

改革春风四十载 图话书店砥砺前行

40年改革开放,中国大地如临春风,各行各业发生了天翻地覆的变化。这40年,从经济发展到文化强国,中国正大踏步迈向民族文化的复兴之路。

改革开放以来,全国书店经历了从单一经营图书转向多元文化产业融合;从传统的交易经营转向以读者为中心的服务理念;从提供商品购买为中心转向消费者体验为中心。逐渐确立了以读者为中心,以文化消费趋势为导向,构建全新的文化消费理念的战略方针。中国书业的发展之路跌宕起伏,时至新时代,逐渐展现出全新的局面。

书店的发展,遵循着自身特定的规律。伴随着企业形象与店面空间的外在形式的变化,折射出时代更迭的内涵与本质。

文/图 北京上元环艺

改革开放的第一个十年

书店不断扩张并成为功能性地标

1978年十一届三中全会的胜利召开,中国开启了改革开放的序幕。伴随着高考制度的恢复,以及解放思想、重视文化的思潮,人们从文化的压制中解脱出来,渴望读书与学习。据资料记载,有35种中外文学名著在1978年春获得解禁并重印,由各大中城市新华书店发行,掀起了购书热潮。新华书店门前争购的读者排起长队,每种书印行四五十万册,仍一再售罄。后来,又重印工具书、科技书和少儿读物57种,同样供不应求。改革开放初期,全国城市面貌与环境尚处在基本建设阶段。新华书店的经营店面占据各个城市中心地段,皆门庭若市,理所当然地成为地标建筑。店内为单一的图书经营,采取闭架柜台式陈列。店面环境基本上属于建筑基本界面粉刷、摆放木制书架的状态,仅具有卖书的基本功能。由于生产力得到解放,社会经济开始复苏,人们的物质生活也有了一定的改善。



《新华书店纪录片》

《新华书店纪录片》

改革开放的第二个十年

书店装饰开始萌芽

随着改革的深入,人们的物质生活逐年提高,到上世纪80年代末,精神生活也变得丰富起来。半导体、唱片机、录音机开始流行。1991年新华书店独家发行《中华大家唱(卡拉OK)曲库》开始发行音像制品,成为当时的先导。新华书店总部成立了音像发行所,各省级新华书店成立了音像发行部,各大新华书店卖场内均设置了音像制品专区。据业内人士回忆,当时,新华书店在不到2年的时间里,发行《曲库》音像带320多万盒及大量歌本,总码洋4200多万。自此,音像制品发行成为新华书店主业的重要组成部分。直到上世纪90年代末,电子出版物也纳入了新华书店的经营范围。这一时期前后,也涌现出许多实力雄厚的非公文化企业,专门从事音像制品经营。例如1999年在北京联想桥建成的“华人音像”旗舰店,经营面积4000平方米,全部经营音像制品。采取仓储式陈列,以批发兼零售的模式运营。然而,音像制品的热度并没有维持多久。



北京华人音像

北京华人音像

(1999年设计)

改革开放进行到上世纪90年代末,社会经济的持续增长,带动了各领域的发展。人们的物质生活进一步提高,精神生活日渐丰富。这一时期,建筑装饰成为建筑领域的一个独立行业,在由国内发达地区最先发展起来。城市建设从基本的“装饰装修”逐渐过渡到“环境艺术”。环境艺术设计逐渐被社会重视,并广泛运用在人民大会堂、高端酒店、写字楼、一线商场。书店建筑空间也有了一定的进步,由单一经营变成图书加音像的格局,形式上改闭架为开架陈列。店堂环境干净明亮,逐步有了“装饰”的概念:石膏板吊顶、日光灯照明、白墙、木墙裙、瓷砖地面,摆放钢木书架,高、中、低三类款式成为那个时期的标配。总体上,书店仍然处在维持基本功能的状态,渐渐落后于其他商业类型的环境水平。

