

福建泉州新华打造动态文化剧场

一场以“ $\angle 45^\circ$ 刺桐幻幕”为主题的国潮快闪活动，近日在福建省泉州新华·城市记忆主题书店亮相。

在活动上，泉州非遗掌中木偶、南音及闽南语经典歌曲表演轮番登台，演员们身着尽显泉州元素的簪花围、蟳埔女服饰，在光影变幻的骑楼上翩翩起舞。表演融合了传统技艺与现代声光电技术，各类非遗元素配合 AR 特效打造出“幻幕剧场”。

活动通过骑楼 45° 仰角视角的创意设计，将新华·城市记忆主题书店的建筑窗牖转化为文化展示的微窗口，“一窗一景”的设计突破了传统非遗展示的空间局限，使新华书店百年骑楼转化为动态的文化剧场，强化了泉州作为“宋元中国·海丝泉州”的文化标识。

本次活动为市民提供了沉浸式的夜间文化消费新体验。未来，福建新华发行集团泉州分公司将持续创新推动“书店+文旅”融合发展模式，探索更多元、更有创意的文化表达形式。

（来源：中国新闻出版广电报）

浙江嵊州：政府买服务 书店干劲足

2022年200场、2023年256场、2024年380场，关于近3年嵊州书城举办的活动，浙江省嵊州市新华书店业务部经理徐玉燕脱口而出一串数字。

一家地处县级市的新华书店，何以举办的活动有量又有质？政府向书店购买阅读服务发挥了什么作用？带着这些问题，4月10日，《中国新闻出版广电报》记者来到嵊州书城。

走进书城，记者就被入门处悬挂的剡唐诗瀑吸引了眼球。以承载唐诗之路的嵊州剡溪为灵感设计的书城，随处可见浓郁的地方文化。一楼的空间布局以戏曲《游园》为主题，将书城的功能设置在“回廊”“连廊”等传统江南园林中。大厅正中有一个设计成戏台的活动区，旋转楼梯也如戏曲水袖般柔美，处处相得益彰。当然，二楼还有书房、儿童阅读区等不同定位的阅读空间。

这样的设计并非一时兴起。“书店的定义不再是单纯的图书卖场，我们在设计之初就考虑到了转型问题，要有更多有效的阅读和活动空间。”正如嵊州市新华书店总经理求超平预期的，书城的高颜值吸引了读者走进来，多元的阅读空间则让更多读者选择留下来。

读者留下来自然需要开展活动。“空间区域多了，我们就把活动团队、宣传团队、展陈团队都组建起来，把书城打扮得漂漂亮亮的，还安排了很多公益活动。”徐玉燕说，书城员工中，有人当过幼师，就给孩子们讲绘本故事；有人手巧，就开手工课程；有人会干家务厨艺好，就安排厨艺小课堂。总之，人尽其能。

嵊州书城从2023年9月开始推出的“文书里”文化市集，每周六在书城及周边开市。市集有文艺表演、非遗展示、原创好

物、公益服务等内容，集文化打卡、生活体验、茶歇美食、休闲娱乐、便民服务于一体。不仅如此，市集还衍生出共富工坊市集，在全市的乡镇街道巡展，助力乡村共富。

凭借场地和团队的优势，嵊州书城的影响力慢慢大了起来，周边的兴趣班、社团，还有学校、文化馆、社区等也开始走进书城办活动，有的甚至将书城当作常驻基地。

“活动多到排不下，后来我们开始象征性收费，一场 500 元，包年半价，活动越多越便宜。如果是持续多年做公益阅读的，我们全力支持，分文不取。”徐玉燕坦言，分文不取的底气，离不开嵊州市政府给予的财政支持。过去两年，来自嵊州市委宣传部、市社科联、市妇联、市非遗中心、市文广旅局等部门单位的扶持基金，每年总数超 40 万元。经费主要用于几个方面：一是工作人员的补助，开展一场活动可以每人补贴 20—50 元，以示鼓励；二是用于活动的物料支出。

