

（上接第14版）

2022年度出版传媒集团十大品牌传播金案

上海世纪出版集团：“十万个为什么·抖音百科奇妙夜”演讲直播活动

新华文轩出版传媒股份有限公司：首届“文轩读书月”

广西出版传媒集团：“将《红色传奇》进行到底”系列活动和“红湾”主题阅读体验区

浙江出版联合集团：“新华书店+农家书屋”乡村文化新阵地

广西师范大学出版社集团：“深阅读·书写另一种可能”

（排名不分先后）

上海世纪出版集团

“十万个为什么”抖音科普直播创高峰



“十万个为什么·抖音百科奇妙夜”演讲直播活动

2022年6月1日，在中国科普作家协会指导下，少年儿童出版社联合抖音共同推出“十万个为什么·抖音百科奇妙夜”演讲直播活动。活动邀请了材料科学家曹春晓、中国古动物馆馆长王原、中国航空学会常任理事张聚恩、中科院工程热物理研究所研究员陈海生、人工智能专家白凤双、结构生物学家叶盛、光学工程学家陈征、量子计算专家陈建、植物学专家史军和鸟类科普作者吴海峰共10位专家学者发表科普演讲，内容涉及航天、材料、生物、物理、动植物等领域。演讲直播开始后30分钟内，瞬间观看人数突破千万；直播全程5.5个小时，共有1.6亿人次观看，5万条评论互动，创造了2022年上半年抖音直播观看人数最高峰，成为2022年国内科普界“六一”活动的一大亮点，这也是对“十万个为什么”经典品牌厚积薄发的一次生动注解。

新华文轩出版传媒股份有限公司

首届文轩读书月回归阅读 与读者建立记忆连接

2022年“4·23世界读书日”，新华文轩阅读服务事业部首创“文轩读书月”阅读品牌，通过“文轩读书月”阅读品牌的构建、创新与传播，深耕全民阅读。在首届文轩读书月期间，新华文轩回归“读书”本身，聚焦年轻人所想所得，一改常规思维模式，从“反向”思考点出发，精心策划了“不阅读，特危险”的企划主题与系列活动，并从品牌策略、话题传播、活动形式与内容宣发等方面进行全面统筹。



“书香七进”全民阅读活动

“文轩读书月”以立意正向、主题明确、营销有趣、体验优化等特点，带动了广大读者自发传播，与读者建立起有记忆的连接，从经验积累与实践成效两方面为新华文轩固本拓新提供坚实的文化支撑。期间展示展销10余万种精选图书，带动店面销售，举办全民阅读活动100余场，推动了中宣部提出的全民阅读重点任务的贯彻落实，促进了全川18个地区的全民阅读活动现有成效的巩固与提升，群众参与度高、辐射面广、号召力强。同时通过各地区的媒体报道，增加了“文轩读书月”阅读品牌的曝光率，合计媒体持续曝光量10万次以上，点击量1万次以上，增加了品牌既有粉丝的黏性，迎来了一大批新的活跃粉丝，取得了行业内外较高的关注，进一步提升了流量触达力和品牌影响力。

新华文轩云店小程序在4月23日上线，此次上线涉及到了166家门店、18个地区、4个品牌。各地区门店根据自身的需求，针对性开展引流到店型、促进活跃型、销售转化型、品牌推广型等活动。在“文轩读书月”期间，新华文轩云店与全川文轩实体店以“线上+线下”相结合的方式开展ON THE BOOK封面故事摄影大赛。读者到书店带通关密语：“#新

华文轩云店上线，书意ON然，ON THE BOOK~”话题，并附上与书封面的创意合影照片、门店云店二维码共两张图片发朋友圈，将朋友圈截图及创意合影原图发至门店企微，可用于摄影评选，参与活动。该活动不仅在全川新华文轩实体店举办，还搬到了“新华文轩云店”小程序，让读者在线上也能参与。

除了摄影大赛，在“文轩读书月”期间，团队围绕“不阅读 特危险”，组织新华文轩阅读服务事业部及所有子品牌书店在全省范围内开展普及大众的主题书展、文化展展与“书香七进”全民阅读活动，让更多市民走进书店，让阅读成为每个人、每个家庭的生活方式。

其中，“书香七进”全民阅读活动是全川新华文轩书店深挖自身特色阅读资源，整合多种优质文化资源，与政府、学校、幼儿园、社区、消防、军营、图书馆、大型购物商城等的合作联动活动，举办了文轩姐姐讲故事、惠民书展、诵读比赛、党史讲座、儿童绘本分享会、读书沙龙、作家分享会、手工等内容丰富、形式多样的阅读活动100余场。“书香七进”根据不同群体需求，进一步扩大阅读推广活动的覆盖面，实现优质公共文化服务的精准供给。

广西出版传媒集团 将《红色传奇》进行到底

——广西党员教育与主题出版、全民阅读融合发展新模式



“红湾”主题阅读体验区

近年来，全区单位、社区、农村尤其是校园涌动起一股又一股红色浪潮，全区党员干部群众、广大中小學生以不同的方式传承红色基因，赓续红色血脉。2022年，全区各地举办活动达32万场次，其中主题团（队）课13.5万场、少先队风采展示活动4.6万余场、青少年红色研学活动3万多场、演讲演唱活动近5万场、主题阅读分享活动5.4万余场、“红湾”主题阅读活动4271场；红色家书征集2.8万多篇；红色文化长廊1.7万多个；宣传报道共近2.3万篇，在人民网主题网站刊发报道238篇，网站访问量超过63.8万人次；征文书画诵读评比活动

征集作品35.3万余件，作品数量再创新高。3年来，“红色传奇”系列读本征订总量已超过2000万册。掀起了“学党史、感党恩、跟党走”的热潮，营造了“学习二十大、奋进新征程、建功新时代”的浓厚氛围。

