

二十届四中全会名词卡片：区域创新体系

“完善区域创新体系，布局建设区域科技创新中心和产业科技创新高地，强化国际科技创新中心策源功能。”

——“十五五”规划建议

释义：区域创新体系是指在一定地理区域内，政府和企业、高校、科研院所等各类创新主体共同参与，各种创新要素集聚，知识有效创造、流动、应用，推动区域创新能力持续提升、支撑经济社会持续发展的创新网络系统。

区域创新体系是国家创新体系的重要组成是科技强国的基础依托。各地区因其创新主体构成、产业结构、制度环境、历史文化等差异，区域创新体系各具特色。

——据《党的二十届四中全会〈建议〉学习辅导百问》

延伸阅读：怎样完善区域创新体系

完善区域创新体系，关键是要统筹布局建设区域科技创新中心和产业科技创新高地，鼓励各地立足实际、差异化创新发展，完善区域协同创新、央地协同创新体制机制，适应科技强国建设的要求。

第一，强化央地协同创新。健全科技创新战略规划、政策措施、重大任务、科研力量、资源平台等央地协同制度，完善区域协同创新治理机制。围绕国家战略目标，鼓励地方承担国家任务，

探索支持地方科技创新项目上升为国家项目，推动央地科研力量协同创新，形成全国创新一盘棋格局。兼顾服务国家战略和区域发展，强化央地科技投入共担、重大任务协同、创新平台共建共享。鼓励中央级高校、科研院所积极服务地方经济社会发展，强化与地方创新主体的协同创新，共同解决区域性共性问题。

第二，畅通创新要素流动和共享。加强国家技术转移体系建设，促进技术交易市场有序发展，推动科技成果扩散、流动、共享。打造协同创新共同体，加强跨区域创新规划、政策协同。搭建基础条件共享平台，促进数据共享，构建跨区域的产学研协同载体。推动人才、资本、信息等创新要素在区域内和跨区域高效流动，提高创新要素配置和使用效率。支持地方联合开展科技攻关，共同解决产业共性重大技术问题。

第三，推动因地制宜发展新质生产力。各区域具有不同的资源禀赋、产业基础和科研条件，依据区域特色和优势发展新质生产力，不仅可以促进经济多元化，激发创新活力，还有利于区域合作与竞争，推动区域重大战略实施。通过高水平建设国际和区域科技创新中心，打造带动全国高质量发展的新动力源和增长极。加强对地方科技创新和产业宏观分类指导，健全区域创新发展监测评价体系，优化科技创新资源区域配置，避免“内卷式”竞争和同质化发展。统筹建设各类科技创新功能区，加强管理，形成布局合理、功能错位、协调联动、作用凸显的发展格局。鼓励地方根据科技创新优势，结合自身资源禀赋探索差异化创新发展路径，着力营造良好的营商环境和创新生态，推动科技

创新和产业创新深度融合，打造一批优势特色产业，支撑引领区域高质量发展。同时，鼓励地方深化科技体制改革，开展先行先试，增加科技投入，加强区域协同创新，完善区域创新生态，培育新动能、新业态、新模式，塑造发展新优势。

（据《党的二十届四中全会学习辅导百问》）

各地新华入驻外卖平台，能否再度激活实体书店？

“知识外卖”这一概念最早于疫情期间出现，当实体书店客流量近乎停滞，拓展线上尤其是外卖平台，成为书店的被迫之举。彼时，人们的出行也多有不便，因此“知识外卖”的市场价值被阶段性认可，北京 72 家实体书店宣布进驻美团，上海新华传媒旗下 30 家新华书店、上海书城上线饿了么……

但 2022 年以后，“知识外卖”热度渐熄，“图书上线外卖平台的算账问题”被重新提起并引发热议，“知识外卖”的商业模式受到了质疑。不少人认为，与生活必需品、消费频次更高的餐饮等业态相比，“知识外卖”只是食之无味弃之可惜的“鸡肋”。

目前仍在发力外卖平台的实体书店，有着怎样的打算？在他们看来，“知识外卖”具备怎样的市场发展前景？

“门店逻辑+市场逻辑”

