

感受新地标、新场景、新阅读的新魅力——

## 北京城市图书馆开馆即“顶流”

□本报记者 李美霖

在这里，你可以穿着汉服游览于森林书苑，穿梭于隐形山谷……

你可以通过体验雕版印刷，集齐“北京城市图书馆LOGO”“春椿径”“夏墨径”“秋毫径”“东石径”5枚印章后获得限定隐藏印章……

在这里，你还可以在古琴体验区感受古人“雪满中庭月映林，谢家幽赏在瑶琴”的生活意趣……

1月1日，正逢元旦假期的最后一天，《中国新闻出版广电报》记者来到位于北京市通州区的北京城市图书馆，感受这一复合多元文化综合体的独特魅力。

**集知识传播、城市智库、学习共享功能于一体**

这是一座由144棵“银杏树”支撑起的知识空间，于2023年12月27日正式开放。记者看到，此次开放区域包括山间阅览区、24小时图书馆、休闲阅读区、元宇宙体验馆、座本阅览区和立体书库，且24小时全年不闭馆开放。

步入馆中，不仅能欣赏到通透璀璨的建筑美，体验惬意雅韵的阅读美，感受科技赋能的智慧美；亦可参与文化传承、科技创新、人文社科、艺术鉴赏、城市生活等主题

阅读活动；还可享受免押金办理读者证、文献续借、通借优化、电子支付、增加预约图书取书点、网借图书覆盖京津冀等惠民服务。

家住通州的安全先生夫妇，在得知图书馆正式开放后，便第一时间过来打卡。“馆里的设计兼具空间感和艺术感，徜徉在里面，像是走进了一座精美的艺术馆，让我们很受震撼。”提起参观的最大感受，安全先生激动地对记者说道。

北京城市图书馆工作人员告诉记者，这座图书馆将中国传统的“赤印”意象和新型公共空间设计完美结合，总建筑面积约7.5万平方米，地上3层，地下1层，藏书量达800万册，阅览座席约2400个，打造“临山间、于树下、勤阅览”的阅读意境，是集知识传播、城市智库、学习共享等功能于一体的复合多元文化综合体。

**打造个性化、精准化、智慧化服务**

元旦当天，记者在阅览区遇到了正在看《未来科技的13个密码》一书的来自通州区的小读者。这个小读者是个“科技迷”，数字技术、元宇宙、人工智能都是他感兴趣的

领域。北京城市图书馆的数字化应用设计正合他的心意。

身处北京城市图书馆，读者可以看到超高通透的玻璃幕墙让自然与建筑融为一体，读时可观景，读时亦成景；两座书山型建筑宏大绵延，闪动的知识山丘，展示知识文汇和数字图景，让读者在仰望间感受文脉传承的震撼，体味阅读的雅韵。

特别是在北门服务台，北京城市图书馆特别设置了AI数智馆员“图悦阅”。“你好，小图。”“在呢，请问有什么问题？”“请问北京城市图书馆开馆时间？”“我想找书，红楼梦在哪儿？”通过与“图悦阅”对话，读者便可轻松获取信息查询、书籍导航、阅读指导与个性推荐等服务。

下一步，北京城市图书馆以数字技术为依托，将构建更加立体的用户画像，为读者推荐合适的图书与活动，从“人找书”化为“书找人”；机器人馆员巡航在馆内乃至绿色公园，招手即停，有问必答，自助借阅；初代元宇宙图书馆，将利用数字孪生技术构建超越想象的虚拟与现实交融的阅读世界，将实体场馆复刻至云端，读者可穿行线上的平行世界，亦可与数字人对话，尽情探索知识的无垠边界。



北京城市图书馆内景。新华社记者 彭子洋 摄

■时讯

## 重大革命历史题材电影《绝地重生》首映

本报讯（记者杨雯）由邱怀阳导演、编剧，王斑、侯祥玲主演的重大革命历史题材电影《绝地重生》近日在北京举行首映式。

影片自2020年3月开始筹备，历时4年制作完成，以1935年中央红军长征过程中的“扎西会议、红军巧渡金沙江”为事件背景和叙事重点，讲述了红军四渡赤水、巧渡金沙江的故事，还原了红军在逆境中绝地重生的历史情境，展现了革命先辈矢志不渝、坚强不屈的革命理想信念和舍生忘死、救国救民的崇高思想境界。

