

深化品牌建设 引领阅读服务新格局

实体书店是推动全民阅读不可或缺的重要力量,在读者阅读习惯和新技术不断变化的当下,如何在各级各地政府相关政策的持续助推下,引导更多人参与到阅读当中?各地新华书店深入强化顶层设计,完善阅读服务机制,挖掘地域特色,打造重点阅读品牌。各地书展影响力持续扩大,文化市集遍地开花;店内开展多种文化活动、体验活动,店外将服务延伸到农村、社区、家庭、学校、机关、企业、军营等场景,做好阅读服务保障。同时以品牌化、专业化、特色化、智慧化为引领,借助数字化平台等,做好线上线下融合,不断提升全民阅读的参与度和体验感。



苏州观前书城设置《苏超来了》展台吸引读者驻足

江苏凤凰新华书店集团 构建多层次、全年龄段覆盖的阅读活动品牌矩阵

■谷建亚(江苏凤凰新华书店集团有限公司党委委员、常务副总经理)

从江苏书展、南京文学书集为代表的品牌展会,到以“典耀中华 赓续文脉”全省中小學生誦读大赛为代表的青少年阅读品牌,再到以“书香南京下午茶”“二泉阅读”为代表的地区品牌阅读活动,江苏凤凰新华书店集团有限公司(以下简称“凤凰新华”)坚守主责主业,扎实推进全民阅读服务,持续巩固建设文化宣传主阵地,不断提升高质量文化服务供给能力和水平,打造了多层次、有影响力的阅读品牌,助力书香江苏建设。

一是发挥新华书店文化宣传主阵地作用,以“凤凰读书会”为核心,打造多层次、高品质的阅读品牌活动。2025年,凤凰新华开展各类阅读文化推广活动超1.5万场次。一方面,统筹策划覆盖全省新华书店的主题阅读推广活动,围绕不同读者群体核心需求,推出“共读小时光”“字由读书人”“银龄悦读会”“苏香学堂”等子品牌阅读活动,以作家见面会、阅读分享会、文化沙龙等形式,丰富读者的精神文化生活。另一方面,发挥江苏深厚的人文资源禀赋,各地新华书店立足本土文化资源,打造具有地域特色的品牌阅读活动,如南京“书香南京下午茶”、无锡“二泉阅读”、苏州“书声的回响”、海门“阅享凤凰”、宿迁“花信风读吧”等。“书香南京下午茶”前身为“书香南京晚七点”,曾被南京市委宣传部评为2015年度城市文化品牌一等奖,入选书香江苏第二届江苏全民阅读“十佳阅读推广活动”。活动开展以来,共邀请300多位专家学者围绕南京历史文化、城市发展、人文社科等主题进行深度分享,经过多年的积累,成为南京地区读者心目中有温度、有内涵的“城市文化会客厅”。无锡新华书店“二泉阅读”自2020年启动以来已连续举办七季,先后邀请百余位全国知名作家、教育专家和学者以“大咖讲书”模式引领大众深度阅读,覆盖校园、企业、家庭、社区等多元阅读场景,累计吸引超百万人次通过线上线下方式参与。作为江苏省内首创的名师公益导读项目,“二泉阅读”不仅被列入政府文化采购项目和省级重点公益阅读推广项目,还获得第五届江苏全民阅读“十佳阅读推广活动”称号。

二是策划主题鲜明、形式多样的阅读品牌活动,推动阅读文化服务进校园、进乡村、进社区、进企业

等,完善基层文化服务网点建设,提升阅读文化服务水平,提供精准化、个性化的知识文化服务方案,助力书香社会建设。在凤凰集团建设“青少年阅读工程”的总体部署下,凤凰新华构建了“快乐阅读 健康成长”全省青少年学生阅读服务体系,积极邀请教育名师、科普作家、高校教授等各领域专家赴江苏各地中小学校开展“科学家精神进校园”“名家优质课展示”“校园人文行”等系列品牌阅读活动,在全省范围开展“典耀中华 赓续文脉”誦读大赛、“凤凰十佳文学少年”推选、“课本剧展演”等活动,鼓励青少年将阅读成果转化不同形式的创新实践。同时,凤凰新华积极参与地方公共文化服务建设,充分发挥实体书店运营机制、优质文化资源和专业管理人员优势,依托“你选书,我买单”等服务模式,持续服务南京雨花台区图书馆等地方公共图书馆运营项目,进一步为地方完善公共文化服务基础设施、丰富公共文化产品和服务、扩大公共文化服务有效供给发挥积极作用,为“书香江苏”建设注入持久动能。盘活农家书屋资源,组建专项工作团队,通过“点单”机制,联动各地全民阅读主管部门,根据农村地区尤其是老年人、青少年、幼儿等重点群体阅读需求,开展专题讲座、互动体验等定制化活动。

