

# 美在特色 美在人文 美在创新

## ——“最美书店美在何处”系列报道之浙江篇

□本报记者 黄琳 文/摄

“晓风书屋一直扎根在杭州，我们就想做杭州书房，让杭州读书人都有一个家门口的最美文化站。”

“嵊州书城在设计之初就考虑到了书店转型面临的问题，并在空间上做了功能的有效规划，以期给读者带来最美的阅读和活动体验。”

“从空间设计到图书选品，温州书城围绕温州文化做内容，不仅提高了门店的辨识度，更成为地方风土人情的最美文化窗口。”

自2022年以来，浙江省先后有6家书店获得“年度最美书店”称号，美得各有千秋。《中国新闻出版广电报》记者在采访中听到了不同书店负责人对“最美”的理解和定义，书店的美不仅在空间设计有巧思、阅读环境有氛围、图书选品有内涵，也在文化活动有特色、人文体验有趣味、经营发展有创新。

### 因地制宜打造文化展示窗口

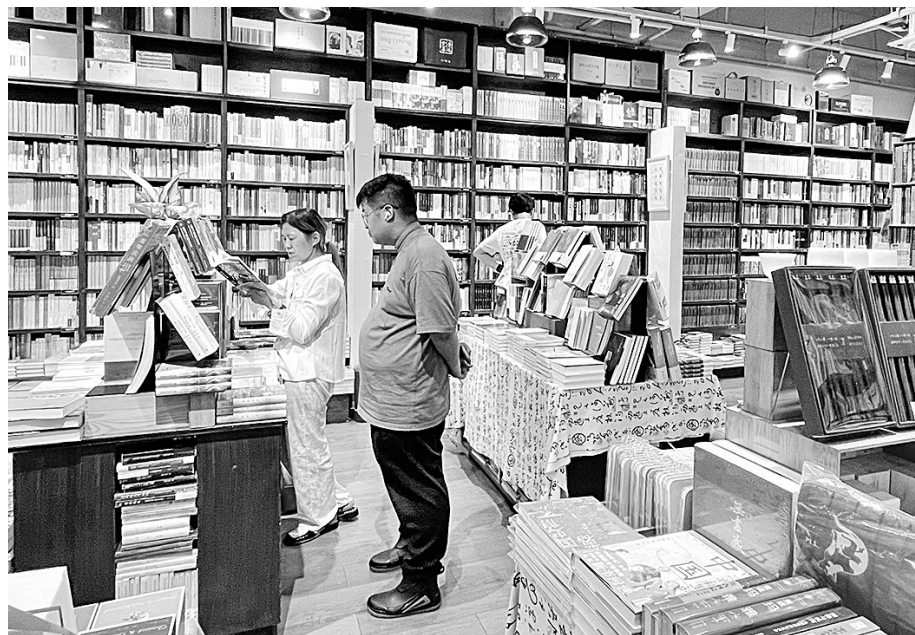
步入慈溪书城，站在一楼大厅就可以看到领袖著作、政治文献、名人书法作品以及体现地域文化的慈溪本地作品。在慈溪市新华书店董事长张渭根看来，书店是弘扬先进文化的阵地，更是宣传地域文化的窗口，要让人民群众在其中畅享文化生活。

挖掘地域文化特色，做好传统文化的开发利用，打造展示地方风土人情的窗口，已经成为最美书店的“标配”。

嵊州书城的空间设计以承载唐诗之路的嵊州剡溪为主要灵感来源，一首《兰亭集序》从书城自上而下，两个如戏曲水袖般柔美自如的白色楼梯交织在书城当中。嵊州市新华书店总经理赵超平介绍，一楼空间布局以剡溪边的隐居别院为设计依据，以戏曲《游园》为主题，将书城的功能设置在“回廊”“连廊”等传统江南园林之中，来提升和营造书城的文化气质及意境。

温州书城则在空间中注入了众多的温州特色非遗元素，开展“非遗+”系列品牌活动，如“非遗+党日活动”“非遗+阅读分享”“非遗+研学”“非遗+市集”等，实现了书城从以图书为中心到以读者为中心的转变，成为集图书阅读、文化体验、文化商业为一体的时代复合式文化新空间。

