

# 培育文化领域的“新质生产力”

## ——以福建新华发行集团数字经济发展路径为例

■何强(福建新华发行集团)

关键词 数字经济 新质生产力 文化

新华书店是从延安走来的文化品牌,深耕图书发行事业86周年,是承载几代人记忆的精神家园。但近年来面对渠道大变革和消费数字化,图书发行模式也迎来了变局。

福建新华发行集团在全国范围内一般图书线下市场规模较小,面对传统电子商务起步较慢、供应链基础较弱的局势,福建新华发行集团坚持“稳中求进、以进促稳、先立后破”的工作总基调,调整重发行范式,全力发展数字经济,锻造文化领域的“新质生产力”,推动构建现代化文化产业体系。福建新华发行集团并未执着于传统电商的低价战略,而是聚焦读者文化消费诉求,通过文化内容赋能,提升平台和产品的市场竞争力,走好福建新华特色的发展路径。

### 以新促质 锚定方向目标

“新质生产力”的核心在于“以新促质”,映射到文化领域,如何用科技创新赋能新型生产力要素的迭代突破,实现“新质生产力”系统的结构对称,推进文化产业链的强链、补链和延链,成为了塑造发展新优势的重中之重。

福建新华发行集团抓住两个破题关键点,一方面把握“新”的内在要求,从技术、业态、模式、管理、制度“多位一体”焕新文化产业链;另一方面寻求“质”的重新定义,通过技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级催生先进生产力。

### 集结“新”劳动者 激活发展新动能

人才是高质量发展的战略根基,团队是“新质生产力”的智力支撑。福建新华发行集团打造新型劳动者队伍分“两步走”,先是组建熟悉现代科学技术、适应现代高端先进设备的技术团队,其中包括部队转业的大、中型国有信息产业集团的IT人才,后是吸纳能够充分利用新兴技术、熟练掌握新质生产资料、具有知识快速迭代能力的应用型人才,其中不乏具有民营图书传统电商、兴趣电商经验的实战型精英,以及来自广电网络、广播影视、人民网等传统媒体平台的内容创作者。

通过“项目负责制”的管理模式、绩效导向的激励方式和分层次进修的培养途径,储备具有跨界视野、创造“新质生产力”的战略人才。

### 进化“新”劳动资料 启动服务新模式

智能化、数智化、复杂化、精细化的新型劳动工具,是“新质生产力”的重要标志之一。福建新华发行集团基于文化产业范式变革、模式重构的新趋势,积极掌握数字化等新型劳动工具,并结合读者文化阅读的实际需求,运用好新型生产工具。



在技术层面,福建新华发行集团围绕“智慧新华”建设,灵活运用通用技术,做好补短板、筑长板的基础性工作,搭建门店智慧化管理系统,通过流程再造,焕新业务管理系统与仓储管理系统,充分发挥数据要素作用,为传统产业数字化提供支撑保障。业务系统支持图书、文创、餐饮等多业态管理。

在产业层面,福建新华发行集团以公共文化服务平台建设为核心,多措并举布局未来战略性新兴产业。一是2022启动了“福建新华书店·悦读驿站”项目,使得线上线下联动、文化消费融合的理想变为现实。新华书店门店可以在线上进行个性化表达,策划营销活动,推荐优质图书,解读“家乡的故事”闽派文化,延伸传统门店的服务范围和内容;读者朋友可以通过APP或微信小程序,进入线上阅读体验空间,漫游线上文化商品货架,浏览超过1.5万种的图书信息,能了解线下网点的文艺活动信息,体验嵌入式、场景化的公共文化服务。2023年1~12月,读者在线上平台累计消费超过1656.41万元,点亮数字文化空间。二是搭建线上线下融合的会员管理系统,发布会员积分体系,开通会员专享商城,策划会员营销活动,升级会员文化体验的独特感,全年锁定会员储值超1500万元。三是2023年3月启动多元文创业务,开辟文旅融合数字化的路径,开辟全国第一福文化书店——“福书轩”实现营收120万元。四是2023年9月份入驻省政府采购网超平台,以图书发行“七进”业务带动产品销售,拓展优质政企客户资源,才上线3个月,实现办公用品交易额超180万元。

### 发掘“新”劳动对象 开拓传播新思路

与“新质生产力”相适应的新型劳动对象,主要包括新发掘的具有文化意义的内容,以及数据等新型生产要素。

福建新华发行集团深耕内容创新,持续发掘、创造并呈现具有文化意义和独特价值的内容,并将其转化为具有市场潜力的文化产品。2022年推出全新阅读品牌“我们正在读”,通过敏锐的洞察力和充沛的创造力,深入挖掘图书亮点内容,策划图书推荐短视频,用直击读者诉