推动外卖选品

实体书店拓展线上，选品是面临的第一个课题。综观受访书店情况：或以门店本身的经营品种为依据选择全品种上线，或以畅销品种上线，代表了门店逻辑和市场逻辑两种不同的经营定位。

门店逻辑推动全品种上线。在门店逻辑下，实体书店在“知识外卖”拓展中主打“量大管饱”，线下门店在售的全品种图书上线。今年上半年，内蒙古各地新华书店陆续上线外卖平台。内

蒙古蒙新图书连锁有限公司开通美团同城配送服务，以涵盖文学、社科、经管、少儿、教辅等各类图书为服务优势，满足读者的多样化阅读需求。云南新华文汇教育科技有限公司副总经理杨淑敏介绍，目前，云南新华旗下各门店已陆续上线美团外卖平台，并通过“图书+文具+办公用品+体育用品+玩具+生活用品”的模式，对实体书店现有库存商品实行全品类上线。

近年来，浙江地区的新华书店陆续上线外卖平台，持续推动“门店数字化+即时配送”体系构建。浙江金华市新华书店江南店柜组长蔡琳介绍，金华市店上线的5000余种图书由浙江省新华书店按照各门店库存统一上架。“和其他民营门店相比，新华书店在品种上有一定优势，使读者可以在美团平台实现云逛书店。”蔡琳补充道。浙江义乌市新华书店除义务教育阶段教材外，符合库存规则的书籍实现应上尽上。在外卖平台上，宁波市新华书店以系统对接和手工2种方式实施商品上架。宁波市新华书店有限公司副总经理范进剑介绍，一是图书管理系统直接对接外卖平台库存，复本数大于3本的自动上架。二是文具文创等商品实现手工上架，在宁波新华主账号上架后，各门店进行批量复制。

市场逻辑实现线上精细化运营。不少书店在外卖平台的选品中，主打精细化运营，以市场畅销与否作为上架某商品的评判标准，并针对不同门店的定位，实现差异化选品。福建新华发行（集团）有限责任公司厦门分公司数字专员刘震介绍，福建厦门新华书店在知识外卖中主打三个方向：一是贴合各门店的主题，如侧重少儿类的门店重点上架绘本、少儿教辅；侧重学生群体的门店

重点上架教材和学科工具书。二是结合门店的线下销售情况和市场调研结果，挑选热销、用户认可度高的图书和文创，确保上线后能贴合市场需求。三是适当增加不同类型的图书和文创，避免线上货架太单一，丰富用户的选择。

在外卖平台的产品矩阵搭建上，成都购书中心没有照搬线下全品类库存，而是形成了“精准筛选、动态调整”的选品体系。该店副经理杜秋竹介绍，在外卖平台上架商品选品核心是要牢牢围绕“数据驱动、突出刚需与时效、兼顾热点与本地需求”三大原则，涵盖引流品、热销图书、工具书、应急刚需教辅等核心品类。

深圳书城南山城店长赵建霞表示，目前该店在外卖平台上架了图书、文创和生活类产品。她表示，依据不同的商品类型，书城有着不同的上架标准。“图书选品以经典、畅销、热门和新书为主，教材教辅选品甄选重点供应商产品，教材全部上架，文创造品基于周边客群和同类型店铺畅销单品，小百货以生活中高频、常耗品。”

上海新华传媒连锁有限公司销售中心徐汇日月光店店长张榛坦言，在外卖平台的选品中，该店会结合门店线下销售数据，优先上架月销 TOP50 的图书与文创产品。“教辅资料聚焦周边学校历年教辅购买情况及最新的教改要求，上架适合购买的教辅产品。非书类包括书签、DIY 手工八音盒等文创产品”。

满足即时性需求

学习相关产品销售佳

在 2025 秋季开学季，教辅材料、文具等销量持续攀升，学习类相关产品成为推动“知识外卖”实现增量的畅销品，满足消费者的即时性需求。此外，通过开展多种营销活动，也为实体书店的“知识外卖”拓展带来诸多裨益。

