

深圳出版集团党委书记、董事长唐汉隆：

# 建设公共属性与商业运营兼具的文化产业集团

□本报记者 徐平

## 2025 新年新打算

“深耕大型书城业态，打造新一代城市文化综合体，高标准建设文化地标。加强公园书吧、地铁书吧、高校书吧等新型阅读空间生态建设，布局多元阅读文化空间产品线。做优做精内容生产，出版一批精品力作，持续提升‘出版深军’传播力影响力。”深圳出版集团有限公司党委书记、董事长唐汉隆日前在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示，集团在新的一年里要将习近平文化思想的理论光芒转化为实际行动，致力于建成集出版主业、阅读空间、知识服务、阅读服务于一体的兼具公共属性与市场商业运营的文化产业集团。

### 打造新一代城市文化综合体

深圳出版集团打造的第七座大型书城“湾区之眼”（深圳书城湾区城）已于2024年12月全面竣工，并计划在2025年年中开业运营。唐汉隆介绍，从1996年深圳的第一座大型书城深圳书城罗湖城到如今的“湾区之眼”，集团的书城业态紧跟阅读生态的发展变化，不断创新阅读场景、提升阅读体验、拓展阅读服务。

在建筑外观设计上，这座书城以“双玉盘”为设计理念，形似“双目”，故被称为“湾区之眼”。唐汉隆介绍，“湾区之

眼”寓意着湾区文化发展的着眼之处、点睛之笔，以充沛的文化活力和创意张力打开眼界、拥抱世界、走向未来。

深圳书城湾区城以“文化+公园”思路打造漫步式全生态文化公园，并集“文化+科技”“文化+旅游”“文化+艺术”“文化+创意”四大多元主题融合业态，带来全面超越传统书城的文化体验。

“以深圳书城湾区城项目建设为契机，打造新一代城市文化综合体。”唐汉隆表示，深圳出版集团将借助科技赋能多元复合阅读空间体验，从规划设计、业态布局到融合运营实现全方位创新升级，打造全新品牌IP，构建智能化会员运营体系，打造沉浸式数字化体验场景，建设满足市民新型文化消费需求的“智慧书城”。

### 出版主业与阅读推广双线发力

“立足深圳特色，打造城市文化产业集团品牌。”唐汉隆介绍，新的一年，深圳出版集团要围绕进一步提升深圳出版国际国内的品牌传播力影响力，增强内容出版市场化竞争优势，深耕赓续深港文脉、科创科普科幻、法语文学、青春少儿读物四大产品线，策划出版深圳经济特区建立45周年的主题图书，努力讲好深圳故事、中国故事。“2025年，将大力引进市场化专业领军人才，健全提升编辑队伍专业水平和资源开拓能力，完善青年人才培养机制。”唐汉隆说。

“深化全民阅读活动，持续巩固提升深圳全民阅读的引领示范作用。”唐汉隆



表示，今年，集团要继续承办好深圳读书月、深圳书展，深化深港共读、深港共读，推动深圳读书月走出国门，扩大品牌国际影响力，精准对接“百县千镇万村高质量发展工程”，推动深圳读书月走进乡镇、走近百姓，让优质文化服务触手可及。

“将阅读服务下沉基层，通过下沉市场扩大渠道覆盖面，拓展书业增量市场，精准实现阅读的供给与需求匹配。”唐汉隆告诉记者，深圳出版集团要在2025年加强创意策划、整合资源，做强具有深圳特色的城市书展品牌，逐步实现深圳书展在市场化、全民化方面独树一帜。持续推进全民阅读网站建设，打造大书城、小书吧体系，围绕“十分钟阅读圈”开拓公园

书吧、地铁书吧、高校书吧、外文书店等多元阅读文化空间产品线，进一步提升全民阅读的便利性。

### 改革助推文化产业集团建设

2025年，是国企改革深化提升行动（“新三年行动”）的收官之年。深圳出版集团作为一家文化产业集团，在文化产业高质量发展的浪潮中，自觉把改革摆在更加突出的位置，提前谋划“十五五”发展思路，围绕“促消费”“增活力”主动发力，做好“拓增长、觅蓝海、强内功”的文章。

