

2021全国有声读物精品出版工程项目申报启动

中国出版传媒商报 近日，国家新闻出版署发布通知，为进一步引导推动有声读物创作生产，以精品向建党百年华诞献礼，决定组织实施2021年全国有声读物精品出版工程项目。

申报重点包括五大方面，一是学习宣传习近平新时代中国特色社会主义思想，二是讲述中国共产党百年光辉历程和伟大业绩，三是展现人民群众奋进新时代、开启新征程的信

心面貌，四是传承和发扬中华优秀传统文化，五是传播普及科学文化知识。

通知要求，申报项目应围绕申报重点，导向正确，格调健康，具备较高的思想价值、学术价值、文化价值、艺术价值。涉及重大选题的，应符合《图书、期刊、音像制品、电子出版物重大选题备案办法》有关规定并提供相关材料。申报项目应为2019年12月~2021年6月期间全部录制完成的有声读物。

各省(区、市)和新疆生产建设兵团由省级新闻出版局统一报送。每出版单位申报作品数量不超过5种。申报截止时间为2021年6月20日。

(邸 远)

广西师大社35周年答谢会暨“艺术出版的大众与小众”文化沙龙

回望发展路 描摹新蓝图

中国出版传媒商报 3月30日，广西师范大学出版社在京举办35周年答谢会暨“艺术出版的大众与小众”文化沙龙，回顾35年来的发展历程，展望新时代创新发展的新可能。中央美术学院人文学院院长李军，北京画院院长吴洪亮，中央美术学院教授邱振中，知名出版人、活字国际文化传媒公司总经理汪家明，中国艺术研究院研究员李一，广西师范大学出版社集团党委书记、董事长黄轩庄，总裁姜革文，党委副书记、总编辑汤文辉等出席会议。

黄轩庄在致辞中表示，今年是中国共产党成立100周年，也是“十四五”开局之年，广西师范大学出版社也将迎来35周年社庆。30多年来，在社会各界的鼓励帮扶和鼎力支持下，广西师范大学出版社不断开拓创新，形成了涵盖教育、人文社科、珍稀文献、艺术、设

(上接第1版)

京版集团发布「少儿产业行动计划」

2021年是“十四五”开局之年，也是北京出版集团转型改革的关键一年。目前，该集团对标对表首善定位和行业标杆，抓好出版核心业务的同时，培育“出版+”新增增长点，倾力打造北京文化新地标、新名片。此次重磅推出“行动计划”，旨在跳出少儿出版的传统圈层，最大程度地整合行业内外资源，以“文化+产品”的形式与理念，逐步打造以出版内容为引领的全年龄段少儿产业链条。“行动计划”将整合利用新媒体、新技术，探索出版跨界发展项目；将不同业态、不同年龄段的少儿业务进行整合，推动资源共享，相互借力，做大做强少儿板块。以少儿品牌产业化的实际行动擦亮北京文化新地标、新名片，为全国文化中心建设做出更大贡献。

一个“计划”，一个“平台”，一个“基金”，助力少儿产业持续繁荣。

活动现场，曲仲发布京版“少儿产业行动计划”三大战略举措：

一是启动“少儿产业联盟计划”。围绕少儿出版的产业化发展，促进集团内外部资源整合，拓展产业空间。合作各方紧密连接形成风险共担利益共享的纽带，通过更高水平的融合发展促进少儿产业合作，推动文化产业创新、服务多元协同，构建更具活力的开放创新产业生态和更具竞争力的少儿产业体系。

二是搭建“少儿产业发展服务平台”。平台将整合北京出版集团少儿产品资源，聚焦青少板块各阶段优质内容IP，与合作各方优势互补，资源共享。同时还将为相关企业提供高效的出版融合、投融资、文旅活动、宣传推广等服务，以期共同推动少儿相关产业高质量发展，为出版产业高质量发展集聚新动能、注入新活力、塑造新优势。

三是筹备发起“少儿文化产业发展基金”。拟以少儿产业融合为导向，助力少儿文化产业健康有序发展。该基金将成为少儿文化产业领域的开放式基金，帮助少儿文化产业领域优质创业者们摆脱同质化竞争、技术发展瓶颈等等发展困局，为少儿文化产业化发展拓展新疆界。

