

## 产经视线

中国旅游书店“品读中国”名家行系列活动——

## 构建全媒体矩阵 共建文旅新空间

□本报记者 孙海悦

2023年在全国举办活动10余场,获得数千万人次关注,各场活动信息阅读量100万+成为常态……在第14届中国旅游日到来之际,近日,文化和旅游部公布2023年全国国内旅游宣传推广十佳案例和优秀案例,中国旅游书店“品读中国”名家行系列活动凭借“活动形式丰富、传播方式新颖、宣传效果突出”入选优秀案例。

## 依托专家资源 打造行业品牌

作为文化和旅游部直属的中央级图书、音像、期刊和网络出版单位,中国旅游出版社深耕文旅行业近50年。中国旅游出版社社长胥波向《中国新闻出版广电报》记者介绍说,“品读中国”名家行系列活动是旅游社发挥优势策划开展的全国性品牌采风调研活动,是深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想、贯彻新发展理念、推动高质量发展、用心用力讲好中国故事的务实行动。

为顺应文化和旅游市场需求,旅游社近年来积极谋求业务类型拓展,在图书的出版发行主业之外,发挥行业专家资源优势,整合台、报、网、微、端、号构建全

媒体矩阵,在打造文旅新空间、提振旅游市场消费、助推文化和旅游高质量发展等方面发挥了积极作用,形成了全媒体传播平台聚合能力、全行业文旅资源整合能力、全流程品牌活动组织能力。“品读中国”名家行系列活动,正是旅游社充分发挥能力优势、面向文旅业界打造的一项品牌活动。

正如胥波所说,“品读中国”名家行系列活动响应了各地宣传推广的需要,呼应了行业高质量发展的需求,为地方文旅发展输送了务实的发展建议,产生了有效的“引流”作用,取得了良好社会效益。

## 创新活动体系 提升传播实效

在文旅宣传不断推陈出新,各地旅游视频“出圈”的形势下,旅游社在“品读中国”名家行系列活动的策划组织中,注重发挥资源优势和平台优势。

中国旅游出版社品牌研发中心(中国旅游书店)负责人赵丽丽介绍说,在形式创新方面,以中国旅游书店与各地合作的文旅新空间为依托,“品读中国”名家行系列活动组织了“品读中国”名家采风行、“品读中国”名家品鉴沙龙、“书香中

国”大讲堂、“诗和远方”名家签赠会等形式多样的文旅活动。

在扩大传播方面,旅游社组织中央级媒体、百万以上粉丝量的文旅达人,以及知名自媒体,整合台、报、网、微、端、号搭建全媒体传播矩阵,进行高效快捷传播;同时引入产业链上下游企业资源,推动文旅新空间、新业态的创新、落地。

在持续发力方面,旅游社组织的系列活动具备了搭建“中国旅游书店”载体平台的典型特点。自2022年以来,中国旅游书店通过全新转型,与全国的景区、度假区共建文旅新空间。这样的新空间,既是文旅消费的新业态,也是资源的聚合平台,可以有效促进当地品牌的宣传推广,推动文旅公共服务提质增效。

## 共建文旅空间 促进经验推广

据赵丽丽介绍,自2022年开始,中国旅游书店启动“万卷千里·书香伴旅”推广行动,通过“品牌赋能+整合营销”的方式与各地文旅部门、旅游景区度假区、特色街区进行品牌合作,共建中国旅游书店分店(书院、书局、书驿、书屋

等),打造资源聚合平台、活动举办载体。

以“美好生活体验空间 美丽中国推广舞台”为主题定位,中国旅游书店通过呈现在地文化内涵、引入行业优质资源,提升“模块化、可复制”的复合型新业态空间。如中国旅游书店·游历书院以游历文化连接城市与乡村的新旅居生活空间,通过举办“书香中国”大讲堂第二讲分享“文旅融合·新型沉浸式公共文化空间打造”主题,以线上线下相结合的方式,吸引文旅管理部门、旅游从业者、相关界人士10万人次参加,广泛传播游历文化。

此外,“品读中国”名家行系列活动邀请名家大咖总结经验、建言献策,并由旅游社编辑出版旅游营销案例、自驾游、导游词、旅游精品线路推介等图书、电子书,展示地方及景区文化底蕴和旅游资源,为文旅行业从业者、研究者提供实践范本,实现活动成果转化和二次传播。

胥波表示,未来,旅游社还将对活动内容和形式进行丰富和优化,推出更多符合文旅发展需要、具有市场影响力的活动类型,更好地助推文化和旅游深度融合、高质量发展。

## 时讯

## 20种图书入选第五期“新发现·科普书单”

本报讯(记者金鑫)5月18日,第三届上海科技传播大会开幕,第五期“新发现·科普书单”在会上发布,湖南科学技术出版社出版的《黑洞之影》、浙江教育出版社出版的《控糖革命》、上海科技教育出版社出版的科普绘本“院士带你去探索”(第三辑)等20种图书入选书单。