唐汉隆表示，集团要顺应产业高质量发展趋势，全面打造精品内容，提升市场竞争力，汇聚行业精品资源，探索内容出版精品创作新机制，满足新时代精神文化产品的市场需求；顺应“兴趣消费”趋势，探索与客群成熟、自带流量的线上渠道品牌开展深度合作，将品牌自带的流量引入线下实体；顺应消费习惯由“到店消费”向“到家+到店消费”转变趋势，加大力度布局即时零售增长赛道，推动消费突破时间、空间限制，优化用户消费体验，打造“数实融合”的新场景、新模式。

在企业出海的背景下，文化产业消费客群也将不只瞄准国内。唐汉隆认为，深圳出版集团要充分发挥差异化业态优势，塑造“游客必逛”的文化地标形象，挖掘游客消费增量，乃至依托境外游客口碑、社交媒体“种草”，提升集团阅读空间业态的全球吸引力。

### ■时讯

## 《赫胥黎·天演论·手抄本》新书发布

本报讯（记者张福财）时值严复诞辰171周年、《天演论》译成130周年、《物种原始》出版105周年之际，由海峽书局主办的《赫胥黎·天演论·手抄本》新书发布会暨进化论思想影响研讨会近日在京举行。

专家认为，进化论是生命科学的基础性理论，深刻影响了哲学、社会科学、文化、意识形态等多个领域。重温进化论，对于推动生态文明建设，实现可持续发展具有启发作用；重新讨论进化论，可以促进对现代社会伦理和公平正义的深入思考；重新思考进化论思想的影响，有助于弘扬科学精神，对于推动科技创新和科学教育具有重要意义。

《赫胥黎·天演论·手抄本》由中国科学院动物研究所研究员张润志抄写，全书6万字。这是海峽书局继2023年出版《达尔文·物种原始·手抄本》后的又一力作。两部手抄本的出版，从一个特别的角度倡导了阅读，推广了书香文化。

## 王树增《天著春秋》书写中国古代战争图景

本报讯（记者商小舟）王树增《天著春秋》首发活动日前在京举行。作家莫言、评论家李敬泽与王树增围绕该书展开对谈。

《天著春秋》以夏商至春秋的重要战争为背景，描绘出朝代更迭、王权兴衰、家国纷争、诸侯并起的历史图景，书写中国古代战争峥嵘气象。

莫言表示，《天著春秋》讲述了近千年的历史过程中数十场特别重要的战事，每一场战事在史书里的记载都是简洁的，该书寥寥几笔铺展开来，对当时军队的制度、装备都进行了详细展现。李敬泽认为，该书写到了事，更写出了人和精神，既写出了历史的大脉络，又写出了历史的细节和质地，让我们在细节和质地中感受着人的精神。

谈到创作初衷，王树增表示，无论是读古代的战史还是当代的战史，实际上都是观照自己生存的命运、生存的环境。文学归根结底还是写人，这本书写出古人的挣扎、古人的苦、古人的乐，这正是文学的本质所在。

## 吉林文旅短剧《云中谁寄锦书来》开机

本报讯（记者张席贵）由吉林广播电视台影视频道独立原创、自主开发，与吉林市冰雪经济高质量发展试验区、吉林工程技术师范学院、吉视传媒、阿德影视等机构联合出品的网络文旅短剧《云中谁寄锦书来》近日在吉林市开机。

仪式中，吉林市冰雪经济高质量发展试验区、吉林广播电视台、吉林工程技术师范学院就合作拍摄《云中谁寄锦书来》交换了合作文本，约定对该IP进行深度合作与开发。据介绍，《云中谁寄锦书来》精品文旅短剧项目打造“跟着短剧·游冬季吉林”的核心概念，成功入选国家广电总局“跟着微短剧去旅行”第五批重点创作计划。该剧将吉林冰雪元素巧妙地融入温暖治愈的青年成长故事之中，以细腻的笔触和生动的画面，全方位展现了吉林冰雪世界独特的人文魅力与自然景观。

