

蔡奇出席学习贯彻习近平文化思想座谈会并讲话

学习贯彻习近平文化思想座谈会11月6日在京召开，中共中央政治局常委、中央书记处书记蔡奇出席并讲话。他强调，要深刻领悟“两个确立”的决定性意义，坚决做到“两个维护”，坚持以习近平文化思想为引领，开创新时代宣传思想文化工作新局面，为全面推进强国建设、民族复兴伟业提供坚强思想保证、强大精神力量、有利文化条件。

蔡奇表示，习近平文化思想是在新时代中国特色社会主义文化建设伟大实践中形成并不断丰富发展的，是新时代党领导文化建设实践经验的理论总结。这一重要思想深刻回答了新时代我国文化建设举什么旗、走什么路、坚持什么原则、实现什么目标等根本问题，丰富和发展了马克思主义文化理论，为做好新时代新征程宣传思想工作、担负起新的文化使命提供了科学行动指南，为创造人类文明新形态、引领世界文明发展进步贡献了中国智慧。

蔡奇表示，习近平文化思想博大精深，不仅有深邃的观点、战略的谋划、科学的部署，还教给我们正确的立场、管用的方法。要全面学习领会，既准确理解其中的重要概念和提法，又加强系统性、整体性把握，吃透基本精神，领会核心要义，明确实践要求，做到学有所悟、融会贯通。要深入领会这一重要思想蕴含的重大创新观点、科学方法论和关于文化建设的战略部署，深刻认识这一重要思想是一个不断展开的、开放式的、科学系统的思想体系，必将随着实践深入不断丰富发展。

蔡奇表示，学习贯彻习近平文化思想既要重学习，又要重实践，在深化理论武装上下功夫，在提高舆论引导能力上下功夫，在改进创新精神文明建设上下功夫，在促进文化繁荣上下功夫，在增强国际传播效能上下功夫，在防范化解意识形态风险上下功夫，切实把这一重要思想贯彻落实到宣传思想文化工作各方面和全过程。宣传思想文化战线要把学习研究阐释习近平文化思想作为重要政治任务，抓紧抓好学习培训，组织开展理论研究，持续加强宣传阐释，不断引向深入。

中共中央政治局委员、中宣部部长李书磊主持会议。国务委员谌贻琴出席会议。

国家广播电视总局、新华社、上海市委宣传部、广东省委宣传部、新疆维吾尔自治区党委宣传部主要负责同志和部分专家学者代表作了发言。中央宣传文化单位负责同志、各省市区和新疆生产建设兵团党委宣传部主要负责同志、思想文化界有关专家学者等参加会议。

（据新华社）

● 商报调查

细分市场跟踪：2024 日历书市场还“热”吗？

“目前的日历书市场犹如一个已经比较成熟的园子，园子里已经被刨了许多坑，挖出了很多东西，跟着进去可能还会挖出萝卜，但就算花很大力气再刨出一两个坑，也发掘不出多少有价值的了。那时，就得换一个园子，选择一个几乎空白的、很少有人耕耘的园子，闯进去，然后认真刨坑，则会挖出不少新东西。”作为日历书编辑，商务印书馆教科文中心主任助理邹贵虎用一个简单易懂的比喻来形容当下的日历书市场。

带着对新一年的期待和除旧迎新的仪式感，日历书成为很多人岁末年初的“必更品”，逐渐形成一道靓丽的文化风景。因对颜值、特色要求高且销售周期短等特点，日历书在图书市场是一种特殊的存在。每年最后两三个月，关注新一一年日历书的出版，不仅成为有购买需求的读者的习惯，也是众多出版从业者的重点关注。截至目前，大部分2024年日历书已上市。与图书市场整体精品化、细分化、差异化趋势相契合，今年的日历书品种虽与往年“爆发期”相比明显减少，但仍品种多样，看点十足。

做日历也是做IP 瞄准目标才能挖出“新东西”

2009年，故宫出版社（原紫禁城出版社）以1937年版为蓝本复刻出版《故宫日历》，是近些年日历书市场蓬勃发展的开端。此后，从早期的缓慢增长到2016年左右开始的“井喷”潮，再到近两年的逐渐沉淀，日历书市场既充分展现了优胜劣汰的市场规律，也让IP、品牌的价值更加凸显。随着大众对文创产品消费意愿的提升，以及对传统文化等主题关注度的提升，近些年日历书市场的发展，也让越来越多读者养成了购买习惯。

今年的日历书产品中，从诗词、书法、生肖、节气、国学、博物馆等角度切入的传统文化日历，从中医药科普、健康知识科普、动植物科普等角度切入的科普日历，以及各种主题的漫画日历仍是相对热门的主题。值得关注的是，在市场细分、凸显差异化趋势的引领下，日历书主题也开始涉及餐饮、高考、天文知识等领域。而前些年一度火热的经管主题日历，今年品种则相对较少。

（下转第10版）

中国出版传媒商报记者 张聪聪



做日历也是做IP 瞄准目标才能挖出“新东西”

2009年，故宫出版社（原紫禁城出版社）以1937年版为蓝本复刻出版《故宫日历》，是近些年日历书市场蓬勃发展的开端。此后，从早期的缓慢增长到2016年左右开始的“井喷”潮，再到近两年的逐渐沉淀，日历书市场既充分展现了优胜劣汰的市场规律，也让IP、品牌的价值更加凸显。随着大众对文创产品消费意愿的提升，以及对传统文化等主题关注度的提升，近些年日历书市场的发展，也让越来越多读者养成了购买习惯。