注重配送时效，满足即时需求。在推动“知识外卖”服务中，如不少书店将“最快 30 分钟送达”作为重要卖点，着力满足读者的即时文化消费需求。张榛认为，实体书店上线“知识外卖”，可以实现读者消费的即时性满足。“相比电商平台 3~5 天的物流周期，外卖的时效优势，能精准触达应急购书，如忘记带课本、临时需要参考书和冲动消费场景。”此外，他强调，外卖模式还解决了“线下奔波购书”的痛点，且图书的质量在家长群体中口碑良好，复购率较高。

杜秋竹介绍，工具书与教辅类图书在新华文轩成都购书中心的外卖平台销售较好。“这类产品热销的核心原因在于其精准匹配了‘即时性刚需’场景，从消费时段来看，午间（12 时到 14 时）与傍晚（18 时到 20 时）为下单高峰期，进一步印证了‘应急’‘即时冲动’是图书外卖的核心消费特征。”

浙江金华市新华书店将“最快 30 分钟送达，不耽误孩子学习”打造成知识外卖的核心卖点之一。在浙江义乌市新华书店，学生必备工具书和必读读物销售较好，傅翔强调：“一时不方便到店购买和要求即时到货的用户，会在外卖平台上下单，这也是我们发力外卖平台的机会。”

刘震强调，外卖平台“最快 30 分钟送达”，能够满足部分

用户的“急需求”。他举例说道：“比如学生急需一本教辅，电商往往需要等2~3天，外卖当天就能拿到，填补了‘时效性短板’，即时配送是最大的优势。此外，我们上架图书的定价与电商平台相差不大，且上架的都是适配本地教学、阅读需求的版本，用户无需纠结版本问题”。

学生需求成“知识外卖”重要突破口。内蒙古新华书店2020年上线美团外卖平台，目前以教材教辅销售为主，日均销售超百单。教材教辅等学生相关产品，也成为实体书店拓展“知识外卖”的重要支撑。赵建霞介绍，在深圳书城南山城外卖平台，校服、工具书、作业本等与学生相关产品销售情况较好。“教育是图书消费的重要板块，学生对于刚需产品的质量、时效都有较高要求，新华书店品类齐全、质量优异、布点合理，充分满足了家长、学生急切的购买需求”。杨淑敏介绍，以昆明新华北辰名品店为例，近30天突破800+的单量，充分说明了新华书店的优势。

开学季期间，《现代汉语词典》《新华字典》等学生临时急需的工具书在宁波新华的外卖平台销售较好。范进剑坦言，外卖平台的图书品种主要还是解决教育所需。“宁波新华旗下8家门店平常订单量约20单/天，开学期间能增加到200~300单/天。书店的外卖起送价为50元，为方便读者凑单，今年年初我们还增加了文具品类，并在非销售旺季增加本地文化的冰箱贴和明信片等，补充销售。医院住院部的地址在订单中也会较多出现，由此可以看出部分住院病人更需要即时配送。”开学季期间，《现代汉语词典（第7版）》等工具书、教辅书和课外推荐读物，在

浙江金华市新华书店的美团平台销量最佳，迎来了一波销售小高潮。

蔡琳介绍，家长除了在网上找合适的教辅书外，也会在外卖平台上找一些热门的教辅书进行下单，还会购买学校推荐的必读读物。“针对开学季，金华市店参与了浙江省新华书店美团平台满 59-10 元的优惠活动，并获得了平台流量支持。此外，在美团店铺我们设置了极其清晰分类，如‘热销教辅必读读物’‘启航学习包’‘新课标学生阅读’等，便于读者快速找到所需图书，提升用户体验。”

（来源：中国出版传媒商报）

探索公园书吧的更多可能性

深圳荔湖书苑深度融合自然生态与阅读文化

由深圳出版集团有限公司与深圳市城市管理和综合执法局共同打造的荔湖书苑，近日在风景如画的荔枝公园内正式开业。

《中国新闻出版广电报》记者日前走访荔湖书苑时了解到，作为深圳出版集团有限公司旗下深圳市深版文化商业管理集团有限公司运营的第四座公园书吧，荔湖书苑以创新实践进一步探索了“城市公共文化空间+”新模式，是运营单位践行“城市文化空间筑梦师”理念的生动体现。

