

北京600余场阅读文化活动贺新春

本报讯（记者商小舟 李婧璇）春节期间，北京市以“书香迎新年”为主题，精心组织推出“品读文化过大年”“书香惠民过大年”“云上阅读过大年”“旧书新知过大年”四大系列共计600余场活动，以书香伴市民读者庆祝新春。

据悉，首都图书馆和位于西单、王府井、中关村、亚运村的四大书城，以及新华书店、中国书店等多家实体书店，将通过“线上+线下”相结合的方式，推出主题阅读、非遗文化、名家讲座等新春特色活动。

在便民惠民方面，北京出版集团举北京版集团“品读北京”迎春惠民读书月，在自营店铺矩阵，2000余种新书好书及文创产品同步参与新春促销。北京京港地铁有限公司开展惠民阅读系列活动，联合国家图书馆，向公众推送免费全本阅读电子书籍。外语教学与研究出版社推出线上寒假阅读系列活动，为青少年打造书香寒假。高等教育出版社开展名家讲座系列活动，邀请专家学者分享书院文化中的书香与年节趣事以及古代文人春节雅事、古籍影印图书等。

此外，中国书店“旧书新知”书市再次开市，展卖万余种古旧图书，涵盖北京史地主题、文学读物主题、历史资料主题、少儿读物等，再现“图书充栋、宝物填街”的琉璃厂盛景。北京市东城区宣传部开展“阅迎新——旧书新知”漫游打卡活动，联动辖区内11家书店，以打卡集章的形式换取“旧书新知”纪念品，营造新春阅读氛围。

吉林省首家专业诗歌书店揭牌

本报讯（记者张席贵）由吉林省委宣传部主办的北书房·新华诗歌书店阅读空间揭牌仪式近日在长春举行。

这家书店的前身是建于伪满时期的满铁图书馆旧址，见证了长春的历史变迁。在这里，读者可以品味经典诗歌，感受诗词魅力，领略古今中外不同文化艺术的风采。这栋承载着历史记忆的文物建筑，经过精心改造，不仅保留了原有的风貌，更融入了现代设计理念，成为吉林省首家专业诗歌书店。

据介绍，下一步，北书房·新华诗歌书店还将以诗歌为媒介，通过举办诗歌朗诵会、诗歌创作讲座、文化体验活动等形式，打造一个集阅读、交流、创作、体验于一体的文化空间，为读者提供丰富多样的文化体验和艺术普及服务，让诗歌文化在新时代焕发新的生机与活力。

“华侨华人与中国革命和建设”丛书出版

本报讯（记者洪玉华）国家出版基金项目“华侨华人与中国革命和建设”丛书近日由团结出版社出版。

“华侨华人与中国革命和建设”丛书包括《华侨与中国旧民主主义革命高潮》《华侨与中国新民主主义革命高潮》《华侨华人与中国特色社会主义建设》《华侨华人与毛泽东、孙中山等政党领袖》《华侨华人与中国革命和建设纪事》《华侨华人与中国革命和建设文献资料选编》6种。丛书阐述了从鸦片战争至今180多年的中国近现代历史上，华侨华人与中国革命和建设关系的历史，内容体系跨越中国旧民主主义革命、中国新民主主义革命、中国社会主义革命和建设、中国特色社会主义4个时期。

团结出版社有限公司执行董事兼社长梁光玉认为，丛书的出版是对华侨华人与中国革命和建设的关系史料作出的较为系统全面的整理与补充。期待丛书对华侨华人与中国革命和建设的关系史研究起到推动作用，对弘扬爱国主义精神，团结广大海外侨胞，增强民族凝聚力产生积极影响。

为春运拍“写真”

（上接01版）

郭立亮也感慨，如今的车站不再像过去那样人潮汹涌，回家的步伐变得越来越轻快，越来越“高科技”。从窗口买票到网络抢票，从普通购票到实名制购票，曾经人头攒动的售票大厅如今显得相对冷清，过去通宵排队买票和单一出行方式的日子已经一去不复返。

2月4日，全国各地迎来旅客返程高峰，郭立亮拍摄的一组《温暖旅客回家路》在湖南南客户端发布。他自2006年进入《湖南日报》工作以来，每年春节均坚守在工作岗位，步履不停，却乐此不疲。就像他的微信名一样，永远是冲在一线的勇者“郭大侠”。

“无论时代如何变化，都要关注新闻中的人，关注人的细节，并且要体现人文关怀。”杨登峰表示，在互联网时代，一张好的摄影作品能够跨越语言和文化的障碍，在世界各地传播，让不同国家和地区的人们直观地了解中国春运，读懂中国人的亲情、乡情，促进文化交流。

