

校馆弦歌

水木开卷

——探访清华大学图书馆

张苇杭 王雨婷

推开一扇门，赴一场跨越百年的书香之约。在这里，脚踩磨砂玻璃铺成的地板，如漫步书海云端；拉动麻绳，“玻璃书库”运送古籍的“电梯”吱呀作响；坐在长桌前，感受先辈才思泉涌的时刻……

当然，还有另一番景象：瀑布流般的电子书架倾泻而下；轻点屏幕就能畅游浩瀚书海；拍摄虚拟合影，与先贤同框；院士学者化身“真人图书”，与学子面对面深聊……

这扇门里，就是清华大学图书馆。

回望百年文脉

迈入清华大学图书馆老馆厚重的铜门，拾级而上，历经百余年的拱形窗户、排列整齐的层层书架映入眼帘。这里能看到清华大学图书馆最初的模样，更能追寻到先辈们对书香最初的热爱。

建成于1919年的“玻璃书库”是清华图书馆老馆一期建筑的3层书库，因地板采用磨砂玻璃铺成而得名。半透明的玻璃地板，让整个书库看起来清雅别致，走上脚感轻盈独特，一代代清华大学学子“走在湖水中、走在云彩上”。

历经百年，书库玻璃地板、3层贯通的钢制书架与滑轮书斗升降机仍保存完好。“这可是我们图书馆里最早的一部‘电梯’。”清华大学图书馆古籍特藏部副主任、党支部书记尹昕边手握麻绳拉动书斗边说。书架上陈列着老清华旧藏的西文古籍，随手拿一本翻开扉页，上面写着编号“3”，尹听说，这是清华大学图书馆里的第三本藏书。书库仍采用当年的杜威分类法编目，完好保留着百年前图书馆的原始风貌。

走进老馆文库阅览室，一条长桌放在一旁，这里就是23岁的曹禺写作《雷雨》的地方。清华大学图书馆馆长金兼斌说：“曹禺用了个暑假完成《雷雨》的创作，在这个桌子上写累了，就到图书馆外的喷泉边休息一会儿。如今，在这条长桌前，同学们可以阅览文献、探讨学术、参观展览，如同与大师一起跨时空交流。”

在清华大学图书馆老馆里，还可以去大师家“串门”。钱杨书屋、杨振宁书屋是清华大学图书馆“大师书屋”系列首批建成开放的项目。钱杨书屋是图书馆联合校史馆、档案馆，以钱锺书、杨绛伉俪在三里河故居客厅与书房捐赠家具为主体进行实景复原的。杨绛先生说：“我曾把读书比作‘串门’，借书看，就如同到某某家去‘串门’。”钱杨书屋的书桌上

摆放着杨绛练习书法的文具，书柜中陈列着两人的著作与藏书，尽显老一辈清华学人质朴踏实的治学风貌。

2025年10月正式开放的杨振宁书屋，藏书、照片、画作、教学幻灯片手稿等都来自杨振宁先生的无偿捐赠。书屋一角还原了杨先生在清华大学高等研究院的办公室场景。展柜内，杨振宁与邓稼先的往来书信再现了两位科学巨擘的治学心迹与家国情怀。

金兼斌说：“杨振宁书屋把杨振宁先生跨越百年的学术人生、家国情怀以可触摸、可检索的形式永久留存，成为连接过去与未来的科教文化地标。”

清华大学图书馆老馆历经百年，凝固了历史场景，更定格了前辈学人青年时的求学足迹与老一代图书馆人的创业身影。青年学子置身其间，在可见可触的历史中对话先贤，汲取力量，传递热爱，滋养初心。

“走进大师书屋，就像有各位大师陪着同学们读书一样，同学们也可以浏览大师的藏书，起到一个很好的熏陶和浸润功能。”清华大学图书馆古籍特藏部主任何玉说。

架起古今之桥

清华大学图书馆诞生于清华大学建校之初，历经百余年发展，形成了由总馆（老馆、西馆、北馆）及文科、法律、美术、金融、经管和建筑6个专业图书馆及院系资料室组成的三级文献保障体系。

