

中国少年儿童新闻出版总社

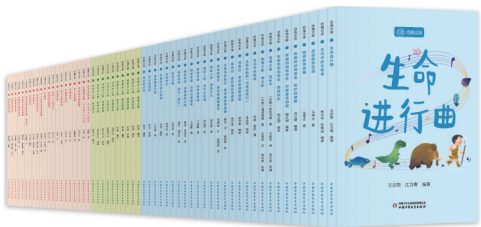
China Children's Press & Publication Group

“百角文库”丛书关注少年儿童健康成长

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

重点荐书:
“百角文库”丛书
适读人群:中小
小学生

推荐语:该丛书首批出版60种,主要包括科普、历史、人文等三大板块,涉及少年儿童健康成长的关键领域。丛书根据少年儿童的阅读习惯、认知特点、接受方式等,通俗化讲述相关知识,不以培养“小专家”“小行家”为出版追求,而



是将激发少年儿童的兴趣、学会正确的思考方法作为重要目标,做到了经典和未来共存,是少年儿童案头必备书。

营销方式:通过新书发布会、公益活动、书讯书评、专家推荐、直播带货、短视频策划以及类型丰富的阅读活动宣传推广图书。

主要渠道:全渠道

接力出版社

Jieli Publishing House

全国百佳图书出版单位
Top 100 Publishing Houses in China

《小年糕,过大年》让孩子在美食中爱上传统文化

信息提供:接力出版社 宋新颖 直购通道:申 亮 010-65546561

重点荐书:《小年糕,过大年》
适读人群:2~6岁读者

推荐语:该书用拟人化的节日美食作为主角,以轻巧幽默的小故事和温馨可爱的画风,带领孩子认识传统节日,加深孩子对节日美食的喜爱,在潜移默化中培养孩子的节日仪式感,帮助孩子从小树立文化自信。



童早期阅读中存在的常见困惑予以专业、细致的解答和富有针对性的指导。

营销方式:一是录制宣传视频,在视频号、抖音、小红书等新媒体平台全面开花。二是邀请作家走进阅读推广人、读书博主直播间互动。三是通过线下书展、大型图书博览会、教师大会等推广图书。

重点荐书:《伊莫的心灵感冒:101个治愈处方》

适读人群:18岁及以上读者

推荐语:该书是百万粉丝心理健康大V、“抑郁研究所”所长任有病全新心理学童话。该书以一年为周期,展现了主角伊莫完整的心灵康复历程。让读者通过体验101个行动处方的使用场景和疗效,突破心理困境,实现心理自信,对生活充满希望。

营销方式:一是线下邀请知名心理咨询师、教育专家出席新书分享会,联合高校和书店,持续开展地面活动,拉动新书销售。二是充分利用作者朋友圈,线上邀请国内心理学大V直播对话,持续提升新书曝光度。

主要渠道:直播平台、实体书店

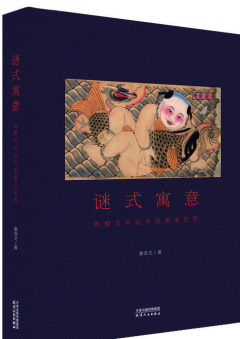
天津人民出版社

《谜式寓意:杨柳青年画中的多重世界》兼具阅读和收藏价值

信息提供:天津人民出版社 乔 悦 直购通道:乔 悦 18920022860

重点荐书:《谜式寓意:杨柳青年画中的多重世界》
适读人群:对传统文化、非遗文化、年画艺术感兴趣者

推荐语:该书既是一本年画观看指南,也是一本吉祥图案大赏。书中收录的84幅年画作品,一部分为王树村先生旧藏,另一部分主要来自上海、山东和天津的藏家之手,每一幅都是收藏级精品。通过左文右图的排版形式,每幅年画与每段图版说明相对应,由表及里阐释年画寓意。此外,该书精选带有涂层的雅感纸印刷,纸质细腻,色彩高度还原,



原,超近距离观看珍稀年画,把展览馆搬回家!

