

中国出版传媒商报

2025年8月1日 星期五 第3011期

让一座城爱上阅读

(上接第1版)杨益言长篇小说《秘密世界》作为《红岩》前续,揭开隐蔽战线历史。南方出版社出版的《海南抗日战争志》记述海南抗日战争的历史状况,系对海南岛作为中国抗日战争中一面不朽旗帜的庄严加冕。辽宁少年儿童出版社发布的《牛犇山下》被评价为“反法西斯战争叙事的中国儿童文学样本”。

据华景时代总裁刘雅文介绍,当下的出版业正在持续推进主题出版内容创新,注重用更贴近读者的方式讲好重大主题,努力让理论读物变得有温度、有吸引力。《一起重读毛泽东经典著作》以创新形式解析经典文本,注解引导的形式,引导读者深入理解原著;《大考:改革开放与党的建设》则尝试通过通俗的叙述方式,将改革开放历程中的关键节点和党内建设细节串联起来,让读者更容易建立时代感……

少儿阅读打造专属乐园

书博会期间,以“科技海洋·童阅启航”为主题的少儿阅读嘉年华成为一大焦点。

来自中国少年儿童新闻出版总社、接力出版社、浙江少年儿童出版社等国内知名出版机构及童书品牌带来了“我跟院士学科学”“看宫猫漫画故事 游纸上皇城故宫《紫禁城喵传》漫画系列读者见面会”等重磅活动。“其实今年在设计的时候我们有一些特别的创意,就是将整个主视觉设计为电路板。”少儿阅读嘉年华板块的相关负责人向记者透露道,“其实阅读就像芯片一样,当下很多孩子没有培养阅读的习惯,所以我们今年设计了知识芯片的概念,希望能够通过活动安排、场地布局、颜色设计等潜移默化地调动起孩子对阅读的兴趣。”本届少儿阅读嘉年华的互动展览体验区还设计了“电路探秘·书海寻宝”主题展览路线,打造“古代智者秘境”“星际探索基地”等沉浸式场景,小读者通过“电路探秘·书海寻宝”任务线索完成阅读闯关,将科技探索与阅读推广深度融合。“这些闯关主题是为了让孩子们了解,阅读不是单纯的拿一本书看,而是有多种形式参与,并让家长也能在这小小的场地里面,陪伴他们一起阅读。”负责人介绍。

随着科技的飞速发展以及家长对孩子科学素养培养的重视,科普、科幻类童书的市场需求日益增长。福建科技出版社“全国少儿科幻联盟·闽科创研基地”及其重庆工作站的成立,标志着渝渝两地开启少儿科幻教育战略合作的新篇章。

从展会新书发布的活动主题也可以看出,少儿科普图书的叙事逐渐走向故事化与跨界融合的趋势,由四川少年儿童出版社联合《米吴科学王牌赛》作者团队打造的“米吴科学王牌赛互动科学教育体验活动”,深度结合书中经典实验场景,将书中知识转化为可触摸的科学实践。越来越多的出版单位开始关注青少年的全面素养培养,注重培养青少年的综合能力与价值观念。吉林大学出版社推出的“高原之灵——青藏高原珍稀动物系列小说”丛书由知名女性作家团队创作,倡导人与自然和谐共生的理念。

技术赋能的教育产品引起众多读者驻足体验。高等教育出版社“龙凤智教一体机”首次亮相书博会,该产品可用于教育教学、科学研究、学校管理等多个场景,并支持学校自主建设智能体和AI应用。内蒙古展区“北疆教云”数字教材平台打造的立体化教科书形态,生动展现纸质出版与数字技术的创新结合。

在“智印未来——印刷科技服务阅读主题展

区”,读者可以亲身体验活字排版,感受雕版印刷的温度。在河南展区,中州古籍出版社以AR《西游记:中国神怪图鉴》为蓝本打造的“XR 沉浸式体验”活动,以创新的形式和深厚的文化内核成为亮点,不少小朋友在电子大屏化身孙悟空,玩得之不亦乐乎。

