

## 人美社启动大赛 挖掘青年艺术人才

中国出版传媒商报 近日,人民美术出版社携手招商银行共同启动2022年“青春的故事”全国高校及青年艺术家优秀作品大赛,将发掘百名有潜力的青年艺术家人才。据悉,比赛分为高校学生、青年艺术家两个板块。参赛作品类型包括中国画、油画、书法、版画、雕塑、插画、工艺美术、艺术设计等类别。作品内容需积极向上,无政治导向问题。报名时间为11月18日~12月12日。大赛包括线上海选初评、评委会复评、学术委员会终评3个评审环节。

比赛期间,主办方利用媒体平台资源,本着公平、公正的原则,通过宣传、展览、评选等方式,挖掘更多具有“高尚的、精致的、独到的美学追求”的青年艺术家人才,将艺术和经济跨领域融合,助力艺术市场良性发展。在校学生和青年艺术家奖励分别为一、二、三等奖,其中一等奖3名,奖金每人5000元;二等奖10名,奖金每人3000元;三等奖37名,奖励人美社精美奖品1份。获奖作品有机会在《中国美术》《中国艺术》《油画》《中国美术馆》《艺术博物馆》等国家级期刊发表。主办方将在获奖作品中选出1幅作品,作为“人美一招商银行联名借记卡”2023年卡面图。(穆宏志)

## 2022上海·第二届书店自有文创节举办 700余种产品展示自有文创新玩法

中国出版传媒商报记者 穆宏志

11月30日~12月5日,2022上海·第二届书店自有文创节在朵云书院·戏剧店举办。该活动由上海市书刊发行行业协会、上海联合书业会展有限公司主办,上海元真文化传媒有限公司(光的空间)、上海世纪朵云文化发展有限公司承办。11家书业机构携700余种文创产品亮相。与首届相比,本届文创节参加单位更多,文创产品更丰富。



四大主题区域,“新来乍到”为文创节注入活力。本届书店自有文创节围绕“新”做文章,特设四大主题区域是:“新来乍到”由新加入的上海音乐出版社、大隐书局和二酉书店的文创新品组成,为文创节注入新活力;“历久弥新”区域中的2家品牌历史悠久的读者书店和百新文化,在文创开拓创新的道路上从未停止步伐;“耳目一新”“别出新意”2个区域,呈现6家书店多品类多主题的文创成果。

6天6场分享会,主题更趋多元。本届文创节保留了每日14:00分享会的传统,分享的主题更趋多元化。上图文化传播(上海)有限公司分享上海图书馆东馆文创设计理念,其中不乏联手艺术家徐冰、Emily Folyd设计的文创产品,兼具视觉美感和实用功能。读者书店则把“闻香识书系列——糖香水”新品发布会搬到现场,团

队从策划创意、香型调制、视觉设计、市场渠道4个方面展开,展现书店自有文创的研发思路与过程。上海元真文化传媒有限公司(光的空间)解析“新华文创”数字文创周边运营案例。上海世纪朵云文化发展有限公司讲述如何结合场景营造设计文创产品。二酉书店探讨在书店里构筑产品的私域社群。上海音乐出版社分享音乐文创产品创立和试水市场的经过。

700余种文创产品,新品一网打尽,其中不乏爆款。如上海世纪朵云文化发展有限公司带来了以中国二十四节气为主题的丝巾,象征上海的玉兰舒展饱满,似在风中摇曳,出自非遗剪纸大师之手的飞鸟遨游其间,古典元素与上海味道,共同交织出节气之美。读者书店策划研发读者·闻香识书系列——“糖”香水共4款,分别是夏日蜜、海风吟、咖啡醇、烟草甘,通过四个意象、四种场景、四种香味,观照人生的四个阶段、四种心境。钟书阁2023书店日历设计别具一格,每日一翻折页,精美暖心插画,每月推荐书籍,把普通的日子也过得浪漫。以诗歌衍生的李白、唐寅、杜甫主题“诗酒趁年华花瓶套装”,让诗情画意融入日常生活。埋了语言梗的新年红包备受读者青睐。

咖啡渣笔、毛毡包、环保布袋,文创+环保激发新想象。上海人民出版社旗下的文创品牌“逗好”今年围绕《上海咖啡》一书开发了咖啡渣笔,体现“可持续发展”和“循环再利用”的绿色环保理念。“读者·很能装毛毡包”是读者书店的秋冬新品,“很能装”一语双关,既是指《读者》杂志博采中外、荟萃精华的包容并蓄,也是指此款毛毡包容量大、结实耐用的物理属性。新华文创·光的空间带来了与明珠美术馆联名推出的环保布袋。

