

★2023年5月17日
★星期三
★第7967期
★今日8版

中国新闻出版广电报

★国内统一连续出版物号
CN 11-0293
★邮发代号 1-50
★国外代号 D-21



◎国家新闻出版署主管 ◎中国新闻出版传媒集团主办 ◎中国新闻出版报社出版

全国政协召开“增强中华文明传播力影响力”专题协商会

王沪宁出席并讲话

新华社北京5月16日电 全国政协16日在京召开“增强中华文明传播力影响力”专题协商会，中共中央政治局常委、全国政协主席王沪宁出席会议并讲话。他表示，增强中华文明传播力影响力是中共二十大作出的重要部署，要切实把习近平新时代中国特色社会主义思想作为增强中华文明传播力影响力的根本遵循，推动中华文明更好走向世界。

王沪宁表示，要深入学习领会习近平总书记关于加强中华文明传播力影响力的重要论述，发挥政协优势，深化调查研究，积极建言献策，在推动中华文化更好走向世界展现政协的担当和作为。要打造对外交流品牌和工作平台，增强中国故事的感召力和传播力，向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象，更好促进文明交流合作。

100余位全国政协委员参加会议，20位委员和专家作了发言。大家表示，中国的悠久历史文化和新时代发展越来越受到世界关注，要坚定文化自信，广泛宣介习近平新时代中国特色社会主义思想，引导国际社会形成正确的中共观、中国观。要提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，加快构建中国话语和中国叙事体系，深化文明交流互鉴。要创新表达方式和传播手段，展示中华文明成果和当代中国人精彩生活。

中共中央政治局委员、中宣部部长李书磊出席会议并讲话。他强调，习近平总书记关于加强中华文明传播力影响力的重要论述，为我们坚定文化自信、提升国家文化软实力和中华文化影响力指明了方向。要大力推动中华文化繁荣发展，不断提升中华文化吸引力，加快构建具有鲜明中国特色的战略传播体系，推动全球文明倡议落地生根。

中共中央政治局委员、全国政协副主席胡春华、周强、何厚铨、苏辉、穆虹、咸辉、姜信治、蒋作君出席会议。中共中央、国务院有关部门和单位负责同志到会听取意见建议，同委员协商交流。

中共中央政治局委员、全国政协副主席胡春华、周强、何厚铨、苏辉、穆虹、咸辉、姜信治、蒋作君出席会议。中共中央、国务院有关部门和单位负责同志到会听取意见建议，同委员协商交流。

中共中央政治局委员、全国政协副主席胡春华、周强、何厚铨、苏辉、穆虹、咸辉、姜信治、蒋作君出席会议。中共中央、国务院有关部门和单位负责同志到会听取意见建议，同委员协商交流。

学思想 强党性 重实践 建新功

上海世纪出版集团

加强组织领导 确保取得实绩实效

本报讯（记者金鑫）上海世纪出版（集团）有限公司日前召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育动员大会。

集团党委书记、董事长，集团主题教育领导小组组长黄强在动员讲话中说，集团各级党组织和广大党员干部要严格按照党中央统一部署，把“学思想、强党性、重实践、建新功”的总要求不折不扣落实好，把理论学习、调查研究、推动发展、检视整改一体推进好，努力在以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干方面取得实实在在的成效。

黄强表示，集团党委已成立学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育领导小组，负责全程抓好主题教育的开展。一方面，要认真落实领导责任。把开展主题教育作为一项重大政治任务，摆上重要议事日程，扛起主体责任，把主题教育谋划好、组织好、落实好。坚持领导带头，以身作则、以上率下，做好领学促学，以更高标准、更严要求、更实举措为广大党员干部作好示范。另一方面，要扎实做好统筹协调。坚持高标准，体现实的导向，加强工作融合，坚持两手抓、两不误，把主题教育同落实党中央决策部署紧密结合起来，与推进中心工作紧密结合起来，与履行主责主业紧密结合起来，与履行社会责任紧密结合起来。在抓好自身学习教育、先学一步的同时，要利用好文化企业自身的优势，为全社会的学习教育提供优质的出版产品，为凝心铸魂提供强大的精神动力，努力把主题教育成果转化为推动集团高质量发展的强大动力，转化为打响“上海文化”品牌、打造传世精品品的实际成效。

黄强表示，集团党委已成立学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育领导小组，负责全程抓好主题教育的开展。一方面，要认真落实领导责任。把开展主题教育作为一项重大政治任务，摆上重要议事日程，扛起主体责任，把主题教育谋划好、组织好、落实好。坚持领导带头，以身作则、以上率下，做好领学促学，以更高标准、更严要求、更实举措为广大党员干部作好示范。另一方面，要扎实做好统筹协调。坚持高标准，体现实的导向，加强工作融合，坚持两手抓、两不误，把主题教育同落实党中央决策部署紧密结合起来，与推进中心工作紧密结合起来，与履行主责主业紧密结合起来，与履行社会责任紧密结合起来。在抓好自身学习教育、先学一步的同时，要利用好文化企业自身的优势，为全社会的学习教育提供优质的出版产品，为凝心铸魂提供强大的精神动力，努力把主题教育成果转化为推动集团高质量发展的强大动力，转化为打响“上海文化”品牌、打造传世精品品的实际成效。

