

AI赋能出版业高质量发展大会在武汉举行

本报讯（记者汤广花）9月19日，AI赋能出版业高质量发展大会在武汉书展上举行。活动由湖北省委宣传部、武汉市委宣传部指导，武汉出版集团有限公司主办。中国出版协会理事长郗书林出席大会。

郗书林在致辞中表示，放眼出版界，人工智能不仅降低了成本，更大幅提升了知识传播的效率，促进了作者与读者、科研与教育之间的深度互动，推动了知识生态的协同创新。人工智能赋能出版业高质量发展的技术性问题已经基本解决，现在正处于成熟应用阶段，中国出版业要抓住这一历史机遇实现高质量发展。

湖北省委宣传部副部长蔡静峰说，人工智能是第四次工业革命的核心驱动力，是赢得未来发展的新赛道，目前已在出版业全产业链中得到广泛应用，出版业要抢抓机遇、乘势而上，培育出版新质生产力，彰显技术革命和产业变革浪潮中的出版作为。

武汉理工数字传播工程有限公司董事长刘永坚在“AI大融合出版业智能化转型‘新引擎’”主题演讲中说，人工智能技术引发从“语言宽带”到“知识蒸馏”的效率革命，出版业面临价值链无限延伸、知识资源开放互联、知识服务广泛触达与极致个性的深刻变革，推动出版业由“小行业”向“大产业”跨越式发展。面对人工智能浪潮，他建议出版业分阶段按需引入智能服务，积极探索数据资产化路径，将数据要素转化为战略性资源，用好出版数字资产富矿。

武汉大学信息管理学院副教授赵靓认为，人工智能已渗透至出版全流程，覆盖选题策划、内容创作、编辑校对、营销推广和版权管理五大环节，推动行业从经验决策走向数据智能驱动。应构建“基础能力—业务适配—企业应用”三层人工智能赋能架构，构建“通用大模型+行业小模型”的融合范式，同时，呼吁行业共建语料库与知识库深度融合生态，实现出版业数据共建共享、长期可持续发展。

会上，武汉出版集团与科大讯飞股份有限公司等多家单位签订AI赋能战略合作协议。

广东韶关量身定制一揽子“媒体+”计划

本报讯（记者徐平）广东省韶关市委农村工作领导小组办公室、韶关市委宣传部近日联合印发《韶关市“媒体+”赋能“百千万工程”农产品市场体系建设实施方案》。此举是该市对传统农业发展路径、媒体转型方向的业务融合重构。

《方案》围绕促消费、促外贸、促文旅、促农民增收、促媒体转型目标，为食用菌、兰花、黄金奈李、翁源三华李、贡柑等特色农产品和丹霞山、南华寺等景区景点，量身定制一揽子“媒体+”计划，将媒体资源深度融入农产品流通全链条，助力“百千万工程”加力提速。

在聚焦“媒体+品牌”方面，《方案》提出积极拓宽传播路径、创新叙事方法、整合文化资源、畅通供需两端链接，做强做优“韶州好风物”专题宣传栏目，积极策划开展文化文艺宣传，深入讲好系列农产品故事，以文化赋能推动品牌建设、推进产品销售。同时，发挥文化传媒人才优势，成立“媒体+”工作室，以“韶州好风物”直播间为龙头，成立电商联盟，实现媒体与文旅产业同频共振。此外，该市将组建由融媒体中心、高校、企业、网红组成的“电商联盟”，实现媒体从单打独斗转向平台化运作、从“借船出海”到“造船出海”的转变。

《方案》提出，将充分发挥互联网优势，融合媒体、社会、市场等各方力量，构建传统媒体和新媒体协同联动机制，推动优质内容生产传播，实现“正能量”与“大流量”双向澎湃。

《江上谁家少年》讲述水乡少年成长历程

本报讯（记者汤广花 通讯员唐靓）9月19日，《江上谁家少年》新书首发式在湖北武汉举行。该书由长江少年儿童出版社出版。

《江上谁家少年》作者、湖北省作协副主席李鲁平介绍说，小说通过一群不同家庭背景的少年在抗日战争中的命运起伏，展现他们在破碎家园中顽强成长、自觉承担家国责任的动人历程。小说融入了大量荆楚文化元素，从楚辞、洞庭君传说到龙舟祭祀、杨泗庙会、荆江民谣，这些文化基因成为少年们精神成长的重要养分。

