

数字阅读时代书市热度不减



日前,2025“我与地坛”北京市书市在地坛公园落下帷幕。书市期间,累计接待读者55万人次,举办各类阅读文化活动100余场,发放图书惠民券近850万元。在数字阅读盛行的今天,书市为何依然能汇聚流量,吸引众多爱书人走到线下?火热书市又给消费市场传递了什么信号?

不仅仅是卖书

“今年以来逛书市的人真多!”这是记者在书市现场听到最多的一句话。

2025“我与地坛”北京市书市不仅仅是人多,规模也更大。今年的书市全面升级规模、品质与体验,主展场总面积约2万平方米,比去年增加了2000平方米,设有13个展区,涵盖主题出版、精品图书、外文原版、国潮悦读、旧书新知等多个板块。上百家出版社、书店和文化机构共聚一堂,融合了图书展销、文创体验、文化对话等各种活动。

一位前来购书的消费者告诉记者,2023年她来过地坛书市,感觉今年和之前不一样了,“政府发优惠券、出版社给出优惠折扣,让消费者能以更低的价格买到书,更实惠了”。

旁观书市已经是第三年参加地坛书市了。书社店长李素雄说:“往年周末人多些,今年平时人也多,得益于各种优惠券的加持,消费者买起书来更加‘肆无忌惮’,感觉不买好像亏了一样。”

2023年地坛书市恢复后,钟书阁也是每年都来。钟书阁融科书店店长平旭一边处理着读者的买书需求,一边告诉记者:“今年人流量比去年大很多。很多人买书的同时也买文创产品,图书和文创产品销量都比去年增加不少。”

记者注意到,今年书市还增加了一些文创摊位和美食摊位,吸引众多读者驻足选购,为书市注入了别样的活力。此外,具有地坛元素、文学元素的文创产品更是在本次书市上受到青睐。

“赶在书市结束前淘到了诺奖作者的限量帆布袋,又收了一套鲁迅主题的信笺本,打算送给远方的朋友。最喜欢这种把文化和创意握在手心里的感觉,连送人都特有故事。”在地坛书市买到心仪文创产品的陈女士说。

人民文学出版社的文学包袱火爆全场,

最高一天配送出1500个。王府井书店推出“地坛小鸽”磁吸玩偶,其设计灵感来自地坛公园三五成群的鸽子,也成为爆款。

“今年书市上推出很多文创产品,为年轻人提供了更多的情绪价值,也让书市从展销活动变成了一项综合的文化活动。”雍和书院主理人彭影榜说。

“这种‘书+文创’的组合并非喧宾夺主,而是通过文化衍生品强化阅读记忆,形成‘阅读前吸引—阅读中沉浸—阅读后延续’的消费闭环,进一步强化深度阅读引导,形成‘阅读+’深度融合场景。”中国传媒大学文化产业管理学院硕士生导师、中国文化产业协会沉浸式文旅产业专业委员会主任委员卜希冀说,“阅读+”让地坛书市实现了从“贩卖图书”向“消费体验”的战略转型。这种多元业态融合代表了文化消费的新趋势;书市不再是单一的购书场所,而是集阅读、体验、消费于一体的文化空间。

不仅仅是体验

在数字阅读时代,为什么很多人还会选择来书市买书?

“在网上买书有目的性,直接搜索。但在书市买书不一样,可以边逛边选,喜欢就直接买。”“逛书市主打沉浸式体验感,置身书的世界,这种感觉是线上体验不到的。”“沉浸”“体验”是读者提到最多的词。

业内专家表示,逛书市,与其说逛的是书,不如说逛的是“阅读+文旅”的体验感和氛围感。在地坛书市,读者可以亲手触摸书籍的纸张质感,翻阅书页,感受独特的油墨香气,还能试读几页判断是否对口味。这种真切的体验是在网上看图下单或者通过屏幕阅读无法比拟的。

在这里,北京图书大厦将地坛文脉与国潮美学结合,展出鲁迅主题文创;王府井书店以“历史‘潮’这儿看”为主线,将图书与红色革命、京味文化产品结合;中关村图书大厦打造“国潮奇趣乐园”,聚焦科普与神话叙事;亚运村图书大厦则汇集精品好书与诺奖作者佳作,整体形成了一条集图书、体验、文创于一体的“可读、可感、可带走”的文化消费动线。

