

新媒体文化博主大会：

一场出版与新媒体融合发展的探索实践

□陈妙然

当图书与屏幕相遇,当墨香与流量交融,一场深刻的文化传播变革正在我们眼前展开。

秋日的武汉,书香满城。9月21日,新媒体文化博主大会在这里隆重举行。作为2025长江文化艺术季“书香长江”阅读周的核心活动,这场盛会汇聚了来自全国各地的作家、学者、文化博主和出版界人士,共同探讨数字时代文化传播的创新路径。

长江出版传媒股份有限公司党委书记、董事长黄国斌在大会上指出:“对于出版业而言,与新媒体深度融合不是选择题,而是生存与发展的必答题。”这番话道出了当下出版业面临的现实,也指明了未来发展的方向。

逆势增长:于变局中开新局

数据反映行业变局。2025年上半年图书市场实洋较2024年同期下降0.31%,第二季度各月码洋同比增长率均为负增长,5月和6月码洋同比降幅均超过10%。传统渠道萎缩,电商渠道表现也不尽如人意。

然而,危机中往往孕育着新机。在整体低迷的市场环境中,内容电商渠道却呈现出强劲的增长势头,码洋同比增长率高达47.62%。这一反差鲜明的数据,清晰地勾勒出出版业正在经历的深刻变革。

面对这一变局,黄国斌展现出坚定的转型决心:“出版业与新媒体深度融合,关乎行业生存与发展。”在他的带领下,这家多次荣膺“全国文化企业30强”的文化国企,2025年上半年实现营业收入35.48亿元,净利润6.85亿元,同比增长29%,在行业低迷时刻交出了一份亮眼的成绩单。

深度融合发展成为集团破局的关键。黄国斌指出:“真正的融合,是让出版的深度与传播的广度相互赋能,让文化的厚重与流量的灵动彼此成就。”

在新媒体的助力下,文学与文化正以全新的姿态走进大众生活。

在湖北省委宣传部、湖北省委网信办、中国当代文学研究会指导下,由长江出版传媒股份有限公司主办,长江文艺出版社有限公司、湖北省新华书店(集团)有限公司承办的新媒体文化博

主大会,于2025长江文化艺术季“书香长江”阅读周期间举办。

本次新媒体文化博主大会邀请了身兼学者、作家、博主三重身份的戴建业,聚焦中华优秀传统文化推广的自媒体创作者意公子,还有冰姐扒书、小玄夜说书、福豆姐姐、拣尽南枝、蜜獾吃书、少说话多看书等知名自媒体创作者。同时还邀请了徐贵祥、刘醒龙等知名作家,以及张清华、陈福民、刘汉

俊、吴世文等深耕文学研究、文化传播的专家学者。

“出版是文化传承的重要载体,新媒体是文化发展的重要引擎。”黄国斌表示,举办新媒体文化博主大会,就是希望借助参会嘉宾的智慧与力量,共同探寻文化传播的新路径、出版发展的新未来,期待通过大会凝聚更多共识,形成更多合力,共同推动文学、文化与新媒体的深度融合,助力出版业实现高质量发展。



新媒体文化博主大会嘉宾合影。

齐聚盛会:共话出版融合文学“出圈”

“近年来,随着互联网技术的飞速发展,新媒体平台已经成为精神文明建设展现新气象新作为的重要舞台,为文化创新和繁荣打开了巨大空间。”湖北省委网信办副主任李平在新媒体文化博主大会上强调,如何让文化借助新媒体“活”起来、“走”出去,让优秀作品跨越圈层抵达更多受众,是必须答好的时代课题。

中国作家协会副主席、茅盾文学奖得主徐贵祥的见解颇具诗意。他认为,新媒体是穿梭于辽阔的信息空间的“鸡毛信”,新媒体的传播给作品插上了“翅膀”。

湖北省文学艺术界联合会名誉主席、茅盾文学奖得主刘醒龙则以一则故事引入,强调文学“破圈”与跨越的本质是回归生活、观照人性。他指出,真正的文学“破圈”始终离不开作品本身的实力,如果创作者认为写作是对世界最好的表达方式,那么每一部作品的产生就是最好的“破圈”和跨界。

