

建投书局：探索“不止于书”的无限可能

2014年，建投书店投资有限公司成立。建投书店致力于整合优秀内容的生产和输出能力，打造中国领先的文化消费品牌，向中国“高知、中产”阶层提供高品质文化消费服务。公司旗下的文化空间品牌、图书出版品牌——“建投书局”由此诞生。四年以来，建投书局主打人物传记特色、坚持举办与阅读相关的活动，致力于为读者打造有态度、有深度、有温度的复合型城市文化空间。

当下，书店业正经历着一场深刻的变革，建投书局秉承着“不止于书”的经营理念，正试图跳脱单一的文化卖场模式，在文化空间上探索出无限可能。

一、传记：从人物回顾历史

人，是万物的尺度。秉承着“每一个人物都是历史的缩影”的理念，建投书局致力于打造中国最好的“人物传记”主题书店品牌。

2016年，建投书店投资有限公司正式启动出版策划业务。以推动人类进步的人物传记为主题，把握消费者趋势，挖掘境内外出版资源，形成出版特色，成为人物传记文学出版的第一品牌。

而建投书局内部更是有着“人物主题月”“局君带你读传记”等一系列从线上到线下的活动。在建投书局·上海浦江店内，设有面积约一百平方米的传记图书馆，两侧八米高的书墙陈列的全是精选的传记图书。对于阅读的最佳伴侣——咖啡，建投书局也进行充满想象力的延展，在浦江店的传记咖啡馆里定期围绕主题人物进行相关咖啡饮品的创作。为了营造更为浓郁的主题氛围，建投书局会在每个月推出一个重点主题人物，即人物主题月活动——围绕这一特定人物举办丰富多彩的文化活动、主题展览，如书籍、手稿、旧物展览，以及探讨人物作品与人生经历的文化沙龙等。

对建投书局而言，“人物传记主题”并不只是一个用于营销的噱头，而是需要在各方面努力贯彻的精神核心。

二、艺术：让戏剧走进书店

2018年，继音乐、绘画、珠宝主题后，建投书局又将戏剧请进大门，打造了“书局有戏”系列活动，活动涵盖正剧、音乐剧、肢体剧、悬疑剧等多种类型，针对不同的剧目特色，设计出不同的活动内容。

久演不衰的经典戏剧佳作《长恨歌》，剧组为建投

书局·上海浦江店的读者特别开放参观后台的专属名额，让大家切实感受一部戏剧的诞生。而荷兰顶尖魔幻肢体装置剧场《一主二仆》魔幻之夜的活动，更是变书店为“木偶”游戏现场，展现了肢体剧场的魅力。

在视听兼备的音乐剧板块，建投书局则更侧重互动性与体验感。音乐剧《猫》原版导演特雷恩·纳恩在其首次中国之旅的行程中，便在建投书局·上海浦江店和读者进行了一场酣畅淋漓的对话。音乐剧《罗密欧与朱丽叶》的音乐指导斯蒂芬·梅托更是在该剧公演前夕做客建投书局·上海浦江店，为读者带来了剧中的经典唱段。

自2018年4月开幕以来，建投书局已成功策划了以“经典”“邂逅”为主题的两季活动，引入了8部好戏和11场优质活动。通过展览、分享会、工作坊、后台之旅、剧本朗读、纪录片放映等多元精品活动，让读者感受戏剧之美的同时，拓展了书店文化空间运营的边界。

三、思想：带大众智识生活

建投书局一直希望将城市文化空间的衍生价值最大化，因此两年来不断进行着从理性通识到艺术审美。书店致力于为自学者、有抱负的文化分子以及有意推动社会进步的个人和集体，打造一间书店大学。

2016年至今，建投书局共策划举办逾400场文化思想活动，汇聚各领域精英人士，以讲座、沙龙、展览、演出、文化旅游等形式来展现，惠及逾5万读者。

其中，携手虹口区委宣传部、澎湃新闻共同打造的高品质文化主题讲座品牌“建投读书会·澎湃北外滩”，在弘扬和传播海派文化中使读者深入了解了上海。而以“洞察历史、触摸当下、聆听未来”为主线的“JIC讲堂”，则深挖社会经济现象所诞生的文明与思想的土壤，呼唤全社会从另一个角度思索我们所处的时代。

建投书局的目标，正是为非专业的普通读者打破知识学科间的壁垒，提供一个进步的学习和观看之道，拥有21世纪最严肃、最饱满的智识生活。

展望未来，建投书局将继续以书店文化空间为载体，形成和构建所在城市的能量场，为市民和读者提供人文关怀和文化滋养的绿洲，发展成为一个具有思想深度的城市公共文化活动空间和交流平台，不懈探索“不止于书”的无限可能。

供稿：建投书局