

(上接第13版)

持续推进政策宣贯 引导阅读服务升阶

搭建交流平台 引导全民阅读服务体系构建

■孙强(福建省出版物发行业协会会长)

全民阅读是提升国民素质、增强国家文化软实力的基础工程。今年是全民阅读事业发展的关键之年。推进全民阅读、建设书香社会,离不开以形式多样、内容丰富的阅读活动吸引人、凝聚人、感染人。作为重要的文化设施,实体书店搭建起读者与书籍的桥梁,是推进全民阅读、建设书香社会不可或缺的平台。当前福建实体书店总体呈现“稳中有进、分化明显”的格局。一是福州、厦门、泉州等中心城市涌现出一批复合型、高颜值、多业态的新型书店(如福州安泰书城、福书轩、城市记忆主题书店、海洋文化主题书店等),成为城市文化地标;二是新华书店体系持续升级改造,在乡镇网点覆盖和红色主题书店建设上走在全国前列;三是民营书店积极转型,部分特色书店通过社群运营、付费会员等模式实现盈利。

自2025年初福建省出版物发行业协会新理事会领导班子成立以来,积极推动协会聚焦实体书店发展痛点、堵点,广泛征集会员单位意见建议,为主管部门“十五五”规划编制提供参考。认真落实新闻出版行业安全生产督查工作。配合福建省新闻出版局等主管部门组织开展民营实体书店、农村阅读推广专题调研和发行员职业技能大赛等。响应中发协开展的全国“最美书店”评选和福建省主管部门开展的福建省实体书店扶持推荐对象遴选。搭建交流平台,引导会员单位积极探索融合发展新模式,及时转发中发协开办AI实体培训班的通知。组织福建新华发行集团与福建省礼仪协会联合开展学科共建工作,协同创新共同制订少儿绘本阅读指导培训方案,开展发行人员阅读指导专项课程培训。协助会员单位开展新招聘员工培训工作,全方位提升新员工的综合素质。

当前,福建省实体书店普遍面临网络电商冲击、数字阅读分流等带来的挑战,导致运营成本高企、复合型人才缺乏及商业模式亟待创新等。特别是民营书店,因缺乏刚性需求业务支撑,经营压力突出。围绕实体书店发展,推动构建全民阅读推广服务体系,协会重点开展了四个方面工作。

“一店一品”阅读空间培育计划。引导各地书店结合本地文化资源(如闽南文化、客家文化、红色文化、海洋文化),打造差异化阅读场景。

书店阅读推广人培训。针对书店普遍缺乏专业阅读活动策划人才的痛点,联合福建师范大学、

福建省图书馆,举办“书店阅读推广人”系列培训,课程包括儿童阅读引导、读书会主持、社群运营等。

“书店+图书馆”通借通还试点。推动福州、厦门部分实体书店与当地公共图书馆合作,实现“书店借书、图书馆还书”,既降低了读者购书门槛,又为书店引流。

年度“闽版好书”联合展销与阅读活动。在4·23世界读书日、海峡读者节期间,组织福建全省书店统一开展闽版好书推介、作家签售、夜读分享等活动,形成全省联动声势。

围绕完善全民阅读推广服务体系,提升全民阅读服务能力,下一步,协会将积极推动建立“福建实体书店全民阅读能力指数”、打造“书店阅读管家”项目、搭建“八闽书香”线上平台、争取设立“实体书店阅读推广专项补贴”。

深化会员服务。配合相关主管部门开展实体书店转型升级专项扶持调研,持续加大对地市和所属基层会员单位工作指导力度,拓宽会员招募渠道。积极对接中发协老年阅读推进工作委员会和少儿读物发行工作委员会,并针对不同类型的实体书店搭建精准对接平台,增强会员归属感与获得感。

构建全民阅读服务体系。充分发挥福建省出版物发行业在全民阅读推广中的主阵地作用,配合组织开展2026年“全民阅读活动周”系列活动以及品牌文化学习交流,推动书店从“图书售卖”向优秀出版物、品牌阅读活动和“城市会客厅”建设升级,持续深化“书香八闽”建设,营造全社会“爱读书、读好书、善读书”的浓厚氛围,推动开展各类阅读书展交流,以图书出版发行作为桥梁,生动讲好中国故事、福建故事。

