

购物中心开办图书馆的利与弊

——来自美国采访案例的分析

汪建中 韩维柱 编译

(天津科技大学图书馆 300222)

文 摘 通过对美国五个不同购物中心的图书馆采访调查,论证拥有一个醒目的和技术完备的图书馆是购物中心的一大优势,这一举措不仅对图书馆方有利,对商店的老板同样有利。此外,对购物中心图书馆的未来和今后商家与图书馆的合作提出了一些建议。

关键词 购物中心 公共图书馆 合作与交流

Advantage and Disadvantage of Library in Shopping Center ——Analysis from American Investigation of Five Case Studies

Wang Jianzhong, Han Weizhu

(Library of Tianjin University of Science & Technology, 300222)

Abstract: An extensive comment and analysis is followed by an investigation of American five case studies, which identify that establish libraries in shopping centers will do benefits to both the dealer and library, Co-operation and communication between library and shopping center should be increased in the future, and finally the recommendations are given.

Key words: Shopping center, Public library, Co-operation and communication

1971年起,美国在购物中心开办图书馆。世界上很多国家和地区开始效仿这一做法。2001年,新加坡的商业区建成了8所图书馆,其中3所馆是与其他服务设施共享一个地域空间。英国的威尔士的凯诺购物中心和肯斯史市的基多购物中心图书馆也已经正式运营,伦敦新近的城市规划项目“技术和学习中心”的设计方案中,海克宁中心图书馆被作为建筑设计规划的核心部分,并作为当地重要的振兴计划之一。本文是对美国境内五个不同的购物中心(格林、麦斯费德、切斯特费德、威斯顿和贝斯)图书馆的采访与分析,采访者的看法不尽相同,但观点总体是乐观向上的。

1 购物中心开设图书馆有利因素

1.1 优越的地理位置提高了图书馆的利用率

因为地处购物中心的位置,集中的服务、便利、额外的服务设施(比如商店)提高了图书馆的利用率。案例采访中尽管调查对象的情况各异,但是在

图书馆的利用率得到显著提高这一点上是相同的。例如,切斯特费德图书馆正式运营的头一年里,读者中成人会员增加到58%,儿童会员增加到53%;肯麦德亚购物中心的图书馆,虽说没有达到预计的100%使用率,但利用率增长很快;在格林购物中心图书馆的情况也是一样:“……那里的图书馆会员的人数增长迅速。刚开始阶段,据官方统计数据,平均每个月有1000个新的读者,这还不包括那些虽然不是这里的会员,由附近馆那里持证来这里的读者”。

1.2 先进设施和免费服务带来了方便

新加坡国家文化部门在商店内图书馆的位置上,有这样的规定:“……方便对客人来说是首要的,让客人无需穿行很远就可以接受图书馆的服务,在人们购物或用餐的时候,无需换往其他地方就可以就近使用图书馆……”。图书馆给购物中心增加了一个服务功能,给他们带来方便。无论是图书馆的读者还是商店的消费者,可因此而购物读书两不误,

节约了时间和精力。人们在购物中心光顾图书馆大多是随意的,如用午餐时,顺路进来看看;在其他家庭成员去购物的时候,浏览一下图书馆等,触发了对图书馆的利用意识。此外,图书馆拥有完备设施、周到的服务、公共洗手间、免费的停车场等,具有吸引力。对老年人和带孩子的父母,图书馆比商店更具吸引力。

1.3 为购物中心吸引了更多的客人

大多数被采访者肯定了图书馆在吸引客人、商店促销方面的积极作用。客人在前往图书馆的时候经过商店,潜在顾客被吸引进来,给商家带来了好处。有个老板把图书馆比作是众所周知的品牌店,给购物中心带来了利润;此外,图书馆又是具有吸引力的而且人们都很熟悉的租赁商,起着稳定购物中心的作用。例如在波德姆购物中心,图书馆已经成为购物中心里受欢迎的租赁商。

商家和图书馆在项目、活动上的合作使得双方都获益。图书馆经常有很多的文化活动,如各种讲座、作者见面会等吸引着读者。艾德马顿一个商家意识到,如果没有图书活动带来的人流,商店的营业额就会下降;在英国多赛特市,当购物中心设置图书馆以后,营业额增长了10%;在艾斯特的一家商店里,人们光顾图书馆的时候,每次要在所在商店消费50美元;格林购物中心的商店老板说,有时图书馆吸引的人流比商店多,把读者变为消费者就成了商家需要研究的事。

