

中国出版传媒商报

2021年11月9日 星期二 第2769期 国内统一刊号CN11-0282 邮发代号1-217 国外代号D-4584



习近平同志《论坚持人民当家作主》出版

中共中央党史和文献研究院编辑的习近平同志《论坚持人民当家作主》一书，近日由中央文献出版社出版，在全国发行。

这部专题文集收入习近平同志关于坚持人民当家作主的重要文稿50篇，其中部分文稿是首次公开发表。

我国是工人阶级领导的、以工农联盟为基础的人民民主专政的社会主义国家，国家一切权力属于人民。人民当家作主是社会主义民主政治的本质和核心。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央坚持人民主体地位，积极发展社会主义民主政治，党的领导、人民当家作主、依法治国有机统一的制度建设全面加强，党

的领导体制机制不断完善，社会主义民主不断发展，党内民主更加广泛，社会主义协商民主全面展开，爱国统一战线巩固发展，民族宗教工作创新推进，有力促进了改革开放和社会主义现代化建设，有力维护了国家统一、民族团结、社会稳定。坚持人民当家作主，是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分，对于坚持中国特色社会主义政治发展道路，推进全过程人民民主建设，完善和发展中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化，夺取全面建设社会主义现代化国家新胜利、实现中华民族伟大复兴的中国梦，具有十分重要的指导意义。

(据新华社)

“双11”各大平台争销量争流量硝烟再起 渠道分流下售价谁说了算？

关键词 定价 折扣 渠道分流

在今年“双11”的赛道上，图书平台电商“贴身进击”。作为“双11”的首创者，天猫于今年上半年将教育、图书、乐器等部门重组整合为文教事业部，部门负责人履新不久，新部门、新人均迎来大考；京东图书11周年与“双11”双节齐贺之际，开启自营和POP业务(Platform Open Plan, 平台开放计划)“双轮驱动”，新领导掌舵，打造供应链优势；迎来22岁生日的当当，提出“文化转型”的战略布局，预备以好内容完成场景化向文化转型的迭代。

这三大图书平台电商“三分天下”的格局因短视频电商的入局硝烟再起。不久前，传统电商抱怨短视频电商以直播超低价打破市场生态，后续这个声音逐渐发酵成出版社和传统平台电商共同声讨直播破价，引起主管

● 集团动态

世纪出版集团整体乔迁 线上书展回馈读者

中国出版传媒商报讯 上海世纪出版集团总部及所属出版单位于上月整体有序入驻位于上海七宝的世纪出版园。在扬帆启航新征程之际，适逢“双11”网购狂欢节，世纪出版集团线上营销平台携手各出版单位、实体书店发力天猫、京东、抖音等各大电商平台，首次联手打造世纪金秋线上书展，力争在“黄金月”实现集团线上营销业务的强势突破。

本次线上活动为期一个月，以世纪出版集团天猫旗舰店为主会场，各出版单位和实体门店的自营平台作为分会场，举办各类直播活动50余场。

活动期间，主会场世纪天猫旗舰店选取近期出版的《光明的摇篮》《红路：中国共产党百年征程》《置身事内：中国政府与经济发展》《碳中和——全球变暖引发的时尚革命》《瓷器中国》等精品图书和《繁花》《克拉拉与太阳》《太和殿》《二十五史简明读本》等畅销书、常销书共1.2万余种，集团版图书参加电商大促活动。

11月11日当天，云间世纪直播团

部门的注意。

很明显，短视频电商的入局已然让图书市场各类型角色的站位发生变化：前些年一直都是出版社吐槽传统平台电商低折销售，如今变成出版社和传统平台电商联合声讨。这种变化的底层原因在于，图书作为目前市场上少有的定价商品，定价权本应由出版社按照“成本+适当利润”的原则进行掌控，但在传统平台电商的强势营销中，出版社对折扣的掌控渐失话语权。随着短视频电商的入局，更多渠道出现，原有的市场格局被打破，传统平台电商的渠道空间也受到严重挤压，传统平台电商和短视频平台均想获得更多话语权来抢占市场份额。群雄逐鹿，对于出版社而言，或许是一次重夺定价权、梳理渠道的好机会，最终售价谁说了算？

■中国出版传媒商报记者 王少波

“双11”折扣触底 今年开启“无限战争”模式！

出版社、书店、达人……产业链上几乎所有参与者都加入直播；社交软件、平台电商、短视频平台……直播平台全面出击；畅销书、常销书、库存书……似乎每类图书都有上直播的理由。直播用超低价“扫射”到图书市场内的一切。终于到了“双11”这个以低价而闻名的节日，经过长达数月对直播超低价带货的热议，这次“双11”到底会成为谁的“节日”？

平台电商折扣早已触底，新颖玩法效果尚待检验。每到“双11”就会有资深买手或大V梳理、总结各个平台电商的详细玩法，指导消费者以最低价格买到想买的商品。同时，电商官方微信公

众号也会发布相关文章。

汇总发现，京东图书今年“双11”从10月20日开始，分为6个阶段，到11月11日结束；满减叠券400元减280元、600元减400元，相当于低至3折。天猫图书基本售价在5折左右，除了每满200元减30元的跨店满减，不同店铺会给出优惠券、11月1日前1小时N折、满赠礼品、免单、抽奖、购物金多赠等优惠形式，叠券+跨店满减最高能做到满300元减130元，相当于低至定价2.8折。当11月1日开启“阅读环游记”活动，百万图书5折包邮，页面可以领取使用300元减100元优惠码，部分自营图书还可领取满300元减80元的大额礼券，活动主页还有满99元减15元、满199元减40元优惠券，优惠力度也在3折左右。

(下转第3版)

