

活态传承

壁画传统文化出版新图景

关键词 传统文化 主题出版 现代文明

中国出版传媒商报记者 聂慧超

“在新的起点上继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明，是我们在新时代新的文化使命。”6月2日，习近平总书记出席文化传承发展座谈会并发表重要讲话，站在以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的战略全局视角，贯通古今、融通中外，凝练概括了中华文明的五大突出特性，深刻阐明了“两个结合”特别是“第二个结合”的重大意义，为建设中华民族现代文明提供了根本遵循。

习近平总书记的这一重要讲话，持续引出版界热烈反响。连日来，中国出版集团、江苏凤凰出版集团、江西省出版传媒集团等出版机构召开深入学习贯彻习近平总书记文化传承发展座谈会重要讲话精神专题会议，大家纷纷表示将以总书记重要讲话为指引，在更广阔的文化空间，聚焦“两个结合”任务目标，充分运用中华优秀传统文化的宝贵资源，以优秀的精品力作，助力中华优秀传统文化汇入并作用于现代化进程，服务于面向未来的理论和制度创新，让新一代读者在秉承文化传承理念的基础上，展开新时代文化对话与创新。

文化家底逐步摸清
高位推动新时代重大出版工程

人们在历史长河与时代律动中，感受着生生不息的中华文脉。在世界发展潮流中，从融入走向引领，中华优秀传统文化与中国现代化进程始终相伴随，双双进入一个全新的发展阶段。

● 商报专递

2023年主题出版选题重点引业内关切

中国出版传媒商报讯 近日，中宣部办公厅印发通知，明确2023年主题出版五方面选题重点，分别为高举思想旗帜，推动习近平新时代中国特色社会主义思想入脑入心；紧扣主题主线，深入宣传阐释党的二十大精神；强信心稳预期，助力经济社会发展协同共进；提高文明程度，加强社会主义核心价值观培育和引领；推进对外出版和国别研究，增强中华文化传播力影响力。

通知要求，要进一步增强做好主题出版工作的政治自觉、思想自觉、行动自觉，加强工作指导，强化责任落实。要把内容导向要求落实到出版全过程，把好

首批“十四五”职业教育国家规划教材书目公布

中国出版传媒商报讯 近日，教育部办公厅公布首批“十四五”职业教育国家规划教材书目，共确定7251种教材入选首批“十四五”职业教育国家规划教材，涵盖全部19个专业大类、1382个专业。

通知要求，各省级教育行政部门要加强对本地区职业院校教材选用使用工作的管理。各职业院校要按有关规定落实教材选用要求，优先选用“十四五”国



第十三届江苏书展“流淌千年 ‘数’言新生——穿越时空的大运河”数字体验展现场，观众“身临其境”地感受江苏历史悠久的大运河文化韵味。

党的十八大以来，习近平总书记高度重视传承和弘扬中华优秀传统文化，鲜明提出创造性转化、创新性发展的方针。近年来，沿着总书记的足迹，透过一砖一瓦、一诗一画，出版人对于挖掘优秀传统文化成果、结合现实需要赋予其新的时代内涵，具有了更明晰的前进方向。

面对灿若星辰的传统文化资源，各出版单位精心组织精兵强将，立足自身的文化资源进行梳理和挖掘，既注重中华优秀传统文化与时代发展相结合，又兼顾中国文化与世界文明交融互通，打造出种类多、有特色、集大成的精品出版工程，在学术价值和市场影响等多重领

域得到了充分认可。更重要的是，拓展了中国人的精神空间与思想深度，丰富了中华优秀传统文化的内涵与特征。

“修史立典，存史启智，以文化人，这是中华民族延续几千年的一个传统。”习近平总书记为中华书局出版的大型历史文献丛书《复兴文库》作序，进一步强化了中国出版集团作为出版“国家队”的使命感紧迫感。中国出版集团以《复兴文库》为核心，开发中国革命史民族复兴史产品集群；围绕“点校本二十四史及清史稿修订工程”、《永乐大典》、敦煌文献系统性保护整理工程、中华民族音乐传承出版工程以及国家古籍出版规划、出

