

# 打造專業圖書門市

## 建立真正讀書人書店



商務印書館 115周年紀念

商務印書館(下稱「商務」)於1914年在香港成立分館後,便開展書店經營業務。上世紀80年代,商務門市迅速發展,繼中環及北角門市開業之後,銅鑼灣圖書中心在1984年開業,成為香港當時主要具規模的書店之一。  
■香港文匯報記者 陳馳



■重新裝修的銅鑼灣圖書中心面貌



■翻新後的銅鑼灣圖書中心將更能服務不同階層的讀者

### 訪商務印書館(香港)有限公司助理總經理尹惠玲

七、八十年代,香港市中心周邊的衛星城市開始逐步建立,商務印書館也積極採取「走入新市鎮」的策略,走入沙田、大埔、屯門等衛星城,為當地居民提供圖書服務。尹惠玲說,商務一直堅持所有門市的佈局設計要有統一的高標準,當時即使是所在較為偏遠地區的門市,其內部的裝潢及服務也要向市中心門市看齊,而書種便會因應所在地區讀者的需要而配備。她強調:「為不同地區的讀者提供優質的服務,一直是我們堅持的經營理念。」

#### 努力為讀者提供優質服務

在商務印書館對自己的定位上,尹惠玲說:「我們是書店,『書』是我們的核心理念。這麼多年來,無論香港圖書經營環境如何,我們都堅持做好圖書銷售的角色。」目前商務在香港共擁有21間門市,書店內整體圖書銷售比例不會少於八成。在尹惠玲看來,讀者進來書店是想找到自己想要的書籍,而提供有質素的服務滿足讀者的需求就是商務的堅持。



■Blooming Club舉行講故事活動時花絮



■中文大學書店將於今年9月開張

如何做到滿足讀者需求呢?當然就是要為讀者提供最優質的圖書。在商務印書館,每一個書種,比如英文書、簡體書、兒童讀物等,都會有具豐富經驗的書種專員跟進。此外,商務還利用與海內外諸多出版機構的合作關係網絡,在出版前就能夠獲知當季將會出版的圖書,獲取其中的精品推薦給讀者。

商務印書館每周都會舉辦文化講座,內容涵蓋文學、哲學、文化研究、時事話題、經濟、生活品味等等。回顧過去5年,商務印書館的文化場地一共舉行了逾500項文化活動,當中邀得多名海內外著名學者、作者與讀者見面,包括哈佛學者傅高義、丘成桐,美國當代詩人Gary Snyder及Michael Palmer,內地著名作家王安憶、學者于丹,台灣殿堂作家白先勇、余光中、楊牧、張大春、駱以軍、詹宏志,日本詩人谷川俊太郎,香港則有著名文學家劉以尊、李歐梵、鄭培凱、盧瑋鑾(小思)、梁秉鈞(也斯)、陳冠中、董啟章等。

#### 「為讀者找書,為書找讀者」

目前,商務是全港最大的連鎖書店系統,每一間門市儘管各有不同的市場定位,但經營理念都是一致的,那就是「為讀者找書,為書找讀者」。前半句很容易理解,這是幾乎所有書店的最主要功能。而後半句「為書找讀者」恰恰體現了商務經營理念上的與眾不同。尹惠玲解釋說,讀者未必會知道很

多書種的存在,而我們的書種專員的工作,就是發掘好書,然後將其引薦給讀者。

而商務的門市大致可以分為四種類型。第一類是旗艦店,如銅鑼灣圖書中心和尖沙咀圖書中心等。位於尖沙咀美蘭華商場的旗艦店佔地18,000平方呎,提供超過10萬種圖書品種,並設有展覽廳舉辦各類文化活動。而位於銅鑼灣怡和街的圖書中心在裝潢一新後,將在八月上旬重新與讀者見面。

#### 打造旗艦級圖書中心

全新的銅鑼灣圖書中心將教參書及文具匯集在副館,從而騰出空間,令主館的中文圖書銷售面積得以擴大,圖書樓層由三層增至四層,令藏書更為豐富及多元化,並以純書店為定位。此外,新開業的主館將採取全新佈局。面積達2,200平方呎的地庫全層將擺放英文書籍,較之前無論是面積還是書種均多出一倍。一樓將陳列新書、暢銷書以及旅遊、社科、語言類等較符合大眾口味、流量較快的圖書。而在新主館二樓商務將着力打造一個「人文館」,陳列文學、歷史、哲學以及藝術文化類的中文書籍。三樓將是孩子們和媽媽們的樂園,陳列兒童圖書的同時,也考慮到媽媽們的需求設立保健養生、食品、手工類的圖書專區。尹惠玲介紹說:「除了英文圖書種類倍增,中文書籍的品種也會較之前增加三分之一。新的銅鑼灣圖書中心四層分工鮮明,讀者可以很輕鬆找到自己想要的書籍。」

銅鑼灣副館則是全港教育圖書及產品最齊備的學習資源中心,於3月底開業,以商務首間教育圖書及學習產品專門店為定位。新店面積逾3,500平方呎,以青綠色為主調,打造活力朝氣形象,提供各類中小學教科書、參考書、大專用書、公開考試用書、補充習作、海外優質中英文學生讀物等,並設文具、教育產品、美術用品、電腦用品等專區。

