



聚焦健康饮食 广东科技社推出《好好吃饭，躺瘦》

中国出版传媒商报讯 日前，广东科技出版社推出《好好吃饭，躺瘦》。在该书中，作者西门吹花用通俗易懂的语言讲述了饮食与肥胖的关系，并以四格饮食法为基础，详解了如何吃对蔬菜、蛋白类食物、主食，以及日常生活中如何选好食用油、水果和外卖等，帮助读者学会科学选择食物，理性对待食物，习得均衡饮食、合理膳食的餐桌理念，掌握吃得饱还吃得好、不浪费又

瘦得快的饮食方法。值得关注的是，《好好吃饭，躺瘦》一书不讲晦涩的营养学名词，而是把最接地气、最关键的减肥知识用最容易执行的方式告诉读者，从最日常的生活场景切入，结合营养学的知识，从食材选择、食谱安排等角度与读者分享“吃好躺瘦”的秘诀。如“记住一个简单的饮食原则就能轻松瘦”“工作餐该怎么给自己点不会胖的外卖”“应酬聚餐怎么吃不会胖”等，让读者“拿走就能用，用了就有效，并且管用一辈子”。（四又）

《好好吃饭，躺瘦》西门吹花编著/广东科技出版社2021年5月版/49.80元

且看三地如何构建阅读文化品牌

中国出版传媒商报专题报道组

2021年，“全民阅读”连续第8次写入政府工作报告。在此背景下，第26个世界阅读日活动在全国各地如火如荼展开，文化活动、惠民促销不断，在推进全民阅读、实现文化强国建设上，世界阅读日发挥着重要作用。不少地区还聚沙成塔，由新

华书店、政府相关部门、异业企业等联合，将世界阅读日延伸成为读书月甚至阅读季，打造品牌营销活动，融合系列主题活动、图书促销、多元产品销售等，并开展多种活动。

可以说，打造品牌文化活动，已经成为各地推广全民阅读

的重要方式。而在各地打造的品牌文化活动中，书香中国·北京阅读季、深圳读书月、皖新传媒读者节是其中的佼佼者。这三大活动有何看点？此次，《中国出版传媒商报》推出专题，以飨读者。

书香中国·北京阅读季 构建“1+N+17”书香北京品牌矩阵

守正创新 打造文化品牌

办了相关活动，如东城区举行的“阅在胡同 书香东城”北京阅读季分会场活动，西城区举行了以“阅读春天”为主题阅读季启动仪式，朝阳区举行了“悦读行走·阅潮流”全民阅读活动等。

另悉，为推动京津冀协同发展，今年，北京阅读季联合中国铁路北京局集团有限公司、北京广播电视台、京东图书等单位，启动文化惠民项目，打造京津、京雄“书香专列”示范线，目前已覆盖京津、京雄两线高铁共计19组车列的304个车厢，乘客可通过扫码免费领取200余本数字图书。

培养风气 引领阅读时尚

由北京市委宣传部主办的北京全民阅读暨书香中国·北京阅读季，自2011年举办以来，坚定不移、坚毅前行，着力培养阅读风气，引领阅读时尚，增强首都城市文化底蕴和品质，推进北京全国文化中心建设。

今年是北京阅读季举办的第11年，经过多年培育，该活动的成果显著。调查报告显示，北京居民综合阅读率从2016年的92.24%上升至2020年的93.3%，居民阅读总指数达到83.62点。西城、朝阳、海淀、东城和石景山5个区的居民综合阅读率在95%以上，达到世界先进城市水平。其中，居民个人阅读指数达到87.98，同比增长6.8%。未成年人人均图书阅读量达到12.23本，继续增长，有陪伴孩子读书习惯的家庭占比高达93.1%，书香家庭建设成绩喜人。成年居民数字化阅读接触率达87.7%。

2020年，在严格按照防疫要求的背景下，北京市大力发展实体书店，取得了显著效果。截至2020年12月，北京实体书店数量达1994家，居全国首位。2020年北京市区两级统筹财政资金2.3亿元，大力扶持实体书店发展，实现每万人拥有实体书店数量超0.9个，市区两级实体书店扶持资金达2.4亿元。公共文化服务体系进一步完善，完成公共图书馆“一卡通”工程，实现了北京城乡全覆盖。

此外，2020年，北京阅读季还在着力推动均衡发展，发掘阅读典型力量、全面营造阅读氛围等多方面下功夫。通过为阅读资源和服务相对稀缺的行政区配置图书、活动和专家资源；调动逻辑思维、掌阅科技等行业头部企业的参与积极性；培育全民阅读新生力量，创新宣传推广方法等，多角度、全覆盖宣传全民阅读理念。

深圳读书月 科学机制与创新驱动构建“深圳模式”

多年来，北京阅读季始终坚持守正创新，坚持一年一主题，先后推出了书香童年、书香北京系列评选等品牌活动，逐渐打造成为首都一张亮丽的文化新名片；努力融合贯通北京书市、北京国际图书节等各类文化品牌活动，拓展阅读效能，延展阅读形式，大力推动数字阅读，扎实推进北京市全民阅读工作深入、科学、全面发展。

