

14 部门联合印发《关于推进老年阅读工作的指导意见》

近日，为贯彻党的二十大关于深化全民阅读活动的重要部署，保障老年人基本阅读权益，满足老年人日益增长的阅读需求，民政部、全国老龄办、中宣部、中央网信办、教育部、农业农村部、文化和旅游部、退役军人事务部、广电总局、全国总工会、共青团中央、全国妇联、中国残联、中国老龄协会等 14 部门联合印发了《关于推进老年阅读工作的指导意见》（以下简称《意见》）。

《意见》提出，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大精神，引导广大老年人爱读书、读好书、善读书，丰富老年人精神文化生活，让广大老年人共享改革发展成果、安享幸福晚年。力争到 2027 年，优质老年读物的供给能力显著增强，纸质读物、数字终端的适老化水平有效提高，老年阅读服务体系基本完善，老年阅读友好氛围更加浓厚。

《意见》明确，要坚持为老服务，充分保证老年人平等、充分、便捷享受阅读的权利，进一步完善无障碍阅读环境建设，为老年人提供更高质量的阅读产品和服务；要坚持城乡均衡，统筹推进城乡老年阅读服务均衡发展，加快推进农村、城市公共文化服务资源整合和互联互通，有效提升老年阅读服务的可及性和便利性，更好服务学习型社会建设；要坚持政府主导，实现多元参

与，注重激发各类社会主体参与老年阅读推广的积极性，充分发挥各方资源优势，积极培育和引导老年人文化消费需求。

《意见》围绕丰富读书活动、培树读书品牌、扩大老年读物供给、加强数字资源建设、优化老年阅读环境、加强老年阅读辅助人才培养、推进老年阅读标准化建设、鼓励老年人学有所用等八个方面提出系统性政策措施。在丰富读书活动方面，在每年全民阅读大会、全民终身学习周、“敬老月”、重要传统节日节庆期间组织开展全国性老年阅读推广活动；在培树读书品牌方面，鼓励各类媒体平台制作播出有吸引力和影响力的老年阅读节目，依托社会力量培养老年阅读领读者队伍；在扩大老年读物供给方面，新闻出版主管部门加大对老年读物支持力度，鼓励图书、报纸、期刊等出版单位，按照老年人需求分层分类优化出版结构，增加老年读物优秀选题策划和老年主题出版；在加强数字资源建设方面，依托国家智慧教育读书平台和全国老年教育公共服务平台等各类数字阅读平台，加大优质老年读物的资源整合；在优化老年阅读环境方面，按照有关标准和要求做好场地无障碍环境建设和改造，提供适合老年人需要的阅读导览、无障碍阅读设施设备和服 务等；在加强老年阅读辅助人才培养方面，建立老年阅读辅助人才阶梯培育制度，对老年阅读领读人、志愿者进行定期培训和指导；在推进老年阅读标准化建设方面，建立健全老年阅读相关标准；在鼓励老年人学有所用方面，要引导老年人读思结合、学用相长、知行合一，为老年人展示自我风采、积极发挥作用搭建平台。

《意见》要求，要加强组织领导，民政部、全国老龄办统筹协调，中国老龄协会推动实施。各地要把老年阅读行动开展情况和实际成效作为文明城市创建的重要内容，健全工作机制，加强对现有资源的统筹协调，保障老年阅读必要条件。要凝聚多方力量支持，注重运用政府购买服务引导社会力量参与老年阅读推广工作，有条件的地区可探索通过社会力量捐赠等方式，建立公益性老年阅读扶持基金。要营造良好社会氛围，不断探索创新深化老年阅读行动的有效途径，将其与推进乡村振兴、开展人口老龄化国情教育等工作有机结合，及时总结经验，加大宣传推广力度。

（来源：中国新闻出版广电报）

教育部等 17 部门联手打造家校社 协同育人“教联体”

近日，教育部、中央宣传部、中央网信办、科学技术部、公安部、民政部、住房和城乡建设部、文化和旅游部、国家卫生健康委员会、市场监管总局、国家文物局、国家消防救援局、国务院妇儿工委、共青团中央、全国妇联、中国关工委、中国科协等十七部门联合印发《家校社协同育人“教联体”工作方案》（以下简称《方案》）。

《方案》提出，“教联体”是以中小学生学习健康快乐成长为目标、以学校为圆心、以区域为主体、以资源为纽带，促进家校社有效协同的一种工作方式。要推动各地全面建立家校社协同育人“教联体”，确保政府统筹、部门协作、学校主导、家庭尽责、社会参与的协同育人工作机制更加完善，促进学生全面发展健康成长的良好氛围更加浓厚。力争到 2025 年，50% 的县建立“教联体”，到 2027 年所有县全面建立“教联体”。

《方案》明确了“教联体”各主体的职责任务。政府部门加强对家校社协同育人工作统筹领导，指导各部门协同配合，建立家庭教育指导机构，调动各类社会育人资源。教育部门在政府支持下与有关部门、社会资源单位协调联动，引导学校发挥主导作用和专业指导优势，强化与家庭、社会沟通协作。学校因地制宜建立“教联体”，通过联责任、联资源、联空间，会同家长和社会各方共同研究、推动破解学生成长中面临的新情况、新问题。

各相关部门、街道社区、社会资源单位在各自职能范围内落实育人责任，与学校建立工作对接机制，有针对性地推动解决学生成长中的突出问题，为学生参与文化学习、体育锻炼、艺术活动、劳动教育、科学教育、社会实践、课后服务等提供全方位条件保障。

