

新疆人民出版社、上海七猫文化签署网络文学实体出版战略合作

中国出版传媒商报讯 新疆人民出版社日前在北京举办“昆仑见证:新疆是个好地方”主题系列活动。全国政协常委、中国作协副主席、中国现代文学馆馆长邱华栋,著名报告文学作家、中国作协报告文学委员会主任何建明,新疆作协名誉主席董立勃,《青年作家》杂志副主编卢一萍,知名非虚构作家、资深记者南香红,作家、诗人、摄影家尚昌平,中国科学院新疆生态与地理研究所特聘研究员王猛,上海七猫文化传媒有限公司副总裁、纵横中文网总编辑苏小苏等齐聚一堂,共同探讨新疆题材的文学创作与出版。

现场推介了新疆人民出版社的重点主题出版物“铸牢中华民族共同体意识丛书”和《新疆铸牢中华民族共同体意识学习读物》,展现了该社以铸牢中华民族共同体意识为主线,深耕主题出版的成果。2025年,新疆区党委宣传部启动实施“新疆文学创作

攀登计划”,重点支持长篇小说及长篇纪实文学。新疆人民出版社已有7部长篇小说作品获得该计划重点支持。

在“攀登·对话新疆文学创作与出版”访谈环节,邱华栋、董立勃、卢一萍与苏小苏围绕新疆文学的创作生态、题材潜力、出版前景与市场反响等展开对谈,共同探讨新时代新疆文学的发展方向与攀登路径。

新疆是文学的富矿,新疆故事精彩动人。2025年是新疆维吾尔自治区成立70周年,新疆人民出版社重磅推出《如诗的大地——新疆70年纪事三部曲》、“新疆历史人文系列丛书”《昆仑山上有人家》等,直属的新疆科学技术出版社重点策划推出《俯仰之间——三山两盆》。何建明、南香红、尚昌平、王猛在现场围绕“回响·寻访新疆故事”的主题进行了分享。

活动现场,新疆人民出版社与上海七猫

文化传媒有限公司签署了网络文学实体出版战略合作框架协议。此次战略合作,是传统出版与新兴网络文学平台深度融合的一次创新实践,将围绕新疆题材网络文学精品共创等项目展开并延伸,共同构建跨区域、跨媒介的文化协作新模式。双方将基于“资源共享、优势互补、协同创新、融合发展”的原则,依托新疆人民出版社的出版资源和上海七猫文化传媒有限公司在网络出版领域丰富的产业资源、技术创新、人才优势,实现出版内容、技术应用、平台终端、人才队伍的共享融通,进一步深化新疆故事的现代表达。

(穆宏志)

● 新书推荐

“民革前辈传记丛书”出版座谈会在京举办

中国出版传媒商报讯 1月29日,中国财经出版传媒集团经济科学出版社在品牌强国先行工程组委会与广东省企业品牌建设促进会联合主办的2026年首届全球竞争力企业峰会上举行《品牌向新:AI时代“新质品牌”培育方法论》新书首发式。广东省企业品牌建设促进会会长王满平,湖南省品牌建设促进会常务副理事长兼秘书长刘功元,中国财经出版传媒集团经济科学出版社商务编辑中心负责人王红英,品牌中国战略规划院专家委员、品牌强国先行工程副主任、青岛创想力品牌研究院院长盖彦以及企业家代表,共同为新书揭幕。

当前,我们正站在一个历史的分水岭上, AI技术以月为单位迭代,商业逻辑以周为单位重构,消费者的注意力以秒为单位迁徙。在这样的时代,品牌面临的挑战前所未有。传统品牌的成长路径正在失效,“新质品牌”的培育成为关乎企业生死的命题。盖彦新书《品牌向新:AI时代“新质品牌”培育方法论》,恰逢其时地提供了可落地的“品牌向新”转型方案,并以战略视野帮助企业破解全球化中的效率瓶颈。

王满平表示,该书选择在2026年首届全球竞争力企业峰会上首发,是广东、山东两地围绕新质生产力发展下品牌创新、持续深耕和共同服务区域和企业的美好成果。希望双方未来聚焦广东知名品牌发展启示的实景研究,为广东品牌全球化竞争力注入持续动能。

王红英分享这个时代为什么需要《品牌向新:AI时代“新质品牌”培育方法论》,知识服务如何助力企业应对技术变革挑战。该书不仅是一本指导品牌进化的工具书,更是一幅展现AI时代以智慧助力商业进化的全景图,凝结着作者几十年的思考和智慧,也是经济科学出版社编辑无数个日夜精心打磨的成果。

