CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

(原《中国图》)商报》)

国内统一刊号CN11 - 0282 邮发代号1 - 217 国外代号D-4584 2020年4月24日

記載人類文明 海涌世界久化 外 研 社 www.fltrp.com

"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

关 🕅 🗇 世界阅读日 直播 数字阅读

达终端读者。

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,解锁出阅读推广的新场景,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 新,着力壮大新增长点,形成发展新动 能。"尽管产业数字化进程使阅读推广 从线下移至线上是大势所趋,但此次 疫情导致线下活动几乎全线转到线 上,在不得已之外,出版人也在摸爬滚 打中收获了许多——从居家办公之初 试水直播时的各种"翻车",到部分复 工后新媒体营销初尝甜头,再到4.23 期间全线开花,优质的内容已经越来 越打破时间和空间的限制,零距离触

作为世界阅读日活动的主体,各 出版机构、发行机构、图书馆等八仙 过海各显神通。中国出版集团"中版 好书"抖音账号新鲜上线,集合推送 中版集团旗下各出版社的活动信息、 图书视频、名家推荐等内容,周大新、

■中国出版传媒商报记者 温珮滢

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

线上知识问答、书评征集、读者分享 会、亲子共读等主题活动,为读者带来 一场"云端"的文化盛宴。

行业协会也积极行动起来。中 国出版协会牵头主办"书香中国全 面小康"线下线上联动的阅读主题活 动,邀请来自政产学研各界的专家学 者,共议"全民阅读""数字阅读""网 络直播""全面小康"等热点话题;4月 21日~26日还在中国出版协会快手 号开设关于生命教育主题的直播,吸 引了大量业者、读者"围观"。由中国 音像与数字出版协会、浙江省委宣传 部、杭州市委宣传部共同主办的中国 数字阅读云上大会,汇聚30余个品牌 机构,发布行业权威报告,首发名家

(下转第2版)

■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 最大的新型冠状肺炎的肆虐, 书业上下游全产业链积极应

冬

售

口

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%;其中实体书店销售数量下 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%。

文教书童书各为线下线上主打

线下、线上受损程度不同,店销、网销契 合不同门类读物。

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。

一季度对实体书店来说,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,其主因当为 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)。

37种图书入选2019"中国好书"



更多请扫码

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

文学艺术类:《云中记》《海边春 秋》《你好,安娜》《飞蝗物语》《心无百 姓莫为官——精准脱贫的下姜模式》 《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》《建座瓷窑送给你》 《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)

物学文化》

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





编辑:田红媛 排版:艾 林



文教类的市场份额居大,且同比扩增,显示了在寒 假和疫期叠加时段,其作为学生居家主要读物的刚需。 社科类比重扩大,与当季中央党校出版社新近出版的 《习近平在宁德》《习近平在厦门》两书的上市热销不无 关系。这两大门类的各自致因,还使它们在这一非常时 期的市场整体下滑中,有优于其它门类的市场表现:同 比降幅窄于其它门类,或有微量增幅——社科类销售数 量下降11.98%,销售码洋增长1.66%;文教类销售数量 下降25.25%,销售码洋下降31.81%。 (下转第9版)

●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 小学生阅读时间、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

小学校的110多人的专家团队,经过基 础研究、专业推荐、深入论证多个环节, 根据青少年儿童不同时期的心智发展 水平、认知理解能力和阅读特点,从古 今中外浩如烟海的图书中精心遴选出 300种图书,突出方向性、代表性、适宜 性、基础性、全面性和开放性,力求兼顾 多个学科、不同时代、多种文化和世界 多个地区。

《指导目录》所列图书供学生自 主选择阅读,各地各校不作统一要 求,不得强制使用,不得要求学生全部 必读。 (邸 远)

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

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

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

近四成的成年人认为自己的阅读

我国城镇居民不同介质阅读率和

国民年均阅读10本及以上电子书。

第十七次全国国民阅读调查结果显示

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 成功升级改造1000+书店 所下降。2019年我国 ·站式服务商 成年人人均纸质图书 阅读量为4.65本,略低 ★ WWW.haomeigs.com
★ 137 1173 9029 于2018年的4.67本。 www.haomeigs.com 137 1173 9029 人均电子书阅读量为

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

(穆宏志)