武汉大学兼职教授、中宣部文艺局原局长刘汉俊从传播长江文化的视角发表了对新媒体传播的看法。他指出长江文化蕴含农耕、器物、商道等八大内涵,新媒体应深入挖掘其立新求变、借势顺势、自立自强、开放包容等核心密码,避免浅尝辄止。“要以文化传播文化,以文明建设文明,做新时代文化建设的先锋,思考深一度,传播强一分。”

中国当代文学研究会会长张清华从自己使用AI工具的体验说起,提出了“AI时代的创作伦理”的命题。他认为借助AI和新媒体来促进文化产业的繁荣是一个大趋势,但要警惕,不要成为AI的“传声筒”,在与新媒体融合过程中要学会驾驭AI,坚守独立思考的能力。

中国当代文学研究会副会长陈福民从“到达率”的角度切入,探讨了新媒体对当下传播形态的重塑。他指出,教育普及让阅读能力下沉,传统写作与网络写作边界日渐模糊,形成了全社会合力推动文化生产和传播的新局面。

武汉大学教授吴世文认为,要从文化生产和文化传播相结合的角度、国内传播和国际传播相结合的角度、技术和文化关系的角度来理解文化生产和文化传播。提及新媒体对出版业的挑战,他

说,我们创造了计算机去取代打字机,我们用数字出版强化了印刷时代的出版,我们也一定能以新的技术文化重新构建我们的文化传播和文化生产。

戴建业指出,短视频与AI的发展加剧了纸质书的发展困境,他坦言文化的精妙之处难以凭借短视频完整呈现,出版行业尤其需要坚守内容本质与文化内核,加强与新媒体的融合,借助博主力量推广优质图书,力求破解纸质书发展困境。

文化博主的观点同样引人深思。意公子以“中华文化滋养人心”为主题,从“深入+浅出+共情”的创作方法论出发,分享了自己的自媒体创作经验。她认为:“文化艺术最大的作用,不是知识或者技巧,而是抚慰人心;出版的价值在于沉淀下来的那厚厚的知识宝藏,自媒体创作者要做的事情就是根据这个时代不同的媒介去进行更适合这个时代的转换。”

自媒体创作者冰姐扒书通过她创作的爆款视频,分享了自媒体创作经验,即“内容才是王道,技巧都是浮云”,她以“老故事、老地方”为选题方向,挖掘赫哲族鱼皮衣等小众文化遗产,用生动实践证明地域文化的新媒体传播潜力。

悬疑推理内容创作者小玄夜说书通过案例说明短视频可挖掘潜在阅读需求,让不读书的人发现阅读趣味、让迷茫者确立目标,主张以短视频为“大门”,引导观众走进作品本身。

自媒体创作者福豆姐姐,由童年听人讲鲁迅《铸剑》的经历,指出新媒体内容需要贴合大众内心需求,传递“温暖的力量”,而非固守“正确答案”。出版从业者如同扎根大地的“根”,作为一名文化博主需要在此基础上努力“开枝散叶”,期许老了之后仍能为孩子们讲好文化故事。

B站知名UP主拣尽南枝在分享时表示, AI时代作为文化传播者需要主动补位人类情感表达,借助全民自媒体这一发展趋势,助力文学走向大众,重构双向传播逻辑,用真心去贴近大众,让文化走得更远。

播客主播蜜獾吃书结合自身从工程行业转型出版再做自媒体的经历,分享了自媒体创作之路。他们以“多讲故事、少讲道理”为理念,凭借亲密陪伴

感建立听众信任,带动小众图书销售,让绝版书复活,诠释了播客在文化传播中的独特价值。

小红书博主少说话多看书的观察更为直击人心:“现在的年轻人并非不爱知识,只是不爱没有温度的知识。”他通过分析自己两条荐书图文笔记,指出一本好书想要在自媒体平台获得更广泛的传播,需要加入有温度的生活观察,传递触动人的感受。

思想越激荡,共鸣越强烈。

黄国斌道出变革共识:“长江出版传媒深耕出版领域数十载,始终以‘传承文明、传播新知’为己任,致力于将优秀的作品传递给读者。从纸质书到数字出版物,从传统发行渠道到多元传播平台,我们见证了文化传播载体的迭代升级。如今,随着新媒体技术的飞速发展,我们正站在图书‘出圈’的关键节点,面临出版业与新媒体深度融合这一重要课题。文学从来不是束之高阁的藏品,文化更需要打破边界的传播。近年来,在新媒体的助力下,文学与文化正以全新的姿态走进大众生活。一条几十秒的短视频,能有数百万、上千万的播放量,让一本书实现几万册的销量;一次专场直播,能吸引上百万人观看,让一种文学杂志订阅量达到十几万……这些实践充分证明,当文学遇上新媒体,当文化打破固有边界,就能释放出巨大的生命力。”



