

(上接第1版)

图书订货会的风吹向读者

西北工业大学出版社党总支书记、董事长、社长高大力表示:“我们期待通过北京图书订货会让科技出版能被更多人了解,硬科技尤其是国防类的图书在出版领域受关注的还比较少,但有很多出版社都在紧密围绕这一领域持续深耕。”

山东新华书店集团有限公司济南分公司副总经理杨莹表示:“线下展会作为商业交流的重要平台,为参展商和参观者提供了一个直接、即时的交流平台,使双方能够进行面对面的深入沟通,建立稳固的商业关系。对于图书这种需要直观感受和深度体验的产品,线下展会更是具有得天独厚的优势。在这里,参观者可以当面翻阅图书,直观感受其品质和内容,这种体验是线上展会所无法复制的。”

“每次参加订货会,都会有意想不到的收获。”柳青松讲道:“这次订货会,我们重点推出了着眼服务于‘第二个结合’的《新时代万有文库》,我们觉得作为文化传承发展工程,这套文库的社会效益可能会更加突出,然而发行商对这套书的评价极高,甚至还有人提议出版精装定制版,并表示要包销几千套,这都让我深感意外。这种反馈给我们带来了极大的喜悦和信心,高质量的策划出版真的会激活市场需求,而且前景十分广阔。”

甘肃省新华书店连锁经营公司经理李浩强调,北京图书订货会较其他展会规模更大、更加全面、书业同行更加重视,特别是图书出版单位新的一年的出版计划和营销调整信息更加全面和详细。武汉新华书店股份有限公司企划部副部长刘熋表示,此次参会,希望与传统合作的出版社继续保持高质量的合作,同时认识更多能够线上合作的优质出版商。

出版机构还通过寻求跨界共赢、资源整合,达成更具市场竞争力的合作项目。例如,本届订货会上,有不少出版社与民营策划公司、出版社与出版社、出版社与业外机构合作的成果发布。订货会前,“华东六少”也举办了首次线上小分队云荐会,吸引了3000多家经销商在线观看。作为渠道商,不少新华书店也举办了多场重磅活动。如江苏凤凰新华书店集团举办2025年会暨第15届江苏书展推介会,安徽新华举办2025新春发布会等等。

走近读者 走进读者

如果说第37届北京图书订货会给行业留下了怎样的第一印象,那一定是“走近读者、走进读者”。

中国出版集团于订货会首日正式启动第二届大学生阅读分享活动,面向全国高等院校大专、本科、硕士、博士等在校学生展开阅读分享邀请,进一步激发大学生的阅读热情,推动校园文化建设,培养新时代的阅读习惯。

由中国作家协会主办的著名文学期刊《人民文学》首次入驻北京图书订货会,展示刊物,提供文创印章,不少读者闻讯而来,成为本届图书订货会一大亮点。

中国出版业出版社开设特色主题活动,打造沉浸式体验,特邀国家高级茶艺师现场演示传统茶艺,读者不仅可以近距离感受中国茶文化的独特韵味,还能翻阅和选购茶文化相关图书。河北省保定市新华书店新媒体企划部主任姚岚表示,期待未来的线下展会能尝试更多创新的方式,丰富多元展品、互动体验区等,让展会更加多元化。

“我们来北京图书订货会办活动,最重要的目的之一就是让航空航天行业走近读者。”高大力说。该社仿生魔鬼鱼于订货会现场惊艳亮相,并针对这一项目举办相关科普报告活动,邀请北京市第十五中学的百余名同学参加,并赠送由西北工业大学出版社与中航工业集团联合打造的国家出版基金项目《大型飞机高升力控制系统设计与验证》,中航工业集团还为师生们赠送了运-20飞机模型。

近两年,“漫画+”的图书形式受到小读者喜爱,本届图书订货会,不少少儿出版机构重点宣推了漫画相关产品。安徽少年儿童出版社将于2025年2月推出《笑猫日记·漫画版》。由中国少年儿童新闻出版总社联合多家少儿社打造的“美丽中国·从家乡出发”(漫

(上接第1版)

