

# 从两会热词观出版传媒业趋势

3月11日、12日，全国政协十四届四次会议、十四届全国人大四次会议相继在京闭幕。今年两会期间，来自文化、科技、文旅等领域的全国人大代表、政协委员，围绕文艺繁荣、非遗出海、全民阅读、AI与文化融合、文旅新业态等核心议题积极建言献策。本报记者梳理出四大核心热词，生动展现了代表委员的履职心声。这些声音既关乎出版传媒行业生存与高质量发展，也关乎中华优秀传统文化传承创新，更为文化强国建设注入强劲动力。

## 热词：全民阅读与出版提质

全民阅读与基层文化服务关乎文化普及与民族未来。今年是《全民阅读促进条例》（以下简称《条例》）实施首年，也是全民阅读活动周设立首年。如何让全民阅读摆脱“形式化困境”，让《条例》落地生效？多位代表委员分享了相关思考。

全国人大代表，贵港市图书馆党支部书记、馆长李燕锋结合近30年的基层文化工作经验，提出多项务实建议。她表示，《条例》的施行为基层工作提供了法治保障，但目前基层阅读仍面临经费不足、数字化滞后、城乡资源差距大等问题。她建议优化经费投入结构，设立专项资金支持乡村阅读网点建设，优先配备未成年人优质图书，鼓励社会资本参与；深耕“图书馆+”模式，构建“10分钟阅读圈”，打造特色阅读品牌，推动阅读服务从“活动式”转向“常态化”。全国人大代表、作家麦家建议设立

“无屏阅读日”，让人们通过深度阅读唤醒思考能力。全国政协委员、北京十月文艺出版社总编辑韩敬群认为，“全民阅读的本质，是让阅读成为大众日常的行为方式与生活习惯，而非短期造势、一阵风式的集中活动。”他强调，全民阅读的关键不只是“号召大家读”，更要解决“读什么”的问题。好作品的诞生，需要创作、评论、出版全链条“重获信任”。

全民阅读的深入推进，离不开图书出版行业的健康发展。然而当前，图书定价折扣失衡、渠道恶性竞争、盗版侵权屡禁不止、公版书市场乱象丛生，已成为制约出版业高质量发展的突出痛点，也影响着全民阅读的质量提升。

“大量经典作品因进入公共领域被重复出版，导致版本繁多、质量参差不齐，甚至出现校勘错漏、翻译劣质等现象，严重误导读者，玷污了文化经典的传承，并引发恶性价格战，挤占了优质出版资源。”全国政协委员、上海朵云轩集团有限公司总经理朱旗深知公版书乱象之痛。对此，他建议加强顶层设计，研究制定公版书专项管理办法，设立明确的质量门槛，优化书号调控以抑制低水平重复；强化市场监管，将公版书纳入质量专项检查，建立黑白名单制度，清理质量不合格产品；倡导行业自律，鼓励出版社深耕价值出版，推出更多精品。

全国政协委员、中国社会科学院文学研究所研究员刘宁注意到，2025年行业遭遇挑战，图书馆、出版社从业者处境空前艰难，纸书销量断崖式下跌。“网络平台愈发严重的价格战是导致行业陷入困境的主要原因。部分电商平台方缺乏责任心，对低价

售书行为缺乏有效管控，部分平台还充斥盗版图书，极大压缩了出版业利润。如今出版舆情影响大，编辑工作量与压力极大。若图书乱象持续，不仅会导致从业者大量离职，新人也不愿进入行业，出版业将面临更大危机。”对此，刘宁呼吁有关管理部门尽快设定图书销售价格红线，遏制恶性低价售书与盗版问题，为行业守住发展根基，助力行业复苏。

全国政协委员、中国社会科学院大学哲学院教授赵剑英从实体书店生存视角谈到，图书盗版猖獗、电商渠道管理失序，严重冲击实体书店销售；加之实体书店租金、人力等运营成本持续攀升，图书利润微薄，直接导致大量实体书店关闭。

他建议，相关部门联合出台图书销售电商平台监管办法，建立图书版权前置审核、销售异常监测机制，拦截盗版信息；指导行业协会与头部平台制定《图书内容电商营销行为指引》，规范折扣、佣金率、营销话术，遏制恶性价格战；平台在出版社旗舰店后台增设技术控价功能。此外，要推动实体书店扶持政策落地。

### **热词：AI 应用与文化融合**

AI 技术的深度渗透正为文化产业转型升级注入新动能。两会期间，OpenClaw（“龙虾”）等前沿 AI 成果引发热议，人工智能技术加速落地、深度渗透，推动 AI 与文化创意全面融合，成为出版产业转型升级、培育新质生产力的关键引擎。代表委员们聚焦数据支撑、IP 保护等，建言破解行业难题。

全国人大代表、开封书画院院长陈国桢强调，高质量数据是 AI 发展的核心基础，而中华文化数据标注是抢占文化数据主权、

推动文化传承的关键。他建议国家制定中华文化数据标注国家级战略，建设国家级标注中心与工程实验室，设立专项基金引导社会资本参与；优先标注古典文献、地域文化等内容，以点带面推动中华文化数据体系化建设。

全国政协委员，社会和法制委员会委员，北京市新联会副会长，知乎创始人、首席执行官周源则聚焦 AI 与文化融合的具体场景带来相关提案。针对 AI 大模型数据流通，他建议通过标准 API 接口实现互联网专业内容合规开放，推动数据标注产业向智力密集型转型，建设专业语料库开源平台；针对 AI 漫剧 IP 保护，建立侵权快速处置通道，提高违法成本，规范平台竞争行为，保障中小创作者权益。

