

活跃创新中的实体书店业

□ 严冰 吕安琪 原洋 侯颖

2018年1月“中国书店学习大会”论坛上，来自百道新出版研究院的程三国欣然梳理2017年中国书店业大事：“国家对实体书店的扶持政策纷纷落地”“西西弗开店过百家”“共享书店、无人书店等新物种书店不断涌现”……“整个实体书店行业，呈现出多年未见的活跃、进取、创新的面貌。”

诚如所言。最近我们走访了北京大大小小的实体书店，发现在经历十余年行业衰退的寒冬后，它们以崭新面貌和多元化的形态重新焕发活力。

线上线下交融

“天猫精灵，历史类书籍在哪里？”“直走到第二个书架左转。”

3月10日，笔者来到北京市西城区新华书店总店城市书房，市民袁女士正与语音机器人“天猫精灵”对话，询问《万历十五年》这本书的位置。“很方便，还非常有趣。”袁女士告诉笔者，书店有许多智能服务，可以拿手机扫码买书，还可以通过AR（增强现实技术）观



城市书房

看书籍的介绍视频。

“这是总店牵手阿里巴巴旗下科技公司阿里云打造的‘智慧书店’，新华互联电子商务有限责任公司总经理许维华告诉笔者，这些智能设备只是外衣，真正的‘智慧’体现在它强大的数据整合与分析能力，它有一颗智慧的‘大脑’。”通过大数据分析技术，“大脑”能知道哪类书最畅销，哪类书被读者询问最多，哪个作家的书最好卖。

如果说书店与电商间的竞争是前几年热炒的话题，那么“线上线下融合”才是如今的大势。随着人们对文化体验的重视和消费结构升级，阿里、京东、当当网等纷纷“拥抱”线下实体书店，并利用自己在互联网大数据、人工智能等方面的优势，赋予书店新的内涵。

2016年9月，当当网首个线上线下融合书店“梅溪书院”落户长沙。明亮的彩色玻璃墙搭配钢琴外形，让四层高的书店极具现代感。在这里，能买到最新出版的书籍，同时享受到与网上同步的优惠价格。“当网络与书店邂逅，梅花落满溪畔。”一位读者如此评价。在当当网CEO李国庆看来，梅溪书院不仅提供了线下社交与文化体验的平台，还弥补了传统书店的时空限制，截至2017年底，当当已在全国开业160余家实体书店，覆盖成都、长春、烟台、株洲等8座城市，单店日均客流高达3000-5000人次。拥有互联网“基因”的线上线下融合书店为阅读提供了新可能。

看不见的旅行



看不见的盲人也能旅行，也能有所收获？《让世界看见我》（中译出版社）讲述了一个真实的故事。曹晟康35岁时，凭着不多的资金和几个英语单词，用几年时间环游了35个国家。旅行中，他曾经掉下沟壑差点死去，也曾被辱骂推搡，但也得到无数陌生人的帮助。2016年，他成为第一位登上非洲“屋脊”乞力马扎罗山的中国盲人。他说：既然我看不到世界，那就让世界看见我。他8岁失明，像很多盲人一样去学了按摩。炒股赔了钱，他从去拉萨的旅行中得到力量：陌生人给他鼓掌，一切都可以重新再来。曹晟康是普通人，他以按摩技术自傲，为国外华人知道他的名字而沾沾自喜，认为别人的帮助是理所当然的……在旅行中，他逐步意识到自我的缺陷，生命在经历艰难和卑微后绽放。（赵青）

出版社书店转型

当网上书店纷纷走到线下，传统出版社书店该怎么办？

3月17日上午，笔者来到位于北京外国语大学附近的外研书店。在二楼咖啡厅，来自澳大利亚的两位著名作家理查德·弗兰纳根和亚历克斯·赖特正在讲述创作感悟，读者们围坐一圈，有的倾听，有的记录。屋外春雪纷飞，屋内书香四溢。这是一场名为“文学之光”的读书沙龙。

自2016年9月起，类似的文化活动已在这里举行了100多场。

作为外语教学与研究出版社旗下有着20多年历史的老书店，近两年，外研书店在发挥传统外语优势的同时，尝试转型为一个综合性的多元文化服务空间，举办文化活动的品牌，如“致敬”系列诗会、“国际诗歌之夜”、“费孝通思想研究讲坛”等，这些讲座大多是免费的。

“每场文化活动，我都希望它能有一个亮点。”北京外研书店副总经理付帅说。目前，外研书店已形成几个固定的活动品牌，如“致敬”系列诗会、“国际诗歌之夜”、“费孝通思想研究讲坛”等，这些讲座大多是免费的。

付帅介绍说，这些文化活动的现场参与人数过万，直播浏览量超过150万人次。“书店应该成为服务读者的窗口和全民阅读的据点。”

