

★2025年7月9日
★星期三
★第8488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》

“书超”带给阅读生活无限可能 ——第十五届江苏书展观察

□本报记者 李婧璇 商小舟

在“苏超”引发全民瞩目的同时，“书超”也不甘示弱。

第十五届江苏书展组委会发布的数据显示，7月3日—7日举办的本届书展实现销售25602万元，较上届增加365万元。其中，苏州展场零售1043万元，首次突破千万元，5天入馆客流达12.6万人次；全省实体书店零售3785万元；江苏书展APP等线上销售和直播带货共10478万元，馆配团购10296万元。

多个创下历史新高销售数据，再次彰显了“以读者为中心”办展理念的生命力。

“苏超”很热，它带给我们的是一种大众文化。这一点和我的写作状态高度相符，也与我们现在倡导的大众文艺的创作导向高度相符，我们需要这种精神。”正如“外卖诗人”王计兵所说，文艺创作要面向大众，阅读也应当成为大众生活的重要组成部分。

导游陈华带着一位从上海来的游客专门来看书展，并且根据她的专业推荐了一些书籍，逛“书超”成为游客苏州旅途的一站。

一位江苏出版人告诉记者：“我们江苏书展的影响力远不止于江苏！”多在展场逛逛，这种感受确实明显。近年来，专门来逛江苏书展的外地读者持续攀升，今年“凤凰新华研学”携新疆克州书香之

深入学习贯彻习近平文化思想

旅研学团的孩子们来到书展现场，并与作家祁智、沈石溪展开互动交流。

“随着长三角一体化建设的逐步深入推进，江苏书展在其中所能发挥的文化协同效用将会愈加凸显。”江苏凤凰出版传媒股份有限公司副总经理袁楠说。

“不止于书”的江苏书展，今年更是努力向“大文化”方向迈出步伐，让书展变身“文化卖场”——买书、买吃、买喝、买文创，实现书展一站式购买服务。

从“阅读”方面，本届江苏书展的图书首发效应明显，张新科《铁语》、黄卫《解锁桥梁建造密码》、莫砺锋《白居易十讲》、苏童《好天气》、章剑华《故园叙事：百年守宝传奇》、丁捷《时间投下的诱饵》等都选择在此首发；图书品牌概念进一步强化，通透的开放式展陈设计，让所有图书品牌一目了然，江苏书展读者认出版社、认图书品牌，他们买书更看重图书品相和品质。15届江苏书展，中国书法家协会主席孙晓云从未缺席，而且每届都携新作前来，她直言，“只要继续办下去，我会一直做江苏书展的‘热心人’，不

断打破自己的参展记录！”

从“全民”方面，“苏超”的热度也传导到了江苏书展现场。本届书展提出“书超”这一概念，打造出独一无二的文体双拼场景，如设置的“‘文’有读城、‘武’有‘苏超’——‘文武双全’新江苏”专题展陈，一些相关文创周边产品吸引读者争相购买，同时带动“老字号”品牌获得更多年轻读者关注。来自淮安的球迷李先生感慨：“这种跨界融合让文化更接地气！”本届书展不仅搭“苏超”快车，更热捧小店经济，各种手工坊、工作室、文创馆荟萃，首次增设的“品质文化生活展区”“文化主题人长廊”也吸引了不少读者热情体验。

此外，江苏书展的朋友圈也在不断扩大。作家曹文轩与同是国际安徒生奖获得者的巴西插画家罗杰·米罗，波兰插画家伊娃娜·奇米勒斯卡同游江苏书展，被多名粉丝认出，书展现场秒变“追星现场”。

“感觉非常棒！”第一次来江苏书展的罗杰·米罗在接受媒体采访时表示，江苏的文化气息很浓厚。

与罗杰·米罗感同身受的还有在苏

州工作的意大利女孩 Nomei，她说：“看到书展现场那么多热爱阅读的年轻人，真的很让人感动。”

吸引年轻人，就要拿出有吸引力的手段。走进江苏书展的VR沉浸阅读体验区，记者观察到，文化消费能力的提升不仅得益于文化的引力，更在于书展体验感与互动性的进一步增强。

在科普实验体验区，江苏凤凰美术出版社《吴姥姥不刷题·科学真好玩》新书发布会变成一场大型科学体验项目，“做实验”成为小读者们结交新朋友的社交方式；在《西游记》等经典文化IP推出的新场景阅读体验中，小读者戴上VR眼镜，就能化身孙悟空“穿越”进书里降妖除魔。