人民卫生出版社人卫研究院发布《国际出版机构科技期刊集群化发展研究》。发布人李新华通过对10家国际出版机构的期刊集群进行研究发现,其发展运营模式与发展策略,表现出顶刊引领品牌矩阵建设、广泛合作募集优质资源、传统订阅与开放获取协同等特点。他认为,中国期刊集群化需久久为功和可持续发展,以高影响力期刊带动集群发展,因“刊”制宜制定集群化策略,完善机制体制和充足资金保障,提供数智化、全方位科研服务。

童趣出版研究院发布《精品童书策划推广研究》。发布人李文表示,面对新形势、新挑战、新任务,少儿社集中优质出版资源向精品图书策划发力,进行了诸多实践。如坚持策划端的三种文化、儿童本位,生产端的聚合跨领域人才、应用数智化技术,推广端的IP化运营、跨界营销、精准营销等。他建议,少儿社一是创新导引机制,提升内容与服务;二是注重技术赋能,发展新质生产力;三是搭建全城营销,增强推广传播效能;四是厚植职业理想,培育精品人才队伍。

中原出版传媒产业研究院发布《以AIGC技术驱动出版业转型升级研究》。发布人王庆指出,AIGC技术与出版行业的双向奔赴中,面临着传统产业结构与新质生产力不协调、内容产业与技术产业不匹配、版权保护与数据安全不健全等问题。未来实现AIGC



首届全国出版发行行业文创产品交易会现场 张馨宇/摄

画版)第三辑也在本届订货会发布。2024年三环出版社出版了《漫画少年学墨菲定律》和《漫画中华文化1000问》等爆款图书,2025年该社将在该领域更深入布局。此外乐乐趣也发布了《不白吃漫画山海奇缘》,浙江少年儿童出版社邀漫画家阿桂携新作《桂宝一家亲之世界遗产奇遇记》亮相订货会。

AI“登堂入室”

在人工智能技术飞速发展的背景下,出版业面临着深刻的变革,本届订货会充分展示了出版行业努力寻求变革、培育新质生产力的实践,人工智能的新技术应用到了出版业的各个流程。

订货会首日,首场重磅活动“2025北京图书订货会论坛”举行,论坛以“以智提质 向新而行”为主题,为本届订货会定下“智”的基调。前一日,由北京图书订货会组委会主办,中国出版传媒商报社、北京盛会文化交流有限公司承办,武汉理工数字传播工程有限公司支持的2025北京图书订货会出版发行营销创新交流会上,武汉理工数字传播工程有限公司发布了新媒体图书营销AI解决方案——“书船”,以AI驱动,全面赋能新媒体图书营销全链路。“书船”也惊艳亮相订货会现场,吸引不少业界人士交流。

北京出版集团现场运用声光电、多媒体等新技术手段,展示了电子书、有声读物、课程视频、VR产品、电子数据库、数字平台及融合发展项目等。科学技术文献出版社智能审校平台与数字人生产平台产品也于订货会现场发布。中国科学技术出版社自主研发的“酷发明”APP,通过动画、绘本、AR技术和H5游戏等多种形式,全方位展现了中国古代的重要科技发明创造。果麦的“AI校对王”也亮相订货会现场,截至2024年10月,已有超过30家出版单位和内容机构使用。科学出版社数字教材平台采用了多模态教学资源,不仅可以让用户产生交互体验感,如在线答题练习可以得到即时反馈,还可以突破时空限制,进行虚拟仿真实验,通过3D模型直观呈现抽象概念和复杂过程。

云南阅闻文化发展有限公司品牌总监徐伟杰期待,未来在形式上可以融合更多科技元素,如利用虚拟现实,增强现实技术丰富展示体验。

除了流程、形态的融合,渠道也在融合。与往届相比,今年订货会上的“直播间”数量明显增多。不少出版社将直播间设立在展台旁,通过直播介绍订货会现场的最新动态,并给读者送出各种购书福利,带动了线上图书销售。这种线上线下相结合的营销方式,不仅拓宽了图书的销售渠道,也增强了读者的参与感和体验感。在订货会期间举行的多个行业论坛上,记者还听到一种声音,许多出版机构2025年将加大布局线上自营渠道。陕西师范大学出版总社社长刘东风表示,该社正在加大直播布局,鼓励编辑加入直播卖书行列。在订货会现场就有该社的两位编辑在直播讲书。

