

引领深化全民阅读 做亮“中国出版”品牌

□中国出版集团党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理 茅院生

党的二十大报告提出“深化全民阅读活动”。中国出版集团作为出版“国家队”，全面落实“读书是最基本的文化建设”的要求，以“中国出版，引领阅读”为定位，打造链接作者与读者、服务行业与受众的全民阅读特色品牌——“中国出版”，让作者的思想火花成为人间流布的智慧火种。

通过统筹打造常态化、持续性的全民阅读体系助力“读书学习”

全民阅读的首要任务是“读书学习”。

中国出版集团努力打造常态化、持续性的全民阅读体系助力“读书学习”：一是加强“两个统筹”——统筹集团和各社资源、统筹公益与经营活动。制定出台了《中国出版集团推进全民阅读行动方案》，统筹各社资源打造百场读书沙龙、百位名家领读活动、各社大社读者开放日等活动等，组织向企业、农村、军队等捐赠“5个一千万”码洋的图书。商务印书馆等为机构量身定制“读书学习”服务方案，建书房、列书单、做活动，将全民阅读夯实为提升本领、推动发展的硬抓手。二是做好“两个结合”——全民阅读与主题教育结合、全民阅读与调查研究结合。今年以来，集团党组组织理论中心组扩大学习、党组读书班，举办第二届全民阅读大会主题阅读推广论坛，邀请知名作者、媒体召开全民阅读专题座谈会，集团党组发表题为《为深化全民阅读贡献出版力量》的署名文章，研讨、总结推进全民阅读的先进经验做法，彰显了出版“国家队”服务全民阅读的引领作用。三是推动“两个变革”——全民阅读从游击战向集团战、从内容提供向阅读服务变革。建立集团统筹、各单位主抓的常态化管理制度，推动全民阅读工作纳入年度工作部署，全年工作有目标、有台账、有分工。阅读活动在追求社会效益向争取双效合一转变，更加积极主动地“走出去”“走进来”，与国务院国资委等机构合作，启动“书香企业”建设，发布《中央企业全



民阅读行动服务方案》等。

通过打造具有文化影响力的“中国出版”精品图书强化阅读引领

中国出版集团以高质量出版物引领高品质阅读风尚。一是以重大主题出版物筑牢全民阅读基础。新时代国家重大文化工程《复兴文库》第一至三卷去年9月出版，习近平总书记亲自作序。集团领导率队赴广东、浙江、江西、陕西、新疆等10多个省市，全力推动《复兴文库》的发行。有序推进《中国大百科全书》第三版、点校本“二十四史”及《清史稿》修订工程、《永乐大典》、敦煌文献系统性保护整理出版工程、中华民族音乐传承出版工程等国家级工程，统筹设计《新时代哲学社会科学创新文库》《中国出版纪录小康文库》《中国出版国家文化公园文库》以及建军百年图书产品线等一批集团精品出版工程。

二是以文质兼美的原创出版物丰富阅读供给。集团推出了一系列满足广大人民群众精神需求的畅销书、常销书，零售市场实洋占有率始终保持全国第一。《靠山》《血战长津湖》等原创作品热销，“三全本”等传统文普及读物发行过亿元，《美育》系列教材年销售逾200万册。重大奖项保持全国领先，集团获第五届中国出版政府奖28项，获首届全国教材建设奖15项，《靠山》《健儿好家园》获第十六届“五个一工程”奖；入选中

宣部主题出版重点出版物选题数量居全国各集团之首。

通过打造具有全国影响力的“中国出版”品牌活动促进阅读推广

中国出版集团坚持整体统筹推进、持续迭代优化，以重点活动与常规活动相结合、阅读推广与经验交流相结合，打造一系列服务读者、引领行业的品牌活动矩阵。

一是品牌阅读活动影响广泛。集团已连续举办13届的读者大会、《中国出版传媒商报》已连续举办10届的“读友读书节”、中华书局已连续举办9届的“读者开放日”、生活·读书·新知三联书店已连续举办5季的“三联·新知大会”、新华书店总店已连续举办5届的“网上商城读书大会”等活动多次被央视《新闻联播》报道。

