

借全民阅读春风 奋力书写“新华”贡献

发挥知识文化综合服务优势 在构建高质量全民阅读生态中主动担当

■秦俊俊(江苏凤凰出版传媒股份有限公司副总经理,江苏凤凰新华书店集团有限公司党委书记、董事长)



以《条例》为指引,提升文化服务供给水平。《全民阅读促进条例(征求意见稿)》的制定以及未来正式施行,是将全民阅读工作进一步规范化、法治化,也进一步巩固了“全民阅读、书香社会”的国家战略意义。同时,在推动全民阅读、建设书香社会工作中,也构建非常务实有效的保障和促进体系。体现在:一是权责法定,以立法的方式明确了全民阅读工作中政府、社会、个人的权利义务责任,并配套了问责机制,让全民阅读工作开展有法可依;二是保障升级,《条例》对政府部门的财政投入、全民阅读设施建设标准、公共文化购买方式、社会力量参与形式等都有了明确指示,让全民阅读有了实实在在的刚性保障;三是高度提升,《条例》要求构建全民覆盖、全龄受益、普惠高效的全民阅读促进体系,特别是在加强重点人群的阅读保障上给出了明确要求和具体的措施支撑,充分体现了《条例》指导下的全民阅读工作,将更加注重推动公共文化服务公平均衡、促进人民精神生活“共同富裕”,为奋力推进物质文明和精神文明相协调的中国式现代化贡献“阅读”的力量。

新华书店系统是深化全民阅读服务的主力军。一直以来,凤凰新华坚守主责主业,积极做好全民阅读服务,持续巩固建设文化宣传阵地,不断提升高质量文化服务供给能力和水平,是江苏省全民阅读推广的重要力量。《条例》的出台,为凤凰新华提供了更广阔的施展空间。凤凰新华将紧抓“全民阅读”作为文化强国重要任务的有利契机,积极谋划,主动作为,在推动全民阅读、建设书香社会中贡献更多智慧和力量。

聚焦文化与阅读服务,全力向知识文化综合服务商转型。目前,凤凰新华在江苏全省建有1400个、总面积超100万平方米图书发行网点,提供图书、文创、阅读活动、文化展

演、店内研学、自主学习等丰富多元的文化产品与服务。凤凰新华将主动扛起凤凰集团驻各地“文化办事处”“教育服务站”的旗帜,专注文化消费市场的新特点、新需求,以客户导向重新定义市场,打造公共文化服务生态、文化连锁服务生态、中小学教育服务生态、高校文化教育服务生态、研学知识服务生态、线上发行服务生态、集采供应链服务生态七个文化体验消费生态,全力向知识文化综合服务商转型。一是推进实体书店向“三个空间”的转型升级,打造新型文化服务空间。在凤凰集团的指导下,凤凰新华正推进实体书店精品图书展陈空间、数字化阅读服务空间和沉浸式文化体验空间的改造建设工作,以文化消费新需求为导向,持续优化实体书店产品、服务和体验的综合供给能力,以数智化、平台化、网络化推动实体书店转型升级,探索构建以图书为核心的“文化+”消费新场景、新体验,推进建设如“凤凰·人卫相约健康空间”“三联中读知识空间”等主题空间。二是围绕不同读者群体需求,做好定制化的阅读服务保障。如针对青少年、老年、留守儿童、残障人士等,强化专业化、适用性的阅读指导和服务,对党员干部、企业家、大学生等不同领域人群,提供定制化、针对性的阅读书单和活动。建立主题书单推荐机制,按读者对象编制书单,定期推荐,形成阅读推荐体系。开展政企知识服务,持续推进“新华优选”文化定制服务模式,实现实体门店服务、文化活动定制服务、线上专属平台服务协同运营。围绕青少年阅读基础工程建设,推动校园书店建设,与学校共建书香校园文化,共同促进青少年综合素质提升。开展“江苏高校凤凰读书节”等各类读书节,推动优质阅读资源深入乡镇、校园、企事业单位、家庭。