观影后，北京市文联主席陈平表示：“这个片子应该演下去、传播下去，只有多演、多播，这个片子才有生命力，对我们大家特别对年轻人才有特别的教育意义。”中宣部电影剧本中心副主任秦振贵认为，影片有3个好，“第一个好是‘正好’，也就是时机正好；第二个好是‘真好’，作品从新的角度去阐释重大革命历史题材真好；第三个好是‘更好’，作品走到市场上让更多的观众喜欢就更好了”。著名导演丁荫楠表示，这是一部具有较高艺术特色的红色题材影片，感情线与政治线融合得很恰当，虚实结合处理得很好，令人很受感动。

影片由云南省委宣传部组织策划，联合贵州省委宣传部、广西壮族自治区党委宣传部、甘肃省委宣传部、《中国企业报》股份有限公司等共同创作。

## 梁晓声携新作《人活着》做客国家大剧院

本报讯（记者洪玉华）北京大学出版社与国家大剧院联动，近日举办梁晓声新作《人活着》讲座及签售活动。

《人活着》由北京大学出版社出版，梁晓声以随笔的方式对人生的意义及生活的方法给出了系统思考。书中以鲜活的事例和深邃的哲理，从尊严、体面、幸福、优雅、明白5个层面找寻生活之道。

讲座现场，梁晓声由曾读过的、无从考证写信人具体身份的抗战家书，谈起家国情怀。他认为在和平年代，大众已无需为了家与国牺牲生命，但不能忘记总有人承担着特殊的使命。作为普通人，保持生命中的坚韧，不迷失自我。

## 武汉出版集团举办读者大会

小读者为武汉中心书城“读者之家”揭牌

本报讯（记者汤广花）“我是书，你是书，我们大家都是书……每本书都与众不同，每本书都该一样被尊重……”近日，“同行致远 阅向未来”武汉出版集团读者大会暨武汉中心书城周年庆举行，读者和出版人齐聚一堂，以书友会、共享书香。现场，湖北省朗诵艺术家协会的王佳与武汉市东湖路小学学生舒含德深情朗诵诗歌《我是书，等你来》，将现场氛围推向高潮。

武汉中心书城员工朗诵的《给读者的一封信》中说，自2022年12月30日正式开业，一年来，在线下，书城累计迎来108万读者、4.5万会员，举办400多场文化活动；在线上，数以千万计的读者在公众号、直播间、小程序等遇见书城，武汉中心书城已成为江城一座亮丽的文化地标。

活动中，作家王跃文、诗人欧阳江河、湖北评书代表性传承人何沅沅分别为武汉

中心书城题赠“大事小说”“作家之家”“读者之家”。4名小读者为武汉中心书城“读者之家”揭牌，书城将致力为爱书人和读书人打造温馨的文化空间。与此同时，多个品牌签约入驻，一批新的文化、消费场景将在武汉中心书城搭建。

由武汉市委宣传部等主办的第19届金色年华爱国主义读书教育活动涌现出的优秀组织单位、优秀指导教师和“领读之星”

在此次活动中揭晓。当天，武汉出版社多个重点出版项目进行签约，包括“中国特色乡村振兴”《研究丛书》（全七册）、《写给青少年的科学家故事》（中学本、小学本、拼音本）、《〈申报〉武汉史料汇编》、《武汉山水志丛书》、《我的1949——武汉解放口述史》等。武汉中心书城、江夏新华书店·原点书苑、沌口新华书店、蔡甸新华书店、蕪湖书店被评为武汉出版集团年度榜样阅读空间。

## 发现新路径 重塑新自我

——二十一世纪出版社集团2023年发展侧记

□刘蓓蓓

创新是企业发展的灵魂，也是维持企业活力的关键因素。在当下竞争激烈复杂的少儿图书市场，如果没有创新力，只能跟着市场亦步亦趋，何谈在新的赛道驰骋。作为老牌少儿出版品牌，二十一世纪出版社集团（以下简称二十一世纪社）时刻保持清醒意识，在创新的轨道上，从红海厮杀到开拓蓝海策略，发现新路径，重塑新自我。

