

(上接第18版)



王庆

习近平总书记高度重视全民阅读,指出:要提倡多读书,建设书香社会,不断提升人民思想境界、增强人民精神力量,中华民族的精神世界就能更加厚重深邃。今年4月23日是第30个“世界读书日”,我们也将迎来第四届全民阅读大会。中原出版传媒集团作为河南省委、省政府直属重要骨干文化企业,将继续坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,深入贯彻习近平文化思想,秉持“内容活化、触达用户、回归阅读”的理念,着力在精品内容、场景创新、品牌赋能、全媒融合、活动开展、体系打造等方面笃行创新,全力打造人民群众喜爱的“文化会客厅”“第三空间”“美好生活新入口”和“校外五育并举体验中心”,助力书香社会建设,在全社会营造爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围。

深耕优质内容建设 推动出版出新出彩

中原出版传媒集团将聚焦主业主责,着力在做强主题出版、优化出版供给、推动出版创新、守好出版阵地等方面深耕细作,满足人民群众多层次多样化阅读需求。

一方面坚守精品力作的出版宗旨。立足“国之大者”“省之要者”,对焦河南省委“四高四争先”战略部署,围绕谱写中国式现代化河南篇章、建设美丽中国、融入服务全国统一大市场、乡村全面振兴、中华优秀传统文化传承发展等主题,加强宣传阐释、研究解读、成就描绘、历史记录等方面的创意选题策划,持续追求扛鼎之作、爆款之作、出圈之作。持续推进“双十计划”,实施一流作者合作计划和名编辑培养计划,坚持专业定位,深耕细作垂直细分领域,精心培育优质内容,强壮优势产品线,推动集团版图书“质”和“量”的科学增长。落实好河南兴文化工程,扎实推进《中华文脉:从中原到中国》《中原文库》《标识河南》及夏文化出版传播等重点出版工程,为人民群众提供更多更好的“精神



彭卫国

在当今阅读多元化的时代背景下,推动全民阅读已成为社会各界的广泛共识。从地方层面来看,诸多省份和直辖市积极响应,吉林、广东、山西、上海等多个省市出台了有关全民阅读的地方性法规和政府规章,不仅彰显了各地对全民阅读的高度重视,更从制度层面为阅读活动的深入开展提供了坚实保障。在国家层面,全民阅读同样占据重要地位,“全民阅读”已连续12年写入政府工作报告,这种持续的关注充分表明了国家对提升国民阅读素养的坚定决心。近期,国家新闻出版署就《全民阅读条例(征求意见稿)》公开征求意见,这一举措无疑释放出强烈信号——国家将进一步加大对全民阅读的推动力度,切实将全民阅读工作落到实处。

为了营造浓厚的阅读氛围,激发全民阅读热情,全国各地积极举办各类阅读活动,每年的“世界读书日”成为全民阅读的重要时间节点。全民阅读大会作为全国性的重要阅读盛会,吸引社会各界广泛参与,成为展示阅读成果、交流阅读经验、推动阅读发展的重要平台。从更深层次来看,推动全民阅读也是落实习近平文化思想的具体举措,将为深入学习贯彻习近平文化思想提供有力支撑,使文化强国建设在新时代焕发出新的生机与活力。通过阅读,人们能够更好地汲取优秀文化的养分,提升自身的思想道德素质和科学文化素养,进而推动全社会文明程度的显著提高。

我们也应清醒地认识到,全民阅读工作仍面临诸多挑战,需要进一步加强和完善。我们期待全国性的《全民阅读条例》出台,不仅能为政府、企业和公众提供全民阅读工作的行动指南,规范阅读活动的组织与实施路径,更能通过整合多方资源凝聚起推进全民阅读的强大合力。

在这一背景下,如何更好地深化全民阅读,成为出版行业的重要使命。上海世纪出版集团作为出版领域的重要力量,在推动全民阅读方面进行了诸多实践与探索。推出精品力作、打造广大读者喜闻乐见的图书,是保障全民阅读的基础工程,更是出版机构的核心使命。在新载体不断涌现的时代背景下,知识内容始终是阅读的本质核心。

多措并举全力激活全民阅读引擎

■王庆(中原出版传媒集团党委书记、董事长)

