

## 第三十一届全国图书交易博览会

## 红沙发访谈 (下)

05

2023年8月7日 星期一 主编:左志红 责编:张雪娇 版式:乔磊 贵校:耿道川

## 建设书香山东 传承齐鲁文化

□本报记者 郎浩舟



主题:推进书香山东建设 展现多彩齐鲁文脉

嘉宾:山东省委宣传部副部长、省电影局局长 程守田(右)

主持:《中国新闻出版广电报》记者 郎浩舟

为更好建设书香山东,推动全民阅读高质量发展,山东省委宣传部于2022年出台《关于统筹推进全民阅读工作的意见》。时隔一年,这份《意见》具体实施情况如何?又有哪些成效呢?7月30日下午,第三十一届全国图书交易博览会期间,山东省委宣传部副部长、省电影局局长程守田做客全民阅读“红沙发”系列访谈,以“推进书香山东建设 展现多彩齐鲁文脉”为主题,围绕一年来山东省委、省政府以实际行动,推动全民阅读事业高质量发展,助力公共文化事业发展加速推进展开探讨。

## 健全体制机制 注入精神力量

访谈现场,程守田介绍,一年多以来,在中宣部大力指导支持下,山东省各类阅读基础设施更加完善,全民阅读工作体制机制更加健全,法治化建设取得积极进展,组织开展了一系列主题鲜明、内容丰富、形式多样的阅读活动,为奋进新征程、建功新时代注入了强大精神力量。

在提到具体的改革创新方面,程守田介绍,一是“五位一体”统筹推进,目前“五位一体”统筹推进改革纳入山东省16市高质量发展综合绩效考核指标体系,并已全部覆盖省、市、县、乡、村五级公共阅读服务网络,逐步打通山东省图书馆总分馆、农家书屋、社区书屋、城市书房、新华书店不同阅读设施之间的技术壁垒。二是建设阅读新空间,目前共建有省、市、县三级公共图书馆154家,城市书房506家,农家书屋5.6万个,职工书屋1.95万家,乡村儒学讲堂2.2万余个。到2023年年底,还将新增1000个亲子阅读空间、1000个数字阅读空间、500个家庭图书馆、500个老年听书馆。三是推广阅读活动,每年山东省联动举办齐鲁书香节暨山东书展、山东省全民阅读大会,连续两届承办全国图书交易博览会,成功举办首届济南书市,打造“家门口”的阅读盛宴。四是保障各类群体阅读权益,已累计向广大市民群众发放惠民书券1800万元,在全省老年大学、养老院、新华书店、新时代文明实践中心(所、站)等场所开辟老年人阅读空间。同时,在全省培育一批全民阅读推广机构,开展阅读推广服务。五是提高数字化阅读质量和水平,搭建“山东全民阅读在线”数字平台,持续更新10万册图书、3000种期刊、10000集视频讲座、5000集听书、400门文化慕课等数字阅读资源,赋能全民阅读工作高质量发展。

## 展示推广成效 坚持双效统一

程守田表示,作为全国性的书业展会,书博会也是一个展示山东书业发展成果、全民阅读推广成效的窗口。本届书博会围绕打造“创意书博”“数字书博”“惠民书博”“全民书博”“文化书博”展开,发挥市场和专业运营团队作用,在招商招展、展示载体、营销等方面创新方式,更好地发挥展销的社会效益和经济效益。

程守田向观众进一步解释,一是提升招商招展水平。书博会组委会组织了专业力量统筹展场策划和服务,既让广大市民群众感兴趣,又让业内人士找到契合点。重点接洽国内外书业融合领域知名文化品牌、大型机构、专业采购商参展,促成现场洽谈合作,不断提升书博会平台作用和行业影响力。二是高质量办好线上线下书博会。本届书博会突出“出版+互联网”“展会+互联网”的特色,发挥新媒体、大数据、云平台优势,打造元宇宙数字展馆,构建网上宣传、观展、交易、服务平台,实现线上线下双向联动。开展“书博优选”网络荐书、直播书博推介等特色活动,推出一批技术先进、创新能力强的产业项目,打响“线上书博会”品牌。三是继续做好展销结合。本届书博会坚持双效统一、展销结合。在展品设计上既充分考虑精品展示的效果,也深入考虑零售展销的因素。用好“书博优选”这一平台,进一步简化交易流程,优化支付方式,发挥好惠民书券作用,让广大读者把更多的好书带回家。

## 多元文化活动 助力全民阅读

“山东立足实际,找准定位,以实际行动办好本届书博会,展现亮丽多彩的齐鲁文化风貌。”程守田谈起举办书博会积累的经验时这样说道,本届书博会,济南、临沂两地主题突出、内容丰富,充分展现了山东深厚的文化底蕴和地域特色。济南主会场举办“书博大篷车·美丽济南行”“风华齐鲁 文耀泉城”诗词朗诵大会、“大咖开讲”当代教育家学堂等活动。临沂分会场结合东夷文化、沂蒙红色文化举办系列阅读推广活动,在体现时代进步、融合地方特色等方面不断寻求创新与突破。