融合湖光书影

荔湖书苑总面积约 1000 平方米，以“书院·水廊·云阁”为轴线，形成“一轴三区”布局，串联各功能区域，增强空间叙事性。记者在这座公园书吧看到，它突破了传统实体书店的定位，精心规划了图书阅览零售、深版咖啡工坊、美学生活体验、城市文化客厅、特色融合餐饮等多元功能分区。在荔枝公园附近上班的李雅清利用午休时间前来阅读，她在接受记者采访时表示：“荔枝公园新开放的荔湖书苑，将阅读、咖啡、文创与湖景融为一体。这里既能遮阳避雨，又能欣赏湖景，还能在翻阅书籍中放松身心。”

在图书阅览零售区，荔湖书苑提供各类书籍及文创产品。从选品来看，与深圳相关的书籍设有专架，涵盖深圳文化、本土作家及深圳出版社精选书目，其余选品主要集中在经济管理、科技

科普、心理励志、文学等领域。深版咖啡工坊别称“荔·知 Bistro”，除提供咖啡、茶饮外，也是深圳出版集团公园书吧产品线中迄今唯一提供全餐饮服务的空间；城市文化客厅又名“雅集”“荔影东轩”，是举办主题沙龙、展览对话等文化活动的区域；美学生活体验区分为“林间”“湖韵西榭”两部分，作为亲水平台与休闲区域，为市民读者提供了体验深圳版“小鸟天堂”的理想场所。

“作为一家公园绿地中的书吧，它既是新型阅读空间的实践探索，也是深圳公园城市山海连城计划中的文化明珠。”深圳市深版文化商业管理集团有限公司书吧运营中心总监张华介绍，这里打破了传统书店的边界，融合阅读、咖啡、美学、餐饮与文化沙龙，构建了一处生态与人文交融的城市滨水公共文化空间。

融合多元业态

荔湖书苑依傍荔湖，坐拥葱茏的自然景观，将生态共生、文化传承与创意生活融为一体，致力于成为美学设计与城市生态共融的标杆式文化地标。据介绍，书苑目前展销图书 1100 种共 4000 册，不仅满足市民多元化的阅读需求，提供高质量的文化体验，也让“人与自然和谐共生”的深圳篇章融入日常，成为看得见湖光的生活场景。深圳市深版文化商业管理集团有限公司董事长张珂表示，这座以“湖光书影·岭南新韵”为主题的公园书吧，是深度融合自然生态与阅读文化的公共空间，其正式开放标志着深圳市“公园书吧”文化品牌矩阵的进一步完善，也成为“山海连城 绿美深圳”生态理念在城市文化建设中的生动实践。

除精神滋养外，荔湖书苑还积极探索多元融合运营。深圳市

深粮控股股份有限公司与深圳出版集团有限公司合作，在荔湖书苑共同打造“文化粮站”品牌项目，构建了融合“粮食+文化”的复合体验空间，实现“物质食粮”与“精神食粮”的双向滋养。特设的“深版×深粮”主题展区推出“文创·餐桌温度”“文创·节气礼盒”“文创·飘香茶礼”等系列产品，展销“喜米”“小粮仓”等文创产品，为荔湖书苑营造出独特的人文氛围，深入诠释“粮食+文化”的融合理念。

荔湖书苑宛如一座悬浮于水上的幽静园林庭院。给记者最深的印象是，几乎每个阅读座位都能眺望湖景，仿佛整个湖畔都是旷野中的“书房”。碧湖在建筑间静静流淌，坐在书苑中，惬意的氛围让人心情沉静。“公园书吧作为出版发行业在全民阅读推广领域的前沿探索载体，通过场景嵌入式开发、功能复合化集成、服务普惠性供给三重创新，构建了公共文化服务与新型阅读空间深度融合的新形态。”深圳出版集团有限公司党委书记、董事长唐汉隆如是说。

融合阅读+文旅

荔湖书苑是深圳市深版文化商业管理集团有限公司继莲花山公园紫陌书吧、深圳湾公园迁鸟书吧、深圳湾公园白鹭坡书吧之后，建设运营的第四座公园书吧。多位受访的出版发行业从业者表示，公园书吧业态的兴起，既契合当下读者的需求，也拓展了阅读服务的空间场景，为实体书店服务读者提供了运营模式参考。

