浙江少年儿童出版社 全国优秀出版社

“老舍作品精选”充分满足读者阅读老舍作品需求

信息提供：浙江少年儿童出版社市场营销中心 许 婧 **直购通道：**邵敏捷

重点荐书：“老舍作品精选”系列（少年版）

适读人群：小学中高年级至初中学生

推荐语：该丛书收录《济南的冬天》《猫》《母鸡》等所有入选部编版教材的篇目，以及《断魂枪》《马裤先生》等常在辅助读物和试卷中出现的篇目，并节选初中必读书目《骆驼祥子》的主线情节，选文全面、题材丰富，充分满足青少年了解老舍作品的需求。

营销方向：通过书单推荐，抖音、小红书、社群等新媒体平台达人直播带货、种草，相关书籍短视频、图文推荐等方式推广图书。

重点荐书：“少年兵法班”系列

适读人群：7~14岁读者

推荐语：鬼谷子是春秋战国史上极富神秘色彩的传奇人物，他开办了一所集兵法、修真、纵横术、星象术等为一体的学校，名曰“鬼谷学校”。春秋战国群英荟萃，孙膑、庞涓、苏秦、张仪等人物全都成了鬼谷子的学生。他们在鬼谷学校里糗事连连，笑料百出。

营销方向：通过抖音、小红书、社群等新媒体平台达人直播带货、种草，相关书籍短视频、图文推荐等方式推广图书。

重点荐书：《橡皮擦乐队》

适读人群：11~14岁读者

推荐语：“中国好书”作者全新长篇力作，传承中国民族音乐，汲取治愈能量，关注老人身心健康，焕发成长活力。

营销方向：通过书单推荐，抖音、小红书、社群等新媒体平台达人直播带货、种草，相关书籍短视频、图文推荐等方式推广图书。

主要渠道：线上线下各类渠道

上海译文出版社：《疫苗的故事》勾勒200多年公共卫生史

信息提供：上海译文出版社 丁丽洁 **直购通道：**张 琦 021-53201888-4677

重点荐书：《疫苗的故事》

适读人群：大众读者、科普和科学史爱好者、医疗专业人士

推荐语：全球14种几乎每个孩子都能接种的疫苗中，有9种是莫里斯·希勒曼的发明。该书生动讲述了希勒曼研发各种疫苗的细节，也以此为基础介绍了全球背景下的疫苗开发，勾勒出200多年来的公共卫生史。

营销方向：一是提炼书中科普话题，邀请媒体刊发相关书摘。二是与微博、抖音、小红书等各平台科普、亲子教育博主合作。三是开展社群共读活动，引导读者加入共读群并在群内互动，最后产出读书笔记并发表在各社交平台，形成新一轮传播。

重点荐书：《镜与光》

适读人群：外国文学爱好者、历史小说爱好者

推荐语：作为两届布克奖得主希拉里·曼特尔“都铎三部曲”之终篇《镜与光》，在英国上市第一周就创下了每2.7秒就卖出一本的销售成绩。该书聚焦于克伦威尔因叛国罪和异教罪被斩首于塔丘的人生中最后四年，即1536~1540年发生的故事。

营销方向：一是与微博、B站、抖音、小红书等平台影视剧博主合作，通过影视剧解说等方式种草。二是与历史文化类播客合作，引起历史爱好者的关注。三是撰文介绍作者希拉里·曼特尔，并改编成短视频，形成多途径传播。四是摘取书中精彩情节进行传播。

重点荐书：“小侦探阿加莎”系列第三辑

适读人群：6~12岁少年儿童

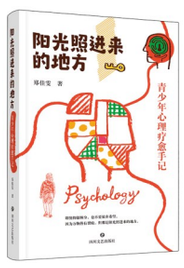
推荐语：该系列是意大利知名儿童文学作家史蒂夫·史蒂文森的代表作，讲述了年仅12岁的阿加莎·米斯特里和哥哥拉里·米斯特里在环游世界的旅行中经历的种种冒险，有奇闻怪谈，有未解之谜，还有一桩桩扑朔迷离、悬疑离奇的案件。

营销方向：一是结合寒假及开学契机，与电商平台、线下书店合作推荐和陈列。二是制作宣传VCR，在新媒体平台上进行投放引流销售。三是配套推出“阿加莎知识小课堂”系列。四是在小红书、微博、公众号等平台打造热点话题，引流销售。五是进社区和校园开展活动。

主要渠道：全渠道

四川文艺出版社：《阳光照进来的地方》陪伴青少年走出抑郁困境

信息提供：四川文艺出版社 蔡 曦 **直购通道：**曾凤飞 19940823951



重点荐书：《阳光照进来的地方：青少年心理疗愈手记》

适读人群：亲子家庭

推荐语：青少年抑郁已经成为不能回避的社会问题。这是一本心理咨询师陪伴青少年以及他们的家庭走出抑郁困境的书籍。作者把近几年在咨询室亲历的青少年抑郁案例浓缩成了11个故事，每一个故事均具有抑郁的共性与特性。该书除案例外，还有对家长的指导以及对心理咨询师新手的告诫，适合关注青少年心理成长的所有人。