为了鼓励读者前来打卡,文创节期间分享有礼,满赠惊喜,礼品价值最高可达90元。朵云书院·戏剧店充分的防疫举措为文创节顺利开展保驾护航。

(上接第1版)

从2021年底开始,荣宝斋先后与喜茶、饿了么、汉堡王、颐莲、庞克猫、人民日报文创等品牌合作,推出各类文创产品,让“中华老字号”荣宝斋以全新的姿态进入大众视野,获得了较好的利润增量。据荣宝斋在线董事长李春林介绍,依托荣宝斋木版水印技艺,公司与小红书联名打造的文创产品也将于今年年底推出。据悉,荣宝斋从2015年开始布局互联网业务,当年6月,基于微信的书画微拍正式上线运营,其后,京东、天猫旗舰店等电商平台相继上线,构成荣宝斋在线的核心业务群。借助互联网思维,荣宝斋的传统优势在数字化文化消费中实现了指数级成长。

### “文化+”将去向何处?

在11月30日举行的2022腾讯全球数字生态大会媒体融合发展论坛上,腾讯公司公共事务副总裁冯宏声提出,文化科技正在助推文化产业实现3个意义上的“文化+”:一是文化产业自身升级意义上的“文化+”,二是文化产业实现跨界赋能意义上的“文化+”,三是文化产业加入数实融合意义上的“文化+”。

虚实相生,数实融合将为出版传媒业转型提供主要动力。正如中宣部文改办原副主任、一级巡视员,中国公共关系协会文化大数据产业委员会副主任委员高书生所言,“互联网触动的是消费,数字化撬动的是生产”。面对巨大的发展空间,出版传媒业迫切需要通过产融紧密结合来释放强大生产力。

伴随着VR/AR、人工智能、数字孪生等新技术的更迭,出版机构大力提升线上线下一体化、在线在场相结合的数字化文化新体验。吉林科技出版社于今年10月上线元宇宙书店,用“一个选题”撬动“一整条产业链”,进入元宇宙书店的读者可以“云逛店”,还可以点击图书进入与之相配的主题馆,完成阅读、看电影、玩密室逃脱、科学实验、购买数字藏品等。福建新华发行集团福州安泰新华书城利用原有老书店搭建元宇宙场景,实现“书+咖啡+元宇宙+文化生活”的多元体验场景。

在新型电商、数据资产化的倒逼下,“赢者通吃”成为出版机构进行平台生态竞争的典型形态。5款共1.25万份数字藏品开售即售罄的佳绩,让荣宝斋看到了数字艺术与传统艺术的合作空间。中国大百科全书出版社的“中国故事IP运营平台”首期聚焦大运河、长城、丝绸之路、中轴线四大主题,探索“出版+展陈+多媒+周边”的新生态,除了数字技术与传统出版融合,还与学校、线下机构等在研学、课程研发上进行了深度融合合作。凤凰出版传媒集团不仅自建数据中心,更投身数据设备

(上接第1版)

## 抢搭数字经济「快车」,出版业何为?

自主研发,成立凤凰(下关)数据中心和凤凰(新港)数据中心,通过开展数据的深度挖掘与分析,建立智能推送机制,为教师教学与学生学习提供智能化、精准化、个性化服务,并致力于破除传统系统间的数据孤岛,实现数据在作者、编辑、印刷、库存、发行以及客户反馈等各环节的无缝流转。

### 数字化助推产业再升级

文化数字化是建设文化强国的重要抓手。2022年5月,中办、国办下发的《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》提出,到“十四五”时期末,基本建成文化数字化基础设施和服务平台,基本贯通各类文化机构的数据中心,基本完成文化产业数字化布局,公共文化数字化建设跃上新台阶,形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系。

文化数字化被誉为数字时代的“新基建”。华东政法大学传播学院硕士生导师吴申伦认为,出版数字新基建要继承共建共享的原则,包括云端数据库、供应链模型、精准推送算法等,依靠数据驱动的优势,促使选题策划、内容组稿、编辑出版、零售发行等流程走向智能化、管理,激活场景阅读、知识服务、按需定制、解决方案等业务模式的创新。这可以说是其价值定位,最终目的是使出版业更好地融入数字经济的大循环。

中文传媒于2019年开工建设现代出版传媒产业基地,积极推进5G、大数据、VR/AR、物联网等战略性新兴产业建设,推动传统出版创新转化。今年11月,由中文传媒旗下江西新华发行集团主导的现代出版物流中心正式开工建设,成为落实江西省委省政府深入推进数字经济做优做强“一号发展工程”的一件大事,发行集团也将加速植入信息化、自动化和智能化基因,构建全渠道业务形态平台。

