

构建一体化职工阅读服务体系,丰富职工精神家园

## 廿载书香满苏城

## 阅读提示

早在2005年,江苏苏州太仓经济开发区农民工集宿区就有了职工书屋。20年耕耘,从最初单一的阅读点,到如今构建起覆盖市、县、乡、企的多级公共阅读网络,苏州逐步构建起一体化职工阅读服务体系,丰富职工的精神家园。

本报记者 黄洪涛 本报通讯员 钱茹冰

窗外是百年历史的幽静庭院,窗内是济一堂的市民职工。日前,江苏按察使署旧址迎来了一场特别的阅读聚会,苏州市总工会“主播领读·阅见光影”活动在此开讲,带领市民职工共赴一场与苏东坡的千年之约。在苏州,这样的职工阅读活动经常开展,成为市民的文化盛宴。

“阅读是我内心的一盏灯,让我在最迷茫的时候,看见了前方的道路。”来自昆山的“外卖诗人”王计兵在一次职工阅读分享会上的心声,道出了阅读带来的温暖和力量。

千家书屋到云端书房  
构建多级阅读服务体系

“以前倒班休息只能刷手机,现在有了职工书屋,好多工友都会过来放松‘充电’。”在苏州北站新时代建筑工人社区,职工书屋已成为3000余名建筑工人青睐的“精神驿站”。

“这期刊刊里的劳模风采和行业前沿趋势都非常值得一看,内容和我们职工息息相关。”建筑工人王小健熟练地点开手机里的“e读书”期刊频道中的一期工会期刊,他说,“书屋的书籍虽然有限,但是可以手机搜索进入‘e读书’小程序——海量资源随手可得,就

像一个‘移动图书馆’。如果现场的图书看不完,扫码就能带回宿舍继续听,很方便。”

苏州市总工会“读书”项目生动诠释了“阅读无处不在”的理念:它通过打通公共图书馆与工会书屋的资源壁垒,以“24小时不打烊”的指尖服务,将30万种电子书籍、1万种听书资源和3500种期刊资源装进职工口袋,让优质阅读“一站汇聚”,更以手机、电脑随时随地可读的便利,打造线上线下联动的立体书香空间。这项持续升级的服务,正以资源融合、体验优化、生态共建的创新模式,为苏州职工铺就一条浸润书香的“悦读”新路径。

建设职工书屋,是苏州市总工会推动职工阅读、提升队伍素质的重要手段。苏州市总工会通过配备自助投递柜、企业集体借阅卡、共享图书流通点、将职工书屋纳入图书馆体系等多种形式,实现书籍通借通还。截至目前,苏州已建成超1200家职工书屋。从企业车间、建筑社区到工会驿站,一批便利型阅读点也陆续建成,让职工在工间碎片时间“随时可读”。

今年8月,苏州市总会在全省率先上线职工书屋数字化平台,推进对各级书屋从申报、认定到运营的全流程线上动态管理,并无缝对接苏州图书馆30万册电子书、10万种听书资源,提供24小时不间断的“指尖阅读服务”。今年以来,线上阅读量已突破200万人次。

千场品牌活动搭台  
跨界融合激活阅读热情

9月5日,苏州市总工会“主播领读·阅见光影”首场活动在中国电影资料馆江南分馆拉开帷幕。

活动以“书影结合”为特色,首场放映了1985年改编自苏州作家陆文夫同名小说的经典影片《美食家》。该片将苏式美食的独特魅力定格在银幕之上,历经岁月依然引人

回味。

映后分享环节,苏州吴文化研究学者潘文龙,以及2005版《美食家》责任编辑、有着“王苏州”美誉的王稼句两位深耕苏州文化多年的资深作家,围绕电影与原著小说展开对话。此次活动也标志着苏州职工阅读进入跨界融合、资源共享的新阶段。

职工书屋是培育阅读习惯的起点。走出书屋,苏州工会致力于打造“爱读书、读好书、善读书”的浓厚氛围。连续16年举办“职工读书月”,累计开展超2000场活动,服务职工超千万人次;依托江苏书展发放320万元职工书券;第十四届“苏州职工读书月”活动获省级一类公益阅读推广活动认证……这一连串成绩背后,是苏州工会在推进职工阅读上持续而坚定的投入。

