

(上接第1版)

上海书展:出版人热情高信心足

传统文化辉映

今年上海书展无论是活动设置还是展厅布局,都突出打造中华优秀传统文化出版新高地。

8月17日举办的上海书展重磅活动——2023上海书展行业高峰论坛,聚焦“中华传统文化传承发展与出版人的使命”主题,探讨出版业在新时代新征程下,努力建设中华民族现代文明中的发展思路和应有作为。

从主展场的主题展进入世纪国学馆,是一番较往年更加内容丰富、互动精彩的景象。国学馆围绕深耕中华优秀传统文化,传承中华文明,力求为第19届上海书展增添更多文化自信的底色。一方面国学馆对上海世纪出版集团出版、书店、艺术品经营板块的优质资源进行集成展示,上海古籍出版社、上海辞书出版社(含中西书局)、上海书画出版社等重点专业出版社首次在国学馆集中展陈销售;另一方面由上海图书公司主要承办的各类展览、展销、活动精彩纷呈,着力提供注重读者阅读体验、引导文化潮流的互动细节与文创产品。新与旧、图书与文创交相辉映。

阅读推广作家汇聚

海内外作家名家汇聚上海。今年国际文学周邀请到了阿根廷作家、诗人萨尔瓦多·马利诺罗、西班牙作家洛伦佐·席尔瓦、奥地利作家菲利普·韦斯,学者陈福民、顾春芳、金雯,作家索南才让、路内等嘉宾。

中国出版集团第14届读者大会暨“书香中国”阅读论坛上,葛剑雄、莫砺锋、曹文轩、罗平汉、许宏、陈劲、樊登等学者名家,与现场近千名观众分享了各自的阅读经验。

中国作协主办的“行进的风景2023——新时代文学攀登计划作品联展”中,杨志军、熊育群、陆天明、李凤群、毕飞

宇、欧阳黔森、小白等作家陆续以对话形式进行作品分享。

高质量的阅读活动一直是体现上海书展品牌影响力的重要支柱之一,2023上海书展活动从内容上看,既有专业精到的学术研讨,又有接地气的生活内容,既能吸引专业人士,又为广大市民群众喜闻乐见。大多数活动,已经不再是简单的作者签售会,而是更注重作者、读者与编辑的分享和交流。

融合发展酷炫

融合发展是出版业高质量发展的必由之路,今年上海书展首次推出数字融合出版全国精品展,展示参展单位近年推出的30余种数字融合出版精品。

中国出版集团重点展示了“籍合网”、“三联中读”APP、《中国大百科全书》第三版网络版等;上海世纪出版集团重点展示“聚典数据开放平台”、“大符头钢琴系列乐谱”数字融合出版产品等;北京出版集团的《中国科学家的故事》数字项目,时代出版传媒的“好玩的科学”STEAM幼教课程多语种开发及“一带一路”沿线国家应用、“乐聆听书”APP、《中国皮影数字档案》等均为观众带来良好阅读体验。直播已成为当前各大书展必备的景观,出版机构纷纷在展区内开设直播间,其间还有名家大咖来到线上直播间,为读者推荐好书,与读者零距离互动。

本届上海书展还设置了未来阅读和阅读跨界两大展区。阅文集团、帆书、喜马拉雅、上海七猫文化传媒有限公司等数字阅读企业以及文创、阅读生活周边、咖啡饮食等机构参展。这些展区聚集了大量年轻人。

据喜马拉雅公关总监郭智冬介绍,此次喜马拉雅展览主题为“精神食粮展”,在喜马拉雅的“招牌菜”展区内,读者通过与展陈互动或扫描二维码即可领取VIP权益,在喜马拉雅平台上聆听《平凡的世界》

《活着》《百年孤独》《张爱玲全集》《哈利·波特》等经典名著,《明朝那些事儿》《人类简史》《白夜行》等优质畅销书,以及《长相思》《大奉打更人》《全职高手》等网文精品。各家出版机构还纷纷推出打卡互动活动,中信出版集团推出关注小红书盖章打卡活动,阅文集团通过让读者扫码下载该公司旗下任意一款APP,即可免费参与拍摄复古照片……这些创意活动不仅提升了书展的趣味性,还拓宽了出版机构自身的传播渠道与流量池。

