

走走走到新华书店泡上一天

环境更舒适 品种更多元 活动更丰富

张贺

核心阅读

新华书店变了。曾经给人留下布局死板、服务单一等刻板印象,如今变身“最美书店”,读者评价“泡上一天都不愿意走,绝对颠覆认知。”

变的不只是环境,更是内涵。从传统的阅读空间到各具特色、活动丰富的文化综合体,透过变化,能看到老牌书店创新与尝试,也能看到文化需求的提升、文化消费的水涨船高。

海南省万宁市石梅湾,有家书店“面朝大海,春暖花开”。书店距离大海仅50米,读者可以吹着海风、听着涛声,沉浸于书香之中。自2017年1月开业以来,这家凤凰九里书屋已经成为石梅湾旅游度假区的网红景点。

在上海的一座购物中心里,一处“光的空间”令人惊艳。在这个集书店与美术馆于一体的新型书店里,镂空书架产生透视般的效果,阅读与展示空间错落有致,自2017年12月开业以来,日均客流3300人次以上,周末平均人流量为7000人次左右。

北京市西城区虎坊桥永安路附近,成立于上世纪50年代的标准计量书店华丽变身。通透的落地窗、富有文艺气息的装饰吸引着过往行人的目光。

3家书店相距数千公里,却有着同样的基因——出自各地新华发行系统之手。

转型升级,既满足需求又创造需求

在许多读者的印象中,新华书店往往装修质朴,图书摆放得规规矩矩甚至有点死板,除了卖书和文具,几乎没有其他服务。

这样的刻板印象是有原因的。面对网络书店的强烈冲击,实体书店的日子普遍不好过,新华书店也难以独善其身。全国1万多家新华书店,不少门店或是缩减图书营业面积,或是把门面出租给其他业态。与此同时,民营实体书店在阵痛中积极转型,西西弗、钟书阁等民营连锁书店布点全国,有的书店已经成为当地的网红景点。相比之下,新华书店的动作就显得迟缓了。

“单一的图书销售功能已经远远不能满足当下读者对书店的需求,新华书店必须转型升级,这也是我们打造‘最美书店’的初衷。”北京发行集团党委副书记、总经理龙晓雯说。北发集团旗下的新华书店永安路店、甘家口店、中国书店雁翎楼店等中小型书店率先转型。永安路店开辟“静谥书房”阅读专区、“梦幻童年”儿童阅读专区、“求知屋”学生读者自习专区和多元文创产品专区等多个区域,精心甄选图书,为读者创建优质阅读体验空间。

提升后的书店环境也有效促进了图书销售,增强了对读者的黏性。上海新华发行集团党委副书记、总裁李爽说:“许多人会觉得,在这样优雅舒适的书店里逛了半天,不买一本书带走,就算白来了。”截至2018年10月底,开业不足一年的

“光的空间”新华书店聚拢了很高的人气,销售图书超12万册,举办各类文化阅读活动60多场,服务读者逾70万人次。而这些新华系统的“最美书店”也极大颠覆了读者的印象。一位读者这样评价“光的空间”：“很舒服,泡上一天都不愿意走,绝对颠覆大家对新华书店的认知。”

留住读者,靠优美环境更靠文化体验

在北京王府井新华书店六层,许多读者惊讶地发现这里竟然有一座图书馆。2018年7月,王府井新华书店开始和北京市东城区第一图书馆合作。读者只需凭借阅证,就可以自主挑选喜欢的图书,选好的书可以由图书馆当场采购收入馆藏,读者随后就可以免费把新书借回家。“你读书,我买单”的方式极大便利了读者。

龙晓雯发现,许多读者把新华书店当成了橱窗,在这里边逛边拍书的封面,然后去网上下单。“和网络书店拼折扣,实体书店肯定拼不过。我们要想办法把读者留住,靠什么呢?我认为要靠我们的服务和提供的体验。”龙晓雯说,“最美书店”当然要环境优美舒适,但这还远远不够,书店的美应更多体现在内涵上,比如内容的导向、图书的品质、承载的功能、活动的效果等,其检验标准是能否为读者带来丰富知识、愉悦身心的文化体验。“重要的是体验,是必须到书店里来才能体验到的那种,我想这才是‘最美书店’和以往新华书店的根本区别。”龙晓雯说。

于是,在新华书店系统的“最美书店”里出现了读者休息区、咖啡

馆、舞台、朗读亭,新华书店正在变成以体验为主的文化综合体。

对海南凤凰九里书屋而言,留住读者的挑战更大。“这里的购书者以游客为主,带有极为明显的季节性,因此我们必须挖掘本地资源,让更多的本地读者走进书店。”店长陈润焜说。在石梅湾购房的业主中有1/3来自北京,其中不少是学有专长的人,为什么不借助这支力量,为当地的文化建设出把力?于是,凤凰九里书屋推出“最美守望者”活动,入选的“守望者”举办了一场公益讲座,反响特别热烈,一些外地读者甚至拖着拉杆箱来参加热门讲座。还有一次书店举办一场民谣音乐分享会,原本预计只会来几十人,没想到演出当天来了上千人,里里外外把书店围满。陈润焜说,当时既紧张又感动,“小城市也有文化需求。”截至目前,凤凰九里书屋已开展文化活动222场次,吸引游客读者达20万人次。

