羊城书展凸显“公共文化会客厅”特色

□本报记者 徐平 文/摄

8月16日至20日，2024南国书香节暨羊城书展以线上线下相结合的方式举行。其中，由广州市委宣传部、广州市新闻出版局（市版权局）主办，广州新华出版发行集团承办的2024羊城书展在广州市内多家实体书店、阅读空间、文化空间同步举行。为期5天的羊城书展，以“阅见世界”为主题，以“公共文化会客厅”为理念，按照“1+4+1+N”的办展模式，设置1个主会场、4类分会场、1个线上云会场，策划一系列配套活动，打造集文化服务、文化交流、文化创意、文化消费于一体的阅读盛宴。

《中国新闻出版广电报》记者在采访中了解到，本届羊城书展主会场设在中国进出口商品交易会展馆，打造了超大型“花城书房”特色阅读空间，以“阅、粤、越、悦、乐、跃”6种模式，立体、多维呈现以书为核心的“阅读+”文化生活体验场景；分会场包括市内的实体书店、公共图书馆、“花城书房”特色阅读空间、荔湾大健康图书，通过建设基层的公共阅读服务空间渠道体系，营造了书香满羊城的浓厚氛围。

特色阅读空间提供优质服务

本届羊城书展主会场由“阅见云山珠水”“阅见寰宇万象”“阅见传承华章”“阅见诗与远方”四大板块组成，主办方将展馆打造成特色的阅读空间，为读者提供新的阅读场景与优质的阅读服务。

“阅见云山珠水”板块以“云山珠水伴书香”为设计理念，运用传统和现代融合的设计方式，连通文化活动舞台及休憩区，推出2024羊城书展推荐作家专展，集中展示作家手稿、照片、日常用品等，结合作家作品和人生经历，还原创作背后的故事，拉近读者与作家的距离。

“阅见寰宇万象”板块设置庆祝中华人民共和国成立75周年、广州精品出版物、“书香羊城好书榜”获奖作品等专题展区，“乐活”“集雅”“童悦”3个“花城书房”特色阅读空间样板间展现阅读与不同领域的跨界融合，为市民读者享受沉浸式阅读服务提供新选择。该板块打造的“花城书房·行走书厢”特色阅读空间，集中展示特殊群体阅读载体、阅读方式，倡导保障特殊群体阅读权益。

“阅见传承华章”板块设置古籍书画主题展区，展示古籍善本、齐白石艺术精品等传统文化精华，打造古风类“花城书房”特色阅读空间样板间，甄选古籍善本陈列展示，展现翰墨书香的风雅生活。

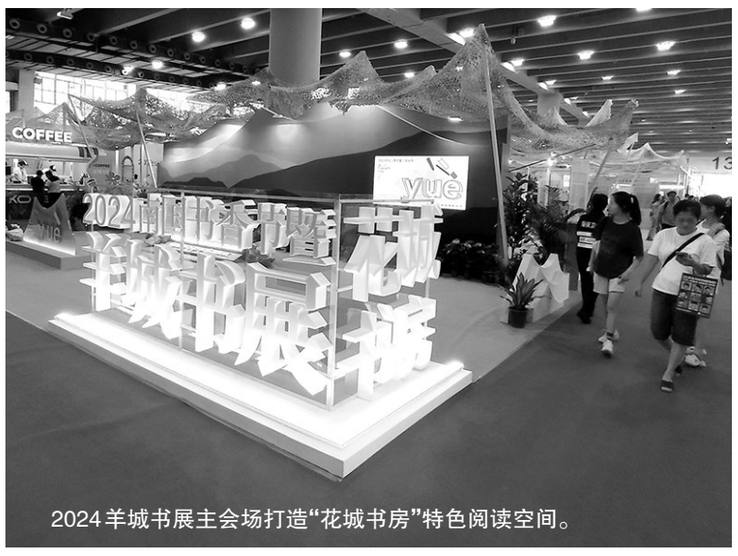
“阅见诗与远方”板块集文化传承、非遗体验和文化消费于一体，在“书香羊城”藏书票等广府文创产品展销区域，举办邮政主题特色集章活动，实现阅读活动与集邮文化跨界融合。此外，该板块为营造沉浸式、多元化的阅读氛围，打造文化与科技相结合的体验空间，引入“花城书房·智慧报刊亭”和“小马乐乐社区自助图书柜”，打造家门口的书店和图书馆，将阅读场景融入美好生活之中。

