第三极”书局的创始人欧阳旭毕业于北京大学中文系；“单向街图书馆”的股东之一许知远毕业于北京大学微电子系；万圣书园的创始人刘苏里毕业于北京大学国际政治系；中国书刊发行业协会非国有书业工作委员会（下简称“非公委”）前任主任、当当网总裁李国庆毕业于北大社会学系，现任主任贵州西西弗书店董事长薛野毕业于北大经济学院，现任秘书长龙之媒的创始人徐智明毕业于北京大学政治学与行政管理系，其同伴高志宏毕业于北京大学中文系；光明书架图书公司总裁严平是北大哲学系博士；博雅堂的店主之一是北京大学的教授……也许有人会说，北大毕业去开书店是大材小用。其实不然。我与这些校友的心是相通的，20年前我也曾与北大图书馆学系同事孟昭晋老师商量在北大西门对面开过一个小书店。并一致认为让懂书、爱书的读书人开书店是改革开放后最美好的成果之一。这些北大的毕业生虽然各自“术业有专攻”，但在经营民营书业过程中都表现出了共同的特点——愿意与书为伴，坐拥书城，同时提倡阅读、重视创新、坚持追求人文价值。虽然他们各自的书店在地理位置上并非都在北大周边，但是书店所彰显的价值追求和人文理念使它们在很大程度上超越了地理位置的狭隘限制，与地理概念中的北大周边的书店已经融为一体，同样散发着浓郁的学术与人文的气息，同样散发着鲜明的北大气质。正因如此，本书取名为《书香漫处显风云——北大周边的书店》，实有结缘致敬之义。

结缘，不难理解。致敬，又从何说起？

这是因为，本书所选的“北大周边的书店”之中有很多都经历过民营书店20多年发展中的改革与阵痛、彷徨与曲折、探索与突围……最后他们都顽强地生存下来，并且有很多还成为北京的文化地标，还有的甚至称得上是全国书店的风向标，如万圣、风入松、国林风的畅销书排行榜就经常引起众多媒体关注并给予转载。从这些书店的发展历史和书店主人的创业史中我们可以看到中国民营书店30年来发展的缩影。中国民营书店30年的发展进程如同大浪淘沙，可谓“淘尽黄沙终是金”，如今很多“北大周

边的书店”正是历史从层层黄沙中淘出的黄金，迸发着金灿灿的光芒。这些书店成功的经营理念和经验值得我们去学习和研究，这些书店的创办者们矢志不渝坚守文化理想的毅力让我们感叹，他们坚忍不拔的勇气让我们感动，他们在体制与环境的双重困境中不断突围取得的成绩让我们深感自豪！这，正是我们应该向他们致敬的理由！

近三年来，我一直担任民营书业评选活动的评委，2006年我因为组织6位研究生利用暑假时间去上海、南昌、广州、厦门等地搞了民营书业调查，所以当接到有20多个奖项上百家书店的选票时，自觉得心中有数，也就认真填写一番，没想到这等难事竟然越搞越有章法，不仅坚持下来，而且从中受到不少启迪和教育。2008年，我负责提名“文化贡献奖”，接触并了解到重庆经典书店、广东江门新会区清华书城、杭州枫林晚、昆明新知图书城、泸州自强书店的材料，个个事迹突出感人，他们不仅每天为各类读者服务，还坚持举办各种公益性文化活动，以文化立业，以打造书香社会为己任，情系贫困灾弱，志在传播文化。获“乡村贡献奖”提名的立人乡村图书馆、天下溪教育中心，多背一公斤的事迹同样感人。2008年汶川地震后，在薛野和欧宏的带领下，非工委组织民营书业的第一批志愿者马上赶赴灾区，开展了“千秋助读”公益活动。从2008年5月17日项目启动，到5月21日募集到物资上路，只用了5天时间。昼夜兼程赶到什邡，将募集到的14000件玩具和1000余种图书，总价值120万元，共6万册图书分发到30多个安置点的孩子们手中。第一阶段的成果是六一儿童节孩子们拿到了由千秋助读送给他们的礼物，第二阶段又募集到5万册图书，建了50顶帐篷图书室。这些志愿者们强调这个项目既是一种应急的行为，也是长久之策——灾区重建过程中需要长期做下去的事业，“我们不容许废墟压在孩子们心头”。在灾区儿童的精神援助中，民营书业利用自身优势，弥补政府公共服务的薄弱之处，与政府的力量形成合力。他们还会加紧募集，广泛发动出版行业力量，持续援助灾区儿童的阅读事业，共同促进灾区的重建。这些也是我向民营书业的朋友们致敬的理由。