长江少年儿童出版集团总经理王力军说，《江上谁家少年》既是一部波澜起伏的少年成长小说，也是一幅生动细腻的水乡风情画卷，其出版对挖掘地方文化资源、推动本土原创儿童文学繁荣发展具有重要意义。

中国出版协会常务副秘书长吴宝安表示，作品扎根长江文化，以儿童视角呈现抗战时期长江儿女的勇气、智慧与家国情怀，是地域文化与主题出版相融合的优秀范例。

第二十一届百花文学奖颁奖典礼在津举行

增设微型小说奖 45篇作品分获8类文学奖项 27人获编辑奖

本报讯（记者韩萌萌）9月20日，第二十一届百花文学奖颁奖典礼在天津市滨海新区举行。本届百花文学奖增设微型小说奖，200余位作家、评论家、专家学者、编辑、读者代表现场共同见证文学的力量。

本届百花文学奖由天津市委宣传部、天津市新闻出版局指导，天津出版传媒集团、中新天津生态城管理委员会主办，共有45篇作品分获8类文学奖项，其中，《暮色与跳舞熊》（鲁敏）、《玛雅人面具》（徐则臣）等10篇作品获得短篇小说奖；《无名之地》（卢一萍）、《会飞的父亲》（尹学芸）等10篇作品获得中篇小说奖；长篇小说被《苹果红了》（津子围）和《曾在部队扛过枪》（衣向东）分享；《满仓爷的勋章》（乔桦）、《领作》（徐向林）等5篇作品获得微型小说奖；

《湖泊的四季》（陈元武）、《我乡月令》（耿立）等10篇作品赢得散文奖；《消逝的真相》（贾煜）、《一个写作表演者的最后爱情》（王威廉）和《度假周》（宝树）斩获科幻文学奖；《暗瞳》（赵小赵）和《南京先生》（赖继）斩获影视剧改编价值奖；《我本无意成仙》（金色茉莉花）、《天才俱乐部》（城城与蝉）和《复活少女与奇异沙漠》（肖睿）获得网络文学奖。

此外，丁东亚、师力斌、李娜等27位文学期刊编辑获得编辑奖，王娜、王玉玲、王克平等30位读者获得读者奖。

在颁奖典礼上，本届百花文学奖长篇小说奖获得者津子围说：“感谢时代生活，让我真切地体会到生命的意义，感受到人间值得。我将继续深入生活，从平凡中发现伟大，从质朴中发现崇高，努力为这座百

花园增添新的色彩。”另一位长篇小说奖获得者衣向东直言，没有《小说月报》的支持，就没有他今天的文学成绩。

“文学是一场动人的奔赴，而编辑，正是这场奔赴中可靠的同行者。”《草原》杂志主编阿霞代表编辑奖获得者发言时说，百花文学奖编辑奖是她编辑生涯中最看重、最珍视的荣誉，不仅因为它来自专业的肯定，更因为它背后传递着无数读者的声音。

读者奖获得者代表赵毓文是河北省平泉县的一位高中教师，和许多读者一样，他与百花文学奖的渊源，可以追溯到上世纪80年代。他在领奖现场说：“那个时候还在求学的我，订阅了百花文艺出版社的《散文》《小说月报》。40多年过去了，是百花社的这些文字滋养了我平凡的生活。”

中国出版集团携手武汉市百步亭社区共建“书香湖北·全民阅读示范社区”

百步亭社区迎来“读者之家”

本报讯（记者李婧璇 汤广花）9月19日，中国出版集团和武汉市百步亭社区共建“书香湖北·全民阅读示范社区”启动仪式暨“读者之家”挂牌仪式在武汉市江岸区举行。

中国出版集团有限公司总经理常勃，湖北省委宣传部副部长蔡静峰，湖北长江出版传媒集团有限公司董事长、长江出版传媒股份有限公司董事长黄国斌，武汉出版集团有限公司董事长朱向梅等共同为百步亭社区“读者之家”揭牌。目前，中国

