

旧书买家的那些事儿： 这些青年人为一本旧书辗转反侧

【文、图/青年报记者 郦亮】



链接 LINK

网店还是实体店？

购买旧书与购买新书一样，读者都面临一个抉择：是去网店下单，还是前往实体店选购？购买新书的网店，诸如当当网、京东图书等，已将实体店逼至绝境。自网店兴起，大量书店纷纷倒闭。

而购买旧书，孔夫子旧书网是个热门选择，其品类极为丰富，上至明清时期的古籍善本，下至现当代作家的签名本，都能在上面找到。记者浏览孔夫子旧书网时，甚至发现了鲁迅的签名本，只是难以辨别其真伪。那么，问题来了：一边是空间狭小、略显局促的旧书店，另一边是犹如浩瀚海洋般的“孔网”，究竟去哪里购买旧书更为合适呢？

朱女士家中藏有上千册旧书，是位资深的旧书藏家。她向记者透露，自己还是喜欢去旧书店淘书。原因也是十分简单。一方面，旧书与新书不同。新书无论是在实体店，还是网络书店，性质都一样，消费者自然倾向于选择价格更便宜的渠道购买。然而旧书讲究品相与版次，只有亲手触摸、翻看，才能有更为深切的体会，因此去旧书店无疑是最佳选择。另一方面，逛旧书店最大的乐趣，在于与一本好书的不期而遇。虽说在网上旧书店也可能邂逅好书，但隔着屏幕，那种惊喜感与冲击力便会大打折扣，而且还会让人对书籍的真实情况心生疑虑。

“岁月书屋”的小汤并不避讳网络书店对于他们造成的冲击。他反倒觉得这是件好事，能“倒逼”他们把业务做得更精细、更出色。就拿定价来说，如今给旧书估价，他和老牛都会对标“孔网”。不仅要参考“孔网”上的“已售”价格，还要关注“在售”价格。了解“孔网”价格后，再依据自己店内旧书的品相和版次来定价。他们力求让自家旧书品相更佳、价格更为适中，如此一来，自然能够吸引读者前来旧书店买书。

当然，现在也有很多旧书商是既有实体店，也有网店。读者可以线上发现好书，再到线下买书，也可以线上直接下单，但可能要支付一定的快递费用。

“岁月书屋”“牛肉汤”的直播间一般会在每周四开启，他们目前还在进行网上售书，但读者可以“线上互动，线下售卖”，这也算是线上对线下的一种引流，老牛和小汤做得很用心，效果还不错。



青年人渐成旧书消费主力

有关旧书买家的故事，上海书城·岁月书屋的小汤向记者讲起一则。有一日，正好是小汤在店里当班。一个初中生模样的女孩走进店门。小孩子逛旧书店，这在小汤眼里本就有些稀奇，所以起初并未太在意她。

“有旧版的儿童文学书卖吗？”女孩子开口了。小汤心中一动，这孩子不仅逛旧书店，还明确提出需求，他开始留意起这个女孩。儿童文学类旧书并非“岁月书屋”的主营方向，当时店里仅有一套人民文学出版社1978年出版的三卷本《一千零一夜》，小汤便向她推荐。没想到，小姑娘语气平淡地说：“这版《一千零一夜》我已经有了。”小汤瞬间觉得，这个十几岁的女孩或许是个旧书圈里的“老玩家”。

后来，女孩挑了一册康德作品的旧译本——旧书爱好者逛书店通常不会空手而归，这一点小汤也懂。临走时，小汤问女孩，现在儿童文学作品新书那么多，为什么还要来买旧书。小姑娘还是一副淡然的样子：“现在的很多作品如果没有插图，我是无论如何都读不下去的。”小姑娘的潜台词很明显了，过去慢工出细活

的旧版本的质量，要比现在一时图快的新版本高。

不知出于何种缘由，当下购买旧书的青年人日益增多，且大有成为购买主力的趋势，这是不争的事实。犀牛书店的小庄印证了记者的这一观察，他说现在旧书店的主顾就是“两头热”——65后和95后。

记者在犀牛书店探访时偶遇读者小金，金同学还在读大二，一脸稚气的样子，可挑选的却是书店里最为老旧、书页破损的书籍。记者不禁发问：“这书买回去，你真打算读吗？”小金坦言：“读是肯定要读的，不过得等修复好了才行。”原来，小金近来痴迷于古籍修复，已参加了诸多修复体验课程，正寻觅一部残破的旧书回去“上手”。旧书店的旧书价格不高，破损程度也不算严重，对于小金这样初涉古籍修复的新人而言，无疑是绝佳的练手选择。

