

AI书店,掌阅科技“超链接”



当消费者可以瞬间在网上买到更便宜的书时,他们为什么还要来书店?

2025年,当掌阅科技CEO孙凯走进一场行业大会时,并没有想到这会是一次双向奔赴的开始。他原本只是去听一听“线下世界的烦恼”,却意外发现那些守着几万册图书、积累了几十万会员的实体书店经营者,对AI的理解没有那么深入,而他们对触达用户的渴望,与掌阅对书籍价值的执念,在这一天悄然共振。在此背景之下,掌阅科技在今年正式推出“书点点”解决方案,为实体书店数字化转型提供解决方案。

在数字化浪潮席卷全球的今天,AI给出的答案是:走进书店,是为了更好的体验。尽管“书店+”的多元化、复合式经营早已成为行业共识和主流趋势,但实体书店作为传统的知识传播与文化体验空间,其生存与发展面临着前所未有的挑战。当算法开始接入实体书店,读者和书的阅读关系又将如何被改写?

/不靠经验选品、不靠记忆维客/

当你漫步书店,恰巧被一本名为《河山》书籍所吸引。只看封面你既不知这书讲的究竟是什么,再看作者似乎对名为施展的老师知之甚少。于是,你习惯性地拿起手机扫了下封皮上的二维码。

这一次,系统弹出的不是电商比价链接,不是寥寥几句的宣传文案,而是一份来自“算法店小二”的深度解答:这本书适合谁?适合在什么场景下读?你到底该不该买……倘若当下犹豫不决,即使在离店后,也会根据你的喜好继续推送阅读及消费建议。

“传统实体书店长期依赖店员的个人能力进行图书推荐和会员维护,存在服务质量不稳定、人力成本高且难以规模化的痛点。而实体书店的核心竞争力在于阅读内容与效率提升的结合。”北京某书店负责人王振表示,“‘书点点’这类解决方案,确实可以在一定程度上让读者提升消费意愿。”

自今年2月正式推出第一个测试版本以来,“书点点”已经陆续在北京、浙江、安徽等地的多家实体书店陆续上线。在消费者看来,区别以往,AI在这里扮演的不是颠覆者,而是一个记忆力超群、永不疲倦的24小时客服。

从运行逻辑来看,“书点点”将AI赋能拆解为三个阶段:进店前,基于用户地理位置和掌阅App的阅读习惯推送活动与优惠券,激发到店兴趣;进店中,通过AI完成书籍导购,帮助用户在上万册书中快速找到所需;离店后,帮助书店完成用户活动触达唤醒,拉动复访。

在业内看来,依托成熟的数据与技术底座,这套全场景方案让书店得以跳出“靠经验选品、靠记忆维客”的传统模式,在服务交付效率和会员留存率两端同时获得可测量的提升。

北京社科院首都文化发展研究中心副主任沈望舒表示,站在内容供给侧角度,“书点

点”可以在一定程度上盘活存量出版内容。同时,在海量读物与广大读者之间搭建起全新沟通桥梁。

经过前期大量的实际调研,掌阅科技研发团队发现,实体书店的核心痛点不是没人买书,而是买了书的人再也想不起来回来。长期以来,书店吸引会员再次回顾的方式无非是利用公众号或社群发送活动消息,但这种方式不仅耗费人力且收获的效果甚微。但通过“书点点”,书店可以基于用户过往的购书数据,向用户精准推送相关的读书会活动、新书到店提醒或个性化主题书单。

在实际体验过“书点点”后,消费者李燃表示,“使用过程中,最吸引我的还是离店后系统并非中断服务。我依旧可以通过小程序,收到精准匹配我兴趣的内容推送、优惠券发放、活动邀约等。那种‘专属体验’,的确会让我有再一次走进书店的意愿”。