盖彦以“澎湃新质动能,共育新质品牌”为主题,用“三重浪潮”“三个关键词”“三个致敬”“三个祝福”展开专题分享。(穆宏志)

中国出版传媒商报讯 齐鲁书社近日推出由知名小学语文教育学者林志芳教授团队匠心编著的《不写错别字》一书。该书旨在以AI智能体交互创新方式解决小学生汉字书写作易错难题,一经面世即受到关注。

该书彻底颠覆了传统机械抄写的学习模式,开创了汉字学习的新范式。其核心特色在于,它首先是一本会“讲故事”的汉字书。全书精准聚焦76组小学阶段最高频、最易混淆的字词,通过生动有趣的历史与成语故事,探秘汉字的前世今生,并配以字源解析与趣味口诀,从根源上帮助孩子理解字义、辨别字形,实现“知其所以然”。更突出的亮点在于,该书突破了纸质书的界限,打造了沉浸式融媒体学习体验。书中引入专属智能学伴“书小助”,这位卡通AI助手可随时解答孩子的字词疑惑,让学习充满互动与探索的乐趣。同时,配套的汉字书写视频与字理动画,全方位激活感知,让静态汉字“活”起来。

该书由林志芳与拥有20余年一线教学经验的老师李平、李兵海联袂打造,确保了教育专业性与方法实用性的统一。它不仅致力于帮助孩子告别错别字,更着眼于培养其系统的“汉字思维”,在趣味学习中积淀文化底蕴,从而将“要我学”转化为“我要学”的内驱力。(穆宏志)

中国出版传媒商报讯 齐鲁书社近日推出由知名小学语文教育学者林志芳教授团队匠心编著的《不写错别字》一书。该书旨在以AI智能体交互创新方式解决小学生汉字书写作易错难题,一经面世即受到关注。

该书彻底颠覆了传统机械抄写的学习模式,开创了汉字学习的新范式。其核心特色在于,它首先是一本会“讲故事”的汉字书。全书精准聚焦76组小学阶段最高频、最易混淆的字词,通过生动有趣的历史与成语故事,探秘汉字的前世今生,并配以字源解析与趣味口诀,从根源上帮助孩子理解字义、辨别字形,实现“知其所以然”。更突出的亮点在于,该书突破了纸质书的界限,打造了沉浸式融媒体学习体验。书中引入专属智能学伴“书小助”,这位卡通AI助手可随时解答孩子的字词疑惑,让学习充满互动与探索的乐趣。同时,配套的汉字书写视频与字理动画,全方位激活感知,让静态汉字“活”起来。

该书由林志芳与拥有20余年一线教学经验的老师李平、李兵海联袂打造,确保了教育专业性与方法实用性的统一。它不仅致力于帮助孩子告别错别字,更着眼于培养其系统的“汉字思维”,在趣味学习中积淀文化底蕴,从而将“要我学”转化为“我要学”的内驱力。(穆宏志)

《何以台儿庄》解码“天下第一庄”文明密码

中国出版传媒商报讯 近日,由著名学者程冠军主编的《何以台儿庄》一书由中国民主法制出版社出版发行。该书以长时段历史视角,系统梳理台儿庄从远古到当代的发展脉络,立体呈现其“祈福之地、运河重镇、抗战名城”的多重身份,为读者提供了一把理解这座城市的文化钥匙。

作为中华文明演进的缩影,台儿庄的历史层叠丰富。书中上溯其上古祈福之地、偏阳古国旧疆的渊源,下及大运河孕育的商贸繁荣,再到民族危亡之际的抗战荣光,将文明萌芽、朝代更迭、民族抗争与精

神延续的宏大叙事,浓缩于一座城的沧桑变迁中。读者既能与3000年民族记忆展开跨越时空的对话,也能读懂历史对当下与未来的深层塑造。

全书以大量生动细节还原“天下第一庄”的真实面貌,从史前文明到古国兴替,从运河商埠到新时代江北水乡,书中不仅回答了台儿庄“发生过什么”,更解读“为何会如此”,让读者触摸到城市的温度与质感。在文化注解层面,该书兼顾思想传承与精神内核,适用于文化研究、文旅展示等多重场景。

(白小禾)

王月鹏新作从“风景描摹”走向“生命书写”

