# 要让展览与书店的调性更匹配

一般而言,展览多在博物馆、美术馆等艺术空间内开展,传统书店并不具备展览所需的较大空间。同时,艺术市场创作者,如画家等需要长期培养,艺 术馆等部分承担了培育的重任。书店一方面有着坪效要求,更要实现展览与书店本身业态的融合;另一方面,也需要足够大的空间,以及从书店经营到艺 术经营的破圈思维。如何让展览与书店的调性相匹配,进而互相促进,达成预期目标,是书店策展人在策展前需要通盘思考的重要命题。

## 张 驰:以书为核心 实现图书的可视化、展览

作为策展人不应被书店的条条框框所限制,展览与 书店并非矛盾对立。好的展览有利于书店经营水平的提 升,同样书店经营得好也会提升展览层次。凤凰美术馆 的定位简单明了,就是要实现"凤凰好书"的可视化、展览 化,围绕书又不止于书。因此,从内核来说,我们策划的 展览与书店定位非常契合。

## 陈江虹:策展式运营 助力构建城市文化地标

策展理念被创造性地引入了更多场域,并重新定义 了空间功能与用户体验,使之成为传递文化、塑造品牌、 激发创新思考的重要平台。在书店文化生态系统的构建 过程中,策展逻辑同样被深度运用。书店内精心策划的 展览,将阅读与生活方式连接,为读者提供了知识探索与 文化交流的机会。策展式的运营方式,也将书店打造成 集融合出版、知识服务功能于一体,具有知识温度和人文 气息的城市文化地标与读者精神家园。

## 刘 迪 多维考量 不断优化 及时调整

作为一名书店策展人,需要对书店的品牌、店内的空 间有深度的了解。与专门的展览空间或美术馆不同,书店 展览一定要有益于书店空间,不能因为展览影响店内正常 运营,也不能影响读者的阅读和消费体验。展览所传递的 内容、表达的态度和观点,要与书店定位适配,展览所呈现 的视觉风格也要与店内空间的整体设计风格相协调。为 了让展览与书店调性相匹配,在展览的筹划期我们就反复

### (上接第13版)-

"用心做的优质内容一定会给我们一个好的回馈,不 仅限于销售转化,还有品牌的美誉度、顾客体验等。"刘迪 强调,展览中所呈现的内容知识要扎实,最好让观展者可 以感受到策展人独立的思考和独特的表达,甚至可以引 发观展人的共鸣与交流,而不仅仅是在视觉包装上下功 夫。"此外,通过在展览中设计一些精巧的互动装置、打卡 点位,增加观展者的参与感,能进一步引导他们在社交平 台上的推荐和传播,帮助品牌传播外,也会为门店带来更 多的客流。"刘迪补充道。

## 策展"向"未来 外拓破圈 持续满足文化需求

策展对书店来说,既是一种挑战,也是其在构建城市 文化中心时,可以引入且有成功案例的优质文化资源。 "书店+展览"未来如何谋划?无论是向外拓展寻求破 圈,还是向内挖掘进一步满足读者需求,都是书店布局策 展的有益尝试。

向外拓展,实现跨界打造消费新场景。张驰认为,书 店策展要逐步迈向专业化、市场化,更多地"走出去"。不 仅仅局限在店内办展,更应积极探索书店展览模式的多 元可能性,将其与商业进行有机嫁接,使商业空间、画廊 及客户都愿意为书店展览买单,共同推动文化艺术的繁 荣与发展。"书店展览从某种程度上来说比现在市面美术 馆、画廊经营的艺术展览和艺术家更具备大众属性",张 驰强调道。

"书店在经营中不断转型升级、扩大服务外延,尝试 构建新文化消费体验场景,拓展目标消费群体,吸引更 广泛的读者客群。"陈江虹认为,新生代消费者的崛起, 催生了文创、动漫、社交等领域的消费需求。"即将在上 海抖音总部开业的中信书店主题店,就将关注新生代受 众群体,侧重于场景化消费、体验式服务等运营模式,实 现在展览活动策划等方面的跨界尝试。"

除了与常规的作家、图书插画师和设计师,以及各类 艺术家的合作,朵云书院未来在策展中还将寻求与其他 领域的合作机会。李京表示,朵云书院将继续探索各种 优秀的跨界合作内容,以丰富读者的阅读体验。"我们不 仅会持续与文化机构、艺术团体等传统合作伙伴保持联 系,还会积极寻求与新领域的合作伙伴,开拓书店的文化 边界,为读者带来更多元化的体验。"