求、有价值的内容引发共鸣。目前已逐步形成覆盖3个社交平台、运营9个账号的品牌矩阵。同步布局兴趣电商,陆续开通抖音小店和视频号小店,通过内部直播矩阵和外部达人合作双轮驱动的模式,分别聚焦少儿图书、社科类图书的垂类营销,为读者提供项目、实惠的图书线上零售服务,今年共有超过1600万名读者浏览抖音书架,140万名读者访问小店店铺,图书在线销售170.30万元。

在数据要素转化方面,福建新华发行集团结合“百家万品&全员营销”项目作了一次有效尝试。项目初期以选品为主导,推出系列主题书单,借助超过2500名员工的私域渠道,发布图书宣传物料,后期借助数据沉淀、采集和分析,洞察福建省域读者的阅读取向,快速响应读者的阅读需求,实现“数据驱动-需求驱动”的相互补充与印证。新年来临之际,《敦煌日历》的上线受到了读者朋友的喜爱,一个多月时间售空5000多套,为后续节庆营销提供荐书新方向。

### 塑造“新”生产关系 重构阅读新方式

“新质生产力”的形成,离不开新型生产关系的塑造与调整。福建新华发行集团通过生产要素的创新配置,数字化项目的逐步开展,让读者更真切地感知公共文化服务的蝶变跃升,更自然地适应文化数字化的新生活方式。

一方面,福建新华发行集团优化生产要素的配置方式,将所有数字经济业务整合至一家下属子公司,提高项目联动的工作效率和服务质量。通过项目带动,在技术路线、底层逻辑、经营思路方面加快探索实践,完善项目管理办法和运行机制,逐渐塑造新型生产关系,形成相对固定的发展模式。

另一方面,福建新华发行集团密切关注政策和市场的动向。主动对接国家战略需求,共同推动文化产业标准体系、行业范式的完善。同时在政策指引下,在市场驱动与繁杂程序的博弈平衡中,加大与高校、民营企业合作交流的力度,加快“新质生产力”的发展步伐,以资源整合扩容文化市场空间,推动文化与旅游、时尚等产业的融合,打造“福书轩”自有文创品牌;以开放合作催生“文化+科技”模式创新,依托区块链等前沿技术打开文化消费新场景,运营“新华链品”数字藏品平台,让科技与文化碰撞出灵感火花。

诚然,技术创新的突破、劳动工具的磨合并非一朝一夕之功,劳动对象的拓新、生产关系的调整更是一项长期性和基础性工作。福建新华发行集团还将继续强化文化产业的科技创新力、产业控制力和战略支撑力,在数字经济的发展进程中推动新旧动能转换,实现发展方式转变,培育文化领域的“新质生产力”,编织新型数字文化消费网络,力争引领未来文化产业高质量发展。

■陈晗

## 浅谈特装书的用纸和书口工艺

关键词 特装书 制作工艺 设计

特装书,全称为“特殊版本书籍”,是一种历史悠久的西方图书装帧形式,英文通常称special edition或deluxe edition,某种程度上可理解为升级版的精装书。特装书往往包含普通版本没有的插图、内容,并采用独特精美的装帧设计。价格高昂是特装书的一大特征,但在大打价格战、不断刷新折扣纪录的当今图书市场,由于目标人群明确,而且突出收藏、礼赠等价值,反而颇受市场欢迎,往往出现一书难求的局面。目前已有不少国内出版社入局特装书领域,在材料和书口工艺方面精挑细选,求新求变。

在材料方面,为匹配高定价、限量发售的销售策略,特装书在内容、封面材料的选择上往往较为考究,特种纸、真皮、无酸纸等颇受青睐。特种纸的纹路繁多,有线状的、点状的、格状的,规则的、不规则的,单面的、双面的,等等。只需搭配简单的设计,就可以呈现出与众不同的效果。在拥有独特手感的特种纸中,比较常见的是触感纸,类似天鹅绒,北京工艺美术出版社的《永恒之城梵蒂冈》的书盒便采用了这种材料。在材质方面比较独特的是内含花瓣的花草纸,如四川人民出版社的《植物先生》,为文中的24种植物研发了24种花草纸,每种都含有不同的花瓣、果实颗粒等,真正做到了从一张纸开始设计一本书。在功能方面以变色纸居多,经高温压凹后,受热处可变成其他颜色,或者完全透明。如果说在封面或护封上使用特种纸是初级玩法,那么现在越来越多出版社已经不满足于于此,开始尝试使用娇嫩的真皮作为封面。备受特装书藏友喜爱的富兰克林系列精装书,早在1970年就开始使用真皮封面了,甚至还作了分类,如全皮、3/4皮、1/4皮等。而无酸纸的最大特点是使用寿命可达200年之久,同时拥有细腻的触感和良好的色彩还原度,这对特装书藏友来说极具吸引力。由华文出版社和草鹭文化共同出品的定制版《彼得·潘》内页使用无酸纸,同时搭配全皮(山羊皮)封面及书口工艺,颇受市场欢迎。

