

阅读在身边

语言产生、结绳记事、文字出现、印刷术发明……，阅读作为思想知识传播的媒介陪伴着人类的成长和进步，为我们开启了一扇又一扇智慧之窗，优秀的文化和璀璨的文明在阅读中得以传承。



ISBN 978-7-5077-4240-4



9 787507 742404 >

定价：60.00元

编 委 会

主 编 邓菊英

副主编 高 莹 虞 敏

编 辑 (按姓氏笔划排列)

于景琪 许 凯 权菲菲

李海虹 芦 捷 吴洪珺

高 莹 虞 敏



序 言

语言产生、结绳记事、文字出现、印刷术发明……阅读作为思想知识传播的媒介陪伴着人类的成长和进步，为我们开启了一扇又一扇智慧之窗，优秀的文化和璀璨的文明在阅读中得以传承。高尔基将书籍比作人类进步的阶梯，阅读则架起人和书籍之间的桥梁，引领我们徜徉在知识的殿堂。

2012年4月发布的“第九次全国国民阅读调查”结果显示，2011年我国18-70周岁公民人均纸质图书阅读量为4.35本，远低于韩国的11本，法国的20本，日本的40本，以色列的64本；接近六成的18-70周岁公民认为自己的阅读数量较少或一般，有六成以上公民希望当地有关部门举办阅读活动。朱永新曾指出，一个民族的精神，一个民族未来的发展，在很大程度上取决于这个民族对阅读的热爱程度，因为一个人的思想发育史就是一个人的阅读史，一个人的气质和社会责任感，在很大程度上决定于这个人是不是能认真读书，不同的国家和不同的民族，其竞争力也取决于国民的阅读状态。犹太民族被誉为世界上最爱读书的民族，只占世界人口0.2%的犹太人获得过29%的诺贝尔奖，这在一定程度上验证了阅读在民族的心理和精神方面的重要作用。

读书是中华民族优良传统之一，几千年来炎黄子孙延续着尊重书籍、尊重知识的民族传统和品格，即使面对信息技术的巨大冲击，这一民族传统也没有发生根本改变。图书馆作为“没有围墙的大学”和“终身学习的学校”，肩负着保障公民阅读权利，集散知识、开展教育、传承文化的历史使命。中

动内容贴近百姓生活，服务大众。2009年以来北京市文化局采取转移支付的方式加强对区县文化项目经费的支持，其中的基层图书购置经费，专门用于购置图书和开展阅读活动。

《阅读在身边》出版过程中，得到了北京市文化局、北京市各区县图书馆、学苑出版社的大力支持，在本书付梓之际向给予本书大力支持的单位、组织和个人致以诚挚感谢。

全民阅读是一项长期工程、基础工程和国家工程，全民阅读推广工作任务重而道远，这其中离不开政府、出版界以及社会力量的支持和参与。首都图书馆愿与全国各界同仁共同推动全民阅读活动发展，通过交流与互动，培育国民阅读习惯，提升全民族综合素质。



目 录

城市阅读

“首图讲坛”品牌建设概说	2
深深根植于孩子们心田的北京市红领巾读书活动	9
书海听涛观潮 导引深度阅读	
——兼谈图书馆读者活动策划与创新	12
享受阅读 成就梦想	
——探讨崇文图书馆读者活动的成功经验	18
沐浴书香 品味西城	
——记北京市西城区图书馆全民阅读活动	22
书香润宣南 文明入人心	
——西城区宣武图书馆开展“全民阅读”活动回眸	28
引导阅读 让书香飘满朝阳	34
海淀区图书馆全民读书活动实践与探索	41
书香丰台 文化惠民	
——浅谈“全民阅读活动”的开展及推广	50
乐享阅读 精彩无限	
——石景山区图书馆阅读活动蓬勃开展	56