中国出版传媒商报讯 由百花文艺出版社和山东省作家协会联合主办的王月鹏海洋文学创作研讨会在京举行。中国作家协会副主席阎晶明出席研讨会并作开场发言,山东省作家协会主席黄发有作总结发言。文学批评家彭学明、徐可、王兆胜、郭艳、杨庆祥、徐晨亮、丛治辰、饶翔、徐福伟等参加现场研讨,李舫、张森、田静等提交书面发言。研讨会就王月鹏海洋文学创作展开了深入对话。

会议对王月鹏近年出版的散文专著《海上书》《舟在江海》进行了集中讨论,两书由百花文艺出版社出版。与会专家对王月鹏在海洋文学创作上展示的创造精神给予了高度评价,对其文本内涵的丰富性,与会专家做出了多视角阐释。研讨会还就当代散文创作与出版的热点问题展开了极有启示性的交流。百花文艺出版社总编辑汪惠仁主持研讨会。

(穆宏志)

《高效记忆开窍金方》学习方法的新探索

中国出版传媒商报讯 随着教育理念的不断更新和学习方法的持续改进,如何提升学习效率成为教育工作者和学生共同关注的话题。湖北九通电子音像出版社近期推出《高效记忆开窍金方》一书,从脑科学角度出发,对学习方法进行系统梳理,为青少年学习提供新的思路。该书上市后,因其较强的实际性得到了读者的肯定,目前已实现加印。

该书内容涵盖语文、数学、英语多个学科,针对学习中常见的记忆效率、解题思路等问题



● 业者论坛

自2018年纸浆期货上市以来,各大纸企已从初期的观望试探,逐步转向系统性、战略性地运用该金融工具。2025年9月,双胶纸期货的推出,进一步加速了纸张行业的金融化进程,为传统贸易企业提供了重要的价格风险管理手段。

传统纸张贸易商业模式,正面临行业系统性经营挑战。行业生态的演变使纸张中间商陷入“高投入、高风险、低收益、弱话语权”的困境。从一些公司近年财务报告数据中也能看到:即便每年有几个亿的销售收入,但是毛利率逐年下滑,利润总额进一步压缩。未来,受纸张市场整体收缩、造纸产能持续扩张的双重影响,纸张价格将长期延续。与此同时,贸易环节各类风险相互交织,为企业的稳健经营带来严峻挑战。

本文结合行业现状、纸张期货交易模式,分享纸张中间商如何利用新金融工具应对行业变局。

纸张中间商现状与痛点

价格敏感度前所未有的纸张贸易商作为典型的“吃差价”中间商,其商业模式存在一个根本性的脆弱环节:采购与销售之间存在必然的时间差。这个时间差并非真空,而是充满了无法完全预测的价格波动。自2025年初开始,纸张销售价格一路走低,往年阶段性的反弹也未见到。旺季不旺、淡季更淡是2025年纸张价格走势的主旋律。科学预判采购时机,把握价格洼地的法宝不再灵验。另外,纸张价格内卷现象愈发突出,终端客户对价格的敏感度达到了前所未有的高度。

能够代表行业风向标作用的教材、党政类图书用纸也充分参与到激烈的市场竞争中。中间商要想获取利润,很大程度上依赖于“赌对”了行情方向。稍有不慎,从采购到销售的时间差内,市场价格波动将直接侵蚀本已微薄的差价利润,甚至导致亏损。

营利模式单一。在信息高度透明的互联网时代,上游纸厂通过直销、经销等方式触达大型终端客户。经销商通过库存经营、自身优势服务中小型客户。下游终端客户通过集中采购招标压价。过往中间商引以为傲的信息不对称优势已基本消失,利润空间被上下游持续挤压。此外,绝大多数中间商面临惨烈的同质化竞争。当所有的中间商都只能比拼“价格”和“账期”时,纸张行业无疑会陷入最惨烈的“红海”。

行业地位和话语权旁落。除少数战略合作外,中间商与客户的关系是脆弱的交易关系,而非稳固的合作关系。客户的决策链条极其简单——谁便宜10元钱就找谁;谁是第一个降到最低价的就分配更多的量。在此情况下,一旦出现更具价格优势的竞争者,客户极易流失。在“低价者得”采购模式下,中间商更需要得到纸厂的支持,争取与其建立平等的战略合作关系。但目前来看,纸厂相对强势,中间商在社会化经营中需要预付款、抢授权并接受其定价。中间商承担了成本,但价值却被上下游忽视。

