



第十一届读友读品节

阅读与认知的边界



本届活动公益代言人



联动全行业共推阅读

- 指导单位：中国出版协会、中国书刊发行业协会、韬奋基金会、中国新华书店协会
- 联合发起：中国教育装备协会学校图书装备分会、南京图书馆，全国百余家出版机构，王府井新华书店等千余家发行机构
- 京东、当当、博库、文轩在线等电商平台

50多位名家为“读友读品节”代言

程璧、许宏、李洱、殷健灵、朱赢椿
11年来，已有50多位名家先后作为活动代言人，倡导“读友遍天下，品读天下书”

商报指定书单、百社联荐书单、年度文学好书、年度奇迹童书四大书单打造精品阅读

线上线下广泛传播

- 中国出版传媒商报、好书探等新媒体矩阵账号持续推送荐书视频
- 全国范围线下实体书店专柜、码堆荐书火热进行

本期56版

2024“出版视点”第四场研讨会聚焦古籍整理出版与文化遗产发展

中国出版传媒商报讯 4月16日，2024“出版视点”系列专题研讨会第四场活动在山东教育出版社举行。此次研讨会以古籍整理出版与文化遗产发展为主题，国家图书馆副馆长、国家图书馆出版社社长魏崇，浙江古籍出版社社长王旭斌，黄山书社社长葛永波，上海古籍出版社总编辑奚彤云，岳麓书社总编辑、总经理马美著等5位嘉宾围绕主题，共同探讨了古籍整理出版的未来路径，以及如何借助现代科技保护和传承珍贵的中华文化遗产。

魏崇认为，古籍影印工作能够呈现古籍原貌、实现古籍再造传承，对古籍保护、研究与传播具有独特价值。从长期来看，做好高质量的古籍影印，要推动人工智能与古籍影印出版的深度融合，通过元素抽取、深度标引等方式延伸古籍影印成果；精选具有较高历史价值、学术价值的经典文献，明确值得影印的古籍精品；持续推动古籍影印行业通用标准制定，如封面、书名页、版权页、牌记等要件的编制规范，确保影印工作的专业性和系统性。

王旭斌表示，当下古籍整理出版面临选题庸俗化、受众狭窄、民间文献研究不足等问题。在新时代背景下，要开发出学术上立得住、市场上叫得响的古籍图书，应当在三方面发力：一是立足地方，开发具有鲜明地方特色的文献类选题，形成独特的选题优势和产品线；二是面向全国、跨地跨界联合多方机构，吸引图书馆、博物馆、高校等学术机构的优质出版资源；三是注重普及，勇于探索专业出版的大众表达，策划既有社会影响又有市场口碑的选题。

(下接第6版)

精彩导读

第十一届读友读品节特刊

第十一届读友读品节代言人话阅读
点燃高质量发展引擎：出版业的“新”与“质”
第十一届读友读品节指定书单
海南省出版发行集团党委书记、董事长吴斌：
向海出发 书香致远 壮大海南出版合力 深化全民阅读
晒一晒编辑们的私藏阅读笔记+空间
云南出版集团：聚焦“三个定位”助力文化兴滇

特别推介

商务印书馆 P4/浙江省新华书店集团 P5/山西出版传媒集团 P8/人民文学出版社 P9/北京出版集团 P12/中国农业出版社 P12/上海世纪出版集团 P13/21世纪出版集团 P14/海燕出版社 P14/晨光出版社 P15/人民教育出版社 P16/接力出版社 P17/高等教育出版社 P18/华东师范大学出版社 P18/清华大学出版社 P19/上海外语教育出版社 P19/广东省出版集团 P20/京东图书 P21/贵州人民出版社 P24/河北教育出版社 P24/河北省衡水市新华书店 P25/法律出版社 P28/国开童媒 P28/教育科学出版社 P29/北京大学出版社 P29/陕西人民出版社 P32/广东人民出版社 P32/电子工业出版社 P33/上海古籍出版社 P36/河南文艺出版社 P36/河南省新华书店发行集团 P37/浙江出版集团 P37/山东文艺出版社 P40/浙江文艺出版社 P40/译林出版社 P41/江西人民出版社 P41/广西师范大学出版社 P44/陕西师范大学出版总社 P44/中国青年出版社 P45/中国大百科全书出版社 P45/机械工业出版社 P48/山东科技出版社 P48/海豚传媒 P49/禹田文化传媒 P52/人民交通出版社 P52/山东友谊出版社 P53/河北美术出版社 P53

商报新媒体矩阵



出版进化论

编辑：聂慧超
排版：彭庆伟