



《习近平关于尊重和保障人权论述摘编》多语种对照版出版发行

中共中央党史和文献研究院翻译的《习近平关于尊重和保障人权论述摘编》俄汉、法汉、西文、日汉对照版，近日由中央编译出版社出版发行。

《习近平关于尊重和保障人权论述摘编》由中共中央党史和文献研究院编辑，分9个专题，系统收录了习近平同志围绕尊重和保障人权发表的一系列重

要论述。

该书俄汉、法汉、西文、日汉对照版和此前出版的英汉对照版，对于国内外读者深刻理解和习近平有关重要论述的丰富内涵，深入了解中国尊重和保障人权的伟大实践，增强当代中国人权观的吸引力、感染力、影响力，具有重要意义。（据新华社）

素质教育助学产品“卷”出新姿

关键词 素质教育 助学产品 科普读物

中国出版传媒商报记者 张聪聪

多重因素催生市场“宠儿”

多重因素作用下，教材及其配套讲解、题库类教辅之外，一批融入趣味性、科学性、互动性、技术性的新型助学产品迅速崛起。

“双减”之后，教培市场进入寒冬，一些培训机构不规范运作，教培机构爆雷的负面新闻屡现。然而，学生和家长们对优质课程资源的需求有增无减。家长在图书和数字产品选择上重刚需的标准，始终没有改变。80后、90后新一代家长，教育观念更具前瞻性，也更加重视素质教育。新冠肺炎疫情

反复，线下课堂之外的辅助教育产品使用场景却在不断增加。

正如上海教育出版社社长助理、教辅分社社长庄晓明所说：“刷题应试类的传统硬教辅，市场依旧存在，但分发模式更加多元化、扁平化。新型的偏向素质教育的软教辅，或将传统教

辅进行课程化创新，这方面很受家长们的欢迎。”新型助学产品指向软教辅和数字教辅两个方向，包括纸质图书、融媒体出版物、数字平台等多种形式，涵盖学科科普读物、课程化读物、智能化教辅（数字化学习平台）等类别。

幽默故事+漫画解读，学科科普读

(下转第3版)

● 商报专递

160种！2022主题出版重点出版物选题发布

中国出版传媒商报讯 近日，中宣部办公厅公布《中央宣传部办公厅关于公布2022年主题出版重点出版物选题的通知》（以下简称《通知》），明确对各地各部门各出版单位精心组织报送的2240种主题出版选题，经评选论证，最终确定2022年主题出版重点出版物选题160种，其中图书选题140种、音像电子出版物选题20种。

《通知》要求，承担重点出版物出版任务的相关出版单位要把好出版导向关，严格遵守重大选题备案等规定，始终坚持正确的政治方向、舆论导向、价

值取向，切实抓好重点出版物组稿、编辑、校对、印制、发行各环节，确保出版质量。正式出版时，可在出版物封面或外包装上标注“2022年主题出版重点出版物”字样。各地区要组织出版集团、发行集团做好2022年主题出版重点出版物展示展销工作。各地书城、书店设立专门区域集中展示展销重点出版物，对读者购书给予优惠，组织形式多样的推广活动，着重宣传相应题材内容的重点出版物。网络书店可根据自身特点，开展相关重点出版物展示展销活动。（尧雯）

“少儿图书第一股”荣信文化登陆创业板

中国出版传媒商报讯 9月8日，中国书业“少儿图书第一股”——荣信教育文化产业发展股份有限公司（以下简称“荣信文化”，股票代码：301231）正式登陆深圳证券交易所创业板挂牌上市，首次公开发行2110万股，发行价格为25.49元/股。上市首日，荣信文化开盘价为31.33元/股，较发行价涨幅高达22.91%。

自2006年成立以来，荣信文化始终专注于中国少儿图书市场，已发展成为具备优秀的策划能力和创作能力、具有国际化视野和丰富经验的创作团队、丰富的版权储备和渠道多元、形式多样、