版基金项目等，进一步强化有关中华文明起源研究、考古中国、“读懂中国”等出版选题的拓展，正在形成点线面有机结合的产品集群。

四川眉山，三苏祠中，茂林修竹，生机盎然。2022年6月8日，习近平总书记走进这里，实地考察这座千年古祠，指出“三苏”对坚定文化自信的重要意义。2023年6月8日，由新华文轩牵头的“三苏文化出版工程”首批成果发布，深入挖掘和传承三苏文脉，致力全面构建三苏文献体系，建设新时代三苏文化出版高地。在第29届北京国际图书博览会上，“三苏文化出版工程”与蒙古、阿根廷等国的出版机构签订该出版工程相关成果实物出口和版权输出协议，实现国际传播与国内宣传同步开展，不断提升三苏文化国际影响力。

卷帙浩繁的古籍典藏，是我国5000多年历史中积累下的一座文化山峦。多家出版机构依托扎实的古籍整理实力，致力于集成性、基础性、稀缺性古籍文献的整理出版，推出了一批代表国家水准的古籍出版成果，形成了地方古籍文献整理出版方阵。

近年来，山东出版集团的《齐鲁文库》、贵州出版集团的《阳明文库》、中南出版集团的《湖湘文库》、湖北出版集团的《荆楚文库》、江西省出版集团的《江右文库》、安徽出版集团的《安徽文库》等一批重点出版项目稳步推进，文化家底逐步摸清，研究阐发全面展开，对于具有地方特色的中华优秀传统文化、弘扬当地的革命文化、红色文化等，具有不可估量的新时代价值。（下转第11版）

中共党史出版社建社40周年座谈会在京举行

中国出版传媒商报讯 7月3日，庆祝中共党史出版社建社40周年座谈会在全国人大会议中心举行。中央党史和文献研究院院长曲青山在致辞中表示，40年来，中共党史出版社出版了一系列党史正史及一大批党的历史和理论研究著作，为全党全社会学习、宣传、研究党的历史和理论提供了权威教材和丰富读本，取得了“两个效益”的丰硕成果。希望中共党史出版社以建社40周年为新的起点，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，赓续红色血脉，紧跟时代步伐，守正创新，奋发有为，以更多精品力作谱写高质量发展新的篇章，创造属于我们这个时代的党史新文化。

中央党史和文献研究院副院长黄一

兵在座谈会上指出，新时代新征程，中共党史出版社要更好地承担起出版工作单位的职责，为时代画像、为时代立传、为时代明德，扎实工作、不懈奋斗，为创造党史出版事业的新辉煌贡献力量。

中国出版协会理事长郭书林希望中共党史出版社继续坚持正确出版方向，做强做大主题出版；继续推进高质量发展，加快数字化转型升级。原中央党史研究室副主任龙新民、中共党史人物研究会会长张树军、中央党史和文献研究院第七研究部主任刘荣刚等专家学者以及读者代表等到会，一致对中共党史出版社40年来在党史研究成果宣传普及、党史党建一级学科建设等方面所做的工作，给予高度评价。（尧雯）

基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜

（2023年6月下半月）

榜单快评 本期榜单凸显的抢眼之处是：广东旅游出版社的系列历史漫画读物“如果历史是一群喵”，一举在文化教育书热销TOP20中独揽6个席位。从2019年出版的《东汉末年篇》，到2020年出版的《隋唐风云篇》；从2021年出版的《五代十国篇》，到2022年出版的《宋辽金夏篇》《南宋金元篇》；再到今年4月出版的《元末明初篇》；出版历时涵盖5个年份。作为套系书，无论是其集中斩获头部品的数量，还是同步热销品的面世时间跨度，均系当今罕见；彰显了这一系列读物的品牌影响力，和以漫画表现历史这一出版形态的高度市场认可及旺盛生命力。

2023年6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	中国共产党章程（64开 口袋本）	人民出版社	2022年10月	4.00
2	习近平著作选读 第一卷（普及本）	人民出版社	2023年4月	35.00
3	习近平著作选读 第二卷（普及本）	人民出版社	2023年4月	34.00
4	高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告（平装）	人民出版社	2022年10月	6.00
5	习近平谈治国理政（第四卷 平装）	外文出版社	2022年6月	80.00
6	习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要（2023年版）	学习出版社 人民出版社	2023年4月	16.00
7	党的二十大报告辅导读本（平装）	人民出版社	2022年10月	38.00
8	习近平新时代中国特色社会主义思想专题摘编	党建读物出版社 中央文献出版社	2023年4月	30.00
9	习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观和方法论专题摘编	党建读物出版社 中央文献出版社	2023年4月	8.00
10	习近平关于调查研究论述摘编	党建读物出版社 中央文献出版社	2023年4月	7.00