虽然是工作日,但一大早,光的空间·明珠美术馆里便有不少参观者。李爽说,书店与美术馆共生,可以拓展阅读的领域,吸引更多读者。不到一年的时间,美术馆带来的观展人数超过10万次,累计举办80多场文化活动。“我们书店以思想、文化、艺术为选书重点,最初有同事质疑这样太小众,但我觉得,以中国的人口基数,小众也是大众。”李爽说,定位准确对于书店的经营有明确的指导性。为此,“光的空间”书店携手专业科技团队,自主研发了一套大数据选书系统,从数以百万计的海量图书中依靠算法筛选优质图书,还自主开发了基于人脸识别的“心情遇书”,根据年龄、性别、情绪等向读者荐书。

继续探索,人才不足、机制不活等仍是困扰

“最美书店”的大批涌现表明各地新华书店的转型升级取得明显成效,但是实体书店整体仍处于艰难的探索之中,新华书店的改革发展同样如此。

人才不足、资金短缺、机制不活等问题依然是困扰。“对于新华书店而言,最大的挑战是人才,没有充满活力的人才队伍,很多工作就做不下去。”上海新华传媒连锁有限公司副总经理江利说,上海新华书店系统30岁以下的年轻人只占全体员工的1/3。

此外,新华连锁在上海有90多家新华书店,目前仅仅改造了其中的几家,离读者的需求还有很大距离。龙晓雯希望,能把更多的新华书店改造成“最美书店”,但这样一来,资金的压力很大,“我们希望政府对实体书店的扶持能加大力度,能更加精准。”目前政府每年扶持实体书店资金主要用于补贴书店的房租等费用,而新华书店的物业大都是自有的,因此所能获得的补贴很有限。

新华书店这个品牌有着沉甸甸的含金量,承载着党和人民的重托,凝聚着深厚的文化感情。“今天的新华书店不是单纯的商业设施,还承担了很多公共文化服务的功能,这是新华书店的红色基因决定的,不管面临什么困难,坚持服务读者,传播先进文化,这一点是不会变的。”龙晓雯说,今天的新华书店经营者将倍加珍惜这个品牌,把这块金字招牌擦得更亮。(据《人民日报》)

大·观·园

【第205期】

将上演2017场中外演出

第九届“中国儿童戏剧节”



新华社北京6月18日电(记者周玮)由中国儿童艺术剧院联合北京东城区委、区政府及中国儿童戏剧研究会共同主办的第九届中国儿童戏剧节,将于7月6日至8月11日在北京举办。

在6月18日举行的新闻发布会上,主办方介绍,本届戏剧节以“让戏剧走进孩子的生活”为主题,分设中外优秀儿童戏剧展演、国际儿童戏剧合作与发展论坛和戏剧活动三大板块,十多个国家和地区的儿童戏剧团体带来的57部戏剧、191场演出以及相关活动,将惠及16万观众,同时在济南、成都、辽宁设立戏剧节分会场。届时,部分剧目在天津、河北、山东、山西、辽宁、内蒙古、江苏、四川等地进行巡演。

本届戏剧节剧目题材多样,现实题材、传统故事、经典童话、世界名著应有尽有,表现形式也涵盖了歌舞剧、人偶剧、音乐剧、肢体剧等多种形式。广西演艺集团《月亮上的妈妈》、中国福利会儿童艺术剧院《你好!我是你姐姐》等反映时代发展、关注孩子心理;西安儿童艺术剧院《我们是秦俑》、青岛市话剧院《愚公移山》等弘扬中华优秀传统文化;台北如果儿童剧团《舅舅的阁楼》、美国芝加哥儿童剧院《彼得兔和朋友们的下雪天》等创新演绎儿童剧。

本届戏剧节100元以下低票价占总票数的40%,还为外来务工人员子女、孤儿儿童、低保家庭等困难群体免费派发公益演出票。

飘香

的盐焗鸡

甘婷

在我的故乡那个小城,逢年过节,家家户户都会做一道味香色美的盐焗鸡,那独特的口感、鲜嫩的肉质和勾人的香味,着实令人难忘。

盐焗鸡本是客家的一道传统特色菜,也是两广地区尤其是广东地区的客家招牌菜式之一,主要以广东梅州、深圳、惠州、河源等地为盛。

传说中,关于梅州盐焗鸡由来的版本甚多,其中以梅州长乐(今五华)商贩盐腌肥鸡为甚:据说,从前梅州长乐有一个商人,为人谦恭诚实,因此结交了不少以诚相待的朋友。有一年临近关时,商人在完成了一次货物的贩运后,准备采购一批特产带回家过年,当地的朋友对其情深义重,于是特地以一肥鸡相送。