在文化建设方面，民营书店由于其经营的个性化、多元化、特色化以及灵活的经营方式比较容易营造出浓郁的文化氛围，从而形成颇具特色的品牌，常常胜过新华书店成为某一座城市的文化地标。例如，风入松书店

因其对学术的坚持而名满京城，“第三极”图书大厦是以其商业霸气和深度文化整合传播的理念而知名，万圣书园则是因为长期坚持精英路线和高格调，成为首都学术书店中生存时间最长、发展状况最好的书店之一，“龙之媒”是纯粹的广告文化书店，乌有之乡高举着泛左翼理想主义的旗帜，豆瓣书店主营特价图书，以价格低廉取胜，孔夫子旧书网则是利用电子商务功能迎合了古旧书交易的特殊需求……

特色鲜明的书店犹如现代钢筋混凝土城市中的绿色植物和潺潺溪流，能够让人们的心灵在喧嚣浮躁的生活中得到滋润，感受到生命成长和希望流动的声音。而“北大周边的书店”则以其浓郁的学术与人文的气息、鲜明的北大气质成为民营书店中的佼佼者，它们是北京这座城市中一个个思想文化的清泉，在幽静中逸散着甘甜的味道。

本书原是北京大学新闻与传播学院编辑出版专业2004级和2005级本科生在2007—2008年春季学期专业必修课“出版经营管理”中的作业——对京城若干书店进行的个案研究，在完成作业的过程中，同学们通过查索文献、寻踪访迹、实地调研等方式，用最真诚最细腻的笔触记录了“北大周边的书店”发展壮大中的精彩与曲折、欢笑与泪水。其中卞卓舟、江晶静、杨旭、李利军等又在编辑方面做了大量工作。在我阅读学生们提交的作业时，那个时代的大情节和时代中人的小故事使我感慨万千。我想，把这些活生生的历史的细节编辑成册、传之后世，乃是一个爱书之人的责任和义务。

我相信，这本小册子的编辑出版将是对30年来中国民营书店发展历程的最好的纪念。

肖东发

2009年5月于博雅西园

目 录

■王 寅	
长安街边的古朴书屋	1
■卞卓舟	
书香漫处显风云	13
■贺 洁	
博雅堂的那些事儿	28
■杨 旭	
遗迹寻访	40
■张 炆	
文化与商业的书店交响曲	55
■江晶静	
单向街图书馆	70
■周振亚	
此“豆瓣”非彼“豆瓣”	83
■李利军	
解读万圣	91
■邓慈华	
蓝羊书坊	103
■徐 清	
成长路上的伙伴	115
■王沁凌	
草根与学者之间的理想冲动	129
■侯俊企	
关于当当网的调查分析	141
■仪玟兰	
古旧书堆里的新鲜事	150
■卞卓舟	
纸老虎：让我们快乐地阅读	172
■江晶静	
结 语	185

1988年5月1日，北京市第一家个体书店“三味书屋”诞生在长安街畔。到2008年，它恰好屹立了20年，见证了北京民营书店从无到有、逐渐繁荣而趋向多样的历史过程。就让我们将它作为本书的开篇吧。

——编者按



长安街边的古朴书屋

——北京三味书屋探察

■王寅

三味书屋算得上是北京最早的民营人文书店，开在长安街边民族文化宫对面的一条树荫茂盛的胡同口，正把在长安街与胡同口相交的角上。从“文革”结束便领军民营图书销售业的三味书屋，在经历了艰辛坎坷的创业、门庭若市的火爆之后，今天依然作为北京文化的地标屹立在那里。

