

中国少年儿童新闻出版总社 China Children's Press & Publication Group

《阿玛的山》彰显中国少年的英勇品质

信息提供:中国少年儿童新闻出版总社 直购通道:李利宏 010-57526588

重点荐书:《阿玛的山》 适读人群:12岁及以上读者

推荐语:9岁满族男孩阿林勇敢胆大,渴望成为顶天立地的英雄,并常常觉得自己的父亲不够英雄气概。在日本侵略者疯狂掠夺长白山珍贵资源时,东北地区人民奋起反抗,英勇抗争。阿林面对国仇家恨,彰显了一个中国少年骨子里的英雄品质,而他的父亲更是勇赴国难,慷慨捐躯。我们的山,守住了!我们的国,也守住了!

营销方向:通过短视频、直播带货、微信公众号推文、名家推荐、书讯书评发布、书单推荐等推广图书。

主要渠道:全渠道



重点荐书:《光精灵的眼睛之旅》 适读人群:7岁及以上读者

推荐语:该书从生命教育的角度出发,用童话的语言,告诉孩子眼睛不仅仅关乎视力,也是身体的一部分、生命的一部分,激发孩子对眼睛的珍视。该书特意设计了一个可爱的“光精灵”形象,在阅读中跟着他进入眼睛的微观世界,依次穿过眼睛的泪膜、巩膜(白眼珠)、角膜(黑眼珠)、虹膜(中间为瞳孔)、晶状体、玻璃体、视网膜(含黄斑)、视神经、大脑,一起见证光在眼睛里0.3秒的神奇旅程。

营销方向:通过短视频、名家推荐、书讯书评发布、微信公众号推文、作者专访等推广图书。

主要渠道:全渠道

浙江文艺出版社:《丰乳肥臀》献给天下母亲的恢宏史诗

信息提供:浙江文艺社市场营销中心发行一部 直购通道:0571-85152727

重点荐书:《丰乳肥臀》 适读人群:文学爱好者

推荐语:一个家族,见证中国苦难更迭。一个故事,读懂中国百年沧桑。该书通过高密东北乡一个家族成员的起落还原了近代中国一个世纪间动荡起伏的历史进程。书中的母亲宛如一位承载苦难的民间女神,命运多舛,而她生养的众多儿女构成的庞大家族与各种社会力量、民间组织及疯狂岁月下的权力话语发生了枝枝蔓蔓的联系,并不可抗拒地被裹挟卷入政治历史舞台。该书是莫言



心目中的代表作,被诺贝尔文学奖评委认证“莫言尤为卓越的小说”,是献给天下母亲的恢宏史诗。

主要渠道:全渠道发行 重点荐书:《梦游人》 适读人群:文学爱好者 推荐语:昆德拉的文学偶像、与卡夫卡齐名的奥地利文学巨匠赫尔曼·布洛赫一举成名的长篇小说处女作。这是一部中国读者期待已久、令无数翻译家望而生畏的重量级作品。

主要渠道:摩点首发

河南文艺出版社:《不朽的落魄》一部关于“失败”的书

信息提供:河南文艺出版社 熊丰 直购通道:刘大龙 13838297288

重点荐书:《不朽的落魄》 适读人群:大众读者(尤其是各类考生)

推荐语:这是一部探究“失败者”面对人生苦难时如何抉择的人生之书。书中的时间线从唐、宋到元,再到明,最后止于清,以杜甫开篇,吴敬梓作结。作者尊重史实,文采绚烂,以通晓人情与人性的笔墨,细细刻写他们人生路上的一次又一次失败、命运对他们的一次次拨弄与责难、肉体和心灵饱经世事碾压之后的悲怆与呻吟。

营销方向:通过媒体宣传,与豆瓣、微博、微信公众号、小红书等平台大V合作,抖音、视频号直播带货等推广图书。

主要渠道:新华书店、京东、当当、天猫、拼多多、抖音等

重点荐书:《苏菲的世界》(漫画版) 适读人群:9~16岁中小读者

推荐语:该书是公认的20世纪百部经典之一,影响了全球5000万读者,借助小说外壳,以书信对话的形式,通过一位哲学导师向少女苏菲讲授哲学史的方式,解释了西方哲学史的发展历程。图画清晰,场景多变,漫画版让文字的精髓得到了视觉化的展现,人类文明史也得到全景式的展现。



