

# 书店,输了吗?

——株洲实体书店转型观察

4月23日是世界读书日。本期《经济观察》,我们走进株洲几家书店,看到了不一样的风景:书墙通天、咖啡飘香,书店不仅是卖书的地方,更是城市的文化客厅;社群运营、多元载体支撑……独立书店,则在进与退中找寻生存空间;亲子阅读区里,家长和孩子读绘本、做手工,书香正变成一种生活方式。书店在变,阅读也在变。变的是形态,不变的是人与书的相遇。愿这些探索,让“去书店”重新成为期待。

编者按

## 从卖书到“造场”

株洲日报全媒体记者/刘芳

4月23日,世界读书日。株洲神农万达广场二楼,一面8米高的书墙从地面延伸至天花板,暖黄色灯光洒在整墙的书脊上。读者静坐阅读,年轻人拍照打卡,职场人伏案工作,书香与咖啡香交织成城市日常图景。

数字阅读席卷、电商低价冲击之下,实体书店早已跳出卖书单一命题,转向卖服务、卖体验、卖社交、卖生活方式,从图书零售终端进化为城市文化纽带与公共客厅。

近日,记者走访株洲阅书店、愈欣书店等,看看它们有什么改变。

### 空间焕新

#### 颜值即引力,书店变身美学场域

“竟”,是寻觅书籍,更是寻觅理想生活方式。这是店长肖正红对书店名的解读。

去年12月底开业的阅书店,在闹市中辟出一片精神自留地。打通楼层的通天书墙,用纵向视觉营造被书籍“包裹”的沉浸感;暖光从书架缝隙渗出,空间自带安抚情绪的力量。店长肖正红坦言,“当下书店的生存之道,要寻找的不只是经营思路,更是实体书店不可替代的存在价值。”

位于湘江之滨的愈欣书店,以弧形时空隧道成为小书热门打卡点——两面书墙向内收拢,通道尽头豁然开朗,寓意“穿过时光,抵达知识海洋”。愈欣书店主理人朱肖旭说,空间设计的本质,是降低人们靠近阅读的心理门槛。

这场“颜值革命”并非流于表面的网红化,而是以美学唤醒阅读仪式感。“书籍陈列有讲究,书架必须专业、可检索,书籍须精挑细选。”朱肖旭表示,书籍始终是书店“主语言”,书架不是背景板。

从单调货架到美学空间,从购书通道到精神栖息地,株洲阅书店用场景设计证明,好看才能留住人,好待才能养出阅读习惯。它们不再是单纯卖书的场所,而是城市里的美学引力场。

### 内容重构

#### “书店+”破界,从单一业态到复合生态

空间之变,带动内容与业态彻底重构。“书店+”成为当下实体书店共同选择。

愈欣书店采用“店中店”模式,品茶区、自习室、文创区、瑜伽馆有机融合,绘本共读、民俗手作、读书分享常态化举办。周边家长带孩子读绘本已成日常,书店从购书点变成亲子成长空间。朱肖旭说,这不是简单业态叠加,而是以书带商,以商养文,告别“买书即走”的传统逻辑。

阅书店则在图书、美学生活、咖啡与多元艺术活动之间构建了完整的美学体系。“读者、上班族、自由职业者,他们未必为买书而来,但书店正在成为他们生活的一部分。”

这种转变背后是商业模式的重构。“这不是放弃书,恰恰是为了保护书在线下空间的生存权和展示权。”肖正红说,转型的核心是从“销售图书”转向“销售基于图书的综合文化体验”。读者支付的不再仅仅是一本书的钱,而是一段时光、一份体验、一种氛围的价值。