关注阅读 服务社会	
——门头沟区全民读书活动总结	62
房山区图书馆“全民阅读”活动	68
深化全民阅读活动 丰富百姓精神文化生活	
——通州区图书馆开展全民阅读活动中的一些做法和体会	73
撒下希望的种子 育出丰硕的成果	
——通州区图书馆开展科普活动的一点体会与做法	77
推进全民阅读 打造书香绿港	
——顺义区图书馆“全民阅读”活动实践经验	82
因地制宜 拓宽模式 营造“书香大兴”文化氛围	
——大兴区全民阅读活动工作经验交流材料	87
以“红读”活动为载体 积极为未成年人健康成长	
营造良好社会环境	92
扎实开展大众读书工程 规范管理 注重实效 争创特色	
——平谷区“农家书苑”建设活动案例	99
全民动员 人人参与 快乐阅读	
——记怀柔区图书馆全民读书活动	104
密云县图书馆全民阅读活动	110
推动资源利用 加强文化传播	116
全民阅读活动的现状与思考	
——西城区青少年儿童图书馆开展全民阅读活动的多点尝试	119
孩子们活动的乐园	
——石景山少儿图书馆全民阅读活动	125
倡导阅读 指导阅读 服务阅读	
——朝阳区少儿图书馆活动概览	130
在阅读中学习 在参与中提高	135
社区图书馆读书活动策划初探	138

“借”书育人 搭建阅读平台	
——记西城区德胜社区教育学校图书馆全民阅读活动	141
文化孕育力量 知识点亮人生	
——记大栅栏分馆全民阅读活动	144
以民俗文化为核心突出地域特点	
发挥民俗图书馆优势开展“全民阅读”活动	148
乐享阅读 精彩无限	
——居民读书的好去处	152
书香安贞 阅读与文明同行	156
坚持群众主体 突出品牌引领	
——平房地区全民阅读进入社会推进新阶段	161
倡导阅读 推动镇域文化事业大繁荣	
——顺义区龙湾屯镇全民读书活动工作总结	166
繁荣农村文化 服务农村产业	
——怀柔区琉璃庙镇 2011 年全民读书活动经验探讨	169

研究探索

浅议公共图书馆推广经典阅读的意义与对策	174
公共图书馆在倡导全民阅读中的使命	180
新媒体在图书馆读者活动宣传推广中的应用	
——基于东城区第一图书馆为个案的分析	186
传统的灯谜活动 快乐的阅读享受	
——记石景山区图书馆灯谜读者群活动	194
少儿阅读活动中的合作与分享	
——以首都图书馆为例	199
绘本阅读 让孩子悦读	
——少儿图书馆开展绘本阅读的探讨	206

生命的意义在书香中升华	
——对“书香生日”阅读体验的思考	213
大力推广全民阅读活动 向世界看齐	222
全民阅读之策	229
浅谈图书馆征文活动的特征与意义	
——以东城区第一图书馆为例	236
浅析以图书馆为媒介 推行儿童阅读指导计划的优势	241
浅谈少年儿童阅读指导工作	249
乐享阅读 精彩无限	
——青少年图书馆信息阅读活动与现代服务	255
对青少年应用搜索引擎的几点思考	259
充分发挥公共图书馆的优势 开展学生课外阅读活动的	
实践与思考	265
绘本与亲子阅读的约会	271
关于小型公共图书馆阅读活动的探讨	277
乐享阅读 精彩无限	
——公共图书馆推动全民阅读的策略探讨	284
推动全民阅读 提高全民素质的思考与建议	291
浅谈公共图书馆阅读指导工作	298
浅析图书馆如何开展阅读指导和阅读活动	304
怀柔区图书馆依托基层开展全民读书活动推广研究	308
让读书成为一种生活方式	313
浅谈移动阅读与公共图书馆信息服务方式	319
公共图书馆讲座活动品牌的策划	
——以东城区图书馆“书海听涛”为例	324
阅读悦精彩	
——怀柔区图书馆开展全民阅读活动的心得体会	332



阅读在身边

城市阅读

“首图讲坛”品牌建设概说

首都图书馆 王海茹

2001年，首都图书馆开始不定期推出文化艺术类讲座。2003年新年伊始，首图正式推出乡土课堂，每周六上午准时与读者见面，此后又出现了文化艺术专题讲座、工艺美术主题讲座、健康课堂、上品课堂、尚读沙龙、政法干部大讲坛、首都科学讲堂等。“首图讲坛”通过强化策划能力、开设高端公益品牌、开发宣传途径，打造品牌内涵及影响力，从重规模到重品质，从重参与到重阅读推广，“首图讲坛”焕发出蓬勃活力，成为百姓的社会课堂。“首图讲坛”配合时势及社会热点，以道德修养、历史文化、科学普及、文艺欣赏等内容为主要的选题领域，邀请到包括诺贝尔获奖大师在内的各领域专家学者为读者举办免费专题讲座，并辅以市民生活中养生、婚姻家庭等内容。首图讲坛的“乡土课堂”、“特别策划”、“尚读沙龙”、“首都科学讲堂”、“健康课堂”、“上品课堂”、“成长课堂”等系列周周举办，截至2011年年底，共举办读者活动7000余场，参与读者350万人。一大批忠实读者把它看作生活的一部分，受到百姓的欢迎。

