



■本期关注:2023天府书展

深挖巴蜀文化 探索古今交融

——看2023天府书展如何搭建讲好四川故事平台

□本报记者 刘蓓蓓 文/摄

习近平总书记对宣传思想文化工作提出的“七个着力”中强调,要着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展。四川是中华文明的重要发源地之一,瑰丽多姿的巴蜀文化,有着鲜明的地域特征和独特的文化品格。在10月13日开幕的2023天府书展上,一本本川派文化的精品力作、一场场蜀韵十足的创意活动,无不体现出书展主办方在习近平文化思想指引下,讲好四川故事的政治担当与凝心聚力。



▲与三苏文化、三星堆等有关的情景图书吸引读者。

▼2023天府书展现场的元宇宙图书馆体验区沉浸感十足。



与古为新 传承发展

今年7月,习近平总书记到四川考察的第一站就来到了广元市翠云廊古蜀道。一条古蜀道,半部华夏史。出版人敏锐捕捉到了这一选题的价值与意义。

今年书展上,新华文轩出版传媒股份有限公司副总编辑雷华介绍,新华文轩将联合四川省、重庆市、陕西省、甘肃省等蜀道分布省、市以及全国有关高校和研究机构,组织实施全面系统、涵盖众多出版门类的“蜀道文化出版工程”,挖掘、发挥蜀道的多重价值和意义,推动文化遗产保护利用创新。

据了解,这项浩大的工程计划在10年内完成,涉及蜀道文献整理、蜀道文化研究、蜀道文化普及、域外蜀道文献引进4个方面。四川人民出版社、巴蜀书社、成都地图出版社分别与相关研究机构在书展上签署了出版协议。

古籍是宝贵的文化遗产,对赓续中华文脉具有十分重要的意义。作为西南地区唯一一家古籍出版社,巴蜀书社建社40年来,推出了《中华大典》、《古代文史名著选译丛书》、《道藏辑要》等一系列具有重大影响力的古籍图书。书展期间,在巴蜀书社举行的以“与古为新 传承发展”为主题的巴蜀书社成果展暨古籍出版高质量发展座谈会上,社长王祝英说,将以更大的决心和努力,出版更多具有传承价值和传播价值的好书,为推动新时代古籍出版高质量发展贡献力量。

此次书展上,巴蜀书社重磅推出了共计68册由四川省档案

馆编纂的《清代川滇边务大臣衙门档案》,向世人全面展示边务档案真实面貌,四川师范大学教授、藏学研究专家王川评价该书“具有重要的档案学、文献学、民族学、历史学等多学科的价值,对当今涉藏地区建设具有积极的借鉴意义”。

此外,巴蜀书社还在书展上举行了“江口沉银:四川彭山江口古战场遗址文物考古研究丛书”新书发布,这套书因权威的编纂团队和极高的学术价值,入选“十四五”国家重点出版物出版规划。本次发布的丛书第一辑入选2023年度国家出版基金资助项目,以专业、严谨、科学的研究思路,集中展示了江口沉银遗址出土的全部重点器物,及时向学界呈现了江口沉银遗址出土文物的全貌。

在天地出版社展台,装帧典雅、依次摆开的“四川历史名人丛书”吸引了记者的目光。四川历史名人灿若星河,这是四川建设文化强省的重要文化资源。2017年,四川启动四川历史名人文化传承创新工程,李白、苏轼等10人被确定为首批四川历史名人,2020年6月,司马相如等10人被列入第二批名单。天地出版社总编辑李云告诉记者,该社积极响应推出了“四川历史名人丛书”。第一辑10本已全部上市,第二辑目前出版了4本。今年6月,直播电商平台“东方甄选”四川行直播专场中,主播董宇辉选中了这套书中的《诸葛亮传》《李白传》《杜甫传》《苏轼传》4个品种,5000套备货量,上架仅3分钟就全部售罄。



►熊猫元素在2023天府书展上很抢眼。

生动表达 入脑入心

一滴水可以见太阳,一个三苏祠可以看出中华文化的博大精深。今年书展,四川文艺出版社举行了“三苏文化出版工程”的最新成果之一——《是父是子:三苏家风家教》新书首发式。这本书结合文献史料,提炼了“孝慈仁爱,济世齐民。学行天下,文行忠信”16字三苏精神,并将三苏父子及其家族故事以散文的形式生动呈现,对三苏文化的普及起到了积极的推动作用。

川少社的《少年苏东坡传奇》是“三苏文化出版工程”推出的第一套面向少年儿童的三苏文化普及读物,它以漫画的形式,讲述少年苏东坡在眉州成长的故事,展现了少年苏东坡的才情文采。一名上三年级的姓王的小读者,在展台上看到这本书便沉迷其中,她告诉记者要让妈妈给她买一套回家好好阅读。

