

老物件与新创意讲述书店之美

全民畅读书店(郎园park)以实体文化消费空间运营为载体,通过SAAS云平台赋能,整合文化新业态融合发展,更进一步用供应链服务、内容服务、培训服务、金融服务等增值服务,全面赋能文化消费空间

路艳霞

芳香书房、京剧书房、箫书房、科学运动空间,这是书店的配备吗?在1200平方米的全民畅读书店(郎园park),这些存在颠覆了人们对书店的传统认知。这一集阅读、美食、艺术、运动等为一体的复合文化空间近日获评2019年北京10家最美书店之一。

随时与老物件不期而遇

一走进全民畅读书店(郎园park),就能看见一台有着80年历史的老式德国三角钢琴,这架西班牙国王定制的钢琴,在此延续着新生命,每天都有人弹奏它。

郎园Park园区前身是博古艺苑古玩旧工艺品市场和京西北方旧货市场,自2017年起进行转型升级后,已成为一片艺术园区。如今,全民畅读与曾经的古玩市场展开“隔空对话”,颇具年代感的老物件儿俯拾即是。餐厅里放着的电动缝纫机产自伦敦,有50年历史。书桌上摆放的一个木框大镜子,一看就是出自老宅。上世纪七八十年代人们熟

悉的理发椅,隔着玻璃与图书相伴。中式的虎爪花架,即便是藏在一个角落,也不会逃过敏锐的眼睛。悬挂了一墙壁的《美国国家地理》杂志,400册杂志中,最早的是上世纪20年代的。漫步至任何一个角落,都能感受到时空交错的奇妙感。

和全民畅读书店(特钢园)一样,这家店的图书也没有明显分类,逐渐往深处走去,你不知道会遇到什么书,不知道会有怎样意外的发现。书店所售图书大多为人文类图书,每种书只有3本,一本样书,两本售卖。全民畅读品牌创始人兼CEO赵杰有自己精准的考虑,书店提供一本样书,需要卖10本书才能挣回来,但3本书的配备,既能满足读者的阅读,也能节约进书成本。

在这家最美书店,不能错过的是与阳光、自然的全天候接触。正午时分,阳光毫无遮拦地洒满了整个公共阅读区,照在书上、手上,和自然对话、和图书对话、和自己对话,层次丰富。建在书店内的三个阳光花园,更让人有仰望星空的遐想。

书店并不总是安静的,兜兜转

转,全民畅读文具馆出现在眼前,再往里走,还藏着一家亲子书店。图书馆、亲子餐厅、阅览室、活动室一应俱全。两岁9个月的小梓钰一边吃着儿童套餐,一边向家人宣布自己的最爱:“我喜欢绿色。”

运动也融进了文化空间,随意摆放的自行车,提醒着运动之趣。走到书店最深处,还能发现一个健身房,可提供格斗搏击、瑜伽健身、自我保护训练课等活动。它在提醒人们,脑细胞要动起来,腿脚也要动起来。

读者来了就待上一天

即便是中午,书店还是人气满满,看书、发呆、写点东西,整整一天逗留在此的人,绝非少数。

李智元早就坐在了桌前,他正在写一本自我健康管理的新书,“我可以在家里写,在单位写,但都不如在这里写。尽管偶尔能听到孩子的吵闹声,但这个空间会给我灵感。”他说,每当写累了,再翻翻书,就会感觉自己的世界变得更加开阔。傍晚走出书店,李智元觉得,自己内心的快乐无以言表。

从事餐饮业的赵先生同样一待就是近10个小时,他在笔记本记下了日式咖喱饭、西班牙海鲜饭、红三剁等的具体做法,钢笔字迹端正,一丝不苟。他说以前疲于奔命,尽管开了多家店,但自己对中餐、西餐的了解还是皮毛。赵先生希望闲下来后,可以在书店学些老祖宗留下的东西,还有国际上流行的技术,“任何时候都是最好的时候,都需要提高自己。”

在这里潜心提高自己的读者比比皆是。一位女士坐在老式缝纫机前,埋头学着什么,原来她正在利用休息时间学西班牙语,“大学有接触,我想上班后再巩固下。”刚刚辞职的刘亦乔正在埋头啃着一本《公司法》,她想赶紧给自己充充电,接下来找一份更适合自己的工作。

这个文艺空间同样吸引了老年人的到来。胡女士翻看的是一本《瑜伽全书》,老人家学习瑜伽已有两年,许多有一定难度的动作都能挑战。“瑜伽能治好多病,还能提升气质。”60岁的胡女士说。

每到双休日,书店会有更多的读者到来。全民畅读亲子书店零售

总监张影说,亲子书店每周都有活动,科学、自然、艺术、阅读都会涉及。“我们这里的太空课、昆虫课、音乐会,每次都有50人~70人参加。”在太空课上,老师运用垃圾袋、鸡蛋、绳子等,模拟宇航员如何着陆的情景,孩子们听得入迷。而对于成年人来说,室内音乐会、民谣演唱会,还有丰富的讲座、体验活动,让生活充满乐趣。