一、根据图书馆功能定位和市民需求，“首图讲坛”勇担社会职责，以“读者为本”为宗旨，致力于提升讲座内涵

“乡土课堂”是首都图书馆2003年1月4日开始创建的讲座品牌，该品牌自创建之初就确立了向市民普及乡土知识、弘扬科学精神、传播科学思想、倡导科学方法的主旨，通过积极发挥首图北京地方文献的资源优势，充分利用首都地区的学术人才优势，对北京市民进行乡土教育。讲座内容从鸟巢到永定门，从建城到建都，从帝王之家到胡同四合院，带领市民穿梭于古今之间，徜徉于北京的街头巷尾，陶醉于独特的京味文化之中。“乡土课堂”讲座内容丰富多彩，同时兼具系列化、系统化的特点，使讲座内容经纬

相织，为市民了解北京文化搭建了一个系统而完整的平台，为和谐社会建设积聚了人文力量，同时对全国的乡土教育起到了良好的示范作用。

“乡土课堂”凭借特色鲜明的主题、免费听讲的公益性质、权威专家主讲的立足定位、细致严谨的组织策划，带给读者如沐春风的感受，赢得了良好的社会口碑和社会赞誉，被媒体誉为“人文历史文化大餐”。“乡土课堂”对全国的乡土教育起到了良好的示范作用，对北京市乡土文化的传承和传播做出了卓有成效的贡献。在此基础上，“乡土课堂”又将自己的讲师队伍推荐到山西图书馆、上海图书馆等兄弟省市图书馆，积极搭建全国乡土文化教育的资源共享平台。

二、策划能力决定讲座品牌的品质和高度，“首图讲坛”以提升策划能力为突破点，提升讲座层次和规模，迅速焕发出蓬勃活力

讲座是由主讲嘉宾、读者、工作人员组成的现场，讲座是文化信息交流的平台。对于读者、讲师、讲座的尊重和有效关联决定了讲座的指向性、开放性、客观性和中正性，而这个有效关联的实质就是一个品牌的策划能力。首图讲坛充分考虑读者需求、专家特点、首图定位等因素，找到最佳结合点，策划出专家能讲、读者愿听、图书馆愿做的三合一讲座。近年来，“首图讲坛”不断加强讲座的策划深度，以开放的姿态欢迎一切有独立研究成果及切身实践体会的专家学者，甚至是非专业人士做客首图讲坛，为读者带来新知识、新信息、新观点。讲座内容上，人文地理、经济社会、科学艺术、百姓生活等无所不含，充分满足了公众的精神需求；讲座数量上，“首图讲坛”每年讲座数量达200余场，几乎天天有讲座；听众层次上，上至领导干部，下至普通百姓，都能在适合各自需求的讲座中受益。

加强策划能力的一个重要保障是建立首图讲坛的讲师队伍。经过三年的摸索、总结、积累，“首图讲坛”已经积累了固定的受众群与讲师资源，建立了讲师资源库，讲师推荐机制，拓宽了合作机构的范围及数量，以保证讲师资源的质量与数量，如今“首图讲坛”与北京史研究会、北京师范大学、北京市科协、北京社科联、北京市考古协会、中国社科院、北京市科协、中

国图书评论、商务印书馆、广西师大出版社等多家单位密切合作，共同策划讲座选题。

提升策划能力的另一重要保障是建立有效的讲座组织管理工作。一场讲座的成功举办涉及策划选题、联系主讲嘉宾并对讲座内容进行有效沟通、发布讲座信息、现场秩序维护、搜集读者反馈信息等，是一项十分复杂和繁琐的工作。一个讲座品牌常年的成功组织，需要组织者付出大量的智慧和心力，选题策划、筛选、联系主讲嘉宾、宣传品设计、现场秩序维护及读者服务等一系列的环节，都要落实到具体的工作人员身上，做到时时有人在，事事有人管，每一场讲座都是团队作战和集体智慧的体现，既有具体分工，又要团结协作。

