CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

中国出版传媒商报

2025年3月14日 星期五 第2991期 国内统一连续出版物号CN 11－0282 代号1－217 国外代号D-4584

全国两会特别报道

业界代表委员谈如何深化全民阅读活动

以出版之力激发全民阅读再升级

关键词 全国两会 全民阅读 文化强国

■中国出版传媒商报记者 陈 麟 聂慧超

万象更新、生机勃发。在圆满完成各项议程后，十四届全国人大三次会议、全国政协十四届三次会议在北京胜利闭幕。

今年的政府工作报告再度提出“深化全民阅读活动”。在第30个世界读书日即将来临之际，“全民阅读”引起社会大众广泛关注，更成为业界热议话题。

“全民阅读”已连续12次写入政府工作报告，从“倡导全民阅读”“大力推动全民阅读”到“深入推进全民阅读”“深化全民阅读活动”等不同表述的变化，反映出政府对全民阅读的高度重视以及建设社会主义文化强国的战略部署。

如何深化全民阅读活动，建设社会主义文化强国，今年全国两会期间，不少代表、委员积极发声，用实践经验和前瞻思考回应这一新时代命题。

发挥出版优势 推动全民阅读

2025年是“十四五”规划的收官之年，也是谋划“十五五”的关键之年。作为出版“国家队”，中国出版集团在2025年将深入实施《新时代加强和改进出版工作的意见》，提高政治能力，服务国家战略，锐意改革创新，推动全民阅读。

全国政协委员，中国出版集团有限公司董事长、党组书记黄志坚一直很关心全民阅读问题。今年全国两会期间，他提到，在人工智能革命解放了人的脑力之后，如何保持脑力不退化？“阅读无疑是一个对大脑很好的锻炼训练方式。我很高兴看到今年政府工作报告第12次提出要深化全民阅读活动。去年我也曾提出在‘六一’国际儿童节期间国家对低收入家庭儿童赠阅图书的建议。我们要持续做好深化全民阅读工作，推出更多读者欢迎的精品力作，推出更多像中国出版集团‘大学生阅读分享’这样的读书活动，让大众‘看屏与读书’并重，通过读书、读好书，在阅读中产生丰富联想、引发深度思考、感受精神愉悦，促进人的全面发展，促进‘两个文明’协调发展。”

全国政协委员、百花文艺出版社总编辑汪惠仁则立足30年文学出版经验，提出全民阅读当助力文学自治能力提升的建议。他认为，对于文学而言，全民阅读的最大功效就是培育国家公民自我发现与自我表达的能力。在这个层面，有大量工作需要我们去做，并且需要在这个过程中，逐步形成“政府—市场—社会—个人”多方协作的系统性自觉。

全国政协委员，知名作家、编剧，温州大学网络文创研究院院长蒋胜男在受访时表示，文化出版传媒业是内容生产和传播的核心力量，要坚持为读者提供优质的阅读内容，通过自身的宣传力营造全民阅读的社会氛围；此外，充分利用人工智能技术为读者提供个性化服务，推动中国优秀出版物走向世界，向世界传递中国声音。

多方协同共建 开发阅读资源

2024年4月23日发布的第二十一次全国国民阅读调查结果显示，2023年我国成年国民各媒介综合阅读率稳步上升，数字化阅读方式接触率成为主要增长点。数字化阅读方式的接触率为80.3%，有78.3%的成年国民进行过手机阅读，听书和视频讲书等新兴的数字化阅读方式越来越受欢迎。（下转第6版）

赵剑英

专访全国政协委员赵剑英

规范图书价格秩序，为出版高质量和阅读高质量创造条件

■中国出版传媒商报记者 聂慧超

图书定价和图书折扣问题是近年来业界最关注的问题之一，随之而来的盗版和低价倾销也受到关注。2024年，图书零售市场渠道分化加剧，渠道乱象未有改善，电商渠道折扣率不断下探，书业整体利润水平持续走低。置身于这样的行业大环境中，全国政协委员，中国社会科学出版社党委书记、社长赵剑英切身体会到图书价格乱象问题的棘手与严峻。

