

精品出版助力阅读推广，创新实践深化阅读服务

■中国出版传媒商报记者 聂慧超 采写/整理

编者按 日前，《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》（以下简称《条例》）发布，向社会公开征求意见。这一消息引起行业高度重视，出版集团相关负责人对《条例》展开系统且深入的学习与思考，立足行业发展趋势，紧扣自身肩负的使命，围绕全民阅读推广的核心任务，以及出版集团的长远发展规划，从战略高度与实践维度，展开深刻分析与全面布局，致力于探索出版企业在推动全民阅读进程中的创新路径与关键举措，力求在新时代新阅读生态中，充分彰显出版集团的责任与担当，为书香中国建设注入强劲动力。（链接：2025年4月18日18-19版《以全民阅读立法新视角，开辟阅读新生态新作为》）



唐汉隆

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》（以下简称《条例》）发布，向社会公开征求意见。深化全民阅读是推进社会文明建设的关键举措。此次国家层面出台《条例》，标志着全民阅读工作从阶段性活动正式升级为国家系统性工程，意义重大。

深圳较早开展全民阅读的探索与实践，是较好开展全民阅读的城市。深圳出版集团作为深圳全民阅读的主力军，对于《条例》的出台倍感振奋，也进一步明确了未来的工作方向：我们将更加充分地发挥集团的全产业链优势，在优化阅读资源供给、创新阅读服务模式、做好教育服务融合、强化数字化阅读服务、深化区域共读合作等方面重点发力，通过系统化、专业化、特色化的阅读服务体系，促进全民阅读工作提质增效，为书香社会的建设作出新的贡献。

多维深耕，打造文化供给新范式

深圳出版集团立足自身资源禀赋，以精品出版为核心，通过构建多元出版矩阵、优化产品结构布局、建立全流程质量管控体系，持续推出兼具思想性、艺术性与市场竞争力的优质出版物，全方位提升全民阅读内容供给质量，为城市文化建设与全民文化素养提升注入强劲动能。一是重点布局四大产品线。围绕“赓续深港文脉读物”，挖掘本土文化，策划出版深港历史文化、民俗风情、城市记忆等主题图书，如《中国式现代化深圳实践创新研究》等，助力大湾区文化融合；围绕“科创科普科幻读物”，依托深圳科技产业优势，策划《共同市场：全球化逆潮下的中国与东盟合作展望》等科创类、《深圳海洋博物百科》等科普类、“中国科幻新锐系列（第二辑）”之《地球众神2：本源重启》等科幻类图书；围绕“青春少儿读物”，开发原创儿童文学、绘本及教育读物，如《奔向月球》等，培养少儿阅读兴趣；围绕“法语文学读物”，引进优质法语文学、社科类图书，深化与法语国家出版合作，策划《蓝花楹》等图书，促进多元文化互鉴。二是精心打造《书都·走读深圳》杂志。以“一座城市的文化说明书”为定位，深度挖掘深圳城市文化内涵，形成涵盖“封面策划”“文化名村目的地”“共读双城”等多元栏目，内容体例覆盖多维度城市文化议题。

以阅读之力 激活文化深港脉动

■唐汉隆（深圳出版集团党委书记、董事长）

为了确保不同年龄、需求的读者均能获得适宜的阅读内容，深圳出版集团从阶梯化儿童读物和无障碍阅读服务两大方向优化出版结构。一是根据儿童认知发展规律，推出分龄分级阅读。其中，0~3岁侧重启蒙阅读，出版高对比度视觉绘本、触摸书、发声书，如《好宝宝系列》等早教读物，配套亲子阅读指南；3~6岁侧重亲子共读，开发儿童文学、绘本、教育读物以及互动游戏书，如《大危机图鉴绘本系列》等，培养阅读兴趣；6~12岁侧重独立阅读，推出《在星星的背面漫步》等少儿类图书，以及《这就是奇观》等科普类图书，激发探索精神；12~18岁侧重深度阅读，策划《梁晓声品阅人生三部曲之二》等，引导思辨能力与社会认知。二是推出无障碍阅读产品，保障特殊群体的阅读权益。与技术公司合作，为出版物嵌入音频、视频，出版《肺部结节，你不要怕》等融合出版物。