加强人才培养。常态化开展业务培训与技能竞赛,助力行业人才队伍建设。重点开展发行人员阅读指导专项课程培训,积极应对和破解行业难题,充分发挥阅读指导师在“全民阅读”中的引领作用。精心组织省发行人员业务骨干参与中发协举办的各项技能大赛,既通过赛场选拔优秀人才,也坚持“以赛促学以赛代练”,切实提升发行人员人才的技术融合与实践应用能力。聚焦行业热点,搭建赋能平台,在人工智能应用、新媒体运营、教辅发行创新、最美书店建设、实体书店扶持推荐等方面持续探索,做好相关服务。

重构“人货场”逻辑 打造文化生活平台

■陈强(湖北省出版物发行业协会秘书长)

作为推动文化发展的重要盛会,由湖北省出版物发行业协会主办的武汉童书展已连续举办多年。2026年的武汉童书展,到了一个需要重新定义的阶段。过去我们办书展,更多的是行业内的事——出版社摆摊,书店订货,市民买书。但这一次,我们要做的不是一个“升级版行业书展”,而是一次城市级公共文化事件。一方面,今年国务院批复,每年4月第四周为“全民阅读活动周”。这是国家给的窗口期。武汉又正好叠加樱花季、春季文旅热潮——如果我们还按老办法办展,那就是把机会拱手让人。另一方面,樱花季是武汉一年一度最大的城市叙事。每年此时,全城的目光、全国的游客、所有的宣传资源,都聚焦在“武汉”这两个字上。我们要做的就是将书展嵌入这一叙事中——让“来武汉看樱花”的人,顺便逛一场书展;让武汉本地的家庭,在樱花树下陪孩子读一本书。在武汉童书展的举办中,协会提出四个转变。一是从行业会展转向城市公共文化叙事——书展不是出版界的聚会,而是武汉这座城市送给市民的春日礼物。二是从专业场馆转向城市公共空间——首义广场、东湖绿道、KIC PARK创新天地商业公园、汉阳远洋里、小龟山……哪里有人气,哪里就是展场。三是从阅读空间转向亲子生活空间——来的不只是读者,是家庭。他们要的不是买书,是一整天的“可读、可玩、可沉浸”。四是“阅读+文化”转向“文旅+商业”全链供应——书是媒介,后面连着文创、非遗、研学、餐饮、汽车、金融……所有跟亲子家庭有关的事,都是我们的事。总的来说,我们要把书展做成武汉的“书超”。

武汉童书展的核心定位从“出版发行行业的阅读展会”升级为“全年龄段亲子家庭高品质生活场景”,打造华中地区最具影响力的文化生活平台。在这一思维下的“人货场”重构,是我们一切行动的出发点。

新“人”论:从服务读者到链接多元社群,共建情绪与价值生态。我们改变了过去对“人”的定义,所有参与方不仅是服务对象,更是生态的共建者。我们的目标,是服务好一个以亲子家庭为核心、向外辐射至所有相关社群的同心圆。因此,我们首次将注意力经济和情绪场景构建作为展会的关注要点。当下的城市是圈层化的,二次元、汉服、Lolita、模型、手账、自然教育、亲子户外等社群,是书展必须主动拥抱的新人群。他们有极强的文化认同感和消费力,是社交媒体的活跃用户,能带来海量的

UGC内容和圈层影响力。我们将这些群体纳入规划,成为共创者,通过提供专属场域、共创主题内容,激活圈层传播,通过他们的社群渠道进行精准宣传,实现文化与流量的双重破圈。

