

“光合作用”失效：民营实体书店之殇

■王毅

现在的中国大城市，几步之内必有银行的网点，可是转大半条街，你也别想找到一家书店。据统计，从2007年到2009年，中国共有1万多家书店停业，10年来全国有将近50%的民营实体书店倒闭，实体书店的生存危机暴露无遗。2011年10月底，号称“拥有全国最大连锁渠道”的民营连锁书店“光合作用书房”厦门和北京的直营店全部歇业，可谓民营实体书店行业倒闭潮的标志性事件。

16年成就全国最大连锁民营书店

1995年，孙池的第一家光合作用书店在厦门开业，当时叫阳光书坊，后改名为“光合作用书房”。

不同于传统“新华书店”式书店商业模式，孙池提出了“悦读”这一阅读方式，吸收了咖啡馆或茶馆等为社区人群提供除家和办公室之外的“第三空间”的功能，填补新华书店留下的市场空间。

孙池把整个书店当作一种产品，书只是其中的一种元素。人、书、音乐、空间、氛围、气味、声音这些不同元素共同构成了一种独特的阅读氛围。她一再强调，“光合作用走的就是星巴克、7-Eleven这样的零售连锁和品牌营销之路。”

光合作用书店9点开门，顾客常常8点就来排队了，不是因为明星签售活动，而是这里的阅读环境好。曼妙的音乐，洁净的环境，你可以花10块钱购一杯咖啡坐一整天，甚至中午出去吃饭回来还给你留位。你可以名正言顺地在这里复习功课、发呆、涂鸦、邂逅爱情，同时一本书也不买。不知不觉中你会一不小心掉进光合作用体验经济的温柔陷阱。

由于定位准确，光合作用获得了较好的品牌效益。到2003年，其厦门地区分店达12家，跃升福建民营书业第一品牌。随后，从2004年开始，光合作用进入高速发展期，经过16年的发展，光合作用从厦门开到北京、上海，门店从1家发展到30多家。其中2007到2008年，光合作用书房在北京就一口气开了11家连锁店。孙池更是曾放言要在北京做到无所不在，至少开100家

单店。

至于盈利，光合作用书房在书籍业务上的销售利润并不理想，在扣除物流、人力、房租的成本之后，图书销售的净利润率约为3%。为了提升盈利能力，光合作用在门店内引进了其他相关的文化产品，包括CD、杂志、文化用品等，这类商品是“非定价产品”，毛利率至少要比书籍高出10%，销售额更是占到了销售总收入的60%左右。在光合作用书房的诞生地厦门，他们甚至代理销售音乐会门票，还会与一些公益组织合作，举办慈善宣传和义卖活动，免费为个人的创作作品和收藏品提供展示空间。

与其他传统图书零售商不同，孙池并不怎么担心网上书店的竞争。在她看来，光合作用书房更像是一个融合了各种针对精英市场的文化产品的销售平台，为怀有某类心境的人营造了一种阅读氛围，而不是一个单纯买书的地方。当网上书店将传统书店挤压得无处容身时，光合作用却因为其无论如何都无法被网络化的功能，不但未受冲击，反而因传统书店的关闭而接纳了不少依旧习惯在书店购买书籍的顾客。

孙池曾如此描述光合作用的未来：在未来的光合作用，你可以尝试金属气息的电子阅读，可以和某个不知名作家聊天；又或者你是个宅男，打通电话，光合作用的影碟和7-11的啤酒就可以被送达家门。孙池给我们描述了一幅光合作用3.0版本的景象，“以后光合作用可能不应该再叫书店了，它将更像一个文化杂货铺，具有秀场、体验店、文化补给站的不同功能。”

似乎一切都很美好。

“一夜之间”倒闭 政府施救未果

从2004年开始，光合作用进入高速的发展时期。也是从这一年开始，光合作用开始拖欠供应商货款。

这一时期，光合作用的运营成本尤其是门店租金和用工成本大幅上升。按照物业租金和用工成本的行业平均值增长50%计算，光合作用即使引进了包括CD、杂志、文化用品等拥有10%毛利的商品品类，也难抵成本上涨带来的压力。

而与此同时，国内各大电商网站纷纷进军图书市场，在雄厚的资本支撑下，为争夺

市场，各大电商在大打图书价格战上堪称不遗余力，最终导致民营实体书店深受冲击，即使宣称不担心网上书店的威胁，光合作用却也很难避免受到电商价格战的影响。

光合作用的盈利增长速度最终并未跑赢书店成本上升的速度。2011年10月28日，由于被爆资金链断裂，光合作用位于北京大望路和五道口的两家门店，遭遇部分供应商哄抢。几乎在一夜之间，光合作用所有的直营店都关上了大门。几天后，光合作用书房创始人、总经理孙池证实，书店资金链断裂，经营困难，企业高层集体辞职。