“集团做强做优出版发行主责主业，全力推动公共文化服务与多元业态互融互促。”广州新华出版发行集团股份有限公司党委书记、董事长刘炬培接受记者采访时表示，在阅读空间建设方面，集团推出的“花城书房”特色阅读空间，进一步优化阅读资源的分配，实现跨界融合，从销售图书向提供文化服务升级转型，进一步融入现代公共文化服务体系的建设之中。

打造“家门口”阅读嘉年华

本届羊城书展在吸纳阅读资源、出版资源的基础上，进一步让阅读资源下沉到基层一线，读者在家门口逛书展，不仅能享受到购书惠民活动，还能参与一系列“书香羊城”全民阅读活动。

广州购书中心结合开业30年，联动全市近70家实体书店设置“庆祝中华人民共和国成立75周年”“读懂广州”主题联展。书展期间，参与联展的实体书店分别开展阅读分享、研学分享、快闪活动、优惠促销等系列活动，以文化惠民引领阅读新风尚。刘炬培介绍，各参展实体书店以“统一标识、统一折扣、统一宣传、统一氛围”形式，以八折图书优惠落实文化惠民，邀请各领域知名作者和专家学者开展读者见面会、新书推介会、图书签售会，打造“家门口”的阅读嘉年华。



2024羊城书展主会场打造“花城书房”特色阅读空间。

分布在全市的“花城书房”特色阅读空间，策划举办名家分享、名家对谈、图书签售、文化交流等活动，让阅读融入城市肌理和血脉。在农家书屋举办图书联展和系列阅读活动，活跃和丰富了人们的精神文化生活，助推乡村振兴和“百千万工程”走深走实。

设在广州国际医药港首期项目广州国际医药展贸中心的荔湾大健康图书分会场，重点推介大健康领域优秀读物，并开展名家开讲、现场义诊等文化惠民活动，向市民朋友传播“听得懂、记得住、学得会、用得着”的健康养生知识。

“我们将阅读空间建在广州11个行政区的街头巷尾，让书香满盈基层，让读书场景散落各处，初步展现出广州这座书香之城的阅读版图。”刘炬培说，散落在广州各处的“花城书房”特色阅读空间、实体书店正逐渐呈现出“阅读+”“书店+”“文化+”的新业态，以一种生机盎然的面貌焕发新的活力。

充分延伸书业消费场景

本届羊城书展设置了1个线上云会场，邀请知名作家、专家学者、阅读推广人、文化主播在抖音、小红书等社交平台，通过“文化+直播”方式促进文化消费。刘炬培说，云会场将阅读的触角延伸至云端，充分运用融媒技术助力书业营销推广及品牌宣传，实现了从门店销售向平台运营的升级转变。

出版资源与其他行业的跨界组合，是本届羊城书展的一大亮点。承办方联合广汽集团围绕“阅见世界——通往世界的旅行”主题，在主会场策划“智行悦读书房”，为读者打造了一个集科技生活、智能阅读、文化创新于一体的融合体验展区，展现出智慧出行与阅读文化的结合。记者在现场看到，展区通过汽车与阅读的跨界组合，融入新能源汽车、书籍、蓝天、白云、草地等元素，模拟打造出户外露营、车尾箱集市、汽车移动生活等多个沉浸式阅读场景。

出版与科技的深度融合，是本届羊城书展的另一大亮点。主会场推出的“科技有爱·阅读无碍”“裸眼3D数字藏书阁体验”等项目，通过现代科技激发文化活力，为用户带来视觉、听觉、触觉相结合的阅读体验。

“本届书展开启了一场全城联动、全民参与、全媒发布、全景呈现的‘书香羊城’文化盛宴，并以持续打造阅读品牌为抓手，不断提升集团的经营能力。”刘炬培表示，羊城书展将继续打造阅读场景与生活场景的融合，在全社会营造“爱读书、读好书、善读书”的浓厚氛围，助力广州文化强市和“阅读之城”建设。

