CHINA PRESS PUBLICATION RADIO FILM AND TELEVISION JOURNAL

中国新闻出版廣電報

★2025年1月9日
★星期四
★第8370期
★今日100版

★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
欢迎扫码订阅《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

2025北京图书订货会今日开幕

本报讯　**（见习记者蒲添）**1月9日，以“培育新质生产力　推动行业高质量发展”为主题的2025北京图书订货会在中国国际展览中心（朝阳馆）开幕。今年是第37届北京图书订货会，首次增设文创展区，以期增强读者的参与感和体验感，彰显出版行业在跨界合作和创新上的积极探索。

《中国新闻出版广电报》记者从北京图书订货会组委会获悉，本届订货会已安排2900多个展台，数量超过去年；展览面积5万平方米，设立8个展馆，展会期间预计展示40万种图书。按参展单位类别，划分为省团展区，集团展区，社科、科技、少儿、文教等专业图书展区，中央部委出版社联合体展区，民营书业联合体展区，馆配图书展区，港澳台展区以及数字与相关产业展区等。

组委会精心策划了一系列丰富多彩的主题活动，场内外活动达400余场，包括出版发行营销创新交流会、订货会论坛、中国出版发展报告会等，深度分析出版发行领域的现状与发展趋势，并发布2023—2024年出版产业最新报告、年度中国图书零售市场报告、出版行业上市公司数字化价值投资报告等信息，进一步发挥行业风向标作用。

向新图强，千字当头。以“培育新质生产力　推动行业高质量发展”为主题，“中国出版风向标”走进2025。本报今日推出——

北京图书订货会特刊

（T01—T96）

1号馆前广场设立的全国出版成果展示廊，精神文明建设“五个一工程”、中国出版政府奖、中华优秀出版物奖等获奖图书集中展示。此外，形式多样的重点文化活动在场内外举办，包括儿童阅读论坛、爱不落下·第四届生命健康文化高峰论坛、高等教育教材行业合作大会、馆社店高层论坛、全民阅读“红沙发”系列访谈等品牌活动。

订货会期间，分会场活动也将全面展开，北京图书大厦、国图书店砖窑里店、中国书店、北京外研书店、钟书阁等多家实体书店参与，统一设置活动标识，形成实时联动。通过新书发布会、阅读分享会、古籍修复体验活动等丰富多彩的阅读活动，为读者们带来一场精彩纷呈的阅读盛宴。

本届北京图书订货会由中国出版协会和中国书刊发行业协会主办，北京盛会文化交流有限公司承办。

专家建言少儿出版 “筑经典 启未来”

本报讯　**（见习记者蒲添）**1月7日，2025北京图书订货会儿童阅读论坛在京举办。论坛以“筑经典　启未来”为主题，围绕少儿出版的融合创新、少年儿童分级阅读等行业热点话题进行讨论，共谋少儿出版高质量发展的新路径。

中国出版协会理事长邬书林在致辞中表示，在数字化技术快速发展的背景下，少儿阅读方式、内容和环境都在变化，如何适应新时代需求、推动阅读事业高质量发展成为重要课题。他说，要坚持内容为王，提升出版物质量和水平；要积极拥抱数字化技术，打造适合儿童的数字化产品；要加强合作与交流，实现资源共享、优势互补。他同时强调，少儿阅读是全社会的责任，需政府、企业、学校、家庭等共同努力，为孩子打造一个健康、丰富、多元的阅读生态。

中国出版协会全民阅读工作委员会主任聂震宁在论坛上作《如何提高阅读力》主旨演讲。他表示，出版业、发行业加强科技书籍推广，可以帮助青少年全面阅读，让他们不仅热爱文学之美，还能爱上科学知识，并通过全面阅读实现立德树人。

在专题演讲环节中，安徽少年儿童出版社总编辑欧阳春、大象出版社副总编辑孟建华、希望出版社获奖作品责任编辑张保弟分享了在少儿出版工作中的心得和经验。

中国书刊发行业协会少儿分级阅读标准研制与应用实验室主任常汝吉介绍了国内童书销售的现状，分析了目前童书零售市场的特征，并重点解读了国家关于分级阅读的政策以及《3到8岁儿童分级阅读指导》团体标准等。

