



艺术青島

YI SHU QING DAO

青岛市文化和旅游局 协办



漫步 书香海岸

感受城市 文化节拍

青岛支持实体书店
可持续发展,近年来陆续
涌现多家“最美书店”

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷

再寻最美书店的内核

石老人沙滩上的如是书店,24小时灯火辉映,犹如一位海岸守望者。这是一家青岛市民和来青游客都会过目不忘的书店。如是书店创始人郝照明从外地出差归来,赴约这场傍晚时分的书店对谈。背着双肩包的他难掩疲惫,但谈起书店依然神采奕奕。

“书店的核心是一场邂逅,最美书店不是开业即呈现,它不断基于市民内心深处对美的需求而完善,是一个可持续的过程目标。如是书店已24小时运营3年多了。在这1000多个日日夜夜的运营中,尤其是从凌晨12点到6点,很多人愿意来到这里。有人在这里加班,有大学生在这里上网课,还有外地游客带着行李在这里看一夜书一大早赶车赶飞机。偶尔也会来几个比较落魄的,无处可去的人在这儿待一晚上。近两年,还有不少人在这看日出。”在郝照明的讲述中,一家温暖的解忧杂货铺逐渐清晰。

当时间指针来到白天,这家书店的“最美”变得更为具象:结合360度海景,书店在保证读者看海视野的前提下,尽可能进行了更多的图书陈列。整个书架如“波浪”般延展,高矮错落,采用全透明玻璃制作。更具特色的,是如是书店石老人店的书籍陈列分类。“内耗”“焦虑”“勇气”“凡尔赛”等当下热词汇作为图书分类的核心词汇,让这些书籍能够被读者视线快速捕捉。

沿着青岛海岸线,城市书香之旅的目的地丰富而精彩。崂山书房、如是书店石老人店、涵泳复合阅读空间、西西弗书店、青岛书城、方所、茑屋、良友书坊等各具特色的实体书店,让人们与城市书香相逢,与自在的自我相遇。

茑屋书店被誉为“全球最美书店”,坐落于海天MALL的青岛茑屋,是茑屋品牌首次布局山东。

“在我看来最美书店其实是一个复合概念。既要有舒适的环境,更要有用心地经营,为客人带来舒适体验。你要清晰了解你的目标客群,提供给他们更丰富的生活选择,同时也要搭建起城市文化的分享、传递平台。”在青岛信慧商业管理有限公司茑屋事业部负责人孙德君看来,除了从设计上融入体现在地文化,书店的“最美”更多体现在经营理念上。

青岛茑屋正在参加山东最美书店评选。面临大海、春暖花开的先天优势,即便在茑屋书店体系中也是独具特色的。青岛茑屋在空间设计上以环保理念体现出青岛“红瓦绿树、碧海蓝天”的国家历史文化名城风貌,“漫步小路”的设计主题呼应着八大关不少道路形态。依托于茑屋总部的图书采购中心和商品采购中心,青岛茑屋可以保持高频更新节奏,保证走进书店的客人可以在有限的空间和时间内,选择到喜爱的图书,感受到一种阅读的氛围、轻松的氛围、艺术的氛围。

青岛新华书店书城副总经理张蕾同样谈到了运营。“提起最美书店,在人们的印象中可能还是从空间这方面来体现。但对于书城这样一个使用25年的固定空间来说,更注重的是在空间里融入一些大家喜欢的活动,这个空间才能很好运营起来。”跟随张蕾在书城探访,在这家青岛市区最大的图书综合卖场内,除了15万余种图书、音像制品、花店、琴行、24小时书店等“图书+”“文化+”多种新兴业态也颇吸引眼球,细致的场景化搭建,让这里的文化生活更具质感。

人们在书店为何买单

在书店阅读,总会带给人明亮的生活感

受。今天,仅有最美书店的颜值,已经不足以支撑一家实体书店的运营。对于商业化运营的实体书店而言,成为一个真正的文化消费目的地,是不能回避的问题。

漫步于青岛茑屋,一张《解谜茑屋》的图书海报引起了记者的注意。这本出版于2019年的书中,茑屋书店创始人增田宗昭阐释了自己对实体书店的诸多理解。六本木茑屋书店是日本首家附设咖啡厅的书店,如今书店里的咖啡已成为标配。增田宗昭在书中谈到,“我想提案的并不是那一杯咖啡,而是‘让顾客享有悠闲时光’……我想卖的,其实是‘舒适的时光’。”

