



· 人教版普通高等教育国家级规划教材 ·

青年夜校,新华书店瞄准了年轻人!

关键词 书店 多元经营 青年夜校

中国出版传媒商报记者 王双双

下班后,学一学吉他;下班后,上美妆课,让自己慢慢变美……青年夜校,正在成为当代年轻人的“兴趣班”。一时间,“青年夜校”的话题在各大社交媒体上爆火,“夜校”作为年轻人“好好爱自己”的一种生活方式已经成为青年群体解锁夜生活的新风尚、新潮流。2024年,越来越多的书店加入“青年夜校”队伍,推出诸如美妆、书法、调酒、自媒体运营、剪辑等实用类和古琴、古筝、钢琴等艺术类课程,赋能当代青年群体成长,满足其自我提升需求和破圈交流需要。

初衷 寻求读者服务“新蓝海”

“一直以来,传统的培训工作是主要

针对中小学生和退休老年人开展的,根据多年的培训经验,我们认为年轻人和上班族是未来教培行业发展的“蓝海”。大连市新华书店有限公司营销策划中心总监关军如是说。多家新华书店夜校相关负责人对此表示认同,也由此开启了新华书店举办“青年夜校”的序幕。

提供一个平台,满足青年群体文化生活和技能提升需求。在快节奏的当下和竞争激烈的职场环境中,青年群体渴望有一个平台来充实自己的内心世界,提升自己的职业技能和竞争力,青年夜校的推出,正是为了满足这一需求,提供了多样化的课程,如技能培训、艺术兴趣等,为青年提供“学习充电、社交活动、技能提升、解压放松”的文化平

台。依托新华书店的品牌、图书、教育、名家等资源,山东新华创新推出“新华·青年夜校”,通过为青年群体量身打造特色夜校课程,让青年群体将“下班上新华夜校”作为新型生活方式。截至目前,山东省共有42家新华书店开设了“新华·青年夜校”,开设课程56门,涉及兴趣艺术、生活美学、健身养生、技能培训、家庭教育五大类。大连新华更是打出了“10个小时解锁一项新技能”的宣传口号,吸引更多青年人参与进来。

拉拢一个群体,拓展书店服务功能。面对实体书店行业的复杂形势和挑战,新华书店积极寻求创新,通过推出青年夜校来拓展书店的服务功能,这

不仅有助于提升书店的品牌影响力和市场竞争力,还能为书店带来新的增长点。谈到推出青年夜校的初衷,青岛新华书店企划部部长张蕾告诉记者:“为了培育年轻消费群体,让企业形象更加时尚,同时新华书店在当下也需要新动能来激发新热点,用新兴产业助推书店形成新的销售增长模式,青岛新华书店结合自身优质文化资源和空间优势,开展了青年夜校工作。”此外,该项目的推出,还有助于新华书店整合社会资源。山西新华南官店经理连毅说,此举使得新华南官店整合更多的社会资源,如邀请行业专家、非遗传承人等进行授课,为青年群体提供更加丰富、专业的课程资源和学习机会。(下转第6版)

中国出版传媒商报记者 聂慧超

读者不仅能在线借阅,快速到家,阅读完后还可以在线预约,快递还书……如今,图书馆正在转变职能,以一种新的互联网服务方式,破解读者“想读好书”与“懒”“忙”之间的矛盾。

根据重庆交通大学图书馆发布的《2023图书馆年度报告》,近年来图书馆纸质书借阅量有所下降,大概只有10年前的13%。今年上半年,本报发起2024图书馆配市场调查,据各高校图书馆统计,近3年,纸质书借阅量呈断崖式下降。从此次调查结果来看,2023年纸质图书的馆配码洋较2022年呈上升与持平的占比为74.5%,纸质图书的馆配品种较2022年呈上升与持平的占比为72.5%。调查结果显示,在馆藏资源方面,图书馆或许正在面临供需关系错位的现状。

为了改变图书馆“被冷落”的现状,越来越多图书馆强化创新与转型思维,通过加强智能检索功能,加入人工智能,开通线上借阅服务等方式,希望重获读者青睐。其中,图书馆快递借阅已成为线下实体应对电子书挑战的创新举措之一。