走进清华大学图书馆北馆，也就是李文正馆，就来到了专题图书借阅区。这里打破了传统书库按分类排架的模式，把分散在不同角落的图书围绕特定主题集中呈现出来。

“目前这里设有多个专题书架。有结合重要时间节点滚动推出的主题书架，比如大学第一课新生专架和毕业季两个重要节点。此外，还常设本周新书架、新雅书院通识课程参考书架和荐读图书专架等。”清华大学图书馆读者服务部副主任李烨说，“与其让读者在浩如烟海的书架间费力‘找书读’，不如主动把优质读物推到他面前，实现从被动查找向主题化阅读的转变。”

实际运行下来效果很明显，特色馆藏的曝光率和借阅利用率都有了明显提升，师生们反馈说，在路过时经常被吸引停下翻阅，不知不觉就借走了几本。

对资源建设实施动态调整，实体馆藏与数字化馆藏并重——清华大学图书馆拥有覆盖全学科、包含丰富文献类型与载体形式、具有一定特色的综合性馆藏。截至2025年底，图书馆总建筑面积8万余平方米，实体馆藏总量625.07万册（件），各类数据库992个，电子期刊18.06万种，电子图书992.73万册。

除了馆藏资源外，清华大学图书馆还与校内多家机构协同，运用技术手段整合清华大学丰富资源。如与校史馆合作，精选110本有代表性的清华校史、党史及文化传统图书进行数据化加工，建成清华大学校史党史资源特色库；与美术学院吴冠中艺术研究中心合作，建成吴冠中艺术资料数据库，完整反映吴冠中先生的艺术成就及其对当代中国美术的影响；与高等研究院合作，建成杨振宁档案资料库，内容包括杨振宁先生的书籍著作、学术论文、剪报手稿、照片与视频资料等。资料库将陆续公开4000余条数据，后续还将持续补充和更新。

如何让丰富的馆藏资源、数据库“活”起来？藏在北馆一层的“清华印记”互动体验空间派上了大用场。

在这里，能在“电子书借阅”瀑布流中随手选取心仪好书，能从“数字学术”可视化大屏中查找清华学者的科研成果和全球学术合作网络，还能在“历史长廊”交互电子屏中翻阅原版数字化的《清华周刊》。除了这些“硬核”内容，在“清华记忆”虚拟合影体验区，还可以与清华历史人物、经典校园建筑来一张虚拟合影，体验感满满。

“图书馆像是架起了一座古今之桥，引领着我去探索和成长。”清华大学行健书院理论与应用力学大一新生徐一天说。

“打造互动体验空间不仅是智慧图书馆建设的一次探索，也重新定义了图书馆的角色——它不只是借书还书的地方，更是一个可感知、可参与、有温度的文化体验空间。”李烨说。

品读人生气象

读有故事的人，阅会行走的书。在清华大学图书馆，读书不仅是阅读文字，更是与人交流。“真人图书馆”是清华大学图书馆的一项特色活动，每期邀请两院院士、知名学者及

行业大家担任“真人图书”，通过“主题分享+深度对话+现场互动”的模式开展学术交流。

清华大学图书馆副馆长张秋说，活动运用直播方式将优质内容辐射至校园内外，截至目前已累计开展76期，线上线下读者超570万人次，主题涉及科学、哲学、文学、艺术等多个领域。

第46期“真人图书馆”邀请中国工程院院士岳光溪，请他讲述循环流化床锅炉背后的清华故事；第66期邀请清华大学国家遗产中心主任、北京中轴线申遗文本编制团队负责人、建筑学院教授吕舟，由他来分享北京中轴线15年的申遗历程。

为了提高同学们的交流积极性，活动签到后，每位同学可领取一张“留言卡”，在卡上留下自己的想法。一位清华大学土木工程系学生在活动留言卡上写道：“请来的学者都很有水平，交流质量很高，给我启发很大。”