二是公益阅读讲座深入人心。集团所属各单位邀请专家、作者打造系列公益性讲座品牌，人民文学出版社“朝内166讲堂”、商务印书馆“菊生大讲堂”、中华书局“伯鸿讲堂”、中国大百科全书出版社“百科大讲堂”、人民美术出版社“人美美育大讲堂”、人民音乐出版社“人音教育大讲堂”、生活·读书·新知三联书店“大学公开课”等深受广大读者、读者欢迎。

三是行业经验交流促进阅读创新。新华书店总店已举办15届

的全国出版界图书馆界全民阅读年会、商务印书馆已举办10届的阅读行动论坛等，吸引了全国出版界、发行界、图书馆界及专家学者等同台交流阅读推广经验，为推动行业积极参与全民阅读、努力创新阅读推广方式方法作出了贡献。

通过全面开展“中国出版书香‘七进’”满足全民阅读需求

中国出版集团各出版单位通过向机关、企业、部队、学校和农家书屋等捐赠图书以及读者回馈的形式，全面开展“中国出版书香‘七进’”活动。2015年以来，中国出版集团每年向定点帮扶的青海省泽库县的中小学校等捐赠价值50万元以上的图书。近3年来，中国大百科全书出版社连续在云南、北京、青海等地举办《中国儿童百科全书》捐赠和知识竞赛活动，捐赠图书价值超300万元。2016年，中国出版集团向解放军某部官兵捐赠1万册《重读抗战家书》。2022年，中国出版集团又向全国农家书屋捐赠3300万码洋的《习近平扶贫故事》、创国内单本图书捐赠纪录。同时，商务印书馆多年来承担北京市委宣传部北京阅读季、书香机关、书香企业建设工作，开办北京市直机关青年公务员读书大讲堂。



国务院国资委与中国出版集团联合举办的中央企业全民阅读行动启动会。中国出版集团 供图

传承优秀传统文化 打造皖美精品出版

□安徽美术出版社社长 王训海

近年来，安徽美术出版社以推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展为目标，依托优质的艺术出版资源，推陈出新，守正创新，逐步形成以优秀传统文化理论研究为核心，以地域文化的创新性发展和红色文化的创造性转化为主要内容的精品出版板块。

立足专业出版，打造艺术出版精品

作为一家专业美术出版社，安徽美术出版社始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，围绕中华优秀传统文化深耕细作，充分利用美术出版的专业优势，打造艺术出版精品。

一是做优主题出版。阐释和展现安徽木刻艺术深厚的民族文化内涵和以人民为中心的创作理念的《抗战时期安徽木刻艺术研究》入选“十四五”国家重点出版物出版规划项目；以中国传统连环画的形式呈现金寨地区革命历史的《红色金寨革命经典系列读物》入选国家新闻出版署农家书屋重点出版物推荐目录；生动呈现中共皖南特委领导人民进行波澜壮阔革命斗争历史的《火种——中共皖南特委图书》荣获中国编辑学会优秀美术图书铜奖。

二是做强精品出版。汇集兰州大学敦煌学研究所在丝绸之路沿线代表性石窟艺术方面最新成果的《丝绸之路石窟艺术丛书·炳灵寺卷》《丝绸之路石窟艺术丛书·东千佛洞卷》先后入选国家出版基金资助项目和“十四五”国家重点出版物出版规划项目；对中国青铜铸造工艺进行了全面探讨和针对性论述的《中国青铜铸造工艺研究》和对中国传统图案源流及其意义进行考证与研究的《中国图案艺术典例研究》入选国家出版基金资助项目；对明清皖南诸派派美术思想进行系统挖掘和审视的“明清皖南诸派派美术思想研究丛书”和清晰呈现中国雕塑百年发展史的学术著作《中国雕塑百年》入选“十四五”国家重点出版物出版规划项目。