出版集团已在全国各地联合共建了百余家“读者之家”，此次与百步亭社区共建“读者之家”，是企业与社区合作推动优质文化资源直达基层，助力书香社会建设的有力实践。

近年来，湖北省持续深化全民阅读，通过“五大工程”推进“书香荆楚·文化湖北”建设，取得显著成效。对于书香社区建设，蔡静峰提出要建立长效共建机制，提供精准阅读服务，发挥辐射带动作用，带动更多社会力量参与，共同营造浓

厚书香氛围。

中国出版传媒股份有限公司副总经理臧永清表示，中国出版集团将持续推动“读者之家”品牌向基层延伸，打造可持续、可推广的全民阅读社区新模式，推动优质文化资源进社区，满足居民多样化、多层次、多方面的精神文化需求，助力书香社会建设。

新华书店总店副总经理何光宇介绍，新华书店总店将依托新打造的“新华全民阅读空间”，构建“四个一”全民阅读服务体



（上接01版）

浙江新华“钱塘鸿书”平台作为“15分钟品质文化生活圈”的重要组成部分，年均发布文化活动近万场，读者线上下单后最快30分钟就能收到图书。“现在买书就像点外卖一样方便，周末还能通过平台报名亲子研学，新华书店离我们越来越近了。”宁波读者林女士说。

针对不同年龄群体的需求差异，新华书店以数字化技术为适配工具，实现服务的全龄覆盖。在福州安泰新华图书城，专为老年群体设立的“福见银龄·思政悦空间”，通过裸眼3D电影、元宇宙阅读体验等项目，让银发族也能感受科技与阅读的融合。江苏凤凰新华优化自助购书机和线上平台界面，放大字体与操作按钮，提升适老化体验；安徽元·书局开发轻量化AR入口，扫码即可触发3D图书预览，通过语音助手与手势识别降低了老年用户的使用门槛；四川新华文轩为老年读者优化服务流程，提供“送书+读报”组合服务。

孩子们的需求同样被精准捕捉。河南新华聚焦青少年阅读服务，整合3000余条优质数字资源，开发AI整本书伴读助手，根据学生学段与兴趣生成个性化阅读方案。河南新华还通过在9个地市19所学校布设176台智能借阅书柜，累计实现师生借阅10万次，为阅读教学提供精准数据支撑。值得一提的是，河南新华在会员系统中细分“亲子家庭”标签，定向推送儿童手工、绘本共读等活动，参与家庭复购率达60%。

福州鳌峰坊书城的“新华AI智学空间”通过AI学习机为新生推送个性化资料；厦门同安智慧书城的5GVR阅读树让青少年“走进”书中世界；江苏凤凰新华的VR沉浸式阅读项目将阅读变成有趣的游戏体验，实现阅读内容的交互化与情境化表达。这些实践均围绕“阅读+科技”的核心，实现了对不同年龄群体的精准服务。

主渠道革新：从卖书到生态再造

上海新华临港科技智慧图书馆构建“科技+知识服务”平台，接入Nature（自然）、万方等20亿条元数据资源，通过AI知识图谱与语义检索技术，为科研人员精准匹配文献。截至2025年1月，平台注册用户突破4.2万，图书馆累计接待参观及活动超6万人次，成为华东地区知识服务型公共文化空间的典范，实现了服务对象从大众读者到专业人群的拓展。

破解转型瓶颈 从“单点突破”到“生态共建”

数智化转型不是“一蹴而就”的工程，面对技术投入高、人才短缺等难题，新华书店通过降本增效、人才培养、生态联动等方式，构建起可持续发展的长效机制。

技术投入的核心价值在于“提质增效”，新华书店通过AI、大数据等技术的精准应用，将前期高成本投入转化为长期盈利回报，实现投入与产出的良性循环。作为安徽新华推进文化与科技融合的标杆项目，安徽元·书局通过技术优化实现了成本控制与效益提升。如今，通过AI生成基础模型、UGC（用户生成内容）素材补充等方式，虚拟场景搭建边际成本降低了40%。在数字内容制作上，以前做一本书的推广视频要一周，现在用AI自动生成，一天能做10个推广视频，效率大幅提升。

这些技术投入已转化为实实在在的收益：在元·书局2024年全年的盈利结构中，虚拟体验项目占比66%，其中“元游幻境”XR项目年均创收超百万元；数字内容服务占13%，而传统图书销售仅占7%。

浙江新华通过ERP系统智能调度算

法，应对电商订单年均40%的增长压力，物流成本下降14%，日处理订单能力提升至15万单。“技术并非单纯的成本投入，关键在于应用，用对技术才能真正实现降本增效。”浙江新华相关负责人说。