总的来看,出版业创新势头迅猛,数字经济大有可为。这一趋势下,未来的出版业会是什么样子?有人预测,会实现“千人千面千样书”,读者的行动轨迹将变成存量数据被利用起来,出版机构用谁的数据就给谁付款;有人构想,图书定价将与音视频及场景化因素相关联,除一次性收费,还可以按照提供的服务数量和质量收取年费;也有人期望,我国会出现欧美国家很流行的“订阅盒子”,每个盒子有自己的分类主题,每个订阅期,盒子厂商会联合其他品牌为订阅顾客选配商品,邮寄给顾客,例如当你购买咖啡或香水时就可以获得一些图书……在数字经济的大潮中,出版将演化出更多形态,呈现在更多场景里,也将释放出更大的赋能效果。

### 活动现场



## 聚焦新时代十年精品图书

海峡出版发行集团亮相海图会

中国出版传媒商报 12月1日,第十八届海峡两岸图书交易会福建厦门开幕。海峡出版发行集团组织所属8家图书出版单位精选1000余种精品图书参展。福建省委宣传部副部长、福建省新闻出版局(省版权局)局长、一级巡视员肖贵新到海峡出版发行集团展区考察。肖贵新对海峡出版发行集团在主题出版、弘扬传统文化、促进两岸融合取得的突出成绩,特别是对《八闽文库》全媒体出版工程又推出“专题汇编”《福建民间契约文书》(11卷50册)、“要籍选刊”《文选旁证》等成果给予充分肯定。海峡出版发行集团党委委员、副总经理谢兴权陪同。

海峡出版发行集团展区现场设有3个专题展台,集中展示了该集团新时代十年精品图书,尤其是两岸融合发展相关图书。其中,围绕庆祝党的二十大胜利召开这一主题主线,集中展示了《摆脱贫困》《闽山闽水物华新——习近平福建足迹》、《纪录小康工程》丛书(福建部分)、《马克思主义中国化思想史》、《晋江经验——中国式现代化道路的县域探索》、《林占熺与中国菌草》、《“小巷总理”——林丹的故事》等主题出版精品图书。围绕传承福建特色文化和两岸融合发展,集中展示了《中国泉州南音集成》(101册)、《台湾通史》(共6卷)、《明清官藏闽台关系档案汇编》、《台湾古籍丛编》、《朱熹文集编年评注》(13册)、“福建古建筑”丛书(5册)、“海峡两岸民间工艺口述史”丛书等精品图书。该展区还设置书墙、专架集中展示《八闽文库》全媒体出版工程2022年最新推出的《福建民间契约文书》(11卷50册)、《榕村语录 榕村续语录》、《榕坛问业》、《文选旁证》,以及首批成果《福建文献集成》(初编)。

此外,海峡出版发行集团所属鹭江出版社还在展会期间举行了《穿越神秘的大海》《鱼钥匙的秘密》《我爱册歌(第2辑)》《我爱册歌(第3辑)》4种图书的中文繁体版权签约仪式。(穆宏志)

### 新书发布

## “创新教育文库”:打开教育创新研究新方向

中国出版传媒商报 创新是社会发展的驱动力,教育领域的创新是全社会创新的来源。近日,“创新教育文库”第一辑由社会科学文献出版社出版。“创新教育文库”由北京大学教育学院教育经济与管理系主任、北京大学教育经济研究所所长特聘副教授杨钊主编,第一辑收录3种著作《平等而不同:芬兰应用科学大学的科研发展》《父母参与的力量:中学生在自主学习启示录》《知识共享的原动力:来自企业教育虚拟社区的观察》,从不同层次的合作者网络视角,分析了国内外的教育创新实践。

在文库总序中,杨钊表示,“创新教育文库”第一辑收录的著作,敏锐地识别出教



育领域的创新性组织、创新性学习方式和教育组织的创新性功能,并综合应用组织学、管理学、经济学和教育学等多学科理论进行了分析。这些研究虽然来自教育研究领域,但它们不约而同地与网络共生创新模型进行了对话,凸显了通过实践共同体进行创新的重要性和巨大潜力,打开了教育创新研究的新方向。据介绍,“创新教育文库”旨在继承和发扬中国在知识创新和知识共享方面的优势,以发掘和推荐对教育领域的创新性组织、创新性学习方式和教育组织的创新性功能的研究为己任,以支持教育创新研究和我国教育事业的高质量创新发展。(张聪聪)

## 《心理学术语力》观照青年一代的心理生活

中国出版传媒商报 近日,广西师范大学出版社·新民说出版新书《心理学术语力》。《心理学术语力》以随笔手法和大量案例,用21个关乎心理健康、生活质量、幸福感和个人成长的心理学术语串联梳理了300多个心理学概念,提炼出一份“个人心理自助实操清单”;并在每个章节后精心设计了具体练习,帮助读者把自己的生活经验或生活智慧分门别类、对号入座,并将其提升到理论层面。

