中国新闻出版广电报
2025年7月23日 星期三 责编：雷萌 版式：李瑞海 责校：魏铼

18年后，同赴山城书香之约！

山城重庆，在全国图书交易博览会的历史上留下了独特印记。2007年，正是在重庆，全国书市正式更名为全国图书交易博览会。18年后的这个夏天，全国出版人即将启程，再赴山城书香之约。

在第33届全国图书交易博览会开幕前夕，本报记者对话8位全国书博会的“老朋友”。他们至少参加过10届全国书博会，其中的多位亲历2007年的重庆书博会，本次称得上“故地重游”。他们谈起书博会上人与人、人与书的故事，涌出一个个温情瞬间。岁月流转，这些出版人见证行业改革发展之变；初心如昨，他们深耕浇灌着群众的精神文化家园。

深情回望、殷殷话语，他们在山城重庆，静候天下爱书人！

张雅珊

阎文凯

张国际

张菱芷

黎红霞

余向丽

赵军平

姚姝丽

中国新华书店协会常务副理事长张雅珊：

读者脸上的笑容让我至今难忘

□本报记者　朱子钰

“我还记得每个读者脸上洋溢的笑容，那是一种对文化的追求和阅读的满足。”回忆起18年前举行的第17届全国书市（全国图书交易博览会），中国新华书店协会常务副理事长、新华书店总店原副总经理张雅珊记忆犹新。

在出版发行业耕耘多年，张雅珊参加了20多届书博会。虽然每一届都有不同的亮点，展陈与功能与时俱进，但最令他印象深刻的有两次：一次是1989年在北京市劳动人民文化宫举办的全国书市，这是张雅珊参加工作以后首次参加全国书市；另外一次就是2007年重庆承办的第17届全国书市，也正是那年，全国书市正式更名为全国图书交易博览会。

2007年4月的重庆，满城书香，重庆国际会议展览中心迎来了五湖四海的读者，热闹非凡。恰逢更名，书博会上的一些新气象也被细心的张雅珊捕捉到。“大家宣传意识空前强烈，场馆门口挂满了广告条幅。展示方式发生了巨变，各展位都有亮点，装饰性更强了。我还发现，展场第一次出现了与书相关的文创产品，虽然还不很成熟，但已经形成了多种业态共处一个场景的现象，这也是一种融合进步。”

在张雅珊心中，最大的亮点莫过于“为新华书店祝七十大寿”。1937年4月24日，新华书店在革命圣地延安的清凉山创立。到2007年，正好是新华书店七十华诞。

那届书市期间，中国新华书店协会委托重庆新华书店举办了一台文艺晚会，献礼新华书店七十华诞。全国新华书店系统的职工带来的优秀文艺节目轮番登场，展示了新时代新华人的风采。同时还举办了令人瞩目的全国新华书店摄影书画展。

“这台晚会在当时引起了非常大的反响。特别是主题曲《我们的老家在延安》，让大家热泪盈眶。新华书店的红色出身、光荣使命，所有新华人70年来为出版发行事业的繁荣发展的无私奉献，都凝聚在了歌词里。”他告诉记者，晚会连演了两场，这是全国书市创办以来的创举，对整个展会的宣传、带动全民阅读活动的开展等都产生了非凡的影响。

在之前的基础上，2007年全国书市新增了版权交易、产业拓展与出版博览三方面内容，并且引入了报纸、电脑网络、数字娱乐、印刷、出版文化用品等相关文化产业内容。此外，中国印刷博物馆、中国雕版印刷博物馆、中国版本图书馆等单位开始参展，进一步拓展了展会的内涵。“以前叫书市，主要以为读者提供售书服务与加大出版社营销宣传为主要目的，销售是其主要色彩。”张雅珊说，随着书店的体系越来越完善，购书更方便了，在这个时期，改名赋予了这个行业盛会更大的使命，且带来了功能转向——销售不再是其主要的功能，书博会成为展示图书出版成就、推动出版事业发展、惠泽读者阅读需求、搭建行业交流平台的文化盛宴。

