



传递文化体验 超越共情相逢

青年记者走进这些城市里的“精神粮仓”

2020年初,由于疫情的影响,不少实体书店关门。但一年过去,也有不少实体书店从疫情的洗牌中挣脱出来,更有一些实体书店全新开张,累积起了“生”的希望,也给了整个行业以信心。

面对疫情,实体书店如何倔强挺立?又如何寻求新突破?近日,青年记者走进这些城市里的“精神粮仓”,对话那些“逆势而上”的书店店主。

青年报见习记者 周紫薇 陈嘉音

秘诀1
业务扩展

都市青年的文化空间

专注于艺术、审美和逻辑,让很多“懂行”的年轻人进店逛一圈后,不禁有“这个店太懂我了”之感。

走进闹中取静的八号桥创意园区,一家名为“神兽之间”的书店隐于深处。打开大众点评,你会发现它已长期雄踞“书店榜”的前几位。

时间回到年初,这家书店却经历了一场鏖战。

去年1月2日,神兽之间开业,20多天后,新冠疫情暴发。当月,书店线下客流几乎为零,计划全被打乱了。

“收入刚能抹平书店的水电费”,重重压力下,蒋巍也考虑过是否需要及时止损,最终还是“熬”了下来,坚持没有闭店。“大家对书店的关注度其实还是比较高的”,蒋巍判断,疫情之后,人们会希望在线下体验更多不一样的东西,而书店就是一个很好的借鉴,既有空间的美感,又有思考的深度。

疫情之后,客流量慢慢恢复。让蒋巍颇感意外的是,4月底,“神兽之间”登上上海大众点评网书店“好评榜”的榜首,“没钱花在营销上,装修也是‘直男式’的工业风,竟然上了榜单!”

一夕之间成为“网红”,在蒋巍看来,这要归功于书店聚焦“都市青年文化”的精准定位与其带来的口碑效应。

相比几千平米的大型书店,面积只有300平米的神兽之间在书籍的“挑选”和“陈列”上做足功夫,搭建了一个涵盖16门学科的知识框架,每门学科分“好奇—进阶—深入”三个梯度,且均有一个副标题:“经济学:反直觉的洞见”“社会学:帮助我们发现因熟视而无睹的身边之物”“历史:拓展我们所能体验到的世界的纵深”……“很多年轻人想要了解新学科,但不知道入门书籍是什么。我们希望能帮他们解决这一痛点问题。”蒋巍说。

特别的是,神兽之间决定直面电商平台的低价竞争,主动选择“京东自营”平台同价,甚至连不定期的满减等活动也完全同步。对读者来说,线下付款不再是“做慈善似的为情怀买单”,而是为了享受更多线下的“增值服务”:图书借阅、文创产品、自习空间、线下活动、线上课程……对书店来说,“这也是一种解放,我们选书就变得很自由,可以完全不用管这本书好不好卖。”

专注于艺术、审美和逻辑,让很多“懂行”的年轻人进店逛一圈后,不禁有“这个店太懂我了”之感。蒋巍时不时能碰到一些让他感到“惺惺相惜”的读者,“能get到我通过陈列想表达的东西,或者是埋在标语里的一个梗。”

喜欢交流的店主,还辟出店面的一小半区域,打造成属于青年人的复合文化空间。安静的阅读区与热闹的活动区分别设在书店“两翼”,既不会互相打扰,又能透过玻璃间隔遥遥相望,了解对方的乐趣。

一家“逆势而生”的书店,却在大众点评的书店榜单中名列前茅,引起众多年轻人的共鸣和喜爱,靠的不仅是出售图书、文创或咖啡,而是把各种丰富优质的文化生活方式推荐给年轻读者,营造出“青年生活社区”的氛围。



秘诀2
24小时

社交媒体上的共情相逢

暮色四合,华灯初上,夜读的人和温暖的灯在冬夜融为一体,夜间的书店像一个个会呼吸的盒子,灯光透过玻璃照射到窗外摇曳的枫香树上。

去年,上海金桥天物空间内开出了一间玻璃房书店——“城市不眠”。之所以取名“不眠”,就因为它是一座24小时营业的书店。

让金桥的市民有“归属感”,这是书店最初的目标。“24小时营业肯定是一个不赚钱的方式,但是我们想成为这样一个空间——如果大家想找一个学习和办公的地方,就能想到我们。”店长邢娜娜告诉记者。

在设计之初,城市不眠的老厂房工业风就十分抓人眼球。书店共有两层楼600平,视野十分开阔。loft两层挑高结构有着满满的神秘感,一整面书墙也给到访者带来强烈的视觉冲击。但是由于疫情的影响,书店开业之初的剪彩活动被取消,人流量和话题度也一直反应平平。

转机发生在五一假期。“突然人就多了起来,大众点评、小红书上开始有一拨又一拨人

“慕名打卡。”店主回忆起当时的场景。“我们也没想到通过这种方式成为了‘网红’。”

在邢娜娜眼里,“网红”是一个褒义词,她期待在社交媒体上与年轻人有共情的相逢。“它代表着书店文化得到了年轻人喜爱,无论是颜值还是内容,只要年轻人喜欢来,愿意来,这就是我们努力的方向。”

在小红书上,城市不眠书店还有一个“上海礼品店”的外号。这主要是因为书店里琳琅满目的文创产品。“我们和很多设计师品牌都有联合,推出种类丰富、设计精美的文创产品,同时依托专业的创意设计团队,提供文创产品定制。”

书店的“跨界”已经不是新鲜事了。其实,实体书店走到今天,只依靠纸质书销售的商业模式已经过于传统,大多都已改走多元化经营的复合路线。如同其他的网红书店,城

市不眠书店同样以“书+咖啡+文化活动”为核心经营模式。

“我们的目标不是上来就很宏大,只是突出温暖和潮流,想把日常的小细节,埋在书店的各个角落。”她介绍道。书店整体分为上下两层,一楼分为倚墙而立的架上书籍、展厅中心有精美的潮玩文创作品展示区、读者休息区、可容纳50到100人的梦想剧场。这里集合了放映厅和礼堂的双重作用。

暮色四合,华灯初上,夜读的人和温暖的灯在冬夜融为一体,夜间的书店像一个个会呼吸的盒子,灯光透过玻璃照射到窗外摇曳的枫香树上。

作家理查德·耶茨笔下的“孤独”有11种,无论你属于哪一种,都会有庞大相同属性的群体与你同时间、同空间里共存着。城市不眠为每个孤独的人留一盏灯,愿那些深夜有故事的人,在城市里找到归属,在书店里找到温度。



神兽之间书店