

首批试点先行，郑州中小学课后服务升级

中小学课后延时服务，是落实“双减”政策部署的一项校园民生工程。为不断丰富课后服务形式和内容，满足学生多样化学习需求，郑州市教育、科技、文旅、体育等8部门联合出台新政，探索引进非学科类校外培训机构参与义务教育学校课后服务，今年首批试点先行，2026年春季开学全市有序落地。

逐步完善中小学校课后服务体系

据介绍，“双减”以来，全市义务教育课后服务工作取得积极进展，得到群众普遍欢迎。但是，随着这一校园民生工程深入实施，当前个别学校课后服务出现校内教师、资源不足，不能满足部分学生发展兴趣特长需要等情况。

针对省会实际，市教育、科技、文旅、体育等多部门联合出台《郑州市非学科类校外培训机构参与义务教育学校课后服务工作的实施方案》，计划通过遴选一批合规的科技、文化艺术、体育等非学科机构参与义务教育阶段学校课后服务，丰富课后服务形式和内容，实现中小学校课后服务主阵地与校外非学科培训优质课程资源有机衔接，满足学生多样化学习需求。计划到2026年全市中小学校课后服务体系更加完善，非学科机构参与学校课后服务机制更加健全，学生学习更好回归校园。

坚持学生自主选择、自愿参加原则

为规范郑州市非学科类校外培训机构（简称非学科机构）参与义务教育学校（以下简称学校）课后服务。

《方案》明确规定：新政坚持公益属性、自愿申报、公开公

正、动态管理的原则，充分挖掘校外优质培训课程，遴选一批科技、文化艺术、体育类等非学科机构参与义务教育阶段学校（含完全中学、十二年一贯制学校的义务教育阶段）课后服务。非学科机构参与学校课后服务必须坚持学生自主选择、自愿参加原则，学校和机构不得强迫或变相强迫学生参加。严禁学科类校外培训机构参与学校教育教学及课后服务活动。

今年试点先行，明年有序落地

《方案》明确，新政实施计划分三个阶段实施。

其中，2025年7月-2026年1月试点先行。按照市内建成区、市开发区和县（市）三个层面，确定惠济区、经开区和新密市为非学科机构参与学校课后服务工作试点区，其他非试点区县（市）选择区域内至少5所试点校，先行先试、积极探索方法步骤、日常管理、评估退出、安全防范和资金管理。

2026年2月底，市教育局将适时召开试点经验推进会，总结三个试点区工作开展情况，在全市范围内推广试点经验，部署非学科机构参与学校课后服务工作。2026年春季开学后，全市范围内有需求的学校有序落地非学科机构参与学校课后服务工作，满足学生课后服务需求。

2026年10月以后，各开发区、各区县（市）要建立非学科机构参与课后服务工作长效机制，确保学校引进的机构是有资质、信誉好、质量高的非学科机构；要形成引入机构名单、服务项目及引进费用标准，加强日常监管并建立动态调整机制；要健全第三方监管机制，通过家校共同监督的方式强化引入机构开展服务过程中的自律性、有效性和安全性，挂钩退出机制。

不得以引进非学科机构为由取消政府免费课后服务

《方案》规定，政府提供的免费课后服务不能满足学校及学生需求的，可适当引进非学科机构参与学校课后服务，引入非学科机构为学校课后服务的有益补充，不得以引进非学科机构参与学校课后服务为由取消政府提供的免费课后服务。

非学科机构参与学校课后服务，其办学资质、企业信用信誉、从业人员执业资质、服务课程内容及质量、资金监管模式都需要严格“达标”。按照计划，首届遴选的机构服务合同期限一般不超过一年，其后可探索三年期限。

非学科机构参与学校课后服务工作开展后，非学科机构负责日常运营主体责任，学校负责监督管理责任，各开发区、各区县（市）教育行政部门负责年度的评估监测及退出管理工作。

课后服务坚持公益属性

《方案》明确，课后服务坚持公益属性，引进费用标准要通过招标等竞争性方式确定，要明显低于培训机构在校外提供同质培训服务的收费标准。

各开发区、各区县（市）可根据实际情况，将引进机构所需费用按规定纳入当地课后服务经费保障机制；需收取费用的，学校不得对收费加价、获取收益，不得截留、挪用、挤占。参与学校课后服务的非学科机构要与学校、家长签订课后服务协议书，且不得在协议书规定之外收费，不得委托家长（家委会）收费，要严格遵循学生或学生家长自愿的原则，并建立事前告知制度，经学生家长同意后方可实施。

引入的服务项目开展前，学校要将服务课程内容、收费标准、

交退费流程、投诉电话等予以公布，主动接受学生、家长和社会监督，对家庭经济困难学生可结合实际减免收费。

非学科机构不得参与学校学科类教学及服务

《方案》规定，非学科机构不得参与学校学科类教学及服务，严禁学校借课后服务名义与非学科机构联合办班。非学科机构及从业人员应服从学校各项管理制度要求，不得借机招生宣传、恶意在校招揽生源、扰乱学校教育教学和招生秩序等。学校要严格按照国家课程方案开齐开足音体美劳等课程，严禁以非学科机构提供的课程代替。非学科机构提供的服务课程应当由学生自主选择、自愿参加，学校及非学科机构不得过度宣传和引导报名。

各开发区、各区县（市）要对非学科机构参与学校课后服务工作实施监测指导，组织有关部门定期开展工作调研，强化动态监测，层层压实责任。各级各类中小学校不得私自引进非学科机构参与学校课后服务，非学科机构一旦被遴选为进校服务“白名单”，不得转包他人或机构。

（来源：河南省教育厅）

2025 下半年怎么干？发行集团半年工作会 透露了这些信号

北京开卷监测数据显示，2025年1月至6月，整体图书零售市场码洋同比小幅增长0.73%，实洋同比下降0.31%。在大环境低迷和市场竞争的双重压力下，面对多渠道夹击，出版发行业正处于深度转型的行业关键时期。2025年7月以来全国各地发行集团陆续召开半年总结会，中国出版营销周报整理工作会相关信息发布，寻找发行集团2025年上半年的经营创新与亮点板块。