前不久，浙江省新闻出版局下发了《关于做好 2025 年度向实体书店购买阅读服务工作的通知》，此次政府向实体书店购买阅读服务的扶持资金计划安排约 200 万元，实行专款专用，用于实体书店开展全民阅读相关活动。这对嵊州书城来说是个好消息，今年办阅读活动更有动力了。

“我们真切地享受到了政府购买阅读服务的福利，这不仅是对书店开展公益阅读活动的认可和肯定，也是对书店持续开展阅读服务的推动和有力支撑。”徐玉燕说。

（来源：中国新闻出版广电报）

吉林首家专业诗歌书店—— 做文旅综合体中的特色阅读空间

一栋小小的建筑，它承载着历史深处的记忆，在车来车往中，默默地穿越近百年的时光。近日，《中国新闻出版广电报》记者从长春市长春高铁站向南出发，步行不到10分钟的时间，就到了位于人民大街东侧的吉林省新华书店集团——北书房·新华诗歌书店（以下简称新华诗歌书店），这是吉林省首家专业诗歌书店，书店有着诗一样的名字，它也有着诗一样的环境。

设计古朴又富有诗意

人民大街，犹如长春市的中轴线。虽然人民大街几次易名，但是这家书店却像一个地标，始终矗立在这里。

站在新华诗歌书店的门前，了解了它从历史深处走过的脚步。新华诗歌书店原名是满铁图书馆，建于1931年，在1934年扩建，总建筑面积为606.18平方米。当时收录的图书以满铁资料、中国东北地方文献、日文文献为主。1949年以后由长春市图书馆、长春市电影发行放映公司等单位使用。满铁图书馆旧址为长春市历史建筑、长春市文物保护单位。

吉林充分挖掘文化遗产的社会价值、文化价值、经济价值，促进更好融入城乡建设、公共文化服务、精神文化生活，让与文化遗产共生共融成为广大群众的生活日常。在这样的背景下，这家以诗歌为主题的书店以全新的面貌启航。

“翻新满铁图书馆的初衷是在历史文物建筑的基础上，重新为读者打造一家焕然一新的、具有浓厚艺术气息的书店，带领读者追忆历史，回溯时光长廊。”新华文化图书城经理宋冰说，在修缮的过程中，保留了其原有的浅黄色外墙及圆拱形窗户，尽显

精致大气、宏伟肃穆，体现了独有的古典建筑风格。

“我们是结合历史建筑与新华书店自身的经营模式，以图书销售为主，以文创多样化产品为辅，结合优秀诗歌作品、吉版图书等产品来推广和经营。”新华文化图书城办公室主任、分管新华诗歌书店的刘雪峰向记者介绍，他们在图书品种和选择上严格把关，并与现代时尚消费、阅读活动结合起来，为读者打造一个可以读书、休闲的空间。

书架上摆放着各类诗集，中国古诗、现代诗和外国诗歌等均汇聚于此。此外，书店里陈列的《长白文库》《宋振庭文集》《先生向北》等书籍，会让人们更好地读懂吉林，读懂文人在吉林的脚步和声音。

随着媒体的宣传，还有网红前来打卡，知道这个书店的人越来越多。

“我觉得这个书店挺有特点的，古朴而又富有诗意，现代又承载着吉林的历史文化。”吉林广播电视台制片人于昕，她特别选择一天时间来书店拍摄，她说，吉林打造这么好的文化，应该让更多的人知道，她也将尽自己的一份力量，宣传这个富有特色的书店。

开业两月已办 30 多场活动

“我们书店内还设置了文学客厅，专门用于举办各种阅读活动。”刘雪峰向记者介绍，他们开业时间虽然只有两个多月，但是已经做了 30 多场阅读活动，这对于推动全民阅读、丰富广大读者的业余文化生活，起到了积极的推动作用。

“有关单位和读者，可以来我们这里读书，也可以来这里组织阅读活动。”刘雪峰向记者介绍，书店的运营思路是不断增加图书的品种，适合各个年龄段的读者群，同时多办阅读活动，吸

