

中国出版集团公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司总经理茅院生：

# 为推进中国式现代化贡献出版国家队力量

□本报记者 李婧璇

## 2025 新年新打算

“守正创新、协同合作、融合发展将是2025出版业关键词。”近日，中国出版集团公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司总经理茅院生在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示，中国出版集团2025年工作的总体思路是坚持大出版观、大文化观、大融合观，努力为中国式现代化建设作出出版国家队更大贡献。

### 坚持守正创新 以大出版观做强主业

“用心打造主题出版精品、倾心打造重大出版工程、凝心打造主流出版高地将贯穿于集团2025年的出版工作中。”茅院生告诉记者，新的一年，中国出版集团将坚持守正创新，立足大出版观做强主业，努力将出版工作更深更广地融入全面推进中国式现代化、民族复兴伟业战略大局。

《奔跑的中国草》《为什么是邓小平》两部图书获第十七届精神文明建设“五个一工程”奖，展示了中国出版集团在精品出版上的成果。“新的一年，集团将发挥人文社科优势，以出版精品践行习近平文化思想，巩固壮大主流思想舆论。”茅院生告诉记者，新的一年，集团聚焦重大主题、重要节点，加强提前谋划、动态管理，做好“建军百年”“区域国别史”等主题出版产品集群建设。“有机融入特色板块一体推进，进一步拓宽选题类型，创新表现形态，做亮中国出版主题出版矩阵。”

近年来，中国出版集团精益求精做好重大出版工程，为推进文化强国建设贡献

出版力量，实施重大文化产业项目带动战略。“我们要打造具有中华文明标识意义的传世工程，充分发挥重大项目对资源、人才、效益、品牌等的带动效应。”茅院生表示，今年，中国出版集团重点做好《复兴文库》第四、五编出版工作，着力推进宣发工作；持续推进《中国大百科全书》第三版后续深化建设工作，做好内容综合开发；加快点校本“二十四史”及《清史稿》修订工程出版工作。

“我们要提高原始创新、集成创新的选题比重，增强创造性转化、创新性发展动能，强化优质资源获取能力，构建主题出版和重大项目‘蓄水池’。”茅院生说，新的一年，中国出版集团将推出更多立足中国实际、聆听时代声音，回答重大理论与实践问题、反映哲学社会科学最新进展的原创学术成果。“我们要持续巩固社科、学术、文艺出版优势，强化科技、经管、少儿等潜力板块建设，积极开发社会保障、生态、应急安全、军事国防等新的出版增长极。”

### 坚持围绕中心 以大文化观做大产业

当下产业变革，关键在观念、理念。茅院生提出，中国出版集团要坚持围绕中心，立足大文化观做大产业，努力革新传统出版观念，不断丰富出版内涵，拓宽出版边界，打造文化产业集群。

“高扬出版旗帜，发挥‘以文兴业’的时代价值。”茅院生表示，新的一年，中国出版集团将深刻挖掘出版的记录价值、历史价值、教育价值、科学价值、文化价值、艺术价值、传承价值、交流价值，创新阐释具有重大传承性经典，赓续活化“人民牌”“中字头”“老字号”“新华系”品牌。“此外，我们还要汇集社会各方特



别是出版行业力量支持，将中国国际文化交流中心打造成出版人的精神家园、国际文化的交流平台、首善之区的文化地标。”

做深全民阅读，发挥“以文化人”的精神价值。文化要繁荣，国家要强盛，民族要复兴，离不开读书带来的文化积淀和精神力量。茅院生说，新的一年，中国出版集团将深入实施集团《深化全民阅读活动行动方案》，加强面向党员干部、青年学生等重点群体的阅读服务，高效组织“七进”活动，深化“书香央企”建设，扩大“读者之家”与党政机关、企事业单位的合作。做优“读者大会”“大学生阅读分享”等品牌活动，发挥“书香中国”建设主力军主阵地作用。

做全产业链，发挥“以文化物”的经济价值。如何在传统出版产业的延链补链强链上展现新作为？茅院生阐释道：“我们要深化内容资源‘出版+’，将核心IP转化开发文创、展陈、影视、动漫、游戏、以研学、文旅等‘+出版’模式，带动图书宣发和品牌培育。并且，我们要强化资本运作，推动资

金投向挺拔主业的战略性新兴产业，将内容资源优势转化为产业优势。”

### 坚持科技引领 以大融合观做优事业

2025北京图书订货会，以“培育新质生产力，推动行业高质量发展”为主题，积极展示行业拥抱科技变革的决心和成果。在新一轮的科技革命浪潮下，中国出版集团如何顺势而为？

