

探寻实体书店的社交媒体“破局”之路

当线上购书冲击实体零售，不少实体书店主理人选择“转战”社交媒体，拍视频、做直播、发书单、卖盲盒……社交媒体账号正成为实体书店的线上“门面”。流量能否转化为真实客流？屏幕那头热闹，屏幕这头还能否守住书页间的温度？记者走访多家书店，探寻实体书店的社交媒体“破局”之路。

晚上8点，北京亦庄的爱尚有间书店，店门已经关上。书店主理人贺霞却还在对着电脑，剪辑白天店里举办的“亦庄雅集”活动视频。

这是包括贺霞在内的不少实体书店主理人的日常。当线上购书的价格优势持续冲击线下零售，数字阅读逐渐成为大众日常，实体书店一度被贴上“夕阳产业”的标签，客流稀少、盈利艰难成为行业常态。然而，社交媒体平台的兴起，为实体书店打开了一条低成本的生存通道。

《工人日报》记者采访发现，不少书店运营者抓住机遇，开始拍视频、做书单、搞直播，在新的传播土壤里，为实体书店寻找生存下去的新可能。

社交媒体账号是线上“门面”

开书店很难，这是多数书店运营者的共识。“现在已经不是单靠线下就能完全运营书店的时代了。”贺霞说。

线上购书的便捷与低价，几乎瓦解了实体书店的零售优势。“守着门店等待自然客流，无异于‘坐以待毙’。”贺霞直言，对大多数中小独立书店而言，没有雄厚资金和成熟渠道，从社交媒体入手，是成本最低、最直接的破局路径。

书店的社交媒体账号都发些什么内容？一类是活动预告。为了增加客

流、充分利用空间，不少书店会不定期举行读书会、手工、绘画等活动。“顾客买票来参加，门票是我们目前主要的收入来源。”贺霞说。她会精心制作海报发布在书店的小红书账号，借助平台的“附近”功能，吸引周边居民来参加活动。

其他的则是书店的日常。“这类内容要营造出一种‘岁月静好’的感觉，店里到了哪些新书、上了哪些饮品、阳光洒在书店的哪个角落邀请作家、编剧等文化与出版领域的嘉宾进行对话，分享他们与书、与书店的故事；小红书则延续了书店的人文调性，结合社会热点，围绕公众关切的话题组织相关书单推荐，以书籍回应当下的问题。”风入松书店小红书运营负责人三亚告诉记者。

也有书店选择在社交媒体运营上“借力起步”。在宣南书店主理人李楠看来，一个书店的社交媒体账号相当于它的线上“门面”，想要打造出贴合书店气质的优质账号绝非易事。“因此，在没有完全把握的起步阶段，我选择利用现有的资源，请已经有一定粉丝量的本地生活达人到店打卡，这样会比自己从头开始更能达到引流的效果。等书店体系成熟，再组建团队专门运营。”

引流后能带来什么

“走社交媒体这条路子只有一个最简单的目的，就是给书店引流。”李楠直言。费尽心力做内容、搞运营，流量真的能变成实实在在的客流与营收吗？

“做了总比不做强。现在店里有很多熟客都是通过社交媒体账号上的活动宣传吸引过来的，起到了一定的引流效果。”贺霞给出了肯定的答案。她表示，单纯做活动预告、书店日常，或许很难做出爆款流量，但能凭借真实的内容吸引来一部分志同道合的老顾客，为书店积累起忠实的读者群体。

相比之下，风入松书店的社交媒体布局则展现出了更可观的商业转化效果。三亚告诉记者，书店组建了专门的团队负责运营社交媒体账号，“线上布局带来的效果基本符合预期。除实现可观的销售转化外，各平台也积累了稳定的粉丝群体”。

在有些从业者看来，开社交媒体既是让书店活下去的无奈之举，也是在线上探索书店更多可能的积极尝试。

“我们在小红书平台推出‘女性主义盲盒’，将女性主义的相关书籍以年轻人喜欢的盲盒形式在笔记下的购物车售卖，取得了比较理想的营收表现。”三亚表示，线上的流量反向滋养着线下，不少读者都因为线上内容了解到书店，特意前往门店打卡，客流也逐渐稳定。

但在引流之外，贺霞也有感到遗憾的地方：“我理想中的书店，是一个大家坐在一起聊书、聊文学的思想碰撞空间，社交媒体能吸引一部分顾客，但是想要达成这样的‘终极梦想’很难。”虽然书店会定期举办读书会之类的文化活动，但她发现，即使是花钱买票来的读者，也未必读过或想读这本书，更多的只是想要“快速了解”。

书店的价值在连接人与书、人与人

“在经营书店的过程中，我遇

到了不少有意思的顾客，我想用书店账号把他们故事讲出来，让大家从人与书的故事中认识我们书店。”贺霞说，从事这份工作的初心，就是希望让更多人爱书、书店感兴趣。线上的一切运营，都是为了这份初心得以延续。

