



# “每月新书推荐” 阅读推广工具包

编制单位：深圳市福田区图书馆

发布时间：2024年12月7日

发布版本：V1.0





荐读类活动是一种旨在推广阅读文化、分享阅读资源、增进读者间的交流与互动的社交活动。此活动通常由图书馆、出版社、阅读机构、学校等组织举办，向广大读者推荐各类优秀图书，并引导和鼓励分享阅读心得和感悟。

福田区图书馆的荐读类活动经典品牌有“一间书房”“云尚书房”“书单库”等，“每月新书推荐”活动是2020年推出的创新性荐读活动，该活动以国内各出版社重点选题为依托，每月向读者推荐30本近期新出版、不同类别、优质内容、网络好评如潮的图书。活动设置线下新书展区与线上微信平台发布信息，使读者即时了解新书资讯。此举旨在提供书讯，引导读者阅读新知，展示我馆的选书品质与专业能力，为读者打造一个全新的阅读体验。本工具包以福田区图书馆“每月新书推荐”栏目为案例，通过案例展示和关键要素的分析，力求全面、系统展示荐读类活动开展前后的工作事项。

### 本案例工具包材料包括以下内容：

1.案例展示	1
2.案例分析	4
3.附件：	10
(1) 每月新书推荐活动策划方案	
(2) 书单目录+书单信息模板	
(3) 荐读类活动效果评估调查问卷	



## 深圳市福田区图书馆荐读类活动 ——每月新书推荐

### 一、活动背景

荐读活动是公共图书馆的基础业务，但是图书馆常被冠以“馆藏老旧”“新书上架很慢”“没有最新图书资讯”等固有印象。在过去的观念里面，图书馆的一个重要功能是保存文献，但随着人们日益增长的文化需求，馆藏的资源建设和更新频次更受到人们的关注，图书馆应建立起现实性强、更新快的动态资源结构，及时更新剔旧。

### 二、活动内容

1. 新书选品：根据各出版社重点选题优势，每月精选30本新出版（再版）图书，包括多阅读单位推荐、网络点评高分及内容优质正向的图书；
2. 线下展示：在总分馆设立新书推荐展区，将30本新书封面制作成拼贴展板，新书上架，制作低成本周边文创（书摘卡片/明信片/书签/便签纸/留言纸）供读者免费取阅；
3. 信息发布：通过微信公众号分上、中、下旬发布图书信息、书摘及配套展览信息，引导读者到馆借阅。
4. 互动参与：励读者参与新书互动留言，线下设立留言区，提高阅读互动性。

### 三、活动目标

1. 为读者提供书讯，回归图书馆的基础功能，让读者了解各类图书的最新动态；
2. 关注读者的阅读能力与习惯，精选题材新颖的作品和内容，引导读者由通俗读本入手，从浅至深，拓宽知识领域，普及大众知识；
3. 是通过严谨的选书标准和高品质的选书策略，展现出专业的眼光和阅读品位。我们倡导阅读经典的同时，也不遗余力地推广新时代的优秀作品，使读者在阅读中感受时代变迁与文化传承。

### 四、活动时间地点

时间：以月为周期，每月1号开启当月新展

地点：深圳市福田区公共图书馆

### 五、参与对象

参与对象：6岁以上读者

## 六、活动展示

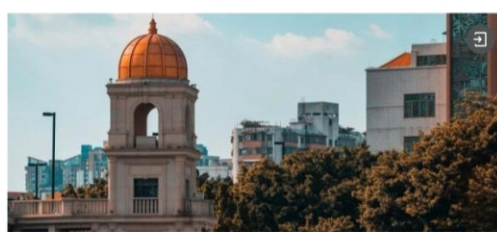


往 期 推 荐

往 期 推 荐



十月·书单 | 在秋风里陪你冷静思考的十本人文类书籍



八月·书单 | 想和你一起聊聊历史、自然和生命



十月·书单 | 和秋天一样收获感满满的文学作品



八月·书单 | “记录”本身就是一件很美好的事情

## 七、活动效果

根据馆藏流通数据测评，每月推荐的新书普遍借阅率高，推荐当月的藏书复本一半以上处于借出状态，推荐当年超一半的被推荐新书借阅次数超过30次，属于流动性活跃的书籍；根据架间管理员反馈，每月推荐的新书上架时折旧率偏高，属于翻阅较多的书籍。