小金告诉记者，古籍修复很能让人沉下心来，磨炼自己的耐心与专注力。现在身边很多同龄人都在“玩”这个。他因修复古籍而留意旧书，又从关注发展为喜爱。“你想想看，以后我从书架上抽出一本古籍来，和别人说，这是我修复的，并且读了很多遍，这是多么有面子的事。”小金笑着憧憬。

对于青年人成为旧书市场新主力这件事，上海图书公司总经理石洪颖在接受记者采访时，分享了自己的见解。她认为，文化传承离不开图书，旧书承载着特定时期的历史文化，是时代的微缩景观，更是连接古今的纽带。青年人钟情旧书，很大程度上缘于传统文化的复兴浪潮。此外，当下不少青年人秉持低碳环保理念，在他们眼中，旧书可循环利用，既延续了文化脉络，又践行了环保行动，这也促使他们热情拥抱旧书。

旧书让青年人为“情绪价值”买单

如今，青年人颇为崇尚为“情绪价值”买单。像前文提到的女初中生，是为了阅读更好的译本；金同学则是为了在古籍修复方面练练手。这些行为多少都带有一些专业诉求。与之不同，韦小姐的经历，无疑完美契合“情绪价值”这一概念。

85后韦小姐是一个日本文学迷，她曾给自己取了个笔名——“川鲁”。其中，“鲁”代表鲁迅，“川”指的便是川端康成，这两位文学巨匠对她的创作影响极为深远。为了收入一本1966年日本集英社出版的《川端康成自选集》限定签名本，韦小姐与旧书商展开了长达一

年的“极限拉扯”，而这场拉扯的核心，自然是价格。

这部《川端康成自选集》限量印制1000本，每一本上都有川端康成用毛笔亲笔签下的名字。在售的这一册，编号为1000本中的第730号。川端康成已离世50余年了，作为诺贝尔文学奖得主，他的签名本素来稀缺，而这样高品相的签名自选集更是难得一见。韦小姐自然不想错过。只是，旧书商狮子大开口，叫价1万元。

1万元，对于一个签名本来说，无疑是天价了。韦小姐就此开启了与旧书商的软磨硬泡之旅。起初价格是1万元，她费尽唇舌，将其砍到8000元；接着又从8000元一路砍到6000元，最终砍至4000元。“其实，整个过程我很紧张，生怕某一天被人‘截胡’了，这就实在是太可惜了。一想到这件事，觉都睡不好了，辗转反侧。”好在，一整年过去，那本书竟一直都在旧书商手中。韦小姐也慢慢意识到，或许在一定范围内，像她这般执着于川端康成签名本的人，独她一份。于是，她心一横，再次砍价，最终以3000元成功拿下。

在这场“极限拉扯”中，旧书商显然也被韦小姐磨得精疲力竭，最终以3000元出售，与其说是让步，不如说是一种自我救赎。货款两清后，书商问韦小姐：“这

书真的对你那么重要吗？”韦小姐说，“对别人也许不是，但对我来说，确如此。”

所谓“情绪价值”，就是一样东西可以让自己愉悦，而因此愿意为这份愉悦买单。韦小姐与《川端康成自选集》之间的缘分，或许正是这一概念的生动注脚。

范小姐在巨鹿路的一条弄堂里，开了一家“范小姐书店”，这也是一家旧书店。范小姐平日里另有工作，开这家旧书店，纯粹是为了追寻“情绪价值”。她向记者透露，一本旧书是否值得购入，全然取决于买家的喜好。倘若不喜欢，哪怕版本珍稀、品相上佳，对买家而言也毫无价值。可要是碰上心仪的书，即便破旧不堪，在买家眼中也是如获至宝。这，便是“情绪价值”的体现。

范小姐十分理解韦小姐耗时一年的“极限拉扯”。那本书开价着实高昂，可书确实好，韦小姐无论如何都割舍不下。如此一来，唯有通过反复砍价，才有可能将书收入囊中。

当下，“情绪价值”成了众多青年人购买旧书的出发点。虽说他们也会考量售价，但一旦真正钟情于某本书，便会绞尽脑汁、想尽办法诚心求购。