

在成都 小书店的花样活法

超过 3600 家！成都有着全国最多的实体书店和阅读空间，映射出天府文化的深厚底蕴与蓬勃的生命力。众多的小书店以书籍讨论分享、主题展览、联结社区等形式赋予这座城市更多的灵性与诗意。

在宽窄巷子附近的斌升街上，“只卖自己喜欢的书”，是读本屋老板廖宇的答案。书店里的每一本书，都由他亲自挑选，须认真翻阅过几十页后，确保这本书值得被阅读和购买，他才会放入自己的小店里。因为这份固执和坚持，廖宇获得了越来越多忠实而善良的读者朋友，开张的第一年，读本屋就实现了盈利，又将分店开到了华西坝的大学路。“书店因其独立，所以能活。”认真卖书的廖宇，始终践行着这句话。

野梨树书店，顶着“成都小书店里酒最好喝”的名头，由于店主朱彦爱音乐、爱喝酒、爱看书，于是成为了一家以卖书与酒的小书店，夹在按摩店和养身馆之间，50平方米左右的店面，时常上演着乐队演出、文学分享以及喜剧拼盘。对于朱彦来说，书店的诞生，是在无数好朋友的托举和滋养下共同完成的，从装修预算到书籍资源，从前期宣传到运营推广，每一步都走得坎坷又幸运。野梨树在书籍选品上，偏向于拥有强烈个人意志的、人文性的书籍，包括诗歌、文学、电影、音乐等类型，就如同它个性十足的主理人。

在成都，这样一家家具有独特人文气息和风格定位的小书店，小体量地“嵌入”这座城市的每一个角落。它们的特点有三：独立生长，人文关照，持之以恒。其宗旨与目标不仅仅是单一的图书销售，而是密切参与并塑造本地的精神文化生活，建构着城市精神文化空间。中国新闻出版研究院出版研究所所长徐升国认为，这是当下实体书店转型成效的直观体现，“满足了人们对文化生活新方式、精神生活新体验的需求，实现了与线上平台的竞争错位。”

隐入街头巷尾 走入市井人群

不同于品牌连锁书店的大体量空间与宏观叙事，成都近年来新开的个性化小书店更倾向于下沉到街头巷尾，扎根于市井社区，以书为媒，以文会友，在菜市场、在茶馆旁、在花店对面，逐渐形成自身特殊的精神场域。

位于玉林西街的长野书局，自 2022 年 1 月起，扎根于这条灰扑扑的浓荫小巷。“社区图书馆”是主理人大象对于长野书局的理想定位。“书店就是提供一个接近书籍、翻阅书籍的机会。你进来，没人会问你，没人会看你，也不会主动问你想买点什么。你可以坐在这里看一天书，一分钱不掏，再走出去。”大象说道。

在长野书店，书籍塑封随便拆、三十多个阅读座位，纯粹的空间布局和浓厚的阅读氛围很容易让人静下心来阅读。如此随性和松弛，让人不免担心如何盈利。对此，大

今天，第二十九届北京国际图书博览会拉开为期四天的大幕，这也是年初的第 35 届北京图书订货会后，又一场书的盛会。留在书店看书，来到书店买书，实体书店的美好被越来越多的读者看见。

作为全国第一座拥有“中国书店之都”的城市，2020 年，成都发布《建设书香成都 发展实体书店三年行动计划》明确提出，到 2025 年，成都书店和城市阅读美空间将达到 4000 家。

于是，方所书店从南方来，钟书阁从东方来，三联韬奋从北方来，茑屋书店跨海而来……这些大而美的品牌书店勾勒出“书店之都”的轮廓，而更多的小书店也在城市街头发出微光，不减反增。这不能不让人好奇，开书店真的是情怀吗？书店能不能成为我们共同的精神家园？成都的小书店经营者正在用自己的实践，让书店的活法“告别标准”。

小书店



书店与读者之间 是人与人的联结

如今人们获取知识的渠道越来越多，方式也更加便捷，去实体书店读纸质书似乎有些不合时宜的笨拙与迟钝，但成都的小书店市集却一年比一年热闹，卖书的店主与买书的读者也越来越多，甚至有人感叹：“挤都挤不进去。”可以说，是成都的卖书人与买书人一起营造出了书香天府的浪漫与情怀。

