



上海书展夜景。(图据上观新闻)

图书因价格战而利润微薄，房租、水电、人工导致成本倒挂 困局之下，实体书店如何突围？

出版社直播，六折、五折销售，造成实体书店光靠卖书不能生存。”汪耀华算了笔账。

当消费者习惯了在网上比价时，书店弱化了作为销售渠道的关键变现能力；当图书因价格战而利润微薄时，实体书店的房租、水电、人工导致成本倒挂……卖书，不是门“好生意”。能坚持在场的从业者，始终是想把书店做好。

刘军说，书店业总体仍是观望者众、离场者多，不赚钱的行业里没有孰高孰低，只有相互尊敬。

业界分析，整个书店业正朝两个方向发展：或突破传统售书边界、转型“城市会客厅”，或追求小而美、小而精、小而专。外界对书店的观感也在分化：有人认为，书店就该有书店的样子；有人则认为，书店应该探索更适应时代发展的面貌。

有读者评价浙江舟山岛上书店：“这才是书店。”浙江舟山岛上书店总经理刘晓娜说，这是因为“书店做了30多年，书的储量太多了”。有读者批评：“现在很多店打着书店的名义做其他东西。”有读者直言：“咖啡选择很多，文创选择也很多，书店的核心优势不是这些。”也有读者认为：“社区里有漂流书架，图书馆服务也很全面，书店转型为家门口的文化空间是很好的。”

尽管艰难，实体书店仍需重新思考其存在的价值。

杭州晓风书屋创始人朱钰芳介绍，“我们在杭州有23家门店，图书销售占比约在30%。书店注重读者服务、品牌与在地性的结合，如《太平年》热播时推出主题盲盒，还有借名人签售会、卖市场稀缺的签名本。”

悦悦图书线上销售半年突破亿元，其董事长邹斌介绍，“我们筛选重点图书品类，供给近千名分销客户，由他们推广。”书店从业者小艾曾经营一家实体书店长达10年，如今选择转型直播。不久前，平台向她推送一部厚重的文学译作，读过这部作品英文原版的小艾，在直播间展开深度解读，单场售出50本。在邹斌看来，这印证一个道理：“只有选好书，才能卖好书。”

速度在增长。安徽黄山孔乙己书店带来400种图书，聚焦徽州文史典籍；大众书局主打便携文库本文学经典，适配通勤碎片化阅读……

汪耀华介绍，2026上海书展现场实体书店展区通过主题化图书陈列，集中展现实体书店不可替代的线下价值，打造集中、专业、有特色的图书选购场景，凸显实体书店专业服务能力，“发挥实体书店的价值，把书的主业经营好。”

在不少读者看来，通过书店，人与书的关系得以走进公共空间，而在这个空间中，读者可以邂逅自己从未接触过的书籍类型，这就是书店存在的价值。

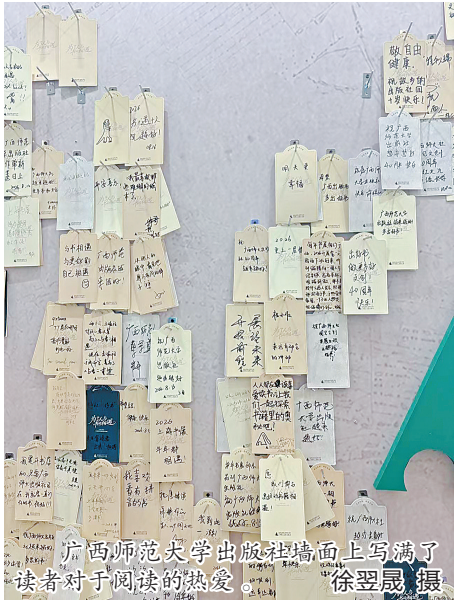
即便在一些新型文化空间，图书依旧是其重要的价值构成。以“虹书舫”为例，刘军介绍：“现在图书销售占比约在15%，日均零售6000多元。从绝对值来看，这个成绩也是非常好的。本地读者约占七成，24岁至45岁读者约占六成，阅读人群的精准度也非常高。”

