

国际交流

《昌明大马》中文版发布会在京举行

中国出版传媒商报 应中方邀请,马来西亚总理安瓦尔于11月4日至7日来华工作访问。11月7日,安瓦尔的著作《昌明大马》(中文版)发布会在北京举行,主题为“读懂马来西亚”。

安瓦尔出席发布会并致辞。他指出,“昌明大马”秉持的“永续、繁荣、创新、尊重、信任、关怀”的六大原则,是社会进步的重要推动力,这不仅体现了对个体的关怀,更承载了对社会的责任与承诺。他表示,“昌明大

马”倡议与中国所倡导的“人类命运共同体”理念相契合,双方都倡导相互理解、尊重和包容,推动人类共同的未来,倡导尊重各自文化的多样性。安瓦尔特别感谢闫立金博士及中方出版单位积极推动该书的中文出版,使中国读者能够深入理解“昌明大马”理念,加强文化交流。发布会上,安瓦尔邀请与会嘉宾一起为《昌明大马》中文版揭幕。现场嘉宾共同见证这一重要时刻,并合影留念。

在《昌明大马》一书中,安瓦尔从经济、金融、法律、机构、教育、社会、文化及城乡发展等多个维度全面阐述“昌明大马”理念,深刻揭示了昌明大马的精髓,详细剖析了其核心概念、政策框架及其应用。《昌明大马》中文版的出版发行,对于深化中马合作互鉴,推动两国文化交流具有积极意义,进一步推动了中马文化在“中马友好年”交融互促、交相辉映。

(管若潼)



中国出版传媒商报 11月10日,华夏出版社《中华三圣经典心读》新书分享会在京举办。新书作者齐善鸿是南开大学商学院教授,也是近年在各大互联网平台备受瞩目的国学短视频主播。《中华三圣经典心读》包括《论语心读》《道德经心读》《坛经心读》,作者通过阐发经典,分享30年的国学研究和修行心得,希冀以心传心,令读者在阅读中收获人生的觉醒与改变,希望通过助力“传统文化”的学习,形塑当代“文化传统”。

中华有三“圣”:老子李耳、孔子仲尼、六祖慧能。代表他们智慧的《道德经》《论语》《坛经》,是中华优秀传统文化中的三部经典,它们犹如中华历史文化的“北斗”,为一代代华夏儿女照亮心路。中华三圣智慧,在当世流行的科学与知识之外,为人们打开了一扇高维智慧的天窗。中华文化的知识体系博大,但其本质是要用自己的人生和生命亲证的智慧体系。中华三圣智慧帮助人们破除对外部世界的迷惑和迷信,将心智的焦点转向自身,通过持续修行,让自己成为真正的主人。

中央党校教授张孝德、中国文化书院特聘院务专家佟晓滨出席新书分享会,华夏出版社社长陈振宇主持。作者齐善鸿及嘉宾与现场及线上直播间的读者进行问答互动。

(陈麟)

中国主题土耳其国际编辑部成立

中国出版传媒商报 11月14日,由中国出版集团有限公司指导、中国图书进出口(集团)有限公司主办的“中国主题土耳其国际编辑部成立暨《在伊犁》版权签约仪式”在京举行。中国出版集团有限公司总经理、党组副书记常勃,副总经理、党组成员张宏,中图公司执行董事、党委书记李红文,土耳其驻华大使代表、使馆参赞艾哲·切兰奥卢(Ece Ceylanoglu),土耳其红猫出版社及红猫书店创始人哈卢克·赫普顿(Haluk Hepkon),土耳其红猫出版社及红猫书店中国事务专项负责人卡密尔·埃尔道度(Kamil Erdogdu),土耳其汉学家、安卡拉大学教授吉来(Giray

Fidan)等嘉宾出席活动。活动由中图公司总经理林丽颖主持。

张宏在致辞中表示,中国主题土耳其国际编辑部由中国中图公司和土耳其红猫出版社共建,将以更本土化的方式为土耳其读者译介中国优秀作品,促进中土文明互学互鉴,为推动中土战略合作关系发展注入人文力量。艾哲·切兰奥卢宣读伊斯梅尔·哈克·穆萨大使的书面致辞。

在常勃和艾哲·切兰奥卢的见证下,中图公司与红猫出版社共同签署了“中国主题土耳其国际编辑部”合作协议和《在伊犁》土耳其文版权协议。

(穆宏志)