《方案》要求，地方教育行政部门要提高政治站位，会同相关部门将“教联体”建设列入部门重要议事日程，谋划推动协同育人工作，与相关部门建立常态化沟通协调机制，完善经费、人员、场地等方面政策保障，凝聚“人人、事事、时时、处处”育人合力，推动家校社协同育人工作落实落地。

（来源：微信教育）

河南省教育厅等八部门：遴选一批优质非学科机构参与学校课后服务

近日，河南省教育厅等八部门关于印发《河南省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意见(试行)》的通知(下称《通知》)。

《通知》目标任务中提到，充分挖掘非学科校外培训优质课程，遴选一批优质非学科机构参与学校课后服务，不断丰富学校课后服务教育资源。到2026年，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工作机制更加健全，学生学习更好回归校园。

在适用范围部分中指出，河南省域内科技类、文化艺术类、体育类等非学科机构参与义务教育学校(含完全中学、十二年一贯制学校的义务教育阶段)课后服务的遴选引入、日常管理、动态调整及相关监督管理活动，适用本意见。

以下为《通知》原文：

河南省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意见(试行)

为贯彻落实《中共中央办公厅 国务院办公厅关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》和《教育部等十三部门关

于规范面向中小学生的非学科类校外培训的意见》《教育部办公厅等四部门关于进一步规范义务教育课后服务有关工作的通知》等文件精神，推动非学科类校外培训机构(以下简称非学科机构)参与义务教育学校课后服务工作，不断丰富课后服务形式和内容，满足学生多元发展需要，结合我省实际，提出如下实施意见。

一、总体要求

1. 指导思想。坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，按照中央“双减”工作部署，强化政府统筹，落实部门职责，发挥学校主体作用，完善服务机制，推动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，促进学生全面发展、健康成长。

2. 目标任务。充分挖掘非学科校外培训优质课程，遴选一批优质非学科机构参与学校课后服务，不断丰富学校课后服务教育资源。到2026年，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工作机制更加健全，学生学习更好回归校园。

3. 适用范围。省域内科技类、文化艺术类、体育类等非学科机构参与义务教育学校(含完全中学、十二年一贯制学校的义务教育阶段)课后服务的遴选引入、日常管理、动态调整及相关监督管理活动，适用本意见。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。

二、主要内容

4. 明确遴选条件。非学科机构参与学校课后服务，应具备以

下基本条件:

(1)办学资质。应获得科技、文旅、体育等非学科行业行政主管部门审核意见书(同意意见书),在民政、市场监管部门依法完成法人登记,且全面纳入全国校外教育培训监管与服务综合平台管理。

(2)机构信誉。信用状况良好,未被列入企业经营异常名录或严重违法失信企业名单。

(3)从业人员。进入学校服务的机构从业人员应为机构正式聘用的人员,具备组织、开展课后服务活动的身体条件和与教学内容相对应的从业资格证或职业(专业)能力证明,符合《校外培训机构从业人员管理办法(试行)》相关要求。

(4)培训内容。遴选的非学科服务项目应与审批的培训内容相一致,符合《中小学生校外培训材料管理办法(试行)》相关要求。

5. 科学遴选机构。非学科机构遴选工作原则上以区县级为主,基本程序如下:

(1)发布通告。县级教育行政部门会同科技、文旅、体育等非学科行业行政主管部门发布非学科机构参与学校课后服务通告,内容应包括机构准入条件、项目类型、服务价格等信息及遴选基本程序等。

(2)机构申报。符合条件的非学科机构按照通告要求,向属地教育行政部门自主申报。机构可在通告基本要求之外提供更多符合遴选需求的支撑材料。

(3)集中评审。县级教育行政部门会同科技、文旅、体育等

非学科行业行政主管部门，组织行业专家、家长代表、学校代表等对申报参与课后服务的非学科机构及服务项目进行评审。

(4)公示结果。县级教育行政部门将拟引入机构及项目通过官方途径进行公示(不少于5个工作日)，内容应包括拟引入机构名称、服务项目、服务报价等信息。

(5)公布名单。县级教育行政部门会同科技、文旅、体育等非学科行业行政主管部门向社会及辖区学校公布经公示无异议的“白名单”。

(6)学校选用。学校根据实际需要，在“白名单”中选择适合本校的非学科培训项目进入校园充实课后服务。学校与引入的机构签订服务合同，首次招选的项目合同期限一般不超过1年，签订的合同须报教育主管部门备案。

6. 严格服务收费。课后服务要坚持公益属性，引进费用标准要通过招标等竞争性方式确定，并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。必要时，发展改革部门可会同教育、科技、文旅和体育部门开展成本调查，督促降低偏高的引进费用标准。各地可根据实际情况，将引进培训机构所需费用按规定纳入当地课后服务经费保障机制；确需另行收取费用的，要纳入代收费管理。学校不得对代收费加价、获取收益，不得截留、挪用、挤占代收费。参与学校课后服务的非学科机构不得在合同规定之外收费，不得委托家长(家委会)代收费。课后服务代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，学校要将项目内容、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。

7. 加强日常管理。各地教育行政部门要会同科技、文旅、体育等非学科行业行政主管部门加强本地非学科机构参与学校课后服务工作的全过程管理,重点对进入学校开展服务的非学科机构课程内容、培训师资、培训行为等方面进行监督,确保培训内容符合党的教育方针,符合教育教学规律和学生成长规律,有利于学生身心健康发展。鼓励各地各学校探索运用信息化手段加强非学科机构的引入管理工作。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。非学科机构提供的课后服务课程应由学生自主选择、自愿参加,学校及非学科机构不得过度宣传和引导报名。