除材料外,特装书还喜欢在书口做文章,从最初的滚金口、滚银口,到毛边、喷金粉、喷银粉、激光雕刻,再到显式书口画、隐式书口画,工艺由简至繁,若干种书口工艺搭配使用的情况也不鲜见。

随着技术的进步和对个性的日益强调,越来越多的工艺被组合在一本书上呈现给读者。下面以商务印书馆2023年推出的特装版《蔡元培评红楼梦》(以下简称“蔡本”)为例,探讨特装书的材料和工艺。

蔡本在封面颜色上大胆地选用了上册红、下册蓝的撞色形式,用料为丝绸缎面,读者拿在手里首先能感受到的是丝滑的触感,随后就会注意到由材质带来的光泽感。工艺方面选择了烫红金、蓝金、香槟金,很好地特装书的奢华大气和商务印书馆的沉稳低调结合在一起。函套选用了“雪之子(绯红)”,这是一种正白背红的变色纸,无须印刷,经高温高压后白色部分即可变为浅红色。整个函套以白色为主色调,除条码外,其余所有文字和图案均为压凹变色。其别册封面“雪之子(富士白)”也是一种变色纸,其正背都为白色,经高温高压的部分可变为透明,可以很好地特装书的芭蕉图案以透明的形式呈现给读者。别册大拉页用纸为“白鹤绒”,其特点是触感纤柔,内含棉絮,韧性极佳。蔡本很好利用了这一特点,将金陵十二钗的形象印刷在“白鹤绒”上,再打拢线、折页,读者可根据自身喜好按拢线裁切下来单独装裱。特装版蔡本有滚银口和毛边两种书口形式供读者选择。

蔡本的两个特装版都在上册设计了钤印页,上面有蔡元培先生亲选钤印、印签和2个版本对应的001~500编号。为凸显白文印的厚重感,还特意选择西泠印社的鼎吉朱磬印泥,红中带黄、厚重沉着,堆砌感强烈。此外,出版社还精心设计了小彩蛋:双印章钤印页。相信读者在翻开的一瞬间,一定能收获惊喜和满足。

特装版蔡本推出后受到读者追捧,市场反响强烈,在营销策划的配合下,短时间内全部售空。不仅如此,特装版的热度还带动了普通精装版的销量,现在普通版已经进入重印阶段。这不禁让我们想到,普通版广受好评而制作特装版,是正向思路,而用特装版促进普通版的销量,是反向思路,这两条路也许都能走得通。但无论走哪条路,体现一本书核心价值的永远是内容,特装书新奇的材料和工艺应该是锦上添花,而不是雪中送炭。只有当内容过硬时,工艺才能体现出它的价值。材料和工艺绝不是为了炫富和炫技而存在,而应该与内容紧密相关;也绝不是在没有任何创作思路时的取巧行径,而应该是结合主题并计算成本后深思熟虑地选择。只有有这样的态度,才能创作出兼具实用性和装饰性的艺术品。

随着电子书、有声书的盛行,传统纸质书的市场很有可能遭到进一步压缩,届时纸质书将何去何从?是从内容发力,往轻、巧方向发展?还是走收藏路线,往精、美方向发展?要知道再轻巧的纸质书,也不可能像电子书那样容纳海量的内容,但读者翻开纸质书时闻到的墨香、纸张在指尖摩擦时的触感,这些也是电子书永远无法提供的。在未来的图书市场中,或许会发展出“阅读版”和“收藏版”两个定位截然不同的产品,而特装书是为“收藏版”服务的。试想这样一种方案:当人们阅读电子书或平装口袋书时,因为对内容十分满意而去收藏特装书,并在社群内外分享并宣传,吸引更多更多的人去阅读电子书或平装口袋书。这样的循环,意味着精装书要向更豪华的装帧设计、更高端审美、更体贴的服务方向发展,即用特装书代替精装书。在这样的良性循环下,也许可以将具备一定知识储备和鉴赏能力且消费能力强劲的读者筛选、整合出来,使其成为特装书的主流消费群体,让特装书这个“小众”成为“大众”。

