五洲传播出版社发布多种新书 推动中国文化国际传播

中国出版传媒商报讯 8月21日，五洲传播出版社与美国圣智学习出版集团在京举行“中文世界”儿童阅读文库新书发布会，中宣部副部长蒋建国出席并见证项目首批50本新书发布。中宣部对外推广局局长张雁彬、对外推广局副局长李智慧、进出口管理局副局长张泽辉，中国少年儿童新闻出版总社社长孙柱，接力出版社总编辑白冰等出席活动。

去年BIBF期间，五洲传播出版社与圣智学习集团成立了“中文世界”儿童阅读文库出版联盟，正式启动该项目。一年时间里，五洲与圣智联手整合国内十余家出版社优秀的儿童图书内容资源，出版了第一批50本项目成果。五洲传播出版社社长陈陆军表示，五洲与圣智作为该项目的发起方，充分利用双方各自优势，打造了最强大的团队，希望通过此次合作使中国童书在全球童书市场受到更多关注。圣智学习出版集团国际业务总裁亚历山大·布洛赫表示，圣智及五洲将加快签约和出版的步伐，争取尽快达成双方期待的出版规模。

8月22日，“外国友人中国诗暨‘中华之美’丛书首发式”活动举行。由五洲传播出版社出版的“中华之美”丛书是中华优秀传统文化传承发展工程支持项目，旨在推动中国优秀传统文化的国际传播，与中外读者共享中华之美。该丛书选取自《诗经》以来的中国古典优秀韵文作品，配以与诗意相应的中国传统绘画，按时代分为8个专题，推出汉英、汉西、汉法对照3个文版，共24分册。主要译者、已98岁高龄的许渊冲，以VCR的方式表达了与广大读者朋友共享中华文化之美的愿望。 （张聪聪）

文学读物编辑专业委员会换届

中国出版传媒商报讯 8月20日，中国编辑学会文学读物编辑专业委员会换届大会在京举行。中宣部出版局副局长许正明，中国编辑学会会长郝振省，中国编辑学会副会长兼秘书长乔还田，人民文学出版社社长臧永清、中国编辑学会科技专业委员会主任郭德征、美术编辑专业委员会副主任张友元、报纸编辑专业委员会秘书长朱霞，《中国编辑》杂志社常务副主编李文玲及来自各出版机构的36位理事参加会议。会议由中国编辑学会副会长孙文科主持。

新当选的中国编辑学会文学读物编辑专业委员会主任臧永清表示，新一届文学读物编辑专业委员会的新任务和新使命主要有四方面：高度重视文学出版的导向问题；不断提升自身工作水平，努力打造文学、文艺精品；高度重视编校质量，不断提升文学编辑的知识水平和业务素养；共同抵制粗制滥造的出版物流向市场。 （张 聪）

周晴新作《像雪莲一样绽放》亮相

中国出版传媒商报讯 近日，江苏凤凰少年儿童出版社在上海举办知名儿童文学作家周晴的《像雪莲一样绽放》新书发布会。中国寓言文学研究会会长孙建江，《解放日报》高级记者王晓鸥，江苏第二师范学院副教授姚苏平，《文学报》主编、著名儿童文学作家陆梅，《少年文艺》执行主编、著名儿童文学作家谢倩霓，儿童文学作家殷健灵，特级教师周益民出席发布会。

《像雪莲一样绽放》是一部现实题材儿童长篇小说，立足当下孩子的校园生活，通过新媒体将上海的孩子和西藏墨脱大山中的孩子相关联，写了上海女孩夏贝和外公一起帮助西藏孩子建造新学校，并结下了深厚友谊的故事。西藏孩子艰难而坚定的求学之路、援藏老师的奉献和大爱、夏贝外公的无私和果敢都是小说的亮点。作品情真意切，富有生活气息，贴近社会现实，唱响了一曲放下小我、融入新时代前进步伐之歌。 （禾）

新概念20年『正青春』

中国出版传媒商报讯 近日，现代出版社联合《萌芽》杂志社、中版文化传播（北京）有限公司共同举办“青春进行时——《少年游——第21届全国新概念作文大赛获奖作品选》《新概念作文大赛20年精选》读者见面会”。