在这种逻辑下,“打卡”成为流量入口。“我们不忌讳‘打卡’带来的流量。”朱肖旭说,约半数首次到店的客人是为环境而来,关键在于如何将“流量”转化为“留量”。

“第一次被空间震撼,第二次发现有好书,后来这里成了我能专注创作的空间。”市民赵婷初次到愈欣书店只为拍照,两周后她带朋友来这喝茶聚会,如今已是每周必到的常客。

转型核心是从销售图书转向销售基于图书的综合文化体验。在阅书店,你可以在咖啡区坐一下午,还可以带孩子到免费阅读区看绘本;愈欣书店的299元的月卡自习卡包含自助茶饮,吸引了不少考研、考证的年轻人。

### 价值升维

#### 从零售终端到公共文化客厅

更重要的是,书店正在从零售终端变成公共文化服务节点。

愈欣书店定期举办“致用讲堂”,讲家庭教育、女性成长等读者关心、关注的话题。“很多家长有困惑,来这里听听课,顺便喝杯茶,坐一坐。”朱肖旭说。

“待得住”意味着停留时间长,消费触点增多。一杯咖啡、一本随手买下的书、一次临时起意的课程报名——这些“非计划性消费”正是新型书店的利润增长点。

数据显示,新型书店的文创、咖啡吧等收入已占相当比例,阅书店咖啡和文创贡献四成营收且利润率更高,而愈欣书店七成收入来自非书业态。

朱肖旭也一直在思考,实体空间在数字时代的不可替代价值是什么?如何让阅读文化以更可持续的方式嵌入现代城市生活?

“好的书店,对城市而言,远不只是一个买书的地方。它还是城市的公共文化客厅,是陌生人之间基于精神认同的潜在连接点。”她说,“我们最大的愿望,就是让‘去书店’重新成为一种值得期待的生活选择。”

书店的脸在改变。变的不是书,而是人与书相遇的方式。而这场改变,还在继续。

## 独立书店的“退”与“进”

株洲日报全媒体记者/王娜

春风,花香,读书的人。

与周遭的喧嚣隔绝开来,在清水塘1956工业遗址一楼的一角,一场由燃灯书屋组织的读书分享会刚刚落幕。

对许多人来说,“燃灯书屋”或许是个陌生的名字,但对常参加其组织的读书分享活动的书友而言,它却是重逢的老友。这些年,燃灯书屋告别实体书店后,以社群运营模式,陆续建立起5个微信群,书友因书结缘,通过不定期举办读书会、观影会等形式,分享彼此的喜怒哀乐。

在数字化浪潮下,燃灯书屋要怎样“顺势而上”?燃灯书屋主理人唐浒,有太多心里话想诉说。

### “撤场不是告别,是重生”

唐浒进入书店文化行业,源于一个“灵光乍现”的瞬间。

2017年,唐浒从广州调回株洲工作。早年的媒体从业经历,让他在这座城市时,有着别样的敏锐。

“一座城市,需要有一个平台来安放年轻人的有趣灵魂。”唐浒说,无论城市规模大小,生活在这里的人们,精神需求从未改变——他们渴望让心灵得到短暂休憩,慰藉奔波于生活中的自己。

因热爱读书、关注阅读,唐浒决定从读书会做起。“我当时尝试发起了一期读书会,组建了有几十个成员的读书俱乐部。经过几年运营,如今微信群已有5个,总人数超过2000人。”

每次活动,唐浒都能结识一些特别的新朋友,听他们谈论自己从未接触过的新事物。这不仅打破了个人的社交壁垒,也让他重新与身边的社区建立联结,扩大了线下生活的活动半径,收获了更真实、更广泛的生活体验。

随着线下活动需求日渐增加,唐浒开始辗转于全国各大书店,参与各类读书会,学习先进经验。

“我们去北京、上海的独立书店办活动,确实能让参与者感受到新鲜感,但也缺少了一份归属感。”唐浒坦言。

2023年,他在芦淞区文艺巷开设了一家实体书店,将其打造成阅读社群的“主阵地”。在这里,不定期举办读书会,每期由一位书友担任主讲人,10多位书友带来的多元主题分享,让这家书店一度成为不少书友心中的精神坐标。