“从书市到书博会，体现了出版事业的进步。以前是书荒、书少，需要通过书市创造便利条件，让更多的读者在现场买到好书。转为书博会后，可以通过展示、交流、研讨等形式，推动行业更高质量的发展。”张雅珊认为。

时光斑斓，岁月流转。对于即将到来的第33届全国书博会，张雅珊心中有着特别的期待。“这次书博会，我希望看到三种变化——业态更融合、读者更众多、展示方式更创新。我相信，它肯定会不负众望！”他信心满满。

山西科学技术出版社社长阎文凯：

愿长江水与汾河水共酿书香

□本报记者　常湘萍

山城重庆18年后与全国出版人再续前缘，打开了不少老出版人的记忆阀门。说起2007年在重庆举行的全国书市（全国图书交易博览会），山西科学技术出版社社长阎文凯记忆最深的是两个“首次”：一是“全国图书交易博览会”的会名首次登场，二是山西出版传媒集团首次组团参展。

当时，阎文凯担任山西科学技术出版社发行部主任。在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时，谈到那次重庆之行的意义，他说：“山西出版传媒集团成立后首次亮相这一书业盛会，我们带着改革发展的使命感踏上重庆这片热土，这次参展也让山西科学技术出版社展现出全新姿态。”

从2007年至今，阎文凯参加了历年的书博会。对这位从未缺席书博会的“全勤出版人”而言，感受最深的是近年来书博会对教学化、融合出版的重视。无论是展馆设置，还是论坛议题，都越来越关注出版与科技的融合，全方位呈现行业的转型发展成果。在他看来，书博会18年来最显著的变化体现为三个转型：从“图书展销会”转向“出版生态博览会”，从线下交易转向线上线下融合，从行业聚会转向全民阅读嘉年华。

18年后，书博会重回“更名地”，既是对书博会发展历史的回望，也是对山城重庆书香文化氛围的认可。本届书博会通过网上网下联动推送优质出版内容，借助人工智能、VR（虚拟现实）、数字人等技术打造沉浸式互动展区，让现场观众轻松切换数字阅读、纸质阅读体验。同时还搭建一站式“蚂蚁找书”全民阅读活动数字服务平台，并联动新媒体矩阵对重点活动进行全程直播。

谈起全国书博会翻天覆地的变化，阎文凯有很多感慨。“书博会对我们的影响深远。”阎文凯表示，一方面，书博会为出版社提供了与全国同行交流的机会，帮助其了解行业趋势、拓展合作渠道；另一方面，参与书博会也让出版社不断增强市场意识和品牌意识，推动其不断提升图书品质和服务能力。

“18年来，山西科学技术出版社在参展方面经历了从‘展示产品’到‘展示品牌’、从‘被动参展’到‘主动策划’的转变。”阎文凯告诉记者，“早期我们更多关注图书的订货，现在我们更注重整体形象的塑造、重点图书的推广以及与读者的互动。希望此次山城之行，在吸引行业同仁关注的同时，能让更多‘逛弯’的山城社区居民看到我们的好书。”

“今年书博会，我们将继续以专业出版为特色，重点展示医学科普、武术体育、建筑文化等领域的精品图书。”阎文凯介绍道，山西科学技术出版社还策划推出一系列与读者互动的活动，力争在本届书博会上实现展示形象、推广品牌、促进合作的多重目标。

同时，阎文凯期望书博会在未来定位更清晰，突出作为国家级文化盛会的引领作用：功能更融合，加强出版与科技、教育、文旅等行业的联动；服务更精细，为参展单位提供更高效、便捷的参展体验；宣传更广泛，通过新媒体手段扩大影响力，吸引更多年轻读者；活动更丰富，举办更多贴近读者、贴近生活的阅读推广活动。

“18年再相逢，愿长江水与汾河水共酿书香，愿书博会续写出版华章。”即将启程之际，阎文凯深情寄语。

辽宁出版集团副总经理兼重点选题研发中心主任张国际：

书博会帮我们快速找到“价值契合点”