1.4 图书馆也可以被用作商业用途

图书馆崭新完备的设施,是商家可以利用的潜在场所,商家可以利用图书馆召开年会或者见面会等。图书馆的信息查询、IT交流设施、照片复印设备等,提供了公共事业的项目合作可能。目前,很多商店开始有了利用图书馆服务的意识,在商业信息、服务等与图书馆的项目和活动的合作问题可以进一步开发,商家对图书馆利用还有很大空间。

1.5 有助于提高商家文化形象

在购物中心拥有一个醒目且技术完善的图书馆是购物中心的一大优势,有助于提高购物中心的社会形象,对购物中心的文化形象有着积极的影响。购物中心的态度让人更加满意、更容易让人接近。一些被采访者认为图书馆作为一个租赁商在购物中心是合适的,给购物中心赋予了超市以外的寓意。

1.6 图书馆对购物和工作环境起积极的作用

被采访者普遍认为,图书馆让购物中心环境变得舒服、适宜。一个优质、具有吸引力的图书馆,能

让购物中心的职员与顾客都感到愉快。店员在午餐休息或者下班之后,可以到图书馆学习或者提高他们的IT技能,自我提升、更新工作技能,寻找各种求职信息,或者休息消遣。

2 购物中心开设图书馆的不利因素

2.1 高额的租金

购物中心寸土寸金,而图书馆是非盈利性机构,昂贵的租金是在购物中心开办图书馆需要解决的关键环节,需要当地政府出面协调一个适当的租金标准。原来没有一个购物中心主动要求设立图书馆。切斯特费德购物中心经理说:“……在任何一个构思框架中,把图书馆设置在购物中心不是你首先考虑的事。”上面提到的麦斯费德图书馆建立得到了政府的支持;而在英国艾普萨姆市的艾士利购物中心,苏瑞图书馆与购物中心在租金问题遇到麻烦,开辟图书馆分馆计划不能如愿。欧斯顿先生认为,美国因为昂贵的租金原因,把图书馆设置在购物中心只是作为一个过渡方案而已,图书馆方通常会建造属于他们自己的大厦;在澳大利亚的情况又不同了,那里的租金便宜、社会捐赠、以及使用和服务上的免费等因素,图书馆争取到议会的支持,与购物中心谈判通常能够成功。目前社会对在购物中心开设图书馆的认识已经有改变,在格林购物中心开设图书馆的租金问题顺利达成了协议,显示正在出现有利于图书馆的趋势。

2.2 购物中心经营管理对图书馆的制约

(1) 购物中心建筑按超市格局设计,事先没有考虑图书馆的需求,所以物理设施、空间设计、灯光处理等在图书馆使用时都成为缺陷。如空间不够宽敞明亮、馆员没有办公场所、读者和馆员之间联系不便等。

(2) 商家往往有很多限制措施在防止图书馆参与竞争,如图书馆的租借服务,尤其是图书馆提供打印和照片复印等服务,或出售旧书,成为书店的折扣书和复印店的威胁。在贝斯购物中心的图书馆,被要求不可与商家出现竞争。中心里没有音像商店,贝斯图书馆可以提供音像文献服务,但为了保护其中一家书店的利益,图书馆就不能出售圣诞卡。

(3) 图书馆如果处于购物中心的中央,能吸引更多的客人,对商家和图书馆来说都有好处。但购物中心从商家经营利益出发,不希望图书馆占用核心地位。调查发现,麦斯费德的图书馆设置在购物中心入口处;切斯特费德的图书馆就被安排在购物中心中央;再比如贝斯、威士敦图书馆被安排在购物中

心二楼。位于二楼的图书馆,新顾客往往不知道,年岁大的读者也不够方便。

2.3 思想观念的差异

并不是所有商家都意识到图书馆的读者流量对商家的好处。一些商家认为没有图书馆同样可以生存;设立图书馆虽然益处多多,但图书馆方获得的实惠要更多些;切斯特费德商店认为,图书馆虽然吸引了客人,但消费不是必然的;还有商家表示:“……不觉得有人光顾图书馆并对商家都带来好处,只是觉得有更多客人路过了门口而已。”

