



向品牌化、IP化升级 武汉书展展现“支点”力量

关键词 阅读新场景 文化惠民 图书文创

中国出版传媒商报记者 王双双 王新雪

作为2025长江文化艺术季12项主体活动之一，本届阅读周活动以“悦读长江 智汇支点”为主题，前后持续1个多月，以武汉书展和10月24日~26日举办的第20届华中图书交易会为核心，延伸拓展“会前+会后”“主会场+分会场”“线上+线下”的多维度文化活动，全面展示湖北出版发行行业改革发展的丰硕成果，打造出版产业交流平台和国家级文化盛会。正如中宣部印刷发行局副局长蔡书贵在致辞中所谈到的，湖北勇担新时代的文化使命，在主题出版成果、精品力作创新、全民阅读推广、公共文化服务等方面卓有成效。特别是武汉书展，经过廿载耕耘，“书香长江”已发展成全国知名的出版品牌。

本届阅读周活动由湖北长江出版传媒集团有限公司、长江出版传媒股份有限公司、湖北省出版发行行业协会、

首次在湖北设立“真理之光——党的创新理论出版成果展”、首次打破传统单一形态构建“内容+场景+互动”的三维生态、首次组建长江沿线产业联盟、首次举办新媒体文化博大会、首次举办长江智慧馆藏创新大会……9月21日，为期3天的“书香长江”阅读周·武汉书展在武汉国际会展中心落幕。

武汉出版集团有限公司主办，湖北省新华书店(集团)有限公司、武汉市新华书店有限公司承办，既是湖北出版发行行业助力“支点”建设的生动实践，也是推进长江文化、荆楚文化、红色文化创造性转化和创新性发展的有力举措。

7万余种精品图书 让生活被“书单”治愈

“被窝伴侣”“文笔提升‘急救包’”“给孩子的世界启蒙书”……在“阅见长江——全国精品图书展”区域，一张张

极具主题特色的“书单”让有选择困难的读者大呼“贴心”。在这里，来自不同出版社、类似主题的图书，集中在某一主题下一起销售，让读者实现一站式购买。诸如此类的创新还有很多，成为此次展会一大亮点：打破以往以出版社为类别的荐书模式，通过主题空间、主题场景、主题展台等多种方式，为读者打造沉浸式阅读体验。

好书云集，多家出版集团助力书香江城。此次书展吸引了全国400多家出版发行单位参展。中国出版集团组织旗下23家“人民牌”“中字头”“新

华系”“老字号”文化品牌出版机构，带来3000余种、近4万册精品图书，以绘江城读者。新华文轩围绕“锦绣天府·安逸四川”文旅品牌主题，通过丰富的图书、文创产品，充分展示四川出版发行新成效与巴蜀文化魅力，让“四川烟火气”与荆楚文化交相辉映。浙江出版联合集团参展图书涵盖文学、历史、社科、科学、少儿、艺术、古籍等多个领域，为读者呈现层次丰富、内涵深刻的文化体验。上海世纪出版集团携旗下19家出版社整体亮相本届书展，集中展销人文社科、科技科普、教育少儿、文学艺术等领域的精品图书2300多种。中南传媒携旗下10家出版发行单位精彩亮相2025“书香长江”阅读周·武汉书展，展示3000余种精品图书，并策划多场重点文化互动活动，助力湘书书香浸润江城，阅读氛围持续升温。(下转第6版)

现场直击

2025北京文化论坛共绘文化科技融合新图景

中国出版传媒商报讯 9月23日，由中宣部、中共北京市委、北京市人民政府共同主办的2025北京文化论坛在北京国际饭店开幕。论坛以“传承·创新·互鉴”为永久主题，以“文化和科技融合发展”为年度主题，汇聚全球文化科技领域智慧，推动文明交流互鉴。

中宣部、外交部等中央有关部门负责同志，各省区市党委宣传部部长，北京市有关负责同志，文化艺术界知名人士，文化、科技企事业单位代表，以及来自50多个国家和地区的100多位国际组织负责人、驻华使节、国际知名专家学者、北京友城代表、驻华机构代表，共计800余位嘉宾参加论坛。