# 案例分析

## 一、活动名称

荐书活动名称可遵循以下原则：

- 需简单好记，朗朗上口
- 突出图书主题，可利用关键字、形式特点、书籍内容等，如每月新书推荐、人民日报年度推荐书单、茅盾文学奖获奖图书推荐、中国传统节日书籍推荐等
- 设计品牌logo和slogan文案

## 一、活动名称

### 二、活动策划

每月新书荐书活动项目策划

- 拟定活动系列主题，设定开展周期
- 设置活动开展区域，如主题图书推荐专架、新书推荐专区等
- 拟定活动排期及设定每一期的推荐主题，并根据主题制作相应的总海报及单期海报
- 根据每一期主题开出书单
- 搜集整理每一本书的出版信息、内容介绍、书摘、推荐语及馆藏信息等
- 设计制作展板
- 布置图书
- 设置借阅奖励，如单次借阅满5册、多次借阅满10册，凭借阅记录兑换图书馆文创周边等
- 发布活动宣传

## 三、本活动适合的机构

表 3-1 《荐读活动实施条件明细表》

类型	具体事项	备注
场地要求	1.荐读活动场地应相对开放或者半开放，采光好，人流量大。	可根据具体活动的规模选择场地的大小，如图书馆大堂、楼梯口、电梯口、休闲阅读区等地方
	2.书籍展示书架、书柜	用于展示主题推荐图书，方便读者进行取阅、借阅
	3.场地应有充足的照明，并保持良好的通风环境。	
	4.活动说明、规则、推荐文案	制作海报、KT板、易拉宝、水牌等宣传物料
	5.就近设立咨询点、借阅点（借书机）。	以便读者进行咨询，借阅图书
	6.文创周边展示、阅读互动留言板	此项属增值服务，可设可不设

人员要求	1.图书、主题书单甄选人员1-2名，负责拟定推荐主题、搜集图书、制作图书资料。	图书馆采编部或者活动部工作人员，对图书出版行业、图书奖项有较深的了解，具备相关领域的专业水平
	2.现场咨询人员、办理借书的工作人员1-2名	人员安排可根据实际情况设定，一般馆内设置主题图书推荐专架，可在图书馆服务台完成咨询与借书办理，无需另外安排工作人员；宣传人员也可由活动策划人员兼顾
	3.宣传人员1名，负责活动现场拍照、录制视频等用于宣传活动	
经费要求	1.图书采购费用	视实际情况而定，如推荐图书均有馆藏，则直接使用馆藏，无馆藏的图书则需采购。
	2.书籍展示书架、书柜	视实际情况而定，设计、采购新的展示装置，或者利用图书馆阅览区原有书架，皆可
	3.宣传材料的设计制作费用、媒体宣发费用	荐读活动属于图书馆常规业务，一般情况下无需媒体宣发，可利用本馆公众号、视频号或其他政务平台推荐相应的线上书单，吸引和鼓励读者到馆内借阅
	4.活动中涉及文创周边、留言板、留言纸等	视实际情况而定

#### 四、参与对象

- 根据推荐图书的主题和推荐专架设置的位置，对活动参与对象设置年龄范围，如针对儿童开展的荐读活动，可设置在儿童阅览区域；针对成人开展的荐读活动，则设置在成人阅览区域。
- 根据推荐图书的主题内容标注群体范围，如笼统的纸质图书阅读爱好者，或者摄影爱好者、文学爱好者、历史爱好者、自然科普爱好者等。
- 一般情况下荐读活动只要是进馆的读者皆可参与。

