

近年来,随着全民阅读的深入开展和实体书店转型发展的需求,以服务居民阅读文化需求为主的社区书店和充满文化气息的景区书店,越来越多地走进人们的日常生活和休闲场景,这些书店如何通过重新布局阅读空间和丰富经营业态打好文化牌?本报聚焦书店发展,从全国范围征集、采访优秀案例进行报道,以为行业提供参考。

打造复合式文化空间 构建全民阅读新生态

上海新华书店中建乐荟天地店 打造社区文化新地标 赋能全民阅读新生态

并根据市场的热点及当地特色引入相关多元产品和中建公司自有文创产品。同时,开辟部分区域设计成“咖啡吧”,并设有亲子阅读区、商务洽谈区等。店内精选各类优质图书,以少儿类、经济类、文学类、教辅类图书为主,辅以适量历史、社科类读物,满足不同年龄、不同兴趣读者的需求,并结合“上海书城”APP实现线上线下全品种覆盖,方便读者选购。

中建乐荟天地店的多元业态和丰富活动,不仅满足了读者的阅读需求,更提供了社交、学习和放松的多重空间。2024年,中建乐荟天地店积极配合营销中心举办多场营销活动,如作家阮小芳读者见面会、作家纪玉峰儿童生命教育讲座、非遗漆扇与叶脉书签手作活动等,并与中建八局工会联合举办母亲节活动、参与南码头路街道世界读书日流动供应等。其中,与浦东多家书店及浦东图书馆合作开展的“你选书、我买单”文化惠民活动,销售码洋达6.5万,成效显著。

此外,中建乐荟天地店还举办了深水港物流、南码头路街道文化中心、同盛物流等流动供应活动。这些活动不仅丰富了当地社区群众业余文化生活,还宣传了上海书城服务品牌。

线上线下融合,构建立体阅读服务网络。目前,中建乐荟天地店依托饿了么、美团开拓网上销售平台,积极推广“上海书城”APP平台,全年美团上架234个品种,销售码洋超千万。同时,与周家渡梦工坊读

书会联合组建阅读微信群,定期向群众发布新书、畅销书信息,积极与读者沟通、交流,帮助读者及时买到所需的商品。为保障销售顺利,门店发动员工拓展团购新客户,推进饿了么、美团图书上架工作,开展流动供应,认真做好“解放书单”的添货、包装、分送,同时强化卖场管理,严格执行考核制度。

注重图书管理销售的广度深度,提升社会效益与经济效益。在宣传推广层面,中建乐荟天地店利用上海新华传媒旗下各大报刊、新媒体平台,多渠道、全方位地进行图书宣传,将图书信息进一步推广至读者,增强其购买图书的意愿;同时,对公司各类多媒体宣传媒介的报道信息,实行严格的三审制度,确保舆论导向的正确性。在图书质量把控上,保证图书销量的同时,更加注重图书的内容,打造精品图书,确保读者利益,适时采用优惠酬宾等方式吸引读者前来购买图书。重点文献的销售工作是门店工作的重中之重。2024年,中建乐荟天地店通过上门拜访、电话联系、发送电子书目等方式,开拓、维护团购客户。店内员工群策群力、共同努力、主动出击,积极参与到收货、打包、送货的工作中,并做好客户收货后的回访工作。

中建乐荟天地店以其独特魅力,已成为浦东新区乃至上海市的一个新的文化地标,为全民阅读不断注入新的活力,也为书香社区的建设贡献了重要力量。

(张绮月 采写/整理)



位置:新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市天山区二道桥街道和平南路101号大巴扎步行街B区

