

新华书店全民阅读活动品牌 从“文化平台”迈向“文化生态”

■中国出版传媒商报记者 伊璐 王新雪

2023年2月,中国出版传媒商报曾推出报道《书店阅读活动探索品牌化新路径》,彼时全民阅读活动品牌化正在开始。经过近3年发展,又恰逢国务院总理李强签署国务院令,公布《全民阅读促进条例》自2026年2月1日起施行,叠加自2026年起将每年4月的第四周设立为“全民阅读活动周”,可以说,全民阅读已从政策倡导迈向制度化保障的新阶段,全民阅读活动也将迎来爆发。

借此机会,中国出版传媒商报记者对新华书店全民阅读活动品牌进行梳理,发现全民阅读活动正在从品牌化探索向生态化深耕转型。正如《中国新华书店社会责任报告书(2024年)》中指出,全国新华书店加快新型全民阅读服务体系建,聚焦品牌引领,创新惠民模式,通过开展全方位内容营销,构建直播矩阵,强化新媒体营销宣传,主办、承办、协办各类书展、书市,开展各类丰富多彩的阅读推广活动,将推动全民阅读作为履行社会责任的重要抓手。调研发现,新华书店全民阅读品牌建设进入加速期,呈现出“集团统筹+地方特色”“线上联动+线下渗透”“主业延伸+跨界融合”的多元发展格局,活动影响力从门店延伸至社区、乡村、校园、景区等全域场景。



品牌矩阵化构建成为各地新华书店的选择,形成了覆盖全域的阅读服务网络。

这种矩阵化发展并非简单的数量叠加,而是基于分众化需求的精准布局,全国新华书店通过一系列主题突出、形式多样、内涵丰富的全民阅读活动品牌,把阅读活动引向街道、社区、学校、乡村等地,把文化惠民延伸到基层、拓展到线上。主要表现为两个方面。

一是某一品牌活动自身的系列化构建。每月11月举办的深圳阅读月活动至今已举办26届,今年的读书月更是构建“1+2+10+N”活动矩阵——1个年度聚焦锚定核心影响力,2项创新实践筑牢长效根基,十大系列49项重点主推活动搭建立体框架,联动11区设分会,超300项3000余场主题活动辐射全城,让书香深度渗透城市毛细血管。山东新华2024年启动的“新华领阅计划”以“文化+”为基础,通过细分读者群体、聚焦不同领域,构建了覆盖全年龄段的六大子品牌体系,是贯穿全年、常态化开展的系列活动品牌。自实施以来,全省各新华书店共开展近3万场文化活动,参与人次近400万。湖北新华整合阅读资源,聚焦重点群体,全力打造“荆楚阅读季”系列活动,贯穿全年实施。通过省市联动、区域互动,提供阅读解决方案、打造阅读生态体系、推进书香社会建设,2023年举办活动7000余场,2024年举办9700余场,2025年至今已开展8500余场,年均参与读者超30万人。上海新华于2024年4月创新推出“新华悦读”全民阅读品牌,构建包含“新华悦读生活节”“书城快闪周”“文学书房”“知新书院”“书香校园”“名家

讲坛”等在内的品牌矩阵,推动“大阅读”理念深入城市文化生活。广东新华则依托南国书香节平台,建立全省性活动资源库,推动主会场优质资源下沉地,实现“一个书香节,全省齐联动”的长效效应。

二是形成集团主品牌活动+地方阅读IP联动、“全年龄段覆盖、全场景渗透”的全民阅读服务新生态。浙江新华以“书香浙江品牌矩阵建设”为统揽,构建起“浙版标识品牌+集团主品牌+地州市品牌”的三级体系,“春风悦读盛典”“浙版大讲坛”等集团主品牌引领方向,嘉兴书展等地方子品牌扎根本土,同时通过“书店学堂”等课后服务品牌覆盖青少年群体,推动书店从单一的购书场所转型为融合“阅读服务+文化体验+文化传播”等多业态的文化阵地。河南新华以“书香河南”为总品牌,培育“中原书香节”等核心活动,激活“绿城读书节”“书香洛阳”“沙澧大讲坛”等地方IP,形成“全省统筹+地方深耕”的品牌协同效应。数据显示,河南新华年均开展各类阅读活动1.5万余场,吸引千万读者参与。云南新华书店集团“四季阅读”全民阅读品牌以“四季”为脉络打造“一季一韵、一城一品”格局,春季结合昭通校园需求开展名家讲座,夏季融入玉溪聂耳红色文化,秋季联动普洱边疆风情与茶咖文化,冬季依托德宏推进中缅跨境共读,将阅读与云南民族特色、边疆发展、国际交流深度绑定,既彰显地方文化魅力,又形成差异化品牌记忆点。“十四五”期间,安徽新华形成了独具特色的“皖新全民阅读服务体系”,年均开展活动从2020年的3000多场提升到1万场,打造了中国黄山读书会、皖新传媒读者节、皖美阅读大讲堂等品牌性活