慈溪书城在2019年改造升级时，特



晓风书屋体育场路店主打人文社科类图书，图为读者在书城内选书。

地新增了一条“慈文化走廊”，从移民文化、围垦文化、慈孝文化、青瓷文化和慈溪老照片、慈溪非遗文化、慈溪历代名人和慈溪籍作家作品等8个维度，开设了5个展览空间，展示慈溪的文化底蕴。不仅如此，2020年，“中国动物小说大王”沈石溪的童书馆正式落地慈溪书城。沈石溪正是慈溪人，这是全国首家独家授权的作品馆，更成为新华书店用好地方文化名人的典型。

### 特色活动带来丰富人文体验

6月29日，在晓风书屋的书香环绕中，《眺望一棵树》作者李驰东与作家蔡朝阳分享交流诗歌创作心得，带领书友一起领略诗歌的魅力。晓风书屋负责人朱钰芳表示，晓风书屋每年会邀请名家开展各类文化活动，年均300余场。如李欧梵、郑愁予、白谦慎、郑培凯等都曾做客晓风书屋，参与过专题讲座、文化展览、阅读分享会、书展等文化活动。

多家书店为满足读者多元化阅读需求，积极整合文化资源，通过开展形式多样的活动，提升读者文化体验。

每周六晚，嵊州书城的“文萃里”市集，是嵊州文化潮人的心头好。市集好在

哪儿？这是一个全民参与的，以文化活动、非遗、潮品展商、小众原创、公益服务等为主，集文化场景打卡、生活体验、娱乐演出、茶歇美食以及便民服务于一体的，古风与潮流相结合的文化创意市集。

“新华书店是文化主阵地，要用好阵地资源，我们想打造周末文化，让读者重新认识新华书店，也能在助力精神共富上有所作为。”对“文萃里”市集，赵超平抱有很大期待：要把市集做成嵊州市民以文会友的好去处、文化体验的打卡地、文艺演绎的展示平台、文化活动的分享中心。“我们欢迎更多的街道、社区、邻里中心、部门、学校、企业和文化人士加入进来，做成嵊州好市、文化地标。”

慈溪书城则积极参与乡村振兴，将阅读资源向农村倾斜，向偏远地区倾斜，通过活动推动优质阅读资源共享。在书城内设置了慈溪市级“慈·书循环枢纽点”，包含了图书漂流、书籍捐赠、二手书流通等功能。依托各枢纽点发起“我为新疆送本书”“书香‘甬’动大凉山”等专项活动，发动爱心群众捐赠7000余册书籍送往新疆阿克苏地区和四川凉山州。

书店组织开展阅读活动亦得到了主管部门真金白银的支持。浙江省新闻出版局持续多年开展向实体书店购买阅读服务的

工作，遴选具有一定经营规模，有固定读者群，打造了鲜明经营特色和阅读推广品牌，并且培育有优秀阅读推广队伍的双效俱佳的实体书店购买阅读服务。2023年，浙江省有15家书店获得了5万至9万元不等的阅读服务资金。

### 创新经营融合多元业态发展

实体书店要如何发展，一直是业内普遍关心的话题。记者在采访中发现，浙江这些“全国最美书店”都有自己的特色经营之路。

浙江云和县新华书店在2021年完成转型升级后，积极适应书业新变革新趋势，拓展线上赛道、开拓多元业务，探索新时代的书店经营方案。书店融入咖啡及饰品、文创与文具、文化活动与阅读推广、数码与教育等不同业态，形成文化消费生态圈。

云和县新华书店总经理廖慧丽介绍，书店积极拓展销售渠道，除线上平台搭建运营外，与云和县图书馆开展新书借阅业务。书店推出“你点书·我买单”服务，读者可免费借阅符合县图书馆需求的新书，所借新书统一由图书馆买单结算，读者可直接把书带回家赏读。

