

去年新开 20 多家 今年更多蓄势待发

申城实体书店以独特方式破局



马上评

城中有书气自华

街上排起了长队——瞅仔细了,不是“喜茶”,也不是“鲍师傅”,人们为精神食粮激动起来。明珠美术馆楼下与之联动的“新华书店·光的空间”,由安藤忠雄设计,等待入场的人群蜿蜒而列。实体书店成了“网红”,这桩“城事”有点意思。

网红,靠的是颜。自然,实体书店对自己的扮相很是在意。设计大师包装外形,从室内造型到陈列设计,从光影视觉到概念烘托,新意十足,只远观便有了走近看的向往。实体书店的互动节目,也是一轮接一轮的,请知名作家坐堂,办亲子主题活动,人来人往,只有先活起来,才可能火起来。

但是,做一个屹立不倒的网红,最终靠的还是内核。网上买书可以打折,网上买书直送到家,为什么我们还折腾着走进书店?这个问号,光靠靓丽外表是无法解答的。书店,是城市生活的一部分。书店,成为钢筋水泥的都市里,一片柔软的净土。步入其中,浸一汪书海,惹一身书香,沾一手书气,还有比这更实实在在的惬意吗?任虚拟网络如何便捷便宜,也无从比拟。

人,若心中有书,大多鲜眉亮眼,城,若是市中有书,也必定气宇轩昂,别有胸怀。实体书店的春天,是上海文化在沉淀历练后结出的盛夏果实。书香袭人,申城大美。 华心怡



新闻追踪

“为守望者暖茶,为夜行人燃灯”,这是创始人刘军在大隐书局正式营业时写下的一篇文章标题。一周前,本报曾作了《让书店更美只是第一步》的报道,刘军的这番话倒是本报报道最好的诠释。在网络售书大行其道的今天,申城实体书店正在以其自己的独特方式破局。

今天下午,思南书局·概念店也将迎来 60 天里的最后一位驻店作家孙颔。2017 年,申城新开 20 多家中大体量实体书店,高颜值、高体验感、高附加值的多元化形态赢得了广大读者青睐,2018 年,更多筹备中的实体书店正蓄势待发。

围绕读者进行规划

2016 年 5 月,大隐书局在淮海中路 of 武康大楼内亮起了第一盏灯。短短一年半的时间里,这家小书店已经从 1 家发展到 6 家连锁店,即将在本月初开业的第六家大隐书局也从最初的 300 平方米拓展到创智天地上下 2 层约 1300 平方米的空间。刘军介绍,每家分店从选址、选书到各项文化活动的开展都充分考虑到周边居民的需要,“过去我们经营图书,后来我们经营空间,现在我们经营读者”。

经过近几年的实践,上海实体书店的发展更趋理性,更加注重研究市场规律和发展模式。比如大隐书局创智天地店,在对读者人群的消费习惯、光顾时间等数据进行实测和分析后,主打深夜书房概念,开业初期将营业至凌晨 2:00,后期根据实际运营情况再适时延长。因为周边居民以学生和年轻白领为主,店内精心划分了公共阅读空间、茶空间和生活美学馆,甚至配备了专业的录音室,尽管还未开业,录音室的预定情况已经相当火爆。

大隐书局的第七家分店、位于临港的湖畔书局也即将于今年 4 月开业,这里的消费人群与创智天地店有所差异,常住人口少,其中又以亲子家庭、年轻夫妇和少量老人为主。湖畔书局明确了公益图书馆与市场化书店结合的定位,将可阅读的图书增加到了 2 万多册,着重陈列少儿图书,每周末还将有文艺演

▲ 新华书店·光的空间店一角



▲ 言几又长宁来福士店的“书帘”装饰



▲ 百新书局尚悦湾店的咖啡厅
本版摄影 记者 刘歆

► 本报 2017 年 12 月 26 日《文体新闻》第 13 版面



中国上海国际童书展与博洛尼亚国际童书展达成全面合作

本报讯 受中国上海国际童书展组委会委托,上海新华发行集团与意大利博洛尼亚展览集团日前举行“中国上海国际童书展项目合作”签约仪式,标志着中国上海国际童书展主办方正式与意大利博洛尼亚童书展主办方合作,自 2018 年起共同主办中国上海国际童书展。

