

我们看到,在杭州,几乎所有的书店都在努力地、通过各种形式,传递引导阅读的乐趣和快感  
只有也唯有阅读,才会让我们注视到当下,感知到美好,憧憬着未来

# 明天是世界读书日,去书店,约么?

张磊

前两天,我去浙大看了电影《北京遇上西雅图之不二情书》,串起全片的线索就是两位主人公因为一本《查令十字街84号》意外结缘,书信来往,情愫暗结。

散场的人群中,不少大学生都有一种迷惑,“为什么这个微信瞬间可达的年代,还要用写信这种又费时又费钱的沟通方式呢?”主演吴秀波说,在书写的过程中,营造出时间差能表达更多的内容,空间感能唤醒更大的想象。

这个观点颇有点木心在《从前慢》里所传达的意味,投射到读书这件事情来看,即便时代再进步,介质再改变,但书店还是会有独特的时间感和空间感,能传达出更多的意义。

又一年世界读书日到来前,中国新闻出版研究院公布了第十三次全国国民阅读调查主要成果——国民阅读率整体全面上升,虽然纸质图书阅读量没有明显增加,但它与电子书阅读未来都存有增长余地。

2015年我国国民人均纸质图书阅读量为4.58本,成年国民人均阅读电子书3.26本,合计阅读量较2014年纸质图书和电子书合计阅读量7.78本上升了0.06本。从阅读方式来讲,51.9%的国民进行过微信阅读(查看朋友圈状态、聊天、收发文字、阅读分享文章),在手机阅读接触者中,超过八成的人进行过微信阅读。微信阅读接触群体人均每天微信阅读时长为44.24分钟。

这就是这些年流行且一定会继续流行下去的“碎片化阅读”,但依然有一大批爱书人,他们通过书店这样的独特空间营造着“反碎片化阅读”——无论是国有、民营还是商业书店。

当下,人类的知识结构越来越呈现出“网络化”,所有的人都是这张网上的一个节点。在阅读这张网上,书店就是最有力的节点。每一个点的辐射能力都有限,苏州开的诚品书店再大也辐射不到杭州,只有点越来越多,才会有越来越多的人被辐射到,国家近年来提倡的“全民阅读”才能真正地实现。

我们看到,在杭州,几乎所有的书店都在努力地、通过各种形式,传递引导阅读的乐趣和快感。只有也唯有阅读,才会让我们注视到当下,感知到美好,憧憬着未来。

明天就是世界读书日,去趟书店,约么?



田兰芳 制图

## 那些全国著名的连锁书店 除了北京上海 也很喜欢到杭州扎堆

记者 孙磊 文/图

### 上海来的钟书阁 ——魔幻精致



2015年夏天,金浩站在滨江星光大道上,仔细打量每一个路人的气质和神态。他在艳阳下做出一个决定:把心爱的“钟书阁”开到杭州来。一年后的4月23日,“钟书阁”将在杭州滨江试营业。它的建筑面积达1400平方米,玻璃外立面上印满各国文字、五线谱,第一眼就极富魅力。

老板金浩在出海前是小学校长,做教辅书轻车熟路,并慢慢扩展成一家综合性书店。变化发生在2013年,实体店店哀鸿遍野纷纷关张,金浩痛定思痛,决定把“钟书阁”打磨成一个可以幻游的“仙境”,视觉、空间感、味觉、听觉、雅集……在各个感官上都演绎到了极致。

上海人节奏快,风格务实,金融经济类和英语原版书卖得很好;杭州的古典气息浓郁,滨江又是年轻的城区,因此钟书阁在内容上做了微调:最外一层是纯

白的空间,类似于高定成衣的橱窗,只陈列少数精品书目,起到引导消费的作用;中间是200多平方米的镜面环幕阅读大厅,颇似哈利波特的魔法学院,目标群体是30岁以上的都市白领;还有一个超过200平方米的童书馆,有旋转木马、过山车、热气球和海盗船,脚下地板是用星系图绘制成的,目标群体是3岁到8岁的孩子;最深远处有个圆形空间,陈列着文史哲重典,很对40岁到60岁群体的口味。

钟书阁连锁部总经理贾岸明笑道:“你有没有发现,我们好像遗漏了一个人群,10岁到二十五六岁的青少年?这个阶段的人,要么课业压力很大,要么刚从学校毕业,对外面的世界充满好奇,还难以到书店沉下心来。所以我们在流行读物上涉及较少,关注度还是放在有质感的人文社科上。”

### 贵州来的西西弗 ——强势布局



西西弗在西湖银泰和下沙开出两家店面后,今年8月又要在国大开出杭州旗舰店,而且极有可能在城西辟出新店——用西西弗上海地区策划经理朱丹丹的话来说,2016年春天,书店好像全面文艺复兴了。

都说书店难做,为什么西西弗还要大张旗鼓布局?

