



《中国出版营销周报》官微



中国出版营销周报 官微



中国出版营销周报 视频号

发行集团众推重点项目寻破局

中国出版传媒商报记者 焦翊

日前,历经数月改造升级,黑龙江省新华书城重装开业。本次升级,该书城跳出传统卖场模式,构建了覆盖全龄段的阅读服务体系,并植入AI研学、智能自习、非遗体验等“阅读+”业态,打造城市文化会客厅、阅读推广新平台和文化惠民新窗口,成为黑龙江新华推动实体门店转型的重要举措之一。

面对数字阅读冲击、消费需求迭代、市场竞争加剧、运营成本攀升等多重挑战,近年来,各地新华发行集团主动求变,以重大项目建设为抓手,全面推进文化空间再造、多元业态培育、智慧物流建设、数字化转型、IP生态构建、教育服务升级等重要领域的创新发展,拓新强基,不仅筑牢了发展根基,也进一步探索了发展的新路径,增强了在新时代服务全民阅读、助力文化强国建设的重要能力。各地新华发行集团有哪些重点项目已经完成或正在推进?又有着怎样的规划?这些项目,为新华书店未来发展带来哪些新的可能?围绕这些话题,商报记者对一些发行集团相关负责人进行了采访。



广东新华发行集团打造的大型文化综合体“新华里”

传统业务迭代升级 重构空间运营 打造现代供应链体系

对实体书店来说,空间是文化服务的载体,也是其推动业务发展创新的重要平台。在书店吸引力下降、消费理念变化的当下,从小书店到大书城再到城市文化综合体建设,各地发行集团推进实体门店建设的核心在于推动理念转型,打造城市文化地标,并以多种业态的复合形式吸引消费者的关注。在业务拓展中,作为业务底层支撑的物流体系,近年来也成为集团重点发力的对象,从技术引领到社会化改造,物流体系在高效保障图书、多元产品配送的基础上,正在成为助力“新华书店”构建城市文化综合体的有力支撑。

超大体量文化综合体:引领区域文商融合新标杆。超大体量文化综合体是近年来新华发行集团在空间建设方面,继大书城之外的又一重要发力方向,以“文化+商业+文旅+公共服务”深度融合的模式,打造一站式、全场景、沉浸式的文化消费生态。广东新华发行集团打造的广州番禺“新华里”文化综合体,是粤港澳大湾区文化融合的标杆项目,打造了全国“文化+商业”双轮驱动模式的典型样本。该项目总建筑面积约13万平方米,以“城市文化绿洲”为核心定位,辐射周边30余个社区、30万常住人口,主力业态“渡”书店打造沉浸式阅读空间,并融合人文阅读与多元业态,日均接待读者破万人次。

2025年9月,深圳新时代重大文化设施之一、全球最大实体书城“湾区之眼”开业。书城由深圳出版集团打造,拥有超8400平方米阅读空间与30余万册书籍,以阅读为IP,打造覆盖全人群、多需求的特色场景,搭建了复古书房、古籍书房、阅读头等舱、欢乐童趣知识乐园等主题阅读场景。尤为值得一提的是,书城首店集群效应突出,吸引了530余家商业品牌洽谈合作,以30%首店品牌、30%国际品牌为核心构建品牌集群。

山东新华书店集团多点布局文化综合体,济宁书城文化综合体、潍坊文化旅游综合体、唐冶文化中心及在平文化综合体等重点项目相继建成投用,成为当地文化新地标。其中,潍坊新华新闻广场总建筑面积约2.1万平方米,含6000平方米图书区及餐饮、文创、研学、咖啡、展览等多元业态,主打“潍坊地域文化+现代生活方式”。

苏州新华书店观前书城于2024年7月21日焕新亮相,升级改造总建筑面积7600余平方米。在改造过程中,书城对五个楼层进行了全新规划布局,以“苏式设计、江南文化、阅读场景”为核心,不仅拓展了阅读活动的空间,还增加了各类综合活动场馆,使书城的综合服务功能大幅提升,构建了全新的阅读场景和生活美学,推动图书与旅游资源,以及江南文化互促共进,构建了一个融合苏式设计的全新复合文化商业生态综合体。

智慧物流建设:补齐基础设施短板,打造现代供应链体系。物流是出版发行业务的核心支撑,也是新华书店降本增效、拓展多元服务的关键环节。近年来,各地新华发行集团加大物流基础设施投入,推进智能化、标准化、集约化智慧物流基地建设,构建覆盖全省、连接全国的现代物流网络,保障教材教辅、重点出版物高效配送,同时拓展第三方物流、供应链服务等新业务。

以“构建覆盖全区、连接全国的现代化文化物流

网络”为定位,内蒙古新华发行集团2025年7月投入运营的金蓝港物流基地,仓储面积约4000平方米,引入AGV机器人、智能提升机及可视化调度系统,年流转码洋达1亿元,显著提升智慧物流服务水平,成为智慧物流推动产业升级的生动实践。集团依托通辽、包头、沙梁、金蓝港等物流基地,进一步打造智慧供应链体系,在保障“课前到书”的基础上,拓展了供应链、算力配套等新兴产业服务。

