

# 申城再添书香，高校实体书店达31家

## 今年新开5家，力争3年内60余家覆盖全市

■本报记者 许畅

华东理工大学附近的陇上书店、同济大学周边的同济书店、位于上海大学东区的泮溪书店、华东师范大学门口的大夏书店、钟书阁在上海对外经贸大学的新增分店……2018年5家校园书店在上海渐次开业，新增营业面积1240多平方米。目前，沪上普通高校校园已拥有31家实体书店，或全新开业，或转型升级优化，成为推动全民阅读、打响“上海文化”品牌建设的重要力量。

记者走访了多家校园书店后发现，其中不少是大学、出版社、实体书店融合的典型案列，成为学者、作者、读者持续交流的书香人文地标。据悉，本市校园书店建设正在继续推进中，力争三年内实现申城60余家高校实体书店全覆盖。

### 融合高校与出版社优势资源，学术书夺人眼球

走到华东理工大学中北校区门口，一幢灰色的两层小楼看上去挺低调，但“懂经”的读者都到这家新开的大夏书店打卡。试运营开业一个多月以来，大夏书店以“阅读人文通识，拓展知识边界”为理念，为喜爱人文图书的读者打造优质阅读空间。店内陈列品种近6000种，含人文、社科、文学、科普等题材，占据醒目C位的“大夏书系”由华东师范大学出版社北京分社策划，是中国教师教育图书的著名品牌，在所在领域独占鳌头。

大夏书店二楼开辟了专门的活动区，未来，华东师大出版社将邀请多位学者，从文学、历史、地理、建筑、书画等角度推出江南文化主题系列讲座，并不定期开设人文通识教育活动。

不难发现，相较一般的实体书店或连锁书店品牌，高校书店的一大优势在于，大学出版社往往是实体书店的主要运营方之一，在图书筛选、书店定位、学者资源等方面具有一定的专业辨识度。比如今年5月新开的同济书店，店内涵盖图书4000余种，以设计、艺术、科技、人文类图书为主，总计约万册。其中，依托同济优势学科的建筑



坐落在上海大学的泮溪书店打造阅读体验空间。

(书店方供图)

学、德语教育等领域书籍，更是书店亮点。《建筑设计》刊物、“城市行走书系”等主打图书都陈列在关键位置，汇聚成具有鲜明风格的书香风景线。

“这不仅仅是一家书店，更是学术资源、文化资源服务于社会的重要载体，也是开放、包容、共享的知识传播和交流空间。”同济大学出版社副总编辑江岱告诉记者，同济书店未来将充分运用融合大学和出版社优势，将书店打造成集当代设计展示、教育、信息服务一体的文化新地标。

坐落于华东理工大学的陇上书店，发挥背靠大学、出版社的资源优势和作者优势，联手社区、学区组织开展了侧重教育、科学、学术交流等主题的全民阅读活动，店内专门设立了可容纳三四十人围坐的沙龙区域。作为华东理工大学出版社的自营书店，陇上书店重点陈列了一系列拳头产品——荣获国家出版基金、输出海外的“顶岩气”项目、社会工作流派译库等学术著作、深受读者喜爱的迪士尼系列、日汉对照名家译系列等。

### 实体书店升级转型，试水多元业态经营理念

日前举办的上海市高校校园暨周边地区书店阅读空间平台交流会上，20家高校实体书店负责人谈到，过去一段时间，实体书店遭遇租金上涨、读者阅读习惯改变等多番冲击，校园书店首当其冲，生存岌岌可危。此后一系列支持实体书店发展的政策出炉，2012年上海率先出台扶持实体书店政策；2017年上海15家市级单位联合印发《关于上海扶持实体书店发展的实施意见》；去年底“上海文创50条”发布。随着更多社会力量的参与和投入，一批校园书店华丽转身，以高颜值、高体验感、高附加值的多元复合形态亮相，试水更时髦的新零售模式，推出个性化服务，吸引年轻学子。