向内挖掘,持续满足文化需求。"今年,我们希望在原 有的文学、社科、艺术类展览内容的基础上,适当增加艺 术类内容的展览比例,尝试二次元类的展览内容。"刘迪 表示,PAGEONE一直以优质的艺术、设计类图书为特 色,店内有大量的内容可以支持艺术类展览的举办。"希 望涉猎一些二次元类的展览,可以更贴近年轻群体,为我 们这个已经41岁的品牌注入更多青春的活力。"

未来,几何书店将从青年艺术和儿童艺术两个维度策 展,并以"未来"为关键词展开相关活动。王晓烟说:"几何书 店一直有扶持和孵化青年艺术家的平台机制,而今Z世代出 道,涌现了更多有想法、有能力的年轻人们,也有更加勇敢自 信和睿智大方的小朋友们,他们的创造和声音就是未来,我 们要做的展览是舞台,与大家一起走向未来,不断探索。"

张白白表示,未来在策展中,希望能够将北上广等地 更多资源引入哈尔滨。"东北的文化基础仍相对比较薄 弱,但哈尔滨是有底蕴的城市,哈尔滨人也有精神文化的 诉求。我们是全国第一个解放的大城市,是亚洲的音乐 之都,这些都是很好的基础",张白白补充道。

打磨展览内容、展品和设计效果图,从市场传播角度、店面 运营角度,多维度考量、沟通,并不断优化。在展览落地 后,也持续关注店内顾客的反馈和社交平台的评论,以便 及时调整展览内容和形式,实现展览效果的最大化。

## 李 京:做好展览规划 注重独特性与相关性

在展览的策划中,我倾向于选择更为亲民的展陈形 式,让展品能够像图书一样融入书店氛围。针对每个门店 的不同情况因地制宜策划展览内容,确保与书店的整体风 格和读者群体相契合。如某些门店会在书架上陈列展品, 与图书相互映衬;而在另一些书店会打造一个专门的展 区,突出展览的主题和内容。如在思南书局,以"书"为主 题,我们推出的展览与多位作者嘉宾合作,向读者展示他 们的跨界创作,包括出版人、评论家徐明松的"时间的记忆 ——徐明松微摄影展"等,这些展览体现了作家、学者、评 论家们不为人熟悉的侧面,与专业美术馆的展览相比更有 独特性。除了展览的布置,我也注重增加展览的互动性, 让读者参与其中。如在思南书局的"一本杂志的诞生一 《小说界》杂志展"中,我们设置了扭蛋机,并将《小说界》的 金句写在主题小纸条上装入其中,抽中特别"彩蛋"的读者 可免费获得《小说界》定制花朵立牌或茶巾等。

## 王晓烟:找到契合点 结果导向"更接地气"

如何策划"更接地气"的展览是我在策展中思考最多 的一件事情。书店不仅可塑性强、潜力大,还非常贴近生 活和观众,这种空间调性决定了我们的展览在保证文化 性的同时,需要兼顾与读者的互动性和亲近性。因此,在 展览策划之初,我们就先入为主地构建好"结果",最大化 通过空间利用、生活化语言物料、有互动性的延展活动等 方面,在展览和书店之间建立很好的契合点。

## 张白白:"轻"形式提供有深度和分量的好内容

众创书局位于哈尔滨哈西新区,周围多新建小区、 中学和高校,这决定了我们的读者客群是阅读基础相对 较浅的年轻人。因此,在展览的表现形式上,更侧重年 轻人的接受度。在策展中,我认为要内容至上,提供有 深度和分量的内容,但表现形式要"轻"。如2023年,我 们策划了世界各国文学奖项的主题展览,主slogan为"除 了诺贝尔,这些文学奖也很ne"。"ne"是东北方言,意为 "厉害"。展览刚一开幕就吸引了很多读者打卡拍照,恰 逢哈尔滨旅游热,常常能听到很多外地读者学着东北 话说:"你挺ne啊"。

## ● 观 点

## 相比传统文化活动,策展的异同和难点

与这些活动都有所不同,虽同属于文化活动,但策展更注重"美学"的理解和运用,也滋生了"职业策 展人"这一概念。与传统文化活动相比,书店策展有哪些异同?对书店而言,策展又有哪些难点?