□本报记者　李美霖

在全国书博会的舞台上，辽宁出版集团的身影始终活跃。辽宁出版集团副总经理兼重点选题研发中心主任张国际在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时，回顾了他历年参与书博会的历程与收获，分享了对行业的洞察与思考。

从首次参会至今，辽宁出版集团的展示与收获发生了显著变化。张国际用从“单向输出”到“双向共创”概括这一转变。

早期，辽宁出版集团展台设计以陈列图书为主，侧重品类齐全，核心目标是对接经销商、获取订单。如今，展示形式已升级为时尚大气的沉浸式文化空间，让读者从看图书转变为体验文化。

通过参展，辽宁出版集团收获维度也更为丰富。从最初单纯关注订单数据与业界交流，拓展到三大价值：一是品牌渗透，借助书博会这一全国性平台，让辽宁出版走向全国；二是读者洞察，互动收集的读者反馈直接反哺选题策划；三是破界跨圈，仅近三届书博会，辽宁出版集团就与20多家文创、教育机构达成合作，共同研发文创产品、开展定向合作等。

在张国际看来，相比其他图书展会，书博会最独特的地方在于其“全民阅读生态场”的属性——既是行业交流的平台，更是连接出版机构与读者的桥梁，兼具专业性与大众性。

这种特点对辽宁出版集团的影响十分深远。一方面，让品牌推广得以下沉到读者中；另一方面，借助书博会的权威性，更好树立品牌形象。通过参与线上书博会展示、优秀活动评选等活动，集团的品牌定位进一步得到行业和读者的双重认可。

在张国际看来，书博会提供了从第一视角观察读者反馈的机会。正是参加书博会，张国际发现专业内容需求有三个明显转变：从“体系化理论”到“场景化应用”，从“单一载体”到“融合体验”，从“通用内容”到“地域关联”。基于这些变化，辽宁出版集团采取“精准锚定需求，打破内容边界”的策略，打造了《新时代万有文库》等一批具有品牌影响力的图书。

回顾往届书博会开展的众多活动，在2023年第31届书博会上，以“新疆，我要把你的故事讲给全世界听！”为主题举办的何建明新作《石榴花开》发布会，让张国际印象尤为深刻。

《石榴花开》由辽宁人民出版社与新疆人民出版社联合完成，是此内具有代表性的联合出版案例之一。活动现场，何建明分享新疆采访情景，书中受访人之一、哈萨克族冬不拉演奏家都曼·黑扎提现场演奏《山鹰》《骏马》等经典曲目，将气氛推向高潮。这场活动不仅拓宽了外界了解新疆故事的渠道，更是民族团结进步的生动体现和文化润疆的具体实践。

张国际认为，书博会对于促进图书行业专业交流与合作的意义，在于搭建了“跨地域、跨领域的资源对接枢纽”，让出版机构及文化企业等能快速找到“价值契合点”，催生大批具有重要品牌价值的图书。

辽宁出版集团也通过参与书博会收获了不少专业领域的成功合作案例。如2021年，《马克思主义经典文献传播通考》（100卷）亮相第30届书博会，被誉为“理论界与出版界共同呈现的一部经典巨制”。其续作《马克思主义经典文献世界传播通考》现已出版70卷，本次亮相重庆书博会，将进一步推动马克思主义理论研究与宣传教育，满足读者期待。

张国际告诉记者，辽宁出版集团将以书博会为纽带，以精品图书建设为使命，让更多有温度、有深度的图书走进读者，助力全民阅读和文化强国建设。

重庆大学出版社重点图书编辑部主任张菱芷：

希望书博会展示重庆文化特色

□本报记者　蒲添

2007年，在第17届全国书市（全国图书交易博览会）的展馆里，作为刚入行两年的新编辑，张菱芷穿梭在熙攘的人群中，眼中满含对出版行业的憧憬。18年光阴流转，当书博会再次来到山城，她已从青涩的新人成长为重庆大学出版社重点图书编辑部主任，举手投足间尽显从容与睿智。

“那种热闹与篷勃，至今想起仍让人心潮澎湃。”张菱芷依然记得当年书市的盛况。“全国出版人汇聚山城，让初入行业的我既紧张又兴奋，对出版的热爱，一直是支撑我前行的力量。”

