



三联韬奋书店24小时营业第78天,每晚的人流量基本稳定在200人左右,每晚销售额近2万元——



# 夜三联,多的不只是时间

“图书馆计划”助一千多所

小学建起图书馆——

## 2万元建个图书馆

本报记者 沈则瑾

在安徽省阜南县张寺小学,3个女孩刚拿到新书就迫不及待地翻阅着。这个暑假,她们的学校有了崭新的图书馆,孩子们第一次可以从图书馆借自己喜欢的课外读物回家了。

“图书馆计划”由中国人口福利基金会与一家美国的慈善机构合作,每年为贫困地区小学、孤儿院以及社区中心捐助300至350个小型图书馆,培养孩子们的阅读习惯。这一持续了7年的计划已在北京、重庆、安徽、甘肃、广东、广西、贵州、河北、湖北、内蒙古、江苏、吉林、辽宁、宁夏、陕西、山东、上海、山西、四川、新疆和云南等地捐助了1318所图书馆。

“图书馆计划”筹资部总监王宁告诉记者,现在,越来越多的人加入到为孩子们建一个图书馆、拓展他们视野的活动中来。7月5日,一个名为“上善100”的项目加入了“图书馆计划”,希望在今年年底前,为“图书馆计划”筹建100所小型图书馆,这项爱心项目将使约2万名小学生受益。

据王宁介绍,建一所小型图书馆需花费2万余元。“图书馆计划”接受捐助者推荐,选择在捐赠者愿意支持的地区进行捐助。王宁说:“捐助之前,我们会寻求当地教育部门的帮助,找到有需求的学校。捐助者可以和我们一起去学校和孩子们交流,了解他们的需求,然后我们会有专业人士为孩子们挑选合适的图书。”在出版商和各方大力支持下,小型图书馆会很快建起来,并配置1000册图书、书架、桌椅和益智游戏等。

在后续的管理中,“图书馆计划”会培训教师对图书善加利用。他们会跟踪每个图书馆3年,看图书馆是否按时开放,是否鼓励孩子们借阅回家,图书是不是真的为孩子们所喜爱。如果做得不够好,他们还会再次培训教师,确保每一个图书馆都成为孩子们爱逗留的地方。这也是很多企业和个人了解“图书馆计划”后,都乐意加入进去,为孩子们奉献一份爱心的重要原因。



作为北京丰台区右安门街道的“书香特色”社区,永乐社区在暑期经常组织居民开展读书活动,交流读书体会。 本报记者 翟天雪摄



暑期来临,书店成了孩子们的好去处,北京王府井书店里就聚集了许多爱阅读的孩子。 本报记者 翟天雪摄



市民在音乐图书馆内欣赏音乐。7月1日,浙江省温州市瓯海区音乐图书馆对外开放,读者可凭借书证到馆内免费查找、聆听音乐资料。 苏巧将摄 (新华社发)

本版编辑 余颖

先生说,自己特别喜欢看书,但常常要工作到晚上8、9点。之前不是全天营业的时候,营业员在8点50左右就要催着他走了。现在他有时会来这里看1小时书再走,放松一下白天紧绷的心情。

书店甚至还拉动了楼上雕刻时光咖啡店的生意。这家咖啡馆原本只营业到晚上12点整,现在也随着书店一起通宵营业。雕刻时光的服务员说,很多人买了书之后会来这里一边喝咖啡,一边读书,店里一晚上的营业额最高时能增长5000元。

### 夜读是安静的

三联韬奋书店的夜读是安静的。工作人员在一层摆放了8张桌子,地下一层放了5张,每张桌子坐两个人,需要共用一盏小夜灯。没有座位的读者则安静地席地坐在书架之间的空隙处,或是坐在楼梯的两边,这是书店多少年来的传统了。

一位大学生告诉记者,她这是第二次在晚上来书店,“这里没人会打扰我,没人管我在做什么,很舒服”。

张作珍也赞同店里的这种经营模式:

“店里的阅读环境确实很轻松,而且我们不会强迫读者买书,但对他们也不是你们爱来不来、爱买不买的态度,我们会做好管理和服务。”书店最近日销售额约为7万元,其中晚间的销售额近2万元。和24小时营业之前每天平均3万元的销售额相比,成绩已经很不错。张作珍认为,随着暑假来临,销售额可能还会上涨。