新疆人民出版社（新疆少数民族出版基地）

紧扣主题主线边学习边调研边检视边整改

本报讯（记者李婧璇 左志红 郝天韵）记者近日在新疆调研采访时了解到，主题教育开展以来，新疆人民出版社（新疆少数民族出版基地）党委围绕“学思想、强党性、重实践、建新功”总要求，对标党中央部署要求，将理论学习、调查研究、推动发展、检视整改贯通起来，有机结合、一体推进。

坚持学思践悟，推进理论学习走深走实。坚持把理论学习贯穿主题教育全过程，以“提高理论素养、坚定理想信念、增强能力本领”为主题开展为期一周的读书班活动，以“赓续

红色血脉、砥砺理想信念”为主题组织瞻仰毛泽民旧居和新疆历史文物展，以“坚定文化自信、增强文化自觉、打造出版精品”为主题开展书记讲党课，以“破解实践难题、推动高质量发展”为主题开展解放思想大讨论，通过开展多种形式的学习教育活动，不断深化理论学习效果。

坚持实事求是，扎实开展调查研究。坚持从群众中来、到群众中去，针对当前制约出版行业高质量发展的突出问题，确定12个专项课题，由社党委领导班子牵头广泛深入开展调研。自4月中旬以来，社党委班子带

队深入一线，积极与出版一线编采人员、作者、翻译、读者见面交流，听取意见建议，走访单位50余家，与读者、作者、译者见面200余人次，通过调研真正把情况搞透、把思路搞准、把举措搞实。

坚持问题导向，抓好问题检视整改。坚持边学习、边对照、边检视、边整改，深入查摆当前出版工作中存在的问题和短板，以国家新闻出版署开展“质量管理2023”专项检查为契机，对历年出版各类图书全面开展自查，发现问题不回避不遮掩，严肃抓好整改，全面提升出版物整体质量

水平。

坚持实干担当，用心用情办好为民实事。充分发挥出版单位优势，于5月上旬和田地区和田县中小学赠送了5425册、价值10万元的图书，内容涵盖中国历史、文化、法治、民族团结、乡村振兴等诸多内容，进一步丰富少数民族地区基层师生第二课堂阅读活动，激发学生阅读热情。近期，将组织开展第二批捐书助教活动，计划向和田县14个乡镇文化站、261个村（社区）捐赠价值22万元的图书，助力和田地区文化教育事业发展和乡村振兴。

树立品牌形象、连接更多资源、提高用户黏性

播客为出版业带来更多可能

□本报记者 尹珉

中信出版集团的《跳岛FM》、明室Lucida的《有关紧要》、单向空间的《螺丝在拧紧》、群岛 archipelago 的《城市罐头》、看理想的《八分》、读库的《读库立体声》……近年来，越来越多的出版文化品牌正入局播客，在音频节目中输出内容、传递价值。在视频“风头正劲”的当下，播客这一以音频为主要表现形式的自媒体形态，正在为出版业带来更多可能。

与出版天然“契合”

《单读》主编吴琦是《螺丝在拧紧》的播客主。他在节目中与来自不同领域的实践者对话，参与文化事件、公共议题的讨论。《螺丝在拧紧》在喜马拉雅播放量超过1100万。“出版与播客的互动是内容行业的良性发展。”吴琦

认为，泛文化圈层对行业水温变化敏感，因而对播客的兴起有较早的知觉。在他看来，图书出版与播客节目背后对于选题的认知、编辑和访谈能力是相通的。

播客1—2小时左右的长音频特性，使其具备深度内容输出能力。相较于视频拍摄制作的高门槛、高成本，音频创作对出版品牌可谓更具实操性。调性上的契合促使出版与播客融合。据统计，在喜马拉雅平台，由文化机构、出版品牌、出版编辑做的播客已有20余个。看理想内容主编杨大壹担任播客主的《文化有限》在喜马拉雅播放量超1.3亿。他的观察是，出版品牌做播客经历了从编辑自发创作到出版机构与编辑共同规范化创作两个阶段，播客正成为内容创作的新方式。

围绕出版与播客如何良性互动，在不久前召开的第五届中文播客大会出版

人播客论坛上，与会嘉宾展开探讨。上海交通大学媒体与传播学院教授、博士生导师李武结合声音媒介的优势指出，视觉占据绝对优势意味着感官利用的不平衡。在移动新媒体时代，面对解放双眼的诉求，声音作为独特的媒介表达形态，能够把文本和视频很好地区别开来，助力播客发挥独特作用。

不只是营销手段

中信出版集团旗下文化品牌“大方”出品的播客《跳岛FM》于2020年3月在喜马拉雅上线。定位为“一档文学主题播客，一份可以听的文学杂志”，每期邀请作家、学者、文化人士围绕文学作品对谈文学写作和文化现象。