在数字化阅读趋势下，深圳出版集团深度融合数字技术，以创新驱动突破传统阅读边界。通过开发多元化数字阅读产品，探索“出版+”创新模式，构建沉浸式、场景化阅读体验，全方位增强阅读的互动性与吸引力。一是集团倾力打造的、将于今年内亮相的全新一代文化综合体“湾区之眼”，将通过AI驱动的体验、数据驱动的个性化服务、数字阅读平台的多维度拓展、会员臻享的阅读新空间，为读者开启沉浸式的智慧阅读之旅；AI数字人提供多模态交互服务，实现个性化阅读推荐和实时咨询，提升阅读服务的亲和力与效率；新会员系统通过大数据分析读者购买行为、偏好标签，构建智能推荐算法，推送定制化书单及阅读服务推荐；携手数字阅读平台，优选电子书、有声书数据库，精选优质出版IP，通过线上线下文化活动运营覆盖全场景阅读需求，激发参与热情；会员空间集学习阅读、商务交流、茶歇休憩等多重功能于一体，为社群营造阅读生活场景。二是在深圳书城APP引入逾10万册优质数字阅读资源，打造数字阅读窗口，紧扣热点和经典拟定精选书单，定期开展线上线下阅读活动。

下沉赋能，创新全民阅读新实践

为推动全民阅读向基层延伸，构建覆盖广泛、触手可及的阅读服务体系，深圳出版集团以资源整合、精准服务、文化共建为抓手，打通公共文化服务“最后一公里”，让阅读真正融入市民日常生活。一是加强跨界联动，与公园管理中心、高校、工会等各类机构开展合作，建设公园书吧、高校书吧、职工书吧等优质阅读空间，为市民、学生、职工等群体提供更多的文化便利，营造处处可读的阅读氛围。二是通过线上建强新媒体矩阵、维护读者社群、发布调查问卷以及线下设置反馈意见箱等方式，及时回应读者关切；开展深度访谈、轻访谈等，增强读者参与感与黏性。三是焕新策划2025年“文化润疆·深喀共读”系列活动，深入联动新疆喀什，开展图书捐赠及“丝路书香，深喀同行”“先锋共话，想象界外”“文化纵横，正在现场”等文化活动，推进文化润疆纵深发展；争取民生微实事项目落地，结合不同社区、群体特色，提供定制化文化服务。

今年世界读书日期间，深圳出版集团以品牌化、体系化思维策划系列主题阅读活动，构建全民阅读矩阵，营造全城共读的浓厚文化氛围。一是持续丰富深圳读书月品牌内涵，助力讲好深圳故事、中国故事。与新加坡、巴塞罗那等海外友城策划开展共读合作，加大深圳读书月国际传播力度；精准对接“百千万工程”，深入了解深圳对口帮扶地区文化需求，推动读书月走进乡镇、走近百姓；创新开展城际交流，深化深港、深澳、深喀等“共读双城”系列活动，赋能城市营销；做强深圳书展品牌，以强化交易功能、扩大实质交易为核心要务，吸引更多优质文化机构参展。二是创新策划4·23“阅读点亮科学之光”系列活动。紧扣“精品、标杆、品牌、融合、网感、科技、青年、市场、国际、生态”十大关键词，于4月19日至5月5日推出超百场活动，涵盖新书发布、科技互动、惠民展销、湾区共读等多元内容。邀请郑永年、顾远、韩松、马国宾、彭超、程然、艾韬、郑培凯、王笛、黄子平、吴岩、韩红、许宏、马家辉、海漭、分形橙子、孙道荣、吾皇猫等学者和作家齐聚深圳，在全市范围举办各类主题图书展，并与当下AI热点结合，举办人工智能科技互动体验展，让“科技之城”闪耀阅读之光，激发全城阅读热情。

深圳出版集团始终把社会效益放在首位，秉持传承文化精髓、推动知识创新的使命，为读者提供高质量、多元化的精神食粮。面对当前全民阅读工作中存在的内容同质化、数字阅读体验不足、基层阅读覆盖不均等问题与挑战，集团将积极承担国有文化企业责任，持续打造精品内容，加强选题策划，挖掘群众喜闻乐见的选题，确保出版物思想性、艺术性、可读性并重；推动融合出版，开发有声书、互动电子书等数字阅读产品，扩大优质内容的传播覆盖面。全面推进融合发展，大力推动全民阅读“五进”，打造新型阅读空间，邀请名家举办阅读分享活动等，提升全民阅读便利性、广泛性。