刘军认为，如果从推动全民阅读的角度来看，实体书店的新生刚刚开始。如今由书店转型而来的各种形态的文化空间，有更多机会叠加更多场景，更好地推动阅读融入人们的生活。

探路、试错、坚守……朱钰芳坦言，晓风书屋创立30年来，经历了不少曲折。把书店开到博物馆、大学、景区等地，需要做出在地化的改变，同时书店成为容纳展览、音乐会、发布会等活动的公共空间。

纪录片《但是还有书店》在2026上海书展上宣布开机。该片总导演李梦说：“我们不会回避书店经营的困难。我相信，无论是今天还是未来，总会有书店和读者产生美好的关系。”

（据8月19日《人民日报》曹玲娟）



广西师范大学出版社墙面上写满了读者对于阅读的热情 “徐翌晨 摄”

江苏扬州开展 中小学生研学教育活动

本报讯（孙劲松 张韦）8月17日上午，江泽民故居迎来百名学生研学，他们来自江泽民同志的母校——扬州市东关小学和江苏省扬州中学。学生们怀着敬仰与爱戴之情，在江泽民同志诞辰100周年之际，深切缅怀他的丰功伟绩，深入学习他的崇高风范。

坐落于江苏省扬州市广陵区东关街道东圈门16号的江泽民故居，青砖黛瓦，古朴雅致，是全国爱国主义教育示范基地，分为东、西两路院落。西路院落是江泽民童年和青少年时期（1929—1940年）与家人一起租住生活的场所，东路院落为故居基本陈列场所，展陈以江泽民同志的生平为重点，分为“伟大光辉的一生”“爱国知识分子家庭”“扬州永远是故乡”三部分。参观过程中，学生们始终保持整齐列队，神情庄重肃穆。

“作为江爷爷母校的学生代表，今天来到这里参观，我心中倍感自豪，走进故居，崇敬之情油然而生。歌载里‘将来治国平天下，全靠吾辈’这句话，我一直铭记在心。”来自扬州市东关小学的牛希睿同学表示，要树立远大理想，努力学好科学文化知识，锤炼本领，长大后努力报效祖国，不辜负先辈的殷切期望，争做新时代好少年。来自扬州中学的刘亦杨同学在参观完江泽民故居后说：“我真切感受到江爷爷青少年立志追求真理的远大志向。我将铭记历史，传承这份厚重的家国情怀，在学习上脚踏实地、勇担责任，努力为社会贡献自己的力量。”

何为新时代好少年？

（上接1版）

仪式临近尾声，所有少年榜样一同登上舞台，齐声宣读《争做新时代好少年邀约》：“争做有志向、有梦想、爱学习、爱劳动、懂感恩、懂友善、敢创新、敢奋斗，德智体美劳全面发展的新时代好儿童。为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴，时刻准备着！”响亮坚定的誓言，回荡在演播大厅。

主题歌《我们是新时代好少年》随即响起：“最温暖的光来自太阳，也是我们努力的模样。”舞台之上星光熠熠，台下无数双目光满怀憧憬。

仪式落幕，但榜样的力量仍在不断生长。人群中，不少戴着红领巾的孩子小声讨论着。沈阳市沈河区朝阳街第一小学的李思诺对“好少年”有了更深入的理解：“现场每一位好少年的故事都值得学习，我今后要做一个德智体美劳全面发展的少年，继续做公益，在力所能及的范围内奉献自己的力量。”

少年们，于求知中扎稳根基，在探索中拔节生长，历经风雨磨砺舒展羽翼。这，便是新时代好少年最动人的模样。

活动由中央精神文明建设办公室、教育部、共青团中央、全国妇联、中国关工委联合主办。据悉，2018年以来，中央精神文明建设办公室等主办单位已连续发布10批全国“新时代好少年”的先进事迹，通过深度挖掘、多角度展示发生在少年儿童身边的感人故事，不断发现和推出可亲、可敬、可信、可学的少年儿童典型，在未成年人中营造学先进、当先进，争做“新时代好少年”的浓厚氛围。