安徽新华发行集团

坚持“宣文艺旅”融合发展理念

7月18日，集团召开2025年半年工作会议暨“两优一先”表彰会，总结成绩、表彰先进、布置任务，动员集团上下思想同频、干劲共振，奋力完成全年目标任务。

2025年上半年，安徽新华坚持“宣文艺旅”融合发展理念，紧盯“三业”、对标“四出”、联接“五端”，在“推陈出新、向新而行”上持续发力，整体实现稳中有进工作目标，第16次上榜“全国文化企业30强”，综合实力继续稳居行业前茅，品牌价值首破百亿大关，跻身全省企业品牌价值榜单第二。经营管理工作亮点纷呈，高标准开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育，作风建设持续加强；高质量推动经营增效，核心指标再攀新高；高站位彰显国企担当，品牌形象持续提升；高起点拓展新兴业态，发展动能更加充沛；高效率推进项目建设，文旅布局持续优化；高水平深化协同联动，管理效能持续释放。会议强调，集团上下要解放思想乘势而上，圆满完成全年目标任务。要善借外

脑、打开脑洞，推动全域变革，并着力处理好“书”与“屏”“B”与“C”“财”与“才”三个关系，拓展转型新空间；落实好“拓、化、盘、控”四字要求，推动板块新跨越；把握好“目标、改革、安全、实绩、服务”导向，取得发展新作为；强化“团结、紧张、严肃、活泼”作风，凝聚攻坚新合力。

2025年下半年要主动适应新形势，按照安徽省委省政府及省委宣传部的部署要求，以深入贯彻中央八项规定精神学习教育成效为保障，立足“稳”的根基，夯实主业发展“基本盘”；激发“融”的动能，打造产业升级“强引擎”；强化“改”的担当，筑牢改革治理“稳定器”。

山西新华书店集团

加快数智化转型 全面优化渠道建设

7月18日，山西新华书店集团召开2025年上半年经营分析会。会议指出，今年以来，山西新华认真贯彻落实出版传媒集团年度重点工作部署，整体工作有亮点有成效：一是扎实推进巡视整改工作，从严从实推进深入贯彻中央八项规定精神学习教育，作风建设持续深化；二是承办第四届全民阅读大会龙城书展等文化活动，组织开展各类阅读推广活动4000余场，开展职工新华读书角专题阅读活动300余场，社会效益持续提升；三是数字化转型稳步推进，电商平台建设取得阶段性成果，新媒体运营实现新进展，融合发展取得阶段性成效。

会议要求，集团上下要深入贯彻落实出版传媒集团决策部署，坚定发展信心，强化责任担当，以更加有力的举措推进下半年各项工作取得实效。重点抓好以下任务：一是全力保障教育服务供给。扎实推进教育反哺计划，确保“两教”发行工作高质量完成，

加快市场类教辅与泛教育产品推广，加速线上服务平台推广应用，启动数字化网格员管理系统建设，提升教育服务效能。二是加快推进数智化转型。深入实施数智转型计划，强化场景化销售系统应用，充分发挥 ERP 系统效能，积极开展短直平台运营，推动线上线下业务协同发展。三是全面优化渠道建设。实施渠道再造计划，打造具有影响力的全民阅读品牌，提升职工新华读书角运营质量，加快推进门店减亏扭亏，确保巡视整改任务落实到位；积极拓展校园阅读工程和自习室业务，增强渠道服务能力。四是着力提升资产运营水平。强化重点项目引领作用，规范资产管理流程，加快推进外文书店加固修缮改造和大同新华文化广场项目建设。五是坚决完成年度目标。紧盯重点任务，加强分析研判，聚焦短板弱项，精准施策、全力攻坚，确保全年各项目标任务圆满完成，推动集团高质量发展迈上新台阶。

北京发行集团

加强顶层设计 聚焦重点项目攻坚

7月28日，北京发行集团召开2025年上半年经营工作会，总结分析上半年经营情况，研判形势，部署下半年重点任务。

会议指出，做好2025年下半年工作，一要继续巩固深化学学习教育成果，以领导干部过硬作风引领高质量发展。领导干部要带头树立“敢打硬仗”“主动作为”“实干实效”“遵规守纪”的作风，不断强化担当精神和执行力。二要加强顶层设计，坚定改革创新决心和信心。要立足长远，转变观念，开拓创新，科学谋划“十五五”规划，加快推进供应链重构、资源整合、数字化建设、实体书店转型等改革工作。三要聚焦重点攻坚，全力以赴完成年度目标任务。要全力抓好主题图书发行、暑期研学、秋

季地坛书市、线上业务、外文书店项目建设等重点工作。

要高度重视下半年安全稳定工作，确保政治安全、意识形态领域安全、活动安全、生产安全和人员安全稳定大局，为完成全年目标提供坚实保障。

会议要求，集团系统各企业要及时传达贯彻会议精神，统一思想，压实责任，狠抓落实，确保圆满完成全年经营目标任务，为集团“十四五”圆满收官和“十五五”良好开局做好充分准备。

甘肃省新华书店

强化服务教育能力 全力支持非书业务做大做强

7月28日，甘肃省新华书店召开重点工作推进会，安排部署近期重点工作。省店党委主要负责人主持会议并讲话。会议强调，当前全省新华书店系统面临着严峻的发展挑战，全省新华书店系统干部职工尤其是省店总部干部职工，必须进一步转变思想观念、深化经营改革、提高工作效率、提升服务质量，有效应对新形势新挑战。

要提高工作站位，深化思想认识，清醒认识到当前省店转型发展面临的巨大挑战和艰巨任务，把自己摆到全省系统转型发展大局中去，以“思想之变”促“行动之变”推“经营之变”。要强化责任担当，抓好工作落实，主动攻坚克难、强化协同配合，重塑产品体系、渠道体系、营销体系、服务体系，加快推进新阅集微商城及甘肃新华教辅线上平台建设，全力以赴办好2025兰州书展暨“书香黄河阅读周”活动，将西北书城打造为新型城市文化综合体样本，并加快推动门店转型升级工作。要强化服务教育能力，创新线上线下服务渠道，提升教育服务水平，让“选教辅、上新华，选正版教辅就上甘肃新华”成为共识。要加强体制

机制建设，尽快出台非书产品自采配套制度方案，建设省店非书产品采购交易平台，全力支持全省非书业务做大做强。要加快项目建设，着力推进飞天文化产业园项目和天水读者大厦项目前期调研论证，加快项目开发建设，筑牢发展根基。要加强工作督导，提高工作效率，党委办公室牵头对省店近期重点工作实行日调度、周调度，明确每日工作进展、存在的困难、应对措施及需要协调的事项，确保各项重点工作快速推进。

湖北省新华书店集团

以“六个锚定”争创高质量发展新标杆

7月29日，湖北新华召开2025年上半年经营分析会，贯彻落实长江传媒上半年经营分析会精神，系统总结新华书店集团上半年经营工作成效，科学分析当前面临的形势与挑战，安排部署下半年重点工作任务。