今年世界读书日期间，深圳出版集团以品牌化、体系化思维策划系列主题阅读活动，构建全民阅读矩阵，营造全城共读的浓厚文化氛围。一是持续丰富深圳读书月品牌内涵，助力讲好深圳故事、中国故事。与新加坡、巴塞罗那等海外友城策划开展共读合作，加大深圳读书月国际传播力度；精准对接“百千万工程”，深入了解深圳对口帮扶地区文化需求，推动读书月走进乡镇、走近百姓；创新开展城际交流，深化深港、深澳、深喀等“共读双城”系列活动，赋能城市营销；做强深圳书展品牌，以强化交易功能、扩大实质交易为核心要务，吸引更多优质文化机构参展。二是创新策划4·23“阅读点亮科学之光”系列活动。紧扣“精品、标杆、品牌、融合、网感、科技、青年、市场、国际、生态”十大关键词，于4月19日至5月5日推出超百场活动，涵盖新书发布、科技互动、惠民展销、湾区共读等多元内容。邀请郑永年、顾远、韩松、马国宾、彭超、程然、艾韬、郑培凯、王笛、黄子平、吴岩、韩红、许宏、马家辉、海漭、分形橙子、孙道荣、吾皇猫等学者和作家齐聚深圳，在全市范围举办各类主题图书展，并与当下AI热点结合，举办人工智能科技互动体验展，让“科技之城”闪耀阅读之光，激发全城阅读热情。

深圳出版集团始终把社会效益放在首位，秉持传承文化精髓、推动知识创新的使命，为读者提供高质量、多元化的精神食粮。面对当前全民阅读工作中存在的内容同质化、数字阅读体验不足、基层阅读覆盖不均等问题与挑战，集团将积极承担国有文化企业责任，持续打造精品内容，加强选题策划，挖掘群众喜闻乐见的选题，确保出版物思想性、艺术性、可读性并重；推动融合出版，开发有声书、互动电子书等数字阅读产品，扩大优质内容的传播覆盖面。全面推进融合发展，大力推动全民阅读“五进”，打造新型阅读空间，邀请名家举办阅读分享活动等，提升全民阅读便利性、广泛性。

深圳出版集团始终把社会效益放在首位，秉持传承文化精髓、推动知识创新的使命，为读者提供高质量、多元化的精神食粮。面对当前全民阅读工作中存在的内容同质化、数字阅读体验不足、基层阅读覆盖不均等问题与挑战，集团将积极承担国有文化企业责任，持续打造精品内容，加强选题策划，挖掘群众喜闻乐见的选题，确保出版物思想性、艺术性、可读性并重；推动融合出版，开发有声书、互动电子书等数字阅读产品，扩大优质内容的传播覆盖面。全面推进融合发展，大力推动全民阅读“五进”，打造新型阅读空间，邀请名家举办阅读分享活动等，提升全民阅读便利性、广泛性。

域的权威专家学者。

任江哲介绍了新华全民阅读研究院筹建情况与“书香央企”共建服务方案。

会上，臧永清、单广袖和中华书局党委书记、执行董事肖启明，人民音乐出版社有限公司总经理周群，中国银行北京分行行长蔡兴华，中国铁道出版社有限公司总经理岳磊，国家电网有限公司党组宣传部副主任、新闻发言人蒙海军，中国电信股份有限公司文宣行业事业部副总经理季嵩，中国人寿保险（集团）公司干部研修院院长助理刘曾，中国海洋石油集团党组宣传部副主任汪俊共同启动中国出版集团与央企共建“读者之家”。

常勃、李敬泽、武运明共同为“新华全民阅读研究院”揭牌。

（张馨宇）

经敦煌、喀什两站，穿越乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦，以开展文化对话、设立“丝路书架”、举办丝路图书展和非遗文创展等形式，共同开启“走读丝路”的新篇章。

活动现场，陕西新华出版传媒集团与五洲传播中心签署战略合作协议。根据协议，双方将围绕丝路主题图书出版、数字内容传播、国际发行渠道建设等领域展开深度合作，在图书出版、文化交流、国际传播、网络新媒体建设等方面加强合作，共同打造丝路主题图书、智慧数字阅读等外向型传播平台。

（张馨宇）



地建设走深走实，与团省委、省少工委共同策划推进“家门口青少年宫”项目，联合省刊协、报协定期开展“浙江少儿报刊阅读季”活动，为山区儿童送刊送知识。

完善基层阅读服务 助力乡村振兴

浙版集团创新乡村阅读服务形式，2024年12月启动“浙版·全民阅读大篷车”活动，集成浙江新华图书销售、钱江浪花艺术团文艺演出、浙江出版新时代青年宣讲团等各类资源，以“一台文艺演出、一次图书市集、一批图书捐赠、一系列理论宣讲和阅读分享”为主要内容，计划2025年内走遍浙江山区26县和海岛县，助力优质文化资源直达基层。浙江新华积极融入“15分钟品质文化生活圈”建设，激发乡村书房运营活力，实现“新华书店+农家书屋”模式示范店地市全覆盖，全省建成乡村书房78家，总面积约1万平方。浙江农家书屋线上平台2024年上线，提供电子书刊1.5万种，赋能乡村移动阅读服务体系建设。集团向“书香暖神州”“新时代乡村阅读季”、省政协“六送下乡”活动及全省户外劳动者服务站捐赠图书近100万元。