当年在重庆大学出版社的展台上，两套丛书格外引人注目：“漫游中国大学丛书”记录着高等学府的文脉传承，“进城务工实用知识与技能丛书”则承载着对劳动者的真切关怀。“这些书让我明白，出版不仅是文化的传播，更是责任的担当。”张菱芷的语气中透着坚定，“我们要做的，是让知识的光芒照亮每个需要它的角落。”

谈及18年间所亲历的行业发展，张菱芷感叹：“整个出版业发生了很大的变化，我们出版社在这18年间也进行了深度的改革。但无论形式如何变化，内容为王的核心从未改变。”

张菱芷介绍，在这期间，重庆大学出版社跟着时代的脉搏，积极进行战略调整，从建社以来的以教材为绝对主体，到新世纪前10年的“一主两翼”，再到当今确立了“以质量和效益为中心，坚持专业化、品牌化、融合化出版理念，全面推进教育出版、学术出版和大众出版协调发展，全面推进传统出版与数字出版深度融合”的“一三三一”战略，力图做强做优做大出版主业。

为顺应融合出版大势，重庆大学出版社积极布局，相继推出“课书房——重大社新形态教材支撑平台”和“迪帕”特殊教育融合出版系列等创新产品，并成立重庆大学电子音像出版社，以技术赋能内容，探索出版业态的多元发展路径。

当然，除了“改革”与“变化”，在这18年中，重庆大学出版社也有许多的“不变”。张菱芷还清楚地记得：“当年的书市上，我让创立了‘好奇心’图书品牌，并进行了新书发布活动。直到今天，‘好奇心’系列图书依然活跃于大众市场，并获得国家级奖项10项。”

谈及今年书博会上重庆大学出版社的亮点，张菱芷介绍，重庆大学出版社将重点呈现三大板块的成果：教育出版领域将集中展示一批精品教材与教学资源；大众出版板块将推出包括“好奇心”科普系列、“鹿鸣心理”心理学丛书、“万花筒”时尚文化读物等具有市场影响力的特色图书品牌；学术出版方面，将集中展示《纳西东巴文献字释合集（共50卷）》、“中华人民共和国体育史丛书”、“生态文明法律制度建设研究丛书”、“中国科幻文学大系·晚清卷”等国家出版基金项目、“巴渝文库”“陆海书系·物的流动与全球史丛书”等重庆市出版资金资助项目，重点推介已持续出版20余年、累计200余种的“万卷方法”丛书。这些展品充分体现了重庆大学出版社专业化、品牌化、融合化的发展战略，以及在教育出版、大众出版和学术出版三大领域的均衡发展格局。

作为重庆本土出版人，张菱芷对书博会充满期待。“欢迎全国出版界同仁来到重庆，这座充满活力的城市将为书博会注入独特魅力。希望本届展会展现出重庆的文化特色与出版创新成果。”

湖南人民出版社政治理论读物编辑部主任黎红霞：

书博会是出版业风向标连接器

□本报记者　孙海悦

“希望书博会成为爱书人的节日，让更多人感受到以书会友、以文化人的美好。”第33届全国图书交易博览会召开在即，湖南人民出版社政治理论读物编辑部主任黎红霞向《中国新闻出版广电报》记者回顾了她参与过的多届盛会，有3段经历令她印象深刻。

2018年深圳书博会上，由黎红霞策划并担任责任编辑的“中国扶贫攻坚脱贫问题研究丛书”首发。当书中记录的典型案例与现场观众的真实经历产生共鸣时，她深刻体会到：学术出版完全可以在专业性与可读性之间找到平衡，优质学术出版的核心在于构建作者—编辑—读者的良性互动生态，编辑需要具备敏锐的现实洞察力，同时要有足够的学术链接力。这套丛书也开启了她在“三农”图书领域持续10年的深耕。