朱丹丹说,在这个高需求时代,商场需要书店作为生态环境的重要补充,人们来这里不仅是吃喝玩乐,更能得到精神层面的支撑,书店也越来越成为优秀的社交场合。此外,在阅读体验上,纸质书还是甩开电子书好几条街,那些优美的装帧与排版,那些

恰到好处字体与墨香,比kindle更丰富更有力地传达了作者的内在气息。有质感的纸质阅读是快消式的电子阅读所不能取代的,这也是为什么亚马逊要开线下实体店的原因之一。

“当年大本营‘迁都’到重庆,有一位80多岁的老爷爷就专程从贵州赶到重庆参加开业典礼,不仅他自己忠实读者,孙子也是泡在西西弗书店长大的。我们在创始地和重庆都有一大群黏性极强的读者,打个车,跟的哥说一声去西西弗,他就知道怎么走最近的路过去。杭州对于西西弗是一个崭新的环境,书店的生长、与人群的融合,文化地标重塑,都需要时间。”

### 新加坡来的Pageone ——低调淡定



来自新加坡的连锁书店,颇似台北的诚品书店模式,在万象城里低调地开着。

客人不多,书架之间,三三两两身影绰绰;儿童绘本区,一对母女坐在地上亲密私语——是的,总体而言,有些清冷。

店长姓高,他说:“Pageone是以设计类的书著称的,老板本身就是设计师,为了让设计师们有地方可以买专业书,就开了一家专业性的书店,如今做大了,店里的书也开始海纳百川,但力推的还是设计,在这一块没有任何书店能超越我们。”

Pageone在国内有5家,北京3家,成都1家,杭州1家——有没有发现?除了北上广一线城市,书店老板也很喜欢在杭州和成都扎堆。

高店长说,杭州万象城店是由老板亲自设计的,“反正老本行嘛!”刚开业时,曾把英语原版书和设计类书籍一起作为主打,“因为在北京,英语原版书销得特别好,结果这类书在杭州处于‘几乎不动’的状态,应该还是和人群需求有关。所以我们做了调整,缩减英语原版书的配额,位置也往里面移。”

## 本土民营书店 资本不重要,人流量也未必特别重要 但“不忘初心”是最重要的

记者 张磊 文/图

### “有间书店”:

就像是门口的樱花树,很美但藏在树丛中,很香但范围不过三五步

三墩的亲亲家园是区域里最早兴建的商品房小区之一,距离主干道不过两三百米的小区深处藏着一家书店,名字叫“有间书店”。上海著名藏书家陈子善先生有次被朋友带到这个小区深处的书店之中,被“店小但气场很大”以及落地玻璃窗和随性的老板所吸引。

“有间书店”的确是家挺小的书店,门口的黑板上还有老板手写的一段话,是关于诗和远方的。清明节来时,这块黑板上写的是“老板回家扫墓,停业三天”。

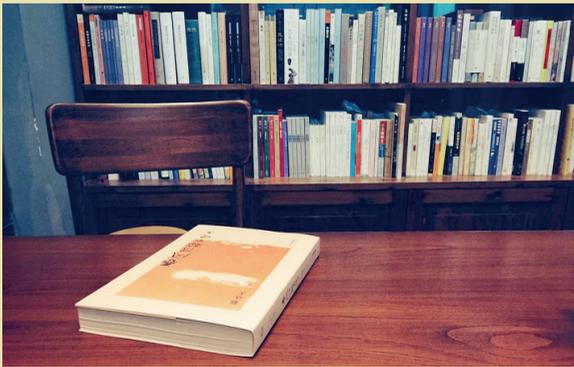
看起来自由随性的背后,其实也有无奈,这家书店的两位合伙人既是老板,也是伙计,轮流值班。这不能算是两位合伙人的主业,二老板“恐龙”说,他开了一个设计公司,开这家书店纯粹就是兴趣使然——希望书店能收支持平,但偶尔还是要用别处赚来的钱来填书店的坑,但自己挖的坑,填起来也是心甘情愿。

书店不大,四五排书架,没有畅销书,都是文史哲类书籍,一个既当柜台又当吧台的拐角,还有一张木制长桌和几把椅子。门外就是樱花树,春天落英缤纷,夏天能听到蛙叫蝉鸣。因为开在小区里面,颇有点曲径通幽的味道,如果不是熟悉的人带过来,想第二次找到可能也多半如陈子善先生一样,“人桃花源而不得”。

