

编者按：近日，小编走访了丰台几家主题书店，除了各具特色之外，让小编为之感动的是这些书店的创办者，他们有一个共同的特点——都有一个“书店梦”，喜欢阅读、与书友交友、为实现理想一直在努力奋斗！正是他们执着的热爱，让丰台书香正浓！

让书香成为丰台的城市味道

西西弗书店 参与构成本地精神生活

突破“以书而书”传统模式 创新“三位一体”复合模式

据了解，西西弗在国内图书行业首开先河，2009年就开始与商业地产合作，引入“park”书店概念，旨在打造以书店为主体、满足不同文化消费需求的生活体验馆，此种概念不仅在全国书业尚属首创，在全国商业业态中，也极为前沿。也就是从2009年开始，西西弗开始进驻全国各大购物中心。为了顺应现代消费者生活形态和需求的变化，西西弗改变“以书而书”的传统模式，创新提出“三位一体”的复合模式，park书店也就横空出世。可以说在一定程度上极大地弥补了国内图书行业的空缺。

西西弗书店自主研发了独有的商品流控系统，配合庞大的零售分析运营管理体系，使得西西弗书店的每本书都能精准定位到店内的最佳销售点，并结合商品的品质属性与市场销售属性在店内进行区位流动。如此既能提高读者新鲜感，吸引客群的周期性消费，确保客群黏度；又能时刻监控市场变化、及时反应适应市场选择。

为实现“互动体验”功能，西西弗书店推出多形式的演讲会、读书会、生活荟、签售会等“主题”文化活动，架起了一座作者与读者的联心桥，采用线上线下参与、交流、分享，把阅读的幸福感受分享给更多人。还有就是与“生活”主题关联很强的书友活动，例如手工茶艺、主题音乐会等分享型活动，还有以公益基调的“为阅读留一盏灯”暖心计划，这些构成了复合的文化体验形态，也生动地诠释了“参与构成本地精神生活”价值理念。

在书香咖啡香中度过闲适时光

西西弗书店的主题空间由“PARK书店”“矢量咖啡”“不二生活”“七十二阅听课”等功能性子空间品牌组合而成，借用购物中心发达的商业资源和大量而稳定的客群，充分运用了橱窗文化，展示精品图书和创意产品。更值得一提的是，与咖啡馆结合，矢量咖啡几乎成为阅读标配，让书友在书与咖啡中度过闲适时光。西西弗书店已完全跳脱传统概念，在这里有学生、文化人、时尚人士等各类不同人群，是他们更愿意把时间留在这里，闲适游逛、停泊驻足、书香芬芳。

书店作为城市空间的构成部分，既是参与者，也是辐射源。涉及读者群构成也更显多元，在这样的开阔语境下，西西弗书店“引导推动大众精品阅读”，满足不同书友的阅读需要，使书友在清雅、静谧的环境中，感受文字之美、书香的力量。

本报讯（通讯员 乐天 姚思雨）位于龙湖丽泽天街的二层，有一家宝藏书店——西西弗书店，闹中取静，英式复古风装修，整体环境温暖舒适，书籍种类繁多，也有专门的儿童区，无论何时人都很多，外面有位置可以坐那里一整天，没有位置也可以在矢量咖啡，捧一本好书，喝一杯咖啡，享受片刻的宁静和愉悦……不知从什么时候开始，这家书店以精致、舒适、高颜值悄然走进我们的生活。“西西弗书店”的名称源于希腊神话，西西弗就像人类所困惑的思想牢笼，在自我精神的建树中不断向上的过程。构筑本地精神生活，探究不断向上的密码，带着这份好奇，我再次走进西西弗书店。

始于城市精众化 精品阅读融入城市文化生活

西西弗书店这家黑标店在龙湖天街开业之初就入驻丰台，在北京，时间与效率都是较为被珍视的资源，恰恰是这快节奏的旋律，也为这里注入了生活、奋斗的新鲜动力。看重独特的风格、追求特有的生活方式……正在重新定义“精众”，“差异化”“个性化”“精细化”“精致化”成为新的符号标签。

作为最早一批民营书店之一，西西弗伴随图书行业、图书市场的变迁，历经实体书店的蓬勃萌芽、艰难求生、行业转型……理念不断发展，为书店的迭代更新注入蓬勃朝气，以探索与创新，构筑城市文化生活方式，以城市精众化为引领，推动精品阅读。

再次走进西西弗书店，不得不说它的体验感越来越好，既感觉像自家书房，又似乎是一家精致小店，音乐、灯光、陈设好像都能瞬间把人从聒噪中拉回到书香的静谧。这种融入并没有让人感觉很刻意，好像老朋友相见，又好像与自我相约，在这里遇到最好的自己。



青少年家庭看过来，周末读书交流好去处

方庄文化艺术中心活动预告

主题：直面AI时代，为什么审美能力是家庭教育的刚需？
时间：12月9日（本周六）15:00-17:00
地点：方庄文化艺术中心一层书店

《少年时》阅读推广人小卓老师，与您交流如何用一本书唤醒孩子对美的感知力：走出“程序化”技术培训，用心感受、欣赏艺术之美；美的背后有哪些科学原理的支撑？顶尖艺术家、设计师如何解读艺术？