今年上海书展最大的变化是售票方式的改变。本届上海书展首次全面取消纸质票,读者通过大麦网进行实名绑定购票。此前,有出版人担心老年群体作为购买力很强的群体,可能会因此受限,但从开幕当天的情形来看,这种担心有些多余。人民文学出版社志愿者负责人徐名扬观察到,来参展的大部分读者都是中老年人。一位上海书展的忠实观众表示:“我已经70多岁了,每年都来上海书展,2007年见到了时任上海市委书记的习近平同志,2018年见到了时任上海市委书记的李强同志,这是我的荣幸。”

本届上海书展还吸引了大量学生和青年参展。一位18岁的读者表示:“今年是我第一次来上海书展,上海译文出版社文创品牌‘七海制造局’推出的新一期文创周边,每天限量100个秒光。我还会再来一次。期待能见到沈石溪。”“震撼,这是我最直观的感受。”一位首次参加上海书展的读者感慨道。他是毕飞宇的粉丝,并通过毕飞宇的公众号与书展结缘。

出版人都憋着一股劲,从带来的图书品种到展台设计,都把各自卖得最好的书和压箱底的产品带到了上海书展。“要让上海书展真正成为服务全国的文化大平台。”如今,19岁的上海书展向人们展示出一场超越阅读的全国文化生活嘉年华。看到展区内纷至沓来的读者,出版人的信心更加坚定。石磊表示:“我希望我带来的书一本不剩地全卖出去!”

带动“特色消费”的综合文化消费场景,打破过去单一供给音乐表演的传统音乐节模式,融入了与艺术家合作的装置艺术、借助舞台大屏与新媒体动画设计呈现的视觉艺术、与悲伤蛙等热门IP联名的适合观众打卡的互动艺术,实现文化氛围带动,为本次音乐与艺术节注入了新的文化活力。在乐迷体验方面,泡泡岛音乐与艺术节在“食有特色”“行有便利”“游有交互”“购有精品”“娱有结合”等维度上实现突破式创新。

除此之外,瞄准嘻哈音乐垂类用户,创娱无界还和爱奇艺联合开发了今年暑期火热的综艺衍生IP——“中国说唱巅峰对决音乐节”,用酷炫的音乐舞台、极致的视听体验唤醒青年力量。

跨界合作、破圈共生,是文化内容赋能细分产业的能量所在。今年4月,创娱无界与中国航天总局合作开发和筹备中国航天主题音乐节(CNSA Music Festival),以航天科技与音乐艺术的融合创新为创作概念,借助新媒体化和视觉媒介化的呈现方式,在青年群体中培育中国原创音乐力量,推广中国传统音乐、中国航天科技精神。让未来空间站、无土培养、宇航员服装等科普知识走入大众视野,尤其是年轻群体的视野。车隽透露,在艺人选择方面,音乐节计划邀请拥有电声感的音乐人,同时将尝试与知名IP沟通深度合作;与天文、卜测有关的中国主题元素,也可能被设计融入中国航天主题音乐节中。车隽表示,下一阶段,团队将继续围绕音乐内容、现场演出,在稳扎稳打做好既有项目的同时,尝试孵化更多跨界的创新联动项目。

公示

根据国家新闻出版署《新闻记者证管理办法》有关规定,《中国出版传媒商报》社有限公司已对申领记者证人员的资格进行了严格审核,现将拟领取新闻记者证人员名单进行公示。

新艺昕、刘思怡、宋强、许惟一、张馨宇

如有异议,请于本公示发布之日起5日内拨打国家新闻出版署举报电话:010-83138953。

《中国出版传媒商报》社有限公司
2023年8月18日

17种图书入选第三期“新发现·科普书单”

中国出版传媒商报 8月16日,第三期“新发现·科普书单”发布仪式在2023上海书展现场举行,17种入选图书揭晓,其中“科学人文”子书单6种、“科学生活”子书单6种、“科学少年”子书单5种。

作为国内首个科普图书推介品牌,“新发现·科普书单”以引领读者关注科学阅读为宗旨,秉承“科学照进未来”的价值主张,向全社会推荐优秀科普图书。活动得到全社会普遍关注和各界大力支持,中国图书评论学会会长郭义强、中国科普作协理事长周忠和院士、上海市科普作协理事长钱旭红院士等担任评委,潘建伟、朱美芳、葛剑雄、刘慈欣、混子、吴姥姥等院士学者及科普大V专门录制视频表示祝贺,国内多家媒体从不同角度对活动进行了报道和宣传。

