

# 埋头故纸堆，“穷书生”变身“广陵工匠”



皮市街，是扬州古运河边一条六百多米长的古街，路上铺设着花岗岩麻石，是老城区居民出行的重要通道。每天，王军都要来到皮市街111号的边城书店。在这里他已经埋头故纸堆，潜心从事古籍修复事业十年，他也从一名“穷书生”成长为扬州“广陵工匠”。

现代快报+记者 顾潇 文/摄



王军在修复古籍



书店古籍文创产品



游客打卡边城书店



扫码看视频

## 80后“书痴”来扬州开书店

80后王军，出生于安徽，求学于南京，扎根于扬州。“我大学学的是法律，但是毕业后没做两年工作我就辞职了。”从小王军就喜欢书、喜欢文字，是一名“书痴”。对于离南京很近的扬州他非常向往，“扬州是一座拥有深厚文化底蕴的古城，辞职后我就来到扬州开了一家书店。”2008年，王军的书店在扬州大学北路上开业了，专门售卖文史哲类图书。此时网络书店、电子书正在风靡，人们的阅读方式悄然发生了变化，让王军的书店梦变得非常沉重。“每月几千元的营业额，甚至不够支付成本。哪怕退掉一半店面，也难以维系。”

现实残酷，但王军心中关于书的梦想却一直没有破灭。后来他将书店搬到房租更为低廉的柳湖小区车库，这里面积很小、光线昏暗、出

人不便、地面潮湿，显然不是一家书店的合适地点。特别是书籍因潮受损，更是让他心痛不已。2012年，他又将书店搬到了皮市街的大芝麻巷内，一路辗转，唯一不变的是王军关于书的梦想。

## 古籍为他打开了一扇大门

“刚来的时候皮市街还是一条三四米宽的小街，路还是搓板路。”王军的边城书店是最早落户皮市街的“网红店”之一，“古街的氛围和边城书店的文化也是比较契合的。”王军告诉记者，他之所以给书店起名“边城书店”，是因为喜欢作家沈从文，他觉得“边城”有那种边缘、放逐，而又自得其乐的感觉。

由于对书的热爱，即使生活再困难，见到一些喜欢的古籍，王军都要筹钱买下。几年间，他花费数十万元，买下了数千册古籍。而这些古籍，也为王军打开了一扇通往成功

的大门。“看着这些残破的古籍，我很心疼，一开始准备找人修复，后来发现太贵了修不起。”于是王军决定自己动手修复，便购买了书籍，到处寻找相关视频，自学古籍修复技艺。

在修复中，王军不断阅读学习古籍。古籍中的知识浩如烟海，琴棋书画诗酒花茶自不必说，还有农业商贾、园林建筑。王军惊喜地发现，原来通过古籍可以连接万物。

## 用文创让古籍走进现代生活

也是在修复过程中，泛黄的古籍残页给了王军灵感。“这些古籍残页，完全可以开发出全新的文创产品。”一开始是简单的装饰画，一片片残页断句经过精致的装裱，格外显得精致典雅。后来还有古籍灯具、古籍雨伞、锦灰堆……这些因古籍而生的文创产品大受欢迎，很快就圈粉无数。边城书店也逐步走上了

以古籍修复为基础，古籍文化创意产品为特色，古籍主题文化策展、研学为核心的文化发展道路。

近年来，在古城复兴方面，扬州一直在行动。2020年9月20日，扬州市广陵区成立广陵古城管委会，在保护好古城物理形态、空间肌理，传承好古城文化精髓的基础上，妥善慎重地推进古城开发利用，实现在保护中发展，在发展中保护。这两年，皮市街越来越“网红”了，各种新潮的文创店、餐饮店、咖啡店，让这条街变得热闹起来，越来越多的年轻人走进了边城书店。“我们店的消费主力人群，正是25岁到45岁的人群。”

## 未来想让更多人了解传统文化

多年坚守，让边城书店终于守得云开见月明。目前，书店主要的营收分为策展、文创与研学。很多外地的图书馆都邀请王军带着古籍，前去进行展览。2020年边城书店古籍

修复成为扬州市广陵区非遗项目，2021年王军被评为第一届“广陵工匠”。随着古籍修复事业不断壮大，王军在古运河边的三湾公园又开设了边城书院，专注古籍的主题策展和研学。“我现在已经举办了上百场活动，有数千人参加。”现在越来越多的人通过王军的古籍修复、文创手作，走进了古典文化的世界。