2021年济南书博会上，黎红霞观察到，直播几乎“五步一景”。她对此的思考是，直播带来的不仅是销量增长，更引发行业生态的深层变革。一方面，直播打破了图书销售的空间限制，让优质图书能够快速触达更广泛的受众；但另一方面，高佣金、低折扣的直播模式也挤压了利润空间，出版单位不得不通过降低售价来维持合作。但这种模式并未形成可持续的产业闭环，如今，许多曾经带货图书的达人转而销售其他高毛利商品，仍在坚守的多是出版从业者。

2023年济南书博会上，云南展团的文创产品矩阵给黎红霞带来了新的视觉震撼。以“云南风物”为主题，云南展团系统展示了扎染、陶艺、民族服饰等非遗文创，并与相关图书形成呼应，构建起“书+文创”的立体展示空间。她认为，文创开发需要建立“内容IP化、产品系列化、运营品牌化”的思路，既要深挖图书的文化内涵，也要注重市场需求调研，才能真正实现文化价值与商业价值的双赢。

作为图书编辑，黎红霞深刻感受到行业正经历从“规模导向”到“质量导向”的结构性转型，这种转型体现在内容生产、编校标准和审美追求3个维度。

内容生产的逻辑正在重塑。“来料加工”式的出版模式已难以为继，每一本书都需要明确的价值定位——它要解决什么现实问题？满足哪些读者的深层需求？这种转变也对编辑的专业素养提出了更高要求：除了扎实的文字功底，更要成为“内容策展人”，能够从海量信息中提炼核心价值，构建完整的叙事逻辑。

编校质量进入“全民质检”时代。这种转变既源于行业管理者的严管厚爱，也出于读者对品质要求的提升。在信息爆炸的时代，读者对图书的“信任成本”更高，任何编校错误都可能影响品牌和口碑。这导致编校压力增大的同时，也倒逼出版单位优化流程，例如通过建立专家库、引入智能校对工具等方式提升效率。

审美追求成为图书竞争力的新维度。从封面设计到内文排版，从纸张选择到装帧工艺，每个细节都可能影响读者的购买决策。这种变化要求编辑具备整体设计思维，将内容与形式视为不可分割的整体。

站在第33届书博会即将举办的节点回望，黎红霞认为，书博会始终是出版业的风向标与连接器。面对数字化转型、阅读方式变革等挑战，她期待本届书博会更好发挥行业风向标功能，为从业者提供前瞻性指引；更有效地发挥阅读连接器作用，推动全民阅读向纵深发展。

广西师范大学出版社集团市场部营销专员余向丽：

人与书相遇瞬间见证最美的成全

□本报记者　李美霖

“每当翻开那些在书博会上淘来的旧书，扉页上褪色的日期和印章总会让我感慨，原来时光已经在书页间流转了这么多年。”广西师范大学出版社集团市场部营销专员余向丽在出版行业深耕多年，作为全国书博会的见证者，她向《中国新闻出版广电报》记者讲述了书博会上人与书、书与城市相遇的动人故事。

余向丽对与书博会的缘分，就像一本不断续写的长篇，每一章都镌刻着时代的印记，每一页都浸润着墨香与温情。

她记得2004年5月在广西桂林举行的全国书市，当书中记录的典型案例与现场观众的真实经历产生共鸣时，她深刻体会到：学术出版完全可以在专业性与可读性之间找到平衡，优质学术出版的核心在于构建作者—编辑—读者的良性互动生态，编辑需要具备敏锐的现实洞察力，同时要有足够的学术链接力。这套丛书也开启了她在“三农”图书领域持续10年的深耕。

2021年济南书博会上，黎红霞观察到，直播几乎“五步一景”。她对此的思考是，直播带来的不仅是销量增长，更引发行业生态的深层变革。一方面，直播打破了图书销售的空间限制，让优质图书能够快速触达更广泛的受众；但另一方面，高佣金、低折扣的直播模式也挤压了利润空间，出版单位不得不通过降低售价来维持合作。但这种模式并未形成可持续的产业闭环，如今，许多曾经带货图书的达人转而销售其他高毛利商品，仍在坚守的多是出版从业者。