目前,云南新华书店正在全力推进出版电子商务现代物流中心(二期)工程建设。项目计划2026年12月建成后,将整合一期、二期功能,补齐云南文化物流基础设施短板,支撑“编—印—发—供”全产业链协同,打造云南省规模最大、标准化程度最高的出版物及多元文化产品物流配送基地,构建覆盖云南全省129个县市的“24/48小时配送圈”,提升公共文化服务均等化、高效化水平,建成全省首个集约化、标准化、数智化公共文化物流共享平台。

新业态纵深培育 发力全链生态 技术赋能实现新增长

传统图书发行业务增长承压、盈利空间收窄是实体书店面临的共同挑战。在此背景下,各地新华发行集团立足自身资源禀赋、渠道优势、品牌公信力,围绕文化、教育、科技、文旅、文创等核心领域,布局多元化新业态、新业务、新赛道,并以数字技术,赋能书店发展,培育新的经济增长点。

教育服务升级:深耕大教育赛道,构建全周期服务体系。教育是发行集团的核心优势领域,也是转型发展的核心赛道。在教育政策不断调整的背景下,围绕教育领域的新要求、新需求,新华书店从最

初的教材教辅发行商,到素质教育供应商,再到智慧校园业务引领者,通过不断转型,积极向课后服务、研学实践、校服定制、教育装备、AI教育等全链条教育服务延伸,打造了“书店+文化+教育”的融合发展新模式。

山西新华书店集团2025年以来锚定“文化+教育+科技”的融合发展方向,深耕教育服务提质升级,构建起多元产业发展格局。研学业务方面,着力全域推进无人研学体验项目布局,已在15家连锁门店完成展区建设;搭建省级劳动与实践教育管理平台,实现研学资源统筹归集、线上共享、标准输出;建成省级研学课程资源库,累计完成96个主题研学课程,63条短途精品研学线路标准化开发,致力于打造山西第一、全国知名的研学品牌,目标到2030年实现研学实践业务销售额1亿元。校服业务方面,集团精准对接中小学个性化定制需求,在大同、吕梁、运城、忻州多地布设样板展示空间,神池、壶关等分公司成功中标采购项目,市场拓展成效显著。

江苏凤凰新华明确“知识文化综合服务商”转型目标,全面推进中小学生学习服务,推进青少年视力健康项目等。此外,凤凰新华还筛选存量资产建设“无人自习室”、运动场馆,启动淮安物流分中心足球场、邳州分公司羽毛球馆等试点项目。以场馆为载体,未来凤凰新华还将拓展轻餐饮、运动装备零售等配套业态,联合基层举办体育赛事,推动“文体教”融合发展。

文创产业深耕:挖掘地域文化,打造自主IP矩阵。文创是文化价值转化的核心载体,不少发行集团立足本土文化资源,打造了具有地域特色、新华属性的文创品牌,形成了“书店文创、红色文创、非遗文创、文旅文创”四位一体的产品体系,实现了文化价值与市场价值有机统一。

(下转第14版)

微讯

22家机构深圳签约共建人工智能高质量语料库

中国出版传媒商报讯 5月23日,人工智能高质量语料库建设共建单位启动会议在深圳召开。来自出版、传媒、版权保护、数字技术等领域的首批22家共建单位代表齐聚现场,同步发布《人工智能高质量语料库建设倡议书》,推动我国人工智能高质量语料库建设的标准化、合规化和协同化。

会上,中国大百科全书出版社党委书记、社长高世屹详细介绍了语料库共建的时代背景、核心目的与行业价值,并宣读22家首批共建单位名单。他表示,共建工作以整合优质行业资源、打通版权授权堵点、构建互利共赢产业生态为核心目标,全程坚守“先授权、后使用”原则,聚力打造可确权、可商用的正版权威语料库。

会议现场发布的《人工智能高质量语料库建设

倡议书》向全行业及社会各界发出五点倡议:坚持版权为先,筑牢合法合规底线;坚持质量为本,共建权威可信语料体系;坚持标准引领,规范全流程管理;坚持协同共治,强化行业自律联合维权;坚持开放共享,健全授权机制。交流研讨环节,人民出版社、人民文学出版社、学习出版社等多家单位代表,围绕语料行业标准制定、版权授权模式创新、数字技术支撑赋能、行业自律共治等议题展开深入交流。此次高质量语料库共建单位的成立,表明我国人工智能高质量语料库建设从理念倡议迈向实质行动,从分散探索转向抱团协同。共建单位共同表示,将坚守守正创新初心,恪守版权为先、质量为本原则,全力将人工智能高质量语料库打造为经得起法律检验、技术检验和时代检验的标杆工程。

(伊璐)

江西出版传媒集团2026年AI技术应用大赛启动

中国出版传媒商报讯 为深入贯彻落实关于开展“人工智能+”行动的决策部署和数智化转型相关文件精神,深入推进集团数智化转型,日前,江西出版传媒集团2026年AI技术应用大赛正式启动。