除了“真人图书馆”，清华大学图书馆还推出了“作者面对面”“读书文化节”“从游悦读”等活动，用多种形式激发大家的阅读兴趣。作为“从游悦读”的悦读导师，清华大学人文学院教授张国刚一直在积极推广全民阅读理念。他说：“激发阅读兴趣，是点亮全民阅读的第一盏灯。希望每个人都能找到适合自己的阅读方式，在阅读中感受文字的魅力，让阅读的种子在心底生根发芽。”

在拥有百年历史的书库里徜徉，与杨振宁、钱锺书、杨绛、曹禺等大师对话；在浩瀚的数字化馆藏中探索，指尖轻触便能留下心仪好书；与院士专家面对面交流，读懂他们的故事，感受学者风范……光阴流转，“左图右史，跼架巍巍”的歌声回响耳畔。那段在清华大学读书的日子，将成为莘莘学子对青春的回忆，也将成为他们一生的习惯与热爱。

读书，不仅是读文字，也是读精神。正如

张国刚教授所说：“阅读，从来都不是功利地为了获取知识，而是一种生活方式。一杯茶、一本书，坐下来翻一两页，无论在什么时候，都将抚慰人心。”



更多报道请扫二维码

生活中的经济学

一杯咖啡能卖三个价

李奇泽

不少上班族习惯每天喝杯咖啡，怎么买更划算？打开外卖App，会发现商品价格加配送费需要支付二三十元。页面显示，如果直接上门自提，能便宜好几元。同样一杯咖啡，走一段路就能省不少钱。

但奇怪的是，如果换一个场景，你人已经站在店里了，商家又会鼓励你掏出手机，用App或小程序线上下单；首单立减5元，会员价会再便宜一截。即便咖啡机近在眼前，低头点两下手机还是比直接在柜台前点单付款更划算。

咖啡还是那杯咖啡，外卖改自取，人在线下却被鼓励线上下单，为什么弄得那么复杂？到店自取比坐等外卖划算，原因非常简单。一单外卖有平台抽佣、骑手费用等成本。消费者自取，替商家节省了成本。让渡一些优惠给消费者，咖啡价格自然就降下来了。商家降本，消费者省钱，妥妥的双赢局面。

那么，为什么即便到店，商家还要鼓励用App或小程序线上下单呢？此时，商家关注的已经不只是那杯咖啡了。

线下消费时，消费者付完钱拿到咖啡，与这家店的买卖关系就结束了。商家既不知道消费者下次什么时候来、口味偏好如何，也不知道消费者对价格敏不敏感，处于相对被动的地位。一旦消费者下载了商家App或者在小程序注册了会员，哪怕只是为了首单优惠，消费者就不再是路人，而是变成了后台数据库里一个可触达、可追踪的“数字身份”：其口味偏好、点单时间、消费频次，全都一点一滴被记录下来。这些数据经过处理，就可以变成一份精准的用户画像。

数字时代，数据资产对很多商家来说就是核心资产。有了它，商家可以主动推送各类优惠活动与温馨提示，甚至在你生日前夕发来一张赠饮券。几张电子优惠券，就把一锤子买卖变成反复触达、持续经营的长期关系，比在路边举着喇叭喊或漫无目的地塞传单效率高太多了。用“是否愿意花时间下载、注册、领券”来区分顾客——为了省几元钱花点时间的人和嫌麻烦直接在柜台买单的人，就这样被筛选了出来。价格本身就是最精准的甄别器。

当商家积累足够的数据资产后，就可以给自己打造更多精准有效的产品或服务。比如，用线上低价吸引流量，再通过推荐差异化更大、毛利更高的烘焙点心回补利润；再如，通过联名券、订阅等方式锁定未来消费获取长期价值，肯德基的大神卡与麦当劳的咖啡卡都是这个思路。后者还有两个好处：一是预收现金流；二是卡都买了，总得用回本吧，于是消费者原本可买可不买的早餐就变成了高频动作。