食粮”。

另一方面坚守纸数融合的出版方向。以“内容建设运营创新突破行动”为抓手,坚持内容立体化、服务课程化、运营数智化、表达场景化、产业生态化、管理科学化,推动融合出版产品不断推陈出新,用人民群众听得懂、乐意看的话语体系和表达方式,面向青少年、工人农民、知识分子等不同群体,个性化推出一批讲新讲好中国故事、河南故事的融合出版产品,以应数尽数的新出版模式,真正做好用户触达,实现一种资源多种创意、一种创意多次开发、一次开发多种产品、一种产品多种形态、一种形态多次增值的积极效果。

建设多元阅读场景 满足群众阅读需求

中原出版传媒集团将以“多元覆盖、精准触达”为导向,坚持公益性、基本性、均等性、便利性,有效整合公共文化服务资源,实现“群众在哪,阅读服务就延伸到哪”的精准服务。

一是重塑实体书店场景,优化群众阅读体验。充分发挥各地新华书店的文化地标、空间集成、功能复合等优势,稳步统筹全省新华书店实体复合门店场景重塑、新建升级,加快将书店打造成集文化消费、思想交流、智慧教育、研学文创、数字创意于一体的文化实践中心、阅读服务中心、空间消费中心和“校外五育并举体验中心”。

二是共建全域阅读空间,织密公共文化服务网络。以“空间即服务”为理念构建全域阅读服务体系,设计适配农村、社区、家庭、学校、机关、企业、军营、医院和工会、共青团、妇联等9种多元场景,响应不同需求的阅读空间标准化配供模型,创新研发“1+9+N”场景化建设标准(1套基础配置+9类场景模块+N项特色服务),打包提供涵盖阅读空间规划设计、图书供应、管理服务、日常活动组织、宣传报道的一站式、全流程整体服务方案,形成“千屋千面”的文化服务新格局。

三是数字赋能乡村阅读,促进文化资源优质均衡。强化农家书屋的文化供给,持续开展农家书屋

数字资源整合和服务推广,开展数字农家书屋平台建设,开设“地方特色”频道专栏,2025年计划整合上线10万册电子书图书、5000集音频、1万部视频、2000种电子期刊等多类数字阅读资源,以“数智融合”理念重塑乡村阅读服务体系。创新打造“云端图书馆+实体书屋”双轨服务模式,提高乡村基本公共文化服务的覆盖面和适用性,让阅读服务普惠共享、沉到基层。

以品牌IP多维赋能 丰富群众性阅读活动

中原出版传媒集团努力把“最美读书声”品牌价值注入全民阅读活动全链条,丰富场景搭建,放大文化品牌的辐射效能,推动全民阅读常态化开展,为构建全域覆盖、全民参与的阅读生态提供可持续动能。

一是打造品牌引领阅读。以“书香河南”为品牌统揽,坚持为民、惠民、利民原则,精心组织策划、培育选树示范项目、品牌活动,营造全民阅读浓厚氛围,在全省各地开展荐读导读、作者见面会、专题讲座、书评征文、阅读分享、经典诵读、赛事活动、流动售书等丰富多彩的文化体验和主题阅读推广活动,计划年内开展各类阅读活动上万场(次)。协同全省工会、团委、妇联、教育等部门,面向全省开展书香河南全民阅读系列赛事,有效利用实体书店、城市书房、新时代文明实践中心、农家(社区、职工)书屋、各级图书馆、基层公共文化空间掀起全民阅读热潮。

二是激活地方阅读IP。在形成以“最美读书声”品牌为核心代表的基础上,特别聚焦阅读活动子品牌建设,通过场景重塑、空间布局、业态调整、活动开展、文化供给等多元内涵打造当地文化IP,加速“第三空间”和“校外五育并举体验中心”实施建设,培育形成“绿城读书节”“书香南阳”“沙澧大讲堂”等众多独具地域特色的全民阅读品牌,在全省全民阅读活动中起到示范带动作用,成为各地区人民群众口碑相传的重要文化生活方式。

三是多维联动激活阅读势能。聚焦青少年儿童群体需求,在全省244家校园书店的基础上,为学

以出版之力,厚植全民阅读根基

■彭卫国(上海世纪出版集团党委委员、副总裁)

基于这一认知,集团始终将打造精品力作作为核心追求,在学术出版与专业出版领域持续保持行业领先地位。

近年来,集团将大众化出版与数字化转型作为调整业务结构、深化改革的重要路径。在推进大众化出版方面,集团主要实施两大策略:一是着力培育具有鲜明标识度的大众读物出版品牌,如“艺文志”“抱朴”“也人”等特色品牌;二是依托“大虹桥”出版计划推动大众化出版落地生根,该计划目前已累计推出近百种大众人文普及图书,有效提升了世纪精品的市场占有率。