营销方向:通过与豆瓣、微博、微信公众号、小红书等平台大V合作宣传,抖音、视频号直播带货等推广图书。

主要渠道:新华书店、京东、当当、天猫等

重点荐书:《翰墨传奇:张伯驹与故宫国宝》 适读人群:文物收藏、历史文化爱好者

推荐语:该书以张伯驹收藏的国宝级书画为脉络,透过文物九死一生的传奇经历,讲述国宝背后鲜为人知故事,展现张伯驹夫妇以护宝为己任,不惜变卖家产只求保藏文物珍品的爱国热忱。张伯驹传奇般的收藏经历,是艺术史上久传不衰的佳话。

营销方向:通过媒体宣传,与豆瓣、微博、微信公众号、小红书等平台大V合作,抖音、视频号直播带货等推广图书。

主要渠道:新华书店、电商平台等

时代文艺出版社:《河边的错误》反映荒诞的现实人生

信息提供:时代文艺出版社 孟婧 直购通道:18686404760

重点荐书:《河边的错误》 适读人群:大众读者

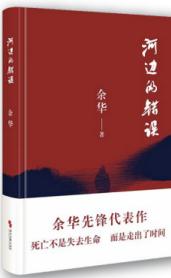
推荐语:该书是百万册畅销书作家余华的先鋒代表作。该书以一种冷静的笔调描写死亡,并在不断地提示人性的残酷与存在的荒谬,让读者看到人是如何被暴力挟持着往前走,最终又成为暴力的制造者和牺牲者。

营销方向:通过实体书店、电商平台铺货,抖音、小红书达人带货种草等推广图书。

主要渠道:实体书店、电商平台等

重点荐书:《控笔训练》 适读人群:学生/初学练字人群

推荐语:该系列共4册,《线条笔画》用44个控笔线条、28个常用笔画,让练字者熟悉运笔路径,锻炼手部控制力和眼部专注力;《偏旁部首》为练字者了解汉字组成部件,为流畅书写打好基础;《趣味控笔》将书法与美术的完美融合,培养练字者敏锐的观察力和逻辑思维分析力;《实



战应用)用10个数字、47个拼音、119个高频字,让练字者熟练控笔,流畅书写。

营销方向:通过实体书店、电商平台铺货,抖音达人推荐等推广图书。

主要渠道:实体书店、电商平台等

重点荐书:《江戸川乱步经典推理小说集》 适读人群:大众读者

推荐语:“无乱步,不推理!”感受被“日本推理小说之父”支配的恐惧。全球译本累计销量超1亿册,本格与变格的推理盛宴,多样化的阅读体验。该系列采用原创手绘封面,全新翻译版本,用心致敬经典,集惊悚、怪诞、悬疑、推理为一体。高智商罪犯与名侦探的碰撞与交锋,不读到后面一刻,永远不会知道谁才是真正的凶手。

营销方向:通过实体书店、电商平台、抖音等推广图书。

主要渠道:实体书店、电商平台等

2023年7月 我们社发得最好的书

中国出版传媒商报记者 王霖/采写整理 (标*的书为近期新出版图书)

Table with 2 columns: Book Title, Copies Sold. Includes titles like '美丽中国从家乡出发', '猫武士', '丁丁历险记' series, etc.

Table with 2 columns: Book Title, Copies Sold. Includes titles like '红星照耀中国(青少年版)', '乡土中国', '朝花夕拾', etc.

Table with 2 columns: Book Title, Copies Sold. Includes titles like '鳄鱼', '丰乳肥臀', '蛙', '檀香刑', etc.

Table with 2 columns: Book Title, Copies Sold. Includes titles like '杀死一只知更鸟', '经典译林:昆虫记(第三版)', '天竺葵' series, etc.

