



十年坚守，一场书与咖啡的跨界实验 金城与他的“新型书店”： 在沈阳闹市造一处精神氧吧

缘起：07年的执念， 不做“只卖书”的纯书店

“2007年，我还在从事IT行业，那时候就下定决心将来要开一家书店。”金城的书店梦，始于19年前。但彼时的行业环境，让这个梦想从一开始就带着清醒的克制。“那时候一些电商平台已经在沈阳落地，市内五区24小时免费送书上门。我在IT行业待过，太清楚电子商务的冲击力，书作为最标准化、又沉重的商品，网上的价格优势对消费者吸引力太大了。”

在金城看来，如果做一家纯靠卖书的实体店，在当时想要生存下来是很难的。“书是最先被电商渗透的领域，不管是学生还是普通读者，对价格都很敏感。而且二手书市场的卖家都选择零成本的居家或仓房售卖，没人会租店面做漂亮的书店。”但他没有放弃，而是开始思考：如何让一家实体店在商业上活下去？

这个问题，他想了8年。从2007年在豆瓣写下“想开一家旧旧的小书店”的愿望，到2015年12月23日得味书屋正式开业，金城的核心思路从未改变：“不能以卖书为主业”。“我当时就意识到，开书店最大的成本是房租和人工，要活下去，必须找到除了卖书之外的盈利支撑。”他观察到，2012年前后沈阳精品咖啡馆开始爆发，而2015年某连锁书店即将进入沈阳的消息，让本地传统书店纷纷转型，增加咖啡区和周边产品。这更坚定了他的想法：“书店必须和其他业态融合，才能在市场中立足。”

定位：不止于书， 更是“有书的生活空间”

走进得味书屋，72平方米的空间里，用来放书的区域只占了一部分，却密密麻麻摆满了各类书籍——从人文社科、文学经典到外文书、二手书，看似杂乱无章，实则每一本都经过金城的筛选。“我选书没有固定类别，就是选有趣的书，让爱书的人一看就懂。”这些书没有被束之高阁，而是散布在桌椅之间、角落之中，方便客人随手可取。

剩下的空间，摆满了桌椅，没有隔断，没有刻意的距离感，甚至在高峰时会显得有些拥挤。“我就希望它爆满到让大家觉得有点儿拥挤，不想做那种安安静静、距离感满满的书店。”金城的设计，曾引来不少差评，“有人说书店不安静、有最低消费，觉得我掉钱眼里了。”但他始终坚持自己的定位：“这不是传统意义上的书店，也不是单纯的咖啡店，而是‘有书的屋子’——一个让喜欢书、喜欢实体书、喜欢书店氛围，又能接受咖啡文化的人，能够放松下来的空间。”

在金城的定义里，这种“新型书店”核心是“空间价值”。“电子书替代不了实体书的质感，你能触摸纸张、感受印刷、欣赏封面设计，这种拥有感和审美体验是独特的。但同样，网上买书也替代不了逛书店

的乐趣。”他将书店比作“氧气森林”：“在钢筋水泥的城市里，在复杂的人际关系里，人们需要一个像小公园一样的氧吧，逛书店就像女士逛化妆品、衣服店，不一定是为了买，而是在喜欢的事物里汲取能量、获得休息。”

这个空间里，咖啡和饮品成为了重要的盈利支撑。“精品咖啡是实体经济的救星，它需要现做，对新鲜度、制作技术要求极高，无法预制化和网上售卖，这正是实体空间的优势。”2013年，金城接触到沈阳一家精品咖啡店，被这种“有温度的饮品”打动，也找到了书店的盈利答案。“咖啡的刚需属性越来越强，它能快速让人切换状态，比茶的效率更高，也更容易成为日常消费。”如今，饮品已经成为得味书屋最主要的盈利点，但金城强调：“我不是在开咖啡店，只是咖啡恰好成为了支撑这个空间活下去的方式。”

得味书屋的选址，藏着金城的商业智慧——“绝对位置好，相对位置偏”。“这里是沈阳正中心，公交路网发达，驾车到哪里都不远，两个人约会、办事中途休息都方便。但它不在青年大街、中山路这些主干道上，而是在恒隆旁边的小胡同里。”这种选址，天然筛选了客群：“来的都是主动客流，不是随机路过的人，他们要么是口碑相传，要么是网上搜索，是真正契合这个空间的人。”

