

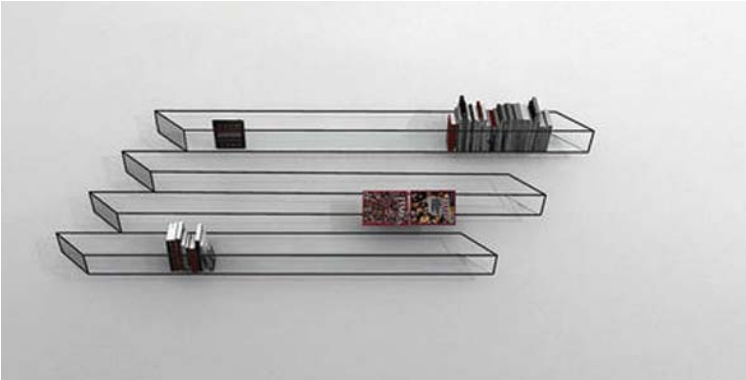


电子书数不胜数的今天,纸质图书的精致和优雅更显得珍贵,古人藏书万卷着实让人羡慕,但是城市中寸土寸金的房间则很难做到如此。因此,如何用最少的空间让家中书香满庭,就成了不少爱书之人的难解之题。

这些设计让家书香满庭

神奇的“飞书” 吊起来更有情调

设计师 Kiril Gitman 设计的这款名为“与书相伴 (BY THE BOOK)”的飞行书架,由一个固定在天花板上的金属板以及若干根金属丝组成,看上去很抽象,在这个书架的金属丝上穿有很多金属托,用来将书竖直固定,就这样把书穿成一串儿,仿佛飞翔在空中,在这样的环境下看书,会有种整个人都在云朵里的感觉。



画在墙上的书架 欺骗你的眼睛

这是由著名建筑师 John le-ung 和 Clarkehopkinsclarke 设计的等距书架,是对 2D 图纸转化的挑战。乍一看,这个书架好像是画在墙上的。这个叫做 Isometric 的书架尽管看起来只有些框架,但这些框架之间没有任何介质,但它依旧可以承受着书籍、杂物的重量,那是因为这些框架之间都镶嵌着玻璃,这种视觉的错觉看起来就像是传送带,把物品从上到下的传递。然而,要保持这个书架的视觉“欺骗性”,要时刻保证玻璃一尘不染才行。



清新又复古 你的书想要个卷轴

设计师 Xin-Hung Lin, Pei-Yi Chiu, Chia-Rung Shu 和 Wung-Bing Lin 制作了这款卷轴书架,打开它就可以放置常阅的书籍,再加上两边的卷轴可以调节,能够很好地将书籍夹住,以免书籍倒下而显得杂乱。位于左右两侧的卷筒,其实是两个小抽屉,方便收纳些笔、书签、别针之类的小文具。



(孙明月)

六块厚木板 弹性书架很带感

来自德国设的计师 Natascha Harra-Frischkorn 设计了这款弹性书架,它的构造很简单,6片 4mm 厚的厚木条聚拢在一起,两端用钢片固定,这样将传统书架的中间的空间几乎压缩为 0,如果不放书的时候就是一个简单的置物架,当需要放置书籍的时候,将书放进两片木条之间,就会撑起一定的空间,不规则的书架就形成了,改变书籍的放置位置、用心排列不同尺寸的书籍,一个充满艺术感的弹性书架就这样诞生了。

北京丰台工商之窗

紧跟“非首都功能疏解” 丰台工商取缔低端市场

根据各级政府关于“非首都功能疏解”总体要求,丰台工商分局依托自身职能,对辖区低端市场进行摸底调查,掌握详实数据,依据各个市场特点,在政府统一协调下,与城管、食药等各个职能部门联合执法,分时分步分批进行清理疏解。瑞祥丰顺农贸市场,位于丰台区程庄路 16 号,市场主体为大棚式建筑,市场内布局简陋,设施老化,市场环境脏乱,不但不能很好的为周边居民提供服务,而且还存在极大的安全隐患,因此此市场被分局列为低端市场,纳入区政府今年关停疏解范围。分局配合丰台街道办事处,与其他部门一起,对该市场进行了拆除。