青岛茑屋拥有2.6万种、合计5.5万册中外图书,1万余种样式的5万余件文创商品,近百个看海咖啡座位,这些都成为其青岛版“舒适时光”的重要承载。孙德君介绍,自去年9月30日开业运营至今,青岛茑屋在国内TSUTAYA BOOKSTORE系统中有着不错的销售表现,超出了最初的预估,春节后更是明显感受到了消费的回升,近期一直保持着稳健的态势。“无论是市民还是游客都愿意过来,尤其是旅游客人消费比较高,不少客人一单消费额在三四千元,主要是购买一些原版文创和图书,最高成交额有上万元的。虽然网络购物发达,但茑屋店内商品在网上基本看不到,一些北京等地的客人会主动与我们交流,我们也希望向外地游客展现青岛国际化、时尚化的感觉。”孙德君说。

对于本地的民营书店而言,生存之战是无法回避的话题。“其实书店做的是一个阅读环境,有人愿意到你这里来,能打开书去看一看,因为这本书开始他的人生探索,我觉得这就很好。物理的东西是可衡量的,我们所售卖的图书里的内容和书背后的生活方式,是无形的,也是最重要的。”郝照明把自己做好一家书店的心得总结为七个方面,分别是最美空间、图书选择、丰富活动、在地和当下、丰富供应链、数字化以及对图书、文化和城市的热爱。

对于“书背后的生活方式”,郝照明的理解是丰富的文创产业供应链,他正通过直播等多种方式寻找合作伙伴。他把“如是”定位为生态型城市更新文化运营商,以“如是书店”为入口,以提供公共文化服务为基础,将文化赋能商业,构建文创产业供应链孵化为成长级的文化综合体,打造融书店、文创、展览、直播、演出、餐饮等多种场景模式为一体的文化Mall。目前,“如是”有4家书店在营,包括如是书店石老人店、城阳文化邻里中心、西海岸城市阳台书店和如是书店森林店。位于中山路117号的城市级旗舰店预计2023年下半年投入运营。公司在市北区、崂山区及省内其他城市也有正在洽谈推进的书店。

无论是茑屋还是“如是”,都在努力融入青岛这座城市的文化生态,都将“生活方式”作为书店的核心服务,而这种“生活方式”服务的实现,除了空间氛围感,文化活动也是重要的依托。青岛茑屋开业半年多已举办近80场活动,每周举办主题读书会,每月举办大型文化沙龙,不定期举办各项文化策展、研学活动;如是书店在青岛创立八年多时间里,已经举办签售、阅读、展览、路演等文化活动累计10,000余场,读者超过500万人次。

公共服务能力新角逐

市民和游客选择一家书店,也在无形中展现着自己的文化态度。推动实体书店参与公共文化服务体系,是实体书店发展的重要方向。

香港中路上,青岛书城承载着多少青岛孩子的童年记忆。“新华书店肩负着城市文化服

务功能,文化服务是一项润物无声的事业,也是一个城市最吸引人的名片。青岛书城积极倡导全民阅读,每年邀请知名作家、专家、学者到书城与读者见面,开展文化沙龙、读书分享、签名售书等300余场文化活动。有那么多人爱读书,愿意分享书,让我们特别感动。”张蕾介绍,青岛书城正由图书销售商转型为文化服务商,提炼出“城市书房”和“城市课堂”两大功能,全方位服务市民精神文化生活。

走进书城,位于三楼的小蓝鲸阅读馆是去年打造的集图书借阅、分级阅读、父母课堂等内容为一体的阅读空间。在这里,孩子和家长同时参加绘本分享、手工制作、名家见面会、特色课程等精彩活动。小蓝鲸阅读馆采取会员制形式,相比于其他绘本馆,这里不仅书多,更有国际大奖获奖作品和丰富的阅读、研学活动。

当前,实体书店的文化服务已经不限于书店内部,实体书店正在积极地融入城市公共文化语境。

作为增加文化产业新业态的创新举措,书城推出的“思享空间”文化定制项目旨在为实体空间提供整体设计、建设、图书、定制文创、智能终端、管理系统以及运营等一站式、模块化选择,目前已完成建设项目40处,施工面积6500余平方米,形成“书香机关”“书香企业”“智慧阅读”等多模式。与此同时,不断创新服务方式,与青岛市图书馆、市南区图书馆联合开展线上线下“你选书,我买单”活动,创新推出文化活动定制、小城研学、父母学堂、银龄学堂、文化市集等文化活动相继开展。

