

★2025年6月18日
★星期三
★第8473期
★今日8版



◎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

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
欢迎扫码订阅《中国新闻出版广电报》

《平“语”近人——习近平喜欢的典故》(国际版)在中亚五国主流媒体播出

新华社阿斯塔纳6月16日电 6月16日,《平“语”近人——习近平喜欢的典故》(国际版)在中亚五国主流媒体落地播出。哈萨克斯坦总统托卡耶夫致贺信,对节目播出表示热烈祝贺。

中央广播电视总台精品节目《平“语”近人——习近平喜欢的典故》(国际版)精心选取习近平主席重要讲话、文章、谈话中所引用的中国诗文典故,聚焦开放合作、科技发展、生态环保、

文化创新等主题,以国际化视角和生动故事,向中亚受众阐释习近平主席治国理政思想的深厚历史文化根基,展示中国式现代化的万千气象。

节目即日起在哈萨克斯坦丝路电

视台、吉尔吉斯斯坦国家电视广播公司、塔吉克斯坦“扎洪纳莫”国家电视台、土库曼斯坦新闻网、乌兹别克斯坦青年电视台等中亚五国主流媒体落地播出。

2025中国-中亚人文交流活动在阿斯塔纳举行

新华社阿斯塔纳6月16日电 6月16日,中国中央广播电视总台与哈萨克斯坦总统广播电视综合体联合主办的2025中国—中亚人文交流活动在位于阿斯塔纳的哈萨克斯坦总统中心举行。包括中国与中亚五国政治、经济、文化、媒体、教育等各界人士在内的150余位嘉宾出席活动。

活动现场发布《中国—中亚媒体加强合作倡议》,倡导加强媒体在联合报道、内容共享、信息发布、技术创新、人才培养等方面的深入合作,打造中国—中亚媒体合作联盟,客观、广泛传播中国和中亚国家的声音,深化民心相通,增进相互理解,为构建中国—中亚命运共同体贡献力量。

第十八届中华图书特殊贡献奖颁奖仪式在京举行

本报讯 (记者孙海悦 李美霖) 6月17日,第十八届中华图书特殊贡献奖颁奖仪式在北京钓鱼台国宾馆举行,表彰12个国家的16位获奖人。

这些获奖人长期关注中国发展,深入研究中华文化,创作、翻译、出版了大量关于中国的精品图书,为增进国际社会对中国的认识和理解、促进文明交

流互鉴作出杰出贡献。

这些获奖人是:美国作家包弼德、德国/美国作家柯马丁、美国作家聂子瑞、韩国作家崔溶澈,南非作家谭哲理,日本作家村田忠禧,俄罗斯翻译家谢苗诺夫、谢苗诺娃夫妇,俄罗斯翻译家罗季奥诺夫,日本翻译家菊池秀治,埃及翻译家叶海亚·穆赫塔尔,巴西翻

译家沈友友,瑞士出版家阿诺德·贝格尔,印度出版家卡绍尔·高崖,伊朗出版家高拉姆·瑞扎·纽埃,突尼斯/埃及出版家芙蓉。

中华图书特殊贡献奖由中国国家新闻出版署主办,是中国出版业面向海外的最高奖项,主要表彰向海外介绍当代中国,推广中国出版物

及相关文化产品,促进中外文明交流互鉴等方面作出突出贡献的外籍及华裔中国籍作家、翻译家、出版家。该奖项自2005年设立以来,共表彰了63个国家的219位翻译家、出版家、作家。

(第十八届中华图书特殊贡献奖获奖者扫描见02版)

中国网络文学用户规模达5.75亿人

本报讯 中国作协6月17日在江苏盐城最新发布的《2024中国网络文学蓝皮书》显示,中国网文用户规模达5.75亿人,年度新增作品200万部,营收规模约440亿元。

蓝皮书显示,网络文学现实题材创作影响力持续扩大。2024年新增17万部作品,文笔更加注重细节,着力表达现实的真实与厚重,体现出对文学性的自觉追求。“年代文”风行,更多作品采用基层人物的视角,用小切口表现新时代。科幻创作依然火爆,多部作品获得银河奖、星云奖。