荣誉的取得既是安徽美术出版社近年来狠抓优质资源，夯实专业出版的重要成果，也是出版社认真落实中华优秀传统文化传承发展工程的突出表现。下一步，安徽美术出版社将积极围绕安徽地方特色文化，推动落实“十四五”安徽省重点出版物出版规划项目《新安画派》《徽州历史文化遗存》《浙江书画全集》的出版工作，为出版社深度参与全民阅读活动提供精品出版物保障。

聚焦融合出版，推动创新引领阅读

推动传统出版向数字出版转型，为广大人民提供全方位、高品质的个性化阅读服务是安徽美术出版社创新发展形式的重要手段。近年来，安徽美术出版社依托丰富的内容资源，充分利用新媒体技术对其进行二次加工，出版了一批内容丰富、形式多样的融合出版物。

数字出版项目《写好中国



字》《毛笔书法学生必备资源包》入选全国新闻出版深度融合创新发展案例；数字出版项目《中国字听着学》入选“一带一路”出版合作典型案例；《毛笔书法学生必备资源包》同时入选安徽省文化强省建设专项资金扶持项目、安徽省数字出版精品遴选项目、融合出版项目《江淮英烈家书》入选安徽省有声读物精品出版工程，《皮皮与点点的艺术冒险》入选安徽省文化强省建设专项资金扶持项目；有声书项目《红色金寨革命经典有声读物——八月桂花遍地开》上线“学习强国”学习平台和喜马拉雅平台，并入选“一起云阅读（中学组）”每周推荐项目。

为进一步服务全民阅读，满足不同读者的阅读需求，增强立体化体验，安徽美术出版社将传统故事绘本与AR技术充分融合，打造文博系列AR绘本，已成功开发《古蜀与荆楚的青铜文明》《博物馆里看淮北》《藏在山西博物院的十二生肖》《会讲大楼的故事》《丝语江南》等蕴含创意元素和科技内涵的融合阅读产品。

助力书香安徽，服务“皖美阅读”主题

为大力营造爱读书、读好书、善读书的浓厚社会氛围，安徽美术出版社精心准备，携百余种精品图书积极参加书香安徽阅读季、中国黄山读书会、省直机关读书报告会、惠民阅读月等全民阅读活动。

在书香安徽全民阅读活动组委会开展的2022年“书香安徽好书荐读”活动中，该社出版的《徽派传统建筑营造技艺——徽州祠堂》《黄山市非物质文化遗产图谱》入选“书香安徽好书荐读”年度皖版好书，《了不起的中国》《新安画派画家艺术活动年谱》入选年度皖版好书；在2022中国黄山书会上，安徽美术出版社与皖新传媒共同主办了《泊心堂墨意——潘军画集》新书首发暨创作分享会和《苍翠志——50种中国原生树木》读者见面会两场主题阅读活动。出版社的品牌影响力在全民阅读活动中得到进一步提升。

习近平总书记在文化传承发展座谈会上强调，在新的起点上继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明，是我们在新时代新的文化使命。安徽美术出版社将牢记出版人的使命担当，努力打造皖美出版精品，以出版高质量发展助力全民阅读深入推进。



安徽美术出版社参加2023书香安徽全民阅读活动。皖美社 供图

以首善标准践行首都出版企业责任担当

□北京出版集团党委书记、董事长 张爱军

深化全民阅读，建设书香中国，关乎文化事业、产业繁荣发展，关乎人民群众幸福生活，关乎中华文明永续传承。作为国有出版企业，北京出版集团深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，始终坚持正确政治方向和出版导向，把为人民多出好书作为首要任务，不断以出版的高质量发展推动全民阅读走向深入。