#### 五、活动目标

- 为读者提供书讯，回归公共图书馆的基础功能。
- 照顾更广泛的读者的阅读习惯，普及大众知识，提升大众认知能力。
- 引导读者由通俗读本入手，取从浅入深之意，从各种类型的图书里面去获

## 六、活动方案要素

- |                                |                               |
|--------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 活动背景  | <input type="checkbox"/> 参与对象 |
| <input type="checkbox"/> 主承办单位 | <input type="checkbox"/> 活动内容 |
| <input type="checkbox"/> 活动目标  | <input type="checkbox"/> 经费预算 |
| <input type="checkbox"/> 主题    | <input type="checkbox"/> 活动分工 |
| <input type="checkbox"/> 时间、地点 | <input type="checkbox"/> 其他   |

## 七、活动筹备

表3-2 《荐读活动筹备清单》

类型	具体事项	备注
经费准备	<input type="checkbox"/> 新书购书费	视具体情况而定
	<input type="checkbox"/> 宣传材料的设计制作费用	
	<input type="checkbox"/> 媒体宣发费用	
	<input type="checkbox"/> 书架书柜购置费	
	<input type="checkbox"/> 活动中涉及的文创周边、留言板、留言纸笔	
场地安排	<input type="checkbox"/> 荐读活动所用场地确认	
	<input type="checkbox"/> 书架、书柜	
	<input type="checkbox"/> 宣传展板	
人员分工	<input type="checkbox"/> 荐读活动策划，含荐读主题选定、图书筛选、图书资料搜集整理、宣传物料设计制作、现场布置	人员数量可根据实际情况设定，在各项岗位职能不冲突的情况下，工作人员也可兼顾
	<input type="checkbox"/> 现场的咨询服务、引导借阅、秩序维护等	
	<input type="checkbox"/> 宣传人员：负责活动的宣传推广、拍摄和后续报道	

表3-3 《荐读活动筹备物料检查表》

物料类型	具体物品	备注
基本设备	<input type="checkbox"/> 书架书柜	
宣传材料	<input type="checkbox"/> 宣传展板、海报、折页、荐读卡片等	用于前期宣传、现场布置，增加活动的氛围 显示讲座主题和相关信息
文具	<input type="checkbox"/> 留言纸、笔	
	<input type="checkbox"/> 阅读习惯和阅读需求调查问卷	
场地布置	<input type="checkbox"/> 图书	
	<input type="checkbox"/> 空调或风扇	根据天气和室内温度调节设备，确保环境舒适
	<input type="checkbox"/> 照明设备	确保场地光线充足
安全与应急物品	<input type="checkbox"/> 急救箱	包含常用的急救药品和用品，以备不时之需
	<input type="checkbox"/> 消防设备	如灭火器、烟雾报警器等，确保活动安全
	<input type="checkbox"/> 疏散指示牌	指示安全出口和疏散路线，以应对紧急情况
其他物品	<input type="checkbox"/> 志愿者或工作人员的标识牌	便于参与者识别和寻求帮助
	<input type="checkbox"/> 相机/摄像机	用于记录活动过程和精彩瞬间，便于后续宣传和总结，视实际情况而定
	<input type="checkbox"/> 存储设备（如U盘、移动硬盘等）	用于保存讲座资料 and 多媒体文件

## 八、活动宣传

活动前宣传：

- 制作荐读活动海报，在馆内张贴海报
- 微信公众号发布预告推文：发布活动预告、荐读书单、文创周边福利等
- 媒体报道活动预告
- 将活动预告转发到读者群
- 鼓励读者打卡拍照，发至社交社交平台裂变宣传
- 微信公众号发布活动回顾