“阅读是一种综合性体验。”江苏书展主办方相关负责人表示，江苏书展正在诠释这种文化体验感。

无论是年过九旬的逛展老人，还是代同事买书的园林工人，覆盖全年龄、全职业的“书超”体现出这场阅读盛宴的大众属性，让阅读真正成为人们日常生活的一种生活方式。

“永远年轻，永远在路上”的江苏书展，发挥出文化磁场的引力、文化卖场的活力以及文化试验场的创新力，让“书超”同样成为全民关注的热点，呈现新时代阅读生活的无限可能。

《一张报纸的抗战》 年内京港首演

新华社北京7月7日电（记者白瀛）中国对外文化集团和香港大公文汇传媒集团7日在京宣布，双方联袂打造的音乐话剧《一张报纸的抗战》将于年内在北京和香港首演，并将在《大公报》抗战时期辗转办报的天津、上海、武汉、重庆、桂林等地演出，随后赴国外巡演。

当日在京举行的新闻发布会上，中国对外文化集团有限公司总经理郭利群表示，希望以戏剧艺术带领观众重温那段波澜壮阔的历史，缅怀为了民族解放事业而奋斗的报人先烈，让更多人了解新闻和文化工作者在抗战中的重要作用，呈现“文化抗战”的历史。

香港大公文汇传媒集团总编辑张国义表示，胡政之、吴鼎昌、张季鸾、范长江、萧乾等《大公报》同仁，在抗战中以笔作枪，唤起民众抗日救亡，书写了报人抗战的不朽传奇，因此将《大公报》的抗战历史搬上舞台，对坚持文化自信和弘扬时代精神，都将起到积极作用。

《简明河南抗战史》出版

本报讯（记者吴明娟）7月7日，由河南省委党史和地方志研究室组织编写的《简明河南抗战史》在郑州首发。该书全面客观地记述河南抗日斗争波澜壮阔的历史进程，共18万字，由河南人民出版社出版。

该书将抗日战争置于中国近代史的长时段以及世界反法西斯战争的宏大背景下进行深入考察，深入挖掘了河南抗日斗争所蕴含的丰富历史内涵，拓展了研究视野。

河南省委宣传部副部长、一级巡视员贾宏宇表示，要以这部著作的出版为契机，营造纪念抗战胜利80周年浓厚氛围，持续推动党史学习教育常态化长效化。

河南省委党史和地方志研究室主任刘汉征说：“该书的出版，进一步丰富了河南党史著作阵容，可以满足党员干部群众了解河南党史的多样化需求。”

中原出版传媒集团董事长王庆介绍，该书系统梳理、全景描绘了河南军民为夺取全国抗战胜利作出的巨大牺牲和重大贡献，既丰富和完善了抗战史研究，又传承弘扬了伟大抗战精神，是一本权威读本和生动教材。

“中国历代绘画大系” 之宋画展在首尔开幕

据新华社首尔7月7日电（记者陆睿陈怡）“素笺清远——‘中国历代绘画大系’之宋画展”7日在韩国首尔中国文化中心开幕，展出从《宋画全集》中精选出的80幅具有代表性的绘画作品。

中国驻韩国大使戴兵在开幕式上致辞说，中韩是近邻和重要的合作伙伴，中方愿与韩方共同努力，更多开展有益的文化交流，推动文明互鉴与思想对话，深化彼此民心相通，让更多人感受到中韩人文交流带来的获得感与满足感，增进两国人民相互了解和友谊。

嘉宾们纷纷表示，这是一次有益的文化体验，让人近距离感受中国绘画所蕴含的美学思想与深邃内涵。同时，中国宋代精妙的绘画艺术与贴近韩国观众的展陈方式相结合，令人倍感亲近，真切地体会到韩中两国地缘相近、文缘相通、人缘相亲。