### “退一步,是为了更好地前进”

可这家实体空间仅运营一年,便悄然撤场。“真可惜,这是近几年我觉得最有阅读氛围的实体书店了。”“书店关门后,还会有线下读书会吗?”一时间,许多书友纷纷表达不舍。

一年时间里,很多书友早已把这里当作另

一个家。唐浒的脑海里,不断浮现出那些熟悉又难忘的面孔,书友们的关心与不解,也让他一度陷入惆怅。“撤场无疑是个艰难的决定,开店这段时间,我们对这里也倾注了深厚感情,但出于成本压力等多方面考虑,最终还是选择了离开。”唐浒的话语里,满是感慨。

离别是为了更好的相遇。对唐浒而言,开设实体书店期间踩过的坑、积累的经验,反而让他更坚定地探索独立书店的生存之道。这段经历,让他始终在思考:自己到底要做一家什么样的书店。

他再次奔波于各个城市,深入探访运营良好的独立书店,试图通过更多样本,探寻更可持续的发展路径。在成都,他遇到了一家别具一格的独立书店——它位于写字楼中,兼具咖啡与书吧功能,主理人热爱音乐且极具审美,因此书吧运营得十分出色。

在唐浒眼中,这种书店的存在,印证了互联网时代里,实体书店既是精巧的艺术符号,也是一种生活方式的象征。“但这种运营模式很难复制,它需要足够的市场需求、优质的资源支撑,更离不开一座城市浓厚的文化氛围。”

### “书店,是未来城市文化的一部分”

在燃灯书屋的社群里,人与人之间的交往显得纯粹而平等。这,正是唐浒最想看到的景象。

他认为,未来的书店,不应只是卖书的地方,更应是生活方式的提案者,核心在于传递体验价值。

从举办第一场读书会开始,唐浒就明确,未来不可能只做纯免费活动。如今,燃灯书屋的读书会设置了一定门槛,比如每场收取少量参与费用,金额接近于公益。这种机制,既能提升用户与组织者的双向投入,也能形成良性循环,让活动更具持续性。

近两年,燃灯书屋开始探索跨界共创,邀请知名导演、戏剧团体、媒体人不定期参与读书分享会,让书屋逐渐成为城市文化生活的枢纽。这段时间,唐浒一直在思考读书会的转型,计划将内容重心偏向历史,让每个人都能在真实的历史事件中,找寻解决当下困惑的方法,让生活变得更加从容。

对于再次开设实体书店,唐浒也坦言:“蠢蠢欲动。”而在清水塘1956工业遗址举办的这场活动,让他更有信心将株洲的读书氛围、文化氛围做得更多样、更有趣。这一隅城市文化公共空间,不仅让燃灯书屋这样的民间阅读群体被更多人看见,也为城市文化注入了新的活力。

在唐浒的“退”与“进”之间,我们看到了独立书店的生存探索。或许,正如他所说:“书店的价值,不在于今天能赚多少钱,而在于能否成为未来城市文化的一部分。”



▲阅读馆内,阅读指导老师带孩子们开展故事解读。谢嘉 摄



▲愈欣书店开展的线下文化创意活动。受访者 供图



## 亲子阅读新赛道

株洲日报全媒体记者/谢嘉

当下,书店最热的区域莫过于亲子阅读区。

近日,记者走访株洲图书市场发现,亲子阅读已不再单纯是家庭内部的陪伴场景,而是演变成了一条涵盖图书出版、阅读培训等上下游的完整产业链。

从买书到买服务,从纸质书到沉浸式体验,这股蓬勃发展的“书香经济”正成为拉动家庭文化消费的新引擎。

### 账单里的焦虑与期待

周末,株洲某连锁书店的收银台前,记者看到不少家长在购买儿童读物。该书店工作人员介绍,一套单价198元、包含点读笔和配套课程的“大师绘本礼盒”,虽价格不菲,却是店里的“断货王”,家长们普遍认为,购买的不仅是书,更是科学的启蒙和高质量的亲子时光。