上海市作家协会专职副主席、《萌芽》杂志社社长孙甘露，现代出版社总编辑吴良柱，《萌芽》杂志社副主编胡玮莳，第二届新概念作文大赛获奖者周嘉宁，第六届新概念作文大赛获奖者王若虚等参加活动。

本次见面会讲分为三个主题：《破题：新概念的发展回顾——20年，正青春！》《观点：青春文学与青春写作》《价值：〈新概念作文大赛20年精选〉的独特价值》。2019年2月，《萌芽》杂志社唯一授权的《新概念作文大赛20年精选》由现代出版社出版。这部精选集收入了每届获奖作文中最有影响力的一两篇作品。在新概念作文大赛的第21个年头，《第21届全国新概念作文大赛获奖作品选》也重磅发布。 （贝）

人卫社发布与Springer公司合作新书

中国出版传媒商报讯 8月22日，第26届BIBF期间，人民卫生出版社与Springer公司举行了中国原创医学著作合作出版编辑室签约仪式暨双方合作图书新书发布仪式及主编授聘仪式。中宣部进出口管理局副局长赵海云，人卫社董事长郝阳、总编辑杜贤、副总经理孙伟、董事长助理姬放，Springer公司图书总经理Niels Peter Thomas，中国工程院原副院长侯云德院士等90余人出席活动。

赵海云在致辞中表示，中宣部对人卫社与Springer公司未来的合作充满期待。郝阳提到，多年来，人卫社与Springer公司在联手向世界推广中国原创医学著作的合作中，增进了友谊，实现了互惠互利。Niels Peter Thomas表示，未来双方将出版更多精品专著和原创医学作品英文版，向国际读者介绍和宣传中国的医学成果。杜贤在为《中华传染病影像学》英文版上下卷发布仪式致辞时指出，该书的出版发行标志着中国感染与传染病影像学研究达到了国际领先水平，极大地促进和推动了该领域国际学术交流与发展。 （聪 聪）

“中俄文学作品互译出版项目”成果受关注

中国出版传媒商报讯 8月22日，由中国文字著作权协会和俄罗斯翻译学院主办的“中俄经典与现代作品互译出版项目”第一阶段总结及项目前景展望圆桌会议在2019BIBF举办。会议由中国文字著作权协会总干事张洪波主持，俄罗斯出版与大众传媒署副署长格里高利耶夫、俄罗斯翻译学院院长列兹尼琴科、北京大学俄语系教授赵桂莲、北京大学出版社外语编辑部主任张冰、俄罗斯海波龙出版社社长斯莫利亚科夫、黑龙江少年儿童出版社副总编辑华汉、华东师大出版社副社长龚海燕，以及来自中国社科院、北京外国语大学、天津师范大学等的出版界、俄苏文学专家参会。

“中俄互译出版项目”是中俄两国政府间的重要人文文化交流与合作项目，由中国国家新闻出版署（原总局）和俄罗斯出版与大众传媒署批准，中国文字著作权协会和俄罗斯翻译学院负责组织实施，两国数十位翻译家担纲翻译，二十多家权威出版机构参与。项目第一批百部图书至今已出版94种，第二批百种书目遴选也将启动。

记者获悉，根据中俄两国读者的强烈要求，双方将在两国政府主管部门的支持下，与译者和出版社协商尽快推出“中俄互译出版项目”电子书和有声书。近期开幕的莫斯科书展上，中国展台将举行中俄建交70周年中俄出版合作成果展，该项目将占据主要地位。 （张）

上海古籍社推出“唐宋诗词散文品读书系”

中国出版传媒商报讯 近日，由上海古籍出版社、上海悦悦图书公司共同主办的“‘唐宋诗词散文品读书系’新书发布会暨签售会”在上海举行。上海世纪出版集团副总裁毛文涛、上海古籍出版社社长高克勤、《中国诗词大会》总导演颜芳及上海悦悦图书有限公司董事长邹斌等出席发布会。

上海古籍出版社出版的“唐宋诗词散文品读书系”包括《唐诗三百首品读》《宋词三百首品读》和《唐宋八大家散文品读》，由《中国诗词大会》主要命题人、华东师范大学古籍研究所教授方笑一及他的父亲、华东师范大学中文系教授方智范共同编写。该套书系挑选注释的《唐诗三百首》《宋词三百首》和唐宋八大家散文，都是普及度极高，也极其权威的选本，一举囊括了唐诗、宋词与唐宋散文的精华部分。