面积:200平方米

特色:通过精心设计的主题布局、丰富的藏书种类以及创新的文化体验,成为连接传统与现代、本土与国际的桥梁。

2023年8月底,乌鲁木齐市新华书店“新疆是个好地方”主题店正式开业,2025年5月19日,经整体升级改造,该店从大巴扎石榴花街搬至大巴扎步行街B区,并更名为“印象巴扎”主题店。大巴扎步行街是以新疆国际大巴扎为核心构建的文旅商业街区,也是乌鲁木齐市传统悠久的商业文化中心和重要的旅游集散地,数据显示,日均接待游客超过10万人次。独特的地理位置,让“印象巴扎”主题店不仅是一座承载着书籍与知识的殿堂,更是一扇向世界展示中华优秀传统文化融合新疆多元文化、自然风光与民族风情的窗口。书店通过精心设计的主题布局、丰富的藏书种类以及创新的文化体验,成为连接传统与现代、本土与国际的桥梁。

凸显地域特色,打造一站式文化消费空间。“印象巴扎”主题店始终坚定文化自信,传承中华优秀传统文化,融入新疆人文、历史等元素。走入店内,首先映入眼帘的是以新疆壮丽山川、独特地貌为内容的装饰元素,包括天山雪峰、塔克拉玛干沙漠、喀纳斯湖等。书店内部采用开放式布局划分阅读主题区,如“天山神韵”“草原牧歌”“丝路遗风”等,每个区域精选与主题紧密相关的图书等产品,打造中华优秀传统文化新疆篇的展示空间。

在门店的图书选品上,除了涵盖广泛的文学、历史、哲学、科学等常规类别,还注重收集和展示新疆历史、地理、民俗、艺术等方面的著作,以及多语种版本的新疆题材作品,如广西师范大学出版社“西域游历丛书”、新疆文化出版社《龟兹长歌》以及新疆本土作家刘亮程的《本巴》《虚土》、新疆知名作家李娟的《我的阿勒泰》《冬牧场》等,满足不同读者的阅读需求。

在多元经营中,围绕新疆本地特色,该店引入了丰富的多元产品,如具有新疆民族特色和风情的毛绒仿真烤包子、馕、艾德莱斯纹样瓷杯、茶具等文创产品,店内为游客提供新疆本地产玫瑰花、雪菊、决明子冲泡的茶饮,并备有不同口味的伊犁手工冰激凌等。

构建文化平台,走出去助力“全民阅读”。“印象巴扎”主题店不仅以图书销售场所为定位,更打造了集文化交流、艺术展示、创意体验于一体的区域综合文化平台。该店创设了文化活动的供给机制,定期举办各类文化沙龙、作家签售会、主题讲座、手工艺工作坊等活动,邀请知名学者、作家、艺术家及民间手艺人分享他们的故事与创作心得,让顾客在享受阅读乐趣的同时,也能近距离感受新疆文化的魅力。此外,该店还积极与当地学校、社区合作,开展青少年阅读推广活动,培养孩子们的阅读兴趣和对本土文化的认同感。

6月起至年底,“印象巴扎”主题店将以一月一主题的形式,包括“丝路童趣·书香巴扎”“七一建党节·兵团建设史”“八一建军节+双拥共建”等主题,按月推进落实阅读活动,并借力国际大巴扎步行一条街浓郁的新疆民族风情旅游资源、手工艺作坊等实体体验,增强进店游客的“大美新疆”体验感,实现旅拍“游客”向“读者”角色和心态的转变,打造新时代文明实践文化惠民的沉浸式阅读空间。

乌鲁木齐市新华书店“印象巴扎”主题店不仅是传承中华优秀传统文化和弘扬社会主义核心价值观的重要阵地,也是铸牢中华民族共同体意识的重要窗口,更是促进民族团结、文化交流与融合的重要平台。书店不仅是一个经营场所,更借力文化,打破了地域和语言的界限,让更多的人走进新疆、了解新疆、认识新疆、爱上新疆,为乌鲁木齐乃至整个新疆的文化旅游产业发展注入了新的活力,吸引了大量游客前来参观打卡。作为乌鲁木齐乃至新疆的一张亮丽文化名片,承载着知识的重量,持续传递文化的温度与力量。