三是持续优化升级品牌展会,创新活动形式,提升文化服务品质,充分发挥示范引领作用。江苏书展始终坚持“以读者为中心”的办展理念,自2011年举办首届以来,已连续举办15届,成长为全民阅读的重要载体、展示优秀出版成果的重要窗口,引领全民阅读风尚的文化标杆以及促进行业高质量发展的有效平台,并且不断推陈出新,积极探索“书展”+“文旅”“教育”“科技”,助力出版行业拓展赛道、融合发展。2025年举办的第15届江苏书展,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”展会新风貌,受到读者、社会高度评价。聚焦“文学书”,融合“文学+”,连续3年创新举办南京文学书集。2025南京文学书集,以“烟火气里读南京”为主题,首次以全户外的方式办展,融合出版、文旅、科技、体育的大文化消费场景,推动文学深度融入城市肌理与生活日常,让传统书展脱胎为“可逛、可玩、可带走”的文化游园会,吸引了线

上刷屏与线下火爆的超高人气。

当下,全国各地都在举办阅读活动,如何实现年年有创新、有新意,保持与时俱进?凤凰新华的答案是服务读者、协同产业。

始终坚持“以读者为中心”的核心理念,根据不同年龄、职业群体的阅读偏好和服务需求,不断调整优化阅读服务形式、阅读空间布局、个性化书单推荐和主题活动策划等关键环节。以江苏书展为例,“阅读的盛会,读者的节日”总定位始终不变,但15年来,展会内容不断创新、丰富,尤其是近年来,更是加强了融合新技术、引入新业态、提升“文化+”的力度。第15届江苏书展特别打造了“品质文化生活展区”和“文化主理人长廊”,引入时下流行、读者喜爱、符合市场需求的文化生活类产品,释放江苏书展的“文化展会”潜力;并引进AR、VR沉浸式体验项目,以增强江苏书展“数字文化”概念。同时,将阅读活动与读者关注的社会热点事件结合,对于今年夏天“苏超”这一现象级IP,凤凰新华迅速行动,在全省新华书店精心打造“苏超来了”主题展区,创意策划了“《苏超来了》在江苏‘十三太保’”主题图书展陈、趣味手工研学、话题互动拍照打卡等系列活动,让读者在趣味阅读体验中感受“苏超”文化魅力,激发了年轻读者的参与热情。

加强与上游内容生产单位的产业协同,不断推动文化产品升级、服务升级、场景升级,拓展“阅读+”服务新模式。顺应数字阅读趋势,创新阅读形式、丰富阅读体验,引进“奇闻西游”“火星见习生”等VR沉浸式阅读体验项目,将传统阅读与前沿科技深度交融,实现图书内容的可视化、交互化与情境化表达,推动阅读从被动接受向主动探索跃迁,给读者带来“悦”读新选择。同时,挖掘出版内容资源价值,在书店打造“三联中读知识空间”“凤凰·外研分级阅读馆”等主题阅读空间,以内容垂直、定位清晰的特色化阅读服务满足特定读者群体的需求。在推动阅读服务创新的过程中,凤凰新华坚持以“试点先行、示范引领”的推进方式,在实践中不断总结经验,形成标准化、可复制的服务方案,逐步在全省实体书店有序推广,推动全省阅读文化服务水平的持续提升。

广东新华发行集团 办好南国书香节 推动优质阅读资源全省覆盖

■宋禹(广东新华发行集团书香文化传播分公司总经理)

从1993年率先展销我国港台图书,到2012年设立港澳台馆、2014年引入马来西亚馆、2019年加大德国、法国、西班牙等国际主题馆力度,2025年实现重大升级,吸引23国参展,达成国际版权协议102项。南国书香节以深厚的国际化基因,逐步实现向国际性文化盛会的蜕变,成为广东新华最重要的全民阅读品牌,也是广东面向全国打造的最具代表性的文化名片之一。广东新华坚定不移地将办好南国书香节,作为落实全民阅读政策的关键抓手。阅读品牌内容建设始终围绕核心功能展开,并随着时代发展不断丰富与深化。

参与人群广泛多元,覆盖全年龄段读者群体。书香节以读者为中心,吸引包括青少年儿童、大中学生、职场人士、银发群体、家庭读者、国内外出版行业专业人士、创作者及文化爱好者等广泛人群积极参与。通过内容分层与活动定制,满足不同群体的多元文化需求。