书中对所选篇目都有注释、翻译和品读三个部分：注释要言不烦，提示难解字词；翻译通篇意译，帮助读者理解；品读提示关键，片言居要。 （穆）

北京汇林印务获人教社“印刷示范企业”

中国出版传媒商报讯 8月21日，人民教育出版社为中原出版传媒集团北京汇林印务有限公司“印刷示范企业”授牌仪式在京举行。

据人教社副总编辑魏运华介绍，人教社“印刷示范企业”的认定，有严格标准和规范程序。2016年，《关于加强和改进新形势下大中小学教材建设的意见》对《道德与法治》《语文》《历史》三科教材要求统一编写、统一审查、统一使用。为做好这项工作，人教社决定启动“印刷基地建设”和“印刷示范企业”认定，目的是提高印制工作的集中度、增强集约化、发挥示范引领作用。

中原出版传媒集团公司总裁王庆在挂牌仪式上强调，汇林印务一要珍惜荣誉、再接再厉。守牢中原出版人的初心和使命，继续保持昂扬的斗志、饱满的激情、务实的作风，发挥好示范引领作用。二要保持定力、激发活力，做到听令而行、听令立行、令行禁止。树牢高质量发展理念，不断激发活力，在环保和市场双重压力下，不断壮大企业核心竞争力，增强企业的抗风险能力，闯出新路，行稳致远。三要匠心苦守、务实重干。坚持苦练技艺、改革创新、脚踏实地，以克难攻坚，善打硬仗的闯劲、干劲和拼劲，为首都印刷产业的繁荣做出新的更大的贡献。 （董 琦）

国企改革40年砥砺前行

■ 赵黎黎

《国有企业改革40年》是“中国改革开放40年丛书”中的一本。该丛书主编韩保江是中共中央党校经济学教研部主任、教授；该书编著者高惺惟是中共中央党校（国家行政学院）经济学教研部副教授，经济学博士。《国有企业改革40年》系统地总结了中国改革开放40年来，国有企业领域改革开放的基本经验和重要成果，全面回顾中国40年来国有企业改革的发展历程，特别是十八大以来全面深化改革的重要举措和光辉成果。

国有企业改革在中国改革特别是经济体制改革的全局中，具有特殊重要的地位。纵观迄今为止经济体制改革的全过程，始终贯穿着国有企业改革这条红线。国有企业的改革过程既是波澜壮阔的，又是坎坷崎岖的，在此过程中，凝聚了许多有识之士的心血。国有企业从改革开放初期的放权让利、承包经营到建立现代企业制度，从破产关闭、重组并购到国有经济布局战略性调整，从三年改革脱困到做强做优做大、培育具有国际竞争力的世界一流企业，经历了不断探索、不断深化改革的历程，走出了一条中国特色的国企改革之路。

经过40年的改革，中国共产党带领全国人民坚持走中国特色社会主义道路，取得了举世瞩目的成就，我国国有企业管理体制与经营机制发生了深刻变化。一方面，国有企业对国民经济的控制力、影响力不断提高；另一方面，国有企业产权制度不断完善，国有经济活力、竞争力进一步增强。在新的历史时期，我们必须坚持正确的改革方向，坚定不移地推进国有企业改革，理直气壮地发展壮大国有经济。做强做优做大国有企业，发展壮大国有经济，对于发挥社会主义制度的优越性，增强我国经济实力、国防实力、国家竞争力和民族凝聚力，具有关键性作用；对于提高人民生活水平，实现共同富裕，保持社会稳定，建设中国特色社会主义，具有十分重要的意义；对于后起工业化国家实现“换道超车”，实现从跟跑到并跑再到领跑的巨大飞跃，具有十分重要的意义。

