

“高颜值”书店如雨后春笋般涌现,市民游客纷纷“打卡”分享使其声名鹊起顾客盈门

网红书店“高颜值”,锦上添花还是喧宾夺主?

■本报见习记者 侍佳妮 顾杰

刚刚过去的中秋小长假,市民罗薇专程前往位于北外滩“浦西第一高楼”上海白玉兰广场内新开张的书店“大隐书局·生活空间”。这是大隐书局成立三年来开出的第十家店。慕名而来的顾客中,不少是大隐书局的“粉丝”。他们结伴而来,在书店里找到好看的角度,拗一个捧书阅读的造型,拍照、发朋友圈,离开时也会带走一两本书。打卡“网红书店”已成为一些人的城市旅游项目。

“高颜值”书店如雨后春笋般涌现。2013年,设计精巧的钟书阁在上海泰晤士小镇面世;2016年,中式古典风格的大隐书局在上海武康大楼开出第一家店;建投书局在北外滩开业,黄浦江风情尽收眼底;2018年,现代感十足的Page One 北京坊正式营业;充满历史厚重感的思南书局、朵云书院广富林店陆续与上海读者见面……这些书店在网上声名鹊起,很多人评论时往往提到的是空间陈设、环境背景、文创消费乃至咖啡口味。

“高颜值”吸引了一波流量,然而一家书店经久不衰,仅靠颜值远远不够。面对线上售书的价格竞争,这些转型升级的书店,或融入客流量较大的商圈,或拥有风光别致的景观,或干脆开在旅游景区。它们也不再满足提供单一的售卖图书服务,普遍增加了售卖咖啡饮品和文创产品、举办文化活动等新功能。

“高颜值”能给实体书店提供另一种可能,为读者提供更多选择吗?我们走访了多位读者和从业人员,听到了不一样的声音。

“流量”真能“变现”吗

最旺的是咖啡和文创区

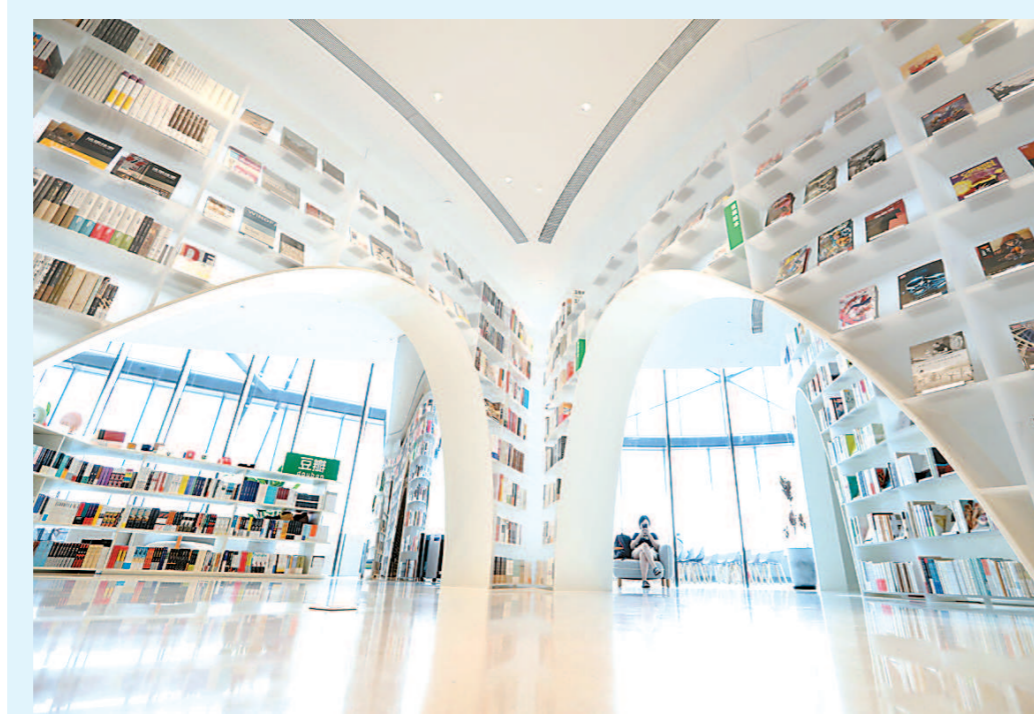
在朵云书院上海中心大厦店,有些时段咖啡吧前排着长队,与之相对的图书收银台前则鲜有人问津。

今年8月12日,朵云书院在上海中心大厦店开业,慕名前往的市民排起长队,店家竖起牌子,上书“预估排队时间3小时”,仍然抵挡不了参观者的热情。据统计,开业一周,朵云书院共接待来访者2.8万人次。