江苏凤凰新华在自有智慧仓储系统基础上，直接对接上游出版单位图书资源库，新书经书店通平台“一键上架”电商平台，从商品入库到上架时间由5天缩短至3天，自动补货准确率超90%。与开卷合作，依托其庞大的零售市场数据库，通过“开卷智能选书平台”实现门店精准选品，畅销书周转率提升15%以上。

数智化转型的落地离不开专业人才支撑，新华书店通过专项培训、机制激励与跨界培养，打造既懂文化服务又懂数字技术的复合型团队。“以前招店员只要懂图书就行，现在得会直播、懂数据分析。”湖北新华连锁分公司副经理舒展的话，道出了数智化转型对人才的新要求。为打造适配团队，湖北新华开展全年4次智慧零售专项培训，内容涵盖直播运营、数据分析等实用技能，同时开放企业微信权限激发分公司自主创新活力，通过“学霸笔记大赛”等机制考核激励调动团队积极性。

江苏凤凰新华聚焦“文化+技术”复合型人才培养，重点打造高水平区域客户经理队伍，要求其兼具出版发行业务认知与数据分析能力，既能提供产品推广、运维服务，又能收集用户反馈优化项目。安徽元·书局组建“内容—技术—运营”跨部门团队，与高校合作培养XR技术运维、AIGC内容创作等专业人才；河南新华通过开放企业微信权限，建立激励机制，激发员工自主创新活力，店员成了既能当荐书

系，即一个全民阅读网站、一套阅读终端设备、一个数字图书馆、一个线上阅读推广联盟。通过在社区部署“全民阅读空间”APP和全民阅读网站二维码，向居民提供高质量阅读服务，优化图书借阅服务，组织策划专家讲座、读书交流、亲子共读等社区阅读活动，增强社区居民文化获得感。

活动中，中国出版集团有限公司、湖北长江出版传媒集团有限公司、武汉出版集团有限公司三家单位共同向百步亭社区捐赠价值15万元的精品图书。

24小时城市书房为夜读者留灯

今年以来，安徽省合肥市为创建书香城市，为市民打造“15分钟阅读圈”，鼓励开办24小时城市书房，打造都市夜读空间，以“永不熄灭的阅读之光”照亮市民的精神生活。

图为9月21日傍晚，读者在合肥市图书馆24小时城市书房享受夜读生活。张洪金/人民图片

主播又能做用户分析的“多面手”。

单打独斗的转型难以持续，新华书店通过与出版社、科技企业、政府部门的深度合作，整合资源、分担成本、共享收益，构建起多方共赢的数智化生态。福建新华相关负责人表示，福建新华与全国各大出版机构深度合作，“云书店”汇聚海量正版数字资源；借助创新数字出版解决方案，助力实现中文出版物的“文化出海”。

四川新华文轩通过“书店+社群”模式构建私域运营体系，形成“大众福利群—儿童亲子群—核心用户群”的漏斗式运营结构，25万社群用户成为稳定消费群体，同时通过规模效应提升与出版社的议价能力。

政企联动同样成效显著。河南新华将会员数据接入“书香河南”公共文化服务平台，为政府制定文化供给策略提供支撑；浙江新华“钱塘鸿书”融入全省“15分钟品质文化生活圈”建设，获得政策与资源支持；湖南新华与教育部门协同推进“智慧操场”，快速实现校园覆盖，降低市场开拓成本。

跨区域复制让成功经验实现价值最大化。江苏凤凰新华采取“先试点、后推广”策略，“凤凰智聆”“凤凰智慧体育”项目在样板校打磨成熟后，形成标准化方案向全省推广，既降低试错成本，又提升落地效率。

正如马强所说，“新华书店的数智化转型，变的是服务形式、运营模式，不变的是文化惠民的初心。技术始终是服务文化的工具，而非目的。”

这场数智化转型证明：实体书店的核心竞争力不在于规模多大，而在于与读者的连接多深；不在于卖多少书，而在于创造多少文化服务的可能。当新华书店放下“文化守门人”的刻板印象，以技术为桨、体验为帆，就能在数字时代继续书写文化传播的新篇章，让主渠道的生命力愈发旺盛。