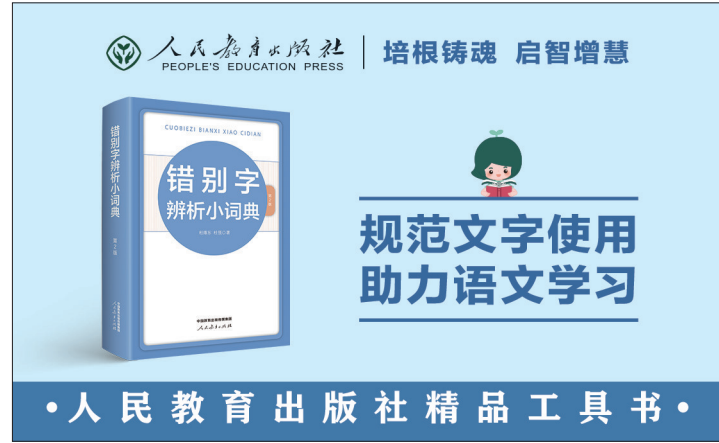


习近平向首届世界
古典学大会致贺信

中国出版传媒商
报讯 11月7日,国家主
席习近平向首届世界
古典学大会致贺信。

习近平指出,古典
文明群星璀璨,不断滋
养和启迪后世。两千多
年前,中国和希腊两大
文明在亚欧大陆两端交
相辉映,为人类文明演
进作出了基础性贡献。
中希共同举办首届世界
古典学大会,在雅典设
立中国古典文明研究
院,为中希两国和世界
各国搭建了文明交流互
鉴的新平台。

习近平强调,中国
积极致力于推动文明
传承发展,加强国际人
文交流,促进全球文明
对话,注重从不同文明
中寻求智慧、汲取营
养,愿同各方一道,践
行全球文明倡议,携手
解决人类共同面临的
各种挑战,共同推动人

类文明发展进步。希望各位专家学者担负起古
典学研究的使命,为促进文明传承发展、推动文
明交流互鉴作出更大贡献。

首届世界古典学大会当日在北京开幕,主
题为“古典文明与现代世界”,由中国社会科学
院、中国教育部、中国文化和旅游部、希腊文
化部、希腊雅典科学院共同主办。(欣 闻)

14部门联合发文
推进老年阅读工作

中国出版传媒商报讯 近日,为
贯彻党的二十大关于深化全民阅读
活动的重要部署,保障老年人基本
阅读权益,满足老年人日益增长的
阅读需求,民政部、全国老龄办、中
宣部、中央网信办、教育部、农业农
村部、文化和旅游部、退役军人事务
部、广电总局、全国总工会、共青团
中央、全国妇联、中国残联、中国老
龄协会等14部门联合印发了《关于
推进老年阅读工作的指导意见》(以
下简称《意见》)。

《意见》提出,要以习近平新时代
中国特色社会主义思想为指导,深入
学习贯彻党的二十大精神,引导广大
老年人爱读书、读好书、善读书,丰富
老年人精神文化生活。力争到2027
年,优质老年读物的供给能力显著增
强,纸质读物、数字终端的适老化水
平有效提高,老年阅读服务体系基本
完善,老年阅读友好氛围更加浓厚。

《意见》明确,要坚持为老服务,
充分保证老年人平等、充分、便捷享
受阅读的权利,进一步完善无障碍
阅读环境建设;要坚持城乡均衡,统
筹推进城乡老年阅读服务均衡发展,
加快推进农村、城市公共文化服
务资源整合和互联互通;要坚持政
府主导,实现多元参与,注重激发各
类社会主体参与老年阅读推广的积
极性,充分发挥各方资源优势。