本期“新发现·科普书单”的评选范围是2023年7月至2024年2月出版的科普新品。经过16位初评专家和7位终评专家的认真评审,最终评选出“科学人文”子书单8种,“科学生活”子书单8种,“科学少年”子书单4种。

据评审会主席、中国科学院院士景益鹏介绍,本期书单入选书籍不少是在科学方面非常新的图书,涵盖了近几年最新的科学研究成果。中国图书评论学会副会长杨平看重的书籍对读者的启发性,他称入选图书“对于大众读者来说是一场科学读物的盛宴”。

据了解,近日在上海科技馆举办的“跟着科学‘趣’旅行”市集上,将展示入选“新发现·科普书单”的100种图书,并且通过互动小游戏,向市民赠送科普图书。

## 《望长安》为流散海外国宝铺设“回家”路

本报讯(记者孙海悦)中国国家博物馆研究员霍宏伟最新作品《望长安:海外博物馆收藏的中国故事》日前由生活·读书·新知三联书店出版。近日,该书新书首发式在京举行。

霍宏伟自1985年上大学时起,就对民国时期金村战国大墓和龙门石窟文物严重被盗的史实印象深刻。2012年,他赴美国宾夕法尼亚大学访学,对该校博物馆以及美国东部地区数家博物馆收藏的中国古代文物做了较为系统的调查。2013年起,他参加了“海外藏中国古代文物精粹”大型丛书的撰写工作。访学交流和编撰图书的工作经历为他创造了诸多他人难以接触的学术良机。10多年来,霍宏伟学术研究成果颇丰,他一直想要撰写一部向大众读者介绍这些散落海外的中国珍宝的图书。

《望长安》中涉及的流散海外的中国古代文物,自战国、两汉直至北魏、唐、宋,包括了青铜器、玉器、鎏金铜佛像、银器、三彩俑、石刻。《望长安》不仅展现了中国古代文物,更在叙述历史,重现了这些文物的流散过程,以及它们在海外现状。霍宏伟认为,每一件文物的回归不仅是物质的归还,更是文化和精神的回归。

## 《立秋》书写时代奔流下的命运镜像

本报讯(见习记者蒲添)作家杜阳林近日携新书《立秋》回到故乡成都,在阿来书房举办分享会。茅盾文学奖获得者阿来、柳建伟,作家罗伟章,评论家李怡、李明泉出席。

据杜阳林介绍,《立秋》书写的是进城之后的一代人的故事。他认为,“在这样一个时代,每个人都有自己的生存镜像,无论是在低落还是高潮的时候。我希望书写这些时代奔流下的命运镜像。”

阿来肯定了杜阳林书写现实的创作方向。他表示,《立秋》将个人的丰富经历与现实生活相结合,延续了杜阳林之前作品《惊蛰》中现实主义的半自传体写法,同时也超越了照相式的真实性,向更宽、更高、更深的方向发展。

李怡认为,《立秋》不同于《平凡的世界》,它写出了四川这片土地城乡关系快速变化的过程,写出了农民离开土地后的故事。

出版人曹元勇在主持分享会时介绍,2023年年底,《立秋》在《收获》正刊全文发表。2024年4月,《立秋》由浙江文艺出版社和四川人民出版社联合出版,上市仅一个月,销量就达到4万册,成为一部叫好又叫座的现象级长篇小说。

## 《庆余年第二季》央视电视剧频道开播

本报讯(记者张雪娇)电视剧《庆余年第二季》自5月16日起在央视电视剧频道黄金档播出。

《庆余年第二季》由王倦任编剧,孙皓执导,张若昀、李沁领衔主演,陈道明特别主演。全剧讲述了身世神秘的青年范闲(张若昀饰)历经家族、江湖、庙堂的种种考验与锤炼,秉持正义、良善,开始了新的人生征途,继续书写这段不同寻常又酣畅淋漓的人生传奇。

《庆余年第二季》承接了第一季的群像魅力,在人物关系的深度与广度上进行了拓展,故事中各人物背后的关系盘根错节,深化了角色群像的描绘,并融入更多温情元素。此外,《庆余年第二季》还精心雕琢每个人物的内心世界,通过立体饱满的群像刻画,让每个角色跃然荧屏之上。

