



“世界读书日”，是每一位读书人、爱书人共同的节日。

党的十八大以来，党中央、国务院高度重视全民阅读。习近平总书记率先垂范、亲自倡导读书，多次在国内外不同场合讲到阅读，强调要爱读书、读好书、善读书。特别是去年，习总书记在考察调研读者出版集团有限公司时指出，“要提倡多读书，建设书香社会，不断提升人民思想境界、增强人民精神力量，中华民族的精神世界就能更加厚重深邃”，这为我们深入推进全民阅读进一步指明了前进方向。

在中华民族伟大复兴的征程中，无论是风和日丽的日子，还是遭遇困难险阻的时刻，一本本凝聚人类思想精华的书籍都给予我们前行的智慧、勇气和力量。

自新冠肺炎疫情暴发以来，中国出版界坚守文化使命，舍小利、担大义，及时推出了一批抗疫主题图书，数字阅读行业还积极发挥线上优势，迅速推出一批电子书、有声读物，满足人民群众多样化阅读需求。这些出版物传播防疫科学知识，讲述战疫一线感人故事，让人们心灵得以慰藉、精神受到鼓舞，更加坚定战胜疫情的信心和决心。这也使我们更加深切感到，必须坚持不懈开展全民阅读，同时必须与时俱进，不断创新拓展阅读方式。最是书香能致远。“世界读书日”虽然只有一天，但阅读应该深入每一天，成为我们每个人的生活习惯。

——中宣部副部长梁言顺寄语世界读书日

别样4·23解锁阅读推广新场景

关键词 世界阅读日 直播 数字阅读

新冠肺炎疫情无法阻止阅读的脚步，如期而至的第25个世界阅读日却因疫情而变得不同以往，阅读推广活动从线下移至线上，书业上下游各环节——从作者、出版机构、发行渠道到行业大V，纷纷摩拳擦掌，变身“网红”主播，解锁阅读推广的新场景，令人眼花缭乱。没有了面对面的线下活动，屏对屏的线上玩法让疫情期间的世界阅读日变得更加多元。

流量“圈粉”
“云上”阅读推广活动全面开花

习近平总书记前不久在浙江考察时提出：“要抓住产业数字化、数字产业化赋予的机遇……大力推进科技创

中国出版传媒商报记者 温琬滢

龚琳娜、伍美珍、徐静波等知名作者携新书连线直播间，与读者一起阅读、分享心得。集团旗下各社的活动也密集推开，如人民文学出版社在其抖音账号中每日发布1场直播活动，中华书局“读者开放日”线上举行等。

北京市新华书店连锁有限责任公司推出“读世界·阅生活”主题文化活动，在北京图书大厦、王府井书店、中关村图书大厦、亚运村图书大厦设立“打赢脱贫攻坚战”“2020决胜中国”“中国好书”“春日读好书，不负韶华”“汉语之美”“敬先贤·读经典”等主题出版物、畅销书籍展示展销活动，万种新书好书供读者选购。

上海市联合上海图书馆、上海少年儿童图书馆以及下辖区图书馆开展

■商报·奥示数据研析组 文 东/执笔

2020年第一季度，中国书业遭遇前所未有的非常时期，面对新中国成立以来传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的新冠肺炎疫情的肆虐，书业上下游全产业链积极应对，多措并举，努力减损，市场整体状况优于预估，销售同比下降14.92%，降幅窄于当季全国社会消费品零售总额19.0%的降幅和全国商品零售15.8%的降幅。

融合国家出版发行信息公共服务平台的CNONIX应用示范单位销售数据和商报·奥示“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据的“商报·奥示数据”显示：与去年同期比较，今年第一季度图书零售市场整体销售数量下降21.99%，销售码洋下降14.92%；其中实体店销售数量下降33.18%，销售码洋下降34.53%；网店销售数量下降16.02%，销售码洋下降9.25%。

文教类图书各为线上线下主打

线下、线上受损程度不同，店销、网销契合不同门类读物。

■商报专递

教育部首次向全国中小学生发布阅读指导目录

中国出版传媒商报讯 日前，教育部基础教育课程教材发展中心组织研制并发布了《教育部基础教育课程教材发展中心中小学生阅读指导目录（2020年版）》，《指导目录》分为小学、初中、高中3个学段，其中小学110种、初中100种、高中90种。统筹考虑了中小学生学习时间、阅读特点和阅读数量。《指导目录》所列书目分为人文社科、文学、自然科学和艺术四类，充分体现德智体美劳全面培养的目标。

《指导目录》的研制历时1年，来自国家教材委、有关高校、研究机构和中

37种图书入选2019“中国好书”

第25个世界阅读日到来之际，在中宣部指导下，中国图书评论学会组织评选出37种2019年度“中国好书”，包括年度荣誉图书2种、主题出版类图书6种、人文社科类图书10种、文学艺术类图书11种、少儿类图书4种、科普生活类图书4种。

年度荣誉：《论坚持党对一切工作的领导》《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》。

主题出版类：《新中国70年》《细节的力量：新中国的伟大实践》《70年邮票看中国》《本色英雄张富清》《中国经济发展的世界意义》《悬崖村》。

人文社科类：《大国之基：中国乡村振兴诸问题》《春归库布其》《中国古代纪时考》《中国古代建筑知识一点通》《长城绘》《庄子的世界》《我心归处是敦煌》《人类的终极问题》《地图简史》《西方博物学文化》。