“苏州文化的灵魂并非仅停留在园林古建等物质形态,而是范仲淹‘先忧后乐’的经世情怀,是顾炎武‘天下兴亡’的弘毅担当”“文脉是‘文’的源头,不是物质遗存,我们的文化自信要建立在历史唯物主义上,不用非要争最古老、最先进的,承认文明的多元融合才是关键”……从聆听苏州经学传统的千年回响,翻开中华文明的辉煌篇章,到了解“磨喝乐”的文化内涵,今年,苏州市总工会联合古吴轩书店推出“文润匠心·悦读四季”职工国学大讲堂,整合名人故居资源,传播优秀传统文化,搭建高品质学习平台。

“自7月启动以来,6场讲座场场名额‘秒光’。”苏州市总工会相关负责人介绍。各级工会还将阅读与思政教育深度融合,依托“双进”和“百师百课”机制,组织劳模工匠进企业、进校园,分享读书与成长感悟。

服务惠及百万职工  
打造文化配送“苏州样板”

“甪直是一个充满历史韵味的地方,对叶

圣陶而言,不仅是他的故乡,更是他教育生涯和文学创作的起点。在这里,他汲取了无尽的智慧与灵感,为后来的教育事业和文学创作奠定了坚实基础。”10月25日,苏州高新区通安镇总工会组织近30名职工开启了一场“寻访用直镇,邂逅叶圣陶”的文学寻访之旅。这是苏州市总工会“公共文化配送工程”中的一个鲜活切片。

公共文化配送工程也是苏州市总工会以职工需求为导向,积极探索职工文化服务的生动实践。通过“菜单式”点选与“订单式”配送相结合,让优质文化资源精准流向基层一线,助力职工素养提升。2025年全市工会开展送各类精品演出展览、文体培训进机关、企业1026场次,惠及职工100万人次。

8月的一个午间,东吴证券职工书屋内格外热闹。一场聚焦“优秀青年人才案例萃取”的读书会在这里展开,吸引了众多职工利用休息时间积极参与。活动中,大家围坐共读,分享优秀青年榜样在岗位攻坚、创新突破中的生动故事,以真实可感的奋斗经历,激发彼此见贤思齐、向上奋进的精神力量。书香伴着交流的暖意,让午休时光充满了思想的碰撞与能量的传递。

“我们在调研中发现,年轻职工更青睐‘短平快’的文化活动,因此今年特别推出了‘午间艺术快闪’。”苏州市总工会相关负责人介绍,“通过15分钟微演出、手作体验等形式,方便职工利用休息间隙参与。”今年,苏州工会以非遗体验、沉浸式文旅、精品演出、创作展览、美育讲堂五大行动为主线,持续优化服务供给、拓展社会联动,构建起职工文化服务“苏州样板”。

## 文化中国行



## 浙江义乌:灯会亮灯,进入新年倒计时

12月15日晚,浙江义乌市绣湖公园展示的《有情有义 世界义乌》大型灯组吸引市民们打卡留影。本报通讯员 吕斌 摄

## G视线

“文艺轻骑兵”开进车间工地

## 优质文化直抵职工心间

本报记者 张婧

如何让精彩的文化演出不再受限于时间和场地,真正走进一线职工的工作与生活?山东省青岛市工人文化宫以一场深刻的模式创新,给出了自己的答案。他们打造的“文艺轻骑兵”演出模式,正让优质文化资源如清泉般,源源不断地流入基层。

近年来,青岛市工人文化宫对经典“劳动者之歌·共同的家园”文艺演出品牌进行升级再造,这一创新举措的核心,在于打破传统大舞台的束缚,组建灵活机动的“文艺轻骑兵”,将职工喜闻乐见的文艺节目,直接送至工厂车间、项目工地和各类型职工服务阵地。

“过去组织一场大型演出,从协调场地、安排时间到组织观众,各个环节都面临挑战,一线职工往往因为工作忙而错过。”青岛市工人文化宫相关负责人坦言,而新模式正是针对演出内容陈旧、时空受限、传播力弱等痛点,进行的一次精准改革。