会议强调，下半年是“十四五”规划的收官冲刺阶段，也是集团转型突围、谋划“十五五”新篇章的关键蓄力阶段，要科学研判当前面临的技术变革、模式变革、行业变革、政策变革严峻挑战，坚持解放思想，坚定改革创新，坚守发展信心，认真落实全省“新春第一会”精神和长江传媒党委各项决策部署，以“等不起”的责任感、“慢不得”的紧迫感、“坐不住”的使命感，聚焦转型、靶向发力、攻坚克难，在重塑优势中开创高质量发展新局。

一是坚定不移推进“三个转型”。要加速从传统产品销售向线上线下一体化服务模式转型，加快构建“五大营销服务体系”，重塑文化教育服务生态、打通线上线下消费空间壁垒、布局全域流量聚合新阵地。要加速从单一出版物销售商向以文化教育为核

心的产品集成商、平台服务商和产业发展商转型，以数据平台推动纸数产品融合共进，以“大文化”“大教育”产业链拓展重构教育服务新场景。要加速从“渠道商”向“文化+”“教育+”综合服务商转型，深度融合公共文化服务体系建设，围绕城市阅读空间建设运营、书香校园建设、公共文化设施运营等项目提供全流程个性化解决方案。

二是聚焦教育服务创新，以“三个重构”提升核心竞争力。要重构教育服务新需求，精准对接教育新政策、教育数字化战略行动等背景下教育部门、学校、师生、家长的真实痛点与深层次需求，以小切口破局，提供精准化、定制化的专业服务解决方案。要重构教育服务新平台，加速教育服务平台“四中心”及APP核心功能开发，加快构建“倍阅学习中心”一站式运营服务体系，打通不同平台之间的数据烟囱和业务壁垒，提供覆盖全流程、满足多元需求、线上线下深度融合的高效能、智能化教育服务体验。要重构教育服务新模式，坚定不移推进“三化”战略，以数字化赋能“铁脚板”精神，以创新力重塑“竹背篓”担当，以“两员”团队融合加快专业化团队建设，形成“活动导流-产品服务-用户沉淀”的教育服务闭环。

三是对标一流精准发力，以“六个锚定”争创高质量发展新标杆。要锚定主营业务稳增长，夯实发展根基。认真落实“双减”政策要求，规范教材教辅征订发行，落实意识形态责任，通过助力教学教研、书香校园创建，精准解决教育教学痛点；要进一步增加对高校、高职、幼教服务的拓展，提升服务的精细度，打造线上线下融合、全学段贯通的文化教育服务“一张网”。要锚定营销模式创新，构建一体化服务生态。深化“实体书店+微店（云

店) ” “本地直播+新媒体运营” “产品+活动+服务” 一体化营销服务模式, 不断提升服务效能; 要加强实体书店转型升级和运营能力提升, 加快 “2+3+N” 供应链体系建设。要锚定数字化转型升级, 创新发展再提速。以全面平台化运营延伸教育服务触角, 以做强新媒体营销矩阵拓宽教育服务渠道, 以重点项目攻坚实现产业链拓展和强基补短。要锚定业态创新发展, 培育壮大文化新生态。聚焦大中专教材、智慧馆配、文教装备、电商发展、多元文创 “五大市场业务” 拓展, 进一步优化业务结构、提升服务能力, 加强内外合作协同, 打造新的增长点。要锚定体制机制创新, 激发活力强动能。以创新薪酬激励与考核分配机制为抓手, 打破业务边界组建市场化专业化团队, 强化资产运营与新业态打造, 不断激发发展活力、增强发展动能。要锚定品牌焕新升级, 提升价值树形象。聚焦打造倍阅书店品牌, 扩大在高校的影响力, 打造高校一站式服务中心。聚焦 “书香长江阅读周” “荆楚阅读季” “倍阅大学生红色共读” 三个重点阅读活动品牌, 进一步提升办会办展层次与水平, 力争升级为具有全国影响力的湖北标志性文化品牌 IP。

陕西新华出版传媒集团

创新经营模式 跨界融合协同发力

7月30日, 陕西新华出版传媒集团召开2025年半年工作会。会议指出, 要聚力精品出版, 在弘扬红色文化上再聚焦, 在传承优秀传统文化上再创新, 在践行以人民为中心的理念上再用力, 在开放办出版上再提升, 在扶持激励上再突破, 持续增强核心功能。要加快融合转型, 做到 “数字集团” 建设全面提速、跨界融合协同发力, 持续培壮发展新动能。要深化对外交流, 将 “走读

丝路”以及“走出去”提升至更高水平，不断优化传播格局。要多措并举，保持教材教辅主业稳定，探索中小学生学习一体化服务解决方案，优化人才建设“选、育、管、用”全链条体系，有效防范化解意识形态、经营管理、安全生产等重大风险，奋力完成全年目标任务。要始终把党的政治建设摆在首位，扎实推进学习教育，增强组织功能，完善廉洁防控体系，以全面从严治党新成效为高质量发展提供坚强保障。

紧紧围绕打造“四个调性集团”发展目标，深入研究分解既定的指标任务，坚定发展信心、奋力攻坚克难，确保年度各项目标任务圆满完成。持续推进巡视整改，全力做好“后半篇文章”，切实把巡视反馈问题整改做深做实做到位。要强化合规管理，提升防范化解重大风险能力，筑牢高质量发展安全屏障。

深入实施重大出版项目扶持行动和优秀出版物奖励机制，推出更多精品力作。要做好全省中小学生学习“课外阅读”活动、“新华融创文商数字平台”推广、研学旅行、AI自习室等延伸业务，积极创新经营模式，努力开辟新赛道。要加快与文旅、金融等行业的跨界合作，推动VR/AR业态进门店、新华书店进景区、红色书屋进革命遗址等，全面推进转型升级。