守候在复旦大学南区门口的志达书店，有着令人过目不忘的蓝橙店面设计，这家开了14年的书店今年升级重装，为传统业注入科技感——顾客进店无需

排队结账，通过商品识别以及刷脸支付技术，书店消除了“收银”环节，用户挑选完书籍后，只需要在结算通道稍作停留、刷下脸部即可完成结算离开书店。

在业内人士看来，未来书店业的一大趋势，便是以文化消费为核心，完成线上线下一体化的智能共享平台转型，以技术应用和大数据驱动为支撑，成为新零售的关键载体。作为天猫未来无人技术方案的首次赋能于线下实体书店，志达书店融合全新技术与传统业态，并加大阅读推广力度，策划了一系列爱情电影、外国文学、古诗词等讲座。陇上书店也考虑打造“实体书店+互联网”模式的新零售，为读者提供“网订店取”等个性化服务。

更多书店愈发注重实体空间的文化体验感。今年11月初新开业的泮溪书店坐落在上海大学东校区9号楼，书店有着明亮简洁的设计、淡雅舒适的沙发椅、错落有致的书架……“每次晚上从实验室下楼，书店的灯光都特别好看，心里暖暖的。”不少学子在书店公众号里留言感叹。泮溪书店最早是1999年上海大学

### 沪上部分校园书店

- 钟书阁对外经贸店  
上海市松江区文翔路1900号乐群楼一楼
- 同济书店  
上海市杨浦区赤峰路2号(近四平路)
- 泮溪书店  
上大路99号内上海大学东区9号楼一楼
- 陇上书店  
上海市徐汇区梅陇路142号
- 大夏书店  
上海市中山北路3663号华东师范大学
- 阅读隧道  
上海市徐汇区番禺路951号
- 经世书局  
上海市杨浦区国权路579号(近政肃路)
- 涵芬楼阅读体验中心  
上海市剑川路399号华东师大闵行校区

校长钱伟长创立并题词的，如今转型升级后，书店变身共享阅读空间，定期组织名师荐书、新书发布、学术沙龙等文化活动，为师生搭建交流融合的平台。

不少高校书店除了服务师生，也将书香辐射到更广泛的市民群体。连接了同济大学校园和居民生活区的同济书店，恰好位于一处交通与人流比较密集的路口，该路口也是由外滩进入五角场区域的第一个“门户”。因此，在书店设计上，内部、外部空间实现了最大限度的打通与链接。“前有广场，后有花园”，同济书店有机融入城市微更新理念，拆除了30米左右围墙，对700余平方米内院进行整体改造，通过内外空间的设计创新，同济书店从300多平方米的室内空间向1200余平方米公共生活空间拓展，高校、出版社、书店彼此互动融入城市的公共空间，激发出更多活力。除了为学术活动交流、阅读沙龙、新书发布分享辟出空间，同济书店还变身创意孵化天地，为文化创意者和相关机构提供工作场所或活动场地，成为思想火花迭出的智慧天地。

本报讯 (记者卫中) 沪上首个“英雄烈士研究中心”昨天在上海市龙华烈士陵园(龙华烈士纪念馆)主办的“英雄烈士与初心使命”学术研讨会上正式揭牌成立。这是《中华人民共和国英雄烈士保护法》自今年5月1日起正式实施后首个以“英雄烈士”为主题的全国性学术研讨会。

## 沪上首个「英雄烈士研究中心」揭牌

首 轮 将 挖 掘 「 龙 华 烈 士 」 背 后 故 事

昨天的研讨会汇集来自全国各地红色场馆工作人员、相关党史专家以及烈士家属代表180余人，共同探讨如何推进红色文化的传承、创新、传播、开发体系建设，进一步发掘和保护重要革命历史资源。上海市委党史研究室主任徐建刚在会上表示，上海的红色资源十分丰富，是中国近代历史的真实写照，除了保护以外还要群策群力将历史的资源利用好，加强和各地的研究合作，使历史表述统一、历史事件真实。

英雄烈士的事迹和精神是中华民族共同的历史记忆和宝贵的精神财富，昨天宣布成立的“英雄烈士研究中心”旨在积极思考当下上海红色资源的保护、利用与发展，探讨开发红色资源的途径，加强对上海红色资源的研究和整合，全力打造红色历史研究成果转化中心，将更多正能量传递给全社会。

据悉，“英雄烈士研究中心”成立后，将迅速开展第一轮龙华烈士纪念馆文物研析工作，通过挖掘和传播馆藏背后的英烈故事，使“崇尚英雄、捍卫英雄、学习英雄、关爱英雄”成为全社会共识，为中华民族伟大复兴和中国梦的实现提供重要精神动力。