2024年7月，第32届书博会在济南举办，广西师范大学出版社特别策划了一场“山水阅读·名家走读CityWalk”，文化学者吴钧、白峰、钱欢青与多名读者一起从解放阁出发，经黑虎泉、芙蓉街、王府池子、府学文庙、由水亭街，最后抵达大明湖，完成了一场漫步老街小巷的深度行旅。

这场别开生面的CityWalk，不仅让参与者领略了“家家泉水，户户垂杨”的泉城风貌，更通过学者们的现场讲解，将书本中的济南鲜活地呈现在读者面前。余向丽不禁生出这样的感叹：当阅读遇见行走，当文字邂逅风景，这不正是书博会与城市最美的相遇方式吗？

蝉鸣声声催夏至，书页簌簌起渝约。

今年书博会，广西师范大学出版社将携《茶馆：成都的公共生活和微观世界（1950—2000）》《命若朝霜：红楼梦》里的法律、社会与女性》等千余种精品好书参展。余向丽告诉记者，今年广西展团特别搭建了一座“书香风雨桥”，设计灵感源自广西壮丽山水与程阳风雨桥的智慧结晶，将层叠屋檐的韵律转化为书页的层叠，桥廊的延伸象征出版业连接知识与读者。“书香风雨桥”的设计传递出广西师范大学出版社期待每一位驻足于此的读者，在翻阅书页时，感受到八桂大地的文化脉动，体味到出版人传承文明的初心。

“作为这场文化盛宴的见证者，我们阿其有幸，看着一位位读者怀揣新得的珍宝，眼中闪烁着发现的喜悦。”采访接近尾声，余向丽告诉记者，“当指尖轻触书脊的刹那，当目光流连字里行间的时刻，一场无声的对话已然开启——读者赋予书籍新的生命，书籍馈赠读者新的世界。这就是出版人最幸福的时刻：在人与书相遇的瞬间，见证彼此最美的成全。”

人民美术出版社书法篆刻编辑部副主任赵军平：

书博会是选题灵感源泉

□本报记者　孙海悦

“行业瞩目的全国书博会即将在重庆举行，非常值得期待。”人民美术出版社书法篆刻编辑部副主任赵军平向《中国新闻出版广电报》记者表示。

自2011年进入出版行业以来，赵军平虽然不是每届书博会都参加，但都会密切关注。他说，随着工作岗位的不断变化，所关注的点就不一样，但感受最深的还是行业的发展变化。

“随着科学技术、人工智能的快速发展，出版行业发生了巨大变化，图书出版已进入AI技术赋能的新时代。”赵军平说，人工智能开始渗透到出版的各个环节，AI与出版的关系也从赋能走向融合。人工智能与图书出版融合发展是当下的热点，具有重要的实践意义。

在他看来，在美术出版领域，新技术可以为美术类图书选题策划提供数据分析和技术支持，帮助实现选题内容创新、市场分析预测及效率提升等多方面的优化，明确市场定位与读者画像，确保选题与市场需求相契合，从而推动美术类图书出版高质量发展，满足读者的多样化需求。新技术还可用于图书科学定价、优化库存管理、智能客户服务等方面，帮助出版单位实现更加精准高效的营销。

赵军平观察到，美育工作正受到前所未有的重视。2020年10月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》，要求各地把美育纳入各级各类学校人才培养全过程，贯穿学校教育各学段，把中小学生学习音乐、美术、书法等艺术类课程以及参与学校组织的艺术实践活动情况纳入学业要求，促进学生形成艺术爱好、增强艺术素养，全面提升学生感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力。2023年12月，教育部印发《关于全面实施学校美育浸润行动的通知》，提出将美育融入教育教学活动各环节，潜移默化地影显育人实效，实现提升审美素养、陶冶情操、温润心灵、激发创新创造活力的功能，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

“这必将对美术图书的出版发行产生影响。”赵军平分析说，首先，学生群体及教师教学需求的增长将推动市场规模扩大；其次，美术图书选题多样化、内容专业化将不断提升；再次，学校会成为美术图书销售的重要渠道之一，且美术图书零售市场可能会与艺术培训、艺术展览等新兴业态融合发展。