金城要做的，不是依赖流量的标准化店铺，而是“回头客的心理社区”。“标准化连锁靠被动客流，要满足所有人的口味，而我只服务特定的人——那些热爱读书、认可咖啡文化、追求细致入微服务的人。”为了维护这个社区，他拒绝了很多看似“正确”的运营方式：不做读书会、签售会等活动，“靠活动吸引的客人只是暂时的，日常的产品和氛围才是根本”；不做线上销售，“线下的事已经忙不过来，而且线上销售需要团队，会破坏这个空间的纯粹性”；甚至不追求快速的书籍周转，“好的

经典书，放在店里增色、吸引客人的价值，远比卖掉挣那点钱更重要”。

运营：拒绝标准化， 做“回头客的心理社区”



金城说，得味书屋是家“不止卖书”的新型书屋。 本报记者 张帆 摄

金城说，得味书屋是家“不止卖书”的新型书屋。 本报记者 张帆 摄

在产品上，他坚持“手作”和“品质”。自己烘咖啡豆、熬酸梅汤、做蛋糕和冰淇淋，“餐饮是良心活，食材要新鲜，制作要像对家人一样用心”。他的咖啡不追求标准化口味，而是带着手作的温度；他的茶有30元无限续水的传统茶，也有养生茶；甚至还提供啤酒，打破了咖啡与酒的边界。“我不想拘泥于任何一种业态的定义，这个空间里，只要是客人需要的、符合氛围的，都可以有。”

这种“不迎合”的运营方式，反而让客群的黏性极高。“来的客人大多是深度阅读爱好者，哪怕他们现在因为工作压力没时间看书，内心也尊重书、珍视书。”金城观察到，很多客人在这里从不会喝咖啡到成为咖啡刚需，“他们因为书店而来，接触到精品咖啡，然后才会去其他咖啡店。”而这些客人，也成为了书店的一部分，“大家互相熟悉，像朋友一样聊天，这里的热闹不是嘈杂，而是一种让人安心的社会氛围。”

坚守：五年之约， 在变革中看见未来

从2015年开业到现在，得味书屋已经走过十年。这十年里，金城也有过预设的“退出机制”：“一开始计划第一年没人，第二年有人，第三年有经营概念，第五年还

主理人档案

名字：金城
年龄：55岁
籍贯：沈阳
书店名称：得味书屋
开店时长：10年零1个月
书店坐标：
沈阳市沈河区市府大路
211-2-5-1-3号
爱好：
公路自行车、古典音乐、
影视剧、书和杂志、博物馆
书店核心宣言：
希望锵锵三人行在得味
举办一次

不行就关门。”但幸运的是，市场给了他正向反馈，“半年的时候人流就不错，后来随着独立书店和精品咖啡店的认可度不断提升，生意越来越好。”

支撑他走下来的，除了商业上的可行性，还有对“最低生存标准”的坚守。“我早就想清楚了，不追求发财，只要能满足基本生存，能负担房租和自己的生活就行。”这种低欲望的心态，让他在行业竞争中保持清醒。“现在咖啡豆成本有所增长，咖啡店越开越多，竞争越来越激烈，但我不打价格战，而是靠品质和氛围取胜。”他认为，消费者正在变得成熟，“大家慢慢认清，真正有价值的是个人手艺、新鲜食材和细致入微的服务，而不是品牌包装和低价噱头。”

对于书店的未来，金城没有宏大的规划，只有朴素地坚持：“只要身体允许，我想干一辈子。”他相信，未来的消费市场会越来越趋向个体化，“各种个体小店，靠独特的价值和魅力生存，消费者认可的是店主提供的真实价值。”而他的得味书屋，正是这种趋势的提前实践者。“我不做连锁，不上市，也不追求规模，只要这个空间能一直存在，能为喜欢它的人提供一个喘息的地方，就够了。”

如今的得味书屋，就像沈阳闹市中的一处精神角落。这里没有喧嚣的促销，没有刻意的打卡布景，只有密密麻麻的书、香气四溢的咖啡和真实的人间烟火。金城用十年时间证明，实体店不一定非要“高冷”或“悲情”，它可以很“烟火气”，可以和生活紧密结合。这种“新型书店”，或许没有传统书店的纯粹，却在时代变革中找到了生存的土壤，也为城市保留了一份触手可及的书香与温暖。正如金城所说：“我开的不是一家完美的书店，而是一家活着的、有温度的、属于这个时代的新书店。”

本报记者 张帆