交流合作推动产业升级

书博会期间,传统与现代、东西南北合作交流,轮番上演。

重庆新华出版集团与火山引擎签署战略框架合作协议,携手打造出版行业专业大模型,标志着传统出版业与前沿AI技术的深度融合迈入新阶段,将进一步推动出版业全流程智能化升级。

黑龙江教育出版社以哈尔滨与重庆双城文化元素为核心打造的“尔滨的雪×重庆火·渝见哈”联名系列城市文创产品尤为亮眼。黑龙江教育出版社与重庆新华书店签署“龙教有礼”系列文创跨域战略合作协议,并举行“图书+文创”项目合作启动仪式,进一步深化两地文化交流,将图书文创渠道的跨区域联动模式推向一个新高度,实现南北文化资源联动与价值共赢。

新疆文化出版社有限责任公司与北京儒意欣欣文化有限公司签署战略合作协议,双方围绕“共和国功勋系列”图书的策划、出版及全媒体推广,展开深度合作,旨在打造具有影响力的文化产品。

图书发布会上的各种巧思,凸显出版社用心。如法律出版社邀请西南政法大学两位专家围绕涉外法治人才培养、法治文化传播及涉外法治与全民阅读的有机融合展开深度对话,是推进全民阅读与涉外法治建设融合发展成果的生动展示。再如西北大学出版社社长马来在《千帆过尽一书生:郭琦口述历史》发布会上表示,时隔百年,在作为郭琦出生地和人生出发地的川渝地区举办郭琦口述历史发布会,有着特殊的纪念意义。

作家与读者双向奔赴

书博会的重要功能——推进全民阅读,已成为全社会共同珍视的文化课题。

政府层面将其纳入文化强省(市)建设的重要举措,稳步推进落地。重庆通过政策支持、空间拓展、活动创新及家庭参与,构建了“共同阅读、融合阅读、终身阅读”的生态体系,“书香重庆”成为城市文化的新名片。

出版机构为推动全民阅读向纵深发展,共建馥郁书香社会添砖加瓦。近200位作家齐聚重庆,通过新书发布、主题讲座、读者互动等形式,推动全民阅读与文化传播。作为书博会的“重头戏”,第十六届读者大会特邀作家、学者陈晋、李敬泽、阿来、刘石、张者、祝勇、赵冬梅、刘楚昕等名家作者,与读者进行深入交流。

在书博会主会场,“陆海讲读堂”连续3天推出3场高规格文化对谈。阿来以新作《大河源》为核心,剖析黄河源头的生态变迁与文明脉络,强调文学对自然的敬畏之心;澎湃新闻新闻创始人邱兵与六神磊磊围绕《重庆人讲重庆故事:溯游与归乡》展开对话,从巴渝文化的历史纵深谈到当代城市精神的重构。祝勇则通过《故宫文物南迁的重庆记忆》,揭示战时文化守护的艰辛与重庆作为“文化抗战大后方”的特殊意义。

书博会期间还举办了近百场新书发布会与签

售会,通过作家与读者的双向奔赴,让文字真正成为连接历史、现实与未来的精神纽带。苏童《好天气》新书对谈引发阅读狂欢;六小龄童携新作《金猴宗师》亮相,探讨传统文化符号的现代转化。鲁迅文学奖得主张者携《万桥飞虹》解读重庆桥梁建设的史诗图景。

“惠民书博”成为本届书博会的亮点之一:组委会推出“200万元文化惠民购书券”专项补贴,单张面额从5元至50元不等,读者通过关注“蚂蚁找书”小程序即可参与领取;400余家出版社推出3折~8折购书活动,各类精品图书供消费者挑选。书博会还通过“书博会+旅游”的形式,解锁文旅新体验。消费者在书博会现场、“巴渝书市”购书点,以及阅淘网、当当、京东、“蚂蚁找书”小程序等线上平台单次购书满100元,即可凭线上购书记录或纸质小票(限消费者本人),在指定时间内免费或以优惠价价格游览26个区县精心推出的60个景区/景点。本届书博会首次开设书博会夜场,打造“白天观展、夜晚沉浸”的文化消费新场景。夜场期间,单独发放50万元夜场优惠券,读者可在原有折扣的基础上使用,享受更多优惠。京东图书通过“逛展集章赢周边”“看直播抽亲签书”等创新模式,将线下展馆的探索乐趣巧妙延伸至线上;当当拿出400万元阅读补贴金,共同倾力打造“书博优选专区”。作为本届书博会官方网上分会场,京东充分发挥渠道优势,将书博会延伸为一场突破时空限制的全民阅读接力大赛。