晓风书屋以书为媒，与书结缘，主打人文、社科类图书，并努力嫁接各种优质文化资源。“晓风书屋一直扎根在杭州，做在地文化，我把开书店比作种树，只有牢牢扎根地方吸收养分，树才能长高长壮。”朱钰芳表示，晓风书屋现有24家门店，开进了社区、学校、博物馆、医院、景区。每家书店因地制宜，定位不同，图书选品各有特色，精益求精。“我们想让杭州的读书人有一个家门口的文化站，在这里看书就像在家一样放松。”

佳作书局·乌镇店则位于乌镇西栅景区的灵水居内，与茅盾纪念馆相伴，与江南园林的亭台楼阁为邻，小桥流水在耳。佳作书局打造了“书店+文旅”的经营模式，以游客为本，构建起一个立体式、多维度的文化体验空间。基于景区游客对轻量级书籍的阅读需求以及对度假慢生活的深度体验，书店打造了人文馆和生活馆。人文馆专注于人文艺术类图书，涵盖文学、美术、摄影、音乐、历史及社科等诸多领域，数量达上万册。在生活馆中，精美的植物书签、各类拼图等有趣的小物件比比皆是，总能满足不同游客的需求。

### ■书香地图

## 北京湖边草书店：“七馆一平台”解锁阅读新体验

□本报记者 李美霖

“政协委员书店欢迎您”——踏入位于北京市朝阳区团结湖的湖边草书店，映入眼帘的是这六个大字。这家书店的创办人李士杰，他既是老政协委员、作家，也是“庆祝中华人民共和国成立70周年”纪念章获得者、全国民族团结进步模范个人。《中国新闻出版广电报》记者近日走访这家特色书店，一探书香背后的故事。

### 缘于对书店的热爱

对一座城市来说，好书店是值得骄傲的文化名片；对读者来说，好书店是静谧的精神家园。

2018年5月8日，湖边草书店正式开业，为团结湖周边居民提供了读书、淘书的好去处。虽然面积不到200平方米，但是里面的硬件、软件一应俱全：党建党史、社会科学、中外文学、学习用书、工具书等品种齐全。

进入书店，正对门的墙面是李士杰专门设计的红色阅读区，《信仰的力量》《百位著名科学家入党志愿书》等党建图书被放置在最醒目的位置。进入主厅，三面书架上整整齐齐地摆放着人文地理、哲史法律、党章党史、小说、杂志等书刊万余本。

提及书店的创办初衷，李士杰表示，自己于2016年担任北京市实体书店资金扶持专家评审组组长，通过系列调研采访，2018年出版了《京城特色书店 政协委员与实体书店》一书。在书中，他对话了47家书店经营者，通过介绍创新型书店的楷模，拓宽书店发展的边界。在此基础上，李士杰对实体书店的热爱日益加深，并决定在团结湖地区开设一家社区书店。

值得一提的是，湖边草书店设置了“七馆一平台”，即政协委员捐书馆、人大代表捐书馆、民族作家捐书馆、社区居民捐书馆、热心读者捐书馆、社会单位捐书馆、中小學生捐书馆和新书共享平台。

“我的目的就是推动全民阅读走深、走实，不以盈利为目的。只要成为书店热心读者会员就享有0元购书的权利，可以说我这是一个买书不要钱的书店。”李士杰告诉记者，到目前为止，书店藏书达到3万多册。书店里的书籍大部分来源于爱书人士的无偿捐赠。

在李士杰的大力推动下，湖边草书店从团结湖畔的独一家，到如今已经发展了包括泰国曼谷分店在内的共计4家书店。“希望通过开设书店，方便居民读书，推进全民阅读。同时，更希望青少年们通过读书，了解党的历史，传播正能量。”李士杰说道。

### 满足居民多元阅读需求

近年来，湖边草书店通过组织开展公益性读书活动，让喜欢读书的居民在这里交流读书心得。知名的书画大家、文学家会定期在这里举办公益性的大讲堂，为居民提供免费学习的平台，满足居民文化生活的多样化需求。