全国各地以七夕文化 涵养文明新风

（紧接1版）湖南岳阳依托新时代文明实践阵地，开展团扇DIY、家风明信片创作，把移风易俗知识融入趣味游戏，实现润物无声的文明引导。

传统节日也不断探索更加多元的现代表达。光影流转，星河倾泻，浪漫氛围直接拉满。江苏宜兴是梁祝传说的主要发源地，当地的七夕活动以“忠贞爱情·蝶恋七夕”为主题，运用AI数字技术演绎古老传说。诗画舞蹈、情景诗朗诵、国风戏曲新唱、音乐剧等10余个节目轮番登台。

各地政务服务与文化宣传同步升级。多地在七夕推出景区、古镇特色婚姻登记点位，开启延时办公服务，让婚姻登记兼具仪式感与文化感。

线上平台掀起中式浪漫热潮，手写情书、家风故事、节日感悟等话题持续刷屏，全民参与、全网共享，让传统节日文化广泛传播、深入人心。

如今，七夕的内涵已从爱情延伸至家风传承、邻里和睦、青年交往等更广阔的社会维度。勤劳智慧、忠贞爱情、家庭美满的价值理念持续深入人心，为培育文明新风、构筑中华民族共有精神家园注入持久动力。

新闻深一度

解锁更多看点

“现在的书店同仁很努力，卖图书、文创、咖啡、简餐，推直播、建阅读中心、设展厅，搞得很热闹。但是卖书才是我们的基础，不卖书的话，书店还叫什么书店？”上海市书刊发行行业协会副会长、秘书长汪耀华提出问题。为探讨实体书店的发展空间，上海市书刊发行行业协会在2026上海书展现场推出“长三角品牌实体书店展区”，邀请沪苏浙皖4地20家书店参展，并举办“书店，今天如何卖好书”座谈会。

今年的政府工作报告提出“支持出版业繁荣发展”“支持实体书店发展”。实体书店该如何发展？守正和创新又该如何把握？迎接挑战和变化，这是实体书店从业者面临的共同课题。

挑战

“想办法吸引人、留住人”

“我们前后关了12家书店。”大隐书局创始人刘军说。

创立于2016年的大隐书局，首店位于上海武康大楼，2023年开设期刊主题书店“大隐书局·刊茶社”，2026年开设以世界文学为主题的特色阅读空间“虹书舫”，成为上海热门地标之一。

现在，大隐书局开在上海滴水湖畔的临港店已关店。临港店曾一度日均客流接近千人。

“摔倒那么多次，思考其中的逻辑，我觉得卖好书首先要选好书，注重差异化。还有就是选好流量入口，不要相信‘酒香不怕巷子深’，我们多家颜值高、地段偏的书店，还是没有生存下来。”刘军分析。他认为，书店生存还要做好关联业态，“虹书舫”有8个业态，包括文创、餐饮、演出、1平方米收藏

展馆“好奇角”等。

面对经营压力、图书定价体系等多方挑战，今天实体书店普遍转向多元经营：拓展文具、文创、咖啡、简餐等业态，配套开展各类阅读活动，尝试打造阅读中心、城市会客厅，更多呈现出“书店+”的面貌。

“所有‘书店+’，底层逻辑都是要有人，想办法留住好不容易进来的人。”大众书局营运中心经理刘晟坦言，大众书局不少店开在商场，随着商场人流量下降，书店也受影响。“为了生存，我们增加开放式座位和小型包间。我们有一家店还尝试引入拼豆，想办法吸引人、留住人。有人，书店才能活下去。”刘晟说。

对于大部分书店来说，图书销售已难以成为主营收益。

世纪朵云总经理吴军对比旗下两家门店的经营差异。思南书局的图书销售占比维持在50%左右，依靠持续举办读书会，沉淀了一批稳定读者。朵云书院·旗舰店则是另一番景象，到访人群里85%为游客，图书销售占比不足10%。吴军介绍，门店也在调整经营手段，此前朵云书院·旗舰店观光平台仅限消费咖啡的顾客进入，为拉动图书销量，现在购书满88元，同样可以前往观光平台。

也因此，“书店对卖书这个概念越来越淡薄，书店越做越难。”汪耀华说。

探路

“只有选好书，才能卖好书”

