

第七届“大众喜爱的阅读新媒体号”推荐活动入选名单

(93个)

微信公众号 (64个)

政府与行业协会

北京阅读季	深圳读书月
书香成都	书香海南
书香江苏	书香龙江
书香上海	书香苏州
书香天府全民阅读	书香天津
书香中国	书香中山
书香重庆	文学陕军
浙江宣传	中国好书

出版社

北京大学出版社	高等教育出版社
机工教育	清华大学出版社
全总职工书屋	人民出版社读书会
人民文学出版社	人民音乐出版社
人卫健康	商务印书馆
上海人民出版社	社科文献
小荷听书	小外研
译林出版社	悦读中医
浙江古籍出版社	中国建筑工业出版社
中华书局 1912	中信出版

出版物发行单位

大众书局	河北省新华书店
深圳书城	文轩网
西西弗书店	浙江省新华书店集团

媒体

读者	文史哲杂志
文史知识	文艺报 1949
中国诗词大会	中华读书报

图书馆

重庆图书馆	长春市图书馆
长沙图书馆	国家图书馆
杭州图书馆	湖南图书馆
南京图书馆	浦东图书馆
首都图书馆	厦门市图书馆

社会推广机构

凯叔讲故事	麦家陪你读书
为你读诗	

微信视频号

复旦大学出版社	邵鑫读书
意公子	

音频号 (13个)

音频号	平台
白云出岫	喜马拉雅
北京科学技术出版社	喜马拉雅
宸冰读书	喜马拉雅
读者	喜马拉雅
凤凰书苑	喜马拉雅
郦波	喜马拉雅
蒙曼	喜马拉雅
十点读书	喜马拉雅
书香安徽	喜马拉雅
喜马讲书	喜马拉雅
中国人民大学出版社	喜马拉雅
接力出版社	蜻蜓FM
浙江少年儿童出版社	蜻蜓FM

视频号 (16个)

视频号	平台
东方甄选之图书	抖音
都靓读书	抖音
果麦书单	抖音
人民日报出版社	抖音
人民文学出版社	抖音
人民邮电出版社	抖音
上海译文出版社旗舰店	抖音
无穷小亮的科普日常	抖音
央央阅读	抖音
蔡丹君老师	哔哩哔哩
天真的和感伤的小说家	哔哩哔哩
中国人民大学出版社	哔哩哔哩
中华书局	哔哩哔哩
中国科学技术出版社	快手
中国农业出版社	快手
北京大学出版社	小红书

第七届“大众喜爱的阅读新媒体号”揭晓：

反映时代主题

□本报记者 郝天韵

赢得大众喜爱

“书海茫茫，媒体领航。”媒体作为全民阅读推广的重要推动力之一，在引领民众“爱读书、读好书、善读书”方面发挥着独特的作用。近日，第七届“大众喜爱的阅读新媒体号”推荐活动结果在第二届全民阅读大会上揭晓，再次向大众推荐了一批优质的阅读新媒体号。

本届推荐活动在前六届活动成功举办的基础上，经过基础数据收集、专家评审把关和大数据监测、网络投票、终评4个阶段，结合专家投票、指数排名、网络投票3项指标，按照4:3:3的权重进行综合排名，最终确定93个“大众喜爱的阅读新媒体号”入选，其中包括64个微信公众号、13个阅读类音频号、16个阅读类视频号。入选账号中，不乏文章阅读总量破1000万的热门公众号和总体播放量过10亿的音视频号。它们在推进全民阅读、为建设书香社会营造良好的舆论氛围中发挥了重要作用。

整体特色：凸显品牌效应 引领文化风尚

据活动主办方中国新闻出版传媒集团党委书记、董事长马国仓介绍，为进一步提高政治站位，确保推荐活动的严肃性、权威性，确保推荐结果符合正确的政治方向、舆论导向和价值取向，本届推荐活动运用了全民阅读与融媒体智库技术团队自主研发的新媒体指数矩阵对大数据进行采集、跟踪监测及定量评价。通过“行业专家+大数据”的定性定量综合分析，使入选的新媒体号真正做到千里挑一、优中选优。

中国版权协会理事长阎晓宏表示，推荐活动坚持政策导向正确、内容健康、形式多样，并采用大数据定量评价与专家推荐相结合的方式，推荐标准科学、权威，能够做到开卷有益、读有所获。活动通过群众参与、群众推荐、群众监督的方式，真正体现大众喜爱。“可以说，活动推选出的年度优秀的阅读新媒体号是线上阅读的风向标，能够真正体现什么样的阅读内容受到读者欢迎。”阎晓宏说。