《意见》围绕丰富读书活动、培
树读书品牌、扩大老年读物供给、
加强数字资源建设、优化老年阅读
环境、加强老年阅读辅助人才培养
、推进老年阅读标准化建设、鼓励
老年人学有所用等八个方面提出系
统性政策措施。具体包括在每年全
民阅读大会、全民终身学习周、“
敬老月”、重要传统节日节庆期间
开展全国性老年阅读推广活动;新
闻出版主管部门加大对老年读物支
持力度,鼓励图书、报纸、期刊等
出版单位,按照老年人需求分层分
类优化出版结构,增加老年读物优
秀选题策划和老年主题出版;依托
国家智慧教育读书平台和全国老年
教育公共服务平台等各类数字阅读
平台,加大优质老年读物的资源整
合;按照有关标准和 requirement
做好场地无障碍环境建设和改造;
建立老年阅读辅助人才阶梯培育制
度;建立健全老年阅读相关标准等。
(欣 闻)

童书市场新的可能性在哪?

关键词 少儿出版 渠道布局 IP运营

2024年,少儿出版领域正经历着前
所未有的挑战,被业内人士称为“凛冬”。
北京开卷数据显示,2024年前三季度图
书零售市场整体依然呈现负增长,码洋同
比下降0.68%。尽管如此,少儿图书依然
占据市场码洋比重的最大份额,达
27.87%。特别是在短视频电商渠道中,教
辅类图书的码洋比重同比增加最多,而少
儿类图书市场规模进一步收缩。不难看
到,伴随近年童书板块下滑的是渠道的不
断分化。市场的急速变化,要求少儿出版
机构的响应速度越来越快。

出版商的渠道布局和触达不断拓展,
产品迭代密切对接读者需求成为上游出
版机构“积极适应”的课题之一。即便如
此,童书市场存在的“市场‘马太效应’增
强,新品失败率上升”“推爆品难度大幅
增加”“爆品标准大幅降低”和“传统常销
品种销量难以维持”等表现,让曾经在童
书领域深耕多年的出版人、策划人普遍感

“压力山大”;做童书还是个好生意吗?未
来童书市场的走向如何?到底哪些路径
真实可行?借2024中国上海国际童书展
召开之机,本报记者抛出若干话题,如“从
从业者需要从哪些方面去探索,守住价值
内容”“用什么样的新形式、新机制去迎
接未来市场”“在哪些领域作进一步的沉
淀革新?”请明天出版社、青豆书坊、广
西师范大学出版社、三环出版社、二十
一世纪出版社、少年儿童出版社等代表
性少儿出版机构相关业务负责人——作
答,以为行业从业者的前行之路,提供些
许参考。

可能性一:出版机构积极构建自
环销售渠道。

少儿出版机构正在逐步由传统的经
销模式,向传统经销与新零售直销双模
式经营转型。这意味着一直走在市场前
沿的童书出版机构需要积极建立自己的
新媒体自营账号与店铺,打造私域流量,
并形成销售闭环,助力出版商更好地控

制产品定价和营销策略,收集第一手的
市场反馈,优化产品和服务。

可能性二:重新梳理面向读者“讲
述”产品的逻辑。

新媒体时代,商业逻辑已经从“用户
找书”转变为“书找用户”。少儿出版机
构需要适应这一变化,利用算法逻辑和
新媒体渠道重塑流量入口,更有效地将
童书推向目标读者。比如,当下对指向
性明确产品的需求增加,如生活习惯、心
理健康、安全教育等,出版机构就需要
根据儿童生理、心理特点及阅读需求进
行精准定位,且基于渠道细分推广不同
产品,深入了解渠道特点并定制产品。更
为重要的是,学会面向不同渠道,包括自
有渠道平台,梳理契合读者真实需求的
卖点,将优质的产品借由新的讲述方式
传递出去,提高童书的转化率。

可能性三:基于纸质图书,沉淀出
多模态阅读服务体系。

未来,多元化的产品形态以及更加
细分的童书品类和市场将是行业发展的
主流趋势。少儿出版市场基于童书内容
沉淀,提供互动式的童书出版、个性化推
荐、教育性内容、启发性阅读材料等。精
细化、人群定制化的出版将成为行业常
态。跨行业的融合出版概念也将是未来
行业生态的主流趋势之一。