春运承载着人们对团圆的渴望和对家乡的思念。就像列车永远行驶在连接心灵与家乡的无形轨道上，没有终点，这是中国人对家与根的永恒追寻，也是这份情感传承的无尽延续。

《中亚往事》编辑组与作者一起住进山里小院打磨稿件——

把白房子的故事讲给世界听

□本报记者 朱子钰

深入学习贯彻习近平文化思想 汇出版匠心 出精品力作

这是一首唱给中亚大地的赞美诗。著名作家高建群的最新长篇小说《中亚往事》以其在新疆边境从军经历和丝路文化考察为线索和背景，讲述主人公马镰刀的丝路商旅及其从戍守土戍边的故事。

“由新疆额尔齐斯河北湾的一座白房子，联结起北疆与世界，勾连起历史与现实，写出了小地方具有的大作用，小故事蕴含的大历史，小人物保有的大情怀，是高建群小说的又一部重要代表作。”评论家白桦认为。近日，该书的编辑团队接受《中国新闻出版广电网》记者专访，讲述这部恢宏的草原英雄大传出版背后的故事。

“建造”近40年的白房子

20世纪90年代，作为一种文化现象，“陕军东征”红极一时，高建群以长篇小说《最后一个匈奴》位列其中，奠定了实力派作家的地位。其实早在1987年，他的小说《遥远的白房子》便引起了文坛震动，白房子边防站站长马镰刀鲜明的形象根植于读者心中。

由陕西师范大学出版总社出版的《中亚往事》便是高建群“建造”了近40年的白房子故事。“1984年他就开始酝酿、构思这部作品，最初写成了《遥远的白房子》，后来又改为电影剧本、电视剧本，再加上又有别的小说创作计划涌入，这部长篇的创作就一断断续续。”《中亚往事》责任编辑马凤霞接受记者采访时透露，但高建群始终没有放弃过，用他自己的话说，“40年来，我经常被这个题材纠缠折磨。”

2000年，高建群重返新疆，回到自己20多年前从军的军营，触摸当年自己背过的火箭筒，爬上当年曾无数次站岗放哨的瞭望台，走过当年巡逻的路线……往事翻涌，心潮澎湃，小说人物、故事也渐渐浮出水面。2018年，高建群在70天的时间里，先后走过了丝绸之路沿线的17个国家62座城市，行程两万多公里，这趟行程为他提供了更加丰富的素材。2023年初，在他70岁生日刚过的时候，终于完成了这部长篇大著。

得知自己被高建群“点名”为《中亚往事》的责任编辑，马凤霞欣喜之余也感受到了沉甸甸的压力。从选题确认到图书出版的两年多时间里，她全程见证了一部优秀文学作品成书、走向大众的过程。

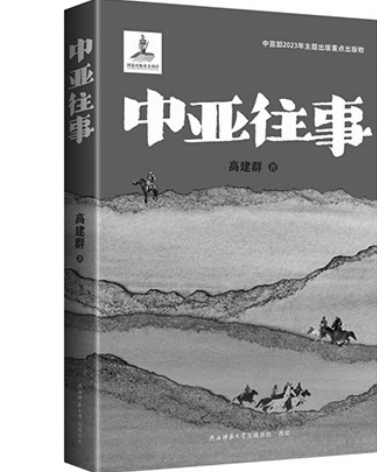
“闭关改稿”精益求精

确定出版事宜后，为了让文本更加精益求精，编辑组与高建群开启了“闭关改稿”模式。高建群助理、该书特邀编辑牛延宁告诉记者，大家一起住进了山里的小院打磨稿件，“本着改不好就不回来的决心，前后半个月的时间里，我们对着大屏幕一字一句修订书稿。”

在修订过程中，高建群的严谨认真和高超的语言掌控力，给马凤霞留下了深刻印象。“对着大屏幕，高老师边读边作修改指示，我在电脑上操作。灵感涌来时，高老师会妙语连珠、巧思不断。”她提到。

最开始，因为不太能准确理解高建群地道的关中方言，马凤霞会停下来与高建群沟通，但很快她就发现此举并不明智。“突然被打断，可能会影响高老师的思路，特别是在他沉浸于创作中，精神高度集中、文思奔涌的时候。”她立刻转换了方法：遇到听不太懂的字词就先空着或者打个同音字，后期再向高建群求证。

