



法國歷經 3 次封城禁令，獨立書店紛紛關閉，民眾「精神食糧」的供給頓時告急。

On Line 不是唯一，特色服務才能永續

## 逆轉契機！

# 看法國獨立書店 Co-fighting

「大疫之年」的法國，面對「精神糧食」因封城而斷炊，政府與獨立書店無不啟動一波波因應對策，讓「必需且不可或缺」的身心靈慰藉，得以填補民眾閉關在家的空虛。

撰文／詹育杰 圖片／AP 美聯

**新**冠肺炎（COVID-19）疫情爆發至今，法國經歷 3 次封城隔離，當藝文活動全面暫停，唯獨書店在 2021 年 3 月底第三次封城時被列入「生活必需」而允許開張。然而「大疫之年」人們的生活和消費習慣被迫轉朝線上尋求所需，法國的出版業和獨立書店亦在此艱困時期奮力尋找契機。

### 並非亞馬遜，大型量販店才是勁敵

雖然法國出版業者有民眾「愛閱讀」的風氣作為堅實根基，但隨著各種數位媒體載具推陳出新，加上生活習慣不斷更迭，不同世代讀者的閱讀樣貌也跟著產生變化。根據調查，1973 年至 2008 年法國全年閱讀 20 本書或更多的讀者比率已逐年下滑，從原本

的 29% 減至 14%，甚至 2018 年有將近 3 / 4 的法國人表示自己每年讀不到 10 本書。

縱使疫情之下電商平台如亞馬遜 (Amazon) 的圖書生意不減反增，但對於法國獨立書店而言，此時最主要的經營挑戰並非來自電商，而是購物中心與大型量販店。尤其這些獨立書店的真正勁敵，在中、小型城鎮皆有布局，像是大賣場 E.Leclerc，以及瞄準郊區、全法擁有 91 家門市的 Cultura 購物城。此外，複合式連鎖店法雅客 (Fnac) 也放棄市中心經營，利用面積更小的新銷售據點，覆蓋從市中心到郊區極其龐大的客群，直至 2018 年底，Fnac 已在全法擁有 162 家門市。

正因為法國的獨立書店極為集中，光是巴黎第五區就聚集逾百家書店，如果不是住在巴黎或特定區域的民眾，又不去公共圖書館借閱，那就只能到購物中心或大型賣場找書，也因此法國中、小城鎮裡，這些店家成為獨立書店的重要替代品。

這也導致封城之際，被歸類提供日常必需的大型賣場、超市與量販店依舊能營業，

而店內除了販售食品與日用品，也販售書籍，所以封城期間書籍銷售業績大增，激起需遵守禁令停止營業的獨立書店業者紛起抗議，最後政府只好下令賣場裡的書籍區皆需拉起封鎖線變成「禁地」，以示公平。

### 危機成轉機，啟動數位化奮力拚博

麵包和書籍，是法國人最不可或缺的生理與心理食糧，然而封城之際仍可在商店購買香菸，卻禁止人們去書店買書，這對法國人來說確顯荒謬。所以閉關後的法國民眾，無不期盼能重返書店。這樣的現象從 2020 年 11 月底第二次解封後，書店重新開業時的進出人流即可窺見。人們都需要在實體書店裡與他人互動、交流。特別是因為其他的藝文場所、電影院與劇院仍舊鐵門深鎖，迫使對藝文有強烈需求的法國民眾，只好轉而從書店汲取這些能量，這也讓書店能在這波疫情下略有受益。

事實上 2020 年 11 月第二次封城前，法國書市無論是出版業者、獨立書店或公共

	3
1   2	

1. 為求對獨立書店的公平，法國政府下令大型賣場於封城禁令期間必須將書籍區封閉。
2. PUF 書店的線上購書、線下印書服務，讓自己重新找到有別於電商平台或大型賣場的行銷定位。
3. 「線上購買·書店取書」服務的推出，多少彌補了法國獨立書店和出版社自疫情爆發至今的損失。





圖書館早已提前準備，啟動了「線上購買・書店取貨」（Click and Collect）系統，不僅讓書店能於 2020 年的銷售損失中獲得有效補償，也讓中、小型書店證明自己能完美存在於網路世界。

有些書店則創建了自家網站，或加入提供串聯服務、媒合書店與讀者的線上平台，例如「獨立書店」（Libraires Indépendantes）或「我支持我的書店」（Je Soutiens Ma Librairie）等入口網站，讓讀者方便找書、訂書。不僅如此，當時巴黎市長安妮·伊達爾戈（Anne Hidalgo）也大聲呼籲民眾齊心支持本地書店，就連法國郵政 La Poste 也降低送貨到家的價格，藉以對本地書店表示支持，讓獨立書店注入些許咬牙苦撐的動力。

### 人性化服務，滿足各類型閱讀所需

不過，目前全法國約有 3,300 家獨立書

店，卻僅有 400 家能提供宅配到府服務，論其便利性與普及性遠比不上臺灣，加上疫情時不時的侵擾，確實讓經營備受考驗。但長遠來看，獨立書店全面啟動數位轉型的好處在於，能保有自家的選書與服務風格，提供比亞馬遜更人性化的閱讀建議，甚至為讀者量身打造能滿足其閱讀欲望的服務，而非一味削價競爭。

像是法國大學出版社（Les Presses Universitaires de France，簡稱 PUF）的專屬書店 PUF（La Librairie des Puf）現場，就設有一台「快速印書機」（Espresso Book Machine，簡稱 EBM），顧客於雲端書庫選購電子書後，僅需一杯咖啡的等待時間，便能拿到裝訂完成的紙本書籍。這種結合線上與線下的創新服務模式，不僅能因應少量出版的需求，也讓許多的「絕版書籍」獲得「重生」的機會，成為書店經營特色。✦