赵剑英在两会期间接受本报专访时表示，一定要推动图书价格立法，才能彻底解决图书价格乱象问题，让图书出版业得到良性健康发展，让读者读到真正思想内容好、品质好的好书，让全社会形成尊重文化、尊重知识、尊重思想、尊重创新的氛围。

记者：新渠道、新平台出现后，图书定价和折扣具体有哪些变化？

赵剑英：很明显的一点是，折扣更低了，定价更虚了。以往传统电商的折扣已经低得很离谱，随着新媒体渠道的崛起，平台电商、直播电商更是把图书价格压得“抬不起头来”，我曾看到某平台知名主播在直播售书时，给到全场图书1折的优惠，甚至还有人在短视频平台售书时喊出每本0.01元，1元书则更多，不禁让人瞠目结舌。同时，我注意到，图书定价在明显攀升，即便是零售品种，虽然竞争加剧，但出版机构面对折扣下行的状况，不得不通过提高定价来谋划自身利润。恶性循环下，线上渠道的“价格乱象”愈演愈烈，严重扰乱了市场秩序，图书市场整体供给质量明显下滑。

此外，线上渠道价格乱象也势必会影响其他渠道。就馆配渠道而言，这几年图书馆招标折扣持续下行、低价书泛滥，不免也是受此波及。过去较长一段时间，图书馆中标折扣一直都保持在72%以上，近两年则快速下降，除北京、上海、广州之外大部分地区的中标折扣已降到60%~65%，甚至有消息曝出一些大型图书馆的中标折扣已降到50%。

记者：图书价格乱象给优秀图书出版在创作投入、推广宣传、市场接受度等方面究竟带来了哪些影响？专业出版社受到了怎样的冲击？

赵剑英：图书价格乱象导致优秀著作的出版受到严重抑制。一部优秀作品的出版发行需要良好的市场机制作支撑，而过度追逐低折扣、低价的市场取向，只会让出版机构不得不突出成本因素，倾向于成本较低、周转较快的品种，而那些需要较高投入或者周期较长的优秀作品则会被缩减甚至被放弃。过去人们普遍认为，像中国社会科学出版社这类专业出版社的网上销售占比应该低，受线上渠道价格乱象的影响小；其实不然，我们同样深受其害。学术出版本身就很难，面对各种因素的冲击，学术出版可谓变得难上加难。

（下转第5版）

● 现场直击

2025年伦敦书展
中国展商数量及参与活动数量再创新高

中国出版传媒商报讯 当地时间3月11日~13日，全球春季最大的英语出版盛会——2025年伦敦书展在伦敦奥林匹亚会展中心举行。本届展会以“人工智能（AI）与未来读者”为核心议题，吸引逾3万名参展者和1000多家出版机构，规模恢复至新冠疫情前水平。伦敦书展始于1971年，是全球出版业最重要的盛会之一。

书展期间，中国参展总面积618平方米，50多家国内出版发行单位、图书进出口公司参展，精选参展图书4000多种，策划举办40多场活动，中国展商数量及参与活动数量再创新高，吸引了各国大批出版界专业人士和普通读者。

中国出版传媒商报新近推出的2025伦敦书展英文专刊同步亮相书展，引发国内外出版商关注。专刊向海外出版业宣传推介中国各出版领域发展变化与实践成果，同时介绍了值得关注的作家、作品。 （白 藏）