互动交流深化文化内涵

本届北京图书订货会,文化名人与作家们通过丰富多样的活动,成功搭建起一座文化交流的坚固桥梁。他们不仅为读者带来一场场精彩绝伦的文化盛宴,也为出版行业的发展注入了全新的活力。通过这

技术与出版业的深度融合,要从五个方向发力:一是积极推广AIGC技术在成熟领域的应用;二是结合人才培养强化编辑AIGC实操能力,熟练掌握与AI沟通的提示词技能;三是以作品登记和区块链技术解决版权问题;四是以AIGC技术为核心推动融合出版项目;五是强化生态建设,推动产业生态模式创新。

江苏凤凰出版融合发展智库发布《数字技术在出版领域的应用情况报告》。发布人宋吉述表示,数据要素已成为国内外广泛关注的生产要素,数据资产也成为出版行业亟待深入探索的重要课题。他建议,应进一步明确出版业数字技术应用的目标与方向;不断完善技术应用标准体系,针对信息安全、数据安全和算法安全等现实风险,完善伦理和法律指导原则;增强技术应用的合规性和有效性。同时强化标准规范的应用与落地,将数字技术应用的创新成效纳入相关考核体系。

新华文轩出版研究院发布《精品图书传播推广研究》。发布人周青认为,当下精品图书存在读者认可度不高、渠道拓展不够、运营观念滞后等问题。通过对行业一些现象级精品图书传播案例进行分析发现,精准研判市场、注重网络拓展、打造品牌IP等经验值得行业借鉴。他建议,要坚持做精内容,以渠道赋能全域传播,创新推动产业链融合,加强对外合作推广。

些活动,我们清晰地看到文化的传承与创新脉络,深切感受到文学的无穷魅力与强大力量。

中国出版协会全民阅读工作委员会主任、著名出版家、作家聂震宁在此次订货会出席了多场活动,还来到社长总编辑直播间分享青少年的阅读习惯培养的内容。

王树增的《天著春秋》新书发布会同样吸引了众多目光。施战军、潘凯雄等文学界资深大咖与王树增一同深入探讨这部作品的创作历程。王树增详细讲述了为撰写此书,如何深入钻研历史资料、实地走访历史遗迹,一心力求还原历史的真实面貌。梁晓声在《中国文化的历史基因》图书分享会上,凭借丰富的人生阅历和深刻的文化洞察力,深入阐述中国文化的历史脉络与独特基因。在接力出版社举办的曹文轩最新作品分享会上,他从自己的童年经历、乡村生活感悟出发,为读者解析书中创作灵感的来源。

场外活动也非常精彩,在湖南文艺出版社举办的“文学的二十个春天(2006—2025)”原创文学活动中,梁晓声、刘庆邦、杨少衡、范小青等众多知名作家、评论家齐聚一堂。活动不仅向多位在原创文学领域作出杰出贡献的作家、评论家授予荣誉称号,还举行了隆重的签约仪式,为原创文学的未来发展注入了强大动力。作家们分享创作故事时,充分展现出文学创作的多元化趋势。

文创,绕不开的话题

自去年以来,集章、打卡、文创成为各大书展不可忽视的亮点。本届订货会还增设首届全国出版发行行业文创产品交易会展区,现场人头攒动,参与度远超预期,展区汇集众多知名出版机构、全国新华书店、特色实体书店和各大图书馆的文创产品,涵盖图书周边、文具、配饰、艺术收藏等多个领域,还通过打卡集章、沙龙、产品制作等互动活动,增强读者的参与感和体验感,是订货会和出版行业进一步走近读者的有力印证。