黑龙江新华书店集团

加快阅读服务数字化转型 和线上线下协同发展

7月30日，黑龙江新华书店集团召开2025年度中期工作会议，传达贯彻出版集团年度中期工作会议精神，总结书店集团上半年工作，安排部署下半年重点工作任务。

会议强调，下半年是集团改革发展、重塑格局的关键节点。全省书店要对照“全年重点工作任务”，在思想上想新招、闯新

路，凝聚改革发展共识，系统推动线上与线下、店内与店外、文化消费与教育服务多元融合，敢闯敢试走出一条创新发展的新路径。全省各级书店要树立“领航旗帜”，创新突破稳固主责主业，全面落实教材教辅征订发行工作要求，创新工作思路和发行引流策略，全力挖掘教育服务市场潜力。要坚守“公益初心”打造龙江新华阅读品牌，积极做好全民阅读服务，持续巩固建设文化宣传阵地，不断提升高质量文化服务供给能力和水平。统筹推进校园阅读建设，构建全年龄段阅读生态，积极探索在中小學生开展读书阅读活动，促进青少年综合素质提升。要拓宽“文化格局”深化融合创新发展战略，全省新华书店要继续锚定“终身学习服务商”“品质阅读服务商”“优质生活服务商”三个细分定位，延伸“阅读+”“文化+”“教育+”，专注文化消费市场的新特点、新需求，以客户导向重新定义市场，打造覆盖公共文化、中小学及高校文化教育服务、研学知识服务等多元化服务生态，全力向知识文化综合服务商转型。要深化“数字赋能”推进线上线下协同发展，持续加强平台化运营、网格化服务、数字化管控，通过运营模式创新和新技术应用双轮驱动，加快推进阅读服务板块数字化转型和线上线下协同发展。

要聚焦“党建引领”精益管理加强党风廉政建设，深化中央八项规定精神思想学习教育，持续强化作风建设的思想自觉与行动自觉，营造风清气正的党建工作氛围。扎实做好意识形态工作，严格落实意识形态阵地管理制度，牢牢掌握网络意识形态工作主动权。深入推进党建与业务双融双促，紧密围绕集团发展战略和经营管理目标，持续完善书店集团内控制度体系和收入分配机制，加强人才队伍建设，建立健全更加完善的安全生产管理制度和长

效监督机制。用新理念、新动能续写集团发展新篇章，坚决完成全年重点工作目标。

福建新华发行集团

坚持项目带动 以精益运营稳根基

7月31日，福建新华发行集团召开2025年上半年经济运行分析会，总结集团2025年上半年经济运行情况，分析当前面临的形势与问题，部署下半年重点工作任务。

会议强调，各部门各单位要把《习近平谈治国理政》第五卷宣传发行作为当前和今后一个时期的重大政治任务，第一时间组织开展征订发行工作，以最快速度、最大限度满足全省党员干部群众学习需求，为推动学习宣传贯彻工作走深走实提供有力保障。

会议指出，下半年经营任务仍然繁重，集团上下要紧紧围绕年度工作目标，以“钉钉子”精神扎实抓好各项工作落实。一要坚持深化改革，以机制创新强动能。加快管理体制机制建设，推进导向鲜明、正向激励的绩效考核机制落地，深化业务战略性重组和专业化整合，持续健全集团化管理机制。二要坚持项目带动，以增量拓展促发展。深刻理解重点项目带动业务增长的重要意义，围绕主责主业精心谋划、培育、实施好项目，结合自身实际创造性地推进项目落地见效。三要坚持提质增效，以精益运营稳根基。扎实推进门店提质增效行动，确保全年门店减亏目标完成。持续深化“两金”管控工作，牢固树立“过紧日子”的思想，以精打细算的“紧”保障发展质效的“优”。四要坚持转变作风，以实干担当抓落实。以作风攻坚推动改革攻坚、事业攻坚，对照集团《全面深化改革实施方案》提出的45项改革任务和2025年十大重点改革事项，加大落实完成情况的督查力度。五要坚持综合施

策，以人才培养强队伍。加大人才培养力度，完善人才梯队建设，多措并举打造出高素质、专业化的人才队伍，不断提升集团核心竞争力和可持续发展能力。六要坚持党建引领，以高质量党建促发展。抓好深入贯彻中央八项规定精神学习教育的“后半篇文章”，以思想自觉引领作风转变，确保集团各项部署要求落到实处、取得成效。

江西新华发行集团

持续巩固主阵地、主渠道 实现三个突破

8月4日上午，江西新华发行集团召开2025年半年经营工作调度会。江西新华发行集团上半年在教辅转型、品牌提升、数字转型、改革攻坚、降费控本、平安建设等方面取得了较好成效。下一步，要紧扣全年目标任务，重点做好四个方面的工作。

一是做到“三个确保”。要确保按时保质完成好“课前到书，人手一册”政治任务，履行社会责任；要确保教辅经营实现明显回升回暖，加快市场格局重塑；要确保完成重点政治读物发行任务，持续巩固主阵地、主渠道。二是实现“三个突破”。要推动平台向生态、数字向数智、孤立向协同的转变，实现数字化转型的突破；要整合资源、聚焦重点，加大力度拓展优质多元业态，实现多元拓展的突破；要以品牌化、集约化发展为导向，重塑门店定位，抓好融合经营，提升服务质效，实现门店扭亏的突破。三是着力“三个提升”。要提升发展动力，认真做好“十五五”规划编制，加快机构改革、试点等工作；要提升管理能力，推动管理规范化、标准化和高效化；要提升“过紧日子”意识，在压减费用、账款清欠、盘活资产上持续发力。四是守好“两个底线”。要守好合规“底线”，绷紧思想、分清界限、压实责任，

合法合规地开展经营工作；要守好安全生产“底线”，常态化开展隐患排查整治，提升应急救援处置能力，为改革发展提供坚实的安全保障。

（来源：中国出版营销周报）

打造教育服务平台，新华书店构建学生服务闭环？

4月28日，广东新华教辅网微信公众号发出第一篇文章“广东新华教辅网——官方正版教辅平台，助力家校教育合规高效”，此举标志着广东新华在教育服务平台化上，迈出了坚实的一步。

不止广东新华，2025年，全国多地新华书店在教育服务平台化和数字化上持续发力，采取更多实招硬招，做好拓展新业态的文章，不断积蓄和增强发展新动能，打造新经济增长点。

环境倒逼家长需求

BUFF 叠加转型势在必行

技术进步和人口结构的变化，确实给新华书店传统业务的基本盘稳定带来了挑战，但这也促使发行集团进行改革。综观新华书店搭建教育服务平台的初衷，可归纳为三方面原因。

教育数字化的必然趋势。教育数字化是我国开辟教育发展新赛道和塑造教育发展新优势的重要突破口。《教育强国建设规划纲要》明确提出，要提升终身学习公共服务水平、实施国家教育数字化战略、促进人工智能助力教育变革。为贯彻落实党的二十届三中全会精神、全国教育大会精神和《教育强国建设规划纲要（2024—2035年）》，教育部等九部门联合发布了《关于加快推进教育数字化的意见》（以下简称《意见》）。《意见》提出了要加强人工智能等前瞻布局，推动学科专业、课程教材、教学等数字化的变革，以师生为重点提升全民的数字素养与技能，全