茅院生表示，要坚持科技引领，立足大融合观做优事业，努力深化科技与出版的内容、流程、渠道、组织、生产等方面的融合，不断提升竞争力、创新力、传播力和治理力。

茅院生进一步介绍，要扩展内容优势。根植集团的内容优势禀赋，积极参与通用数据和垂类大数据模型建设及应用。充分发挥重大资源型项目的带动作用和中“散效应”，加快对大型学术文库、重点工具书等特色资源型项目的数据化开发，盘活内容数据资源。

要强化技术应用。积极推进数字出版前沿技术转化应用，加强专业特色资源型项目大数据、大模型开发，探索数字原生、生成式人工智能内容研发，提升古籍、新华互联、中译语通、中国数科、荣宝科技等16家文化科技企业核心竞争力，构建“出版+”与“+出版”的新生态，推动业态融合深入发展。

要加强平台建设。有效推进融合出版共享平台建设和运营，探索建立社区型、平台型、工具型等盈利模式，优化已有数字出版平台绩效，推进各类新型阅读产品相互引流增效，打造集团知识服务矩阵。健全内容生产流程再造引导机制，推动选题策划、协同编辑、结构化加工、全媒体资源管理一体化内容生产平台建设。

## ■时讯

### 英歌舞亮相蛇年春晚 融媒书走近读者视线

本报讯（记者徐平）随着英歌舞亮相蛇年中央广播电视总台央视春晚舞台，由广东海燕电子音像出版社出版的融媒书《英歌舞》近日也在汕头、潮州、揭阳、广州等地掀起阅读热潮。

英歌舞于2006年被列入第一批国家级非物质文化遗产名录，是潮汕地区集戏剧、舞蹈、武术于一体的民间传统艺术。英歌舞传承至今已有四五百年的历史，并随着潮汕人繁衍发展的足迹遍及世界各地。

广东海燕电子音像出版社邀请广州市白云区作家协会主席黄剑丰一起走进汕头潮阳、揭阳普宁、汕尾陆丰、潮州潮安等英歌舞代表性流布地，与当地宣传文化部门、英歌队、英歌舞代表性传承人进行深入采访调研。历时近两年，编著出版了融媒书《英歌舞》，从民俗、文化的角度出发，讲述广东潮汕地区英歌舞的起源、类型、特点、流布、传承及趣事。

该书内容全面，堪称“潮汕英歌舞知识小百科”，6种起源说、3大流派、4个代表性地区、各类英歌舞具解析、21代表性英歌队的英歌舞传承发展相关内容囊括其中。书中收录大量英歌舞精美图片，图文并茂，形象讲述英歌舞相关知识，呈现英歌舞表演鲜活、又炫又燃的瞬间光影，并以视听媒体融合形式，收录英歌舞表演视频。

### 教科社推出 幼儿园教育装备新产品

本报讯（记者范燕莹）教育科学出版社近日在京举办新业态下幼儿园教育装备新产品发布会。据悉，“幼儿园数学思维游戏班级箱”和“中华文化启蒙图画书教育材料箱”两款幼儿园教育装备新产品，由教科社联合中国教育科学研究院课程教材研发中心联合推出。

发布会上，北京市特级教师、北京市朝阳区教师发展学院学前培训部主任王艳云说，适宜的游戏和操作材料是支持幼儿数学学习的重要方式之一，“幼儿园数学思维游戏班级箱”是这类材料中非常重要的一种载体。

据悉，“幼儿园数学思维游戏班级箱”贴合当前我国幼儿教育实践的热点领域和重点方向，以幼儿数学关键经验及其学习路径为产品设计逻辑，有效支持每名幼儿在玩中学、在做中学。“中华文化启蒙图画书教育材料箱”系教育部2023年度出版重点出版成果，是国内第一套关于图画书教学的完整定制化教育装备，是集图画书、活动材料和数字资源于一体的综合性教育装备。

### 微短剧《拜托了！老爸》“灵魂互换”开播

本报讯（记者杨雯）由芒果TV、大芒剧场、江苏南通经济技术开发区联合出品，陈名豪、祝涛领衔主演的青春奇幻轻喜微短剧《拜托了！老爸》于2月5日10点在芒果TV播出，湖南卫视每天23点档播出。

《拜托了！老爸》讲述了通信公司董事长南国与高三儿子南晓通因误会爆发争执后，“灵魂互换”的奇幻故事。在一连串啼笑皆非的事件中，父子俩通过彼此的努力与成长，不仅化解了父子危机，也实现了亲情的深刻共鸣与和解。