营销方向：初期在心理社群推广，开学后联系社区及学校，进行心理辅导讲座巡讲。

重点荐书：《最后一个舅舅》

适读人群：文学爱好者

推荐语：该书收录了出版家、诗人、作家樊希安的28篇回忆故乡的散文，每一篇都从独特的私人视角切入，用质朴的文笔、真挚的情感，回忆故乡那些看似普通却又充满趣味的个体日常，勾勒出一幅充满人情味和烟火气的中原乡村图景，描绘出乡村人民的日常生活和人生百态。

营销方向：根据各地书展排期举行线下分享会。

重点荐书：《琅琊榜 漫画 肆》

适读人群：国漫爱好者

推荐语：该书改编自海宴原著同名小说。历经地狱烈焰归来，他碎了旧骨，拼却余年，以一介白衣之身来到大梁帝都。该书是琅琊榜漫画第4册，情节进展到靖王从越贵妃宫中救出霓凰郡主后和梅长苏对峙，各自交心商谈确认了相互信任的合作关系。

营销方向：投放小红书、B站等Z世代聚集的社交网站。

主要渠道：电商及实体渠道

花山文艺出版社：《图说五福》阐释五福在各类事物中的含义

信息提供：花山文艺出版社 李 爽 **直购通道：**侯亚辉 0311-88643248

重点荐书：《中国吉祥图案丛书·图说五福》

适读人群：大众读者

推荐语：该书是以福、寿、喜、子、财5种民间喜闻乐见的主题为内容，分别阐释每个主题在民间饮食、服饰、建筑、装饰等不同器物或场合使用含义的图文书。在内容体量方面，每册收图100幅，每幅图配以相应的文化解释，用以说明图案文化内涵及使用场合，提醒使用禁忌。在整体结构方面，每部书围绕其主题展开解说，既包括五福在各类事物中的含义，也涵盖图案在美术、雕塑、剪纸等不同类别艺术中的呈现，以期达到阐释清晰、门类齐全的呈现效果。整套书不仅集中呈现出五福文化对人们日常生活的深远影响，而且对发掘传统吉祥图案的文化内涵、发扬中华民族优秀传统文化具有重要意义。

重点荐书：“一方”丛书

适读人群：大众读者

推荐语：该书以挖掘燕赵人文精神为旨归，以小说、散文的方式书写河北的地方文化和风土人情，通过具体可感的人物和事件，为历史留下富有烟火味的文学记忆。丛书包括散文集3部即刘江滨的《大地烟雨》、虽然的《冀中人物速写》、绿窗的《城垛上的花魂》，小说集2部即杨立元的《小镇传奇》、孟昭旺的《少年游》。

营销方向：通过直播、线上网店、线下店、线下活动和签售会等方式推广图书。

主要渠道：京东、抖音、拼多多、微店、线下店

2022年12月 我们社发得最好的书

■中国出版传媒商报记者 王少波/采写整理

（标*的为近期新出版图书）

浙江少年儿童出版社

“郑渊洁四大名传”系列	157000册
“动物小说大王沈石溪·品藏书系”	100000册
“科学惊奇大探险”系列	80000册
“我是一个兵”系列	75000册
“名家文学读本”系列	54000册
《世界少年文学经典文库 伊索寓言》（升级版）	26000册
“没头脑和不高兴”系列	22000册
《蔡志忠给孩子的国学漫画：世说新语》	12000册
《青草国的鹅》	11000册

二十一世纪出版社集团

“爆笑小古文”系列	57214册
《大中华寻宝系列 寻宝记神兽发电站10》	*29778册
《时代广场的蟋蟀》（麦克米伦世纪大奖小说典藏本）	25314册
《彩虹色的花》	24176册
《东北抗联三部曲 龙眼传》	*22402册
“国宝中的中国历史”系列	*20418册
《大中华寻宝系列29 内蒙古寻宝记》	*20214册
《大中华寻宝系列 秦朝寻宝记》	*17541册
《大中华寻宝系列 恐龙世界寻宝记3 黑水晶柱》	*15621册
《大中华寻宝系列28 黑龙江寻宝记》	*14201册

生活·读书·新知三联书店

《我们仨》	70000册
《万历十五年》	51000册
《中国历代政治得失》	37000册
《法律简史》	10000册
《中国味道》	*8000册
《杜甫评传》	8000册
《天朝的崩溃》	8000册
《观念的形状》	*7000册
《角斗场的〈图兰朵〉》	5000册
《苦命天子》	*5000册
《决胜》	5000册