以书店为入口带动文化消费

“全民畅读一直倡导创造城市书店概念下的文化生活空间,建立城市精英人群文化生活聚集地。”赵杰说,到了明年5月11日,全民畅读就成立5周年了,“前5年是学习、积累,潜心研究商业模式,后5年我们会实现整体赋能、变现。”

“全民畅读书店(郎园park)一年客流量35万人次,他们都是带着消费目的来的。”赵杰说,这家店经过一年试运营后,于今年11月1日正式开业,经过大数据统计,客流消费转化率为46.1%。此外,大数据还显示,北京各区域的人群都曾光顾这家店。

“我们以书店为导入口,为文化消费提供赋能。”赵杰说,经过多年的积累,他的思路日益明确,全民畅读的发展将定位于文化消费领域综合服务商。“全民畅读将以实体文化消费空间运营为载体,通过SAAS云平台赋能,整合文化新业态的融合发展,更进一步用供应链服务、内容服务、培训服务、金融服务等增值服务,全面赋能文化消费空间。”

在赵杰的商业版图中,全民畅读书店(郎园park)犹如航空母舰,而亲子书店、文具馆、城市书房、艺术书店就如同小战舰。他笑称,“航母”不挣钱,但“小战舰”能挣到钱。接下来,他还会开“航母店”,也会与相关机构、企业合作开办“小战舰”。他说,全民畅读大大小小的形态各异的书店明年将达到20家,还会走出北京开向外地。赵杰特别透露,明年在首钢园开业的全民畅读艺术书店,将集艺术展览、艺术市集等于一身,2000多平方米的空间令人震撼。

2019天府书展在成都举行

2019天府书展近日在四川成都开幕,展场面积23,000平方米,展示展销11万种图书、2400余万码洋图书,吸引了不少民众前来观看。图为民众逛书展。

刘忠俊 摄

文化一线

双城携手打造粤港澳大湾区“创意窗口”

香港和深圳合作在深圳二元桥打造“深港设计创意产业园”,目前已有约50家香港创意孵化公司进驻

朱宇轩

一个小小的音响,看似平平无奇,拿出一张彩色卡纸,折叠裁剪,出现“牛油果”“西瓜”“橙子”……把音响放进水果外壳里,小音响就变成了一个迷你蓝牙纸喇叭,时尚有型,妙趣横生。

折纸水果蓝牙音响是香港设计师阿虫和深圳一家音响公司合作推出的文创产品,是正在举行的粤港澳大湾区文创系列展上的热门展品。

阿虫擅长将平面的纸张折出立体造型,“用手指将声音折进纸张”是他的设计理念。自2018年

开始,阿虫和深圳这家公司合作,将自己的设计理念变成一个个产品落地。

“从创意到产品,我们这次生产速度快了很多,合作特别愉快!”阿虫笑着说,在和内地公司的合作中了解到,跟香港不同,内地顾客更喜欢在网上购物。为了帮助阿虫拓宽广阔的内地市场,深圳这家公司在公司网店上更新了阿虫设计的创意产品。

“这家公司不仅有设计,还有品牌包装、市场推广等,拓宽了我们产品在網上销售的渠道。我们跟他们学到了很多。”阿虫由衷地感慨。

随着香港和深圳加快文化创

意产业合作的进程,双城合办的文创交流活动中出现了越来越多像阿虫一样的面孔。为了培养两地的文创人才,继2013年主办“深港策动”及多项推动文创产业的活动后,香港设计总会2019年主办“创意策动2019”,推动香港和粤港澳大湾区其他城市在文创产业方面的紧密合作。

香港设计总会副秘书长陈弘志介绍,“创意策动2019”活动多样,包括正在香港、澳门、深圳和珠海巡回展出的“意想四城里外”展览,将在深圳展出的“双城品未”展览、探讨大湾区文创定位与发展的论坛、展示区内创意品牌的

设计市集等。

“香港、深圳等城市组成了我们区内的‘创意窗口’,我们总会一直致力推动香港和内地设计产业的交流,希望能增强区内的文创气候,开拓新视野。”陈弘志说。

2017年,港深合作,在深圳二元桥打造“深港设计创意产业园”。产业园总经理刘君璧表示,文创产业的发展离不开独立的园区,上海、成都都是如此。香港空间狭窄,即使有丰富的创意人才资源,也没有足够空间大展身手。

“反观深圳,土地资源富足,也有政策倾斜。港深两地合作,让创意落地。”刘君璧表示,香港背靠深

圳多年,两地在多个维度合作,积累了充足的经验,文创产业强强联手也顺其自然。

目前,已有约50家香港创意孵化公司进驻这个创意产业园。刘君璧说,希望未来能吸引更多内地优质创意公司进驻,产业园也会为大湾区的创意公司提供商业配套服务,帮助其扩大市场。

刘君璧认为,香港和深圳在过去数年的合作,率先打开了大湾区文创产业的“窗口”。而在今年,两地将双城的概念放大,邀请澳门和珠海的创意人才参加文创交流活动。“我们接下来还会和广州等其他大湾区城市合作,把窗口开得更广大。”

文化艺术编辑部
主任:王 志
执行主编:明 慧 宋若铭
新闻热线:(010)56805161
监督电话:(010)56805167
电邮:whzk619@163.com