（下转第16版）

7月5日，第十三届江苏书展在苏州成功落幕，主分展场线上线下实现销售码洋25189万，其中苏州国际博览中心主展馆实现零售码洋920万。当江苏书展第8次在“苏州”与“图书”邂逅时，苏州已成“书州”。展区面积约2.55万平方米的苏州主展馆中人流如潮，5天展期内累计进馆人数达14万人次，其中7月2日总入场人次突破6万，打破苏州国际博览中心开业20年来的单日入馆人次纪录。从2019年的苏州主展馆入场人数的近10万人次到2023年的14万余人次，江苏书展所营造的浓厚书香氛围在苏州地区再次被拉满，读者的热情也再次燃起。

从2019年第九届江苏书展主分展场实现销售6619万码洋，到2020年的7833万，2021年的9263万，2022年的15536万，再到今年的25189万；主展馆现场零售从2019年的509万码洋，因疫情2020年减至426万，再到2021年增至539万，2022年的627万，到今年的920万；线上分展场销售额更是从2020年的1126万元，增长至2023年线上分展场、直播带货销售7530万元。数字变化的背后，我们看到的是，5年间实现跨越式发展的江苏书展。

江苏书展对于线上营销的投入、推广力度越来越大，推出的优惠越来越多，取得的成效越来越好。从2019年江苏凤凰新华网设立线上分展场，到2020年推出“江苏书展”APP和凤凰新华官网上分展场，展示展销近20万种图书，在线销售2万多种文创文教用品；到2021年在“江苏书展”APP和凤凰新华官网上分展场开展“我们云上见”5×8小时大型全媒体不间断直播活动；再到2023年凤凰新华书店在往年发放3000万元线上优惠券的基础上，再发放500万元线上现金红包，组委会推出“百家优秀出版社社长总编云荐书”“我们云上见”5×8小时大型全媒体不间断直播活动，实现“云逛展、云阅读、云购书、云互动”。

江苏书展的火，是近年来国家全力推进全民阅读工作取得实效的集中表现，体现了苏州乃至江苏地区的读者爱读书、读好书的浓厚阅读氛围，彰显了区域经济实力雄厚，也是书展主办方、承办方、参与方全力协作，创新办展模式、方法、内容，全力推进江苏全民阅读、全力服务好江苏读者的集中展现。一是江苏全省上下高度重视。江苏省委省政府、苏州市委市政府以及江苏其他地区政府部门从资金、人力、物力、资源等方面优先保障书展举办。据悉，今年的江苏书展期间，苏州市教育局、文广旅局、总工会合计发放各类购书补贴价值330万元，分展场发放价值303万元的惠民券。二是书展主承办方精心筹备。已举办13届的江苏书展，无论是前期的招商招展工作，还是活动对接协调、展商接待安排，均精细与周到。三是行业协会机构全力支持。7月1日~3日，中国版协2023馆藏图书交易大会落地苏州，与第十三届江苏书展同期举办，实现图书销售码洋1.015亿。首次举办的全国馆藏图书交易大会由中国出版协会和江苏凤凰传媒集团联合主办，江苏省新华书店集团承办。全国参展出版供应商530家，提供图书近16万种，实现了资源共享、优势互补、效应叠加，也为馆藏服务走向社会、走近读者、扩大影响提供了新模式新路径。

在各方的共同努力下，第十三届江苏书展苏州主展场呈现了8万种精挑细选的图书，举办了270余场精彩活动，曹文轩等人名家来到现场，发布了一大批优秀作品。如今的江苏书展集图书零售、阅读推广、行业研讨于一体，已成为区域读者的阅读嘉年华、全民阅读推广的风向标，成为展示优秀出版作品、强化行业交流研讨的平台，成为比肩上海书展、南国书香节的具有国际有影响力的国内一流书展。

5天入场人次超25万余人次，江苏书展为何这么火？

中国出版传媒商报记者 文枫