今年世界读书日期间，书店与北京老年宜居文化协会共同举办读书活动，邀请著名晚清人物传记作家贾英华携新书《怎样写人物传记》做客书店，与读者分享写作心得；举办北京文化主题阅读周，以最低一折、最高三折的特价图书，吸引市民读者到此畅游，在书香的世界里，品名作、会书友。

去年10月，北京十月文学月的压轴戏在湖边草书店举办，众多爱好文学、热爱生活的专家学者与热心读者齐聚一堂，吟诗作赋……

如今，湖边草书店不仅仅拥有图书，还有各种演讲、书籍捐赠、新书介绍等活动。很多作者在这里介绍自己新出版的书籍，还有不少著名作家和作家后代主动捐赠图书。

### 将图书阅读植入生态农场

在电商时代，书店进行商业模式的转型是在所难免的。对李士杰而言，实体书店存在的理由不仅在于为读者提供书籍与知识，还在于其与城市文化的关系越来越紧密，逐渐融入都市生活。

鉴于此理念，这家被新闻媒体多次报道的公益书店，在2021年5月正式被植入位于北京市通州区第五季生态农场内的丛林书屋，将图书阅读植入生态农场的这一创新之举，受到广大游客和读者的欢迎。

阅读在湖边草、书香沁湖边草、幸福暖湖边草、沙龙评湖边草……积极推动全民阅读活动，积极号召年轻人多读书、读好书，这是参与湖边草书店读书会植入第五季丛林书屋开业庆典活动的读者们最直观的印象。

“未来的实体书店将成为一个文化聚集场所，成为人们灵魂安宁休憩、补充精神食粮的‘心灵港湾’。‘书店+阅读空间+精神休闲+分享交流’是书店发展升级的必经之路。”李士杰告诉记者，对读者而言，阅读是主要行为，交流分享是重要功能，买书只是附加行为。

或许正如李士杰所说，特色是实体书店持续发展的生命线，没有读者的书店是寂寞的。

# 湖南新华如何推动社店“双向奔赴”

□本报记者 孙海悦

随着技术快速发展和读者消费习惯的转变，出版社与实体书店之间的协同发展已经成为出版发行市场发展的必然趋势之一。新华书店如何与出版社加强互联互通，深化共建共融，探索建立优势互补、资源共享的新型社店战略合作关系，从而推动社店协同高质量发展不断迈向新台阶？湖南新华书店集团党委副书记、董事长、总经理吴高强近日向《中国新闻出版广电报》记者介绍了相关做法和思考。

### 社店融合 打造新产品新平台新品牌新路径

出版社拥有优质内容资源，新华书店拥有优势渠道资源，两者“双向奔赴”能够产生“1+1>2”的化学反应。吴高强介绍说，面对出版行业的新形势和新机遇，湖南新华与出版社携手并进，在创新内容产品、打造数智平台、推进全民阅读、开展研学教育等方面协同发力，取得了较好的合作成果。

以市场为导向，协同打造定制爆款新产品。出版社有着丰富的内容资源和专业的编辑能力，书店则更贴近教师、学生，能够为产品的定位和推广提供有力的数据支持。湖南新华以助力“双减”政策落实为目标，以综合素质教育为方向，联合湖南少年儿童出版社、湖南教育出版社、湖南人民出版社、岳麓书社等出版社，共同打造“四维阅读”系列产品，提供高品质免费在线资源、线下促读活动、促研培训，构建了全学段覆盖、全流程介入的“一站式”校园阅读服务体系，一经推出就受到了师生的广泛认可。2023年，“四维阅读”多本单册销量突破10万册，为湖南全省中小學生提供码洋超4亿元的产品。

以技术为支撑，共同建设数智教育新平台。出版社依托深厚的内容积淀，能够为数字化教育平台提供高质量、系统化的线上教学资源。书店由于长期与读者保持紧密互动，能够为平台引入大量潜在用户，并通过个性化的内容推荐和服务，提升用户的黏性和满意度。通过深度融合，



