

# 不只是书香： 实体书店的觉醒与复兴

■本报记者 徐子涵

当数字化浪潮席卷而来，实体书店面对便捷廉价的电商和电子书一度陷入沉寂，甚至被视为“时代的遗孤”。转型，成为困境中迸发出的生存智慧。数年间，丽水的新华书店化身城市文化客厅，乡村书屋在夯土墙间点亮精神灯塔，教辅老店蜕变为“校外课堂”……它们不再固守“图书卖场”的单一身份，而是以空间为纸、体验为墨，重构人与书的关系。

这场突围中，实体书店不再迎合商业化的效率与算法竞争，而是通过“在场性”“沉浸感”“情感共鸣”重新激活文化的力量，打造难以复制的生活场域。

于是，书店不再是孤立的商业空间，而是连接记忆与未来、城市与乡村、个体与社群的叙事平台。置身其中，“阅读”正被重新定义。

## 融合多元业态的新文化空间

书墙高耸，展架错落，色调柔和的灯光在空间中交织，与书海相伴的是香浓的咖啡、可爱的文创产品……这是如今市区新华书店里的场景。

“多少人小时候的书，是坐在新华书店的地上看完的。”网友的这句感慨，道出了新华书店对于一座城市的特殊意义。

然而，随着电商的崛起和数字阅读的普及，实体书店的销量逐渐停滞、下滑，新华书店也未能幸免。面对困境，它以一种“空间革命”破局，走出了一条从“图书卖场”到“文化综合体”的创新之路。

2016年的升级改造无疑成为这一转型的分水岭。书店不再单纯依赖图书销售，而是通过改变布局，结束了传统“图书超市”的高密度陈列模式，同时大刀阔斧缩减30%的图书区域，腾出空间打造环形书籍岛、儿童绘本专区和多功能活动区。原本堆满书籍的楼层，如今成为充满艺术氛围与互动体验的文化迷宫：一楼环绕书籍岛的文创产品与文具吸引读者驻足，二楼研学路线串联起知识探索的趣味。这场“以空间换体验”的变革，让书店与读者实现了空间共生，读者平均停留时间从15分钟延长至2小时，客流量较改造前提升56.5%。

改造后的书店还引入“租赁+合作”模式，带动了本土文化与商业的多元共生。教育培训机构、文创品牌及餐饮企业的入驻，不仅解决了运营成本的问题，还创造了以书为核心的文化生态圈。书店不仅是阅读的场所，还成为文化交流与社交的中心。咖啡水吧的打造，更是将休闲与阅读巧妙结合，打破了传统书店的单一形态，使其变得更加生活化。

更重要的是，书店在这些经营模式背后挖掘本土文化的独特价值。一楼的展柜镶嵌着龙泉青瓷碎片，楼梯墙面上陈列着丽水籍作家的作品，“丽水山风”等文创系列的出现，不仅强化了地域文化的认同，也让这些文化产品成为读者记忆中的触摸点。文化的根植与精神的传承在这里得到了有机融合，书店不再只是商业体，更像是一个个性鲜明的文化符号。

通过“空间价值+文化体验+社群黏性”，新华书店建立起属于自己的核心竞争力。正如书店负责人所言：“我们卖的不是书，而是以书为媒介的生活方式。”当书店成为城市文化的枢纽，流量便能转化为“留量”，曾经的困境也能化作新的机遇。

在这个数字化、碎片化的时代，新华书店的转型不是一次偶然的选择，而是对时代变迁的正面回应。如今，书店变成了流动的文化节点，唤醒更多人对于知识、对

美好生活的渴望。

## 独立书店的差异化生存策略

和新华书店一样，不少独立书店也在以新的理念重新定义运营边界，探索着差异化生存之道。

距新华书店直线距离不过200米的读风书社，是一家小型文艺书店，店主朱淑莲作为丽水最早一批独立书店经营者，见证了这座城市文化生态的深刻变化。

“我开书店30年了，主要经营辅导和文学这两大类目。”朱淑莲告诉记者，早年她凭借渠道资源和产品稀缺性占得先机，但现在，她的成功更多依赖于深厚的顾客关系和情感连接，“过去市场竞争小，和现在线上线下激烈角逐的行业环境完全不一样。”

为了适应这样的变化，朱淑莲不定期在店里举办各种文化交流活动，也会在个人社交账号、视频号上进行阅读分享，向读者推荐好书，进一步增加与读者之间的沟通交流。这种线上与线下的即时互动，成为维系长期经营的关键。