文化博主共荐好书启动仪式。

成果亮眼:战略合作激发新势能

战略合作的达成标志着行业融合迈向新阶段。在新媒体文化博主大会现场,长江文艺出版社有限公司与中国当代文学研究会签署合作协议,由中国当代文学研究会组成编委会,共同策划出品“新时代文学批评前沿”及“新锐作家作品集”系列丛书。

长江文艺出版社还与抖音集团旗下番茄小说签署合作协议,将围绕图书出版、IP开发、作者孵化等展开探索实践。双方将合作出版多种图书,其中包括入选2024年中国作协网络文学重点扶持作品的图书和多种具有IP改编潜质的图书,长江文艺出版社也将借此机会与番茄小说联手深入探索IP开发等其他方面合作的可能性。

长效机制的建立标志着行业的深层次发展。“文化博主共荐好书”计划启动,多位参会自媒体创作者真诚分享推荐好书,相关荐书视频通过网络发布收获百万次播放。通过本次大会,出版与新媒体融合走向系统性生态共建,推动好书“出圈”,书写新时代文化发展的新篇章。

大会还发布了“年度影响力播客”“年度影响力图书主播”“年度影响力文化博主”名单,并颁发“阅读推广大使”证书。其中,蜜獾吃书为“年度影响力播客”,指定能成为“年度影响力图书主播”,意公子、冰姐扒书、小玄夜说书、福豆姐姐、拣尽南枝、少说话多看书为“年度影响力文化博主”。

在新媒体文化博主大会分会场上,长江文艺出版社作为大会承办方搭建了图书专场直播间,诗人燕七、儿童文学作家黄春华,作家南飞雁、吕峥、郑小悠悉数到场,图书主播指定能成、西木读书、云姐的加入让分会场直播间的人气不断攀升。其中郑小悠做客指定能成直播间,收获超高人气,冲上书籍杂志销售榜第三名。在9月19日至21日3天时间里,不仅通过大会专场直播收获了较好的销量,更是通过“To签”的形式为读者带来了专属的价值感,进一步深挖了新媒体场域下出版业发展新势能。



年度影响力文化博主名单发布。

融合发展:品质与流量相互成全

数字化转型已成为出版集团的必然选择。近几年长江出版传媒集团将数字化转型作为专项的一项战略举措,制定了数字化转型专项行动计划。本次举办的新媒体文化博主大会是集团实施数字化转型专项行动的一个具体措施。黄国斌介绍,作为大会承办方的长江文艺出版社和湖北省新华书店,在数字化转型方面走在了集团前列。

“长江文艺出版社线上销售占整体销售收入的比重已超过80%,与‘东方甄选’‘与辉同行’‘樊登读书’都有深度的合作,出版社编辑也在小红书上‘种草’,取得了初步成效。”黄国斌说。这些成果的背后,是出版社对行业变革的深刻洞察与积极应对。

湖北省新华书店(集团)有限公司则成立了全省直播事业部,推动70多家分公司开展电商直播,同时建立了新的考核机制,调动员工的积极性。2024年湖北省新华书店(集团)有限公司的电商销售额已超过11亿元码洋,在全国新华书店同行中进入前六位。这一成绩的取得,得益于其在体制机制上的创新突破。

新媒体文化博主大会虽然落幕,但出版与新媒体融合的探索仍在继续。大会结束后不久,“东方甄选”之图书的直播间里,长江文艺出版社的专场带货直播再传捷报——30多个品种的书挂车,5个半小时累计近10万人观看,图书也实现了可观的销量。

当书架的沉静底蕴真正拥抱流量的鲜活脉动,我们见证的不仅是知识传播新航道的开辟,更是文化传播新征程的开启。在这里,深度与广度不再矛盾,品质与流量相互成全,每一本好书都能在这个变革的时代中找到自己的读者,完成文化传承的时代使命。