上海译文出版社

《夏洛的网》	41052册
《局外人》	29890册
《总有一天会长大》（经典版）	27431册
《动物农场》（精装）	16290册
《美丽新世界》	14713册
《一九八四》（精装）	14566册
《挪威的森林》	13079册
《吹小号的天鹅》	13153册
《蝇王》（特精版）	10031册
《情人》（特精版）	9687册

长江文艺出版社

《昆虫备忘录》（新版）	35257册
《浅的绿，深的绿》	22586册
《方帽子店》（新版）	20715册
《我变成了一棵树》	18561册
《一支铅笔的梦想》（新版）	17410册
《慢性子裁缝和急性子顾客》	15728册
《科学家故事100个》	15182册
《树孩》	12000册

花山文艺出版社

“诗人散文”丛书	13965册
《时代楷模（2019~2021）》	6034册
《特别支部》	5815册
“寻找英雄的足迹”丛书	4720册
《无法完成的画像》	2065册

四川文艺出版社

《不可以》	84000册
《盗墓笔记2》（2022纪念典藏版）	80000册
《盗墓笔记8上》（2022纪念典藏版）	75000册
《盗墓笔记5》（2022纪念典藏版）	75000册
《盗墓笔记7》（2022纪念典藏版）	75000册
《盗墓笔记8下》（2022纪念典藏版）	75000册
《盗墓笔记4》（2022纪念典藏版）	75000册
《盗墓笔记6》（2022纪念典藏版）	75000册
《盗墓笔记3》（2022纪念典藏版）	75000册
《乌鸦》	23000册

漓江出版社

《班主任工作漫谈》	8752册
《局外人》	6347册
《卡利古拉》	6236册
《上党课了》	5954册
《重生》	5693册
《罗特小说集11 齐珀与他的父亲》	*5552册
《罗特小说集12 漂泊的犹太人》	*5433册
《西绪福斯神话 论荒诞》	5417册
《教学工作漫谈》	5286册

二十一世纪出版社集团 21st Century Publishing Group

《寻宝记神兽发电站10》另类讲解有趣实用小知识

信息提供：二十一世纪出版社集团 程 静 **直购通道：**13065180775

重点荐书：《大中华寻宝系列 寻宝记神兽发电站10》

适读人群：6~10岁读者

推荐语：该书是一部集知识性与趣味性于一体的漫画小百科。该书一改科普读物枯燥乏味的表现形式，通过趣味漫画和逗趣小故事，另类讲解有趣又实用的小知识。同时知识页采取“手账”的排版形式，画面更加生动有趣，提升孩子的阅读兴趣。

营销方向：通过短视频宣传、知识竞赛、达人直播推荐等方式推广图书。

主要渠道：全渠道

重点荐书：“淘气包马小跳”系列（美绘注音版）

适读人群：5~8岁读者

推荐语：“淘气包马小跳”由杨红樱创作，已陪伴中国孩子走过20年，记录中国儿童的心路成长历程。“淘气包马小跳”美绘注音版新增拼音辅助，排版疏朗，匹配低年级小学生的阅读能力，专为低年级小学生精选日常生活故事和校园故事，贴近孩子们的生活，特别适合孩子自主阅读。

营销方向：通过短视频宣传、达人种草等方式推广图书。

主要渠道：全渠道

重点荐书：“国宝中的中国历史”系列

适读人群：7~12岁读者

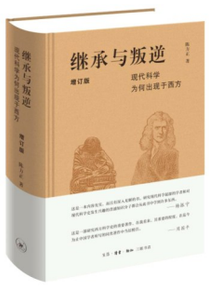
推荐语：该书选取120件国宝级文物，用超过400个干货历史知识点，将国宝的作用、故事、制作过程及其背后的文化内涵一一呈现出来。选取的国宝来自多省市博物馆，让读者足不出户便能踏上探索博物馆的奇妙之旅。超过400幅手绘国宝图与插画，尽可能精细地还原文物细节。

营销方向：通过短视频宣传、达人直播推荐等方式推广图书。

主要渠道：独家渠道

生活·读书·新知三联书店：《继承与叛逆》探索现代科学为何出现于西方

信息提供：生活·读书·新知三联书店 范 斐 **直购通道：**18911846228



重点荐书：《继承与叛逆》

适读人群：青少年、大学生、科学史爱好者及研究者

推荐语：这是一部出色的西方科学与科学思想发展史。作者从四五百种古今文献中钩玄提要，建构出一部简明流畅的历史叙事，达到了深入浅出、举重若轻的境界。该书的成就和价值远不止此，因为作者不仅仅整理出一部西方科学史，而且要以此为阶梯，去探索一个更重大的历史和文化问题，即“现代科学为何出现于西方”。