## “明远读书会”:高校文库助力全民阅读

关键词 全民阅读 四川大学 读书会

■康莉蓉

2024年春,“明远读书会”进入了第6个年头。这是四川大学图书馆利用四川大学文库(明远文库)在资源、学术、育人及场地等方面的优势,着力打造的高校学生阅读活动项目。读书会每学期举行2次,主讲人一般为青年教师或博士研究生,每次活动都围绕四川大学学人的相关著作展开,主题广泛,特色鲜明,吸引了不同专业、不同年级的学生参与其中。

第一期“明远读书会”2019年举行,当时恰逢五四运动100周年,为赓续五四精神,读书会选择阅读巴金深情呼唤五四理想的代表作小说《家》,读书会的日子也选在了有纪念意义的五月。迄今为止,读书会共举办了19期,沉浸式阅读了川大杰出校友巴金的《家》《憩园》《寒夜》《电》,杰出校友郭沫若的自传《少年时代》、诗集《女神》、剧作《屈原》《棠棣之花》,著名校友作家李劫人的《死水微澜》,77级校友周昌义的中篇小说《永别了,大学》,以及有关川大红色基因叙述的经典小说《红岩》和著名传记作品《伟大的道路》,依托原川大中文系现代文学组选注的《鲁迅小说选》,拓展阅读了鲁迅的小说集《呐喊》《彷徨》《故事新编》和川大周嘉教授选编的《鲁迅醒世语》,围绕川大周裕锺教授参与主编的《苏轼全集校注》,研读了苏东坡的诗、词、文:《寒食雨》《二月三日点灯会客》《定风波》《荆溪忠厚之至论》等等。每次读书会都有前期准备,建立QQ读书群,上传相关的电子书,邀请对阅读主题有研究心得又乐于参加公益活动的青年教师或博士研究生做主



(主办方供图)

讲人。活动展开,一般先由主讲人讲述自己的阅读感受,然后大家自由交流,或与主讲人对话,或与参与者相互切磋,2个多小时的读书会,气氛逐渐热烈,最后在意味未尽中结束。参加读书会的同学在每次活动结束后都会在图书馆网站或QQ读书群里留下活动报道和真诚的感想,其中《品读红色经典,传承红色基因》还入选了学校网站主页“党史学习教育专栏”。一位读者在读书群里留言说:“我是学理工科的,第一次听到专业人士对作品进行专业解读,很受益,感觉自己阅读又有了新的认识。这个周末已经安排好了,重读一次《憩园》,再看改编的电影《故园春梦》。再次感谢主讲人,感谢主办方。希望以后还有机会还能参加。”有同学这样写道:“每次参加读书会都是一次抒怀之旅,阅读不同年代的书,感受穿越而来的历史精神。”虽说《红岩》这本书在中学时已经读过,但在中国共产党成立100周年的特殊时间节点再重温一遍,感受是不同的,就像是重新认识一位旧友一样,在老师和同学们的分享中,重新认识《红岩》里面的人物,重新发掘人物

的不同面。”

文学与新闻学院文学博士李扬是2021年度四川大学“阅读之星”,曾担任读书会的主讲人。她这样表达自己的“导读”追求:“经典重读并不容易,作为导读人,我有三个目标,第一是引导学生以饱满的生命热情,感受经典作品带来的心灵震撼。第二是从理性的视角进入作家作品,结合社会历史语境重读作品,并在导读中尽量还原我的研究思路,引发同学们对学术研究的兴趣。第三是引导大家表达自己的观点。阅读原本是一件私密的事情,让我们退回到一个隐秘的生命世界里去享受孤独;读书会则提供了另一种公共分享的方式,它让我们在相对狭小密闭的空间,迅速缔结为小小的共同体,热爱阅读与思考的人围坐在一起,既有心照不宣的默契,也有在思想碰撞甚至齟齬中摩擦出的火花。其中的快乐与收获的成长或许很难被量化,却能在不知不觉中让我们养成表达自己的观点并善于与他人对话的习惯;同时,读书会更是一种精神层面的象征——我们的思想永远不是封闭的,而是无限自由的。”这完美地诠释了读书会的宗旨和意义。

“明远读书会”是高校图书馆创新读书行动载体,助力全民阅读活动的一种尝试,它一改图书馆“重藏轻用”的传统,立足川大文库,将川大文化、川大精神和阅读推广活动相结合,以主题鲜明的读书品鉴形式营造良好的读书环境,以高校的学术优势拓展阅读指导的路径,形成了独具特色的大学生喜闻乐见的读书品牌,在四川大学校园产生了越来越大的影响。