书中内容关注当下年轻人关心的心理议题,如亲密关系中的“焦虑型依恋”“回避型依恋”、原生家庭影响等,观照青年一代的心理生活。该书作者杨眉年龄已过70岁,其写作带有独属于女性与老年的视角与人



文关怀,不论是经验世界中的智慧传递,还是在性别维度上的软性输出与影响,该书都具有一定价值。杨眉自上世纪80年代开始从事心理咨询,是中国心理学会临床与咨询心理学专业委员会首批注册心理督导师,在心理教育领域也已从业近40年,为促进公众的心理健康素养、发掘成长潜能、提升生活质量和幸福感,她在一线教学与咨询中做了大量探索。在作者看来,每个人都拥有非常奇特的自我调节、自我修复、自我痊愈和自我成长的天赋潜能。心理问题常常是生命向我们示警和求助的信号,了解与生活密切相关的心理学术语,可以从不自觉的自助上升为自觉的科学自助。(郑远)

## 儿童文学作家伍剑新作《窑变》关注瓷窑文化

中国出版传媒商报 著名儿童文学作家伍剑的全新力作《窑变》,近日由湖北教育出版社出版。窑变是指瓷器在烧制过程中,由于材质与窑内温度变化导致其表面釉色发生出人意料的变化。窑变瓷器以其鬼斧神工之妙、流光溢彩之美,成为瓷器中不可遇不可求的上品。儿童的成长亦是如此。作品中两位少年主人公的成长历程如同瓷器的烧制过程,历经千锤百炼,最终完成了自己的“窑变”。



千姿百态。《窑变》是伍剑在坚守以往创作风格的基础上,充分挖掘自身童年经历、生活经验及其情感记忆而创作的小说,通过书写少年学习制瓷技艺的曲折成长经历,展现了传统文化的魅力和工匠精神,描绘了汉阳钟家窑一段被封的历史。《窑变》把制瓷的六道工艺流程与少年的成长经历巧妙地交织在一起,在故事推进中介绍制瓷专业知识,摹写制瓷技法,让小读者在字里行间不自觉地感受到瓷器的魅力和价值。作品对瓷窑文化的展示,更传达出中华民族执着坚守、臻于至善、奋斗不息的美德与情怀,体现了中华优秀传统文化的精髓。(张聪聪 梅倩)

### 2022年11月下半月少儿读物销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	狼王梦	浙江少年儿童出版社	2018年12月	26.00
2	四季的变化:科普认知绘本(全4册)	天地出版社	2019年4月	68.00
3	西西家族成长日记:我会保护自己(套装4册)	湖南少年儿童出版社	2022年10月	168.00
4	小小聪明绘本系列:波西和皮普	外语教学与研究出版社	2015年8月	73.00
5	小王子	天津人民出版社	2013年1月	39.80
6	了不起的狐狸爸爸	明天出版社	2018年9月	28.00
7	夏洛的网	上海译文出版社	2014年8月	37.00
8	彩虹色的花	二十一世纪出版社	2018年6月	46.00
9	猜猜我有多爱你	明天出版社	2013年7月	43.80
10	没头脑和不高兴(注音版)	浙江少年儿童出版社	2018年4月	25.00

### 2022年11月下半月科技生活类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	健康不走弯路:细节打造好身体	中国人口出版社	2022年10月	49.80
2	昆虫记	人民教育出版社	2017年8月	34.80
3	DK博物大百科:大自然的视觉盛宴	科学普及出版社	2018年9月	458.00
4	崔玉涛育儿百科	中信出版社	2019年1月	178.00
5	海蒂怀孕大百科	南海出版公司	2019年4月	68.00
6	信息技术 基础模块(上册)	高等教育出版社	2021年8月	30.80
7	小慧星旅行记(注音版)	人民邮电出版社	2021年2月	39.00
8	中医学(第9版)	人民卫生出版社	2018年8月	66.00
9	机器学习	清华大学出版社	2020年11月	108.00
10	昆虫记	北京教育出版社	2014年6月	25.80

为了及时反映市场行情,为出版社、书店营销、选品提供参考,为读者阅读、购书提供指南,本报每半月刊出一次图书销售排行榜,以服务业界与读者。半月图书销售排行榜基于“国家出版发行信息公共服务平台”的销售数据和商报·奥云“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据,由全品类总榜和社会科学、文化教育、文学艺术、少儿读物、科技生活5个分类榜组成,均按销量降序排列。(报载各榜TOP10;各榜TOP20见商报官微、官网)