“图书+文创”聚人气,大学校园文创首秀

文创产品作为每届书博会的“圈粉利器”,成为各大展区的标配,更有多家出版机构携全新IP系列亮相。

人民教育出版社与鲁迅文化基金会达成战略合作并共同发布全新IP“课本中的鲁迅”,从非遗合作、潮玩手办、户外生活、文具手账等四个产品矩阵出发,打造一系列具有辨识度和青春朝气,有性格有态度有温度的文创产品。广西师范大学出版社带来了阅·见文创与大学问联合推出的限定文创“学术鸣豫”,以软萌可爱的形象深受现场读者欢迎。新疆青少年出版社展出了一系列极具新疆风情和特点的文创产品,源自《龟兹奇妙之旅》《我还想去博物馆》等绘本开发的“龟兹壁画”丝巾、“五星出东方利中国锦护膊”冰箱贴、“馕包”等特色产品以及薰衣草羊驼等新品,一经展出即引爆销售,并引来了不少外国友人询问。

首届大学校园文创展亮相,聚焦高校官方授权的文创展品,集中呈现包括中国人民大学出版社、河南大学、重庆大学、武汉大学等全国30余所高校的创新风采,读者近距离感受不同高校的独特文化魅力和思想的碰撞交融。

本届书博会设置“书驿栖光——特色书店展区”,重庆新华书店、西西弗书店、钟书阁成都店、风雅颂书局、晓风书屋等20余家特色书店亮相,通过展销结合的方式,打造书博会实体书店街区,读者沉浸式感受实体书店的活力和多元化业态。

位于福建展团的新华印像拍报亭吸引了众多关注。读者站在复古拍报机摄像头前,只需9.9元即可拍摄个人专属的报纸头条页——“我在重庆——第三十三届全国图书交易博览会 我来了”。据福建新华印像文化科技有限公司相关负责人透露,展会期间订单数788笔。

让一座城爱上阅读,本届书博会,做到了。



李红强

(上接第1版)

Q:关于这套典藏,几家美术出版社联合出版的起源是什么?经历了怎样的策划过程?

A:实际上中国美术出版机构相互团结,一直是传统,历史上就有过联合出版。这次与以前不一样的地方在于:第一,原版权比较分散;第二,要按照同一个主题对大量的连环画作品进行筛选,在短时间内形成出版物是比较困难的。我们这套书从策划到出版只用了短短4个月的时间,因为大家从一开始就达成共识,这是非常有意义的经验。围绕这一重大主题推出一套书,是大家都愿意做的事。

如何纪念抗战胜利和世界反法西斯战争胜利80周年,我们有非常深入的思考。2025年是有着特殊意义的一年,我们的书名是“胜利与和平”。“胜利”是一种史实,“和平”是共同的追求,同时,这套书融入中国和世界共同投入二战的全局观,立意非常好。

其次,我们必须对连环画进行创新。因为连环画的初心是文化普及,用艺术方式宣传党的政策。我们这套书就是要回归初心,通过连环画让各个年龄层次的人都能了解抗战。另外,我们对开本也进行了调整,在保留原图的基础上,对文字位置也做了灵活配置,将传统连环画64开的形式调整到32开,变成了更符合新时代阅读习惯的新连环画。新中国创立最早的5家以连环画命名的出版社联合起来,大家很快便达成共识。

Q:几家联合出版,还按照特定的主题,在篇目考量上是否也比较费心思?

A:我们最初是拿了一个200多种的大书目。在筛选过程中,首先把名单交给了专家编委会。由编委会先进行初步筛选,然后又通过专题会议讨论选出来100多种。最后再进一步从实际编辑层面筛选到目前的80种。

Q:评选专家中,文学评论家施战军也参与其中,所以在专家构成上是否也考虑非美术界的?