8. 强化安全保障。各地各校要严格非学科机构参与学校课后服务中的安全管理。参与学校课后服务的非学科机构应当严格遵守校园安全管理(包括学生信息安全)的各项规定。学校与非学科机构的安全管理责任应当在服务合同中做出职责划分;对于特殊类型项目,要在服务合同文本中附加有关安全条款。引入的服务项目若需使用学校有关器材、场地等软硬件设施,应在合同中载明或与学校协商解决。引入的服务项目若需学生自备器材、工具,须在学生报名参加前告知,不得强制要求学生购买。

9. 建立退出机制。

(1)加强质量评估。各地教育行政部门要联合有关部门组织制定第三方入校服务评价细则，原则上县级教育行政部门每学期对服务资质、服务过程、服务质量、学生满意度、家长满意度、学校满意度等组织1次质量评估，学校根据日常监管、学生和家長评价情况提出评价意见，作为县级教育行政部门对入校第三方服务评价的主要依据。

(2)严格退出管理。服务合同中应约定终止履行合同的具体情形。对培训项目出现安全责任事故、培训机构未按合同约定提供服务、违规在校招揽生源、扰乱学校教育教学和招生秩序等违法违规情形的，学校应当终止其服务，并及时报属地教育行政部门，由教育行政部门联合有关非学科行业行政主管部门核查处理。对情节严重的，清理出“白名单”，由行业行政主管部门依法依规取消培训资质。对服务期间出现年检未通过或被行业行政主管部门吊销资质等情形的，行业行政主管部门应书面函告教育行政部门，由教育行政部门通过官方网站等途径向社会公布，清理出本地进校服务“白名单”，并通知学校终止其服务。被清理机构三年之内不得再申请参与课后服务。

三、有关要求

10. 全面系统部署。各地要切实提高政治站位，充分发挥“双减”工作专门协调机制作用，建立教育行政部门牵头、有关部门齐抓共管的非学科机构参与学校课后服务工作机制。要结合实际，制定本地实施方案，细化完善措施，加强政策解读，积极宣传引导，推动非学科机构参与学校课后服务工作有效落地。要认真遴选优质非学科机构及课程项目，定期研究非学科机构参与学

校课后服务的制度规范和操作规程，协调解决推进过程中的难点堵点问题，联动落实安全保障、费用监管、违规处置等事项。

11. 明确部门职责。教育行政部门抓好非学科机构参与学校课后服务工作的统筹协调，会同有关部门加强日常监管，指导学校做好机构引入管理有关工作；发展改革部门配合教育、市场监管等部门做好课后服务代收费的监督检查；民政部门做好非营利性非学科机构违反相关登记管理规定的监管工作；市场监管部门做好营利性非学科机构登记、价格行为、广告宣传等方面的监管工作；科技、文旅、体育等非学科行业行政主管部门分别协同做好科技类、文化艺术类、体育类机构参与学校课后服务的遴选、管理、评估、退出等工作。

12. 有序稳妥实施。各地要按照试点先行、稳妥实施的原则有序推动，指导若干区域及部分城乡学校开展试点，优化实施方案，成熟后有序推广。引入的非学科机构原则上以学校所在县域为主，如不能满足学校需求，可适当引入周边临近区域优质非学科资源。各地要加强监督指导，及时总结推广好的经验做法和典型案例，切实提升整体服务水平。

13. 严守工作纪律。各地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。各地、各部门和各学校要认真落实廉洁纪律各项要求，坚持公正公平公开原则，规范遴选流程，强化信息公示，加强监督管理，严禁以权谋私，搞变通、不作为、乱作为。对违反工作纪律的相关单位及个人，一经发现，按有关规定严肃追究相关责任。（来源：河南省教育厅官网）

民进中央：推动实体书店创新发展做优做强

案由：实体书店已经由单纯卖场发展成为提供包括阅读服务在内的各类文化服务产品的文化综合体，发挥着推动全民阅读、建设书香社会、提高全民族科学文化素质、助力文化强国建设的重要作用。近年来，实体书店发展遭遇一些困难，例如实体书店的生存空间被挤压、实体书店资金链断裂风险加大、实体书店线上运营能力较弱。助力实体书店创新融合、做优做强，有利于推动出版业高质量发展和文化强国建设。

建议：一是规范图书出版销售价格。图书零售线上线下价格差异问题由来已久，而实体书店普遍尝试网上销售让这个问题愈发突出。建议参照世界通行做法，坚持“文化例外”原则，推进文化立法，限定新书出版一年之内不得随意打折。加大市场监管力度，对恶性竞争、破坏市场秩序的出版发行单位予以惩戒。引导网上书店图书售价向实体书店图书售价靠拢，逐步实现网上网下同价销售，保护实体书店的生存空间。

二是加大金融信贷支持力度，缓解实体书店现金流压力。建议金融信贷机构为实体书店提供低息、免息、贴息等优惠政策，并提供方便、快捷、简化的申请程序，以助实体书店渡过难关。

三是支持实体书店发展线上业务。支持和指导行业协会开展面向实体书店的线上运营培训，帮助实体书店尽快提升线上运营能力水平。一些大型电商都已经建设了“分享+分利”模式的网络联盟平台，联盟成员分享电商商品，可获得比例不等的销售分