本次活动适合青少年家庭和想要提升艺术素养的朋友。现场互动还有《少年时》提供的小礼物赠送，欢迎大家积极踊跃参与报名。



伯鸿书店

打造文化消费新空间



本报讯（通讯员 吴魏）书店是丰台城市文化生活的重要组成部分，许多专业学术书店，为不同的读者打开了通往各自领域的大门，展现出一个又一个既深且广的世界。传统文化本身不仅呈现在经典和典籍里，它也融入到我们普通人日常生活的点点滴滴。

旧书不厌百回读 熟读深思子自知

伯鸿书店是一家以古书、旧书为特色的书店。我们这里说的古书、旧书不是指书的出版时间，而是指书的内容。

伯鸿书店位于北京市丰台区太平桥西里三十八号，坐落在西南三环六里桥东南角，地处北京金中都遗迹文化带和丽泽金融商务区，是丰台区的文化地标之一。从书店招牌的风格，我们首先感到了一丝古韵，木质的招牌不大，上面用深绿色油漆漆着繁体的“伯鸿书店”四个字。整个书店的外观是以落地窗为主，既让行人从外部就可以瞥见书店内的面貌，也让书店内的采光更好。书店外部两端则各种了一小片竹子，东坡居士曾说“宁可食无肉，不可居无竹”，可见古文人墨客对竹的欣赏与喜爱。书店的正门店招牌两侧是用青砖砌成的门框，招牌上面则是用灰瓦做铜钱纹造型的上沿。整个门脸透露着古朴、典雅的气息。

百年中华书局 重现“前店后厂”景象

伯鸿书店于2017年营业，主要经营中华书局自己的本版书。就像民国时期很多出版社都是“前店后厂”的经营模式。伯鸿书店坐落在中华书局办公大楼的一层，楼上是编辑同事对书稿进行加工和整理，楼下是销售人员对图书进行介绍和销售，可以说是重现了出版业昔日一个“前店后厂”的景象。这里也就可以解释一下书店名字的由来了，“伯鸿”正是中华书局创始人陆费逵先生的字，故而书店的名字称为伯鸿书店。

1912年元旦，陆费逵先生在上海创办了中华书局，提出“教科书革命”和“完全华商自办”的口号，与商务印书馆竞争。1912是中华书局创建的年份，并迅速发展成为当时国内民间第二大出版机构。迄今为止，中国超过100年历史的出版社只有两家，其中一家就是1912年创办的中华书局。

打造成读者心中的宝藏书店

伯鸿书店作为百年老牌出版社的展示窗口，在读者与出版社之间架起了一座沟通

的桥梁。在这里几乎可以找到中华书局在售的任何书籍，甚至一些市面上已经买不到的断版书、绝版书也会藏在书架的一角等你发现，更可能和不定期来书店签书的作者、来书店翻书的编辑不期而遇。店员们有时还会把作者签好的书随机插到书架上几本，称之为“埋彩蛋”，看看这些书会被哪些幸运读者买走。伯鸿书店也在努力将自己打造成中华书局读者心中的宝藏书店。

走进书店，正对面收款台上方是冯其庸先生八十五岁时写的一幅字，上书“以古人为知己，集斯文之大观”。书店东墙上挂着书法家刘涛老师写的一副对联“两半竹见君子，十万卷书思古人”，也是极其符合伯鸿书店的气质。整个书店是一个东西向比较狭长的布局，南边一整面都是落地窗搭配座椅景观位，您可以在这里坐着看看书、喝喝咖啡喝喝茶、晒晒太阳，感觉是非常惬意的。整个北面都是陈列书架，中间部分也是一些图书展台。

经营本版书 专注传统文化传播和传承

我们再来看看整个书店的图书分布。前面提到过，伯鸿书店主要是经营中华书局的本版书，所以图书的选品全部都是传统文化方面的，以古籍居多，涉及文学、历史、哲学、语言文字等学科。大致是西侧主要以大众普及类为主，比如“中华经典藏书”系列、“国民阅读经典”系列、“中华国学文库”系列和“中华经典名著全本全注全译”系列等等；东侧主要是以专业的古籍整理类书籍为主，像是“二十四史”系列、“史学基本典籍丛刊”系列，还有“古典文学基本丛书”系列等等。

在书店东侧中间位置有一片玻璃展柜，里面展示的是特殊版本书籍，有作者签名本、钤印本、毛边本；对面的玻璃展柜里则展示了一些文创产品，像一些笺纸、印章石料、品茗杯等。

在玻璃展柜往东有一个写毛笔字的台子，每年春节前伯鸿书店会请一些书法界比较有知名度的老师到书店为读者朋友写春联、写福字。

在书店东侧的尽头有一个小小的水吧，在书店读书小坐时可以点一杯咖啡或者一壶香茗，度过一段舒适、恬静的阅读时间。

多年来书店专注于传统文化的传播和传承。经常会有书局作者名家大家老师来到书店，书店作为文化消费新空间，让更多的人走进了书店，读者不仅是来买书，也可以来这里看书，可以听讲座、做研学。

伯鸿书店开业后已成为丰台区的一处文化地标，为读者和附近居民提供了非常好的文化传播空间。所谓“鸟欲高飞先振翅，人求上进先读书”。