这恰恰是恐龙和他的合伙人的初衷——在他们看来,书店并不需要一定有太多人来,只要朋友和感兴趣的人就好了。

从功能上来说,“有间书店”就像是门口的樱花树,很美但藏在树丛中,很香但范围不过三五步。

“恐龙”说,书店最常来的客人就是社区的居民,“这儿住着很多文化人,也有退休的大学老师,他们常进来转转,有人可能突然看到



自己大学师兄的冷门著作,会有意外惊喜,或许可能随手拿本书就坐着翻起来,我们做的就是给他们端一杯水,并不叨扰他们。”

另一种是送孩子来上各种培训的家长们,书店隔壁就是一家儿童培训机构,把孩子送进去了,家长们就顺道拐进来看看书。

“他们在家琐事太多,可能没有时间和心情看书,觉得这本书好看,就上网去买,这也无所谓,就希望书店能够培养一种阅读的氛围。”

“恐龙”说,下半年,他打算把书店名字改成“有间”,意思是希望大家有一点点时间,就能够翻几页书,看看美好的世界。

绸博物馆再开一家500平方米的书店,规模对晓风书屋这样的民营书店来说,算是巨型,但对爱书的朱钰芳而言,只是用一种合适的方式把书店和环境载体结合起来。

“民营书店不仅要小而美,也要小而精。”她说,精不仅仅是布置的精致,还有对人群的精细化供应,听起来有点像是另一种“供给侧改革”。

晓风书屋的显眼处摆着一套杨红樱的儿童书,因为这个社区住有很多年轻人,他们喜欢带着孩子进来逛逛。晓风书屋的12家店根据地理位置的不同,有不同的配书方式,像体育场路店、临平店更有社区书店的风格;像设在大学附近的学院店,则更针对学生口味;在景区的书店更注重文化传播和文创产品,不仅让路过的游客驻足,还能让他们带走一些东西。

“我对诚品的台北敦南店印象最深刻的就是,每层楼都有一个很大的空间,举行各种活动。”去年开始,朱钰芳尝试着推出了“晓·客厅”,请来各路名家不定期举行讲座,人不用很多,几十个,氛围好就行。

今年读书节期间,“乌托邦书店”的主题就是亲子阅读,鼓励家长和孩子共读一本书。临平店还被余杭区的一家幼儿园授予了“校外阅读基地”,余杭区少年宫还专门组织孩子来书店写生画画。这些看似和书店本业无关的事情,在朱钰芳眼里,都是“草蛇灰线,伏延千里”。

“书店就是服务商,是提供阅读引导的地方,能够引导现在的孩子回归书店阅读,就是为书店找到了一个最好的未来。”她说,希望再开20年书店,能看到现在的孩子带着他们未来的孩子也来晓风逛一逛。

因为全民阅读的兴起,开家书店似乎成了件“时尚”的事情,也被很多商业地产项目作为一种卖点。采访中,朱钰芳接了一个本地大地产公司的电话,她很明确地在电话中说,“如果是要在你们项目中开书店的话,目前还没有做太多考虑。”

她把诚品、Page One这样的书店称作是资本书店,“也有热钱找我们,还有投资方说服我们去新三板上市。但我不干,因为做书店真的是没法考虑太多商业想法的,何苦成了资本的奴隶呢?”开书店,也是要少一点套路,多一点真诚。

### 晓风书屋的第十二家分店:

就好像老火炖汤一样,开书店是慢工出细活



穿越小半个城市,时间倒转五个月,去年冬天,杭州最冷的时候,在临平南大街的鼎悦府文创街区,朱钰芳开了晓风书屋的第十二家分店,到今年四月份过去了近半年,这家书店俨然成了临平的一个文化地标。

书店里的惠芬大姐记得刚开没多久时,推门进来了一位男士,脸色阴郁在书店里漫无目的地逛了很长时间,慢慢地他的情绪就舒缓下来。“后来熟悉了才知道,他当时的确情绪糟糕,突然发现家边上开了一家书店就走进来瞧瞧,翻了一会儿书,绷紧的情绪放松下来。”大姐说,这位男士后来就成了书店的常客。这几天布置乌托邦书店,他赶上了,二话不说帮忙做起了志愿者。

朱钰芳说,她从没想过走进来的十个人都能成为顾客,留下两三个就已经很好,“给这家店定的目标是,两年时间能培养5000个读者。不着急,慢慢来,就好像老火炖汤一样,开书店是慢工出细活。”

去年晓风书屋在杭州开了两家新店,一家是临平店,另一家开了在省人民医院里。后一家引起了全国媒体的关注,今年还将在丝