联动高效的营销体系的民营少儿书企。

据悉，荣信文化成功打造了“乐乐趣”和“傲游猫”两大自有品牌，积极打造互动性强的原创图书，如立体书、翻翻书、洞洞书、发声书、气味书、触摸书、手偶书、多媒体书等，带给孩子沉浸式的阅读体验。截至2021年12月31日，公司累计策划及发行图书3200余种，覆盖少儿科普百科、低幼启蒙、卡通/漫画/绘本、游戏益智等多个少儿图书领域，还将中华传统文化IP深植于少儿图书产品中，讲述中国故事和民族精神，聚力少儿图书“走出去”。（超）

出版合作典型案例征集和国际化人才遴选开启

中国出版传媒商报讯 9月5日，中国出版协会“一带一路”出版工作委员会发布通知，近期开展“一带一路”出版合作典型案例征集和国际化人才遴选活动，旨在推进“一带一路”沿线国家和地区出版合作，助力国际传播能力建设。

据悉，凡是从事国际化相关工作的出版企业和人员均可参与评选，征集日期截止9月30日。“一带一路”出版合作典型案例征集分六大类别：一是征集主题图书的多语种翻译出版和海外推介案例；二是征集优质图书的版权输出案例；三是征集本土化运作案例；四是征集中外机构共同策划、国际组稿等案例；五是征集国际营销渠道拓展案例；六是征集数字内容海外输出、数字产品

的海外推广等案例。典型案例征集将遵循政治性、示范性、创新性、推广性和双效性五个标准。

“一带一路”国际化人才遴选包括“国际化领军人才”和“国际化人才”两个类别：一是遴选具有国际化战略视野、在本单位国际化工作中作出突出贡献的人才；二是遴选具有国际视野、跨文化交流能力、创新精神的版权经理、外向型编辑、研究人员等。国际化人才征集将以拥护党的路线方针政策、在版权工作中取得重大突破和优异成绩、承接“一带一路”出版合作相关项目并取得突出成效、在国际合作相关活动中分享经验、或发表过相关重点文章4个方面为标准。（陆云）

本期特别推出

开学季专刊

中文分级阅读：最热产品研发大揭秘	P7
“双减”后，品牌教辅商迭代新招数	P10
特级教师如何给学生推荐阅读书目？	P11
中小学图书馆最火藏书调查	P14
8月书单：秋意渐浓 翻书甚惬	P21-23



● 政经提示

新时代科普工作怎么做？两办发文！

中国出版传媒商报讯 近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》（以下简称《意见》），并发出通知，要求各地区各部门认真贯彻落实。

《意见》要求，各地区各部门要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持把科学普及放在与科技创新同等重要的位置，强化全社会科普责任，提升科普能力和全民科学素

质，推动科普全面融入经济、政治、文化、社会、生态文明建设，构建社会化协同、数字化传播、规范化建设、国际化合作的新时代科普生态。要把党的领导贯彻到科普工作全过程，突出科普工作政治属性，践行社会主义核心价值观，大力弘扬科学精神和科学家精神。

《意见》进一步明确发展目标，即到2025年，公民具备科学素质比例超过15%。到2035年，公民具备科学素质比例达到25%。（尧雯）

基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜

(2022年8月下半月)

榜单快评 本期榜单凸显两个特点：一是开学前夕几种经典工具书销售火爆，商务印书馆的《现代汉语词典》《古汉语常用字字典》《牛津高阶英汉双解词典》包揽文教细分市场TOP3，且分别占得全品市场热销第4、5、7位，彰显了品牌经典系广大学子新学期用书的甄选必备；二是王朔沉潜15年的压卷之作《起初·纪年》当月甫一面世，即斩获文艺细分市场领军位，且跻身全品市场TOP20，映射了大家力著超群的市场魅力。