有供应商称，到歇业时，光合作用拖欠的货款达千万元，光在北京，被拖欠货款的供货商数目就多达四五百家。甚至，有供应商为了讨要货款，去到光合作用总部砸了孙池的办公室。

面对媒体的追问，孙池表示，光合作用的销售业绩连续4年下滑，当年更是下滑了40%，而房租、水电等成本却又急剧上涨。销售下滑和成本上涨两头夹击，最终导致书店资金链断裂。

光合作用直营店全部停止营业后，在厦门市委、市政府相关部门介入下，由厦门市文化创意产业协会与光合作用组成光合重组领导小组，帮助拯救光合作用。彼时，厦门文化创意产业协会副理事长苏晓东称，并已在近期陆续与十余家意向投资企业密集磋商，“光合涅槃，重生在即”。

光合作用相关负责人则称，新光合作用商业模式将出炉。新设定的商业模式，将继续保留实体书店，此外，还将增设品牌推广媒介和进军电子书市场，这三个业务方向将成为新光合的盈利增长点。

光合作用新商业方案预计，重组后第2年书店营收能超过1亿元，5年内消化所有债务，5年后的利润可达3000万元，并初步步达到上市规模。目前，光合作用重组估计需要1500万元的启动资金，首批资金投资方，在达到IPO规模前，投资回报率将是4倍。

然而，一直到现在，殷殷期盼的读者仍然没有听到光合作用重生的消息。

未来？梦想？

光合作用的倒掉绝非个案。在此之前，



第三极、龙之媒、风入松、广州三联等知名实体书店在近年陆续停业。不仅是光合作用，整个实体书店行业都“缺氧”。

时尚廊总经理许志强将光合作用失败的原因归结为五点：一是受网络冲击。由于网络更方便、快捷、价格还打折，使得读者更愿意选择到网店去购书。二是人们阅读习惯的改变。在网络时代，人们不再单纯依靠纸质图书获取知识，而是可以选择多种途径进行阅读。三是阅读人口的大量流失。四是房租、人工、税收等经营成本不断攀升。五是经营者本身经营策略的失误。如战线拉得太长、非书产品选择失误等。

其中最重要的两点无非是电商的冲击和税收等成本的压力。在中国图书出版乃至发行领域，国营和民营企业享受的待遇是不同的。在国外，图书行业都是低税或者免税的，而在中国，只有国营图书企业才能享受税收优惠政策。这从一定程度上，加重了民营企业的发展负担。

而伴随京东商城、当当网等电子商务网站的兴起，从2008年以来，通过网络销售的图书年均增幅达100%。目前，电商渠道在出版业总体的市场占比已从以往的不到5%，增长到35%以上。电商的价格战，给了民营实体书店沉重的一击。

“现在的实体书店，80%以上成了一个陈列室，一个为人们提供网购指南的陈列室。”上海季风书店董事长严埏非如是说。

未来民营实体书店的生存之路究竟在哪里？除了业界人士呼吁政府伸出减税等援助之手外，自身的转型恐怕也是必经之路，差异化、多元化、电子书以及网销等，都是值得尝试的方向。

对于实体书店的未来，一位网友写道：有或者没有书店，一座城市的气质是不一样的。或许，未来只有网店和电子书没有未来。

回到2007年元月，孙池带着泪光演讲：“我有一个梦想，为我和同样的上班族开一个书店，窗明几净，不用戴着厚厚的镜片在布满灰尘的书堆里扒书……我有一个梦想，书店不仅仅卖书，还能创造一个阅读空间……我有一个梦想，希望书店如寒夜里一盏温暖的灯，安静地守候读书的人……每一年我都有着对书店的不同梦想，那些梦想中的书店如花般开在我的心里，栩栩如生。”

公司观察

中航工业收购德国飞机发动机制造商Thielert

中国航空工业集团(简称：中航工业)与破产的德国飞机发动机制造商Thielert日前宣布达成交易，中航工业将收购Thielert的民用业务，利用中国及其他新兴市场对柴油飞机发动机增长的需求。

此项交易的财务细节未予透露。Thielert的破产托管人Bruno Kuebler表示，中航工业收购Thielert军用业务的计划已被取消，因为此项交易获得德国经济部批准所需要的时间过长，Thielert已决定关闭其军用业务。

Thielert是2008年宣布破产的，该公司去年营收大约为2500万欧元。

春秋航空：下半年将获政策支持

春秋航空内部人士日前表示，民航局有望在今年下半年出台支持低成本航空的政策，公司2012年净利润稳步增长，高于2011年的净利润4.7亿元，正准备上市。

春秋航空内部人士表示，公司现有机队为37架180座级A320飞机，其中14架为公司购买，另外23架来自租赁。公司平均上座率为95%，已开通60多条国内航线和15条国际航线。

神华集团出台煤炭价格新政

煤炭价格下行，市场已经白热化的竞争态势延续。多次主导煤炭降价潮的业内大佬神华集团，日前再次传出出台新的价格政策的消息。

据悉，日前神华集团出台两项新的价格政策：一是自26期开始，神华煤炭每月底结算一次，价格以当月周价格中同煤种最低价格进行结算，本月自18日至月底；二是下期神华价格将恢复4500大卡以下(含4500大卡)长协价格，但价格基数上调5元/吨。