“新发现·科普书单”此前已推出两期书单共43种图书。第三期书单评选从2023年6月开始,中国科学院院士汤涛领衔的15位专家担任初评委,中国

科学院院士,复旦大学校长助理、科研院院长马余刚以及阎宇辉、卞毓麟、曾凡一、姜雪峰、冯伟民、许琦敏等科学家、科普、传播、出版界专家担任终评委,经过严格评审,《芯片简史》等17种图书最终入选。

在发布仪式上,还宣读了“新发现·科普出版联盟”所有成员单位的倡议书,倡议全国科普出版同仁自觉承担科普普及的社会责任,做真正的科普、负责任的科普。坚守科学性、真实性,拒绝虚假科普,力戒哗众取宠。注重通俗性、趣味性,架好科学与公众之间的桥梁,让科普走近每一位热爱科学的读者。强化传播力、影响力,顺应时代发展趋势,丰富科普作品的形态和传播渠道,做有温度的科普内容、有新意的科普传播。共同努力,精益求精,不断推出高质量科普作品,让科学融入大众,让大众爱上科学。(葛慧超)



扫描二维码
阅读科普书单

“日新文库”第二辑新书发布会、第三辑专家论证会在京举行

中国出版传媒商报 8月13日,“涵芬书房名家系列讲座”第6讲:“会须决起凌云志”——商务印书馆“日新文库”(第二辑)新书座谈会在京举行。“日新文库”(第二辑):《说服之道》《直觉与理由》《文书之力》《江河行地》《耶路撒冷以东》(即出)5种图书发布。中国社会科学院哲学研究所研究员王柯平、中国人民大学历史学院教授孟宪实、中国农业大学人文与发展学院教授赵丙祥、中国人民大学哲学院教授聂敏里,与“日新文库”(第二辑)图书作者中国社会科学院哲学研究所副研究员何博超、厦门大学历史与文化遗产学院历史系副教授陈瑶、华南师范大学历史文化学院特聘研究员郭桂坤、山西大学哲学社会科学学院教授梅剑华展开对话。商务印书馆抖音、视频号、B站等平台进行现场直播。

“日新文库”是商务印书馆于2021年启动的重点学术出版项目,主要出版

45岁及以下的中国学者及海外华人学者的优秀成果,以人文社科研究为主而具体门类不限。“日新文库”继2022年出版了第一辑6种图书之后,第二辑推出5种著作。

同日,“日新文库”(第三辑)专家论证会在商务印书馆举行。清华大学社会科学学院政治学系教授任剑涛、清华大学人文学院历史系教授刘北成等现场出席论证会。清华大学人文学院历史系教授王东杰、复旦大学哲学学院教授黄洋等线上参会。复旦大学哲学学院教授丁耘等提供了书面评审意见。商务印书馆执行董事、党委书记顾青,总编辑陈小文参会并致辞,总经理助理李霞主持会议。与会专家学者围绕备选书目进行了激烈而深入的讨论。顾青表示,“日新文库”注重作品的可生长性,希望它们在未来成为真正的学术标杆之作和经典之作。(馨宇)

(上接第1版)

2023年8月上半月社会科学类图书销售排行榜

| 排序 | 书名 | 版别 | 出版时间 | 定价(元) |
|----|--|-----------------|----------|-------|
| 1 | 习近平著作选读 第一卷(普及本) | 人民出版社 | 2023年4月 | 35.00 |
| 2 | 习近平著作选读 第二卷(普及本) | 人民出版社 | 2023年4月 | 34.00 |
| 3 | 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 |
| 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 | 中国共产党章程(64开 口袋本) | 人民出版社 | 2022年10月 | 4.00 |
| 6 | 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 |
| 7 | 被讨厌的勇气:自我启发之父阿德勒的哲学课 | 机械工业出版社 | 2020年3月 | 55.00 |
| 8 | 蛤蟆先生去看心理医生 | 天津人民出版社 | 2020年8月 | 38.00 |
| 9 | 论党的自我革命 | 党建读物出版社 | 2023年4月 | 20.00 |
| 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 |

