

数字阅读时代下，实体书店的“困”与“破”

数字化时代，在人们阅读习惯日渐改变、网络电商抢占图书零售市场的双重背景下，实体书店遭遇巨大挑战。

一些书店坚守本色，也有书店悄然转型。关闭与重张之间、变与不变之间，实体书店的独立价值也被重新审视。



面临多重困境

第二十次全国国民阅读调查发现，我国成年国民数字化阅读倾向进一步增强，手机移动阅读成为主要形式。“数读”比“纸读”更受青睐的背景下，选择“拿一本纸质图书阅读”的成年国民不足半数。

在某问答社区上，一则“为什么大家不愿意选择读纸质书”的帖子下，有网友回复：“坐地铁、挤公交，电子书可以随时读”，也有网友坦言：“下班回家只想刷短视频，根本想不起拿本书读。”

除了阅读习惯的改变，实体书店的市场销售也受到网络电商的巨大冲击。

数据显示，过去一年，短视频电商成为仅次于平台电商的第二大图书销售渠道，实体书店的市场份额进一步降至11.93%，仅占1成多。资深业内人士三石认为，低价直播模式对实体书店销售冲击巨大。有业内人士表示，线上图书价格比线下平均低20%。

此外，不容回避的是，一些书店从书籍种类、服务质量到环境，都无法满足当下消费者的需求。

天津市一位实体书店负责人说，实体书店租金等运营成本较高，往往靠“图书+X”的运营模式，引入咖啡、文创、轻餐饮等才能勉强收支平衡，“多元经营下，一些书店不重视图书质量，什么好卖摆什么。”

有读者告诉记者，带着孩子去书店选书，发现书品“参差不齐”，甚至有不宜儿童阅读的图书摆放在少儿图书区。

转型创新重塑书店价值

近年来，实体书店正历经前所未有的转变。

中国书刊发行业协会理事长艾立民告诉记者，目前实体书店转型呈现“四大转变”——从单纯卖书向提供阅读服务的转变、从卖场到阅读空间的转变、从线下到线上线下融合发展的转变、从单一经营到多元化经营的转变。

全国实体书店联盟计划“书萌”

发起人孙谦说，实体书店可以帮读者更方便地找到心仪的书，也能成为交友和思想交流的平台，具备打造线下优质社交的优势。

同济大学建筑设计专业学生沈含章说，现在不少书店空间美、有个性，活动丰富、体验超值。

近两年来，一些读者开始回归实体书店。“线下场景中，产品、服务与消费者的接触是直接的。”三石说，实体书店是连接人与人、人与书、人与作者、人与活动的阅读与社交空间，这是虚拟的网络空间无法给予的。

今年1月举办的2024中国书店大会以“创新，重塑书店价值”为主题，鼓励书店创新管理、创新服务、转变思路。孙谦说，书店经营形态正在从“以货为本”向“以场为本”进而向“以人为本”转变。

在上海文艺氛围浓郁的长乐路上，朵云书院·戏剧店成为戏剧迷们的“天堂俱乐部”。他们不仅可定期获得戏剧大咖的推荐书单，还能参加剧本朗读会，在书店里的“小剧场”参加演出。戏剧店提出“创意共生”口号，孵化原创戏剧，与各类艺术院校携手变身“产学研”基地，探索根据热门题材生成并反向输出戏剧作品。

“每一间书店，都要让读者找到热爱的理由。”上海世纪朵云文化发展有限公司总经理凌云说，实体书店经营不易，一直在努力创新。现在的书店更像书房、讲堂、展厅、剧场、会场、文苑、客厅……书店运营者集图书发行商、文化服务商、空间运营商“三位一体”。

让书店成为一种生活方式

数字化浪潮下，人们的阅读习惯悄然改变，读书的时间、空间也不断压缩。那么，人们究竟为何要去书店？实体书店是否仍有存在的意义？

同时，当书店凭借“高颜值”成为“网红店”，琳琅满目的文创产品和咖啡甜点代替书籍成为“主角”，人们也在思考：书店的独立价值与核心竞争力在哪里？

刚刚过去的3月，北京海淀，被誉为“百万学子大书房”的中关村图书大厦重张开业。相隔不远，北大老牌书

店“风入松”归来。被称为“爱书人的港湾”的万圣书园，也凭借深厚的学术背景和丰富的图书资源，持续吸引大批读者。

业内人士认为，提升“选品特色”是书店的灵魂。实体书店可以靠“颜值”吸引读者，但最终能留住读者的仍是“内涵”。天津市河西区图书馆副馆长徐瑞琳表示，图书选品要经过调查、筛选等，贴近读者需求，只有保持独有的“选品特色”，才能吸引更多读者。

