



## 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”。

《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

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,融合系列主题文化活动、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。



4月23日,在第26个世界阅读日来临之际,“2021年北京全民阅读暨第11届书香中国·北京阅读季”正式启动。本届阅读季以“颂读百年路,展阅新征程”为主题,逾千场文化活动将贯穿全年,营造“爱读书、读好书、善读书”的全城尚读氛围。

书香中国·北京阅读季(以下简称“北京阅读季”)由国家新闻出版署和北京市人民政府主办,自2011年举办以来,着力于培养阅读风气,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。十年相伴,“阅”动京城。北京阅读季已成功举办十届,参与者已从北京一个区域书市的读者,扩大至全网上亿网民,成为全国著名的全民阅读品牌,北京市居民阅读多项指标持续引领全国。

## 浸润书香 逾千场文化活动惠民

本届阅读季将陆续推出名家讲堂、阅读驿站、“天天读书:北京阅读季公开课”、阅读盛典、北京阅读嘉年华、“阅读+我”直播接力、“阅读+”高峰论坛等系列活动,同时计划召开2021年北京全民阅读工作经验会,继续组织行业特色品牌阅读活动和区域特色品牌阅读活动,共同打造“1+N+17”书香北京品牌矩阵。

根据活动计划,北京阅读季将指导各区结合地域、历史、文化特色,发挥本地社会名人、文化名家的阅读引领作用,举办“书海听涛”“阅读+戏剧”等具有本地特色的阅读活动,构建“一区一品牌”新格局。

今年恰逢中国共产党成立100周年,由中宣部组织的“红色经典,献礼百年”红色经典出版物展4月23日在北京图书大厦开幕,展出了《开国大典》《建国方略》《大国追梦》等2000余种主题图书。

“北京庆百年华诞百部红色图书展”“天天读书:北京阅读公开课——庆祝建党百年红色经典读物领读”等主题阅读活动也同期举办。

据了解,世界阅读日期间,北京各区都同期举

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

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,逐渐打造成为了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,延伸阅读形式,大力推动数字阅读,扎实推动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”“京城尚读”“读书形象大使”等一系列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)



近些年,深圳出版集团以“一区一书城,一街道一书吧”为阵地,以深圳读书月为龙头、以“阅读联合会”为纽带,持续深入推进全民阅读,助力政府开创了全民阅读的深圳模式,走出了属于深圳的阅读推广之路。其中,在地域阅读品牌建设上,深圳出版集团持续打造文化品牌,提品质增效益,全民阅读积厚成势。

创立于2000年的深圳读书月已经连续举办21届,是深圳乃至全国首个全民阅读活动,被中央媒体评价为“深圳的又一创举”,被中央部委相关领导称赞是全国全民阅读活动的“起因”和“品牌”。迄今,深圳读书月已累积开展公益阅读文化活动9000余项,先后邀请金庸、莫言、王蒙、余华、饶宗颐、余光中、周国平、白岩松、麦家等百余位名家大师开坛设讲,吸引逾1.7亿人次以各种方式参与其中。

深圳读书月在持续探索全民阅读“深圳模式”过程中,积累了丰富的经验:第一,建立科学机制。深圳读书月逐步建立起有利于调动各方热情、形成合力的科学高效运作机制。这个机制概括起来就是“政府倡导、专家指导、社会参与、企业运作、媒体支持”,被誉为全民阅读活动的“深圳模式”。第二,强调创新驱动。“创新”是深圳读书月生生不息的巨大动力。通过各类策划会议,深圳读书月每年保持30%以上的创新比例,为阅读增添新创意、新内涵,并通过培育提升,打造了一系列知名阅读品牌,形成了多层次、多类别的阅读板块标杆,引领社会各类阅读人群参与兴趣。第三,倡导阅读理念。深圳读书月每年都提出年度主题,切合实际表达阅读价值主张。这些年度主题都紧密结合党委政府工作重心和社会热点话题,如“创新之城 读具匠心”“新时代 新阅读”“先读为快 行稳致远”等。第四,深入基层群众。作为公共文化服务的品牌活动,深圳读书月始终关注社会上最大多数人的读书愿望,努力实现市民的文化权利。按照进社区、进学校、进企业、进军营、进机关、进家庭“六进”的要求,推出一系列丰富多彩的阅读活动,满足市民多样化的阅读需求。第五,加强交流合作。深圳读书月在其20年的历程中,注重发挥深圳国际化城市建设所积累的资源和深圳独特的地缘优势,近年来加大了与联合国教科文组织等国际组织的交流与合作,如2013年和2014年连续两年围绕知识产权和数字图书合作举办国际性论坛,扩大了深圳读书月的国际性影响。品牌活动“阅读双城记”日臻成熟。