2023年8月上半月文化教育类图书销售排行榜

| 排序 | 书名 | 版别 | 出版时间 | 定价(元) |
|----|--------------------------|-----------|---------|--------|
| 1 | 古汉语常用字字典(第5版) | 商务印书馆 | 2016年6月 | 39.90 |
| 2 | 现代汉语词典(第7版) | 商务印书馆 | 2016年9月 | 109.00 |
| 3 | 肖秀荣2024考研政治1000题(全3册) | 国家开放大学出版社 | 2023年5月 | 79.80 |
| 4 | 苏东坡传(精装纪念典藏版) | 湖南文艺出版社 | 2018年1月 | 52.00 |
| 5 | 雅思王听力真题语料库(2023新版) | 中国人民大学出版社 | 2021年8月 | 38.50 |
| 6 | 备考2023年考研英语(2019—2022)真题 | 广东教育出版社 | 2022年4月 | 9.00 |
| 7 | 如果历史是一群喵12 元末明初篇 | 广东旅游出版社 | 2023年4月 | 59.80 |
| 8 | 星火英语四级词汇汇计划 | 上海交通大学出版社 | 2018年7月 | 39.80 |
| 9 | 英语练习册1 基础模块 | 高等教育出版社 | 2023年9月 | 22.30 |
| 10 | 数学 基础模块(上册 修订版) | 高等教育出版社 | 2023年7月 | 30.20 |

2023年8月上半月文学艺术类图书销售排行榜

| 排序 | 书名 | 版别 | 出版时间 | 定价(元) |
|----|------------|-----------|----------|--------|
| 1 | 漫长的旅途 | 湖南文艺出版社 | 2023年8月 | 49.80 |
| 2 | 我与地坛(纪念版) | 人民文学出版社 | 2011年1月 | 29.00 |
| 3 | 红岩 | 中国青年出版社 | 2018年1月 | 36.00 |
| 4 | 长安的荔枝 | 湖南文艺出版社 | 2022年10月 | 45.00 |
| 5 | 红楼梦(上、下册) | 人民文学出版社 | 2012年2月 | 59.70 |
| 6 | 活着 | 北京十月文艺出版社 | 2021年7月 | 45.00 |
| 7 | 长相思(2023版) | 中国友谊出版公司 | 2023年7月 | 139.00 |
| 8 | 我从未如此眷恋人间 | 读者出版社 | 2022年2月 | 49.80 |
| 9 | 你也走了很远的路吧 | 湖南文艺出版社 | 2022年9月 | 49.80 |
| 10 | 百年孤独 | 南海出版社 | 2017年8月 | 55.00 |

2023年8月上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 | 故宫博物院 孩子一定要去的博物馆 | 北京联合出版公司 | 2023年6月 | 50.00 |
| 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 | 我爸爸 我妈妈(全2册) | 河北教育出版社 | 2019年9月 | 79.60 |
| 4 | 妈妈买绿豆 | 明天出版社 | 2020年3月 | 35.80 |
| 5 | 小猪普来城儿(全7册) | 青岛出版社 | 2023年7月 | 168.00 |
| 6 | 中国国家博物馆 孩子一定要去的博物馆 | 明天出版社 | 2023年5月 | 50.00 |
| 7 | 小王子 | 天津人民出版社 | 2013年1月 | 39.80 |
| 8 | 万物由来科学绘本 写给孩子的科普绘本 | 北京联合出版公司 | 2020年8月 | 42.00 |
| 9 | 窗边的小豆豆 | 南海出版社 | 2018年5月 | 39.50 |
| 10 | 这才是孩子爱看的漫画数学(全6册) | 航空工业出版社 | 2022年1月 | 120.00 |

2023年8月上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 | 神秘的答案之书 | 江苏凤凰文艺出版社 | 2019年5月 | 38.00 |
| 2 | 梦、时间与短视频 | 江苏凤凰文艺出版社 | 2023年7月 | 68.00 |
| 3 | 崔玉涛育儿百科 | 中信出版社 | 2019年1月 | 178.00 |
| 4 | 美丽的数学 | 湖南科学技术出版社 | 2020年6月 | 58.00 |
| 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 修订版) | 高等教育出版社 | 2023年7月 | 28.40 |
| 7 | 宝宝脾胃好不好 | 江苏凤凰科学技术出版社 | 2021年1月 | 36.00 |
| 8 | 美国儿科学会育儿百科(第7版) | 北京科学技术出版社 | 2020年12月 | 108.00 |
| 9 | 黄帝内经全案(白话全译图解版) | 吉林科学技术出版社 | 2019年12月 | 99.90 |
| 10 | 我们赶海去(3册套装) | 北京联合出版公司 | 2023年6月 | 176.00 |

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·奥思“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)

专访

如何打造一个全新的原创音乐节IP?

