

这家即将在9月30日开启的书店不仅将50米海岸线尽收眼底，更试图“俘获”青岛年轻白领的生活——

莒屋来了， 会颠覆青岛人的书店认知吗

□青岛日报/观海新闻记者 李魏



■海天MALL的外墙玻璃上“莒屋”的字样格外醒目。
王雷 摄



■莒屋青岛店内部陈设效果图。

9月30日，莒屋在中国内地的第七家门店即将在青岛临海商业地标海天MALL开启。

发端于日本东京代官山的莒屋书店，曾获评“全球二十家最美书店”之一，也是创始人增田宗昭几十年来不断创新的结晶。继2020年在杭州开出中国内地首店，它已相继登陆杭州、上海、西安、天津、成都五座城市，青岛将是它抵达的第六城。

书店在我们的城市、生活中将以怎样的内容与形态存在？莒屋从诞生之日起就选择了与众不同的路径。增田宗昭提出的作为“生活提案者”而存在的书店模式，随着人们阅读方式的转变、消费需求的升级，正日益颠覆书店最初的卖场及简易的图书加咖啡“人设”。当上一代“最美书店”所带来的有关书店的颜值焦虑渐次平息，书店的核心竞争力归于何处？占据青岛黄金海岸第一高度商业地标海天MALL，1200平方米、50米海岸线空间的莒屋的到来，能给出怎样的答案？

毗邻大海的“漫步小路”

最近，晚饭后在东海西路海岸散步的人们抬头就能看到海天MALL三楼的辉煌灯火，透过树木的间隙，在玻璃幕墙上映照出并不十分醒目的白色字迹“莒屋”。TSUTAYA BOOKSTORE | 莒屋，即将成为这座城市离海最近的书店，没有之一。

距离青岛莒屋开业还有一周，青岛信慧商业管理有限公司莒屋事业部负责人孙德君愈发忙碌。记者应约抵达，正赶上新一轮内部培训会，一名年轻的店员正在同事和书店总部工作人员包围中试读漫画游戏的图书，充满热爱的发烧友级带人推介赢得了激励的掌声。等待“拆封”的书店空间，洋溢着青春的活力气息，也让人对青岛莒屋未来的服务品质充满期待。

尽管店内的图书、货品以及各类陈设尚未完全就位，50米海景长窗一览无余的海面，还是会让每一位身临其境者惊叹不已。沿窗设置的小圆桌和直背沙发排列紧凑，带来面朝大海、春暖花开的真实阅读意境，预测这里将来一定会是书店最抢手的拍照打卡位置。

孙德君透露青岛莒屋的设计思路——“漫步小路”，它契合书店沿海岸伸展的狭长空间布局，也与海天MALL所倡导的有机舒适生活定位相合。书店中见缝插针的苔藓绿植，红砖墙的特殊设计，制造与青岛“红瓦绿树”的城市特色风貌相呼应的景观元素，让书店里的“漫步小路”更像是一次大海边的城市漫步。不过，重点还在“漫步”一词的内涵，在孙德君看来，“漫步”囊括了“发现”“体验”“放松”三种不同的生活感

知，正好组成了莒屋对于书店的个性定位。

书店引领的生活方式

莒屋书店的母公司是日本最大的企划公司CCC公司，大数据分析是它的强项，正因如此，创始人增田宗昭所定义的书店从来就不是商业零售业态中的特殊存在，而是同样遵循着特定消费盈利模式、为顾客创造价值的实体空间。一如他曾经的名言：“我从来不认为莒屋的商品是书和杂志，抑或DVD、CD。一直以来，我向客户提供的，不是一个实物，而是表现于其中的生活方式。”

生活提案才是这位书店人认为非卖不可的东西。他希望莒屋书店变成拥有许多生活提案的文化森林，而要做到这点，靠网络是行不通的，一定需要实体空间的发现与体验，营造舒适放松的空间情境。青岛信慧商业管理有限公司总经理藤贤二郎告诉记者，青岛引入莒屋山东首店，看重的正是此品牌打造的生活方式复合空间，它将悠然的海景与图书、文创、咖啡相结合，在商业体“内容延伸”与“场景塑造”上，为消费者打造出全新的体验空间，同时也焕新青岛市民的滨海记忆。他透露，与莒屋的接洽早在2019年就已开启，而书店的最終进驻，在某种程度上也是青岛城市影响力和文化消费实力跃升的体现。

稍作了解就会发现，每一家莒屋的业态定位都不尽相同，并与其所在地的周边环境、客群需求充分融合。全球最美书店之一的日本本土代官山莒屋，并不在繁华商业区，而是与自然景观情景交融，让客人更加亲近大自然；另一家早于代官山开启的枚方店，则是一处商