2020年,深圳读书月策划开展各类阅读活动290项,包括52项重点活动与238项一般活动,具体场次超过2000场,并与深圳书展两大城市级阅读盛会首度联动,吸引了众多名家参与。值得一提的是,2020年的深圳读书月创新推出集资讯阅览、直播互动、下单购买、打卡分享等多元功能于一体的“深圳读书月”小程序,上线1个月,小程序浏览量突破118万,培育活跃用户近11万人,开辟了全新的、永不落幕的线上参与平台。此外,第21届深圳读书月首设“周一主题”板块,通过社区、青年、校园、企业四大读书周深入基层单位、走进基层群体,有针对性地开展阅读文化活动。读书月经典品牌活动“赠书献爱心”也创新探索线上参与模式,联合腾讯看点共同发起“阅过山川,益起读书”公益活动,鼓励读者累积数字阅读时长,为贫困地区与困难群体换捐纸质图书,在纸质阅读与数字阅读的交互联动中推动全民阅读全面持续深入开展。组委会积极打造粤港澳大湾区文化交流平台,“深港共读”首次推动“深圳书单”在中国香港20余家实体书店大规模展销,连续举办13届的深港澳中小学生读书随笔大赛受到三地师生欢迎。

深圳读书月  
科学机制与创新驱动构建“深圳模式”

## 分销微讯

广西新华河池学院阅读体验中心正式启用

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文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)

皖新传媒读者节  
创新阅读活动品牌 开启文化阅读新模式

皖新传媒作为一个提供阅读服务的专业机构,在强大基础设施实体书店的基础上,建立和发展了重点读物发行体系、公共文化服务体系、品牌阅读活动体系、青少年阅读成长体系等专业化体系,源源不断地输出质量稳定的高品质的文化产品和服务,通过持续整合,最终实现用户、技术、运营共享,形成皖新更强大的产品服务供给能力。其中,皖新高度重视全民阅读活动品牌的培育,在线下打造的阅读展会品牌“中国黄山书会”已举办16届,是安徽省促进全民阅读的重要文化名片。

2020年1月18日,在皖新传媒10周年之际,皖新传媒推出了主题为“读出自己的世界”的“皖新传媒读者节”活动。活动以读者为中心,通过线上线下结合的产品和文化活动,融合线上数字资源、线下文化产品资源,以读者为中心,让文化阅读福利密集来袭,实现文化惠民、为民、乐民。2021年1月18日,2021皖新传媒读者节在安徽省新华书店和线上网店开启,通过融合线上线下渠道资源和文化产品资源,通过“四大榜单、读者打榜、阅读榜样评选、文化年货、文化直播”五大活动,以读者为中心组织开展惠民、为民、乐民的文化活动。

综观两届以读者为中心的“皖新传媒读者节”,呈现出三大特点:一是书香惠民,助享阅读之美。首届读者节活动,皖新传媒推出了7万个福袋助读者享受阅读之美;2届活动皖新传媒会员在门店购书均享折扣优惠,还联合徽商银行、银联云闪付等开展购书满减活动。二是精选阅读资源推出各类主题榜单,引领阅读。首届读者节期间,皖新传媒发布了“小康

(文枫)