对商家来说，优惠既是让利也是投资，是用短期利润换取长期用户关系的“入场券”。而对消费者来说，是在用个人行为数据和未来的消费承诺去换取优惠券和会员价等隐性福利。

一杯咖啡，3个价格，本质就是3种交换，即用钱换便捷，用时间换实惠，用数据换折扣。所以当我们下次再点开App，或站在柜台前举起手机扫码时，不妨多想一步：今天这杯咖啡，到底用什么买单？

陶然

来稿邮箱:fukan@jtrbs.cn



风过竹海声不同

吴陆牧 谭奇新

重庆梁平区明月山间，35万亩竹林层峦铺展、绵延百里，人称百里竹海。漫步林中，听觉格外灵敏：高亢蝉鸣、青竹拔节脆响、竹叶翻涌的簌簌声、山雀振翅的扑棱声。越往深处走，动人的声响愈发丰富。

“唰——唰——”竹山镇猎神村的竹器工坊里，63岁的竹编艺人刘兴福正埋头劈篾。他虎口卡住竹条，篾刀顺势而下，劈出一条条厚薄均匀的篾丝。

“手工活全看细节，篾条劈得匀，编出来的东西才立得住。”老刘18岁从艺，工坊不大，却是他守了40余载的一方天地。竹碗、竹筒、竹篮、竹筐，件件造型规整，有的题了诗词，有的绘着工笔画，常有买家寻上门来。老刘摩挲着一只刚成型的竹杯：“用心编，把竹编技艺传下去，就是手艺人的本分。”

工坊不远处，村民李正春坐在自家屋檐下，膝上摊着一堆篾丝。十指翻飞，竹篾交叠穿插，片刻工夫，一只船形果盘便有了模样。这几年，

村里时常请竹编非遗师傅来授课，不少村民学了手艺，添了收益。学艺4年，李正春不仅会编筐、编篮，竹耳环、竹挂件这些精巧小物件也做得游刃有余。“农闲时编编，一个月能多挣不少钱。”

清风翻过屋脊，裹着竹叶清气，飘进汪崇义的农家乐。屋里，食客谈笑声、电话铃声、炒菜声此起彼伏。这座白墙灰瓦的3层小楼倚倚竹海，窗外竹影婆娑，六成客人都是回头客。汪崇义在厨房里忙碌，竹笋鸡汤、竹荪蛋、竹根炖排骨、竹筒腊肉饭……就地取材的“全竹宴”是他家的招牌。

64岁的汪崇义曾是当地一家矿厂负责人。2017年，竹山镇石膏矿全部关停。那阵子，他常蹲在自家门口发愣，心里空落落的。后来，镇上填矿坑、修梯田、引活水，塌陷区变成湿地景观带，打卡的游客多了起来。看准时机，汪崇义办起农家乐，推出“全竹宴”，在竹海里找到了新事业。

往竹林更深处走去，重庆竹贸通农业科技

有限公司车间内机器轰鸣，竹节、竹屑等边角料经过超微粉碎，变成精细竹粉。“这些竹粉一吨能卖几千元，可以用来制作环保餐具、食品级包装材料等竹制品。”公司总经理曹丙言是河南人，在竹山镇跟竹子打了20年交道。

过去做竹签，一根毛竹利用率不到两成，边角料堆积成山，曹丙言看着心疼又没办法。2019年，他开始琢磨利用竹废料生产竹粉。买不到现成设备，他就自己设计图纸，找工厂定制零部件，6年投入2000多万元，研制出一条全自动竹粉生产线。如今，竹贸通公司竹制品远销20多个国家和地区，企业年产值超千万元。

放眼百里竹海，竹子还是那些竹子，梁平人把这抹青绿串成分工精细的产业链——竹建材、竹家具、竹工艺、竹食品。四大门类次第兴起，40多家竹产品加工企业扎根集聚，竹木产业园、三峡竹博园相继落地。青绿绵延，产业兴旺，是竹海深处厚实的底气。

风穿竹海，声声入耳。