三、通过开辟主题化、专题化、系列化的大型系列讲座，“首图讲坛”不仅呈现完整性、系统性的特点，更因其深度和广度而在国内讲座中成为最具特色的品牌之一

自 2008 年至今，“首图讲坛”推出了 20 余项特色主题讲座活动：“改革·人·开放”——纪念改革开放三十周年特别主题活动、“解密尘封档案 撩开历史帷幕——纪念北平和平解放六十周年”、“走近故宫”、“中国变化”、“阅读人生”、“女人可以不得病”、“气质美女修炼营”、“寻找北京文明的足迹——名人故居”、“考古探秘”、“职业揭秘”、“经典重读”、“关爱女性健康”、“寻找天桥”、“信仰的力量”、“回望辛亥”、“博物馆之旅——文物古建篇”、“古典吉他沙龙”、“论语掂谈”、“说茶”、“我谈老年人的体育生活”，均受到听众的欢迎，场场座无虚席，尤其是“走近故宫”系列讲座，每场读者都达到 500 余人。由于主题系列讲座主题突出、系统完整、深入浅出而受到读者和社会各界的好评，也受到多家媒体，如中国文化报、北京青年报、北京晚报等追踪，争相登载讲座文稿。

表一：“首图讲坛”媒体节选式报道(2011年1月-10月)

时 间	题 目	媒体名称	刊登版面
1月7日	首图讲坛：少年郭开贞痛遭“五牛崩尸”	北京晚报	44版
1月10日	首图讲坛：陈丹青：我为什么写作？	北京青年报	B7版
1月14日	首图讲坛：异国婚姻唤醒文学冲动	北京晚报	44版
1月17日	首图讲坛：柳红：了解哀痛的人，知道如何活下去	北京青年报	B12版
1月21日	背水东瀛：郭沫若痛戒轻狂	北京晚报	44版
3月4日	首图讲坛：明代北京城营建中的土木采办	图书馆报	A04版
3月11日	首图讲坛：落日余晖：1928-1937年北京的文化背景	图书馆报	A04版
3月18日	首图讲坛：从北京河流变迁看城市可持续发展	图书馆报	A04版
3月18日	首图讲坛：兴起始于战争 重现出自廊坊——鼓楼商业街区自古突出休闲特色	北京晚报	44版
4月1日	首图讲坛：荷花市场能“辟邪”	北京晚报	五色土 44版
4月22日	首图讲坛：冯六爷击掌提醒梅兰芳：为什么大家都愿为梅兰芳提建议	北京晚报	五色土 44版
5月6日	首图讲坛：努尔哈赤15世孙的天桥故事	环球人物	71-73
6月1日	首图健康课堂：了解食品细节 把握健康“主动权”	中国学生健康报	5版
6月3日	首图讲坛：大刀王五与源顺镖局不得不说的故事	图书馆报	A04版
6月17日	首图讲坛：李鸿章奏折看晚清风云	北京晚报	44版
6月24日	首图讲坛：“痞子手段”挤走戈登	北京晚报	44版
7月1日	首图讲坛：民间收藏与文物进出境学问大	图书馆报	A04版
7月8日	首图讲坛：穷人的孩子“被”当家	北京晚报	44版
7月13日	物种告急，我们怎么办？（原声讲堂）	北京青年报	C4版
7月18日	不一般的“暗物质”（讲坛文摘）	北青网、 北京科技报	
8月5日	第二次鸦片战争后北京镖局如雨后春笋	北京晚报	
8月12日	首图讲坛：镖局成了“山大王”招待所	北京晚报	44版
9月2日	首图讲坛：教育小皇帝 慈禧有遗诏	北京晚报	44版
9月5日	“末代皇帝”溥仪所受的帝王教育及其影响	腾讯网	腾讯教育
9月5日	科学讲堂：元冲洗：迷上中生代小兽	科技生活报	54页
9月9日	首图讲坛：庄士敦万年办起皇帝厅	北京晚报	44版
9月16日	首图讲坛：一本小说一辈子	北京晚报	44版
9月25日	鲁迅作品不适合进教科书？“他不希望别人学习他”	东方早报	

