

“京华好书”发布 2024年第6期书单

本报讯（记者范燕莹 李婧璇）“京华好书”2024年第6期书单近日发布，共推出11种好书，包括主题出版、人文社科、文学艺术、科技生活、少年儿童五大类。

入选的11种好书分别是：《为什么是邓小平》（生活·读书·新知三联书店 吉林人民出版社）、《如何发展新质生产力：理论内涵、实践要求与战略选择》（中国社会科学出版社）、《大国转折：中国是这样走向开放的》（中共党史出版社）、《中国经济的未来可能性》（社会科学文献出版社）、《伟大的中国大运河》（中国大百科全书出版社）、《极顶》（作家出版社）、《敦煌》（人民文学出版社）、《国之重器：如何突破关键技术》（中国人民大学出版社）、《大穿越：秦大河南极科考行记》（科学出版社）、《马鹿卓玛》（北京少年儿童出版社）、《圆明园》（北京科学技术出版社）。

广东首家少年儿童分级阅读体验馆落户东莞

本报讯（记者陈妙然）广东省少年儿童分级阅读项目启动暨首届广东省小学生“悦读新时代·经典伴成长”新课程经典阅读成果发布活动近日在2024南国书香节举办。不久前，中国书刊发行业协会少年儿童分级阅读标准研制与应用实验室分级阅读项目的重要线下宣传阵地——中国书刊发行业协会少年儿童分级阅读体验馆首次落户广东东莞。

“我们希望通过分级阅读体验馆，让每一位读者都能享受到阅读的乐趣，培养良好的阅读习惯，提高阅读能力，为推动广东省乃至全国的全民阅读事业贡献力量。”中国书刊发行业协会理事长艾立民介绍了分级阅读对于提升全民阅读素养的重要性。

据介绍，分级阅读体验馆的成立，旨在为不同年龄段、不同阅读水平的读者提供更加精准、个性化的阅读服务。东莞分级阅读体验馆按照少年儿童分级阅读标准建立，区域划分鲜明，并配备分级阅读标准推荐图书，孩子们可以一目了然地找到适合自己年龄段的图书。后期体验馆将引入实验室研发的分级阅读系列课程、阅读能力评估等相关阅读服务，从而科学地分析少年儿童的阅读能力和兴趣爱好，为其量身定制专属的阅读计划。

推开岭南窗前雨 珠江两岸好读书

（上接01版）在揭阳分会场，开展了30场阅读示范乡村行活动，举办“书香田野”流动图书展，丰富农民群体和少年儿童阅读生活。在中山分会场，100多家香山书房分布在社区、校园、商圈、公园、工业园区等各个角落，构建了一个贴近民众、融入日常的公共文化服务平台。韶关分会场更好地满足特殊读者的阅读需求，潮州分会场开展流动售书文化下乡基层活动，茂名分会场举办的系列惠民阅读活动……各地因地制宜，创新基层全民阅读服务。

本届南国书香节首次设立22个“新华悦读空间”分会场，这些由广东新华发行集团在全省镇街打造的新型公共文化空间，赋能基层公共文化服务高质量发展。信宜“新华悦读空间”展示电子书10余万册、听书资源3万多集，实现图书通借通还和数据共享；佛山“新华悦读空间”汇聚彩虹、木版年画、剪纸等艺术，将阅读与文化传播融合……这些新型公共文化空间坚持惠民导向，推动公共文化服务下沉，进一步提升公共文化服务的效能。

南国书香节组委会办公室主任、广东新华发行集团总经理何宝贤介绍，“新华悦读空间”布局立足镇街，不断满足基层群众的精神文化生活需求，以高质量公共文化服务激发乡村文化内生动力。

“阅读+”持续发力

本届南国书香节作为2024年“书香岭南”全民阅读活动的一个缩影，组委会突出阅读主题、丰富阅读供给、优化阅读服务、增强阅读实效，在探索全民阅读与文旅融合、数字融合的道路上持续发力，实现“阅读+分级”“阅读+市集”“阅读+戏剧”“阅读+研学”“阅读+科技”“阅读+游戏”的跨界融合，积极构建“书香岭南”全民阅读生态体系。

“不断推动图书发行转型升级，实现多元跨界融合，构建以‘阅读+’为中心，形成形态多样、线上线下融合的全民阅读生态体系。”蒋鸣涛表示，本届南国书香节在开展过程中，实施内容的精准供给，满足不同读者的需求；优化特色化阅读场所，打造特色化、主题化的阅读空间；打造品牌化阅读项目，通过榜样示范，推动全民阅读走深走实；完善制度化运行机制，实现全民阅读推广专业化、团队化合作；扩大全民阅读覆盖面，保障每一位读者都能平等地享有阅读的权利。