网络文学作品精品迭出的同时,网络文学读者圈层也在持续扩大、品味升级,一方面用网络文学阅读点亮多彩生活,一方面又以个体经验参与网络文学创作,以共读共创的文学生态助推新大众文艺。代际融合趋势凸显,老中青三代读者正共筑全民阅读生态。核心阅读群体为26岁至45岁读者,约占全部读者的50%;“00后”年轻读者占比近25%,是拉动阅读增长的有效力量;45岁至60岁读者约占15%,比重持续上升;60岁以上的阅读群体明显扩大,占比已超10%。

值得一提的是,“银发族”的阅读参与极大拓展了网络文学的题材内容,老年生活、老年主角在网络文学中开始显现,并带动了微短剧相关内容的流行;“银发族”创作也相应崛起,银发创作者沈东生用手机“敲字”创作《上海人吃泡饭》一书,用沪语真情讲述人生经历,引发中老年读者共情,吸引年轻读者在线“向爷爷催更”。

(句辛华)

第三十一届北京国际图书博览会今日启幕

本报讯 (记者孙海悦) 6月18日,以“促进文明传承发展 推动交流互鉴共赢”为主题的第三十一届北京国际图书博览会在北京国家会议中心开幕,马来西亚担任主宾国。

本届图博会进一步扩大展览规模、提高国际化程度、优化空间布局、创新形式、提升专业服务、丰富活动内容,更好服务高水平对外开放、服务构建新发展格局。本届图博会扩大展览面积至6万平方米,80个国家和地区的1700多家展商参展,1000多家海外出版机构

线下参展。会上展览展示9万种版权图书、22万种精品实物图书,重点展览展示习近平总书记重要著作和相关学习读物,“十四五”时期主题出版和重大出版工程成果图书,各类精品图书和获奖图书。

本届图博会策划举办1000多场线上线下文化交流活动,举办第十八届中华图书特殊贡献奖颁奖仪式、马来西亚主宾国活动、图博会之夜,以“新质生产力与全球出版合作”为主题的北京国际出版论坛,搭建中外交流合作的公共

平台,深入探讨出版业未来发展方向;举办中外名家名作推广活动,策划新书发布、理论研讨、出版交流等活动,组织“世界汉学家看中国之旅”等活动。

积极培育文化新业态和新模式,本届图博会注重提升数字化展览展示水平。网络出版馆汇聚众多网络文学、网络游戏等新兴出版领域优秀产品,众多头部网络出版企业重点展示游戏、网文出海业务。新设网络文学专题展区,全方位、立体化展现网络文学的多元魅力与时代价值。

为充分发挥以书为媒、以文化人的独特作用,助推国际出版交流合作,促进中外文明交汇交融,本届图博会升级系列专项计划活动,以“请进来”促进“走出去”:举办第十八届中华图书特殊贡献奖系列活动,推出“全球南方”参展资助计划,继续开拓国际青年出版交流研学培训计划,改版升级图博会官网和手机端。

本届图博会由国家新闻出版署主办、中国图书进出口(集团)有限公司承办,将持续至6月22日。

这里有绝美飞天、“沙泉共生”的唯美画卷,这里有全国首个以文化为核心的城市国际传播中心——

县级国传中心如何助敦煌闪耀全球

□本报记者 田野

提及敦煌,人们首先想到的是莫高窟壁画中的绝美飞天、“沙泉共生”的唯美画卷,特别是绵延近2000年的敦煌文化更是让这里成为世界文明史上的一颗耀眼明珠。

但对敦煌市融媒人而言,他们并不满足于单纯守护好丰厚的文化遗产,而是希望通过国际化表达,不断扩大敦煌文化的国际传播中心建设,DCICC海外传播势能讲好敦煌故事?如何有效做好敦煌文化的国际表达,助推国家文化软实力提升?近日,《中国新闻出版广电报》记者带着这些问题,走进敦煌文化国际传播中心寻找答案。

招引“洋主播”和海外传播官扩大“朋友圈”

