

书店咖啡吧剑道馆新颖时尚 ,让人眼前一亮 我市这些新消费业态能服水土吗

近段时间 ,记者发现我市不少新消费业态引发市民关注 ,比如 ,书店咖啡吧、剑道馆等。它们有何新颖独特之处？能服我市水土吗？近日 ,记者前去一探究竟。

记者 舒姿

多种业态融合 产生化学反应

在华丰路上 ,有一家 字在书店 ,被称为 永康诚品书店 ,在经营业态上已经不仅限于书、咖啡、创意产品等。

我在法国旅游时 ,看到法国人在地铁等公共交通工具上都是人手一本书 ,大街小巷有很多咖啡书吧。读者一边读书一边喝咖啡 ,很是惬意。咖啡书吧在国内大城市也有很多 ,遗憾的是我们永康还没有类似的店 ,我就萌生了办一家的想法。 字在书店 经营者叶赛青告诉记者 ,转变为多业态功能的书店是为了提供一种文化体验服务 ,未来还可以有其他的功能 ,譬如 ,艺术廊、文化餐厅等。从开业之初 ,消费者寥寥无几 ,到如今越来越多的会员加入 ,这家书店慢慢地走进消费者的心里。

为什么很多在大城市合理的消费模式 ,在永康就遇到了阻碍？我认为最关键的原因还是市民的消费理念没有跟上时代步伐。年长的自不必说了 ,一些三四十岁相对年轻的人也常会质疑。叶赛青有些落寞地说 ,毕竟每天的房租、电费水费、雇员费都是一笔不小的开支。她告诉记者 ,前段时间 ,永康宝龙广场的招商人员找到她 ,希望她把这么好的书店开到他们那里 ,人流更有保证。她婉拒了。

记者了解到 ,现在完全只卖书的实体书店一般很难盈利 ,加入咖啡、文创、简餐甚至其他体验式服务的泛书店模式正成为当下新兴书店的业态 ,包括西西弗、诚品、大众书局、方所和建投书局在内的知名书店都在靠书之外的东西赚钱。像诚品书店 ,它关注到了新一代青年对精神空间的需求 ,因此不再是单单销售图书 ,而是将书店打造成一个精神层面的公共空间。但是 ,因为消费理念较传统、人口总量较少等原因 ,我市的咖啡书吧生存前景不容乐观 ,只有少数两三家散落在大街小巷 ,勉强经营下去。



认真看书的小朋友



字在书店 内景一瞥

小众体育项目收获不少粉丝

近几年 ,我市涌现不少小众、时尚的体育场馆 ,比如剑道馆。那么 ,剑道馆有何吸引人的地方？日前 ,记者来到了这家位于溪心菜场楼上的创道剑道馆。

正值暑期 ,记者看到很多学生在创道剑道馆练习。经营者田玲玲告诉记者 ,4岁以上就可以学习剑道了 ,这里的学员大多是少年儿童 ,成人学生年龄则偏年轻化 ,很多还是动漫发烧友。学费年卡 6000 元 48 节课 ; 10000 元 96 节课 ,学员普遍都能接受。不过 ,总的来说 ,学习的热情没有大城市的高 ,主要原因是学生、家长对剑道还不是特别了解。

说起剑道 ,很多影视作品中 ,市民可以看到练习者的造型 :两个穿戴正规服饰的人 ,光着脚在室内 ,手持竹剑 ,头戴头盔 ,面对着对方挥剑呐喊。据了解 ,剑道其实是发源于我国的一种剑术 ,却风靡于日韩。从形式上看 ,它是一种持刀剑进行的格斗 ,但它的文化内涵所产生的反响 ,远远超过剑道本身。它也是传统的竞技性器械武术 ,选手一对一进行比赛 ,双方按规则相互击打有效部位 ,由裁判计点数判胜负。

记者了解到 ,这项武术看起来比较文弱 ,跟拳击摔跤等力量型项目无

法比较。但你可别小瞧它 ,业内有句话叫 剑道三倍段 ,大意是学习剑道的人甚至可以打败比他高三段的空手道练习者。这项运动不是只适合男人 ,女生和小朋友也可以学。学习剑道可以锻炼一个人的精神意志和身体素质。它教的是简洁的动作、沉着的心态 ,注重于培养反应能力。久而久之 ,这种训练会让你拥有优于常人的敏锐与判断力 ,待人接物也会更加严谨。

田玲玲告诉记者 ,她是送孩子到

金华学习剑道后 ,发现小朋友变化明显 ,刚好有剑道教练在寻求合作伙伴 ,才开出了我市首家剑道馆。剑道馆对场地的要求很高 ,层高、通风、面积、地板都要列入考虑范围 ,符合要求的场地往往花费不菲。创道剑道馆按照大城市剑道馆来设计、制定教学标准。光装修 ,她就投入 60 万元 ,加上房租人工费、水电费开销 ,前期投入接近百万元。对于剑道馆发展前景 ,她比较看好 ,希望能有更多市民了解剑道这项运动。



学员正在练习剑道

新业态培育发展任重道远

的店面 ,在宣传推广上 ,也不能放开手脚大力宣传 ,多靠熟人带熟人等。

另一方面 ,我市宝龙广场即将投入使用、一方万达广场正在建造中 ,他们又很需要这类消费新势力 ,提升人气。我市正处于新腾飞的阶段 ,城市品位的提升 ,亟待新消费力量助力。新消费业态要想长远发展 ,需要多方合作。

比如 ,香港太古汇开到哪里 ,就会把 方所 或者 PageOne 书店带到哪里。上海大悦城二期建成后 ,就把 6 楼楼梯口的位置留给了西西弗书

店。这些都是比较出名的 ,也是最直接和地产商合作的例子。

当然 ,更重要的开店动力 ,还是来自店主自身。比如 ,书店除了咖啡和文创产品 ,签售会、名人讲座或者读书会等线下活动也是多元型书店的常见策略。西西弗书店称自己每年举办的活动达到上千场。业内流行了一段话 :在这个时代做书店 ,除了要懂书、懂内容之外 ,也要懂新市场的变化。而剑道馆可多与我市幼儿园、中小学校合作 ,提早介入 ,让适龄学童了解这一体育项目 ,实现可持续发展。