面支持教育决策和治理，赋能教育评价改革，鲜明提出了加快建设人工智能教育大模型，推动与教育教学深度融合。

新华书店自身发展的需要。政策调整变革、市场竞争加剧和传统营销服务方式单一……新华书店传统业务发展面临着巨大压力。河南省新华书店发行集团有限公司智慧教育部经理李迎昱认为，新华书店在教育服务领域目前面临的核心挑战集中体现在创新不足与转型压力两方面：一方面，内容创新和营销创新双重乏力，过度依赖出版社供给缺乏主动参与选题策划、图书设计等环节的能力；另一方面，“双减”政策对教辅市场的冲击，倒逼传统书店从单一图书发行转向综合教育服务，但城乡教育资源不均、用户数字化需求激增等现实问题，又要求实体书店必须通过线上线下融合来突破地域限制，实现服务升级与数字化转型的协同发展，向教育服务商转型。

家长学生选书迷茫、学校老师期待效果，市场需求仍在。根据国家及部分省份的相关政策规定，中小学教辅材料的购买与使用始终坚持自愿原则，学校和教师不得强制推荐或代购。从学生及家长层面看，“面对海量教辅如何筛选”“怎样选择适合自身需求的图书”“怎样才能提高选书效率”……处处都是痛点。从学校及老师层面看，寻找优质教辅、匹配优质工具评估教辅使用效果等，需求强烈。因此，无论市场如何变化，对优质教育资源的需求始终不变，图书及其衍生的数字产品，依然是高性价比产品，它们的市场需求始终存在，市场呼唤高品质、综合性、安全的教育服务平台，作为我国出版发行的主阵地，新华书店义不容

辞。

深耕教育服务

用数智力量提升渠道效能

“新学期开学啦！教育图书选购有新变化，以往学校配发的同步练习不发了，怎么办？XX新华在线平台来了！欢迎您网上选购，线上下单，包邮到家！”一到寒暑假和开学季等重要时间节点，类似的微信文章便在朋友圈广泛传播。近年来，为做好教育服务工作，多地新华书店打造了“教育服务平台”，推进“平台化运营+网格化服务”，并借助数字化技术赋能打破资源壁垒，探索教育服务新模式。

打造教育服务平台并不断升级。“之前征订教材都是直接在纸版上打勾就行，为什么要换到平台上？”很多新华书店员工都曾遇到过这样的质疑。随着教育服务平台运营逐步稳定，家长不仅习惯了平台下单，甚至积极参与到平台运营中，成效显著。综观当下新华书店打造的教育服务平台，或将所有功能整合在一个平台，或多个平台同时运营。

如江苏凤凰新华书店集团通过强化技术应用、完善线上平台、构建融合营销矩阵，加快转型为立体化知识文化综合服务商。在数智教育层面，凤凰新华响应国家教育数字化战略，依托集团产业链协同优势，推进“凤凰智羚”“凤凰智慧体育”等项目落地校园。项目助力学校构建数智化教学陪伴与数据反馈体系，推动教学模式革新，共建智慧教育新生态。

阅达教育是湖南新华打造的在线教育服务平台，以家长和学

生为服务对象，依托湖南新华书店所有门店，为中小学教育学习教材、网上购书、免费学习资源共享等教育相关服务提供集成应用，还创新推出“教材应急保障服务”机制，解决了因版本混乱、地域分散导致的购书难题，创新了“库存有保障、正版有认证、配送速度快、服务全覆盖”的新模式。依托新华书店线下网点，利用强大的互联网化、数智化手段，形成“全省一盘棋、线上线下相结合、集中统一配送”的供应链保障体系，将全省教材资源实时汇聚到总部“中央仓库”，以权威官方平台为基础，构建了统一的教材零售服务网络。

江西新华发行集团打造的“江西新华在线”，旨在构建一个全方位、生态化的线上新华书店，实现教育服务赋能、全民阅读推广、政治读物发行、文化数字惠民、新业态孵化等五大功能。根据今年4月第三届江西省全民阅读大会上发布的数据显示，“江西新华在线”已服务江西多所学校，付费用户突破百万人，营收数亿元。

广东新华通过创建广东新华教辅网，建立专业的教辅严选机制，为中小学学生提供多样化的教辅材料，涵盖不同层次教学需求的教辅书籍、主题读本、素质教育读物、教学配套用书等，打造一站式服务平台，全面满足学生和家长的多维度需求。

山东新华书店集团推出的“新华阅购”平台，更好地服务学生和家長，满足学生和家長对教材教辅用书的需求。广西新华书店集团2025年全新升级的桂阅智学服务平台，涵盖一般图书销售、重点品种预售、文体用品、文创产品销售以及研学、教育服

务等业务，并为广西出版传媒集团下属各出版社开设产品专区或专题活动专区。福建新华优学平台通过打造一站式教育服务平台，全力满足教师、家长、学生的多维度需求，助力学生核心素养的提升。

加强员工培训，推进网格化服务触达更多学生。为了实现平台更好运营，加强员工培训、解决现实推广中存在的问题是各新华书店的常规动作。

一是提升培训频次，持续推动项目发展。为进一步加快推广“江西新华在线”平台，并借力平台全方位推进教育图书、一般图书、多元业态业务线上线下网格化营销工作，江西新华在2024年和2025年举办多场网格化营销培训，制定差异化网格化管理方案，建立健全线上线下资源共享、互通互用的闭环机制，加快推进经营下沉。2025年4月9日，桂阅智学服务平台运营推广培训在南宁市新华书店23号店举行，南宁市新华书店有限公司教材教辅事业部负责人、财务部负责人、各子公司班子成员、教材教辅业务负责人及相关财务人员参加培训。7月18日，福建新华发行集团各分公司召开“新华优学”专题培训交流会，以学促干赋能发展。据了解，今年4月—7月，福建新华教材发行中心陆续在各分公司组织开展“新华优学”微信小程序专项调研暨操作培训活动，通过标准化培训提升全员平台应用能力，建立“使用反馈-优化迭代”机制，强化协同以打通数字化教育产品推广链路。

二是网格化服务，精准提升效率。与传统方式相比，网格化

服务更精准、高效和便捷。有新华书店人表示，“随着教育平台建设的不断深入，我们实现从数字到数据的跨越”——这也道出了众多新华书店人的心声。以往，新华书店服务了多少名学生，只有一个简单的数字。但到底服务的是哪些学生、这些学生需要怎样的个性化图书、有哪些更为精准的需求，书店并不掌握。教育服务平台通过线上线下一体化运作，与服务个体相连接，进一步减少了库存、提升服务效率，带来了客户满意率的提升。更密切了行业上下游、生产端与消费端、书店与读者的关系，推动了企业的高质量发展，打破了对学生具体需求不能精准掌握的困局，实现了从数字到数据的跨越。