四、首图讲坛积极探索分众化服务、精细化服务，拓展讲座的服务深度和力度

讲座的实质是社会公共文化空间的一部分，是全民阅读推广的一种重要形式。在大量的读者调研的基础上，“首图讲坛”在 2010 年度推出了尚读沙龙，在 2011 年推出了首都科学讲堂、首都政法大讲堂，首图讲坛这一品牌开始出现分众化、精细化服务，切实做到以读者为本，推动全民阅读发展。

“尚读沙龙”邀请社会名家携新书新作做客首图讲坛，对于讲座嘉宾和入选图书都有严格的筛选标准，王蒙、陈丹青、张大春、王海鸰等作家和学者纷纷莅临首图讲坛，与首都读者交流他们最新的创作心得和研究体会，首图讲坛犹如学者名人和普通大众之间的一座桥梁，促进他们之间的互动，更推动全民阅读的深入发展。

“首都科普讲堂”是首图承办的高端科普系列讲座，该系列讲座邀请的主讲嘉宾 80% 以上为院士，他们带着最新的科学研究成果，以最通俗和生动的语言向首都市民进行科普宣传。自 2011 年首图承办此系列讲座以来，吸引了广泛的人群参与，几乎场场火爆，为首都科普发展做出实绩。

北京市政法委与首都图书馆于 2011 年 5 月联合举办“首都政法大讲堂”。这一子品牌旨在充分发挥首都图书馆的社会教育职能，为北京市政法系统局级领导干部开辟一条便捷、快速、高效的社会学习途径。该讲堂以拓展领导干部视野、增强治国理政能力为宗旨，邀请历史、哲学、文化、民族、宗教、艺术、经济等领域的知名学者和社会精英人士解读相关领域的基础理论，同时兼顾前沿、热点问题，为政法系统局级领导干部提供一种新的思维、理念与视角。截至 2011 年年底，共举办讲座 8 场，接待局级干部 3500 多人次，受到广泛好评。

五、打破课堂式的封闭空间，“首图讲坛”积极开发讲座新职能和服务新形式，以鲜明的开放性建立建设推动全民阅读发展的立体阅读模式

首图讲坛选取的主题更丰富，活动形式更多样，沙龙、座谈、放映均已成为首图讲坛的策划选择，一切讲座活动均以满足读者的需要为目标，听众

的满意度和活动的传播度成为首图讲坛的终极目标。随着讲座水平的提高,读者的需求和层次也在提高,所以围绕讲座开展立体阅读活动成为首图讲坛的又一发展特点。2005年,配合奥运文化讲座,“首图讲坛”推出了首图奥运主题展。这二者合力成为图书馆宣传奥运文化的一大亮点。其中,《北京奥运会形象元素图文展》等4期“奥运文化系列展”及“奥运文化收藏展”不仅在首图及各个区县图书馆、社区图书馆、公园、敬老院等地展出,同时也进行了全国范围巡展的推广、外联和组织工作。该展览在馆内外展出83场,受众75000余人。此外,自2010年度开始,“首图讲坛”配合讲座的开展,还开辟了针对讲座内容的荐书服务,为参与讲座的读者开展阅读引导。2011年,“首图讲坛”进入听众差别定位阶段,对社会大众按年龄按知识结构分别策划不同主题的活动,不断创新使“首图讲坛”日益丰满并充盈着人性关怀。

六、通过开展有效的宣传推广,首图讲坛不断培育品牌知名度和 社会影响力,以各种途径积极推进讲座所惠及的广度和深度

第一,信息直送和海报推广。为了吸引更多的人适时地参与讲座,自2008年开始首图讲坛采取了主动式信息送达方式,其中两个最主要的途径是海报制作和信息发布。首图非常注意积累读者服务信息,根据读者需求以电子邮件方式发送首图活动信息。另外,根据调研比较,首图提高了海报制作质量并扩大了张贴范围,通过和街道、院校合作,把首图讲座信息海报张贴到社区和校园,方便读者就近适时获取相关讲座信息。

第二,与媒体合作,宣传讲座品牌。自2008年开始,首图讲坛讲座信息定期在北京晚报、北京青年报、新京报等媒体上刊登。随着讲座品牌影响力的扩大,“首图讲坛”部分讲座的演讲实录开始在京城报纸、广播中登载、播出。优秀的讲座资源结合现代传媒的优势,“首图讲坛”在更大范围、更深程度上传播了优秀而先进的文化,社会影响力得以提升。

