

新华书店

81岁的她是每一代读者记忆里的航灯

这个超级书店IP，有理由走得更好

新一轮的转型升级，诉说着老牌国营新华书店的变与不变。书店的外观、理念、业态变了，不变的是，每一代读者的记忆地图里，都闪烁着新华书店的航灯；它依然是许多人开启知识之门的入口，是不可绕过的文化符号，承载着你我他的阅读故事和喜怒哀乐。

去年发布的《关于上海扶持实体书店发展的实施意见》对新华书店有着清晰定位：“积极培育壮大市场主体，鼓励新华书店等国有实体书店升级改造，探索多元经营模式，实现与影院、餐饮、文化创意等休闲文化产业的融合发展，建设成为集阅读学习、展示交流、聚会休闲、创意生活为一体的综合性文化体验消费中心”。最近颁布的上海文创“50条”更是强调落实这一实施意见，加快建立布局合理、结构优化、业态多元、充满活力的新型实体书店发展格局。

新华书店这个超级书店IP，有理由走得更好。



“光的空间”新华书店前不久沪上亮相，由日本建筑名家安藤忠雄操刀设计，书店+美术馆的创意组合，给予读者多重阅读体验。本报记者 叶辰亮摄

■本报记者 许畅

严冬沪上，书香阵阵暖人心。最近，上海新开多家亮眼的实体书店，其中，拥有“新华”基因的书店以各具特色的个性化面貌，刷新了人们对于老牌国营新华书店传统印象——“光的空间”酷炫组合了书店与美术馆，新华书店港汇店升级版成时尚的2.0版、上海书城五角场店聚合书友交流“杨浦故事”……

80余年的历史长河中，新华书店走过了战争烽烟，经历过桎梏起伏，也拥抱着改革的明媚，如今正探索创新发展的新路。面对互联网传播的冲击、民营书店带来的竞争压力，“老字号”新华书店不断尝试新玩法，开启了自我蜕变的进化之旅。从最初仅有两家网点发展到目前遍布全市各区的100余家网点，新华书店还拥有上海书城、玛德琳绘本馆、新华一城书集等一批旗下品牌，打造了融合图书、艺术、休闲、文创等元素的城市文化空间。

拒绝“千店一面”，书店要做有阅读主张的专业细分知识管家

“为书找读者，为读者找书”的服务理念，曾经影响了几代新华人。“如今，我们更愿意加两个‘好’字。”上海书城总经理江利告诉记者，“为好书找读者，为读者找好书”的目标，对实体书店捕捉多元阅读市场提出了更高挑战。“以前信息不对称，大而全的书店，几乎是读者接触新知的唯一地方，眼下多媒体传播发达，文化需求爆发式增长，书店里的书再多也多不过线上电商，如果光是陈列一排排书架，实体书店早已无法吸引读者驻足。”

有资料显示，目前全国营业面积超1万平方米的超级书城有33个，其中

新华书店有27个；5000-10000平方米的大型书城92个，新华书店占70个；1000-5000平方米大型书店658个，新华书店达548个。然而，装修陈旧、服务单一、教辅书占“半壁江山”的刻板印象也在一段时间里如影随形。

书店如何破局？让读者怀着欣喜与好奇踏进的实体书店，究竟是怎样的？刚开业近一个月的“光的空间”，赚足眼球，也令许多网友直呼“新华书店竟能如此惊艳”。这家新华书店由日本建筑名家安藤忠雄设计，创新跨界，融合了书店与美术馆两种业态，选书以人文社科、艺术设计类精选书籍为主。建筑的美感、内部匠心的美感、图书本身的美感，都交错于这栋会呼吸的庞大场域里，令读书这件事焕发出立体魅力。当越来越多对艺术感兴趣的读者走进书店，他们有机会同时享受纸质阅读、画作雕塑等艺术品赏析的视觉阅读、学者沙龙互动阅读等多重体验，彼此交织的深度阅读网，让书店价值、辐射力尽可能实现了最大化。

有学者谈到，书店要具备专业能力，才能做专业细分“知识管家”，呈现出独特的阅读主张，引领精神潮流，创造更多人与书、人与人邂逅的机会。从图书卖场到文化空间，再到生活美学磁场，新华书店正实现从传统零售到新零售时代的跨越。

这种深耕的劲头，对新华人来说其实并不陌生。早在1982年，上海就诞生了全国第一家专业艺术书店，“人无我有，人有我特，人特我专”的开拓进取精神，造就了全国最早、范围最广的上海专业书店群，为细分市场图书、满足不同读者需求奠定了基础。81岁老“新华人”、原上海新华书店静安区经理钱永林，曾为专业艺术书店耗费了大半辈子心血，“开门时轰动成怎样？四开间的门面里都是人。大家排队进，好像参观展览会一样。”钱老至今记忆犹新，

当时正值11月的初冬，他身上的毛线衫却湿透了，汹涌热情的顾客还挤碎了八只玻璃柜台。

曾经，上海科技书店、音乐书店、艺术书店等多家专业书店构筑出申城独特的书香风景线。但由于种种原因，目前仅保留了少年儿童书店、上海建筑书店等为数不多的专业书店。在网络购书种类极其丰富、找书不再困难的今天，“专精特”书店有着广阔的市场沃土，即将重新扬帆。记者获悉，未来，沪上新华书店正筹划打造以音乐、旅游等为主题的新型专业书店，成为细分领域的“知识供应商”。

信息汪洋中的一座座人文岛屿，激发读者情感共鸣

有了专业底色、多元业态经营、线上线下融合，实体书店要深入人心，还少不了人文情怀。新华书店之所以烙印着一代代读者最初的知识激情，正在于它徐徐释放出强大的文化向心力，让读者忍不住“常回家看看”。