动,创新开展小手淘书日、元小鳌夜市、行走的书店市民书市等特色活动。河北省新华书店打造“省级标杆+地方特色”活动矩阵,河北省惠民阅读周暨惠民书市、新华书香节已成为河北省全民阅读的标志性活动;常态化举办“全民阅读·周末读书分享会”“阅动乡村”主题活动,推动形成覆盖河北城乡的全民阅读服务新格局;培育地方品牌活动,形成“一市一品牌、一地一特色”的生动局面。近两年,湖南新华着力打造“书山有麓·阅读市集”,将其发展为集图书展销、文创手作、互动体验、文化演出于一体的综合性文化活动,全网曝光累计超10亿次,已成为省内具有重要影响力的文化品牌活动。

“阅读+”跨界融合成为激活产业活力的关键路径,丰富阅读活动形式、拓展服务外延。

2023年采访中曾预测,以重点阅读品牌为引领,分类聚焦不同群体,向“文化+”拓展延伸是未来阅读活动打造方向。近3年后的今天,这一趋势已被证实。在各地实践中,“阅读+文旅”“阅读+科技”“阅读+研学”“阅读+文创”的融合模式不断创新,为全民阅读注入新动能。当千年非遗遇上满城书香,会迸发怎样的惊喜?2025天府书展给出了答案,其创新核心在于“文旅深度融合”。本届天府书展首次打破展览边界,将启动仪式搬进凉山建昌古城、宜宾李庄古镇、眉山三苏祠博物馆等文化景区,在武侯祠、阆中古城等热门景点设立地标书市,还针对三星堆、大熊猫基地等景点首发“文旅珍藏版”藏书票,同步开展“天府守艺人”非遗体验、名家签售,实现“看书即赏景”。已连续举办15届的江苏书展积极探索“书展”+“文旅”“教育”“科技”,助力出版发行行业拓展赛道、融合发展。以今年举办的第15届江苏书展为例,其间销售2.56亿元,再次创历届新高,以“书”为中心、文旅商展多业态一站式融合的“书超”展会刷新书展风貌。湖南新华怀化安江隆平店、郴州濂溪书院等门店深度绑定地方文旅资源,构建“文化+旅游+研学”模式,让书店成为展示地域文化、承接研学需求的重要载体。山西新华构建“场景化阅读”新生态,通过组织主题鲜明的研学活动,将阅读与实践深度融合,立足县域文化资源,开发“红色文化研学行”“书城研学”等特色课程,涵盖非遗、传统文化、阅读等主题,有效提升了阅读推广的实效性和参与度。武汉新华以“阅读+非遗”“阅读+研学”等创新模式,将传统非遗技艺、研学实践与阅读推广相结合,开发特色课程,年均开展融合类活动300余场。

作为“阅读+”的重要组成部分,科技赋能已经被广泛应用,如新华书店通过线上智慧文化客厅、线下AR/VR虚拟阅读展厅,构建全场景智慧阅读体验。安徽新华通过“皖新云书店”小程序实现线上线下多场景联动,授权用户达80万,日均访问页面数超6.44万。宁波新华精心打造“新华伴读”小程序,提供了一站式的图书查询、购买、配送服务,目前已有注册会员55万人,平均日活跃用户约3000人次;上线以来,累计实现充值1871万元,完成销售1.2亿元。

“在快节奏的时代,阅读活动唯有与时代同频、与热点共振,才能持续吸引公众参与,保持旺盛的生命力。”山东新华书店集团有限公司党委委员、副总经理赵荣荣如是说。面向未来,广东新华计划推动南国书香节国际化发展,深化主宾国机制,拓展与周边国家出版合作,将南国书香节打造成为立足湾区、辐射全国、链接世界的国际出版文化盛事与文明互鉴高地;山东新华将进一步深化“新华领阅计划”,推动业态融合与数字赋能,构建“随时可读、随处可享”的全民阅读新生态;湖北新华则从新空间、新业态、新体验、新服务四大维度发力,着力打造“城市文化会客厅”……这些规划共同指向一个核心方向:全民阅读品牌将不再是单一的活动载体,而是成为构建文化生态、提升文化软实力的重要支撑。