IP化运营下的研学之路如何走

□赵赟

8月，由上海京鼎动漫与二十一世纪出版社集团共同策划的首个游学品牌“顶呱呱游学”启航。该品牌结合畅销书“大中华寻宝系列”IP内容，带着小读者们一起探索寻宝少年队及神兽们走过的旅程，引导小读者们在寻宝之旅中体验文化的多样性，先后在山西省、广东省落地《山西寻宝记》游学营、《广东寻宝记》游学营两大研学产品，报名人数近百人，结营后受到家长和孩子的认可。

研精静虑——

寻宝中华大地，跟着书本去旅行

去年年底出版的《山西寻宝记》上市半年即销售100万册，具备较高的流量和热度，因此《山西寻宝记》游学营是二十一世纪出版社集团首先启动的研学产品。那么，游学品牌为什么叫“顶呱呱游学”呢？主要因为“大中华寻宝系列”中的神兽顶呱呱广为人知，人气较高，以它的名字作为品牌名具有较高的辨识度与认可度。

出版社初次涉猎研学领域，我们在前期筹备方面做了大量工作。为了保障研学产品的专业性，我们与多家旅行社多次深入探讨，初步筛选出市场上的常规行程路线及研学课程，根据图书内容重新定制，充分满足小读者跟着书本去旅行以及家长对差异化研学内容的需求。比如《山西寻宝记》游学营，我们根据书中内容，学习语文、历史、地理等学科知识，了解山西历史知识，访千年古建，学晋商票号，解历史之谜。我们不但会去山西多个经典景区，还会结合《山西寻宝记》中以山西博物院镇馆之宝晋侯鸟尊为原型的新神兽“亮闪闪”这一亮点，带着孩子们去山西博物院一探究竟。

此外，区别于市面上的游学旅行，我们还结合行程策划了独家研学课程，如“小小寻宝银行家”“小小寻宝非遗传人”等研学课程，在“小小寻宝银行家”研学课程中，孩子们分别扮演掌柜及客人，每个人亲手书写银票，汇兑银两，让孩子们在玩中学，轻轻松松将知识融会贯通。

学而时习——

IP化游学物料，连接研学产品“筋骨”

如果说行程路线及研学课程是研学产品的“骨”，那么IP游学物料就是研学产品的“筋”。

我们策划了大量IP定制物料，一是常规的旅行装备（如马甲、背包、帽子），将神兽顶呱呱的麒麟角设计在帽子上，顶呱呱的尾巴设计在马甲背面，顶呱呱的Q版形象设计在背包正面，均以顶呱呱的主色调绿色统一颜色，3件穿搭齐备，游学营团员们不管行走在任何景区，都是亮丽的风景；二是任务卡、大小考试卷等，通过每日发放任务卡，还原《山西寻宝记》书中重要线索“金简”，解谜任务卡内容，引导孩子们了解第二天行程安排，中段发放小考试卷，巩固知识，激发孩子的探索欲；三是知识手册、邀请函、愿望卡、寻宝币等，能帮助家长和孩子在行前、营内及结营后进行预习和总结等。

当以上极具“大中华寻宝系列”IP特色的物料一一呈现在游学营孩子面前的时候，我们得到的反馈是“充满惊喜”4个字，不但能在旅行中每天使用，增加IP化的仪式感，更能在IP化道具中沉浸式体验书中内容，学而时习，让旅行不再是“上车睡觉，下车讲解”。

旅途虽远——

“始”于IP流量热度，“终”于研学产品服务

在行程路线、研学课程、IP物料形成了可复制模式后，会发现“人”才是研学产品最为关键的对象。每一位报名游学营的团员，他们多数“始”于“大中华寻宝系列”这一IP的流量热度，“终”于研学产品的服务。

《广东寻宝记》游学营中，我们继续优化研学产品的预习、复习与总结板块，比如每天布置研学作业，要求每个孩子提交河源恐龙博物馆古生物研学笔记、长隆野生动物园自然生物研学笔记等。同时，在游学营中，孩子们能够适应团体生活，独立处理问题，结交新的朋友，学会与人分享……这也是综合素质全面提升的体现。