Table with 2 columns: Book Title, Copies Sold. Includes titles like '乡土中国', '童话人格:破译命运密码', '外国文学经典' series, etc.

Table with 2 columns: Book Title, Copies Sold. Includes titles like '红星照耀中国', '中国古代神话选编(名师讲读版)', '也是冬天,也是春天(彩插版)', etc.

Table with 2 columns: Book Title, Copies Sold. Includes titles like '河边的错误', '控笔训练', 'D坂杀人事件', etc.

Table with 2 columns: Book Title, Copies Sold. Includes titles like '三国演义(经典珍藏版)', '西游记(经典珍藏版)', '水浒传(经典珍藏版)', etc.

人民文学出版社:《欢迎来到人间》聚焦当代人精神世界

信息提供:人民文学出版社发行部 直购通道:010-65223508

重点荐书:《欢迎来到人间》 适读人群:文学读者、医生群体以及30~50岁中年读者。

推荐语:茅盾文学奖作家毕飞宇时隔15年最新长篇小说,致每一个被迫完美的成年人。年轻有为的外科医生傅睿无休无止地扮演着好儿子、好丈夫和好医生。他自我的面目却逐渐模糊,他的精神世界溃如废墟。生命兀自汹涌,欢迎来到人间。

营销方向:通过新书发布会、直播以及线下活动等推广图书。

重点荐书:《就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子7》 适读人群:喜爱漫画的年轻读者

推荐语:该书延续了幽默吐槽风格,以当代都市生活中会发生的亲情、友情、爱情以及人宠情谊的槽点、经典场景为原型,书



中的角色迎来了更精彩丰富的故事情节。

营销方向:直播首发及全国多个城市、各大书展巡回签售等推广图书。

重点荐书:《大国霓裳》 适读人群:对传统文化感兴趣的高年级学生及成年读者

推荐语:这是一本在中国纺织考古领域承前启后、守正开新的著作,体现了作为中国百年考古重要组成部分的纺织考古,在半个世纪以来所取得的辉煌成就;回顾了沈从文、王矜、王亚蓉等人走过的艰辛考古之路;展现了第一代纺织考古人筚路蓝缕、不懈努力,发掘、保护、传承中华服饰文化的奋斗历程。

营销方向:通过线下新书发布会、与各地博物馆合作以及新媒体宣传等推广图书。

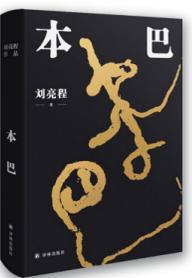
译林出版社:《本巴》探寻一个民族的历史记忆与诗性智慧

信息提供:译林出版社 高晓丽 直购通道:13851990521

重点荐书:《本巴》 适读人群:大众读者、文学爱好者

推荐语:第十一届茅盾文学奖获奖作品刘亮程长篇小说,花地文学榜2021年度长篇小说。该书以蒙古族英雄史诗《江格尔》为背景展开,追溯逝去的人类童年,探寻一个民族的历史记忆与诗性智慧。在《江格尔》流传的过程中,民间艺人在唱与听的互动中,不断加工,使史诗的内容逐渐丰富,承载着古人对自然、人生的理解,是一个民族历史记忆、经验情感、诗性智慧的集大成。

营销方向:通过全平台签名版预售,电商平台、新媒体组合销售,实体店专台陈列以及跟进馆配、大客户渠道等推广图书。



主要渠道:全渠道

重点荐书:《卡尔维诺经典作品集》(百年诞辰纪念) 适读人群:大众读者、文学爱好者

推荐语:2023年10月15日适逢卡尔维诺诞辰100周年,依托百年诞辰契机,译林社推出全新的卡尔维诺系列。卡尔维诺从事文学创作近40年,他用“轻、快、精确、形象、繁复”定义了新千年后的文学图景。作品深受当代中外作家推崇,因而被誉为“作家们的作家”。

