

鼓励编辑出版适合老年人的大字本图书

中国出版传媒商报讯 国务院日前印发《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》，鼓励编辑出版适合老年人的大字本图书，鼓励和支持电影院、剧场等经营性文化娱乐场所增加面向老年人的优惠时段。

第七次全国人口普查数据显示，我国60岁及以上人口已达2.64亿人，占总人口的18.7%，呈现老年人口规模庞大、老龄化进程明显加快、老龄化水平城乡差异

明显、老年人口素质不断提高、低龄老年人口占老年人口比重过半的五大特点。截至2020年年底，全国共有公共图书馆3212个，群众文化机构43687个，其中，乡镇综合文化站32825个。

预计“十四五”时期，老年人口数量将突破3亿，我国将从轻度老龄化进入中度老龄化阶段。

（伊尹）

《家庭教育促进法》实施 “家事”变“国事”广受关注 “依法带娃”或引|家教出版迭代

关键词 家教出版 新产品形态 服务综合体

从2000年《哈佛女孩刘亦婷》引爆的第一代市场热潮，到2010年代以《好妈妈胜过好老师》为代表的第二代觉醒式发展，家庭教育出版板块在传统轨道上缓缓迭代。当又一个10年过去，这个板块再次迎来裂变契机：2022年1月1日起，《中华人民共和国家庭教育促进法》（以下简称《家庭教育促进法》）实施。家庭教育一脚跨入“依法带娃”的新时代。

《家庭教育促进法》的出台，标志着家庭教育正式纳入国家教育事业发展规划和法治化管理轨道，这势必对家庭教育的系统化、专业化发展提出更强烈的需求乃至助推。对于出版行业而言，厘清家庭教育内涵，对标国家层面的宏观角度、教育生态的中观角度、家庭私人领域的微观角度，形成具有行业特色的资源服务体系，

是一个基本着眼点。

一纸法律，能否为出版业细分板块注入新的基因，开辟新的蓝海？

供需“蓝海”： 高普及需求与共建生态

过去20多年间，在选题、销量上有亮点的家教图书绝不止一二。出版第二年销售猛破100万册的《哈佛女孩刘亦婷》和畅销850万册的《好妈妈胜过好老师》，在各自年代堪称“顶流”，是出版呼应当时大背景、大需求的典型代表。随着《家庭教育促进法》出台，当家庭教育由“家事”上升至“国事”，家庭教育出版板块有可能从哪里找到孕育新爆款的空间？

《中共中央关于制定国民经济和社会

中国出版传媒商报记者 刘言

发展第十四个五年规划和二〇三五远景目标的建议》明确提出，“健全学校家庭社会协同育人机制”。而在2021年1月20日《家庭教育促进法（草案）》提请全国人大常委会审议之前，1月7日~8日召开的全国教育工作会议对“十四五”时期教育高质量发展提出要求，其中提到“要持续完善德智体美劳全面培养的育人体系，健全学校家庭社会协同育人机制”的目标任务。随后，2021年7月24日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》，这一在全社会引发强烈关注的文件明确指出，“完善家校社协同机制”——建立中小学教师全员导师制，办好家长学校，建设家庭教育研究指导网络，促进学生健康成长。树立“家庭是人生第一所学校、家长是孩子第

一任老师”理念，引导家长言传身教，树立科学育儿观念，理性确定孩子成长预期，形成减负共识。

可以看到，《家庭教育促进法》连同未来一个阶段大教育发展中的部分内容，将形成一个更大的选题空间和市场空间。

一是家庭教育的重要性及普及需求被提升至空前高度，出版服务应成为家庭教育指导服务体系中重要组成部分。比如，《家庭教育促进法》明确规定，“县级以上人民政府应当制定家庭教育工作专项规划，将家庭教育指导服务纳入城乡公共服务体系和政府购买服务目录。”“省级人民政府或者有条件的设区的市级人民政府应当组织有关部门编写或者采用适合当地实际的家庭教育指导读本”等。

（下转第4版）

● 商报专递

首届全民阅读大会征集优秀阅读品牌

中国出版传媒商报讯 首届全民阅读大会将于2022年4月23日~25日在北京召开。为全面展现全国各地的全民阅读活动面貌，2月22日，中国出版协会发出《关于征集全民阅读大会“全民阅读体验馆”阅读活动、阅读品牌相关信息的通知》，向全国公开征集优秀阅读活动、阅读品牌等。

首届全民阅读大会期间，全民阅读体验馆将重点展示主题出版物、中华优秀传统文化优秀读物、少儿读物、特殊群体读物等优秀出版物和阅读活动、阅读品牌。现场还将开展名家荐书、专家讲座、媒体访谈、在线直播、读者交流互动等线上线下活动，为党的二十大胜利召开营造浓厚的书香氛围。

（伊尹）

“世纪好书”首推月榜评选精准营销

中国出版传媒商报讯 2月21日，“世纪好书”2022年1月榜发布会在上海举行。这是上海世纪出版集团继2021年底评选年度“世纪好书”之后首次进行月榜评选活动。此次1月榜的遴选范围为世纪出版集团旗下出版社2021年12月及2022年1月出版的新书，共有44种图书参评，通过集团内部评审，从中产生专业学术、大众人文两大类28个人国品种，后经专家评审，最终有17种图书入选2022年“世纪好书”1月榜。《辞海》（第七版·缩印本）获“特别奖”。