第二届岳麓书会期间，湖南新华携手各大出版社，与爱书人“双向奔赴”。

出版社与书店在建设数字化教育平台上实现了优势互补。为破解湖南课后服务的痛点和难点，湖南新华联合湖南教育音像电子出版社、湖南电子音像出版社、湖南文艺出版社等11家出版社、2家报刊社，共同打造了集管理平台、线上课程、实践资源、教师培训、教研活动“五位一体”的智趣新课后平台，构建了数字化教育生态体系。目前，智趣新课后平台免费上线61门6000余节课时资源，湖南全省开班学校达6112所、参与学生近457万人，学习总时长突破58万小时。

以惠民为引领，联动培育全民阅读新品牌。出版社能够为全民阅读活动提供高质量出版物，在理解、评价、推荐图书等方面具有独特优势。书店拥有直面读者的物理空间，能够即时感知读者的阅读需求和需求，通过丰富的图书展示和舒适的阅读环境，提供个性化的阅读建议和服务。社店双方通过精心策划举办线上线下阅读活动、专题讲座和书籍推荐，能够进一步扩大全民阅读活动

的参与度、影响力和覆盖面。第二届岳麓书会期间，湖南新华与各大出版社联动开展了58场线下活动、103场线上直播，让写书人、编书人、讲书人、荐书人、读书人齐聚一堂，活动累计观看、参与读者近2000万人次，相关报道阅读量和话题流量超17亿次。

以育人为宗旨，合力探索研学教育新路径。在蓬勃发展的研学市场中，出版社能够研发出既具有趣味性又富有教育意义的教学方案，书店则能及时捕捉到学生和教师的实际需求与反馈。双方的通力合作，可以最大化地发挥各自所长，有效探索研学教育新模式。湖南新华与湖南人民出版社、湖南教育出版社等出版社，在红色思政、文化阅读、劳动教育等领域展开深度合作，重点开发了《耕读清溪文学筑梦》研学手册等产品，共同打造了益阳清溪村研学基地项目，为师生提供全方位、互动式的研学体验，构建了寓教于乐、学以致用的研学教育体系。

### 未来之路 合作共赢深度营销创新拓展

近年来，社店融合卓有成效，双方在资源共享、市场推广和读者服务等方面实现了深度合作。吴高强认为，未来，这条融合之路仍然任重道远，社店双方还需在抵制恶性竞争、开展媒体营销、拓展合作深度等方面持续努力，以更紧密的合作、更高效的运营，共同探索社店融合的新模式，为读者带来更加丰富的阅读体验，推动出版业和书店业共同繁荣发展。

社店双方作为图书市场的重要参与者、建设者和捍卫者，应本着对行业持续健康发展负责任的态度，共同建立深化合作、实现双赢的战略伙伴关系。生活·读书·新知三联书店发起的社店战略合作联席会已举办12届，社店双方通过联席会这个平台，进一步加强了沟通与联系，在经营管理、营销合作、供应保障、重点项目、业务交流等领域重点开展合作，取得了较好的合作成果。

吴高强强调，当前，社店合作应充分借力新媒体营销，发挥直播和视频营销优势，加强社店合作营销传播，建设多渠道新媒体分销平台，精准触达读者。近年来，湖南新华在探索社店新媒体营销方面积极组建抖音、微信公众号、小红书等新媒体营销矩阵，加强与出版社的营销联动，在“湘书书香”“中国作协‘作家活动周’”等活动中邀请出版社编辑联合开展直播带货，创新短视频、直播带货等新媒体营销方式。

“新形势下，社店之间的合作已经不再是简单的供销二元关系，而是一种深度交互、高度配合的新模式。”吴高强表示，社店双方应将图书主业合作当成头等大事来对待，将挺拔图书主业作为社店合作关系持续发展的基础。为了适应读者阅读习惯与消费习惯的变化，社店双方还应积极响应行业变革趋势，努力拓宽合作的边界。如联手开发文创产品，设计与双方优势相符的研学课程与实践项目，推出能提高读者忠诚度的会员专属服务，以及共同打造蕴含共同文化特色的市场品牌等。