成，但目前主要向个人用户开放，需要主管部门进行协调，鼓励大型电商向所有实体书店开放网络联盟平台并提供较优的返利政策。

四是引导实体书店业务模式的优化和转型升级。实体书店应发挥更多文化公共服务功能，发展为社区周边或商圈必备的文化设施和文明载体，成为促进文化市场繁荣、巩固先进文化传播阵地的重要载体。建议出台更多促进实体书店功能多元化转型升级的扶持政策。在行业评价体系中，增加参与惠民活动、贡献社区文化建设、推广全民阅读、传承与创新传统文化等方面的评价指标。

（来源：人民政协报）

前三季度全国规上文化企业营收 同比增长 5.9%

国家统计局 30 日发布数据显示，根据对全国 7.8 万家规模以上文化及相关产业企业调查，今年前三季度，文化企业实现营业收入 99668 亿元，按可比口径计算，比上年同期增长 5.9%。

“前三季度文化企业生产经营保持平稳增长，文化服务业支撑作用明显，文化领域各行业保持增长态势，文化新业态行业贡献持续增强。”国家统计局社科文司高级统计师张鹏说。

分产业类型看，前三季度，文化制造业实现营业收入 29935 亿元，比上年同期增长 3.9%；文化批发和零售业实现营业收入 16656 亿元，同比增长 4.4%；文化服务业实现营业收入 53077 亿元，同比增长 7.6%。

统计数据显示，前三季度，文化领域九大行业保持增长态势，文化装备生产、新闻信息服务、内容创作生产、文化投资运营 4 个行业营业收入实现较快增长，增速分别为 10%、8.2%、7.2% 和 6.9%；创意设计服务、文化辅助生产和中介服务、文化传播渠道、文化消费终端生产、文化娱乐休闲服务 5 个行业营业收入同比增速介于 2.3%至 5.8%。43 个行业中类中，33 个行业实现营业收入同比增长，增长面为 76.7%，比上半年提高 2.3 个百分点。

文化新业态行业快速增长，对文化企业增长的贡献率持续增

强。前三季度，文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入41616亿元，比上年同期增长10%。文化新业态行业对全部规模以上文化企业营业收入增长的贡献率为68.2%，分别比上半年、一季度文化新业态行业的贡献率高7.7个和12.7个百分点。

文化企业利润总额稳定增长，互联网相关行业带动作用较为明显。前三季度，规模以上文化企业实现利润总额7903亿元，比上年同期增长3.9%，营业收入利润率为7.93%。从行业中类看，互联网信息服务、互联网文化娱乐平台等行业实现利润带动作用较为明显。

（来源：中国新闻出版广电报）

一年间京城 434 家书店增设“旧书新知”专区

以“旧书新知”为品牌的北京市旧书交易交流活动开展一年以来，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。

旧书交易体系持续壮大

线上线下，旧书交易体系持续壮大。国内最大的古旧书实体店中国书店线下门店展销旧书 12.6 万种、年营收额约 5500 万元；全国最大的旧书线上交易平台孔夫子旧书网月活用户超百万，古旧书年交易 3000 万件、交易额 12 亿元。

纵深持续，旧书交易交流活动多点开花。春节期间，全市范围内共举办 60 余场以“旧书新知”为主题的系列文化庙会活动，西城区“读书报国”旧书市集、东城区“钟鼓书韵”旧书市集在内的 70 余场次市集活动，吸引了超百万人次参与并创造了约 350 万元销售收入。

多措并举，旧书市场体制机制日益健全。市级统筹明确工作方向，组建“北京市古旧图书业务专家库”，组织 50 多家市区党政机关向基层捐赠旧书，持续推动各项措施落地见效。

扶持引导，旧书交易向可持续性方向发展。将旧书业务纳入市区实体书店扶持范围，引导旧书服务网络持续拓展和优化，2024 年市级奖励规模达 1100 余万元。

深耕内容 守望一方“故纸”

位于东直门内北小街 2 号楼的北京博文书社，是一家以“文物、考古”为主体的专业学术书店，因藏有古籍、文物考古、典藏艺术、展览藏品图录等万余种书籍，深为国内外专业学者、文博爱好者所推崇，是北京市的特色书店、示范书店。

“就像这标语中所说，让旧书找到新知己，从旧书获取新知识。”博文书社主理人高群指着书架上陈列的“旧书新知”的标识，强调这不是一个口号，更是博文书社对于旧书营销的核心理念。书社致力于搭建这样一个平台，让每一本被时光雕琢的旧书都能遇见珍惜它的新读者，同时，也让这些承载着历史与智慧的书籍，在新主人的手中焕发新的生命力，传递知识、启迪思想。

一年来，“旧书新知”品牌活动顺应民间旧书流转流通旺盛的需求，围绕“搭平台、建机制、常态化、可持续”的工作原则，让旧书交流活动多点开花，越来越多的图书出版发行机构参与到活动中。目前，北京市 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。

旧书交流成社交新方式

轩辕书馆作为朝阳区新时代文明实践中心的伙伴单位之一，是促进地方文化建设、提高公众文化素质的重要承载地。轩辕书馆已累计收藏超过 15000 册往期杂志。这些优质资源的整合成为吸引摄影家、艺术家等专业人士的重要因素，不仅提升了书馆的文化氛围，还促进了整个汽车主题产业园区文旅板块的发展，展现出轩辕书馆在新时代文化建设中的推动作用。

