

热门展区秀



读者在西西弗书店特色背景板前拍照打卡。



陕西展台的拓印活动吸引读者参与。



读者在“蚂蚁找书”展区购买文创产品。



“书驿栖光”展区展销来自全国各地特色书店的图书和文创。



出版人在书博会上直播。本届书博会还设置了历届书博会集章打卡处。



读者在“真理之光”展区进行VR体验。



山东展区打出“阅读是美好的遇见”口号。

(图片由本报记者洪玉华、朱子钰、刘蓓蓓拍摄)

书展文创热销体现文化传播革新

□本报记者 范燕莹

提到做文创，文艺社、美术社似乎有着得天独厚的优势，但当《中国新闻出版广电报》记者在第33届全国书博会人民卫生出版社的文创展台看到关于心脏、肝脏等趣味性小挂件同样受到读者欢迎时，一下子就对一些看似严肃的专业社做文创的设计思路更加具象化——原来通过文创，可以把医学典籍转化为可触摸、可穿戴、可品味的“脑洞周边”，让医学从书架走向生活，更深入地融入大众认知。

当下的书展，早已不止于书，文创也是书展的主角之一。在书博会现场，记者看到，除了图书，多家出版集团、出版社、书店都带来了各具特色的文创产品。当下出版行业“卷”文创赛道的背后，折射出行业转型的迫切要求。正如广大出版人所普遍意识到的，书博会的文创热潮不是简单进行商品销售，也体现出文化传播方式的革新。

“希望大家在接触文创的同时，更直观地了解大美新疆。现场火爆销售的场面也吸引了多家新华书店及民营书店的合作订单，文创已成为拓展文化产品服务的一条新赛道。”新疆人民出版社（新疆少数民族出版基地）营

销发行部副部长李莎介绍，此次带来的精美文创，如以新疆壁画、民族纹样为灵感的书签、笔记本，既具有艺术性又具有实用性，和书展调性很搭。艾德莱斯绸制成的小挂件、刺绣书签，能体现新疆的非遗技艺，自带故事感。结合新疆自然风光设计的明信片、冰箱贴，或是融入瓜果元素的文创周边，清新又有辨识度。

要么主打独特的地域特色，要么突出自身出版品牌，这是出版社做文创研发的主要方向。7月25日，人民教育出版社与鲁迅文化基金会战略合作签约仪式暨“课本中的鲁迅”IP发布活动在书博会现场举办。鲁迅先生长孙、鲁迅文化基金会会长周令飞强调了此次合作的意义。他说，近几年，鲁迅文化“火出圈”，针对当前市场存在的文创乱象，他希望通过与人教社的战略合作，为市场树立规范，推出真正有内涵的鲁迅文创产品，让大众能够通过这些精品亲近鲁迅、读懂鲁迅。

围绕自身出版品牌开发文创，自然离不开图书这一核心内容。在陕西师范大学出版总社展台，记者看到，带有喜鹊图案、“草木芳华”系列的各种包包

既好看又实用。“我社曾出版《杏园飞羽——陕西师范大学校园鸟类》一书，这些带有喜鹊图案元素的文创设计灵感就来自于这本书的内容。”陕西师范大学出版总社文创经理王丽君说。

和陕师大社的博物系列文创研发思路不同，在云南美术出版社展台，记者看到，同样是博物主题，出版社采用“图书+文创”整体推出、打包销售的策略也取得不错的效果。“《草木有本心——曾孝濂博物绘画精选》礼盒7月刚上市，不到一个月1000套已经卖完，我们正在准备加印。”云南美术出版社副社长于重榕介绍，该社编辑团队以“书桌上的自然博物馆”为设计理念，包含书衣、主书、速写本、亚克力画框等多元内容，让阅读成为沉浸式的美学体验。

围绕自身出版定位进行文创开发，现场最让人感到意外的，还是那些看起来颇为严肃的专业出版社，人卫社就是一个例子。“这10个手机包我都要了，回去送给我部门的女同事们。”在人卫社文创展台，一位来自河南郑州做教辅图书的女士看中了带有医学文化设计感的手机包和萌趣小挂件。来自人卫社的