张 驰:策展与书店举办的文化活动在本质概念上存 在显著差异。对书店而言,策展的难点就是经营者能理解 艺术展览的思维差异、投入产出比和能够为书店带来的真 正价值和意义。从实际角度出发,艺术展览是书店吸引并 扩大客群的非常好的切入点,成熟、可复制、有创新性的艺 术展览能为书店经营带来非常可观的收入提升。

陈江虹:"策展"更加强调策展思维的运用,关注深度 内容的挖掘、空间氛围体验设计以及观众的文化消费体 验,但也面临更高的专业要求、资源整合难度、成本投入 等问题。为此,中信书店从团队专业能力提升、优质合作 资源拓展等方面入手,持续发力策划高质量的优质展览。

刘 迪:开展传统文化活动和策展的核心目的都是为 了丰富空间内的文化体验,吸引更多顾客到店,增加销售 机会。但两者的不同之处在于,策展对书店的要求更高, 考虑的方面也更多。比如需要策展人在对策展内容了解 的基础上,有一定的艺术审美能力,对展陈物料的各种材 质属性有一定基础的了解。此外,也非常考验策展人的 空间规划能力、预算把控力等,需要在书店有限的空间、 有限的预算内,实现展览效果的最大化。

李 京:新书分享、文化沙龙等传统文化活动通常 以书店的输出为主导,读者参与度相对较低。相比之 下,策展则更加注重展览形式,为读者提供了更多参与 的机会。如何保持展览的新颖性和吸引力是书店策展 面临的问题之一。同时,展览的策划和准备工作需要 投入大量的时间和精力,尤其是在与合作伙伴的协调 和展品的选择上。为了克服这些挑战,我们在策展过 程中注重灵活性和反馈机制,如及时获取观众的反馈 意见,了解他们的喜好和期待,对展览内容和形式进行 调整和优化。同时,与多元化的合作伙伴展开合作,从 不同领域汲取灵感和资源,也是保持展览新颖性的重 要途径。

王晓烟:展览比较考验效果呈现和场景融合,但现场 氛围和观众感受与其他文化活动并无二致。在布展时, 我们最常遇到的问题是融合性,书店的空间构造、灯光动 线等都比较固定。但书店有很强的故事属性,我们抓住 这一点并且巧妙进行了优势放大。如提炼平面展览作品 的元素,设置空白画布让观众一起再创作一件艺术品等, 从延展展览的故事性和激发观众探索欲的角度,解决书 店布展的融合问题。

张白白:我们的难点主要是资金。众创书局所属商业 集团会综合考量展览的投入产出比。从商业角度考量,展 览作为社会效益大于经济效益的活动,会有所顾虑。

## 《中国全民阅读纪事》详尽记录"全民阅读"发展

中国出版传媒商报讯 日前,由中共安徽省委宣传 部指导,安徽出版集团主办,时代出版传媒股份有限公 司、安徽教育出版社承办的"《有书香的地方:中国全民阅 读纪事》出版座谈会"在北京中国现代文学馆举行。长篇 报告文学作品《有书香的地方:中国全民阅读纪事》由韬 奋基金会第四届理事会理事长、著名出版家、作家聂震宁 撰写,安徽教育出版社出版。中国出版协会理事长邬书 林,中国作协党组成员、副主席、书记处书记邱华栋,中国 图书评论学会会长郭义强,中国编辑学会会长郝振省等

嘉宾围绕《有书香的地方》展开研讨交流,回溯全民阅读 由萌芽到开花的历程,探寻该书的主题意义、文学价值和

《有书香的地方》是一部以全民阅读为题材的长篇报告 文学作品,该书以绵长的行迹、真切的故事、细腻的笔触,详 尽记录了"全民阅读"自2006年启动特别是新时代以来的蓬 勃发展与丰硕成果,全景呈现了书香社会、书香中国建设中 的城乡变化与多彩风貌,生动展现了众多阅读爱好者、推广 者、服务者、志愿者的鲜活形象。 (肖 颖)

## 《万桥赋》讲述桥梁建设者故事 展现新时代交通建设成果

中国出版传媒商报讯 4月30日,现实主义长篇小说 《万桥赋》研讨会在京举行。中国出版协会理事长邬书 林;中宣部原出版局局长高明光;中国作协副主席、书记 处书记吴义勤;中国图书评论学会会长郭义强;四川新华 出版发行集团党委书记、董事长,新华文轩出版传媒股份 有限公司党委书记、董事长周青等出席。与会嘉宾围绕 《万桥赋》一书的文学价值、时代意义等话题,展开了深入

《万桥赋》一书由川渝黔三地合作出版,是一部深 入学习贯彻习近平文化思想,展现新时代交通建设恢

宏成果的现实主义长篇小说。该书以贵州的桥梁建设 为背景,讲述了几代中国桥梁建设者的故事,由此展示 了党中央在新时代推进西部大开发所取得的成就,展 示了新时代中国的发展与进步,展示了中国式现代化、 中国建造的创新和发展及中国人民勤劳勇敢、自强不 息的精神风貌。作者张者、宋潇凌通过对主人公在贵 州寻访桥梁之旅的设计,将中国西部地区独特的山川 河流、历史文化以及新时代中国建设之恢宏展现得淋 漓尽致,并深入挖掘了建设者背后的家国情怀、民族精 神与文化传承。

