

夜色之中“书灯”长明 指引你我点亮岛城

青岛如是书店石老人店24小时营业制已走过5个年头



深夜里如是书店石老人店仍有不少人在阅读。受访者供图

晚上12点,夜色越来越沉,石老人海滩逐渐褪去喧嚣,只剩下海风拂过和海浪拍打沙滩的声音。在海天交融的夜色当中,有一盏“书灯”24小时为这座城市点亮。2020年4月,位于青岛市崂山区海口路278号的如是书店石老人店正式开启24小时营业制,到如今已经走过了5个年头。4月23日是“世界读书日”,记者走进这家书店进行采访。

杨雪 青岛报道

24小时精神灯塔 照亮夜归人

如是书店石老人店坐落在美丽的石老人海滩上,这里白天游人如织,是妥妥的网红打卡地。而入夜后推开书店的门,店里依旧有顾客落座。温暖的灯光洒在书页上,咖啡的香气在店里弥漫,一个温暖又被书香环绕的夜就此展开。

在如是书店石老人店实行24小时营业的5年时间里,店长蒋建华也担任了“守夜人”的角色。“我们晚上一般会配置2名店员和1名保洁人员,为顾客提供相应的服务。”蒋建华称,书店于2019年正式开业,2020年4月就开始实行24小时营业制,而这一切也源于如是书店创始人郝照明的情怀。“因为郝总是一个很有情怀的人,他一直想要打造一个属于青岛人的精神灯塔。因为灯塔是24小时不灭的,所以他就有了要打造一间24小时书店的想法,为有精神文化需求的人提供一个夜间的去处。”

如是书店也真正实现了为夜归人提供一座精神灯塔的初衷。晚上12点以后的书店里依然有它的忠实客人,这里有来寻找灵感彻夜写作的作家,也有来学习的学生,有赶飞机前稍作休息的旅客,也有下班后来短暂放空的外卖小哥。人们在这间不打烊的24小时书房寻找到精神的栖息地,而书店也因为有人的到来而更加温暖。

因为在景区内,书店也收获了一批“追日出的人”。让蒋建华印象深刻的是,在守夜的几年中,经常会半夜接到顾客的电话,询问是否24小时营业。“有些客人在确认我们营业后,半夜拖着箱子就从机场过来了,在店里休息休息早上直接看个日出,这样也省了一晚酒店的开销,对他们也合适。”

多样化产品 “+”出书店新业态

作为一家开在景区的独立书店,如是书店石老人店从来不是传统型的书店,而是一个复合型的空间。蒋建华介绍,由于景区店位的特殊性,考虑到人流的影响,书店在开店之初就加重了咖啡餐饮板块的比重,“和书籍能做到一半一半。”而从最初的售卖图书为主,到现在店里的书全部拆封免费开放阅读,也是书店根据运营情况进行的合适调整。“我们目前店里有4000多本图书可以免费阅读,主要是人文社科类的内容,这个数量比很多书咖还是要多很多的。”蒋建华说。

近年来,随着网购的发展,人们阅读方式的变化,实体书店也面临前所未有的冲击。面对“危机”,如是书店不断推动经营模式调整,近两年在原有的“咖啡+图书”模式的基础上,进一步加大文创产品的比重。“近几年,青岛文创发展非常红火,包括文创产品的开发、设计、包装等各方面都非常全。在过去,文创产品可能只是我们店的一个附属板块,但到现在已经成为店里经营的重要板块,目前文创的销售占比可以达到30%以上。”

作为书店的重点发展内容,去年12月,如是书店上线了自己的原创文创品牌青岛海鸥“红嘴小古SOGULL”。每年冬天,游客因海鸥来到青岛,已经成为栈桥的一大冬日旅游特色。而产品则以每年冬天从西伯利亚飞来青岛的红嘴海鸥为原型,打造了既有青岛印记又十分可爱的文创IP。蒋建华介绍,目前店里原创的文创产品可以占到所有文创产品的三分之一左右,“今年‘五一’之前我们还会上线小古的毛绒玩具。”

除了文创产品,书店也会定时推出各类文化沙龙活动,包括图书签售会、读书沙龙等。去年夏天,书店与崂山区文化和旅游

局共同举办了沙滩音乐节活动,进一步拓宽书店应用场景,以“小小书店”玩转出大天地。

“书店+”模式是自救 更是生活新方式倡导

在实体书店屡遭冲击的情况下,“书店+”成为不少实体书店为求生存纷纷探索的经营新模式。如是书店石老人店经营模式的不断更新是否也是一种“自救”探索?蒋建华给出的答案是肯定的。“因为实体书店的运营成本非常高,图书非一些特殊原因也不会打折,一般会原价销售。现在随着网购的发展,很多人都会在网上买书,二手图书市场也发展起来了。而且现在电子书也非常受到读者青睐,实体书店想要生存下去其实是很困难的,所以就会融入一些新的业态。”