本次论坛由中国出版协会、中国书刊发行业协会主办，中国出版协会全民阅读工作委员会协办，北京书友之家文化交流有限公司承办。

这张北京文化新名片不仅融入市民日常，还走向全国多个城市——

“旧书新知”：探索阅读的“长尾效应”

□本报记者　李婧璇　商小舟

新视点

中轴线上，报国寺、钟鼓楼“一南一北”两大常态化旧书市集，吸引百万余人次参与；2024年新春文化庙会，“淘旧书，品书香”的春节新民俗带给读者别样体验；旧书交换活动开展近500场，形成以旧书为媒的邻里新社交模式……经过一年多的探索，北京市精心培育的“旧书新知”品牌已日渐融入市民的日常生活，为北京再添文化新名片。

“让旧书找到新知己，从旧书获取新知识。”在这句标语逐渐深入人心的同时，我们看到，承载着岁月时光的旧书与跳动着时代脉搏的新知互为呼应，让旧书焕发新生，让新知照亮未来。

“旧书新知”活动先后走进北京大学、中国人民大学等高校。图为2024年4月活动来到中国人民大学。　本报记者　商小舟　摄

建立机制：保障旧书业务有序发展

依托“旧书新知”品牌，激发旧书市场主体积极性，北京市出台若干措施，明晰政策建机制，保障旧书业务有序发展。

在《关于繁荣北京旧书市场的工作方案》中，北京市确定“旧书新知”主题，推出五大平台联动的17项具体举措，组建“北京市古旧图书业务专家库”，组织50多家市、区党政机关向基层捐赠旧书，持续推动各项措施落地见效。

区级联动，细化实施机制。如东城区出台《北京市东城区繁荣新时代旧书市场的若干措施》，旨在促进旧书市场上下游有效链接，明确协同发展的四大举措；西城区建立区域循环收换书网络，推动旧书规模化、专业化运营；海淀区与属地高校、科研院所建立绿色共享、知识分享的常态化互动机制和交流平台；朝阳区、通州区、昌平区等将旧书业务作为区级书店扶持的重要考量。

此外，北京市还将旧书业务纳入市、区实体书店扶持范围。2024年，北京市级奖励规模达1100余万元，引导旧书服务网络持续拓展优化，涌现出如孔网文化书店、布衣书局等一批旧书业务有规模、有特色、有规划、有亮点、有创新的优质民营书店，为旧书行业发展注入新鲜力量。

“旧书新知”推动了旧书交易网络的发展，旧书交易市场取得新的突破，线上线下旧书交易体系持续壮大。2024年，孔夫子旧书网新增用户数230万，注册新开书店书摊2.8万个，APP月活用户100万，古旧书年交易3200万件商品，交易额达12亿元，业务覆盖全国。中国书店作为国内最大的古旧书实体店，线下门店展销旧书14.9万种，年营收约7126.80万元。此外，其线上平台共开展文化讲座、直播带货、直播拍卖超过900场次，共销售1130.75万元，同比增长56.85%，品牌影响力不断提升。

搭建平台：让旧书回归流通体系

很多读者发现，今天走进北京图书大厦、王府井书店等实体书店，都能从“旧书新知”专区淘到心仪之书。

过去一年，“旧书新知”立足北京全市阅读空间资源，形成了较为完备的实体网络。发挥实体书店多、旧书业务起步早的优势，2024年，北京市434家实体书店增设“旧书新知”专区，194家实体书店提供旧书回收服务，登记在售旧书达80余万册，完善了线下场景的旧书流通服务网络搭建。