“人工智能对文化生产、传播及消费的介入，给我们提供了再度打量‘文化’深层结构及价值的机会。”全国政协委员、百花文艺出版社总编辑汪惠仁表示，AI 极大丰富了文化产品供给，但内容套路化泛滥，真正具有思想深度和生命体验的原创内容有被淹没的风险；AI 驱动产业模式革新，同时也引发了关于著作权归属等一系列法律与伦理边界问题；AI 算法具有高效塑造公共文化议题的能力，但“信息茧房”“过滤气泡”乃至深度伪造等技术存在着侵蚀文化真实性及意识形态安全性的隐忧。他建议，在治理体系建立上，建立强制标识与溯源制度；在治理技术手段上，研发部署 AI 内容监测识别系统；整合权威文化机构资源，为培育具有世界视野、中国价值观的 AI 模型构建高质量、成长性训练数据库；在高校和文化机构开设“AI 时代文化治理”

相关课程，培养懂文化、懂技术、懂管理的复合型治理人才。

### **热词：文化遗产与文艺发展**

科技为文化发展赋能，而文化遗产则是文化强国建设的根基。文艺繁荣、文化遗产与国际传播，是今年两会文化领域的重要议题，多位代表立足地域特色与行业现状，聚焦非遗出海、文献活化、文艺创新，提出针对性建议。

全国人大代表、牡丹瓷创始人李学武认为，当前我国非遗出海虽成效显著，但仍面临传播渠道有限、国际认知不足、复合型人才匮乏、资金保障不完善等挑战。为此，他建议国家层面制定非遗出海专项规划，设立国家级专项资金，完善海外服务与知识产权保护体系；创新传播渠道，推动“线上+线下”双向互动，建设非遗数字出海平台，设立“非遗大师全球工作室”；推动非遗产品国际化创新，打造国际品牌。

全国人大代表、国家一级美术师宋亚平聚焦历史文献保护与活化，重点提出系统整理出版宋伯鲁文献的建议。她介绍，宋伯鲁作为戊戌变法核心参与者，其著述涵盖变法奏稿、史志编纂、边疆舆地等多个领域，是研究晚清历史与关中文脉的珍贵史料，但目前文献分散、未系统汇编，价值未充分发挥。她建议立项编纂《宋伯鲁全集》，加强文献征集与数字化保护，建立专题数据库；深化研究转化与传播利用，举办公学研讨会、建设纪念馆，推动历史文脉活起来。

全国人大代表、河南省作协主席邵丽以中原文脉为切入点，针对河南在迈向文化强省过程中面临“有高原无高峰”、传统与

当代审美错位、基层文艺造血不足等困境提出系列建议，包括打造中原特色文艺精品；实施“数字文艺 骏马腾云”计划，运用AI、VR/AR等技术活化传统文化，拓宽文化出海渠道；健全基层文艺人才“伯乐机制”，加大对基层从业者的扶持，推动高品质文化供给直达基层。

全国人大代表、南京图书馆研究馆员刘忠斌关注文旅新业态培养与新型消费升级。他观察到，当前文旅产业存在产品同质化、文化内涵浅层化、治理体系不完善等问题。他建议深耕文化内涵，提炼核心IP，推动非遗文旅向互动体验延伸，构建完整文旅产业链；强化数智赋能，推动5G、数字孪生等技术与文旅场景融合，发展“线上云旅游”与“文旅+”多元业态。

### **热词：科普IP打造与内容传播**

2026年是新修订《中华人民共和国科学技术普及法》全面落实深化之年，科普事业被置于科技创新与全民科学素养提升的核心战略位置。部分代表委员围绕科普体系建设、资源均衡配置、内容创新升级、人才激励保障等维度进行深入探讨。

在科普资源高效利用层面，周源直击当前科普内容“碎片化传播、生命周期短、复用率低”的痛点，建议推动科普成果向“长期留存、结构化利用”的公共知识资产转型，打破资源分散壁垒，建立以长期价值为导向、以专业判断为核心的科普成效评价机制，健全科普争议内容的多方协同研判与动态修正机制，并推动科普成果与公共服务体系、科研评价体系的制度衔接。

“我国不缺科普人才，缺的是发现和激励科普人才的‘好制度’”。全国政协委员、中国科学院院士、中国科学院古脊椎动物与古人类研究所研究员周忠和建议，科普工作者要以热爱为驱动力，结合自身专业基础和特长开展科普工作，让科普创作丰富多样、百花齐放；尤其在人工智能时代，科普更要注重原创性，着力培养公众的批判性思维；而国家层面则需完善科普人才评价机制，比如增设科普职称序列、在重大科研项目中预留科普投入比例。

青少年是科普的重点群体，更是科技强国的未来根基。据全国人大代表，海尔集团董事局主席、首席执行官周云杰透露，《海尔兄弟》作为中国科普动画经典 IP，其续集将于 2027 年春节前后上线。这不仅是海尔集团品牌文化传承与创新升级，也是科普动画 IP 的价值重塑。周云杰建议增加优质科普内容供给，构建“IP+”全域传播生态，鼓励多元主体参与优秀科普动画创制，将经认证的优质科普动画片目纳入中小学科学教育课程资源库与课后服务推荐内容；构建科普 IP 创制联合体，设立科普动画 IP 创作专项基金，成立“高质量科普动画创制联盟”，并健全科普动画 IP 的版权保护。

