

# 出版机构自有书店升级的N条路径

■中国出版传媒商报记者 张馨宇 采写/整理

作为文化内容的生产者与传播者,出版单位是全民阅读推广的核心与先锋。而自有书店,正是其将出版优势转化为阅读服务实效的关键载体,是连接内容与读者、打通文化传播“最后一公里”的重要桥梁。如何让自有书店在全民阅读浪潮中焕发持久活力?——跳出“卖书”的单一思维,让自有书店成为集阅读体验、文化交流、公益服务、产业赋能于一体的综合平台系多家自有书店实践获得的真知。



## 湾区之眼启新篇 文化赋能向未来

■唐汉隆(深圳出版集团党委书记、董事长)

作为深圳市新时代重大文化设施之一、全球最大的实体书城“湾区之眼”,自正式运营以来便成为深圳出版集团践行《全民阅读促进条例》(以下简称《条例》),深耕湾区文化建设的核心抓手。立足集团“建设兼具公共文化属性与市场商业运营的文化产业集团”的战略定位,以出版资源为文化赋能,通过系统性部署与创新实践,让这座文化地标真正成为全民共享的书香空间、湾区文化交流的活力枢纽。

锁定普惠初心,筑牢全民阅读保障网。《条例》明确要求构建覆盖城乡、普惠高效的阅读促进体系,这与集团“让优质文化资源惠及全民”的发展理念高度契合。“湾区之眼”从空间、服务、资源三大维度,将普惠性贯穿运营全过程。

在空间规划上,打破传统书城的空间边界,预留多处免费开放的公共空间。除8400余平方米的自营阅读空间外,精心打造了多元特色活动场景:2万平方米的星空花园,白日可眺海景、夜晚能赏星空;3000平方米的海天连廊与室外公园无缝相融;可容纳300余人的室外阶梯剧场、270°近百米宽透明玻璃窗为背景的艺术沙龙及专业报告厅,这些空间全天候承接读书会、公益讲座、文化展演等活动,让阅读融入自然与生活。

在服务提升上,重点以“文化+科技”为抓手,通过布局科技展厅、引入科创业态、丰富沉浸式体验等,为全市

作为上海世纪出版集团的全资子公司,上海图书公司依托集团丰富的文化资源、优质的内容供给和强大的沟通网络,围绕旗下实体书店上海古籍书店,在积极助力全民阅读推广、建设“书香上海”工作实践中重点进行了三方面探索。

以“书店+”打造全民阅读新阵地。上海古籍书店作为新中国首批专业书店之一,自1956年创立以来始终秉持“专业书店,专业服务”理念,坚守文化传承使命。2025年4月19日,上海古籍书店焕新启幕,以全国单体最大古籍书店的全新姿态亮相。升级后的上海古籍书店坚持以书为核心,不仅携手“古发工委”设立了全国古籍出版物(上海)发布中心,更在持续深耕全民阅读推广品牌“海上博雅讲坛”“401号下午茶”的同时,全新推出了充实读者“夜读时光”的“古籍书话夜”文化阅读活动,以及熔铸古今的“遇见小八雅”“中医小课堂”“古籍小书童”等系列品牌活动,凸显“厚重的文化,轻轻地落地”。2025年,书店全年活动近230场。

此次焕新,上海古籍书店还特别于四楼打造了以展



## 秉承专业使命 构建全民阅读服务圈

■石洪颖(上海图书公司党总支副书记、总经理、执行董事)

示、传承中华文明交流互鉴成果为主旨的亮点空间——敦煌空间,同时引进全新业态——“熟水”茶饮,推出专属香——“博雅”人文香,以及由公司藏古琴谱中的《列子御风》一曲改编而成的专属背景音乐,让读者沉浸式体验古闻香、听琴、品茗、读书的生活方式。

以“走出去办旧书市集”模式,构建全民阅读服务圈。2023年,在上海市委宣传部和集团的指导下,公司依托上海古籍书店、上海旧书店,开启了“走出去办旧书市集”的新征程,打造了“淘书乐”特色文化品牌。这一品牌围绕读者阅读需求和上海地域文化,充分发挥上海古籍书店、上海旧书店古旧书刊资源优势,聚焦融合与创新,通过展览、讲座、文创、非遗技艺以及“书香巴士”“书香游轮”等特色内容,构建全民阅读服务圈,实现阅读、人文和城市的有机融合。