营销方式:一是通过摩点众筹的形式,打开与年轻人的对话框。众筹文创中的“喜悦筒”精选8幅书中年画用宣纸打印,寓意与年轻读者的工作、生活相关,书边采用“刷金+喷绘”的双重工艺,书的两角设计小蝙蝠,寓意“开卷有福”,把寓意文化体现在书里书外。二是精准投放,通过深耕传统文化类领域的优秀达人的讲述,达到事半功倍的宣传效果。

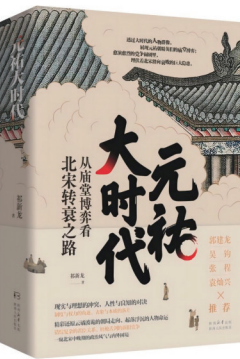
主要渠道:新华书店、线上传统电商、抖音、小红书等

陕西人民出版社:《元祐大时代》还原北宋中晚期朝局变化

信息提供:陕西人民出版社 张继全 直购通道:耿 振 029-87205094

重点荐书:《元祐大时代——从庙堂博弈看北宋转衰之路》
适读人群:大众读者

推荐语:该书透过大时代的人物群像,展现元祐朝精英的庙堂博弈,愈演愈烈的党争闹剧里,埋伏着北宋滑向衰败的巨大隐患。书中精彩还原了波谲云诡的朝局走向、起落浮沉的人物命运、错综复杂的君臣关系、唇枪舌剑的新旧党争,一窥北宋中晚期的政治风气与内外困境。



在历史的洪流中几经颠簸、消散无形。华南师范大学教授唐昊在该书中,通过梳理中国历代世家大族的历史脉络,向读者呈现了世家大族传承影响至今的重要因素——家族智慧,以及中国古代世家对子弟培养教育的核心价值。

营销方式:通过微博、微信、公众号、小红书等新媒体宣传推广图书。

重点荐书:《大西洋战争:从15世纪到革命时代》

适读人群:大众读者

推荐语:该书系沃尔夫森历史奖获奖作品,被《美国历史》《选择》联袂推荐,全景式讲述了15~18世纪在大西洋两岸历经几个世纪的诸多著名战争,详细展示了海上战争和陆地战争对大西洋世界的深刻影响。

营销方式:通过微博、微信、公众号、党建媒体等宣传推广图书。

主要渠道:新华书店及各大网络销售平台

2024年1月

我们社发得最好的书

中国出版传媒商报见习记者 王新雪/采写整理
(标*)的书为近期新出版图书)

中国少年儿童新闻出版总社

“猫武士”系列

“丁丁历险记”系列

“林格伦儿童文学作品选集”系列

《植物大战僵尸2·武器秘密之你问我答科学漫画》

“罗大里儿童文学全集·洋葱头历险记”等

“中国科普名家名作”系列

“中国历史故事集(修订版)”系列

“最能打动孩子心灵的经典”系列

《中国古典文学名著》

浙江少年儿童出版社

《中国古代寓言故事》*

《伊索寓言》*

《没头脑和不高兴》

《鲁滨逊漂流记》

《动物小说大王沈石溪·品藏书系·狼王梦》

《郑渊洁四大名传·皮皮鲁传》

《漫画中国古典名著》

《动物小说大王沈石溪·品藏书系·斑羚飞渡》

《风暴侦探犬小五8 雪山巅的双重暗影》*

《海豚三重奏》*

接力出版社

“怪物大师”系列

“巴巴爸爸”系列

《小牛顿科学馆》

“中华先锋人物故事汇”系列

“奇妙发声书”系列

“尤斯伯恩看里面”系列

《好忙好忙小镇》

“14只老鼠”系列

《儿童哲学智慧书》

“荒野求生”系列

广东人民出版社

《漫画小学生自我管理》

《Excel数据处理与分析》

《问道江南西》*

《漫画智慧奇书:素书》

《焚身以火:第四次中东战争与莱昂纳德·科恩的救赎(万有引力书系)》

《财务报表分析从入门到精通》

《漫画小学生心理》

《我们还没走完这一代》*

天津人民出版社

《中国古代文化常识》(全新补订版)

《诗词格律》插图版

《王安石传》

《诗词格律十讲》(插图版)

《历史中的战略行为:一个战略思维教程》(修订版)