多元场景重塑阅读矩阵

在全民阅读推广领域,上海世纪出版集团以“内容为核、场景创新、全域联动”为策略导向,通过机制创新、载体创新与服务创新,持续推动全民阅读活动向纵深发展。

一是“世纪好书”构建精准推荐体系,深度搭建阅读服务网络。集团以“世纪好书”品牌为核心,构建常态化、分层级的阅读推广机制。自2022年起,通过专业评审每月发布20种左右“世纪好书”,其中约60%面向大众读者,40%聚焦专业领域,并评审发布半年榜、年榜,截至目前累计推荐近700种优质图书。除定期发布新书榜单外,集团持续深化与公共文化机构的合作,例如与上海图书馆东馆共同打造“上图发布×世纪好书”精选榜系列发布会,每期从“世纪好书”中精选10种好书,每月一期,邀请作者、译者、设计师、专家、编辑现场解读,通过“好书推荐+深度导读+读者互动”的立体化模式,让阅读服务更精准触达不同读者群体。2025年“世界读书日”前后,集团将举办第三届“世纪好书节”,“世纪好书”阅读沙龙作为其中的重磅活动之一,将发布世界读书日“世纪好书”特别书单,首发新书《世纪好书:2022—2024》,旨在让广大读者领略“世纪好书”的魅力,进一步扩大优质内容的传播半径。

二是实体书店打造场景阅读矩阵,多元构建全域阅读生态。依托旗下实体书店与特色文化载体,集团形成“定位细分、形式创新、受众广泛”的阅读

推广体系。一方面是围绕高端人文空间的专业化深耕。以位于上海中心的朵云书院·旗舰店为例,“上海之巅读书会”开出3个分支:与北京大学国家发展研究院合作的“云上论道”系列经济学人讲座,结合著作分享,把最前沿的专家观点和知识通过“上海之巅”的文化客厅,传递给更多读者;与上海市精神卫生中心(即“600号”)合作的“浦江心灵会客厅”心理科普系列讲座、与澎湃新闻英文新媒体Six Tone合作的“云聚场”全英文社会学系列讲座则分别聚焦心理学和社会学话题。又如上海图书公司旗下上海古籍书店以“海上博雅讲坛”为核心,自2011年起邀请业内专家学者与文化名人,举办了263期主题讲座,大力传承、弘扬中华优秀传统文化。另一方面是聚焦科创与社区场景的融合赋能。上海图书公司在太零湾湾科创基地运营1.68万平方米的公共图书馆,在闵行区委宣传部的指导下,推出“科学读书会”品牌活动,邀请院士、科普作家开展科技创新主题分享;朵云书院滴水湖店积极创新商业模式,为临港新片区居民提供阅读、购书、文化活动等一站式服务,推动阅读融入城市生活场景。

三是书展平台拓展全域推广网络,多维激活文化传播效能。集团以书展为核心载体,构建“主阵地辐射+全国化联动”的推广格局。一方面深耕主场优势。以上海书展为主阵地,每年举办300余场阅读活动,涵盖新书发布、作者对话、主题论坛等多种形式;每年夏冬两季在城市地标举办大型“世纪好书”年度榜单和半年度榜单发布盛典,强化品牌影响力。另一方面注重全国化资源输出。积极参与各地文化盛会,比如,2024年首届新疆书展期间,在乌鲁木齐、喀什举办葛剑雄、陈福民等名家讲座,推动优质内容传播。

此外,2025年4月中下旬,集团创新“旧书新知”场景,通过“樱花谷旧书市集”及藏书文化讲座,将旧书淘读体验转化为文化传承的生动实践。以“古今对话”为主题的上海古籍书店重装开业引发业内关注,此次焕新,力求从“读古典书,做现代人”出发,打造集专业深度与人文温度于一体的沉浸式阅读空间。集团还携手三批68家共建单位,推出“世纪火种”阅读嘉年华,通过20余场品牌活动,构建立体化阅读生态,持续夯实“书香社会”建设的出版力量。

生群体量身打造“新华青读”线上阅读服务平台,针对不同学段开展“青少年学生读书行动”“名家进校园”等阅读推广活动,有序推进中华优秀传统文化教育融入学生生活学习,营造浓厚校园阅读氛围。坚持全龄段触达、全渠道贯通、全场景渗透原则,通过“七进”形式在全省范围内联动开展“悦读阅爱·惠民书展”“悦读阅爱·图书捐赠”等系列活动,推动全民阅读更加深入人心。