二十一世纪出版社集团《宁夏寻宝记》全产品矩阵、人民教育出版社的“教小萌和教小淘”等多系列百余种文创IP、厦门外图集团的闽南特色文创和宝岛文创,彰显出版行业在跨界合作和创新上的积极探索。新华文轩旗下四川画报社携熊猫文创参展。陕西新华出版传媒集团各家出版社带来“秦岭四宝”公仔、唐代壁画团扇、四季套色印章、熊猫家园贴纸、名家书画复制品、流沙票根冰箱贴等特色文创产品,开展的现场签售、集章打卡、扫码送“福”等活动也吸引许多读者参与。今年,内蒙古、湖北等地的新华发行集团也将更多的文创产品带到订货会现场,成为不少人关注的焦点。“订货会首日盖章即崩溃,幸福的烦恼也是烦恼!一进订货会仿佛进了盖章和文创的海洋,又多又好看,集章人士狂喜,我保守估计盖了600多个章!”一位读者兴奋地说道。

内蒙古包头市新华书店业务主管官萍表示:“单独设立了文创展区构建了更加全面的‘一站式’服务平台,我们在这里快速找到心仪的产品和供货商,极大地节省了时间成本。许多供货商不仅拥有丰富的产品线,更具备强大的设计能力和市场洞察力,能够根据市场需求快速推出新产品。他们的专业性和创新精神,让我们对未来合作充满了期待。”江海出版社的文创展台就有大量合作商接踵而至。其中,有的是渠道商积极探寻合作的契机,有的则怀着浓厚的兴趣有意购买IP,还有的满心期待能够代理相关产品。正如柳青松所言:“订货会所具有的强大聚合合力以及显著的辐射效应,是在日常的渠道工作中难以企及的。通过订货会所带来的收益是立体多方位的,成效显著,收益可观。”

“通过这次订货会可以明显看出,大家都在积极涉足文创领域、开发礼品,这是吸引读者的有效方式,能让读者因文创而关注图书产品。”三秦出版社党委书记、社长支旭仲表示,目前市场变现难度较大,必须借助立体化、全媒体的营销手段来稳固发展趋势,文创便是其中一种可行的方式。

北京大学出版研究院发布《国际数字出版发展趋势与启示》。发布人张久珍谈到,2023年以来,国际数字出版发展特点鲜明。在大众出版领域,数字营收占比增加,个性化推荐系统提升效能,大型平台集中化呈现双刃剑效应;教育出版方面,政策支持、师生数字素养提升和资源整合是重点;专业出版则强调开放获取、技术创新和全球布局。这一趋势下,发展我国数字出版需要制定系统化的发展策略,通过全面响应用户需求、丰富数字内容选择,鼓励多方主体参与、加强政策法律建设、深化信息技术创新,重视出版人才培养等举措,应对复杂的环境。

中国传媒大学出版学院发布《国外出版学科现状与发展》。发布人吴炜华谈到,国外出版学科呈现出培养层次的立体化与多样化、学科定位的差异化与特色化、课程体系的系统化与数智化三大特点,表现出高等教育的高站位、国际化,培养体系的智能化、交叉性等趋势。他建议,未来我国要加强出版学科的总体发展,重视智能化、国际化的课程建设,聚焦交叉型、实践型的人才培养,培养学生的国际视野和全局意识。

出版智库机构负责人、联络员和有关同志,以及其他出版单位、高等院校、教育科技公司等单位代表线下参会。(张绮月 王双双)

中国出版传媒商报讯 1月11日,陕西新华出版传媒集团内容建设专家

座谈暨重点选题论证会在京举行。中国出版协会理事长邬书林,原中央文献研究室副主任陈晋,中国作协原副主席高洪波,全国政协常委、中国作协副主席陈彦,中国图书评论学会会长郭义强,中国新闻出版传媒集团党委书记、董事长马国仓,人民卫生出版社原总编辑杜贤,中宣部出版局图书处处长王为衡等出席。陕西省委宣传部副部长李晓刚致辞,陕西新华出版传媒集团总编辑周维军主持。