(焦翊 采写/整理)

北京图书大厦城市图书馆店 多层次丰富产品线 助力公共文化服务建设

北京图书大厦城市图书馆店(以下简称“城图店”)具有阅读、艺术、活动、文创、简餐咖啡等多项文化服务功能,是北京图书大厦助力公共文化服务建设的一项重要举措,也是北京图书大厦拓展新型运营模式的一次积极尝试。

精选选品,突出北京特色与文化底蕴。城图店设立了北京文化图书、古籍线装书、签名本专区、文创专区等特色专区,分别从红色文化、古都文化、京味文化、创新文化四个方面重点展示出北京文化的独特魅力。北京特色书籍专区展示了近3000种最新出版的北京特色图书,包括北京的历史、地理、建筑、文学、戏曲等。古籍线装书展示品种有线装典藏、学术典籍、书法艺术、琴谱丛刊等系列,汇集了文津阁四库全书,涵盖了经史子集,宋版珍本《诗集传》,古籍丛刊《敦煌写经大般涅槃经卷第七》《红楼梦程甲本》等。签名本专区共展示近百种知名作家的签名本图书。文创空间专区,主推北京礼物主题店,包括首图文创、故宫文创、大运河礼物等能够展现中华优秀传统文化的文创品牌,与城市图书馆的文化底蕴相契合,展示独有的文化魅力。

探索“书店+”多种形态,寻求阅读的更多可能。一是为与北京城市图书馆文化、科技感契合,城图店打造科技赋能咖啡服务,投入咖啡机器人项目,引入了国内首创的双臂拉花机器人,增加了咖啡服务的观赏性,为读者提供了科技、时尚、前沿的独特体验,有效推动了“书店+咖啡”模式的升级迭代。二是创新文

化空间模式。城图店结合店里客群特点、北京图书大厦优势资源及运营经验,不断调整多元空间布局及选品。规划出“文创意馆”和“创客体验区”,增加“快闪live show”快闪活动区和“城图文创区”,以文化为基础,打造富有活力的高品质文创展示空间。在选品上,根据城市图书馆客群需求及文化基调,呈现多元化、多层次的丰富产品线,打造具有创意化、国潮化、时尚化的文创系列产品,推出故宫文化、北京画院、吉兔坊等全国IP文化品牌,引入大运河礼物、诗墨花间等地域性、国风系列文创产品。三是与城市图书馆联手,打造专属文创产品。从场馆建筑、打卡引流、馆藏周边等设计理念入手,开发多品类的系列文创产品。其中,为在内容上融入更丰富的文化内涵,城图店委托知名画家历时3个月为城市图书馆绘制了《春深读书图》,并围绕该作品,结合城图馆藏古籍文献,推出了团扇、冰箱贴、描红本等多品类系列文创产品,受到读者欢迎。

创新活动形式,解锁书店多业态文化体验功能。城图店自开业以来,不断创新活动形式,精心策划并举办了系列文化体验活动。2024年举办了诗情画意体验活动,围绕《诗墨花笺》古诗系列图书和文创产品,带孩子们领略传统优秀文化的无限魅力。同年8月,店内承接了由北京晚报和北京日报客户端主办的《网罗万象——2024北京晚报主题漫画展》。为巧妙实现书架办展功能,城图店创新地利用3D打印技术,设计出与书架完美适配的展览固定器,独特的展陈形



位置:北京城市图书馆内

面积:700平方米

特色:城图店从红色文化、古都文化、京味文化、创新文化四个方面重点展示出北京文化的独特魅力,为读者带来全新阅读体验。

式吸引了众多读者驻足欣赏。店内举办的“一纸书艺术创作”活动现场,孩子们按照纸上指引,用故事主题的方式构思,一笔一画地在格子中绘制封面、内页,绘制好后通过简单折叠,一张纸瞬间变成一本儿童绘本。绘本还可以在网上发布,让家长、孩子们随时与自己的朋友分享。