（来源：中国出版传媒商报）

# 两会期间有哪些利好实体书店的政策？ 实体书店能否起飞？

两会期间，“点亮万家灯火，守护人间烟火”的呼吁刷屏全网。

全国政协委员王俊寿提出：在平台经济快速发展的当下，必须保障各类实体门店稳定可持续经营。

2026年两会重点聚焦在内需扩容与实体店数字化转型两个板块。而且分别从资金、成本、技术到场景创新，推出了多个维度的利好政策。其中有些政策更是实打实的资金支持。

## 书店核心利好政策

### 1. 《全民阅读促进条例》（2026.2.1 起施行）。

国家明确：实体书店是全民阅读重要阵地，政府必须支持。县级以上政府必须出台措施扶持实体书店。

重点倾斜：社区店、乡镇店、特色店、公益型书店。

支持方向：空间改造、阅读活动、文化服务、业态融合。

### 2. 2026 政府工作报告第 13 次写入全民阅读。

提出：完善全民阅读推广服务体系。

推动：城市书房、社区书店、校园书店、乡村阅读点建设

方向：把书店嵌入商圈、社区、公共空间，提高“阅读空间覆盖率”。

**政策解读：**书店不再只是“卖书的”，而是政府要扶持的公共文化阵地，申请补贴、活动经费、场地支持更理直气壮。

## 真金白银的支持

**1. 专项基金补贴：**委员建议设立专项基金，对符合条件的社区店、路边店、特色店提供租金补贴与水电费优惠，直接降低固定成本压力。

**2. 融资担保贴息：**创设 1000 亿元财政金融协同促内需专项资金，扩大服务业经营主体贷款贴息范围并提高上限；同时实施 5000 亿元民间投资专项担保计划（分两年实施），单家企业可享最高 2000 万元担保额度，降低融资门槛与成本。

**政策解读：**装修、买书、装系统、搞活动，哪一项都要花钱，如果符合条件，都能找政府要钱、要补贴、要低息贷款。降低生存压力。

## 鼓励数字化赋能

**1. 设备更新补贴：**将商业综合体、购物中心、百货店、大型超市等线下设施纳入大规模设备更新支持范围，大幅降低申报门槛，加大对中小企业的支持力度。

**2. AI 工具普及：**委员建议实施“AI SaaS 服务券”制度，通过补贴支持中小微企业采购 AI 数字化工具，帮助实体店低成本实现智能化升级。

**政策解读：**书店作为传统行业，一直存在经营理念陈旧，经营模式单一的问题，这一改造的过程中不仅耗费时间，成本支出也不小，数字化工具的采购补贴，将会给书店带来更多转型的保障。

## 鼓励实体书店怎么干

**1. 优化消费券结构:** 建议提高堂食及到店消费类消费券发放比重，定向激活餐饮等线下业态活力。

**2. 鼓励复合业态:** 引导实体店从“卖商品”转向“卖体验”，鼓励发展复合业态，打造社交空间，丰富消费场景。

**3. 简化审批外摆:** 清理消费领域隐性壁垒，简化促销活动审批流程，支持临街商铺开展外摆经营，盘活门店空间。

**政策解读:** 只卖书越来越难，“书店 + 文化 + 活动 + 社交”才是政策鼓励、顾客喜欢、能赚钱的模式。

### 商业空间与模式升级

**1. 商圈智慧化改造:** 支持建设智慧商圈、智慧街区、智慧门店，推动传统零售业创新提升。

**2. 盘活存量资产:** 建议调减新增商业用地比例，支持盘活存量商办资产，优化“商改住”等政策，提高商业资源利用效率。这些政策组合拳旨在从根本上减轻实体店负担，提升其数字化运营能力与消费吸引力，助力实体经济恢复活力。

**政策解读:** 是实体书店从“靠卖书赚钱”转向“靠空间与流量赚钱”的关键一步。商圈智慧化改造 + 盘活存量资产，本质是帮书店降本、提效、增收、抗风险，直接解决实体书店最痛的客流、成本、坪效、变现四大问题。

(来源: 寅领)

# 实体书店全民阅读新路径：一场“以读者为中心”的价值重构

2026年，随着《全民阅读促进条例》的施行，全民阅读也从阶段性文化活动，逐步升级为贯穿全年、浸润社会的文化主线。实体书店作为推动“全民阅读”的重要载体，正加速褪去传统“图书卖场”的单一标签，向“综合文化服务提供商”快速转型。当前，单一售书模式已难以适配全民阅读多样化、场景化、个性化的时代需求，正如广西桂林市新华书店有限公司党总支副书记、总经理陆丽芳所说：“未来实体书店应是‘文化的连接器’与‘体验的孵化器’。围绕全民阅读，我们不能只盯着书架，而要关注‘人’的需求，拓展‘阅读+’的无限可能。”

这一观点也在采访中被证实，围绕全民阅读打造的多元化、全场景的“阅读+”服务生态，正成为实体书店业态创新的核心方向、赋能全民阅读的重要路径——通过“阅读+”多元业态融合、场景延伸、科技赋能、本土深耕，实体书店不断重构自身核心竞争力，从“找书”变成“找人、找圈子、找共鸣”，持续深化“可持续、可复制、可创收”的文化服务模式，更织密了全民阅读服务网络，让书香深度浸润城市肌理、走进千家万户。从各地实践来看，实体书店的新业态发展，本质上是一次“以读者为中心”的价值重构。