“80后”二孩家长唐先生的消费行为,集中体现了这种消费心理的转变。他每年给孩子买书的预算至少在1000元,还不包括在绘本馆办卡的费用。从情绪管理到科学启蒙,从立体书到有声书,他的购书清单种类繁杂。这种投入源于他的“教育焦虑”,更是对孩子的“成长投资”,在他看来,只要内容优质、互动性强,价格并非首要考量因素。

这一趋势与全国市场数据相吻合。

《2025至2030中国少儿读物行业供需趋势及投资风险报告》显示,去年中国少儿读物市场规模预计达152亿元,年复合增长率超过9%。特别是在一线及新一线城市的高知家庭中,少儿读物采购费用在家庭教育支出中的占比已提升至32%。庞大的市场规模背后,是无数家庭对下一代文化素养的重度投入。

### 从买书到买生活方式

亲子阅读的升温,倒逼着市场供给侧进行改革。在株洲,实体书店与出版行业通过创新业态与内容迭代,将亲子阅读从单一的购书行为,升级为集文化体验、社交互动于一体的家庭生活方式,书店也因此成为周末家长“遛娃”的首选地。

作为株洲的文化地标,新华书店中心书城设立了宽敞的亲子阅读专区,还定期举办“小小朗读者”“绘本故

事会”等公益活动,吸引大量家庭周末前来参与。书城相关负责人介绍,沉浸式阅读场景的营造,显著提升了亲子类图书的销量和读者的停留时间。

天元区新闻路的“许诺小书箱”,展现了“阅读+服务”模式的独特形态,这家专门针对儿童阅读的场馆已脱离传统租书店的定位。周末下午,馆内座无虚席,老师带领孩子们进行“故事解读”,家长们则在一旁参与“如何引导孩子阅读”的家长课堂。

该馆负责人段先生和陈女士表示,场馆的核心并非书籍借阅,而是提供一站式的阅读解决方案,他们秉持“阅读很重要,选好书更重要”的理念。单纯的图书借阅利润微薄,他们通过引入阅读指导、讲座等增值服务,大幅提升了用户黏性。目前会员卡价格在千元左右,多数家长认为物超所值,因为这解决了他们“不会陪读”的核心痛点。

### 公益与市场的双向奔赴

在亲子阅读市场热热闹闹的同时,株洲的公益力量也在为其注入温情与厚度。株洲市妇联“稻花香瑞萱公益读书会”,生动践行了重视文字与阅读的理念。

记者在该读书会的一场活动现场看到,温馨的氛围包裹着每一组亲子家庭。长桌铺着浅色系桌布,家长们轻轻坐在孩子身边,双手轻扶着绘本,用温和的语调逐字朗读,孩子们依偎在家长肩头,眼神专注地盯着书页上的图画,偶尔小声提问,家长便耐心轻声解答。共读结束后,大家有序参与公益实践,有的亲子组合一起整理公益书籍,有的动手制作简易书签,将阅读的温情延伸到公益行动中。

“因为我们都是有孩子的家庭,所以想通过这种形式让孩子更爱阅读,也在阅读交流中更好地成长。”读书会负责人罗希介绍,七年来,该读书会累计举办活动400余场,服务超1万人次,还创新地将阅读与运动、公益相结合,丰富了亲子阅读的形式与内涵。

亲子阅读市场的爆发,既折射出家庭教育观念的升级,也暴露出一些行业问题。记者在采访中发现,部分绘本内容同质化严重,一些线下机构的服务质量参差不齐。无论如何,当书店的灯光亮起,当家长放下手机与孩子共读,这份关于成长的投入,终将成为城市最温暖的底色。



▲书店里有读者在看书。刘芳 摄