城图店在运营中不断尝试多业态融合形式,规划出相对独立、规整的空间,设置快闪专区,举办不同主题、不同风格的IP品牌展,充分发挥文创品类场景化优势,形成引流效果,提升文创品牌交流合作能力。自2024年5月以来,共举办“熊猫来了”“52TOYS”“吾皇猫”图书及周边、“小熊汉斯”等优质IP主题快闪活动。在吾皇猫快闪活动中,首次尝试打造多元化的消费场景,打破传统的快闪展现方式,将咖啡机器人加入吾皇形象,设置吾皇AI互动机器人,提升了快闪活动的体验感受。

(伊璐 采写/整理)

山西新华书店集团太原有限公司南寨公园科普书店 一园一品 打造自然与科普元素融合的文化空间

所,店内设置主题教育专题展、科普专题展、少儿阅读区、畅销文学历史展、养生专题展、VR展区、标本专题墙、文创展、中药草文创专题展。

突出书店科普特色,打造太原新时代城市书房。南寨公园科普书店按照一园一品的建设原则,结合公园郊野公园的特色,融合公园现有文化活动资源,整体设计风格充满了自然与生态的元素,内部巧妙运用镜面元素,天花采用镜面反射的装修,视觉上增加了书店的层高面积,整体定制书架采用流水、森林造型,墙面设计森林墙会让人仿佛置身于森林之中,呼吸着清新的空气,为太原城北市民创造了一个休闲放松、阅读品鉴的场所,为全面再现“锦绣太原城”盛景增添了独特的文化氛围。

南寨公园科普书店利用VR突出书店科普特色,在这里,读者不仅可以看到逼真的森林景象,包括各种树木、动植物和自然景观,还可以通过交互式的操作,探索森林的不同区域,观察动植物的生活习性,通过丰富的体验获取科普知识。此外,书店科普森林VR中包含了部分互动游戏或挑战,通过新技术不断

赋能“云上书店”,吸引更多读者驻足。

开发特色文创产品,创新体验式互动营销。南寨公园科普书店的中草药文创是一个结合自然美学与中医药文化的创意文化展示交流平台。南寨公园内种植着具有药用价值的植物,并配有详细的介绍牌。游客可以亲身体验中草药的种植、采摘、加工等过程。书店内部设置中草药文创产品展示区,走进书店读者可以了解中草药的加工过程并亲自制作一些简单的中草药产品,店内同步售卖以中草药为原料的护肤品、香包、茶饮等。

南寨公园科普书店后续将通过开展中草药采摘、标本制作、手工活动、种植蔬菜、非遗制作等科普活动,以参与、互动、体验等多种形式,让读者零距离接触和了解科普知识,为更多青少年送去丰富多彩的体验。近年来,太原市致力于推动全民阅读,建设书香社会,已经在多个公园内打造了类似的城市书房,取得了显著成效。这些书房不仅丰富了市民的文化生活,也提升了城市的文化品质和精神风貌,成为城市和景区中靓丽的文化风景线。

(王新雪 采写/整理)



位置:山西省太原市南寨公园

面积:163平方米

特色:南寨公园科普书店整体设计匠心独运,巧妙地将自然元素融入每一寸空间,营造独特的阅读氛围。书店利用VR技术突出科普特色,通过交互式操作,读者可以深入丛林,探索秘境,是一个集图书、VR科普、社会实践、手工制作、户外星空房于一体的综合性文化场所。

为深入推动全民阅读、助力“书香太原”建设,山西新华书店集团太原有限公司在太原市委宣传部精心指导下和太原市公园服务中心的大力支持下,积极满足公共文化需求,在南寨公园建设了以自然、户外、科普为主题的书店。南寨公园科普书店总营业面积约163平方米,藏书8000余册,是一个集图书、VR科普、社会实践、手工制作、户外星空房于一体的综合性文化场