## 九、活动实施

表3-4 《荐读活动环节清单》

活动环节	具体事项	备注
场地布置 (活动开始前1天)	1图书布置：根据书架、书柜的造型将图书有序上架，另外挑选一些比较具有代表性的图书，单独使用书立展示架展示，展示图书可选：全新采购的图书、开本较大的图书、封面美观的图书、知名作者新出版的图书或者名称新颖、展示新技术、提倡新生活方式等元素的书籍。 2宣传物料布置： <input type="checkbox"/> 宣传文案直接设计制作于书架、书柜上 <input type="checkbox"/> 在书架、书柜旁边显眼处放置宣传展板、张贴海报 <input type="checkbox"/> 在书架、书柜上直接放置A3\A4水牌 <input type="checkbox"/> 在图书馆内其它显眼的宣传位置放置宣传海报 3文创周边、留言板布置： <input type="checkbox"/> 在荐读书架、书柜旁单独设置小书桌用以展示文创周边以及供读者写留言以及单独设置留言张贴板 <input type="checkbox"/> 将图书和文创周边、留言纸融合错落摆放于书架、书柜上，使荐读书架、书柜在整体上更加综合美观 <input type="checkbox"/> 其它适合实际情况的布置方式	视实际情况而定
荐读活动开展期间	<input type="checkbox"/> 邀请读者填写《阅读习惯和阅读需求调查问卷》 <input type="checkbox"/> 邀请读者填写阅读体验留言 <input type="checkbox"/> 拍摄一些读者在活动现场阅览荐读图书的画面 关注荐读书架、书柜上的图书是否被取阅、借阅，及时补充图书	
互动环节	将读者填写阅读体验留言的留言纸展示出来	粘贴于留言板或者书架、书柜中
活动结束	<input type="checkbox"/> 跟踪调查本次荐读活动所推荐的图书的借阅情况 <input type="checkbox"/> 汇总《阅读习惯和阅读需求调查问卷》，并整理出读者的有效建议和需求，供下一次开展荐读活动作参考	
清场和下一次活动筹备	撤除现场、恢复原状或保留下一场荐读活动所需的设备和其它物料	

## 十、活动成果

- 新书推荐活动有效地促进了馆藏资源建设，提升文献服务能力
- 图书馆的更新剔旧频率提高为出版业带来了良好的发展平台
- 更好的掌握读者的阅读旨趣和多元文化需求，与时俱进开展阅读推广活动
- 取得阅读推广的实际效果，被推荐的图书流动性更高、被借阅的次数更多
- 增强了读者对图书馆馆藏品质的信心



## 十一、效果评估

- 即时反馈：活动现场人流情况放映活动实时效果
- 跟着反馈：通过下线问卷、留言、线上读者评论等方式收集读者意见
- 长期反馈：根据馆藏流通数据测评活动是否达到了阅读推广的效果

## 十二、其他要素

荐读活动的开展形式：荐读活动的开展形式灵活多变，可以利用阅览区多余的书架、推荐架，也可以独立设计主题鲜明的主题推荐区；如无法使用馆内场地，也可以通过线上多媒体平台（以图书馆政务微信公众号为代表），推荐主题阅读书单，则省去线下布置的流程和相关经费。

荐读活动效果评估：前面我们说到荐读是图书馆的基础业务，那么对于荐读活动的效果评估也可用常态化的态度来看待，无需每一次活动都按照课题调研的标准去跟踪每一本图书的流通数据得出一个推广效果。图书馆员都应积极推荐特色馆藏，甚至可以推荐冷门图书，让鲜少人借阅的一部分图书优先出现在大众的视野里，也可以推荐线上阅读资源，激活优质馆藏资源，提升图书馆服务质量和满足读者多样化需求。