工作方法理顺了，另一个难题又迎面

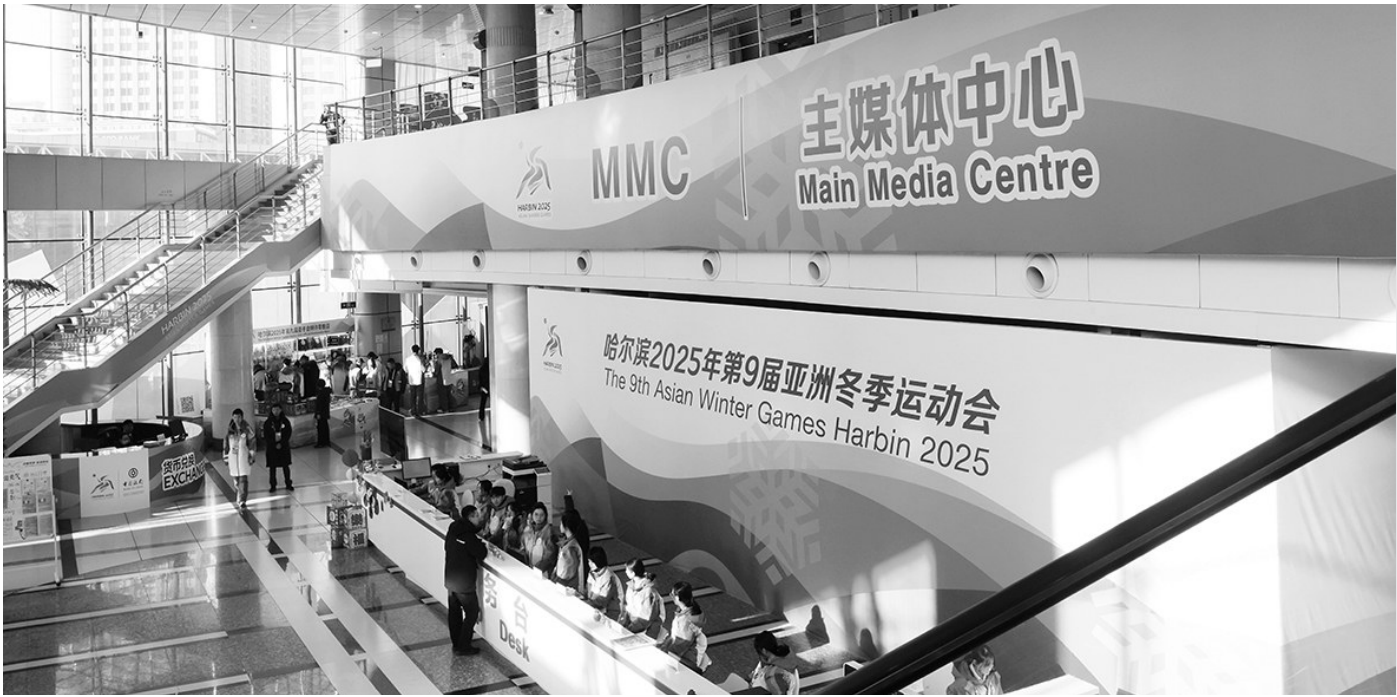


而来。由于高建群用一种审视的态度对待初稿，并进行了大刀阔斧的删改，导致有的人物和情节全部删掉。“后期编辑书稿的时候，发现前面删掉的情节，后面还有别的故事与之有牵连、有呼应，这就需要进一步和作者沟通，作恰当处理。”马凤霞回忆。高建群对编辑提出的问题和建

议都会及时回应和处理，因此书稿的修改进程特别顺利。

“将书稿呈给多位专家审稿后，高老师把专家意见逐条记录，结合自己的创作计划和思路，又一次对书稿进行了修改提升，并增加了‘三班长的后白房子故事’和本书的‘引子’等。”马凤霞告诉记者，原本“引子”部分写在了最后，编辑们商量之后认为有“三班长的后白房子故事”压轴已经很完美了，不如将其放在最前，相当于把历史、地理背景铺展开，给书中的英雄人物搭起一个大舞台。

没想到高建群欣然同意，编辑的自信心立刻“支棱”起来了。“做编辑的最大幸福，莫过于自己的建议得到作者的认可。”马凤霞感慨。



走进第九届亚冬会主新闻中心

2月6日，黑龙江省哈尔滨市，第九届亚冬会即将开幕，位于哈尔滨国际会展体育中心内的主新闻中心迎来越来越多的媒体记者。主新闻中心设有网上新闻中心、新闻发布厅、公共采访区等功能区域，为注册媒体记者提供保障服务。

视觉中国

从“寒冬论”到“给我破” 电影春节档做对了什么

（上接01版）

有帮手：惠民观影带火多元消费

在这个春节档，久违了的19.9元电影票重回视野，极大地降低了观影门槛，让更多观众得以走进影院。从去年12月起，国家电影局启动“全国电影惠民消费季”，投入不少于6亿元观影消费补贴，覆盖春节

档。各地政府联合票务平台推出低价票，北京投入3300万元补贴，覆盖全市300多家影院；上海推出9元特价票、买一赠一活动；江苏发放2500万元观影券等。记者就通过购票立减、特价场次等优惠叠加，购买到了4张13元特价电影票。