引读者的到来，以此来增加购买力。

3月15日，由中共长春市委宽城区委宣传部、宽城区总工会主办，宽城区图书馆协办的“悦·宽城”线上阅读分享活动暨《先生向北》读书交流分享会在新华诗歌书店举行。活动邀请了长春市星恒学校历史教师徐朝阳作为主讲嘉宾，与观众分享《先生向北》一书的阅读感悟。

新华诗歌书店还与中国吉林网举办了“一本书的诞生”小记者主题研学活动；国学系列第一期·跟着哪吒逛博物馆等一系列活动，受到了广大读者好评。宋冰说，后续还会提供多样化、个性化的体验式服务，以此来提升书店的文化氛围和市场竞争力。

“过去读者是有书读就行，现在读者不一样，他们喜欢有读书氛围的地方，所以环境很重要。”刘雪峰对记者说，读者注重图书的质量，也注重环境的氛围，这样看好了就会买上一本或几本带走。

新华诗歌书店的周围，这些古老的、闲置的建筑都挡上了围挡，以书店为主线，这里将形成一个文旅商业综合体，成为省会长春又一处文旅打卡点，为市民和游客提供更全面、周到、细致的阅读体验空间。

“等到今年9月份，你看到的将是一个包括书店在内一共3815.4平方米的文旅综合体。”刘雪峰向记者介绍，这个综合体将设有古旧图书交易，还有艺术长廊、简餐、咖啡等项目。这里还因为有离长春火车站近的优势，会吸引更多外地读者来读书、参观和旅游。

（来源：中国新闻出版广电报）

在书店吃饭、喝酒、买水果，合理吗？

即将重新开业的上海古籍书店二楼，因宋代古籍中的饮品名而命名为“熟水”的水吧里，不仅有特色中医养生茶饮和中式茶点，还将上新专属咖啡“古籍大咖”。

据上海市书刊发行行业协会统计，咖啡与文创已然成为沪上多数实体书店的标配，改造后的古籍书店也不例外。书店业态混合背后的逻辑，是从图书销售场所到文化赋能枢纽与生活社交空间的再造。

与古籍书店“老店新开”同期，4月18日，来自重庆的书店品牌新山书屋在前滩公园巷开出上海及华东地区的首店。解放日报·上观新闻记者先行探店看到，这家800多平方米的新店里，餐饮与书+文创的占比约为6:4。

比起纠结书店是否“纯粹”，新山书屋团队希望，营业到22时的这方空间可以满足城市人下班后的“生活四小时”，阅读、用餐，喝咖啡、品小酒，参加现场活动，甚至买到新鲜水果。

“我们不追求网红风格，在内容基础上满足用户的文化需求、生活需求，展现书里书外的美好生活，让文化消费成为高质量生活方式的自然选择。”在现场忙碌的新山书屋编辑部负责人江梦怡说。

新山书屋创始人之一李晖则感慨，在上海这座拥有全球最多咖啡店的城市，如何实现“阅读浓度”与“生活密度”的平衡，是对团队的考验。

“如果说过去所指的阅读，就是纸面上对文本的阅读，现在更多的是体验与感受。”中信出版集团文学事业部的营销团队告诉记者，他们与上海两家商场合作的口袋书联动活动几乎是“一

拍即合”，“如今的实体商铺不仅作为销售方存在，也在向生活体验空间转型，而图书天然具有场景性”。

于是，当服装品牌、面包店的柜台上出现一本本小巧的口袋书——牛仔裤的口袋里斜插一本书，这套昵称为“兜兜书”的无界文库“让经典回归生活”的理念在具体的空间环境里得到最直观的展现。

要有“阅读浓度”，也要有“生活密度”，无论是对书店还是出版业而言，找到文化与商业之间的微妙平衡点，找到属于阅读的生活入口，或许方是可持续之道。

（来源：解放日报）

人教文创快闪新华首展落地珠海书城， 唤醒读者记忆

4月17日，一场别开生面的人教文创快闪活动新华首展在珠海市珠海书城拉开帷幕，来自全国11个省级新华书店的30余位嘉宾齐聚一堂，共同见证这一文化盛事。人民教育出版社党委委员、副社长蒋琦与南方出版传媒股份有限公司纪委书记杨效方携手启动活动。