2025年,凤凰新华将以知识文化综合服务商的定位,统筹推进机关书屋、企业职工书屋、农家书屋以及特殊群体书屋建设,多渠道开展以优质内容资源支持、形式灵活、满足不同人群的阅读推广活动,助力书香社会、文化强国建设。一是升级完善现有网点、书店功能的同时,加强对

乡镇(街道)和村(社区)基层综合性文化服务中心、农家书屋等基层阅读设施的服务力度,加强政企单位、校园的阅读空间建设和阅读服务推广,在“构建覆盖城乡、实用便利、服务高效的全民阅读生态”中主动担当。二是深化“凤凰读书会”阅读活动品牌建设,全年开展不低于1万场文化阅读活动,综合统筹好阅读活动主题、覆盖面、受众数量等,在“数”与“质”上提升全民阅读推广实效。三是发挥文化展会的带动作用,持续举办好江苏书展、南京文学书集、春秋两季馆藏会等品牌展会,引领阅读风尚。四是更广泛参与公共文化服务,发挥实体书店运营机制、优质图书和配套文化资源、专业管理人员优势,形成公共文化服务整体方案,在公共文化设施建设和运营、文化活动和产品供应上,贡献新华书店的专业力量。

今年4·23世界读书日期间,凤凰新华将围绕不同读者阅读需求,开展超千场各类阅读文化活动。包括:适合大众读者的“春韵书香,阅启新程”阅读活动;为儿童读者和成年读者量身定制“共读小时光”和“字由读书人”两个读书会品牌;开展面向中小学青少年的“作家进校园”“科学家精神进校园”和全科阅读主题活动;为大学生们准备的“悦读青春,筑梦未来”江苏高校凤凰读书节;面向教师群体的“阅读引领 师道传承”共读共写系列活动等。

提升数智化阅读服务能力,满足读者知识文化服务新需求。一是升级改造实体书店设施环境,提供更多数智阅读服务场所和设施,满足读者多样化的阅读习惯和需求;二是在产品和服务推广上,采用更符合当下技术环境、发展趋势的方式,如结合VR、XR技术,开展更具“技术流”“现代化”“沉浸感”的阅读文化活动,同时,建设完善包括电商平台、直播营销在内的线上服务平台矩阵,进一步配合读者消费习惯,提升线上产品和服务供给能力;三是加强数字内容资源建设,强化与上游内容生产单位的供需反馈,推出更符合读者需求、更适应读者习惯的数字化阅读产品,提升公众数字阅读消费满意度。

条例固本 创新赋能 谱写全民阅读齐鲁答卷

■安蓬生(山东出版传媒股份有限公司党委委员,山东新华书店集团党委书记、董事长)



2025年3月,国家新闻出版署发布的《全民阅读促进条例(征求意见稿)》以政策的形式对全民阅读做出了总体性的引领和指导。山东新华作为推动全民阅读的主力军,将始终以《条例》为行动指引,以创新为突破路径,奋力书写全民阅读事业的齐鲁答卷。

深挖《条例》深意,把握全民阅读战略新坐标。《条例》的出台不仅是政策文件的升级,更是国家文化治理体系现代化的重要里程碑。一是构建了全民阅读生态系统新范式。《条例》建立了“政府主导-部门协同-社会力量参与”的三位一体推进机制,真正让阅读资源供给实现了从“零散输血”到“系统造血”的转变。特别是将全民阅读纳入政府考核体系,在制度层面破解了文化事业“重建设轻运营”的痼疾。二是重塑了数字时代阅读文明新形态。《条例》前瞻性地提出传统阅读与数字阅读融合的发展路径,既强调了实体书店的文化服务功能,又鼓励我们运用新技术创新阅读场景,这种“守正创新”的辩证思维,为构建全媒介时代的阅读生态指明了方向。三是开创了文化公平普惠新格局。《条例》中明确指出,全民阅读促进工作要按照公益性、基本性、均等性、便利性的要求,构建全民覆盖、全龄受益、普惠高效的全民阅读促进体系,通过建立重点群体阅读保障机制,设立乡村阅读计划,将文化公平提升到新高度。