中国人民大学新闻学院副教授孙利军表示，书店除了展示、售卖书籍之外，还要和读者建立联系，在读者和学者、作者之间架设桥梁。“在人们生活节奏不断加快的当下，书店更应该做的，是营造让大家静下心来阅读、思考和交流的氛围。”他说。

这也正是所有坚守者的共识。李楠想把书店打造成一个松弛自在的文化空间。“来的人可以看书，可以聊天喝茶，也可以只是坐一坐、感受下书店的文化氛围。社交媒体的作用，只是让更多人找到这里、走进这里，把文化延续下去。”

“在技术带来日新月异变化的当下，现场的体验反而更加珍贵。”码字人书店主理人李苏皖认为，“现场的不确定性、真实世界体验激发的创造性，甚至那些在现场产生的错误，都是美好的、珍贵的。实体书店拥有现场的稀缺性，可以在迅猛变化的时代成为情绪休憩的出口。”

“无论媒介如何变化，书店的价值始终在于连接人与书、人与人，而我们愿意用更开放的心态，去找到属于这个时代的表达方式。”在三亚看来，直播、短视频这些由书衍生而来的线上探索，从来都不是为了取代书，而是为了让书能够继续存在下去，让好书传递给更多人。

（来源：中国新闻网）

我国氢能储运技术实现里程碑式突破

从中国科学院获悉，我国首个百万方级盐穴储氢示范工程25日在河南省平顶山市正式投产运行。这一重大工程补齐了氢能大规模、低成本储存的关键短板，标志着我国氢能“制-储-输-用”产业正式迈入规模化发展新阶段。

该工程由中国科学院武汉岩土力学研究所与中国平煤神马集团共同实施。武汉岩土力学研究所全程主导关键技术攻关，联合中国平煤神马、中国石油、中国石化等单位，完成项目选址论证、工程设计、技术方案优化及安全监测体系构建等全流程工作。

据项目负责人介绍，杨春和院士团队通过精细化选址选层方法，将钻井深度精准确定在1418米，主导建成水溶体积超3万方的盐穴腔体，完成150万标准立方米氢气储存，成功实现我国盐穴大规模储氢工程实践，攻克系列世界级技术难题。

工程实现多项重大技术突破。研发团队在国内首次利用层状盐岩建成储氢库，厘清氢气在超低渗岩盐中多尺度运移规律，形成盐穴储氢库精细选址选层关键技术，验证了层状盐岩储氢的长期密封性与工程可行性。同时，团队攻克临氢材料腐蚀、设备

密封等瓶颈，研发出抗氢脆套管及高密度井口装置，关键核心设备实现100%国产化，构建起自主可控的地下氢能储备技术体系。此外，工程首创“地表-井筒-腔体”天地空一体化安全监测技术与多源监测数据融合方法，实现对地面氢气浓度、井筒振动信号、气水界面深度、腔体地震信号等的全方位实时监测，保障工程安全稳定运行。

专家表示，作为国内首座盐穴储氢库，该工程的投产首次验证了我国地质储氢技术的可行性，为破解氢能大规模储备瓶颈提供了成熟技术路线。凭借规模大、成本低、安全性高的优势，工程打通了氢能全产业链关键难点，可高效消纳风光等可再生能源，平抑新能源波动，推动能源结构向清洁低碳转型，助力工业、交通、电力等领域深度脱碳。同时，自主可控的地下氢能储备体系的构建，对减少进口化石能源依赖、筑牢国家能源安全底线具有重要战略意义。

据悉，此次工程投产被视为我国氢能储运技术的里程碑式突破，也为全球能源转型提供了“中国方案”。

（来源：人民网）

一季度我国交通出行人数 177.7亿人次

记者日前从交通运输部获悉，一季度，我国跨区域人员流动量为177.7亿人次，同比增长2.2%。其中，公路人员流动量为163.8亿人次，同比增长1.9%；水路客运量为5856万人次，同比增长6.8%。

货运量方面，一季度，我国完成营业性货运量131.9亿吨，同比增长4.1%。其中，完成公路货运量98.8亿吨，同比增长4%；完成水路货运量20.3亿吨，同比增长5.7%。

港口货物吞吐量方面，一季度，我国完成港口货物吞吐量43.9亿吨，同比增长4%。其中，内、外贸吞吐量同比分别增长2.4%和7.6%。完成集装箱吞吐量8964万标箱，同比增长8%。

交通固定资产投资规模保持高位。一季度，我国完成交通固定资产投资6519亿元，其中公路、水运分别完成投资4437亿元和493亿元。

（来源：人民网）

我国专利创造能力持续增强

专利转化运用专项行动实施以来，累计培育专利产业化样板中小企业超3000家，一批主攻硬科技、掌握优质专利的中小企业成长壮大。

截至2024年底，全国的知识产权服务机构突破了10万家，较“十四五”初增长了39.7%。目前，我国已经形成覆盖代理、法律、运营、信息、咨询全链条的知识产权服务业态。