(本报综合报道)

财经动态

上海金店双重盈利私密：赚了原料赚加工

“赚了原料赚加工”，是对包括上海老凤祥、豫园商城在内的上海多家金店赚钱秘密的最简洁的描述。“其实就是靠着垄断来剥夺消费者选择权，然后靠‘双重盈利’模式再侵害消费者权益。”黄金行业业内人士表示。

该人士详细解释了所谓“双重盈利”的真实情况，足以进一步揭示包括老凤祥、豫园商城等在内的上海多家金店为什么会遭到国家发改委的调查。

究竟何为“双重盈利”？

在黄金饰品的零售中，销售发票有“金价”和“加工费”两个项目。那么，这两个项目的构成分别是怎样的呢？

国家发改委价格监督检查与反垄断局的调查主要针对的是由上海黄金协会牵头制定的《上海黄金饰品行业黄金、铂金饰品价格自律实施细则》(以下简称“细则”)。

根据“细则”，第五条的内容为“黄金、铂金饰金价的定价原则是依据上海黄金交易所黄金、铂金原

料价以及上一年黄金饰品生产经营企业、商家的营运成本，包括人工、包装、税收、租金、开发、广告、行政管理等费用所确定的零售市场协调价。”同时，规定这一作为基准的中间价，“上下浮动正负不超过3%”。

“这就是为什么老凤祥等金店的‘今日金价’既不是上海黄金交易所的当日金价、更不是当日国际金价的原因了。”前述业内人士说，“这意味着什么呢？意味着老凤祥等金店几乎不必承担原料价格波动的风险，他所销售的每克黄金，都覆盖了他的成本，如果在基准价上有所上浮，无论上浮多少，都是利润。这个模式，代表着他即使不做加工，直接把他的原料卖给你，他也能赚钱。”

“这种‘双重盈利’的模式对消费者是极不公平的。”该人士表示，“每售出一件黄金首饰，除了赚取‘加工费’这一块利润，还要赚走一笔原料的利润。这好比消费者买了一台家电，厂商还要额外赚取消费者铁矿石或钢铁的利润一样不可理喻。”

有着酒水经销经验及渠道的南方某区域王老吉经销商李和平(化名)表示，“去年年底，王老吉相关人员邀请我做所在区域的经销商，主要负责打通该区域的餐饮渠道。我当时很看好广药集团和‘王老吉’品牌，便欣然接受了邀请。”如今，经过李和平7个多月的努力，王老吉在该地餐饮渠道的占有率已经达到八成左右。而酒水与凉茶并行经销的策略，不但让李和平合理利用了自身资源，同时又为自己开拓了一条新的营销渠道。

对于外界风传的王老吉压货现象，天津销售商小陈对记者说，天津地区没有压货现象，国内其他的地方他也不清楚。而张总则说完全没有这种现象，据他介绍，从广药王老吉拿到的货90%以上生产日期都在

两个月之内，每批货销售情况很好，基本不会有多余库存。

对于目前国内凉茶行业经常出现恶性竞争局面，广药集团内部人士表示，王老吉不排斥竞争，更欢迎与其他企业一起将凉茶市场做大，将凉茶文化发扬光大，但前提是公平竞争。良性的竞争对市场增长能起到积极作用，促使企业壮大，产生正能量。但恶性的竞争却会破坏市场秩序，损害消费者利益，无益于企业，更无益于行业的发展，对于中国社会的法制也是一种挑衅。

对于王老吉的未来发展方向，王老吉大健康产业有限公司董事长吴长海表示，中国必然会出现自己的世界级的饮料企业。这是文化使然，是我们的市场容量使然。王老吉现在在海外已经有了一定的销量，但要像可口可乐那样进入西方主流社会，还有很长的路要走。目前，必须要解决好三个问题：产品标准、文化、管理。他们正在美国申请FDA的认证，正在推动凉茶行业标准的建立，这些都是为成为世界级的饮料企业做准备。

■本报记者王哲

日前，王老吉大健康产业公司召开媒体沟通会，上调了年度销售目标，由原计划的100亿元上调至150亿元，上半年，王老吉已经完成了75亿元的销售。基于目前良好的市场前景，王老吉表示，将追加10亿元市场投入乘胜追击，力争占据凉茶行业市场份额第一。随着国内“伏天”的到来，气温也不断攀高，国内凉茶业又将迎来新一轮的销售旺季。

在广药集团收回王老吉商标后，制定了详尽的发展战略，具体就是“先超市后餐饮”的发展路径。据记者了解，在2012年第三季度的凉茶销售旺季，王老吉主要对大型商超铺货，第四季度则转攻餐饮渠道。一方面加大投入大型餐饮连锁店，另一方面借助有一定实力的酒水经销商，其在餐饮渠道的市场占有率。

此外，王老吉能超额达成目标，与其健全的销售渠道也密不可分。天津某地区王老吉经销商小陈对记者表示，目前，天津市民对王老吉的品牌比较认