多措并举推动“旧书新知”系列活动常态化、动态化开展，让越来越多的好书得以流通，知识实现循环共享，资源得到节约利用。（下转02版）

长江文化国际传播中心在武汉揭牌

本报讯　**（记者汤广花）**长江文化国际传播中心近日在武汉揭牌成立。该中心由湖北省委宣传部、人民网、三峡集团、湖北省社会科学院联合发起成立，依托长江文化研究院组建，将通过主流媒体、跨国企业、新型智库相互配合、协同发力，深度发掘长江文化的独特魅力和时代价值，全面提升长江文化的国际传播效能。

据了解，近年来，湖北着力打造长江文化品牌，加快构筑长江文化高地。长江文化国际传播中心及其所依托的长江文化研究院，将作为重要载体和平台，在推进历史文化遗产保护传承和活化利用、加强长江文明溯源研究和传播展示、讲好新时代长江故事上贡献力量。

人民网董事长、总裁，长江文化研究院常务副理事长叶蓁蓁表示，人民网将做好媒体宣传，讲好长江文化故事；做好国际传播，提升长江文化影响力；加强文化交流，深化合作与互鉴；做好人工智能赋能，创新传播方式。

长江文化研究院院长、长江文化国际传播中心主任黄学龙表示，要探索协同创新平台新型管理体制和运行机制，立足服务国内外长江文化研究专家学者，尝试将学术研究与传播展示有机结合，聚焦集纳传播全流域保护传承弘扬长江文化的新闻报道、工作进展、研究成果、文艺精品。当前，长江文化国际传播中心将抓住“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”申遗成功的有利契机，联动长江全流域，向世界传播春节蕴含的中国精神、中国价值、中国力量。

甘肃甘南藏族自治州成立国际传播中心

本报讯　**（记者田野）**1月7日，甘肃省甘南藏族自治州国际传播中心揭牌仪式暨国际传播能力建设座谈会在甘南州融媒体中心举行。

甘肃省委宣传部副部长夏晓勤与甘南州委书记何谋保共同为新成立的甘南国际传播中心揭牌。

“甘南国际传播中心的揭牌成立，不仅是全面提升国际传播效能的重要举措，更是展示甘南形象、传播甘南声音、讲述甘南故事的具体实践。”甘南州委常委、宣传部部长杨东平说，甘南将以此为契机，积极推动对外传播理念、方式、载体创新，加快构建互联互通、内外发力的国际传播矩阵，全面打造覆盖广泛、精准高效的海外传播格局，并在相关海外社交平台开通运营甘南官方账号，生动展示甘南大地的自然之美、人文之美、和谐之美、发展之美，大力弘扬这片热土的民族文化、传统文化、历史文化、红色文化。

甘南国际传播中心将由甘南州融媒体中心具体承担其核心任务，以“中国心、民族风、甘南味、国际范、创新派”为基本风格定位。

纪录片《田野之上》向全球发布

本报讯　**（记者李雪昆）**1月7日，纪录片《田野之上》全球发布仪式在北京举行。该片由解读中国工作室、腾讯视频、上海广播电视台、福建省广播影视集团和学习出版社共同出品，上海广播电视台真实传媒有限公司承制。

该片聚焦乡村振兴主题，深入探访中国近百个村庄，通过3年的深入调研和拍摄，真实记录中国乡村振兴的人物故事，立体展示乡村振兴实践中的新做法、新经验、新成果。

与会嘉宾表示，该片既是一把标尺，标记着今日中国乡村振兴发展的刻度；也是一座桥梁，将我们与土地重新连接，再度激活埋藏在心底对大地的炽热深情。

据悉，2024年12月7日，《田野之上》（国际版）在美国国家地理频道播出。1月7日起，该片陆续在东方卫视、东南卫视、腾讯视频等主流媒体和新媒体平台播出，学习出版社同步推出纪录片相关音像制品。

中国新闻出版广电报微信公众号　中国新闻出版广电报新浪官方微博

■中国新闻出版广电网 www.chinaxwcb.com　■本版邮箱：zgxwcbb@163.com　■本版热线：(010)87329669　■责编：雷萌　■版式：乔磊　■责校：魏铼