业综合体，8层的设计拥有餐饮、图书、旅行社、航空商务、住宿……此前进驻中国内地的6家门店采取的则都是合作模式，设计定位更是各具特色：杭州天目里的首店合作方是知名企业江南布衣，上海的上生·新所店的合作方是万科，原版艺术类书籍是其特色；天津店的合作方是仁恒伊势丹，突出的是来自世界各地的百货日用，西安的莒屋书店则毗邻君悦酒店……曾经在上海工作的藤贤特别提及了上海的上生·新所店，书店开在一座老建筑里，莒屋的进驻让周边的十余座历史建筑和工业建筑重获新生，成为有生活、有温度的活力社区。他认为，莒屋改变了人们对于城市偏僻地理位置的认识，启示我们书店不仅会带来商业模式和城市开发模式上的嬗变，也会带来周边商业价值的提升、城市文化的升值。

而作为具体的书店经营者，孙德君认为莒屋给青岛人带来生活方式的影响，首先是打开了消费者的视野。他提及青岛莒屋入口处的香薰陈列区，正预示着一一种新的文化生活的开启。

超越颜值的书店选品

选品的独到一直是莒屋的特色。孙德君表示，比之于对于华而不实的雕琢，书店的商品才是青岛莒屋最大的特色。

粗略估算，青岛莒屋拥有包括图书、文具、饰品、居家用品、户外用品、旅行商品在内的1万多个品种、5万余件货品，其中40%左右是进口商品。图书类别的选择中，尤其突出的是年轻白领的阅读需求。动漫类、游戏攻略类、艺术类入门级图书，绘本与插画，博物馆收藏类的画册……与IP区的各类原版周边手办，相

邻的文具区的创意设计一起，共同组成了“轻阅读”矩阵，无疑将引领青岛年轻读者的时尚化阅读生活。

如果想要阅读日本当月最畅销杂志，在青岛莒屋就能做到。孙德君特别提及，莒屋的杂志专区与日本杂志的上市时差将同步到一个月以内。

图书、杂志的陈列与各类文创商品的陈列结合，契合莒屋一贯的定位：生活提案者。通常每一家莒屋都会制造噱头，声称商品“只此一处可购买”。在青岛我们也在文具区域找到了这样一款“镇店之宝”，一支青岛莒屋首发的日本原创设计的手工钢笔，价值上万元。还有百年工匠品牌创制的海胆形状的背包，限量版的原创饰品……拥有创造性的商品显然才是创造顾客价值的前提，那些从10元到数万元不等的书店选品，本身已打破了人们对于书店的传统认知。

精准选品制造的稀缺性刺激了购买欲。在上海前滩太古里店能买到限定款的250年以上历史的日本传统工艺“木目込人形”之“召唤美丽的猫”，青岛店也有数款限定的招财猫，早在一周前就汇同会员招募，出现在青岛莒屋的微信小程序中了。

无论是藤贤二郎还是孙德君，都对莒屋的书店模式充满信心，在他们看来，莒屋早已走出了最美书店对于颜值外貌的路径依赖，它所创造的基于选品精细化的放松且具有舒适体验感和惊喜度的服务，正作为消费品质的见证，伴随人们消费需求的升级而变得更为大众青睐，在体验经济到来的时代，这一点显然更加重要。青岛莒屋的“漫步小路”或将为青岛本土书店带来新的经营视野。

“戏痴”沈浩：下一个目标是喜剧

从《赘婿》到《麓山之歌》演技不断提升 用戏路和艺德为角色加分

□青岛日报/观海新闻记者 米荆玉



王雷 摄

潜心打磨，演技收放自如

青岛是一个出演员、出重量级演员的地方，而作为青年演员的代表，沈浩近年来潜心打磨演技，在军旅电影、古装剧、献礼剧、工业剧等各个领域演绎了不少个性鲜明的角色。正在央视播出的《麓山之歌》讲述了中国重工制造业的发展之路，沈浩饰演的张彬与杨烁饰演的卫丞都是重工工业领域核心项目“麓山一号”的研发人员，在解决核心技术的征途上两人并肩战斗，然而现实的各种困难阻挡让张彬遭遇了一连串打击，使之逐渐“黑化”。如何阐释正面角色一步步的转变，既还原剧本又让观众信服？沈浩把一个在友情、亲情、报国情怀里不断挣扎扭曲的“张彬”演活了。这样一个高难度角色，也让沈浩演技得到全面展现，“演员为什么要沉淀？我有时候通过监视器回放看自己的表演，对照以往的‘纯净’形象，现在在我的表演进入另一个状态，脸上多了很多内容，角色的‘厚度’上来了。”

著名导演毛卫宁也是沈浩合作最多的导演，迄今已经合作了《功勋》《百炼成钢》《追光者》《麓山之歌》《我们这十年》五部作品，“遇到懂业务、惜才的导演，就像是遇到一个好将军