为进一步推动“主题出版+党员教育+全民阅读”融合发展走深走实，2021年创新推出“红湾”主题阅读体验区。以“五个一”即“一个阅读体验区、一套经典书目、一个微信公众号、一个微信小程序和一系列主题阅读活动”为主要内容和载体，以线下阅读体验与线上分享交流相结合的模式，助

力主题阅读全民化，推动党员教育工作提质增效。截至目前，全区正式授牌启用“红湾”214家，“红湾”微信公众号关注用户5.3万人，小程序注册会员超过64万人，呈现出“点上开花、线上结果、面上出彩”的新局面。全区党员干部群众、广大中小學生在“红湾”，可以满足“读好书”的需要，也可以体验“好读书”的氛围，还可以享受“读书好”的愉悦。“红湾”的发展壮大，主要得益于顺应了新时代组织工作发展的新要求，实现了党员教育与全民阅读的无缝贯通，探索了赋能党员教育的新路径。

浙江出版联合集团 农家书屋微改革 文化惠及“最后一公里”



浙江省首家“新华书店+农家书屋”微改革试点

为贯彻落实中央、省委关于促进全民阅读工作的部署要求，进一步丰富广大乡村群众精神生活，以打造“15分钟品质文化生活圈”为目标，在浙江省委宣传部的指导下，浙江出版联合集团有力部署，浙江省新华书店集团创新探索“新华书店+农家书屋”乡村文化新阵地，打造新时代乡村文化高地。2022年，“新华书店+农家书屋”的微改革模式荣获浙江省年度宣传思想工作十大创新案例，以此模式建成的德清县钟管镇千山村农家书屋获评全国服务农民服务基层文化建设先进集体。

书房阵地繁荣兴盛。为推动阅读服务优质化、均等化，2021年，浙江省新华书店集团与德清县在钟管镇千山村农家书屋试点“新华书店+农家书屋”微改革模式，将小连锁“市场化+公益性”的经营模式引入农家书屋，建设城乡悦读悦享书房体系，实现了“专人日日管、活动周周有、书籍月月新”。2022年，在浙江省委宣传部的统筹下，“农家书屋+新华书店”微改革模式向全省推广，首批计划打造100家乡村书房示范点。截至目前，浙江省新华书店集团已参与完成乡村书房建设35家，总面积达8600平方米，其中10家位于省内欠发达区县；另有20家乡村书房正在建设或规划建设中，总面积约3000平方米。

阅读需求高效满足。升级后的乡村书房打通了农家书屋原有图书馆借阅系统与新华书店书籍管理系统，推动了农家书屋、新华书店的通借通还，有效拓宽了村民的阅读选择。当地新华书店还联合图书馆等制定了统一的服务守则、借阅守则，

配备专职人员进行管理，进行图书配送，每月根据当地实际阅读需求进行图书更新，不定期开展阅读服务活动。“新华书店+农家书屋”微改革使农村基层群众在家门口就能选到心仪新书的同时，更为农村基层打造品质文化生活圈提供了一种新模式。

文明风尚蔚然成风。在乡村书房实施建设过程中，浙江省新华书店立足主阵地主渠道，积极引导各地新华书店因地制宜、因村制宜，精准提供“特色服务”，弘扬社会主流价值，为群众提供丰富的文化主题、活动空间和创意活动，助力文化惠民和精神共富。在浙江余杭，乡村书房聚合当地文旅资源，打造了集阅读、科普、文创、雅集、手作于一体的文化生活美学共享空间；在浙江景宁，乡村书房除展陈各类书籍外，还将部分空间改造成众创空间，汇集优质农产品、花卉盆栽、特色工艺品，开展直播带货。“千店千景”的乡村书房正在将文化惠民服务触角延伸到“最后一公里”，让农家书屋真正成为乡村振兴的精神家园。

广西师范大学出版社集团

聚焦深阅读慢阅读 引领阅读新风尚



“了不起的阅读文化沙龙”

该届书评大赛联合中国出版传媒商报旗下“好书探”、《中华读书报》、《新京报·书评周刊》、《晶报·深港书评》、澎湃新闻、书香两岸、广西视听等20余家媒体、平台，以及书店、读书会、社群、全国高校、中小学等数百家机构开展征集和评比。不论是81岁的军转干部还是小学三年级的学生，抑或第一届参赛的书评人都参与其中，包括资深撰稿人、作家、记者、编辑、公务员、教育工作者、新媒体从业者和自由职业者，以及大中小學生等。大赛期间，持续开展了以阅读和写作为主题的

各项活动10余场，邀请作家叶开、李浩、胡洪侠，书评人维舟、评委张弘、蔡辉，知名阅读推广人都靓、“亲爱的安先生”、罗东等大咖深度参与，线上发起的读书分享覆盖读者数十万人，线下开展的“了不起的阅读”“阅读之上”文化沙龙更深入人心，受到读者、媒体、读书社群和阅读机构的广泛赞誉，掀起了深阅读慢阅读旋风。

相比首届，2022届书评大赛在主赛道之外首开视频赛道和春苗赛道，阅读覆盖面更广，书评媒介更多，表现形式也更丰富，规模和影响

力也显著提升。不仅得到权威媒体的近60次跟踪报道，获奖作品还陆续在30多家媒体刊发报道，进一步扩大了大赛的影响力和覆盖面。

该书评大赛是广西师范大学出版社集团积极利用自身优势与品牌影响力，在倡导慢阅读、深阅读上做出的新尝试，该项目通过文字书评、视频书评等形式，充分展现了阅读的多种形态和书写的1001种可能，为营造爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围，切实提升读者的阅读能力和写作水平，助力书香社会建设贡献力量。