3 分析与建议

购物中心的商家会越来越意识到图书馆所能带来的好处,大多数被采访者承认图书馆有一定的吸引力,从不同侧面给商家带来了利益,只是利益不很显著。购物中心的商家和图书馆的默契配合,是今后努力的方向。

3.1 商家和图书馆的关系分析

(1) 几乎每个被采访者都认为商家和图书馆提供不一样的服务,二者不存在竞争关系,相反,商家和图书馆的合作可以使得双方获益。与图书馆的合作为商家联系公众提供一个机会,商家获得了利润的实惠。1995年,佩苏门购物中心通过“图书和婴儿”项目而扩大了企业影响力。

(2) 图书馆和书店之间也没有竞争。美国法律规定,图书馆不可以收藏最新发行的音像制品。一个经营书和音像制品书店的老板说,图书馆基本上是一个保存过时图书的地方,不可能成为商业上的赢家。此外在防止图书馆参与竞争上有许多限制措施。在麦斯费德,图书馆在收藏音像制品时与当地的商业音像界有一个协议,图书馆不能租借给读者书店正在销售的音像制品。同时,图书馆丰富的馆藏是书店的一个互补。在威士敦购物中心的一个书店,当顾客还不确定自己该买什么书时,店员会鼓励

他们先去图书馆,然后通过将新版书刊和图书馆的书刊对比,以促销图书。图书馆还有着分流人群的作用,只看书而不买书的读者在商店不受欢迎,图书馆把这些读者带到了购物中心,同时实现了适当的人群分流。

3.2 加强磋商与交流

图书馆应该就细节问题与购物中心的商家加强交流,让图书馆更好地服务商家的需求,提升商店和消费者的图书馆意识,帮助商家意识到图书馆潜在的(直接或者间接)所能够带来的好处,提高商店对图书馆服务的利用意识,如图书馆提供商业信息服务,提供IT设施和会议厅等使用便利等,以建立亲密关系与合作氛围。

3.3 作息时间协调

如周六图书馆一般仅开放半天,而这恰恰是商店最忙碌的时候。图书馆与商家应就开馆时间、设施使用、服务内容、活动办法等进行协调,双方在客流量最大时段获益。

参考文献

- 1 Adams, C. J. and Robinson, J. "This mall serves all". *Library Journal*, 1972, 97(4): 653-655
- 2 候宽其. 图书馆、文化和商业:从公共图书馆建设的位置说起. *中国图书馆学报*, 2005(6)
- 3 Aldous, T. *New Shopping in Historic Towns: The Chesterfield Story*, English Heritage 1990, 68
- 4 Johnstone, L. "Public libraries and shopping centres". *Australasian Public Libraries and Information Services*, 1999, 12(1): 25-30
- 5 黄坚. 和谐社会对图书馆的呼唤. *中国市场*, 2007(18)
- 6 Johnston. "They put a library in the mall!". *Illinois Libraries*, 1996, 78(2): 70-74

汪建中 硕士,天津科技大学图书馆馆员。

(收稿日期:2007-11-19 编发:王宗义)

(上接第72页)

一组概念,同时指称文本与师说。由按语可知,王聘珍是深明其弊的,因而主张以“伏氏”、“孔氏”代替“今文”、“古文”,冠于书前,从而避免文本与师说的混淆。这种主张,无疑是有合理成分的。且王氏之目的,并非真欲加以代替,而在于辨明学术之源流。若据此认为王氏“无理取闹,可云谬妄”,似未足以服人。

以上我们比较了胡玉缙、江翰两家提要,并有所商榷。翁方纲曾在《经义考补正·序目》中,引用朱

彝尊之语以明其志云:“非敢形前贤之短,虑误后学也。”(按:出自《经义考》卷五十五杨时乔《周易古今文全书》条下朱氏按语。)笔者撰此小文,亦希望有益于对胡、江两家提要的取资和利用。

参考文献

- 1 上海商务印书馆《丛书集成初编》本,1937年版。
- 2 《点校补正经义考》,朱彝尊撰,许维萍等点校,林庆彰等编审,台湾:中央研究院中国文哲研究所筹备处,1997年版。

(下转第80页)