一样，真正懂演员、让演员发挥。在剧组里，毛导的创作激情感染了演员，大家随时随地琢磨自己的戏该怎么演，导演和演员能够形成合力。”《麓山之歌》集合了侯勇、杨烁等一批实力派演员，与他们合作也让沈浩受益匪浅。

除了现代戏，沈浩在古装题材、战争题材领域都有代表作，出演的第一部古装剧《赘婿》就成了爆款。他演绎的席掌柜从苏家生意场上的得力干将到叛徒，身份转折颇为戏剧性，“古装的表演方法完全不一样，现代戏的表演节奏比较快，而古装戏演员要‘端着演’，由于从头套到袍子的造型比较重，表演的节奏比较慢，台词也是书面语，要让观众有一种抽离感，进入另一个时代。”

在电影《中国蓝盔》里，沈浩塑造了一位擅长高科技技术的维和士兵，片中他有一段拆换弹夹的表演。为了标准地完成这一动作，呈现当代维和军人的形象，沈浩苦练了几个月，最终他圆满完成了1.5秒拆换弹夹的震撼表演。驾驭如此多变的角色，靠的是对表演的苦心揣摩，“编剧是一度创作，导演是二度创作，演员是三度创作。演员将自身与角色的特点糅合，研究角色是必须要做的功课。我个人有硬汉的一面，也有比较逗趣、朴实的一面，把自己的特点放进角色里，又把角色的特点放在自己身上，

这需要演员的创作。”

话剧锤炼，做有社会价值的好演员

2007年，沈浩从青岛考入北京电影学院，成为表演本科班的一员。毕业十多年，沈浩和他的同学们已经成长为中国影视产业的中坚力量，他们的艺术追求也代表了演艺工作者的主流，“演员这行并不容易，要流量还是要艺术，自己要想清楚。我的目标就是做一名艺术家，不想把太多精力浪费在流量方面。当前影视行业的浮躁之气越来越少，正剧、好剧越来越多，我要踏踏实实拍戏，一步一个脚印。”沈浩极力在社交与演艺中保持一份平常心，“我挺喜欢当下的状态：读书、锻炼，充实自己。”

大学毕业后，沈浩考进中国煤矿文工团，在话剧舞台上锤炼自己的演技，为接下来的影视表演打下深厚的基础。“我们在电影学院学的是镜头表演，而在话剧舞台上的表演不一样，就好比写文章，电影学院教你写一段内容，话剧教你写一篇文章——给你一个框架，需要自己填台词、填内容、填表演，这教会我怎么自己创作一个角色，这个创作体系让我受益很多。”

近期沈浩倾向于诠释喜剧角色，“喜剧分为很多种，但归根结底靠演员的个人魅力。当

有一天你的个人魅力给角色加分了，那就是好演员。我生活中本身特别逗，下一部作品我要诠释的是一个‘人狠话不多’而且很逗的角色。”据悉，沈浩在古装剧《紫川》里也诠释了一个“山大王”的喜剧角色，这个爱吹牛皮、遇事就怂、最终壮烈牺牲的角色将会让观众耳目一新。

在同期的演员里，不追求曝光率、不急于炒CP的沈浩显得非常独特。“我在乎内在的东西，不断拍好作品，不断沉淀自己，接受时间的磨炼。”展望未来，沈浩对自己的设定就是简单的“好演员”三个字，“我研究过韩国演员河正宇的成长史，他就是跟着好团队，不挑剔角色，多小的角色都演，受到好的熏陶，最终成就了他的演技。”戏约不断的沈浩正处在厚积薄发的黄金时代，“演员做到一定阶段，就会考虑‘你做这个工作的目的是什么’。在我看来，好演员最重要的是社会价值，为社会做一个榜样。我觉得我能成为好演员，我也一定会成为好演员。”



2022年下半年，青岛籍演员沈浩进入了事业爆发期。8月份起，他的当代重工制造业主题新戏《麓山之歌》登陆央视一套，反响热烈；另一部“国家广电总局迎接二十大重点剧目”《我们这十年》预计将于国庆节档期在央视播出，同样备受瞩目；沈浩的新片8月底在东方影都拍摄，也是一部业内重量级阵容作品。

作为一个“戏痴”式演员，沈浩近年来戏约不断，戏路持续拓展，从硬汉电影《中国蓝盔》到古装热播剧《赘婿》再到央视大戏《功勋》，他在不同类型作品里打磨演技，同时通过积攒一个个角色来自我沉淀，让观众看到俊朗外表下深层的宝光流转。

在接受采访时沈浩表示，疫情让影视行业进入冷静期，也让自己看清了未来的方向，那就是对表演艺术的矢志追求。谈及未来的戏路，他表示希望进入喜剧领域，一方面释放自己的喜剧天赋，另一方面在多层次、多侧面的角色中展现演技，为观众塑造过目难忘的角色。