A:我们一定要考虑专家的多元性。为什么请施战军?连环画的脚本就是文学,实际上连环画的故事性是最好的,母本也是文学作品,所以我们要请施战军来担任评委。

Q:现在书不光要出得好,还要卖得好。我们注意到这套书采取了“可分可合”的模式,人美社在相关营销上的考虑是怎样的?

A:在这套书的营销上,我们有两个认识。一是抗战精神的弘扬和传承。它可以真正作为一个党史读本和思政课读本,这是它的重要意义之一。二是今年是连环画出版社成立40周年,我们要把它做成连环画历史上非常有新意的作品。从这两个角度,我们的营销宣传有以下考虑。

第一,开发数字藏品、元宇宙等场景。7月31日,我社发布连环画《聊斋志异》的数字藏品3100份,发布后1小时便已售罄;9·3阅兵之前,我们还将发布《胜利与和平》的数字藏品。第二,把它变成动态的、有声音的、动漫的联合产品。我们现在有一个联合传播平台,可以把每一本书做成自动阅读、声音阅读和动态阅读。第三,连环画近年来一直被视作艺术品,在传统电商平台归类也是艺术。实际上连环画是一种很好的图像阅读方式。像梁晓声所说,连环画作品是对原著很好的升华和再提炼,可以把最美好的东西通过图像的简单方式,简洁地表现出来。所以连环画可以进入文学、历史、思政等综合性阅读,迈向更广阔的学科领域。第四,5家社也已约定好,整套书由我社集中发行,但同时5家社的直播间新媒体平台将联合推广。同时还将邀请如“刘芳菲的文明之旅”等主播和达人共同参与宣传推广。第五,我们将与一些地方新华书店开展合作,列入他们暑期和下半年“全民阅读”“校园阅读”的重点,共同推广这套书。

Q:刚才提到直播,我们来采访之前也注意到一位头部主播的新账号首播,销量最好就是人美社的四大名著连环画。请问现在连环画是否重新获得了年轻读者的喜爱,有一种“回潮”感觉?

A:我是有这种感觉,连环画正在回潮或者说重新振兴。现在来找我们合作的也很多,包括一些大的平台和资本,以及很有影响力的制作机构。为什么?坦率地说,这与我们的努力推广是有关系的。比如在今年北京国际图书博览会期间,外国人看到我们的连环画很高兴,因为他们画里看到了跨越民族经典性的爱情故事、命运故事,连环画里蕴藏着人类共同的情感。

我们肯定要再往前推进。连环画对国人有深刻的意义,是很多人小时候都看过的共同记忆。细细回想下,我们小时候字可能记不住,但对图的印象却很深。连环画实际上也起到从幼儿园到小学四五年级(左右)阶段阅读的桥梁作用。很多现在的绘本在文本经典性上,其实比不上连环画。连环画中有我们最经典的、故事性表达的绘画方式,有一代大家的线条、色彩和造型艺术。那是一种完全拿生命去画的作品,从里到外都很经典。我认为这么好的东西,只要我们借助当下合适的传播形式,就可以做起来。连环画出版社今年成立40周年,历史上我们的一些经典作品发挥了很大作用,连环画的造型,对动画片的发展都有非常深厚的影响。

Q:在时下比较流行的AI方面,有哪些能与人美社的连环画相结合?

A:“让连环画动起来”一直是我们的目标。今年人美要上线一个数字平台,这个平台目前已经完成了800部连环画的制作,年底要上线3000部连环画。这800部连环画,可以用手机直接打开H5阅读,其中配上声音的有400多部,做到微动画的现在有100多部。尤其要提的是,目前已经制作了“连环动漫”《岳飞传》,有一种“大片”的宏阔和质感,但与好莱坞大片相比,其背景绘画风格是中国古典的、中国连环画独有的气质;比起《哪吒2》,没有刻意将传统进行当下时尚性的改编,没有喧闹,而是内敛的、温情的,原原本本去讲的中国故事。