## 阅读空间全域化、外延化 让阅读嵌入生活角落

如果说线上平台帮人们省时省钱，那么实体书店的功能之一

是帮人们把省下来的钱和时间“浪费”在美好的阅读中。书店人要抛弃“固定空间+单一功能”的固化模式，筑造全域阅读空间。

持续焕新，不断为到店读者制造“惊喜”。通过优化阅读环境与功能布局，不少实体书店将阅读与非遗、文创、咖啡、研学等业态结合，打造集阅读、体验、社交于一体的城市文化客厅，让书店成为全民阅读的推广中枢与文化消费的美学空间，深圳实体书城“湾区之眼”是这一方向的标杆案例。“湾区之眼”以“书”为核心原点，采用开放式设计深度融合自然景观，引入《三体》VR体验中心、专业剧场等IP业态，构建“阅读+文创+演艺+科技”多元生态，开业百天客流突破300万人次。“文化综合体”模式打破了传统书店的物理边界，让书店成为连接人与文化、赋能美好生活的“第三空间”。此外，如武汉黄陂新华书店与武汉当地科学技术协会深度合作，共建“科学教育中心”，设立火箭发射演示、太空种植等沉浸式体验区，成功将书店转型为青少年科普研学的重要场域，成为青少年成长路上的“第二课堂”。郑州购书中心凯旋店突破传统思维，创新“阅读+潮流消费”模式，联合潮流巧克力品牌“丑八怪”，在店内设置打卡快闪店，实现阅读场景与消费场景的无缝衔接，为业态融合提供可借鉴的新范本。

延伸服务触角，不断拓展服务场景。实体书店将阅读场景从传统店堂广泛拓展至社区、校园、景区、政务大厅等公共空间，着力构建“15分钟阅读圈”，让群众实现“就近读书、便捷读书”，这一实践绝非简单的空间复制，而是通过场景精准适配，

推动阅读服务下沉基层，让不同年龄、不同需求的群体，都能找到专属阅读场景。大连新华书店的做法极具代表性，其通过与中石油、医药连锁企业等跨界合作，建成了 700 多家袖珍式实体书店，后续升级为智慧书吧，真正实现“城乡居民买书像买菜一样方便”，打通了基层阅读服务的“最后一公里”。同时，大连新华书店还举办了近 300 场读书市集，广泛覆盖当地历史文化街区、博物馆、文旅地标等场景，将阅读与文旅、民俗深度绑定。

山东临沂书城持续提升“新华书香驿站”品牌影响力，在社区、校园、机关、企业设立阅读角、流动书站，将优质图书、特色活动精准送到群众身边，拓宽阅读服务覆盖面，实现阅读服务“零距离”。上海新华推出书香上海·流动书房，两辆红色主题房车化身移动文化地标，把书香带入当地地标建筑、文旅景区、剧院场馆、图书馆、学校等。车内空间经过改造，可用于红色主题图书推广、上海特色图书、海派文化、江南文化文创打卡等活动。湖南新华书店乐之书店坚持“千店千面”发展理念，橘子洲店进驻百年洋楼、天心店融入城市公园、衡阳门店嵌入历史文化街区，均实现了书店与地域文旅资源的深度绑定。广西桂林新华正规划与漓江景区、灵渠等合作，开发“山水研学阅读路线”，让游客在行走中阅读历史，实现文旅融合创新。

这些案例充分证明，场景延伸不是简单的空间拓展，而是通过场景适配，让阅读从“被动接受”转变为“主动参与”，让书店真正成为嵌入日常生活的“文化驿站”。

### **阅读服务课程化、品牌化 构建全龄段分层阅读体系**

“实体书店要跳出图书零售思维，以阅读为核心，向前延伸至内容策划与知识服务，向后延伸至文化消费与生活方式，探索复合型空间模式，打造区域性文化生活中心。”武汉市江夏区新华书店副经理余景光如是说。而这也是实体书店提供阅读服务发力的重点，随着各地实体书店推出覆盖多年龄段的阅读与研学、非遗、文旅、党建等深度融合项目，全龄覆盖、精准对接需求的阅读服务矩阵正在形成。

面对青少年和亲子家庭，研学、职业体验、科普等活动遍地开花。今年春节期间，融合在地文化特色的非遗活动在实体书店成为亮点，通过将非遗技艺转化为可参与、可体验、可带走的文化产品与活动，实现“非遗+书店+阅读”深度融合。在“阅读+研学”领域，各地新华书店也形成了各具特色、成效显著的实践模式。郑州购书中心开发了“黄河文化体验”“书店探秘”“经典阅读”等系列研学课程，打造了青少年阅读实践品牌。山东临沂新华打造了“非遗+阅读”示范基地，常态化开展非遗体验、研学实践活动，推动了非遗技艺与阅读文化深度融合。江西赣州书城升级了“四季研学”IP，精心推出了春季书店寻宝、夏季古籍修复、秋季稻田阅读、冬季非遗年俗等体系化课程，形成标准化付费产品，精准对接学校与家庭的研学需求。此外，实体书店开展的亲子教育讲座、家风建设读书会等活动，破解了家庭教育痛点，有效助力了家庭阅读氛围培育。而科普实践、新华伴学营、职业体验等活动，将静态阅读与动态实践相结合，培养了青少年阅读兴趣和动手能力，如甘肃兰州新华七里河区店“缤纷假期·