徐鹤祥介绍说，人卫文创强调医学基因与趣味表达的统一，以人卫社精品图书产品为基，通过更贴近大众的设计语言，传递科学健康观与积极生命观——让守护健康成为生活中可触碰的温度。人卫文创项目于2025年正式启动，目前已有数十个原创产品线投入研发并逐步落地，日后还会有更多医学文化与趣味性并存的产品面世。

除了出版社，书店带来的精美文创同样让人惊喜。在北京展台，记者看到了之前就一直非常热销的“凤冠”冰箱贴，现场大大小小各种尺寸都有，非常吸睛。另外，北京系列主题冰箱贴等文创也吸引读者驻足。“我们主打的就是京味儿特色。”北京图书大厦总经理助理程刚说。

书博会现场，西西弗书店则巧妙融合“书店+咖啡+文创”，将“城市文化客厅”搬进展场。读者在咖啡香气中翻阅图书，体验新型阅读空间的魅力。出版业的未来在于“破圈”，在于融合。正如此次西西弗书店展区的主题词：“从阅读而来，到生活中去。”出版+文创，正好为读者提供了这样一个“从阅读而来，到生活中去”的入口。

少儿阅读嘉年华展区：科普图书爱好者的乐园

□本报记者 洪玉华 文/摄

在第33届全国书博会上，第5届少儿阅读嘉年华展区以“科技海洋 童阅领航”为主题，汇聚众多科普童书，吸引了大批小读者，其中还有一些资深科普图书爱好者。7月25日下午3点，《中国新闻出版广电报》记者走进展区时，很多小读者沉浸在科普图书海洋，其中8岁的姚星辰和同学程俊凯一起拿着《“胖五”火箭再出征》，用书中的拉页插图猜测长征五号系列运载火箭型号。姚星辰说，他们俩已经共同阅读这本书20多分钟了，两人对航空航天以及科技类图书非常感兴趣。采访中，两位小读者说，他们是科普书迷，家长在手机上看到书博会在家门口举办，又有专门的少儿阅读嘉年华活动，就带他们来逛展。让他们没想到的是，这里居然有很多航天航空类科普书，太让人开心了。当天，他们几乎泡在这个展区，阅读了好几本书，姚星辰还自豪地说有几本书他6岁时就看过，他还和其他小朋友就书中内容进行了分享。少儿阅读嘉年华展区由中国出版协会指导，北京书友之家文化交流有限公司主办，中国出版协会少年儿童读物工作委员会协办。该展区有中国少年儿童新闻出版总社、北京科学技术出版社、浙江少年儿童出版社、接力出版社、童趣出版有限公司、蒲公英童书等20余家出版机构及童书品牌带来的《追星星的五千年·冲破天穹》《真相只有一个（全9册）》《国之脊梁：中国院士的科学人生百年》《银河学院：地球战

舰之谜》《从无穷小到无穷大（全2册）》《科学真有趣·改变世界的中国伟大发明》《拯救地球的未来发明》《万桥飞虹》和“少年航天局”系列（8册）等众多优秀童书。

该展区分为图书展销区、创艺汇展销区、互动展览体验区、公共活动四大区域。展区特别为小读者定制了“电路探秘·书海寻宝”图，根据寻宝图的任务提示，小读者走进互动体验区，将依次经过古代智者秘境、科学家榜样故事、星际探索基地、深海勘测站、创意大爆炸、精品科技童书展等主题站点。每个主题站点设置了多重任务关卡，标注了探索任务，鼓励孩子们在游戏过程中边阅读边寻找答案。他们还可以在科学大爆炸留言区写下或者画出自己的创意设想。记者在现场看到，有些留言是用汉字+拼音形式完成的，充满了童趣与科普精神。

在嘉年华展区，小读者们在看展、答题、闯关的同时，还可以参与互动区的答题赢好礼、智绘未来·科学涂色、书海超级变变变等AI多媒体互动体验项目，在动手动脑的实践中感悟科技奥妙，培养解决问题的能力。在完成全部闯关任务后，小读者可以参加兑换通关印章、抽奖活动。姚星辰和程俊凯在顺利闯关后选择了美绘笔记本，他们说想用这个笔记本绘制航空模型设计图，那是他们共同的爱好和兴趣。姚星辰说，他的理想是上大学后可以参与航天航空方面的设