本届论坛邀请中外嘉宾围绕培育文化领域新质生产力、信息时代的文化创造和传播方式变革、人工智能对文化发展的影响、数字文化产品和服务的高效供给等前沿议题展开交流，充分探讨文化和科技融合的有效机制。

论坛聚焦文化和科技融合发展，涉及话题广泛，学术交流深入，案例展示生动，为推动文化繁荣发展、文明交流互鉴汇聚智慧力量。论坛前后，组织6场平行论坛、20余场专业沙龙以及北京文化论坛会客厅常态化活动，同时举办重要成果发布专场活动、文化产业投资大会等配套活动。(伊尹)



2025北京文化论坛现场 主办方供图

“全国文化中心建设2024年度十件大事”发布

中国出版传媒商报讯 9月23日，由中宣部、北京市委、市政府共同主办的2025北京文化论坛在京开幕。论坛现场发布“全国文化中心建设2024年度十件大事”。

“全国文化中心建设2024年度十件大事”是：习近平文化思想研究中心建设成果丰硕；首届世界古典学大会深化中外文明

对话；北京打造长城保护实践新样本；北京中轴线申遗成功彰显古都新韵；“240小时过境免签”带火国际文化旅游；琉璃河遗址考古取得多项重要突破；“爆款文创”引领文博新潮流；首届国际“青春诗会”金砖国家专场推动中国诗歌走向世界；“全球Z世代逛北京”感受中华文化；北京率先实施超高清视听先锋行动计划。(聂慧超)

2025“我与地坛”北京书市圆满收官

中国出版传媒商报讯 为期11天的2025“我与地坛”北京书市于9月22日在地坛公园落下帷幕。本次书市以“阅读，遇见更好的自己”为主题，全面升级规模、品质与体验。

书市期间，累计接待读者55万人次，举办各类阅读文化活动100余场，发放图书惠民券近850万元，打造了一场全民共享、跨界融合的文化盛宴。(张馨宇)

精彩导读

专业出版或成行业智能升级核心力量	P3
2025出版机构发行岗再迎大变革	P9
英美出版商上半年财报发布：“优势资源+技术应用”成增长引擎	P13
高考用书如何成为“硬通货”？	P17

本期20版

编辑：张馨宇 排版：姚志英



敬告读者
根据国家法定节假日安排，本报10月3日休刊1期。
祝广大读者国庆节愉快！

海外传真

在社交媒体“掀起波澜”的新图书奖诞生

中国出版传媒商报讯 近日，一家名为“小说之旅”(Novel Tours)的公司推出了一项新奖项，旨在表彰在社交媒体上“掀起波澜”的图书。首届“小说之旅”图书社区年度图书奖(Novel Tours Bookstagram Book of the Year Award 2025)面向几乎所有类型的图书(不包括儿童读物)，并开放给传统出版、独立出版以及自出版的作品。该奖项鼓励吸引读者阅读兴趣，激发内容创作，并在线上社区引发热议的图书。

这项新奖项遵循结构化的评审流程，包括入围名单、最终候选名单以及一个总体获奖者。每部书将根据写作质

量、原创性以及概念强度、封面设计、包装和市场吸引力等方面进行评估。据悉，入围名单将于11月17日公布，最终获奖名单将于12月公布。

小说之旅公司和该奖项创始人霍莉长期从事图书出版和数字营销工作，曾组织多场图书推广活动，消除图书营销的线上线下隔阂，将作者与活跃的图书社区读者群体连接起来。她表示：“我们一直致力于以激动人心、富有创意的方式连接作者与读者。创立新奖项不仅是为了推广今年出版的精美书籍，也是为了支持社交媒体上的图书社区，他们的热情与创造力让书中的故事得以呈现给更多读者。”(新艺昕)

2025出版智库成果发布交流会(第三场)在京举行

中国出版传媒商报讯 9月19日，2025出版智库成果发布交流会(第三场)在腾讯北京总部举行。本次交流会汇聚人民论坛杂志社人民智库、新华文轩出版研究院、中南出版传媒集团产业研究院、童趣出版研究院、江苏凤凰出版融合发展智库、机械工业出版社教育研究所、未来出版研究院、南京大学出版研究院、华东师范大学上海出版研究院、腾讯研究院10家出版智库，集中发布最新研究成果，并就主要内容开展深入研讨。