新“货”论:双轮驱动,互为引擎。“货”不再仅仅是图书,而是一切可以转化为流量和交易的资源,它由两个层面构成。一是政府资源货——流量的基石与放大器。我们从政府整合的各类资源,包括场地资源、政策背书、政务新媒体、社区渠道等,通过运营转化为展会的公信力、低成本和海量流量。二是服务商货——内容的核心与体验的载体。所有希望触达亲子家庭客群的品牌和服务,都是“货”。童书出版商、绘本IP、教育机构等为核心层。文创品牌、亲子餐厅、儿童家居、母婴用品、科创工坊为衍生层,汽车品牌(家庭用车)、金融机构(亲子财商、教育储蓄)、亲子旅游等为拓展层。借力政府资源搭建舞台,吸引最优质的服务商(高品质、强体验)唱戏。服务商带来人流和交易,证明政府资源投入的成效;政府看到成效,下一届会投入更多资源。两个层面的“货”相互赋能,形成正向循环。

新“场”论:从物理空间到虚实结合的亲子生活全场景。我们对“场”的定义进行了根本性变化,不再是单一的书店展场,而是一个由线下卖场、线上云场、传播矩阵场构成的、虚实结合的三维立体网络。这个网络覆盖了用户从听说参与到到回味的全过程。在线下卖场,打造沉浸式的生活体验乐园。重构为童梦奇缘、家的温度、成长餐桌、行走课堂、次元雅集、银发书香等八大主题街区,让每个空间都成为内容本身。实现空间即内容,让每个街区都融入武汉元素(长江、樱花、过早、方言),打造本地人自豪、外地人好奇的文化地标;时间即体验,增设夜场活动(星空故事会、亲子露营夜);工作日对接学校研学、社区团场。

拓展线上云场,打造永不落幕的服务平台。线上是“场”的延伸,是连接用户、沉淀数据、放大价值的核心。我们通过官方小程序/APP,实现展前活动预约、展位导览地图、消费券领取、直播预告。展中现场活动直播/回放、线上“云逛展”、一键加入兴趣社群。展后用户画像分析、社群运营(全年阅读打卡、亲子活动推荐)、线上商城(售卖展商好物)。此外,还注重私域流量池打造,通过现场扫码入群,线上活动报名,将公域流量沉淀为私域用户,为后续常态化运营积累基础,实现“一次参展,全年触达”。

推进全民阅读服务站建设 让书香延伸到基层末梢

■周香荣(内蒙古自治区书刊发行业协会理事长)

《全民阅读促进条例》的施行,标志着我国全民阅读步入了法治化、规范化的新轨道。面对内蒙古118万平方公里的辽阔疆域与独特的多民族融合文化底蕴,如何让书香跨越千山万水,均惠及每一个农村牧区与社区,成为内蒙古自治区书刊发行业协会的头等大事。《条例》是“定盘星”也是“进军号”,内蒙古发协正紧扣《条例》精神,以3300余家实体书店为毛细血管,将全民阅读的大文章写在广袤的内蒙古大地上。

破局重塑,从“单一卖场”到“法定主阵地”。《条例》明确了实体书店在全民阅读中的支撑作用,这极大地提振了行业信心。近年来,内蒙古实体书店数量从2800余家逆势增长至3300余家,但全区地域辽阔,东西跨度极大,基层阅读资源分布并不均衡。《条例》提出要完善全民阅读设施和服务网络,这意味着书店不能只是卖书的商场,必须转型为覆盖城乡的阅读服务空间。政策红利也倒逼行业告别粗放经营,走专业化、特色化之路。协会借势发力,以“最美书店评选”为指挥棒,引导各店精准定位,破解中小书店千店一面、运营模式陈旧的痛点,让主阵地不仅建起来,更活起来。

普惠下沉,将丰富多彩的文化资源融入全龄段阅读服务。《条例》特别强调要保障未成年人、老年人等重点群体的阅读权益,并促进城乡均衡发展。面对内蒙古基层服务能力的短板,协会打出了一套“补短板与提质”的组合拳。一是聚焦“一老一小”,织密服务网。针对少儿阅读,协会引进“摆渡船”阅读项目,