“现在国家对传统文化越来越重视，我们书店的发展都是好时代赋予的。”王军表示，书店如今成为“网红”，要特别感谢这个时代。对于未来，王军想将古籍文化和古籍知识进行系统化整理，并将它们搬到网络上，让更多人感受传统文化的魅力。“我们现在也逐步在网络平台上发布古籍修复、文创的知识和短视频，希望能在两三年内取得成效。”古籍散发的活力以及大家对传统文化的认同，让王军坚信古籍事业未来可期，“我想把书店做得更有影响力，让更多的人了解中国优秀的传统文化。”

线上受众3.7亿人次，线下近10万人次走进展会

# “朋友圈”扩大，第四届运博会圆满收官

9月25日，第四届大运河文化旅游博览会成果发布会在苏州举行。“六大主题展览展示，吸引20余个国家和国内72个城市，共900余家单位4000多人参展参会。据不完全统计，累计近10万人次走进运博会六大主题展及相关活动现场，线上受众突破3.7亿人次。”江苏省文化和旅游厅党组成员、副厅长李川介绍。

现代快报+记者 高达 刘静妍/文  
徐洋 苏蕊/摄



运博会活动现场 扫码看视频

## “朋友圈”扩大，省外参展单位占比达到65%

9月22日至25日，第四届运博会在苏州举办。开幕仪式及主题演出、夜游古运河、展览展示、主题论坛、互动联动5大板块13项活动，线上线下互动，场内场外联动。

立足运河全域，运博会的“朋友圈”扩大了。运河城市文旅精品展，共吸引大运河沿线8省(市)以及上海、江苏对口支援省份共36个城市，226家文旅企业单位应邀参展参会，省外参展单位与往年相比进一步增加，占比达到65%。

“丝路运河的邂逅”国际展吸引中东欧和韩国、德国、荷兰、意大利、泰国等国家的105家企业参展参

会，巴基斯坦、西班牙、马来西亚等6个国家的驻沪总领事，50多位驻华使节和机构代表出席开幕仪式、运河行等相关活动。

“运河美食文化展”邀请100多家企业、单位，20位非遗美食大师，现场展销800余种产品，全方位展示大运河流域的丰饶物产和名菜名点。

## 线上运博会意向交易额达1.46亿元

李川介绍，本届运博会突出线上办展，打造“永不落幕的运博会”，搭建运博会数字展览平台——“线上运博会”。

据不完全统计，线上运博会累计为2200多家参展商、500多家买家

提供线上咨询、交流、预约、交易等服务，页面累计访问量突破2亿，促进线上运博会意向交易额达1.46亿元。

海量线上种草、沉浸式观展……为适应“云经济”发展趋势，本届运博会促进线上传播推广和消费交易，通过现场取景、云端展示、全程直播等方式，线上运博会小程序新设直播频道，共策划3大直播主题，12个直播场次，累计30小时的文旅直播盛宴，数百家展商现场分享。官方直播间在线观看量破百万，促进线上成交额超5000万元，构建了从内容到消费的闭环，为参展企业和城市提供全新的展示互动渠道。

同时，50多家媒体宣传报道运博会，发布相关稿件2000余篇，线上全流程直播观看人次超4000万。开幕式在多平台联动直播，全网观看

量达2800余万。大运河文化旅游博览会等微博话题总点击量超过2100万，“运博会”“水韵江苏”两个关键词的微信指数双双突破百万，户外广告及开机画面总曝光量达2.6亿人次。

## 沿线兄弟城市交流互动，保护和传承好运河遗产

发布会上，苏州市政府机关党组成员、二级巡视员张剑通报了本届运博会的组织、承办情况。

“多措并举，让群众参加运博会更安全、更舒适、更方便。”张剑介绍。本届运博会精准实施疫情防控措施，保障运博会安全圆满举办，制定了运博会的疫情防控工作方案和应急预案，创新开发了运博会参

的预约登记平台，及时了解掌握参会人员行程，对不符合疫情防控要求的及时劝阻参会，对省外人员实行落地检政策，并通过温馨提示的方式通知参会人员及时参加核酸检测。本地观众参会，实施实名预约制。

展会期间，共组织展演530场、推介会76场、互动项目900多个。现场组织225家采购商就景点门票、酒店、演出采购等项目签订意向性协议1100余份，意向交易额4000万元，推动文旅市场复苏，促进了文旅扩容和消费升级。

“通过运博会这个平台，我们与运河沿线兄弟城市加强了交流合作，齐心协力把大运河这份祖先留给我们的宝贵遗产保护好、传承好、利用好。”张剑表示。