文学艺术类：《云中记》《海边春秋》《你好，安娜》《飞蝗物语》《心无百姓皆为官——精准扶贫的下姜模式》《莫砺锋讲唐诗课》《书法的故事》《人民的艺术：中国革命美术史》《宛平城下》《浩荡》《燕云台》。

少儿类：《焰火》《建窑瓷盏送给你》《花猫三丫上房了》《进阶的巨人：改变世界的伟大科技》。

科普类：《奇妙量子世界：人人都能看懂的量子科学漫画》《薄世宁医学通识讲义》《这里是中国》《嘉卉：百年中国植物科学画》。

(田)

第十七次全国国民阅读调查显示
数字化阅读方式接触率继续上升

中国出版传媒商报讯 4月20日，中国新闻出版研究院发布的第十七次全国国民阅读调查显示，2019年我国成年人各媒介综合阅读率保持增长势头，各类数字化阅读方式的接触率均有所增长。

2019年我国成年国民包括书报刊和数字出版物在内的各种媒介的综合阅读率为81.1%，较2018年的80.8%提升了0.3个百分点，数字化阅读方式（网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、Pad阅读等）的接触率为79.3%，较2018年的76.2%上升了3.1个百分点。手机和互联网成为我国成年人每天接触媒介的主体，纸质书报刊的阅读时长均有所减少。成年人人均每天手机接触时间最长。我国成年人人均每天手机接触时长为100.41分钟，比2018年的84.87分钟增加了15.54分钟；人均每天电子阅读器阅读时长为10.70分钟，与2018年的10.70分钟持平。

2019年我国成年人人均纸质书报刊和电子书阅读量均有所下降。2019年我国成年人人均纸质图书阅读量为4.65本，略低于2018年的4.67本。人均电子书阅读量为

成功升级改造1000+书店
一站式服务商
策划·设计·装修·书架·陈列·管理咨询
www.haomeigs.com
137 1173 9029

新华联合发行有限公司
——书业物流及供应链协同数字化解决方案提供商
图书物流托管服务热线：
15101139152 18001025299 张东明

2.84本，较2018年的3.32本减少了0.48本。我国成年人中，11.1%的人年均阅读10本及以上纸质图书，此外还有7.6%的国民年均阅读10本及以上电子书。

我国城镇居民不同介质阅读率和阅读量远远高于农村居民，城乡差异明显。成年人和未成年人有声阅读继续较快增长，成为人阅读新的增长点，移动有声APP平台已经成为听书的主流选择。成年人网上活动行为中，以阅读新闻、社交和观看视频为主，娱乐化和碎片化特征明显，深度图书阅读行为的占比偏低。超过半数成年人倾向于数字化阅读方式，倾向纸质阅读的读者比例下降，而倾向手机阅读的读者比例上升明显。

近四成的成年人认为自己的阅读数量较少，读者对当地有关部门举办阅读活动的呼声较高。2019年全国阅读指数为70.22点，其中个人阅读指数为73.04点，公共阅读服务指数为67.61点。

(穆宏志)

精彩导读

发行集团创意营销助力“世界阅读日”P3
童书出版商4·23推品新玩法 P5
2020年最值得阅读的50种童书 P6
2020年，学校如何过一个别样的世界阅读日 P10

中国出版传媒商报
中国出版传媒商报

编辑：田红媛 排版：艾林

今年第一季度线下、线上市场图书动销品种均较去年同期下降：线下市场动销品种38.16万种，同比下降31.17%，当年新品动销率为48.70%，比去年同期下降7.11个百分点。线上市场动销品种63.29万种，同比下降3.58%，当年新品动销率为58.60%，同比下降7.21个百分点。一季度市场动销品种和新品动销率同比双降，既有书业出版品种趋降的因素，更有受疫情影响经营停滞、新品上市推迟、图书到货受阻的因素。

一季度对实体店来说，真正正常销售时段为季度初的3周，虽然3月份一些书店陆续复业，但与正常销售不可同日而语。满打满算，一季度实体书店在约三分之一的正常销售时段，实现了同比约三分之二的销售品种、销售数量，销售码洋实属不易，其主要因为实体书店在这一非常时期纷纷实施网上销售、直播带货、社群营销、无接触服务等产生的实效。

今年第一季度，线下市场各大细分市场销售规模位序为：文教类市场销售居首，与去年同期位序相同；社科类市场销售次之，比去年同期位序前移；文艺类市场销售居中，比去年同期位序后移；少儿类、科技类市场销售分居第四、五位，与去年同期位序相同。其中文教类、社科类市场比重较去年同期扩大：文教类占比43.03%，同比上升1.72个百分点；社科类占比25.68%，同比上升9.14个百分点；文艺类、少儿类、科技类比重较去年同期缩小：文艺类占比14.16%，同比下降4.89个百分点；少儿类占比12.76%，同比下降1.2个百分点；科技类占比4.36%，同比下降4.77个百分点（见图1）。