据悉，未来“行动计划”还将布局“走出去”，以多种版权形式的转让为切入点，开展少儿产品贸易及相关文创产品的实物出口等多样化业务。

六大产业板块、40余个重点品牌，邀各界共谋融合发展生态圈。

多年来，北京出版集团在少儿板块精耕细作、与时俱进，培育出北京少年儿童出版社、北教传媒、《父母必读》、《少年科学画报》、《十月少年文学》等深受社会和代代读者认可的优秀出版品牌；打造出“可怕的科学”、“摆渡船”、“耗子丫丫的故事”、“‘共和国脊梁’科学家绘本丛书”、“崔玉涛谈自然养育系列”、《轻巧夺冠》、《课堂全直播》等一批经得起时间和市场检验的经典产品、头部IP；聚拢起曹文轩、叶广芩、梅子涵、崔玉涛等上百位优秀作者。近年来，该集团着力推进出版产业融合发展与转型升级，全新推出《北京城的历史》、“大开眼界”系列等AR/VR跨媒体图书，“北教辅学网”“京版云APP”“育朵APP”等知识服务平台，《漫虫记》、《阿毛的故事》动画片，“耗子丫丫的故事”有声书等音视频产品，《国学练书法》“翰墨书香”智能字帖》、北少芳草“主题游戏活动”玩教具等衍生文创产品，以及“小十月戏剧节”“小十月研学”“京版童尚少儿艺术培训”等多业态优质文化服务。

(穆宏志)



计、文学、少儿等领域的出版布局，发展成为一家跨地域、跨领域的综合型出版集团，成为具有完整产业链的跨国出版机构。

黄轩庄指出，新时期出版工作面临新的变化和挑战，广西师范大学出版社将紧紧围绕“聚焦主业、深耕教育、提升学术、融延发展”的战略方针，按照高质量发展的新要求，自觉融入新发展格局，通过高质量的产品和服务供给，更好地满足人民群众美好生活的精神文化需要，助力社会主义文化大繁荣大发展。

姜革文回顾了出版社的发展之路。广西师大人凭着“老黄牛”的精神，披荆斩棘，砥砺前行；以“拓荒牛”的精神，迎接挑战，创造新机；以“孺子牛”精神，回馈读者，回报社会，在各类专业榜单上，在各个专业领域成

(上接第1版)

开局年行业春机盎然风向何去？

面对2035年建成文化强国的时代议题，整个行业和现场读者尤其关注专家对“十四五”规划、中国道路、新时期经济发展等时政热点的权威解读，相关重磅活动侧重理论传播通俗化、大众化，让艰深的学术问题深入浅出，积极打通政策宣传的“最后一公里”——中国出版高层论坛聚焦新阶段打造出版新格局、创新进出口管理展示好国家形象、提升出版产品质量等热门话题，开创全民阅读“三新”气象；中国出版集团商务印书馆《中国道路与经济高质量发展》着眼于总结并形成中国经济发展理论，更结合中国经济建设实际，构建中国经济高质量发展的新格局；浙江出版联合集团浙江教育出版社举办“读懂三个‘新’ 奋进新征程”——全国“两会”精神学习分享会，让读者对“三新”发展内涵、“十四五”规划的核心要义以及出版高质量发展有了更加深刻的认识和理解。

直播大战下的热闹与隐忧

本届订货会首次引入直播，让偌大的展场变身“直播基地”。从特装直播间里兵强马壮的豪华团队，到一个人一部手机直接架在饮水机桶上开播的“简单粗暴”，从刘媛媛、洪帮主、清华妈妈马兰花等知名主播坐阵，到出版机构自己的编辑、作者轮番出镜，从热推新品，到清理库存品，现场发布签售活动的热烈互动与线上直播活动的“5、4、3、2、1，上链接！”交织在一起，一派红红火火恍恍惚惚。

天津出版传媒集团在展位特设3个直播间，集团副总经理纪秀荣与作家周晓枫现场对话创作心得，天津教育出版社最新研发的“教学设计 with 典例研究丛书”由主编上场讲解，杨柳青的文创鱼形抱枕好评连连……3天完成28场直播，累计浏览量超60万次；接力出版社的“接力云平台”直播间从上午9点到下午5点密集排表，也收获满满；专注图书的樊登、凯叔、王芳荣任“阅读推广大使”，王芳喊话“期待同场直播”……即便是经历2020年疫情历练已渐渐习惯直播的书业人，都对本届订货会上井喷的直播潮惊得咋舌。