记者也走访了西西弗、钟书阁、大隐书局、思南书局等多家沪上“网红书店”,发现这些书店人流量的确较大,尤其是位于商场中的书店,一到周末,人潮涌动。这些“网红书店”中,人气最旺的往往是咖啡和文创区。在朵云书院上海中心大厦店,10时30分至11时的半小时内,咖啡吧前一直排着长队,与之相对的图书收银台前则鲜有人问津。书架前真正翻书的人不多,大多数人还是在找角度拍照。

这样的现象并非个案。在位于上海新天地的“猫的天空之城”书店内,顾客舒小姐逛了一圈,没有发现心仪的书籍,最后买了一盒迷你拼图。在她看来,“网红书店”吸引客流的优势在于环境和文创,“我去‘网红书店’一般都会拍照打卡,看看文创产品。如果书店颜值不高,环境不好,我为什么要去?在网上买书价格实惠,还可以比较各种版本,坐在家拆包裹就行了。”采访中,多位市民和游客都表达了类似看法。

也有很多读者把实体书店看作“样板房”,逛实体书店是为了“遇见好书”,可以试读、翻看装帧设计、比较印刷质量,转身再去线上买更便宜的同款。类似想法,也在客观上为“网红书店”带来更大的人流量。玻璃宫艺术书局联合创始人姚雨鑫同意这种观点,在他看来,传统书店的盈利模式难以维系,只靠卖借书已不能满足消费者需求,“而且线上买书,看电子



上海中心朵云书院旗舰店,山水区的书架都是白色的。

本报记者 蒋迪雯 摄



玻璃宫书店空间充满流线型。董天晖 摄

“网红书店”作为一种比较特殊的业态,背后纵深广阔。譬如书店应采用仓储模式还是复合模式,高颜值吸引了潜在读者还是游客……讨论空间很大,仁见智见。而大家对这些问题讨论之热烈,关键在于“书店是否天然具有特殊性”。

在采访中,资深图书编辑古冈认为:“图书是需要保护的类型,不能让这种精神产品去和一般的工商业产品同等地放到市场中去竞争,那不公平,会损坏精神产品的品质。”他直言喜欢过去的书店,因为“纯粹”。但另一位图书编辑林展秋则不同意这个说法,他觉得:“书店哪有纯粹性可言,作为商铺,与卖肉和卖水果的店有什么区别?”

其实,真正爱书的人,并不反对书店进行各

记者手记

书店需不需要“纯粹”

■侍佳妮 顾杰

种探索。读者普遍表示理解,实体书店受到线上低价售书的冲击,在成本控制方面无优势,走高颜值、多功能路线也是绝地求生。大家担心的是书店功能和盈利模式的多样化,会让书店经营方不愿意在卖书这件“吃力不讨好”的事情上多下功夫,最终书店变成一件漂亮的外衣,内里却是咖啡厅、文创产品店、场地租借机构。而这个问题的本质是图书,或者说广义的文

书的人那么多,为什么还要去线下书店?”诗人、华东师范大学出版社资深编辑古冈直言:“现在的书店也是不得已而为之。实体书店衰败不可避免,只能用别的功能来充数。”

但在另一些人看来,“网红书店”吸引人流的秘诀是契合市场发展变化。即使作为城市精神家园的书店,也要随着时代变化而变化。上海市书刊发行行业协会副会长、秘书长汪耀华介绍了新中国成立后书店经营模式的变迁:从1949年到1978年,书店是闭架的,书籍放在柜台上,读者看中一本书,需营业员拿出来给读者。1978年后开始开架售书,柜台全部拆除,让读者可以自由取阅,这在当时是革命性的举动。书店里可以买到图书、文教用品、音像制品,这被称之为“三合一经营”。再后来,音像制品逐渐消失,取而代之的是文创用品,咖啡简餐也开始出现,逐渐形成目前的书店格局。

“景点”能成精神家园吗

营造氛围不限于书本身

希望人们每天过来打卡,在这里读书、休憩、就餐,带着孩子做游戏、参加活动,这就是他们生活的地方。

在各个社交平台上,沪上诸多“网红书店”成

了游客推荐的“打卡”景点。在微博上,两个年轻女孩晒出到朵云书院“打卡”的照片,两人特意摆出各种造型,背后大片玻璃透着蓝天白云。

游客大量涌入,一些行为影响到其他顾客。一家“网红书店”员工向记者抱怨:有人为了摆拍,坐到书架上;有人为了营造氛围,要求买书的读者让开;还有人买了杯咖啡坐在店里视频聊天,怎么劝阻都不听。

“网红书店”景点化,让一部分喜欢读书的人直接把它们与“浮躁”“肤浅”的标签联系起来。喜欢购书的秦先生直言不会去“网红书店”,“这些书店是给游客拍照的,本末倒置,环境虽美但也嘈杂,干扰太多,不宜宜读书。”还有读者认为“高颜值”对书店来说是种负面效应,“一旦走高颜值路线,就意味着书店的目标受众变了,从读者群体转向游客群体,这两类人群重合度并不高,后者必然影响前者的阅读体验。”