全媒融合拓宽渠道 推动全民阅读普惠共享

为顺应数字经济发展方向与新时期阅读潮流,中原出版传媒集团搭建各类融媒矩阵平台519个,构建起“在线、在手、在场、在云”全场景阅读服务体系,下一步将通过建强融媒体系、丰富平台内容、完善服务功能等有效举措,全力提升线上文化服务供给能力,实现阅读服务从单一输送向生态化、场景化转型,让全民阅读在跨屏交互与数据互联中真正迈向“无边界”的普惠时代。

一是重构阅读服务新链路。依托数字化传播优势,构建“社群+直播+短视频”融媒传播链路,通过建立上千个垂直阅读社群,入驻抖音、视频号、小红书等受众广泛APP,开展图书种草、阅读推广等直播活动,显著增强读者参与黏性,实现用户精准触达与互动。同时,融媒平台制作投放书单推荐、经典解读等阅读推广视频,形成全域传播格局,以“平台夯基—内容引流—矩阵裂变”的闭环体系让全民阅读打破边界局限,塑造数字时代文化服务新范式。

二是提升阅读内容供给力。进一步强化自营“三大平台”相互引流、贯通发力,针对书香河南公共文化平台新增电子书、有声书资源5万余册,聚焦“百姓文化云”数字公共文化服务平台整合主题读书活动,依托云书网持续提供重点新书、热门好书、经典读物等各类图书,结合节日节点、营销热点开展各类图书营销活动,尽力满足读者的多元化精神消费期待。

三是重塑阅读服务新格局。高质量推动书香河南公共文化平台建设运营,始终坚持“公益性、基本性、均等性、便利性”的原则,准确把握不同阅读场景需求和阅读模式变化,优化平台阅读体验,并常态化开展“阅读之星”“荐书之星”等互动活动,举办好“书香河南全民阅读系列赛事”,有效激发群众阅读兴趣,不断探索数字赋能新方式。

数字赋能革新阅读体验

在数字化阅读浪潮中,上海世纪出版集团持续推进新技术、新载体与出版资源的深度融合,构建覆盖全场景、全年龄段的立体化数字阅读生态,既坚守深度阅读的文化内核,又精准适配当代读者的多元阅读习惯。

一是构建专业化数字阅读矩阵,打造全场景知识服务体系。集团依托优质内容资源,打造差异化数字产品矩阵。比如,聚典数据开放平台以《辞海》权威知识库为核心,不断迭代升级,融合AI语义分析与智能检索技术,为用户提供跨领域知识查询、文献比对及个性化学习方案,覆盖学术研究、教育教学等多元场景。“尚古汇典·古籍数字服务平台”,整合上海古籍出版社海量中华经典资源,构建专业化古籍数据库,为学者提供原典检索、版本校勘、知识图谱等深度服务,成为古籍研究与传承的数字化枢纽。“十万个为什么”智能问答,针对青少年群体,以趣味问答、动画微课、实验模拟等形式拆解科学知识,打造“沉浸式知识服务”模式。上海音乐出版社开发“钢琴巴士APP”,通过AI乐谱识别、智能纠错及个性化练习计划,解决钢琴学习中的难点。上海译文出版社的“数字译文”“译文有声”“译文经典重读”聚焦经典文学与国际好书,推出多介质电子书、有声书及互动阅读产品,成为大众数字阅读的标杆品牌。

二是平衡深度阅读与碎片化需求,探索融合出版新形态。面对人工智能技术迭代与短视频、网络文学的快速发展,集团坚持“深度内容专业化、大众内容轻量化”双轨并行。在坚守深度阅读阵地方面,持续推出“经典精读”系列数字产品,通过名家解读音频课、学术纪录片等形式,将《资治通鉴》《鲁迅全集》等典籍转化为可听、可视、可互动的深度内容。为了适配碎片化阅读场景,开发“口袋本经典”系列,如上海文艺出版社的《在小山与小山之间》《莉莉》《昨晚,妈妈打来电话》《我的文俊老爸》等作品,以轻量化装帧与精编内容满足即时阅读需求。此外,集团积极探索“微阅读”产品形态,经典IP改编为微短剧、短视频,通过“片段化叙事+核心观点提炼”,实现严肃内容的年轻化传播。接下来,集团将继续在技术变革中守正创新,让深度阅读与轻量化阅读形成互补共生的良性生态,为提升国民文化素养提供更富时代感的出版解决方案。