改变的源头是内容。演出不再是既有节目库中挑选,而是深深扎根于职工之中。文化宫依托全市工人文化宫联盟,面向广大职工征集并创编原创作品110部,题材紧密围绕产业工人队伍建设改革、工匠感人事迹等主题。相声、山东快书、快板书等轻快活泼的艺术形式,讲述的都是职工身边的真实故事。更值得一提的是,许多登台表演的正是来自各基层单位的职工本人,在专业指导下,他们从观众变为主演,让演出充满了亲切感和感染力。

形式的革新同样关键。“文艺轻骑兵”化整为零,演出团队和器材大幅精简,一个车间空地、一处“工会驿站”就能成为舞台。演出时长压缩至40分钟左右,巧妙利用工间休息时段,见缝插针地开展,几乎不影响正常生产秩序。基层单位还可以通过线上平台“点单”,选择自己最感兴趣的节目组合,实现“按需配送”。

为了让好故事、好声音传得更远,文化宫全力拓展传播渠道。他们通过“齐鲁工惠·青岛行”App实现演出线上预约与直播,并借助抖音、小红书等新媒体平台进行推广。2024年,线上观看人次突破60万,成功打破了活动的原有圈层。线下,则依托省、片区、市三级工人文化宫联盟,推动不同地域的特色文化通过演出交流互鉴,共同成长。

“这种演出就像为我们量身定做的,说的唱的都是我们自己的事,休息一会儿就能看,看完干劲更足了。”一位在车间观看演出的一线工人这样评价。

从“我演你看”到“你我共演”,从“固定舞台”到“流动阵地”,从“单向输送”到“按需点单”,青岛市工人文化宫的“文艺轻骑兵”模式,不仅实现了优质文化资源的高效直达,更生动诠释了“以职工为中心”的服务理念,为新时代职工文化服务的创新发展提供了可借鉴的路径。

## 青海发布首批10个非遗旅游融合发展优秀案例

本报讯(记者邢生祥)日前,青海发布西宁市湟中区慕容古寨“非遗+乡村旅游”等首批10个非遗与旅游融合发展优秀实践案例,旨在通过推广优秀实践案例,发挥示范引领作用,推动非遗与旅游在更广范围、更深层次、更高水平实现融合,营造非遗与旅游协同发展的良好氛围。

今年,青海聚焦全省各级非遗代表性项目,联合A级旅游景区、旅游度假区、旅游休闲街区、乡村旅游重点村、夜间文旅消费集聚区等载体开展青海省非遗与旅游融合实践案例征集评审工作,最终获选的10个融合案例展现了非遗与旅游融合的广泛实践与创新活力。

非遗与旅游的深度融合让文化“活”起来,让游客在游览中沉浸于非遗所承载的文化氛围里。首批10个优秀实践案例不仅展现了非遗与乡村旅游融合的创新活力,更验证了非遗在促进就业增收、传承传统文化、激活乡村发展动能中的重要价值,为全省乃至全国非遗与乡村旅游深度融合提供了可复制、可推广的宝贵经验。

## 2025游戏十强年度榜揭晓

本报讯(记者苏墨)12月18日,2025游戏十强年度榜在2025年度中国游戏产业年会上揭晓。本次榜单覆盖产品与企业两大核心维度,设立10个奖项类别。

移动游戏方面,世纪华通旗下《无尽冬日》当选“优秀移动游戏”,腾讯旗下《三角洲行动》、祖龙娱乐《以闪亮之名》等作品获得提名;客户端游戏领域,《三角洲行动》再度发力,将“优秀客户端游戏”收入囊中,网易《永劫无间》、叠纸游戏《无限暖暖》等热门作品入围提名名单。

在特色奖项评选中,心动网络《心动小镇》获评“优秀社会价值游戏”,该游戏以积极向上的内容传递正向价值观;网易《燕云十六声》凭借对中华传统文化的深度挖掘与创意呈现,斩获“优秀中华传统文化游戏”称号;米哈游《崩坏:星穹铁道》在音乐设计上表现出众,当选“优秀游戏音乐设计”;上海叠纸科技《无限暖暖》则以精良的美术制作获评“优秀游戏美术设计”。

本次2025游戏十强年度榜的评选涵盖优秀游戏科技企业、优秀“走出去”游戏企业、优秀游戏研发团队、优秀游戏运营企业、优秀移动游戏、优秀客户端游戏、优秀社会价值游戏、优秀中华传统文化游戏、优秀游戏音乐设计、优秀游戏美术等十大类别,全面覆盖游戏产业链各环节,为行业树立了多元化的标杆,也为游戏行业的高质量发展注入了新的动力。