推动线上线下融合 构建数字阅读生态

浙版集团加大线上平台阅读服务，构建多场景线上服务体系。博库网、博库APP、博库小程序加强优质供给，浙江新华“钱塘湾书”持续开发“书店+”云上空间，累计上线门店744个、注册会员194万，日活跃会员近万，构筑高效惠民文化平台。“火把”平台入选国家新闻出版署2024年度出版融合发展工程数字出版优质平台名单，利用博库电商优势推出火把会员产品，以纸电一体模式，结合智能推荐算法和多维内容标签体系，实现技术与内容的深度融合，提供个性化推荐和全场景沉浸式体验。火把书院数字内容已形成名家作品、影视同期小说、世界经典名著、亲子育儿等系列多条电子书精品阅读线，严选知识文章量已超10万篇，总注册用户近300万。浙江新华持续完善“云馆配”馆藏图书采选平台和“芸台购”馆配服务平台，服务超1000家国内图书馆、阅览室、城市书房等公共文化机构。

今年4月23日世界读书日之际，浙版集团围绕全民阅读需求举办形式多样、精彩纷呈的阅读活动。其中，“浙版·全民阅读大篷车”开进丽水，除了好书和展演，还把网络文学送往山乡，邀请网络文学名家管平潮助力推动乡村阅读。浙江新华成功打造“之江好书节”阅读活动矩阵，实施书店快闪计划，开展“共读一小时”阅读推广活动、“种子计划”青少年阅读推广活动、阅读马拉松等活动。博库集团重点推出火把主题活动，采用“内容孵化+人才培养+生态构建”模式，通过高校、达人、出版机构三大赛道，开展“星火传书香”领读人计划，遴选优秀解读书作品。集团旗下出版社还开展多场线下图书阅读分享会、名家见面会以及线上直播活动等。

从「活动型运营」向「生态化服务」升级转化，为全民阅读贡献「浙版力量」

■浙江出版联合集团

日前，《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》（以下简称《条例》）发布，通过立法强化政府责任、整合社会资源、保障重点群体需求，并借助数字化手段扩大服务范围，为全民阅读提供了系统性解决方案。浙江出版联合集团（以下简称“浙版集团”）深入贯彻习近平总书记关于全民阅读的重要指示精神，围绕“书香浙江”建设深化全民阅读活动，创新探索全民阅读工作从“活动型运营”向“生态化服务”升级转化，以优质内容供给为核心，以品牌阅读活动为突破，持续提升全民阅读服务质效。

推进实体书店转型 打造新型文化空间

浙版集团现有自营门店242家，面积30.1万平方米，总网点数超800家。2024年全新制定实体书店转型升级和等级评定工作导引，着力构建旗舰店、标杆店、标准店、特色店四大体系书店集群，评选出杭州解放路店、嘉兴书城、温州书城、嵊州书城、松阳书城和云和中心门店等首批6家金牌书店，为打造文化运营空间提供样本示范。浙江新华拓展特色书店品牌，文字里社区书店、“非读BOOK”校园书店、“合一书局”文旅书店三大特色品牌矩阵加速成形，结合不同场景及人群提供融合业态的复合式文化服务空间，“非读BOOK”获得中国新华书店协会2024年度“坚守主责主业案例”荣誉。在未来社区、城市书房、新时代文明实践中心、特色小镇等重点区域开辟“新华书店+”服务网点，海宁桃源书舍开启新华书店市场化代运营乡村文旅书店的合作新模式，将文化与旅游相结合，为乡村文化振兴注入新活力。

丰富阅读推广活动 营造全民阅读氛围

浙版集团持续打造系列特色阅读活动品牌，举办“之江好书节”“浙江馆藏图书展示会”“春风悦读盛典”“新青年说”“阅读伴我成长”等重点品牌阅读活动，参与举办浙江书展、衢州书展、温州书展等特色地方书展。“之江好书节”以全省自营门店为活动阵地，形成覆盖千万人次的全民阅读热潮，全省新华书店每年举办名人名家讲座、读书分享沙龙、新书发布会、文化市集、研学活动等各类活动7000余场。线上联合天猫、浙江电信等平台，线下联合各地品牌文化市集等主体，创新举办“把书摊开”“文里”等文化市集活动，“火把知识严选服务”平台联合浙江电信发起读书破万“卷”打卡活动，累计覆盖用户100万人。博库集团以“红领巾小记者”队伍建设和重点项目实施为抓手，不断推进阵