书博会成为赵军平选题灵感的源泉。他表示，近年来，一系列支持中华优秀传统文化传承发展的政策，为传统文化类美术图书的发展营造了良好的政策环境。一方面，各阶段传统艺术文化教学的需求不断增长；另一方面，对传统文化的认同和热爱促使人们愿意去了解和学习传统文化。“可以预见，传统文化类美术图书将成为人们了解、传承、传播中华优秀传统文化的重要途径之一。”

在历届书博会上，赵军平结识了很多志同道合的出版同行和忠实热情的读者。这也让他感到，书博会既是作者和编辑的节日，也是读者的节日。“书香人美、人美书香，每一届书博会都将成为大家的美好记忆。”赵军平说。

重庆出版社品牌部部长助理姚姝丽：

书香重庆“主场”定会传扬阅读之美

□本报记者　朱子钰

参加工作以来，重庆出版社品牌部部长助理姚姝丽共参加过17次书博会，2007年，她首次亲身参与到这场行业盛会中，又遇上“主场作战”，一段难忘的回忆镌刻在她的心中。

2007年4月25日，小雨蒙蒙，重庆山色青黛，喜迎八方来客。那届全国书市更名为全国图书交易博览会，参展单位共1600多家，约有21.5万种图书和4.5万种电子音像制品参展，展出规模超过历届。

“几百家出版社齐聚一堂的盛况让我记忆犹新，这样一个超大型的图书市场吸引了许多读者远道而来，图书种类丰富，展销宣传活动也很多，大家皆是满载而归。”姚姝丽告诉《中国新闻出版广电报》记者，当时自己主要负责图书发行工作，因此接触对象大多数是出版社、经销商、民营书店和图书馆的工作人员。

一直以来，出版物展销、图书订货等是书博会重要的功能，每一次举办都是对出版界最新成果的检阅。“那时候，我们主要的任务便是‘拿订单’。而各家出版社几乎都呈现出‘订单拿到手软’的状态。”她透露，全年大部分订单工作，都是在书博会上集中完成的。

据统计，在重庆举办的第17届全国书市（全国图书交易博览会），参观人次近60万，参与书市各类活动的群众超过100万人。出版物展销品种达26万种，实现订货码洋14.11亿元、团购码洋5067万元、零售码洋601万元，并签订了版权贸易协议297项，均创历史新高。

“最明显的感受主要有三点，现场新书品种多、业内联谊活动多，以及销售转化多。”回想起当年场景，姚姝丽提到，新书推介为书博会的“老牌活动”，其形式在成熟中有创新。“当时的营销推广活动已经非常新潮了。那时候，我们已经用到了Cosplay（角色扮演）和话剧的方式来推荐重点新书。效果相当不错。”

从全国书市更名为全国图书交易博览会，会场上，各类文化活动丰富多样、异彩纷呈。姚姝丽提到，多年来，书博会上的显著变化，令她感受深刻。“从单纯订货交易功能，转化为各出版社品牌形象宣传功能。展会的边界从场内的物理边界，通过互联网等手段影响到了场外。比如，现在的直播推介，能让场外的销售与关注度远超场内观摩会的人群。”她还发现，展会面对的目标对象发生了变化，“以前在展会上，我们关注的是经销商等群体，现在我们关注的重点对象是读者，关注阅读本身。这几年出版社的一些活动，其实都是围绕阅读创新在做。”

18年后，重庆再度迎来书博会，姚姝丽的内心十分欣喜，充满期待。从6月开始，重庆市已在各区县特色书店、街区夜市、大型商圈、文化场馆、各类园区开设“书博会·巴渝书市”，迎接书博会的到来。7月24日21时，还将在重庆市两江四岸核心区域举行大型无人机专场展演，5000架无人机将在重庆的夜空打开一幅宏大的书卷。

“书香重庆，定会传扬阅读之美。这里的全民阅读氛围越来越浓厚。本届书博会，我们相信将会为出版发行业积蓄更多信心，让行业越来越有朝气。”姚姝丽说。