本次展览由浙江省文化广电和旅游局、浙江大学、首尔中国文化中心共同主办，将持续至7月27日。



历时3年，框架5次修订，往来邮件上千封，销售破百万册——

一套讲述中国故事的英文读物何以“风靡”？

□本报记者 尹琨 蒲添

当一位美国中学生因为读了《爱上火锅》而迷上中国美食，当日本老师通过《京剧中的民间偶像》把“包青天”的故事搬进课堂，当马来西亚读者对照《西安的前世今生》开展一次深度游览，由这样一册册图书组成的“中国读本”（China Readers）丛书，正在以最“亲民”的方式，让中国文化在全球“圈粉”。

一套讲述中国故事的英文读物，如何让中国故事跨越文化差异，走进海外读者的心？由人民教育出版社发起，与美国国家地理学习（圣智学习公司）历时3年联合打造的“中国读本”丛书，目前共出版4辑20册，先后于2020年5月、2021年8月上市。《中国新闻出版广电报》记者日前从人教社获悉，该套读本全球销量总计已达百万册，涵盖多个国家和地区。

从“火锅”到“春节”的碰撞

“什么？还是要写蛇羹？”当美方团队围绕饮食文化话题，第三次提出这个

选题时，中方团队终于坐不住了。蛇羹有话题性，但并不具有广泛代表性。经过又一轮沟通交流，最终双方达成一致，放弃猎奇的蛇羹，选择了国外流行、国内国民度也很高的火锅。

在“中国读本”丛书主编、人民教育出版社党委常务副书记郑旺全的讲述中，出现频次最高的词一个是“碰撞”，一个是“磨合”，再有就是“地道语言讲述中国故事”和“中国故事国际表达”。

“中国读本”丛书编写秉持“中外合作，以我为主”的原则，丛书主编、副主编由中方团队主要担纲，从整理资料、商定提纲，到审读文稿、挑选配图、设计版式，中方编者全程深度参与并严格把关。在整体框架上，同样以中方为主，提出并与外方团队讨论确定了体现中华文化的4个专辑：智慧与信仰、文学与艺术、科技文明、民俗风情。而如何细化选择中外双方都感兴趣的选题，成为双方“碰撞”与“磨合”最多的环节。

“选题讨论时，我们的编辑团队最

初更注重话题内容的系统性、概括性和准确性，习惯从宏观到微观进程阐述；外方团队更愿意从小切口入手，考虑一些故事性和趣味性。”郑旺全说。比如，中方团队希望能以“孝道”为核心介绍中华传统美德及家庭观念。但外方担心国际读者不理解孝道以及中国人的家庭情结。反复考量之后，中方团队决定把春节作为“外壳”，从国际读者好奇的“春节大迁徙”现象切入，写到中国人回家团聚，春节贴春联、挂福字、拜年、发红包等习俗，并以《回家过年》（Home for the Spring Festival）为书名，展现中国人追求团圆和睦，尊老爱幼、孝老爱亲的传统家庭观念。

用春节解释孝道，用“西安的前世今生”浓缩中国历史，以小切口的熟悉化解大主题的陌生……“我们在这个过程中逐渐摸索出了一套解决矛盾的办法，有的话题和观念就是要找到一个外国读者感兴趣的‘外壳’，然后把我们希望传达的内容装进去。”郑旺全告诉记者。

地道语言讲述中国故事

在“中国读本”首期推出的丛书中，有一本书深受大家欢迎，就是《孔子生平与思想》（Confucius: His Life and Legacy）。要用地道英语讲好孔子的故事，还离不开一位能从中外角度理解中国文化的作者。他就是被中国团队亲切称为“中国通”的帕特里克·华莱士。帕特里克不仅富有编写教材和人文读本的经验，他还曾在中国居住了18年。书中，他以当事人的叙述视角落笔，通过描写自己的亲身经历、所见所感，用地道鲜活的语言讲中国故事，展现了中国人的真实生活。

在《爱上火锅》（Let's Have Hot Pot!）里，他提到了在东北和中国朋友第一次去吃火锅的回忆，还写到跟家人一起乘坐高铁，去敦煌游览的经历。这也是“中国读本”能够“俘获”众多外国读者的原因之一，那就是以实促写、以情为文，加上作者本身的语言功底，避免了翻译体语言的生硬。（下转02版）

今日看点

她让“一人独唱” 变为“全城合唱”

02 要闻

印企掘金“谷子经济” 热潮背后更需理性思考

05 中国印刷导刊·封面



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