

金石堂 文化廣場

打破傳統的舉動總令人特別的矚目。金石堂書店的成功就在於它跳脫傳統書店陳舊的經營模式，並為「書店」這個古老行業注入新的企業理念和行銷策略所致。

素以經營活潑，多樣性而富創意的金石堂文化廣場，近數年來迅速竄紅於年輕人與愛書人的文化心靈中，並成為他們心目中逛書店的最佳去處之一。每天的午後，你永遠可以看到熙熙攘攘的人群，或佇立在他所喜愛的書前看得渾然忘我，久久不去；或穿梭於店裡睜大了眼望穿秋水地尋找他想要的書籍，配合著店內高雅明朗的書架陳列，以及活

潑的暢銷書廣告、排行榜，真會讓人從心裡感動於這愛書人的「天堂」。

金石堂的魅力就在這裡：豐富、明朗、自由、活潑。

成立甫滿七年的金石堂，迄今已有汀洲、城中、忠孝站前、台大、信義等六家分店，成長速度驚人，而它以一標榜「不打折」的口號却仍舊有相當高成長的業績，這就是金石堂的「經營藝術」了。

排行榜看流行

針對傳統書店的普遍缺點，如佈置陳舊、擺設呆板、缺乏新鮮感、採光不足、純粹賣書而不提供讀者關於書的資訊，單打獨鬥而沒有「連鎖經營」等等，金石堂均分別給予革命性的突破。使得金石堂整體呈現給讀者的，是一個完全開架式（甚至是較占空間但利於讀者取閱的「平鋪式」）明亮新潮的



看書場所，氣氛自由、舒適。它首創「暢銷書排行榜」、店內繪製許多製作精美的單書廣告，並印行「金石書訊」將一些出版消息廣予宣傳，此種利用廣告心理及「從眾心態」來直接或間接「鼓勵」讀者買某些書籍的商業行銷手腕，用在書店經營，真可謂威力強大，尤其暢銷書「排行榜」，不僅「捧紅」了一些暢銷書作者，如龍應台、張曼娟、三毛等等，也因此舉帶來的「邊際利益」，讓其他的書局同業，也莫不「眼紅」於金石堂的巨幅營業成長。

CIS

金石堂的另一個經營手法，是「連鎖經營」，這也是時下企業界流行的建立企業識別系統（CIS），突顯企業形象的積極作法之一。「也就是一聽到金石堂，不論是汀洲店或是站前店，都讓你有相同的好印象」

一位金石堂的櫃台小姐如是說。聯鎖經營不但有這個優點，它更可以透過聯合進貨大量買進而降低成本，如此一來，金石堂又在成本上佔了一大優勢。

產品琳瑯滿目

此外，金石堂更以豐富的書籍與多樣化的產品吸引消費者。以金石堂本店——汀洲店為例，一走進去，你會為它琳瑯滿目的產品所眩惑，文化廣場當真不負盛名，在這裡，你不但可以看到書店，另外還有服飾店、運動用品店、錄音帶、唱片、錄影帶店、遙控玩具店、漢堡店、咖啡店、及禮品、民俗藝品屋、環顧國內書店，如此多樣化的販賣方式，這樣求新的創意，可謂是一項大膽的嘗試。據金石堂副總經理陳斌表示：「公館是年輕人的地方，事實上汀洲店地段並不算理想，如何將人群從羅斯福路吸引到汀洲路上？也許多樣化的產品可吸引不同結構的客戶層，他們也都是其他產品的潛在客戶！」他說的話也許更可以進一步引申：「如何將人群從其他書店吸引到金石堂裡」，大概更是金石堂經營者更想望的目標吧！而如此多樣化的販賣方式，勢必將會給其他的書店一個新的刺激。

由於整體經營方式比其他書店來得活潑生動，金石堂也是國內書店舉辦藝文活動的先驅。書展、演講、座談會、新書發表會，每個月都定期舉辦，成為常態性的活動，這種將百貨公司宣傳、促銷手法融入書店經營

，又是書店業頭一遭，無怪乎讀者趨之若鶩，書店業相形失色。

以上所述幾點，大略地可以涵蓋金石堂的經營特色，同時更可從其中體會到金石堂帶給國內書店業革命性的影響，我們身為讀者，愛書人的一群，自然希望有更多更大的更

新學友書局

四之紹介店書色特



新學友(敦化店，敦南南路501號)外觀為圓弧形建築內部佈置，細緻高雅，經營者頗富巧思

位於敦化南路的新學友文教基金會內部採圓弧形設計，相當奇特美觀，在經銷書籍方面以英、日雜誌及國小參考書為最，其餘各類圖書亦不少。三樓為佈置典雅高貴的書香園，將閱讀與飲食兩件人間至樂結合，唯價格並不便宜。四樓為名揚圖書有限公司，提供愛樂者各類古典、暢銷音樂之CD唱片及相關資訊。

新學友文教基金會最為人稱道之處在於其地下一、二樓所設立之親子廣場：

在地下一樓內陳設各種優良之青少年讀物、各類可愛之飾品、文具和拼圖積木等，有些地方亦鋪設柔軟草綠色的地毯供國家未來之主人翁閱讀玩耍，在這兒常可見到母子倆共閱一書之溫馨畫面。

此外，親子廣場亦提供中外卡通影片欣賞、親職教育講座及在地下二樓為兒童所辦之各種才藝班、資優潛能發展中心，寒暑假亦辦有冬、夏令營，真正為國家下一代的成長貢獻了一份心力。

好的書店成立，為我們提供更好的服務以滿足我們的求知渴望。在此，還有那麼一點「奢望」是：哪天台北醫學院對面，也能有那麼一家「金石堂」，讓北醫三千學子也能就近「一飽書福」。我們就期待他們獨到的眼光吧！