从1988年开始的故事

在1988年以前，西单还没有图书大厦，也没有三联书店、国林风、万圣、风入松、海淀图书城这些可供读者开架看书、买书的地方。新华书店和王府井的图书大楼等国营书店依然垄断着读者的图书源，这些书店都是闭架售书，读者没有阅读和选择的自由。

1988年5月1日，北京第一家个体书店“三味书屋”诞生了。之所以



叫“三味书屋”，书屋主人说：“有两种解释，一种是周作人对三味的解释，就是经、史、子。经，即四书五经，是中国的传统文化；史，即历史；子，即诸子百家，也就是哲学。另一种是鲁迅的老师对三味的解释，即布衣暖，菜根香，诗书滋味长。就是说把金钱、官爵、功名利禄看得淡一些，多有些知识。唯有有了知识以后，才能理解更深层的人生含义，才能做得更好。”

面积为400平方米的“三味书屋”是刘元生、李世强通过购买充公的房产建立的，仅仅为了买房，夫妻两个就已经把朋友借空。然而夫妇两个对书情有独钟。刘元生曾经是一名教师，当了20年的右派。她的先生李世强在政治上也受过挫折。他们用当年劫后余生留下的一点闲钱开办了三味书屋，自称一开始就不仅仅是想办一个能赚钱的书店，是想为社会做点事，这样在将来回顾往事的时候也不会有太多遗憾。

1988年是改革开放的第十年，国家为了进一步促进对外开放和经济发展，对个体户经营都持很宽松的态度。当时也有不少书商、个体户，为了赚钱，什么书都卖。然而刘元生夫妇决定不这样做，他们认为通过书籍来赚钱不过是投机的买卖，不能实现当初办书店的目标；而且国营书店在市场上占有绝对的优势，如果仅仅为了挣钱，书店本身的特色姑且不谈，在金钱的驱使下书店很可能会变成良莠不齐出版物的混杂地，在这样的“仓库”环境中，好书无法得到重视。

夫妇两个觉得办书屋“一方面是给自己找点事做；另一方面起个抛砖引玉的作用，希望能引出比我们学识高、比我们能力强的人来推动文化事业的发展”。于是，在这样宽松的环境下，在这样的热情和动机的驱使下，两个知识分子开始了他们的书店生涯——这就是“三味书屋”故事的开始。

风雨二十载

有位老主顾在回忆“三味书屋”刚开张的时候说：“那种给自己带来

喜悦的感觉，不亚于现在中了大奖。”

那时的北京，只有“三味书屋”的书能“只看不买”而且不会被售货员用白眼相待，自然很快就为自己聚起一群读者。当时的“三味书屋”在屋子正中央摆了一大堆桌椅，亦是表明为读者着想——很多人回忆那时在书店，很难弄清究竟是买的人多还是看的人多。不过根据书屋自己的统计，自开张以来，共卖了十万余本，按他们的话说，是“每一百个北京人就有一个买了他们的书”。

那时的书距离“读图时代”还很遥远，文字依然高贵而纯粹，书也大多简单而稚拙，但他们毕竟是把一处原本是缝纫厂的老屋变成了一家书店。

1989年到1992年是“三味书屋”最难熬的一段时期。一是因为原来“三味书屋”有过一些大胆的、言辞激烈的交流活动，这些交流后被终止了，一些客人就来得少了。二是北京市修建从复兴门到国贸的地铁，市政工程施工把“三味书屋”遮挡了，人们很难再从长安街上一眼看到它。虽然喜爱“三味书屋”的人即使要七拐八拐地绕道也愿意去，但是对于“三味书屋”来说，受到的影响还是相当大的。

在遇到困难的时候，特别是政策发生变化的时候，很多朋友都劝他们不要再继续经营下去了。书店本身并没为他们带来多少经济上的收益，然而书店所坐落的大好位置，完全可以使他们单凭租赁房屋就获得每年百万元的收益。在经营困难时他们也有这种想法，然而身为知识分子的刘元生还是不愿放弃自己的理想，她总说：“气话是一时的，我们说服不了自己，这也是我们自己的需要。我们会一直坚持下去，不仅仅是为了那些理解并支持我们的人，还想要证明一个民族的文化脉络的延续是在民间，在人民中间，而不是在象牙塔内。”