## 多款重量级车型车展首发 三大品牌好戏连台亮点纷呈

# 上汽通用汽车实力巨献 2018 广州国际车展

备受瞩目的汽车业年终盛会——第十六届广州国际车展隆重开幕。在位于5.2馆的别克和雪佛兰品牌以及2.1馆的凯迪拉克品牌展台上，上汽通用汽车以“行健致远，智领未来”为主题，携旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌共38款展车闪耀登场，在近5000平方米的展台上演绎明星车型与智慧科技交相辉映的魅力。

除了展台上的众多市场热销车型，广州车展期间，别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌还各自带来重量级新车和领先科技体验，共同彰显上汽通用汽车面对汽车消费升级和产业升级的变革，正在深度整合多方优势资源，聚焦“电动化、智能化、网联化、共享化”，以创新的产品和服务成就美好生活的远见与决心。11月15日晚，雪佛兰品牌先声夺人，精彩上演品牌“大秀”。雪佛兰先声概念版SUV FNR-CarryAll全球首发，雪佛兰中高级旗舰轿车全新迈锐宝XL国内首发，连同初次登台亮相的全新中级车雪佛兰Monza和由科尔维特C7.R Redline领衔的Redline尚·红系列车型，雪佛兰以强势阵容诠释出“梦·创未来”的品牌主张。在车展现场，位于5.2馆的别克展台则掀起创新科技风潮，除了纯电动SUV概念车别克Enspire以及别克旗下多款市场明星聚人气，别克的科技互动体验区更是智慧横生，通过3D影像、全息投影等手段，让观众直观感受别克新一代智能科技的实力。而在2.1馆，凯迪拉克ESCALA概念车空降羊城，新豪华科技旗舰全新一代凯迪拉克CT6首度与公众见面并启动预售，与凯迪拉克全系车型联袂演绎凯迪拉克“新豪华”风范。



### 领先动力科技与先进互联技术 助推品牌向上 别克展台劲掀创新科技风潮

在5.2馆的别克展台上，最“吸睛”的看点当属纯电动SUV概念车别克Enspire。它由上汽通用汽车泛亚汽车技术中心主导，汇集通用汽车全球优势资源打造而成，呈现了别克对移动自由的全新构想和对未来SUV的展望。Enspire采用别克最新eMotion电驱技术，并集上汽通用汽车车联网技术之大成，引入5G超高速网络概念、OLED显示屏、基于AR技术的平视显示系统、高级人工智能交互，并搭载超级智能驾驶系统、Automatic Parking超级智能泊车系统等，凸显了别克在新能源与车联网技术上的丰厚储备。

除了创想未来的概念车，在别克近2000平方米的展台上，别克品牌旗下新一代中级车家族的多款2019款年度新车、别克“双君”、昂科威，以及别克高端子品牌Avenir旗下“双子星”——君越Avenir和GL8 Avenir齐聚亮相。今年别克持续发力先进驱动技术与互联技术，新

成为推进品牌快速发展的“第二引擎”。除了搭载别克新一代智能科技的产品，别克展台上还带来自动驾驶游戏、幻影成像等新奇有趣的科技互动装置。借由广州车展的舞台，别克品牌正在以新理念、新技术、新产品、新体验为核心，向消费者展示更智能化的美好出行体验。

### 全球新实力助力品牌再升级 雪佛兰携史上最强产品阵容亮相展台

本届广州车展，雪佛兰携旗下12款“高性能”和“全功能”双元车系产品组成史上最强阵容重磅出击。其中，首次亮相的先声概念版SUV FNR-CarryAll、中高级旗舰轿车全新迈锐宝XL和科尔维特C7.R Redline领衔的Redline尚·红系列车型充分彰显了雪佛兰不断提升的“全球新实力”以及年轻化、富有运动精神和创造力的全球汽车品牌形象。

先声概念版SUV FNR-CarryAll秉承雪佛兰核心设计理念——生命力美学，运用全新雪佛兰SUV设计语言打造，以强大的功能性、全面的舒适性和领先的科

技感，充分彰显雪佛兰SUV未来发展趋势。FNR-CarryAll从传奇运动跑车科迈罗Camaro汲取设计灵感，并结合运动元素进行大胆创新，展现了品牌“高性能”和“全功能”的双元特性。全新迈锐宝XL基于通用汽车全球最先进的中高级车平台打造。新车采用全新一代家族设计语言，配以Redline尚·红系列专属曜黑和炫红设计元素，释放年轻个性和时尚潮流气质。动力方面，全新迈锐宝XL首次搭载2.0T智能变缸涡轮增压发动机与9速HYDRAMATIC手自一体变速箱，提供更富乐趣与更节能环保的高品质驾乘体验。智能科技方面，全新迈锐宝XL搭载全新一代MyLink+智联系统，具有车联网应用流量终身免费、OTA远程升级、个性化账户设置等亮点，提供更富乐趣的智能化用车体验。