第七届“大众喜爱的阅读新媒体号”推荐活动数据分析报告（以下简称报告）中，对入选新媒体号的整体特征进行分析：一是贯彻落实党的二十大精神，头部阅读新媒体号强化红色内容引领；二是省级账号指导开展乡村阅读工作，出版业以文化力量助推乡村振兴；三是图书馆发挥文旅跨界地标优势，融合宣传带动文化新潮流；四是主流阅读媒体凸显品牌效应，塑造舆论宣传新格局；五是视频号突出内容标签，图书直播带货助力知识普惠；六是音频号依托优质版权资源，持续探索有声阅读盈利模式；七是自媒体坚持正确导向，打造个人IP，专注阅读推广。

具体而言，64个人选的微信公众号分为7类，包括政治导向正确、内容积极健康，能够倡导全民阅读、引领文化风尚的“北京阅读季”“深圳读书月”“书香中国”“中国好书”等政府与行业协会类公众号；“人民文学出版社”“译林出版社”“人民音乐出版社”“人卫健康”“浙江古籍出版社”“中国建筑工业出版社”等出版社类公众号；“大众书局”“河北省新华书店”“深圳书城”“文轩网”等出版物发行单位类公众号；“读者”“中国诗词大会”“中华读书报”等媒体类公众号。此外，还设有图书馆、社会推广机构、微信视频号3类公众号。

入选的阅读类音频号基于喜马拉雅、蜻蜓FM两大音频平台进行推荐，以图书、优秀读物朗读、讲座等内容为主，定位集中，主题鲜明。包括“白云出岫”“北京科学技术出版社”“宸冰读书”“读者”“凤凰书苑”“十点读书”“喜马讲书”“中国人民大学出版社”“接力出版社”“浙江少年儿童出版社”等机构或自媒体平台。

入选的阅读类视频号主要围绕图书讲解、阅读活动资讯等内容，包括推荐好书、分享读后感、开展线上讲座等趣味性强、注重视频的配乐和画面感、受到读者欢迎的机构或自媒体平台。从抖音、哔哩哔哩、快手、小红书4个视频平台中进行推荐，包括“东方甄选之图书”“都靓读书”“果麦书单”“人民日报出版社”“蔡丹君老师”“天真的和感伤的小说家”“中国人民大学出版社”“中华书局”“中国科学技术出版社”“中国农业出版社”“北京大学出版社”等机构或自媒体平台。



第七届“大众喜爱的阅读新媒体号”推荐活动现场，与会嘉宾与入选单位代表合影留念。大会组委会 供图

创新表达：让阅读成为更多人热爱的生活方式

“随着移动互联网和5G网络的普及和大数据、音频、短视频的快速发展，我们也一步步见证了阅读新媒体号从无到有、由小到大，逐步成为全民阅读工作深入推进的重要力量的过程。”中国新闻出版传媒集团总经理、中国全民阅读媒体联盟常务副理事长、全民阅读与融媒体智库理事长李忠表示。

本届推荐活动的过程中，“创新”这一关键词如影随形，一是体现在活动本身的突破上，二是体现在入选新媒体号的优质内容上。

从活动本身的创新来讲，本届推荐活动在往届评选的基础上，进一步发扬活动优势、寻求亮点突破：一是全民阅读与融媒体智库技术团队持续优化新媒体指数矩阵，升级得到个性化、精细化的数据分析模型。二是结合专家、大众与技术的多元化视角，以导向为先、数据为本、标准为本、程序为纲，确保推荐结果客观公正。三是推荐范围进一步扩大，本届活动将“小红书”平台纳入推荐范围，深挖社交媒体平台上广受大众喜爱的优质阅读账号。

再看入选新媒体号创新，比如“北京阅读季”“书香上海”“书香江苏”等账号连续7年入选，在传播渠道和活动形式上不断探索和创新，已经形成了具有影响力的阅读推广品牌；多次入选的“读者”“都靓读书”“无穷小亮的科普日常”等账号，从公共服务和公众的阅读需求出发，不断提升受众的阅读体验；多次入选的“国家图书馆”“首都图书馆”等账号，关注公众的个性化阅读需求，不断实现账号功能的迭代更新。同时，每年推荐活动都会有一批新进优秀阅读账号涌现，如“浙江宣

传”自2022年5月上线以来，通过其宣传话语体系转型，用精练、平实、清新的文风，在短时间内成为各省市宣传战线热门阅读公众号，为全民阅读推广和主流舆论宣传注入了活力与动力。

“要做好一个微信公众号，尤其是一个官方的微信公众号，更需要在内容上摸准读者的脉搏，建立起与读者之间的信任。”苏州市新闻出版局（市版权局）副局长齐向英分享经验谈道，“书香苏州”微信公众号成立之初，就致力于成为一个全民阅读资源平台，而不仅仅是一个政务信息发布渠道。既要唱响主旋律，又要为基层的各类阅读空间、书店、个人、组织发声，让更多读者“闻”到苏州满城的翰墨书香。