在北京，这样的新时代文明实践伙伴单位还有很多，它们散布在街乡、村居的各个角落，正以旧书为媒介，引领着邻里社交新风尚。

今年以来，东城区创新策划了“邻里共读 旧书陈香”系列活动，重点打造龙潭中湖“旧书新知”市集、美后肆时景山市民文化中心“肆时藏书节”等系列旧书品牌活动，设置旧书交换角、旧书漂流专架等将旧书流通融入新时代文明实践中心，通过旧书承载的情感与记忆连接更多社区居民。

前不久，北京市新时代文明实践系列示范活动之通州区“运河文化润民心”主题活动在大运河文化讲习所盛大举行。新时代文明实践志愿者分享了多年来带动家人、邻里参与志愿服务的心路历程。活动中，通州区图书馆、博物馆、档案馆等 10 家单位被授牌为“北京市新时代文明实践基地”，为基层文明实践阵地建设注入新动力。

一年来，北京市发挥基层新时代文明实践中心阵地作用，全年共开展旧书交流、旧书交换等活动近 500 场，推动旧书活动进社区、进楼宇、进高校、进机关，动员各界参与，让广大读者感受换书、淘书乐趣，更好满足市民群众旧书阅读分享需求。

构建京津冀旧书交易网络

在环保理念蔚然成风与文化消费日益繁荣的背景下，二手图书市场正悄然升温，展现出前所未有的活力。在众多旧书交易平台中，多抓鱼凭借其独特的二手书处理流程和严格的质量把控，让每一本经过其手的旧书都焕然一新，焕发新的生机。

多抓鱼，是一家靠二手书买卖起家的电商平台。2017 年在北京创立之初，多抓鱼只是一个在微信群中用 **Excel** 表格列出二手书信息的交易平台。基于地理位置优势、运营成本考虑、产业链布局以及政策环境支持等多方面的综合考虑，2018 年，多抓鱼也将旧书工厂搬到了天津市武清区。随着业务量的不断扩展，多抓鱼逐渐推出了小程序和 **APP**，不仅在线上平台积累了大量用户，还成功开设了线下实体店。2019 年，多抓鱼在北京大望路开设了第一家线下实体店，以其独特的工业风和怀旧感设计，迅速成为文艺青年的打卡胜地。

北京市依托其丰富的实体书店资源与悠久的旧书业务历史，充分发挥首都的引领作用，携手京津冀地区共同搭建起一个覆盖广泛、结构完善的旧书交易网络。

（来源：北京青年报）

湖北新华为何打造这个高校校园书店品牌

华中农业大学内的倍阅·狮子山店成为学校的文化新地标，华中师范大学内的倍阅·利群书社为广大学生提供展示的平台……散落在湖北 29 所高校内的倍阅书店，每一天都在迎接读者前来。

“打造倍阅高校校园书店品牌，既是湖北新华推动自身转型发展的创新举措，也是履行服务湖北‘科教强省、文化强省’社会责任、助力高校构建‘大思政课’教育体系的具体行动。”湖北省新华书店（集团）有限公司董事长邱从军在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示，身处拥有 130 余所高校、在校大学生 200 余万人的荆楚大地，湖北新华一直在思考如何更好地发挥作用。

与高校师生同向同行

2018 年 9 月，湖北新华以“倍阅”为品牌，在华中师范大学内打造了首家高校校园书店。如今，经过 6 年的推进，湖北新华累计投入超 5000 万元，陆续建成 29 家高校校园书店，总面积达 14216 平方米，形成了部属、省属、市属、民办院校模块化建设，研究型、教学型本科院校和技能型职业院校类型化协同推进的建设格局，有效满足了广大师生的多元文化需求。

在华中农业大学艺术馆旁，有一座上下两层约 500 平方米的现代化建筑，建筑的花园露台内，不少学生在秋日午后安静阅读。书店内有文化、艺术、农学、科普等各类图书 2 万余册，与学生

团队合作推出的文创产品等创业成果正在展示、售卖……对于华中农业大学的广大师生来说，校园里的倍阅·狮子山店是一处温暖的存在。

“这里除了可以读到最新出版的好书，还有许多活动，像周二的读书分享会、周三的艺术沙龙、周五的趣味游戏，以及周六的社团活动和周日的观影活动。”华中农业大学大三学生易朝晖如数家珍。

自2019年9月正式开业以来，倍阅·狮子山店通过多元化服务，为广大师生打造有品质、有温度、有情怀的文化交流空间。该店每年举办文化活动200多场，参与师生近2万人次。特别是每年12月31日举办的“狮山欢乐节”，让书店成为华农学子们欢聚的殿堂。

“我认为书店与高校是共生共荣的关系。进了校园，意味着书店与青年知识分子一起同向同行，共享人类精神财富。”华中农业大学党委书记高翊说道。华中农业大学文化建设办公室主任冯楠评价说：“倍阅·狮子山店作为校园文化的璀璨明珠，在促进知识传播、文化交流与践行社会责任担当等方面发挥了积极作用。”

阅读红色经典的精神家园

近日，2024年湖北省“倍阅”大学生红色共读活动火热进行，在全省高校组织开展大学生“倍阅”红色阅读大赛、筑梦青春·专家系列讲座、筑梦青春·青春读书会三大系列活动，引领