2024年11月“商务印书馆十大好书”发布

中国出版传媒商报 11月8日,商务印书馆11月十大好书在京发布,《清华大学藏战国竹简校释》、“剑桥世界戏剧史译丛”、《泰山:一种中国信仰专论》、《塔西佗(全二册)》、“伽达默尔著作集”、《第二次世界大战的起源:欧洲战场(第三版)》、《战争社会学专论:战争的社会学》、《定言命式:康德道德哲学研究》、《海洋、岛屿和革命:当南方遭遇帝国》、“王中江著作系列”入选11月十大好书。其中,《清华大学藏战国竹简校释》、“剑桥世界戏剧史译丛”、《泰山:一种中国信仰专论》、《塔西佗(全二册)》、“伽达默尔著作集”、《第二次世界大战的起源:欧洲战场(第三版)》入选“2024商务印书馆年度十大好书”。商务印书馆编辑徐从权、胡晓凯、董学美、赵子琰,

通过直播形式向读者推荐本月重点新书。

本月,《清华大学藏战国竹简校释》重磅推出,收录已整理公布的全部清华简,并根据最新的研究进展进行校释,体现学术界最新研究成果,堪称一部揭开历史“谜团”,走近历史“真相”的先秦奇书。此外,本月“剑桥世界戏剧史译丛”出版,呈现了英国、美国、德国、意大利等10个有着丰厚戏剧传统的国家和地区戏剧的发展历程。

历史学方面,《泰山:一种中国信仰专论》(塔西佗(全二册))《第二次世界大战的起源:欧洲战场(第三版)》等好书不断。哲学方面,本月推出两套重磅文集,分别是“伽达默尔著作集”和“王中江著作系列”。社会学方面推出战争社会学奠基性著作《战争社会学专论:战争的社会学》。(张馨宇)

(上接第1版)

“双11”从出版业消失了吗?

“双11”期间,中国纺织出版社整体直播观看近5万人;成交商品件数和千次观看成交额(平均2000)均创下该社半年峰值;成交额达23万,较去年“双11”实现增长。

谈到中国纺织出版社直播增长背后的原因,徐晶介绍说,中国纺织出版社的增长基于避开热门竞争赛道,专注打造“小而美”。通过全方位地为手工编织爱好者服务,打造手工书最全售卖直播间,让读者记得住、找得到。在此定位下,今年中国纺织出版社直播间稳定在该品类前二的水平。

“电商中盘愈发难做,出版自营动作越来越大”

相较于以往“618”“双11”大促等营销节点,出版社在今年的“双11”营销规划上有哪些重要调整?许骏杨提出,目前凤凰出版社在整体营销规划上,更加偏向自营以及新媒体渠道。去年该社的“双11”营销重点在文轩与京东等电商平台,今年的重点调整到自营以及自媒体直播等。“市场变化很容易感觉到,电商中盘愈发难做,出版社和出版公司自营的动作越来越大。”他说。

总体来看,今年凤凰出版社“双11”表现与去年相差不多。“但不同的是,电商中盘下降,而自营渠道上升,平台退货率没有明显变化”,许骏杨和团队在做“双11”复盘和经验总结时,认为要以重点图书产品带动其他品种的销售。提到全年经营目标完成情况,许骏杨坦言,基本与去年持平,目前,凤凰出版社年底冲刺计划仍以去库存为主。

今年初以来,河北出版传媒集团更加重视市场推广和营销工作。花山文艺出版社于2022年成立了数字推广部,目前团队共5人,承担图书宣传推广和营销工作。据花山文艺出版社社长郝建国介绍,今年以来,花山文艺出版社较为重视在京东直营店、文轩在线、抖音平台的电商营销。通常情况下,每周两场抖音直播,每场直播3小时。今年“双11”,花山文艺出版社也在参与各电商平台的营销,但主场仍是直播。

近年来,郝建国本人也不时出现在直播间,每月固定一期社长荐书,力邀图书作者、专家学者、文艺评论家就一本新书展开对话,如今已经做到第26期。进入出版业之前,郝建国曾是一名大学讲师,这段从业经历让他能够“把书介绍得更到位、更透彻、更有吸引力”。

“之前图书的快递费很高,高成本在一定程度上制约了出版社的‘电商之路’。后来经过协商,快递费优惠后才能确保出版社盈利”。目前花山文艺出版社的抖音号有2.2万粉丝,到了新的增长平台期,郝建国和团队也在思考如何“保基数、稳增长”。他说:“在图书零售市场增长的大环境下,出版社普遍感受到了压力。可以说,我们非常用心地在做书,尽可能丰富选题,比如学术书尝试‘轻学术’,想让更多人读得懂、用得上,关于地方文化建设的图书尽量图文并茂,也尝试了打造与音视频结合的融媒体图书”。