在出版行业深度变革的当下，开拓内容应用新场景、推进出版深度融合成为行业发展的关键。人教社立足深厚文化底蕴，自2023年10月起，陆续发布“教小萌和教小淘”“李雷与韩梅梅”“闰土叉猹”等IP形象，并围绕它们开发一系列文创产品，旨在以文创品牌唤醒“国民记忆”。此次珠海新华快闪活动以“李雷与韩梅梅”为主题，将教材中经典的蓝、橙配色融入现代时尚元素，通过场景化的布置，营造出浓郁的青春怀旧氛围，让80后、90后读者瞬间回到学生时代。

蒋琦在致辞中指出，人教社以开拓新场景、推进融合为战略方向，积极探索创新之路。本次活动不仅希望唤起民众学生时代的美好回忆，更致力于开创社店合作发展新模式。杨效方表示，人教社70余年编研出版十二套全国通用中小学教材，是对教育事业的生动见证。李雷、韩梅梅等文化符号以文创形式重焕生机，是对优秀传统文化创造性转化、创新性发展的生动实践。在数字化浪潮下，南方出版传媒将以“出版+”战略构建教育生态新范式，探索文化传承破圈之道。

双方均表达了以此次快闪活动为契机，进一步打开合作思路，探索“文化策展+场景零售”社店合作机制的愿望，充分挖掘新

华书店遍布全国线下门店的经营潜力，发挥实体书店新场域、新产品和新服务价值。

此次人教社选择珠海举办全国文创快闪首展及新华书店行业交流活动，有着深远的战略考量。蒋琦表示，珠海作为中国首批经济特区，创新突破的基因与人教社深化教育出版改革的愿景高度一致。同时，珠海背靠粤港澳大湾区战略腹地，具备辐射华南、联动港澳的区位优势，是教育文化创新实践的理想试验场。在此打造“教育出版+文创”融合发展的示范窗口，不仅呼应特区精神，更为后续在全国新华书店系统推广快闪活动提供了可复制的实践模板。

据悉，人教文创快闪活动还将在珠海市各新华书店门店持续举行，期待更多读者前往探店打卡，一同重温学生时代的美好记忆，感受教育与文创融合的独特魅力。

（来源：羊城派）

新潮养老来袭：教育上市公司新战场

近年来，随着中国人口老龄化加速，「银发经济」成为社会关注的焦点。第七次人口普查数据显示，我国 60 岁及以上人口已超 2.6 亿，占总人口的 18.7%。庞大的老年群体催生出多元化需求，从医疗康养到文化教育，从社交娱乐到终身学习，银发经济正以惊人的速度重塑市场格局。

在这一背景下，教育行业头部企业纷纷调整战略，将目光投向老年教育这片新蓝海。从职业技能培训到兴趣课程，从数字化创新到医养结合，这些企业正以差异化的布局，探索「老有所学、老有所乐」的更多可能。

行业升温：政策与需求双重驱动

银发经济的爆发并非偶然。一方面，国家政策持续加码。2022 年《「十四五」国家老龄事业发展和养老服务体系规划》明确提出「鼓励社会力量举办老年大学、开放大学等教育机构」；另一方面，老年群体的需求正在发生深刻变化。

如今的「新老人」，也就是 60 后、70 后群体。他们被定义为「充满活力的新一代老年人」，其特点是文化修养高，相对富裕，有充足的休闲机会，对精神充实有更高的追求。新时代的「新潮养老」代表了当代老年人对自由、快乐生活的追求。

市场数据印证了这一趋势。美国咨询公司沙利文预估，中国银发教育市场正以 34% 年增长速率的速度发展，到 2027 年，整个市场规模将从 2022 年的 280 亿元人民币增至 1209 亿元。

这一赛道的吸引力不言而喻，但挑战同样显著：成人教育用户生命周期短、复购率低，而在线教育的高获客成本进一步加剧了竞争压力。如何精准匹配需求、构建可持续的商业模式，成为