青年学子阅读红色经典。今年，共读活动入选中宣部 2023—2024 年度全民阅读优秀项目。

“相较于其他书店，校园书店更侧重于服务教育教学。”邱从军介绍，倍阅书店坚持把服务好师生放在首位，一方面，围绕“教学与学习”组织资源和服务特色，在思政、通识、艺术、文学等多领域多学科承接部分课堂教学职能；另一方面，不断丰富阅读活动的形式和方法，推动近百位名家走进高校，开展思政大讲堂活动，引导大学生体悟伟大革命精神，阅读中华优秀传统文化经典、红色经典和当代经典，增强文化自信。

与此同时，湖北新华依托“倍阅”高校校园书店线下网点，在“学习强国”湖北学习平台开设“倍阅读”专栏，形成线下倍阅书店“学习强国”学习驿站专区+线上“学习强国倍阅读”专栏双线发展模式；联合湖北省大学生全民阅读示范基地，开展“倍阅杯”红色经典阅读大赛，其中，第三届赛事覆盖师生 20 余万人次。湖北省大学生全民阅读示范基地负责人、华中师范大学新闻传播学院教授王丽表示，该活动引导青年学生在阅读中感悟红色精神、赓续红色血脉。

“图书+”延伸“一站式”服务

“倍阅书店是我每周都要去好几次的地方，已经成为学校青年文化活动的一个小高地，是我们的精神家园。”中南财经政法大学党委宣传部部长周巍告诉记者。

“湖北新华在高校内开展调查，受访学生普遍表示需要‘一站式’学生社区综合服务中心。”邱从军说。

为此，湖北新华与中南财经政法大学合作共建的倍阅·中南大南湖店从现有五大功能出发，延伸出“一站式”服务的更多可能。其中，“一站式之思政”打造首家倍阅书店“学习强国”学习驿站，与校方联合举办“微党课”、党史征文比赛等活动。“一站式之生活”通过个性化的阅读活动定制、文化活动定制等新模式，为师生提供阅读交流的文化场景。“一站式之活动”整合校内外文化资源，打造学术交流、文化论坛等活动，让书店成为学生的“第二课堂”。“一站式之实训”搭建“学校—书店—企业”三方合作平台，常态化开展实习实训课程，提升学生就业能力。“一站式之文创”创新倍阅高校书店文创产品合作研发服务模式，“倍阅杯”校园文创设计大赛推动学生文创作品依托湖北新华的渠道和品牌优势走向市场。

“现在的倍阅书店已然成为高校培育和践行社会主义核心价值观的宣传主阵地，推动校园文化建设的综合性文化服务平台，以及促进学生全面成长的活动园地，是新华书店品牌内涵在新时代贴近师生生活的有益尝试。”邱从军表示，湖北新华将始终坚持服务校园文化建设需求，大力践行“共享、共生、共荣”理念，稳步推进高校倍阅书店建设，为“书香荆楚·文化湖北”建设贡献力量。

（来源：中国新闻出版广电报）

创意赋能实体书店 打造“阅”感新场景

“来一座城市，打卡一家书店，感受城市文化与魅力”成为当下大众文旅消费新方式。由此，全国实体书店开始在新赛道“卷”起来。

在哈尔滨有这样一家书店，店内一步一景，咖啡的醇香四处飘逸，本地文创、非遗等产品聚合共陈，引领城市文化的新风尚。店内图书种类多达 16 万种，动销比例高达 54.2%，年销售额 5000 多万元。

它就是南岗新华书店。

书店去年升级“焕新”以来，人气流量成倍增长，今年 4 月还被中国书刊发行业协会授予“年度最美书店”称号。在刚刚结束的国庆假期，这里日均客流接近 3000 人次，已成为城市文化新地标。

中世纪欧式建筑穹顶、巴洛克建筑长廊……

创意设计赋能书店，客流量成倍增长

与索菲亚大教堂建筑相似的穹顶，书架旁嵌入中华巴洛克建筑，店面地砖则与中央大街面包石相呼应……在南岗新华书店，处处显示出哈尔滨的文化符号。

“南岗新华书店始建于 1955 年，是哈尔滨最为鲜活的文化符号。如今随着读者对多元文化空间的需求增大，书店重新转型升级，通过创意设计赋能打造消费新场景。”哈尔滨市南岗新华书店总经理姜海兰告诉记者，书店 2023 年 11 月开业，结合了城

市文化，设置中东书局、森林书屋、魔法童年等六大主题，分布在不同的楼层，通过创意设计贯穿其中。

“我们结合了哈尔滨特色文化，将巴洛克元素、索菲亚建筑元素、中央大街文化元素等融入书店的装修中。”书店设计师刘洋举例说，书店入口处穹顶书架优雅大气，充满艺术气息；二层一侧以巴洛克式建筑元素为主构筑连廊，让书店与城市建筑产生互动。刘洋表示，书店的设计在提高顾客体验感的同时，让人们更好地认识和了解这座历史悠久的城市，获得了市场和消费者的高度认可。

“目前整体客流量较改造前增长了几倍，这次国庆假期日均客流量将近 3000 人次，书店已然成了城市打卡新地标。”姜海兰兴奋地说。

打造“书店+”模式，不断延伸经营“边界”

书店不仅美，更有内涵也更务实

凭借着高颜值与精巧的创意设计，今年 4 月，中国书刊发行业协会授予南岗新华书店为“第三届全民阅读大会·年度最美书店”称号。一个月后，书店又获得了被业内称为“设计界的奥斯卡”的 2024 美国 MUSE 缪斯设计大奖——铂金奖。