中央党校经济学部曹立教授和中国人民大学经济学院万方教授认为，《国有企业改革40年》一书学术性、系统性较强，具有较高的学术水平和独到的创新性，全面回顾了中国40年来国有企业改革的发展历程，其学术观点和理论见解，开辟了解读改革开放历史研究的新视角，对于专家学者及希望了解中国改革开放历史的读者来说，具有重要的学术价值和史料价值。该书紧密联系实际，具有较强的现实意义，提出了进一步深化改革的方向，展现了人民群众社会生活质量的不断提高，使读者在阅读中更加深刻地认识到改革开放对于推动社会经济发展和改善人民生活方面的巨大作用，并展望中国经济强国梦得以实现的光辉未来，以增强民族自信，更好地为祖国的繁荣富强做出贡献。《国有企业改革40年》不仅回顾过去，还展望未来，以过去40年的经验和教训，使我们更加坚定继续坚持走中国式改革与发展的道路的决心，增强了理论自信与制度自信，对于丰富和发展新时代中国特色社会主义具有重要的现实意义，为全面深化改革、早日实现中华民族的伟大复兴的中国梦提供了重要参考。

（上接第1版）

合肥新华书店三孝口店在暑期举办了曹文轩、汤素兰、商晓娜等知名作家签售会活动。该店策划部冯春宇介绍：“今年的营销活动在招募渠道上有了一定的创新，根据作家营销能力的不同设置内场座位价格。读者缴纳报名费后不仅可以获得内场席位，同时也可获得相应价值的图书，一方面保证了内场席位的入座率，另一方面也提高了图书的销售。”

陕西延安红色书店邀请了《路遥传》作者厚夫等11位本土作家举行签售活动，开展了“长江的孩子”少儿系列图书作家读者见面会。昆明书城举行了独木舟、肥志、杨红樱、陆志龙、二混子、大冰等作者见面会。

体验与游乐结合创造暑期消费热点

如何将学生、家庭的消费热点与营销活动相结合，实现书店联动、创造新消费点，成为不少书店暑期营销的思考方向。

职业体验、传统文化体验成为暑期营销热点。“小小图书员体验活动”历来是书店假期营销的重点活动之一，今年暑期也不例外，长春市新华书店、重庆书城、延安中国红色书店、昆明书城等均组织了类似活动。其中，长春市新华书店“小小售书员”活动自2018年开展以来，共计举办了27场，近500名学生参加，创收5万余元。该店项目拓展部主任何莉娜介绍：“暑假期间报名非常火爆，往往微信平台刚发布招募信息，马上就满员了。为了让活动更有体验感和特色，在‘小小售书员’流程上进行了调整，增加新内容，从书店介绍、图书整理、图书花样造型摆放、图书打包、图书介绍到图书销售各环节，都增加了学生的体验感。”

昆明书城暑期推出“小小图书管理员”活动，共2期，收费标准为498元/人，每期人数为15人，共收入1万余元。同时，昆明书城自创营销活动“快乐星栖天”（小栖姐姐绘本故事、小栖姐姐手工课）、“新华南强六点一刻”读书会、昆书英语角、“快乐暑假·书与乐高”、五华职工大讲堂等活动。据昆明书城营销部舒依依介绍，今年暑期的营销活动更重参与，吸引了不少客流。昆明书城还举办周年庆活动，推出使用文惠卡享购书6.8折活动等，店庆3天期间销售码洋逾62万。”

重庆书城在8月策划了“中国文化周”传统文化宣传活动，包括“农耕初体验”DIY磨豆腐、古代经纬式织布的传统文化学习及体验；以“中元节”“处暑”为主题，设计二十四节气故事会和传统文化家庭式体验活动，让孩子和家长进一步了解中国的传统节气和节日。重庆书城副经理杨阳介绍：“该活动是重庆书城今年最新开创的关于‘传统文化教育’少儿体验活动，把中国节气、文化节日、科学地理等内容与绘本故事会、家庭式手创体验、童声朗诵等活动联结起来，让更多人了解中国的传统文化。”

将动手实践、教育与美育结合，体验不一样的“夏令营”。石家庄市新华书店儿童书城将“图书启蒙之旅”、“垃圾分类小课堂”作为暑期主打活动，以学校班级为单位集体参加，根据老师的需求量身定制活动主题。活动收取一定的材料成本费，例如造纸术、扎染、印刷术、折纸手工等。据石家庄市新华书店儿童书城经理张贯虹介绍：“相较于2018年暑期，今年的营销活动组织得更加系统化、专业化、体验感强、知识点突出。除公众号发布活动信息外，还有3个专属活动群，近700位读者可及时获得相关信息，所以每场活动人气不错，销售增加。”