企业突围的关键。

转型与跨界：教企多元路径引领养老新风尚

（一）尚德机构：从学历教育到兴趣课程的转型样本

作为曾经的「学历教育第一股」，尚德机构（ NYSE: STG ）的转型轨迹颇具代表性。财报显示，2024 年二季度，其学历提升业务收入占比已从 2021 年的 65.2% 降至 10.7%，取而代之的是职业技能、兴趣课程的崛起——后者贡献了 76.7% 的营收，同比增长 11%。

尚德 CEO 刘通博坦言，银发人群的兴趣学习需求是重要增长点。例如，书法、绘画、声乐等课程深受老年学员欢迎。为提升用户黏性，尚德在课程设计上强调「轻量化」和「社交化」，通过短时高频的学习模式降低参与门槛，同时搭建线上社群增强互动。这一策略不仅缓解了成人学习时间碎片化的痛点，也通过社群运营延长了用户生命周期。

不过，转型之路并非一帆风顺。财报显示，尚德 2024 年净利润同比减少 46.6%，反映出新业务仍需时间消化成本压力。如何在兴趣课程的「流量入口」与盈利模式之间找到平衡，将是尚德下一步的考验。

（二）量子之歌：AI+教育，打造银发学习新体验

如果说尚德的转型是「需求驱动」，量子之歌则展现了技术赋能老年教育的更多可能。

这家成立仅三年的企业，紧跟国家政策导向，将兴趣与知识相结合，探索打造「线上+线下」一体化服务平台，提出了以用户需求为导向，为银发人群提供「服务+产品」的全维度解决方案。

针对银发群体，量子之歌的数字化创新尤为突出。例如，量

量子之歌旗下的千尺学堂，正从单一线上教育向「线上 + 线下」一体化服务模式转型。

线上，打造了书法、八段锦等兴趣课程，采用阶梯式教学体系，注重互动，讲师及时解答问题。其中，专为银发用户定制的书法课程成果显著，高级课程平均转化率从超 40%提升到超 60%。线下，千尺学堂开设老年学堂、社区服务店，推出景德镇书法、武当山站桩等特色研学路线。

据了解，量子之歌在多元化布局探索上动作频频。例如，与北京养老机构展开合作，积极探索线下综合服务新场景，构建「线上+线下」全方位服务体系。同时公司积极探索 AI 技术赋能产品，持续优化私域知识分析、自然语言交互及用户场景理解能力，推动智能化升级。

量子之歌的实践表明，技术并非冷冰冰的工具，而是连接「新老人」与数字时代的桥梁。其入选人工智能专业委员会的首批案例，也为行业提供了「AI + 银发教育」的标准化参考。

（三）东软睿新：教医养融合，重构老年服务生态

与纯教育企业不同，东软睿新的布局更注重产业协同。2024 年，公司通过收购医疗业务、成立凤凰学院，东软睿新正式提出「教医养康旅」五位一体战略，将老年教育嵌入大健康生态。经过一系列布局后，在 2024 年 12 月，「东软教育」正式更名为「东软睿新」，将自身定位为「教医养康旅」生态创新融合的探索者。

具体而言，东软睿新打造的特色「LIFECARES」模式构建了乐、养、医、学为一体的医养新体系。例如，凤凰学院的课程不仅涵盖数字技能和传统文化，还引入健康监测设备和 AI 诊疗系统，学员可在学习间隙进行血压、血糖等基础检测。此外，东

软睿新通过自建养老院、康养基地，为教育业务提供实践场景，形成「教育赋能医养，医养反哺教育」的良性循环。

这种生态化布局的背后，是对「银发经济」本质的深刻理解。东软睿新认为，养老服务解决的是生存问题，而银发经济关注的是「如何活得更好」。通过技术与资源的整合，企业能够为老年人提供贯穿数十年的「五好生活」——吃得好、睡得好、玩得好、学得好、活得好。

（四）卓越教育与粉笔：跨界探索的两种路径

在头部企业中，卓越教育和粉笔的跨界尝试同样值得关注。卓越教育选择「重资产」路线，旗下运营三家养老院，并成立卓越大健康公司，将精细化运营经验从教育领域复刻至养老服务。其核心逻辑是围绕「一老一小」需求，构建医养结合的综合服务体系。例如，养老院不仅提供照护服务，还开设书法、园艺等课程，满足老人的精神需求。