“近年来,山东省委、省政府高度重视全民阅读工作,省委主要领导同志对做好全民阅读工作多次作出指示批示,全民阅读写入省第十二次党代会和省政府工

作报告,列入省政府高质量发展政策清单,省“十四五”规划纲要也将全民阅读列为重点文化工程。”提到政府部门如何以实际行动,助力全民阅读事业高质量发展方面,程守田继续介绍,“最益人智是好书”,山东省委、省政府坚持以人民为中心的工作导向,把多出好书、多出精品力作作为中心环节,推出了一大批思想精深、艺术精湛、制作精良的优秀出版物。自2020年以来,山东省共出版图书6万余种,有350余种出版物荣获国家级奖项。其中,《靠山》《中国北斗》两部图书荣获第十六届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖,并列全国第一,实现第十六届奖项大满贯。实施“迎接宣传贯彻党的二十大精神”主题出版工程,策划60个主题出版重点选题,16种图书入选中宣部主题出版重点选题。《云冈石窟》等16个项目荣获第五届中国出版政府奖,在“中国好书”、“十四五”国家重点出版物出版规划、国家出版基金、丝路书香工程等多个奖项和工程的人选数量均居全国前列。

## 强化“六个突出” 打造出版盛会

“山东是文脉悠远的文化大省。站在新的历史征程上,本届书博会紧紧围绕学习贯彻党的二十大精神,坚持守正创新,聚焦打造‘文化书博’,充分展示新时代新闻出版业高质量发展取得的丰硕成果,促进业界交流交易,动员全社会积极参与,全力举办了一场主题突出、特色鲜明、创意纷呈、精彩纷呈的出版盛会。”程守田如是说道。

在现场,程守田用“六个突出”概括此次书博会的创新发展特点:突出学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题宣传,精心设计全国图书精品展,突出传承弘扬齐鲁文化,推出“逛书博 看山东”特色文化活动、“风华齐鲁·文耀泉城”诗词朗诵大会等;突出特色主题活动,创意策划“书博之夜”推介活动,推介济南特色文化旅游资源;突出交流合作,打造“爱阅之城 创变未来”2023实体书店发展论坛、新时代出版与营销创新大会等,促进多方交流碰撞;突出满足群众文化期待,推出“惠民书博”图书展销活动、“书香润泉城”书博进社区等活动,打造群众“家门口”的文化盛宴;突出数字化赋能,推出“书博优选”网络荐书、“直播书博”网络推介、“线上书博”元宇宙数字展馆等活动,为书博会插上科技的翅膀。

## 续写城市出版“青岛样本”

□本报记者 刘一文



主题:城市出版的高质量发展之路

嘉宾:青岛出版集团党委书记、董事长 贾庆鹏(右)

主持:《中国新闻出版广电报》见习记者 刘璐

从3间办公室到中国企业文化30强,从5万元建社到资产超50亿元,一家出版社是如何用30年时间完成蜕变,稳居城市出版社第一梯队的?7月27日下午,青岛出版集团党委书记、董事长贾庆鹏做客全民阅读“红沙发”系列访谈,以“城市出版的高质量发展之路”为主题,与读者分享青岛出版集团通过产品结构优化、产业布局调整,为青岛市的文化发展提供强劲动能的成功经验。

## 注入改革基因 牢记发展第一要务

1987年,国家实行计划单列市和副省级城市设立出版社,青岛出版社应运而生;2009年转企改制,青岛出版集团成立;2011年集团完成股份制改造;2012年股份公司实现股权多元化改革;2015年青岛出版集团所属的青岛城市传媒股份有限公司顺利完成资产重组,在上海证券交易所上市……贾庆鹏说,青岛出版集团是伴随着改革的大潮而生的,正因如此,在每一次顺应时代和勇于变革的节点上,青岛出版集团都抓住了机遇,迸发出了巨大的活力,从而成功地打造出了城市出版社发展的“青岛样本”。

从这个角度讲,一代一代的“青版人”在基因里都是有改革意识、创新意识。这种改革创新的思想没有停留在过去的成就里,而是延续到今后的发展之中。

在谈及如何实现集团的融合发展时,贾庆鹏表示,没有发展就没有生存,一个企业,发展是第一要务,想要发展,就要具备以下几个要素:第一是文化要素。出版企业主要业务是内容生产和文化服务这两大板块,这是出版人使命的坚守,也是所有“青版人”的职责所在。第二是资本要素。作为一个公众企业,没有资本的加持和推动,不可能快速发展。第三是人才要素。需要更多与融合发展相匹配的人才。第四是科技要素。科技已经成为推动人民生活水平提高的重要因素,也是企业发展速度的最大推动力。“在这四个要素的推动之下,才能加快新生态体系的构建,为城市发展提供更好的服务。”