事实上,图书馆快递配送服务并不是新物种。2015年12月,浙江图书馆就已开通快递借书服务;2019年3月,浙江省杭州图书馆重新开放“悦借”服务;2020年湖北省图书馆上线“楚天云递”网借服务;2022年首都图书馆开通“阅享家”服务;2023年11月成都图书馆开通“喜阅到家”功能;今年上半年,上海图书馆等10家图书馆试点了“享借到家”快递借书服务。此外,重庆图书馆、山西太原图书馆、安徽合肥市图书馆、贵州图书馆、山东潍坊市图书馆、山西汉台区图书馆等多家图书馆均已试吃过这一“螃蟹”,致力以此引导读者用好图书馆资源,培养深度阅读的能力和兴趣,同时提升图书馆的图书借阅流通率。

为了深入挖掘相关图书馆如何整合线上线下资源,打通图书借阅物流的“最后一公里”,并与用户间建立新型平等、互信关系的创新路径,本报特别采访了开通快递业务的图书馆负责人,一探究竟。(详见本期第2版)

图书馆推快递服务,能否止住纸质书借阅下滑?

中国上海国际童书展二月15日揭幕

商报专递

2024年数字阅读作品(项目)推荐结果公布

中国出版传媒商报讯 日前,中国音像与数字出版协会公布了“2024年数字阅读作品(项目)”推荐结果。其中,《中国为什么能》、《新华通讯社90年90篇精品选》(有声版)、《我在故宫修文物:妙手金龙——彩画之美》等23部作品入围“2024年数字阅读推荐作品”,“学习党的二十大精神有声书”专辑、京津冀协同发展数据库、第二届上海国际网络文学周等14个项目入围“2024年数字阅读推荐项目”。

2024年度数字阅读作品(项目)体现了导向正确、文化价值高、技术应用创新和传播广泛的特点,展现了我国数字阅读领域新动态、新成果与新实践。对深化全民阅读工作、加强数字阅读内容引领、推动出版业高质量发展起到了积极的示范引领作用。

据悉,该项工作于2024年2月23日正式启动,面向社会公开征集。经过征集、评审、公示等重要环节,现予以公布。(张馨宇)

2024年前三季度全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长5.9%

中国出版传媒商报讯 据国家统计局对全国7.8万家规模以上文化及相关产业企业(以下简称“文化企业”)调查,2024年前三季度,文化企业实现营业收入99668亿元,按可比口径计算,比上年同期增长5.9%。其中,文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入41616亿元,比上年同期增长10.0%,快于全部规模以上文化企业4.1个百分点。

分领域看,文化核心领域实现营业收入65446亿元,比上年同期增长6.3%;文化相关领域营收34222亿元,同比增长5.1%。

分行业类别看,新闻信息服务实现营业收入13278亿元,比上年同期增长

8.2%;内容创作生产营收22175亿元,增长7.2%;创意设计服务营收16694亿元,增长5.8%;文化传播渠道营收11500亿元,增长3.8%;文化投资运营营收416亿元,增长6.9%;文化娱乐休闲服务营收1382亿元,增长2.3%;文化辅助生产和中介服务营收11768亿元,增长5.3%;文化装备生产营收4817亿元,增长10.0%;文化消费终端生产营收17636亿元,增长3.8%。

前三季度,文化企业实现利润总额7903亿元,比上年同期增长3.9%;营业收入利润率为7.93%,同比下降0.15个百分点。从行业中类看,互联网信息服务、互联网文化娱乐平台等行业实现利润带动作用较为明显。(白藏)

第16届傅雷翻译出版奖入围作品揭晓

中国出版传媒商报讯 10月24日,2024第16届傅雷翻译出版奖(下称“傅雷奖”)新闻发布会在北京法国文化中心举行,10部入围终评作品揭晓。本届傅雷奖共收到28部社科类和19部文学类作品。最终入围5部社科类和5部文学类作品,分别为《法兰西君主制》《事实

与虚构:论边界》《科学与知识的历史》《看见巴黎圣母院:一座大教堂的历史与考古》《法国大革命批判辞典》与《金米和沙米》《从熊口归来》《纵情生活》《相片之用》《还乡笔记》。

据悉,傅雷翻译出版奖最终获奖名单将于11月30日公布。(聂慧超)

本期20版

出版集团全民阅读推广“成长记” P3
新华书店持续提升公共文化服务能力 P5-6
12万余人共赴书香 第九届浙江书展圆满落幕 P9
后疫情时代催生科幻奇幻图书盲盒预订 P11
出版机构离职的编辑都去干什么了?(上) P13-14
终审评委解读郁达夫文学奖:坚持公平、公正、透明 P17