此鸡名曰“三黄鸡”,乃当地独产。商人本欲带回家给妻儿尝鲜,但因路途遥远,活鸡不易携带,于是他便将鸡宰杀制成白切鸡,用盐包封在包袱里。归家路上行至半途,前不着村后不着店,商人决定就地露宿一夜。安顿之余,眼看天色渐暗又饥肠辘辘,他便从盐包里掏出一些白切鸡,与随从用锡纸包好烤着吃。大家发现这样做出来的鸡肉味道非常好,一边吃一边赞不绝口。商人将余下的白切鸡带回家给妻儿品尝,回到家后,亦如法制作,遂得名盐焗鸡。

广东、广西既是邻,自然也将关于盐焗鸡的传说与做法传遍了八桂大地。

做盐焗鸡,需要精选肥嫩的三黄鸡,然后宰杀、去毛、洗净,将白酒均匀地淋在鸡身上,再用姜黄粉、盐、胡椒粉、八角、桂皮等调味料腌制鸡肉一个小时。在锅内放入适量粗海盐,中火将盐炒至滚烫,将锡纸包好的鸡放入锅中,并用炒好的盐将整只鸡覆盖起来,盖上锅盖,小火静焖半个小时,之后掀开锅盖,把鸡翻过来再焖半个小时,如此,盐焗鸡就做好了。

将鸡从锅中取出,去掉锡纸,一股喷香的味道随即弥散开来,那股香味能让食客情不自禁地咽口水。这时,备上料酱,用小刀轻轻割下一块鸡肉,蘸上料酱放进嘴里,顿时满口鲜香,鸡皮的香脆,鸡肉的鲜嫩,

让你吃上一口就无法停下来。

在我的记忆里,父母曾为我做过一只又一只香喷喷的盐焗鸡,吃着他们做的盐焗鸡,我总感觉自己沉浸在无尽的幸福之中。

过节时,我回乡探亲,看到父亲和母亲一起在厨房里忙碌着为我做盐焗鸡,我想阻止他们,让他们不用这么麻烦,但母亲说:“你长年出门在外,难得回来一次,不麻烦如何让你尝到家乡的美味呢?”听着母亲的话,我突然无比依恋故乡了,因为故乡有爱,有温暖。



近日发布的猫眼数据显示,2019年1月至5月,中国电影分账票房(不含服务费)累计249.41亿元,同比下降6.35%;观影人次6.89亿,比去年同期减少1亿人次。这是自2011年以来我国电影的分账票房和观影人次首次同期下降。

近年来,我国电影产业一直保持向上向好的良性发展态势。以2018年为例,我国电影票房首次突破600亿元,成为仅次于美国的全球第二大电影市场;电影产量达到1082部,其中新上映电影504部;全国银幕总数突破6万块,稳居世界电影银幕数量首位,比2012年的13118块银幕数增长了近4倍。

在经历多年的狂飙突进后,我国电影产业为何出现分账票房和观影人次同期下降?从直接原因上说,与票补减少、电影票价上涨有关。灯塔数据显示,今年电影票均价38.89元,特别是春节档电影票价大幅上涨,使一些不愿意花高价看电影的观众离开电影院。此外,移动互联网时代,网络大电影、网剧的崛起使人们在进电影院观影之外有了其他选项。

但究其本质,原因仍在于缺乏优质内容,缺少具有好口碑、具有号召力的优质爆款电影。随着我国电影产业的发展,观众欣赏水平也在不断提高,对影片质量的要求越来越高,过去容易取得高票房的浮夸喜剧、空洞玄幻、流量偶像类型影片的吸引力在下降,很难再吸引理性的观众走进电影院。

换言之,电影票房和观影人次双降,显现了我国电影产业的一种“冷静”——挤出泡沫,回归理性。从短期来看,这可能不是一件好事,但对我国电影产业长远发展而言,未必是一件坏事。

此次出现的双降给电影产业、电影行业从业人员、投资者带来了警示,有利于倒逼电影创作者走出舒适区。电影产业要持续健康发展,需要更多地获得观众和市场的认可,在追求数量之外更要追求质量,要以精品意识和工匠精神,创作出更多能引起观众共鸣、形成口碑效应的优质影片。

首届“金百花”全国小型戏剧戏曲作品展演在京举办

新华社北京6月19日电(记者白瀛)由中国文化管理协会演艺工作委员会主办的首届“金百花”全国小型戏剧戏曲作品展演,6月19日在北京民族文化宫大剧院举办,来自全国14个省市的20台剧目亮相。

据中国文化管理协会执行副主席路建平介绍,作为小型戏剧戏曲作品的全国性专业展示活动将每年举办一届,面向专业演员和团体、业余爱好者和民间团体征集作品。本届展演共收到来自全国各地200多个剧目。入围剧目中,戏剧小品《支撑》讲述了热心少年王小虎常年背送患小儿麻痹症的同学上学的故事;小壮剧《摸秋》通过中秋节民俗活动体现劳动人民淳朴的民风民俗;锡剧《我们都不能哭》讲述了年轻志愿者与单亲家庭孩子结对帮扶的故事;采茶戏《如愿》讲述了留守儿童为与父母一起过生日而偷钱的故事;京剧《指尖暖流》讲述了网民为环卫工人发工资的故事。

路建平说,入围剧目多为讴歌时代、讴歌人民的现实题材作品,体现了“以人民为中心”的创作导向。

·食·坊·闲·话·