相较于读风书社的文艺范，市区大洋路上的缙图书店则展现了另一种更务实的生存智慧。

作为丽水教辅与工具书领域的“隐形冠军”，这家老店经过20余载风雨，面对电商的低价冲击时选择了“守正创新”：保留核心教辅专区的同时，将部分空间改造为学生自习室与家长阅读区，免费提供错题打印机、历年真题速查服务。此外，书店还建起了多个家长教师微信群，每周在群内推送新上市的教辅书籍。如今，教辅销售仍占店铺营收的80%以上，也使这家老店成为家长口中的“校外第二课堂”。

致力于强化交流互动的崇德书店，也在转型中找到了自己的定位。店主刘军通过推出会员卡制度，将书店打造为一个文化交流的场所，“不少学生周日才有时间来读书，我们会自动为他们延期会员卡，确保他们充分享受阅读时光。”这种人性化的服务，使独立书店与读者之间形成了稳固的情感纽带。

记者在走访中发现，越来越多的实体书店正在选择复合型经营路径。从“书店+餐饮”“书店+文创”“书店+教育”到“书店+社区”，这些创新尝试让书店从单一的书籍销售转变为文化体验的综合体，赋予了城市更多的文化气息，也吸引了人气。

“实体书店是传播文化的主阵地之一，书店的转型升级是挑战，也是机遇。”市文广旅体局相关负责人表示，近年来从国家到地方相继出台扶持政策，旨在推动全民阅读，扶持实体书店发展。在此背景下，复合型经营成为书店转型的趋势，书香文化逐渐蔓延到酒店、民宿、景区，成

为引导思考、激发创造力和情感交流的新空间。

## 在绿水青山间筑起精神原乡

在“秘境松阳”的连绵山峦间，有一座有着600多年历史的古村——陈家铺。当电商平台以低价与便捷吞噬实体书店生存空间时，位于陈家铺的先锋书店却以“悬崖上的文化灯塔”之姿逆势生长，成为长三角地区文艺爱好者的“朝圣之地”。

先锋书店的突围之路，揭示了实体书店在数字时代的另一种可能——从单一商品销售到深层次的文化创造与社群连接。

7年前，当南京先锋书店创始人钱小华首次来到陈家铺时，面对的是一座正在凋敝的山村。但在这座跻身“中国传统村落”名录的古村里，钱小华发现了黄泥墙与木梁结构中沉淀的时光。经过2年修缮，坍塌的礼堂重生为阶梯式书廊，裸露的房梁、粗糙的夯土墙与2.5万册书籍形成了奇异的时空对话。这种“修旧如旧”的空间叙事，使书店本身成为一部立体的地方志，吸引着追寻精神原乡的都市人。

陈家铺先锋书店的转型之路，蕴含着对“文化场域”深度开发的智慧。在这里，书籍销售仅占营收的40%。其突破传统书店经营模式的关键，是将空间、阅读、美学与地域文化深度融合。书店二层的玻璃观景台将浙南的山水景色引入阅读空间，咖啡区以松阳本土茶树的枝叶装饰，茶香与书香交织出浓厚的地域氛围；文创区则展示着松阳高腔戏服剪纸、古法造纸笔记本，每件产品都链接着非遗的故事。

这种跨越书籍的文化体验，让书店的非书业态贡献了超过60%的利润，且客单价达到了传统书店的3倍。书店的运营不再依赖低价促销，而是在丰富的文化体验中创造了独特的价值。

陈家铺先锋书店的故事，体现了实体书店转型的核心：创造一种无法被算法复制的“在地在场”体验。美术学院的学生在露台上临摹古建筑，作家在书墙上举行新书分享会，本地村民带着孙辈一起来阅读绘本……这座占地仅338平方米的书店，成就了一条跨越地域与代际的文化纽带。它不仅为城市读者提供了乡愁的寄托，也让乡村居民通过书店重新发现了乡土文化价值。

今天的实体书店，已经不再是与电商竞争低价和效率的场所，而是一个文化的栖息地。正如钱小华所言：“书店不是卖书的商铺，而是安顿心灵的庙宇。”当越来越多的“先锋书店”在山水间生长，我们或许正在见证一场静悄悄的文化复兴——在这里，书籍依然是照亮世界的明灯，而书店已成为人间烟火的诗意注脚。

■本期策划主题

新消费时代的演进与前瞻

深度  
丽水