营销方向:通过传统媒体、新媒体双线并进,开展线上线下对谈、展览、直播、融合出版、AIGC数字交互等活动推广图书。

主要渠道:全渠道

长江文艺出版社:《一个人的老后》关注女性独居养老生活

信息提供:长江文艺出版社 社杰 直购通道:027-87679949

重点荐书:《一个人的老后》 适读人群:各年龄段女性读者

推荐语:如今,一部分女性选择“一个人生活”,还有一部分女性经历孩子离开家、丈夫先走一步,被动地“一个人生活”,无论是哪种情况,独自老去绝不意味着可怜或不幸,但需要更多的智慧和技巧。上野千鹤子通过社会调研、样本归纳,为读者展开21世纪女性的生存现状、住房现状、养老金现状的图景,提醒读者独居养老所需的身心准备。

营销方向:通过抖音、小红书、微博达人推荐,微信公众号、行业媒体发布文章等推广图书。

主要渠道:新华书店、当当、京东、豆瓣、博库和天猫

重点荐书:《繁花》(批注本) 适读人群:文学爱好者、海派文化爱好者



推荐语:《繁花》(批注本)脱胎于金宇澄的茅盾文学奖获奖作品《繁花》,特邀作家沈宏非批注,著名设计师姜庆共排版设计。《繁花》穿插于1960年代和1990年代之间,人物在两个时空交错叠替,以独特的沪语和话本式表达,书写了一部上海的繁华传奇。

《繁花》(批注本)在原著的基础上,对其中的方言词汇、特殊表达、重点情节加以批注和鉴赏,解剖《繁花》一书精巧结构和艺术细节,带领读者深入感受《繁花》的美妙世界。

营销方向:通过短视频、直播带货、微信公众号推文、名家推荐、书讯、书评发布、书单推荐等推广图书。

主要渠道:当当、抖音、天猫及部分新华渠道

北岳文艺出版社:《刘慈欣创作年谱》展示刘慈欣科幻文学创作历程

信息提供:北岳文艺出版社 刘思华 直购通道:赵彤 0351-5628695

重点荐书:《刘慈欣创作年谱(1999-2022)》 适读人群:科幻爱好者、刘慈欣粉丝

推荐语:该书主要收录刘慈欣自1999年至2022年来所发表的作品目录,包括首次在杂志上刊登的作品及不同版本的作品集,详细注明出版(发表)时间、出版社、作品集目录等,并配以内容介绍。此外,还设置获奖记录、活动日志,以时间为序,图文并茂,多角度全方位展示刘慈欣科幻文学的创作历程。作品四色印刷,条理清晰,着力梳理刘慈欣的创作框架、发掘IP属性,对提高山西省阳泉市知名度、促进阳泉文化发展具有积极意义。

营销方向:通过首发式活动、媒体及报道、抖音直播及短视频等推广图书。

主要渠道:实体书店、电商

重点荐书:《四大名著》(经典珍藏版) 适读人群:中学生

推荐语:该系列以通行版本为底本:《水浒传》以康熙五年石渠阁补修百回本为底本;《三国演义》以清初毛宗岗父子的一百二十回“毛评本”为底本;《西游记》以明世德堂百回本为底本;《红楼梦》前八十回



主要依据“庚辰本”,后四十回以“程乙本”为基础,并适当参校其他版本整理而成。

营销方向:通过抖音直播、短视频等新媒体推广图书。

主要渠道:实体书店、电商

重点荐书:《国家级非物质文化遗产代表性项目山西省保护成果丛书》 适读人群:非物质文化遗产相关研究学者、从业人员

推荐语:该丛书第一辑共10册,分别是《左权小花戏》《左权开花调》《祁太秧歌》《绛州鼓乐》《襄垣炕围画》《莲花落》《形意拳》《岚县面塑》《文水钹子》以及《平遥纱阁戏人》。每册均采用图文并茂的形式,从文化背景、历史脉络、文化传承、项目形态、项目特征、代表性传承人、传承故事、保护手段等方面介绍非物质文化遗产。该丛书旨在通过专业的解读,项目传承、发展的谱系梳理,让广大读者直观了解非物质文化遗产,促进优秀传统文化与时代精神紧密结合,推进中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展。

营销方向:通过传统媒体以及抖音、视频号等新媒体推广图书。

主要渠道:实体书店、电商