优质的政府与行业协会类公众号还有通过不断实践探索、融合创新的“书香中山”，这一账号也正致力打造为中山全民阅读的品牌和文化IP。据中共中山市委宣传部四级调研员、工会主席宁全介绍，“书香中山”通过不断完善阅读信息发布、阅读工作交流、阅读资源聚合等功能，打造“爱阅读”活动品牌，全面推动数字资源共建共享，共创浓厚阅读文化氛围。

创新表达，让阅读成为更多人热爱的生活方式，是入选新媒体号深耕精品内容的实际行动。如入选的微信公众号“浙江古籍出版社”于2014年开设，视频号2021年开播，围绕该社主要业务方向，致力于弘扬传统文化，启迪现代思想，努力让古籍的“古”与新媒体的“新”融合，带给读者全新的阅读体验。“古籍图书常给人晦涩难懂的印象，我们努力打破这样的认知，在保证内容权威的同

时，遵循传播规律，尽量让古籍‘活起来’，让读者觉得有趣。”浙江古籍出版社社长王旭斌说。

再如入选的央视网阅读频道的新媒体主账号“央央阅读”，从去年4月开始上线运营，陆续开通抖音号、视频号等。1年的时间，收获了抖音用户132.6万，全平台矩阵用户近150万，累计制作推出了2000余条短视频，获得1200多万的点赞，共产出近30余千万级播放爆款，以及近200余百万级爆款。“这些数据背后，既是努力的结果，也是越来越多人关注阅读的体现。我们创办阅读频道的初心是用媒体的视听形态带领用户发现阅读之美，为出版行业赋能。”央视网阅读频道负责人白玉清表示。

由名人名家发起的新媒体号受到读者欢迎。插上耳机，走进中国作家协会副主席麦家的“私人书房”，听麦家和100位专业读书人畅谈他们最爱的好书——对于账号“麦家陪你读书”的入选，麦家表示，这是他发起的一个20年共读1000本书的计划，在过去5年多的时间里坚持用一周的时间，每天花15分钟在“麦家陪你读书”上和书友们的共读一本书，“这是一个漫长又浪漫的读书计划，我觉得陪人读书，就是陪人成长。”麦家说。同时入选的由南京师范大学教授郦波在喜马拉雅平台开设的新媒体号“郦波”，讲解优秀传统文化与诗词文化相关课程多达31个系列、2000多节课，收听人次近两亿。“听众朋友们的互动交流和认可留言，多达数十亿条，这也给了我巨大的鼓励与创作的动力，让我以更大的热情和激情，去做好优秀传统文化的社会传播工作。”郦波说。

发展趋势：为新型阅读融合互动搭建桥梁

报告显示，我国阅读新媒体号将呈现新的发展趋势：一是加强主题出版物数字化阅读供给、传播力度；二是阅读内容全面升级，强调新媒体知识普惠；三是筑牢全媒体阅读传播矩阵，聚焦视听阅读新模式；四是人工智能技术为智慧阅读提供创新解决方案。

第七届“大众喜爱的阅读新媒体号”终评委员会主任委员、光明日报社副总编辑陆先高认为，“大众喜爱的阅读新媒体号”这一品牌活动，为大众的新媒体阅读选择提供了坐标参考，也为传统阅读与有声阅读、视频化阅读等新型阅读的融合互动搭建起桥梁。据他介绍，结合评选过程和推荐结果看，全民阅读背景下的阅读类新媒体号呈现出以下4个方面发展趋势：一是阅读新媒体号不仅深度改变大众阅读习惯，也在重塑文

化服务单位的阅读推广活动；二是阅读新媒体号内容生产的融合性不断增强；三是阅读新媒体号对各平台文化氛围涵养有非常积极的影响；四是阅读新媒体号全面激活了大众的阅读热情。“推荐活动通过科学评优，将这些变化趋势中的代表性新媒体账号遴选出来，推到前台，在全社会范围内广泛宣传，既可为业界提供示范，也将进一步实现主流价值对全民阅读活动的引领，这是非常有意义的事。”陆先高说。

“今后我们将继续坚持客观、公正、全面、权威的评选原则，为大众推荐更多的导向正确、内容优质、形式多元、特色鲜明的阅读新媒体号，用优秀账号的示范带头作用，进一步加强阅读引领，培育阅读新风，推动全社会形成‘爱读书、读好书、善读书’的浓厚氛围。”李忠说。



“麦家陪你读书”微信公众号入选第七届“大众喜爱的阅读新媒体号”，作家麦家通过视频发表感言。大会组委会 供图