

★2024年10月14日
★星期一
★第8308期
★今日8版

中国新闻出版广电报



★国内统一连续出版物号
CN 11-0293
★邮发代号1-50
★国外代号D-21

报中报 媒中媒
欢迎扫码订报(中国新闻出版广电报)



◎国家新闻出版署主管 ◎中国新闻出版传媒集团主办 ◎中国新闻出版报社出版

李书磊集体会见出席第六届世界媒体峰会代表

新华社北京10月12日电 (记者孙奕) 10月12日,中共中央政治局委员、中宣部部长李书磊在京集体会见出席第六届世界媒体峰会

代表。李书磊表示,2021年,习近平主席向第四届世界媒体峰会致贺信。三年来,峰会影响力持续提升。媒

体是促进民心相通的桥梁纽带,希望各国媒体深入了解中国,讲好中国携手各方共同繁荣发展的故事。塔斯社、半岛媒体集团、美联

社、匈牙利ATV集团等13家国际主流媒体机构负责人参加会见并表示,期待通过媒体交流为世界繁荣发展凝聚共识、贡献力量。

首届中国广播电视精品创作大会开幕

新华社北京10月11日电 (记者王鹏) 首届中国广播电视精品创作大会开幕式暨主论坛11日上午在京举行。本届大会聚焦“书写伟大时代 精品奉献人民”主题,展现广播电视精品创作的丰硕成果,推动全国广播电视行业深入实施“新

时代精品工程”和实现高质量发展,不断丰富广大人民群众精神文化生活。

主论坛上,围绕“更多精品、更广传播、更佳体验”主题,行业主管部门、广播电视机构、网络视听平台、影视制作机构代表及文艺创

作者、文艺评论家进行了主题演讲。

此外,大会发布《中国广播电视全媒体发展报告》《2023—2024广播电视大屏收视数据报告》,对全国广播电视工作发生的显著变化进行梳理,还发布了2023年“视听中国全球播映”优秀作品、入围作品和

优秀推广机构评选结果。

据悉,本届大会由国家广播电视总局、北京市人民政府主办,将持续至13日,除开幕式暨主论坛,还举行12场平行论坛和9场配套活动。大会共吸引全国1000多家业界机构、5000多名行业代表深度参与。

各类精彩创意点燃2024天府书展——

邂逅书展上的限时惊喜

□本报见习记者 朱小苗 文/摄

“这里还有章呢!”10月12日,成都世纪城新国际会展中心,穿着马面裙的夏复兴奋地排在了“阅读到家”体验空间等待盖章的队伍中。她告诉《中国新闻出版广电报》记者,今天打算趁着人少的时候迅速把各个展位的章都给集齐,明天再仔细逛书展。“也算是提前给明天逛展踩点了。”她笑着说。

夏复的兴奋并非个例。在2024天府书展现场,到各个展区前完成活动盖章已然成为许多读者的一大乐趣。随处可见读者们拿着本子或卡纸,耐心地等待着盖章。天府书展限定的熊猫章、动漫《步天歌》的人物形象章、6个印章共同套印成的财神章……款式各异的上百枚印章被读者们一一收藏,成为他们参展的独特记忆。

作为当日最早来到会场的读者之一,李艺莹向记者分享了她热爱天府书展的原因:“我很喜欢书展上各种各样的活动和场景。”她热情地说:“这让我感觉自己真的在与书展互动,否则在线上云展逛展也没什么区别。这里总是有许多限时的惊喜,让人充满期待。”

书展上的各类惊喜创意总是与书紧密相关。“这本书上的图好多好漂亮,我能不能买一本啊?”在智慧阅读展区,9岁的廖希小朋友指着大屏幕上的《辽宁省博物馆》眼巴巴地问妈妈,她的手在摆弄着大书的展台上轻轻一挥,对面的互动大屏上也随之翻页,显现出对应的文物形象。旁边围观的小伙伴们一阵阵地齐声捧场。