每天的行程中，我们都会认真倾听每个人提出的意见，及时作出调整，尽可能满足家长和孩子、地域和年龄的各种不同需求。

行则将至——

系列营销活动推广，刺激研学产品话题传播

酒香也怕巷子深，策划得再好的研学产品，也离不开营销推广的加持。为持续推广“顶呱呱游学”品牌，我们举办了一系列大型推广活动。6月底，我们与山西太原新华书店联合举办《山西寻宝记》游学营启动仪式，在山西省图书馆少儿馆与300余人共同体验了一场文化盛宴。7月底，山西旅游发展大会盛大启幕，《山西寻宝记》主题展览亮相，通过一系列精心设计的互动环节和沉浸式展览，从云冈石窟的佛国秘境到平遥古城的商贾繁华，让读者仿佛置身于一部历史探险小说中。“大中华寻宝记”文创产品的热销也成为一大亮点，顶呱呱玩偶、亮晶晶毛绒挎包、顶呱呱笔记本、神兽卡牌等一经推出便迅速售罄，供不应求。

8月，南国书香节期间，《广东寻宝记》游学营来到了新书《吉林寻宝记》首发现场，与作者孙家裕现场互动，开展了一场别开生面的结营仪式。随着《吉林寻宝记》新书上市，将于寒假前发布《吉林寻宝记》游学营，带领孩子们游长白山、观查干湖，体验不一样的冬季之旅，该预告在活动现场一经发出，家长们便纷纷前来咨询，表示要给孩子报名。

暑假期间，“大中华寻宝记”游学营的孩子身着旅行装备，穿梭在山西、广东的各大著名景区。我们在自媒体账号进行全网宣发，百万级账号每周发布信息扩散至大量忠实粉丝，同步联合全国各地实体书店及网店，在四川、吉林、辽宁、江西等多个省份的微信公众号、小红书、抖音等账号进行大面积推广，引发话题广泛传播，提高了图书的复购率，收到了良好的反响与支持。

如今，IP已逐渐成为热门话题，国内原创IP的发展备受瞩目。随着“大中华寻宝系列”销量突破7800万册，该IP的发展早已不止于图书的销售，旗下同名动画剧集第一季在央视少儿频道播放量多日排名第一，衍生音频产品在喜马拉雅、口袋故事等播放量破亿，衍生文创品牌“顶呱呱文创”已发布100余款产品，衍生游学品牌“顶呱呱游学”发展出山西、广东、吉林等多个产品，授权案例包含中国银行联名借记卡、上海凯悦酒店主题房等。下一步，我们还将授权签约动画剧集第二季、同名动画大电影等项目，不断拓宽IP产业边界。

（作者单位：二十一世纪出版社集团）

智能书柜在青岛设置近600处

让优质阅读资源智能化便利化

□本报记者 李美霖

在信息时代，全民阅读的实现形式不断创新与拓展。青岛出版集团旗下青岛书来书网文化科技有限公司推出的智能书柜，正以独特的方式融入青岛市民的生活，推动着市民阅读习惯的养成和文化的广泛传播。

从2017年开始，青岛市社区书屋、智慧书亭项目已在地铁站、火车站、机场、街道社区、商业楼宇、农村振兴示范点、新时代精神文明示范区等人流量密集的公共场所布局。目前，该项目投入使用50处社区书屋、370个智慧书亭，提供35万册通借通还的纸质图书资源和10万册电子书资源。这一微型可移动图书借阅设备，具有借书、还书、续借、预借、查询等图书馆基本的服务功能，同时打破了时间和空间的界限，解决了图书馆（校园图书馆、单位阅览室、农家书屋等）室内场所位置远、服务时间短的局限，让智能微型图书馆真正走到学生身边、社区居民身边，从而提升智能微型图书馆服务性，实现图书借还的智能化、自助化、网络化和便利化。

智慧阅读新模式

近日，《中国新闻出版广电报》记者在青岛出版集团办公大楼体验了智能书柜。其外观设计简约而不失现代感，坚固的柜体与透明的玻璃橱窗相得益彰，内部整齐排列的各类书籍一目了然。操作界面清晰直观，易于操作。经过深入了解，记者发现智能书柜不仅借书流程便捷高效，还凭借其先进的技术，实现了图书推荐、阅读排行榜等，能够为读者提供极具个性化的阅读服务，满足不同读者的多元需求。

青岛书来书网文化科技有限公司总经理刘锐告诉记者，书来书网定位就是做阅读推广的专业运营公司。他们通过自助借阅书柜和城市书房推动全民阅读活动不断深入，从公共场所逐渐往学校、机关、部队、企业等延伸，形成了在全国有影响力的全民阅读“青岛模式”。智能书柜目前在青岛市域内设置了近600处，其中图书数量超2万册，比一般区县图书馆还要大。