“出版社不能默默无闻地做书”

出版社直播的增量能弥补在平台电商损失的利润吗?郝建国坦言,“现在我们的直播带货还不能‘回本’,投入和产出还有一些差距。而且在资金有限的情况下,投流等营销活动很难展开”。但他认为,“这时出版社更

不能默默无闻地做书,需要借助直播等营销方式,打造出版社的知名度和品牌影响力”。

和直播达人的合作,很难一帆风顺。郝建国解释说,“对于不少地方文艺社来说,带货能力太强的直播大V,会担心他们的保障性不够强,销量虽然高,但可能退货率也很高,最终出版社将面对无法消化掉的大量库存”。

不过整体来看,直播的确为花山文艺出版社带来了实打实的“广告效应”。郝建国提到,“近年来,花山文艺出版社的知名度更高了,找我们出书的人越来越多,出版界、各级作协、作者群体对我们的关注度也越来越高。还有忠实的粉丝,我们直播推荐的每本书都买,让我们觉得直播这件事做得很有意义”。

畅销书,爆款书能成为“双11”的“救命仙丹”吗?赶上“双11”大促,四川文艺出版社出版的《小巷人家》图书近10天销量已超前9个月总和,对此,吴坤表示,“在新媒体渠道中,畅销书的拉动作用很大。”

《小巷人家》一书于今年1月出版,讲述了20世纪70年代末,苏州棉纺厂家属区一条小巷里几组家庭的故事。10月28日,改编自同名小说的电视剧《小巷人家》在芒果TV和湖南卫视同步上线,影视出品方对电视剧的宣推,让该书热度迅速上升。四川文艺出版社及时抓住这波流量,借助明星推广、达人“种草”、大量发布推广软文等方式,加速渠道的拓展和转化,该书销量显著提升。各电商平台也及时接住流量,近10天该书在电商平台、出版社自营店等渠道的销量已超过前9个月的总和。

吴坤和团队时常关注图书市场数据和销售趋势。她提出,“除了借助行业内的数据观测软件掌握图书销售趋势外,新媒体就像一个观测窗口,当某个达人有信息反馈时,我们会敏感地观察并收集信息,看最近哪些热点涉及我社出版的某本书,以及如何把握住这些热点,让书重新走入读者视野。”

年底冲刺进行时

新华文轩出版传媒股份有限公司(以下简称“新华文轩”)对文轩内渠道的考核时间是本月底,在广泛参与“双11”各平台活动之外,四川文艺出版社正忙着“冲刺11.30”。吴坤介绍说,“最近团队干劲十足,虽然考核时间已近,但伙伴们并没有松懈,依然努力向考核目标迈进,相信努力就会有回报。”

当问及今年哪些工作是完成全年考核任务的关键时,吴坤表示,今年年初,在新华文轩的指导下,旗下各单位都制定了高质量发展的目标要求和实施举措,并在分管领导带领下,脚踏实地地落实每一个动作和细节。所有工作都不是放在纸面上,而是要真正落地。每个季度新华文轩都会召开生产经营工作汇报会,亮出大家的业绩和不足;四川文艺出版社也定期召开工作总结会,及时发现问题并解决问题,哪个地方有堵点,就疏通哪个地方,选题论证会也调整为每周一次。通过这一系列工作实施、流程梳理、系统再造等工作,四川文艺出版社在出书速度、计划实施、部门配合等方面都提升了效率,这是今年能够完成任务的关键。

但吴坤认为,四川文艺出版社的经验并不一定适用于其他出版社,毕竟每家出版社的资源禀赋、历史情况、人员结构等条件都不同。她提出,“出版社的经营应当百花齐放,还是要找到适合自身发展的关键点”。

人民社、海南社联合出版《海南自由贸易港热点解读》

(上接第1版)

臧永清在致辞中表示,青春正是读书时,大学生是全民阅读的主力群体,作为大学生阅读好伙伴的中国出版集团也将深入调研大学生阅读需求,提升阅读供给质量,创新品牌阅读活动,为大学生阅读做好服务。

羽翎在致辞中表达了对大学生阅读的美好祝愿和未来展望,期待更多的学生可以参与到全民阅读活动中来,爱读书、读好书、善读书,养成终生阅读的好习惯。

发布会上,陈彦、格非、乔叶、韩毓海分别聚焦阅读体验,与现场大学生分享阅读与人生,李野墨深情朗诵史铁生的名作《我与地坛》片段。著名作家刘震云、迟子建、毕飞宇、王跃文、葛亮通过视频表达了对中国出版集团首届大学生阅读分享活动的祝福,也分享了对当代大学生阅读的温馨寄语。