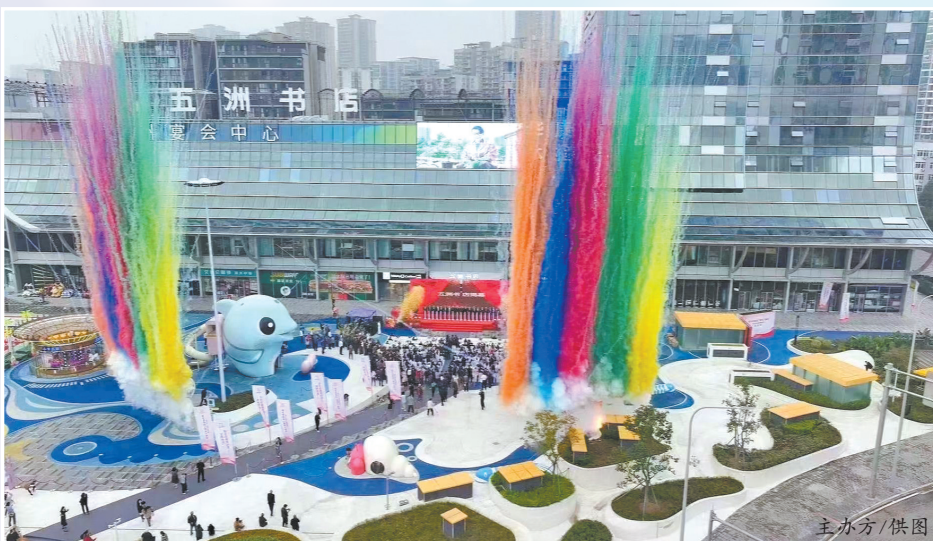
可能性四:基于优质原创IP,长线运
营多元产品。

少儿出版市场的未来潜力在于原创
版权的优质和深度开发。这包括与优秀
作家紧密合作,挖掘精品原创IP,并通过
多媒介形式推广,增强品牌影响力。通过
长线运营自有IP,出版机构才有可能
打造出更具市场影响力的文化品牌。

此外,出版人应时刻保持对新技术、
新事物的热情与关注,积极探索新技术
赋能产业升级以及流程效率的提升。
(内容详见本期第7版)

● 图片新闻

五洲书店揭幕 致力打造重庆文化新地标



中国出版传媒商报讯 11月1日,青
少年阅读(重庆)峰会暨五洲书店揭幕
活动在重庆九龙坡举行。据悉,五洲书店
是重庆五洲世纪文化产业投资集团打造
的文旅商融合综合体项目。该书店整体
设计方案由东京茑屋书店主创团队亲自
操刀,开拓性打造3300平方米全新空间
场域。书店功能规划包含阅读空间、阅
读提案、选书推荐、文创礼品定制、精
品推荐、事务办公用品、学习周边文
具、亲子共读、精选绘本、桌游体验等
。书店以人文、艺术、时尚、数字为核
心理念,构建当代知性生活典范,致力
于为多元化城市文化生活空间的创建
带来新可能。书店相关负责人表示,
下一步将把每名店员培养成策展人,
可在书店不定期策划开展相关分享活
动,以及运营精细化读书社群,推动重
庆全民阅读。(尧 雯)

● 商报专递

《2024年中国游戏产业IP发展报告》发布
68%用户愿为游戏IP产品付费

中国出版传媒商报讯 11月4日,由
中国音像与数字出版协会主办,游戏出
版工作委员会、数字IP应用工作委员
会、伽马数据承办,现代快报特邀支持
的“2024年度游戏IP生态大会”主题会议
举办。

会上,伽马数据发布了《2024中国
游戏产业IP发展报告》,报告对中国文
娱市场IP现状作出梳理,并重点对中国
游戏市场IP市场规模、发展前景、价值
提升及企业布局等方面进行分
析。其中,用户调研结果显示,超90%
的受访用户近一年中使用过IP相关产
品,68%的用户愿为游戏IP产品付费。
2024年1~9月,主要文
娱领域流水TOP10产品中,TOP10游
戏产品占据超七成份额,变现能力显
著高于其他领域。2024年1~9月,中
国游戏IP市场实际销售收入达1960.6
亿元,预计全年收入高于上年水平。这
部分市场规模主要由两部分因素支撑,
一是中国原

