



薈之屏书店



福荫书店



内山书店

## 海河书香里 实体书店三个生存样本真实日常—— 阅读本身自有生生不息的力量

### 天津全民阅读调查

2026年海河书香节·水上公园书市人流如织,各家出版社、书店活动异彩纷呈。这番热闹能否沉淀为日常,点亮城市角落的实体书店?书店在全民阅读中究竟扮演什么角色?只靠卖书,能不能活下去?带着这些问题,记者走进天津三家风格迥异的实体书店,用一手现场观察与真实经营数据,写下这份属于阅读推广者的生存答卷。

#### 薈之屏书店 小区里守了33年 只靠售书也能稳健经营

早晨7点,薈之屏书店的门被推开,60多岁的李薈与店员将书籍装车赶赴水上公园书市卖书,店里没有咖啡香、没有文创摆件,目之所及全是书。这家藏在居民小区的书店,已经纯靠卖书存活了33年。

“我们没咖啡、没文创,不是不想做,是真没地方。”李薈笑着说,“从9岁到现在,书就是我的命。谁要说我的书不好,我能跟人急。”

凭着对书的热爱,这家临时开在小区的小店,没想到一开就是几十年。“三联、人民文学、广西师大、漓江、中信、百花文艺等出版社的书,我们这儿全有。”李薈的选书标准很“偏”,只留内容扎实、做工精良的好书,也正是这份“偏”,让书店成为爱书人心中的隐秘宝地。

“我会给读者推荐适合的书,也会拦着他们买不适合的书。”李薈介绍,店里日均客流不过十几二十人,却很少有空手离开的读者。早期依托周边天津师大、天津理工、天津社会科学院的学者们起步,如今老读者带来了新读者,口碑越传越远。“现在,很多作者主动和我联系,要在书店开读书讲座,一群爱书的人聚在一起别提多开心了,同时也对图书销售很有帮助。”李薈说。

撑起书店的,除了爱书之心还有她“走出去”的韧劲。与滨海新区的政



企合作超20年,即便驱车一个半小时到南疆港区,她也从不推脱;企事业单位团购,她包好书本挨家送;河南的一家企业还请她举办线上读书讲座,售卖好书,她用真诚换来信任。

李薈告诉记者,书店近几年营业额逐渐下滑,三年间,书店营业额同比减少约三分之一。利润收窄,但依然能保障3名员工每月不算低的薪资与每年1万元的奖金。

傍晚,李薈收摊回家。33年风雨,她用最朴素的方式证明:实体书店不用靠花哨业态,只要真心爱书、真诚服务,只卖书也能立足。

#### 福荫书店 8年无人售书 实现零丢书纪录

连续多年获评“天津市最美书店”,8年“无人售书”没丢过一本书的福荫书店,在不大的空间里,封面精美的书籍整齐码放,每一本都透着让人忍不住伸手的颜值。

记者到店时,23岁的小宋正在店内选书。攀谈中,她告诉记者,自己是店里的熟客,几乎每个月都来逛一逛。不多时,她抽出一本散文集并看向封底定价,随后拿出手机查询。几秒后,便在登记册上写下购书信息并付款。“是和网上的价格差不多吗?”记者上前问道。“这儿卖得便宜呢,我这本书网上还贵两块钱。”小宋回答。

“这是我们店的常态,无人值守全靠自觉。”当天下午,记者在2026年海河书香节·水上公园书市见到了正在

摆摊的店主刘毅,“进来的顾客几乎没有空手走的,但确实大都会查下网上的价格。我不怕顾客比价,这也很正常!”说着,刘毅搬出小马扎,与记者算起了书店的经营账:“我们店里基本能达到收支平衡。店里的房租不算贵,平时工作日一天的营业额三五百块钱,周日能冲到一千块钱左右。”

对于店里的商品结构,刘毅也大方承认:“店里的书,打完折利润最多10%,价高了卖不过网上。目前来看,店里的收入主要还是靠卖书,虽然文创产品的利润更高,但好的文创需要设计,我的原创能力不强,真要靠它赚钱力不从心。”说罢,刘毅指了指面前摆满书籍的摊位,语气又兴奋了起来:“我特别爱出摊,就盼着来书市。这里氛围好,来的都是爱书的人。这么多书店都在这,互相拉动,既能增加销量,还能培育新的客群。就拿我来说吧,上个周末两天,营业额就将近六千块钱,工作日一天也能两千多块钱,确实比店里生意好!”

未来是否会考虑换一家临街的店面呢?面对记者的问题,刘毅摆了摆手:“这种‘寻找’的感觉像探秘,能吸引真正爱书的人,也守住了一份信任。还是不换了吧,我怕丢了这份独特的‘味道’。”

#### 内山书店 文化磁场破圈 连锁书店的“守”与“新”

“我经常喝咖啡,在内山充值饮品卡,能享受全年免费借阅、听讲座,还

能享受购物折扣,太划算了。”周末的内山书店,热闹非凡,前来参加活动的万娜坐在活动区,等待创作者的分享。无需报名预约,读者只需买一杯饮品,即可围坐,听名家分享书籍创作故事。这是它获评“全国最美书店”的秘诀——以“情绪美学”打造城市文化磁场。

内山书店品牌总监赵奇告诉记者,不管怎么做,书永远是核心。赵奇强调,内山书店图书销售占比始终超过50%,坚守“书店‘姓’书”的底线。餐饮占比从2024年的12%提升至2025年的19%,文创、讲座活动及饮品的真正作用,是提升到店率,促进图书销售。

“我对实体书店今后的发展还是很有信心的。”赵奇笑着说,“我邻居这两天问,小赵你这段时间是不是会很忙啊?因为他知道全民阅读周开启了,这让我非常高兴,全民阅读的氛围已经渗透到基层,逐渐延续到店面了。”

内山书店的探索,是连锁书店的平衡之道——守住图书主业,创新服务模式,让阅读更贴近现代人的生活。

三家书店,三种经营路径,却给出了同一个答案:实体书店能活下去,而且能活得有尊严、有价值。

在海河之畔,这些平凡又执着的书店经营者,用一本本书、日复一日的坚守,写下最生动的账本:阅读有市场,书店有未来,阅读本身自有生生不息的力量。

记者 郑宝丽 侯蕾 摄影 记者 曹彤  
部分图片由书店提供