三联韬奋书店也有名人效应。“白岩松经常会来书店搞讲座。”张作珍告诉记者,“夜晚的书店不缺名人光顾。不过大家都是来这里读书的,若是白岩松来了也不会有人吵闹。可能有人会上前去看,白老师给我签个字好吗,但如果白岩松说我不愿意签,那就不签好了,大家接着读书。”

### 一家纯粹的书店

台湾诚品书店也是一家24小时经营的书店,三联书店总经理樊希安便是从诚品书店的经营模式中获得灵感,从而着手推动三联韬奋书店的24小时营业。

诚品书店的顾客主要是白领,他们更看重诚品的品牌,会花费比网购图书更高

的价格从诚品书店买书。张作珍说,三联的顾客也是这样。在24小时经营试营业阶段,曾经有过买够一定数额的书便打折、送咖啡券的活动,但正式营业后,图书便回到原价。有读者在网上发帖,称自己去了美术馆看画展,去三联书店读书,接着又去人艺看一场话剧,感觉收获很多。说到底,读者们最看重的还是三联韬奋书店带给他们的精神享受。

张作珍对诚品书店有着自己的认识:“我倒是很欢迎诚品书店开到我们门口,这是好事。读者去诚品书店,可能是要感受他们复合经营的气氛,买一些文化创意产品。如果在诚品没有买到想要的书,就来三联买,反之也一样。”

张作珍认为,三联韬奋书店是一家纯粹的书店,店里95%的商品都是书。从一件小事就能看出书店在这方面的坚持:24小时营业刚开始的时候,读者想喝水必须要到楼上的咖啡馆去买。张作珍表示,书店绝对不会卖冷饮,但又要考虑读者的需要,于是,就在书店门口放置了一台自动售卖机。“从那里买水很便宜”,张作珍这样解释。(文/王健琦)

暑期图书销售进入旺季,各大书店、图书馆为市民暑期阅读提供了良好空间,暑期阅读活动丰富多彩——

# 阅读也有“暑期档”

本报记者 李丹

随着暑期的来临,学生们有时间阅读平日想读而没有时间读的图书了。图书馆、图书销售机构等抓住时机,推广阅读,传播书香,不仅让孩子们爱上阅读,也为市民提供了与图书亲密接触的机会。

首图工作人员介绍,暑期图书馆还为小读者们策划了不少活动:“成长课堂”邀请了北京博物馆学会的专家学者,带领小

读者们走进“古罗马文明”;青少年多媒体中心还将播放《中国海洋之旅》、《马达加斯加》等30余部动画电影。

## 销售—— 电商营销占先机

区别于以往仅靠促销打折吸引购书者的方式,今年暑假一开始,电商亚马逊就推出了“编辑推荐”暑期书单,抛开传统经典书目,根据中学生与大学生的阅读需求量身定制。这也是亚马逊首次专为暑期阅读设计书单。

这一暑期书单,除涵盖经典及畅销书外,其中也不乏很多读者不熟悉但可读性较强的书籍。例如,既有传递快乐正能量的畅销书《生命中最美好的事都是免费的》,也有致力于展示数学之美的《X的奇幻之旅》;既有由叶嘉莹先生解读王国维名著的作品《人间词话七讲》,

也有“90后”作家程浩的《站在两个世界的边缘》。

据介绍,此次编辑推荐书单,完全不考虑图书的销量和点击率,而是由编辑亲自阅读,再经民主投票产生。而参与投票的编辑年龄段涵盖“60后”到“80后”,基本能够代表青年读者的阅读喜好。“亚马逊编辑推荐”这一独特项目自今年1月上线以来,已陆续为中国用户推出了80本精品图书。

据介绍,与其他图书相比,入选亚马逊编辑推荐的图书在亚马逊网站的平均浏览量高出41%,点击率高出一倍。

## 选择—— 用好身边的阅读空间

“第二书房”创始人、北京尚品阳光文化传播有限公司总经理李岩最近正忙着筹办针对青少年的暑期阅读活动。

“第二书房”今年暑期设置了6大阅读主题。”李岩介绍,如在童话文学主题下,我们不仅会推荐《爱德华的奇幻之旅》、《夏洛特的网》等优秀童话书籍,还会组织孩子们观看《小蝌蚪找妈妈》等优秀动画片。”