《年与酒的时光印记:中国白酒首届年文化论坛论文集》

《多元文化形态的比较研究》

《我观现代文坛:陈漱渝近作选》

四川人民出版社

《寻秦迹:透过秦俑看秦朝》

《全国博物馆通识系列·一本博物馆·湖南博物院》

《植物学前史:欧洲草药志的起源与演变(1470—1670)》

《我决定给自己一点时间》

《富爸爸穷爸爸》

《熊猫花花》

《熊猫萌兰》

《我也曾像你一样迷茫过》

陕西人民出版社

《大陕北》

《没人能是旁观者:十四个拷问人心的生命伦理难题》

《寻迹西安》

《世家记——中国历史上的家族兴衰》

《元祐大时代——从庙堂博弈看北宋转衰之路》

《大西洋战争:从15世纪到革命时代》

《中国共产党文化理论建构》

《读写宝鉴:红楼梦笔法六十种》

海南出版社

《苏东坡大传》

《爱的勇气》

《生命的觉醒》

《信念的魔力》

《禅的黄金时代》

《星空的琴弦:天文学史话》

《工业革命400年》

《中国思想:朱熹与王阳明》

浙江少年儿童出版社

全国优秀出版社

《纹画中国》展现传统纹样中的华夏美学

信息提供:浙江少年儿童出版社 许 婧 直购通道:何倩云 0571-85170300

重点荐书:《纹画中国》
适读人群:大众读者
推荐语:该书由纹样学者黄清穗携其团队匠心打造,是一本中国传统纹样填色书,以纹样对话历史,开启华夏美学之旅。

营销方式:以小红书、豆瓣等新媒体平台为基础,一方面在小红书邀请文化类博主开展“以纹会友”漂流瓶活动;另一方面邀请生活、图书类博主进行视频软植入以及直播带货推广图书。

主要渠道:新媒体渠道首发

重点荐书:《四季里的中国节》

适读人群:7~10岁读者

推荐语:该书以24篇名家力作,为孩子提供优秀的节日作文范本;48个节日常识,全面拓展课本中的节日知识;74首中华诗词,提高国学素养,培养孩子成为诗词小达人;59个节日游戏,满满



仪式感,让孩子动手参与知识学习。

营销方式:一是在套裝设计上,更具整体性与中国味,并附赠“四季转盘”,提升图书的趣味性和互动性。二是通过达人种草、带货增加图书的曝光度。

主要渠道:全渠道

重点荐书:《创意玩转三点半》

适读人群:7~10岁读者

推荐语:该套书将课堂知识和趣味游戏、创意手工、自主探究相结合,帮助学生巩固基础,提升综合能力和学习兴趣。既可配合学校课堂使用,也为晚托、拓展课提供全学科素养提升方案。

营销方式:借力作者的名师优势,通过作者在全国各地的公开课、讲座、培训中宣传该书及其理念,吸引更多教师和学校领导关注。

主要渠道:全渠道

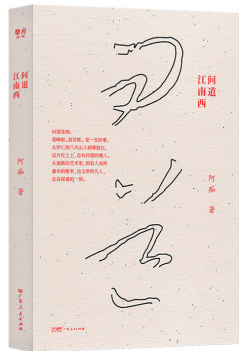
广东人民出版社:《问道江南西》反映时代变迁下的理想主义

信息提供:广东人民出版社图书批销中心 直购通道:020-87716172

重点荐书:《问道江南西》
适读人群:大众读者
推荐语:这是一本中国人的

问道之书,当不得不忍受庸常的生活之时,我们如何从土里抔得那一捧真金?该书是青年作家阿痴的首部小说作品,刻画了一位在江西下放的上海知青老叶的形象,在《繁花》里吃到改革红利的“宝总”背后,以老叶为代表一代知青,才是被时代被遗忘的大多数,反映了现代人普遍的意义困境。

营销方式:上市初期,联动华语文学爱好者以及文学评论家和作家推荐图书。以豆瓣平台为基础,通过一众读者对新书的阅读、推荐,吸引更多关注。



重点荐书:《夜奔》
适读人群:大众读者
推荐语:该书是一部当代

中国戏曲艺术的史诗,是四代女性京剧艺人在时代洪流中的心灵史和生命之书,更是传统文化筋骨在80年变迁中百折不挠的精神传承。书写了几代女性在时代推动下自我生命的觉醒和人生选择。