益童成长”课堂活动实现了“阅读+实践”深度融合。

面向大学生和青年群体，创新推出“新华·青年夜校”等课程。近年来，“青年夜校”已经成为实体书店培育年轻消费群体的成功举措。通过开设摄影技巧、声乐演唱等课程，以亲民价格，为青年群体打造了下班后的技能提升与社交平台，让阅读成为青年成长的动力，丰富全民阅读的时代内涵。值得一提的是，多位受访人谈到湖北新华书店“倍阅”高校书店模式值得借鉴——通过“派驻店长+学生团队”的共创模式，将书店深度融入高校文化生态；每年举办近千场文化活动，红色共读项目覆盖80余所高校。这种“校园+社区+社会”的三级服务网络，正是《全民阅读促进条例》所倡导的“构建全民覆盖、普惠高效的全民阅读促进体系”的微观实践。

面向银发一族，从书单推荐到适老化设施改造再到阅读项目开展，提供多维度服务。早在2024年，山东新华就在全省10个地市的26家新华书店开设了新华书店老年大学，开启相关服务和活动。内蒙古鄂尔多斯新华优化老年友好阅读服务，设立“银发读书角”，提供大字版图书、有声读物借阅，开展免费读书分享会、智能手机阅读教学，解决老年人阅读不便、不会使用数字阅读工具的现实问题。2025年第四届“皖美阅读”活动期间，安徽新华书店推出“银龄阅读”系列活动，发布《2025老年人推荐阅读榜单》，向安徽全省老年人推荐优秀出版物。多家实体书店还创新开展“代际阅读”活动，拓展“阅读+”服务、推选“老年阅读榜样”等。

针对机关、企事业单位，输出定制化专属服务。2026年围绕阅读开展的文化项目中，店外文化服务成为实体书店发力的重点。如为机关、企事业单位策划红色剧本体验、红色桌游、党建读书分享会、知识研讨等沉浸式学习活动，将党史学习教育与阅读体验深度融合；面向机关打造党建学习空间与主题党日服务；面向企业定制员工书屋与读书会运营，提供一站式书香建设方案，包含空间设计、图书配置、活动运营、阅读推广全链条服务，形成可持续的市场化服务模式。广西桂林市新华书店有限公司党总支副书记、总经理陆丽芳介绍，桂林新华已尝试面向企事业单位推出“企业阅读赋能”项目，提供阅读角建设、定制书单、文化沙龙策划等服务，助力企业打造学习型组织，拓展增值空间。

在对外文化服务输出中，馆店合作已经突破传统的馆配概念，成为热门模式。今年两会期间，全国人大代表、广西贵港市图书馆党支部书记、馆长李燕锋以贵港市的实践为例，介绍了“图书馆+新华书店”的馆店融合模式——荷城书苑作为广西首家此类项目，实现“馆中有店、店中有馆”，既丰富了图书馆的服务内容，也为书店带来了稳定人流，实现了公共文化事业与图书发行业的互利共赢。再如，为进一步服务好上海市中小学图书馆，上海新华传媒连锁有限公司成立了上海市中小学校图书馆服务中心——新华悦读·知新书院，为全市中小学校图书馆教研员及相关教师，开展业务交流、图书采购、学术探讨、新品体验、实践创意等活动，提供一个集智慧、知识、学习交流为一体的人文空间，并积极开拓阅读新路径。

需要强调的是，所有类型活动中，最为关键的是形成闭环。如打造“图书流通+活动运营+积分激励+荣誉评选”一体化平台，通过借阅联动、活动打卡、积分兑换、书香评选等，增强读者黏性。

### 阅读与 AI 平台化、数智化 打造书店“基础生产力”

有书店人表示：2026 年 AI 技术将成为书店的“基础生产力”。我们也关注到，行业企业正在持续探索“AI 阅读助手”——通过大数据分析读者画像，实现“千人千面”精准荐书；利用 AI 制作短视频，解决书店线上运营的内容生产瓶颈；通过智能客服系统，提供 24 小时阅读咨询服务。

创新线下“智能”场景布局。结合场景与社群需求，书店在实体线下空间部署智能阅读终端，开发线上共读平台，提供纸电一体借阅、活动预约与数字资源共享，实现线上线下融合的智慧阅读服务。在科技赋能方面，有书业同仁推荐浙江无料书铺，其通过“向后退回阅读本质，向前看拥抱 AI 技术”的路径，探索了实体书店转型的新模式。据悉，无料书铺与掌阅科技合作开发的“书点点”AI 场景工具，实现了到店扫码导购、图书检索推荐、用户画像匹配等功能，通过 AI 技术，解决了传统书店依赖店员个人能力进行图书推荐和会员维护的痛点，提高了服务质量和效率。在江西赣州书城，建设 AI 智能静音自习室（护眼、预约、伴学）等成为今年的重点发力点之一。赣州书城经理张蓉介绍，该店将引入 VR/AR 红色故事、AI 伴读、数字书架、有声书墙、元宇宙阅读场景，结合赣州红色资源与宋城文化，打造可