由于地铁的修建影响了地基，“三味书屋”在1992年被迫重建。他们利用这个机会将“三味书屋”在原有设计基础上进行改造，半年后书店重新开业时，“三味书屋”有了二楼的茶室。在书屋开茶馆的想法在当时的北京是很新奇的。书店和茶馆混合经营的做法是刘元生通过自己在国外逛



过设有画廊和咖啡厅的书店而获得的启发。同时他们也逐渐将经营方向向当初的构想靠拢，希望书屋成为一条文化传播的途径而不是通过投机买卖赚钱的机构。

1993年到1996年期间是全国民营书店发展的高峰期，面对更多的对手，刘元生认为他们当时经营制胜的“法宝”就是书店的特点。在最初建立时，“三味书屋”没有专门的设计，仅仅凭着夫妇两个的喜好装饰；重建的时候保留了窗上的雕花木栅栏，用仿制明代的粗糙家具配合着仅仅刷过石灰水的斑驳墙体，衬托着老房子的沧桑。

2002年的5月，他们收到即将被拆迁的通知。得知“三味书屋”即将被规划成绿地，两位店主为书店的存在而努力。这种抗争和努力一直持续了4年，在这期间他们拒绝把书店变为美容院、变为饭店，而且书店的经营一直没有中断。所幸在一份2020年的城市规划中，书店被作为文物保护区而划进了黄色区域，这才为书店的继续存在留下了空间。

通过不断调整和改变，“三味书屋”在坚持自己原则的情况下，继续着它的故事。它能存在到今天，一方面是由于店主人的辛勤劳动和不懈努力，也是由于广大朋友在书店遇到经营困难时的鼎力相助。经过了二十年风雨的“三味书屋”依然屹立在长安街边，由于其坚持自己的开店风格，不仅受到广大群众的喜爱，而且中国的前外交部长李肇星、丹麦大使等国内外知名人士也曾经造访过书店。由于是民营书店的领头羊，“三味书屋”在很多时候没有现成经验可以参考，他们没有所谓的“店训”，要求店员坚持的唯一原则是“让顾客多翻翻书”。而正是这种对读书的积极态度，为“三味书屋”获得美誉。

图书定位

在书店刚成立的时候，“三味书屋”由于书源少，当时可供选择的种类也较少，所以局限于诸如小说、名著等文艺类作品，对于学术书籍涉及并不多。这一方面正好符合改革开放后人们的阅读需要，另一方面也与书



店的经营理念相匹配。

复苏的书籍出版为市场带来了更广阔的选择空间，“三味书屋”也开始涉足更广泛的社科类、学术类图书。实际上，“三味书屋”的读者定位依然是拥有一定学术知识背景的“文化人”，而刘元生也希望书屋能成为一个培养和联合文化人的地方，因此对书店内图书的选择没有像后来创办的部分民营书店那样，为了获得生存的第一桶金，而采取“图书超市”的经营策略——通过教材和教辅或生活类图书获取回报。

这在一方面可以说是“三味书屋”的独特性所在，但从某种程度上说也是必然——“三味书屋”由于是北京第一家民营书店，因而没有足够的经验，仅仅凭借两位店主人的思路来选择图书；况且他们一直认为“三味书屋”应该是一个能让文化人看书的地方，给想读书的人以书读，而不是完全为追求利润而卖书。

一楼的图书现在涉及经济、政治、文化、历史等学术领域，也有文学性很强的小说。关于选择图书的标准，刘元生解释说，他们并不想把书店变成一个大众化的书店，因为大众化书店是新华书店需要做的，而他们只想把一些特色书籍推荐给有志读它们的人。

个性化的经营模式

刘元生对自己的图书经营并没有像后来开店的人那样想得太多，没有专业的经营顾问，甚至连发展规划都没有。在很多商人看起来简直是“糊涂”的经营模式下，“三味书屋”凭借自己的风格，在口口相传中，提高自己的知名度。