创新方式

了解巴蜀文化,除了图书,还有其他的打开方式。在今年天府书展期间,多个富有创意的活动,让传统文化“潮”起来,吸引了众多年轻读者前来观展。

展场中的宝树繁花家谱展区是以巴蜀家谱为主题的文化大展,展出了四川省图书馆、重庆图书馆、国家图书馆等收藏的近90部古籍、6件挂图。展区还开展了“妙手书医”互动体验活动,记者逛到此处时,从事古籍修复工作40多年的四川省图书馆古籍修复师袁东珏正在为一本清代家谱进行细致的“手术”。她向记者展示了曾经修复的一页严重残破的家谱,“破到放在桌上我都不敢呼气,修复这一页我用了整整4个多小时。”她形容修复古籍就像医生对待病人一样,古书也是有“生命”、有“温度”的。

走进书展主题馆,由四川人民出版社承办的“探寻古蜀文明,实证多元一体”打卡活动,引来许多读者扫码通关。这是延续上届天府书展举办的“重走东坡路”打卡活动成功经验,特别设计的古蜀文明遗址打卡活动,目的就是为了让带领读者,了解古蜀文明,探寻古蜀文化,体会中华文明多元一体的生动细节。打卡活动依照成都平原先秦城址分布,设置了13个打卡点位牌,它们被放置在展场中,读者每发现一个点位牌可以扫描上

10月14日正逢周六,谢女士带着5岁的女儿来逛书展,四川少年儿童出版社出版的原创情景纸艺立体书《走近三星堆》吸引了她的目光。书中立体的场景和机关让孩子爱不释手,反复操作之时,一个个小脑袋探了过来,瞬间展台围满了小读者,都等着排队“上手”阅读。

四川少年儿童出版社社长常青告诉记者,这本书不仅还原了考古发掘现场,还复原了数千年前三星堆的宫殿、祭坛等。书页可拆解后重新拼合为一个360度超大立体场景,让小读者获得穿越时光、亲临考古现场的阅读体验。“它恰如其分地满足了少年儿童的知识诉求,对三星堆文化进行了生动、鲜活的表达。”三星堆遗址发掘总领队、四川省文物考古研究院院长唐飞如此评价。

沉浸体验

面的二维码完成打卡。

非遗传承人现场教读者彩绘川剧脸谱、制作灯火皮影、印刷木版年画、手绘油纸伞、剪纸等,孩子们抢答古诗词题目……新华文轩教育服务事业部在书展上设置的教育服务体验区,以“传统文化”为主题,围绕非遗研学、劳动教育、经典阅读,搭建“课程+活动+产品”互动教学新场景,激发了小读者对非遗和巴蜀文化的探知欲。

在智慧阅读区,记者体验了四川人民出版社《瓷器改变世界》元宇宙项目,戴上设备就仿佛置身于瓷器展厅,可以拿起瓷器进行多角度观赏,沉浸感十足。这个展区还有顶流熊猫兄妹“VIP”观赏通道、“中国有‘三苏’”文化焕新彩”主题展台,通过数字化赋能、场景化交互,创新纸书呈现,个性化推荐各类新书、好书。书展期间,智慧阅读区还与线上云展场充分联动,支持“现场逛,在线买”“线上买,现场提”等方式,打造线上线下一体化、在线在场相结合的逛展体验。

如果要问书展上排队人数最多的地方,那就是集章打卡点了。书展组委会与三星堆博物馆、金沙博物馆等联动在现场设置了29个集章打卡点,提供上百枚博物馆、书店、出版社创意印章。此外,现场以三苏衣锦还乡为主题的创意巡游以及国风小剧场等体验,也吸引了许多热爱国潮的年轻读者拍照留念。

就如何营造图书发行良好市场环境,出版上下游达成共识——

共建共享 携手破局

□本报记者 刘蓓蓓

出版社、销售平台、经销商、读者是出版发行行业的一个基本生态链,任何一个环节受到伤害,其余环节都不可能“善终”。

10月12日,2023天府书展即将开幕之际,中国书刊发行业协会网上发行工作委员会终于迎来了正式成立的日子。行业饱受价格战之苦久矣,期盼专委会成为加强网上发行企业联系、政策落地的重要通道。专委会成立当天下午,中国出版协会、中国书刊发行业协会、中国版权协会、中国新华书店协会四大协会,在成都共同主办了以“营造良好市场环境 推动出版发行高质量发展”为主题的座谈会,来自产业链上下游的专委会成员代表们,从如何共建共享、携手破局的角度发表了观点。

出版方:

加强价格管控
统一价格体系

中国书刊发行业协会理事长艾立民认为,出版企业应重视图书出版质量,根据成本合理定价,避免因虚高图书定价而导致读者望而却步,加入购买低折扣劣质图书甚至盗版书的行列。新华文轩出版传媒股份有限公司副总经理邹健提到,出版单位在创作生产精品、原创、独有图书作品的同时,应避免跟风与同质化品种,拒绝定价虚高图书,并切实加强渠道管理和价格管控,统一政策,建议各平台拉齐、做好渠道下游经营监督与制约,增加有效价格管控的图书品种范围。浙江天猫技术有限公司图书总经理孙永华从电商平台角度,也希望出版方坚持统一的价格体系,不要对不同平台实施不同的价格策略。