“书市已经成为一种线下深度参与体的

验活动,尤其是很多展位在一起,人们在书市淘书、选书,仿佛赶庙会一样。”彭影榜认为,书市集中了多家特色书店、出版机构,读者接触到的书、看到的书要比在网上有更直观感受。

平旭认为,通过书市这样的活动,能盘活一部分线下书店。“我们不局限在店里卖书、卖文创,也能有这样的好机会和读者、其他书店一起,面对面交流关于书籍的一些认识。这对于促进行业的发展,提升书籍出版水平,也是非常重要的。”

“实体书市是一个社交与文化发现的平台,它既是社交场所,可与亲朋好友‘搭子’同逛,也能通过随机邂逅发现意想不到的书籍或文创产品。读者在古树下品读经典、偶遇好书,在红墙边听名家讲座、与书友畅聊……那些与阅读有关的种种美好,在这里具象化了,而这些恰恰是算法推荐难以复制的体验。”卜希冀说。

2025年3月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《提振消费专项行动方案》提出,扩大文体旅游消费,深化线上线下、商旅文体健多业态消费融合,创新多元化消费场景。包括书市在内的活动,也是落实《行动方案》的重要举措。业内专家表示,书市通过“文化+场景”的跨界融合,构建了集图书展销、文创体验、互动活动于一体的复合型消费空间,使阅读从静态消费升级为多维沉浸式体验。实践表明,地坛书市已超越传统展销功能,通过场景创新将文化消费嵌入城市公共空间,成为激活文体旅游消费的重要引擎。

热度能否持续

未来,地坛书市的热度如何才能维持?对此,大部分受访者不约而同地提到了一个词——“精品”。

“我觉得关键是要坚持以图书为根本出发点,推出更多精品好书,吸引更多优秀出版机构和有活力有特色的实体书店参加。文创等其他业务形态可以起辅助作用。”李素雄说。

“地坛书市的发展应该走精品化道路。让出版机构和书店带着精品书籍来,做精品化的书市,而不是地摊式的书市。”彭影榜说,未来书市会变成什么样子,我们无法预知,但是希望书市不要变成文创市集,书才是书市的灵魂。

专家认为,保持地坛书市的吸引力需要多维度的创新与坚守,而最关键的是持续提升文化消费的频次与品质。在数字技术时代,地坛书市以其实体性、体验性和社交性证明了线下文化空间的不可替代。它不再只是图书交易场,而是成为一个内容体验平台、文化传播载体和城市文化会客厅。地坛书市唯有持续提供“不可复制的文化体验”,才能在数字浪潮中成为读者心中的“精神家园”。

地坛书市的热火,对缓解实体书店生存困境有没有现实意义?卜希冀认为,书市的热度虽彰显了文化消费潜力,却未必能直接转化为实体书店的生存利好。当前实体书店仍面临着结构性挑战,书市的“热”与书店的“凉”反映了消费逻辑的差异。书市具有临时性集聚效应,此次地坛书市通过限时优惠和稀缺体验,如名家讲座、签名版图书等激发消费动力,但难以支撑实体书店的长期运营。

业内专家表示,书市作为政策扶持重点,短期内可通过资源倾斜形成热点,而实体书店更需自主应对市场环境波动。书市是文化消费的创新试验场,但实体书店的可持续发展仍需超越短期热度。如何推动书市流量向书店“留量”转化,如何通过政策精准滴灌与行业生态协作共同构建实体书店长期价值锚点,仍需相关业界协同创新,持续发力。

卖不完的月饼去哪了

本报记者 韩秉志

□ 节后剩余月饼的主要去向包括:全平台促销、员工内购、节后持续销售、发放福利,以及卖给第三方或按规定销毁等。部分月饼礼盒会在电商平台上持续销售,其定位逐渐由“礼盒”向“零食”靠拢。