在网络冲击、租金上涨、读者流失等因素影响下，小书店的生存境况并不算好。对于许多小书店的老板而言，开书店这件事听起来有多理想主义，做起来就有多艰难。野梨树的朱彦形容“开书店”就像西西弗斯推着石头上山，“赚不赚钱现在还没有答案。”而为了让一苇书坊活下去，主理人阿俊是一边打工，一边为爱发电，支持着这家从 2019 年开业至今平均每月亏损一两千

元的书店。

在许多困难的时刻，是书店与读者之间的羁绊与联结让他们选择坚持下去，是人与人之间的信任与支持让小书店熬过了漫长的寒冬。2022 年 9 月底，一苇书坊因为资金问题陷入运营困境，通过微信公众号文章发了求助信息，将近 5 万个阅读量，众筹了近 5 万元储值，一苇书坊又重新活了过来。

对于探索会员制运营模式的星星诗社而言，会员和会员之间的交流，人与人之间的纽带，才是线下实体书店的精神内核，或许这也是小书店存在的意义。

一间小书店的落地生根，所承载的并不仅仅是一个阅读场所，更是一个城市生活方式的更多可能性。

如果将上下几千年的成都看作一本厚书，往前翻，纵贯千年的文学底蕴与神秘灿烂古蜀文明交相辉映；向后看，散落于市井街巷的每一本书籍、每一家书店，每一位手捧好书的读者，串联起了书香成都的未来。

3.0 时代的未来书店 会是什么样？

标空间。

小书店在城市中扮演着重要的角色，它们为城市创造了独特的文化氛围和社交场所。首先，小书店是文化的聚集地，它们提供了一个平台，使人们能够接触和分享各种知识、文学作品和艺术创作。

同时，与大型连锁书店相比，小书店通常更注重个性化的体验。它们往往有自己独特的书籍选购方式和风格，这为书店顾客带来了更加个性化和独特的阅读选择，满足了不同人群对多样化文化产品的需求。

此外，小书店也有助于推广和传承当地的文化多样性。它们通常会关注和展示当地作家、诗人和艺术家的作品，提供平台给他们展示才华。通过这种方式，小书店促进了文化的多样性，鼓励了本土创作和地方文化的传承。

总之，小书店是城市文化生态系统中不可或缺的一部分。它们不仅为人们提供了丰富的阅读选择，还创造了社区内的文化交流和互动场所。小书店的存在丰富了城市的文化多样性，并为城市居民带来了独特的文化体验。

记者：当前，如何重新让消费者回到线下实体店是个挑战，您认为实体书店可持续发展的必由之路是什么？

王炎龙：与许多行业一样，实体书店可持续发展也绕不开技术的话题。在我看来，互联网、物联网、云计算等技术在图书发行渠道的成熟应用为书店提供了转型升级的可能，智能书店作为创新性的公共文化空间，呈现出以共享体验和智能服务为核心的

书店形态。

在我国，书店的智能化改造主要分为两大类：一类是实体书店现有门店的新技术改造和智能化发展，利用新技术推动零售二次转型，建设智慧书城项目，如新华文轩的九方书城、宜宾购物中心等；另一类是独立的、自成体系的，比如以新华文轩为代表推出的自动化智能书柜。以文轩云图 24 小时智能书店为代表的 24 小时自动化书店或自助图书馆属于第四代微型图书馆。

信息技术的创新使智能书店的硬件设施和内容资源产生连接，智能化自助模式也能减少人员密切接触，互联网应用提升智能书店的使用体验，使其融入城乡地区更广泛的应用场景，拓展公共文化服务价值，并在一定程度上为提高书店经营能力和风险抵御能力提供可资借鉴的方式。

记者：我们通常认为，书店 1.0 是以卖书为主的书店；2.0 是“书店+x”的复合型文化空间，涌现了大批网红书店、“最美书店”，而在未来，也就是书店 3.0 时代，您认为实体书店的发展将呈现哪些趋势？

王炎龙：实体书店是集商业售书场所、读者文化交流平台、城市文化传承场域等于一体的城市公共空间。当前，我们已经看到了实体书店的转型路径具有多样化趋势。国内外的大型连锁综合书店注重多元文化业态融合；小书店强调为读者提供个性化的服务体验；专业书店聚焦垂直领域，延伸产业触角，提供文化增值服务。