大赛设置大众、专业两大赛道,面向集团全体员工征集AI视频、AI图片及应用程序类作品。大

赛得到集团员工热烈响应,截至目前,集团各业务板块已有205个参赛团队,合计375名员工报名。

未来1个月内,各参赛选手将紧扣集团数智化转型方向,结合前期培训成果与日常工作中的业务痛点开展创作实践。后续将开放线上投票通道,并举办AI技术应用决赛,评选一批AI技术应用优秀创新成果。

(肖颖)

观点

当前,新华书店正处于深度变革、结构重塑的关键转型期。线上阅读普及、电商低价冲击等持续挤压实体图书零售空间;教育政策调整、行业跨界竞争、运营成本攀升,不断加剧行业生存发展压力;传统经营模式红利消退、受众消费习惯迭代、市场需求多元分化,更是给新华书店转型升级带来多重考验。面对行业变局,我认为,新华书店的核心竞争力,从来不是“能卖什么”,而是“能为社会、群众、城市提供不可替代的文化价值”,新华书店未来的生存核心,早已不是渠道和价格优势,而是不可替代的国有企业的文化价值与综合服务力。

第一,国有企业的公信力与品牌底色是根基。新华书店是党和政府宣传思想工作的主力军、主渠道、主阵地,“官方、正统、可靠、权威”的公信力,是所有民营书店、线上平台无法复刻的核心壁垒。不同于市场化商业主体逐利为本的逻辑,新华书店始终坚守国有文化企业初心,扛牢政治责任与文化使命,在党政理论传播、政治类图书发行、中小学教材保障、公益文化服务、全民阅读推广等领域,拥有绝对的资质优势、体系优势和口碑优势。线上平台可以低价售书、民营机构可以跨界经营,但无法替代新华书店的政治属性、权威属性和公益属性。坚守红色新华初心、筑牢政治公信力底色,是新华书店立足行业、抵御风险、长久生存的根本根基。

第二,全域实体网络是独有场景优势。线上阅读和购书的本质是“流量交易”,缺乏温度、缺乏体验、缺乏链接;新华书店的核心优势,在于拥有看得见、摸得着、可感知的实体空间,能够承接多元化、沉浸式、常态化的文化服务。我们立足城市布局综合文化书城、城市书房、社区书店;深耕县域打造主题文化门店、24小时智慧书房;下沉乡村完善农家书屋、基层文化服务阵地;辐射校园建设校园书店、依托文旅资源布设景区书店。我们聚力打造城市文化会客厅等新型文化空间,推动实体门店从传统单一图书销售业态,加速向城市文化地标、市民精神家园、公共文化服务枢纽转型升级。这种深耕属地市场、贯通城乡基层、全域立体覆盖的实体场景服务体系,是新华书店相较于线上平台不可复制、无可替代的核心差异化竞争优势。

第三,综合文化服务能力是转型核心。行业困境的本质不是“图书没人买”,而是“单一卖书的模式被淘汰”。当下行业竞争,已进入文化服务能力、资源整合能力、场景运营能力的深层竞争。新华书店未来的核心生存逻辑,就是彻底完成从“卖图书产品”到“做文化服务”的身份蜕变。我们要主动跳出传统发行思维,构建“主业固本、服务增值、多元赋能”的全新经营体系。未来,新华书店的盈利和生存支撑,将来源于专业、权威、精准、多元的综合文化服务能力。谁能精准对接政府公共文化需求、贴合群众精神文化需求、适配城市文化发展需求,谁就能在行业变局中站稳脚跟、赢得未来,这是新华书店可持续发展的核心经营竞争力。

第四,守正创新的内生动力是长远支撑。时代在变、市场在变、需求在变,新华书店最大的危机,不是市场冲击,而是思维固化、模式僵化、止步不前。近90年生生不息的核心密码,就是始终坚守守正为本、创新为要,坚守文化主业主责不动摇,紧跟时代趋势不停步。所谓“守正”,就是坚守国有文化企业的政治使命、文化担当、公益初心,始终把传播先进文化、涵养社会文明、推广全民阅读作为核心职责,不逐短期流量、不随市场浮躁,牢牢守住意识形态主阵地;所谓“创新”,就是打破路径依赖、突破传统束缚,主动拥抱数字化、智慧化、场景化、年轻化趋势。面向未来,行业竞争终将回归价值本身,持续自我革新的迭代能力、扎根地方的责任担当、深耕文化的专业定力,是新华书店穿越行业周期、实现长效发展的核心内生动力。

纵观行业变局,传统业务的收缩是时代趋势,但全民阅读的需求、公共文化服务的刚需,城市精神建设的刚需从未消减。对于新华书店而言,传统渠道红利褪去,恰恰是核心价值重塑的最佳契机。未来,我们将深耕“公信力品牌、实体场景、文化服务、创新迭代”四大核心竞争力,从图书发行的“经营者”,转变为地域文化的“深耕者”、公共文化的“服务者”、全民阅读的“引领者”、城市文明的“建设者”,以不可替代的文化价值,筑牢新时代新华书店的生存根基、激活长远发展潜力,在助推文化强国建设中彰显国企担当,实现基业长青。

强化核心竞争力 实现文化价值与综合服务能力提升

裴建平(山西新华书店集团党委书记、董事长)