**新动能：树立标杆团队 追求品牌出版**

2023年，二十一世纪社持续打造精品童书，共获得国家奖项20余种，省部级、行业及媒体奖项近百种。2023年该社着力打造“世纪绘本馆”原创绘本品牌，输出原创绘本版权23种，《噫噫噫》荣获2023年博洛尼亚最佳童书奖“虚构类作品特别提名奖”，《一个男孩走在路上》等两种图书入选克罗地亚文坛和媒体部推荐书单，《不可爱动物派对》等原创图书在克罗地亚熊猫出版社实现了重印。这些标志着该社原创绘本已具有国际影响力和竞争力。

“在市场变幻莫测的当下，对出版工作而言，只有抓住读者的文化消费需求和对高品质内容的需求，树立出版社品牌形象，才能多一些确定性。”这是二十一世纪社社长刘凯军的观点。

该社的具体做法是，树立标杆团队，打造品牌编辑团队。为此，树立了3个不同类别的模范编辑团队：精品出版品牌编辑团队——儿童文学出版中心（以下简称儿文中心）、融合出版品牌编辑团队——文教图书事业部、IP运营品牌编辑团队——图书项目出版中心（以下简称项目中心）。

2022年年初，二十一世纪社将儿童文学编辑部和彭学军编辑室合并，成立儿文中心，聚焦精品儿童文学出版。短短两年时间，儿文中心便收获了包括中

国出版政府奖、中华优秀出版物奖以及年度“中国好书”、全国优秀儿童文学奖等多个行业高端奖项。2023年，销售7000多万码洋，重印书占比80%左右，成为名副其实的“双效”团队、品牌团队。

项目中心的前身是成立于2018年的“大中华寻宝记”项目部。从组建“大中华寻宝记”项目组开始，二十一世纪社就赋予了其在IP产业链延伸、融合出版转型升级，以及提高少儿文化创意产业资源配置效率等方面的“先锋队”使命。项目中心既在管理上做到编辑、制作、营销各环节的贯通，又在运营上实现全业态的互动。如今，“大中华寻宝记”已成长为拥有十大产品线及70个图书产品的超级畅销童书IP，并建立起了多种形式的数字化内容产品。11月底，《山西寻宝记》上市，上市20天实现发货码洋1500余万元。

文教图书事业部缘起于刘凯军在沈阳遇到的一位优秀编辑，为留住人才，该社在沈阳就地组建了项目组文教图书事业部。之后，该团队又陆续吸引了更多优秀人才的加入，在南昌和沈阳两地分设办公室。2022年抖音电商渠道爆款产品——“爆笑小古文”系列正是出自该团队之手。“人才在哪里，我们的工作平台就建设到哪里。”在刘凯军看来，文教图书事业部的建立是该社积极应对渠道变化、敢于创新的诠释，是落实融合出版的品牌团队。

**新模式：“联姻”策划选题 深化线上营销**

无论市场如何风云变幻，二十一世纪社始终处于少儿出版领军地位，尤其对于“风口”有着清晰的敏锐度与快速的实践力，并在推进过程中不断调整完善。

在2023年北京图书订货会上，二十一世纪社与江西斗半匠文化产业发展有

限公司达成深度合作，共同推出新品牌“世纪巨匠——蒙童奇”，并成立世纪巨匠合资公司。前者是少儿出版头部企业，正在探索新媒体发展的新赛道；后者是新媒体赛道的头部企业，正考虑涉足少儿出版。双方的合作互为补充、相互赋能。

《爆笑小古文》是双方合作的成功案例之一。它从“小透明”变为爆款，离不开双方对图书功能性、营销适配性的坚持挖掘。从内容看，《爆笑小古文》用法简单、明确，与斗半匠的短视频推广形式高度契合。斗半匠深度运用“用古文来讲笑话”“漫画解字”等方式，多角度、有节奏地上线推广短视频。出版社编辑们也调整编辑思路，使用“新的语言”来沟通、审视文稿，使图书进一步增加新内容，焕发新生机。在刘凯军看来，这是一种新的选题策划生产模式，不仅仅关系具体某个产品的命运，而是就此在内容生产方面开辟出一个全新的领域。

刘凯军认为，由于出版社编辑在内容开发上存在短板，在获得IP授权后，出版社可以寻找具备很强IP开发能力的公司，利用其优秀的创作能力进行IP内容的合作开发。除了斗半匠，该社还与内容生产公司知信阳光围绕IP开发达成合作，目前双方针对“奥特曼”IP和“柯南”IP进行了内容生产，两条产品线的发货码洋已超1.5亿元。