据了解，荔湖书苑由荔枝公园原有书吧改造而成，“公园+

书吧”的创新模式以“小而美”的新型阅读空间，为市民读者带来自然与人文相结合的体验。据统计，自开业以来，荔湖书苑已接待读者 1.5 万人次。“建设公园书吧不仅要因地制宜融合自然景观与人文元素，还要充分考虑所覆盖的主流客群，实现从单一图书销售场所向文旅体验目的地的转变。”唐汉隆介绍，深圳出版集团的书吧产品线主要包括百姓书房、公园书吧、高校书吧、商圈书吧、社区书吧等几大类，公园书吧产品线始终在探索出版、阅读与文旅的融合发展路径。作为新型阅读空间业态，文化服务是构建这一场所的基本骨架。

在深化全民阅读活动、推动文旅融合的背景下，荔湖书苑持续探索“城市公共文化空间+”新模式，以出版发行业为主力，整合多方资源，不断壮大“实体书店+公园”全民阅读推广共同体。唐汉隆认为：“新型阅读空间建设要实现公共文化服务与市场商业运营之间的价值平衡，其场景化运营最终要将内容价值、空间价值、服务价值转化为良好的社会效益与现实的经济效益，实现文化与经营双向促进的良性循环。”

（来源：中国新闻出版广电报）

国内首家科幻书店“量子书局”落户苏州

11月1日，量子书局落户暨“2025科幻中国展”开幕仪式在苏州圆融时代广场举办。“量子书局”是国内首家以科幻为主题的互动体验书店，由北京元宇科幻未来技术研究院参与建设。书店汇聚了刘慈欣等国内头部科幻IP资源，在长三角地区具有独特的文化辨识度。

项目落户园区后，将每年举办不少于4场知名作家见面会，并常态化开展科普讲座、粉丝见面会等活动。“量子书局”的落地，是科幻文化与城市书香气质的双向融合，将为园区注入更多未来感与想象力，进一步提升城市文化品位与创新气质。

此次举行的“科幻中国·元宇创想科幻科普展”汇聚了国内顶尖科幻资源，由北京元宇科幻未来技术研究院与巨鲸天空（北京）文化创意有限公司联合打造，以前沿科技与艺术匠心，将科幻大师笔下的浩瀚宇宙与未来世界，从文字化为可感的沉浸式体验。展品包含中影授权《流浪地球》电影道具复刻、David韩、齐兴华等国内外成熟艺术家的科幻题材创作，科幻创作大赛少年组作品、中国的原创机甲、光影秀：星球的诞生与消亡等。

未来科幻中国展还将每年举办2场全国巡展，为参观者领略科幻作家笔下浩瀚宇宙和未来世界，营造可触可感的沉浸式体验。展览的开幕，为“书香园区”注入了硬核科技感与未来想象力，让阅读突破传统边界，让文化传播更具创新活力，将进一步丰富园区文化消费场景。（来源：中国出版营销周报）

长春首座万米级文化复合空间将启幕

吉林省新华书店集团倾力打造的长春首座万米级文化复合空间——“这有书”书店，即将启幕！作为融合“图书、文创、美学、社交”的城市文化新地标，书店以“空间即内容、阅读即生活”为核心理念，重新定义长春文化消费体验。

书店位于长春市东南湖大路，总面积1万平方米，以“无界阅读”设计融合图书与美学：自然光线透过高挑举架，原木书架搭配艺术装置，宛如流动的文化博物馆。店内精选4万种、20余万册全品类图书，设商务印书馆、中国国家地理、吉风文韵名家等特色专区，更还原延安新华书店旧景，让文化传承触手可及。

这里不只是书店，更是“文化生活综合体”：文创美学区汇聚“新华吉品”，特色咖啡空间提供沉浸式阅读氛围，还有全国首家哆啦A梦主题书店、24小时“深夜书房”；多功能文化客厅定期举办沙龙、展览，成为城市文化交流新据点。

（来源：吉林日报）