并建成少儿分级阅读体验馆,用科学的方法引导孩子读好书;针对老龄化趋势,率先在全国建成13个银龄阅读空间,让老年人也能享受悦读时光。二是深植文化根脉,打造特色IP。全民阅读不能脱离地域文化土壤。在首个“全民阅读活动周”期间,协会推出了“沿着黄河读中国”“沿黄九省区特色微书展”,将黄河文化、红色文化与内蒙古地域文化深度交融。同时,通过持续举办北疆书展,打造具有内蒙古辨识度的阅读盛会。

赋能扎根,培育“带不走的”本土推广队伍。再好的设施没有人的运营也是空壳。《条例》对全民阅读推广队伍建设提出了明确要求,这也是我们当下的破题关键。内蒙古基层特别是偏远农区、牧区,极度缺乏专业的阅读指导。为此,协会将育人作为重中之重,通过开展《条例》专题宣传、少儿阅读推广人专项培训等硬核举措,已精准培育出40余名本土骨干力量。这些人就像一颗颗蒲公英的种子飘向基层,是带不走的阅读推广主力军。

落实《条例》,行业协会责无旁贷,必须当好政策传导者、行业引领者、活动组织者、会员服务者。为此,协会定下了清晰的履职坐标,将目光看向了更广阔的基层。下一步,我们将持续把《条例》的制度优势转化为阅读实效,引导更多实体书店提质升级为“全民阅读服务站”,无论在城市社区,还是在偏远牧区的“草原书屋”,都要让书香跨越地域限制,真正延伸到基层末梢,为建设书香内蒙古贡献发行行业的硬核支撑。

拓展核心职能 提升实体书店全民阅读服务能力

■张川(云南省出版物发行业协会)

近年来,云南省高度重视实体书店发展与全民阅读推广工作,先后出台了《云南省支持实体书店建设发展实施方案》《云南省关于促进全民阅读工作的实施意见》等重要政策文件,持续完善顶层设计、强化政策供给。政策红利持续释放,全民阅读氛围日益浓厚、文化消费需求稳步回升,“阅读+文旅+金融+教育+跨境交流”融合路径不断拓宽,为行业转型升级打开了新空间。目前,云南已形成了以云南新华书店集团为主力军、民营及民营控股书店为主体、基层网点与国门书社为延伸、线上线下协同发展的出版物发行服务网络。截至今年3月31日,云南共有4800余家发行单位,发行网点实现县域与重点乡镇全覆盖。线上渠道建设稳步推进,实现线上线下融合发展。云南新华依托云数e店、新华启智等自有平台,联动美团、京东等第三方平台开展即时零售、线上团购、直播带货等业务,打通线上线下、到店自提全链路,有效拓展销售半径、提升服务触达效率;部分骨干民营书店通过微信小程序、短视频平台、社群营销等方式开展线上运营,探索私域流量转化与精准营销。

2025年下半年以来,云南省出版物发行业协会紧紧围绕提升实体书店全民阅读服务能力这一核心任务,立足行业基础,充分发挥桥梁纽带作用,主动担当,积极作为,统筹行业资源、创新服务模式、完善阵地体系,不断拓展阅读推广、标准建设、能力培育、品牌打造等核心职能,全力推动全民阅读在云岭大地走深走实、见行见效。

持续构建阅读服务体系。协会紧扣“书香云南、文化强省”建设目标,以《全民阅读促进条例》为根本遵循,以实体书店为核心载体,全力构建阵地化、品牌化、惠民化、基层化、跨境化的全民阅读服务体系。通过联动骨干会员单位深度参与云南省第五届全民阅读大会暨首届“全民阅读活动周”,协同打造春城书市、墨香惠民行等重点活动,形成全省联动、全民参与的浓厚氛围。联合行业力量推进“1平米图书角”标准化建设,联动农家书屋、社区站点、校园图书室共建共享,加快构建“15分钟阅读圈”,推动阅读服务向基层

延伸。围绕主题出版、民族文化、生态保护、滇版精品、跨境交流等方向优化内容供给,创新“文化+金融”惠民模式,推出购书优惠与文化消费券,切实降低群众阅读成本。同步开展书店运营、活动策划、数字应用等能力培训,推动行业规范经营、优质服务,不断提升全民阅读推广专业化水平。