站在时代节点上，回首新华书店曾经的“高光”时刻，对当下不无启示。条件艰苦的上世纪50年代，上海新华人依靠“背篓”精神，手提肩扛，送书下乡，把精神文化产品播撒到田间地头；改革开放初期，春风解冻，数不清的青年涌向新华书店，怀着对知识的美好渴求，守在书店门口长队里，争相购买数理化课本、文学名著和汉译学术丛书。“新华书店”四个遒劲的红色毛体字，隔着几条马路就能远远望见，使人不由加快了前行的脚步。

原上海书城总经理、上海书城党委书记赵建平还记得，“那时孩子们爱去新华书店看连环画，一直泡着。部分书店还有租书、抄书服务，当时没什么复印设备，一些人买不起就只能抄写。有

时营业员也帮着抄书。缺了书，营业员就登记下来，再去书店、出版社找。营业员和读者就像朋友一样，很多读者几乎每天都去书店报到，一进来就问今天来了什么好书啊。”1998年底，上海书城诞生了，“人山人海绕着福州路、湖北路、浙江路、广东路排队，甚至进场要买票，定价约三元，但读者还是争先恐后地排队买票。”

好的书店，如同信息汪洋中的一座座岛屿，它所聚合的优质出版资源和作者资源，令更多读者受益。这也就不难理解，对不少70后、80后读者来说，小时候的新华书店就像最早的VR，让人徜徉书海窥见形形色色的虚拟故事、百态人生。

家有10万+藏书、曾任上海博物馆馆长的陈斐君，与新华书店有着整整一甲子的书香情缘。多年前的五一假期凌晨两点，他跑去南京东路的新华书店排队，生怕去迟了买不到心仪的好书。“每次想买什么，就开个书单发给书城，工作人员帮忙在全国范围内找到，然后我去书店一次性买回。”在他看来，新华书店是城市的文化景观，也是他人生重要的驿站。

如今，每个周末的上海书城福州路店“全国新书发布厅”活动，仿若城市文化会客厅，定期邀请知名作家学者对话书中的山高水长和柴米油盐。“潜藏在书本里的知识与观点，如果不去主动打开、思考、介入，个中妙处就难以激活。”在江利看来，书店之所以创新摸索阅读互动方式，正是希望借由专业人士和广泛读者的深度参与，“解锁”一个个未知，“按图索骥”攀爬书山。眼下，新华书店正酝酿打造一个阅读活动品牌，立足于讲上海历史、上海故事，吸引更多本土读者记录并分享城市的脉动。这不正是书店启发力和辐射力的生动体现吗？

相关链接

在这里，新华书店美成“网红”

没有红白的标识，没有棕色的书架，没有白色的天花板，看起来不像新华书店，却变成申城热门“网红”地标——这就是日本设计师安藤忠雄的设计作品“光的空间”，也是上海最新开业的“新华书店”之一。

1600平方米的空间内，如临幻境的书架间，看层层书籍尽收眼底，在清水混凝土浇筑的阶梯旁，可感受

着整个环形空间，重复的方格和恰当的光线构成了一幅无穷尽的书海幻境。

超美的视觉体验是整个书店设计的精髓所在，但各种技术升级也不容忽视。世界级的环境设计，纯粹的阅读氛围，酷炫的黑科技运用，充满活力的90后店员……简直让人来了就不想离开。（欣桦）



日本设计师安藤忠雄的设计作品“光的空间”，也是上海最新开业的“新华书店”之一。本报记者 叶辰亮摄

相关链接

爱书人，请收藏这些美好的地址

“光的空间”新华书店 地址：虹桥爱琴湾购物公园的7楼与8楼，含书店和明珠美术馆

书店和美术馆互为补充，让读者全方位感受阅读及艺术的美好。“光的空间”科技含量颇高，比如结合全网大数据的选书模式，应用新零售技术将读者查询的图书精确到书架每一格；屏幕可识别读者表情，根据其年龄、性别、神态推荐可能需要的书，趣味性十足。

新华书店日月光店 地址：漕宝路日月光中心2楼

身处中心商圈，书店设计主打“潮阅”概念。除了文学、社科、文教等类别，热销的轻小说系列及周边文创产品是亮点。开业首个周末，日月光店表现抢眼，销售码洋近10万元，位列商场单日销售排行榜第二。门店还与新华一城书集合作，同步开设网上书店。

新华书店港汇店 地址：虹桥路1号港汇恒隆广场内

由于港汇广场整体规划调整，新店格局从有棱有角的大长方形，变成曲线通幽的大马蹄形，以“阅·无界”为经营理念，采用开放式设计，打破



新华书店徐汇日月光店最近开业，灵活配置线上线下出版资源，为读者提供文化增值服务。本报记者 叶辰亮摄

新华一城书集金虹桥店 地址：金虹桥国际中心地下一层

1000多平方米的书店囊括了图书销售、亲子阅读、咖啡休闲、文创产品等多种业态，为读者打造更时尚年轻的文化体验平台，营造弥漫人文艺术气息的阅读空间。同名微信书店上线运营，读者线上可收到每日好书推荐。针对区域内外籍人士和白领集聚的客流特点，外文图书架占比约达10%。

玛德琳绘本馆 地址：上海书城福州路店6楼

2016年新华传媒全新创立“玛德琳绘本馆”品牌，主打中外精品绘本及亲子阅读活动。未来将融合VR互动，让小读者在科技体验中感受阅读的多重魔力。