为落实上海市委宣传部关于推进“旧书新知·书香上海”的要求,2025年,“淘书乐”特别更名为“旧书新知·淘书乐”,同时首次面向藏书家、作家、学者等定向招募,携手搭建专题展位,构建“旧书朋友圈”,并通过“以书会友”“以书换书”活动、“读书人”图书盲盒,以及上海古籍书店“旧书新知·淘书乐”古旧书专区、在屋顶花园开设周末特色旧书市集等线上线下联动的场景和活动,着力打造集旧书流通、阅读循环、人际交流于一体的旧书社交平台和旧书文化生态圈,推动文体商旅融合发展。至今,“旧书新知·淘书乐”旧书市集已在上海多个区域举办了16

推出“通借通还”服务,打通书城与公共图书馆的服务链条。五是聚焦精准服务,为未成年人构建阶梯阅读体系并配套研学活动,助力全民阅读分层落地。六是打造城市文化节事主阵地,集聚集团旗下深圳读书月、深圳书展等优质品牌资源,让书城成为湾区文化交流的核心枢纽。七是创新品牌共生模式,与猫王妙播、荣宝斋等跨界合作,打造联名特色书房,为阅读注入多元文化内涵。八是升级一站式复合功能,融合阅读体验、文化交流、文创展示等服务,满足公众阅读、社交、消费等多重需求。

依托集团多年积淀的出版资源优势,“湾区之眼”不仅汇聚了赓续深港文脉、科创科普科幻、法语文学、青春少儿读物四大产品线的精品图书,更通过新书发布、名家沙龙IP主题展览等形式,让出版内容从“书页”走向“生活”。同时,我们以“湾区之眼”为标杆,加快布局公园书吧、高校书吧等新型阅读空间,构建“大书城+小书吧”的阅读矩阵,让出版资源真正流动在市民身边。

深圳出版集团将继续坚守集团战略定位,让“湾区之眼”成为湾区文化的“点睛之笔”,为粤港澳大湾区文化融合发展、深圳建设中国特色社会主义先行示范区注入持久的文化动力。



## 秉承专业使命 构建全民阅读服务圈

■石洪颖(上海图书公司党总支副书记、总经理、执行董事)

季,累计达成10余万册书刊的循环流通,吸引读者游客近120万人次,收购旧书1.5万余册。

### 积极探索实体书店参

与公共文化服务建设的创新路径。近年来,公司还积极探索实体书店参与公共文化服务建设的新路径,深度参与了大零号湾图书馆、新虹图书馆、浦锦图书馆、颛桥图书馆、马桥镇图书馆、莘庄工业区图书馆等5家街镇公共图书馆、14家城市书房的运营服务,得到了社会各界的广泛肯定。

此外,依托集团优质出版资源、专家资源、活动资源,还特别打造了“科学与中国”上海行——“千名院士·千场科普”系列巡讲等重磅活动,同时积极推进“青衿书苑”“文润三冈”、上海市人大常委会办公厅“月月读”、黄浦区委组织部“门楣之光·书香慧人才”、闵行区党建服务中心“闵航开讲啦”、上海市监狱管理局流动书展等政府合作项目,为促进全民阅读贡献了力量。

未来,上海图书公司将充分发挥集团资源优势,按照《全民阅读促进条例》第一章“总则”第二条,第二章“全民阅读推广”第十五条,第三章“全民阅读服务”第二十七条等条款要求,进一步发挥上海古籍书店的全民阅读阵地作用。我们还将通过持续深耕阅读服务活动,参与公共文化服务建设等,吸引更多读者走近经典、爱上阅读,同时吸引外国人这一特殊群体走进书店、爱上中华优秀传统文化。

与稳定支持,能够长期聚焦全民阅读方向持续投入,不会因短期经营压力或领导班子变动而中断既定战略;另一方面,出版社与生俱来肩负着文化推广的使命,在全民阅读中具有天然的先锋属性,能够整合出版资源、技术资源与渠道资源,实现数字阅读与传统阅读的深度融合,甚至可以将优质阅读活动成果结集出版,形成文化传播的闭环。就高校阅读服务来说,独秀书房不仅能提供馆配定制、阅读活动策划等常规服务,更能充当高校与出版社之间的“桥梁”,发掘高校教师的优秀学术成果、教学心得等,及时反馈给出版社出版。而在国外高校设立的书房,在推广中文教育的同时,还能及时发掘国际出版需求,助力文化引进与输出双向赋能。

全民阅读之路是一条长期主义的道路,独秀书房要做全民阅读的先锋,做阅读的“燃灯者”,我们将继续立足高校这一核心阵地,逐步向企事业单位、机关单位拓展服务边界。同时,推动书房的工作人员主动“走出去”,深入各类机构,分享阅读推广经验、策划特色阅读活动,邀请更多人参与到全民阅读中来。



(下转第3版)