通过协会的一系列实践,云南全省全民阅读氛围更加浓厚,基层阅读“最后一公里”有效打通,实体书店公共文化服务功能显著增强,形成了具有云南边疆民族地区特色的阅读推广模式,得到社会各界广泛认可。

发挥六大作用,推进六项工作。在推进全民阅读工作中,协会重点发挥六大作用。一是统筹协调作用,搭建政企社联动平台,整合多方资源形成推广合力。二是行业引领作用,制定服务标准、推广典型案列,引导行业回归阅读主责主业。三是品牌培育作用,协同打造省级阅读活动IP,持续提升“书香彩云南”影响力。四是服务赋能作用,为会员单位提供培训、信息与资源对接,助力书店纾困解难、转型增效。五是规范倡导作用,推动正版阅读、绿色阅读、守法经营,维护出版物市场秩序与文化安全。六是特色创新作用,立足云南民族、边疆、生态、跨境优势,推动阅读推广差异化、特色化发展。

下一步,协会将重点推进六个方面工作。一是织密阅读服务网络。推动“1平米图书角”扩面提质,完善城乡、边境口岸阅读阵地功能。二是做强阅读活动品牌。持续办好全民阅读大会、春城市市等重点活动,深化“书香九进”全覆盖。三是优化内容供给体系。建立健全分级阅读推荐书目,壮大全民阅读推广队伍。四是深化融合创新发展。持续推广“阅读+”融合模式,支持实体书店数字化转型。五是强化行业赋能支撑。常态化开展培训交流与示范引领,推动阅读服务纳入政府购买公共文化服务,助力小微主体提质增效。六是服务国家辐射中心战略。依托国门书社开展跨境阅读交流,推动中华文化更好走向南亚东南亚。

● 分销微讯

为期1个月! 2026北京书市创新打造全域阅读服务网络

中国出版传媒商报讯 日前,以“书香京城 悦读春天”为主题的2026北京书市开幕。本届书市由中共北京市委宣传部长主办,首都文化科技集团和北京发行集团承办,是全国首个以实体书店为参与主体的大型群众性文化盛会。书市打破传统单一展场模式,创新打造“四大集中展场+四类特色展场+N家实体书店联动展场”的全域阅读服务网络,覆盖北京全市“16+1”区,北京市2000家实体书店联动参与,集中展场于4月18日—26日率先启幕,特色展场与实体书店联动展场从4月18日持续至5月17日,以长达1个月展期、多元展场布局、全新品牌定位、文商旅体融合、丰富文化活动,让书香飘满京城大街小巷,为推进全国文化中心建设和新时代书香京城建设注入强劲动能。

此次书市全新构建了层次分明、覆盖全域的“4+4+N”阅读服务网络,既有集中展场作为主阵地,也有特色展场触达城市各个角落,更有2000家实体书店全

城联动,实现点面结合,书香全覆盖。

书市广泛汇聚北京全市优质实体书店资源,既有北京市新华书店、北京王府井书店、中国书店等老字号,更有朝花夕拾文创咖啡店、莺尾书店、圣陶书店、老槐树下的书店、悦闻书院等知名品牌书店齐亮相,实体书店以空前规模成为书市的绝对主力与最大特色。

在“旧书新知”专区,以“悦读经典·追梦年华”为主题的第三届全国古旧书展销年会火热登场,邀请来自北京、上海、天津、河北、广东、江苏、山西、山东等10个省市的古旧书店代表齐聚一堂。

书市还着力打造“悦读春天大讲堂”活动矩阵,将在朝阳公园、南苑森林湿地公园、首钢园、圆明园四大集中展场,以及隆福寺、钟鼓楼等北京文化地标和全市实体书店,举办超500场精彩活动,场次密集、覆盖范围更广,让书香从核心展场延伸至街头巷尾,全面提升读者参与度和获得感。(伊璐)