除了发放电影惠民优惠券外，各地还积极探索“电影+旅游”“电影+美食”等跨界合作，促进电影和文旅、餐饮消费相

互赋能。例如，《唐探1900》的拍摄地山东德州乐陵影视城开放主题园区，首日吸引数万游客体验“片场穿越”；《射雕英雄传：侠之大者》带动湖北襄阳游客量激增，武侠主题打卡点（如郭靖和黄蓉立牌、百米壁画）吸引了大量影迷；南京市40多家餐饮门店推出《封神第二部：战火西岐》联名套餐，并落地两家主题餐厅；广州市电影城与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。

一系列活动增强了多领域消费场景对于观众的吸引力，推动更多观影人流和旅游客流、餐饮客流相互转化。尹鸿认为，这种“电影+”的商业模式，正在重塑电影产业的生态格局，使电影从单一的文化产品转变为具有多维价值的文化品牌。

展文化消费活力，观众愿为好作品买单

（上接01版）

优质内容提升IP价值

今年春节档影片整体质量较高，观众观影体验良好，其中《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《封神第二部：战火西岐》分列票房榜前三位。

影评人谭飞在接受记者采访时表示：“今年春节档6部大片涵盖多种类型与风格，整体质量较高，如同一支庞大的舰队驶入市场，使得整体票房规模远超往年。”

IP或许成为解码这3部电影的关键。著名编剧汪海林向记者分析，近年来，中国电影市场在IP化、系列化发展的道路上逐步探索，并取得了一定成功。今年春节档票房排名前三的电影都属于IP续集作品，“这些作品本身已有一定的市场基础，能够借助品牌效应吸引观众”。

在汪海林看来，真正具有市场竞争力的作品，仍然需要建立在原创内容之上，同时兼顾品牌化运营。像《哪吒之魔童闹

海》《唐探1900》《封神第二部：战火西岐》等电影，虽然属于系列作品，但本质仍是优秀的原创内容，并在品牌框架下实现了商业化的有效延展。

在内容表达方面，它们也各有千秋。谭飞表示，《哪吒之魔童闹海》的故事、造型、台词、制作等，共同构成一个令人“欲罢不能”的影像场域，“144分钟里，让观众上天入海，悲喜交织，命运与共，这就是大银幕的魅力、电影的魔力。观影过程中情绪起伏跌宕，片尾彩蛋带来惊喜连连”。

有不少观众认为《唐探1900》制作精良，能将好的立意与娱乐性较好地结合在一起。学者张一南认为，《封神第二部：战火西岐》在传统文化的讲述方式上别具一格。“它把我们的祖先讲得很美、很深情、很智慧，能让我们带着这样的传统，在现代继续走下去。”

电影消费场景更多元

春节档的火热不仅展现了观众对电影

的热情，也反映出市场的旺盛生命力。

李庆雅表示，观众愿意走进影院，愿意为优质影片买单，说明中国电影仍有广阔的发展空间。“未来，只要持续推出高质量的作品，并优化影院服务体验，电影产业必将迎来更加繁荣的前景。”

胡亚宇直言，对院线行业来说，2025年春节档的表现堪称一针“强心剂”。“这展现出观众对优质内容的强烈需求，人们始终在寻找具有独特视角和深刻内涵的好作品，同时也让影院作为线下娱乐消费场景的独特价值愈发凸显。如今的影院不仅是一个单纯的电影放映场所，更是汇集了视听享受、社交互动、休闲娱乐等多元体验的空间。”

这样的繁荣不应是昙花一现，而应成为中国电影产业新的起点。谭飞表示，从观众的积极观影态度来看，市场依然具备强劲需求，只要影片质量过硬、具有吸引力，观众仍然愿意走进影院。“这也对电影创作者提出了更高要求——电影作品不仅要在质量上过关，更需在吸引力与刚需

程度上满足观众期望，在与其他文化消费产品竞争中展现足够优势。”

汪海林认为，行业要重点注意的是，电影市场并不惧怕负面舆论，反而最怕的是“无声”——当市场缺乏讨论度时，影片的市场影响力往往也会受到抑制。“2024年暑期档市场讨论度较低，未能形成足够的话题效应。而今年春节档从早期预热阶段开始，市场热度持续升温，各类话题不断发酵，最终带动了整体票房增长。”因此，汪海林表示，即便一些影片并未直接创造票房奇迹，但其市场声量的积累仍然对春节档整体氛围起到了重要作用。“例如，《射雕英雄传：侠之大者》虽然不是票房主力，但在市场关注度提升方面，仍为市场提供了积极助力。”

“影院不能仅靠春节档‘吃饱’一年，而是要保持持续健康的发展。希望中国电影工业能够更加稳定、健康，真正走向长期主义，持续为观众带来高质量的作品。”谭飞说。