



货架上的商品宣传海报从设计到布置都是梁钰和同事一起完成。



梁钰自学钢舌鼓，每当有顾客来，他就当起了“老师”。



梁钰的休息日几乎都是在创意店、礼品展、文创展“淘货”中度过的，回来后慢慢整理展会材料。



传统的文房四宝，被“安置”在文艺店里就多了分灵气。



让书店联姻文创

□本报记者 孙妍 摄影报道

书店，对我们每个人都不陌生，无非就是买书看书。可如今书店一改原有刻板的面孔，变得高颜值，文艺范儿十足。经营模式的转型，对于书店职工的工作也是一次“脱胎换骨”的蜕变。梁钰，是北

京亚运村图书大厦的一名“老员工”，在书店求新求变的当下，他率先成了“吃螃蟹”的人。

2016年梁钰和另外两名同事一起创办了“亚运村图书大厦无二文艺店”，在创建初期，只有一个货

架，几十种商品，销售额更是“可怜”到不足挂齿。为了让这个货架有一个“店”的模样，打开销售瓶颈，梁钰可谓是煞费苦心，利用休息时间几乎转遍了京城大大小小的创意店、礼品展、文创展去“淘货”，寻求适合的货源，可信的商家进行合作。慢慢的文艺店的货品丰富了，无二文艺店真正有了店的样子，经营面积从一个货架扩展到将近100平方米，包括了绿植花卉、创意水杯、精美手账本、进口文具等上千种商品，销售也成倍增长。虽然打破了销售的僵局，但梁钰并没有满足现状，又自己的工作定下了新的“目标”——与大品牌合作，引进知名高端的产品入驻，提升文艺店的货品档次。

2017年4月，亚运村图书大厦无二文艺店与故宫文化中心“联姻”签订了购销协议，为了让故宫文创产品“出宫”后依旧受青睐，梁钰每次进货前都要去故宫各家文创店进行走访，及时了解新品的销售情况和哪些货品是顾客眼中的“宠儿”。此外，TY毛绒、阿狸等一些卡通系列的时尚商品也被请进了文创店。

“无二文艺店”在梁钰和同事的用心经营下，销售额收获了可喜的成果，得到了顾客认可，甚至被同行视为“阅读+文创”书店转型的成功案例。这个小店的发展就犹如书店改革进程的一个缩影，也影射出今后书店发展之路。在书店，点一杯咖啡度过悠闲时光；选购一些自己喜爱的文创小玩意；参加一次与阅读有关的主题沙龙……今后书店将给读者带来更多元的文化体验。



每次上新货时梁钰都会为顾客拍照发朋友圈。