国家知识产权局近日公布的《2025年中国专利调查报告》显示，我国专利创造能力持续增强，企业发明专利通过研发获取的比例为87.4%，较上年提高0.8个百分点，较2021年提高了2.9个百分点，“十四五”期间该比例均在80%以上并呈稳步提升趋势。

这一成绩得益于我国从2023年开展的专利转化运用专项行动。专项行动实施专利产业化促进中小企业成长计划，筛选了近9000家高成长性的中小企业进行重点培育，提供专利导航、优先审查、保护维权等一揽子知识产权专

项支持政策和相关金融支持措施，打造样板示范，带动更多中小企业通过创新创造获得投资、成长壮大。

国家知识产权局副局长胡文辉表示，专项行动实施以来，专利转化运用助力产业创新作用更加凸显，累计培育专利产业化样板中小企业超3000家，一批主攻硬科技、掌握优质专利的中小企业成长壮大。胡文辉举例说，大家熟知的“杭州六小龙”的创新发展，很大程度上受益于浙江实施的中小企业专利产业化“金种子”计划。再如，一些知名车企聚焦动力电池等关键技术，打造专利密集型产品，实现了海外销量大幅增长。

亚太人工智能法治研究院院长刘德良认为，专项行动推动企业从“重数量”转向“重质量”，通过打通转化堵点、强化市场化激励，让专利价值在产业应用中变现。这倒逼企业以市场需求为导向创造高价值专利，形成“创造—运用—再创造”的良性循环，显著提升专利的产业竞争力和实际效益。

今年的《政府工作报告》在部署“扩能提质服务业”任务方面，明确提出发展知识产权等生产性服务业。国家知识产权局知识产权运用促进司司长韩爱朋表示，近年来，我国统筹知识产权服务业发展和监管，不断推动行业扩规模、提质量、上水平，对于提升企业创新能力和竞争力发挥着非常重要的作用。

韩爱朋介绍，截至2024年底，全国的知识产权服务机构突破了10万家，较“十四五”初增长了39.7%。目前，我国已经形成覆盖代理、法律、运营、信息、咨询全链条的知识产权服务业态。我国连续7年举办“知识产权服务万里行”活动，有效发挥知识产权服务机构在供需对接、技术评估、价值分析等各环节的重要作用。

推进知识产权金融支持，对于提高企业专利创造能力、实现知识产权价值应用、促进专利转化运用具有积极意义。胡文辉介绍，近3年，相关部门累计发放知识产权质押贷款约6000亿元，知识产权保险保额560亿元，知识产权证券化产

品规模超140亿元。

如今，越来越多的金融机构不再依赖固定资产抵押的传统信贷模式，而是根据技术成果、研发团队、潜在市场规模等要素判断企业创新的含金量。刘德良认为，在国家专项行动和针对性政策的指导下，相关国有投资机构能更充分理解和运用知识产权质押制度，为中小企业提供丰富融资渠道，从而解决中小企业融资难问题。

国家金融监督管理总局法规司负责人杜墨表示，下一步，总局将持续提升知识产权金融工作质效。推动金融机构持续优化管理机制，引导金融机构以数智化手段充分挖掘企业的金融需求，基于企业画像智能匹配产品服务，提高融资效率。同时，深化知识产权金融生态综合试点工作，及时评估试点效果，梳理试点工作形成的创新举措和良好经验，印发宣传典型案例，推广可复制的发展模式，并根据工作进展情况，研究扩大试点范围。

（来源：人民网）

“茶和天下·雅集” 中韩茶文化交流活动在韩举办

“茶和天下·雅集”中韩茶文化交流活动24日至25日在韩国全罗南道康津郡白莲寺举办，活动邀请西湖龙井制茶师赴韩宣传中国茶文化，近距离、多角度展示中国绿茶制作技艺。

本次活动由首尔中国文化中心和韩国康津郡共同主办，通过中韩绿茶制作技艺互鉴、中韩茶文化百人茶会、中韩茶文化项目考察与学术探究等活动生动展现中国传统茶文化，利用两国共享的东亚文化纽带，增进彼此间的理解、交流与友谊。

首尔中国文化中心副主任张观微表示，中韩两国地缘相近、人缘相亲、文缘相通，茶文化交流由

来已久。两国茶文化爱好者通过此次交流活动不仅能够面对面分享经验、探讨技艺，更能促进两国人民心灵的沟通与交融。加强中韩茶文化交流，有助于共同弘扬东方茶文化的魅力，提升东方文化在世界文化舞台上的影响力。

韩国制茶师、白莲寺副住持宗成说：“中国拥有非常悠久的茶史。这是我第一次近距离感受中国制茶大师从采茶到炒制的全过程及中国的制茶工艺。这对我来说是一次全新的体验，也让我对茶有了新的认识和启发。我觉得这是一次非常有意义的交流。”

（来源：人民网）



车让行人，人快走
出行文明，记心头

斑马线前 车让人 人快走