活动结束后进行费用结算、材料归档和工作总结。

表3-6 荐读活动归档资料清单

活动通讯稿	<input type="checkbox"/> 活动概述 <input type="checkbox"/> 讲座详情	<input type="checkbox"/> 现场反馈与读者互动 <input type="checkbox"/> 活动意义与展望
活动照片	<input type="checkbox"/> 活动整体规模和氛围照片 <input type="checkbox"/> 活动物料和荐读图书照片	<input type="checkbox"/> 活动参与读者或活动细节特写
活动视频	<input type="checkbox"/> 活动现场录像 <input type="checkbox"/> 互动环节录像	<input type="checkbox"/> 活动精彩瞬间剪辑
活动反馈与评价	<input type="checkbox"/> 参与者填写的调查问卷 <input type="checkbox"/> 活动满意度统计结果	<input type="checkbox"/> 参与者的建议和意见
宣传材料	<input type="checkbox"/> 活动宣传海报等宣传物料设计稿 <input type="checkbox"/> 宣传稿件	<input type="checkbox"/> 线上阅读推荐书单 <input type="checkbox"/> 媒体报道链接
活动筹备文件	<input type="checkbox"/> 活动方案	<input type="checkbox"/> 活动合同
财务报告	<input type="checkbox"/> 预算报告 <input type="checkbox"/> 支出明细	<input type="checkbox"/> 发票和收据
活动总结报告	<input type="checkbox"/> 活动效果评估 <input type="checkbox"/> 遇到的问题及解决方案	<input type="checkbox"/> 改进建议
其他相关文件	略	

## 荐读活动--每月新书推荐活动策划方案

### (一) 活动目的:

---

向市民读者推荐出版社近期出版的图书，配备相应图书馆藏供读者借阅。无论是历史人文、文学小说、散文诗歌还是科普读物，都能拓宽人们的视野，滋养心灵，探索未知。新出版和再版、重版的图书，不仅能满足读者在新信息时代下的阅读需求，带给读者更多新鲜感，还能引导读者尝试新的领域和新的知识，在阅读中获得新的启示。

### (二) 活动时间、地点

---

活动时间：2022年1月1日至12月31日

活动地址：福田区图书馆

### (三) 活动主承办单位:

---

主办单位：深圳市福田区文化广电旅游体育局

承办单位：深圳市福田区图书馆

### (四) 活动参与方式

---

参与对象：入馆读者

参与人数：不限

参与方式：现场参与，无需报名

### (五) 活动内容:

---

- 1.开每月新书书单（大月31本，小月30本），书单包含三部分内容：第一部分为丰富的可阅读内容，以小说、叙的形式，阅读之后能够有所启发和收获；第二部分构建思想内容，如历史、人文、艺术、价值观等厚重一些的作品；第三部分倡导良好生活，涵盖生活类书籍、个人成长、情感励志、自然科普、治愈绘本、童书等。
- 2.布置线下新书推荐专架、新书推荐专区，将优质新书摆放在显眼易取阅的位置，展示封面、书摘内容等，张贴海报、宣传语，放置宣传展板、留言板和互动留言纸笔等。
- 3.制作书单日历卡片供读者免费领取，一日一卡，一卡一书，一书一句，让阅读走进更多人的日常生活。
- 4.通过线上（微信公众号）发布新书书单信息和书单日历卡片设计图、实物图，鼓励读者到馆借阅图书、取阅卡片。

## (六) 活动视觉设计:

### 1.海报设计



### 2.宣传展板设计



### 3.书单日历卡片设计（参考）：



#### (七) 预期效果：

- 1.每月30/31本图书（含复本2本）在推荐当月借阅率达60%以上。
- 2.每月定制的书单日历卡片30份，除留档2份，其余全部由读者自由取阅。
- 3.活动期间邀请读者留言或读者自发留言，每月收集30份以上优质留言。
- 4.活动期间邀请读者填写《阅读习惯和阅读需求调查问卷》，每月收集10份以上调查问卷。
- 5.线上（微信公众号）书单推荐浏览量达500以上。
- 6.通过以上举措，增强“每月新书推荐”的荐读品牌的曝光度和影响力，提高市民读者的阅读热情和参与度，提升馆藏资源的质量和丰富性，引导和培育公众的文化素养。