近年来，一系列扶持实体书店发展的政策陆续出台。2023年发布的《关于推动实体书店参与公共文化服务的通知》提出，支持实体书店参与政府购买公共文化服务项目，引导实体书店参与公共文化服务网络建设，鼓励实体书店参与公共阅读资源建设。

业内专家提出，实体书店要想更好活下去，还需更多打造数字化阅读无法替代的线下沉浸阅读体验，让书店成为一种生活方式。

南开大学新闻与传播学院副教授马瑞洁认为，“即使在互联网时代，人们也不能把所有生活都留存于虚拟空间，依然需要与‘附近’建立联系。在这样的背景下，书店可带给读者更丰富的‘在场’体验。”

在三石看来，当下大部分实体书店零售模式仍是传统的先开店、后进货、再卖货的模式，即场、货、人模式，而新的商业模式是先精准获客、其次留存、然后转化，即人、货、场模式。同时，实体书店零售和销售方式要从“物以类聚”向“人以群分”转化。

不少受访专家认为，书店应进一步深入百姓生活场域，走入街道社区、乡村农家，在进一步明确服务对象的基础上，降低运营成本。“离开城市中心的商圈，走向更广阔的基层，或许可以赋予书店新的发展契机和生命力。”马瑞洁说。

“书店是城市里的文化之光，是不可或缺的精神绿洲。对于爱书人来说，书店是不灭的理想。”孙谦说。书店连接着文化空间、社会空间、精神空间，只有坚持以知识服务为宗旨，以大文化为目标市场，才能成为读者心中永远温暖的那束光。

据新华社

时速400公里！CR450动车组样车年内下线

高铁，我国自主创新成功的一个范例，在领跑世界的同时将如何书写更快的“中国速度”？

技术创新突破速度极限

近日，记者从中国国家铁路集团有限公司了解到，由国铁集团牵头实施的CR450科技创新工程目前正全面推进，其中CR450动车组样车正在加紧研制，将于年内下线。

据国铁集团科技和信息化部负责人介绍，CR450科技创新工程主要包括CR450动车组和时速400公里高铁线路、桥梁、隧道等基础设施技术创新。CR450动车组的研制是在2017年下线的复兴号中国标准动车组CR400的基础上又一次技术突破，列车运行时速将从350公里提升到400公里。

提速带动高铁产业链提质升级

提速50公里，意味着什么？50公里，不仅仅是一个数字，更是一种时空距离的重构。研究表明，乘坐时速200公里以上的动车组，最佳旅行距离在800公里以内；时速300公里的高铁，最佳旅行距离在1200公里左右；时速400公里等级，最佳旅行距离将延长到1600公里。

50公里，意味着整个高铁产业链的提质升级。一列复兴号动车组由50多万个零件组成，涵盖了机械、冶金、材料、电力电子、化工、信息控制、计算机、精密仪器等众多技术领域。CR450动车组列车在时速提高的同时，噪声和能耗等环保指标都不超过CR400复兴号列车。这就为轻质高效的新材料、新技术提供了广泛的应用空间，也带动了高铁产业链不断提质升级。

中国高铁技术世界领跑

根据已知的试验数据，CR450车体的重量比既有的CR400复兴号列车减少12%左右，同时运行阻力、能耗指标各降低20%；制动性能和牵引效率分别提升20%和3%，让列车在制动距离、噪声、能耗指标不变的情况下，实现运营时速提高50公里。

目前，时速400公里基础设施技术创新和更高速度综合试验段建设取得重要进展。CR450动车组已完成顶层指标和总体方案制定，进入施工设计和样车研制阶段，样车将在年内下线，并将开展一系列列车试验。

回望中国高铁发展历程，依靠自主创新，中国高铁基础设施和移动装备水平不断提升，一步一个台阶，经历了时速200公里、250公里、300公里、350公里。如今，中国高铁已经形成全球最大的运营网络，国内通车里程超过4.5万公里，复兴号通达31个省区市。

未来，CR450科技创新工程取得的相关科研成果将广泛运用于铁路建设和运营领域，进一步提升铁路科技自立自强能力，巩固扩大我国高铁技术世界领跑优势。让我们一起期待。

据新华社