2017年底，外研书店成功入选由北京市委宣传部、北京市新闻出版广电局联合办的“最北京”实体书店评选活动。

同样入选的还有老牌出版社中信开设的中信书店（侨福芳草地店）。作为一家以财经类图书为主的出版社，近两年，中信将书店的重心从机场转移到城市写字楼。中信书店总经理方希告诉笔者，人们不常去实体书店的原因在于交通成本和消费习惯，“当书店更贴近他们的工作场所时，大部分人都不会拒绝。”

方希和她的团队发现，不同写字楼书店的图书销售情况存在巨大差异。“京城大厦店销售最好的往往是大家伙的社科类图书，而农业银行店则是普通社科类和文学类图书。”这种差异让中信书店找准了自己的经营模式，即成为所在企业的“文化部”。目前，为企业“量身打造”的大量团购成为中信书店的一个销售点。

在中国新闻出版研究院国民阅读研究与促进中心主任徐升国看来，这些出版机构开办的书店不再以传统的图书销售为主体，而是转向以读者运营为中心，进而形成了固定用户和新型阅读空间。



夜色中的梅溪书院

民营书店不忘情怀

从上海衡山路，到北京蓝色港湾，从苏州金鸡湖畔，到广州太古汇商场……近年来，这些寸土寸金的繁华商圈频频出现如“西西弗”“言几又”“方所”等民营书店的身影。曾经因高房租而无奈搬离城市中心的书店又“回来”了。

西西弗文化产业集团副总裁曹晋锐道出了其中缘由：随着人们精



外研书店

神文化方面的消费需求越来越多，不少大型地产商在兴建楼盘时，会考虑引进一两连锁书店作为“标配”。香港太古地产的一位人士曾表示，太古汇开到哪里，就会把“方所”或者“Pageone”书店带到哪里，既吸引人流，又能提升文化品位。

商业地产对文化消费的重视促使民营书店重生。西西弗书店创始人金伟竹曾告诉媒体，一些书店



万圣书园

“乡村儿童阅读报告”聚焦中西部

5月2日，亚马逊中国携手中国扶贫基金会、北京师范大学中国公益研究院联合发布针对中西部贫困地区的乡村儿童阅读报告。调查显示，中西部贫困地区儿童的课外阅读资源匮乏，高达74%的受访乡村儿童一年阅读的课外读物不足10本，更有超过36%的儿童一年只读了不到3本书；此外，超过71%的乡村家庭藏书不足10本，一本课外读物都没有的乡村儿童占比接近20%。形成鲜明对照的是，2016年《中国城市儿童阅读调查报告》显示，城市儿童年均阅读量在10本以上的占到了64.2%。

由于交通不便，这些乡镇普遍没有图书馆和书店，家长很少给孩子买课外书。学校图书室或教室图书角成为获取课外读物的主要来源。但大部分图书来自社会捐赠，没有根据年龄特点配备，不适合学生阅读。

报告指出，相比于简单的图书捐赠，建立更长久的课外阅读体系，即丰富的课外阅读资源、辅助课外阅读激励和指导机制并行，逐步培养乡村儿童阅读兴趣和习惯更为重要。在这方面，“书路计划”正在探索，除每所电子图书馆配备Kindle电子书阅读器及出版社合作伙伴捐赠的500余本适合儿童阅读的电子书外，还通过培训老师设立“护路”老师的机制，形成课外阅读支持网络；面向项目受益学生征集“书路童行”作文，合集义卖善款回馈给小作者们，激励学生对阅读和写作的兴趣。目前，“书路计划”为中西部8个省份超过百所乡村学校建立了Kindle电子图书馆。（艳梅）

最怕『文抄公』

□ 赵强



上大学那会儿，我特别喜欢看学术读物，因此在阅读时，对那些“某某编著”的署名毫无异感，而且觉得那类读物视角独特、资讯丰富，一本在手，尽可在所研究的领域里，“一览众山小”，收货颇丰。工作后，每年阅读大量书籍，但也没对编著类心存芥蒂。

大约从十多年前开始，互联网风起云涌，我发现那些编著类读物，很多变得缺乏逻辑、语言风格蹩脚、结构失衡，内容似曾相识。

网络的便捷、信息的海量，给很多文抄公提供了取之不尽、用之不竭的矿藏。于是一些图书公司、图书工作室策划选题时，先看市场上哪类读物畅销，然后就从网络上搜取相关资料，从书店买回相应书籍，东抄一点，西抄一点，最后合

成一本所谓的原创。当然，书名起得绝对漂亮，甚至比那本同类的畅销书还漂亮，定价要比同类书低不少。奇怪的是，这类文抄公的汇编书，打着某某编著的旗号，不是自己独创的，竟然很多还是图书市场上的畅销书。开始我不太了解这些情况，无意中买回去仔细阅读时，发现很多内容在网络上早就数不胜数。

有一次在王府井书店，见到一位曾经认识的写手，也是某图书公司的人，在那里转悠。只见他不停地在书海中搜寻，在本子上记些什么，有时还用手机把某些篇章拍照下来，忙了大半天。我回去后突然想到，他也给我发过他的作品目录，几乎都是编著，而且数量不少。他本来不是学文科专业的，居然在一些不知名的出版机构出版了这么多编著类图书，可见，他对编著情有独钟。