上海世纪出版集团副总裁彭卫国表示，“世纪好书”规范化、品牌化的评选发布，是做强世纪出版的重要环节；世纪出版集团在主题出版、专业出版、学术出版等领域有相对优势，出版了大批涵盖各领域的精品力作。但也要看到，集团在专业图书营销推广、大众读物的策划出版上还存在短板；好书只有被送到了需要者的手里，内容的效应才会发生，“世纪好书”的

评选、发布，就是要推动精品力作的精准营销，推动大众出版的破题创新。

2021年10月，上海世纪出版集团圆满完成世纪出版园搬迁工程。世纪出版集团党委书记、董事长黄强表示，世纪出版园未来将保持战略定力，推动价值转化，通过架设一座高质量出版的“世纪虹桥”，联通作者与读者、集团与业界，从世纪虹桥走向全国、走向世界；切切实实地把规划优势、质量优势、专业优势、内容优势转化为产品优势、竞争优势、综合优势、市场优势。

2022年，上海世纪出版集团继续坚持“以最专业打造最优秀”的出版理念，旗下各社发挥各自专业特色，以深厚的学术出版底蕴为基础，努力形成一系列覆盖完整、内容丰富、价值厚重的重量级选题，为挺拔出版主业、打响世纪品牌提供坚实助力，着力构筑与上海文化品牌相适应的文化高地新优势，进一步增强出版实力和核心竞争力。

（聂慧超）

● 现场直击

人文社7小时直播众名家共话“网格本”

中国出版传媒商报讯 2月22日，人民文学出版社策划并举办七小时直播活动“对话：说不尽的‘网格本’”。该活动在全网近20家主流平台直播，张悦然、黄磊、虹影、止庵、史航、董强、陈鲁豫等文化大咖助力，在线观看总量突破533万。人文社创新活动形式，邀请名家、大咖，以体裁为切入点，与读者线上阅读小说、朗读诗歌、欣赏美文、诵读戏剧。读者纷纷留言，表示从“文学盛宴”“文学课”中“受益匪浅”。微博话题“我记忆中的‘网格本’”“人民文学出版社推出‘网格本’”“说不尽的‘网格本’”等话题讨论量超过1500万次。

中国出版协会理事长郭书林和中国出版集团党组成员、中国出版传媒股份有限公司总经理李岩分别致辞。郭书林高度肯定老一代编辑家缔造的“‘网格本’精神”，并欣喜地看到新版“网格本”在打造人类命运共同体、促进国家文化外交中发挥作用。李岩提出，老版“网格本”之所以创造许多第一，其中一个重要因素是“饱含着老一代出版人的情怀与匠心”，而新版“网格



本”已成为“一个内容与形式高度统一的品牌标志”，“成为新时期我们汲取人类知识精华和智力成果、思想宝库的有效方式”。

在“散文：与自我对话”“小说：与世界对话”“诗歌：与远方对话”“戏剧：与人生对话”四个环节，分别以刘亮程、毕飞宇、胡海泉、黄磊等带来的“文学课”视频开场，赵白生、止庵、周晓枫、刘震云、李洱、张悦然、刘文飞、董强、虹影、臧棣、濮存昕、文铮、顾春芳等依次担任对话嘉宾，与读者分享文学观、读后感以及对“网格本”的珍贵回忆。青年漫画家白茶还根据经典文学中的著名桥段绘制了漫画。

（张聪聪）

基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜

（2022年2月上半月）

榜单快评 涵盖春节和学生寒假这一特殊时段的本期榜单，凸显近年罕见特点，即多种可读性强、适合假期不同年龄段读者阅读的非主题图书销量冲高，占据多席全品类图书销售前位：作家出版社《遥远的救世主》、人民文学出版社《俗世奇人》、天津人民出版社《蛤蟆先生去看心理医生》，分别跻身图书销售综合总榜TOP10；海南出版社《次第花开》、浙江文艺出版社《生死疲劳》、中国青年出版社《红岩》和人民教育出版社《读读童谣和儿歌》《大头儿子和小头爸爸》，也分别在图书销售综合总榜TOP20中占得席位，假期中各类读者的热读由此可见一斑。

2022年2月上半月图书销售综合总榜				
排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	论中国共产党历史(普及本)	中央文献出版社	2021年2月	26.00
2	习近平新时代中国特色社会主义思想学习问答(小字本)	学习出版社 人民出版社	2021年2月	29.00
3	毛泽东邓小平江泽民胡锦涛关于中国共产党历史论述摘编(普及本)	中央文献出版社	2021年2月	16.00
4	中国共产党简史(小开本)	人民出版社 中共党史出版社	2021年2月	42.00
5	改革开放简史(32开)	人民出版社 中国社会科学出版社	2021年8月	32.00
6	中华人民共和国简史(32开)	人民出版社 当代中国出版社	2021年8月	38.00
7	社会主义发展简史(32开)	学习出版社 人民出版社	2021年8月	30.00
8	遥远的救世主	作家出版社	2008年4月	48.00
9	俗世奇人(足本)	人民文学出版社	2018年4月	28.00
10	蛤蟆先生去看心理医生	天津人民出版社	2020年8月	38.00

（下转第4版）

精彩导读


2022年书店老总的新年规划(二) P2

开年来上班,发现卖书的渠道没了?! P5~P6

通俗经济学图书市场黄金20年 P7

虚构与非虚构到底是个什么鬼? P9

编辑:聂慧超 排版:彭庆伟



中国出版传媒商报

中国出版传媒商报