茑屋门店则与市南区深度合作,定期开展读书沙龙。与市南区文旅局合作“N+书房”主题阅读活动,举办“阅享市南,共读好书”分享会;与湛山社区合作,每周举办阅读分享,致力于做好“社区好邻居”;与周边教育机构、协同合作学生研学体悟活动开展。

如是书店石老人店以朗读会、陆冲滑板、咖啡市集、冲浪、精酿比赛等时尚活动为特色,连续多年参与举办“石老人沙滩音乐季”“石老人国际街舞争霸赛”“齐鲁情儿童才艺大赛”“奇妙梦旅行儿童安全文化节”“重启跨年夜”等节庆活动,成为城市时尚多元文化的代表,逐渐形成独特的文化IP。

今年,市文化和旅游局组织开展的“2023年度山东省最美书店”评选活动中明确要求,参评“最美书店”,要对书店的环境、理念、体验、活动和读者喜爱度等多个维度进行考量。而在理念先进方面,要求注重引领阅读风尚、培养阅读习惯、满足读者个性化需求,转型升级成效明显,发展潜力较大,对书店的公共文化服务能力也提出了更高要求。

“书香海岸”新蓝图

沿着木栈道徜徉海滨,一座城市的旖旎风情扑面而来。而营造城市动人风情,书香不可或缺。崂山书房、石老人如是书店、青岛书城、西西弗、方所、茑屋、良友书坊、青岛文学馆、栈桥书店、阳阳书店等,如同美丽海岸线上的一颗颗珍珠,闪烁着“世界最美海湾”的魅力之光。今年,青岛提出打造“书香海岸”,为青岛时尚、浪漫、动感的城市氛围再添一抹文化亮色。

尤为振奋人心的是,在今年3月启动的青岛市文化和旅游领域“深化作风能力优化营商环境”专项行动中,明确将争取出台《关于支持实体书店发展的扶持政策》,青岛书店经营者的期盼有了政策呼应。

在中国书刊发行业协会去年发布的《全国实体书店经营情况调研报告》中,通过对994家实体书店的样本分析,对于实体书店

“希望得到政府、协会哪类帮助”得到的结果为,书店希望得到政府的财政补贴、专项资金扶持、税收优惠或减免的呼声最高,其占比依次为68.51%、66%、52.82%,其次是房租减免,占48.99%。

从全国来看,北京是全国实体书店营商环境最佳城市,从2019年起,每年对实体书店投入1亿元,累计扶持约1000家(次)实体书店,实现了书店发展的量质提升;近日,江苏省无锡市出台政策,对新引进有一定品牌知名度和影响力的实体书店,经营面积不小于1000平方米的,给予最高50万一次性开办奖励。杭州、厦门、武汉、成都、西安等城市均出台了支持实体书店发展的政策,对实体书店进行真金白银的扶持。

对实体书店的扶持,更是对城市文化生态的一种引导和构建。

近年来,青岛加快了实体书店培育步伐,坚持城市文化产业与人文文相互融合,城市文化软实力与人文素养同步提升,良友书坊、青岛书城、青岛华玉书城、栈桥书店等23



■崂山书房。



■如是书店。

家实体书店相继获得山东省最美书店系列称号,为实体书店转型升级提供了模式借鉴和经验参考。2023年,市文旅局为实体书店发放图书类文旅惠民消费券90万元。通过引导实体书店延伸服务,与城市书房、图书馆、社区书屋实现资源共享、优势互补,涌现出了一批“书店+”为特征的综合性文化空间。这些可及性强的阅读空间,成为市民和游客文化生活的缤纷载体。

市文化和旅游局局长潘峰表示,实体书店是一座城市的重要文化设施和文化地标,今年将争取在完善实体书店保障政策方面求突破,积极推动实体书店向优质阅读空间、新型公共文化空间、综合性文化消费空间转型。通过精心培育一批代表青岛形象、体现城市影响力的实体书店,以文化内涵滋养城市文明,以浓厚书香提升城市魅力,为助力青岛艺术城市建设走出一条社会效益和经济效益双赢之路。

生活不能没有阅读,书店与城市正双向奔赴。



■书城里的小读者。

本版摄影 王雷