会上,与会专家从不同角度、不同层面、不同领域对陕西新华出版传媒集团的内容建设发表真知灼见,重点围绕加强原创开发、挖掘优势资源、发现优质作者、培养编辑人才、提升出版质量等方面建言献策。在对30个重点选题进行论证时,专家们一致认为,这些选题紧扣时代脉搏、关注读者需求,具有较强的思想性、学术性和艺术性,并就完善选题内容、拓展选题思路等方面提出有针对性的指导意见。(张馨宇)

出版动态

新闻出版行业蓝皮书、第11届优秀审读报告推介会举办

中国出版传媒商报讯 1月9日,新闻出版行业蓝皮书、第11届优秀审读报告推介会在订货会现场举办。中国新闻出版研究院党委书记、院长冯士新,出版界有关领导和专家郭义强、王为衡、臧永清、敖然、胡仁彩、宋强、李永强等,以及优秀审读报告代表出席了推介会。会议由《出版参考》杂志社社长李游主持。

“新闻出版行业智库蓝皮书系列”中《全国国民阅读状况调查报告》《国际出版业发展报告》等5种图书的主要撰写者,分别介绍了报告的撰写情况,就一年来各出版领域取得的成绩、经验以及面临的挑战等进行了分享,并对出版行业的未来发展进行了展望。

冯士新在讲话中指出,“新闻出版行业智库蓝皮书系列”是中国书籍出版社深耕20多年打造的蓝皮书品牌,作为行业发展的重要指南,为出版研究与实践提供了有力支撑。在优秀审读报告推介环节,冯士新介绍了此次活动的组织和筹备情况。

与会嘉宾为获得推介的最佳审读报告、优秀审读报告、提名审读报告、入围审读报告颁发证书。

3位最佳审读报告的撰写者分享了自己的审读经验、对审读工作的理解和感悟,以及对未来审读工作的展望。(白 藏)

江西出版集团·中文传媒2024年度好书发布

中国出版传媒商报讯 1月9日,在订货会现场,江西出版集团·中文传媒2024年度好书20种重磅发布,其中多部作品入选中央宣传部主题出版重点出版物选题、月度中国好书、国家出版基金等重大出版项目。分别是:《中国式现代化的人类贡献》(江西人民出版社)、《新质生产力:强国理论与生产力认识新飞跃》(江西高校出版社)、《未来讲堂——讲述优秀共产党员的故事》(中国和平出版社)、《额吉的河》(江西教育出版社)、《吉林寻宝记》(二十一世纪出版社)、《飞流之上》(百花洲文艺出版社)、《月光妈妈》(江西教育出版社)、《江西通史》(全11卷)(江西人民出版社)、《捡来的瓷器史》(江西美术出版社)、《酱油——独有的中国味道》(江西科学技术出版社)、《新时代中国共产党新的文化使命通论》(江西人民出版社)、《红色标语的力量——寻找永不褪色的苏区记忆》(U盘)(红星电子音像出版社)、《调查研究——中国共产党成功秘诀》(江西教育出版社)、《妈妈的剪影》(中国和平出版社)、《珍珠塔》(二十一世纪出版社)、《迷路》(二十一世纪出版社)、《秦岭人家》(百花洲文艺出版社)、《大江大船》(百花洲文艺出版社)、“江西诗派经典选本丛书”(共4种)(江西教育出版社)、《芙蓉花开》(二十一世纪出版社)。(张馨宇)

跟着这套书去旅行

中国出版传媒商报讯 1月10日,云南人民出版社带着一套饱含云南深情的丛书——“心之所向·有一种叫云南的生活”,在订货会现场举办了新书推介会。云南人民出版社副社长段兴民、丛书设计总监马滨等出席。“心之所向·有一种叫云南的生活”丛书,是在中共云南省委宣传部指导下,由云南出版集团统筹策划、综合协调,云南人民出版社组织和编辑出版的,生动反映云南生活之多姿多彩的文艺图书。

丛书套裝版采用三面彩色刷边工艺,刷边图案由著名博物画家曾孝濂先生创作,极具收藏价值;内容安排上,除传统阅读方式外,通过“现代纸书”的形式融合了云南省各州市特色宣传片及全文有声书,扫描书中二维码,即可获得音视频结合的多种阅读体验。(白 藏)