2023年6月18日,敦煌市融媒体中心联合新华社等成立的敦煌文化国际传播中心(DCICC)正式揭牌成立。短短两年间,该中心边探索边实践,国际传播效能取得了实实在在的成绩:截至今年5月底,共开通运营5个海外传播平台28个账号,发布图文视频等内容3200多篇(条),累计点击量4800万次,敦煌文化正通过创新表达走向全球。

也许在很多人看来,这样的数据不足以称道,但对于一个既缺财力又缺技术且深处西北内陆,由县级融媒体中心承担重点工作的国际传播中心而言,已经很不易了。

借船出海、借力造势。敦煌文化国际传播中心成立伊始,通过联合相关媒体及高校建成运行相关国际传播媒体工作室等,开通甘肃首条国际传播专线,最大限度克服短板弱项,为做大做强DCICC海外传播媒体矩阵奠定了基础。

“敦煌文化国际传播中心是全国首个以文化为核心的城市国际传播中心。自成立以来,我们聚力打造‘人类敦煌 心向往之’国际传播品牌,探索形成县级媒体开展国际传播的敦煌模

深入学习贯彻习近平文化思想

式。”敦煌市融媒体中心主任、敦煌文化国际传播中心负责人李国辉告诉记者,“目前,我们正在积极推进以‘一矩阵+两平台+两基地’为主体架构的国际传播中心建设,DCICC海外传播媒体矩阵粉丝数超50万人。”

何为“一矩阵+两平台+两基地”?即打造敦煌文化国际传播融媒矩阵,搭建“一带一路”国际媒体传播平台和智慧

敦煌融媒平台,建设敦煌文化国际传播实训基地和敦煌影视产业孵化基地。李国辉补充道,这两年,他们通过组建“Discover Dunhuang”(探索敦煌)拍客联盟、招引“洋主播”和海外传播官、面向全球征集敦煌文化主题影像作品等,不断壮大“朋友圈”。截至目前,已招引国内外传播官137人,其中外籍人士31人,共征集到敦煌文化主题影像作品200条

(组),从不同视角、以不同形式,为全球观众呈现一个多姿多彩的敦煌。

“矩阵有了、渠道通了,还要有干货、有特色”

今年“五一”假期,鸣沙山下、月牙泉畔,接连上演的万人星空演唱会惊艳世界,DCICC海外传播媒体矩阵12场跨时区直播、上百条现场短视频引发海外网友“种草”,总观看量突破530万次,其中短视频浏览量达101.3万……

(下转02版)



2024年6月,“让世界走进河西走廊”活动期间,来自22个国家的30位驻华使节和高级别外交官走进敦煌莫高窟。敦煌文化国际传播中心 供图

互联网成为广告主要发布媒介

本报讯 6月17日,国家市场监督管理总局召开《中国广告业发展指数报告(2025)》专题新闻发布会,公布中国广告行业发展“成绩单”,我国广告业保持蓬勃发展态势,本期中国广告业发展指数达到128.4点,同比增长8%。

报告显示,数字广告成为产业发展核心引擎,广告业新质生产力加快形成。2024年,互联网广告发布收入占发布环节总收入的比重增长至86.5%,从业人员中本科及以上学历人员占比上升至67.6%。这种创新,是广告业服务国家创新驱动发展战略的生动体现。

2024年广告业务收入增速高于国内生产总值实际增速,凸显其对国民经济的拉动作用。随着市场秩序持续向好、公益广告蓬勃发展,我国广告业在引导健康消费、塑造国家品牌形象、弘扬社会主义核心价值观、传播中华优秀传统文化等方面的作用日益凸显。2024年,全国市场监管部门查办广告违法案件4.7万件,罚没金额共计3.5亿元,着力营造规范有序、公平竞争的市场环境,为产业健康发展保驾护航。

当前,数字广告蓬勃发展,成为推动广告业可持续增长和创新的关键引擎。市场监管总局广告监管司一级巡视员刘辉表示,互联网成为主要发布媒介,2024年互联网广告发布收入较上年增长24%,占发布环节收入的比重增长至86.5%。传统媒体加速数字化转型,新兴媒体带动市场增量,广告业新质生产力加快形成。

(钟新)

今日看点

视听赋能,共创文旅商体“超级场景”
05 广电周刊·封面