营销方式:一是通过在正式上市前,邮寄新书给媒体和读者,收获一部分中肯推荐,运用在上市后的推广中。二是通过寻找关键的KOL领读或共读三卷本的《夜奔》,提升读者对图书的兴趣。

主要渠道:线上网店、线下实体书店

四川人民出版社:《植物学前史》探寻欧洲草药志出版兴衰

信息提供:四川人民出版社营销中心 直购通道:王 蕾 18482192381

重点荐书:《植物学前史:欧洲草药志的起源与演变1470—1670》
适读人群:植物学、欧洲史、草药志印刷史、书籍史爱好者

推荐语:该书是英国皇家学会首位植物学女院士——艾格尼丝·阿尔伯毕生代表作,是欧洲植物学史开先河之作,草药志印刷出版的百年经典之作,并因其卓越影响力入选《剑桥文丛》。该著作问世百年后,首次推出中文版,邀请多位植物学专家审读学术把关,补录、修复稀见插图超260幅,以16开全彩印刷高还原植物古籍貌。

重点荐书:《全国博物馆通识系列·一本博物馆·湖南博物院》
适读人群:对历史文化、考古、文博感兴趣者,湖湘文化或楚文化爱好者、研究者等

推荐语:该书精选200余件精美文物,展示了几千年来湖南人凝结的精神内核,是了解湖湘文明和楚文化的一把



钥匙。该书在组稿中得到了湖南博物院官方授权的一手资料,考究翔实,数据精准。随书附赠精美全彩集章册,读者足不出户就能领略文物之美及其背后的文化内涵。

重点荐书:《寻秦迹:透过秦俑看秦朝》

适读人群:30~55岁男性读者,初高中、大学学生群体,历史、文博爱好者等

推荐语:该书由秦始皇陵兵马俑一号坑第三次发掘领队、秦都咸阳城大遗址项目考古领队许卫红,联手《中国考古大会》十佳选手、全国第一位中学小学博物馆专职教师申坤倾力打造。结合近年秦汉考古重大发现,呈现考古现场一手资料,收录大量珍贵文物照片及专业考古绘图,直面大秦王朝历史本真。

营销方式:线上通过微信公众号、发布书评、联系媒体报道等推广图书。线下通过实体书店展台、地面阅读活动、新书发布会等推广图书。

主要渠道:全渠道

海南出版社:《大唐狄公案》演绎公案小说独特韵味

信息提供:海南出版社 直购通道:张老师 18612357735

重点荐书:《大唐狄公案》
适读人群:大众读者、文学和推理爱好者
推荐语:由荷兰汉学家高

罗佩以英文写作的中国公案小说,以唐代宰相狄仁杰为主人公,高罗佩笔下的狄公迥异于传统公案小说中“青天大老爷”,具有独到的办案风格,深受推理迷喜爱。译文别具古典文学语言之美,展现了公案小说的文化韵味。

营销方式:一是通过重点打造的装帧设计,营造氛围感。二是在同名影视剧热播之际出版,通过公众号、微博等进行宣传,增加图书曝光度。

重点荐书:《生命的觉醒》

适读人群:大众读者、对身心灵和心灵疗愈感兴趣的读者

推荐语:5000万册畅销书作家再现自爱真谛!晚醒的人如何认识自己、修炼自己、善待自己?该书与作者成名代表作



《生命的重建》内容主旨一致,并加入镜子练习、内在小孩、原生家庭、宽恕的力量等内容。

营销方式:通过联动推荐过《生命的重建》一书的公众号、抖音达人、视频号等共同宣传推广图书。

重点荐书:《爱的勇气》

适读人群:大众读者、对心理治疗感兴趣者

推荐语:艾瑞克森嫡传弟子、斯坦福大学心理学博士、世界催眠大师斯蒂芬·吉利根的思想巅峰之作。所有情绪和症状背后都隐藏着无限资源。将生命抛给你的挑战转化为资源,活出智慧高能的人生。

营销方式:通过积极联合如武志红、黄仕明、孙瑞雪等心理学专家以及具有影响力的公众号、抖音号、视频号等推广图书。

主要渠道:全渠道