“我们这个展台运用了体感技术,将‘中国博物馆全书’系列图书芯片进行立体化呈现,只要将特制的书放在展台上,便能实现隔空



2024天府书展现场,孩子们正在智慧阅读展区的“博物馆主题图书互动沉浸式阅读”体验区隔空翻阅。

翻阅,更有配套的声画内容在现场数字大屏上同步播放,通过将虚拟与现实结合,为逛展的小朋友打造沉浸式的阅读体验。”智慧阅读展区负责人袁梓圻介绍:“‘中国博物馆全书’是文轩在线旗下品牌‘远航文化’联合华中科技大学出版社旗下品牌‘有书至美’打造的爆款图书,上市4个月销售超37万册,销售码洋超3700万元,收获了年轻读者的广泛认可与良好的市场反响。今天来打卡的小读者也非常多。”

“我们上个月刚成立文创部专门进行相关开发,现在主要就是做李雷和韩梅梅这个脱胎于我们教材的

热门IP。”人民教育出版社现场工作人员向记者介绍。人教社的展区外立起了李雷和韩梅梅形象的巨型立牌,打卡的读者络绎不绝。“终于看见了我爸小时候的‘同学’李雷和韩梅梅了。”在四川读大学的河南小伙王嘉齐说道,他开心地伸手在李雷旁边比了个耶。

“我是专门来给学艺术的孩子买签名画册的。”读者吴敏告诉记者。海南出版社此次直接将自己主推的《封神》《山海经》两本画册的作者请到现场,为每一位买了画册的读者进行现场签绘。工作人员还告诉记者,他们这次带来的文创产品大

部分是围绕这两本书进行开发的,此外还专门定制了一套《山海经》奇兽的印章供喜欢打卡的朋友收集。

“你们可以看看这个,我们社是专做戴敦邦文创系列开发的。”外文出版社的赵瑾瑜向记者热情推荐了戴敦邦的《红楼梦》版画作品。她说道,外文社在《红楼梦》的开发上是很有经验的,戴敦邦40多年前为外文出版社英译本《红楼梦》绘制的全套经典插图49张,其中12张插图从未出版,现在他们把这些图做成了版画作品、台历、立牌等各种形式进行推广。(下转02版)

广东举办文化强省建设研讨活动

本报讯 (记者徐平 通讯员岳轩) 10月9日,由广东省委宣传部、广东省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心主办,南方报业传媒集团等单位协办的习近平新时代中国特色社会主义思想与广东实践研讨会·文化强省建设论坛在珠海举行。

本次研讨会设主论坛、青年学者论坛,主题是“深入学习贯彻习近平文化思想,深化文化体制机制改革,扎实推进文化强省建设,努力交出‘两个文明’好的答卷”。12位专家作主旨发言,从加强社会主义精神文明建设、传承发展岭南文化、加快发展文化领域新质生产力、加强红色资源保护利用、优化文化服务和产品供给机制等方面展开深入研讨,为广东加快建设更高水平的文化强省和展示中华民族现代文明的重要窗口建言献策。

广东省作家协会文学部主任魏微表示,30年前,广东生产了《情满珠江》《打工妹》《雅马哈鱼档》等影视文学作品,充满岭南元素,极具时代特色,成为当时的爆款。文学和影视创作都需要耐心,《我的阿勒泰》在“出圈”之前,李娟在圈里火了十年,但是圈外人基本不知道她。王家卫在10年前就买了《繁花》的版权,经过长时间的打磨才能成就精品。

“湾区不缺好故事,创作好的文学作品需要时间,从文学作品转化成影视作品也需要时间。”魏微说。

河南日报社为银发族上线“老有意思啦”矩阵

本报讯 (记者吴明娟) 企业职工退休前的一堆证明,该去哪里办理?退休后的闲暇时光能学点什么?想去悠闲度假,哪个康养基地最合适?从联谊交友,到在线老年教育、中老年文娱、老年旅游线路、老年私域电商……用户只需@“老有意思啦”,足不出户即可一手掌握海量信息。

10月11日,由河南日报社打造的优质养老资讯集散地——“老有意思啦”正式上线。这是河南日报社聚焦养老领域,围绕“银发人”新需求打造的养老产业媒体矩阵。“老有意思啦”搭建了“两报两频道三方矩阵”小程序,在《大河报》《河南商报》分别打造集新闻资讯、健康养生、文化娱乐、生活服务于一体的“老有意思啦”专刊和“顶端老人”周刊,在大河报·豫视频APP、顶端新闻APP同步开设“老有意思啦”频道,在手机端开设“老有意思啦”视频号、头条号、微信公众号、抖音号、小程序。