## 首届东北图书交易博览会“数字出版论坛”在长春举办

## 数字技术赋能,助力出版高质量发展

本报讯(记者张君成 李婧璇)5月17日,作为首届东北图书交易博览会的重要活动之一,“数字出版论坛”在长春国际会展中心大饭店举办。论坛以“数字技术赋能,助力出版高质量发展”为主题,来自全国各地的400余名行业专家、学者和相关人士参加论坛。中国出版协会理事长郭书林作主旨演讲。

中国新闻出版研究院院长魏玉山、吉林省委宣传部副部长雷振宇先后致辞。论坛由中国新闻出版研

究院党委副书记、纪委书记董毅敏主持。

郭书林表示,要准确把握新技术给出版业带来的机遇,坚持好出版功能,更自觉地把出版繁荣的技术性工作做好。要从中国出版实际出发,更好地做精存量,做好增量,加快发展。出版工作者应准确把握发展态势,坚定做好出版工作的决心。新技术的引入会让出版事业继续发光发热。中国出版业应解放思想,实事求是,从现有问题出发,换道超车,争取在新技术条件下,发扬中华民族优

良传统,重振出版文明古国领先世界的雄风。

作为特邀演讲嘉宾,山东中教出版发展股份有限公司董事长魏立文、同方知网数字出版中心(数据要素产业运营中心)总经理谢磊、北京中文在线阅读教育科技有限公司执行董事兼总经理杜嘉、北京人天书店集团股份有限公司总经理施春生、武汉理工数字传播工程有限公司总编辑杨志军等专家,在论坛上分别作主题演讲,深入分析了数字出版业的现状和前景。



## 白洋淀畔书香浓 红色读物热雄安

白洋淀位于河北省雄安新区,也是革命老区。白洋淀畔的市市民们热爱阅读,特别是对红色出版物有着浓厚的兴趣。这些红色出版物记录了革命历史和英雄事迹,激发了市民的爱国情怀和民族自豪感。

图为5月17日,雄安新区市民在雄安新区书店(容城店)红色经典读物前阅读。

本报记者 李美霖 摄

## “华东六少”社长年会达成五点共识

本报讯(记者刘蓓蓓)华东六省少儿出版联合体(以下简称“华东六少”)社长年会5月15日在福建泉州举行。本次年会由福建少年儿童出版社承办。

本次年会以“发展新质生产力,增强发展新动能”为主题,围绕少儿出版如何利用人工智能技术进行转型升级,加强原创资源获取与运营,应对外部竞争等关键问题进行研讨。“华东六少”达成了五点共识。

共识一:发展新质生产力,推动少儿出版融合发展。“华东六少”致力于通过革命性突破技术、产业深度转型升级以及生产要素优化配置,不遗余力地推动高质量发展。各出版社应更加积极地推动多维合作和资源共享,携手探索如何引入和应用

人工智能技术,从而加速少儿出版在内容创作、编辑加工和营销推广等环节的智能化升级和“出版+人工智能”的融合发展,不断优化产品设计和营销策略,进一步挖掘并释放文化产业的潜在价值,打造具有创新性和竞争力的融合出版产品。

共识二:强化原创能力建设,打造特色自主知识产权品牌。“华东六少”要共同携手、服务作家队伍,加强编辑团队建设,坚持以市场为导向的战略,打造具有“华东六少”鲜明特色的自主知识产权童书出版品牌,重塑少儿出版高质量发展专业路径。

共识三:营销推广协作,共谋新媒体渠道新突破。“华东六少”应充分发挥联

盟优势,优化内部决策机制和协调机制,构建新媒体渠道合作机制,进而拓展新媒体营销策略,共同提升“华东六少”的新媒体渠道话语权;“华东六少”要自建和重构新媒体运营商业模式,通过建设自有的新媒体矩阵,与消费者建立新的连接,提供更为精准和有针对性的阅读服务;要进一步强化联盟内的信息共享机制,及时交流市场动态和竞争情报,从单一作战转向团队协作,实现资源的最大化利用。

共识四:强化全媒体推广,打造“华东童书榜”品牌。“华东六少”应该更加凸显这一品牌的优势,并全力加强“华东童书榜”的品牌建设;联盟要联合开展“华东童书榜”的全媒体推广活动,加强

与各大平台的联合营销、联合议价和联合专场活动;要依托“中国好书”——少年儿童阅读演说短视频分享活动平台,联合推出多样化的数字出版产品和服务;要发挥“华东六少”的线下优势,强化主题展览,共同打造童书阅读的新场景。

共识五:发挥联盟向心力,创新协作主题出版。“华东六少”各自所在省份,都有大量亟待挖掘的少儿主题出版资源。未来,“华东六少”将共同做好制度建设和选题策划,确定选题方向和合作机制。整合资源和人才优势,在重大主题出版项目上展开跨省协作,共同立项,联合出版,集中打造一批培根铸魂、启智增慧,具有华东特色的少儿主题出版产品。