创游戏IP的市场价值被企业重视并挖
掘;二是头部“老牌”IP在国内市场的
价值体现。而在一系列IP与产品的合
力下,IP产品已经成为游戏市场的核
心构成。2024年1~9月,中国游戏IP
市场实际销售收入中,82%由IP产品贡
献。2024年1~9月,中国原创游戏IP
的游戏市场规模达945.8亿元,占国内
整体游戏市场48.2%的份额。头部产
品中均有50%及以上布局“线下活
动”“实体联名”“衍生品”“音乐”
4种IP运营形式。二次元IP交易
借力衍生品,出海或成衍生品新方向。
(聂慧超)



基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜

(2024年10月下半月)

榜单快评 本期榜单彰显了文学大奖揭晓对文学图书热销的拉动:10月10日,国际文
学最高奖——2024年诺贝尔文学奖揭晓,韩国女作家韩江斩获这一世界文学最高殊荣。
在中国文学图书市场声名本不十分显赫的韩江作品,一时间呈热销态势,多部译著入围文
艺畅销书榜单,引发文学图书销售新热潮——韩江的5部中译作品晋入10月下半月文艺
图书市场热销TOP70,2部作品在TOP20中占据席位。其中,四川文艺出版社推出的韩江
2018年入围国际布克奖短名单的《白》,列文艺畅销书第9位,并跻身全品类图书热销
TOP20,占得第12位;九州出版社推出的《把晚餐放进抽屉》,列文艺畅销书第20位。同
为四川文艺出版社的《植物妻子》,同为九州出版社的《不做告别》和《失语者》,分别列文
艺畅销书第55位、第64位和第70位。

2024年10月下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	《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》辅导读本	人民出版社	2024年7月	26.00
2	党的二十届三中全会《决定》学习辅导百问	党建读物出版社 学习出版社	2024年7月	22.00
3	我的阿勒泰	花城出版社	2021年8月	45.00
4	我与地坛(纪念版)	人民文学出版社	2011年1月	29.00
5	中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定	人民出版社	2024年7月	5.00
6	你当像鸟飞往你的山	南海出版公司	2019年11月	59.00
7	病隙碎笔(纪念版)	湖南文艺出版社	2021年10月	48.00
8	等一切风平浪静	湖南文艺出版社	2024年6月	52.00
9	我从未如此眷恋人间	读者出版社	2022年2月	49.80
10	一间只属于自己的房间	天津人民出版社	2019年10月	39.80

2024年10月下半月社会科学类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》辅导读本	人民出版社	2024年7月	26.00
2	党的二十届三中全会《决定》学习辅导百问	党建读物出版社 学习出版社	2024年7月	22.00
3	中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定	人民出版社	2024年7月	5.00
4	中国特色社会主义	高等教育出版社	2023年8月	14.35
5	中国共产党章程(64开 口袋本)	人民出版社	2022年10月	4.00
6	中国共产党纪律处分条例(含简明问答)	中国法治出版社	2024年1月	8.00
7	中国共产党纪律处分条例	人民出版社	2024年1月	8.00
8	论教育(普及本)	中央文献出版社	2024年9月	36.00
9	习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要(2023年版)	人民出版社 学习出版社	2023年4月	16.00
10	中国共产党纪律处分条例	中国方正出版社	2023年12月	8.00

(下转第2版)

精彩导读

上海童书展多向拓展“朋友圈”

童书市场高速发展时代已结束?

青年夜校:持续打造圈层性课程

10月书单:在书中旁观世事,洞悉变化

创新数字教材出版模式 加大AI工具开发及应用

本期24版

P6

P7、10

P13

P17~19

P21

编排
编辑:姚志英
编辑:聂慧超