海昏侯临展亮相  
路县故城遗址博物馆

12月16日,“海昏侯:身历王帝民侯,墓藏大汉风云”,在北京城市副中心路县故城遗址博物馆正式对公众开放。本次展览携108件/套海昏侯墓文物展品重磅亮相,以“南侯国—北郡县”跨地域对照视角,首次系统解读汉代郡国并行制度的深层逻辑。自2016年海昏侯文物首次进京后,本次展览有20余件/套珍贵文物是出土修复后第一次来京展出。

本次展览以“南侯国(海昏侯国)”与“北郡县(路县故城)”同时代、跨地域、在地性的遗址对照为核心创新点。共分为“海昏侯国”“郡国集权”“汉风生活”“守望文明”四个单元,展览紧扣刘贺“王—帝—民—侯”的跌宕人生主线,构建“中央—地方”的叙事框架,通过文物实证清晰还原汉代中央集权制度下的郡国并行制度,生动诠释中华文明“多元一体”的深层脉络。

本报记者 王伟伟 摄

## G艺评

## “哪吒”不常有,但10亿+应常有

《魔童闹海》和《疯狂动物城2》在年头和年尾各自成为现象级影片外,春节档影片《熊出没·重返未来》、暑期档影片《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》的票房也至少是5亿元起步,最高超过了17亿元。统计数据显示,今年动画电影总票房已超过245亿元,接近全年总票房的一半。这其中,八成以上的票房都由国产动画电影贡献。

自2015年《西游记之大圣归来》横空出世,10年间,国产动画电影在立意、剧本、技术、配乐等方面均有长足进步,受众也从青少年为主变为全年龄段观众。今年动画电影的大爆发,既然是多年积累成果的一次集中展现,同时也开启了该类型影片发展的新阶段:除了吸引更多影视公司加大在动画领域的投入与布局外,影片IP商业化还拓展出了更多类型的商品和服务,在丰富文化供给的同时,电影的非票房收入也持续增加。

数据公布的同时,各地电影院也是肉眼可见地热闹。除了上映快一个月的《疯狂动物城2》还在持续吸引着观众走进放映厅,本周又有《阿凡达:火与水》这一绝对大片开画,极有可能在今年最后十来天再带动一轮观影热潮。

自2017年中国电影年度票房首次突破500亿元大关以来,今年这已是第5次。

梳理今年上映的影片,动画电影集体表现强势无疑是最显著的亮点。除了《哪吒之

动画电影大放异彩当然是好事,不过换个角度看,这也在一定程度上表明,2025年电影市场两极分化情况十分显著。

上半年的市场为例,《哪吒之魔童闹海》以超过154亿元的票房创造全球动画电影的最高票房纪录后,接下来好几个月时间,电影院都显得有些冷清,一度形成了“单片托市场”的现象。虽然到了年末相关情况有所改善,但整体来看,截至目前,今年票房在5亿元以上的电影只有16部,其中突破10亿元的有8部。

反差在观众的变化中同样得到体现。11月发布的《2025中国电影市场及观众变化趋势报告》显示,2025年人均观影频次回落,仅观影1次的观众占比高达61%,为近10年来最高;观影2~5次的观众占比降至34%,为近10年来最低。

这一方面是随着消费者素养提升,他们

对电影质量的要求随之提高,各方面平平的影片已很难让观众愿意为之付出金钱和时间。另一方面,这也是我国电影行业成长为成熟工业过程中必然有的优胜劣汰。

如此看来,今年电影总票房重返500亿元,在表明行业回暖的同时,也给行业抛出了新的课题:如何能持续地让观众愿意为不同类型的电影走进电影院,以实现票房市场的稳定繁荣?

其实,答案或许就藏在2025年的电影票房中。暑期档期间,《南京照相馆》和《捕风追影》双双实现了口碑与票房大丰收,凭借的就是整体的优良制作。

说到底,如今,不管是动画电影还是真人电影,也不管是国产电影还是外国电影,只有内容供给达到经看、耐看、值得看的水准,才能让大多数观众在花钱后感觉值回票价,进而再在市场中获得成功。