编排
张馨宇

中国好书

2024年9月“中国好书”发布



中国出版传媒商报讯 2024年9月“中国好书”月榜近日发布,15种入选图书分别是:《这里是中国的》(中信出版社)、《为国铸盾:中国原子弹之路》(上海交通大学出版社)、《中国文化之美》(中信出版社)、《同怀:鲁迅与中国共产党人》(江苏凤凰文艺出版社)、《风起云飞扬:钱乘旦讲大国崛起》(北京大学出版社)、《符号时代:信仰与早期中国》(巴蜀书社)、《敦煌》(人民文学出版社)、《稼家花园》(译林出版社)、《爱情永远是年轻》(安徽文艺出版社)、《寻找甘宇》(四川人民出版社)、《未来科技大爆炸》(河北人民出版社、河北科学技术出版社)、《远方的家》(长江少年儿童出版社)、《欢喜的森林》(明天出版社)、《珍珠塔》(二十一世纪出版社集团)、《北京城的脊梁:中轴线的故事》(北京少年儿童出版社)。(聂慧超)

海外传真

Spotify 将有声读物扩展到4个非英语市场

中国出版传媒商报讯 近日,Spotify流媒体音频服务平台宣布将有声读物扩展到法国、荷兰、比利时和卢森堡4个新的非英语市场,Spotify负责人大卫·凯弗(David Kafer)称此举是“有声读物服务的重要时刻,将为西欧订阅者解锁更多音频体验,有望带动新的市场增长”。Spotify表示其28%的用户在欧洲,并称其平台上非英语内容的消费量有所增加,2023-2024年全球有超过1亿用户在Spotify上收听了至少1段法语音频内容。

目前,在上述国家,作为Spotify订阅内容的一部分,符合条件的高级订阅会员(Spotify Premium)将能够访问超过20万种有声读物。未包含在Spotify有声读物服务中的任何其他读

物,亦可通过“添加购物车”购买。有声读物目录包括约1.5万种法语读物和1.5万种荷兰语和佛兰德语(比利时主要语言之一)读物,以及Spotify拥有版权的所有英语和其他语言读物。

在付费订阅套餐内,Spotify有声读物服务为新市场订阅者提供每月12小时的有声读物收听时间,订阅者还可以额外购买10小时的收听时间作为充值服务。面对新市场的订阅套餐内的收听时间(12小时)少于英语市场这一差别,大卫向美国《出版商周刊》(Publishers Weekly)表示,经过1年时间的验证,这是适合这些市场的典型有声读物听众的最佳小时数,对于重度用户来说,购买充值服务并不难。(靳艺昕)

中国出版传媒商报讯 第11届中国上海国际童书展(CCBF,以下简称“上海童书展”)将于11月15日至17日在上海世博展览馆举行。上海童书展由上海市委宣传部(上海市新闻出版局)指导,上海新华发行集团有限公司、中国教育出版传媒集团有限公司、环球新闻出版发展有限公司共同主办,上海融博会展览有限公司承办,博洛尼亚展览集团支持,至今已举办10届。

本届上海童书展将汇集来自32个国家和地区的497家国内外展商,展览面积达2.5万平方米。参展的中外最新童书超2万余种,展会同期举办的各类专业交流和阅读推广活动超过200场,议题覆盖儿童内容全产业链,预计将吸引4.5万观众参与。

本届上海童书展的海外展商共180家,涵盖来自阿根廷、阿联酋、澳大利亚、巴西、比利时、波兰、德国、俄罗斯、法国、韩国、加拿大、捷克、摩洛哥、马来西亚、尼泊尔、美国、葡萄牙、日本、瑞典、瑞士、斯里兰卡、西班牙、新加坡、意大利、印度、印度尼西亚、英国、智利、土耳其的国际出版文化机构。特别设立的博洛尼亚年度最佳童书出版社(BOP)大奖专区、斯特雷加儿童文学奖专区和版权中心也将再度亮相。亚太童书出版专区是今年的亮点之一,集中展示亚太地区优秀且具备独特编辑能力的出版社。此外,今年首次设立了原版图书订货专区,为与会者提供一个全球精选及获奖原版图书的采购平台。

今年,上海童书展将组织10场高水准的专业活动,汇聚国内外95位行业嘉宾,涵盖学术研究、商业实践与创新思维,多角度洞察全球行业趋势。(张馨宇)