《拜托了！老爸》全程在南通开发区取景拍摄，巧妙融入了能达BEEPLUS创智天地、能达公园、能达生态廊道等地标景点，通过剧中父子关系的变化，展现了南通从江边小镇到产业新城的蜕变，凸显了老、中、青三代人不畏困难、勇于创新的精神面貌，展示了南通开发区40年的发展历程。

（上接01版）

“澎湃正年轻。”澎湃新闻常务副总编辑夏正玉表示，“我们为什么要去拼搏，为什么要去创新，为什么还要以秒的速度去PK，就是因为我们不能忍受平庸，因为这是在澎湃。”澎湃新闻常务副总徐香透露，经营工作的优化和变革，将主要围绕“聚焦”“补强”和“完善”这三个关键词展开。澎湃新闻副总编辑黄涛还发出了“变革不易，但为了那份执着我们甘之如饴”的感慨。

一些澎湃新闻工作人员也表示，没有退路就是最好的出路。相信坚持的力量，任何一个垂类顶级账号都是在苦苦坚守与锐意创新中打造而成。

“上下同欲，点燃斗志，打磨具有不可替代性的核心竞争力，成为新型主流媒体应有的样子。”战略会上，上海报业集团副社长、澎湃新闻党委书记杨健的话，足可为媒体同行们共勉，带着珍贵的执着、热爱，一起向未来。澎湃新闻专注时政与思想，坚持内容为王，强化在全网的主流内容供给和核心价值引领。截至目前，澎湃新闻客户端累计下载用户2.817亿，每日全网阅读量超过4.5亿；第三方平台账号中（均为主账号，不含其他矩阵号），微博粉丝3264.7万、抖音粉丝4230.8万、微信公众号粉丝429万、微信视频号粉丝309.5万、头条号粉丝2477万，传播力、影响力在国内新型主流媒体中居于领先地位。

# 广东：“电影+美食”活动带动春节消费热潮

新华社广州2月3日电（记者陆浩 邓瑞斌）今年春节假期期间，广东开展“跟着电影品美食”活动，除了发放电影惠民优惠券外，还积极探索“电影+美食”跨界合作，开展“电影+美食”消费联动活动，促进电影和餐饮消费相互赋能。

走进广州塔金逸空中电影城，一块写有“在广州跟着电影品美食”宣传板映入眼帘。前来观影的市民游客纷纷举起手机扫描展板上的二维码，领取“食在广州”消费券。

“看电影用券优惠了10元，看完电影去吃饭，领了这个消费券可以参与满减活动，挺划算的！”前来观影的广州市民胡先生说。

广州塔金逸空中电影城店长莫坚柱表示，春节期间，电影城与广州塔广场的餐饮商户合作推出电影票享餐饮优惠、打卡美食享电影票优惠等联合促销活动，更好地拓客引流、提质惠民，推动更多观影人流和餐饮客流相互转化。

1月28日至2月4日，广州市文化馆联动广州市演出电影有限公司开展“在广州跟着电影品美食”主题游园活动，每天在广州市文化馆由艺园内公益展映一部经典电影，同时将广府甜品及非遗美食等特色餐



饮文化融入其中。

记者在主题活动现场看到，市民们或阖家出动、或与好友结伴而来，一边观看电

影，一边品尝粤式美味。“大家聚在一起看电影、品美食，热热闹闹的。”广州市民张先生说。

广州市电影家协会专职副主席赵梦菲表示，广州全市200多家影城已逐步开展“跟着电影品美食”主题活动。

佛山作为热门的影视取景地，本地特色美食出现在多部影视作品中。为此，佛山春节档特别推出“影食春节佛山有礼”活动，为观众带来独特体验。活动从大年初一持续至元宵，结合热门影视作品拍摄5条电影美食视频，将电影光影与美食的魅力融合；并在影院播放15秒映前美食广告，鼓励线上平台折扣消费。

千灯湖环宇城联动佛山百老汇影城与农夫厨房、J海、奈雪的茶等餐饮商户，推出“168新春乐享卡”，为消费者提供一站式“吃喝玩乐购”体验，丰富佛山市民多元新春生活体验。据统计，1月18日至2月1日，共售出套票3100多张，核销电影票860多张，拉动消费169万元。

数据显示，2024年中国电影总票房达到425.02亿元，广东以超52亿元的总票房连续23年位居全国首位。广东省电影局负责人表示：“广东作为中国电影市场的重要票仓，‘跟着电影品美食’活动的举办将推动电影业和餐饮业深度融合发展，更好发挥电影业和餐饮业在促消费、惠民生、稳增长方面的积极作用。”