## 布局“文化+” 营造城市文化气质

在成立之初,青岛出版社的定位就是综合性城市出版社。所以,突出城市出版定位,营造城市文化气质,一直是青岛出版人不遗余力探索的方向。从过去的出版社出书、书店提供销售服务,

到今天的助力城市发展,服务市民文化需求,贾庆鹏对“我们能为城市发展做什么服务”这道考题给出了明确的答案。

第一,为城市的创新汇聚思想的活力和动力。出版社做内容生产,就和思想的创造者挨得最近,作家、学者、艺术家等,他们是文化创作最活跃的因素,把他们和青岛城市发展联系起来,就是增加青岛的文化活力。第二,为城市丰富阅读。出版社可以为城市提供阅读的场景、载体和阅读的内容,这也是出版企业的主体责任。第三,为城市提供更多的文化场景。这个场景可以是绘本馆、是书店,也可以是网上的阅读空间。第四,为城市发展提供更多的服务。这个服务不一定局限在传统的文化领域,可以在生活中的各个方面。比如“青少年科普和创新文化传播平台”,这个项目以优质版权资源为基础,以数字科技为支撑,集成了VR、AI等多种数字技术手段,孩子们通过一系列沉浸式、体验式、场景式的研学实践课程,满足了他们在科学实践、科技创新、数字科普、自然探索、人文探究、研学旅行等领域的多元化需求。出版企业通过和文旅、教育等不同领域的合作,搭建生态体系,营造青岛这座城市特色的文化气质。

## 做强少儿出版 深耕原创发扬中国气派

经过多年的开发和积累,青岛出版集团目前已有7个少儿原创品牌群达到销售亿元,仅“少年读”品牌相关的图书销售就达500万册。“我们在少儿出版工作上突出了三个属性。”贾庆鹏在现场与行业同仁和读者分享了在少儿出版方面青岛出版集团的一些体会。

坚持民族性。青岛出版集团把中华优秀传统文化最精华的内容变成出版的题材、出版的内容,具有代表性的如“中华优秀传统文化绘本大系”“中华优秀传统文化绘本大系”“中华经典故事、中华文化名人、中华文明成就、中华文化常识、中华人文地理六大板块,青岛出版集团邀请中国最具影响力的学者、作家、画家,为孩子们打造的原创传统文化启蒙教育绘本。在深耕内容的同时做了数字化处理,让每一个故事变得可动、可讲、可听。在贾庆鹏看来,一个孩子文化基因的刻印,是从幼儿开始的,他接触到的第一本书,应该有中国传统、中国气象、中国气派。

突出时代性。青岛出版集团以当代社会孩子的需求为考量,

以具有时代特性的表达方式、传播方式以及技术手段来呈现作品。如为庆祝中国共产党成立100周年推出的面向青少年的党史学习教育读本《给青少年的党史》,这本书突破传统的章、节、目框架结构,以问答形式展开论述,梳理归纳了当代青少年最为关注的60个问题,既满足主题的时代性,又满足了少儿的阅读需求,目前销售已过300万册。

打造国际性。青岛出版集团坚持“走出去”和“引进来”。在传播优秀传统文化方面,青岛出版集团打造了“少年读”系列,该系列是青岛出版集团培育优质图书子品牌的重要布局,目前已经完成7个版本的对外输出。在“引进来”方面,青岛出版集团引进的《环球少年地理》,是美国《国家地理·少儿版》的中文版,该书把自然探究中最好的成果都放在杂志中呈现给孩子,让中国小读者在第一时间看到全球顶尖的少儿科普杂志,让孩子们从小就具有国际视野、世界眼光。

## 加强品牌建设 大力推动精品工程

“企业走得远,归根到底是品牌化。只有拥有品牌,才能拥有影响力和资本,所以说品牌化是一个企业发展的必由之路。”贾庆鹏表示,接下来,青岛出版集团将重点推进“科学大脑”研学活动。让孩子在一个场景下自主地发现问题、自主提出问题、自主交流表达、自主形成逻辑,形成闭环。区别于传统意义上的出版,“科学大脑”研学活动为孩子提供了更专业的思维训练服务,打造可以成为全国文旅研学机构赋能的高端科普研学品牌。

青岛出版集团将持续关注中华文化成果的整理和出版。今年青岛出版集团的重头戏是推出《中国民间文艺集成》系列。在《中国民间文艺家协会两大工程之一、国家重大出版工程项目,今年将推出《中国民间文艺集成》首批成果。该书对中国民间文艺的全面系统发掘和整理,从历史发展中传承并不断建构民间工艺的文化谱系,促进发展,影响深远。

同时,青岛出版集团将重点打造“中国江河流域自然与人文遗产影像档案”系列。在《中国江河流域自然与人文遗产影像档案·三峡》《中国江河流域自然与人文遗产影像档案·长江》等的基础上,继续推动自然人文影像档案系列,争取为文化传承留下更多的档案。

(本版图片均由刘振兴摄)