◇ 名人效应

在1988年书店刚刚建立的时候，由于是全北京第一家民营书店，有很多领导来观光。据两位老人说，5月1日开张后，第二天书店所在区——西城区的区长就来探望他们，这给了他们很大的鼓励。在这个店里，夫妇



两个曾经为中美福特交流项目的几十个学者做过拿手的炸酱面；美国副总统和大使以及国会的代表曾在二楼的茶室里和读者聊天；美国独立制片人拉西·布来克跟第五代导演讲解他们尚不熟悉的独立制片；以色列、丹麦的大使在他们的店里发出“北京饭店多，书店少”的感慨……

充满了书香的“三味书屋”位于北京中心地带，难怪会有这些首脑前来光顾。“三味书屋”能在北京这样的地段存活下来，这让很多名人在称道的同时非常赞赏，并争先恐后地前来，好像“三味书屋”在北京也算一个旅游景点。书店在这样的氛围下，不必做任何精彩的广告就已经传开美名。然而书店的主人并没有因此而沾沾自喜，在他们看来，名人确实可以为他们做出更有效力且范围更广的免费宣传，但书店不是专为名人开的，他们只想通过书店来传播文化，只要是想获得这种文化的，都是他们的服务对象。

◇ 乐队加盟

书店刚建立的时候，夫妻两个就有请乐队加盟的想法。一些新中国成立后闲置的艺人，苦于无处施展自己的才艺，看到了老刘和老李的书店在宣传文化也想来尝试一下。在一个中央音乐学院的朋友的帮助下，他们请了很多民乐大师级的人物来参加演奏（主要是在茶



室），很多外国朋友都听得如痴如醉。民乐的演奏者再也不会躲在角落里助兴，他们在这里受到众人的关注。来此表演笛、箫、埙的都是北派的大家，如笛子大师王铁锤、二胡演奏家周耀昆、琵琶演奏家吴玉霞（她曾跟马友友一起在维也纳金色大厅合作演出）等。让老刘和老李自豪的是，“三味书屋”在某种程度上把中国民乐推向了神圣的音乐殿堂。

除了对外介绍中国民乐，老李和老刘也将一些当时鲜能听到的西方音



乐带进书屋。黑人音乐被频繁介绍，阿尔卑斯山脉那些奇怪的乐器总会发出让人惊叹的声音。美国乡村音乐和印度歌曲交替出现，弗拉明戈和爵士乐最受欢迎。“广角乐队”由外国人组成，丹麦大使演奏萨克斯，德国公司经理 Aki 从机场直奔书店，太太从家里拿着乐器到书店给他。最多的时候一天有六个萨克斯表演。老李回忆说：“当时有个叫卢卡的瑞典小伙子临时组织了一个乐队，在书屋专门演奏爵士乐。他自己吹小号，找了几个国际友人分别担任吉他手、萨克斯手，鼓手是和崔健一起做音乐的刘晓松。之后，很多国家的驻京交流协会都请这支乐队前去演奏。最终，他们登上了维也纳的金色大厅！特别让我骄傲的是，金色大厅的演出结束，很多观众走上前告诉乐队，最初听他们的演奏是在‘三味书屋’！”

◇ 讲座的兴起

作为民间文化交流的先驱，刘元生夫妇俩是最早把沙龙讲座引入到书店中的。这种援引主要源自刘元生的国外经历。书屋所举办的与当下各种社会问题有关的沙龙讲座又使得它更多了几分对于生活本真的观照与贴近人群的温暖。当然，书屋本身也从不缺少像在巴黎“莎士比亚书店”里出现的如毕加索、邓肯、乔伊斯、海明威般的文艺名流。

这种讲座在中国民营书店最蓬勃发展的 1992 ~ 1995 年间是最兴盛的。那时在“三味书屋”，几乎每到周末就会有讲座。在卖书的同时刘元生就会告诉顾客这个消息，希望能有更多的人来参加。这是开始的情况，到后来几乎不需要任何宣传，周末的讲座总是座无虚席，有的时候，为了能容纳更多的人，讲座不得不在露天的院子里进行，即便如此依然有很多人得站着听。