中国出版传媒报记者 宣 心

仅半年时间,全国几百场音乐节如雨后春笋般破土而出,音乐行业正在经历从“一家独大”到“分庭抗礼”,再到“百花齐放”“百家争鸣”的转型期。然而,各家除了演出风格不同、经营策略各有差异外,还存在演出质量和配套服务水平良莠不齐的状况。要打造一个有风格、有人气、好评如潮的音乐节品牌,必然离不开创作团队“用心”打磨细节。商报特别专访泡泡岛音乐与艺术节负责人,北京创娱无界文化发展有限公司合伙人、副总裁车隽,谈谈如何打造一个全新的原创音乐节IP。

7月,中国演出行业协会发布《2023上半年全国演出市场简报》。《简报》显示,2023年上半年,全国共举办大型演唱会、音乐节演出506场,票房收入24.97亿元,观众人数550.10万人次。相关数据已远超2019年疫情前的水平,音乐现场演出作为青年潮流文化聚集地,再次成为促进和拉动各地文旅消费潜力的有力引擎。

夏日来袭,音乐节正以丰富的感官冲击和强互动性点燃着无数音乐爱好者的热情。据统计,2023年上半年,全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次19.33万场,与去年同比增长400.86%;演出票房收入167.93亿元,与去年同比增长673.49%;观众人数6223.66万人次,与去年同比增长超10倍。指数型增长数据的背后,是疫情以来音乐爱好者对现场演出的渴求,以及现场演出释放的文旅消费活力对市场的快速提振和带动作用。

7月21日-23日,首届泡泡岛音乐与艺术节·京津冀站落地天津滨海新区东疆湾沙滩景区,到场歌迷超6万人,其中京津冀观众约占75%,区域辐射带动效应显著。

泡泡岛音乐与艺术节·京津冀站作为品牌首秀站次,以“差异化打造、高质量发展”为关键词,创新融合多元音乐艺术文

化内容,延伸串联青年文化IP消费业态,推动本地文旅融合创新,将中外青年潮流文化交流、滨海自然旅游资源有机结合,全方位打造具有区域影响力、全国影响力的精品化运作、文旅效益突出的全新音乐节品牌。泡泡岛音乐与艺术节贵阳站演出也于8月12日-13日如期与观众见面。

泡泡,可以像气泡水的口感一样炙烈、迸发能量,也可以是吹起来的轻盈、灵动、自由的肥皂泡泡。在音乐节构思方面,车隽介绍说,泡泡岛音乐与艺术节就像是一期一会的嘉年华,每位登岛的“岛民”,不论年龄、职业、从哪个城市来,泡泡岛的音乐与艺术现场就是他们的精神休憩地。

谈到从0到1打造泡泡岛IP,与运营以往成熟的音乐节品牌的差异性时,车隽提出,体系化的音乐节品牌,往往有既定的制式和工作流程,团队的要义是在不打破标准和模块化内容的基础上,做细节创新。而泡泡岛音乐与艺术节作为一个全新打造的IP,从产品主张、资源联动、艺人链接、现场规划等,有着更加丰富、多元、灵动的可能性。

在展演内容方面,泡泡岛京津冀站融合了“音乐表演”与“艺术展演”两大内容,

海外传真

出版巨头西蒙与舒斯特将被私募股权公司收购

中国出版传媒商报 美国当地时间8月7日,派拉蒙公司(Paramount Global)宣布以16.2亿美元的价格出售西蒙与舒斯特(Simon & Schuster)给私募股权公司KKR(产业投资机构)。派拉蒙全球公司总裁兼首席执行官鲍勃·巴基斯(Bob Bakish)在公司财报电话会议上表示,西蒙与舒斯特公司是一项“优质资产”,但它与派拉蒙发展视频娱乐的核心使命不相符合。交易完成后,西蒙与舒斯特将转为私有。

在此之前,私募股权公司也涉足过图

书出版行业。2019年,埃利奥特管理公司(Elliott Management)以6.83亿美元收购了美国实体连锁书店巴诺书店(Barnes & Nobles),收购前,巴诺书店一直在与亚马逊等电商平台竞争。

去年10月,另一家图书出版巨头企鹅兰登书屋也曾试图收购西蒙与舒斯特,当时的出价是21.75亿美元。该交易最终被美国联邦法院否决,理由是认为两家大型出版商的合并会导致出版行业的垄断,不利于图书市场竞争。

(葛慧超)