第二類是社區書店,共13間,分佈在沙田、屯門、香港仔等社區之中。這一類門市因應當地讀者群的不同,在圖書種類上會有不同的側重。比如在學校較多的社區,學生讀物以及教科書的比例就會較高一些。

第三類是港鐵站內的文化快線。現時商務總共設有3間文化快線,分別位於美孚、大圍和東涌。這一類門市主要針對那些沒有時間去書店的讀者,在他們上下班通勤時,可以就近買到需要的書。文化快線的開設,體現了商務「讓書店服務走入更方便讀者的地方」的理念。

除以上三種主要面對市民大眾的書店,商務的第四類門市是開設於校園內針對學生們的大學書店。商務分別於2003和2004年在城大和科大開設了

兩間大學書店。商務同時也為嶺南大學經營大學書店,並為公開大學供應教科書。在專業圖書方面,商務還全資擁有以提供會計及法律圖書為主的Bloomsbury Books Ltd。

今年9月,擁有豐富大學圖書經驗的商務印書館將在中文大學開設第三間大學書店。尹惠玲表示,新的中大書店面積約5,800平方呎,是全港最大規模的大學書店,除為師生供應教科書外,還會提供豐富中英文學術書籍,以優質學術書店為定位。而店內擁有約800平方呎的活動場地供舉辦各類講座、讀書活動之用,為大學提供文化交流平台。此外,中大書店鄰近港鐵大學站,可以在學生之外,更方便的服務到新界地區的居民。

#### 着力轉型走向專業化

除了堅持一直以來「為讀者找書,為書找讀者」的經營理念,近年來,商務印書館另一大重點發展策略就是「走向專業化」。全新佈局的銅鑼灣圖書中心以及即將揭幕的中大大學書店就是這一策略的集中體現。在尹惠玲看來,商務作為香港規模最大的連鎖書店,經過長時間的發展及對顧客需求的掌握,不少的業務板塊如教科書、兒童書等均發展至更大規模。這也讓商務的領導層認識到,對於這些有潛力有市場的板塊,僅僅在綜合門市擺放一個角落經營是不夠的,而他們要做的就是把这些板塊擴大,走向專業化的門市經營。尹惠玲特別舉了兒童讀書會Blooming Club的例子。

2009年,商務印書館成立了兒童讀書會Blooming Club,為小讀者、家長及教師推介優質英文圖書,並每月為小讀者舉行講故事活動,藉以培養兒童和青年讀者對英語閱讀的興趣。此外, Blooming Club又積極邀請海內外專家為家長及教師舉辦活動及工作坊,教授提升孩子閱讀興趣及能力的心得。該會成立以來,深受家長及孩子歡迎,如今已經擁有約10,000名會員。為回應讀者對童書品種的更大需求,商務印書館在2011年10月將與海城分館正式轉型為兒童書專門店,並積極發揮與海外出版社良好的合作關係及自身的影響力,如與豐子愷兒童圖書獎合作,邀請得獎的台灣童書《團圓》作者余麗瓊來港與小讀者見面、以普通話講故事,令講故事



■丘成桐、傅高義等海內外著名學者來商務與讀者交流。

活動的形式更多元。今年3月, Blooming Club更贊助首屆Young Readers Festival,安排包括Eoin Colfer、Peter Brown等多位國際知名的兒童讀物作家與香港小朋友們近距離接觸。

#### 肩負責任商務有自己的堅持

近年以來,中國內地、台灣及美國等地的實體書店經營備受網絡書店衝擊,而在香港經營書店亦要面對租金及人力成本高漲問題,所以,海外和本地很多同業紛紛在店內擴大非圖書產品的銷售,縮減銷售圖書面積,以改善經營困局。面對如此趨勢,商務依然積極發展門市,堅持圖書是門市經營的核心,而銅鑼灣圖書中心的轉型,更擴大了中英文圖書所佔比例。商務為何反其道而行?

尹惠玲解釋說:「商務印書館自1914年開始在香港經營書店,服務香港已接近一百年,見證着這城市的發展及變遷,亦了解香港人的閱讀文化及口味。香港作為亞洲地區國際化程度最高的城市之一,香港人具國際視野,對於圖書品種的需求遠較內地和台灣複雜。本地讀者會閱讀繁、簡體中文,以及英文書籍;他們的閱讀口味也多元化,涵蓋嚴肅的學術書籍,以至普及的流行讀物,這意味着香港的圖書市場仍有着廣大的服務空間。」

這就是商務印書館近年來積極尋求轉型,提升專業,努力服務各類不同讀者的原因。尹惠玲說:「商務強調為讀者提供具質素的閱讀,真正的讀書人總需要一家能認識他們需要的書店,而這就是我們的堅持。」



■銅鑼灣副館外觀



■全新銅鑼灣圖書中心3樓的Blooming Club兒童書區將是小讀者的閱讀樂園