思想铸魂与时代同频始终是书香节最厚重的底色。每届书香节均精心策划主题展区,重点展示展销党的创新理论著作、重要会议精神学习读物以及反映国家发展成就的重大主题出版物,通过举办抗战主题影像史料展、侨批档案文献展以及配套的专题讲座、学术论坛等活动,弘扬爱国主义精神,深化历史教育。

精品荟萃与阅读深耕构成书香节的核心骨架。作为出版成果的集中展示平台,书香节每年吸引海内外数百家出版机构参展,展销精品图书数十万种。同期举办大量阅读推广活动,包括重点新书发布会、知名作家读者见面会、各类主题阅读分享会等,旨在为读者提供与好书相遇、与作者交流的机会,切实促进全民阅读的深入开展。

破圈融合,打造沉浸式文化体验。积极探索“图书+”的多元融合模式,结合文旅、非遗、动漫、音乐、

戏剧等元素,策划组织如“渡渡潮活馆”、主题音乐会、动漫IP互动体验等特色活动,丰富读者的参与感和体验感。通过设立遍布全省城乡、交通枢纽、社区乡村的数百个分会场,书香节的服务半径有效延伸,力图将优质的阅读文化资源惠及更广泛人群。

科技赋能体验与服务是持续优化的方向。书香节运用新技术提升办展效能和读者体验。线上云会场的建设,打破了地域限制,实现了线上线下同频共振。在少儿阅读、红色教育等领域,试点应用AI创作工具、AIGC技术等,开发了如“AI阅读创作体验”“我是红色通讯兵”沉浸式互动项目等。同时,举办如“智取未来:科技重塑世界出版新生态”等专业论坛,探讨行业前沿趋势。

迈向世界舞台,深化文明互鉴。从早期引入港台图书、设立港澳台馆,到近年来系统打造“阅·世界”国际文化展厅,书香节的国际元素不断丰富。通过邀请主宾国(如越南)参展,设立多个国家主题馆,吸引企鵝兰登等国际知名出版机构参与,积极搭建中外出版文化交流与版权贸易平台,努力提升国际影响力和传播效能。

在活动效果方面,实现社会效益与经济效益协同发展。南国书香节每年吸引超千万人次参与,带动图书销售和版权交易,通过营造浓厚阅读氛围,为构建书香社会和文化强省建设提供了坚实支撑。

广东省高度重视全民阅读工作,全面实施国家《关于促进全民阅读工作的意见》,并颁布了地方性法规《广东省全民阅读促进条例》,该条例明确要求推动全民阅读活动深入开展。每年举办“南国书香节”被列入《广东省建设文化强省规划纲要》与《广东省全民阅读促进条例》,正是条例精神的核心体现和最重要的政策响应举措之一。广东新华通过精心策划组织这场年度文化盛宴,打造全民共享的书香嘉

年华,有力推动了《条例》的落地见效。

广东新华把保持创新活力始终作为不懈追求,努力营造“爱读书、读好书、善读书”的浓厚社会氛围,让一年一度的南国书香节常办常新,充满吸引力。

一是紧扣中心大局。每年活动主题和核心展区设计都紧密呼应国家重大战略和广东省委、省政府中心工作,如聚焦中国式现代化、乡村振兴(“百千万工程”成果展)、粤港澳大湾区建设等,确保活动具有鲜明的时代性。二是拥抱前沿科技。将AI、大数据、沉浸式技术等应用于内容呈现、互动体验和线上服务,不断创造新场景、新玩法,吸引年轻受众,提升参与感。三是深化“文化+”融合。持续探索图书与非造、音乐、动漫、美食、旅游等多元业态的创新结合,打造集知识获取、文化体验、休闲娱乐于一体的复合型嘉年华,营造独特的“节日”氛围。四是不断拓宽国际视野。将国际化作为重要创新方向,逐年提升国际参展规模与质量,丰富文化交流形式,引入全球前沿思想和优秀文化成果,使书香节成为观察世界、连接世界的重要窗口。

今年,《全民阅读促进条例》发布,为实体书店等各类阅读空间带来重要发展契机。

结合南国书香节这项重要品牌,广东新华将进一步加强分会场活动的统筹和联动效能。重点推动主会场优质资源下沉,例如将部分重要的名家活动、高规格论坛延伸至条件成熟的地市分会场举办,让更多基层读者能近距离参与;同时,建立全省性的书香节活动资源库,统筹各地常态化阅读活动的策划与优质内容(如讲座资源、展览资源、作者资源)共享,实现“一个书香节,全省齐联动”,形成贯穿全年、覆盖全域的阅读推广合力,让书店等阅读空间在书香节框架下发挥更核心的节点作用,共同织密全民阅读服务网络。