汪耀华并不这么认为,“大约20年前就已经有迹象表明,买书不仅仅是书店的事,书店也不仅仅是买书的场地。一眼就能看到到的书店,人们可能根本不愿意进去。”

在一些读者看来,游客来访并非坏事。建筑设计师陈先生说:“打卡也有积极意义,可以带动人们对书的关注度。”古冈则表示:“哪怕游客不买书,晒照片

化产品和一般商品有没有区别。市场的自发调节已经回答了我们的,包括基金资助、商场主动为书店减免租金等,都显示文化产品有一定的特殊性。因此,我们在宽容看待书店探索和发展的同时,也需要书店把卖书的本职工作做好,包括选书质量、图书分类、样书呈现等,维持一定的“高冷”姿态,警惕过度商业化,发挥文化引导作用。

归根结蒂,书店兴衰与否,并不由书店本身决定,更重要的是全民阅读习惯的培养。调查显示,2018年我国成年人人均纸质图书阅读量仅4.67本,而某些发达国家的这一数据是我们的数十倍。从长远来看,书店的数量和形态是一时的,培养真正的阅读文化,才是更值得我们长久努力的事。

也等于给书店免费做广告。”朵云书院运营总监冯浩虽不喜欢用“网红”来定义自己的项目,但他觉得:“有颜值、大家喜欢的空间,是所有实体商业的同一起跑线。希望读者批评前,能到实地切身体验一下。”

记者在采访中发现,注重颜值的“网红书店”所营造的实体场景,仍对读者有一定吸引力,鼓励读者阅读。读者林先生说:“看着满墙的书,我会感觉特别开心,随便逛逛都能感受到文化气质。”一些年轻的家长觉得,书店也可以成为阅读教育场所。西西弗书店专门设置了亲子空间,一位带着孩子的母亲说:“我常带孩子来书店,这里的读书氛围可以让孩子感受知识的力量,让他自己翻书选书,他会更感兴趣。我希望他最终爱上读书。”

在一些从业者看来,以书为基础的“网红书店”,营造的精神氛围不局限于书本本身。今年6月开始试营业的玻璃宫艺术书局,光凭造型就足够吸引人——26米高的全玻璃建筑,在阳光照射下透亮干净。联合创始人冬云说,她想借此营造一种“呼吸感”。当代都市人被压力包裹,她希望人们走进书局,能感到舒适和放松。另一位联合创始人姚雨鑫说,书店不应该是普通人仰慕的殿堂,而应该是日常生活的组成部分。他对游客“打卡”之类的行为并不排斥,“我希望人们每天过来打卡,在这里读书、休憩、就餐,带孩子做游戏、参加活动,这就是他们生活的地方。”

让寸土寸金之地飞出新的金凤凰

(上接第1版) 加快前沿产业集群建设,建设现代化新城,推进金融开放创新,提升航运服务能级,吸引集聚海内外人才等方面踊跃发言,提出许多真知灼见。

应勇在交流时感谢各民主党派市委、市工商联和无党派人士为上海改革发展大局作出的重要贡献,以及对政府工作给予的大力支持。他说,设立中国(上海)自由贸易试验区临港新片区,是以习近平总书记为核心的党中央总揽全局、科学决策作出的进一步扩大开放的重大战略部署,是习近平总书记交给上海三项新的重大任务之一。设立新片区的实质是在更深层次、更宽领域,以更大力度推进全方位高水平开放,是全方位、深层次、根本性的制度创新变革。

应勇说,新片区要打造更具国际市场影响力和竞争力的特殊经济功能区,建设开放创新、智慧生态、产城融合、宜业宜居的现代化新城。要实

“人民政协走近青年”举行

(上接第1版) 作为上海市政协庆祝人民政协70周年系列活动的组成部分,“人民政协走近青年”活动以青年秀的形式,通过青年话语、青年参与、对话青年,向青年群体推介人民政协制度,展示政协委员履职风采,培育青年协商民主意识,引导青年有序政治参与。整场舞台秀以“青春·政·好,‘协’手追梦”为主题,通过短视频、小品、演讲、歌舞等青年喜闻乐见的舞台表现形式,回顾人民政协光辉历史,展现上海市政协履职成果,讲述政协委员履职故事。来自共青团、青联界别的政协委员还走上舞台,与在座青

聚焦教育领域网络安全

■本报记者 李成东
通讯员 黄红

昨天,2019年国家网络安全宣传周上海地区活动教育分论坛在松江举行,来自高校、企业、政府部门的专家学者、管理人员、行业精英,围绕“安全传承,联动创新,加速培养”的主题,针对智慧校园建设、网络安全管控、网络安全人才培养等话题,分享经验和观点,提出真知灼见。