据介绍,河南日报社“老有意思啦”通过打造养老产业媒体矩阵,激活“媒体主建”能力,从而实现养老行业资源链接,深度介入银发经济。此外,还将筹建河南养老产业发展研究中心,联合党政机关和头部企业开展养老产业前瞻性研究、产业化应用研究,全面整合打造大健康与养老产业发展解决方案。

“清朗·规范网络语言文字使用”专项行动开展

新华社北京10月11日电 记者11日从中央网信办获悉,为整治网上国家通用语言文字不规范使用乱象,塑造有利于未成年人健康成长的网络环境和育人生态,中央网信办、教育部近日印发通知,部署开展“清朗·规范网络语言文字使用”专项行动。

专项行动聚焦部分网站平台在热搜榜单、首页首屏、发现精选等重点环节呈现的语言文字不规范、不文明现象,重点整治歪曲音、形、义,编造网络黑话烂梗,滥用隐晦表达等突出问题。

专项行动要求,各地网信、教育部门要强化协同联动,形成依法管理和正面引导合力,坚持问题导向,聚焦群众反映集中的问题,聚焦未成年人等特殊群体权益保护,畅通举报渠道,集中清理不规范、不文明网络语言文字相关信息,严格落实整治任务。鼓励各地结合工作实际,加强语言文字相关法律法规科普宣传,倡导文明用语用字,营造全社会重视和参与的良好氛围。

今日看点

新时代提升国际传播能力面临的挑战与应对策略

04 探索

中国电商主播大赛首设图书直播赛道

20支团队解锁“高言值”的吸粉路径

□本报记者 张福财

“身材不高大,气场却有两米,这就是我们的一代文豪鲁迅先生,他用激昂的文字书写时代,用不屈的精神引领今天的我们。”近日,在福州收官的2024中国电商主播大赛·图书直播邀请赛总决赛上,选手们推介着手中好书。这是中国电商主播大赛首次创新开设图书直播赛道。

来自18家出版社、发行单位的20支直播团队齐聚决赛现场。“大中华寻宝记”“全球通史”……各队在比赛中推荐了不少“当家好书”,他们结合当下热点,用生动鲜活、直抵人心的解读博得满堂喝彩。他们没有选择“叫卖式”直播方式,更不是将流量视为唯一

的成功密码,而是通过优质内容的挖掘与输出、宝藏图书的解读与推荐,展示图书直播营销的不同视角,打破同质化内容生产链条,解锁“高言值”的吸粉、固粉路径。

“我们筹备这场图书直播赛事的初衷是希望能‘以赛促培’‘以赛促融’‘以赛促建’,希望能够发掘一批有文化、懂图书、会选品、擅直播的高素质图书电商营销人才。”海峡出版发行集团副总经理何强说,时代充满了创新与变革,电商经济赋能各行各业,也拓展了图书营销的市场边界,创造了更多元的文化消费场景。

其间,主办方实时跟踪并组织制定

化的线上培训,为参赛人员提供多维度的图书电商营销知识。进入决赛的20支队伍还进行了线下集中培训、直播实操比拼等,为选手提供更加专业化的指导。

“本次大赛于我们出版社直播团队而言,可以说是一次工作的总结;于我们个人而言,是以赛促发展的好机会,也让我们团队对图书直播有了更多新认识,也结交了不少图书行业的朋友共同探讨图书营销的新方式。”来自机械工业出版社的“百万传奇”战队拔得头筹,该队主播梁露向记者分享她的参赛感受。

“新一代的发行人,在文化传播和

文化建设方面作出的努力可以说是精彩纷呈。”中国书刊发行行业协会理事长艾立民在现场表示,这次活动兼具竞争性、知识性和观赏性,可以看出,出版行业的队伍在不断地学习新媒体、掌握新媒体,在传播能力建设上前进了一大步。他认为,大赛对于推动图书直播行业朝着文化传播的路径高质量发展、打造新时代传播优秀文化的生力军起到积极促进作用。

据了解,本次邀请赛自开赛以来,在全网各平台吸引超过1000万人次关注,比赛第一天20支直播团队1小时实战图书直播带货GMV(商品交易总额)达到108万元,决赛当晚现场直播全网观赛人次近700万。