看、可听、可互动、可传播的沉浸式体验区，让经典阅读更现代、更年轻、更吸粉。甘肃兰州新华书店打造了全国首家新华书店LBE沉浸式空间剧场“书界奇境”，采用国际领先的智能内容操作系统，集成多模态生成式AI与实时渲染技术，让读者实现从文本到3D场景秒级穿越，构建了“文化+科技+体验”新模式。

完善线上荐书服务平台。广东清远新华书店阅读服务中心主管朱琳谈到，可利用书店空间开展科学实验和AI科普，建立读者俱乐部，开发线上阅读小程序延伸服务场景、针对性提供阅读服务。越来越多的书店通过加快构建线上线下融合的阅读服务平台，整合图书资源、课程与活动资讯，实现读者足不出户参与阅读互动，享受便捷文化服务。如持续发力直播荐书、短视频讲书、线上阅读打卡等，培育本土图书推荐官，搭建“新华系”新媒体传播矩阵，实现线上线下阅读服务协同推进。此外，在技术赋能方面，北京中关村图书大厦还加速完善数字阅读平台，优化直播共读、线上荐书等服务模式，让“阅读云陪伴”成为常态化服务。广西桂林新华探索利用数字技术，将如恭城瑶族故事、桂剧等地方文化制作成可交互的数字阅读产品，开发有声导览项目，让游客在象鼻山下能“听”到桂林的历史，用科技手段让传统文化“活”起来，吸引更多年轻读者。

（来源：中国出版传媒商报）

## 安徽新华书店入驻“抖音本地生活”

安徽新华书店近日正式入驻“抖音本地生活”平台，通过上线多款精选图书优惠券，将实体书店的优质服务、丰富产品与网络流量结合，将实惠直接送达读者指尖。

活动期间，读者可通过两种方式轻松获取新华书店专属图书优惠券：其一，用户点击抖音 APP 首页“团购”入口，在搜索栏内搜索“所在城市名称+新华书店”，其所在地附近的新华书店门店及相关优惠券购买页面便会清晰呈现，下单支付后，即可到选定门店核销使用。其二，用户也可直接使用抖音扫描活动专属二维码，即可跳转至优惠页面，锁定超值优惠。

“本次发放的优惠券需要到线下门店消费核销，可以现场选择各种图书，不过不能和会员折扣等其他店内优惠叠加使用。”安徽新华书店相关工作人员介绍，本次上线的优惠券诚意十足，适用于店内绝大多数正版图书，全力为学子新学期的知识储备、职场人士的自我提升以及广大读者的休闲阅读提供实实在在的福利。

除此之外，在以“春日启航 阅见新知”为主题的开学季活动期间，安徽新华书店还开展了“教辅我来帮你选”主题展销、“我们的节日”特别企划等多样文化活动，为全省读者带来更丰富、更便捷、更有温度的文化体验。

（来源：中国新闻出版广电报）

# 全网流量过亿！

## 河北省新春文化活动强势圈粉年轻人

由河北省文化和旅游厅、河北出版传媒集团联合举办，在河北全省 80 家新华书店同期举行的“非遗正青春 书店过大年”系列主题活动近日收官。活动以“图书+非遗”为主线，将实体书店升级为集展演、体验、品鉴、消费于一体的新春沉浸式文化空间，让“逛书店、品书香、赏非遗、过大年”成为燕赵大地新年俗。活动期间，80 家新华书店累计举办特色活动 760 余场，带动门店到店客流量显著增长，业务成交量同比增长 2.9 倍，收入同比增长 52.93%；全网传播总流量突破 1.18 亿，实现了社会效益与经济效益的双丰收。

活动的收官不是终点，而是“书店+非遗”深度融合、长效发展的新起点。以此次活动为契机，河北出版传媒集团将在河北全省新华书店系统谋划、打造常态化“非遗会客厅”，推动非遗从“节日限定”走向“书店日常”。目前，石家庄书城已设立常态化非遗体验专区；邢台书城计划打造“书店+非遗”孵化基地；邯郸书城拟推出月度主题体验、季度非遗展、寒暑假研学营；保定市新华书店计划将年画拓印、传统制香等亲子体验活动课程化、体系化；衡水书城继续优化“文化+体验+研学”模式，吸引更多青少年群体参与。河北出版传媒集团相关负责人表示，下一步，河北全省新华书店还将主动对接地方文旅部门，整合特色文化资源，研发非遗特色课程与体验材料包，推动非遗进校园、进社区，让非遗真正走进生活、深入人心。

（来源：中国出版传媒商报）

## 合肥新华书店：当书香遇见手作， 文化空间“玩”出新花样

“我的天，新华书店也有拼豆豆啦！”近日，一则由读者主动发布的小红书帖子在读者群里悄然走红，主角正是合肥新华书店运营的高新区星瀚书海悦书房。帖子里，读者热情分享了带孩子在这里体验拼豆手作的愉悦感受，亲民的价格、丰富的项目、独特的书店氛围，让这个书香里的“手作小天地”迅速吸引了众多年轻父母的目光。

这家藏在书店里的手作工坊，正是合肥新华书店打造的品牌项目——“琢物社”。从最初在杏花书院的小范围试水并获得良好市场反响，到2025年随着森林书屋、星瀚书海、庠廪书舍等一批文化空间的升级改造而成功拓展，“琢物社”已不仅仅是一个简单的手作体验区，它承载着书店探索文化空间新业态、延伸文化服务链条的创新使命。在这里，传统阅读与现代生活巧妙交融。色彩缤纷的拼豆豆、晶莹剔透的串珠、精雕细琢的掐丝珐琅、温暖治愈的钩织……多种手作品类满足了不同年龄层读者的动手乐趣和创作欲望。读者们不再是单纯的书海过客，他们可以在书架旁坐下，手捧一杯咖啡，再亲手制作一件独一无二的手工作品，将一段静谧而充实的时光带回家。