“堡垒最容易从内部被攻破。当前仍有很多人的网络安全意识不强,教育系统也不例外。”松江区教育局副局长付炳建在主题演讲中这样说。

堵住漏洞,首先必须提高防范意识。在松江教育系统,每年暑期都会举行校园长专题培训,各学校中层领导、后备干部、骨干教师、网络管理员等不同类型人员的网络安全相关培训也会定期举行,教职工均能养成自觉规范网络行为。为保障教育专网网络安全运行,松江在全市教育系统率先完成了区级信息安全系统统一身份认证,目前已覆盖教育系统1.7万教职工、13万学生、24万家用人单位,有效保障了用户安全、数据安全。

上海交通大学信息中心副主任姜开达也毫不避讳教育系统网络安全维护的

难度,他说:“在漏洞发现上,各类工具各有所长,各有特点,但是人的积极参与才是决定性因素。”

在实践中,教育行业网络安全漏洞主要依靠自主发现、上级通报和第三方渠道等手段发现。姜开达认为,漏洞的发现,离不开学校的主动作为,安全扫描和漏洞发现需要常态化。“通过周期性的漏洞扫描,加上人工测试和应急巡检等手段,安全漏洞的管理是可以实现平台化和量化考核的。”姜开达说,上海交通大学目前已经将“一网通办”的思维运用到网络安全维护中,打造了一门云平台,可在线承载安全事件的流转处置。

建章立制,才能实现依法治网。上海三零卫士信息安全服务有限公司网络安全服务事业部总经理黄树强建议,区域教育系统网络安全运营管理机构必须严格做到查、建、维、管四个步骤。查,完善区域教育单位关键信息的资产管控;建,推进区域教育信息系统建设;维,强化区域教育信息系统技术防范能力;管,落实行业全面监管。“智能化是未来区域教育网络安全发展的必由之路,要实现这个目标,人员管理、系统建设、安全组织架构等方面都必须建立健全完善的制度,规范每一个环节。”

应偏重高质量、去商业化的阅读分享

强调选书质量的重要性,是破解“网红书店”争议的关键之一

■本报见习记者 侍佳妮 顾杰

市民小溪是“网红书店”爱好者,去过十几座城市的30余家书店。虽然她对书店的环境十分挑剔,但她表示:“我觉得高颜值、多功能对于书店来说是锦上添花,书店本身书的质量、数量、覆盖度、更新度才是最重要的。”在走访中,不少读者、图书编辑及书店经营者,都强调选书质量的重要性。“这是破解‘网红书店’争议的关键之一。”

不少“网红书店”经营者坦言,很多人看到书店对环境投入的精力,但实际上他们在书籍质量上同样不敢怠慢。目前大多数“网红书店”都建立了自己的选书体系,例如西西弗书店有完整的供应链体系,董事长金伟竹说:“每一本书进入西西弗的时候,进入哪个店,应该摆在什么位置,都要跟顾客数据模型匹配。”刚开业不久的朵云书院也成立专业的选书团队,围绕书院所在的物业、特色、周边读者等进行定位,运营总监冯浩说:“好的内容和品质是唯一标准。”

磨铁图书编辑林展秋认为,选书质量和书店吸引力存在着微妙的动态关系。因为工作关系,他去过不少书店,“以南京先锋书店为例,我觉得这家店的选书质量很高,这是因为他们的流量大到能支撑他们的任性,而他们一直坚持‘任性’,才拥有今天的流量。”

更有读者表示,除了维系选书的品质之外,建筑设计、文化活动也都应当为阅读服务。事实上,不少书店的设计师也考虑到这一点,曾主持Page One建筑设计的周先生给记者举例:“我们试图改变书店推介书的方式,通过互动性的书评风铃装置代替传统的排行榜,所有的书评都是来自读者的真实评论,每一份书评也是风铃的一个单元,装置本身就是书店里一个特殊的风景。在里面穿梭、互动,更容易激发顾客对书的兴趣。”

引入各类文化活动,是“网红书店”的另一个创新,不少书店还配有专门的小型演讲场所。“主要还是要看文化活动本身的质量,以及书店本身的空间承载能力。”小溪坦言,“如果是比较小的书店,接了质量差的活动,如一些品质不高的生活活动之类,会对书店造成负面影响。我前两天去某知名书店,他们搞了个瑜伽活动,一群人在大厅当众练瑜伽,虽然新颖,但很奇怪。”

“书店在举办活动时,应该偏重高质量、去商业化的阅读分享。”有业内人士赞同书店引入更多有质量的文化活动,“我们现在太习惯没有情感的单向阅读,却不习惯和一个真实的人有真实的互动。其实在读书之前,人和人就是通过讲故事来传递信息的。”