综上所述,纸张中间商面对的不是单个订单问题,而是市场内卷下彼此强化的系统性问题。集中体现在:为了更好地服务客户,不得不保经营而维持相当库存,但面临极大价格波动风险;为了增强客户黏性、配合客户低价采购策略,企业不得不进一步降低销售价格,但很容易陷入“同质化红海”导致盈利能力薄弱甚至亏损;为了加强与纸厂战略合作关系,采取提前垫资、保量协议等方式,但进一步加剧运营成本和资金压力,形成“做得越多,负担越重”且无法有效将增加的成本传导给客户的恶性循环。

双胶纸期货交易模式优势

双胶纸期货核心价值在于,通过金融工具精准锚定并拆解当前模式的结构性痛点,驱动企业从被动承受风险向主动管理风险的根本性转变。

对冲价格风险。面对不确定

的价格走势,可以通过在期货市场建立相反方向的头寸对冲风险。

缓解库存和资金压力。对于中间商来讲,库里有存货是最基本的要求。但担心库存贬值亦是共同心声。中间商可充分利用期货套期保值工具,在期货市场卖出同库存数量相匹配的期货合约,即便未来价格下跌,现货库存亏损,但期货端盈利,两者对冲,锁定了库存价值,稳定了收益。同时,利用期货的保证金制度(通常为10%左右),从“囤实物”到“虚拟库存”,最大程度杜绝因无力支付全额货款囤积现货导致可能错失行情的情况,有效缓解资金压力。

破解“行业地位弱势”,实现从“中间商”到“风险管理服务商”的转变。通过娴熟运用期货工具,能为上下游客户解决它们自身无法解决或解决成本高昂的价格风险管理问题,提供不可代替的增值服务,从而提高行业地位。

对于有明确采购计划和需求的终端客户来讲,可随时锁定未来远期的订单价格,中间商根据客户的生产计划,设计分批点价、均价结算等方案,甚至承诺客户未来一段时间内以不超过某个固定价格进行采购。针对上游纸厂,中间商可帮助其远期产能进行“预售套保”,稳定其生产利润,成为其不可或缺的战略分销和风险管理渠道。

双胶纸期货上市为纸张中间商带来新机遇

双胶纸期货提供的远不是一个交易渠道,它提供了一种新的商业模式可能性。如深度参与,中间商将难以管理的市场价格波动风险,转化为可对冲、保利润、强库存的战略支点,将同质化的价格竞争,升级至能体现专业服务、灵活经营的价值竞争。

当然,必须正视其中的困难和挑战。一是专业人才与团队短板:期货操作专业性强,涉及金融、风控、交易、交割等知识。目前中间商普遍缺乏此类复合型人才团队;二是风控体系从0到1:期货是双刃剑,使用不当会放大风险。必须建立严格的内部风控制度,包括限额、止损纪律、资金管理等,杜绝将其变为投机工具;三是初期投入与试错成本:组建团队、搭建系统、接入通道、前期小规模试单,都需要投入一定的人力、财力和时间成本,并可能承担初学阶段的试错亏损。

分阶段搭建期货商身份转型路径。对于有一定规模的教材用纸基数、相对准确的采购和销售时间节点、并有丰富库存经营经验的中间商来讲,更能充分撬动纸张期货“提前锁定成本”“库存保值”“提前锁定利润”的最大效能。

首先,鼓励全员积极参加期货理论和实操培训,统一思想,消除恐惧和误解。在此基础上,搭建相关人员(业务、财务、期货专家)参与的专职部门或小组,企业出台《期货管理办法》(试行),明确业务范围(仅限套期保值)、审批流程、风险红线等。其次,按照财务预算,拿出少量资金(例如对应1000~2000吨现货),选择1~2个明确有套保需求的真实订单进行全程操作,从开仓到财务结算,跑通全流程,积累经验。再次,在小规模试点后,考虑将套期保值作为标准业务流程嵌入到大型、长单的购销业务中,成为企业常规风控手段。针对战略合作客户,主动推广点价业务,为出版单位降本同时,将其打造成企业核心竞争力产品。同时,全程着重培养企业期货研究人员,建立对浆、纸期货的定期分析报告体系,指导企业期现交易决策。

纸浆期货和双胶纸期货先后上市,标志着纸张行业进入了“金融+产业”双轨驱动新时代。笔者认为,这绝非可选之项,而是生存与发展的必答题。早转型早主动,早学习早受益。建议中间商以“拥抱变化、积极学习、稳健操作、持续创新”为方针,果断开启这场深刻的自我革命,将挑战转化为构建未来核心竞争力的历史性机遇。

(作者单位:北京中版联印刷物资有限公司)