



2024文化强国建设高峰论坛在深圳举办

李书磊出席并发表主旨演讲

5月23日,2024文化强国建设高峰论坛在广东深圳举办。中共中央政治局委员、中宣部部长李书磊出席并发表主旨演讲。中共中央政治局委员、广东省委书记黄坤明出席并致辞。

与会嘉宾认为,习近平文化思想是新时代文化建设实践经验的理论总结,是中华民族文化主体性和文化自信的集中体现,为做好新时代新征程宣传思想文化工作提供了强大思想武器和科学行动指南。宣传思想文化战线要增强责任感使命感,高举新时代中国共产党的文化旗帜,担负起新的文化使命,推动新时代文化建设不断开创新局面。

与会嘉宾表示,深入学习贯彻习近平文化思想,推动文化强国建设,要增强文化自信,树立文化志向,发展壮大主流价值、主流舆论、主流文化,推出更多熔铸古今、汇通中西、彪炳史册的文化成果。要推动文化创新和文化繁荣,加强文化遗产保护传承,加快文化的数字化赋能,深化文化体制机制改革,激发文化创新创造的动力活力。要深化文明交流互鉴,践行全球文明倡议,更好凝聚文明共识。

本届论坛主题为“中国式现代化与新的文化使命”,由中宣部主办。中央宣传文化单位、各省市区和新疆生产建设兵团党委宣传部、部分文化企事业单位有关负责同志和有关智库专家学者等参加论坛。(据新华社)

● 商报专递

2024全国文化企业30强公布

中国出版传媒商报讯 5月23日,光明日报社和经济日报社联合向社会发布“2024·全国文化企业30强”名单,并发布“2024·全国成长性文化企业30强”名单。

中国出版集团有限公司、中国教育出版传媒集团有限公司、河北出版传媒集团有限责任公司、江苏凤凰出版传媒集团有限公司、浙江出版联合集团有限公司、安徽新华发行(集团)控股有限公司、江西省出版传媒集团有限公司、山东出版传媒股份有限公司、中原出版传媒投资控股集团有限公司、长江出版传媒股份有限公司、湖南出版投资控股集团有限公司、广东省出版集团有限公司、四川新华出版发行集团有限公司等荣列“2024·全国文化企业30强”。

内蒙古新华发行集团股份有限公司、武汉理工数字传播工程有限公司等荣列“2024·全国成长性文化企业30强”。(张馨宇)

首届大学生阅读分享活动走进长春

中国出版传媒商报讯 5月17日~19日,首届东北图书交易博览会在吉林省长春国际会展中心举办。东北书博会期间,中国出版集团首届大学生阅读分享活动走进当地多所高校,人民文学出版社、商务印书馆、中华书局、生活·读书·新知三联书店等出版社邀请大家名家走进高校、走进书博会,现场互动,谈阅读谈人生,在黑土地掀起全民阅读特别是高校学子的阅读热潮。

首届大学生阅读分享活动由中国出版集团主办,北京大学出版研究院、中国出版传媒商报承办,人民文学出版社、商务印书馆、中华书局、生活·读书·新知三联书店、中国大百科全书出版社和荣宝斋协办。(白藏)

东北书博会：区域书展再添新军

关键词 书展 出版发行 全民阅读

■中国出版传媒商报记者 靳艺昕

“相约吉地 共沐书香”,5月17日~19日,首届东北图书交易博览会(以下简称“东北书博会”)在吉林长春举办,约600家出版、发行和文化企业相聚北国春城。作为东北三省一区首次联合举办的大型图书交易博览会,此次展会线上线下同步展销图书产品约40万种,举办了约130项形式多样、内容丰富的活动,展览面积超过2.1万平方米,规划设计主题出版、主宾集团、教育主题、精品期刊、进出口图书、吉韵书香、城市出版社联合体、民文出版、数智动漫体验、非物质文化遗产、全国出版发行、馆配交易共12个特色展区。据官方介绍,截至5月19日10时,本届东北书博会总销售码洋2.15亿。