该社今年在新媒体赛道上的另一个大动作，是将电子商务公司和北京出版中心社群新媒体发行部整合，成立新媒体营销中心，同时在新媒体营销中心的牵头下，聚集该社各出版中心的营销编辑开设个人新媒体账号，采用三制机制管理模式，打造营销矩阵。

此前，二十一世纪社已经具有了10年自营渠道建设经验，掌握了线上零售的运作方式与各平台的运作规则，在如今新媒体营销如火如荼之际，这个中心的成立标志着对之前业务的整合，同

时，推动营销推广工作向更多元、更全方位的方向发展。2023年该中心完成销售达6000万元。

**新品牌：流水的展会 独特的表现**

行业重大展会，年年都会参加，想要突显新意，脱颖而出，需要精心策划。2023年二十一世纪社在北京图书订货会、北京国际图书博览会、全国图书交易博览会、上海书展、上海国际童书展等重大展会上，都有“不一样”的表现，既专业又接地气，让二十一世纪社的品牌在今年重大书展的平台上当以不断擦亮。

2023年年初的北京图书订货会活动之多让人目不暇接，但二十一世纪社仍给人留下了深刻印象，因为它创下了自己参展订货会的5个第一：第一次投放品牌广告、第一次举办文创IP论坛、第一次举办线上线下同步新书发布会、第一次举办全天候新书发布活动、第一次召开全渠道经销商答谢宴会。

时间来到6月的北京国际图书博览会。一次一个主题、已经持续举办了13届的二十一世纪社国际版权推介会，继续精彩亮相图博会，聚焦的是“中华优秀传统文化走向世界”主题。除了会场内的专业发布，场外在景山市民活动中心、北京句象书店，围绕图书《钟鼓楼下》《不一样的卡梅拉》开展的活动，又让普通读者得以体验老北京胡同文化与经典图书的魅力。

在炎炎夏日举办的第31届全国图书交易博览会上，二十一世纪社设置的“大中华寻宝记”和“世纪绘本馆”双主题展馆，成为最受瞩目、最为火热的展馆之一。小朋友都在欢呼“《大中华寻宝记》在这里！”“妈妈，有卡梅拉！”……家长则惊呼“人太多了！根本挤不进去！”

在8月底的上海书展上，二十一世纪

社线上线下销售码洋近百万元，7天时间内开展27场阅读活动服务广大读者，“大中华寻宝记IP盛会”单场活动吸引了800余名读者，备受关注。

在年底举办的第十届上海国际童书展上，二十一世纪社被组委会授予“荣誉展商”，因为自该展开办以来，该社从未缺席参展，2022年更是成为唯一独立参展的沪外少儿出版社。在展会上，二十一世纪社单独设置版权洽谈区展示优秀原创图书作品及接待来访客户，并特别针对小读者设置了独立的游戏区“大中华寻宝记神兽潮玩节”主题馆，受到了小读者和家长的热烈追捧。

不同展会有不同精彩，但有一个共同之处，就是二十一世纪社将直播业务完全搬进了书展，而且效果非常好。

在北京图书订货会上，二十一世纪社抖音自营成交码洋超350万元，直播场次114场，总触达约760万人次。尤其是在举办2023年新书发布会时，首次线上线下进行同步发布，并邀请到百余位新媒体达人作为特邀合作伙伴在直播间进行同步荐书。

图博会正好与电商“618”大促时间重合，二十一世纪社抖音直播团队在展会现场累计直播30余小时，实现销售码洋40余万元。

全国书博会期间，二十一世纪社线上线下销售码洋近300万元，其中线上直播销售码洋近260万元。此次除直播团队外，该社还邀请了数十位主播直播带货。留意到小红书平台官方首次参与全国书博会，该社与小红书达人也展开了密切合作，实现销售码洋50余万元。

上海国际童书展期间，出版社的直播团队可谓是“最辛勤的直播间”，每日最早到达展馆，每天直播超9个小时，待到熄灯闭馆才离开。

2024年，二十一世纪社将锚定亿元利润为发展目标，以项目为抓手，以机制创新为发展动力，继续前行。