在政策保障持续强化、技术创新不断赋能、用户需求日益多元的背景下,以新华书店为代表的阅读服务主体,正通过品牌化、矩阵化、融合化的实践,让阅读真正融入日常生活。从“文化平台”到“文化生态”的升级,不仅是新华书店系统全民阅读品牌建设的路径演进,更是我国文化产业高质量发展的生动缩影。

●关注

12月17日上午,北京市海淀区龙徽1910文化创意产业园内多家书店集中展示图书文创产品,书香与咖啡香融于一体,这一幕来自2025“书香海淀·咖啡暖冬”文化季开幕式现场。此次活动由中共北京市海淀区委宣传部主办,以书香与咖啡相融合的创新场景,打造浸润日常、温暖人心的城市文化体验,是海淀区持续丰富公共文化供给、提升城市精神品格的又一次生动实践。北京市海淀区委常委、宣传部部长齐慧超,北京网络文化协会会长、北京市文化和旅游局原一级巡视员关宇,北京市海淀区文化和旅游局党组成员、副局长薛惠排,北京发行集团党委副书记、总经理徐敏,著名历史学者、北京大学历史学系教授、博士生导师赵冬梅,中国出版传媒报社执行董事(社长)、党委书记、总编辑宋强,北京读书形象大使、北京榜样人物、原CCTV主持人袁冰等出席活动。北京网络文化协会秘书长高文主持活动。

海淀区期待通过搭建平台,进一步汇聚各方力量,共同激活区域丰厚的文化资源,让散落在海淀各处的实体书店、阅读空间、文化驿站,串珠成链、相得益彰,涵养创新生态,点亮人文风景,让“人文海淀、创新之城”的城市形象更加鲜明。



图片由主办方提供

作为出版行业的一员,宋强始终相信,书的生命在于被打开,思想的价值在于被相遇。他认为,“咖啡+阅读”是一次温暖的邀请,它拓宽阅读的“入口”。

一杯特调咖啡,一卷城市书香:场景创新让文化融入生活肌理。启动仪式上,嘉宾共同创作了一款寓意深厚的“海淀特调”咖啡拉花——浓缩咖啡与绵密奶泡勾勒出书卷与城市建筑交融的图案,象征着阅读如暖流般滋养日常,让文化融入街头、社区与商圈,成为可亲近、可体验、可分享的生活方式。

文化对谈环节,赵冬梅、宋强、袁冰围绕“阅读与生活”“文化自信与城市精神”等议题展开。与会者认为,本次文化季通过轻松、包容的参与形式,将阅读从个人行为延伸为公共生活纽带,在潜移默化中传递人文价值与城市温度,呼应了新时代文化建设中“以文化人、以文育人”的深层追求。

全域联动、长效运营:构建“一店一特色、全区一盘棋”文化生态。薛惠排谈到,为保障文化季活动有序开展、取得实效,将重点围绕以下五个方面系统推进:打造一个具有鲜明特色的跨界文化品牌,规划一条可漫游、可体验的全域文化动线,构建一套聚焦“文脉、科创、美学”三大主题的内容体系,建立一个线上线下联动的传播机制,织密一张覆盖广泛、便捷可达的公共服务网络。

据悉,文化季将持续至2026年3月,其间不仅包含10场高品质名家阅读分享,更联动全区超过50家特色书店、公园阅读空间及文创园区,共同举办近百场主题沙龙、手作体验与共读活动。围绕“文脉海淀”“科创海淀”“城市美学”三大主线,活动实现“月月有主题、周周有亮点”,推动形成持续整个冬季的区域文化热潮。

各参与空间将依托自身特色,策划如书店里的文史漫谈、咖啡馆中的新书发布、园区内的艺术绘本分享等活动,让书香以多元形态渗透城市角落,展现文化事业与社会生活深度融合的发展新貌。

文化赋能消费、传播浸润日常:推动书香社会可持续发展。为增强文化活动的亲和力与可持续性,本次文化季注重“文化+”融合模式。启动仪式现场的“书咖暖冬市集”汇聚精选图书、主题咖啡与特色文创,营造“可观、可品、可带”的复合体验。活动期间,多家书店将推出“咖啡+图书”主题套餐、打卡集章等互动内容,促进文化行为向生活方式的自然转化。