□ 当前,月饼生产头部企业已构建起动态生产模式,从原料采购到包装定制均实行精细化控制,大幅降低商品积压的概率。

已在各渠道开展促销活动,力求最大化去库存。与此同时,行业的生产逻辑也在发生变化。过去,月饼生产节奏多靠经验判断。如今,随着行业集中度提高、供应链数字化深入,头部企业已构建起动态生产模式;在中秋节前数月就会根据电商预售、渠道订单、往年区域销量变化实时调整产能,从原料采购到包装定制均实行精细化管理。这种“柔性生产”能力,能够大幅降低商品积压的概率。行业研究也印证了这种转变。中国数据研究中心近日发布的《2025中国月饼行业消费与品牌现状白皮书》指出,月饼行业普遍面临成本压力,原材料、人工、物流成本持续上涨,压缩企业利润空间。企业需通过规模化生产、工艺优化和供应链管理降低成本。

中国数据研究中心相关专家表示,随着消费升级与数字经济深度融合,我国月饼行业正加速向“智能制造”转型,通过大数据分析消费者偏好,实现精准营销和产品定制,借助智能工厂建设、数字化供应链管理、AI品质管控等创新实践,

实现生产效率提升与产品价值升级。预计到2027年,智能生产线在月饼行业的覆盖率将超过60%,推动行业从“规模经济”向“效率经济”转变。消费端变化同样明显。如今,地域特色与健康属性成为月饼新品研发和内容传播的热点。广式、滇式、苏式等传统口味月饼,与鲜花、杂粮、无蔗糖草本等创新口味月饼并存。在电商直播和社交平台上,月饼的标签不再局限于“节日礼品”。尤其是小规格、轻包装的单块月饼,越来越多地出现在便利店、咖啡店乃至航空配餐中,“卖不完”的概念也越来越模糊。

月饼库存的合理消纳,既得益于短期库存消纳机制,也反映了行业的深层调整:生产更精细、供应更灵活、产品更贴近消费需求。节后余温退去后,这些变化将决定月饼市场的常态走向。“我们正探索让月饼实现全年销售。”张静表示,近年来,月饼产品逐渐向日常消费品转变,特别是小克重月饼逐渐被定位于“中式点心”,其零食化与常态化销售趋势日益明显。

求真

警惕排污登记收费骗局

中国经济网记者 杨秀峰

日前,广州市生态环境局通过官方公众号发布声明,针对近期频发的排污登记诈骗事件作出提醒。据透露,该局近期接到多家企业反馈,有不法分子冒用“生态环境局”名义,通过电话、短信、微信等多种渠道联系企业,及个体经营者,以“排污登记到期”“未登记将面临高额罚款”为恐吓话术,诱导受害者通过其提供的微信小程序办理排污登记,并借机收取“代办费”“手续费”等不合理费用。

此类排污登记骗局并非首次出现,此前已多次发生。2023年经济日报曾以《办理排污许可登记要收费?骗局》为题进行报道。时隔两年,目前网络上仍存在大量疑似山寨官方登记平台的微信小程序,更有甚者公开售卖“排污登记”相关小程序开发服务,为诈骗行为提供技术支持,形成灰色产业链。

针对公众关心的正规排污登记流程,广州市生态环境局环境影响评价与排放管理处四级调研员林婧文告诉记者,排污登记表自登记之日起满5年,排污许可证管理信息平台会自动向登记单位发送信息更新提醒。此时,排污登记单位需通过“全国排污许可证管理信息平台”及时更新信息,这一操作即通常所说的“排污登记延续”;若排污登记信息因超期未延续已失效,则需重新办理排污登记。

广州市生态环境局提醒,排污登记有且仅有一个官方办理平台,即“全国排污许可证管理信息平台”,凡是要求通过其他平台办理的通知,均为虚假通知;办理排污登记全程无需缴纳任何费用,任何以“缴费才能办理”为条件的通知,同样属于诈骗。

林婧文表示,若企业或个体经营者收到排污许可办理相关的虚假通知、诈骗信息,可立即通过12345政务服务热线进行举报;若已遭受经济损失,建议第一时间向公安机关报案,维护自身合法权益。

中国人民大学公共管理学院教授许光建认为,不法分子通过设计各种小程序冒充官方平台,诱使企业或者个人掉入陷阱。这种情况也反映出政府机构的信息公开情况或者与公众的信息交流机制仍有升级优化空间。据了解,为提高企业和个体经营者对排污登记的认知水平,增强防范意识,广州市生态环境局表示将不定期通过政务网站、微博、微信等平台加强宣传。同时,在日常行政执法、行政检查中加强宣传普及。