相比之下，粉笔的布局更「轻」。其健康业务以知识服务为切入点，通过「指导+产品」模式帮助老年人管理慢性病。例如，用户可获取定制化饮食方案，并搭配低糖食品、智能体脂秤等产品。粉笔还计划研发 AI 健康管理工具，进一步降低服务门槛。

两者路径虽不同，但都指向同一目标——通过跨界整合资源，在银发经济中分一杯羹。卓越的线下深耕与粉笔的线上轻量化，为行业提供了多样化的解题思路。

挑战与未来：银发教育如何行稳致远

尽管前景广阔，银发教育仍面临诸多挑战。首当其冲的是用户习惯培养——许多老年人对在线学习存在抵触心理，更依赖线下场景；其次是课程同质化问题，部分企业的兴趣课程仍停留在「浅层娱乐」，缺乏体系化和深度；此外，如何平衡公益属性与

商业回报，也是企业必须面对的课题。

未来，行业或呈现三大趋势：一是「线上线下融合」成为标配，例如量子之歌的社群学堂、东软睿新的康养基地，均通过场景联动提升体验；二是技术应用进一步深化，AI、VR 等技术将更广泛地用于个性化教学；三是产业边界持续模糊，教育、医疗、文旅等领域的交叉创新，可能催生出全新的服务模式。

可以预见，银发经济不再是「边缘赛道」，而是教育行业转型升级的重要方向。那些既能抓住需求痛点，又能构建差异化壁垒的企业，有望在这场新浪潮中占据先机。

（来源：多鲸）

“AI+出版”深度融合：“基于生成式人工智能的专业知识服务关键技术研发与应用”项目启动暨实施方案论证会在京举行

近日，国家重点研发计划“文化科技与现代服务业”重点专项“基于生成式人工智能的专业知识服务关键技术研发与应用”项目启动暨实施方案论证会在京举行，会议由中国新闻出版研究院主办。

中宣部文化改革发展局、文化和旅游部科技教育司、国家自然科学基金委员会高技术研究中心等单位有关负责同志出席会议，数十位来自科研院所、出版企业、高校等领域的专家学者参加会议。与会人员围绕项目实施方案，就生成式人工智能技术在专业知识服务领域的创新应用与发展路径进行了研讨论证。近年来，人工智能技术深刻改变出版业的生态格局。为推动出版业与人工智能深度融合，中国新闻出版研究院作为项目牵头单位，联合万方知网、北京邮电大学、武汉理工大学、中国石化出版社、研究出版社、江西教育出版社、武汉理工数传集团、北京数字跃动科技公司等8家单位，共同申报并获批2024年度国家重点研发计划“文化科技与现代服务业”重点专项“基于生成式人工智能的专业知识服务关键技术研发与应用”项目。

会上，项目责任专家与项目咨询专家等对项目研究目标、技术路线及预期成果进行了研讨论证。与会人员表示，本项目将通过研发生成式AI在专业知识服务领域的垂直大模型构建和可信服务等关键技术，推动出版业从内容供给向知识赋能升级。项目计划经过三年的技术研发与应用示范，形成系列预期成果，包括研制人工智能专业知识服务系列国家标准，构建支持多方协同共

建的知识数据池，发布百亿级参数垂直领域大模型，研发检索增强生成技术工具，建设交互式知识服务平台，形成基于生成式人工智能的专业知识服务新模式。

中国新闻出版研究院党委书记、院长冯士新表示，**随着本项目的正式启动，标志着我国出版业人工智能技术有组织的研发进入新阶段。**项目通过前沿技术联合攻关，产学研用协同创新，将推动出版业数智化转型升级，以自主研发的 AI 技术与应用打造知识服务新范式，助力出版业高质量发展和文化强国建设。

（来源：元宇宙阅读实验室）

“旧书新知”活动今春各地开花 知识流动 涵养城市阅读氛围

“让旧书找到新知己，从旧书获取新知识。”近年来，“旧书新知”活动在北京、天津、上海、南京等地蓬勃开展，从概念到实践，逐渐构建起专业高效的产业链、打通阅读推广的空间链、铸造时代共鸣的记忆链。依托旧书这一载体，阅读成为城市与个人、书业与书友之间情感与文化的连接，让知识再流动，以旧书换新友，共话阅读之美。