#### (八) 经费预算

序号	事项或物品	单位价格（元）	数量单位	数量	小计（元）	备注
1	卡片设计与内容排版	1000	期	12	12000	1-12月共12期，每期包括当月30本推荐书目的排版，提供符合印刷与线上传播两种格式
2	卡片制作	20	套	30×12	7200	1-12月共12期，每期制作30套（每套包含当月30款书目卡片）
3	腰封制作	3	个	30×12	1080	1-12月共12期，每期制作30套（每套包含当月30款书目卡片）
4	包装盒制作	10	个	30×12	3600	
						总计23880元

### 荐读类活动效果评估调查问卷

\*问题一：你更喜欢纸质书籍还是电子书？（开放问答）

[请在此区域内作答]

\*问题二：你每周大约阅读多少时间？（开放问答）

[请在此区域内作答]

\*问题三：你更喜欢阅读哪种类型的书籍/材料？（开放问答）

[请在此区域内作答]

\*问题四：你觉得阅读对你最大的帮助是什么？（开放问答）

[请在此区域内作答]

\*问题五：你是否在福田区图书馆“每月新书推荐”荐读活动中借阅到你喜欢的书籍？书名是什么？（开放问答）

[请在此区域内作答]

\*问题六：你是否有其它关于荐读活动的建议或意见？以便我们改进服务（开放问答）

[请在此区域内作答]

感谢您的参与和支持！您的反馈对我们非常重要，将帮助我们不断提升活动质量。

## 附件三

序号	书目	作者	出版社	出版年份
1	《王鼎钧回忆录四部曲》	王鼎钧	生活·读书·新知三联书店	2021-1
2	《野葫芦引》四卷	宗璞	人民文学出版社	2019-1
3	《汪曾祺小说全编》	汪曾祺	人民文学出版社	2019-5
4	《共悟红楼》	刘再复 刘剑梅	上海三联书店	2021-4
5	《王蒙讲孔孟老庄》	王蒙	天地出版社	2020-4
6	《我们仨》	杨绛	生活·读书·新知三联书店	2021-6
7	《无字》	张洁	人民文学出版社	2019-1
8	《夜谭十记》	马识途	人民文学出版社	2021-1
9	《叶嘉莹说杜甫诗》	叶嘉莹	中华书局	2018-6
10	《树犹如此》	白先勇	湖南文艺出版社	2018-12
11	《古典乐的慰藉》	韩嘉天	中信出版集团	2021-11
12	《中世纪之美》	翁贝托·艾柯	译林出版社	2021-8
13	《技术与文明》	张笑宇	广西师范大学出版社	2021-3
14	《下沉年代》	乔治·帕克	文汇出版社	2021-1
15	《置身事内》	兰小欢	上海人民出版社	2021-8
16	《她们的传奇》	佩内洛普·芭桔	中国友谊出版公司	2021-7
17	《隐谷路》	罗伯特·科尔克	中信出版集团	2021-10
18	《铸剑》	原著：鲁迅 编绘：昔酒	广西师范大学出版社	2021-7
19	《战争艺术史》	汉斯·德尔布吕克	世界图书出版公司	2021-8
20	《布达佩斯大饭店：韦斯·安德森作品典藏》	马特·佐勒·塞茨/Matt Zoller Seitz	九州出版社	2021-5
21	《顿悟的时刻》	张悦然	北京联合出版公司	2020-6
22	《理想之家4》	[日]BEAMS	新星出版社	2021-7
23	《爱，需要学习》	陈海贤	新星出版社	2021-12
24	《我们为什么要睡觉？》	马修·沃克	北京联合出版公司	2021-3
25	《如何阅读一本书》	莫提默·J.艾德勒 查尔斯·范多伦	商务印书馆	2019-10
26	《看你一眼就会笑》	丘汉林	湖南文艺出版社	2021-8
27	《大大的城市，小小的你》	西德尼·史密斯	二十一世纪出版社集团	2021-6
28	《听月亮的女孩》	迈克尔·莫波格	现代出版社	2021-6
29	《外婆的蓝色铁皮柜轮椅》	刘毛宁	北京联合出版公司	2021-8
30	《观念生物学》	马伦·霍格兰 伯特·窦德生	福建教育出版社	2020-6