作为出版人,四川少年儿童出版社社长常青向少儿出版人发出呼吁,面对各种诱惑和挑战,少儿出版人当自省、自尊、自律,不自轻、自贱、自毁,要坚持合理的销售价格和结算折扣,绝对不能以牺牲利润去换取规模和市场占有率。人民邮电出版社副总经理宋吉文也提出,图书是定价商品,但目前出现价格问题,主要原因还在于出版社,自己的产品自己要管好售价。他说,人邮社正在逐步调整价格策略:对于头部产品,坚决做好限价工作,自己不做裁判员,让限价公司做好控价工作;对于新品,在一定时间内,限定基本销售价格,不会给予渠道销售政策支持,这样通过时间过渡,让产品的销售价格基本维持在一个合理水平。

商务印书馆在维护市场秩序上的做法,已经取得了一定成效。近几年来,商务印书馆始终把加强重点工具书的销售渠道建设作为全馆核心战略。据商务印书馆副总经理陈晗雨介绍,在销售渠道方面,为了实现产品的线上线下同价,商务印书馆今年联合全国新华书店及民营渠道参与到限价和打击盗版的工作中。他们和经销商以合同的方式严格约定相关产品的零售价格及经销范围,并在今年5月底签订补充协议,经过近半年的实践,大部分经销商都给出了正面的反馈,在强有力的限价举措下,保障了线上经销商的利润空间,也提高了线下经销商的积极性。从6月开始,商务印书馆的核心工具书基本实现了线上线下同价,市场秩序逐步恢复。截至目前,核心工具书销售同比增长10%,为今年的销售增长创造了空间。“增长的背后,是我们和承销商、读者的通路变得更加顺畅。”陈晗雨如此表示。

渠道方:

履行社会责任
监管水位拉齐

对于发行企业、电商平台来说,艾立民认为,应当根据成本确定合理的批发和零售折扣,避免为了引流而乱打折扣和不正当竞争、无序竞争。

抖音、天猫、京东、当当、拼多多,这些图书电商平台在会上都表达了同样的观点——拒绝恶性低价,坚决维护良性市场环境。

孙永华介绍,天猫图书为维护市场价格做了很多努力,比如在制定的规则中就有防止价格战的条款:单件商品支付价格低于一口价三折且支付金额低于5元的订单,销量、评价均不累计。天猫图书大促活动要求商家不能高于大促开始前一定时间内该商品销售的最低价格,不参与九折校验,图书行业是天猫在大促期间少数不校验九折最低价的行业之一。

孙永华坦承,天猫图书也饱受来自价格战的挑战和困扰。天猫监管水位高,就意味着在出版社的控价体系中,大多数情况下,只能控制天猫平台的价格,这对于天猫的消费者是一种伤害。她建议,各电商平台履行社会责任,相互协调配合,将监管水位拉齐。北京当当网信息技术有限公司副总经理张云也提到,1元销售等营销活动损害行业根本利益,打击作家创作积极性,希望全行业一起对超低价销售进行规范和管控。

上海寻梦信息技术有限公司副总编辑张鸽介绍,今年,拼多多持续开展“图书治理和版权保护”专项行动,修改《拼多多图书市场管理规范》,进一步加强商家合规经营以及消费者良好购物体验的制度保障,以平价正版图书推动发行市场高质量增长。9月26日,拼多多第六季“多多读书月”启幕。未来一个月,拼多多将联合上百家知名出版社,重补超过1200本经典著作,为近9亿用户送去600万册平价正版好书。拼多多希望有更多出版社入驻优质,以良币驱逐劣币,引导优质图书消费。

“从中国书刊发行业协会网上发行工作委员会酝酿成立之时,抖音就积极加入,并非常愿意与上游合作一起做好这件事。”北京抖音信息技术有限公司高级总监张天宇表示,抖音近年来不断推出全民好书计划、新书助力计划等,助力优质图书“出圈”,同时对破价销售、临场改价等行为,积极进行专项整治。

依托“有责任的供应链”,京东图书将通过推动行业及商家降本增效、让利广大读者用户,致力于实现“健康的低价”。京东零售3C数码事业部图书业务部总经理张炜表示,“线上+线下”融合发展是未来图书出版市场发展的重要趋势。在线上,京东图书可以为消费者提供丰富多元的促销活动和主题书单,让消费者省心买到低价好书;在线下,京东图书也通过打造阅间线下门店活动、区域书展等主题展会等,让更多好书走到读者身边。

博库数字出版传媒集团有限公司副总经理金国峰说,出版单位、电商平台和发行单位是逐渐走向以知识为中心的融合型关系链,要打造优势互补、资源优化配置、商业变现利益分享的合作模式和生态体系,唯有共建才能共享,唯有共融才能共荣。