制度保障 古旧书香浸润读者心灵

随着各地旧书市集的常态化、持续化、规模化，逛旧书市集正渐渐成为人们文化生活的日常。

在北京，位于中轴线南北两端的报国寺、钟鼓楼广场，已成为古旧书爱好者心中的淘书新地标。以刚结束的清明假期为例，由北京市委宣传部、北京发行集团共同举办的“旧书新知钟鼓书韵”文化市集，吸引藏书爱好者及市民读者近万人次参与。游客、购书者纷纷表示：“来京旅游，顺道逛个古旧书市场，这个假期获得了超值的文化体验！”

到旧书市集获新知、寻知己，也成为不少天津爱书人的选择。

“海河旧书市集”自2024年3月启动以来，截至2025年3月，共举办60余场活动，惠及近30万人次……经过一年的发展，从海河畔的“文化微光”，到辐射京津冀的“城市名片”，旧书市场繁荣发展，赓续渤海之滨的历史文脉。

当苏州河畔的“淘书乐”旧书市集以“书香巴士”“钢琴巴士”等创意形式走进上海市民的文化生活，通过活化“文庙旧书市集”基因，上海将碎片化的旧书交易点编织成流动的文化景

观。上海市委常委、宣传部部长赵嘉鸣感慨：“上海的文化建设应该是多元立体的。不仅要有图书馆、博物馆等‘高大上’的文化地标，也要有旧书摊、旧书店、旧书市集等‘毛细血管’，让氤氲书香更好浸润人们心灵、滋养城市文明。”

顺应民间旧书流转流通需求旺盛的实际，“金陵旧书市集”在南京落地生根。据南京市委宣传部印刷发行和版权管理处相关负责人介绍，5个月的深入实践，4场旧书市集活动吸引近90家出版发行机构及书商共展出图书约10万册。

上述红火的旧书市集背后，离不开顶层规划、政策引导以及长效体制机制的建设。如北京制定《关于繁荣北京旧书市场的工作方案》，确定“旧书新知”主题，推出五大平台联动的17项具体举措；天津构建市场监管良性循环，建立服务保障市、区联动机制，汇聚百余名专家学者人才资源库，从市场准入、资金支持、资源汇聚等方面向市集导入大量资源；上海印发《推广“旧书新知”活动 繁荣上海旧书市场工作方案》的通知，提出了“示范市集为点、骨干书店成线、规范商铺带面、线上线下融合”的旧书市场发展模式；南京制定《关于繁荣南京旧书市场的工作方案》，推出17项具体举措，打造“旧书新知”南京模式，保障古旧书市场繁荣可持续发展。

因地制宜 旧书交易丰富文化消费

因地制宜走适合自己的发展之路，才能推动“旧书新知”品牌走得远走得久，从而落地生根。

北京充分发挥实体书店多、旧书业务起步早的优势，立足全市搭平台，形成较为完备的旧书交易网络。过去一年，全市434家实体书店增设“旧书新知”专区，194家实体书店提供旧书回收服务，登记在售旧书达80余万册。

此外，北京依托各区资源禀赋，推动旧书交流活动全市多点开花，形成中轴线上“一南一北”两大常态化旧书市集品牌，越来越多图书出版发行机构和市民群众参与到活动中。

创新运营模式，“海河旧书市集”常态化开展，激发了天津旧书市场发展的新活力。一年来，“海河旧书市集”坚持每周日在棉3创意街区常态化举办，若干个旧书专业书店经营和多点位特色旧书市集及活动在全市开展，形成了丰富多彩、联动发展的交易流通模式。对此，天津市委宣传部印发处处长孙宏航表示：“常态化的机制，助力书香天津建设，也带动了周边消费的增长。”“海河旧书市集”活动与宣传《天津市全民阅读促进条例》相结合，产生“1+1>2”的效果。