第三,开发衍生产品,深化讲座服务成果。“首图讲坛”以图书、光盘、网络直播等多种形式为市民打造立体的讲座知识获取渠道。对讲座衍生品的开发可以深化讲座服务成果,有图书结集出版、编制音视频光盘和开发

深深根植于孩子们心田的北京市红领巾读书活动

首都图书馆少儿阅读活动中心

1982年，国家教委、共青团中央、文化部、新闻出版总署共同组织发起“全国红领巾读书读报奖章活动”，北京市积极响应，组织开展“北京市红领巾读书读报奖章活动”（以下简称北京市“红读”活动）。长期以来，北京市“红读”活动以阅读为基础，搭建知识的平台，不断满足少年儿童的阅读需求；以活动为载体，全面促进青少年的健康成长。它每年以鲜明的主题、丰富的内容、生动有趣的形式吸引数十万少年儿童的参与。经过30年的努力，北京市“红读”活动形成了自己的风格和特色，成为品牌活动。它与家庭教育、社会教育、课堂教育相融合，深受广大少年儿童、学校、家长的喜爱。

一、各级领导的重视、专项活动的经费、健全的工作网络，是推动“红读”活动深入开展的保证

北京市的“红读”活动是由少先队北京市工作委员会、共青团北京市委员会、北京市教育委员会和北京市文化局4家单位联合主办。2006年，随着首都精神文明建设委员会办公室作为主办单位的加入，北京市“红读”活动主办单位增加到5家。每年主办单位都将这项工作列入到各自工作日程上，并由相关的处室和专人负责；每年由承办单位草拟的“红读”活动方案征求各主办单位意见，达成共识后联合会签；每年主办单位负责人还对“红读”活动工作给予指导，积极参与各赛事的评比，参加“红读”活动推荐书目工作。

首都图书馆（北京市少年儿童图书馆）作为“红读”活动的承办单位，一直以来把“红读”活动当成全馆的一件大事来抓，并在人财物上给予大力支持，以保证活动的顺利开展。活动办公室下设在少儿阅读活动中心，它在整体活动中起着承上启下的作用。一方面，要及时了解上级单位的指示和意见，另一方面又要随时掌握基层单位的具体情况。做到有问题及时请示汇

报，上下不脱节，使“红读”活动能够有条不紊地进行。

每年参加“红读”活动的学生都在几十万人，只靠承办单位组织是根本无法进行的。为此，我们注意调动各区、县图书馆的积极性，争取各馆配合，做到各区县都有“红读”活动办公室，组建了由市、区（县）、学校共同合作的，层次清楚、协作有序的工作网络，尽管“红读”活动涉及面广，参加工作的单位行政隶属各不相同，但执行起来都在为未成年人活动保驾护航。

二、与时俱进，转变观念，不断创新，精心策划组织符合未成年人心理和生理特点的读书活动

1. 活动形式的改变

随着新技术和新媒体的出现，北京市“红读”活动的组织形式也由最初的征文、演讲、手抄报、知识答卷、现场知识竞赛等形式转变为科普短剧、网络智力大挑战、网页制作、动漫画、图书捐赠等形式，由于活动符合当前未成年人的兴趣和爱好，因而吸引了大批爱好者参与其中。

2. 参与活动对象的角色转变

近年来，我们组织策划活动时，更多地侧重学生的自主意识，让原来只是单纯参赛的同学，借助“红读”活动这个平台，积极融入其中。如每年举办的科普短剧比赛，就要求参赛作品全部由学生来自编自导自演，通过这种形式让他们得到锻炼和实践，明白自己不仅仅是一名参赛者，还是组织者、设计者、编者。

3. 活动地域范围的延伸

一直以来，北京市“红读”活动服务于本市的中小學生及来京务工人员子女，活动从城区到乡村，遍及全市 16 个区县。2007 年首都图书馆在策划读书活动方案时，与上海市少年儿童图书馆达成合作意向，利用双方资源，通过网络，组织开展“京沪少儿网络智力大挑战”活动，这是北京少年儿童第一次与外省市少年儿童的竞技赛事，取得了意想不到的效果。同年，在北京 2008 年奥运会召开倒计时一周年之际，我馆联合奥运会协办城市（上海、天津、沈阳、青岛、秦皇岛）的图书馆，共同举办了“童心系奥运——六城市红领巾奥运现场知识竞赛”，活动在北京电视台录播。并得到了北京奥组