除了手作体验的引入，越来越多的咖啡饮品项目也成功落地多处公共文化空间。如今，在合肥新华书店运营的多个悦书房里，书香与咖啡香自然交织，阅读与手作体验动静相宜。这些尝试，

正在让文化空间以一种更健康、更多元、更适配生活感的面貌，重新定义着市民的文化生活，使其真正成为广大市民愿意来、待得住，还想来的精神家园和社交场所。

（来源：安徽商报）

## 教育部部长：将深入开展教辅征订等专项治理

3月7日，十四届全国人大四次会议举行民生主题记者会，教育部部长怀进鹏就基础教育发展相关工作作出重磅部署，明确下一步将围绕全面构建公平优质的基础教育体系，实施基础教育重大工程，重点抓好四项任务。任务主要包括扩优提质抓公平，守好教育公平底线；配优资源抓质量，适应学龄人口变化；强师惠师抓基础，筑牢教育人才支撑；规范治理抓安全，严守校园安全防线。

针对开展校园安全专项行动，怀进鹏表示，教育部将联合公安、卫健、市场监管等多部门，以更严更实举措筑牢校园安全防护网。持续整治违规办学、超时学习、校园欺凌等问题，深入开展“校园餐”、教辅征订等专项治理，紧盯校园食品安全关键环节，严防各类安全隐患。今年将持续推进基础教育规范管理年行动，坚持对违规行为露头就打、严防反弹，全力守护师生身体健康和生命安全，为学子营造安全、安心、舒心的校园环境。

（来源：中国出版传媒商报）

## 更好发挥实体书店全民阅读服务功能

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。习近平总书记指出：“要提倡多读书，建设书香社会，不断提升人民思想境界、增强人民精神力量，中华民族的精神世界就能更加厚重深邃。”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阵地。2月1日起施行的《全民阅读促进条例》推动全民阅读促进工作进入新阶段，提出“鼓励实体书店改善阅读条件、开展阅读活动，发挥全民阅读服务功能”。深入学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，把《全民阅读促进条例》落到实处，要推动实体书店转型发展，更好服务推进全民阅读、建设书香社会。

阅读是人类获取知识、启智增慧、涵养道德的重要途径。在书香社会中，社会基础阅读设施更加完善，优质出版物供给更加丰富，社会主义核心价值观深入人心，特殊群体基本阅读需求得到更好满足。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，在全社会营造爱读书、读好书、善读书的良好风尚。在这一过程中，实体书店有着独特优势，可以发挥重要作用。

与图书馆相比，实体书店的市场敏锐度更高、覆盖面更广，既能够快速捕捉读者阅读需求，及时引入各类出版物，打破图书馆馆藏更新的周期限制，也能够深入城市商圈、社区街巷、校园周边、乡村集市等图书馆难以全面覆盖的场景，让书香延伸到群

众生活的“最后一公里”；与网络书店相比，实体书店以沉浸式体验、在场式互动、精准化服务，将图书销售与文化体验、社交互动、便民服务深度融合，更易激发全民阅读兴趣。

近年来，一些实体书店通过差异化、特色化运营，精准定位、构建不同类型的门店，满足不同读者群体的文化需求。同时，随着电子商务快速发展、数字阅读广泛普及，实体书店发展也面临经营成本上升、客量分流明显等困难挑战，传统经营模式难以为继，加快转型发展势在必行。只有加快转型发展，实体书店才能更好适应新时代阅读需求变化，精准对接不同群体的个性化、多样化阅读偏好，更好满足人民日益增长的精神文化生活需要。

实体书店转型发展并非业态的简单叠加，而是通过提供优质内容、丰富阅读场景、创新服务形式等，延伸服务链条，形成以图书、阅读为核心的综合服务体系，将原本单一的图书销售拓展为包含深度阅读引导、文化创意展示、公共文化交流等在内的综合服务，进而推动文化产品和服务供给提质增效、优化升级、精准适配。在实践中，北京、上海、杭州等城市的一些实体书店通过空间功能的多元化重组，转型成为集阅读学习、休闲聚会等于一体的复合型文化空间，在更好满足人民群众多样化、高品质精神文化需求的同时，为推进全民阅读走深走实注入活力。

更进一步看，实体书店作为一个城市精神文化形象的重要标识，其转型发展能够拓宽公共文化服务边界，成为提升城市文化品位和底蕴特色、提高城市文明程度、塑造城市精神的重要抓手；实体书店连接图书生产与大众消费，是文化产业的重要一环，其

转型发展能够倒逼出版业提升品质、优化结构，并带动文创、文旅、休闲等产业协同并进，支撑文化产业高质量发展。

推动实体书店转型发展，必须坚持把社会效益放在首位，推动社会效益和经济效益相统一，不能盲目追求网红化，更不能在多元化经营中丧失文化底色。为此，要抓住《全民阅读促进条例》施行的重要机遇，探索实体书店转型发展的实践路径。