“推开岭南窗前雨，珠江两岸好读书。”中央文史研究馆馆员、北京大学中文系教授、花城文学院联席院长陈晓明用诗意的语言为“书香岭南”点赞。

湖北省“扫黄打非”工作培训班期间，参训人员实地调研黄石市部分优秀基层站点——

案件论英雄 品牌论业绩 落实论作风

□本报记者 汤广花 文/摄

“孩子考试忙，无暇上街来帮，那边图书真便宜，书籍试卷论斤卖”“别别别，非法盗版万莫买，文字小看得两眼冒金星，歪曲事实闹笑话”……近日，在湖北省黄石市沈家营小学“小萌芽”护苗剧场，一些学生利用暑假时间排练“护苗”情景剧《上学路上》等剧目，朗朗上口的语言、生动有趣的表演，让人印象深刻。

沈家营小学副校长张纪文介绍，为营造清朗校园文化氛围，该校于2022年成立“小萌芽”护苗剧场，并结合学校的皮影艺术工作坊，搭建集制作、创作、演绎为一体的沉浸式“护苗戏台”，师生创作编写了一系列“护苗”情景剧，让广大学生在欣赏文艺大餐的同时接受教育。该校还建立了“护苗”宣教室，陈列正版与盗版出版物，供全体师生学习识别；在剪纸工作坊教学中融入网络安全、绿色阅读、版权保护等元素，润泽童心。

以沈家营小学为代表，近年来，黄石市把示范创建作为推进“扫黄打非”工作的基础工程来抓，夯实基层基础，全市“扫黄打非”工作排在全省前列。日前，在黄石市举办的2024年湖北省“扫黄打非”工作培训班期间，全省各市（州）委宣传部及各县（市、区）委宣传部分管副部长等近200人实地调研了部分优秀基层站点。

近日，黄石市下陆区孔雀苑社区副主任皮欢欢一番装扮，穿着古装来上班。她扮演的是社区原创“扫黄打非”IP卡



黄石市沈家营小学“小萌芽”护苗剧场，学生们利用暑假时间排练“护苗”情景剧。

通人物“诗少煌”，名字取自谐音“誓扫黄”。作为社区“扫黄打非”巡查队队长，“诗少煌”早已为居民们所熟知，他定期带领由“社区民警+网格员+楼栋长+志愿者”组成的巡查队开展巡检，净化社区文化空间。皮欢欢说，作为“中华诗教示范单位”，近年来，孔雀苑社区以诗词

文化为核心，设置“扫黄打非”诗词景观标语，定期开展学诗作诗相结合的诗教课程，组织自制“扫黄打非”灯笼、折扇等并开展多彩文艺活动，让“扫黄打非”宣传融入了百姓生活。

在黄石市公安局黄石港分局，该局将“扫黄打非”工作纳入“一把手”工程，

西藏人民社《格桑花开——援藏干部讲故事》出版发行

百余篇故事讲述一生援藏情

本报讯（记者章红雨）由西藏人民出版社出版的《格桑花开——援藏干部讲故事》近日出版发行。

该书收录援藏干部撰写的文章百余篇。这其中，有对“诗和远方”的赞美和向往，也有山高路远、泥石阻道的艰辛与不易；有与死神争分夺秒、救死扶伤的喜悦与激动，也有胸口气短、食不知味、夜不能寐的考验与挑战；有招商引资招才引智、铺就发展之路的忙碌与奔波，也有成就事业、见证梦想的自豪与荣耀；有站在国境线上“宁可向前十步死，绝不退半

步生”的豪情壮志，也有戍边路上披荆斩棘、爬冰卧雪的无悔守望；有思念故地亲朋的情感煎熬，也有结新朋友、认“亲戚”的快乐收获；有一次援藏行、一生援藏情的传承与不舍，也有情系高原、扎根西藏的坚韧与执着。

“每一行字都是情感凝结的告白，每一个细节都是珍藏于心的记忆。这是我参与编辑《格桑花开——援藏干部讲故事》这本书时，突然飘进脑海的两句话。”参与援藏干部报道的西藏作家协会副主席、《西藏日报》记者尼玛潘多说，如《天使之心》一文，写一位到内地治疗先天性心脏病的7岁藏族男孩，尽管手术室外有他的4个亲人，临手术前却一定要让他的“海叔叔”陪他，之前他们甚至没有说过一句话，他只知道是这个援藏叔叔护送他住进了医院。这是一种怎样的信任，愿意把生死托付给一个连全称都不知道的人，这样的信任基于感动，也基于感恩；再如《烙在心上的精神印记》这篇文章中，每天清晨出现在援藏书记门口装满酥油茶