我认为，未来的实体书店可能会更注重体验导向、技术融合、社区参与、多元化内容

和可持续发展。这些趋势将使实体书店成为更加吸引人、与时俱进的文化场所，为读者提供更丰富、多样化的阅读和文化体验。

记者：能不能这样认为，当我们试图看到书店的未来，其实也是在展望未来人们的生活方式？尤其是这两年图书走进直播间，都足以看出一种沉浸式的、更立体更直观的体验越来越受到欢迎。

王炎龙：书店无论是规模、空间还是经营模式的转变都映射着一个地方科技水平、城市规划以及消费习惯的变化。书店的未来不一定能够完全说明人们未来的生活方式，但会在一定程度上对人们的生活产生影响。

图书走进直播间既是时代发展下出版发行端的应对手段，同时也是出版业接纳新技术的产业态度。除了直播间，运用 VR、AR 等技术出版的图书更是给读者带来了新的阅读体验，但这些技术的应用并未使图书的内容发生实质性变化，而真正有阅读需求的读者最看重的仍然是一本书的内容。书店也是一样，规模、空间固然重要，但书店里图书的种类和经营模式是否与当地用户的需求匹配才是关键。就像成都这些各具特色的小书店一样，能够长久稳定地扎根在深街小巷，除了书店经营者对图书的情怀，把握周边顾客的需求也是其能够持续经营的关键。

所以与其说未来书店是未来人们生活方式的缩影，不如说人们未来的生活方式将极大影响书店未来的发展。

（王炎龙：四川大学文学与新闻学院教授、博士生导师，四川大学文化传播研究中心主任）



Lifestyles 琴台

08

成都日报



2023年6月15日
星期四

不断进化的阅读体验

个性化已成为书店未来发展的关键词之一。

在全球范围内，有一些书店以其独特的个性化体验而备受瞩目。例如，日本的书店咖啡馆茑屋书店，不仅提供各种图书和杂志，还设有咖啡厅、音乐区和展览空间，创造出一个融合阅读、休闲和文化的多元化场所。而位于美国加利福尼亚州的“最后一个书店”，则将艺术与书籍相结合，以其独特的装饰和陈设吸引了众多游客和文化爱好者。

在荷兰的“门多”书店专注于摄影、时尚和设计图书。它的店面设计简洁而现代，为读者创造了一个精致而舒适的阅读环境。此外，雅典人书店位于阿根廷布宜诺斯艾利斯，原本是一家剧院，经过改造后成为一家壮观而宏伟的书店。其保留了剧院的精美细节，营造出一种独特的阅读氛围。

个性化体验不仅在书店的空间设计上体现，也在服务和活动方面得以展现。例如，一些书店会定期举办作家签售会、读书会和讲座，以满足读者对文学交流和互动的需求。同时，书店也可以与当地艺术家、作家和学者合作，举办专题展览、讲座和工作坊，为读者提供更丰富多样的文化体验。

“著名漫画家方成先生漫画作品展”正在位于北京市朝阳区的幽默书店展出，展期三个月。方成与丁聪和华君武并称为“漫画三老”。中国戏曲学院教授、中国喜剧美学研究所所长、漫画家王九成(老九)表示，作为“漫画三老”之一的方成先生的作品，能够在幽默书店展出，使无法得见画家真迹、喜爱漫画的人们一饱眼福，是十分难得的机会。他认为，幽默书店用经典漫画原作吸引更多走进书店，除了阅读图书外，还可以观赏经典艺术，办了一件非常有意义的事。幽默书店是北京新华书店两年前开办的第一家主题书店，在百余平方米的店内，装着超千种和幽默有关的书籍。中华曲艺学会名誉会长常祥霖是幽默书店的第一位顾客，他称，虽然实体书店现在经营步履维艰，但书店的小伙伴们在困境中寻找出路，在行业中、社会上有了不算太小的动静和好评，值得肯定。书店主理人启航表示，幽默书店是北京国有书店中主题店的拓荒者，是以幽默为名的社区书店，“希望能一直开办下去，为大众带来更多的快乐。”

全球范围内的成功书店案例为其他书店提供了宝贵的借鉴和启示，随着技术的不断进步和读者需求的变化，书店可以不断创新和进化，为读者带来更多独特而丰富的阅读体验。



图据新华社

成都日报锦观新闻记者 泽登旺姆

本版稿件未经授权严禁转载