该剧共12集，每集10分钟。预计今年春节期间在吉林卫视播出。

### （上接01版）

灤河回族区委宣传部副部长于江波介绍，灤河区将“扫黄打非”宣传融入“绿书签”接力跑、“护苗防线”拔河赛、年画涂鸦等活动之中，寓教于乐，让孩子们在快乐中学习绿色阅读，抵制有害出版物等相关知识。

在东关街道通巷社区开展的“护苗迎新春 书香润童心”活动现场，“护苗绘新春 传承开新篇”10米年画卷轴上精心设计了24个与春节相关的创意年画主题。只见孩子们手持画笔，在年画卷轴上尽情挥洒。

“参与‘护苗’行动，是我们每个人的责任和义务。”一名大学生志愿者说。

这一天，洛阳市级宣讲团成员杜遂卿、李小贤走进老城区建安门街道赵春城职工大讲堂，“响响洛城·新春走基层”党的创新理论宣讲吸引了辖区内党员干部群众参与。

连日来，洛阳市委宣传部组织各级各类宣讲团，在新时代文明实践中心（所、站）、青年夜校等基层阵地，开展丰富多彩、形式灵活的宣讲活动，用身边事解读大政策，用小切口解析大道理，用小故事反映大变化，推动基层理论宣讲“活”起来、“动”起来、“鲜”起来。

“我们要宣讲员认真备课，结合宣讲对象设置宣讲主题，做到‘到什么山唱什么歌’，避免一个稿子讲到底。要把理论话语、政治话语转化成百姓语言，以事实说话、以真情动人，推动基层理论宣讲入脑入心。”李贵华说。



## 《春运》首发式走进火车站

1月22日，北方传统农历小年，北京西站和北京丰台站迎来了一场特别的活动——《春运（1954—2024）》新书首发。活动由中华书局和北京市重点站区管委会共同主办，吸引了众多旅客“围观打卡”，与该书作者杨登峰交流互动。

《春运》以影像方式回望过去70年中国人过春节的方式，出行的频率、人次，出行的时间、目的地等。该书通过时光画面记录春运的变化，勾勒出一幅中国人春节回家与出行并行交错的社会图景，展现了中国社会的发展变迁。

图为在丰台站的首发活动现场，读者排队购买《春运》。

本报记者 李美霖 摄

## 春节档预售破4亿 影视概念股走强

本报讯（记者杨雯）春节档预售火爆，带动影视概念股走强。截至1月20日收盘，影视概念股多股飘红，其中金逸影视涨停，幸福蓝海涨幅8.46%，横店影视涨幅6.12%，中国电影、博纳影业等涨幅均非常可观。接下来的3天，虽然涨幅有所收窄，个别股票出现横盘整理，但是大部分影视概念股维持了继续上涨的态势。

1月19日，2025年电影春节档预售正式

开启，随后开启“一天破1亿”的节奏。据猫眼专业版数据，仅仅过了一天的时间，1月20日9时16分，预售总票房破2亿元；1月21日18时33分，预售总票房破3亿元；1月23日15时50分，预售总票房破4亿元大关。

数据显示，《射雕英雄传：侠之大者》断层领跑2025年春节档预售票房榜，1月23日，该片预售票房约1.8亿元。紧随其后的是《哪吒之魔童闹海》及《唐探1900》，这两

部电影的预售票房也已突破6000万元。

细数今年春节档的各部影片，背后基本都有各大上市公司的身影：光线传媒依旧包揽《哪吒之魔童闹海》主投、发行；北京文化出品《封神第二部：战火西岐》；中国电影主导出品《射雕英雄传：侠之大者》；万达电影主投《唐探1900》；博纳影业出品《蛟龙行动》；《熊出没·重启未来》的出品方则是新三板公司华强方特。预售票房的火爆，