作为展会参展方兼策展人，湖北知合空间设计装饰有限公司总经理刘亚磊认为：“后疫情时代，消费习惯线上化已成趋势，必须考虑更多年轻消费者的兴趣和需求。品牌年轻化、内容可视化、场景个性化、服务智能化是趋势，企业应该把握住机会，积极进行探索创新。”

童书馆依然是所有展馆中最热闹的区域，加上一众主播加入，场面蔚为壮观。但据记者走访，童书从业者为少儿市场的态度复杂，颇多迷茫。

一位经营童书策划机构20年的民营老总表达了这样一个观点：“童书的黄金期现在已经触顶。判断一个市场是否黄金期，除了品种规模、销售码洋这些指标，还有一个重要指标——市场参与者是否有盈利空间。如果大家杀到最后，都没有钱赚，这个市场自然就要‘降温’。”

确实，让大家焦虑的根本原因就4个字：没钱赚了！为什么现在做童书赚不到钱？从记者对出版人

绩不俗。站在实现“两个一百年”奋斗目标的历史交汇点上，广西师范大学出版社将抓住这一历史机遇期、关键期和转折期，加倍努力，星夜兼程，用更多的好书更好的服务来向大家的期待靠近。

汤文辉以“坚持价值出版的理念 丰富广西师范大学出版社发展模式”为题介绍了广西师范大学出版社的理念、品牌、核心竞争力及未来的发展思路。他指出，出版社形成了门类较为齐全的出版体系，部分板块具备较强的核心竞争力，初步形成了品牌矩阵，坚守“有所为有所不为”的发展原则。在未来的发展中，广西师范大学出版社将坚持价值出版的理念，巩固在人文社科、文学艺术诸领域的优势，加大古籍文献领域的投入，补齐短板，完善品牌矩阵，成为大家所期待的、更好的广西师范大学出版社。

广西师范大学出版社向各媒体、经销商代表颁发了“最具影响力合作伙伴”“最佳深度合作媒体”“最具传播力合作伙伴”“最具潜力合作伙伴”“品牌提升伙伴”“杰出营销伙伴”“精诚合作伙伴”“卓越学术推广伙伴”“创新销售伙伴”9组奖项。

答谢会现场还举办了“艺术出版的大众与小众”文化沙龙，李军、吴洪亮、邱振中、汪家明、李一等嘉宾结合自身经历，对艺术出版领域的相关话题进行了深入探讨。沙龙由广西师范大学出版社集团副总编辑冯波主持。

(秦念 李显扬)

的调查分析来看，有三个方面。

一是童书销售依赖度很高的实体渠道状态再也回不去了——即便出于内心不舍以及出版人的傲娇坚持。有出版人无奈地说，“从前童书出版商靠‘二八定律’——在实体书店二成销售赚八成利润，现在行不通了。怎么办？”

二是传统电商渠道固化。当当、京东、天猫等头部传统电商形成既有布局，前几年增长快速的天猫也开始呈现疲态，被后起的平台抢了不少流量。童书在电商平台上的销售折扣已经低于5折，出版机构的利润从何而来？流量都去哪儿了？

三是新的外部平台流量大，但也没利润。抖音、快手、小红书、B站、视频号、拼多多，变得非常复杂和分散。如接力出版社推出《暮光之城》新书，适合在B站上推，在其他平台上可能一本都卖不出去。再比如，奇想国童书很多高品质的产品，抖音主播却不推荐，因为其用户可能只接受约7元一本的童书。

地方特色文化品牌IP化成新机

记者发现，地方特色文化展示成为本届订货会一大亮点，几场别开生面的特色活动迅速抓住现场读者眼球。

近期，“三星堆上新”刷爆朋友圈。订货会期间，四川出版展团反应迅速，展区的设计以建党100周年和三星堆文化为主题，三星堆精品图书展示专区配以三星堆面具等元素，成为整个展区焦点，让读者感受到四川出版得天独厚的三星堆文化魅力。三星堆系列图书发布会紧抓“三星堆”IP风口，在以往已推出近60种相关图书的基础上，还将继续深耕，据四川出版集团相关负责人介绍，集团旗下出版社2021年将推出13种三星堆主题出版物，未来将出版“三星堆研究”丛书等多套大型丛书。