改革开放第三个十年

书店升级改造的前夜

进入二十一世纪,是信息化网络时代。社会经济体系、产业结构发生了变革,人们生活方式、社会意识形态随之改变。IT等数字高科技、高附加值行业与高端商业迅速崛起,与书业形成了鲜明的反差。店面租金、盗版问题、网络多媒体成为实体书店最大的压力。据全国工商联书业商会调查数据,从2002年起,陆续几年间,全国有近50%的实体书店倒闭,总数约1万多家。互联网带来的折扣售书及数字阅读,使实体书店销售量以年均10%的速度下降。这种局势下,全国书业迅速展开改革与探索。从转换经营模式、调整产品结构,到重视改善店面环境,在发达地区陆续出现了不少优秀案例。另外,一些有魄力、实力强的民营书商率先行动,如南京大众书局将图书与日用百货结合,于2002年设计、2003年建成当时最大规模的非公有综合书店——南京书城。总面积1万平方米,其中50%为图书区。南京书城注重空间环境的设计,聘请设计师运用中式后现代的手法,体现了六朝古都风韵,突出地域文脉特色。通过可持续与人文设计的理念,关注了经营者和读者的双重维度。



南京书城

南京书城

南京书城

(2002年设计)

改革开放第四个十年

书店成为文化艺术地标

第四个十年,进入大数据时代,信息终端、网络电商迅猛发展。当当、京东、亚马逊线上售书愈百亿元,超过了全国多家大型书城。房租和人工成本的高涨,以及网络阅读带来阅读方式的改变都给实体书店带来巨大冲击。从2013年开始,中央财政部文资办开始对部分实体书店给予资金支持。2014年中央财政安排了2.09亿元资金支持了111家实体书店,2015年累计安排资金3亿元,支持16个省市区的实体书店。书业审时度势,及时调整战略,化挑战为机遇。书业人士认识到:要跟上时代的脚步,首先应转变思想、改变传统形象。提升企业形象与店面环境的工作越来越得到重视。全国书店纷纷展开了大规模的升级改造,可谓如火如荼。大批设计机构参与进来,与书店紧密合作,设计出了很多优秀案例。许多卓越的实体书店改变了过去以图书为中心的格局,转向以读者文化消费为核心的体验式设计,建设了大量超大规模的文化综合体。此时的书店彰显了时代精神,引领新的风尚、新的生活模式,注重系统化艺术环境,逐渐成为具有多元化、复合式、体验感的文化艺术地标。

2016年6月16日,由中宣部、原国家新闻出版广电总局、国家发展和改革委员会、教育部、财政部等11部门联合发布《关于支持实体书店发展的指导意见》。《指导意见》指出,到2020年,要基本建立以大城市为中心、中小城市相配套、乡镇网点为延伸、贯通城乡的实体书店建设体系,形成大型书城、连锁书店、中小特色书店及社区便民书店、农村书店、校园书店等合理布局、协调发展的良性格局。这些政策再度促发了各具特色的主题书店的兴起,文创产品、绘本馆、亲子阅读等内容极大地丰富了社区文化生活,增强了大众在书店里的获得感,提高了书店尤其是新华书店的美誉度。

大数据催化了人工智能的产生。国务院于2017年印发《新一代人工智能发展规划》,提出了以人工智能“推进城市规划、建设、管理、运营全生命周期智能化”的要求。目前可以运用到卖场空间的AI能够增强客户体验、革新营销与管理模式。人工智能系统,给书业实体店面空间的规划、空间设计提出新的命题。人文主义、数字化、艺术化、生态化、持续化、高情感的追求越来越成为新型文化综合体设计的主流。



黑龙江省新华发行集团VI(2014年设计)

黑龙江图书音像集团大厦(2014年设计)



潍坊新华奎文店(2016年设计)



潍坊新华高新店(2017年设计)



潍坊新华高新店(2017年设计)



北京亚运村图书大厦(2017年设计)



石家庄图书大厦(2017年设计)



承德市平泉新华书店(2018年设计)



北京新华香山店(2018年设计)



北京新华香山店(2018年设计)



北京中关村图书大厦(2018年设计)



北京王府井书店(2018年设计)

40年来中国书业沐浴着改革春风,在发展的道路上不断开拓创新、砥砺前行。书店形象又重新树立起来,像一座文化灯塔,温暖了城市,点亮了夜空。展望未来,愿书业更加茁壮。让实体书店成为人们文化生活的中心、精神的高地、灵魂的天堂。

|| 文中案例为北京上元环艺设计作品摘选 ||



上元环艺咨询热线:010-62416921 / 010-62416912