(渠忠涛)

视点延伸

“双 11”期间售书 能掳出 80 多座珠峰

□ 本报实习记者 孙明月

近日,一场“丢书大作战”席卷全国,引起了很大反响,有人质疑,有人支持,更有人云里雾里不知道发生了什么情况就开始发表意见,一时间众说纷纭。无论这场风波将如何结束,我国消费者对于图书的需求在逐年增长的事实是改变不了的。根据 Analysys 易观发布的《中国 B2C 市场季度监测报告 2016 年第 3 季度》数据显示,2016 年第 3 季度,中国 B2C 市场出版物交易规模为 55.9 亿元人民币,同比增长 16.2%。

据记者调查,早在 2102 年英国伦敦的公益组织“地铁读书活动”就已经开始推行“丢书”活动,在过去的四年中,该行动共计在地铁中投放了月 15000 本书。而让这个活动真正进入大众视线并引发追捧热潮的是英国女演员艾玛·沃特森的加入。很快,这场“战争”就从伦敦蔓延到了纽约,直至 2016 年 11 月,丢在北京、上海、广州的地铁、航班、顺风车上的 10000 本书正式宣告“战争”登陆中国,影视明星、作家等公众人物纷纷参与其中。除此之外,本次活动中的每一本书都经过了特别的加工:封面上贴有“丢书大作战”的醒目书贴及活动简单说明;扉页贴有每本书专属的独立二维码,扫码可进入该书对应的专属漂流轨迹,每一个读到这本书的读者都可以查看漂流轨迹和前续读者的留言。



然而,据知情人士透露,“丢书大作战”未必能达道想象中的效果,在“被丢”的书中,已经有一部分书籍被暂存在地铁公司,还有一部分书被人彻底带走了,不再流转出来。不过,“丢书大作战”不管影响力有多大、支持率有多少,对于倡导阅读,引发公众对读书的关注都是很好的事情。

销售数据能够体现消费者的需求,据京东图书文娱业务部总经理杨海峰称,如果将京东 11 月 1 日至 12 日所销售的图书摞起来,“能掳出 82.7 座珠穆朗玛峰,”而消费者人均购买图书音像商品达 16.7 册/张。而读者最喜欢的前三类图书分别是:童书、文学书和社科书。其中童书销售金额占比达到 23%。而在童书之中,儿童文学类占比最高,达到 30.8%,其次是绘本,占比 20%,第三名是科普/百科,占比 19%。这三个分类占比达 70%,并且这一比例近两年都维持不变。而从销售码洋增幅看,这三个品类同比增幅都超过 60%,甚至达到 75%，“越来越多的优秀出版资源集中到这三个品类中。”杨海峰说。

VELLA O VETA 德薇

德薇(上海)化妆品有限公司是拉芳集团旗下专业的进出口公司,德薇秉承拉芳集团做品牌、做服务的理念,德薇(上海)化妆品有限公司是中国最具成长性的进口日化经典品牌服务商。

现正各地火热招商中!

德薇现在旗下品牌, 更美的世界都在这里

REPACELL® GERMANY 拥有诺贝尔科技的德国顶级细胞修复抗衰老品牌	3R DENTAL CARE 亚洲第一美容级口腔护理品牌
Bath Song 亚洲时尚个人护理品牌	PR+EVEX® 西班牙众多牙医联合推荐品牌
Babytime! 全球唯一含益生菌的美国医院级婴童品牌	Moxie 澳洲销量前三的时尚卫生巾品牌
DENTIONE DENTAL CARE 美国官方授权 韩国热销品牌	COQUETTE FRAGRANCES 法国优雅香氛洗沐品牌
	ecoderma® 欧洲安全私密护理品牌
	Trasey 韩国少女风尚标个人护理品牌

更多商机请联系

财富热线 138 2965 6607

公众微信号 德薇VellaVeta