创新服务矩阵,打造全民阅读实践新高地。山东新华

作为党和国家的思想文化宣传阵地,未来将以具体实践持续稳步推进《条例》落地生根。第一,品牌引领:构建全民阅读生态圈。“新华领阅计划”系列文化活动是山东新华推动全民阅读的重要举措,涵盖了“新华·童乐绘”“新华·名家齐鲁行”“新华·阅享时光”等六大子品牌。2024年,山东省举办了超过万场活动,吸引了近200万名读者参与。今年,山东新华将进一步深化“新华领阅计划”品牌建设,围绕活动、体验和服务三个方面持续发力,提升文化服务水平。依托当地特色文化,开启“文化+活动”模式,深入展示各种阅读主题,构建“全年龄段、全场景化”的全民阅读服务生态,促进全民阅读的广泛普及与深度拓展。第二,业态融合:激活实体书店多元文化价值。山东新华将继续以“阅读+”为核心理念,推动实体书店向综合文化服务商转型。通过“剧本杀”“脱口秀”等新兴形式,打破传统阅读局限。同时,针对青少年群体,推出“一本书的诞生”等研学课程,促进图书与研学相融合。针对老年群体,山东新华推出“新华书店老年大学”,帮助老年人保持文化活力;针对青年群体,打造“新华·青年夜校”品牌,开设培训课程并组织读书沙龙等活动,满足年轻人对学习和社交的需求。第三,空间再造:重塑城市文化精神地标。近年来,山东新华通过提升书店“颜值”、调整经营方式、融合创新发展的方式,转型升级成为综合文化阅读空间。同时,着重提升门店员工综合素质,实现实体空间从“卖书”到“卖体验”的升级。第四,文化普惠:打通全民阅读的“最后一公里”。山东新华将继续坚持“引进来”和“走出去”相结合,拓展文化服务空间。在服务网络构建中,系统推进“六进”服务体系落地实施,将服务延伸至企业、机关、社区、学校等多元场景,着力破解基层文化服务“最后一

公里”的难题。通过科学规划全省发行网点布局,重点打造社区店、景区店、校园店等特色场景书店,稳步推进15地市文化书院试点建设全覆盖,融入“15分钟品质生活圈”,实现阅读空间与居民生活动线有机融合。

优化策略路径,构建阅读推广新支点。今年,山东新华将在世界读书日这一节点,同步启动“悦读马拉松”及“书香丰盈人生 阅读照亮未来”两大系列活动,以创新性的文化传播模式,持续推动全民阅读纵深发展。一是升级去年《阅读的力量》“文化节目+实体书店”融合传播新范式,推出“悦读马拉松”系列活动,形成线上线下深度融合的全民阅读推广生态。二是继续打造世界读书日系列活动“书香丰盈人生 阅读照亮未来”,通过精选畅销书打造主题展销空间,结合线上好书推荐营造全域阅读氛围;联动“阅动山东”“新华领阅计划”等品牌,开展阅读分享会、绘本讲读等多样文化活动;依托“六进”活动,构建“家门口阅读圈”,为书香山东建设注入持久活力。

推进数智融合,构建多元阅读生态新高地。阅读便捷化是实现全民阅读的重要因素,山东新华按照“营销网络化”的部署要求,通过数字化门店、企微社群、三方店铺、线上分销协同发力,形成“屏端网点”立体化触点。在传统电商领域持续完善天猫、拼多多、抖音店铺布局,在直播营销领域通过分级培育机制持续孵化标杆团队,在线上分销领域继续勾连达人资源与民营渠道,在社群营销领域进一步完善社群考核方案,让社群建设从“数量”走向“流量”。在此基础上,山东新华将继续通过“新华悦购”等智慧平台延伸服务场景,降低读者的时空成本与决策成本,构建起“随时可读、随处可享”的全民阅读新生态。