文轩BOOKS推出的文轩夏令营、首届文轩BOOKS文具展以及“无人似你”周年庆等活动成效喜人。其中，文轩夏令营开展了国画课程（共8节780元）、英文音乐剧课程（共9节900元）、主编课程（共1节88元）、硬笔书法（共4节392元）等。8月10日~9月15日，文轩BOOKS开启了首届文具展，活动预热开抢活动门票，并赠送限定礼品，同时组织进口文具DIY收费活动等。沈阳玖伍文化城在的2期展览活动，分别为淘书鉴宝，穿越旧时光——沈阳第24届连环画（年画）交流会和“鲁迅的身影”珍品展，为收藏家和读者搭建了展示和交流的平台。

● 链 接

书店做好暑期营销4招

抓住客群需求，提前做好活动方案。“暑期营销活动重要的是需要抓住读者的需求心理。”合肥新华书店三孝口店策划部冯春宇表示，书店暑期期间开展了“书店奇妙夜”活动，满足亲子家庭需求，将夜宿与阅读融合，既让小读者充分感受到了书店的文化气息，又增加了书店的利润。丽水书城业务营销部主任万家宁也十分同意该观点，他认为要对暑期家长、学生以及老师的需求精确定位，根据其需要开展相关策划及营销活动，同时营销活动需要系统支持，让品种进入活动书目，并保证活动时间内不脱销。

以热点入手，依托书店优势，让活动“热”起来。重庆书城副经理杨阳介绍，“垃圾分类”是当下热点，相关活动的举办，让小读者不仅增加了相关知识，还学会了很多生活常识。石家庄儿童书城也从“垃圾分类”入手，开展了多种营销活动。同时，依托研学基地的优势，书城还以班级为单位开展团体活动。石家庄市新华书店儿童书城经理张贯虹介绍：“暑期我们开展了‘图书启蒙之旅’活动，包括‘图书启蒙之旅+爱心捐书+体验小课堂’、‘垃圾分类+爱心捐书+DIY手工精油皂’。其中，体验小课堂为收费项目。”

“活动需要制造文化热点和文化盛会，唤醒人们对于文化的重视。”沈阳玖伍文化城营销部相关负责人介绍，文化城推出的“唐诗谜宫”承接端午节“汉风市集”与中秋节的活动，共同打造了“国潮风范节”，沉浸式的文化体验提升了营销活动的品牌化和调性。

以时间点为切分，做好情景化营销，让活动有序有效。江苏凤凰新华书店集团有限公司常州分公司在暑期开展了分时段营销。该公司连锁拓展部副经理魏敏表示：“书店在7月1日~22日、7月23日~8月25日、8月26日~9月15日3个时间段设置了不同的营销活动。如第一阶段人流较多，活动以提高客单价成交量为目的；第二阶段天气炎热，到店人流量减少，因此活动要以提高客流量为目的；第三阶段客流达最高，活动不仅以提高客单价为目的，还要围绕客流量作文章，再思考暑期营销活动方案，效果较好。”

如何让活动自身吸引更多的流量？延安中国红色书店经理陈刚坦言：“暑期最大的要求是客流量，有客流量就有销售。我们的各项活动带来的就是客流量，现在书店除了图书销售还经营文创产品、简餐、饮品等多元业态，各项服务都可以满足读者在书店阅读一天不用离开的需求。”

用好渠道、做好宣传成助推营销活动成功利器。在谈到暑期活动的经验时，文轩BOOKS企划部经理岳圆圆用了一个公式来说明：“精准的产品营销+精准的渠道推广+当年当季热点的营销落地活动=有转化的销售+不错的顾客口碑。”其中，渠道推广成为连接的关键。石家庄市新华书店儿童书店在做好暑期活动方案后，会提前通过各种渠道宣传。张贯虹介绍：“我们每次做完活动后都会把视频、图片等信息发送到书店的3个活动群以及微信朋友圈，进一步提升活动影响力。”重庆书城在开展营销活动时十分注重对社群会员的管理，在杨阳看来：“每一项活动的参与者或宣传这都与社区内会员息息相关。他们关注我们书城，参与我们的活动，是最有发言权的一群人，将他们的服务工作做好，对长期开展各种文化体验活动将大有裨益。”