## 温州元素亮相第八届中国科幻大会

中国出版传媒商报讯 日前,由中国作家协会社会联 络部、北京元字科幻未来技术研究院等主办,中国科学技 术出版社、浙江温州无料书铺等承办的"2024第八届中国 科幻大会暨后人类时代科幻文学及传统文学论坛"在京 举行。全国政协常委,中国作协党组成员、副主席、书记 处书记邱华栋;著名科幻作家、北京元字科幻未来技术研 究院名誉院长王晋康;著名科幻作家、北京元宇科幻未来 技术研究院院长刘慈欣等嘉宾出席活动。

围绕"科幻文学表现无限的新质生产力"主题,王晋康、

刘慈欣等进行了对谈。温州籍新锐科幻作家李易谦携科幻 小说《维度》举办新书发布会,并以"因为在过去,未来已经发 生"为主题作主旨演讲。圆桌访谈环节以"技术进阶,科幻与 现实的镜像"为主题,无料书铺创办人张潇与董仁威、陈揪帆 等嘉宾展开了对话。

论坛期间,温州市科学技术协会与无料书铺分别与 北京元宇科幻未来技术研究院签订了战略合作协议。未 来,三方将在科普科幻活动和出版方面开展更加深入的 合作。 (肖 颖)

(凤凰国际书 城文化运营 总监、凤凰美 术馆馆长)

张驰

入职时间: 2016年12月



重点展览主题: 嘉卉——另一种看 花的目光、"我们不是野兽派"红山森林 动物园大猩猩画展、国际艺术基金儿童 连环画人才作品展、太阳当空照——绘 本画家孟子茹个展、白话胶囊——丁捷 文学绘画展。

策展感受:书店策展在考虑选择艺 术家、艺术作品呈现的时候应强调"公 共性",广泛吸引不同年龄层观众,并提 供辅助引导以确保策展理念贴近公众, 避免失去其传播价值。同时,要结合书 店的大众属性,通过多样化公教活动为 展览"注解",促进大众对于艺术作品和 艺术家所想表达的思想进行交流和碰 撞。因此,在书店策展远比在专业画廊 和美术馆要难得多。

## 李 京 (上海朵云书 院内容策划)

入职时间: 2020年11月 策展场次: 45场



重点展览主题:全新"兔"破一 2023年新年主题展、无限亲密——李 豫陇个人作品展、龙腾华夏——戴敦邦 作品展、艺术对话经典——戴敦邦"四 大名著"主题展、拥抱被忽略的情绪皱 褶——心理健康科普艺术展。

策展感受:在书店开展策展工作,

对我而言是一次全新尝试,与之前在 美术馆、画廊以及商业展览中的经历 有所不同,书店是一个更为开放和多 元的空间。去年春节期间,我依据朵 云书院•广富林店独特的传统建筑与 现代书店相结合的特色,策划了名为 "全新'兔'破——2023年新年主题展" 的活动。这次展览首次将互动性质引 入书店策展,设置沉浸式造景,如巨幅 春联造景、红包墙、新年祈福墙等。同 时还引入了销售机制,挑选符合主题 的文创产品,并且成功售出参展的版 画作品,为书店带来了社会效益和经 济效益。

## 刘迪 (PAGEONE 市 场部经理)

入职时间:





重点展览主题:"阅享生活,不止 一夏"生活艺术跨界巡礼计划、"经典正 当时"英国文学季、吾皇猫IP展、哈利· 波特IP展、"The Beijingren京誌"大展。

策展感受:书店策展,更注重丰 富空间的表达,同时也是其创新经 营模式的重要方式之一。在策展、 参展过程中,能够与读者一起提升 审美品位。

## 陈江虹

(中信书店 策划出品中 心策划经 理)



2023年2月

重点展览主题:"邂逅重庆 —— 多维城市·未来镜像"。

策展感受:近年来,中信书店持续 致力于将体验新场景与文化新消费融 合,为城市文化消费不断赋能。以重庆 为起点,推出最新的线下"超级品牌概 念店"。"邂逅重庆 —— 多维城市·未来 镜像"主题文化展由"山水造化""立体 营城""城市印象""无限之城"四个篇章 组成。展览以图片、文献、实物、装置、 数字艺术等丰富的展示形式,深度展现 重庆的历史文化、山川地貌、城市发展、 风土人情与创新活力。