打造教育服务平台能否最终形成闭环？目前给出乐观答案为时尚早。但可以肯定的是，通过教育服务平台的打造，进一步密切了书店与学生之间的联系。而从相关领域的布局来看，通过技术升级、大数据分析、物联网以及 AI 技术赋能，加快了新华书店的线上教育平台建设，进一步完善了平台功能、资源内容等板块，成为新华书店创新探索“教育+文化”融合服务模式，持续向知识服务商迈进的重要举措。

（来源：中国出版传媒商报）

全省门店组团“出道”，湖北新华这场暑期直播有点看头！

湖北省新华书店集团紧抓黄金阅读季，以“总部引领策划+全省联动响应”为引擎，通过“线上+线下”“阅读+文旅”“书香+助农”多元场景交融，在全省掀起一场别开生面的夏日文化盛宴，点燃荆楚阅读热情，引领暑期文化消费新风尚。

总部统筹：点燃阅读市场强引擎

旗舰账号“湖北新华甄选图书”精准聚焦中小學生假期需求，深耕“快乐读书吧”及重点图书。通过流量分析优化直播时段，商品曝光突破5万次，销量显著跃升，联合人民文学出版社推出青少年图书专场，充分彰显资源整合与精准营销的强大引领力。总部电商依托仓库直播场景打造“源头厂家，一手货源”的人设标签，联动多个达人直播账号矩阵同步直播，覆盖早中晚三个时间段以及多账号同步直播模式，7月上旬联合上游出版机构打造多款日销过千爆款产品，如快乐读书吧暑假系列、中国地理365问等，带动日均销售环比增长超30%，近15天累计单品销售超2万册。

市州联动：织密文化服务创新网

咸宁市分公司创新“三号联动”模式，6月25日至7月15日，“咸宁新华童书优选”“咸宁新华咸时好书”与主账号协同发力，售出图书代金券超300张，带动门店客流激增25%。直播镜头深入社会实践现场，创意手工、绘本共读引发超万次互动，家长“求加场”弹幕刷屏。差异化运营精准触达家庭用户，“暑

假重点图书”短视频引流近 10 万次，树立“文化+服务”新标杆。

市县发力：深耕区域服务强根基

黄冈市分公司黄州店以“暑期重点畅销品”为核心，将专业服务做到极致——每日更新货盘，实时补充图书知识库，以“精准查书+问题解答”深度满足家长需求。他们以“无关流量，专注服务”的定力稳步前行，单场直播观看量从 500 攀升至 7333，时播过千，逐步构建线上线下互动生态。这份静水深流的专业精神，成为穿透流量迷雾的坚实力量。

特色场景：激活地域文化新基因

宜昌：助农直播跨域协同

7 月 15 日，宜昌市分公司直播团队深入枝江百里洲翠冠梨基地，开创“云逛梨园”助农专场。联合陕西、湖南等全国多地新华书店跨域联动，政企协同发力，直播勇夺抖音“全国生鲜销售榜”第四名，两天四场销售实洋近万元。这不仅将本土农产品推向全国，更开创了全国新华系统协同助农新模式。

荆门：节气融合书香纳凉

7 月 7 日小暑，荆门市分公司直播团队巧妙融合中国传统“晒书”习俗与夏日纳凉心愿，推出“小暑晒卷 童悦纳凉”童书专场。沉浸式“书店避暑阅读之旅”通过唯美场景设计，传递书店作为“文化避暑胜地”的独特魅力，为童趣暑假注入书香底色。

荆州：团购券盘活线下生态

荆州市分公司以特色图书团购券为牵引，精准触达本地学生及家长，显著拉动暑期销售并盘活门店资源，为线上线下融合营销提供了生动范本。在荆州市宣传战线路演活动中，荆州市分公

司新媒体直播创新实践更获市委宣传部领导高度肯定。

随州：状元领航铸就知识服务新标杆

随州市分公司精准捕捉教育热点，创新推出“高考状元面对面”直播活动，吸引 3.5 万人参与。特邀本地状元储明威倾囊相授“高分秘籍”，真题演练+笔记展示干货满满，互动答疑同时在线人数稳超 200 人，点赞破 12 万次。预热阶段：状元笔记短视频单条播放 15 万+，“提问通道”收问题 127 条，线下“状元同款”展台引流。活动成功搭建顶尖学子交流桥梁，创流量新高，更标志随州市分公司转型区域“知识服务枢纽”，树立服务教育新标杆。

湖北省新华书店集团以“一盘棋”思维统筹资源，“多场景”创新开辟路径，织就了一张覆盖全省、深入市县的文化服务网络。从总部精准营销的强力引擎，到市州特色实践的百花齐放，再到县域专业深耕的扎实根基，每一步探索都在为传统书业转型注入新动能。这不仅是一场暑期的文化盛宴，更是新华书店拥抱数字时代、服务荆楚的生动答卷——当书香乘上直播的翅膀，文化惠民的根系正深植于每一寸土地，滋养着荆楚大地的精神家园。

（来源：中国出版营销周报）

凤凰新华：数智赋能文化服务新生态

近年来，江苏凤凰新华书店集团坚持创新引领、技术驱动，积极探索数智化转型实践。通过强化技术应用、完善线上平台、构建融合营销矩阵，凤凰新华正加快转型为立体化知识文化综合服务商。

深耕数智教育，服务校园新生态。响应国家教育数字化战略，凤凰新华依托集团产业链协同优势，推进“凤凰智羚”“凤凰智慧体育”等项目落地校园。项目助力学校构建数智化教学陪伴与数据反馈体系，推动教学模式革新，共建智慧教育新生态。

创新阅读体验，科技融合书香。为满足读者日益增长的互动式、体验式文化消费需求，凤凰新华将VR沉浸式互动体验引入书店。这一创新融合传统阅读与前沿科技，借助VR技术实现了逼真的环境交互与沉浸场景设计，让读者得以直观“走进”书中世界。

构建营销矩阵，驱动融合发展。目前，凤凰新华已搭建起全面的新媒体融合营销矩阵，形成“总分主账号+职人账号+本地生活服务”协同的分层运营格局。此举实现了品牌曝光、销售转化与客流引流的多维突破，有效推动线上线下融合发展，赋能传统业务板块升级。

