

2026年4月28日 星期二 责编 杨炯 版式 罗梅 校对 汪智博



阅读、拍照打卡、喝咖啡、买文创……网红书店是一座城市不可或缺的风景,但这些书店处境不一,有的风生水起,有的岌岌可危。前段时间,毗邻河南大学、被誉为河大学子“第二个精神家园”的开封诗云书社因店主生病,突然发布闭店公告。此前,成都某网红书店被传闭店,也一度引发热议。当网红书店陷入窘境,需要的不是在社交平台排队感怀甚至“预悼念”,而是提供“回血良方”。别羞于把读书当成一门生意,毕竟,“活着”才是最大的体面。

网红书店如何长红?

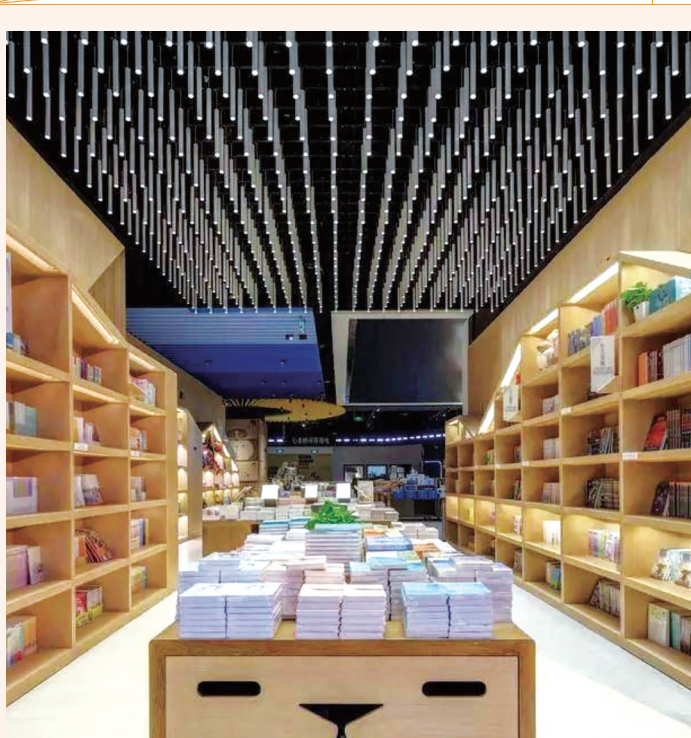
□吴德玉

1

完善造血功能 是每一家网红书店的「必修课」

2026年2月1日开始实施的《全民阅读促进条例》特别提到,要“鼓励阅读载体和方式创新”,“推动实体书店转型升级,打造集阅读体验、文化交流、文创展示于一体的复合空间”。城市不能没有个性化“文化会客厅”,经营者也不可能无限制地为情怀买单。如何在诞生之初就未雨绸缪地完善造血功能,是每一家网红书店的“必修课”。

“除了读书,其他皆可”,不是斯文扫地。电子书、电商、短视频浪潮奔涌,纸质书搁浅在沙滩上,“裸奔”的还有一个现实:书店不能仅靠卖书。某网红书店因闭店传闻吸引不少人前往“最后打卡”,但日均1200名至1500名访客中,实际消费人数不足50人。大多是以怀念的名义,再发一次朋友圈。近日,一家咖啡店因无法忍受被无序拍照者打扰,在进店须知里婉拒打卡者;南京的一家网红书店,也用“限拍”过滤真实读者。打卡,其实也是对美好生活的向往,不妨通过空间动线设计合理分区,阅读向左,打卡向右,因势利导。同时将消费场景明码标价,让打卡者别只是免费蹭背景,而是成为“扩音器”。国内一家头部连锁书店将社群活动与图书捆绑销售,咖啡店必须消费才可以入座。成都一些独立书店也用“川式幽默”敬告读者:“不要自带饮料坐一天哦,书店会垮的”“书店要垮了,一茶一座”。有言在先,既放大在社交平台的声量,也让不买书的人为阅读作点贡献。



言几又(成都IFS旗舰店)曾以高颜值成为网红打卡地。张杰摄



已于2025年8月底闭店的成都葛屋书店营业期间经常举办沙龙吸引顾客。张杰摄



一度因老板健康问题传出闭店消息而被众多书友关注的河南开封诗云书社。图据“诗云书社”微信公众号

2

练好内功 打开格局 书店也要做长期主义的突围

“爱你老己”盛行的当下,越“利己”越有效。变单一卖书为“卖场景”,把书店变成可阅读、可社交、可发呆、可亲子共享的复合空间,如定期举办小成本展览、深夜读书会、作家对谈,花式宠读者;变单一业态为多元共生,创造多维度体验,以咖啡、文创、会员订阅、付费活动反哺书店,满足用户不同场景下的需求。让读者来了就不想走,何不尝试去做长期主义的突围样本?

进行深度运营,与忠实读者建立全新情感链接。河南开封的诗云书社,在书友帮助下发起图书盲盒预售活动,目前处于“起死回生”状态;北京昌平一家社区会员制书店,为了让书店活下去,有许多没空前往却舍得充值的“线上会员”,有的会员已续费到2027年;成都有读者为一家遭遇房租危机的书店搞过拍卖,老板也会毫无顾忌地“偶尔哭穷”……每一个书店的未来都会经历风雨,但风雨不能动摇阅读者坚定的心。知名度一旦转化为忠诚度,很多读者是愿意为之“掏钱续命”的。

“向内求”修炼内功,“向外求”格局打开。当全国各地都千篇一律地吹着“想你的风”时,作为精神乌托邦,网红书店因其独特的空间美学、选书品位或人文氛围,天然具有稀缺性与不可替代性。小众这张标签,注定它不可能讨好所有人,但也不会掉进同质化窠臼。阅读,表面是一件很私人的事,而全民阅读却可以营造一座城市、一个社区的书香氛围。3月底,在宁波这座藏着千年海港记忆的城市,许知远的单向空间开了一家水手书店,未来还将入驻苏州,将工业遗产与文化空间进行融合。今年,“支持实体书店发展”首次写入政府工作报告,只有让网红书店蜕变为城市新消费场景,在消费的人气与阅读的文气双重叠加下,才能生出坚韧的生气。

英国作家王尔德说:“阅读给予我们的那闪光的一小时,比暗淡生活给予我们的漫长可耻的年月更有价值。”网红书店从来不是一座孤岛,作为一种生活方式,它应在城市空间更新与文化传承中,肩负起引领与推动的作用。愿每一家网红书店都始于颜值,终于阅读,以书为桨,一起抵达思想的彼岸。

据“天府新视界”微信公众号