希望通过这个平台能够更好地带动连环画在年轻群体中的流行和推广,让更多人用更便捷的方式了解连环画这一中国独特的传统文化艺术形式。

张远山30年完成《伏老庄》知识总图

中国出版传媒商报 7月27日,由北京出版社、远山工作室主办的《张远山作品集》首发式在上海举行。

张远山是当代作家、学者,现任中国美术学院客座教授。1995年,张远山成为职业作家。那一年,他为自己制订了“30年写作计划”,至今发表文章上千篇、论文上百篇,出版了20多部著作。2025年,他的30年计划圆满完成,迄今为止的主要作品,全部收入《张远山作品集》(全21卷、22种作品)。

张远山说:“值此计划圆满完成之际,以《张远山作品集》作为答卷,稍作盘点。尤其新庄学、新老学、伏羲学,是我一生所治三学,均属开垦拓荒,有志于道家研究的后来者,必有继长增高的巨大空间。”

首发式现场,《社会科学论坛》原特约副主编张平,当代诗人、学者、深圳大学人文学院副教授徐晋,知名作家、文化学者余世存等纷纷发言,对《张远山作品集》给予高度评价。

北京出版社于2025年7月出版的这套《张远山作品集》(全21卷),全面整理、系统编订了其30年有关文学、道家哲学、上古文化史等方面的22种代表作,完整呈现了“伏老庄”——伏羲学、新老学、新庄学“新道家”三学体系。(张馨宇)

出版动态

《中国禅宗典籍丛刊》出版学术座谈会举行

中国出版传媒商报 7月25日,中原出版传媒集团旗下中州古籍出版社在全国书博会现场举行了“《中国禅宗典籍丛刊》出版学术座谈会”。中国社会科学院世界宗教研究所研究员黄夏年,中国社会科学院世界宗教研究所研究员、佛教研究中心主任、佛教研究室主任纪华传,浙江大学文学院院长冯国栋等出席。会议围绕该书的出版意义、禅宗典籍的学术价值及社会影响展开深入探讨。

《中国禅宗典籍丛刊》是由中国社会科学院

新东方大愚文化多套英文阅读新品亮相

中国出版传媒商报 7月28日,“阅见世界,探索无限”——新东方家庭英语阅读进阶方案暨童书新品交流会在京举行。与会嘉宾围绕新东方大愚文化所构建的英语阅读进阶体系,深入探讨如何借助优质阅读资源,有效推动少年儿童英语启蒙与进阶。

“阅读不仅是语言学习的工具,更是通往更广阔世界的桥梁。我们始终相信优质内容能够点燃孩子的阅读热情,更易培养终身阅读者。让孩子爱上读书,是新东方携手万千家庭送给孩子一生的珍贵礼物。”新东方教育科技集团CEO周成刚在致辞中谈道。

世界宗教研究所荣誉学部委员杨曾文和黄夏年担任主编,邀请国内著名高校、研究机构学者,依据精本、善本进行点校整理的中国禅宗系列文献选编。该书自2001年问世以来,共出版平装单行本21种、精装单行本2种、精装合辑2辑,在开卷数据细分市场领域连续多年排名全国第一。入选《2011—2020年国家古籍整理出版规划》、“十四五”时期国家重点出版物出版专项规划、《2021—2035年国家古籍工作规划重点出版项目》等。

(张馨宇)

会上,大愚文化出品的《火箭女孩》《火箭女孩西游记》《大侦探福尔摩斯探案集》(青少英文版)3款青少英文章节书新品亮相。新品还随书配备了动画(仅《火箭女孩》和《火箭女孩西游记》)、音频、练习册、中文翻译等丰富资源。

与此同时,“新东方少年儿童暑期英文阅读书单”在会上发布。

交流会期间,新东方儿童素养智学推广管理中心总经理傅诗淇、北京新东方国际教育教学管理部总监孙亮,知名家庭英语启蒙专家刘伟、新东方大愚文化青少部总监刘格聚焦英语阅读进阶,共同探讨了英语阅读教育的多元可能性。(聂慧超)