回顾北京阅读季成立以来铺就书香路的历程，一系列重要策略起到了关键性的推动作用。

一是注重加强顶层设计建设。北京阅读季由国家新闻出版署和北京市人民政府主办，并成立书香中国·北京阅读季领导小组办公室，小组成员包括全市20余家成员单位和16+1区委宣传部、文化和旅游局等，形成了职能明确的阅读推广机构，打造了“六位一体”的综合性服务平台，汇聚了北京乃至全国最优秀的阅读资源，有效地保障了北京全民阅读活动的开展。二是方案设计详细周密、有序递进。北京阅读季方案设计已经形成了“启动篇”“引导篇”“体验篇”“示范篇”“展示篇”“传递篇”六大板块。三是注重品牌标识的信息传递。北京阅读季通过加强标识系统元素的综合应用展示品牌形象。四是注重推广队伍的建设和培养。北京阅读季实施“领读者”计划以来，已对大批有志于全民阅读的志愿者进行系统培训。五是注重加强品牌组合开展系列阅读活动。“名家讲堂”“书香北京系列评选”“全城尚读”“读书形象大使”等一系列子品牌、担保品牌与北京阅读季主品牌共同构成了北京阅读推广品牌体系。六是注重品牌传播。北京阅读季设立专门的媒体工作小组，一方面和中央及市属各大传统媒体联手宣传；另一方面与新浪、腾讯、网易、今日头条等新媒体合作，通过“两微一端”立体推广。此外，通过在公交车厢、地铁沿线、户外广告栏等张贴海报、赠送画册、发放活动手册等进行全方位覆盖。七是注重“形象大使”的人际传播。从首届活动开始，北京阅读季已陆续邀请梁晓声、蒙曼、毕淑敏等名家成为读书“形象大使”，为阅读代言，吸引潜在读者参与阅读活动。

北京市委宣传部副部长、新闻出版局局长王野霏表示，北京的全民阅读工作、书香京城建设持续注重实效，提高便捷性、智能性和均等性，提升阅读服务效能。未来将继续加强统筹、健全机制，贯通空间、资源和载体，擦亮城市文化标识。（晓东）

皖新传媒读者节 创新阅读活动品牌 开启文化阅读新模式



生活”主题榜、安徽读者榜中榜、“皖版·皖事·皖人”精华榜、2020重磅新书榜四大图书榜单；第二届全新推出“百年征程”建党百年主题书单，与“安徽阅读榜中榜”“皖版·皖事·皖人”书单、2021重磅新书榜再次集中展示展销，以引领阅读，推广安徽。三是在安徽省范围内评选“阅读推广榜样”，助力全民阅读推广。首届皖新传媒邀请曹文轩、徐贵祥、陈先发担任阅读推广代言人，并评选出160位“阅读推广榜样”；第2届读者节再次评选出160位热爱阅读、热心公益事业事业的“阅读推广榜样”，共同营造全民阅读的良好氛围。此外，皖新传媒在2021年还紧抓热点，适应营销新局面，面向读者开展了“文化年货”和“文化直播”活动，精选2万种图书和多元产品在各平台促销，通过满减优惠、整点秒杀、预售等形式向读者让利，让读者感受“皖新传媒读者节”的氛围。（文枫）

●分销微讯

中国出版传媒商报讯 4月28日，广西新华书店集团股份有限公司河池学院阅读体验中心启用仪式在广西河池学院举行。广西壮族自治区决策咨询委员会专家、自治区政府参事、督学于璞，河池学院党委书记韦安光，河池学院党委常委、副院长韦文广，河池学院党委常委、总会计师韦兴文，广西出版传媒集团有限公司副总经理、总法律顾问王春林，广西新华书店集团股份有限公司党委书记、董事长张华斌，广西新华书店集团股份有限公司党委副书记、董事、总经理王建雄，广西新华书店集团股份有限公司党委副书记、董事、工会主席岑刚，广西出版传媒集团有限公司阅读推广部副主任黎凯等出席仪式。

河池学院阅读体验中心由广西新华书店集团股份有限公司直属子公司广西新华传媒大中专教材有限公司建设运营。该中心营业面积约360平方米，分为图书展示区、多功能媒体活动区、文创产品区、休闲饮品区、小组讨论区、电子阅读区、户外阅读区七大功能区。店内展示2万余册精品图书，图书涵盖党建读物、社科、经济、文学、励志、生活、艺术、科普及童书等类别。中心正式启动后，将陆续邀请文化名家和大咖举办讲座分享活动，同时还将开展各种主题的精彩活动，为河池学院的师生们带来丰富的文化阅读盛宴，以此大力助推校园文化建设，丰富校园文化生活，传播校园文化品牌，拓宽全民阅读渠道。4月28日下午，阅读体验中心举办首场阅读分享活动，于璞在分享会上作《从红色基因中汲取前行力量》主题讲座，受到师生的广泛好评。（王少波）

广西新华河池学院阅读体验中心正式启用