极大地提振了市场信心。

在今年春节档，各大公司均拿出了“压箱底”作品，争取打响开年“第一枪”。此次推出的6部电影均有强大的阵容和IP支撑。其中，《哪吒之魔童闹海》前作《哪吒之魔童降世》累计票房50.35亿元；《唐探》系列上部作品《唐人街探案3》斩获45.23亿元票房；《蛟龙行动》前作《红海行动》累计票房36.52亿元。

### 专家研讨王勇英儿童文学作品

## 以有根性的创作呈现多彩童年风景

□本报记者 刘蓓蓓

“利用独特的资源，写出中国儿童文学独特的故事。”这是儿童文学作家曹文轩对广西作家协会副主席王勇英的评价。近日在中国现代文学馆举办的王勇英作品研讨会上，与会专家围绕“独特的生命体验，多彩的童年风景”主题进行观点分享。

### 根植广西这片土地

王勇英是接力杯曹文轩儿童小说奖金奖获奖作家。“设立奖项不光要推出作品，也要推进儿童小说的理论建设。”接力出版社总经理白冰如此表示举办此次研讨会的动因。

曹文轩对于王勇英立足于广西独特的资源写作颇为赞赏，“一个作家的立足，必须占有‘独特’二字，不是写作资源的独特，就是表达方式的独特。”

王勇英一直将自己的根植于广西这片多民族、多色彩的土壤，描绘民族地区少年儿童多彩的心理现实和生活现实。据介绍，王勇英已经出版了近百部儿童文学作品。

中国作家协会原副主席高洪波认为，阅读王勇英的作品，能使当代都市的孩子对广西这片神奇土地产生一种特殊的关爱，就像他们那代人看到《长发妹》《八哥鸟》《刘三姐》时的感受。

在广西文艺评论家协会主席张燕玲看来，王勇英的写作始终扎根八桂大地，对民族、土地、传统有非同寻常的文学自觉。

王勇英还兼任广西作协儿童文学委员会主任。近年来，她带动了一批更为年轻的广西儿童文学作家创作。据广西作家协会副主席蒋锦璐介绍，2024年，广西作协组织申报了“新时代儿童文学创作”，参与广西壮族自治区党委宣传部的广西当代

文学艺术创作工程，由王勇英领衔的5位儿童文学作家组成攻坚团队，围绕传承红色基因和讴歌新时代两个维度展开创作，力图在儿童文学美学和艺术上有新提升。

### 做一个会写故事的作家

王勇英的创作始终在变，在一段时间里，她拿出了许多风格、形式、题材各异的作品。但是在《文艺报》副总编辑刘颖看来，王勇英也有不变的内核，比如对精神成长的关注，以及蕴含在她文字里的温暖，这是她深具人文情怀的展现。

如何呈现儿童眼中的世界，一直是儿童文学写作的难点和盲点，但这恰恰是最能体现儿童性的地方。鲁迅文学院教研部主任郭艳认为，《狼洞的外婆》从儿童视角出发，精彩地呈现出儿童眼中被放大的

世界。作品尽管没有写一个“爱”字，却抵达了净化心灵和启迪美好情感的境界，也使得儿童性得到了有力表达。

在今天中国儿童文学版图中，王勇英之所以能成为一个不可忽视的文学存在，不仅在于她通过近百部儿童文学作品执着书写童年关怀和成长精神，也在于她独特的文学态度、创作活力与纯正的儿童视角，还在于她那有根性的文学创作成为读者奉献了独特多彩的童年风景。

王勇英从小就喜欢听故事，她的家乡广西博白县大车村有很多会讲故事的人，包括她的母亲。长大后，她到处采风，寻找故事，将这些故事写下来。王勇英说，做一个会写故事的作家是很幸福的，“因为这些故事生长在书里，就永远不会老。无论什么时候，哪个年代的孩子打开书，都能看到充满生命力的故事。”