深耕“出好书”，以优质内容吸引更多读者

高质量出版是高质量阅读的基石和起点。没有优质出版物，全民阅读也就无从谈起。

北京出版集团始终坚守出版主业核心地位，紧紧抓住“多出好书”这个中心环节，着力打造“崇尚价值、以文化人”的出版阵地，持续深耕优质内容，不断推出精品力作。一是坚持正确方向，引领阅读风尚。认真贯彻落实习近平总书记

关于文化传承发展的重要要求，着力打造赓续文脉的传世之作，切实增强人民精神力量。严格把好各类出版物政治导向关、价值取向关、格调品位关，助力阅读更好发挥教化育人的功能。二是优化出版结构，丰富阅读产品。持续深耕精品出版，大众出版、古籍出版，积极拓展学术出版、教材出版和产品数字化，深入挖掘网络文学创作潜力，推出更多具有时代性、共鸣感的作品。三是提升出版质量，升级阅读品质。下大力气打造原创精品高地，深入研究新形势下读者阅读需求的新变化、新需要，努力做到在内容和形式上都体现精心、匠心和巧思，让读者在阅读中启智增慧。

聚焦“到达率”，以丰富载体覆盖更多读者

深化全民阅读，提高好书的到达率是关键环节。今年以来，北京市首次打造了“京华好书”推荐平



台，建立好书推荐机制、评选机制、推广机制，推出具有首都特色、反映首都成就、体现首善标准的精品图书，为做强阅读引领进行了成功探索和实践。

作为出版企业，北京出版集团主动识变、应变、求变，精心做好线上线下图书营销和阅读推广，不断深耕新媒体营销赛道，同时还在出版载体、内容开发、阅读服务上下功夫，想方设法把更多好书送到读者手中。一是加快数字化转型，扩展阅读供给渠道，以数字化赋能实现不同出版形态的内容、技术、渠道和终端融合，提升数字出版和知识服务产业规模，提供处处可读、时时可读、人人可读的阅读条件。二是做好精细化开发，满足分级阅读需求，以经典传统文化普及读物“大家小书”系列探索分级阅读产品研发，推出“大家小书·青春版”“大家小书·文学卷”“大家小书·译馆”等系列产品，满足不同层面读者阅读需求。三是创新文化服务形式，强化深度阅读体验，精心打造“北京十月文学月”等精品文化活

动，全力升级十月文学院等优质文化空间，提升广大读者的阅读参与感、体验感。

构建“生态圈”，以多元方式服务更多读者

文化产业融合创新、协同发展不断走向深入，对出版业开阔视野、提升综合实力、更充分参与市场竞争提出了更高要求。我们将充分利用北京作为全国出版重镇的优势条件，通过打造“守正创新、面向未来”的文化基地，进一步凝聚各方文化力量，拓宽阅读服务边界，对读者形成持续的号召力和凝聚力，推动全民阅读扩大覆盖、提升品质、增强实效。一是发挥资源优势，进一步推动阅读延伸，如依托旗下期刊社内容、渠道和人才资源，策划推出了“一起发现”实践教学服务、“小十月”研学活动等文旅融合项目。二是加强多业态联动，全方位深化阅读交流，充分释放政策红利，聚集孵化多元文化业态，构建“创作出版—阅读交流—文化消费”良性循环的文化生态圈，为社会公众提供更加优质的文化休闲场所和文化服务形式。三是探索多渠道融入，更好促进阅读公平，继续积极参与图书、数字阅读服务捐赠及农家书屋建设，配合社区加强阅读推广，设计并推出更贴近特殊群体需求的阅读服务和无障碍阅读环境，切实履行国有出版企业的社会责任。

孔子说：“譬如北辰，居其所而众星共之。”北京是全国文化中心，文化中心理应成为全民阅读推广中心。新时代新征程，出版人必须坚决扛起新的文化使命，以出版之力在全社会营造爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围，不断用琅琅书声、浓浓书香汇聚起全面建设社会主义现代化现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴磅礴力量！



第二十九届北京国际图书博览会北京出版集团展台备受关注。北京出版集团 供图