南岗新华书店持续在文化活动、多元业态和特色项目上发力创新，不断延伸书店“边界”，让“好看的皮囊”更具内涵与灵魂。“90 后”的张宇涵是南岗新华书店策划部员工。书店升级改造后，她作为非书品营销团队的一员愈发忙碌，新建的各种活动联络群不计其数，每天都要跟各领域的人打交道。“书店坚持

以‘阅读’为线索，以‘文化’为依托，实现了由以图书为核心，向‘文化+’‘书店+’模式转型。”张宇涵告诉记者，截至目前书店仅有关全民阅读的活动就已经开展了200余场。

书店创新打造“书店+非遗”“书店+文旅”“书店+文创”等形式，先后开展知新国学讲堂、新华文艺交流、非遗小课堂、寻隐读书会、汉服文化雅集、古琴雅集、书画沙龙等形式多样的主题阅读推广活动，带给读者多重维度的文化体验。而且，书店还引入了数码电教产品、文体玩具、家居用品、艺术文创、咖啡水吧等，打造一站式文化综合体，满足不同读者群体的多样需求。

拒绝跟风“卷”创意，打造沉浸阅读空间

让读者回归实体店，感受城市温度

“书店里不仅能看到鄂伦春族桦树皮画、了解当地风土人情，还能买到展现冰雪特色的AR冰雪元素冰箱贴，甚至沿着图书动线了解城市发展脉络。”大学生小李说，今年国庆假期，她在书店逛了一整天，买了不少书籍。“这里不仅美，而且购物非常便捷。不仅有智慧导览系统，还可以扫码在新华书店线上渠道购买线下没有的图书。”小李发现，南岗新华书店并不是在

“卷”装潢上的“面子”，而是更强化城市文化与情节融入的“里子”，最终让公众浏览起来有故事，更能感受到城市温度。

小李的感受正是源于书店设计师刘洋的创新设计。“设计初期，我们到上海、成都、杭州等多个城市考察当地知名书店的成功案例，得到了很多灵感，更加清晰地认识到，书店可以装修得富丽堂皇，但更重要的是要体现出城市文化。”刘洋说，回到哈

尔滨后，他和团队人员翻阅了大量城市历史资料。经过梳理后，刘洋设计出带有中东铁路、中华巴洛克、黑土森林等元素的全新沉浸式阅读空间。

重装焕新的南岗新华书店希望通过创意设计赋能，让读者回归到实体书店，为用户提供有价值的阅读体验。“线上可以轻松获取信息，但没有可以交互、沉浸的场景与空间，而我们打造的全新业态和场景，可以满足广大用户日益增长的精神文化需求。”姜海兰表示，书店将不断探索与创新未来书店的多样性，持之以恒点亮城市文化之光，实现文化与商业的和谐共生。

（来源：哈尔滨日报）

青年夜校，新华书店瞄准了年轻人！

下班后，学一学吉他；下班后，上美妆课，让自己慢慢变美……青年夜校，正在成为当代年轻人的“兴趣班”。一时间，“青年夜校”的话题在各大社交媒体上爆火，“夜校”作为年轻人“好好养自己”的一种生活方式已经成为青年群体解锁夜生活的新风尚、新潮流。2024年，越来越多的书店加入“青年夜校”队伍，推出诸如美妆、书法、调酒、自媒体运营、剪辑等实用类和古琴、古筝、钢琴等艺术类课程，赋能当代青年群体成长，满足其自我提升需求和破圈交流需要。

初衷：寻求读者服务“新蓝海”

“一直以来，传统的培训工作主要是针对中小学生和退休老年人开展的，根据多年的培训经验，我们认为年轻人和上班族是未来教培行业发展的‘蓝海’。”大连市新华书店有限公司营销策划中心总监关军如是说。多家新华书店夜校相关负责人对此表示认同，也由此开启了新华书店举办“青年夜校”的序幕。

提供一个平台，满足青年群体文化生活和技能提升需求。在快节奏的当下和竞争激烈的职场环境中，青年群体渴望有一个平台来充实自己的内心世界，提升自己的职业技能和竞争力，青年夜校的推出，正是为了满足这一需求，提供了多样化的课程，如技能培训、艺术兴趣等，为青年提供“学习充电、社交活动、技能提升、解压放松”的文化平台。依托新华书店的品牌、图书、教育、名家等资源优势，山东新华创新推出“新华·青年夜校”，

通过为青年群体量身打造特色夜校课程，让青年群体将“下班上新华夜校”作为新型生活方式。截至目前，山东省共有42家新华书店开设了“新华·青年夜校”，开设课程56门，涉及兴趣艺术、生活美学、健身养生、技能培训、家庭教育五大类。大连新华更是打出了“10个小时解锁一项新技能”的宣传口号，吸引更多青年人参与进来。

拉拢一个群体，拓展书店服务功能。面对实体书店行业的复杂形势和挑战，新华书店积极寻求创新，通过推出青年夜校来拓展书店的服务功能，这不仅有助于提升书店的品牌影响力和市场竞争力，还能为书店带来新的增长点。谈到推出青年夜校的初衷，青岛新华书店企划部部长张蕾告诉记者：“为了培育年轻消费群体，让企业形象更加时尚，同时新华书店在当下也需要新动能来激发新热点，用新兴产业助推书店形成新的销售增长模式，青岛新华书店结合自身优质文化资源和空间优势，开展了青年夜校工作。”此外，该项目的推出，还有助于新华书店整合社会资源。山西新华南宫书店经理连毅说，此举使得新华南宫书店整合更多的社会资源，如邀请行业专家、非遗传承人等进行授课，为青年群体提供更加丰富、专业的课程资源和学习机会。