河北新华:以多层次、立体化、沉浸式文化供给满足群众高品质精神需求

近年来,河北省新华书店有限责任公司(以下简称河北新华)聚焦“业态创新、空间打造、技术赋能”,深入推进门店创新经营,高质量开展“全民阅读·周末读书分享会”“阅动乡村”等系列全民阅读活动,以多层次、立体化、沉浸式文化供给满足群众高品质精神需求,重塑实体书店文化价值、经济价值和社会价值。

不断探索实体书店转型,打造高品质、现代化城市文化体验空间。河北新华持续推进门店空间创新,2024年,共打造体验空间、自习室、名家工作室等132处,拓展社区书店、机场书店、24小时智慧书吧等新型空间56处,在全省83家门店成功运营剪纸、年画、陶艺、花艺和咖啡5个门店创新体验项目,助力深入推进全民阅读。

2024年12月28日,“新汇文·文化创意体验中心”亮相,融合了图书文创、共享书房等丰富多元的文化服务供给,实现了河北新华对实体书店从经营产品到经营空间、从经营商品到服务读者的转型探索。以“新汇文·文化创意体验中心”为牵引,河北新华积极推动全省实体书店向新型文化空间转型。融入当地本土元素和传统文化特色,对内侧重通过不同业态之间的联动,相互赋能;对外强化平台思维,整合优质文化资源,为读者的多元化需求提

供一站式解决方案。

持续擦亮文化品牌,为读者提供丰富多样的阅读体验与文化服务。自2023年11月5日“全民阅读·周末读书分享会”启动以来,全省各地新华书店已举办了75期、4391场活动,充分发挥了河北新华公共文化空间作用,丰富“这么近、那么美,周末到河北”品牌内涵,助推全民阅读和书香社会建设。此外,河北新华还组织开展了1112场“阅动乡村”校园阅读服务活动,成功举办河北省第十届惠民阅读周暨2024惠民书市、第十二届河北省青少年“阅·知·行”读书活动和第31届河北省青少年爱国主义读书教育活动,在促进全民阅读、服务书香社会建设中不断发挥积极作用。

深化融合发展,用数字化赋能重构阅读服务新生态。全省新华书店持续加强文化产品和服务的外延拓展与内涵提升,针对不同群体的文化消费需求,整合内外部活动场地、授课讲师、精品课程等资源,提供更多个性化服务。

河北新华以《河北省青少年科普图书分级阅读推荐书目(小学阶段)》为依托,提供科普类课后服务、科学教育活动的定制化服务,全面拓展科普市场,常态化开展“知了科学课”系列活动;新华·小桔灯绘本馆通过绘本讲读、手工DIY课程等,让抽象的科学原理通过“阅读+实践”具象化;围绕定制书

单、定制活动等需求开展特色文化活动,不断为科学教育做“加法”,通过高质量服务满足广大读者多元文化需求。

河北新华打造了中小学生学习解决方案——“新华·智享书屋”项目,提供完整、科学、可持续发展并具有辨识度的阅读服务体系,目前已建成智享书屋86家。在打造“文化+科技”多元阅读体验方面,雄安容东容西门店引入AI智能机器人、RFID自助结算等智慧元素,将阅读与科技相互融合。河北新华还打造了自主品牌“智云书院24小时智慧书屋”“智慧阅读空间”等系列产品 and 解决方案,打造“一公里微书吧”,一站式满足现代人的阅读与文化消费需求。线上读书品牌栏目《阅见》,聚焦文化和阅读主题,为广大读者“云找书”“云阅读”提供源源不断的精品文化资源,目前累计推送500余期。

2025年,河北新华将进一步强化书店文化服务价值,深入推进全民阅读,实施门店创新发展规划,丰富融合创新体验项目,以创新新汇文·文化创意体验中心、雄安容东容西门店运营为牵引,拓展实体书店新的场域价值、产品价值和品牌价值;同时,强化全省品牌文化活动的模式创新和效益提升,通过更加精准的高质量服务满足多元文化需求。(冀 轩)