重点荐书：《观念的形状》

适读人群：人文社科爱好者、文博考古爱好者以及专业研究人员

推荐语：如果文物会说话，它们会告诉我们什么？除了可以鉴定年代的材质，可以赏析感受的艺术形式，可以遥想的历史和故事，还有什么需要我们聆听的信息？该书从耳熟能详的72件文物出发，兴味盎然地为读者讲述其中的古老智慧和哲学思想。这些“观念”均有其“形状”，就这么活泼地来到读者面前。

重点荐书：《汉帝国的建立与刘邦集团》

适读人群：历史爱好者、人文社科相关读者以及专业研究人员

推荐语：该书的重要贡献，缘于作者根据《史记》《汉书》中相对稀少、不成系统的文献记载，做了大量的史料整理工作，用计量史学的方法，研究汉初刘邦集团的人数、籍贯、爵位、职官、任期等基础信息，使得刘邦集团与汉初政治的讨论有了比较扎实的根基。

营销方向：通过三联自有公号、相关公号、直播等开展宣传。

主要渠道：全渠道

长江文艺出版社：《北流》用碎片化个人记忆折射历史

信息提供：长江文艺出版社 胡金媛 **直购通道：**陈佳媛 18694065807

重点荐书：《北流》

适读人群：成人读者

推荐语：该书以主人公李跃豆的个人史，串联起梁李两家的家族史、北流这座城市的地域史。碎片化的个人记忆折射了历史的横截面，在碎片化的描摹中展现了一幅完整的时代生活图景，深刻详实地映射着其背后的时代变迁。该书从女子李跃豆的视角，将数十人的命运轨迹和中国城市化进程、全球化浪潮、语言和地域文化交融，汇聚成一条和北流息息相关的文化长卷。作为一部纯文学长篇小说，《北流》是作家林白的集大成之作，也是其突破之作。

营销方向：一是举行《北流》研讨会；二是重点在小红书平台做营销；三是重点联系一些大V、达人进行直播带货。

主要渠道：当当等电商、线下渠道

重点荐书：《浅的绿，深的绿》

适读人群：儿童读者

推荐语：该书为旅德儿童文学作家程玮的作品集。这些作品讲述了孩子们在校园和家庭生活中经历了友谊的滋养与亲情的温暖而逐渐自爱、自强的成长故事。程玮的作品情感细腻真挚、文笔优美简练，有着对儿童心理的准确捕捉以及对儿童精神的坚守，启发孩子们对生命、对成长的感悟。

重点荐书：《树孩》

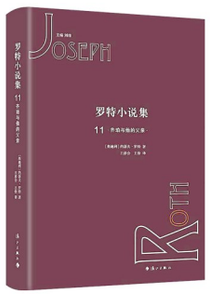
适读人群：儿童读者

推荐语：在一场山火之后，一段被烧焦的黄杨木经雕刻家精心雕刻，化腐朽为神奇，起死回生，变成了一个可爱的木雕小男孩。从此，“树孩”开始了世间的流浪和冒险：他遇到了木雕商人，遇到了白发奶奶，遇到了急流洪水，遇到了老槐树、天鹅、芦苇。诗意的语言为孩子插上想象的翅膀，跟着树孩一起乘风破浪、感受人性。

主要渠道：线上线下各类渠道

漓江出版社：《齐珀与他的父亲》展示战后返乡一代的不幸和迷茫

信息提供：漓江出版社 俞方远 **直购通道：**15001235281



重点荐书：《罗特小说集11 齐珀与他的父亲》

适读人群：外国文学爱好者

推荐语：该书收入约瑟夫·罗特的中篇小说《齐珀与他的父亲》（王彦会译）与长篇小说《右与左》（王怡译）。两部小说都展示了战后返乡一代的不幸和迷茫，也体现了社会各阶层的无所适从，能引起人们对战争的深思。罗特的作品全面描绘的人类悲剧，远非现代小说技术能够企及。少有其他当代作家能够接近他的全面，罗特或已达峰顶。

重点荐书：《罗特小说集12 漂泊的犹太人》

适读人群：外国文学爱好者

推荐语：该书为“罗特小说集”的收官品种，收入短篇集《漂泊的犹太人》（张晏译）、《白城》（顾牧译）和短篇小说《四月》（孙爱群译）。《漂泊的犹太人》讽刺意味很浓，作者用既爱又恨的笔触描画东欧犹太文化，讲述了很多犹太人被迫在世界各地漂泊的痛苦经历。书中罗特对社会的观察，对法国、意大利等欧洲国家城市人文历史的描述，尤其是对人物的观察描写十分深刻，生动传神，文笔曲折，耐人寻味。

营销方向：通过社群推广、公众号推文等方式宣传图书。

主要渠道：线上线下各类渠道