课程：打造青年成长型社交品牌

课程设置是“青年夜校”的灵魂，也是核心竞争力所在，事关长远发展。各新华书店不断优化课程设置，丰富课程种类，引入更多实用、前沿的课程内容，涵盖更多领域和学科，以满足不同学员的兴趣和需求，为广大学员提供更加优质、全面的学习资源和场景。

精准定位、剖析需求是前提。为深入剖析“青年夜校”潜在用户群体及其课程需求，山东新华书店集团有限公司日照分公司采取了问卷调查的方式，在微信公众号、小红书等多个社交平台广泛征求读者意见与建议。该公司连锁零售部主任兼日照书城经理孙洁告诉记者，问卷内容涵盖了50余种课程选项供参与者进行投票选择，旨在最大程度地满足广大学员的个性化学习需求。青岛书城青年夜校团队瞄准25~40岁之间、有一定可支配资金、希望提升生活质量，对于文化活动质量有显著要求的青年客群，充分调研，与客群交流，选择了热度高、吸引人、适应性高的咖啡、花艺、即兴表达3门课程，开始首轮试水，在取得良好效果后持续扩大课程内容。

课程多样，满足不同阶段需求。目前青岛书城青年夜校已有近30门课程。青岛书城夜校负责人刘文川介绍，书城夜校将围绕艺术体验、审美提升、运动健康、圈层爱好四大方面进行课程开设，打造辐射周边5公里的青年成长型社交品牌。截至2024年10月，开展课程近50次，参与课程近千人次，累计曝光超15万次，积累潜在客户1000余人，老学员后续报名率达38%。黄岛新华书店传媒书城夜校负责人刘啸龙介绍，传媒书城夜校2024年3月成立以来，除了黄岛开发区传媒书城主校区外，还增加了胶南片区、幸福小镇（中德）片区、城阳片区等分校，已有目标服务人群2000余人、近40门课程，包括美妆、书法、调酒、自媒体运营等。“多样有趣的课程得到了西海岸诸多年轻人的信赖和喜爱，也收获了满满点赞，尤其美妆和书法2门课，已多次开班，每期报名都满额，特别受女性朋友欢迎。”日照“新

华·青年夜校”项目已成功开设 38 门课程，其中美妆课程、书法课程、插花课程以及中医保健课程受到了学员们的广泛欢迎与青睐。项目根据不同课程类型和课程市场，价格 300~500 元不等，以 499 元 12 节课为主。大连市新华书店青年夜校充分考虑到年轻人的特点，课程设计新颖、前卫，内容包括咖啡品鉴、红酒鉴赏、美妆培训等，很多课程不得不因学员要求一再增加名额，有些甚至还增开了二班、三班，反响强烈。关军告诉记者，为了增加仪式感，课程结束时，大连新华还通过举办结业演出、颁发结业证书等形式，为学员提供展示才华、交流提高的平台，提高学习的成就感和获得感。山西新华南宫青年夜校开展了幼儿行为解读、隔代教养实用心法、数字识人-解码用人之道、琵琶基础班、古琴研习、手机摄影课、摄影术进阶，插花课程、手作茶果子、硬笔书法课程等。

总结各新华书店推出的课程可以发现，主要分为三类：一类是陶冶情操、培养艺术细胞的课程，如茶道茶艺、花艺技法、古琴、古筝、钢琴、声乐、尤克里里等；一类是强健身体的课程，如羽毛球、网球、自由泳、瑜伽、普拉提；一类是提升个人技能，为工作加分的课程，如自媒体运营、剪辑、手机拍摄等。

赋能：从引进来到留得住再到强关联

在此次青年夜校项目的调研中，记者发现该项目的实施呈现出公益性和赢利性两个不同的运营方向。公益性以银川市新华书店、河北行唐县新华书店等为代表，项目主要与当地相关政府部门合作，以图书阅读等为切入点，组织青年参与。如行唐县新华书店与共青团行唐县委于 2024 年 3 月推出了以“青春有梦·乘

阅而行”为主题的青年夜校课程，讲师通过分享阅读书籍，让读者感受书中的精彩内容并进行交流、制作相关手工。赢利性运营的主要有山东新华书店集团、青岛书城、大连市新华书店、山西新华南宫书店等。这些书店设置类型多样的课程，持续吸引青年人关注。无论哪种形式，如何将青年个人提升需求与书店服务、销售更好地对接？如何将人流变成现金流，是很多书店关心的内容和话题。

与图书联动，用服务提升互动。一是优化图书选品。连毅建议从两方面展开，一方面根据青年需求，提供涵盖励志、文化、科技、艺术、心理等多领域的图书，满足不同青年的个性化需求，实现多样化选品；另一方面推荐精品，精选优质图书，特别是有助于青年个人成长和提升的书籍，如领袖传记、名人故事、专业技能书籍等。二是跨界融合，不限于餐饮、娱乐、体育、策展、活动策划等。书店可以尝试所有青年群体所感兴趣的业态，从吃、学、游、玩等方面着手，增加用户黏性，不再是产品销售的一锤子买卖。

创新营销方式，做好宣传推广。在私域板块，利用科技手段和会员体系，通过数据分析构建用户画像，精准推送个性化产品、服务、文化活动等；在公域板块，则是要求书店加大对自己经营产品、服务、新业态的持续发声，吸引年轻人的关注，尤其是重视线上青年人聚集的平台，如增强在 B 站、小红书等平台的宣发力度。

（来源：中国出版传媒商报）