的暖瓶，又何止是一个简单的暖瓶，它是爱的传递器，滚烫的酥油茶驱散的也不只是

每天收集“扫黄打非”工作情况，每周梳理汇总形成情况“一览表”，每月亮成绩、比效果，形成“扫黄打非”案件查办长效机制。此外，组建“平安义警”队伍33支，常态化巡逻防控、线索摸排、宣传发动。黄石市还积极推动“扫黄打非”进景区，东昌阁景区以当地孔雀石传说为蓝本，打造“唐风仙侠世界”沉浸式互动娱乐项目，让游客在寻宝大戏中体验中华优秀传统文化，同时景区内开设“扫黄打非”书法作品展，以优秀文化引导人、塑造人。

据黄石市委宣传部副部长艾永晴介绍，近年来，黄石市在“扫黄打非”工作中，坚持以案件论英雄、以品牌论业绩、以落实论作风，在全省率先出台《关于推进“扫黄打非”进基层示范点工作高质量发展的实施办法》，全覆盖建成市级站点1076个，其中国家级示范点4个；按照“一年两次、奖优罚劣、现场兑现”的原则，每年奖励先进单位12家、奖励资金20万元。聚焦网上网下“主战场”，查办一批大案要案，有力震慑了违法犯罪行为。紧扣工作难点，扎实开展专题调研，积极推动“扫黄打非”声音进基层、职责进基层、成效进基层。

黄石市委常委、宣传部部长王玲表示，黄石市将以举办此次培训班为契机，持续正本清源，着力守正创新，以更高标准、更严要求、更实举措，不断推动“扫黄打非”工作取得新进展。

2024 中信出版作家之夜在沪举办

跨界携手，扉页之间见世界

本报讯（记者李婧璇 商小舟）长三角地区作为国家经济文化的重要名片，活力和魅力不仅在于城市繁华，更藏在书页之中的字里行间。8月17日，以“上海，依好！”为主题的2024中信出版作家之夜，在上海中信泰富广场举行。本次活动由中信出版集团发起，中信泰富地产共同主办。

当代俄罗斯文坛最具影响力的作家之一、《拉夫尔》作者叶夫盖尼·沃多拉兹金，作家、茅盾文学奖得主孙甘露及国内外作家代表、文化嘉宾等，共同探讨内容创作与文化服务、文化传播的新可能。

对于“为什么要在上海举办中信出版作家之夜”这一问题，中信出版集团董事长

陈炜表示，上海这座城市的海派文化伴随着这个城市人文传承的精神一路走来。所有在上海工作、生活过的人，都对这座城市感情至深。“中信出版有句口号叫‘我们提供知识，以应对变化的世界’，无论在过去还是未来，社会一直在变化，而阅读的力量、知识的力量始终能给纷繁喧嚣的世界和不确定的未来提供支撑。作为大众出版的发展和深耕者，这份责任和使命中信出版责无旁贷。”

陈炜表示：“中信出版希望与世界对话、与年轻对话、与城市的文脉传承对话，中信出版要与上海在一起，所以有了今天的中信出版作家之夜，也就有了‘上

海，依好！’这句主题。”

随后，多位中信出版的作家嘉宾代表上台分享他们对于内容创作的新视野、新思路。

香港大学当代中国与世界研究中心创始主任、《中产上海》作者李成教授对中信出版的学术底蕴和其他受欢迎的作品表示赞赏，同时也对中信出版在长三角地区的发展和深耕表示期待。复旦大学中国历史地理研究所教授侯方分享了著作《这才是丝绸之路》的特色——以实地精准复原重走古代丝绸之路，展示了丝绸之路的多样性。浙江省作协副主席鲁引弓今年首次与中信出版合作了《小宅门》，并尝试

冬季清晨的寒意，它是融入心田的暖意；还有一些援藏干部长久地留在了西藏，他们无法亲手写下援藏期间的心路历程，好在所有的人都记着他们，记着他们走过的路、做过的事，替他们一一记录下来，这是一种缅怀，更是一种告慰。

该书责任编辑计美旺扎说：“品味这些文字，我们不禁为援藏干部的高尚品质和坚定信念所打动。他们面对艰难困苦毫无畏惧，始终坚守人民立场，以服务为宗旨，用实际行动书写着‘为人民服务’的铿锵誓言。”

跨界合作，宣发效果良好，“这种跨界合作契合长三角地区的文化氛围，对未与中信出版的合作充满信心”。作家、《历史的温度》系列作者张玮，讲述了自己从传统媒体记者、自媒体主理人到作家身份转变的经历，并分享了自己的阅读公益项目“汤圆读书会”，“希望让更多优质阅读资源能够走进偏远地区，将阅读种子播撒在孩子的心里”。