中国图书进出口（集团）有限公司/供图

● 商报专递

2025年印刷复制质检活动启动

中国出版传媒商报讯 近日，国家新闻出版署决定开展2025年印刷复制质检活动。质检主要包括三方面内容。一是“3·15”印刷复制质量专项检查，对2023~2025年出版的学习习近平新时代中国特色社会主义思想重点图书等主题出版产品印刷复制质量进行抽检，同时兼顾经济、历史、地理等其他类别出版产品。对相关出版单位和印刷企业进行质量巡查。二是中小学重点教材印制和环保质量检查，对2025~2026学年秋季学期中小学1~9年级国家统编道德与法治、语文、历史教材和《习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本》等重点教材印制和环保质量进行抽检，同时兼顾其他品种教材。对相关教材租型单位和印刷企业进行质量巡查。三是出版产品印制和环保质量安全风险监测，对网上图书市场销售的热点领域出版产品、生产过程中的主题出版产品和中小学重点教材进行质量筛查，识别和评估潜在质量风险，发布风险警示信息，预防质量问题发生。

据悉，今年将进一步完善质检活动方式，实现现场抽样与网络抽样相结合、成品检验与过程监测相结合、质量检查与技术帮扶相结合，对印刷复制产品开展全渠道、全过程、全方位质量管理。

2025年质检活动于3月中旬启动，10月底结束，质量管理工作贯穿全年。

（张馨宇）

北京中小学今秋起全面开设人工智能通识课

中国出版传媒商报讯 日前，北京市教委印发《北京市推进中小学人工智能教育工作方案（2025—2027年）》（以下简称《工作方案》），提出要加快建成具有首都特色的中小学人工智能教育体系与模式，从今年秋季学期开始，全市中小学校开展人工智能通识教育，全方位推进人工智能赋能首都基础教育改革发展。此前，教育部办公厅于2024年11月印发《关于加强中小学人工智能教育的通知》，提出2030年前在中小学基本普及人工智能教育。

当下，人工智能的普及与AI通识教育进校园的趋势，也为出版业在内容建设、融合开发等方面带来更多发展机遇。 （伊 尹）

● 商报发布

2025年2月图书零售数据发布

新春市场回暖 图书零售上扬

伴随着新春降临，图书零售春光乍现，市场回暖。2月份，图书整体市场和线下、线上市场销售分别同比回升。

据基于“国家出版发行信息公共服务平台”的销售数据和商报·奥示“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据的统计：2025年2月，图书零售市场销售数量同比增长2.89%，销售码洋同比增长9.85%。由此，形成今年图书市场首月销售同比回落，次月销售同比回升的态势；这与去年同时段图书市场首月销售同比增长，次月销售同比下降的态势正好相反，构成鲜明对比。2月份的销售同比回升与当月开学季的超常销售不无关系，只有28天的一年最短月份，较1月份销售数量环比增长12.35%，销售码洋环比增长18.03%，就是有说服力的佐证。

（内容详见本期第2~3版）

本期20版

精彩导读

全国两会特别报道 P5
蒋胜男：建议成立国家层面网络文艺工作者协会
张颐武：多措并举 助力新大众文艺出海
刘 宁：学术专著遇冷 亟须破局“论文至上”功利导向
少儿出版有望“翻盘”？华东六少探索破局 P7
DeepSeek加速出版变革 但需警惕AI幻觉 P10
实体书店会员运营向“仅注册”SAY NO！ P13
伦敦书展：百场论坛探讨焦点话题 P17

编辑：张馨宇 排版：彭庆伟

商报新媒体矩阵 CPMJ 中国出版营销 好书探 BK编客 文化北京 出版进化论 PUBLISHING EVOLUTION

主管主办：中国出版传媒股份有限公司 出版：《中国出版传媒商报》社有限公司 地址：北京市西城区红莲南路28号6-1幢12层 邮编：100055 传真电话：(010)88817657 编辑部：(010)88810191~99 网址：http://www.cpmj.com.cn
营销中心：(010)88810715/27/29/39 广告许可证：京西工商广告字第0199号 印刷：人民日报印刷厂（北京市朝阳区五方桥王四营） 排版：本社 全国邮发（北京市报刊发行局） 年价：298.80元