在书店办讲座的也是各种各样的人，既有著名高校的教授，也有艺人。有品评书籍的，有讲述历史的，甚至第一个公开同性恋身份的万言海也在书店举办了首次同性恋问题讨论会，自由撰稿人的第一次集会也在这里举行……

前几年，由于国营书店放开经营体制，积极寻求和市场相融合的经营



模式，诸如新华书店等一贯垄断图书市场的书店，为了扩大影响和吸引读者，也陆续模仿“三味书屋”邀请各种专家学者来进行讲座，但这种讲座有时没有“三味书屋”来得自然。来“三味书屋”办讲座的人很多都是出于自愿，热情很高；听众也经常是有着深厚文化底蕴的学者。如刘元生和李世强所愿，书店成了一个文化人进行思想交流的平台。

讲座人和读者的这种热情正是“三味书屋”得以生存的基础。在“讲座风”过去之后，“三味书屋”本着其所特有的风格，依然吸引着不同的文化人。而且，由于现在民营书店增多了，“三味书屋”举办讲座的风格也有所创新——在2007年，“三味书屋”与单向街书店联合举办名为“变化中的中国人”的系列演讲，请茅于軾作名为“中国人的道德前景”的半月谈系列讲座等。加强民营书店之间的联系，“三味书屋”在强大的市场竞争对手面前显得愈加从容不迫。如同两位老人预测的那样，国营书店在经历了一轮跟风之后，终于还是把讲座让给了他们，而他们也在尽力做得更大、更好。

除了上述的几点，“三味书屋”还曾在夏天的夜晚放映电影，很多附近的孩子都围在院子里看，乘凉的人也有坐有站地在那里看。刘元生认为那是她感觉书店开张以来最温馨的时候。后来由于城市规划，附近的建筑被拆除了很多，人少了，商业写字楼多了，也再难找到“三味书屋”夏夜的那种自然的气氛了。

收益盘点

由于书店坐落在繁华的长安街边，而不是像单向街、风入松、第三极等书店那样位于高校附近，如同刘元生他们所定义的“文化人”并不多。而且由于他们强调书店是以传播文化为主，对于经营的研究确实较浅。现在很多民营书店在国营书店的压力下，不得已也进行图书的打折促销活动，甚至办会员制，希望能通过营销手段留住一定量的顾客。但是“三味书屋”到我做调查为止始终没有进行任何打折销售活动。他们认为“知识

是无价的”。但这样就难免使得他们在市场竞争中处于被动地位：很多人只看书不买书；有的人只是来感受气氛，对读书并没有太大热情；有的人抱怨书价太高，看到好书到别的打折的书店购买……由于有西单图书大厦这样的大型图书超市存在，



同时其他书店有着花样繁多的折扣方式，已经使“三味书屋”一层的社科类图书销售量大为减少。

李世强认为：“现代网络的发展也是影响书店销售的一个重要因素。”且不谈价格上的优惠，单网上书店的便捷就让很多书店无法企及。而且网上书店不需要房屋，可以节省大量租金成本（这大约占书店总成本的1/3），再免去水、电以及雇员开支，它们比大型图书超市还有竞争优势。

现在据刘元生讲，一层图书的销售只是勉强维持收支平衡，二楼的茶室是一种延伸经营，他们不希望像很多原本混合经营的民营书店那样，使书店反而成为附属。刘元生还是希望书店能成为一个小众化的文化传播地，茶室只是为了“给挑书挑累了读者一个休息的地方，一个能让他们继续翻书的地方”，因此他们没有提高茶室的价格。很多人都怀疑这样廉价的茶水很难保证收支相抵，但刘元生希望吸引更多的顾客，而且她也认为“三味书屋”所定位的读者对象是大学生等高级知识分子群体，而这些人往往并不是很有钱的人。她说，茶室现在确实要比一层销售图书获得更高的利润，但她怕饮料提价，会使学生群体望而却步，所以一直维持着原来的价钱。