## 总台《2025年春节戏曲晚会》落地山西太原

# “显眼包”戏俑激活戏曲国潮

□本报记者 杨雯

在喜庆祥和的新春氛围中，中央广播电视总台《2025年春节戏曲晚会》1月30日在央视综合频道、戏曲频道圆满播出，于新春佳节为全国观众呈现了一场欢乐吉祥、喜气洋洋的戏曲盛宴。晚会中，传统戏曲与时代的多元融合散发出璀璨的魅力，获得了广大观众的喜爱。

针对此次晚会，创作团队对《中国新闻出版广电报》记者表示，戏曲守正创新，与时代的融合是晚会创作的基底，“本次春节戏曲晚会继续拓展‘央地合作’新模式，依托举办地山西太原底蕴深厚的三晋文化，将戏曲艺术的守正创新成果以更加新颖、时尚、年轻化、科技化的方式呈现。”

### 科技赋能 创新“戏曲+”表演形式

总台《2025年春节戏曲晚会》集结了全国近80个文艺团体、30多个戏曲剧种，汇聚百余位戏曲名家新秀、演员歌手，让观众过足了戏瘾。为了让更多观众在晚会中感受到戏曲文化的开放鼎盛，晚

会充分开拓了“戏曲+”的无限可能。

主创团队利用现代科技、新媒体技术、影视化拍摄等跨界手段，通过戏曲情景剧、文博联动、海外跨屏互动等方式，将戏曲的深厚底蕴与多元魅力融合，为观众打造出时尚感、年轻化的戏曲新样态。其中“创意剧空间”《我的大观园》是今年春节戏曲晚会的创新尝试，成为总台开辟“戏曲微短剧”市场的首次尝试，打造“大戏看总台”的新样态，节目运用电影语言将章回体的古典小说呈现为演剧结构，通过青春靓丽的越剧演员展现《红楼梦》中的经典形象，向全国人民送出祝福。

武戏科技秀《纵横天地》联动3000多架无人机，与武戏演员共同上演的“空地联动”。主创团队介绍，“这个节目的突破在于节目中的无人机矩阵幻化出的是戏曲中的角色，和地面武戏演员共同演绎，呈现孙悟空和二郎神的对打，无人机的地面舞台最低的时候只有20米的高度，所以呈现效果非常震撼。”

而多媒体创意秀《活色生香》也在积极拥抱科技、拥抱观众——山西博物院的

金代戏俑被“唤醒”，成为节目的主角，唱戏、看戏，还带领观众来了一场太原City Walk，憨态可掬的样子被观众亲切地称为“显眼包”。主创团队表示，“我们许多自媒体都在利用AI让文物‘活过来’，用年轻人喜欢的方式科普文物，我们就主动去拥抱大家喜欢的方式，让山西特有的戏俑‘活化’，再赋予他们非常鲜活的人物特色和人设。”

### 多维传播 新媒体节目轮番上演

“这几年，晚会跟文旅融合是主流趋势。从2023年的浙江温州到2024年的四川德阳，再到2025年的山西太原，我们跟各地方文化的融合在逐渐深化。”创作团队介绍，此次春节戏曲晚会落地文化名城山西太原，并在此基础上进行多维多元的融合创新。

比如，除了传统的电视播出外，晚会还充分利用新媒体平台进行联动宣传和推广，推出一系列新媒体节目：《“春晚

晚”进行时》是一档融媒体节目，邀请参演嘉宾揭秘幕后故事、切磋技艺等，预热“春晚晚”播出。《有戏“晋”行时》是一档介绍“春晚晚”台前幕后及太原“文博”“文旅”“非遗”等内容的专题节目；《竖屏“春晚晚”》贴合新媒体受众习惯，提供多元视角与便捷观赏体验；融媒体创新节目《国色天香》邀请“春晚晚”参演嘉宾体验山西文物服饰与妆容，展现传统文化美学底蕴。

新媒体节目，集群式多平台播出，让观众在新春佳节真实体验到了“过大年看大戏”的新春仪式感、氛围感。这种创新的传播方式不仅拓宽了晚会的受众范围，更提升了戏曲艺术的影响力和传播力，进一步推动了戏曲文化的传承与发扬。创作团队在接受采访时着重强调了晚会创新传播方式的重要性，“这次晚会通过与山西太原的深度合作，将戏曲艺术与地方文化紧密结合在一起，能够呈现出一种既古老又潮流的独特魅力。而通过新媒体平台的联动宣传和推广，也会吸引更多年轻人对戏曲艺术产生浓厚兴趣。”