首届东北书博会现场



馆配交易展区的2024夏季全国图书馆采购会

靳艺昕/摄

本届东北书博会由中国出版协会、中国书刊发行业协会、中国图书评论学会指导,吉林省出版协会、吉林省书刊发行业协会主办,吉林东北亚出版传媒集团有限公司、吉林出版集团股份有限公司、长春出版传媒集团有限责任公司、《中国出版传媒商报》社有限公司、北京人天书店集团股份有限公司承办,辽宁出版集团有限公司、黑龙江出版传媒股份有限公司、内蒙古出版集团有限责任公司、内蒙古新华发行集团股份有限公司协办。

开幕式上,中宣部副秘书长汤恒,吉林省委副书记吴海英,中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司总经理茅院生,吉林省出版协会会长、吉林东北亚出版传媒集团有限公司董事长于强分别致辞。吉林省委宣传部副部长、吉林省新闻出版(版权)局局长栾国栋主持开幕式。

中国出版集团有限公司总经理、党组副书记常勃,中国出版协会理事长邹书林,中国出版协会副理事长、图书评论学会会长郭义强,中国书刊发行协会理事长艾立民,中国编辑学会会长郝振省,以及来自东北三省一区党委宣传部的相关负责同志和全国各地出版发行集团的主要负责同志等出席开幕式。

“家门口”的书业盛会

“从业多年来,我参加了许多书展,很高兴这次能在‘家门口’参加这样规模大、标准高的书业盛会,相信东北书博会能对行业发展起到推动作用。”吉林摄影出版社总编辑朱意楠向记者介绍说,该社以让主题出版与市场化图书、少儿图

书与摄影类图书、文化传承与新媒体技术相结合为目标,在展会期间策划了与童书相关的多项活动,涵盖低幼启蒙、益智游戏、少儿美术、少儿科普、青少年阅读几大出版产品线。

明天出版社营销专员张璞说:“第一次来到东北地区筹备书展,发现东北朋友很热情,在人员安排、场馆协调等方面,主办方对参展商给予了充分帮助。今年是首届东北书博会,相信以后随着经验积累会做得越来越好。”

(下转第2版)

● 中国好书

2024年4月“中国好书”发布



中国出版传媒商报讯 2024年4月“中国好书”月榜近日发布。15种入选图书分别是:《中国式现代化的文化基因》(中华书局)、《国家记忆:一对五十年代大学生的时代背影》(浙江科学技术出版社)、《(新编)中国通史纲要》(中国社会科学出版社)、《宽容与执拗:迂夫司马光和北宋政治》(中信出版社)、《古代诗歌中的北京》(天津出版社)、《韩家往事》(商务印书馆)、《在旷野里》(中国青年出版社)、《去老万玉家》(人民文学出版社)、《人间信》(花城出版社)、《大成昆》(天地出版社)、《触手可及的未来科技:科学家与科幻作家的跨时空碰撞》(山东科学技术出版社)、《我的世界》(新蕾出版社)、《云朵上的爸爸》(北方妇女儿童出版社)、《飞起来的村庄》(大象出版社)、《我的牙去哪了》(安徽少年儿童出版社)。(张馨宇)

基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜

(2024年5月上半月)

榜单快评 本期榜单的突出亮点是:花城出版社推出的李娟著《我的阿勒泰》,随着同名电视剧在央视的热播,一举斩获非主题时政畅销领衔书和文学艺术热销领衔书两项桂冠,列全品类图书热销第7位。这是继年初《繁花》电视剧热播拉动同名书热销后,影视、图书互动的年内再度引爆。而与以往特别不同的是,此次同名电视剧仅8集,央视热播仅4天,短剧、短热播竟产生如此高的热效,实属前所未有的。而该著的姊妹篇——当年新书《阿勒泰的角落》(新星出版社),也携手跻身文艺热销书TOP10,更可谓对此热象锦上添花。

2024年5月上半月全品类图书销售总榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	中国共产党纪律处分条例	中国方正出版社	2023年12月	8.00
2	中国共产党纪律处分条例(含简明问答)	中国法制出版社	2024年1月	8.00
3	中国共产党纪律处分条例	人民出版社	2024年1月	8.00
4	习近平著作选读 第二卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	34.00
5	习近平著作选读 第一卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	35.00
6	习近平新时代中国特色社会主义思想纲要(2023年版)	学习出版社 人民出版社	2023年4月	16.00
7	我的阿勒泰	花城出版社	2021年8月	45.00
8	习近平关于金融工作论述摘编(普及本)	中央文献出版社	2024年3月	27.00
9	青铜葵花	天天出版社	2020年5月	25.00
10	快乐就是哈哈哈哈哈	中国友谊出版公司	2022年8月	52.00

(下转第3版)

● 书业潮事

出版人都用上AI了吗? 体验如何?