“活动期间,孩子们根据每周主题阅读各类书籍,还会开办读书会,评选阅读‘小达人’,让孩子们充分互动。”李岩说,

除了读书外,他们的活动还设置了创意手工、游戏、情景剧等多种形式。“我们不仅欢迎孩子来参加,更欢迎家长与孩子共同参与。”

随着全民阅读的不断深入,越来越多的有识之士提出应将全民阅读提升为一项国家战略。目前我国已基本实现了“农家书屋”、“社区书屋”全覆盖,如何管好用好这些书屋又成为了一项新的课题。我们不妨从暑期阅读入手,充分利用这些老百姓身边的阅读空间,让阅读给炎炎夏日带来一丝清凉。

# 暑期阅读不仅是孩子的事儿

李丹

可以成为不错的休闲之选。

从新闻报道中我们可以发现,许多外国政要都非常重视休假期间的阅读,不仅列出书单,还要对外公布,以彰显自己的文化品位。美国总统奥巴马在一次休假时,就曾亲自带女儿到书店,不仅为孩子们买了书籍,还为自己购买了不少休假期间要读的书。国内一些企业家也经常通过个人微博、微信推荐图书。

其实,我们不妨将暑期作为集中阅读的大好时间。不论成人还是孩子,都能在阅读里发现自己的兴趣所在。为了更好地烘托阅读氛围,媒体可以在暑期来

临前集中推荐一批书籍,给读者们更大的选择空间;领导人、名人、企业家也可以多晒晒休假期间的阅读书单,不仅能发挥榜样的力量,更能通过阅读拉近与大众的距离;实体书店、图书馆可以延长营业时间,给爱书人更多阅读选择;农家书屋、社区书屋则可以发挥管理灵活、贴近群众的特点,为老百姓提供家门口的阅读场所。

阅读与人类文明密切相连,事关积累、传播和创造。在我国建设创新型社会的大背景下,阅读更应受到重视。也许有些人会说工作忙、没时间。在快节奏的今

天,这可能是事实,不过也有托词之嫌。职场一族虽没有完整的暑假可休,每天或隔几天找到一些零碎的阅读时间总是可能的,见缝插针式的阅读同样大有收获。网上有个被众多网友点赞的热帖,说的是在地铁上碎片化阅读的小窍门。在不到1年的时间内,作者用每周乘坐地铁的两个小时,总共读完了40本书,阅读量相当可观。可见,时间总是有的,差别在于如何安排。让我们从阅读的“暑期档”入手,共同创造一种全民阅读的浓厚氛围,让国民素质和文化修养得到充分提升。

### 特点——

#### 读者多 活动多

前不久,北京图书大厦开放了近2000平方米的少儿童趣园。据工作人员介绍,童趣园不仅引进了5万余种按不同年龄分级、分类的少儿读物及音像制品,还引进了7D影院、创意工坊以及与图书相关的文化创意产品。蘑菇屋、风车房等元素的添加,给小读者们创造了一个梦幻阅读世界。

这是继三联韬奋书店开放夜场售书

后,京城又一家地标性实体书店在经营方式上的创新。不少家长表示,没想到原本卖书的地方能呈现出游乐园般的气氛,这个暑期一定要带孩子多来几次。

各大图书馆也为市民暑期阅读提供了良好空间。记者在首都图书馆看到,暑期馆内读者更多。前来阅读和自习的市民早早地就把座位抢占一空,抢不到座位的读者干脆坐在地上阅读。

### 感言

电影有“暑期档”,旅游有“暑期热门线路”,那阅读呢?

过去普遍认为,阅读具有相对个性化的特点,每个人喜欢的图书不同,选择的阅读时间也各有区别,因而不可能形成一个阅读上的“暑期档”。但是敏锐的电商却发现了先机,针对放暑假的大中小学生集中促销,推荐书单,在一定意义上形成了阅读的“暑期档”。

但并不要因此就认为暑期阅读只是孩子们的事儿。平时忙碌的成年人也可以利用暑期补一下阅读。炎炎夏日,户外活动往往受到限制,在清凉的室内阅读也