同期开展的流动微展览“咖香润海淀·书香沁人心”,将深入商圈与社区,通过影像、实物与故事,讲述这片土地上的文化叙事,让文化的感染力在人际之间流动、传递,进一步增强市民的文化归属与认同。

记者了解到,“书香海淀·咖啡暖冬”文化季,是海淀区在新时代背景下,对公共文化服务模式的一次温暖创新。它通过场景化、生态化、融合化的活动设计,让文化真正走进生活、温暖人际、点亮城市。这不仅是一场持续3个月的文化盛宴,更是一次关于“如何以文化涵养城市精神、提升生活品质”的持续探索。

●一线实战

新质生产力驱动出版数智化转型 2025年“读懂中国”国际会议(广州)专题论坛举行

中国出版传媒商报讯 近日,由广州新华出版发行集团承办,广州出版社协办的“2025年‘读懂中国’国际会议(广州)专题论坛十一:新质生产力驱动出版数智化转型”在广州举行。此次会议是第六届出版专题论坛,来自出版界的领军人物齐聚一堂,以“新质生产力驱动出版数智化转型”为主题,共同探讨在数智化时代,出版业如何用新的理念、新的载体、新的方式、新的流程创新出版要素,实现出版高质量发展。广州新华出版发行集团党委副书记、副董事长、总经理潘伟志致辞。

邬书林作题为《加快数智化转型,坚持高质量发展》的主题分享。他着重强调,高质量发展出路在于做优增量,盘活存量,针对中国出版业,做优增量,盘活存量有着无限的可能和条件。发展好新质生产力,加快出版业数智化转型,要坚持内容为王,把高质量的内容创新作为真正内容的核心。

福建新华福州分公司“馆店合作”模式赋能公共文化服务

中国出版传媒商报讯 在实体书店转型攻坚、公共文化服务向“精准化、便捷化”升级的关键阶段,福建新华发行集团福州分公司主动破局,以“深化文化服务效能、激活门店发展动能”为核心,联动福建省少年儿童图书馆、福州市图书馆、福州市少年儿童图书馆三大机构,创新构建“资源互通、场景融合、效益共赢”的馆店合作新生态,让实体书店焕发全新活力。

“研学共创”打造少儿阅读新场景。福州分公司与福建省少年儿童图书馆深化合作,携手开拓“动态体验式”全新合作路径。以《熊猫航天员》绘本研学活动为起点,双方通过“科普课堂+手工DIY”的沉浸式形式,让少儿读者从“被动读绘本”变为“主动玩阅读”,点燃少儿群体阅读热情。双方计划全年持续开展24场深度研学活动与6场主题书展,以“内容定制化、场景生活化、运营协同化”的模式,构建“阅读+实践”的少儿研学体系,真正让优质文化资源从书架上走到孩子身边。

“榕图邮你”打通公共阅读“最后一公里”。针对公共图书馆服务半径有限、借阅不便的痛点,福州分公司与福州市图书馆共同打造“榕图邮你”线上借阅平台,依托物流网络与门店服务网络,实现“线上选书、快递到家、书店归还”的一站式服务闭环。截至

目前,该平台已完成借阅配送近3万单,配送图书达5万册以上。与此同时,“汽车图书馆伴你行”流动服务同步开展,52场活动走进社区、学校、乡村等基层一线,将绘本、科普读物等优质资源“送上门”,进一步织密基层阅读服务网络,让公共文化服务触达更多群体。

“空间共生”开启阅读新范式。在与福州市少年儿童图书馆的合作中,双方探索出“空间共生”的新范式。在福州新华少儿主题书店内,双方共建专属分馆,落地“店中馆”模式。该空间既保留图书馆的公益属性,提供“零距离”借阅服务;又依托书店的场景优势,定期开展亲子阅读会、手工课堂等活动,持续吸引家庭客群。

通过这一融合模式,公共阅读人群得以高效转化为书店潜在消费客群,不仅显著提升门店客流量与用户黏性,更实现“公益服务不打折、市场运营有量”的双赢效果,为馆店合作提供可复制的场景样本。福州分公司“馆店合作”模式成功构建“馆方采购资源、店方承接运营、公众普惠共享”合作机制,这一“福州样本”不仅为实体书店转型提供破局思路,更通过政企联动的实践,为提升公共文化服务效能、推进书香社会建设贡献了切实可行的经验。(赢晓)