随着移动终端、电子阅读的兴起，实体书店受到冲击。“阅读介质更迭，传播技术变迁，未来对纸质书有着迷恋和崇拜的人，会变少吗？”有人问。

图书价格，也是一关。“书店进书一般在六折左右，最低五五折进，打八折卖出已经没多少毛利空间了，如果能原价卖出，那是皆大欢喜。但现在的图书从网络打折到

前景

“总会有书店和读者产生美好的关系”

面对持续变化的阅读市场，从业者在交流中寻找解法，努力让实体空间里的书本持续留住读者。各家书店探索的经营模式各有侧重，但仍有共识——图书是书店不可动摇的主角。

在上海书展这一沉浸式场域，20家书店根据各自的地域文化、个性特色选择主题，只卖图书，销售额每天都以三至四成的

白天观旧址、听宣讲，晚上看红色演艺

陕西延安暑期红色旅游持续升温

◎ 张佳仪

“行走在延安的革命旧址，我了解了先辈们在这里奋斗的过往。课本里读到的文字，此刻有了真切感受。”8月11日，在陕西省延安市枣园革命旧址参加研学的学生张一冉，道出了众多游客的心声。

暑期过半，革命圣地延安红色旅游热度居高不下。宝塔山下、延河岸边，来自全国各地的游客络绎不绝。人们奔赴这片红色热土，寻访先辈足迹，体悟初心使命。

铁轨纵横

八方客流奔赴圣地

8月12日，延安火车站人头攒动。南来北往的游客拉着行李箱，背着双肩包鱼贯而出。

来自湖北十堰的张健带着家人快步走在人流中。第一次踏上延安的土地，他满是期待：“早就计划带孩子来实地感受红色历史。过去路程远，一直没能成行，现在高铁直通延安，一趟说走就走的红色之旅终于实现了。”

2025年底，西延高铁全线通车，延安迈入高铁时代，形成外联全国、内联城乡的现代化轨道交通格局；今年7月，依托西十高铁运力，延安至韶山南直达高速动车组列车开行。

截至目前，延安高铁可直达北京、上海、广

州等15个城市，连接京津冀、长三角、粤港澳等核心经济圈。

今年暑运以来，延安火车站日均发送旅客达1.59万人次，较去年同期增长27%。省外、北京、上海、成都、重庆方向客流增长尤为明显，省内客源以西安、榆林为主。

便捷的高铁大幅缩短了时空距离，也为延安暑期游和周末微度假注入了强劲动力。这个夏天，延安红色研学、红色文旅与黄土风情特色旅游热度持续走高，大批游客前来观光研学、感受老区风貌。

不断延伸的铁轨，正把“到延安去”变成一场说走就走的旅行。

薪火相传

老少共寻红色初心

从高校学子到银发老兵，不同年龄、不同身份的人循着先辈的足迹来到延安，在黄土窑洞间寻访初心。

7月中旬，由浙江大学马克思主义学院发起的“赓续百年初心 重走万里征程”全国高校暑期社会实践团来到延安。青年学子先后走进枣园革命旧址、延安北京知青博物馆等地，沉浸式回望那段革命岁月。

在中共中央西北局旧址，讲解员讲起延安

时期化学家华寿俊用马兰草造纸，解决边区“纸荒”的故事，深深打动了青年学子。陕西师范大学化学专业学生邹文慧说：“这次延安之行让我明白，必须深入基层一线去实践，把论文写在祖国的大地上。”

与青年学子同样心怀赤诚的，是一支成员平均年龄65岁的队伍——陕西军梦战友艺术团。这支由70余名退休同志组成的队伍，2025年从江西瑞金出发，走到贵州遵义。今年6月，他们再度集结，横跨川、甘、宁、陕多地，翻越夹金山、穿越松潘草地，跋涉5000多公里，于“七一”前夕抵达吴起县。

6月29日，在吴起县中央红军长征胜利纪念馆，老同志们看到歌曲《到陕北去》的简谱，情不自禁齐声高歌。富有感染力的歌声在展厅回荡，引得其他游客纷纷驻足。

陕西军梦战友艺术团政委兼指挥唐振刚说：“我们想告诉后人，红色的路，永远有人走；红色的歌，永远有人唱。”

实景焕新

红色历史声声传扬

暑期客流大幅增长，如何让游客获得高质量的文旅体验？延安各大景区给出了自己的答案。