继春节期间河南春晚《唐宫夜宴》火出圈后，今年中原出版传媒集团的展位也颇有“唐风唐韵”。文心出版社副总编辑栗军芬介绍说，河南展团着力展现本地元素，如河南美术出版社举办“唐宫夜宴中的传世名画”活动，“簪花仕女图”让传统文化“活”了起来。

有出版人表示，IP开发已是大趋所势，要想在这一轮内容挖掘竞赛中胜出，研发自有的、“有护城河的IP”，是原创内容生产的关键。记者也注意到，不少出版社推出了子品牌，品牌矩阵渐成。如广西科学技术出版社发布旗下图书品牌“知了”，旨在以新锐的品牌形象，新潮的选题方向，新颖的策划和运营思路，推出具有独特性、趣味性和开创性的优质出版物，目前“知了”品牌已形成三个产品系列。

当疫情防控形势不断向好，今年书业展会又将次第拉开大幕，经过盘整期的书业人正摩拳擦掌。皖新传媒文化消费总公司市场运营部总监金岳晴的感受颇具代表性：“建议全国性订货会推出一些推介书单，让引领全国采购风向标、提供优质阅读内容平台的属性更加突显。我1天才跑了7家重点出版社，仍觉得每家都没聊透，所以建议出版社更多深入地方书展，有特色、有针对性地进行图书推介。”



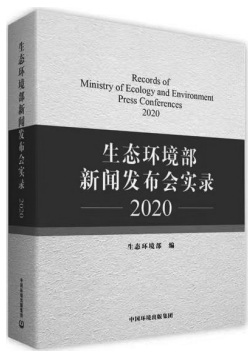
中国出版传媒商报 在3月31日~4月1日召开的第34届北京图书订货会期间，广东省出版集团、南方传媒旗下11家出版单位携2000余种图书精彩亮相，举办了《梦想启航：中国共产党创立的故事》新书发布会暨VR融媒党建云课堂体验活动、《大董美食随笔》新书故事会、《别跟孩子对着干——儿童权利视域中的家庭教育》新书发布3场精彩活动。

订货会期间，广东出版精品展台重点展示了学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神、建党100周年、乡村振兴与全面建设小康社会、改革开放与经济特区建设、红色文化、粤港澳大湾区建设、岭南文化等主题图书，以及近两年获奖、获资助的重点图书和音像制品。年度好书专区展示了《中华人民共和国通史》《奋斗与辉煌——广东小康叙事》等广东省出版集团“2020年度好书”。3月31日，广东省出版集团、南方传媒党委书记、董事长谭君铁参观了广东出版馆，对各出版社策划出版的建党100周年，决胜全面小康、决战脱贫攻坚等主题图书，以及大众出版精品读物表示赞许。

同日，新世纪出版社在广东出版馆举行《梦想启航：中国共产党创立的故事》新书发布会暨VR融媒党建云课堂体验活动。作者陈向阳在活动现场详细介绍了该书的写作历程，并通过VR设备，以虚拟直播红色故事会的形式，讲述了中共一大、八一南昌起义、井冈山会师3个精彩的党史故事片段，让观众现场感受VR设备带来的沉浸式体验。

此次参展突出展示了广东省出版集团、南方传媒全面推行出版供给侧结构性改革，大力实施“教育出版集约化经营、大众出版专业化特色化品牌化发展”战略以来的出版成果，展现了“主业挺拔、双效俱佳、多业态共融、高质量发展”的文化企业新形象。

(双)



中国出版传媒商报 日前，由中国环境出版集团出版发行的《生态环境部新闻发布会实录2020》亮相北京图书订货会。

《生态环境部新闻发布会实录2020》是2017年生态环境部建立例行新闻发布会制度后连续第4年出版的发布会实录图书，从一个侧面记录了2020年中国生态环境保护事业的发展历程。该系列发布会实录图书较为系统地介绍了我国在生态环境领域的政策主张、原则立场，展示中国生态环境治理理念、治理模式和治理成果。为向全球环境治理提供中国方案，贡献中国智慧，中国环境出版集团还与德国施普林格自然出版集团共同出版发行该系列图书英文版。

订货会上，中国环境出版集团精选《生态环境部新闻发布会实录2020》《中国环境通史》《援疆心语——行在绿水青山与冰天雪地之间》等优秀图书参展。立足生态环境领域，以图书为载体传播习近平生态文明思想，以高质量出版助力打赢打好污染防治攻坚战，迎接中国共产党建党100周年。

(田)

中国环境出版集团 助力打赢打好污染防治攻坚战