活动现场发布了中国出版集团首届大学生阅读分享活动优秀作品名单。常勃发布征文一等奖作品名单,黄志坚、孙德立为学生代表颁发证书;潘凯雄发布征文二等奖作品名单,顾青、李红强为学生代表颁发证书;李舫、宋强发布征文三等奖作品名单,叶冰、刘杭为学生代表颁发证书;马国仓、张久珍发布征文优秀奖作品名单,宋志军、唐辉为学生代表颁发证书。北京大学吕可欣、山东青年政治学院王旺作为大学生代表发言,分享通过阅读实现自我成长的体会与心得。

在本次发布会期间,中国出版集团还精心安排了阅读研学活动,11月9日至10日,40名大学生代表到集团旗下商务印书馆涵芬楼、中华书局灿然书屋、三联韬奋书店、人民文学出版社等地,真切感受首都浓厚的文化气息和书香氛围,也对中国出版业的发展历程有了深刻认识。

为助力营造浓厚书香校园氛围,更好发挥大学生对全民阅读的示范引领作用,助力涵养爱读书、读好书、善读书的阅读氛围,以“品味好书 分享阅读”为主题的首届大学生阅读分享活动,由中国出版集团主办,中国出版传媒商报社、北京大学出版研究院承办,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、荣宝斋协办,启动仪式在北京大学举行。自4月15日起持续至11月,面向全国高校开展阅读文章和短视频征集,举办一系列作家进校园活动。活动得到了全国百余所高校师生的积极响应,共收到4000余篇投稿。经过10数位著名专家参加的初评、复评、终评三轮评定,最终选出一、二、三等奖及优秀奖共百篇作品,其中一等奖10篇、二等奖20篇、三等奖30篇、优秀奖40篇。征文获奖名单日前已正式发布。(张馨宇)

《中华三圣经典心读》分享30年国学研究心得

聚焦新质生产力 共商文化产业创新发展路径

《北京文化产业发展报告(2023—2024)》蓝皮书首发

中国出版传媒商报 为进一步发挥新质生产力在推动我国文化产业创新发展中的重要作用,由北京文化产业与出版传媒研究基地主办,北京印刷学院科研处和经济管理学院承办的第六届北京文化产业与出版传媒研究基地学术年会暨“新质生产力与文化产业创新发展”论坛于11月9日在京举行。

北京市社科联、市社科规划办智库工作部四级调研员刘峰杰,北京印刷学院党委副书记刘杰民,中国新闻出版传媒集团有限公司党委书记、董事长马国仓,北京出版集团总经理吴文学,中国社会科学院工业经济研究所副所长季为民,云图数媒科技(北京)有限公司董事长郑铁勇,北京石油化学工业人文社学院院长王风云,中央财经大学文化经济研究院副院长戴俊骝,中国传媒大学文化产业管理学院副院长刘江红,北京市委党校经济学教研部副主任龙倩,首都师范大学文化产业系主任郭嘉等出席论坛。

刘杰民在致辞中表示,新质生产力作为承载新技术、新要素、新产业的先进生产力质态,为文化产业高质量发展赋能添力成为学界和业界共同关注的时代命题。

主旨报告环节,马国仓强调了新质生产力对出版业高质量发展的重要性,他提出,出版业需在内容创新、技术创新和业态创新三方面加强实践。吴文学指出,传统出版行业内部经营格局发生深度变化,数智赋能下媒体深度融合成为大势所趋,面对“营销淹没”效应下的头部化趋势的不断极化,出版业要转变角色,从企业和业务两个层面,更新理念,重塑角色,转型发展,开创新出版。季为民讨论了深化文化体制机制改革与培育发展文化新质生产力的关系,在坚持创新驱动、优化生产关系与市场机制、促进文化深度融合、强化文化保护与创新等方面提出了策略和路径。

马国仓、吴文学、季为民、北京印刷学院科研处处长黎云海、经济管理学院院长王亮、北京文化产业与出版传媒研究基地执行主任李治堂共同为《北京文化产业发展报告(2023—2024)》蓝皮书首发揭幕。报告系统阐述了2023年北京文化产业在产业政策、产业细分行业发展、文化企业发展和文化事业发展方面的变化和趋势。

在圆桌讨论和分论坛环节,多位专家和论文作者聚焦新质生产力与文化产业创新发展进行了分享和交流。闭幕式上,李治堂对论坛内容进行了总结发言,并评选出一等奖、二等奖、三等奖和优秀奖。(聂慧超)