自实施以来,山东全省各新华书店共计开展近3万场文化活动,参与人次近400万。这一数据是山东新华书店集团对“新华领阅计划”全民阅读活动品牌的最好背书。作为2024年启动的贯穿全年、常态化开展的系列活动品牌,“新华领阅计划”通过一系列主题突出、形式多样、内涵丰富的全民阅读活动,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,有效满足了广大读者的文化需求。这也是山东新华全民阅读品牌构建的一个缩影。

近年来,山东新华作为推动全民阅读的主力军,坚持以“新华领阅计划”全民阅读活动品牌为引领,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。同时,山东新华近年积极承办“全国图书交易博览会”“山东省全民阅读大会”,举办“山东书展”“沂蒙夏季书市”“滕州书展”等全省性或区域性的大型活动,以书展、书博会为契机,开展丰富多彩的文化惠民活动,激发广大读者的阅读热情,引领全民阅读新风尚。

针对老年阅读,2025年4月,山东省民政厅、省委宣传部等13部门联合印发《推进老年阅读工作的若干措施》。山东新华积极响应,充分发挥国有文化企业的责任担当,特别针对银龄群体的学习需求,联合山东老年大学共同打造“新华书店老年大学”,形成“中心城旗舰店—县域特色校—社区教学点”三级服务体系。打造“齐鲁银龄悦读”品牌活动,开展“经典传承”誦读会、“银龄课堂”公益讲座、“一老一小”牵手共读等一系列丰富多彩的活动。为提升老年读者阅读体验,全省各地新华书店纷纷设立“齐鲁银龄悦读”特色专区,配备大字版图书、经典文学、养生保健、历史人文等适老书籍,为老年读者定制“银龄悦读推荐书单”,设定专属折扣,同时提供老花镜、放大镜等辅助阅读工具以及专业的阅读指导服务,为老年读者营造“舒适阅读+文化社交”的沉浸式空间。

在学生阅读层面,2025年4月13日山东省教育厅等6部门印发《关于扎实做好校园阅读工作的实施方案》,提出2025年全省校园阅读工作重点事项。今年8月,山东省教育厅、省语言文字工作委员会发布《关于全面培育学生阅读素养的指导意见》及《山东省学生阅读素养培育实施细则》。山东新华联合山东省委宣传部、省教育厅、团省委等各方面力量,共同开展青少年阅读服务,如协助省妇联、团省委、省教育厅等主办单位开展“山东省青少年爱国主义读书教育活动”,推动青少年学生形成爱读书、读好书、善读书的良好习惯。山东新华致力于校园书店建设,目前已建成300余家校园书店,在离学生最近的地方持续开展阅读服务。以“新华·名家齐鲁行”活动为抓手,邀请名家进校园,激发青少年阅读兴趣。积极探索“书+研学”融合模式,联合山东出版集团旗下出版社,共同开发研学课程,如“家门外的自然课”系列,引导学生在阅读中观察自然、认识世界。

在快节奏时代,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。山东新华将通过多维创新,提升文化服务水平,让全民阅读品牌与时俱进。

一是坚持品牌引领,构建全民阅读生态圈。山东新华将进一步深化“新华领阅计划”品牌建设,建立分众化、精准化的活动体系,针对不同年龄段、不同职业背景、不同兴趣爱好的读者群体,持续孵化特色子品牌活动,通过持续创新活动形式,丰富活动内容,提高文化活动质量,增强读者活动体验。

二是推动业态融合,打造多元文化体验空间。山东新华将继续以“阅读+”为核心理念,突破传统书店边界,打造复合型文化消费场所。通过跨界合作、资源整合、阅读场景打造等,推出更多优质文化业态,为读者提供丰富多样的文化选择,让书店成为满足人民群众美好生活需求的文化综合体。

三是创新服务模式,延伸文化服务触角。山东新华将继续坚持“引进来”和“走出去”相结合,依托“六进”活动,将文化服务延伸至企业、机关、社区、学校等多元场景,让优质文化资源惠及更广大读者群体。同时,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“阅伴新华文化书院”建设,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。

四是强化数字赋能,形成全域阅读服务范式。山东新华将加快数字化转型步伐,运用大数据、人工智能等新技术,持续提升在电商、直播营销、线上分销、社群营销等领域的服务效能,打造智能化、便捷化的现代阅读服务体系,形成全域阅读服务范式。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,为读者提供全天候、不间断的阅读服务,构建起“随时可读、随处可享”的全民阅读新生态。

山东新华书店集团
延伸服务触角 打造全民阅读新生态
■赵荣荣(山东新华书店集团有限公司党委委员、副总经理)

(下转第8版)