布局线上平台，优化服务供给。凤凰新华系统化布局线上服务平台，建设完善了凤凰新华电商、云馆配平台、阳光采购平台、理论读物征订平台、教育综合服务平台等垂直服务体系。同时，着力打造线上文化定制服务平台，提供个性化、智能化的政企知

识文化服务，显著提升供需对接效率，实现文化服务的精准触达与长效赋能。

升级智慧物流，赋能高效供应链。凤凰新华积极推进物流体系向现代化、数字化、智能化转型，构建智慧仓储系统，为图书物流装上“智慧大脑”。依托物联网技术，实时监控供应商销售数据及库存分布，精准掌握图书在库数量、位置及状态，有力促进社店供应链高效整合。

聚焦服务新生态，持续拓展价值。凤凰新华的数智化建设将全面聚焦“服务新生态”构建，秉持“技术驱动、融合创新、生态协同”的核心理念，在内容供给、平台支持、资源聚集等多维度深化数智化开发应用，持续推动产品功能升级与场景延伸，不断拓展文化服务的边界与价值空间，全力打造以用户为中心的开放、协同、智能的综合文化服务新生态。

（来源：中国出版传媒商报）

水岸书屋，隐身城市的“精神氧吧”

这个夏天，沿湖而建、通风清凉，还配套一系列贴心服务与文化活动的临水书屋成为不少合肥人避暑休闲的好去处。目前，这类“水岸书屋”正在悄然丰富着合肥人的夏日阅读方式。

读者来了舍不得走

为应对持续高温，不少临水书屋优化服务细节，力求为读者提供一处安静、清凉的公共阅读空间。

杏花公园内的杏花书院提前半小时开门迎客，即从原来的10点提早至9点半。“主要是为了方便来得早的市民，不希望他们晒着等。”杏花书院工作人员张玮琦说。

随着气温升高，不少市民选择在书屋内避暑、阅读、陪伴孩子。“书院日均接待读者800至900人。我们临湖，又在公园里，读者来了一般都舍不得走。”张玮琦笑着说。

位于安农大附近的雨花书轩则以古风木饰与茶席布置打造出静谧氛围，门外水光潋滟，门内茶香书香交织。“空调、防蚊喷雾、风油精、免费饮水都是常规标配。”负责人钱珍说，书屋每年入夏后都会更新防暑物品，“读者在这待得安心，比什么都重要。”

优质资源丰富“打卡”体验感

窗外是湖水荡漾，窗内是书香盈盈。水的存在，为这两座书屋赋予了天然的安静与辽阔感，也成了最打动读者的特质。

“这里比普通图书馆安静，而且窗外的景能缓解眼睛疲劳。”

合肥市五十中东校区七年级学生李梓牧说，他每天放学后来雨花书轩做作业，尤其喜欢靠窗的座位。

在杏花书院，大学生哈离几乎每天来学习三四个小时，“读完书还能在公园里散步，水景和绿意真的让人放松。”而对退休居民李先生来说，这里则成为他日常生活的一部分，“上午来坐一坐，看看书、看看湖，整个人就静下来了。”

夏季是书屋最“热闹”的时候，不少文化活动在这个时节集中开展，丰富了阅读之外的体验感。

在雨花书轩，常年开放的多功能活动室为各类沙龙与公益课堂提供了场地支持。茶会、阅读分享、英文绘本共读、植物拓染、古风手作等活动轮番举行，吸引了不少市民特别是亲子群体参与。

杏花书院则依托新华书店系统优势，设有常态化的非遗体验区、科学展厅与手工坊。李先生对这里的活动印象深刻。“像扎染、串珠这些手工课，孩子们一做就是一个下午，家长也愿意陪着，氛围很好。”

为城市生活打开“新可能”

“水上书屋的意义，不仅在于环境的清凉，更在于文化服务与自然空间的融合，它们为城市生活打开了新的可能。”合肥大学语言文化与传媒学院硕士生导师陈丽君认为，像雨花书轩、杏花书院这样的临水阅读空间，正在城市“15分钟阅读圈”的建设中发挥着不可忽视的作用。

“在这里，自然不再只是背景，而成为阅读氛围的营造者；文化产品也不再高高在上，而是融入日常、触手可及。”她指出，

这种“自然+文化”的空间实践，不仅满足了市民对‘清凉、自由、安静’的精神期待，也让阅读回归生活本身，“水与书交融，风景与心境交叠，这样的公共文化空间，正是城市温度与人文关怀的具象体现。”

（来源：书香中国）

三联书店湾仔店：打造不止于书的文化生活荟

傍晚的香港湾仔，轩尼诗道上车流如织，新式写字楼与老旧唐楼交错矗立。一出湾仔地铁站，便可抵达三联书店湾仔店。拾级而上，咖啡香扑面而来。家长正带着孩子在店内童书区挑选绘本，上班族在共享工作区专注地办公，学生们围坐阅读。这座1200平方米的文化综合体，正以多元姿态诠释着“让阅读成为每一个人的生活习惯”的初心。

时光淬炼的文化地标

“从20世纪90年代在轩尼诗道初设门店，到2016年迁至现址打造‘文化生活荟’，三联书店湾仔店的每一次蜕变，都跟随香港城市发展的节拍。”联合新零售（香港）有限公司副总经理简珏纶向《中国新闻出版广电报》记者介绍道。

作为香港历史最悠久的书店品牌之一，三联书店的根系深扎于这片土地。1948年，三联书店（香港）有限公司在港成立，历经七十载风雨，发展为涵盖图书销售、文化活动、文创开发的综合性文化机构。2020年，联合出版（集团）有限公司整合三联书店、中华书局、商务印书馆的香港零售业务，组建联合新零售（香港）有限公司，推动传统书店向“线上线下一体化”转型，三联书店湾仔店由此升级为集阅读、生活、社交于一体的“文化生活荟”。

2023年的改造工程为这座书店注入新活力。门店设置焦点阅读区、每月阅读主题区、畅销书区、文创专区等。简珏纶介绍：

“我们将每月重点新书及每月阅读主题书放在入口附近，方便生活节奏快的都市人。其他好书则井然有序、分门别类地在书店内陈列及展示，让读者在忙碌中停下脚步，在书店中‘寻宝’，获得淘书与偶遇的满足感。”

记者在书店看到，7月的阅读主题是“书本里的盛宴——寻找香港味道”，书架上摆放着《五感识香港》《香港饮食游踪》等100多种相应主题图书。“本月选书与香港书展主题‘饮食文化·未来生活’相呼应，希望读者在书展之余，也能从书店找到熟悉的香港味道。”简珏纶说道。