在“自救”之外,如是书店实行“书店+”模式更多的则是想倡导一种新的生活方式。蒋建华说这样的模式更多的是想改变大家的传统认知,让大家了解到独立书店不仅是卖书,更是一个复合型空间。在这里人们既可以喝咖啡,又可以购物,还能看书,同时满足各种各样的精神文化需求。这也是创始人郝照明的初衷:书店经营不单单是卖书,而是拥有餐饮、文创、品牌活动的复合型经营业态。在图书销售之外,书店的品牌活动、特色产品、顾客群体汇集成的品牌文化至关重要。借此,书店可以在受众中引领一种生活方式,倡导独特的品牌理念。

如是书店的探索从未停止。去年12月,书店推出“日出套餐”,为来石老人追日出的游客提供健康简餐,在温暖游客味蕾的同时,又给足早晨的“仪式感”,受到游客的欢迎。

24小时的城市书房既是探索,也是城市文化的精神空间。它在日夜更替中,始终坚守着自己的文化使命,用阅读之光照亮了青岛的夜空,也为这座城市始终留有一盏“书灯”。

在济南历下区中和广场1号楼2601,藏着一家别有洞天的小众书店——“还在书店”。没有显眼的招牌,也没有刻意的营销,却在开业两年间成为众多读者心中的“精神乌托邦”。店主西西用一种近乎“佛系”的姿态,构建了一个反商业逻辑的阅读空间,也在实体书店式微的当下,书写着属于小众书店的生存密码。

李苗 郭辰昊 济南报道

“图书盲盒”变成 一场双向奔赴的对话

47岁的西西坐在阅读桌前喝着咖啡,说起开书店的初衷,眼神里闪过一丝温柔,她说:“其实我从小就想开一家属于自己的书店,把自己喜欢的元素集中在这家店里。”

学英语专业的她,毕业后进入一家做医疗设备的外企,过着朝九晚五的白领生活,却始终觉得“心里缺了一块”。

两年前,西西辞去工作,把“一直占着脑子里某个角落”的想法变成了现实,“开一家属于自己的店”。

起初,西西并没有太考虑盈利问题,选址也选在了并不显眼的写字楼里。“如果你自己焦虑,那种情绪会影响给书店的气氛。”她希望这里是一个让人放松的地方,而不是一个被商业气息包裹的空间。

书店开业后,西西留意到其他书店推出“图书盲盒”活动,起初她并不认同这种形式。作为一个清楚自己阅读喜好的人,她坚信选书应是发自内心的自主选择。

然而,越来越多的独立书店尝试这种模式,她开始动摇,并尝试推出“可许愿的图书盲盒”,即通过读者留言了解需求,再为他们挑选合适的书。

读者们纷纷给西西留言,介绍自己的性格、喜好,或者收书人的特点。每当收到这些留言,西西都能在脑海中勾勒对方的形象,再据此精心挑选书

籍,搭配明信片、藏书票和小文创,包装成礼物的样式。“在这个过程中我觉得跟大家产生了一种交流。”

从拒绝图书盲盒到从中找到成就感和乐趣,西西没想到这件事会给她带来这样的体验。“还在书店”仿佛不仅是一个读书的地方,还成了一个连接人与书的媒介,甚至成了某种情感的载体。

在“不盈利”中 寻找平衡

西西的书店并不好找,能找到的读者往往都是特意寻来的,他们喜欢这里的氛围,觉得放松、自在,就像待在自己家里一样。

书店书架上陈列的,多是店主西西个人喜爱的书籍,而非畅销榜单上的热门读物。“有人说我这的书‘没见过’,但这正是我想要的——如果读者在别处都能买到,为什么要来我这里?”

对西西来说,这家书店更像是一个开放的书房,可以认识更多喜欢看书的朋友。每个月末的读书会,是她最期待的时刻。在这个小小的空间里,不同的人带着自己喜欢的书聚在一起,分享各自的阅读体验。

西西坦言,自己的书店并不以盈利为目的,更在意的是它的持续成长。“就是可能让大家感受到书店始终在成长,不断做一些新鲜的事情。”

“独立书店能生存下去,这也给人更多开办独立书店的信心。”在西西看来,更多独立书店的出现,代表着城市居民对阅读和精神生活的追求。

藏
在
写
字
楼
内
，
推
出
『
可
许
愿
的
图
书
盲
盒
』

这
家
不
一
样
的
书
店
『
还
在
』

催款通知

济南市历下区甸柳中心幼儿园:

贵单位于2023年7月委托山东齐鲁壹点传媒有限公司(以下简称“我司”)提供相关技术服务,并于合同中约定2024年8月31日前向我司支付服务款项50万元,但至今贵单位仍未履行付款义务,已构成违约。我司本着友好协商解决的原则,多次与贵单位沟通、协调付款事项,并分别于2024年9月、2025年1月通过书面催款公告、律师函等方式催告,期盼贵单位妥善解决,均未获得有效回应。

为维护我司合法权益,现郑重公告:请贵单位于本公告发布之日起7个工作日内付清所欠服务款项,逾期仍未支付,我司将进一步通过法律途径予以解决,由此产生的一切后果由贵单位承担。

特此函告。

2025年4月24日