会上，10家智库分别从主题出版、薪酬管理、新媒体应用、亲子阅读等领域输出研究成果。

人民论坛杂志社人民智库发布《新时代主题出版传播面临的机遇挑战与对策办法》，发布人陈阳波认为，新时代主题出版在内容策划上更注重开拓多元领域与深化现实关怀，出版主体日趋多样，依托各自专业优势协同合作，读者群体也从国内拓展至全球。创作风格兼顾专业性、亲和力，积极融合数字技术打造融媒体产品，提升市场驱动力和传播体验。在面临内容创新不足、数字化转型不深、国际传播存在文化折扣及人才短缺等挑战时，应强化内容策划，实施分众化传播，创新出版传播形式，主动设置国际议题，加强全媒体人才保障，以推动主题出版传播高质量发展。

新华文轩出版研究院发布《地方国有出版集团工资总额管控研究》，发布人饶华系统梳理了国企工资总额管理政策。她提到，国企薪酬改革的核心是构建“市场化、差异化、数字化”三位一体的现代薪酬管理体系，最终导向效率与公平。各地国企遵循中央“预算管理”“效益联动”原则探索工资总额管理：部分省份分类精细管理，灵活调整兼并重组企业工资额；部分下放权限，单列数字高端人才薪酬；部分探索三年周期管理或设科创“绿色通道”。企业层面，保障性国企强管控，工资总额挂钩利润等指标；能源国企用“一条主线、两条轨道、三种阶段”方案。同时她指出，出版行业工资总额管理面临政策细则、考核激励等挑战，建议从理念重塑、内部机制调整，争取外部政策支持优化管理。

中南出版传媒产业研究院发布《主要出版集团新媒体应用研究——以抖音平台为例》，发布人谢清风基于35家出版集团调研数据，发现81.51%出版社开通抖音官方账号，14家集团实现旗下出版社“全入驻”，部分头部集团采用“1+N”矩阵运营，头部账号多“日更”，兼具知识性与娱乐性的内容易爆发；传播效果呈“头部效应”，中国出版集团等5家集团综合指数居前；115家出版社2024年使用抖音带货工具参与转化。社科类出版社应聚焦公共议题、文艺类打造故事化内容；组建“出版编辑+短视频创作者”的复合型团队；以主题化、情境化内容驱动直播销售，建立数据化选品机制；明确账号定位，做栏目化运营与数据复盘，用长期战略将抖音打造成资产沉淀阵地。

童趣出版研究院发布《我国亲子阅读实践现状与出版服务对策研究》，发布人史妍表示，当前我国亲子阅读在家庭中的普及度和家长认可度不断提升，然而实践过程中仍面临“选书难”“不会读”、城乡资源分布不均、家长自身阅读习惯欠缺、儿童随年龄增长阅读兴趣下降等多重问题交织。同时，图书市场分级体系不健全、优质原创内容稀缺、融媒体配套开发滞后等外部问题，也制约了亲子阅读的有效开展。为切实提升亲子阅读质量，她提出五项建议：一是构建科学的分级阅读体系，推出权威分级书单和个性化阅读服务包；二是加强优质原创内容开发，突出传统文化与价值引领主题；三是创新图书策划，增强互动性与游戏化元素；四是推进“纸电声像”融合开发，拓展阅读场景；五是将亲子阅读指导纳入公共文化服务，加大科学选书、共读方法的宣传推广。

江苏凤凰出版融合发展智库发布《我国数字出版人才队伍建设情况研究》，发布人宋吉述认为，现有人才队伍建设仍面临突出问题，包括人才数字技能与市场运营能力不足，复合型人才培养机制欠缺；薪资水平相较于互联网及科技行业不具优势，职业发展路径不够清晰；考核机制仍过度侧重短期经济指标，激励手段单一，缺乏长期激励措施等。(下转第2版)