大家都知道，写一本有质量的图书，要花费很多力气，甚至是毕生的精力。而做编著，往往就是摘抄汇编，把张三、李四、王五的同类书的精华，不费任何力气信手拿来，还不需要缴纳费用。而实施多年的《著作权法》及其实施条例，对编著类读物并没有太多的说明和禁止界定，更无严格的处罚。

也有明眼的作者看到自己的著作被肢解，并无偿使用在号称某某编著的出版物中，但是由于诉讼费用过高，程序繁多，往往不了了之。有的专业出版机构发现自己的出版物中有这类情况，也是无可奈何。如此一来，在如今出版物数量泛滥之时，打着编著旗号的作者和机构比比皆是，文抄公“漫山遍野”，读物的出版价值就实在值得商榷了。

因为我有了买过、看过如今的编著类出版物质量偏低、甚至似曾相识的教训，因此目前无论买书还是阅读，我几乎不会关注这类编著类读物。当然这样也许会漏掉一两本编著类的好书，但是也在没有办法。我们每个人的时间都是宝贵的，何必消耗时光看这类质量堪忧、面目雷同、读之令人乏味的读物呢？

说：人性之善也，犹水之就下也。本书言：人性本善吗？不，向善。正如水，不是原本就在下面，而是趋向低处；人也不是本来就善，是趋向善良。那么，人为什么会趋向于善？因为孟子认为人人皆有恻隐之心、羞恶之心、恭敬之心、是非之心。然而，孟子说的这些，真是人类天生就有的吗？易中天经过一番推理论证，得出孟子不过是一厢情愿的结论：“孟子当然可以认为理义就像清炖羊肉那样让他愉快，怎能肯定别人也如此？”“当孟子用熊掌与鱼来打比方时，问题就已经暴露出来。没错，你可以主张仁义与生命的关系好比熊掌与鱼。但，这只是你的看法。你不能要求所有人都同意。如果要求，那么请问，凭什么可以证明仁义就是熊掌，生命就是鱼？”易中天更是直言不讳地指出：“所以，孔孟之道，也只是一家之言。”

这套书不是简单地翻译原著，或是对原著用白话兑点水，嬉笑调侃一下，而是通过作者自己的理解，在言说中形成一个小小的主题和观点。比如说子路的故事，最终得出主旨“尊严比生命更可贵”；讲子贡的故事，总结为“做好自己更重要”；讲颜回的故事，得出结论：“知识未必改变命运”。有读者这样评价这套书：“以前读过这些经典，但易老师给了一个很奇特的角度去理解。这本书最大的价值就在于能够让人很快对经典感兴趣，这对年轻人很重要。”

亦庄亦谐的国学解读本

□ 夏学杰

孩子学校自编国学读本，可是对于那些远离当下语境的文言文，老师基本不讲解，就是要求学生每天背诵一段。孩子压根不懂，整日里让他们死记硬背又有何益？我也试图去找适合孩子的国学读本，可是，找来的大都编写得不够用心。

《易中天中华经典故事》（上海文艺出版社）是一套我颇为中意的国学解读本，包括《论语故事》《孟子故事》《庄子故事》《禅宗故事》《周易故事》，其中《论语故事》分为上下两册。据易中天介绍，丛书将中华优秀传统文化书目——《论语》《庄子》《孟子》《六祖坛经》《金刚经》《周易》六本书的核心内容以动漫形式集中呈现。

这套书从文本和动漫两个方面进行了创新。书中有102个经典故事，56个中华智慧，215个精选古文片段和700个创意动漫，通俗易懂又幽默风趣。书中融入了许多当下元素，使之接地气去除陌生成感。本书有漫画书常用的插科打诨手法，但是又非随意幽默。比如在说子贡是饭桶时写道：子贡问：老师，您看赐（子贡名端木赐）怎么样？孔子说：你呀，还真是个东西。子贡问：什么东西？孔子说：高级饭桶。然后，本书给出了《论语》中的原文：“子贡问曰：赐也何如？子曰：女，器也。曰：何器也？曰：瑚琏也。”本书解释道：器是器物或器皿，也就是东西。瑚琏是祭祀时盛放米饭之类的礼器，说白了就是饭桶。但是用在了宗庙，又很华美贵重，所以说是高级饭桶。

本书不仅没有信口胡诌，而且还有意澄清人们的误区，比如学而优则仕，不是“学习成绩好就可以做官”的意思。优，不是优秀，而是充裕。“朝三暮四”在《庄子》里的本义是想不通，“沉鱼落雁”最初并不是夸人漂亮，而是指因看到异类而害怕。

这套书虽是给青少年写的国学普及本，但讲起大问题来，却又一本正经、毫不含糊。比如人们常说的孟子持性善论，易中天认为，孟子持有的是人性向善论。孟子