本次活动也是中信出版与中信泰富地产联合发起“扉页之间见世界”阅读项目的特别呈现。“我们希望用文字的力量，点燃每个人心中奔赴广阔世界的梦想。”中信泰富（中国）投资有限公司运营总监朱晓军表示。

阅读还可以如此贴近城市生活！

（上接01版）

让每个读者找到“露营地”

从看书到看屏，从看书到听书，上海书展也在积极顺应时代发展的潮流，打造更鲜活的阅读场景。本届书展上，B站、阅文、喜马拉雅、七猫、帆书、有道、得物等阅读相关平台集中亮相，呈现数字时代阅读的新变化新趋势新风尚。

如今露营正成为当下年轻人的一种休闲潮流。喜马拉雅就在现场搭建了独具特色的“精神露营地”展厅，走进其间，展位上用书籍模型搭出了一个帐篷顶，一把把露营椅，旁边的耳机可随意取用，吸引了众多市民来此听书。

喜马拉雅展位相关负责人涂雪亮说：“听喜马拉雅，奔赴精神田野。”极具人气的《庆余年》第二季场景复原，吸引了众多书迷与观众驻足拍照；“滄泊书局”主题场景以及范闲、林婉儿等角色的戏服展示，让观众重温剧集经典片段……阅文集团在书展现场展出了包括《庆余年》《一人之下》《全

职高手》等经典IP及《热辣滚烫》《与凤行》《玫瑰的故事》等热门影视作品，展示其在IP全产业链开发方面的多元成果。

“我特别喜欢《庆余年》，刚在朋友圈分享了自己几张现场打卡照片，一圈好友点赞留言，也要来书展现场打卡。”读者范晓开心地向记者说道。

此外，今年上海书展着力培育的“阅读+”新业态新消费的场景也正在全市16个区的商圈及实体书店、公共图书馆及其他文化场所持续发酵。读一本好书、听一场讲座、品一杯香茶、买一份文创、看一场展览、逛一逛商场……本届上海书展浦东分会场落地联洋广场商圈，设立“茶韵书香”“书香伴咖啡”“中华经典诵读”等多个板块，在骆新书房以及商场公共空间展示推介近百种新书、好书。正在联洋广场展出的“海上梦影——良友电影之旅”展，也成为浦东分会场活动的一部分，带来“阅读+”的全新体验。

“阅读还可以如此贴近城市生活！”读者黄磊参加完活动后发出感叹。

书展让老字号“爷青回”

今年上海书展再次设立阅读生活跨界展区，涌动的读者群、卖断货的图书文创产品、中华老字号，都成为上海书展溢出效应的力证。

新款中华牌101铅笔、联名冰箱贴、文具福袋……在中国第一铅笔有限公司展位，丰富多彩的文创产品吸引读者选购。“去年第一次参加上海书展，效果非常好。”中国第一铅笔有限公司销售经理孙家惠告诉记者，去年书展结束后，原本没有门店的他们，现在已经开出两家实体店，“我们非常重视上海书展的机会，希望能够收到消费者的真实反馈。”

在众多文具、文创展位中，记者注意到一家卖吃食的展位“上海老字号”。原来这是东方网东方文产联合10多家上海老字号品牌企业共同推出的老字号集市。“我们首次集结老字号品牌亮相大型展会，为了让老字号‘爷青回’，我们也选择了年轻消费群体更青睐的产品并进行适度调整，像龙虎、雷允上、正广和都卖得

很好。”公司项目经理邢晨告诉记者。

中国出版集团则联手华山263老字号品牌馆共同策划“出版国家队携手沪上老字号”活动。读者在中央大厅购买一定金额的图书，就可以到文创展区领取美加净、蜂花、福新等老字号、老品牌提供的商品。“我们要拆掉思维里的‘墙’，现场证明这种跨区域、跨领域的互相引流还是很成功的，有品质的阅读和生活都需要品牌的保障。”现场一位负责人说。

此外，主分会场发挥周边辐射带动效应，有效推动文商旅展融合。光明乳业大奶箱，“移动的体育博物馆”亮相上海书展，书展巨大的人流量联动“上海之夏”的溢出效应渐显。

上海书展首次周五、周六持续两晚夜场延迟至9点半，显著带动了周边餐厅、咖啡馆、饮品店、茶室的人气，助推夜色上海的“悦”读消费增长。

走过20届的上海书展，已经深深地融入上海的城市文化，也深刻践行着上海的城市文化。一场书展滋养着一座城市的文化，一座城市的文化成为这座“改革先锋”之城发展的内生动力！