2022年8月下半月全品类图书销售总榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	习近平谈治国理政(第四卷 平装)	外文出版社	2022年6月	80.00
2	百年大党面对面	学习出版社 人民出版社	2022年5月	26.80
3	闽山闽水物华新 习近平福建足迹(上下)	人民出版社 福建人民出版社	2022年6月	175.00
4	现代汉语词典(第7版)	商务印书馆	2016年9月	109.00
5	古汉语常用字字典(第5版)	商务印书馆	2016年6月	39.90
6	习近平经济思想学习纲要	人民出版社 学习出版社	2022年6月	12.00
7	牛津高阶英汉双解词典(第9版)	商务印书馆	2018年3月	169.00
8	新概念英语1 英语初阶(新版)	外语教学与研究出版社	2019年11月	39.90
9	《毛泽东选集》第五卷(1-4册)	人民出版社 人民出版社 人民出版社	2022年6月	356.00
10	中国共产党宣传工作简史(上下卷)	浙江人民出版社 上海人民出版社	2022年2月	98.00

(下转第20版)

使命在肩 笃行不怠

全国新华书店全力确保「课前到书」

中国出版传媒商报记者 伊璐

1978年，党中央提出“课前到书，人手一册”的号召。自此，作为图书发行主渠道、主阵地的新华书店把完成“课前到书，人手一册”的政治任务作为中心工作全力落实。2022年秋季因教材排查修订、发印时间全面推迟，加上部分地区持续高温和零星疫情影响，秋季教材发行面临前所未有的挑战和压力。如何在短时间内将教材顺利发放到学生手里，成为全国新华书店人的首要任务。

为了让一线员工全力投入到工作中，上海新华传媒今年首次实行教材发行封闭管理。每日能完成的工作量在1500万~1600万码洋，是去年同期的1.5倍。上海新华传媒还在全市16个区设立了教材自提点，由各区教材发行部负责分发。

河北省新华书店有限责任公司成立发运领导小组，制定了《2022年秋季教学用书配发应急预案》《常态化疫情环境下发运工作方案》等。同时，实行24小时领导带班制度和7×24小时工作机制，切实做到货到即收、入库即发。从8月开始，省店公司实行日报制度，密切掌握发运进度。

内蒙古新华提前制订了详细的工作预案，从收发配送、车辆安排、人员组织、后勤保障等方面进行安排部署，及时与出版社、印刷厂沟通联系，全区近百家分、子公司联合启动“5+2”“白+黑”的工作模式，实施24小时收货、值班制，确保教材随到随卸、即收即配、日收日清。

黑龙江新华书店集团组织教材发行部、连锁公司及各地市新华书店多次召开专题会议，制定好各项应急预案，建立快速响应机制。集团物流总部不断优化工作流程，及时与出版单位及印刷厂沟通联系，24小时轮班坚守，全力以赴确保发运质量。

山东新华召开多次专题会议，并在各市、县级分公司调研座谈，深入一线了解了各级分公司对今年教材集中到货的前期准备，协调解决存在的问题与困难。为做好物流保障，山东新华全省9家物流分公司、山东新华书店集团教育图书发行公司，以及16地市分公司构建与完善了教材发放预案体系，各环节均实施了“一把手”责任制。

山西新华启动2022年秋季“两教”收发应急预案和《物流疫情疫情防控应急预案》，做到24小时快速响应，保证生产安全，确保物流各环节工作顺利推进。8月集团动员总部各部门和直属子(分)公司党员干部员工89人分赴新华物流基地和孝义发运站开展为期两周的“保教应急”工作，支援物流一线，加快工作步伐。

面对压力，凤凰新华攻坚克难，全省协调联动，发扬拼搏精神，讲究工作方法，各分公司的日发货量平均达到9.7万件以上，极高峰时突破12万件，日到货量也比去年同期增长2~3倍，收发货集中明显。

湖北新华成立了教材教辅发行服务工作领导小组，下设教材发行、教辅发行、物流配送、中小校园书店4个专项工作组，出台了一系列切实可行的举措；还制定了教材发行应急预案，由分管领导、业务部门和物流部门统筹联动督办，总结往年经验，研判当前形势，分析存在问题，完善教材发行工作流程。（下转第20版）