姚星辰（左）在和同学程俊凯用《“胖五”火箭再出征》中的拉页插图猜测长征五号系列运载火箭型号。

计，他甚至迫不及待地希望在中学之后就能设计模型。

除了互动游戏，20余场精彩纷呈的阅读活动陆续在嘉年华展区推出，作家李卓颖携最新系列桥梁书《妙奇奇事务所》亮相，通过丰富有趣的手游戏，与孩子们分享书中幽默逗趣的故事；儿童文学作家、少儿星云奖金奖得主潘亮带来新书《王者大陆历

险记》，与读者们一起探寻王者大陆的奥秘；作家黄丽荣则携新作《“时代楷模”单杏花背后的故事》与现场读者分享创作心得及图书出版背后的故事；“乐乐趣”米吴科学秀以炫酷实验点燃孩子们的好奇心，通过现场互动体验和趣味科普知识，在孩子心中播撒科学的种子，引导他们观察生活中的科学奥秘。

“蚂蚁找书”圈粉“Z世代”

□本报记者 朱子钰 文/摄

走进第33届全国图书交易博览会的中央大厅序厅，以蓝色为主基调、造型别致的“蚂蚁找书”展区吸引了不少年轻人来此拍照打卡、购买文创，成为展馆内最热闹的区域之一。

“蚂蚁找书”这个在书博会被频繁提及的词，是在重庆市全民阅读活动办公室指导下，由重庆出版社创立的城市文化品牌。7月26日，“蚂蚁找书”融合阅读平台正式发布。作为书博会数字运营纽带，该平台未来将建设成为具有重庆气质的推动书香中国、全民阅读的综合阅读平台。读者打开“蚂蚁找书”小程序，可以找到想看的书，遇到志同道合的书友，发现有趣的读书活动，寻觅心仪的阅读角落，畅玩书博会。

体型很小的蚂蚁象征着平凡的生命个体，数量庞大的蚁群映射芸芸众生，蚂蚁团队协作的力量揭示聚沙成塔的集体智慧。勤劳、共建、开荒、探索、团结、力量、坚持、敏锐是该品牌的八大精神。这些在“蚂蚁找书”展区都有了生动且具体的阐释。

《中国新闻出版广电报》记者



“蚂蚁找书”展区吸引许多读者。

“经典书店”、在百年小学旧址内开办的“重庆时光里”书店、南滨路上看最美落日的“拾己书局”、从菜市场里走出来的“书香世家”旧书店，以及从壁龛造像中走出来的“南书局”。

展区以书籍内容、阅读交互和文化体验为核心，联动各特色书店、出版单位等内容创作机构、文化公益机构

和“蚂蚁找书”线上平台，开展以阅读为主题的趣味活动。时尚的展陈方式、深刻的文化解读、特色的文化IP、书香与趣味相伴，愉悦开心、好玩有趣的娱乐精神……这些与“Z世代”契合的文化体验形式，得到了年轻人的认同与点赞。

“蚂蚁找书”为此次书博会推出的官方文创，与“蚂蚁精神”相融合，

受到了大家的追捧。”展区工作人员胡丽凝告诉记者，读者对于线上线下串联的活动以及共创内容特别感兴趣。“比如出版行业的发展进程、编辑是如何做书的……这些内容都是他们关心的话题，所以展区推出的特色活动‘做一本不被定义’的书，鼓励读者现场参与制作一本简易图书，读者既能感受到出版行业创作一本书的乐趣，还能按书中线索完成打卡任务，实现从‘内容创作者’到‘文化探索者’的身份转变。”

在现场，读者们自觉排队体验“做一本不被定义的书”。“让阅读成为更有趣的事情，‘蚂蚁找书’深刻诠释了这一点。活动制成的书，既是打卡册，又能当笔记本，玩法很新奇，既好玩，又增加了知识。”一位“00后”大学生胡舒告诉记者。

现场的“城市寻书”活动创新“书”与“乐”的新价值。据胡丽凝介绍，该活动将兑书卡藏匿于展区角落，读者在场内寻找卡片，凭此卡可兑换书籍盲盒一份。活动引来许多热心读者参与，在寻书过程中，可以感受到寻求答案的乐趣。

“线上可以找书、找地、找事、找人，抽取优惠券。在线下展区体验各种趣味文化活动。”蚂蚁找书”为这次书博会增添了许多亮点。”一位读者告诉记者。