在没有集中交易地的情况下，如何更好地发展旧书业，如何让新书旧书共同繁荣？2023年9月在苏州河畔樱花谷首次举办的“淘书乐”旧书市集就是一种解题方向。记者在采访中了解到，该市集尤其受到老年市民的欢迎。2024年6季“淘书乐”旧书市集，累计实现4.6万余册书刊循环流通，吸引读者游客近35万人次，收购旧书约8000册。

大咖开讲、共读直播、打卡互动、图书交换、爱心义卖……南京“金陵旧书市集”融合各类资源，打造集古旧书展示、交流交换、讲座、研学、互动体验等多种形式的综合性市集。南京市委宣传部印刷发行和版权管理处相关负责人表示：“我们邀请旧书收藏家薛冰、南京大学历史学教授胡阿祥等分享‘我与旧书的故事’，将旧书交流阅读融入活动中，通过旧书承载的情感与记忆连接更多读者，不断增强全民阅读的凝聚力和认同感。”

各地开展的“旧书新知”实践活动也将年轻群体作为重要

的拓展对象之一。如在北京，“旧书新知”活动先后走进北京大学、中国人民大学等7所高校，培育了旧书“新受众”，孔夫子旧书网近4个月新注册用户达71万人，旧书交易参与群体年轻化趋势显著；在天津，“海河旧书市集”先后两次走进天津师范大学，和广大师生共同践行“旧书循环利用，知识薪火相传”的理念；在南京，“金陵旧书市集”参展单位精准定位高校师生群体，有针对性地甄选图书，以品相较高的学术书居多，精准备货，促进了成交量的增加。

聚合发力 书市集“破圈”新场景

当下，“旧书新知”活动的温度、热度有了，让其保持活力的关键，还在于推动的广度和深度，要有效统筹资源，形成合力，让“旧书新知”走进寻常百姓家。

北京市新闻出版局相关负责人介绍，2025年北京市将推动“旧书新知”品牌走出北京，积极融入京津冀文化协同发展格局，加强与其他省市的联动，让有价值的旧书回到流通体系，更好满足群众阅读需求，助力营造良好的城市文化氛围。

着眼于文旅商融合发展，天津正积极谋划推动旧书市集“破圈”新场景、新项目、新品牌，促进市集不断迭代升级。“我们将融入更多游、购、娱等业态，打造常态化举办、多业态经营以及广泛参与、辐射周边、规范有序、健康发展的天津特色旧书市集。”孙宏航表示，下一步将充分发挥天津的资源优势，强化、打通消费链条，持续推动参与主体多元化，持续打造分众化主题活动，持续拓展旧书市集举办渠道，建立线上线下共享模式，探索旧书市场繁荣发展的天津“路径”。

今年的4月22日，上海将启动2025年“淘书乐”旧书市集第一季。“新一年，我们将走进全市各区，下沉至街道社区，打

造‘淘书乐’旧书市集的3.0版，力争覆盖更多读者，使之成为读者家门口的旧书市集，从而创造更大的社会价值。”上海图书公司总经理石洪颖表示。

南京市推进“金陵旧书市集”常态化，打造可持续性知名活动品牌。“我们计划每年春、秋举办两季大型市集，让旧书市集不断‘出圈’。此外，我们还计划将进高校系列活动与周边景区相融合，并结合大学开学季、全民阅读活动等，走进校园或校园周边举办综合性书市。”南京市委宣传部印刷发行和版权管理处相关负责人表示，今年世界读书日计划启动的2025“金陵旧书市集”走进熙南里活动，将打造“旧书循环+文化共创”的沉浸式文化场景。“在这里，旧书不再是二手平台的标价商品，而是丈量城市文化温度的尺子。”

古书寻珍，字里行间遇知音；文创“破圈”，古籍变身潮流款；文脉常新，月月相逢品书香……“旧书新知”活动在丰富文化日常的同时，也在涵养一座城市的文化氛围，诚如上海世纪出版集团副总裁彭卫国所言：“旧书里有文化、历史、社会生活，而‘新知’就是以旧书为媒介，在城市中进一步营造爱读书、读好书、善读书的氛围。”

（来源：中国新闻出版广电报）