沿旋转楼梯拾级而上，二层的外文原版书区里，多元视角的书籍整齐排列，几位读者正手捧图书认真翻阅。三层的共享工作空间内，落地窗前的上班族正敲击键盘，茶几上的咖啡香气浓郁——这是2025年书店与太平洋咖啡联合开设的香港首个书店内品牌咖啡店，木质桌椅与绿植相映，营造出惬意的氛围。“我相信亲切的服务和贴心的消费体验始终是三联书店的核心竞争力。”简珏纶说。

线上线下的双向奔赴

数字化浪潮下，三联书店湾仔店探索出“实体门店+线上平台”的融合路径。

2020年，联合新零售（香港）有限公司旗下文化阅读及电商平台“一本”正式上线，为全港100余万会员提供线上线下相结合的优质文化产品与艺文体验，现已发展成为香港最具规模的文化电商平台。

“‘一本’平台上线后，我们实现了40家门店的库存共享与会员互通。”简珏纶打开手机向记者展示，读者在APP上下单，可选择门店自提或配送。“我们更看重的是线上对线下的引流，常有读者专程来店寻找线上推荐的书籍。”简珏纶补充道。

线上的便捷与线下的温度，在三联书店湾仔店形成互补，这种“云预约+线下体验”的模式，让书店突破了物理空间的局限。

店内，“我的阅读主义——阅读推广人荐书主题专区”书架吸引了不少读者关注。记者看到，香港故宫文化博物馆馆长吴志华作为7月阅读推广人，为读者推荐了4本历史相关图书。此外，其他阅读推广人推荐的文学、艺术、金融、社科等类别图书也在书架中一并展示售卖。

针对不同群体的定制活动，让书店的文化辐射更精准。为吸引小读者，三联书店湾仔店在今年夏季全新推出专为7—12岁小朋友设计的“小店长”体验活动。“‘小店长’要化身成小小文具专员，从实战中学习协作力及解决困难的能力。”简珏纶说。

三联书店湾仔店还会定期开展文化活动，包括社区阅读导赏团，让读者跟随作者一同到湾仔、油尖旺的社区实地阅读。此外，店内也曾开展阅读摄影比赛和四格漫画比赛；今年更是开展非遗系列工作坊，如宋锦、点翠技艺、螺钿饰品手作体验等。

这些活动让书店变成了文化枢纽。有小朋友因参与“小店长”体验活动激发了阅读兴趣，有学生因参加非遗工作坊爱上了传统文化，有退休老人在读书会上结识了志同道合的朋友——人与书的相遇，延伸为人与人的相知。

采访团参访结束时，湾仔的街灯已渐次亮起。“书店是城市的文化灯塔。”简珏纶望着渐多的读者说，“只要还有人愿意走进来，翻开书页，我们会一直在这里，守护这份光亮。”

这或许就是三联书店湾仔店的魅力——在喧嚣都市中，为每一位愿意读书的人，提供一处可以栖息的文化港湾。

（来源：中国新闻出版广电报）

独秀书房以“阅读+音乐”打造多元文化新生态

日前，由广西师范大学出版社集团独秀书房公司主办的“漓江山水原创音乐剧场第二季”在独秀书房·旗舰店圆满落下帷幕。

这场以“声声不息·时光回响”为主题的原创音乐盛宴，不仅呈现了十余位本土原创音乐人的精彩演绎，更以“阅读+音乐”的跨界融合模式，展现了独秀书房作为复合式文化体验空间的创新实践，为城市文化生活注入了新的活力。

本次音乐剧场打破传统演出边界，正是独秀书房“阅读+”理念的深化实践——读者围坐于书架之间，以音乐为媒介，让书籍的墨香与旋律灵动相遇，让静态的阅读空间与动态的艺术表达相互碰撞，呈现“声音+文学”的跨界融合新场景。

活动以零票价、零门槛的方式向公众开放，110个席位一经开放即全部约满，充分彰显“文化空间共享化”的实践效果。

据介绍，弱化技巧比拼，强化情感共鸣，是独秀书房公司孵化原创音乐IP的核心逻辑，让音乐成为连接创作者与观众的心灵纽带，也为独秀书房这一文化会客厅增添了更多优美的旋律。除了演唱，每位音乐人、创作人都现场分享了歌曲创作的灵感，有表达对桂林山水的赞美，有唱出对青春校园的怀念，也有袒露对音乐的热忱……这份“真心”的坚守打动了现场百名观众。

从2025年4月的“漓江山水原创音乐剧场第一季”到8月的第二季，音乐剧场已成为独秀书房“阅读+”生态的重要组成部分。

部分。它不仅为素人创作者提供了展示平台，更通过音乐重构了人与自然、人与城市、人与文化的关系，践行着“从漓江水中打捞声音，在山水间重写乐章”的核心理念。未来，独秀书房公司将继续以“阅读+”为引擎，探索更多跨界融合的可能，让书房成为滋养原创力量的沃土，让文化在多元碰撞中生生不息。

（来源：中国新闻网）

“长三角品牌实体书店展区” 将首次亮相上海书展

顺应长三角一体化发展趋势，即将举办的 2025 上海书展将首次推出“长三角品牌实体书店展区”。

记者获悉，上海市书刊发行行业协会联合江苏省出版物发行业协会、浙江省出版物发行业协会、安徽省出版协会出版物发行工作委员会，将邀请四地 20 家品牌实体书店在上海展览中心的東西平台集中展示。

据介绍，四地协会从 2019 年开始就强化以出版物发行业融合发展为具体目标，开展了店长培训、跨省开店、融合书集等一系列交流与合作。

今年在上海书展首次设立的这一展区中，入驻书店包括来自江苏的大众书局、小石头书店、句容弘毅书城、慧源书城；来自浙江的晓风书屋、南宋书房、岛上书店、安定书院；来自安徽的元·书局、前言后记、徽州书局、黄山孔乙己书店；以及来自上海的朵云书院、钟书阁、混知书店、大隐书局、悦悦书店、读者·文创空间、博林书店、香蕉鱼书店。

该展区专属直播间还将推出 35 场直播，刘军、罗红、金钟书、蔡利萍等书店主理人将为书迷读者讲述书店的“前世今生”，并介绍地域文化特质的图书和文创特产。

主办者介绍，上海书展“长三角品牌实体书店展区”旨在通过地域文化的发掘与发扬、地方文化 IP 的融合，结合直播等业

态发展融合经营模式，弘扬有情怀、有坚守、有责任的“小而美”书店，让“最美书店”背后的故事激励更多从业者奋勇向前。这也将有助于进一步拓宽视野、增强创新能力，促进长三角区域发行业高质量发展。

（来源：东方网）