■中国出版传媒商报记者 张聪聪

流程“再造”,内容“革命”,当前人工智能(AI)渗透到我们生活的同时,正在引起各行各业的关注和试用,出版业也不例外。此前,我们曾在“编客实验室”公众号等渠道发布围绕AI在出版行业应用的问卷调研,旨在深入了解行业内对AI技术的认知、应用、学习意愿及所面临的挑战。调查结果表明,尽管对AI技术有一定程度的认知和应用,但从从业者深度了解和应用的水平有待提高。同时,从业人员普遍愿意学习AI相关知识,以促进其在出版行业中的应用和发展。

AI“辅助”角色受认可

此次调查问卷和采访可以看出从业者在AI的开放态度,普遍认可AI在多个方面提升出版效率和质量、对促进行业发展具有重要作用。大家更期待AI能够帮助解决选题策划、营销等环节的实际问题。

93.47%的受访者认为AI技术对出版行业重要或非常重要。89.13%的受访者对AI技术可能取代部分编辑工作表示担忧,但同时认为AI更多是辅助工具。

需要注意的是,尽管大多数受访者对AI有基本的认识和应用经验,但深入了解和熟练应用的比例较低。仅有2.17%的受访者能够熟练运用多种AI工具,71.74%的受访者有一定了解并能够简单使用某些AI工具。在使用工具类型方面,91.3%的受访者曾使用过AI语言模型,36.96%使用过人工智能生成内容(AIGC)。

几乎所有受访者都表示愿意学习AI相关知识,偏好通过在线课程、实际项目或与专业人士交流的方式学习。由此可见,出版行业从业者对于AI应用的态度是开放

且积极的,愿意学习AI相关知识的受访者比例达97.83%,69.57%的受访者表示缺乏相关学习资源是学习AI的主要障碍。实际探索中,23.91%的受访者参加过AI相关培训或购买过学习资源,但72.73%的受访者认为所参与的课程/内容没有达到预期。由此可见,缺乏时间和更匹配且更具实用性的学习资源是从业者学习AI的主要障碍。

对于希望AI解决的实际工作问题,80.43%的受访者希望借助AI写营销分析或营销文案,认为在营销领域应用AI技术,辅助内容创作和分析,能够带来显著效益。80.43%的受访者看好AI在数据分析与预测方面的作用,认识到数据分析在决策支持、市场分析和趋势预测中的重要作用,尤其是在出版行业中,对市场和读者偏好的准确预测尤为关键。76.09%的受访者希望学习AI生成图片和视频。同样有76.09%的受访者更关注AI内容创作工具的使用。内容生产是出版行业的核心,而AI技术在提高内容创作效率和质量方面展现出巨大潜力。63.04%的受访者表示出对AI选题判断的兴趣,希望通过AI技术提高选题的准确性和效率,这对于提升出版物的市场竞争力和读者接受度至关重要。

通过此次小调查不难看出,契合出版行业特点、更具实用性的AI教育与培训仍有待加强,从业者偏好更实用、易于获取的AI技术学习资源和平台。而促进人机协作是从从业者探索AI在实际工作中应用的重要方向。推广AI技术的同时,更强调其作为辅助工具的角色,探索人机协作的最佳实践,确保技术发展与行业需求相匹配。关注实际应用与效果,应鼓励和支持AI技术在出版行业中的实际应用试验,以解决具体问题,提高行业接受度和信任度。(下转第13版)

本期20版

拥抱变化,出版文创如何“乘风破浪”? P6~7
数字教材市场变革下 出版机构如何应对? P11~12
AI重塑少儿出版? 恶性竞争愈演愈烈? 能做的有很多! P15

编辑:张馨宇 排版:艾琳