作为雪佛兰高性能阵营的最强实力代表，科尔维特C7.R Redline以世界顶级的强悍性能展现雪佛兰品牌深厚的赛车功底和顶尖的产品实力。科尔维特C7.R Redline采用品牌经典赛道设计语言，以银色车身搭配炫红设计元素，展现出强烈的战斗感。炫红前保险杠、炫红标识点缀

的曜黑轮毂、曜黑赛车尾翼和Redline尚·红系列专属标识等细节，展现传奇超跑年轻的年轻姿态与运动张力。

除了焕然一新产品阵容，雪佛兰还在展台上打造了充满创意的科技体验区和品牌文化体验区，直观展示雪佛兰的“全球新实力”。观众可通过现场的光影剧院、酷骑挑战、梦·创T恤、机甲木偶剧等互动空间深入感受雪佛兰的赛道基因、最新设计和智能科技，进一步了解百年积淀的品牌底蕴和未来发展趋势。

作为凯迪拉克“概念车交响曲”最新篇章，昭示未来设计语言和科技理念的凯迪拉克ESCALA概念车空降羊城。它与国内首秀的新豪华科技旗舰全新一代凯迪拉克CT6“双星”并至，与凯迪拉克全系车型一同闪亮亮相2.1馆展台。ESCALA概念车展示了凯迪拉克品牌最新的设计语言和理念，其呈现的一系列前瞻科技和造车工艺，正陆续

在凯迪拉克不断壮大的车型阵容中得到应用和体现。同时，作为一款最为接近量产的概念车，ESCALA概念车不仅彰显了凯迪拉克品牌卓尔不凡的王者风范，更昭示了凯迪拉克对未来新美式旗舰座驾设计趋势的全新阐释。

此番，新豪华科技旗舰全新一代凯迪拉克CT6广州车展首度亮相并启动预售，成为展台又一大吸睛亮点。全新一代CT6融入凯迪拉克ESCALA概念车设计语言，完美演绎“艺术与科技”的设计哲学。新车也将延续凯迪拉克品牌双外观设计策略，推出风尚版和运动版双外观车型，为用户提供双重选择。全新一代CT6搭载通用汽车全新动力驱动系统，全新2.0T可变缸涡轮增压发动机，集合高度智能电气化技术，不仅拥有高效率、低排放、低油耗等优势，而且全面满足国六B排放标准，为消费者带来极佳的驾乘体验；全系标配同级首款10速手自一体变速箱，显著提升燃油经济性。得益于上汽通用汽车新一代车联网系统作为“第二引擎”的助力，全新一代CT6也集成了最新一代移动互联体验CUE，使车载互联体验更人性、更便捷、更智能。

此外，上市不久备受关注的新豪华运动SUV凯迪拉克XT4、都会人气SUV凯迪拉克XT5和XT5轻混动车型、全新一代凯迪拉克XTS和凯迪拉克ATS-L等一众主力热销车型，以及凯迪拉克全系SUV凯雷德都悉数登场。正是这一款款深受市场认可的产品，使凯迪拉克成为近年来增速最快的主流豪华品牌，自2017年跨越年销17万辆的里程碑后，凯迪拉克品牌始终保持快速、健康的成长态势。在2018年刚刚过去的前10个月，凯迪拉克销量累计达185,687辆，累计同比增长29.2%，已经超过去年全年销量。16年以来，凯迪拉克始终秉持着这样的信念：为中国豪华车市场的消费者创造独具风范的产品与服务。作为凯迪拉克“胆识、格调、创新”品牌主张在生活方式上的延伸和探索，今年广州车展现场还特别设置“Cadillac Life”陈列区和营造Cadillac Coffee空间，展示凯迪拉克系列精品及设计师联名合作款等时尚单品，瞩目车型与品质生活交相辉映，全方位演绎凯迪拉克独具风范的“新豪华”格调。