在青岛市委宣传部的指导下，智慧书亭和社区书房围绕提高市民阅读便利性、个性化服务、文化传承与工艺美学的结合展开，不仅为青岛市民提供了24小时的借阅服务，还通过技术创新和个性化服务，提高了阅读的便利性，同时也为青岛市图书馆的智慧化转型和文化传承作出了重要贡献。

提及发展历程，刘锐表示，智能书柜创意起源于无人零售的概念，经历了从无人零售智能货柜到智能图书柜的转变，后经过一系列的市场调研，发现RFID技术（射频识别技术）在图书馆的应用逐渐成熟，去中心化分布式的微型图书馆成为发展趋势。

通过RFID技术实现图书的智能化管理，不仅能提高对书柜的管理效率，还可以通过数据分析为读者提供个性化的阅读推荐。此外，智能书柜的发展也体现了科技与文化的融合，如通过科学分析归类和精准服务，满足了不同读者的阅读需求，营造了浓厚的阅读氛围。

文化下沉抵基层

为了让优质文化资源能够真正覆盖到基层的每一个角落，青岛市委宣传部、市文旅局、市总工会、市退役军人事务局、市委政法委、市园林和林业局、崂山区教体局（试点）与各级政府部门、社会组织通力合作，通过深入调研，精准把握基层群众的文化需求，有针对性地配备各类图书资源，在机场、地铁、火车站、学校、社区、机关、企业等场所及市民活动中心、重点工程项目现场配备24小时免费自助借阅书籍的智慧书亭，让市民在休闲娱乐、上下班途中就可以通过微信扫码自助借书、还书和买书，满足市民利用碎片时间深度阅读的需求。

在这一理念下打造的“24小时微型图书馆”，是校园图书馆和校园书店在时间和空间上的延伸，有占地小、易于管理的特点，可放置于校园教学楼、宿舍等地点的不同楼层，以点带面，覆盖整个区域，灵活分配图书，随借随还，与学校RFID智慧图书馆云平台系统互联互通，实现图书数据管理的统一性、集中性与一体性，将图书馆与各智能书柜之间的资源共享。

此外，以互联网、大数据技术为支撑，为幼儿园提供综合阅读方案，协同在线教育、定制出版、新零售等业务，书来书网打造出幼儿园智慧阅读项目，为幼儿园投放智能书柜和精装绘本，破解幼儿家长“买书贵、借书难”问题。

青岛是著名的“海军城”，已实现全国双拥模范城“九连冠”。青岛市退役军人事务局创新拥军模式，实施文化拥军，服务“书香军营”建设，从2020年开始，为70多个基层连队配备拥军智能书柜，建成多个综合多功能学习室，进一步丰富官兵精神文化生活。

沉浸阅读引潮流

随着科技的不断进步和社会的持续发展，智能书柜展现出广阔的发展前景。一方面，技术的迭代升级将为智能书柜带来更强大的功能和更优质的用户体验。例如，增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等技术的应用，有望为读者营造更加沉浸式的阅读环境。另一方面，智能书柜的布局将更加广泛和合理。不仅在城市的繁华地段，还将深入社区、工业园区、旅游景区等场所，让阅读真正融入人们生活的每一个环节。

为企业打造的智慧职工书亭和智慧职工书屋，提供智慧阅读服务，提升了读者借还书效率，同时也方便职工在办公、宿舍等区域借阅图书，让书香覆盖企业的每个角落。

智能书柜作为图书馆业务的延伸，布置在党校的领导干部学员宿舍区等地方，24小时方便学员线上或者线下订购图书。党员干部通过扫码进入图书馆线上平台，线上丰富的图书可以查询和下单。

“书来书网智能书柜有望与其他文化设施和服务形成协同效应，共同构建一个更加完善的公共文化服务体系。通过与图书馆、书店、文化活动中心等的合作，实现资源共享、优势互补，为全民阅读提供更全面的支持。”刘锐说，在未来的发展中，书来书网智能书柜将继续发挥其创新引领作用，为推动全民阅读、促进文化繁荣贡献更大的力量。

本报记者李美霖体验智能书柜。 本报记者 章红雨 摄