今年的日历书产品中，从诗词、书法、生肖、节气、国学、博物馆等角度切入的传统文化日历，从中医药科普、健康知识科普、动植物科普等角度切入的科普日历，以及各种主题的漫画日历仍是相对热门的主题。值得关注的是，在市场细分、凸显差异化趋势的引领下，日历书主题也开始涉及餐饮、高考、天文知识等领域。而前些年一度火热的经管主题日历，今年品种则相对较少。

（下转第10版）

中国出版传媒商报记者 张聪聪

“双11”：流量、销量、质量的考题

关键词 图书价格 直播带货 营销路径

中国出版传媒商报记者 靳艺昕 聂慧超 张馨宇

2023年的“双11”，出版人实属不易。处在第15个“双11”节点，早年见怪不怪的流量“红利”，正变得越来越稀缺。而老生常谈却尚未寻得破解之道的线上低折扣问题，也再度激起出版人内心的纠结。“对读者而言，买书确实越来越受益；但对供应商来讲，结算价格已经低到‘地板价’，更无从谈利润空间，”四川人民出版社相关负责人无奈地说。

如何破解“赔本赚吆喝”的困局，如何抓牢私域流量，将流量直接转化为利润，成为电商节促销狂欢背后最本质的诉求。面对市场新变化，流量、销量、质量对应的重点策略需要更加清晰，内容价值与价格力依旧是重塑出版业电商生态的焦点。

愿仍然低于疫情前的水平，也让今年“双11”的低价策略有了更被动的色彩。

折扣力度连年“升级”，有的出版社甚至只能挑选老书参加促销活动。回忆起10年前参加“双11”，中国民主法制出版社营销中心主任石磊说，起初三四年，电商节的销售额对比同期是年年上升的。相较于平时的6折，民法社在“双11”的供货折扣在5折左右，最低不低于4.5折。但是从2017、2018年开始，虽然销售额有所增长，但是增长比例持续下降，供货折扣更是急速下降，开始出现现价保3.5折的要求。今年，随着新

媒体渠道引流能力渐强，老牌线上销售平台为争夺流量，在“双11”活动中提出价保2折的要求。对于民法社等出版社来说，许多促销活动难以参加，促销的要求已经低于成本线，因此只能挑选一些老书参与。各大销售渠道的“价格战”原本已经打得格外激烈，现在更是击穿底线。对此，民法社无奈将电商节营销变成了“重在参与”，仅从专业销售渠道入手，围绕法律专业图书设计了促销活动。

刘辉指出，目前出版机构参与电商节面临的问题主要在于“破价”和“销量”

● 商报专递

2024 年度国家古籍整理出版资助工作启动

中国出版传媒商报讯 国家新闻出版署日前印发通知，组织开展2024年度国家古籍整理出版资助工作。

此次申报重点包括6个方面：推进基础古籍深度整理出版和古籍文献断代断代集成性整理出版，代表新时代水平的高质量古籍整理出版项目；加强传世文献系统性整理出版，加快出土文献整理研究成果出版利用的古籍整理出版项目；提炼、展示中华优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的古籍整理出版项目；利用新技术新条件，有针对性地开展重要古籍专题整理的项目；促进古

籍保护利用，推动急需整理的重要古籍文献整理出版的项目；聚焦古籍整理研究和出版工程重点方向，列入《2021—2035年国家古籍工作规划》的出版项目。

通知要求，申报项目须为古籍整理作品。整理对象原则上应为1911年以前在中国抄写或刊行的汉文书刊、文献资料，以及出土的1911年以前以汉文文字为载体的文献资料。整理方式主要包括点校、注释、今译、影印、汇编、索引、书目等。

通知明确，申报项目须已签订合同、具备80%以上书稿并列入2024年度出版计划，应于2025年3月底前如期出版。申报材料须于2023年12月30日前报送。

（尧 雯）

2023 年度“最美的书”揭晓

中国出版传媒商报讯 2023“最美的书”评选结果11月6日在上海揭晓。经过多轮评选，《消失的名菜》《姑苏桥》等来自中国24家出版单位的25种图书获本年度“最美的书”称号，并将前往德国莱比锡参加2024年度“世界最美的书”评选。据介绍，2023“最美的书”评选共收到参评图书230余种，分别来自全国

121家出版单位，内容涵盖文学、艺术、科技、教育、历史、生活、儿童等多个领域，充分体现了评选的公开性与广泛性。

“最美的书”创立于2003年，迄今共有471件设计作品入选，已连续19年向“世界最美的书”报送446种图书，其中有23件作品获奖，2件作品获得“金奖”。

（聂慧超）

49 项!“高起点新刊”入选项目公布

中国出版传媒商报讯 近日，中国科技期刊卓越行动计划办公室发布关于下达2023年度中国科技期刊卓越行动计划高起点新刊项目入选项目的通知，公布了2023年度中国科技期刊卓越行动计划高起点新刊项目入选名

单，共49项入选。通知要求，各项目承担单位按照国家有关出版行政法规办理期刊创刊事宜，期刊最终刊名以国家新闻出版署批复为准。待取得国内统一连续出版物号后，申请拨付项目经费。

（尧 雯）

精彩导读

「冲刺季」首月：市场亮点闪现 反弹稍欠火候

文著协：文化强国和版权强国建设的重要力量

我在出版社修古籍（上）

三月书单：不断寻找机会，向命运叫板

P5-6

P7

P13-14

P17-19

编辑：聂慧超 排版：章耀公 本期20版

商报新媒体矩阵

CPM

出版营销

好书报

BK 编客

文化北京

出版进化论

CHINA SHANGHAI INTERNATIONAL CHILDREN'S BOOK FAIR CCBF 距离开幕 还有7天 中国上海国际童书展