(上接第1版)

### 《条例》是一剂“强心针”

《条例》的实施,为出版单位自有书店发展提供了系统性政策支撑,也明确了其作为全民阅读“最后一公里”载体的核心定位。从行业实践来看,出版机构对《条例》的认知高度统一,均将其视为推动书店转型、深耕全民阅读的政策东风。

“《条例》的颁布实施,为出版机构推进全民阅读带来了系统性、制度性的发展机遇。《条例》不再满足于‘有书读’的基础层面,而是向着‘读好书、善读书’的高质量方向迈进。”张连旺说。

《条例》明确“县级以上人民政府应当结合实际情况将全民阅读促进工作所需经费纳入本级预算”,破解了出版机构此前推进书店建设的经费、资源难题,推动书店发展从自发探索转向制度保障。容罡表示,《条例》的出台,为独秀书房的全民阅读实践注入了强劲的政策动力,也让独秀书房10年的探索有了明确的方向指引与制度保障,推动相关主管部门和企事业单位重视全民阅读经费预算,为后续的阅读推广实践扫清障碍,提供坚实保障。

### 凸显地标化、品牌化、多元化

出版单位旗下自有书店依托出版主业资源构建“内容+空间+服务”一体化生态,可以精准承接《条例》要求,推动书店从传统图书销售终端向全民阅读服务载体转型,展现“地标化、品牌化、多元化”的发展趋势,构建长效阅读生态。

在地标化建设方面,与在地文化深度绑定,成为城市文化新名片。深圳出版集团“湾区之眼”作为全球最大实体书城,以极具辨识度的建筑形态成为深圳文化新地标,从空间、服务、资源三大维度,将普惠性贯穿运营全过程,实现文化地标与阅读阵地的双向赋能。新华文轩熊猫书店成为成都文旅新地标,凭借全国最全熊猫主题出版物、千种文创及主题饮品,实现日均千余人打卡,年营收破千万元。上海图书公司打造全国单体最大古籍书店——上海古籍书店,让读者沉浸式体会古人闻香、听琴、品茗、读书的生活方式。

在品牌化深耕方面,精准对接多元需求,构建细分服务矩阵。新华文轩从2015年起布局细分市场,关注用户消费过程中的个性化体验,根据读者阅读中的需求推出不同的实体书店品牌,构建多品牌矩阵,用不同的品牌去服务不同的细分市场,以精准定位承接全民阅读普惠性要求。海峡出版发行集团“大梦书屋”构建全龄段服务体系,以阅读为核心,多业态赋能的良性循环,让更多人在不同场景中接触阅读、参与阅读。广西师范大学出版社集团独秀书房以“人文实验室”为品牌定位,深耕高校场景,搭建高校与出版社的沟通桥梁。

在多元化融合方面,打破经营边界,拓展服务场景。多元化发展是书店实现可持续运营、精准落地《条例》要求的重要举措,《条例》鼓励加强阅读空间建设,尤其是新型多功能阅读空间,将书店从单纯的图书卖场升级为集阅读、文化体验、社交、文旅于一体的综合性文化空间。“湾区之眼”引入展厅、剧场、科技体验中心、文旅快闪空间等多元业态,整合阅读、展览、科技、演艺等全方位资源。新华文轩打破传统书店经营局限,推动文旅融合,熊猫书店联动熊猫基地开通全天直播,武侯祠、自贡彩灯大世界的主题书店将观光符号转化为文化流量,还将积极开发“跟着图书游四川”等文旅线路。

### 构建可持续运营生态

《条例》的施行,让出版机构更加明确全民阅读的长期性,推动书店品牌建设从“短期经营”转向“长期主义”,构建可持续的阅读生态。

出版单位的天然属性为长期主义实践提供了坚实保障。容罡表示,独秀书房依托出版社的强大实力与稳定支持,10年来始终聚焦全民阅读方向持续投入,不会因短期经营压力或领导班子变动而中断既定战略。这种稳定性让书店能够深耕细分场景,逐步完善服务体系。深圳出版集团以“湾区之眼”为标杆,加快布局公园书吧、高校书吧等新型阅读空间,构建“大书城+小书吧”的阅读矩阵,让出版资源真正地在市民身边流动。从IP孵化到机制革新,新华文轩以底层变革夯实政策落地能力,各主题书店均完成客群细化、业态重构与运营机制升级,非书品类营收占比大幅提升,实现社会效益与经济效益双赢。

出版机构自有书店正以出版资源为核心,通过空间创新、业态融合、服务升级,让阅读融入自然与生活、走进校园与社区,真正打通全民阅读的“最后一公里”。