1 《王鼎钧回忆录四部曲》

作者：王鼎钧

出版社：生活·读书·新知三联书店

出版年：2021-1

ISBN：29139859

馆藏：I251/249

**图书简介：**

前后十七年，王鼎钧写就“回忆录四部曲”，显示一代中国人的因果纠结、生死流转。《昨天的云》写故乡、家庭和抗战初期的遭遇；《怒目少年》记录的是1942年夏天至1945年抗战胜利；《关山夺路》着力描述不同身份、不同阶层、不同地域之间各色人物的面目与选择；《文学江湖》是作者亲历的“文学江湖”，是台湾风云变幻三十年的缩影。

**推荐理由：**

在很多饱读王鼎钧作品的读者看来，他的文字优美、文体多样、变化丰富，其次是洞悉人性，深入体味人生各阶段的不同滋味，文化意味深厚细腻；更重要的是，王鼎钧的人生历程本身就伴随着中国现当代历史的剧烈变迁，他的写作也呈现出中国现代大历史的深度、厚度和广度，细读之下令人心神激荡。

**图书作者：**

王鼎钧，山东省兰陵人，创作生涯长达半个多世纪，著作近四十种。从六十年代早期的作品到1975年《开放的人生》，再到八十年代初期《作文七巧》，其“人生四书”、“作文四书”等作品在台湾畅销极广，至今不衰。自七十年代末期起，王鼎钧开始了《碎琉璃》等独树一帜的文学创作；1988年《左心房漩涡》出版之后，更被誉为“当之无愧的散文大师”。

**图书文摘：**

(1) 一个人不可能完全洞察他自己的历史，每个人都依靠别人做他的史官，那人一定是他最亲近的人，也是最关心他的人。慈母贤妻良师益友，也不过都是尽责称职的史官罢了。人生得一史官，可以无恨。

(2) 一个人多高多大，要看他的梦能包容多少个别人的梦。

(3) 我常由作曲和演奏的关系联想神与人的关系。有人说，万事由天定，那么人又何必辛苦努力？我想上帝只是作曲，而演奏在人。我略知乐事，深深赞叹作曲家如何规范了演奏家也提升了演奏家，演奏家又如何彰显了作曲家也完成了作曲家。作曲为演奏之本，但演奏者仍有他自己的责任。



23 《理想之家4》  
作者：[日]BEAMS  
出版社：新星出版社  
译者：郑晓蕾  
出版年：2021-7  
ISBN：9787513344852  
馆藏：TU24/5233

### 图书简介：

“BEAMS AT HOME”系列第四部，收录了全新的50个BEAMS员工家庭的采访，展示他们的生活理念、居住空间和热爱之物。与前作不同的是，本辑收录半数均是独居年轻人的一居室空间，呈现了在有限空间里发挥创意、舒适生活的状态。

### 推荐理由：

在有限的空间里打造开阔感，不摆放过高的家具，只收藏精挑细选的心爱之物，周末邀请朋友打游戏、聚餐，或是窝在沙发上享受咖啡和电影就是绝佳的休闲……这是可为你我打造自己的理想生活提供灵感的一册书，相信自己的眼光，好生活不在别处。

### 图书作者：

BEAMS 日本著名时尚品牌，经营范围包括国内外原创时装、杂货、家居用品乃至咖啡、唱片、艺术品等，涉及生活诸多方面，倡导“Basic & Exciting”（简约&刺激），打造潮流生活方式。1976年于原宿开设首家select shop，至今旗下已有BEAMS、Ray BEAMS、fennica、International Gallery BEAMS等二十多个品牌，店铺遍及日本全国的同时，也开拓了中国、泰国等海外市场。

### 图书文摘：

(1) 重要的并非奢华与高级，而是满溢的个性与舒适。