●最美书店

钟书阁华南旗舰店亮相深圳



中国出版传媒商报讯 第22届深圳读书月正如火如荼地进行，不仅各大书城人潮涌动，深圳众多热门商圈也出现了一些设计新潮、别具一格的网红书店，其中“只做书店的书店”钟书阁给读者带来了不少惊喜。

基于“连锁不复制”理念，钟书阁各地门店皆不同程度融合当地人文元素。开在深圳宝安中心区欢乐港湾的华南旗舰店分上下两层，设有概念区、论坛区、儿童阅读区、休闲区等区域，店内书籍以文学、艺术、人文社科及少儿图书为主。

结合当地特色，该店提炼出“超现实”“科技”等设计核心理念，打造出专属于深圳风格的书店。童话般的巨型红色螺旋书架，各种玻璃镜面元素的巧妙运用，打造出独特的购书阅读体验。场内还专为小朋友开设童书馆。设计师采用简练形象的线条与图形，以童趣的笔触绘制出旋转的摩天轮、梦幻的小城堡等书架，吸引人们纷纷来店打卡。

(超)

15年内浙江将出版宋韵文化研究丛书100部

中国出版传媒商报讯 宋韵文化是中华优秀传统文化的重要组成部分，是具有中国气派和浙江辨识度的重要文化标识。日前，浙江省委提出实施宋韵文化传世工程，系统开展宋韵文化研究传承和南宋文化品牌塑造，打造展示“重要窗口”独特韵味、“文化浙江”建设成果的鲜明标识。

11月4日，浙江省政府举行新闻发布会，发布了一系列宋韵文化研究成果。如《宋韵文化简读》《宋代士人的家学、婚姻与诗文创作》《宋高宗新论》《浙江学术编年·宋代卷》及“永嘉学派丛书”、《浙江书法研究大系·宋代卷》等。

据了解，下一步，宋韵文化的研究重点将从宋韵文化形态系列研究、宋韵文化文献资料整理与研究、宋韵文化传承创新研究三方面展开。到2025年，基本完成宋韵文化研究工程系列研究布局；到2035年，出版宋韵文化系列研究丛书100部以上，完成宋代主要文献整理，形成较为完整的宋韵文化研究成果体系；产生一批宋韵文化研究名师大家、研究骨干，建成富有研究成效的宋韵文化学科梯队、人才梯队、研究平台梯队、传播平台梯队，形成研究和传播矩阵，争取确立在国内外宋韵文化研究和传播的中心地位。

(超)

中国出版传媒商报讯 11月5日，浦东新区建设国家版权创新发展基地推进会在上海举行，国家版权创新发展基地(上海浦东)正式揭牌。中宣部副部长张建春，上海市委常委、浦东新区区委书记朱芝松，中宣部版权管理局局长于慈珂，中宣部出版局副局长杨芳，上海市委宣传部副部长王亚元，浦东新区区委宣传部部长黄玮等出席揭牌仪式。

浦东新区作为我国改革开放的前沿阵地，拥有丰富的版权资源和良好的知识产权保护环境，在优化版权交易模式、促进版权价值转化，探索版权金融创新，辐射长三角、长江经济带和全国，推进版权产业国际化等方面具有独特的比较优势。国家版权局批准支持浦东新区建设国家版权创新发展基地，希望上海浦东能以建设国家版权创新发展基地为契机，强化版权创造、保护、运用、创新版权工作体制机制，推进版权产业高质量发展，为建设社会主义版权强国继续探索新路。

上海市委宣传部、上海市版权局提出进一步支持浦东新区探索版权领域具有突破性、引领性的措施。包括：支持先导式创新，突破作品登记现有机制，在浦东新区率先以“著作权行为发生地”原则开展跨地域作品登记；支持高质量发展，围绕浦东新区重点产业和重点项目，强化版权资产管理，实现版权全生命周期管理；支持“浦东版”保护，深化浦东新区版权行政管理和版权执法职能统一履行；支持高水平服务，指导浦东新区定期发布作品登记、软件著作权登记等产业动态和预警信息；支持创新型人才培养，实现版权高级人才的集聚效应。(伊尹)

中国出版传媒商报讯 11月4日，第四届中国国际进口博览会在上海开幕。上海外文书店、中国国际图书贸易集团有限公司上海分公司在主会场展示上海图书销售行业的风采和出版成果。

上海外文书店“海上书房”亮相进博会新闻中心，快闪书店、休闲小憩、共享办公三大功能服务中外记者。快闪书店设置“红色记忆”专柜，集中展示中国共产党百年奋斗历程及在中国共产党领导下中国所取得的伟大成就；甄选1000多种各类中外文版图书，发挥外文书店优势，提供英文、法文、俄文、阿拉伯文、西班牙文、日文等多语种图书，供媒体中心记者阅览，购书可享7折优惠。休闲小憩区设有“最美海报”展区，可以欣赏上海出版发行人设计的商业海报。共享办公旨在为新闻中心记者打造一站式共享办公区域。

上海图书销售行业每逢进博会必积极参与。首届进博会期间，中国图书进出口上海公司举办了“中国主题图书展”；第二届、第三届进博会期间，中国国际图书贸易集团有限公司上海分公司2次设有专业展台；上海世纪朵云文化发展有限公司3次亮相进博会，设立“朵云书房”。

今年进博会期间，疫情防控工作“严”字当头，上海全市图书销售单位压紧压实防控责任，坚持守土有责、守土尽责，把责任落实到各个环节，做到疫情防控与经济效益两手都要抓，两手都要硬，两手都要赢。

精彩导读

中国外文局：

“丝路百城传”推动文化交流文明互鉴 P2
实体书店多元经营多方探索趋势彰显 P6
四招助《自驱型成长》突围育儿书“红海” P8



本期12版
编辑：聂慧超
排版：艾林

沪图书销售行业服务进博会