政府层面，可强化政策引导与扶持，支持实体书店参与全民阅读活动，特别是对位于偏远地区、社区内部具有公益属性的实体书店给予重点倾斜。社会层面，应大力弘扬尊重知识、崇尚阅读的良好氛围，加大对优秀实体书店和阅读典型的宣传力度，引导更多群众走进书店。书店层面，可通过独特的空间设计、陈列艺术等营造浓厚文化氛围，结合本地特色打造具有辨识度的书店形态；深化业态融合，以书为媒串联起相关的文化消费，培育“书店+咖啡”“书店+文创”“书店+展览”等新模式，实现文化价值与商业价值双赢；优化提升服务品质，帮助读者在海量信息中筛选优质内容，同时积极开展名家讲坛、读书分享会、作者见面会等阅读推广活动，让书店成为思想交流的沙龙、文化传播的课堂。

（来源：人民网）

## 文化消费新需求激活文化产业发展新动能

文化产业作为国民经济的重要组成部分，不仅是国家文化软实力的重要体现，也是推动经济增长的重要引擎。习近平总书记高度重视文化产业繁荣发展，提出“文化产业是一个朝阳产业”的重要论断，作出“健全现代文化产业体系和市场体系”“推动文化产业高质量发展”等战略部署。“十四五”时期，我国文化产业体系更加完善，结构布局不断优化，规模稳步扩大，效益明显提升，在扩大内需、带动消费、稳定预期等方面的作用进一步彰显。特别是大数据、人工智能等前沿技术正以前所未有的态势深刻影响文化生产方式，既为文化创新创造汇聚了更为广泛的主体，也持续提升文化产品和服务的供给能力，推动传统文化业态转型升级、新型文化业态加快发展、数字文化精品持续涌现。

需求是最强的市场驱动力。当前，越来越多的年轻人正在成为文化消费的主力，对文化产品和服务的消费需求呈现出**互动性、个性化、社群化**等新特点。互动性消费需求要求拉近文化产品和服务与消费者的距离，提升消费者的社交体验，推动沉浸式演艺、沉浸式展览、沉浸式娱乐等消费场景不断延伸拓展。个性化消费需求催生了私人定制等服务新模式，牵引契合年轻人时尚追求和情绪价值的文创产品风靡热销，为消费增长注入了新活力。社群化消费需求带动了以兴趣圈层为纽带的文化消费潮流，推动文化产业展现出更加广阔的市场前景和发展潜力。

**互动性、个性化、社群化的文化消费新需求，正在成为重塑**

文化产业供给逻辑的重要力量。文化产业的供给逻辑不再仅仅是简单地生产内容或产品，而是积极构建能够提供沉浸体验、触发情感共鸣、便于社交分享的文化消费新场景和新模式；不再仅仅是面向大众市场、“生产—消费”标准产品的单向模式，而是面向细分圈层、注重个性化体验的双向互动。能否满足新需求也成为决定文化产品能否火爆出圈的关键因素。

**互动性、个性化、社群化的文化消费新需求，促进文化消费方式推陈出新，赋予文化产业更多创新机遇、更大探索空间、更强发展动能。**消费需求特点的新变化，对文化产业发展是挑战，更是机遇。它对文化产业形成了加快破解重形式轻内容、同质化竞争等现实问题的巨大压力，也意味着只要抓住文化消费新趋势和新机遇，顺应文化生产创作和传播规律，努力开发出瞄准需求、回应需求甚至能前瞻需求、创造需求的优质文化产品和服务，就能进一步激发人们的文化消费热情，不断催生各类新业态、新应用、新载体，推动文化产业提质增效与转型发展，更好满足人民群众精神文化生活新需求新期待

党的二十届四中全会《建议》提出“**加快发展文化产业**”。满足文化消费新需求，推动文化产业高质量发展，既需要文化企业在内容、特色、创新上持续发力，又需要营造良好文化生态。

文化企业要深耕内容，深入挖掘文化资源背后的历史脉络、哲学思想、美学精神和时代价值，并将文化元素与现代科技、时尚元素相结合，打造具有深度和内涵的文化内容。结合不同地方的文化特色，深入挖掘本地独有的**历史故事、风物人情、非遗技**

艺等，将其变为核心竞争力，努力**打造具有国际影响力的文化品牌**。加强科技创新，加大研发投入，持续推动文化和科技深度融合，运用人工智能、虚拟现实等新一代信息技术，创新文化产品和服务的表现形式、传播方式，提升文化消费的互动性和趣味性，给人们带来更多精神上的满足。

营造良好文化生态，既要从“物”的方面加大投入，又要加快构建文化产业人才**“引育留用”全链条**。从“物”的方面看，需要不断优化支持文化产业高质量发展的政策体系，适应文化产业发展的现实需要，与时俱进发挥好政策工具调节作用，持续增强金融服务、科技创新等方面政策支持的精准性和有效性；通过支持文化领域培育建设国家技术创新中心、加快布局文化科技创新平台等方式，促进传统文化产业面向文化消费新需求、文化发展新任务突破瓶颈、转型升级、实现跨越式发展，进一步解放和发展文化生产力。从“人”的方面看，需要健全符合文化领域特点、遵循人才成长规律的人才选拔、培养、使用机制，推动文化生态更有利于人才创新创造，有效提升文化人才的专业素养和创新能力，培育形成规模宏大、结构合理、锐意创新的高水平文化人才队伍，促进人才供给与文化消费新需求、文化产业新业态相匹配，为文化产业发展壮大注入强劲动能。

（来源：人民日报）