(下转第23版)

今年的政府工作报告中,“深化全民阅读活动”再次被写入,这是2014年以来,“全民阅读”连续12次被写入政府工作报告。3月21日,国家新闻出版署关于公开征求《全民阅读促进条例(征求意见稿)》意见的公告发布,向社会公开征求意见……全民阅读,成为文化强国建设过程中的重要组成部分。高质量推动全民阅读,既需要党和政府高屋建瓴的政策引导,更需要各方的共同参与。

实体书店是城市的文化阵地,也是传播好党的思想的重要窗口,更是推动全民阅读不可或缺的重要力量。当下的书店,已经不再是一个单一物理空间的图书卖场,而是服务人们文化消费、满足人们文化需求的融合线上线下的空间。近10年来,在各级各部门的引领下,各地新华书店立足图书发行业优势,以构建城市文化中心为引领,以打造文化服务供应商为聚焦,持续推动创新改革,在助力全民阅读之路上,奋力书写“新华”贡献,构筑“新华”力量,践行“新华”使命。

读者在哪里,销售就延伸到哪里。

随着读者阅读习惯、技术的不断变化,实体书店面临着与过去截然不同的市场环境。在各级各地政府相关政策的持续助推下,如何引导更多人参与到阅读中?需要新华书店线上线下一体化推进。新华书店向持续发力阵地建设,将书店打造成为城市文化中心,汇集更多业态和活动,向外通过打造文化热点事件、持续推动模式输出、构建文化供应商。为了让更多的人购买图书,线上拓展成为近年来新华书店的重要发力方向之一。借力自有线上平台打造、入驻天猫开设店铺、开启线上直播等方式,新华书店的线上营销水平得到了进一步提升,如山东、浙江、四川、广东等地的新华书店,线上销售已取得了长足进展,成为业内线上拓展的典型。

读者在哪里,服务就延伸到哪里。

图书销售是桥梁,是“阅读服务”的缘起。如何满足读者的阅读需求,甚至是进一步的文化需求?围绕不同的购书群体、购书需求,利用互联网,构建社群,并持续做好这些社群用户的服务工作,是推动全民阅读的重要工作之一。如浙江新华的钱塘湾书会员小程序、湖南新华的乐之书店Books+会员小程序等,在满足读者购书需求之外,还将服务延伸至大文化领域,构建一站式文化消费场域。另一方面,自成立开始,新华书店就与“阅读”密不可分,新书、好书如数家珍,这一文化力是书店人的拿手绝活。近年来,各地新华书店纷纷开启文化服务,通过文化空间打造、文化产品引入以及文化活动的开展等,持续为企业事业单位等定制文化产品。如新华文轩、江苏新华、山东新华等,均取得了不错的成绩,成为推动新华书店从图书产品供应商向文化服务提供商转型的有力支撑。

读者在哪里,阅读就延伸到哪里。

图书承载的是文化,文化在沟通交流中更加枝繁叶茂。如何满足读者的文化交流需要?线下举办文化活动不失为一方良方。文化交流不仅可以构建文化交流的场域,也是实体书店汇集读者,提升品牌度和影响力的重要方式。近年来,新华书店不仅在店内开展了多种文化活动、体验活动,还将阅读活动的触手不断向外延伸到农村、社区、家庭、学校、机关、企业、军营等场景中,并以品牌化、专业化为引领,构建了更多人参与的全民阅读主题活动。如连续开展多年的江苏书展、浙江书展、南国书香节,以及近年来全力打造的天府书展、岳麓书会、江西省全民阅读大会、东北图书交易博览会、兰州书展等。这些活动以丰富的图书供给、多彩的文化活动,持续引领地方乃至全国的文化发展,满足读者的文化需求,成为各地推动全民阅读的重点活动、明星活动。