根据双方的合作协议,自 2018 年起,中国上海国际童书展将由上海新华发行集团有限公司与博洛尼亚展览集团共同投资成立的合资公司负责全面运营和管理。童书展举办时间继续固定在每年 11 月份,同时设置 B2B 和 B2C 两种展区,展示展销国内外优秀少年儿童出版物及衍生产品,同期举办主题论坛、版贸洽谈、新书发布、作品研讨等专业交流活动和青少年阅读推广活动。

第六届中国上海国际童书展将于 2018 年 11 月 9 日至 11 日在上海世博展览馆举行。(闻逸)

城市审美文化地标

在思南书局·概念店里,上海女作家唐颖的驻店日子安排在 12 月 27 日,当天色已晚,她快离店之际,来了两位中年女读者,她们都带着自己读小学的孩子。其中一位还轻轻地念了一段自己写的儿童诗给唐颖听,令唐颖十分感动。另一位女读者顶着寒风,不断地在与作家交流的过程中表达谢意,而这让唐颖颇感不安,“作家更应该感谢读者。”而正是实体书店这样的形式,才让作家和读者有了面对面交流的机会和空间。“读书会、演讲、研讨会,形式可能有差别,本意都是一样的,即作家和读者平等地相见,平等地交流想法,实体书店里提供了一个公共空间。作家与读者都很乐意。”上海作协副主席《萌芽》杂志社社长孙甘露说。他认为,在逐步更新的城市空间里,实体书店的多样化,也是现代人的审美多样化的表现。“书店既给社区居民提供便利,又肩负着城市的文化发展、公共空间升级的探索的重任,同时也在丰富城市的建筑形态。”他透露,不久思南书局将开出一间实体店,即将呈现在其中的会有小型的展览,读者参观后的留言,作家的签名本。

在全国各大知名品牌实体书店在上海落地开花的同时,上海本土的一批各具特色、具有市场生存能力和竞争力的实体书店也在走出去。如钟书阁,继落户杭州、扬州后,2017 年在成都、苏州、无锡等多个城市开出分店,西安店也将于今年开出;上海三联书店继去年在宁波开设“筑蹊生活”书店后,正筹划北京大悦城分店,将于今年上半年开出。开放的产业政策和环境也鼓励并支持着一批有热情、有创意、有干劲的年轻人创办小微书店,为这个传统行业带去新鲜活力。

见习记者 赵玥 本报记者 徐翌晟

输出更多文化体验

生存问题一直是各家实体书店要面对的现实问题,刘军认为,“实体书店的书再多多不过网上书店,再快快不过电子出版,只有文化体验才是读者不得不来到书店现场的理由”。除了社区化和族群化运营等商业运作,丰富的文化活动成为了大隐书局快速扩张的秘诀。目前大隐书局的 5 家分店一年要举办 300 多场公益活动,如新书分享会、书友交流会、创意手作集市、非遗传承活动等,极大地增加了读者黏性与忠诚度。积累了丰富的策划经验后,大隐书局逐渐将经营的触角伸向了书店以外的空间。过去一年,大隐书局的活动覆盖了 213 个社区文化活动中心,举办了 260 多场文化活动,并在普陀、杨浦、金山等地区的 7 家图书馆输送空间设计、选书、读书会运营等文化服务。

在政策引导和市场需求的推动下,实体书店整体上正呈现出融入城市发展布局、规划合理、地域分布更趋均衡的特点。据统计,2016—2017 年新开设的实体书店更趋于向青年白领相对集中的城市副中心商圈、工业或科技园区、郊区、校区等区域延伸,如大众书局的惠南店,言几又的七宝店、钟书阁松江店等。这些店既打破了实体书店原有网点过于集中的局限性,又延展了地域布局半径,有效地覆盖、服务更多读者人群。