对谈这种形式让出版品牌的播客更

强调人与书、人与人之间的连接。比如《跳岛FM》不只推荐中信出版的书籍，还会分享国内外好书的故事。因为是《跳岛FM》的忠实听众，何润哲在求职时选择加入其中，并成为节目策划人。“我们相信所有的书都可以彼此相连，所有的人也可以彼此相连，播客是可以把大家连接起来的方法。”何润哲说道。

在连接整合内容资源的同时，播客也成为出版品牌影响力输出的新渠道。相较于视频“短平快”的刺激，播客主声音的深度陪伴，对于听众的影响更为长远。目前，出版品牌对播客并未设置硬性考核指标，但通过评论互动与社群交流触达的真实用户与反馈，也让出版品牌能够更有针对性地满足用户需求，建立更为紧密的品牌忠诚度，将他们转化为潜在消费者。（下转02版）

文溯阁《四库全书》精选以原貌影印亮相

本报讯（记者田野）5月15日，《文溯阁四库全书影印精选》在甘肃兰州首发。此次发布的《文溯阁四库全书影印精选》共3函、5种、18册，包括《潜夫论》10卷、《拾遗记》10卷、《文房四谱》5卷、《法书要录》10卷、《画史会要》5卷，由甘肃人民出版社出版发行。

《四库全书》是中国古代卷帙浩繁的一部丛书，汇集了自先秦至清乾隆以前中国历史上的主要典籍，涵盖了中国传统学术文化的各个学科门类各个专门领域。文溯阁《四库全书》成书于1782年，共有6141函、3474种、36315册。

《文溯阁四库全书影印精选》影印过程中严格把控图像采集、字迹处理、色彩校正、纸张定制、油墨专供、印刷装订等各个环节。甘肃人民出版社社长原彦平告诉记者，《文溯阁四库全书影印精选》的首发旨在充分发挥优秀传统文化资源优势，让更多中华文化为人所知、为人所爱、为人所用，最大程度地展现文物价值、发挥文化价值。

“本着弘扬中华优秀传统文化和建设甘肃文化大省的宗旨，我们这次选择了文溯阁子部所收古代陇人著作两种，中国传统文化代表的书画艺术史经典作品3种，严格仿真影印，分装3函出版。”兰州大学历史文化学院教授汪受宽说。

据了解，近年来，作为文溯阁《四库全书》收藏单位的甘肃省图书馆深入发掘馆藏文化资源，推动文创产品开发，先后影印出版了《文溯阁〈四库全书〉四种》以及书画长卷《阅微草堂诸老尺牍》《莫高窟访古图》，并重点围绕文溯阁《四库全书》打造了一系列文创产品。

仿冒新闻单位、新闻主播

10.7万个账号被集中清理

本报讯 国家网信办近期开展“清朗·规范重点流量环节网络传播秩序”专项行动，紧盯短视频平台、热搜榜单等重点流量环节，压实平台主体责任，全面清理违规采编、违规转载、炮制虚假新闻等扰乱网络传播秩序信息，全面排查处置仿冒“新闻主播”等违规账号，坚决守住网上新闻信息规范有序传播重要关卡。4月6日以来，各网站平台积极履行社会责任，严格开展自查清理工作，截至目前，集中清理仿冒新闻单位、新闻主播账号10.7万个，清理虚假新闻信息83.5万条。

一段时间以来，扰乱网络传播秩序的现象时有发生，有的通过伪造新闻演播室场景、模仿专业主持人播报、滥用AI虚拟主播等手段，伪装权威新闻媒体，以假乱真误导公众；以剪辑、拼凑等手段，炮制涉社会案件、国际时政等热点议题相关虚假新闻，挑动网民情绪，博眼球、蹭流量，广大网民对此反映强烈。针对这一突出问题，各网站平台认真落实专项行动部署，集中处理了“人民日报”“人民日报网”“央广新闻TV”等一批仿冒新闻单位账号，“某某说资讯”“某某时报”“某某说天下”“主持人某某”等一批仿冒“新闻主播”账号，“胡鑫宇被‘光头’失手打死”“第六次中东战争打响”等一批典型虚假新闻信息，并在各网站平台上对典型违规账号、违规行为进行了曝光。

专项行动期间，国家网信办指导各网站平台以发布专项行动公告、滚动公示违规账号、开设举报专区等措施，持续督促提醒互联网内容生产者依法依规运营，不得假冒新闻单位、新闻主播，不得违规发布虚假新闻。国家网信办将继续深入推进“清朗·规范重点流量环节网络传播秩序”专项行动，指导网站平台建立健全长效工作机制，维护广大网民获取权威真实新闻信息合法权益，同时，鼓励广大网民积极提供仿冒新闻单位、新闻主播账号及虚假新闻线索，共同营造清朗网络空间。（网信中国）

今日看点

北京文化科技融合发展持续跨上新台阶

— 03 综合新闻

37家A股印包上市公司
2022年总营收1331.57亿元

— 05 中国印刷导刊·封面



中国新闻出版广电报
微信公众号



中国新闻出版广电报
新浪官方微博



中国新闻出版广电网
手机版



中国新闻出版广电报
今日头条号